

2021年3月28日  
株式会社アダストリア

コロナ禍で体型崩れが気になる部位 1位「おなか」2位「お尻」と下半身に集中  
**“下半身崩れ”を服装によってスタイルアップして見せたい女性は83%**

### 大人気スタイリスト小山田早織さんが提案する

スタイルアップして気分を上げるこの春トレンド“ウツクシルエット”コーデを紹介

「Play fashion!」をミッションに掲げる株式会社アダストリア(本部:東京都渋谷区渋谷 2-21-1、代表取締役 会長兼社長:福田三千男)が展開する「GLOBAL WORK (グローバルワーク)」は、20~40代の女性600名を対象に「コロナ禍の体型変化に関する意識調査」を実施しました。

2020年3月以降、社会全体の大きな変化に伴い、新しい生活様式の中で人々がファッションに求めることが日々変わってきています。今回の調査では、コロナ禍の生活習慣が与えた体型への影響や自身のスタイル(見た目)に関する意識の変化を明らかにし、「GLOBAL WORK」が大人気スタイリスト小山田早織さんとともに2022年春のトレンドスタイルを提案いたします。



#### 【調査結果 サマリー】

1. 外出機会の減少に伴い、3人に1人の女性が自身の外見を意識する機会が減少したと回答
2. コロナ禍を経て、日常的な運動機会の減少や間食の増加により、「おなか」や「お尻」など特に下半身に悩むように。
3. “下半身崩れ”などの体型の悩みによって、楽に着られる服を選ぶ人が約60%にオーバーサイズの服を選ぶ人も増えており、服を消極的な理由で選びがちに
4. スタイルアップする服を着ることでポジティブな気持ちになれると回答した人は90%以上この春欲しいのは自然とスタイルアップして自分に自信を持たせてくれるような服!

## ■コロナ禍で“下半身崩れ”が加速！

### 3人に1人が外出自粛で見た目を気にする機会が減少

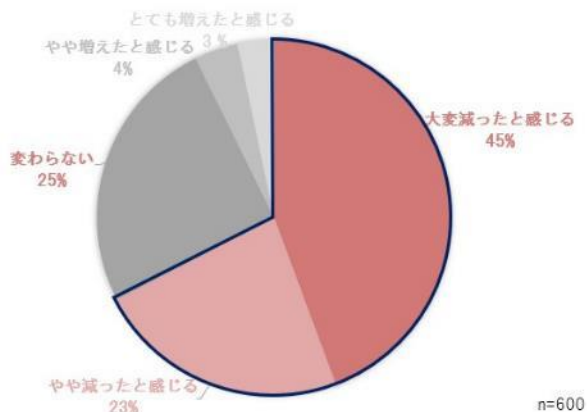
今回の調査では、コロナ禍における生活習慣の変化と、それに伴う体型や服装への意識の変化についてアンケートを実施しました。新型コロナウイルスの感染拡大が生じた2020年3月以前と現在とで、外出機会などの生活習慣の大きな変化が見受けられ、それと関連して体型や服装に関する意識にも変化が表れています。

#### ① 生活スタイルが変化することで外見を意識する機会が減少傾向に

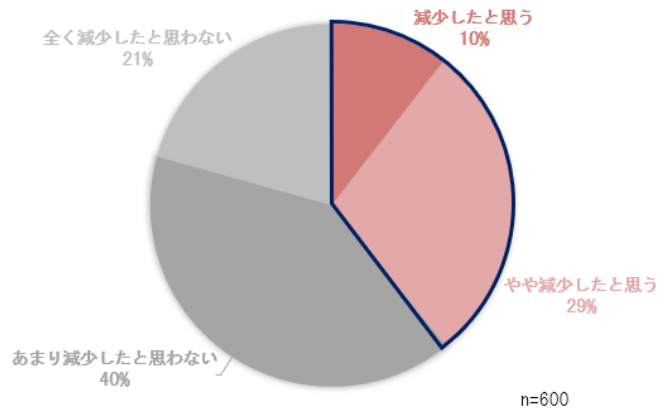
「新型コロナウイルスの感染拡大が生じた2020年3月より以前と比較して、外出機会（人と会う機会）は変化しましたか」という質問に対しては、**約70%が、外出機会が減ったと回答**しました（下図①-1参照）。会社や学校への通勤通学の機会が減ったことはもちろん、外食やショッピングなど日常のあらゆるシーンで外出頻度が減っていることを実感している人は多いようです。

また**自身のスタイルや見た目について、意識する機会が減少したと答えた人は3人に1人という結果**に（下図①-2参照）。外出機会の減少により、人と直接会う機会が減ったことで、自分自身の外見を見直したり、変化に気づく機会まで減少してしまっている状況であることがわかりました。

①-1 コロナウイルスの感染拡大が生じた2020年3月より以前と比較して、外出機会（人と会う機会）は変化しましたか。



①-2 2020年3月以降、自身のスタイルや見た目について、気にする機会が減少したと思いますか。



#### ② コロナ禍を経た生活習慣の変化により“下半身崩れ”を実感している女性が増加！

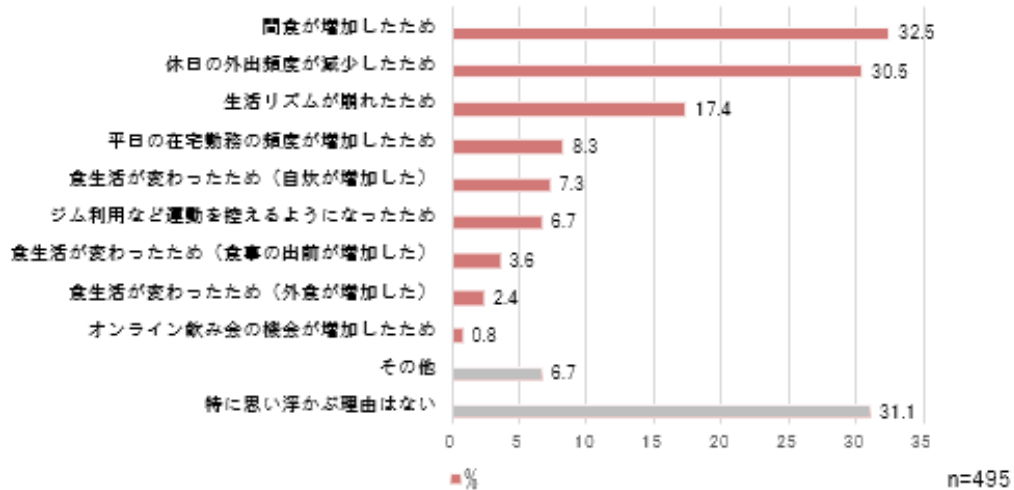
そして、コロナ禍を経たことによる体型の変化も明らかになりました。2020年3月以前と比較して、「ぜい肉がついた」、「筋肉が落ちた」、「たるむようになった」など以前よりも体型が崩れたと感じる人が多かった部位としては、**第1位に「おなか」、第2位に「お尻」、第3位に「腰回り・太もも」という結果に**。一方「顔」や「胸」、「腕」などの部位については、「ぜい肉がついた」、「筋肉が落ちた」などの回答が少なかったことから、体型の変化を感じている人の中でも、**特に上半身よりも下半身の体型の崩れを実感している人が多く、おなかやお尻にぜい肉がついたり、腰回りや太ももが張ったりするような、「下半身崩れ」が蔓延している**ということがわかりました。

その背景としては、やはりコロナ禍を経て歩く歩数が減ったことなど、下半身の運動機会が減少したことが考えられます。実際に「2020年3月より以前と、それ以降を比較して、1日の歩く歩数はどのように変化しましたか。」という質問に対して、「歩数が減った」という回答（46.3%）は「歩数が増えた」という回答（5.1%）と比較して、約3倍の差が生じる結果となりました。調査によると「今まで立ち仕事だったのが急になくなって体を動かさなくなった」という意見もあり、日常的な下半身の運動が減ったことが大きく影響していることがわかります。また、**オンライン上のコミュニケーションで上半身の服装しか見られなくなったことで、特に下半身の見た目に関する意識が低下した**という背景も考えられます。

体型が変化した理由については「間食が増えたため（32.5%）」や「休日の外出頻度が減少したため（30.5%）」などの回答が多数で、続いて「生活リズムが乱れたため（17.4%）」などが多く挙げられました（下図②参照）。コロナ禍により家にいる時間が増えたことで、以前よりも間食の頻度が増加

した傾向にある一方、外出頻度は自粛傾向により減少したことで、運動機会や活動量、さらには外見を意識する機会まで減少するなど、生活習慣の大きな変化が体型にも大きく影響していることが読み取れました。

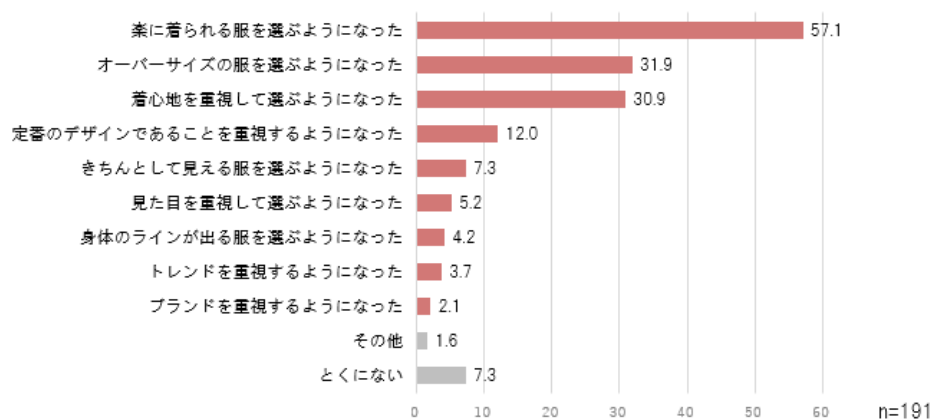
②なぜ体型が変化しましたか。以下の中から体型が変化した理由としてあてはまると思うものを、すべてお選びください。



③ 体型の変化を解決するためにオーバーサイズの服を選ぶなど服装でカバーする傾向に

コロナ禍を経た生活習慣の変化により、体型の変化が顕著に表れている中、服装への意識はどう変化しているのでしょうか。「コロナ禍を経て体型が変化したことで、どのように服装を選ぶ基準が変化しましたか。」という質問に対しては、「楽に着られる服を選ぶようになった」という回答が約60%と目立ったほか、「オーバーサイズの服を選ぶようになった」など体型の悩みを隠すためのコーディネートを選択しているという人が多い結果に（下図③参照）。一方「見た目を重視して選ぶようになった」と回答した人は5.2%と非常に少なかったことから、おしゃれを楽しむことよりも、体型を隠したり、より楽に動けたりといった理由で、服を選んでいる人が多数であるということがわかりました。

③2020年3月より以前と比較して、どのように服装を選ぶ基準が変化しましたか。以下の中からあてはまると思うものを、すべてお選びください。



また直近で購入したボトムスの種類については、1位が動きやすい「スキニーパンツ（23.7%）」、2位が足のラインを隠す「ストレートパンツ（21.5%）」、3位がオーバーサイズな「ワイドパンツ（17.7%）」という結果に。やはり楽に着られる服や悩みをカバーするような服が購入されているということが読み取れました。

ボトムスを購入した際の購入理由については、「下半身が太くなりすぎて太ももの内側が破れること

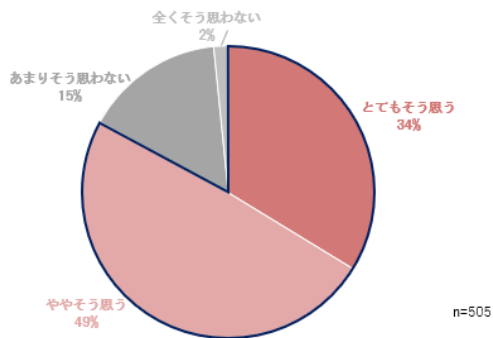
があったから」という回答もあり、体型が変化したことにより今まで着ていた服が合わなくなっている人もいます。

## ④ スタイルアップする服を着るとポジティブになれる女性が92%

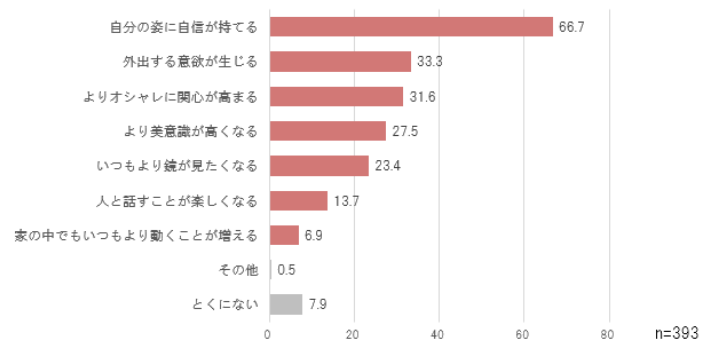
体型について悩みを抱え、その悩みを前提に服装を選んでいる人が多い中、やはりスタイルアップできる服への需要は非常に高まっているようです。実際に「体型で悩んでいる部位について、スタイルアップして見える服を選びたいと思いますか。」という質問に対して「そう思う」と答えた人は83%という結果に（下図④参照）。悩んでいる部位に関して、ダイエットによって改善しようとしている人よりも、より手軽に、服装によってスタイルアップして見せたいと望んでいる人は非常に多い傾向にありました。

またスタイルアップする服を着ているときの気持ちの変化としては、「自分の姿に自信が持てる」「外出する意欲が生じる」などポジティブな気持ちになると答えた人が92%と、多くの人がスタイルアップすることが自信につながると感じていることがわかりました（下図⑤参照）。コロナ禍による体型変化を感じている人が多いからこそ、身に着けることでポジティブな気持ちになれる、スタイルアップして見える服装を望んでいる人が多いと推測されます。

④あなたは、体型で悩んでいる部位について、自分が望むように改善したいと思いますか。また、体型で悩んでいる部位がスタイルアップして見える服を選びたいと思いますか。



④-2 スタイルアップできる服装を着ていると気持ちが明るくなる理由を、以下の中からすべてお選びください。



調査の中では、体型が変化した理由として、「ストレスによる過食」といった回答も目立ったことから、コロナ禍による大きな環境変化と自粛により、ストレスも感じやすくなってしまっている今、スタイルアップできる服を着ることで自分に自信を持ち、前向きな気持ちで過ごしたいという背景があるのではないかと考えられます。

## ■意識調査概要

調査内容	コロナ禍の体型変化に関する意識調査
調査期間	2022年2月7日（月）～2022年2月8日（火）
調査方法	インターネット調査
調査対象	20～40代 女性 600名（各年代 200名ずつ）

**■大人気スタイリスト小山田早織さんによる****2022年春トレンド“ウツクシルエット”スタイリングメソッド公開**

今回の調査結果で読み取ることができた、コロナ禍を経た体型の変化やそれに伴う服装の悩みに関して、数々のファッション誌で活躍している大人気スタイリスト小山田早織さんに解説をしていただきました。

**◆2022年春トレンド“ウツクシルエット”とは**

突然訪れたコロナ禍での新しい生活様式。一時は、海外どころか県外への移動さえも制限され、自粛という名のもとに自宅で過ごすライフスタイルに変化して来ました。そんな中で、通勤時間や身体を動かす機会は激減。身体は正直なもので、自宅で過ごす時間に比例してゆるみがちに。そんな中でも宅トレが流行るなど、ゆるんだ体型をそのままにしておくのではなく、何とかしようと努力する女性たちの動向が印象的でした。

身体をきれいに見せることは私たちの永遠のテーマであると共に憧れでもあります。トレーニングは、最も健康的で合理的な方法だということは分かっていつつも、日々忙しい女性の日常に習慣づけるのは至難の技です。そんな中、トレーニングだけではなく、アパレル企業の試行錯誤により今回誕生したのは、女性の脚を美しく見せる、つまりシルエットを整えることに着目した“ウツクシルエットパンツ”です。

「着る・遊ぶ・暮らす」洋服にとどまらず、私たちの日常を日々彩ってくれているグローバルワークらしい発想から誕生したこの、“ウツクシルエットパンツシリーズ”。誕生の背景には、多くの女性が抱えている腰回りや脚に対するコンプレックスを解消し、ファッションを楽しんでもらいたいという切なる想いから生まれています。これまでのパンツの構造にはなかったディテールを採用し、こだわり抜いたシルエットを実現させています。さらに、随所に散りばめられた着脱イージーな心地よさと、驚きのカラーバリエーションは、私たちの日常を楽しく、そしてストレスフリーに導いてくれる事でしょう。この春の大注目のトレンドカラーは、グリーンやイエロー、くすみカラーです。カラーバリエーションが豊富なラインアップなので、その時の気分と用途に合わせて選ぶのも楽しみのひとつ。また、今期トレンドアイテムの着るだけで華やかになるフリルカラーや袖にボリュームのあるブラウスとの相性も抜群です。

パンツのシルエットが整うことで自信がもてて、自然と笑顔で過ごせる時間が増えるということは、ライフスタイルそのものがハッピーになりますね。

**◆“ウツクシルエット”を叶える3つのTIPをご紹介します**

ウツクシルエットパンツをさらにスタイルアップさせるポイントをご紹介します。

**① ウエストインならアイテムを選んで美脚効果アップ！**

トップスをウエストインさせる場合は、インしたトップスをふんわりブラウジングするのがおすすめです。パンツのフロント部分に、ホックやジップを使用しないことで、下腹部のぽっこり見えなどを

軽減させてくれますが、ウエストタックインは苦手な方が多いのは事実。そんな時は、この春トレンドのツイード素材やデニム素材・リネン混素材などのオーバーサイズジャケットを羽織るのがおすすめです。後ろや横からの腰周りへの目線が隠せる上に、前から見た時は脚がおへそあたりから繋がって見える為、脚長効果が期待出来ます。

## ② アクセサリーで顔回りにポイントを

トップスをアウトして着る際には、重心がやや下半身に行く為、耳元やデコルテ周りにやや大ぶりなイヤリングやネックレスを合わせるのがおすすめです。お顔周りにポイントを作ることで目線が上にいき、視覚的にスタイルアップが期待出来ます。

## ③ カラーチョイスでウツクシルエットを叶えて

派手めな色のパンツをチョイスした際は、合わせの色味を白やベージュなどパンツ以外の色味をワントーンにすることでパンツのウツクシルエットが際立つだけでなく、品よく爽やかにまとまるのでおすすめです。



## ◆教えてくれたのは…スタイリスト小山田早織さん

雑誌や広告を中心に、ファッションショーや有名タレントのスタイリングを手掛ける。様々なアパレルブランドのディレクションやコンサルティングを手掛けるなどその活動は多岐に渡り、日本テレビ「ヒルナンデス！」への出演で人気を博す。2017年初となる著書「身の丈に合った服で美人になる」2019年「もう通勤服に悩まない」2021年「稼働率100%クローゼットの作り方」を出版。プライベートでは二児の母。



## ■ウツクシルエットパンツについて

### 《商品の特徴》

シリーズ累計200万本の売上を突破している「ウツクシルエットパンツ」。ベーシックカラーに加え、トレンドカラーも含めて豊富なカラーバリエーションをラインアップしています。

商品誕生の背景は、多くの女性が抱えている“腰回りや脚に対するコンプレックス”を解消し、ファッションをより楽しんでいただけるパンツをお届けしたいという想いから「ウツクシルエットパンツ」を開発。前・横・後ろどこから見ても、脚を長く・細く見せるために、1mm単位で何度も調整し、細部にまでこだわることによって美しいシルエットを実現しました。

また、購入された多くのお客さまから「シルエットがきれい」という声もさることながら、“カジュアルな着こなしにもキレイめの着こなしにも使える”“ストレッチが効いていて動きやすい”など、多くの評価をいただいています。

### ◇ポイント

#### ① 足を長く細く見せる、技ありの設計。

膝の位置を通常よりも高めに設定し、膝下をより長く見せる設計をしています。センタープレスで縦のラインを強調し、細見えした美しいシルエットを実現。さらに、計算された後ろポケット位置により、ヒップを高く見せ、すらっとした脚長効果を発揮します。

#### ② こだわり抜いたデザインのディテール、

気になるお腹まわりがフラットに見えるように、タックの位置や折り込む深さを1mm単位で調整、

さらに、後ろポケット上部のダーツが女性らしい丸みのあるラインを形成、お尻のトップ位置を高く見せることでヒップアップ効果が狙えます。

③ スッキリなのにリラックス。シルエットは美しく、着脱イージーの心地よさ。

フロント部分にジップやホックを使用せず、スッキリとしたデザイン。さらに、腰回りのラインにこだわり、美しいシルエットを崩さない設計。ウエストの後ろはゴム仕様で着脱しやすだけでなく、締め付け感のないリラックスした着心地です。



販売店舗 : 全国のGLOBAL WORK店舗  
(<https://www.dot-st.com/globalwork/info/CSfStoreListPage.jsp>)

公式WEBストア.st (ドットエステイ)  
<https://www.dot-st.com/globalwork/>

対象商品  
 テーパードパンツ  
[https://www.dot-st.com/globalwork/disp/CSfGoodsPage\\_001.jsp?ITEM\\_CD=236486](https://www.dot-st.com/globalwork/disp/CSfGoodsPage_001.jsp?ITEM_CD=236486)  
 ストレートパンツ  
[https://www.dot-st.com/globalwork/disp/CSfGoodsPage\\_001.jsp?ITEM\\_CD=261976](https://www.dot-st.com/globalwork/disp/CSfGoodsPage_001.jsp?ITEM_CD=261976)  
 デニムスリム  
[https://www.dot-st.com/globalwork/disp/CSfGoodsPage\\_001.jsp?ITEM\\_CD=256481](https://www.dot-st.com/globalwork/disp/CSfGoodsPage_001.jsp?ITEM_CD=256481)  
 DRYテーパードパンツ  
[https://www.dot-st.com/globalwork/disp/CSfGoodsPage\\_001.jsp?ITEM\\_CD=265442](https://www.dot-st.com/globalwork/disp/CSfGoodsPage_001.jsp?ITEM_CD=265442)

## ■GLOBAL WORKについて

「らしさに出会う。」GLOBAL WORKは、世界中の人々の 365 日×360 度にアイデアを加え、「らしさ」をもっと色濃く、立体的にするライフスタイルを提案するブランド。

国内 206 店舗、海外 13 店舗（2022 年 2 月末時点、WEBストア含む）展開。

公式WEBストア：<https://www.dot-st.com/globalwork/>

公式ブランドサイト：<https://globalwork.jp/>

## ■アダストリアについて

株式会社アダストリア(代表取締役会長：福田三千男)は、「グローバルワーク」「ニコアンド」「ローリーズファーム」など、グループで 30 を超えるブランドを国内外で約 1,400 店舗展開するカジュアルファッション専門店チェーンです。「Play fashion!」をミッションに掲げ、ファッションを通じてお客さま一人ひとりの毎日に「もっと楽しい」選択肢をご提案しています。

**A D A S T R I A**  
— *Play fashion!*

### ◇お問い合わせ◇

#### <リリース素材提供、記事掲載に関するお問い合わせ>

株式会社アダストリア 広告宣伝部

TEL：03-5466-2157 E-mail：[adastria\\_press\\_release@adastria.co.jp](mailto:adastria_press_release@adastria.co.jp)

#### <取材のお申込みに関するお問い合わせ>

株式会社アダストリア 広報

TEL：03-5466-2050 E-mail：[adastria-pr@adastria.co.jp](mailto:adastria-pr@adastria.co.jp)

#### <商品に関するお問い合わせ>

カスタマーサービス TEL：0120-601-162

<本部所在地> 〒150-8510 東京都渋谷区渋谷 2 丁目 21 番 1 号渋谷ヒカリエ

<URL> <http://www.adastria.co.jp>