

女性の洋服の購入に関する独自調査結果

イマドキ女性たちの「お買い物の本音」調査

店頭での試着に抵抗を感じる女性は6割以上

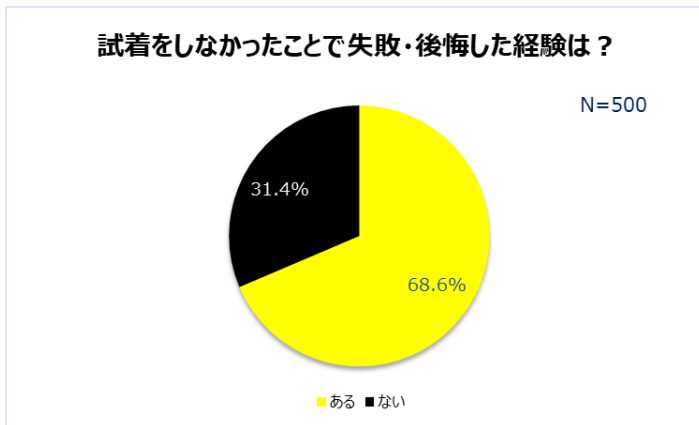
試着中の「いかがですか〜」にプレッシャー

一方で、約7割は試着なしで失敗を経験…

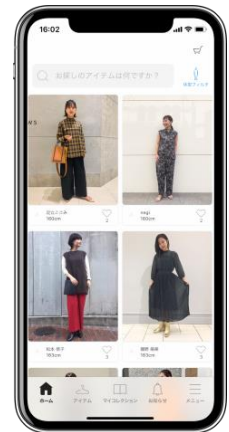
モテる人ほどデート前に新しい洋服を買う傾向も

株式会社 fitom (本社：東京都港区、代表取締役社長：安藤 望)は、全国の20代～30代の女性500名を対象に「女性の洋服の購入に関する調査」を実施いたしましたので、その結果をご報告いたします。

本調査では、約7割の女性が試着をしないで洋服を購入し失敗・後悔した経験があるという事実や、ネットショッピングでは「サイズが合わなかった」「着てみたら似合わなかった」といった経験している人が多いことが判明しました。また、店頭での接客や試着に抵抗感や苦手意識を持つ人も見られ、多くの人が「試着したくてもできない・やりたくない」という課題を抱えていることが分かりました。



fitom



調査結果トピックス

1. 1か月あたりの洋服代 半数が「5,000円未満」(50.0%)
2. 洋服を買う際に重視するポイント 1位「デザイン」(78.2%) 2位「サイズ・シルエット」(71.8%)
3. デートの前に新しい洋服を買った経験のある人は半数以上(52.0%)。モテる人ほどデートに気合を入れる傾向？
4. 洋服を買う前に試着をする派は約7割(70.4%)
5. 試着しないで失敗・後悔した経験のある人は約7割(68.6%)。その洋服は「自宅で着ないまま保管」「フリマアプリやオークションで売った」
6. 店頭でのお買い物に苦手意識を持つ人は多いことが判明！

・ショップ店員に声をかけられたくない人は 8 割以上 (83.4%)

・店頭で試着することに抵抗を感じる人は 6 割以上 (63.0%)

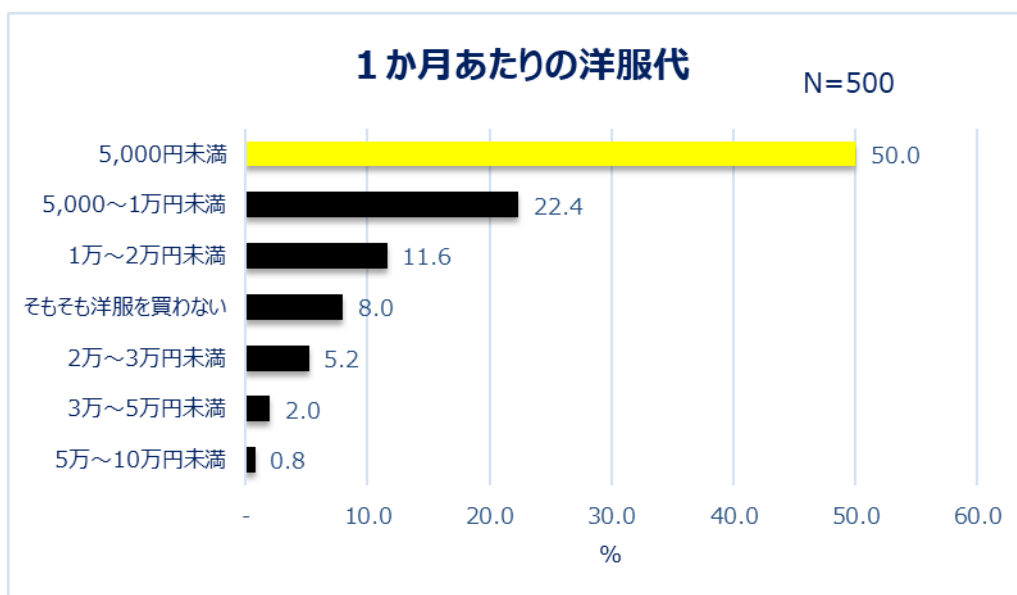
7. ネットショッピングで失敗・後悔した経験のある人は 8 割以上 (86.7%)。理由は「色・デザインがイメージと違った」「サイズが合わなかった」

<調査結果詳細>

1. 1 か月あたりの洋服代 半数が「5,000 円未満」(50.0%)

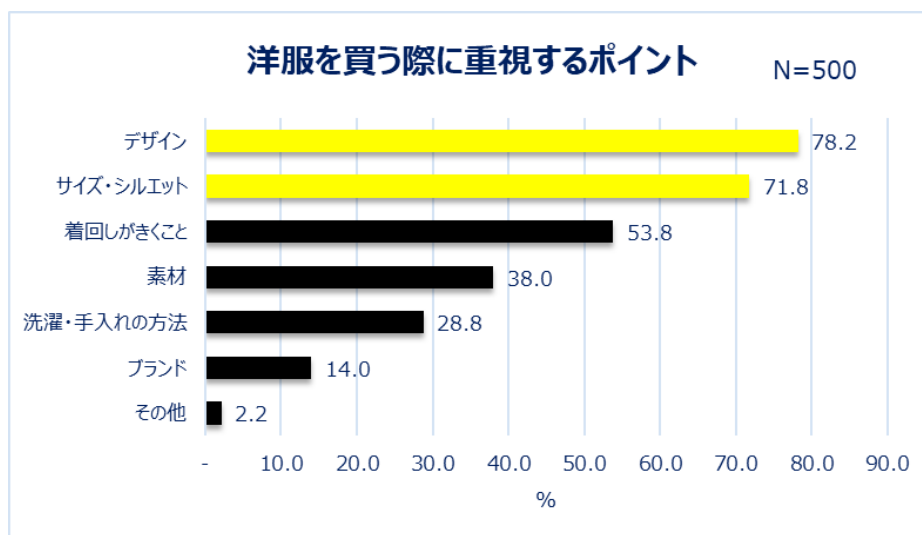
はじめに、女性たちが洋服にどのくらいの金額をかけ、どのような基準で購入する洋服を選んでいるのかについて調査しました。

まず、1 か月あたりに洋服にかける金額を調査すると、半数が「5,000 円未満」(50.0%)と回答しました。その次に多かったのは「5,000～1万円未満」(22.4%)で、7割以上の人々が1万円未満におさめていることが分かりました。女性は“お買い物好き”というイメージが持たれがちですが、意外にも堅実な結果となりました。



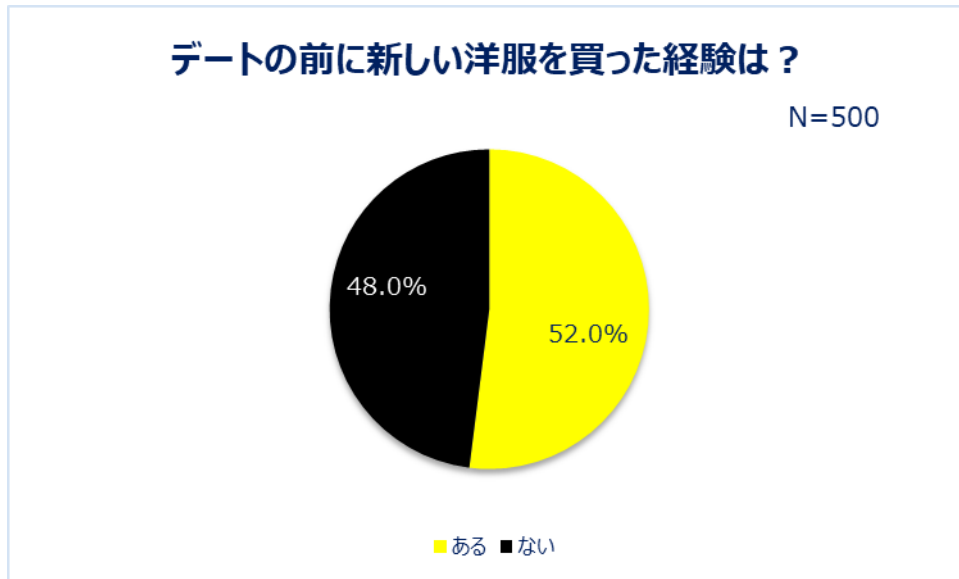
2. 洋服を買う際に重視するポイント 1位「デザイン」(78.2%) 2位「サイズ・シルエット」(71.8%)

次に、洋服を買う際に重視するポイントについて聞いてみると、最も多いのは「デザイン」(78.2%)でした。その次には「サイズ・シルエット」(71.8%)という回答に票が集まりました。どちらも自分のスタイルに合っているかが気になる項目です。

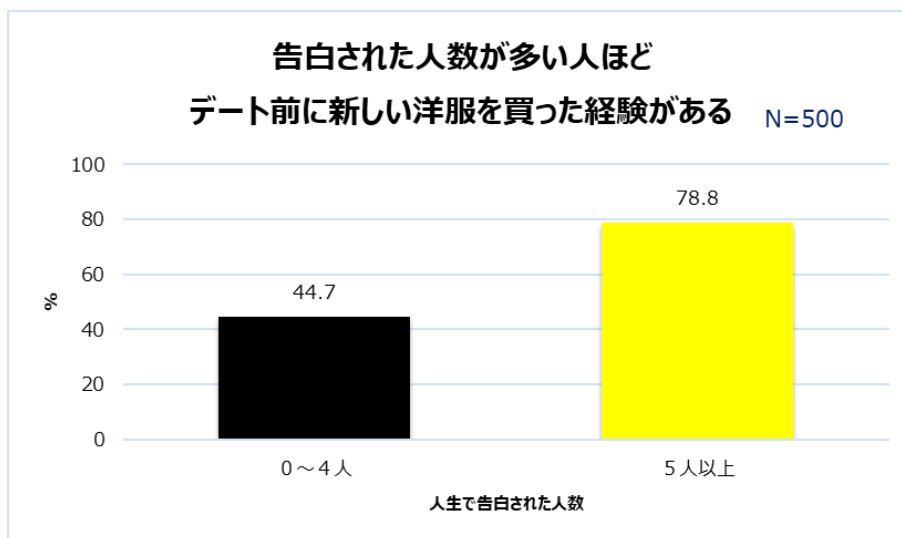


3. デートの前に新しい洋服を買った経験のある人は半数以上（52.0%）。モテる人ほどデートに気合を入れる傾向？

さらに、女性たちがどのようなシチュエーションで新しい洋服を買うのかについて調査しました。買ったばかりの新品の洋服やお気に入りの洋服が活躍する場面のひとつとして、“デート”をピックアップ。デートの前に新しい洋服を買った経験について聞いてみたところ、半数以上が「（経験が）ある」（52.0%）と回答。金額については、1か月あたりの洋服代で最も多かった「5,000円未満」より少し増額した、「5,000～1万円未満」（42.7%）に票が集まりました。勝負の場であるデートのためには、いつもより奮発する人も多いのでしょうか。



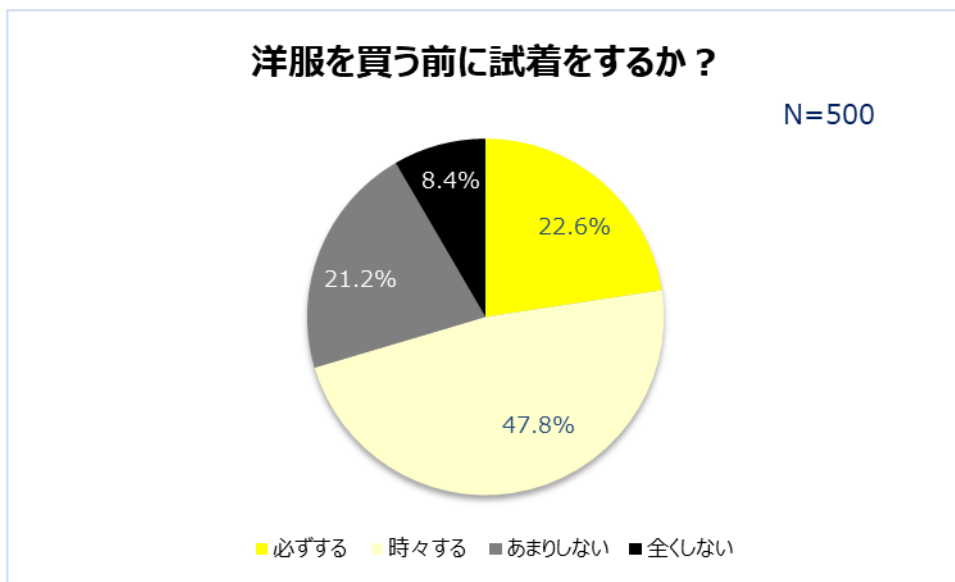
また、人生でこれまでに告白された人数と、デート前に新しい洋服を買った経験との相関関係を調べてみると、「告白された人数が多い人ほど、デート前に新しい洋服を買ったことがある」という結果となりました。告白された人数が5人以上の人では、デート前に新しい洋服を買ったことのある人の割合が平均78.8%で、0～4人の平均44.7%に対して高い数値であることが分かります。“モテる”人ほど、デートに気合を入れて新しい洋服で臨んでいるようです。モテる人にはそれなりの理由があることがうかがえる結果となりました。



4. 洋服を買う前に試着をする派は約 7 割 (70.4%)

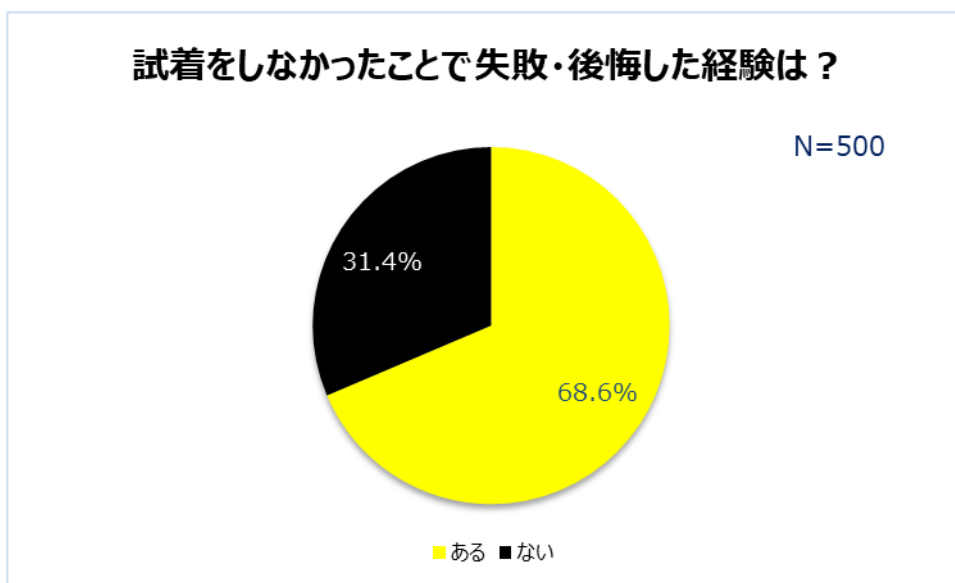
後半では、洋服を買う前に立ちほだかる“試着に対する意識”や、洋服を買って失敗・後悔した経験、アパレル店員の接客に対するホンネなどを掘り下げて調査しました。

まず、洋服を買う前に試着する人はどのくらいいるのでしょうか。本調査では、「必ずする」(22.6%)と回答した人は約 2 割で、約半数は「時々する」(47.8%)と回答。残りの 3 割弱は「あまりしない・全くしない」(29.6%)と回答し、約 7 割の人は購入前の試着をする、ということがわかりました。



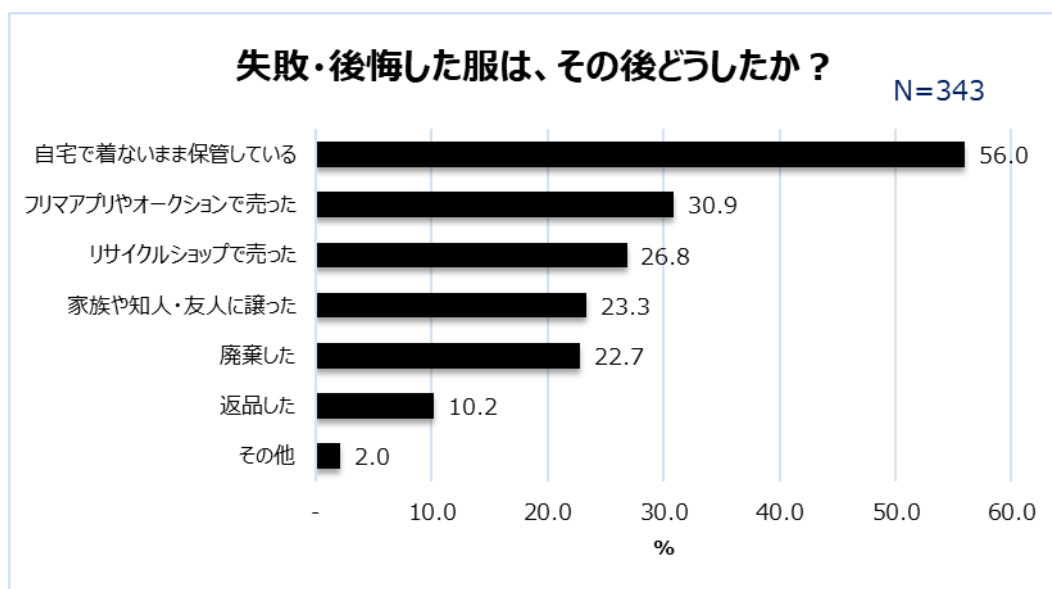
5. 試着しないで失敗・後悔した経験のある人は約 7 割 (68.6%)。その洋服は「自宅で着ないまま保管」「フリマアプリやオークションで売った」

試着は、買った後に後悔しないために有効な手段であり、一定数が積極的に試着をしていることがわかりました。では、試着をしないまま洋服を購入し、失敗・後悔したことがある人はどのくらいいるのでしょうか。今回の調査では、約 7 割が「(失敗・後悔した経験が) あり」(68.6%) ことがわかりました。



さらに、失敗・後悔した洋服をその後どうしたのかを聞いてみると、半数以上が「自宅で着ないまま保管している」(56.0%)という事実が判明。その他には、「フリマアプリやオークションで売った」(30.9%)、「リサイクルショップで売っ

た」(26.8%)、「家族や知人・友人に譲った」(23.3%)という回答も見られ、何かしらの方法で必要な人の手元に届く形で手放している人が多いようです。中には、「部屋着として着る」という声もありました。

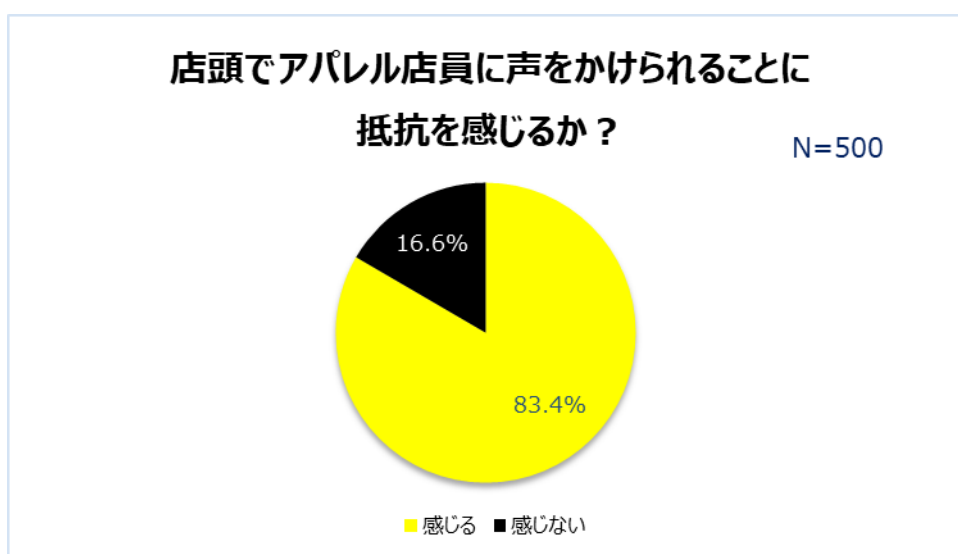


このような結果を踏まえると、多くの人が“買った後の後悔”を経験しているようです。こうした後悔を防ぐための対策としては、やはり試着の重要性が感じられます。しかし、次の調査結果では、店頭での試着や接客に苦手意識を感じる人も多数いることが判明しました。

6. 店頭でのお買い物に苦手意識を持つ人は多いことが判明！

ショップ店員に声をかけられたくない人は8割以上(83.4%)

洋服を買う際には、店舗に足を運ぶ人も多いと思われます。店舗のスタッフの接客に対する意識を調査してみると、8割以上の人が「店頭でショップ店員に声をかけられることに対抗を感じる」という事実が明らかになりました。



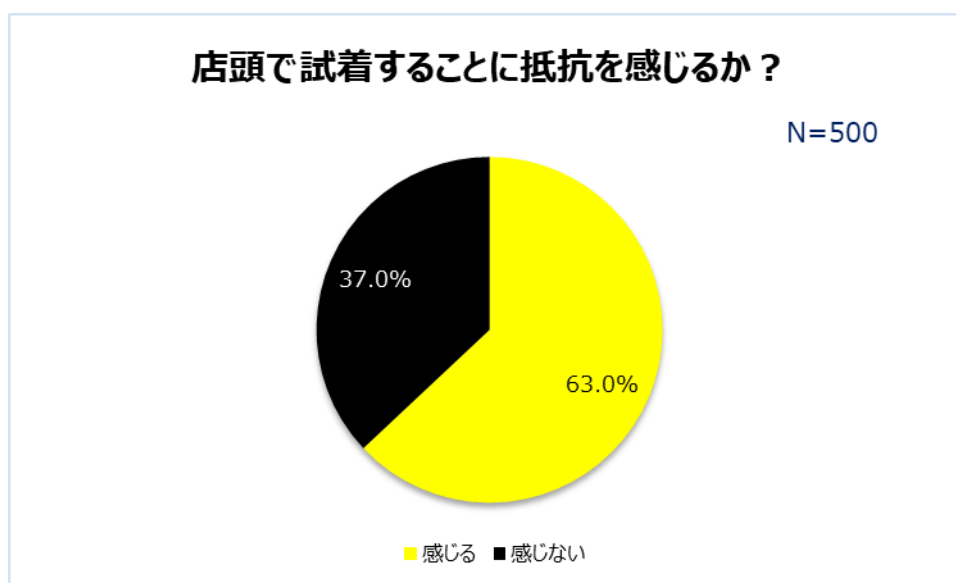
その理由としては、「ゆっくり落ち着いて自分の気に入るものを選びたい」(26歳・岩手県在住)、「自分でゆっくり選びたいのに『何かお探しですか?』とか声をかけられると選べない」(35歳・福岡県在住)など、ゆっくりマイペースに選べなくなるという意見が多数見られました。

また、「店員は似合っていないくてもほめてくるので、断るときにきまずい」（36 歳・岩手県在住）、「似合ってますとか言われるのが苦手」（29 歳・大阪府在住）といった、自分では似合わないと思っているときに褒められると居心地が悪いと感じている人もいます。

中には、「人見知りだから声をかけないでほしい」（22 歳・埼玉県在住）という声もありました。

店頭で試着することに抵抗を感じる人は 6 割以上（63.0%）

続いて、店頭で試着することに抵抗を感じるかどうかを聞いてみると、6 割以上の人が「（抵抗を）感じる」（63.0%）と回答しました。

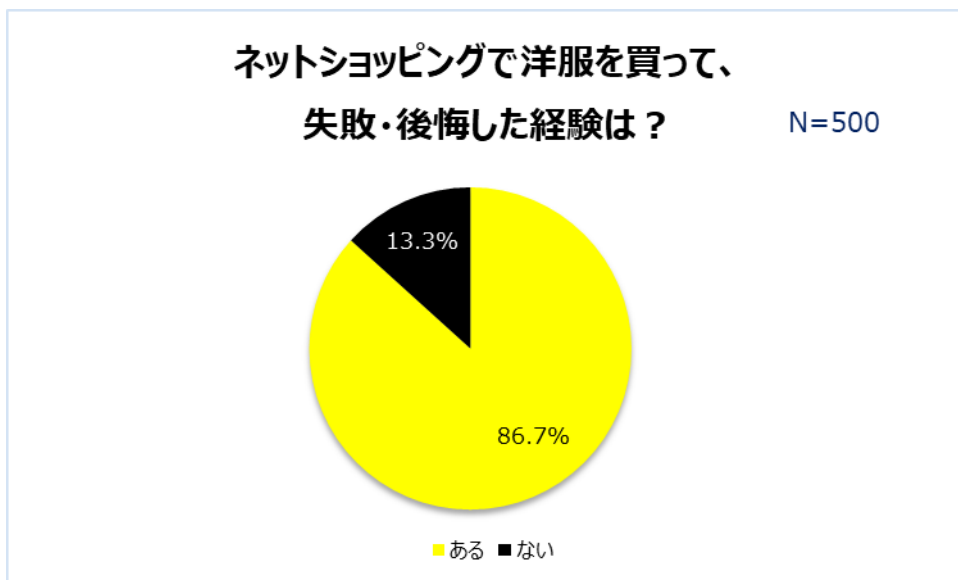


その理由としては、「面倒くさい」（29 歳・高知県在住）、「着脱がめんどろ」（29 歳・埼玉県在住）という単純なものもあれば、「試着室前に店員がいると買わなきゃいけない感が出るので入りづらい」（26 歳・和歌山県在住）、「試着をした後に店員さんに話しかけられた時に断りづらい気がするから」（23 歳・大阪府在住）など、スタッフに待たれているとプレッシャーを感じるという声が多く見られました。

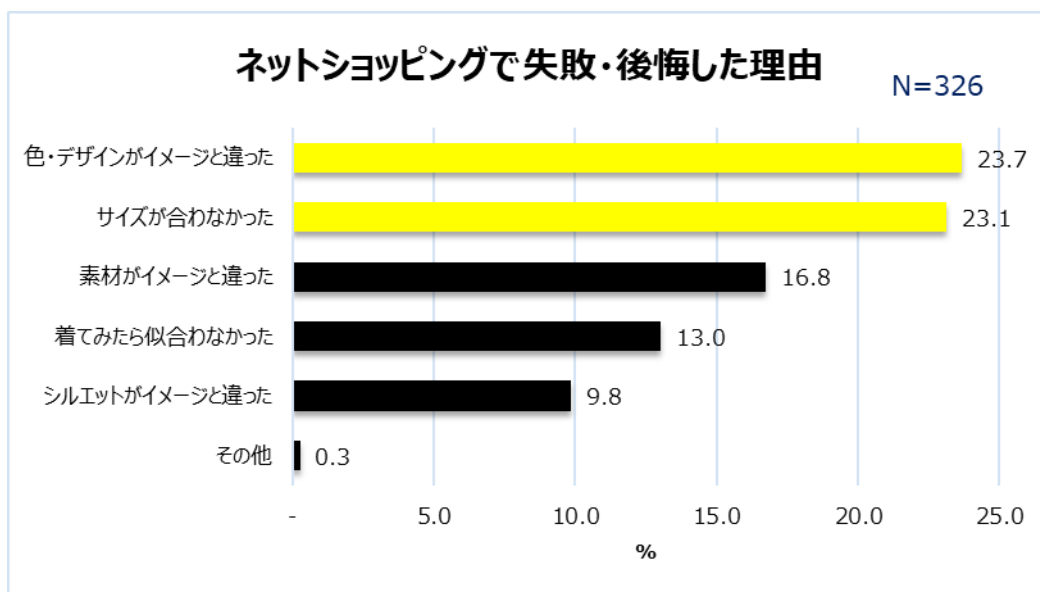
このように、店頭で洋服を買うことに、ストレスや抵抗を感じている人も一定数いるようです。では、店員に接客されない“ネットショッピング”でのお買い物事情はどうでしょうか。

7. ネットショッピングで失敗・後悔した経験のある人は 8 割以上（86.7%）。理由は「色・デザインがイメージと違った」「サイズが合わなかった」

ネットショッピングは接客が苦手な人には有効な手段ですが、その代わりに、現物を実際に手にとってみられない、試着することが難しいといったデメリットも指摘できます。今回の調査では、ネットショッピングを利用した経験のある人は 7 割強（75.2%）。そのうち、ネットショッピングで洋服を買って失敗・後悔した経験の有無を調べてみると、8 割以上の人が「ある」（86.7%）ということが判明しました。



その理由としては、「色・デザインがイメージと違った」(23.7%)、「サイズが合わなかった」(23.1%)という回答が多い結果に。その他、「着てみたら似合わなかった」(13.0%)という回答にも一定の票が集まりました。やはり現物を手にとって見られない、試着できないというデメリットが立ちはだかるようです。



まとめ

今回の調査では、女性たちが洋服を購入する際の様々な事実が明らかになりました。約 7 割の人が試着をしないで失敗・後悔した経験があることが分かりましたが、一方で店頭での試着に苦手意識を持つ人や、試着できないネットショッピングに不満を感じている人も多いことがうかがえました。

このような結果を受けて、スマホアプリ「fitom」の担当者は、「我々は、『試着したいけれど店頭でのお買い物が苦手』『お買い物へ行く時間がない』『ネットショッピングでもサイズ感を知りたい』といった女性のために、試着シェアアプリ『fitom』を開発しました」と話します。「fitom は店頭でお買い物を楽しむ人の試着体験を、ネットショッピングでお買い物を楽しむ人の“試着できない”という課題と結びつけ、店頭の試着画像を参考に商品選びができるサービスです。自分と似た体型、スタイル、雰囲気の人が洋服を着ているリアルな画像を参考に、安心してお買い物をお楽しみいただけます。より多くのお客様がストレスなく、楽しんで洋服を買えるようになればと思っています」と語りました。

【調査概要】

調査期間：2019年10月7日（月）～10月9日（水）

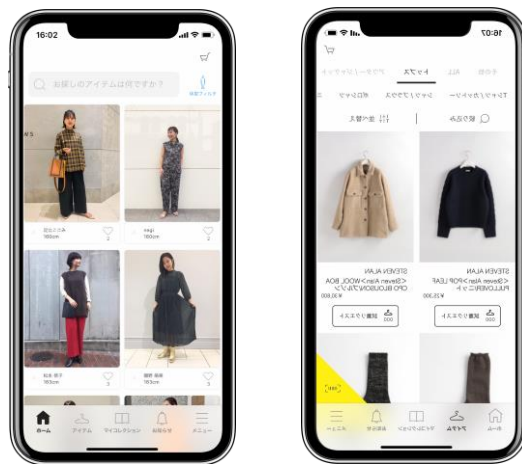
対象：全国の20代～30代女性500名

調査方法：インターネット調査

調査会社：株式会社ネオマーケティング

■ 試着シェアアプリ「fitom」について

fitom



誰かに試着してもらおう。誰かのために、試着してあげる。「fitom」は、そんなふうに、みんなで試着した写真をシェアしあうことで、ひとりの試着をみんなの試着にする、試着シェアサービスです。気になるアイテムのサイズ感を知りたい時は、スマホで簡単に、みんなの試着フォトをチェック。また、あなたが店頭で、そのアイテムを試着した写真をシェアすれば、今度はその試着フォトが、誰かのお買い物の役に立つ。さらに、試着シェアをすればするほど、お得なポイントを獲得することができるのです。

また、現在、アプリをダウンロードした先着3万名様を対象に、fitomポイントを1,000ポイント(1,000円分)プレゼントするキャンペーンを開催中です。

<「fitom」公式サイト URL> <https://www.fitom.jp/>

<アプリ対応機種 / ダウンロード URL>

App Store (iOS 11.0 以上) : <https://itunes.apple.com/jp/app/id1458821238>



<使い方>

■ 試着してもらおう

等身大の試着フォトでサイズ選びができる

1. 試着フォトをチェック

体型情報を登録して、自分の体型に近い試着フォトを見ながらサイズ感や着こなしをチェック。

2. 試着をリクエスト

気になるアイテムを見つけたら、1 タップで気軽に試着をリクエスト。

3. アイテムを購入

お気に入りのアイテムは、カートに追加してユナイテッドアローズのオンラインストアでお買い物。

■ 試着してあげる

試着をシェアしてポイントをゲット

1. 店頭でアイテムをスキャン

気になるアイテムは、商品タグのバーコードをスキャンして fitom ポイントをチェック。ポイントはアイテムによって異なります。

2. 試着フォトを撮ってシェア

試着をしたら、自分の試着姿を写真にとって登録して fitom でシェア。

3. fitom ポイントをゲットしお得にお買い物

貯まったポイントは、500 円単位でクーポンとしてユナイテッドアローズ店舗のお買い物で使うことができます。

■ おしゃれを楽しむ

fitom の様々な機能を使っておしゃれをもっと楽しく便利に

1. マイコレクションでお気に入りのアイテムを管理

スキャンしたり、リクエストをしたり、あなたが気になったアイテムは全て「マイコレクション」に記録されます。あなたのプロフィール、ボディサイズ、フォロー中/フォロワーのユーザーなどもすべてマイコレクションから編集可能。

2. ユーザーをフォロー

自分と体型が近いユーザーやスタッフなどをフォローして、新しい試着フォトやリクエストアイテムなどをチェック。

3. プッシュ通知で様々なお知らせをチェック

プッシュ通知を ON にしておけば、リクエストアイテムやキャンペーン情報などをいち早くチェックできます。

本リリースに関してのお問い合わせ先

株式会社 CCPR 担当：青木

TEL：03-5459-0297 FAX：03-5428-4647

MOBILE：050-5433-0817 MAIL：aoki@ccpr.jp