報道関係各位　　※この資料はご自由にお使いください　2011年8月1日(月)配信

仕事で受け取った不快なメールワースト3
文章が失礼(55.8%)、文章が曖昧(38.5%)、文章が冷たい(29.4%)
「ビジネスメール実態調査2011(平成23年)」発表

ビジネスメール教育の専門企業であるアイ・コミュニケーション(代表取締役:平野友朗、本社:東京都千代田区)は平成23年8月1日(月)に、仕事におけるメールの利用状況と実態を把握した「ビジネスメール実態調査2011(平成23年)」を発表します。仕事をする上で主要なコミュニケーション手段となったメールですが、ミスやトラブルが増えているのが現状です。仕事でどのようにメールが利用され、どのようなミスやトラブルが起こっているのか。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実態とその課題を浮き彫りにしました。

ビジネスメール実態調査2011(平成23年)の総評

2007年から毎年実施している本調査は2011年で5年目を迎えました。2010年から引き続き、仕事上の主なコミュニケーション手段は1位が「メールを送る」(98.55%)となり、仕事でのコミュニケーションはメールなしには成立しないことが伺えます。2011年の調査では「facebookに書き込む」(16.17%)や「Twitterに書き込む」(12.10%)は、一部のビジネスシーンではコミュニーション手段として使われていることがわかりました。同様に、「スマートフォン(iPhoneなど)」でメールをチェックしている人が21.39%となり、時代を反映する結果となりました。

ビジネスメールの送信通数は、1日に「1～5通」(36.79%)と「6～10通」(28.07%)の合計が64.86%です。一方で、受信通数は1日に「1～9通」(30.91%)と「10～19通」(22.19%)の合計が53.10%となり過半数を占めています。受信数増加の理由は、情報共有のためのCCやBCCの乱用、不要なメーリングリストやメルマガの登録が考えられます。

ビジネスメールの返信はいつまでに欲しいかの問いに対して「24時間(1日)以内」(50.15%)が圧倒的に多く、ビジネスメールの返事は「24時間(1日)以内」(28.65%)にしている人の合計が91.48%になりました。頻繁にメールを確認して24時間以内に返事をすることが習慣化しているといえます。

ビジネスメールを1通書く平均時間については、5分以内の合計が51.21%となり半数を超えています。しかしながら1通のメールを書くのに平均で「10分」(29.24%)という人もおり、毎日10通書くとするならば100分。業務効率は決して良いとはいえないでしょう。なかには、1通30分以上かけている人も4.45%います。

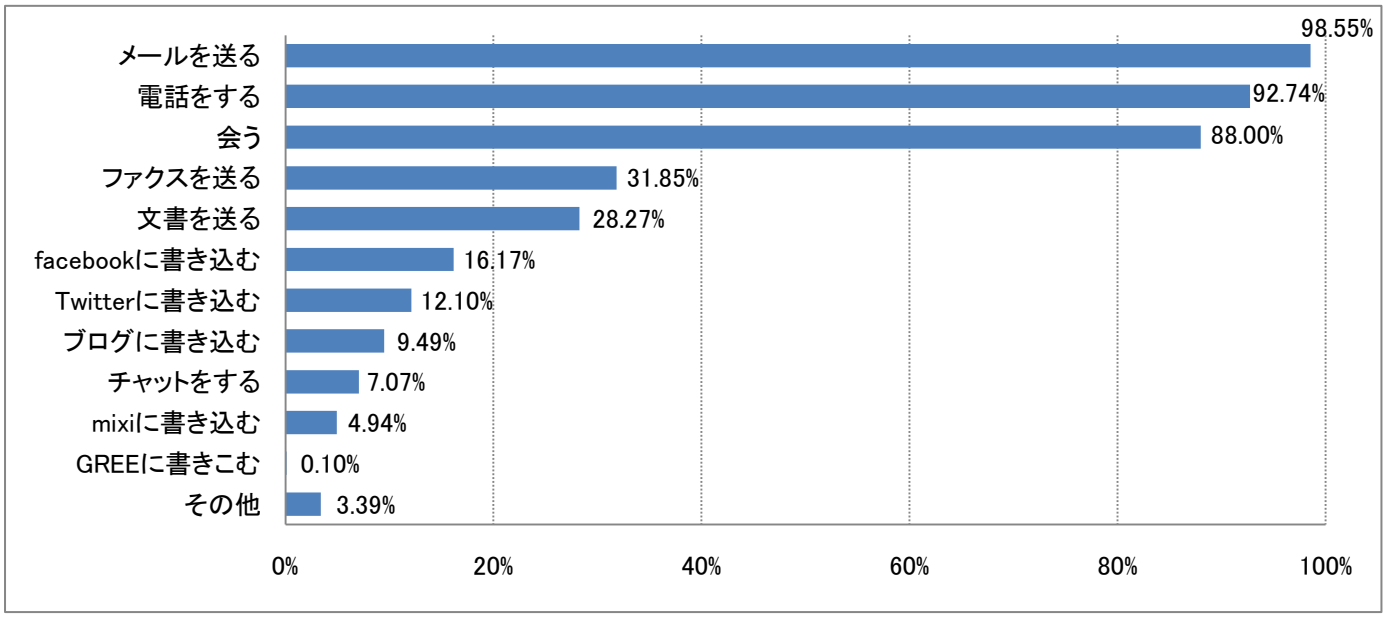
送信者への質問として、自分のメールに不安を持った経験については「よくある」(11.23%)と「たまにある」(60.21%)の合計が71.44%で、7割以上の人が自分の送るメールに対して何らかの不安を感じていることがわかりました。メールを送って失敗した経験では、「よくある」(2.42%)と「たまにある」(49.85%)の合計が52.27%で、過半数の人が実際に失敗をしています。失敗した内容は、「添付ファイルの付け忘れ」(65.00%)、「誤字や脱字」(54.26%)、「文章が曖昧」(27.22%)の3項目が上位を占めています。

受信者への質問として、受け取ったメールの中に失敗を見つけた経験では、「よくある」(13.84%)と「たまにある」(67.76%)の合計が81.60%で、8割以上の人が受け取ったメールの中にある失敗に気づいています。受け取ったメールの中に見つけた具体的な失敗内容は「誤字や脱字」(60.97%)、「添付ファイルの付け忘れ」(56.11%)、「文章が曖昧」(35.23%)となっています。この上位3項目は自分の失敗経験とほぼ一致しており、送信者と受信者は同様の失敗を認識しているといえます。しかし、受信者が不快に感じた内容を聞いてみたところ、「文章が失礼」(55.81%)、「文章が曖昧」(38.48%)、「文章が冷たい」(29.39%)の3項目が上位を占めました。失敗の発見と比べても項目の並び順が大きく異なることがわかります。相手の失敗が直ちに不快感につながるのではなく、文章や仕事ぶり、マナーなど人によって感じ方の違う感情的な項目が不快感を誘発することがわかります。

仕事の主要ツールであるにも関わらず、2011年も依然として企業ではメール教育がまったく実施されていません。(実施割合9.20%)今回の調査結果では、トラブルの種を多量にはらんだメールが量産されているという事実が浮き彫りになりました。メール教育がなされていないことは、コミュニケーション不一致から端を発した人間関係の悪化、業務効率の低下、人件費の高騰、機会損失につながり、企業経営を圧迫する要因になりかねないといえます。

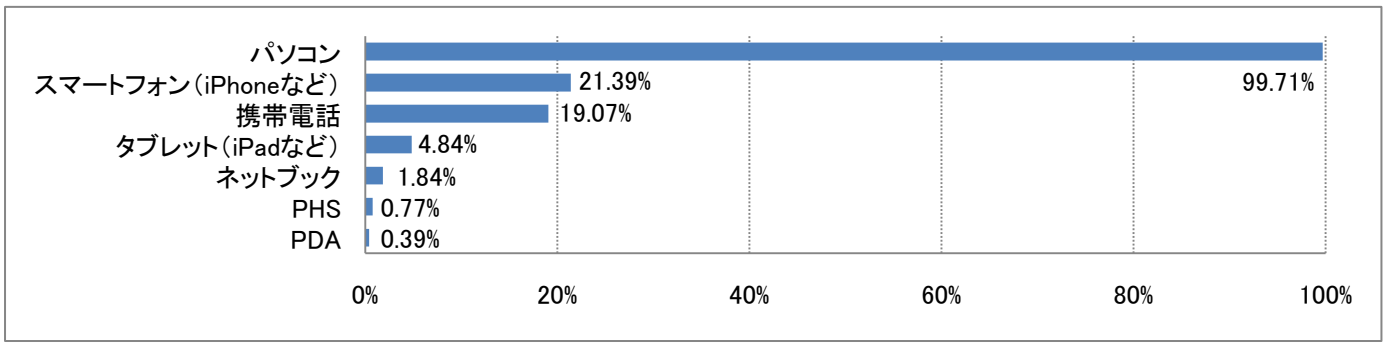
調査結果

Q1：あなたが仕事上で周囲とコミュニケーションをとる主な手段を教えてください（複数回答可）



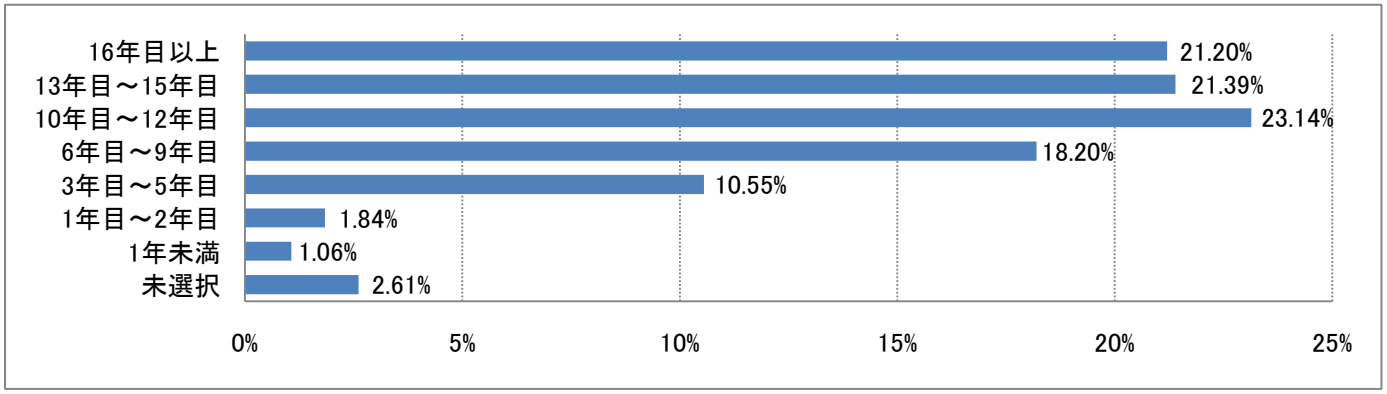
仕事上で周囲とコミュニケーションをとる手段では、「メールを送る」(98.55%)が一番多く、「電話をする」(92.74%)、「会う」(88.00%)と続いています。ソーシャルメディア時代を象徴する「facebook に書き込む」(16.17%)や「Twitter に書き込む」(12.10%)は、一部のビジネスシーンではコミュニーション手段として使われていることがわかりました。

Q2：ビジネスメールの送受信には、主にどの機器を利用していますか（複数回答可）



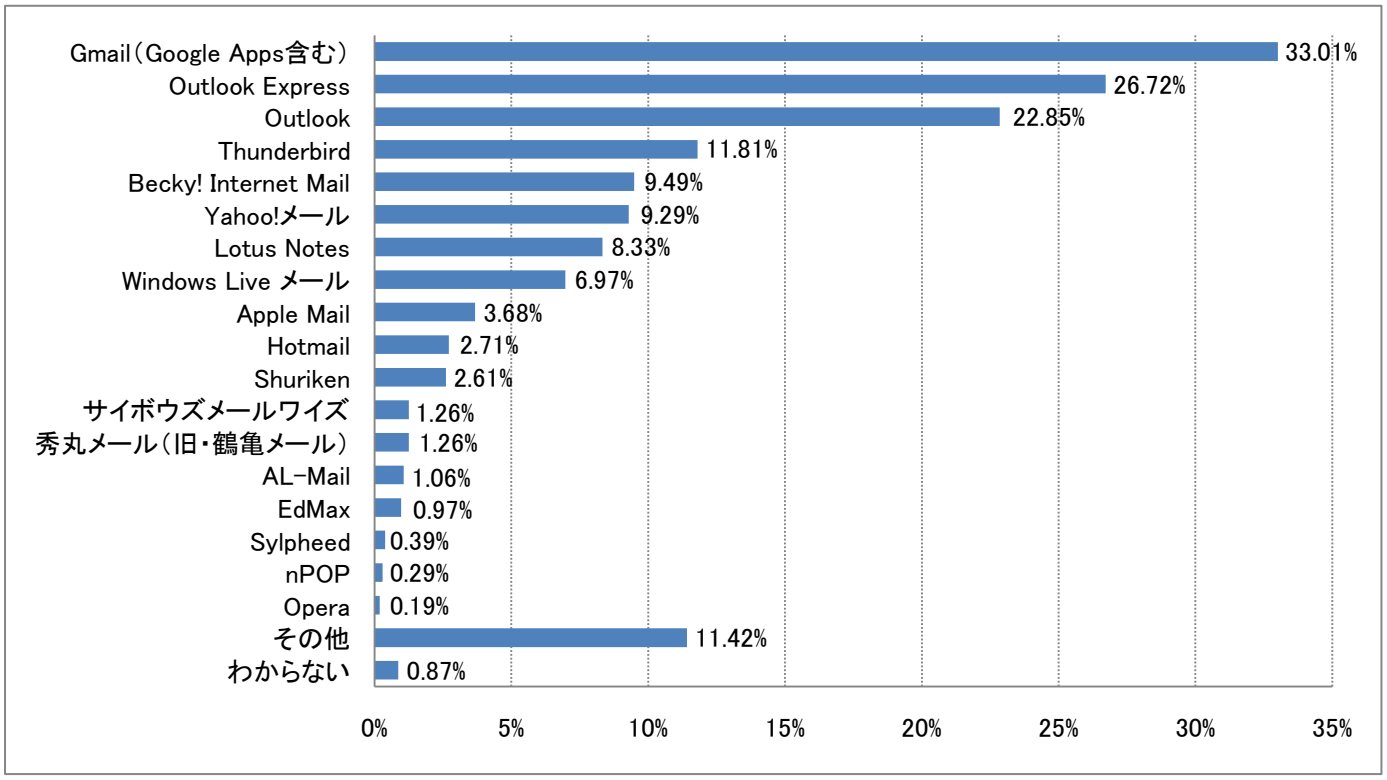
「パソコン」(99.71%)が圧倒的に多く、2 位の「スマートフォン（iPhone など）」(21.39%)を大きく引き離しています。メールの返信よりも受信が多い人、外出が多い人などがスマートフォンをメインの機器として利用していると考えられます。

Q3：ビジネスメールを使い始めて何年目ですか



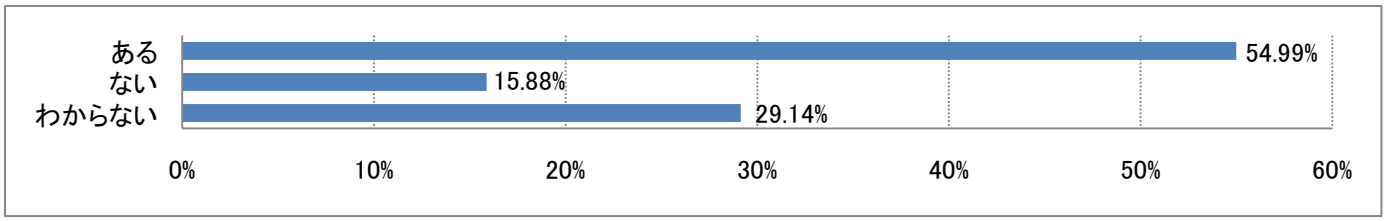
ビジネスメールを利用し始めて 6 年以上の人が 83.94%を占めることから、仕事上でメールを使う経験の豊富な人の回答であることがわかります。

Q4:ビジネスメールの送受信に使っている主なメールソフトを教えてください(複数回答可)



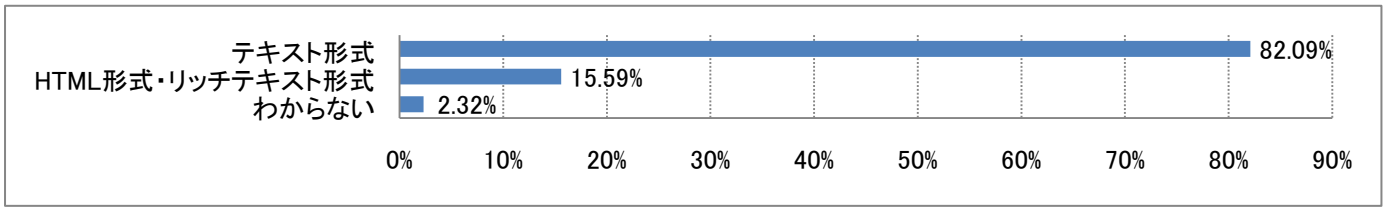
Gmail の法人利用(Google Apps)が増えていることもあり「Gmail(Google Apps を含む)」(33.01%)が最も多く、続いて「Outlook Express」(26.72%)、「Outlook」(22.85%)と Microsoft 社の製品が上位を占めています。

Q5:メールソフトのスパム判定に誤判定はありますか



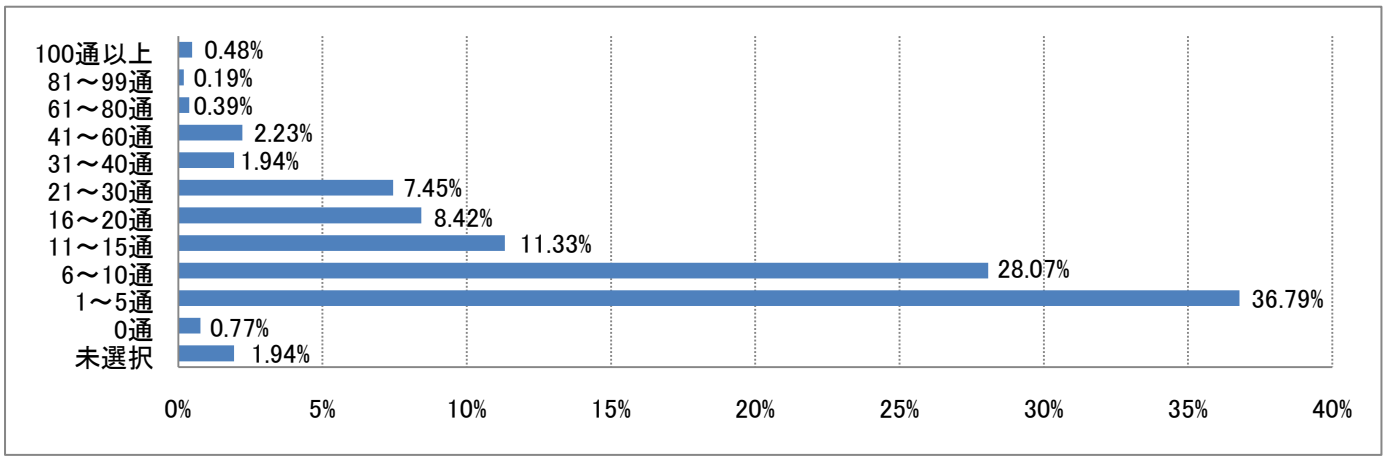
メールソフトのスパム判定に誤判定が「ある」という回答が 54.99%で、半数以上が誤判定を体験しているといえます。この結果から、迷惑メールフォルダ(ゴミ箱)を定期的に確認しないと必要なメールを見逃し削除してしまう可能性があると考えられます。

Q6:メール形式は何を使っていますか



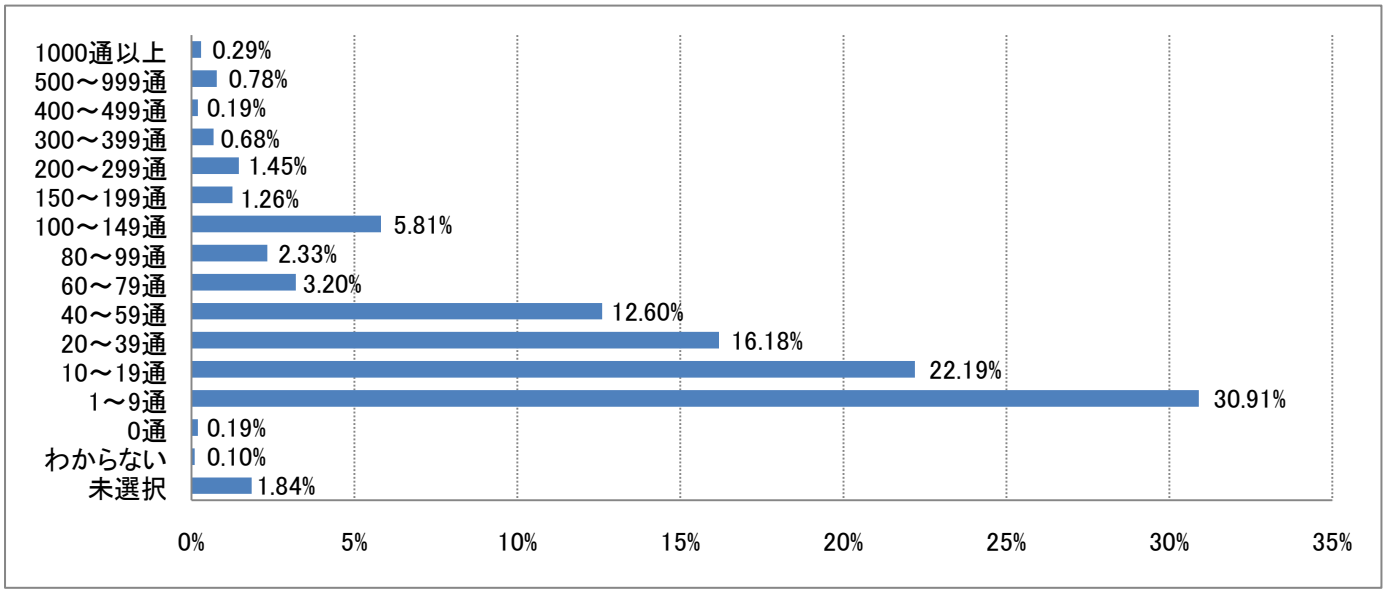
メールの形式は「テキスト形式」(82.09%)が主流であるといえます。このことから、「HTML 形式・リッチテキスト形式」(15.59%)の利用者は、相手が「テキスト形式」を利用している可能性があることを考慮し、装飾表現がなくても情報が正しく伝わるメールを書くべきだといえます。

Q7:あなたが 1 日に送信するビジネスメールは平均で何通ですか



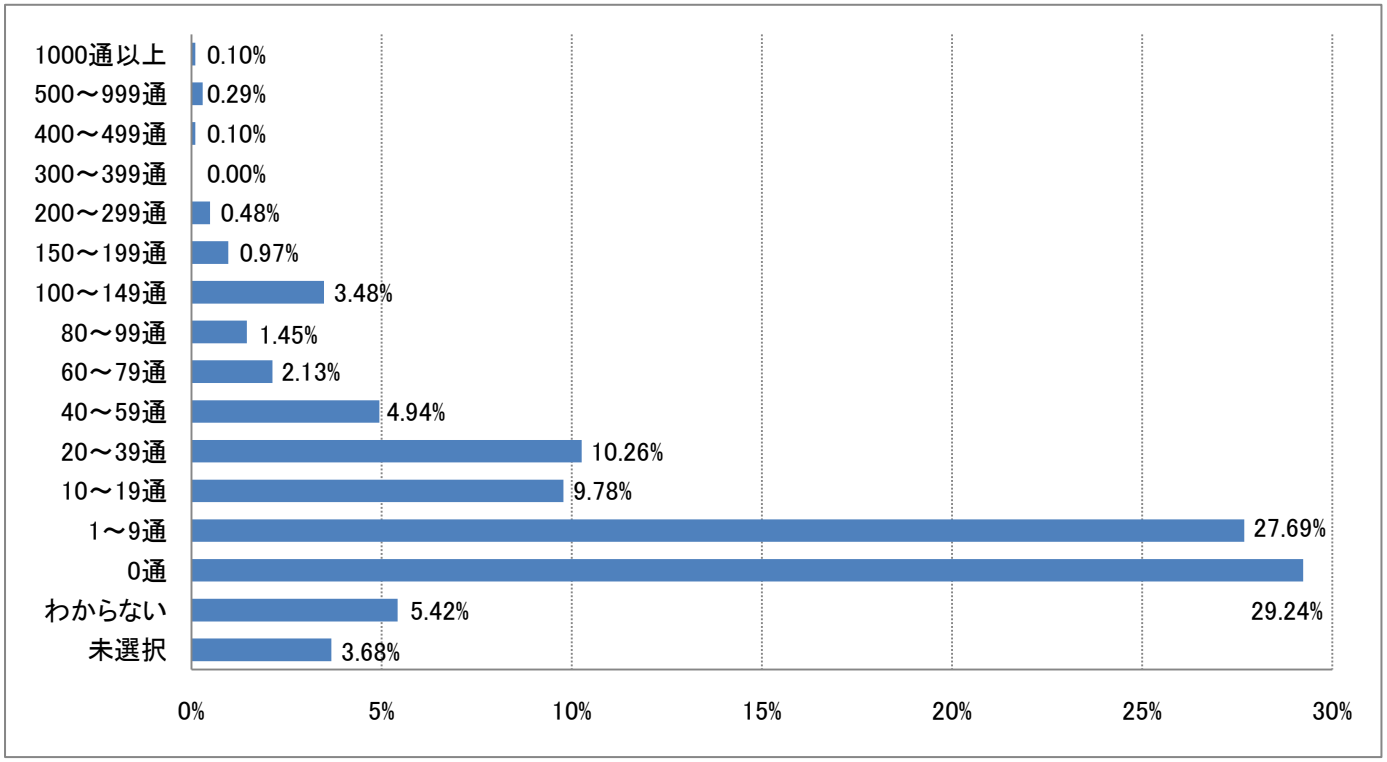
ビジネスメールの送信通数は、1 日に「1～5 通」(36.79%)と「6～10 通」(28.07%)の合計が 64.86%となり 3 分の 2 を占めています。なかには 30 通を超える人も 5.23%いますが、少数派だといえます。

Q8:あなたが 1 日に受信するビジネスメールは平均で何通ですか



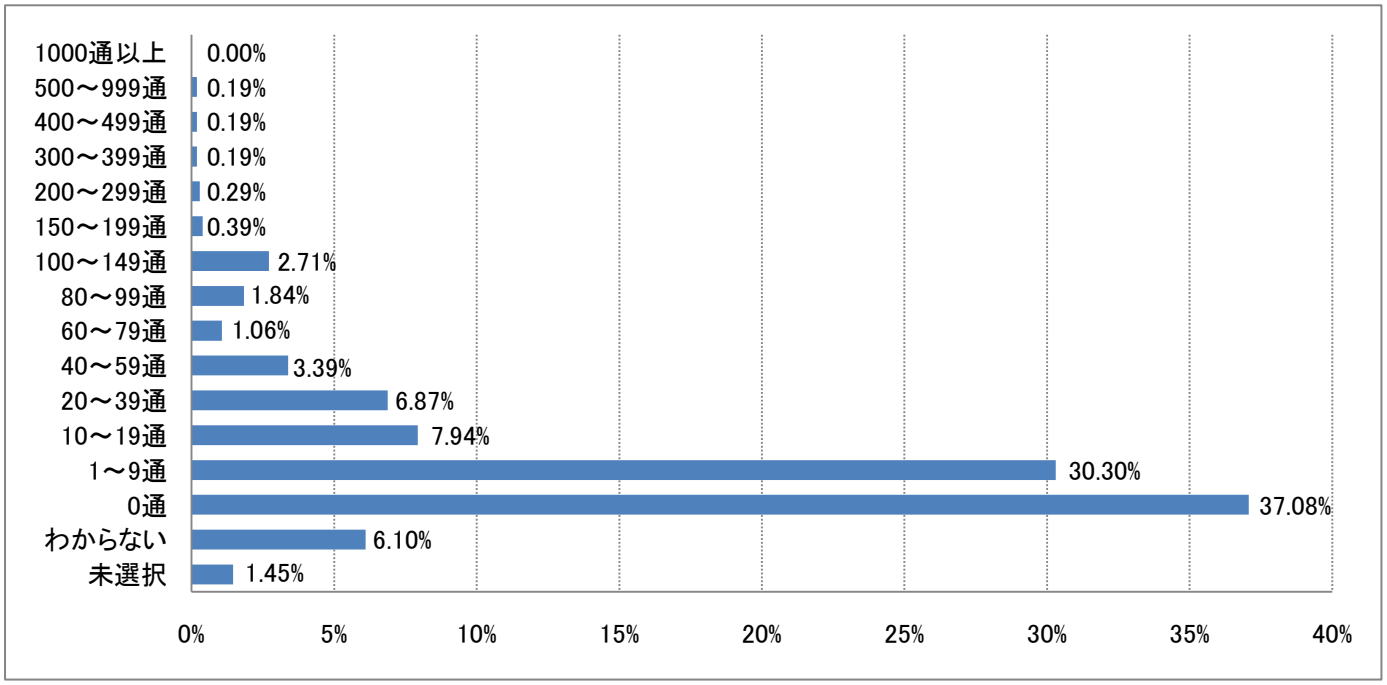
ビジネスメールの受信通数は、1 日に「1～9 通」(30.91%)と「10～19 通」(22.19%)の合計が 53.10%となり過半数を占めています。送信メールの分布と受信メールの分布を比較しても、受信メールの方が多いことは一目瞭然です。受信数増加の理由は、情報共有のための CC や BCC の乱用、不要なメーリングリストやメルマガの登録が考えられます。

Q9:1 日に受信するメールの中に“日本語の”迷惑メールは平均で何通くらいありますか



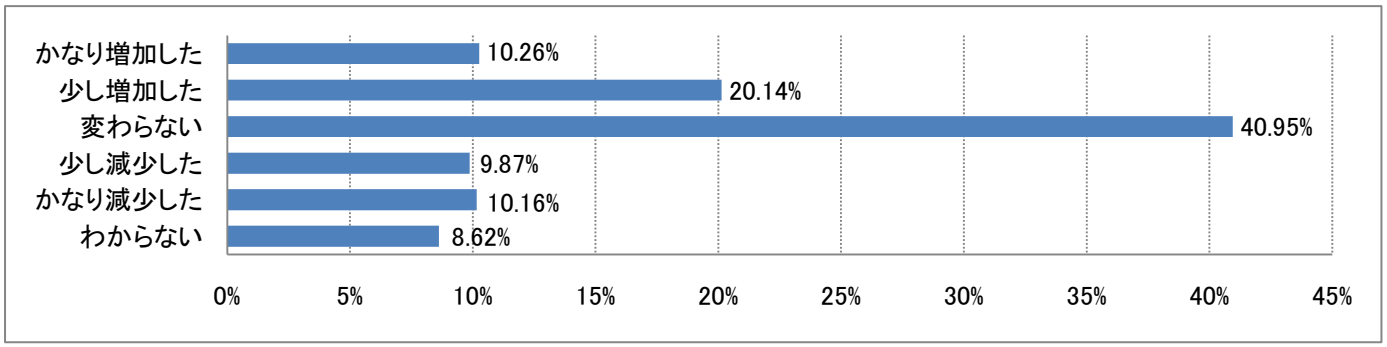
日本語の迷惑メールの受信通数は「0 通」(29.24%)、「1～9 通」(27.69%)で 10 通未満の人が合計 56.93%となり過半数を占めています。このくらいの量であれば目で見て削除できる範囲でしょう。その一方で、100 通以上が合計 5.42%いることから、いまだ一部の人が迷惑メールに苦しめられていることがわかります。

Q10:1 日に受信するメールの中に“外国語の”迷惑メールは平均で何通くらいありますか



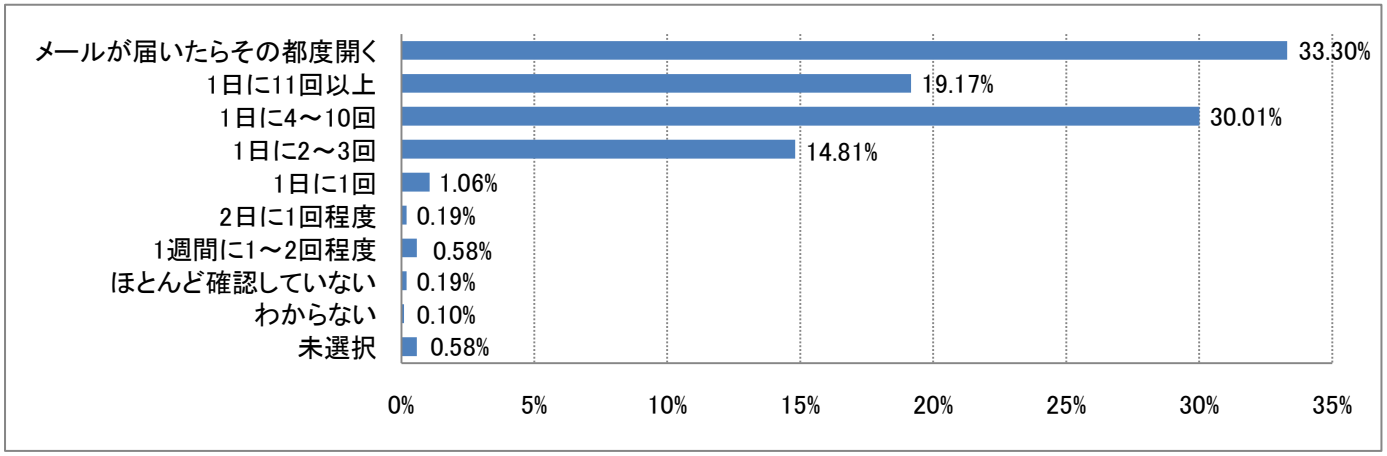
外国語の迷惑メールの受信通数は「0 通」(37.08%)、「1～9 通」(30.30%)で 10 通未満の人が合計 67.38%となり 3 分の 2 を占めています。このくらいの量であれば目で見て削除できる範囲でしょう。日本語の迷惑メールと比較しても外国語の迷惑メールの方が少ない傾向があります。理由としては、プロバイダのスパムメールチェックが厳しくなったことなどが考えられます。

Q11:1 年前と比べて、受信する迷惑メールの件数は変わりましたか



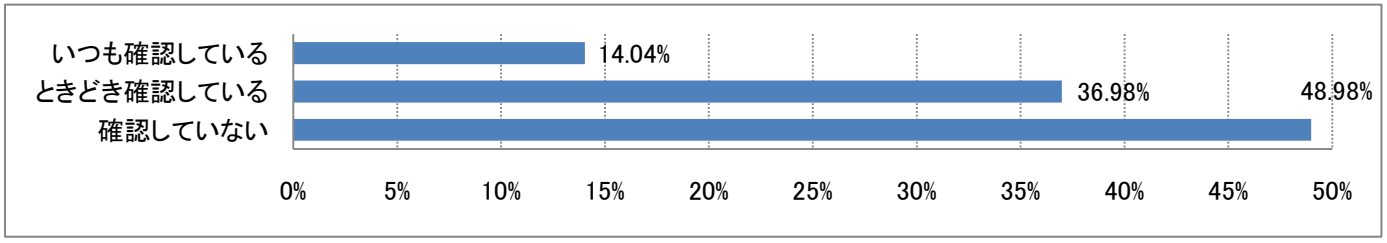
「かなり増加した」(10.26%)と「少し増加した」(20.14%)を合計すると 30.40%です。その一方、「かなり減少した」(10.16%)と「少し減少した」(9.87%)を合計すると 20.03%です。全体として迷惑メールは増加傾向にあるといえます。

Q12:ビジネスメールの確認は平均でどのくらいの頻度ですか



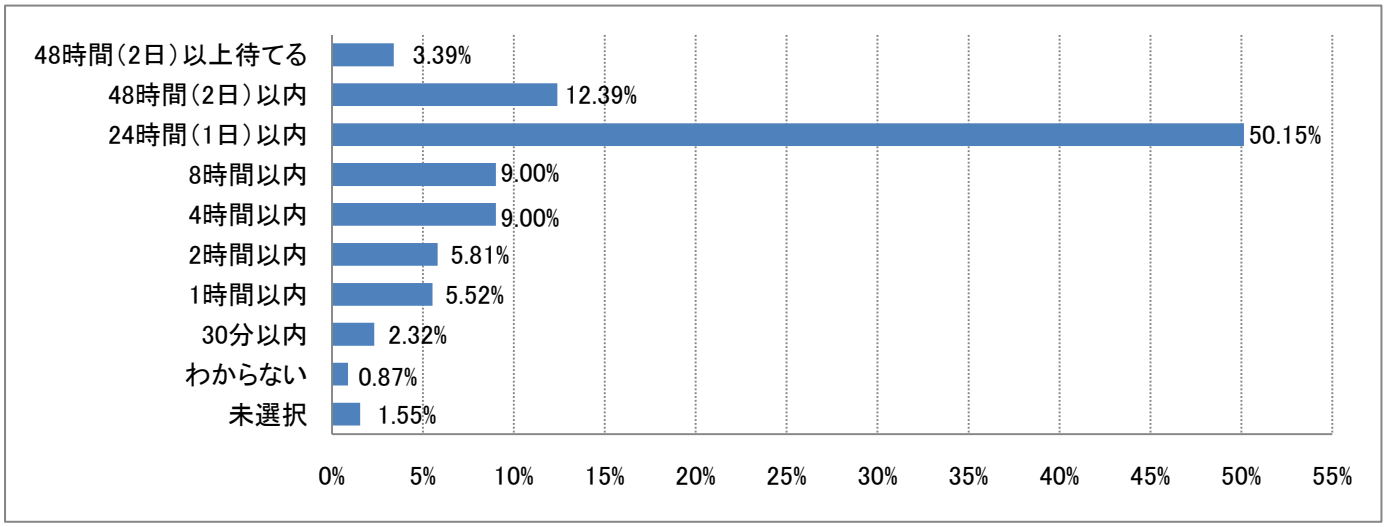
ビジネスメールの確認頻度は、1 日に 1 回以上を合計すると 98.36%です。ビジネスメールを毎日確認することは当たり前になったと考えられます。

Q13:移動中にビジネスメールを確認していますか



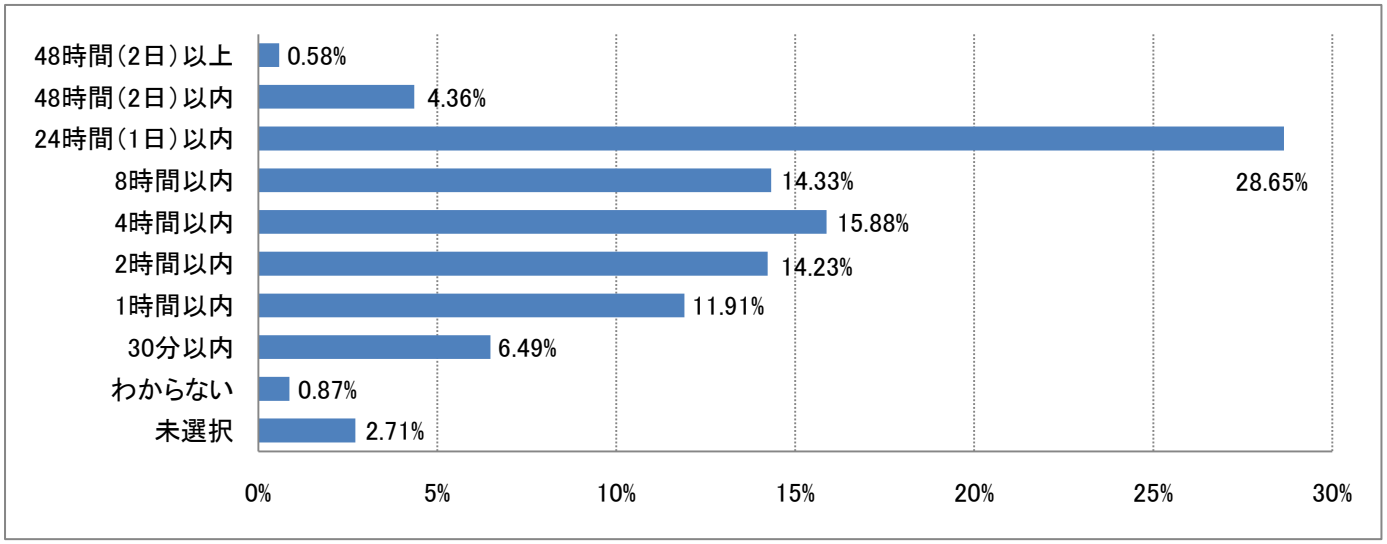
移動中のビジネスメールの確認については、「いつも確認している」(14.04%)と「ときどき確認している」(36.98%)の合計が 51.02%です。過半数の人が移動中にもビジネスメールを確認しているという結果になりました。

Q14:ビジネスメールの返信はいつまでに欲しいですか。急ぐ場合を除きます



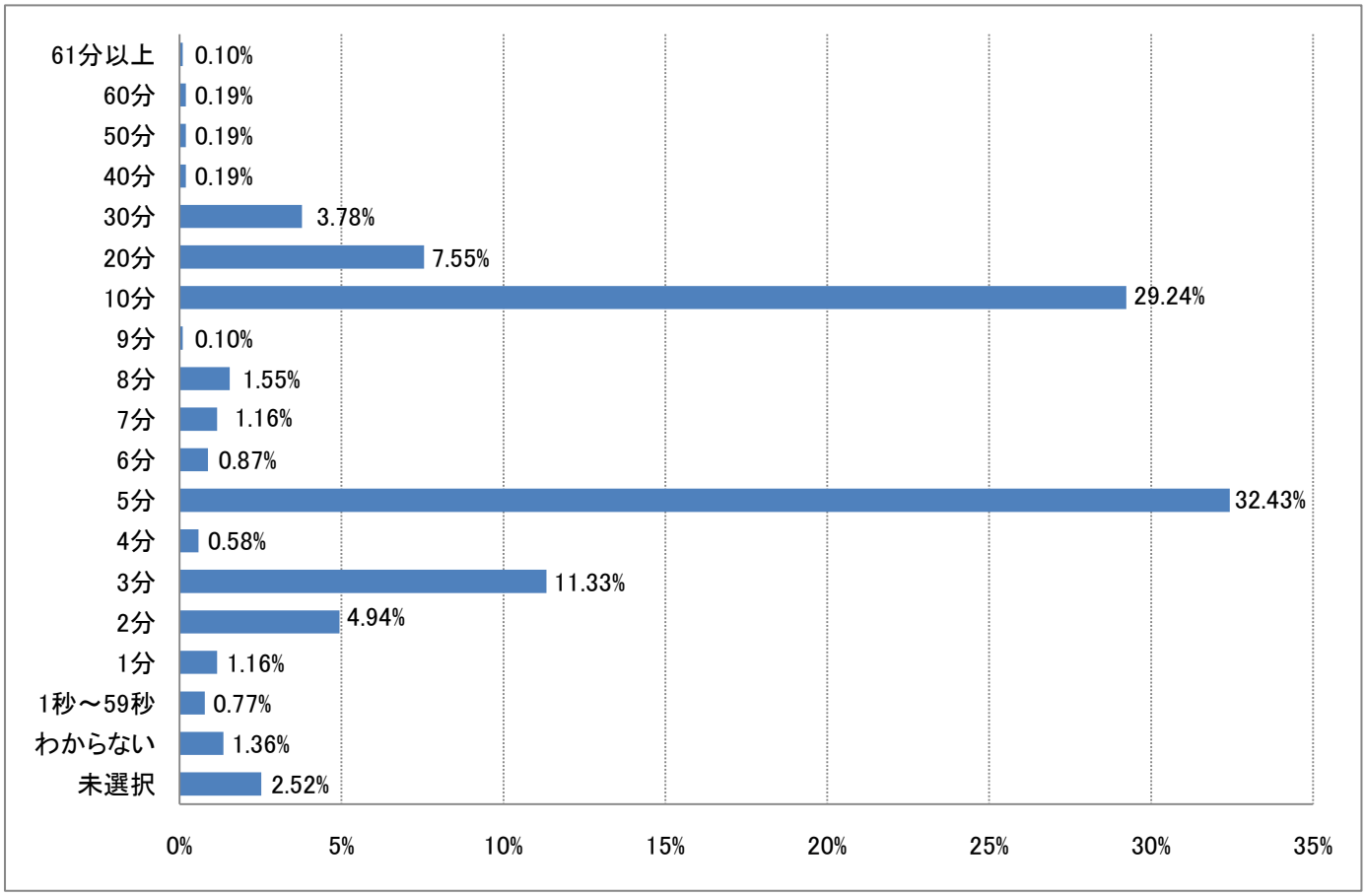
ビジネスメールの返信はいつまでに欲しいかの問いに対して「24 時間(1 日)以内」(50.15%)が圧倒的に多い一方で、「4 時間以内」(9.00%)、「8 時間以内」(9.00%)の結果も考慮すると、朝、昼、夕方の 3 回メールを確認して返事ができれば仕事が円滑に進むと考えられます。

Q15:ビジネスメールの返信までの時間を教えてください。平均でお答えください



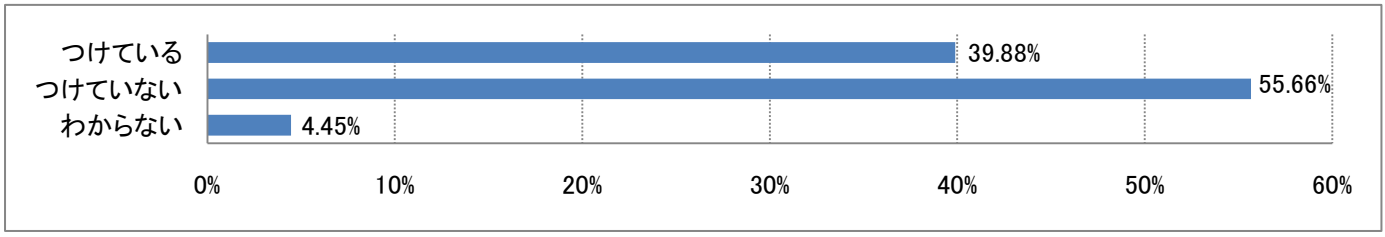
ビジネスメールの返事は「30 分以内」(6.49%)、「1 時間以内」(11.91%)、「2 時間以内」(14.23%)、「4 時時間以内」(15.88%)、「8 時間以内」(14.33%)、「24 時間(1 日)以内」(28.65%)を合計すると91.48%になります。この結果から見ても、頻繁にメールを確認して 24 時間以内に返事をすることが習慣化しているといえます。

Q16:ビジネスメールを 1 通書くのに平均でどのくらいの時間がかかりますか



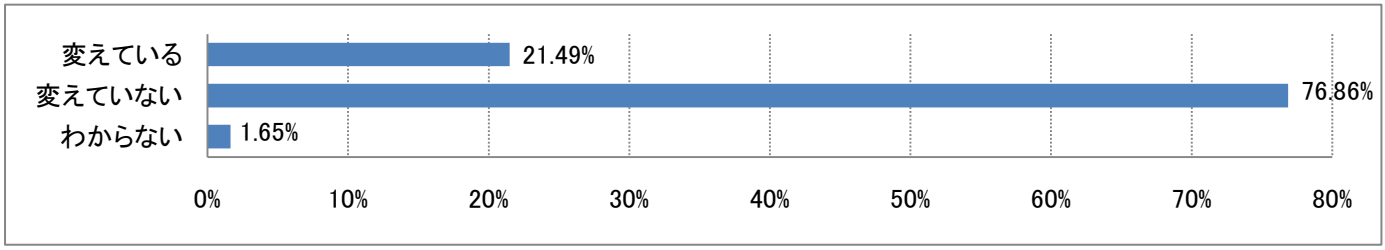
ビジネスメールを 1 通書く平均時間については、5 分以内の合計が 51.21%となり半数を超えています。しかし、1 通のメールに平均で「10 分」かかる人も 29.24%います。毎日 10 通書くとするならば 100 分で、業務効率は決して良いとはいえません。なかには、1 通 30 分以上かけている人が 4.45%います。

Q17:ビジネスメールの宛先(TO、CC)欄に“様”をつけていますか



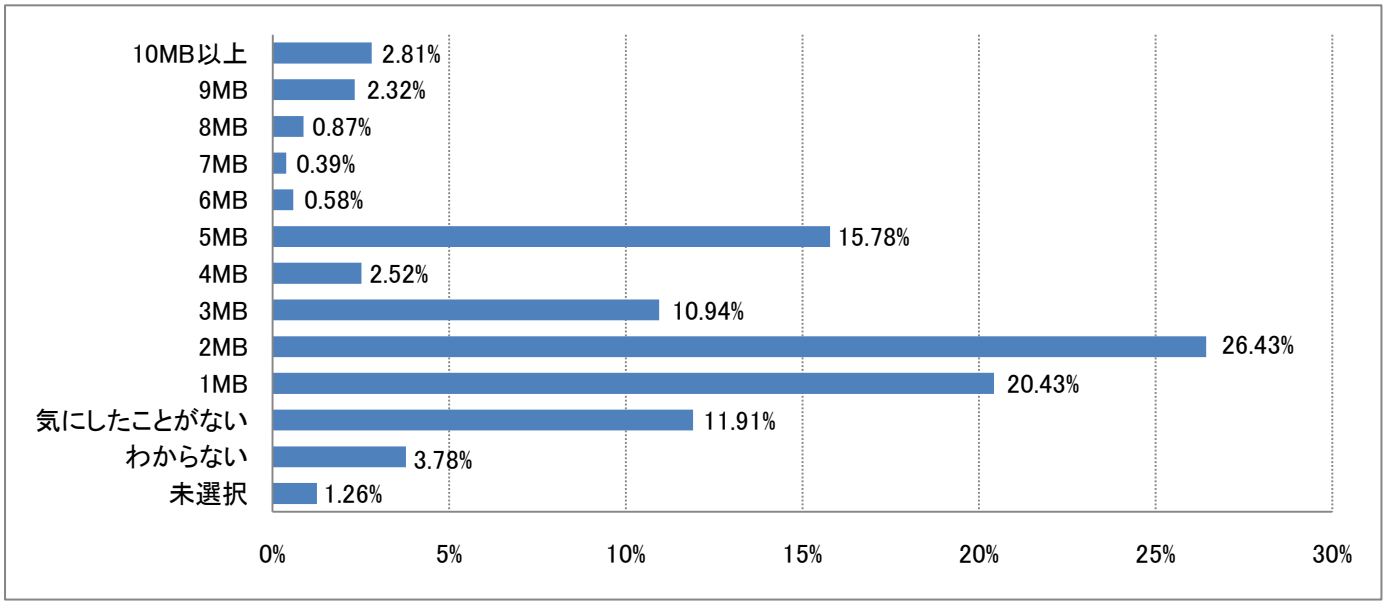
ビジネスメールの宛先(TO、CC)欄に“様”を「つけている」(39.88%)、「つけていない」(55.66%)という結果になりました。

Q18:ビジネスメールを返信するときに「Re:」を削除して件名を変えていますか



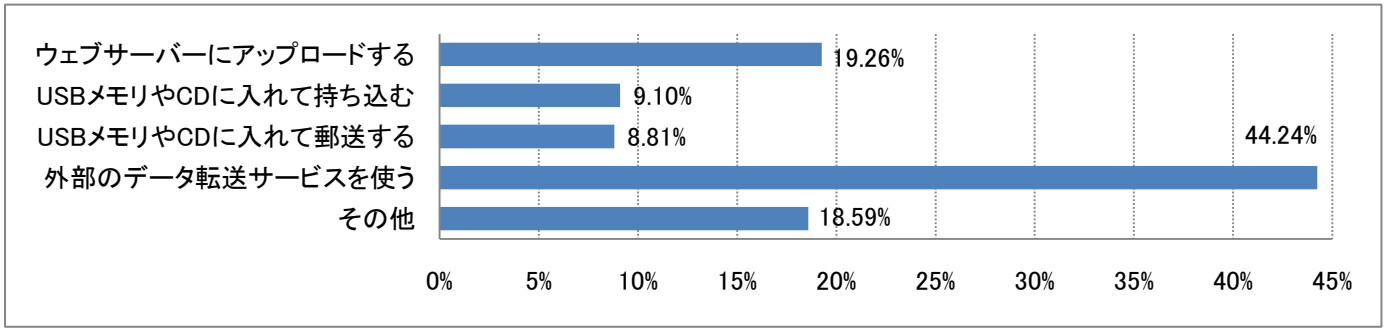
メールの返信時は件名を「変えている」(21.49%)、「変えていない」(76.86%)という結果になりました。相手から受け取ったメールに返信する際、自動的に件名につく「Re:」を残したままの人が多数といえます。

Q19:添付ファイルは何 MB までならビジネスメールで送りますか



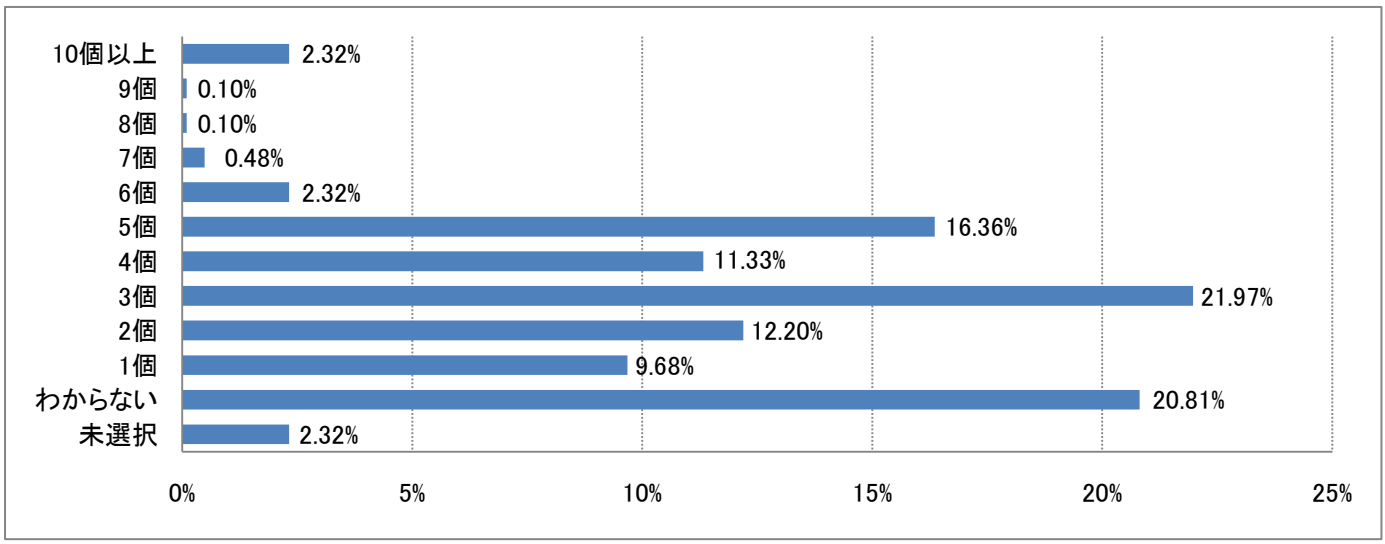
メールで送る添付ファイルの容量は「2MB」まで(26.43%)、「1MB」まで(20.43%)が過半数を占めています。6MB 以上を合計すると 6.97%となり受信者の企業が設定している上限を超えたメールが送られているケースもあるようです。

Q20:ビジネスメールに添付できない容量の大きいファイルはどのようにして送りますか



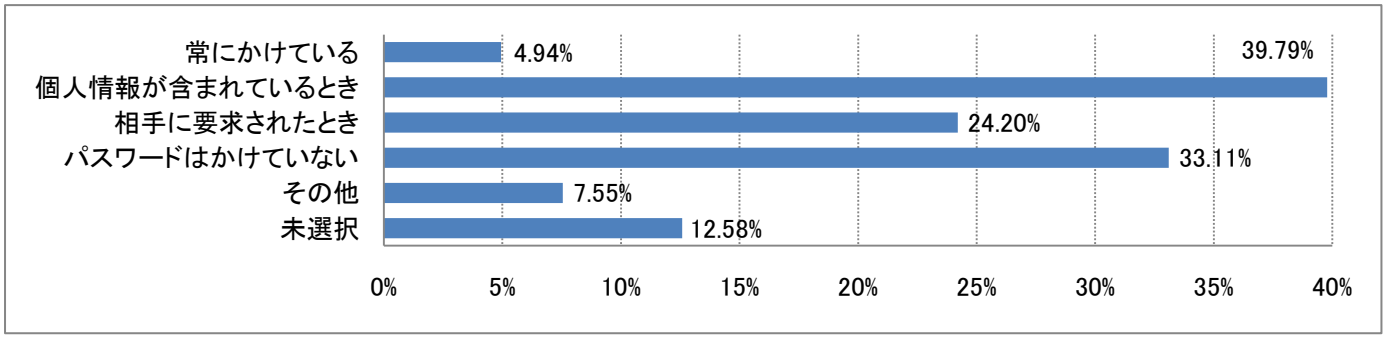
「外部のデータ転送サービスを使う」(44.24.%)が最も多く、一般的な手段といえます。セキュリティの観点から使用を禁止している企業もあり、「ウェブサーバーにアップロードする」(19.26%)のように自社で独自の解決方法を提供している場合もあります。

Q21:添付したいファイルが複数ある場合、何個から圧縮しますか



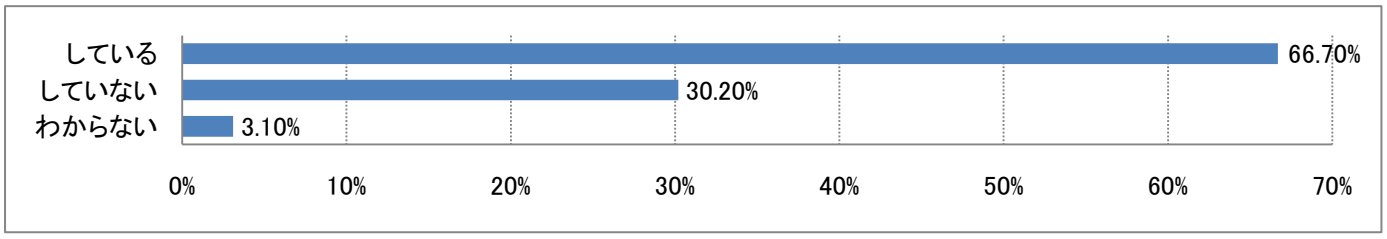
添付したいファイルがある場合に圧縮するファイルの数は「1 個」から(9.68%)、「2 個」から(12.20%)、「3 個」から(21.97%)という回答になりました。添付したいファイルが 3 個以上ある場合に圧縮する人が一番多いという結果になりました。

Q22：添付ファイルにパスワードをかけるのはどのような場合ですか（複数回答可）



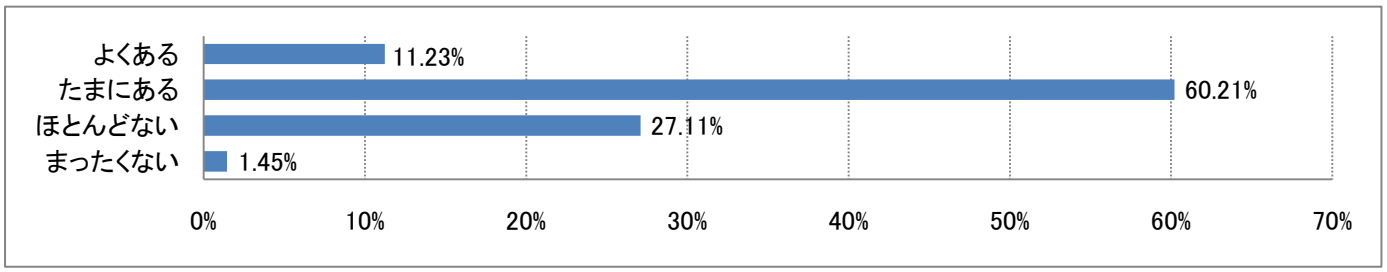
パスワードをかけるのは「個人情報が含まれているとき」(39.79%)という回答がある一方で、「パスワードはかけていない」(33.11%)という回答もあります。パスワードをかけていないと情報漏洩が起こる危険性があるため、啓蒙活動や社内教育をしっかりする必要があるでしょう。

Q23：単語登録をしていますか



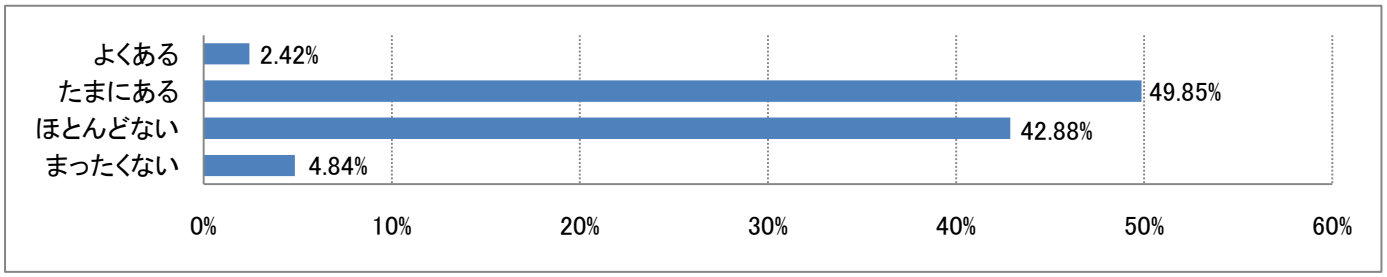
単語登録を「していない」(30.20%)人は、メールを送る度に自社名、氏名、製品名などを手入力しており無駄な工数がかかっていると考えられます。ここに企業の生産性を向上させるひとつの切り口があります。

Q24：自分のビジネスメールに不安を抱くことはありますか



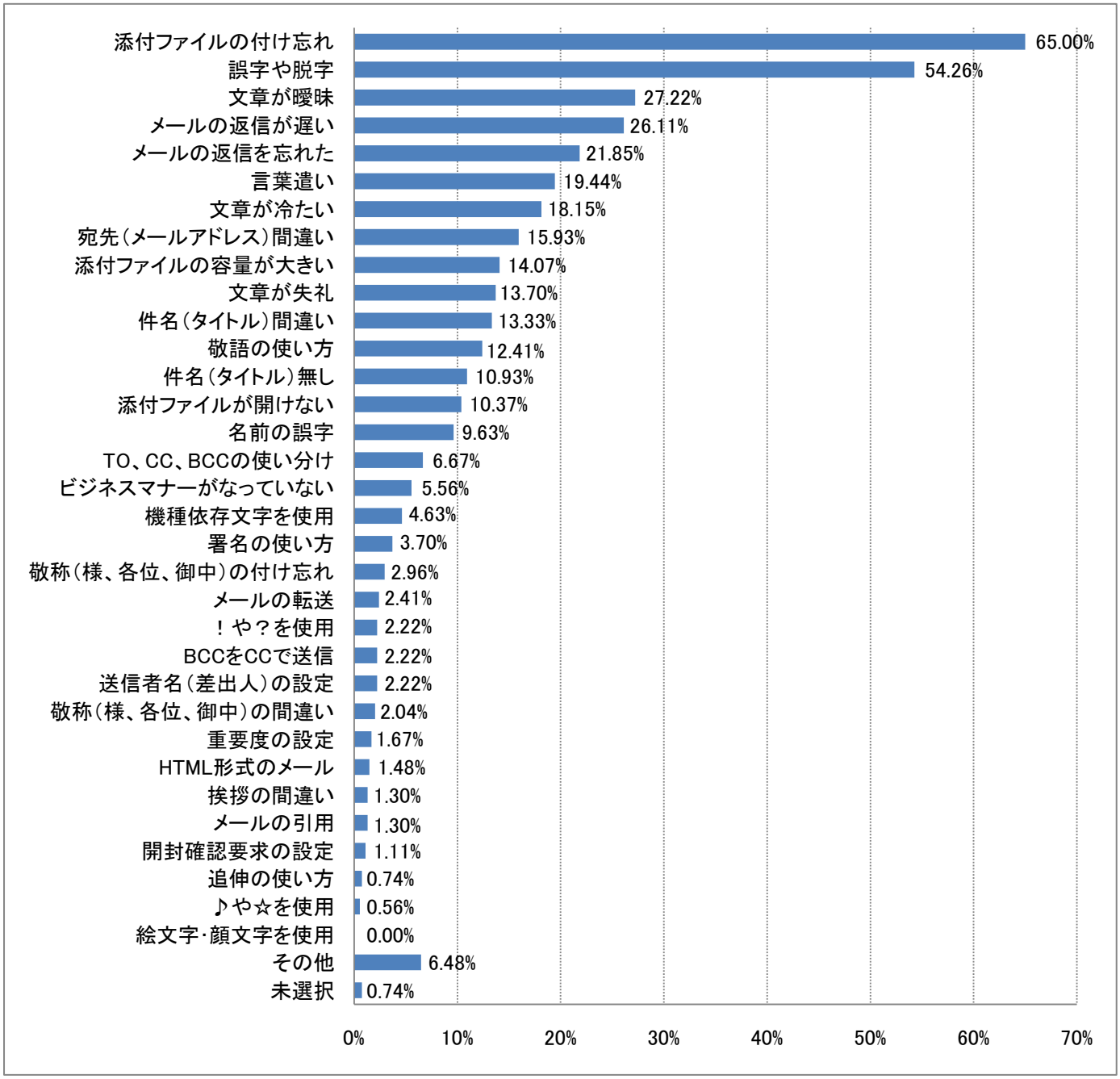
自分のビジネスメールに不安を抱いた経験については、「よくある」(11.23%)と「たまにある」(60.21%)の合計が 71.44%で、7 割以上の人が自分のメールに対して何らかの不安を抱いていることがわかりました。メールについては明確なルールや基準がなく、教育指導もおこなわれていないことから、自己流メールや社風特有のメールに不安を持っている可能性があります。

Q25：過去一年間で、ビジネスメールの失敗はありますか



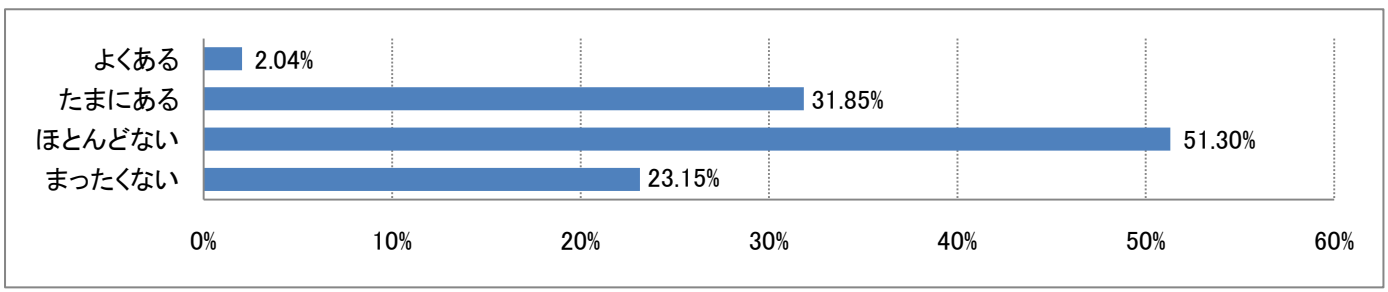
実際にメールで失敗した経験があるかを聞いてみると、「よくある」(2.42%)と「たまにある」(49.85%)の合計が 52.27%で、過半数以上の人が実際に失敗を経験しています。Q24 の何らかの不安を抱いている 71.44%と比べると少ないですが、ビジネスメールの失敗が「ほとんどない」(42.88%)、「まったくない」(4.84%)という人たちの中には、自分の失敗や間違いに気付いていない人も含まれている可能性があります。自分は正しいと思っているメールで知らぬ間にトラブルを生み出しているかもしれません。

Q26：Q25 で「よくある」「たまにある」と答えた方へ、その失敗はどのようなものですか（複数回答可）



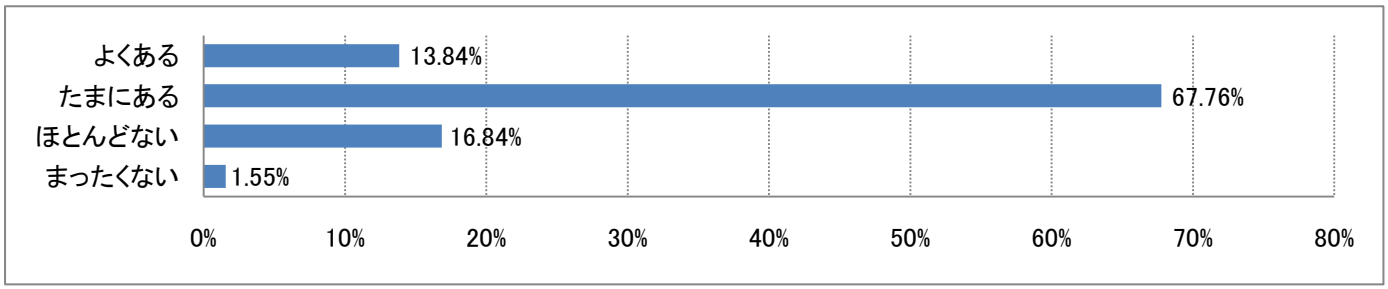
具体的な失敗内容は、「添付ファイルの付け忘れ」(65.00%)、「誤字や脱字」(54.26%)、「文章が曖昧」(27.22%)の 3 項目が上位を占めています。機能的なものや誰の目にも明らかな失敗が上位を占める傾向にあります。

Q27：Q25 で「よくある」「たまにある」と答えた方へ、その失敗を指摘されたことはありますか



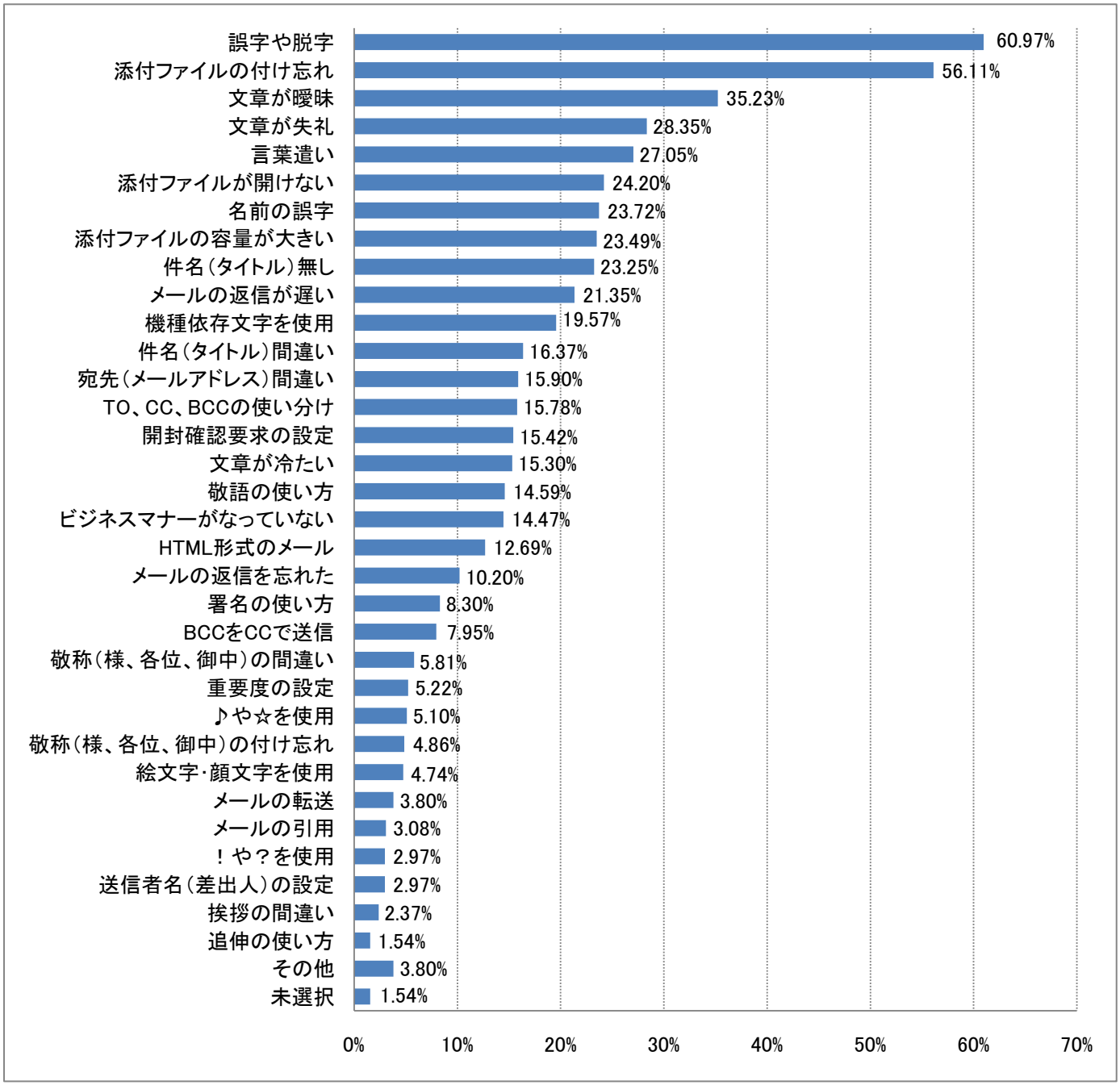
失敗を指摘された経験については「ほとんどない」(51.30%)と「まったくない」(23.15%)の合計が 74.45%で、7 割以上の人がほとんど指摘をされていません。1 対 1 の閉じられた空間で利用するため失敗を指摘しにくく発覚もしにくいという傾向があります。

Q28：過去一年間で、受け取ったメールの中に失敗を見つけたことはありますか



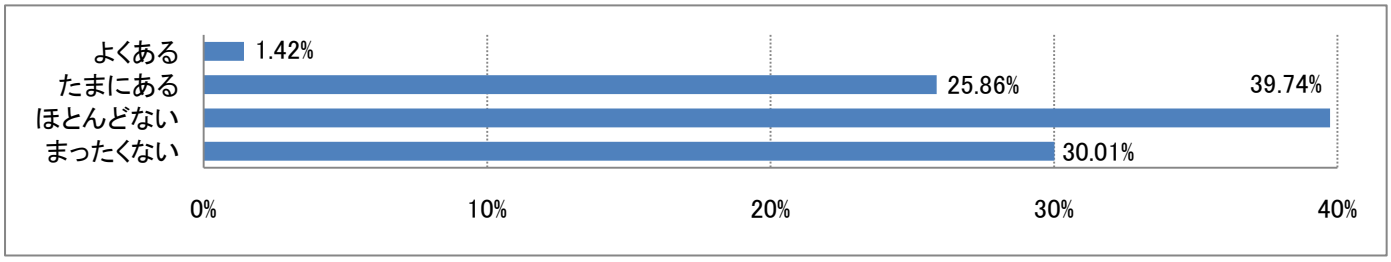
受け取ったメールの中に失敗を見つけた経験では、「よくある」(13.84%)と「たまにある」(67.76%)の合計が 81.60%で、8 割以上の人が受け取ったメールの失敗に気づいています。

Q29：Q28 で「よくある」「たまにある」と答えた方へ、相手の失敗はどのようなものでしたか（複数回答可）



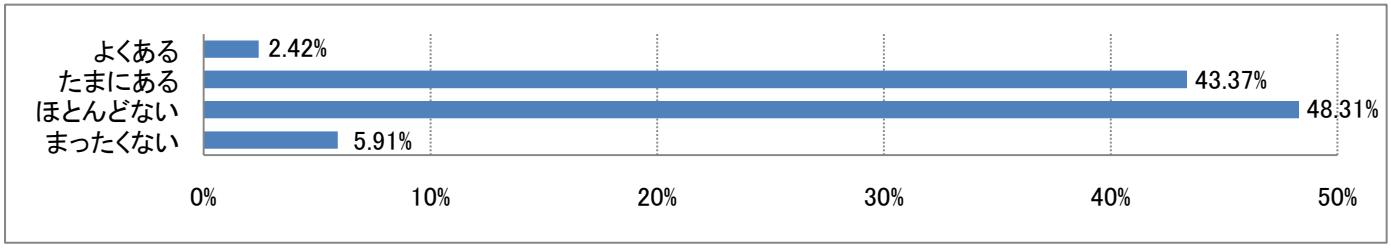
受け取ったメールの中に見つけた具体的な失敗内容は、「誤字や脱字」(60.97%)、「添付ファイルの付け忘れ」(56.11%)、「文章が曖昧」(35.23%)の 3 項目が上位を占めています。この 3 項目は Q26 の自覚している失敗内容とほぼ一致しており、送信者と受信者は同様の失敗を認識しているといえます。

Q30:Q28 で「よくある」「たまにある」と答えた方へ、相手の失敗を指摘したことはありますか



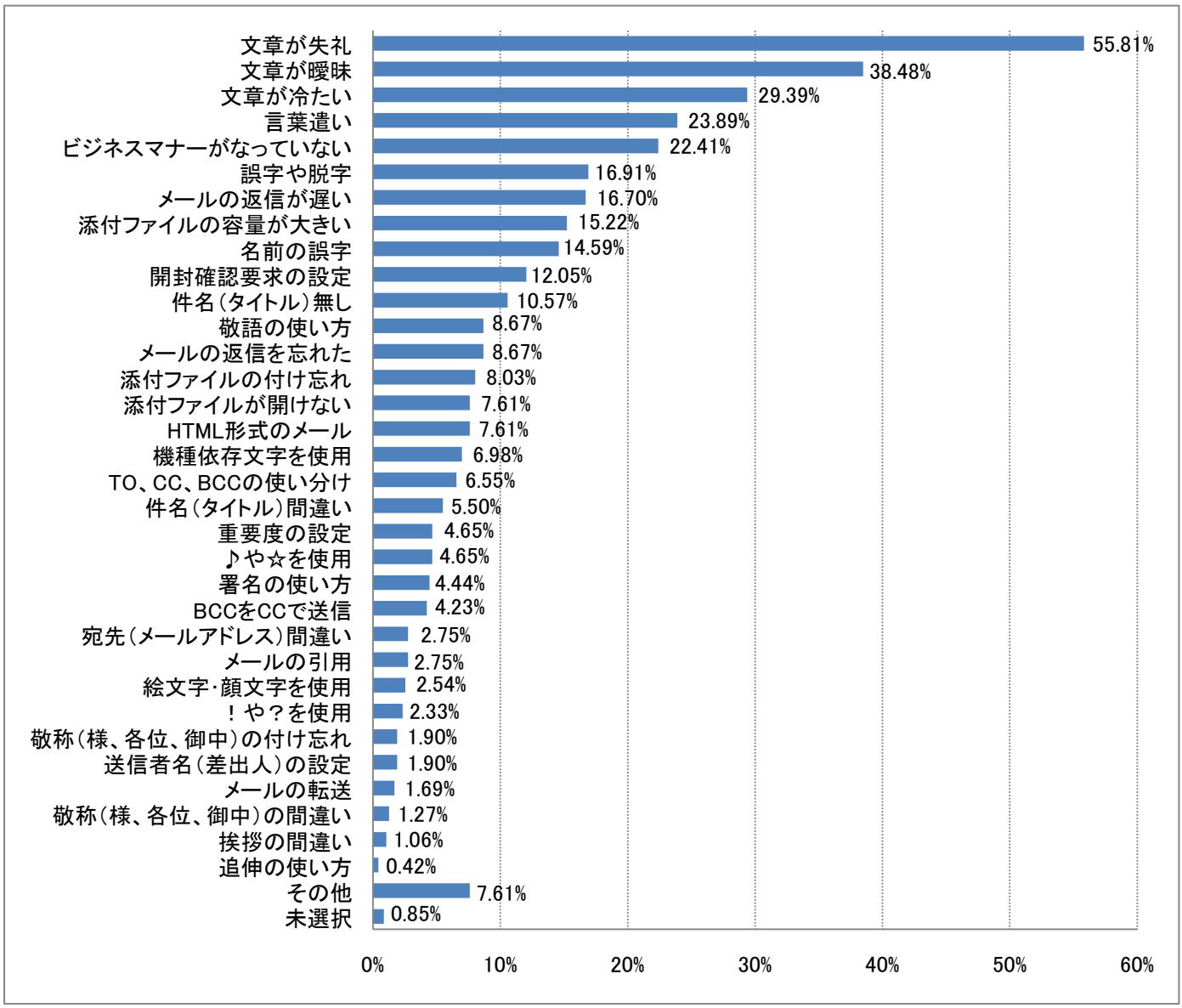
相手のメールの中に見つけた失敗を指摘した経験については「ほとんどない」(39.74%)と「まったくない」(30.01%)の合計が 69.75%で、7 割近い人が指摘をしていません。お互いが認識している失敗のため、指摘をするまでもないとの考えもあるでしょうし、指摘をすることで角を立てたくないという心理もあるようです。

Q31:過去一年間で、メールを受け取って不快に感じたことはありますか



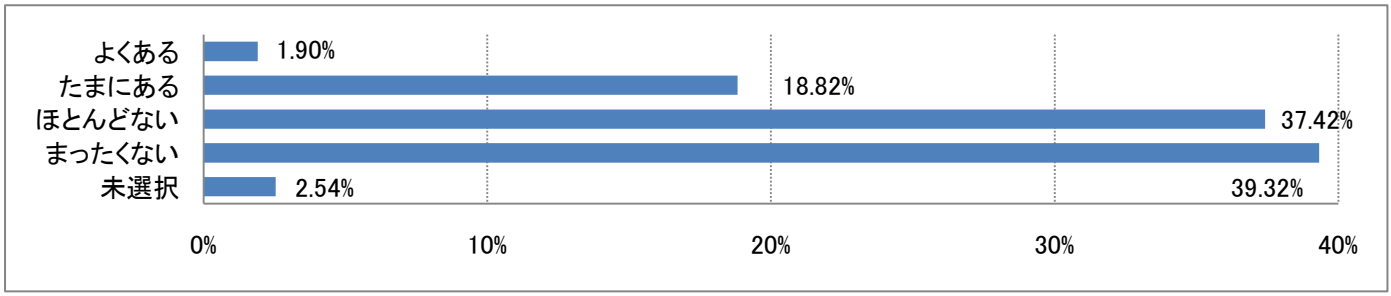
失敗ではなく「不快感」という感情に焦点を当てて同様の質問をしてみました。相手からメールを受け取って不快に感じた経験については、「よくある」(2.42%)と「たまにある」(43.37%)の合計が 45.79%で、過半数近い人が何らかの不快を感じた経験があることがわかりました。失敗を見つけた経験と比べると、相手からメールを受け取って不快に感じる人数は少ないようです。

Q32：Q31 で「よくある」「たまにある」と答えた方へ、その不快はどのようなものですか（複数回答可）



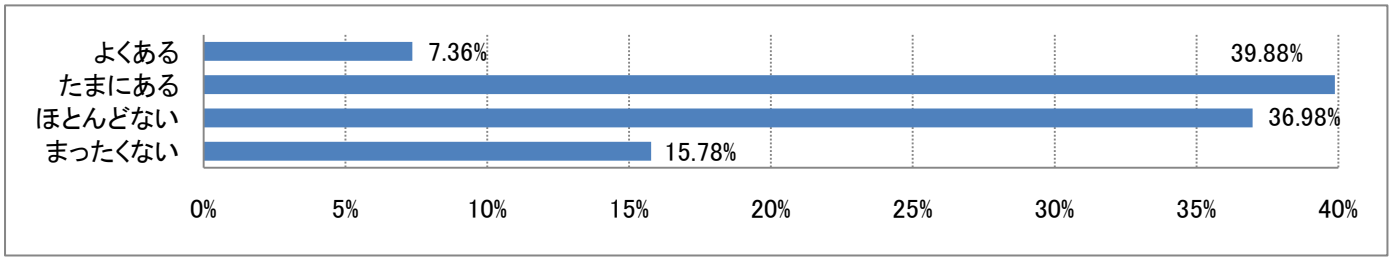
受け取ったメールで感じた具体的な不快内容は、「文章が失礼」（55.81%）、「文章が曖昧」（38.48%）、「文章が冷たい」（29.39%）の３項目が上位を占めています。受け取ったメールの中に見つけた失敗内容と比べると、並び順が大きく異なります。失敗が直ちに不快感につながるのではなく、文章や仕事ぶり、マナーなどに関わる項目が不快感を誘発することがわかります。

Q33：Q31 で「よくある」「たまにある」と答えた方へ、その不快を指摘したことはありますか



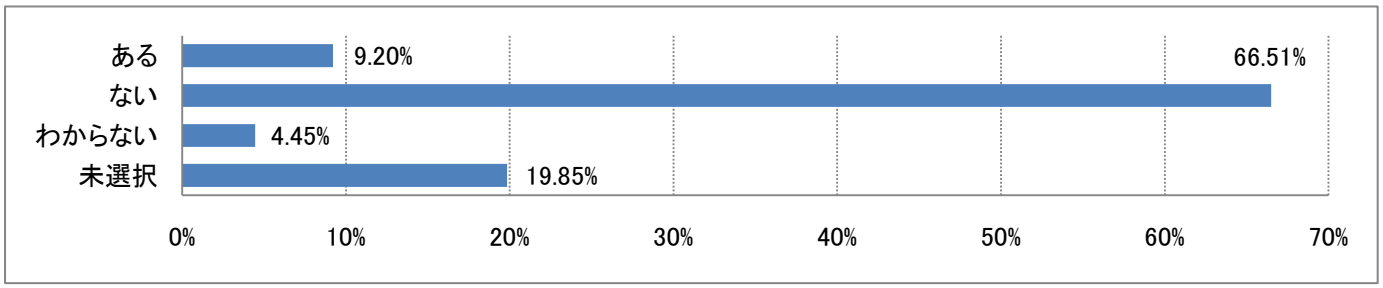
不快を感じたことを指摘した経験については、「ほとんどない」（39.32%）と「まったくない」（37.42%）の合計が 76.74%で、8 割近い人がほとんど指摘をしていません。不快の内容や感じる度合いは人によって違うため、明らかな失敗（添付ファイルの付け忘れ）などと異なり不快感は指摘しにくいと考えられます。このような小さなボタンの掛け違いを防ぐためには、相手が不快に感じるポイントを把握した上でメールを送るべきです。

Q34:Q.上司のメールが間違っていると感じることはありますか



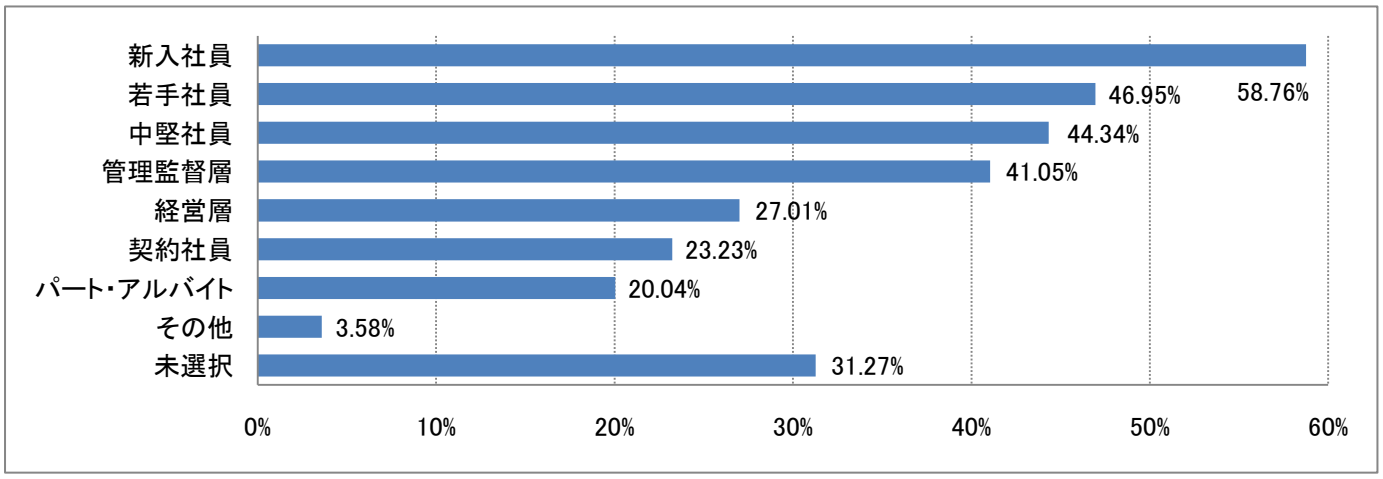
上司のメールが間違っていると感じる人は「よくある」(7.36%)と「たまにある」(39.88%)の合計が 47.24%で、過半数近い人が上司のメールが間違っていると感じています。

Q35:あなたの会社にビジネスメールの社員研修はありますか



ビジネスメールの研修が「ある」(9.20%)は 1 割にも満たず、メールは仕事上の主要コミュニケーションツールであるにも関わらず 9 割以上の人が学んでいません。これではメールによるコミュニケーションの失敗やトラブルが起きて当然といえる結果です。

Q36:ビジネスメールの社員研修は誰が受講すべきだと思いますか(複数回答可)



ビジネスメールの研修を受けるべき対象は「新入社員」「若手社員」だけでなく「中堅社員」「管理監督層」まで幅広いといえます。自分のメールは大丈夫だと思っているかもしれませんが、相手は必要だと感じているケースが多そうです。

ビジネスメール実態調査の概要

■調査目的 ： 仕事におけるメールの利用状況と実態を把握すること
■実施時期 ： 平成 23 年 6 月 1 日から平成 23 年 6 月 30 日
■調査手法 ： パソコンサイト上のアンケートフォームによる選択回答式
■有効回答数 ： 1033
■調査対象 ： 仕事でメールを利用しているすべての人

性別	人数	%
男性	744	72.02%
女性	286	27.69%
未選択	3	0.29%
合計	1,033	100.00%

年齢	人数	%
20～24 歳	11	1.06%
25～29 歳	65	6.29%
30～34 歳	115	11.13%
35～39 歳	205	19.85%
40～44 歳	216	20.91%
45～49 歳	196	18.97%
50～54 歳	115	11.13%
55～59 歳	50	4.84%
60～64 歳	34	3.29%
65～69 歳	8	0.77%
70 歳以上	7	0.68%
未選択	11	1.06%
合計	1,033	100.00%

所属する企業団体の規模	人数	%
1000 名以上	204	19.75%
501 名～1000 名	80	7.74%
201 名～500 名	71	6.87%
51 名～200 名	136	13.17%
20 名～50 名	74	7.16%
6～19 名	101	9.78%
1～5 名	155	15.00%
未選択	212	20.52%
合計	1,033	100.00%

業種	人数	%
製造業	172	16.65%
IT 関係	146	14.13%
サービス業	140	13.55%
商社・卸売業	48	4.65%
教育	38	3.68%
出版・マスコミ	28	2.71%
小売業	27	2.61%
自営業	26	2.52%
建設業	23	2.23%
金融業	21	2.03%
団体・組合	20	1.94%
医療機関	19	1.84%
不動産業	13	1.26%
運輸	12	1.16%
通信	10	0.97%
食品・飲料	8	0.77%
農林・水産業	4	0.39%
その他	64	6.20%
未選択	214	20.72%
合計	1,033	100.00%

有限会社アイ・コミュニケーション
［代表者］平野友朗 ［設立］2004 年 12 月 10 日 ［業務内容］メール教育事業 ［会社 URL］ http:// sc-p.jp/
［所在地］〒101-0061 東京都千代田区三崎町 3-10-2 みさき BLD 7 階
本件に関するお問い合わせ先
広報担当：直井（なおい） ［TEL］03-3263-4900 ［FAX］03-3263-4903 ［E-mail］ pr@sc-p.jp