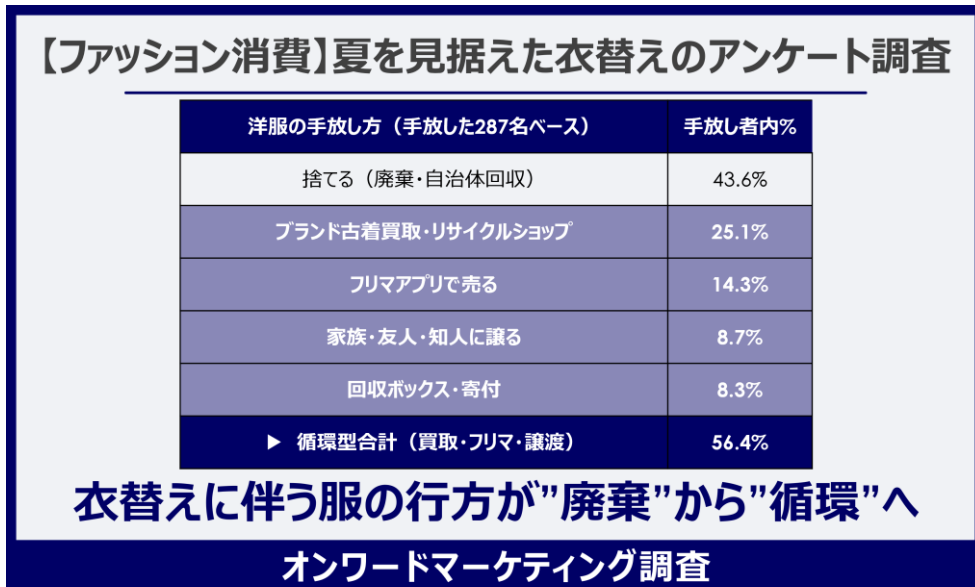




## 衣替えで手放された服の行く先は、廃棄よりも循環が上回る ～オンワードが「【ファッション消費】夏を見据えた衣替えのアンケート調査」を実施～

株式会社オンワード樺山（本社：東京都中央区 代表取締役社長：保元 道宣）のマーケティンググループは、全国の20代～70代の男女418名を対象に「【ファッション消費】夏を見据えた衣替えのアンケート調査」を実施しました。本調査では、5月の購買意向を明らかにするとともに、その背景となる春から初夏にかけての衣替え実態や購買行動を定量化しました。



### Marketing Lab. 調査

#### ■「【ファッション消費】夏を見据えた衣替えのアンケート調査」結果まとめ

- 衣替えに伴う服の手放し方としては、捨てる（廃棄・自治体回収）（43.6%）を循環型合計（買取・フリマ・譲渡）（56.4%）が上回り、「廃棄から循環」へのサステナブルな消費行動への移行が顕著に見受けられます。
- 5月の購買意向は65.5%と高水準で、初夏にかけてファッション消費モチベーションが持続していることが示された。
- 4月の夏物先取り需要が顕著。体感に関わらず高い購買率で、「とても暑かった」と感じた層の購買率が85.4%と突出。購入カテゴリーは「カットソー・Tシャツ（41.4%）」「シャツ・ブラウス（34.2%）」が上位を占め、体感温度に関わらず4月時点で夏を見据えたトップスへの需要が集中しました。
- 4月の購買動機は「気候・新生活・気分転換」と多様化。全体の約7割（67.7%）がスタイル変化の意識を持ち、実際に「新しい自分を見せたい」「印象を変えたい」とファッションを変えた人は約半数（48.6%）に達しました。

TOPIC① 衣替えに伴う服の手放し方としては、捨てる（43.6%）を循環型合計（56.4%）が上回り、「廃棄から循環」への服の消費が見受けられる。

4月に衣替えをしたか？	割合
すでに済んだ（4月中旬以前）	17.0%
今まさに行っている（4月中～下旬）	31.8%
5月以降にする予定	35.2%
<b>▶ 衣替えを行う（合計）</b>	<b>84.0%</b>
変えようと思ったが、まだ行動できていない	11.7%
変えるつもりはない・必要を感じない	4.3%

衣替えのタイミングで洋服を手放したか	購入者内%
はい	75.5%
いいえ	24.5%

洋服の手放し方（手放した287名ベース）	手放し者内%
捨てる（廃棄・自治体回収）	43.6%
ブランド古着買取・リサイクルショップ <sup>o</sup>	25.1%
フリマアプリで売る	14.3%
家族・友人・知人に譲る	8.7%
回収ボックス・寄付	8.3%
<b>▶ 循環型合計（買取・フリマ・譲渡）</b>	<b>56.4%</b>

5月に夏を見据えた準備ともいえる衣替え実態を調査したところ、4月中に衣替えを実施した人（48.8%）と「5月以降にする予定（35.2%）」を加えると、84.0%が衣替えを行うことが明らかになりました。

また、衣替えをした人のうち、75.5%が洋服を手放しています。手放し方の1位は「捨てる（廃棄・自治体回収）43.6%」ですが、「ブランド古着買取・リサイクルショップ（25.1%）」や「フリマアプリで売る（14.3%）」などを合わせた循環型の手放し方が56.4%に達しました。衣替えという行動を起点に、服の消費が廃棄から循環へ移行した実態が業界に示されました。

TOPIC② 5月のファッション購買意向は65.6% 初夏に向けたファッション消費モチベーションが持続

5月のファッション購買意向	割合
とても購入したい気持ちがある	22.7%
やや購入したい気持ちがある	42.8%
<b>▶ 購入意向あり (合計)</b>	<b>65.5%</b>
どちらともいえない	21.6%
あまり・全く購入したいと思わない	12.9%

「5月のファッション商品への購入意向はありますか？」という設問では、「とても購入したい気持ちがある（22.7%）」「やや購入したい気持ちがある（42.8%）」を合わせると**65.5%**が5月も購入意向を持っていることが明らかになりました。

【参考】4月のファッション消費実態

5月の高いモチベーションの背景には、4月の気温上昇や新生活による購買の活性化がありました。

TOPIC③ 4月の気候と購買：5割超が「暑かった」と感じ、夏を見据えた需要が牽引

4月の体感気温	回答割合	購買率
とても暑かった	11.5%	85.4%
やや暑かった	<b>40.2%</b>	63.7%
丁度よかった	33.7%	51.8%
やや寒かった	13.4%	73.2%
とても寒かった	1.2%	20.0%
<b>全体</b>	<b>100%</b>	<b>62.9%</b>

4月の購入カテゴリー ※複数回答可	購入者内%	全体%
カットソー・Tシャツ	41.4%	26.1%
シャツ・ブラウス	<b>34.2%</b>	21.5%
パンツ	30.4%	19.1%
スウェット・パーカ	29.3%	18.4%
ニット・カーディガン	19.8%	12.4%

「4月の気候・気温についてどのように感じましたか？」という設問では、51.7%が例年より暑かったと回答しました。気候体感と購買行動のクロス分析では、「とても暑かった」と感じた層の購買率が85.4%と突出して高くなりました。また、気候・季節の変化を感じて新たにファッションアイテムを購入した人（62.9%）の購入カテゴリーは、1位「カットソー・Tシャツ（41.4%）」、2位「シャツ・ブラウス（34.2%）」と、夏を見据えた軽い素材のトップスへ需要が集中しました。

#### TOPIC④ 4月は購買動機が多様化する月「気候・新生活・気分転換」が同時に作用

新しい自分を見せたい・印象を変えたい気持ちでファッションを変えましたか？	割合
変えた（気候・季節の変わり目がきっかけ）	26.6%
変えた（気分転換として）	14.1%
変えた（環境の変化・新生活がきっかけ）	7.9%
<b>▶ 変えた（合計）</b>	<b>48.6%</b>
変えようと思ったが、まだ行動できていない	19.1%
変えるつもりはない・必要を感じない	32.3%

「新しい自分を見せたい・印象を変えたい気持ちでファッションを変えましたか？」という設問では、変えた人が48.6%に達し、「変えようと思ったが、まだ行動できていない」(19.1%)を加えると67.7%がスタイル変化の意識を持っていました。

以上の調査結果から、春から初夏へのファッション消費モチベーションは5月も高く持続することが明らかになりました。また衣替えを通じた服の循環化という新たなライフスタイルの広がりも確認されました。当社では、今回得られた生活者のリアルな声を商品・サービス開発に活かし、引き続きお客さまに寄り添うファッション提案を行ってまいります。

#### ■アンケート調査 概要

調査主体：オンワード樫山 マーケティンググループ

調査方法：インターネットアンケート

調査システム：knowns

調査対象：全国の20代から70代の男女418名

調査期間：2026年5月7日（木）

過去のマーケティング調査はこちら：<https://crosset.onward.co.jp/cc/307846>

## ■株式会社オンワード樫山 概要

オンワードグループの中核を担うアパレル事業会社として、紳士服・婦人服・子供服などの企画・製造・販売を通じて、生活者の多様なライフスタイルに寄り添う価値を提供しています。長年培ってきたモノづくりの知見とブランド力を強みに、幅広い事業を展開しています。

代表者：代表取締役社長 保元 道宣

本社：〒103-8239 東京都中央区日本橋3丁目10番5号オンワードパークビルディング

事業内容：紳士服、婦人服、子供服、身の廻り品などの企画・製造・販売

URL：<https://www.onward.co.jp/>