

「靴に関する調査」概要と結果について

調査の目的

日本衣料管理協会は、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）の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」を毎年実施している。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るが、今回（平成 25 年度）はファッションアイテムとして注目度の高い「靴」について取り上げた。

「オシャレは足元から」という言葉があるように、靴は衣服と同等、あるいはそれ以上にファッション感性を反映するアイテムである。今回の調査では、学生がどのような観点で靴を選び、購入し、着用するのか、また、使用後の着用トラブル、廃棄方法に至るまで、靴の使用・購入実態を把握するため行った。これらを把握することで学生世代の消費者が求めている靴とはどのようなものなのか、今後の商品企画時に念頭に置くべき問題点などが見えてくる。たとえばアパレルショップで、衣服とのコーディネートアイテムとして靴を提案する時にもどのような観点から勧めれば消費者が満足するかを知るためにも役立つだろう。ファッション業界、皮革・靴業界での商品企画や販売のための消費者データ、また、学術的資料等として活用していただければ幸いである。

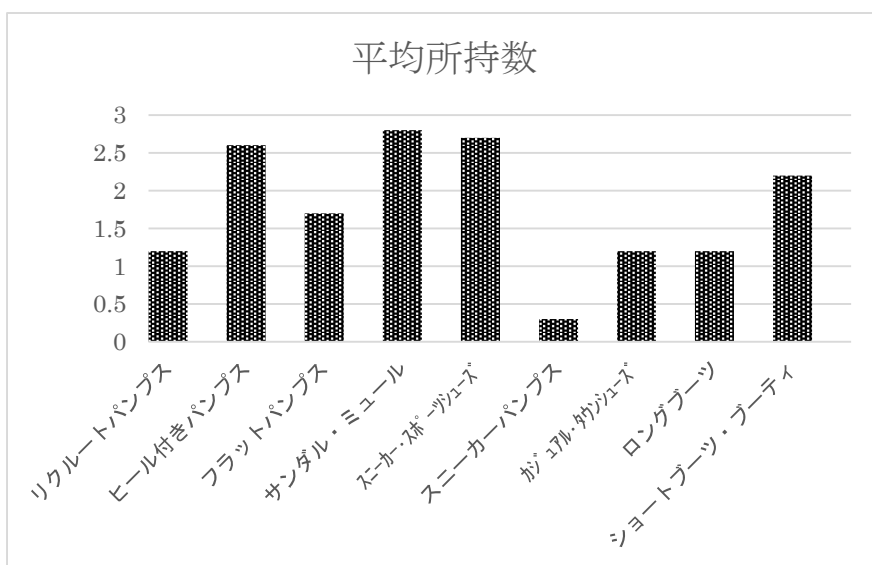
調査概要

調査対象：衣料管理士養成課程の女子学生 926 人（平均年齢 20.3 歳）

調査期間：平成 25 年（2013 年）12 月～平成 26 年（2014 年）1 月 ※冬休み期間

靴の種類を 9 つに分類し、それぞれの項目について調査した。

調査結果（一部抜粋）



9 種類の平均総所持足数は 15.8 足

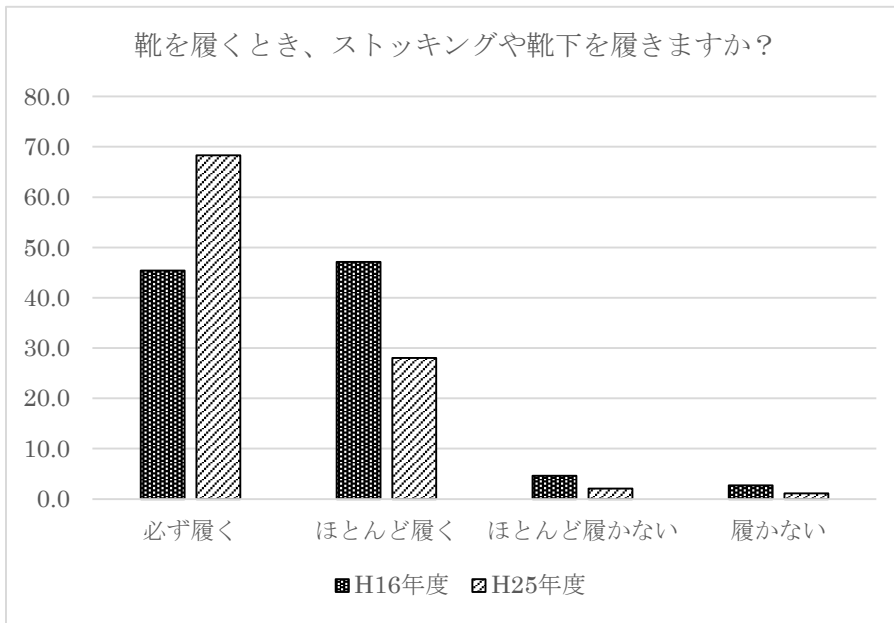
靴種では多い順にサンダル・ミュール 2.8 足、スニーカー・スポーツシューズが 2.7 足、ヒール付きパンプスが 2.6 足であった。

一人あたりの総所持足数 1 人当たりの平均総所持足数は 15.8 足で、1～30 足程度所持している学生が 95.4% で大半を占めており、30 足以上所持している「大量所持」の人ののは 4.5% にとどまった。

表 靴に関する調査結果 概要

	リクルート パンプス	ヒール付き パンプス	フラット パンプス	サンダル ・ミュール	スニーカー・ スポーツシューズ	スニーカー パンプス	カジュアル・ タウンシューズ	ロング ブーツ	ショートブーツ ・ブーティ
イメージ									
一人当たり平均所持足数(足)									
合計 15.8	1.2	2.6	1.7	2.8	2.7	0.3	1.2	1.2	2.3
お気に入りの靴について									
平均ヒール高									
(cm)	3.7	6.0	1.3	5.5	1.4	3.0	1.8	4.9	5.3
購入理由									
(上位3位 までの複数 回答)	履き心地等 (58%)、 形(31%)、 サイズ(25%)	形(51%)、 色(41%)、 服とのコーデイ ネットのしや すさ(30%)、 履き心地等 (29%)	履き心地等 (43%)、 形(42%)、 色(38%)	形(52%)、 履き心地等 (37%)、 色(32%)、 服とのコーデイ ネットのしや すさ(31%)	履き心地等 (46%)、 色(46%)、 形(37%)	形(40%)、 履き心地等 (34%)、 色(30%)	形(50%)、 履き心地等 (40%)、 色(36%)、 服とのコーデイ ネットのしや すさ(31%)	形(46%)、 色(34%)、 服とのコーデイ ネットのしや すさ(31%)、 履き心地等 (29%)	形(51%)、 服とのコーデイ ネットのしや すさ(39%)、 色(35%)、 履き心地等 (31%)
購入時の重視したファッション感性									
	シンプル (31%)、 上品(24%)	かわいい (24%)、 女らしい (14%)	かわいい (31%)、 おしゃれ (14%)	かわいい (28%)、 おしゃれ (17%)	カジュアル (24%)、 スポーティ (21%)	カジュアル (16%)	カジュアル (24%)、 かわいい (21%)	大人っぽい (17%)、 かわいい (15%)	かわいい (19%)、 おしゃれ (18%)
組み合わせるボトム									
(上位2位 までの複数 回答)	スカート (86%)、 パンツ(70%)	スカート (55%)、 パンツ(40%)	パンツ (55%)、 スカート (44%)	ショートパ ンツ(48%)、 スカート (40%)	パンツ(62%)	パンツ(44%)	パンツ (52%)、 スカート (46%)	ミニスカート (58%)、 ショートパ ンツ(53%)	スカート (53%)
この1年で購入した靴									
一人当たり平均購入足数(足)									
合計 4.2	0.5	0.6	0.5	0.6	0.7	0.1	0.3	0.2	0.7
購入先									
	百貨店 (27%)、 靴専門チェ ーン(20%)、 アパレルショ ップ(19%)	アパレルショ ップ(32%)、 靴専門チェ ーン(18%)	アパレルショ ップ(36%)、 靴専門チェ ーン(15%)	アパレルショ ップ(33%)、 靴専門チェ ーン(17%)	靴専門チェ ーン(27%)、 アパレルショ ップ(24%)	アパレルショ ップ(28%)、 靴専門チェ ーン(16%)	アパレルショ ップ(27%)、 靴専門チェ ーン(14%)	アパレルショ ップ(24%)、 百貨店(15%)	アパレルショ ップ(36%)、 靴専門チェ ーン(16%)
(全体平均)	平均購入価格(税込)								
5,800円	6,600円	5,900円	5,100円	5,700円	4,800円	3,900円	6,500円	7,400円	6,000円

この10年で靴下女子が急増？



「靴を履くとき、ストッキングや靴下を履きますか？」という設問について、平成16年度に実施した「靴とバッグに関する調査」と今回の調査との差を比較した。平成16年度は“必ず履く”が45.4%だったのに対し、平成25年度では“必ず履く”68.3%となっている。約10年前の「ナマ足ブーム」は去り、ストッキングで足をきれいに見せたり、よりデザインも多様になった靴下やレッグウェアでおしゃれを楽しむ「靴下女子」の増加がうかがえる。

靴もファストファッション

スニーカー・スポーツシューズにおける前回調査との比較		
調査した年	H16	H25
購入場所	靴専門店 60.6%	靴専門店チェーン店 26.6%
	百貨店 15.5%	アパレルショップ 23.6%
	スーパー・量販店 5.6%	ネット通販 6.9%
よく購入するブランド	コンバース 19.4%	コンバース 9.8%
	アディダス 9.3%	ニューバランス 8.1%
	ナイキ 6.6%	ジーユー 6.9%
平均購入価格	7,400円	4,800円
平均着用年数	2.6年	2.2年

平成16年度の「靴とバッグに関する調査」と今回の調査を比較すると、靴も低価格・短サイクルの「ファストファッション化」が進んでいることがうかがえる。例えばスニーカー・スポーツシューズで比較すると、平成16年度では「購入場所」として靴専門店に次いで百貨店やスーパー・量販店が多かったが、平成25年度の調査ではア

パレルショップでの購入が全体の約4分の一程度を占めている。アパレルショップでは洋服だけでなくバッグや靴などの服飾雑貨を合わせて提案するところが増えているが、この約10年で急増したファストファッションの店舗（H&MやZARAなど）でも低価格で豊富なデザインの靴が販売されているのも影響しているだろう。よく購入するブランドを見てみると、残階は上位3位までのブランド全てがスポーツブランドであったのに対し、今回は3位にファーストリテイリングの「ジーユー」が入っている。平均購入価格はかなり下がり、前回よりも約四割弱下がった価格である。平均着用年数も、0.4年短くなり、低価格のものを短サイクルで着用している様子がうかがえる。

■お問合せ・報告書の申し込み先

一般社団法人日本衣料管理協会

〒105-0011 東京都港区芝公園 2-11-13-205

Tel 03-3437-6416

URL <http://www.jasta1.or.jp>

Fax 03-3437-3194

e-mail jasta@mtb.biglobe.ne.jp

※本調査の内容を引用される場合は、必ず協会の了承を受けてください。