

**「TARROW TOKYO」× SOCIAL APARTMENT 入居者 コラボアイテム
とことんユーザー目線に立ち作り上げた「ラウンジウェア」11月29日発売
～部屋で過ごすときの服装、半数以上が部屋着派と判明！部屋着と外着の境界線も明らかに～**

繊維製品の製造販売を行う株式会社グラクジャパン(本社：名古屋市中区)が立ち上げた、長く大切に着てもらえる“良い服”をテーマに、質にこだわったアイテムを展開する『TARROW TOKYO(タロウ トウキョウ、以下：TARROW)』は、ソーシャルアパートメントの入居者6名とコラボレーションし、暮らしの質を少し高めるルームウェアプロジェクトを2023年4月より始動。(https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000013.000059001.html)
ネイバース上北沢の6名を中心に各地域のソーシャルアパートメントに住む入居者を巻き込み、半年以上の歳月をかけて作り上げた“私たちがほしいもの”を反映した「ラウンジウェア」を2023年11月29日(水)に発売します。



■ 服づくりのプロ TARROW と、日々の暮らしを楽しくする「ほしい服」を知るソーシャルアパートメントの入居者で作りあげた「ラウンジウェア」

今回発売する「ラウンジウェア」は、共有スペース（ラウンジ）に行くときの服装に迷うというソーシャルアパートメントの入居者ならではの課題をヒントに、外出できるリラックスウェア（ルームウェア）として、リモートワーカー等多くの人に使用できるアイテムとして開発しました。上北沢のソーシャルアパートメント入居者6名をはじめ、各地域の入居者へヒアリングを行い、やりとりを何度も重ね、部屋着と共用スペースで着る外着の境界線に悩んでいた自分たちが本当にほしいものを反映し制作した、部屋着・外着どちらとしても着用できる一枚になっています。

■シルエットやデザインの原型もすべて入居者6名の発想から。



シルエット、デザインは6名の理想を詰め込んだラフ案を元に、生地・縫製はTARROWが提案。両者のこだわりや強みを活かし、それぞれが想う「こんなあったらいいな」を形にしています。

- 1 カジュアルな印象を与えすぎないハリ感のあるニット
- 2 一日中着ていてもストレスを感じない柔らかな着心地
- 3 Sサイズは着丈が短いシルエットでレディースにもオススメ

体型や着回し易さを考え、シルエットや細かいディテールを調整、L.TOP、IVORY、BLACKの使いやすい3色を制作しました。首元のブランドタグはTARROW×ネイバース上北沢のオリジナルデザインを採用し、袖口を折り返すことでイラストの変化を楽しめる仕様に。

カラー：L.TOP/ IVORY / BLACK

サイズ：S/ M/ L

価格：¥8,500 (税込)

<部屋着に関する調査>

パジャマを着る人は少数派？！

部屋で過ごすときの服装、半数以上が「部屋着として購入した服」と明らかに。

～男女別、部屋着の外着の境界線も判明～

今回の「ラウンジウェア」開発の背景には、外着より部屋着の定義付けが難しいという悩みがありました。そのため、TARROW は、全国の 20 歳～59 歳の男女 400 名を対象に、インターネットによる「部屋着」に関する調査を実施しました。

<調査結果概要>

- 部屋で過ごすときの服装、半数以上が「部屋着(スウェットやジャージ)」派と判明！
- 帰宅後の服装のルーティーン、男女ともに「帰宅後、部屋着に着替え、必要なことを済ませて部屋着で就寝する」が最も多い結果に。
- 男女ともに部屋着に求めるものとして「リラックスできること」を最も重視していることが判明。
- 男女別！部屋着と外着の境界性はどこ？

—調査概要—

- 調査期間：2023 年 8 月 ● 調査対象者：全国 20 歳～59 歳の男女 400 名
 - 調査手法：インターネット調査 ● 調査機関：シグナルリサーチ
- ※小数点第二位を四捨五入しているため、合計が 100%にならない場合があります。
- ※性年代均等割付
- ※本調査結果をご掲載の際は『TARROW TOKYO 調べ』と明記ください。

■ 部屋で過ごすときの服装、半数以上が「部屋着(スウェットやジャージ)」派と判明！

普段、部屋で過ごすときの服装を暑いとき（夏）と寒いとき（冬）それぞれ尋ねたところ、どちらも半数以上が「部屋着として購入した服（スウェットやジャージ、デザイン T など）」を着ているということが明らかになりました。

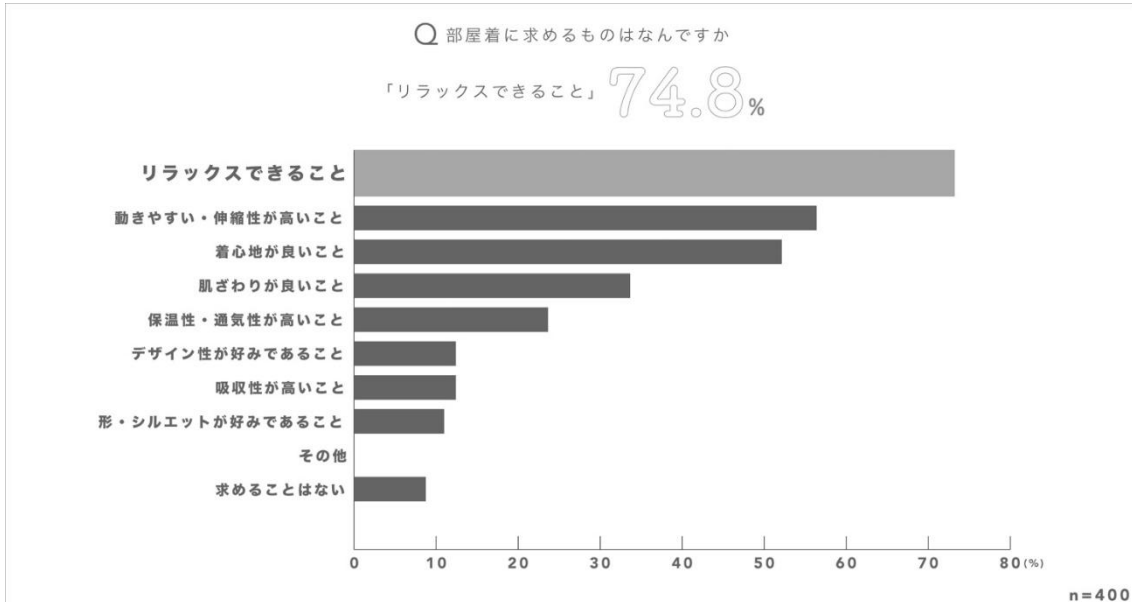
男女別で見ると、男性は、夏の 1 位が「部屋着として購入した服(48.5%)」、2 位が「下着のみ(22.5%)」、3 位が「元々は外着だった服(20.0%)」となり、冬の 1 位が「部屋着として購入した服(59.0%)」、2 位が「元々は外着だった服(19.5%)」、3 位が「パジャマ(13.0%)」となりました。女性は、夏冬ともに 1 位が「部屋着として購入した服(53.5%)」、2 位が「元々は外着だった服(夏:26.5%/冬:24.5%)」、3 位が「パジャマ(夏:13.5%/冬:20.0%)」という結果となり、男性は下着で過ごす人も多く、女性は男性に比べるとパジャマ派も多いという差があることがわかりました。

■ 帰宅後の服装のルーティーン、男女ともに「帰宅後、部屋着に着替え、必要なことを済ませて部屋着で就寝する」が最も多い結果に。

外出から帰宅した後の服装に関するルーティーンを尋ねたところ、男性は「帰宅後、部屋着に着替え、必要なことを済ませて部屋着で就寝する(50.5%)」が半数以上と最も多く、次いで「帰宅後、下着になり、必要なことを済ませて下着で就寝する(22.5%)」、続いて「帰宅後、部屋着に着替え、必要なことを済ませて就寝着に着替えて就寝する(13.5%)」「帰宅後、外着のまま必要なことを済ませて就寝着に着替えて就寝する(13.5%)」は同率という結果となり

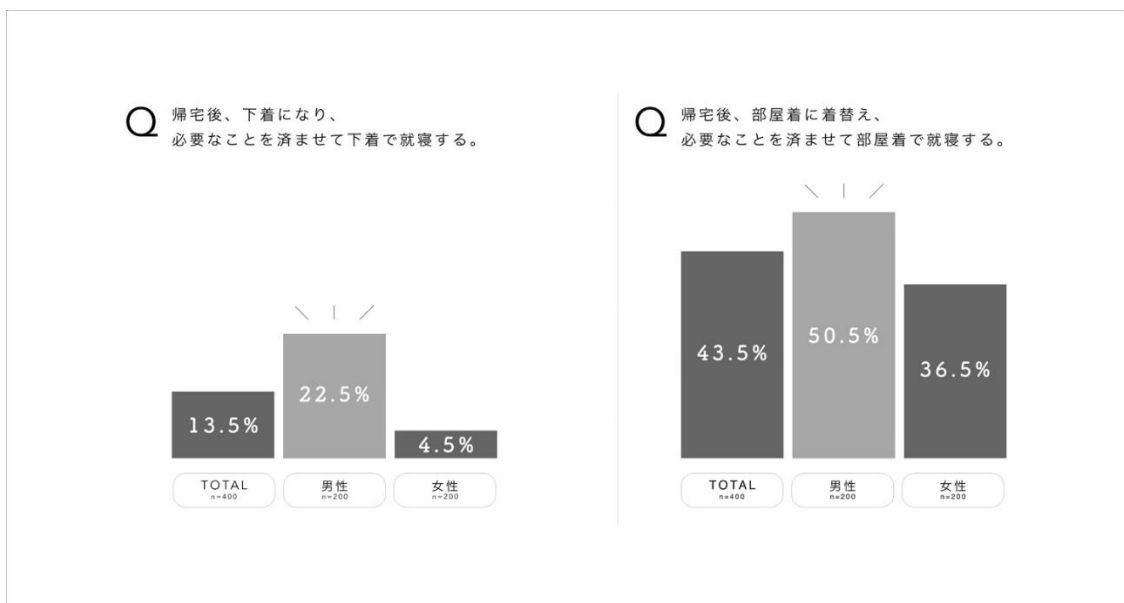
ました。

女性も「帰宅後、部屋着に着替え、必要なことを済ませて部屋着で就寝する(36.5%)」が最も多いものの、「帰宅後、部屋着に着替え、必要なことを済ませて就寝着に着替えて就寝する(30.0%)」「帰宅後、外着のまま必要なことを済ませて就寝着に着替えて就寝する(29.0%)」と大きな差は出ない結果となりました。女性は男性よりも部屋着と就寝着を分けている人が多いことがうかがえます。

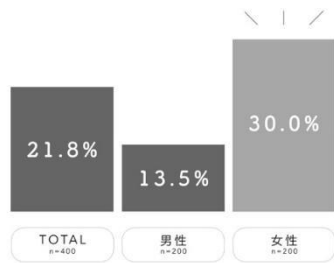


■男女ともに部屋着に求めるものとして「リラックスできること」を最も重視していることが判明。

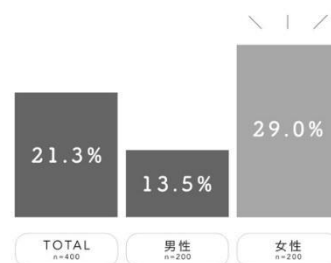
部屋着に求めるものを尋ねたところ、1 位「リラックスできること(74.8%)」、2 位「動きやすい・伸縮性が高いこと(57.3%)」、3 位「着心地が良いこと(52.3%)」という結果となり、デザイン性よりも機能性を重視する傾向があることがわかりました。女性は、「デザイン性が好みであること」「形・シルエットが好みであること」が男性よりも約 10 ポイント高く、男性に比べデザイン性も重視していることがわかりました。



Q 帰宅後、部屋着に着替え、必要なことを済ませて就寝着に着替えて就寝する。



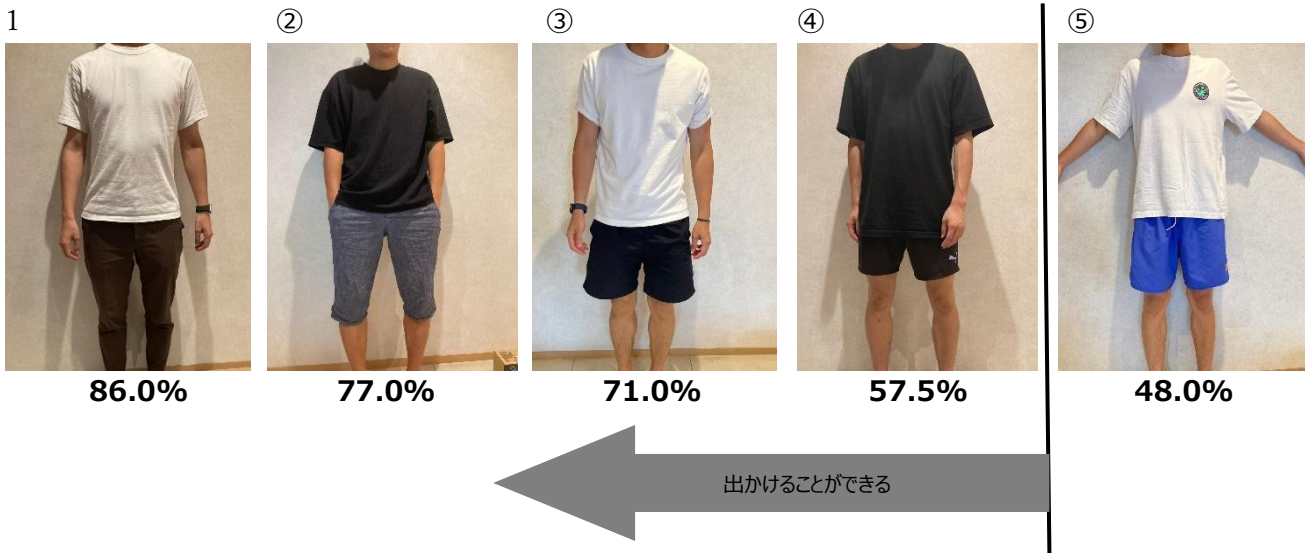
Q 帰宅後、外着のまま必要なことを済ませて就寝着に着替えて就寝する。



■男女別！部屋着と外着の境界性はどこ？

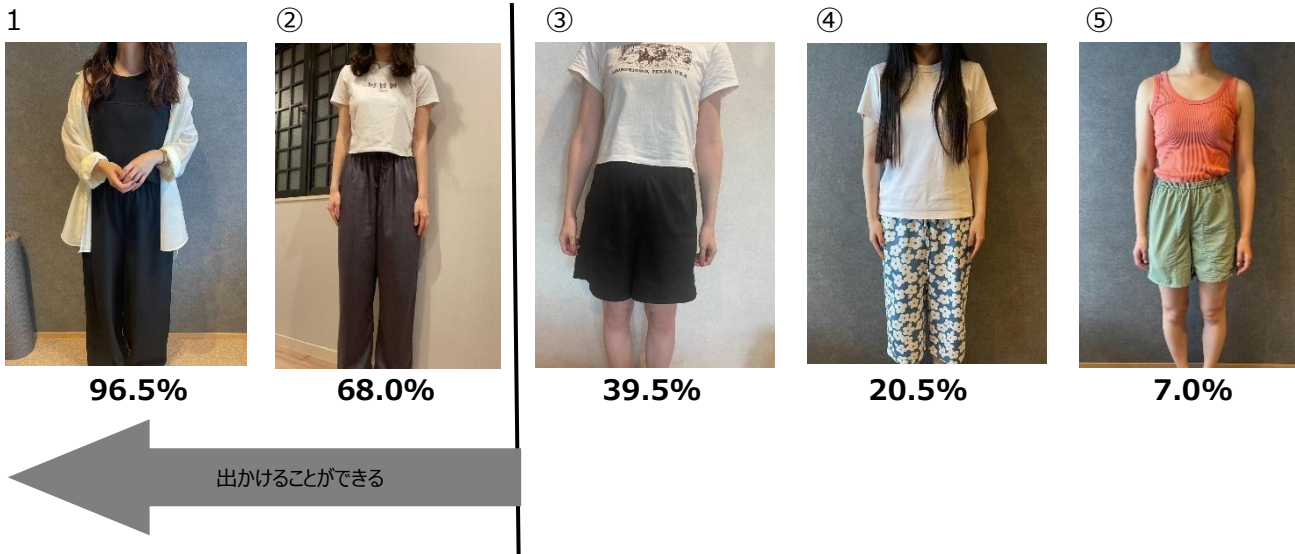
<男性用衣類>

以下の写真の服装で外に出かけることができるかを男性に尋ねたところ、「出かけることができる」「出かけることができない」の境界線は④と⑤のあいだであることがわかりました。また、女性に以下の写真の服装で男性が外に出かけるのはアリだと思うか尋ねたところ、男性同様①～④はアリが過半数、⑤はアリだと思わないが過半数となり、男女ともに境界線に違いがないことがわかりました。



<女性用衣類>

以下の写真の服装で外に出かけることができるかを女性に尋ねたところ、「出かけることができる」「出かけることができない」の境界線は②と③のあいだであることがわかりました。また、男性に以下の写真の服装で女性が外に出かけるのはアリだと思うか尋ねたところ、①～③はアリが過半数、④・⑤はアリだと思わないが過半数となり、③の服装については男女で認識の差があることがわかりました。



今回発売する「ラウンジウェア」は、部屋着として求められている「リラックスできること」「動きやすい・伸縮性が高いこと」「着心地が良いこと」を満たしており、外着のみならず、部屋着としても納得のいく機能性を持ち合わせています。

■TARROW TOKYO について

TARROW
TOKYO

「いい服が大切に長く着てもらえる世界を作りたい。」

TARROW TOKYO は服作りのプロが、「本当にいい服を届けられているのだろうか？」という疑問から「売るための服作り」ではなく、自分たちが着たいと思える本当に上質な「着るための服」を適正な価格で販売するためにできた OEM 発のオリジナルブランドです。

大量消費される服ではなく、長く大切にされる服を増やすことが本当のサステナビリティであると考え、多くの人が着用しやすいシンプルなデザインとシルエットにこだわり、服作りを行っています。

URL : <https://tarrowtokyo.jp/>

Instagram : <https://www.instagram.com/tarrow.tokyo/>

■ソーシャルアパートメントについて

ソーシャルアパートメントは、賃貸マンション内にラウンジ・キッチン等の共用部を設置し、住人間の自発的なコミュニティ形成を促進させる仕組みを持った交流型賃貸マンションです。従来型のワンルームマンションやプライバシーの確保が難しいシェアハウスとも異なる新しい居住スタイルで、20代、30代の社会人を中心にご入居いただいております。

運営物件数 : 52 棟 3,175 室

<運営元：株式会社グローバルエージェント>

「世界に新しい文化の可能性を生み出すプラットフォーム」をつくり続けるというミッションのもと、隣人交流型賃貸住宅「ソーシャルアパートメント」、ライフスタイルホテル「LIVELY HOTELS」、ホテル一体型ワークプレイス「.andwork」などの事業を展開しています。

<http://global-agents.co.jp>

会社名：株式会社グローバルエージェント

本社所在地：東京都渋谷区神南 1-20-13

代表取締役：山崎 剛

■ 会社概要

<株式会社グラックジャパン>

代表者：取締役社長 由比 康之

所在地：名古屋市中区錦 2-13-19

(東京オフィス：東京都中央区銀座 1-13-12 銀友ビル6F)

設立：2017年5月

事業内容：アパレル製品企画製造

資本金：2,000万円

URL：https://www.takisada-nagoya.jp/production_bases/gluck_japan/