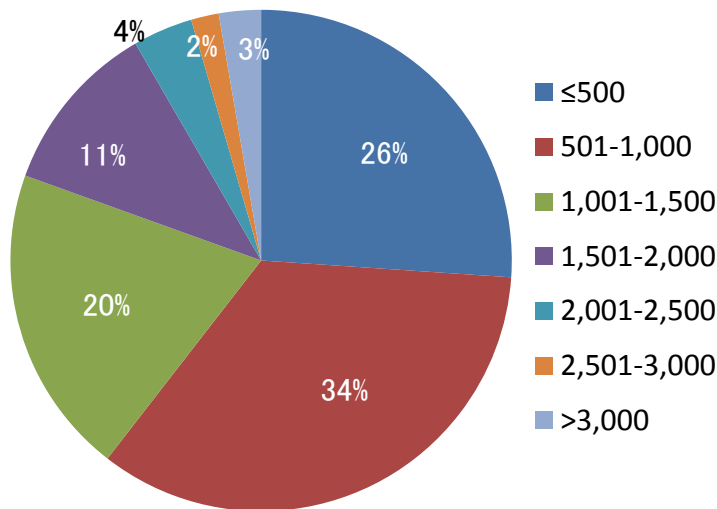


第二章

衣

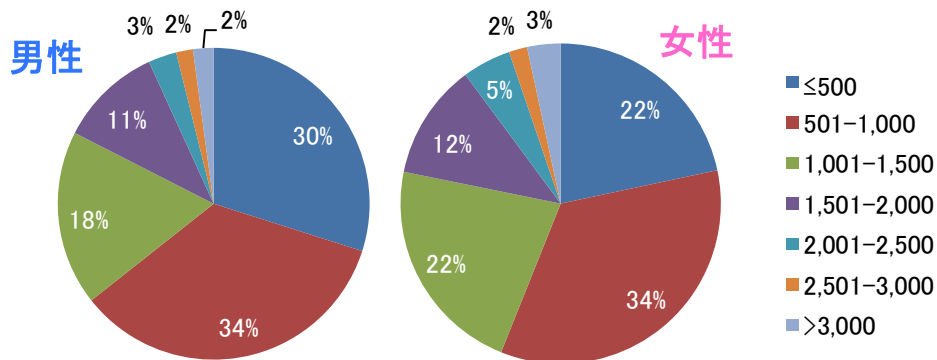
毎月ファッションにいくら使っていますか？

2-1-1 【アンケート】毎月平均のファッションへの消費は？(単位:元)



ファッション消費にける金額は毎月「501元～1,000元」という価格帯が最も多い。

男女比をしてみると、「501～1,000元」の層は男性の比率が高いが、「2,001元」以上の高額消費になると、逆転し女性が多い。



2-1-2 【アンケート】性別ごとの毎月平均のファッション消費(単位:元)

2-1-4 【アンケート】毎月平均のファッション消費の回答状況(数字は回答数)

月平均支出 (元)	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
≤500	33	57	72	53	46	61	43
501-1,000	63	80	67	74	65	57	76
1,001-1,500	49	38	30	37	53	37	36
1,501-2,000	37	14	19	18	25	25	18
2,001-2,500	11	7	5	10	4	6	11
2,501-3,000	5	3	3	2	3	5	4
>3,000	2	1	4	6	4	9	12

どの都市でも、毎月のファッション消費としては「501元～1,000元」が一般的。ただし上海と杭州の「1,001元～1,500元」の比率が高い点が注目される。上海は更に上の「1,501元～2,000元」の回答比率も高く、中間所得層の広がりとその購買意欲の高まりを感じさせられる。杭州は上海を下回るものの、ファッションへの消費は高め。今後の成長の可能性も高い。また、合肥の「3,000元以上」の回答者数が他都市に比べてずば抜けて多いことも注目に値する。

お宅の服装事情、聞かせてください

→自宅訪問においてもファッションの購入予算をヒアリングした。結果、「普段着る服」では上限を1,000元前後に設定しているケースが多かった。ただ、「特別な日の服装」については、軒並み1,000元を超え、杭州では7,000元という高額回答もあった。また、合肥では「特別な日の服はレンタルで」という回答があった。今後はこうした衣装レンタルといったサービスもニーズがあるのかもしれない。

2-2-1【自宅訪問】ファッションの購入予算は？

世帯タイプ	都市	普段の服装(元)	特別な日の服装(元)
標準家庭	上海	200-1,000	2,000-3,000
	南京	200-2,000	1,000-2,000
	杭州	400-1,500	4,000-7,000
	合肥	300-800	100-200(レンタル)

2-2-2【自宅訪問】家庭の服の割合は？

世帯タイプ	都市	夫	妻	子供
標準家庭	上海	20%	50%	30%
	南京	20%	60%	20%
	杭州	10%	30%	60%
	合肥	30%	40%	30%

←家庭内の服の量の割合を聞いた。女性(妻)の服が5割以上を占める家庭が多く、男性(夫)は比較的少ない量のような。

ただ、子供がいる場合は、やはり子供の服の量が増える傾向にある。特に杭州の家庭では、5歳の子供の服が家庭内の6割を占めているとの回答があった。

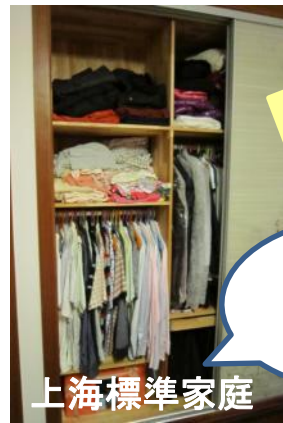
大事なシーンではレンタル利用



合肥標準家庭

クローゼット
拝見

約半数が
婦人服



上海標準家庭

婦人服は
6割



杭州標準家庭

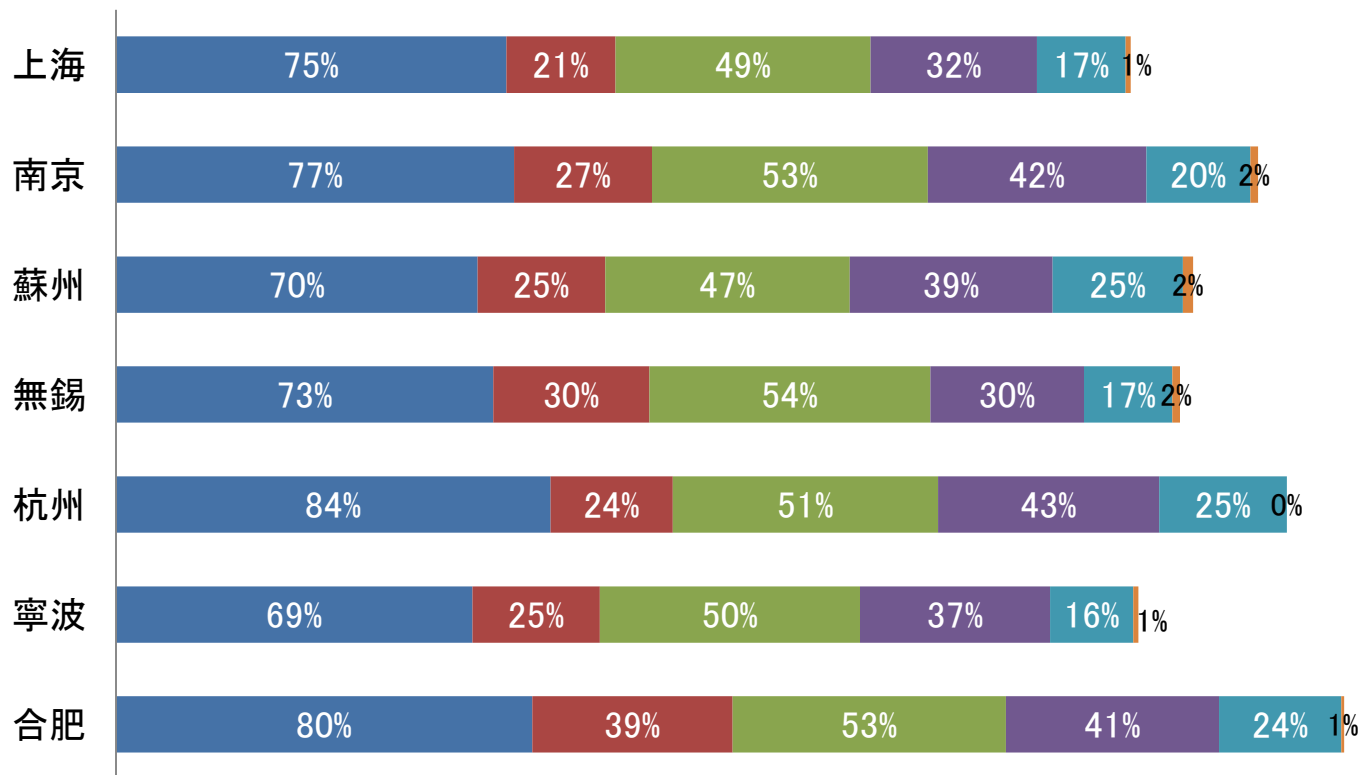


南京標準家庭

服をどこで買っているのか？

2-3 【アンケート】ファッション(服)は普段どこで購入していますか？(複数回答可)

■百貨店・ショッピングモール ■路面店 ■ネットショッピング ■服装市場 ■大型スーパー ■その他

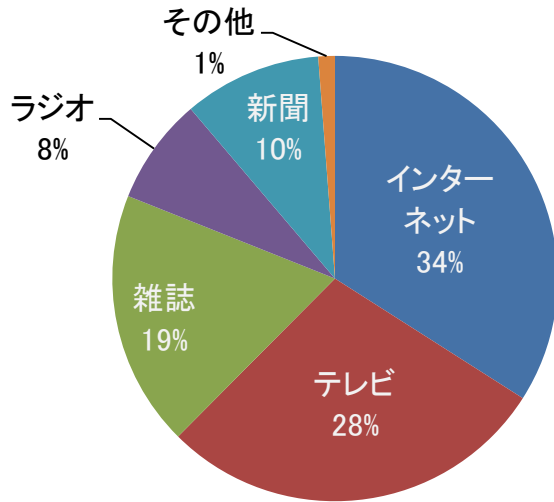


「ファッション(服)をどこで購入しているか」という問いに対する回答である。「百貨店・ショッピングモール」が最も多く、ついで「ネット」という結果となった。

中国ならではの回答が、3番目に多い「服装市場」である。これは服装の「卸売り市場」を指し、メーカーの工場などから流出した商品を販売していることも多い。市場価格の数分の一という、非常に安価で購入できることも多く、年齢を問わず、多くの人でにぎわっている。ただ、こうした場所では、日系ブランドのOEM商品やニセモノ、不良品なども販売されており、敬遠する消費者もいる。

ファッションに関する情報源は？

2-4-1【アンケート】ファッションの情報をどこから得ていますか？（複数回答可）



ファッション情報をどこから得ているか、という質問に対する回答である。各都市ともに「インターネット」との回答が多く、情報源としては第1位となっている。特に近年は、中国版ツイッター「微博」やSNSの普及によって、C to Cでの情報交換も加速していることが理由として考えられる。

ただ、伝統的メディアである「テレビ」や「雑誌」も依然として高い比率を占めており、インターネットを中心としながらも、テレビ、雑誌を合わせて情報収集を行っているという消費者の動向が見えてくる。

この例外が合肥市である。テレビ、雑誌が逆に上位を占め、さらにはラジオとの回答も多い。インターネットは4位となっている。年配者の多くがインターネットではなく、テレビから情報を得ていることは考えられるが、今回の調査サンプルは「20代・30代」と「40代・50代」が各都市同一になるように採取しており、年齢差だけでは説明できない地域性がある。理由は明らかではないが、習慣としてテレビからの情報を信用し、インターネット上の情報をあまり使用していない可能性も考えられる。

2-4-2【アンケート】ファッション情報源の都市別集計（複数回答可）

	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
テレビ	67.5%	58.5%	52.5%	55.5%	62.0%	53.0%	80.0%
インターネット	74.5%	80.0%	78.0%	82.5%	80.5%	79.5%	38.5%
雑誌	54.0%	35.0%	31.5%	33.5%	49.5%	36.5%	41.0%
ラジオ	15.0%	12.0%	9.5%	8.5%	8.5%	11.0%	52.5%
新聞	25.0%	21.0%	18.0%	19.0%	27.5%	17.5%	23.5%
その他	1.5%	3.0%	3.0%	4.0%	3.5%	3.0%	0.5%

ファッション購入で気にするポイントは？

2-5-1【アンケート】ファッション購入時のポイント(複数回答可)

順位	ポイント	回答比率
1位	価格	73.2%
2位	デザイン(カラー、模様、スタイル)	66.8%
3位	品質、材質	62.2%
4位	ブランド	52.2%
5位	流行・トレンド	44.6%
6位	口コミ	19.4%
7位	ブランド母国	11.3%
8位	生産国	6.4%
9位	その他	1.2%

2-5-2 グループインタビューでのファッション購入のポイント

	20代・30代	40代・50代
上海	デザイン/人気商品	スタイル/品質/価格
南京	デザイン/人気商品	スタイル/品質/価格
蘇州	デザイン/人気商品	デザイン/人気商品
無錫	デザイン/ブランド	品質/快適/ブランド
杭州	ブランド/スタイル	スタイル/ブランド
寧波	デザイン/人気商品	スタイル/ブランド
合肥	デザイン/ブランド	品質/快適さ/ブランド

左は各都市のアパレルファッション購入時のチェックポイントを聞いたもの。

最大の関心事はやはり「価格」、そして「デザイン」だが、3番目のポイントとして挙げられたのが「品質・材質」である。品質はもちろん、素材(例えばウール〇パーセントなど)や製法への関心も高い。

グループインタビューにおいても「材質」、「品質」を重視するという回答が、40代・50代を中心に挙げられた。背景には、一般的な製品の品質に対する不信感があるのではないかとと思われる。

またインターネットアンケート、グループインタビュー、自宅訪問、街頭チェック、いずれにおいても、20代・30代を中心に「ブランドではなくデザインで選ぶ」という声も多かった。

ブランドだけにこだわる時代は過ぎ、自分の好きなデザイン、自分に似合うかどうか、といった自分本位の服選びに、トレンドも変わってきているようだ。

若者の声の一例:南京市20代男性

ブランドじゃなく、自分に合ったものを選ぶようにしているよ。ただ一度、あるブランドが気に入ったら、そのブランドだけでトータルコーディネートしちゃうようなこともあるけどね。



注目の国別スタイルは?

2-6-1【アンケート】ファッション(服)購入時のポイント(複数回答可)

	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
ブランド母国	14.5%	10.0%	11.5%	11.5%	9.0%	13.5%	9.0%
生産国	8.0%	5.5%	8.0%	7.0%	3.5%	6.5%	6.5%

上の表は、前述の「アパレルファッション購入時のポイント」について聞いたアンケートで、「ブランド母国」と「生産国」と回答した比率である。

各都市で、約10%から15%の回答者が、「ブランド母国」を気にしている。近年は海外のファッション情報がインターネットを通じて手に入りやすくなっており、ファッションに敏感な若者層は、ブランドがどの国発のものか、海外のどの国でこういったアイテムが流行しているのかといった情報も収集しているようだ。

2-6-2【アンケート】注目している国のスタイルは?(複数回答可)

国別スタイル	上海	南京	蘇州	無錫	杭州	寧波	合肥
中国	144	145	167	155	163	153	160
ヨーロッパ	97	81	67	79	84	77	57
アメリカ	79	58	41	58	73	58	50
日本	44	38	29	35	23	22	21
韓国	55	61	59	75	55	69	50
その他	2	1	0	1	3	2	2

グループインタビューにおいて各都市20代・30代の男性を中心に名前が挙がったのが「ブリティッシュスタイル」。特に近年は、チェック柄の服に太い黒縁のメガネを合わせるスタイルが流行している。



欧米嗜好の強い中国人消費者だが、ファッションにおいてもヨーロッパやアメリカのスタイルを好む消費者がで大多数を占める。「中国」とあるが、Metersbonwe(美特斯邦威)などの国内カジュアルブランドも、欧米のデザインを参考にしていることが多く、実際には回答者の大多数が欧米のファッションが好きな状況だろう。

それに次ぐ人気となっているのが、韓国や日本のファッションスタイルである。特に韓国のファッションブランドは、大都市を中心に、多くのブランドが進出しており、韓国ブームの影響もあり、幅広い消費者から認知されている。

欧米スタイル

女性

- ・スポーティ。(杭州・40代女性)
- ・大人向けのカジュアルは、やはり欧米スタイルがいい。(杭州・40代女性)
- ・シンプルで落ち着いたイメージがいい。(上海・30代女性)
- ・仕事着として着る。高級感もあり、スタイルがいい。体に合うので気軽に着ることができ、ゆったりとしている。日本、韓国系のスタイルは若者向けだったり、逆に堅苦しい感じがする。(上海・40代女性)
- ・正装、また種類が豊富。成熟している感じ。(蘇州・30代女性)

男性

- ・すっきりとしていて、風格がある。(寧波・30代男性)
- ・正装が好きなので。(合肥・50代男性)
- ・有名ブランドはすべて欧米系。(蘇州・50代男性)
- ・紳士を思わせるイメージ。(蘇州・30代男性)
- ・カッコいい、活力のある印象。(無錫・20代男性)

韓国スタイル

女性

- ・かわいらしいイメージで、自分のスタイルに合っているが、腰高なのがちょっと…。(合肥・20代女性)
- ・背の低い人が着るにはいい。流行の最先端。見ている心地よい。(合肥・40代女性)
- ・女性らしいデザインが多く、また素材もいい。(杭州・30代女性)
- ・女性らしさ、体へのフィット感、カジュアル、色が華やか。(杭州・40代女性)
- ・太り気味なので、ゆったりした韓国系がいい。(上海・30代女性)
- ・自分に合っている。韓国ドラマなどを見て興味を持った。(蘇州・40代女性)
- ・若々しく、個性的。(蘇州・30代女性)

男性

- ・韓国流はカッコいい。(寧波・40代男性)
- ・細身に見える。(寧波・30代男性)

日本スタイル

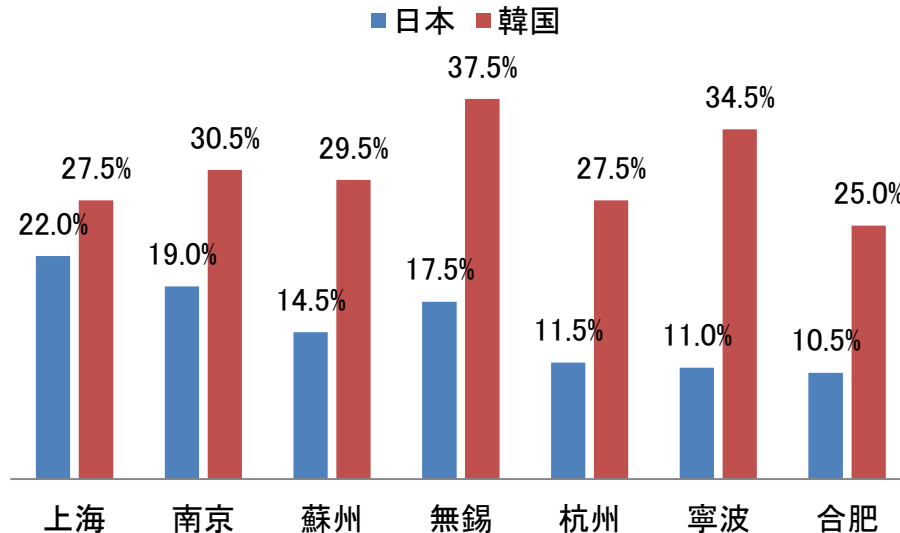
- ・可愛い服が多いので、若い気持ちでいられる。(上海・40代女性)
- ・きちんとしていて文化的。(上海・40代女性)
- ・きちんとした正装がいい。(蘇州・40代女性)
- ・ユニセックス、知的。(無錫・30代女性)

※男性からは、あまり日本スタイルのファッションについてコメントを得られなかった。

ジャパニーズファッションの勝算は？

中国のファッション市場において人気を集めているのが、「韓国スタイル」である。多くの日系ファッションブランドも、中国市場においては韓国ブランドをライバルとして位置づけ、その動向に注目している。

2-7【アンケート】各都市で「日本スタイル」と「韓国スタイル」を参考に行っている消費者の割合



←左のグラフは前出の、中国の消費者がファッションの参考に行っている国として、「日本」と「韓国」との回答を抜粋したものである。

これを見ると、日本スタイルのファッションは上海では健闘しているものの、その他の都市では韓国に大きく水をあけられているのが分かる。特に地方都市では、その差は非常に大きい。

この差の背景として、嗜好的な違いが挙げられる。中国の消費者からは「日本のファッションはコーディネートが難しい」と声が多数挙がった。色々な服やデザインを組み合わせ楽しむスタイルが多い「日本流のファッション」や、商品のカラーやデザインが柔らかなイメージのアイテムが多いことなどに、中国の消費者が慣れていないことも考えられる。この点は、華やかな韓国系やきっちりとしたフォーマルなものが多い欧米系のファッションと差別化するポイントにもなりえるのだが、中国では「華やかさ」や「派手なもの」が好まれる傾向がまだあるようだ。

実際に、中国で人気のZARAやONLY、メンズではJack & Jonesといった欧米系のブランドは、他のものと合わせなくても、そのアイテムを着るだけで目立ち、見栄えがするようなものが多い。

日本のブランドの多くは、それぞれのブランドでスタイルや世界観があり、幅広いラインナップがあるが、中国の消費者には、まだうまく訴求されていないのかもしれない。

ジャパニーズファッションを選ぶ人々

2-8【アンケート】各都市で「日本ファッション」に注目している回答者の世代別回答数(単位:人)

	20代	30代	40代	50代
上海	30.0%	10.0%	26.9%	12.1%
南京	26.7%	12.7%	21.1%	16.3%
蘇州	15.4%	11.4%	20.7%	7.1%
無錫	26.7%	10.9%	15.8%	18.6%
杭州	17.4%	1.9%	14.5%	13.2%
寧波	10.0%	7.7%	16.2%	6.1%
合肥	8.2%	5.6%	16.4%	8.3%



では、「日本のファッション」に注目している消費者はどういった層なのか。年齢別の分析が上記表である。これを見ると、やはり若い20代の注目が高い。

しかし、同時に40代で「日本」を選択した消費者も多い。特に地方に行くほど、若い層が減り(おそらくは韓国系に流れていると思われる)、年配層が増えてくる。これにはいくつかの理由が考えられる。

一つは所得。40代はどの都市でも、企業の管理者層が多く、経済的な余裕があるため、比較的値段の高い日本ブランドを購入することが出来ると考えられる。

さらには、40代は、1964年から1973年に生まれた世代であり、親日の消費者が比較的多いのではないかと考えられる。日中国交正常化が1972年、日中友好条約の締結が1978年であり、彼らが物心ついた時期はちょうど日本製品の中国進出が始まったタイミングで、10代~20代を過ごした1980年代には中央電視台(CCTV)で放送された『燃えろアタック(中国名:排球女将、1982年に放送)』や『おしん(中国名:阿信的故事、1985年に放送)』が大ヒットし、こうした番組をリアルタイムで見て、より身近に日本を感じてきた世代ともいえる。

この年代に比べると、現在の30代は、日本だけでなく、数多くの国のブランドに接してきた世代であるために、それぞれの好みに合わせて多様な選択をしているのではと思われる。

街頭ファッションチェック 上海篇

撮影日時:2013年3月9日
撮影場所:上海市静安寺
人民公園・淮海中路
徐家匯



持ち物チェック～上海篇～



バッグはFIONの
紐閉じタイプ

Profile
年齢: 37歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 30,000元
職業: 銀行員

スマホ1台はサムスン
のギャラクシー

バッグとキーケースは
「Coach」のセット

スマホはiPhone
やはり人気

Profile
年齢: 43歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 27,000元
職業: 教員

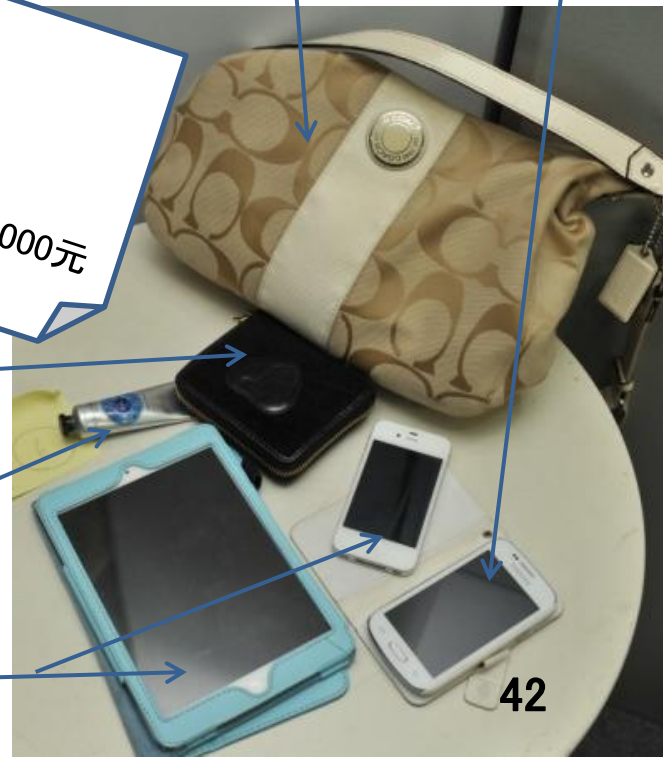
ランコム化粧品は
すべて香港で購入

Juicyの財布はご主人
からのプレゼント

L'OCCITANEのハンド
クリームでお肌をケア

スタイリッシュな財布
はFollieFollie

スマホとタブレット端末は
人気のアップル社製



街頭ファッションチェック 南京篇



持ち物チェック～南京篇～



化粧品ポーチの中には
資生堂とMaxfactorの
ファンデーション(いず
れも100元程度)

携帯電話は国内ブラン
ドOPPO(約2,000元)
大型家電量販店の蘇
寧電器で購入

Profile
年齢: 31歳
性別: 女性
婚姻: 独身
世帯月收入: 8,000元
職業: 会社員

財布はMIUMIUだが、
価格は「覚えていな
い」とのこと

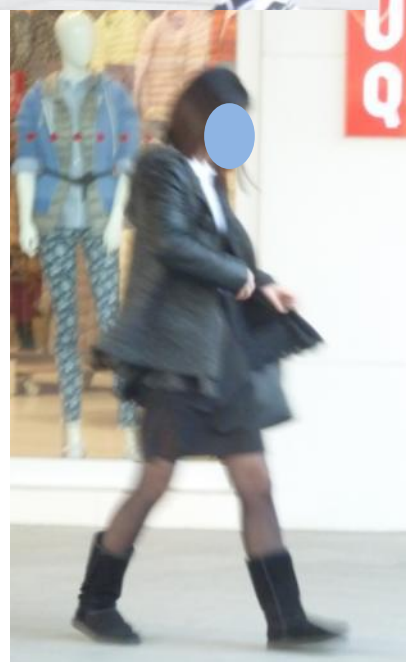
スマホは韓国ブランド
のサムスン

Profile
年齢: 41歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 12,000元
職業: 企業管理職



街頭ファッションチェック 蘇州篇

撮影日: 2013年1月15日
撮影場所: 蘇州市園区



持ち物チェック～蘇州篇～



ゴージャスなバッグは
BeLLE

化粧品は口紅、ファン
デーションにアイクリー
ム、いずれもOLAY

Profile
年齢: 42歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 12000元
職業: 会社員

携帯電話はサムスン

Profile
年齢: 22歳
性別: 男性
婚姻: 独身
世帯月收入: 12,000元
職業: 会社員

バッグと財布はイギリ
スブランドのNovéli、大
型スーパーの大潤発
での購入

サムスンのスマホは
ネット通販で購入



街頭ファッションチェック 無錫篇

撮影月日: 2013年1月13日
撮影場所: 無錫市崇安寺



持ち物チェック～無錫篇～



化粧品はMaxfactor、韓国系ブランドのVOV、資生堂、フランスブランドのBourjoisなど多くは台湾で購入

スマホはiPhoneとHTC

Profile
年齢: 23歳
性別: 女性
婚姻: 独身
世帯月收入: 15,000元
職業: 会社員

財布のAnnaSuiは化粧品ブランドとしても人気

Profile
年齢: 34歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 9,000元
職業: 会社員

琥珀翠、E-ZUP、OHUI、BOBBIの化粧品

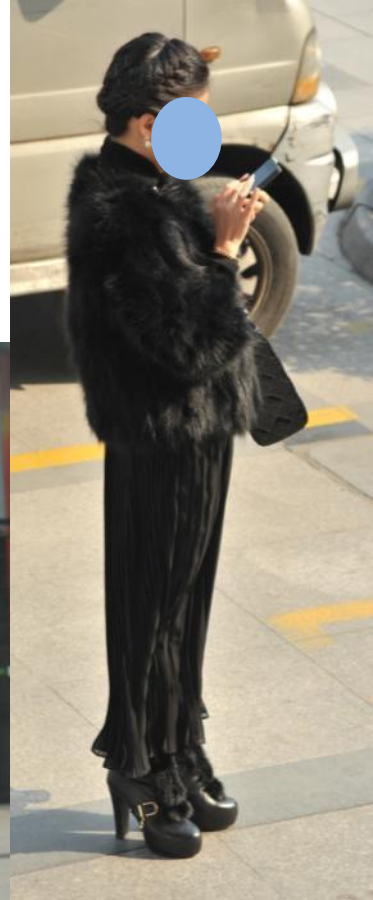
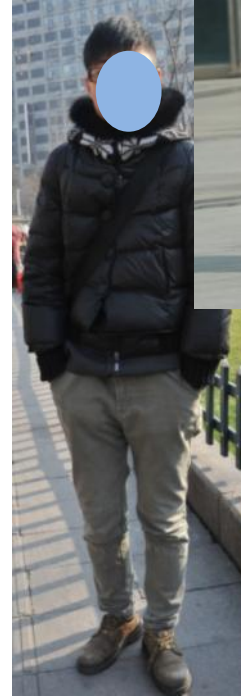
Nokiaの携帯電話
中国での人気は根強いブランド



街頭ファッションチェック 杭州篇

撮影日時: 2013年1月18日

撮影場所: 杭州市武林商圈内



持ち物チェック～杭州篇～



イタリアのブランド
TCLASSEのバッグ

財布はME&CITY
若者に人気のメンズ、
レディースそろった総合
ブランド

Profile
年齢: 27歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 20,000元
職業: 銀行員

携帯電話はHTCのスマートフォン

レザーのバッグは
Robert George(?)
常州で購入

Profile
年齢: 53歳
性別: 男性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 8,000元
職業: 企業管理職

Nokiaの携帯電話は家電
量販店・国美で購入

財布は友人が運営して
いるサイトで購入
ブランドは七匹狼



街頭ファッションチェック 寧波篇

撮影日時: 2013年1月20日
撮影場所: 寧波市天一広場



持ち物チェック～寧波篇～



韓国の人気キャラクターPuccaのバッグは300円で購入

メンソレータムのリップクリームと中国のスキンケアブランドlimiの乳液とハンドクリーム

Profile
年齢: 50歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 15,000元
職業: 会社経営者

Profile
年齢: 30歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 10,000元
職業: 会社員

携帯電話はiPhone

バッグはトップブランドGUCCI

iPhoneは幅広い年齢層に受け入れられている



街頭ファッションチェック 合肥篇

撮影日時:2013年1月25日
撮影場所:合肥市四牌楼步行街



持ち物チェック～合肥篇～



韓国ブランド・週末陽光のバッグ

携帯電話は国内大手のLenovo

Profile
年齢: 31歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 15,000元
職業: 企業管理職

財布やキーケースは、いずれも国内ブランド・紅蜻蜒

バッグはスタイリッシュなデザインが人気の国内ブランド・SEDY

Nokiaの携帯電話はリーズナブルさが人気

財布はファッションブルなAnna Sui

Profile
年齢: 51歳
性別: 女性
婚姻: 既婚
世帯月收入: 15,000元
職業: 企業管理職



個性的なファッションの登場—男性ファッションはこれから



杭州

上海

寧波

本調査の街頭ファッションチェックでは、時折極めて個性的で、なかには「奇抜」とも思えるファッションに身を固めた若者を見かけた。中国の消費者のファッションも、「ブランド崇拜」や雑誌やネット上のコーディネートそのまま「真似る」段階から、徐々に変化し、「ファッションで個性を表現したい」という層が増えつつあるのかもしれない。

ただし、こうしたファッションは、上海や杭州、寧波においては多数見られたが、蘇州や無錫においては非常に少なく、また合肥においてはほとんど見られなかった。

これはもちろん個性的なファッションを購入するだけの経済的な余裕ももちろんだが、各都市の保守性も影響していると思われる。

こうした個性的なファッションは女性には多くみられたが、男性では少なかった。女性は総じてファッションに敏感だが、個性的なファッションの女性と比較すると、男性のファッションセンスはどうしても垢抜けないイメージがある。上海では、自分流のスタイルのファッションをする若者も増えてはいるが、地方都市ではTシャツ(セーター)にジーンズ、ジャケットといった、きわめてシンプルでクセのないカジュアルなスタイルの男性が多い。

これは、中国においてメンズファッションの情報ソースが少なく、参考となるコーディネートを目にする機会が少ないことも一因と思われる。ただ、同時にこの「メンズファッション」は、未開の市場であり、潜在性のある分野として、多くのアパレルブランドから注目を集めている。

Copyright (C) 2013JETRO. All right reserved



合肥

上海