

仕事で嫌われるメールの特徴 文章が失礼(52.20%)、文章が曖昧(36.53%)、言葉遣い(23.83%) 「ビジネスメール実態調査 2013(平成 25 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2013年8月5日（月曜）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 2013（平成 25 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2013年で7年目を迎えました。

ビジネスメール実態調査 2013(平成 25 年)の総評

仕事上のコミュニケーション手段は「メール」が 98.76%

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」（98.76%）が最も多く、「電話」（92.87%）、「会う」（89.73%）と続きます。仕事上では、この3つが主要なコミュニケーション手段といえます。

50.23%がメールで失敗、失敗トップは「添付ファイルの付け忘れ」(72.66%)

過去1年間で、半数の人が実際に失敗を経験しています。失敗の内容は、「添付ファイルの付け忘れ」（72.66%）、「誤字や脱字」（35.68%）、「宛先（メールアドレス）間違い」（25.26%）、「メールの返信が遅い」（23.31%）、「メールの返信を忘れた」（18.62%）の5項目が上位を占めています。

50.49%がメールを受け取って不快な気持ちに、不快トップは「文章が失礼」(52.20%)

ビジネスメールを受け取って不快に感じたことが、「よくある」（3.60%）と「たまにある」（46.89%）の合計が50.49%で、半数の人が何らかの不快を感じたことがあるとわかりました。不快の内容は「文章が失礼」（52.20%）、「文章が曖昧」（36.53%）、「言葉遣い」（23.83%）、「文章が冷たい」（20.34%）、「文章が長い」（18.65%）の5項目が上位を占めています。特に、不快感を生む原因は文章の占める割合が大きいです。失敗は誰が見ても分かる機能的で具体的な内容が上位を占める傾向にあります。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わかりました。

8割の人が24時間以内の返信を希望している

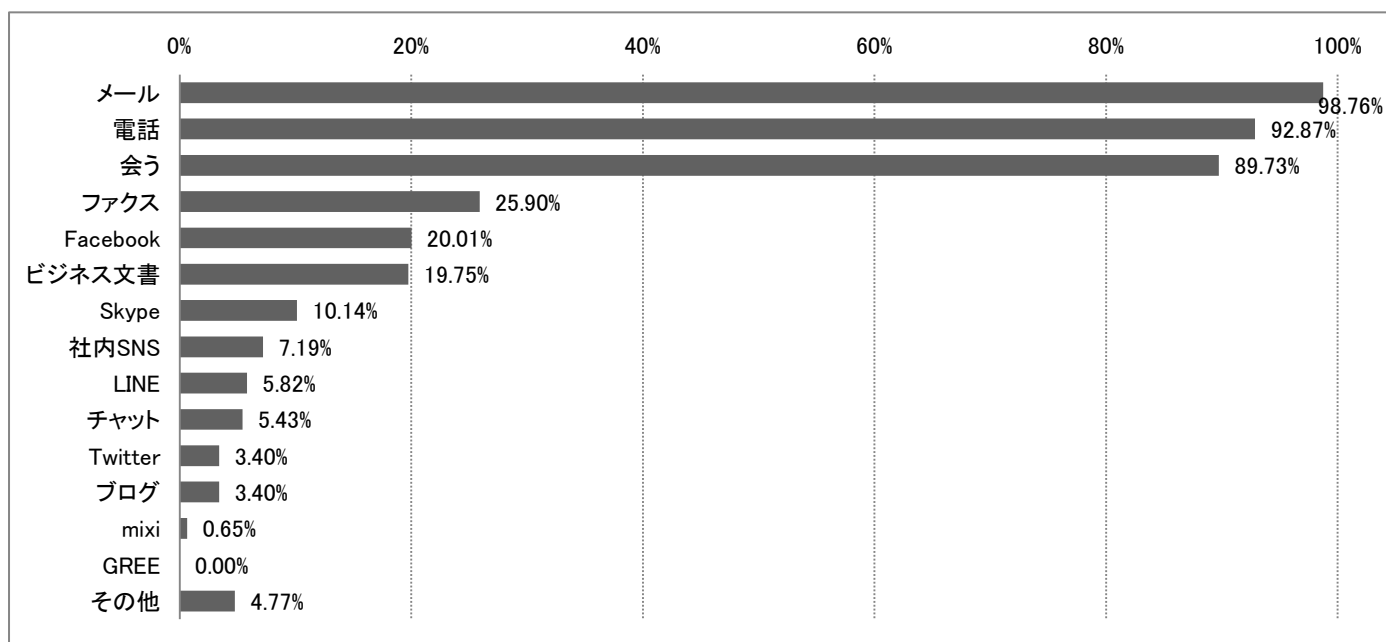
送信したメールの返信は、いつまでに欲しいか（急ぐ場合を除く）の問いに対して、「24時間（1日）以内」（54.61%）が最も多く、「1分以内」（0.00%）、「5分以内」（0.13%）、「15分以内」（0.07%）、「30分以内」（1.50%）、「1時間以内」（4.51%）、「2時間以内」（3.99%）、「4時間以内」（9.55%）、「8時間以内」（6.28%）の合計が80.64%となりました。これらの結果を考慮すると毎日、朝、昼、夕方の3回はメールを確認して返事ができると、仕事は円滑に進むと考えられます。

6割以上が自分のメールに不安、不安トップは「文章の書き方」(58.14%)

6割以上の方が自分の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。メールを書くとき不安を感じるのには、「文章の書き方」（58.14%）、「敬語の使い方」（39.75%）、「何が正しいメールなのかわからない」（30.02%）、「挨拶の仕方」（25.05%）、「誰からもビジネスメールを学んだことがない」（23.57%）の5項目が上位を占めています。一度、基本からしっかり学ぶことで、多くのメールの不安は解消されると考えられます。メールで円滑なコミュニケーションをとるには、ビジネスメールのルールやマナーだけでなく、文章の書き方やビジネスマナーについても学ぶ必要があるといえます。

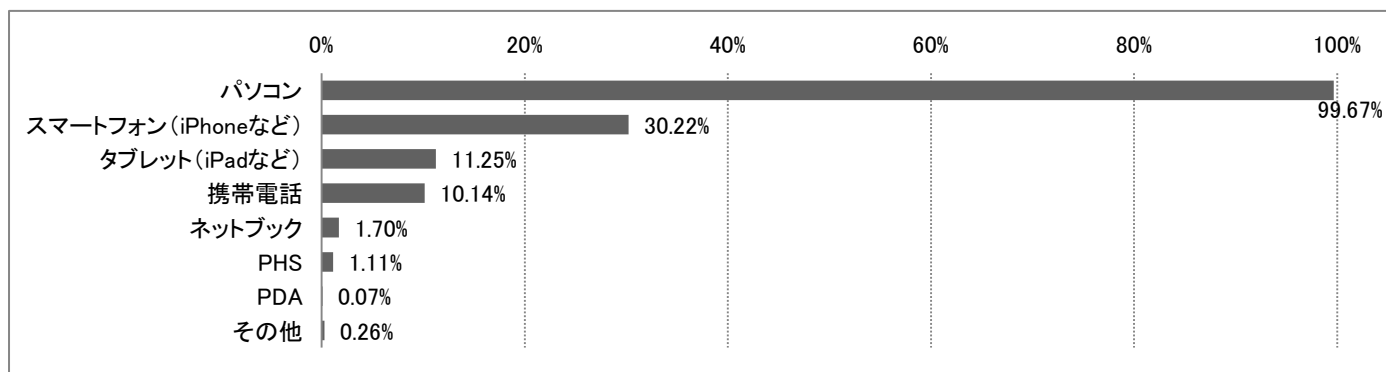
調査結果の概要

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)



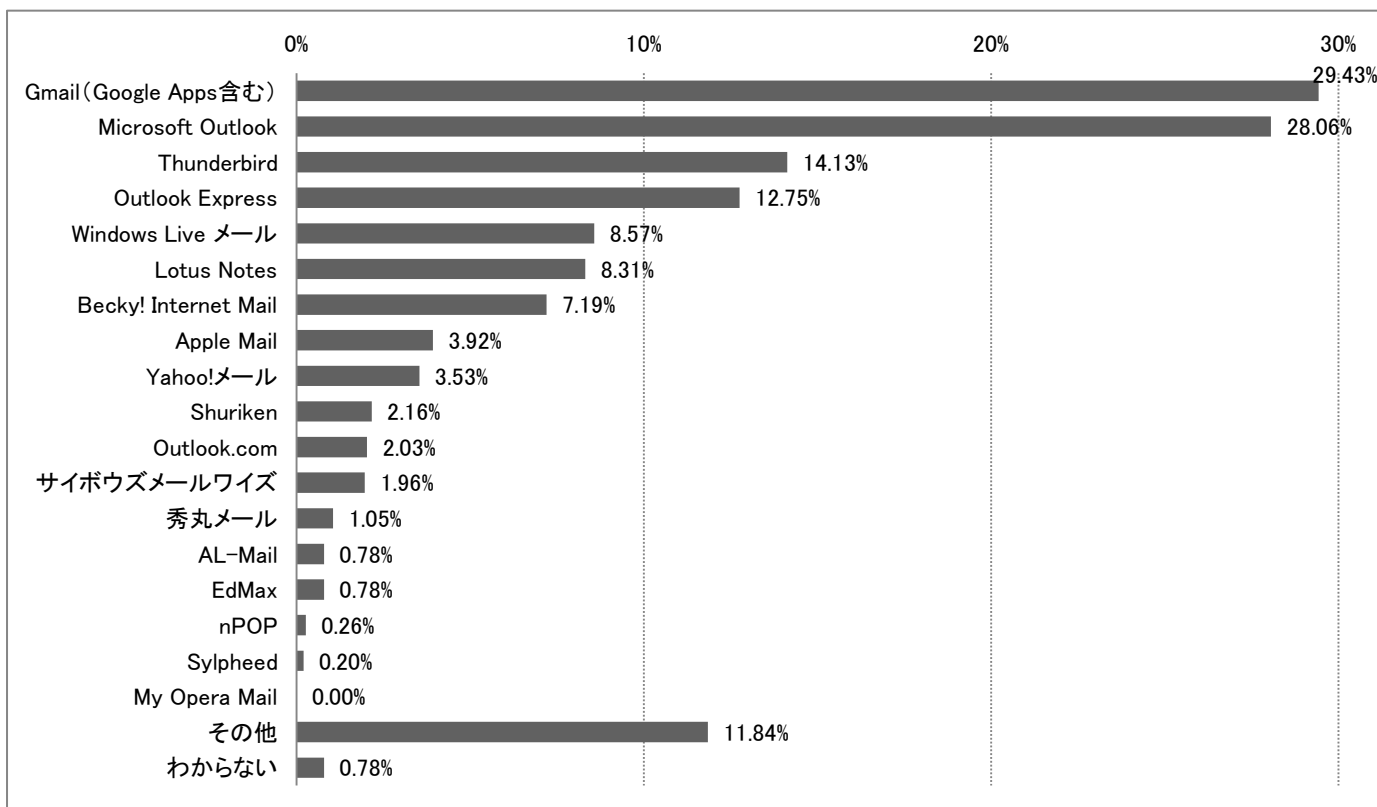
仕事上で周囲とコミュニケーションをとる主な手段は「メール」(98.76%)が最も多く、「電話」(92.87%)、「会う」(89.73%)と続きます。4位の「ファクス」(25.90%)との差を考えると、この3つが主要なコミュニケーション手段といえます。ソーシャルメディア時代を象徴する「Facebook」(20.01%)や「Skype」(10.14%)、「LINE」(5.82%)や「Twitter」(3.40%)は、一部のビジネスシーンでコミュニケーション手段として使われていることがわかります。

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)



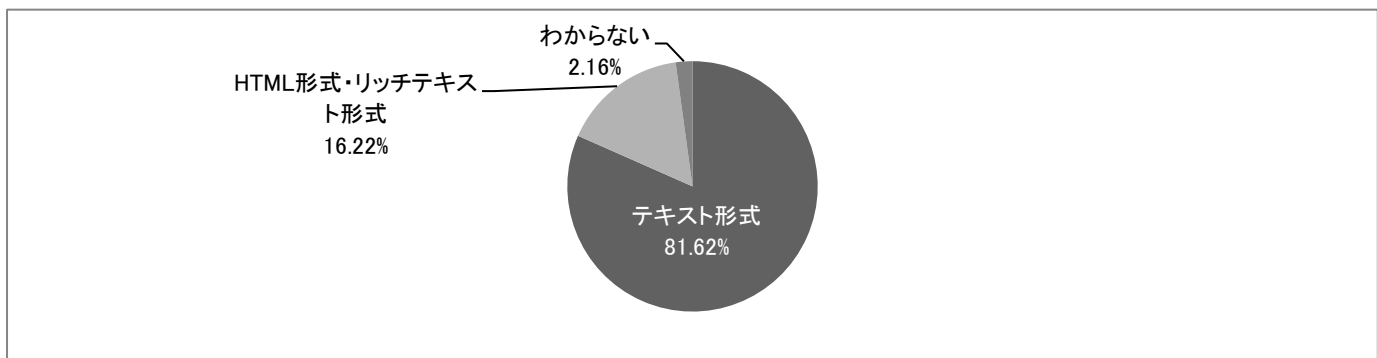
ビジネスメールの送受信で主に利用されている機器は、「パソコン」(99.67%)が圧倒的に多く、「スマートフォン(iPhoneなど)」(30.22%)、「タブレット(iPadなど)」(11.25%)、「携帯電話」(10.14%)と続きます。複数選択可であることから、パソコンをメインで使い、移動中や出張先などで他の機器をサブツールとして使っていると考えられます。

Q3: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)



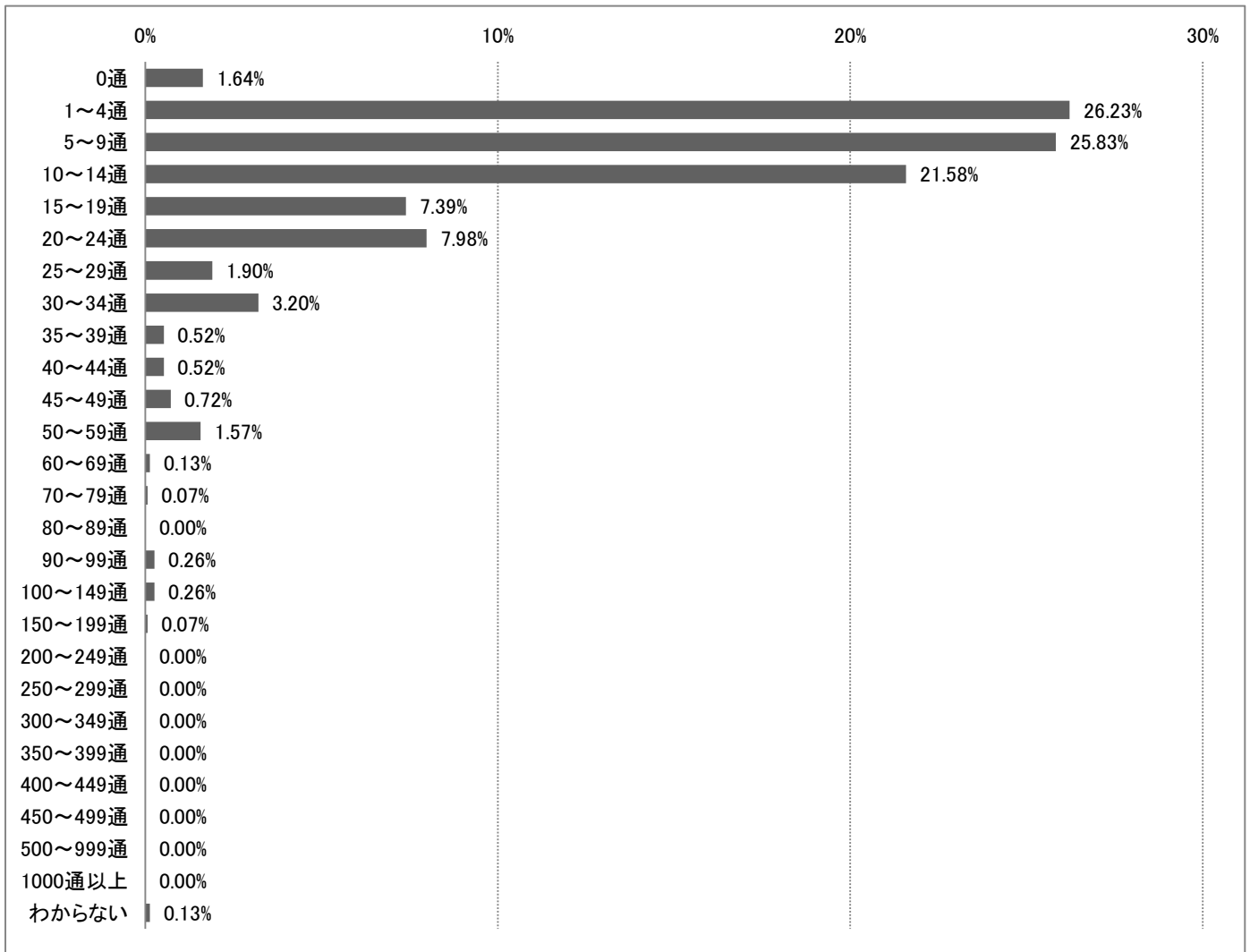
ビジネスメールの送受信に使っている主なメールソフトは、「Gmail (Google Apps 含む) 」 (29.43%) が最も多く、「Microsoft Outlook」 (28.06%)、「Thunderbird」 (14.13%) と続きます。

Q4:メール形式は通常、何を使っていますか



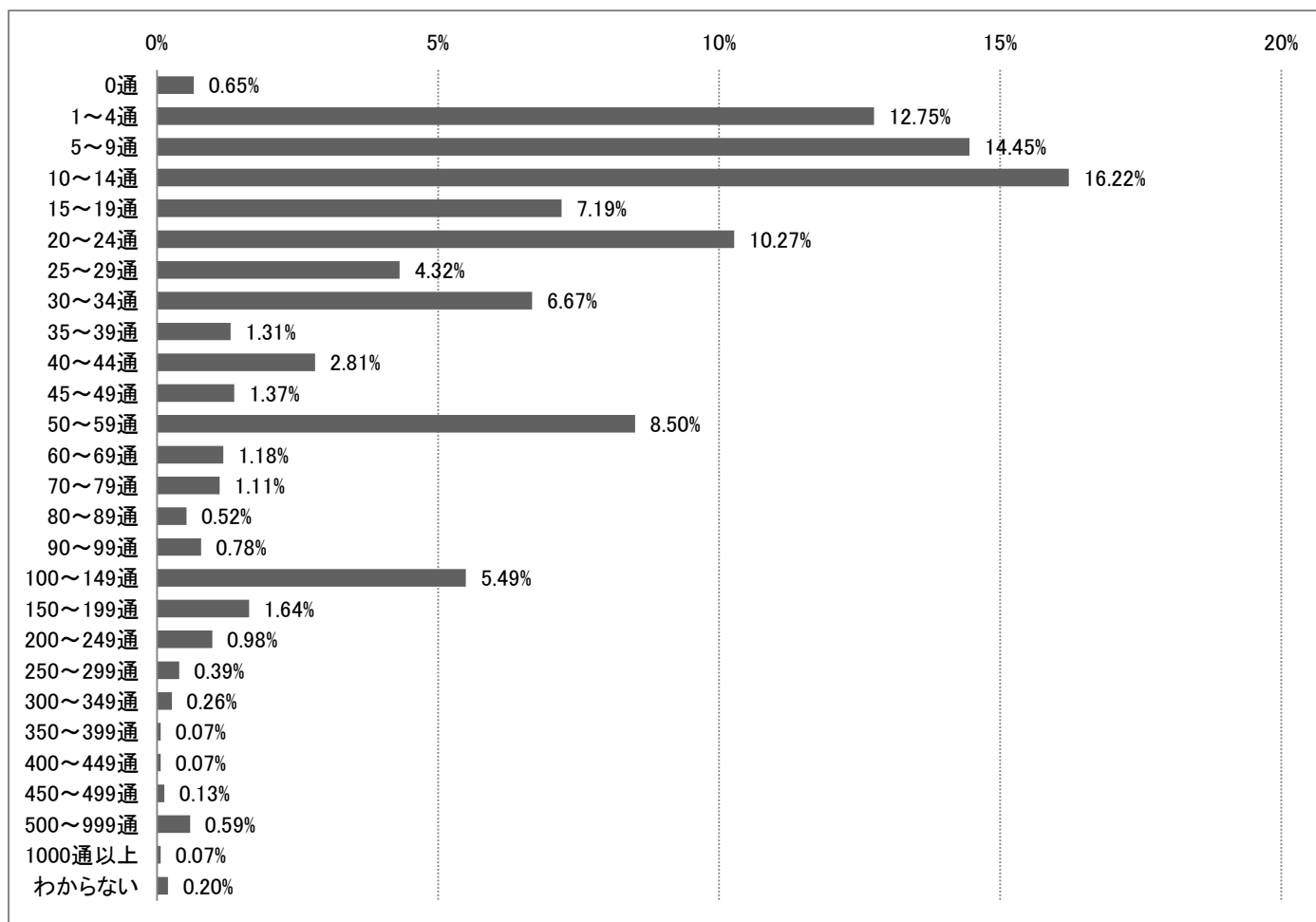
通常、使っているメール形式は、「テキスト形式」 (81.62%) が最も多く、主流であるといえます。このことから、「HTML形式・リッチテキスト形式」 (16.22%) の利用者は、受信者が「テキスト形式」を利用している可能性があることを考慮して、「HTML形式・リッチテキスト形式」特有の装飾表現がなくても情報が正しく伝わるメールを書くべきだといえます。

Q5: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



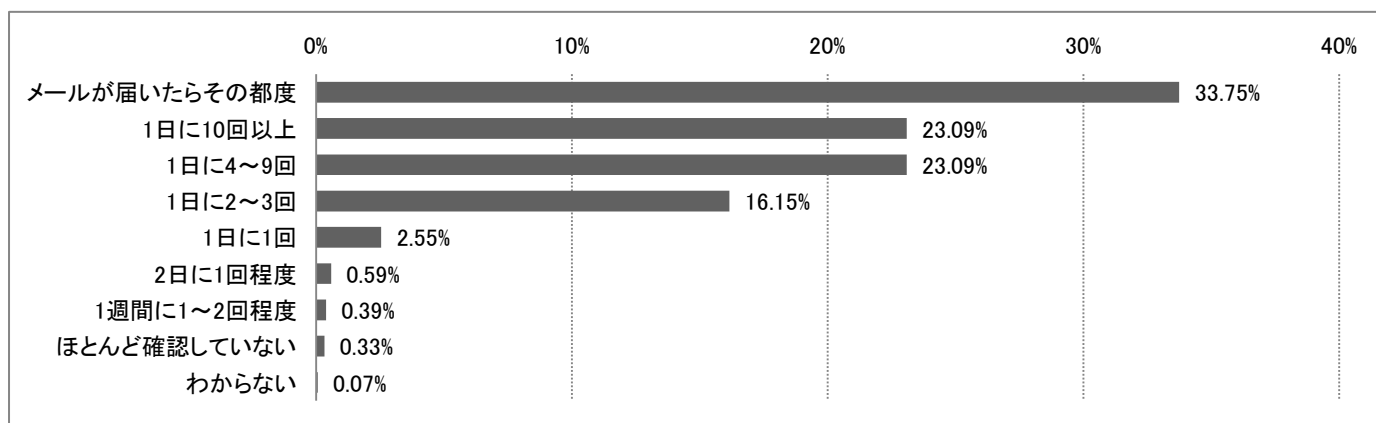
1日に送信するビジネスメールの平均通数は、「1~4通」(26.23%)、「5~9通」(25.83%)、「10~14通」(21.58%)、「15~19通」(7.39%)と、その合計が81.03%となりました。なかには30通を超える人も7.32%いますが少数派だといえます。

Q6: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



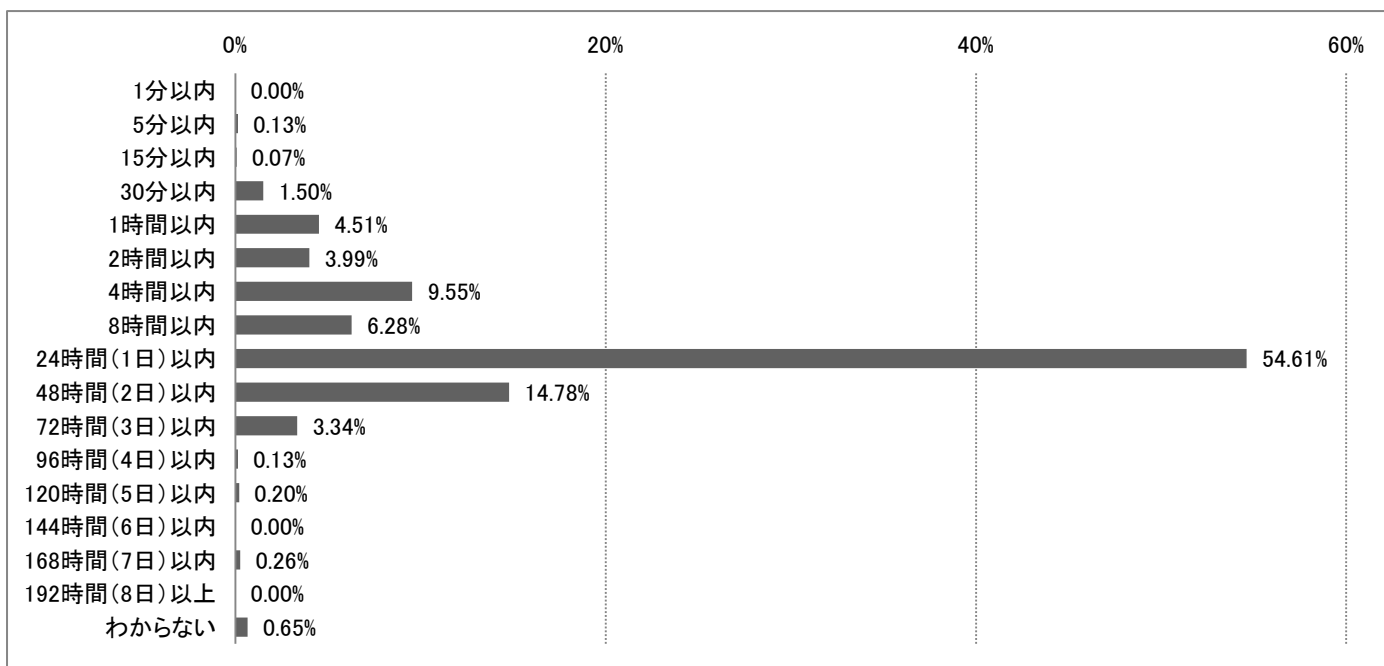
1日に受信するビジネスメールの平均通数は、「1~4通」(12.75%)、「5~9通」(14.45%)、「10~14通」(16.22%)、「15~19通」(7.19%)と、その合計が50.61%となり半数を占めています。なかには、30通を超える人が33.94%います。送信メールよりも受信メールの方が多という傾向が読み取れます。

Q7: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



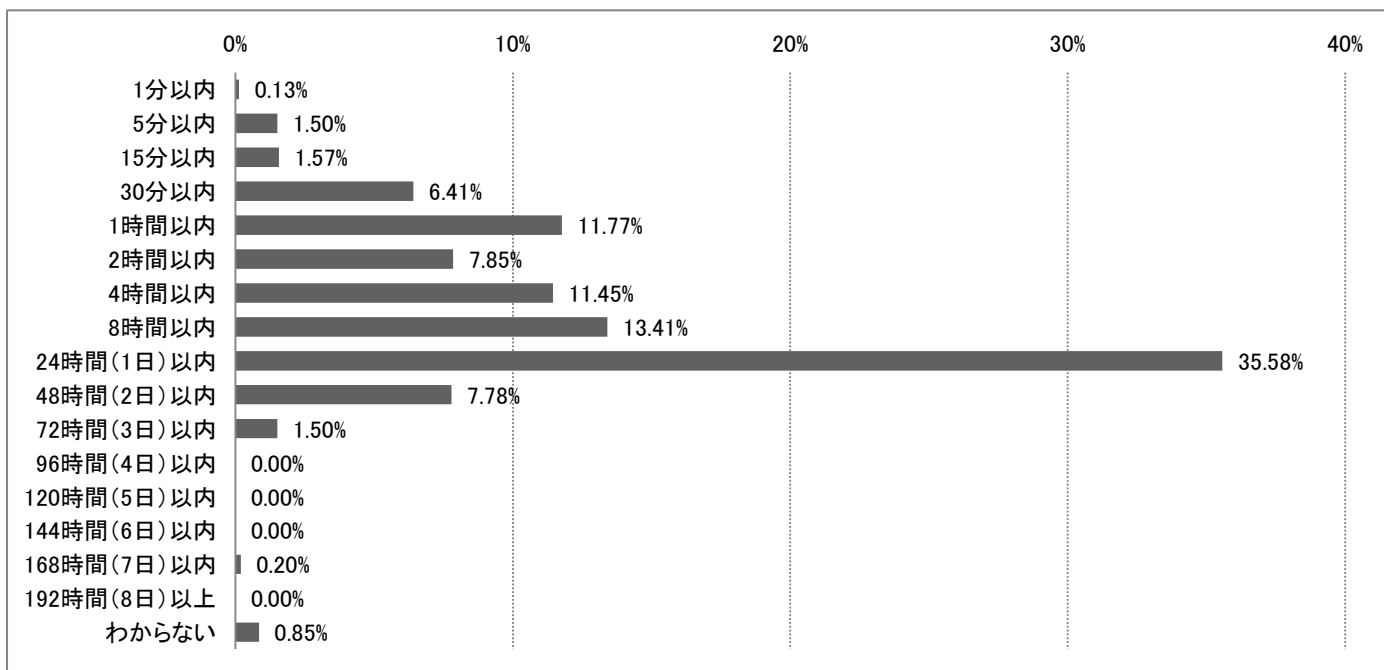
ビジネスメールの確認頻度は平均で、「メールが届いたらその都度」(33.75%)が最も多くメールを中心に仕事回っていることがわかります。「1日に10回以上」(23.09%)、「1日に4~9回」(23.09%)、「1日に2~3回」(16.15%)、「1日に1回」(2.55%)と、1日に1回以上を合計すると98.63%です。毎日メールを確認することが当たり前になっていると考えられます。

Q8: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



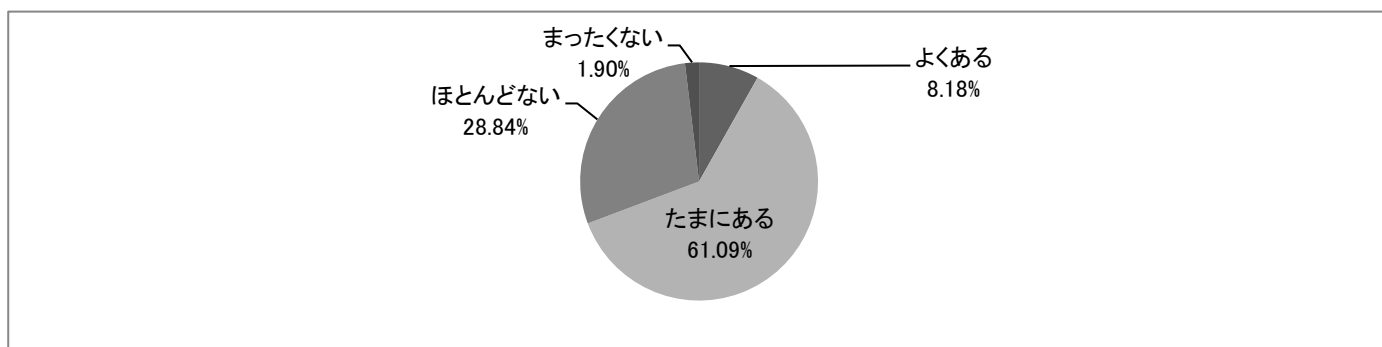
送信したメールの返信は、いつまでに欲しいか（急ぐ場合を除く）の問いに対して、「24時間（1日）以内」（54.61%）が最も多くなりました。「1分以内」（0.00%）、「5分以内」（0.13%）、「15分以内」（0.07%）、「30分以内」（1.50%）、「1時間以内」（4.51%）、「2時間以内」（3.99%）、「4時間以内」（9.55%）、「8時間以内」（6.28%）、「24時間（1日）以内」（54.61%）と、24時間以内に返信が欲しい人の合計は80.64%となり、これらの結果を考慮すると毎日、朝、昼、夕方の3回はメールを確認してその都度、返事ができると仕事は円滑に進むといえます。

Q9: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



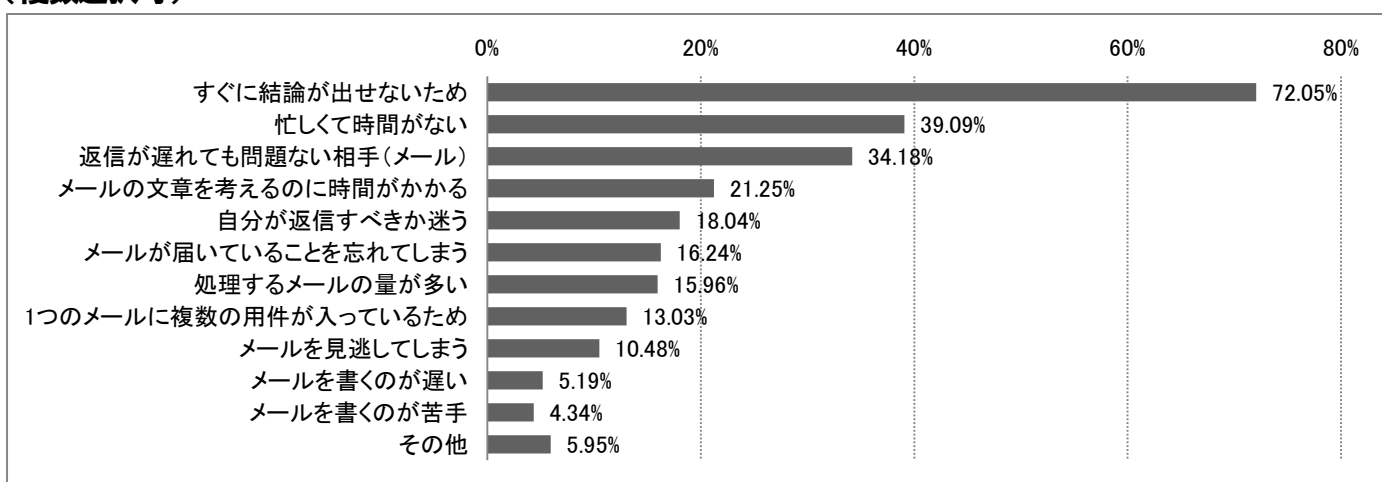
受信したメールの返信は平均でいつまでにしているかの問いに対して、「24時間（1日）以内」（35.58%）が最も多く、「1分以内」（0.13%）、「5分以内」（1.50%）、「15分以内」（1.57%）、「30分以内」（6.41%）、「1時間以内」（11.77%）、「2時間以内」（7.85%）、「4時間以内」（11.45%）、「8時間以内」（13.41%）の合計が89.67%となりました。約9割の人が24時間以内に返信していることがわかります。この結果からも、頻繁にメールを確認して返事をするのが習慣化しているといえます。

Q10: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



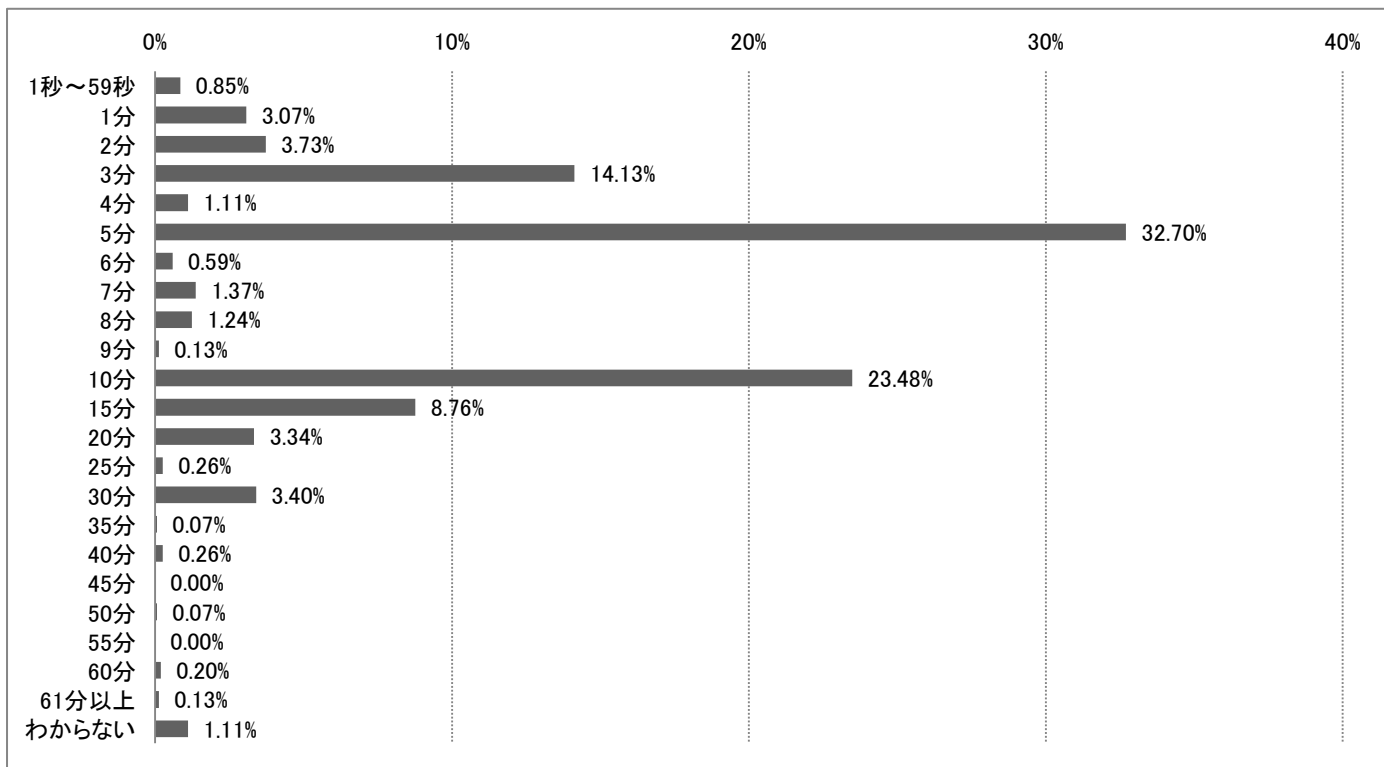
ビジネスメールの返信が遅れてしまうことが「よくある」(8.18%)、「たまにある」(61.09%)を合計すると69.27%です。約7割の人が日常的に、メールの返信が遅れてしまうことがあるようです。

Q11:ビジネスメールの返信が遅れてしまう理由を教えてください(Q10で「よくある」「たまにある」と答えた方)(複数選択可)



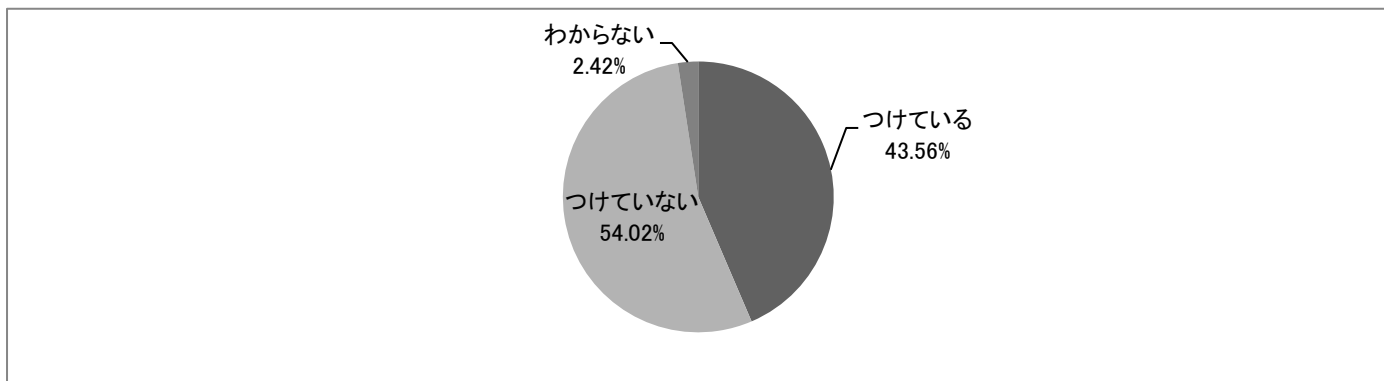
ビジネスメールの返信が遅れてしまう理由としては、「すぐに結論が出せないため」(72.05%)が最も多く、すぐに結論が出せない重要な用件や複雑な用件をメールでやりとりしていることがわかります。「忙しくて時間がない」(39.09%)、「返信が遅れても問題ない相手(メール)」(34.18%)と続きます。相手やメールの内容に応じて、いつ返信すべきかを判断し、優先順位をつけて処理していることもわかります。すぐに結論が出せない場合は、そのことを事前に伝える等の対応策が考えられます。しかし、「忙しくて時間がない」(39.09%)、「メールの文章を考えるのに時間がかかる」(21.25%)、「処理するメールの量が多い」(15.96%)、「メールを書くのが遅い」(5.19%)、「メールを書くのが苦手」(4.34%)などの回答もあることから、メール処理の効率化やスピードアップ、社内ルールの策定など、根本的な対策が必要だといえます。

Q12: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



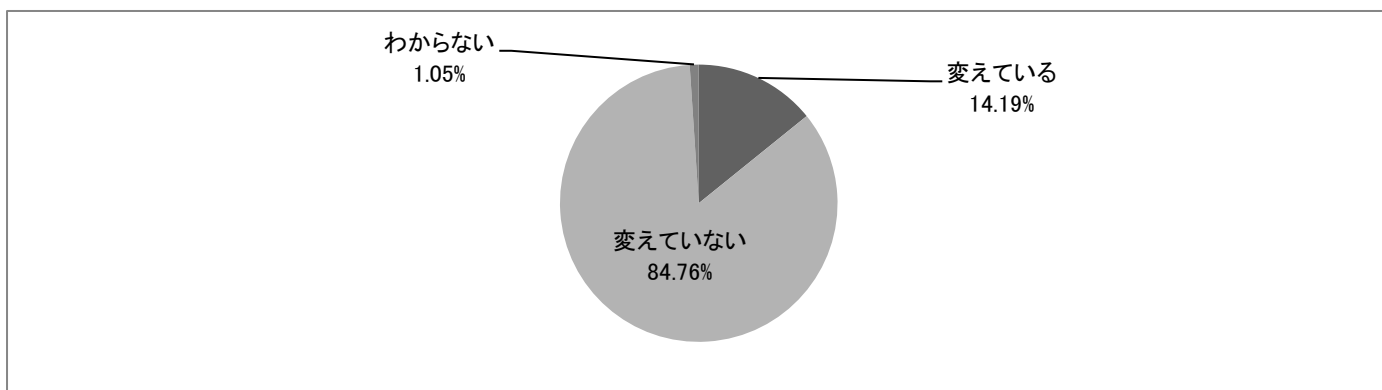
ビジネスメールを1通書く平均時間については、「5分」(32.70%)が最も多く、5分以内の合計が55.59%となり半数を超えています。しかし、1通のメールを書くのに平均で「10分」かかる人も23.48%います。なかには、1通書くのに30分以上かけている人が4.13%います。1通に10分かけて1日10通のメールを書いている人は、100分費やしていることとなります。1通あたりのメールを書く速度が、仕事の成果に直結する時代になったといえます。

Q13:ビジネスメールの宛先(TO、CC)欄に“様”をつけていますか



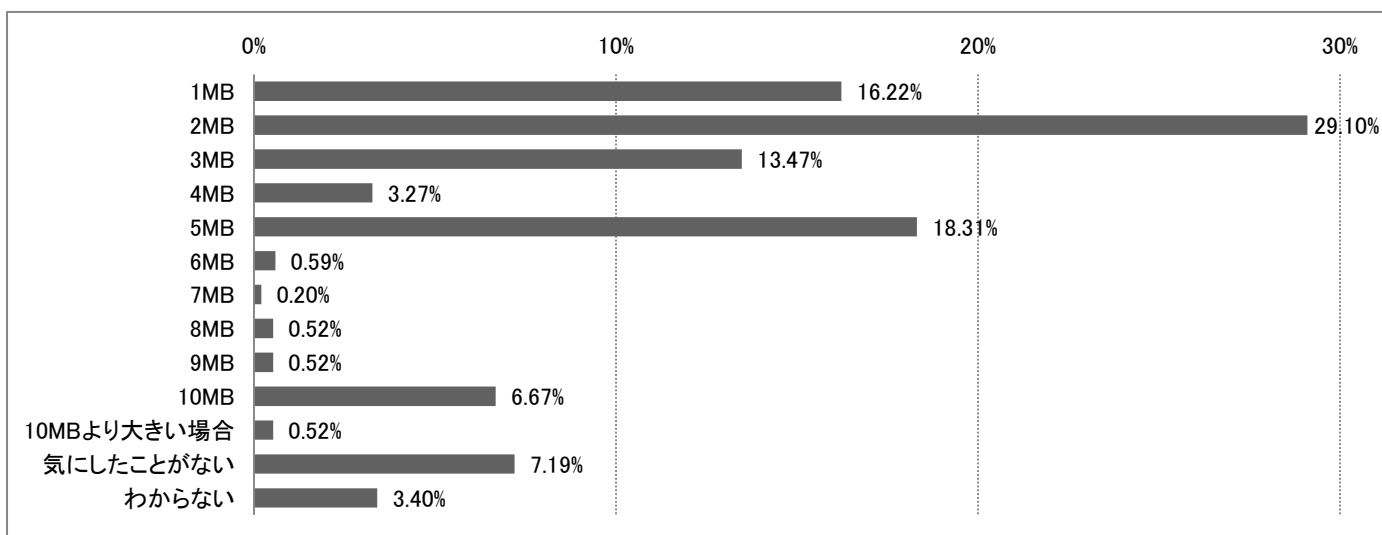
ビジネスメールの宛先(TO、CC)欄に“様”を「つけている」(43.56%)、「つけていない」(54.02%)、「わからない」(2.42%)という結果になりました。

Q14: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



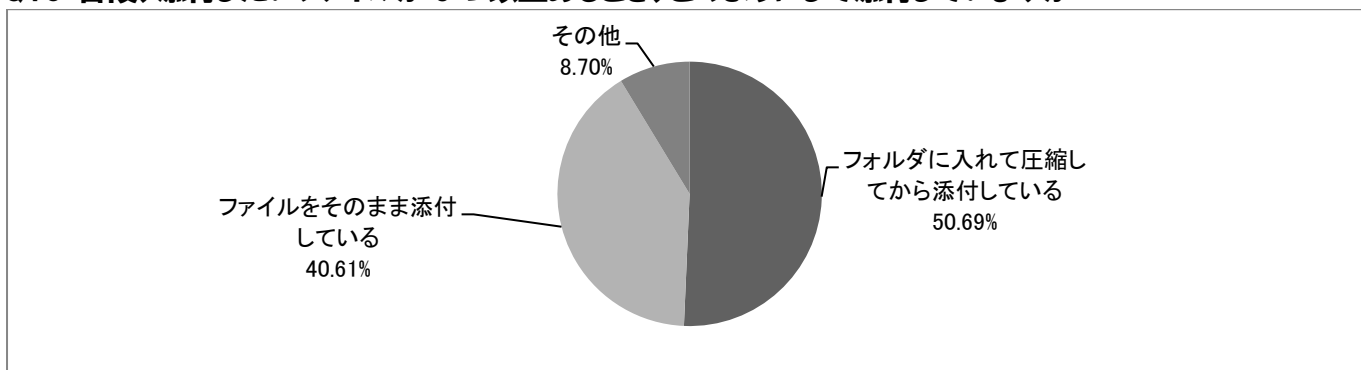
相手から受け取ったメールを返信する際、自動的に件名につく「Re:」を削除して件名を変えているかという問いに対しては、「変えている」(14.19%)、「変えていない」(84.76%)、「わからない」(1.05%)という結果になりました。「Re:」を残したまま返信する人が多数派といえます。

Q15: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



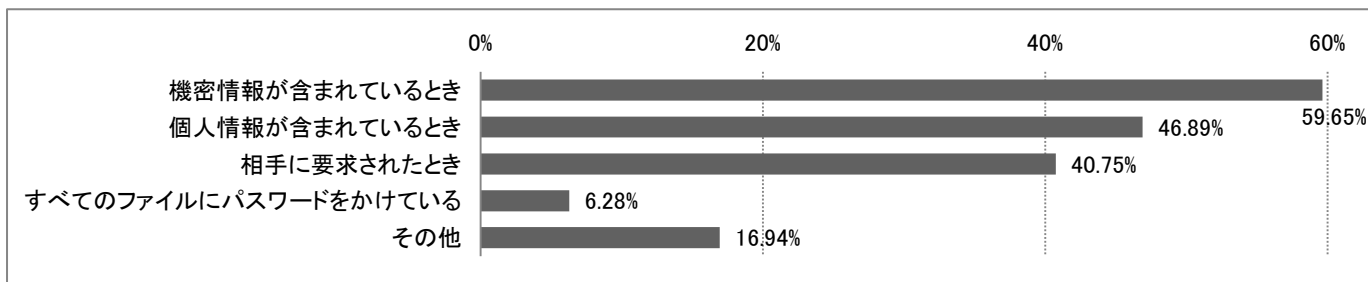
添付ファイルは何 MB までならビジネスメールで送るかの問いに対しては、「2MB」(29.10%)が最も多いです。一般企業が受信可能とする上限は、5MB から 10MB であることが多いため、2MB であればそのまま添付しても問題ないといえます。

Q16:普段、添付したいファイルが3つ以上あるとき、どのようにして添付していますか



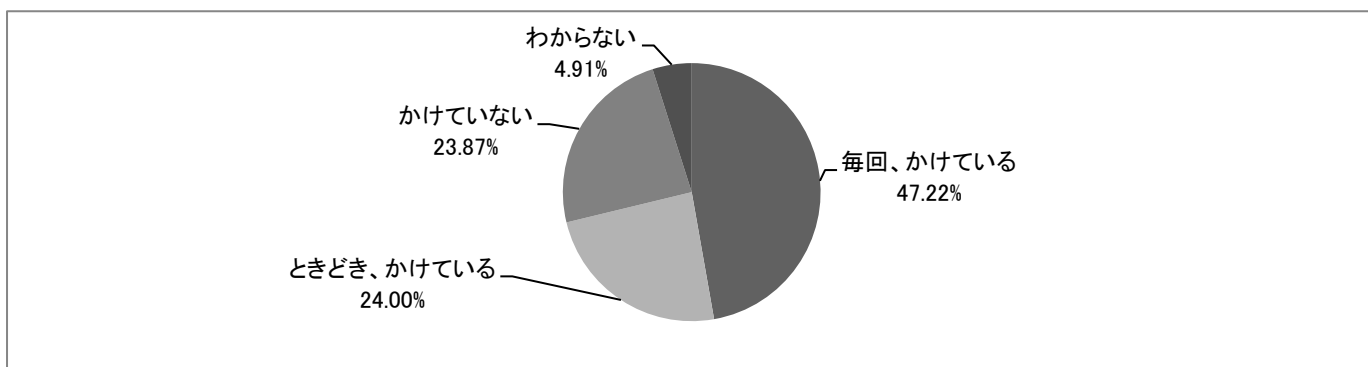
普段、添付したいファイルが3つ以上あるとき、どのようにして添付しているかの問いに対しては、「フォルダに入れて圧縮してから添付している」(50.69%)、「ファイルをそのまま添付している」(40.61%)、「その他」(8.70%)という結果になりました。

Q17: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)



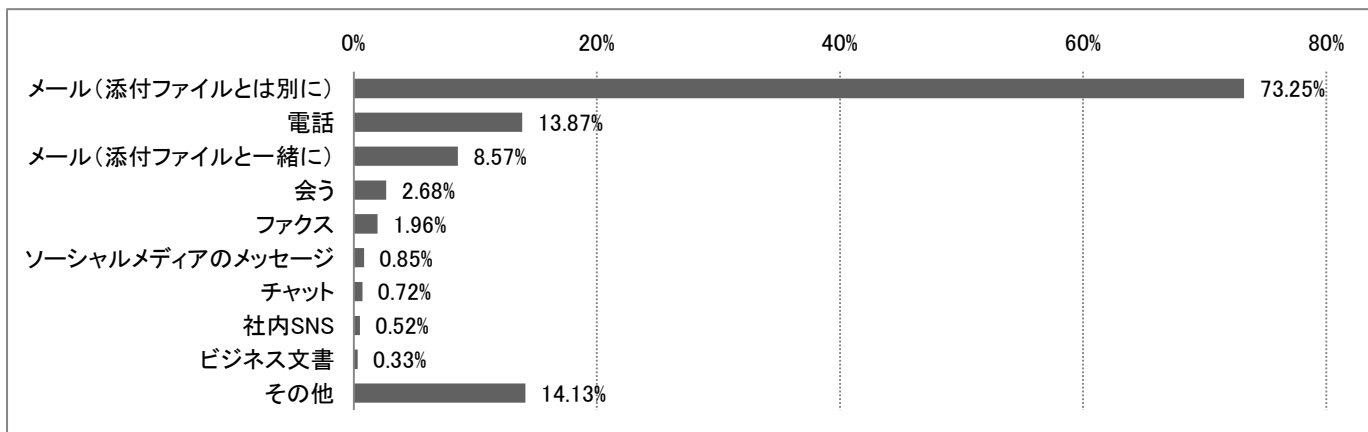
添付ファイルにパスワードをかけるのは、「機密情報が含まれているとき」(59.65%)、「個人情報が含まれているとき」(46.89%)、「相手に要求されたとき」(40.75%)、「すべてのファイルにパスワードをかけている」(6.28%)という結果になりました。

Q18:個人情報や機密情報が含まれているとき、パスワードをかけていますか



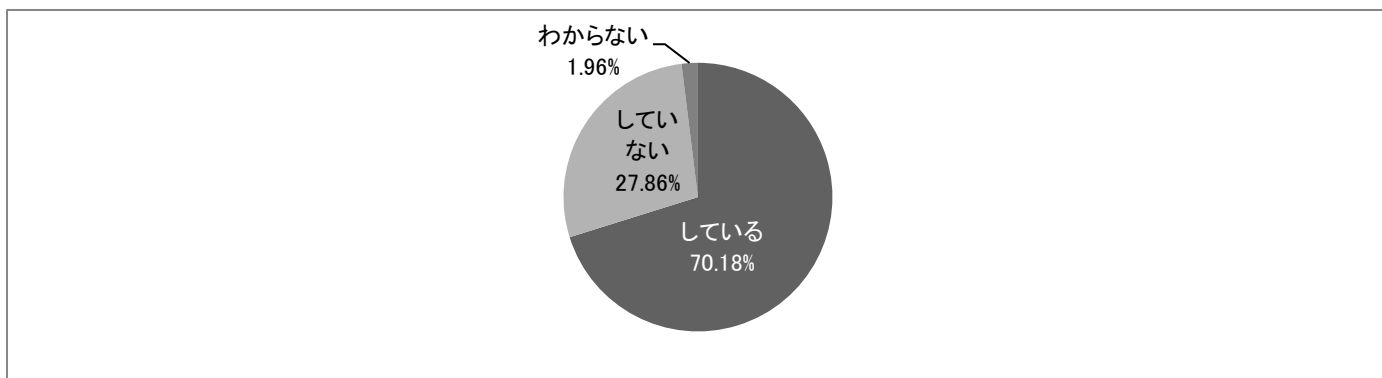
個人情報や機密情報が含まれているとき、パスワードをかけているかの問いに対しては、「毎回、かけている」(47.22%)、「ときどき、かけている」(24.00%)、「かけていない」(23.87%)、「わからない」(4.91%)という結果になりました。送信先を間違えると、そのまま個人情報や機密情報が流出してしまいます。セキュリティの意識を、もっと高く持つべきでしょう。

Q19:添付ファイルのパスワードは、どのような手段で通知していますか(複数選択可)



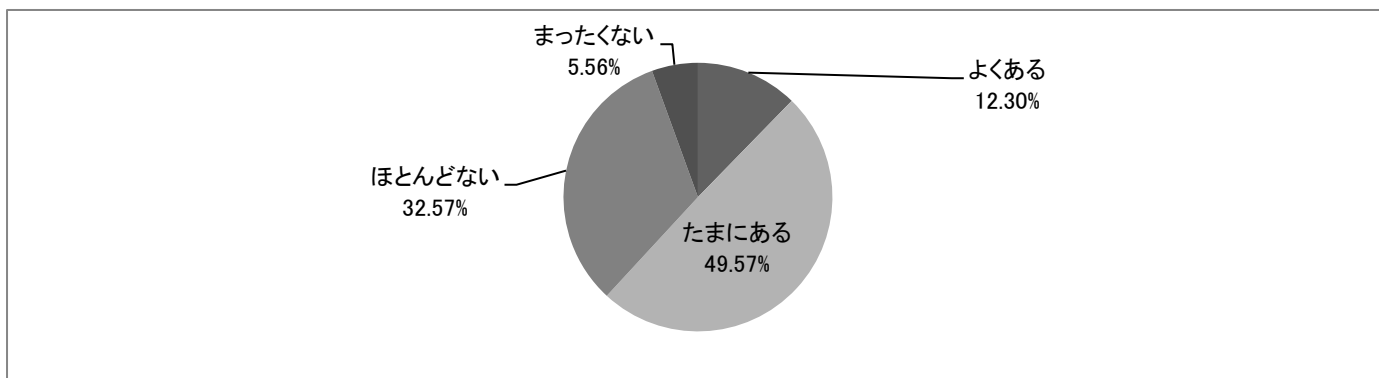
添付ファイルのパスワードは、どのような手段で通知しているかの問いに対しては、「メール(添付ファイルとは別に)」(73.25%)が最も多い一方で、「メール(添付ファイルと一緒に)」(8.57%)という回答もあります。ファイルを添付したメールの本文にパスワードを書くと、送信先を間違えた場合、ファイルを開封されてしまう可能性があります。危険です。

Q20:単語登録をしていますか



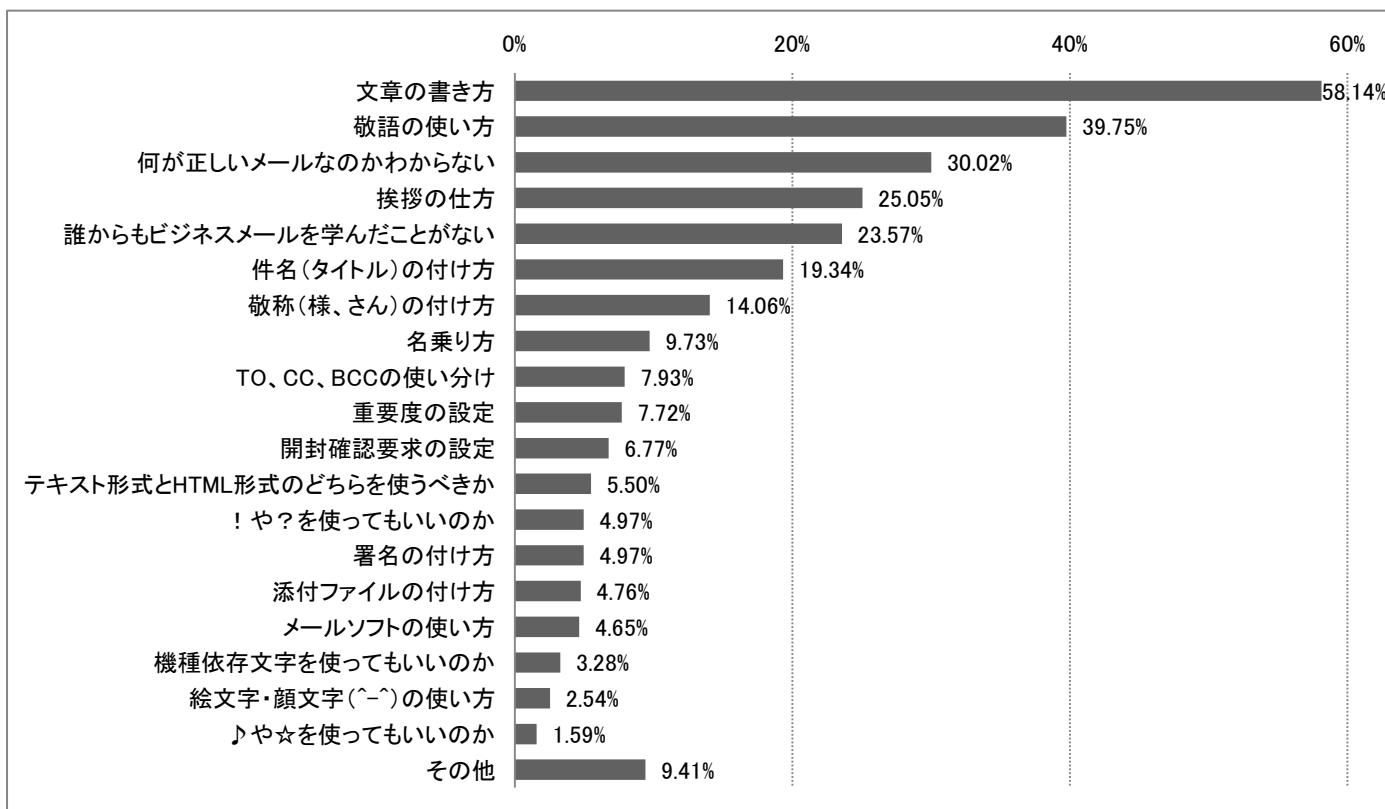
単語登録を「している」(70.18%)人が7割を超えています。「していない」(27.86%)人は、メールを送るたびに自社名や名前、製品名などを手入力しており、無駄な時間がかかっていると考えられます。

Q21:メールを書くとき、不安に感じることはありますか



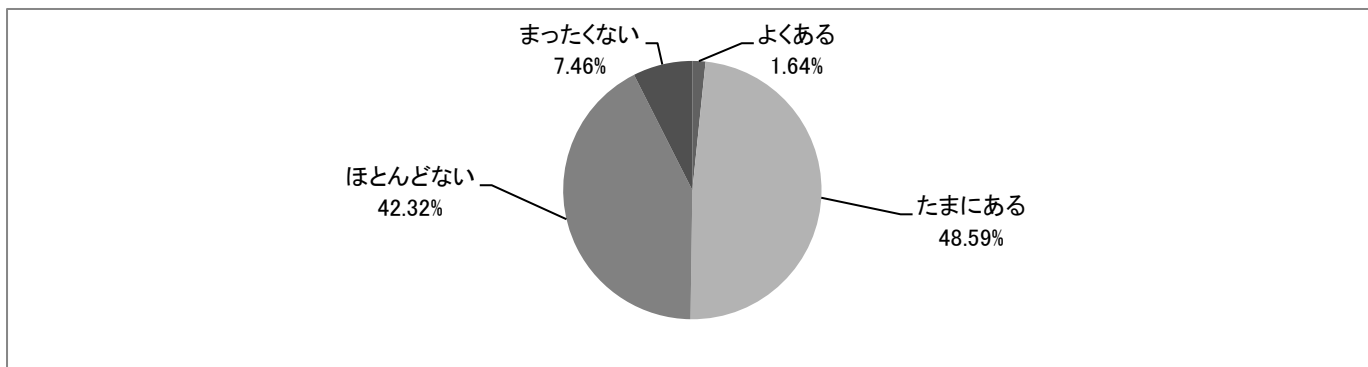
メールを書くとき、不安に感じることがあるかの問いに対しては、「よくある」（12.30%）と「たまにある」（49.57%）の合計が61.87%で、6割以上の方が自分のメールに対して何らかの不安を感じていることがわかりました。メールについては明確なルールや基準がなく、教育もおこなわれていないことから、自己流メールや社内特有のメールに不安を抱いている可能性があります。

Q22:メールを書くときに感じる不安はどのようなものですか(Q21 で「よくある」「たまにある」とお答えの方)(複数選択可)



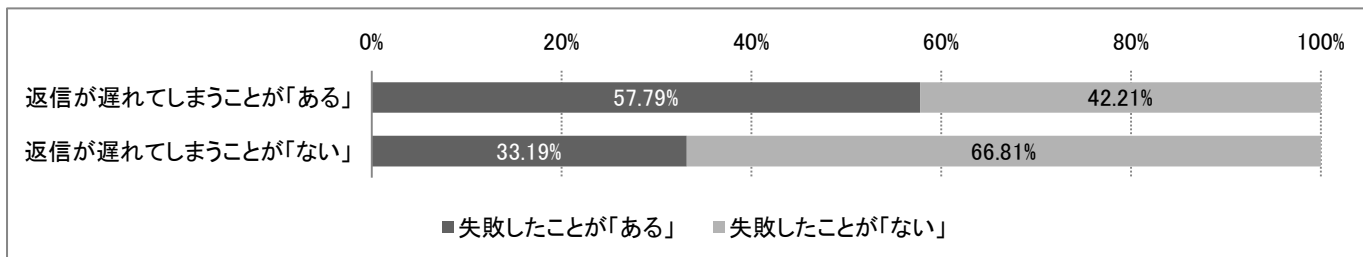
メールを書くとき不安に感じるのは、「文章の書き方」（58.14%）、「敬語の使い方」（39.75%）、「何が正しいメールなのかわからない」（30.02%）、「挨拶の仕方」（25.05%）、「誰からもビジネスメールを学んだことがない」（23.57%）の5項目が上位を占めています。一度、基本からしっかり学ぶことで、多くのメールの不安は解消されると考えられます。

Q23:過去一年間で、ビジネスメールの失敗をしたことはありますか



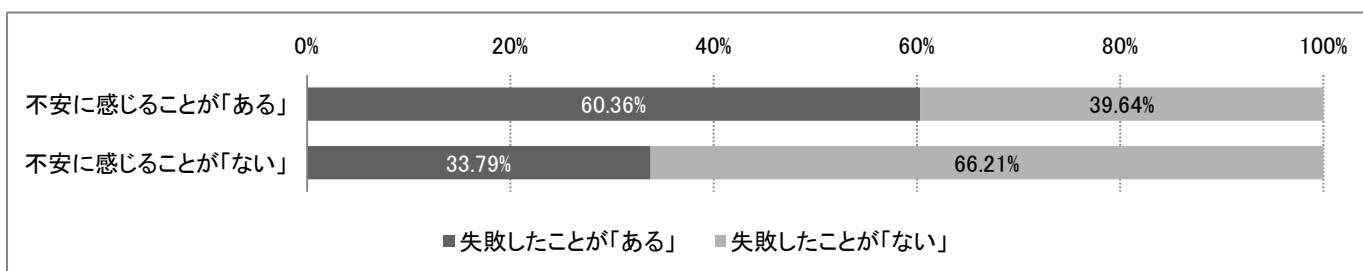
過去1年間で、ビジネスメールの失敗をしたことが、「よくある」(1.64%)と「たまにある」(48.59%)の合計が50.23%で、半数の人が実際に失敗を経験していることがわかりました。Q21のメールを書くとき、不安に感じることもある61.87%と数字が近いです。失敗したことが「ほとんどない」(42.32%)、「まったくない」(7.46%)という人たちのなかには、自分の失敗や間違いに気付いていない人が含まれている可能性があります。自覚していないだけで、知らぬ間にトラブルを招いているかもしれません。

図 1: Q10 ビジネスメールの返信が遅れてしまうことが「ある」「ない」と答えた人のうち、失敗している人の割合



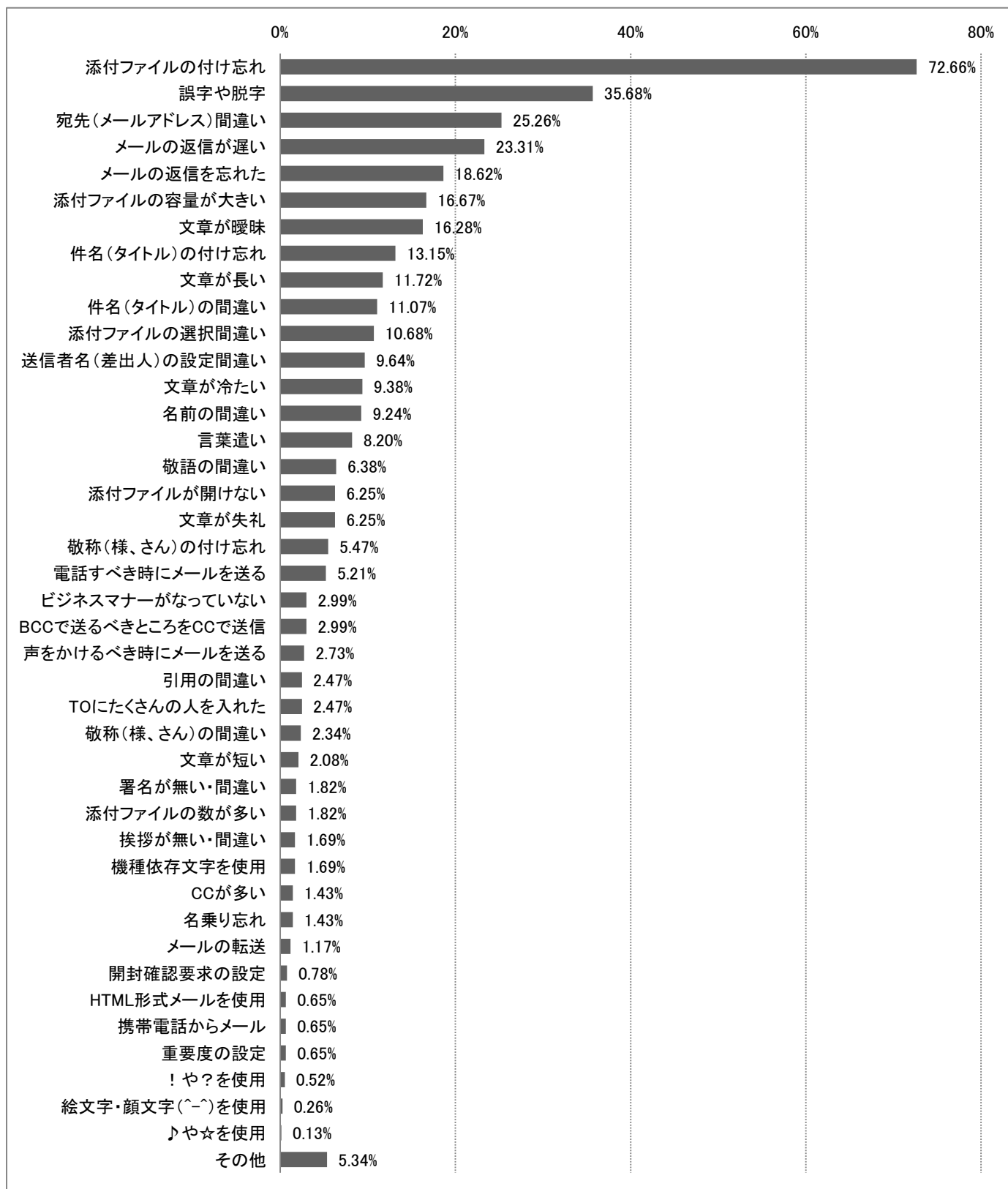
メールの返信が遅れてしまうことが「ある」人と「ない」人を比べた場合、返信が遅れてしまうことが「ある」人の方が、メールで失敗したことが「ある」割合が高くなっています(57.79%)。

図 2: Q21 メールを書くとき、不安に感じるものが「ある」「ない」と答えた人のうち、失敗している人の割合



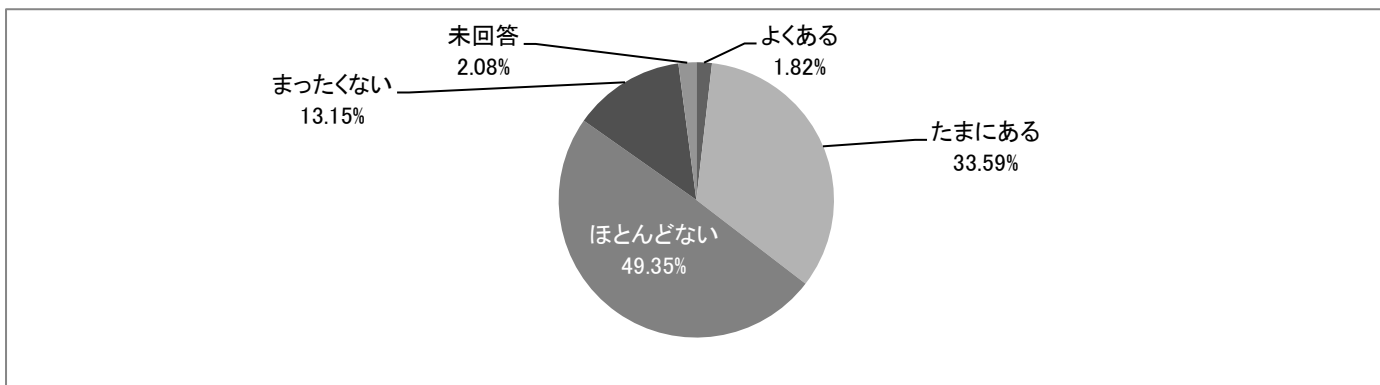
メールを書くとき、不安に感じるものが「ある」人と「ない」人を比べた場合、不安に感じるものが「ある」人の方が、メールで失敗したことが「ある」割合が高くなっています(60.36%)。不安を感じるものが「ある」人は、不安に感じるものが「ない」人よりもメールに対して慎重になり、失敗を自覚しやすい傾向にあることも考えられます。

Q24:どのような失敗をしましたか(Q23で「よくある」「たまにある」とお答えの方)(複数選択可)



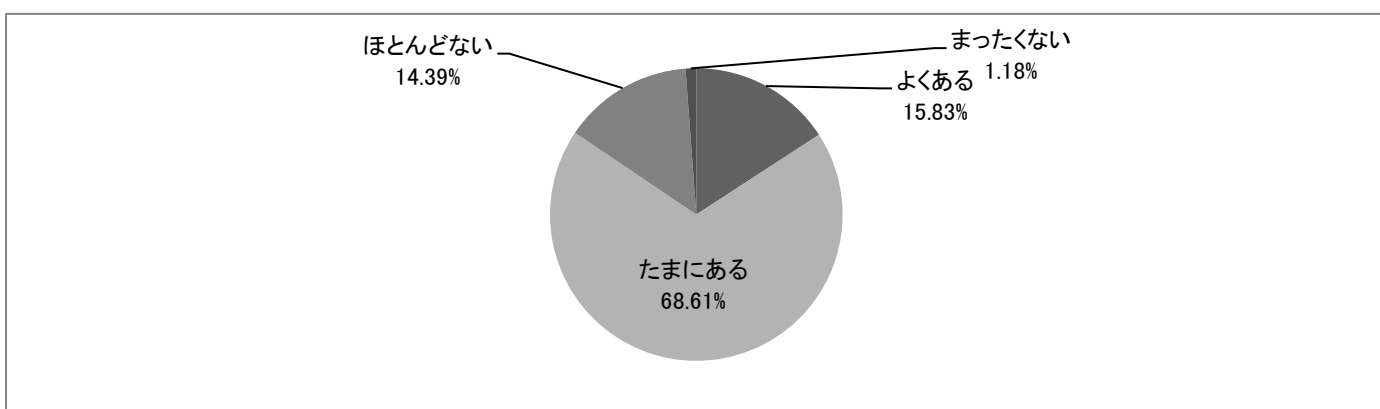
送信者として経験したビジネスメールの失敗は、「添付ファイルの付け忘れ」(72.66%)、「誤字や脱字」(35.68%)、「宛先(メールアドレス)間違い」(25.26%)、「メールの返信が遅い」(23.31%)、「メールの返信を忘れた」(18.62%)の5項目が上位を占めています。機能的なものや誰の目にも明らかな失敗が上位を占める傾向にあります。

Q25:ビジネスメール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)



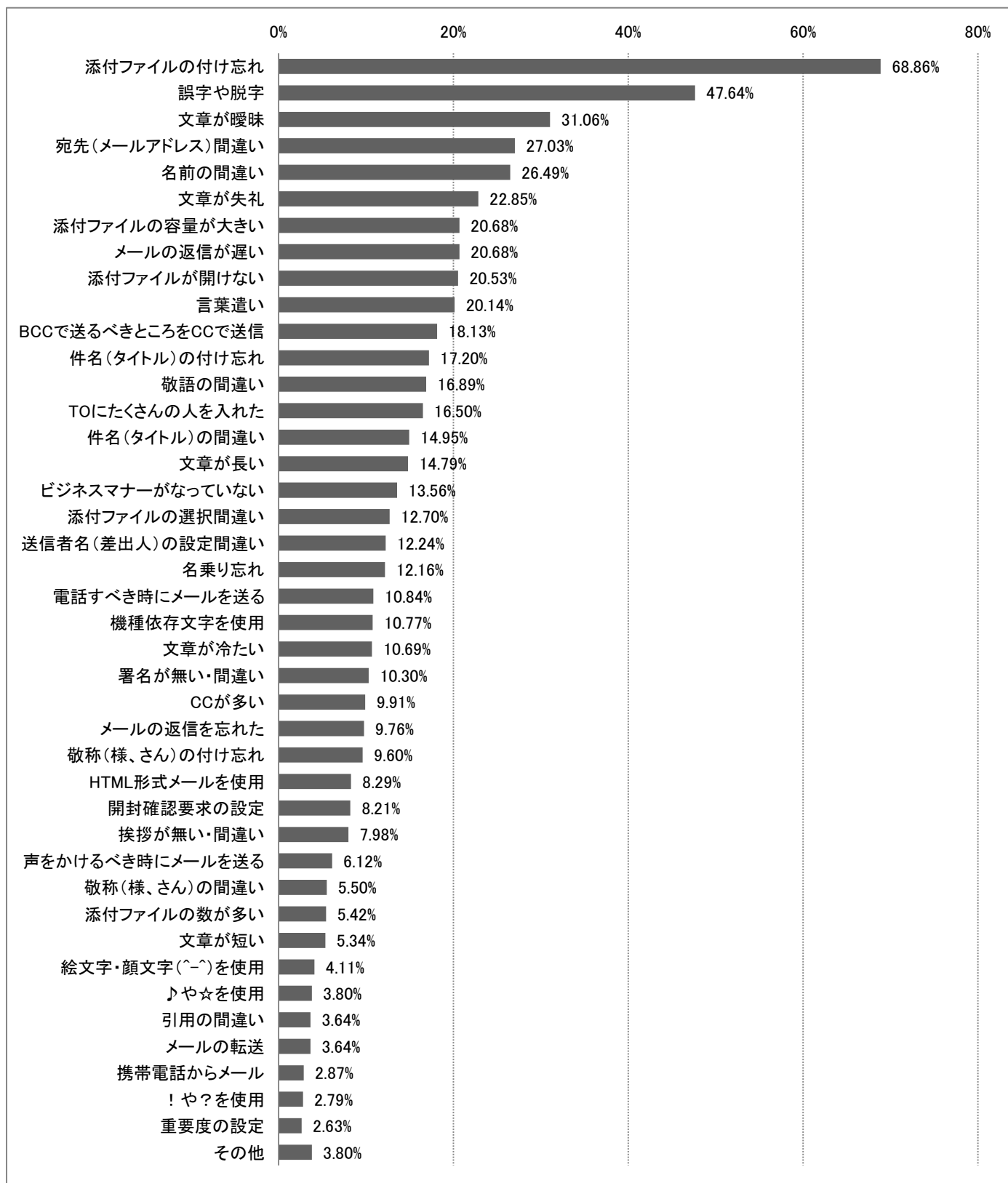
ビジネスメールの失敗を指摘されたことが「ほとんどない」(49.35%)と「まったくない」(13.15%)の合計が62.50%で、6割以上の人がほとんど指摘されていません。メールは失敗を指摘されにくいという傾向がわかります。

Q26:過去一年間で、ビジネスメールを受け取って、失敗を見つけたことはありますか



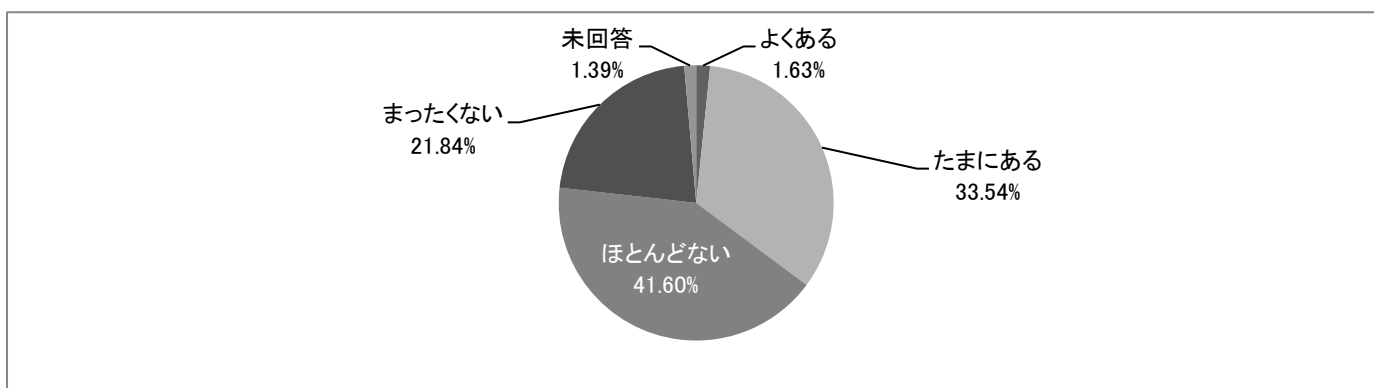
過去1年間で、受け取ったメールの中に失敗を見つけたことが、「よくある」(15.83%)と「たまにある」(68.61%)の合計が84.44%で、8割以上の人が相手のメールの失敗に気づいています。Q23過去1年間で、ビジネスメールの失敗を経験した人は50.23%でしたので、自分の失敗よりは、相手の失敗の方が目に留まりやすいことがわかります。

Q27:どのような失敗を見つけましたか(Q26で「よくある」「たまにある」とお答えの方)(複数選択可)



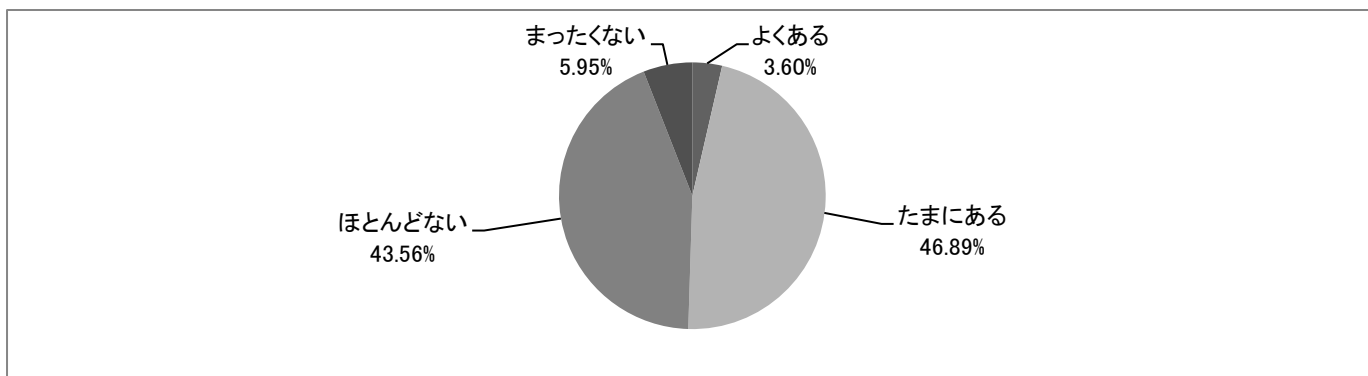
受け取ったメールの中に見つけた失敗は、「添付ファイルの付け忘れ」(68.86%)、「誤字や脱字」(47.64%)、「文章が曖昧」(31.06%)、「宛先(メールアドレス)間違い」(27.03%)、「名前の間違い」(26.49%)の5項目が上位を占めています。Q24の送信者として自覚している失敗内容とほぼ一致しており、送信者と受信者は同様の失敗を認識しているといえます。

Q28:ビジネスメール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)



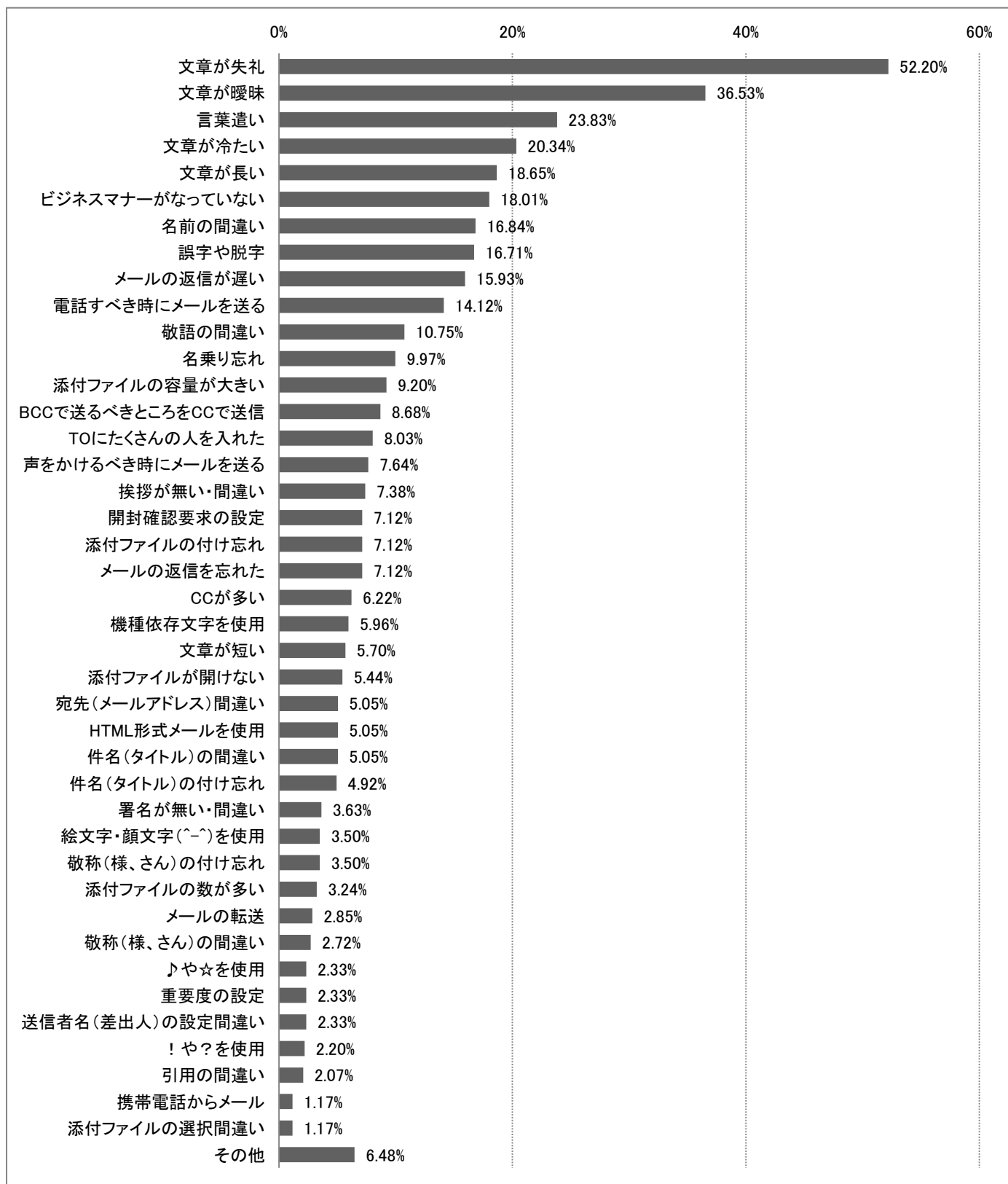
ビジネスメールの失敗を指摘したことが、「ほとんどない」(41.60%)と「まったくない」(21.84%)の合計が63.44%で、6割の人が指摘をしていません。あえて指摘するまでもないとの考えや、指摘することで角を立てたくないという心理も働いているようです。

Q29:過去一年間で、ビジネスメールを受け取って不快に感じたことはありますか



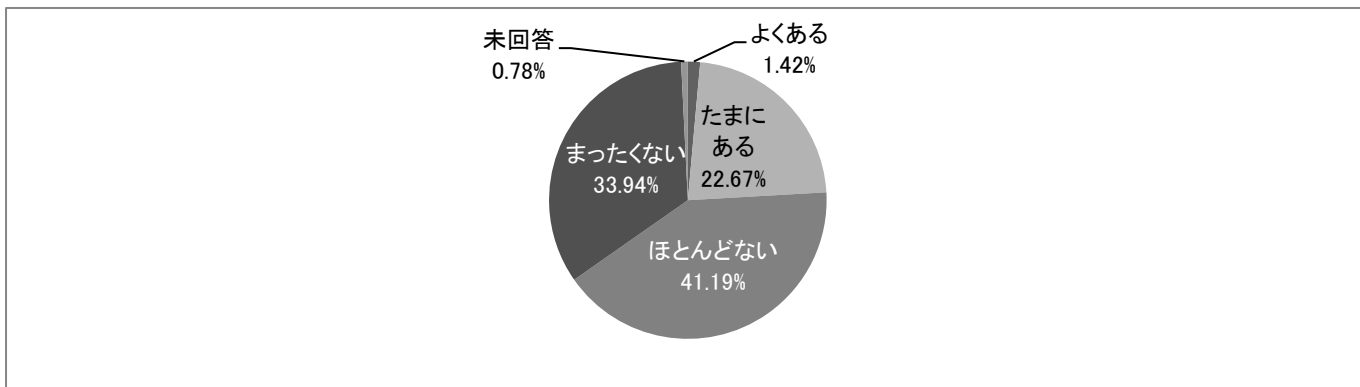
ビジネスメールを受け取って不快に感じたことが、「よくある」(3.60%)と「たまにある」(46.89%)の合計が50.49%で、半数の人が何らかの不快を感じたことがあるとわかりました。

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)



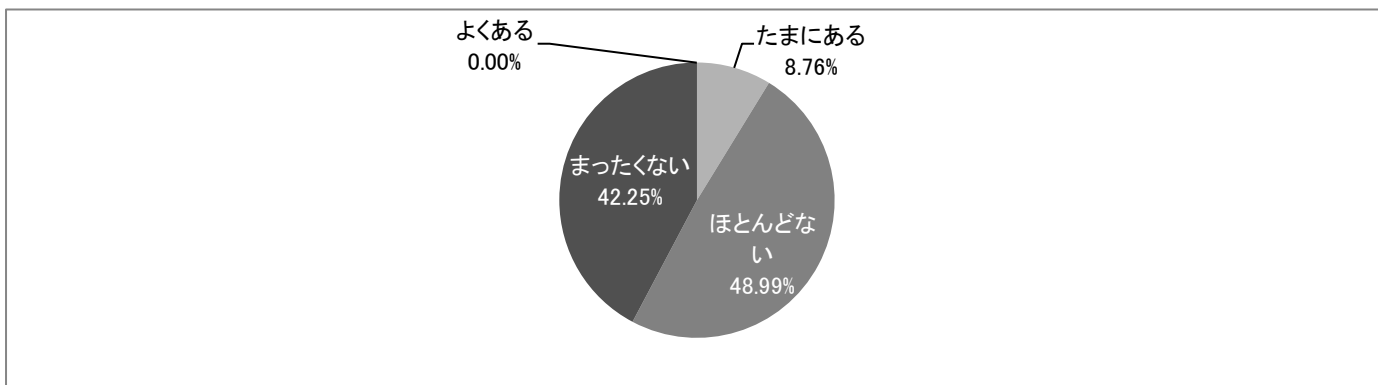
メールを受け取って不快に感じた内容は、「文章が失礼」(52.20%)、「文章が曖昧」(36.53%)、「言葉遣い」(23.83%)、「文章が冷たい」(20.34%)、「文章が長い」(18.65%)の5項目が上位を占めています。Q27の受け取ったメールの中に見つけた失敗内容と比べると、並び順が異なります。失敗は誰が見ても分かる機能的で具体的な内容でしたが、不快感を誘発するのは人によって感じ方の違う感情的で抽象的な内容です。特に、不快感を生む原因は、文章の占める割合が大きいです。失敗が直ちに不快感につながるのではなく、文章やマナーに関わる項目が不快感を引き起こすことがわかりました。ビジネスメールだけでなく文章の書き方やビジネスマナーについても学ぶ必要があるでしょう。

Q31:不快に感じたこと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)



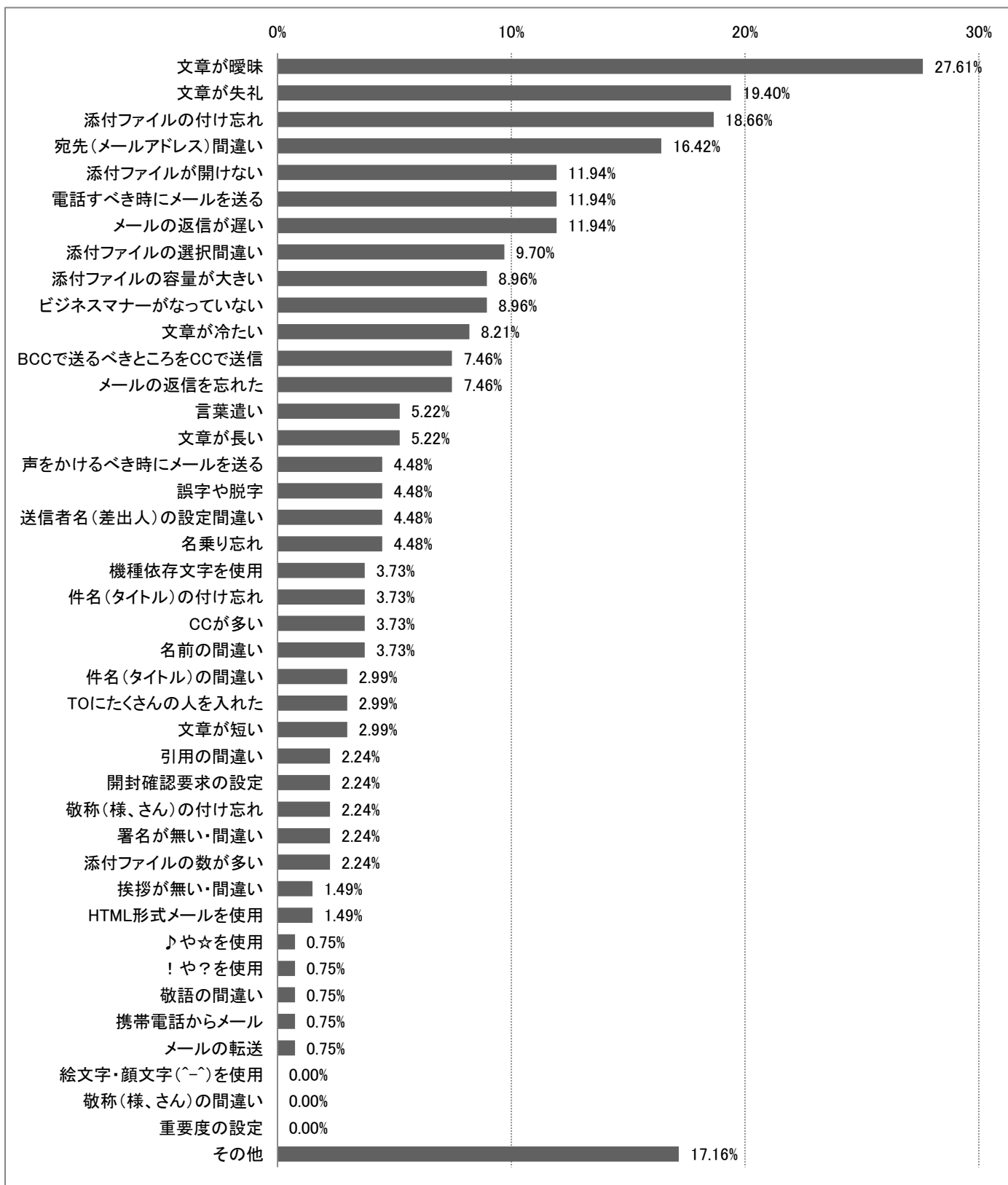
ビジネスメールを受け取って不快に感じたことを指摘したことが、「ほとんどない」(41.19%)と「まったくない」(33.94%)の合計が75.13%で、8割近い人が指摘していません。不快に感じる内容や程度は人によって異なるため、あきらかな失敗(添付ファイルの付け忘れ)などに比べ、指摘しにくいと考えられます。相手が不快に感じるポイントを把握した上で、メールを送る必要があります。

Q32:過去一年間で、メールでトラブルにあったことはありますか



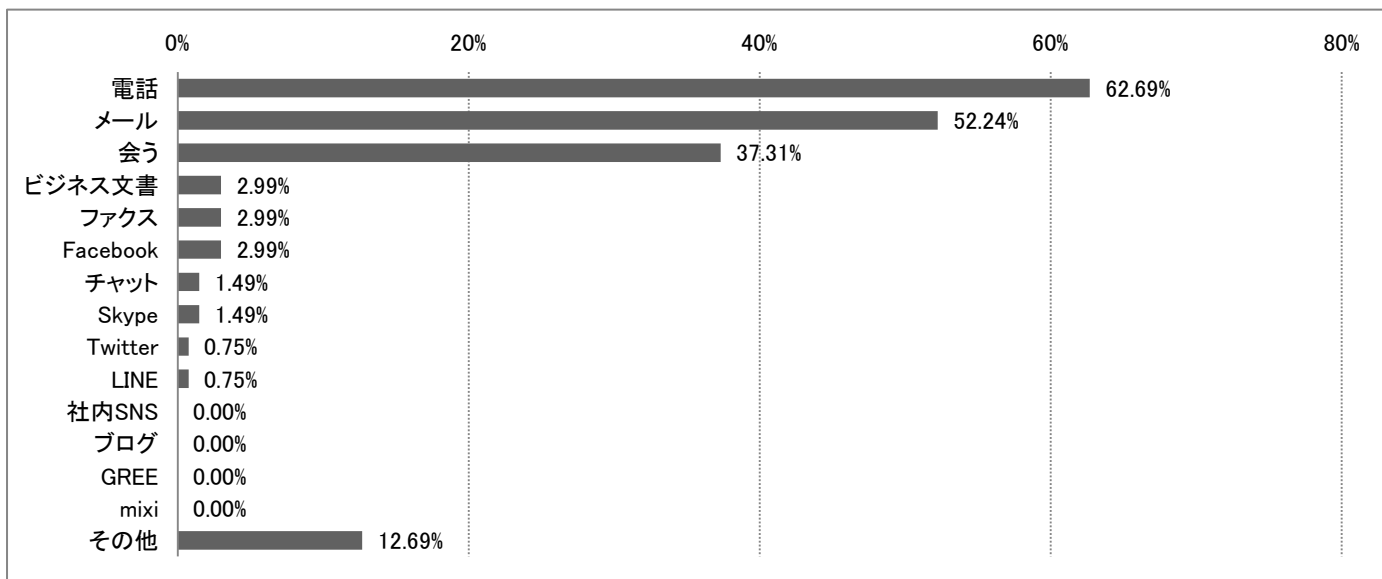
過去1年間で、メールでトラブルにあったことが「ある」と答えた人の合計が8.76%で、約1割の人がメールでトラブルにあっています。

Q33:そのトラブルは、何が原因ですか(Q32で「よくある」「たまにある」とお答えの方)(複数選択可)



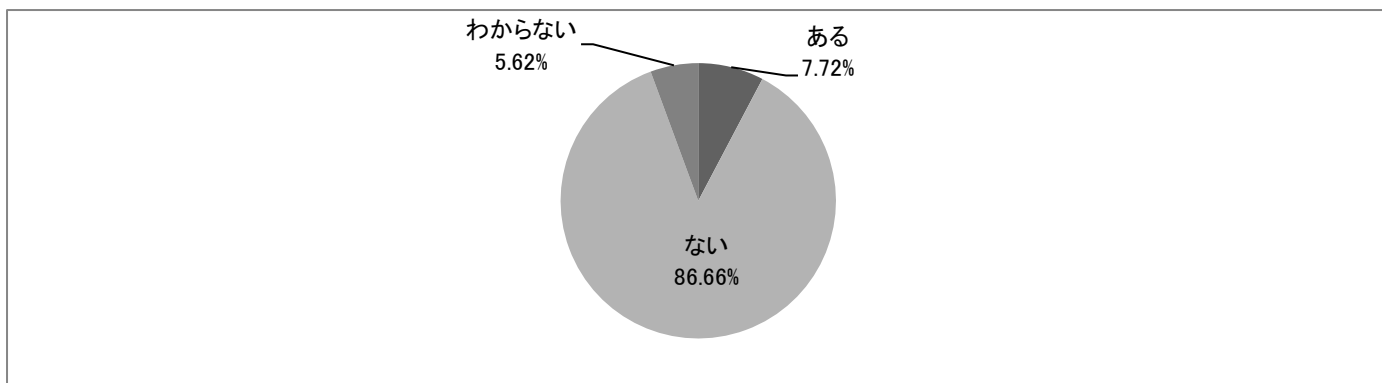
トラブルの原因は、「文章が曖昧」(27.61%)、「文章が失礼」(19.40%)、「添付ファイルの付け忘れ」(18.66%)、「宛先(メールアドレス)間違い」(16.42%)、「添付ファイルが開けない」(11.94%)、「電話すべき時にメールを送る」(11.94%)、「メールの返信が遅い」(11.94%)と続きます。「基本的なメールのルールを学ぶ」「文章力を向上させる」この2つの対策で多くの問題が解決できます。

Q34: そのトラブルは、どのような手段で解決しましたか(Q32 で「よくある」「たまにある」とお答えの方) (複数選択可)



トラブルを解決した手段は、「電話」(62.69%)、「メール」(52.24%)、「会う」(37.31%)と続きます。メールのトラブルだからといって、必ずしもメールで解決しているわけではないことがわかります。

Q35: あなたの会社で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」(7.72%)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かかわらず、9割以上の人が会社では学んでいないことがわかります。これでは、メールの失敗やトラブルが起きて当然だといえます。

調査の概要

調査の目的：仕事におけるメールの利用状況と実態を把握すること

調査対象：仕事でメールを利用しているすべての人

調査時期：2013年5月20日から2013年6月19日

有効回答数：1,529

調査方法：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

性別	人数	%
男性	1,131	73.97%
女性	398	26.03%
合計	1,529	100.00%

年齢	人数	%
18～19歳	1	0.07%
20～24歳	12	0.78%
25～29歳	83	5.43%
30～34歳	149	9.74%
35～39歳	227	14.85%
40～44歳	311	20.34%
45～49歳	296	19.36%
50～54歳	241	15.76%
55～59歳	122	7.98%
60～64歳	57	3.73%
65～69歳	16	1.05%
70歳以上	14	0.92%
合計	1,529	100.00%

職業	人数	%
お勤め（会社員・公務員など）	1,211	79.20%
自営・自由業	288	18.84%
その他	30	1.96%
合計	1,529	100.00%

▼「お勤め（会社員・公務員など）」、「自営・自由業」の方

所属する企業団体の規模	人数	%
1～4名	278	18.55%
5～9名	79	5.27%
10～19名	66	4.40%
20～49名	96	6.40%
50～99名	108	7.20%
100～299名	168	11.21%
300～499名	103	6.87%
500～999名	115	7.67%
1000～1999名	102	6.80%
2000～4999名	119	7.94%
5000名以上	230	15.34%
未回答	35	2.33%
合計	1,499	100.00%

役職	人数	%
経営者	264	17.61%
役員クラス	46	3.07%
本部長クラス	14	0.93%
部長クラス	98	6.54%
課長クラス	256	17.08%
主任／係長クラス	273	18.21%
一般社員	375	25.02%
派遣社員	18	1.20%
契約社員	31	2.07%
その他	85	5.67%
未回答	39	2.60%
合計	1,499	100.00%

業種	人数	%
農林水産・鉱業	8	0.53%
建設	40	2.67%
自動車、輸送機器	44	2.94%
電気、電子機器	160	10.67%
機械、重電	43	2.87%
素材	18	1.20%
食品、医薬、化粧品	58	3.87%
その他製造	97	6.47%
エネルギー	8	0.53%
卸売・小売業・商業（商社含む）	110	7.34%
金融・証券・保険	37	2.47%
不動産	14	0.93%
通信サービス	42	2.80%
情報処理、SI、ソフトウェア	208	13.88%
運輸	14	0.93%
コンサル・会計・法律関連	111	7.40%
放送・広告・出版・マスコミ	72	4.80%
医療	31	2.07%
介護・福祉	9	0.60%
飲食店・宿泊	12	0.80%
人材サービス	22	1.47%
旅行	6	0.40%
その他サービス	132	8.81%
公務員（教員を除く）	31	2.07%
教育・教育学習支援関係	88	5.87%
その他	59	3.94%
未回答	25	1.67%
合計	1,499	100.00%

職種	人数	%
経営者・役員	198	13.21%
経営企画	25	1.67%
総務・人事	86	5.74%
財務・経理	26	1.73%
一般事務	96	6.40%
情報処理・情報システム	173	11.54%
広報・宣伝	23	1.53%
企画・調査・マーケティング	127	8.47%
営業・販売	143	9.54%
生産・製造	38	2.54%
資材・購買	13	0.87%
配送・物流	4	0.27%
技術・設計	131	8.74%
研究・開発	105	7.00%
編集・編成・制作	44	2.94%
専門職（建築・土木関連）	12	0.80%
専門職（医療関連）	21	1.40%
専門職（会計関連）	16	1.07%
専門職（法律関連）	19	1.27%
専門職（教育関連）	40	2.67%
その他	131	8.74%
未回答	28	1.87%
合計	1,499	100.00%

株式会社アイ・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://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 [TEL] 03-3263-4900 [FAX] 03-3263-4903 [E-mail] pr@sc-p.jp

※本調査データを引用・転載する場合には、出典の表記をお願いいたします