

【withコロナ3年目 春の洋服に関する意識調査】**コロナ禍で3人に1人は身に着けるアイテムに変化が！****使う機会が増えたアイテム1位は「パーカー」、
減ったアイテム1位は「スカート」で、カジュアル化の傾向に****苦手だと感じる季節の洋服No.1は6割以上が「春服」と回答****冬服からの移行がうまくできない、“春服難民”が数多く存在することが判明**

パーソナルスタイリングサービス「DROBE（ドロブ）」を展開している株式会社 DROBE（代表取締役 CEO：山敷守）は、全国の20歳～49歳の女性600人（各世代200名）を対象に、with コロナ3年目 春の洋服に関する調査を実施しました。

今回の調査では、コロナ以前と現在で使うアイテムに変化があったことや、季節の洋服の中で最も苦手意識が高いのは春服であるということが明らかになりました。

調査結果は以下の通りです。

【主な調査トピックス】

- **コロナ禍で3人に1人が身につけるファッションやアイテムに変化が**
使う機会が増えたアイテム1位は「パーカー」、2位「スニーカー」、3位「パンツ」
使う機会が減ったアイテム1位は「スカート」、2位「ヒール」、3位「パンプス」という結果に
- **コロナ禍で約4割の人がファッション EC サイトの利用が増加したと回答**
利用者が増えた一方で、7割の人が EC での買い物に失敗したことがあることも判明
- **半数近くの人がファッションに対して苦手意識があると回答**
その中でも、コロナ禍でさらにファッションが苦手と感じるようになった割合が約2割に
苦手と感じるようになった理由は「マスクとの兼ね合いで服選びが難しい」
「店舗のスタッフさんと相談して試着して購入ができなくなった」など。
- **苦手だと感じる季節の洋服 No.1 は6割以上で「春服」**
冬服からの移行がうまくできない、「春服難民」が数多く存在する結果に
春服で連想されるテイスト1位は「パステルカラー」。
一方で、約2人に1人が「パステルカラー」の洋服を持っていない結果に。

【調査概要】

調査名 : with コロナ3年目 春の洋服に関する実態調査
調査エリア : 全国
調査対象 : 20～40代の女性
サンプル数 : 600名（各世代200名）
調査期間 : 2022年2月22日(火)～2022年2月24日(木)
調査方法 : インターネット調査

※本調査を活用する際は、必ず「DROBE」調べ と記載ください。

【調査項目詳細】

コロナ禍で3人に1人が身につけるファッションやアイテムに変化が。

使う機会が増えたアイテム1位は「パーカー」、2位「スニーカー」、3位「パンツ」

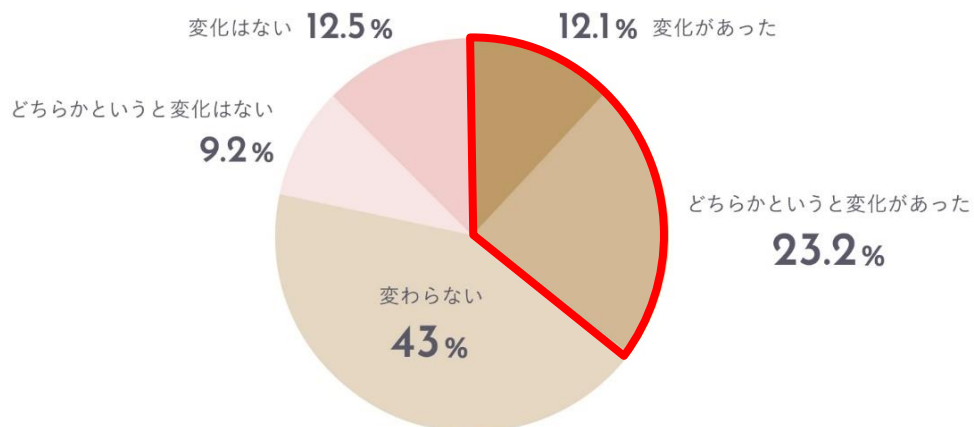
使う機会が減ったのは1位「スカート」2位「ヒール」3位「パンプス」という結果に。

コロナ禍（2020年3月ごろ～現在）で、身につけるファッションのアイテムに変化があった人（どちらかというに変化があった人も含む）は約3人の1人の35.3%に及び、多くの人に変化があったことが明らかになりました。

また、コロナ前とコロナ禍でよく使っていた（使っている）アイテムを比較すると、コロナ禍で使う機会が増えたアイテムは1位「パーカー（スウェット）」、2位「スニーカー」、3位「パンツ」となりました。一方で、コロナ禍で使う機会が減ったアイテムは1位「スカート」、2位「ヒール」、3位「パンプス」となり、外出機会が減少する中、おしゃれさを気にしたファッションよりも、機能性を求め、カジュアル化していることがわかりました。

身につけるアイテムや色味の変化

あなたはコロナ禍（2020年3月ごろ～現在）で
身につけるファッションのアイテムや色味に変化はありましたか？



* n=600

コロナ禍で身につけることが増えたアイテム

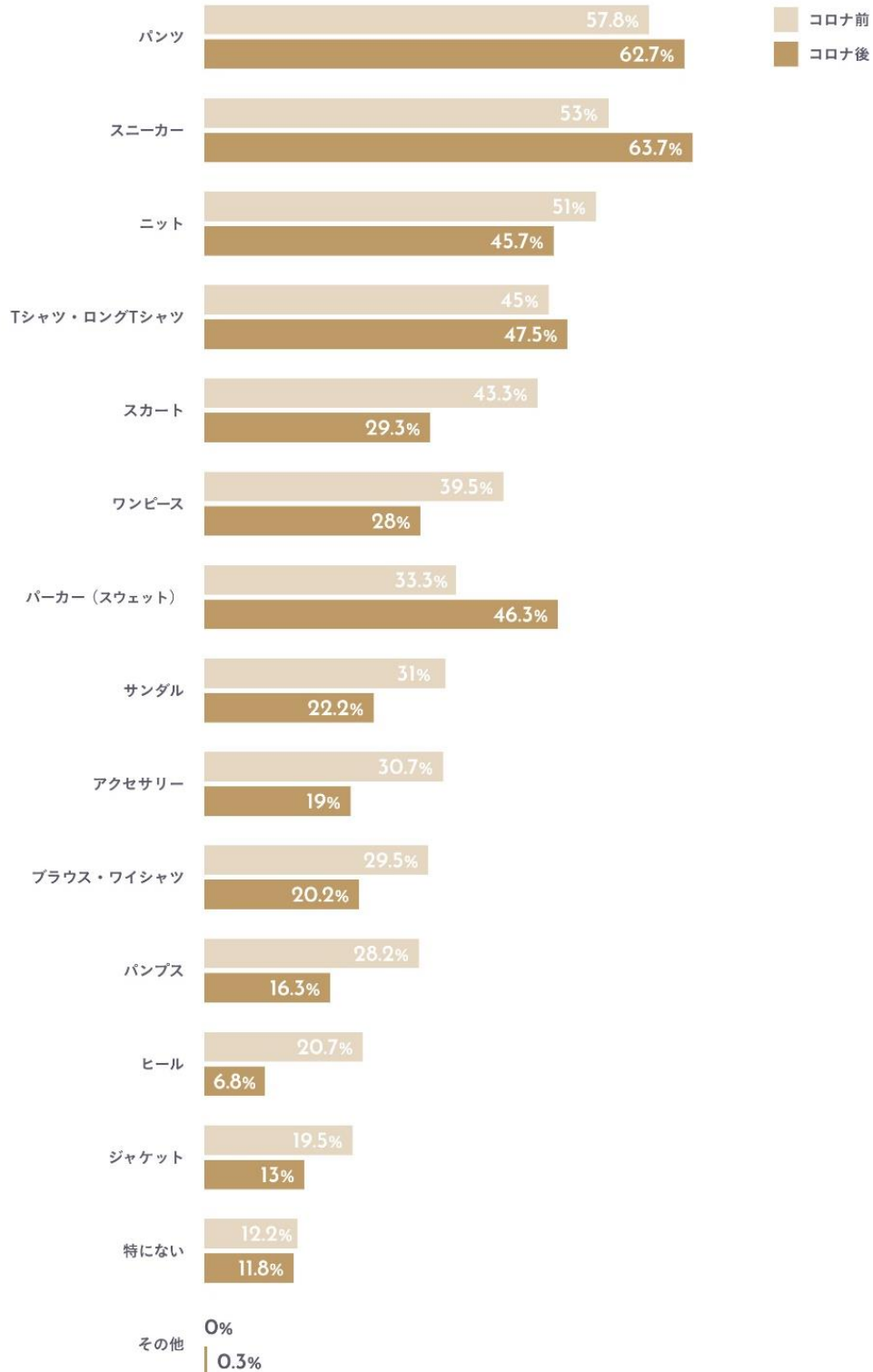


コロナ禍で身につけることが減ったアイテム



コロナ前・後のよく身に着けていたアイテムの変化

コロナ以前（2020年3月ごろより前）と
コロナ禍（2020年3月ごろ～現在）によく身に着けていた（身に着けている）アイテムは何ですか？



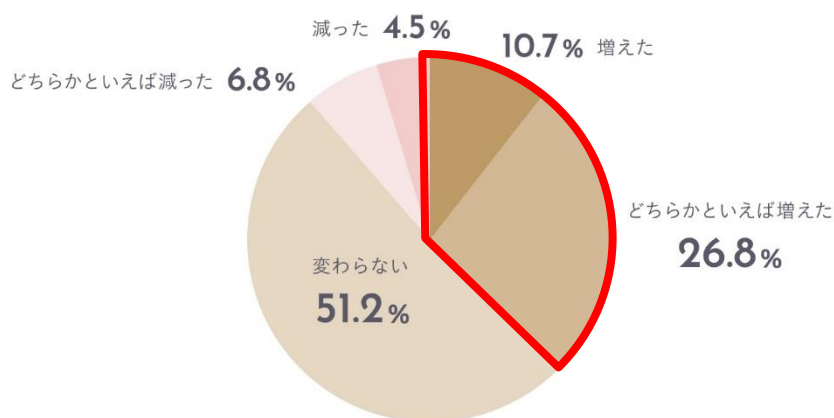
* n=600

コロナ禍で約4割の人がファッションECサイトの利用が増加したと回答 利用者が増えた一方で、7割の人がECでの買い物に失敗したことがあることも判明

コロナ禍でファッションECのサイトの利用が増えたと回答した人は、約4割となる37.5%という結果となった一方で、ECサイトでの買い物で失敗したことがある人は全体の70.2%となりました。コロナ禍で使用するファッションアイテムや、購入方法なども変化しEC利用者が増えた影響で、失敗を忘れてしまっている人も多くいることがわかりました。

ファッションECサイト利用の変化

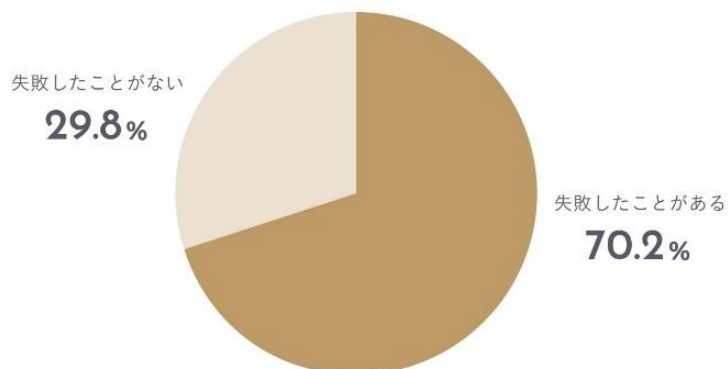
あなたはコロナ禍（2020年3月ごろ～現在）でファッションECサイトの利用は増えましたか？



* n=600

ECサイトでの買い物について

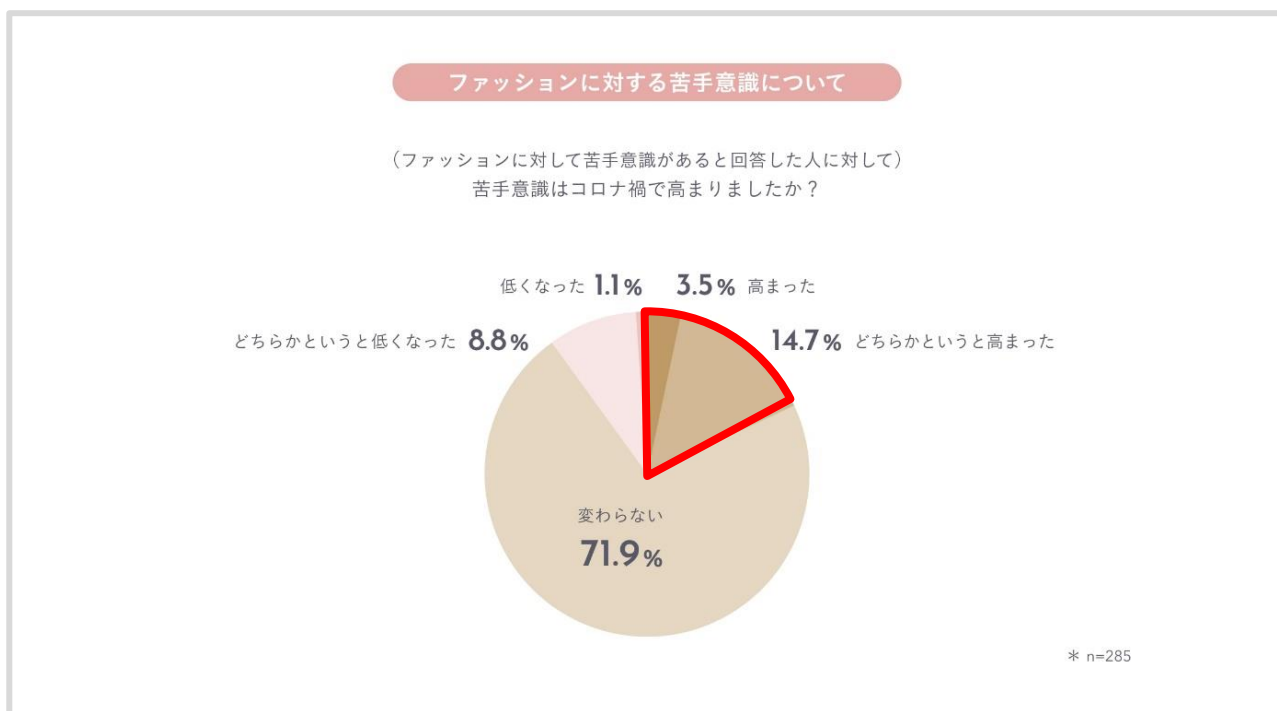
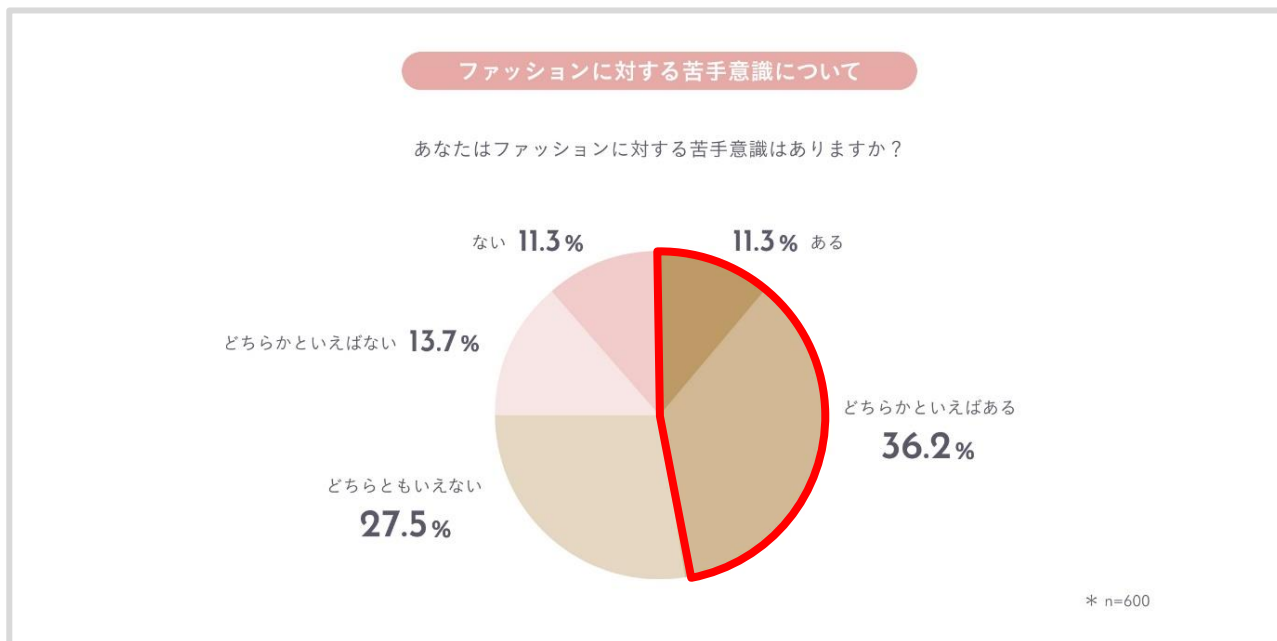
ECサイトでの買い物で失敗したことはありますか？



* n=600

半数近くの人がファッションに対して苦手意識があることが判明 その中でも、コロナ禍でさらにファッションが苦手と感じるようになった割合が約 2 割

ファッションに対して苦手意識があると回答した人（どちらかといえばあると回答した人を含む）は、半数近くの 47.5%という結果になりました。さらに、コロナ禍でさらに苦手意識が高まった人（どちらかといえば高まった人を含む）は約 5 人に 1 人の 18.2%となり、理由としては「マスクとの兼ね合いで服選びが難しい」「コロナ前は店舗のスタッフさんと相談して試着して購入していたが、コロナになりなかなかできなくなった」などの声がみられ、コロナ禍の生活スタイルの変化がファッションの意識にも影響していることがわかりました。



(ファッションに対して苦手意識があり、コロナ禍でさらに苦手意識が高まったと感じる人に対して)
それはなぜですか？

〈コメント抜粋〉

- ・「出かける予定がなく、何を着ていいかわからない」
- ・「コロナ前は店舗のスタッフさんと相談して試着して購入していたが、コロナになりなかなかできなくなった」
- ・「マスクとの兼ね合いで服選びが難しい」
- ・「EC サイトを使う事が増えて同じパターンのものでばかり購入してしまってバリエーションが増えない」



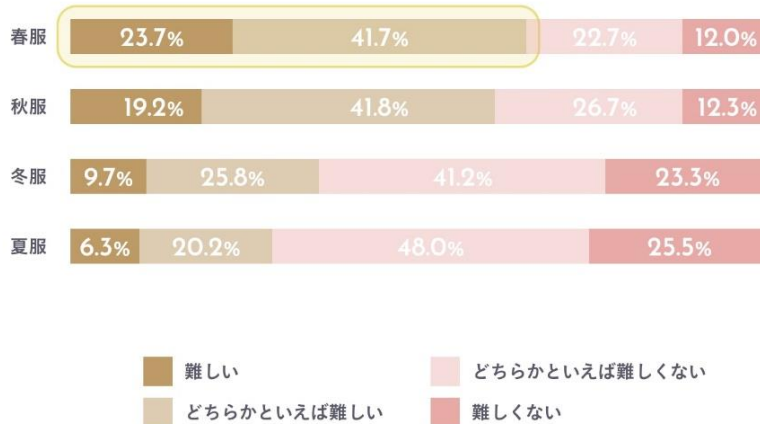
苦手だと感じる季節の洋服 No.1 は 6 割以上で「春服」
冬服からの移行がうまくできない、「春服難民」が多くいる結果に
春服で連想されるテイスト 1 位は「パステルカラー」。
一方で、約 2 人に 1 人が「パステルカラー」の洋服を持っていない結果に

これから春を迎えますが、季節のファッションの中で難しいと思うのは「春服」であると回答した人（どちらかといえば難しいの人も含む）が 65.4%と最も高い結果となりました。理由としては「昼と夜とで気温差があり何を着ていいかわからない」が 74.0%、「丁度いい羽織物がない」が 57.1%と、多く着込む冬服から、暖かくなってきたタイミングでうまく移行できず、春らしい着こなしができていない「春服難民」が多くいることがわかりました。また、10 人に 1 人の人が、コロナ禍で更に春服への苦手意識が高まっているということも明らかになりました。

春服として連想されるカラーやアイテムは 1 位「パステルカラー」、2 位「トレンチコート」、3 位「薄手のブラウス」になりました。一方で、約 2 人に 1 人は「パステルカラー」のアイテムを持っていない結果となり、春らしいと連想するアイテムと、自分が持っているアイテムには乖離があることが明らかになりました。

季節による服選びの難しさについて

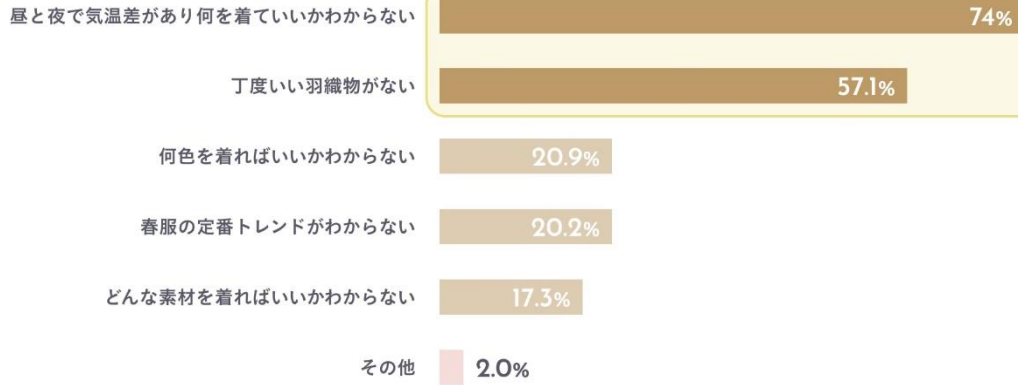
これから季節の変わり目ですが
季節の服で最も難しいと思うのはどれですか？



* n=600

春服選びの難しさについて

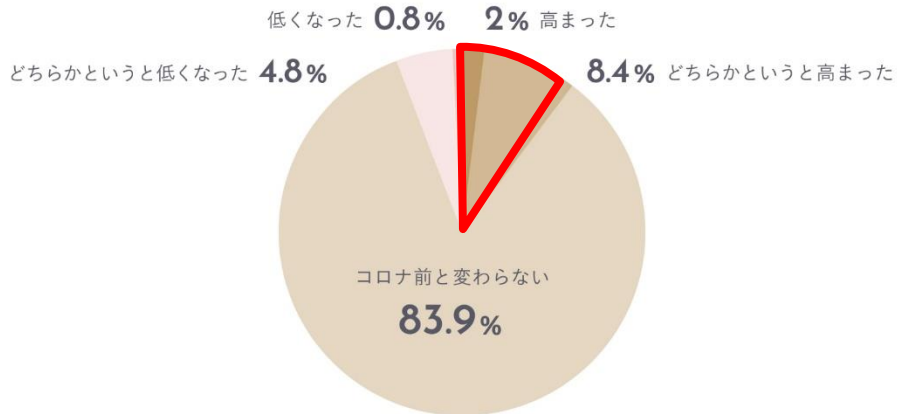
(春服を難しいと感じる人に対して)
それはなぜですか？



* n=392

春服選びの難しさについて

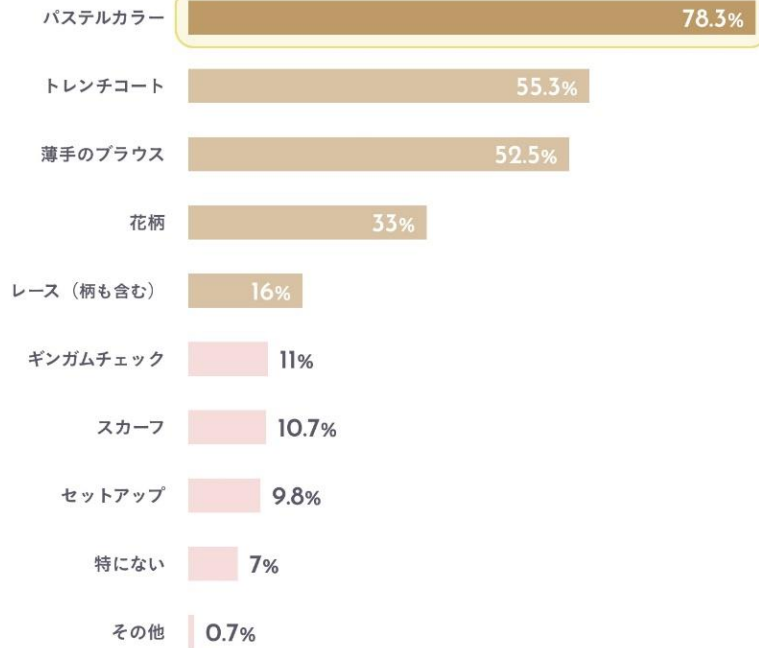
(春服を難しいと感じる人に対して)
コロナ禍 (2020年3月ごろ～現在) でさらに「春服」への苦手意識は高まりましたか？



* n=392

春服として連想されるカラーやアイテムについて

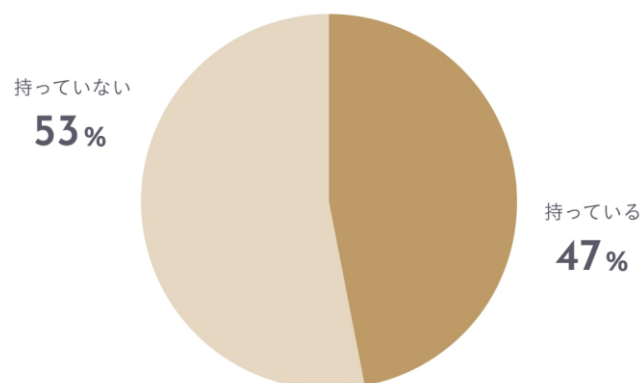
春服として連想されるカラーやアイテムは何ですか？



* n=600

パステルカラーのアイテムについて

あなたはパステルカラーのアイテムを持っていますか？



* n=600

“春服難民”におすすめ！ AI とスタイリストが 自分にあった服を届けるパーソナルスタイリングサービス「DROBE」

「DROBE」とは、「ファッションから、日々を楽しもう。」をコンセプトにした、オンラインで完結するパーソナルスタイリングサービスです。ファッション誌や芸能人のスタイリング、店頭での販売などを経験したプロのスタイリストと「DROBE」独自の「スタイリング AI」が、お客さまの嗜好や体型、予算に応じた商品（服、靴、ファッション雑貨）を協働でスタイリングし、セレクトした商品を定期的にお届けします。届いた商品は自由に試着でき、気に入った商品のみを購入できます。

<https://drobe.jp/>



DROBE の特徴

① スタイリストはプロフェッショナルのみで構成

「DROBE」には 120 名（2022 年 2 月時点）のスタイリストが在籍しており、雑誌や芸能人のスタイリング等の担当経験や、大手百貨店などでパーソナルスタイリングを提供していたプロフェッショナルのみで構成しています。プロフェッショナルだからこそ、お客さまそれぞれに適したファッションのご提案ができます。

② 180 以上の取り扱いブランド

BEAMS・トウモロランド・ナノ・ユニバースを始めとする 180 以上のブランドを取り扱っています。また、ブランド数は順次拡大してまいります。

③ブランドからはオフプライスでも仕入れ

「DROBE」はトレンドの商品だけに限らず、パーソナルなスタイリングを価値にファッションを提供するサービスであるため、ブランドから積極的にオフプライス品も仕入れています。

調査に関するコメント（株式会社 DROBE 代表取締役 CEO 山敷 守）

コロナ禍でファッションのカジュアル化が進んでいるということは業界でもよく聞く話でしたが、それを裏付けるような調査結果となりました。背景には多くの女性が抱えるファッションそのものへの気後れや不安があり、外出が減ることをきっかけとしてファッション離れを起こしていく構造の一端が見えているように感じます。

ECサイトの利用は伸びていますが、サイズ感や素材感、コーディネートや着こなしなどといった、店舗で得られていた情報が上手く得られず失敗してしまうというのも、ファッションにおけるお客さまとの接点という意味で本質的な課題です。

今回の調査では春服への苦手意識が一番大きいことも明らかになりましたが、春こそ明るいカラーを取り入れたスタイルがオススメです。アウターとトップスの色を明るいトーンに替えるだけで春らしさがアップします。これまでブラックやネイビーといった暗い色のコートを着ていたとしたら、春にはライトベージュやライトグレー、キャメルのような明るい色に。インナーにも華やかで明るい色を取り入れることで、全体的に春らしい雰囲気を感じさせることができます。カラーを取り入れるのが苦手だという方は、小物からチャレンジしてみるのもオススメです。



株式会社 DROBE 概要

会社名：株式会社 DROBE

代表：代表取締役 CEO 山敷守

設立：2019年4月1日

会社 URL：<https://drobe.co.jp/>