



20代と40代の約6割が、現在の転職活動は「その次のキャリアを見据えた行動」と回答

【前編】現在の転職活動に関する実態調査

【前編】現在の転職活動に関する実態調査

20代と40代の約6割が、現在の転職活動は「その次のキャリアを見据えた行動」と回答

ハタラクティブ
PRODUCED BY Leverages

レバレッジズ株式会社が運営するフリーター・既卒・第二新卒向け就職支援サービス ハタラクティブ(<https://hataractive.jp/>)は、若者のキャリアに関する実態を把握するため、20代と40代の正社員1,335名(20代:563名・40代:772名)を対象に、現在の転職活動に関する実態調査を行いました。

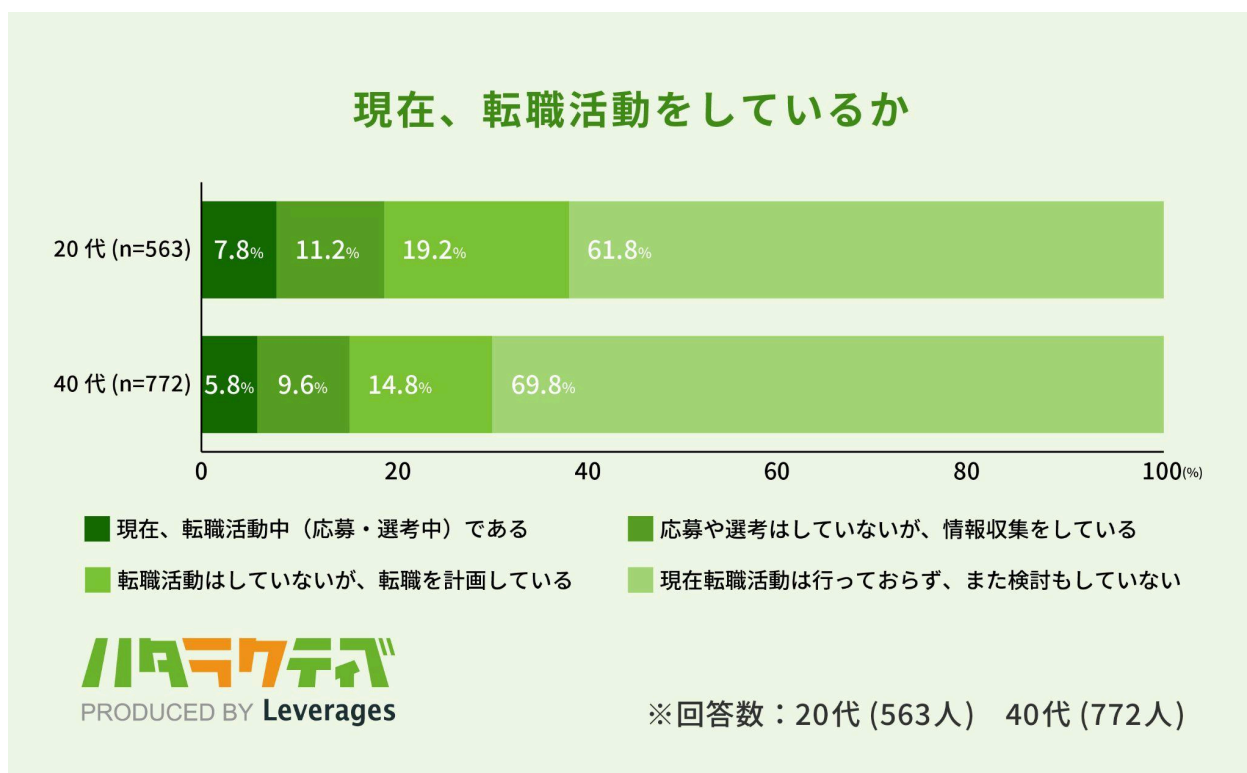
本調査は前編・後編に分かれた発表となり、今回は前編をお届けします。後編は、8月上旬に配信予定です。

<調査サマリー>

1. 約6割が、現在の転職活動は「その次のキャリアを見据えた行動」と回答
2. 約7割が現在の転職活動で自身の「市場価値を調べた」と回答、キャリアにおける「リセールバリュー」を意識か

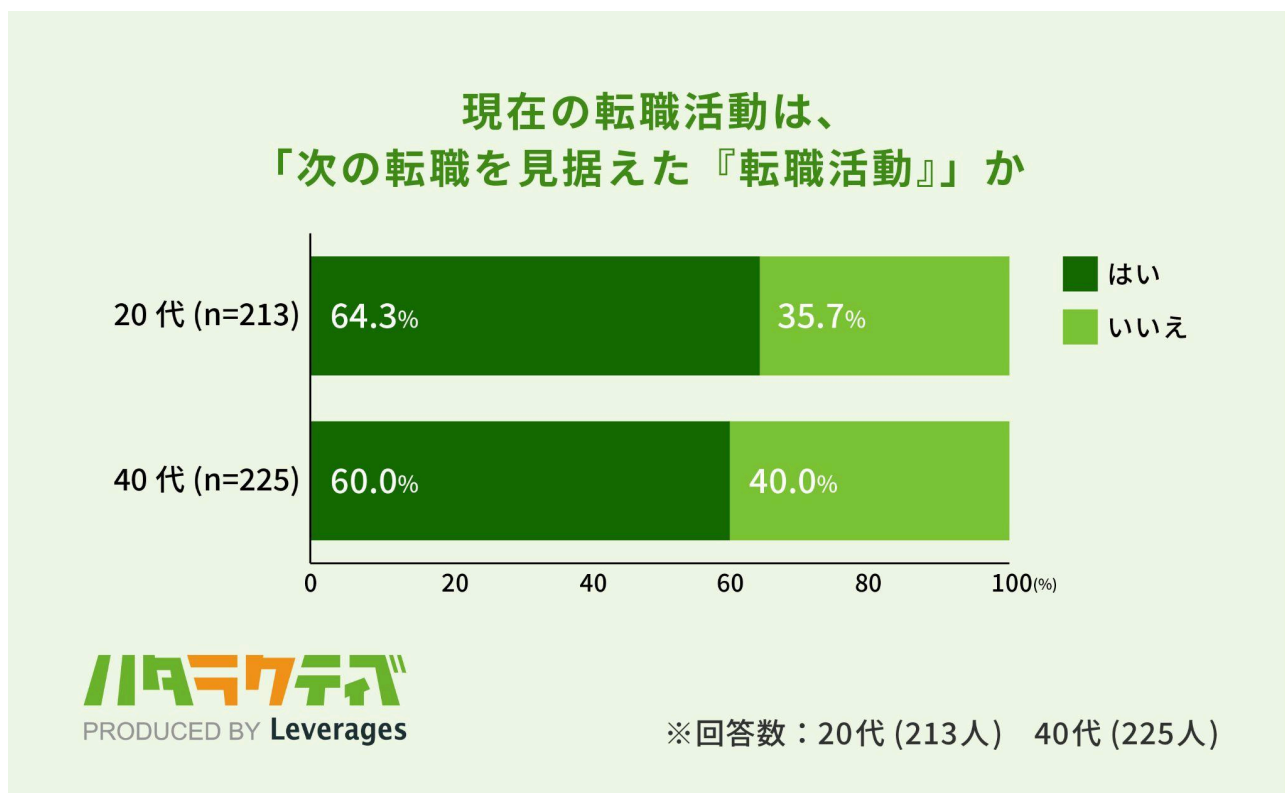
1.約6割が、現在の転職活動は「その次のキャリアを見据えた行動」と回答

今回実施した調査によると、20代の7.8%、40代の5.8%が現在転職活動中(以下、「転職顕在層」と称する)であることがわかりました。「応募や選考はしていないが、情報収集をしている(11.2%)」「転職活動はしていないが、転職を計画している(19.2%)」(以下、「転職潜在層」と称する)と回答した割合は、20代の約3人に1人を占めています。40代においても「転職潜在層」の割合は24.4%となり、約4人に1人となりました。



「転職顕在層」及び「転職潜在層」に対して、現在の転職活動について聞いたところ、6割以上が現在の転職活動は、「次の転職を見据えた『転職活動』である」と回答しました。

40代においても、6割が「次の転職を見据えた『転職活動』」であると回答しており、定年までのおよそ20年間の間に再度転職することを検討している人が過半数を占めています。転職先の企業に定年まで居続ける意識はかなり低いようです。



2.約7割が現在の転職活動で自身の「市場価値を調べた」と回答、キャリアにおける「リセールバリュー」を意識か

「現在の転職活動において自身の『市場価値』を調べたか」という問いでは、20代40代ともに約7割が「調べた」と回答しました。20代と比較すると長年キャリアを積んできているはずの40代と同様に、20代も自身の「市場価値」への意識が高いことが見受けられます。

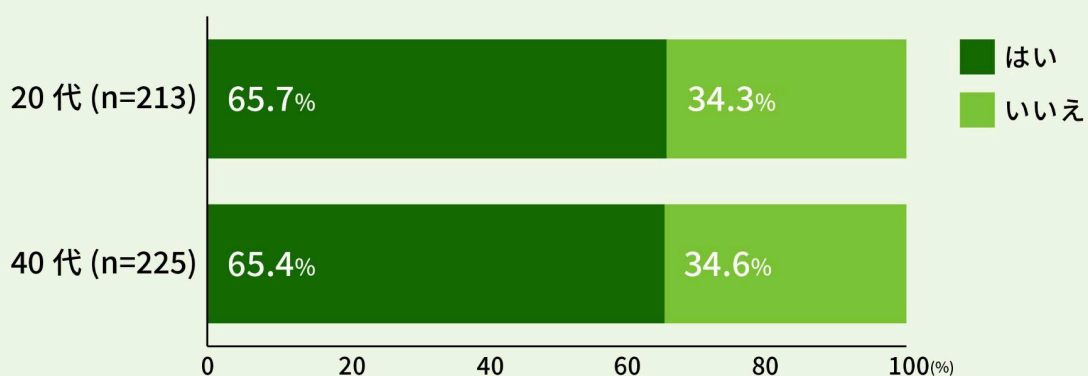
「市場価値」を調べた方法は、「転職サイトに登録」が最も多く、次いで「転職エージェントを利用」と続きます。

「転職サイト」には、昨今市場が拡大傾向にあるダイレクトリクルーティングサービスも含まれます。ダイレクトリクルーティングサービスは、求職者が登録した個人の経歴やスキルを見た上で、企業が求める人材に対して直接アプローチを行います。そのため、スカウトが来た企業を通じて自身の市場価値を図ることができます。今までの経歴やスキルを社外から評価してもらうこ

とができるため、ダイレクトリクルーティングサービスを市場価値の研究方法として活用している人も多いことが予想されます。

現在の転職活動が「次の転職を見据えた『転職活動』」と回答した割合が過半数であることから、多くの方が次のステップに向けた市場価値向上を見据えた、キャリアにおける「リセールバリュー」※1を意識していることが伺えます。

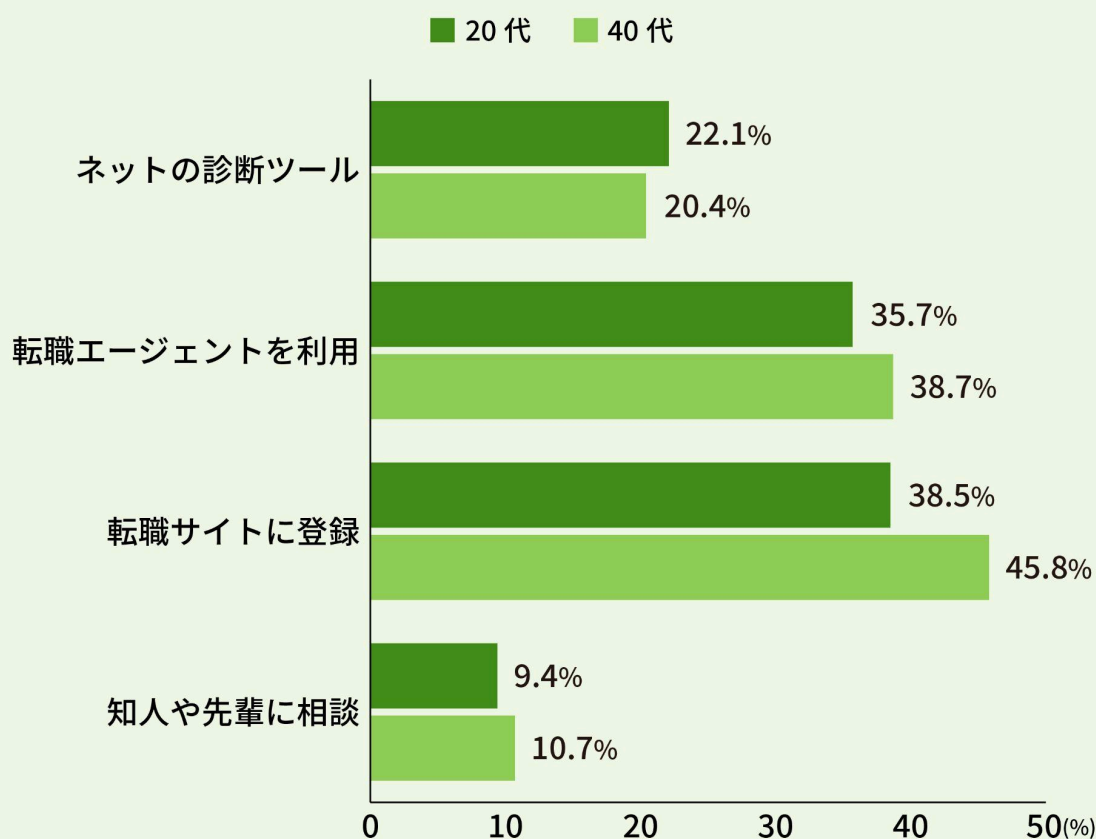
現在の転職活動において、自身の「市場価値」を調べたか



ハマクティブ
PRODUCED BY Leverages

※回答数：20代 (213人) 40代 (225人)

現在の転職活動における、市場価値の研究手法



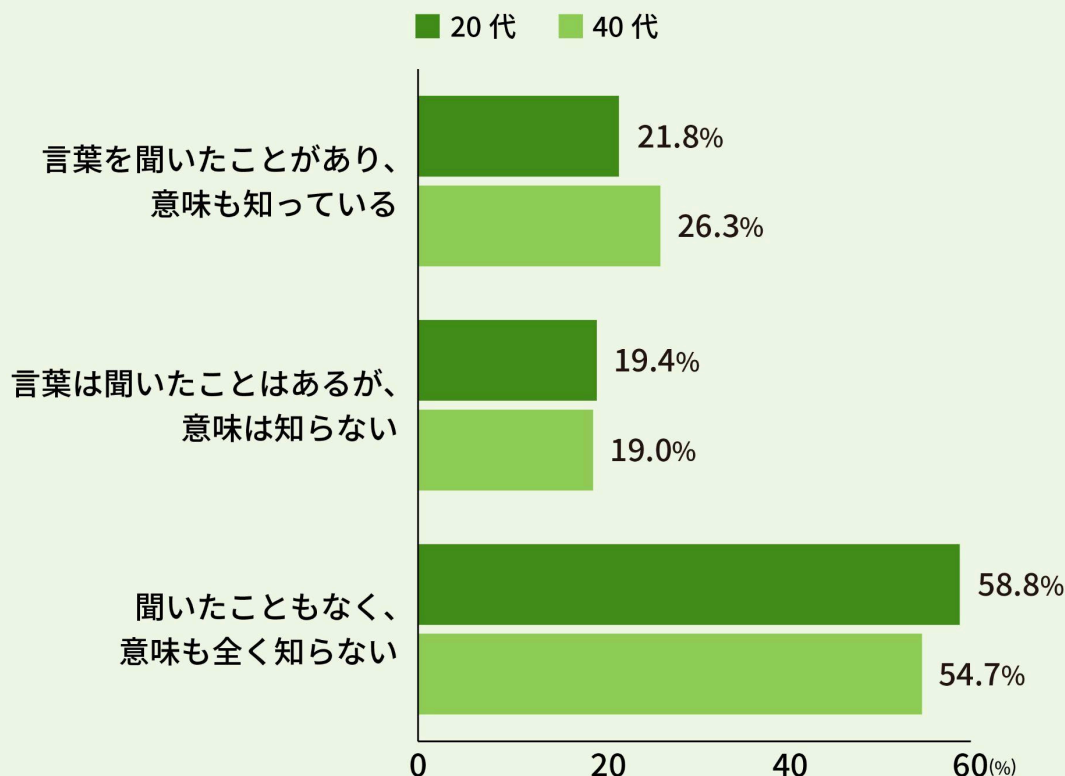
ハマラクティブ
PRODUCED BY Leverages

※回答数：20代 (140人) 40代 (147人)

実際、「リセールバリュー※2」について、その言葉の認知度と理解度に関して調査したところ、20代の約5人に1人、40代の約4人に1人が「言葉を聞いたことがあり、意味も知っている(20代：21.8%・40代：26.3%)」と回答しました。

最近のフリマアプリの普及やリユースショップの増加により、若者の間で再販価値を重視した、「『リセールバリュー』を意識した消費行動」が広がりつつあると言われています。20代の「リセールバリュー」の理解度と認知度は、比較的資産価値の高いものの売買に触れる機会が多い40代と比較しても大きな差は見られませんでした。20代における「『リセールバリュー』を意識した消費行動」の広がりが、この言葉の認知度にも影響を与えていることが伺えます。

言葉の認知度 (リセールバリュー)



ハタラクティブ
PRODUCED BY Leverages

※回答数：20代 (563人) 40代 (772人)

■ 本調査における言葉の定義

※1 キャリアにおける「リセールバリュー」: 次に転職活動する際の自身の再販価値

※2「リセールバリュー」: リセール(再販)する際のバリュー(価値)を指す言葉。

<ハタラクティブ事業責任者・後藤祐介氏からの一言>

今回の調査から、終身雇用を前提とした労働市場から、自身の市場価値向上を目指した労働市場へと着実にシフトしていることが明らかになりました。

弊社が運営する若年層特化型の就職・転職支援サービス「ハタラクティブ」のユーザーの中にも、転職において自身の市場価値向上を意識している若者は少なくありません。市場価値の向上には、「特定の市場で高いオファーを得ること」と「様々な市場や多くの企業から求められるスキルを身につけること」の2種類があると考えられます。「ハタラクティブ」のサービスを利用する若者の多くは、後者の「様々な市場や多くの企業から求められるスキルを身につけること」を求めているように見受けられます。

このように、自身の市場価値向上を目指した労働市場へのシフトが進んでいることから、次に転職活動する際の自身の再販価値「キャリアにおけるリセールバリュー」を意識した転職活動が若者の間でトレンドとなりつつあることが見て取れます。

成長意欲の高い若者に対する企業の魅力付けには、長期的に働きやすい環境を整備することももちろん重要ですが、社内だけでなく社外からも評価されやすいスキルを身につけられる仕組みや取組みをアピールすることが必要不可欠となりそうです。

◆後藤 祐介氏・プロフィール

ヒューマンキャピタル事業本部 ハタラクティブ及びワークリア事業責任者

京都大学を卒業後、大手ゼネコンを経て、2012年にレバレッジズへ中途入社。現在は「ハタラクティブ」と障がい者の就労支援サービス「ワークリア」を統括するほか、営業システムの構築や教育制度設計、高校生や企業に向けたセミナー開催など、幅広い業務を担当している。2020年に中小企業診断士に登録。趣味はゴルフ。



<調査概要>

調査対象：現在正社員として勤務している20代と40代の男女1,335名

調査年月：2024年6月25日～6月26日

調査方法：インターネット調査

回答者数：正社員1,335名(20代：563名・40代：772名)

調査主体：レバレッジズ株式会社

実査委託先：GMOリサーチ&AI株式会社

ハタラクティブ (<https://hataractive.jp/>)

ハタラクティブは、フリーターや既卒など正社員未経験の方や経験の浅い第二新卒向けの就職・転職支援サービスです。サービス登録者数は52万人※を超え、「仕事探しに“あなた”の正解を」というスローガンのもと、採用基準にマッチした求人を紹介するだけでなく、個々人にとって最適な支援を提供することに重点を置き、サービスを展開しております。※2023年4月時点

ハタラクティブ プラス (<https://hataractive-plus.jp/>)

「ハタラクティブ」が運営する、就職・転職のお役立ちメディア。

若年層のキャリア形成を1人でも多く後押ししたいという想いから、主にフリーター・第二新卒・既卒の方の仕事探しに役立つ情報を発信しています。

Leverages Group (<https://leverages.jp/>)

本社所在地：東京都渋谷区渋谷2-24-12 渋谷スクランブルスクエア24階 25階

代表取締役：岩槻 知秀

資本金：5,000万円

設立 : 2005年4月

事業内容 : 自社メディア事業、人材関連事業、システムエンジニアリング事業、システムコンサルティング事業、M&Aアドバイザー事業、DX事業、メディカル関連事業、教育関連事業

社会の課題を解決し関係者全員の幸福を追求し続けることをミッションに、インターネットメディア・人材・システムエンジニアリング・M&A・不動産の領域で国や業界をまたいだ問題解決を行なっています。2005年に創業以来、黒字経営を継続し、2023年度は年商1149億を突破しました。各分野のスペシャリストが集うオールインハウスの組織構成と、業界を絞らないポートフォリオ経営で、時代を代表するグローバル企業を目指します。

本リリースに関する報道関係のお問い合わせ
レバレッジズ株式会社 広報部
TEL: 03-5774-2900 MAIL: pr@leverages.jp