

コロナ禍におけるオンラインコミュニケーションツールの 利用状況と利用者の受け止め

Status for Usage of Online Communication Tools in the COVID-19 Pandemic and
How Users Feel Towards Them

濱野 和佳 (Waka Hamano)*¹ 後藤 学 (Manabu Goto)*¹

要約 コロナ禍がきっかけとなり、テレワークが一気に普及した。テレワークの最大のデメリットは「上司・同僚や顧客とのコミュニケーションの取りにくさ」であった。テレワークでコミュニケーションを取るにはオンラインコミュニケーションツールの使用が欠かせない。そこで本研究では、オンラインコミュニケーションツールの利用状況、メリット・デメリット、満足度などに関する調査を収集・整理した。主な結果は以下3点であった。(1) コロナ流行後、Web会議を導入する企業、利用する人が急激に増加した。(2) オンラインコミュニケーションツール利用の最大のメリットは「時間と距離の削減」、最大のデメリットは「コミュニケーションの取りづらさ」であった。(3) オンラインコミュニケーションツールの利用頻度が多くなっても、非対面のコミュニケーションに十分に慣れることはなく、その満足度は「ある程度まで満足している」人が最も多かった。オンラインコミュニケーションの満足度が上がるためにはどのような工夫をすればよいか検討した。

キーワード オンラインコミュニケーションツール, Web会議, ビジネスチャット, 対面コミュニケーション, 非対面コミュニケーション

Abstract Teleworking has spread quickly, triggered by the COVID-19 pandemic with its accompanying restrictions on meeting and traveling. The biggest demerit of teleworking has been the difficulty of communication with co-workers. Use of online communication tools is indispensable dealing with this problem. We collected and organized surveys on usage status, merits, demerits, and satisfaction with online communication tools. The following three points were identified. (1) The COVID-19 pandemic has led to an increase in, the number of companies introducing web conferencing and the number of people who use. (2) The greatest merit of using online communication tools was savings in time and commuting distance, while the biggest demerit was the difficulty of communication. (3) Even if online communication tools were used frequently, workers were not sufficiently accustomed to non-face-to-face communication, and most of them were only "satisfied to some extent" with their usage. We examined what kinds of measures should be taken to increase the satisfaction level of online communication tools.

Keywords online communication tool, web conferencing, business chat, face-to-face communication, non-face-to-face communication

1. 問題

新型コロナウイルスは2019年12月に中国・武漢市で報告されて以降、世界中に拡散し、現在も感染収束は見えない。日本では2020年1月16日に国内で初の感染者が確認され、2020年2月～3月にかけては連日確認されるようになった。コロナ流行の始まりである。2020年4月7日に7都道府県を対

象に緊急事態宣言が発出され、4月16日には全国に拡大された。感染者数は増減を繰り返し、現在(2021年7月)までに緊急事態宣言が4回発出されている。感染拡大防止のため、外出制限や人との接触制限がされるようになり、コロナ禍以前と比べて日常が一変した。

コロナ禍では、職場への出勤、仕事を通じた人との接触を制限するためにテレワークが奨励された。

*1 (株)原子力安全システム研究所 社会システム研究所

政府は、2020年4月7日、7都道府県に発出された緊急事態宣言に伴い変更された「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」において、出勤者7割削減などの目標を掲げ、テレワークの推進を図った（総務省、2020）。

後藤・濱野（2020）によると、コロナ流行前（2019年末まで）の企業のテレワーク導入率は2割程度であったが、1回目の緊急事態宣言が発出された2020年5月頃には6～7割程度まで上昇し、国内の多くの企業や団体が従業員にテレワークを推奨した。

テレワークが一気に普及した中、職場でも対面でコミュニケーションをとる機会が少なくなった。また、感染拡大防止のため、出社をしても対面でのコミュニケーションは控えられるようになった。そこで、非対面でもコミュニケーションを取る手段として、Web会議やビジネスチャットなどのツールが多く職場内で導入、利用されるようになった。しかしながら、テレワークの最大のデメリットは「上司・同僚や顧客とのコミュニケーションの取りにくさ」であることがテレワーク経験者への調査から指摘されているように（後藤・濱野、2020）、オンラインコミュニケーションでは、対面でのやり取りのようなスムーズなコミュニケーションが実現できていない可能性がある。そこで本稿では、職場におけるオンラインコミュニケーションの導入状況や導入形態とともに、オンラインコミュニケーションに対する満足度など、実際の働き手がオンラインコミュニケーションに対してどのような認識を持っているのかにも注目する。

2. 目的

本稿では、新型コロナウイルス流行前、流行後のオンラインコミュニケーションツールの導入、利用の実態など、以下6点について着目し、各種調査結果を根拠に整理・概観した。

- (1) 新型コロナウイルス流行前、流行後では、企業のオンラインコミュニケーションの利用率、導入率、利用頻度にどのような変化があったか。
- (2) 通信環境を整備することや、テレワークで使用するパソコンの準備など、オンラインツールの導入には経費がかかるため、事業規模の大きい会社ほど導入されやすいと想像できるが、実態

としてどのような傾向にあるのか。また、業種別ではどのような傾向にあるのか。

- (3) オンラインツールは、学生のころからソーシャルメディアの使用に慣れている若い世代に受け入れられやすいことが想像できる。果たして年代別ではどのような傾向にあるのか。
- (4) オンラインコミュニケーションツールのメリット・デメリットにはどういったものがあるか。また、オンラインコミュニケーションに満足しているか。
- (5) オンラインコミュニケーションツールが会議場面にとどまらず、活用されている事例として、オンライン商談とオンライン就活の状況はどのようなものか。
- (6) オンラインコミュニケーションと対面でのコミュニケーションの特性の違いにはどのようなものがあるか。

3. 方法

インターネット上でコロナ流行前（2017年～2019年）とコロナ流行後（2020年～）のオンラインコミュニケーションツールについての調査に関する記事、報告書等を収集、整理した。収集にあたっては「コロナ禍」「Web会議」「対面」「オンライン商談」「オンライン就活」「オンラインコミュニケーション」「ビジネスチャット」などのキーワードを複数組み合わせ検索し、ヒットしたものの中から、調査時期や調査対象、調査対象数が概ね明確なものを採用した。各調査の調査時期、調査対象、調査対象者数については、本文もしくは表1～8に記載した。

4. 結果

矢野経済研究所（2020）では、テレワーク勤務中のITツール利用状況について尋ねており、その種類はWeb会議システム、ビジネスチャットツール、オンラインストレージ、タスク・プロジェクト管理ツールであった。そのなかでも、とりわけ「利用した」という割合が多かったものは、Web会議システム79.2%、ビジネスチャットツール46.2%であった。テレワーク勤務中に使われる代表的なITツールはWeb会議システムとビジネスチャットツールであることがうかがえる。そこで、本稿では「オン

ラインコミュニケーションツール」という用語を、Web会議システムとビジネスチャットツールに対して使う。

4.1 Web会議の利用率、導入率

コロナ流行前、コロナ流行後のWeb会議の利用率、導入率を検討するにあたり、Web会議の使用率、利用率を問うたもの8件の結果を表1に整理した。

コロナ流行前後のWeb会議の利用率について、全国の会社・団体の役員・社員、2,119名に調査したMM総研(2020)によると、2019年12月末の利用率は44%であったが、2020年4月末では63%にまで上昇した。あしたのチーム(2020, 2021)では、コロナ流行途中の2020年3月と、流行後の2021年4月に、テレワーク時の上司/部下のコミュニケーション手段を尋ねており、「オンライン会議」と回答した人の割合は、67.3%から82.7%に上昇した。一方で、「メール」と回答した人の割合は87.3%から75.7%に、「電話」は70.0%から63.7%と、どちらも減少した。オンライン会議はメール、電話に代わるコミュニケーション手段になりつつあることがわかる。

2021年4月に調査を行ったクオリティア(2021)によると、テレワークを行うことがある人に「仕事でどのようなコミュニケーションツールを使っているか」と尋ねたところ、「Web会議」と回答した人の割合は76.2%であった。現在ではテレワークを行う人々にWeb会議が広く浸透していることがわかる。

なお、表1でまとめたWeb会議の使用率、利用率は、以下3つの要因の影響によって変動するものと推測される。第一に、回答の仕方が複数回答か単一回答であったかがある。当然ながら、複数回答では単一回答よりも値が高くなりやすい。第二に、大都市に限定した調査か、全国を対象とした調査であるかがある。大都市では、地方都市よりもテレワークの利用率が高い(後藤・濱野, 2020)ため、Web会議の使用・利用率も高くなる。第三に、テレワーク経験者への調査か、そうでないかがある。テレワーク経験者に限れば、80%程度がWeb会議ツールを利用しており、経験者に限定した調査のほうが値は高くなるであろう。加えて、日頃からWeb会議をよく行うかどうかは、日頃からどのような目的の会議に多く出席しているか、どのような関係性の相手

と会議をすることが多いかなどにも大きく影響される。これらの調査結果だけから過度に一般化することのないように留意する必要がある。

続いて、コロナ流行後のWeb会議の導入率について問うたもの3件の結果を表2に整理した。ダイヤモンド経営者倶楽部(2020)では、「今回の新型コロナウイルスにより「Web会議システム」を導入したか」と問うたところ、91.7%の企業が「導入している」と回答した。また、パーソルプロセス&テクノロジー(2020)では、3ヶ月以上テレワークを継続している会社員に「Web会議の導入・整備状況」を尋ねており、「コロナ禍の前から導入、実施されている」と回答した人の割合は33.6%、「コロナ禍発生後に導入、実施されている」が53.6%であった。コロナ禍がきっかけとなり、多くの企業がWeb会議を導入したことがわかる。

freee(2020)では、国内の従業員300名以下規模の経営者、従業員に、従業員規模別にWEB会議・オンライン会議システムの導入率を尋ねている。従業員が10人未満の企業の導入率は21.2%であったが、従業員数が増えるにつれ導入率も増加し、従業員数が100人~300人未満の企業では63.4%であった。テレワーク実施率が企業規模の大小に影響される(後藤・濱野, 2020)ことと同様に、Web会議の導入率も企業規模の影響があることがわかる。

以上のことから、その他の要因についても考慮する必要はあるものの、コロナ禍をきっかけにテレワークが普及したことと、対面でのやり取りを控えるようになったことにより、Web会議を利用、導入する企業とその従業員が急激に増加したことがわかる。

4.2 Web会議の利用状況

コロナ流行後のWeb会議の利用頻度と、年代別のWeb会議の利用状況について検討した。

4.2.1 Web会議の利用頻度

コロナ流行後のWeb会議の利用頻度について調査した3件の調査を表3に整理した。

UCHIDA(2020)では、コロナ感染拡大の前と比べて、WEB会議の頻度が「増えた」と回答した人の割合は86.8%であった。ブイキューブ(2021)では、「増えた」と回答した人の割合が55.6%、

表1 Web会議の使用率、利用率

調査主体	調査期間	調査対象者	人数	質問	率	回答	メール	電話	備考
マツリカ	2020年4月20日 ～4月24日	企業の経営者層、営業部門の管理職・マネージャー、営業担当者等	233	(営業活動の)リモートワークではどのようなツールを使用していますか (MA) ^{*1}	87.7%	Web会議ツール	—	—	
MM総研	2020年4月28日 ～5月1日	全国の会社・団体の役員・社員	2,119	Web会議システムの利用率 (SA) ^{*2}	63%	—	—	—	2019年12月末のWeb会議システムの利用率44%
矢野経済研究所	2020年5月	東京都, 神奈川県, 埼玉県, 千葉県, 大阪府, 兵庫県, 福岡県の7都道府県のオフィスに勤務する20～70歳代の男女	500	テレワーク勤務中のITツール利用状況 (MA)	79.2%	Web会議システム	—	—	
リトルソフト(株)	2020年6月1日 ～6月3日	現在テレワーク中の中小企業・ベンチャー企業・スモールビジネス従事者	1,042	どのようなツールでコミュニケーションを取っていますか (SA)	43.1%	WEB会議システム	18.1%	—	LINE/SNS12.3%
HIT	2020年6月9日 ～6月23日	HITユーザー	181	在宅勤務中、社内・社外との打ち合わせをどのように行っているか教えてください (MA)	94.3%	ZoomやTeamsなど外部のWeb会議システム	—	63.8%	会社貸与のスマートフォン、携帯電話での通話
アスマーク	2020年11月27日 ～11月30日	月に数回以上「在宅勤務」をしている全国20代～50代会社員	860	各コミュニケーション手段の使用率 (MA)	64.4%	ビデオ会議	90.8%	80.0%	対面式会議33.5%
クオリティア	2021年4月6日 ～4月7日	全国の20歳～50歳の会社員・公務員・団体職員	1,000	仕事でどのようなコミュニケーションツールを使っているか (MA)	36.5%	WEB会議	76.4%	81.9%	
		テレワークを行うことがある人	362	仕事でどのようなコミュニケーションツールを使っているか (MA)	76.2%	WEB会議	93.4%	82.9%	
あしたのチーム	2021年4月23日 ～4月26日	全国の従業員数5名以上の企業に勤める正社員で、2020年3月～2021年3月に平均週2回以上テレワークをした一般社員、および同期間にご自身または平均週2日以上テレワークをした部下を持つ管理職、20歳～59歳の男女	300 管理職： 150名 一般社員： 150名	あなたがテレワーク中に上司/部下とのコミュニケーション手段として使ったものをお答えください (MA)	82.7%	オンライン会議	75.7%	63.7%	2020年3月： オンライン会議67.3% (メール87.3%、 電話70.0%)

※1 MA:複数回答

※2 SA:単一回答

表2 Web会議の導入率

調査主体	調査期間	調査対象者	人数	質問	率	回答
ダイヤモンド経営者倶楽部	2020年6月20日～6月23日	ダイヤモンド経営者倶楽部会員	621社	今回の新型コロナウイルスにより「Web会議システム」を導入しましたか	91.7%	導入している
freee	2020年9月25日～9月29日	国内の従業員300名以下規模のスマートフォンビジネスの経営者または、スマートフォンビジネスに就事する従業員	4,463	WEB会議・オンライン会議システムの導入率	21.2% 10人未満 N=909 32.9% 10～50人未満 N=1072 48.8% 50～100人未満 N=687 63.4% 100～300人未満 N=949	
パーソルプロセス&テクノロジー	2020年11月20日～11月24日	3ヶ月以上テレワークを継続している会社社員	500	各項目について、お勤め先における業務のデジタル化に関する取組状況を教えてください（Web会議の導入・整備）	87.2%	コロナ禍の前から導入、実施されている33.6% コロナ禍発生後に導入、実施されている53.6%

表3 Web会議の利用頻度

調査主体	調査期間	調査対象者	人数	質問	回答
UCHIDA	2020年7月10日～7月12日	関東地方でテレワークを導入している従業員500名以上の企業に勤めている20～59歳の経営者、役員クラス、本部長（事業部長）クラス、部長クラスで、経営責任を（一部でも）負う立場にある方	333	コロナ感染拡大の前と比べて、WEB会議の頻度はどうなりましたか？	増えた86.8% 変わらない8.7% 減った2.1% WEB会議はしていない1.8% わからない・答えたくない0.6%
筑波大学	2020年8月19日～9月7日	コロナ禍に伴いテレワークが導入された企業（17社）に勤務する方	有効回答数 4,343	新型コロナウイルスの流行前（2019年10-12月頃）と流行後（2020年4-5月頃）のオンライン会議の利用頻度	流行前 月に1回以下60.0%（月に1回程度、それ以下、全くないの合計） 月に2～3回程度10.0% 週に1回以上23.1% （週に4～5回程度、週に2～3回程度、週に1回程度の合計） 1日1回以上7.0%（1日に数回、1日1回程度の合計） 流行後 月に1回以下8.3%（月に1回程度、それ以下、全くないの合計） 月に2～3回程度5.3% 週に1回以上41.0% （週に4～5回程度、週に2～3回程度、週に1回程度の合計） 1日1回以上45.4%（1日に数回、1日1回程度の合計）
ブイキューブ	2021年4月	東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県のいずれかに居住する、第1回・第2回の緊急事態宣言期間中の両方で1回以上のWeb会議を行っていた会社社員	498	新型コロナウイルス流行前（2019年以前）と比べ、流行後にWeb会議の頻度はどうなったか？	増えた55.6% どちらかといえば増えた24.7% どちらかといえば減った0.6% 減った1.2%

「どちらかといえば増えた」24.7%であり、合わせて80.3%の人が「増えた」と回答した。

筑波大学(2020)では、コロナ禍に伴いテレワークが導入された企業に勤務する人を対象に、新型コロナウイルスの流行前(2019年10月~12月頃)と流行後(2020年4月~5月)のオンライン会議の利用頻度を尋ねており、コロナ流行前では、オンライン会議を「月に1回以下」利用していると回答した人の割合は60.0%であったが、流行後では8.3%に減少した。また、「週に1回以上」23.1%が41.0%に、「1日1回以上」7.0%が45.4%となり、大きく上昇した。流行後の「週に1回以上」41.0%と「1日1回以上」45.4%を合わせると86.4%の人がオンライン会議を頻繁に利用している結果となった。

以上のことから、コロナ流行前と比べ、コロナ流行後は約8割の人がWeb会議の利用頻度の増加を感じていることがわかる。また、コロナ流行後の利用頻度も大きく増えていることから、コロナ禍においてのコミュニケーション手段としてWeb会議が主流となっていることがうかがえる。

4.2.2 年代別のWeb会議利用状況

年代別のWeb会議の利用状況、使いやすさについてどう感じているかを検討した。^{*2}

クオリティア(2021)では、男女・年代別にWeb会議の利用状況を尋ねており、男性の利用率の高い順では、20代47.2%、40代44.8%、50代42.4%、30代38.4%、女性では20代35.2%、30代29.6%、40代28.0%、50代26.4%であった。男女ともに20代でWeb会議を利用することが多いことがわかる。

Web会議の「使いやすさ・仕事のしやすさ」について年代別に尋ねたアスマーク(2021)では、「とても使いやすい」「使いやすい」と答えた割合は、20代55.9%、30代56.5%、40代46.5%、50代41.8%であった。20代、30代の若い世代ではWeb会議を「使いやすい」と感じており、一番割合の低かった50代と比べて約15ポイントもの差があった。

若い世代では利用率が高いことから、使い方に慣れているため使いやすいと感じている人が多く、年代が上がると利用率が低いいため使い方に慣れていな

いことがうかがえる。

4.3 Web会議のメリット、デメリット

Web会議で便利なこと、Web会議がよい理由、メリット、そしてWeb会議で困ること、気になること、デメリットなどを整理した。

4.3.1 Web会議のメリット

Web会議のメリットについて問うた4件の調査のうち、回答割合が高かったものから上位5件までを表4に整理した。

メリットであると考えられる理由として「移動しなくていい」「移動時間や交通費が減る」の回答が上位を占めた。他に「移動」に関連して、「場所を選ばずにどこからでも参加ができる」「会議室の確保が不要」などもあった。この結果から、遠方の相手との会議でも移動時間や交通費がかからず、すぐに会議ができることを多くの人がメリットであると感じていることがわかる。

続いて、どの調査にも「画面共有ができて便利」が挙げられている。資料を印刷する手間が省け、会議の直前まで資料の手入れをすることができるなど、オンライン会議ならではの便利な機能である。このほかに「緊張やストレスがない」「会議が長引かない」という理由が挙げられた。

Web会議は地方や海外などの遠方の相手でも、移動に伴う交通手段や宿泊先、会議室の予約、移動時間などを気にせず開催できる。また、感染予防対策はもちろんのこと、天候や災害にも影響を受ける心配がない。そして、画面共有によるペーパーレス化や会議を録画できるため、議事録の作成が不要となることも考えられる。時間や費用の削減ができ、効率化が図れることが大きなメリットであると考えられる。

4.3.2 Web会議のデメリット

Web会議のデメリットについて問うた7件の調査のうち、回答割合が高かったものから上位5件までを表5に整理した。

*2 なお、ここで取り上げる調査では、使いやすさのソフトによる違いは考慮されておらず、Web会議の一般的な使いやすさについて尋ねている。

表4 Web会議のメリット

調査主体	調査期間	調査対象者	人数	質問項目	1	2	3	4	5
1 インフィニ	(不明)	インフィニ社員	(不明)	WEB会議で便利なことは何ですか (SA)	44% 移動しなくていい	36% 画面共有ができて便利	10% 緊張やストレスが少ない	9% 会議が長引かない	—
2 HIT	2020年6月9日～6月23日	HITユーザー	181	WEB会議のメリットを教えてください (MA)	87.8% 場所を選ばずどこからでも参加ができる	86.6% 会議に出席するための移動時間も削減できる	83.1% 設定が簡単で、手軽にすぐ始められる	70.3% メールでの事前送付や画面上での資料共有などにより、資料印刷費が削減される	—
3 SB C&S	2020年7月11日～7月13日	20～69歳の仕事でビデオ会議システムを利用する機会がある男女	400	ビデオ会議にはどのような利点があると感じますか (MA)	80.0% 移動時間や交通費が減る	42.8% 無駄な会話が減る	40.3% 会議室の確保が不要	39.5% 会議時間が短縮される	37.8% 会議資料の共有が簡単
4 ビズヒッツ	2020年9月1日～9月15日	WEB会議をしたことがある全国の男女	527 (n=251)	WEB会議がよい理由 (MA)	53.3% 移動しなくていい	13.5% 緊張やストレスが少ない	9.1% 会議が長引かない	5.1% 画面共有ができて便利	—

表5 Web会議のデメリット

調査主体	調査期間	調査対象者	人数	質問項目	1	2	3	4	5
1 インフィニ	(不明)	インフィニ社員	(不明)	WEB会議で困ること、ストレスに感じていることは何ですか (SA)	31% 反応がわかりづらい	27% 音声や映像の不具合	25% 発言のタイミングがつかみづらい	8% 背景や顔映りが気になる	4% 相手の話している内容が分かりづらい
2 EEC	(不明)	企業経営者、会社員、フリーランス・自営業	117 (n=285)	Web会議・テレビ会議で気になることはありますか (MA)	16.8% 接続トラブルが起きる (画像、音声の途切れなど)	12.2% 雑音が入る	11.5% 相手の感情や気持ちが変わりづらい	10.1% 発言しづらい	9.4% 環境を意図することが難しい (静かな場所、背景など)
3 HIT	2020年6月9日～6月23日	HITユーザー	181	WEB会議のデメリットを教えてください (MA)	72.1% 会議の空気や細かいニュアンス、相手の表情が読み取りにくい	62.2% 音質/画質がネット環境などに影響を受けるため、会議の進行が妨げられることがある	45.9% 会議の内容が外に漏れないよう、対面時以上にセキュリティ対策が必要	—	—
4 イード	2020年6月30日～7月6日	20～59歳男女、有職者、月に1回以上仕事でWeb会議をする人	1,010	WEB会議で困ること (MA)	58.1% 発言のタイミングがつかみづらい	42.0% 相手の表情を読み取りづらい	38.7% 相手の音声が聞きづらい	33.5% 話を聞くのに集中力がない	18.9% 発言者が誰なのか分らない
5 J.DPOWER ジャパン	2020年7月中旬～8月中旬	WEB会議システムを導入している全国の従業員数50名以上の企業	1501社から1965件 ※1回答企業から最大2つのWEB会議システムの評価を聴取	WEB会議システム利用中の問題・不具合 (MA)	35% 音声が聞き取りにくい	26% 途中、接続が切れる (つながらなくなる)	17% 画面共有が遅延する (タイムラグがある)	14% ビデオと音声のタミングがズレる	13% 音声が聞こえない / 声が届かない
6 筑波大学	2020年8月19日～9月7日	コロナ禍に伴いテレワークが導入された企業に勤務する方	有効回答数 4,343	オンライン会議の問題 (MA)	86.7% 相手の表情やしぐさなどが分かりにくい	85.8% 参加者がどう反応しているのかが分かりにくい	76.4% 場の雰囲気をつかみづらい	72.9% 積極的に発言する人とそうでない人がはつきりわかる	72.8% 相手がどのくらい内容を理解できているかが分からない
7 ビズヒッツ	2020年9月1日～9月15日	WEB会議をしたことがある全国の男女	527 (n=448)	WEB会議で困っていること (MA)	52.2% 音声や映像の不具合	16.9% 話すタイミングが難しい	15.1% 反応がわかりづらい / 伝わりにくい	9.1% 背景や顔映りが気になる	5.5% WEB会議ツールを使いこなせない

デメリットであると考えられる理由として「音声や映像の不具合」の回答が、ほとどの調査でも上位を占めた。テレワークで通信環境が整っていないなどの要因で不具合が発生することが考えられる。しかし、継続調査を行っているパーソル総合研究所（2020a, 2020b, 2020c）では、全国の就業者約2万人を対象に調査を実施しており、2020年4月の調査では、テレワークにおける課題として、「遠隔会議のシステムが使いにくい」と答えた人の割合は35.2%であったが、5月では29.4%、11月では24.4%にまで低下した。また、「自宅のインターネット環境が不安定」と回答した人の割合は、4月31.5%、5月28.8%、11月26.2%であった。同様に、日本生産性本部（2020, 2021）では、20歳以上の雇用人1,100名を対象に継続調査を行っており「Web会議などのテレワーク用ツールの使い勝手」が課題であると答えた人の割合は、2020年5月では32.1%、2021年4月では25.1%であった。Web会議を使用する頻度が増え、利用者が使い方に慣れてきたことに加え、インターネット環境やWeb会議ツールの改良が技術的に進んできたことが背景にあると推測される。

デメリットに関するそれにくづく理由としては「反応がわかりづらい」「発言のタイミングがつかみづらい」「背景や顔映りが気になる」などコミュニケーションに関わる回答が多く挙げられた。パーソル総合研究所（2020a, 2020b, 2020c）によると、「非対面のやりとりは相手の気持ちがわかりにくく不安」と答えた人の割合は、2020年4月の調査では39.2%、5月では32.2%、11月では34.2%であった。非対面のやり取りの感じ方に関しては、オンライン会議に慣れてもあまり大きな変化がないことがわかる。

4.4 対面の状況

コロナ禍で対面会議の頻度はどう変化したか、また対面会議のメリットを検討した。

4.4.1 対面会議の頻度

キーマンズネット（2021）では、コロナ流行初期である2020年1月とコロナ流行後の2020年12月に行った調査において、テレワーク制度導入済みの企業に対し、出社を中心に勤務している人とテレワークを中心に勤務している人が会議を実施する際

の会議形態について尋ねたところ、「対面会議はなく常にWeb会議／ビデオ会議」と答えた人の割合は6.3%から38.1%に増加、「出社日に対面会議」は21.3%から3.2%に減少した。コロナ流行後では人との接触を減らすために、対面会議の機会は減っていることがわかる。

アスマーク（2021）では2020年11月に、月に数回以上在宅勤務をしている人を対象に行った調査において、「週に1回以上対面会議している」と答えた人の割合は33.5%であった。同調査では、「週に1回以上ビデオ会議をしている」人が64.4%いることが示されており、3密を防ぐため対面での会議は控えられてきていることがわかる。

企業の人事責任者、担当者を対象に調査を行ったHR総研（2021）では、2021年1月に社内コミュニケーションで利用頻度の多い手段を従業員規模別に調査しており、対面会議では従業員数が1,001名以上の企業で44%、301～1,000名で73%、300名以下で64%であった。大企業の対面会議の利用頻度が低い理由として考えられることは、大企業では会議への参加者が多くなりがちのため、密を避けて対面会議を開かないようにしていること、大企業ではWeb会議を行うための機器・体制が整っているため、Web会議を積極的に活用しているなどの理由が推測される。

4.4.2 対面会議のメリット

ビズヒッツ（2020）では、対面会議とWeb会議ではどちらがいいかと尋ねた質問で「対面会議がいい」と回答した人の割合は52%、「WEB会議がいい」48%であった。同様の質問で、インフィニ（2021）では、対面会議46%、WEB会議54%であった。対面会議とWeb会議の好みは拮抗していることがわかる。更にビズヒッツ（2020）では、対面会議のほうがよいと思う理由を尋ねており、「意思疎通しやすい」と回答した人の割合が63.0%、「WEB会議は不具合が生じる」24.2%、「発言や議論をしやすい」17.0%、「資料や現物の共有ができる」3.9%であった。対面会議では多くの人が意思疎通しやすいと感じていることがわかる。

20代を対象とした調査を行った学情（2020c）では、同僚とのコミュニケーションにおいて「対面」と「オンライン」どちらが好ましいかを尋ねており、「対面」「どちらかといえば対面」と回答した人の割

合は合わせて66.4%、「どちらかといえばオンライン」「オンライン」では15.4%であった。同僚とのコミュニケーションは「対面」が好ましいと回答した人が多いことがわかる。また、上司とのコミュニケーションにおいても尋ねており、「対面」「どちらかといえば対面」は合わせて50.9%、「どちらかといえばオンライン」「オンライン」では23.5%であった。上司とのコミュニケーションでも約半数の人が「対面」が好ましいと回答した。

同調査では、同僚と対面でのコミュニケーションが好ましい理由として、「直接のほうがコミュニケーションを取りやすい」、「顔を合わせて話したほうが、仕事を進めやすいと思う」、「画面越しよりも、直接話したほうが良い関係を築くことができる」などが挙げられた。上司と対面でのコミュニケーションが好ましい理由では、「顔をみて話したほうが、上司がどう思っているか感じ取りやすい」「直接話したほうが、真剣さや熱意も伝わると思う」などが挙げられた。上司よりも同僚との間で対面でのコミュニケーションが選ばれていることを考えると、緊張を強いられない相手との間のコミュニケーションで、より対面が好まれやすいものと推測される。

この結果を受けて学情(2020c)は、「相談」などの双方向のコミュニケーションは対面で行いたいものの、スピードが求められる「報告」などはWeb会議システムや社内チャットも有効活用したいという意向も伺えるとしている。

4.5 オンラインコミュニケーションの満足度

Web会議について満足しているかどうかを問うた調査について検討した。ダイヤモンド経営者倶楽部(2020)では、「Web会議システム」について満足していますかと問うたところ、「満足している」と回答した企業の割合が30.6%、「どちらかといえば満足している」60.2%であり、合わせて90.8%の企業が「満足している」と回答した。同じく筑波大学(2020)でも、「非常に満足している」8.9%、「満足している」29.9%、「どちらかといえば満足している」38.3%であり、合わせて77.1%の人が「満足している」と回答した。Web会議でのコミュニケーションを多くの人が満足していることがわかる。しかし、筑波大学(2020)の調査結果でも指摘しているとおり、どちらの調査も「どちらかと

いけば満足している」と答えた人の割合が多い。これは、オンラインコミュニケーションに不満もあるが、Web会議を行うことのメリットが大きいことを認めているため、ある程度まで満足しているという結果であることがうかがえる。

4.6 オンライン商談

新型コロナウイルス感染症対策として、人と対面で接するのが控えられる中、社外の人とのオンラインコミュニケーションに特化した営業活動について検討した。エン・ジャパン(2021a)が2020年10月～11月の間に「人事のミカタ」を利用している企業374社に対して行った調査によると、オンライン商談を導入している企業の割合は65%であった。業種別では、「IT・インターネット関連」92%、「広告・出版・マスコミ関連」85%、「コンサル関連」83%などで導入率が高かった。一方で、「不動産・建設関連」45%、「流通・小売関連」42%、「金融関連」25%などでは導入率が低かった。オンライン商談の導入もテレワークの導入と同じように(後藤・濱野, 2020)、業種によって向き、不向きがあることがわかる。

ファストマーケティング(2020)が2020年5月に事前調査で現在の職種が営業と回答した20代～50代の男女240名に対して行った調査では、年代別にオンライン商談の実施状況を尋ねており、「オンライン商談を行っている」「ときどき行っている」と回答した人の割合は、20～29歳では41.7%、30～39歳36.7%、40～49歳36.6%、50～59歳25.0%であった。調査結果から、若い世代ほど実施率が高く、年代が上がるにつれ実施率が下がっていることがわかる。

学情(2020a)が2020年6月に20代専門転職サイト「Re就活」へのサイト来訪者のうち「営業職経験者」120名に行った調査では、希望する営業スタイルを尋ねており、「対面商談」「どちらかといえば対面商談」と回答した人の割合は合わせて69.4%、「オンライン商談」「どちらかといえばオンライン商談」では合わせて30.6%であった。20代の営業職経験者ではオンライン商談より対面商談を希望する人が多いことがわかる。

同調査で対面での営業を希望する理由を尋ねており、「オンライン商談では表情がわかりにくいから」と回答した人の割合は43.2%、「オンラ

イン商談ではコミュニケーションが難しいから」42.1%、「オンライン商談を実施したことがないから」30.5%、「お客様から対面の方が好評だから」25.3%などであった。オンラインでの営業を希望する理由では、「移動時間を削減できるから」52.4%、「アポイントの時間を調整しやすいから」47.6%、「感染症や熱中症などのリスクを抑えられるから」42.9%、「オンラインでできることが分かったから」40.5%、「対面と変わらず商談できるツールがあるから」23.8%、「アポイントの件数を増やせるから」21.4%などであった。

ベルフェイス（2020）が2020年4月～5月の間に行った調査では、7都道府県（東京、神奈川、埼玉、千葉、大阪、兵庫、福岡）在住の企業の経営者層、営業職1,000名に「営業のどのフェーズでオンライン商談を行っていますか」と尋ねており、「既存顧客へのフォロー」と回答した人の割合は44.6%、「新規顧客との2回目以降の商談」31.2%、「新規顧客との初回商談」16.2%、「既存顧客へのアップセル・クロスセル提案」13.3%、「新規顧客との契約」9.4%などであった。「既存顧客へのフォロー」が一番多いことから、すでに信頼関係が構築されている顧客との間ではオンライン商談は効率的に進むと思われる。一方で「新規顧客との契約」「新規顧客との初回商談」では、信頼関係が構築されていないためか、オンライン商談ではあまり利用されていなかった。

4.7 オンライン就活

4.7.1 就活生を対象にした調査

新型コロナウイルス感染防止の影響で就職活動においてもオンライン化が進んでいる。学情（2020b）では、2021年卒学生に「Webセミナー・Web面接に参加したことはありますか」と尋ねたところ、「はい」と回答した人の割合は74.0%であった。ZENKIGEN（2020）では、2021年3月末卒業予定の就活生に「（2020年3月以降）あなたが受けた面接の開催方法についてお聞かせください」と尋ねたところ、「オンライン面接のみ」19.5%、「対面面接とオンライン面接の両方」52.0%であり、オンライン面接を経験した人は約7割であったことがわかる。

エン・ジャパン（2021b）では2021年5月に行った調査で、同社が運営する就活サービスサイトを

利用する、2022年に卒業予定の大学生、大学院生、650名のうち、既に内定を取得している学生に「内定先企業はどのような選考方法の企業でしたか」と尋ねたところ、「内定までの全プロセスがオンライン完結する企業のみだった」52%、「内定までの全プロセスがオンライン完結だった企業と、対面選考が含まれる企業の両方があった」29%、「内定までのプロセスで対面選考が含まれる企業のみだった」19%であった。コロナ禍ということはあるが、一次選考から最終選考までオンラインで完結している内定者が半数であったことがわかる。

次に、オンライン就活のメリットについて問うた3件の調査のうち、回答割合が高かったもの上位5件を表6に整理した。

「交通費を節約できる」「移動時間を節約できる」という理由が、いずれの調査でも上位を占めた。また、学情（2020b）の調査では欄外の結果であったが、「地方・地元の企業など遠方の企業にも参加できる」27.4%や、「遠方の企業にも応募しやすい」（ZENKIGEN, 2020）「遠方でも受けやすい」（MMD研究所, 2021）という回答が挙がっていた。他にも、「複数の企業の説明会や面接を受けることができる」という回答がいずれの調査でも挙げられていた。オンライン就活のメリットにおいても、他のオンラインコミュニケーションのメリットと同じく、時間や距離などの効率化を感じていることがわかる。

続いて、オンライン就活のデメリットについて問うた3件の調査のうち、回答割合が高かったもの上位5件を表7に整理した。いずれの調査でも「会社の雰囲気が分かりにくい」が上位を占めた。その他に、「相手の声や表情を確認しづらい」「言いたいことや熱意を伝えにくい」「会話のテンポが合わない」など、コミュニケーションに係るものが多かった。就職するにあたって、会社の雰囲気が分からないことは不安であり、直接自分の目で見て確かめたいと考える人が多いと思われる。その他に、「部屋の中が映り込んでしまう」「通信環境が整っていない」なども、どの調査にも挙げられていた。

就活生は就職活動においてオンライン、対面のどちらを好むのかを調べた。オンライン就活経験者の学生の男女329人に対して調査を行ったMMD研究所（2021）では、「オンラインでの就活が普及してほしい」と回答した281人に、「オンラインで行ってほしい就活イベント」を尋ねたところ、「説明会」78.3%、「1次面接」54.4%、「筆記試験」52.0%、

表6 オンライン就活のメリット

調査主体	調査期間	調査対象者	人数	質問項目	1	2	3	4	5
1 学情	2020年6月17日 ～6月29日	就職情報サイト「あさがくナビ2021」へのサイト来訪者	991	Webセミナー・Web面接のメリット	79.3% 交通費を節約できる	75.9% 移動時間を節約できる	62.5% 好きな時間に視聴することができる	56.3% 感染症のリスクなく参加できる	31.2% 直接訪問よりも多くの企業でセミナーに参加できる
2 ZENKIGEN	2021年9月11日 ～9月17日	2021年3月末卒業予定の就活生	1,030	企業説明会や面接をオンラインで参加するメリットをお聞かせください	74.2% 移動時間や交通費・宿泊費を節約できる	63.4% 感染症のリスクがない	58.4% 遠方の企業にも応募しやすい	49.9% 1日のうちに複数の企業の説明会や面接を受けることができる	37.8% 学業と就職活動を両立しやすい
3 MMD 研究所	2021年2月15日 ～2月25日	予備調査：全国の15歳～25歳の学生の男女 本調査：オンライン就活経験者	予備調査 4,875 本調査 329	オンライン就活のメリット	64.4% 移動がない	53.5% 遠方でも受けやすい	47.7% 時間の都合がつけやすい	46.8% 新型コロナウイルスに感染するリスクが減る	34.7% 受ける会社の数が増える

表7 オンライン就活のデメリット

調査主体	調査期間	調査対象者	人数	質問項目	1	2	3	4	5
1 学情	2020年6月17日 ～6月29日	就職情報サイト「あさがくナビ2021」へのサイト来訪者	991	Webセミナー・Web面接のデメリット	67.0% 画面越しだと、企業や社員の雰囲気がかかりにくい	42.2% 画面越しだと、言いたいことや熱意を伝えにくい	36.7% Web面接時に、部屋が映り込んでしまう	27.1% 質問するタイミングがつかみにくい	19.0% Wi-Fiなどの通信環境が整っていない
2 ZENKIGEN	2021年9月11日 ～9月17日	2021年3月末卒業予定の就活生	1,030	企業説明会や面接をオンラインで参加するデメリットをお聞かせください	57.8% 企業や社員の雰囲気がかかりにくい	44.5% 相手の声や表情を確認しづらい	43.9% 背景に部屋が映り込んでしまう	43.6% 通信環境や端末を揃える必要がある	39.3% 言いたいことや熱意を伝えづらい
3 MMD 研究所	2021年2月15日 ～2月25日	予備調査：全国の15歳～25歳の学生の男女 本調査：オンライン就活経験者	予備調査 4,875 本調査 329	オンライン就活のデメリット	52.6% 会社の雰囲気がわかりにくい	37.7% 会話のテンポが合わないことがある	35.9% 部屋の中が映ってしまう	35.6% 電波が途切れてしまう	33.4% 自宅の物音が入ってしまう

「自己PRなどのエントリー選考」46.6%、「2～3次面接」35.9%、「グループディスカッション」21.0%、「最終面接」17.4%であった。

説明会や面接はオンラインと対面のどちらを希望するかを就活生に対し尋ねたZENKIGEN (2020)の調査では、最終選考は「対面が良い」「どちらかと言えば対面が良い」と回答した人の割合は合わせて73.4%、「どちらかと言えばオンラインが良い」「オンラインが良い」では合わせて10.6%であった。

上記2つの調査結果より、説明会、1次面接、筆記試験、自己PRなどのエントリー選考については約半数の就活生がオンラインで行われることを好んでいるが、最終選考については約7割の人が対面を希望していることがわかる。

また、ZENKIGEN (2020)では企業説明会や面接を対面で参加するメリットを尋ねており、「会社の雰囲気を確認できる」69.0%、「直接会って話したほうが話しやすい」57.1%、「会社の場所や環境を確認できる」55.3%、「人柄や熱意を伝えやすい」51.5%であった。対面であると雰囲気をつかむことや気持ちを伝えることが可能だと考えている人が多いことがわかる。

4.7.2 企業を対象にした調査

エン・ジャパン (2020a)では、2020年5月～6月の間に行った調査で、求人支援サービス「engage」を利用している企業935社に「オンライン面接をしたことがあるか」と問うたところ、「ある」と回答した企業は26%であった。業種別では「IT・インターネット関連」が一番多く58%、「広告・出版・マスコミ関連」43%、「コンサル関連」33%であった。一方で、一番割合の低かった企業は「不動産・建設関連」「サービス関連」21%であった。

HR総研 (2020)では、2020年6月～7月の間に上場企業・未上場企業の採用担当者を対象に行った調査で、面接を実施している企業における「現在の面接選考の実施状況」について問うており、「オンライン面接のみを実施している」19%、「オンライン面接の他、対面での面接も実施している」34%、「対面での面接のみを実施している」27%、「面接選考は終了した（オンライン利用あり）」10%、「面接選考は終了した（オンライン利用無）」10%であった。さらに「オンライン面接を実施している／実施した」と回答した企業に「最終面接までオンライン

で実施する可能性」について問うたところ、「すでにオンライン面接のみで実施した」57%、「オンライン面接のみで実施予定」6%、「対面型の面接も実施する予定」28%、「検討中」9%であった。オンライン面接を実施している企業では、最終面接までオンラインで実施した企業が6割近くあることがわかる。

エン・ジャパン (2020a)が2020年5月～6月の間に同社が運営する求人支援サービスを利用して企業935社に対して行った調査で、「オンライン面接をしたことがある」と回答した企業に、今後、積極的にオンライン面接を実施していきたいかと問うたところ、「したい」「どちらかといえばしたい」と回答した企業の割合は合わせて71%であった。多くの企業が今後もオンライン面接を実施していきたいと考えていることがわかる。また、今後、積極的にオンライン面接を実施していきたい理由では、「来社による日程調整の手間が省けるので、採用までの時間短縮に繋がる」「地方など、遠方の求職者との面接機会ができる上、交通費の負担がないのはメリット」などの意見が挙げられた。

他方、エン・ジャパン (2020b)が2020年7月～8月の間に454社に対して行った調査では、オンライン面接を導入している企業に、オンライン面接の感想で「不満足」「どちらかといえば不満足」と回答した理由を問うたところ、「画面越しで評価がしづらい」92%、「直接会ってみたら応募者の印象が違った」47%、「回線トラブルがあった」39%、「求職者・企業側の一方がネットに不慣れだと難しい」33%、「面接を録画されたり、データ流出リスクがある」19%などであった。

以上のことより、メリットについては「交通費・時間の節約」「遠方の企業（求職者）との面接の機会がもてる」など、就活生と企業で同じ内容を挙げていることがわかる。また、デメリットについても多くの就活生が「画面越しでは会社の雰囲気が分かりにくい」「言いたいことや熱意を伝えにくい」と感じており、企業側も「画面越しで評価がしづらい」と感じていることから、双方同じ内容をデメリットであると感じていた。

4.8 Web会議での顔出しの有無

Web会議の際に画面に自分の顔を映しているかどうかについて検討した。

インフィニ（2021）では、WEB会議の際「ほとんどの場合出している」と回答した人の割合は40%、「出すことが多い」14%、「出さないことが多い」14%、「ほとんどの場合出さない」15%であった。イード（2020）では、「ほとんどの場合出している」32.2%、「出すことが多い」15.1%、「出さないことが多い」15.7%、「ほとんどの場合出さない」22.1%であった。約半数の人がWeb会議の際に画面に自分の顔を映していることがわかる。同調査では、テレワーク実施状況別の「Web会議の際の顔出しの状況」についても尋ねている。「毎日テレワークをしている人」でほとんどの場合出している人は19.4%、「半々くらいテレワークを実施している人」29.2%、「毎日出勤している人」40.4%であった。Web会議で顔を映す、映さないは、自宅から参加（毎日テレワーク）の人は顔を映している人の割合が少なく、職場から参加（毎日出勤）の人は顔を写す割合が高いことがわかる。

産労総合研究所（2020）が2020年8月に20～60代の男女200人を対象とした調査の中で、オンライン会議に参加したことがあると回答した53人に、「モニターに自分の顔が映ることを、どう感じていますか」と尋ねたところ、モニターに自分の顔が映るのは「いやなことだと思う」「どちらかというといやなことだと思う」と答えた人の割合は合わせて66.0%、「いいことだと思う」「どちらかというといやなことだと思う」では合わせて34.0%であった。なお、男女別の集計では、男性の「いやなことだと思う」「どちらかというといやなことだと思う」は55.1%、女性では79.2%であった。また、男性の「いいことだと思う」「どちらかというといやなことだと思う」は44.8%、女性では20.9%であった。このことから、男性はモニターに顔が映ることには女性ほど抵抗感がないことがわかった。

ランクアップ（2020）が2020年10月に発表した、20～60代の働く男性323人を対象とした調査結果によると、「画面をオンにしてオンライン会議をする際、画面越しに自分の顔が見えることについてどう思うか」と尋ねたところ、「嫌だ」「どちらかというといやなこと」と答えた人の割合は合わせて48.6%、「嬉しい」「どちらかというといやなこと」と答えた人は合わせて4.3%、「どちらでもない」47.1%であった。また、嫌だと思ふ理由を尋ねたところ、「表情が気になるから」44.6%、「自分の外見に自信がないから」43.3%、「大きさなど顔の輪郭が気になるから」

30.6%などであった。一方で、嬉しいと回答した4.3%の人の理由は「表情の改善ができるから」78.6%、「美意識が上がるから」35.7%、「自分の外見に自信があるから」14.3%などであった。約半数の人が画面越しに自分の顔が見えることを嫌だと感じており、嬉しいと感じている人はごくわずかであることがわかる。

マーケティングアプリケーションズ（2020）が2020年10月に全国の20～59歳女性会社員400人を対象に行った調査で、「オンライン会議時、画面に映る自分の顔にネガティブな印象を感じたことがあるか」と尋ねたところ、「表情が暗く見える」42%、「シワやたるみが目立つ」38%、「不健康そうに見える」31%などの回答があった。一方で、「特にない」と答えた人の割合は11%であり、多くの人が容貌を気にしていることがわかる。

4.9 ビジネスチャットツール

オンラインコミュニケーションで利用されるツールとして、Web会議システムの他にビジネスチャットツールがあるが、その中で代表的なものにはSlack, Chatwork, LINE WORKS, Google Chat, Microsoft Teamsなどが挙げられる（池田, 2020）。

ビジネスチャットの導入率、使用率、利用率について問うた調査11件を表8に整理した。

コロナ禍以前のビジネスチャットツールの導入率は、2017年2月に調査を行った伊藤忠テクノソリューションズ（2017）によると、28.1%であった。2018年12月に調査を行ったサイバーソリューションズ（2019）では導入率は33%であり、コロナ禍以前では約3割程度の企業がビジネスチャットを導入していたと考えられる。また、コロナ流行後に調査を行ったキーマンズネット（2020）では54.3%、マネジャー（2021）では39.2%であった。更にマネジャー（2021）では、導入していると回答した人に、導入時期はいつ頃かと尋ねており、「コロナウイルスの流行より前から導入していた」と回答した人の割合が78.1%、「コロナウイルスをきっかけに導入した」21.9%であった。ビジネスチャットを導入している企業ではビジネスチャットがコロナ流行前から導入されており、コロナ禍の影響はあまりなかったことがわかる。一方で、2割の企業はコロナ禍を機に導入していることから、コロナ禍がより利用者を増やすきっかけになった（マネジャー, 2021）ことがうか

表8 ビジネスチャットツールの導入率、使用率、利用率

調査主体	調査期間	調査対象者	人数	質問	率	回答	率	備考
伊藤忠テクノソリューションズ	2017年2月3日～2月4日	全国、売上規模100億円以上、従業員数200名以上の企業に勤務する経営者・役員、及び係長・リーダー以上の役職者	412	チャットツール、ビジネスチャットツールを導入しているか (SA)	28.1%	導入している	—	
サイバーソリューションズ	2018年12月	全国、従業員200名以上の企業に勤務する経営者・役員、及び係長・リーダー以上の役職者	500	ビジネスチャットツールの導入率 (MA)	33%		96%	
マネジー	(不明)	(不明)	(不明)	チャットツールを導入していますか (SA)	39.2%	導入している	—	
マツリカ	2020年4月20日～4月24日	企業の経営者層、営業部門の管理職・マネージャー、営業担当者等	233	(営業活動の) リモートワークではどのようなツールを使用していますか (MA)	66.8%	チャットツール	—	
矢野経済研究所	2020年5月	東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、大阪府、兵庫県、福岡県の7都道府県のオフィスに勤務する20～70歳の男女	500	テレワーク勤務中のITツール利用状況 (MA)	46.2%	ビジネスチャット	—	
リトルソフト(株)	2020年6月1日～6月3日	現在テレワーク中の中小企業・ベンチャー企業・スモールビジネス従事者	1,042	どのようなツールでコミュニケーションを取っていますか (SA)	25.3%	ビジネスチャット	18.1%	LINE/SNS12.3%
キーマンズネット	2020年7月27日～8月7日	(不明)	70	電話やメール以外のコミュニケーション手段として、チャットやメッセージアプリなどを導入しているか (SA)	54.3%	導入している	—	
Chatwork	2020年10月19日～10月23日	ビジネスチャット利用者 1,669人 ビジネスチャット利用者 583人	2,262	週1回以上テレワークをしている人でビジネスチャットを利用しているユーザー (SA)	51.7%		—	週1回以上テレワークをしている人でビジネスチャットを利用していないユーザー 30.7%
				勤務日すべてテレワークしている人でビジネスチャットを利用しているユーザー (SA)	22.8%		—	勤務日すべてテレワークしている人でビジネスチャットを利用していないユーザー 13.3%
アスマーク	2020年11月27日～30日	月に数回以上「在宅勤務」をしている全国20代～50代会社員	680	各コミュニケーション手段の使用率 (MA)	63.4%	チャット	90.8%	対面式会議 33.5%
クオリティア	2021年4月6日～4月7日	全国の20歳～50歳の会社員・公務員・団体職員	1,000	仕事でどのようなコミュニケーションツールを使っているか (MA)	20.2%	ビジネスチャット	76.4%	
		テレワークを行うことがある人	362	仕事でどのようなコミュニケーションツールを使っているか (MA)	43.9%	ビジネスチャット	93.4%	
あしたのチーム	2021年4月23日～4月26日	全国の従業員数5名以上の企業に勤める正社員で、2020年3月～2021年3月に平均週2回以上テレワークをした一般社員、および同期間に自身または平均週2日以上テレワークをした部下を持つ管理職、20歳～59歳の男女	300 管理職：150名 一般社員：150名	あなたがテレワーク中に上司/部下とのコミュニケーション手段として使ったものをお答えください (MA)	52.0%	チャット/SNS	75.7%	2020年3月：チャット43.3% (メール87.3%、 電話70.0%)

がえる。

テレワーク中のコミュニケーション手段として、ビジネスチャットはどれくらい使われているかを尋ねた調査結果を総合すると、22.8%~63.4%の人が使用していると回答した。メールの使用率は（テレワーク中のスモールビジネス従事者を対象とした調査（18.1%）を除けば）75.7%~93.4%と依然として高いが、ビジネスチャットも、テレワークを行っている人の約4割が使用していることがわかる。コミュニケーションを気軽に取るための手段や、メールに代わるツールとして注目されていると考えられる。

ビジネスチャットツールを利用する目的（検討目的）を尋ねたサイバーソリューションズ（2019）によると、「スピーディーなコミュニケーション」と回答した人の割合は64%、「会議時間の短縮が期待できる」36%、「複数人での情報共有が容易になる」35%などであった。ビジネスチャットは対面でコミュニケーションを取っている時と同じように、声をかけたいときにすぐにコミュニケーションを取ることができるツールとして、多くの人がメリットを感じていることがわかる。

4.10 今後のオンライン コミュニケーションの継続意向

今後も社内会議、取引先との打ち合わせはWeb会議やビジネスチャットを利用するかについて検討した。J.D.パワージャパン（2020a）が2020年4月に1週間以内に仕事でWEB会議システムを利用した男女1,223名に対して行った調査では、「今後、社内会議はウェブ会議でも問題ない」と回答した人の割合は63%（そう思う32%、まあそう思う31%）、「今後、取引先や顧客等の外部との会議はウェブ会議でも問題ない」50%（そう思う24%、まあそう思う26%）であった。ダイヤモンド経営者倶楽部（2020）では、「今後、社内会議はWEB会議でも問題ない」と回答した人の割合は75.0%（思う24.1%、どちらかと言えば思う50.9%）「今後取引先との打ち合わせはWEB会議でも問題ない」64.8%（思う13.9%、どちらかと言えば思う50.9%）であった。野村総合研究所（2020）が2020年3月に全国の従業員500人以上の企業に勤める男女計6,184人を対象に行った調査では、「WEB・テレビ会議（社内の打ち合わせ）」を「緊急時だけでなく平常時でも、取り入れた働き

方をしたい」と答えた人の割合は、63.1%、「WEB・テレビ会議（他社との打ち合わせ）」（を平常時でも取り入れたい）58.0%、「ビジネスチャットを用いた業務コミュニケーション」（を平常時でも取り入れたい）60.1%であった。Web会議の効率の良さが受け入れられたため、社内会議、取引先との打ち合わせ共に半数以上の人々が、緊急時だけでなく平常時でもWeb会議を利用したいと感じていることがわかる。

続いて、今後のオンライン商談の継続意向について検討した。ファストマーケティング（2020）では、「あなたは新型コロナウイルスの流行が収束してもオンライン商談を継続したいですか」と尋ねたところ、「したい」「ややしたい」と回答した人の割合は合わせて60.7%であった。半数以上の人々がオンライン商談を継続したいと感じていることがわかる。さらに、年代別にも尋ねており、20代の「したい」「ややしたい」の割合は合わせて80.0%、30代72.7%、40代54.5%、50代では20.0%であった。若い世代ほどオンライン商談を継続したいと感じていることがわかる。

5. 考察

5.1 オンラインコミュニケーションの 利用・導入状況

新型コロナウイルス流行禍では、感染拡大防止のため人との接触が制限されている。新型コロナウイルスの流行をきっかけにテレワークが普及し、感染の心配がなく、同日同時刻で、非対面でコミュニケーションをとることができるWeb会議の利用率は上昇し、対面会議の実施率は低下した。また、Web会議の利用頻度の割合も流行前と比べて大きく上昇した。一方で、ビジネスチャットツールの導入率は3割程度とまだそれほど高くなく、その導入時期は「新型コロナウイルスの流行より前から導入していた」と回答した人の割合が7割であり、コロナ禍の影響はあまりなかった。ビジネスチャットツールのメリットは「スピーディーなコミュニケーション」であるため、今後、メールや電話に代わるツールになり得ると考えられる。

年代別のWeb会議利用率は、20代で最も高いという調査結果（クオリティア、2021）があったが、そもそも回答者の年代によって会議や商談の内容・

重要度・複雑さなどが異なることを考慮する必要があると思われる。今回収集した各種調査からは定かでないが、若い世代に比べてベテラン世代の会議や商談は、規模が大きく内容も複雑になり重要性が高まっていくと予想される。そのため、年齢が上がるとうオンラインで簡単に済ますわけにはいかないという意識が働く可能性がある。

5.2 オンラインコミュニケーションの メリット・デメリット、満足度

Web会議、オンライン商談、オンライン就活のメリットで共通することは「時間と距離の削減」であった。また、ビジネスチャットツールのメリットも「時間の削減」であった。

Web会議では、移動をせずとも遠隔地からでも参加ができ、インターネット環境さえあればいつでもどこからでも参加可能である。Web会議で顔を出さない場合は、電話と同じであると思われるが、資料共有ができるため、顔が見えなくても資料を見ながら、また資料に書き込みをしながら話することができる。そして録画機能があるため、あとから見直すことができ、会議に参加できなかった人とも共有することができる（池田、2020）。

オンライン商談では、今まで移動に使っていた時間が不要となり、空いた時間でアポイントの件数を増やすことができる。さらに、出張旅費が抑えられるため、国内の遠方の企業や海外の企業でも容易に商談を進めることが可能である。

就職活動においても、遠方の企業でも応募しやすいため、企業側にとっても全国から優秀な人材を集める可能性が大きくなることが推測される。

ビジネスチャットツールでは、メールのように挨拶や署名など、定型句や形式的なマナーは必要なく、短文でやりとりをするため、簡潔なメッセージのやりとりをスピーディーにおこなうことができる。また、メールで複数人に送信する場合、ToやCCに入れて送信することができるが、手間がかかる。そして後から参加したメンバーに経緯を知らせるためには、今までのメールを転送しなければならないなど、大変面倒である。一方で、ビジネスチャットツールでは複数人での情報共有が容易であり、後から参加したメンバーも経緯を追うことができる（池田、2020）などの点で便利で効率的である。

その他に、「音声や映像の不具合」がデメリット

としてあるが、Web会議で不具合があった場合、会議が滞る。オンライン商談やオンライン面接の場合では印象が悪くなる可能性があり、致命的である。しかし、不具合に関しては、継続調査からもわかるように徐々に改善されてきている。今後さらに操作の慣れや、通信環境の改善などで不具合が減っていくものと思われる。

Web会議の満足度は7割以上であり、多くの人が満足していることがわかった。しかし、その満足度合いの多くは「どちらかといえば満足している」であり、不満に感じていることもあるが、満足であると感じることのほうが上回っていることがうかがえる。前述したように、オンラインコミュニケーションツールではコミュニケーションが取りづらいが、「時間と距離の削減」により仕事の効率化を図ることができ、テレワークを容易に実現することができるため、得られるメリットは大きい。そのため、ある程度まで満足しているという結果が多かったと推測できる。

ビジネスインサイダー（2021）は、Microsoft（2021）が行った、2020年2月から1年間のMicrosoft Teamsなど同社製のワークプレイス・ツールで行われたやりとりの分析結果を取り上げ、会議に費やす時間は、2020年2月と比べ2.5倍にもなっており、同僚とのチャットは45%増加、メールは400億件以上増加したことを紹介している。オンラインコミュニケーションで削減した時間を利用してWeb会議の回数を増やしたり、気軽にコミュニケーションが取れるため、これまでより多くのメッセージを送っていることが考えられる。そのため、会議への参加やメッセージへの返答に時間を取られ、長時間労働となっていることがうかがえる。Web会議はお互いにバーチャルに顔を合わせてコミュニケーションを取ることができ便利であるが、職場で自席から会議ができない場合、会議室の予約や機器の準備、相手との会議時間の調整などの必要がある。また、ビジネスチャットでは同じ空間にいるかのように気軽に声掛けができるため、不必要な情報まで送っている可能性がある。労働時間の増加を抑えるため、本当にWeb会議が必要であるか、電話で済ませられないか、チャットやメールではチーム全員に周知し返信を要するような内容かどうか吟味し、必要性の薄いWeb会議やメッセージを省くことが長時間労働を助長しないことにつながると考える。

5.3 オンライン商談とオンライン就活

オンラインコミュニケーションツールの具体的な活用事例として、オンライン商談とオンライン就活を取り上げ、コロナ禍での活用状況を確認した。

オンライン商談については、調査数が少ないため推測の域を出ないが、約半数程度の企業で導入されていると思われる。コロナ禍で対面での商談は憚られ、他県への移動が自粛されてきたことなどから、様々な職種でオンライン商談が活用されているようである。また、オンライン商談が、営業のどのフェーズで向いているかを問うた調査（ベルフェイス、2020）からは、「新規顧客」との商談ではオンラインは不向きとされ、「既存顧客」との商談でオンラインが利用されていること、また顧客との「契約」よりも、契約後の「フォロー」においてオンラインが利用されていることが明らかとなった。商談においてオンラインを選択するか、対面を選択するかは、相手との関係性やその時の商談のフェーズが影響していると思われる。今後の顧客との関係を永続的なものにするために、初めて顔を合わせるような相手、ぜひとも関係を構築しておきたい相手、相手との信頼関係を構築したい場面では、オンラインよりも対面が好まれるものと推測される。

オンライン就活においては、7割の就活生がオンライン面接を経験していた。コロナ禍で対面での企業説明会や採用試験が控えられたため、企業説明会から最終面接までの全プロセスをオンラインで済ませた企業が相当数にのぼっていた。当の就活生たちは、学校の授業にもオンライン授業が導入されていたこと等もあり、スムーズに採用試験の変化に対応できたと思われる。しかしながら、採用試験の最も重要な局面である「最終面接」については、できれば対面で実施したいという声が多かった。オンライン就活は、遠方の志願者がその企業にアプローチしやすくなることから、学生側にも企業側にもメリットが大きく、これから定着していくものと思われる。今後は、企業側の「学生のことをより深く知り理解したい」というニーズ、そして学生側の「企業の雰囲気を感じ取りたい」「企業側に本当の自分をわかってほしい」という思いに応えるような採用方法が模索されていかなければならないであろう。

5.4 オンラインコミュニケーションの特性

職場におけるオンラインコミュニケーションツールの利用状況をふまえて、オンラインコミュニケーションと対面でのコミュニケーションの特性の整理を試みた。

まず、オンラインコミュニケーションツールの利用・導入率は、会議の目的や規模、取り扱う用件の重要性等によって影響される可能性を指摘してきた。例えば、重大な決断を求められる場面や、契約締結に向けた交渉を行う場面、初対面の相手との間で信頼関係を築き上げたいという場面では、オンラインよりも対面でのコミュニケーションが好まれていた。その一方で、オンラインコミュニケーションは、既に関係が出来上がった相手との打ち解けたやりとりや、報告を主体とした、どちらかといえば一方向的なコミュニケーションに向いていることが示唆された。

オンラインコミュニケーションツールのデメリットとして「非言語コミュニケーションの取りづらさ」が共通して挙げられた。オンラインでは言語情報以外の聴覚情報、視覚情報が制限されるため、対面の場合と比較すると、相手の反応や表情がわかりづらく、場の雰囲気や発言のタイミングがつかみづらい。これに対し、対面コミュニケーションでは「意思疎通のとりやすさ」が大きなメリットであった。オンラインコミュニケーションツールでは、資料の共有等の機能を有していることもあり、情報を共有することについては対面の場合と遜色ないが、非言語情報を手がかりに相手の感情を読み取ろうとする場合などには、あまり向かないものと考えられる。日常の他の場面と比べると、仕事場面では、情報を主体としたやりとりが多く、情報を迅速かつ正確に伝達したい機会は多い。その意味では、オンラインコミュニケーションツールの特性をよく理解して活用することが重要と考えられる。

杉谷（2008）は、インターネット（チャット）と対面コミュニケーションを比較し、どちらが優れているかについての実証研究を行っている。それによると、「話し手の発話内容が、その意図通り、正確に相手に受け取られたかどうか」という「伝達度」については、インターネット（チャット）の方が対面より優れており、話し手の発話内容が正確に聞き手に伝達されていた。これに対し、「話し手と聞き手が、互いに情報を正しく共有できていると感じて

いるかどうか」という「伝達感」については、インターネット（チャット）よりも対面の方が、相手に言いたいことが伝わった、あるいは、伝わってきたと実感されていた。この結果について、杉谷（2010）は、人は対面での会話中は、表情、ジェスチャー、声のトーン、周辺環境等、様々な情報が入ってくるため、話に集中できない。しかし、非言語的情報が乏しいオンラインでは、相手の発言だけに集中することが出来るため、より正確な理解と記憶が可能となる、と述べている。よって、情報を正確に伝えたい場合にはオンラインコミュニケーションの方が適しているという。また、対面では非言語的な情報の「伝達感」に優れているため、信頼関係を築くことや、感情を伝えたい、共有したい等の場合は、対面でのコミュニケーションの方が適していると述べている（杉谷、2020）。

対面会議とWeb会議の用途に応じた使い分けを想定して、これまでに言及した調査結果と、対面会議とWeb会議を比較した資料（会議室セレクト、2020、みんなの貸会議室、2021）をもとに両者の特性を表9に整理した。対面会議の特性として、意思疎通を図る、信頼関係を構築する（みんなの貸会議室、2021）、繊細なコミュニケーションを図る（会議室セレクト、2020）などが向いているとされ、相談や1on1ミーティング、大型案件の提案や役員に対するプレゼンテーション、議論・ディスカッションを活発に行う会議、初めての顧客との会議には対面会議を選択することが好ましいと考えられる。Web会議の特性は、情報伝達のスピードを求める、発表者が話したいペースに合わせて会議を進めるなどが向いているとされ、報告会やセミナー、勉強会など大人数での報告・通知を行い共通認識を持つこ

とにはWeb会議を選択することが好ましいと考えられる。

6. 全体考察

6.1. オンラインコミュニケーションの定着に向けて

既に述べたように、野村総合研究所（2020）の調査では、今後コロナ禍が収束した後も、社内会議、取引先との打ち合わせについて、約半数以上の人々がWeb会議を継続したいと考えていた。また、オンライン商談についても半数以上の人々が継続意向を持っていた。オンラインコミュニケーションツールを多くの人々が利用し、時間やコスト削減など多くのメリットがあること、オンラインでもコミュニケーションが可能であることを認識したため、コロナ禍が鎮静化し対面会議が可能となっても、オンライン会議を一切利用しなくなることは考えにくい。オンラインコミュニケーションと対面、両方を利用したハイブリッド式の会議が定着すると予想される。

しかしながら、オンラインコミュニケーションツールを多用することによる特有の問題点も指摘されている。以下では2点について触れておきたい。

第一に、Web会議が広く実施されるようになってから「Zoom疲れ」（zoom fatigue）という言葉が使われることもあるように、オンラインコミュニケーションツールを用いたやりとりにより特有の身体的疲労や精神的ストレスの存在が指摘されている。リクルートマネジメントソリューションズ（2020）によると、オンライン通話の疲労の要因として、「集中して画面を凝視すること」「画面に映る自身の

表9 対面会議とWeb会議の特性

	対面会議	Web会議
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・意思疎通を図る ・信頼関係を構築する ・繊細なコミュニケーションを取る ・雰囲気をつかみ取る ・真剣さや熱意を伝える 	<ul style="list-style-type: none"> ・時間や距離の削減 ・情報伝達のスピードを求める ・発表者が話したいペースに合わせて会議を進める ・一方向的なコミュニケーション
具体例	<ul style="list-style-type: none"> ・相談 ・1on1ミーティング ・大型案件の提案や役員に対するプレゼンテーション ・議論・ディスカッションを活発に行う ・初めての顧客との会議 ・重大な決断をする ・契約締結に向けた交渉 	<ul style="list-style-type: none"> ・報告会 ・セミナー ・勉強会 ・大人数での報告・通知を行い共通認識を持つ

顔を気にすること」「表情が見えないなかで相手の感情を読み取る必要があること」「少しの間が空くだけでも友好的でない雰囲気になること」「微妙な音の遅れが発話衝突（かぶり）を引き起こすこと」などが諸々の研究から明らかになったとしている。

特に、画面に映っている自分の顔を見ながらコミュニケーションをすることは、現在のWeb会議ツールに特有のストレスとなっている可能性がある。4.8でも述べたように、Web会議等で相手に向けて自分の顔を示すことは、非言語情報が制限されている中で、相手にとって貴重な情報源となっている。テレワークをしている中で、上司が部下の様子を知ることや、同僚同士の様子を知るためには、文字だけで本当のところをうかがい知ることは難しい。Web会議でカメラをオンにし、表情を確認することができれば、体調やメンタルヘルスの状態をうかがい知ることができる（武神，2021）。また、会議で話し合われている内容に対する理解度や発言意向の確認などの目的を考えても、双方が自分の顔を示したほうが、会議や会話はスムーズに進行するものと思われる。ただ、通常の対面でのコミュニケーションと対比させて考えると、相手には自分の顔を示しつつも、自分からは自分の顔が見えないように設定しておくことも選択肢の一つなのかもしれない。

第二に、筑波大学（2020）では、オンライン会議にどのような問題点があると感じているかを尋ねた調査の中で、「内容・意思決定上の問題」として、「雑談や些細な話題のやりとりが少ない」65.3%、「会議のテーマや議題から話がそれにくい」55.0%、「会議中に他の参加者との一体感が生まれにくい」54.8%などを指摘した。Web会議では、相手の反応が確認しにくく、沈黙が落ち着かなかったり、間の取り方が難しいためか、本来の議題以外の話題に展開しにくく、雑談を行うことが難しいとされる。また、そういったことが影響して、一体感も生まれにくいと考えられる。職場のチームが一体感を持つことができるように、対面でのやりとりや協力的な活動を通じて、一体感を培う必要があるであろうし、対面でのやりとり・活動が困難なコロナ禍のような状況においては、雑談のようなやりとりを生み出す仕掛けを工夫することもできるであろう。

さらに、オンラインでコミュニケーションを取りやすくするためには、職場内の誰もが自由な発言機会を保障され、それが皆に受容されるような、心理

的安全性（石井，2020）の高い雰囲気づくりが重要だと思われる。コロナ禍が長期化している現在においては、本来であれば、対面で行う方がよいと考えられる会話や会議であっても、オンラインを選択せざるを得ない状況がある。対面でのコミュニケーション機会が限られている職場も多いと推測されることから、オンライン上でも発言しやすい雰囲気づくりに配慮し、コミュニケーションを活発にとることができれば、チームや組織のパフォーマンスを最大限に発揮することができるであろう。

6.2 今後に期待すること

今回収集した調査の多くは、どのテーマについても多くの調査によって裏打ちされた、客観性の高い知見であるとはいえない。また、サンプル数が少なかったり、特定の地域や職業に限られるなど、対象者の偏りも大きい。テレワークの実施状況だけでなく、オンラインコミュニケーションツールの利用状況等についても、広範で継続的な調査が多く行われることを期待したい。

また、今後もテレワークと出社のハイブリッド勤務が継続すると思われることから、通信環境の充実はもとより、オンラインコミュニケーションツールの技術的な発展（利便性の向上、機能の充実）と、オンラインコミュニケーションツールの利用上の工夫は、さらに高まっていくものと期待される。オンラインコミュニケーションツールが定着していく過程で、コミュニケーションの取りづらさがどのように軽減し、またオンライン特有の疲れや、雑談の発生しにくい状況などの新たな課題が、どのように改善・解消されていくのか、引き続き動向を注視していきたい。

引用文献

- あしたのチーム (2020). テレワークと人事の課題に関する調査 あしたのチーム 2020年4月20日<<https://www.ashita-team.com/news/20200420-2/>> (2021年7月27日).
- あしたのチーム (2021). コロナ禍のテレワークと人事の課題に関する調査 あしたのチーム 2021年5月18日<<https://www.ashita-team.com/news/20210518-3/>> (2021年7月13日).
- アスマーク (2021). 「オンラインコミュニケーション」実態調査 アスマーク<https://www.asmarq.co.jp/white_paper/online_drinking_session/> (2021年7月14日).
- ビジネスインサイダー (2021). 在宅ワークに疲れた？マイクロソフトがそれを裏付ける調査結果を発表・・・パンデミックで会議時間は2倍, チャットは5割増しに ビジネスインサイダー 2021年4月1日<<https://www.businessinsider.jp/post-231938>> (2021年7月18日).
- ビズヒッツ (2020). WEB会議の悩みに関する意識調査 PRTIMES 2020年10月7日<[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000014.000041309.html](https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000014.000041309.html)> (2021年6月22日).
- ブイキューブ (2021). ニューノーマルな働き方におけるWeb会議の実態調査 ブイキューブ 2021年5月26日<<https://jp.vcube.com/news/release/20210526-1530.html>> (2021年7月18日).
- ベルフェイス (2020). 「オンライン商談」に関する実態調査 ベルフェイス 2020年5月18日<<https://corp.bell-face.com/news/2935/>> (2021年8月16日).
- Chatwork (2020). コロナ禍での働き方に関するストレス調査 Chatwork 2020年11月25日<https://ec-commonassets.s3.amazonaws.com/site/chatwork/documents/pdf_ja_stress-survey.pdf> (2021年7月19日).
- ダイヤモンド経営者倶楽部 (2020). Web会議システムについてのアンケート ダイヤモンド経営者倶楽部 2020年7月20日<<https://www.dfc.ne.jp/wp-content/uploads/2020/07/第2回アンケート.pdf>> (2021年7月13日).
- EEC (2021). 「オンラインコミュニケーション」に関するアンケート EEC 2021年2月18日<<https://e-ec.co.jp/column-31/>> (2021年7月18日).
- エン・ジャパン (2020a). 「オンライン面接」実態調査 エン・ジャパン 2020年7月29日<<https://corp.en-japan.com/newsrelease/2020/23725.html>> (2021年7月18日).
- エン・ジャパン (2020b). 「オンライン面接」実態調査 エン・ジャパン 2020年10月28日<<https://corp.en-japan.com/newsrelease/2020/24445.html>> (2021年8月14日).
- エン・ジャパン (2021a). 「オンライン商談」実態調査 エン・ジャパン 2021年2月3日<<https://corp.en-japan.com/newsrelease/2021/25152.html>> (2021年7月18日).
- エン・ジャパン (2021b). 「オンライン就活」意識調査2021 エン・ジャパン 2021年5月26日<<https://corp.en-japan.com/newsrelease/2021/26140.html>> (2021年8月17日).
- ファストマーケティング (2020). 営業のオンライン商談に関する実態調査 ファストマーケティング 2020年5月21日<<https://fastmarketing-pro.com/btob-research-200521/>> (2021年7月18日).
- freee (2020). ITシステムの利用に関するアンケート freee 2020年10月21日<https://corp.freee.co.jp/news/ITsystem_Investigation.html> (2021年7月13日).
- 学情 (2020a). 「希望する営業スタイル」に関するアンケート 学情 2020年6月26日<<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000524.000013485.html>> (2021年7月18日).
- 学情 (2020b). 21卒・オンライン就活に関する調査 学情 2020年7月1日<<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000529.000013485.html>> (2021年7月18日).
- 学情 (2020c). 職場でのコミュニケーション方法 学情 2020年9月29日<<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000583.000013485.html>> (2021年7月18日).
- 後藤学, 濱野和佳 (2020). 新型コロナウイルス感染症流行下でのテレワークの実態に関する調査動向 INSS JOURNAL, Vol.27, 252-274.
- H1T (2020). コロナによって変化する働き方に関する実態把握アンケート H1T 2020年11月17日

- <<https://www.hlt-web.com/columns/26.html>> (2021年7月18日).
- HR総研(2020). 2021年卒及び2022年卒採用活動動向調査 HR総研 2020年8月13日<https://www.hrpro.co.jp/research_detail.php?r_no=273> (2021年8月14日).
- HR総研(2021). 社内コミュニケーションに関するアンケート2021 HR総研 2021年3月17日<https://www.hrpro.co.jp/research_detail.php?r_no=294> (2021年7月18日).
- 池田朋弘(2020). チームコミュニケーションの教科書 マイナビ出版.
- 石井遼介(2020). 心理的安全性のつくりかた 日本能率協会マネジメントセンター.
- 伊藤忠テクノソリューションズ(2017). 大手企業のビジネスチャットツール導入実態調査 伊藤忠テクノソリューションズ 2017年4月13日<https://www.ctc-g.co.jp/company/release/doc/20170413a_detail.pdf> (2021年7月18日).
- イード(2020). Web会議に関する調査(1) イード 2020年10月15日<<https://u-site.jp/survey/web-conference-1/>> (2021年7月18日).
- インフィニ(2021). 「WEB会議」に関するアンケート調査 INFINI FOREST 2021年4月1日<https://www.infini-forest.com/guest/infinilookup/detail/today115_webmtg#/> (2021年6月22日).
- J.D.パワーージャパン(2020a). テレワーク下におけるWEB会議利用に関する日米調査 J.D.パワーージャパン 2020年4月27日<<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000049.000042677.html>> (2021年8月23日).
- J.D.パワーージャパン(2020b). J.D.パワー2020年WEB会議システム顧客満足度調査 J.D.パワーージャパン 2020年10月15日<https://japan.jdpower.com/sites/japan/files/file/2020-10/2020_JP_Webmeeting.pdf> (2021年8月23日).
- 会議室セレクト(2020). 対面会議とWeb会議どちらが適切? 向き不向きの会議内容とは 会議室セレクト 2020年10月6日<<https://www.kaigi-select.com/column/3475/#7>> (2021年8月17日).
- キーマンズネット(2020). 「コミュニケーションツールの利用状況」に関する調査 キーマンズネット 2020年8月20日<<https://www.keyman.or.jp/kn/articles/2008/20/news007.html>> (2021年7月18日).
- キーマンズネット(2021). 会議の実施状況 キーマンズネット 2021年1月7日<<https://www.keyman.or.jp/kn/articles/2101/07/news030.html>> (2021年7月18日).
- クオリティア(2021). ビジネスコミュニケーションに関する調査2021 クオリティア 2021年4月27日<<https://www.quality.co.jp/doc/newsrelease20210427.pdf>> (2021年7月13日).
- MM総研(2020). SaaS・コラボレーションツール利用動向調査 MM総研 2020年5月22日<<https://www.m2ri.jp/release/detail.html?id=420>> (2021年7月13日).
- MMD研究所(2021). オンラインでの就職活動に関する実態調査 MMD研究所 2021年3月16日<https://mmdlabo.jp/investigation/detail_1945.html> (2021年7月18日).
- Microsoft(2021). The Next Great Disruption is Hybrid Work-Are We Ready? Microsoft 2021年3月22日<<https://www.microsoft.com/en-us/worklab/work-trend-index/hybrid-work>> (2021年7月20日).
- マーケティングアプリケーションズ(2020). 在宅勤務時のメイクについての調査 マーケティングアプリケーションズ 2020年11月4日<<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000014.000041511.html>> (2021年7月18日).
- マツリカ(2020). 営業活動のリモートワーク調査 マツリカ 2020年4月30日<<https://mazrica.com/press-release/p200430/>> (2021年7月18日).
- マネジャー(2021). ビジネスチャットツールに関する調査 マネジャー 2021年1月9日<<https://www.manegy.com/news/detail/3670>> (2021年7月18日).
- みんなの貸会議室(2021). その移動本当に必要? 対面で行うべき会議とリモートで問題ない会議の特徴とは みんなの貸会議室 2021年5月12日<<https://minnanospace.com/2021/05/12/remote-face-meeting-better/>> (2021年8月17日).
- 日本生産性本部(2020). 新型コロナウイルスの感染拡大が働く人の意識に及ぼす調査 日本生

- 産性本部 2020年5月22日 <<https://www.jpc-net.jp/research/assets/pdf/5f4748ac202c5f1d5086b0a8c85dec2b.pdf>> (2021年7月18日).
- 日本生産性本部 (2021). 第5回働く人の意識に関する調査 日本生産性本部 2021年4月22日 <https://www.jpc-net.jp/research/assets/pdf/5th_workers_report_0617.pdf> (2021年7月18日).
- 野村総合研究所 (2020). 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う人々の行動と意識の変化から見る「学び方改革」, 「働き方・暮らし方改革」の可能性～進んだ在宅勤務やオンライン会議. 抵抗感の緩和や仕事と家庭の両立への効果実感につながる～ 野村総合研究所 2020年4月20日 <<https://www.nri.com/-/media/Corporate/jp/Files/PDF/keyword/proposal/20200420.pdf?la=ja-JP&hash=A19B267F6BB3C75C1BC904B5ECF35A33A5E4CBD8>> (2021年7月18日).
- パーソル総合研究所 (2020a). 新型コロナウイルス対策によるテレワークへの影響に関する緊急調査 パーソル総合研究所 2020年4月24日 <<https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/research/assets/telework.pdf>> (2021年7月19日).
- パーソル総合研究所 (2020b). 新型コロナウイルス対策によるテレワークへの影響に関する緊急調査 パーソル総合研究所 2020年6月11日 <<https://rc.persol-group.co.jp/news/202006110001.html>> (2021年7月18日).
- パーソル総合研究所 (2020c). 第四回・新型コロナウイルス対策によるテレワークへの影響に関する緊急調査 パーソル総合研究所 2020年12月16日 <<https://rc.persol-group.co.jp/news/202012160001.html>> (2021年7月18日).
- パーソルプロセス&テクノロジー (2020). 業務のデジタル化に関する意識・実態調査 パーソルプロセス&テクノロジー 2020年12月17日 <<https://www.persol-pt.co.jp/news/2020/12/17/4841/>> (2021年7月13日).
- ランタアップ (2020). 「コロナ禍のテレワークでの男性の意識変化」に関するアンケート調査 MONOist 2020年10月22日 <<https://monoist.atmarkit.co.jp/mn/articles/2010/22/news013.html>> (2021年7月20日).
- リクルートマネジメントソリューションズ (2020). 加速するテレワークの明暗を分ける, チームでのコミュニケーションとは 2020年7月6日 <<https://www.recruit-ms.co.jp/issue/column/0000000869/>> (2021年7月18日).
- リトルソフト (2020). 「テレワーク中のコミュニケーション」に関する調査 リトルソフト 2020年7月1日 <<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000053703.html>> (2021年7月18日).
- SB C&S (2020). ビデオ会議に関する意識調査 SB C&S 2020年8月20日 <https://cas.softbank.jp/press/200820_01/> (2021年7月18日).
- サイバーソリューションズ (2019). メールとビジネスチャットツールの利用実態調査 サイバーソリューションズ 2019年2月26日 <<https://japan.cnet.com/release/30300204/>> (2021年7月18日).
- 産労総合研究所 (2020). オンライン会議は好きですか? 産労総合研究所 2020年10月7日 <https://www.e-sanro.net/share/pdf/research/pr_2010-1.pdf> (2021年7月18日).
- 杉谷陽子 (2008). 電子メディアによる情報伝達の研究 - コミュニケーションにおける非言語的掛かりの役割 - 一橋大学大学院社会学研究科・社会学部博士論文.
- 杉谷陽子 (2010). インターネット・コミュニケーションと対面コミュニケーションにおける情報の伝わり方の差異についての意見書.
- 杉谷陽子 (2020). 対面とオンラインの長所・短所を知り上手に組み合わせればいい リクルートマネジメントソリューションズ 2020年12月21日 <<https://www.recruit-ms.co.jp/issue/interview/0000000928/?theme=skill,workplace>> (2021年8月22日).
- 総務省 (2020). 新型コロナウイルス感染症まん延防止のための出勤者の削減について 総務省 2020年4月13日 <https://www.soumu.go.jp/main_content/000683222.pdf> (2021年7月27日).
- 武神健之 (2021). 在宅勤務時代における部下のトリセツ マイナビニュース 2021年3月8日 <https://news.mynavi.jp/article/zaitaku_kinmu_mental-3/> (2021年8月18日).

- 筑波大学 (2020). テレワークによる社内コミュニケーションの変化 筑波大学 2020年10月2日<<http://www.human.tsukuba.ac.jp/counseling/w/wp-content/uploads/2020/10/surveyresult20201002.pdf>> (2021年7月14日).
- UCHIDA (2020). テレワーク時代のオフィスに関する実態調査 UCHIDA<https://office.uchida.co.jp/workstyle/telework/column_007.html> (2021年7月14日).
- 矢野経済研究所 (2020). テレワーク関連ソリューションの動向調査 矢野経済研究所 2020年7月6日<https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/2467> (2021年7月20日).
- ZENKIGEN (2020). 就職活動におけるWEB面接利用実態調査 ZENKIGEN<<https://harutaka.jp/wp/wp-content/themes/HARUTAKA/img/contact/DLstudentsurvey.pdf>> (2021年7月18日).