

古着の流行のメカニズムに関する研究

1240424 北川 司

指導教員 林 一夫

研究背景

2019 年に流行したコロナウイルスの影響で日本だけでなく世界的に景気が落ち込んだ。その影響で2020年にアパレル産業全体の売上が落ち、市場規模が27%も縮小した。しかし、古着業界だけはコロナ禍の影響を受けずに市場規模を拡大させ、古着はブームを形成した。

研究目的

古着流行の要因を外部環境やファッショントレンド、競合との関係等の側面から調査し、古着ブームのメカニズムを解明する。

研究方法

本研究は、まず初めに古着の市場規模の拡大を確認するために、古着の輸入推移を用いて、古着の流行時期を特定する。その後、古着の流行要因を、アパレル市場の需給バランスの観点から検討し、次に外部環境として景気や古着市場の側面、さらにファッションの流行周期、および古着の競合との優位性の観点で分析し、それらの結果から古着の流行のメカニズムを解明する。

分析結果

古着の輸入推移から、1995 年、2005 年、2022 年に古着ブームが存在することが明らかになった。これらのブームの要因として、外部環境と流行周期が挙げられる。そこで外部環境として景気と古着需要の関係性を分析した結果、景気が上昇傾向にある時期に古着ブームは起こり、景気と古着の需要が連動していることが明らかとなった。しかし、景気が上昇傾向にありながら古着ブームに至らなかった時期が存在したことから、ファッションの流行周期の観点で分析した。その結果、一定のファッショントレンドの時期で古着ブームが起こっていることが明らかになった。また、現在の古着ブームでは競合するファストファッションが台頭したが環境の側面で優位に立つことでブームが形成された。

考察・結論

現在古着ブームが起こっているが、古着ブームにも限界があると考ええる。その要因として、ファストファッション業界による環境意識の向上によるリサイクル製品の販売や、EC サイト拡大による新品衣服の多様化によって、古着の多様性や環境優位性といった特徴が弱まることが考えられる。その結果、古着需要は今後も伸長が期待できるものの、その成長は限定的なものになる可能性がある。