

FASHION
WELLNESS
PROJECT

WHITE PAPER

airCloset

Fashion Wellness Project

脳科学者である東北大学・瀧教授と共同で、
ファッションを楽しむことを通じた心や気持ちの変化を
研究するプロジェクト

調査概要

ファッションが心の健康状態にポジティブな変化をもたらし、
日常がより豊かになっていく効果があることを、
月額制ファッションレンタルサービス『airCloset (エアークローゼット)』の体験を通して調査し、科学的に実証する

調査結果の概要

POINT
1

ファッションの力で
自分へのポジティブな感情と
幸福度を高める効果がみられた

POINT
2

ファッションの力で
生活満足度を
高める効果がみられた

POINT
3

人間関係や
身の回りの環境に対する効果は
科学的に認められなかった

airClosetというファッションサービスの利用は「自分に対するポジティブな評価」や「ありのままの自分を受け入れる気持ち」、「自分が感じる幸福感」、「自分が感じる生活の満足度」を高めるという効果が認められました。つまり、ファッションを意識した生活を送ることで、自分に対するポジティブな感情やイメージ、生活への満足感、幸福感が生まれると考えられます。

一方、周囲の人々との関わりや自分が置かれた環境に対する効果は、今回の調査では実証されませんでした。

まとめ

airClosetのサービスは、単にお洋服をレンタルするだけではなく、サブスクリプション形式のパーソナルスタイリングサービスとして「体験」をお届けすることで、お客様の生活を豊かにすることを目指しています。

日々お客様より寄せられる「ファッションは楽しい！」というお声に加えて、今回心理的ウェルビーイングや関連する心の健康に関する指標への効果が示されたことは、当社だけでなくアパレル業界全体が信じるファッションの力を確信に変えてくれる結果となりました。

今後もairCloset(エアークローゼット社)は、より多くの方へファッションとウェルネスをお届けいたします。

監修者コメント

今回の調査から、ファッションがウェルビーイングをはじめとする心の健康にポジティブな効果をもたらすことが明らかになりました。特に、ありのままの自分を受け入れる気持ちのような、自分自身の内側からの変化を感じやすいことが今回の結果に反映されています。ファッションは自己表現の一つの手段としてだけではなく、私たちの日常生活に彩りを与え、心の健康を高める力があると考えられます。ポストコロナの時代においても、ファッションの価値は変わらず大きいものであると言えます。

監修者プロフィール



瀧 靖之 医師 医学博士

東北大学スマート・エイジング学際重点研究センター センター長
東北大学加齢医学研究所 教授

東北大学加齢医学研究所及び東北メディカル・メガバンク機構で脳のMRI画像を用いたデータベースを作成し、脳の発達や加齢のメカニズムを明らかにする研究者として活躍。読影や解析をした脳MRIは、これまでのべ約16万人に上る。「脳の発達と加齢に関する脳画像研究」「睡眠と海馬の関係に関する研究」「肥満と脳萎縮の関係に関する研究」など多くの論文を発表している。さらに『NHKスペシャル』を始めとしたメディア出演や、「生涯健康脳」（ソレイユ出版）などの出版による発信も多数行っている。また、誰でも長生きすることのできる現代では、疾患の予防と心の充足感（ウェルビーイング）の両方が重要と捉え、日常生活の中で起こせる行動変容とその波及効果を研究している。

FASHION WELLNESS PROJECT

当社は創業当初より新しいファッションとのワクワクする出会い体験を提供したいと考え、
スタイリストがコーディネートしたお洋服をお届けする
月額制ファッションレンタルサービス『airCloset』を運営してきました。

サービス提供をしている中で、ファッションは自己表現など外見で楽しむだけのものではなく、
気分転換や気持ちを明るくすることができるものだとして強く感じています。
その効果を実証するべく、脳科学者である東北大学・瀧教授と共同で、
ファッションを楽しむことを通じた心や気持ちの変化を研究するプロジェクト
「Fashion Wellness Project」を始動しました。

ファッションによる心理的ウェルビーイングへの効果を科学的に実証することを目的とした調査

調査方法

調査方法：Webによるアンケート調査

調査対象：『airCloset』月額会員様および無料会員様（※1）

調査期間：2022年10月～2024年9月

月額会員様と無料会員様の両者に対して、登録後1ヶ月以内の1回目と登録から3ヶ月経過後の2回のタイミングでそれぞれアンケートを配信し、回答の収集および分析を行いました。（※2）

アンケートでは、日々のファッションの活用に関する質問に加えて、心理的ウェルビーイングを測る指標「自己受容」「積極的な他者関係」「環境制御力」とその関連指標「自尊感情」「主観的幸福感」「生活満足度」についての回答を収集しました。

自己受容：心理的ウェルビーイング指標（西田, 2000）における「自己受容」を用いた。7項目、6件法で尋ね、得点範囲は1～6点である。

積極的な他者関係：心理的ウェルビーイング指標（西田, 2000）における「積極的な他者関係」を用いた。6項目、6件法で尋ね、得点範囲は1～6点である。

環境制御力：心理的ウェルビーイング指標（西田, 2000）における「環境制御力」を用いた。6項目、6件方法で尋ね、得点範囲は1～6点である。

自尊感情：内田・上埜 (2013)における「自尊感情」指標を用いた。を10項目、4件法で尋ね、得点範囲は10点～40点である。

生活満足度：西田（2000）における「生活満足度」を参考にした。1項目、4件法で尋ね、得点範囲は1～4点である。

主観的幸福感：西田(2000) における「主観的幸福感」を参考にした。1項目、4件法で尋ね、得点範囲は1～4点である。

※1 本調査の総協力者数は月額会員様3,053名、無料会員様3,460名の合計6,513名。

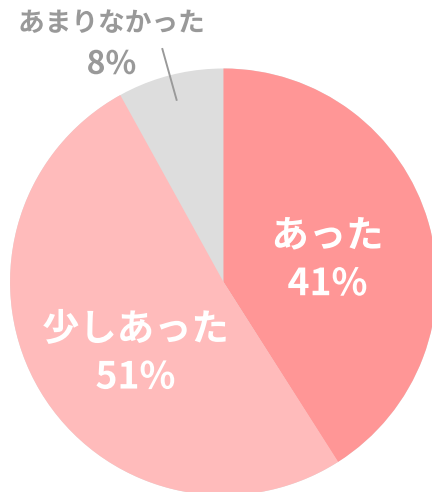
うち、本調査の分析対象としたのは、2回目までの全てのアンケートにご回答いただいた、月額会員様291名、無料会員様119名の合計410名。

※2 アンケートの配信から回答までの期間は回答者によって約3週間の幅がある。

サービス利用者様が感じる「ファッションの力」

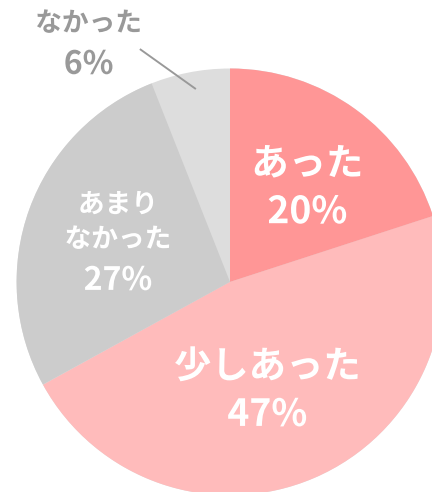
※月額会員様の2回目回答のみ

Q. 直近1ヶ月間で、好きなファッションを身につけることで、気持ちが明るくなった、自分がより好きになったと感じることはありましたか。



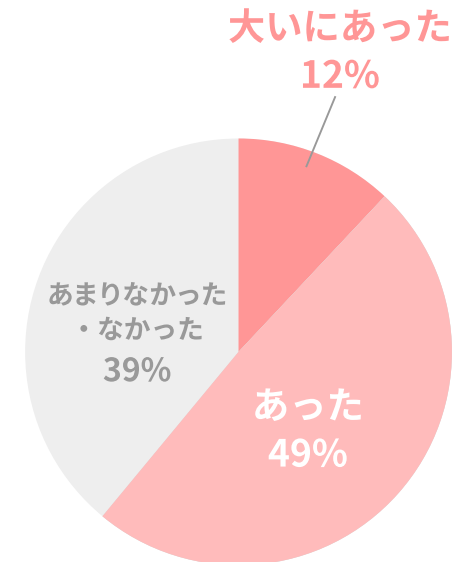
90%以上の方が、好きなファッションを身につけたことで気持ちが明るくなった、自分がより好きになったと回答しています。

Q. 最近1ヶ月間で、好きなファッションを身につけることで、人とのコミュニケーションが取りやすくなった、周囲から好感を得られるようになったと感じることはありましたか。



70%近くの方が、円滑なコミュニケーションが取れるようになったり、周囲の人々からの反応が良くなったと感じていると回答しています。

Q. 直近1ヶ月間で、ファッションに対する意識・イメージに変化はありましたか。



60%以上の方が、好きなファッションを身につけたことで何かしらの変化を感じたと回答しています。

サービス利用者様が感じる「ファッションの力」

※月額会員様の2回目回答のみ

気分が上がる体験



いろいろな服を着ることで、
明るい気持ちになれた

自分に似合う服を選んだり着
ることが楽しいと感じるよう
になった



ファッションを変えると、
気持ちが新鮮になる

普段選ばない色やデザインの
服を着て他人から褒めてもら
えると、嬉しくなる



(airClosetで)毎月素敵なお洋
服が届くので、それを着て外
出するのが楽しみになった

新しい自分の発見・自信

自分が好きな色やスタイルを
見つけることができた



好きなファッションを身に着
けているときは自信がみな
ぎってきて、堂々と振舞える
と感じるようになった

洋服を変えるだけで、堂々と
お店に入れたり、背筋を伸ば
して歩くことを意識するよう
になったりと、変化があった



自分の気分が上がる格好でい
た方が、生活にハリが出たり
自信を持てるんだと実感した

おしゃれをして、自分で自分
を好きでいたいと思うよう
になった



その他にも…

- ・お気に入りのものを身につけるようになった
- ・今までは地味な服ばかり着ていましたが、今は華やかな服を好むようになった
- ・コロナ禍でファッションへの関心が薄れていたけれど、また興味を持ち始めた
- ・全身が映る鏡でいろんな角度からスタイルを確認するようになった
- ・服選びが億劫でなくなった、外出するのが楽しくなった
- ・服だけでなく、靴や靴なども欲しいと思うものが増えた
- ・ファッションが面倒くさいと思わなくなった
- ・自分としてはチャレンジングな服を着てみたら、夫や職場の人に褒められて嬉しかった
- ・産後はおしゃれを諦めたが、もっとキレイを意識しようと思直した
- ・周りの人がどんなお洋服を着ているのか、興味を持つようになった

etc...

心理的ウェルビーイング指標 および関連指標の分析方法

心理的ウェルビーイングを測る指標「自己受容」「積極的な他者関係」「環境制御力」とその関連指標「自尊感情」「主観的幸福感」「生活満足度」についての質問の回答結果の得点を算出しました。（※3）

月額会員様の1回目回答者と無料会員様の1回目回答者、月額会員様の2回目回答者と無料会員様の2回目回答者の2パターンでt検定を行いました。

※3 全ての指標は複数の質問項目で構成されている。心理的ウェルビーイング指標「自己受容」「積極的な他者関係」「環境制御力」および関連指標「主観的幸福感」「生活満足度」の得点は各質問に対する回答の平均点から算出される。一方、「自尊感情」の得点は各質問の合計点から算出される。

検定結果

会員登録直後の1回目の回答時点では、どの指標でも月額会員様と無料会員様の得点差に有意な差が認められませんでした。登録から3ヶ月後の2回目の回答では、「自己受容」「自尊感情」「主観的幸福感」「生活満足度」に関して、今回提示している結果からは、両者の得点に有意な得点差がみられ、月額会員様でスコアが高くなっていることが認められました。一方で、「積極的な他者関係」「環境制御力」に関しては有意な差が認められませんでした。（※4）

※4 p値は0.05以下を有意とみなす。

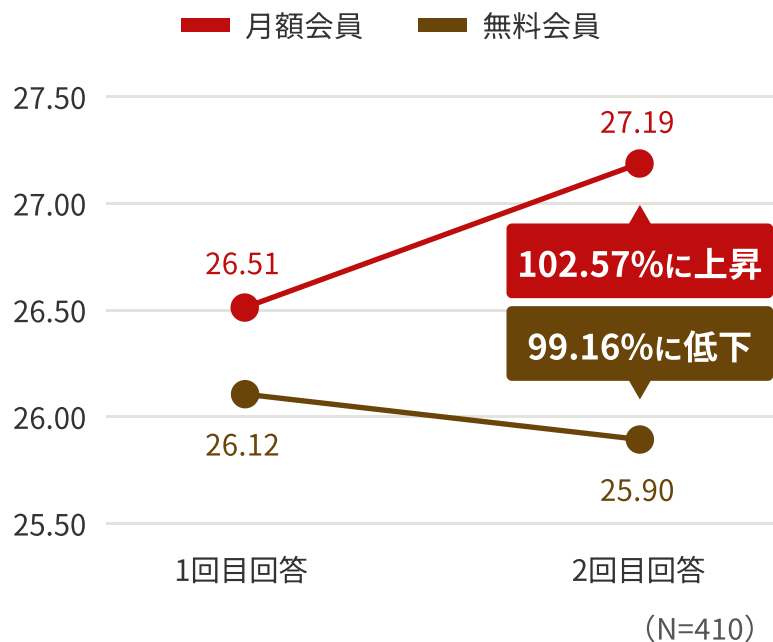
心理的ウェルビーイング指標および関連指標の検定結果※5

	回答種別	1回目		2回目	
		月額会員	無料会員	月額会員	無料会員
自尊感情	平均点	26.51	26.12	27.19	25.90
	標準偏差	4.92	5.06	4.82	5.20
	p値	p=0.233		p=0.008**	
自己受容	平均点	3.87	3.82	3.98	3.75
	標準偏差	0.78	0.97	0.82	0.95
	p値	p=0.140		p=0.009**	
生活満足度	平均点	3.11	3.10	3.20	3.03
	標準偏差	0.76	0.83	0.75	0.86
	p値	p=0.454		p=0.018*	
主観的幸福感	平均点	3.30	3.24	3.33	3.18
	標準偏差	0.59	0.71	0.59	0.71
	p値	p=0.187		p=0.016*	
積極的な他者関係	平均点	3.93	3.89	3.99	3.83
	標準偏差	0.76	0.87	0.78	0.84
	p値	p=0.350		p=0.060	
環境制御力	平均点	4.35	4.36	4.40	4.29
	標準偏差	0.74	0.83	0.72	0.80
	p値	p=0.788		p=0.256	

※5 表中に*が付されているものは「p値（有意確率）が0.05（5%）以下である」ということ、**が付されているものは「有意確率が0.01（1%）以下である」ということを意味する。

サービス利用を通して効果がみられたもの

自尊感情



「自尊感情」とは、自分自身をポジティブに評価する態度のことを指します。

「自尊感情」が低い場合、自分に自信が持てず、失敗することを恐れたり、他者の評価を過度に気にしてしまうことがあります。一方で高い場合、自信を持って新しいことに積極的に挑戦することができます。

1回目の回答結果に関しては、月額会員様と無料会員様の得点に有意な差はみられませんでした。2回目の回答では、無料会員様よりも月額会員様の方が有意に高い得点が認められました(p<0.01)。

よって、サービス利用後に「自尊感情」で高いスコアが得られることが認められました。

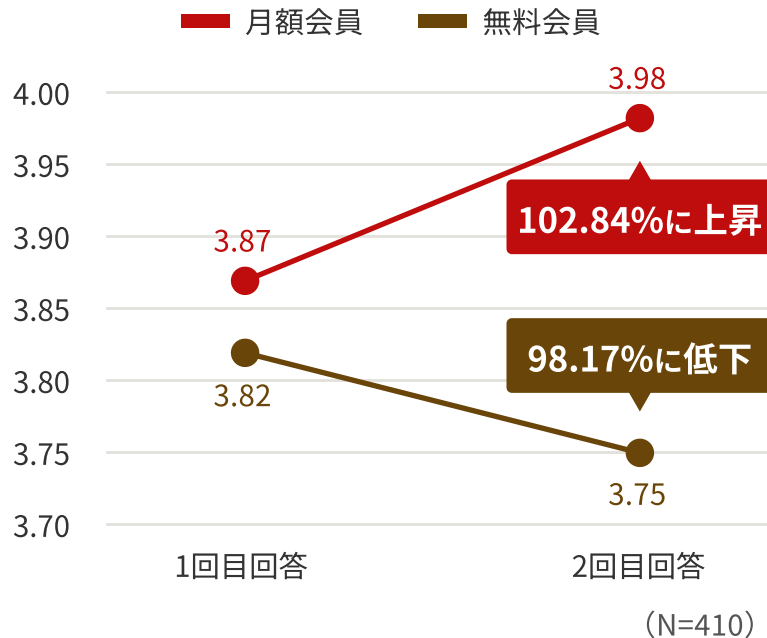
アンケートでは、サービス利用者の方から「自分でお洋服を選ぶのが楽しくなった」「ファッションを通じて新しい発見をするのが楽しくなった」という趣旨のコメントが多く寄せられました。

これはファッションへの関心の高まりの表れであるとともに、自分をより魅力的に磨き上げることに時間と労力を注ぐ意欲の表れだと解釈できます。こうした気持ちの変化が「自尊感情」の高いスコアにつながっていると考えられます。

自尊感情	1回目得点	2回目得点	有意確率
月額会員	26.51	27.19	p=0.008
無料会員	26.12	25.90	有意差あり

サービス利用を通して効果がみられたもの

自己受容



「自己受容」とは、自己の能力や特性に対する積極的で前向きな態度のことを指します。

「自己受容」が低い場合、自分が持つ能力や特性に対して否定的な判断を下してしまいます。一方で高い場合には、自分自身の良い面も悪い面も認めて受け入れることができます。

1回目の回答結果に関しては、月額会員様と無料会員様の得点に有意な差はみられませんでした。2回目の回答では、無料会員様よりも月額会員様の方が有意に高い得点が認められました(p<0.01)。

よって、サービス利用後に心理的ウェルビーイング指標の1つ、「自己受容」で高いスコアが得られることが認められました。

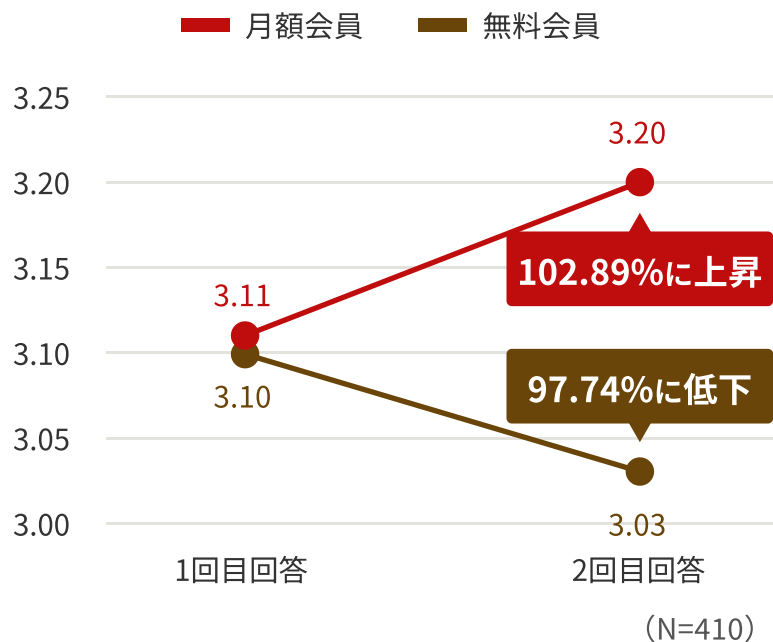
アンケートでは、サービス利用者の方から「似合うお洋服が見つかった」という趣旨のコメントが多く寄せられました。このことから、ファッションを通じて、自分の体型や肌の色などの生まれ持った特徴を活かせるということが「自己受容」に良い影響を与えていると考えられます。

airClosetでは、一人一人の雰囲気や体型、お悩みなどに合わせて提案するパーソナルスタイリングを提供しています。そのようなサービスの特徴が、今回のアンケート調査で「自己受容」の高いスコアにつながったと考えられます。

自己受容	1回目得点	2回目得点	有意確率
月額会員	3.87	3.98	p=0.009 有意差あり
無料会員	3.82	3.75	

サービス利用を通して効果がみられたもの

生活満足度



「生活満足度」とは、主観的に自分の生活にどれだけ満足しているかを表すものです。

1回目の回答結果に関しては、月額会員様と無料会員様の得点に有意な差はみられませんでした。2回目の回答では、無料会員様よりも月額会員様の方が有意に高い得点が認められました(p<0.05)。

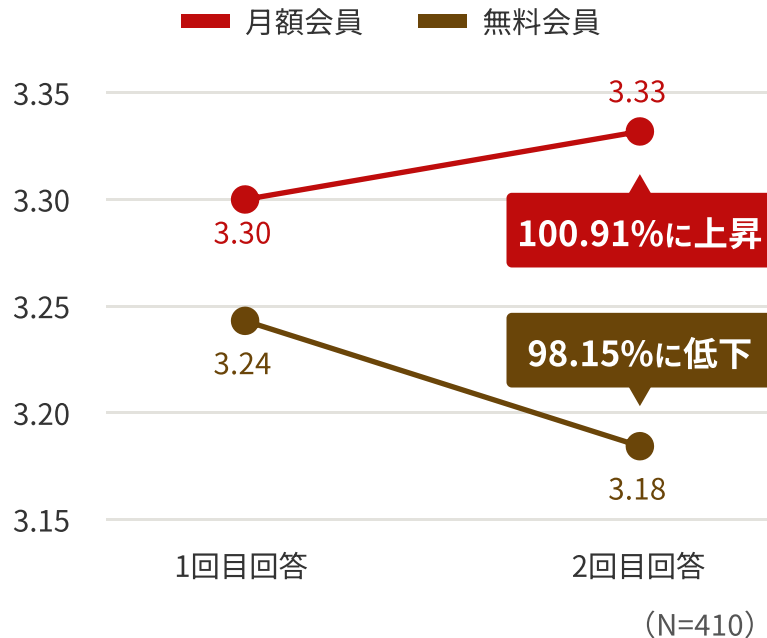
よって、サービス利用後に「生活満足度」で高いスコアが得られることが認められました。

ファッションは、あらゆる生活用品、あるいは娯楽の中で、私たちの生活に最も密接に関わるものの一つです。そのため、airClosetというファッションサービスを通じて定期的に新しいお洋服・気に入ったお洋服・似合うお洋服を身につけることは、その人自身が感じる「生活の質」を高める効果を持っていると考えられます。

生活満足度	1回目得点	2回目得点	有意確率
月額会員	3.11	3.20	p=0.018
無料会員	3.10	3.03	有意差あり

サービス利用を通して効果がみられたもの

主観的幸福感



「主観的幸福感」とは、主観的に自分の生活にどれくらい幸せを感じているかを表すものです。

1回目の回答結果に関しては、月額会員様と無料会員様の得点に有意な差はみられませんが、2回目の回答では、無料会員様よりも月額会員様の方が有意に高い得点が認められました(p<0.05)。

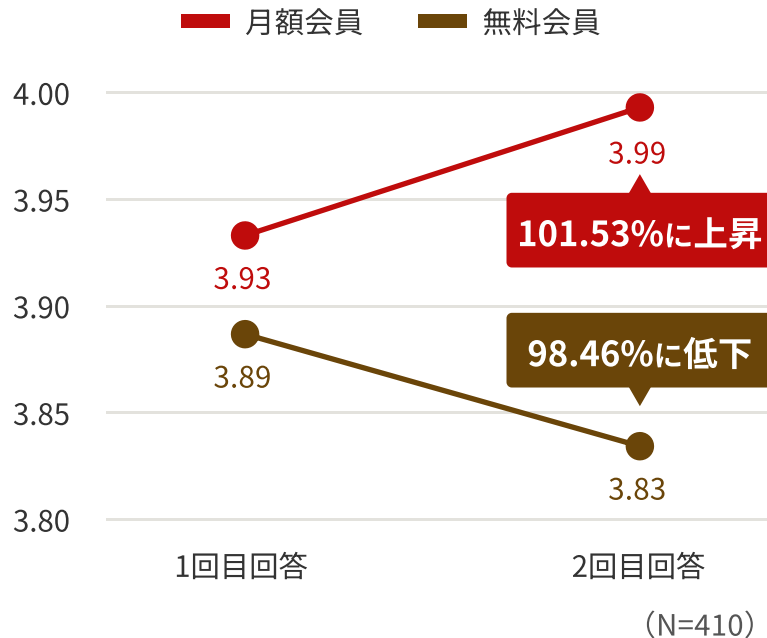
よって、利用後に「主観的幸福感」で高いスコアが得られることが認められました。

アンケートで90%以上のサービス利用者の方が「ファッションを身につけることで前向きな変化を感じた」と回答していたことから見受けられるように、衣服を身につける中で多少の「幸福感」を得ていると考えられます。

主観的幸福感	1回目得点	2回目得点	有意確率
月額会員	3.30	3.33	p=0.016 有意差あり
無料会員	3.24	3.18	

サービス利用を通して効果がみられなかったもの

積極的な他者関係



「積極的な他者関係」とは「温かく、信頼できる他者関係を築いている」と感じられることを指します。「積極的な他者関係」が悪い状態の場合には、周囲から孤立したり、つながりを維持する必要性を感じなくなります。一方で良い状態の場合、周囲の人々に対して愛情や共感を持つことができます。

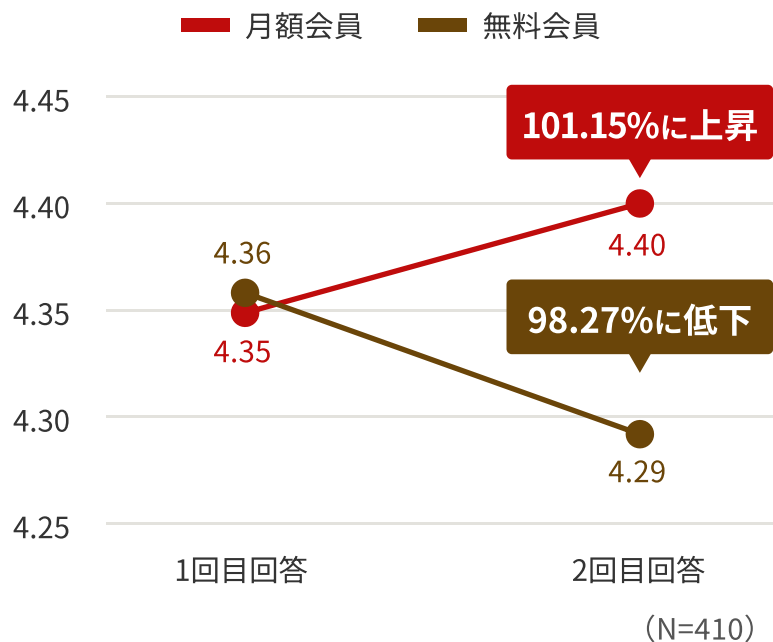
1回目と2回目の各回答の得点差に有意な差はみられませんでした。よって、心理的ウェルビーイング指標の1つ、「積極的な他者関係」においては、サービス利用者のスコアの方が高い傾向はみられましたが、明確な差は得られませんでした。

日頃から、サービス利用者の方より「家族や職場の人に褒められて自信がついた！」という声が多く寄せられています。一方で、こうした周囲の人々からのファッションの評価が生活全体の対人関係の変化にまでつながるかということは、3ヶ月という短い期間では実感しにくいいため、今回の調査では結果が認められなかった可能性があると考えられます。

積極的な他者関係	1回目得点	2回目得点	有意確率
月額会員	3.93	3.99	p=0.060
無料会員	3.89	3.83	有意差なし

サービス利用を通して効果がみられなかったもの

環境制御力



「環境制御力」とは、自分の能力や状況に適した環境を選択したり、周囲をコントロールしたりする力のことを指します。

「環境制御力」が低い場合には、自分が持つチャンスに気づくことができなかつたり、「自分では周囲を変えられない」と感じたりしてしまふことがあります。一方で高い場合は、複雑な状況を自分なりにうまく活用したり、自分が価値を発揮できる居場所を選んだりすることが可能になります。

1回目と2回目の各回答の得点差に有意な差はみられませんでした。

よって、心理的ウェルビーイング指標の1つ、「環境制御力」のスコアにおいては月額会員様と無料会員様の間に差はみられず、サービス利用による効果は認められませんでした。

ここで指す「環境」とは家庭や職場のことです。家庭においては経済的な要素、職場においては業務や役割など、自分自身の意志や人とのコミュニケーション以外の要素を多く含むため、今回の調査では効果が認められなかった可能性があると考えられます。

環境制御力	1回目得点	2回目得点	有意確率
月額会員	4.35	4.40	p=0.256
無料会員	4.36	4.29	有意差なし

今回の調査の結果、「自己受容」「自尊感情」「生活満足度」「主観的幸福感」に関しては、サービス利用後に月額会員様で有意に高い得点が認められ、一方で「積極的な他者関係」や「環境制御力」というように、他者や周囲の環境という自分自身の外側の影響が強く反映されている指標に関しては、サービス利用後の得点差は認められませんでした。

このことから、「自己受容」「自尊感情」「生活満足度」「主観的幸福感」といった個人の主観や認識によって変化が生じやすい指標は、ファッションを通じた自分自身の変化によって一定の効果が見られたと考えられます。一方で、他者や置かれた環境が関係する、自分自身でコントロール可能な範囲を超えたものの影響が強い指標については、3ヶ月間のサービス利用では効果がみられない、または弱いと考えられます。

ファッションはまず自分自身に対する認識に変化を起こすものだということが明らかになりました。そして、今回の調査においては結果は得られませんでした。自分自身を受け入れて、自信がつくことで、他者や周囲の環境に対する意識にも少しずつ変化が生じる可能性もあります。今後は長期的なサービス利用の効果についても検討していきたいと考えています。

なお、今回の調査結果の留意すべき点としては、2回目の月額会員様と無料会員様の間に有意な得点差が得られた背景には、2回目の無料会員様の得点が下がっている点も大きく関係していることが挙げられます。コロナ禍およびポストコロナ禍の生活状況で、ファッションをはじめ、日常の中で自分自身の新しい変化を体験する機会が減少している傾向にありました。そのため、積極的にファッションを楽しむ体験が比較的少ない、一般的な生活者の感覚に近い無料会員様の各指標のスコアは、全体的に下がる傾向にあったと考えられます。

一方で、そのような状況下でも、月額会員様の各指標におけるスコアは下がらずに上昇しています。この結果から、ストレスを感じやすい生活状況でも、積極的にファッションを楽しむ体験が心のウェルビーイングに寄与することが明らかになりました。

参考文献

- 佐久間 路子・無藤 隆 (2003). 大学生における関係的自己の可変性と自尊感情との関連 教育心理学研究, 51, 33-42.
- 澤田 忠幸 (2006). 既婚女性のウェルビーイングと親となる意識の発達 一夫婦関係との関連から 家族心理学研究, 20, 85-97.
- 内田 知宏・上埜 高志 (2010). Rosenberg自尊感情尺度の信頼性および妥当性の検討：Mimura & Griffiths訳の日本語版を用いて 東北大学大学院教育学研究科研究年報, 58, 257-266.
- 西田 裕紀子 (2000). 成人女性の多様なライフスタイルと心理的ウェルビーイングに関する研究,教育心理学研究, 48, 433-443.
- Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image. Princeton, NJ: Princeton University Press.

問い合わせ先

株式会社エアークローゼット PR担当：鈴木・福田
TEL：03-6452-8654
MAIL：pr@air-closet.com