

メールの返信を4時間よりも長い時間待てない人は16.68%

メールに費やしている時間は毎日2時間29分

不快に感じた内容の第1位は「質問に答えていない」

「ビジネスメール実態調査2020」発表

一般社団法人日本ビジネスメール協会（代表理事：平野友朗、所在地：東京都千代田区）は、2020年6月1日（月曜）に、仕事におけるメールの利用状況と実態を調査した「ビジネスメール実態調査2020」を発表します。ビジネスメール実態調査は、仕事で使うメールの利用実態を明らかにすることを目的として、仕事でメールを使っている人を対象に、2007年から14年連続で行なっている日本で唯一のビジネスメールに関する継続した調査です。仕事でどのようにメールが利用され、どのような課題があるのか、ビジネスパーソンが直面しているメールコミュニケーションの現状について調査を行いました。

ビジネスメール実態調査2020の抜粋

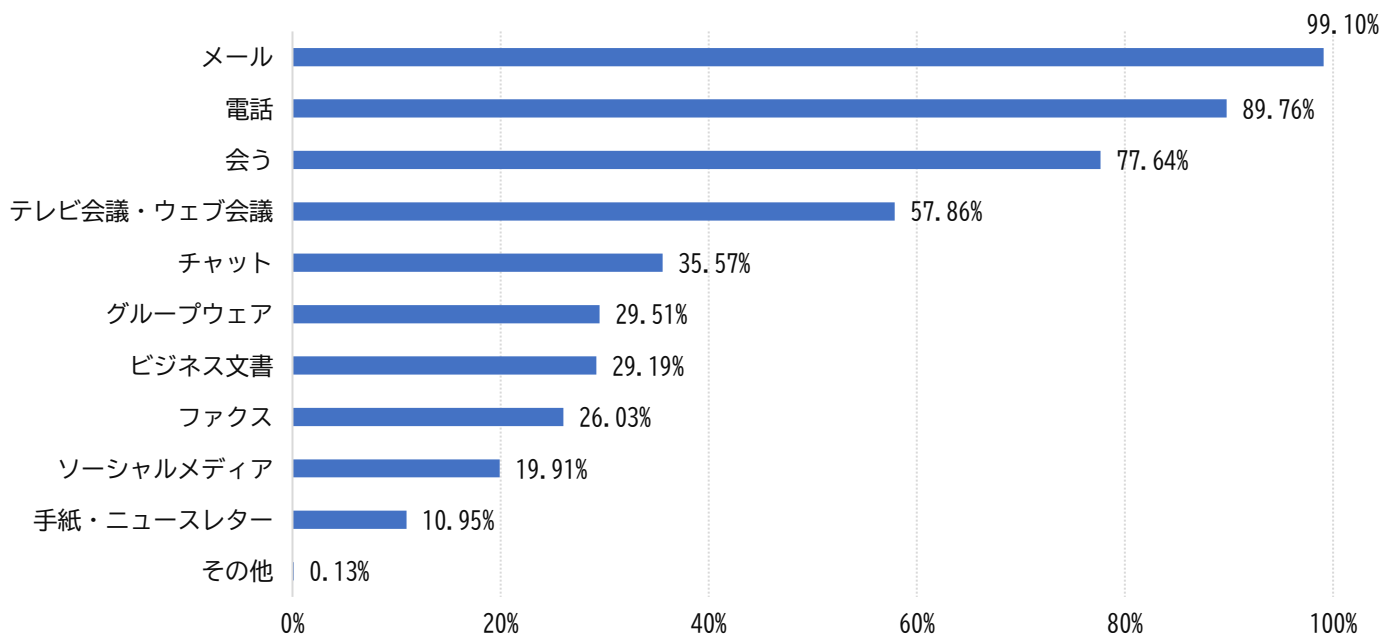
仕事で使っている主なコミュニケーション手段の第1位は「メール」（99.1%）

テレビ会議・ウェブ会議が31.94ポイント増加

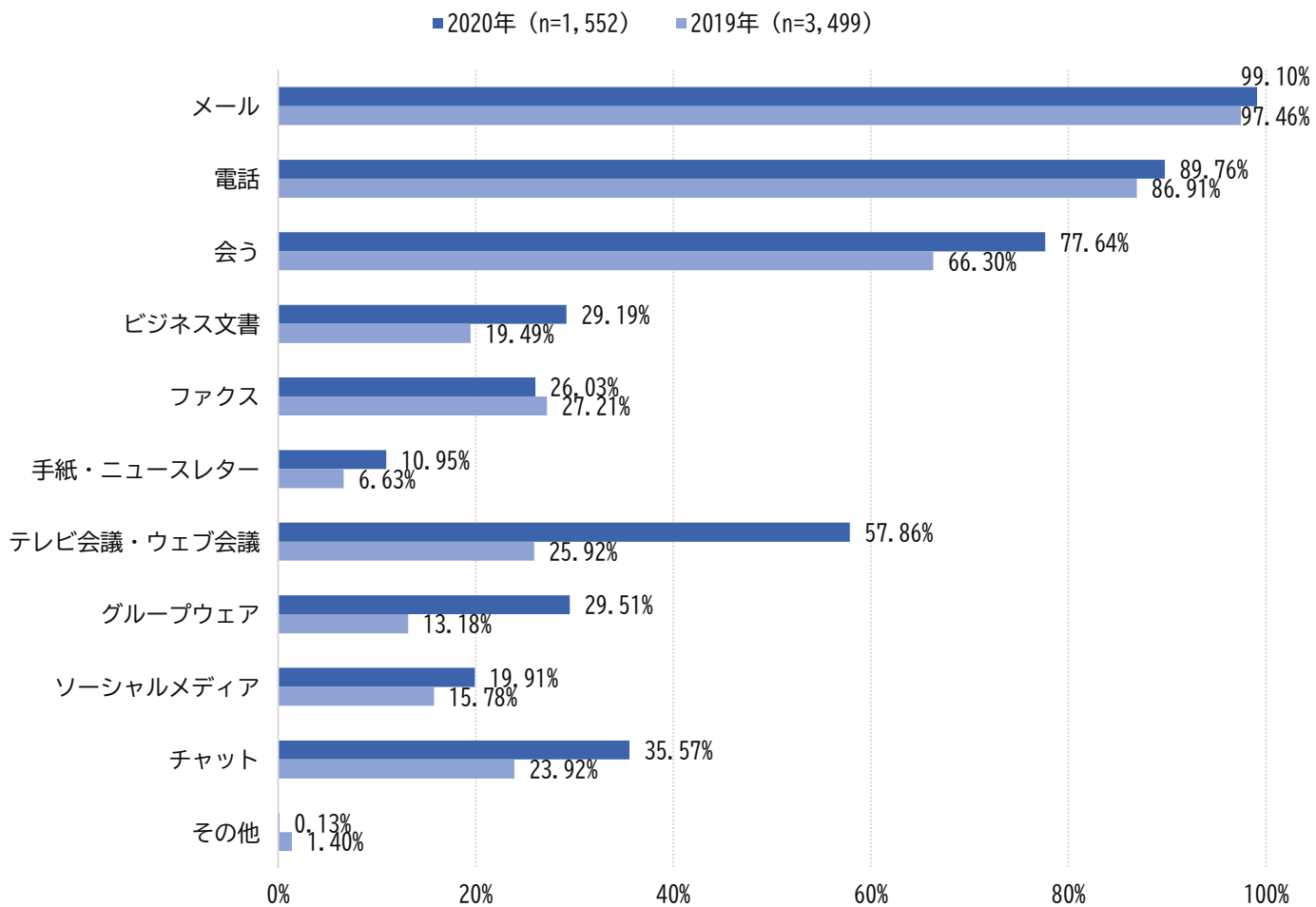
仕事で周囲とコミュニケーションをとる主な手段は「メール」（99.10%）が最も多く、「電話」（89.76%）、「会う」（77.64%）と続きます。「メール」「電話」「会う」の三つが仕事では主要なコミュニケーション手段だといえ、この並び順は2011年から変わりません。メールは、この三つの中で難易度の一番高いコミュニケーション手段です。対面や電話の場合は、その場で言い直したり、情報を追加したり、相手の理解を確認したりできます。都度、相手からのフィードバックを受け取り、シナリオを変更しながら進めることができます。一方、メールの場合は、伝えたい情報をまとめて、相手の理解を予測しながら文章や構成を考えます。どう読まれるか分からないため、相手の理解や感情を先回りして作成する必要があります。また、2019年と比較して10ポイント以上の増加が見られるのは「テレビ会議・ウェブ会議」（31.94ポイント増加）、「グループウェア」（16.33ポイント増加）、「チャット」（11.65ポイント増加）、「会う」（11.34ポイント増加）です。この調査は2020年4月に実施したため、新型コロナウイルス感染症拡大防止策の一つであるテレワークの影響を強く受けていたと考えられます。働き方の多様化もあり、全体的にデジタルツールの伸びが見られます。

仕事で使っている主なコミュニケーション手段（複数回答可）

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.



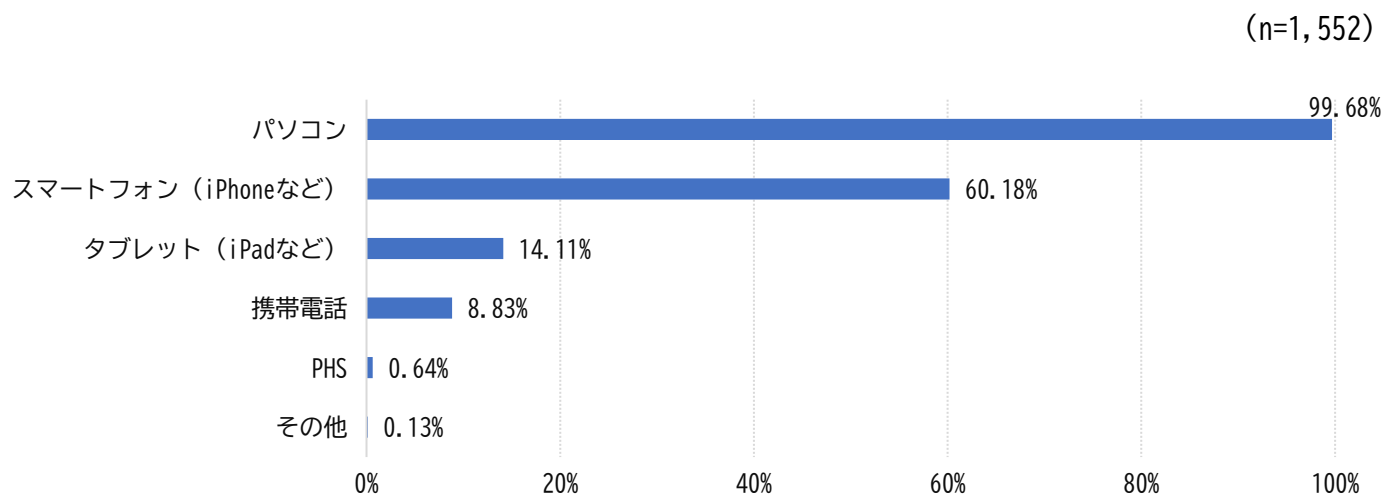
©2020 Japan Businessmail Association.

仕事でメールの送受信に利用している主な機器は「パソコン」(99.68%)

残業が多いと感じている人ほどスマートフォンやタブレットを利用

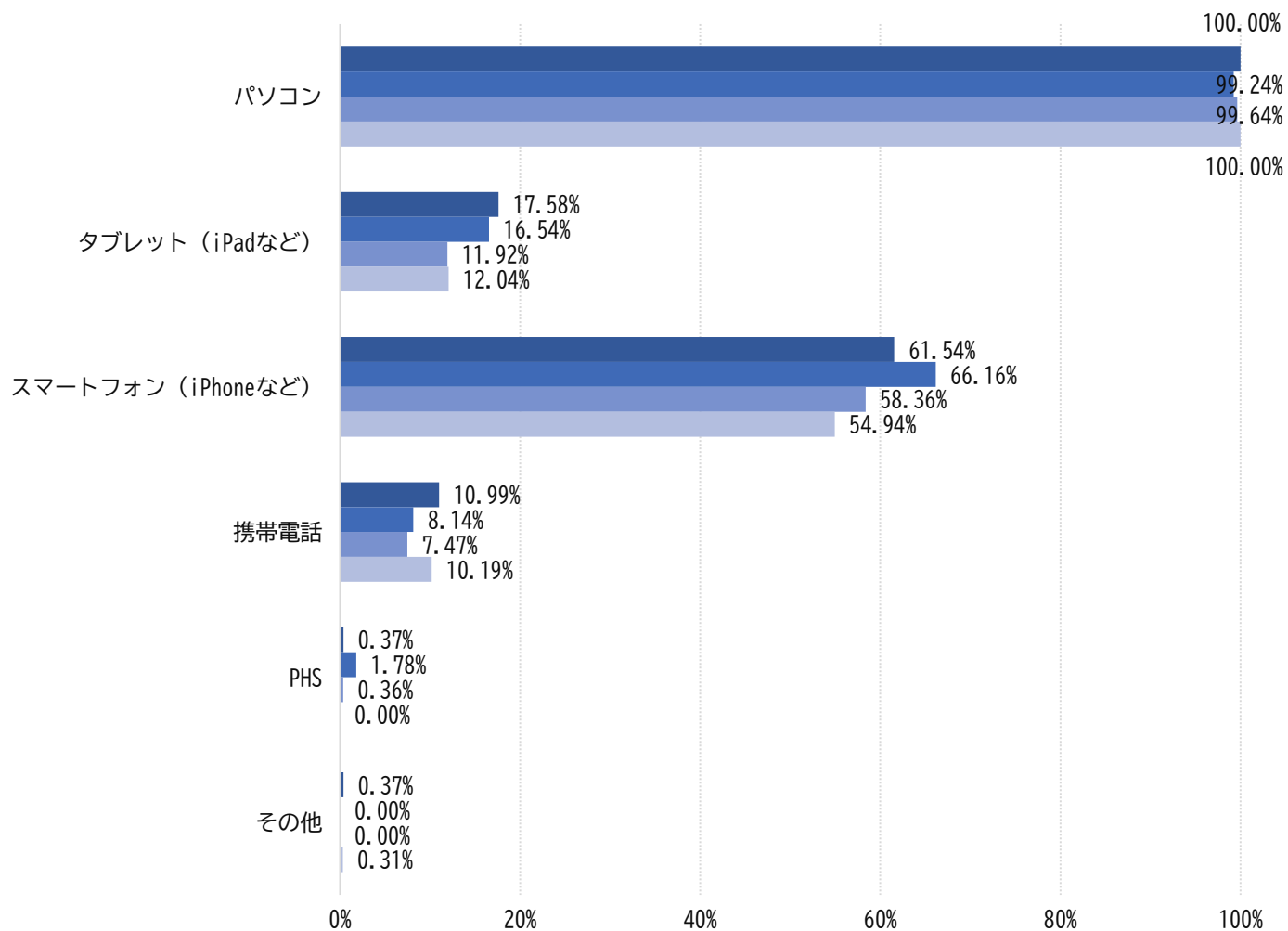
仕事でメールの送受信に利用している主な機器は「パソコン」(99.68%)が最も多く、ほぼ100%です。次に「スマートフォン(iPhoneなど)」(60.18%)と続きます。パソコンをメインの機器として使い、スマートフォンを併用していると考えられます。スマートフォンや携帯電話は肌身離さず持っていると考えられるため、メールを常に見られる環境にある人が7割程度いると推察されます。残業が多いと感じている人ほど、スマートフォンやタブレットを利用しているようです。外出先でもメールを確認することができ、メールに振り回されている可能性があります。確認する時間を決め、主体的にメールを使うことが必要でしょう。

仕事でメールの送受信に利用している主な機器(複数回答可)



©2020 Japan Businessmail Association.

- 残業が多いと感じることは「よくある」 (n=273)
- 残業が多いと感じることは「たまにある」 (n=393)
- 残業が多いと感じることは「ほとんどない」 (n=562)
- 残業が多いと感じることは「まったくない」 (n=324)



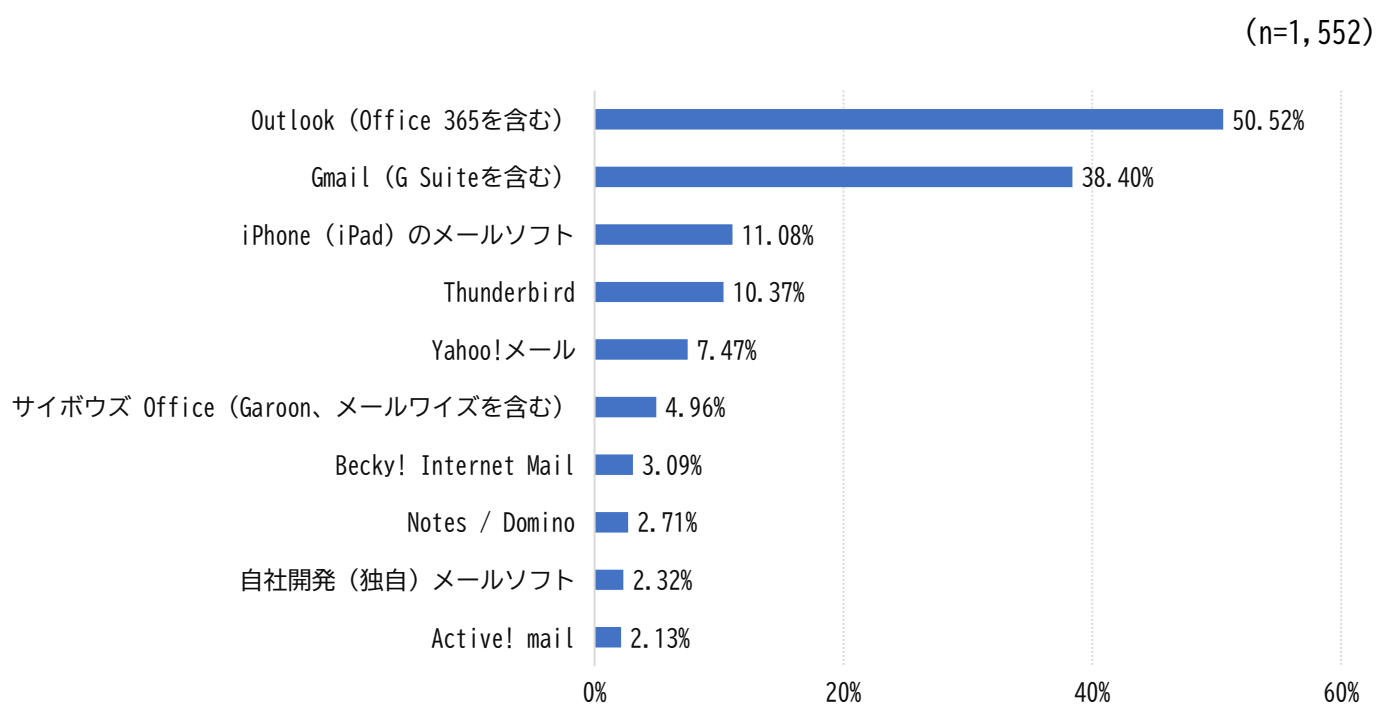
©2020 Japan Businessmail Association.

仕事で使用しているメールソフトは「Outlook (Office 365 を含む)」(50.52%) と

「Gmail (G Suite を含む)」(38.40%) の二強時代に

仕事で利用しているメールソフトは「Outlook (Office 365 を含む)」(50.52%) が半数近く、「Gmail (G Suite を含む)」(38.40%)、「iPhone (iPad) のメールソフト」(11.08%)、「Thunderbird」(10.37%) が1割以上のシェアを持っています。11位以降は、「desknet's NE0」、「メール App (Mac のメール)」、「Shuriken 2018 (Shuriken Pro7 を含む)」が続きます。

仕事で利用しているメールソフト (複数回答可)



©2020 Japan Businessmail Association.

※上位 10 項目

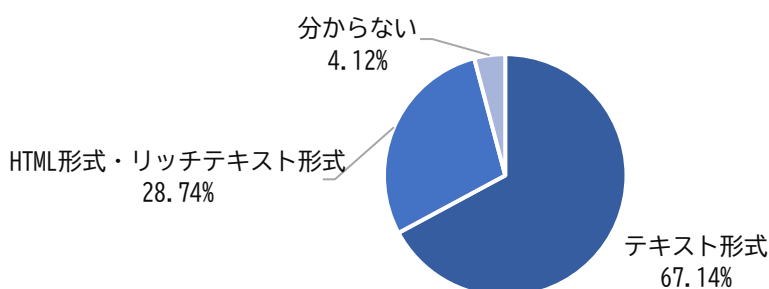
仕事でメールの送受信に使用している形式は「テキスト形式」(67.14%)

HTML形式の利用が徐々に増加

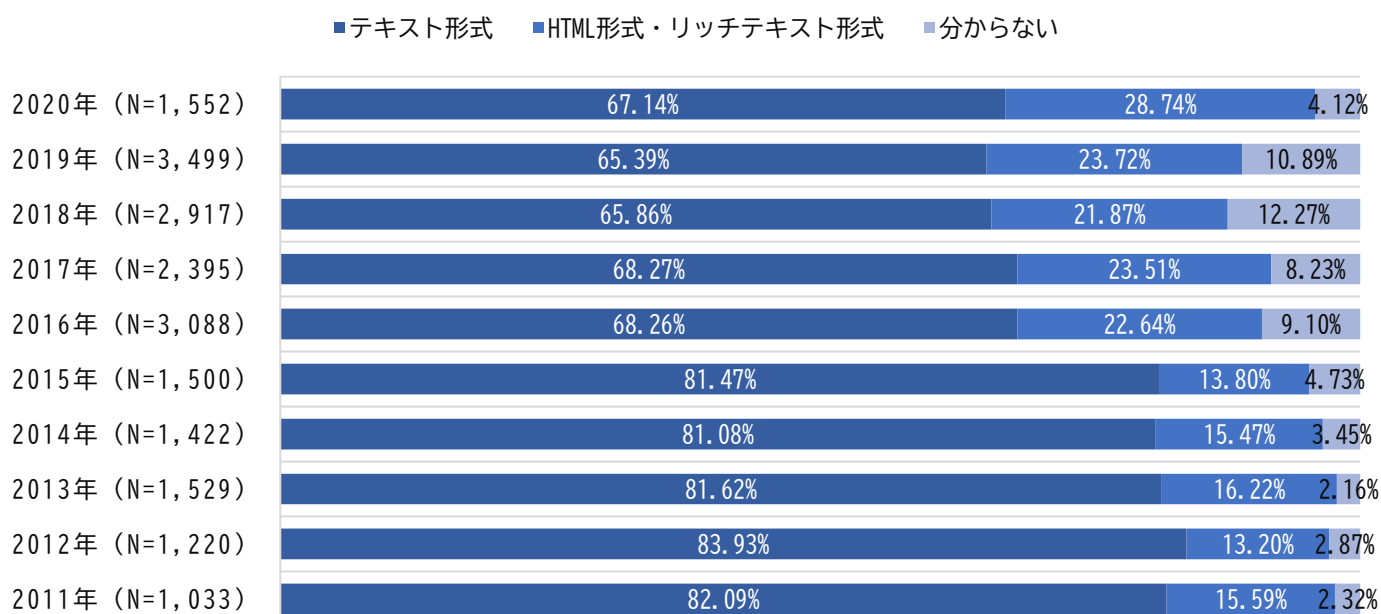
仕事でメールの送受信に使用している形式は「テキスト形式」(67.14%)が6割を超えています。「HTML形式・リッチテキスト形式」(28.74%)の利用者は、メールを送った相手が「テキスト形式」を利用している可能性があることを考慮して「HTML形式・リッチテキスト形式」特有の装飾表現がなくても正しく伝わるメールを書くべきだといえます。また、2011年からの傾向を見ると、徐々にHTML形式が伸びていることが分かります。10年以上前はHTML形式を避ける理由として「ファイルサイズが大きくなる」「ウイルスを埋め込める」などの指摘がありました。今は以前ほどファイルサイズを気にしなくなり、ウイルスの問題も添付ファイルやリンクなどの危険性にも目が向けられています。全体的な印象として、HTML形式のメールにおけるリスクは軽減されていると考えるのが妥当でしょう。HTML形式を使うか否かは、相手にも正しく表示されるかどうかを論点に考えるべきです。

仕事でメールの送受信に使用している形式

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.



©2020 Japan Businessmail Association.

1日平均は送信「14.06通」、受信「50.12通」

メールの送受信数は「部長クラス」が最多

残業が多いと感じている人ほど受信数が多い

仕事で1日に送信するメールの平均は「14.06通」、受信するメールの平均は「50.12通」です。送信数よりも受信数のほうが多い傾向にあります。今年はテレワークの影響でメールが増えたと推察されます。また、部長クラスのメールが特に多いことが分かります。経営層からの共有や依頼、部下からのCCによる共有などがメールを増やしている一因と考えられます。残業が多いと感じている人ほど、受信数が多い傾向があります。CCやBCCによる不要な共有を減らす。曖昧なメールを書かない、質問や問い合わせがこないように1通で伝えきるように書く。そうすることで、メールを減らすことが可能です。

仕事で1日に送受信しているメールの平均通数

| | 2020年 (n=1,552) | 2019年 (n=3,499) | 2018年 (n=2,917) | 2017年 (n=2,395) | 2016年 (n=3,088) |
|-----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 送信数 | 14.06 | 11.59 | 11.59 | 12.62 | 12.13 |
| 受信数 | 50.12 | 38.07 | 34.3 | 39.28 | 54.55 |

©2020 Japan Businessmail Association.

| | 経営者・役員クラス (n=266) | 部長クラス (n=129) | 課長クラス (n=222) | 係長クラス (n=124) | 主任クラス (n=161) | 一般社員 (n=560) | その他 (n=90) |
|-----|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|---------------|
| 送信数 | 15.84 | 20.30 | 15.61 | 15.18 | 13.93 | 11.46 | 10.84 |
| 受信数 | 52.91 | 96.48 | 55.14 | 58.63 | 57.65 | 36.14 | 24.79 |

©2020 Japan Businessmail Association.

| | 残業が多いと感じることは 「よくある」(n=273) | 残業が多いと感じることは 「たまにある」(n=393) | 残業が多いと感じることは 「ほとんどない」(n=562) | 残業が多いと感じることは 「まったくない」(n=324) |
|-----|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 送信数 | 17.29 | 14.83 | 14.71 | 9.27 |
| 受信数 | 68.68 | 55.08 | 49.13 | 30.17 |

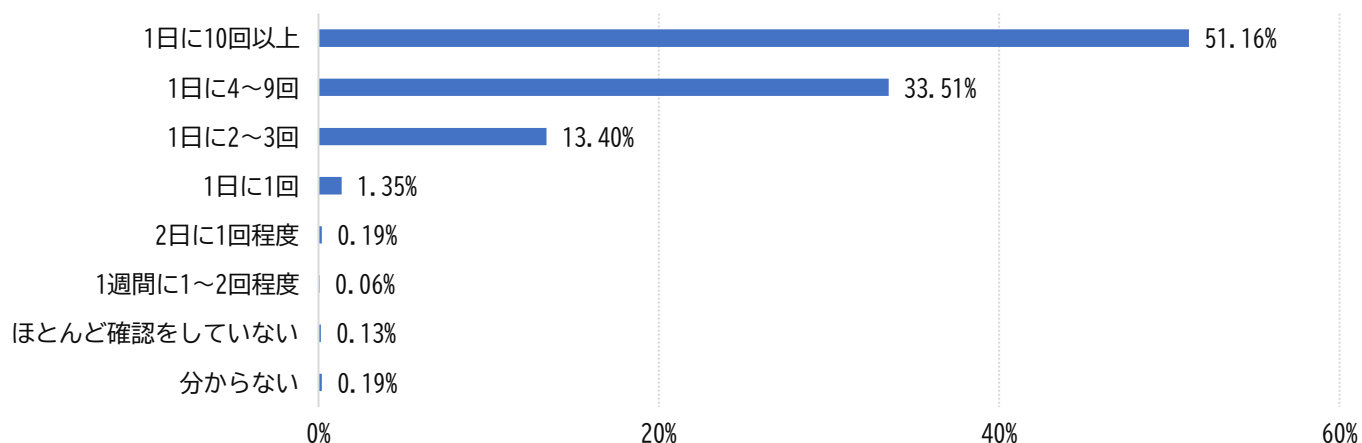
©2020 Japan Businessmail Association.

仕事でメールを確認する頻度は「1日に10回以上」(51.16%)が最多

仕事のメールを確認する頻度は「1日に10回以上」(51.16%)が最も多く、メールを頻繁に確認していることが分かります。「1日に10回以上」(51.16%)、「1日に4~9回」(33.51%)、「1日に2~3回」(13.40%)、「1日に1回」(1.35%)を合計すると、1日に1回以上メールを確認している人は99.42%です。仕事ではメールを毎日確認することが当たり前になっていると考えられます。1日以内に返事が届かない場合は「読んでいるのに返信しない」と思われる可能性があります。

仕事でメールを確認する頻度

(n=1,552)



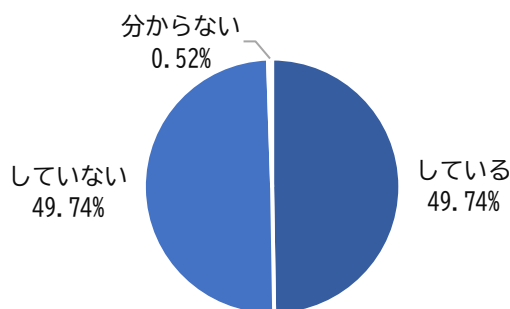
©2020 Japan Businessmail Association.

半数がメールのデスクトップ通知をONに

メールのデスクトップ通知をONに「している」人は49.74%で約半数です。通知をONにするとメールが届くたびに意識が向き、作業を中断したり集中が切れたりするなど、業務効率を下げる一因になっていると考えられます。メールが届いてすぐさま対応しなければならない場合を除き、この機能はOFFにした方がよいといえます。

メールのデスクトップ通知をONにしているか

(n=1,552)



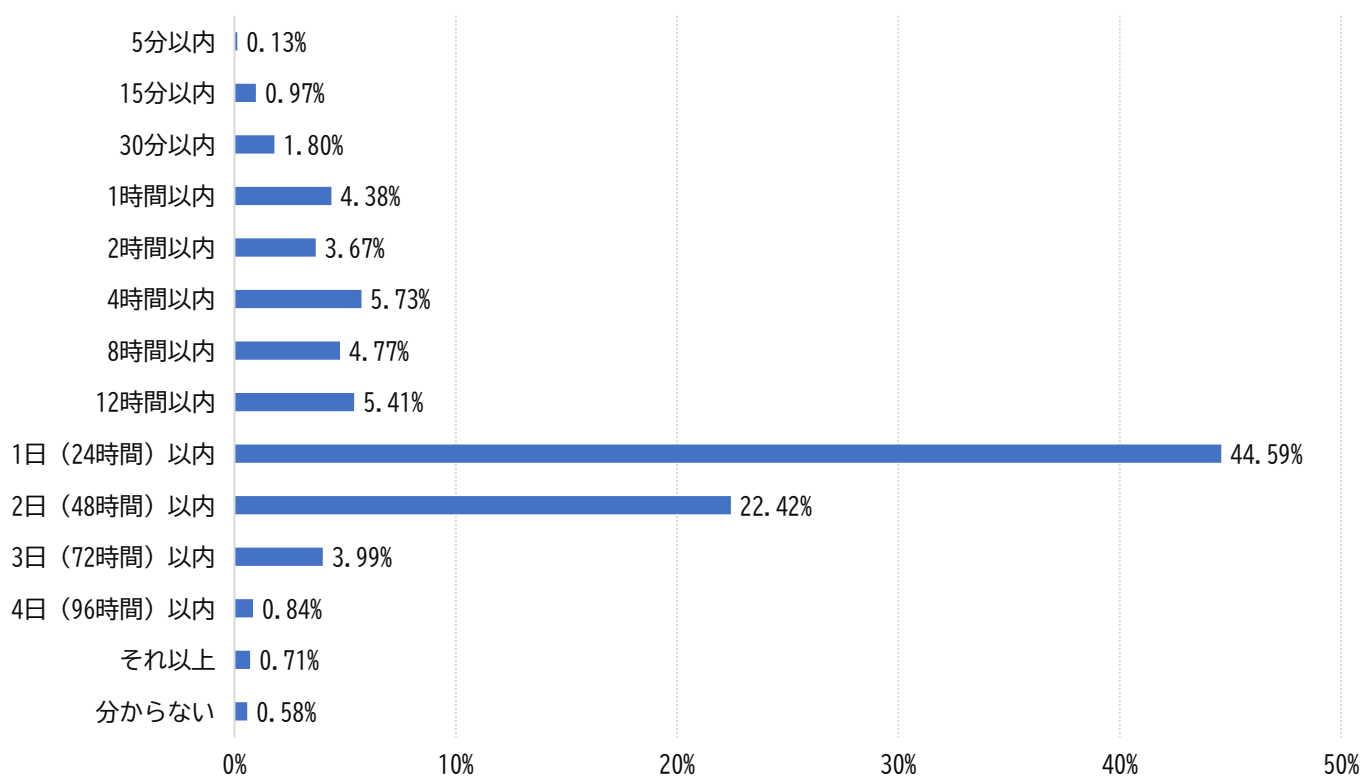
©2020 Japan Businessmail Association.

メールの返信を4時間よりも長い時間待てない人は16.68%

返信がこないと感じるのは、送信後「1日（24時間）以内」（44.59%）が最も多く、「2日（48時間）以内」（22.42%）、「4時間以内」（5.73%）と続きます。「5分以内」（0.13%）、「15分以内」（0.97%）、「30分以内」（1.80%）、「1時間以内」（4.38%）、「2時間以内」（3.67%）、「4時間以内」（5.73%）、「8時間以内」（4.77%）、「12時間以内」（5.41%）、「1日（24時間）以内」（44.59%）を合計すると71.45%です。4分の1くらいの人しか、それ以上は待てないことが分かります。同じように考えると、12時間よりも待てる人は73.14%（待てない人、26.86%）、8時間よりも待てる人は78.55%（待てない人、21.45%）、4時間よりも待てる人は83.32%（待てない人、16.68%）、2時間よりも待てる人は89.05%（待てない人、10.95%）、1時間よりも待てる人は92.72%（待てない人、7.28%）となります。6人に1人は4時間より長い時間は待てないともいえます。相手によって待たせないような対応が必要です。

送信後いつまでに返信がこないと感じるか（急ぐ場合を除く）

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

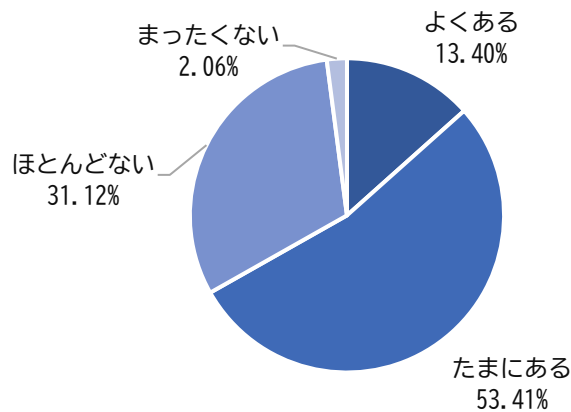
メールの返信が遅れてしまうことがある人は 66.81%

残業が多いと感じている人ほどメールの返信が遅れる頻度が高い

メールの返信が遅れてしまうことが「よくある」(13.40%)と「たまにある」(53.41%)の合計が66.81%で、3分の2の人がメールの返信が遅れてしまうことがあると答えています。メールの返信が遅れることによって、謝罪をしたり、スケジュールを変更したりする必要があり、業務効率を下げることは明らかです。また、残業が多いと感じている人ほど、メールの返信が遅れる頻度が高いようです。メールの返信が遅れることで各所への根回しが必要になったり、他の仕事のスケジュールが押したりと悪循環に陥っている可能性があります。残業が多いからメールの返信が遅れるのか、メールの返信が遅れるから残業が増えるのか、どちらが原因か分かりませんが、関連が深いと考えるのが妥当でしょう。

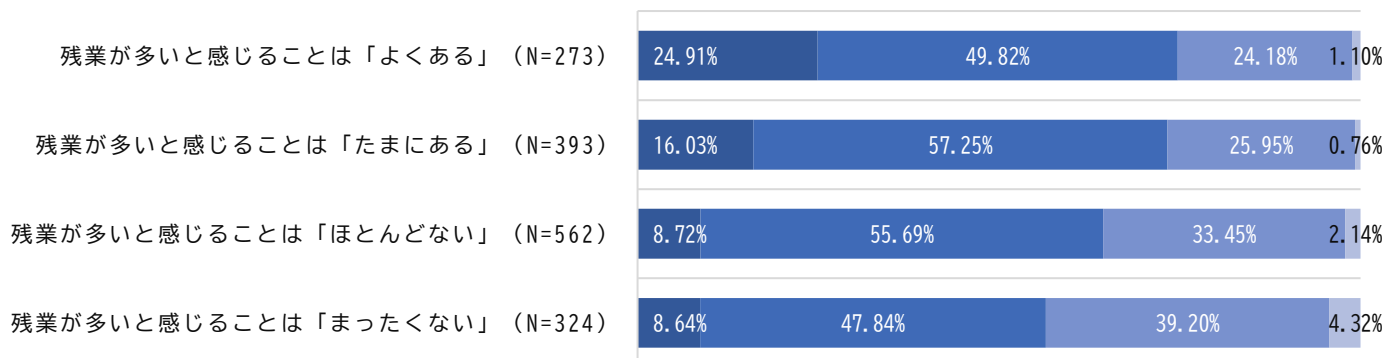
メールの返信が遅れてしまうこと

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

■よくある ■たまにある ■ほとんどない ■まったくない



©2020 Japan Businessmail Association.

返信が遅れてしまう理由は「すぐに結論が出せない」(52.07%)が最多

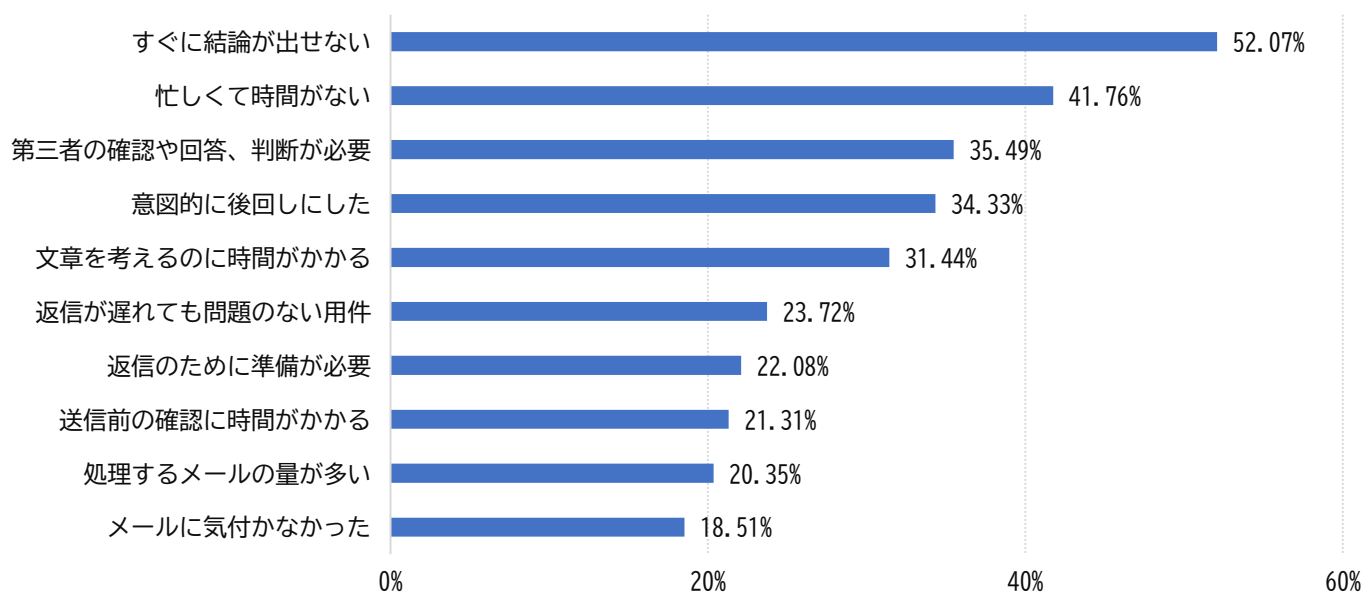
残業が多いと感じる人ほど全ての項目で高い値を示す

返信が遅れてしまう理由は「すぐに結論が出せない」(52.07%)、「忙しくて時間がない」(41.76%)が最も多く、「第三者の確認や回答、判断が必要」(35.49%)、「意図的に後回しにした」(34.33%)、「文章を考えるのに時間がかかる」(31.44%)、「返信が遅れても問題のない用件」(23.72%)、「返信のために準備が必要」(22.08%)、「送信前の確認に時間がかかる」(21.31%)、「処理するメールの量が多い」(20.35%)、「メールに気付かなかった」(18.51%)が上位10項目です。返信が遅れる原因には、本人とそれ以外の問題がありますが、本人の問題は自ら改善することができ、ビジネススキル全般の向上が必要といえます。また、残業が多いと感じる人ほど、全ての項目で高い値を示しています。円滑に仕事を進行できていないことや判断力に課題があることなども推測できます。

返信が遅れてしまう理由（複数回答可）

<メールの返信が遅れてしまうことが「よくある」「たまにある」と答えた方>

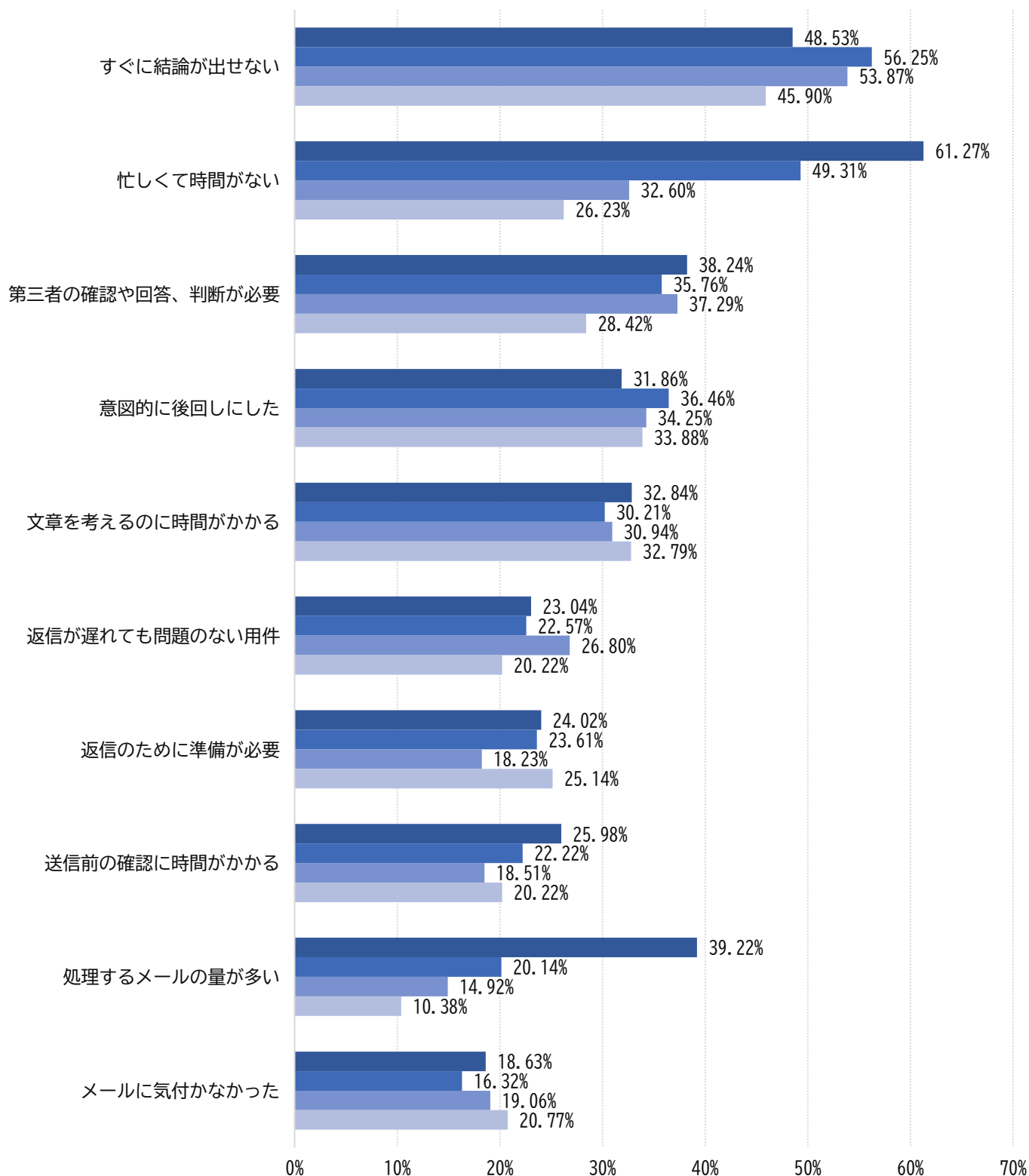
(n=1,037)



©2020 Japan Businessmail Association.

※上位10項目

- 残業が多いと感じることは「よくある」 (n=204)
- 残業が多いと感じることは「たまにある」 (n=288)
- 残業が多いと感じることは「ほとんどない」 (n=362)
- 残業が多いと感じることは「まったくない」 (n=183)



©2020 Japan Businessmail Association.

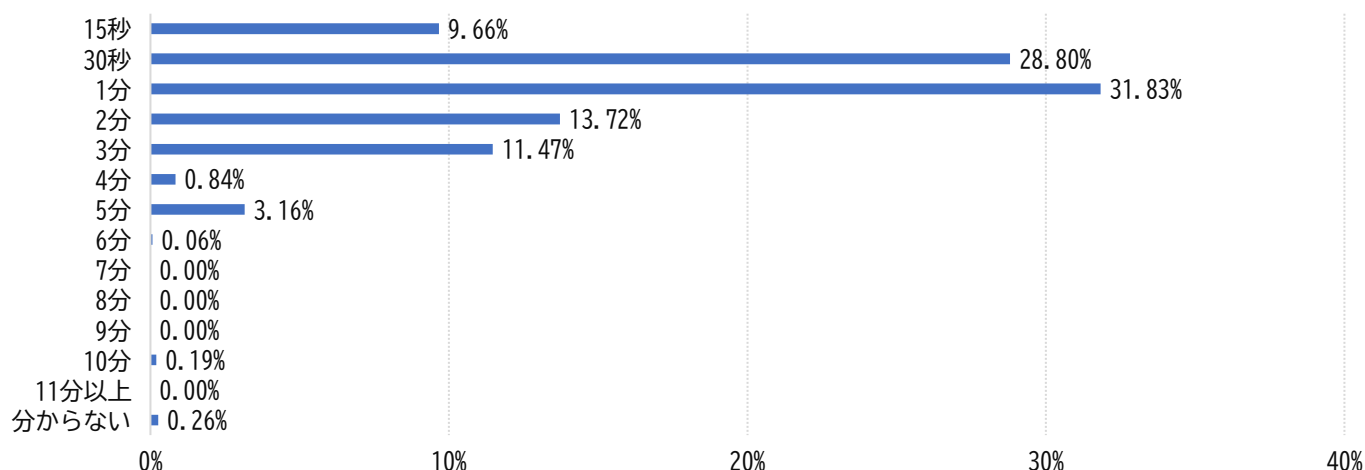
※上位 10 項目

メールを読むのにかかる時間は平均1分19秒。1日66分メールを読んでいる

メールを1通読むのにかかる平均時間は「1分」(31.83%)が最も多く、「15秒」(9.66%)、「30秒」(28.80%)、「1分」(31.83%)の合計が70.29%で、7割の人が1通あたり1分以内で読んでいることが分かりました。3分以内の合計は95.48%で、3分を超えると時間をかけすぎているといえます。全体の平均時間は1分19秒です。読むのに時間がかかるのは、読解力の問題だけでなく、読みにくいメールが届くことも原因の一つと考えられます。1日に受信するメールの平均は50.12通です。これに、読むのにかかる時間の平均をかけると、50.12通×1分19秒で66分。つまり、毎日メールを読むのに66分を費やしている計算になります。メールを読む速度では「経営者・役員クラス」が突出して速い印象があります。「係長クラス」「主任クラス」になると難易度の高いメールが増えて時間がかかっているのかもしれませんが、また、残業が多いと感じている人ほど、メールを読むのに時間をかけている傾向があります。1通につき数秒の差が残業を生み出している可能性があります。残業を減らしたいならメールを読む速度を上げる必要があります。

メールを1通読むのにかかる平均時間

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

| | 2020年 (n=1,552) | 2019年 (n=3,499) |
|------|-----------------|-----------------|
| 平均時間 | 1分19秒 | 1分8秒 |

©2020 Japan Businessmail Association.

| | 経営者・役員クラス (n=266) | 部長クラス (n=129) | 課長クラス (n=222) | 係長クラス (n=124) | 主任クラス (n=161) | 一般社員 (n=560) | その他 (n=90) |
|------|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|---------------|
| 平均時間 | 1分7秒 | 1分16秒 | 1分19秒 | 1分30秒 | 1分30秒 | 1分20秒 | 1分22秒 |

©2020 Japan Businessmail Association.

| | 残業が多いと感じることは 「よくある」(n=273) | 残業が多いと感じることは 「たまにある」(n=393) | 残業が多いと感じることは 「ほとんどない」(n=562) | 残業が多いと感じることは 「まったくない」(n=324) |
|------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 平均時間 | 1分23秒 | 1分22秒 | 1分19秒 | 1分13秒 |

©2020 Japan Businessmail Association.

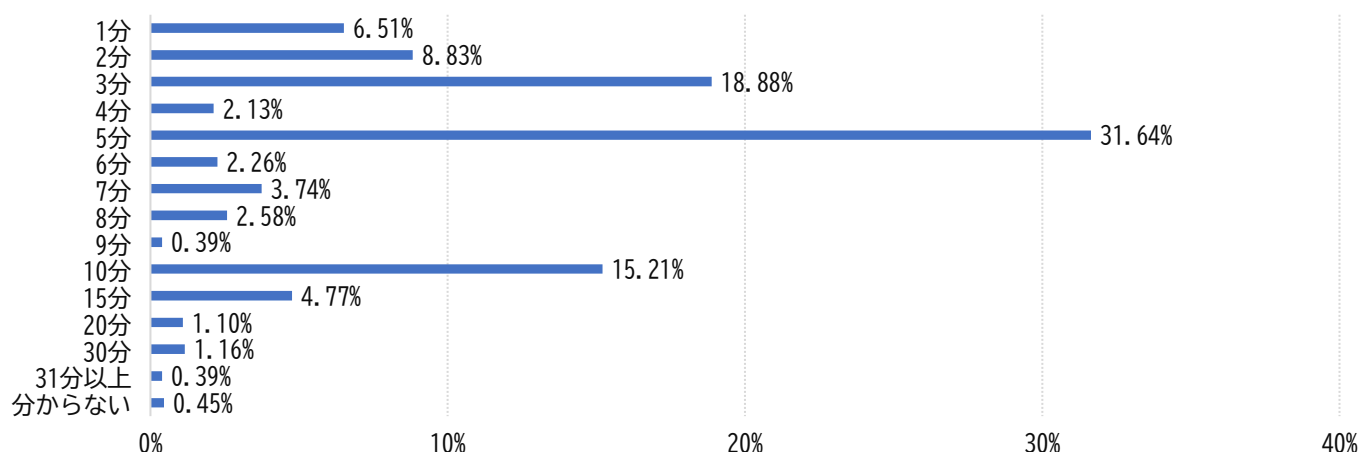
メールを書くのにかかる時間は平均 5 分 54 秒。1 日 82 分 57 秒メールを書いている

メールを 1 通書くのにかかる平均時間は「5 分」(31.64%) が最も多く、新規作成や返信にかかる時間の一つの目安となります。「1 分」(6.51%)、「2 分」(8.83%)、「3 分」(18.88%)、「4 分」(2.13%)、「5 分」

(31.64%) の合計が 67.99% で、約 7 割の人が 1 通あたり 5 分以内で書いていることが分かりました。10 分以内の合計は 92.17% で、10 分を超えると時間をかけすぎているといえます。全体の平均時間は 5 分 54 秒です。1 日に送信するメールの平均は 14.06 通です。これに、書くのにかかる時間の平均をかけると、14.06 通×5 分 54 秒で 82 分 57 秒。つまり、毎日メールを書くのに約 83 分を費やしている計算になります。読む時間と書く時間を合わせると、2 時間 29 分をメールにかけています。この時間を 1 秒でも削ることが業務の効率化に不可欠です。「経営者・役員クラス」「部長クラス」「課長クラス」はメールを書くのが速く、長年の経験や培ったビジネス力によって速い判断ができているとも考えられます。「係長クラス」「主任クラス」「一般社員」はメールを書くのに時間がかかる傾向があります。また、残業が多いと感じている人は、メールの作成にも時間がかかっている傾向があります。「まったくない」人よりも「よくある」人は、1 分 6 秒も余計にかかっている計算です。これによって、1 日 10 分、15 分程度の差がつくと考えられます。

メールを 1 通書くのにかかる平均時間

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

| | 2020年 (n=1,552) | 2019年 (n=3,499) | 2018年 (n=2,917) | 2017年 (n=2,395) | 2016年 (n=3,088) |
|------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 平均時間 | 5分54秒 | 5分27秒 | 6分 | 6分 | 7分 |

©2020 Japan Businessmail Association.

| | 経営者・役員クラス (n=266) | 部長クラス (n=129) | 課長クラス (n=222) | 係長クラス (n=124) | 主任クラス (n=161) | 一般社員 (n=560) | その他 (n=90) |
|------|----------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|---------------|
| 平均時間 | 5分38秒 | 5分37秒 | 5分46秒 | 6分8秒 | 6分26秒 | 6分7秒 | 4分57秒 |

©2020 Japan Businessmail Association.

| | 残業が多いと感じることは 「よくある」(n=273) | 残業が多いと感じることは 「たまにある」(n=393) | 残業が多いと感じることは 「ほとんどない」(n=562) | 残業が多いと感じることは 「まったくない」(n=324) |
|------|-------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 平均時間 | 6分35秒 | 5分56秒 | 5分50秒 | 5分29秒 |

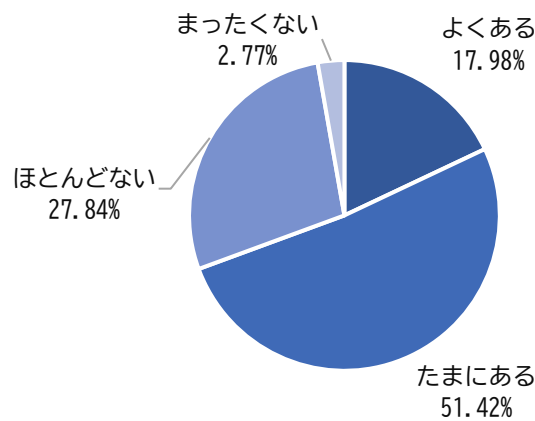
自分のメールに不安を抱くことがある人は 69.40%

残業が多いと感じる人ほどメールに不安を抱く傾向がある

自分のメールに不安を抱くことが「よくある」(17.98%)と「たまにある」(51.42%)の合計が69.40%で、7割の人が、自分のメールに対して何かしらの不安を抱いていることが分かりました。自分がしていることが正しいか分からないため不安が生まれます。何が正しいのかを学ぶことで、このような不安を解消できます。また、残業が多いと感じる人ほどメールに不安を抱く傾向があります。不安だからメールの作成に時間がかかった結果、残業が増えている可能性もあります。

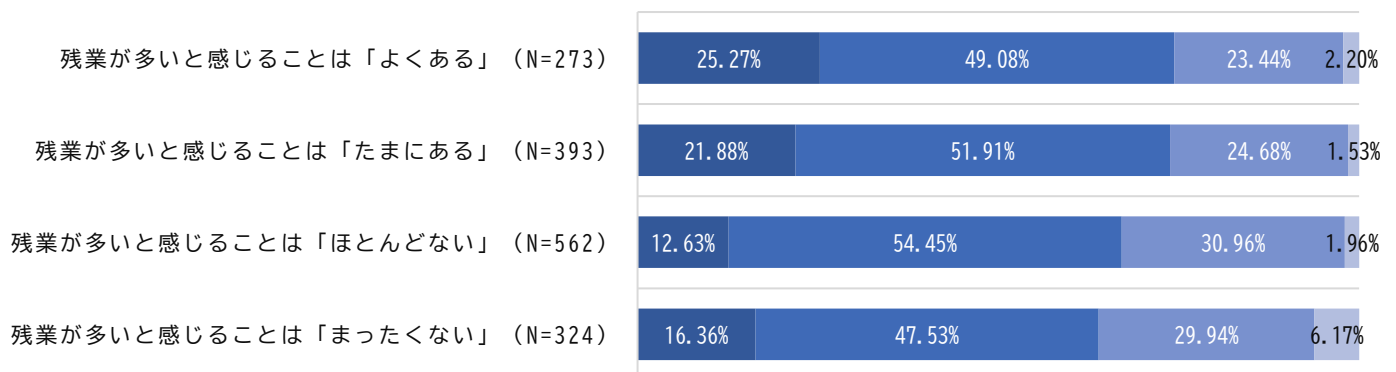
自分のメールに不安を抱くこと

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

■よくある ■たまにある ■ほとんどない ■まったくない



©2020 Japan Businessmail Association.

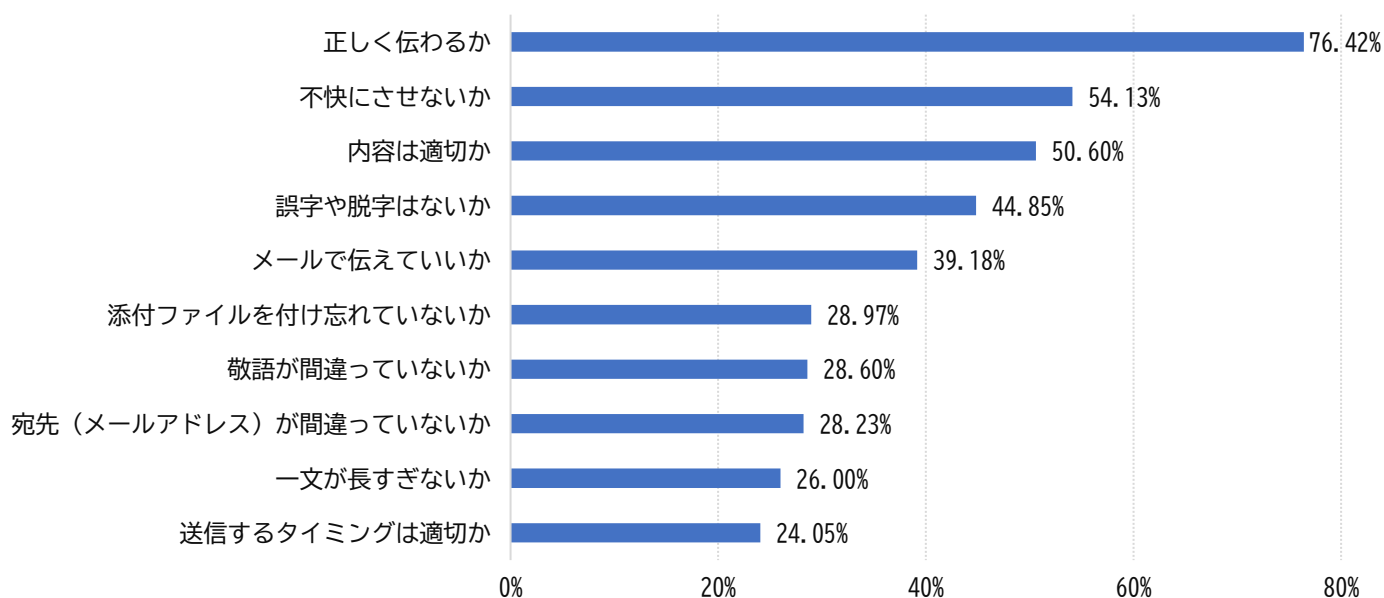
メールに対する一番の不安は「正しく伝わるか」(76.42%)

不安の内容は「正しく伝わるか」(76.42%)が最も多く、「不快にさせないか」(54.13%)、「内容は適切か」(50.60%)と続きます。「正しく伝わるか」や「不快にさせないか」といった、不安は相手の解釈にも左右されて唯一の正解がないため、解消は難しいといえます。一方、「誤字や脱字はないか」「添付ファイルを付け忘れていないか」「敬語が間違っていないか」「宛先(メールアドレス)が間違っていないか」といった不安は、知識を得て確認することで解消できるようになります。不安の内容や程度には個人差もありますが、ビジネススキル全般の底上げが不安解消には不可欠といえます。

不安の内容(複数回答可)

<自分のメールに不安を抱くことが「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,077)



©2020 Japan Businessmail Association.

※上位10項目

38.66%がメールの失敗を経験している

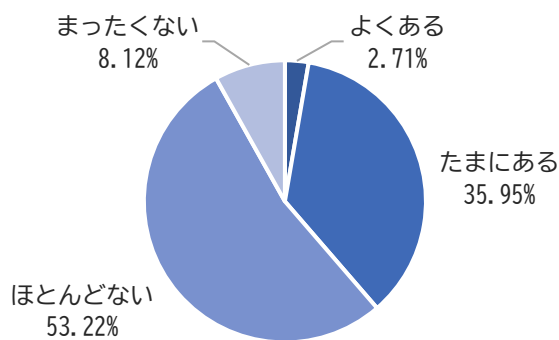
残業が多いと感じている人は失敗が多い

過去一年間に仕事でメールの失敗をしたことが「よくある」(2.71%)と「たまにある」(35.95%)の合計が38.66%で、4割近い人が失敗をしていることが分かりました。失敗をしたことが「ほとんどない」

(53.22%)と「まったくない」(8.12%)の合計は61.34%ですが、自覚していないだけで失敗している可能性はあります。また、残業が多いと感じている人は、実際に失敗が多い傾向にあります。ただし、この失敗は自覚症状があるかないかです。残業が多い人は、自分のメールと真剣に向き合っているため、ちょっとした失敗にも気づきやすいのかもしれませんが。一方、繊細で神経質になり、大した失敗ではないことも大きな失敗だと認識している可能性もあります。

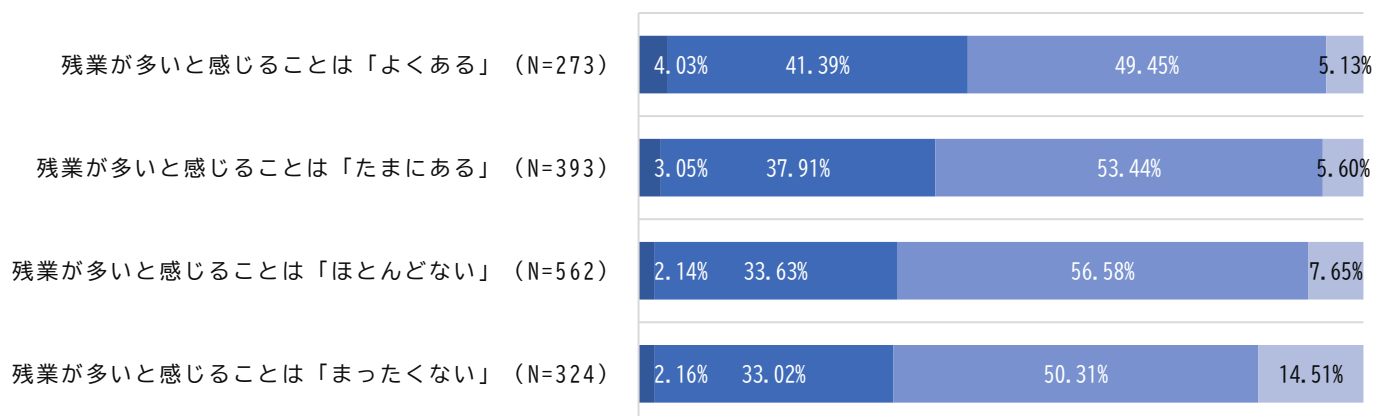
過去一年間に仕事でメールの失敗をしたこと

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

■よくある ■たまにある ■ほとんどない ■まったくない



©2020 Japan Businessmail Association.

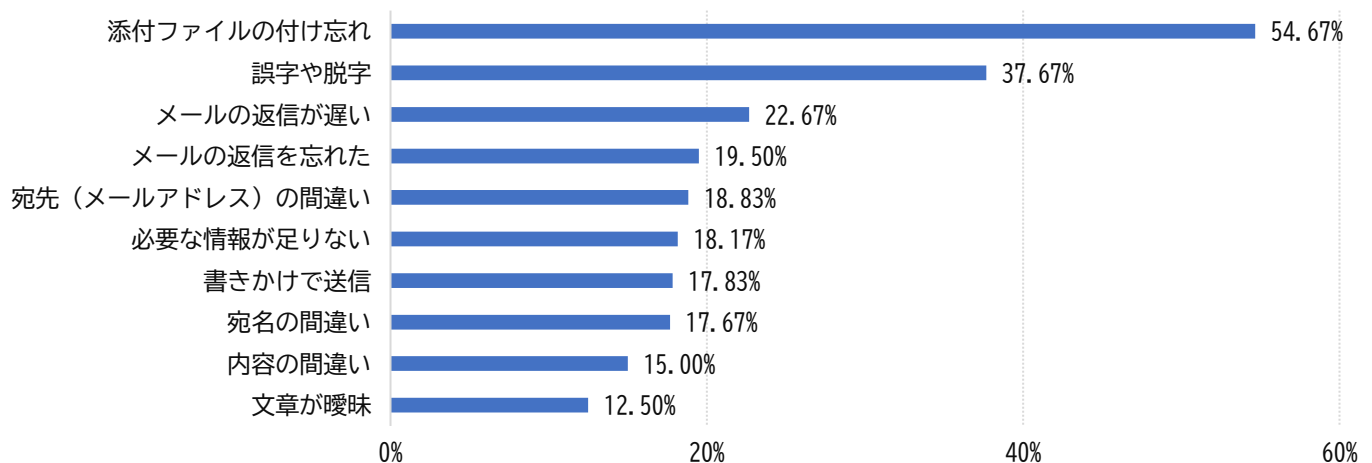
自分がした失敗の第1位は「添付ファイルの付け忘れ」(54.67%)

自分がした失敗の第1位は「添付ファイルの付け忘れ」(54.67%)です。続いて「誤字や脱字」(37.67%)、「メールの返信が遅い」(22.67%)と続きます。自分でも気付きやすく、相手も指摘しやすい明らかな間違いが上位を占めています。

自分がした失敗の内容(複数回答可)

<過去一年間に仕事でメールの失敗をしたことが「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=600)



©2020 Japan Businessmail Association.

※上位10項目

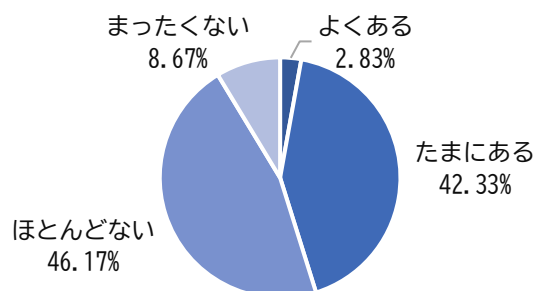
自分の失敗を指摘されたことがある人は45.16%

自分の失敗を指摘されたことが「よくある」(2.83%)と「たまにある」(42.33%)の合計が45.16%で、半数の人が失敗を指摘されたことがあると答えています。一方、「ほとんどない」(46.17%)と「まったくない」(8.67%)の合計が54.84%で、半数近い人が失敗しても指摘をされていません。メールの失敗をなくするためには、自分で気付く必要があります。

自分の失敗を指摘されたこと

<過去一年間に仕事でメールの失敗をしたことが「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=600)



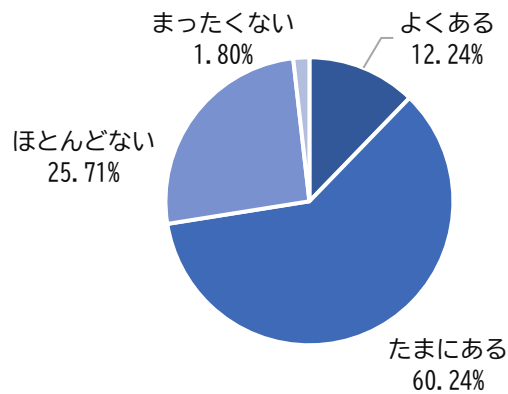
©2020 Japan Businessmail Association.

72.48%が受け取ったメールに失敗を見つけたことがある

過去一年間に仕事でメールを受け取り、失敗を見つけたことが「よくある」(12.24%)と「たまにある」(60.24%)の合計が72.48%で、7割を超える人が受け取ったメールに失敗を見つけています。自分の失敗を自覚している人は38.66%です。それと比較すると、自分の失敗よりも、他人の失敗のほうが目に付きやすいといえます。

過去一年間に仕事でメールを受け取り、失敗を見つけたこと

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

見つけた失敗の第1位は「誤字や脱字」(50.49%)

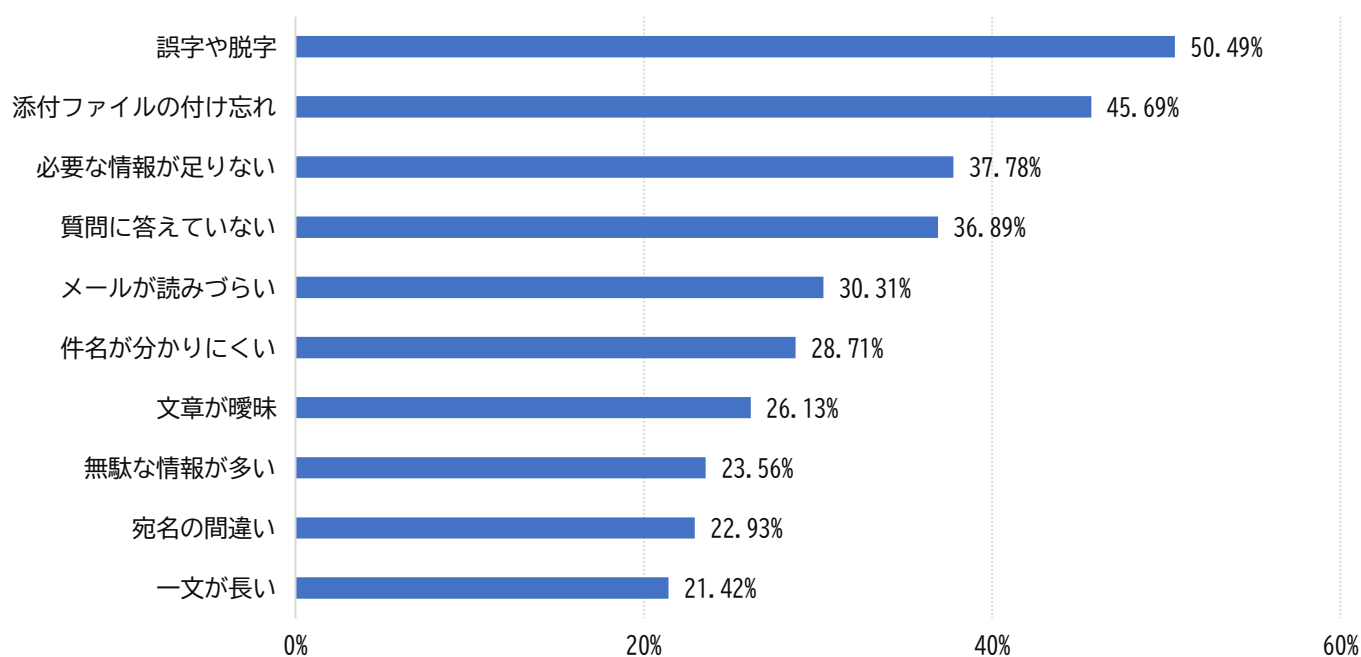
残業が多いと感じている人は相手の失敗に気付きやすい

見つけた失敗の内容は「誤字や脱字」(50.49%)が第1位で、「添付ファイルの付け忘れ」(45.69%)、「必要な情報が足りない」(37.78%)と続きます。自覚している失敗と同じような項目が上位を占めています。また、残業が多いと感じている人は、相手の失敗に気付きやすい傾向があります。「質問に答えていない」「メールが読みづらい」「無駄な情報が多い」なども顕著な差が出ています。本人のスキルの問題だけでなく、周囲のメールのスキルが低いことが残業につながっている可能性もあります。生産性を高めるためにも、受信者のスキルアップだけでなく、周囲のスキルアップも必要だと考えられます。

見つけた失敗の内容(複数回答可)

<過去一年間に仕事でメールを受け取り、失敗を見つけたことが「よくある」「たまにある」と答えた方>

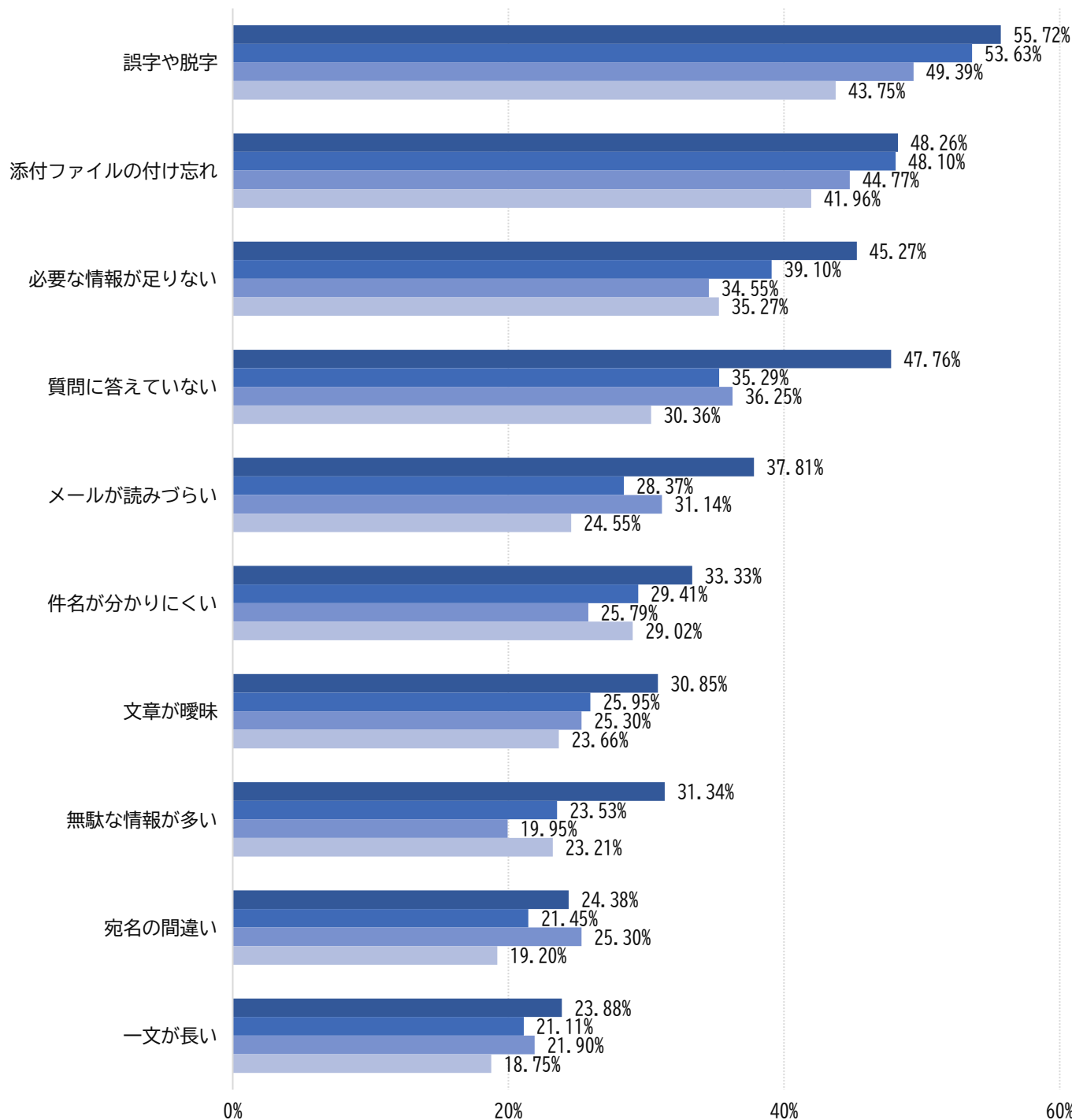
(n=1,125)



©2020 Japan Businessmail Association.

※上位10項目

- 残業が多いと感じることは「よくある」 (n=201)
- 残業が多いと感じることは「たまにある」 (n=289)
- 残業が多いと感じることは「ほとんどない」 (n=411)
- 残業が多いと感じることは「まったくない」 (n=224)



©2020 Japan Businessmail Association.

※上位 10 項目

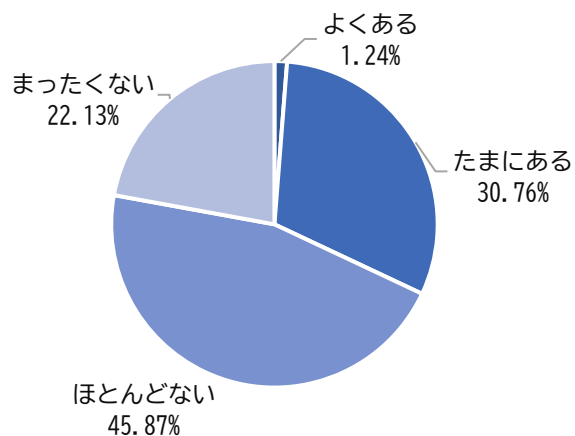
相手の失敗を指摘したことがあるのは 32%

受け取ったメールに失敗を見つけ、その失敗を相手に指摘したことが「よくある」(1.24%)と「たまにある」(30.76%)の合計は32.00%です。一方、「ほとんどない」(45.87%)と「まったくない」(22.13%)の合計が68.00%で、約7割の人が指摘をしていません。

相手の失敗を指摘したこと

<過去一年間に仕事でメールを受け取り、失敗を見つけたことが「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,125)



©2020 Japan Businessmail Association.

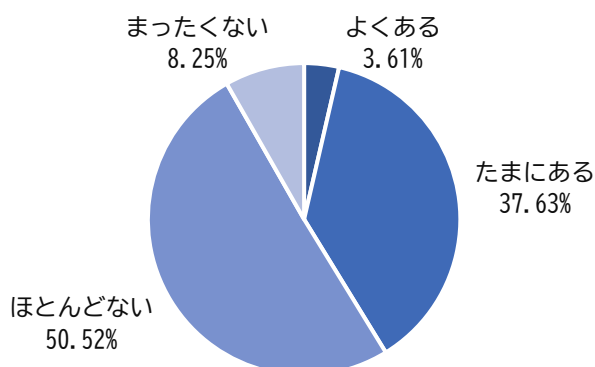
メールを受け取り、不快に感じたことがあるのは41.24%

残業が多いと感じている人は不快を感じやすい

過去一年間に仕事でメールを受け取り、不快に感じたことが「よくある」(3.61%)と「たまにある」(37.63%)の合計が41.24%で、4割を超える人が不快に感じたことがあると分かりました。また、残業が多いと感じている人は、不快を感じやすい傾向があります。メールに腹を立てたり、くよくよ悩んだり、これらのストレスが生産性を下げている一因かもしれません。

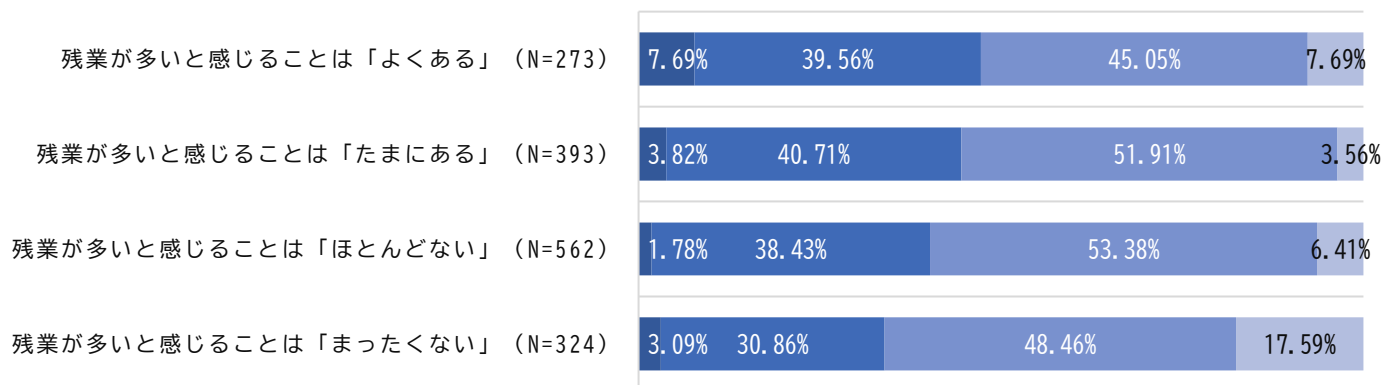
過去一年間に仕事でメールを受け取り、不快に感じたこと

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

■よくある ■たまにある ■ほとんどない ■まったくない



©2020 Japan Businessmail Association.

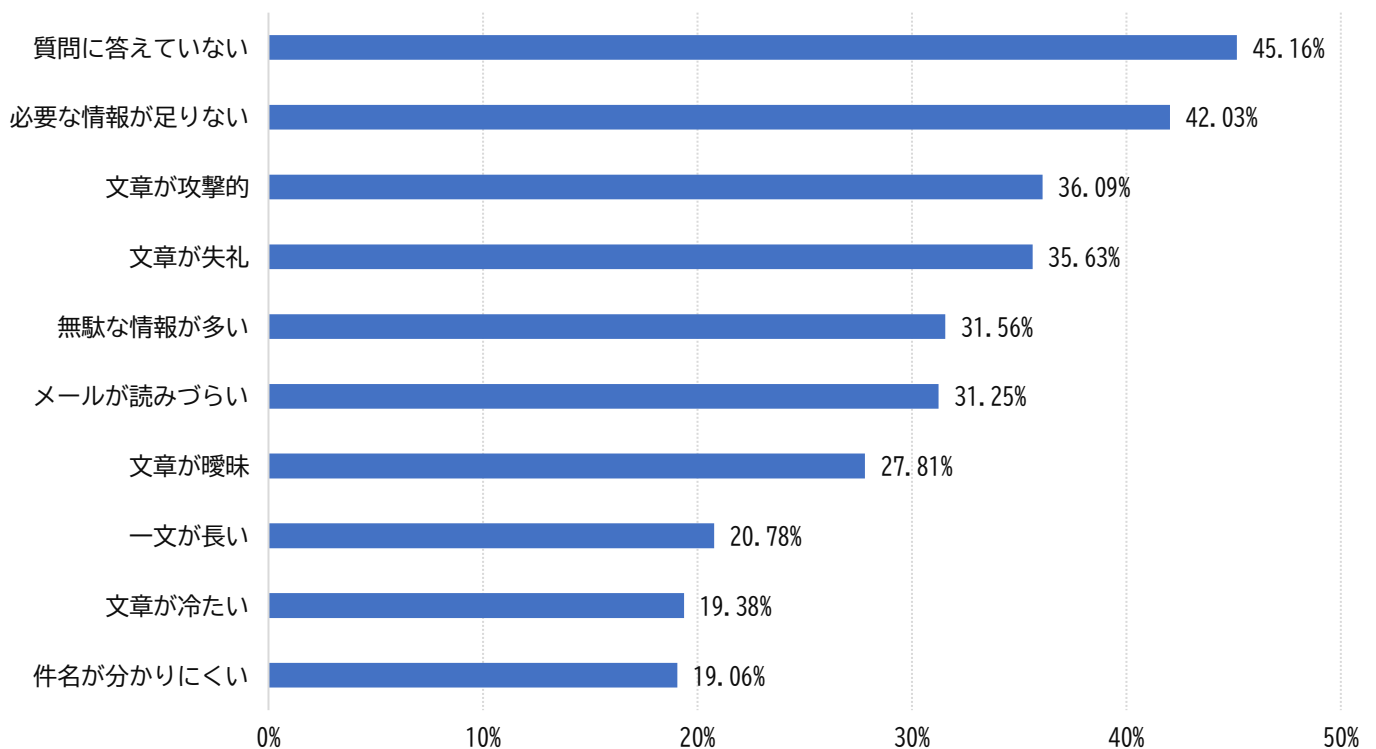
不快に感じた内容の第1位は「質問に答えていない」(45.16%)

不快に感じた内容の第1位は「質問に答えていない」(45.16%)で、「必要な情報が足りない」(42.03%)、「文章が攻撃的」(36.09%)と続きます。文章にまつわるものが上位を占めています。メールの機能を学習するだけでは不快感をなくすことはできません。メール特有のライティングスキルを身に付ける必要があります。また、残業が多いと感じている人は、内容別に見ても不快を感じやすい傾向があります。中でも顕著なのが「文章が攻撃的」「文章が失礼」という回答です。周囲に攻撃的なメールを送る人がいて、それによって効率が落ちることも考えられます。

不快に感じた内容(複数回答可)

<過去一年間に仕事でメールを受け取り、不快に感じたことが「よくある」「たまにある」と答えた方>

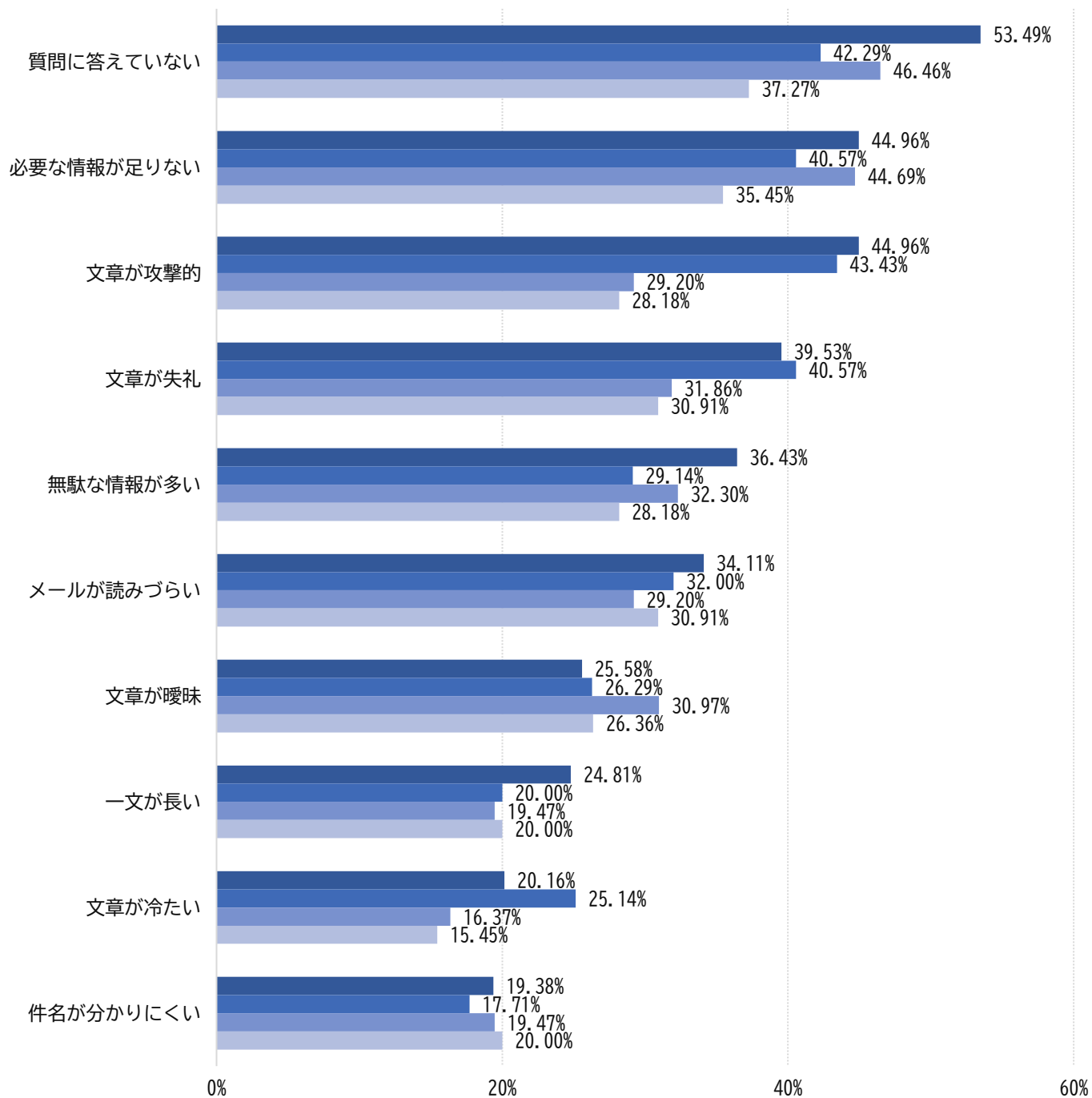
(n=640)



©2020 Japan Businessmail Association.

※上位10項目

■ 残業が多いと感じることは「よくある」 (n=129) ■ 残業が多いと感じることは「たまにある」 (n=175)
 ■ 残業が多いと感じることは「ほとんどない」 (n=226) ■ 残業が多いと感じることは「まったくない」 (n=110)



©2020 Japan Businessmail Association.

※上位 10 項目

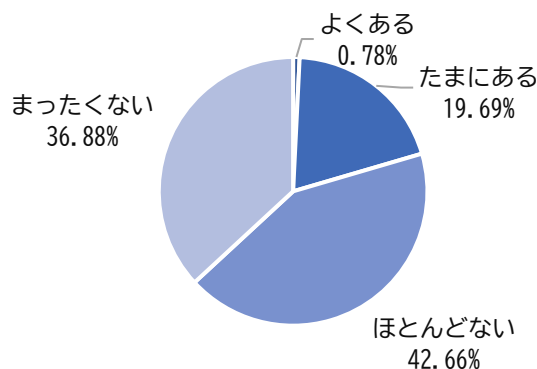
不快感を相手に指摘したことがあるのは 20.47%

メールを受け取り、不快に感じたことを相手に指摘したことが「よくある」(0.78%)と「たまにある」(19.69%)の合計は20.47%です。一方、「ほとんどない」(42.66%)と「まったくない」(36.88%)の合計が79.53%で、8割近い人が不快に感じてても相手に指摘をしていないことが分かりました。指摘されないだけで、相手を不快にしている可能性があります。メールを書くときには、不快感を与えている可能性を考慮して、自分のメールを見直すべきでしょう。

不快感を相手に指摘したこと

<過去一年間に仕事でメールを受け取り、不快に感じたことが「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=640)



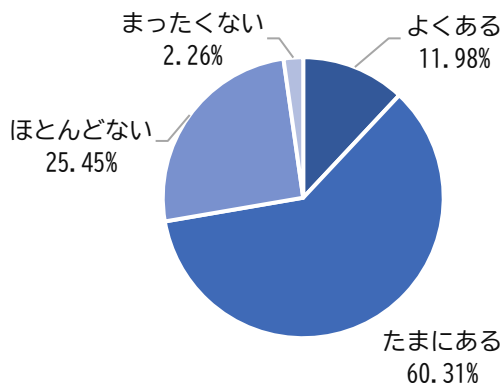
©2020 Japan Businessmail Association.

72.29%の人が相手のビジネスメールの上手さを感じることもある

相手のビジネスメールの上手さを感じる事が「よくある」(11.98%)と「たまにある」(60.31%)の合計は72.29%で、約7割の人が他人のメールを上手いと感じることがあると分かりました。

相手のビジネスメールの上手さを感じること

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

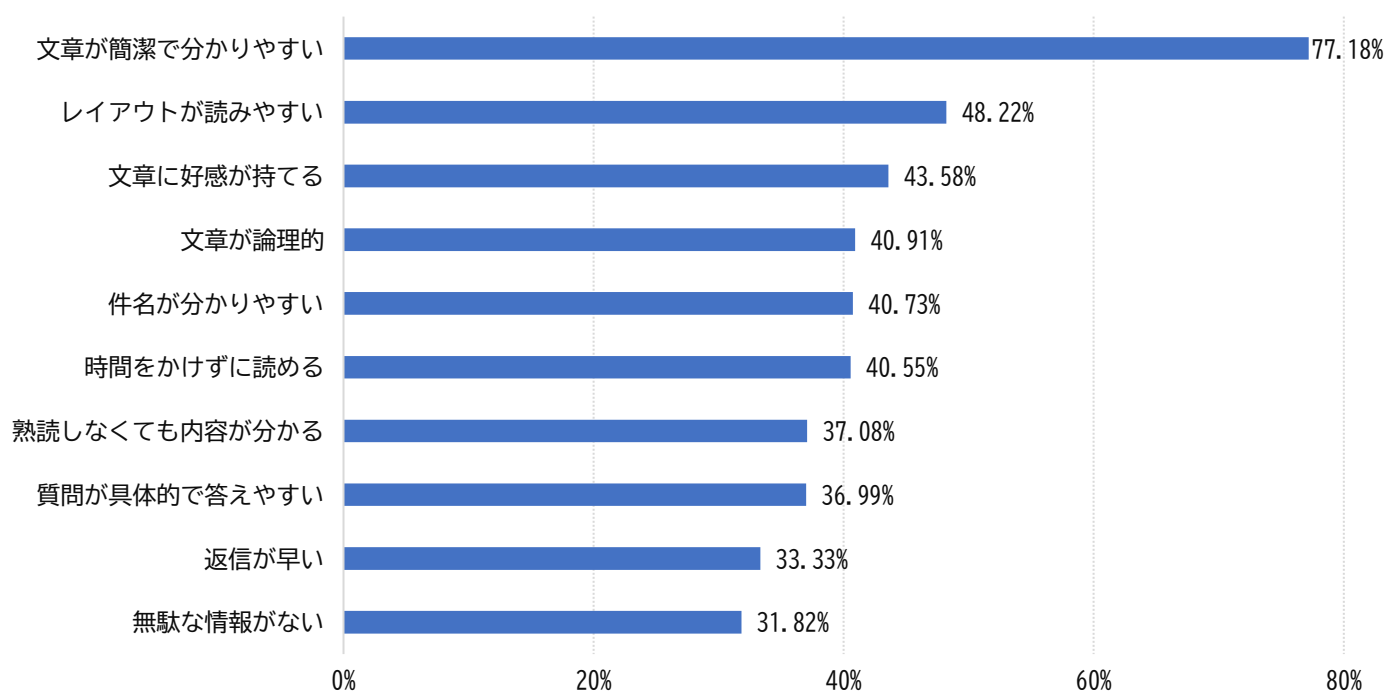
メールが上手いと感じた特徴の第1位は「文章が簡潔で分かりやすい」(77.18%)

相手のビジネスメールが上手いと感じた内容の第1位は「文章が簡潔で分かりやすい」(77.18%)で「レイアウトが読みやすい」(48.22%)、「文章に交好感が持てる」(43.58%)と続きます。評価の高いメールの特徴は、論理的に分かりやすく、なおかつ印象がよいといえます。

ビジネスメールが上手いと感じた内容（複数回答可）

<相手のビジネスメールの上手さを感じる事が「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,122)



©2020 Japan Businessmail Association.

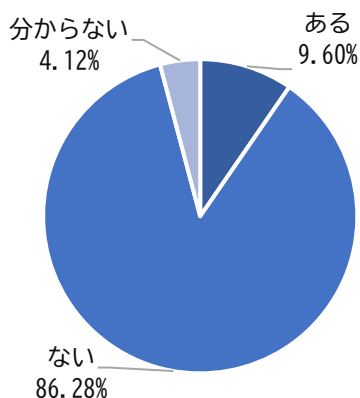
※上位10項目

ビジネスメールの社員研修がある人は 9.60%

会社でビジネスメールの社員研修が「ある」(9.60%)人は1割で、9割の人が研修を受けていません。メールの不安を解消し、失敗を防ぎ、円滑なコミュニケーションをとるためには教育が不可欠といえます。

会社でビジネスメールの社員研修

(n=1,552)



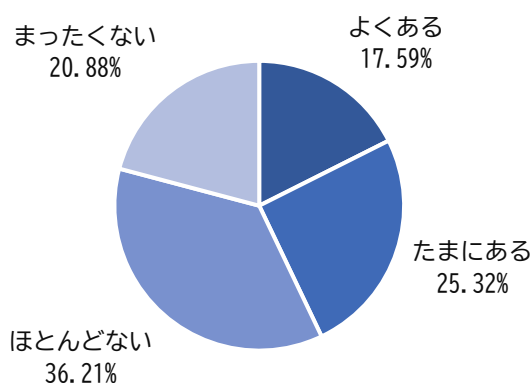
©2020 Japan Businessmail Association.

残業が多いと感じている人は 42.91%

残業が多いと感じることは「よくある」(17.59%)と「たまにある」(25.32%)の合計が42.91%で、4割を超える人が、残業が多いと感じていることが分かりました。一方、残業が多いと感じることは「ほとんどない」(36.21%)と「まったくない」(20.88%)の合計が57.09%で、半数を超える人が残業は多いと感じていません。

残業が多いと感じることはあるか

(n=1,552)



©2020 Japan Businessmail Association.

調査の概要

調査目的：仕事におけるメールの利用実態と課題を把握

調査対象：仕事でメールを使っている人

調査期間：2020年4月2日（木曜）から2020年5月1日（金曜）

調査方法：インターネット回答方式

調査実施機関：株式会社アイ・コミュニケーション

有効回答数：1,552

| 性別 | 人数 | % |
|-----|-------|---------|
| 男性 | 1,013 | 65.27% |
| 女性 | 534 | 34.41% |
| その他 | 5 | 0.32% |
| 合計 | 1,552 | 100.00% |

| 年齢 | 人数 | % |
|--------|-------|---------|
| 16～19歳 | 2 | 0.13% |
| 20～24歳 | 20 | 1.29% |
| 25～29歳 | 77 | 4.96% |
| 30～34歳 | 128 | 8.25% |
| 35～39歳 | 166 | 10.70% |
| 40～44歳 | 249 | 16.04% |
| 45～49歳 | 331 | 21.33% |
| 50～54歳 | 243 | 15.66% |
| 55～59歳 | 192 | 12.37% |
| 60～64歳 | 91 | 5.86% |
| 65～69歳 | 34 | 2.19% |
| 70歳以上 | 19 | 1.22% |
| 合計 | 1,552 | 100.00% |

| 職業 | 人数 | % |
|-------------|-------|---------|
| 経営者 | 129 | 8.31% |
| 役員 | 42 | 2.71% |
| 会社員（正規） | 1,019 | 65.66% |
| 会社員（派遣・契約） | 86 | 5.54% |
| パート・アルバイト | 25 | 1.61% |
| 公務員 | 30 | 1.93% |
| 団体職員 | 39 | 2.51% |
| 自営業（フリーランス） | 175 | 11.28% |
| その他 | 7 | 0.45% |
| 合計 | 1,552 | 100.00% |

| 役職 | 人数 | % |
|-----------|-------|---------|
| 経営者・役員クラス | 266 | 17.14% |
| 部長クラス | 129 | 8.31% |
| 課長クラス | 222 | 14.30% |
| 係長クラス | 124 | 7.99% |
| 主任クラス | 161 | 10.37% |
| 一般社員 | 560 | 36.08% |
| その他 | 90 | 5.80% |
| 合計 | 1,552 | 100.00% |

| 企業規模 | 人数 | % |
|--------------|-------|---------|
| 1～4名 | 274 | 17.65% |
| 5～9名 | 74 | 4.77% |
| 10～19名 | 50 | 3.22% |
| 20～49名 | 123 | 7.93% |
| 50～99名 | 126 | 8.12% |
| 100～299名 | 219 | 14.11% |
| 300～499名 | 85 | 5.48% |
| 500～999名 | 106 | 6.83% |
| 1,000～1,999名 | 141 | 9.09% |
| 2,000～4,999名 | 161 | 10.37% |
| 5,000名以上 | 193 | 12.44% |
| 合計 | 1,552 | 100.00% |

| 業種 | 人数 | % |
|----------------|-------|---------|
| 農業、林業、漁業、鉱業 | 5 | 0.32% |
| 建設、住宅 | 53 | 3.41% |
| 食料品 | 31 | 2.00% |
| 素材 | 29 | 1.87% |
| 医薬品、化粧品 | 57 | 3.67% |
| 機械、重電 | 46 | 2.96% |
| 電気、電子機器 | 101 | 6.51% |
| 精密機器 | 25 | 1.61% |
| 自動車、輸送機器 | 26 | 1.68% |
| エネルギー | 15 | 0.97% |
| 通信サービス | 41 | 2.64% |
| 情報処理、SI、ソフトウェア | 204 | 13.14% |
| 運輸 | 16 | 1.03% |
| 卸売、小売 | 105 | 6.77% |
| 金融、保険 | 49 | 3.16% |
| 不動産 | 43 | 2.77% |
| 学術研究、専門・技術サービス | 46 | 2.96% |
| 調査、コンサルティング | 84 | 5.41% |
| 会計、法律関連 | 27 | 1.74% |
| 放送、広告、出版、マスコミ | 75 | 4.83% |
| 印刷 | 27 | 1.74% |
| 人材 | 29 | 1.87% |
| 旅行、観光 | 19 | 1.22% |
| 宿泊、飲食サービス | 10 | 0.64% |
| 生活関連サービス、娯楽 | 21 | 1.35% |
| 教育、学習支援 | 85 | 5.48% |
| 医療、福祉 | 41 | 2.64% |
| その他サービス | 162 | 10.44% |
| 公務員 | 22 | 1.42% |
| その他 | 58 | 3.74% |
| 合計 | 1,552 | 100.00% |

| 職種 | 人数 | % |
|---------------|-------|---------|
| 経営、役員 | 171 | 11.02% |
| 経営企画 | 38 | 2.45% |
| 総務、人事 | 109 | 7.02% |
| 財務、経理 | 31 | 2.00% |
| 一般事務 | 156 | 10.05% |
| 情報処理、情報システム | 138 | 8.89% |
| 広報、宣伝、販売促進 | 59 | 3.80% |
| 企画、調査、マーケティング | 100 | 6.44% |
| 営業、販売 | 260 | 16.75% |
| 生産、製造 | 42 | 2.71% |
| 資材、購買 | 11 | 0.71% |
| 配送、物流 | 10 | 0.64% |
| 技術、設計 | 81 | 5.22% |
| 研究、開発 | 57 | 3.67% |
| 編集、編成、制作 | 48 | 3.09% |
| 専門職 | 154 | 9.92% |
| その他 | 87 | 5.61% |
| 合計 | 1,552 | 100.00% |

- Q1：仕事で使っている主なコミュニケーション手段
- Q2：仕事でメールの送受信に利用している主な機器
- Q3：仕事で利用しているメールソフト
- Q4：仕事でメールの送受信に使用している形式
- Q5：仕事で1日に送受信しているメールの平均通数
- Q6：仕事でメールを確認する頻度
- Q7：メールのデスクトップ通知をONにしているか
- Q8：送信後いつまでに返信がこないと感じるか（急ぐ場合を除く）
- Q9：メールの返信が遅れてしまうこと
- Q10：返信が遅れてしまう理由
- Q11：メールを1通読むのにかかる平均時間
- Q12：メールを1通書くのにかかる平均時間
- Q13：メールにファイルを添付して送ること
- Q14：パスワードをかけたファイルとパスワードを一緒に送ったこと
- Q15：ファイルが添付されたメールを受け取ること
- Q16：受け取った添付ファイルの「容量が大きい」と不快に感じる事
- Q17：「容量が大きい」と不快に感じるのは何MB以上か
- Q18：自分のメールに不安を抱くこと
- Q19：不安の内容
- Q20：過去一年間に仕事でメールの失敗をしたこと
- Q21：自分がした失敗の内容
- Q22：自分の失敗を指摘されたこと
- Q23：過去一年間に仕事でメールを受け取り、失敗を見つけたこと
- Q24：見つけた失敗の内容
- Q25：相手の失敗を指摘したこと
- Q26：過去一年間に仕事でメールを受け取り、不快に感じたこと
- Q27：不快に感じた内容
- Q28：不快感を相手に指摘したこと
- Q29：相手のビジネスメールの上手さを感じる事
- Q30：ビジネスメールが上手いと感じた内容
- Q31：仕事で英文メールを書くこと
- Q32：会社でビジネスメールの社員研修
- Q33：残業が多いと感じることはあるか

※全調査項目の調査結果についてはお問い合わせください

一般社団法人日本ビジネスメール協会について

一般社団法人日本ビジネスメール協会（代表理事：平野友朗、所在地：東京都千代田区）は、日本で唯一のビジネスメール教育専門の団体です。ビジネスメールを中心としたコミュニケーションや業務推進における、さまざまな課題に取り組み、講演や研修、コンサルティングなどを通じてビジネスメール教育を提供しています。ビジネスメールの教育に特化した豊富な実績と経験を活かし、官公庁や企業、団体、学校などに対して最適なサービスを提供。独自に開発したビジネスメールの専門プログラムと、ビジネスメールを使った実務および講演の経験豊富な講師陣を有し、多様なニーズに柔軟に対応します。メールを中心としたコミュニケーションの改善による、生産性向上、業務改善の実現をサポートします。

一般社団法人日本ビジネスメール協会

<https://businessmail.or.jp/>

※ビジネスメールの各種セミナー開催中

ビジネスメールの教科書

<https://business-mail.jp/>

※さまざまな場面で使える文例・テンプレートを無料公開

一般社団法人日本ビジネスメール協会

[代表者] 代表理事 平野友朗

[設立] 2013年9月20日

[事業概要] ビジネスメール教育者の育成と認定、ビジネスメール実務検定試験の実施

[所在地] 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町2-1 KIMURA BUILDING 5階

[URL] <https://businessmail.or.jp/>

[調査実施機関] 株式会社アイ・コミュニケーション（<http://www.sc-p.jp/>）

※本調査結果を引用する場合は必ず出典を明記してください

※本調査結果を引用、利用される場合は事前にお問い合わせください

※「ビジネスメール」「ビジネスメールコミュニケーション」は株式会社アイ・コミュニケーションの登録商標です

【本件に関するお問い合わせ先】 一般社団法人日本ビジネスメール協会

[電話] 03-5577-3210 [FAX] 03-5577-3238 [E-mail] info@businessmail.or.jp