

ビジネスパーソンの「社内会議」に関する調査 2020

～「対面会議」と「オンライン会議」の実態が明らかに！？～

新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言・外出自粛期間を経て、ビジネスシーンにおけるテレワークが急速に拡大しました。多くの企業で「出社」と「テレワーク」勤務が混在しており、ビジネスパーソンには今まで以上に、業務の効率化や生産性の向上が求められています。オンライン会議が広く普及したことにより、日々開催されている社内会議の在り方や手法、問題点も顕在化しつつあります。

今回の調査では、対面会議とオンライン会議という新しい時代の社内会議はどのような実態なのか？をビジネスパーソン1,000人のアンケートから迫りました。

※文中の“会議”は、社内会議、社内ミーティング、社内打ち合わせの総称です。

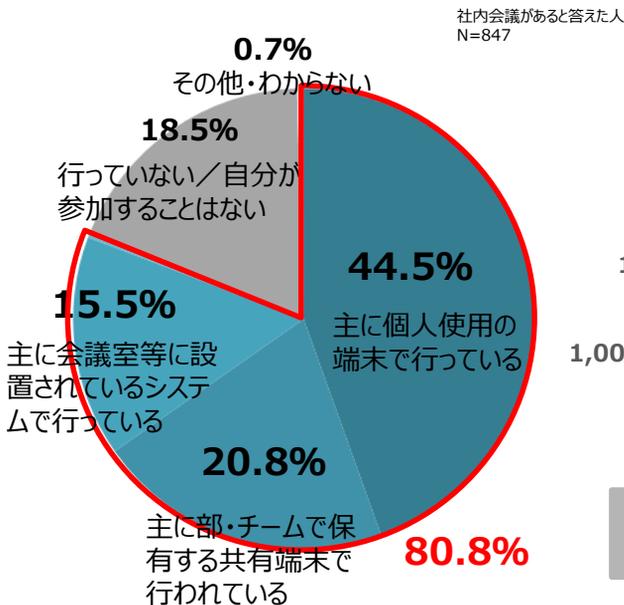
【調査結果】

全体で80.8%の人が、現在の業務においてWEB会議やテレビ会議などオンラインでの社内会議を行っていると回答。
また、従業員数が多いほど、オンライン会議を活用している実態がわかった。

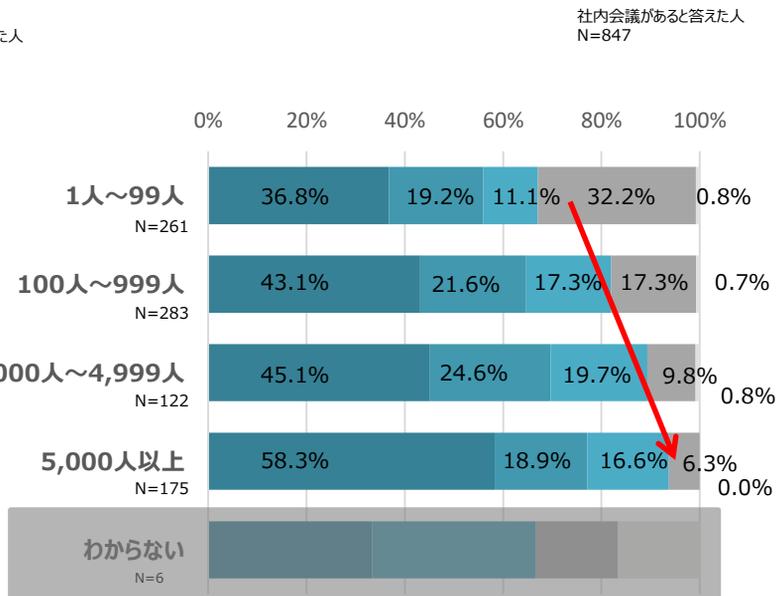
オンラインでの社内会議の実態については、「主に個人使用の端末で行っている」が44.5%と約半数弱の割合を占め、部やチーム単位、会議室単位で設置されているシステムを活用しているものと併せると、**オンラインでの社内会議は80%を超える結果**となった。

従業員数別では、従業員数が多くなるほど「**個人の端末を使用している**」の割合が増加する傾向にある。5,000人を越える大企業では、「**テレビ会議やオンライン会議を行っていない人**」はわずかに6.3%にとどまる結果となった。

【あなたの業務において、WEB会議やテレビ会議などオンラインでの社内会議等を行っていますか】 (複数該当の場合は最も頻度の多いものを回答/SA)



【左と同様の質問 × 授業員数別】



■ 主に個人使用の端末で行っている
 ■ 主に部・チームで保有する共有端末で行われている
 ■ 主に会議室等に設置されているシステムで行っている
 ■ 行っていない/自分が参加することはない
 ■ その他・わからない

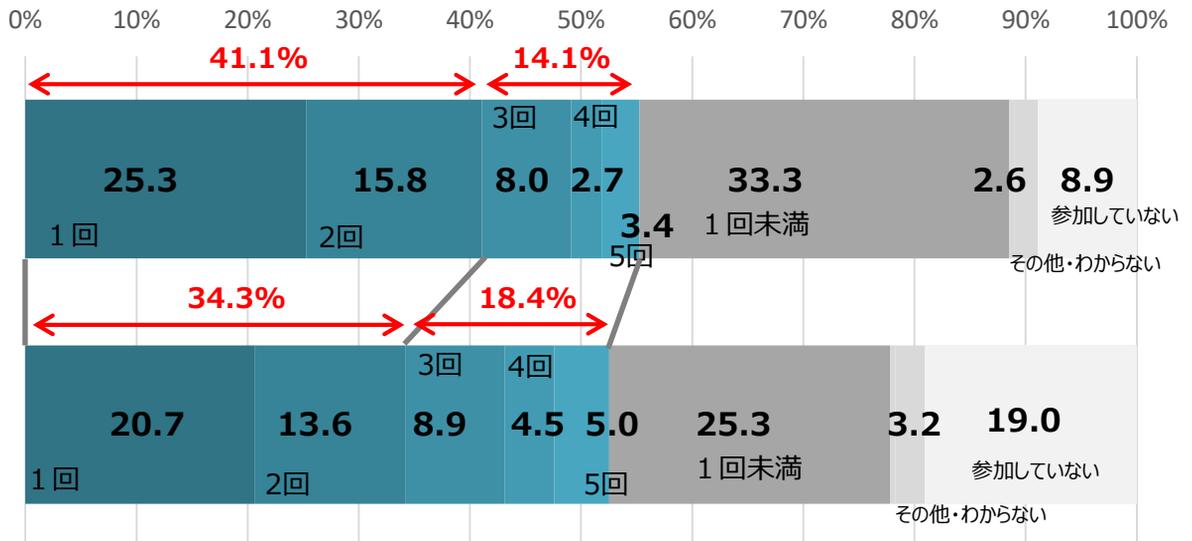
会議が開催される場合、対面会議であれば1日あたり1~2回開催されることが多い。一方で、オンライン会議だと3~5回と開催回数が増える傾向も見てとれた。

会議が行われる際、対面会議であれば1~2回の開催が合計41.1%で、オンライン会議の合計34.3%と比べ多い結果となった。1日の会議平均が3回~5回と複数回にわたると、対面会議では合計14.1%である一方で、オンライン会議は合計18.4%と、開催回数や会議形態によって差がみられることもわかった。

【あなたは、1日あたり平均何回ぐらい社内会議等に参加していますか。】

社内会議があると答えた人 N=847

(SA)



会議にかかる時間は、対面会議は「30分程度」が33.4%と一番多く、オンライン会議は「60分程度」で31.5%と多くを占めることが分かった。

対面会議では30分程度が平均、オンラインでのWEB会議やテレビ会議では60分程度が平均となり、社内会議の形態によって、1回の会議にかかる時間に差が見られた。

【社内会議等は、1回あたり平均何分ぐらいかかりますか。】

上記問で「参加していない」と答えた人を除く(N=754 N=686)

(SA)

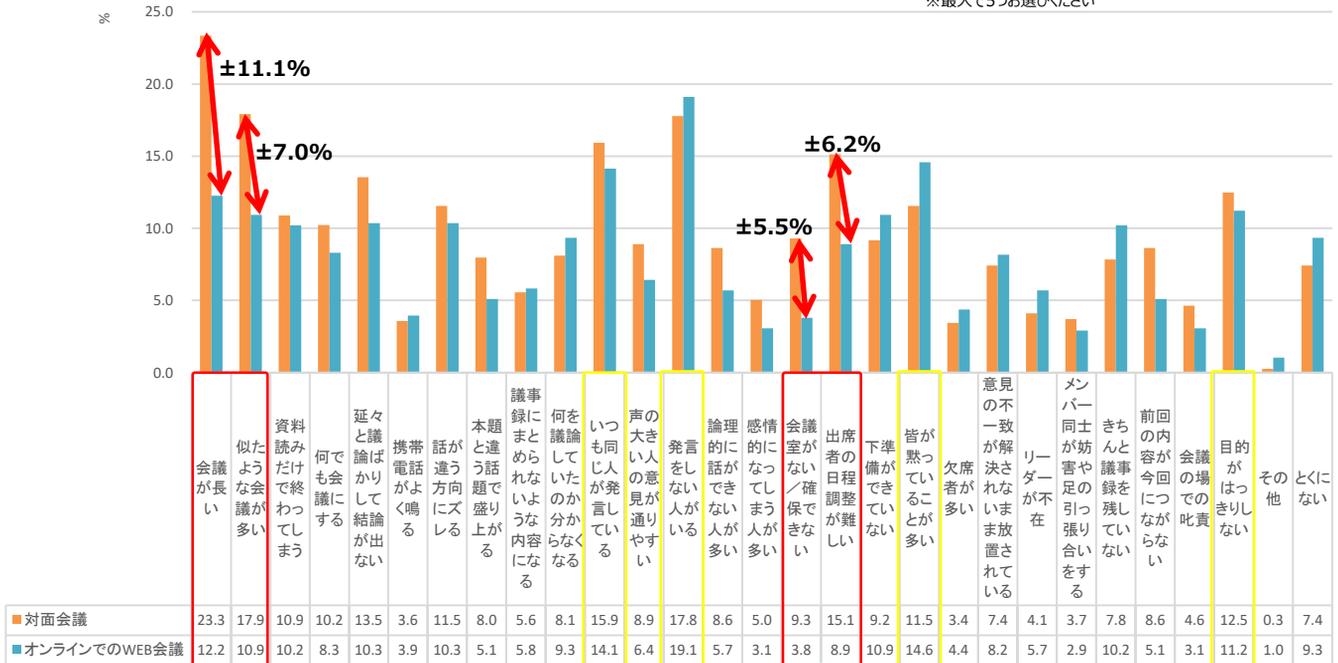


“社内会議で問題だ”と思う項目については、対面・オンラインで共通するもの、差があるものが浮かび上がった。共通点は“発言に関すること”であり、差が見えた部分は、“オンラインならではのメリット”を感じられる項目であった。

「いつも同じ人が発言している」「発言をしない人がいる」など発言に関する行動を問題視する人が対面・オンライン会議共に多い結果であった。一方で、±5%以上の差が開いた項目については「会議が長い」「似たような会議が多い」があり、対面会議においての問題点と考えている人が多くを占めた。同様に「会議室がない」「日程調整が難しい」とオンラインのメリットと思われる部分との差が如実に出る結果となった。

【あなたが参加している社内会議等について、問題だと思う点がありますか。】

前問で「参加していない」と答え
た人を除くN=754 N=686

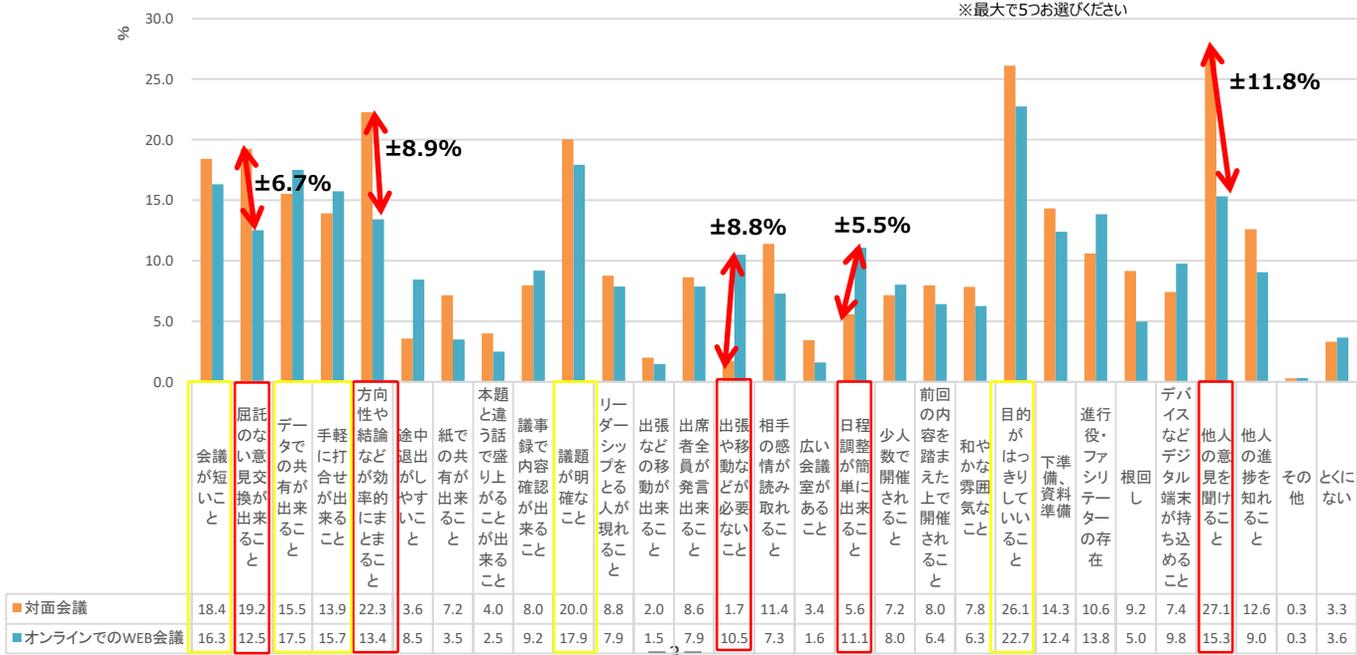


“社内会議で必要だ”と思う項目は、共通して“目的や議題がはっきりしていること”であり、差が見えたのは“人の意見を聞けること”であった。

「他人の意見を聞けること」で対面会議とオンライン会議の差が大きく、より対面会議に期待されていることという結果となった。「出張や移動が不要」「日程調整がしやすい」というオンラインの強みの部分でも差が見て取れた。

【あなたが参加している社内会議等について、必要だと思う点がありますか。】

前問で「参加していない」と答え
た人を除くN=754 N=686



● 調査結果から

今回の調査で、ビジネスパーソンの社内会議が「社内会議」と「オンライン会議」で異なる特徴を持っていることがわかりました。

まず「オンライン会議」は、社内会議があると答えた人の約8割が何かしらの手法で参加しており、実施割合は会社の従業員数が多いほど増えていくことがわかりました。中でも個人使用の端末での会議が増えていることから、社員が多い会社ほどオンライン会議が開催しやすい環境下にあることが推察できます。

1日における会議の平均開催頻度を問う質問では、1日に1~2回は対面会議で多く、3~5回となるとオンライン会議の方が多くなることがわかりました。また1回の会議にかかる時間については、対面会議では30分程度、オンライン会議では60分程度が一番回答が多かった項目となります。

オンライン会議は対面会議よりも「参加者の日程や会議室等の調整などが容易である」という結果もでており、オンライン会議では会議参加者が増えやすいことが影響し、会議体が長くなっている可能性も考えられます。一方で、社内でありがちな「ちょっと軽く話できれば。」といった15-30分程度の会議は、オンラインでは実施しにくい可能性も開催時間の差異から推察出来ます。

移動や場所の確保が不要なオンライン会議のメリットを感じている人は多いですが、それ以上にビジネスパーソンは対面・オンラインに限らず「目的がはっきりしていること」「議論が明確なこと」が社内会議を行う上で重要なファクターだと捉え、「いつも同じ人が発言している」「発言をしない人がいる」ことを共に問題視していることがわかりました。

対面かオンラインかに関わらず、まずは明確な目的設定をした上で、会議に参加している人みんなが発言をし、活発で効率的な社内会議の進行を心がけることが、新しい時代のビジネスパーソンに求められる力と言えるでしょう。

調査概要

調査方法	インターネットリサーチ
調査地域	首都圏(東京都,神奈川県,埼玉県,千葉県) 東海圏(愛知県,岐阜県,三重県) 関西圏(大阪府,京都府,兵庫県,奈良県,和歌山県)
調査対象	20歳~69歳の男女ビジネスパーソン(マクロミルモニタ会員)
割付方法	エリア(首都圏,東海圏,関西圏) × 年代(20,30,40,50,60代)を均等に回収 / 合計1,000サンプル
調査日時	2020年11月13日(金)~2020年11月14日(土)
調査機関	株式会社ジェイアール東海エージェンシー 株式会社マクロミル

その他調査項目：
 ・社内会議の対面会議とオンライン会議の開催比率
 ・社内会議のための国内出張の頻度
 ・社内会議へ臨む態度

<調査結果の引用・転載、取材などに関するお問い合わせ先>
 株式会社ジェイアール東海エージェンシー 企画マーケティング部 担当：箭田・大橋
 TEL: 03-6688-5009 e-mail: h-yada@jrta.co.jp