

【職場の“会議”に関する調査】

必要ではないと思う会議…「全体会議」「部署や部門での会議」「朝礼 夕礼」
会議の平均回数「1週間に1回未満」、所要時間「30分以上1時間未満」が最多
会議に出て「意味がない」と感じたことがある…75.0%

「意思決定をせずに議論するだけの会議」「アピール大会になっている」

会議の“課題”とは？…「議論ではなく報告中心になっている」が最多の37.0%

「識学」を使った経営・組織コンサルティングや従業員向け研修を展開する株式会社識学（本社：東京都品川区、代表取締役社長：安藤広大）は、2025年1月8日（水）～10日（金）「職場の“会議”に関する調査」を行いました。

20代～50代の会社員（※職場で会議があると回答した方）に、会議に出て「意味がない」と感じたことがあるかを聞いたところ75.0%の方が「ある」と回答しました。その理由としては、「単なる報告会だから」「準備不足で結論が出ないから」「自分と関係ない内容が多いから」といった意見が挙がりました。

またそんな“意味のない会議”における課題について聞いたところ、「議論ではなく報告中心になっている」が最も多く37.0%、「目的が不明確」29.3%、「議題に関係のない会話が多い」23.7%と続き、やはり会議の目的やその意味の理解を共有できていないことが原因のようでした。

■調査背景

昨今、リモートワークやハイブリッドワークの普及によって、職場の会議のあり方は大きく変化しています。一方で、会議の生産性に対する不満や疑問の声は依然として多く、結論が出ないもしくは曖昧なままに終わる会議や、情報共有だけが目的の一方的な会議への不満は、今でも多くの職場で共通しているのではないのでしょうか。

そこで今回は「職場の“会議”に関する調査」を行いました。「経営会議」や「朝礼」など、どんな会議へ参加しているのかをはじめ、会議の回数や時間設定は適切だと思うか、またその会議は必要なのか、「意味がない」と感じたことはあるかなど、職場の会議に関する疑問や課題を様々な角度から調査しました。

調査トピックス

- 職場で「定期的に会議が行われている」は66.4%、職種によって大きな差は見られず
- 必要ではないと思う会議…「全体会議」「部署や部門などのグループでの会議」「朝礼 夕礼」
→参加している人数や目的が絞られている会議ほど「必要」であるという傾向
- 会議の平均回数「1週間に1回未満」、所要時間は「30分以上1時間未満」が最多
- 頻度や時間設定は適切だと思う？…いずれも「適切だと思う」が過半数を上回る
- その一方で、会議に出て「意味がない」と感じたことがある…75.0%
- 報告のみ／準備不足／結論が出ない／関係ない／とりあえずな会議が「意味がない」
- 会議の“課題”とは…「議論ではなく報告中心になっている」が最多の37.0%

< 報道関係者様からの本件に関するお問い合わせ先 >

株式会社識学 広報担当：青木

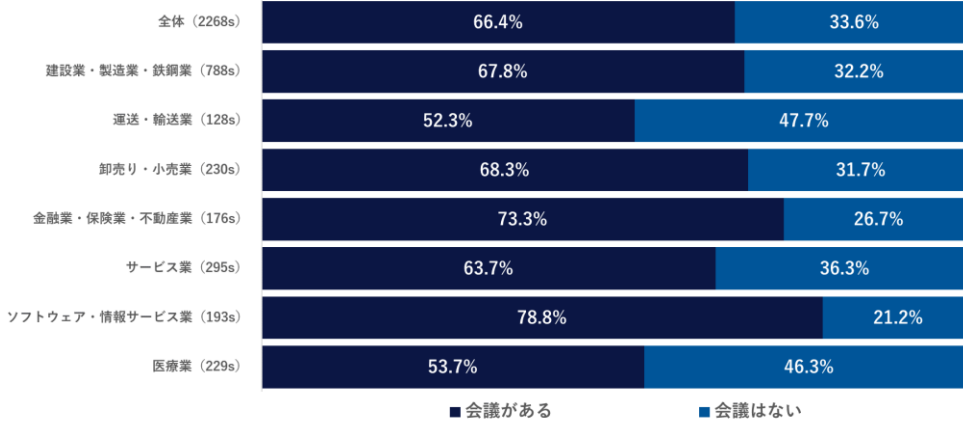
TEL：03-6821-7488 メールアドレス：mark@shikigaku.com

**「定期的に会議が行われている」66.4%、職種によって会議の有無に大きな差は見られず
必要ではないと思う会議…「全体会議」「部署や部門などのグループでの会議」「朝礼／夕礼」**

Q1. あなたがお勤めの会社では、会議が定期的に行われていますか。

※クライアントやパートナーと行うものは含まず、社内で行われる会議についてお答えください。
※会議の内容については問いません。

(単数回答、n=2268)



※上記グラフの職種は母数 100s 以上の職種のみ切り出し。

SHIKIGAKU CO., LTD.

まずはじめに、“会議”が定期的に行われている職場はどのくらいあるのでしょうか。
20代～50代の会社員（※会社規模 10人以上）の方に会議の内容は問わず、クライアントやパートナーと行うものではない「職場の“会議”」の有無について聞いてみると、会議が「ある」と回答したのは66.4%という結果でした。職種別でも、会議の有無に大きな差はみられませんでした。

Q2.あなたが参加している会議・ミーティングの種類で、あてはまるものをお答えください。

Q3.また参加していると回答した会議の中で、必要ない会議だと思うものをお答えください。

(いずれも複数回答、n=300)

参加している会議の種類→その中で必要がないと思う会議 (複数回答、n=300)			
		参加している会議	必要のない会議
1	部署や部門などのグループでの会議	67.7%	18.7%
2	全体会議	56.0%	21.7%
3	各プロジェクト毎での会議	47.0%	10.7%
4	朝礼／夕礼	38.0%	17.3%
5	1on1ミーティング	29.0%	7.0%
6	経営会議	18.3%	5.3%
7	ブレインストーミング (アイデア出し)	16.7%	5.0%

SHIKIGAKU CO., LTD.

次にどんな会議へ参加しているのかを聞いてみると、最も多かったのは「部署や部門などのグループでの会議」67.7%で、次いで「全体会議」56.0%、「各プロジェクト毎での会議」47.0%、「朝礼／夕礼」38.0%という結果でした。

また参加している会議の中で「必要のない会議」だと思うものについて聞いてみると、47.7%の方が「全ての会議が必要だと思う」と回答しましたが、「全体会議」は21.7%、「部署や部門などのグループでの会議」は18.7%、「朝礼／夕礼」は17.3%の方が「必要のない会議」だと回答しました。裏を返せば参加する会議の人数や目的が絞られているものほど、「必要な会議」という結果でした。

< 報道関係者様からの本件に関するお問い合わせ先 >
 株式会社識学 広報担当：青木
 TEL：03-6821-7488 メールアドレス：mark@shikigaku.com

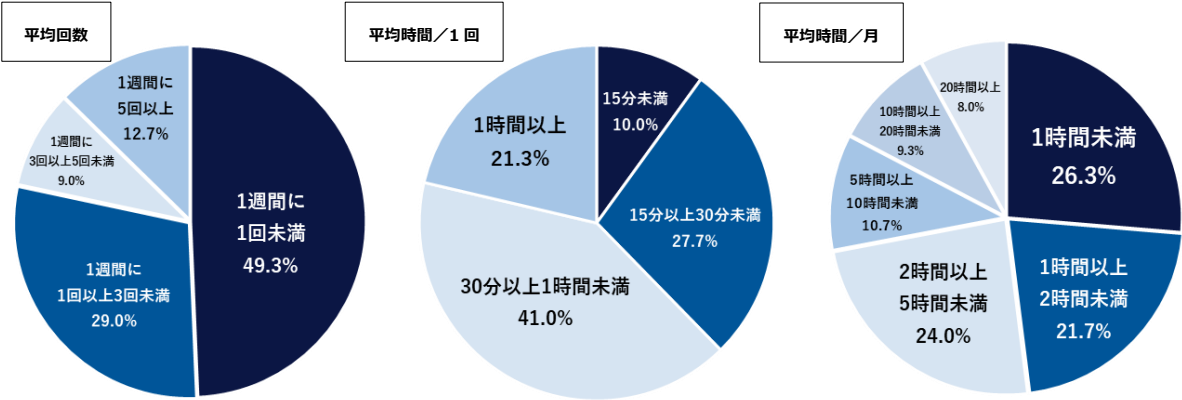
会議の平均回数「1週間に1回未満」、所要時間は「30分以上1時間未満」が最多
 頻度や時間設定は適切だと思う?…いずれも「適切だと思う」が過半数を上回る

Q4.あなたが1週間で参加する会議の平均回数をお答えください。

Q5.あなたが参加する会議の平均時間をお答えください。

Q6.あなたは月間でどの程度の時間を会議に使っていますか。

(いずれも単数回答、n=300)



SHIKIGAKU CO., LTD.

続いて会議の「回数」「1回の平均所要時間」「月間での平均所要時間」についてお聞きしました。「回数」については、「1週間に1回未満」が最も多く49.3%で、続いて「1週間に1回以上3回未満」が29.0%でした。

「1回の平均所要時間」については、「30分以上1時間未満」が最も多く41.0%で、続いて「15分以上30分未満」が27.7%でした。

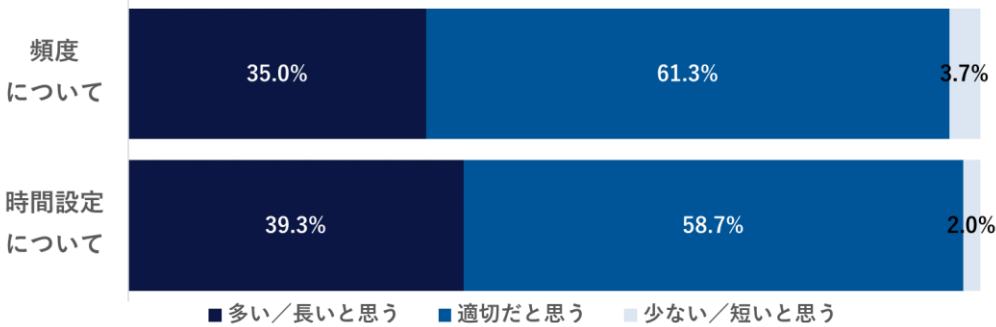
また「月間での平均所要時間」については、「1時間未満」が最も多く26.3%で、「2時間以上5時間未満」が24.0%と続きました。

このことから会議によって多くの時間が業務時間に割かれているということはない様子でした。

Q7.あなたが参加する会議の頻度は適切だと思いますか。

Q8.あなたが参加する会議の時間設定は適切だと思いますか。

(いずれも単数回答、n=300)



SHIKIGAKU CO., LTD.

では先ほど回答した会議の「頻度」や「時間設定」ははたして適切なのでしょうか。「頻度」については「適切だと思う」が61.3%、「多いと思う」が35.0%。「時間設定」については「適切だと思う」が58.7%、「長いと思う」39.3%という結果で、概ねどちらも「適切」だと思っている方が多いようでした。

< 報道関係者様からの本件に関するお問い合わせ先 >
 株式会社識学 広報担当：青木
 TEL：03-6821-7488 メールアドレス：mark@shikigaku.com

会議に出て「意味がない」と感じたことがある…75.0%
 報告のみ・準備不足・結論が出ない・関係ない・とりあえずな会議が「意味がない」

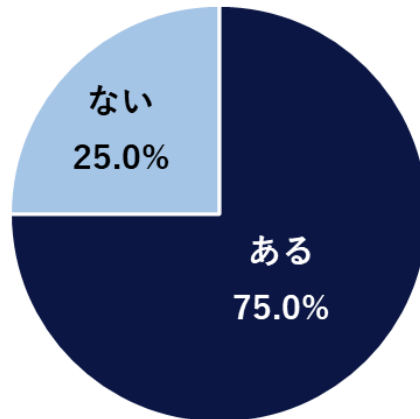
Q9.あなたはこれまでに、会議に出て「意味がない」と感じたことはありますか。

(単数回答、n=300)

【前問で「意味がない」感じたことがあると回答した方】

Q10.その会議はどのような会議でしたか。具体的にお答えください。

(自由回答、n=143)



SHIKIGAKU CO., LTD.

先ほどの設問で、会議の「頻度」や「時間設定」が“適切”という回答が多く挙がりましたが、会議に出て「意味がない」と感じることももちろんあるのでしょうか。

そこでこれまでに会議に出て「意味がない」と感じたことがあるかを聞いたところ、「ある」と回答したのは75.0%にのびりました。

その「意味がない」と感じた会議の詳細については下記のようなカテゴリごとの意見が挙がりました。

○“報告のみ”の会議

- ・報告のみの会議、メールで十分。(29歳男性・一般社員)
- ・ただ資料を読んでいるだけの会議。(43歳男性・部長クラス)

○“準備不足”の会議

- ・煮詰まる前の段階で時期尚早のものがある。(57歳男性・課長クラス)
- ・事前準備が不足しており、目的が定まらずダラダラ進んでしまった会議。(34歳男性・一般社員)

○“結論が出ない”会議

- ・意思決定をせずに議論するだけの会議。(59歳男性・主任クラス)
- ・アピール大会になってしまい、本質的な議論がなされない。(50歳女性・課長クラス)

○“関係ない”会議

- ・主に経営層の議題が多く、自分の仕事にはあまり関係なかった。(29歳男性・一般社員)
- ・上層部だけで良いものを、下の人間も参加させられる。(23歳男性・一般社員)

○“とりあえず”な会議

- ・とりあえず開かれる定例会議。(44歳男性・課長クラス)
- ・ただ慣例で、会社の方向性等をだらだら話すだけの会議。(36歳女性・主任クラス)

< 報道関係者様からの本件に関するお問い合わせ先 >

株式会社識学 広報担当：青木

TEL：03-6821-7488 メールアドレス：mark@shikigaku.com

会議の課題とは…「議論ではなく報告中心になっている」が最多の 37.0%
 「目的が不明確」が 29.3%、「議題に関係のない会話が多い」 23.7%と

Q11.あなたが参加する会議の課題として、あてはまるものをお答えください。
 (複数回答、n=300)

会議の“課題”について		
(複数回答、n=300)		
1	議論ではなく報告中心になっている	37.0%
2	目的が不明確	29.3%
3	議題に関係のない会話が多い	23.7%
4	振り返りばかりで次への課題等が話し合われない	20.0%
5	議題が事前に共有されない	19.7%
6	進行役のスキル不足	19.3%
7	会議のための準備に時間がかかる	19.0%
8	発言機会が均等、もしくは偏っている	18.0%
9	記録やフォローアップがされていない	17.7%
10	参加者の選定が不適切	15.0%

SHIKIGAKU CO., LTD.

最後に、少なからず「意味がない」と感じさせる会議がある中で、その課題とは一体なんでしょうか。最も多かったのは「議論ではなく報告中心になっている」の 37.0%で、「目的が不明確」が 29.3%、「議題に関係のない会話が多い」 23.7%、「振り返りばかりで次への課題等が話し合われない」 20.0%と続きました。

やはり会議を開催する側、出席する側双方で、何のための会議なのか？というその目的が共有されていないことが大きな課題となっているようでした。

【調査結果まとめ】

今回の調査において、会議の「回数」や「時間設定」は“適切”だと感じている一方、会議に出て「意味がない」と感じたことがあると回答した方は7割以上に上りました。その「意味がない」会議の例としては、「準備不足」や「報告のみ」、「結論が出ない」会議が挙げられました。さらに、会議に対する課題としては「報告ばかりである」「会議の目的が共有されていない」といった意見が多く挙げられました。

やはり「意味がない」と感じる会議とは、過去の報告や確認に終始し、次のアクションに繋がらないままの会議のことでしょう。そのためには、会議の意義そのものを再考し、全員が共通認識を持つことが重要と言えるでしょう。

そもそも会議とは、過去を振り返るための場ではなく、“未来のための約束”を行う場です。では「意味がない」と感じる会議は、どうすれば「意味のある会議」になるのでしょうか。それは会議に参加している上司（決裁者）と部下（実働者）の関係性を上手く利用することで解決できます。具体的には、会議を「部下から上司に承認を取る場」にし、部下から下記3点を会議内で部下から出させることです。

- ① 事実情報（過去の事実情報を収集、分析は事前にさせておく）
 - ② その結果を受けて次はどうするかの行動計画
 - ③ ②を行った上で次はどのような結果を約束するか
- この動きを仕組み化していくことで会議後の部下側の動きが明確になるとともに、上司側も部下側が何をしてどのような結果を出そうとしているかが把握できるため、次の会議で確認する点がシンプル

< 報道関係者様からの本件に関するお問い合わせ先 >
 株式会社識学 広報担当：青木
 TEL：03-6821-7488 メールアドレス：mark@shikigaku.com



になり、より会議をシンプルかつ意義のあるものにできます。
今回の調査では 66.4%の方が定期的な会議に参加していると回答しています。このように多くの方が定期的な会議に参加しているということは、多くの会社や組織としては会議を意味のあるものと捉えていると言えます。その会議を参加者が有意義と感じるものにするためにも、先述した3つのポイントをぜひ会議に落とし込んでいただき、この調査がより良い会議にさせていただく一助になれば幸いです。

■調査概要

調査機関：株式会社識学

調査対象：20歳～59歳の会社員（正社員）

有効回答数：スクリーニング調査…2268 サンプル／本調査…300 サンプル

調査期間：2025年1月8日（水）～10日（金）

調査方法：インターネット調査

※本調査では、小数点第2位を四捨五入しています。そのため、数字の合計が100%とならない場合があります。

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「株式会社識学が実施した調査結果によると……」

■識学について

【会社概要】

会社名：株式会社識学（SHIKIGAKU. Co., Ltd.）

<https://corp.shikigaku.jp/>

本社所在地：〒141-0032 東京都品川区大崎 2-9-3 大崎ウエストシティビル 1階

電話番号：03-6821-7560

事業内容：「識学」を使った経営、組織コンサルティング

「識学」を使った従業員向け研修

「識学」をベースとした web サービスの開発、提供

「識学」関連書籍の出版

設立：2015年3月

代表者：代表取締役社長 安藤 広大

従業員数：224名（※役員・パートアルバイト除く） ※2024/8/31 時点

支店情報：■大崎分室

〒141-0032 東京都品川区大崎 2-11-1 大崎ウィズタワー 8階、19階

電話番号：03-6821-7560

■大阪支店

〒541-0052 大阪府大阪市中央区安土町 3-3-9 田村駒ビル 3階

電話番号：06-4400-6231

■名古屋支店

〒460-0003 愛知県名古屋市中区錦 1-20-30 伏見フロントビル 10階

電話番号：052-990-6577

■福岡支店

〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神 4-6-7 JRE 天神クリスタルビル 2階

電話番号：092-600-7990

■東北営業所

〒980-0803 宮城県仙台市青葉区国分町 1-4-9 enspace4 階

電話番号：03-6821-7560

< 報道関係者様からの本件に関するお問い合わせ先 >

株式会社識学 広報担当：青木

TEL：03-6821-7488 メールアドレス：mark@shikigaku.com