

XXXXXX 御中

働き方変化における実態把握のご案内

Date

2020/6

Company Name

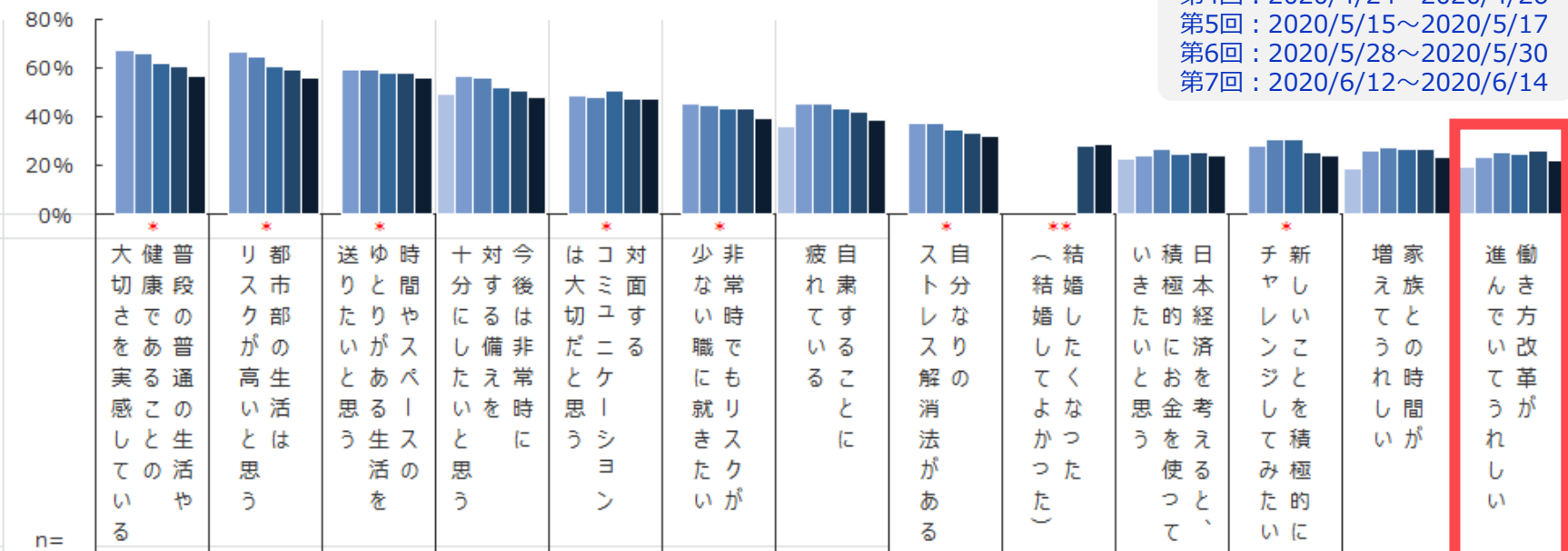
株式会社クロス・マーケティング

働き方改革を喜んでいる方は約22% ～コロナ生活影響度調査より	03
在宅勤務・ビデオ会議は定着するか	04
クロス・マーケティングが提供するサービス	05
弊社自主調査「コロナ生活影響度調査」紹介	06
調査実績	07
調査事例：働き方変容に関する調査	08
調査事例：管理職の働き方と職場管理に関する調査	09
調査事例：部門・従業員規模別調査	10
調査実績	11
会社紹介	12
会社概要	13
クロス・マーケティングが提供するソリューション一覧	14
拠点一覧	15

働き方改革を喜んでいる方は約22% ～コロナ生活影響度調査より

- 下記は、当社が行った自主調査結果で「現在の状況における気持ち」を聴取した結果です。
- 回答者の約22%が「働き方改革が進んでいてうれしい」と回答していますが、第六回と比較し割合が減少しました。

第2回：2020/3/27～2020/3/29
 第3回：2020/4/13～2020/4/14
 第4回：2020/4/24～2020/4/26
 第5回：2020/5/15～2020/5/17
 第6回：2020/5/28～2020/5/30
 第7回：2020/6/12～2020/6/14

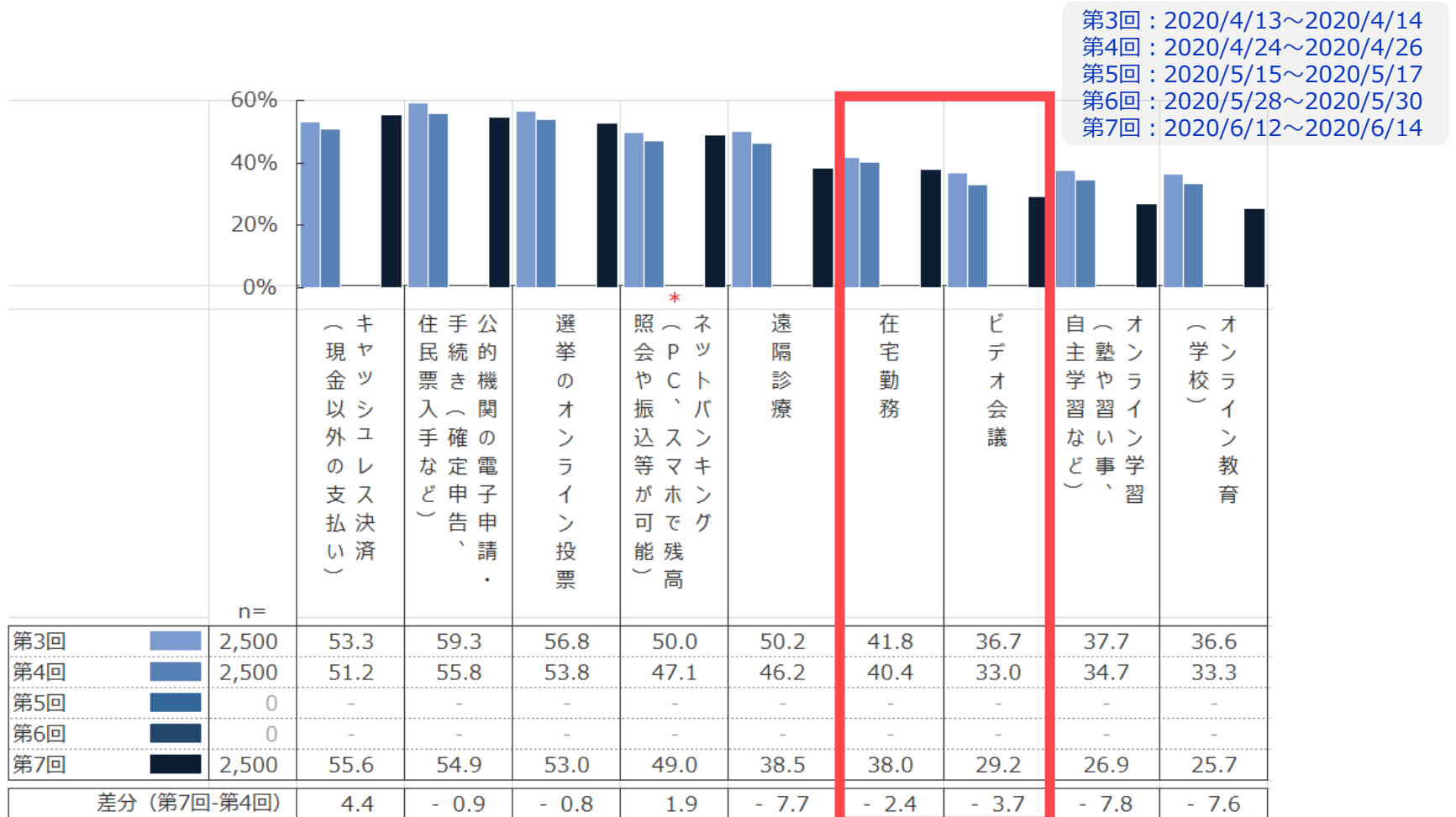


調査回数	n=	大切さを実感している	健康である普通の生活や	普段の生活や	都市部の生活は	送り迎えの生活	時間やペースの生活	十分にしたいと思う	今後は非常時に	対する備えを	十分にすると思う	コミュニケーション	対面する	少ない職種に就きたい	非常時にリスクが	少ない職種に就きたい	疲れやすさ	自分自身の消費がある	自分自身の消費がある	結婚したくなった	結婚したくなった	積極的なお金を使う	積極的なお金を使う	日本経済を考えると	新しいことに取り組む	家族の時間	働き方改革がうれしい
第2回	2,500	-	-	-	49.2	-	-	36.0	-	-	22.4	-	18.5	19.2													
第3回	2,500	66.9	66.2	59.0	56.4	48.8	45.1	45.1	37.5	-	23.7	28.0	25.8	23.4													
第4回	2,500	65.7	64.4	59.2	55.7	47.8	44.3	45.4	37.5	-	26.6	30.4	27.1	25.2													
第5回	2,500	61.6	60.6	57.8	52.0	50.6	43.2	43.0	34.4	-	24.7	30.4	26.4	24.5													
第6回	2,500	60.2	59.3	57.8	50.8	47.2	43.0	41.6	33.6	27.6	25.5	25.2	26.7	26.2													
第7回	2,500	56.8	56.2	55.7	48.1	47.0	39.4	38.3	31.8	28.5	24.2	24.0	23.6	22.2													
差分 (第7回-第6回)		- 3.4	- 3.2	- 2.1	- 2.6	- 0.2	- 3.6	- 3.3	- 1.7	0.9	- 1.3	- 1.2	- 3.2	- 4.0													

※第1回非聴取/「*」は第2回非聴取/「**」は第6回、第7回のみ聴取 ※第7回の値を基準に降順並び替え

在宅勤務・ビデオ会議は定着するか ～コロナ生活影響度調査より

- また、下記のデジタルシフトへの期待度を聴取した結果では、「在宅勤務・ビデオ会議」を望んでいると回答をしている人が経済活動がほぼ再開された時期でも約3～4割いることが分かります。



※第1回、第2回、第5回、第6回非聴取／「*」：第3回は（ ）内「振込等が可能」を「振込用ができる」と聴取 ※第7回の値を基準に降順並び替え

- ポストコロナで、人々の就労意識はどのように変化するのでしょうか？
- クロス・マーケティングでは、“企業パネル”などリサーチモニターを保有しています。また、企業パネル固有の属性情報から企業の実態を把握するソリューションをご用意しています。



企業パネル

基本属性（性別、年代、職業、年収等）
固有条件（業種、上場先、従業員数、業種）
* 職場における決裁権

従業員調査

従業員の現状・希望を確認したい方

従業員調査

同業他社の動向を確認・参考にしたい方

人事部や総務部に対して、人事制度や働き方の方針を把握
企業パネル使用例：
会社／事業の方向性×業界
従業員規模×部門

人材市場の変化を把握したい方

雇用形態別で業種×職種の伸び/鈍化を把握
企業パネル使用例：
【正規】業種×職種/企業規模×業種
【非正規】47都道府県×業界

弊社自主調査「コロナ生活影響度調査」紹介

調査目的	本調査は、新型コロナウイルスの影響下での消費者の行動や意識を継続的に計測し、非常時における消費行動やその源泉となる心理を明らかにすることを目的としています。
調査手法 サンプル数/対象者条件	インターネット調査、2,500サンプル、全国、20～69歳男女
実施期間/調査URL	第1回：2020年3月12日（木）～2020年3月13日（金） https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200319corona/ 第2回：2020年3月27日（金）～2020年3月29日（日） https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200402corona/ 第3回：2020年4月13日（月）～2020年4月14日（火） https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200417corona/ 第4回：2020年4月24日（金）～2020年4月26日（日） https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200508corona/ 第5回：2020年5月15日（金）～2020年5月17日（日） https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200522corona/ 第6回：2020年5月28日（木）～2020年5月30日（土） https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200608corona/ 第7回：2020年6月12日（金）～2020年6月14日（日） https://www.cross-m.co.jp/report/health/20200622corona/
調査項目	新型コロナウイルス関心度、直近1週間の外出頻度、直近1週間の不安度、余暇の過ごし方に関する増減変化、直近1週間の外出頻度、ソーシャルディスタンスを意識している場面や場所、デジタルシフトに関する期待度 等

掲載/引用実績～抜粋～

* 他多数引用実績あり

No.	掲載日	タイトル	媒体名	No.	掲載日	タイトル	媒体名
1	4月29日	巣ごもりでイライラする妻 機嫌取りにシウエリーを贈るのは逆効果？	yahoo!ニュース	31	5月12日	10万円給付使い道「普通の食費」1位 応援消費契機に 民間会社調査	日本農業新聞
2	4月30日	「外出自粛に疲れた」45% ストレス溜めないために「メディアからの情報を断つ時間を作る」という人も	キリンコネ	32	5月12日	【新型コロナ】 10万円給付使い道「普通の食費」1位 応援消費契機に 民間会社調査	日本農業新聞
3	4月30日	「外出自粛に疲れた」45% ストレス溜めないために「メディアからの情報を断つ時間を作る」という人も	ニフティ	33	5月12日	【新型コロナ】 10万円給付使い道「普通の食費」1位 応援消費契機に 民間会社調査	yahoo!ニュース
4	4月30日	給付金10万円、「使う」7割 民間調査、食費が最多	jiji.com	34	5月13日	給付スタートどう使う？10万円	ニュース5時
5	4月30日	給付金10万円、「使う」7割 民間調査、食費が最多	yahoo!ニュース	35	5月14日	(一面コラム 有明抄) 夢か現実か	佐賀新聞
6	4月30日	給付金10万円、「使う」7割 民間調査、食費が最多	livedoor news	36	5月14日	(一面コラム 有明抄) 夢か現実か	佐賀新聞LIVE
7	4月30日	給付金10万円、「使う」7割 民間調査、食費が最多	goo	37	5月14日	オンラインフィットネス、新たな商機創出にサービス続々 いつでもライブ配信 無料レッスンも	産経WEST
8	4月30日	給付金10万円、「使う」7割 民間調査、食費が最多	BIGLOBEニュース	38	5月15日	フィットネス業界も新型コロナを商機に ライブ配信、無料レッスンも(1/2)	Itmedia
9	4月30日	特別定額給付金の10万円、使う人が7割、貯金が3割	シニアガイド	39	5月15日	オンラインフィットネス、新たな商機創出にサービス続々 いつでもライブ配信 無料レッスンも(1/2)	Itmediaエグゼクティブ
10	5月1日	10万円「使う」7割 民間会社調査	日本農業新聞	40	5月16日	給付金10万円は「消費・支払にまわす」7割も、20代は「貯金」	MONEY zine
11	5月2日	10万円の給付金、用途「普通の食費」が最多 「ゲーム機」「旅行チケット」も一部で人気	iza	41	5月21日	緊急事態宣言解除後にしたいこと1位に「宿泊を伴う国内旅行」	旅行新聞
12	5月3日	フィットネスの新トレンド「ホーム・ジム」、コロナ疲れを解消する一手となるか	AMP	42	5月21日	緊急事態宣言が解除された後にしたいこと、最も多かったのは？	マイナビニュース
13	5月3日	フィットネスの新トレンド「ホーム・ジム」、コロナ疲れを解消する一手となるか	yahoo!ニュース	43	5月21日	緊急事態宣言が解除された後にしたいこと、最も多かったのは？	excite!ニュース
14	5月6日	10万円給付金の使い道、「頼母子講」が注目…ピンチをチャンスに変えるために使おう	business journal	44	5月22日	コロナ禍、不安を感じて多くの情報に接触しても、理解は高まらない可能性【クロス・マーケティング調べ】	web担当者forum
15	5月7日	プロ・フィッツが「かき出しランナー」を応援！公式YouTubeチャンネルにて「浪速のデービング姐ちゃん」こまるちゃんによる競艇貼りの動画を公開！	ビップ株式会社	45	5月22日	全世代型社会保障検討会議 新型コロナウイルス感染症の感染拡大を踏まえた社会保障の新たな課題に関する基礎資料	首相官邸 第7回 全世代型社会保障検討会議
16	5月7日	投資や寄付という人も！一律10万円それぞれの使途	Jbpress	46	6月2日	在宅で約半数が「間食増えた」当初より乳製品食べる人が増加	ovo
17	5月7日	投資や寄付という人も！一律10万円それぞれの使途	yahoo!ニュース	47	6月2日	【知コトク！】ニュースオナカネ「観光のスタート“新しい旅の形”とは」	報道ランナー
18	5月8日	隣人は爆発寸前かも…巣ごもり長期化で近所騒音トラブルが続発	日刊ゲンダイdigital	48	6月3日	直近の「不安度」は約65%に減少 緊急事態宣言解除後の心情変化	advertimes
19	5月8日	隣人は爆発寸前かも…巣ごもり長期化で近所騒音トラブルが続発	yahoo!ニュース	49	6月3日	(同録手配中)	ドデスカ！
20	5月8日	隣人は爆発寸前かも…巣ごもり長期化で近所騒音トラブルが続発	goo	50	6月4日	緊急事態宣言解除後に最もしたいこと	スーパージョナル
21	5月9日	給付金10万円、在日中国人の使い道一筆字紙	Record china	51	6月4日	コロナ後「やりたい」1位は？ 観光支援に1.7兆円も	テレ朝news
22	5月9日	給付金10万円、在日中国人の使い道一筆字紙	excite!ニュース	52	6月4日	コロナ後「やりたい」1位は？ 観光支援に1.7兆円も	yahoo!ニュース
23	5月10日	コロナの影響でタワークラウドがたんでもないこと。経済状況のババさがるかと話題に	秒刊SUNDAY	53	6月7日	“連日満室”で稼働率100%…家ででも旅気分「オンライン宿泊」観光業界が模索する新たな旅のカチ	yahoo!ニュース
24	5月11日	9月入学、賛成47.8%…子の年齢高ほど反対多く	リゼム	54	6月9日	通勤しない運動量はどれだけ減る？それを補う室内エクササイズ3種	bizSPA!フラッシュ
25	5月11日	9月入学・始業に賛成？反対？生活者の意識を緊急調査	ovo	55	6月9日	通勤しない運動量はどれだけ減る？それを補う室内エクササイズ3種	ニコニコニュース
26	5月11日	9月入学・始業に賛成？反対？生活者の意識を緊急調査	yahoo!ニュース	56	6月9日	通勤しない運動量はどれだけ減る？それを補う室内エクササイズ3種	yahoo!ニュース
27	5月11日	「9月入学・始業」賛成47.8%、反対18.4% - 子どもの年齢が高いほど「反対」の傾向	マイナビニュース	57	6月10日	大人数での飲食や繁華街への警戒心強いも約4割は「家族で近所の飲食店での食事」はOK【クロス・マーケティング調べ】	FOOD FUN
28	5月11日	「9月入学・始業」賛成47.8%、反対18.4% - 子どもの年齢が高いほど「反対」の傾向	excite!ニュース	58	6月10日	家族と近所で外食ならOK？ 外出に関する意識調査では、まだまだ警戒感強い	ovo
29	5月11日	家にいる時間が増えてやる事が多くなったことランキング	月曜から夜更かし	59	6月10日	家族と近所で外食ならOK？ 外出に関する意識調査では、まだまだ警戒感強い	yahoo!ニュース
30	5月12日	9月始業に対する意識調査	NewsPicks The Update 5/12	60	6月14日	「近郊」が人気、動き出す夏の旅行 観光地の備えは？緊急事態宣言解除後に最もしたいこと	日曜報道ザプライム

16 35 53

調査実績

調査事例：働き方変容に関する調査



- 在宅勤務が進む中で、在宅勤務の実態を把握したい

弊社の支援

働き方変容に関する調査 手法：オンライン定量

調査目的 在宅勤務における現状や今後の課題を把握する

調査手法 全国20～69歳/男女に対してのWEB定量

**主な
聴取項目**

- ・実態について（在宅勤務の頻度、期間など）
- ・意識について（良い点、悪い点など）
- ・今後について（要望など）

調査事例：管理職の働き方と職場管理に関する調査

ご相談内容



- 管理職の働き方を把握したい
- 職場の管理の仕方について深堀をしたい

弊社の支援

管理職の働き方と職場管理に関する調査 手法：オフライン定性（IDI）

調査目的

管理職の働き方を把握するとともに、部下にどのようにマネジメントを行っているかを把握したい

調査手法

一都三県・茨城30～59歳/男女/正社員かつ3年以上勤務している課長相当職以上、部下の数が3名以上の対象者に対するインタビュー

主な 聴取項目

- ・職場について（仕事内容、労働時間など）
- ・部下との関係について（業績評価、仕事時間管理など）

調査事例：部門・従業員規模別調査



- 従業員数規模別で特定部門のシステムニーズを把握したい

弊社の支援

部門・従業員規模別調査 手法：オンライン定量

調査目的

部門を限定し、従業員数別のシステムニーズを把握したい

調査手法

全国20～69歳男女/特定のシステムを使用している方/特定の従業員規模の会社に勤めている方/特定の職種に当てはまる方

主な 聴取項目

- ・会社について（役職など）
- ・システム導入について（使い勝手、課題など）

調査実績

テーマ	対象者	手法	n数	プロジェクト 期間	企画 設計	調査票 作成	実査	集計	報告書 作成
働き方・休みに関する調査	全国20～69歳/男女/正社員	オンライン定量	4000ss	約2.5カ月			●	●	
働き方変容に関する調査	全国20～69歳/男女/有識者	オンライン定量	500ss	約2.5カ月			●		
従業員満足度調査	全国20～69歳/男女/従業員200 名以上の企業の正社員	オンライン定量	800ss	約1.5カ月			●		
全社従業員満足度調査	提供リスト	オンライン定量	1700ss	約2.5カ月		●	●	●	
従業員満足度調査	提供リスト	ASP	2500ss以内	約6カ月		●	●	●	●
従業員満足度調査	提供リスト	ASP	7000ss以内	約4カ月		●	●	●	
従業員満足度調査	提供リスト	ASP	8000ss以内	約3カ月			●	●	

16 35 53

会社概要

サービス案内

クロス・マーケティングが提供する調査ソリューション

クロス・マーケティングでは、マーケティングフェーズ毎に、調査ソリューションを取り揃えております。



市場機会の発見

競合が真似出来ない市場を探す



戦略策定 STP

どこを狙えば優位に立てるか



マーケティング戦略

売れるための仕掛けを考える



ライフサイクル管理

上市後の長期成長を実現



市場・業界

- 市場マッピング調査
- 市場環境分析
- 法令調査
- リストアップ調査
- 産業構造調査
- 市場視察



有識者

- 市場性/重要度調査 (製品サービス)
- 競合調査 (企業・製品サービス)

- テストマーケティング
- マッチング商談会・訪問 (セットアップ)
- プロモーション事例収集

- 店頭調査(売場棚欠品確認)



生活者

01 生活者理解調査

生活者の意識・実態の基礎データとして

02 カスタマージャーニー分析

顧客の情報接点と行動をジャーニーマップで視覚化し、機会発見をしやすい

03 U&A調査

商品の利用実態・意識を把握し、脱落要因やリピート促進要因を明らかにする

04 バンチマーク(定点)調査

商品の評価を定期的に観測。施策効果や、競合競争力の変化の有無をチェック

05 アイデアスクリーニング

社内新商品アイデア群を生活者視点で絞り込む

06 自社・競合実態把握調査

ユーザー調査から、売上を支える顧客像、スイッチ促進・売上アップ策を見出す

07 生活者意識行動把握調査

生活者の行動・意識レベルから、市場を分類し(S)、ターゲット(T)を決め、優位なポジショニング(P)を見つける

08 コンセプト受容性調査

コンセプトがどんな人にどう響くかを見極める、ブラッシュアップ策を見出す

09 デザイン受容性調査

最も訴求効果があるデザイン&コピーを知り、パッケージや広告に活用。リニューアルにも有効

10 試作品受容性調査

実際に試してもらい、市場に出す前のネガティブチェック。競合との優劣も確認。

11 価格受容性調査

商品の適正価格をロジカルに算出。スペック変更のシミュレーションも可

12 新商品初期購入者調査

当初の目的が達成できているかを計測

13 ブランド認知・利用実態調査

ブランド力を測定しブランドを育てる(浸透度・満足度・イメージ・ロイヤリティ)

14 顧客満足度調査

現状評価から、満足度を高めるための要素を抽出し、優先度をつける


15 従業員満足度調査

従業員定着の改善策を洗い出す/店舗・業態別に業績との関係性を分析

16 店頭(売場)評価調査

売場での購買パターンと心理を分析し、売上増の要素抽出。バイヤー・営業資料にも

会社概要

社名	株式会社クロス・マーケティンググループ
代表者	五十嵐 幹
設立	2013年6月3日
資本金	5億6,285万円※
従業員数 (連結)	1,465名 (うち、臨時従業員211名) <small>*2017年12月31日現在</small>
事業内容	リサーチ事業・ITソリューション事業他
証券コード	証券コード 3675 
グループ各社 加盟団体	社団法人日本マーケティングリサーチ協会 公益社団法人日本マーケティング協会 日本行動計量学会 他



拠点一覧

世界11カ国、20拠点以上で展開しています。





Partnering for your best decisions
すべては、お客様の最良の決断のために

ご注意

※この資料の無断複写、複製、ノウハウの使用、企業秘密の開示などは一切禁じられています。
お取り扱いには十分にお気をつけください。

