

経営者JP総研 エグゼクティブ・ウォッチ

エグゼクティブの「ウィズ・コロナの人脈づくり」についての調査

- 電話やメールはもう古い!? コロナ禍で人脈作りに利用するSNSは「Facebook」と「LinkedIn」
経営者・幹部層は「71.4%がFacebook」、課長・部長クラスは「69.2%がLinkedIn」を利用
 - コロナ禍で人脈作りが「やりにくくなった」と感じている人は全体の「53.8%」
 - 40代、50代の「55.2%」が、人脈作りに「オンラインサロン」を利用してみたい

エグゼクティブ向けの転職・キャリア支援サービスを展開する株式会社 経営者JP（本社：東京都渋谷区 代表取締役社長・CEO 井上和幸）は、日ごろお付き合いのあるエグゼクティブ男女約2,000名（有効回答数93名）を対象に、「ウィズ・コロナの人脈づくり」事情について調査いたしました。

<主な調査結果>

- ▶エグゼクティブはFacebook派、課長部長クラスはLinkedIn派。コロナ禍で経営者・幹部層が人脈作りで使うSNSはFacebookが「71.4%」、課長・部長クラスはLinkedInで「69.2%」が利用しているという結果に。
- ▶コロナ禍で人脈作りが「やりにくくなった」と感じている人は全体の「53.8%」。
- ▶人脈作りの目的は「69.6%」が「友人ネットワーク形成」のため。
- ▶オンラインに慣れ、メリットを感じつつも、人脈作りは「対面派」が「71.9%」という結果に。
- ▶40代、50代の「55.2%」が、ウィズコロナ時代の人脈作りに「オンラインサロン」を利用してみたい。

コロナ禍で会いたい人に思うように会えない状況が続いています。そんな中、エグゼクティブはどのように人脈作りをされているのでしょうか。このたび経営者JPでは、エグゼクティブの「ウィズコロナの人脈づくり」事情をリサーチいたしました。

- ▶コロナ禍で経営者・幹部層が人脈作りで使うSNSは「Facebook」が最も多く「71.4%」。一方、課長・部長クラスは「LinkedIn」が多く「69.2%」という結果になりました。エグゼクティブはFacebook派、課長部長クラスはLinkedIn派ということがわかります。
- ▶この1年のコロナ禍で人脈作りが「やりにくくなった」と感じている人は全体で「53.8%」。過半数が「やりづらさ」を感じている一方で、「16.1%」の方はオンラインツールを駆使するなどして「やりやすくなった」と回答しています。
- ▶人脈作りの目的は「友人ネットワーク形成」が最も多く「69.6%」でした。
- ▶人脈作りは「対面派」が「71.9%」、オンライン派は「28.1%」という結果に。
- ▶40代、50代のうち、過半数の「55.2%」が、ウィズコロナ時代の人脈作りに「オンラインサロン」を使用してみたいという結果に。
- ▶コロナ禍になり1年。オンラインツールを使用して「飛躍的に友人が増えた」「オフラインでは繋がれない業種の人と繋がることができた」という声も。

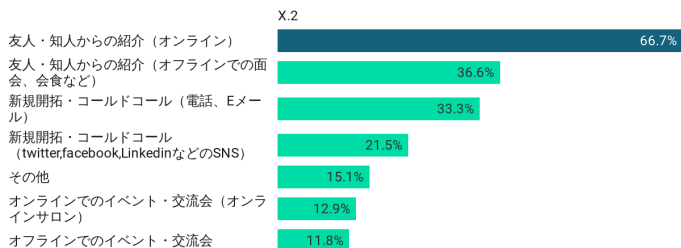
経営者JP総研所長（経営者JP 代表取締役）井上和幸のコメント

新型コロナウイルスのパンデミックは、私たちの人間関係のあり方や出逢いについても大きく変容をもたらしました。エグゼクティブ各位の人脈づくりについて今回、伺って見ましたが、オンラインを積極的に活用する姿が見えつつも、やはり本来は対面だよねという本音（人脈作りは「対面派」が「71.9%」）も垣間見えた印象です。なかなか興味深い結果も色々と見えましたね。経営者・経営幹部はFacebook派、課長部長クラスはLinkedIn派。40代、50代のうち過半数の「55.2%」が人脈作りに「オンラインサロン」を使用してみたいという結果に。彼らをマーケティングしようとお考えの方には、ターゲットごとにSNSの場合使い分けが効果的ですよ。エグゼクティブの約7割（69.6%）が人脈づくりの目的を「友人ネットワーク形成」としています。経営者や幹部各位だって、まだまだ友人を作りたい、増やしたいのです！

▶電話やメールはもう古い!? コロナ禍で人脈作りに利用するSNSは「Facebook」と「Linkedin」 経営者・幹部層は「71.4がFacebook」、課長・部長クラスは「69.2がLinkedin」を利用

コロナ禍以降、人脈作りで活用しているものは次のうちどれですか？

■ 友人・知人からの紹介（オンライン）



▶コロナ禍で経営者・幹部層が人脈作りで使うSNSは「Facebook」が最も多く「71.4%」でした。一方、課長・部長クラスは「Linkedin」が多く「69.2%」という結果になりました。エグゼクティブはFacebook派、課長部長クラスはLinkedin派ということがわかります。

【経営者・幹部層】Twitter, Facebook, LinkedInなどのSNSを選んだ方は、具体的にどのSNSを一番活用していますか？

■ Facebook

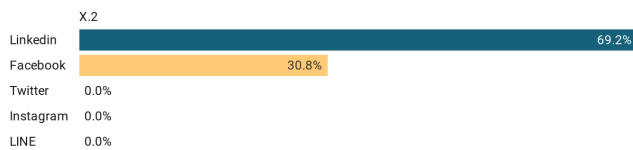


調査期間：2021年1月20日～2月4日

データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

【部長・課長層】Twitter, Facebook, LinkedInなどのSNSを選んだ方は、具体的にどのSNSを一番活用していますか？

■ LinkedIn



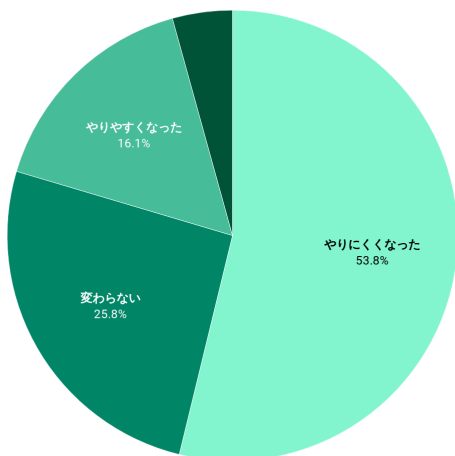
調査期間：2021年1月20日～2月4日

データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

▶コロナ禍で人脈作りが「やりにくくなった」と感じている人は全体の「53.8%」 人脈作りの目的は「69.6%」が「友人ネットワーク形成」のため

コロナ禍前後で、人脈作りに変化はありましたか？

■ やりにくくなった ■ 変わらない ■ やりやすくなった ■ もともと人脈作りをしていない

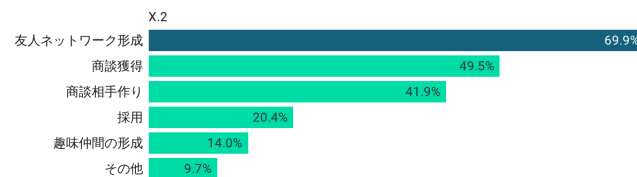


調査期間：2021年1月20日～2月4日

データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

人脈作りの目的を教えてください。

■ 友人ネットワーク形成



調査期間：2021年1月20日～2月4日

データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

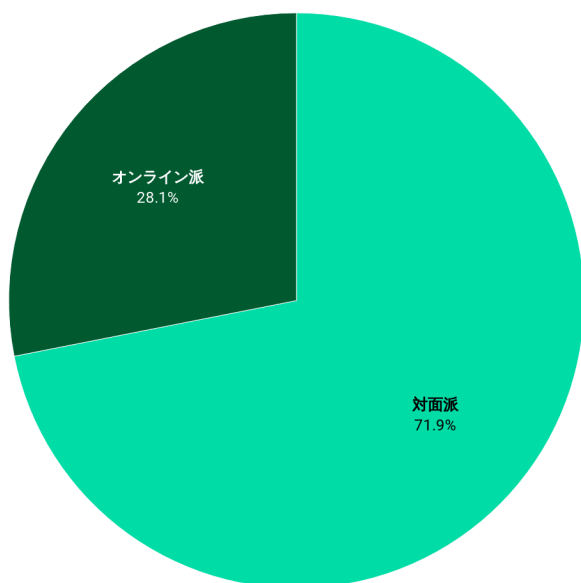
▶この1年のコロナ禍で人脈作りが「やりにくくなった」と感じている人は全体で「53.8%」。過半数が「やりづらさ」を感じている一方で、「25.8%」は「変わらない」と回答し、「16.1%」は「やりやすくなった」と回答しました。コロナ禍でオンラインツールに慣れてメリットを感じている人もいます。

▶人脈作りは「対面派」が「71.9%」。「人間力は対面でないと伝えられない」という声上がる一方で、オンライン派も「28.1%」という結果に。

人脈作りは「対面派」が「71.9%」。人脈作りでは、「対面でしか伝わらない熱量を重視したい」という声がありました。一方「オンライン派」は「28.1%」おり、場所や時間に縛られない自由な点が使用しやすいという声がありました。

コロナ禍での人脈作りにおいて「やりやすい」のは、オンライン、対面のどちらですか？

■ 対面派 ■ オンライン派



●「対面」を推す理由（自由回答より）：

- ・懐の深さなどの「人間力」は対面でなくては感じられない。
- ・人が醸し出す雰囲気は直に接しないと伝わらない。
- ・人脈作りには相手の様子を見て話しかけること、間合いをあわせて雑談することも必要だが、オンラインでは相手の全体を見回すこと、タイムラグなく会話することが難しい。
- ・人間が本来持っている、言葉以外に、相手に熱量を伝える方法（目線、姿勢、気力など）が、オンラインでは伝えにくい。

●「オンライン」を推す理由（自由回答より）：

- ・地理的、時間的に様々な障壁を超えて、コネクしやすい。
- ・自分の都合のよいときに意見を書き込めるので、コミュニケーションの自由度が高い。
- ・いきなり対面はハードルが高い。オンラインで温めるステップがあるのは良いこと。
- ・予め共通の関心があるか、ある場合、相手の活動状況などを確認でき、1対1でコミュニケーションが取れる。

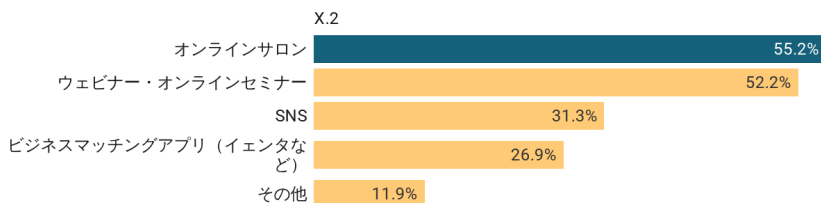
調査期間：2021年1月20日～2月4日

データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

▶40代、50代のうち、過半数の「55.2%」が、ウィズコロナ時代の人脈作りに「オンラインサロン」を利用してみたいという結果に。

【40代・50代】ウィズコロナ時代で人脈作りのために「使ってみいたい」仕組みやサービスを教えてください。

■ オンラインサロン



調査期間：2021年1月20日～2月4日

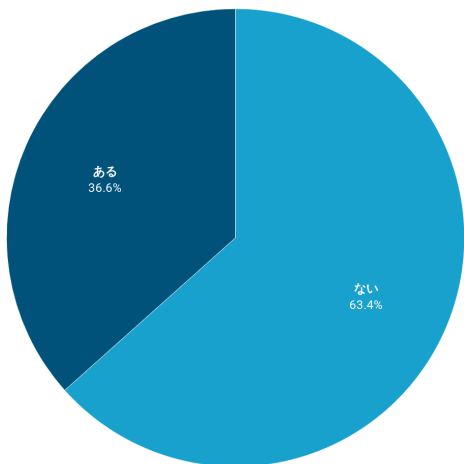
データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

今回の調査で回答数が多かった40代、50代のうち「55.2%」が今後「オンラインサロン」を利用したいという結果ができました。」ビジネスマッチングアプリ」など、新しいツールが増えてきていますが、みなさん積極的にオンラインツールを使用していく意欲があるようです。

▶コロナ禍になり1年。オンラインツールを使用して「飛躍的に友人が増えた」「オフラインでは繋がれない業種の人と繋がることができた」という声も。

コロナ禍以降、オンラインツールを使ってみて、想像していなかったような効果を生み出すことはありましたか？

■ ない ■ ある



調査期間：2021年1月20日～2月4日
データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

2020年にすっかり定着した「オンラインツール」。打ち合わせや商談、飲み会まで、さまざまな「楽しみ方」が開発されてきましたが、オンラインだからこそ生まれた「新しい出会い」を体験した人も多いようです。

●「オンラインツール」を使用してみて、想像していなかったメリットはありましたか？（自由回答より）：

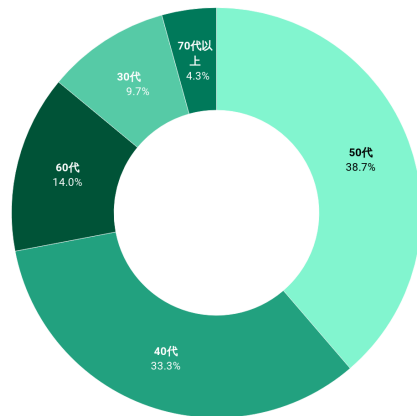
- ・飛躍的に友人が増えた。とくに台湾、中華圏のビジネスマンとの交流が増えた。
- ・全く未知であった方へのよき評判を聞き、LinkedInで検索、お声がけてパツとつながることができた。
- ・デジタルマーケティングを見直すことになり、自社の強みを改めて社員全員で確認することができた。
- ・時間、場所の制約を受けず、国内のみならず、海外とも円滑なコミュニケーションができた。
- ・オフラインでは繋がらないであろう業種、業態の方、またはエグゼクティブの方とも繋がりを作ることができた。
- ・オンラインツールで、コミュニケーションのスピードが速くなった。

■調査概要

- ・実施期間：2021年1月20日～2021年2月4日
 - ・調査対象：経営者及び人事にかかわる男女
 - ・調査機関：経営者JPメルマガ会員：約2,000名（有効回答数93名）
 - ・調査手法：インターネット調査
- ※データ利用の際は「経営者JP総研事務局・野口」までご連絡いただければ幸いです。
本調査の著作権は「株式会社経営者JP」に帰属します。

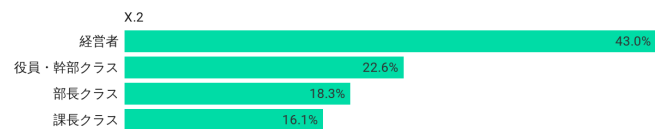
年齢分布

■ 50代 ■ 40代 ■ 60代 ■ 30代 ■ 70代以上



調査期間：2021年1月20日～2月4日
データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

全体の役職比率



調査期間：2021年1月20日～2月4日
データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

■株式会社 経営者JPについて

弊社は、明日の日本を担う志高き経営者・リーダーを育成・輩出するための「集い、学び、執行する最高の場」を提供すべく4事業を展開しております。

エグゼクティブサーチ事業（経営層特化の人材紹介）／コンサルティング事業（組織・人材・経営コンサルティング、講師・顧問派遣、EQコンサルティングサービス）／セミナー事業（経営者・リーダー対象セミナーの主催）／会員事業（志高きリーダーの会員組織の主催運営、コンテンツ提供・物販）

■本件に関する問い合わせ先

株式会社経営者JP 広報担当 野口・鈴木 <http://www.keieisha.jp/> E-mail: info@keieisha.jp