

**ビジネスメール 1日の平均通数、送信は約 12 通、受信は約 55 通。1 通作成の平均時間は 7 分
メールの不安第 1 位は「正しく伝わるか」(78.35%)、不快なメールの第 1 位は「文章が曖昧」(33.28%)**

「ビジネスメール実態調査 2016」発表

一般社団法人日本ビジネスメール協会(代表理事:平野友朗、所在地:東京都千代田区)は、2016年7月1日(金曜)に、仕事におけるメールの利用状況と実態を調査した「ビジネスメール実態調査 2016」を発表いたします。ビジネスメール実態調査は、仕事で使うメールの利用実態を明らかにすることを目的として、仕事でメールを使っている人を対象に、2007年から10年連続で行なっている日本で唯一のビジネスメールに関する継続した調査です。仕事でどのようにメールが利用され、どのような課題があるのか、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現状について調査を行いました。

ビジネスメール実態調査 2016 の総評

仕事のコミュニケーション、主な手段は「メール」「電話」「会う」

仕事で周囲とコミュニケーションをとる主な手段は、「メール」(98.22%)が最も多く「電話」(91.06%)、「会う」(75.97%)と続きます。この並び順は2011年から変わりません。仕事をする上で、この3つの手段を使いこなすことは必要不可欠といえます。

仕事で利用しているメールソフト第 1 位は「Gmail(Google Apps 含む)」(39.93%)

仕事で利用しているメールソフトは「Gmail (Google Apps 含む)」(39.93%)、「Outlook」(30.80%)、「Yahoo!メール」(10.75%)、「Thunderbird」(10.17%)、「Windows Live メール」(10.10%)と続きます。メールソフトの種類も多様化しています。相手が何を使っているか分からない以上は、自分が使用しているメールソフト固有の機能は使うべきではないといえます。

ビジネスメール 1日の平均通数、送信は約 12 通、受信は約 55 通

仕事でメールを 1 通作成するのにかかる平均時間は 7 分

仕事で1日に送受信するメールの平均通数は、送信メールよりも受信メールの方が多傾向にあります。仕事でメールを1通作成するのにかかる平均時間は7分です。回答結果は「5分」(36.24%)が最も多く、5分以内の合計が59.29%で半数を超えました。一方で、10分以上かかっている人は32.81%います。1日12通のメールを1通につき5分かけて作成すると60分、7分かけると84分、10分かけると120分になります。メールを読んで理解する時間も含めると、1日に60分以上をメールの処理に費やしています。メールの通数が増えるとかかる時間はさらに増えます。問題は、パソコン操作や文章作成は個人の能力に左右され、メールの作成にかかる時間は可視化されにくい点です。非効率な使い方をしても問題視されることは少なく、メールの作成に時間をかけすぎたり、時間を無駄にしていたりする可能性があります。

1日(24時間)以内に、返信がほしい人は 86.24%、実際に返信をしている人は 93.92%

しかし、仕事でメールの返信が遅れてしまうことがある人は 71.08%

遅れてしまう理由の第 1 位は「すぐに結論が出せない」(54.85%)

8割以上の人(24時間)以内に返信を期待し、実際に返信をしていることが分かります。しかし、7割以上の人

がメールの返信が遅れてしまうことがあると答えています。その理由は「すぐに結論が出せない」(54.85%)が第1位で、「忙しくて時間がない」(44.74%)、「第三者の確認や回答、判断が必要」(36.77%)と続きます。メールの返事の速さが評価につながることもあるため、周囲と連携し、迅速な対応が望まれます。

7割の人が自分のメールに不安を抱いている

不安の第1位は「正しく伝わるか」(78.35%)

7割の人が「正しく伝わるか」(78.35%)といった不安を抱いていることが分かりました。不安なことは「相手を不快にさせないか」(59.08%)、「宛先が間違っていないか」(39.17%)、「誤字や脱字はないか」(35.87%)、「敬語が間違っていないか」(34.08%)と続きます。知識を学び、送信前に確認することで解消できる不安がある一方で、相手の解釈に左右される不安があります。基礎を身に付けるのはもちろんのこと、メールを送る相手や状況に応じて対応を変えるなど、より高度なコミュニケーション力がメールには要求されていることが分かります。

過去1年間に仕事でメールを受け取り、失敗を見つけたことがある人は59.10%

見つけた失敗の第1位は「添付ファイルの付け忘れ」(63.84%)

約7割の人が相手に失敗を指摘していない

約6割の人が受け取ったメールの失敗に気付いています。メールの失敗をしたことがある人は36.82%なので、自分の失敗よりも相手の失敗のほうが気付きやすいことが分かります。見つけた失敗は「添付ファイルの付け忘れ」(63.84%)が最も多く「文章に誤字や脱字」(41.15%)、「宛先(メールアドレス)の間違い」(30.30%)、「文章が曖昧」(24.33%)、「添付ファイルが開けない」(22.74%)が上位5項目です。自分自身がした失敗(Q18)と比較すると「添付ファイルの付け忘れ」、「文章に誤字や脱字」、「宛先(メールアドレス)の間違い」は自分でも経験し、相手にも認識されやすい共通の失敗だといえます。また、約7割の人が相手に失敗を指摘していません。社内など人間関係ができていく間柄や、仕事に支障をきたす失敗であれば指摘をすることがあるかもしれません。しかし、取引先や社外の人など関係が構築できていないときは、指摘しづらい、指摘して角を立てたくないという心理が読み取れます。

過去1年間に仕事でメールを受け取り、不快に感じたことがある人は38.34%

不快の第1位は「文章が曖昧」(33.28%)

不快感を相手に指摘したことがある人は19.26%

約4割の人が仕事でメールを受け取り、不快に感じたことがあり、「文章が曖昧」(33.28%)、「文章が失礼」(31.93%)、「文章が攻撃的」(26.60%)、「必要な情報が足りない」(26.52%)、「メールが読みづらい」(24.66%)といったことが不快だと答えています。「文章が曖昧」は自分の失敗6位(Q18)、相手の失敗4位(Q21)にもランクインしています。礼儀に欠け、寛容さがないメールは不快感を誘発します。何を伝えたいのかはっきりしない、情報が不足しているメールを受け取ると、読み手は質問しなければならなかったり、理解するのに時間がかかったりする場合があるため負担がかかり、不快感を生じることが分かりました。また、不快という感情的なことは、失敗以上に指摘しにくいことが分かります。

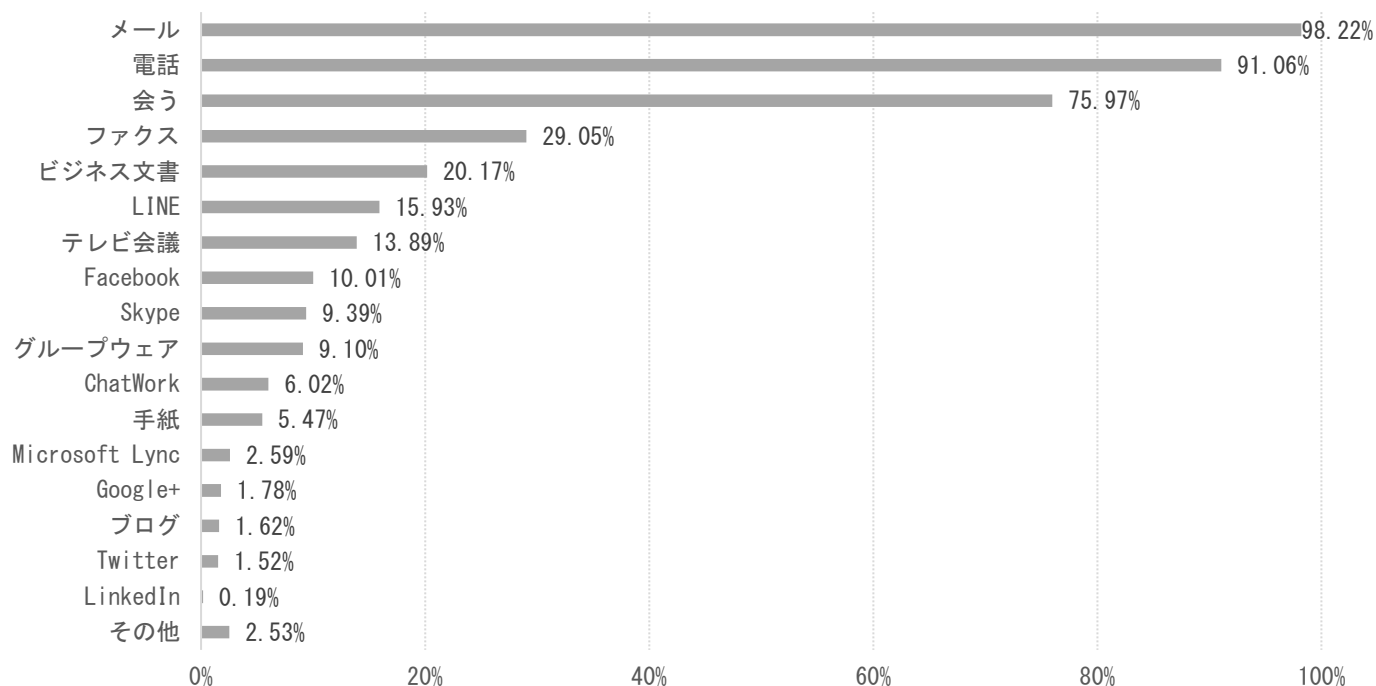
会社でビジネスメールの社員研修がある人は1割以下

自己流でメールを使ったり、先輩や上司から指導を受けたりしていても、その使い方が間違っていることがあります。間違った使い方をして失敗し、そのことに気付かず自覚がない場合、メールが使えないというマイナス評価をされる可能性があります。メールの使い方に問題があると業務効率を下げたり、会社の信頼を左右したりすることもあります。仕事で使うメールは難易度が高まり、求められるスキルは高度になりました。失敗が許されない社会環境でもあります。仕事でメールを使い活用する必要性がある以上、メールの教育は必要不可欠です。

調査結果の概要

Q1: 仕事で使っている主なコミュニケーション手段(複数回答可、最大5つまで)

(n=3,088)

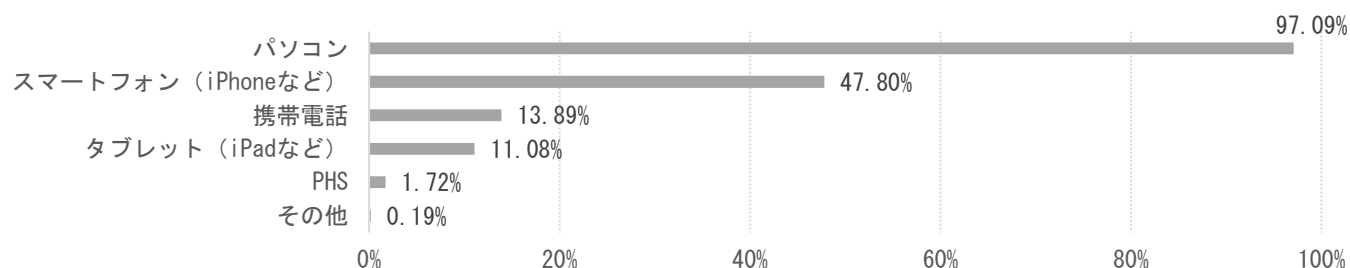


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事で周囲とコミュニケーションをとる主な手段は「メール」(98.22%)が最も多く「電話」(91.06%)、「会う」(75.97%)と続きます。4位の「ファクス」(29.05%)以下との差を考えると「メール」、「電話」、「会う」の3つが仕事で主要なコミュニケーション手段だといえます。この並び順は2011年から変わりません。一方で、「LINE」(15.93%)、「Facebook」(10.01%)、「Skype」(9.39%)なども一部のビジネスシーンではコミュニケーション手段として使われていることが分かります。「その他」には、「社内SNS」、「電話会議システム」、「Slack」、「Cisco Jabber」、「Google ハングアウト」、「Salesforce Chatter」、「サイボウズLive」などといった回答がありました。仕事で使うコミュニケーション手段が多様化していることが分かります。

Q2: 仕事でメールの送受信に利用している主な機器(複数回答可)

(n=3,088)

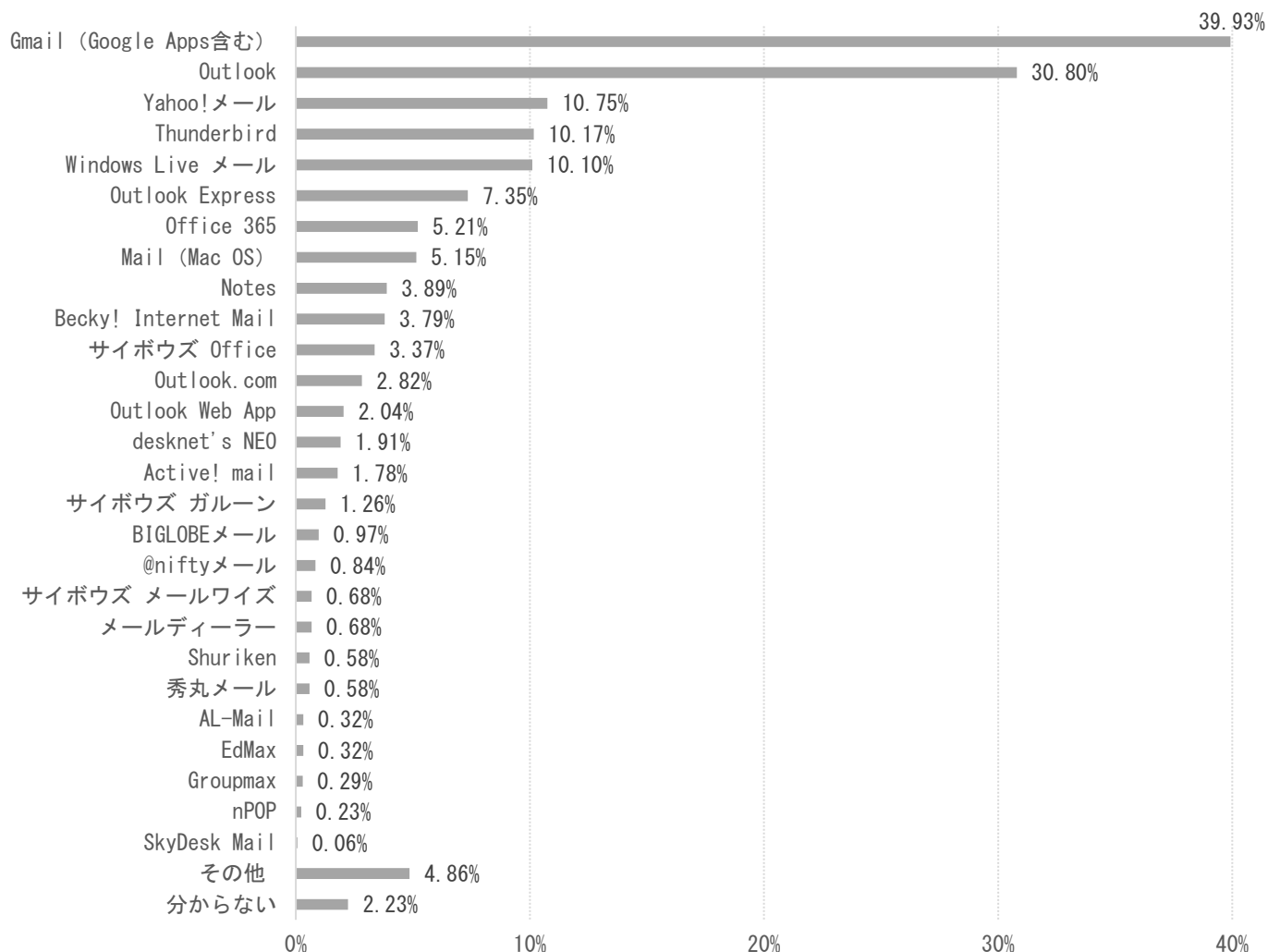


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事でメールの送受信に利用している主な機器は「パソコン」(97.09%)が最も多く、「スマートフォン (iPhone など)」(47.80%)などと併用している人がいます。通常のやりとりは「パソコン」を使い、移動中や出先でも「スマートフォン (iPhone など)」や「携帯電話」などを使ってメールを送受信していることが分かります。

Q3: 仕事で利用しているメールソフト(複数回答可)

(n=3,088)

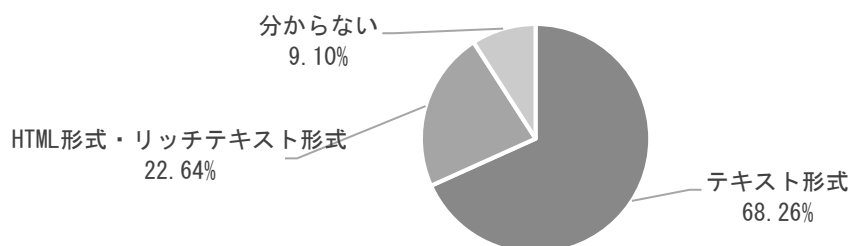


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事で利用しているメールソフトは「Gmail (Google Apps 含む)」(39.93%) と「Outlook」(30.80%) が3割を超え、「その他」には「自社開発メールソフト」、「グループウェア付属のメールソフト」、「携帯電話のメール」などといった回答がありました。メールソフトの種類も多様化しています。相手が何を使っているか分からない以上は、自分が使用しているメールソフト固有の機能は使うべきではないといえます。

Q4: 仕事でメールの送受信に使用している形式

(n=3,088)



©2016 Japan Businessmail Association.

仕事でメールの送受信に使用している形式は「テキスト形式」(68.26%) が6割を超えています。「HTML形式・リッチテキスト形式」(22.64%)の利用者は、メールを送った相手が「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正しく伝わるメールを書くべきだといえます。

Q5: 仕事で1日に送受信しているメールの平均通数

(n=3,088)

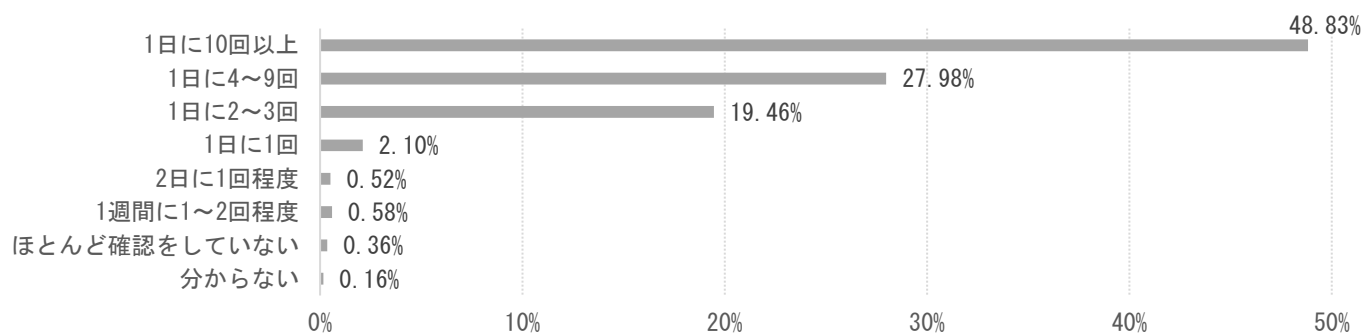
送信通数	12.13 通
受信通数	54.55 通

©2016 Japan Businessmail Association.

仕事で1日に送信するメールの平均通数は「12.13 通」、受信するメールの平均通数は「54.55 通」です。送信メールよりも受信メールの方が多く傾向にあります。

Q6: 仕事でメールを確認する頻度

(n=3,088)

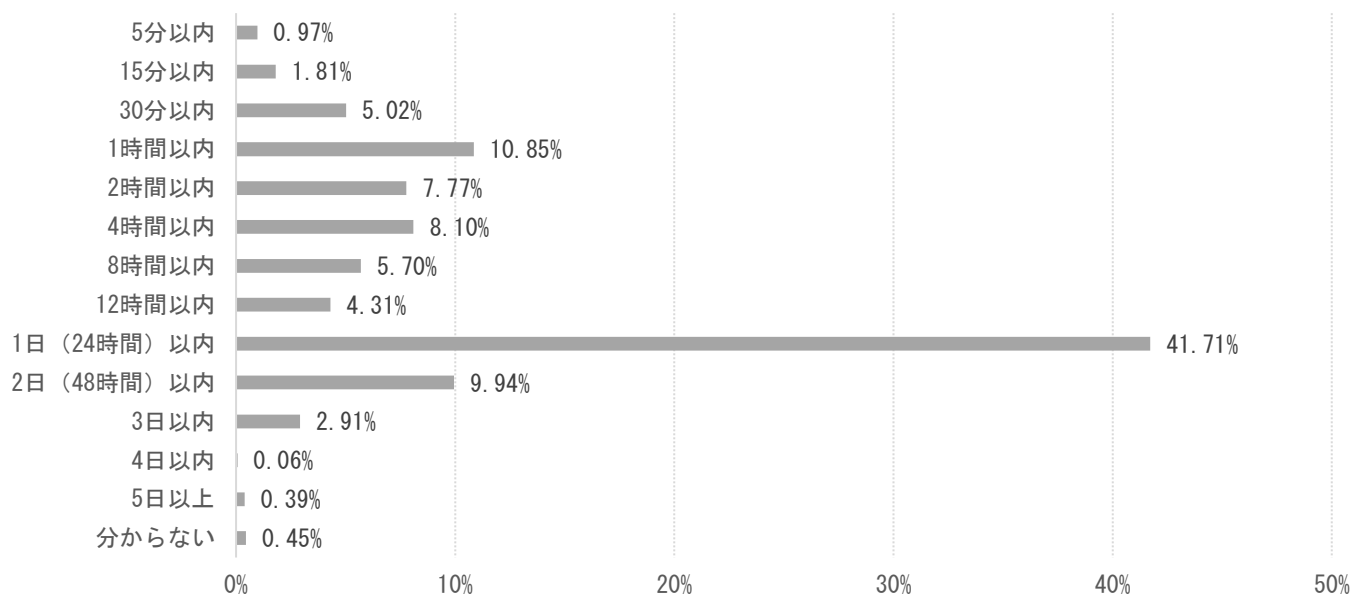


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事でメールを確認する頻度は「1日に10回以上」(48.83%)が最も多く、頻繁にメールを確認していることが分かります。1日に1回以上を合計すると98.37%で、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。

Q7: 仕事で送ったメールはいつまでに返信がほしいか(急ぐ場合を除く)

(n=3,088)

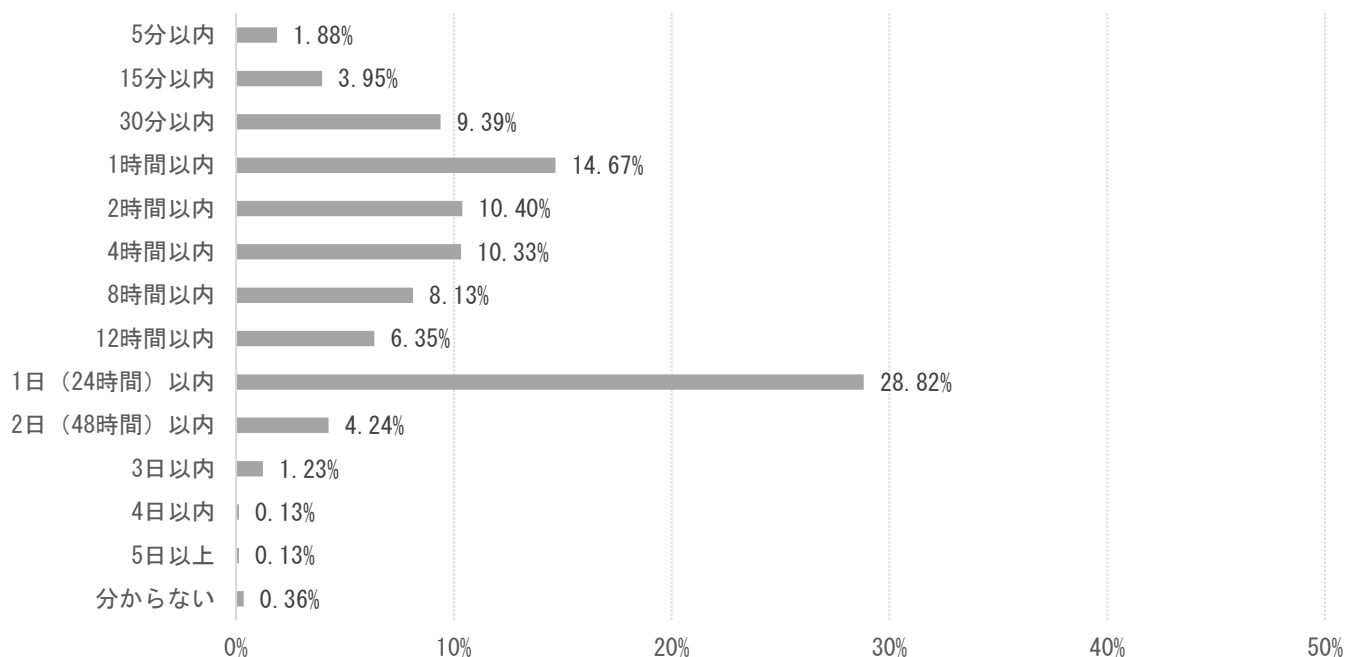


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事で送ったメールは、急ぐ場合を除き、いつまでに返信がほしいかという問いでは「1日(24時間)以内」(41.71%)が最も多い結果となりました。1日(24時間)以内に返信がほしい人の合計は86.24%となりました。メールを受信したら1日(24時間)以内には返信することが望ましいといえます。

Q8: 仕事で受け取ったメールはいつまでに返信をしているか(急ぐ場合を除く)

(n=3,088)

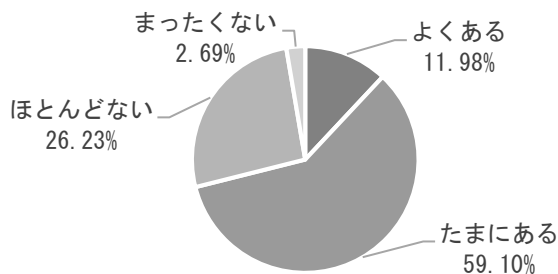


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事で受け取ったメールは、急ぐ場合を除き、いつまでに返信をしているかという問いでは「1日(24時間)以内」(28.82%)が最も多い結果となりました。1日(24時間)以内に返信している人の合計が93.92%で、9割以上の人が1日(24時間)以内に返信していることが分かります。

Q9: 仕事でメールの返信が遅れてしまうこと

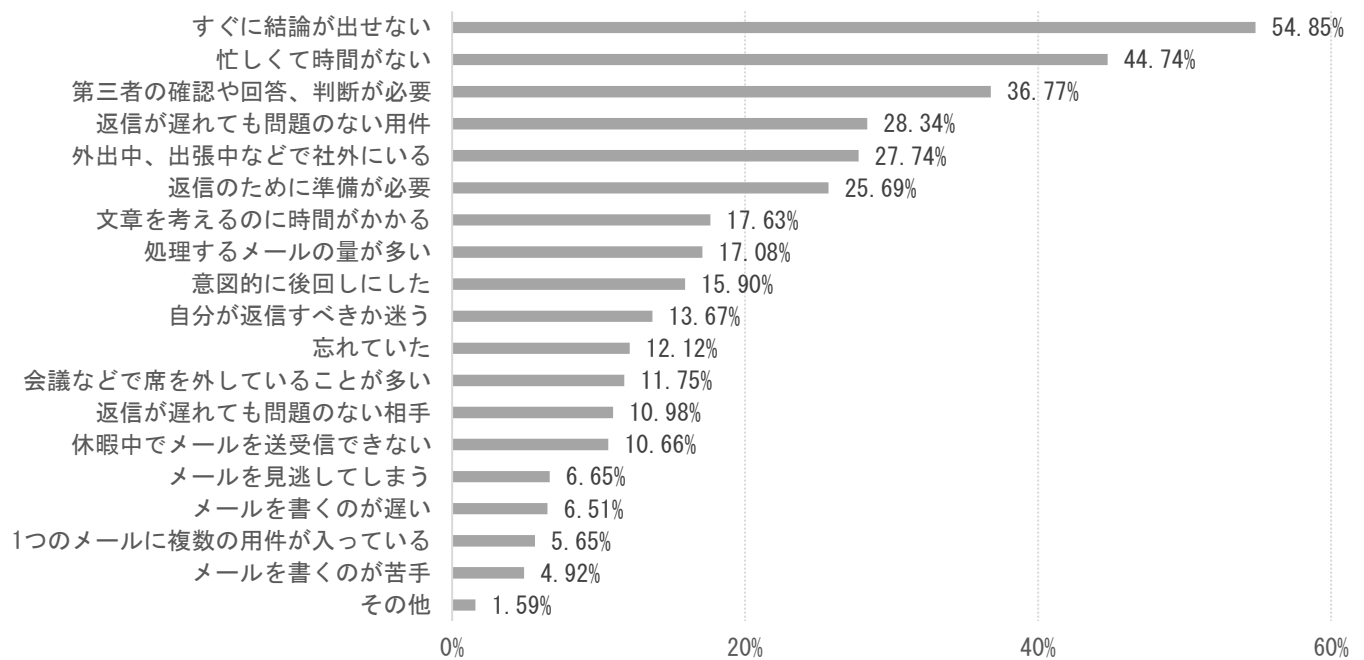
(n=3,088)



©2016 Japan Businessmail Association.

仕事でメールの返信が遅れてしまうことが「よくある」(11.98%)、「たまにある」(59.10%)の合計が71.08%で、7割以上の人がメールの返信が遅れてしまうことがあると答えています。

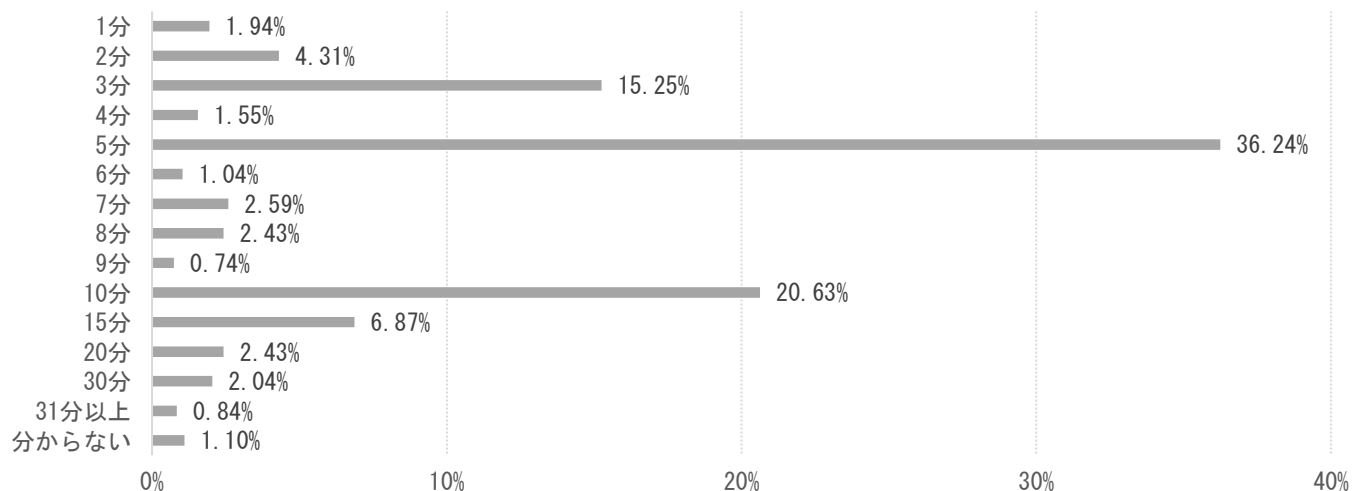
Q10:返信が遅れてしまう理由(複数回答可)<Q9で「よくある」「たまにある」と答えた方> (n=2,195)



©2016 Japan Businessmail Association.

仕事でメールの返信が遅れてしまう理由は「すぐに結論が出せない」(54.85%)が半数を超え、「忙しくて時間がない」(44.74%)、「第三者の確認や回答、判断が必要」(36.77%)と続きます。メールの返事の速さが評価につながることもあるため、周囲と連携し、迅速な対応が望まれます。

Q11:仕事でメールを1通作成するのにかかる平均時間 (n=3,088)

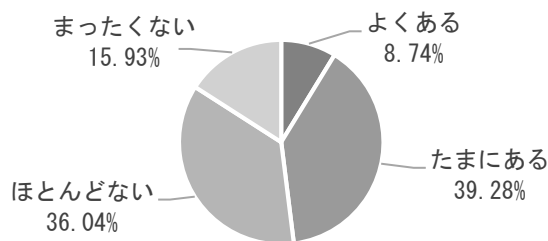


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事でメールを1通作成するのにかかる平均時間は「5分」(36.24%)が最も多く、5分以内の合計が59.29%で半数を超えました。平均時間は7分です。一方で、10分以上かかっている人は32.81%います。1通あたり10分かかっている人が10通のメールを作成すれば100分(1時間40分)の時間を費やしたと考えられます。仕事で1日に送信するメールの平均通数は12.13通なので、1通につき5分としても約61分かかります。問題は、パソコン操作や文章作成は個人の能力に左右され、メールの作成にかかる時間が可視化されにくい点です。非効率な使い方をしている問題視されることは少なく、メールの作成に時間をかけすぎたり、時間を無駄にしていたりする可能性があります。

Q12:受け取る添付ファイルの「容量が大きい」と不快に感じること

(n=3,088)

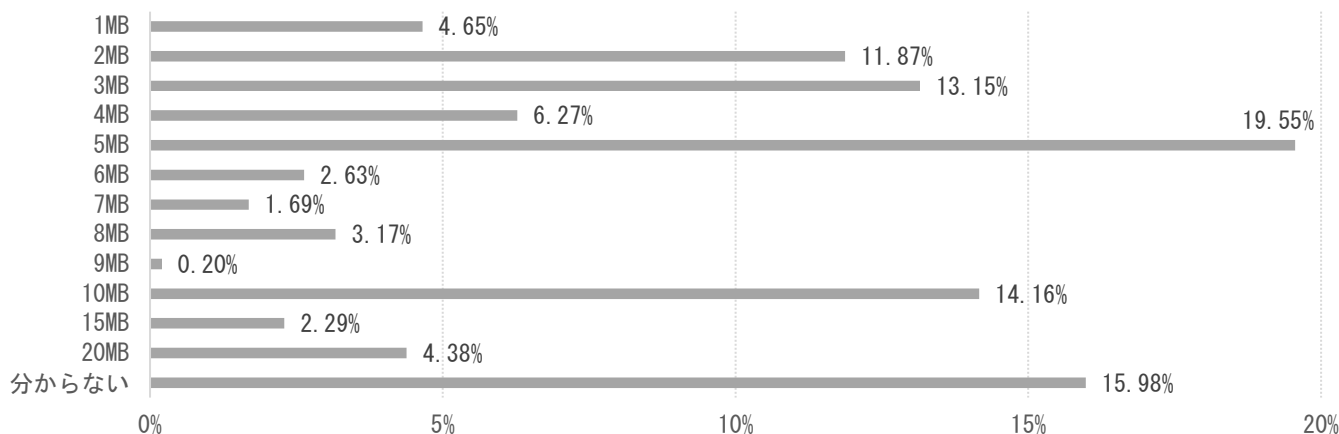


©2016 Japan Businessmail Association.

受け取る添付ファイルの「容量が大きい」と不快に感じるのが「よくある」(8.74%)、「たまにある」(39.28%)の合計が48.02%で、約5割の人が容量の大きいファイルを受け取ると不快に感じるということが分かりました。

Q13:「容量が大きい」と不快に感じるのは何MB以上か<Q12で「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,483)

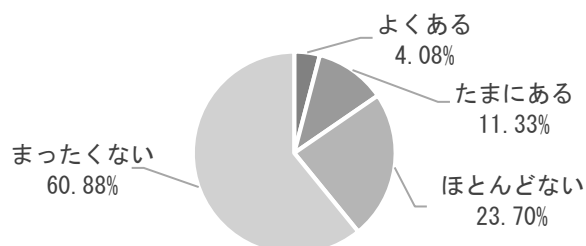


©2016 Japan Businessmail Association.

添付ファイルを受け取って「容量が大きい」と不快に感じるのは「5MB」(19.55%)が最も多く、「分からない」(15.98%)、「10MB」(14.16%)と続きます。メールの送受信環境がよくなり容量への関心は低くなりつつありますが、自分と相手と同じ考えとは限らないため容量に配慮する必要があるといえます。

Q14:パスワードをかけたファイルを添付して、その本文にパスワードを書いて送ったこと

(n=3,088)

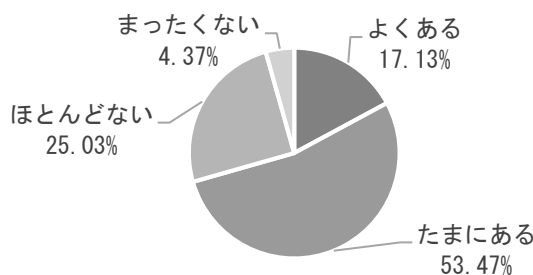


©2016 Japan Businessmail Association.

パスワードをかけたファイルを添付して、その本文にパスワードを書いて送ったことが「よくある」(4.08%)、「たまにある」(11.33%)の合計が15.41%で、1割を超える人がパスワードをかけたファイルとパスワードを一緒に送ったことがあると分かりました。宛先を間違えたり、ファイルを選び間違えたりした場合、受け取るべきではない人にファイルを開封され情報漏えいにつながります。

Q15:仕事で自分のメールに不安を抱くこと

(n=3,088)

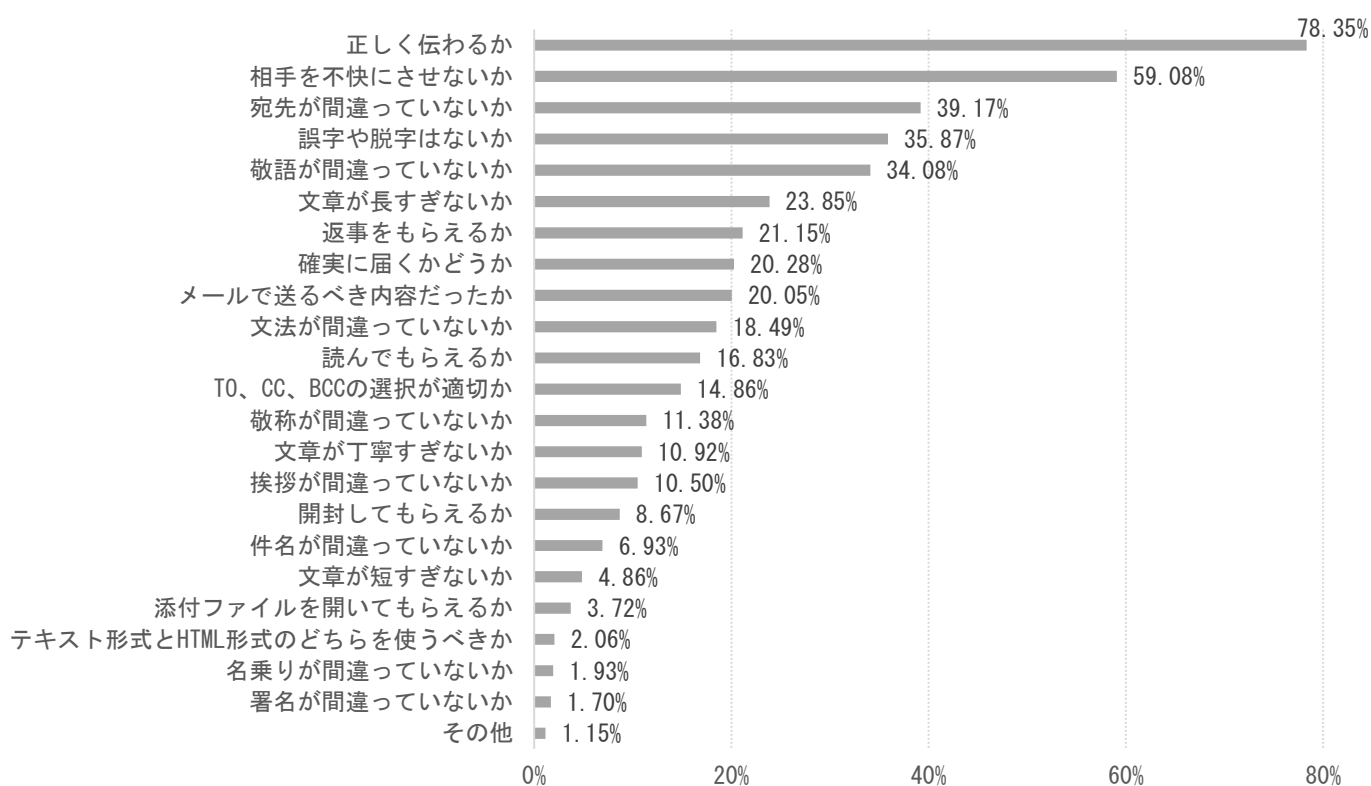


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事で自分のメールに不安を抱くことが「よくある」(17.13%)と「たまにある」(53.47%)の合計が70.60%で、7割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分かりました。

Q16:不安の内容(複数回答可)<Q15で「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=2,180)

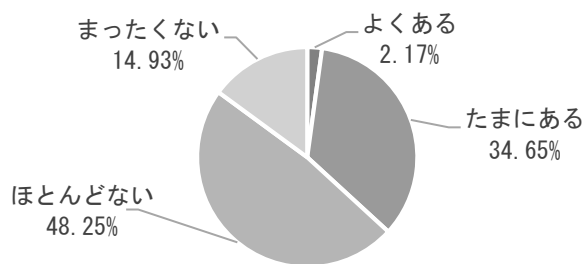


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事で自分のメールに抱く不安は「正しく伝わるか」(78.35%)が最も多く「相手を不快にさせないか」(59.08%)、「宛先が間違っていないか」(39.17%)、「誤字や脱字はないか」(35.87%)、「敬語が間違っていないか」(34.08%)と続きます。「誤字や脱字はないか」、「敬語が間違っていないか」といった不安は、知識を学び、送信前に確認することで防げるようになります。しかし、「正しく伝わるか」、「相手を不快にさせないか」といった不安は、相手の解釈に左右されるため解消は難しいといえます。基礎を身に付けるのはもちろんのこと、メールを送る相手や状況に応じて対応を変えるなど、より高度なコミュニケーション力がメールには要求されていることが分かります。

Q17:過去一年間に仕事でメールの失敗をしたこと

(n=3,088)

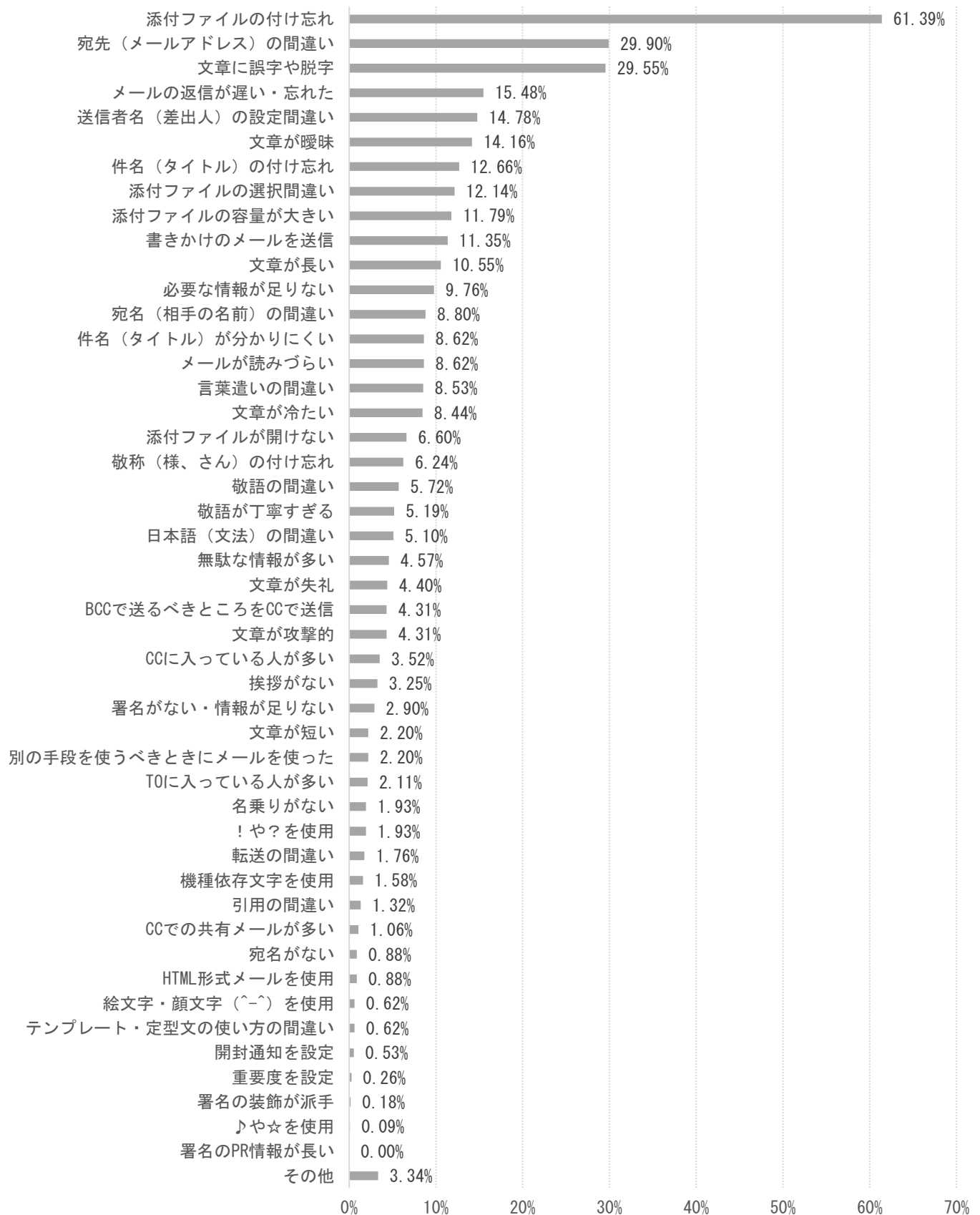


©2016 Japan Businessmail Association.

過去1年間に仕事でメールの失敗をしたことが「よくある」(2.17%)と「たまにある」(34.65%)の合計が36.82%で、3割を超える人が何らかの失敗をしていることが分かりました。失敗をしたことが「ほとんどない」(48.25%)、「まったくない」(14.93%)の合計は63.18%ですが、本人が自覚をしていないだけで、実際には失敗をしている可能性もあります。

Q18:自分がした失敗の内容(複数回答可)<Q17で「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,137)

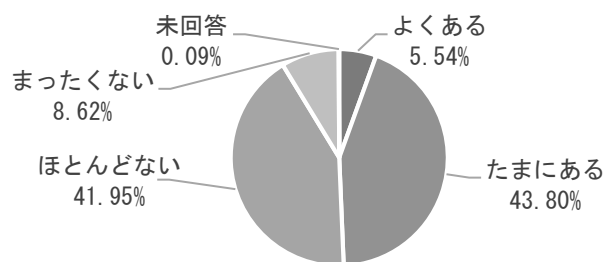


©2016 Japan Businessmail Association.

自分がした失敗の第1位は「添付ファイルの付け忘れ」(61.39%)で、誰にでも起こる可能性の高い失敗であるといえます。間違えると特に目立つ失敗、間違えたことに気づきやすい失敗が上位を占めています。

Q19:自分の失敗を指摘されたこと<Q17で「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,137)

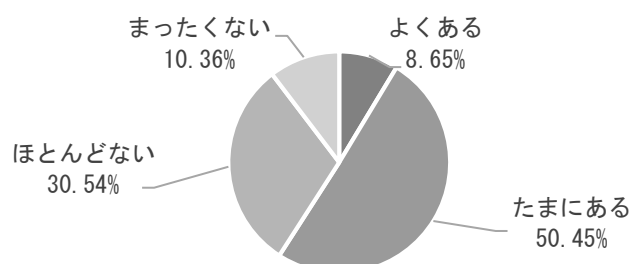


©2016 Japan Businessmail Association.

自分の失敗を指摘されたことが「ほとんどない」(41.95%)と「まったくない」(8.62%)の合計が50.57%で、5割の人が失敗をしてもほとんど指摘をされていないことが分かりました。

Q20:過去一年間に仕事でメールを受け取り、失敗を見つけたこと

(n=3,088)

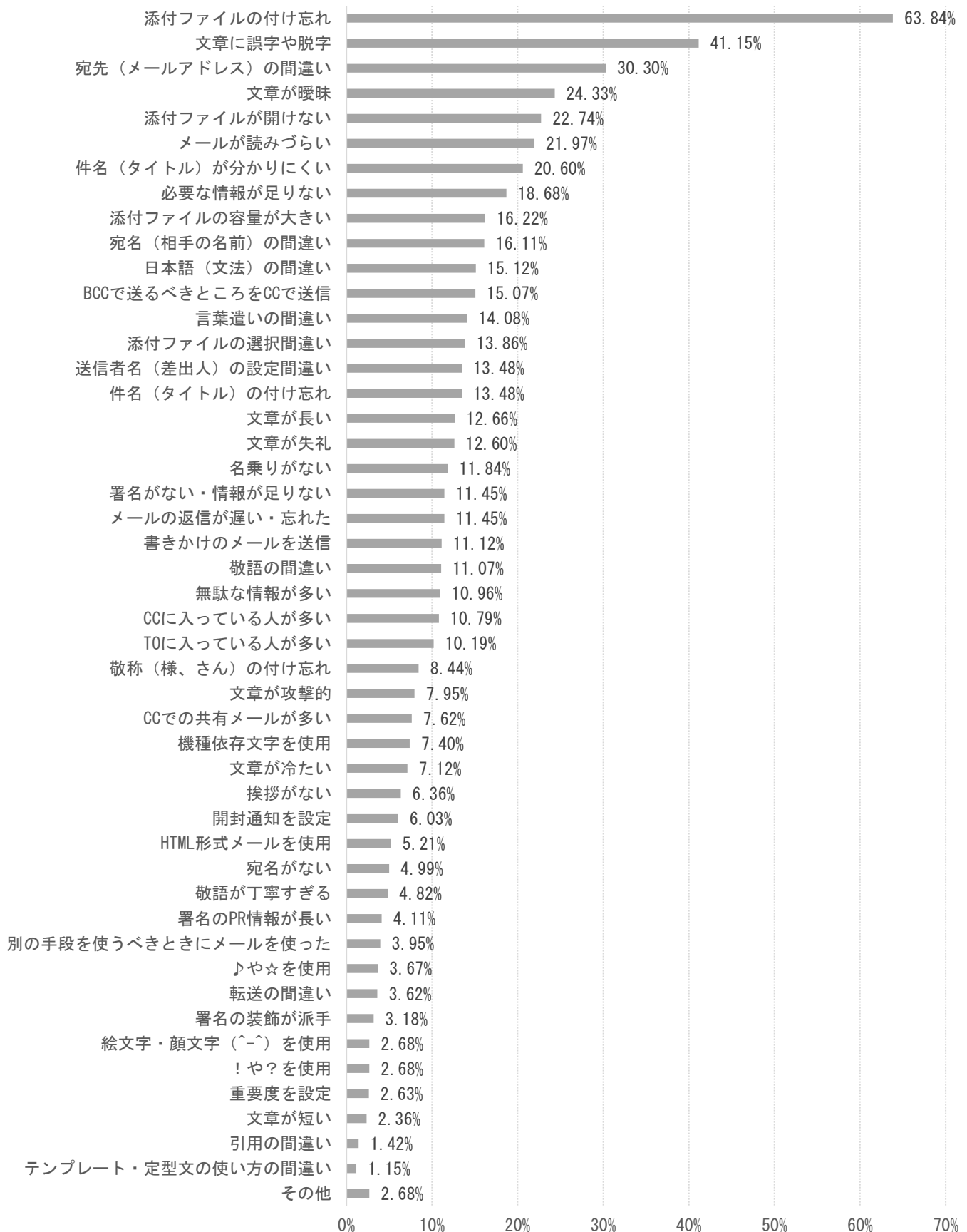


©2016 Japan Businessmail Association.

過去1年間に仕事でメールを受け取り、失敗を見つけたことが「よくある」(8.65%)と「たまにある」(50.45%)の合計が59.10%で、約6割の人が他人の失敗を見つけています。自分自身が過去一年間に仕事でメールの失敗をしたと気付いている人は36.82%でした(Q17)。この2つの結果を見る限り、自分の失敗よりも他人の失敗に気づきやすいことが分かります。

Q21:見つけた失敗の内容(複数回答可)<Q20で「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,825)

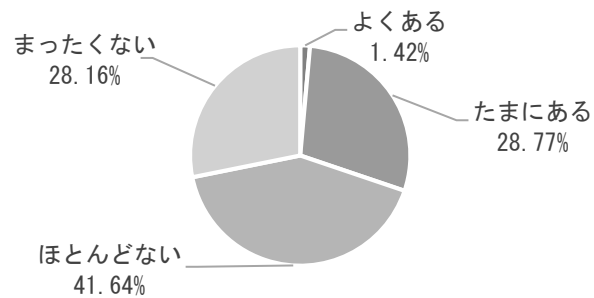


©2016 Japan Businessmail Association.

「添付ファイルの付け忘れ」、「文章に誤字や脱字」、「宛先(メールアドレス)の間違い」は自分でも経験し、相手にも認識されやすい失敗だといえます。「宛先(メールアドレス)の間違い」は自分と相手の失敗の上位にありますが、誤送信は情報漏えいにつながり信頼を損ないます。失敗が起りやすいことを認識し、防ぐ必要があります。

Q22:相手の失敗を指摘したこと<Q20で「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,825)

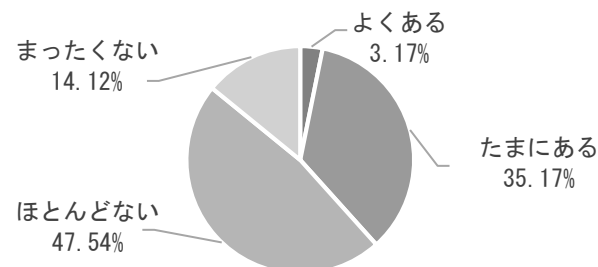


©2016 Japan Businessmail Association.

相手の失敗を指摘したことが「ほとんどない」（41.64%）と「まったくない」（28.16%）の合計が69.80%で、約7割の人が指摘をしていません。社内など人間関係ができていない間柄や、仕事に支障をきたす失敗であれば指摘をすることがあるかもしれません。しかし、取引先や社外の人など関係が構築できていないときは、指摘しづらい、指摘して角を立てたくないという心理が読み取れます。

Q23:過去一年間に仕事でメールを受け取り不快に感じたこと

(n=3,088)

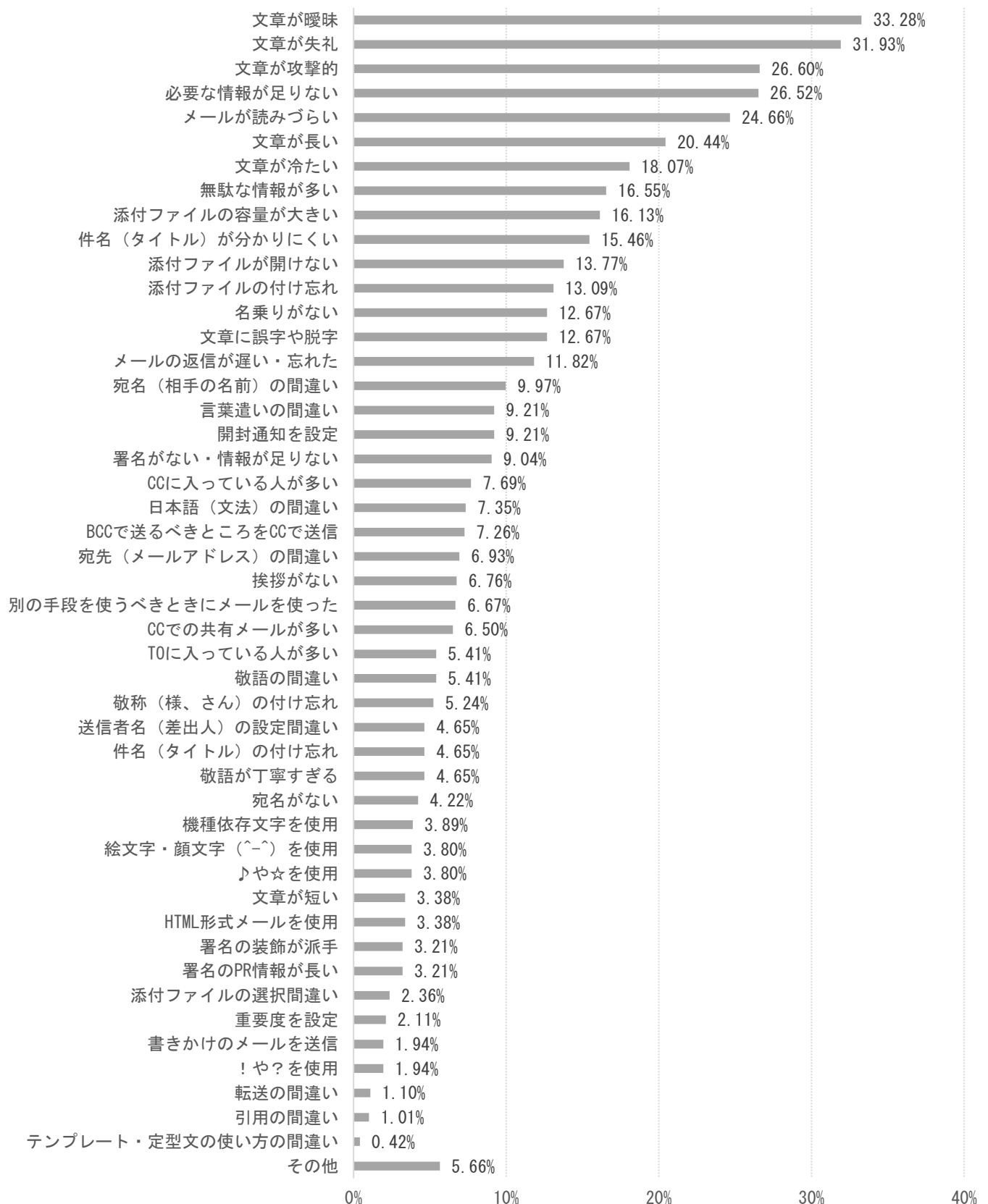


©2016 Japan Businessmail Association.

過去1年間に仕事でメールを受け取り不快に感じたことが「よくある」（3.17%）と「たまにある」（35.17%）の合計が38.34%で、約4割の人が不快に感じたことがあると分かりました。

Q24:不快に感じた内容(複数回答可)<Q23で「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,184)

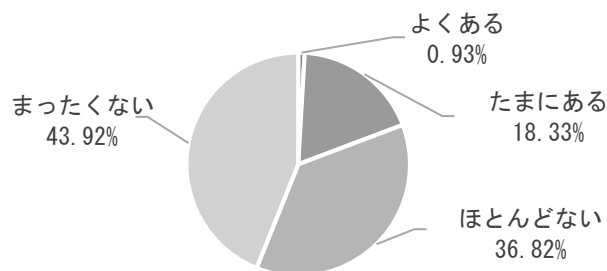


©2016 Japan Businessmail Association.

不快の第1位は「文章が曖昧」(33.28)で「文章が曖昧」は自分の失敗6位(Q18)、相手の失敗4位(Q21)にもランクインしています。礼儀に欠け、寛容さがないメールは不快感を誘発します。何を伝えたいのかはっきりしない、情報が不足しているメールを受け取ると、読み手は質問しなければならなかったり、理解するのに時間がかかったりする場合があるため負担がかかり、不快感を生じることが分かりました。

Q25:不快感を相手に指摘したこと<Q23で「よくある」「たまにある」と答えた方>

(n=1,184)

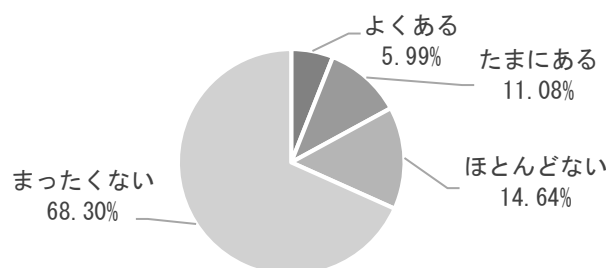


©2016 Japan Businessmail Association.

メールを受け取り、不快に感じたことを相手に指摘したことが「よくある」(0.93%)、「たまにある」(18.33%)の合計は19.26%で、8割の人が不快に感じても相手には指摘をしていません。不快感は個人差があり、理由は主観的になりがちです。そのため、失敗に比べると指摘をしにくいと考えられます。

Q26:仕事で英文メールを書くこと

(n=3,088)

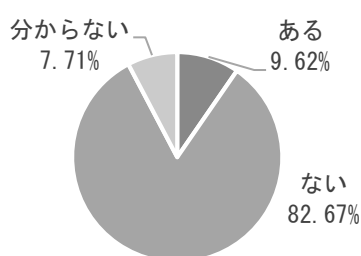


©2016 Japan Businessmail Association.

仕事で英文メールを書くことが「よくある」(5.99%)と「たまにある」(11.08%)の合計が17.07%で、2割近い人が英文メールを書いていることが分かりました。グローバル化にともない、英文メールの需要は増すと予想されます。

Q27:会社でビジネスメールの社員研修

(n=3,088)



©2016 Japan Businessmail Association.

会社でビジネスメールの社員研修が「ある」(9.62%)人は1割にも満たず、9割以上の人が研修を受けていないことが分かりました。自己流でメールを使ったり、先輩や上司から指導を受けたりしていても、その使い方が間違っていることがあります。間違った使い方をして失敗し、そのことに気付かず自覚がない場合、メールが使えないというマイナス評価をされる可能性があります。メールの使い方の問題があると業務効率を下げたり、会社の信頼を左右したりすることもあります。仕事で使うメールは難易度が高まり、求められるスキルは高度になりました。失敗が許されない社会環境でもあります。仕事でメールを使い活用する必要性がある以上、メールの教育は必要不可欠です。

調査の概要

調査目的：仕事におけるメールの利用実態と課題を把握

調査対象：仕事でメールを使っている方

調査期間：2016年5月11日から2016年6月10日

調査方法：インターネット回答方式

調査実施機関：株式会社アイ・コミュニケーション

有効回答数：3,088

性別	人数	%
男性	1,696	54.92%
女性	1,392	45.08%
合計	3,088	100.00%

職業	人数	%
お勤め（常勤）	2,125	68.81%
お勤め（非常勤）	108	3.50%
お勤め（パート・アルバイト）	334	10.82%
自営業	469	15.19%
その他	52	1.68%
合計	3,088	100.00%

年齢	人数	%
18～19歳	17	0.55%
20～24歳	198	6.41%
25～29歳	421	13.63%
30～34歳	425	13.76%
35～39歳	438	14.18%
40～44歳	523	16.94%
45～49歳	417	13.50%
50～54歳	318	10.30%
55～59歳	185	5.99%
60～64歳	80	2.59%
65～69歳	32	1.04%
70歳以上	20	0.65%
未回答	14	0.45%
合計	3,088	100.00%

役職	人数	%
経営者・役員クラス	419	13.57%
部長クラス	160	5.18%
課長クラス	313	10.14%
係長クラス	194	6.28%
主任クラス	270	8.74%
一般社員	1,426	46.18%
その他	288	9.33%
未回答	18	0.58%
合計	3,088	100.00%

企業規模	人数	%
1～4名	559	18.10%
5～9名	163	5.28%
10～19名	249	8.06%
20～49名	280	9.07%
50～99名	301	9.75%
100～299名	452	14.64%
300～499名	179	5.80%
500～999名	215	6.96%
1,000～1,999名	187	6.06%
2,000～4,999名	187	6.06%
5,000名以上	306	9.91%
未回答	10	0.32%
合計	3,088	100.00%

業種	人数	%
農業、林業、漁業、鉱業	17	0.55%
建設、住宅	142	4.60%
食料品	79	2.56%
素材	45	1.46%
医薬品、化粧品	66	2.14%
機械、重電	66	2.14%
電気、電子機器	153	4.95%
精密機器	58	1.88%
自動車、輸送機器	58	1.88%
エネルギー	16	0.52%
通信サービス	117	3.79%
情報処理、SI、ソフトウェア	394	12.76%
運輸	45	1.46%
卸売、小売	234	7.58%
金融、保険	65	2.10%
不動産	64	2.07%
学術研究、 専門・技術サービス	86	2.78%
調査、コンサルティング、 会計、法律関連	154	4.99%
放送、広告、出版、マスコミ	157	5.08%
印刷	50	1.62%
人材	54	1.75%
旅行、観光	31	1.00%
宿泊、飲食サービス	66	2.14%
生活関連サービス、娯楽	69	2.23%
教育、学習支援	184	5.96%
医療、福祉	132	4.27%
その他サービス	289	9.36%
公務員	52	1.68%
その他	145	4.70%
合計	3,088	100.00%

職種	人数	%
経営、役員	264	8.55%
経営企画	46	1.49%
総務、人事	170	5.51%
財務、経理	75	2.43%
一般事務	470	15.22%
情報処理、情報システム	263	8.52%
広報、宣伝、販売促進	81	2.62%
企画、調査、 マーケティング	123	3.98%
営業、販売	439	14.22%
生産、製造	71	2.30%
資材、購買	23	0.74%
配送、物流	29	0.94%
技術、設計	186	6.02%
研究、開発	132	4.27%
編集、編成、制作	153	4.95%
専門職	376	12.18%
その他	187	6.06%
合計	3,088	100.00%

一般社団法人日本ビジネスメール協会

[代表者] 代表理事 平野友朗 [設立] 2013年9月20日

[事業概要] ビジネスメール教育者の育成、ビジネスメール教育者の認定

[所在地] 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町2-1 KIMURA BUILDING 5階

[URL] <http://businessmail.or.jp/>

[調査実施機関] 株式会社アイ・コミュニケーション (<http://www.sc-p.jp/>)

本件に関するお問い合わせ先

一般社団法人日本ビジネスメール協会

[電話] 03-5577-3210 [FAX] 03-5577-3238 [E-mail] info@businessmail.or.jp

※年齢別や性別など細かい分析結果についてはお問い合わせください

※本調査結果を引用する場合は必ず出典を明記してください

※本調査結果を引用、利用される場合は事前にお問い合わせください

※一般社団法人日本ビジネスメール協会は日本で唯一のビジネスメールの教育者を養成する専門機関です

※「ビジネスメール」と「ビジネスメールコミュニケーション」は株式会社アイ・コミュニケーションの登録商標です