

2024年4月18日 報道関係者各位

Gartner Digital Markets / Capterra(キャプテラ)

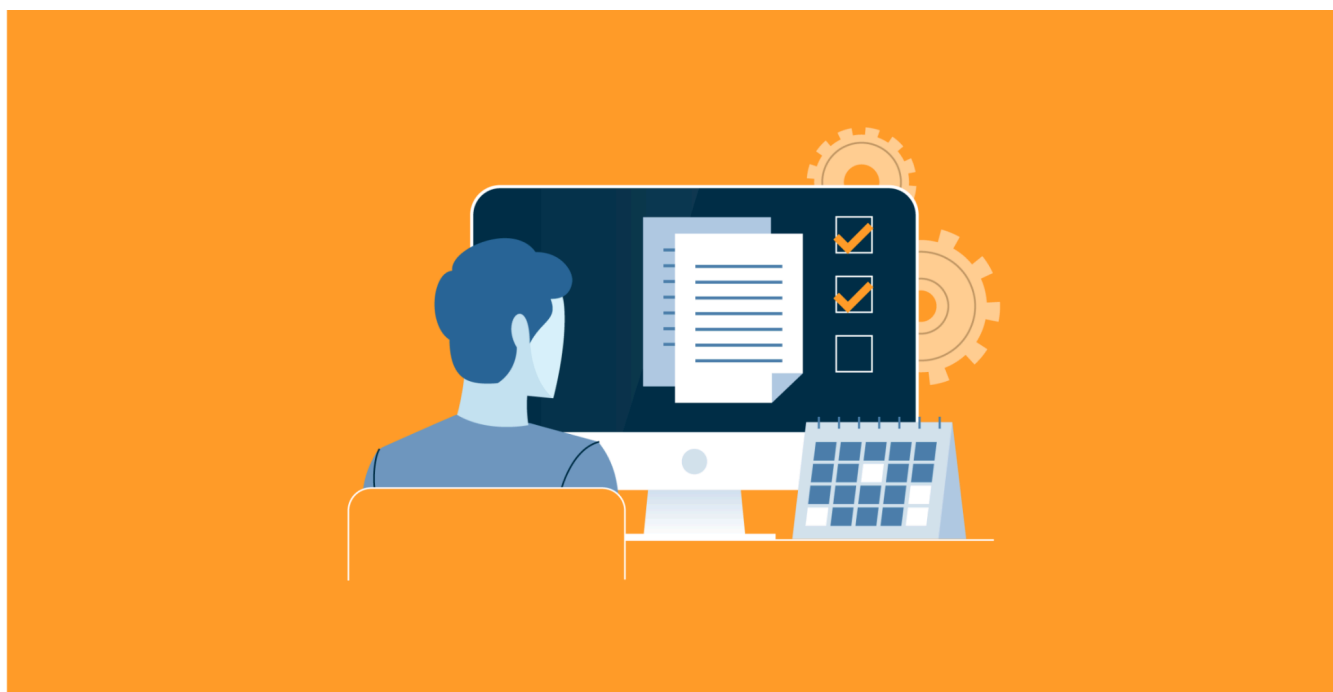
調査記事本文:

<https://www.capterra.jp/blog/4609/meetings-in-telework-era>

以下は、調査結果の主なポイントをまとめたものです。貴メディアへの掲載にお使いいただけます。そのままお使いいただいても、データポイントとして編集してお使いいただいても結構です。ご利用の際はご一報くださいますようお願いいたします。

【テレワーク時代の会議のあり方調査①】 日本の従業員2割が「会議が多すぎる」: 世界13カ国中、第3位

SaaSレビュープラットフォームキャプテラはこの度、13カ国の6,490名(日本からは498名)に意識調査を行い、リモート時代の会議に関する現状と課題を国際比較を交えてまとめました。



本記事は、キャプテラサイトに掲載されている「[テレワーク時代の会議のあり方 –世界と日本の現状分析](#)」の一部を抜粋したものです。詳しくはそちらをご覧ください。

テレワークやハイブリッド(テレワークとオフィス勤務混合)の勤務スタイルを取り入れる企業が世界的に多い中、会議の実施方法が重要な課題の1つとなっています。打ち合わせや会議が効果的に行われているのかを明らかにする目的で、13カ国の6,490名(日本からは498名)のリモートワーカーまたはハイブリッドワーカーを対象に調査を実施し、リモート時代の会議に関する現状と課題を国際比較を交えてまとめました。

調査内容の詳細は本記事文末をご覧ください。

2024年4月18日 報道関係者各位

Gartner Digital Markets / Capterra(キャプテラ)

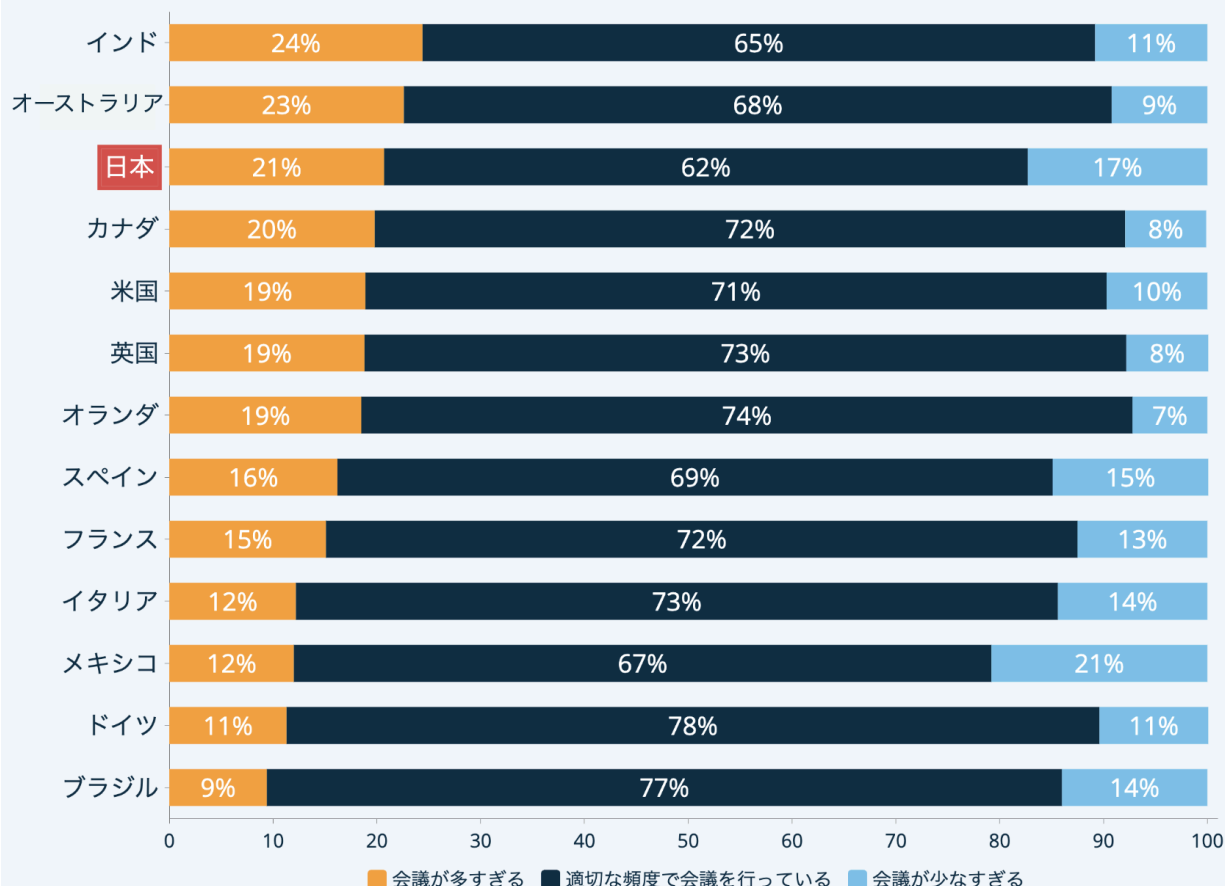
本記事のポイント:

1. 日本の従業員2割が「会議が多すぎる」と感じる：世界13カ国中、第3位
2. オンライン会議中に集中力を低下させる最大の要因は「会議の長さ」
3. 上司との会議を対面で行っている人が57%

1、日本の従業員2割が「会議が多すぎる」と感じる：世界13カ国中、第3位

1週間のうちに仕事で行われる会議の頻度をどのように感じるかと尋ねたところ、「適切である」と回答した人の割合はどの国でも大半を占めていますが、「多すぎる」と答えた人も一定数存在しています。日本の場合は、13カ国中、会議が多すぎると感じる人の割合で第3位になっています。

【国別】 社員が感じる会議の開催頻度



出所: キャプテラ2024「コラボレーションと生産性に関するアンケート調査」

Q: 「あなたが毎週行う仕事上の会議の頻度を最もよく表しているのは、次のうちどれですか?」

印 n: 500	豪 n: 500	日 n: 498
加 n: 499	米 n: 503	英 n: 496
蘭 n: 498	西 n: 501	仏 n: 497
伊 n: 500	墨 n: 500	独 n: 497
伯 n: 501		

2024年4月18日 報道関係者各位

Gartner Digital Markets / Capterra(キャプテラ)

Q.「あなたが毎週行う仕事上の会議の頻度を最もよく表しているのは、次のうちどれですか？」

インド

会議が多すぎる(24%)、適切な頻度で会議を行っている(65%)、会議が少なすぎる(11%)

オーストラリア

会議が多すぎる(23%)、適切な頻度で会議を行っている(68%)、会議が少なすぎる(9%)

日本

会議が多すぎる(21%)、適切な頻度で会議を行っている(62%)、会議が少なすぎる(17%)

カナダ

会議が多すぎる(20%)、適切な頻度で会議を行っている(72%)、会議が少なすぎる(8%)

米国

会議が多すぎる(19%)、適切な頻度で会議を行っている(71%)、会議が少なすぎる(10%)

英国

会議が多すぎる(19%)、適切な頻度で会議を行っている(73%)、会議が少なすぎる(8%)

オランダ

会議が多すぎる(19%)、適切な頻度で会議を行っている(74%)、会議が少なすぎる(7%)

スペイン

会議が多すぎる(16%)、適切な頻度で会議を行っている(69%)、会議が少なすぎる(15%)

フランス

会議が多すぎる(15%)、適切な頻度で会議を行っている(72%)、会議が少なすぎる(13%)

イタリア

会議が多すぎる(12%)、適切な頻度で会議を行っている(73%)、会議が少なすぎる(14%)

メキシコ

会議が多すぎる(12%)、適切な頻度で会議を行っている(67%)、会議が少なすぎる(21%)

ドイツ

会議が多すぎる(11%)、適切な頻度で会議を行っている(78%)、会議が少なすぎる(11%)

ブラジル

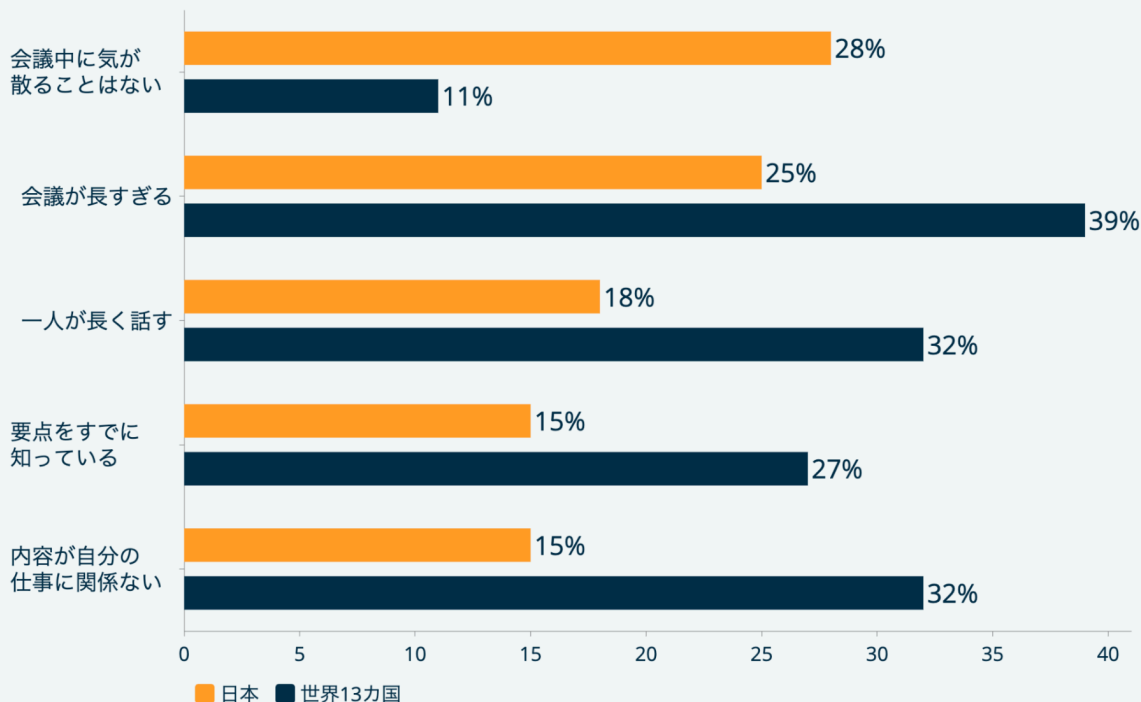
会議が多すぎる(9%)、適切な頻度で会議を行っている(77%)、会議が少なすぎる(14%)

2、オンライン会議中に集中力を低下させる最大の要因は「会議の長さ」

会議の効率性や参加者の集中力を保つためには、ミーティングの長さや内容の密度、参加者数など、様々な要素を考慮する必要があります。

オンラインミーティング中に集中力を低下させる要因を日本と世界13カ国に分けて質問しました。

オンライン会議中に集中力を低下させる要因 【日本と世界比較】



出所: キャプテラ2024「コラボレーションと生産性に関するアンケート調査」
Q: 「会議中に他のことに気を取られる要因には何がありますか? 該当するものをすべて選択してください」
日本 n: 498 世界13カ国 n: 6,490
注) 複数回答のため、合計は100%にならない
日本で回答数の多かった上位5項目のみを抜粋して掲載



Q.「会議中に他のことに気を取られる要因には何がありますか？」

注) 複数回答のため、合計は100%にならない
日本で回答数の多かった上位5項目のみを抜粋して掲載

「会議中に気が散ることはない」
日本(28%)、世界13カ国(11%)

「会議が長すぎる」
日本(25%)、世界13カ国(39%)

「一人が長く話す」
日本(18%)、世界13カ国(32%)

「要点をすでに知っている」
日本(15%)、世界13カ国(27%)

「内容が自分の仕事に関係ない」

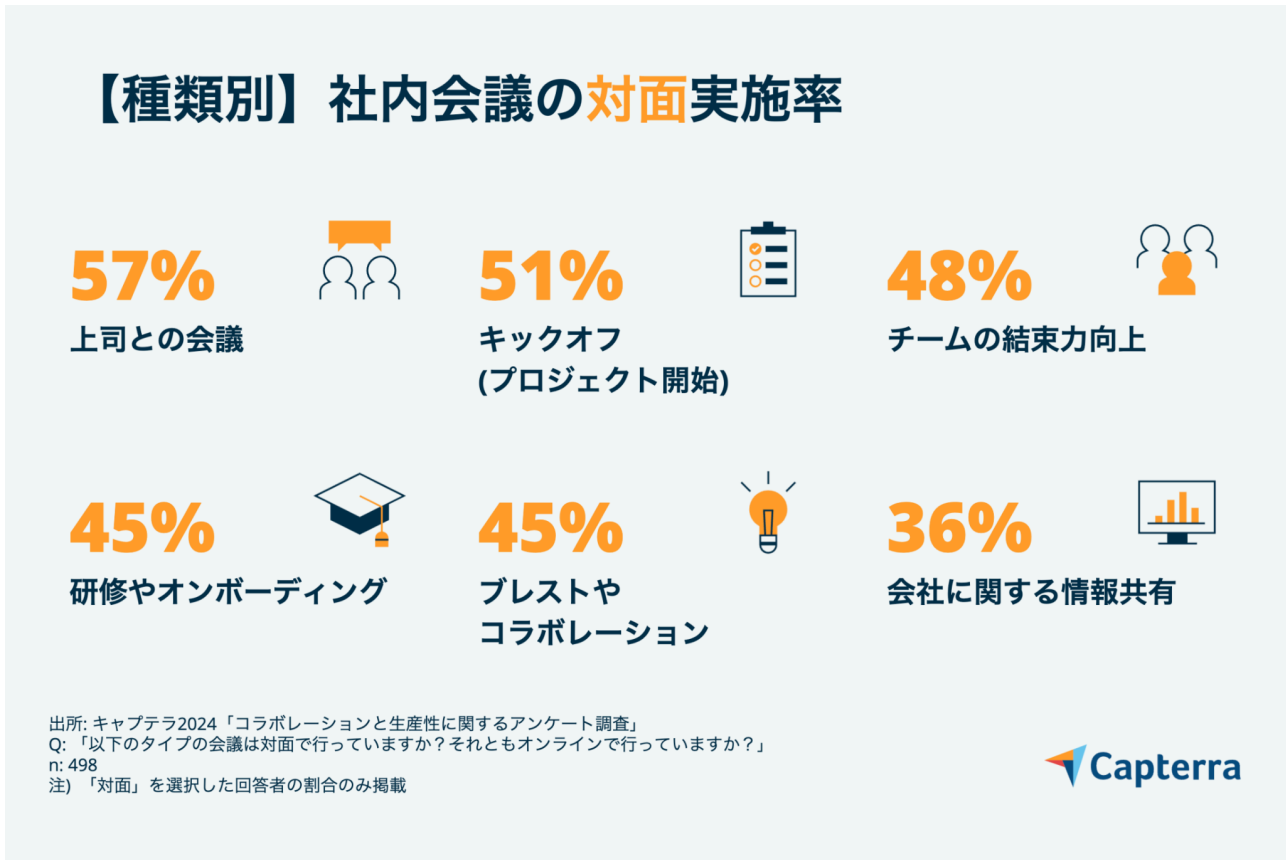
2024年4月18日 報道関係者各位

Gartner Digital Markets / Capterra(キャプテラ)

日本(15%)、世界13カ国(32%)

3、上司との会議を対面で行っている人が57%

ここからは日本に焦点を当て、どのような会議が対面で行われているのか質問しました。



Q.「以下のタイプの会議は対面で行っていますか？それともオンラインで行っていますか？」

注)「対面」を選択した回答者の割合のみ掲載

- 上司との会議(57%)
- キックオフ(プロジェクト開始)(51%)
- チームの結束力向上(48%)
- 研修やオンボーディング(45%)
- プレストやコラボレーション(45%)
- 会社に関する情報共有(36%)

リモートワークが広く普及しても、対面での打ち合わせや会議は信頼や関係性を築く上で重要な役割を果たしています。効率性を重視してオンラインで行うべき会議と、実際に会って行うべき会議をうまく組み合わせることが重要だと言えます。

まとめ

2024年4月18日 報道関係者各位

Gartner Digital Markets / Capterra(キャプテラ)

今回の調査では、リモートワーク時代に適切な会議形式を明らかにするため、日本と世界13カ国で意識調査を行いました。日本では62%の人が「会議の頻度は適切」と答えるなど肯定的な意見が見受けられた中、集中力低下の1番大きな要因は「会議の長さ」など、改善策を立てるべき項目も明らかとなりました。

日々の業務の中で、準備も含め意外と多くの時間がミーティングに割かれていることもあります。会議参加者のフィードバックをもらうことが、より生産的な会議を行うための第一歩と言えるでしょう。

◆2024年コラボレーションと生産性に関するアンケート調査①

テレワーク時代の会議のあり方—世界と日本の現状分析:

<https://www.capterra.jp/blog/4609/meetings-in-telework-era>

キャプテラの「2024年コラボレーションと生産性に関するアンケート調査」は、2024年1月に回答者6490名（米国n=503、英国n=496、カナダn=499、オランダn=499、ブラジルn=501、インドn=500、フランスn=497、スペインn=401、ドイツn=497、イタリアn=500、メキシコn=500、オーストラリアn=500、日本n=498）に対してオンラインで実施されました。本調査の目的は、国境を超えたチームがリモートで共同作業を行う際に直面する課題を分析することです。対象者は、各国の企業で正規・非正規問わず雇用されていることを条件に抽出しました。

Capterra(キャプテラ)について

SaaS / ソフトウェア製品の無料比較プラットフォームのCapterra(キャプテラ)は、1999年の創業以来、多くの中小企業をサポートしてきました。SaaS製品の検索や比較、そして検証済みユーザーレビューを閲覧して最適な製品選びにご活用ください。

詳しくは、[当社ウェブサイト](#)、または[Twitter](#)、[LinkedIn](#)、[Facebook](#)、[YouTube](#)のページをご覧ください。

【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

塩入 琴恵

MAIL: kotoe.shioiri@gartner.com

キャプテラマーケティング・広報担当