



コロナ影響による行動変容

株式会社リクルートジョブズ
ジョブズリサーチセンター センター長
宇佐川邦子

アルバイト・パート・派遣から正社員まで、多種多様な雇用領域における人材採用に関する総合サービスを提供

主な事業内容

タウンワーク **TOWNWORK**

fromAnavi

とらばーゆ

はたらく

提供サービス

ジョブオブ 採用管理

ジョブオブ Lite

シフオブ

多様な人材×多様な働き方により一人ひとりがイキイキと活躍できる社会の実現に向け、今と未来を調査研究、発信‘リアル’にこだわり、事業データ活用や事例研究、旬テーマの実証事業にも取り組む



<https://jbrc.recruitjobs.co.jp/>

◆ 各種大型調査を定期的実施

個人向け大型定期調査を実施、潜在労働力掘り起こし、働き方創出に活用、経年比較で指向性や働き方変化も捕捉

例) 1年以内求職者対象「求職動向・意識、入職、就業満足等」

個人と企業両面調査。個人と企業の需給、Gap把握を行い、ミスマッチ防止につなげる施策提言も実施 2

例) 属性別（シニア、主婦、外国人材）、業界別（介護、飲食、小売り、ドライバー、警備等）

◆ ‘今’を即時に把握、兆し発見のための事業データを集計分析、発信

月次でアルバイト・パート、派遣の職種×地域別募集時賃金を発表

日本最大の自社作成求人情報をベースに翌月中旬に発信、2006年～調査開始、経済動向分析データとしても各種機関で活用実績有
求人広告で出現の多いキーワードやPR項目、求職者の検索キーワードランキング等で個人や企業の関心事を先取り

◆ 多様な働き方・育成事例や、地域活性、氷河期世代・シニア・ママ就業支援等の実証事業の成功ポイント発表

キャリアの「共助」

一歩踏み出す「手助け」が必要

コロナで

‘時間が増えた’ ‘価値観・志向が変化した’

仕事関連でもWLB、兼業副業、テレワーク、地方の仕事への関心UP…



新しい動き、どの様な行動変容が起きているのか？
次のキャリアへつながる一歩の実態は？

※‘時間が増えた’（出歩けない、やることがない、通勤・移動時間の削減等）、‘価値観・志向が変化した’（WLB、移住・居住環境への意識変化）

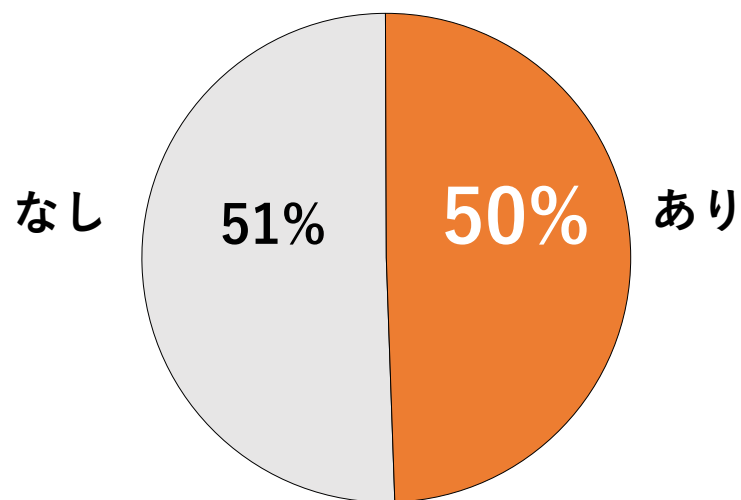
41万人の約半数は、新たに取り組み始めたことはない

‘家計見直し・節約’、‘家事’や‘趣味’‘睡眠’の時間を増やしたが上位を占める。

仕事関係は？在宅、オンライン化以外の学び、兼業副業、新しいコミュニケーションの方法や広がりとは？

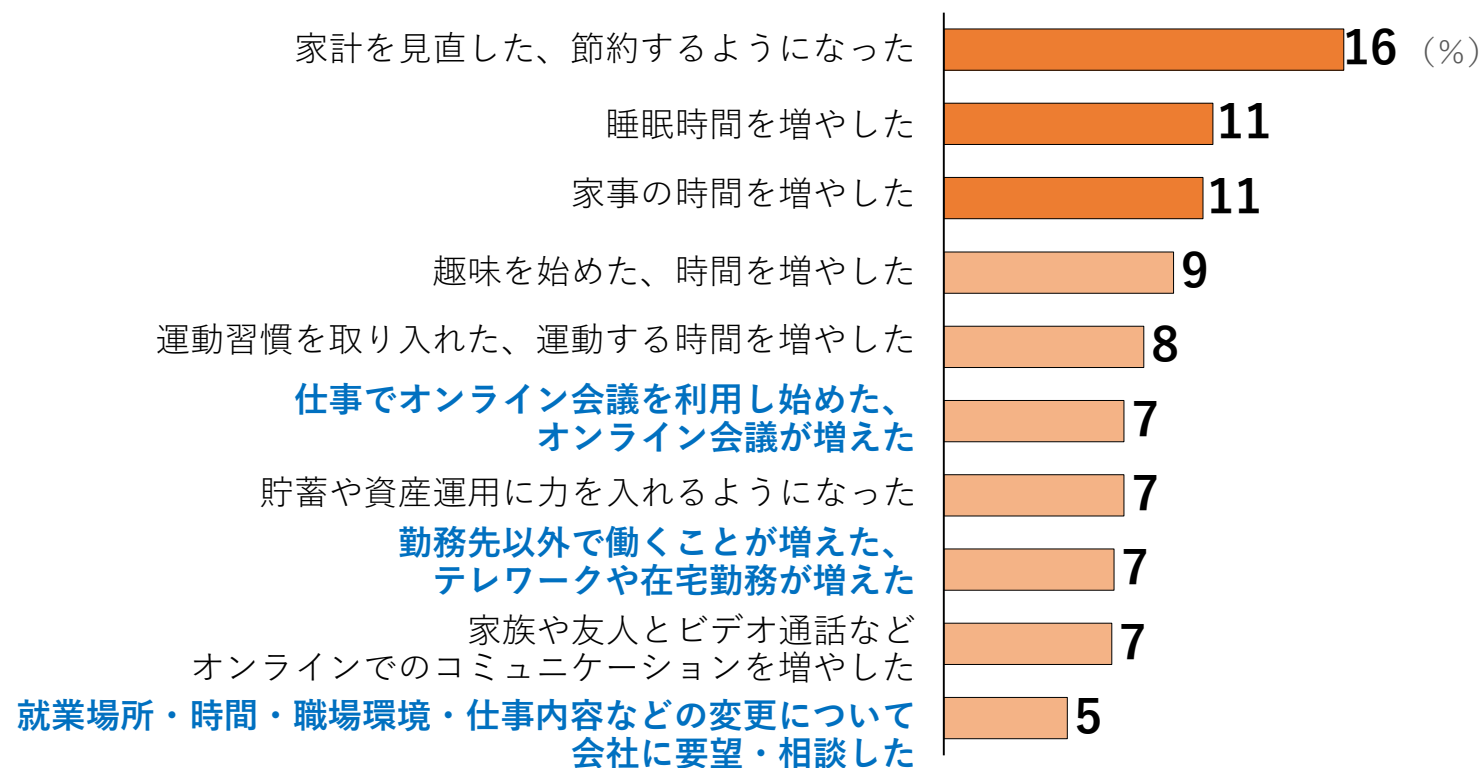
Q. 新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、ご自身が新たに取り組み始めたことや行っていることとして、当てはまるものをお答えください（回答はいくつでも）

新たに取り組始めたことの有無



日本国内に居住する15~69歳の男女（N=409,996）
2021年1月8日~1月18日

新しく始めたこと・時間を増やしたことTop10



仕事

生活・趣味

コミュニケーション

新しい取り組みは 生活 > 趣味 > 仕事。 家族 > 新しいつながり。

Top 3は全て「生活」関連。性年齢に関わらず、家計見直しm家事時間増が多い。
 コミュニケーションでは、家族・友人とのオンライン化は増加したが、新しい知合い、悩み相談は2%程度
 全体では、趣味9.3%、学び4.2%だが若年ほど高い。あわせて新しい知り合いづくりも。

新しい取り組みTop5

- 1.家計の見直し・節約 16.2%
- 2.家事時間増 10.5%
- 3.趣味開始・時間増 9.3%
- 4.オンライン会話 6.8%
- 5.学び、資格取得 4.2%

		仕事			生活・趣味			コミュニケーション		
		新しく副業・兼業などの仕事を探し始めた、就業した	新しく学び始めた、資格を取得した、学習の時間を増やした	地域活動やボランティアを始め、時間を増やした	家事の時間を増やした	趣味を始めた、時間を増やした	家計を見直した、節約するようになった	家族や友人とビデオ通話などオンラインでのコミュニケーションを増やした	オンライン上で新しい知り合いをつかった、つながりをつかった	悩みを家族や知人、行政や支援団体に相談した
TOTAL		2.9	4.2	0.6	10.5	9.3	16.2	6.8	1.8	2.0
男性	15-24歳	4.0	9.2	0.9	6.3	16.5	7.6	9.6	4.3	1.9
	25-34歳	4.7	6.9	0.5	9.3	9.6	11.4	5.2	1.8	2.0
	35-44歳	3.3	4.3	0.4	9.4	7.3	11.1	3.3	1.0	1.6
	45-54歳	2.1	2.8	0.4	7.4	6.1	11.8	2.4	0.9	1.6
	55-64歳	1.6	1.8	0.6	7.0	6.2	13.6	3.3	0.9	1.4
	65-69歳	1.0	1.2	1.6	7.2	9.5	16.5	4.8	1.0	0.9
女性	15-24歳	5.6	10.3	0.5	11.8	20.8	12.4	16.0	5.7	3.0
	25-34歳	4.6	5.8	0.2	15.0	10.6	20.4	12.5	2.3	2.7
	35-44歳	3.2	3.7	0.3	13.2	7.3	19.4	7.2	1.3	2.7
	45-54歳	2.8	2.7	0.3	12.2	6.6	20.8	5.0	1.1	2.5
	55-64歳	1.5	1.6	0.6	12.5	7.5	24.1	7.4	1.2	2.3
	65-69歳	0.7	0.9	1.0	14.1	9.5	26.8	9.5	0.9	1.4

副業・兼業、学びは若年ほど積極的だが1割以下

男女ともに若年層（～34歳）が積極的。年齢に反比例（就業者のみ比率は後述）

仕事

生活・趣味

コミュニケーション

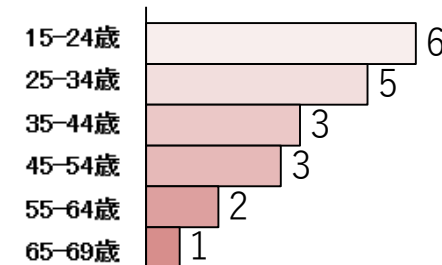
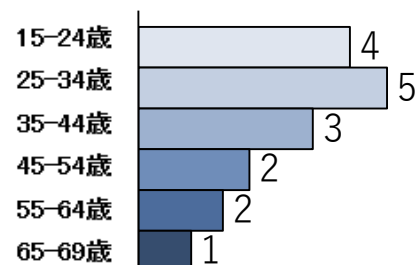
男性

女性

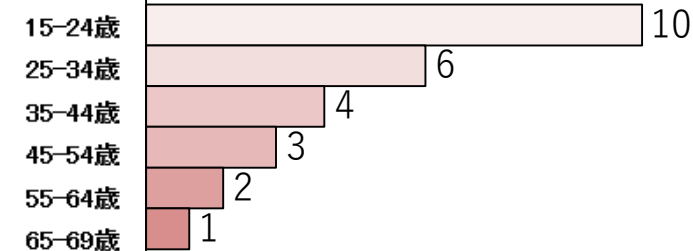
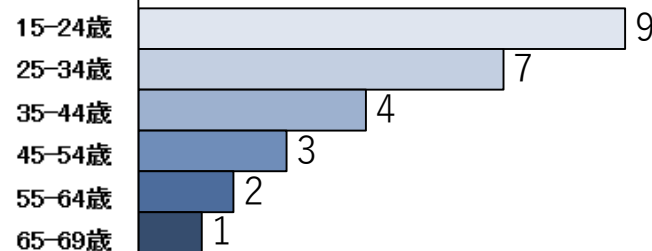
(%)

(%)

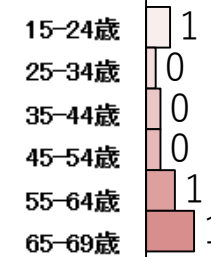
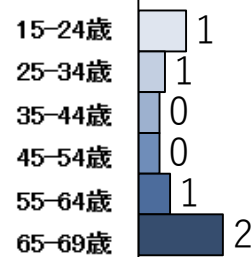
新しく副業・兼業などの仕事を
探し始めた、就業した



新しく学び始めた、
資格を取得した、
学習の時間を増やした



地域活動やボランティアを始めた、
時間を増やした



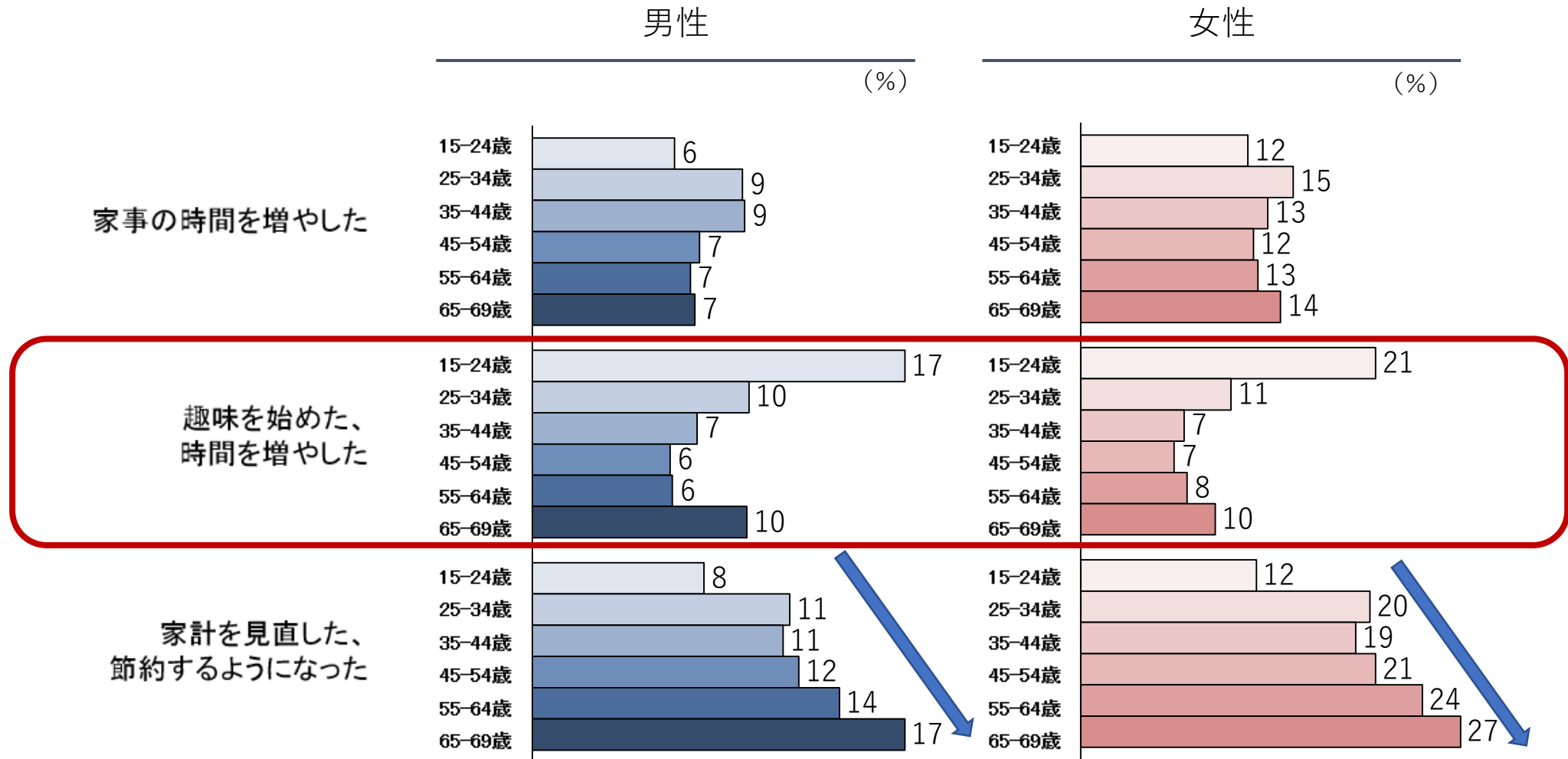
家計の見直し・節約は1/4人、家事時間も増加

男女ともに家計の見直しが年齢比例で高まる。特に女性は家事時間も増加。趣味は、若年とシニアで積極的。

仕事

生活・趣味

コミュニケーション



新しい知り合いづくりは進みにくい

若年とシニアでオンラインでの家族・友人とのつながりは促進。新しい知り合いづくりは若年のみ

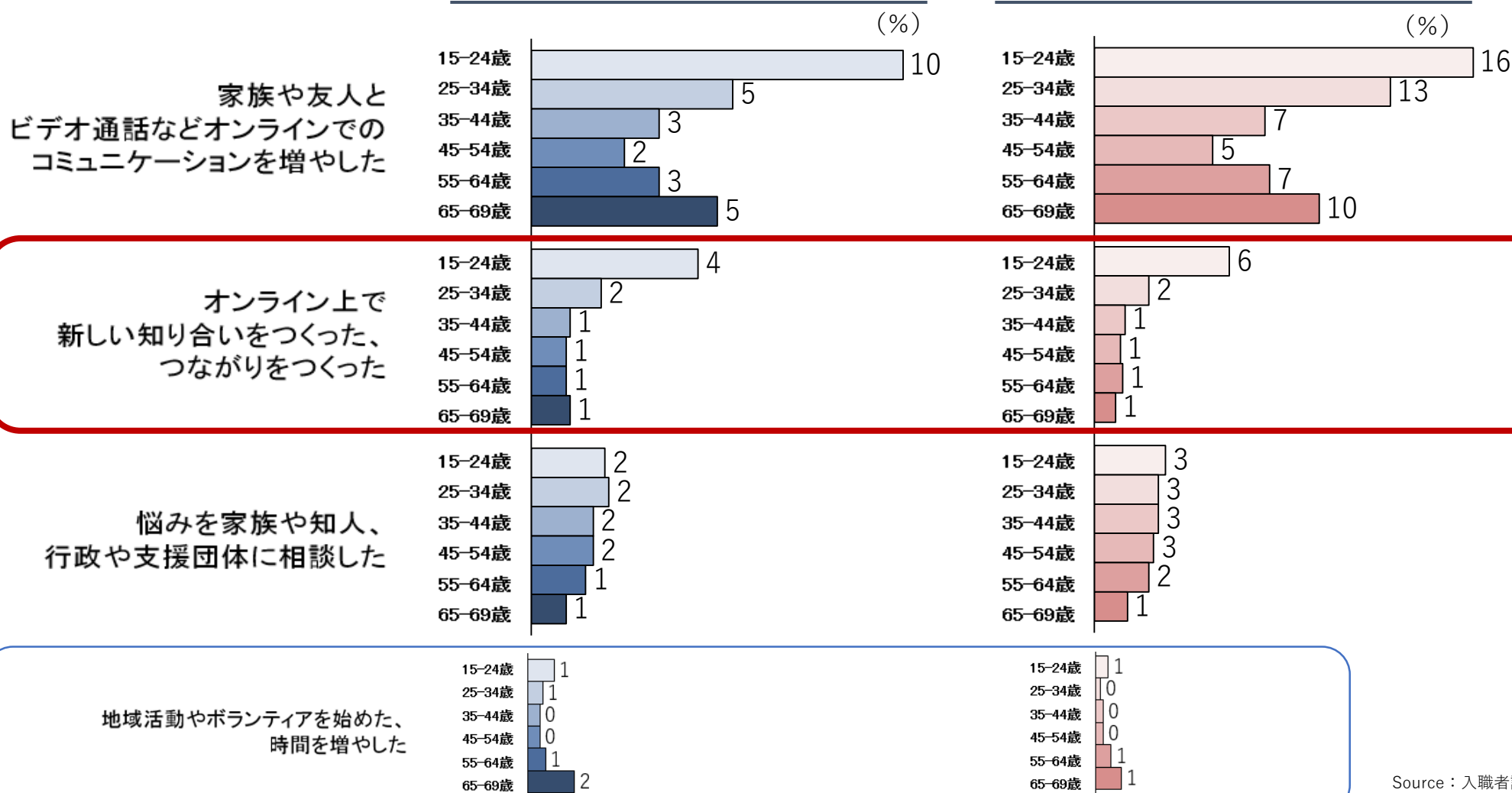
仕事

生活・趣味

コミュニケーション

男性

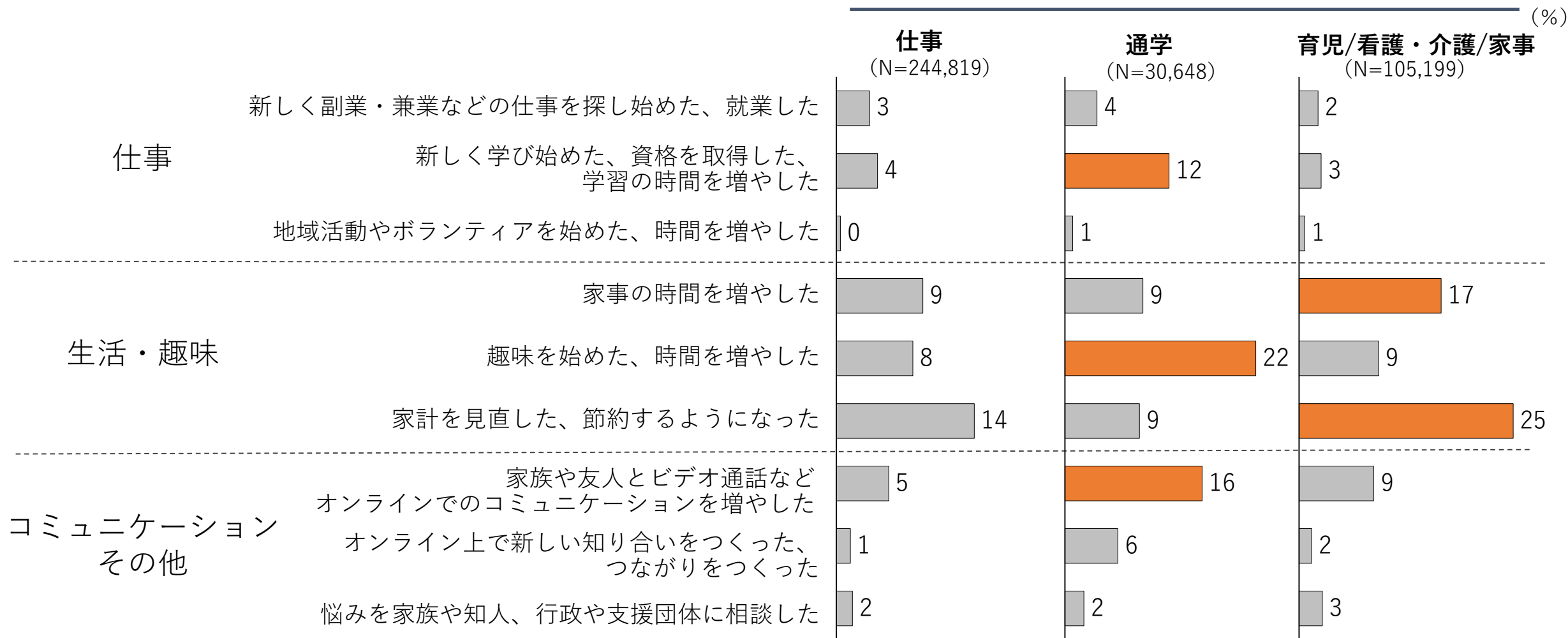
女性



普段の主な取組別

「通学」が新たな学び、趣味、コミュニケーション全てで最も積極的
 「仕事」「家庭・家事」は、学びも新しい知り合いづくりも違いはほぼない。

普段主に行っていること (SA)



<参考> 普段の主な取組別 新たな取組全項目

仕事メインでは「家計見直>在宅、オンライン会議>睡眠」所属企業内での取り組みが中心。学びは4%
 通学は、他属性よりも趣味、学び、新たな知り合いづくりと積極的
 育児介護家事系は、家庭・家族中心

普段主に行っていること (SA) (%)

