

2006年6月22日

報道関係各位

株式会社インフォプラント

「クールビズ」に関する C-NEWS 生活者調査 クールビズの認知度、非常に高い。しかし実践には慎重派も多数

～ オフィスで働く 20～59 歳のインターネットユーザー 1200 人の回答結果～

インターネットリサーチの株式会社インフォプラント（本社 / 東京都中野区、代表取締役社長：大谷真樹）が提供する生活者情報マーケティングデータサービス「C-NEWS（<http://c-news.jp/>）」では、「クールビズ」に関する調査をオフィスで働く 20～59 歳のインターネットユーザーに対して実施し、合計 1200 人の回答を集めました。（調査期間：2006 年 6 月 6～8 日/3 日間）

主な調査結果は下記のとおりです。

調査結果概要

クールビズの認知度、非常に高い

夏の軽装スタイル「クールビズ」の取り組みについて、どのようなものが「詳しく知っている」と答えたのは 4 割強、「何となく知っている」のは 5 割強、合わせて全体の 9 割半ばが「知っている」と回答し、非常に高い認知度であることが分かった。クールビズを『聞いたことがない』としたのは、全回答者 1200 名中わずか 2 名であった。【データ 1 - 1～2 参照】

認知されながら実践しない理由、トップは「軽装で社外の人に会うのは失礼」

それぞれの職場ではクールビズがどのように理解されているのか、もっとも当てはまる項目を聞くと、職場全体で「奨励されている」「容認されている」との回答は合わせて 5 割強。一方、3 割強は「認められていない」と答えている。自身でクールビズを実践しているのか尋ねると、『いつも実践している』のは 3 割強、『実践している日もある』『実践していない』は各 3 割半ばと回答が分かれた。【データ 2 - 1～2 参照】

職場で奨励・容認されているとしながら、自身はクールビズを実践していないと答えた 90 名に、そのもっとも大きな理由を尋ねると、『軽装で社外の人に会うのは失礼だから』との答えが 3 割半ばでトップ。特に男性営業職では 28 名中 20 名と多数派であった。【データ 2 - 3～4 参照】

取引先訪問にクールビズは賛否割れるも、相手のクールビズには多数が理解

クールビズ・スタイルで取引先を訪問すること（相手が客）に抵抗があるかと質問すると、『かなり抵抗がある』『やや抵抗がある』は合わせて 4 割強、男性営業職では特に多くほぼ 6 割。『あまり抵抗がない』『まったく抵抗がない』は合わせて 4 割弱と、「ある」と「ない」で答えが割れる結果となった。抵抗が「ある」理由として、「得意先に入出入り禁止になる」「社会全体で認められているとはわからないため」といった慎重な声が多数挙がった。【データ 3 - 1～2】

逆に自分が客の立場となり、取引先がクールビズで来社してきたと考えた場合、『かなり抵抗がある』『やや抵抗がある』としたのは合わせて 1 割強に過ぎず、『あまり抵抗がない』『まったく抵抗がない』が合わせて 7 割強と多数を占めた。抵抗が「ある」派の理由は、「失礼」「馬鹿にされている感じ」といったもので、「ない」派の理由には、「ラフな会社だなーと思う程度」「時代の流れだから」などが挙げられた。【データ 3 - 3～4】

クールビズの普及・定着には「意識改革が必要」との見解多数

今後クールビズを実践したいか尋ねたところ、『ぜひ実践したい』『できれば実践したい』としたのは合わせて 7 割強、「したくない」派（5%）を大きく上回った。自由回答形式で、今後、日本でクールビズが普及・定着するために必要なことは何だと思ふかを尋ねると、「マスコミ報道」や「大々的な宣伝」といったメディアを利用した手段を挙げる声とともに、「会社で義務づけること」や「法令化」などの半ば強制的な手段や、「全体の理解と協力」「社会的認知度の向上」「意識改革」を促す見解も多く見られた。【データ 4 - 1～2 参照】

～ データ詳細につきましては、別紙をご覧ください ～

* 本リリースの引用・転載に際しましては、当社のクレジット表記をお願いいたします。

例) インターネットリサーチ会社の(株)インフォプラントの調査によると…

調査概要

調査方法	インターネットによるクローズド調査	
調査対象者	インフォプラントのアンケートパネル、 オフィスで働く20～59歳のインターネットユーザー	
調査期間	2006年6月6～8日(3日間)	
集計回答人数	1200人(営業職/非営業職 各600名、男性50%、女性50%)	
設問項目	1) 職場の制服・ドレスコードの有無 2) 普段の仕事時の服装 3) 職場で着る服の購入先 4) 職場で着る服の購入費用/月 5) 「チーム・マイナス6%」への参加有無 6) 職場で地球温暖化防止のために取り組んでいること 7) 調査期間時の職場の室内気温について 8) クールビズの認知状況 9) 職場でのクールビズ奨励・容認状況 10) クールビズの実践状況	11) クールビズ実践のための衣類購入費用(昨年の総額・今年これまでの総額・今年これからの予算) 12) (クールビズ非実践者へ)クールビズを実践していない理由 13) クールビズ・スタイルでの取引先への訪問/取引先の来客について 14) 同僚がクールビズを実践することの印象 15) 今後のクールビズ実践意向 16) クールビズに関して欲しい情報 17) 今後、日本でクールビズが普及・定着するために必要なこと

本リリースは、上記設問項目の中から抜粋して作成しています。

詳細に関しましては、右記までお問合せください。お問合せ先: info@c-news.jp

C-NEWSでは、調査結果のレポート販売を行っております。

[販売価格] 一般企業スポット販売価格:20,000円

[納品内容] 集計結果(単純集計)

生活者情報マーケティングデータサービス「C-NEWS」について

C-NEWSとは、インターネットという社会インフラを最大限に活用し、市民(Citizen)消費者(Consumer)といった側面から、生活者の声をタイムリーかつ立体的に社会や企業に伝える、従来にないメディアです。「なぜ、その商品はヒットしたのか?」「活発な消費行動を示す消費者層はどんなプロファイルで、何をどう買っているのか?」C-NEWSはインターネットリサーチの独自性を活かし、こうした疑問に答えるためのデータを提供すると共に、生活者に向けてマーケティング活動を展開する企業や組織に常に新鮮な「視点」や「仮説」を提供します。<http://c-news.jp/>

株式会社 インフォプラントについて

インターネット・リサーチのリーディング・カンパニーであるインフォプラントでは、インターネットや携帯電話をリサーチ・ツールとして活用し、お客様のマーケティング活動における調査の企画から設計・実査・集計・報告までをトータル・サポートしています。また、自社のパネル・ポリシーに則した、信頼できる質の高い31万8千人(2006年6月現在)へのリサーチが可能です。今後モインフォプラントでは、延べ58,000件を越える数多くの調査実績を生かして、更にクオリティの高いサービスを提供します。

会社概要

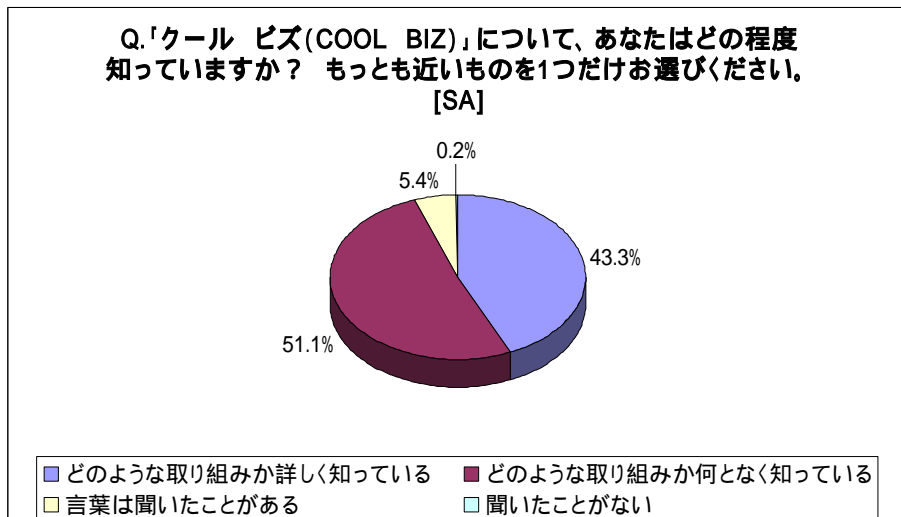
社名 : 株式会社インフォプラント <http://www.info-plant.com/>
 所在地 : 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル1F
 TEL:03-3367-1967(代表) / FAX:03-3367-1966
 設立日 : 1996年7月10日
 資本金 : 5億9,368万円
 代表者 : 代表取締役社長 大谷 真樹(おおたに まさき)
 社員数 : 229名(2006年6月現在)
 事業内容 : * マーケティング・リサーチ事業
 * TV番組/雑誌制作支援サービス事業
 * 生活者情報データ・コンテンツ事業 [C-NEWS] <http://c-news.jp/>

< 本件についてのお問合せ >

- ▶ C-NEWSの調査結果購入に関して
C-NEWS 編集室 E-MAIL: info@c-news.jp TEL:03-3367-1962 FAX:03-3367-1969
- ▶ 取材・掲載等のお問合せに関して
経営企画本部 経営戦略室 広報担当
E-MAIL: koho@info-plant.com TEL:03-3367-1959 FAX:03-3367-1966

クールビズの認知状況

【データ1 - 1】

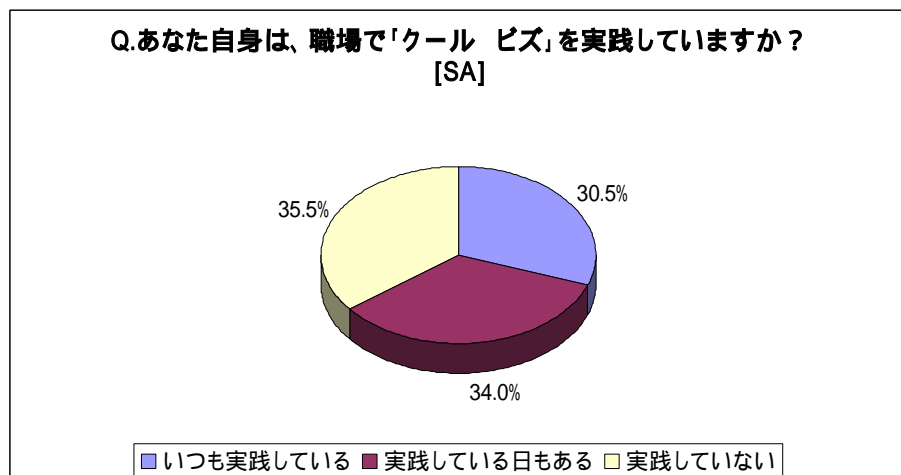


【データ1 - 2】

単位:%	母数	どのような取り組みが詳しく知っている	どのような取り組みが何となく知っている	言葉は聞いたことがある	聞いたことがない
全体	1200	43.3	51.1	5.4	0.2
男性営業職	300	44.0	50.0	5.7	0.3
女性営業職	300	42.0	52.7	5.0	0.3
男性営業職以外	300	51.0	45.0	4.0	0.0
女性営業職以外	300	36.3	56.7	7.0	0.0

クールビズの実践状況

【データ2 - 1】



【データ2 - 2】

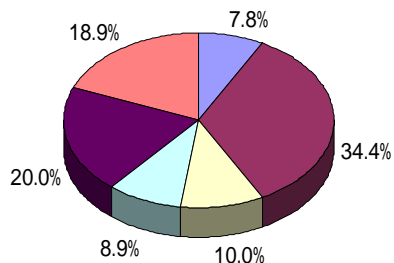
単位:%	母数	いつも実践している	実践している日もある	実践していない
全体	1200	30.5	34.0	35.5
男性営業職	300	23.3	33.0	43.7
女性営業職	300	24.0	39.0	37.0
男性営業職以外	300	41.0	30.7	28.3
女性営業職以外	300	33.7	33.3	33.0

クールビズを実践していない理由

集計母数：職場でクールビズが奨励・容認されているのに、自身はクールビズを実践していない回答者（90名）

【データ2 - 3】

Q.「クール ビズ」が奨励・容認されているのに、あなたが職場で実践していないのはなぜですか？ もっとも大きな理由を1つだけお答えください。[SA]



- 軽装は仕事場にふさわしくないとと思うから
- 軽装で社外の人に会うのは失礼だと思っから
- 服選びが大変だから
- スーツなど以外に、職場で着られる服を持っていないから
- 軽装をしなくても特に暑いと思わないから
- その他

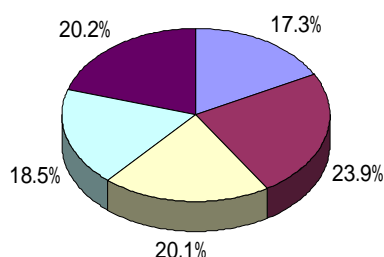
【データ2 - 4】

単位:%	母数	軽装は仕事場にふさわしくないとと思うから	軽装で社外の人に会うのは失礼だと思っから	服選びが大変だから	スーツなど以外に、職場で着られる服を持っていないから	軽装をしなくても特に暑いと思わないから	その他
全体	90	7.8	34.4	10.0	8.9	20.0	18.9
男性営業職	28	7.1	71.4	10.7	3.6	3.6	3.6
女性営業職	19	0.0	36.8	5.3	15.8	26.3	15.8
男性営業職以外	21	23.8	19.0	14.3	14.3	19.0	9.5
女性営業職以外	22	0.0	0.0	9.1	4.5	36.4	50.0

クールビズ・スタイルでの取引先への訪問について

【データ3 - 1】

Q.「クール ビズ」スタイルで取引先(相手が客)を訪問することに、あなたは抵抗がありますか？[SA]



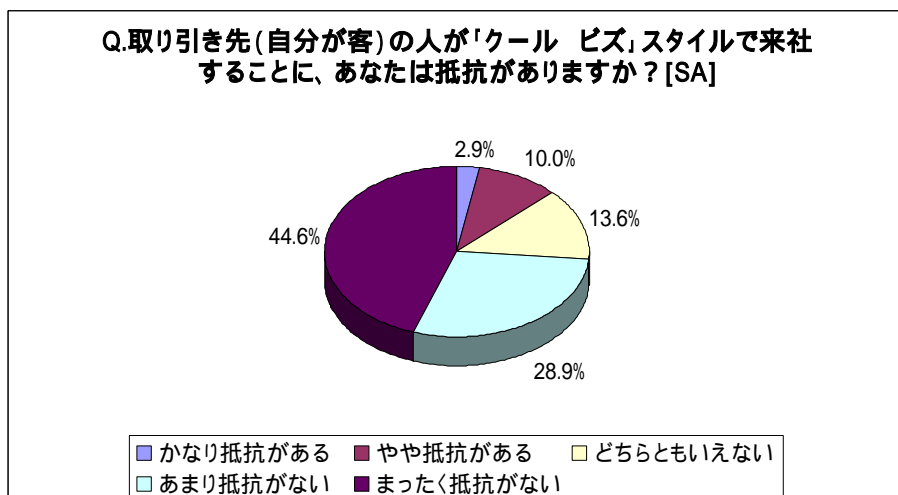
- かなり抵抗がある
- やや抵抗がある
- どちらともいえない
- あまり抵抗がない
- まったく抵抗がない

【データ3 - 2】

単位:%	母数	かなり抵抗がある	やや抵抗がある	どちらともいえない	あまり抵抗がない	まったく抵抗がない
全体	1200	17.3	23.9	20.1	18.5	20.2
男性営業職	300	28.0	31.3	12.0	17.0	11.7
女性営業職	300	16.7	20.0	23.7	21.7	18.0
男性営業職以外	300	18.3	23.7	20.0	11.3	26.7
女性営業職以外	300	6.3	20.7	24.7	24.0	24.3

クールビズ・スタイルでの取引先の来客について

【データ3 - 3】

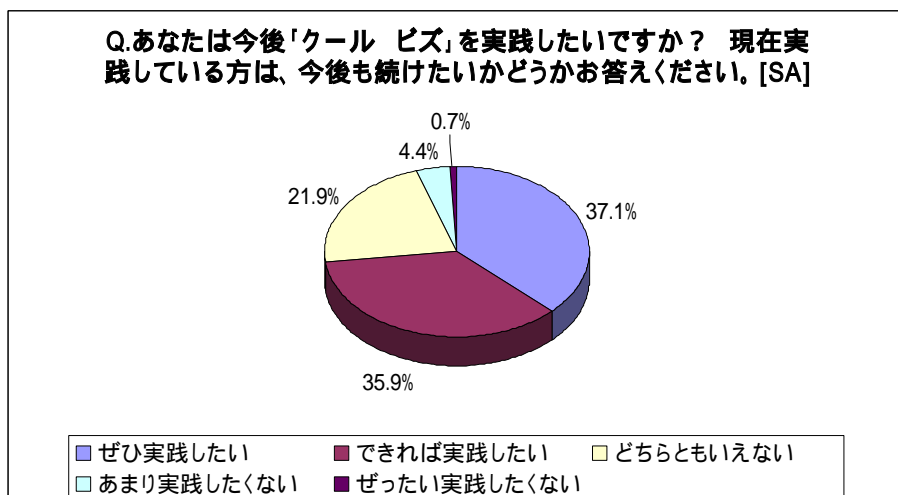


【データ3 - 4】

単位:%	母数	かなり抵抗がある	やや抵抗がある	どちらともいえない	あまり抵抗がない	まったく抵抗がない
全体	1200	2.9	10.0	13.6	28.9	44.6
男性営業職	300	4.3	11.7	13.0	30.0	41.0
女性営業職	300	3.0	8.7	16.0	33.0	39.3
男性営業職以外	300	2.0	8.3	11.7	24.7	53.3
女性営業職以外	300	2.3	11.3	13.7	28.0	44.7

今後のクールビズ実践意向

【データ4 - 1】



【データ4 - 2】

単位:%	母数	ぜひ実践したい	できれば実践したい	どちらともいえない	あまり実践したくない	ぜったい実践したくない
全体	1200	37.1	35.9	21.9	4.4	0.7
男性営業職	300	34.3	36.0	20.7	7.7	1.3
女性営業職	300	29.3	40.0	25.3	4.3	1.0
男性営業職以外	300	48.3	29.0	19.3	3.0	0.3
女性営業職以外	300	36.3	38.7	22.3	2.7	0.0