JUAS アドバンスト研究会

IT エンジニア育成研究会

最終報告書

2022 年 3 月 31 日

【参加メンバー】

福田　修　（テクノロジーオブアジア）
白井　久美子　（日本ユニシス株式会社）
中村　誠　（学校法人ＹＩＣ学院）
伊藤　剛　（株式会社ＳＨＩＦＴ）
安竹　由起夫　（Yext）
島田　悟志　（株式会社ＳＨＩＦＴ）
上田　志雄　（東京ガスｉネット株式会社）
田尾　昭仁　（東京ガスｉネット株式会社）

目次

1 主旨・目的 3
2 コロナ禍でのビジネスコミュニケーションの変化(実態) 5
2.1 コロナ禍においても変化しないこと 5
2.2 コロナ禍において変化したこと 5
3 変化点①ビジネスコミュニケーション手段の変化 21
3.1 コミュニケーション手段（選択肢）の増加 21
3.2 「対面コミュニケーション」から「テキストコミュニケーション」へ変化 23
3.2.1 テキストコミュニケーションだけで事足りる 23
3.2.2 テキストで充分？ 24
3.2.3 コンテキストの共有 24
3.2.4 バーバルコミュニケーションとノンバーバルコミュニケーション 25
3.2.5 メールが攻撃的になる理由 26
3.2.6 18～19 歳の男子 4 人のコミュニケーション手段 26
3.2.7 わかりやすさを求めることによる弊害 28
3.3 オンライン会議に対する練度の向上 30
4 変化点②目的がないコミュニケーションの実施頻度 31
4.1 インフォーマルコミュニケーション実施頻度の低下 31
4.1.1 インフォーマルコミュニケーションを実現する各社の取り組み 31
4.1.2 インフォーマルコミュニケーションを技術の力で発生させる 33
5 変化点③従業員の業務量格差 34
5.1 業務時間/業務量/業務効率性の変化による“忙しい従業員”と“暇な従業員”の二極化 34
5.1.1 従業員の二極化を防ぐ各社の取り組み 34
5.1.2 価値と使用価値 34
6 まとめ 36
6.1 ビジネスコミュニケーション手段の変化 36
6.2 「対面コミュニケーション」から「テキストコミュニケーション」へ変化 36
6.3 インフォーマルコミュニケーション実施頻度の低下 37
6.3.1 出社なのか在宅なのか 37
6.3.2 実施頻度の低下は「言い訳」 37

6.4 業務時間/業務量/業務効率性の変化による“忙しい従業員”と“暇な従業員”の二極化 38
7 コロナ後のビジネスコミュニケーションの変化 39

1　主旨・目的

当研究会は「10 年後も生き残る SE」から「副業・兼業で稼ぐための実践と提言」まで IT エンジニアの育成について研究してきた。この後続として「IT エンジニア育成研究会」を立ち上げた。

今年度は、コロナ禍におけるビジネスコミュニケーションの変化に焦点を当てる。

新型コロナウイルス感染症拡大予防のため、テレワークが普及している。特に 2020 年 4 月以降の普及率は 50%を超えており、2020 年 3 月と比較すると 2 倍以上になっている。

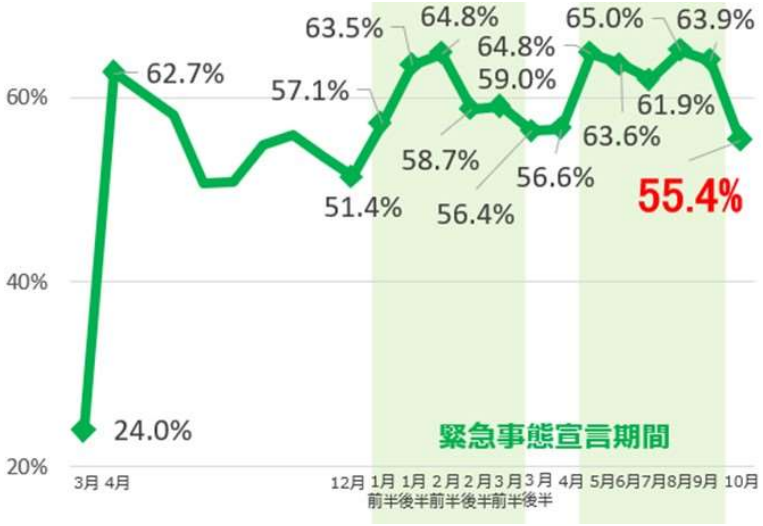


図 1－1　東京都のテレワーク実施率

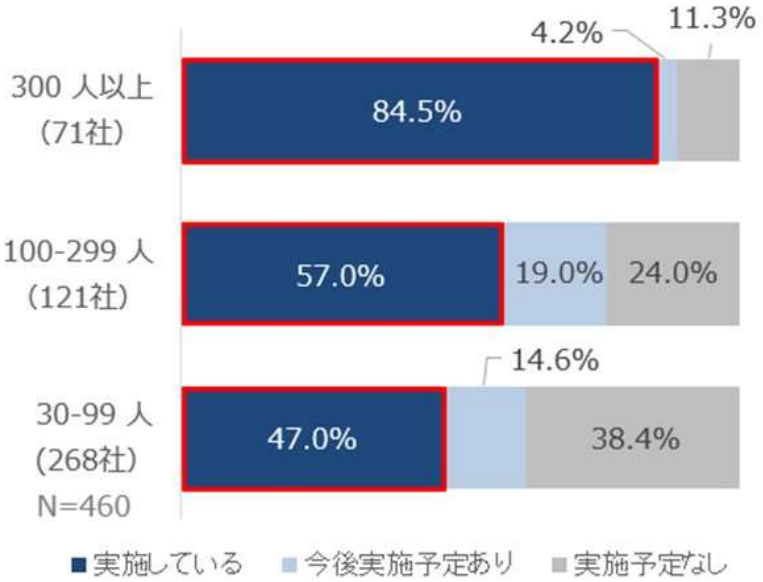


図 1－2　東京都の従業員規模別実施率（10 月）

出典：東京都テレワーク実施率調査結果
https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2021/11/11/12.html

テレワークの定義は、「ICT（情報通信技術）を活用し、時間と場所を有効に活用できる柔軟な働き方」となっており、言い換えれば、「時間と場所を共有しない働き方」ということになる。

コロナ禍の 2 年間によって時間と場所を共有しない働き方をした結果、どのような変化が起きているのだろうか。

表１－１職業別テレワークのメリット[複数回答]

	通勤時間を有効活用できるようになった／なる	家族との時間が増えた／増える	上司や同僚等に直接会わなくてよい	労働時間が減少した／減少する	趣味の時間が増えた／増える	仕事に集中できる・仕事がスムーズに進むようになった／なる	心身ともに健康になった／なる	メリットは特にない
事務系・技術系従事者	59.7%	28.5%	28.7%	23.2%	21.5%	19.4%	17.3%	17.2%
現業系・サービス系従事者	38.6%	22.7%	25.0%	28.0%	15.9%	22.0%	14.4%	20.5%
役員・管理職・自由業	51.2%	22.4%	12.8%	21.6%	20.8%	16.8%	10.4%	20.0%
商工・自営業	32.7%	23.6%	12.7%	20.0%	14.5%	18.2%	10.9%	36.4%
パート・アルバイト	41.7%	19.4%	24.1%	17.6%	21.3%	17.6%	9.3%	29.6%
全体	50.7%	26.4%	24.4%	22.6%	22.2%	18.5%	14.9%	21.1%

［全国・15～79 歳のテレワークを実施している男女・n=1,439］

表１－２職業別テレワークの業務面での「デメリット」[複数回答]

	仕事と仕事以外の切り分けが難しい	他の人が何をしているのかわからない	業務遂行にあたって対面でないので相談しにくい	テレワークではアクセスできない情報がある	組織の一体感を得にくい	長時間労働になりやすい	成果を出すプレッシャーを感じる	新入社員への教育や新規着任者への引継ぎが難しい	業務面でのデメリットは特にない
事務系・技術系従事者	41.5%	31.0%	32.8%	28.2%	24.5%	16.4%	16.0%	13.0%	18.0%
現業系・サービス系従事者	29.5%	25.8%	24.2%	18.9%	22.7%	15.9%	19.7%	15.9%	21.2%
役員・管理職・自由業	40.8%	26.4%	27.2%	23.2%	23.2%	11.2%	11.2%	20.0%	20.8%
商工・自営業	21.8%	16.4%	10.9%	20.0%	18.2%	9.1%	9.1%	7.3%	50.9%
パート・アルバイト	38.9%	32.4%	20.4%	19.4%	15.7%	17.6%	9.3%	13.9%	30.6%
全体	37.5%	28.4%	28.1%	24.0%	22.4%	15.7%	14.9%	13.8%	22.4%

［全国・15～79 歳のテレワークを実施している男女・n=1,439］

出典：2021 年次世代ライフスタイル調査　https://www.moba-ken.jp/project/others/lifestyle20211206.html

この「時間と場所を共有しない働き方」による変化を、「時間と場所を共有しない」もしくは「場所を共有しない」コミュニケーションの観点でとらえることで、新たな気付きを得ることができるのではないだろうか。

本研究会では、「時間と場所を共有しない」もしくは「場所を共有しない」コミュニケーションによりもたらされるメリット・デメリットをまとめ、コロナ後のコミュニケーションがどのように変化するのか、どうあるべきかを研究する。

2 コロナ禍でのビジネスコミュニケーションの変化(実態)

コロナ禍でテレワークが普及したことによる変化（実態）をまとめる。

2.1 コロナ禍においても変化しないこと

コロナ禍において、デリバリーや手段（=ツール）は急速に変化しているが、ビジネスの本質・目的やコミュニケーションを実施する目的に変化はない。

これら変化することのないビジネスの本質や目的を達成するために、変化する手段（=ツール）は有効になっているのだろうか。

また、コロナ後にこれらの手段はどのように変化するのだろうか。

2.2 コロナ禍において変化したこと

コロナ禍におけるテレワークの普及に伴い、ビジネス現場において以下のような変化が起きている。

(1) ビジネスコミュニケーション手段の変化
- ① コミュニケーション手段（選択肢）の増加
- ② 「対面コミュニケーション」から「テキストコミュニケーション」へ変化
- ③ オンライン会議に対する練度の向上

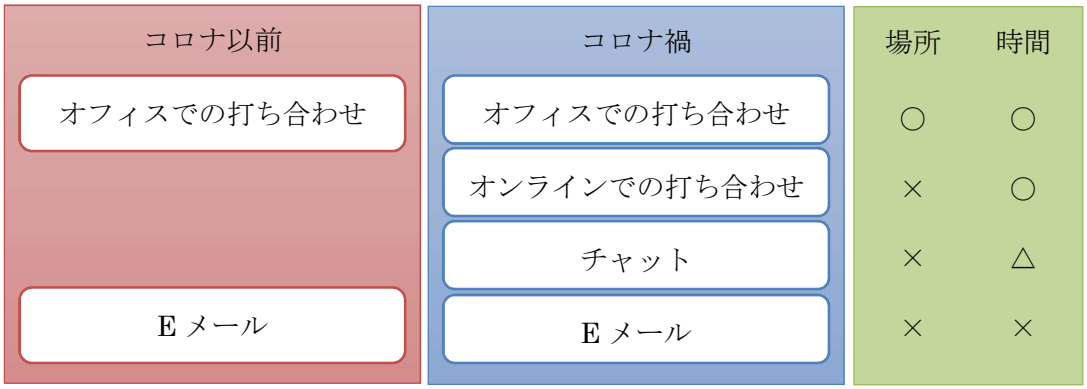
(2) 目的がないコミュニケーションの実施頻度
- ① インフォーマルコミュニケーション実施頻度の低下
- ② 他者動向の把握が困難

(3) 従業員の業務量格差
- ① 業務時間/業務量/業務効率性の変化による“忙しい従業員”と“暇な従業員”の二極化

(1) ビジネスコミュニケーション手段の変化

① コミュニケーション手段（選択肢）の増加

テレワークの普及に伴い、オフィスでの打ち合わせ（時間と場所を共有）から、オンラインでの打ち合わせ（時間を共有）に変化した。さらにチャット（時間を半共有）も使われており、相手の勤務形態を考慮し、最適なコミュニケーション手段を選択できるようになった。



【事例　①コミュニケーション手段（選択肢）の増加】

A)　A 社のコミュニケーション手段

- 従業員のオフィス勤務：原則 3 割
- オンライン会議ツール：Microsoft Teams（原則、顔出し NG）
- チャットツール：Microsoft Teams
- E メール： Outlook（Office365）

A 社では従業員のオフィス勤務が原則 3 割となり、打ち合わせは基本的に Teams を活用したオンライン会議となっている。ただしネットワーク帯域の関係上、原則顔出しは NG としており、必要な場合だけ顔を出した打ち合わせを実施している。またオンライン会議に合わせて、Teams のチャット機能も活用している。

しかしチャットの活用ルールを決めていないため、ありとあらゆる情報がチャットでやり取りされおり、どの情報がどこで（会議？メール？チャット？チケット管理ツール？）共有されたものかわからなくなっている。

B) B 社のコミュニケーション手段

- オンライン会議ツール：Zoom（原則、顔出し）
- チャットツール：Slack

B 社ではオンライン会議を実施する場合、原則顔出しをすることになっている。またリアル接点での対面会議とオンライン会議を明確に使い分けている。

・ 議論をする必要がある会議体：リアルでの対面
・ 報告会などの会議体：オンライン

活発な意見交換が必要な会議では、オンライン会議ではなく対面で実施することにより、会話以外の情報も含め、相手の真意を探ることができる。

さらにコロナ以前には実施していなかった朝会・夕会を義務付け、定期的なコミュニケーションを確立している。

C) 本研究会のコミュニケーション手段

- 会員が特定の場所に集合しての打ち合わせ：21 年度は実施無
- オンライン会議ツール：Zoom（顔出し）
- E メール： 開催通知のみ

21 年度の本研究会での会議は、Zoom（顔出し）のみで実施した。会員は首都圏だけではなく地方にも在住しているが、オンライン会議（顔出し）によって、特定の場所に集合しなくとも大きな影響なく実施できている。

地方在住の方は、オンライン会議によって参加しやすくなった。

［参考：オンラインコミュニケーションのカオスマップ］

出典：オンラインコミュニケーションツール カオスマップ 2021 年度版

https://roundz.jp/corp/archives/2141

② 「対面コミュニケーション」から「テキストコミュニケーション」へ変化

コミュニケーション手段が増加し、コミュニケーション相手の勤務場所や勤務時間を意識する必要がなくなった結果、オンライン会議だけではなく、手軽に意思を伝えることができるチャットツールを利用した「テキストコミュニケーション」が増えてきている。日常生活においても相手と意思疎通をする場合、通話ではなく LINE などのテキストコミュニケーションツールを利用することが多いが、ビジネスの現場でも打ち合わせなどの「対面コミュニケーション」から「テキストコミュニケーション」へ変化している。

【事例　②「対面コミュニケーション」から「テキストコミュニケーション」へ変化】

A) A 社の「対面コミュニケーション」から「テキストコミュニケーション」へ変化

A 社の一部組織では、コロナ禍のテレワーク主体の勤務形態下においても、組織の業績を確保するため（※）に、マネージメント層に対し以下の観点からテキストコミュニケーションを優先することを推奨している。

・ 口頭だけでは記録として残らない
・ 記録として残らないため、過去の言動を反省できない
・ 人によって受け取り方が異なる（正しく理解できない）
・ 文書を書かないと文章力が低下する

※部下をケアするためのマネージメントは
「対面コミュニケーション」も重要視している

B) B 社のテキストコミュニケーション

B 社ではチャットツールの活用が進み、社内でのメール利用が衰退している。チャットを活用するうえでの基本的なルールは以下の通り。

・ チャットの返信（いいねボタンの押下でも可）は 5 分以内に実施すること
・ いいねボタンやハートマークなどに意味を持たせること
（いいね：「基本的に OK」　ハート：「共感」「とても理解できる」）

テレワークを実施する場合は、基本的に PC の前で張り付いていることが前提としている。そのため、返信がない場合は「さぼっている」とみなしている。

またボタンの意味付けにより、どの程度共感しているかといった「ニュアンス」が表現できる。

C)　テキストコミュニケーションの悪しき事例（報告書が分からない）

テキストコミュニケーションは文字で書かれているので、きちんと理解できることが多い。しかし一方できちんとした指導を受けずに書かれた報告書では、コミュニケーションが意味をなさない。実際に入社数年目の担当者からメールで受けた報告書を見て頂ければ分かると思う。

本日は、A さんへのお電話でスタート。ツールの非機能要件として、クラウドの監視設定&インシデント発生時の対応とセキュリティは考えなければいけないが、後者のセキュリティについてはクラウドのセキュリティ設定に精通している社内のエンジニアをアサインしてくれるので私の方で考慮する必要はなくなった。従って、システムの側面については、監視設定&インシデント発生時の対応とアプリ実施をメインに対応進めていく。

当初は、木曜日の 15 時から打ち合わせ予定だったが、他の会議との兼ね合いでA さん・B さんの都合がつかなくなってしまったため、金曜日 10 時実施の方向で調整中。

本日は朝会がなかったため、X社やC さんへのメールをしたためた。その後、Dさんとお電話にて、作業実施の事前確認事項(ネットワークアカウントの作成、パワーセーブモードを使わない事)について話し合った。

続くY社との打ち合わせでは、アプリ及び画面デザインの修正について議論した。結論として、アプリの実施日に修正がかかった(17 日→22-24 日)ほか、画面デザインの修正は来週の火曜日を目処に固める事となった。

コミュニケーションにおいて、一度確認を実施して安心してしまっていたが、本当の相手の受け取り方が違った場面がここ 2 日間で 2 回(K さんが案内メールの確認に手を付けられていなかったこと、アプリの日程を一度確認したが相手に正しく伝わっていなかったこと)見受けられたため、リマインドや相手に誤解を生ませないような確認の仕方は心がけていきたいと思った。

その後、昨日のX社との打ち合わせ議事メモを作成共有し、Hさんとの打ち合わせに臨んだ。

打ち合わせではネットワークのトラブルで聞き取りづらい場面が出てきてしまったが、Hさんが IT 運用体制の構築を喫緊の課題としていて、IT の運用体制に関するアウトプットを特に期待していることが明らかになった。この辺り、実際にG会社にインタビュー実施して IT 人材の中途採用の実態(待

遇など)を把握できるとかなり有益な資料に出来ると感じたが、Ｎさんとも話合いながら、出来る事があれば支援していきたい。

その後、研修レポートの締め切りが迫っていたため、レポート作成＆アンケートを実施。この作業で午前中は終わった。

午後は、社内の人にお土産を渡す時間をとりつつ、Ｂさんとの FB 面接を受けた。あまりセンシティブな情報は日報には載せられないが、Ｂさんからはメモの取り方やビジネスにおける言葉の選び方について、参考書籍等で学んでおくといいとアドバイスを受けたため、図書館で適宜本を借りて電車の中等で学ぶようにしていこうと考えている。

また、人事総務課のＭさんとキャリア面談をＢさんとの打ち合わせ後に実施した。本面談の狙いは、新卒 3 年目までの社員を対象に、自己のキャリアプランと現在の仕事との間にミスマッチを起こしていないかを確認したり、現状の仕事において課題・悩みを洗い出す事によって、総務部として新しいツールの導入検討を実施する事にある。キャリア面談では、私としては、今の仕事は前向きに捉えていること、ただ IT のプロフェッショナルとして表に立てるように、中途半端な状態となってしまっている開発の経験ももう少しっかりやりたいことなど正直な気持ちを打ち明けた。組織の仕組みとして、若手の意見が反映される可能性がある事はよいことだし、組織を良くしていく方向に若手も目が向くようになるので、このような機会は必要だと感じた。

また、Ｋさんとも久々に対面で会えたため、個別で少しお話をした。キャリアのお話に少しふれ、Ｋさんとしても過去に言語やＤＢの開発・設計を経験後に転職して運用やマネージャーを経験した事などはお話いただき、自身のキャリアを考える上で参考になりました。　（後省略）

まるで日記を読んでいるような報告書である。読む方がくたびれてしまう。なっていないとの指摘で、箇条書きに簡潔に書けと指示をうけた後の報告書が以下のものである。

Ａ案件

・　打ち合わせにあたって、AI モデルパラメータ転送部分のソースコードを確認

・　打ち合わせにて、改修 AI アルゴリズムの仕様を確認。次のアクションを策定した。

Ｂ案件

・　昨日提出した資料の中身について、Ａさん・Ｂさんと打ち合わせ

・　打ち合わせ内容を踏まえ、修正したものを提出した。

中間レビュー

・　Ａさんと打ち合わせを実施。

・　レビュー結果に基づき、内容修正したシートを送信した。

確かにすぐに読めるが内容が全く無いうえに進捗がどうなのか、問題がないのかなどもさっぱりわからない。

テキストコミュニケーションの恐ろしさが良く分かるであろう。

③　オンライン会議に対する練度の向上

コロナ禍で 2 年が経過しておりオンライン会議が普及した結果、従業員のオンライン会議に対する練度が上がってきている。オンライン会議ツールの画面共有やチャットは当然のことながら、ホワイトボード機能、録音・録画機能、ブレイクアウトルームなどを活用することで会議の目的に沿った機能をできるようになっている。

またオンライン会議においても“ノンバーバルコミュニケーション”を意識するようになり、聞き手は「大きくうなずく」など自身の感情を画面上で表現するようになっているのではないか。話し手も聞き手の感情を組み取り、発言内容を柔軟に変更できるようになってきた。

【事例　③オンライン会議に対する練度の向上】

A)　A 社のオンライン会議に対する練度の向上

- 従業員のオフィス勤務：原則 3 割
- オンライン会議ツール：Microsoft Teams

A 社では全社的な情報交換の一環として、ライトニングトークやハンガーフライトを実施している。発表は A 社オフィス内でもライブで配信され、参加できなかった方が後で視聴できるように録画している。

発表者は顔出しで発表し、閲覧者は会議チャット機能で質問をしている。
これまでの会議室での開催と比べ、閲覧者が増えた。さらに質問もチャット機能の方が増えている。

B)　B 社の全社イベントでのアバターを利用した会議

B 社では社内表彰式といった全社イベントをリアルとオンラインのハイブリッドで実施している。

受賞者はリアルで授賞式を実施し、その映像を中継する。受賞者以外はオンラインで視聴するとともに、アバターで参加している。これにより、参加者の表情を感じ取ることができる。

さらに Slack を同時に立ち上げることでコメントなどをリアルに取集できるようにした。

C)　C 社の社内外へのセミナー（教育）

C 社では社内外にセミナーを開催している。このセミナーでは、講師 1 人でリアルとオンラインのハイブリッド開催が可能となった。

Zoom で会場と講師をライブ配信し、リアルでもオンラインでも現場の雰囲気を感じながら受講することができる。

グループ討議では、リアル参加の人は対面で、オンラインの人はオンライン同士で、グルーピングし討議を実施できる。

さらに C 社ではウェビナーが誰でも（著名な人ではなくとも）実施できるようになり、社内外に活発な情報発信ができるようになった。

D)　その他　写真クラブの講評会の例

ビジネスの場ではないが、写真クラブのオンライン講評会の事例を示す。この写真クラブでは、今までは数ヶ月に１度、自分の作品を現像し、Ａ４サイズにプリントして、都内の公共施設に集まり、一枚一枚みんなでのぞき込みながら、プロのカメラマンからフィードバックを受けていた。いわゆるオフライン講評会である。

しかし、コロナ渦で活動自体が困難になってしまったため、現在は Teams と OneDrive を使ってオンライン講評会を実施している。

OneDrive に写真クラブのメンバーが入れた作品群を講評者であるプロのカメラマンがあらかじめ参照できるように締めきりを設け、集まりやすい夜間の時間帯に講評会を設定することにした。講評会では Teams でリアルタイムにコメントを頂く。

オンライン講評会では、オフラインの講評会とは違い、作品が全員に見えやすく、その場での質問も可能である。また参加メンバーの顔も見えているので、反応を見ながら説明を加えることもでき、理解度も深まる。また途中参加者、欠席者のために録画がされており、あとで振り返ることができる。

当初は誰もやったこともなく不安いっぱいのオンライン講評会であったが、やってみると対面以上の効果もあり、好評である。案ずるより産むが易しであった。

(2) 目的がないコミュニケーションの実施頻度

① インフォーマルコミュニケーション実施頻度の低下

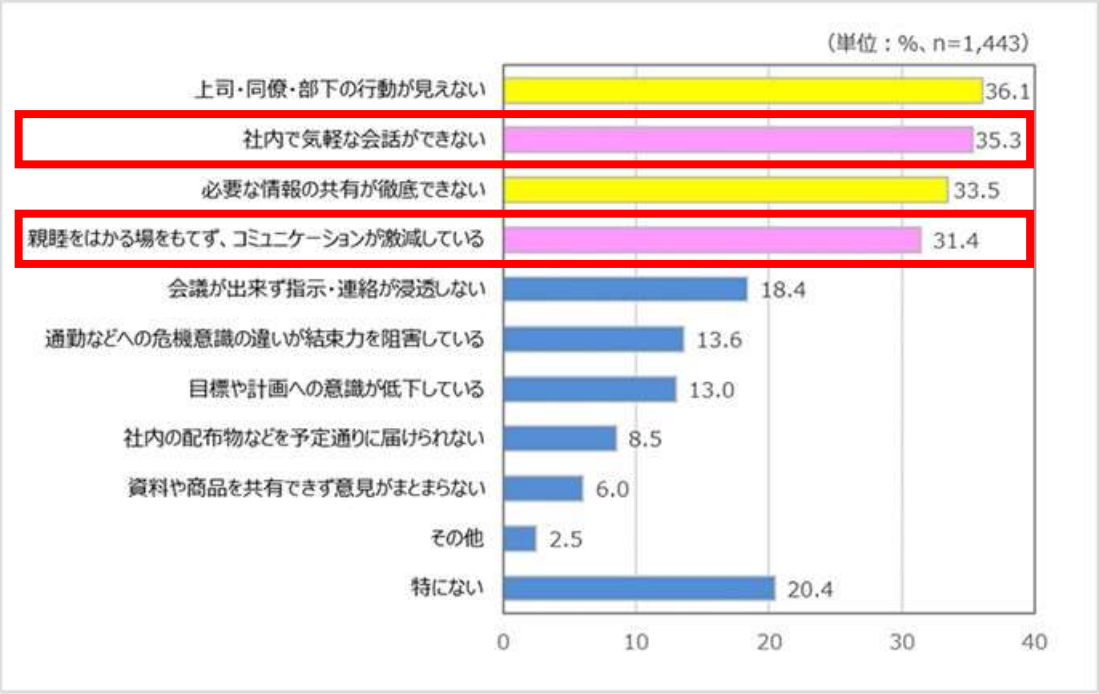
［定義］

インフォーマルコミュニケーション：偶然に出会った従業員同士が日常的な会話、雑談、何気ないやりとりを行うこと

テレワークの普及により、オフィス勤務時の休憩時間や離席時に発生していた「偶然に出会う」という機会が激減している。また、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の発令により、勤務後にできていた懇親会や、歓送迎会などのコミュニケーションができなくなっている。

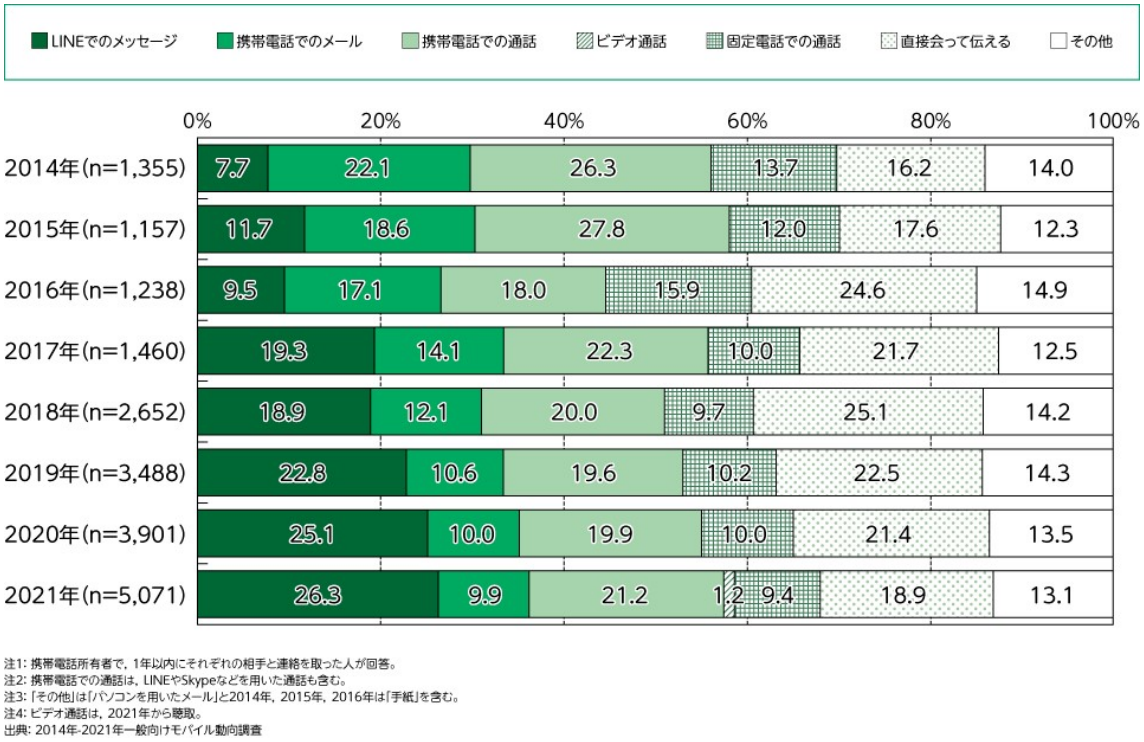
このインフォーマルコミュニケーションの喪失によって、以下のデメリットが発生する。

- 「他者の経験」を得ることができない
- 「他者の共感」を得ることができない
- 従業員同士の人間関係構築が困難になる
- ストレス発散ができない
- モチベーション維持が困難になる
- 帰属意識が低下する



出典：1500 人緊急調査「コロナで変質した企業内・企業間コミュニケーション」
https://consult.nikkeibp.co.jp/ccl/atcl/20200525_1/

表２－１　仕事関係者に日常会話を伝えるために最も多く使う手段の年次推移（単一回答）



注1: 携帯電話所有者で，1年以内にそれぞれの相手と連絡を取った人が回答。
注2: 携帯電話での通話は，LINEやSkypeなどを用いた通話も含む。
注3: 「その他」は「パソコンを用いたメール」と2014年，2015年，2016年は「手紙」を含む。
注4: ビデオ通話は，2021年から聴取。
出典: 2014年-2021年一般向けモバイル動向調査

出典：モバイル社会白書 Web 版
https://www.moba-ken.jp/whitepaper/21_chap2.html

上記からも従業員間の気軽な会話をするための機会が減少し、“雑談”や“飲みにケーション”といったインフォーマルコミュニケーションができないことが課題だと認識していることがわかる。

【事例　①インフォーマルコミュニケーション実施頻度の低下】

A)　A 社社員のインフォーマルコミュニケーション実施頻度の低下

- 従業員のオフィス勤務：原則 3 割
- オンライン会議ツール：Microsoft Teams（原則、顔出し NG）
- チャットツール：Microsoft Teams
- E メール： Outlook (Office365)

A 社のある社員は、コロナ禍でのインフォーマルコミュニケーションに苦慮している。

- オフィス勤務が 3 割のため、少し話したいときに自身もしくは相手がおらず、結果硬い文書を送付しなければならない
- オンライン会議ツールやチャットツールで雑談するのは、気心知れた相手のみ
- コロナ禍の 2 年間で、懇親会、歓迎会、送別会などの飲み会は 1 度だけ

② 他者動向の把握が困難

職場があると、上司や先輩、同僚の仕事の進め方を見て良い点悪い点を学ぶことができる。若手にとってはまさにロールモデルであり、ロールモデルからインスパイアされることも多いのではないだろうか。

また、同じ空間にいればこそ“間接的に”得られる情報も多いはずである。

- 隣の部署で人が集まっている⇒障害が発生している
- 隣の席で同僚が上司から叱責を受けている⇒同僚の問題点、上司の怒りポイント

【事例 ②他者動向の把握が困難】

A) A 社プロジェクト遅延

- 従業員のオフィス勤務：原則 3 割

数日ぶりに出社したところ、A 社別プロジェクトメンバー全員が出社している。同僚に確認したところ、プロジェクトが 1 か月以上遅延していることが判明した。

B) A 社オンプレミス環境のインフラ運用部隊の障害対応

- 従業員のオフィス勤務：原則 3 割

A 社では、現在も 200 を超える業務システムがオンプレミス環境で稼働している。そのためオンプレミス環境で障害が発生すると、障害時間分業務システムが停止することとなる。

そこで A 社のインフラ運用部隊では輪番制でオフィス勤務をし、障害発生するとすぐさま集合し障害対応に当たることができる。

(3) 従業員の業務量格差

① 業務時間/業務量/業務効率性の変化による“忙しい従業員”と“暇な従業員”の二極化

テレワークが浸透し業務遂行のリズムをつかめた結果、暇になってしまった従業員と反対にとても忙しくなってしまった従業員に分かれるのではないだろうか。

【事例 ③忙しい従業員”と“暇な従業員”の二極化】

A) 忙しくなった従業員

イ）テレワークになり時間が限られた打合せが増えた。これにより勤務時間中は隙間なく打合せとなり、自身のワーク作業は時間外に実施せざるを得なくなっている。

ロ）受注を取らなければならず、複数の提案書を書いているため自らデリバリーする人は忙しくなった。

ハ）個人事業主のエンジニアは顧客要望に即時対応しなければならない。データにアクセスができればどこでも作業ができるため移動する時間も惜しんで作業をしている。

B) 暇になった従業員

イ）自分自身が生産的な作業をしていない管理職は、手を動かす作業を実施していないため、打ち合わせがなければ暇になっている。

ロ）管理職でなくとも、テレワークによって業務＝打ち合わせになり、打ち合わせがなければやることがない。そのため、始業は朝の報道番組を見終えてから。

3 変化点①ビジネスコミュニケーション手段の変化

2 章で述べた「コロナ禍でテレワークが普及したことによる変化」に対して発生した課題と課題への対応をまとめる。

3.1 コミュニケーション手段（選択肢）の増加

コミュニケーション手段は増加しているが、それぞれの手段によって目的を達成できているのであろうか。情報の伝達度を比較する。

話し手の満足度	対面	オンライン顔出し	オンライン音声のみ	チャット	メール
議論	高	高	高	—	—
審議	高	高	高	—	—
相談	高	高	高	中	中
報告	高	高	高	中	中
連絡	高	高	高	中	中
共有	高	高	高	中	中
雑談	高	高	高	中	低

聞き手の理解度	対面	オンライン顔出し	オンライン音声のみ	チャット	メール
議論	高	高	中	—	—
審議	高	高	中	—	—
相談	高	中～高	中	低	低
報告	高	中～高	中	低	低
連絡	高	中～高	中	低	低
共有	高	中～高	中	低	低
雑談	高	中～高	中	中	低

オンライン（顔出し）会議であれば、目的を明確に伝えることができ、かつノンバーバルな情報も表情からくみ取れるため、これまでの「時間・場所を共有する」対面コミュニケーションと比較しても、遜色なく情報伝達が可能だと考える。

しかしオンライン（音声のみ）会議であれば、ノンバーバルな情報が読み取りづらいため、顔出し会議と比較すると情報伝達度は下がる。

チャットやメールの「テキストコミュニケーション」はノンバーバルな情報が全くなく、テキストのみで把握しなければならないため、話し手の文章力に大きく依存する。

以上のことより、これまでの「時間・場所を共有する」対面コミュニケーションと同等の情報伝達を実現するためには、オンライン（顔出し）会議が最適であると考察する。

一方チャットやメールは、相手の状況・状態を気にしなくてよいという気軽さから、ありとあらゆる情報がやり取りされる可能性がある。実際ルールを明確に決めなかった結果、どの情報がどこで共有されたものか検索できない事例が発生している。事例から考えられるチャットやメールのデメリットは以下の通り。

［チャット］

① ビジネス文書が書けないと伝わらない
② カテゴライズができないと散乱する
③ 検索ができない
④ 表面的な内容になりがち

［メール］

① ビジネス文書が書けないと伝わらない
② 議論はできない

以上のことから、各コミュニケーション手段の使い分けを以下のように提言する。

［オンライン（顔出し）会議］

① 相手の反応や感情を推し量る必要がある場合
② 議論する必要がある場合

［オンライン（音声のみ）会議］

① 制約上顔出しのオンライン会議がどうしてもできない場合

［チャット］

① 相手の反応を促す場合
② 消えてもよい一時的な情報のみを取り扱う場合

［メール］

① 記録として残す場合

3.2 「対面コミュニケーション」から「テキストコミュニケーション」へ変化

3.2.1 テキストコミュニケーションだけで事足りる

テキストコミュニケーションだけで事足りるという人もいれば、それだけでは仕事は進まないと考える人もいる。この両者の違いはなにか。

おそらくそれは、どちらも極論であり、極論対極論の対立なのではないかと思う。主張（Claim）に主張をぶつけても議論が進まないのは、ディベートでは常識だ。

ちょっと古い記事になるが、2018 年 10 月 14 日の東洋経済の Web ページに『「極論バカ」が、今の日本を蝕んでいる』という記事がある。https://toyokeizai.net/articles/-/241383

『日本を蝕む「極論」の正体』（新潮新書）の著者のインタビュー記事だが、なかなか面白い記事だった。同感するところが多々あった。

例えば次の記載は、引き合いに出した事例こそ違え、今回研究対象と当てはめて考えても、は思わず「そう、そう！」とうなずかずにはいられなかった。

--引用はじめ--

競争のない閉鎖的な集団や組織からは、常に極論が発生します。第三者からの監視や監査のない集団に取り込まれた人々は、もともと常識人であっても、強烈な同調圧力によって極論を正論と思い込んでしまうのです。

---引用おわり---

「テキストコミュニケーションで十分、そののほうが余分な情報がなく生産性が高い」、「いや、対面コミュニケーションでなければ充分なコミュニケーションは取れず、結果として生産性を落としている」といった主張の対立は、結局、どちらも「極論バカ」の主張ではないかと感じてしまう。

ここで言う閉鎖的な空間とは、「日本人ビジネスマン」という漠然とした組織だ。

もう少し具体的に言うと、前者の主張を行う集団もしくはそれに同調する人々の塊と、後者の主張を行う集団もしくはそれに同調する人々の塊である。

これもある種の「日本人のムラ意識」といっても良いかもしれない。

3.2.2 テキストで充分？

文字だけで心情や感情、心の動きの変化のような微妙なニュアンスを伝えることが出来るかというと、「Yes or No」の２択だとしたら、答えは「Yes」だろう。

そうでなければ、文学作品は成り立たないからだ。

しかしこれは極論である。世の中、テキストコミュニケーションを行っているすべての人間が、直木賞や芥川賞を取るような文学的な素養で文章を表現できるわけがない。

また、そのような表現をしようとしたら、一言「わかりました」というために、膨大な量の予備情報を書かなければならない。

なぜならば、テキストで人の心を動かすには、何らかの共通のコンテキストが必要だからだ。全くコンテキストを共有していない状態で、文字だけ呼んでも人の心は動かない。

3.2.3 コンテキストの共有

コンテキストの共有とコミュニケーション手法になんの関係があるのか、と言うかもしれない。確かに、直接的な関係はないように見える。

確かに、対面コミュニケーションであっても、対話する両者の間ですべてのコンテキストを、その一瞬で共有するのは不可能だろう。

しかし、それでも情報量は圧倒的に違うと言わざるを得ない。

テキストコミュニケーションは、情報としては文字通り「テキスト」だけである。つまり「目」から入ってくる「文字」という情報だけだ。

一方、対面コミュニケーションは、その方法によって様々だ。

直接対面して会話する場合は、「目から入る映像」に加え、「耳から入る音声」が加わる。

また、オンラインで画面 OFF で行う場合や、電話の場合は「耳から入る音声」となる。

これらの情報源の違いは、そのまま、その場で共有するコンテキストの違いに直結する。

3.2.4 バーバルコミュニケーションとノンバーバルコミュニケーション

福祉用語の一つに「バーバルコミュニケーション」と「ノンバーバルコミュニケーション」というものがある。

これは、コミュニケーションを大きく２つに大別する考え方で、 言葉によるコミュニケーションを「バーバルコミュニケーション(言語コミュニケーション)」、そして、言葉を使用しないコミュニケーションを「ノンバーバルコミュニケーション(非言語的コミュニケーション)」とするものだ。

たとえば、バーバルコミュニケーションは、会話や文字、印刷物など言語的なコミュニケーションを指す。

一方、ノンバーバルコミュニケーションは、顔の表情や声の大きさ、視線、身振り手振り、ジェスチャーなどによるコミュニケーションを指している。

以前、「人は見た目が 9 割」（新潮新書）という本が出版され、大きな話題を読んだように、私達はコミュニケーションを取る上で言葉以外の要素から多くのことを読み取っている。

一度は聞いたことがあるであろう「メラビアンの法則」によると、「話し手」が「聞き手」に与える印象の中で、話している言葉そのものが影響している部分は全体のわずか 7%であり、その他 93%はノンバーバル（非言語）の要素であるとある。

–

メラビアンの法則

アメリカの心理学者アルバート・メラビアンが 1970 年代に行った実験

・視覚情報…見た目、身だしなみ、表情（視線）など…55%

・聴覚情報…声の質・大きさ・速さ（テンポ）…38%

・言語情報…話す言葉そのものの意味…7%

–

つまり、円滑なコミュニケーションを取るにはノンバーバルなコミュニケーションが大切だということになる。

3.2.5 メールが攻撃的になる理由

直接あって話をすると、とても物腰が柔らかく柔和な人なのに、ひとたびメールで仕事の話をすると喧嘩腰になっている、という経験をしたことがないだろうか。

普段やり取りする他愛もない会話のメールはそうではないが、仕事のメールは厳しいと感じることはないだろうか。

これについては、日経 xTECH 編集長の中山さんが興味深い記事を書いている。

https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/00646/031800001/?P=3

–引用はじめ--

私たちは対面や電話によるコミュニケーションでは、言葉（バーバルな情報）とともに、表情や仕草、口調、ため息、沈黙といった情報（ノンバーバルな情報）を同時にやり取りしている。誰かと会話するときには、膨大なノンバーバル情報を収集して、相手の心理状態を推し量っているのだ。

ところがメールでは、読み手にとって書き手の心理状態を知る手掛かりは、文章（テキストデータ）というバーバルな情報だけ。不足した情報は、想像で補うことになる。このとき読み手自身が怒ったり落ち込んだりしていると、書き手の心理状態を悪く想像しがちになる。つまり、書き手が怒っているように感じるわけだ。このことが、読み手の感情をさらに害する。

–引用おわり---

3.2.6 18～19 歳の男子 4 人のコミュニケーション手段

若手 18～19 歳の男の子 4 人が集まっているところに割り込んでコミュニケーションについて聞いた。

Q.LINE と今やっているような対話とどちらがうまくいく？

A.別にどちらでもよい（全員）

ただ、LINE の方が文字として残っているため、誰がいつ言ったかわかる。

Q.LINE とこういう対話で使い分けている？

A.その人がいたら対話、いなかったら LINE

Q.文字の情報だと意味が分からないとかない？

A.それはある。

Q.込み入った話も LINE でできる？
A.それはやっぱり難しい。LINE だと細かい話がわからないから、そこを聞くのに
やっぱり対話で聞くと早い。わからないところをわかるのが大変。

Q.対話と LINE を使い分けているけれど、特にどちらが良いということはない？
A.ない（全員）

上記、若手 18～19 歳の男子 4 人の会話から、今の若い子たちのほうがよっぽどバーバルコミュニケーションとノンバーバルコミュニケーションを上手く使い分けていると感じた。

LINE も対面もどっちもあり。優越なんてつけれない（というか考えたことがない）。

時と場合によってうまく使い分ける。まさに、コミュニケーションの本質ではないかと思う。

いつも心を動かす真剣勝負の会話ばかりだと疲れてしまう。

気楽に、音楽を聞き流すような気分の会話もしたい。

そんな音楽を聞き流すような会話であっても、ちょっとしたきっかけ・スイッチで真剣勝負の会話へも移行出来る。そして、疲れたらまた気楽な会話に戻る。

それが対面での会話なのかもしれない。

この使い分けを若手 18～19 歳の男子たちは、本人たちも特に意識することなく、うまく使い分けているように感じられる。

3.2.7 わかりやすさを求めることによる弊害

前提：テキストコミュニケーションに限ったことではない

①「見た目重視、内容軽視」の助長

年々「プレゼンの技術」が重視されるようなっている。

プレゼンの技術とは、「わかりやすい語り方」とか「わかりやすい図表」とかのことである。

本来は語る中身が大事で、わかりやすいグラフやイラストは、おまけみたいなものだと思うが、いまはそちらにエネルギーを割く人が多くなった。

昇格試験のような純然たる社内プレゼンのために、わざわざ有料のイラストを購入する者（しかも会社に費用を請求）もいる。それを推奨している管理職もいて、驚いたことがある。

あるベンチャー企業の社長は、若手にプレゼン資料を作らせると、図表に影をつけたり消したりといったことに延々と時間を費やしていると嘆いておられた。ベンチャー社長からすればそれは「時間の無駄」でしかなく、そんな暇があればアイデアとか情報量とか中身に力を入れてほしいわけだが、注意してもなかなか改まらないとのことだった。

中小ベンチャーなら死活問題で、大企業でもじわじわ競争力を落とす原因になるのではないか。そもそも内容があってこその、わかりやすさである。

内容がないものを、絵を入れたりグラフを入れたりして、わかりやすくしてなんの意味があるのかと思う。しかし残念ながらそういうものがどんどん増えている気がする。

②「たらいの水といっしょに赤子を捨てる」ことの増加

わかりやすくするための最も簡単な方法は、情報を絞り込んで話を単純明快にすること、すなはち、関係がうすい情報や、反対意見のような聞き手が引っ掛かりそうな情報はばっさり落としてしまうことである。

そうすればたしかにわかりやすくなるが、落とした情報が本当に不要だったか？が問題である。

英語のことわざに　Not to throw the baby out with the bathwater. というのがある。直訳すると、「お風呂の水を流すときに、赤ちゃんもいっしょに流すな」 で、「不要なものといっしょに、（誤って）大事なものを捨てないよう注意せよ」という意味である。

部下にやたらと「わかりやすく説明しろ」「おれに分かるように説明しろ」という上司は、この問題を起こしやすい。それが日本語の問題を言っているならよいと思うが、「わかりやすくしろ」＝「複雑な説明や問題事象は聞きたくない」であればダメである。
残念ながらそういう上司は少なくない。

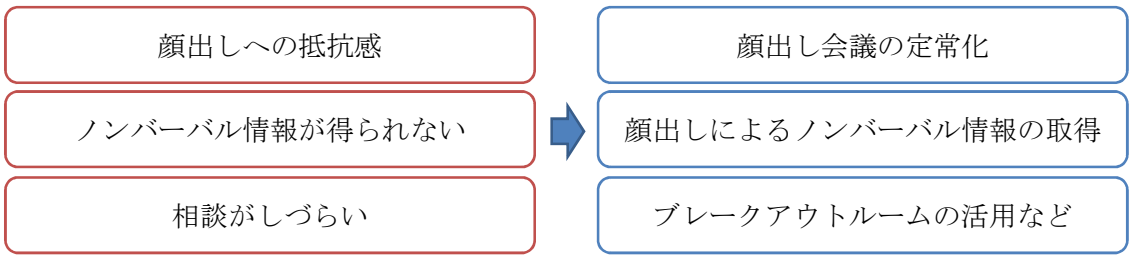
社会で発生する問題は複雑である。それを説明しようとしているのに「わからない、わからない」と連発されると、部下は、上司が引っ掛かりそうなことは省略するしかなくなる。

しかしその「わからない」ことにこそ重要な情報が含まれているのは明らかである。それを拒否する上司の下では、ある日何かが崩壊する。プロマネがそういうスタンスならプロジェクトは破綻する。よくある光景で、遭遇した人も少なくないだろう。

「わかりやすく説明せよ問題」は上司と部下の間だけではなく、先輩と後輩、発注者と受注者、PM と SE など不平衡な関係の中ではどこでも発生する可能性があるので、注意が必要である。

3.3 オンライン会議に対する練度の向上

コロナ禍当初に見られた、以下のようなオンライン会議に対する苦手意識は、時間の経過に伴い少なくなってきている。



各社のコラボレーションツールは機能が増えてきている。

私たちはよりオンライン会議を円滑に進めるために適宜機能を確認・活用し、対面に近いコミュニケーションを実現していく必要がある。

【参考 TEAMS の機能追加情報】

2021 年 10 月 22 日

- 新しいウィンドウで新しいチャットを開始する
- チャット、チャネル、会議の新しいホワイトボード

2022 年 1 月

- Teams on the web の背景効果の変更

2022 年 2 月

- チャットにメッセージをピン留めする
- 一度に表示されるメッセージの数を変更する
- ビデオのミラーリングをオフにする

4 変化点②目的がないコミュニケーションの実施頻度

2 章で述べた「コロナ禍でテレワークが普及したことによる変化」に対して発生した課題と課題への対応をまとめる。

4.1 インフォーマルコミュニケーション実施頻度の低下

偶然に出会ったことによるコミュニケーションや日常的な会話を必然的に起こす取り組みを各社で実施している。

4.1.1 インフォーマルコミュニケーションを実現する各社の取り組み

1. 日本ユニシス株式会社の取り組み

日本ユニシスでは、新事業を生み出す人財の育成という観点で従業員が自律的にチャレンジしていける「場」づくりを進めている。この取り組みは、職種や組織を超えて従業員同士がつながる場にもなっている。

日本ユニシスの例①「Morning Challenge」

イノベーション創出に関するトレンドや新しい取り組みについて、階層や職域をこえて交流しながら、共感する場

日本ユニシスの例②「Next Principal」

新規事業創出にチャレンジする場

日本ユニシスの例③「エンジェル人財の育成」

シリコンバレーのエンジェル投資家をモデルに、モノやコト、人をつなぎ合わせて新たなビジネスエコシステムを創出する人財の輩出を目指す場

日本ユニシスの例④「アイデアソン&ハッカソン

社会課題解決をテーマとする新しいサービスやビジネスのアイデアを考え、短期間でプロトタイプつくり、ワクワクしながら協創するコンテスト

2.　株式会社 SHIFT の取り組み

株式会社 SHIFT では、インフォーマルコミュニケーションを実現するために以下の取り組みを実施している。

① 社長自らラジオ

毎週金曜日の昼休みに、社長自らラジオでゲストとの対談や社内優秀者の発表を行っている。

社内優秀者の発表は、従業員のモチベーション向上につながっている。

② 雑談機会の設定

テレワークでも業務の可視化ができるよう、各チームでの朝会・夕会を義務付けている。この朝会・夕会にて議題の後に残って雑談ができる機会を設けている。

③ リモート懇親会の実施

コロナ以前は四半期に一度リアル接点で懇親会を実施していた。コロナ禍になりリアルでは実施できないものの、四半期に一度リモートでの懇親会を開催している。

4.1.2 インフォーマルコミュニケーションを技術の力で発生させる

テレワークの普及により、オフィス勤務時の休憩時間や離席時に発生していた「偶然に出会う」という機会が激減し、従業員は人とのつながりの大切さを再認識している。

テレワークによって場所を選ばずに業務に従事でき、かつ人とのつながりを保つことができないか。この問いに対する答えは「メタバース」ではないだろうか。

事実マイクロソフト社では 2022 年度に「Mesh for Microsoft Teams」を提供する予定である。

出典：Mesh for Microsoft Teams が目指す、「メタバース」空間でのより楽しく、よりパーソナルなコラボレーション

https://news.microsoft.com/ja-jp/2021/11/04/211104-mesh-for-microsoft-teams/

ただし、メタバース（仮想空間上）の発言がリアルでの発言と同じになるとは限らないと考える。当然、人間には感情がある。リアルでは相手の表情やしぐさを感じることができるうえ自身の体裁もあり、これによって発言内容が変得ることがある。メタバースで名前を公表しなければ、人間関係を無視した発言が容易にできる。

そのため、ビジネスの現場においてメタバースを活用する場合は、名前の公開はもちろんのこと、表情や態度などがアバターでどこまで表現できるかが課題ではないだろうか。

インフォーマルコミュニケーションは相手に自分をさらけ出すことから始まる。メタバースでどこまで自分をさらけ出せるのだろうか。

5 変化点③従業員の業務量格差

2 章で述べた「コロナ禍でテレワークが普及したことによる変化」に対して発生した課題と課題への対応をまとめる。

5.1 業務時間/業務量/業務効率性の変化による“忙しい従業員”と“暇な従業員”の二極化

5.1.1 従業員の二極化を防ぐ各社の取り組み

株式会社 SHIFT では、テレワークでも業務の可視化ができるよう、従業員（パートナー含む）作業日報を義務付けた。さらにこの作業日報は誰でも参照可能となっている。

この作業日報により、従業員は「サボる」ことができず、テレワークの方がコロナ以前に比べて作業が増えている。

また各チームで朝会・夕会も義務付けており、従業員個人やチームの課題、課題に対する軌道修正もできるようになっている。

さらにコロナ以前では半期に一度実施していた目標面談も月に 1 度、個別面談を実施することで目標の修正ができ、従業員のモチベーション維持に寄与している。

5.1.2 価値と使用価値

共産主義というかマルクスの資本論では、価値と使用価値という概念が出てくる。
前者はいわゆる値段で、後者は本質的な価値である。

例えば軽自動車とフェラーリは、使用価値という点では、どこかに移動する、荷物を運ぶ　などほとんど変わらないのに、価値（値段）は１０倍以上ちがう。

この価値をもとめる（自己所有しようとする）のが資本主義で、資本主義の世界では、価値をたかめるために、人はどんどん「よく考えたらどうでもいい仕事」に忙殺されていく。

だから価値に振り回されるのはやめよう、といったのが資本論であり共産主義だ。
資本論では「イノベーション」についても否定的である。

現在の欧州の民主主義は実は資本論（共産主義）の影響を非常に強く受けていて、非人間的な「働かせ方改革」が進まぬよう様々な安全弁が設けられている。

また市民の共有財産（英語では common）を増やすことで、価値の暴走を食い止めるというのも資本論から来ていることで、現在の英国にもなんちゃらコモンという場所（公園や緑地帯）がたくさんある。

日本でも「労働組合」という団体が実は、労働者の生活を守り向上させることに非常に大きな役割を果たしたわけですが、いつの間にやら忘れ去れていて、「組合費を払いたくないから組合などいらん」という世間知らずが増えている。

ほんとは中小企業・零細企業こそ組合が必要だと思いますが、組合に守られているのは老舗の大企業従業員だけというまんがみたいなことになっている。

かくして価値が暴走し、ブルシットジョブがどんどん増えている。働けど働けど。。。の世界。

チャットやら WEB 会議やらは一見、省力化とか効率化ということで、人々をブルシットジョブから解放しているように見えるけれど、ほんとにそうだろうか？

ブルショットジョブは、残念ながら現代社会、特にホワイトカラーには、はびこっていると思う。

Input - Process - Output で考えると一目瞭然だ。

Output の無い仕事（仕事と言えるかどうかも不明なこと）に膨大な時間をかける。

ひたすら Input するだけならまだしも、Process に該当する部分がない。

一見無駄に見える Input も、いつか使われる Output のために重要な場合も多い。

しかし、そんな Input すらしない。

Output するのか？と思うと、なんのメリットもない無駄な話をただ延々と述べる・書く。これではコミュニケーションは成立しない。

流暢な会話・見事な文章を Output しているようだが、中身がない。そのため、コミュニケーションとしてみると成立しない。つまり、仕事の使用価値ではなく、「自分の価値」を高く見せようとする Output だらけだ。

こんな無駄な仕事をして、「時間がない・忙しい」と言う人が多い気がする。

6 まとめ

6.1 ビジネスコミュニケーション手段の変化

テレワークの実施によって急速に発展したビジネスコミュニケーションの手段は目的に応じて使い分けることを提言する。

［オンライン（顔出し）会議］

① 相手の反応や感情を推し量る必要がある場合
② 議論する必要がある場合

［オンライン（音声のみ）会議］

① 制約上顔出しのオンライン会議がどうしてもできない場合

［チャット］

① 相手の反応を促す場合
② 消えてもよい一時的な情報のみを取り扱う場合

［メール］

① 記録として残す場合

6.2 「対面コミュニケーション」から「テキストコミュニケーション」へ変化

物事の本質をできる限り誠実に、（自分にとって）不利な事実やどうでもいい事実も、伝える。それが信用の源泉になる。対面コミュニケーションでもテキストコミュニケーションでも正しく伝えることができるか。これはその人が本質を正しく理解していることができているかどうかがわかる。（=その人の Net の能力がわかる）

聞く側は、本質を理解していない漠然とした情報だけで理解した気になるのではなく、相手が本質を理解しているか正しく判断し相手の能力を見極める必要がある。

6.3 インフォーマルコミュニケーション実施頻度の低下

6.3.1 出社なのか在宅なのか

ノンバーバルなコミュニケーションである対面会話をいつでも気軽にできるのが出社による勤務だと思う。

（生産性云々の話をしだすと、生産性とはなにか・・・と話が広がるのでここでは言及しない）

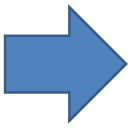
従って、「仕事の場は真剣勝負の場なんだから、気軽な会話は不要・もしくは重要視しない」という人であれば、在宅勤務であっても何ら問題ないだろう。

個人的には、個人の仕事に集中したいときは在宅勤務、クリエイティブな仕事やチームで協業するような、他社の意見を聞きながら仕事をしたいときには、気楽な会話からディープな会話までを、その時の状況に応じて使い分けられる出社勤務をと、ハイブリッドな勤務形態がベストではないかと考える。

6.3.2 実施頻度の低下は「言い訳」

インフォーマルコミュニケーションの実施頻度が低下したことによる以下のデメリットは、必然的にインフォーマルコミュニケーションを起こすことによって補うことができると考える。

- 「他者の経験」を得ることができない
- 「他者の共感」を得ることができない
- 従業員同士の人間関係構築が困難になる
- ストレス発散ができない
- モチベーション維持が困難になる
- 帰属意識が低下する



機会と場を提供すれば良い

6.4 業務時間/業務量/業務効率性の変化による“忙しい従業員”と“暇な従業員”の二極化

暇な従業員だから「仕事ができない」、忙しい従業員だから「仕事ができる」ではなく、仕事の使用価値を Output できているか。そしてその Output をいかに効率よく作成できるか。これらを正当に評価するような社会に変化していく必要があると考える。

効率よく作成した結果得た時間（=暇ではない）を自己研鑽などに使うことができ、個人としての使用価値を向上させることができる。

このような時間を上手に活用できる“忙しい従業員”になるためには仕事の目的を明確にし、物事の本質を正しく理解したうえで取捨選択をすることが重要である。

7　コロナ後のビジネスコミュニケーションの変化

コロナ禍の勤務形態は、新型コロナウイルス感染症拡大予防が目的であった。しかし、コロナ後の勤務形態は、個々人の人生を豊かにすることが目的になるのではないか。

新型コロナウイルスの感染拡大により、ビジネスの現場ではテレワークが強いられた結果、勤務形態だけではなくコミュニケーション手段も劇的に変化した。そして変化した手段を私たちは活用できるようになっている。

コロナウイルス終息後は、以前のようなオフィスのみに戻ることは無いと考える。多様な働き方を様々な手段を活用して実現できるのではないか。

私たちはテレワークによって、通勤に使っていた時間を仕事のため・私生活のために活用できるようになった。ただ一方でコミュニケーションが困難になることもあった。

今後は自身にあった働き方を、業務都合や自身の人生のために「選ぶことができる」ということが重要と考える。

働き方を選び、働き方にあった手段を選び技術で解決する。これにより得た場所と時間によって人生を豊かにするための活動に割き、個人としての使用価値を高めることが重要である。

以上