

2022年1月26日

各 位

コロナで進んだ出張のWeb会議への代替

株式会社いよぎん地域経済研究センター（略称IRC、社長 重松 栄治）では、このたび県内企業の出張の動向や出張のWeb会議への代替などに関する調査結果を取りまとめましたので、その概要をお知らせします。

なお、詳細は2022年2月1日発行の「IRC Monthly」2022年2月号に掲載予定です。

記

【調査概要】

- ・ 2021年の出張回数について尋ねたところ、コロナ前（19年以前）に比べ「減少した」とする企業は9割に上る。従業員規模や業種に関わらずほとんどの企業で出張は減少している。
- ・ 2021年の出張に係る経費は、コロナ前（19年以前）に比べ減少した企業が9割以上を占める。「7～9割程度減少した」は35.7%、「出張に係る経費はほぼゼロになった」は15.1%で、約半数の企業で出張経費が大幅に減少したか、ゼロとなった。
- ・ 出張のWeb会議への置き換わり状況は、「Web会議を活用していない」は14.3%で、8割超の企業が置き換わったとしている。
- ・ Web会議の利点は、コストや時間の節約といった回答が多い一方、問題点としては「相手の反応がわかりづらい」、「相手にこちらの意図が伝わりづらい」といった意思疎通の図りづらさが挙げられた。
- ・ コロナ収束後に出張の頻度がどうなるか尋ねたところ、「コロナ前の水準に戻る」は17%で、8割超の企業がコロナ前には戻らないとした。
- ・ コロナ収束後も、コストや時間を節約できるWeb会議は活用機会が増え続けるだろうが、活用の限界を指摘する声も多く聞かれた。今後はWeb会議の利点を生かしながら、必要な場面では出張を行うなどして、うまく使い分けていくことが重要となろう。

以 上

【本件に関するお問い合わせ】 株式会社いよぎん地域経済研究センター（担当：渡辺） TEL (089) 931-9705

はじめに

国内で新型コロナウイルスの感染が確認されてから約2年が経過した。対面での接触などが制約されるなか、オンライン活用が進展し、Web会議システムによる会議や営業活動は必要不可欠なものとなりつつある。

こうしたなか、県内企業を対象に出張の動向や出張のWeb会議への代替などに関するアンケートを実施した。アンケートの概要は以下の通り。

調査実施内容	
調査対象	愛媛県内に事業所をおく法人 807社
調査方法	郵送によるアンケート方式
調査時期	2021年11月上旬～12月上旬
回答状況	有効回答企業 381社 有効回答率 47.2%

※本稿では出張を「宿泊の有無を問わず、営業活動や社内外の会議・会合への出席、情報収集などを目的とした長距離移動（目安は片道100km以上）を伴う出張」と定義した。なお、現場作業や輸送・配送のための長距離移動は除く。

1. 2021年の出張の動向

(1) 出張回数

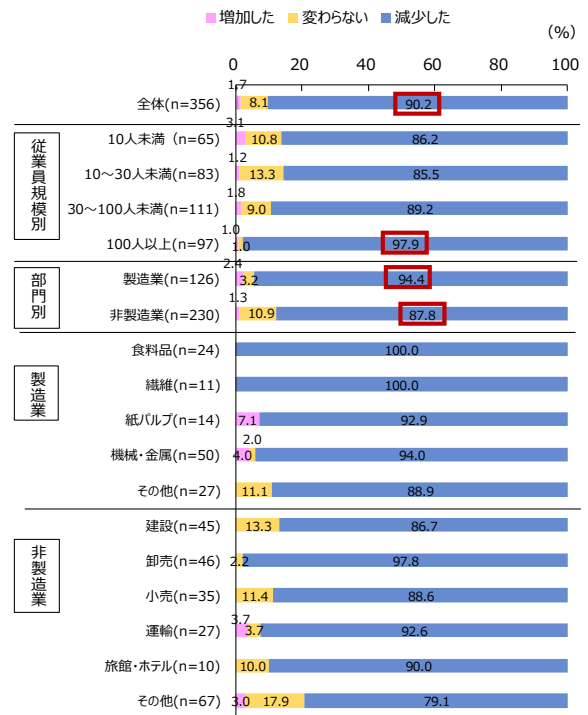
2021年の出張回数について尋ねたところ、コロナ前（19年以前）に比べ「減少した」とする企業は9割に上る（図表－1）。

従業員規模別では、「減少した」の割合は「100人以上」が97.9%と最も高かった。

部門別に出張の頻度をみると、「減少した」とする割合は「製造業」が94.4%、「非製造業」の87.8%となった。

従業員規模や業種に関わらず、ほとんどの企業で出張は減少している。

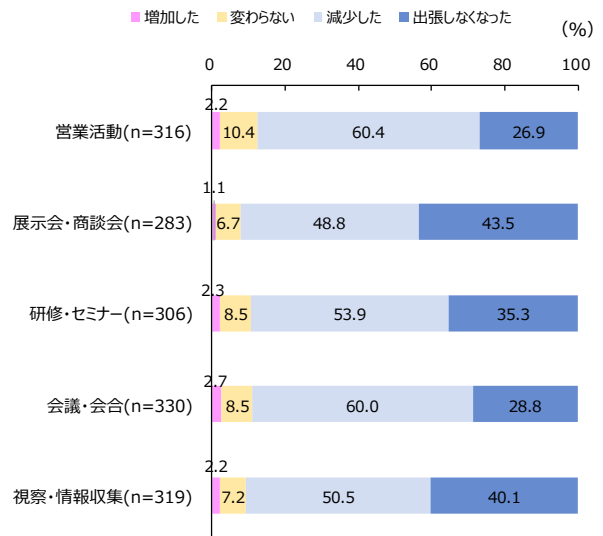
図表－1 出張回数の変化（コロナ前との比較）



(2) 目的別の出張回数

目的別に出張の回数をみると、いずれの出張目的でも「減少した」と「出張しなくなった」の合計が8割を超えた（図表－2）。

図表－2 目的別の出張回数の変化（コロナ前との比較）



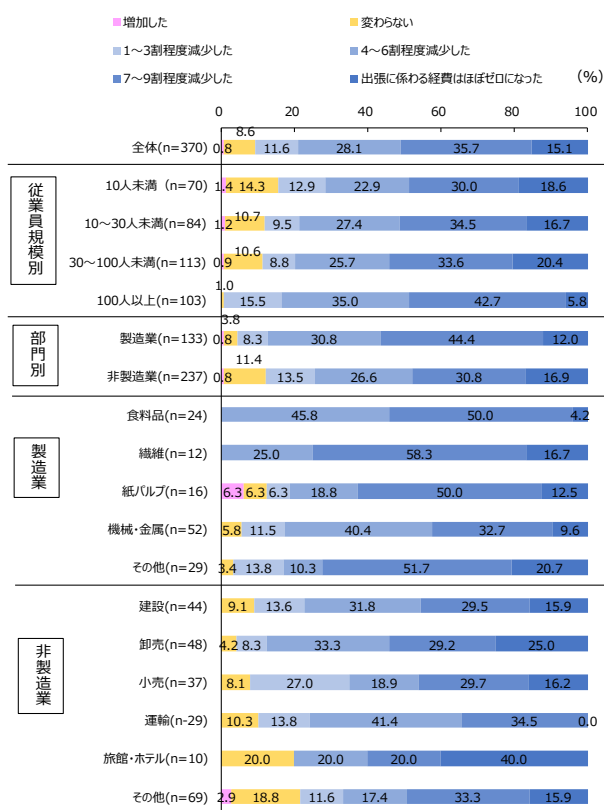
「営業活動」や「会議・会合」を目的とする出張について、企業からは、「用件を伝えるだけの打合せや社内的な会議などはWeb会議で代替して

いる」といった意見が聞かれた。一方で、「顧客との関係構築や踏み込んだ議論を行うにはある程度出張が必要」などの声もあり、場面に応じて出張する必要があるようだ。

(3) 出張の経費

2021年の出張に係る経費は、コロナ前（19年以前）に比べ減少した企業が9割以上を占める（図表-3）。「7～9割程度減少した」は35.7%、「出張に係る経費はほぼゼロになった」は15.1%で、約半数の企業で出張経費が大幅に減少したか、ゼロとなった。

図表-3 出張の経費（コロナ前との比較）



2. Web会議の運用状況

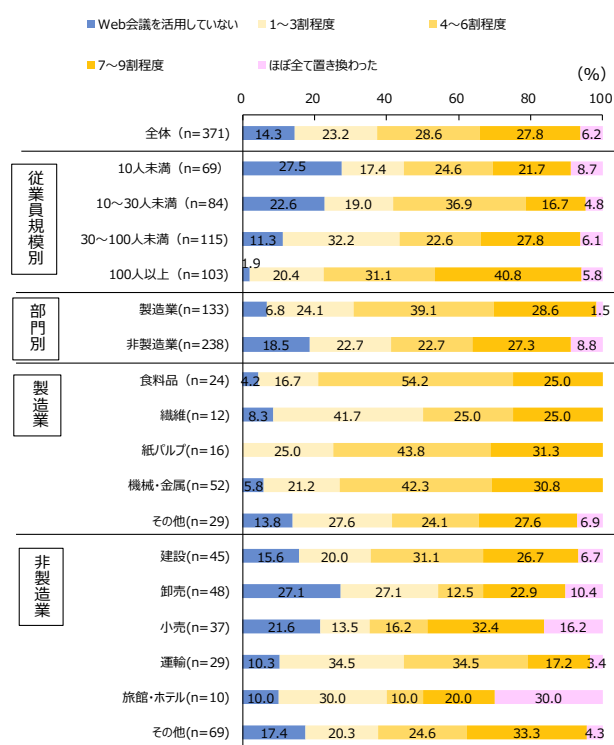
(1) Web会議への置き換わり状況

出張のWeb会議への置き換わり状況は、「Web会議を活用していない」は14.3%で、8割超の企業が置き換わったとしている（図表-4）。

従業員規模別では、「100人以上」ではほとんどの企業がWeb会議を活用している。従業員規模が大きい企業は、拠点数も多く、社内会議などでWeb会議を活用する機会が多いとみられる。

業種別にみると、「卸売」や「小売」で「Web会議を活用していない」が2割を超えた。「綿密な打ち合わせが必要な業務が少ない」、「バイヤーの多くは対面で買い付けにくる」といった理由でWeb会議を活用していない企業がみられた。

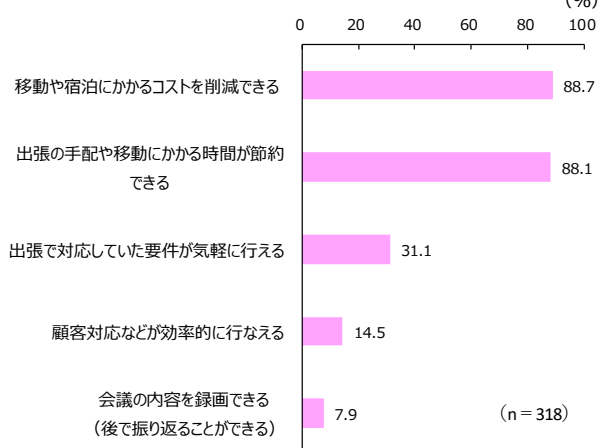
図表-4 Web会議への置き換わり状況



(2) Web会議の利点

Web会議を活用している企業に、Web会議の利点を尋ねたところ、「移動や宿泊にかかるコストを削減できる」が88.7%と最多で、次いで「出張の手配や移動にかかる時間が節約できる」（88.1%）となった（図表-5）。コストや時間の節約といった点にメリットを感じる企業が多い。

図表－5 Web会議の利点（複数回答） (%)



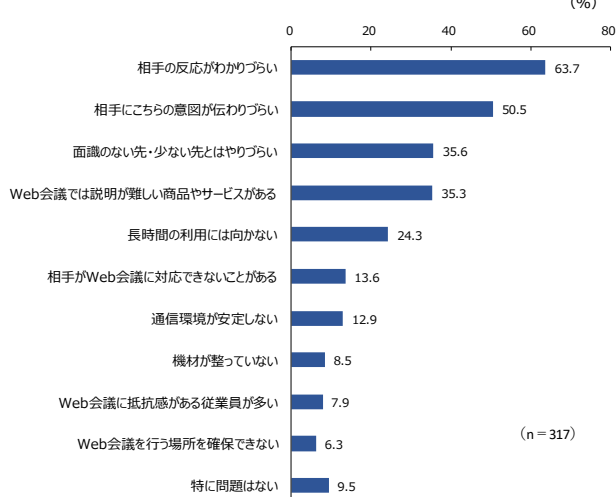
(3) Web会議の問題点

Web会議の問題点は、「相手の反応がわかりづらい」が63.7%と最も多く、「相手にこちらの意図が伝わりづらい」(50.5%)、「面識のない先・少ない先とはやりづらい」(35.6%)が続いた(図表－6)。

企業へのヒアリングでは、「相手に話がどの程度伝わっているのかわかりづらい」、「何度かWeb会議を重ねていたが、相手との認識にズレがあり、打合せに支障が生じたことがある」といった声が聞かれた。

一方、「通信環境が安定しない」(12.9%)、「機材が整っていない」(8.5%)などWeb会議を行う環境やハード面を問題視する割合は比較的少なかった。

図表－6 Web会議の問題点（複数回答） (%)

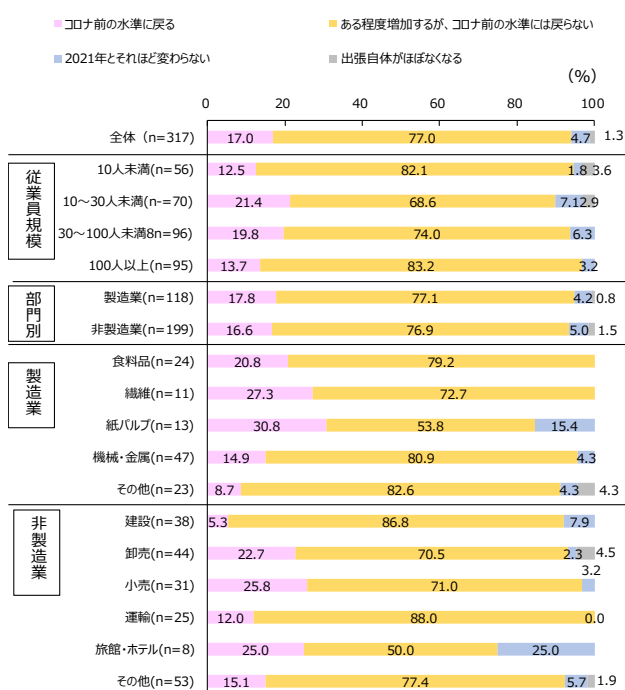


3. コロナ収束後の出張の頻度

2021年の出張回数がコロナ前に比べ「減少した」と回答した企業に、コロナ収束後に出張の頻度がどうなるか尋ねた。「コロナ前の水準に戻る」は17%で、8割超の企業がコロナ前には戻らないとした(図表－7)。

従業員規模や業種によって回答に違いはみられるものの、コロナをきっかけに多くの企業で出張に対する考え方が変わったといえる。

図表－7 コロナ収束後の出張の頻度



おわりに

新型コロナは社会的にも経済的にも甚大な影響を及ぼしたが、業務のオンライン化を進展させるきっかけとなった。アンケート結果からも多くの企業で出張が減少した代わりに、Web会議の活用が広がったことがわかった。

コロナ収束後も、コストや時間を節約できるWeb会議は活用機会が増え続けるだろうが、その限界を指摘する声も多く聞かれた。今後はWeb会議の利点を生かしながら、必要な場面では出張を行うなどして、うまく使い分けていくことが重要となろう。(渡辺 勇記)