2022 年 2 月 21 日
アツギ株式会社

調査により、美の多様性を感じる中でも
自分自身においては固定観念から自由になれていない人が多いことが判明

新ブランドコンセプト「はきかえよう、自由を。」のもと、
ストッキングブランド ASTIGU が初のリブランディングを実施

アツギ株式会社（本社：神奈川県海老名市、代表取締役社長：工藤洋志）が展開するプレーンストッキングの主力ブランド「ASTIGU®/アスティーグ®」は、新ブランドコンセプト「はきかえよう、自由を。」を掲げ、生活者にとって寄り添ったブランドとして新たに生まれ変わります。

アツギは、お客様の美と快適と健康に貢献するというモットーのもと、ファッション性、機能性、品質のすべてにおいて妥協しない事業体制を整えています。商品企画から開発・生産・販売まですべてを自社で行う、アパレル業界ではあまり類を見ないグローバルな「自社一貫生産体制」は、お客様の声を的確に商品へ反映すること、そして優れた品質の商品を客様へ届けることを可能にしています。

アスティーグは、そんなアツギから 2011 年春夏シーズンより展開しているプレーンストッキングのブランドです。女性の脚を美しく見せる 11 種類の商品ラインナップとそれぞれの特長を、漢字一文字をあしらった象徴的なパッケージで提案し、「11 の美意識で選べるストッキング」として、若年層を中心に支持を集め、現在のストッキング市場をけん引するブランドへと成長しています。発売以来、従来、マナーや制服感覚でストッキングを「はかなきゃいけない」という義務感を感じていた女性達や、プレーンストッキングを知らない女性達に、美意識やファッション性で「はきたい」と感じていただける新しい価値観を提案してきました。

アスティーグの販売開始から 11 年が経ち、女性の美に対する意識が変化しています。当時はマナーや仕事、冠婚葬祭ではくこと以外にも、「他の人にきれいに見られたい」という意識が多く見られましたが、現在は「他の人にどう思われようと、自分にとって美しいと感じるか」「自分にとってここちよく感じられるか」という部分に重きを置く女性が多く、女性の美に対する概念の多様化が進んできています。そこで、アツギはアスティーグを全ての人々の心と身体に寄り添ったブランドとして新しく生まれ変わらせる必要があると感じ、アスティーグの価値、そしてブランドの根底にある「はきたい」ストッキングとは何かを改めて見直しました。

【本件に関する問い合わせ先】
アスティーグ PR 事務局：奈良・宗村
Email：astigu2022@vectorinc.co.jp　Tel：03-5572-6072　Mobile：050-5235-4923（奈良）
アツギ株式会社　商品部　担当：藤田（午前 9：00～午後 5：00 まで）　お問い合わせ専用番号：046-235-2450

併せて、よりきちんと世の中の女性の声を把握するため、全国の 18～69 歳の女性 600 人に「世の中の美の多様性と自身の容姿に関する意識調査」を実施。調査によると、7 割以上の人が「世の中で美の多様性が広がっている」と思っていることが判明しました。一方で、「自分自身の容姿においては、美の固定観念にとらわれず肯定できている」と思っているのは半数以下でした。加えて、自分の容姿の中で「好きなポイント」と「好きではないポイント」を挙げてもらったところ、好きなポイントは一人あたりの選ぶ数が平均 1.8 個だったのに対し、好きではないポイントは平均 5.4 個と、その差が 3 倍になるなど、美の多様性を感じる中でも、こと自分自身においては固定観念から自由になれていない状況も分かりました。さらに、”固定観念に縛られず、自分の容姿を肯定できている”ことが、生き方そのものへの満足度につながっていることも判明し、固定観念から自由になることの大切さがわかる結果となりました。

この調査結果を踏まえ、今回のリブランディングのテーマを「美の固定観念からの脱却」とし、新しいブランドコンセプトを「はきかえよう、自由を。」に決定。多様性の尊重、快適性、利便性を徹底的に追求し、プレーンストッキングを求める全ての人々の心と身体に寄り添ったブランドとして新しく生まれ変わりました。アスティーグは今回のリブランディングによって、多くの方が自分らしい美しさに気づき、固定観念から解放されて自由になることを応援できたらと考えています。

リブランディング概要

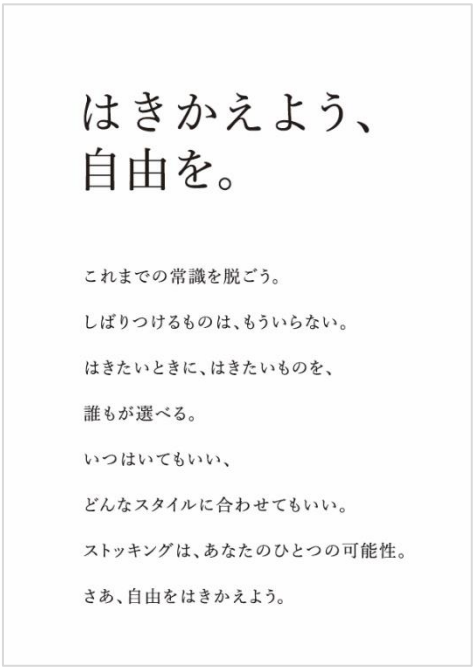
■クリエイティブの刷新

美の固定観念から自由になり、その人本来の美しさを楽しんでほしいという想いのもと、ブランドキービジュアル、イメージムービーなどのクリエイティブを刷新。

ありのままの容姿、その人本来の持つ美しさを表現していて、自分の人生を謳歌している 6 名の女性を選定し、起用しました。それぞれの美しさ、魅力を持つ 6 名のモデルたちが、新パッケージのキーカラーに紐づく背景のもと、明るく軽やかに新しいアスティーグの世界観を表現しています。

■新ブランドコンセプトの設定

今回のリブランディングにおける新ブランドコンセプト「はきかえよう、自由を。」。このコンセプトには、「常識を脱ごう。しばりつけるものは、もういらない。はきたいときに、はきたいものを、誰もが選べる。いつはいてもいい、どんなスタイルに合わせてもいい。ストッキングは、あなたのひとつの可能性。さあ、自由をはきかえよう。」というメッセージが続きます。

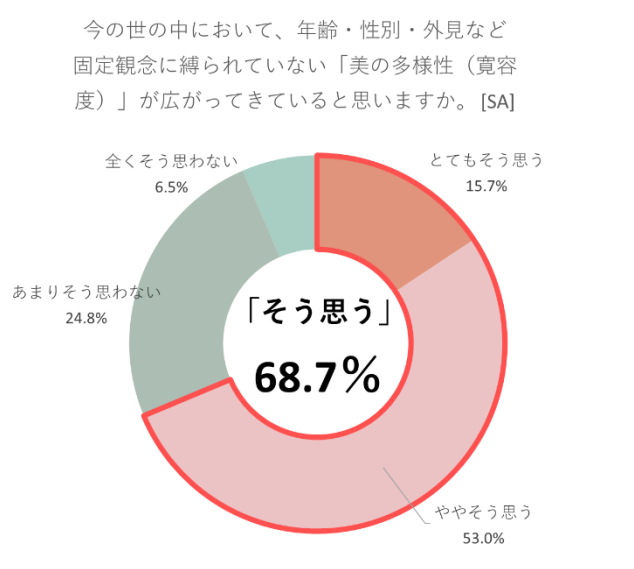


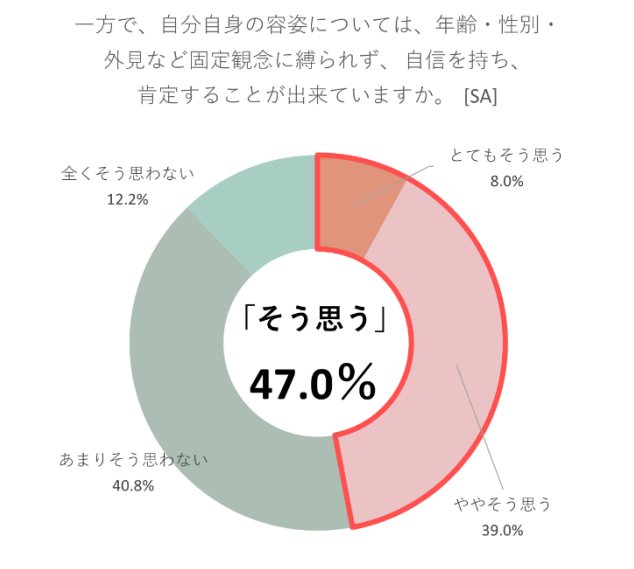
このコンセプトは、美の多様性が広がりつつも、こと自分自身においては固定観念から自由になれていない方が多いという世の中の状況を踏まえ、決定しました。

【本件に関する問い合わせ先】
アスティーグ PR 事務局：奈良・宗村
Email：astigu2022@vectorinc.co.jp　Tel：03-5572-6072　Mobile：050-5235-4923（奈良）
アツギ株式会社　商品部　担当：藤田（午前 9：00～午後 5：00 まで）　お問い合わせ専用番号：046-235-2450

参考：調査結果

約７割の人が”世の中で美の多様性が広がっている”と思っているが、
”自分自身の容姿においては、美の固定観念に縛られず肯定できている”と思っているのは半数以下。





「今の世の中において、年齢・性別・外見など固定観念に縛られていない「美の多様性（寛容度）」が広がってきていると思いますか。」という質問に対し、「そう思う」と回答した人は 68.7%にのぼりました。一方で、「自分自身の容姿については、年齢・性別・外見など固定観念に縛られず、 自信を持ち、肯定することが出来ていますか。」という質問に対しては、「そう思う」と回答した人は 47.0%にとどまる結果となりました。

「自分自身の容姿については、年齢・性別・外見など固定観念に縛られず、 自信を持ち、肯定することが出来ていますか。」に「そう思う」「そう思わない」と回答した理由は、それぞれ下記の通りとなりました。

「そう思う」と回答した人
- 髪色やメイクも、流行ではなく「自分」を貫いていて、それを家族や友人も受け入れて褒めてくれるから。（20 代）
- 若作りも大切ですが、無理しない範囲で自分らしく生きている姿が美しく見えるよう努力したいと思い、力が抜けて生きやすいです！（40 代）

「そう思わない」と回答した人
- 外見をとやかく言われることが多い。性別に関して寛大な世の中になったとしても、外見だけは一生美しいものが正義だという固定観念から外れることはないと思う（10 代）
- 子供の頃はまだ「男だから、女だから。他の皆は、出来ているのに。」という、言葉で育った世代です。周囲の方々には固定観念無く接せられますが、自身が自由になるのはいけない気がしてしまいます。（20 代）

また、自分の容姿に寛容になれない理由として、影響を受けたもの TOP3 は「TV、雑誌などのマスメディア（26.7%）」「インターネット、SNS（25.8%）」「家庭（22.6%）」。マスメディアや SNS の影響が顕著に見られる一方で、10 代は「学校」30 代は「家庭」60 代では「地域」が 1 位になるなど、自身が身を置くコミュニティも大きく影響を及ぼしていることがわかりました。

【本件に関する問い合わせ先】
アスティーグ PR 事務局：奈良・宗村
Email：astigu2022@vectorinc.co.jp　Tel：03-5572-6072　Mobile：050-5235-4923（奈良）
アツギ株式会社　商品部　担当：藤田（午前 9：00～午後 5：00 まで）　お問い合わせ専用番号：046-235-2450

自分の容姿の中で「好きなポイント」は一人当たりの選ぶ数が平均 1.8 個。
一方で「好きではないポイント」は平均 5.4 個と、選ばれる数が 3 倍に。

自分の容姿の中で"好きなポイント"を
すべてお答えください。 [MA]

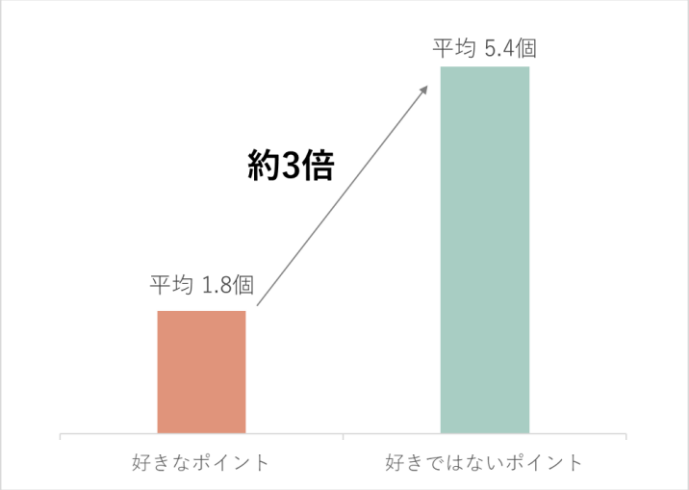
1位	**目**	29.8%
2位	**身長**	23.8%
3位	**髪**	15.0%

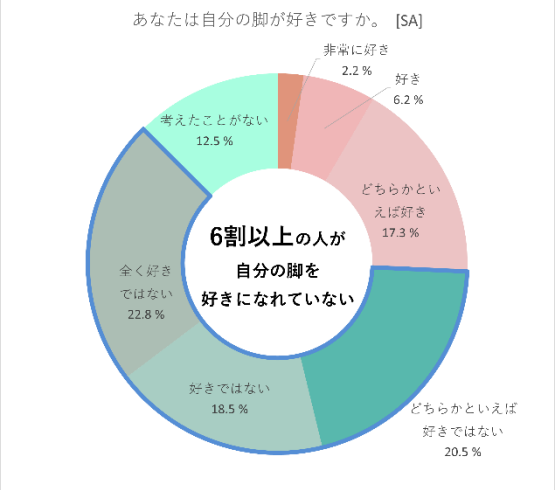
自分の容姿の中で"好きではないポイント"を
すべてお答えください。 [MA]

1位	**腹**	42.0%
2位	**脚**	41.8%
3位	**お尻**	39.0%

自分の容姿の中で好きなポイントを聞いたところ、1 位「目」2 位「身長」3 位「髪」となりました。また、自分の容姿の中で好きではないポイントに関しては、1 位「腹」2 位「脚」3 位「お尻」を選ぶ人が多いことがわかりました。

この設問は、当てはまるものを全て選んでもらう形式でしたが、自分の容姿の中で「好きなポイント」と「好きではないポイント」を挙げてもらったところ、好きなポイントは一人当たりの選ぶ数が平均 1.8 個に対し、好きではないポイントは平均 5.4 個とその差は 3 倍に上り、自分の容姿を肯定することのハードルの高さが窺える結果となりました。また、好きではない部位に関しては、体型に関わる部分を選びやすいことがわかりました。

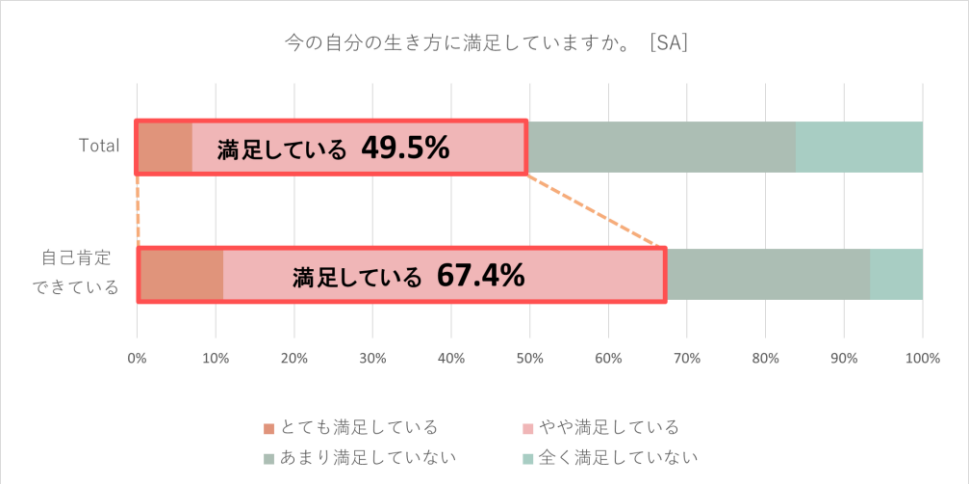




加えて、「あなたは自分の脚が好きですか」という質問に対しては、5 人に 1 人(22.8%)が「全く好きではない」と回答。「どちらかといえば好きではない」(20.5%)「好きではない」(18.5%)と回答した人も合わせると、6 割以上の人が自分の脚を好きになれていないことが判明しました。好きではない理由として「筋肉質なので、ゴツゴツしていてあまり好きではない（20 代)」「太ももが太く、セルライトがたまっているから（20 代)」「太く、仕事柄膝が黒くなってしまっているから。(20 代)」という意見があり、美の固定観念によるものであることが窺えました。

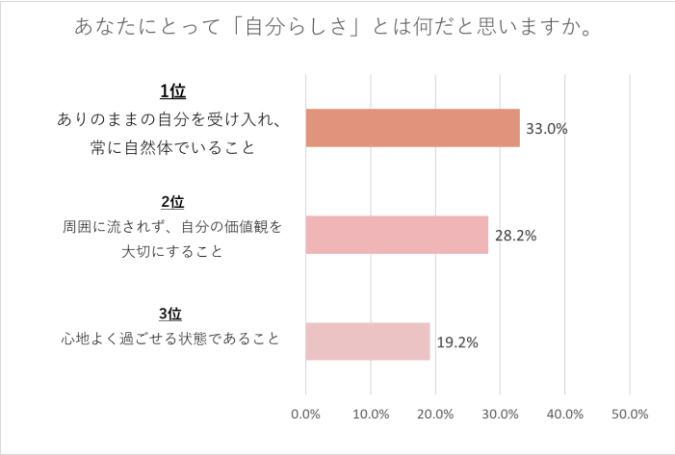
【本件に関する問い合わせ先】
アスティーグ PR 事務局：奈良・宗村
Email：astigu2022@vectorinc.co.jp　Tel：03-5572-6072　Mobile：050-5235-4923（奈良）
アツギ株式会社　商品部　担当：藤田（午前 9：00～午後 5：00 まで）　お問い合わせ専用番号：046-235-2450

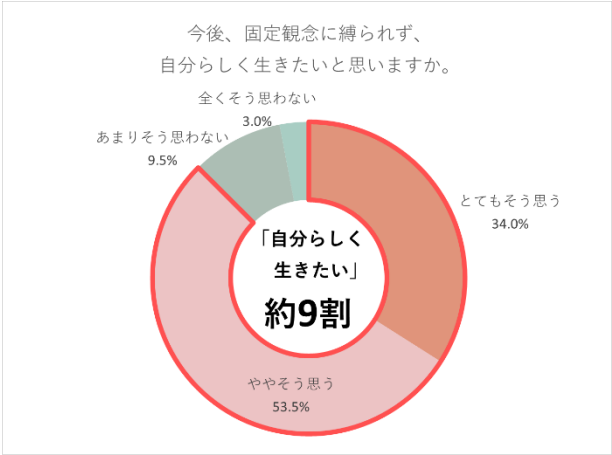
「自分自身の容姿について、固定観念に縛られず、肯定することが出来ている」と回答した中で、「今の自分の生き方に満足している」と回答した人は 67.4%。全体の数値よりも 20%近く上回る結果に。



「今の自分の生き方に満足していますか」という問いに対し、満足していると答えた人は 49.5%と半数以下にとどまりました。一方で、「自分自身の容姿について、固定観念に縛られず、肯定することが出来ている」と回答した人の中では、「今の自分の生き方に満足している」と回答した人は 67.4%と、17.9%多い結果となりました。この結果から、“固定観念に縛られず、自分の容姿を肯定する”ことが、生き方そのものへの満足度につながることがわかりました。

「自分らしさを見つけたい」と思っている人は 61.3%、「自分らしく生きたい」と思う人は 9 割近くに。





「自分らしさを見つけたい」と思っている人は 61.3%。10～20 代は 77%と、特に多くなりました。「自分らしさとは何か」という質問に対しては、「ありのままの自分を受け入れ、常に自然体でいること（33.0%）」「周囲に流されず、自分の価値観を大切にすること（28.2%）」「心地よく過ごせる状態であること（19.2%）」という回答が TOP 3 となり、「自分らしく生きたい」と思う人は 9 割近くにのぼりました。これらの結果から、多くの女性が“年齢・性別・外見などの固定観念によって自身を判断し、合わせていくのではなく、自分を受け入れ、自身の価値観を大切にして生きていきたい”という思いを抱いていることが推測されます。

【本件に関する問い合わせ先】
アスティーグ PR 事務局：奈良・宗村
Email：astigu2022@vectorinc.co.jp　Tel：03-5572-6072　Mobile：050-5235-4923（奈良）
アツギ株式会社　商品部　担当：藤田（午前 9：00～午後 5：00 まで）　お問い合わせ専用番号：046-235-2450

■調査概要
調査エリア：全国
調査対象者：18~69 歳の女性
サンプル数：600
調査期間　：2022 年 1 月 8 日～2022 年 1 月 9 日
調査方法　：インターネットリサーチ

■ブランド概要
ブランド名：ASTIGU／アスティーグ
商品展開：プレーン（無地）ストッキング
価格帯：プレーンストッキング 11 種類　660 円～1,100 円（税込）
　　＊その他にひざ上丈・ひざ下丈・くるぶし丈の展開あり
ブランドサイト：https://www.astigu.jp/

■会社概要
会社名：アツギ株式会社
設立：1947 年 12 月 24 日
代表者：代表取締役社長　工藤　洋志
本社所在地：〒243-0493　神奈川県海老名市大谷北 1-3-2
ホームページ：https://www.atsugi.co.jp
公式オンライン通販：https://www.atsugi-styleup.jp/shop/default.aspx

【本件に関する問い合わせ先】
アスティーグ PR 事務局：奈良・宗村
Email：astigu2022@vectorinc.co.jp　Tel：03-5572-6072　Mobile：050-5235-4923（奈良）
アツギ株式会社　商品部　担当：藤田（午前 9：00～午後 5：00 まで）　お問い合わせ専用番号：046-235-2450