

# 第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
カンサイダイガク	ケイザイガクブ	ナカガワゼミ
関西大学	経済学部	中川ゼミ

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
ブルチーノ	ナカタ トモヒロ	4
Pulcino	中田 智大	

## 研究テーマ（発表タイトル）

オフィスカジュアルは企業にとって有益か否か

### 1. 研究概要（目的・狙いなど）

近年、働き方が多様化してきている。その中でも勤務時の服装に注目すると、一部の企業では働きやすい格好で働くことが推奨されている。このような取り組みはオフィスカジュアルといい、ネクタイを外すものから T シャツ・ジーンズといったものまで幅広い服装が認められつつある。

このような企業の取り組みには働きやすい格好で柔軟な発想につなげる狙いがある。モニタス(2016)によると、東京で働くビジネスパーソン 800 人へアンケートを行った。その結果、約 8 割の人が「動きやすく仕事の能率が上がる」、「社内全体の風通しがよくなる」といった理由から勤務時の服装のカジュアル化を支持していることがわかった。また、GAP JPAPAN(2016)により、オフィスカジュアルの導入によって社内コミュニケーションが活発になることが明らかになっている。社内コミュニケーションは企業の生産性にも関わる重要な要因である。しかし、多くの企業は取引相手からの印象悪化の懸念やスーツ勤務が慣習化していることなどからオフィスカジュアルを導入していないのが現状である。

そこで、本研究ではオフィスカジュアルを導入した際の企業の営業利益や株価への効果を分析し、オフィスカジュアルの導入が企業にとって有益か否かを明らかにする。

### 2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

労働者の多くはオフィスカジュアルを望んでいるのに対し、現状はどれくらいの企業が導入しているだろうか。Pulcino 班が CSR 企業総覧(2018)掲載企業 1501 社に対して行ったアンケート調査の結果、187 社から回答を得られた。そのうち約 65%の企業がオフィスカジュアルを導入していないことが明らかになった。なぜ、多くの労働者がオフィスカジュアルを望んでいるにも関わらず、企業はオフィスカジュアルを導入しないのだろうか。

企業がオフィスカジュアルを導入していない理由として、アンケート調査より、「（カジュアルな服装は）取引相手に失礼」、「スーツ勤務が慣習となっている」などが挙げられ、企業の業績に悪影響を及ぼすのではないかと考えられていることが分かった。また、従業員の服の購入や服を選ぶ手間などのコストを考慮し、導入していない企業もあることがわかった。このように、依然として、多くの企業がオフィスカジュアルに対する懸念を持っており、導入していないのが現状である。

### 3. 研究テーマの課題

先行研究によればオフィスカジュアルの効果が明らかにされている。GAP JAPAN(2016)によると、オフィスカジュアルによって周

困への「興味度」が増し、「ストレス度」が低下することが分かっており、それらによってコミュニケーションが活発化することが明らかになっている。このように、オフィスカジュアルは従業員間のコミュニケーションにとってプラスの効果があることが分かっている。しかし、オフィスカジュアルが企業業績に対してどのような影響を与えるのかを検証するような研究は、行われていないのが現状である。

#### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

本研究ではオフィスカジュアルが企業業績に与える影響について検証を行う。私たちはオフィスカジュアルが企業業績に与える影響を明らかにするために、以下の疑問を立て、分析を行った。

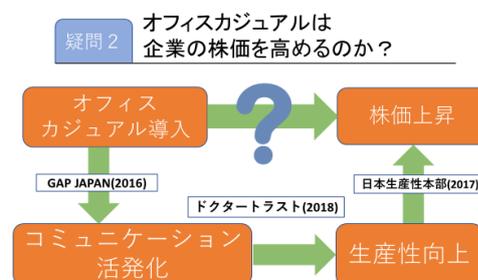
##### 【疑問①】「オフィスカジュアルは企業の営業利益を高めるのか？」

まず、オフィスカジュアルによる企業業績への短期的な効果を明らかにするために営業利益の分析を行う。GAP JAPAN(2016)によると、オフィスカジュアルの導入はコミュニケーションの活発化につながる。また、ドクター・トラスト(2018)によると、コミュニケーションの活発化は生産性の向上につながる。そして、日本生産性本部(2017)によると、生産性の向上は営業利益の上昇につながる。しかし、オフィスカジュアルが企業の営業利益を高めるという先行研究は無かった。そこで、疑問①を明らかにしていく。



##### 【疑問②】「オフィスカジュアルは企業の株価を高めるのか？」

次に、オフィスカジュアルによる企業業績への長期的な効果を明らかにするために株価の分析を行う。疑問①と同様の先行研究より、オフィスカジュアル導入はコミュニケーション活発化、コミュニケーション活発化は生産性向上につながる。そして、日本生産性本部(2017)によると、生産性の向上は株価の上昇につながる。しかし、オフィスカジュアルが企業の株価を高めるという先行研究は無かった。そこで、疑問②を明らかにしていく。



#### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

分析①：企業の営業利益を分析

疑問①「オフィスカジュアルは企業の営業利益を高めるのか？」

【分析方法】パネルデータ分析

【対象】アンケート有効回答企業 135 社

【期間】2011 年から 2018 年

【被説明変数】営業利益

【説明変数】オフィスカジュアルダミー 従業員数 総資本 平均給料 TOPIX

○オフィスカジュアルダミーについて

・Pulcino 班が行ったアンケート調査の結果をもとに、オフィスカジュアルを導入している企業を 1、導入していない企業を 0 とするダミー変数を作成。

・この分析においてダミーの係数の値がプラスとなればオフィスカジュアルが企業の営業利益に良い影響を与えることが分かる。

\* 各説明変数に対する営業利益の弾力性を推定するため対数変換を施した。

\* 説明変数と被説明変数の間に逆の因果関係を考慮し 1 年間のラグをとった。

分析②：企業の株価を分析

疑問②「オフィスカジュアルは企業の株価を高めるのか？」

【分析方法】パネルデータ分析

【対象】アンケート有効回答企業 135 社

【期間】2011 年から 2018 年

【被説明変数】株価

【説明変数】オフィスカジュアルダミー 従業員数 総資本 平均給料 発行済株式数 一株あたり純利益 TOPIX

○オフィスカジュアルダミーについて

分析①と同様。

この分析においてダミーの係数の値がプラスとなればオフィスカジュアルが企業の株価に良い影響を与えることが分かる。

\* 分析①と同様に対数変換を行い、説明変数と被説明変数の間に 1 年間のラグをとった。

## 6. 結果や今後の取り組み

【分析① 結論】

・オフィスカジュアルは企業の営業利益を高める可能性がある。(特に金融・不動産業、食料品業)

【分析① 考察】

・食料品業：消費者の嗜好が特に変わりやすい業界であり、また、競争が激しい業界である。そのため、消費者の嗜好を読み取り、激しい競争を生き残る商品を開発するための新たな発想が求められる。そのため、オフィスカジュアルによる柔軟な発想が効果的であったと考えられる。

・金融・不動産業：オフィスカジュアルによるこの業種特有の堅いイメージの払拭によって、従業員間やお客様とのコミュニケーションにおいて良い効果を与え、業績にも良い影響を与えたと考えられる。

【分析② 結論】

・オフィスカジュアルは企業の株価を高める可能性がある。(特に食料品業)

【分析② 考察】

分析①と同様の理由から食料品業でプラスの効果を示したと考えられる。

【本研究の結論】

以上 2 つの分析より、オフィスカジュアルは企業にとって有益であることが明らかになった。

【提言】

**「企業はオフィスカジュアルを導入すべきである。」**

【企業の懸念とそれに対する対策】

○懸念

- ・取引相手に失礼にならないか。
- ・従業員の服選びの負担にならないか。

○対策

- ・社内で TPO に合わせた服装を徹底(例：プリチストン)
- ・従業員向けセミナーの実施(例：伊藤忠商事)

## 7. 参考文献

- ・朝日新聞「働き方改革、服装も」、2017 年
- ・モニタス「オフィスのドレスコード調査」、公式 web ページ、2016 年
- ・東洋経済新報社「CSR 企業総覧」、2018 年
- ・ドクタートラスト「生産性向上に直結するチーム内コミュニケーション」、公式 web ページ、2018 年
- ・日本経済新聞「仕事場のカジュアルに気配りを、心理的な効果にも期待」、公式 web ページ、2018 年
- ・日本生産性本部「労働生産性とは」、公式 web ページ、2017 年
- ・日本労働研究雑誌「中小企業における労働生産性の損失とその影響要因」、公式 web サイト、2018 年
- ・リスクモンスター「業界レポート 食料品製造業」、2017 年
- ・GAP JAPAN「オフィスでのカジュアルウェア、フォーマルウェアでの脳波の違いに関する実証実験」、公式 web ページ、2016 年
- ・HR 総研「社内コミュニケーションに関する調査」、公式 web ページ、2016 年
- ・IT media NEWS「職場コミュニケーション不足は『数千万円の損』」、公式 web ページ、2017 年
- ・NIKKEI STYLE「金曜日は『脱スーツ』伊藤忠、装い改革で柔軟発想」、公式 web ページ、2017 年
- ・NIKKEI STYLE「フラットな組織は『私服』が似合う、自由が育む創造性」、公式 web ページ、2017 年

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

なし

●発表時に使用する成果物（例、商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

なし

**【企画シート作成上の注意】 ※「第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。**

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑