

ビジネスパーソンの「社内会議」に関する調査 2017

～創業年数が短い企業の方が「リラックスして」会議に臨める雰囲気？！～

生産性向上や効率化が求められる昨今、デジタルの普及も影響し、日々の社内会議の在り方や手法についても少しずつ変化が起きています。

2016年には同テーマ「社内会議」で会議の質が企業の業績に与える影響についてレポートしましたが、今回の調査では企業の「従業員規模」や「歴史」によって、社内会議にどのような違いが生まれているのか？

ビジネスパーソン1,000人のアンケートから、その実態に迫りました。

※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】

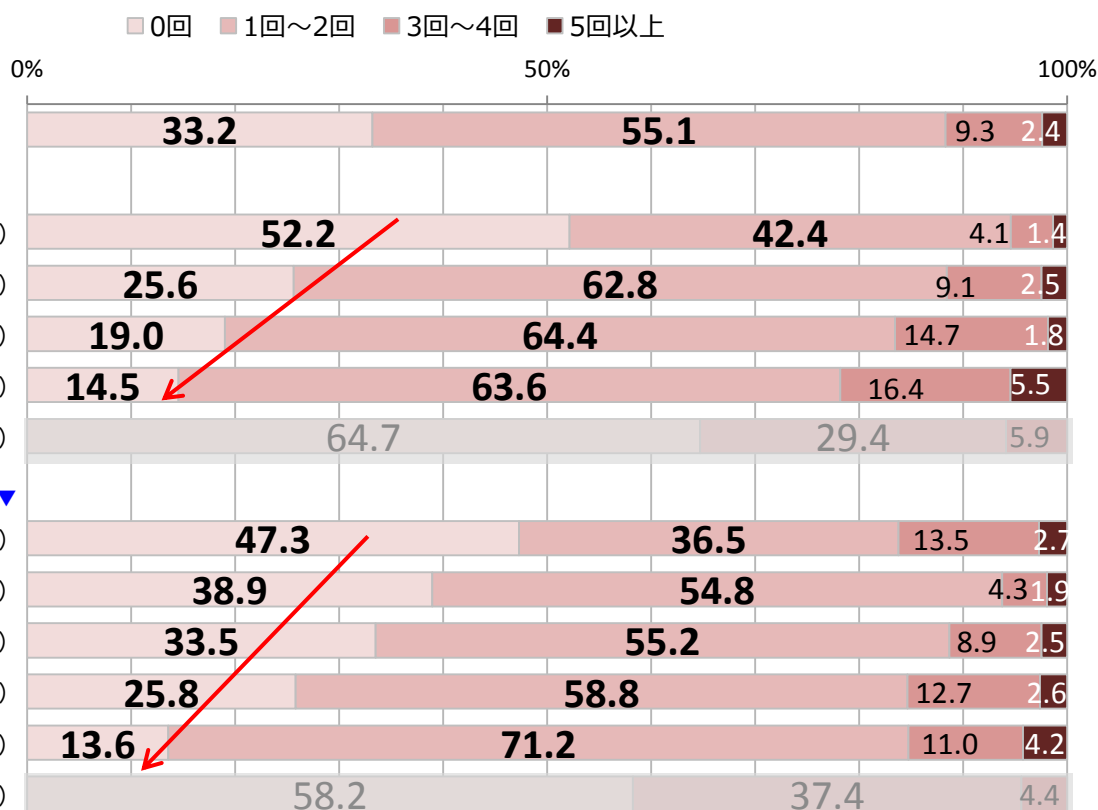
**全体で55.1%の人が、1日に1～2回は会議に参加
従業員数が多くなるほど、回数が多くなる傾向**

全体で、1日に参加する会議の数は「1～2回」の割合が最も多く、55.1%。次いで「0回」が33.2%という結果となった。

従業員数別では、従業員数が多くなるほど「0回」の割合が減少し、「3回～4回」が増加することから、従業員の数が増えるほど会議の回数が増える傾向。

創業以来の年数別では、創業以来の年数が長いほど「0回」の割合が減少、歴史のある会社ほど会議の回数が増える傾向。

【1日あたり平均何回くらい社内会議に参加するか】(SA)



積極的な態度で社内会議に参加している人は61.7%

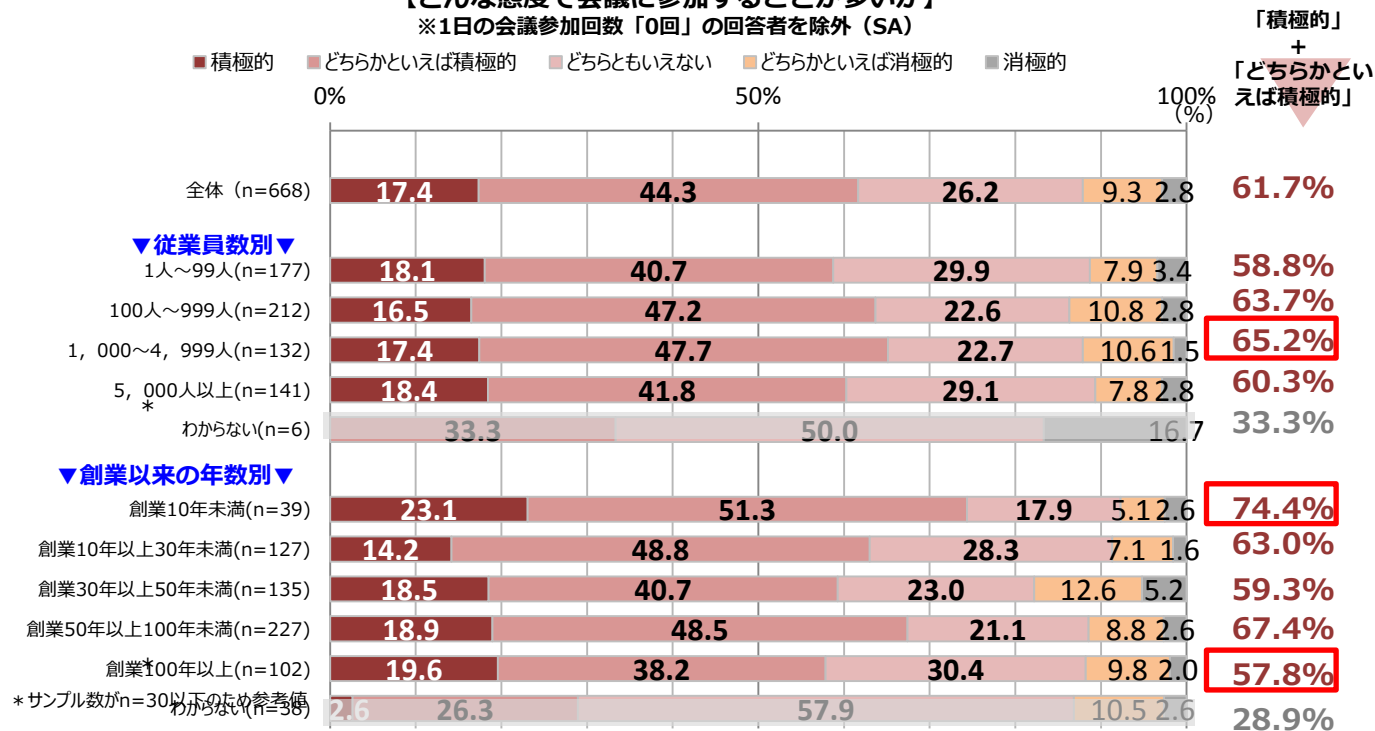
1日の会議の回数が「0回」の人を除く全体では、「積極的」に会議に参加していると回答した人は17.4%、「どちらかといえば積極的」と回答した人は44.3%だった。

従業員数別で大きな差は見られなかったが、「積極的」「どちらかといえば積極的」の合計では【従業員数1,000～4,000人】が65.2%と最も高い結果となった。

創業以来の年数別では、【創業10年未満】の「積極的」「どちらかといえば積極的」の合計が74.4%と最も高く、【創業100年以上】の57.8%よりも16.6%高い結果となった。

【どんな態度で会議に参加することが多いか】

※1日の会議参加回数「0回」の回答者を除外（SA）



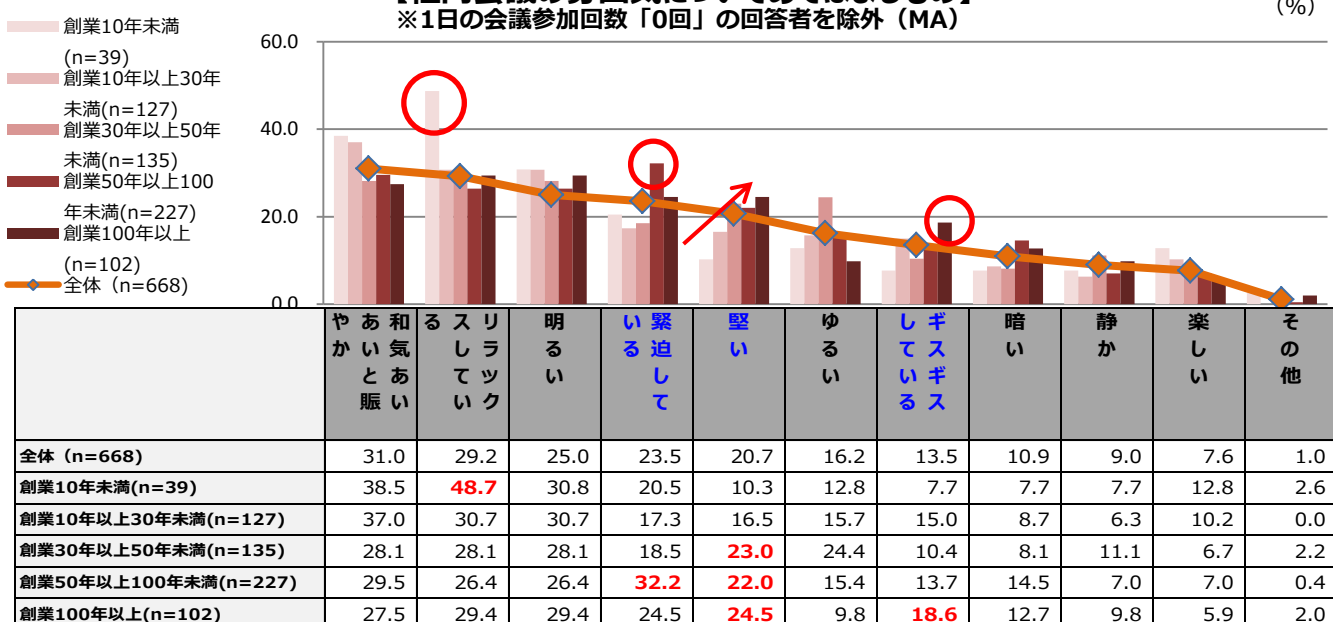
社内会議の雰囲気は「和気あいあいと賑やか」が31%

創業以来の年数が長くなると「緊迫している」「堅い」「ギスギスしている」割合が高い

1日の会議の回数が「0回」の人を除く全体では、会議の雰囲気は「和気あいあいと賑やか」が31%と最も多い結果となった。創業以来の年数別では、【創業10年未満】の48.7%が「リラックスしている」と回答、全体の29.2%より19.5%高い結果となった。また「緊迫している」「堅い」「ギスギスしている」といったネガティブな雰囲気は、比較的創業以来の年数が長い会社の方が、数値が高い傾向。

【社内会議の雰囲気についてあてはまるもの】

※1日の会議参加回数「0回」の回答者を除外（MA）

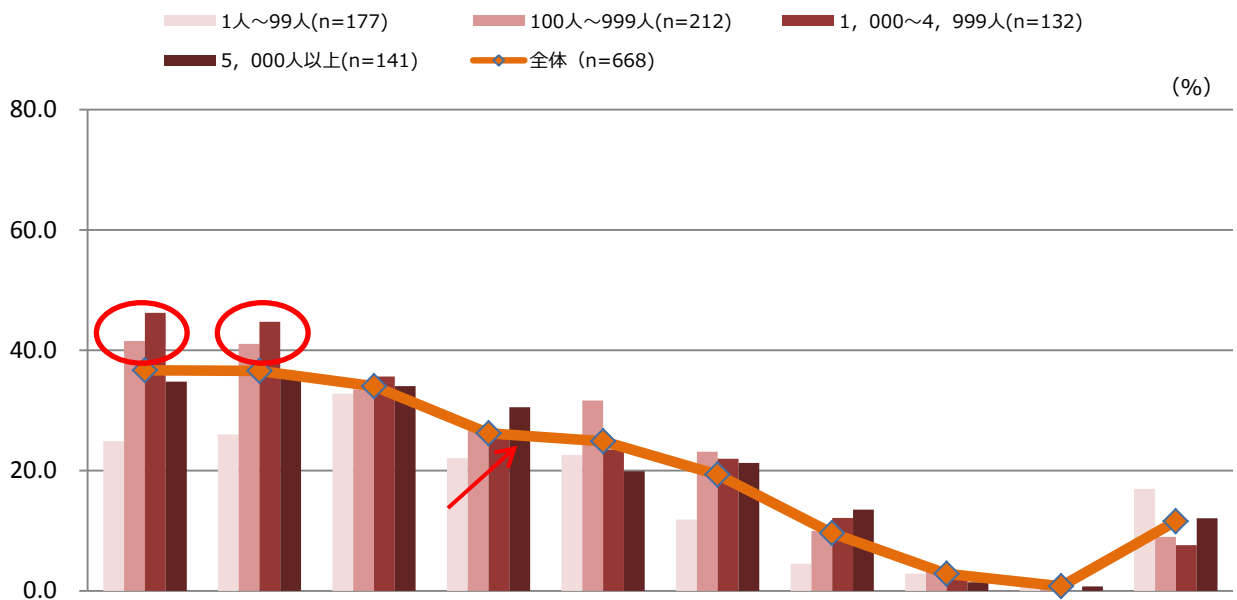


社内会議について問題だと感じる点は、「所要時間が長い」が36.7% 従業員数100人以上は「所要時間が長い」「結論が出ない」が高い傾向

1日の会議の回数が「0回」の人を除く全体の36.7%が、社内会議について問題だと感じる点は「所要時間が長い」と回答。次いで36.5%が「結論が出ない」と回答。

従業員数別では、【従業員数1人～99人】では「無駄な議論が多い」が最も高く34%。【100人～999人】【1,000人～4,999人】では「所要時間が長い」「結論が出ない」が高い。また、【5,000人以上】では「所要時間が長い」「結論が出ない」に加え「無駄な議論が多い」「実施する目的が不明瞭」が高い。従業員数が多くなるほど「実施する目的が不明瞭」の割合が高くなる傾向。

【社内会議について問題だと思う点】
※1日の会議参加回数「0回」の回答者を除外（MA）



【「所要時間が長い」ことの原因だと思うもの】
※社内会議の問題点で「所要時間が長い」の回答者のみ（MA）



1 会社の風習・雰囲気 45.7%

2 上司の進め方 24.9%

3 会議に出席する人数の多さ 24.5%

4 所属する部署やチームの風習・雰囲気 24.1%

5 上司の意識 22.9%

6 会社のルール 14.7%

7 部下・同僚の意識 13.9%

会議の「所要時間が長い」のは、「会社の風習・雰囲気」が原因と思っている人が45.7%。それ以外だと「上司の進め方」24.9%や「上司の意識」22.9%など、上司に原因があるという回答が多かった。



● 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は、「従業員数」「創業以来の年数」によって一部傾向が異なることが分かりました。

従業員数が多い企業のビジネスパーソンほど会議の「回数」は増えていますが、会議に臨む「積極性」に従業員数は大きく影響せず、どのカテゴリでも約6割の人が積極的に会議に参加していることが分かりました。

一方で、創業以来の年数の長さでみると、年数が長いほど社内会議の「回数」は増えていますが、会議に臨む「積極性」は低くなります。そして、会議における「雰囲気」について、創業以来の年数が長くなるほど「緊迫している」「堅い」「ギスギスしている」と回答する割合が増えることから、会議のネガティブな雰囲気が「積極性」に影響している可能性も考えられます。

社内会議の「所要時間が長い」「結論が出ない」「無駄な議論が多い」ことを問題だと感じるビジネスパーソンは多く、特に従業員数が100人以上の企業で多いことが分かりました。また大企業ほど、目的が不明瞭なまま会議を実施するケースも少なくないようです。

目的がはっきりしていれば、少なくとも「無駄な議論」は少なくなります。
まずは明確な目的を設定し、効率・効果を意識した社内会議を心がけることが大切かもしれません。

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	2017年7月7日(金)～2017年7月8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: ・社内会議の平均所要時間
・社内会議の形式
・社内会議へのデジタル端末持ち込み有無

<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 コミュニケーションデザイン部 担当: 崎山・糟谷

TEL: 03-6688-5009 e-mail: r-sakiyama@jrta.co.jp