報道関係各位　　※この資料はご自由にお使いください　2012年8月1日(水曜日)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(47.17%)、文章が曖昧(33.67%)、文章が冷たい(20.83%)
「ビジネスメール実態調査2012(平成24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24年8月1日(水曜)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2012(平成24年)」を発表します。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。2007年から毎年実施している本調査は2012年で6年目を迎えました。

ビジネスメール実態調査2012(平成24年)の総評

2011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」(97.95%)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分かります。メールを確認する頻度は、「メールが届いたらその都度開く」(24.75%)が最も多く、1日に1回以上を合計すると98.85%です。この結果から、毎日メールを確認するのが当たり前になったと考えられます。メールの返信は、いつまでに欲しいか(急ぐ場合は除く)の問いに対する回答は、「24時間(1日)以内」(55.00%)が最も多く、実際に平均でいつまでにメールを返信しているかの問いに対する回答は、「24時間(1日)以内」(40.98%)が最も多く、頻繁にメールを確認して24時間以内に返信することが習慣化しているといえます。

一方で、メールの返信が遅れてしまうことがあると回答した人は70.74%で、「すぐに結論が出せないため」(69.99%)が最も多い理由です。この結果から、重要な用件や複雑な用件をメールでやりとりしていることが分かります。また、「返信が遅れても問題ない相手(メール)」(34.88%)のように、相手やメールの内容に応じて返信をする優先順位をつけていることが分かります。

メールを書くとき、不安に感じることがあると回答した人は58.52%で、半数以上の人が自分のメールに何らかの不安を感じていることが分かりました。不安の内容は、「文章の書き方が分からない」(51.40%)、「敬語の使い方が分からない」(36.83%)、「何が正しいメールなのか分からない」(31.37%)、「挨拶の仕方が分からない」(29.41%)、「誰からもビジネスメールを学んだことがない」(23.53%)の5項目が上位を占めています。この結果から、メールには明確なルールや基準がなく、教育も行われていないことが理由として考えることができます。

過去1年間で、メールで失敗したことがあると回答した人は49.67%で、半数近い人が実際に失敗を経験しています。失敗した内容は、「添付ファイルの付け忘れ」(70.63%)、「誤字や脱字」(33.99%)、「宛先(メールアドレス)間違い」(22.61%)、「メールの返信が遅い」(21.29%)、「文章が曖昧」(18.32%)の5項目が上位を占めています。この結果から、誰が見ても明らかなことを失敗として認識していることが分かります。失敗をしても6割以上の人がほとんど指摘をされていません。「宛先(メールアドレス)間違い」は情報漏洩にもつながるので注意が必要です。メールは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るようです。

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があると回答した人は82.13%で、8割以上の人が相手の失敗に気付いています。相手が失敗した内容は、「添付ファイルの付け忘れ」(68.66%)、「誤字や脱字」(46.41%)、「名前の間違い」(28.54%)、「文章が曖昧」(28.34%)、「宛先(メールアドレス)間違い」(28.04%)の5項目が上位を占めています。この5項目は自覚している自分の失敗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。相手の失敗に気付いても67.86%の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。

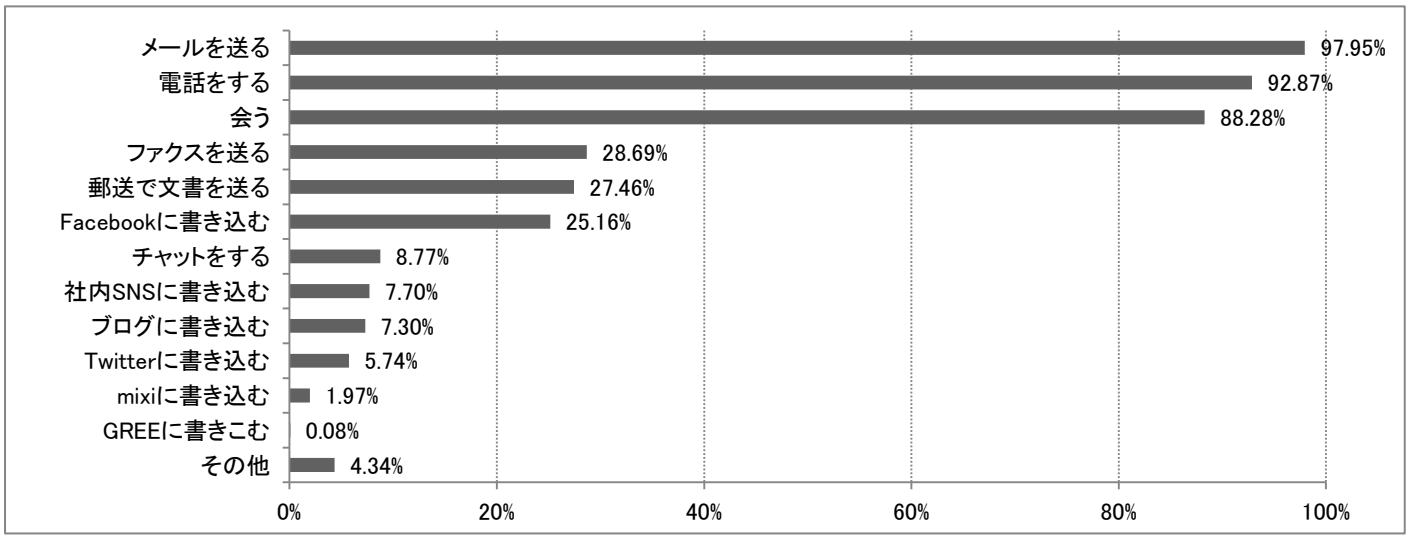
メールを受け取って不快に感じたことがあると回答した人は49.18%で、半数近い人が何らかの不快を感じています。不快の内容は、「文章が失礼」(47.17%)、「文章が曖昧」(33.67%)、「文章が冷たい」(20.83%)、「ビジネスマナーがなっていない」(18.33%)、「メールの返信が遅い」(17.50%)の5項目が上位を占めています。受け取ったメールの中に見つけた失敗と比べると並び順が異なり、失敗は誰が見

ても分かる機能的で具体的な内容でしたが、不快感を誘発するのは人によって感じ方の違う感情的で抽象的な内容です。失敗が直ちに不快感につながるのではなく、文章やマナーに関わる項目が不快感を引き起こすことが分かります。不快を感じたことを 75.67%と 8 割近い人が指摘をしていません。不快の内容や度合いは人によって異なるため指摘しにくいと考えられます。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。

会社でビジネスメールの研修があると回答した人は 7.79%で 1 割にも満たず、メールは仕事上の主要なコミュニケーション手段であるにも関わらず、9 割以上の人が会社では学んでいないことが分かります。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も当然だといえる結果です。

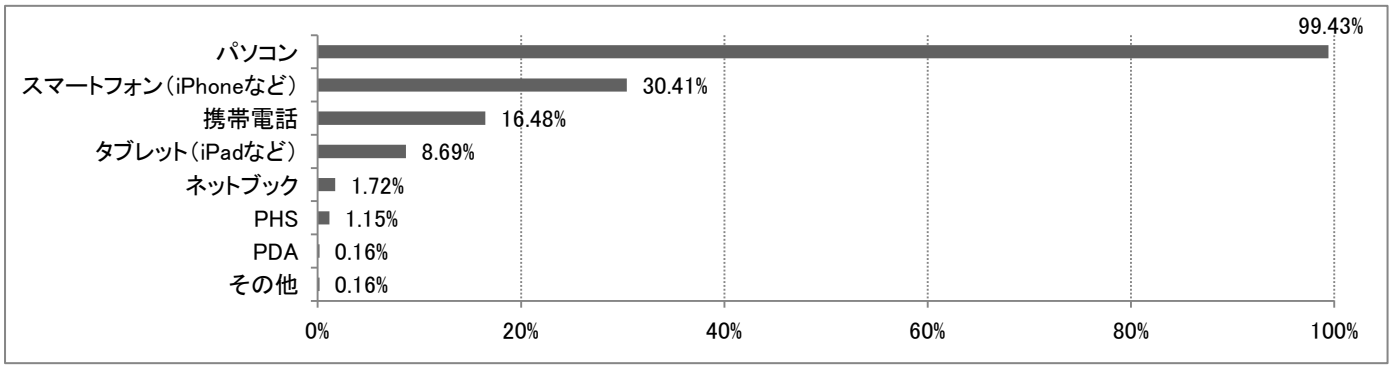
調査結果

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（複数選択可）



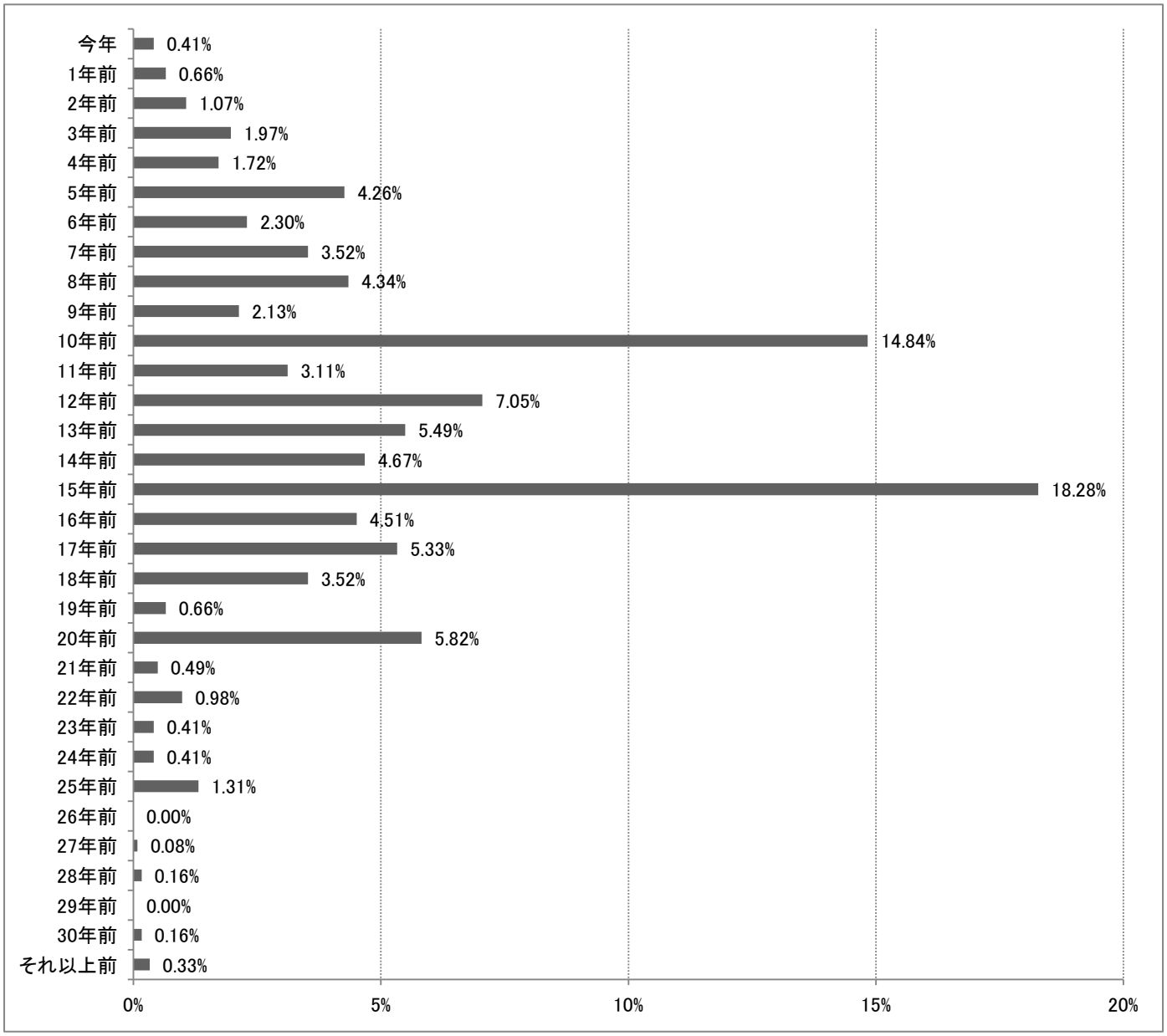
仕事上で周囲とコミュニケーションをとる主な手段は「メールを送る」(97.95%)が最も多く、「電話をする」(92.87%)、「会う」(88.28%)と続きます。ソーシャルメディア時代を象徴する「Facebook に書き込む」(25.16%)や「Twitter に書き込む」(5.74%)は、一部のビジネスシーンでコミュニーション手段として使われていることが分かりました。

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（複数選択可）



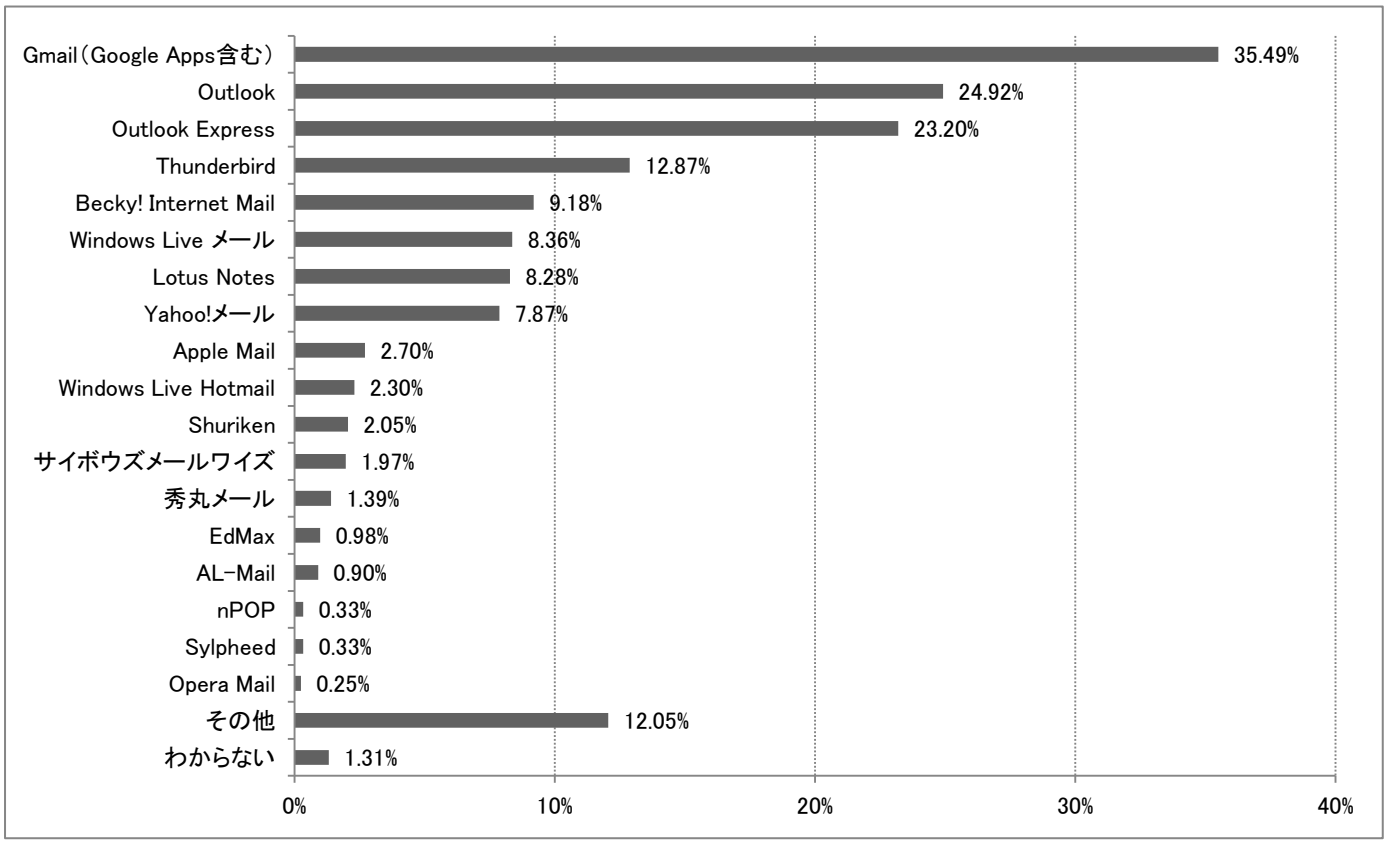
ビジネスメールの送受信で主に利用されている機器は、「パソコン」(99.43%)が圧倒的に多く、「スマートフォン(iPhone など)」(30.41%)、「携帯電話」(16.48%)と続きます。

Q3：あなたはいつから仕事でメールを使っていますか



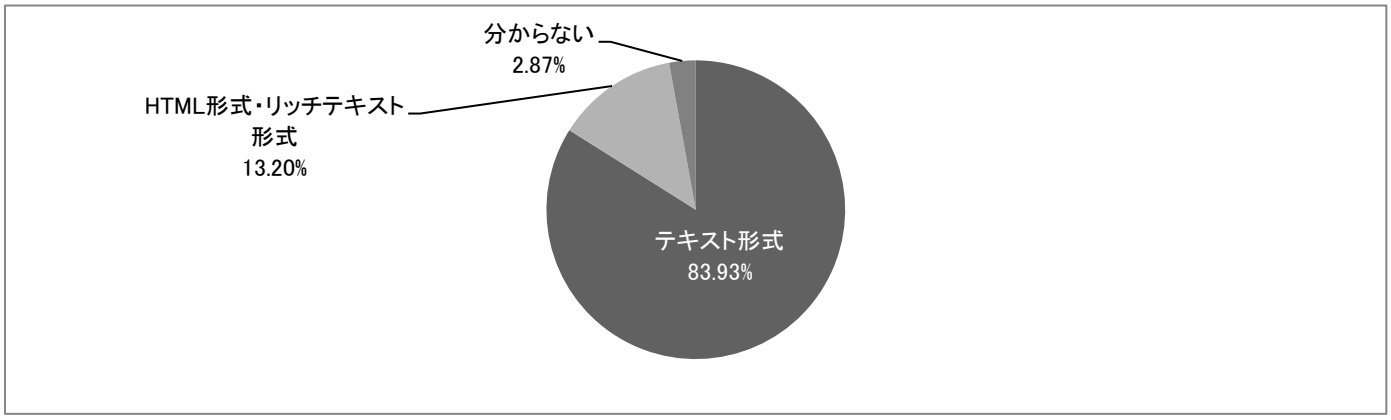
仕事でメールを使い始めた時期は、「15 年前」から（18.28%）の人が最も多く、「10 年前」から（14.84%）、「12 年前」から（7.05%）と続きます。10 年前からそれ以上前までの合計は 77.62%と、本調査は仕事上でメールを使う経験の豊富な人が回答していることが分かります。

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（複数選択可）



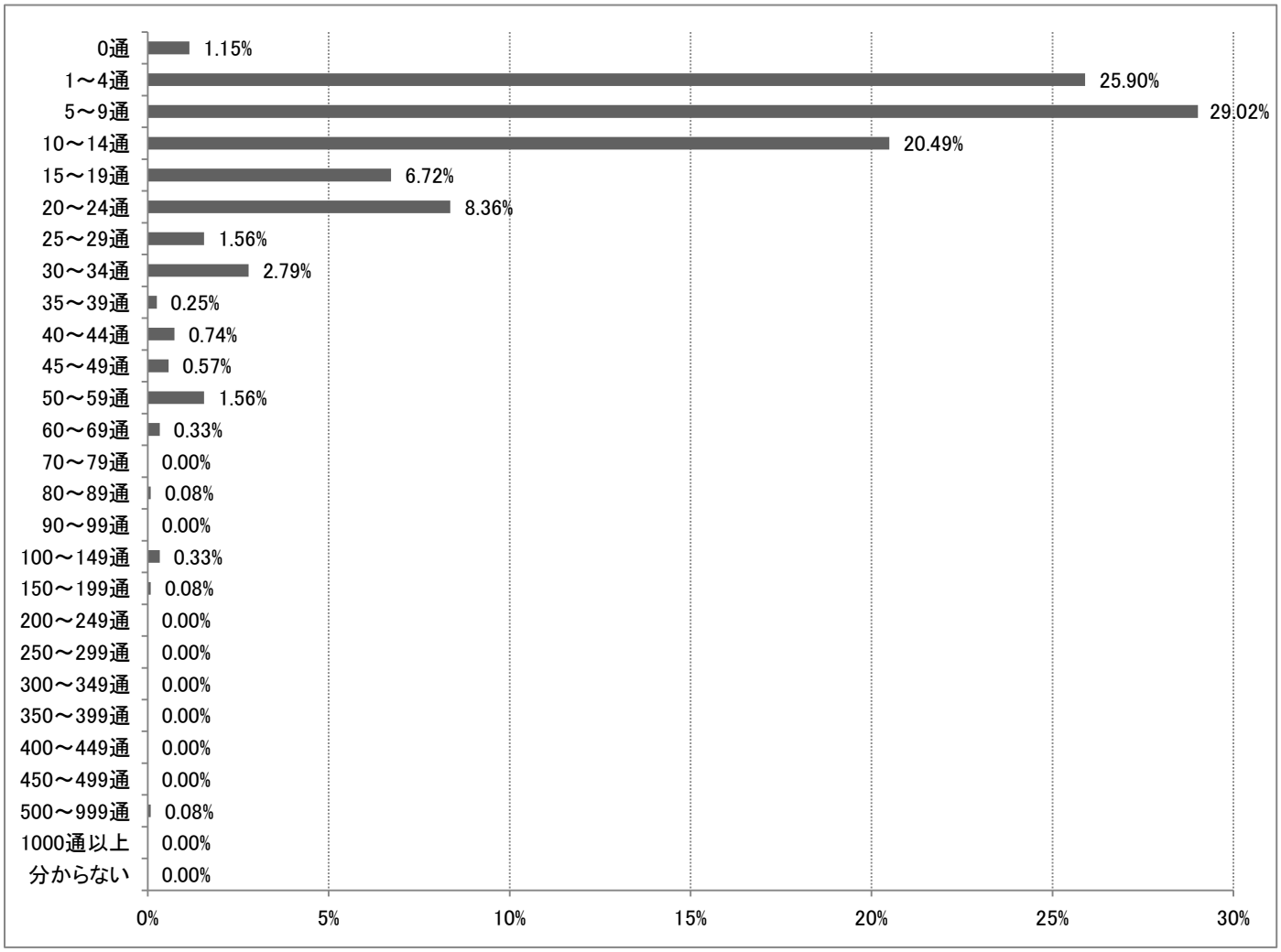
ビジネスメールの送受信に使っている主なメールソフトは、Gmail の法人利用（Google Apps）が増えていることもあり、「Gmail（Google Apps 含む）」（35.49%）が最も多く、続いて「Outlook」（24.92%）、「Outlook Express」（23.20%）と Microsoft 社の製品が上位を占めています。

Q5：メール形式は通常、何を使っていますか



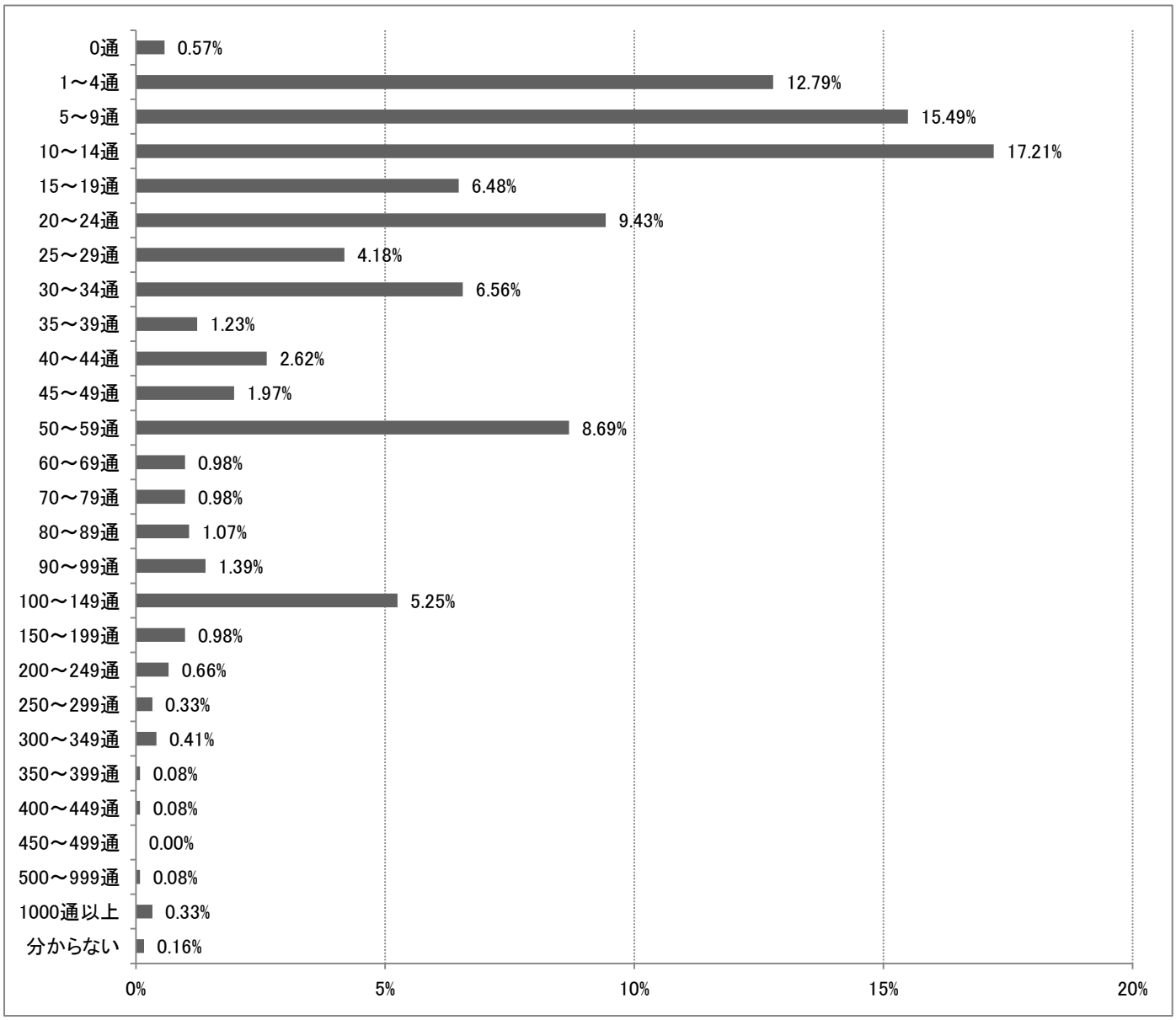
通常、使っているメール形式は、「テキスト形式」（83.93%）が最も多く主流であるといえます。このことから、「HTML 形式・リッチテキスト形式」（13.20%）の利用者は、相手が「テキスト形式」を利用している可能性があることを考慮して、「HTML 形式・リッチテキスト形式」特有の装飾表現がなくても情報が正しく伝わるメールを書くべきだといえます。

Q6：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



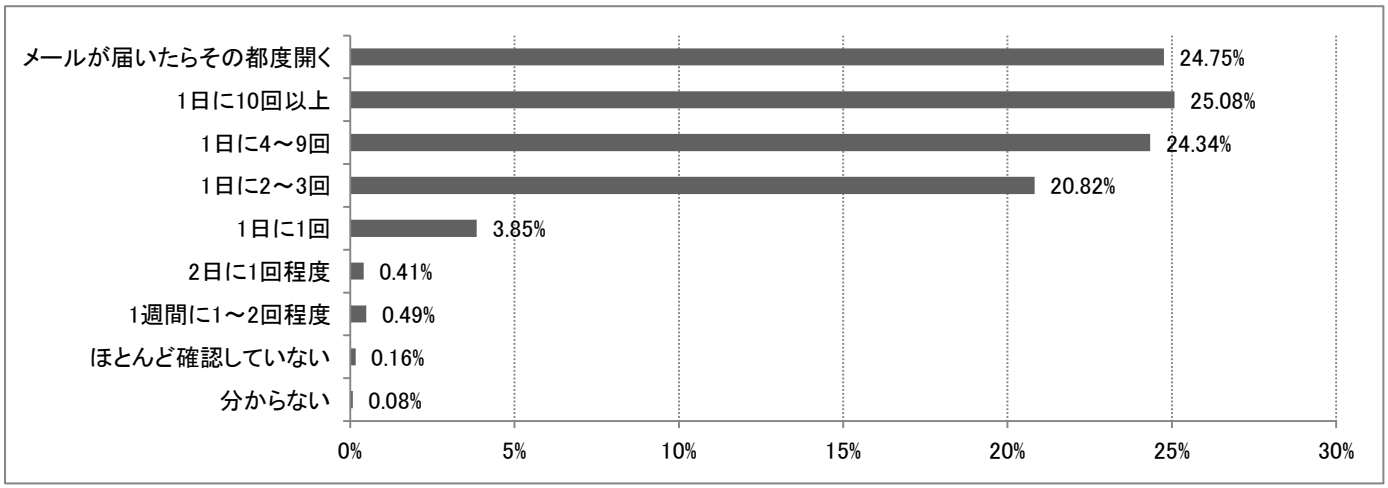
1 日に送信するビジネスメールの平均通数は、「1～4 通」(25.90%)、「5～9 通」(29.02%)、「10～14 通」(20.49%)、「15～19 通」(6.72%)と、その合計が 82.13%となりました。なかには 30 通を超える人も 6.80%いますが少数派だといえます。

Q7：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



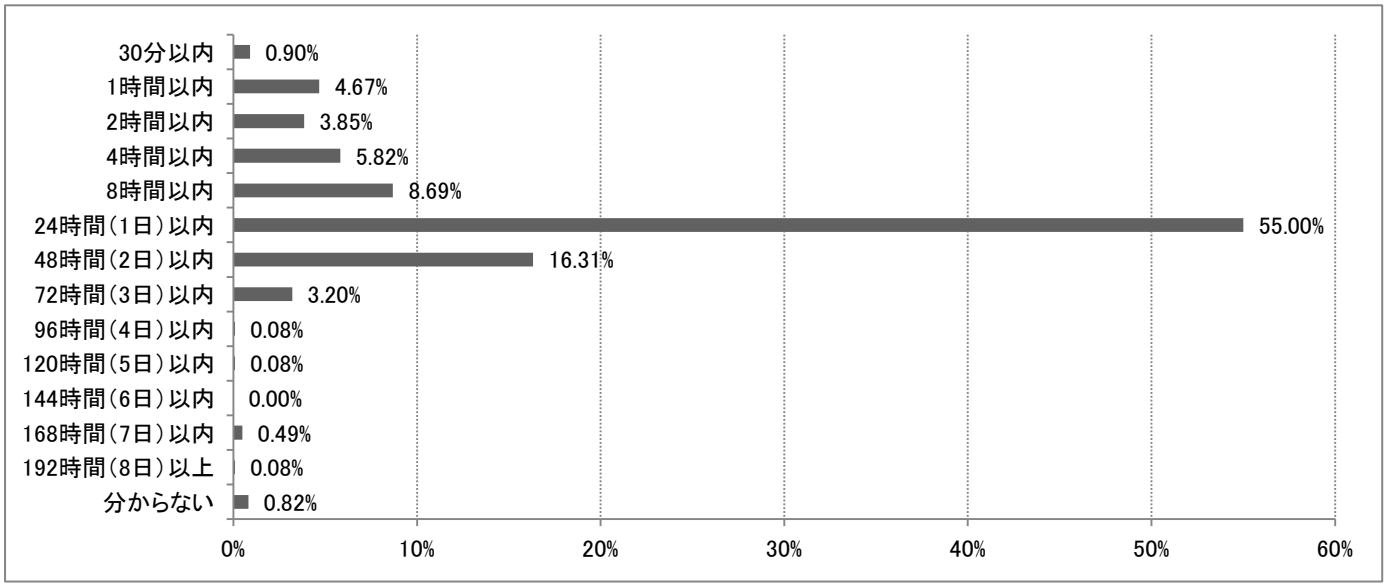
1 日に受信するビジネスメールの平均通数は、「1～4 通」(12.79%)、「5～9 通」(15.49%)、「10～14 通」(17.21%と)、「15～19 通」(6.48%)と、その合計が 51.97%となり半数以上を占めています。

Q8：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



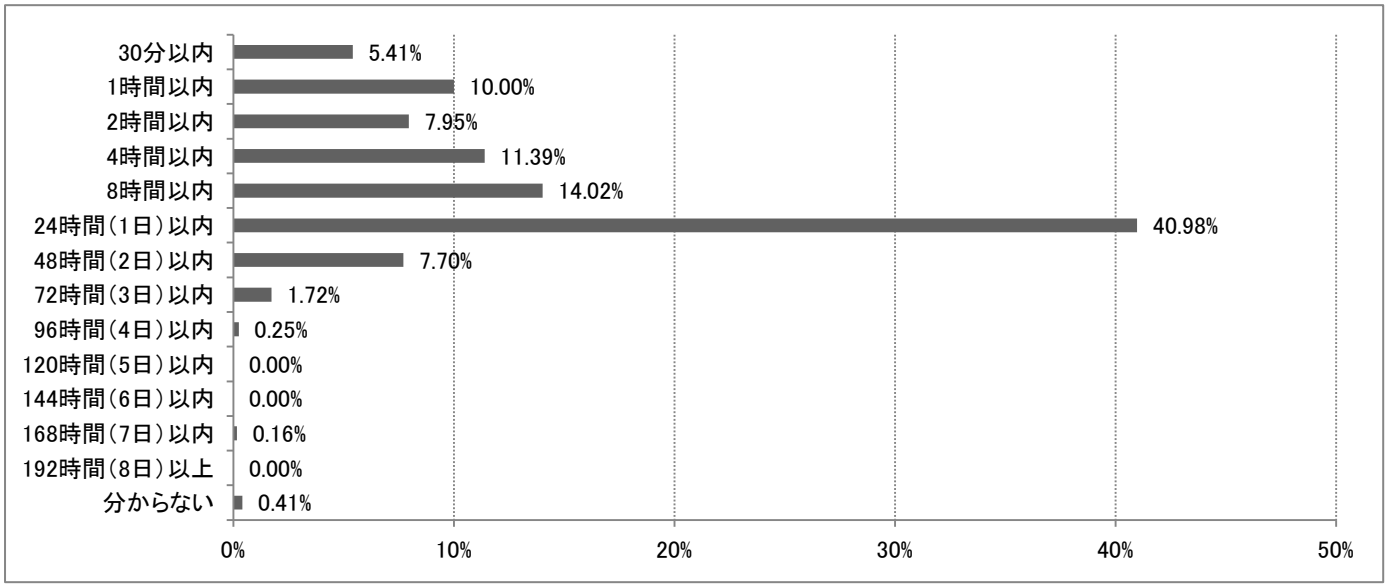
ビジネスメールの確認頻度は、「メールが届いたらその都度開く」(24.75%)が最も多く、1 日に 1 回以上を合計すると 98.85%です。毎日メールを確認することが当たり前になったと考えられます。

Q9：送信したメールの返信は、いつまでに欲しいですか。急ぐ場合を除きます



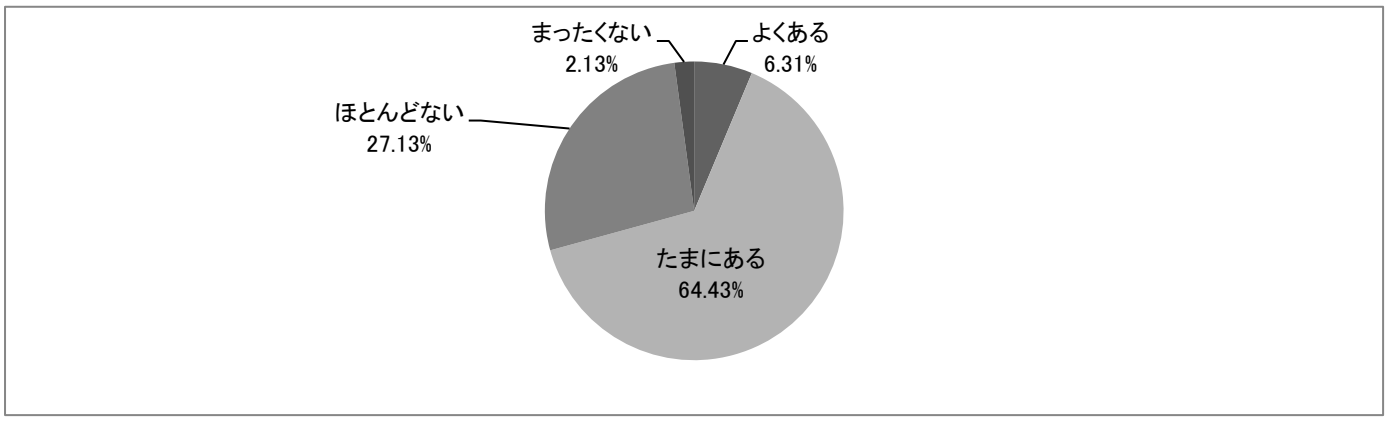
送信したメールの返信は、いつまでに欲しいか（急ぐ場合を除く）の問いに対して、「24 時間（1 日）以内」（55.00%）が最も多いです。その一方で、「4 時間以内」（5.82%）、「8 時間以内」（8.69%）の結果も考慮すると、毎日、朝、昼、夕方の 3 回メールを確認して返事ができると仕事は円滑に進むと考えられます。

Q10：受信したメールの返信は、いつまでにしていますか。平均でお答えください



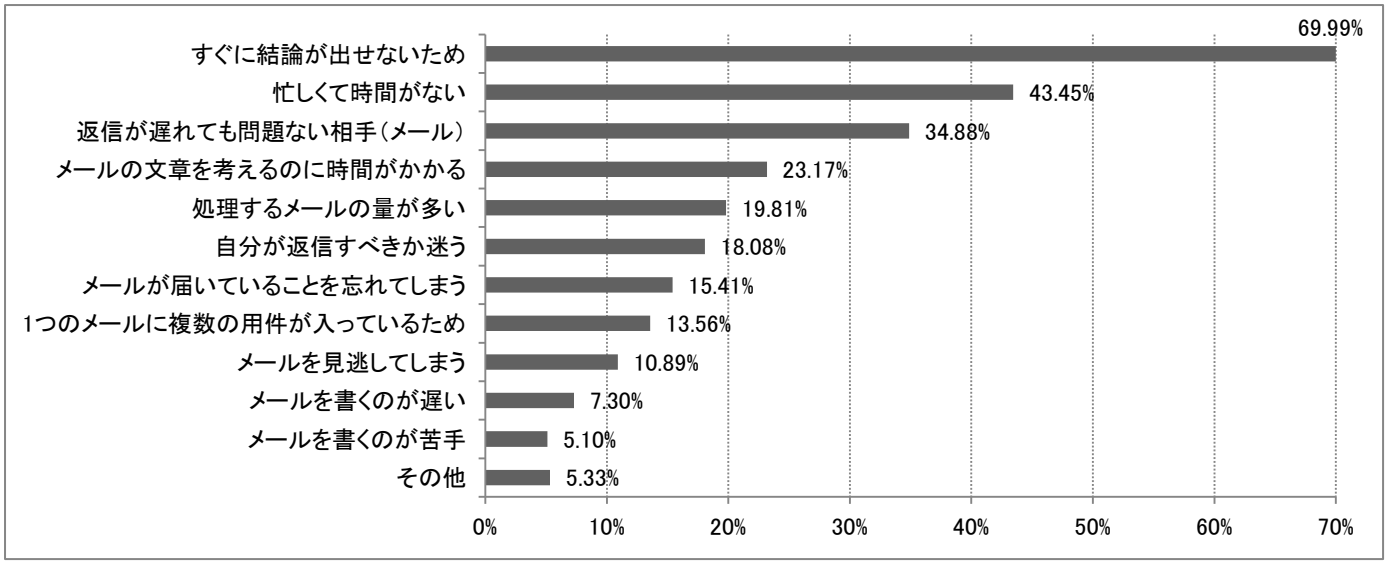
受信したメールの返信は平均でいつまでにしているかの問いに対して、「24 時間（1 日）以内」（40.98%）が最も多いです。「30 分以内」（5.41%）、「1 時間以内」（10.00%）、「2 時間以内」（7.95%）、「4 時間以内」（11.39%）、「8 時間以内」（14.02%）、「24 時間（1 日）以内」（40.98%）を合計すると 89.75%です。8 割以上の人が 24 時間以内に返信をしていることが分かります。この結果からも、頻繁にメールを確認して返事をすることが習慣化しているといえます。

Q11：ビジネスメールの返信が遅れてしまうことはありますか



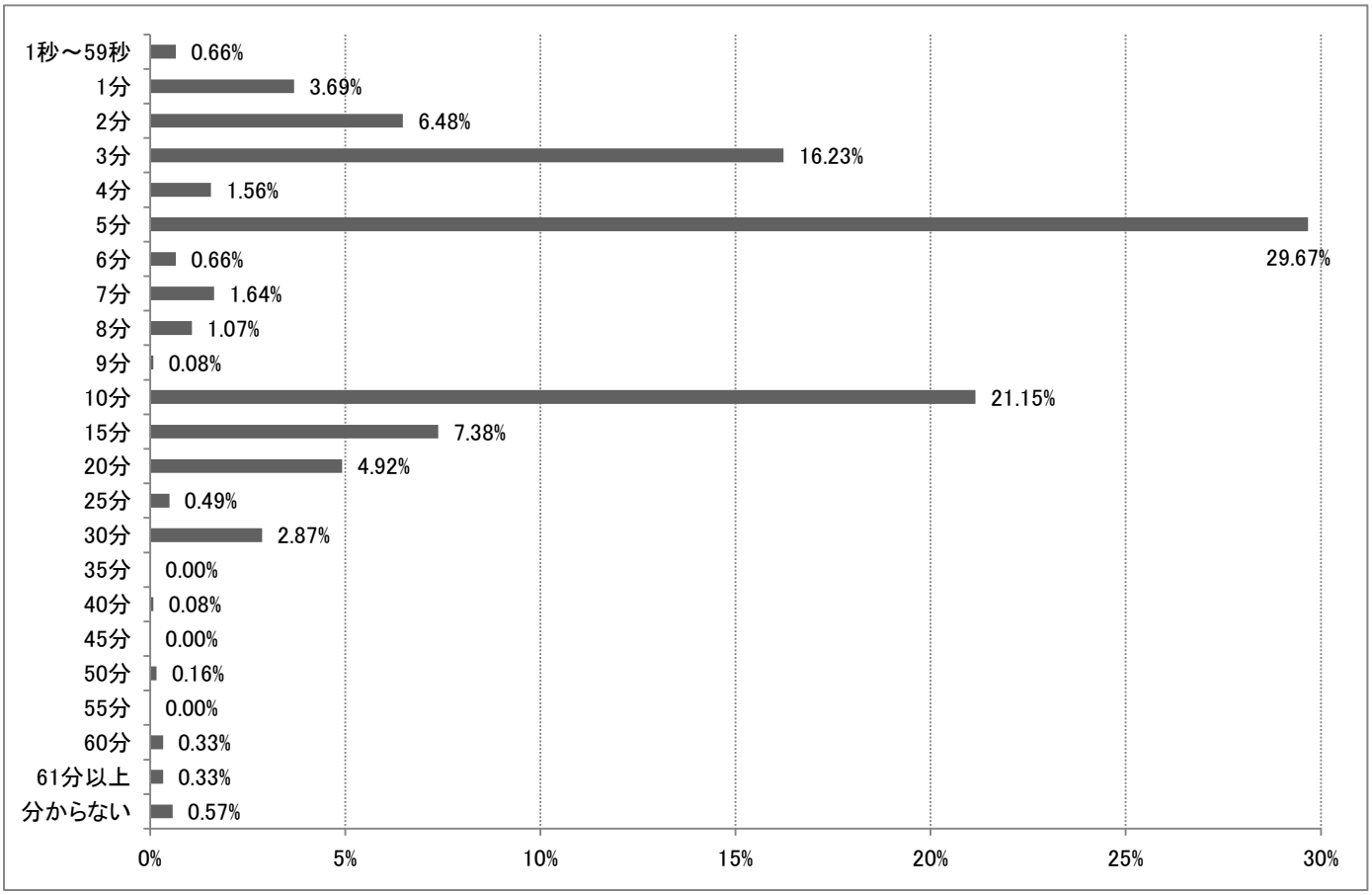
ビジネスメールの返信が遅れてしまうことが「よくある」(6.31%)、「たまにある」(64.43%)を合計すると 70.74%で、7 割以上の人が日常的に返信遅れを経験しているようです。

Q12：その理由を教えてください（Q11 で「よくある」「たまにある」と答えた方）（複数選択可）



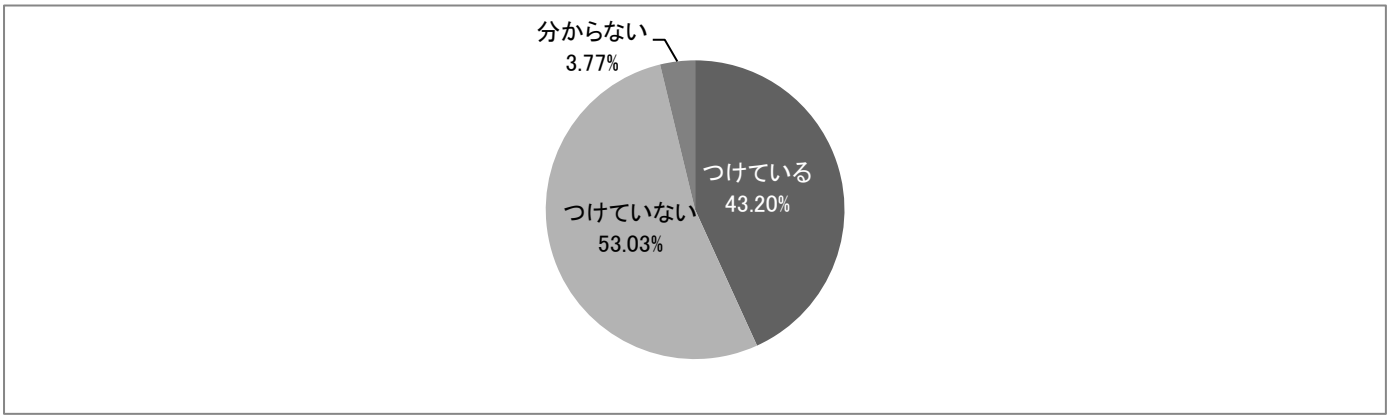
ビジネスメールの返信が遅れてしまう理由としては、「すぐに結論が出せないため」(69.99%)が最も多いです。すぐに結論が出せない重要な用件や複雑な用件をメールでやりとりしていることが分かります。「返信が遅れても問題ない相手（メール）」(34.88%)のように、相手やメールの内容に応じて返信をいつすべきか判断していることも分かります。

Q13: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



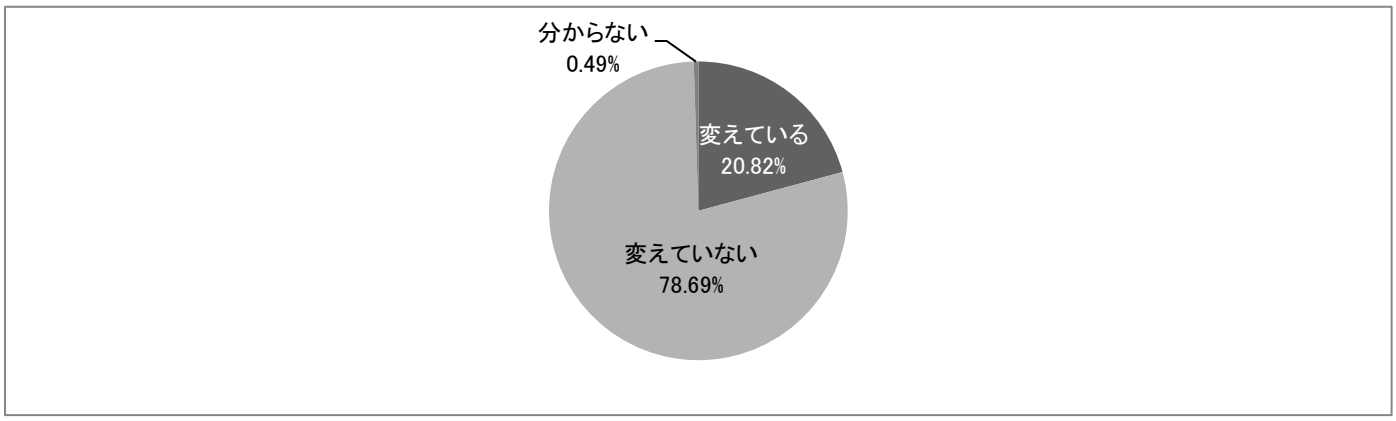
ビジネスメールを1通書く平均時間については、「5分」(29.67%)が最も多く、5分以内の合計が58.29%となり半数を超えています。しかし、1 通のメールを書くのに平均で「10 分」かかる人も 21.15%います。なかには、1 通書くのに 30 分以上かけている人が 3.77%います。

Q14:ビジネスメールの宛先(TO、CC)欄に“様”をつけていますか



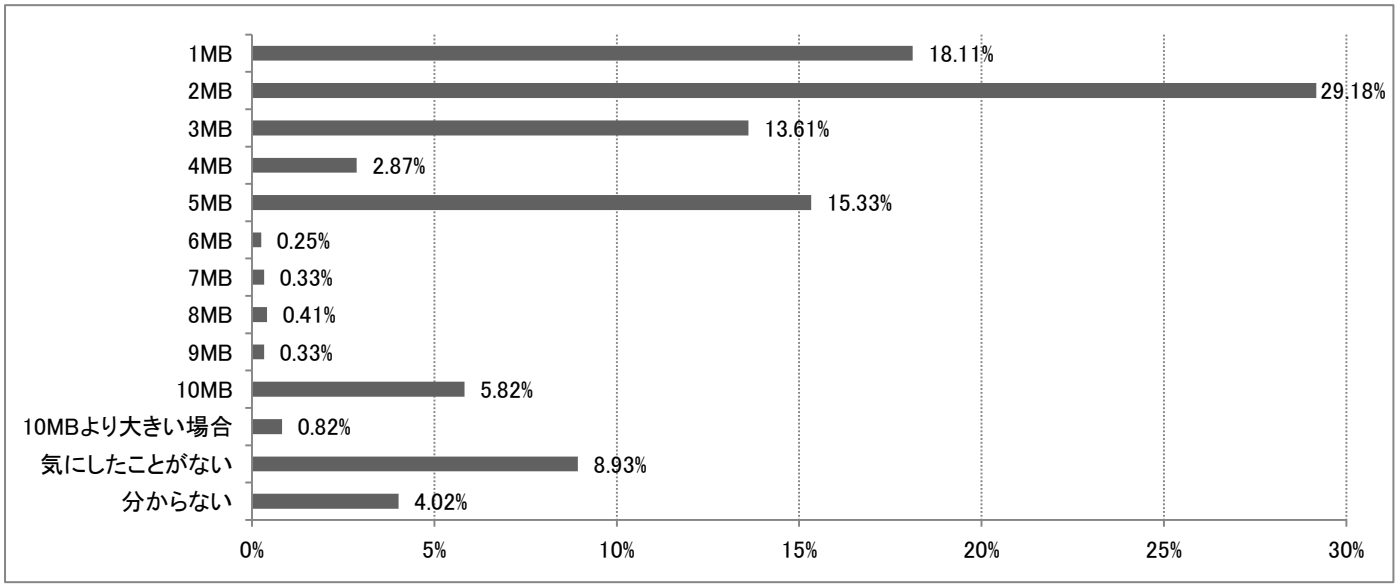
ビジネスメールの宛先(TO、CC)欄に“様”を「つけている」(43.20%)、「つけていない」(53.03%)という結果になりました。

Q15：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



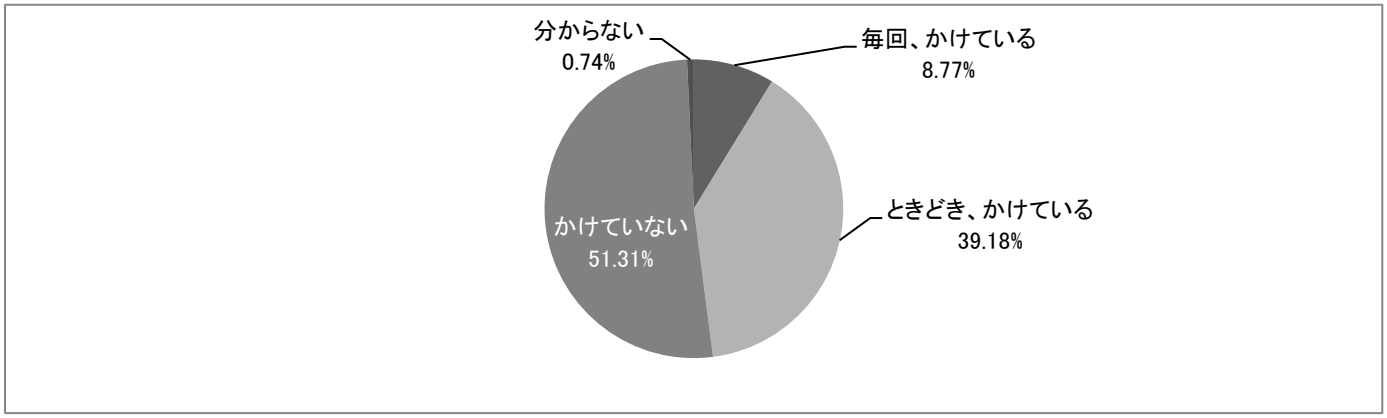
メールを返信する時に件名につく「Re：」を削除して件名を変えているかという問いに対しては、「変えている」(20.82%)、「変えていない」(78.69%)という結果になりました。相手から受け取ったメールに返信する際、自動的に件名につく「Re:」を残したままの人が多数派といえます。

Q16：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



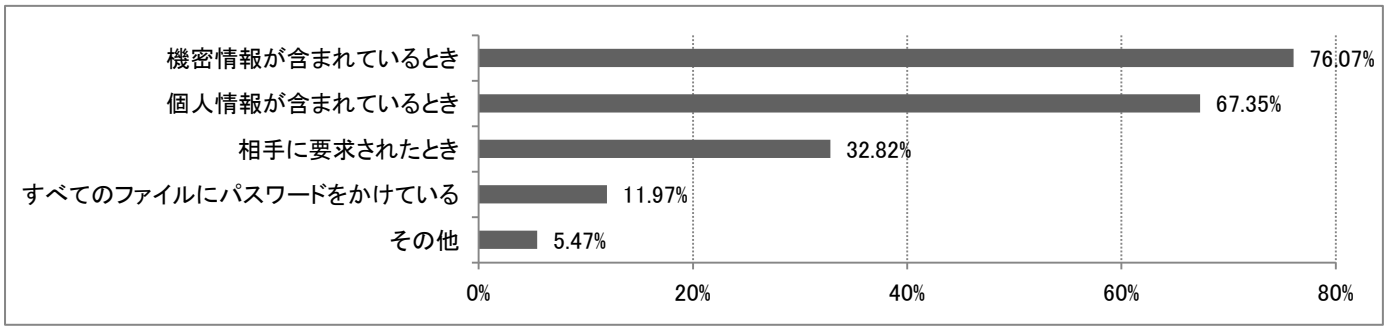
添付ファイルは何 MB までならビジネスメールで送るかの問いに対しては、「2MB」まで(29.18%)が最も多いです。

Q17：添付ファイルにパスワードをかけていますか



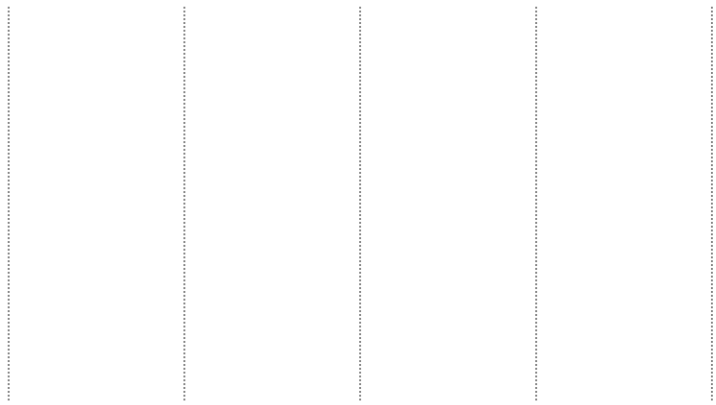
添付ファイルにパスワードをかけているかの問いに対しては、「毎回、かけている」(8.77.%)と「ときどき、かけている」(39.18%)の合計が47.95%という結果になりました。パスワードは「かけていない」(51.31%)という結果が出ていますが、添付するファイルによってはパスワードをかけないと情報漏洩の危険性があるため、ファイルの取り扱いについて教育が必要でしょう。

Q18：パスワードをかけるのはどのような場合ですか（Q17 で「毎回、かけている」「ときどき、かけている」とお答えの方）（複数選択可）



添付ファイルにパスワードをかけるのは、「機密情報が含まれているとき」（76.07%）、「個人情報が含まれているとき」（67.35%）という結果になりました。

Q19：添付ファイルのパスワードはどのように通知していますか（Q17 で「毎回、かけている」「ときどき、かけている」とお答えの方）（複数選択可）

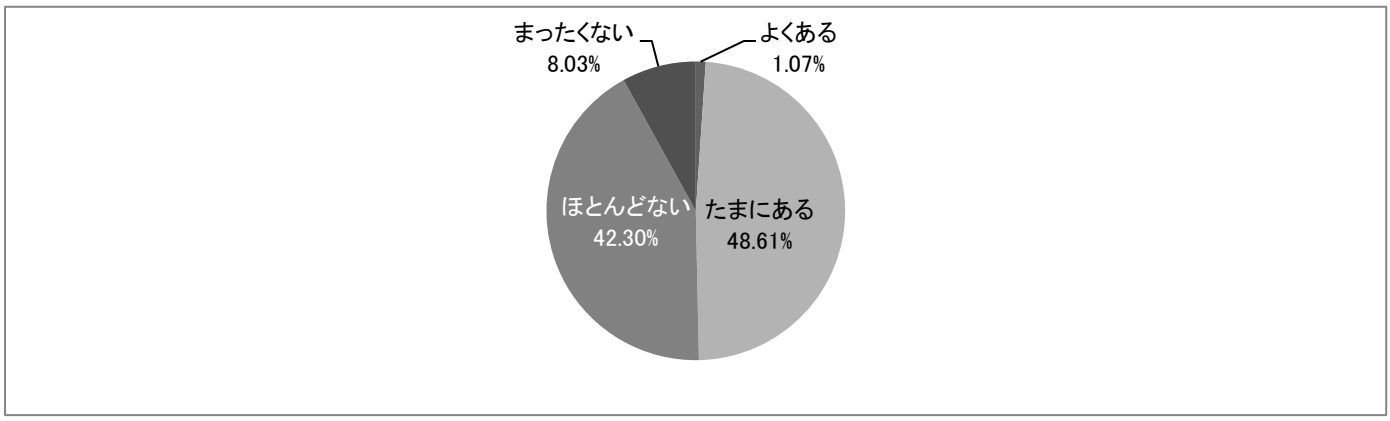


添付ファイルのパスワードの通知方法は、「メールを送る（添付ファイルとは別に）」（91.11%）が圧倒的に多い一方で、「メールを送る（添付ファイルと一緒に）」（6.67%）という回答もあります。ファイルを添付したメールにパスワードを書くと、送信先を間違えた場合にファイルを開封されてしまう可能性があり危険です。

Q20：単語登録をしていますか

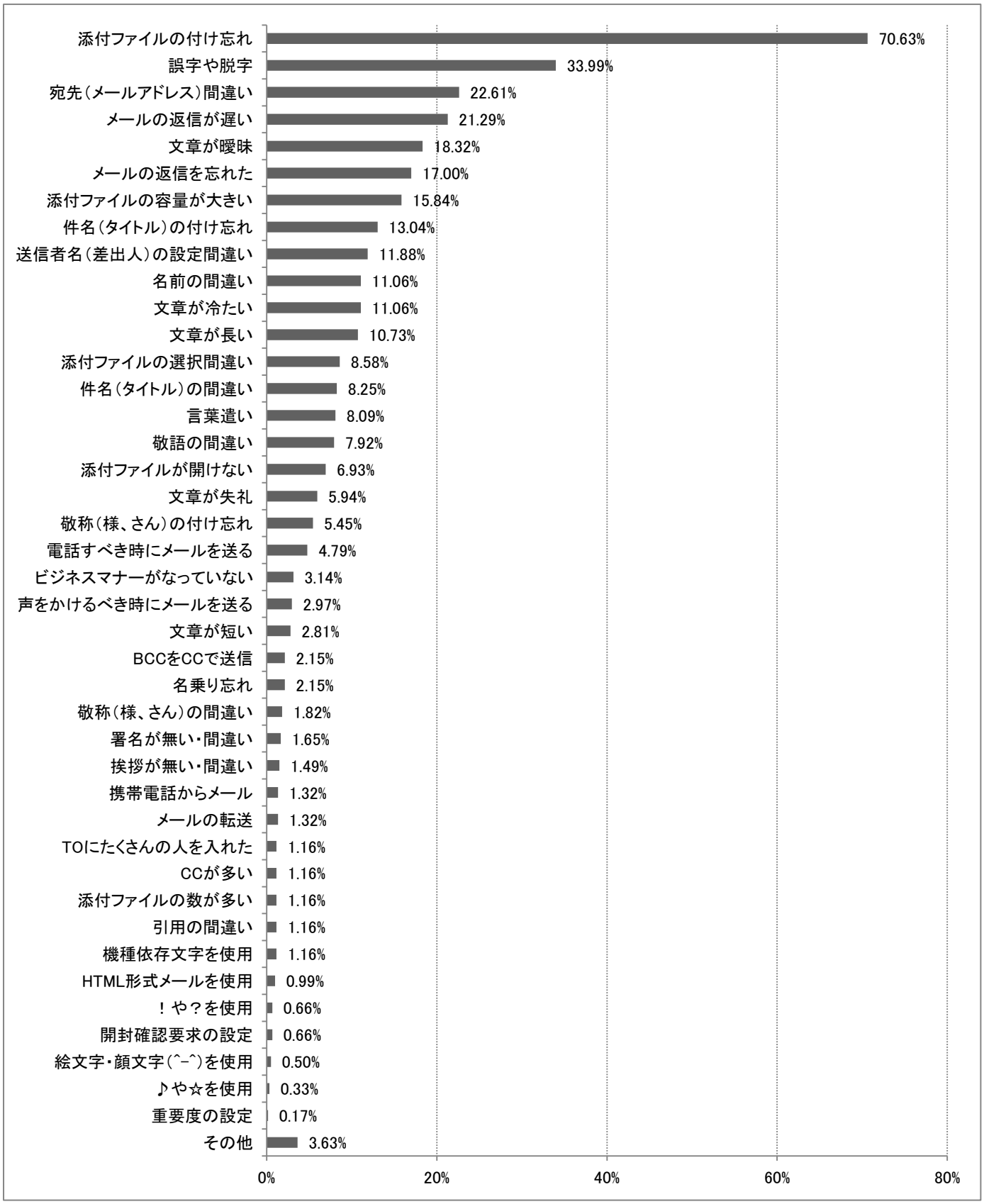
単語登録を「している」（67.13%）人が半数を超えています。「していない」（30.90%）人は、メールを送る度に自社名、氏名、製品名などを手入力しており無駄な時間がかかっていると考えられます。ここに企業の生産性を向上させるひとつの切り口があります。

Q23：過去一年間で、ビジネスメールの失敗はありますか



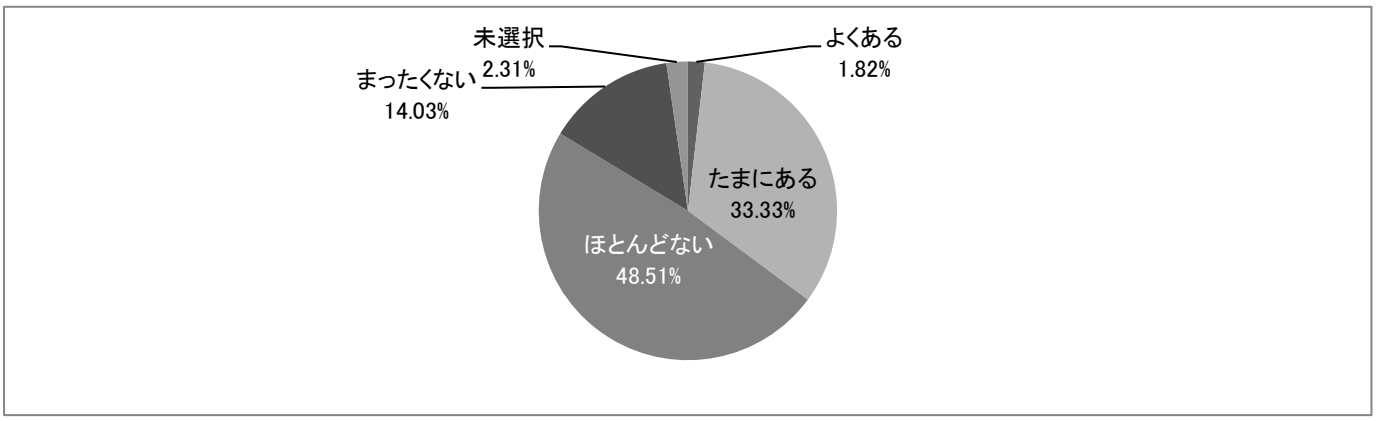
過去 1 年間で、ビジネスメールの失敗をした経験があるかの問いに対しては、「よくある」(1.07%)と「たまにある」(48.61%)の合計が49.68%で、半数近い人が実際に失敗を経験しています。Q21 の何らかの不安を感じている 58.52%と数字が近いです。失敗したことが「ほとんどない」(42.30%)、「まったくない」(8.03%)という人たちのなかには、自分の失敗や間違いに気付いていない人が含まれている可能性もあります。無意識に送っているメールで知らぬ間にトラブルを招いているかもしれません。

Q24：その失敗はどのようなものですか（Q23 で「よくある」「たまにある」とお答えの方）（複数選択可）



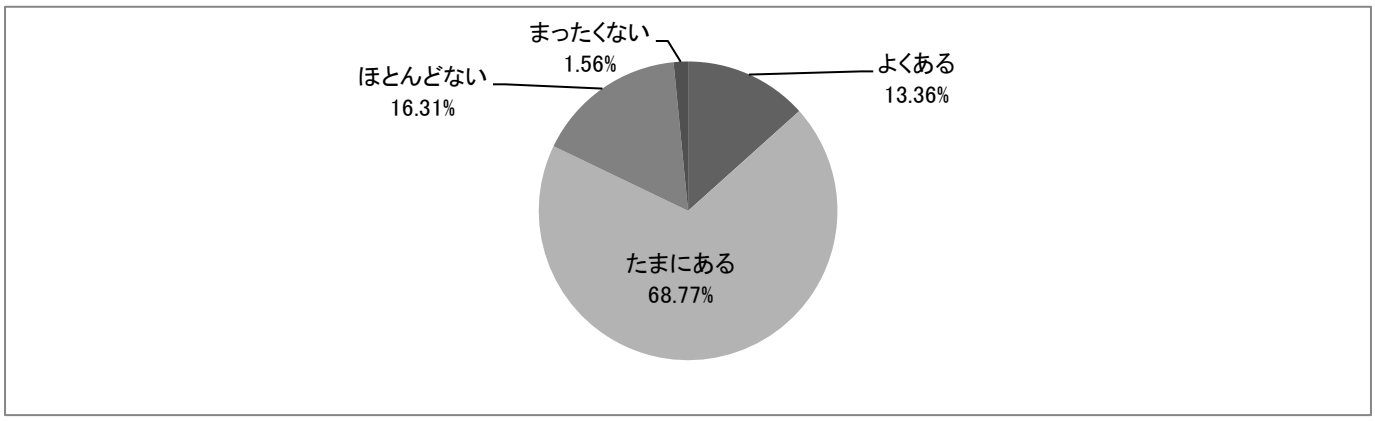
具体的な失敗内容は、「添付ファイルの付け忘れ」（70.63%）、「誤字や脱字」（33.99%）、「宛先（メールアドレス）間違い」（22.61%）、「メールの返信が遅い」（21.29%）、「文章が曖昧」（18.32%）の 5 項目が上位を占めています。機能的なものや誰の目にも明らかな失敗が上位を占める傾向にあります。

Q25：その失敗を指摘されたことはありますか（Q23 で「よくある」「たまにある」とお答えの方）



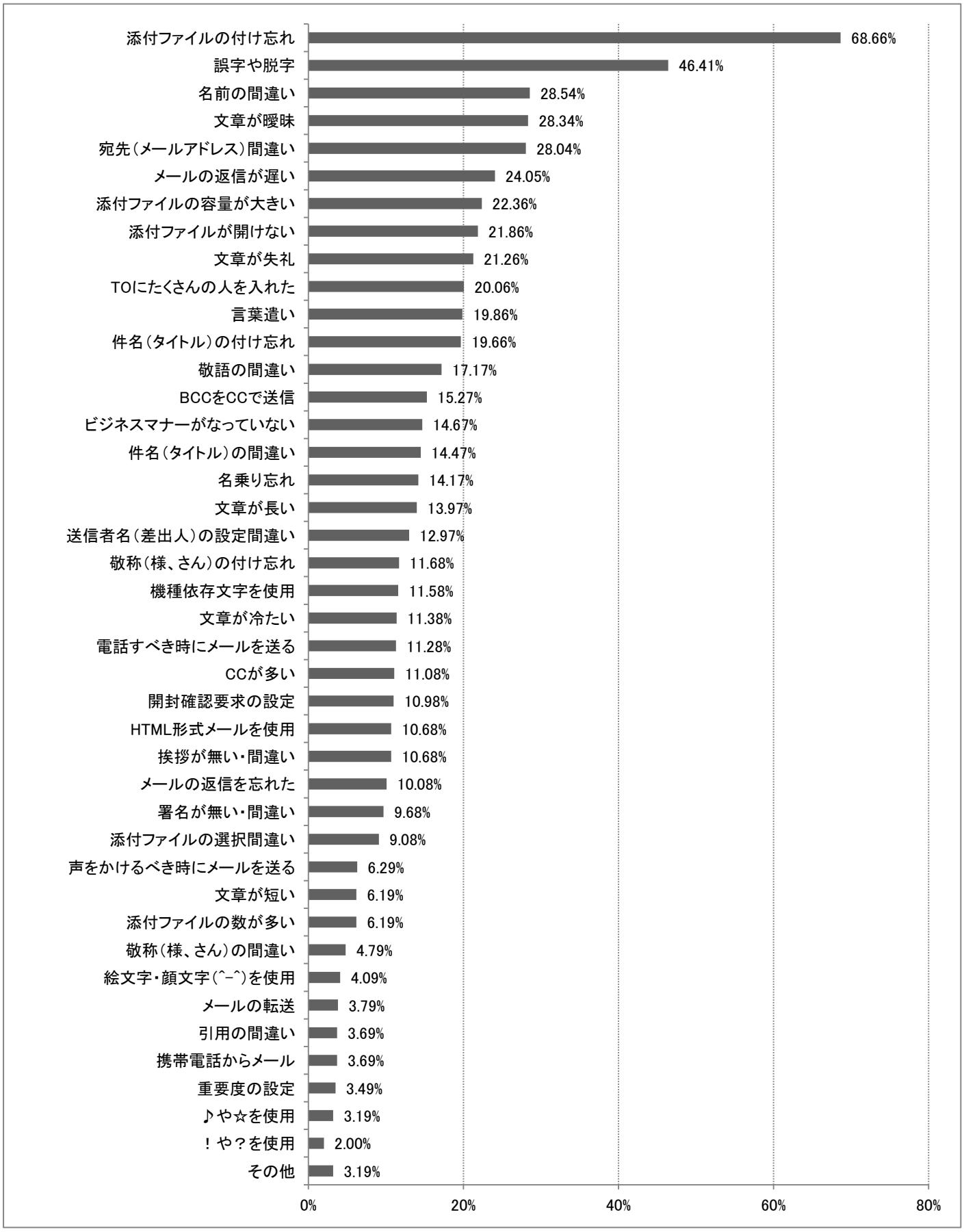
失敗を指摘された経験については「ほとんどない」（48.51%）と「まったくない」（14.03%）の合計が 62.54%で、6 割以上の人がほとんど指摘をされていません。メールは 1 対 1 の閉じられた空間で利用するため、失敗を指摘しにくく発覚もしにくいという傾向があります。

Q26：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



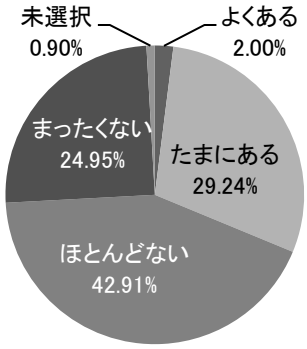
受け取ったメールの中に失敗を見つけた経験では、「よくある」(13.36%)と「たまにある」(68.77%)の合計が 82.13%で、8 割以上の人が受け取ったメールの中に失敗を見つけています。相手の失敗には気づきやすいことが分かります。

Q27：相手の失敗はどのようなものでしたか（Q26 で「よくある」「たまにある」とお答えの方）（複数選択可）



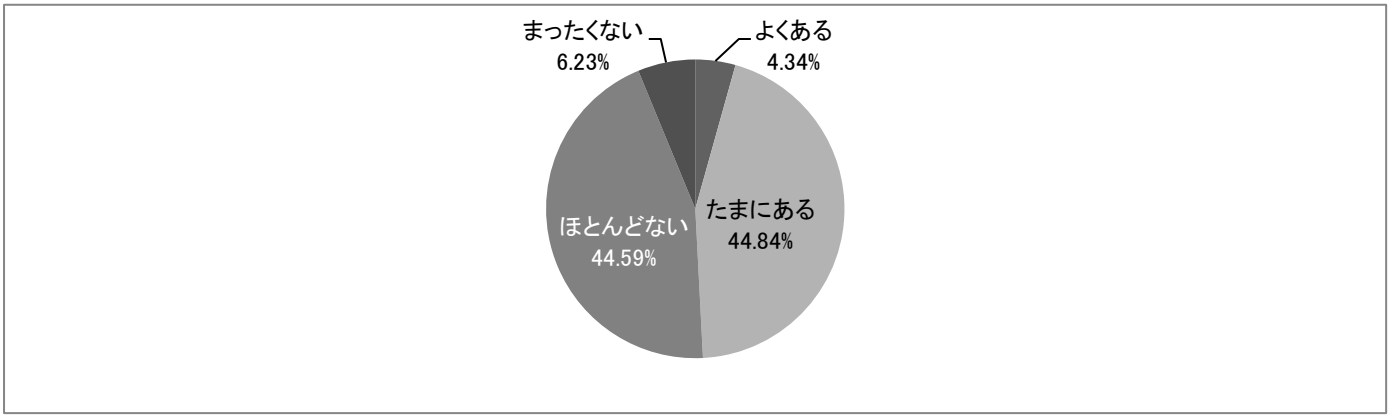
受け取ったメールの中に見つけた具体的な失敗内容は、「添付ファイルの付け忘れ」（68.66%）、「誤字や脱字」（46.41%）、「名前の間違い」（28.54%）、「文章が曖昧」（28.34%）、「宛先（メールアドレス）間違い」（28.04%）の 5 項目が上位を占めています。この 5 項目は Q24 の自覚している失敗内容とほぼ一致しており、送信者と受信者は同様の失敗を認識しているといえます。

Q28：相手の失敗を指摘したことはありますか（Q26 で「よくある」「たまにある」とお答えの方）



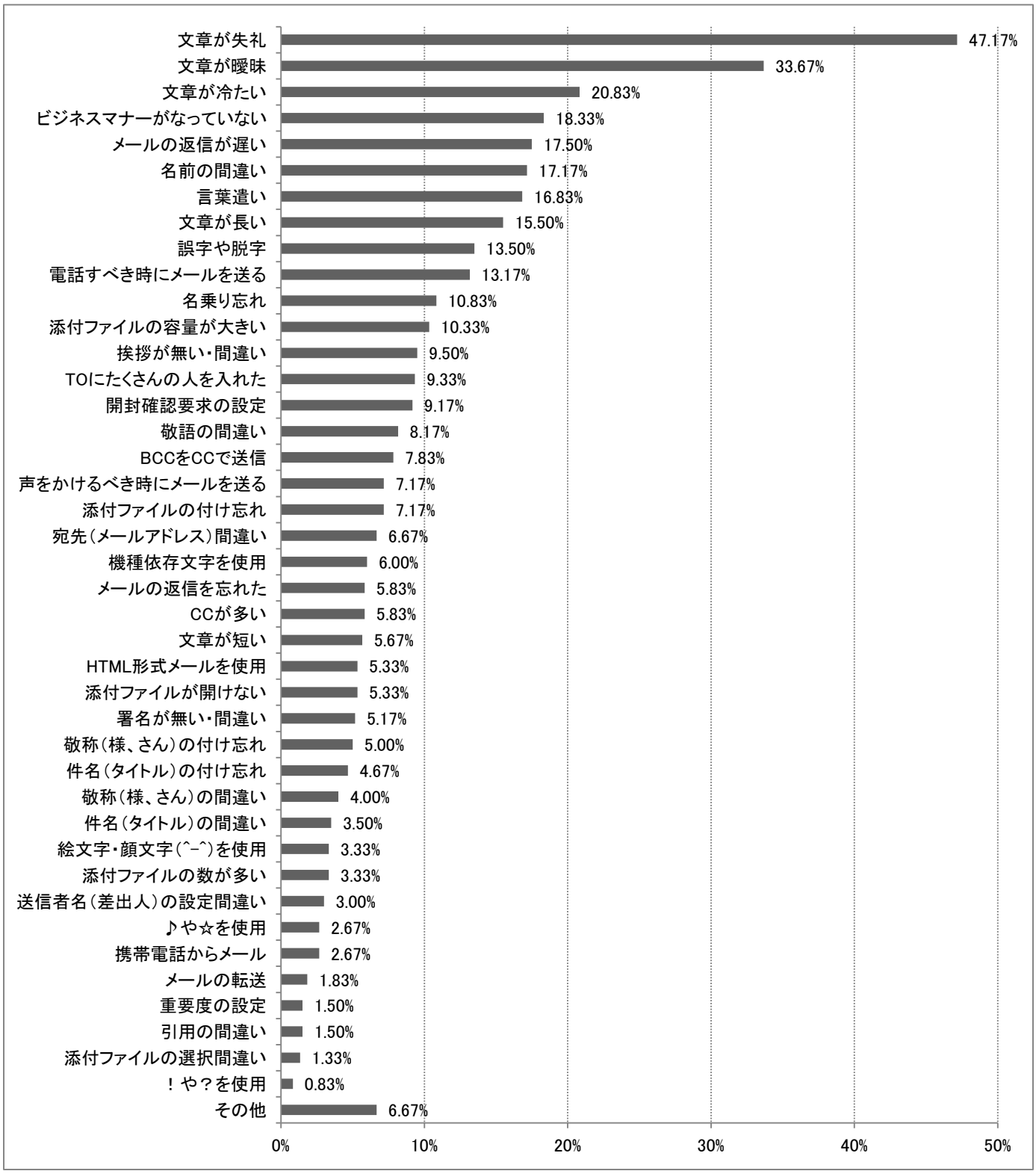
相手のメールの中に見つけた失敗を指摘した経験については、「ほとんどない」(42.91%)と「まったくない」(24.95%)の合計が 67.86%で、7 割近い人が指摘をしていません。お互いが認識している失敗のため指摘をするまでもないとの考えもあるでしょうし、指摘をすることで角を立てたくないという心理もあるようです。

Q29：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



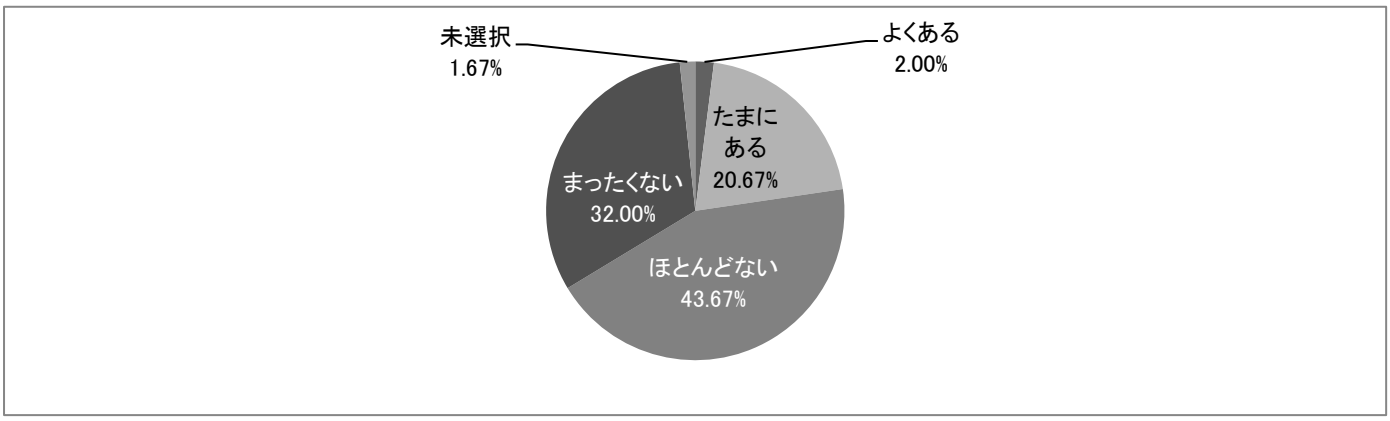
メールを受け取って不快に感じた経験については、「よくある」(4.34%)と「たまにある」(44.84%)の合計が 49.18%で、半数近い人が何らかの不快を感じた経験があることが分かりました。

Q30：その不快はどのようなものですか（Q29 で「よくある」「たまにある」とお答えの方）（複数選択可）



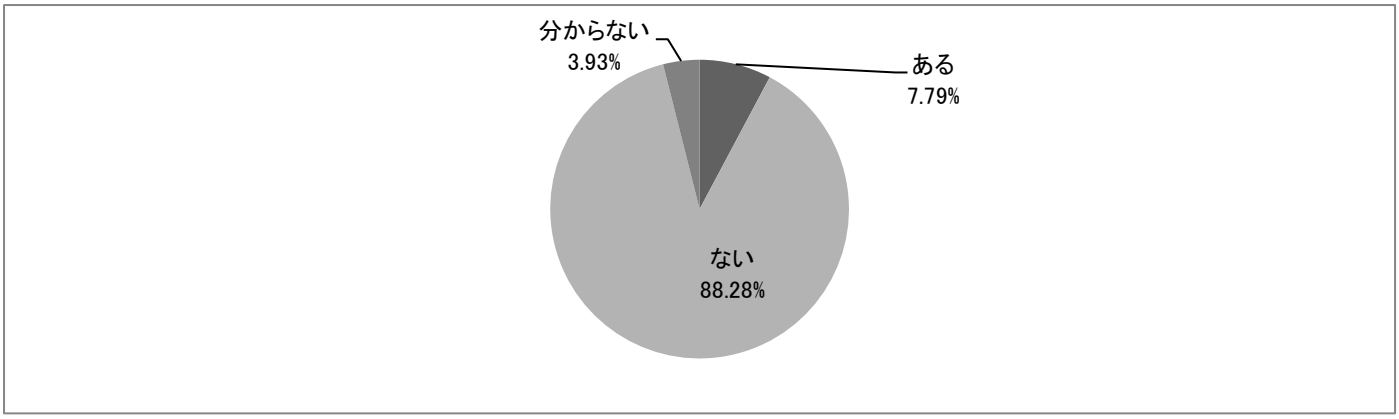
受け取ったメールで不快に感じた内容は、「文章が失礼」（47.17%）、「文章が曖昧」（33.67%）、「文章が冷たい」（20.83%）、「ビジネスマナーがなっていない」（18.33%）、「メールの返信が遅い」（17.50%）の５項目が上位を占めています。受け取ったメールの中に見つけた失敗内容と比べると、並び順が異なります。失敗は誰が見ても分かる機能的で具体的な内容でしたが、不快感を誘発するのは人によって感じ方の違う感情的で抽象的な内容です。失敗が直ちに不快感につながるのではなく、文章やマナーに関わる項目が不快感を引き起こすことが分かります。ビジネスメールだけでなくビジネスマナーについても学ぶ必要があるでしょう。

Q31：その不快を指摘したことはありますか（Q29 で「よくある」「たまにある」とお答えの方）



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」（43.67%）と「まったくない」（32.00%）の合計が 75.67%で、8 割近い人が指摘をしていません。不快感を抱く内容や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）などと異なり指摘しにくいと考えられます。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。

Q32：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



会社でビジネスメールの研修が「ある」（7.79%）と回答した人は 1 割にも満たず、メールは仕事上の主要なコミュニケーション手段であるにも関わらず、9 割以上の人が会社では学んでいないことが分かります。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も当然だといえる結果です。

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 24 年 6 月 1 日から平成 24 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 ： 1,220
■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	862	70.66%
女性	358	29.34%
合計	1,220	100%

年齢	人数	%
20～24 歳	11	0.90%
25～29 歳	78	6.39%
30～34 歳	138	11.31%
35～39 歳	228	18.69%
40～44 歳	268	21.97%
45～49 歳	231	18.93%
50～54 歳	149	12.21%
55～59 歳	74	6.07%
60～64 歳	32	2.62%
65～69 歳	4	0.33%
70 歳以上	7	0.57%
合計	1,220	100%

所属する企業団体の規模	人数	%
1～4 名	317	25.98%
5～9 名	83	6.80%
10～19 名	53	4.34%
20～49 名	85	6.97%
50～99 名	69	5.66%
100～299 名	135	11.07%
300～499 名	65	5.33%
500～999 名	87	7.13%
1000～1999 名	71	5.82%
2000～4999 名	75	6.15%
5000 名以上	135	11.07%
未選択	45	3.69%
合計	1,220	100%

職業	人数	%
お勤め（会社員・公務員など）	846	69.34%
自営・自由業	341	27.95%
その他	33	2.70%
合計	1,220	100%

▼「お勤め（会社員・公務員など）」「自営・自由業」の方

業種	人数	%
農林水産・鉱業	6	0.51%
建設	40	3.37%
自動車、輸送機器	18	1.52%
電気、電子機器	81	6.82%
機械、重電	21	1.77%
素材	5	0.42%
食品、医薬、化粧品	53	4.47%
その他製造	59	4.97%
エネルギー	4	0.34%
卸売・小売業・商業（商社含む）	112	9.44%
金融・証券・保険	39	3.29%
不動産	11	0.93%
通信サービス	27	2.27%
情報処理、SI、ソフトウェア	147	12.38%
運輸	6	0.51%
コンサル・会計・法律関連	116	9.77%
放送・広告・出版・マスコミ	75	6.32%
医療	32	2.70%
介護・福祉	4	0.34%
飲食店・宿泊	8	0.67%
人材サービス	20	1.68%
旅行	2	0.17%
その他サービス	137	11.54%
公務員（教員を除く）	23	1.94%
教育・教育学習支援関係	81	6.82%
その他	43	3.62%
未選択	17	1.43%
合計	1,187	100%

▼「お勤め（会社員・公務員など）」「自営・自由業」の方

職種	人数	%
経営者・役員	195	16.43%
経営企画	23	1.94%
総務・人事	58	4.89%
財務・経理	24	2.02%
一般事務	80	6.74%
情報処理・情報システム	111	9.35%
広報・宣伝	33	2.78%
企画・調査・マーケティング	94	7.92%
営業・販売	143	12.05%
生産・製造	23	1.94%
資材・購買	10	0.84%
配送・物流	5	0.42%
技術・設計	72	6.07%
研究・開発	53	4.47%
編集・編成・制作	41	3.45%
専門職（建築・土木関連）	8	0.67%
専門職（医療関連）	18	1.52%
専門職（会計関連）	11	0.93%
専門職（法律関連）	23	1.94%
専門職（教育関連）	43	3.62%
その他	98	8.26%
未選択	21	1.77%
合計	1,187	100%

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
［所在地］〒101-0061 東京都千代田区三崎町 3-10-2 みさき BLD 7 階
［会社 URL］http://www.sc-p.jp/
［ビジネスメール専門サイト「ビジネスメールの教科書」］http://business-mail.jp/

本件に関する問い合わせ先
広報担当：直井（なおい）［TEL］03-3263-4900［FAX］03-3263-4903［E-mail］pr@sc-p.jp