

ハイブリッドワーク環境の働き方意識調査& 日本と海外のトレンド比較 結果発表

働き手の90%が「燃え尽き症候」の兆し、57%が2022年の転職を検討
新入社員含む従業員の5月病を回避し、モチベーションを向上させる10のTIPSを公開

コロナ禍により社会環境は大きく変化し、日本でも多くの企業がテレワークとオフィス出社という「ハイブリッド」かつ持続可能なワークスタイルの模索を始めています。これからの社会で、どのような組織が従業員に愛され、顧客に愛され、成長し続けられるのか。私たちHubSpotも、これまでに増して試行錯誤しながら前進しています。

HubSpotでは、持続可能な新しい働き方に向き合い、そのあり方を模索するため、ハイブリッドワークの課題、利点、働き手の意識について、日本を含む8カ国において、合計4,000人以上のビジネスパーソンを対象とした調査を行いました。このレターでは、この「ハイブリッドワークレポート」の調査結果をお伝えします。

調査結果ハイライト

- ワークライフバランスに課題。オンオフ切り替えの難しさから、**回答者の90%が”バーンアウト(燃え尽き症候群)”の兆しを感じ、57%が2022年に転職を検討する可能性がある**。コロナ禍における「ワークライフバランスの向上」を感じている割合が**日本は8カ国中最も低い**。
- ミーティングや電話の増加が仕事への集中を妨げており**「会議疲れ」の状態であると70%が回答**。ツールの導入だけでなく、ハイブリッド環境下の**コミュニケーション運用方針を定める**ことは長期的な生産性の向上には必要。
- マネージャーはメンバーとのコミュニケーションが課題。日本のマネジメント層で「コミュニケーションの不足が最大の懸念事項」と回答した割合は**61%にのぼり、8カ国中最も高い**。
- 企業カルチャーで最も重要視することは**「ワークライフバランス」の回答が47%で最多**。一方、**リモートワーカーとオフィスワーカーには従業員体験の差があり、ではキャリアの成功に差が出る**と感じている従業員は40%。ワークライフバランスを重視しながらも「公平性」のある制度や文化が求められている。

調査結果サマリー① ハイブリッドワークとメンタルヘルス

【世界の傾向】

多くの従業員にとって、仕事とプライベートの切り替えが困難になっていることが、燃え尽き症候群やストレスの原因となっています。本調査の回答者の90%が、ハイブリッドワークの環境下で「バーンアウト(燃え尽き症候群)」の兆しを感じる」と回答しました。

さらに、回答者の75%は、会社からのサポート不足や過剰労働は転職意向が高まる要因になる、と回答し、回答者の57%が疲弊感を理由に、2022年に転職を検討する可能性がある」と回答しました。

オンオフの切り替えが困難になった事例として、

- リモートワークで通勤時間がなくなり、その時間を仕事時間に当てるようになったと26%が回答
- 子育てや介護をしながら自宅で働く人の60%が常に「オン」でいるプレッシャーを感じているなどの回答が見られました。

【日本と海外の比較】

コロナ禍でワークライフバランスの改善を感じる割合の国ごとの比較では、日本は8カ国中最下位。一位のイギリスと20ptの差がついています。

「この一年間でワークライフバランスが改善された」

米国	英国	カナダ	オーストラリア	ドイツ	フランス	アイルランド	日本
36%	42%	34%	40%	35%	27%	41%	22%

ポイント

ワークライフバランスを優先させることは、従業員が持続可能な形で働ける職場を構築する上で、これまで以上に重要です。従業員が心からリラックスできる機会を提供し、メンタルヘルスとキャリア開発への投資を行うなどの統合的なアクションが必要です。

調査結果サマリー② 「会議疲れ、生産性の課題」

【世界の傾向】

ハイブリッド環境下での会議や電話の増加が、仕事への集中を妨げている、いわゆる「会議疲れ」があると70%が回答しています。また58%の従業員は「参加した会議の半分がメールで済んだ内容だった」と答えました。

【日本と海外の比較】

ハイブリッド環境下のコミュニケーションガイドラインが整っている、と回答した従業員の割合が日本は最も低く、22%。他国と20pt以上の差がついています。

「私の会社ではハイブリッドワーク環境でのコミュニケーションに関する適切なガイドラインや期待値を設定している」

米国	英国	カナダ	オーストラリア	ドイツ	フランス	アイルランド	日本
43%	44%	43%	45%	34%	43%	42%	22%

ポイント

従業員が最高のパフォーマンスをするためには、コミュニケーションツールやCRMなどのシステム導入は有効な手段と考えられますが、ツールの導入だけでは不十分です。ツールをどのように上手く使うか、どのようなコミュニケーションを推奨しているか、ガイドラインや方針の設計が必要です。

調査結果サマリー③ 「マネジメント層の課題」

【日本と海外の比較】

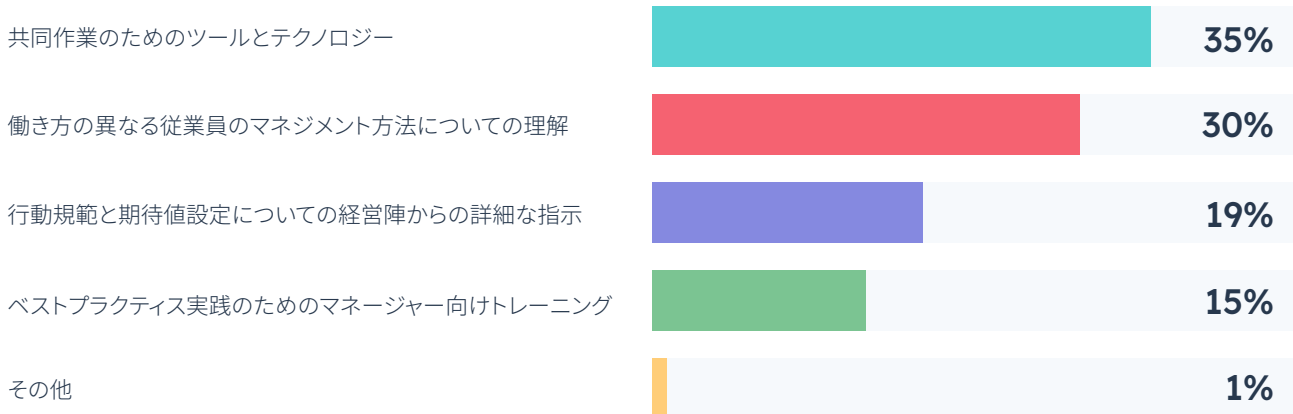
ハイブリッド環境下では、チームマネジメントがより困難になります。「コミュニケーションの課題が最大の懸念事項」と回答するマネージャーの割合は、日本が最多で61%にものぼりました。

米国	英国	カナダ	オーストラリア	ドイツ	フランス	アイルランド	日本
36%	39%	42%	46%	39%	39%	48%	61%

【世界の傾向】

ハイブリッド環境下でのマネジメント向上には「ツールやテクノロジー」が有効と回答したマネージャーが35%で最多となり、新しいコミュニケーションの手段を模索する姿勢が見られました。

ハイブリッドワーク環境でのマネジメントスキルを向上させるには何が必要ですか？



ポイント

ハイブリッド環境下で勤務地や勤務形態が異なるチームを率いるには、各メンバーの環境に応じたニーズを汲み取り、それに合わせたコミュニケーションが必要となります。企業として、適切なツールの導入、マネージャーへのトレーニングの強化などのサポートが成功への近道となります。

調査結果サマリー④ 「ハイブリッド環境に必要な企業文化」

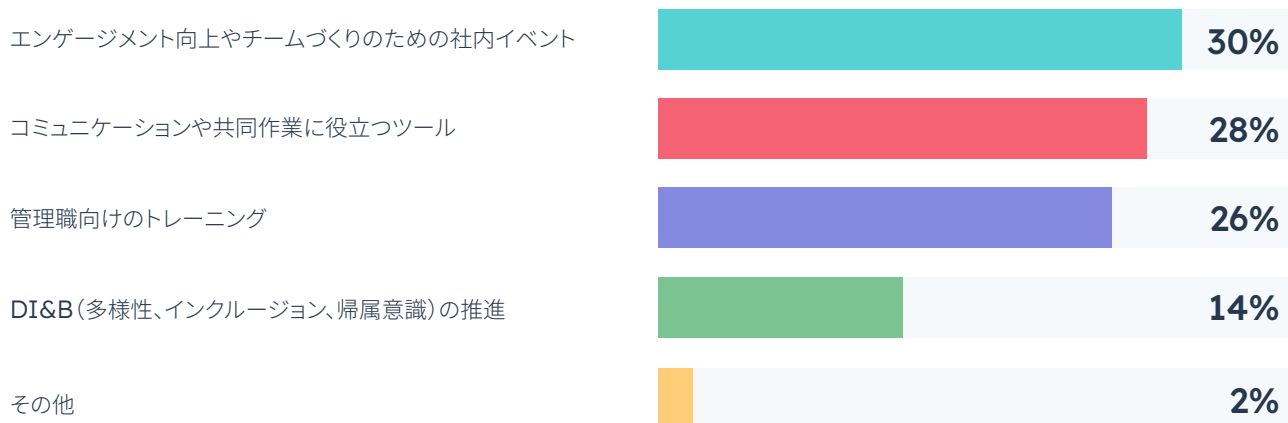
企業文化をバーチャルで表現することは、困難ではありますが、非常に重要です。

47%の回答者が、企業文化の中で一番重要視することは「ワークライフバランス」を挙げました。

オフィスワーカーとリモートワーカーの体験の違いが、キャリアの成功に違いがあると考えているハイブリッドワーカーは40%。働く形態による体験の不平等性が課題感としてあげられました。

従業員が自分らしい働き方を実施できることと合わせて、「平等」な従業員体験を提供できる企業側の工夫やアクションが求められています。例えば、30%を超える従業員は、「匿名のフィードバックをする機会を与えられると、企業側からサポートされていると感じる、組織への帰属感につながる」と回答しています。

強固な企業文化を築くために、会社はどの領域に力を入れるべきだと思いますか？



※本調査から得られたその他のデータ、レポートはこちらのページをご覧ください <https://blog.hubspot.jp/2022-hybrid-work-report>

従業員のモチベーションと生産性向上のための10の取り組み

HubSpotでは、自分の生活に合わせて仕事ができる柔軟性を重視しています。2021年より、従業員が3つのワークスタイル(@home、@flex、@office)から自分に合ったものを選択できる制度を導入しました。

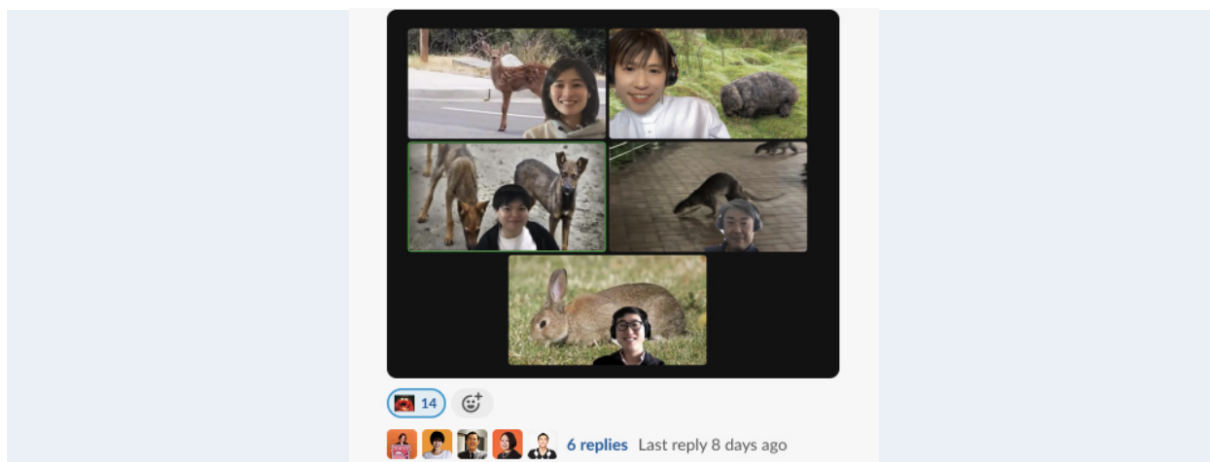
本制度の導入に合わせて、昨年からはHubSpotで展開しているハイブリッド環境下における従業員のモチベーションと生産性の向上のための具体的な10の施策をご紹介します。

カテゴリ	施策	施策内容
メンタルケア、燃え尽き症候群の回避	①メンタルヘルス向上の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ● 福利厚生として、コーチング、セラピー、メンタルヘルスなどを導入 ● メンタルヘルス、ウェルビーイング、レジリエンスに関するワークショップの開催 ● 社内会議を行わないノーミーティングデー（金曜）の設定 ● 「グローバル斉休業週」の設定
	②匿名アンケートの実施	<ul style="list-style-type: none"> ● 四半期に一度、eNPSを実施、組織に対する要望や意見を匿名でフィードバックできる機会を設定。
新入社員の受け入れ、マネジメント	③ハイブリッド環境下に適したオンボーディングコンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> ● 空き時間に自分の好きな時間に勉強できる非同期で行うオンボーディングコンテンツを増設 ● コミュニケーションツールの使い方やコミュニケーションシーンのケーススタディなどのコミュニケーションにまつわる研修の増設
	④成功を定義するガイドラインの設計	<p>「Guess work」を減らすためのガイドラインやミーティングの設定</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新入社員一人一人にカスタマイズされた「100 day plan」が設計され、100日で達成したいことや目指す状態言語化する ● 「やらないこと会議」の実施。やるべきことを決めるだけでなく、やらないことをチーム内ですり合わせて言語化することで、仕事の優先順位と共通した取捨選択を可能にする
	⑤勤務地と評価制度	<ul style="list-style-type: none"> ● 勤務体系を問わず平等な評価を受けられる制度設計の検討と導入。出社が必要な職種を定義し、その職種以外の勤務体系（リモート、ハイブリッド、出社）は従業員が自由に選択できる。マネージャーはチームを場所に関係なく一つのユニットとして捉えるトレーニングを受ける。勤務地と昇進の関係性をデータで追跡し、歪みが起きていないかを観測する。
企業カルチャー、交流の促進	⑥MESHITOMOの実施 → 次頁Pick Up に詳細	<ul style="list-style-type: none"> ● 偶然性のある出会いの機会を作るため、ランダムに選出された従業員同士のグループでランチの機会を設定し、会社がランチ代を負担する。
	⑦AMA (AskMe Anything) セッションの実施	<ul style="list-style-type: none"> ● 会社の方針や、新プロダクトや新プロジェクトについて、リーダーに全従業員からなんでも質問できる機会を定期的に設定。情報格差をなくす施策。
	⑧全社イベントの設計の工夫	<ul style="list-style-type: none"> ● オフラインで実施していた飲み会をオンラインで実施するのではなく、オンラインでしか体験できないコンテンツを提供する <ul style="list-style-type: none"> ● アーティストを講師に招いたアート教室 ● 家族で参加可能な、ミュージシャンの講師が運営する歌のワークショップ ● NetflixのCMOとHubSpotのビジネスリーダーによる対談コンテンツ
社内コミュニケーション、生産性	⑨ツールの導入	<ul style="list-style-type: none"> ● CRMを使った情報連携と共有 ● AsanaやSlackなどコミュニケーションツールの導入
	⑩コミュニケーションガイドラインの作成	<ul style="list-style-type: none"> ● 数多くのコミュニケーションチャネルの適切な使い方や、メールとオンラインミーティングの使い分けなど、ハイブリッド環境下での気持ちの良いコミュニケーションをするためのTIPSを共有するガイドラインを策定

Pick Up 「MESHITOMO」

偶然性のある出会いの機会を作るため、ランダムに選出された従業員同士のグループでランチの機会を設定し、ランチ代を会社が支給しています。MESHITOMO参加者は参加者全員の共通点を探して社内slackで共有することで、社内のカジュアルなコミュニケーションを促すことにも寄与しています。

HubSpot代表の廣田も含めたある日のMESHITOMOグループ、見つかった共通点は「**珍しい野生動物に遭遇したことがある**」



HubSpot Japan 代表 廣田 達樹のコメント



ハイブリット環境下での組織づくりに、私どもHubSpotを含む多くの企業が挑戦を繰り返しています。企業が従業員を惹きつけ、成長し続けるためには、これまでに機能していた制度や文化を改めて見直していく必要があります。

ハイブリッド環境下で、従業員が心身ともに健康で安心して働ける職場を実現するには、コロナ禍以前に会社で行っていた活動を単純にオンラインに置き換えるだけでは不十分です。どんな勤務スタイルを選んだとしても、企業文化や企業に属するメリット、キャリアの成功を公平に感じられる体験を提供することが求められます。

HubSpotでは、上述した10の取り組みをはじめ、さまざまな施策を通じた従業員体験の向上に取り組んでいます。これらの施策は、経営、リーダー陣からの働きかけと、従業員からのフィードバックや提案の、両方のアプローチで生まれてきたものです。例えば、匿名の従業員アンケートの意見をもとに、グローバル全社が1週間休みを取る「グローバル斉休業週」を設定しました。従業員からのフィードバックを発信しやすい仕組みを作り、出てきた意見をもとに、柔軟に体制を作り替えています。

未来は不透明な状況ですが、各企業が従業員と向き合いながら最高の環境に辿り着くには、試行錯誤しながら進んでいくことが重要です。共に新しい働き方への挑戦を続け、社会全体の持続可能な進化を実現しましょう。本レポートが、皆様が新しい組織づくりを考えるきっかけとなれば幸いです。

【HubSpot Japan株式会社について】

HubSpotは、「使いやすさ」と「高度な機能」を両立させた製品とサービスで企業の成長を支援するクラウド型のCRM（顧客関係管理）プラットフォームを提供しています。HubSpotのCRMプラットフォームにはマーケティング、営業、カスタマーサービス、オペレーション、ウェブサイト管理などの製品が含まれており、顧客を惹きつけ、信頼関係を築き、顧客満足度を高めることで自社も成長していく「インバウンド」の思想の実践を支援します。企業の各成長フェーズのニーズに合わせて柔軟に拡張することが可能で、現在世界120カ国以上で135,000社以上に導入されています。

【会社概要】

会社名	HubSpot Japan株式会社 (※日本語表記が必要な際は「ハブスポット・ジャパン株式会社」とご記載ください)
代表者	廣田 達樹 (カントリーマネージャー)
設立	2016年2月
営業開始	2016年7月
資本金	500万円
所在地	東京都千代田区大手町2-2-1 新大手町ビルディング9F
事業内容	CRMプラットフォームの開発、販売、および関連サービスの提供
本社	HubSpot, Inc. (米国マサチューセッツ州ケンブリッジ) ニューヨーク証券取引所上場 (ティッカー: HUBS) 代表者 ヤミニ・ランガン (CEO)
従業員数	全世界 5,900名
企業サイト	https://www.hubspot.jp/company-information

本件に関するお問い合わせ先

HubSpot Japan株式会社 PRチーム

pr-japan@hubspot.com 03-6899-2248 (土井、浅井)

HubSpot PRチーム、2名体制になりました



土井 早春 Saharu Doi

PRマネージャー
趣味は韓国ドラマ鑑賞
特技はピアノ



浅井 有美 Arimi Asai

PR
趣味は焚き火とワイン
特技は魚をさばくこと