

2011年8月5日

報道関係者 各位

ライフネット生命保険株式会社

～ライフネット生命、「クールビズ」に関する調査～

今年の夏のクールビズ着用率5割、勤務先での実施率5割半

クールビズは「合理的」が9割強も「客先での着用は控えるべき」5割強

クールビズを着用したら「出費が減った」29.0%

**ビジネスパーソンが選ぶ、『仕事相手が着用していても許容できるクールビズ』は？
「開襟シャツ」、「ブラウス(半袖)」に続いて「ポロシャツ(無地)」も7割超**

『クールビズでお越してください』案内板の設置は1割半

ネッククーラーを購入2割、20代は清涼スプレーが3割強

熱中症対策5つのポイント「水分補給」「睡眠」「朝食」「天気チェック」「声かけ」

インターネットを活用して新しい生命保険サービスを提供するライフネット生命保険株式会社(本社：東京都千代田区、代表取締役社長 出口治明)は2011年7月7日～7月11日の5日間、全国の20歳～59歳のビジネスパーソンを対象に「クールビズ」に関する調査をモバイルリサーチ(携帯電話によるインターネットリサーチ)で実施、1,000名の有効回答を集計しました。

アンケート総括

- **今年の夏のクールビズ着用率5割、勤務先での実施率5割半**
- **公務員のクールビズ着用率7割強、民間企業では5割弱**
- **従業員1,000人以上の企業ではクールビズ実施率7割半**

東日本大震災後の電力不足を受けて37年ぶりとなる電力使用制限令が発令された今年の夏、定職に就いているビジネスパーソン1,000名(性別：男性500名・女性500名、年代別：20代334名・30代334名・40代以上332名)を対象にクールビズについての調査を実施しました。

全回答者(1,000名)に対し、クールビズについての説明(クールビズとは、夏場に職場の冷房温度を高め設定しても快適に過ごせるように、ノーネクタイやノージャケット、半袖ブラウスなどの軽装で勤務することを推奨するキャンペーンや、その軽装自体を指します。)を行ったうえで、今年の夏に勤務先でクールビズを着用したか聞いたところ、『着用率』は50.4%(「勤務先でクールビズが実施され、着用した」42.1%と「勤務先でクールビズが実施されていないが、着用した」8.3%の合計)となりました。

クールビズの着用率を男女別、職種別、勤務先別に比較すると、クールビズ着用率は男

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

性(57.8%)が女性(43.0%)よりも高く14.8ポイント差、営業職(66.2%)は非営業職(48.1%)よりも高く18.1ポイント差、公務員(71.4%)は民間企業(48.1%)よりも高く23.3ポイント差となりました。

また、勤務先のクールビズ『実施率』は54.7%(「勤務先でクールビズが実施され、着用した」42.1%と「勤務先でクールビズが実施されたが、着用していない」12.6%の合計)となりました。

クールビズ実施率を勤務先別と従業員規模(民間企業)で比較すると、民間企業では従業員規模が大きくなるほど実施率が高くなり、従業員100人未満の企業ではクールビズの実施率が36.3%であったのに対し、1,000人以上の企業では74.3%となり、公務員の実施率(72.5%)と同程度の実施率でした。

■ クールビズは「合理的」が9割強も「客先での着用は控えるべき」5割強

■ クールビズ着用の感想「リラックスできる」77.7%、「衣服の手入れがラク」59.3%

■ クールビズを着用したら「出費が減った」29.0%

次に、全回答者(1,000名)に対し、クールビズに対する意見を聞いたところ、『そう思う(計)』(「そう思う」と「ややそう思う」の合計)の値が「合理的」で92.1%、「定着させるべき」で91.1%と9割強の方が同意を示しました。

その他の項目で『そう思う(計)』の値を見ると、「明確なドレスコードが必要」では68.4%、「客先での着用は控えるべき」では52.9%となりました。クールビズは「合理的」で「定着させるべき」との意見が9割強の多数派となっても、着用に際しては明確な基準を求めたり、着用するシーンに気を配ったりしている様子が窺えました。

それでは、この夏、実際にクールビズを着用した方はどんな感想を持ったのでしょうか。クールビズを実際に着用した方(504名)に対し、クールビズを着用した感想を「A:リラックスできる」と「B:落ち着かない」のどちらに近いか聞いたところ、『Aに近い(計)』が77.7%(「Aに近い」57.3%と「ややAに近い」20.4%の合計)、『Bに近い(計)』が6.0%(「Bに近い」1.8%と「ややBに近い」4.2%の合計)となり、クールビズはリラックスできるとの感想が多数派となりました。

その他の項目でも好意的な感想が多数派となり、衣服に関する項目で「A:衣服の手入れがラク」と「B:衣服の手入れが大変」の比較結果は『Aに近い(計)』が59.3%、『Bに近い(計)』が6.2%となり、「A:コーディネートが楽しい」と「B:コーディネートが大変」の比較結果は『Aに近い(計)』が25.6%、『Bに近い(計)』が14.7%となりました。また、着用した効果や出費に関する項目で「A:汗の引きが早い」と「B:汗の臭いが気になる」の比較結果は『Aに近い(計)』が51.6%、『Bに近い(計)』が20.7%、「A:出費が減った(クリーニング費用など)」と「B:出費が増えた(衣服購入費用など)」の比較結果は『Aに近い(計)』が29.0%、『Bに近い(計)』が18.5%となりました。

■ ビジネスパーソンが選ぶ、『仕事相手が着用していても許容できるクールビズ』は？

■ 「開襟シャツ」、「ブラウス(半袖)」に続いて「ポロシャツ(無地)」が7割超

■ 『クールビズでお越しく下さい』案内板の設置は1割半

今年、環境省はクールビズよりもカジュアルな服装での勤務を奨励する「スーパークールビズ」を提唱していますが、ビジネスの現場では仕事相手が軽装で仕事をするのをど

のように捉えているのか質問しました。

全回答者(1,000名)に対し、仕事相手がスーパークールビズとして着用していても許容できる衣服を複数回答形式にて聞いたところ、「ブラウス(半そで)」79.3%と「開襟シャツ」73.9%、「ポロシャツ(無地)」72.3%の三種類の衣服は7割超の方が許容できる衣服として選択しました。同じポロシャツでも「ポロシャツ(柄物)」では24.2%となり、「ポロシャツ(無地)」よりも許容できる割合が48.1ポイント低くなりました。ビジネスシーンで着用するポロシャツは模様を気に配る必要がありそうですが、無地のポロシャツならばノーネクタイ・ノージャケットスタイルである開襟シャツやブラウスと同程度許容されていることがわかりました。

それでは、クールビズに取り組んだ組織は仕事相手やお客様に対してクールビズの実施をどのように告知したのでしょうか。この夏、勤務先でクールビズが実施された方(547名)に対し、クールビズ実施を組織外に向けて告知した方法を複数回答形式で質問したところ、「クールビズ告知ポスター」が36.0%と3割半、「クールビズでの来訪を促す案内板」15.2%と「ホームページで告知」15.0%が1割半となりました。

勤務先別にクールビズの告知方法を比較すると、ポスターや広告での告知は公務員の回答が高くなり、「クールビズ告知ポスター」は公務員46.5%、民間企業34.5%、「クールビズ告知広告」公務員16.9%、民間企業5.9%とそれぞれ10ポイント以上の差がありました。また、従業員規模が大きい民間企業ほど「ホームページで告知」の割合が高くなり、従業員1,000人以上の企業では23.8%(従業員100人未満の企業は5.8%)となりました。

■ ネッククーラーを購入2割、20代は清涼スプレーが3割強

■ 熱中症対策5つのポイント「水分補給」「睡眠」「朝食」「天気チェック」「声かけ」

クールビズは衣服の軽装化に限らず、職場の冷房温度を高めに設定しても快適に過ごせるような工夫全般が推奨されています。そこで、軽装化以外での暑さ対策についての質問を行いました。

全回答者(1,000名)に対し、暑さ対策の為に自身や勤め先で購入したものを複数回答形式にて聞いたところ、「うちわ・扇子」が30.8%、「扇風機(据え置き型)」が28.7%、「清涼スプレー」が25.2%、「ネッククーラー(冷感スカーフ・バンダナ)」が20.3%となりました。

年代別にみると、「清涼スプレー」は20代の購入率が高く31.7%、「ネッククーラー(冷感スカーフ・バンダナ)」は40代以上の購入率が高く26.8%となりました。

また、職場の冷房温度を高めに設定するうえで気を使いたい熱中症対策ですが、ビジネスパーソンは熱中症対策をどの程度意識しているのでしょうか。全回答者(1,000名)に熱中症対策についてどの程度必要と感じているか聞いたところ、『必要(計)』(「必要」と「どちらかといえば必要」の合計)の値は「飲み物を持ち歩き、こまめに水分を補給する」と「睡眠などしっかりと休息をとる」では98.8%、「朝食をしっかりとるなど、きちんと栄養をとる」では98.3%、「天気を調べ、温度に気を配る」では96.6%と、熱中症対策への高い関心が窺えました。

また、熱中症対策として「家庭や職場、近所で声をかけあう」ことが『必要(計)』と回答した方は85.8%と8割半となり、個人でできる熱中症対策以外にも、周囲の人と協力し合うことで、電力不足が予想されている今年の暑い夏を乗り切ろうとする意識が窺えました。

■■調査概要■■

- 調査タイトル：クールビズに関する調査
- 調査対象：ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする
20～59歳のビジネスパーソン
- 調査期間：2011年7月7日～7月11日
- 調査方法：モバイルリサーチ
- 調査地域：全国
- 有効回答数：1,000サンプル
- 実施機関：ネットエイジア株式会社

■■報道関係者様へのお願い■■

本リリース内容の転載にあたりましては、「ライフネット生命調べ」という表記をお使い頂きますよう、お願い申し上げます。

- 会社名：ライフネット生命保険株式会社
- 代表者名：代表取締役社長 出口 治明
- 設立：2006年10月
- 所在地：東京都千代田区麹町二丁目14番地2 麹町NKビル
- 業務内容：インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ：<http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部：松岡
TEL:03-5216-7900

調査協力会社: ネットエイジア株式会社 担当: 安高

- ◆ ライフネット生命について URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

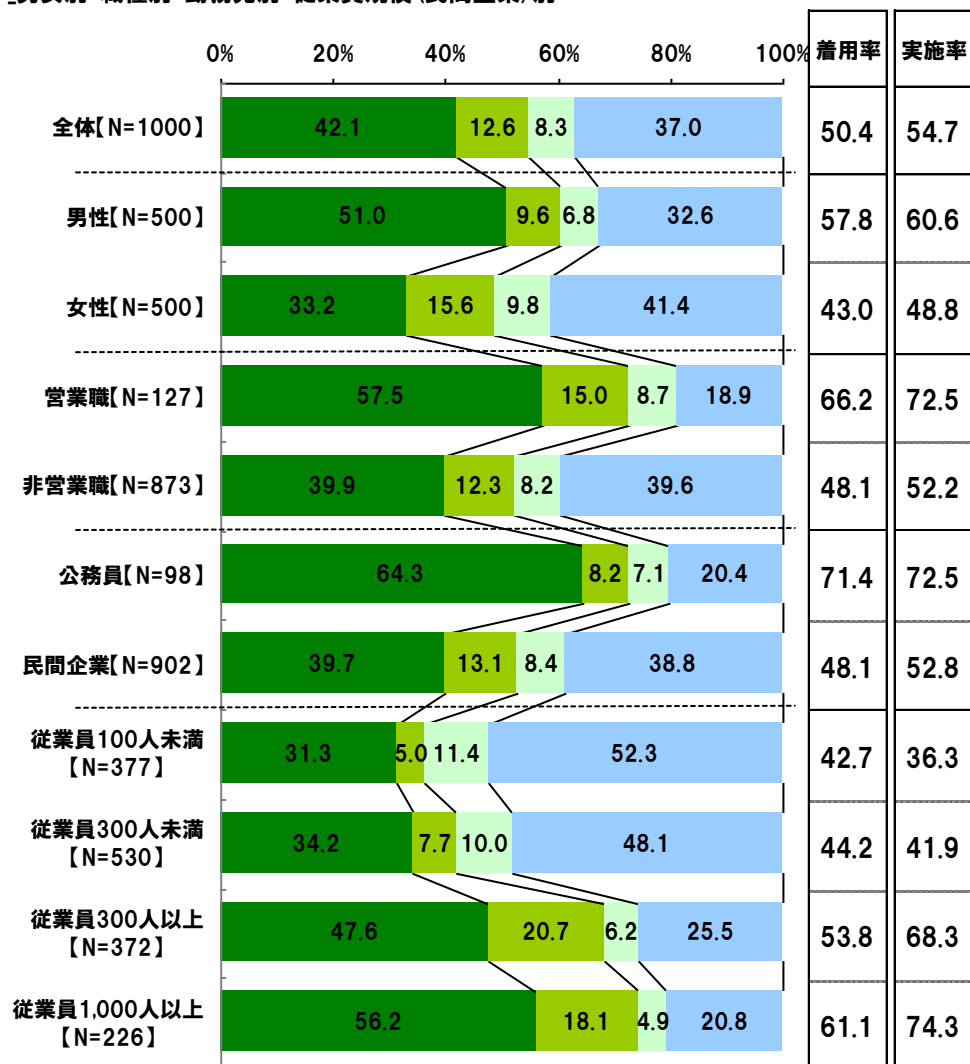
ライフネット生命は、保険の原点に戻り「どこよりも正直な経営を行い、どこよりもわかりやすく、シンプルで便利で安い商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。相互扶助という「保険の原点」に立ち返りつつ、最新のテクノロジーを最大限活用して、生活者にとって便利でわかりやすく、かつ高品質な生命保険商品・サービスを提供することを目指しています。また、インターネットの活用により販売・事務コストを徹底的に削減し、価格競争力に加えて、24時間いつでも可能な納得の保険選びと迅速な申し込み手続きを実現し、「生命(いのち)のきずな＝ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

- ◆ 会社及び商品の詳細は <http://www.lifenet-seimei.co.jp/> をご覧下さい。
 - ◆ お客さまの問い合わせ窓口：TEL 0120-205566
- 受付時間：平日 9時～22時、土曜日 9時～18時、(年末年始、日曜、祝日は除く)

ライフネット生命保険株式会社

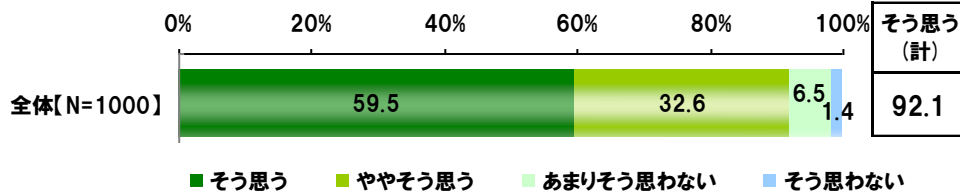
Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

◆今年の夏、勤務先でクールビズを着用しましたか(単一回答形式)
 男女別・職種別・勤務先別・従業員規模(民間企業)別

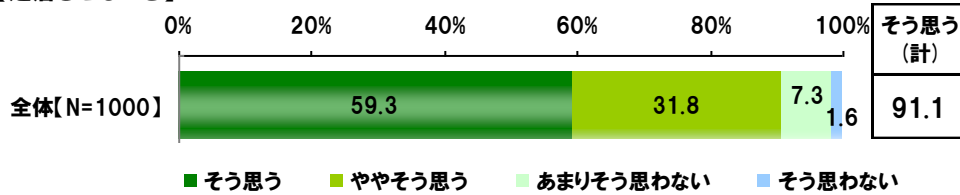


- 勤務先でクールビズが実施され、着用した
- 勤務先でクールビズが実施されたが、着用していない
- 勤務先でクールビズが実施されていないが、着用した
- 勤務先でクールビズが実施されていないし、着用していない

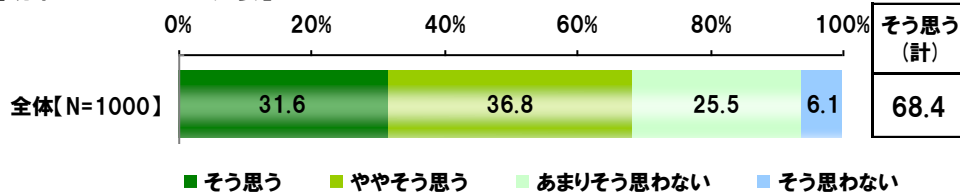
◆クールビズに対するあなたの意見(単一回答形式)
 【合理的】



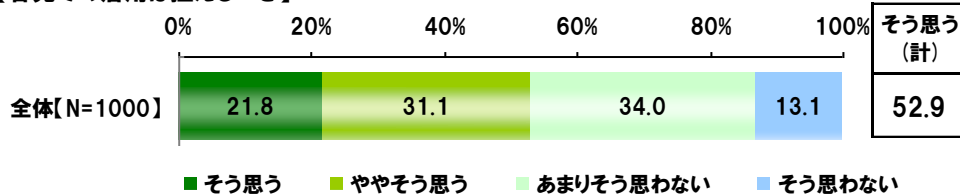
◆クールビズに対するあなたの意見(単一回答形式)
 【定着させるべき】



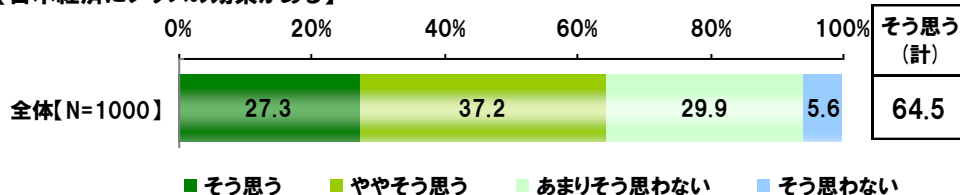
◆クールビズに対するあなたの意見(単一回答形式)
 【明確なドレスコードが必要】



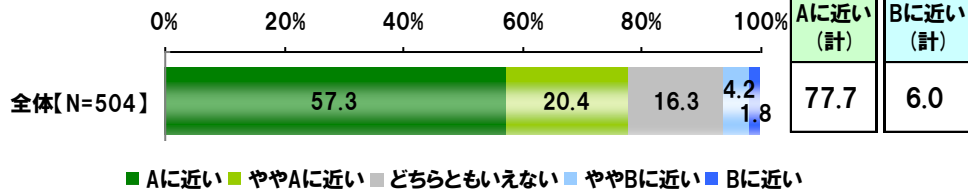
◆クールビズに対するあなたの意見(単一回答形式)
 【客先での着用は控えるべき】



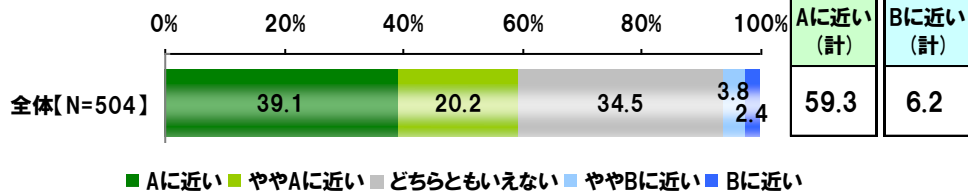
◆クールビズに対するあなたの意見(単一回答形式)
 【日本経済にプラスの効果がある】



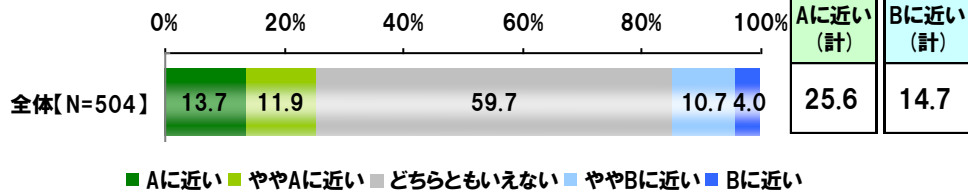
◆実際にクールビズを着用した感想(単一回答形式) ※対象者:クールビズを実際に着用した方
 【A:リラックスできる B:落ち着かない】



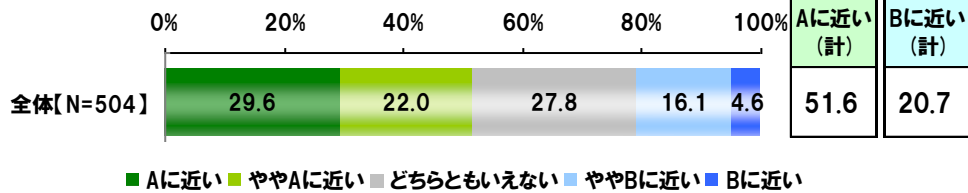
◆実際にクールビズを着用した感想(単一回答形式) ※対象者:クールビズを実際に着用した方
 【A:衣服の手入れがラク B:衣服の手入れが大変】



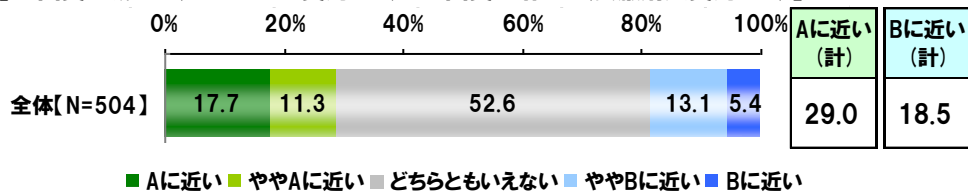
◆実際にクールビズを着用した感想(単一回答形式) ※対象者:クールビズを実際に着用した方
 【A:コーディネートが楽しい B:コーディネートが大変】



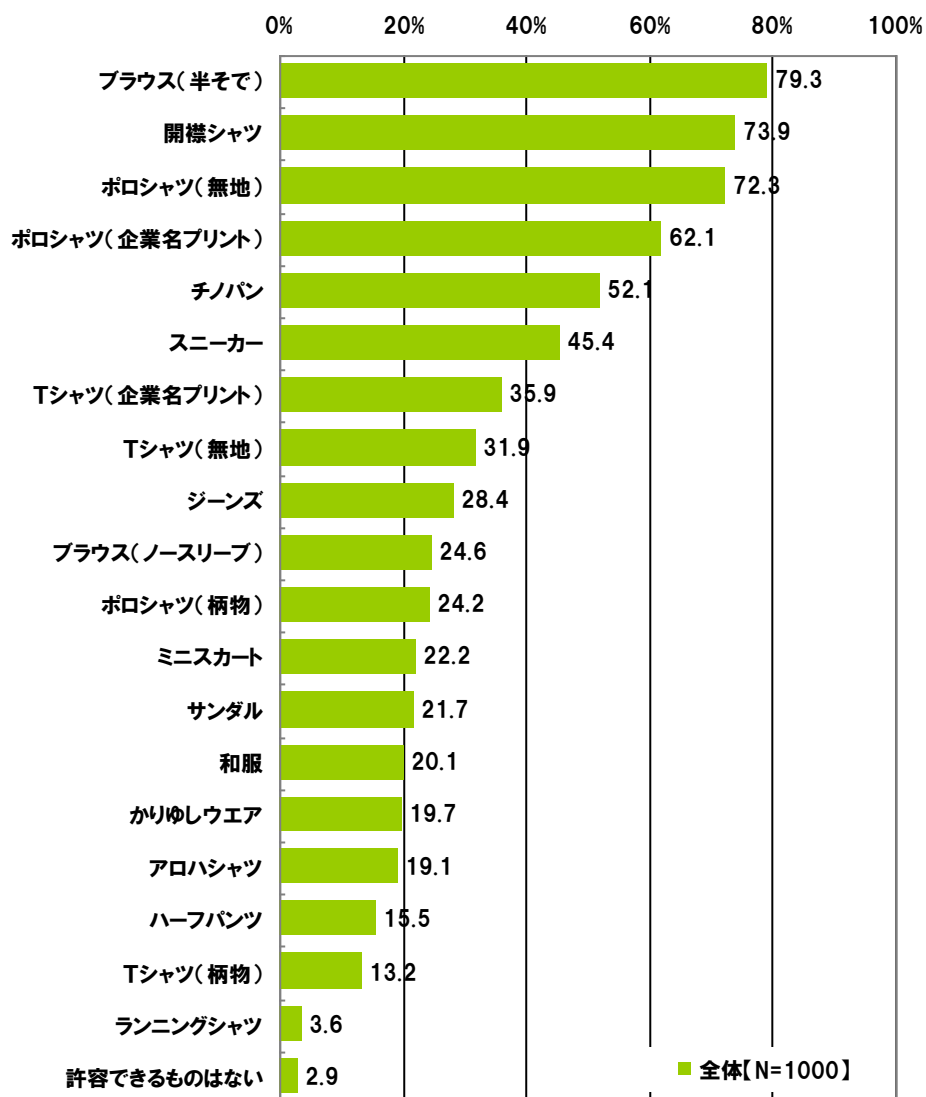
◆実際にクールビズを着用した感想(単一回答形式) ※対象者:クールビズを実際に着用した方
 【A:汗の引きが早い B:汗の臭いが気になる】



◆実際にクールビズを着用した感想(単一回答形式) ※対象者:クールビズを実際に着用した方
 【A:出費が減った(クリーニング費用など) B:出費が増えた(衣服購入費用など)】

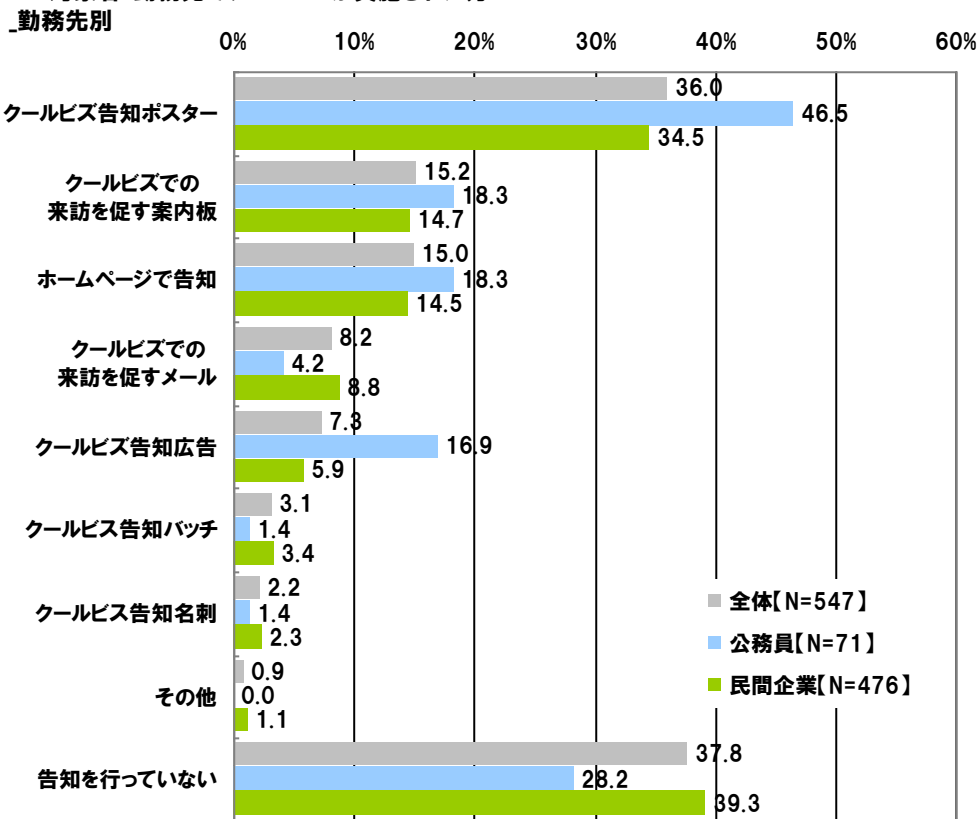


◆仕事相手がスーパーカジュアルビズとして着用しても許容できる衣服
 (複数回答形式)



◆クールビズ実施を組織外に向けて告知した方法 (複数回答形式)

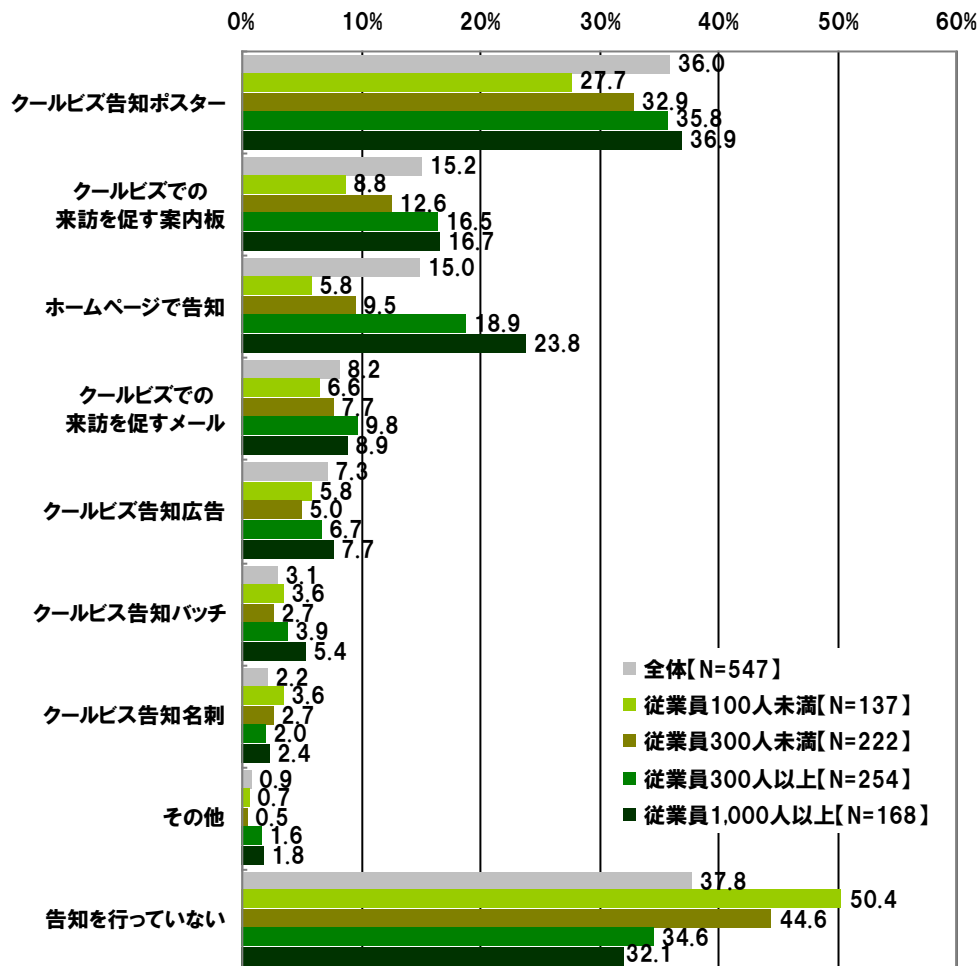
※対象者:勤務先でクールビズが実施された方



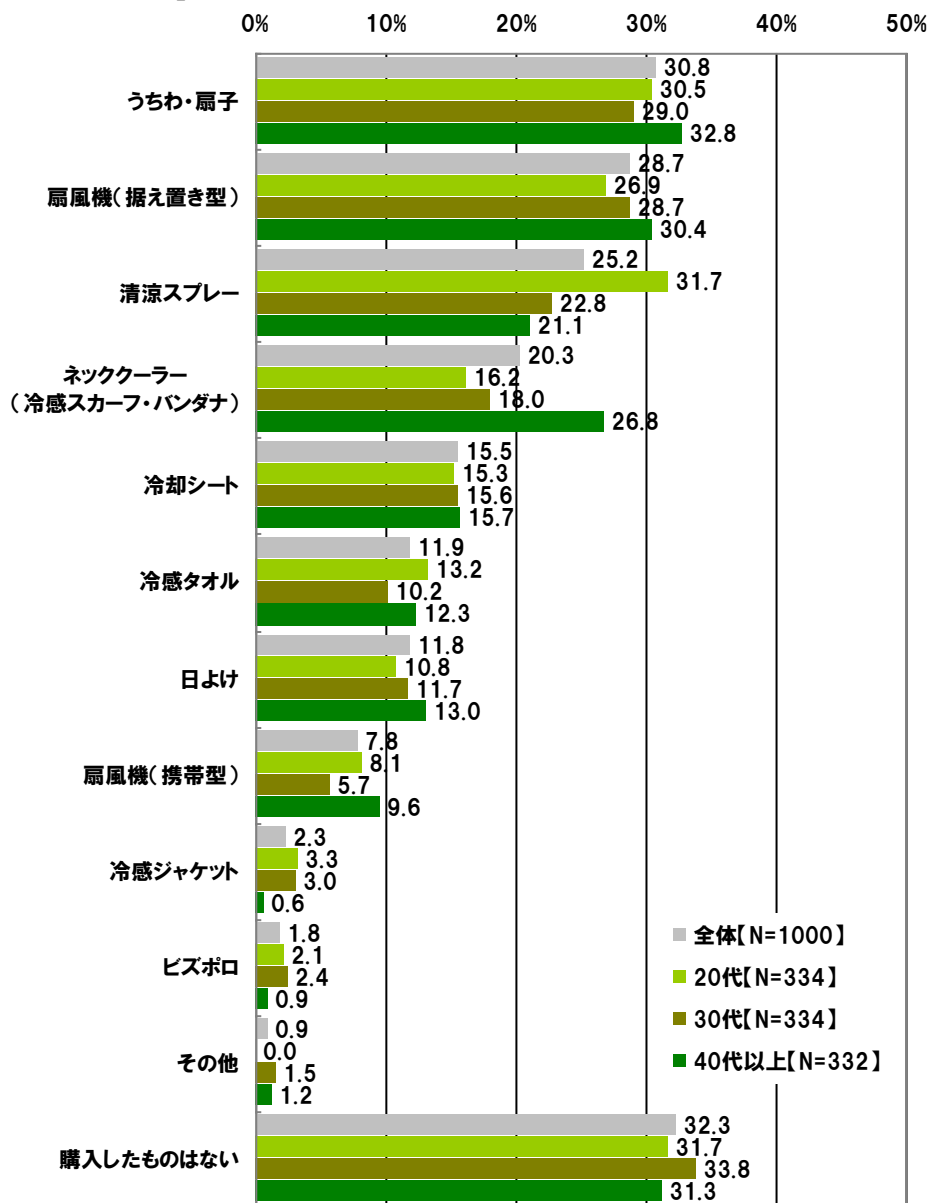
◆クールビス実施を組織外に向けて告知した方法 (複数回答形式)

※対象者:勤務先でクールビスが実施された方

従業員規模 (民間企業) 別

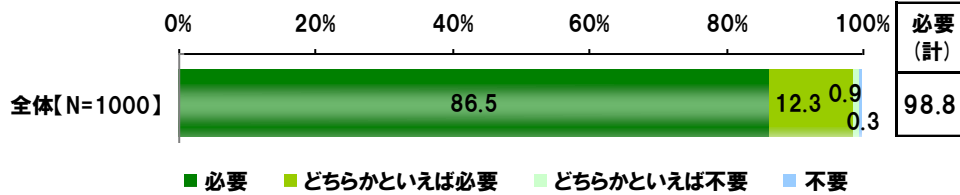


◆今年の夏、暑さ対策の為にあなたやあなたのお勤め先で購入したもの
 (複数回答形式) 年代別



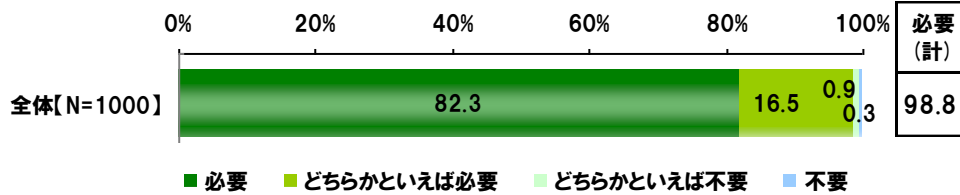
◆熱中症対策についてどの程度必要と感じているか(単一回答形式)

【飲み物を持ち歩き、こまめに水分を補給する】



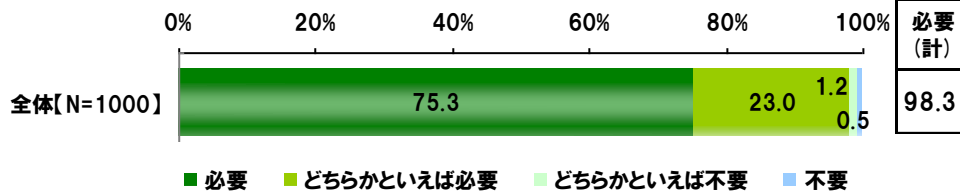
◆熱中症対策についてどの程度必要と感じているか(単一回答形式)

【睡眠などしっかりと休息をとる】



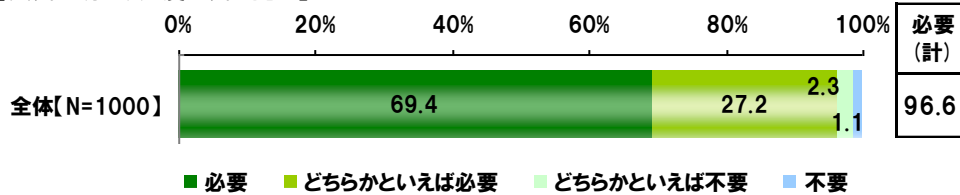
◆熱中症対策についてどの程度必要と感じているか(単一回答形式)

【朝食をしっかりとりなど、きちんと栄養をとる】



◆熱中症対策についてどの程度必要と感じているか(単一回答形式)

【天気を調べ、温度に気を配る】



◆熱中症対策についてどの程度必要と感じているか(単一回答形式)

【家庭や職場、近所で声をかけあう】

