

第三回 副業の実態・意識に関する定量調査

調査結果

パーソル総合研究所
シンクタンク本部



調査名称	パーソル総合研究所「第三回 副業の実態・意識に関する定量調査」
調査内容	企業と正社員個人における副業の実態を把握するとともに、 企業と個人の双方にとって実りある副業を実現するためのポイントを明らかにする。
調査手法	調査モニターを用いたインターネット定量調査
調査時期	2023年7月26日-8月1日
調査対象者	<p>■ 企業調査 勤務先従業員人数10人以上、年齢70歳未満 男女 経営層・人事（主任・リーダー以上）で人事管理（制度設計・運用等）について把握している者 n=1,500</p> <p>■ 個人調査 【スクリーニング調査対象者】 勤務先従業員人数10人以上 正社員20-59歳 男女 n=61,780 ※調査結果の数値は令和2年国勢調査の正規の職員・従業員性年代の構成比に合わせてウェイトバック集計実施</p> <p>【本調査対象者】 上記スクリーニング対象者条件に加え、</p> <ol style="list-style-type: none">① 副業実施者 n=2,000 ※現金収入を伴う仕事を現在行っている & 資産運用でない & 直近1か月間での稼働がある② 副業意向者 n=1,170 ※副業は現在行っていない & 副業への意向がある③ (副業者と接する) 本業先メンバー n=1,000 ※副業は現在行っていない & 副業を行っている同勤務先の社員が身近にいる④ (副業者と接する) 副業先メンバー n=1,000 ※副業は現在行っていない & 副業で来ている社員が身近にいる
実施主体	株式会社パーソル総合研究所

※報告書内の構成比の数値は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、個々の集計、値の合計は必ずしも100%とならない場合がある。

引用について

本調査を引用いただく際は出所を明示してください。出所の記載例：パーソル総合研究所「第三回 副業の実態・意識に関する定量調査」

		内容	頁
調査結果サマリと提言		結果のサマリと提言	P4
【1章】 副業の実態		1. 企業における副業の容認・受入れ状況	P26
		2. 正社員の副業実施・意向状況	P34
		3. 副業人材のニーズ	P44
【2章】 副業における ジャーニー分析	副業前	1. 副業求人への「応募控え」意識の低減	P50
	副業開始	2. 副業開始時のリアリティ・ショックの抑制	P60
	副業中	3. 副業先でのパフォーマンスの発揮	P71
		4. 副業による過重労働の抑制	P85
	副業後	5. 副業からの学びと波及効果	P91
		6. 副業後の就業能力と就業意識	P97
Appendix		回答者属性 etc.	P105

引用について

本調査を引用いただく際は出所を明示してください。出所の記載例：パーソル総合研究所「第三回 副業の実態・意識に関する定量調査」

パーソル総合研究所

第三回 副業の実態・意識に関する定量調査

調査結果サマリと提言

パーソル総合研究所

シンクタンク本部



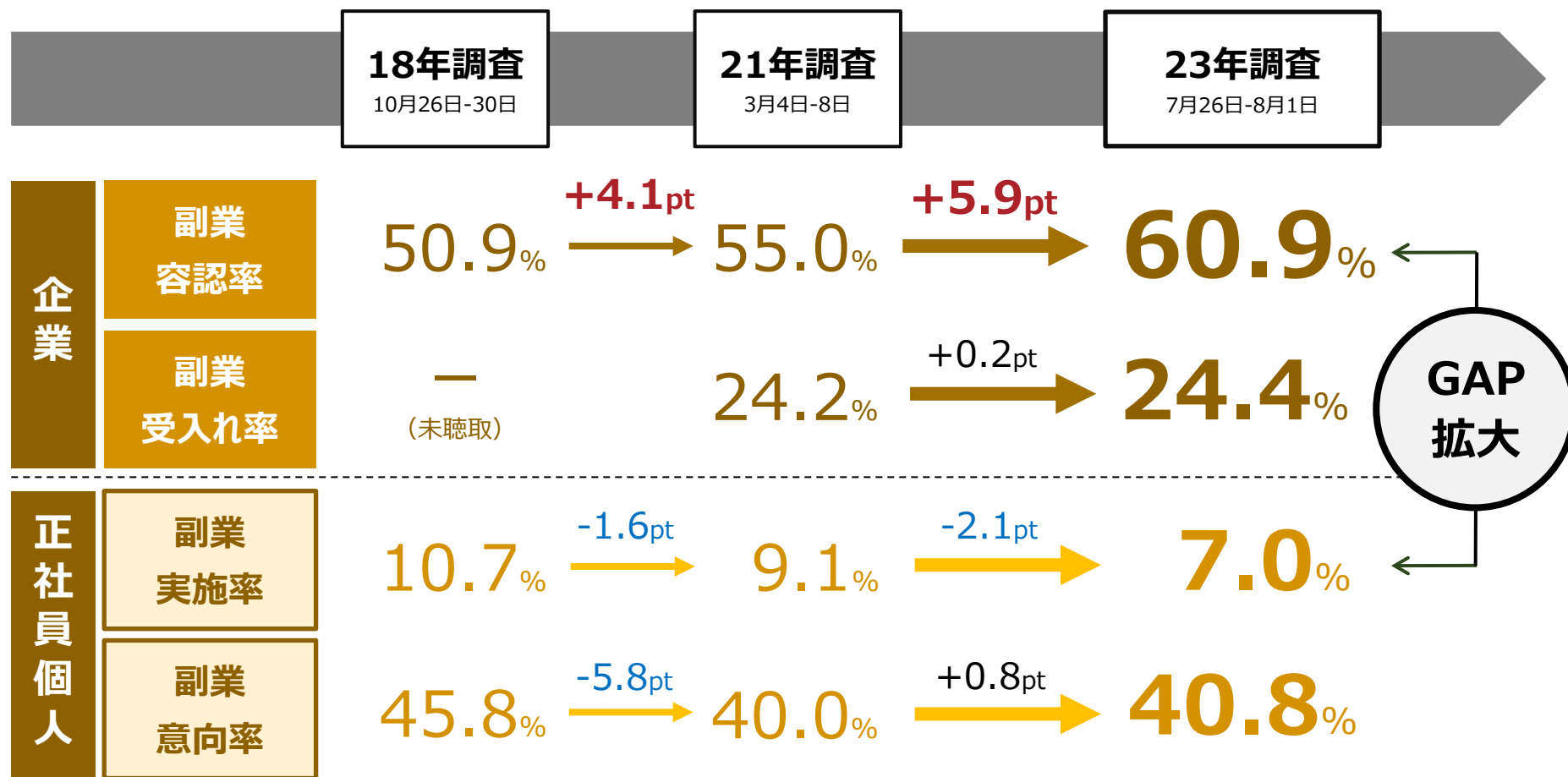
PERSOL

パーソル 総合研究所

企業と正社員個人における副業実態の推移は以下の通り。

企業の副業容認率は上昇トレンドである一方で、正社員の副業実施率は微減トレンドとなった。

※調査実施時期が異なる点に留意されたい



1. 企業における副業容認・受入れ状況

■ 企業の副業容認率は18年の調査以降、上昇トレンド → 副業解禁の動きが拡大

- 企業の副業容認率（全面容認＋条件付き容認の合計）は60.9%で、21年調査より5.9pt上昇。
- 副業容認率が最も高い業種は「**宿泊業、飲食サービス業(78.4%)**」で、21年調査から**11.8pt**上昇。
- 前回からの上昇幅が最も大きい業種は「**金融業、保険業**」で、**21.3pt**の上昇。
- 副業容認理由として、「**個人の自由なので(58.4%)**」が最も高く、21年調査から4.5pt上昇。
- 前回からの上昇幅が大きい理由は「**従業員のモチベーション向上**」「**優秀な人材の確保・定着**」など。

■ 企業の副業受入れ率は、21年調査から変動なし

- 副業受入れ率は24.4%で、21年調査と同水準。**副業容認率とのギャップが目立つ。**
- 副業受入れ率が最も高い業種は「**医療、介護、福祉(45.4%)**」。
次いで高い「**宿泊業、飲食サービス業(39.2%)**」は、21年調査より**9.7pt**上昇。
- 副業受入れ理由として、「**迅速に人材確保が可能だから(25.4%)**」が最も高く、次いで「**多様な人材確保が可能だから(21.3%)**」「**高度なスキルをもった人材確保が可能だから(18.3%)**」が続く。

2. 正社員の副業実施・意向状況

■ 正社員の副業実施率は18年の調査以降、微減トレンド

- 正社員の副業実施率（現在副業を行っている割合）は**7.0%**で、**21年調査より2.1pt減少**。
- 性別では女性、年代では20～30代での副業実施率がやや高い。また、職位別では「部長・本部長相当」の実施率が高い。
- 業種別では、**企業の副業容認率の上昇幅が大きい「金融業、保険業」の副業実施率が最も低い**。
- 副業動機は、21年調査に引き続き、「**副収入を得たいから(69.7%)**」が最も高い。
- 副業動機の因子傾向をみると、「**現職の継続就業不安**」が**21年調査から微減**。

■ 正社員の副業意向率は、21年調査から変動なし → 副業実施率とのギャップは大きいまま

- 正社員（非副業者）の副業意向率は40.8%で、21年調査と同水準。**副業実施率とのギャップが目立つ**。
- 副業を行っていない理由として、「**自分の希望やスキルに合っておらず、副業求人への応募を控えてしまう(29.7%)**」と「**本業が忙しく時間が無い(29.7%)**」*が最も高い。
※参考：23年7月のテレワーク実施率は22.2%で2020年4月以降で最も低い（第八回・テレワークに関する調査／就業時マスク調査より）
- 「金融業、保険業」に勤める副業意向者は、「**会社の副業許可の条件が厳しい**」「**会社の副業に関する手続きが煩雑**」であるため、**副業を行っていない割合が多い傾向**。

3. 副業人材のニーズ

■ 地方企業の7割弱が人手不足な状況。他方、地方での副業に関心を抱く正社員は半数以上

〈企業〉

- 企業の人手不足の状況について、21年調査から6.8pt上昇。特に、**地方では65.1%の企業が人手不足に陥っている。**

〈個人〉

- 都市圏勤務の副業意向者における地方副業の関心度をみたところ、55.3%が「関心あり」と回答。
- 地方出身の副業意向者における“ふるさと副業”の関心度をみたところ、69.6%が「関心あり」と回答。
※ふるさと副業：生まれ（育つ）た土地や、以前に住んだり、なじんでいた場所での副業を指す

■ 副業不採用者に「もったいない」意識を感じる企業は、およそ4割 他方、不採用後もその会社を受ける可能性のある正社員は、およそ5.5割

〈企業〉

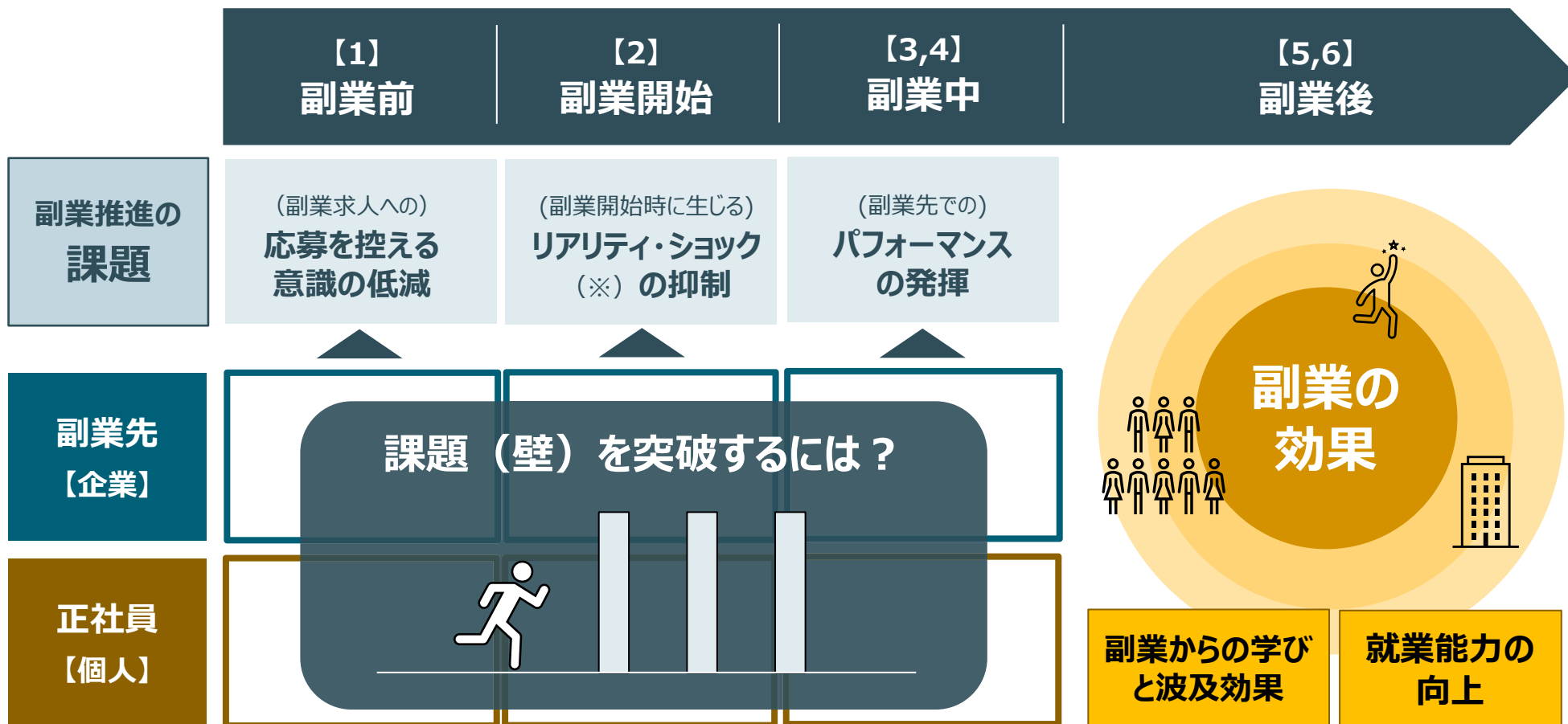
- 副業不採用者に対して「魅力的だ」「別の求人内容であれば採用したい」「今回不採用にするのはもったいない」と感じている割合は、およそ4割。
- 副業採用者と不採用後も関係性を維持している企業は2%ほど。**大半の企業が不採用後の関係性は維持していない。**

〈個人〉

- 不採用になった後も「その会社をもう一度受りたい」「オファーがあればもう一度受りたい・検討する」と感じている正社員は55.2%。

2章では、企業と個人の双方にとって実りある副業の実現に向けて、
 副業者の視点における、【副業前】～【副業開始】～【副業中】の一連の課題を解決する上でのポイントを明らかにする。
 そして、副業後の効果については、「副業からの学びと波及効果」「就業能力の向上」の観点から傾向をみていく。

※以降の分析では副業者の視点に立ち、副業受入れ企業を「副業先」、副業容認企業を「本業先」と称する。



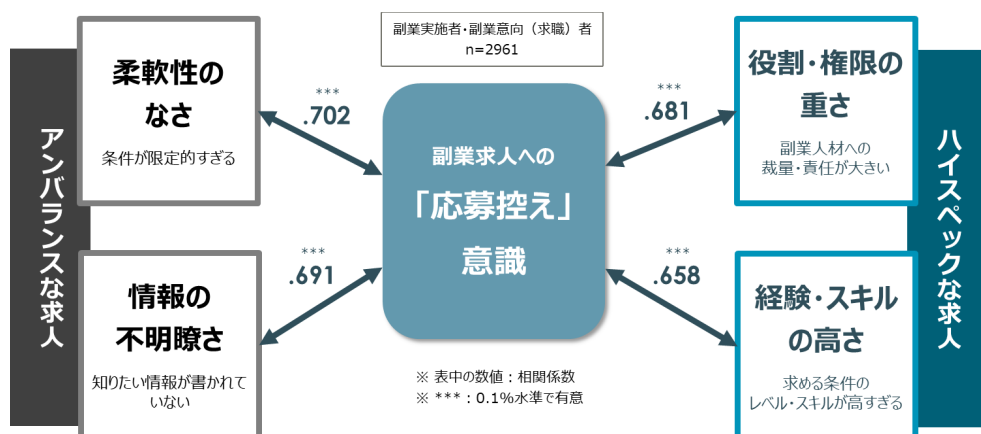
※ジャーニー分析：本レポートでは、副業を行う正社員について、副業の検討から効果実感に至るまでの一連の旅（ジャーニー）の分析を表す

※リアリティ・ショック：事前の期待やイメージとの齟齬を指す

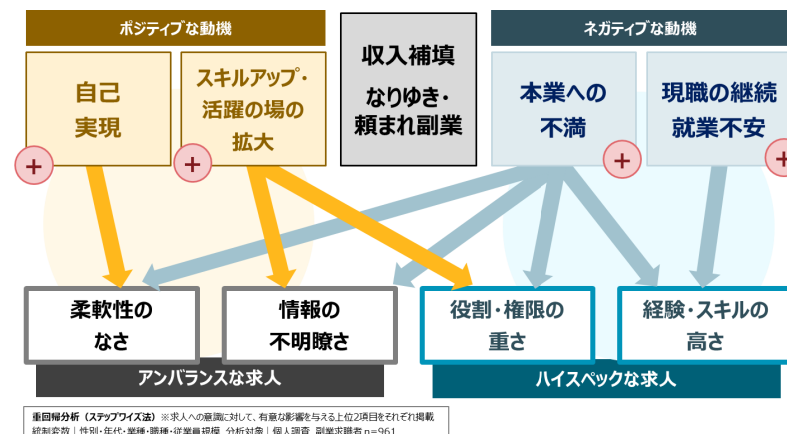
【副業前】 1. 副業求人への「応募控え」意識の低減

- 副業求人について、正社員には、「その求人票に応募することを控えようと思う」、「その求人票に応募する必要はないと感じる」など、副業求人への「応募控え」意識があり、副業を行えていない副業求職者は、その傾向が強いものになっている。
- 「応募控え」意識の背景には、副業求人における「柔軟性のなさ（条件が限定的すぎる）」「情報の不明瞭さ」や、「役割・権限の重さ」「経験・スキルの高さ」といった要素が潜む。また、副業に対するポジティブな動機は「柔軟性のなさ」「情報の不明瞭さ」、ネガティブな動機は「役割・権限の重さ」「経験・スキルの高さ」との関係性が強い。
- 副業求人における「副業先で働く上で大変なこと・デメリット」「責任範囲」「職場の雰囲気・組織風土」「副業人材を求める背景・理由」「働き方の柔軟性」の情報不足を感じている副業求職者が多いが、企業における求人記載率が低い情報であるため、重要な記載事項と考えられる。

個人調査 | 副業求人における「応募控え」意識の背景要因



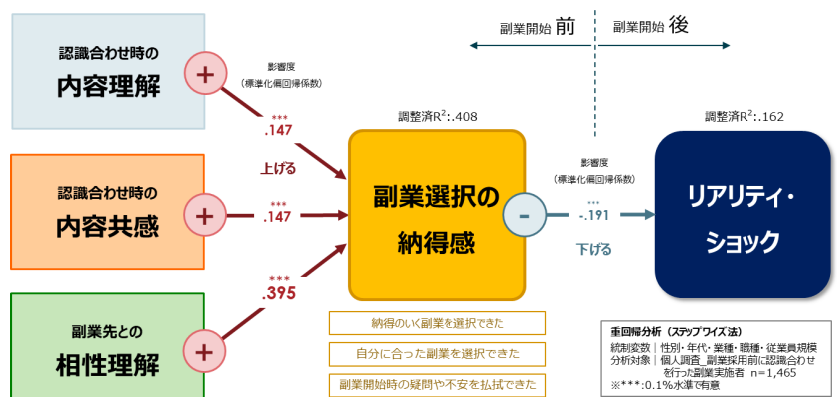
個人調査 | 「応募控え」意識の背景要因と副業動機の関係



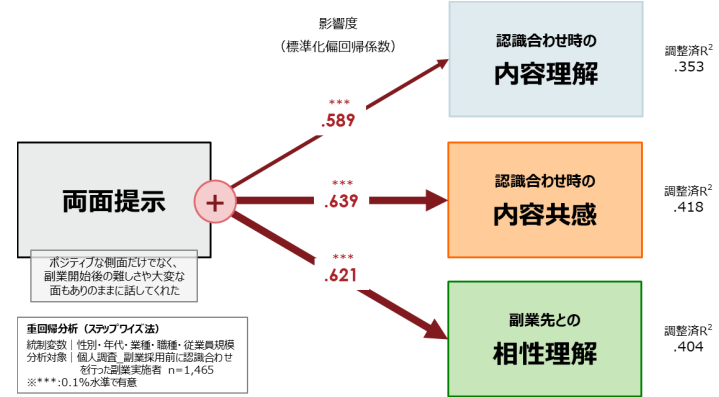
【副業開始】 2. 副業開始時のリアリティ・ショック※の抑制 ※事前の期待やイメージとの齟齬

- 副業採用後、リアリティ・ショック（事前の期待やイメージとの齟齬）があった割合は3割弱。リアリティ・ショックは、副業開始直後のストレスや副業中の過重労働を高め、副業先メンバーへ悪影響をもたらす傾向。
- 「スキルアップ・活躍の場の拡大」「自己実現」といったポジティブな副業動機はリアリティ・ショックを抑制する傾向。
- リアリティ・ショックには、副業開始前の「副業選択の納得感」の度合いが影響している。また、納得感に対しては、副業採用前の認識合わせ時の「内容理解」「内容共感」「相性理解」がプラスの影響を与えている。
- 副業採用前における企業と副業求職者の接点について、面談しか行っていない企業はおよそ3割。また、「内容理解」「内容共感」「相性理解」は、面談のみ行っている企業よりも、面談と面談以外の接点を持つ企業の方が高い。
- 企業側からのネガティブな情報も含めた両面提示のコミュニケーションが、「内容理解」「内容共感」「相性理解」にプラスの影響を与えている。しかし、採用前に「企業が抱える課題・問題点」「働いてもらう上で大変なこと・デメリット」などのネガティブ情報の摺合せは行っていない傾向。

個人調査 | リアリティショックへの影響

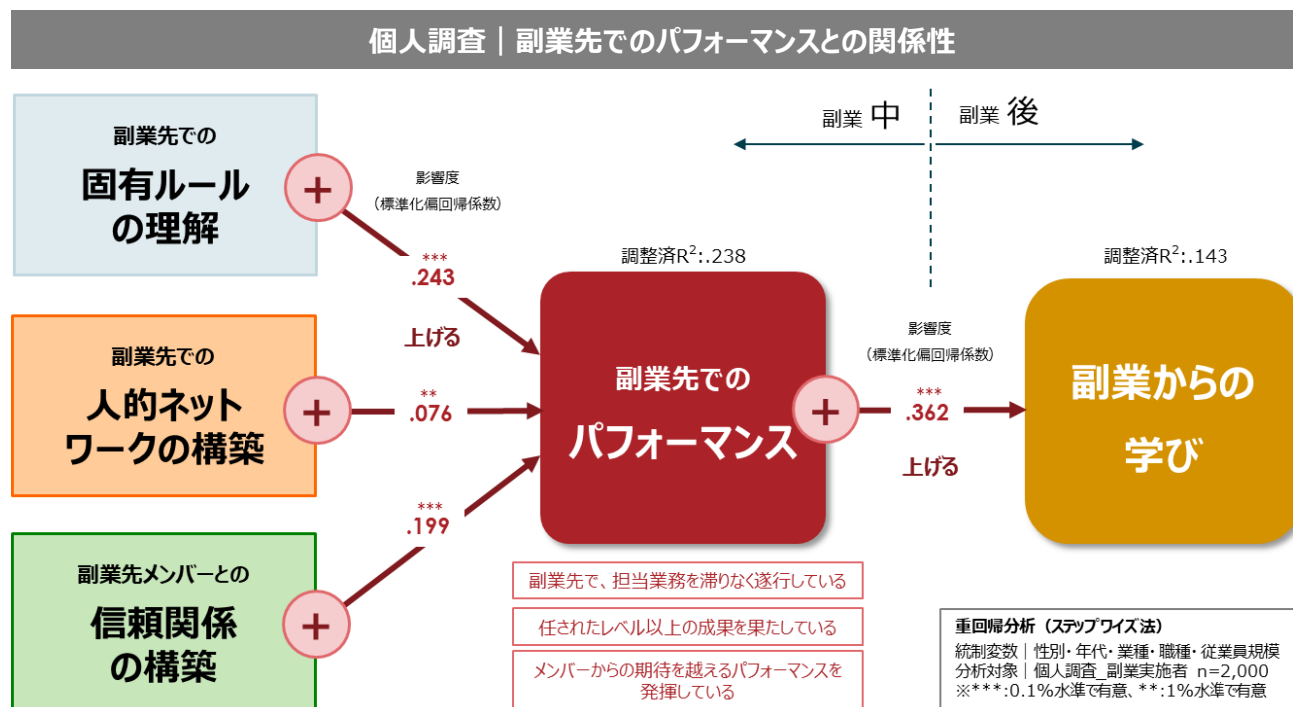


個人調査 | 両面提示コミュニケーションがもたらす影響



【副業中】 3. 副業先でのパフォーマンスの発揮

- 副業先でのパフォーマンス実態について、担当業務を滞りなく遂行できている割合は半数を超えるが、**任されたレベル以上の成果をあげたり、周りからの期待を超えるパフォーマンスを発揮している割合は3割台。**
- 副業先でのパフォーマンスが副業後の学びにつながる。また、パフォーマンスには、**副業先での「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」と、副業先メンバーとの「信頼関係の構築」がプラスの影響を与えている。**



【副業中】 3. 副業先でのパフォーマンスの発揮

■ 副業におけるオンボーディング※について

※副業者の受入れ～戦力化のプロセス

- 副業者へのオンボーディングに力を入れている企業は36.3%であり、力を入れていない企業の方が63.7%が多い。
- オンボーディング施策に多く取り組んでいるほど、「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」が高まる傾向。
- 「社内重要人物の説明」や「歓迎ランチ会・懇親会」などのオンボーディング施策は、「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」すべてにプラスの影響を与えており、実施率も相対的に低い。

■ 「よそ者」意識※について

※副業者には自身が『よそ者』や『異物』だと思うか、副業先メンバーには副業者を『よそ者』や『異物』だと思うかを聴取

- 副業者を「よそ者」だと思うかについて、副業実施者・副業先メンバーの双方の意識をみた。よそ者だと思う割合はいずれも約15%。
- 副業実施者が感じる「よそ者」意識と、副業先メンバーが感じる「よそ者」意識は、ともに「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」を抑制する傾向。
- 不自由で閉鎖的な組織風土や属人思考風土、チーム内での私的コミュニケーションの少なさが、副業者への「よそ者」意識を醸成させている。
- 副業実施者においては、オンボーディング施策に多く取り組むほど「よそ者」意識は下がる。副業先メンバーにおいては、4つ以上のオンボーディング施策で「よそ者」意識が下がる傾向。

■ 副業者のアンラーニング※について

※副業者個人が自分の知識やスキルを意図的に棄却しながら、新しい知識・スキルを取り入れること

- 副業実施者の約6割がアンラーニングを行っている。「仕事の計画」「仕事の手続きや方法」などを変えた割合がやや高い。
- アンラーニングを行っている副業実施者ほど、パフォーマンスは高く、「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」も高い。

【副業中】 3. 副業先でのパフォーマンスの発揮

■ 副業におけるオンボーディング※について

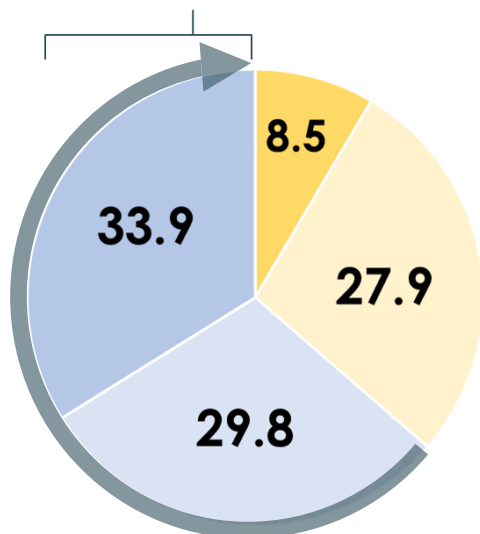
※副業者の受入れ～戦力化のプロセス

企業調査 | 副業オンボーディングへの意識

力を入れていない計

63.7%

副業受入れ企業
n=366



■ 力を入れている ■ どちらかという力を入れている
■ どちらかという力を入れていない ■ 力を入れていない

個人調査 | オンボーディング施策と副業状況の関係

重回帰分析（ステップワイス法）※5%水準で有意な項目のスコアの分布を記載
 統制変数 | 性別・年代・業種・職種・従業員規模
 分析対象 | 副業実施者 n=2,000
 ※標準化偏回帰係数0.1以上：++、0.1未満：+、有意差なし：-

調整済R²:.067

調整済R²:.103

調整済R²:.081

	固有ルール の理解	人的ネットワーク の構築	信頼関係 の構築
(多)			
顔合わせミーティング	+	+	+
社内の施設見学機会	-	+	-
わからないことを質問できる 相談役メンバーの設置	+	-	+
現場責任者との定期面談	+	+	+
社内重要人物の説明	++	+	++
歓迎ランチ会・懇親会	+	++	+
(少)			
人的ネットワークを支援する サポート役メンバーの設置	-	+	-

【副業中】 3. 副業先でのパフォーマンスの発揮

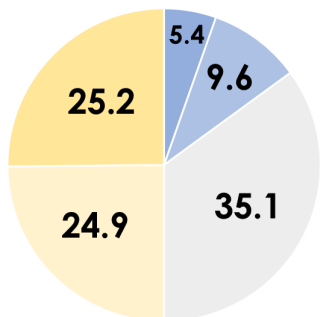
■「よそ者」意識※について

※副業者には自身が『よそ者』や『異物』だと思うか、副業先メンバーには副業者を『よそ者』や『異物』だと思うかを聴取

副業先にとって、私は「よそ者」や「異物」だと思う

副業実施者
n=2000

否定回答
50.1
%

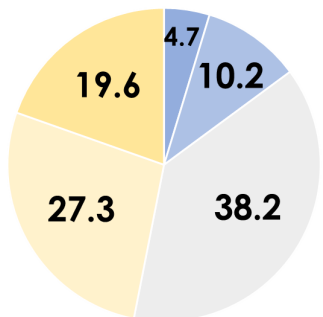


肯定回答
15.0
%

会社にとって、副業者は「よそ者」や「異物」だと思う

副業先メンバー
n=1000

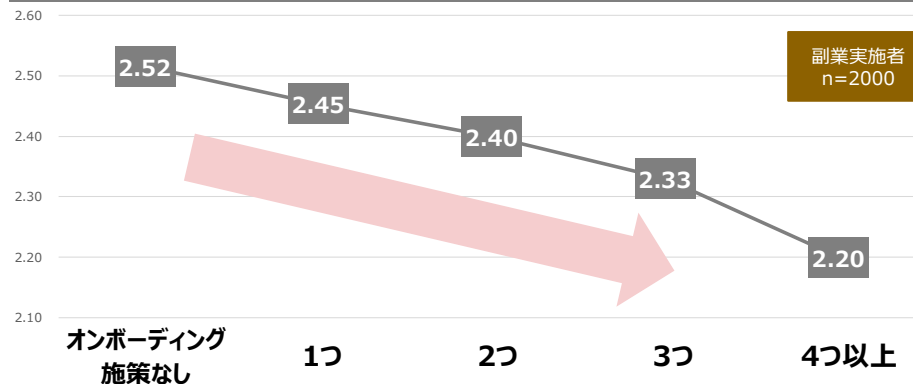
否定回答
46.9
%



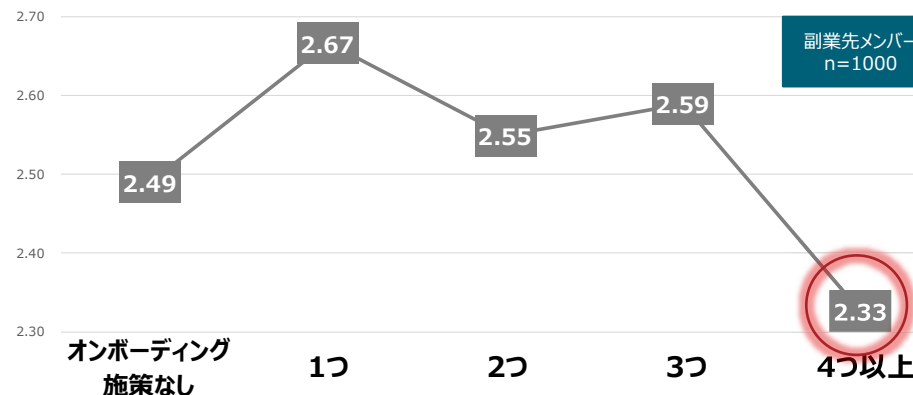
肯定回答
14.9
%

■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない
■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

副業実施者 | 「よそ者」意識 (平均値/pt)



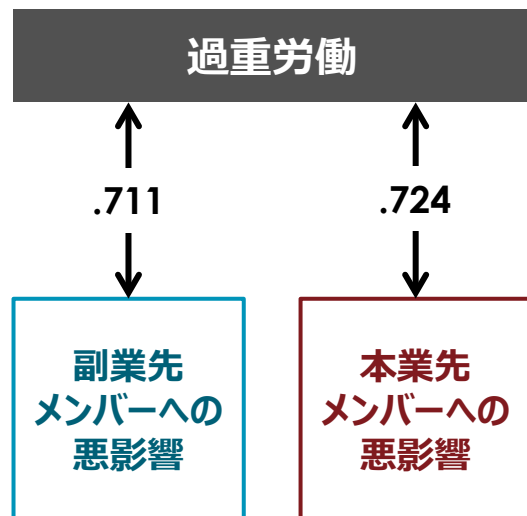
副業先メンバー | 「よそ者」意識 (平均値/pt)



【副業中】 4. 副業による過重労働の抑制

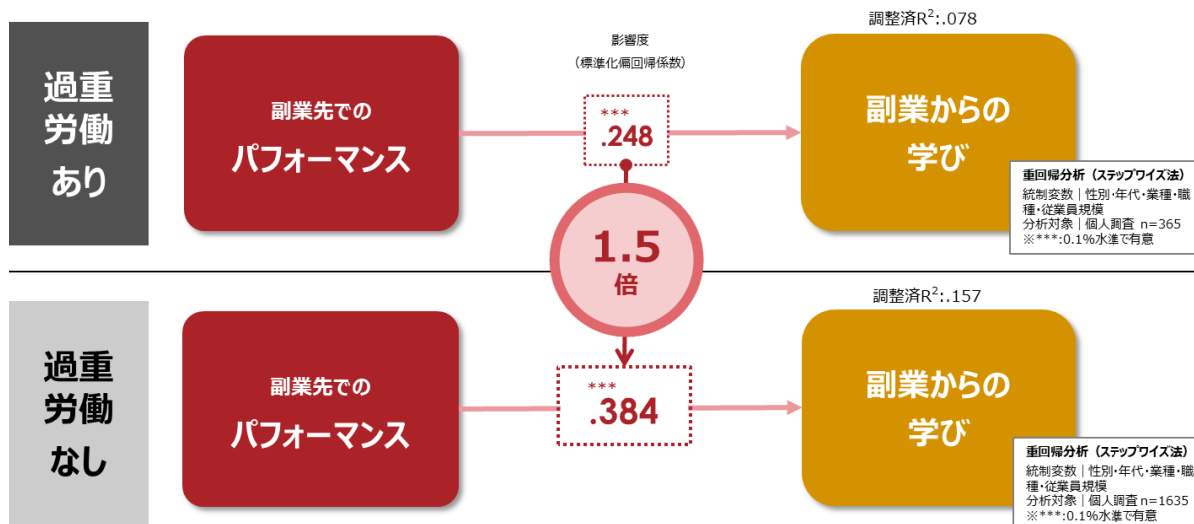
- 副業実施者が過重労働を引き起こした割合は2割弱。副業実施者の過重労働は、「副業先メンバーへの悪影響」や「本業先メンバーへの悪影響」との関係性も強い。
- 「副業先でのパフォーマンス」が「副業からの学び」に与える影響を過重労働あり・なし別に確認したところ、**過重労働がない副業実施者の方が、副業先でのパフォーマンスを学びに繋げやすい傾向がみられた。**
- パフォーマンスと過重労働に影響する自己管理スキルについて、「**成果コミットメント**」と「**仕事の組み立て**」は、パフォーマンスを向上させ、過重労働を抑制する傾向。

個人調査 | 過重労働との相関係数



副業実施者 n=2000

個人調査 | 過重労働あり・なし別 パフォーマンスが学びに与える影響



【副業後】 5. 副業からの学びと波及効果

■ 副業からの学び

対象：副業実施者

- 副業からの学びによる効果（メリット）を確認したところ、何らかの効果があつた割合は7割弱。
「視野の拡大(30.4%)」が最も高く、次いで「業務で役立つスキル・知識の獲得(19.0%)」「モチベーション向上(18.8%)」が続く。
- 副業の仕事内容と学びによる効果との関係性を見ると、「本業とやや関係がある」副業を行っている正社員で最も学び効果が高い傾向。
- 副業の状況が「副業からの学びによる効果」に与える影響をみたところ、主な傾向として、「固有ルールの理解」は「スキル・経験の獲得」や「意識の変化」につながり、「人的ネットワークの構築」は「行動の変化」や「仕事の成果」につながる。

■ 副業者からの学び（他メンバーへの波及効果）

対象：副業先メンバー

本業先メンバー

- 副業者と接することで何らかの効果があつた副業先メンバーは65.6%。
「視野の拡大(17.1%)」「社内のコミュニケーション活性化(13.1%)」「モチベーション向上(11.9%)」が高い。
- 副業者と接することで何らかの効果があつた本業先メンバーは61.7%。
「視野の拡大(25.1%)」「経験がないことへのチャレンジ意欲向上(14.7%)」「変化を前向きに捉えること(14.3%)」が高い。

【副業後】 5. 副業からの学びと波及効果

副業・副業者からの学びによる効果の上位の項目をもとに整理した結果は以下の通り。

「視野の拡大」「モチベーションの向上」を共通の効果としながらも、三者で効果傾向が異なる。



【副業後】 6. 副業後の就業能力と就業意識

副業実施者が、副業によって最も高まった就業能力は、「傾聴力」で48.3%。次いで「主体性(47.4%)」、「発信力(45.8%)」と続く。

以下の15項目の平均値を「エンプロイアビリティの向上」と定義し、以降の分析に用いた。

副業によって高まった就業能力（高まった計/%）

副業実施者 n=2,000

傾聴力	相手の意見を丁寧に聴く力	48.3
主体性	物事に進んで取り組む力	47.4
発信力	自分の意見をわかりやすく伝える力	45.8
状況把握力	自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力	45.8
柔軟性	意見の違いや立場の違いを理解する力	45.6
実行力	目標を設定し、確実に行動する力	45.4
課題発見力	現状を分析し、目的や課題を明らかにする力	45.4
規律性	社会のルールや人との約束を守る力	45.1
向上心・探求心	働くことへの関心や意欲を持ちながら進んで課題を見つけ、レベルアップを目指している	44.5
職業意識・勤労観	就業や勤労に対する広範な見方・考え方を持ち、意欲や態度等で示すことができる	43.3
創造力	新しい価値を生み出す力	43.0
責任感	社会の一員として役割の自覚を持っている	42.7
計画力	課題の解決に向けたプロセスを明らかにし、準備する力	42.7
働きかけ力	他人に働きかけ、巻き込む力	40.8
ストレスコントロール力	ストレスの発症源に対応する力	39.3

エンプロイ
アビリティの
向上

*労働市場価値を含んだ就業能力

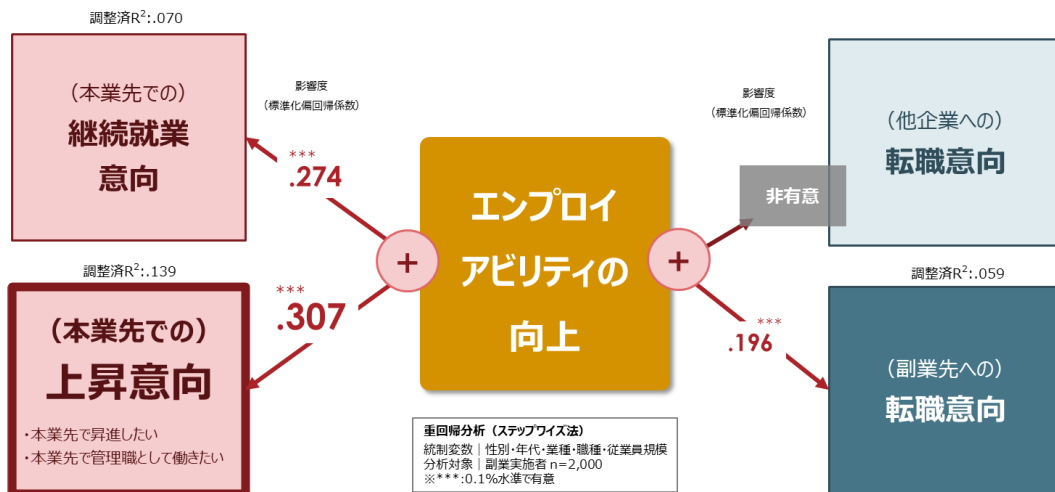
労働市場における能力評価、能力開発目標の
基準となる実践的な就業能力

※厚生労働省（2001）「エンプロイアビリティの判断基準に
関する調査研究報告書」参照

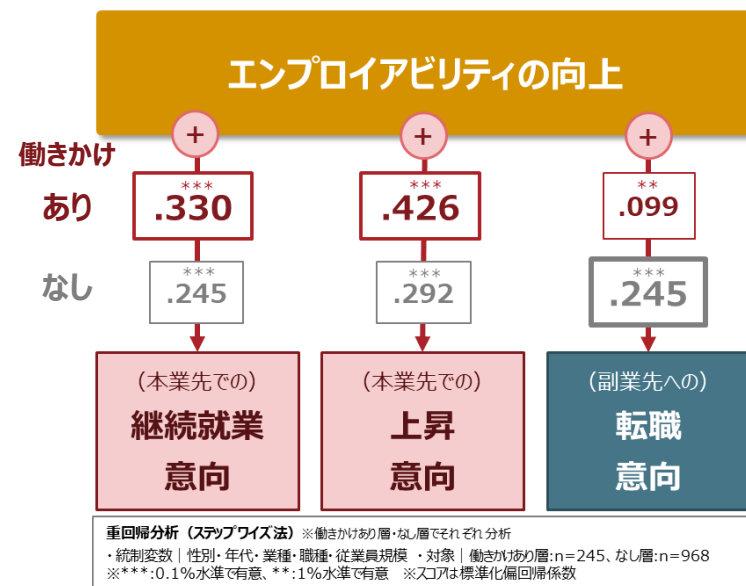
【副業後】 6. 副業後の就業能力と就業意識

- エンployアビリティの向上は、本業先での「継続就業意向」「上昇意向」にプラスの影響を与えている。
 転職意向については「副業先への転職意向」のみにプラスの影響を与えており、本業先での「継続就業意向」「上昇意向」の影響度よりも弱い。
 - エンployアビリティの向上における「継続就業意識」「上昇意向」の影響度は、副業に関する本業先からの働きかけがあった場合の方が高く、「転職意向」への影響度は、働きかけがない場合の方が高い。
- また、副業に関する本業先からの働きかけは、副業容認企業に勤める副業実施者の2割しか受けていない。

個人調査 | エンployアビリティとの関係

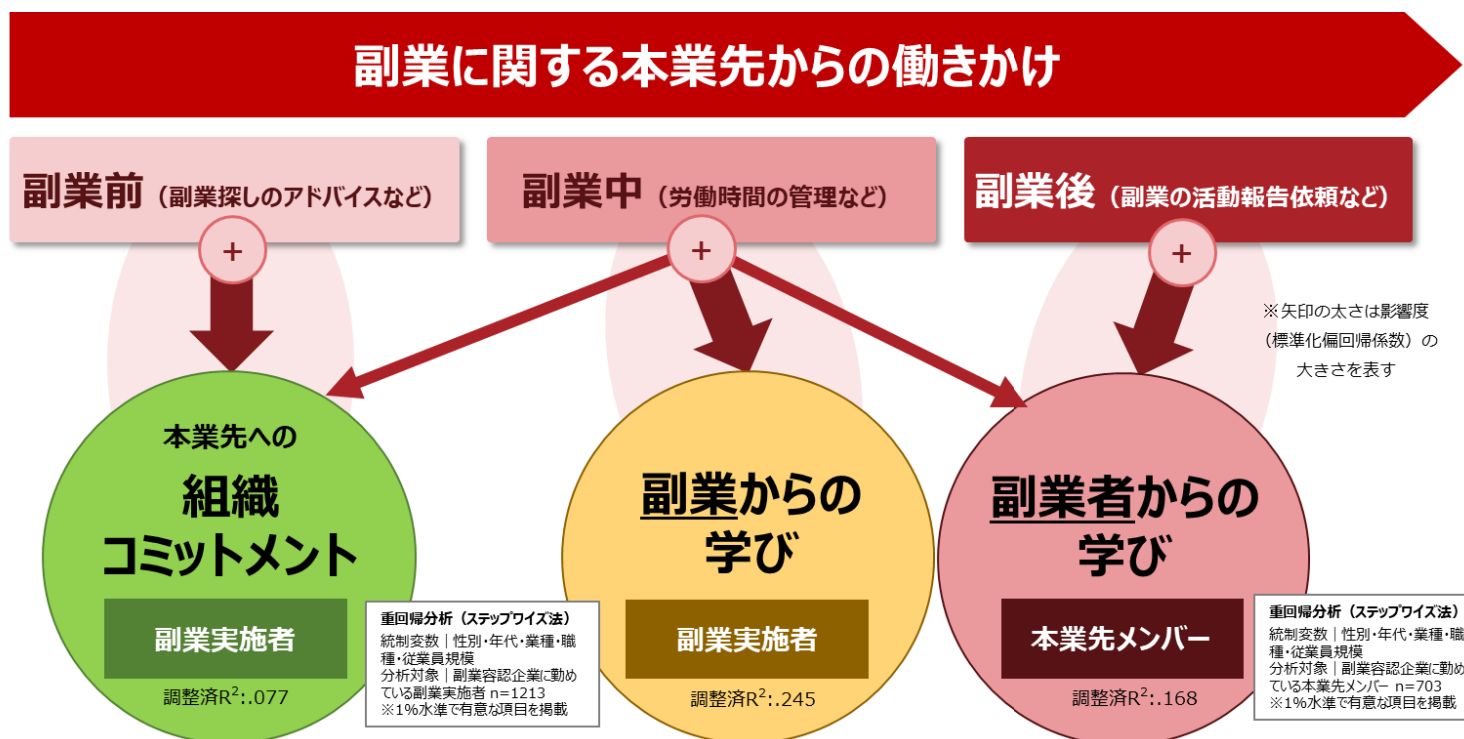


副業に関する本業先からの働きかけが与える影響



副業に関する本業先からの働きかけの効果

- 副業に関する本業先からの働きかけについて、副業前は「副業を探す上でのアドバイス」、副業中は「副業の労働時間の管理」「副業のやり方のアドバイス」、副業後は「人事・上司への活動報告の依頼」といった働きかけを多く受けている。
- 本業先からの【副業前】の働きかけは、「本業先への組織コミットメント」を高め、【副業中】の働きかけは、「（副業実施者の）副業からの学び」を高める。そして、【副業後】の働きかけは、「（本業先メンバーの）副業者からの学び」を高める。



提言

2018年の副業元年から5年が経過し、企業の副業解禁の動きが加速している一方、正社員の副業実施率は微減トレンドを推移しており、副業実施率と意向率のギャップについてはほぼ横ばいの結果となった。2021年に実施した「第二回 副業の実態・意識に関する定量調査」に引き続き、副業者の増加には歯止めがかかっている状態である。

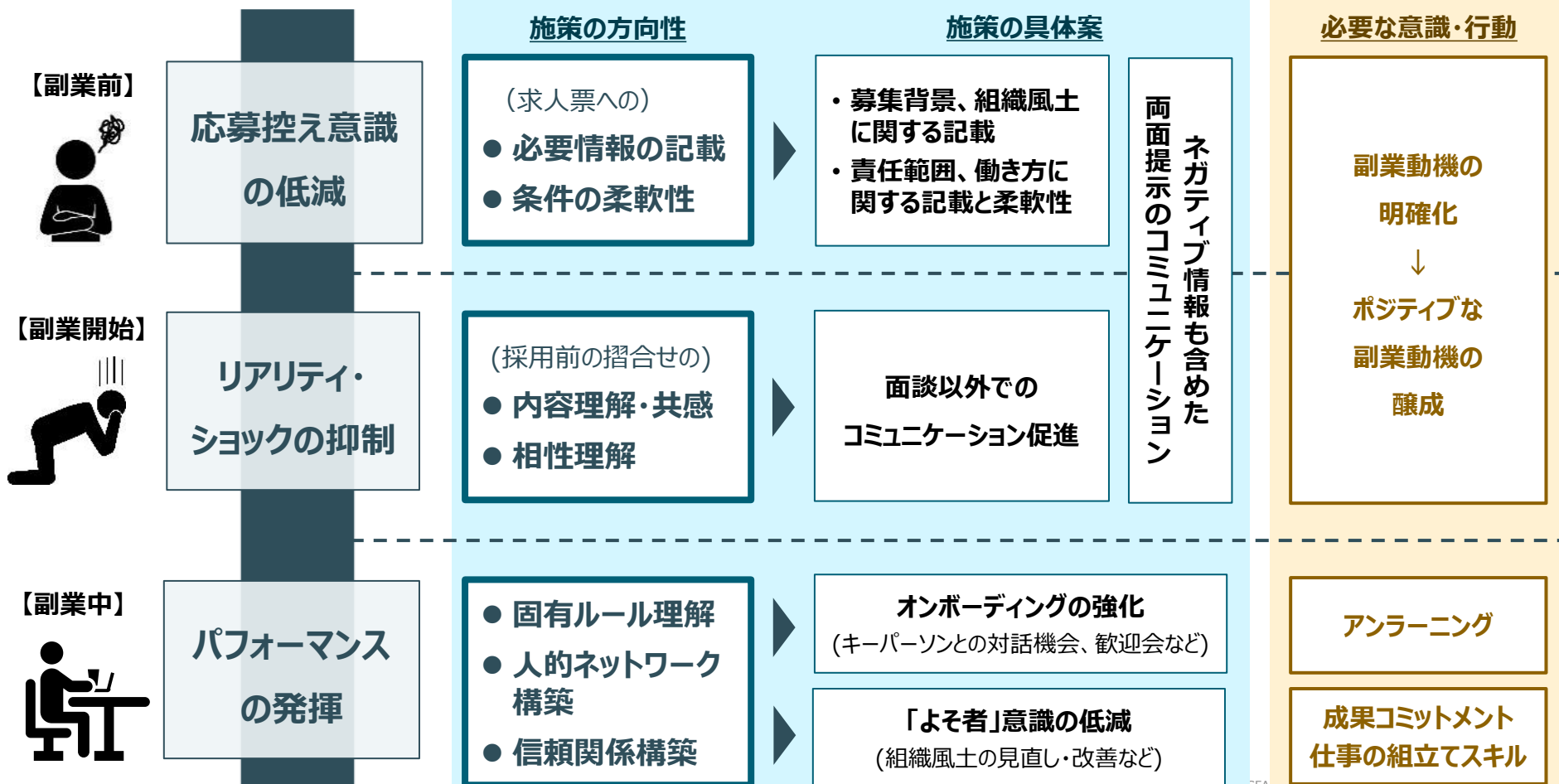
要因の1つに考えられるのが「本業の多忙化」だ。これには、新型コロナウイルス感染症の収束に伴う、テレワーク実施率の低下*も関係していると推察される。また、副業における「受け皿の少なさ」と「アンマッチの多さ」も、上記の傾向に関する主要因と言えよう。本調査において、副業者を受け入れている企業の割合は、副業を容認する企業の割合と比べてかなり少なく、また、自身の希望・スキルにマッチしていないが故に、求人への応募を躊躇う個人の意識もみられた。

企業の人材不足は年々悪化しており、特に地方企業にとっては、人材確保は大きな課題と言えよう。企業は、今回導出した課題を解決するためのポイントも参考にしながら、副業人材という外部リソースを積極的かつ円滑に活用していくことをお勧めしたい。

また、今回の調査からは、副業不採用者に対して「魅力的」「もったいない」と感じる企業側の意識と、不採用後もその企業に肯定的な副業不採用者側の意識も一定数確認されている。例えば、採用活動後も勉強会やイベント等を通じて、一度接点を持った就業者と関係性を維持するような施策も有効ではないだろうか。

副業前～副業開始～副業中の課題解決に向けた施策を整理した。企業と個人の双方にとって実りある副業を行う上では、個人に求められる意識・行動とあわせて、副業先企業における「求人募集」「採用」「オンボーディング」観点の総合的な施策の実施が鍵となる。

副業推進における課題



【副業後】



副業者からの学び

意識の
変化

副業からの 学び

スキル・経験
の獲得

副業者

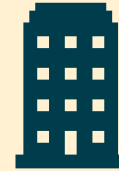


副業先
メンバー



社内コミュニケーション
の活性化 など

副業先
企業



本業先
メンバー



チャレンジ意欲
の向上 など

本業先
企業



エンployアビリティ
の向上

継続就業意向・上昇意向の高まり

従来の副業について、1回の面談だけで認識を合わせるケースが多く、副業者へのオンボーディングに力を入れていないことなどから、「パズルはめ込み型」の様相が確認された。企業と個人の双方にとって実りある副業を実現する上では、副業先の企業と個人に加えて、本業先の企業も巻き込んだ、三者による「歯車連動型」の形態が重要である。

本業先企業の副業者への働きかけは、副業者や周囲のメンバーへの学びを促すだけでなく、本業先への組織コミットメント、継続就業意向、上昇意向の高まりにも寄与する。本データが、副業者への積極的関与について、本業先企業が検討する上での判断材料になれば幸いである。

「パズルはめ込み型」の副業

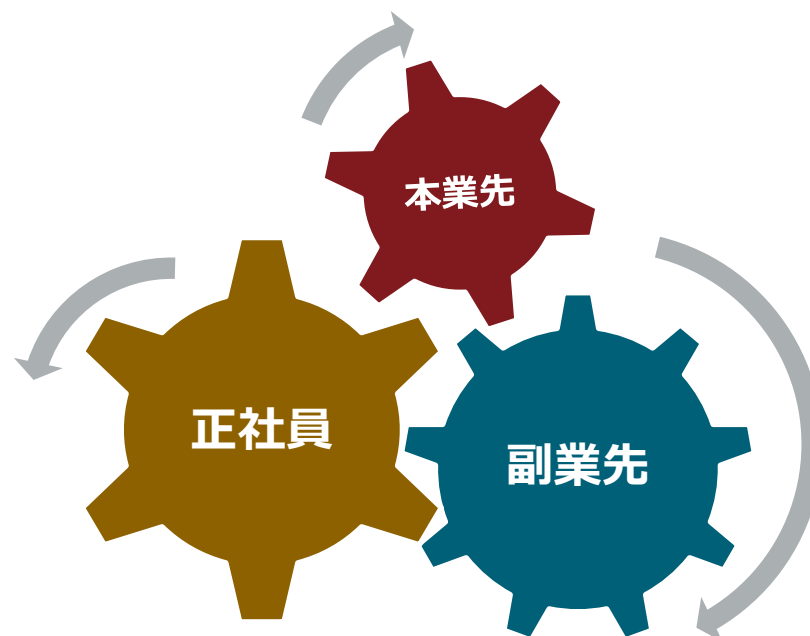
採用or継続



不採用or未継続



「歯車連動型」の副業



副業の実態

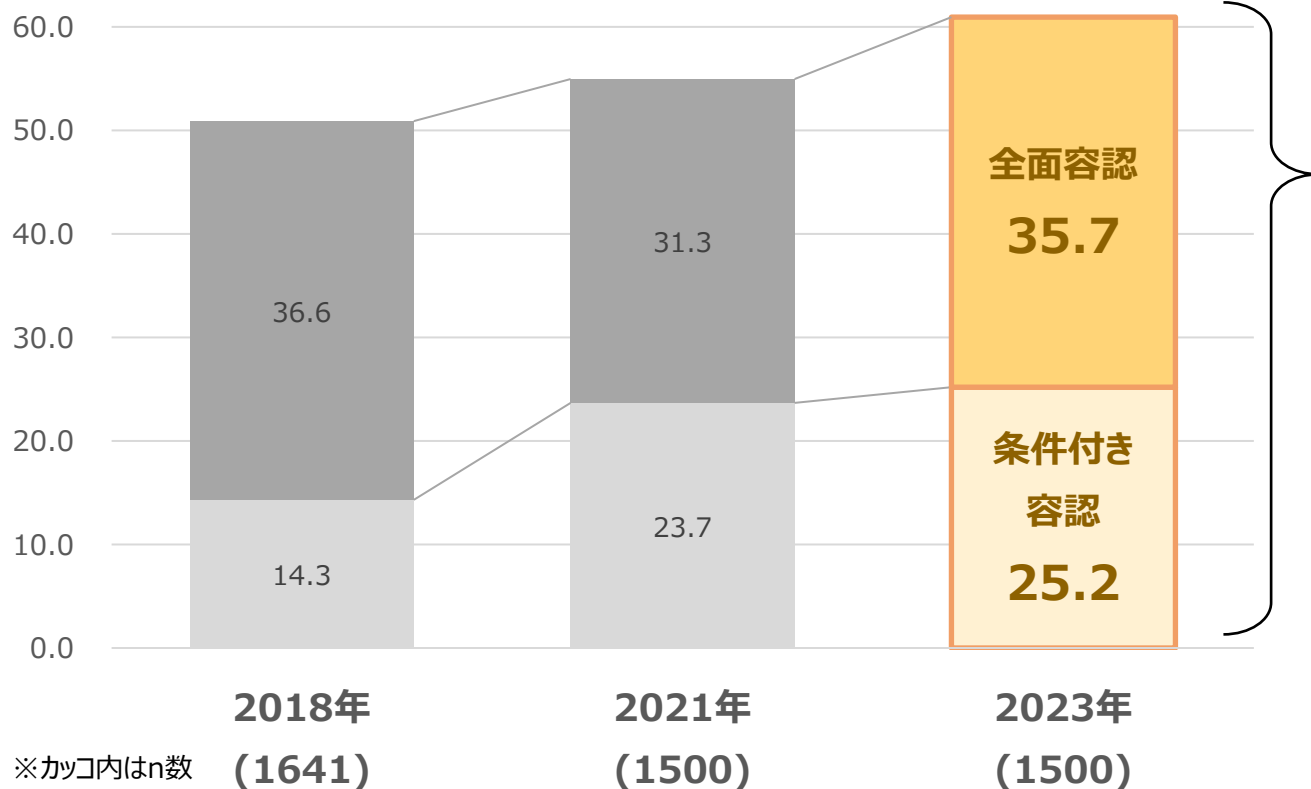
1. 企業における副業の容認・受入れ状況

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

企業の副業容認率は60.9%と、21年調査から5.9pt上昇。18年調査以降、上昇トレンド。

企業調査 | 企業の副業容認状況と推移 (%)

※18年・21年調査は23年調査データの業種×従業員規模の構成比に合わせてウェイトバック補正



副業容認率
60.9%
(21年から) **5.9pt アップ↑**

※ 副業容認率：「全面容認」「条件付き容認」の合計

副業容認率が最も高い業種は「宿泊業、飲食サービス業(78.4%)」で、21年調査から11.8pt上昇。また、最も上昇幅が大きい業種は、「金融業、保険業」で21.3pt。その他、従業員数1千人以上の企業における上昇幅も目立つ。

		n数	副業容認率(%)	21年との 差分(pt)			n数	副業容認率(%)	21年との 差分(pt)
業 種	全体	(1500)	60.9	(5.9)	全体	(1500)	60.9	(5.9)	
	宿泊業、飲食サービス業	(51)	78.4	(11.8)	従 業 員 数	10~100人未満	(672)	65.3	(2.4)
	不動産業、物品賃貸業	(57)	75.4	(7.3)		100~1千人未満	(503)	54.1	(3.1)
	医療、介護、福祉	(108)	70.4	(12.2)		1千~1万人未満	(215)	58.1	(18.5)
	その他のサービス業	(185)	64.9	(2.8)		1万人以上	(110)	70.9	(16.6)
	金融業、保険業	(71)	63.4	(21.3)		所 在 地	東京圏 (東京、神奈川、千葉、埼玉)	(665)	60.6
	情報通信業	(110)	62.7	(2.8)	名古屋圏 (愛知、岐阜、三重)		(120)	59.2	(-4.5)
	学術研究、専門・技術サービス業	(44)	61.4	(5.2)	大阪圏 (大阪、兵庫、京都、奈良)		(234)	61.1	(8.8)
	その他の業種	(39)	59.0	(-2.3)	都市圏以外 (上記以外)		(481)	61.7	(5.8)
	運輸業、郵便業	(97)	58.8	(9.2)					
	卸売業、小売業	(190)	58.4	(10.9)					
	建設業	(145)	55.2	(2.2)					
	製造業	(317)	52.1	(1.8)					
	農業、林業、漁業、鉱業	(10)	80.0	(3.1)					
	電気・ガス・熱供給・水道業	(22)	72.7	(23.4)					
教育、学習支援業	(27)	66.7	(3.6)						
生活関連サービス業、娯楽業	(27)	59.3	(-3.8)						

※灰色で網掛けされている業種はn数少のため参考

副業を容認する理由として「個人の自由なので(58.4%)」が最も高く、21年調査から4.5pt上昇。全般的にスコアが上昇しており、特に「従業員のモチベーション向上」「優秀な人材の確保・定着」などの理由が、前回から上昇している。

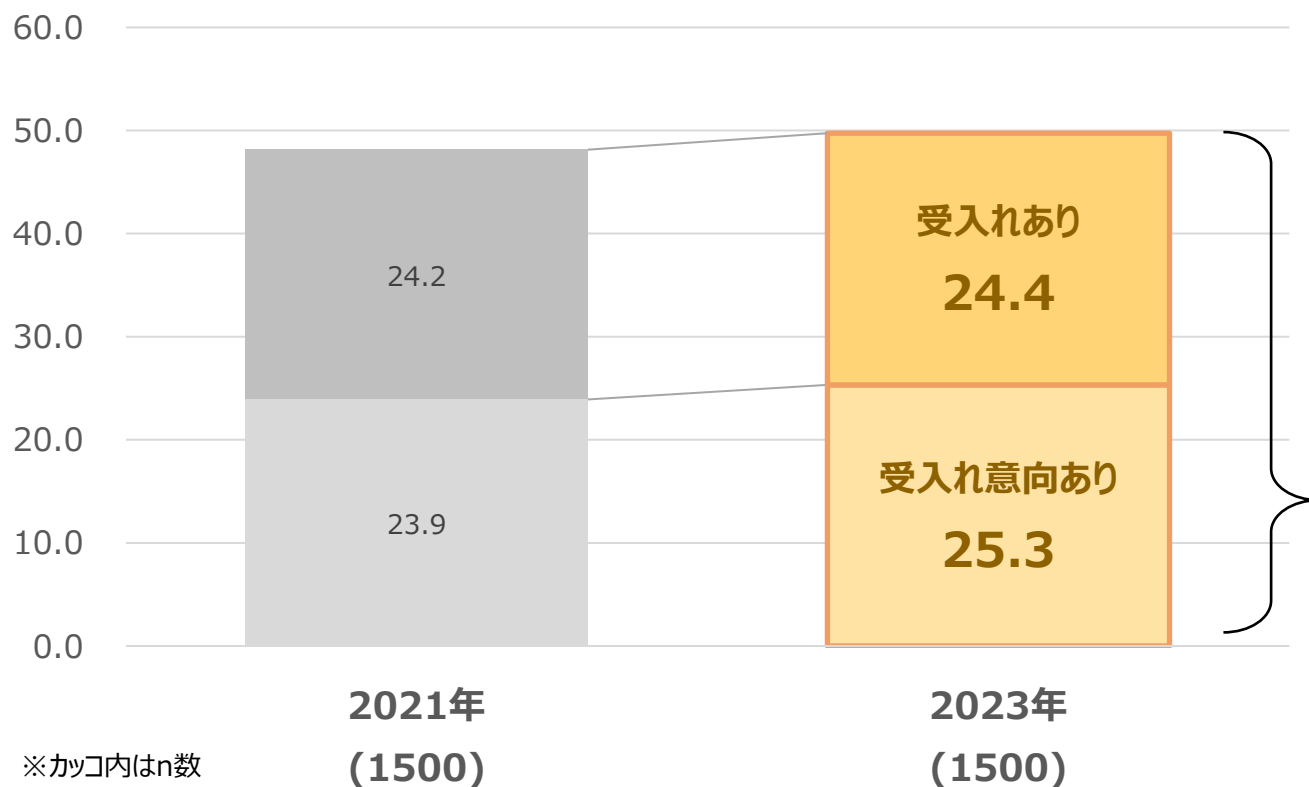
副業容認企業
【23年】 n=914
【21年】 n=824

副業容認理由	23年結果 (%)	21年との差分 (pt)
個人の自由なので	58.4	(4.5) ↑
従業員のモチベーションの向上のため	57.4	(4.9) ↑
禁止するべきものではないので	56.2	(1.3) ↑
従業員の収入補填のため	55.6	(-0.7) ↓
優秀な人材の定着（離職率の低下）のため	52.8	(4.2) ↑
働き方改革の促進のため	52.6	(1.1) ↑
従業員の視野拡大・自主性向上のため	51.8	(2.9) ↑
優秀な人材の確保（採用活動）のため	51.0	(4.1) ↑
従業員のスキル向上のため	49.2	(2.8) ↑
従業員の社外での人脈拡大のため	41.5	(2.8) ↑
従業員の生産性の向上のため	41.4	(1.9) ↑
新規事業の創発（イノベーションの拡大）のため	37.9	(2.3) ↑
社会貢献のため	32.8	(3.6) ↑
転職や再就職の支援のため	31.6	(3.2) ↑
企業イメージの向上のため	30.9	(2.8) ↑

副業者（他社で雇用されている人材）の受入れ率は24.4%で前回と同水準。

企業調査 | 副業者（他者で雇用されている人材）の受入れ状況（%）

※21年調査は23年調査データの業種×従業員規模の構成比に合わせてウェイトバック補正



副業受入れ率
24.4%
(21年から) 0.2pt アップ

受入れ率 + 意向率
49.7%
(21年から) 1.6pt アップ

※カッコ内はn数

副業受入れ率が最も高い業種は「医療、介護、福祉(45.4%)」で、次いで「宿泊業、飲食サービス業(39.2%)」が続く。
「宿泊業、飲食サービス業」は、21年調査から9.7pt上昇。

		n数	副業受入れ率(%)	21年との 差分(pt)			n数	副業容認率(%)	21年との 差分(pt)
業 種	全体	(1500)	24.4	(0.2)	従 業 員 数	全体	(1500)	24.4	(0.2)
	医療、介護、福祉	(108)	45.4	(2.6)		10~100人未満	(672)	23.2	(0.3)
	宿泊業、飲食サービス業	(51)	39.2	(9.7)		100~1千人未満	(503)	24.9	(-2.2)
	その他の業種	(39)	38.5	(8.1)		1千~1万人未満	(215)	21.4	(2.6)
	その他のサービス業	(185)	29.2	(-4.6)		1万人以上	(110)	35.5	(5.5)
	運輸業、郵便業	(97)	28.9	(4.7)	所 在 地	東京圏 (東京、神奈川、千葉、埼玉)	(665)	24.2	(-1.7)
	情報通信業	(110)	28.2	(2.5)		名古屋圏 (愛知、岐阜、三重)	(120)	20.0	(-0.8)
	卸売業、小売業	(190)	21.1	(-0.8)		大阪圏 (大阪、兵庫、京都、奈良)	(234)	25.2	(0.5)
	建設業	(145)	16.6	(-2.7)		都市圏以外 (上記以外)	(481)	25.4	(2.9)
	製造業	(317)	16.4	(1.1)					
	学術研究、専門・技術サービス業	(44)	15.9	(-11.0)					
	金融業、保険業	(71)	12.7	(0.7)					
	不動産業、物品賃貸業	(57)	12.3	(-14.4)					
	農業、林業、漁業、鉱業	(10)	50.0	(50.0)					
	生活関連サービス業、娯楽業	(27)	37.0	(19.7)					
教育、学習支援業	(27)	33.3	(-3.4)						
電気・ガス・熱供給・水道業	(22)	27.3	(4.0)						

※灰色で網掛けされている業種はn数少のため参考

副業受入れの理由として「迅速に人材確保が可能だから」が25.4%で最も高く、次いで「多様な人材確保が可能だから(21.3%)」「高度なスキルをもった人材確保が可能だから(18.3%)」が続く。

副業受入れ企業
【23年】 n=366
【21年】 n=363

副業受入れ理由	23年結果 (%)	21年との差分 (pt)
迅速に人材確保が可能だから	25.4	(2.3) ↑
多様な人材確保が可能だから	21.3	(-3.5) ↓
高度なスキルをもった人材確保が可能だから	18.3	(-5.1) ↓
コストメリットがあるから	17.8	(0.5) ↑
正社員で採用困難な稀少スキルを保有した人材確保が可能だから	15.6	(-2.4) ↓
新たな知識・経営資源の獲得が可能だから	15.6	(-2.0) ↓
正社員で採用するよりも、優秀な人材の確保が容易だから	14.2	(-1.5) ↓
社外の人脈拡大が可能だから	14.2	(1.5) ↑
企業イメージの向上のため	11.7	(4.7) ↑
プロジェクトやタスク単位で必要な人材確保が可能だから	11.5	(-0.9) ↓
居住地を問わず、人材確保が可能だから	11.5	(2.3) ↑
周りの従業員に良い刺激になるから	11.2	(0.1) ↑
新規事業立ち上げ／推進のため	10.9	(1.2) ↑
オープンイノベーションの促進のため	5.5	(-2.7) ↓
その他	4.1	(1.8) ↑

企業における副業容認有無と受入れ有無の組み合わせで確認したところ、「容認のみ(40.6%)」の企業が最も多く、21年調査から3.9pt上昇。「容認・受入れいずれもあり(20.3%)」も前回から微増。

企業調査 | 副業容認と受入れ状況 (%)

※21年調査は23年調査データの業種×従業員規模の構成比に合わせてウェイトバック補正

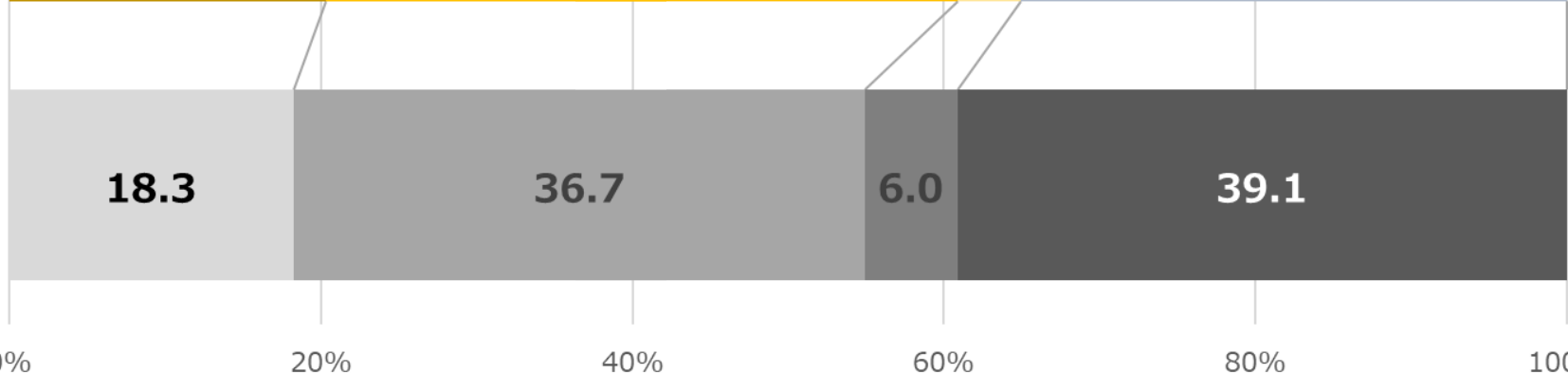
■ 容認・受入れいずれもあり ■ 容認のみ ■ 受入れのみ ■ 容認・受入れいずれもなし

※カッコ内はn数

2023年
(1500)



2021年
(1500)



副業の実態

2. 正社員の副業実施・意向状況

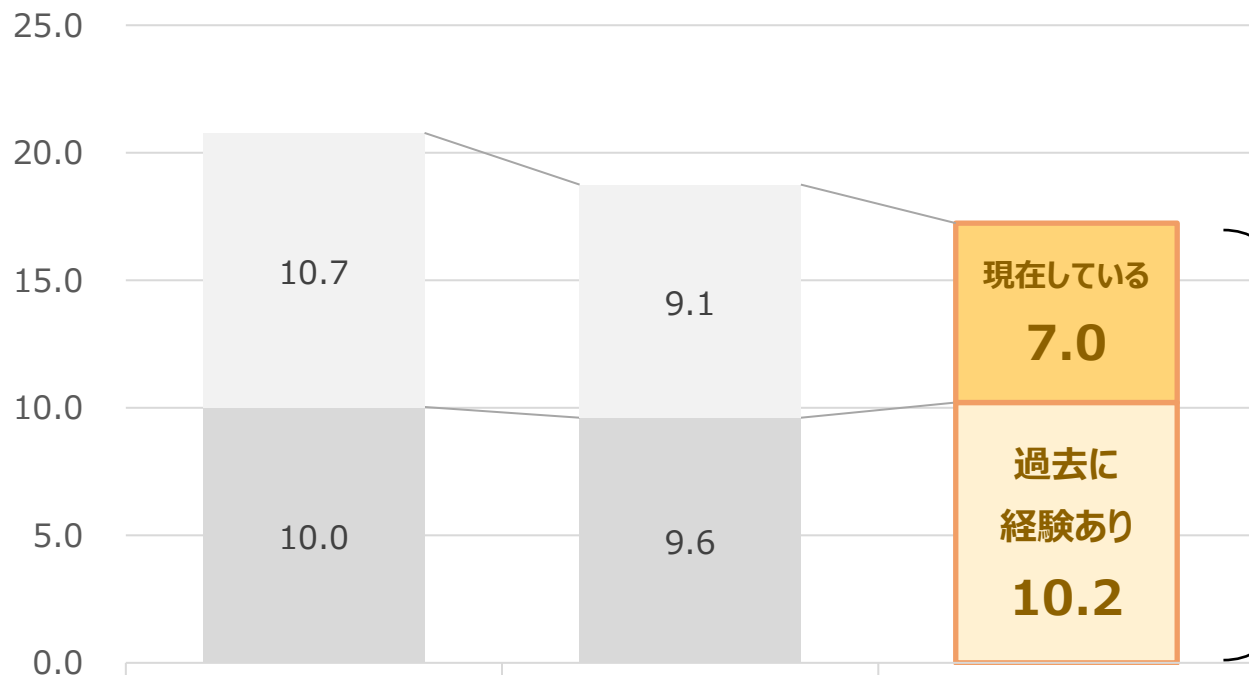
パーソル総合研究所
シンクタンク本部

現在副業を実施している正社員は7.0%と18年調査、21年調査から微減トレンド。

※ただし、調査実施時期が異なる点に留意されたい

個人調査 | 正社員の副業実施状況と推移 (%)

※令和2年国勢調査の正社員性年代(5歳刻み)の構成比に合わせてウェイトバック補正



副業実施率
7.0%
(21年から) **2.1pt ダウン↓**

副業経験率
17.2%
(21年から) **0.8pt ダウン**

※副業経験率：「現在している」と「過去経験あり」の合計

※カッコ内は人数

2018年
(18958)

2021年
(34824)

2023年
(61780)

調査実施時期 →

10月26日-30日

3月4日-8日

7月26日-8月1日

副業実施状況について、性別では男性よりも女性、年代では若年層（20～30代）の実施率がやや高い。

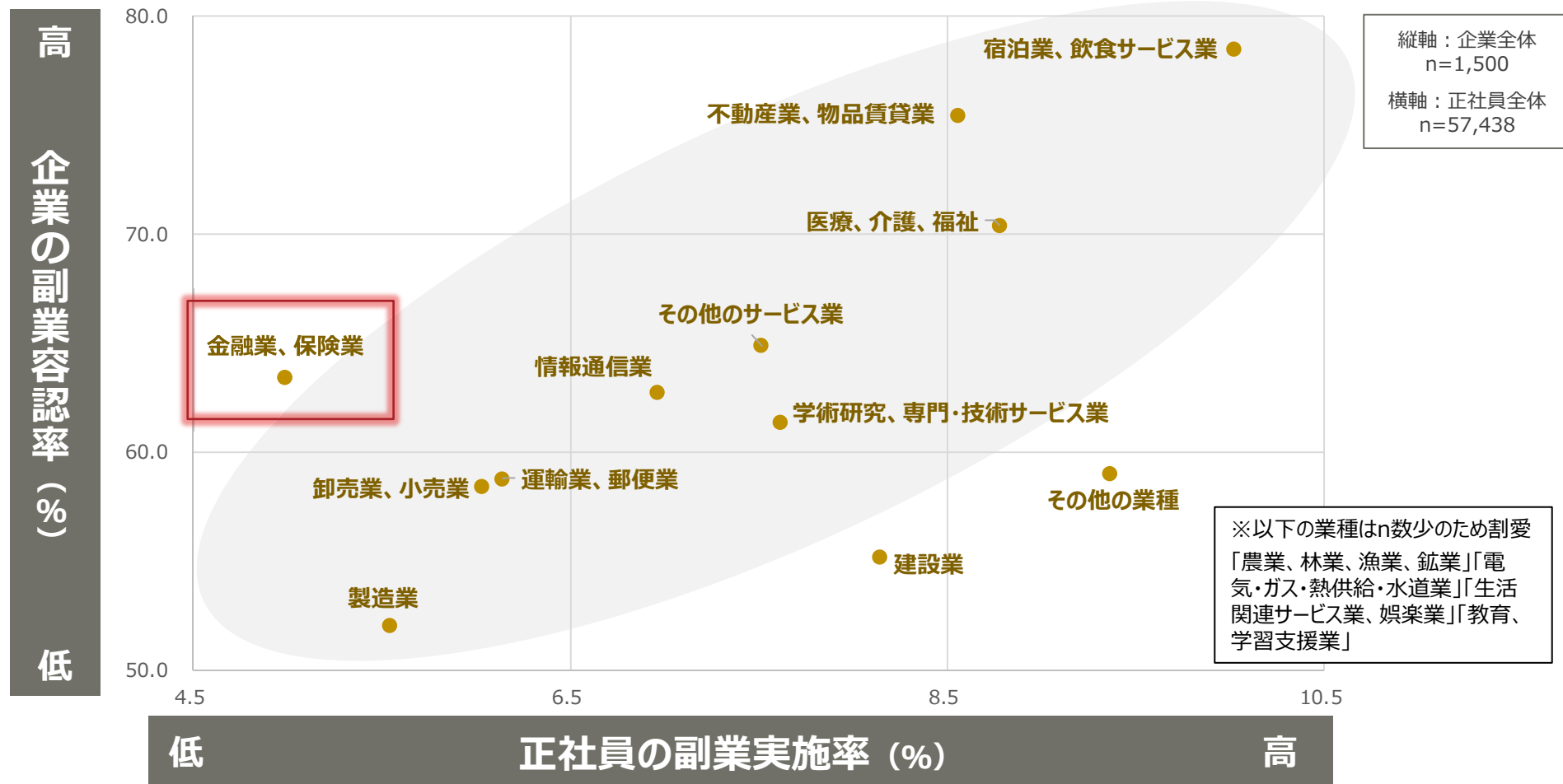
また、職位別にみると、「部長・本部長相当」の副業実施率が高い。

業種別では、副業容認率の上昇幅が最も大きかった「金融業、保険業」の実施率が最も低い。

		n数	副業実施率(%)	21年との 差分(pt)
全体		(61780)	7.0	(-2.1)
性別	男性	(39741)	6.5	(-3.0)
	女性	(22039)	7.9	(-0.6)
年代	20代	(12065)	8.9	(-3.7)
	30代	(15257)	8.8	(-2.2)
	40代	(18727)	6.5	(-1.4)
	50代	(15731)	4.5	(-1.7)
職位	一般社員・従業員	(40711)	6.8	(-1.9)
	主任・リーダー相当	(7930)	7.8	(-3.8)
	係長相当	(4092)	6.7	(-4.3)
	課長相当	(6256)	6.4	(-2.8)
	部長・本部長相当	(2791)	10.4	(-4.1)

		n数	副業実施率(%)	21年との 差分(pt)
全体		(61780)	7.0	(-2.1)
(本業先の) 業種	農業、林業、漁業、鉱業	(400)	16.4	(-6.6)
	教育、学習支援業	(1195)	10.5	(0.8)
	宿泊業、飲食サービス業	(1284)	10.0	(-1.0)
	生活関連サービス業、娯楽業	(1295)	9.8	(-3.9)
	その他の業種	(3649)	9.4	(-1.8)
	医療、介護、福祉	(5861)	8.8	(-1.7)
	不動産業、物品賃貸業	(1169)	8.6	(-3.4)
	建設業	(4149)	8.1	(-0.6)
	学術研究、専門・技術サービス業	(660)	7.6	(-4.2)
	その他のサービス業	(5325)	7.5	(-4.4)
	情報通信業	(4764)	7.0	(-0.7)
	電気・ガス・熱供給・水道業	(1153)	6.1	(-0.8)
	運輸業、郵便業	(4664)	6.1	(-3.5)
	卸売業、小売業	(6123)	6.0	(-2.8)
	製造業	(16326)	5.5	(-1.7)
金融業、保険業	(3764)	5.0	(-3.2)	

企業の副業容認率と正社員の副業実施率の関係を業種別に確認したところ、副業容認率が高いほど、副業実施率が高い関係がみられる。また、「金融業、保険業」は副業容認率の高さの割に、副業実施率が低い。



副業を行っている正社員（副業実施者）の副業動機をみた。21年調査に引き続き、「副収入を得たいから」「現在の仕事での将来的な収入に不安があるから」「生活するには本業の収入だけでは不十分だから」が上位を占める。

順位	副業動機	23年結果 (%)	21年順位
1位	副収入（趣味に充てる資金）を得たいから	69.7	1位 →
2位	現在の仕事での将来的な収入に不安があるから	57.5	2位 →
3位	生活するには本業の収入だけでは不十分だから	57.3	3位 →
4位	自分が活躍できる場を広げたいから	45.9	4位 →
5位	本業では得ることが出来ない新しい知見やスキル、経験を 得たいから	44.9	5位 →
6位	副業で好きなことをやりたいから	44.4	6位 →
7位	時間のゆとりがあるから	42.1	10位 ↑↑↑
8位	会社以外の場所でやりがいを見つげたいから	42.0	9位 ↑
9位	様々な分野の人とつながりができるから	41.9	8位 ↓
10位	自分のスキルを会社以外の場所でも役立てたいから	40.8	11位 ↑
11位	会社以外の場所で役に立てる場所を見つげたいから	40.4	12位 ↑
12位	現在の職場で働き続けることができるか不安があるから	38.0	7位 ↓↓↓↓↓
13位	現在の職場に居場所があり続けるか不安があるから	34.7	14位 ↑
14位	ローンなど借金や負債を抱えているから	34.5	16位 ↑↑

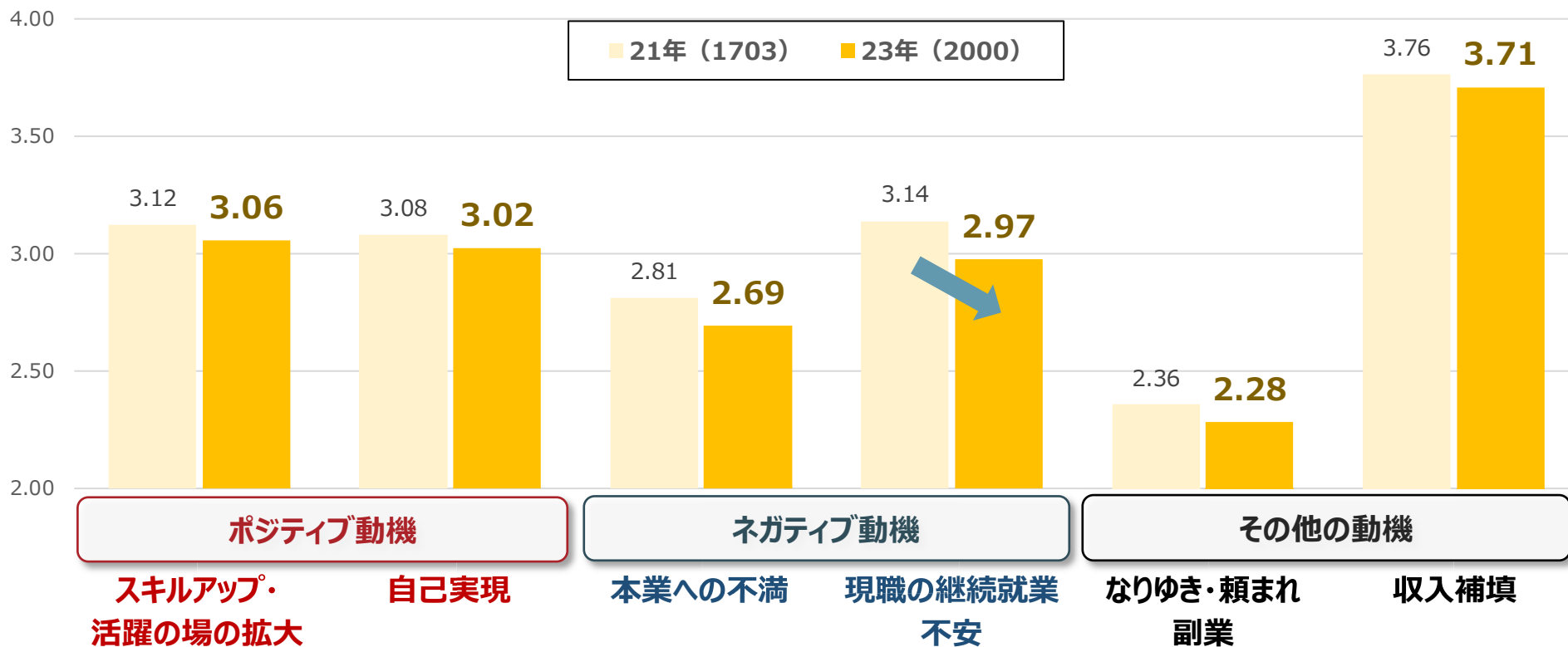
順位	副業動機	23年結果 (%)	21年順位
15位	自分のスキルが他の場所でも通用するか試したいから	33.8	13位 ↓↓
16位	趣味を仕事にしたいから	33.1	17位 ↑
17位	会社以外の場所で感謝されたいから	32.3	19位 ↑↑
18位	会社の働き方改革により、残業代が減り収入が減った から	30.3	15位 ↓↓↓↓
19位	本業の仕事内容に満足できないから	28.5	18位 ↓
20位	本業では自分の好きな仕事ができないから	25.2	20位 →
21位	転職したいから	23.9	22位 ↑
22位	本業では自分の思うように仕事を進められないから	23.8	21位 ↓
23位	独立したいから	22.5	24位 ↑
24位	社会課題の解決に取り組みたいから	21.7	23位 ↓
25位	本業の仕事の性格上、別の仕事をもつことが自然だから	20.5	25位 →
26位	仕事を頼まれ、断りきれなかったから	18.9	26位 →
27位	家業の手伝いをするため	14.1	27位 →

副業実施者【23年】n=2000【21年】n=1703

※ スコアは、「あてはまる」「ややあてはまる」の合計

副業動機の6因子※に分けて傾向をみたところ、21年に引き続き「収入補填」が最も高い。
また、「現職の継続就業不安」は前回からやや減少。

個人調査_副業実施者 | 副業動機6因子の推移 (平均値/pt)

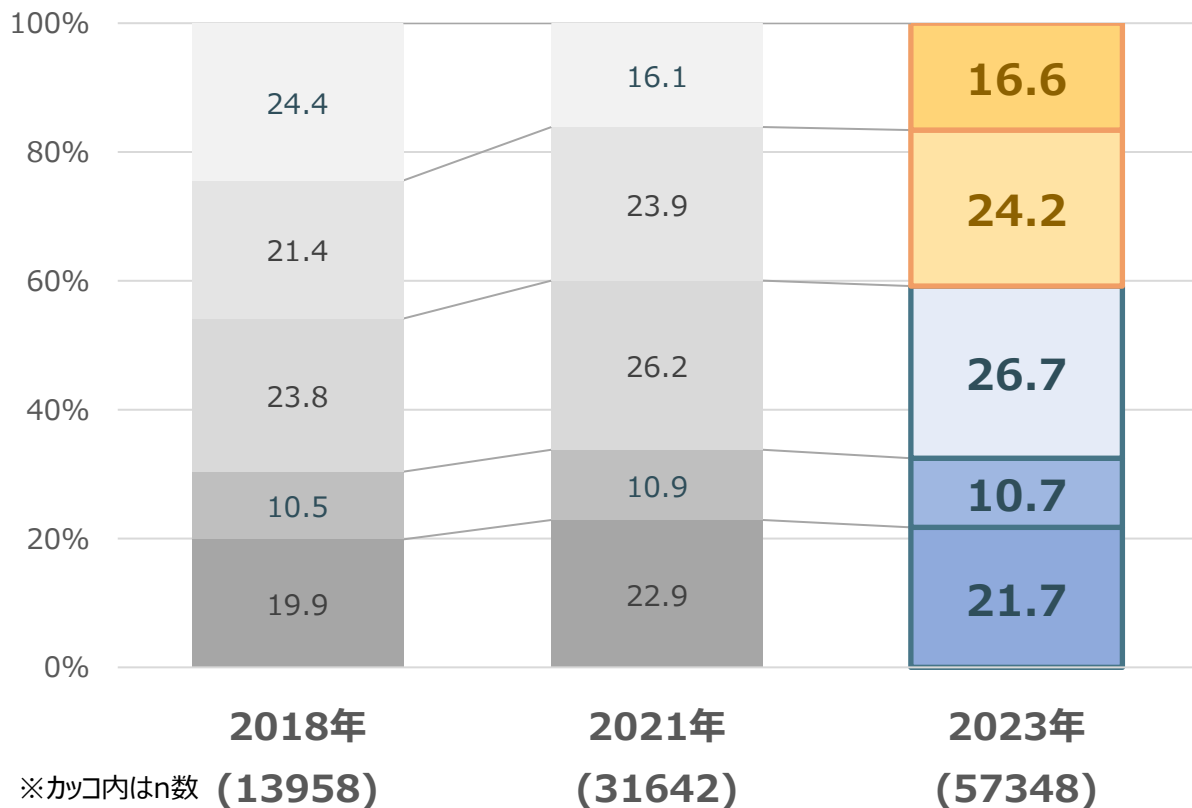


※因子の詳細項目はAppendixに記載

現在副業を行っていない正社員（非副業者）の副業意向を見ると、副業意向がある層は40.8%。
副業実施率（7.0%）とのギャップが大きい。

個人調査 | 正社員（非副業実施者）の副業意向と推移（%）

※令和2年国勢調査の正社員性年代(5歳刻み)の構成比に合わせてウェイトバック補正



副業意向率
40.8%
(21年から) **0.8pt アップ**

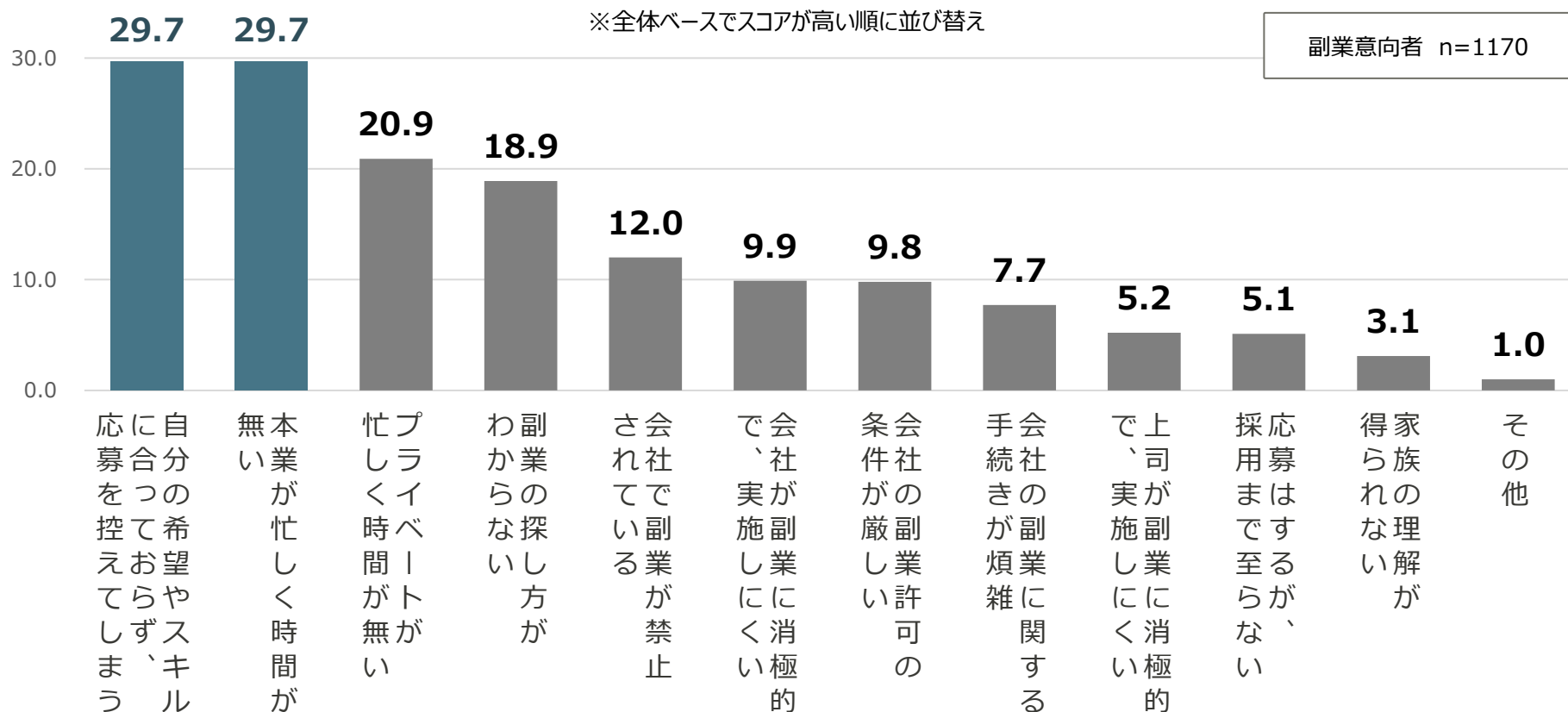
※ 副業意向率：「(やや)行いたいと思う」の合計

- 行いたいと思う
- やや行いたいと思う
- どちらともいえない
- あまり行いたいと思わない
- 行いたいと思わない

副業意向者に対して、現在副業を行っていない理由を確認した。

「自分の希望やスキルに合っておらず、応募を控えてしまう」と「本業が忙しく時間が無い」が29.7%で最も高い。

個人調査 | 副業を行っていない理由 (%)



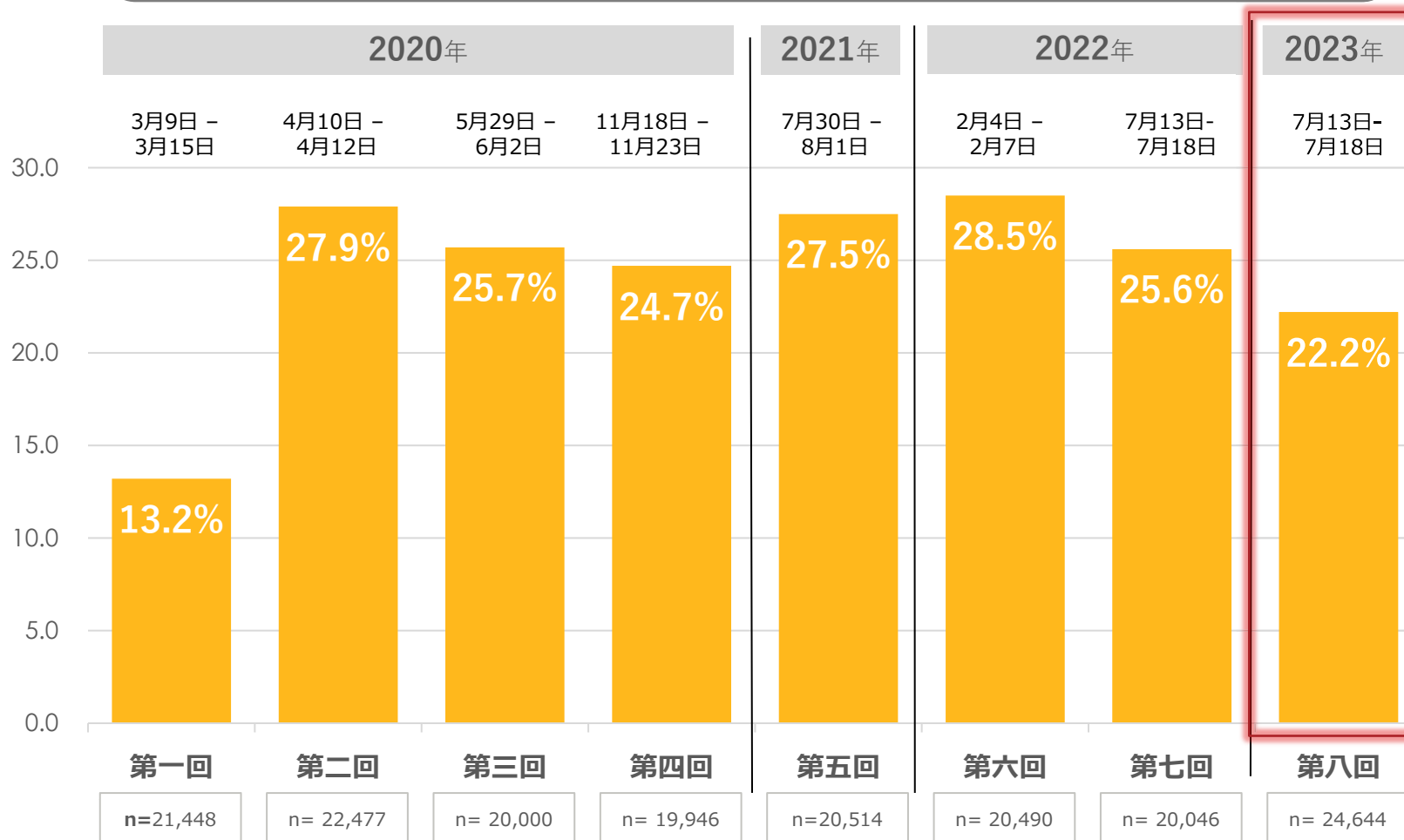
(※他調査参考) テレワーク実施率推移

(前頁の「本業の多忙さ」に関連する傾向)

23年7月のテレワーク実施率は22.2%で、2020年4月以降で最も低くなった。

【全国】 従業員のテレワーク実施率 推移

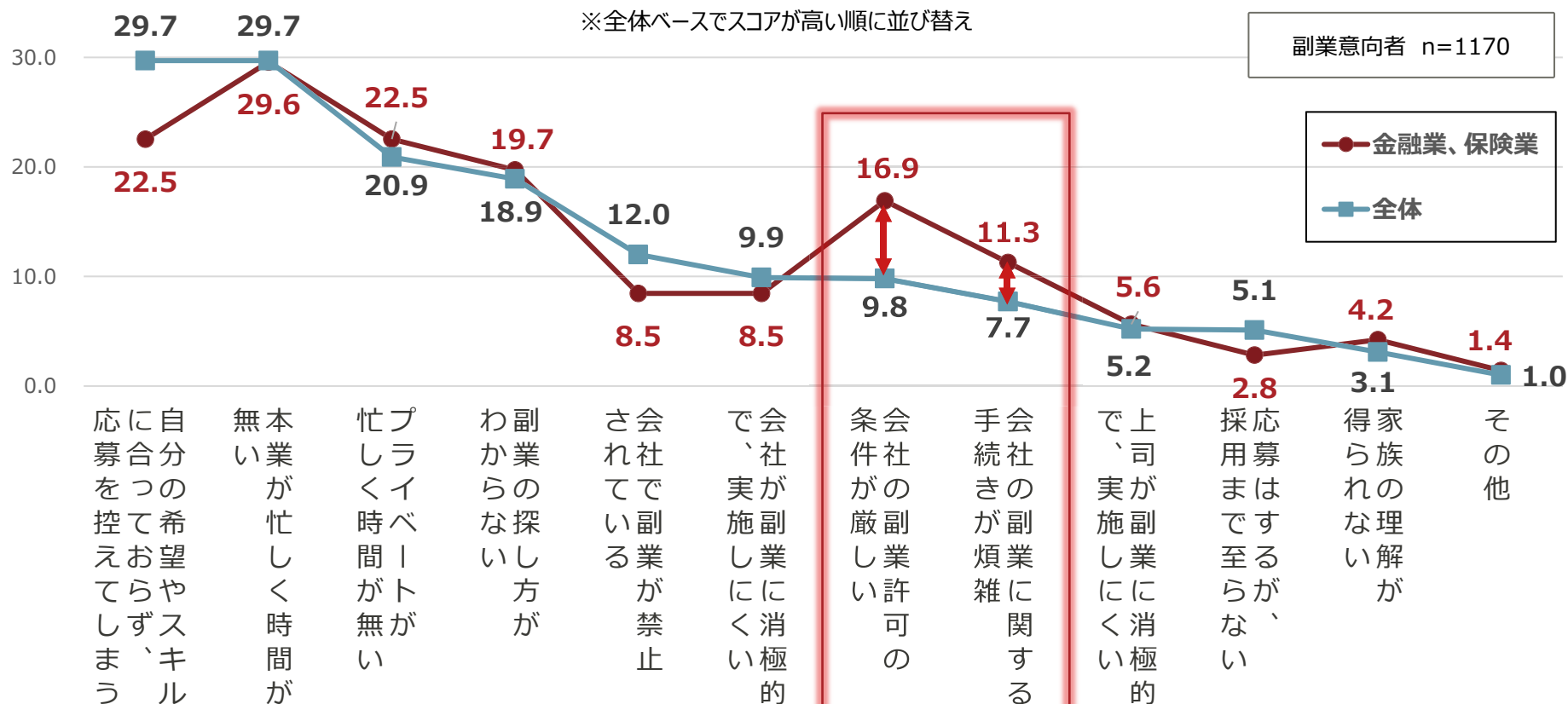
正社員ベース



業種が「金融業、保険業」の副業意向者の特徴をみた。

「会社の副業許可の条件が厳しい」や「副業に関する手続きが煩雑」などで全体とのギャップが大きい。

個人調査 | 副業を行っていない理由 (%)



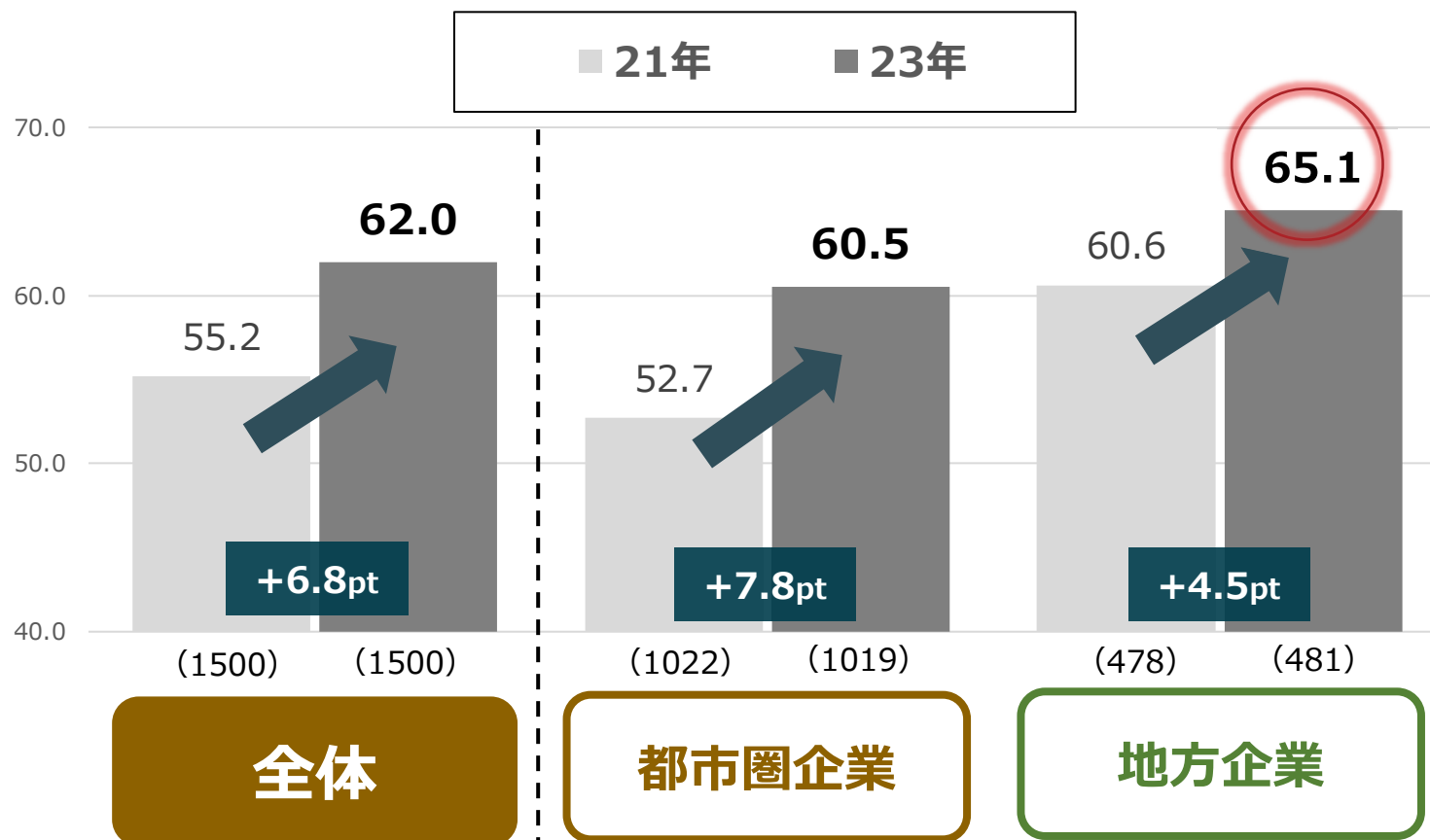
副業の実態

3. 副業人材のニーズ

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

人手不足の状況について、62.0%の企業が「人手不足である」と回答。21年調査から6.8pt増加。
特に地方においては、65.1%の企業が人手不足の状況に陥っている。

企業調査 | 従業員の人手不足の状況（人手不足計/%）



都市圏勤務の副業意向者における地方副業の関心度をみたところ、55.3%が「関心あり」と回答。
また、地方出身の副業意向者における“ふるさと副業”の関心度をみたところ、約7割が「関心あり」と回答。

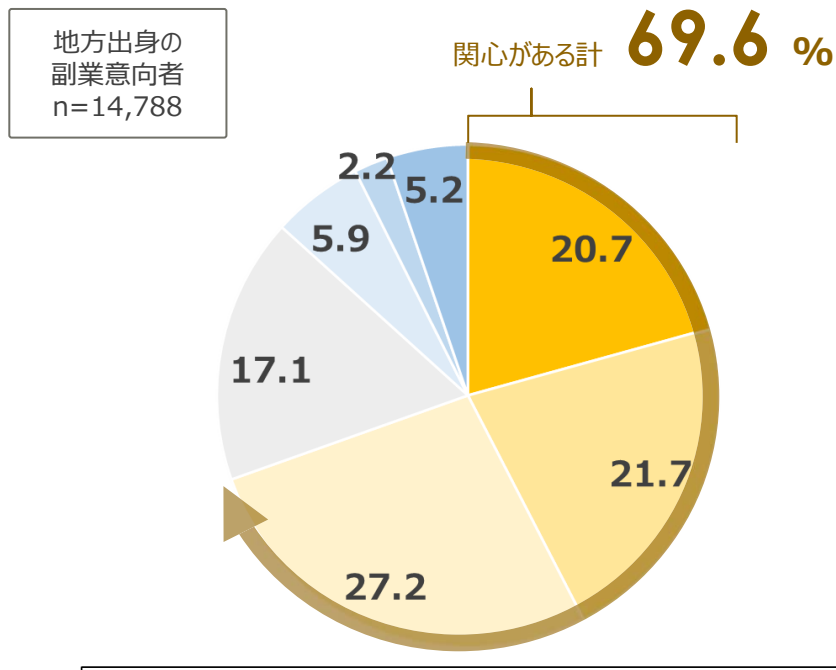
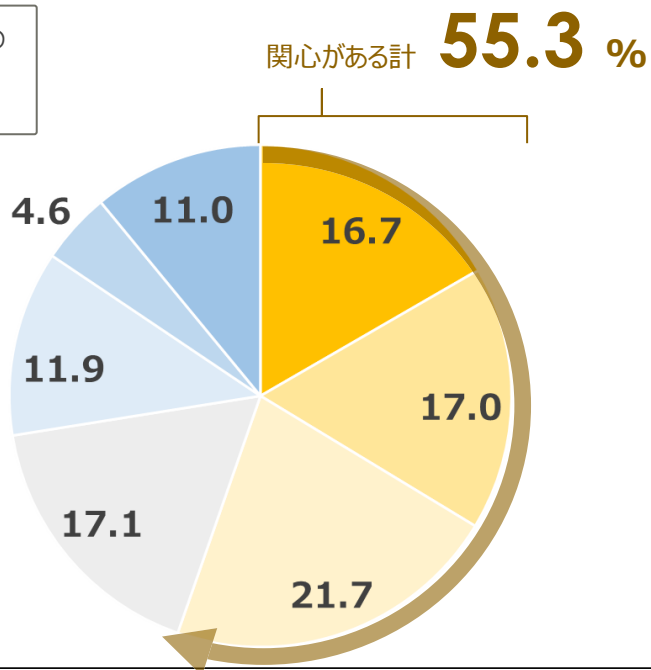
※ふるさと副業：生まれ（育つ）た土地や、以前に住んだり、なじんでいた場所での副業を指す

個人調査 | 地方副業の関心度 (%)

個人調査 | ふるさと副業の関心度 (%)

都市圏勤務の
副業意向者
n=12,517

地方出身の
副業意向者
n=14,788



■ とても関心がある
 ■ 関心がある
 ■ やや関心がある
 ■ どちらともいえない
■ あまり関心がない
 ■ 関心がない
 ■ まったく関心がない

■ とても関心がある
 ■ 関心がある
 ■ やや関心がある
 ■ どちらともいえない
■ あまり関心がない
 ■ 関心がない
 ■ まったく関心がない

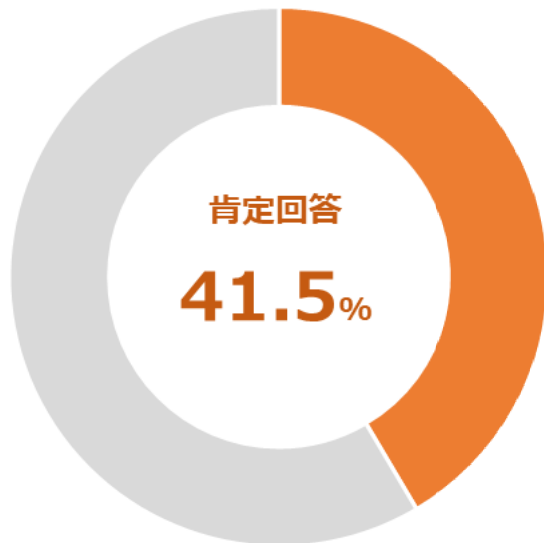
※令和2年国勢調査のデータより性年代（5歳刻み）の構成比に合わせたウェイトバック処理後の数値

※都市圏は東京圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）、名古屋圏（愛知、岐阜、三重）、大阪圏（大阪、兵庫、京都、奈良）を指し、地方は都市圏以外の都道府県を指す

企業における副業不採用後の意識をみた。副業不採用者に対して「今回は対象外だが魅力的だ」「別の求人内容であれば採用したい」「今回不採用にするのはもったいない」と感じている割合は、およそ4割。

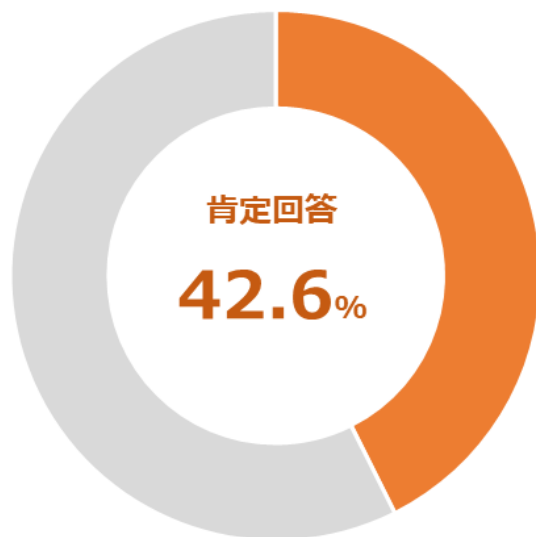
今回の求人で対象としていないが、
貴重なスキル・経験を兼ね備えており、
魅力的だと感じる人が多い

受入れ企業 n=366



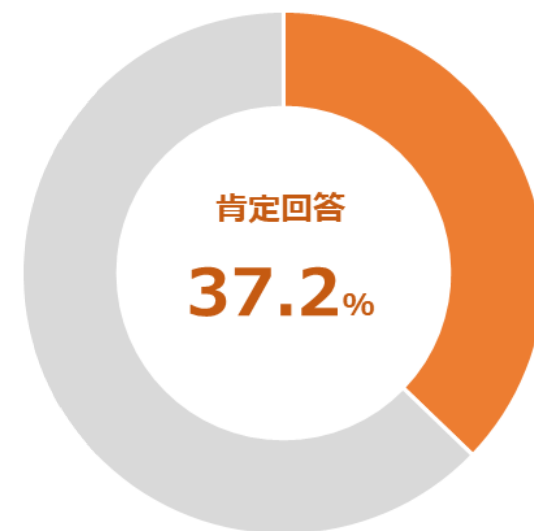
今回の求人にはマッチしなかったが、
別の求人内容であればぜひ採用
したいと感じることが多い

受入れ企業 n=366



自社の業績向上に寄与するポテン
シャルを持っており、今回不採用にする
のはもったいないと感じることが多い

受入れ企業 n=366

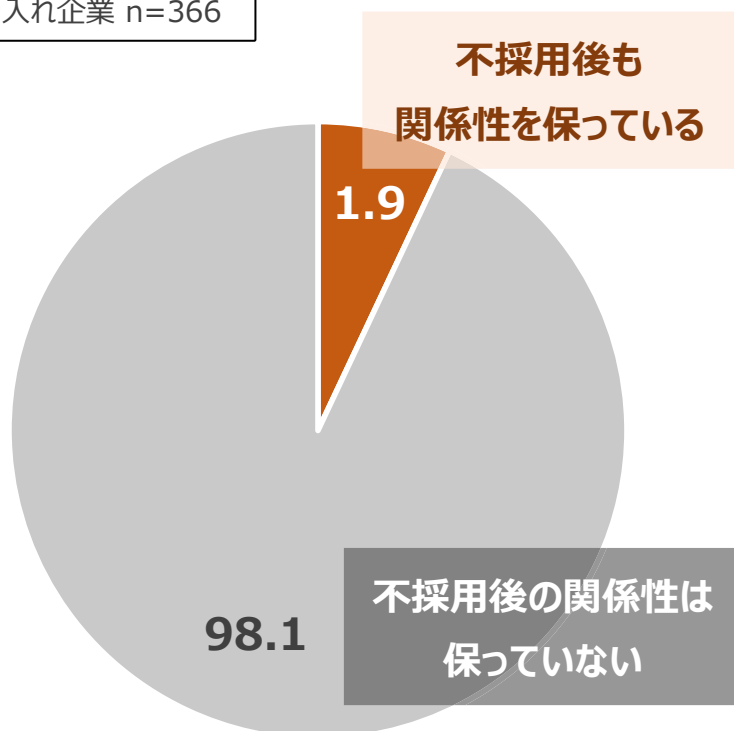


※肯定回答：「よく感じる」「時々感じる」の合計

副業不採用者と関係性を維持していない企業が98.1%が大半を占める。(少数ではあるが) 関係性を維持している企業に対して、自由回答でその内容を問うたところ、「SNSでの繋がり」や「年賀状」などの内容がみられた。

企業調査 | 不採用後の関係性維持 (%)

受入れ企業 n=366



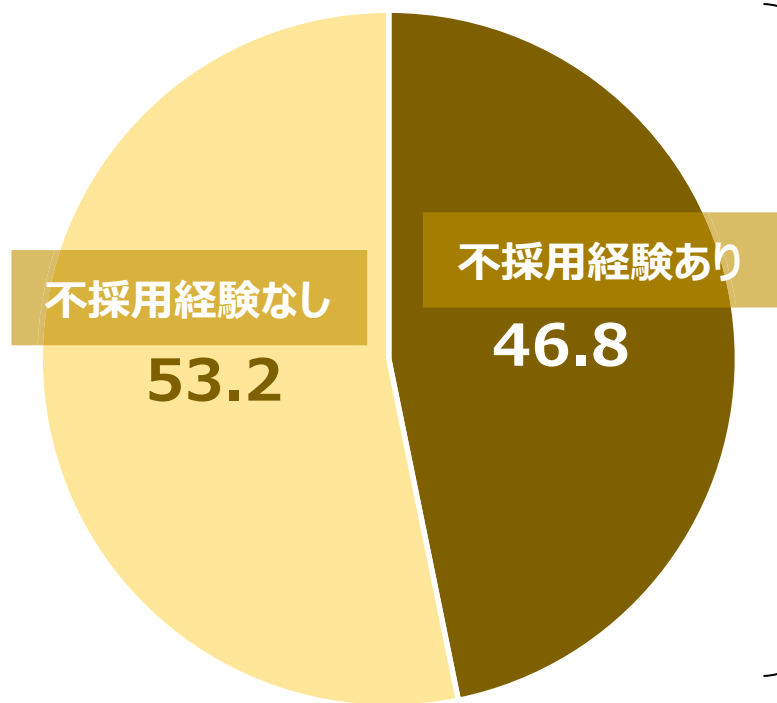
企業調査 | 関係性維持の内容 (自由回答抜粋)

- **SNSでの繋がり**
(宿泊業・飲食サービス業、従業員2~5千人未満)
- **年賀状**
(教育・学習支援業、従業員10~50人未満)
- **定期的な連絡**
(不動産業・物品賃貸業、従業員10~50人未満)
- **フォローアップ面談**
(情報通信業、従業員5千~1万人未満)
- **希望する業務内容に枠が出来れば連絡する**
(不動産業・物品賃貸業、従業員200~500人未満)

副業求人に応募して不採用になった経験者に対して、不採用後の意識を確認した。不採用になった後も「その会社をもう一度受けたい」「オファーがあればもう一度受けたい・検討する」と感じている正社員は55.2%

個人調査 | 副業求人の不採用経験有無 (%)

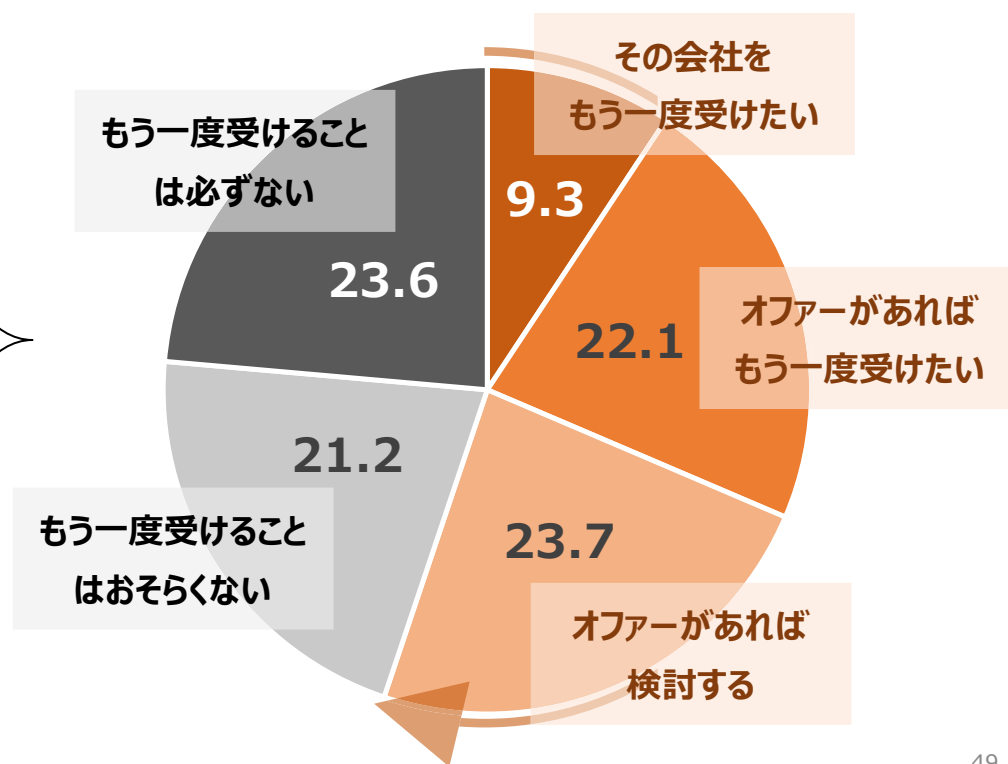
副業実施者・意向者
n=3170



個人調査 | 不採用後の意識 (%)

不採用経験者
n=1483

肯定回答 **55.2%**



副業におけるジャーニー分析

【副業前】

1. 副業求人への「応募控え」意識の低減

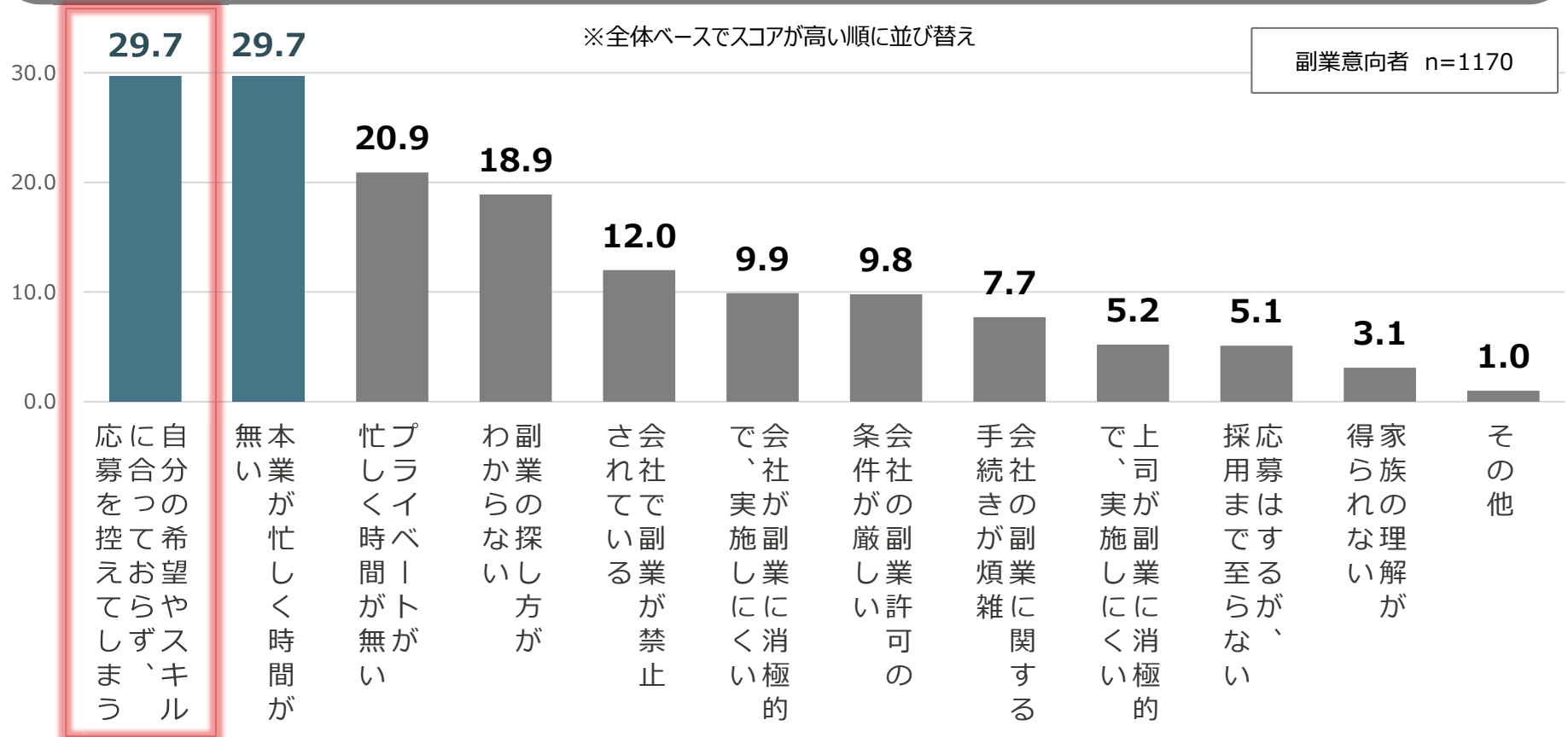
パーソル総合研究所

シンクタンク本部

副業意向者に対して、現在副業を行っていない理由を確認した。

「自分の希望やスキルに合っておらず、応募を控えてしまう」と「本業が忙しく時間が無い」が29.7%で最も高い。

個人調査 | 副業を行っていない理由 (%)

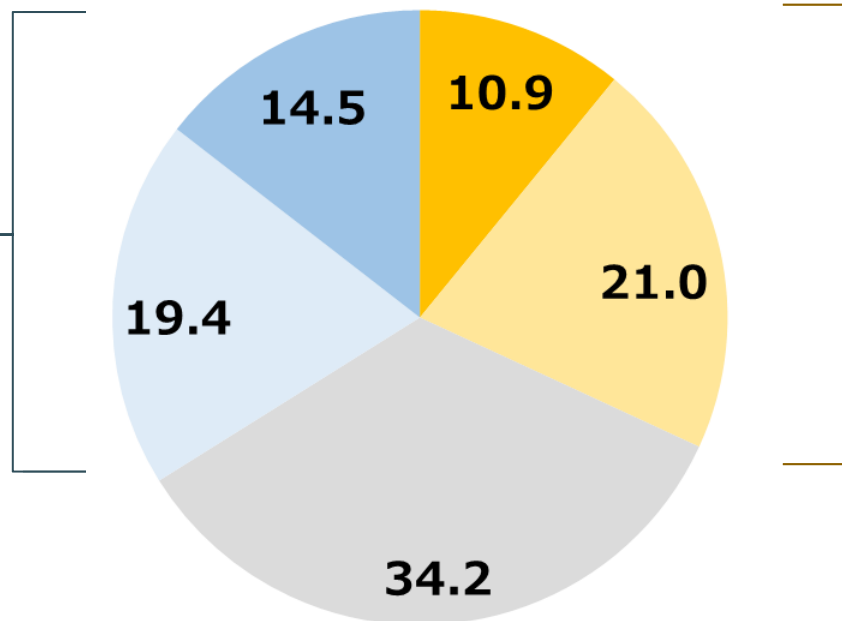


副業受入れ企業に対して、副業求人への応募の多さを問うたところ、肯定回答、否定回答ともに約3割。

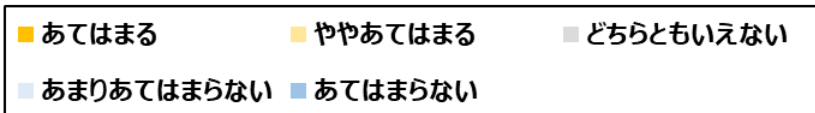
企業調査 | 副業求人への応募の多さ【十分な数の応募が来ている】 (%)

副業受入れ企業 n=366

あてはまらない
計
33.9%



あてはまる
計
32.0%



副業求人について、副業意向（求職）者側には、「その求人票に応募することを控えようと思う(30.4%)」、「その求人票に自分が応募する必要はないと感じる(31.7%)」など、副業求人への応募を控える意識があり、副業実施者よりもその傾向が強い。

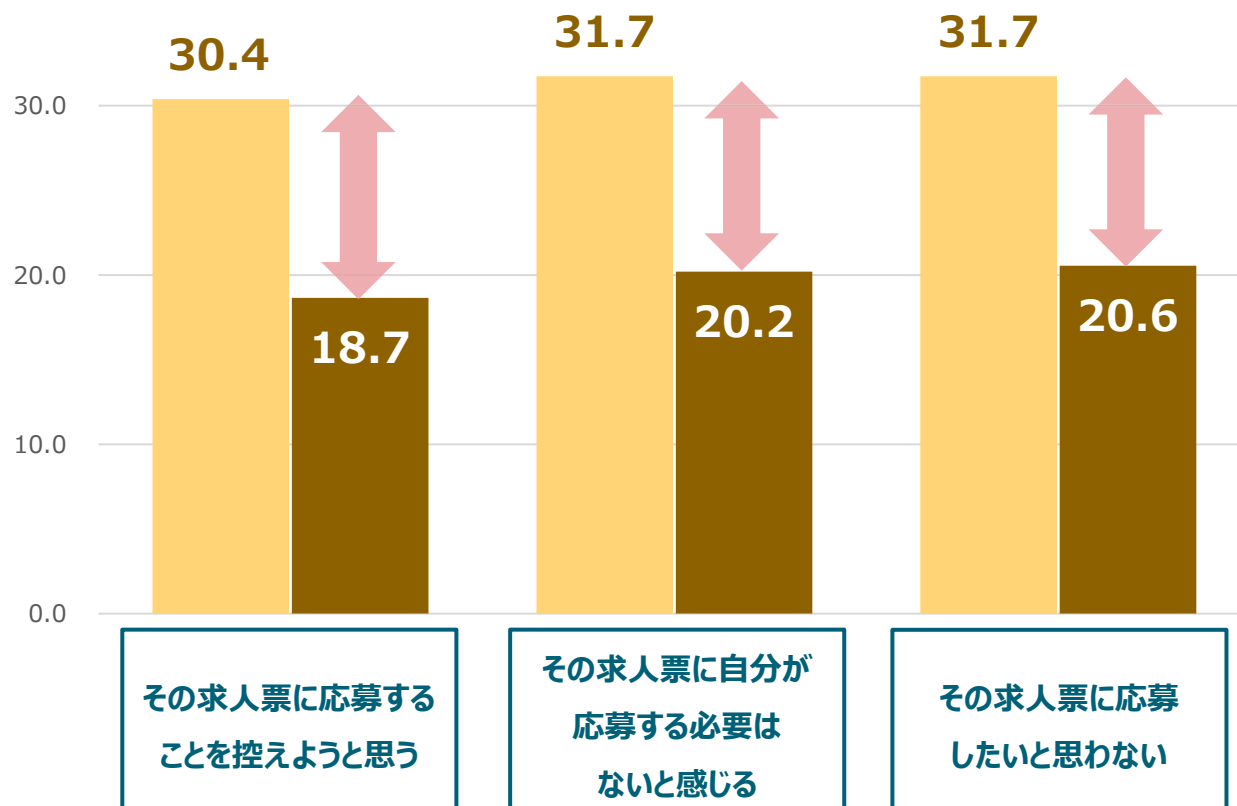
個人調査

あてはまる+ややあてはまる
計 (%)

■ 副業意向（求職）者（961）

■ 副業実施者（2000）

※カッコ内はn数

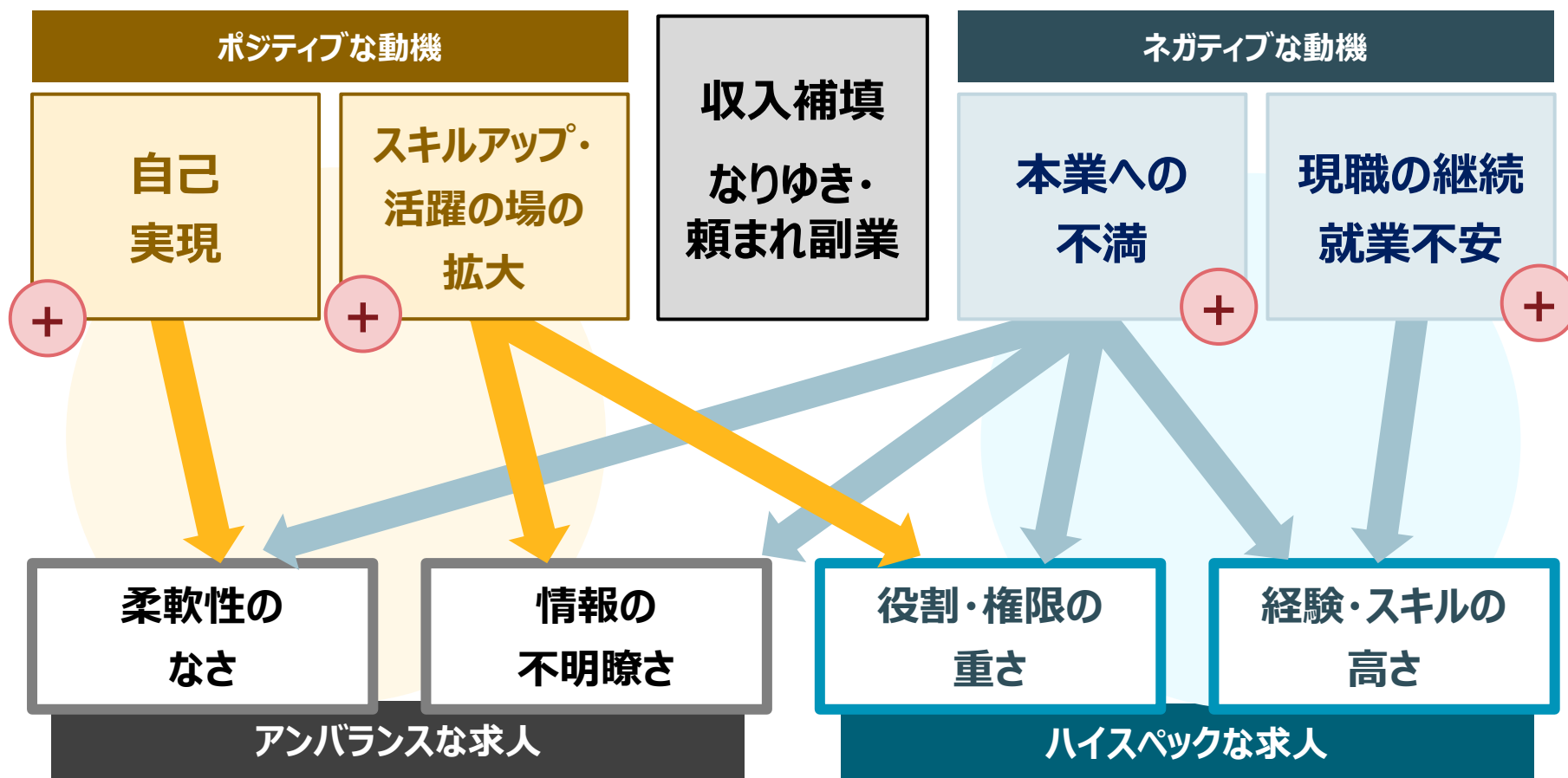


副業求人への
「応募控え」
意識

「応募控え」意識の背景には、副業求人における「柔軟性のなさ」「情報の不明瞭さ」といった要素や、「役割・権限の重さ」「経験・スキルの高さ」の要素が潜む。



副業動機における「本業への不満」は「応募控え」意識を高める要素のすべてに影響。また、主な傾向として、ポジティブ動機は「柔軟性のなさ」「情報の不明瞭さ」、ネガティブ動機は「役割・権限の重さ」「経験・スキルの高さ」と関係が強い。



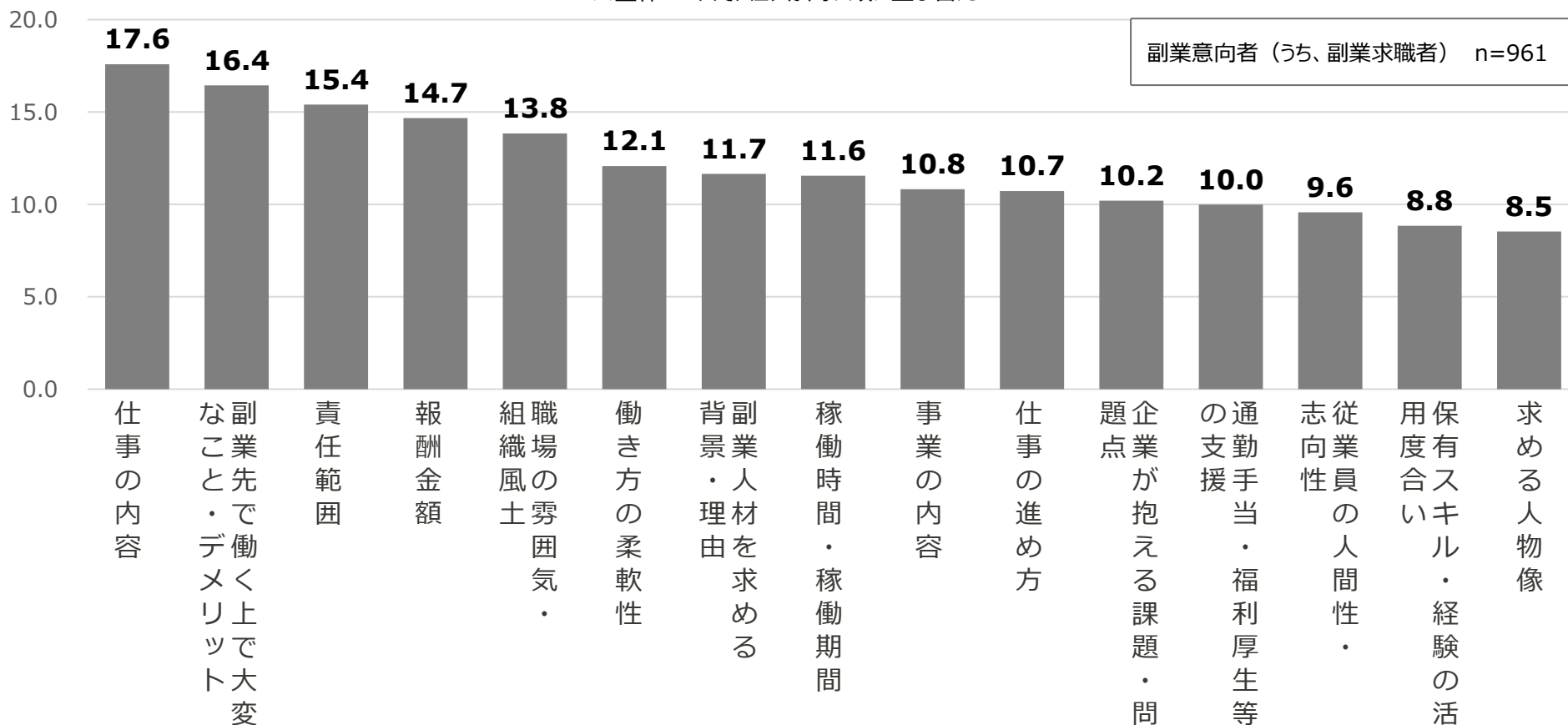
重回帰分析（ステップワイズ法）※求人への意識に対して、有意な影響を与える上位2項目をそれぞれ掲載
統制変数 | 性別・年代・業種・職種・従業員規模 分析対象 | 個人調査_副業求職者 n=961

副業求人の情報が不足していると感じる内容は、「仕事の内容」が17.6%で最も高い。

次いで「副業先で働く上で大変なこと・デメリット」「責任範囲」が続く。

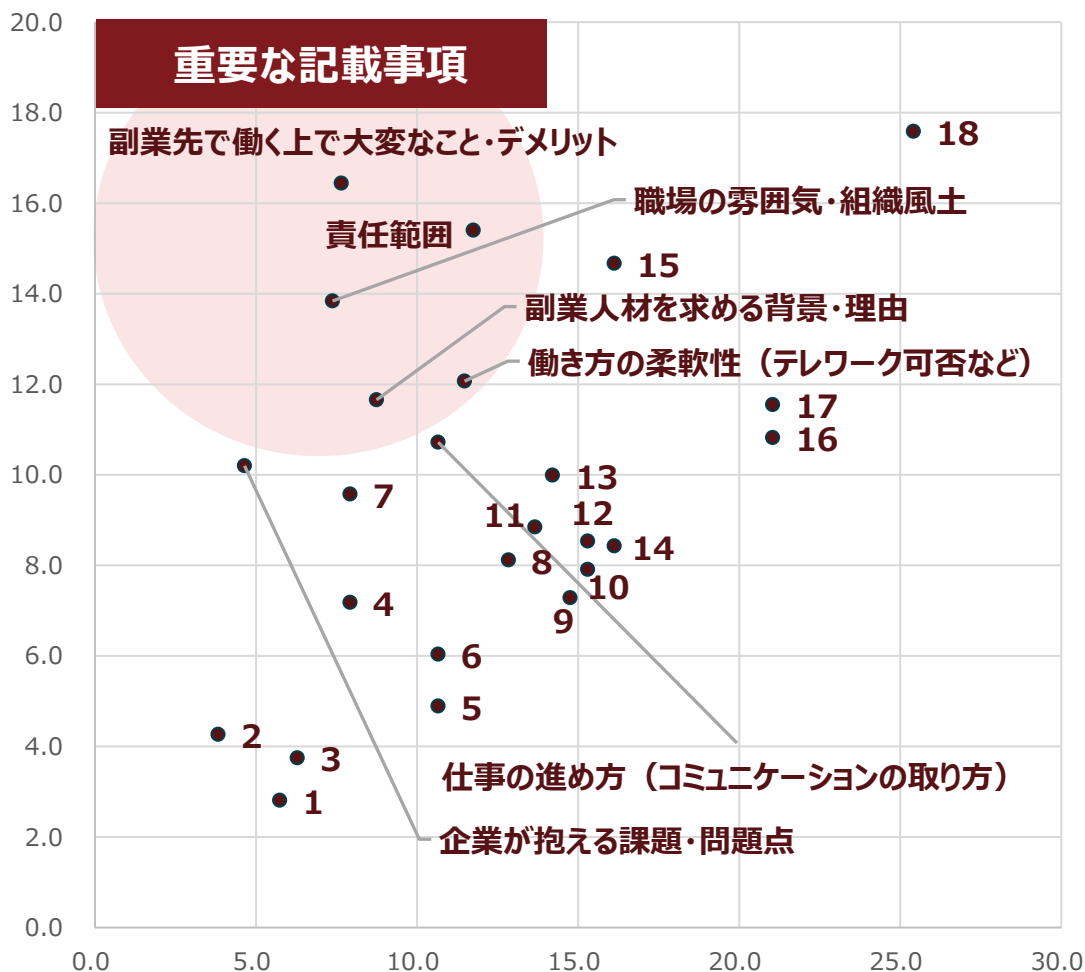
個人調査 | 副業求人への情報が不足している内容 | 上位15項目 (%)

※全体ベースでスコアが高い順に並び替え



「副業先で働く上で大変なこと・デメリット」などは、副業求職者の不足実感が高く、企業における求人記載率が低い傾向。

高
不足していると感じる記載事項 (%)
低



低

副業求人の記載事項 (%)

高

マップ対応表

- 1 企業の知名度
- 2 従業員の多さ
- 3 事業の社会貢献度
- 4 従業員の性別・年齢構成比
- 5 企業の理念・ビジョン
- 6 最終成果物
- 7 従業員の人間性・志向性
- 8 獲得できるスキル・経験の内容
- 9 副業人材を求める背景・理由
- 10 勤務地の場所・立地
- 11 保有スキル・経験の活用度合い
- 12 求める人物像 (スキル、経験、人柄など)
- 13 通勤手当・福利厚生等の支援
- 14 役割・ポジション
- 15 報酬金額
- 16 事業の内容
- 17 稼働時間・稼働期間
- 18 仕事の内容

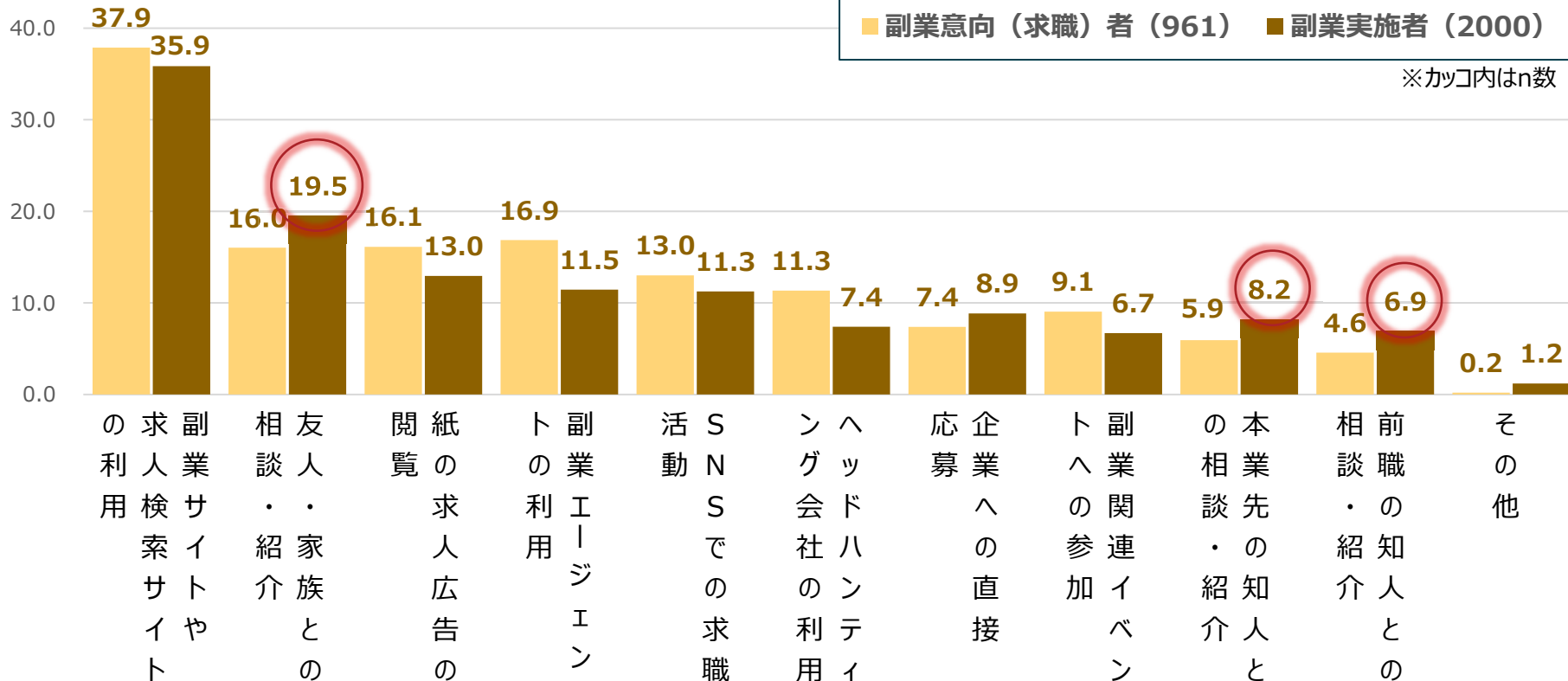
横軸：企業調査_副業受入れ企業 n=366
縦軸：個人調査_副業求職者 n=961

副業探しで最も活用されている媒体は「副業サイト・求人検索サイト」で、次いで「友人・家族との相談・紹介」が続く。

相談や紹介に関する項目は、副業実施者の方が副業意向（求職）者よりもやや高い傾向。

個人調査 | 副業探しで活用していた媒体 (%)

※全体ベースでスコアが高い順に並び替え

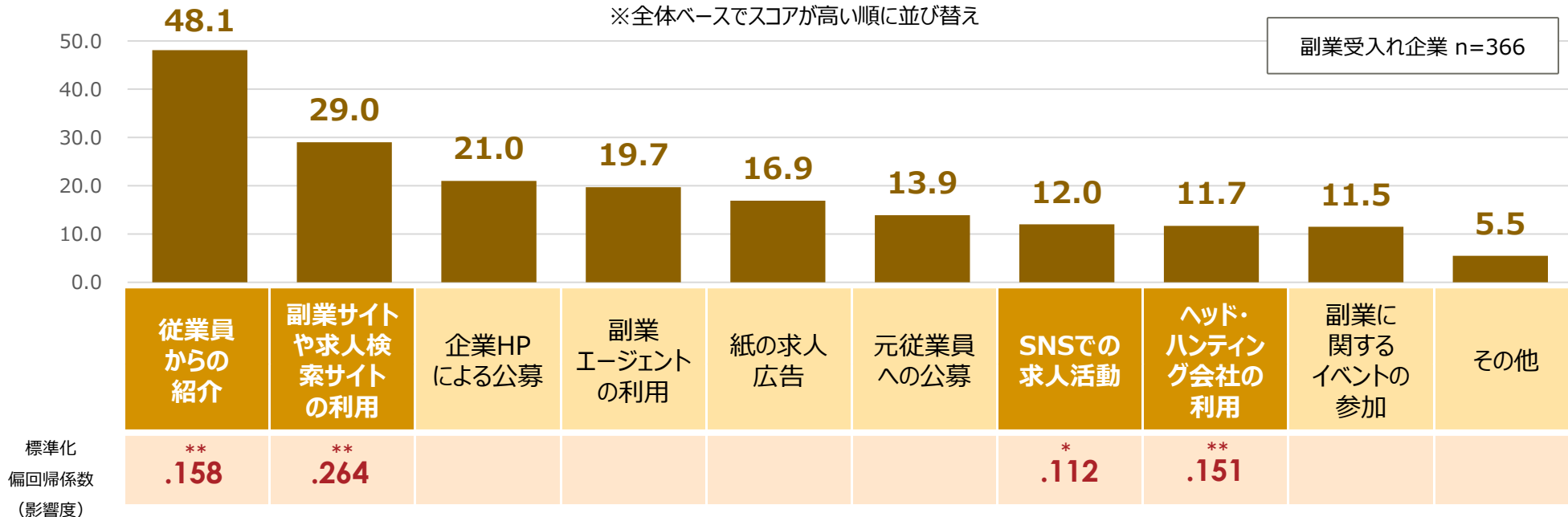


副業受入れ企業について、副業意向者との接点が多いものは「従業員からの紹介」や「副業サイト・検索サイト」。副業求人の「応募数の多さ」に対しては、上記の接点や「SNSでの求人活動」「ヘッドハンティング会社の利用」がプラスの影響。

企業調査 | 副業者の採用で活用している媒体 (%)

※全体ベースでスコアが高い順に並び替え

副業受入れ企業 n=366



※スコアが掲載されていない項目は非有意

+

副業求人の応募の多さ

重回帰分析 (ステップワイズ法)

統制変数 | 業種・従業員規模・設立年数
 分析対象 | 副業受入れ企業 n=366
 ※**:1%水準で有意、*:5%水準で有意

副業におけるジャーニー分析

【副業開始】

2. 副業開始時のリアリティ・ショックの抑制

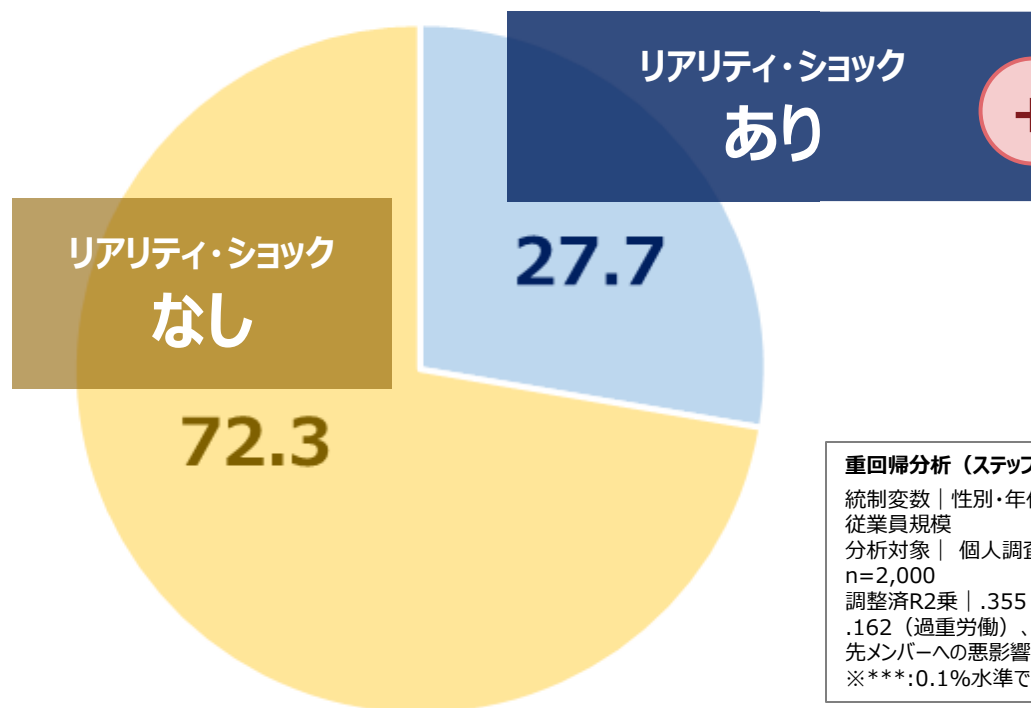
パーソル総合研究所

シンクタンク本部

副業採用後、事前の期待やイメージとの齟齬（リアリティ・ショック）があった割合は3割弱。また、リアリティ・ショックは、副業開始直後のストレスや副業中の過重労働を高め、副業先メンバーへ悪影響をもたらす傾向が確認された。

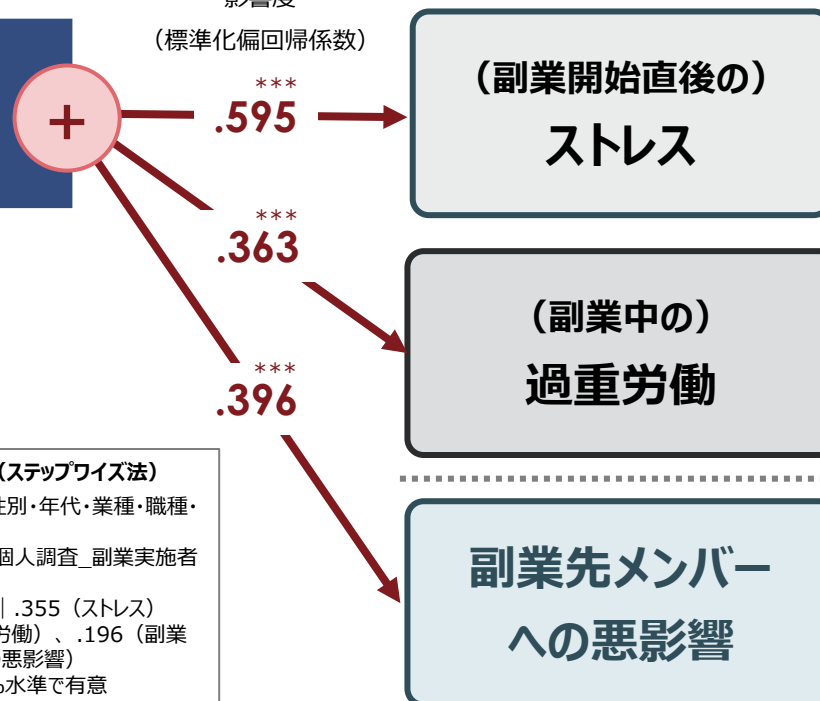
個人調査 | リアリティ・ショック (%)

※副業先で行う仕事や実態において、採用前の期待やイメージと相違があった割合



リアリティ・ショックが与える影響分析

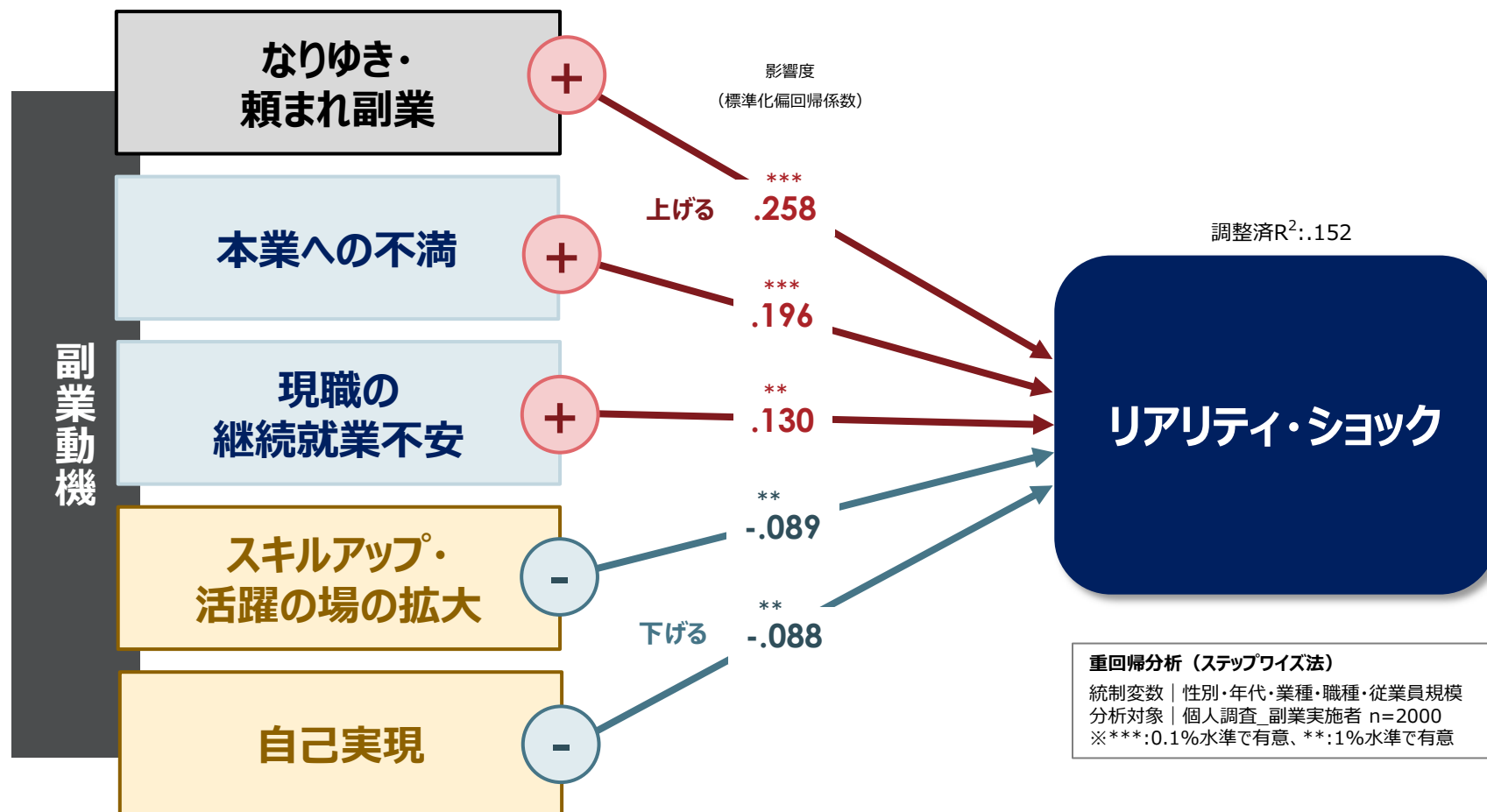
影響度
(標準化偏回帰係数)



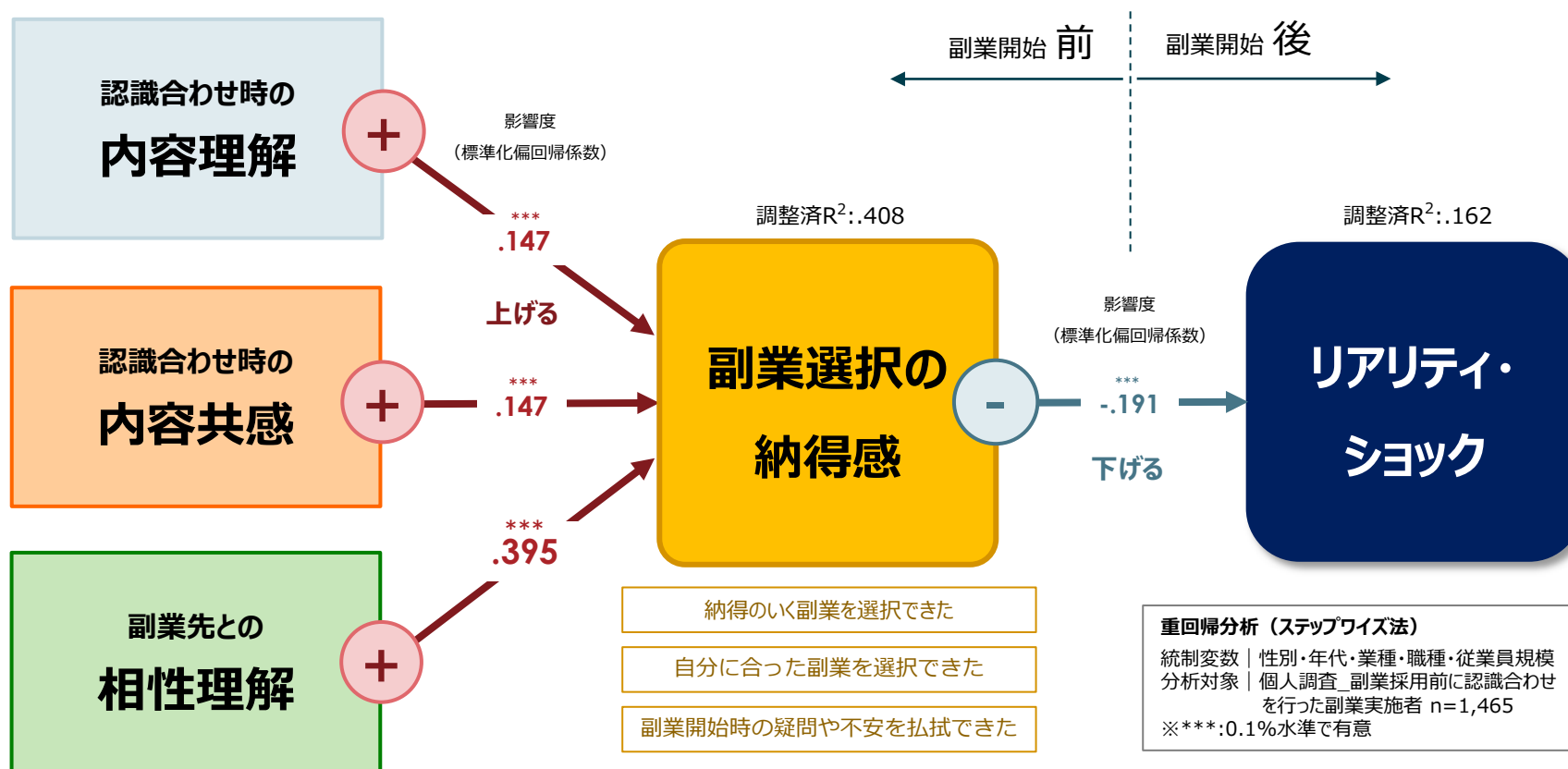
重回帰分析 (ステップワイズ法)

統制変数 | 性別・年代・業種・職種・従業員規模
分析対象 | 個人調査_副業実施者
n=2,000
調整済R2乗 | .355 (ストレス)
.162 (過重労働)、.196 (副業先メンバーへの悪影響)
※***:0.1%水準で有意

副業動機における「なりゆき・頼まれ副業」「本業への不満」「現職の継続就業不安」はリアリティ・ショックを高める。
一方で、「スキルアップ・活躍の場の拡大」「自己実現」といったポジティブな副業動機はリアリティ・ショックを抑制する傾向。



リアリティ・ショックを防ぐには、副業開始前の「副業選択の納得感」の度合いが影響している。また、納得感に対しては、副業採用前の認識合わせ時の「内容理解」「内容共感」と副業先との「相性理解」がプラスの影響を与えている。

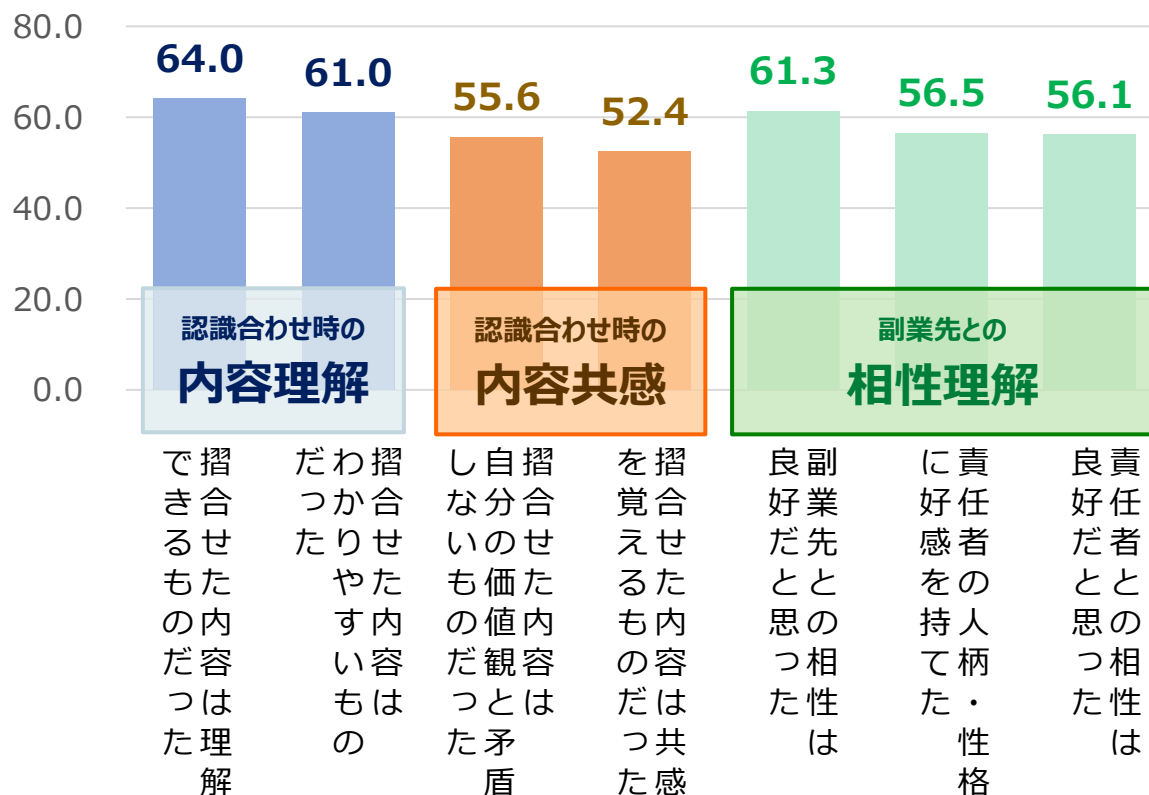


副業面談時の摺合せ内容に理解・共感できた割合と、副業先との相性を理解できた割合はいずれも5~6割程度。

また、納得して副業選択できた割合は約7割と、高めの傾向。

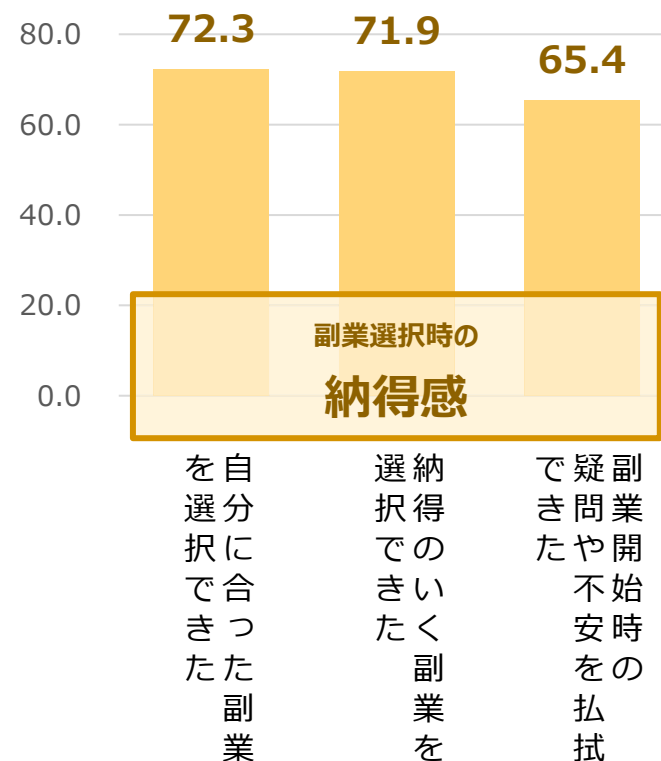
個人調査 | 面談時の意識 (あてはまる計/%)

副業採用前に認識合わせを行った副業実施者 n=1465



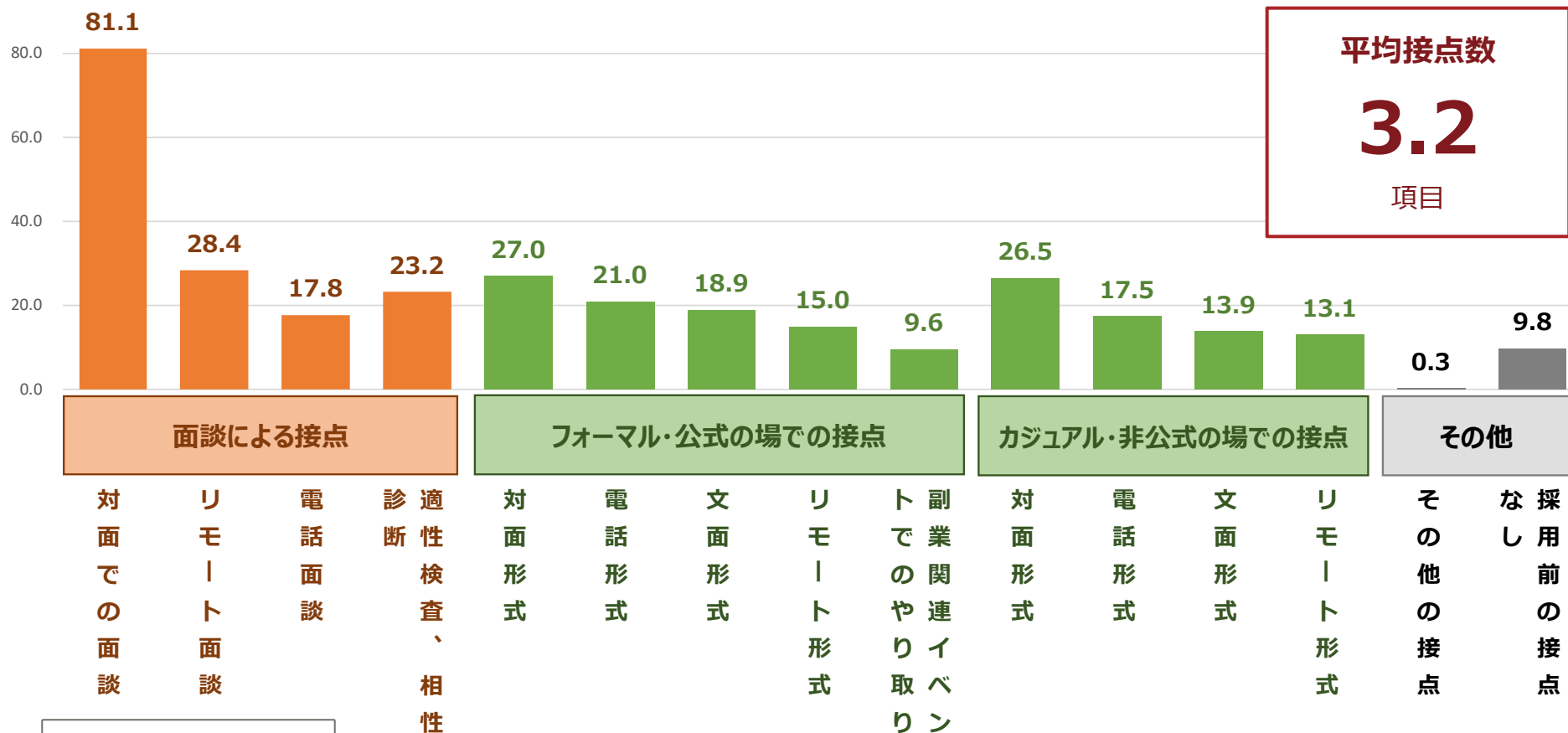
副業選択時の意識 (あてはまる計/%)

上記同様の副業実施者 n=1465



副業採用前における企業と副業求職者の接点を確認したところ、対面形式で面談を行う企業が81.1%と、大半を占める。

企業調査 | 副業採用前の企業と就業者の接点（複数回答/%）

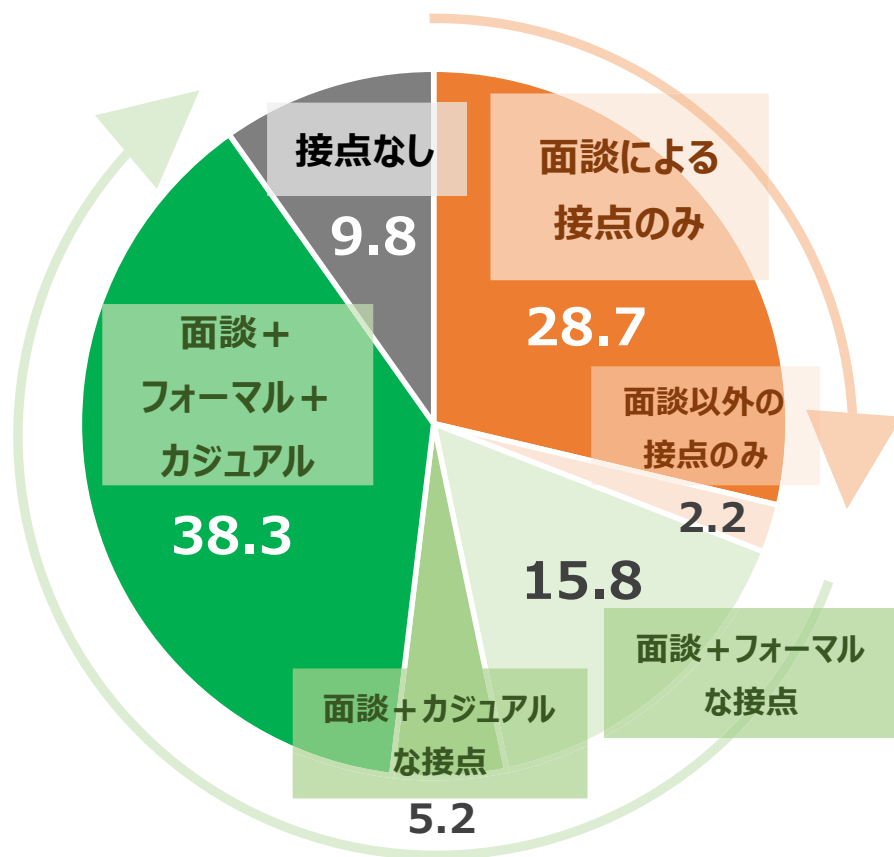


副業受入れ企業 n=366

前頁の接点パターンを整理した。副業採用前に面談しか行っていない企業はおよそ3割。

企業調査 | 副業採用前の企業と就業者の接点タイプ^o (%)

副業受入れ企業 n=366



面接のみ
28.7%

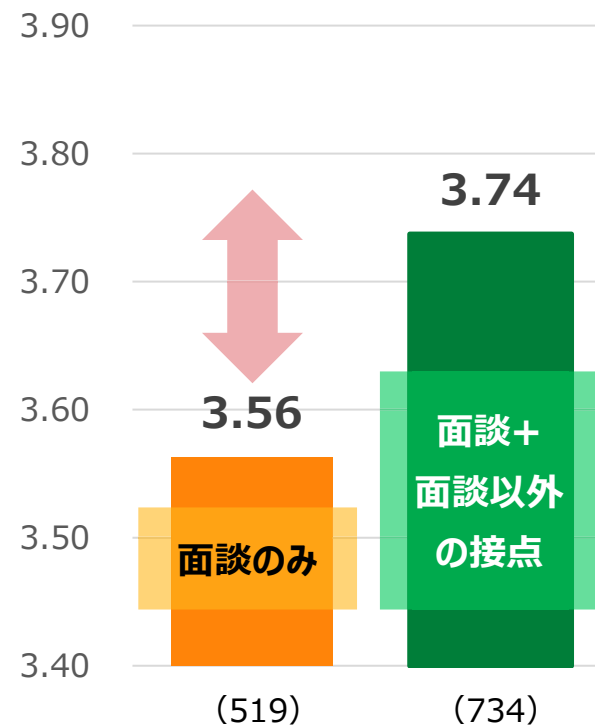
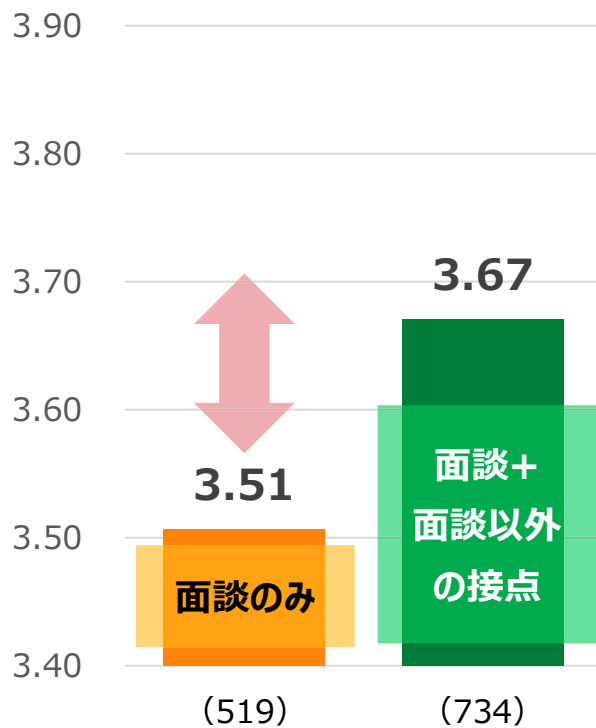
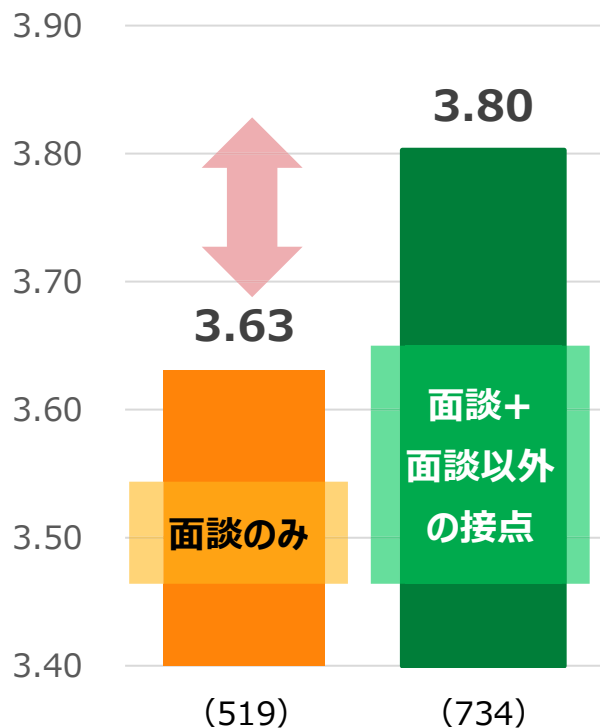
面接+
それ以外の接点
59.3%

認識合わせ時の「内容理解」「内容共感」「相性理解」について、「面談のみ」よりも「面談+面談以外の接点」の方がスコアが高い。

認識合わせ時の **内容理解**
(平均値/pt)

認識合わせ時の **内容共感**
(平均値/pt)

副業先との **相性理解**
(平均値/pt)

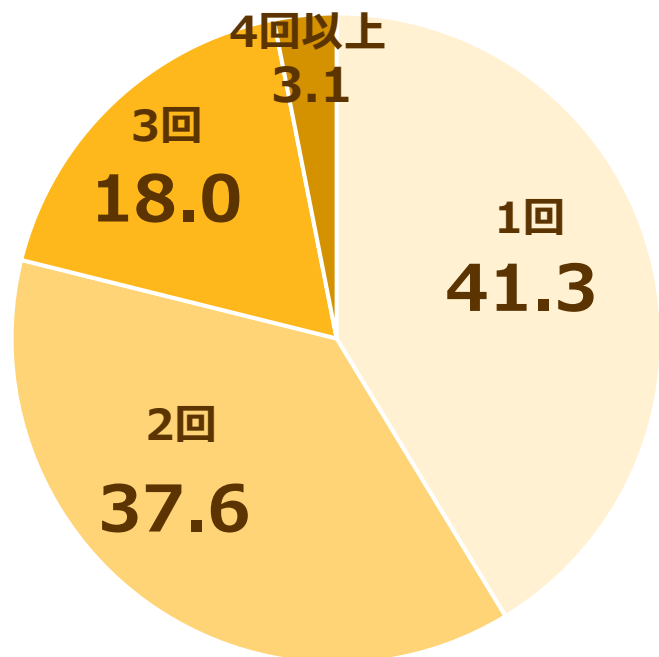


※カッコ内はn数 ※分析対象は副業実施者（「面談以外の接点のみ」「接点なし」の該当者は除外）

副業採用前の面談回数は「1回」が41.3%で最多。次いで「2回」が37.6%で続く。

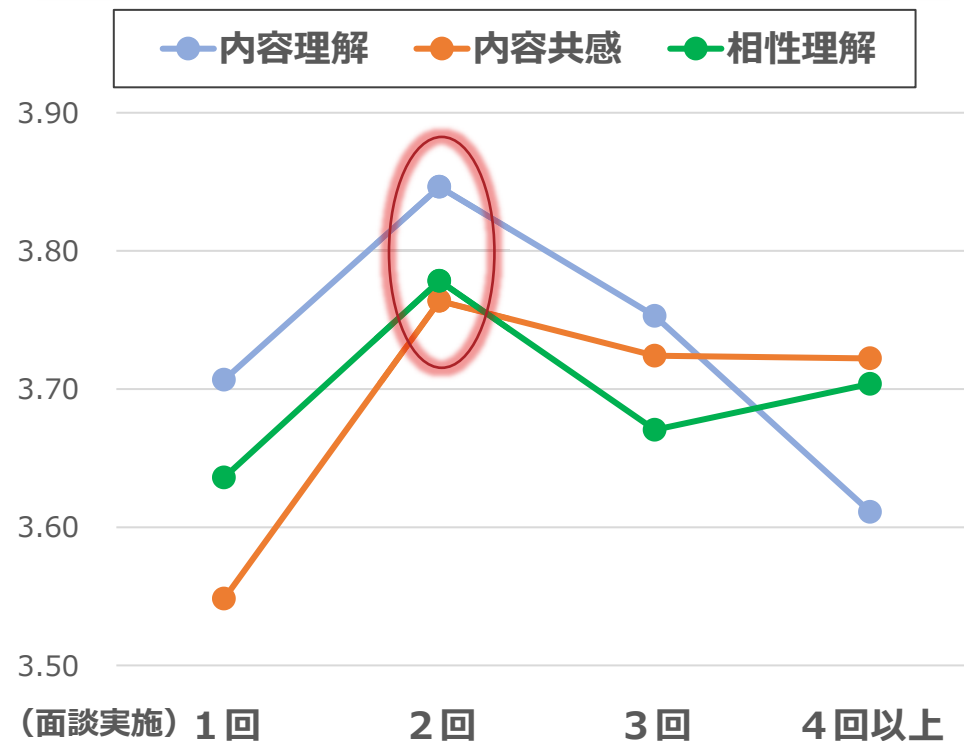
面談回数と面談時の意識の関係を見ると、「内容理解」「内容共感」「相性理解」のいずれも「2回」の時に最も高い。

企業調査 | 面談実施回数 (%)



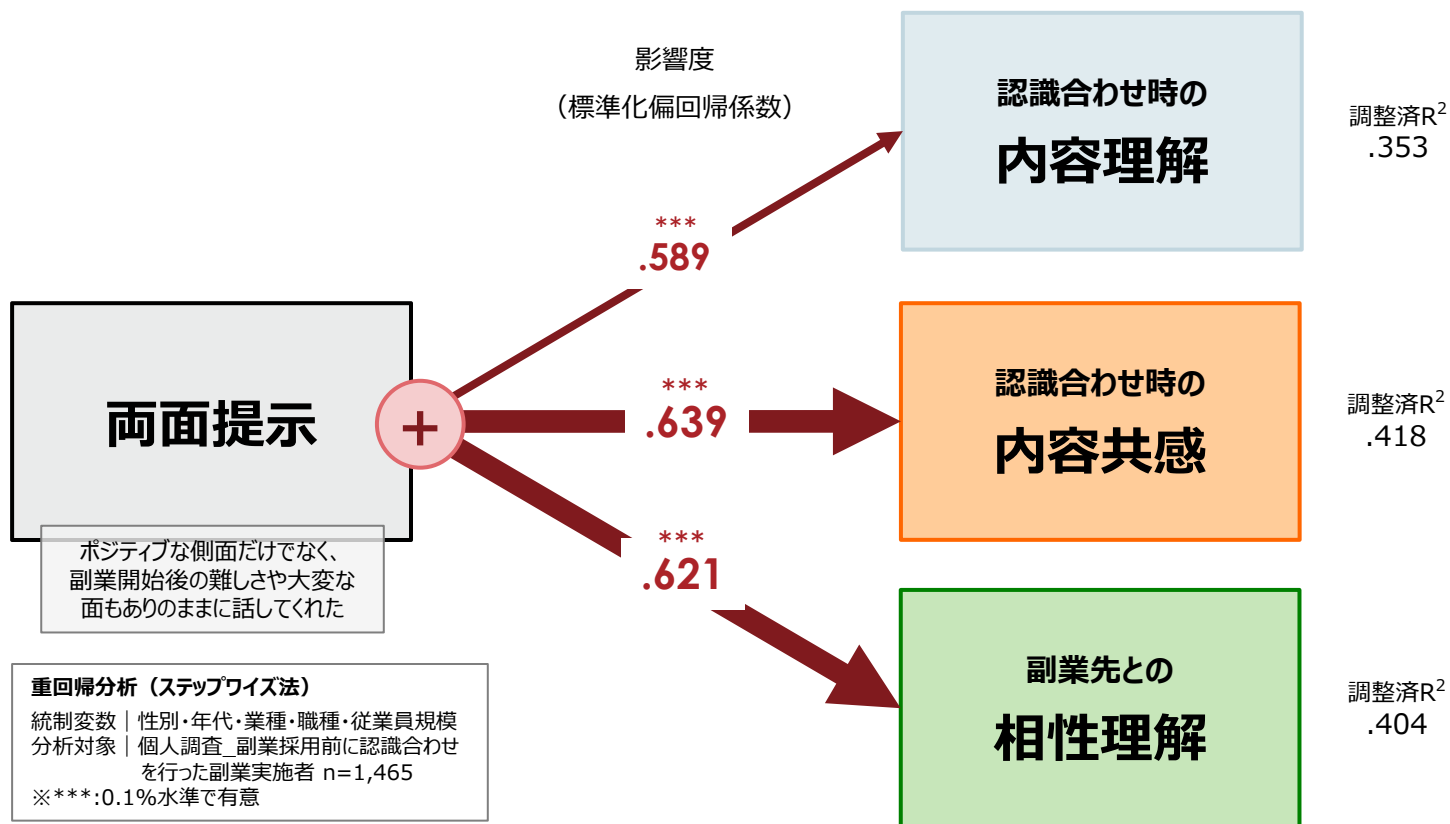
副業受入れ企業の内、
面談実施企業 n=322

個人調査 | 面談時の意識 (平均値/pt)



副業採用前に認識合わせを行った副業実施者 n=1465

企業側からのネガティブな情報も含めた両面提示のコミュニケーションが、「内容理解」「内容共感」「相性理解」にプラスの影響を与えている。特に、「内容共感」「相性理解」への影響が強い。

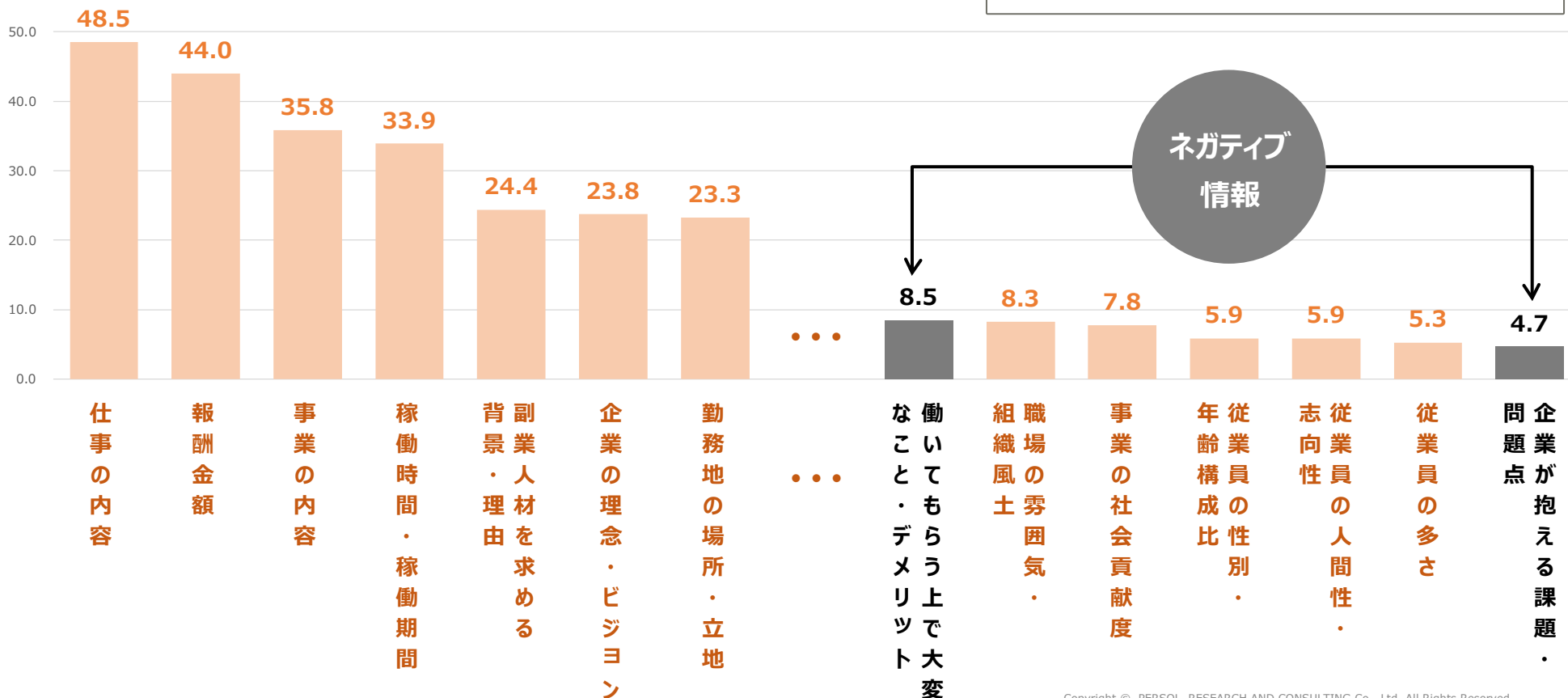


副業採用前に、「企業が抱える課題・問題点」や「働いてもらう上で大変なこと・デメリット」などのネガティブ情報の摺合せが行えていない傾向。

個人調査 | 副業採用前に企業と摺合せた内容 [上位・下位7項目掲載] (%)

※全体ベースでスコアが高い順に並び替え

副業採用前に認識合わせを行った副業実施者 n=1465



副業におけるジャーニー分析

【副業中】

3. 副業先でのパフォーマンスの発揮

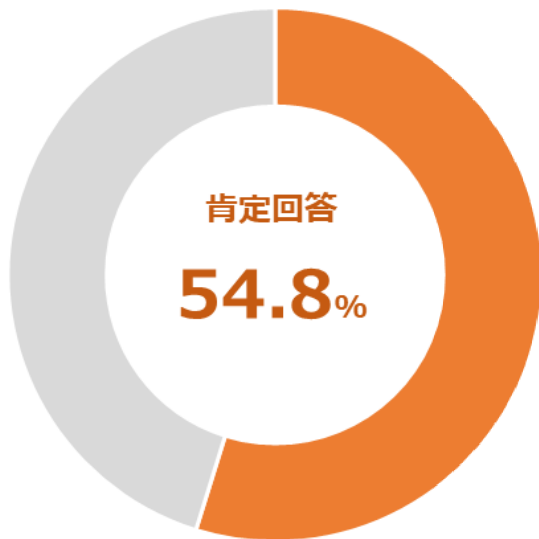
パーソル総合研究所

シンクタンク本部

副業先でのパフォーマンスの実態をみた。担当業務を滞りなく遂行できている割合は半数を超えるが、任されたレベル以上の成果をあげたり、周りからの期待を超えるパフォーマンスを発揮している割合は3割台。

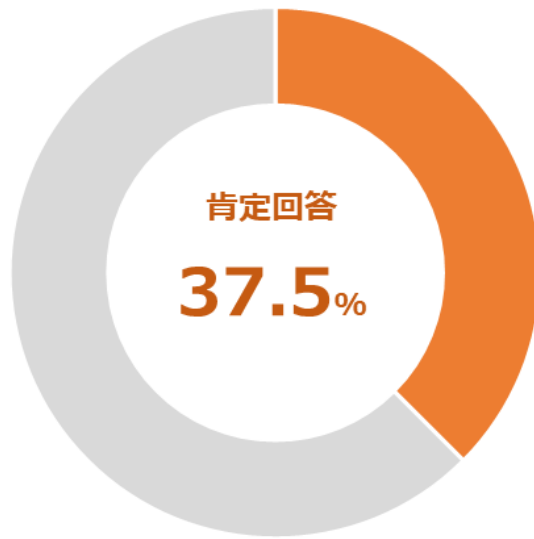
副業先で、担当業務を
滞りなく遂行している

副業実施者 n=2000



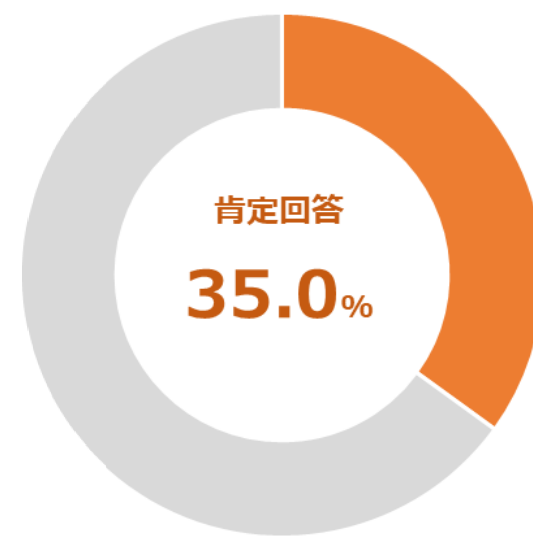
副業先で、任されたレベル以上の
成果を果たしている

副業実施者 n=2000

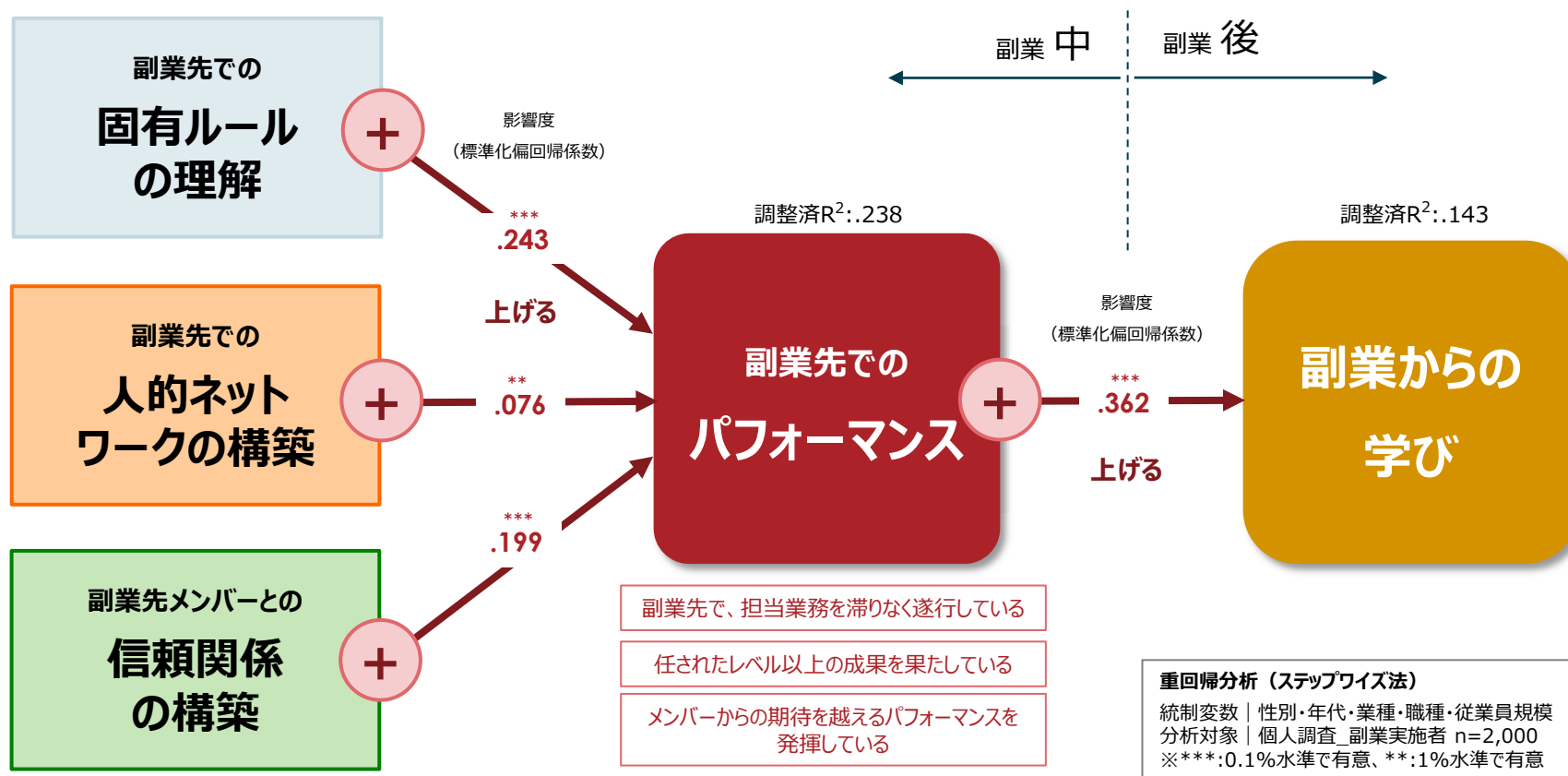


副業先で、メンバーからの期待を
越えるパフォーマンスを発揮している

副業実施者 n=2000



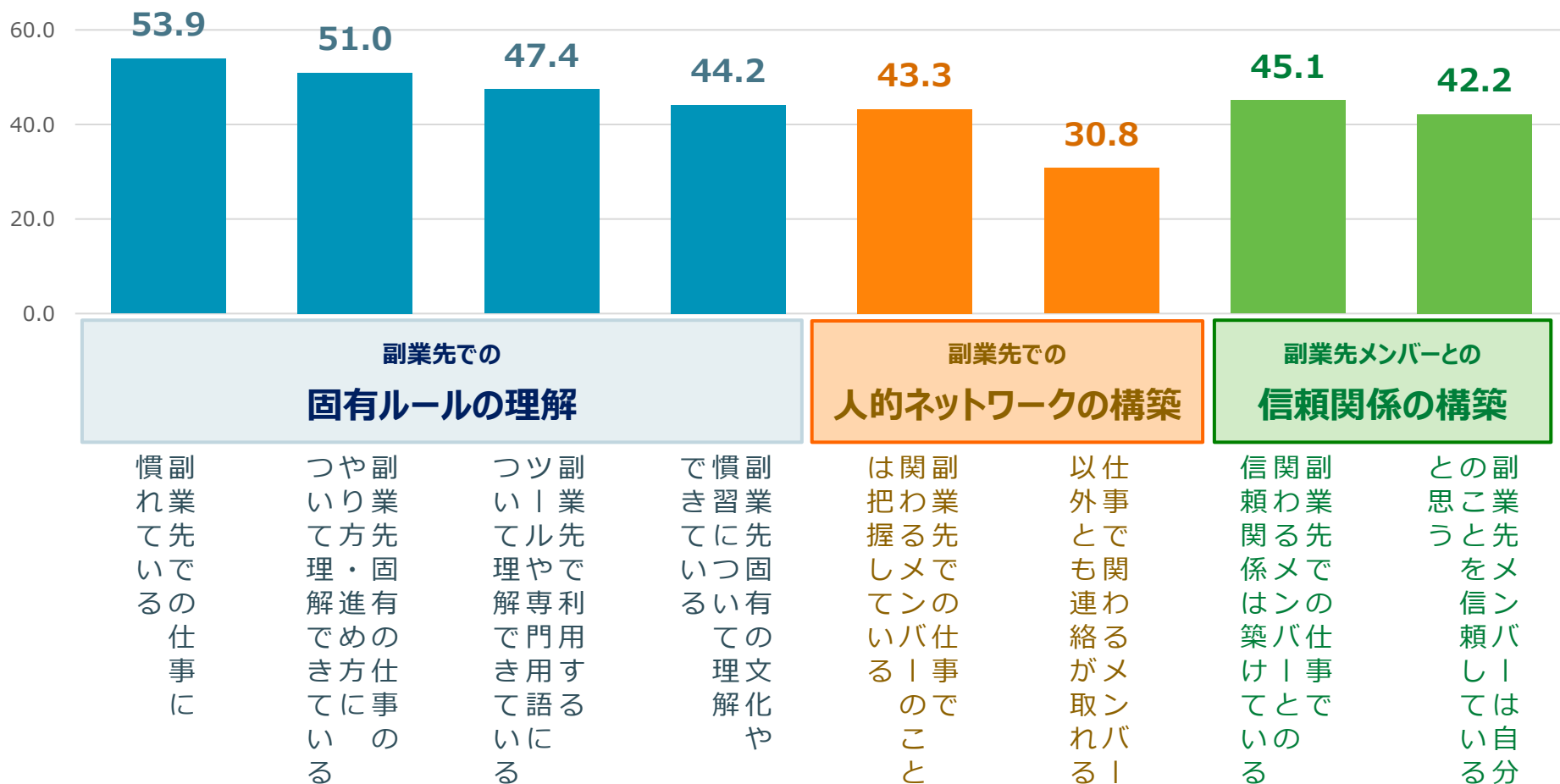
副業先での高いパフォーマンスが副業後の学びにつながる。また、パフォーマンスには、副業先での「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」と、副業先メンバーとの「信頼関係の構築」がプラスの影響を与えている。



副業先での「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」の状況について尋ねたところ、肯定回答はいずれも4~5割程度であるが、「仕事に関わるメンバー以外とも連絡が取れる」は、30.8%で低めの傾向。

個人調査 | 副業の状況 (あてはまる計/%)

副業実施者 n=2000



企業の副業者に対するオンボーディングへの意識をみた。

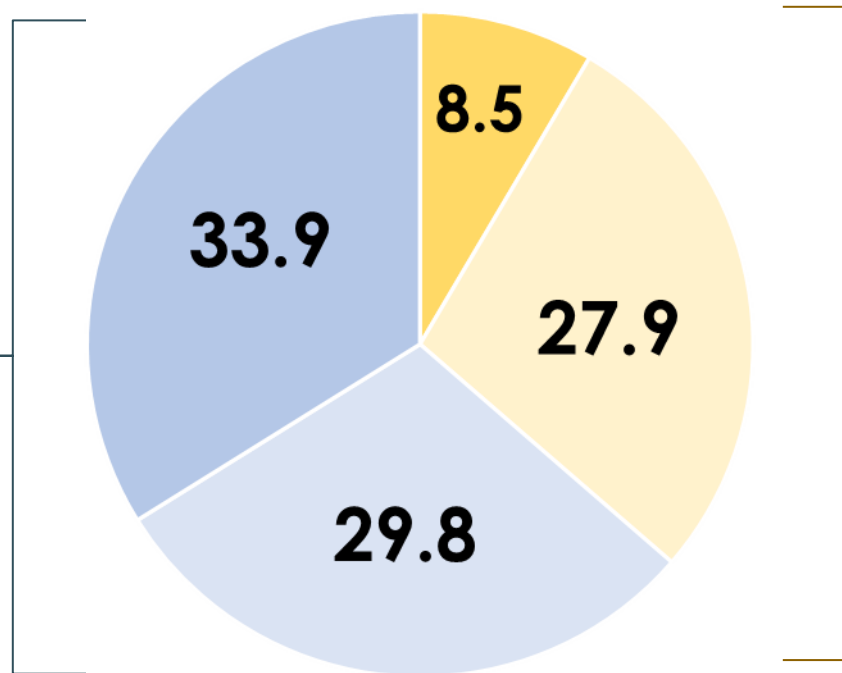
副業者へのオンボーディングに力を入れている企業は36.3%であり、力を入れていない企業の方が多い。

企業調査 | 副業におけるオンボーディングへの意識 (%)

副業受入れ企業 n=366

力を入れていない
計

63.7%



力を入れている
計

36.3%

- 力を入れている
- どちらかという力を入れている
- どちらかという力を入れていない
- 力を入れていない

副業者に何らかのオンボーディング施策を行っている割合は全体で約6割。

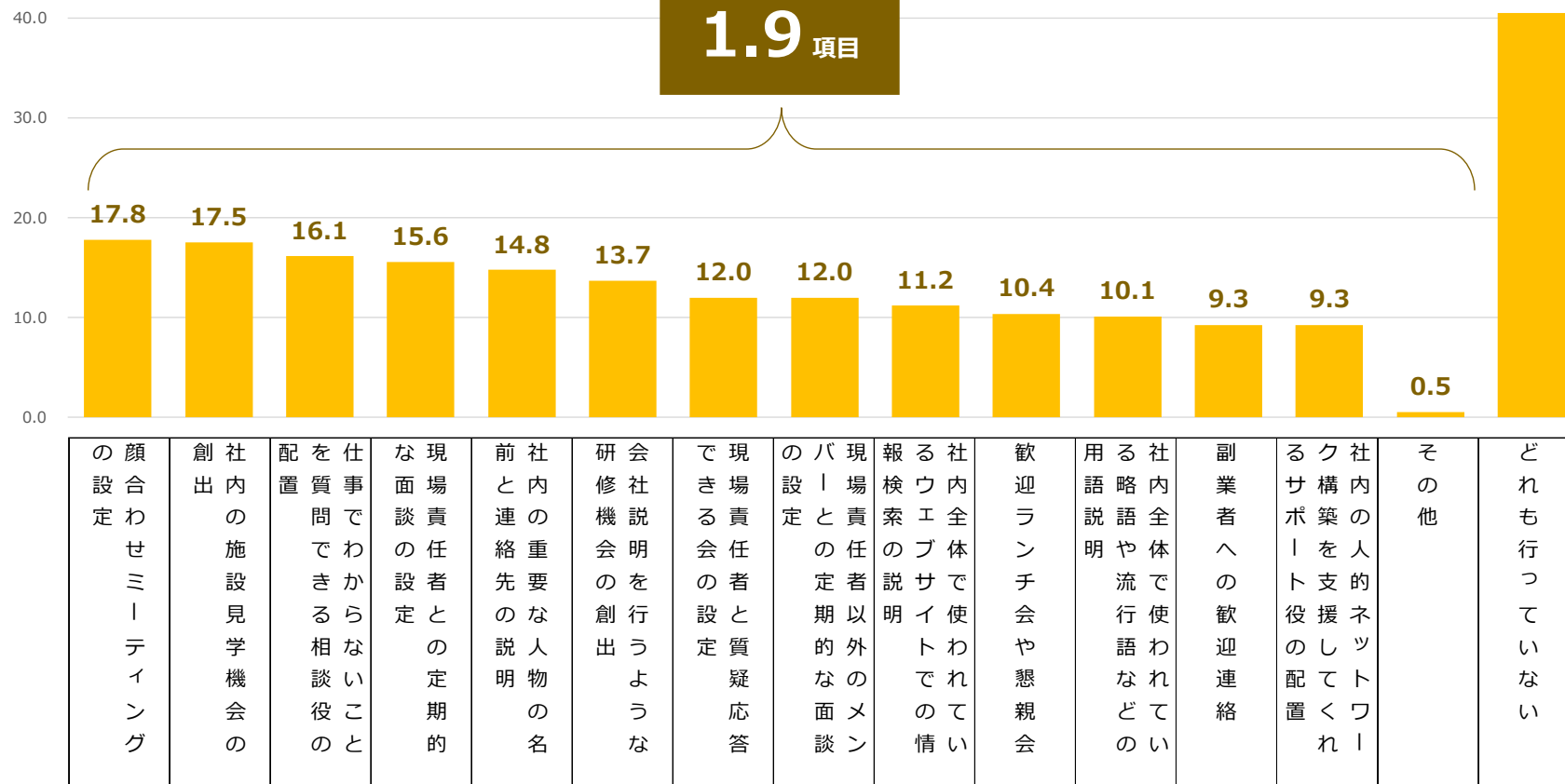
施策内容では、「顔合わせミーティングの設定」が全体で最も高く、次いで「社内の施設見学機会の創出」が続く。

企業調査 | 副業におけるオンボーディング施策の実態 (%)

副業受入れ企業 n=366

平均回答数

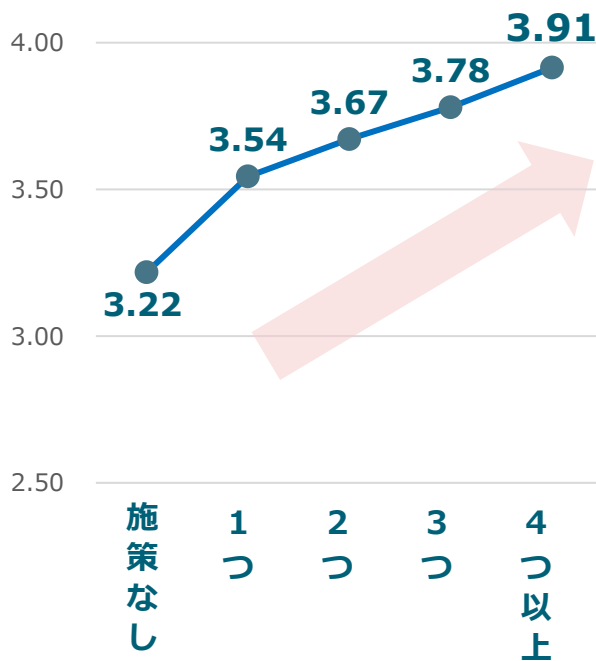
1.9 項目



オンボーディング施策に多く取り組んでいるほど、「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」が高まる傾向がみられた。

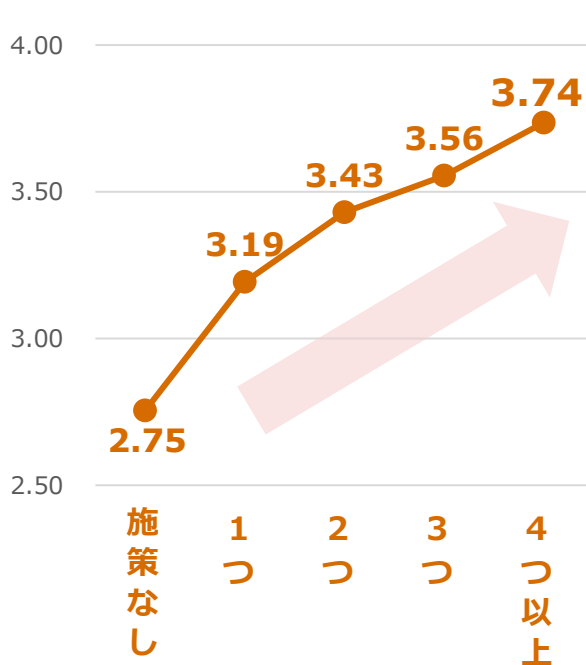
固有ルールの理解
(平均値/pt)

副業実施者 n=2000



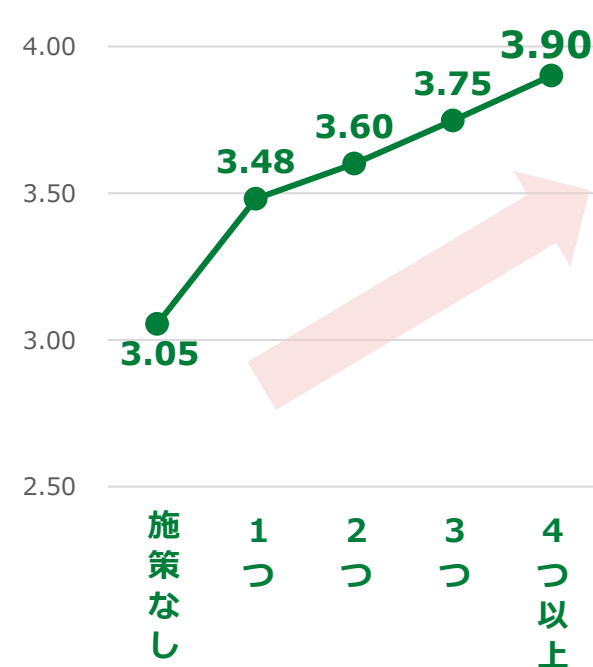
人的ネットワークの構築
(平均値/pt)

副業実施者 n=2000



信頼関係の構築
(平均値/pt)

副業実施者 n=2000



各オンボーディング施策が副業状況に与える影響を確認した。「社内重要人物の説明」や「歓迎ランチ会・懇親会」は、「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」すべてにプラスの影響を与えているが、実施率は低い。

重回帰分析（ステップワイズ法）※5%水準で有意な項目のスコアのみを記載
 統制変数 | 性別・年代・業種・職種・従業員規模
 分析対象 | 副業実施者 n=2,000
 ※標準化偏回帰係数0.1以上：++、0.1未満：+、有意差なし：-

調整済R²:.067

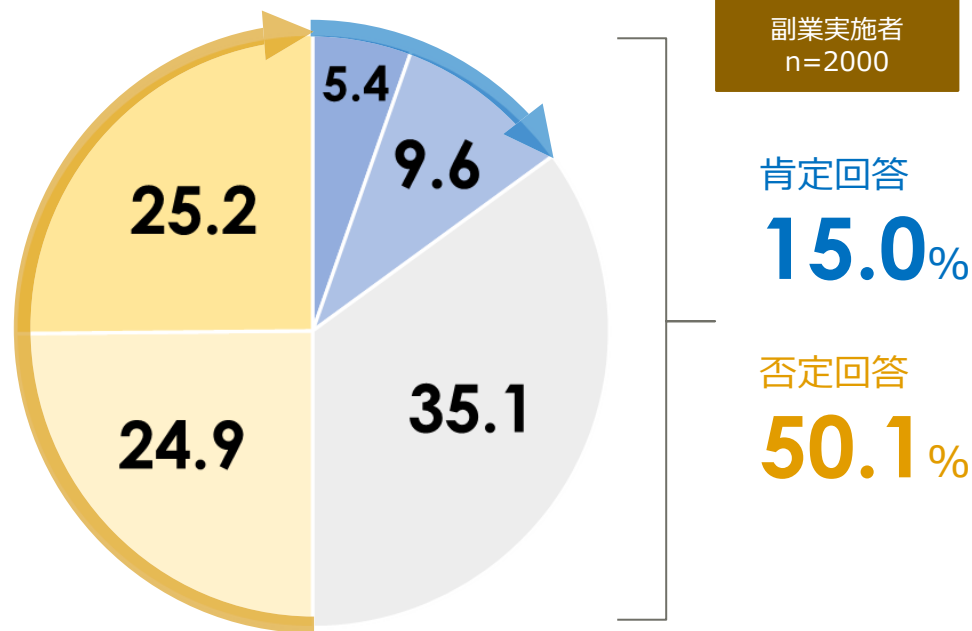
調整済R²:.103

調整済R²:.081

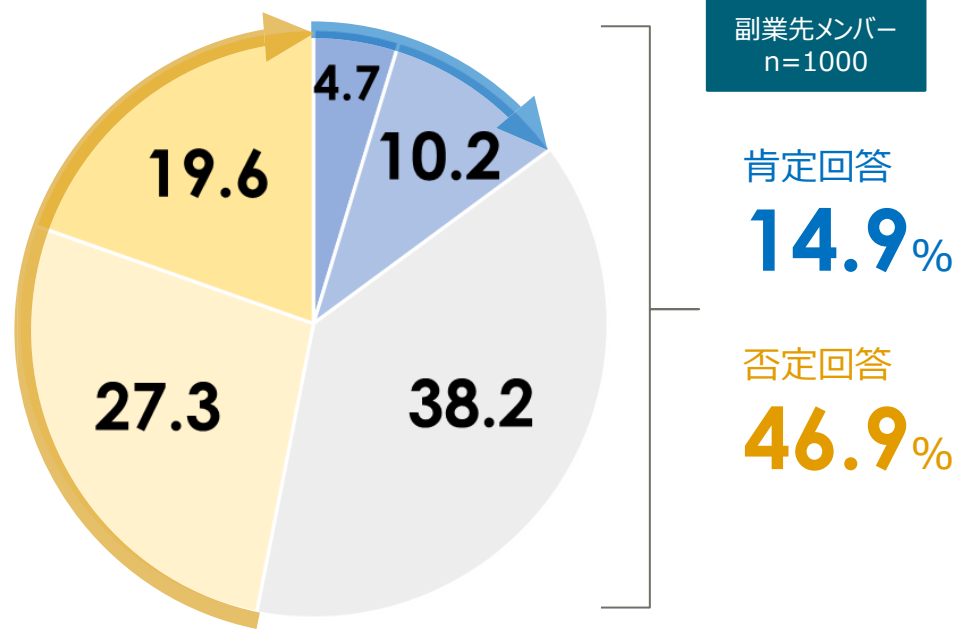
		固有ルールの理解	人的ネットワークの構築	信頼関係の構築
実施の多さ	(多)			
	顔合わせミーティング	+	+	+
	社内の施設見学機会	-	+	-
	わからないことを質問できる 相談役メンバーの設置	+	-	+
	現場責任者との定期面談	+	+	+
	社内重要人物の説明	++	+	++
	歓迎ランチ会・懇親会	+	++	+
(少)				
人的ネットワークを支援する サポート役メンバーの設置	-	+	-	

副業者を「よそ者」と思うかについて、副業実施者本人と副業先メンバーの意識をみた。
いずれも肯定回答は約15%で、否定回答は半数程度。

副業実施者 | 自分に対するよそ者意識 (%)
副業先にとって、私は「よそ者」や「異物」だと思う



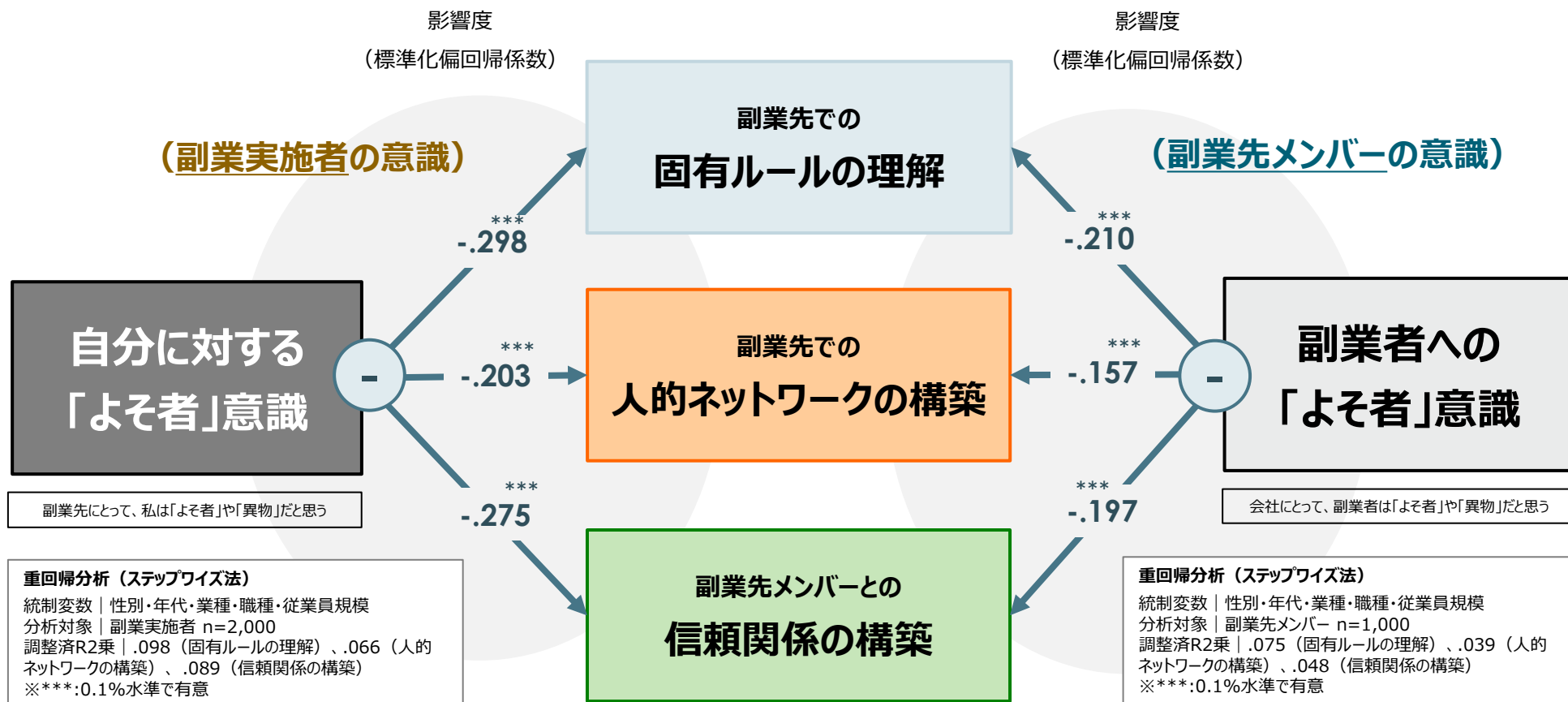
副業先メンバー | 副業者へのよそ者意識 (%)
会社にとって、副業者は「よそ者」や「異物」だと思う



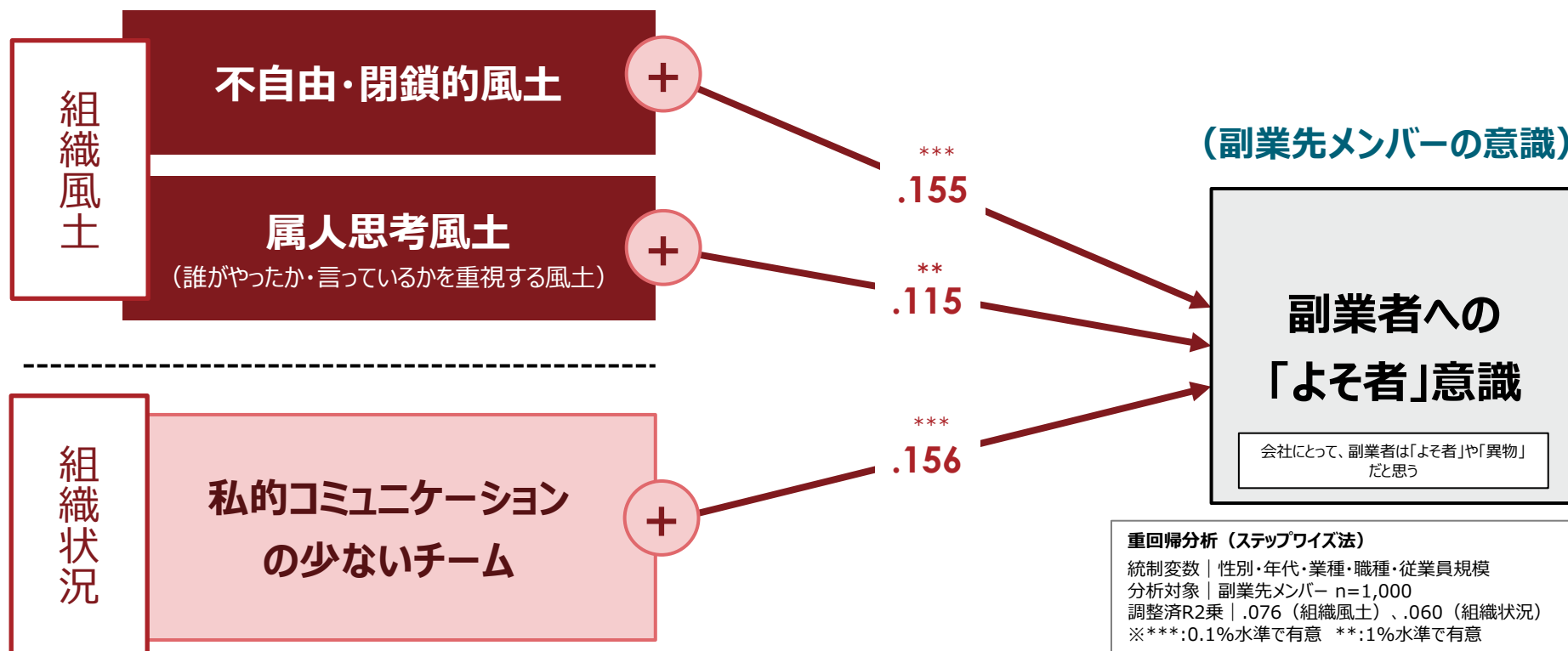
■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない
■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない
■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

副業実施者が感じる「よそ者」意識と、副業先メンバーが感じる「よそ者」意識は、ともに「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」を抑制する傾向がみられた。

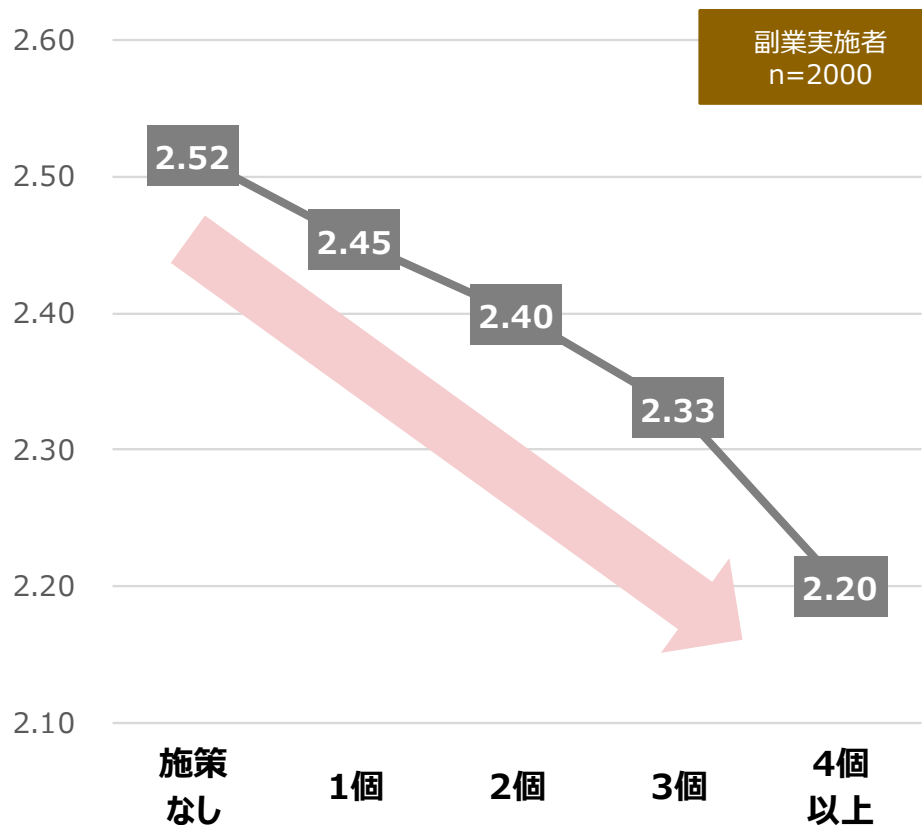


不自由で閉鎖的な組織風土や属人思考的な組織風土が、副業者への「よそ者」意識を醸成させている。
また、私的コミュニケーションの少ないチームほど、副業者への「よそ者」意識が高い傾向。

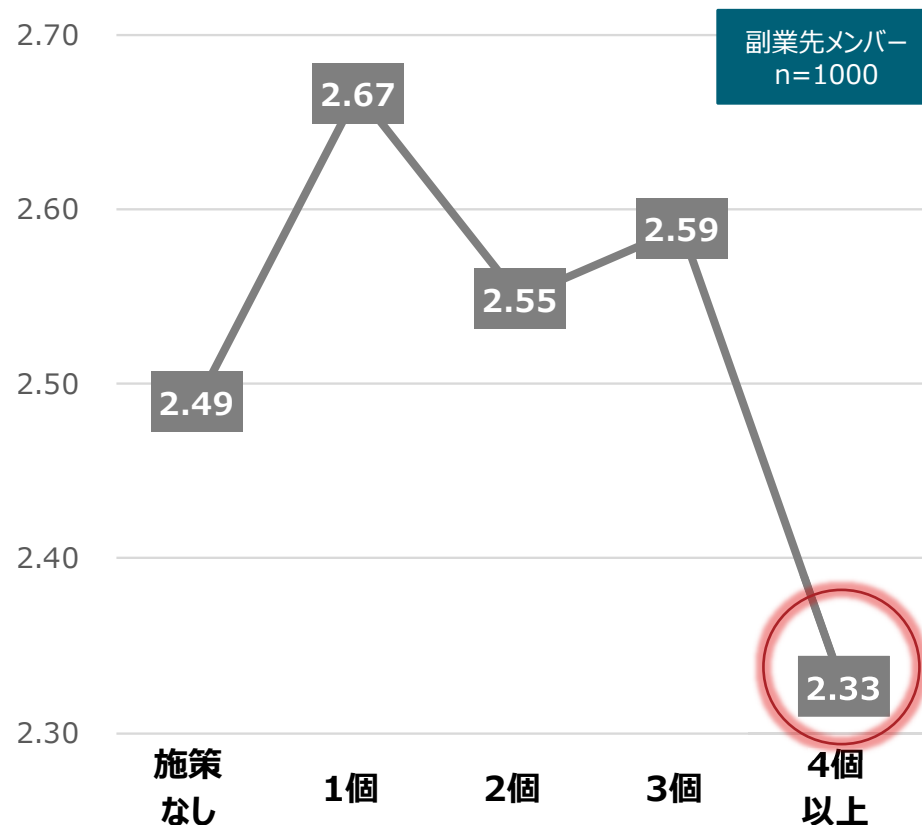


副業実施者においては、オンボーディング施策に多く取り組むほど「よそ者」意識は下がる。
一方の副業先メンバーにおいては、4つ以上のオンボーディング施策で「よそ者」意識が下がる傾向。

副業実施者 | 副業先へのよそ者意識
(平均値/pt)



副業先メンバー | 副業者へのよそ者意識
(平均値/pt)

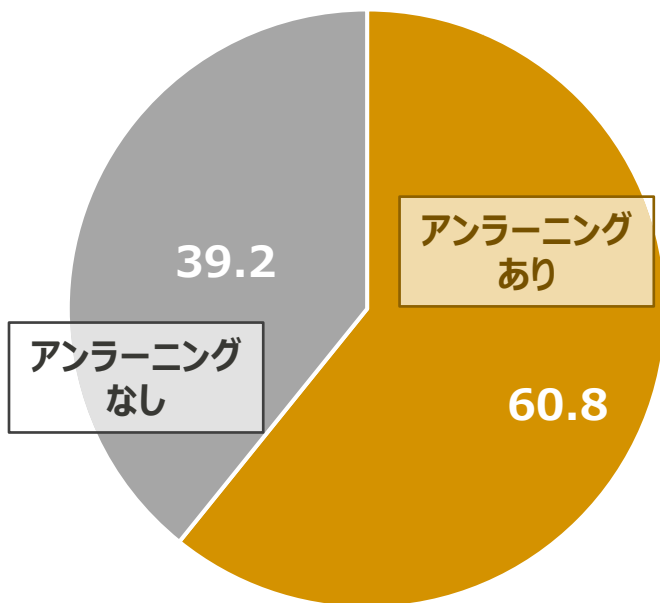


副業実施者のアンラーニング※の実態をみたところ、約6割がアンラーニングを行っている。

内訳をみると、「仕事の計画」「仕事の手続きや方法」「情報の収集・共有の方法」といった事柄はやや高め。

アンラーニング実施 (%)

副業実施者 n=2,000
アンラーニングありの定義
右側の項目いずれかについて大きく・少し変えた+変えた割合

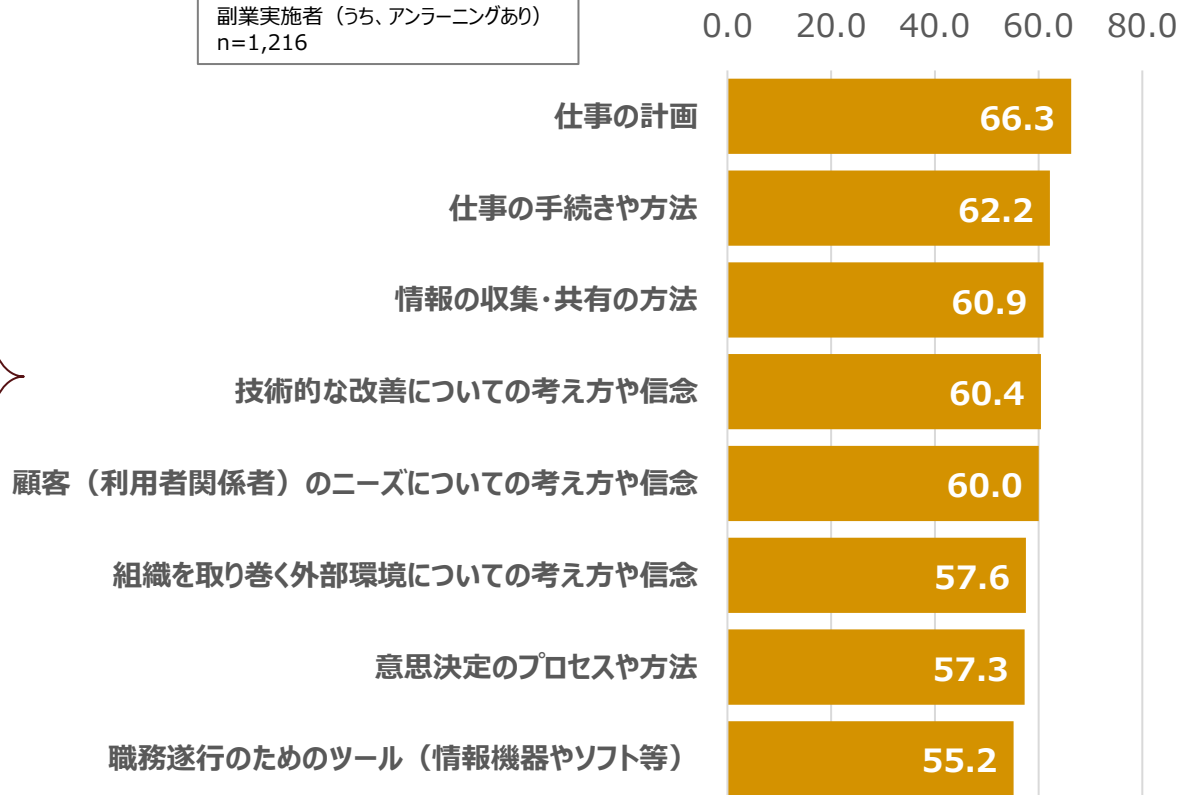


※本調査におけるアンラーニングの定義

副業者個人が自分の知識やスキルを意図的に棄却しながら、新しい知識・スキルを取り入れること

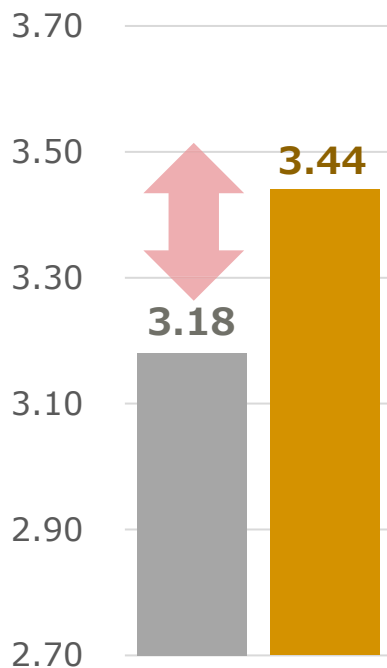
アンラーニングの内容 (変えた計/%)

副業実施者 (うち、アンラーニングあり)
n=1,216

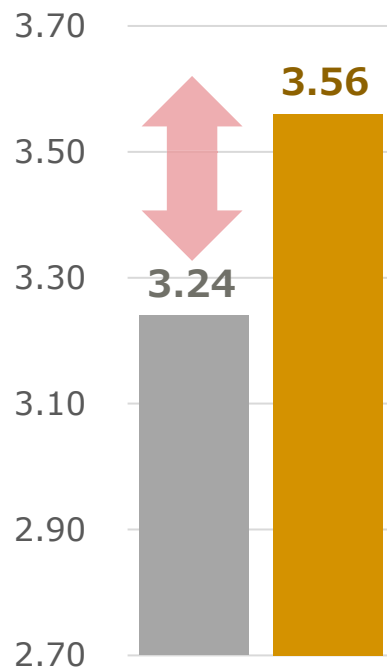


アンラーニングを行っている副業実施者ほど、副業先でのパフォーマンスは高く、
「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」のスコアも高い。

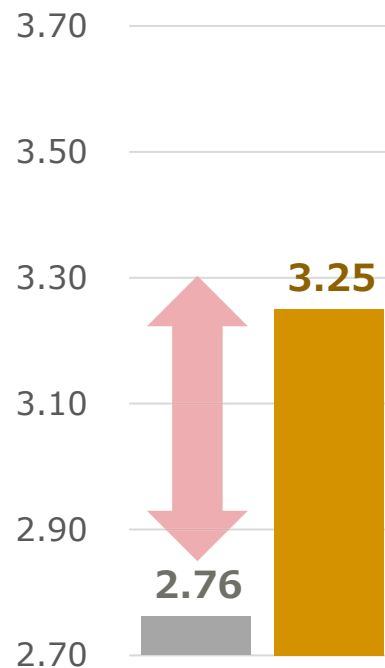
副業先パフォーマンス
(平均値/pt)



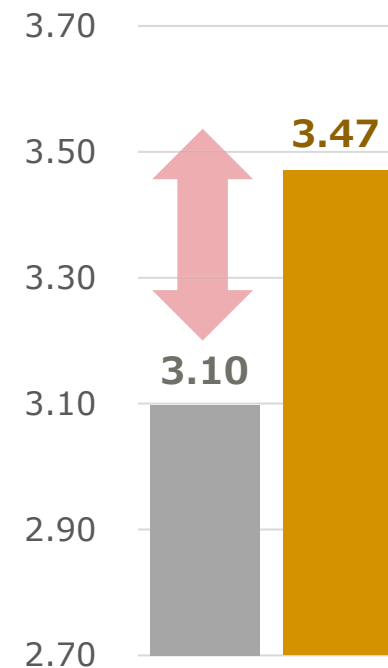
固有ルールの理解
(平均値/pt)



人的ネットワークの構築
(平均値/pt)



信頼関係の構築
(平均値/pt)



■ アンラーニングなし ■ アンラーニングあり

副業実施者 n=2000

副業におけるジャーニー分析

【副業中】

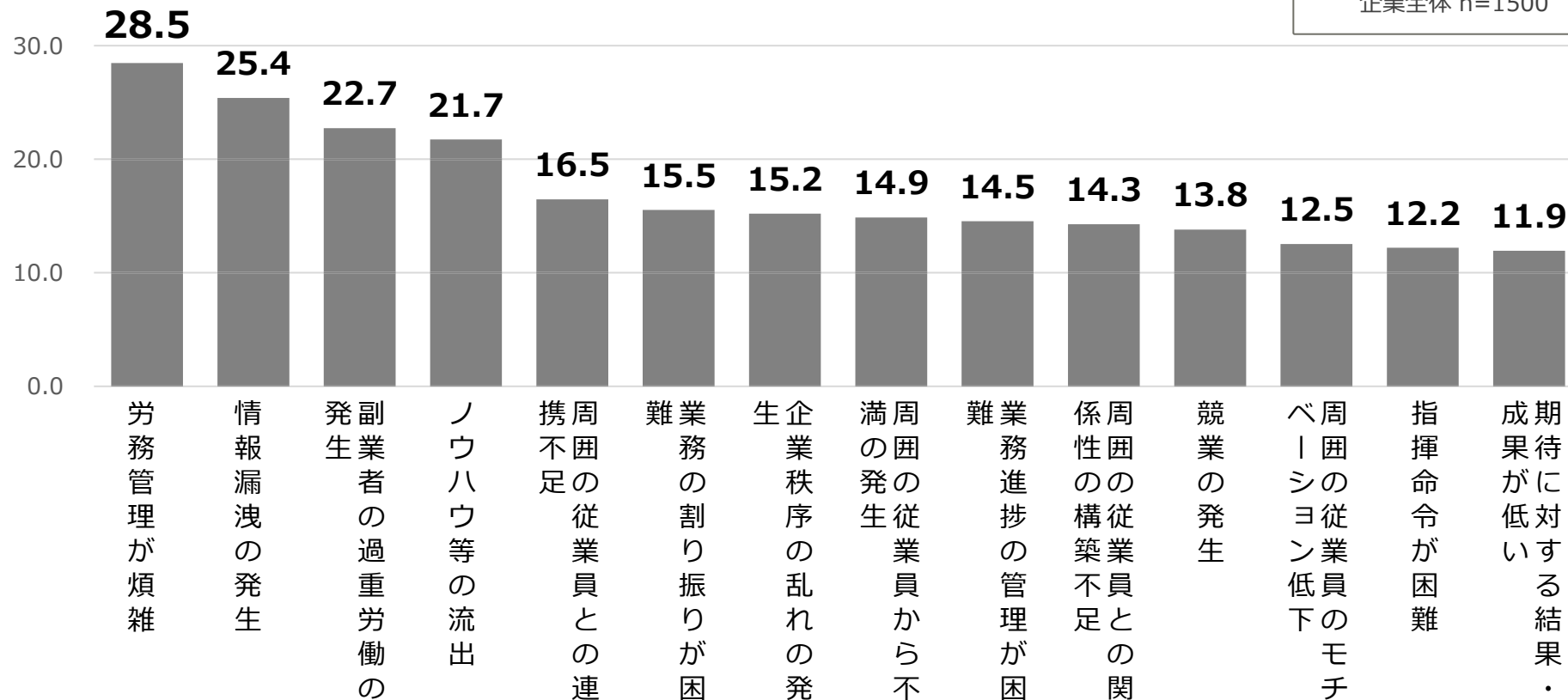
4. 副業による過重労働の抑制

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

副業者受入れに関する企業の懸念事項をみた。「労務管理が煩雑」が28.5%で最も高く、次いで「情報漏洩の発生(25.4%)」が続く。「副業者の過重労働の発生」は22.7%で14項目中で3番目に高い。

企業調査 | 副業受入れの懸念事項 (%)

企業全体 n=1500



副業実施者が過重労働を引き起こした割合は2割弱。

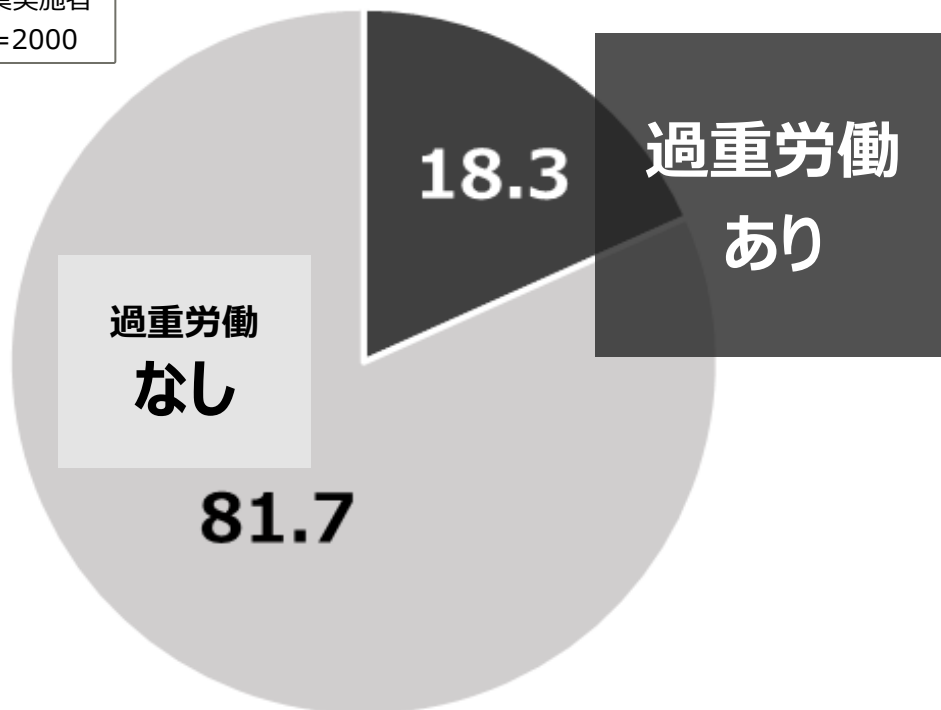
副業実施者の過重労働は、「副業先メンバーへの悪影響」や「本業先メンバーへの悪影響」との関係性も強い。

個人調査 | 過重労働 (%)

※過重労働で体調を崩したり、仕事に支障をきたした割合

※ 表中の数値：相関係数
※ *** : 0.1%水準で有意

副業実施者
n=2000



副業先メンバーへの悪影響

- ・副業先メンバーとの関係性が悪化した
- ・副業先メンバーの業務負担が増えた
- ・副業先メンバーのモチベーションを低下させた

.711

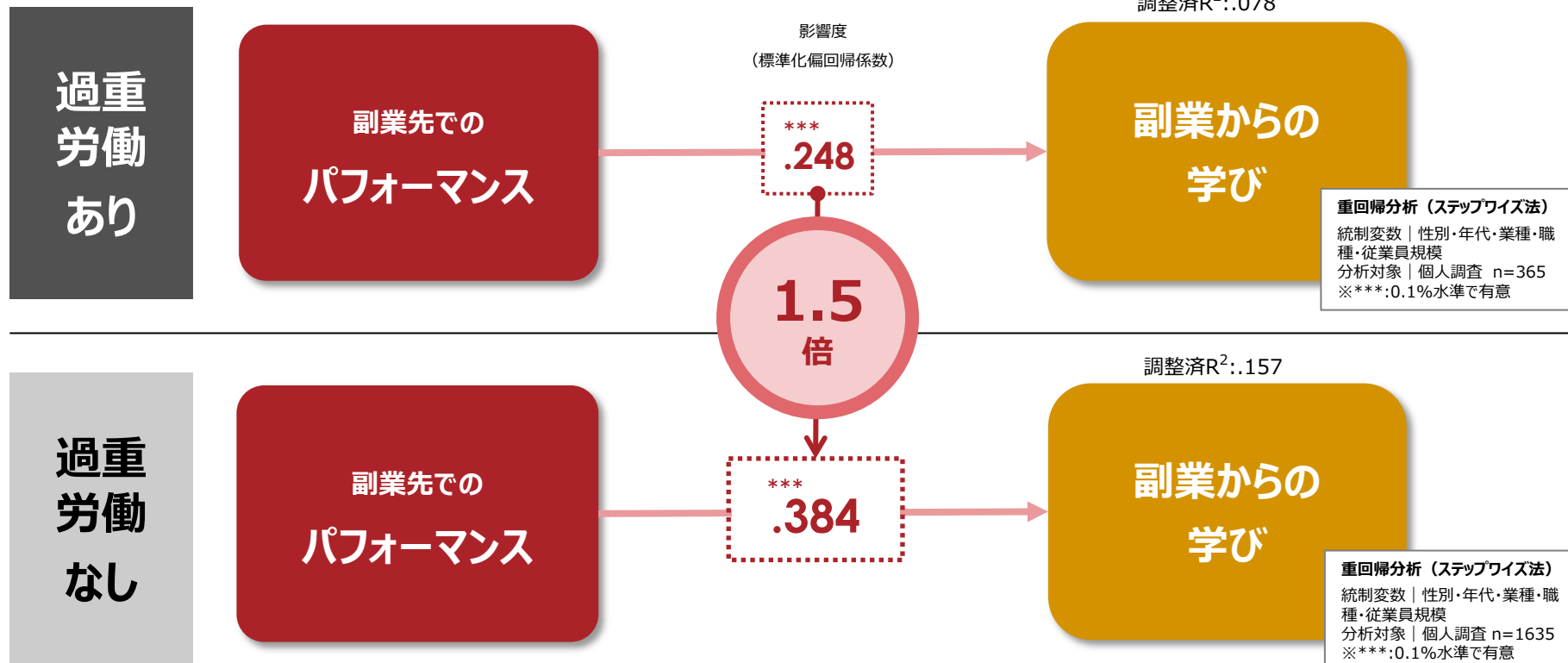
.724

本業先メンバーへの悪影響

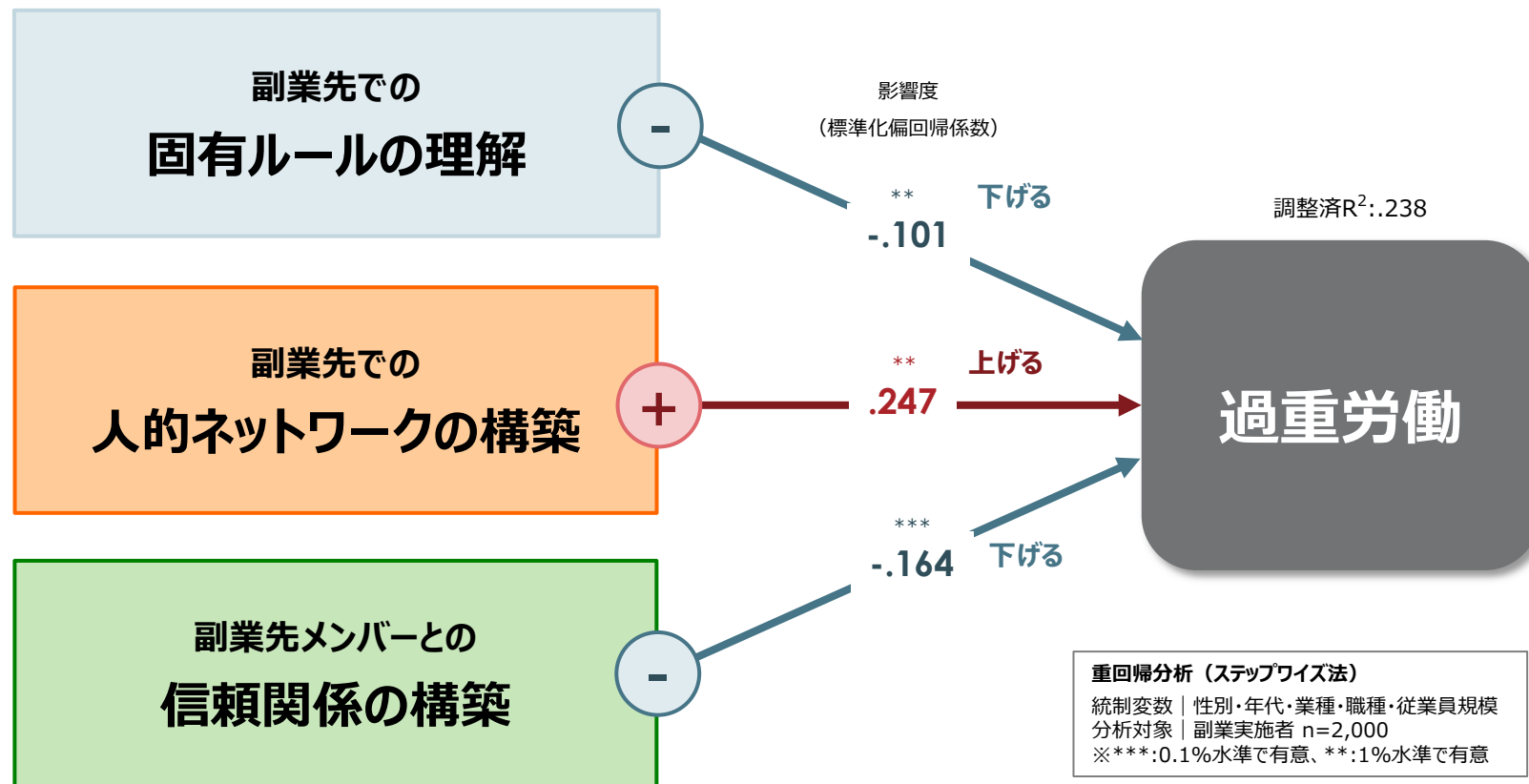
- ・本業先メンバーとの関係性が悪化した
- ・本業先メンバーの業務負担が増えた
- ・本業先メンバーのモチベーションを低下させた

「副業先でのパフォーマンス」が「副業からの学び」に与える影響を過重労働あり・なし別に確認した。
過重労働がない副業実施者の方が、副業先でのパフォーマンスを学びに繋げやすい傾向がみられた。

個人調査 | パフォーマンスが学びに与える影響【過重労働あり・なし別】



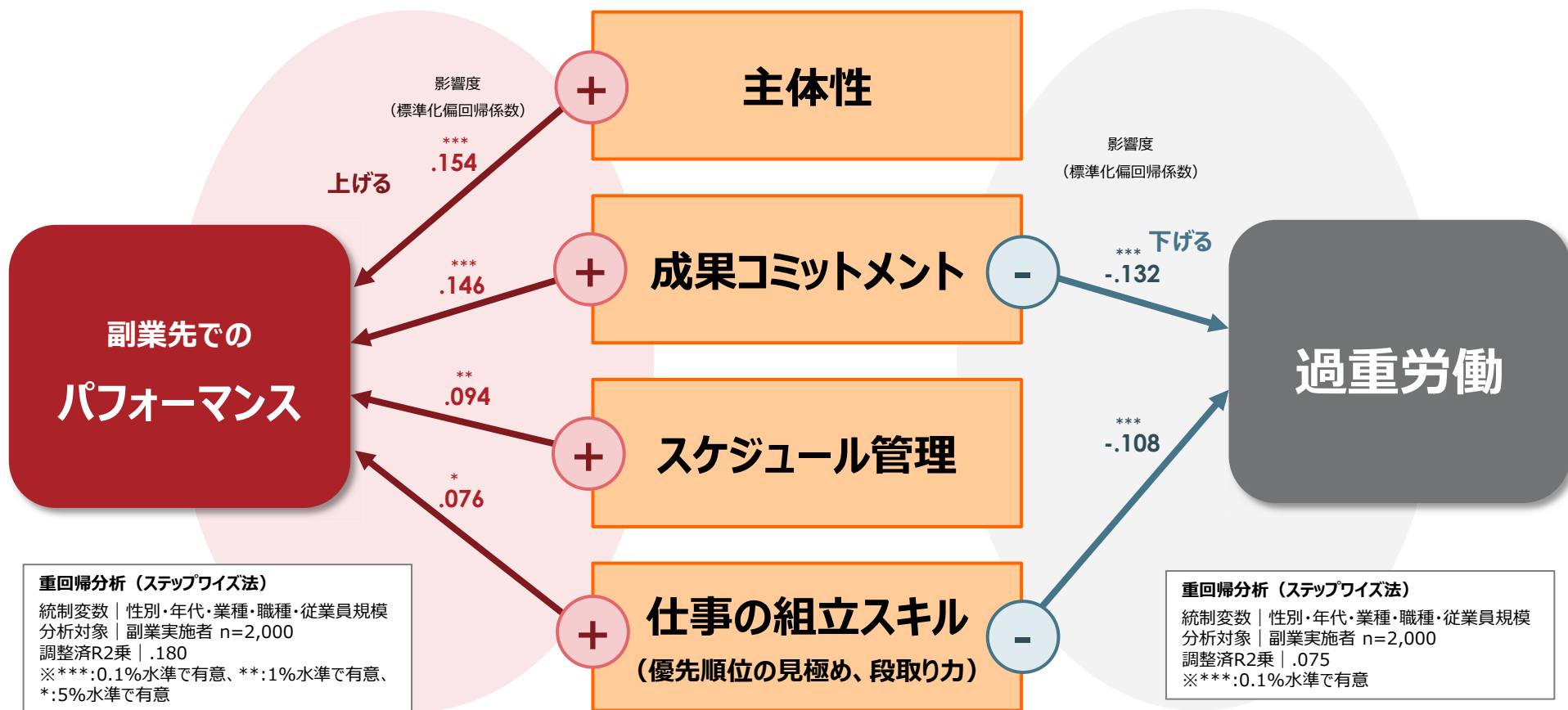
副業先での「固有ルールの理解」と副業先メンバーとの「信頼関係の構築」が過重労働を抑制する傾向。
一方で、副業先での「人的ネットワークの構築」は過重労働にプラスの影響を与えている。



パフォーマンスと過重労働に影響する自己管理スキルを確認した。

「成果コミットメント」や「仕事の組立スキル」は、パフォーマンスを向上させ、過重労働を抑制する傾向。

自己管理スキル



副業におけるジャーニー分析

【副業後】

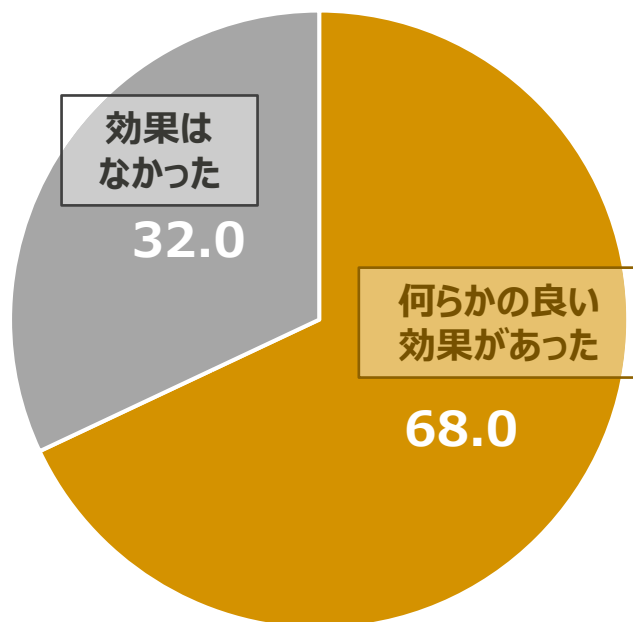
5. 副業からの学びと波及効果

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

副業からの学びによる効果（メリット）を確認したところ、何らかの効果があった割合は7割弱。内訳をみると、「視野の拡大(30.4%)」が最も高く、次いで「業務で役立つスキル・知識の獲得(19.0%)」「モチベーション向上(18.8%)」が続く。

副業からの学びによる効果 (%)

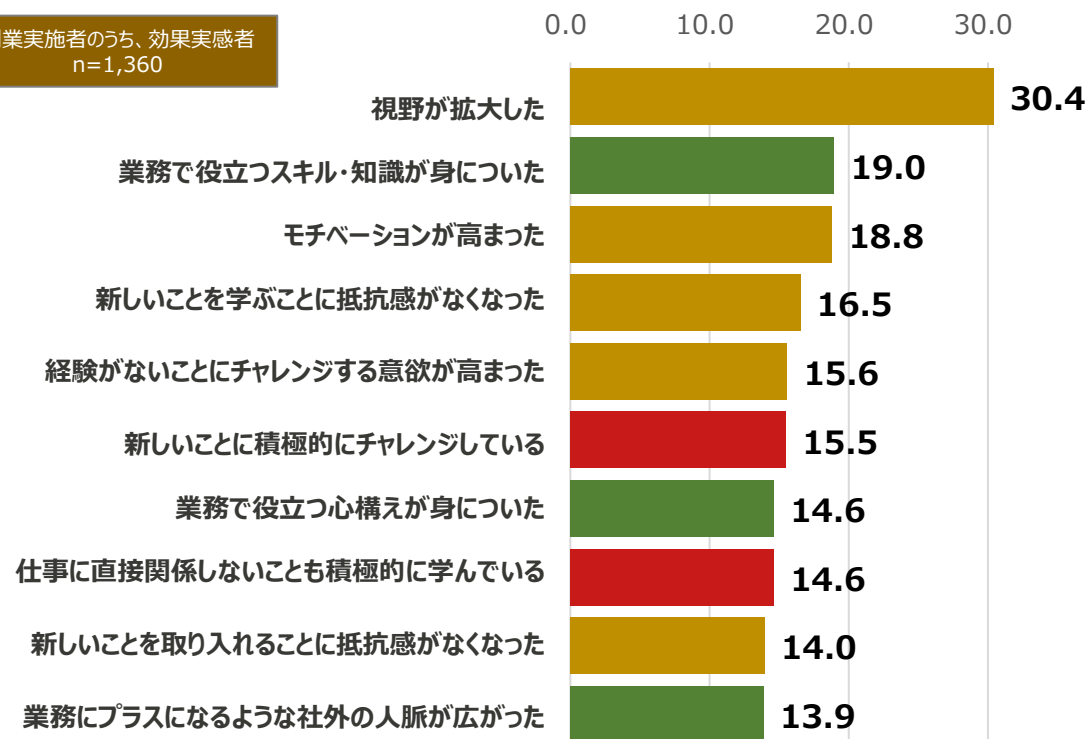
副業実施者
n=2,000



学びによる効果の内容 | 上位10項目 (%)

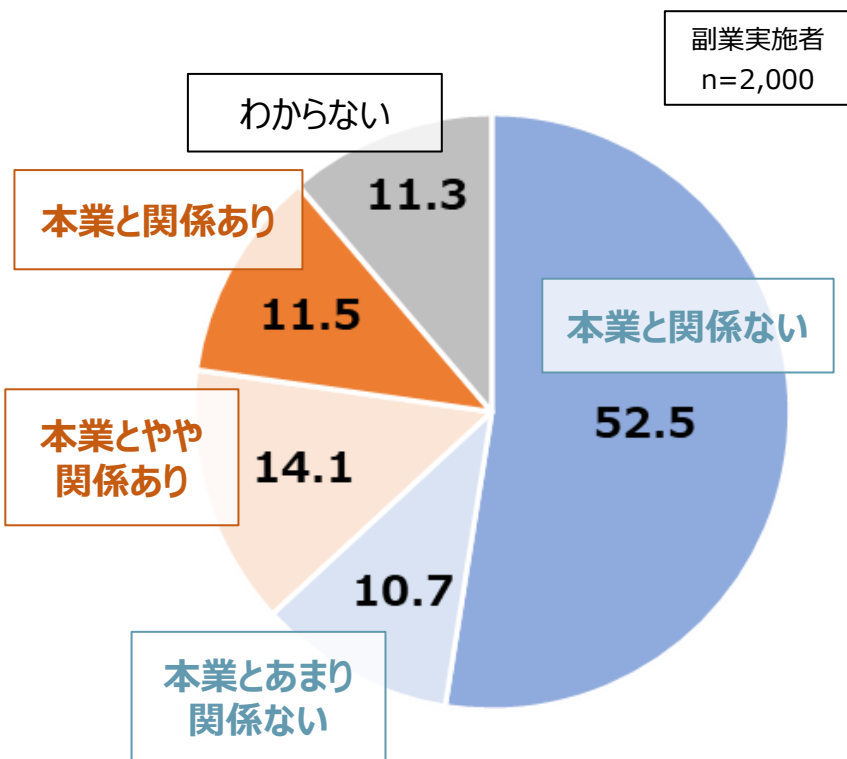
■ スキル・経験の獲得 ■ 意識の変化 ■ 行動の変化

副業実施者のうち、効果実感者
n=1,360

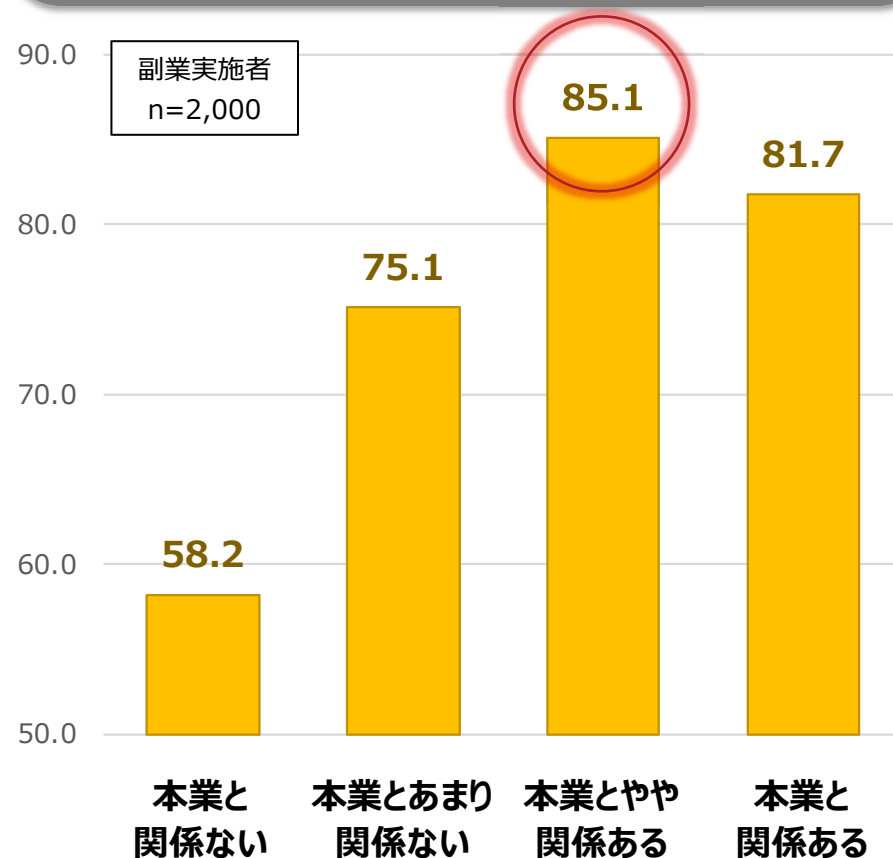


副業の仕事内容について、「本業と関係ない」割合が半数以上を占める。副業からの学びによる効果との関係性を見ると、「本業とやや関係がある」副業を行っている正社員で最も学び効果が高い傾向。

副業の仕事内容 (%)



仕事内容別 | 副業からの学びによる効果 (%)



副業先での「固有ルールの理解」「人的ネットワークの構築」「信頼関係の構築」が「副業からの学びによる効果」に与える影響の詳細をみた。主な傾向として、「固有ルールの理解」は「スキル・経験の獲得」「意識の変化」につながり、「人的ネットワークの構築」は「行動の変化」「仕事の成果」につながる。

重回帰分析（ステップワイズ法）

統制変数 | 性別・年代・業種・職種・従業員規模
分析対象 | 副業実施者 n=2,000
※***:0.1%水準で有意、**:1%水準で有意

※スコアは標準化偏回帰係数
(最も高いスコアには太字)

	副業からの学びによる効果			
	スキル・経験の獲得	意識の変化	行動の変化	仕事の成果
固有ルールの理解	+ .151***	+ .143***	+ .104***	—
人的ネットワークの構築	+ .113***	—	+ .123***	+ .144***
信頼関係の構築	—	+ .089**	—	+ .097**

調整済R²:.085

調整済R²:.054

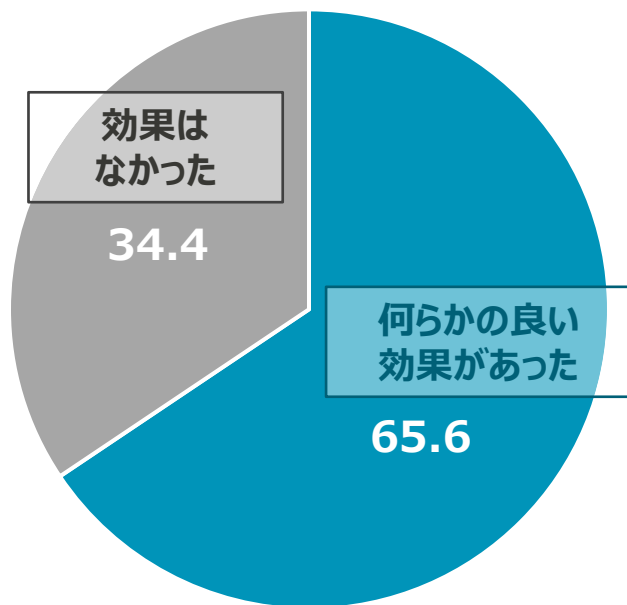
調整済R²:.059

調整済R²:.072

副業者と接することで何らかの効果があった副業先メンバーは65.6%。内訳をみると、「視野の拡大(17.1%)」「社内のコミュニケーション活性化(13.1%)」「モチベーション向上(11.9%)」が高い。

副業者からの学びによる効果 (%)

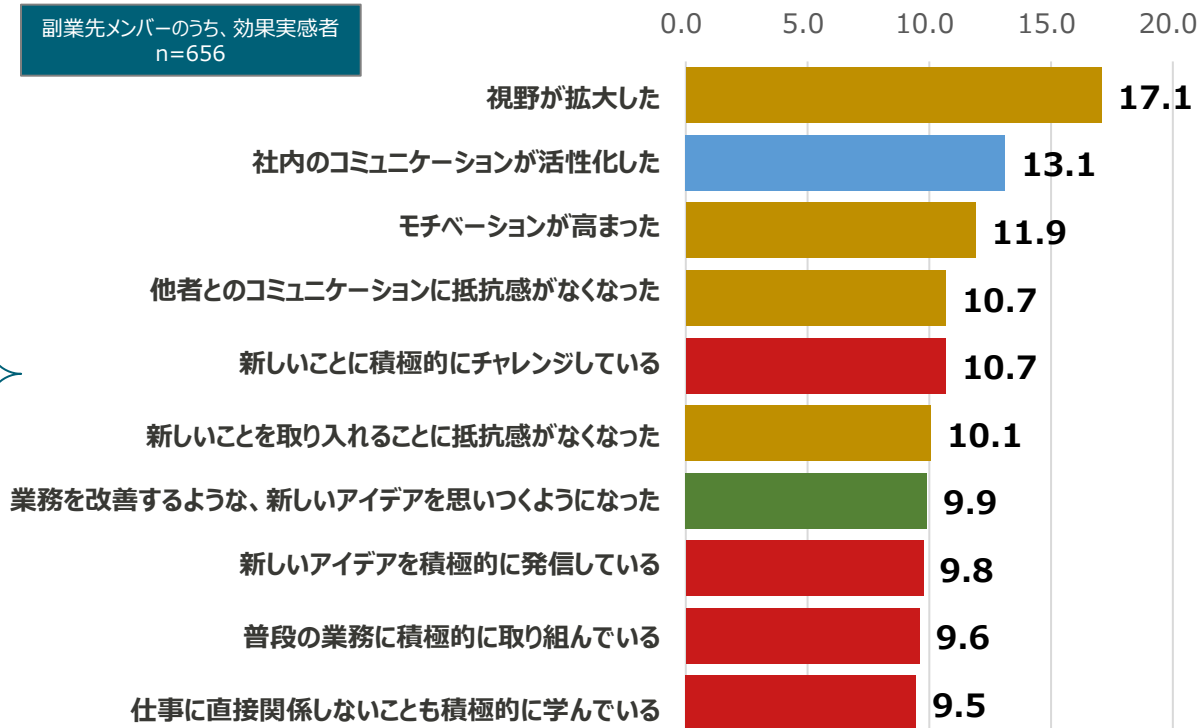
副業先メンバー
n=1,000



学びによる効果の内容 | 上位10項目 (%)

■ : スキル・経験の獲得 ■ : 意識の変化 ■ : 行動の変化 ■ : 仕事の成果

副業先メンバーのうち、効果実感者
n=656

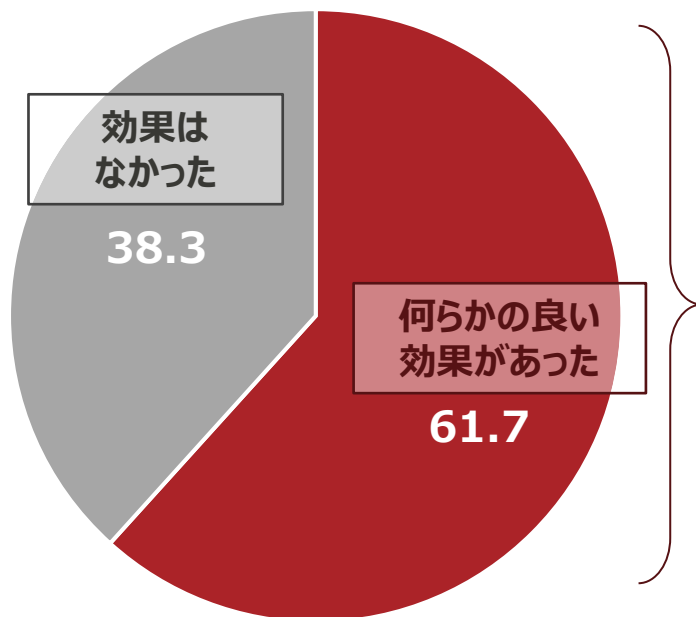


副業者と接することで何らかの効果があった本業先メンバーは約6割。内訳をみると、「視野の拡大(25.1%)」「経験がないことへのチャレンジ意欲向上(14.7%)」「変化を前向きに捉えること(14.3%)」が高い。

副業者からの学びによる効果 (%)

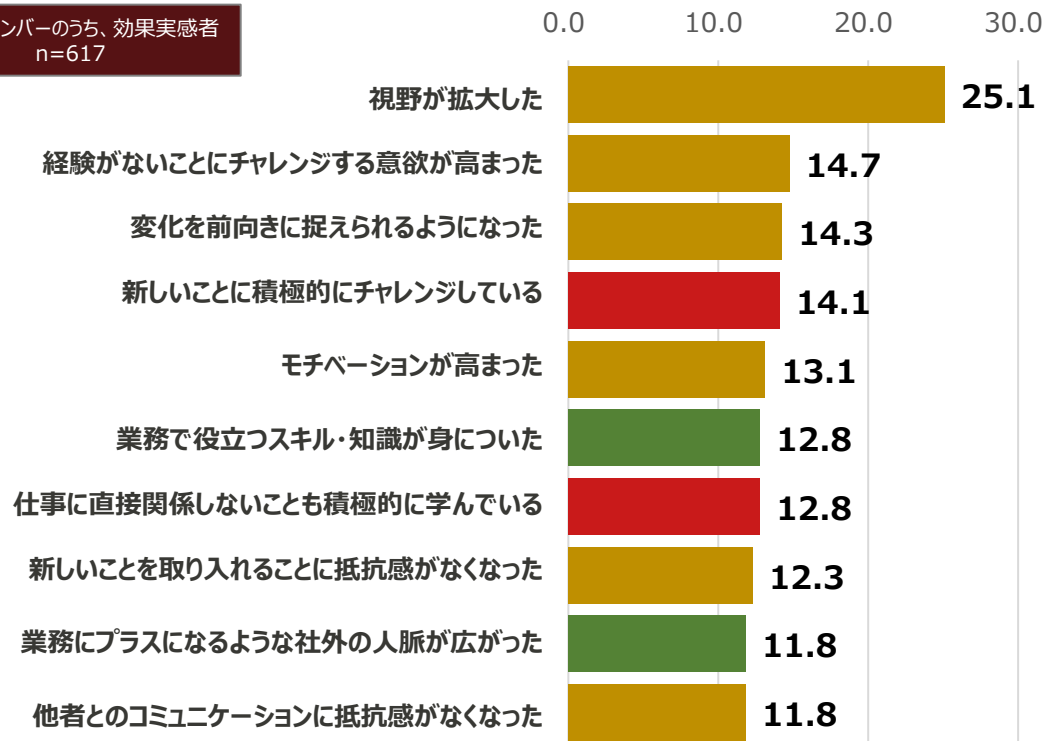
学びによる効果の内容 | 上位10項目 (%)

本業先メンバー
n=1,000



■ : スキル・経験の獲得 ■ : 意識の変化 ■ : 行動の変化

本業先メンバーのうち、効果実感者
n=617



副業におけるジャーニー分析

【副業後】

6. 副業後の就業能力と就業意識

パーソル総合研究所

シンクタンク本部

副業によって最も高まった就業能力は、「傾聴力」で48.3%。次いで「主体性(47.4%)」、「発信力(45.8%)」と続く。

以下の15項目の平均値を「エンプロイアビリティの向上」と定義し、以降の分析に用いた。

副業によって高まった就業能力（高まった計/%）

副業実施者 n=2,000

傾聴力	相手の意見を丁寧に聴く力	48.3
主体性	物事に進んで取り組む力	47.4
発信力	自分の意見をわかりやすく伝える力	45.8
状況把握力	自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力	45.8
柔軟性	意見の違いや立場の違いを理解する力	45.6
実行力	目標を設定し、確実に行動する力	45.4
課題発見力	現状を分析し、目的や課題を明らかにする力	45.4
規律性	社会のルールや人との約束を守る力	45.1
向上心・探求心	働くことへの関心や意欲を持ちながら進んで課題を見つけ、レベルアップを目指している	44.5
職業意識・勤労観	就業や勤労に対する広範な見方・考え方をもち、意欲や態度等で示すことができる	43.3
創造力	新しい価値を生み出す力	43.0
責任感	社会の一員として役割の自覚を持っている	42.7
計画力	課題の解決に向けたプロセスを明らかにし、準備する力	42.7
働きかけ力	他人に働きかけ、巻き込む力	40.8
ストレスコントロール力	ストレスの発症源に対応する力	39.3

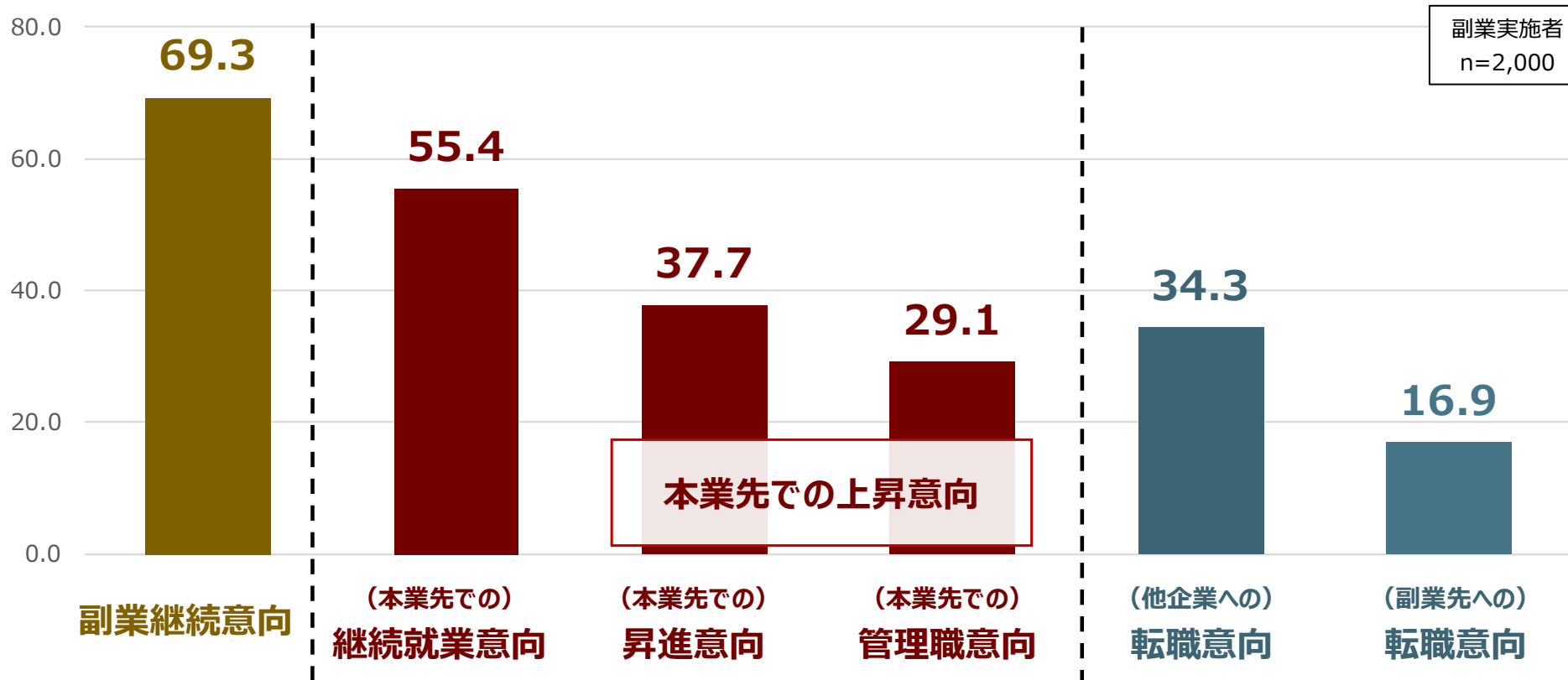
エンプロイ アビリティの 向上

***労働市場価値を含んだ就業能力**
労働市場における能力評価、能力開発目標の
基準となる実践的な就業能力

※厚生労働省（2001）「エンプロイアビリティの判断基準に関する調査研究報告書」参照

副業実施者の就業意識をみた。副業継続意向は69.3%と高く、本業先での継続就業就業意向も半数越え。
転職意向については、副業先への転職意向が16.9%と低めの傾向。

個人調査 | 副業継続意向・就業意向・上昇意向・転職意向 (あてはまる計/%)

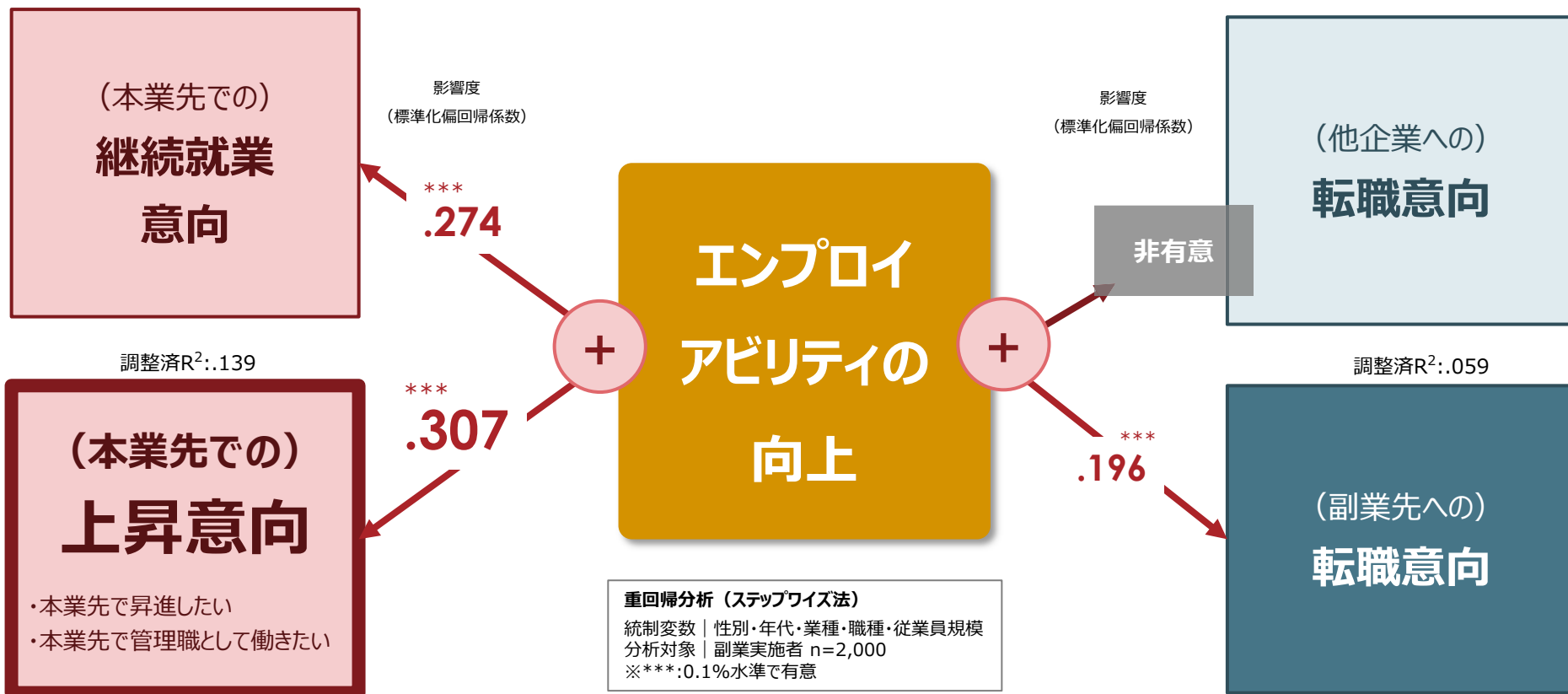


エンプロイアビリティの向上は、本業先での「継続就業意向」「上昇意向」にプラスの影響を与えている。

転職意向については「副業先への転職意向」のみにプラスの影響を与えているが、

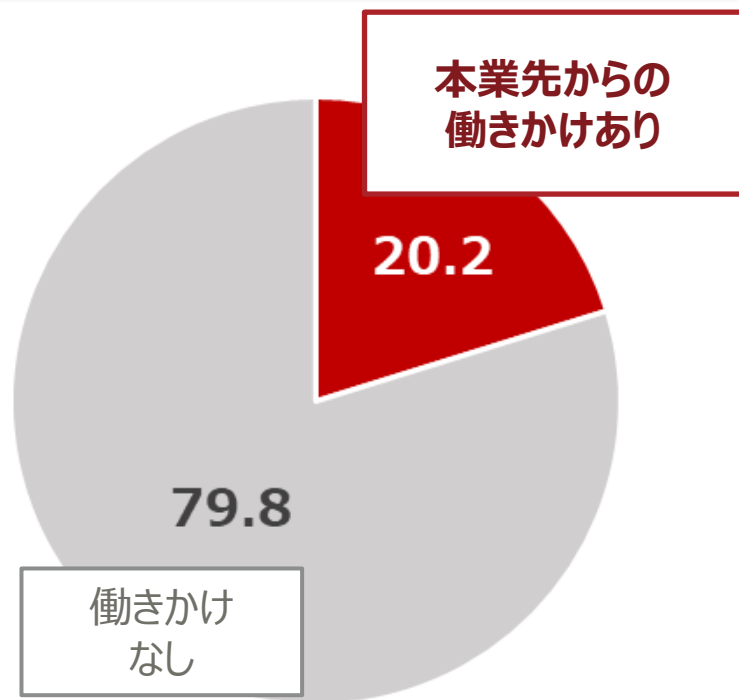
本業先での「継続就業意向」「上昇意向」の影響度よりも弱い。

調整済R²:.070



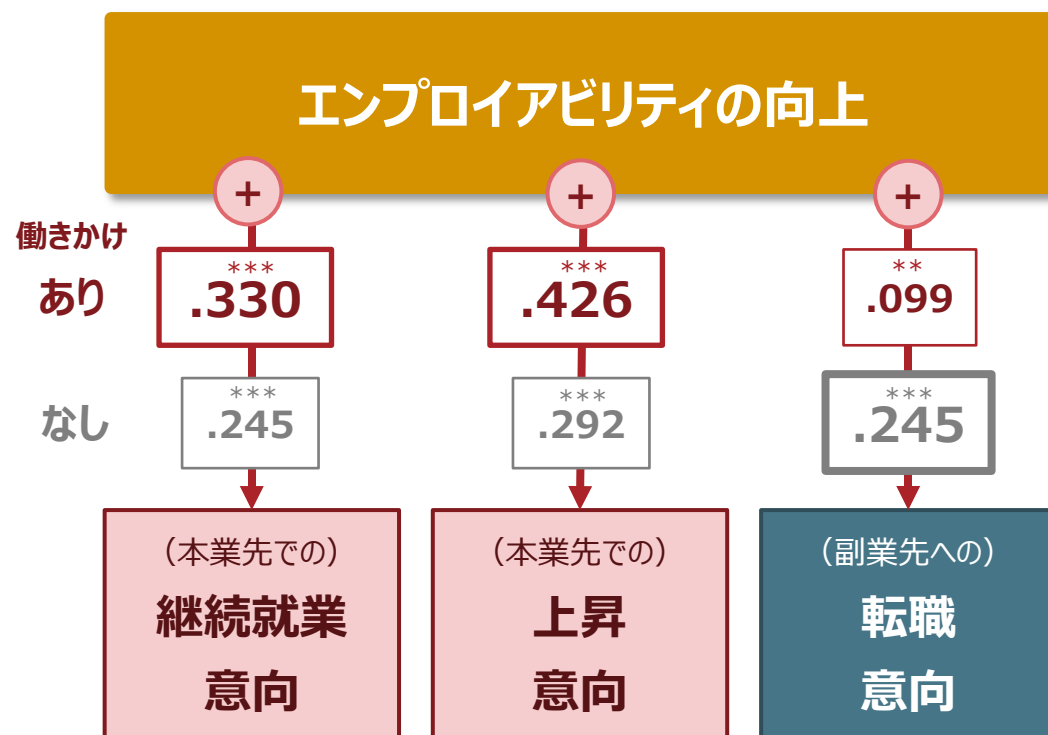
エンプロイアビリティの向上における「継続就業意識」「上昇意向」の影響度は、副業に関する本業先からの働きかけがあった場合の方が高く、「転職意向」への影響度は、働きかけがない場合の方が高い。

個人調査 | 副業に関する本業先からの働きかけ (%)



副業容認企業に勤める
副業実施者 n=1213

副業に関する本業先の働きかけが与える影響 (重回帰分析)

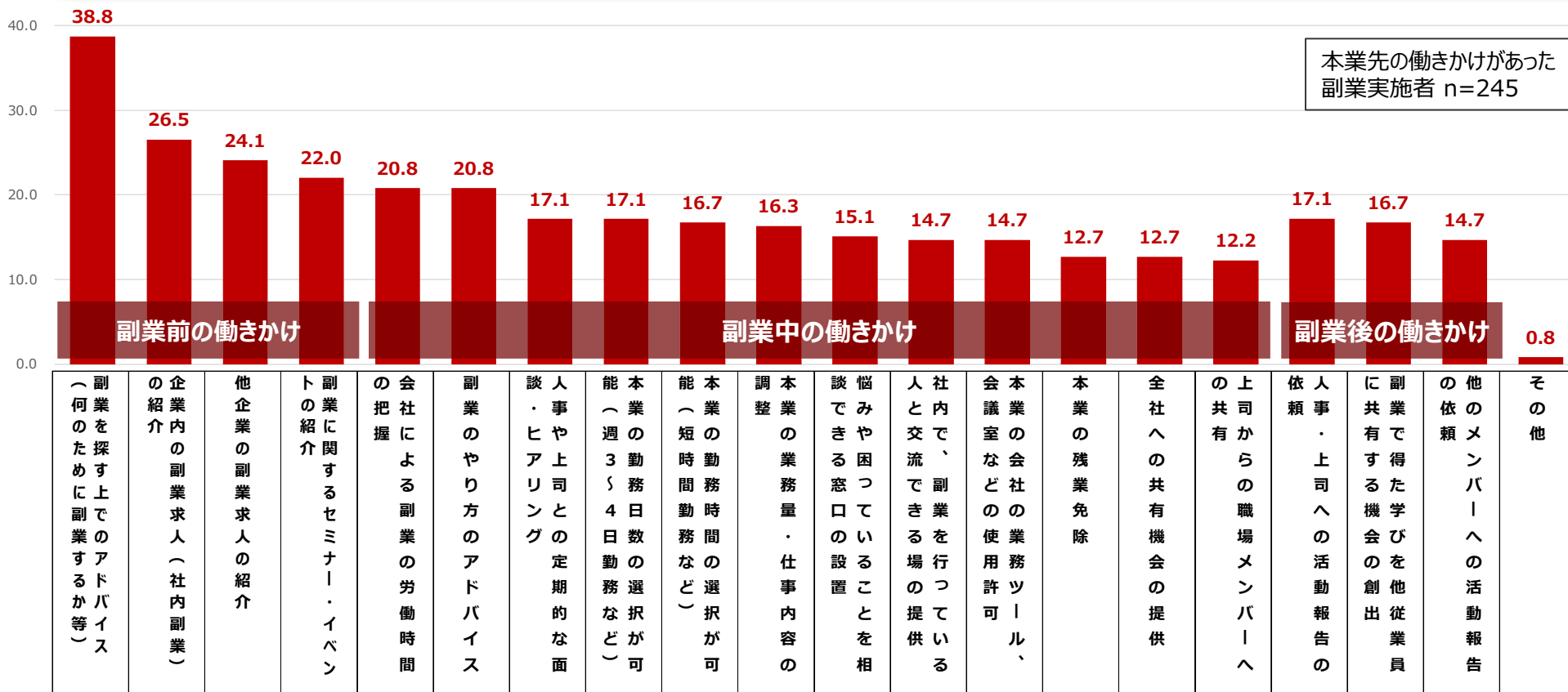


重回帰分析 (ステップワイズ法) ※働きかけあり層・なし層でそれぞれ分析

・統制変数 | 性別・年代・業種・職種・従業員規模・対象 | 働きかけあり層:n=245、なし層:n=968
※***:0.1%水準で有意、**:1%水準で有意 ※スコアは標準化偏回帰係数

副業実施者の視点で、【副業前～副業中～副業後】の本業先からの働きかけをそれぞれ聴取した。
 副業前は「副業を探す上でのアドバイス」、副業中は「副業の労働時間の管理」「副業のやり方のアドバイス」、
 副業後は「人事・上司への活動報告の依頼」といった働きかけを多く受けている。

個人調査 | 副業に関する本業先からの働きかけの詳細 (%)



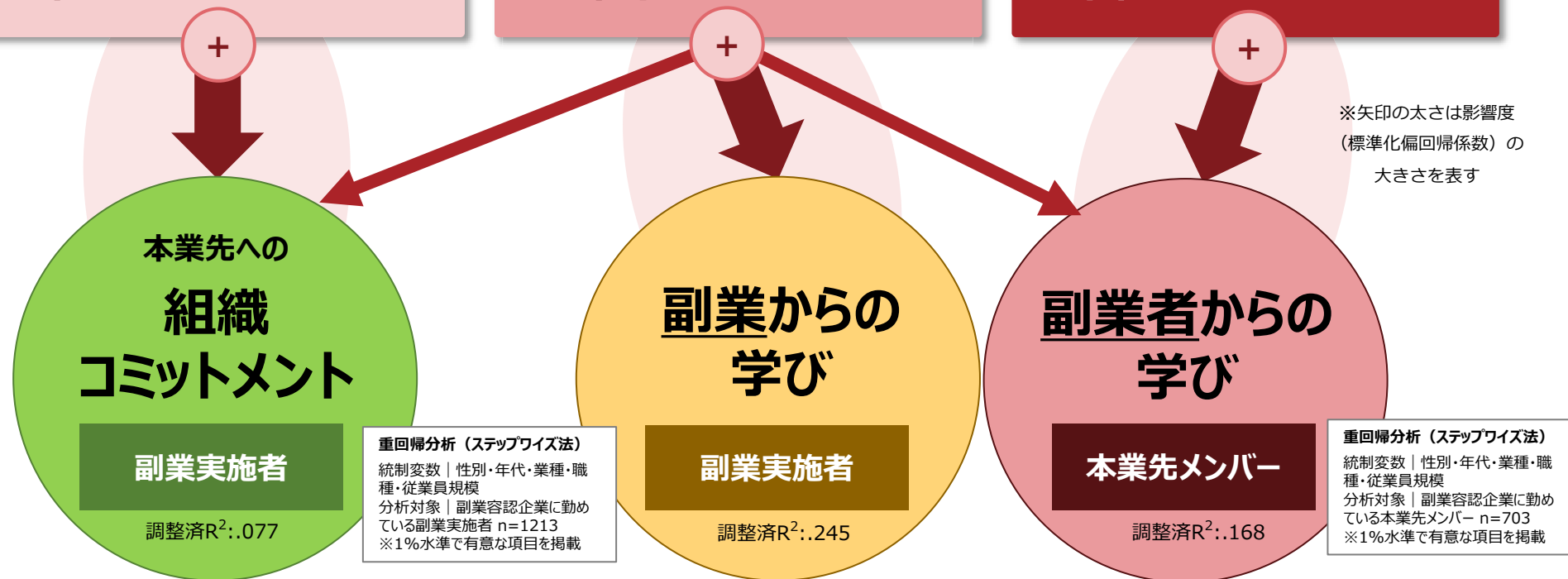
本業先からの【副業前】の働きかけは、「本業先への組織コミットメント」を高め、【副業中】の働きかけは、「（副業実施者の）副業からの学び」を高める。そして、【副業後】の働きかけは、「（本業先メンバーの）副業者からの学び」を高める。

副業に関する本業先からの働きかけ

副業前（副業探しのアドバイスなど）

副業中（労働時間の管理など）

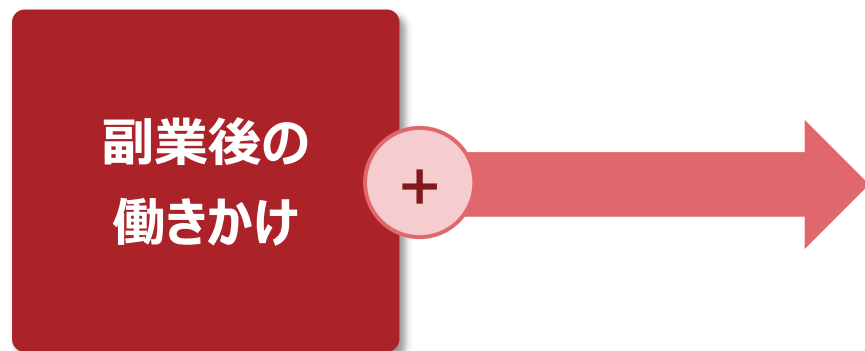
副業後（副業の活動報告依頼など）



副業後の本業先からの働きかけが「（本業先メンバーの）副業者からの学び」に与える影響の詳細をみた。

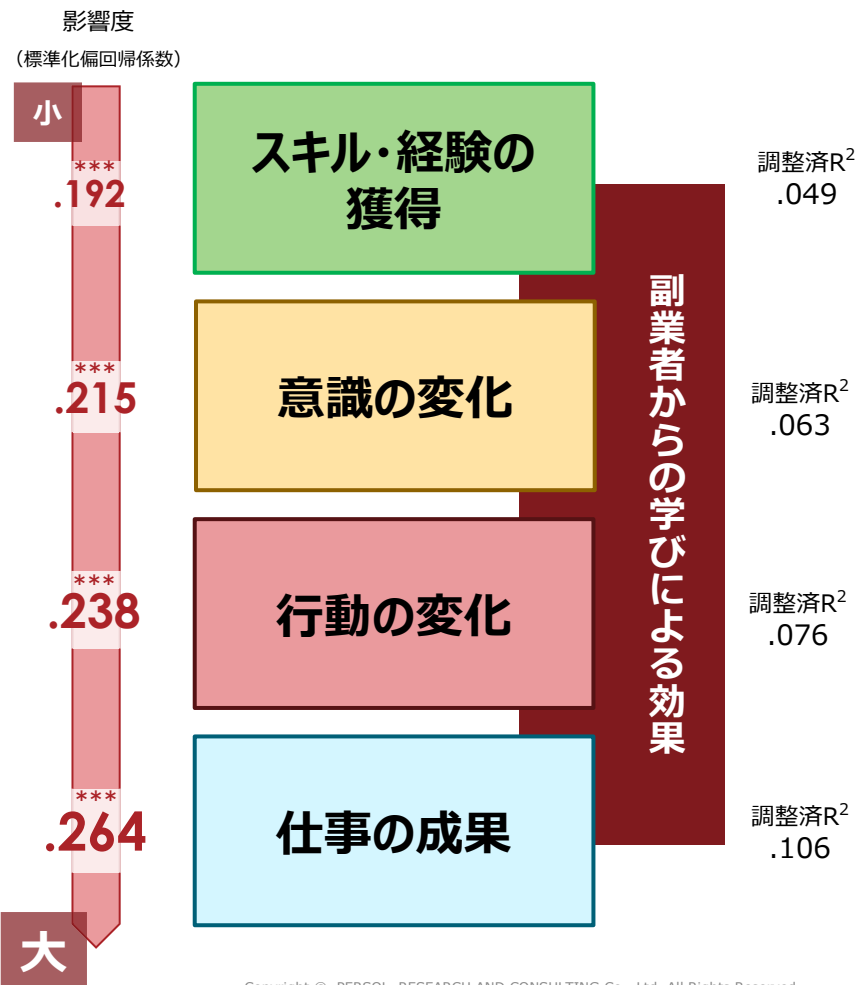
副業後の働きかけは、本業先メンバーの「仕事の成果」や「行動の変化」につながりやすい。

本業先からの働きかけ



重回帰分析（ステップワイズ法）

統制変数 | 性別・年代・業種・職種・従業員規模
分析対象 | 副業容認企業に勤めている本業先メンバー n=703
※**：0.1%水準で有意



Appendix

パーソル総合研究所
シンクタンク本部

■ 従業員数10人以上企業 (n=1,500)

従業員数	%
10~100人未満	44.8
100~1千人未満	33.5
1千~1万人未満	14.3
1万人以上	7.3

設立年数	%
10年未満	5.7
10~20年未満	13.7
20~30年未満	15.1
30~40年未満	13.3
40~50年未満	9.8
50年以上	42.3

業種	%
農業、林業、漁業、鉱業	0.7
建設業	9.7
製造業	21.1
電気・ガス・熱供給・水道業	1.5
情報通信業	7.3
運輸業、郵便業	6.5
卸売業、小売業	12.7
金融業、保険業	4.7
不動産業、物品賃貸業	3.8
学術研究、専門・技術サービス業	2.9
宿泊業、飲食サービス業	3.4
生活関連サービス業、娯楽業	1.8
教育、学習支援業	1.8
医療、介護、福祉	7.2
その他のサービス業	12.3
その他の業種	2.6

■ 従業員数10人以上企業に勤める全国正社員男女20～50代 (n=61,780)

※令和2年国勢調査における正規職員・従業員の性年代構成比に合わせてウェイトバック補正

性年代		%
男性	20代	10.6
	30代	15.9
	40代	20.4
	50代	17.5
女性	20代	9.0
	30代	8.8
	40代	9.9
	50代	8.0

個人年収	%
～200万未満	4.4
200～400万未満	29.7
400～600万未満	27.0
600～800万未満	12.1
800～1000万未満	5.9
1000～1500万未満	3.6
1500～2000万未満	0.5
2000万以上	0.3

業種	%
農業、林業、漁業、鉱業	0.6
建設業	6.7
製造業	26.4
電気・ガス・熱供給・水道業	1.9
情報通信業	7.7
運輸業、郵便業	7.5
卸売業、小売業	9.9
金融業、保険業	6.1
不動産業、物品賃貸業	1.9
学術研究、専門・技術サービス業	1.1
宿泊業、飲食サービス業	2.1
生活関連サービス業、娯楽業	2.1
教育、学習支援業	1.9
医療、介護、福祉	9.5
その他のサービス業	8.6
その他の業種	5.9

職種	%
間接部門	17.2
マーケティング・企画職	3.8
営業	12.6
事務・サービス・サポート職	17.0
IT系技術・クリエイティブ職	8.1
生産・管理・製造	14.3
配送・物流	5.7
商品開発・研究	3.7
専門職種	6.2
医療・福祉・教育関連	8.3
その他の職種	3.1

職位	%
一般社員・従業員	65.9
主任・リーダー相当	12.8
係長相当	6.6
課長相当	10.1
部長・本部長相当	4.5

従業員数	%
10～100人未満	31.6
100～1千人未満	33.9
1千～1万人未満	21.1
1万人以上	13.4

■ 従業員数10人以上企業に勤める全国正社員男女20～50代 かつ 副業実施者 (n=2,000)

性年代		%
男性	20代	4.5
	30代	15.7
	40代	20.8
	50代	16.2
女性	20代	9.7
	30代	13.5
	40代	12.8
	50代	7.0

個人年収	%
～200万未満	4.2
200～400万未満	32.9
400～600万未満	31.1
600～800万未満	12.9
800～1000万未満	5.9
1000～1500万未満	3.3
1500～2000万未満	0.7
2000万以上	0.4

業種	%
農業、林業、漁業、鉱業	0.7
建設業	7.3
製造業	21.3
電気・ガス・熱供給・水道業	1.1
情報通信業	7.7
運輸業、郵便業	6.9
卸売業、小売業	9.1
金融業、保険業	4.8
不動産業、物品賃貸業	1.9
学術研究、専門・技術サービス業	1.1
宿泊業、飲食サービス業	3.1
生活関連サービス業、娯楽業	3.6
教育、学習支援業	3.1
医療、介護、福祉	12.1
その他のサービス業	10.2
その他の業種	6.5

職種	%
間接部門	18.9
マーケティング・企画職	4.7
営業	10.3
事務・サービス・サポート職	17.5
IT系技術・クリエイティブ職	8.7
生産・管理・製造	12.2
配送・物流	6.1
商品開発・研究	2.2
専門職種	6.3
医療・福祉・教育関連	10.2
その他の職種	3.2

職位	%
一般社員・従業員	61.4
主任・リーダー相当	15.3
係長相当	6.1
課長相当	10.7
部長・本部長相当	6.6

従業員数	%
10～100人未満	37.2
100～1千人未満	33.1
1千～1万人未満	18.6
1万人以上	11.1

■ 従業員数10人以上企業に勤める全国正社員男女20～50代 かつ 副業実施者 (n=2,000)

副業先での職種		%
自営系	Webサイト運営 (ブログ運営、YouTubeなど)	5.0
	eコマース (インターネット通販・ネットショップ販売)	3.3
専門職種	ライター・WEBライター	3.4
	翻訳・通訳・ガイド	1.6
	シッター／ハウスキーパー	0.2
	理美容専門職種 (理美容師・スタイリスト・ネイリスト・エステティシャンなど)	0.7
	不動産関連 専門職種	1.3
	建築・土木系 技術職種	2.4
	金融系専門職種 (トレーダー・ディーラー・証券アナリストなど)	0.5
	データアナリスト・データサイエンティスト	0.3
	その他専門職	4.2
	IT系技術・ クリエイティブ 職	IT系技術職種
Webクリエイティブ (Webデザイナー、プランナー、プロデューサーなど)		1.8
その他クリエイティブ系 (デザイナー、各種クリエイター)		2.2
医療・福祉・ 教育関連	医療系専門職種	2.5
	福祉系専門職 (介護福祉士・ヘルパーなど)	3.1
	教員・講師・インストラクター	3.0
配送・物流	幼稚園教諭・保育士	0.5
	フードデリバリー・配達	3.4
	配送・倉庫管理・物流	8.9

副業先での職種		%
バックオフィス	経営・経営企画	0.2
	財務・会計・経理	1.5
	総務	0.8
	人事・組織開発	0.4
	法務	0.1
	資材・購買	0.3
	広報・宣伝	0.2
	新規事業開発	0.2
マーケティング・ 企画職	企画・マーケティング	0.7
	コンサルタント	1.2
	営業推進・営業企画	0.1
営業	医療系営業 (MR、医療機器など)	0
	営業	2.2
事務・サービス・サ ポート職	事務・アシスタント (データ入力含む)	4.8
	受付・秘書	0.8
	販売・サービス系職種 (店舗内・事業所内)	7
生産・管理・ 製造	顧客サービス・サポート	3.3
	生産技術・生産管理・品質管理	1.5
	製造 (組立・加工)	2.8
	商品開発・研究	1.2
	その他の職種	19.6

■ 従業員数10人以上企業に勤める全国正社員男女20～50代 かつ 副業意向者 (n=1,170)

性年代		%
男性	20代	8.6
	30代	18.9
	40代	18.2
	50代	12.7
女性	20代	12.6
	30代	10.4
	40代	12.0
	50代	6.6

個人年収	%
～200万未満	5.5
200～400万未満	37.9
400～600万未満	29.3
600～800万未満	10.3
800～1000万未満	4.9
1000～1500万未満	3.2
1500～2000万未満	0.9
2000万以上	0.4

業種	%
農業、林業、漁業、鉱業	0.7
建設業	3.8
製造業	20.3
電気・ガス・熱供給・水道業	2.4
情報通信業	5.5
運輸業、郵便業	8.7
卸売業、小売業	9.7
金融業、保険業	6.1
不動産業、物品賃貸業	2.6
学術研究、専門・技術サービス業	1.0
宿泊業、飲食サービス業	4.3
生活関連サービス業、娯楽業	2.1
教育、学習支援業	2.0
医療、介護、福祉	14.1
その他のサービス業	11.5
その他の業種	5.2

職種	%
間接部門	21.1
マーケティング・企画職	4.2
営業	10.1
事務・サービス・サポート職	20.0
IT系技術・クリエイティブ職	6.2
生産・管理・製造	11.4
配送・物流	6.6
商品開発・研究	1.2
専門職種	4.4
医療・福祉・教育関連	11.4
その他の職種	3.5

職位	%
一般社員・従業員	60.5
主任・リーダー相当	16.7
係長相当	6.4
課長相当	9.7
部長・本部長相当	6.7

従業員数	%
10～100人未満	36.1
100～1千人未満	32.8
1千～1万人未満	19.8
1万人以上	11.3

■ 従業員数10人以上企業に勤める全国正社員男女20～50代
かつ 副業先メンバー (n=1,000)

性年代		%
男性	20代	6.4
	30代	18.6
	40代	17.9
	50代	17.1
女性	20代	10.7
	30代	9.6
	40代	11.3
	50代	8.4

個人年収	%
～200万未満	7.0
200～400万未満	37.0
400～600万未満	27.2
600～800万未満	8.9
800～1000万未満	4.1
1000～1500万未満	2.3
1500～2000万未満	0.5
2000万以上	0.8

業種	%
農業、林業、漁業、鉱業	1.3
建設業	3.7
製造業	20.3
電気・ガス・熱供給・水道業	2.7
情報通信業	4.4
運輸業、郵便業	8.0
卸売業、小売業	10.6
金融業、保険業	4.0
不動産業、物品賃貸業	2.4
学術研究、専門・技術サービス業	0.7
宿泊業、飲食サービス業	6.0
生活関連サービス業、娯楽業	2.6
教育、学習支援業	2.1
医療、介護、福祉	16.0
その他のサービス業	10.1
その他の業種	5.1

職種	%
間接部門	21.3
マーケティング・企画職	4.3
営業	10.1
事務・サービス・サポート職	17.2
IT系技術・クリエイティブ職	7.2
生産・管理・製造	13.8
配送・物流	6.4
商品開発・研究	1.8
専門職種	3.9
医療・福祉・教育関連	10.4
その他の職種	3.6

職位	%
一般社員・従業員	64.4
主任・リーダー相当	14.8
係長相当	5.8
課長相当	8.8
部長・本部長相当	6.2

従業員数	%
10～100人未満	39.3
100～1千人未満	33.2
1千～1万人未満	18.0
1万人以上	9.5

■ 従業員数10人以上企業に勤める全国正社員男女20～50代
かつ 本業先メンバー (n=1,000)

性年代		%
男性	20代	9.4
	30代	15.0
	40代	19.0
	50代	15.7
女性	20代	9.9
	30代	10.1
	40代	12.6
	50代	8.3

個人年収	%
～200万未満	5.3
200～400万未満	35.2
400～600万未満	28.0
600～800万未満	10.9
800～1000万未満	5.5
1000～1500万未満	3.6
1500～2000万未満	1.1
2000万以上	0.4

業種	%
農業、林業、漁業、鉱業	0.4
建設業	4.5
製造業	23.9
電気・ガス・熱供給・水道業	2.3
情報通信業	6.8
運輸業、郵便業	8.3
卸売業、小売業	7.8
金融業、保険業	6.8
不動産業、物品賃貸業	2.4
学術研究、専門・技術サービス業	1.2
宿泊業、飲食サービス業	2.7
生活関連サービス業、娯楽業	2.2
教育、学習支援業	2.1
医療、介護、福祉	12.1
その他のサービス業	11.8
その他の業種	4.7

職種	%
間接部門	22.0
マーケティング・企画職	3.5
営業	9.1
事務・サービス・サポート職	18.3
IT系技術・クリエイティブ職	4.3
生産・管理・製造	12.0
配送・物流	6.8
商品開発・研究	1.0
専門職種	4.7
医療・福祉・教育関連	14.5
その他の職種	3.8

職位	%
一般社員・従業員	60.7
主任・リーダー相当	15.4
係長相当	6.8
課長相当	10.6
部長・本部長相当	6.5

従業員数	%
10～100人未満	33.3
100～1千人未満	31.5
1千～1万人未満	20.8
1万人以上	14.4

スキルアップ・ 活躍の場の 拡大

本業では得ることが出来ない新しい知見や
スキル、経験を得たいから

自分が活躍できる場を広げたいから

様々な分野の人とつながりができるから

自分のスキルを会社以外の場所でも
役立てたいから

自分のスキルが他の場所でも通用するか
試したいから

会社以外の場所で役に立てる場所を
見つけたいから

会社以外の場所でやりがいを見つけたい
から

会社以外の場所で感謝されたいから

自己実現

副業で好きなことをやりたいから

趣味を仕事にしたいから

本業への不満

本業では自分の思うように仕事を進められ
ないから

本業では自分の好きな仕事ができないから

本業の仕事内容に満足できないから

現職の 継続就業不安

現在の職場で働き続けることができるか
不安があるから

現在の職場に居場所があり続けるか
不安があるから

なりゆき・ 頼まれ副業

仕事を頼まれ、断りきれなかったから

本業の仕事の性格上、別の仕事をもつこと
が自然だから

家業の手伝いをするため

収入補填

生活するには本業の収入だけでは
不十分だから

副収入（趣味に充てる資金）を得たい
から

現在の仕事での将来的な収入に不安が
あるから