

2008年4月8日

世界中で愛されているブランドはリーバイス

-シノベイト・ジーンズ調査-

グローバル・マーケティング・リサーチ会社のシノベイトは、世界10ヶ国、7,700名（日本は含まず）を対象に、ジーンズに関する意識調査を実施いたしました。

主な調査結果

- 1) 人気ブランド1位はリーバイス
- 2) フランス人は他人や有名人のファッションに興味がない人が9割！
- 3) ジーンズをたくさん持っているのはブラジル人
- 4) ジーンズ購入で最も重視するのは「品質」
- 5) ジーンズ購入に費やせる金額：一番低いのはアメリカ人、一番高いのはロシア人
- 6) フランスではオフィスでのジーンズ着用OK、しかしパーティではNG

◆調査概要

実施機関：シノベイト

実施時期：2007年10月

対象国（10カ国）：アメリカ・カナダ・ブラジル・フランス・台湾・韓国・マレーシア・セルビア
ロシア・南アフリカ

対象者：7,700名

1) 人気ブランド1位はリーバイス

価格は別として、所有したいと思うジーンズのブランドについては、全調査対象者の3分の1がグローバルブランド、もしくはデザイナーブランドを挙げている。中でも最も多くの対象者に支持されているグローバルブランドはリーバイスで、対象者の5人中1人以上が最も好きなブランドであると答えている。とりわけ、フランスにおいては、たくさんのフランスの国内ブランドが選択肢にあったにもかかわらず、45%もの人が「リーバイス」を挙げた。マレーシア・セルビア・USA・南アフリカでも対象者の3割は「リーバイス」を挙げている。

シノベイトフランスのマネージング・ディレクターであるティエリ・パイユは次のように語る。

「リーバイスはフランスにおいてはジーンズの代名詞です。それはまさにアメリカのブランドであり、伝説のブランドになっています。事実、フランスにおいては『ジーンズを買いに行く』とは決して言わず『リーバイスを買いに行く』というのです。」

2) フランス人は他人や有名人のファッションに興味がない人が 9 割！

巷の人々のブランドや、有名人の履いているジーンズへの興味についてたずねた。

街の流行ブランドに興味を持っているのは全体の 26% で、特に、南アフリカ(62%)とマレーシア(44%)の人々が街で流行しているブランドに関心を持っている。逆に、「街の流行には興味がない」と最も多く回答しているのはフランス人で9割が「興味なし」としている。ついで、カナダ人(82%)、アメリカ人(80%)も興味がないようだ。

また、雑誌などで有名人が履いているジーンズのブランドが気になるかどうかをたずねると、全体の 26% が「気にしている」と回答し、中でも南アフリカ(60%)とマレーシア(42%)で関心が高かった。他方、フランスは有名人のジーンズにも興味を示さず、94% が「気にしていない」と答えている。アメリカ人が 84%、カナダ人は 88% が同様に「気にしていない」ようだ。

3) ジーンズをたくさん持っているのはブラジル人

所有するジーンズの本数に関しては、1本では足りないというのが各国共通の意見だった。全調査対象者の 31% が 3〜4 本のジーンズを持っていると答え、さらに 29% が 5〜10 本持っていると答えている。最も多くジーンズを所有しているのはブラジル人で、10 本以上所有している人が 14%、40% が 5〜10 本持っていると答えた。シノベイト・ラテンアメリカの CEO であるイグナチオ・ガルセランは、さして驚きもせずこう話す。

「ブラジル人はリラックスできて、かつセクシーなファッションを好み、ジーンズはまさにうってつけのスタイルなのです。さらに、本数を多く持つことによって、選択の幅が広がります。」
対照的に、マレーシア人の 29%、台湾人の 13%、ロシア人の 13% はジーンズを一本も持っていないと答えている。マレーシアのマネージング・ディレクターであるスティーブ・マーフィはこう語る。

「異なる民族の住むマレーシアでは、文化が多様化しており、とりわけマレー人やインド人の女性は伝統的民族衣装を好んで着る傾向にあります。しかしながら、若い人々はジーンズを選ぶようにもなっており、伝統的なスカーフを頭に巻いてジーンズを履く人々の姿も珍しくはありません。」

4) ジーンズ購入で最も重視するのは「品質」

ジーンズが大好きで、たくさん持っても、完璧な 1 本を探し出すのはとても難しい。ジーンズ購入に関して何が一番重要なのかを聞いたところ、全調査対象者全体の 39% が「品質」と答えた。また、「手ごろな価格」と答えた人の割合は 22% で、価格より品質を重要視する人が多いようだ。

調査地域ごとの特性を見ると、セルビアでは 15% が「欠点をカモフラージュしてくれること」を最も重要だと考えており、韓国では 15% が「やせてみえること」を挙げている。また、韓国人のジーンズ選びで重視するポイントとして最も多かったのは、「そのブランドが好きだから」

(17%)であり、ブランド好きの側面が見える。

スタイルという視点では、ロシア人の 11%とフランス人の 10%が「最新のファッションであること」を購入時の重要ポイントとしている。

男女別で見ると、「品質」は双方に重要なポイントとされているが、「自分の欠点をカモフラージュしてくれる」「やせてみえる」といった項目をあげたのは女性のほうが男性よりもはるかに多かった。

5)ジーンズ購入に費やせる金額:一番低いのはアメリカ人、一番高いのはロシア人

「ジーンズ一本の価格に関しては、国の所得格差に関わらず、全調査対象者の 44%が 40 ドル以上は払いたくないと答えています。特に、アメリカでは 76%がジーンズに費やせる金額は 1〜40 ドルの間であると答えており、全調査対象国中、最も低い金額となっています。アメリカでは、ジーンズメーカーは消費者のために最大限の努力をしています。アメリカ人消費者は 40 ドルの投資に大きな価値を求めるからです。」と、先述のレームダルクは語っている。

一方、ロシア人の 26%は 120 ドル以上、さらに 10%が 200 ドル以上払ってもよいと考えている。シノベイト・ロシアのマーケティング・コミュニケーション・ディレクターのマリア・ヴァカトヴァは、ロシア人は他人の注意を引くためには投資を惜しまない傾向にある、と指摘している。

さらに、ロシア人の 5%と台湾人の 3%は 280 ドル以上をジーンズに支払うと答え、韓国人の 13%は 200 ドル以上を支払ってもいいと答えている。また、セルビア人の 25%近くが「夢のジーンズ」のためならば 120 ドル以上を支払ってもいいと答えた。

調査対象者全体としては、10 人中 7 人が、ジーンズ購入に費やす金額は 80 ドル以下が妥当だと考えているようだ。

6)フランスではオフィスでのジーンズ着用 OK、しかしパーティでは NG

ジーンズ着用の TPO に関しては、フランス人の考え方が非常に独特であった。

オフィスでジーンズを着用することは、全調査対象者の 38%が、「問題ない」と答えている。フランスでは実に 87%がジーンズはオフィスウェアとして適していると考えている。また、全調査対象者の 40%、特に南アフリカ人の 4 分の 3 はパーティでもジーンズを着用すると答えているのに対して、フランス人は 74%の人がパーティではジーンズを着用しないと答えている。

シノベイトについて>>

シノベイトは Aegis Group plcのマーケティング・リサーチ部門として、競争力のあるマーケティング活動を支援するための消費者インサイトを発信しています。シノベイトでは 5,800 人以上のスタッフが世界 57 カ国、121 都市に広がるネットワークを駆使し、顧客に必要なグローバル・サポートと総合的なマーケティング・リサーチ・サービスを提供いたします。

本件に関する問い合わせ

シノベイト株式会社

担当・山口

Tel 03-5408-5473

japan@synovate.com

www.synovate.com