

平成 30 年度トピックス調査

2019 年（令和元年）10 月

「衣生活行動に関する調査」

調査結果概要

調査の目的

日本衣料管理協会では、会員大学の協力のもとに衣料管理士（テキスタイルアドバイザー）養成課程の学生とその父母を対象に「衣料の使用実態調査」を毎年実施しています。同時にその時々話題性の高いテーマでトピックス調査を実施していますが、今回(平成 30 年度)は、「衣生活行動」について取り上げました。衣料品の購買やその取扱いに次いでどのような実態であるのかを調査しました。

本調査の結果を消費者データ、また、学術的資料等としてご活用いただき、今回の調査結果が消費者の衣生活の実態をうかがい知る一助となれば幸いです。

調査の概要

調査対象者	日本衣料管理協会 会員大学に在籍する衣料管理士養成課程の女子学生 445 名（平均年齢：20.6 歳）およびその母 172 名（平均年齢：50.7 歳）
調査方法	託送調査（会員大学に一括送付、学生に配布し回収、一括返送）
調査期間	平成 30 年（2018 年）12 月～平成 31 年（2019 年）1 月（冬休み期間）

調査内容

●フェイスシート

〔年齢、調査対象（母・女子学生）、ひとり暮らし・実家暮らしなどの暮らし方（女子学生のみ）、職業（母のみ）〕

●衣料品の購入・入手について

〔衣料品の購入・入手時の情報源、衣料品の購入・入手時の重視項目、過去 1 年間に利用した店舗・サービス〕

●衣料品の着用・コーディネートについて

〔外出着着用時の重視項目〕

●衣料品の維持・ケアについて

〔取扱い表示記号の認知度、2016 年 12 月変更の認知度、表示の確認、家庭洗濯の洗剤の使い分け、コインランドリーの利用頻度ほか〕

●衣料品の保管／廃棄・処分について

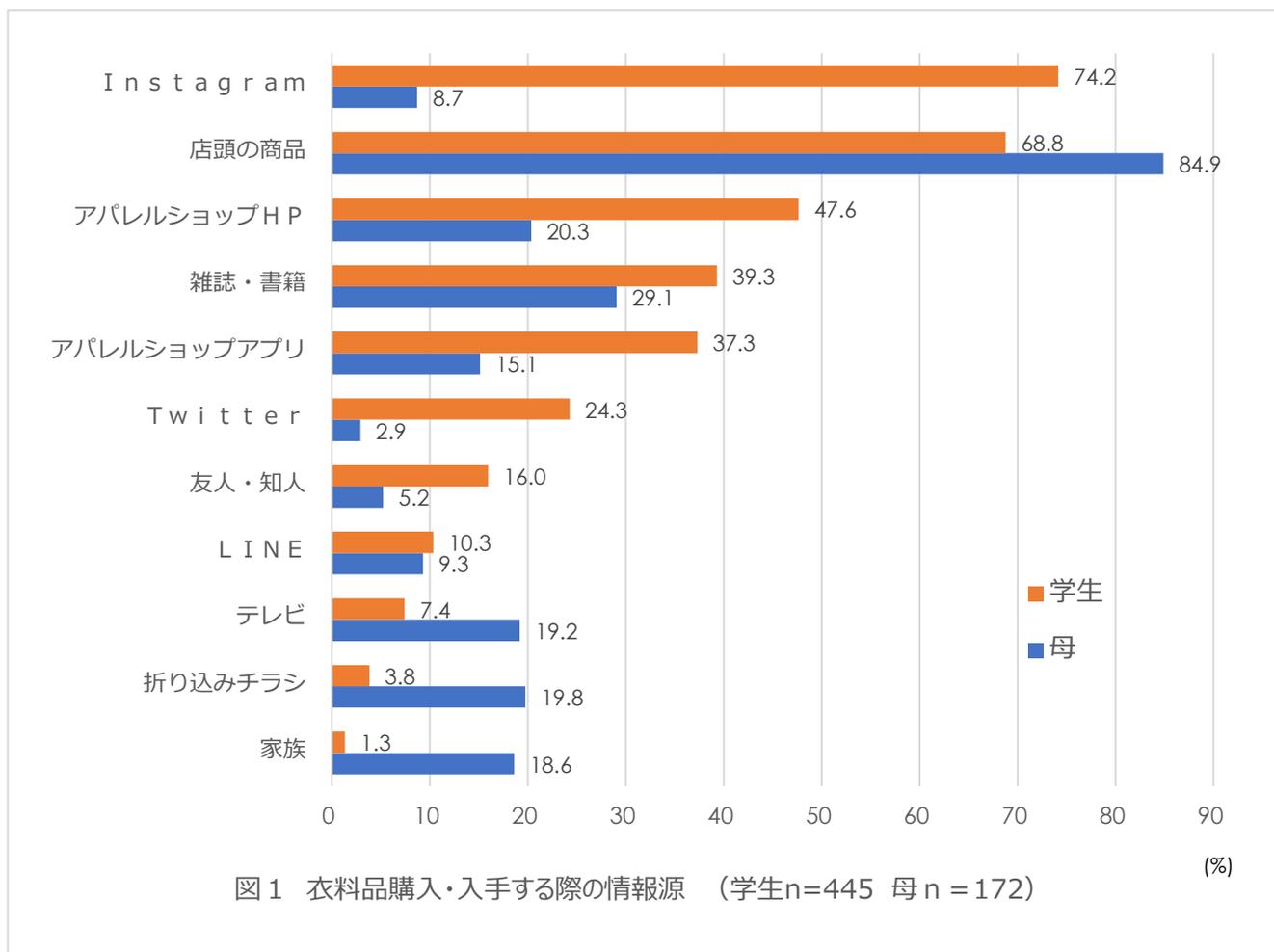
〔衣料の保管スペース、処分方法、処分理由、古着のイメージ〕

調査結果の概要

【1】衣料品を購入・入手する際、何から情報を得ていますか。（複数回答）

衣料品を購入・入手する際の情報源について、学生は1位が「Instagram」(74.2%)で、2位「店頭の商品」(68.8%)を上回った。続いて3位「アパレルショップのHP」47.6%であった。母親は1位が「店頭の商品」(84.9%)、2位は「雑誌・書籍」(29.1%)と大きな差がある。

母はリアル商品が圧倒的な情報源であるのに対し、学生は「店舗の商品」も参考にしてはいるものの、Instagramをはじめ、Web系ツールの各アプリ、また母はテレビやチラシなどのツールも目立つ。【図1】

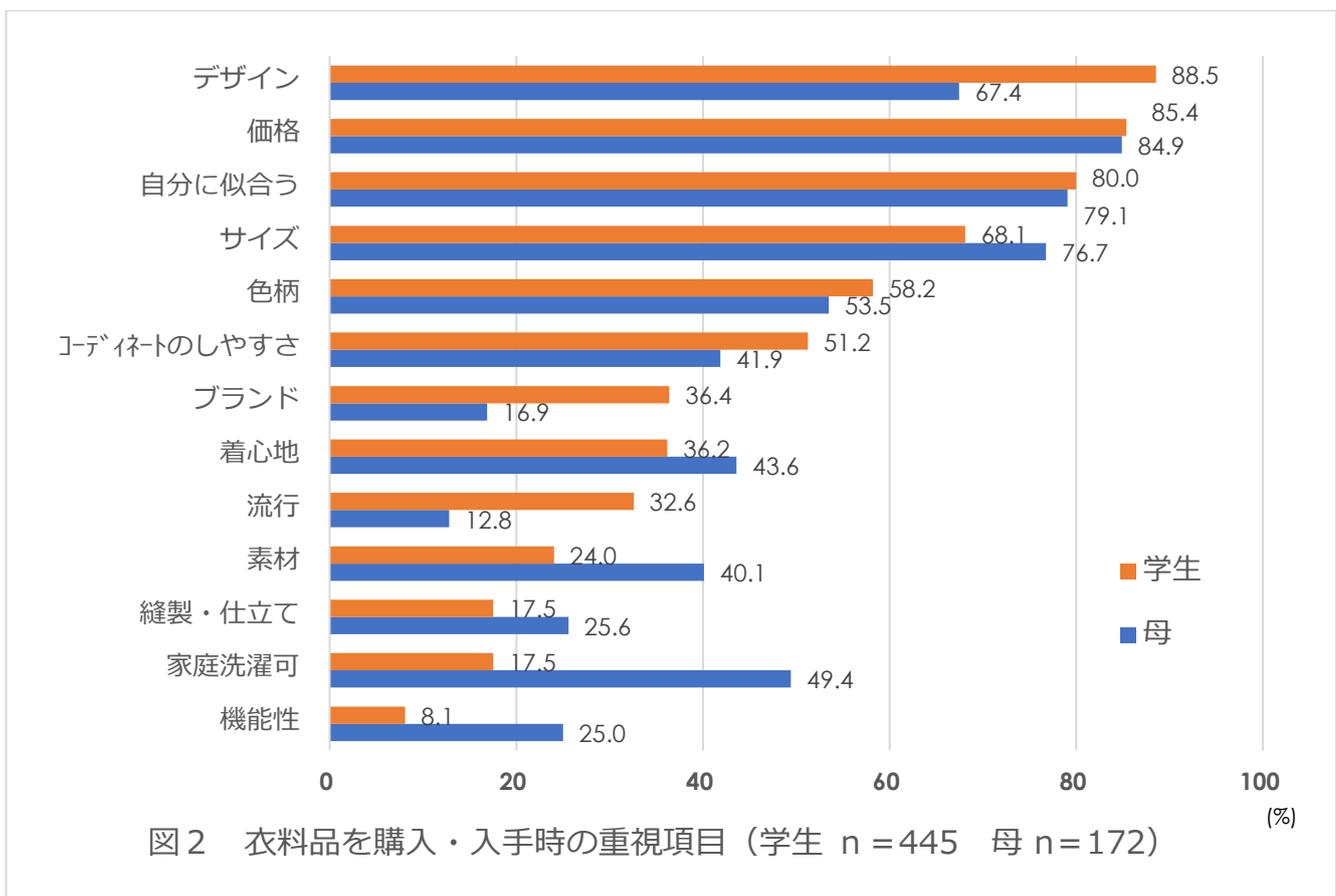


【2】衣料品を購入・入手する際、どんなことを重視しますか（複数回答）

衣料品の購入の際に重視するポイントとして、学生は「デザイン」(88.5%)がトップで、「価格」(85.4%)、「自分に似合う」(80.0%)、「サイズ」(68.1%)と続く。母は「価格」(84.9%)がトップであり、次いで「自分に似合う」(79.1%)、「サイズ」(76.7%)、「デザイン」(67.4%)であった。順位は異なるが、学生・母ともに、上位4位の重視ポイントは共通性が認められた。

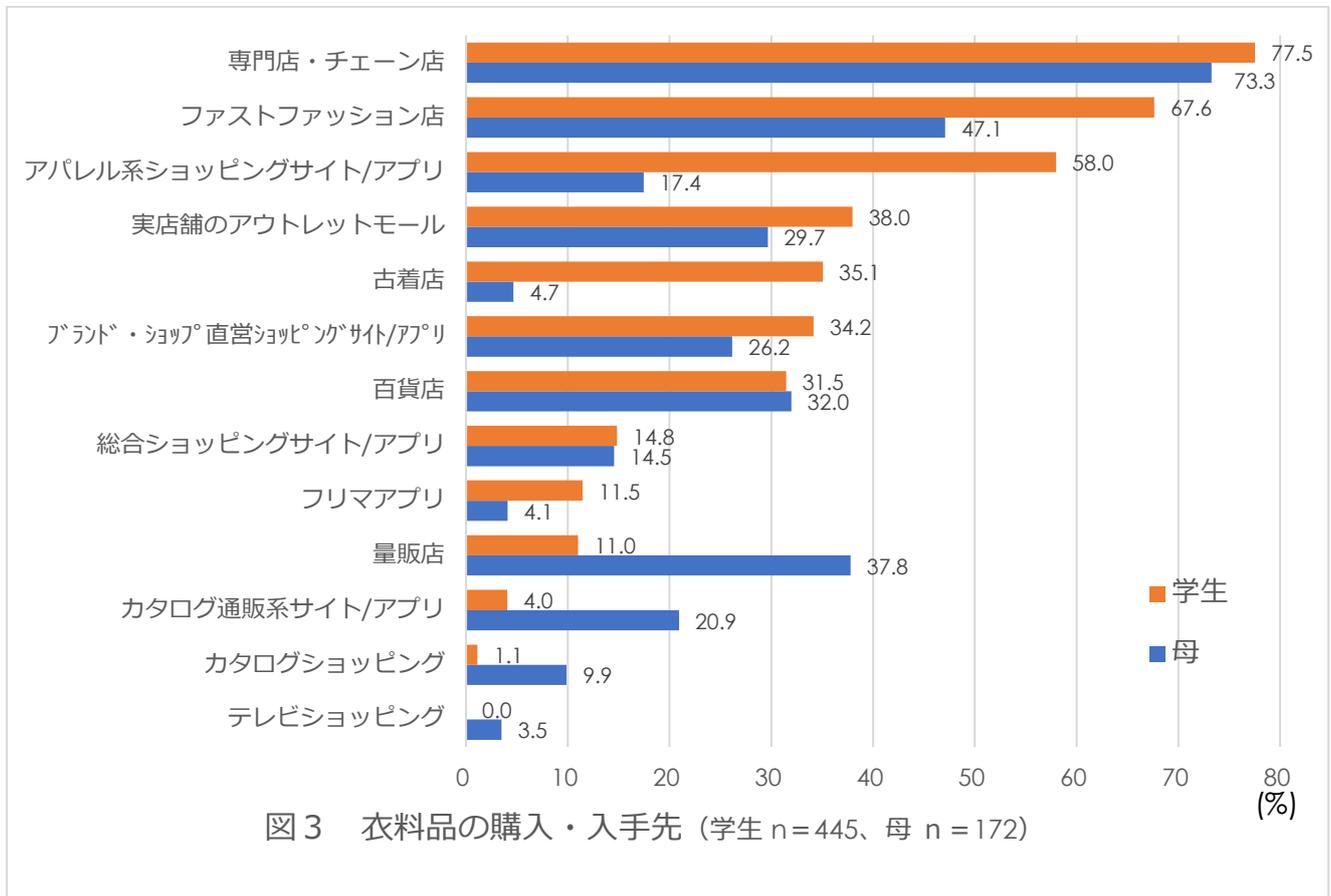
一方で、5位以降は母と学生について、大きく差がついたものがあつた。母親と比較して、学生が高いものは、「ブランド」(36.4%)、「流行」(32.6%)、母が高いのは「家庭洗濯可」(49.4%)であつた。【図2】

なお、「環境への配慮」は母 1.7%、学生 0%と低い結果であつた。

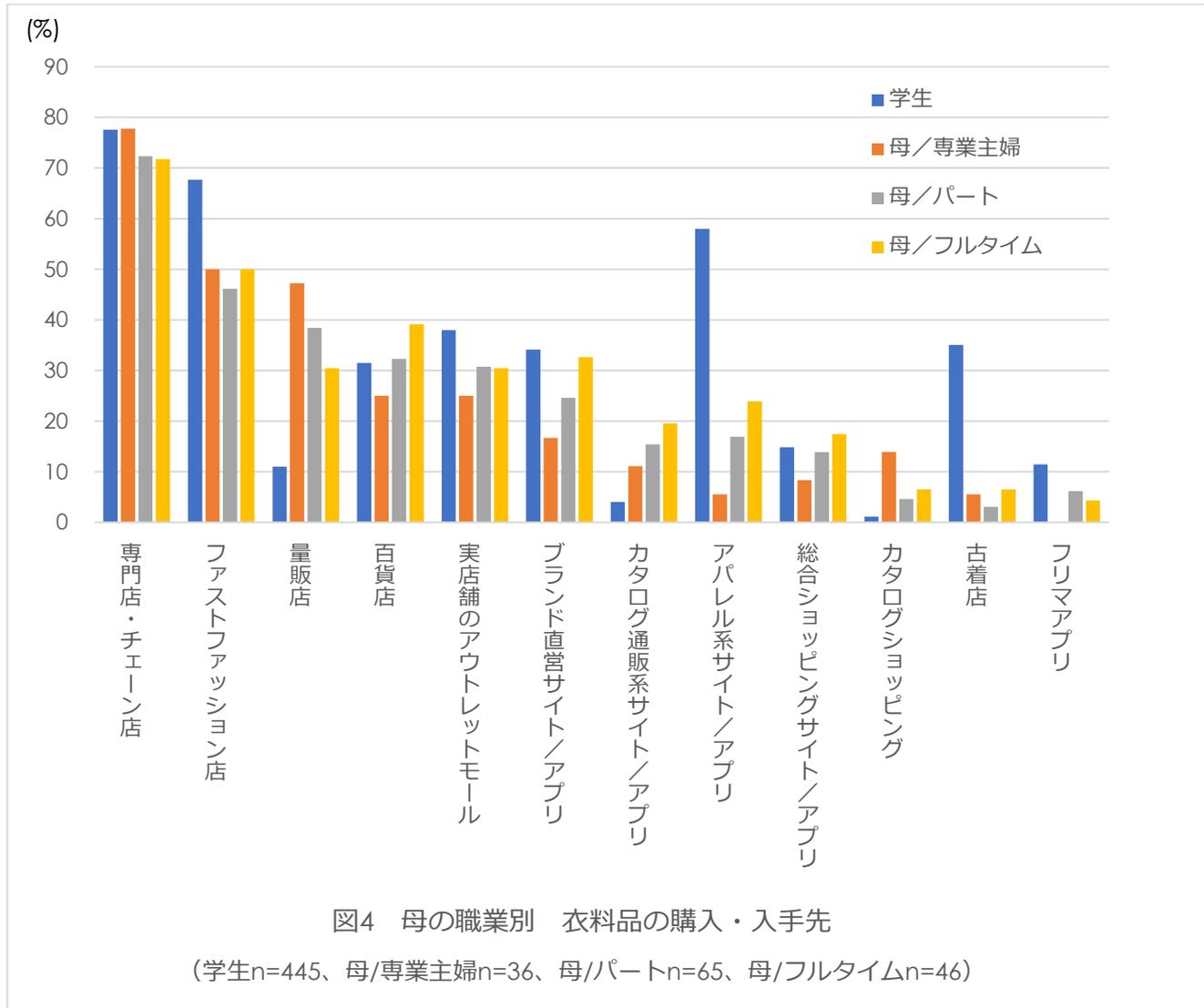


【3】衣料品を購入・入手する際、この1年間で利用した店舗・サービスはどれですか。（複数回答）

「直近1年の衣料品の購入先」は、学生(77.5%)・母親(73.3%)ともに、トップは「専門店・チェーン店」である。続いて学生は「ファストファッション店」(67.6%)が2位。3位 ZOZOTOWN などの「アパレル系ショッピングサイト/アプリ」(58.0%)、4位「実店舗アウトレットモール」と続く。学生の多くは情報を Web から入手しているものの、購入先の上位は実店舗であった。母の2位「ファストファッション店」(47.1%)はと1位と大きく差があり、3位「量販店」(37.8%)、4位「百貨店」(32.0%)と実店舗が続く。「百貨店」について、学生の順位は7位であるが、比率では母32.0%に対して、学生も31.5%と利用率は意外に近い。古着店については、学生は35.1%に対し、母は4.7%に留まり、世代間格差が認められた。【図3】



母の働き方について「専業主婦」、「パートタイム」、「フルタイム」に分けてみると、母の3位である量販店は「専業主婦」>「パートタイム」>「フルタイム」で、百貨店、サイト／アプリ系は「フルタイム」>「パートタイム」>「専業主婦」であった。また、学生とパートタイマーの母との類似傾向が高い。【図4】



購入時に重要ポイントが多い人と少ない人、つまり購入時にこだわりが強い人とそうでない人に分け、それぞれ衣料品を購入・入手する際、この1年間で利用した店舗・サービス別にクロス集計をしたグラフが【図5】【図6】である。

学生と母、それぞれについて、購入時の重視項目8個以上を「重視項目(多)」、5～7個の人を「重視項目(中)」、1～4個の人を「重視項目(少)」とした。

全体に「重視項目(多)」の人が多くの店舗を理由している傾向が高いが、学生については、「アパレル直営サイト／アプリ」、「古着店」、「フリマアプリ」、「量販店」は「重視項目(中)」の人の利用が多い。母については、「アパレル直営サイト／アプリ」「総合ショッピングサイト／アプリ」は「重視項目(中)」の人の利用が多い。購入時にこだわりが強い人は、実際の商品を確認したいため実店舗派で、ほどほどのこだわりの人はネット系ショッピング派に多いと言えそうだ。

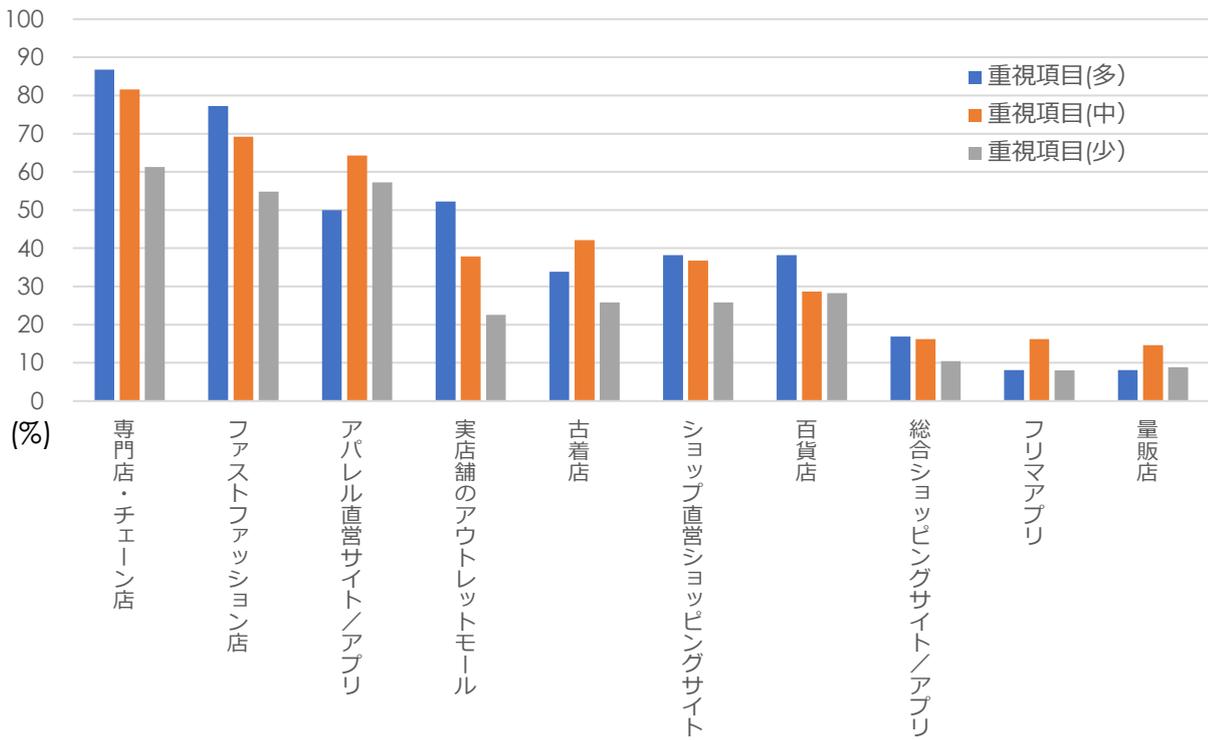


図5 [学生] 衣料品購入・入手時の重要項目数×購入先
 (重視項目数(多) n=194, 重視項目数(中) n=249, 重視項目数(少) n=174)

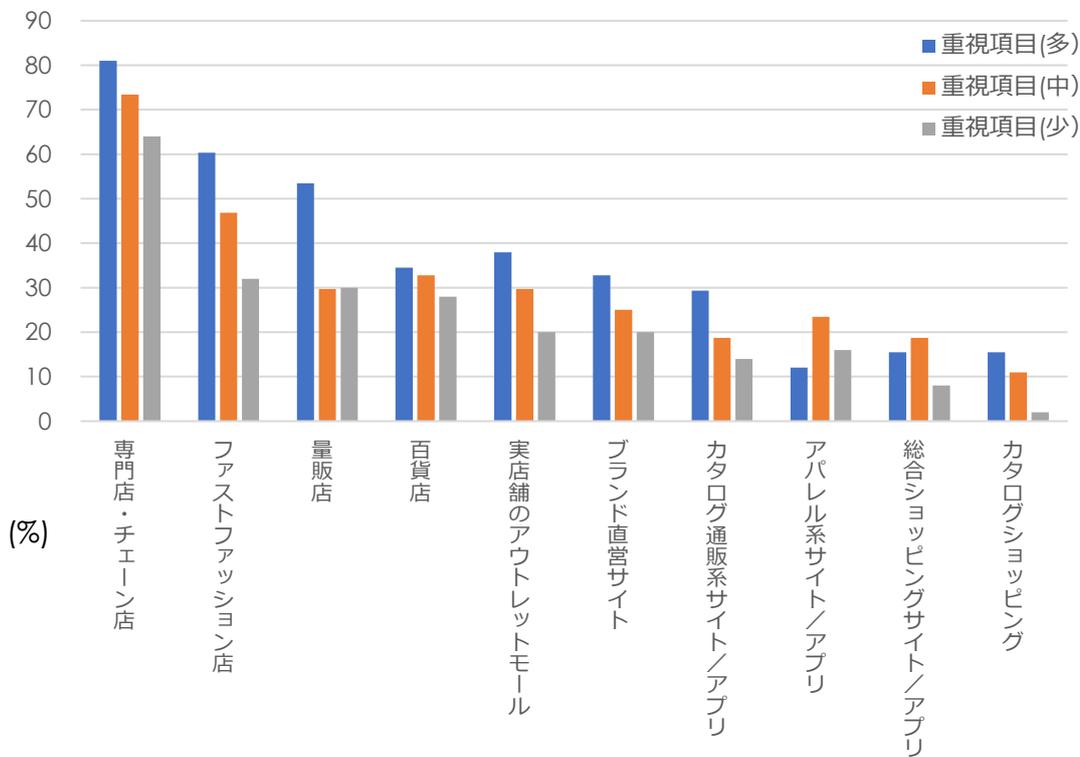
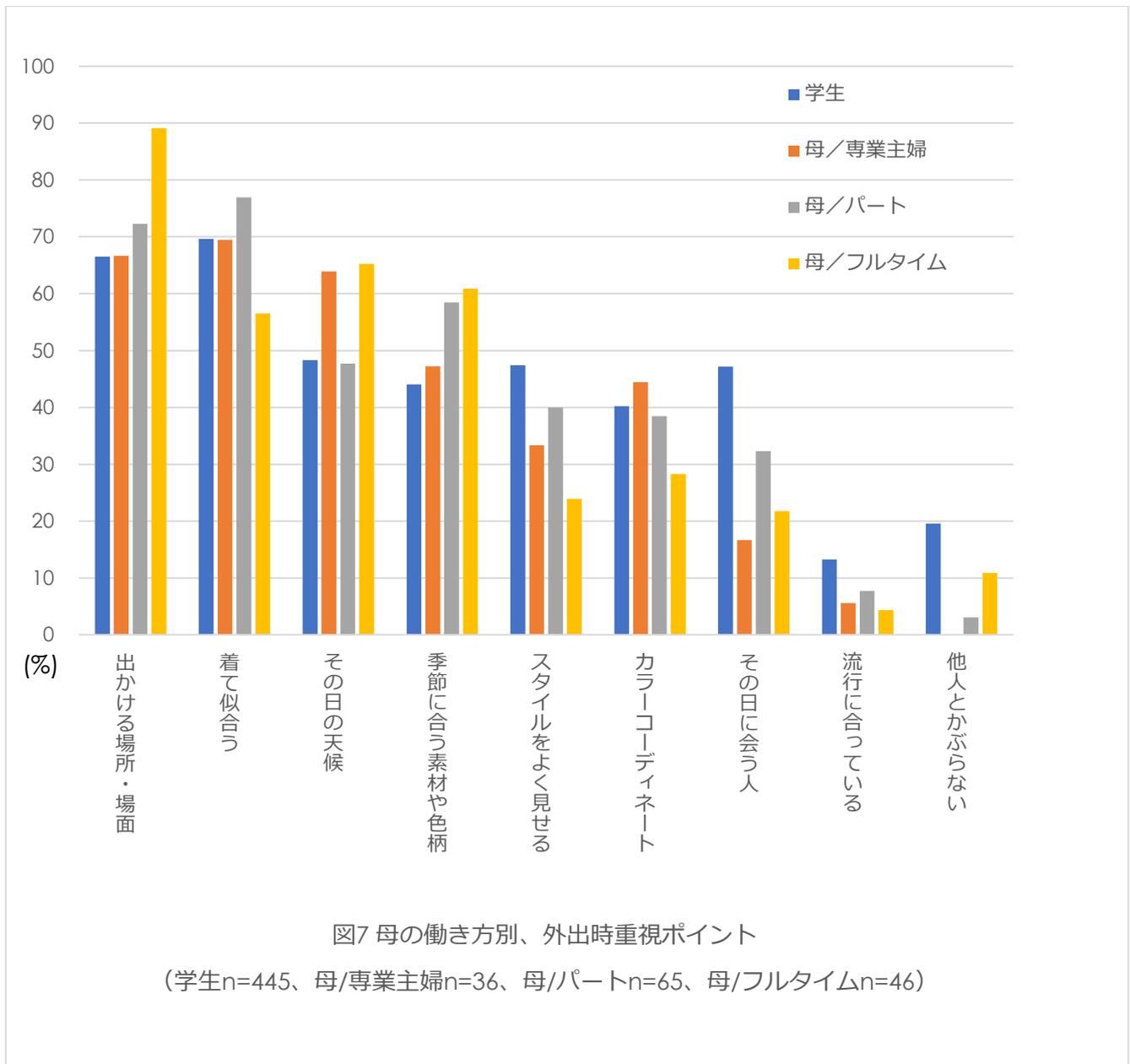


図6 [母] 衣料品購入・入手時の重要項目数×購入先
 (重視項目数(多) n=58, 重視項目数(中) n=64, 重視項目数(少) n=50)

【5】外出着を着用する際、どんなことを重視していますか。(複数回答)

学生と母の働き方別で比較したところ、外出時の重視ポイントについて、学生はパートの母と類似性が高い傾向にあり、「着て似合う」が一番重要視している。フルタイムの母は「出かける場所・場面」によって着用するものを選んでいる傾向が高く、学生が重視している「着て似合う」よりも多い。つまり自分に似合うか否かよりも、オケージョンに合わせることを重要視している。

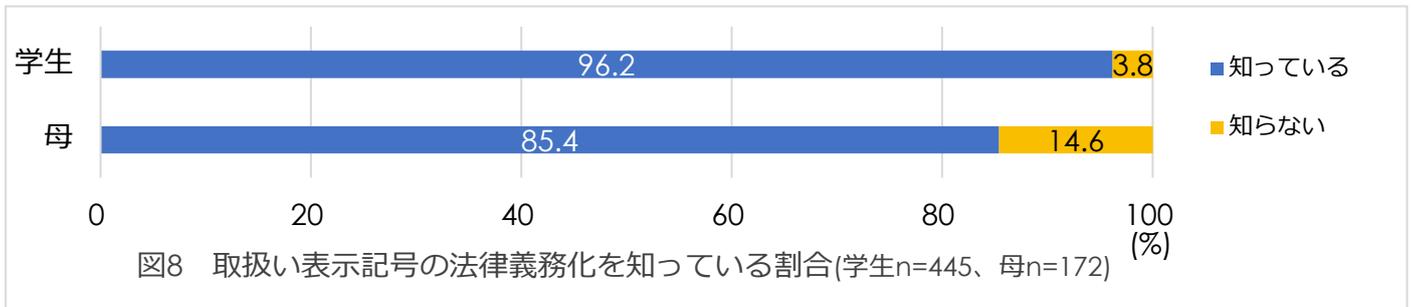
また、学生は「その日に会う人」に合わせることを母よりも重要視している。母には少ない「他人とかがぶらない」が19.6%と母に比べて高いのは、仲の良い友人とは着ている洋服の傾向が高く、類似の洋服を持っていることによると推測される。【図7】



【6】繊維製品には、取扱い表示記号をつけることが法律で定められていることを知っていますか。

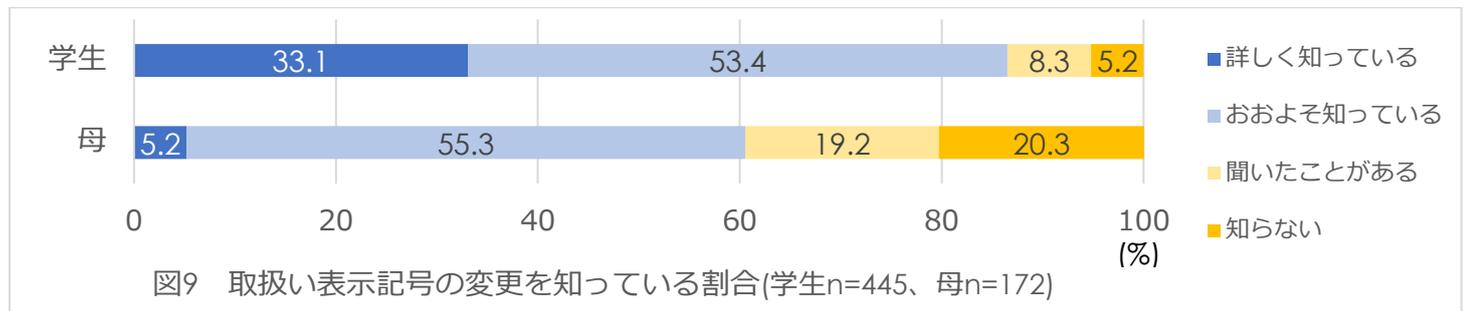
繊維製品には、取扱い表示記号をつけることが法律で義務付けられていることを知っている人は、母(85.4%)よりも学生(96.2%)が高い。衣料管理士養成課程に在籍する女子学生であるため、一定の教育効果が出ていると思われる。

【図8】



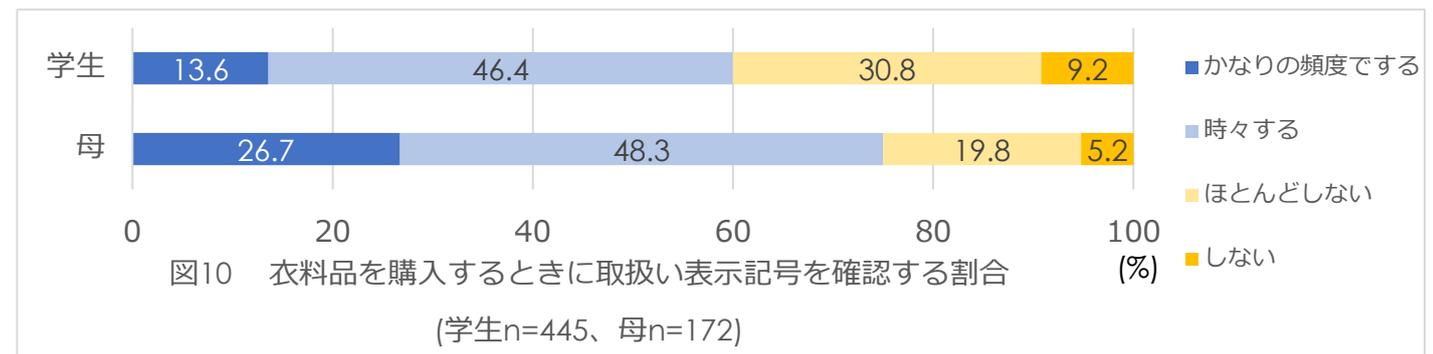
【7】繊維製品の取扱い表示記号が、2016年12月から変更されていることを知っていますか。

繊維製品の取扱い表示記号が2016年12月に変更となったことについて、「詳しく知っている」割合は母(5.2%)より学生(33.1%)のほうがかなり高い。この点についても、一定の教育効果が出ているものと思われる。【図9】



【8】普段、衣料品を購入するときに取扱い表示記号を確認しますか。

衣料品を購入するときに取扱い表示記号を確認する派(「かなりの頻度で確認する」「時々する」)は学生が60.6%、母が75.0%と母のほうが多い。母のほうが実際の洗濯方法、品質などをチェックして購入している人が多いと言える。【図10】



【9】衣料品を家庭で洗濯するときに取扱い表示記号を確認しますか。

多くの方が洗濯時には取扱い表示を確認しているが、母の約1割、学生の約2割は確認しない派であった。【図11】

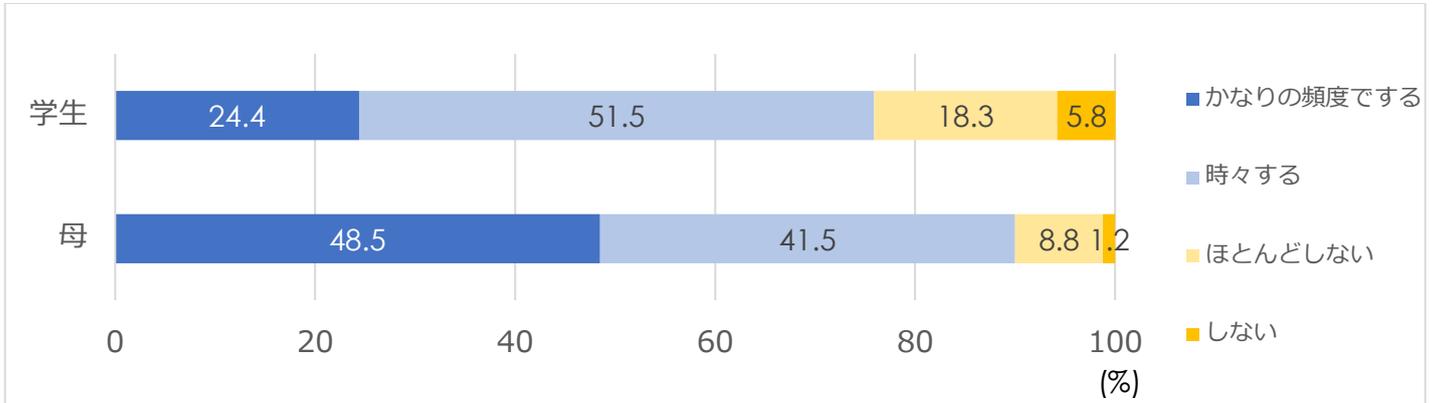


図11 家庭洗濯時に取扱い表示記号を確認する割合(学生n=445、母n=172)

【10】学生暮らし方×

普段洗濯をするとき、洗剤を衣料品の書類や素材などによって使い分けますか。

知識が高ければ、素材に応じて洗剤を使い分けるのかというと、母の76.7%が「使い分ける」のに対し、一人暮らしの学生40.9%が使い分けておらず、実家暮らしの学生においては「使い分けていない」が26.7%であり、「分からない」も25.5%と、4人に1人は洗濯を親任せにしている実情が伺える。【図12】

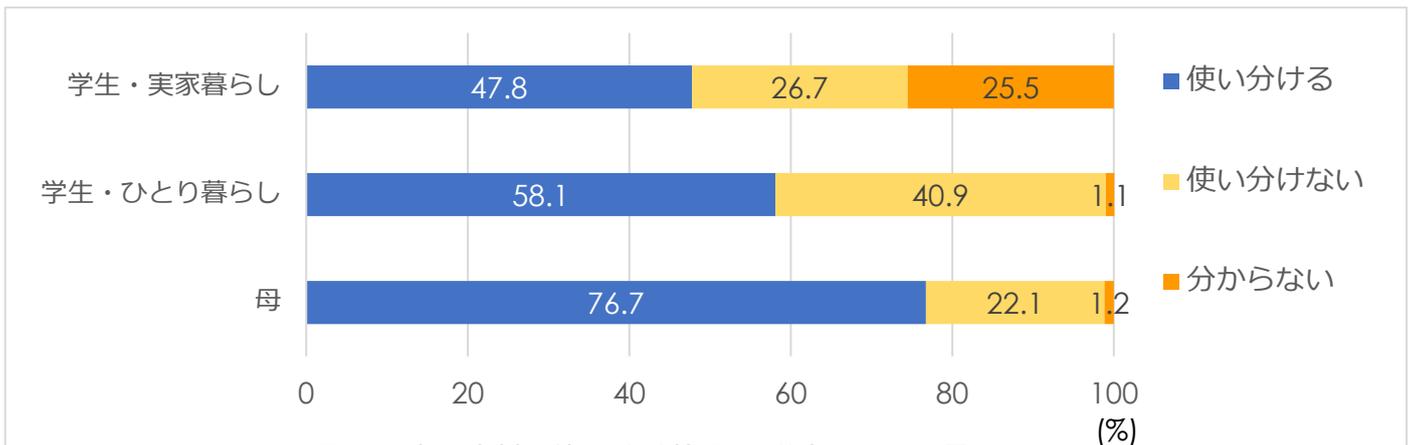
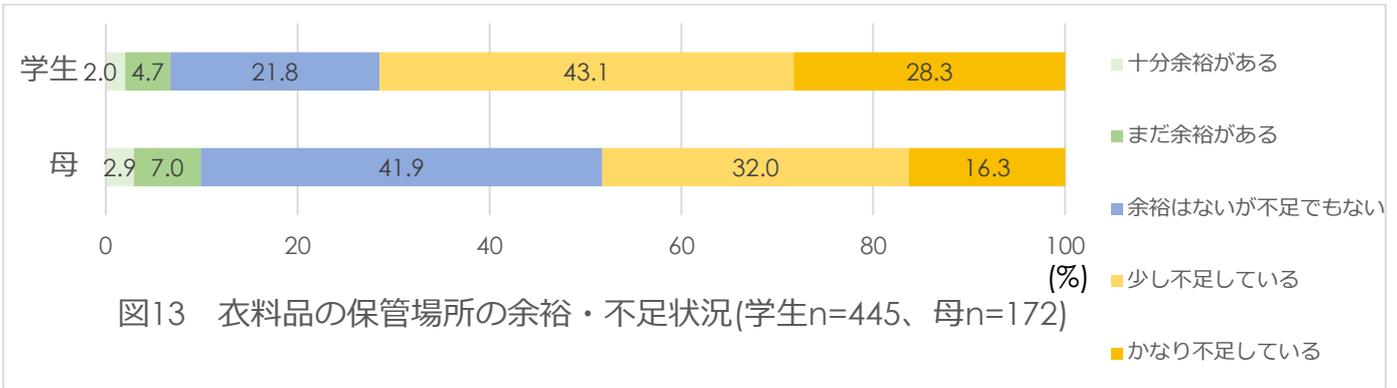


図12 洗濯洗剤の使い分け状況 (学生n=445、母n=172)

【11】自分の衣料品の保管場所についてどう感じていますか？

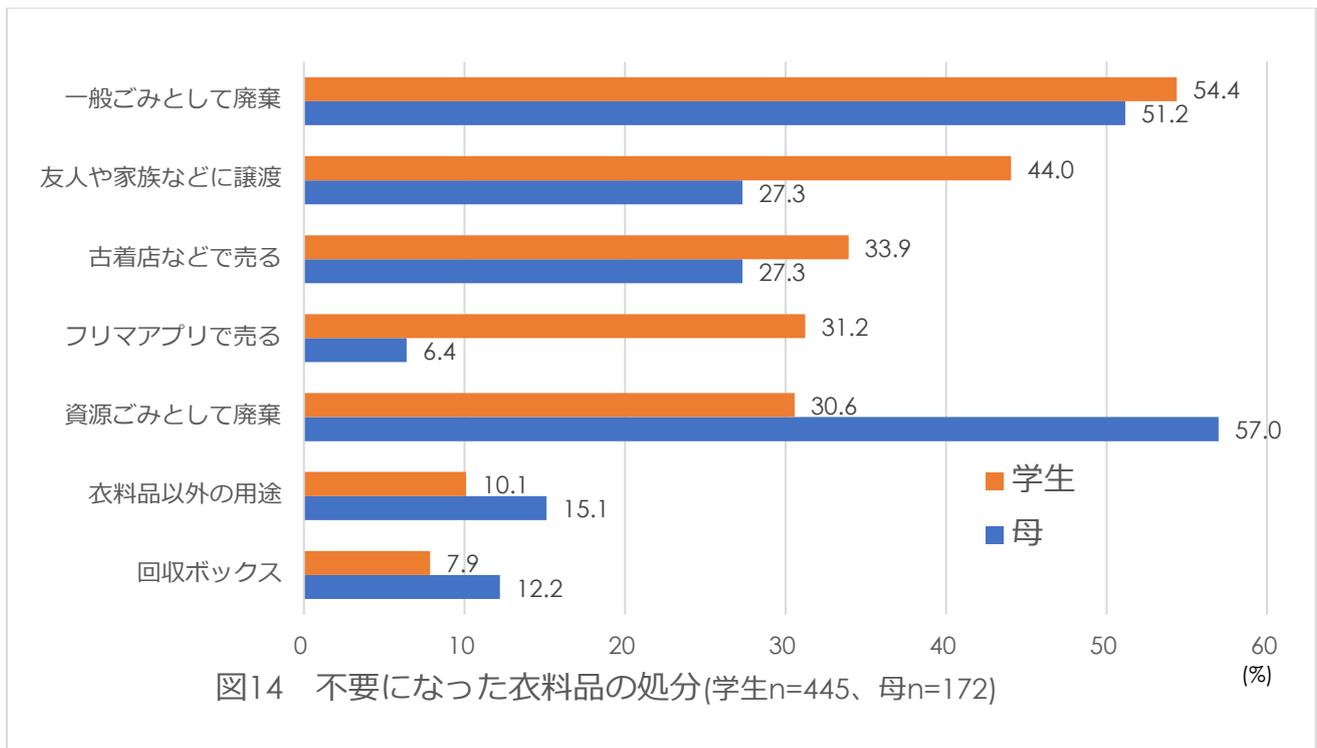
消費者の衣服所有状況について「タンスはいっぱい」と指摘されることが多いが、今回の調査では学生のほうがその傾向が強い結果であった。一人暮らし、実家暮らしの別で大きな差はなく、学生の不足組が71.4%と母の不足組48.3%を大きく上回った。【図13】



【12】不要になった衣料品をどのように処分していますか。(複数回答)

学生は「一般ごみとして」(54.4%)が最も多いが、母は「資源ごみとして廃棄」(57.0%)がそれを上回り1位となっている。学生の「資源ごみとして廃棄」が30.6%と母とは差があるが、いずれにしても、未だに廃棄が多い状況が伺える。

「古着屋(リサイクルショップ含む)で売る」や「フリマアプリで売る」学生の比率もそれぞれ3割を超えた。しかし、母の「フリマアプリで売る」は6.4%と低い。【図14】

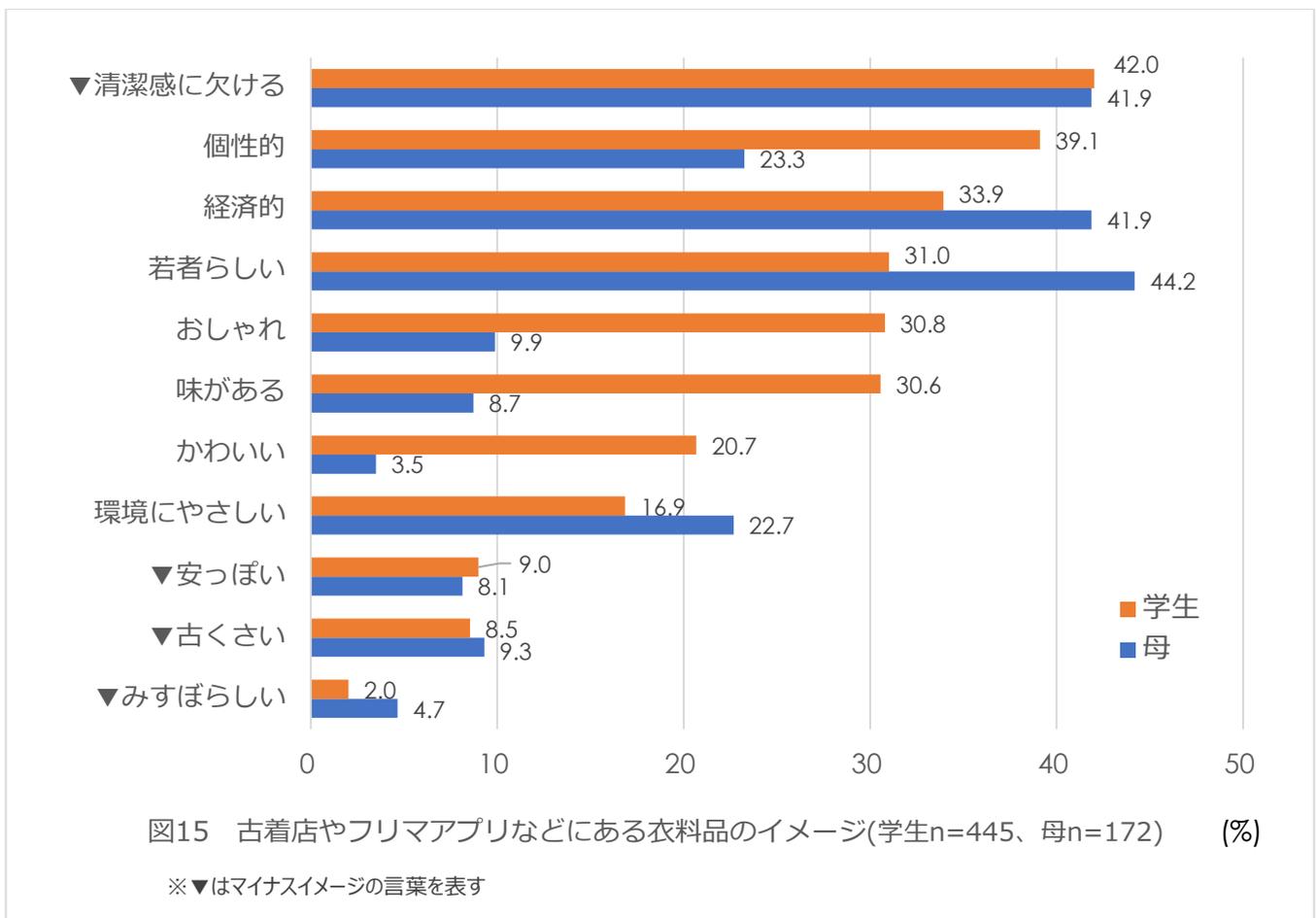


【13】古着店やフリマアプリなどにある衣料品について、どのようなイメージがありますか。(複数回答)

「清潔感に欠ける」が学生(42.0%)・母(41.9%)と、ともに4割を超えたが、学生は「個性的」(39.1%)、「経済的」(33.9%)、「若者らしい」(31.0%)、「おしゃれ」(30.8%)、「味がある」(30.6%)などのプラスのイメージが3割を超えた。

母は「若者らしい」(44.2%)がトップであり、自分たちの世代とは距離を感じているようである。「安っぽい」「古くさい」「みすばらしい」というマイナスイメージは、学生・母ともに1割以下と低い結果であり、リユースは促進されることが期待される。

【図 15】



調査結果の引用・転載、報告書の購入に関する問い合わせ先

一般社団法人日本衣料管理協会 調査部会

TEL:03-3437-6416 FAX:03-3437-3194 ✉ jasta@mtb.biglobe.ne.jp