

2017年12月

アパレル業界の将来性とイーコマースのこれから

経営学部 経営学科 山崎ゼミ

B4R11081 佐々木 惇

【卒業論文概要】

近年の日本アパレル業界は売上状況に関し年々低下している。筆者がアルバイトとして勤務しているニューバランスジャパンの来店客数も、昨年度比で減少している。このようなアパレル業界の状況を踏まえ、本研究は2つの目的を設定した。先ずアパレル業界の購入媒体の変化について着目し、アパレル業界では顧客がどのように衣服を購入しているか、いわゆる購入方法の実態を知ることが第一目的とした。次に衣服に関しての捉え方と価値観について、一般消費者とアパレル業界の社員により違いがあるかどうかを第二目的とした。具体的な調査項目は3つある。(1)衣服の購入は店頭か、あるいはインターネットによる購入か。(2)それぞれ購入方法についての理由はどのような内容か。(3)学生と社会人による、衣服に使用する金額の違いはあるのか。本研究の調査方法は、アンケート及びインタビュー形式によりデータ収集を実施した。調査期間は10月の下旬から11月の中旬までの3週間である。調査対象は本学の学生が108名、ニューバランスジャパンを含めたアパレル業界に勤めている社会人が85名、合計193名である。調査結果は次のようになった。調査項目(1)について、インターネットでの購入者が圧倒的に多いという結果が示された。調査項目(2)について、インターネット購入の場合、店頭に直接出向くよりも気軽に購入することができるという意見が多かった。調査項目(3)について、学生の方が社会人よりも、衣服に使用する金額は少ないという結果が示された。このアンケート調査から、衣服の購入媒体は変化しており、現在のIT時代が反映されていると考えられる。そこで、アパレル業界において店頭購入を増加させるためには、イーコマースとの共存を念頭に置き、双方の業界が協力し新たなサービス展開をしていくことが必要だと思われる。従って、今後の課題として、アパレル業界とイーコマースのお互いの長所を活用した販売形態はどのようなものかを探究することである。