

NEWS RELEASE

**「組織」や「肩書き」は、もういない！
「自分ブランド」重視で早期退職する20代。ノマド(遊牧民)ワーカーへのあこがれも6割以上。
～NTTアド2011年度オリジナル調査(5)「就職・転職に関する調査」実施～**

(株)NTTアド(東京都品川区、代表取締役社長:軸屋真司)は「就職・転職に関する調査」を実施いたしました。

最近、就職して1～2年程度で退職し、独立してフリーな立場で仕事をする若者が目立っています。なぜ、若者は入社してすぐ会社を辞めてしまうのか。その意識や実態を把握するため、他にやりたいことがあって、新卒採用で就職後2年未満で転職した20代を、「20代フリーエージェント志向者(以下、『20代FA志向者』)」と名づけ、『20代FA志向者』100名を含む20～40代の首都圏在住有職者600名を対象に、2011年8月15日～17日、インターネット方式で調査を実施したものです。

その結果、20代FA志向者は「収入」や「会社のブランド」よりも「仕事のやりがい」を重視していることがわかりました。

具体的には、以下の調査結果概要となりました。

【調査結果概要】**1.ワークスタイルに関する意識****(1)仕事観**

- ・20代FA志向者(上位)は
 - 「スキルアップや資格取得のために勉強していることがある」42.0%
 - 「収入よりも仕事のやりがいを重視する」38.0%
 - 「会社のブランドにこだわらないほうだ」37.0%
- ・全体と比較して20代FA志向者に多いのは
 - 「収入よりも仕事のやりがいを重視する」(男性)
 - 「他に自分のやりたいことがあれば、すぐ転職(退職)すべきだと思う」(女性)
- ・全体と比較して20代FA志向者に少ないのは
 - 「安定した生活をするためには、大企業に入ったほうがよいと思う」

(2)「ノマドワークスタイル」に対する意向

- ・20代FA志向者の63.0%があこがれていると回答し、全体51.8%を大きく上回る。

2.ライフスタイルに関する意識

- ・20代FA志向者(上位)は
 - 「自分の意見や考えをはっきりと主張するほうだ」53.0%
 - 「だれかに話すことで、気持ちがスッキリすることが多い」42.0%
 - 「自分にしかできないことや自分らしさを常に意識している」41.0%
- ・全体と比較して20代FA志向者に多いのは、女性で
 - 上記3項目に加え「自分の意見や考えに共感してほしい」が約5～7割

3.ソーシャルメディアの利用実態

- ・20代FA志向者(上位)は
 - 「mixi」(閲覧53.0%・書込30.0%)、「facebook」(32.0%・21.0%)、「Twitter」(32.0%・19.0%)
- ・全体と比較して、閲覧・書込とも、20代FA志向者が積極的に利用

「終身雇用」制度が崩壊し、転職する人が増えたことに加え、20代若者は「バブル経済崩壊」(1991年)や「リーマン・ショック」(2008年)といった経済不況を背景に、大企業の倒産を目の当たりにしてきました。その影響による就職難を経験した世代でもあり、「肩書き」や「収入」といった既存の客観的ブランド価値にはあまり関心を持たなくなったのかもしれませんが。こうした既存価値よりも、「自分らしさ」や「やりがい」といった主観的なブランド価値を重視し、不景気なご時世にも関わらず転職しながら自己実現しようとする20代FA志向者の姿は、たくましく骨太な若者像といえるでしょう。ソーシャルメディアを巧みに活用した積極的な情報発信により「自分ブランド」に磨きをかけながら、仕事の成果を社会に還元する若者の活躍に期待が集まりそうです。

なお、本調査結果は、弊社オリジナル発行物『空気読本VOL.7ーいきなり「FA宣言」する若者たち～イマドキ20代の「1年で会社を辞める」という選択』(2011年10月発行)でも紹介しております。ご希望の方は、下記問合せ先までご連絡をお願いします。(弊社公式サイトでも閲覧可能)

<問合せ先> (株)NTTアド コミュニケーションプランニング局 (久米)

TEL 03-5745-7623 FAX 03-5745-7673

【調査概要】

- 調査対象：首都圏20～49歳男女個人で大学または大学院卒業者9,753名のうち、
新卒採用で就職し現在も働いている600名(*)
*他にやりたいことがあって新卒採用で就職後2年未満で転職した20代(以下、「20代FA志向者」と略す)100名含む。
- 調査時期：2011年8月15日～17日
- 調査手法：インターネット調査

【調査結果詳細】

1.ワークスタイルに関する意識

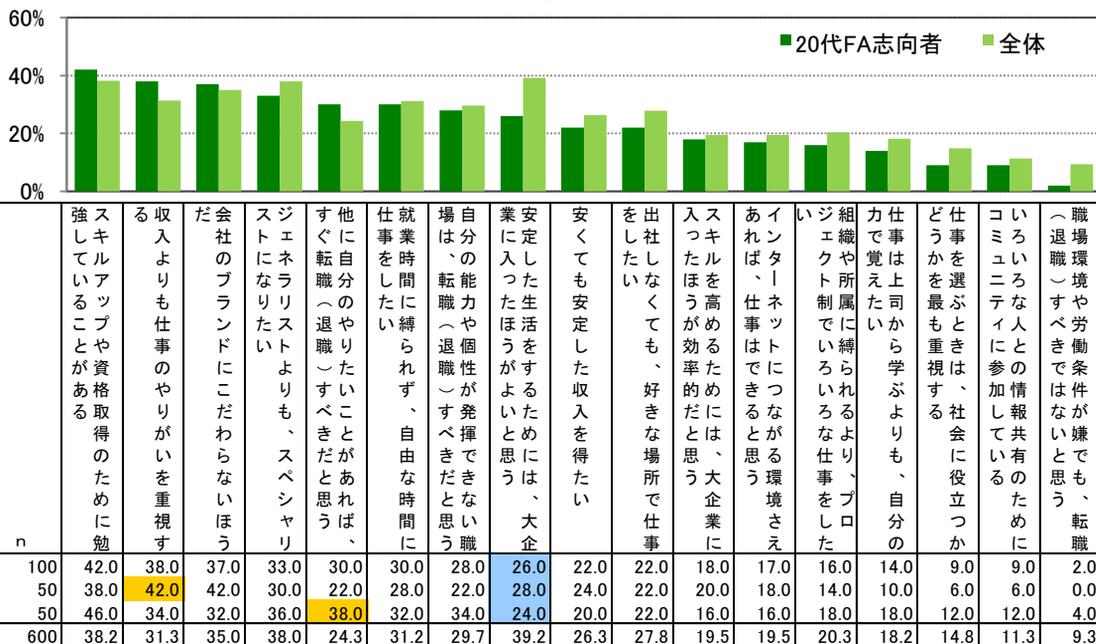
(1)仕事観

仕事に関する意識・行動を聞いたところ、20代FA志向者では「スキルアップや資格取得のために勉強していることがある」42.0%、「収入よりも仕事のやりがいを重視する」38.0%、「会社のブランドにこだわらないほうだ」37.0%が上位に挙がりました。

全体と比較すると、20代男性FA志向者で「収入よりも仕事のやりがいを重視する」、20代女性FA志向者で「他に自分のやりたいことがあれば、すぐ転職(退職)すべきだと思う」が高くなっています。一方、「安定した生活をするためには、大企業に入ったほうがよいと思う」が20代FA志向者が全体よりも低くなっています。

「年収」や「企業ブランド」がステータスシンボルとなっていたこれまでの価値軸は、20代の若者には通じなくなっているようです。肩書きや組織といった既成の枠組みにとらわれることなく、自己実現を志向する若者の姿が浮き彫りとなりました。

図1.あなたの仕事に関する考え方や行動についてあてはまるものを全てお答えください
[複数回答]



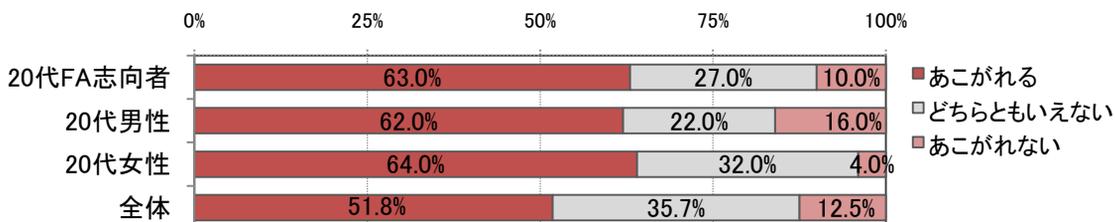
■: 全体との差が+10ポイント以上 ■: 全体との差が-10ポイント以上

(2)「ノマドワークスタイル」に対する意向

こうした既成の枠組みにとらわれないワークスタイルとして話題となっている「ノマドワーカー」的な働き方に対する意向を聞いたところ、20代FA志向者の63.0%があこがれていると回答し、全体51.8%を大きく上回りました。

20代FA志向者の自由回答をみると、「熱意や情熱、人を巻き込むその人自身の人間力(魅力)が重視される反面、常に前向きでなければ、結果も得られない。最低保証がないため、ある種投資に近い発想が必要。その仕事に対して熟知・新しい発想がなければ、成果を得られない。」(女性/25歳/会社員)、「すぐく懂れるけれども、それなりの専門的な力と積極的に自己を売り出せる能力があって、それが認められるからこそ、生活できる程度の仕事に成り得るのだと思う。」(女性/28歳/会社員)といった意見がありました。自由な反面、専門性や発想力、積極性、自己表現力が要求される厳しい現実を覚悟している若者の様子が垣間見られます。

図2.「所属や肩書き、業種などの枠を超えて、自分がやりたい仕事を自由に選び、時間や場所にも縛られることなく成果を出す」というワークスタイルに、あこがれますか



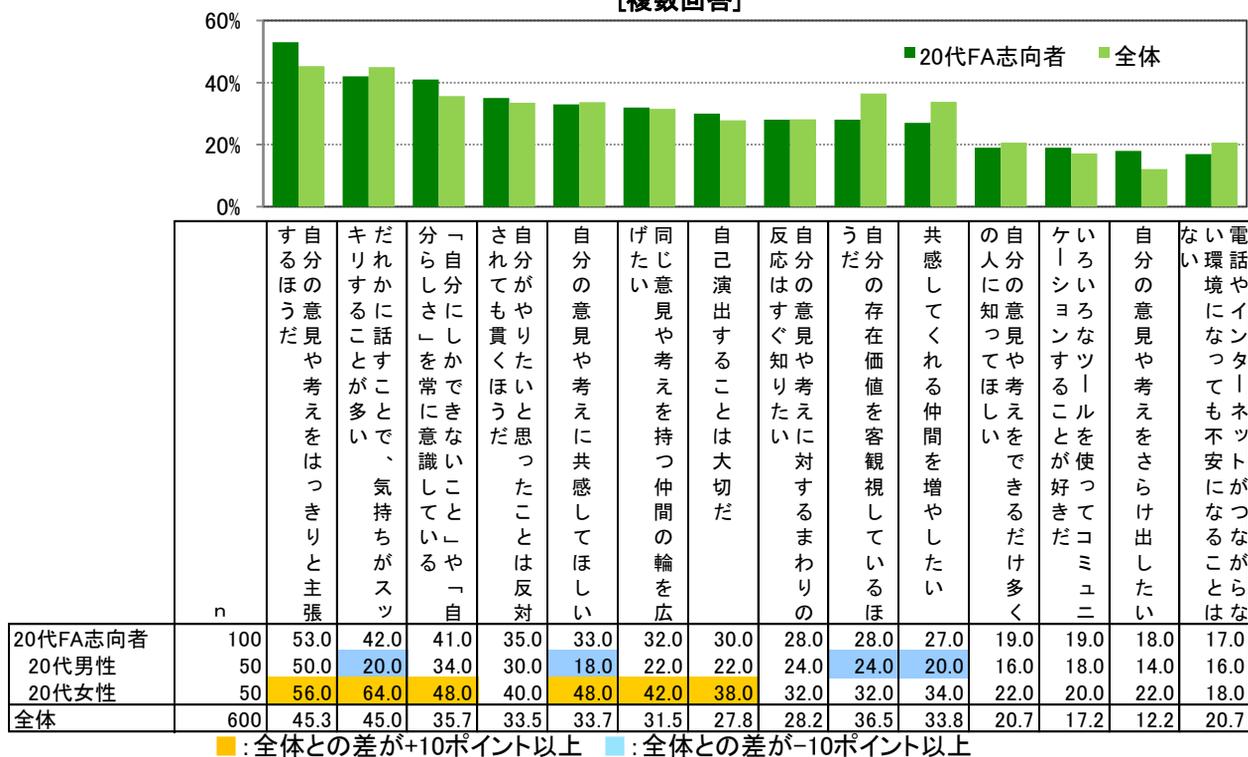
2.ライフスタイルに関する意識

ライフスタイルに関する意識・行動を聞いたところ、20代FA志向者は、「自分の意見や考えをはっきりと主張するほうだ」53.0%、「だれかに話すことで、気持ちがスッキリすることが多い」42.0%、「自分にしかできないことや自分らしさを常に意識している」41.0%が上位に挙がりました。

全体と比較すると、20代女性FA志向者で、上記3項目に加え「自分の意見や考えに共感してほしい」が約5〜7割となり、全体よりも高くなっています。20代FA志向者は、女性を中心に、自己表現を積極的に行う傾向が強いことがわかりました。

さらに、20代FA志向者の自由回答をみると「あらゆるニュースや事柄について、自分が発信することに興味を持ってもらえるようになりたい」(男性/27歳/自由業)、「日々の努力やアンテナの本数、本質を見極める力、自己プレゼン能力が重要」(女性/29歳/専門職)といった意見がありました。ここでも情報発信能力や自己表現力を重視する若者の様子が見受けられます。

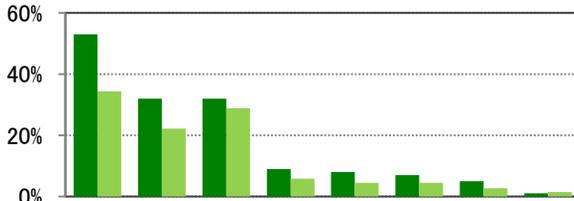
図3.あなたの性格や振る舞いについてあてはまるものを全てお答えください
[複数回答]



3.ソーシャルメディアの利用実態

情報発信、自己表現ツールとして注目されているソーシャルメディアについて、20代FA志向者がふだんよく利用しているのは、「mixi」(閲覧53.0%・書込30.0%)、「facebook」(32.0%・21.0%)、「Twitter」(32.0%・19.0%)が上位に挙がり、全体と比較して、ソーシャルメディアを積極的に活用していることがわかりました。

図4.あなたがふだんよく閲覧しているソーシャルメディアを全てお答えください[複数回答]



あなたがふだんよく書き込んでいるソーシャルメディアを全てお答えください[複数回答]



	n	mixi	Facebook	Twitter	GREE	モバゲータウン	Google+	Myspace	foursquare
20代FA志向者	100	53.0	32.0	32.0	9.0	8.0	7.0	5.0	1.0
20代男性	50	60.0	22.0	32.0	12.0	14.0	6.0	6.0	2.0
20代女性	50	46.0	42.0	32.0	6.0	2.0	8.0	4.0	0.0
全体	600	34.3	22.2	28.8	5.8	4.5	4.5	2.7	1.5

	n	mixi	Facebook	Twitter	GREE	モバゲータウン	Google+	Myspace	foursquare
20代FA志向者	100	30.0	21.0	19.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20代男性	50	38.0	10.0	16.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
20代女性	50	22.0	32.0	22.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
全体	600	16.7	11.2	15.2	0.8	1.0	0.7	0.5	0.7

■: 全体との差が+10ポイント以上 ■: 全体との差が-10ポイント以上

4.まとめ

「終身雇用」制度が崩壊し、転職する人が増えたことに加え、20代若者は「バブル経済崩壊」(1991年)や「リーマン・ショック」(2008年)といった経済不況を背景に、大企業の倒産を目の当たりにしてきました。その影響による就職難を経験した世代でもあり、「肩書き」や「収入」といった既存の客観的ブランド価値にはあまり関心を持たなくなったのかもしれませんが。こうした既存価値よりも、「自分らしさ」や「やりがい」といった主観的なブランド価値を重視し、不景気なご時世にも関わらず転職しながら自己実現しようとする20代FA志向者の姿は、たくましく骨太な若者像といえるでしょう。ソーシャルメディアを巧みに活用した積極的な情報発信により「自分ブランド」に磨きをかけながら、仕事の成果を社会に還元する若者の活躍に期待が集まりそうです。

『空気読本』VOL.7 いきなり「FA宣言」する若者たち ～イマドキ20代の「1年で会社を辞める」という選択～

本調査結果に、20代FA志向者の取材を加え、弊社ならではの視点で考察した内容を、『空気読本』VOL.7として1冊にまとめました。ご希望の方は下記問合せ先までご連絡をお願いします。なお、[弊社公式サイト](#)でも閲覧可能です。

<問合せ先> (株)NTTアド コミュニケーションプランニング局 (久米) TEL 03-5745-7623

(表紙)



(中面～抜粋)

