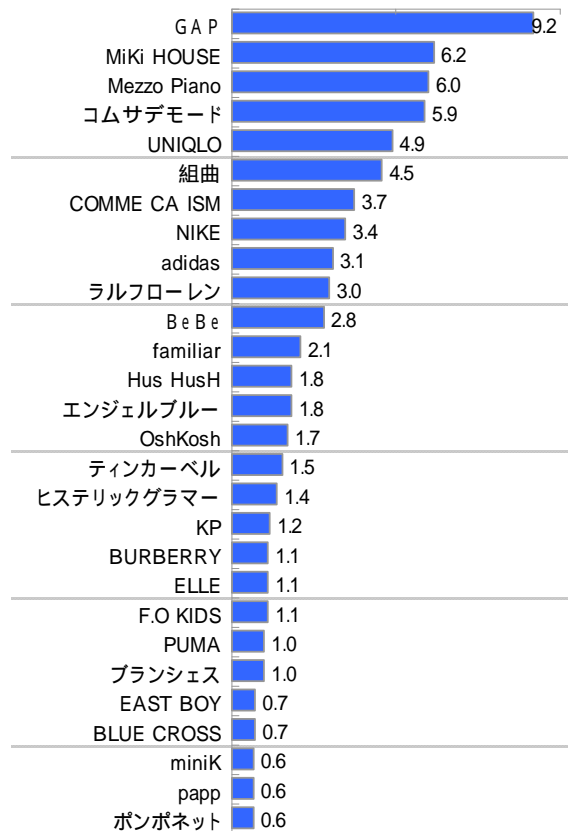


## 好きなブランドと普段よく買うブランド(全体)

### 【1番好きな子供服のブランド】

普段買っているかどうかは問わず、あなたが1番好きな子供服のブランドをお聞かせください(1つだけ)。

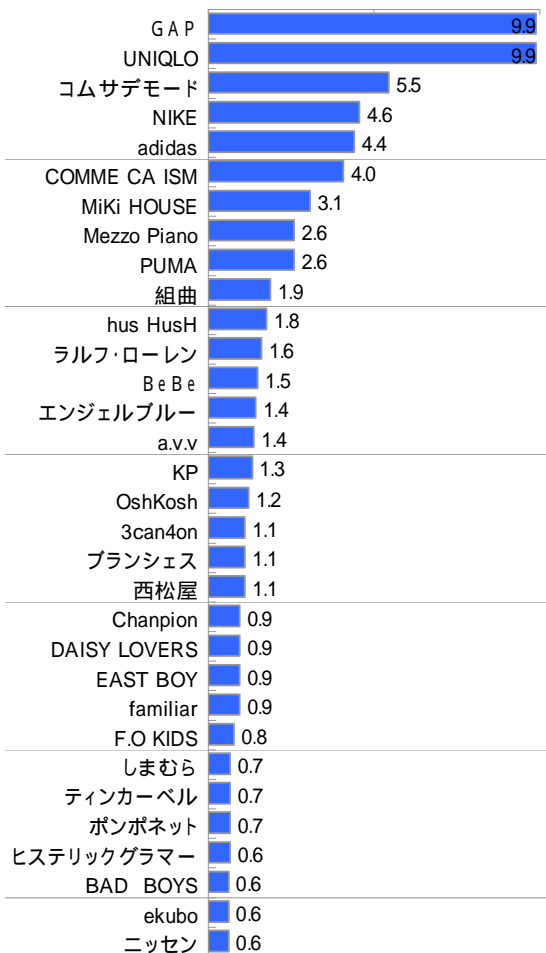
全体 (n=1103)



### 【普段よく買う子供服のブランド】

次に、実際に普段よく買う子供服のブランドをお聞かせください。(最大3つまで)

全体 (n=2052)



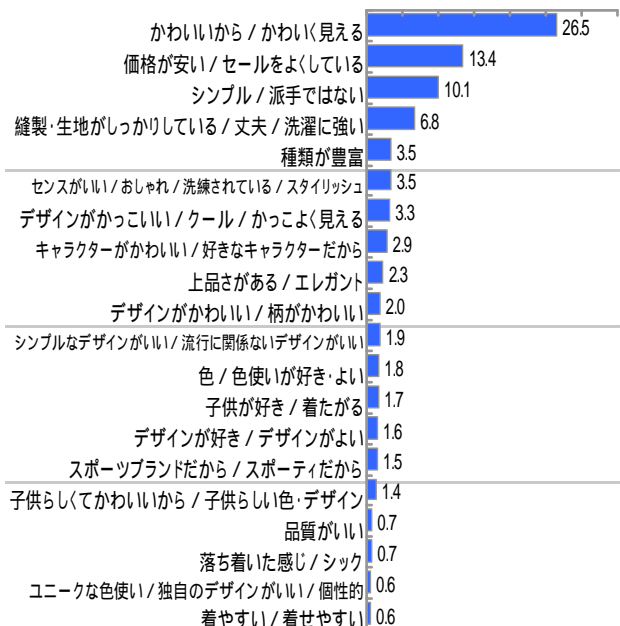
「好きなブランド」TOP5のうち、「MiKi HOUSE」、「Mezzo Piano」は、「普段よく買うブランド」では、それぞれ7位、8位にランクダウンしている。「普段よく買うブランド」では「NIKE」、「adidas」がTOP5入りしているので、ちょうど入れ替わった形である。

以下省略

## そのブランドを好きな理由と買う理由(全体)

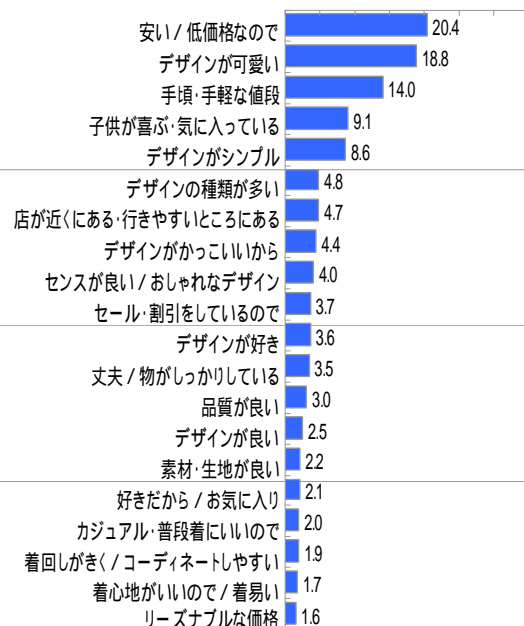
### 【そのブランドが好きな理由】

全体(n=1103)



### 【そのブランドを買う理由】

全体(n=2052)

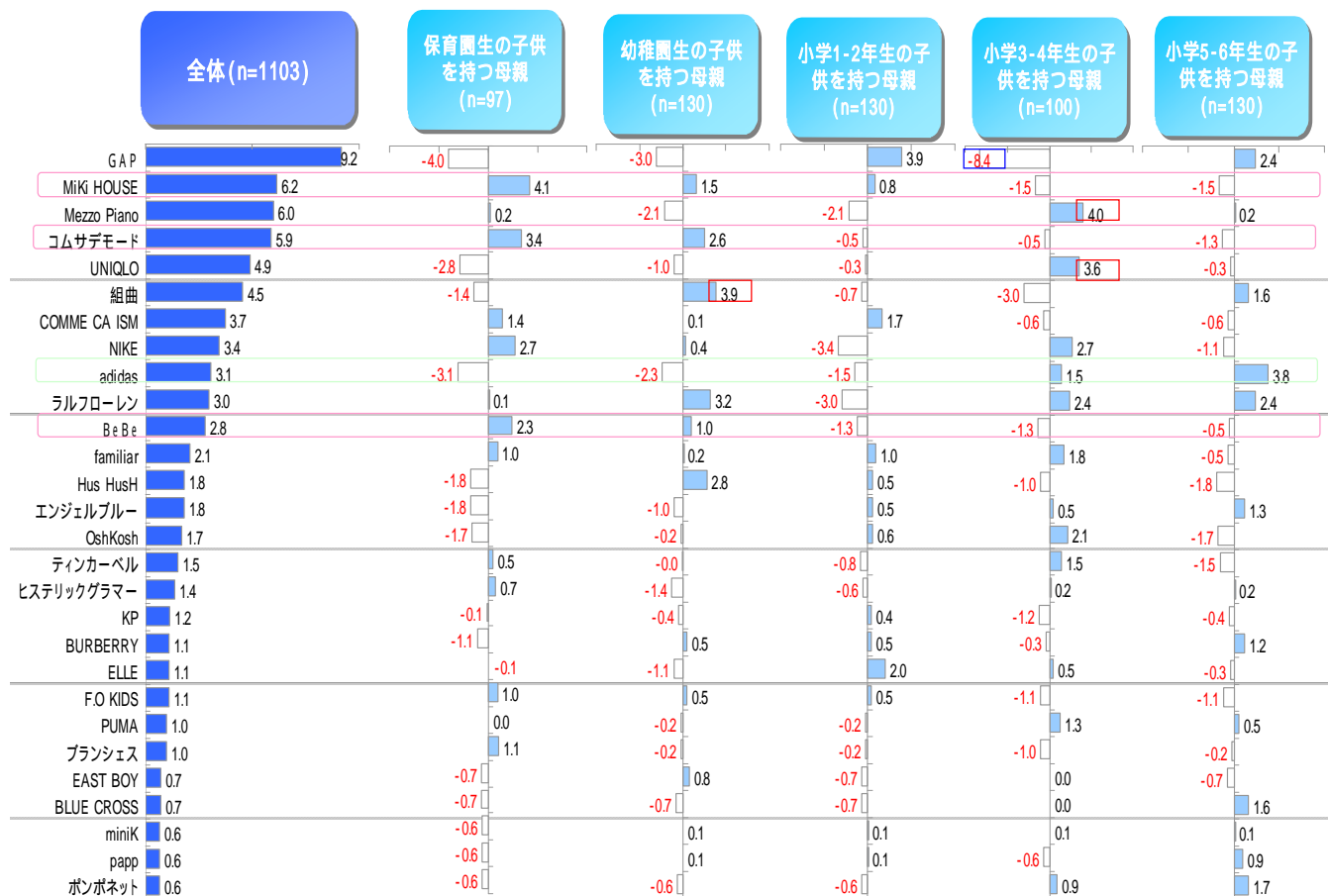


選好理由では、「かわいいから / かわいく見える」が圧倒的に多く、約4人1人がそう回答している。一方購買理由では、「安い / 低価格なので」、「デザインがかわいい」がそれぞれ2割前後で、約5人に1人がそう答えている（「手頃・手軽な値段」など他の価格要因を含めると、約5人に2人が価格を重視している）。かわいさは重要だが、実際買うときには価格が重要である様子がうかがえる。

以下省略

## 選好度: 学齢別 (抜粋)

Q 普段買っているかどうかは問わず、あなたが1番好きな子供服のブランドをお聞かせください(1つだけ)。



各属性の数値の見方(「保育園生の子供を持つ母親」の場合)  
 全体の数値との差を示す。例えば、「GAP」の項目の場合、「保育園生の子供を持つ母親」は  
 全体数値9.2%よりも4.0%低い。すなわち9.2 - 4.0 = 5.2%であるということ

学齢層が高い子供が含まれるほど、「adidas」は他の属性に比べて選好度が高まり、逆に学齢層が低い子供が含まれるほど、「MiKi HOUSE」、「コムサデモード」、「BeBe」の選好度が他の属性に比べて高まる傾向にある。中でも、「adidas」は小学3-4年生以上の子供がいるかどうか、「MiKi HOUSE」は小学1-2年生以下の子供がいるかどうか、「コムサデモード」と「BeBe」は、幼稚園生以下の子供がいるかどうか、というのが境界となっているようである(全体の数値に比べてプラスかマイナスかで判断)。

以下省略