



NEWS RELEASE

2012 年 10 月 5 日

「会議の革新とワークスタイル」に関する調査 ～会議等が、会社の価値創造に貢献していると回答した企業は 3 割強に留まる。 4 割強が会議中に内職を実施～

株式会社NTTデータ経営研究所

株式会社NTTデータ経営研究所(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:豊田 充)は、NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株式会社が提供する「goo リサーチ」登録モニターを対象に、このたび「会議の革新とワークスタイル」に関する調査を実施しました。

私たちの毎日の仕事において、チームで行う中心的な業務に「会議、ミーティング、打ち合わせ」があります。会議の生産性や創造的なアイデアを出すためのテクニックへの関心が高まるなか、最近では Web 会議、タブレット端末、スマートフォンなど ICT ツールを活用した新たな会議も出はじめています。そこで、今回『会議の革新とワークスタイル』をテーマに調査を行いました。

【主な調査結果】

1. 会議、ミーティング、打ち合わせの実態

■ 会議等の全体業務に占める割合は 15.4%	…P.5
■ 「無駄な会議等が多い」「会議等の時間が長い」「会議等の頻度が多い」が問題・課題の上位に	…P.6
■ 約 1/4 が「会議中に、議事録を作成」。約 2 割が「会議等の設定時間帯のルール」があり、「PC、タブレット端末等を用いたペーパーレス化」を実践	…P.8
■ 「会議等が、会社の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出等)に貢献している」と回答した割合は、3 割強に留まる	…P.11

2. 新しい観点に基づく会議の分析

■ 会議のうち、「部門定例会議」や「進捗、課題等の確認会議」の実施割合がいずれも 4 割弱である一方、「新規アイデアの創出」に資する会議の割合は 1 割強に留まる	…P.13
■ 会議中に内職を行っている企業は 4 割強	…P.15
■ 内職の内容としては「他の仕事の資料を参照」、「ノート PC でメールを読み書き、資料作成」が多い	…P.17
■ 会議等が企業の価値創造に貢献していると評価する企業ほど、「進捗、課題等の確認会議」や「新規アイデアを創出する会議」における内職のメリットを実感している	…P.18
■ 将来の先端テクノロジーについては、「リアルタイム翻訳技術」「議事録の自動作成技術」「前回の状態をそのまま復元する技術」「意思決定者、キーパーソン発言を時系列順に抽出する技術」への期待が高い	…P.19

3. テレワークとICTツール

■テレワークは、勤務先の実施率が16.7%に対し、自分自身の実施率は、5割を超える	・・・P.21
■最も良く行われているテレワークは、「在宅勤務」(46.5%)、続いてモバイルワーク(37.6%)	・・・P.22
■在宅勤務時に利用するICTツールは、「PCメール」が9割で最も高く、モバイルワーク時も「PCメール」は7割弱が利用 -「電話会議」は在宅勤務において約3割、モバイルワークは2割強が実施。「テレビ会議」は在宅勤務、モバイルワークとも15%前後、「Web会議」は在宅勤務において約2割が実施	・・・P.22

※本調査における言葉の定義

- ・ICTとは:「Information and Communication Technology」の略。情報・通信に関連する技術一般の総称
- ・「会議、ミーティング、打ち合わせ」とは:取引先など外部で主催されるものではなく、所属企業が運営方法を決められる、2人以上が参加する会合(以降、「会議等」と表記)
- ・内職とは:会議とは直接関係しない他の業務
- ・テレワークとは:在宅勤務をはじめとする「ICTを活用した場所や時間にとらわれない柔軟な働き方」

【本件に関するお問い合わせ先】

■ 報道関係のお問い合わせ先 株式会社NTTデータ経営研究所 プラクティスサポート部 井上 国広 Tel:03-5213-4170 E-mail:webmaster@keieiken.co.jp	■ 内容に関するお問い合わせ先 株式会社NTTデータ経営研究所 シニアスペシャリスト 小豆川 裕子 マネージャー 大林 勇人 Tel:03-5213-4048
--	---

目次

ページ

1. 会議、ミーティング、打ち合わせの実態	5
1.1. 会議等の全体業務に占める割合	5
1.2. 現在の会議等について、感じている問題・課題.....	6
1.3. 会議等の手法、テクニック	8
1.4. 会議等の企業の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出)に対する貢献	11
2. 新しい観点にもとづく会議の分析	13
2.1. 会議の種類別実施割合	13
2.2. 会議中における内職(会議等とは直接関係しない他の業務を行うこと)の実態	15
2.2.1. 内職の有無	15
2.2.2. 内職の具体的な内容	17
2.2.3. 内職を行うメリットと会議等の価値創造との関連性	18
2.3. 将来の会議で用いられる先端テクノロジー	19
3. テレワークと ICT ツール	21
3.1. テレワーク実施の有無	21
3.2. 実施しているテレワーク	22
3.3. テレワークで利用する ICT ツール	22
3.4. テレワークをめぐる意見	23

調査概要

1. 調査対象: gooリサーチ(*1)登録モニター
2. 調査方法: 非公開型インターネットアンケート
3. 調査期間: 2012年7月10日～2012年7月12日
4. 有効回答者数: 1,090人
5. 標本設計: 従業員規模30名以上、経営者・役員クラスを含む雇用者(正社員)、20歳以上のホワイトカラー職種を対象
6. 回答者企業(*2)の属性:

<従業員数>

全体	1,090	100.0%
99人以下	171	15.7
100人～499人	264	24.2
500人～999人	145	13.3
1,000人～4,999人	271	24.9
5,000人以上	239	21.9

<業種>

全体	1,090	100.0%
製造業、金属・鉱業	327	30.0
卸売業	93	8.5
小売業	67	6.1
金融機関	47	4.3
情報通信・ITサービス	90	8.3
建設業・インフラ	152	13.9
その他サービス業	259	23.8
その他	55	5.0

<日本企業・外資系企業>

全体	1,090人	100.0%
日本企業	1,026	94.1
外資系企業	64	5.9

回答者の属性:

<役職>

全体	1,090人	100.0%
事業部長・部長クラス	107	9.8
課長クラス	216	19.8
係長・主任クラス	267	24.5
一般社員クラス	455	41.7
その他	45	4.1

【補足】

(*1) 「gooリサーチ」 <http://research.goo.ne.jp/>

ポータルサイト「goo」を運営するNTTコム オンライン・マーケティング・ソリューションが企画・実査・集計を行う、高品質で付加価値の高いインターネットリサーチ・サービス。キーパーソンのビジネスマンを中心とする「gooリサーチ・ビジネス」モニター(8.8万人)、携帯電話でアンケートに答える「gooリサーチ・モバイル」モニター(14.5万人)、団塊世代・シニア層、ならびに若年層を中心とした郵送調査手法で回答する「郵送調査専属モニター」(3.5万人)を含め、延べ731万人の登録モニターを擁し、消費者向け調査から、法人向け調査、グループインタビューまで、様々な市場調査ニーズに対応しています。(モニターの人数は2012年9月現在)

(*2) 回答者企業の属性は、回答者のアンケート上の自己申告に基づいている。

(*3) 回答の構成比は小数第2位を四捨五入しているため、各構成比の合計は100%にならない場合がある。

調査結果

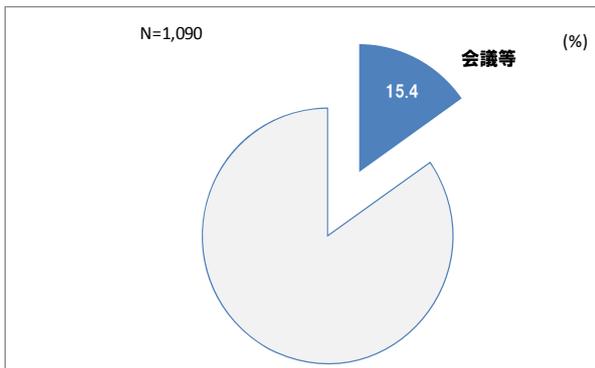
1. 会議、ミーティング、打ち合わせの実態

1.1. 会議等の全体業務に占める割合

■ 会議等の全体業務に占める割合は 15.4%

- 会社で開催される会議等の全体業務に占める割合を尋ねたところ、全体平均は 15.4%である。
- 企業規模が大きくなるほど会議等の全体業務に占める割合が高く、5,000人以上は 17.3%、一方 99人以下では 11.8%に留まっている。
- 業種別で見ると、通信・メディア業で高く、19.5%、続いて製造業、コンピュータ・情報サービス業(同 17.9%)と続く。
- <参考>外資系企業はサンプル(n=64)が少ないので参考としてみると(以下、同様)、日本企業が 15.1%に対して、外資系企業が 20.1%となっている。

(%)



	平均
--	----

全体(n=1,090)	15.4
<規模別>	
99人以下(n=171)	11.8
100人~499人(n=264)	14.3
500人~999人(n=145)	16.4
1,000人~4,999人(n=271)	16.5
5,000人以上(n=239)	17.3
<業種別>	
製造業(n=327)	17.9
流通・商業(n=93)	13.5
金融・保険業(n=67)	13.5
通信・メディア業(n=47)	19.5
運輸・建設・不動産業(n=90)	14.5
コンピュータ・情報サービス業(n=152)	17.9
教育・医療・その他サービス業(n=259)	12.2
その他(n=55)	11.9
<資本別>	
日本企業(n=1,026)	15.1
外資系企業(n=64)	20.1

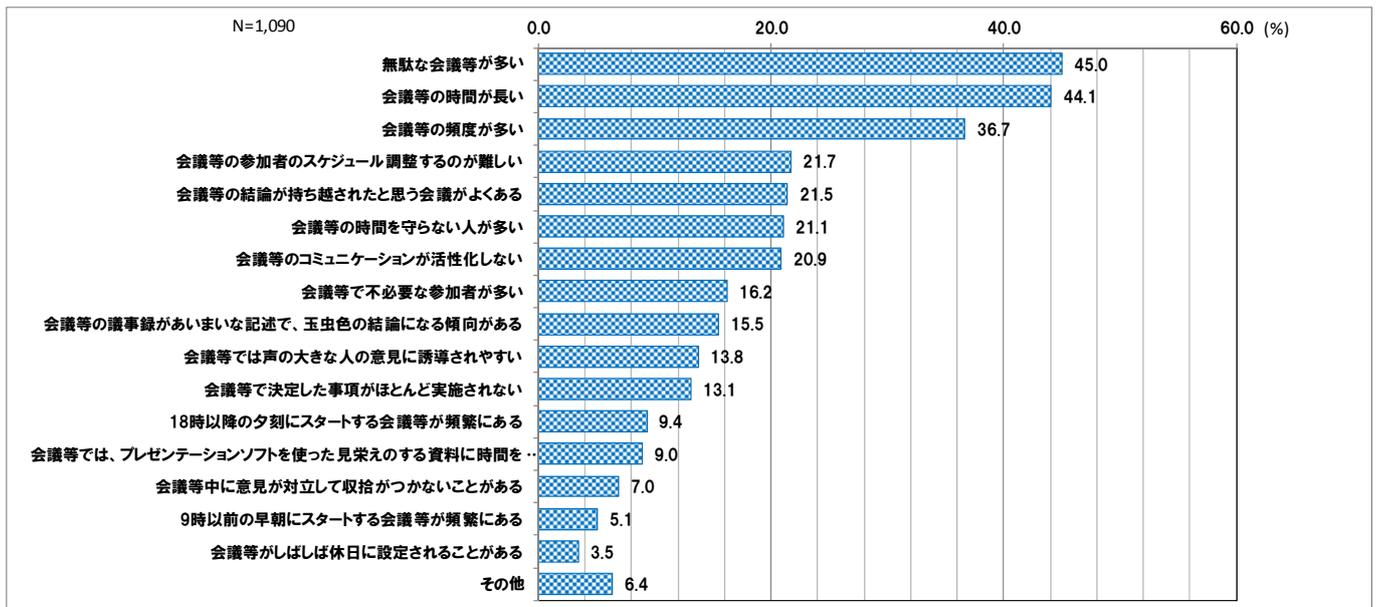
(注) オレンジのセルは、各カテゴリの最高占率を表す。

【図表 1.1.1】 会議等の全体業務に占める割合(全体・規模別・業種別・資本別)

1.2. 現在の会議等について、感じている問題・課題

■ 「無駄な会議等が多い」「会議等の時間が長い」「会議の頻度が多い」が問題・課題の上位に

- 現在の会議等について、いつも感じている問題・課題について尋ねたところ、全体では、「無駄な会議等が多い」がトップで 45.0%。次いで「会議等の時間が長い」(44.1%)、「会議等の頻度が多い」(36.7%)が続く。
- 次いで、「会議等の参加者のスケジュールを調整するのが難しい」(21.7%)、「会議等の結論が持ち越されたと思う会議がよくある」(21.5%)、「会議等の時間を守らない人が多い」(21.1%)、「会議等のコミュニケーションが活性化しない」(20.9%)は約 2 割を占める。



【図表 1.2.1】会議等の問題・課題(全体)

- 規模別にみると、「無駄な会議が多い」は、5,000 人以上の企業が最も高く、5 割弱(48.5%)を占める。(P.7 図表 1.2.2 参照)
- 「会議等の時間が長い」は、500 人以上の企業で指摘する割合が高い傾向にある。「会議の頻度が多い」は 500 ~ 999 人が最も高く 45.5%、1,000 人~4,999 人、5,000 人以上でも 4 割を超える。(P.7 図表 1.2.2 参照)
- 業種別にみると、「無駄な会議が多い」は製造業が最も高く約 5 割(49.2%)、続いてコンピュータ・情報サービス業(46.1%)で高い。「会議等の時間が長い」は、製造業、通信・メディア業が 5 割を超え(各 53.2%)、続いてコンピュータ・情報サービス業(50.7%)で続く。「会議等の頻度が多い」は、通信・メディア業(48.9%)、製造業(42.8%)で高くなっている。(P.7 図表 1.2.3 参照)

<参考>

- 日本企業と外資系企業は全体的に同様の傾向を示している。「会議等のコミュニケーションが活性化しない」は日本企業が約 2 割(21.5%)に対し、外資系企業は約 1 割(10.9%)に留まっている。(P.8 図表 1.2.4 参照)
- また、「会議等の議事録があいまいな記述で、玉虫色の結論になる傾向がある」は日本企業(15.9%)が外資系企業(9.4%)よりも高い傾向にある。「会議等では、プレゼンテーションソフトを使った見栄えのする資料に時間をかけすぎる」は日本企業が 8.8%に対して、外資系企業は 12.5%で高い傾向にある。(P.8 図表 1.2.4 参照)

	会議等の頻度が多い	会議等の時間を守らない人が多い	会議等の時間が長い	無駄な会議等が多い	会議等で不要な参加者が多い	会議等がしばしば休日に設定されることがある	会議等では声の大きな人の意見に誘導されやすい	18時以降の夕刻にスタートする会議等が頻繁にある	9時以前の早朝にスタートする会議等が頻繁にある
全体 (n=1,090)	36.7	21.1	44.1	45.0	16.2	3.5	13.8	9.4	5.1
99人以下 (n=171)	22.8	14.0	32.2	39.8	8.2	2.9	12.3	8.2	4.1
100人～499人 (n=264)	30.7	18.2	43.2	44.7	14.4	3.8	11.4	8.7	4.2
500人～999人 (n=145)	45.5	23.4	48.3	47.6	17.9	2.8	15.9	12.4	5.5
1,000人～4,999人 (n=271)	41.0	22.1	48.3	44.3	18.1	4.4	13.7	10.3	6.3
5,000人以上 (n=239)	43.1	26.8	46.4	48.5	20.9	2.9	16.3	7.9	5.4
	会議等の参加者のスケジュール調整するのが難しい	会議等のコミュニケーションが活性化しない	会議等の結論が持ち越されたと思う会議がよくある	会議等中に意見が対立して収拾がつかないことがある	会議等の議事録があいまいな記述で、玉石色の結論になる傾向がある	会議等で決定した事項がほとんど実施されない	会議等では、プレゼンテーションソフトを使った見栄えのする資料に時間をかけすぎる	その他	
全体 (n=1,090)	21.7	20.9	21.5	7.0	15.5	13.1	9.0	6.4	
99人以下 (n=171)	8.2	18.7	18.7	5.8	8.8	18.7	2.3	8.2	
100人～499人 (n=264)	17.4	23.9	20.1	6.1	14.8	15.2	6.8	5.3	
500人～999人 (n=145)	28.3	24.1	25.5	9.0	19.3	10.3	9.0	4.1	
1,000人～4,999人 (n=271)	25.1	18.1	20.3	6.6	18.1	11.4	11.8	9.2	
5,000人以上 (n=239)	28.5	20.5	23.8	7.9	15.9	10.5	13.0	4.6	

(注) 黄色のセルは、上位5項目を表す。

【図表 1.2.2】会議等の問題・課題(規模別)

	会議等の頻度が多い	会議等の時間を守らない人が多い	会議等の時間が長い	無駄な会議等が多い	会議等で不要な参加者が多い	会議等がしばしば休日に設定されることがある	会議等では声の大きな人の意見に誘導されやすい	18時以降の夕刻にスタートする会議等が頻繁にある	9時以前の早朝にスタートする会議等が頻繁にある
全体 (n=1,090)	36.7	21.1	44.1	45.0	16.2	3.5	13.8	9.4	5.1
製造業 (n=327)	42.8	25.7	53.2	49.2	22.9	2.8	21.7	8.3	5.2
流通・商業 (n=93)	31.2	11.8	40.9	40.9	8.6	3.2	9.7	8.6	9.7
金融・保険業 (n=67)	26.9	16.4	14.9	43.3	9.0	3.0	7.5	9.0	9.0
通信・メディア業 (n=47)	48.9	29.8	53.2	40.4	14.9	0.0	8.5	10.6	6.4
運輸・建設・不動産業 (n=90)	41.1	15.6	38.9	42.2	10.0	5.6	10.0	7.8	5.6
コンピュータ・情報サービス業 (n=152)	36.2	25.7	50.7	46.1	23.0	4.6	15.8	14.5	3.9
教育・医療・その他サービス業 (n=259)	32.0	18.1	39.4	43.2	11.6	4.2	8.9	10.0	3.1
その他 (n=55)	27.3	18.2	36.4	43.6	12.7	1.8	9.1	1.8	3.6
	会議等の参加者のスケジュール調整するのが難しい	会議等のコミュニケーションが活性化しない	会議等の結論が持ち越されたと思う会議がよくある	会議等中に意見が対立して収拾がつかないことがある	会議等の議事録があいまいな記述で、玉石色の結論になる傾向がある	会議等で決定した事項がほとんど実施されない	会議等では、プレゼンテーションソフトを使った見栄えのする資料に時間をかけすぎる	その他	
全体 (n=1,090)	21.7	20.9	21.5	7.0	15.5	13.1	9.0	6.4	
製造業 (n=327)	28.7	18.3	27.2	8.6	18.3	12.5	14.7	3.7	
流通・商業 (n=93)	19.4	14.0	26.9	2.2	12.9	18.3	4.3	5.4	
金融・保険業 (n=67)	11.9	22.4	10.4	7.5	13.4	11.9	9.0	13.4	
通信・メディア業 (n=47)	17.0	12.8	14.9	4.3	10.6	6.4	10.6	6.4	
運輸・建設・不動産業 (n=90)	20.0	34.4	22.2	11.1	16.7	12.2	5.6	7.8	
コンピュータ・情報サービス業 (n=152)	23.0	23.0	25.0	6.6	16.4	14.5	9.2	6.6	
教育・医療・その他サービス業 (n=259)	18.5	22.4	17.0	6.6	15.1	12.7	4.2	6.9	
その他 (n=55)	14.5	18.2	7.3	3.6	7.3	14.5	9.1	10.9	

(注) 黄色のセルは、上位5項目を表す。

【図表 1.2.3】会議等の問題・課題(業種別)

<参考>

	会議等の頻度が多い	会議等の時間を守らない人が多い	会議等の時間が長い	無駄な会議等が多い	会議等で unnecessary 参加者が多い	会議等がしばしば休日に設定されることがある	会議等では声の大きな人の意見に誘導されやすい	18時以降の夕刻にスタートする会議等が頻繁にある	9時以前の早朝にスタートする会議等が頻繁にある
全体 (n=1,090)	36.7	21.1	44.1	45.0	16.2	3.5	13.8	9.4	5.1
日本企業 (n=1,026)	36.4	20.7	44.2	45.4	16.2	3.5	13.7	9.1	5.0
外資系企業 (n=64)	42.2	28.1	42.2	39.1	17.2	3.1	14.1	14.1	7.8
	会議等の参加者のスケジュール調整するのが難しい	会議等のコミュニケーションが活性化しない	会議等の結論が持ち越されたと思う会議がよくある	会議等中に意見が対立して収拾がつかないことがある	会議等の議事録があいまいな記述で、玉石色の結論になる傾向がある	会議等で決定した事項がほとんど実施されない	会議等では、プレゼンテーションソフトを使った見栄えのする資料に時間をかけすぎる	その他	
全体 (n=1,090)	21.7	20.9	21.5	7.0	15.5	13.1	9.0	6.4	
日本企業 (n=1,026)	21.3	21.5	21.3	7.0	15.9	13.2	8.8	6.3	
外資系企業 (n=64)	28.1	10.9	23.4	6.3	9.4	12.5	12.5	7.8	

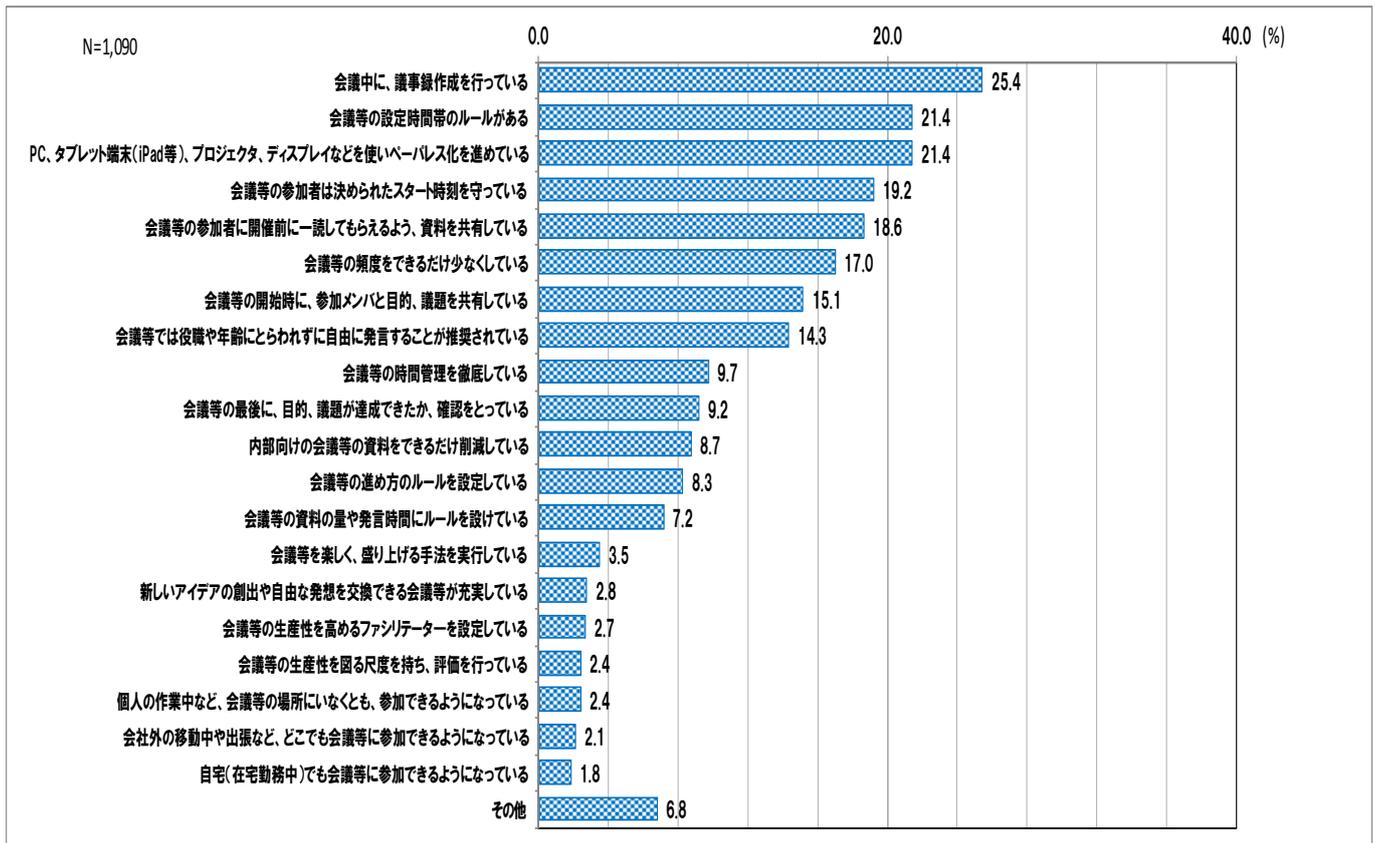
(注) 黄色のセルは、上位5項目を表す。

【図表 1.2.4】会議等の問題・課題(資本別)

1.3. 会議等の手法、テクニック

■ 約 1/4 が「会議中に、議事録を作成」。約 2 割が「会議等の設定時間帯のルール」があり、「PC、タブレット端末等を用いたペーパーレス化」を実践

- 会議等の手法、テクニックについて尋ねたところ、トップは「会議中に、議事録作成を行っている」(25.4%)で約 4 分の 1 を占める。次いで、「会議等の設定時間帯のルールがある」「PC、タブレット端末 (iPad 等)、プロジェクタ、ディスプレイなどを使いペーパーレス化を進めている」(各 21.4%)と続く。続いて、「会議等の参加者は決められたスタート時刻を守っている」(19.2%)、「会議等の参加者に開催前に一読してもらえよう、資料を共有している」(18.6%)、「会議等の頻度をできるだけ少なくしている」(17.0%)となっている。(P.9 図表 1.3.1 参照)
- 規模別にみると、「会議中に、議事録作成を行っている」は、500 人～999 人で最も高く、1,000 人～4,999 人と続く。「PC、タブレット端末 (iPad 等)、プロジェクタ、ディスプレイなどを使いペーパーレス化を進めている」は企業規模が大きくなるほど実施率が高く、5,000 人以上は約 3 割(29.3%)が実施している。「会議等の設定時間帯のルールがある」についても、5,000 人以上が最も高い(24.3%)。(P.9 図表 1.3.2 参照)



【図表 1.3.1】会議等の手法、テクニック(全体)

	会議等の設定時間帯のルールがある	会議等の資料の量や発言時間にルールを設けている	会議等の参加者に開催前に一読してもらえよう、資料を共有している	PC、タブレット端末(iPad等)、プロジェクタ、ディスプレイなどを使いペーパレス化を進めている	会議等の進め方のルールを設定している	会議等を楽しく、盛り上げる手法を実行している	会議等の生産性を高めるファシリテーターを設定している	会議等の開始時に、参加メンバーと目的、議題を共有している	会議等の最後に、目的、議題が達成できたか、確認をとっている	会議等の時間管理を徹底している	会議等の生産性を図る尺度を持ち、評価を行っている
全体 (n=1,090)	21.4	7.2	18.6	21.4	8.3	3.5	2.7	15.1	9.2	9.7	2.4
99人以下 (n=171)	22.2	5.3	17.0	9.9	11.7	5.8	3.5	14.0	11.1	8.8	4.1
100人～499人 (n=264)	18.2	6.1	19.3	20.1	8.7	3.4	0.8	12.9	6.8	6.8	1.5
500人～999人 (n=145)	23.4	9.7	21.4	20.7	8.3	2.8	2.1	11.7	11.7	11.0	2.1
1,000人～4,999人 (n=271)	20.3	6.3	18.8	23.2	7.0	2.6	3.7	17.0	8.9	11.8	2.6
5,000人以上 (n=239)	24.3	9.2	17.2	29.3	6.7	3.3	3.3	18.4	9.2	10.5	2.1
	会議等の頻度をできるだけ少なくしている	内部向けの会議等の資料をできるだけ削減している	会議等では役職や年齢にとらわれずに自由に発言することが推奨されている	会議中に、議事録作成を行っている	会議等の参加者は決められたスタート時刻を守っている	新しいアイデアの創出や自由な発想を交換できる会議等が充実している	個人の作業中など、会議等の場所になくとも、参加できるようになっている	会社外の移動中や出張など、どこでも会議等に参加できるようになっている	自宅(在宅勤務中)でも会議等に参加できるようになっている	その他	
全体 (n=1,090)	17.0	8.7	14.3	25.4	19.2	2.8	2.4	2.1	1.8	6.8	
99人以下 (n=171)	15.8	8.2	16.4	19.9	17.0	1.8	2.3	2.3	2.3	11.7	
100人～499人 (n=264)	19.7	8.3	13.6	25.8	22.7	2.7	1.9	2.3	1.9	6.1	
500人～999人 (n=145)	15.2	11.7	13.1	29.0	21.4	1.4	2.1	2.8	3.4	4.8	
1,000人～4,999人 (n=271)	18.1	9.6	13.7	28.4	20.7	3.3	2.2	1.5	1.1	6.6	
5,000人以上 (n=239)	14.6	6.7	15.1	23.4	13.8	3.8	3.3	2.1	1.3	5.4	

(注) 黄色のセルは、上位5項目を表す。

【図表 1.3.2】会議等の手法、テクニック(規模別)

- 業種別にみると、「会議中に、議事録作成を行っている」は製造業が最も高く34.6%、次いでコンピュータ・情報サービス業(31.6%)で高い。「PC、タブレット端末(iPad等)、プロジェクタ、ディスプレイなどを使いペーパーレス化を進めている」は、通信・メディア業が最も高く(34.0%)、次いで、製造業、コンピュータ・情報サービス業(各30.9%)と続く。
- 「会議等の設定時間帯のルールがある」は、通信・メディア業(29.8%)、教育・医療・その他サービス業(27.4%)が相対的に高く3割弱を占める。

	会議等の設定時間帯のルールがある	会議等の資料の量や発言時間にルールを設けている	会議等の参加者に開催前に一読してもらえよう、資料を共有している	PC、タブレット端末(iPad等)、プロジェクタ、ディスプレイなどを使いペーパーレス化を進めている	会議等の進め方のルールを設定している	会議等を楽しく、盛り上げる手法を実行している	会議等の生産性を高めるファシリテーターを設定している	会議等の開始時に、参加メンバーと目的、議題を共有している	会議等の最後に、目的、議題が達成できたか、確認をとっている	会議等の時間管理を徹底している	会議等の生産性を図る尺度を持ち、評価を行っている
全体(n=1,090)	21.4	7.2	18.6	21.4	8.3	3.5	2.7	15.1	9.2	9.7	2.4
製造業(n=327)	18.7	6.4	21.4	30.9	8.6	4.0	3.1	20.8	11.3	11.3	1.8
流通・商業(n=93)	21.5	6.5	17.2	20.4	6.5	3.2	2.2	17.2	4.3	8.6	3.2
金融・保険業(n=67)	22.4	7.5	14.9	6.0	6.0	6.0	3.0	11.9	4.5	13.4	3.0
通信・メディア業(n=47)	29.8	14.9	12.8	34.0	10.6	2.1	4.3	14.9	8.5	4.3	2.1
運輸・建設・不動産業(n=90)	16.7	4.4	20.0	13.3	15.6	1.1	1.1	11.1	6.7	4.4	3.3
コンピュータ・情報サービス業(n=152)	18.4	8.6	21.1	30.9	5.9	3.3	4.6	17.1	15.1	12.5	3.9
教育・医療・その他サービス業(n=259)	27.4	7.3	16.6	11.2	7.7	3.5	1.5	10.8	6.2	7.7	1.2
その他(n=55)	16.4	5.5	14.5	9.1	7.3	3.6	1.8	3.6	12.7	12.7	3.6
	会議等の頻度をできるだけ少なくしている	内部向けの会議等の資料をできるだけ削減している	会議等では役職や年齢にとらわれずに自由に発言することが推奨されている	会議中に、議事録作成を行っている	会議等の参加者は決められたスタート時刻を守っている	新しいアイデアの創出や自由な発想を交換できる会議等が充実している	個人の作業中など、会議等の場所になくとも、参加できるようにしている	会社外の移動中や出張など、どこでも会議等に参加できるようにしている	自宅(在宅勤務中)でも会議等に参加できるようにしている	その他	
全体(n=1,090)	17.0	8.7	14.3	25.4	19.2	2.8	2.4	2.1	1.8	6.8	
製造業(n=327)	16.2	10.7	15.9	34.6	19.3	1.2	2.1	1.8	1.5	4.6	
流通・商業(n=93)	19.4	7.5	16.1	21.5	25.8	4.3	3.2	3.2	2.2	5.4	
金融・保険業(n=67)	10.4	10.4	16.4	14.9	23.9	1.5	1.5	1.5	1.5	10.4	
通信・メディア業(n=47)	6.4	6.4	8.5	14.9	10.6	2.1	6.4	2.1	0.0	8.5	
運輸・建設・不動産業(n=90)	23.3	6.7	13.3	16.7	23.3	4.4	0.0	4.4	1.1	8.9	
コンピュータ・情報サービス業(n=152)	20.4	12.5	12.5	31.6	13.8	2.6	6.6	4.6	5.3	2.6	
教育・医療・その他サービス業(n=259)	17.0	5.8	13.5	21.6	17.8	3.9	0.4	0.4	1.2	8.1	
その他(n=55)	14.5	5.5	14.5	14.5	23.6	3.6	1.8	0.0	0.0	18.2	

(注) 黄色のセルは、上位5項目を表す。

【図表 1.3.3】会議等の手法、テクニック(業種別)

<参考>

- 日本企業と外資系企業は全体的に同様の傾向を示している。「会議中に、議事録作成を行っている」は日本企業が24.8%に対して、外資系は35.9%で高く、「PC、タブレット端末(iPad等)、プロジェクタ、ディスプレイなどを使いペーパーレス化を進めている」も日本企業が2割(20.7%)に対して、外資系企業は3割を超えて実施(32.8%)。「会議等の設定時間帯のルールがある」については、外資系企業が14.1%に対して、日本企業は21.8%で高い傾向にある。(P.11 図表 1.3.4 参照)

<参考>

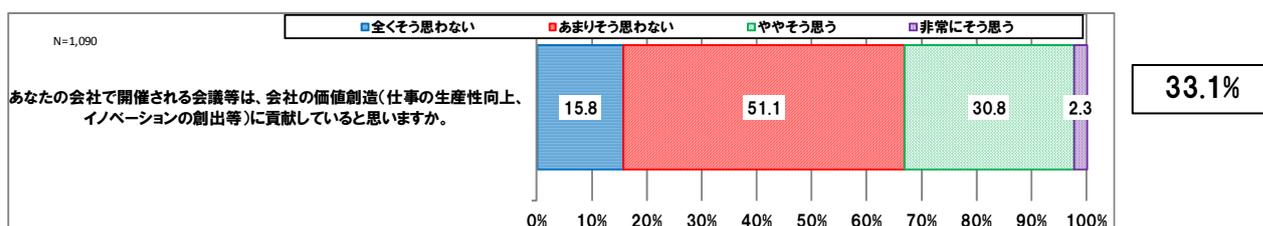
	会議等の設定時間帯のルールがある	会議等の資料の量や発言時間にルールを設けている	会議等の参加者に開催前に一読してもらえよう、資料を共有している	PC、タブレット端末 (iPad 等)、プロジェクタ、ディスプレイなどを使いペーパーレス化を進めている	会議等の進め方のルールを設定している	会議等を楽しく、盛り上げる手法を実行している	会議等の生産性を高めるファシリテーターを設定している	会議等の開始時に、参加メンバーと目的、議題を共有している	会議等の最後に、目的、議題が達成できたか、確認をとっている	会議等の時間管理を徹底している	会議等の生産性を図る尺度を持ち、評価を行っている
全体 (n=1,090)	21.4	7.2	18.6	21.4	8.3	3.5	2.7	15.1	9.2	9.7	2.4
日本企業 (n=1,026)	21.8	7.2	18.9	20.7	8.4	3.2	2.7	14.3	8.8	9.3	2.3
外資系企業 (n=64)	14.1	6.3	14.1	32.8	6.3	7.8	1.6	28.1	15.6	17.2	3.1
	会議等の頻度をできるだけ少なくしている	内部向けの会議等の資料をできるだけ削減している	会議等では役職や年齢にとらわれずに自由に発言することが推奨されている	会議中に、議事録作成を行っている	会議等の参加者は決められたスタート時刻を守っている	新しいアイデアの創出や自由な発想を交換できる会議等が充実している	個人の作業中など、会議等の場所になくとも、参加できるようにしている	会社外の移動中や出張など、どこでも会議等に参加できるようにしている	自宅 (在宅勤務中) でも会議等に参加できるようにしている	その他	
全体 (n=1,090)	17.0	8.7	14.3	25.4	19.2	2.8	2.4	2.1	1.8	6.8	
日本企業 (n=1,026)	17.0	8.8	14.3	24.8	19.4	2.7	2.0	1.7	1.1	6.9	
外資系企業 (n=64)	17.2	7.8	14.1	35.9	15.6	3.1	7.8	9.4	14.1	4.7	

【図表 1.3.4】会議等の手法、テクニック(資本別)

1.4. 会議等の企業の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出)に対する貢献

■ 「会議等が、会社の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出等)に貢献している」と回答した割合は、3割強に留まる

- 会社で開催される会議等は、価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出等)に貢献していると思いますかと尋ねたところ、「非常にそう思う」(2.3%)と「ややそう思う」(30.8%)を合わせた割合(肯定計)は3割強(33.1%)に留まっている。



【図表 1.4.1】会議等の企業の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出)に対する貢献(全体)

- (「貢献している」と回答した)肯定計に着目すると、企業規模別では、1,000人以上~4,999人が最も高く(38.6%)、次いで99人以下(33.1%)である。(P.12 図表 1.4.2 参照)
- 業種別では、通信・メディア業がトップで4割(40.4%)、次いで製造業(34.6%)で高い。(P.12 図表 1.4.2 参照)

<参考>

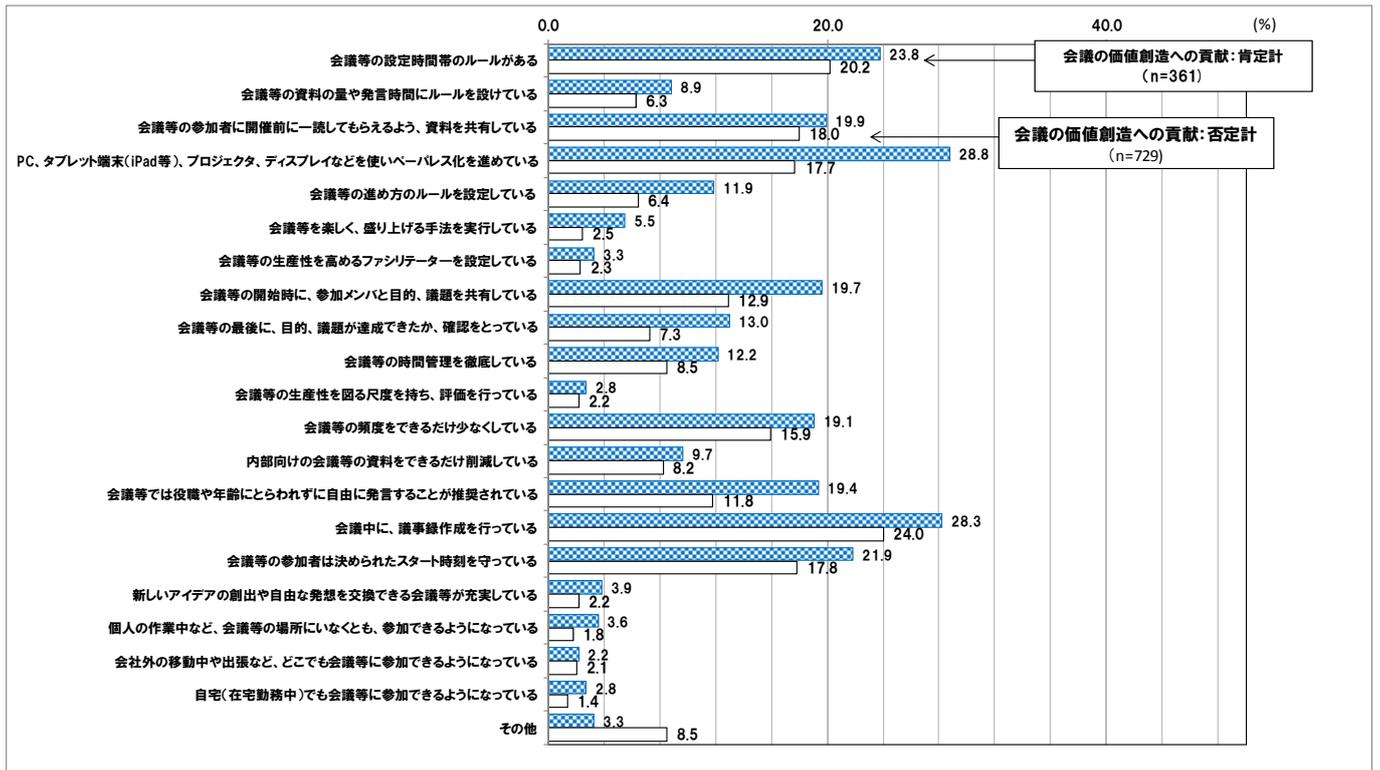
- 肯定計をみると、外資系企業は 43.8%、日本企業は 32.5%で外資系企業の方が高い傾向にある。

	全くそう思わない	あまりそう思わない	ややそう思う	非常にそう思う	そう思う計
全体 (n=1,090)	15.8	51.1	30.8	2.3	33.1
<規模別>					
99人以下 (n=171)	22.8	47.4	26.3	3.5	33.1
100人～499人 (n=264)	14.0	53.0	31.4	1.5	29.8
500人～999人 (n=145)	13.8	47.6	37.2	1.4	33.0
1,000人～4,999人 (n=271)	17.0	50.9	30.3	1.8	38.6
5,000人以上 (n=239)	12.6	54.0	30.1	3.3	32.1
<業種別>					
製造業 (n=327)	14.1	51.4	31.5	3.1	34.6
流通・商業 (n=93)	16.1	50.5	30.1	3.2	33.3
金融・保険業 (n=67)	16.4	58.2	23.9	1.5	25.4
通信・メディア業 (n=47)	14.9	44.7	36.2	4.3	40.4
運輸・建設・不動産業 (n=90)	25.6	44.4	30.0	0.0	30.0
コンピュータ・情報サービス業 (n=152)	16.4	50.0	32.2	1.3	33.6
教育・医療・その他サービス業 (n=259)	14.3	53.7	29.7	2.3	32.0
その他 (n=55)	14.5	49.1	34.5	1.8	36.4
<資本別>					
日本企業 (n=1,026)	16.0	51.6	30.2	2.2	32.5
外資系企業 (n=64)	12.5	43.8	40.6	3.1	43.8

(注) そう思う計は、「非常にそう思う」「ややそう思う」の計。オレンジのセルは、各カテゴリの最高占率を表す。

【図表 1.4.2】会議等の企業の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出)に対する貢献
(全体・規模別・業種別・資本別)

- 会議等の企業の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出)に対する貢献と会議等の手法、テクニックとの関連について、貢献度合い(肯定計・否定計)別にみると、会議等が企業の価値創造に対して貢献している企業は、会議のルールやテクニックを実践している割合が高い傾向にある。(P.13 図表 1.4.3 参照)
- 特に、肯定計と否定計の差に着目し、実施率の上位 5 項目をみると、「PC、タブレット端末 (iPad 等)、プロジェクタ、ディスプレイなどを使いペーパーレス化を進めている」が最もギャップが大きく、「会議等では役職や年齢にとらわれずに自由に発言することが推奨されている」「会議等の開始時に、参加メンバーと目的、議題を共有している」が続く。これらの会議等の手法、テクニックは、企業の価値創造につながっている可能性がある。(P.13 図表 1.4.4 参照)



【図表 1.4.3】会議等の手法、テクニックの、会議等の企業の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出)に対する貢献(肯定計・否定計別)

第1位	PC、タブレット端末(iPad等)、プロジェクタ、ディスプレイなどを使いペーパーレス化を進めている (「会議の貢献あり」―「会議の貢献なし」の差:11.1ポイント)
第2位	会議等では役職や年齢にとらわれずに自由に発言することが推奨されている(同:7.6ポイント)
第3位	会議等の開始時に、参加メンバーと目的、議題を共有している(同:6.8ポイント)
第4位	会議等の最後に、目的、議題が達成できたか、確認をとっている(同:5.7ポイント)
第5位	会議等の進め方のルールを設定している(同:5.5ポイント)

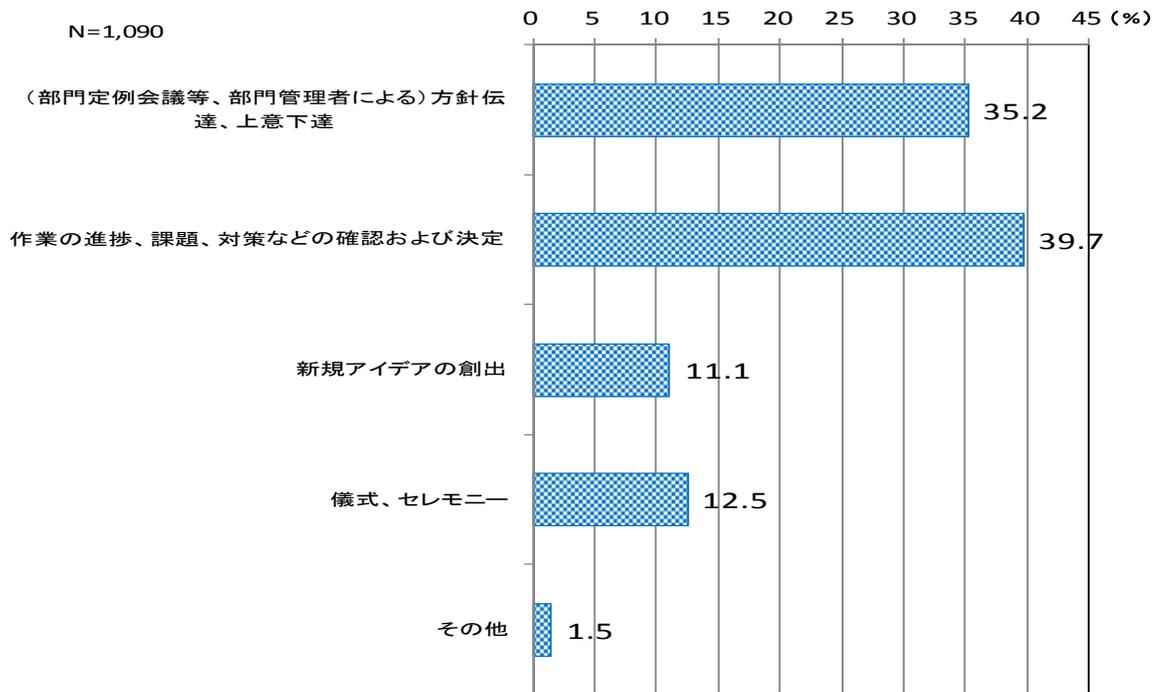
【図表 1.4.4】会議の価値創造への貢献の有無のギャップの大きな項目(上位5項目)

2. 新しい観点にもとづく会議の分析

2.1. 会議の種類別実施割合

■ 会議等のうち、「部門定例会議」や「進捗、課題等の確認会議」の実施割合がいずれも4割弱である一方、「新規アイデアの創出」に資する会議の割合は1割強に留まる

- 従来の会議に関する調査研究では扱われることが少なかった、会議の種類を新しい観点でとらえ直し、その実施割合を尋ねたところ、1番目が「作業の進捗、課題、対策などの確認および決定」(39.7%)、2番目が「(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上位下達」(35.2%)、以下「儀式、セレモニー(実施することに意義があると考えられている会議等をさす)」(12.5%)、「新規アイデアの創出」(11.1%)となっている。(P.14 図表 2.1.1 参照)



【図表 2.1.1】会議の種類別実施割合(全体)

- 規模別にみると、「(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上位下達」は、99人以下の企業が特に高い(22.8%)。「作業の進捗、課題、対策などの確認および決定」は、それほど大きな差はないが、1番目が5,000人以上(54.0%)、2番目が100人～499人(53.0%)と続いている。「新規アイデアの創出」は、500人～999人の企業が特に高い(37.2%)一方、99人以下の企業は低め(26.3%)となっている。「儀式、セレモニー」は、99人以下(3.5%)と5,000人以上(3.3%)が特に高めとなっている。(P.15 図表 2.1.2 参照)
- 業種別にみると、「(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上位下達」は、流通・商業(43.0%)、金融・保険業(42.2%)、運輸・建設・不動産業(41.8%)が高めになっている反面、製造業(28.9%)は特に低くなっている。「作業の進捗、課題、対策などの確認および決定」は、コンピュータ・情報サービス業(43.5%)、製造業(43.3%)が高めになっているほかは、それほど大きな差はない。「新規アイデアの創出」は、製造業、通信・メディア業で相対的に高く(各12.4%)、運輸・建設・不動産業(6.7%)、金融・保険業(8.6%)、コンピュータ・情報サービス業(9.5%)が特に低めとなっている。「儀式、セレモニー」は、通信・メディア業(15.1%)、製造業(13.9%)、運輸・建設・不動産業(13.0%)が比較的高めである。(P.15 図表 2.1.2 参照)

<参考>

- 外資系企業と日本企業とでは、全体的な傾向に違いは見られないが、「(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上位下達」は日本企業の方が高い傾向にある(日本企業:35.5%、外資系企業:30.4%)。(P.15 図表 2.1.2 参照)

	(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上意下達	作業の進捗、課題、対策などの確認および決定	新規アイデアの創出	儀式、セレモニー	その他
全体 (n=1,090)	35.2	39.7	11.1	12.5	1.5
<規模別>					
99人以下 (n=171)	22.8	47.4	26.3	3.5	3.5
100人～499人 (n=264)	14.0	53.0	31.4	1.5	1.5
500人～999人 (n=145)	13.8	47.6	37.2	1.4	1.4
1,000人～4,999人 (n=271)	17.0	50.9	30.3	1.8	1.8
5,000人以上 (n=239)	12.6	54.0	30.1	3.3	3.3
<業種別>					
製造業 (n=327)	28.9	43.3	12.4	13.9	1.5
流通・商業 (n=93)	43.0	33.7	12.3	10.6	0.3
金融・保険業 (n=67)	42.2	37.6	8.6	11.0	0.6
通信・メディア業 (n=47)	32.1	37.0	12.4	15.1	3.5
運輸・建設・不動産業 (n=90)	41.8	36.8	6.7	13.0	1.7
コンピュータ・情報サービス業 (n=152)	34.0	43.5	9.5	10.1	2.9
教育・医療・その他サービス業 (n=259)	38.8	37.2	10.6	12.5	1.0
その他 (n=55)	29.8	38.7	17.8	12.0	1.7
<資本別>					
日本企業 (n=1,026)	35.5	39.7	11.0	12.4	1.4
外資系企業 (n=64)	30.4	39.5	12.9	14.2	2.9

【図表 2.1.2】会議の種類別実施割合(全体・規模別・業種別・資本別)

2.2. 会議中における内職(会議等とは直接関係しない他の業務を行うこと)の実態

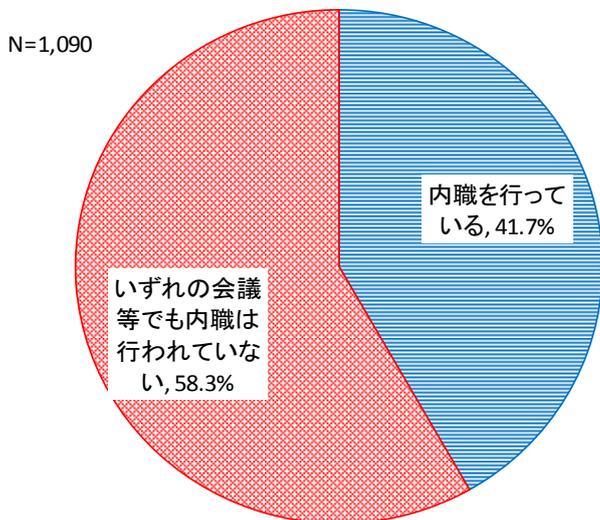
2.2.1. 内職の有無

■ 会議中に内職を行っている企業は 4 割強

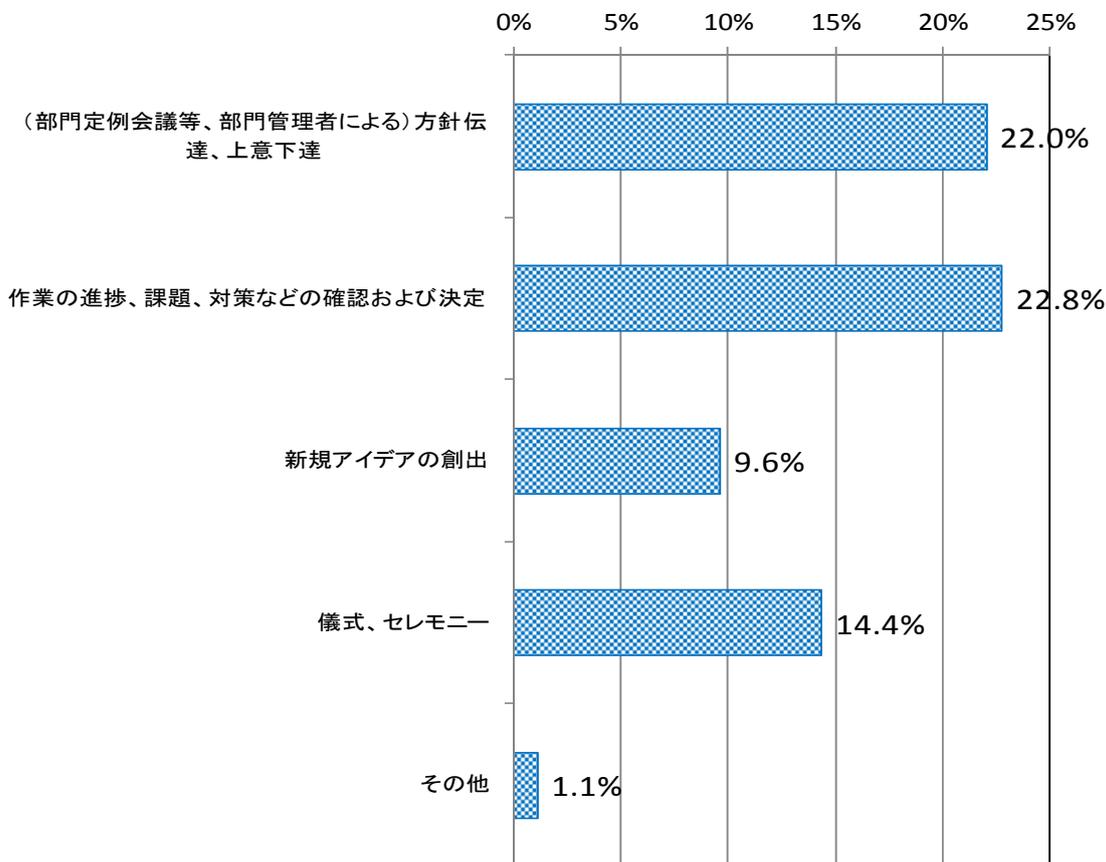
- 従来は否定的に捉えられがちなことから、ほとんど注目をされてこなかった、会議中における内職の実態を尋ねたところ、内職を行っている企業は 41.7%であった(P.16 図表 2.2.1 参照)。さらに、前項の会議の種類ごとに内職の実施割合をみると、「作業の進捗、課題、対策などの確認および決定」では 22.8%、「(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上位下達」では 22.0%、「儀式、セレモニー」では 14.4%、「新規アイデアの創出」では 9.6%が、内職を行っていると回答している(P.16 図表 2.2.2 参照)。ただし、「いずれの会議等でも内職は行われていない」が 58.3%である。(P.16 図表 2.2.1 参照)
- 規模別にみると、「(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上位下達」では、500人～999人(28.2%)、1,000人～4,999人(26.3%)の企業が特に高い。「作業の進捗、課題、対策などの確認および決定」では、500人～999人(26.8%)、1,000人～4,999人(25.9%)、5,000人以上(25.3%)の企業が高い。「新規アイデアの創出」では、1,000人～4,999人(11.7%)、5,000人以上(11.2%)が高めである。「儀式、セレモニー」は、5,000人以上(18.9%)、500人～999人(17.6%)、1,000人～4,999人(16.9%)の順となっている。(P.17 図表 2.2.3 参照)
- 業種別にみると、「(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上位下達」では、コンピュータ・情報サービス業(31.3%)が特に高くなっている。「作業の進捗、課題、対策などの確認および決定」では、通信・メディア業(32.6%)が比較的高めで、以下、製造業(27.3%)、流通・商業(25.8%)、運輸・建設・不動産業(25.3%)、コンピュータ・情報サービス業(22.7%)と続いている。「新規アイデアの創出」では、製造業(13.5%)、金融・保険業(10.6%)が比較的高めである。「儀式、セレモニー」では、製造業(21.5%)が突出しており、コンピュータ・情報サービス業(15.3%)、流通・商業(14.0%)が次いで高めである。(P.17 図表 2.2.3 参照)

<参考>

- 外資系企業が全般的に日本企業よりも高めとなっており、特に「作業の進捗、課題、対策などの確認および決定」は16.3ポイントの差がついている(日本企業:21.8%、外資系企業:38.1%)。(P.17 図表 2.2.3 参照)



【図表 2.2.1】内職の実施割合(全体)



【図表 2.2.2】会議の種類別の内職実施割合(全体、複数回答)

	会議の種類別の内職実施割合						いずれの会議等でも内職は行われていない
	内職を行っている	(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上意下達	作業の進捗、課題、対策などの確認および決定	新規アイデアの創出	儀式、セレモニー	その他	
全体 (n=1,090)	41.7%	22.0%	22.8%	9.6%	14.4%	1.1%	58.3%
<規模別>							
99人以下 (n=171)	31.7%	18.6%	18.6%	7.8%	7.8%	1.2%	68.3%
100人～499人 (n=264)	35.7%	19.0%	17.9%	8.4%	10.3%	1.1%	64.3%
500人～999人 (n=145)	47.9%	28.2%	26.8%	7.7%	17.6%	0.7%	52.1%
1,000人～4,999人 (n=271)	45.1%	26.3%	25.9%	11.7%	16.9%	1.5%	54.9%
5,000人以上 (n=239)	48.1%	19.3%	25.3%	11.2%	18.9%	0.9%	51.9%
<業種別>							
製造業 (n=327)	48.8%	22.1%	27.3%	13.5%	21.5%	0.9%	51.2%
流通・商業 (n=93)	39.8%	18.3%	25.8%	6.5%	14.0%	1.1%	60.2%
金融・保険業 (n=67)	34.8%	24.2%	18.2%	10.6%	7.6%	0.0%	65.2%
通信・メディア業 (n=47)	45.7%	21.7%	32.6%	6.5%	10.9%	2.2%	54.3%
運輸・建設・不動産業 (n=90)	37.9%	19.5%	25.3%	6.9%	10.3%	0.0%	62.1%
コンピュータ・情報サービス業 (n=152)	46.7%	31.3%	22.7%	8.7%	15.3%	2.7%	53.3%
教育・医療・その他サービス業 (n=259)	32.9%	20.1%	16.1%	8.0%	9.2%	0.8%	67.1%
その他 (n=55)	40.7%	13.0%	14.8%	7.4%	11.1%	1.9%	59.3%
<資本別>							
日本企業 (n=1,026)	40.6%	21.5%	21.8%	9.4%	13.9%	1.0%	59.4%
外資系企業 (n=64)	60.3%	30.2%	38.1%	12.7%	22.2%	3.2%	39.7%

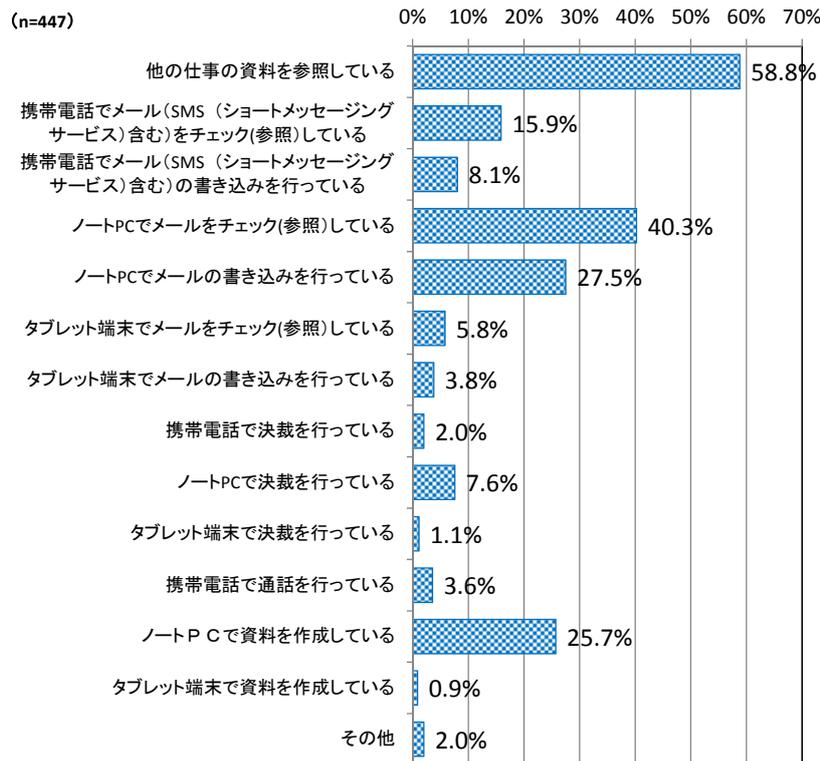
※「いずれの会議等でも内職は行われていない」以外は複数回答

【図表 2.2.3】会議の種類別の内職実施割合(全体・規模別・業種別・資本別)

2.2.2. 内職の具体的な内容

■ 内職の内容としては「他の仕事の資料を参照」、「ノートPCでメールを読み書き、資料作成」が多い

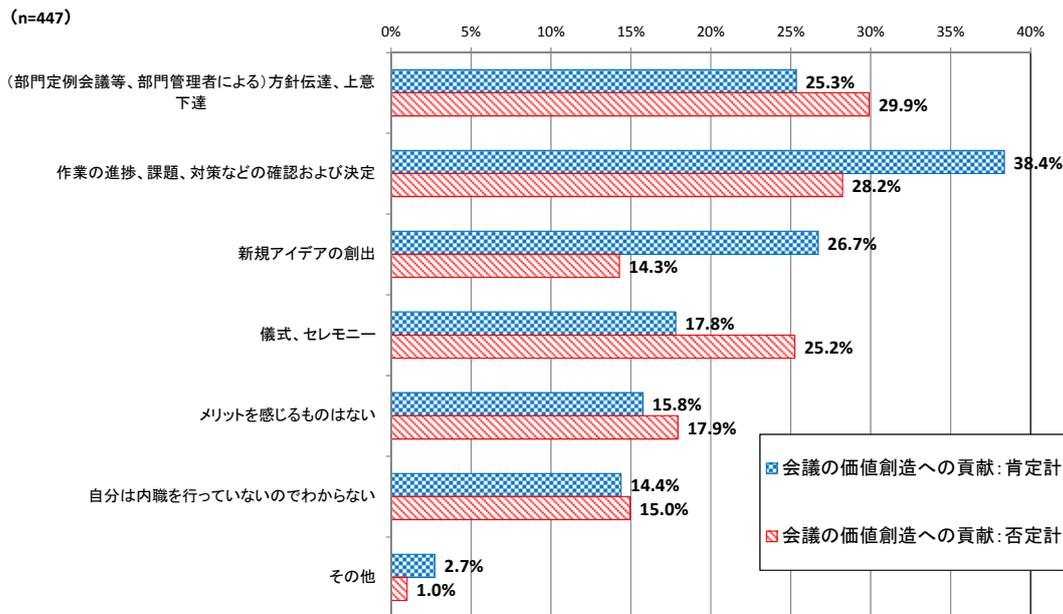
- 会議の参加者が内職をどのように行っているかを尋ねたところ、「他の仕事の資料を参照している」(58.8%)、「ノートPCでメールをチェック(参照)している」(40.3%)、「ノートPCでメールの書き込みを行っている」(27.5%)、「ノートPCで資料を作成している」(25.7%)、「携帯電話でメール(SMS<ショートメッセージングサービス>含む)をチェック(参照)している」(15.9%)が多かった。また、昨今注目を集めているタブレット端末は、あまり活用されていない。(P.18 図表 2.2.4 参照)



【図表 2.2.4】内職で行っている作業の割合(全体、複数回答)

2.2.3. 内職を行うメリットと会議等の価値創造との関連性

- 会議等が企業の価値創造に貢献している企業ほど、「進捗、課題等の確認会議」や「新規アイデアを創出する会議」における内職のメリットを実感している
- 会議等の企業の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出)に対する貢献と、会議種類別の内職を行うメリットとの関連について貢献度合い別(肯定計・否定計別)にみると、会議等が企業の価値創造に対して貢献している企業は、「作業の進捗、課題、対策などの確認および決定」をする会議や、「新規アイデアの創出」を行う会議において内職を行うメリットを感じている割合が高い傾向にある。逆に、「(部門定例会議等、部門管理者による)方針伝達、上位下達」や「儀式・セレモニー」については、会議等が企業の価値創造に対して貢献していない企業と比べて内職を行うメリットが低い傾向にある。(P.19 図表 2.2.5 参照)



【図表 2.2.5】会議種類別の内職を行うメリット

(会議等の企業の価値創造(仕事の生産性向上、イノベーションの創出)に対する貢献の肯定計・否定計別)

2.3 将来の会議で用いられる先端テクノロジー

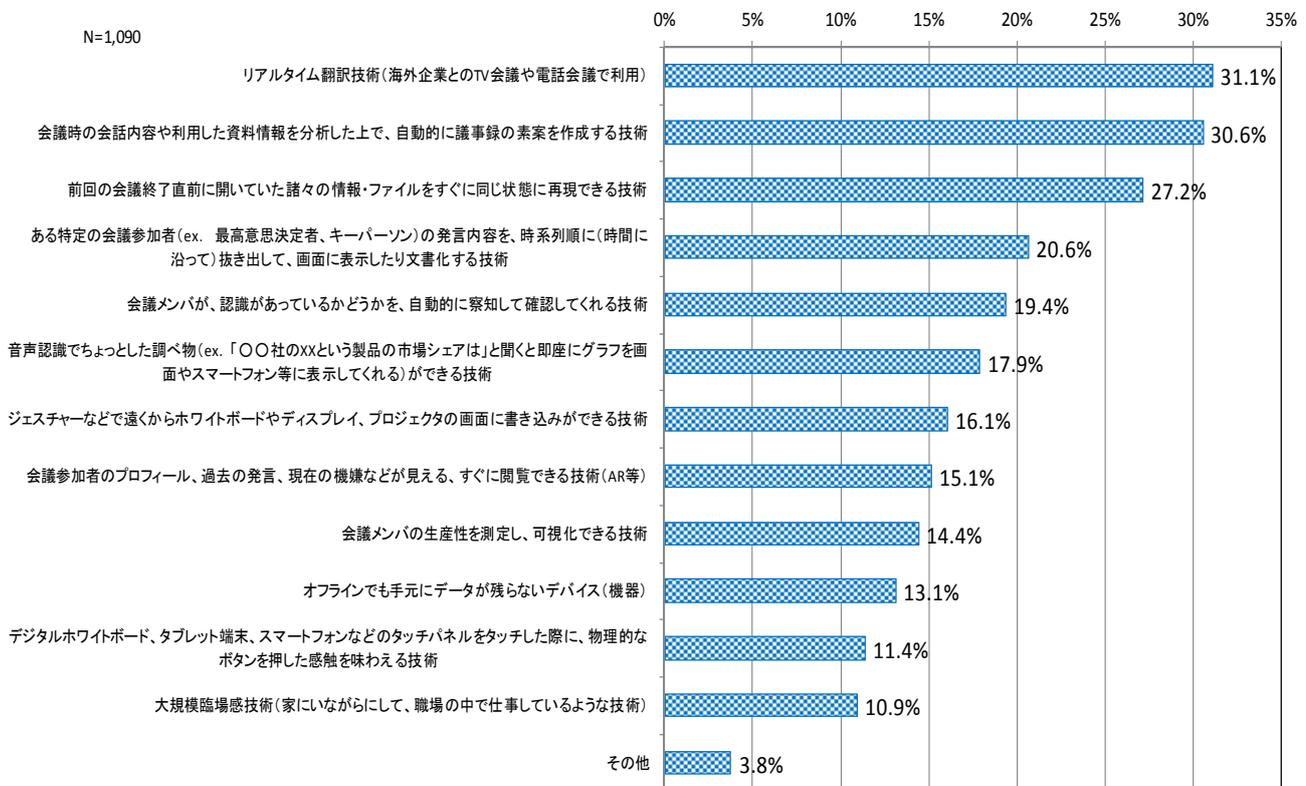
■ 将来の先端テクノロジーについては、「リアルタイム翻訳技術」「議事録の自動作成技術」「前回の状態をそのまま復元する技術」「意思決定者、キーパーソンの発言を時系列順に抽出する技術」への期待が高い

- 将来の会議等で「あったら良いなと思う」テクノロジーについて尋ねたところ、「リアルタイム翻訳技術(海外企業とのTV会議や電話会議で利用)」(31.1%)、「会議時の会話内容や利用した資料情報を分析した上で、自動的に議事録の素案を作成する技術」(30.6%)、「前回の会議終了直前に開いていた諸々の情報・ファイルをすぐに同じ状態に再現できる技術」(27.2%)、「ある特定の会議参加者(ex. 最高意思決定者、キーパーソン)の発言内容を、時系列順に(時間に沿って)抜き出して、画面に表示したり文書化する技術」(20.6%)が、特に高めである。(P.20 図表 2.3.1 参照)
- 規模別にみると、「リアルタイム翻訳技術(海外企業とのTV会議や電話会議で利用)」は、規模が大きくなるほど値が高くなる傾向があり、特に5,000人以上(40.6%)が突出して高くなっている。「会議時の会話内容や利用した資料情報を分析した上で、自動的に議事録の素案を作成する技術」は、500人~999人(38.6%)、1,000人~4,999人(33.2%)、100人~499人(30.7%)の企業が高い傾向がある。「音声認識でちょっとした調べ物(ex.「〇〇社のXXという製品の市場シェアは」と聞くと即座にグラフを画面やスマートフォン等に表示してくれる)ができる技術」は、5,000人以上(20.9%)、500~999人(19.3%)が高めかつ上位に入っている。(P.21 図表 2.3.2 参照)
- 業種別にみると、製造業では「リアルタイム翻訳技術(海外企業とのTV会議や電話会議で利用)」(44.0%)と「会議メンバの生産性を測定し、可視化できる技術」(18.0%)が他の業種と比べて特に高くなっている。流通・商業では「大規模臨場感技術(家にいながらにして、職場の中で仕事しているような技術)」(22.6%)、「デジタルホワイトボード、タブレット端末、スマートフォンなどのタッチパネルをタッチした際に、物理的なボタンを押した感触を味わえる技術」(20.4%)が他業種よりも特に高い傾向がある。通信・メディア業では「オフラインでも手元にデータが残らないデバイス(機器)」(23.4%)、「ジェスチャーなどで遠くからホワイトボードやディスプレイ、プロジェクタの画面

に書き込みができる技術」(27.7%)が他業種よりも際立って高い傾向がある。運輸・建設・不動産業では「会議時の会話内容や利用した資料情報を分析した上で、自動的に議事録の素案を作成する技術」(34.4%)が全業種中、最も高くなっている。コンピュータ・情報サービス業では、「会議参加者のプロフィール、過去の発言、現在の機嫌などが見える、すぐに閲覧できる技術(AR等)」(19.1%)、「前回の会議終了直前に開いていた諸々の情報・ファイルをすぐに同じ状態に再現できる技術」(32.9%)、「会議メンバが、認識があっているかどうかを、自動的に察知して確認してくれる技術」(23.7%)、「ある特定の会議参加者(ex. 最高意思決定者、キーパーソン)の発言内容を、時系列順に(時間に沿って)抜き出して、画面に表示したり文書化する技術」(26.3%)が全業種中で一番高い値を示している。(P.21 図表 2.3.2 参照)

<参考>

- 外資系企業が日本企業よりも高めとなっているのは、「リアルタイム翻訳技術(海外企業とのTV会議や電話会議で利用)」(日本企業:29.5%、外資系企業:56.3%)、「大規模臨場感技術(家にいながらにして、職場の中で仕事しているような技術)」(日本企業:10.7%、外資系企業:14.1%)、「会議メンバの生産性を測定し、可視化できる技術」(日本企業:14.0%、外資系企業:20.3%)である。逆に、日本企業の方が特に高めとなっているのは、「オフラインでも手元にデータが残らないデバイス(機器)」(日本企業:13.6%、外資系企業:4.7%)、「ある特定の会議参加者(ex. 最高意思決定者、キーパーソン)の発言内容を、時系列順に(時間に沿って)抜き出して、画面に表示したり文書化する技術」(日本企業:21.2%、外資系企業:12.5%)である。(P.21 図表 2.3.2 参照)



【図表 2.3.1】将来の会議等について「あったら良いな」と思うテクノロジー(全体、複数回答)

	リアルタイム翻訳技術 (海外企業とのTV会議や電話会議で利用)	大規模臨場感技術(家 にいながら にして、職 場の中で仕 事している ような技 術)	オフライン でも手元に データが残 らないデバ イス(機 器)	会議参加者 のプロ フィール、 過去の発 言、現在の 機嫌などが 見える、す ぐに閲覧で きる技術 (AR等)	ジェス チャーなど で遠くから ホワイト ボードや ディスプレイ、プロ ジェクタの 画面に書き 込みができ る技術	前回の会議 終了直前に 開いていた 諸々の情 報・ファイ ルをすぐに 同じ状態で 再現できる 技術	会議メンバ が、認識が かどうかが を、自動的 に察知して 確認してく れる技術	会議メンバ の生産性を 測定し、可 視化できる 技術	デジタルホ ード、タブ レット端 末、スマー トフォンな どのタッチ パネルを タッチした 際に、物理 的なボタン を押した感 触を味わえ る技術	会議時の会 話内容や利 用した資料 情報を分析 した上で、 自動的に議 事録の素案 を作成する 技術	音声認識で ちょっとした 調べ物 (ex.「〇〇 社のXXとい う製品の市 場シェアは」 と聞くと即 座にグラフ を画面やス マートフォ ン等に表示 してくれる)が できる技術	ある特定の 会議参加者 (ex. 最高 意思決定者、キ ャーパソン) の発言内容 を、時系列 順に(時間 に沿って)抜 き出して、画 面に表示した り文書化する 技術	その他	
全体(n=1,090)	31.1%	10.9%	13.1%	15.1%	16.1%	27.2%	19.4%	14.4%	11.4%	30.6%	17.9%	20.6%	3.8%	
<規模別>														
99人以下(n=171)	22.2%	12.9%	11.1%	12.3%	14.0%	28.7%	15.2%	14.0%	11.7%	24.6%	13.5%	19.3%	7.0%	
100人~499人(n=264)	28.0%	9.5%	10.6%	14.0%	18.6%	28.0%	18.6%	14.8%	13.6%	30.7%	18.2%	19.3%	3.8%	
500人~999人(n=145)	31.7%	10.3%	13.1%	18.6%	15.2%	25.5%	22.1%	14.5%	15.9%	38.6%	19.3%	24.8%	2.1%	
1,000人~4,999人(n=271)	31.0%	11.1%	14.4%	16.2%	15.5%	27.3%	19.2%	13.7%	6.3%	33.2%	17.0%	21.8%	4.1%	
5,000人以上(n=239)	40.6%	11.3%	15.9%	15.1%	15.9%	25.9%	21.8%	15.1%	11.7%	26.8%	20.9%	19.2%	2.1%	
<業種別>														
製造業(n=327)	44.0%	11.3%	12.5%	17.7%	19.0%	29.7%	21.1%	18.0%	11.3%	32.7%	18.0%	20.5%	1.8%	
流通・商業(n=93)	32.3%	22.6%	18.3%	17.2%	16.1%	24.7%	8.6%	10.8%	20.4%	32.3%	22.6%	21.5%	0.0%	
金融・保険業(n=67)	25.4%	4.5%	16.4%	11.9%	9.0%	19.4%	20.9%	7.5%	4.5%	25.4%	16.4%	10.4%	4.5%	
通信・メディア業(n=47)	36.2%	12.8%	23.4%	6.4%	27.7%	19.1%	21.3%	8.5%	8.5%	21.3%	21.3%	6.4%	10.6%	
運輸・建設・不動産業(n=90)	26.7%	3.3%	5.6%	13.3%	16.7%	28.9%	23.3%	16.7%	10.0%	34.4%	16.7%	23.3%	6.7%	
コンピュータ・情報サービス業(n=152)	30.3%	11.8%	18.4%	19.1%	23.7%	32.9%	23.7%	17.1%	14.5%	32.9%	21.7%	26.3%	2.6%	
教育・医療・その他サービス業(n=259)	18.5%	9.7%	8.1%	12.0%	8.5%	24.7%	14.3%	12.0%	9.3%	29.7%	15.8%	22.4%	5.8%	
その他(n=55)	23.6%	10.9%	16.4%	14.5%	10.9%	25.5%	29.1%	12.7%	10.9%	20.0%	9.1%	16.4%	3.6%	
<資本別>														
日本企業(n=1,026)	29.5%	10.7%	13.6%	15.4%	16.1%	27.5%	19.5%	14.0%	11.2%	30.6%	17.9%	21.2%	3.6%	
外資系企業(n=64)	56.3%	14.1%	4.7%	10.9%	15.6%	21.9%	17.2%	20.3%	14.1%	29.7%	17.2%	12.5%	6.3%	

※黄色のセルは各セグメントでの上位5項目を表す。なお、複数項目が同値の場合はすべて色づけしている。

※赤枠は各テクノロジーへの回答率が最も高いセグメントを表す。

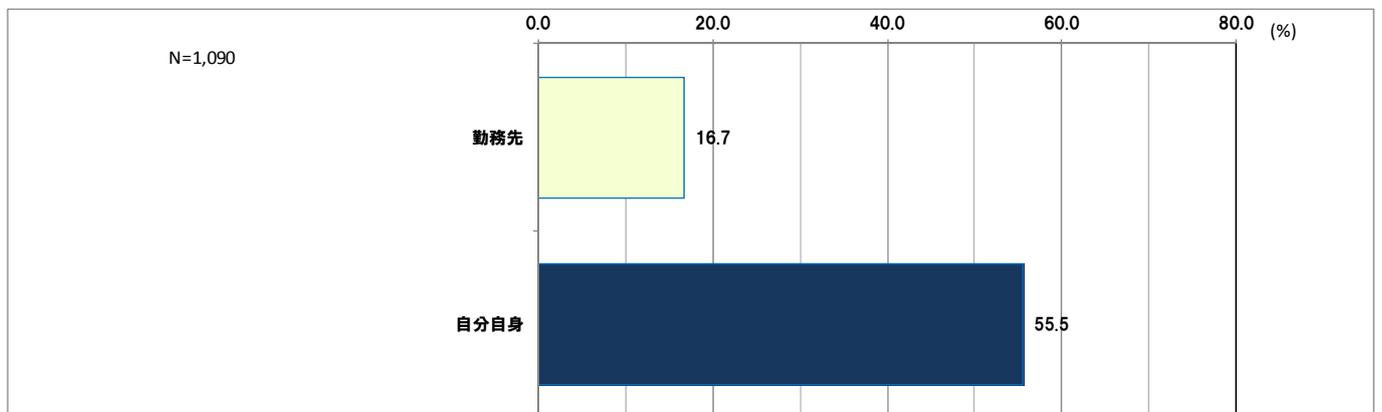
【図表 2.3.2】将来の会議等について「あったら良いな」と思うテクノロジー(全体・規模別・業種別・資本別)

3. テレワークとICTツール

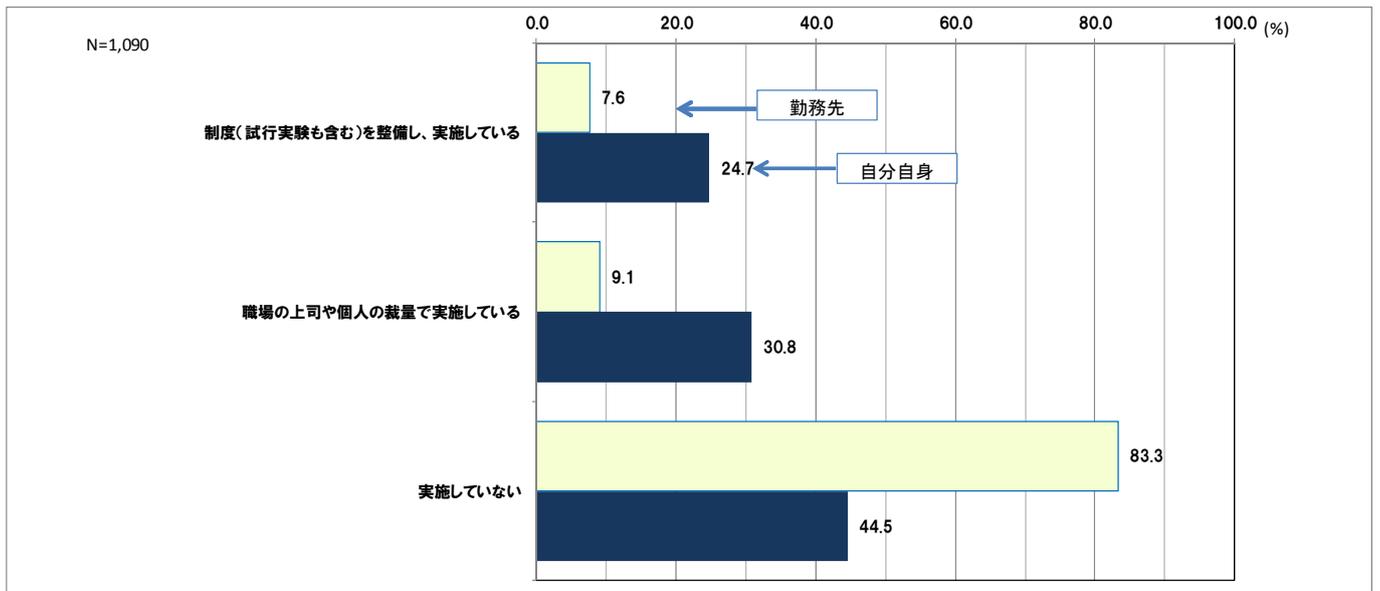
3.1. テレワーク実施の有無

■ テレワークについて、勤務先の実施率が16.7%に対して、自分自身の実施率は、5割を超える

- テレワークの実施について、「制度(試行実験を含む)を整備し、実施」「職場の上司や個人の裁量で実施」を合わせた実施の有無を尋ねてみると、勤務先の実施率は16.7%、回答者自身の実施率は55.6%であった。
- 個別に実施形態別にみると、「制度(試行実験を含む)を整備し、実施」、「職場の上司や個人の裁量で実施」のいずれも自分自身の実施率が勤務先の実施率を上回っている。(P.22 図表 3.1.2 参照)



【図表 3.1.1】テレワークの実施(全体)

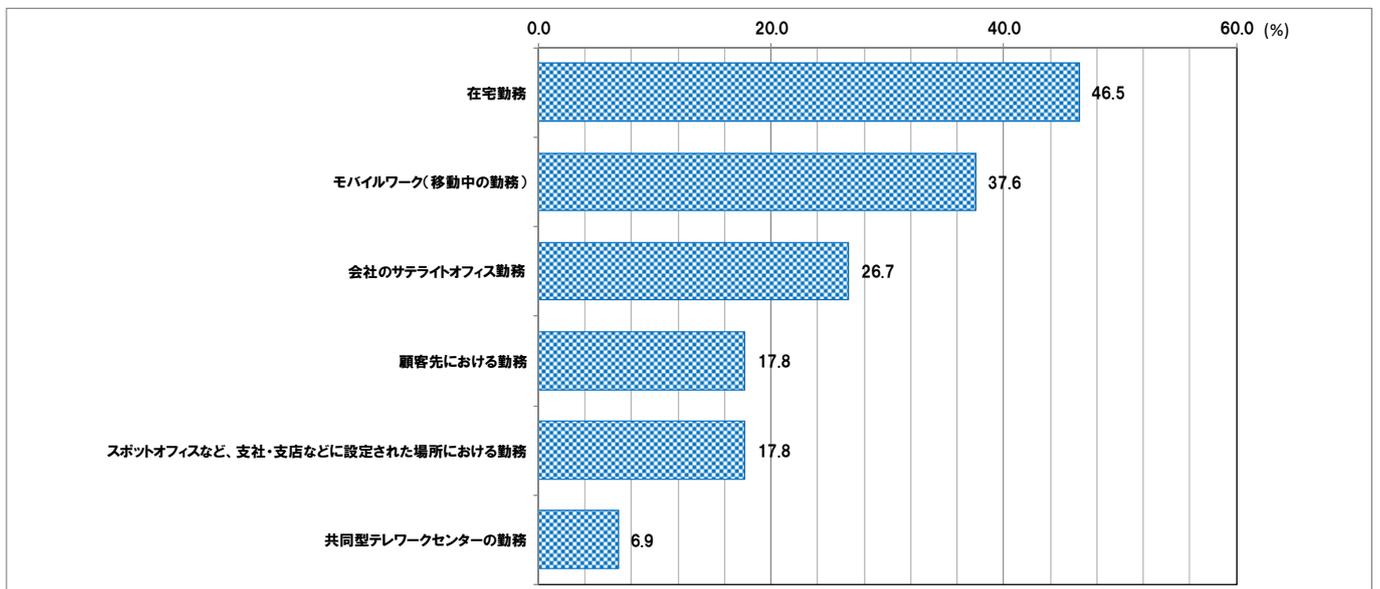


【図表 3.1.2】テレワークの実施(勤務先・自分自身別)

3.2. 実施しているテレワーク

■ 最も良く行われているテレワークは、「在宅勤務」(46.5%)、続いてモバイルワーク(37.6%)

- どのようなテレワークを実施しているかを尋ねたところ、最も実施しているのは在宅勤務(46.5%)、モバイルワーク(37.6%)と続く。「会社のサテライトオフィス勤務」(26.7%)は3割弱、「顧客先における勤務」、「スポットオフィスなど支社・支店などに設定された場所における勤務」(各 17.8%)も2割弱で実施している。

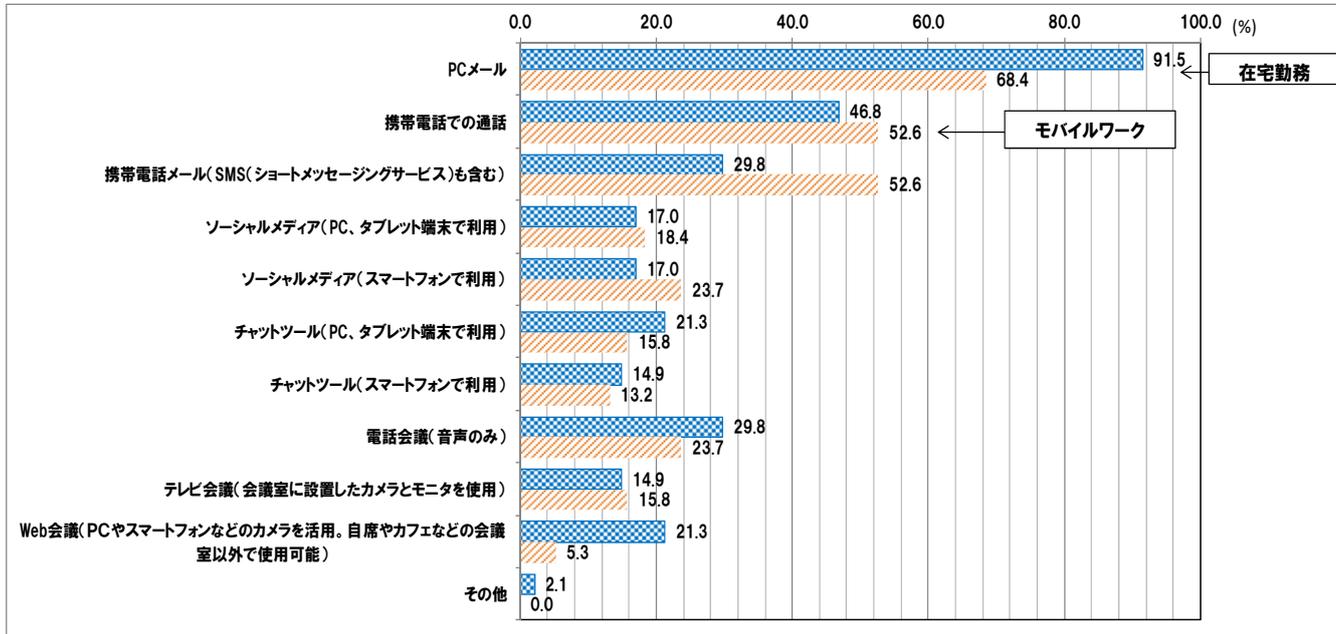


【図表 3.2.1】実施しているテレワーク(全体)

3.3 テレワークで利用する ICT ツール

■ 在宅勤務時に利用する ICT ツールは、「PC メール」が 9 割で最も高く、モバイルワーク時も「PC メール」は 7 割弱が利用

- 在宅勤務時に利用する ICT ツールは、「PC メール」(91.5%)が 9 割で最も高くトップ。次いで「携帯電話での通話」(46.8%)、「携帯電話メール」「電話会議」(各 29.8%)も約 3 割が活用している。
- モバイルワーク時に利用する ICT ツールについても「PC メール」(68.4%)が 7 割弱で最も高く、「携帯電話での通話」「携帯電話メール」(各 52.6%)も約半数で活用している。「ソーシャルメディア(スマートフォンで利用)」、「電話会議(音声のみ)」(各 23.7%)も 2 割以上で活用し、コミュニケーションの多様化の兆しがうかがえる。

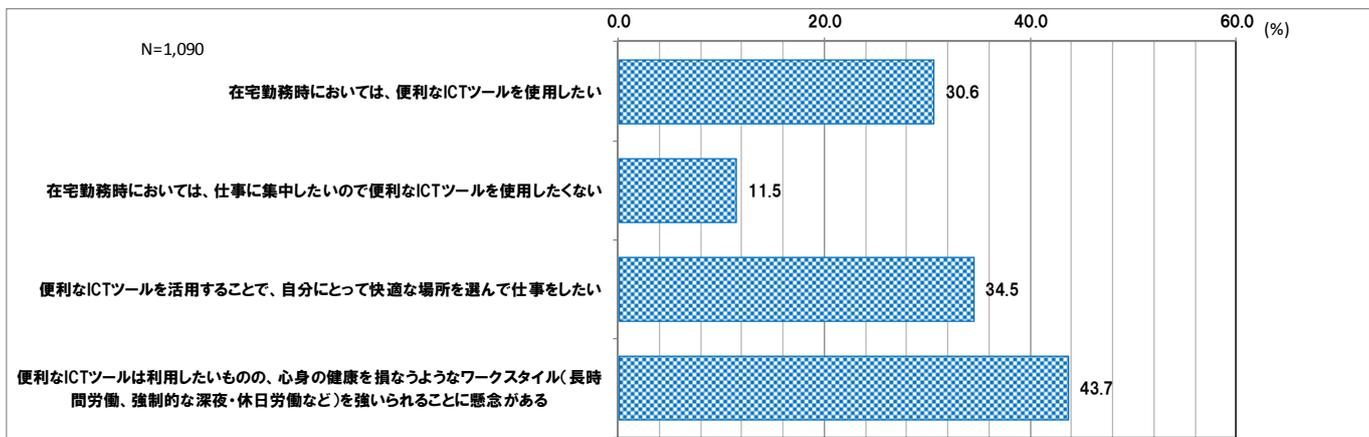


【図表 3.3.1】テレワーク時に活用している ICT ツール

3.4. テレワークをめぐる意見

■約 4 割が便利な ICT がもたらす心身の健康への影響を懸念

- 約 4 割が、「便利な ICT ツールは利用したいものの、心身の健康を損なうようなワークスタイル(長時間労働、強制的な深夜・休日労働など)を強いられることに懸念がある」(43.7%)と回答。約 3 割が、「便利な ICT ツールを活用することで、自分にとって快適な場所を選んで仕事をしたい」(34.5%)、「在宅勤務時には、便利な ICT ツールを使用したい」(30.6%)と回答している。(図表 3.4.1 参照)



【図表 3.4.1】テレワークをめぐる意見(全体)