

「ブランディア」と楽天「ラクマ」、両サービスのユーザーを対象にファッションのサステナビリティに関する第2回共同意識調査を実施

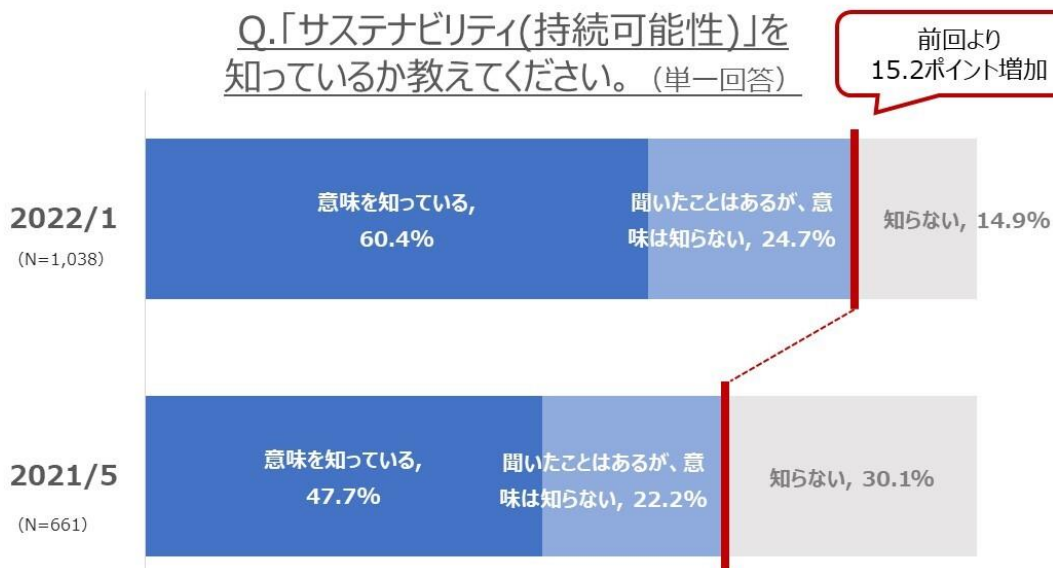
- 「サステナビリティ」の認知度が前回調査時から15.2ポイント増加 -

株式会社デファクトスタンダード（以下「デファクトスタンダード」）が運営する国内最大級のリコマースサービス「ブランディア」と楽天グループ株式会社（以下「楽天」）が運営するフリマアプリの楽天「ラクマ」は、ともに二次流通において「サーキュラーエコノミー」（循環型経済）を推進するサービスとして、両サービスのユーザーを対象にファッションのサステナビリティに関する意識を明らかにする目的で2回目となる共同調査を実施しました。

■「サステナビリティ」の認知率が約9割、昨年5月から15.2ポイント増加

「サステナビリティ」の認知について質問したところ、約9割（85.1%）が「意味を知っている」（60.4%）、「聞いたことはあるが意味は知らない」（24.7%）と回答しました。昨年5月に実施した際の69.9%から15.2ポイント増加していることがわかりました。

◎サステナビリティの認知

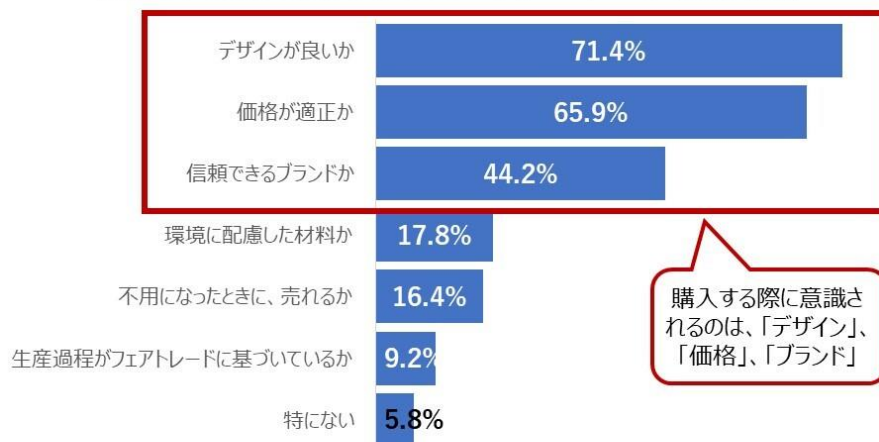


■ファッションアイテムを購入する際に最も意識しているのは「デザイン」が約7割

「ファッションアイテムを購入する際に意識している点」について質問したところ、「デザインが良いか」(71.4%)が最多となり、次いで「価格が適正か」(65.9%)、「信頼できるブランドか」(44.2%)という結果となりました。サステナブルな視点では「環境に配慮した材料か」(17.8%)が4番目に、「生産過程がフェアトレードに基づいているか」(9.2%)が6番目となりました。

◎ファッションアイテムを購入する際に、意識する点

Q.あなたがファッションアイテムを購入する際に、意識する点を教えてください。(N=1,038/複数回答)

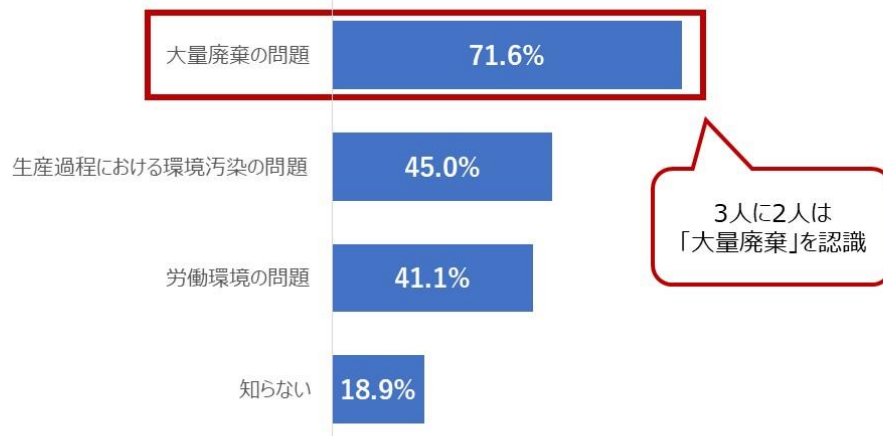


■ファッション業界のサステナビリティに関する課題は「大量廃棄の問題」が約7割

「ファッション業界のサステナビリティに関する課題」について質問したところ、「大量廃棄の問題」(71.6%)が最多となり、次いで「生産過程における環境汚染の問題」(45.0%)、「労働環境の問題」(41.1%)という結果となりました。

◎サステナブルに関する課題

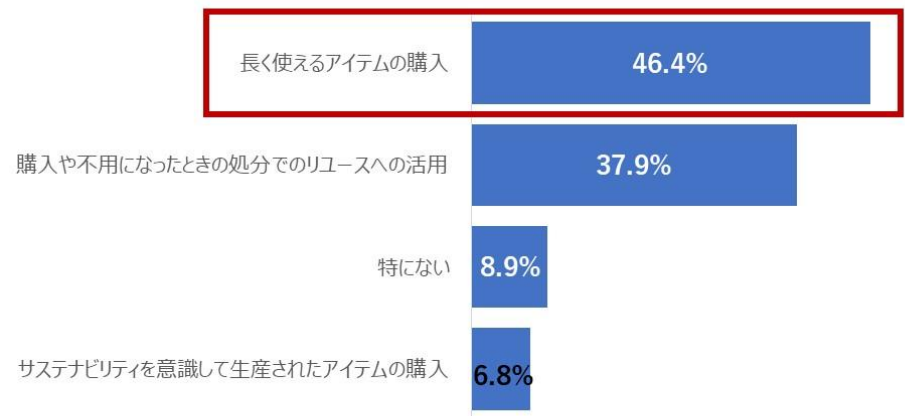
Q.ファッション業界のサステナブルに関する課題について、知っている事があれば教えてください。(N=1,038/複数回答)



自分の生活に取り入れたいサステナビリティは「長く使えるアイテムの購入」が4割超
 「ファッションにおけるサステナビリティについて自分の生活に取り入れたいこと」について質問をしたところ、「長く使えるアイテムの購入」(46.4%)が最多となり、次いで「購入や不用になったときの処分でリユースの活用」(37.9%)、「特にない」(8.9%)という結果になりました。

◎最も生活に取り入れたいと思う事

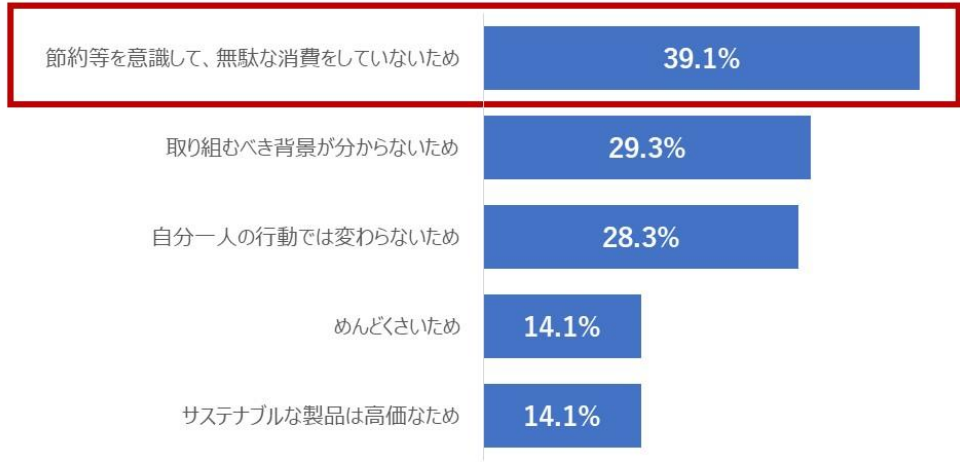
Q.ファッションにおけるサステナビリティをについて、最も生活に取り入れたいと思う事を選んでください。(N=1,038/複数回答)



■サステナビリティを生活に取り入れない理由は既に「節約などを意識」が約4割
 前問での質問で「特にない」(8.9%)と回答した92名を対象に、「その理由」を質問したところ、「節約等を意識して、無駄な消費をしていないため」(39.1%)が最多となり、次いで「取り組むべき背景がわからない」(29.3%)、「自分一人の行動では変わらないため」(28.3%)という結果となりました。

◎「特にない」その理由

Q.「特にない」と回答した方にお聞きします。その理由を教えてください。(N=92/複数回答)



■処分方法、「大量に処分したい場合」は「宅配買取」、「高く売りたい場合」は「フリマアプリ」が最多に

「不用になったファッションアイテムについて、目的ごとの処分方法」を質問したところ、「大量に処分したい場合」では、「宅配買取」(21.9%)。「適切な評価をしてほしい場合」では「フリマアプリ」(35.2%)。「早く処分したい場合」では「リユースショップ」(30.3%)。「高く売りたい場合」では「フリマアプリ」(41.4%)が各目的ごとの最多となり、処分方法の使い分けがされていることがわかりました。

◎目的ごとの処分方法

Q.不用になったファッションアイテムを処分する際、

目的ごとの処分方法(サービス)を教えてください。(N=1,038/単一回答)



※「宅配買取」：インターネットを通じた買取申し込みサービス

【サステナビリティに関する意識調査】

期間：2022年1月14日~1月19日

調査対象：楽天「ラクマ」ユーザー、「ブランディア」ユーザー

調査方法：オンラインによるアンケート

調査サンプル数：1,038件(内訳：楽天「ラクマ」538件、「ブランディア」500件)

【ブランディアについて】

オンラインの宅配買取(<https://brandear.jp/>)、買取専門店(<https://brandear.jp/shop>)、リモート買取「ブランディア Bell(<https://brandear.jp/bell>)」など、オンライン、オフライン双方の利点を活かし、常にお客様の安心と利便性の向上を目指しています。さらに国内だけでなくグローバルリコマースにおけるマーケットを積極的に開拓し、国内外で求められるアイテムをお客様に直接、適正な価格で世界で販売することにより、買取価格の向上に努めています。ブランディアは、価値ある品物を次に繋いでいく「バリューサイクル」な社会の実現を目指します。

【フリマアプリの楽天「ラクマ」について】

楽天「ラクマ」は、2012年7月にサービスを開始した日本初のフリマアプリ「フリル」と、楽天のフリマアプリ「(旧)ラクマ」が2018年2月に統合して生まれました。不用になったものを、次に必要とする人へつなぐプラットフォームとして、新しい消費の価値を生み出すことを目指しています。2018年6月には、新潟県新潟市に初の地方拠点を開設し、カスタマーサポートのさらなる強化に尽力しています。2021年6月末時点で3,000万ダウンロードを突破しました。

※本ニュースレターに記載されている会社名および製品・サービス名は、一般に各社の登録商標または商標です。