

報道関係各位

2025年5月29日  
株式会社クロス・マーケティング

## 18～49歳は衣類のECサイト購入が半数に迫る おしゃれや身だしなみは、シンプル、清潔感、動きやすさがポイント

－ファッションに関する実態・意識調査（2025年5月定点ココロスタイルリサーチ）－

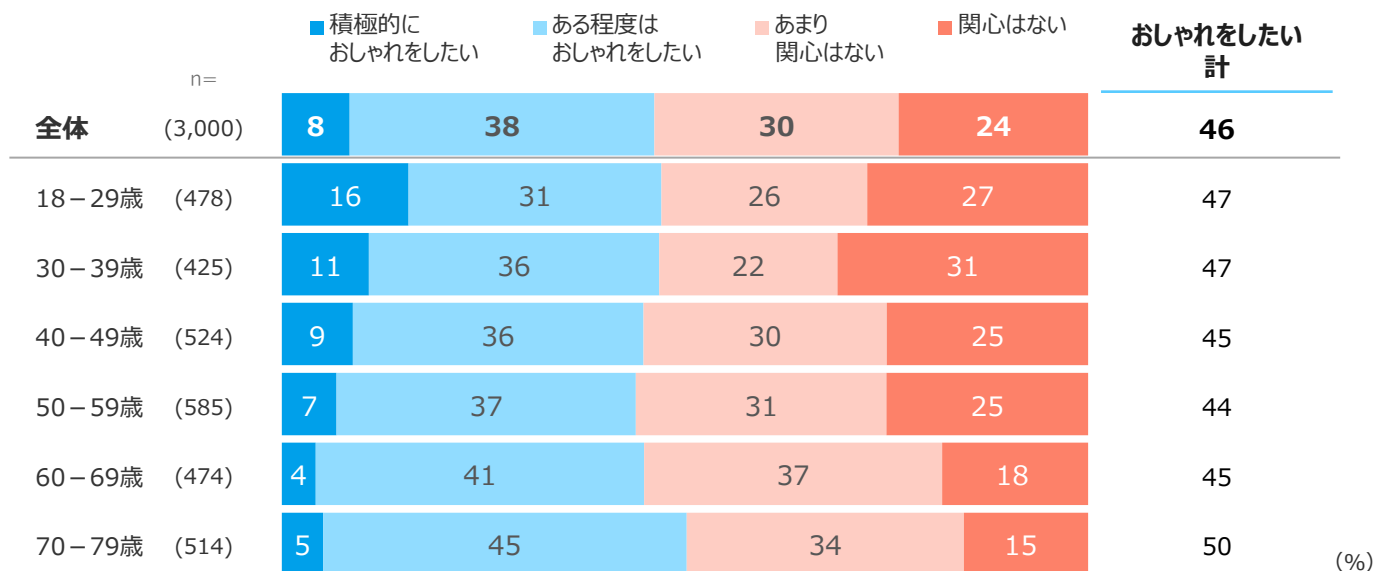
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2025年5月、全国18～79歳の男女3,000名を対象にファッションに関する実態・意識調査（2025年5月定点ココロスタイルリサーチ）を行いました。本調査は、生活者の意識やライフスタイルの変化の兆しを捉えることを目的として、定点で実態・意識調査を実施するものです。今回はファッション編としておしゃれへの関心度、ファッションに関する考え方・態度、おしゃれや身だしなみで心掛けていること、衣類購入時の重視点、ファッションアイテムの購入方法、衣類の処分方法などをピックアップし分析をしました。

### ■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【おしゃれへの関心度】**「積極的におしゃれをしたい」が8%、「ある程度はおしゃれをしたい」は38%、合わせて46%はおしゃれに関心がある。「積極的におしゃれをしたい」割合は、若年層ほど高まる。一方、「関心はない」は、30代が31%、18～29歳、40～50代は20%台と関心度はやや2極化の傾向が見える。＜図1＞
- ✓ **【ファッションに関する考え方、心掛けていること】** ファッション・おしゃれについての考え方・態度を4段階で聴取した。非常に+まあそう思う割合は、「化粧やヘアスタイルはその場にふさわしいことが重要」「化粧や身だしなみに気を使うのは大人としての常識」「人からどう見られているかよりも、自分自身が快適でいられる装いをしたい」がTOP3であり、年代が上がるほど高まる傾向にあった。次いで「自分の体型やスタイルが気になる」があがった。気になる割合は年齢による差はなかった。＜図2＞ おしゃれや身だしなみで心掛けていることは、「シンプル」「清潔感」が4割台、「動きやすさ」が3割台、いずれも60～70代の高さが目立った。＜図3＞
- ✓ **【衣類購入時の重視点と購入方法】**「着心地・肌ざわり」「動きやすさ」「デザイン」「機能性」「コストパフォーマンスがよい」がTOP5。デザインやコスパは年代差が少ない。＜図4＞ ファッションアイテムの主な購入方法は、「事前に確認はせずに、店舗で購入」30%、「店舗で事前に確認し、店舗で購入」22%、「事前に確認はせずに、ECサイトで購入」18%であり、購入先が実店舗は62%、ECサイトは38%である。18～29歳、30代は、「事前に確認はせずに、ECサイトで購入」が20%台と多い。18～29歳、30～40代までは、ECサイト購入が40%台を占める。＜図5＞
- ✓ **【衣類の処分方法】** 衣類を処分する際は、「可燃ごみ・不燃ごみとして廃棄」が68%と断トツ。次いで「自治体の資源ごみとして出す」27%、「古着として販売する」21%。「自治体の資源ごみとして出す」は年代が高いほど、「古着として販売する」は年代が若いほど高くなる傾向がみられる。環境負荷を考慮したサステナブルなファッションへの取り組みのひとつである廃棄の削減は、現状とは乖離のある結果となった。＜図6＞

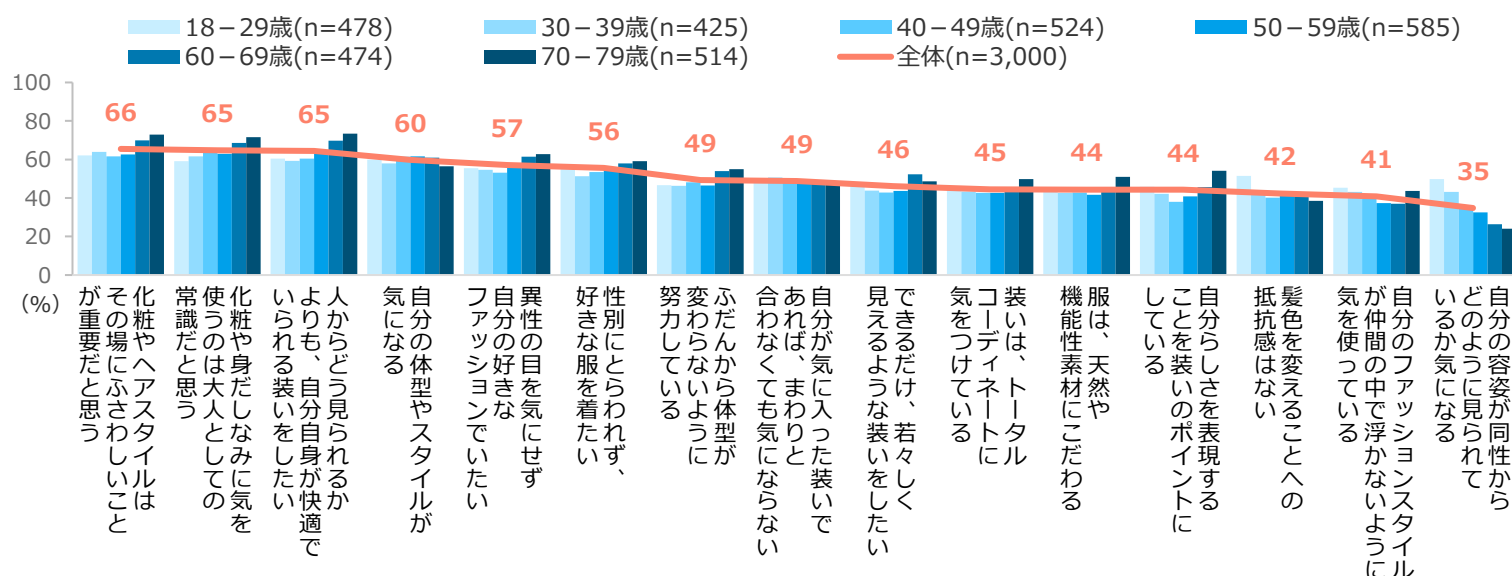
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20250529kokoro>

＜図1＞ おしゃれへの関心度（単一回答）

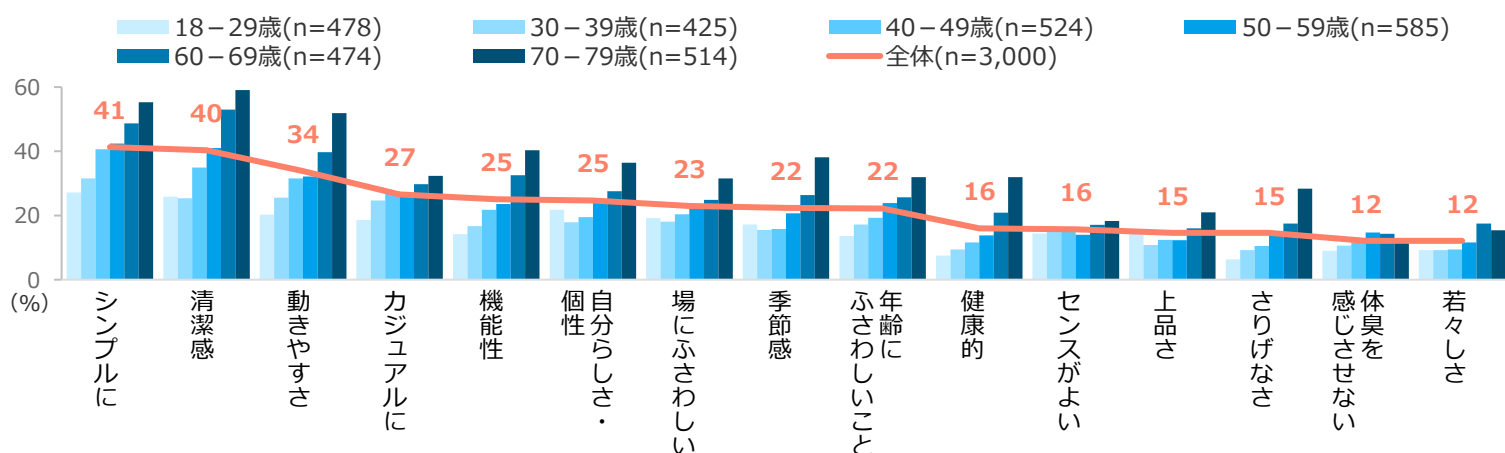


＜図2＞ ファッション、おしゃれに関する考え方・態度（各単一回答：4段階評価で聴取／非常に＋まあそう思う割合）

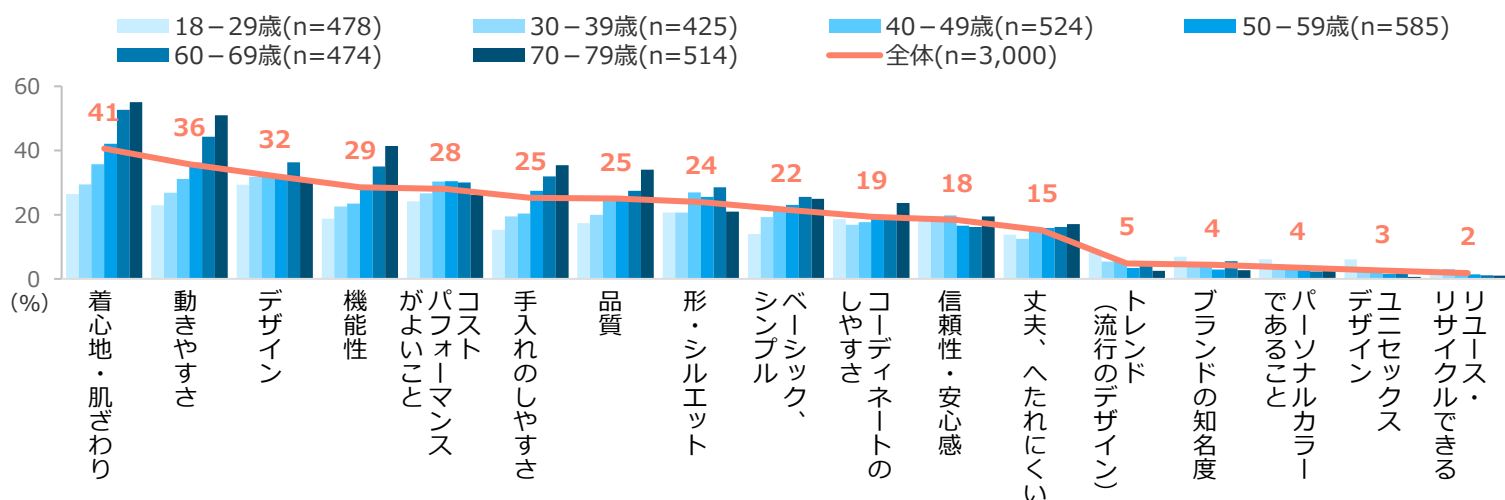
※30項目中上位15項目を抜粋



＜図3＞ おしゃれや身だしなみで心掛けていること（複数回答）※23項目中上位15項目を抜粋



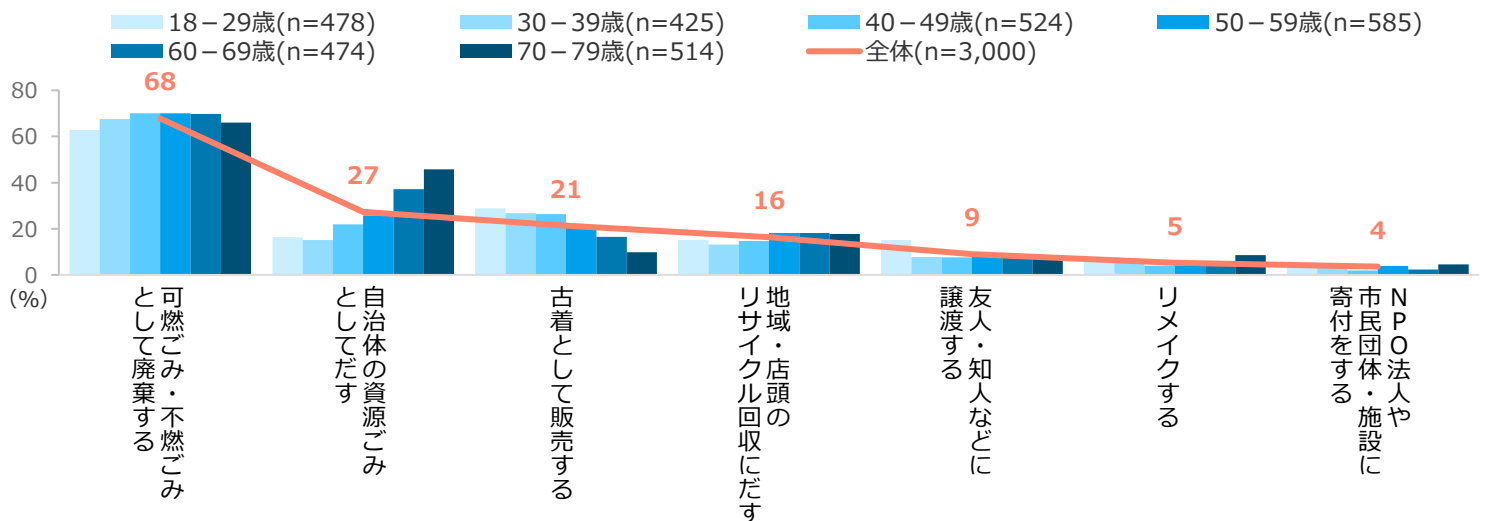
＜図4＞ 衣類購入時に重視する点（複数回答）



＜図5＞ファッションアイテムの主な購入方法（単一回答）

|        |         | ■店舗で<br>事前に確認し、<br>店舗で購入する<br>ことが多い | ■ECサイトで<br>事前に確認し、<br>店舗で購入する<br>ことが多い | ■事前に<br>確認はせずに、<br>店舗で購入する<br>ことが多い | ■ECサイトで<br>事前に確認し、<br>ECサイトで購入<br>することが多い | ■店舗で<br>事前に確認し、<br>ECサイトで<br>購入することが<br>多い | ■事前に<br>確認はせずに、<br>ECサイトで<br>購入すること<br>が多い | ■実店舗で<br>購入計 | ■ECサイトで<br>購入計 |
|--------|---------|-------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------|----------------|
| 全体     | (3,000) | 22                                  | 10                                     | 30                                  | 12                                        | 9                                          | 18                                         | 62           | 38             |
| 18-29歳 | (478)   | 19                                  | 11                                     | 26                                  | 11                                        | 9                                          | 24                                         | 56           | 44             |
| 30-39歳 | (425)   | 20                                  | 13                                     | 18                                  | 13                                        | 13                                         | 23                                         | 51           | 49             |
| 40-49歳 | (524)   | 21                                  | 11                                     | 24                                  | 15                                        | 12                                         | 17                                         | 56           | 45             |
| 50-59歳 | (585)   | 22                                  | 10                                     | 31                                  | 11                                        | 9                                          | 17                                         | 63           | 37             |
| 60-69歳 | (474)   | 22                                  | 8                                      | 37                                  | 12                                        | 6                                          | 15                                         | 67           | 33             |
| 70-79歳 | (514)   | 26                                  | 7                                      | 43                                  | 10                                        | 4                                          | 10                                         | 76           | 24 (%)         |

＜図6＞衣類の処分方法（複数回答）



### ■レポート項目一覧

#### □ 属性設問

（性別/年齢/未婚/居住地/子どもの有無/同居人数/同居家族/同居子ども・孫の学齢/職業/住まい/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター）

#### □ 調査結果サマリー

#### ▼ 調査結果：景況感・生活全体の意識

- 生活満足度
- 生活領域別満足度/注力度
- 生活価値観・意識
- 生活関連の意識
- 現在の暮らし向き

#### ▼ 調査結果：ファッションについて

- おしゃれへの関心度
- ファッション、おしゃれに関する考え方
- おしゃれ、身だしなみに心掛けてのこと
- 自宅でのセルフケア・美容行動
- 美容施設でのケア・美容行動
- 肌に関する悩み
- 衣服購入時に重視する点
- 市販の衣服への不満点
- センス・流行への意識・感性
- 自分自身に対する自信

- ファッションアイテムの購入場所／主な購入方法
- 好きな色
- 普段身に着ける色
- ファッション、身だしなみ関連の支出の変化
- 衣類の処分方法

#### ▼ 時系列データ集

#### ▼ 参考資料

- ポテンシャル・ニーズ・クラスター（PNCL）について

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/20250529kokoro>

## ■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ

調査期間 : 2025年5月7日（水）～9日（金）

調査地域 : 全国47都道府県

有効回答数 : 本調査3,000サンプル

調査対象 : 18～79歳の男女、人口構成比に合わせて割付

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

## 【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>

所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立 : 2003年4月1日

代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

## ◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275

E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

## «引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

&lt;例&gt;「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」