

# ファストファッションについての調査 サマリーレポート

2009年1月

株式  
会社 **RJCリサーチ**

## 目次

( I ) 主要結果一覧	1
( II ) 結果のポイント	2、3
( III ) 調査概要・回答者属性	4
( IV ) 調査結果	
◆ 購入経験・認知率	5
◆ 購入商品	5
◆ ブランドイメージ	6
◆ ブランドイメージ(ブランド別ベスト5)	7
◆ ブランドイメージ(コレスポネンス分析)	8
◆ 購入意向	9
◆ プラス評価とマイナス評価(自由回答)	10、11

# ( I ) 主要結果一覽

昨年、欧州3大ファストファッションブランドのひとつであるH&Mの日本初上陸や、ユニクロの売上高大幅アップなど、低価格を売りにしたファストファッションに関するニュースが話題を集めた。今回のレポートでは、首都圏1101名の一般男女(20代~60代)を対象に、インターネットでファストファッションブランドのイメージを調査した。

## ●定量データ

N=1101

	認知率	購入率	1年以内の購入率	購入意向	購入商品ベスト3			ブランドイメージベスト5					
					トップス	パンツ	下着、靴下	価格の割に品質が良い	カジュアル	親しみやすい	シンプル	着心地が良い	
ユニクロ	99.5%	92.1%	74.6%	75.5%	トップス 67.0%	パンツ 43.7%	下着、靴下 41.3%	価格の割に品質が良い 45.2%	カジュアル 38.3%	親しみやすい 34.7%	シンプル 31.0%	着心地が良い 27.2%	
無印良品	99.0%	74.1%	42.0%	50.6%	トップス 25.6%	下着、靴下 18.2%	アクセサリ、小物 12.8%	シンプル 36.7%	ナチュラル 26.8%	親しみやすい 20.7%	価格の割に品質が良い 19.9%	カジュアル 17.1%	
GAP	89.7%	51.9%	24.5%	40.3%	トップス 30.6%	パンツ 14.3%	子供服 11.7%	カジュアル 29.7%	シンプル 12.9%	親しみやすい 12.9%	デザインが良い 11.6%	価格の割に品質が良い 10.4%	
H&M	78.3%	10.0%	7.3%	28.6%	トップス 5.7%	ジャケット、コート 2.6%	パンツ 2.3%	流行を取り入れている 15.2%	デザインが良い 14.4%	センスが良い 12.9%	価格の割に品質が良い 11.8%	カジュアル 10.6%	
ZARA	63.9%	15.9%	10.4%	19.4%	トップス 10.9%	ジャケット、コート 3.1%	パンツ 3.1%	流行を取り入れている 8.2%	デザインが良い 7.8%	センスが良い 7.3%	かっこいい 6.7%	個性的 5.8%	

※購入率は海外店舗を含む

## ●定性データ (主な自由回答の内容)

N=1101

	プラス評価	マイナス評価
ユニクロ	価格が安い 265件 品質が良い 100件 品揃えが豊富 38件	同じ服を着ている人が多い 31件 サイズがない 27件 デザインが良くない 27件
無印良品	シンプルで良い 39件 品質が良い 23件 価格が安い 15件	価格が高い 29件 品質が良くない 10件 好きではない 7件
GAP	センスが良い・おしゃれ 13件 価格が安い 12件 子供服が良い 8件	価格が高い 13件 デザインが良くない 4件 店舗が遠い 3件 品質が良くない 3件
H&M	行ってみたい・買いたい 32件 価格が安い 26件 デザインが良い 16件	並びすぎ・混みすぎ 35件 店舗が少ない 16件 品質が良くない 14件
ZARA	デザインが良い 14件 価格が安い 9件 センスが良い・おしゃれ 8件	品質が良くない 7件 デザインが良くない 6件 サイズがない 5件

※5ブランドについて、自由に意見を記入してもらった。  
複数回答でアフターコード集計をした。

## (II)結果のポイントー1

### ユニクロ

**低価格・高品質を実現し、圧倒的な支持。ただし、個性がないとの声も。**

ユニクロは認知率(99.5%)、購入率(92.1%)、1年以内の購入率(74.6%)、購入意向(75.5%)。いずれも5ブランドの中でトップである。

ブランドイメージでは、「価格の割に品質が良い」(45.2%)が全体でも唯一4割に達した。自由回答でも、「安さ、品質ともにナンバー1」(30代女性・その他)、「ヒートテックなど新しい品質が良い」(40代女性・専業主婦)、「価格の割に縫製なども良く、綿生地の上着等もよれることなく着られる」(40代男性・会社員)などの意見がみられ、高品質が実感として認められていることがわかる。また、2位以下の「カジュアル」「親しみやすい」「シンプル」「着心地が良い」についてもすべて25%を上回り、他ブランドに比べて強いブランドイメージを持たれている。

不満意見については、「みんなが着ている」(20代男性・会社員)、「デザインが凡庸な所が不満」(30代男性・会社員)、「欲しいサイズがない」(20代女性・会社員)などがあがった。

### 無印良品

**安定したシンプルブランドを確立。一方で、やや割高感をもたれている。**

無印良品は認知率(99.0%)、購入率(74.1%)、1年以内の購入率(42.0%)、購入意向(50.6%)。いずれもユニクロに次いで高い。

購入商品は「下着、靴下」(18.2%)が特徴的で、「下着類などは非常に重宝する」(20代男性・会社員)、「下着、上着類は実用的で価格が適当」(50代男性・会社員)といった回答がみられた。

ブランドイメージは「シンプル」(36.7%)、「ナチュラル」(26.8%)が高く支持されている。自由回答でも、「シンプルで信頼できる」(20代女性・会社員)、「シンプルで誰にでも受け入れられやすいと思う」(30代女性・専業主婦)など、「シンプル」についての記述が多く見られる。また、「親しみやすい」「価格の割に品質が良い」も約2割と高く、品質にも信頼のおける身近なブランドとして、広く受け入れられているようだ。

一方で、「ブランド的になってしまって少し値段が高いと思う」(男性40代・会社員)、「意外と高い」(女性20代・パート・アルバイト)、「品質が少し悪い」(女性20代・専業主婦)などの意見もあがった。

### GAP

**カジュアルなデザインと子供服が好評。しかし、若干価格が高いと感じる人も。**

GAPは認知度(89.7%)、購入率(51.9%)、1年以内の購入率(24.5%)、購入意向(40.3%)。いずれも5ブランドの中で第3位だが、1位、2位との間にやや差がある。ブランドイメージは、約3割の人が「カジュアル」なイメージを持っており、自由回答でも、「カジュアルで着やすい」(女性50代・パート・アルバイト)、「アメリカンカジュアルな感じが良い」(40代女性・専業主婦)などの意見がみられた。

購入商品を見ると、5ブランドの中で唯一「子供服」(11.7%)がベスト3圏内に入った。自由回答でも、「子供服のデザインが優れている」(20代女性・専業主婦)、「子供服のアメカジが可愛い」(30代男性・会社員)、「子供服はカラフルでセンスが良い」(40代女性・専業主婦)などの意見があり、家族連れにも人気である。

また、「かっこいい」(男性30代・商工自営)、「デザインがオシャレな所が良い」(女性30代・会社員)、「センスがいい」(女性40代・パート・アルバイト)などセンスの良さを評価する意見もあがった。

不満意見では、「もう少し価格を落としてくれたら買いやすい」(20代女性・会社員)、「価格が高い」(20代女性・専業主婦)などがみられた。

## (II)結果のポイントー2

### H&M **話題のファッション性に期待大。ただし、品質に懸念あり。**

H&Mの認知率は78.3%である。日本上陸からおよそ3か月だが、その認知度はターゲットである女性20代、30代の枠を超えており、話題性の高さが示されている。

ブランドイメージの特徴は「流行を取り入れている」「デザインが良い」「センスが良い」である。20代から60代の男女全体ではすべて1割台だが、それぞれ5ブランドの中で最も高く、「高級感に溢れていて服のセンスも良い」(20代女性・その他)、「メンズもデザインが豊富」(20代男性・会社員)など、ファッション性が高いイメージを持たれている。

購入率は1割だが、購入意向は約3割である。特に「ぜひ購入したいと思う」(9.3%)という強い購入意向は、GAPの「ぜひ購入したいと思う」(9.8%)に並ぶ勢いである。

しかし、自由回答をみると、「縫製が雑」(20代女性・会社員)、「思ったより素材が安っぽくてびっくりした」(30代女性・専業主婦)、「名前先行型で、質や縫製は良くないみたい」(40代女性・専業主婦)など不満の声もあり、今後の動向が注目される。

### ZARA **幅広い年代の女性に人気。しかし、デザインは好みが分かれる。**

ZARAの認知率は63.9%である。ZARAは1997年に日本第1号店を出店しているが、H&Mの認知率(78.3%)を下回る結果となった。購入意向も約2割と、他ブランドに比べてやや低い。

ブランドイメージである「流行を取り入れている」「デザインが良い」「センスが良い」は、いずれも20代から60代男女全体では1割に満たない。しかし、自由回答をみると、「洗練されている」(20代女性・学生)、「色・柄も海外ブランドらしくダイナミックなものがある」(30代女性・会社員)、「デザインが個性的」(40代女性・その他)、「センスがよい」(50代女性・専業主婦)など幅広い年代の女性から支持されている。20代から60代の男女全体の認知度は低めだが、ターゲットである女性からは一定の評価を得ていることが明らかになった。

ただし、「縫製が悪い」(30代女性・専業主婦)、「良いも悪いも欧風デザイン」(40代女性・会社員)、「途轍もなく奇妙なデザインがある」(60代女性・パート・アルバイト)などの意見もみられる。

### (Ⅲ)調査概要・回答者属性

#### ◆調査概要

- |           |                                  |
|-----------|----------------------------------|
| 1. 調査目的   | ファストファッションについてのブランドイメージを把握すること   |
| 2. 調査対象者  | 首都圏1都3県(東京・千葉・埼玉・神奈川)の20代~60代の男女 |
| 3. 調査方法   | WEB調査                            |
| 4. 有効回答数  | 1101サンプル                         |
| 5. 調査実施期間 | 2008年12月15・16日                   |
| 6. 調査実施機関 | (株)RJCリサーチ                       |

#### ◆回答者属性

##### ◇性年代(%)

男性20代	9.6	女性20代	10.0
男性30代	10.3	女性30代	9.9
男性40代	9.8	女性40代	10.1
男性50代	9.9	女性50代	10.0
男性60代	10.4	女性60代	10.1

##### ◇職業(%)

会社役員	2.1
会社員・公務員	42.7
商工自営	5.0
パート・アルバイト	10.4
専業主婦	22.9
無職	9.0
学生	4.8
その他	3.1

## (IV)調査結果

### ◆購入経験・認知率

Q1. あなたは過去1年以内に以下のブランドの商品を購入しましたか？

	N=1101 (%)		
	認知率	購入率	1年以内の購入率
ユニクロ	99.5	92.1	74.6
無印良品	99.0	74.1	42.0
GAP	89.7	51.9	24.5
H&M	78.3	10.0	7.3
ZARA	63.9	15.9	10.4

●各ブランドの認知率(※1)は、ユニクロと無印良品が100%近くに達し、非常に高い。GAPは約9割、H&Mは約8割の人に認知されている。ZARAは63.9%と他ブランドに比べてやや低め。

●購入率(※2)については、ユニクロ(92.1%)が最も高く、無印良品(74.1%)、GAP(51.9%)が続く。

●1年以内の購入率では、ユニクロが74.6%と際立って高い。昨年初めて東京に2店舗を構えたH&Mは、7.3%の購入率。

※1 「1年以内に購入した」「1年以内には購入していないが、過去に購入した」「過去に購入したことはないが、ブランド名は知っている」の合計

※2 「1年以内に購入した」と「1年以内には購入していないが、過去に購入した」の合計で、海外での購入経験も含む

### ◆購入商品

Q2. あなたは以下のブランドでどのような商品を購入しましたか？

	N=1101 (%)						
	トップス	パンツ	スカート、ワンピース	ジャケット、コート	下着、靴下	アクセサリ、小物	子供服
ユニクロ	67.0	43.7	4.5	22.2	41.3	6.3	8.4
無印良品	25.6	7.9	2.7	3.5	18.2	12.8	1.9
GAP	30.6	14.3	2.5	7.5	3.7	3.1	11.7
H&M	5.7	2.3	1.5	2.6	0.6	1.6	0.0
ZARA	10.9	3.1	2.6	3.1	0.7	1.2	1.2

10%以上20%未満 ※ トップス・・・ワイシャツ、Tシャツ、カットソーなど  
 20%以上30%未満      パンツ・・・デニムパンツ、ハーフパンツなど  
 30%以上

●各ブランドの購入商品を見ると、ユニクロは「トップス」(67.0%)が際立って高く、「パンツ」と「下着、靴下」も4割前半と、高い購入率。

●GAPは「トップス」が約3割と高く、「子供服」(11.7%)も特徴的である。

●無印良品は、「トップス」(25.6%)に続いて、「下着、靴下」(18.2%)が比較的高め。

●H&MとZARAも「トップス」の購入率が最も高い。

## (IV)調査結果

### ◆ブランドイメージ

Q3. あなたは以下のブランドにどのようなイメージをもっていますか？

N=1101

	着心地が良い	機能性に優れている	デザインが良い	TPOに関係なく着られる	他の服に合わせやすい	流行を取り入れている	自分に似合う	カジュアル	かっこいい	シンプル	ナチュラル	個性的	センスが良い
ユニクロ	27.2	25.4	6.2	8.2	12.7	7.7	6.4	38.3	2.4	31.0	11.9	2.5	4.2
無印良品	11.4	11.1	6.1	4.9	5.7	2.8	3.5	17.1	1.5	36.7	26.8	3.6	5.1
GAP	8.7	5.1	11.6	4.2	6.8	9.4	3.5	29.7	8.4	12.9	7.0	4.0	9.1
H&M	3.7	2.2	14.4	2.2	2.8	15.2	1.8	10.6	8.4	4.5	2.2	7.3	12.9
ZARA	3.3	1.3	7.8	1.9	3.1	8.2	1.5	5.2	6.7	2.9	2.0	5.8	7.3

(%)

	安心感がある	親しみやすい	信頼できる	高級感がある	明るい	幅広い層に支持されている	品揃えが豊富	新商品が次々に発売される	価格の割に品質が良い	広告が良い	このブランドが好き	ブランドカ(累積計)
ユニクロ	14.1	34.7	11.9	0.6	8.0	23.4	25.1	13.4	45.2	9.4	10.6	380.5
無印良品	14.3	20.7	12.6	0.5	3.8	11.3	8.5	2.1	19.9	3.6	7.9	241.5
GAP	6.2	12.9	5.9	4.7	7.4	7.7	8.3	4.5	10.4	4.6	8.1	201.1
H&M	2.2	3.5	3.7	6.0	4.1	3.3	7.6	9.5	11.8	2.5	3.1	145.5
ZARA	1.8	3.3	2.7	4.6	1.3	1.6	3.3	2.3	4.5	1.0	2.6	86.0

	10%以上20%未満
	20%以上30%未満
	30%以上

- ブランドイメージの累計では、ユニクロがトップ。次いで、無印良品、GAPがほぼ横並びで、H&M、ZARAと続く。
- 各イメージごとでみると、ユニクロの「価格の割に品質が良い」が4割半ばと最も高く、ユニクロの「カジュアル」(38.3%)、無印良品の「シンプル」(36.7%)が続く。
- ユニクロの「親しみやすい」「シンプル」、GAPの「カジュアル」も3割前後と高い。
- 無印良品の「ナチュラル」、ユニクロの「着心地が良い」「機能性に優れている」「品揃えが豊富」は2割後半。
- H&MとZARAは、全体的にブランドイメージが低い。ただし、H&Mは「流行を取り入れている」「デザインが良い」「センスが良い」が、それぞれ5ブランドの中でも最も高い。

## (IV)調査結果

### ◆ブランドイメージ(ブランド別ベスト5)

Q3. あなたは以下のブランドにどのようなイメージをもっていますか？

N=1101

#### ユニクロ

1	価格の割に品質が良い	45.2
2	カジュアル	38.3
3	親しみやすい	34.7
4	シンプル	31.0
5	着心地が良い	27.2

#### 無印良品

1	シンプル	36.7
2	ナチュラル	26.8
3	親しみやすい	20.7
4	価格の割に品質が良い	19.9
5	カジュアル	17.1

#### GAP

1	カジュアル	29.7
2	シンプル	12.9
2	親しみやすい	12.9
4	デザインが良い	11.6
5	価格の割に品質が良い	10.4

#### H&M

(%)

1	流行を取り入れている	15.2
2	デザインが良い	14.4
3	センスが良い	12.9
4	価格の割に品質が良い	11.8
5	カジュアル	10.6

#### ZARA

1	流行を取り入れている	8.2
2	デザインが良い	7.8
3	センスが良い	7.3
4	かっこいい	6.7
5	個性的	5.8

- 各ブランドの上位イメージをみると、ユニクロは「価格の割に品質が良い」が4割半ばでトップ。「カジュアル」も約4割、「親しみやすい」「シンプル」も3割台と、強いイメージ。
- 無印良品は「シンプル」(36.7%)、「ナチュラル」(26.8%)、「親しみやすい」(20.7%)イメージ。
- GAPは「カジュアル」が約3割と高く、「シンプル」「親しみやすい」(ともに12.9%)イメージも持たれている。
- H&MとZARAはともに、「流行を取り入れている」「デザインが良い」「センスが良い」の順。

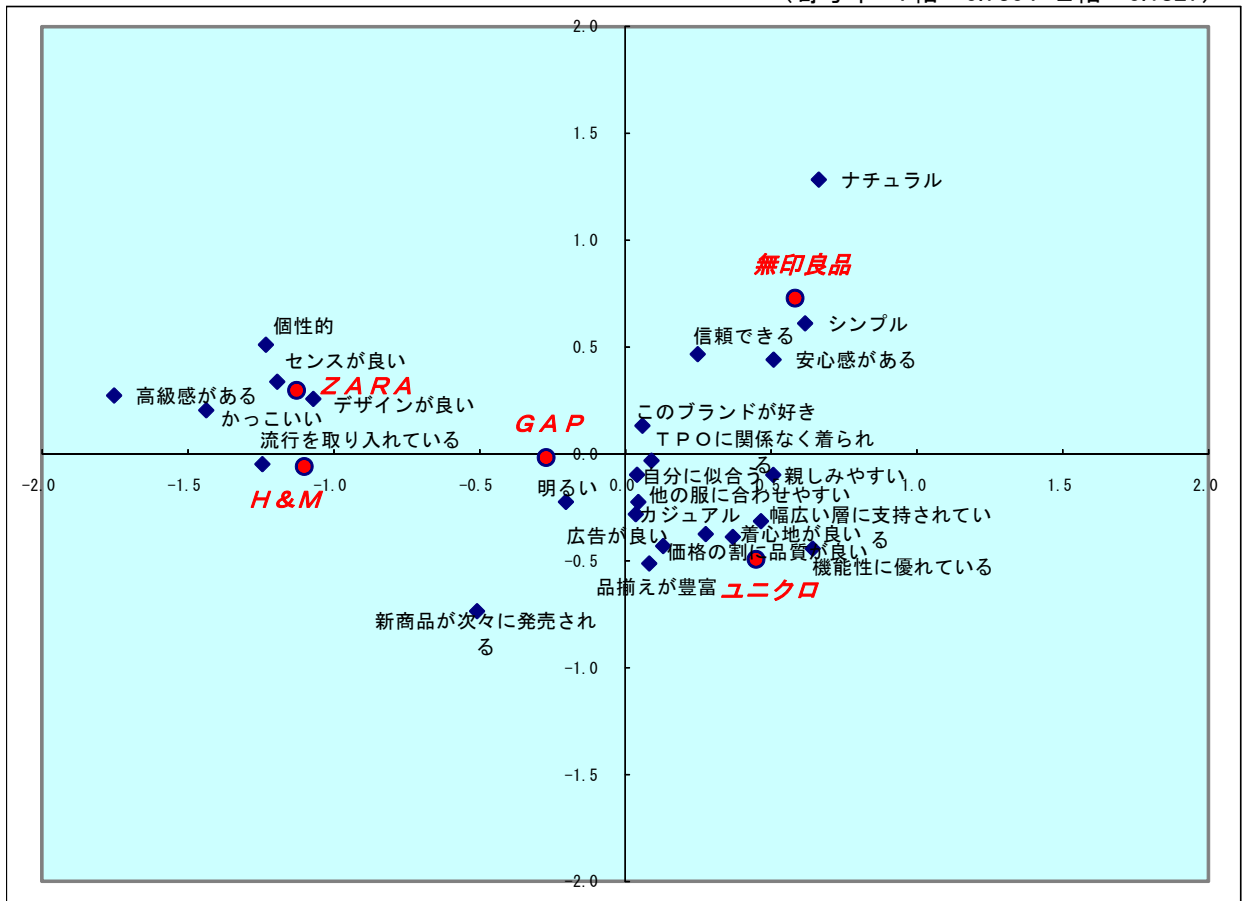


## (IV)調査結果

### ◆ブランドイメージ(コレスポンデンス分析)

Q3. あなたは以下のブランドにどのようなイメージをもっていますか？

(寄与率 1軸=0.7304 2軸=0.1827)

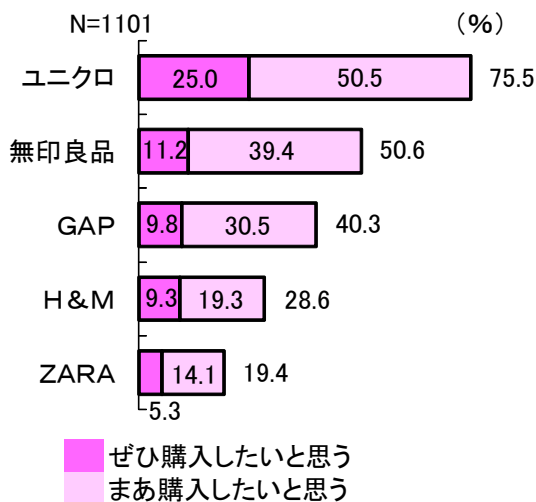


- 各ブランドのイメージをコレスポンデンス分析でみると、ユニクロは「品揃えが豊富」「広告が良い」「価格の割に品質が良い」「着心地が良い」「幅広い層に支持されている」「機能性に優れている」イメージ。
- 無印良品は「シンプル」「安心感がある」「信頼できる」「ナチュラル」なイメージ。
- GAPは「TPOに関係なく着られる」「自分に似合う」「他の服に合わせやすい」「カジュアル」「明るい」イメージ。
- H&MとZARAは「センスが良い」「デザインが良い」「かわいい」イメージで、H&Mは「流行を取り入れている」イメージ、ZARAは「個性的」なイメージも持たれている。

## (IV)調査結果

### ◆購入意向

Q4. あなたは以下のブランドの商品を今後購入したいと思いますか？



●「ぜひ購入したいと思う」と「まあ購入したいと思う」の合計をみると、ユニクロが7割半ばで最も高い。無印良品は約5割、GAPは約4割、H&Mは約3割、ZARAは約2割の購入意向。また、ユニクロは「ぜひ購入したいと思う」という強い購入意向も25.0%と高い。

## (IV)調査結果

### ◆プラス評価とマイナス評価(1)(自由回答)

Q5. ユニクロ、無印良品、GAP、H&M、ZARAについて、ご自由にご意見をお聞かせください。

N=1101

#### <ユニクロ>

プラス評価	件	マイナス評価	件
価格が安い	265	同じ服を着ている人が多い	31
品質が良い	100	サイズがない	27
品揃えが豊富	38	デザインが良くない	27
色のバリエーションが豊富	34	ユニクロだとわかる	16
シンプルで良い	24	品質が良くない	14
店舗が近い	24	価格が高い	12
機能性に優れている	20	安っぽい・高級感がない	12
サイズが豊富	16	在庫が切れる	11
気楽に買える	15	色が良くない	9
デザインが良い	15	丈夫でない・長持ちしない	7
インナーが良い	12	センスが良くない	7
着心地が良い・着やすい	12	個性的でない・ありきたり	6
丈夫・長持ちする	12	混んでいる	4
商品開発に熱心である	11	若者向きで良くない	4
店舗が多い	11	イメージが良くない	3
ヒートテックが良い	11	店舗によって扱う商品が違う	3
実用的・使いやすい	10	その他	24
部屋着に良い	8		
他の服に合わせやすい	7		
安心できる・信頼できる	6		
好きなブランドである	6		
センスが良い	6		
幅広い層に支持されている	6		
カジュアルで良い	5		
庶民的	5		
ネット販売が良い	5		
最近良くなった	4		
親しみやすい	4		
定番の商品が良い	3		
フリースが良い	3		
その他	36		

※複数回答でアフターコード集計した。

## (IV)調査結果

### ◆プラス評価とマイナス評価(2)(自由回答)

Q5. ユニクロ、無印良品、GAP、H&M、ZARAについて、ご自由にご意見をお聞かせください。

N=1101

#### <無印良品>

プラス評価	件
シンプルで良い	39
品質が良い	23
価格が安い	15
デザインが良い	9
好きなブランドである	5
センスが良い・おしゃれ	5
ナチュラルで良い	5
実用的	4
他の服と合わせやすい	4
カジュアル	3
品揃えが豊富	3
丈夫・長持ちする	3
その他	24

マイナス評価	件
価格が高い	29
品質が良くない	10
好きではない	7
サイズがない	5
シンプルすぎて良くない	5
色が地味	4
個性がない	4
品揃えが良くない	4
つまらない	3
その他	20

#### <GAP>

プラス評価	件
センスが良い・おしゃれ	13
価格が安い	12
子供服が良い	8
デザインが良い	7
品質が良い	5
品揃えが豊富	4
シンプルで良い	4
好きなブランドである	4
カジュアル	3
その他	23

マイナス評価	件
価格が高い	13
デザインが良くない	4
店舗が遠い	3
品質が良くない	3
その他	27

#### <H&M>

プラス評価	件
行ってみたい・買いたい	32
価格が安い	26
デザインが良い	16
センスが良い・おしゃれ	13
話題性がある	7
人気がある	4
流行を取り入れている	3
その他	17

マイナス評価	件
並びすぎ・混みすぎ	35
店舗が少ない	16
品質が良くない	14
店舗が遠い	12
好きではない・興味がない	7
サイズがない	4
安っぽい・高級感がない	4
その他	16

#### <ZARA>

プラス評価	件
デザインが良い	14
価格が安い	9
センスが良い・おしゃれ	8
サイズが豊富	6
その他	17

マイナス評価	件
品質が良くない	7
デザインが良くない	6
サイズがない	5
価格が高い	4
店舗が少ない	3
店舗が遠い	3
その他	9

※複数回答でアフターコード集計をした。