

2018年4月12日

博報堂キャリア研、20~30代の働く女性「キャリア」の意識調査を実施

結婚後も「働きたい」キャリアは9割。出産後も「働き続ける」という意欲も7割近くで、2014年より大幅増

株式会社博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸）は、2013年より、博報堂および博報堂D Yメディアパートナーズの女性メンバーによる活動「博報堂 キャリア研」にて、20~30代の働く女性「キャリア」に関する調査研究を行っています。このたび、2014年に7大主要都市で実施したキャリアの意識調査を、全国に拡張して実施し、その結果をまとめましたのでお知らせいたします。

【調査概要】

■ 2017年キャリア意識調査

実施時期： 2017年11月24日~12月4日

調査方法： インターネットリサーチ

対象者： 20歳~34歳の有職女性（総合・専門・一般や派遣などは問わず。パート・アルバイトは除く。
未既婚は問わないが、子どもがいない方を抽出。年収200万円以上）

対象エリア： 全国

サンプル数： 回収数は1,280人（※分析視点によって2014年との比較用データは7大エリア、年代均等割付に合わせて871人に、2017年全国データは各エリアの人口分布に合わせて800人にウェイトバック）

【「キャリア意識調査」結果サマリー】

- 今どきキャリアの仕事意識は、結婚後も辞めずに「働きたい」が89.8%。出産後も「働きたい」は66.6%と半数超え。2014年と比較すると出産後も働く意欲は11pt上昇。仕事を続けることに前向きな様子が見える。
- 「仕事」「恋愛・結婚」「人づきあい」「趣味」の生活4大分野の満足度が最も高いのは「趣味」で56.7%、注力していきたいのは、「趣味」71.8%と「恋愛・結婚」71.9%。また、満足度との差が約30ptと最も大きいのも「恋愛・結婚」。
- キャリアの興味分野トップ3は、「預貯金(55.7%)」「美容(51.7%)」「ファッション(49.5%)」。2014年と比べると「財テク」が+6.2pt、「副業」+4.4ptと上昇傾向。
- 消費意識の時系列比較で特に増加分が大きかったのは「個人的なものよりも、無難な商品を選びがちだ(+16pt)」、「よく売れている商品は安心感があるので、つい買ってしまふ(+8.5pt)」、「周囲に左右されず、自分の好みで商品を選ぶ(+7.5pt)」、「周囲の評判が良い商品でも、自分の目で確かめないと気が済まない(+5.2pt)」であり、周りに合わせる受け身な選択意識と自立的な選択意識の二極化が見られる。
- 7つのキャリアクラスター別に見ると、キャリアで最も多いのは「凡キャリア」で21.6%。またエリア別の分析をすると、都市部は「モーキャリア」、「プロキャリア」、地方は「凡キャリア」、「ちよいキャリア」、「乗っキャリア」が多く、エリアによって差が見られた。

【本件に関するお問い合わせ】

博報堂 広報室 江渡

TEL: 03-6441-6161

参考資料①：数字で見る「キャリア」の仕事意識・生活&消費意識

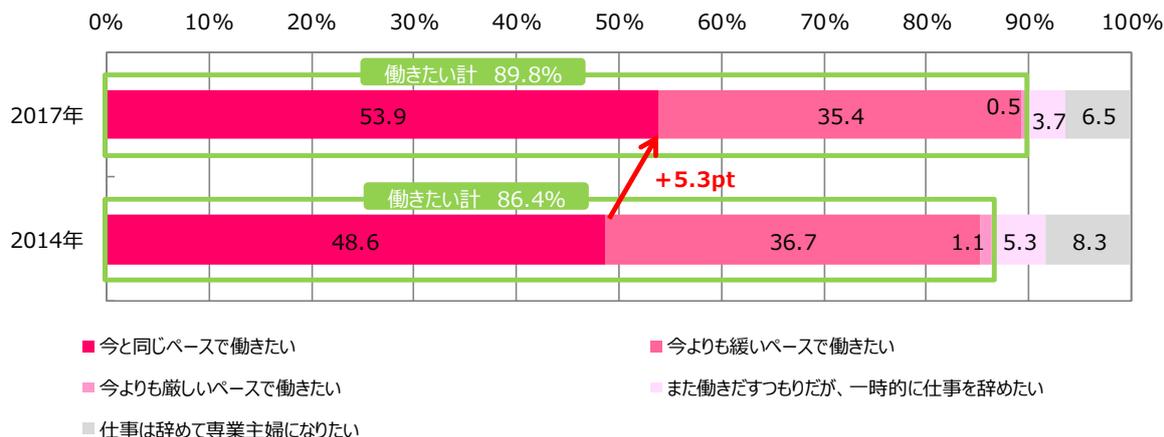
■ 今どきキャリアの仕事意識を調べたところ、結婚後、辞めずに「働きたい」が 89.8%。出産後も「働きたい」は 66.6%と半数超え。2014 年と比較すると出産後も働く意欲は 11pt 上昇。仕事を続けることに前向きな様子が見える。仕事観としては、「仕事をがんばるためにはプライベートが大事だと思う」が 83.1%でトップ。

・現在仕事をしていて未婚の 20～34 歳女性 742 名に結婚後のライフプランと仕事について聞いたところ、53.9%が「今と同じペースで働きたい」と回答。「今より緩いペースで働きたい（35.4%）」「今より厳しいペースで働きたい（0.5%）」と合わせると、89.8%が辞めずに「働き続けたい」と回答しています。

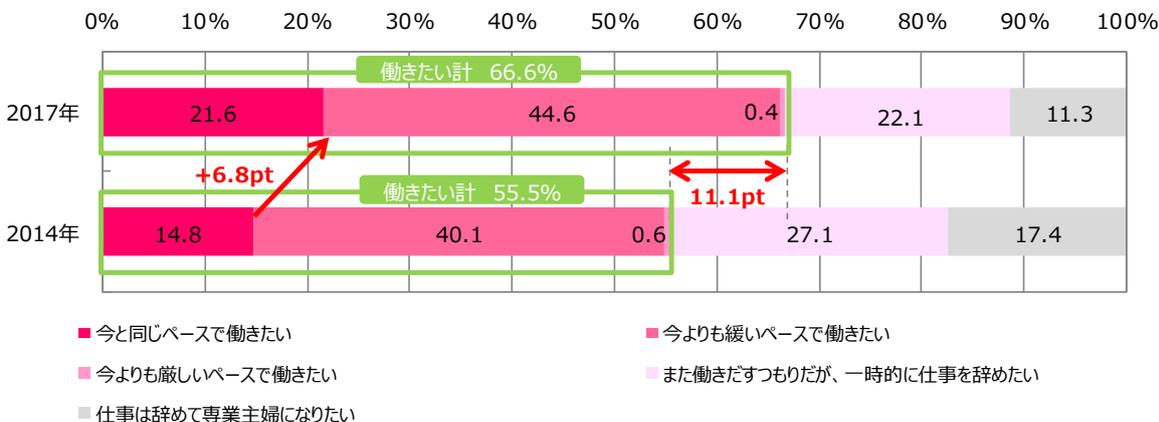
・出産後のライフプランと仕事についても尋ねると、「今と同じペースで働きたい」は 21.6%、「今より緩いペースで働きたい」が 44.6%、「今より厳しいペースで働きたい（0.4%）」と合わせて 66.6%が働き続けたいと回答しました。

・2014 年と比較すると、結婚後、出産後ともに「今と同じペースで働きたい」が 5pt 以上上昇。特に出産後に「働き続けたい計」は 55.5%から 66.6%と 11.1pt 増加し、ライフステージにとらわれない働き方を志向しているようです。

Q. あなたは a.結婚した後どのように働きたいですか。（2017 年 n=742 / 2014 年 n=791; ※未婚者ベース）



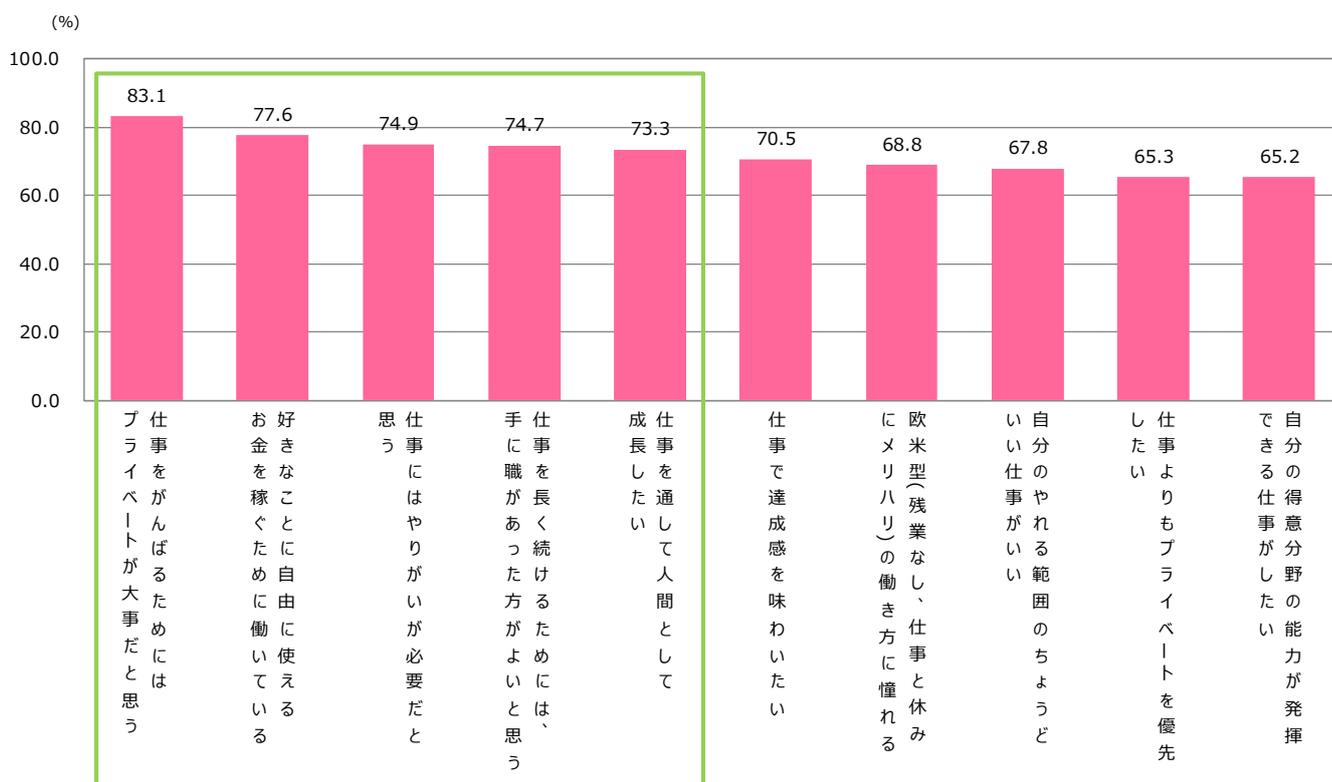
Q. あなたは b.出産した後どのように働きたいですか。（2017 年 n=742 / 2014 年 n=791; ※未婚者ベース）



・また、仕事観で上位 5 項目は「仕事をがんばるためにはプライベートが大事だと思う（83.1%）」「好きなことに自由に使えるお金を稼ぐために働いている（77.6%）」「仕事にはやりがいが必要だと思う（74.9%）」「仕事を長く続けるためには、手に職があった方がよいと思う（74.7%）」「仕事を通して人間として成長したい（73.3%）」などが続き、仕事だけでなくプライベートや好きなことをする時間も重視していることがうかがえます。

Q.以下の“仕事に関する意見や考え方”について、あなたのお考えに近いものをそれぞれひとつずつお選びください。

(2017年 n=871) ※上位 10 項目を抜粋



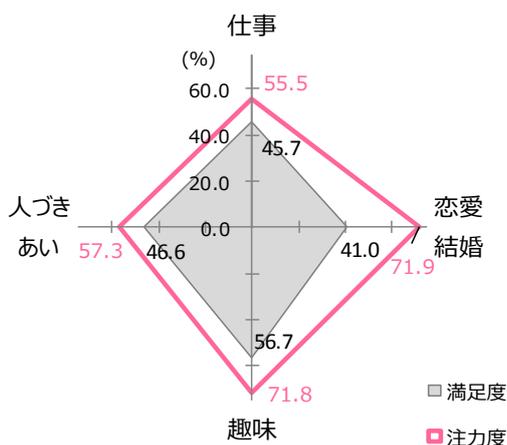
■「仕事」「恋愛・結婚」「人づきあい」「趣味」の生活 4 大分野の満足度が最も高いのは「趣味」で 56.7%。注力していきたいのは、「趣味」71.8%と「恋愛・結婚」71.9%。満足度との差が約 30pt と最も大きいのも「恋愛・結婚」。

・仕事、恋愛・結婚（結婚生活）、趣味、人づきあいの生活 4 大分野について、「あなたは現在、どの程度満足していますか」と尋ねると、最も満足度が高かったのは、趣味で 56.7%。人づきあい 46.6%、仕事 45.7%、恋愛・結婚 41.0%と続きます。

・また、同じ 4 大分野で「あなたは今後の程度力を入れたいと思いますか」という注力度を聞く質問では、趣味が 71.8%、恋愛・結婚が 71.9%と 7 割超。人づきあいと仕事の 5 割台と大きく差がついています。この満足度と注力度の差で見ると、最も差が大きいのは恋愛・結婚で約 30pt。キャリア全体としては、より「恋愛・結婚（結婚生活）」の充実が今後のポイントとなるようです。

Q. あなたは現在以下の各項目について、どの程度満足していますか。【満足度】

Q. では、以下の各項目について、あなたはどの程度力を入れたいと思いますか。【注力度】（ともに 2017 年 n=871）



	仕事	（恋愛・結婚生活）	趣味	人づきあい
満足度 (%)	45.7	41.0	56.7	46.6
注力度 (%)	55.5	71.9	71.8	57.3
満足度-注力度の差分 (pt)	9.8	30.9	15.1	10.7

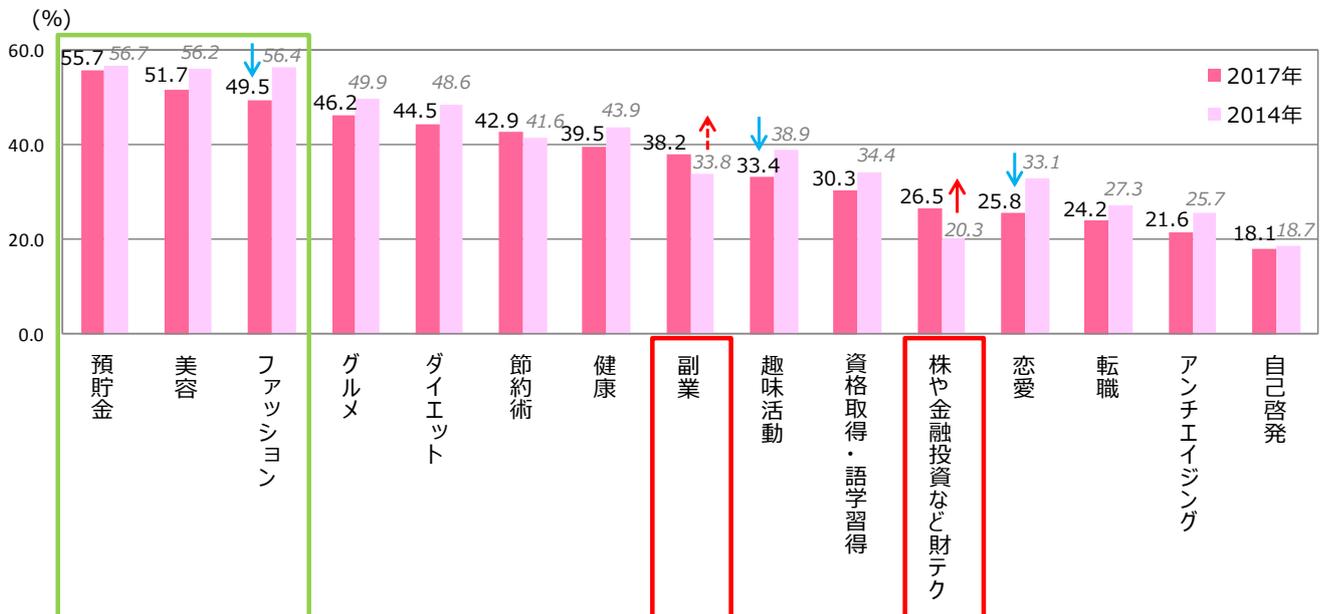
■ キャリジの興味分野トップ3は、「預貯金(55.7%)」「美容(51.7%)」「ファッション(49.5%)」。2014年と比べると「財テク」が+6.2pt、「副業」+4.4ptと上昇傾向。

・キャリジの興味・関心のあることについて、25分野から選ぶ質問では、トップ3は「預貯金(55.7%)」「美容(51.7%)」「ファッション(49.5%)」となりました。

・時系列で比較すると、ファッションなど減少傾向で、反対に上昇した分野は「株や金融投資など財テク」で20.3%から26.5%へ。「副業」も33.8%から38.2%とやや上昇しています。確定拠出型年金(DC)の話題化や、副業解禁の流れを敏感にキャッチしているのかもしれない。

Q. 以下の事項の中で、あなたが現在興味・関心のあることをすべてお選びください。

(2017年 n=871/2014年 n=900) ※上位15項目を抜粋



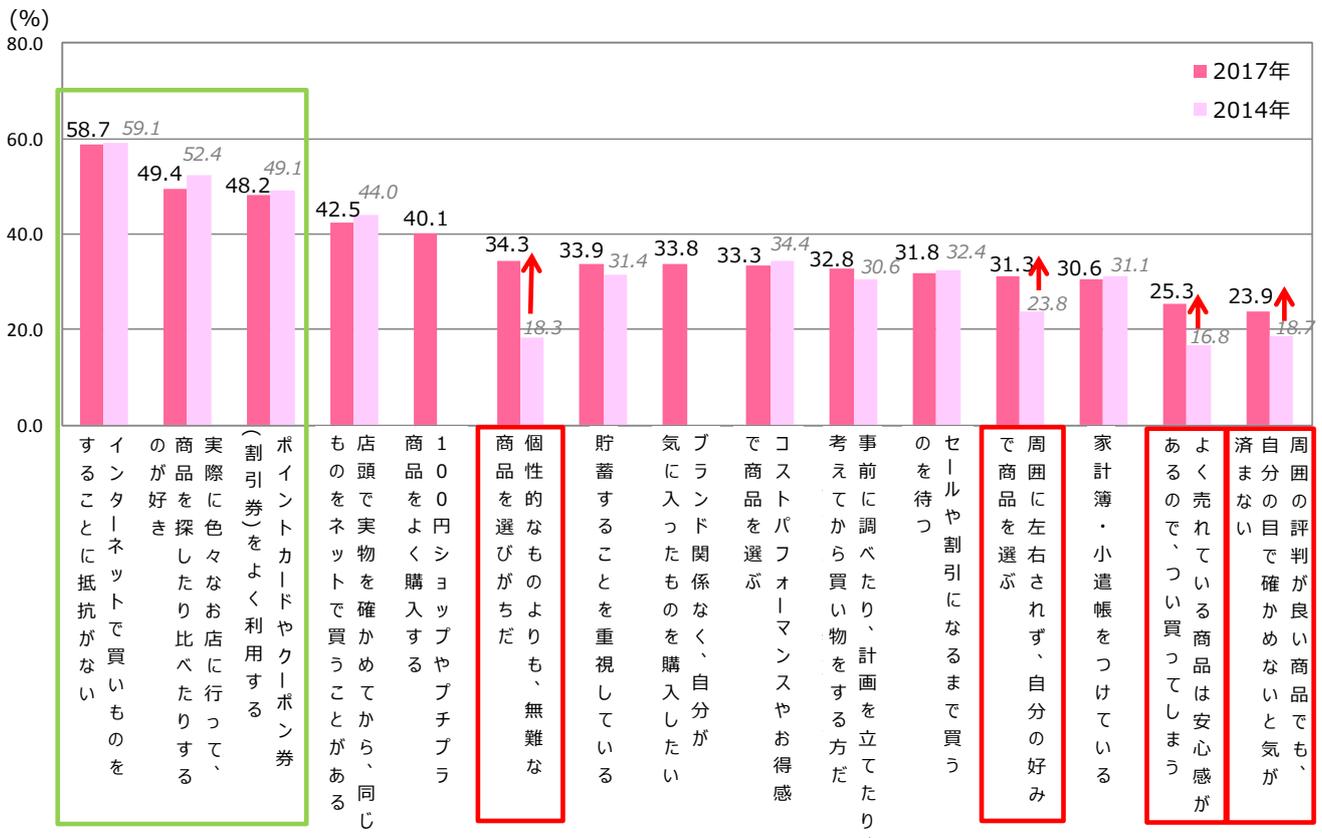
■消費意識の時系列比較で特に増加分が大きかったのは「個性的なものよりも、無難な商品を選びがちだ(+16pt)」、「よく売れている商品は安心感があるので、つい買ってしまう(+8.5pt)」、「周囲に左右されず、自分の好みで商品を選ぶ(+7.5pt)」、「周囲の評判が良い商品でも、自分の目で確かめないと気が済まない(+5.2pt)」であり、周りに合わせる受け身な選択意識と自立的な選択意識の二極化が見られる。

・キャリアジの消費意識として、高かったのは「インターネットで買いものをするに抵抗がない」が約58.7%で、「実際に色々なお店に行って、商品を探したり比べたりするのが好き(49.4%)」「ポイントカードやクーポン券(割引券)をよく利用する(48.2%)」が5割程度と続きます。2014年と比較してもトップ3とスコアはあまり変わりませんが、増分が大きかったのは「個性的なものよりも、無難な商品を選びがちだ(+16.0pt)」「よく売れている商品は安心感があるので、つい買ってしまう(+8.5pt)」「周囲に左右されず、自分の好みで商品を選ぶ(+7.5pt)」「周囲の評判が良い商品でも、自分の目で確かめないと気が済まない(+5.2pt)」の4項目。よく見ると人の目や人の意見に流されやすい選択意識と、自分の好みで、自分で見て選ぶという自分軸のしっかりとした選択意識の両方ともが高まっているということです。場合によってなのか、購買カテゴリーによってなのか、人によってなのか、これだけでは分かりませんが、キャリアジの今どきの消費選択行動にパターン二極化が見られます。

Q. 以下の“買い物に関する考え方や傾向”について、あなたが共感したり、自分にあてはまると思うものをすべてお選びください。

(2017年 n=871 / 2014年 n=900) ※上位15項目を抜粋

「100円ショップやプチプラ商品をよく購入する」「ブランドに関係なく、自分が気に入ったものを購入したい」は2017年のみ聴取

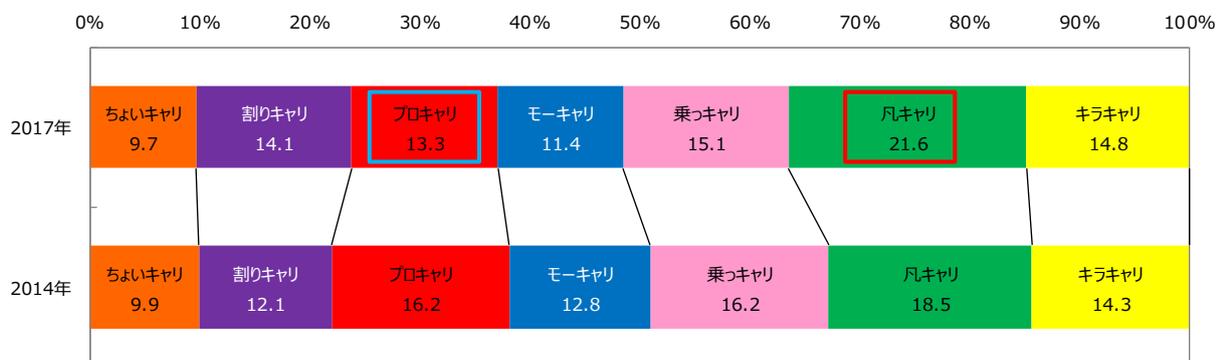


■ 7つのキャリアジョククラスター別にみると、キャリアジョで最も多いのは「凡キャリア」で 21.6%。またエリア別の分析をすると、都市部は「モーキャリア」、「プロキャリア」、地方は「凡キャリア」、「ちよいキャリア」、「乗っキャリア」が多く、エリアによって差が見られた。

・働く女性を「キャリアジョ」と一言でくくっても、仕事の向き合い方も様々です。キャリアジョ研では 2014 年より、仕事意識で 7 タイプに分けるクラスター分析を行っています。(※各キャリアジョクラスターの詳細については【参考資料②】をご参照ください) クラスターの分け方は変えずに 2017 年調査で見ると、キャリアジョで最も多いクラスターは、特徴が薄めの平凡な「凡キャリア」で 21.6%。続いて、いいモノに乗っかりたい「乗っキャリア」(15.1%)、キラキラと働きたい「キラキャリア」(14.8%)、仕事は趣味や生活のお金のためと割り切る「割りキャリア」(14.1%)、趣味=仕事の専門系「プロキャリア」(13.3%)、オンオフ充実志向の「モーキャリア」(11.4%)、専業主婦に憧れる腰かけキャリアの「ちよいキャリア」(9.7%) という結果になりました。

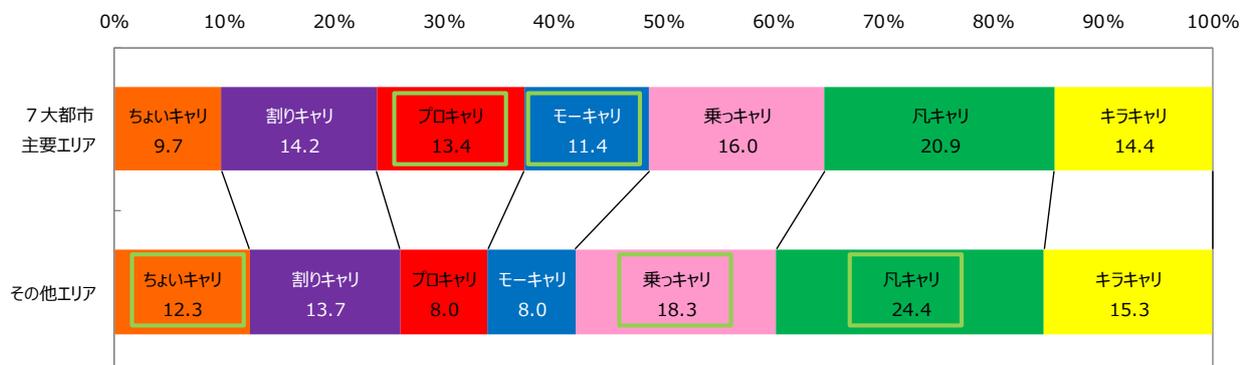
・2014 年調査とボリュームを比較しますと、「プロキャリア」が減少し、「凡キャリア」が増加傾向でした。

キャリアジョクラスターの割合 (2017 年 n=871/2014 年 n=900)



・一方で、2014 年の 7 大都市主要エリアから全国に拡大して行った 2017 年調査を、エリア別に分析してみると、都市部では仕事意識の高い「モーキャリア」、「プロキャリア」がやや多く、反対に仕事よりは家庭やプライベートなどを重視している「凡キャリア」、「ちよいキャリア」、「乗っキャリア」などがその他エリアで多めな傾向が見られました。

【エリア別】キャリアジョクラスターの割合 (2017 年 n=800;全国データ)



参考資料②：「キャリアジョクスター」分析

博報堂キャリア研では、仕事意識をクラスター分析し、今どきのキャリアジョを7つのクラスターに分類しています。今回の調査でも、それぞれのクラスターの特徴が見られましたのでご紹介します。

1. カジュアル専業主婦予備群 ちよいと腰かけキャリアの<ちよいキャリア>

特徴：女の幸せ＝結婚にあり！寿退社・専業主婦志向のやや古風な考え方。

贅沢は敵！コスパ重視で流行も取り入れる。

■特徴的な意識

- | | | |
|-----------------------|-------|--------------------|
| ・できれば楽な仕事をしたい | 89.9% | (キャリアジョ全体平均 57.7%) |
| ・出産後、仕事は辞めて専業主婦になりたい | 25.0% | (キャリアジョ全体平均 11.3%) |
| ・コストパフォーマンスやお得感で商品を選ぶ | 45.7% | (キャリアジョ全体平均 33.3%) |



2. 趣味重視でわが道を行く 割り切りキャリアの<割り切りキャリア>

※2014年の「こじキャリア」から名称を変更いたしました。

特徴：仕事より、恋愛より趣味命！仕事はあくまでお金を得るための手段と考える。

社交的な場は苦手だし、流行も気にしない。

■特徴的な意識

- | | | |
|------------------------------|-------|--------------------|
| ・仕事はお金を得るための手段に過ぎない | 90.6% | (キャリアジョ全体平均 60.1%) |
| ・自分が情熱をかけられるものに、力を注いで生きていきたい | 33.2% | (キャリアジョ全体平均 25.2%) |
| ・流行についていなくても気にならない | 51.5% | (キャリアジョ全体平均 32.7%) |



3. 仕事一筋、働くスペシャリスト プロフェッショナルキャリアの<プロキャリア>

特徴：仕事大好きで、できるだけ長く仕事をしていたい。

買い物では自分の目線を大事にしている。

■特徴的な意識

- | | | |
|-----------------------|-------|--------------------|
| ・仕事が好きである | 67.6% | (キャリアジョ全体平均 34.6%) |
| ・どんな形でも仕事をしていたいと思う | 78.2% | (キャリアジョ全体平均 52.7%) |
| ・周囲に左右されず、自分の好みで商品を選ぶ | 43.8% | (キャリアジョ全体平均 31.3%) |



4. 仕事もプライベートも全力投球 モーレッツキャリアの<モーキャリア>

特徴：生活 360°ノンストップ邁進！恋愛も積極的。

交遊関係は広く、誰とでも友達になれるタイプ。

■特徴的な意識

- ・仕事でもプライベートでもやりたいことが多くて時間が足りない 51.5% (キャリアジョ全体平均 24.1%)
- ・好きな男性には自分から積極的にアプローチする方だ 49.6% (キャリアジョ全体平均 22.1%)
- ・遊びや飲み会に誘われたら積極的に参加する 51.7% (キャリアジョ全体平均 23.3%)



5. ステータスやブランド志向 乗っかりキャリアの<乗っキャリア>

特徴：できれば玉の輿に乗りたい！結婚後も仕事は辞めず、ゆるゆる働きたい。

みんなに嫌われたくないの、気配り上手な同調型。

■特徴的な意識

- ・仕事を辞めると社会との繋がりがなくなってしまうと思う 73.9% (キャリアジョ全体平均 53.9%)
- ・玉の輿にあこがれる 35.9% (キャリアジョ全体平均 22.4%)
- ・周りから“浮かない”格好をしたい 46.5% (キャリアジョ全体平均 29.4%)



6. 淡々と毎日過ごす 平凡キャリアの<凡キャリア>

特徴：仕事もプライベートも多くを求めず。

気も情熱もあまり遣い過ぎず、省エネでいたい。

■特徴的な意識

- ・仕事で周りに評価されたい／褒められたい 28.3% (キャリアジョ全体平均 63.6%)
- ・同じ時間をかけたり、過ごしたりするなら、少しでも充実させたい 12.0% (キャリアジョ全体平均 30.9%)
- ・休日は誰かと一緒に過ごすことが多い 12.7% (キャリアジョ全体平均 26.5%)



7. いいね！モンスター キラキラキャリアの<キラキャリア>

特徴：人と関わるのが大好き！人脈とトレンド情報網は広い。

得意分野で能力を発揮したい！仕事にも貪欲。

■特徴的な意識

- ・他人からあこがれを持たれる仕事をしたい 76.4% (キャリアジョ全体平均 33.1%)
- ・仕事で色々な人と関わりたい 82.2% (キャリアジョ全体平均 43.7%)
- ・ブームや新しい商品・サービスについて、情報を早く知る方だ 28.0% (キャリアジョ全体平均 20.3%)



クラスター分析調査レポート <http://career-woman-lab.com/assets/pdf/cluster.pdf>

【調査概要】

■ 2017 年キャリア意識調査

実施時期： 2017 年 11 月 24 日～12 月 4 日

調査方法： インターネットリサーチ

対象者： 20 歳～34 歳の有職女性

総合・専門・一般や派遣などは問わず。パート・アルバイトは除く

未既婚は問わないが、子どもがいない方を抽出

年収 200 万円以上

対象エリア： 全国

サンプル数： 回収数は 1,280 人（※分析視点によって 2014 年との比較用データは 7 大エリア、年代均等割付に合わせて 871 人に、2017 年全国データは各エリアの人口分布に合わせて 800 人にウェイトバック）

■ 2014 年キャリア意識調査

実施時期： 2014 年 10 月 17 日～10 月 23 日

調査方法： インターネットリサーチ

対象者： 20 歳～34 歳の有職女性

総合・専門・一般や派遣などは問わず。パート・アルバイトは除く

未既婚は問わないが、子どもがいない方を抽出

年収 200 万円以上

対象エリア： 7 大都市主要エリア（札幌地区／仙台地区／東京 30km 圏／名古屋地区／関西地区／広島地区／北部九州地区）

サンプル数： 900 人

【博報堂キャリア研とは】



博報堂および博報堂 D Y メディアパートナーズの女性メンバーにて、2013 年に立ち上げた社内プロジェクト。キャリア（職業）を持つ、特にお金と時間を自分のために使いやすい子どものいない女性を「キャリア研」と定義し、有識者ヒアリング、女子会形式の定性調査、インターネットによる定量調査などを通じて「キャリア研」を徹底的に研究。その成果を社内外にナレッジとして共有し、日々のマーケティング・ブランディング業務に生かしています。