

## 2011 年度「クールビズ」に関する意識調査

--- 意外にも 77.5%のビジネスマンがデザインを重視 ---

リーダー世代のビジネスマンに支持されるブランド「NEWYORKER（ニューヨーカー）」を取り扱う株式会社ニューヨーカー（本社：東京都渋谷区 / 代表取締役社長：戸澤 かない）は、自社で運営するオフィシャルオンラインストア「NY.online（NY オンライン）」会員を対象に、2011 年度「クールビズ」に関する意識調査をアンケート形式にて実施いたしました。

尚、当概要は下記の通りです。

### 2011 年度「クールビズ」に関する意識調査

アンケート名：ビジネスシーンにおける 2011 年度「クールビズ」に関する意識調査

実施期間：2011 年 8 月 20 日から 25 日まで

回答者数：432 名

回答方式：複数選択回答

#### ●機能よりデザイン重視！

機能性が取り沙汰されるクールビズですが、「アイテムを選ぶ際、最も気にした事は？」との質問に対し、“デザイン”と回答された方が 77.5%と最も多い回答でした。最も多い回答になると予想していた“機能”と回答された数は意外にも 27.5%と少ない結果でした。「職場のルールを踏まえた上でのデザイン選び」であることは当然ですが、2 次的に付加された機能性よりも服のデザインそのものによる機能性が重視されていることがうかがえます。

#### ●ポロシャツよりも半袖シャツ！

では、実際に人気のあったアイテムは何か？ アンケート結果によると、「2011 年の『クールビズ』用に新たに購入したアイテムは？」との質問に対し、最も多い回答は“半袖シャツ（柄地）”で 41.9%、2 番目に多い回答は“半袖シャツ（無地）”と“コットンスラックス”が同率で 36.6%でした。話題の多かった“ポロシャツ（biz ポロ）”は意外にも 31.0%と少なく、ビジネスシーンでカジュアルに成りかねないアイテムは敬遠されたようです。

#### ●8月でクールビズは終わり！

クールビズスタイルを終了する時期についても「クールビズをいつまで続ける予定ですか？」と質問したところ、最も多い回答は“気温次第で考えたい”で 47.0%。2 番目に多い回答は“8 月いっぱいクールビズを続ける予定だ”で 30.3%。3 番目は“周りやニュースを見てクールビズをいつまで続けるか決めたい”で 26.2%でした。多くの方が 9 月になったら気温や周囲の状況を見てクールビズから衣替える意識が高いことがうかがえます。

## アンケート全結果

### ■ 厳しい暑さとなった 7 月後半以降、クールビズで出勤した割合は？

- 【1】 出勤日は毎日＝78.9%
- 【2】 週に 3 日程＝10.0%
- 【3】 週に 1 日＝4.9%
- 【4】 クールビズでは出勤していない＝4.6%
- 【5】 2 週間に 1 日＝1.6%

### ■ アイテムを選ぶ際、最も気にした事は？（複数回答可）

- 【1】 デザイン＝77.5%
- 【2】 価格＝51.2%
- 【3】 機能＝27.5%
- 【4】 職場のルール＝14.6%
- 【5】 スタッフが勧めたアイテムを購入した＝1.9%
- 【-】 その他＝2.5%

### ■ 職場でクールビズを実践していた同僚の割合は？

- 【1】 同僚が全員クールビズを実践していた＝62.5%
- 【2】 職場の半数くらいがクールビズを実践していた＝16.4%
- 【3】 役職によってクールビズを実践していた＝12.5%
- 【4】 職場のごく一部がクールビズを実践していた＝7.6%
- 【5】 職場ではクールビズを実践している人はいなかった＝2.1%

### ■ 2011 年の「クールビズ」用に新たに購入したアイテムは？（複数回答可）

- 【1】 半袖シャツ（柄地）＝41.9%
- 【2】 半袖シャツ（無地）＝36.6%
- 【2】 コットン・スラックス＝36.6%
- 【4】 ポロシャツ＝31.0%
- 【5】 ジャケット＝19.7%
- 【-】 その他＝15.7%

### ■ クールビズで出勤した時の同僚の評価は？

- 【1】 特に何も言われなかった＝70.8%
- 【2】 好評価だった＝16.9%
- 【3】 他からの評価は気にしていない＝13.2%
- 【4】 アイテムのブランド名やコーディネートについて聞かれた＝3.9%
- 【5】 違和感があると指摘された＝0.7%

### ■ クールビズをいつまで続ける予定ですか？

- 【1】 気温次第で考えたい＝47.0%
- 【2】 8 月いっぱいクールビズを続ける予定だ＝30.3%
- 【3】 周りやニュースを見てクールビズをいつまで続けるか決めたい＝26.2%
- 【4】 そもそも職場ではクールビズを実践していない＝2.3%
- 【5】 お盆明けから通常のビジネス姿に戻している＝0%

アンケート結果のグラフは下記 URL よりご確認ください。

[http://www.ny-onlinestore.com/special/110907\\_cool.php?prt110907](http://www.ny-onlinestore.com/special/110907_cool.php?prt110907)

### <株式会社ニューヨーカーについて>

株式会社ニューヨーカー、1964 年に設立。1980 年、株式会社ダイドーリミテッド（東証一部 / コード：3205 / 当時の株式会社大同毛織）に吸収合併され、2002 年に分社した後、2006 年にダイドーリミテッドのグループ会社 5 社を吸収合併し新たに設立。衣料事業の主力ブランド NEWYORKER を中心とした紳士服婦人服の企画販売を行っています。現在、全国主要百貨店を中心に多くの直営店を展開しています。同社の製品の中でも、紳士服は品位の高い生地とナチュラルショルダーメイクによる確かな縫製を基本としたビジネススーツに高い評価が集まっており、また、婦人服では時代の流行感を加味した通勤着を得意としています。

サイト URL <http://www.newyorker.co.jp/corporate/>

---

#### ☐ お客様からのお問い合わせ

NEWYORKER カスタマーリレーション室

電話番号：フリーダイヤル 0120-17-0599

対応時間：平日 10 時～ 18 時

※土日・祝祭日・年末年始、夏季休暇期間中はお休みをいただいています。

#### ☐ 本件に関するお問い合わせ先

株式会社ニューヨーカー 販売統括本部 e 推進部

担当：石坂洋祐

TEL：03-5785-5789 FAX：03-3423-0952 MOBILE：080-2255-5329