



報道関係各位

2015年11月24日

株式会社メトロ アド エージェンシー
代表取締役社長 肥後 謙一

メトロアド マーケティング・レポート Vol.9

「若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて」

仕事に対して真摯に取り組み、堅実な将来をイメージしながら高い向学心を持って語学や資格・検定にも積極的に取り組んでいる若手ビジネスビジネスパーソン。通勤時の社内でスマホを自在に操る彼・彼女らは、情報収集先として車内広告を多く見ている。

株式会社メトロアドエージェンシー（本社：東京都港区、代表取締役社長：肥後 謙一）では、首都・東京で毎日の生活を送る東京メトロの利用者について、そのさまざまなライフスタイルや意識を探る各種の調査を実施しています。

日本の将来を今後担うことになる若手ビジネスパーソン。その若い力と発想には、少子高齢化等で国内経済が停滞・縮小する中、今後大きな期待を寄せられるところです。今回の調査では、その若手ビジネスパーソンが、“仕事や自分のビジネス力の向上”のために“勤務時間外に”どのようなことに取り組んでいるのか、“その取り組みぶり（勉強ぶり）”について見てみました。

メトロアドエージェンシーでは、今後も「東京を走らせる力」東京メトロ利用者のさまざまなライフスタイルをとらえるための調査を実施してまいります。

■ワークライフバランスは、男性は仕事派・女性は生活派がそれぞれ多く、将来の姿については、「自分の能力や特徴を活かせる仕事」や「自分がこなせる仕事」をするといったように、堅実な将来をイメージしている傾向が高い。

20歳から34歳までの若手ビジネスパーソンに対して仕事観について聞いたところ、「仕事と生活（ワークライフバランス）」の質問は、男性で仕事派、女性で生活派の割合がやや高くなっていました。

「目指す・希望するビジネスパーソンとしての将来の姿」の質問では、「独立起業」を目指す野心家も見られました（22.2%）が、基本的に「自分の能力に合った仕事や自分の特徴を活かせる仕事をする」（68.8%）「コツコツと自分がこなせる仕事をする」（67.2%）というような、身の丈の仕事をこなす、堅実な自分の将来の姿を思い描いている傾向が見られました。

■仕事やビジネス力向上のために、“2年以内に勉強した”が7割、“現在勉強中”が6割弱。今後も“7割半ばが、“何かしら勉強したいと回答”。

今回の調査では、仕事やビジネス力向上のために多くの若手ビジネスパーソンが勉強に取り組んでいることが確認できました（57.0%）。今後についてもその意向は強く（75.5%）、向学心の高さが伺えました。特に語学や資格・検定への取り組みは、かなり高いものになっていました。

また、勉強する理由からは、自分の可能性に期待する気持ちや仕事に対して真摯に取り組む様子を垣間見ることができ、また将来に備えている様子もうかがえました。

■トレンドキャッチのために見られている車内広告。仕事やビジネス情報収集先として、2割が電車の車内広告を活用。

「朝の通勤電車内での普段の過ごし方」の質問で、10.7%が「ビジネスに役立ったり、世の中の流れがわかる中ぶり・ビジョンなどの車内広告を見る」、20.8%が「関心のある商品やサービスの中ぶり・ビジョンなどの車内広告を見る」を挙げました。

また「普段の情報収集先」としては17.0%が「交通広告」を挙げました。これは「日経新聞」「TV・ラジオのビジネス番組」に次いで5番目となり、「一般新聞紙」（13.7%）より上位にランクされました。

電車の車内広告は、商品・サービスの告知が基本的な機能ですが、仕事やビジネス力向上のための情報収集先としても「車内広告」が大きなウエイトを占めていることが、今回の調査から確認できました。若手ビジネスパーソンは、電車に乗った際、商品やサービスを知るためだけでなく、仕事やビジネス力向上のためにも車内広告を見ていると言えます。

【調査概要】

調査方法	インターネットリサーチ		
調査地域	1都3県（東京、埼玉、千葉、神奈川）		
調査対象	東京メトロを週3回以上利用する20～34歳の男女 ①：職業条件：事務職・営業職・研究職、経営・管理職、販売・サービス職 ②：最終学歴条件：短大卒、高等専門学校卒、大学・大学院卒		
回収サンプル	合計600サンプル	割付：平成生まれ男女＆昭和生まれ男女 ①：平成生まれ 20～26歳 ②：昭和生まれ 27～34歳	
調査期間	2015年8月21日（金）～ 8月26日（水）		

【会社概要】

社名	株式会社メトロアドエージェンシー	URL	http://www.metro-ad.co.jp/
代表取締役社長	肥後 謙一		
所在地	東京都港区西新橋一丁目6番21号 NBF虎ノ門ビル4階		
設立	平成19年（2007年）2月5日		
資本金	5,000万円		
株主	東京地下鉄株式会社（100%）		

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社 メトロ アド エージェンシー

企画制作本部 マーケティング局 マーケティング部 TEL03(5501)7846

お問い合わせフォーム：<http://www.metro-ad.co.jp/inquiry/>

Metro Ad Marketing Report Vol.9

若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて
2015年11月

株式会社 メトロ アド エージェンシー



Metro Ad Agency

Metro Ad Agency

メトロ アド エージェンシー

若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて

日本の将来を今後担うことになる若手ビジネスパーソン。その若い力と発想には、少子高齢化等で国内経済が停滞・縮小する中、今後大きな期待を寄せられるところ
です。

今回の調査は、その若手ビジネスパーソンが、“仕事や自分のビジネス力の向上”
のために“勤務時間外に”どのようなことに取り組んでいるのか、“その取り組みぶ
り（勉強ぶり）”について、彼ら彼女らを「平成生まれ」「昭和生まれ」に分けて、
その違いを見てみました。

調査は、首都圏在住の20～34歳の短大卒以上の事務・営業職系を中心に、東京メ
トロを週3回以上利用する方を対象に実施し、若手ビジネスパーソン仕事に対する
意識や取り組みの実態について迫りました。

調査実施概要

調査方法	インターネットリサーチ
調査地域	1都3県（東京、埼玉、千葉、神奈川）
調査対象	東京メトロを週3回以上利用する20～34歳の男女 ① 職業条件 ： 事務職・営業職・研究職、経営・管理職、販売・サービス職 ② 最終学歴条件 ： 短大卒、高等専門学校卒、大学・大学院卒
回収サンプル	合計600サンプル 割付：平成生まれ男女 & 昭和生まれ男女 ① 平成生まれ 20～26歳 ② 昭和生まれ 27～34歳
調査期間	2015年 8月21日（金）～ 8月26日（水）

【本調査に関するお問い合わせ先】

株式会社メトロ アド エージェンシー

企画制作本部 マーケティング局 マーケティング部 TEL03(5501)7846

お問い合わせフォーム：<http://www.metro-ad.co.jp/inquiry/>

若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて

■ 今回の結果から

■ ワークライフバランスは、男性は仕事派・女性は生活派がそれぞれ多く、将来の姿については「自分の能力や特徴を活かせる仕事」や「自分がこなせる仕事」をするといったように、堅実な将来をイメージしている傾向が高い。

20歳から34歳までの若手ビジネスパーソンに対して仕事観について聞いたところ、「仕事と生活（ワークライフバランス）」の質問は、男性で仕事派、女性で生活派の割合がやや高くなっていました。

「目指す・希望するビジネスパーソンとしての将来の姿」の質問では、「独立起業」を目指す野心家も見られました（22.2%）が、基本的に「自分の能力に合った仕事や自分の特徴を活かせる仕事をする」（68.8%）「コツコツと自分がこなせる仕事をする」（67.2%）というような、身の丈の仕事をこなす、堅実な自分の将来の姿を思い描いている傾向が見られました。

■ 仕事やビジネス力向上のために、“2年以内に勉強した”が7割、“現在勉強中”が6割弱。今後も”7割半ばが何かしら勉強したいと回答。

今回の調査では、仕事やビジネス力向上のために多くの若手ビジネスパーソンが勉強に取り組んでいることが確認できました（57.0%）。今後についてもその意向は強く（75.5%）、向学心の高さが伺えました。特に語学や資格・検定への取り組みは、かなり高いものになっていました。

また、勉強する理由からは、自分の可能性に期待する気持ちや仕事に対して真摯に取り組む様子を垣間見ることができ、また将来に備えている様子もうかがえました。

■ トレンドキャッチのために見られている車内広告。仕事やビジネス情報収集先として、2割が電車の車内広告を活用している。

「朝の通勤電車内での普段の過ごし方」の質問で、10.7%が「ビジネスに役立ったり、世の中の流れがわかる中づくり・ビジョンなどの車内広告を見る」、20.8%が「関心のある商品やサービスの中づくり・ビジョンなどの車内広告を見る」を挙げました。

また「普段の情報収集先」としては17.0%が「交通広告」を挙げました。これは「日経新聞」「TV・ラジオのビジネス番組」に次いで5番目となり、「一般新聞紙」（13.7%）より上位にランクされました。

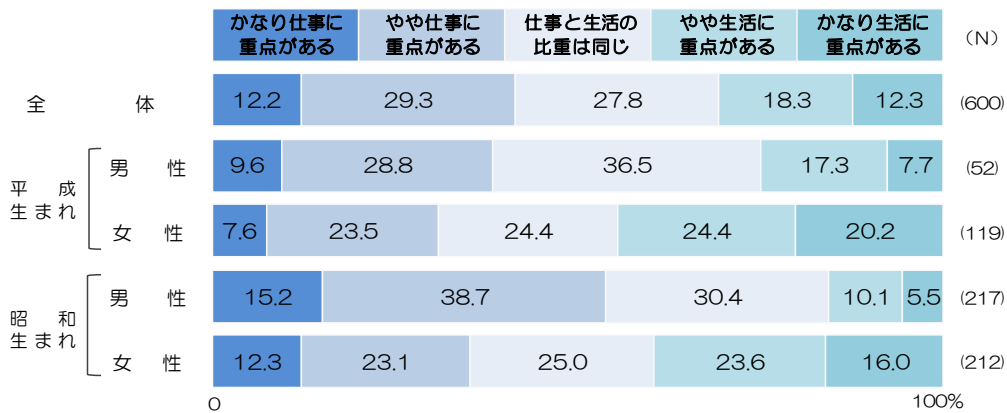
電車の車内広告は、商品・サービスの告知が基本的な機能ですが、仕事やビジネス力向上のための情報収集先としても「車内広告」が大きなウエイトを占めていることが、今回の調査から確認できました。若手ビジネスパーソンは、電車に乗った際、商品やサービスを知るためだけでなく、仕事やビジネス力向上のためにも車内広告を見ていると言えます。

若手ビジネスパーソンへの仕事に対する意識や取り組みについて

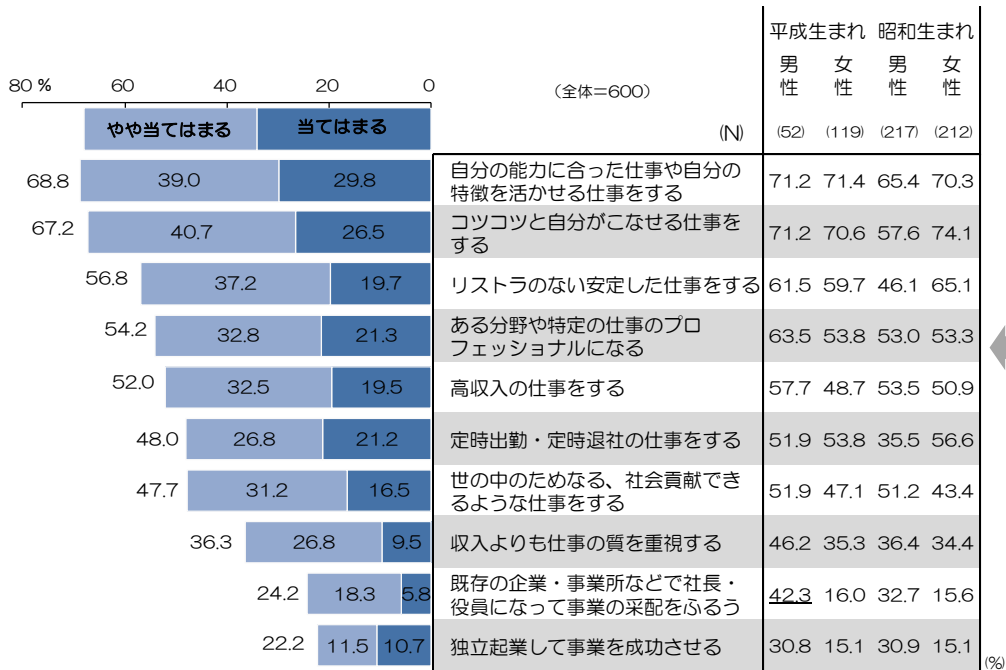
1. 仕事に対する意識や行動について

- 仕事と生活（ワークライフバランス）について
- 仕事を重視する仕事派が4割強、生活派が3割
- 「ワークライフ・バランス」について聞いたところ、昭和生まれの男性は、“仕事派”が5割を超える。一方、女性は、平成、昭和生まれとも、“生活派”が4割前後と高くなっている。
- 目指す・希望するビジネスパーソンとしての将来の姿
- 「自分の能力に合った仕事や自分の特徴を活かせる仕事をする」「コツコツと自分がこなせる仕事をする」がトップ2
- 目指す・希望するビジネスパーソンとしての将来の姿について聞いたところ、上記のトップ2の他に、「独立起業」の野心家、「社長・役員になって事業の采配をふるう」の出世志望者は各2割、男性で3割、女性でも1割半ば見られた。

質問：現在のあなた自身の仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）に付いて当てはまるものをお知らせください。



質問：あなたが目指す、希望するビジネスパーソンとしての将来の姿は、どのようなものですか。



表中は、「当てはまる」＋「やや当てはまる」の合計

※下線は全体結果より10%以上高いスコア

若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて

1. 仕事に対する意識や行動について（続き）

■勤務先の付き合いやコミュニケーションでやっていること

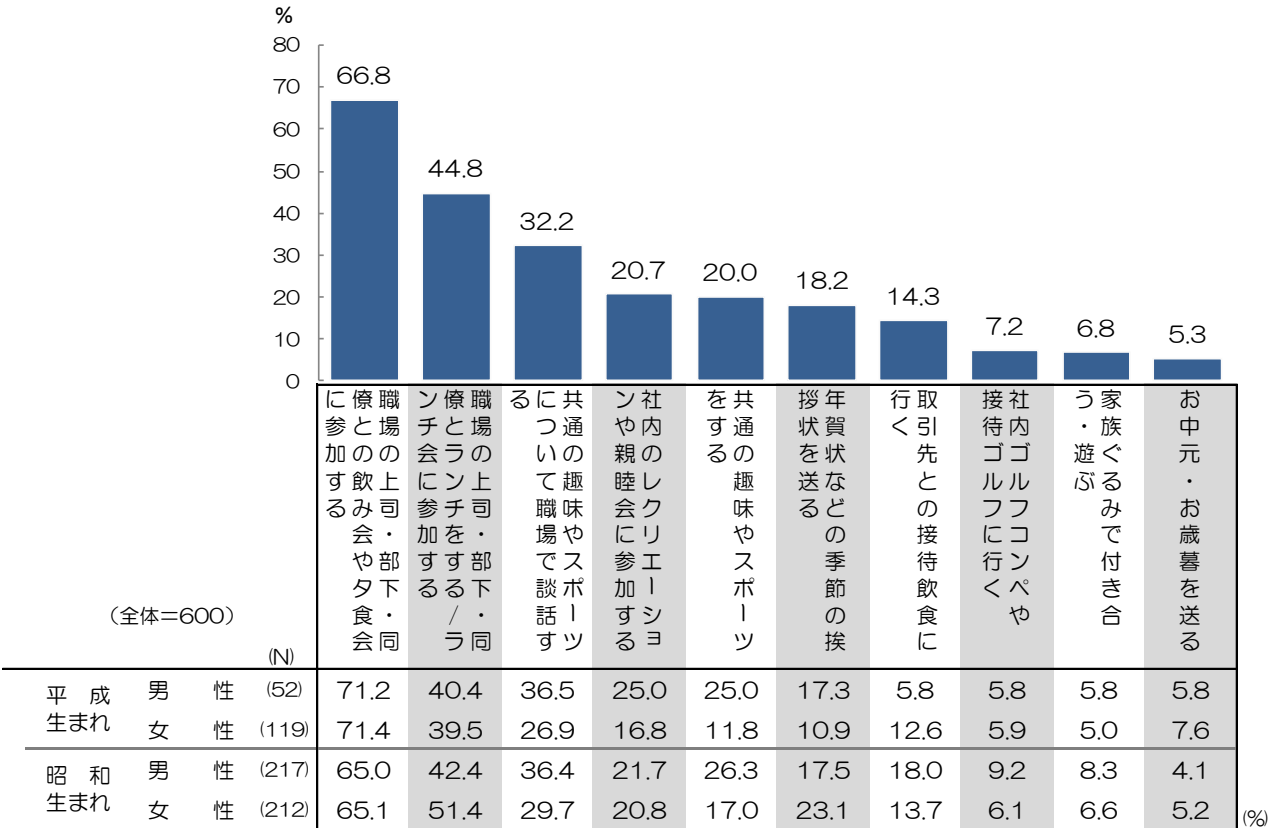
➤「飲み会や夕食会に参加する」が7割で断トツ

「勤務先の付き合いやコミュニケーション」について聞いたところ、一般的に若手は職場の付き合いが淡泊だと言われているが、「飲み会・夕食会」が付き合い・コミュニケーションの基本手段となっていることが確認できた。

また「趣味やスポーツ」については、“職場で談話のネタとなったり、一緒に楽しんだり”と、職場のコミュニケーションを円滑にする触媒的な役割となっている。

一方、割合としては低いものの、「年賀状などの季節の挨拶状を送る」「社内ゴルフコンペ等に行く」「中元・歳暮送る」という回答も見られた。

質問：あなたが勤務先の付き合いやコミュニケーションで、参加したりやっていることを以下の中からお知らせください。※複数回答



若手ビジネスパーソンへの仕事に対する意識や取り組みについて

2. 朝の通勤電車内での普段の過ごし方

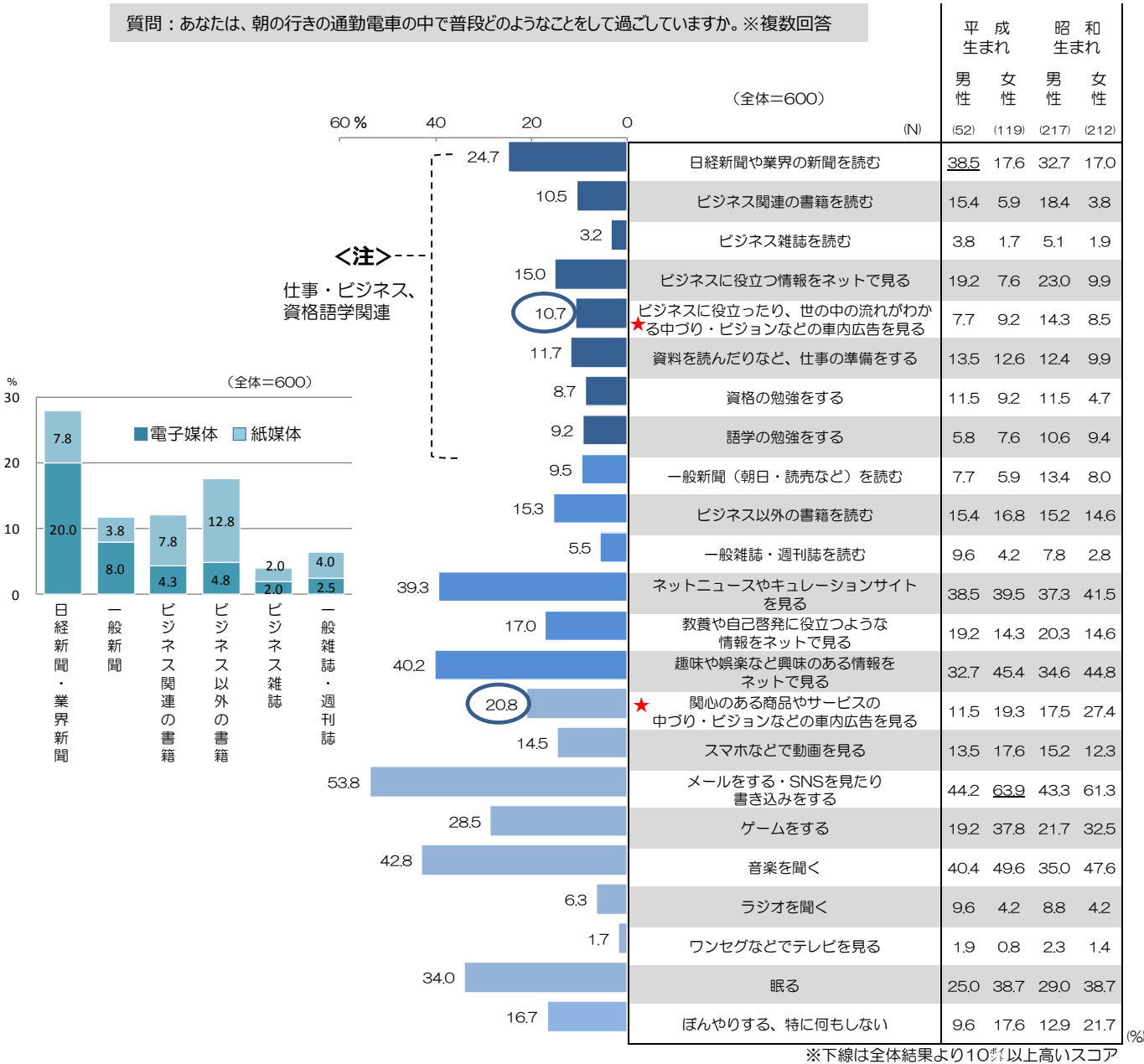
➤ 日経、業界新聞、書籍・雑誌を読んだり、ネットや車内広告から情報を収集したり、また資格・語学の勉強をしたりと、朝の通勤電車の時間を有効に使っている。

朝の通勤電車の中での普段の過ごし方を聞いたところ、「メールをする・SNSを見たり、書き込みをする」「音楽を聞く」「趣味や娯楽など興味のある情報をネットで見る」が4割を越え、上位となっている。

一方で、「日経新聞や業界の新聞を読む」「ビジネスに役立つ情報をネットで見る」「資料を読んだりなど、仕事の準備をする」などの過ごし方も見られ、朝の通勤電車（移動時間）を仕事やビジネスのために有効活用していることがわかる。

ちなみに、仕事・ビジネス関連、資格・語学の選択肢（グラフ内 <注>）を一つでも回答した割合は51.5%で、2人に1人が何かしら仕事・ビジネスに役立つことをしたり、勉強をしていることがわかる。

質問：あなたは、朝の行きの通勤電車の中で普段どのようなことをして過ごしていますか。※複数回答



若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて

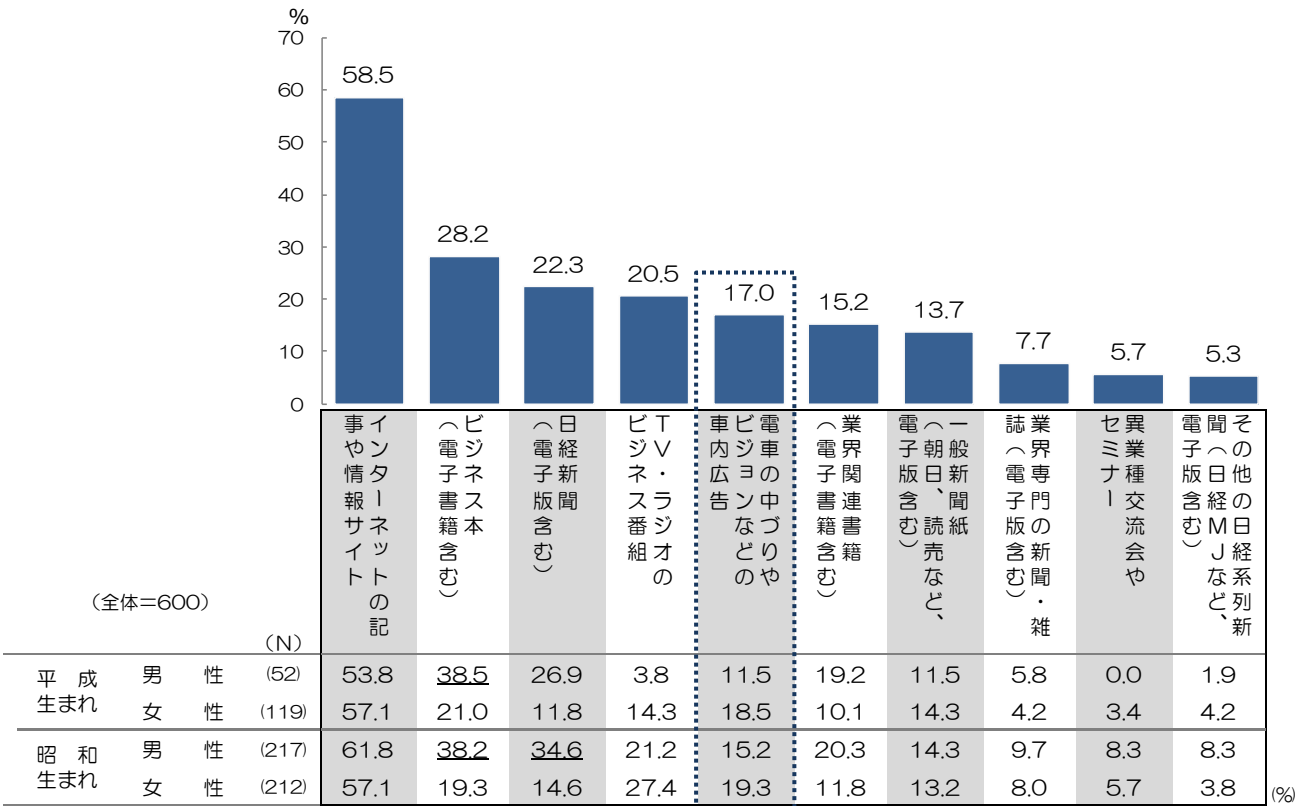
3. 普段の情報収集先

➤ 勤務時間外でも、仕事やビジネス力向上のために8割が情報収集

仕事やビジネス力向上のための普段の情報収集先を聞いたところ、「インターネットの記事や情報サイト」が2位以下を大きく引き離してトップ。以下、「ビジネス本（電子書籍含む）」「日経新聞（電子版含む）」「ＴＶ・ラジオのビジネス番組」「電車の中吊りやビジョンなどの車内広告」が続いている。

「ビジネス本（電子書籍含む）」と「日経新聞（電子版含む）」は、男性で高く、両項目とも、女性の2倍以上の高さとなっている。

質問：仕事やビジネス力の向上のために、あなたは、普段何から情報を収集していますか。“勤務時間以外”の普段の情報収集についてお知らせください。 ※複数回答



※下線は全体結果より10%以上高いスコア

point : “情報収集先”としての車内広告

「電車の中吊りやビジョンなどの車内広告」が17.0%で、「日経新聞」「TV・ラジオのビジネス番組」に次いで5番目に回答ランクされ、「一般新聞紙」（13.7%）より上位にランクされています。「電車の車内広告」は、仕事やビジネス力向上のための情報収集先としてウエイトが意外と高くなっていることが確認できます。

商品やサービスのPRが基本機能の車内広告ですが、“情報収集先”としても利用されています。

若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて

4. 仕事やビジネス力向上のために取り組んでいること

■直近2年以内および現在取り組んでいること

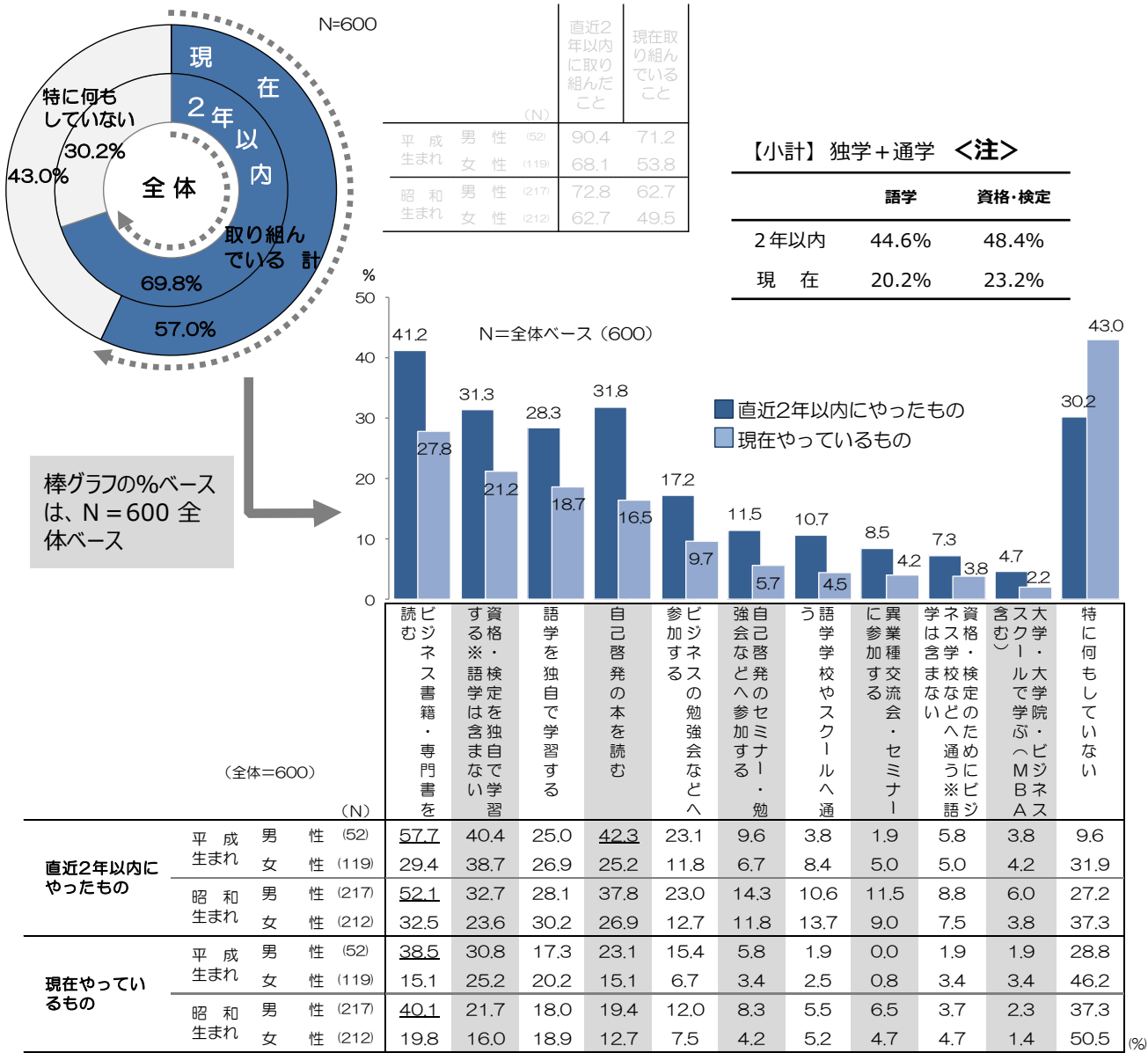
➤ 全体の7割が、直近2年以内に何かしらに取り組み、6割が現在取り組みを行っている。

仕事やビジネス力向上のために取り組んでいることを聞いたところ、「ビジネス書籍・専門書を読む」「資格・検定を独自で学習する※語学は含まない」「語学を独自で学習する」「自己啓発の本を読む」等が高くなっている。「ビジネス書籍・専門書を読む」は、男性で特に高くなっている。

また、自分での独自学習だけでなく、セミナーや学校に通う積極さも見ることができる。

ちなみに、2年以内に独学した、または学校に通った割合（グラフ内表＜注＞）は、「語学」が4割半ば、「資格・検定」が5割近くと、それぞれ2人に1人近くが通っている。

質問：あなたは、仕事やビジネス力の向上のために“勤務時間以外”に何をしていますか。現在も含めて直近2年以内に取り組んだもの、また現在取り組んでいるものをお知らせください。※複数回答



若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて

4. 仕事やビジネス力向上のために取り組んでいること（続き）

■ 1週間に費やしている時間

➢ 全体の7割が直近2年以内に何かしらに取り組み、6割が現在取り組みを行っている。

取り組んでいる時間を聞いたところ、平均時間は、女性より男性でやや長く、昭和生まれの男性では3時間に及ぶ。

■ 1カ月間に投資している費用

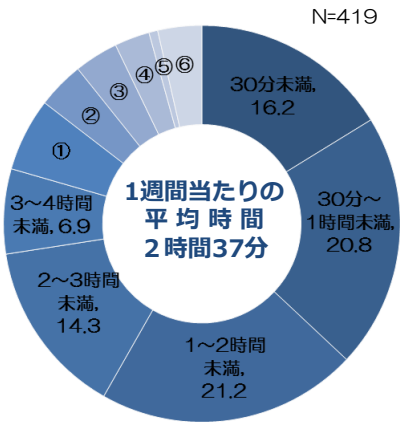
➢ 1カ月の平均は6千円。月に1万円以上投資している層は15%に。

1カ月の当たりの費用を聞いたところ、月3千円未満が全体の半数を占める。平均投資費用は、昭和生まれ男性が7,250円でトップ。また男性の各世代で高くなっている。

質問：あなたは、“勤務時間以外”に、仕事やビジネス力の向上のためにどの位の時間を費やしていますか。あなたの過去1年間の状況について、1週間あたりの大体の合計時間をお知らせください。

【1週間あたり費やしている時間】

① 4～5時間未満	6.0 %
② 5～6時間未満	3.8 %
③ 6～7時間未満	3.6 %
④ 7～8時間未満	2.9 %
⑤ 8～10時間未満	0.7 %
⑥ 10時間以上	3.6 %



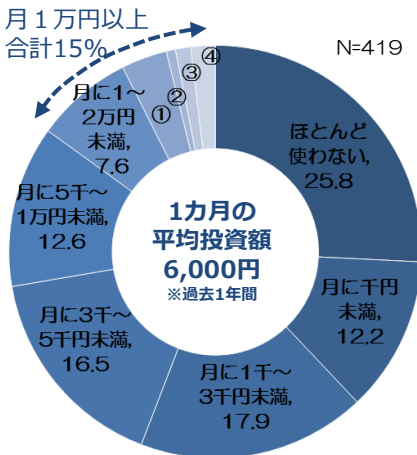
■ 平均時間

- ・ 平成生まれ 男性 2時間37分
- ・ 平成生まれ 女性 2時間12分
- ・ 昭和生まれ 男性 3時間 1分
- ・ 昭和生まれ 女性 2時間21分

質問：あなたは、仕事や自分のビジネス力向上のために、どの程度自分に投資していますか。過去1年間の状況について、あなたが支払った1ヶ月あたりの大体の費用をお知らせください。

【1カ月あたりの費用】

① 月に2～3万円未満	3.6 %
② 月に3～4万円未満	0.7 %
③ 月に4～5万円未満	1.2 %
④ 月に5万円以上	1.9 %



■ 平均金額

- ・ 平成生まれ 男性 5650円
- ・ 平成生まれ 女性 4700円
- ・ 昭和生まれ 男性 7250円
- ・ 昭和生まれ 女性 5420円

若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて

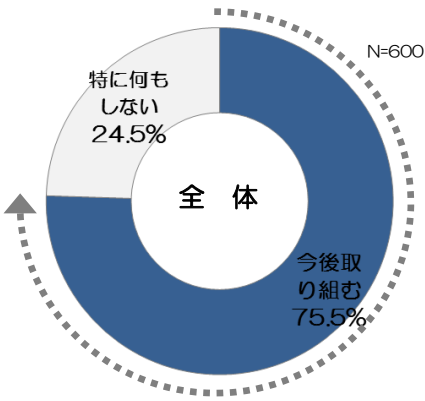
5. 今後取り組みたいこと、取り組もうと思っていること

➤ “何かしら取り組む”は、全体で7割半ばに及ぶ。

仕事やビジネス力向上のために今後やりたいこと、やろうと思っていることを聞いたところ、直近2年以内にやったもの、現在やっているものと、概して比例した結果になっている。

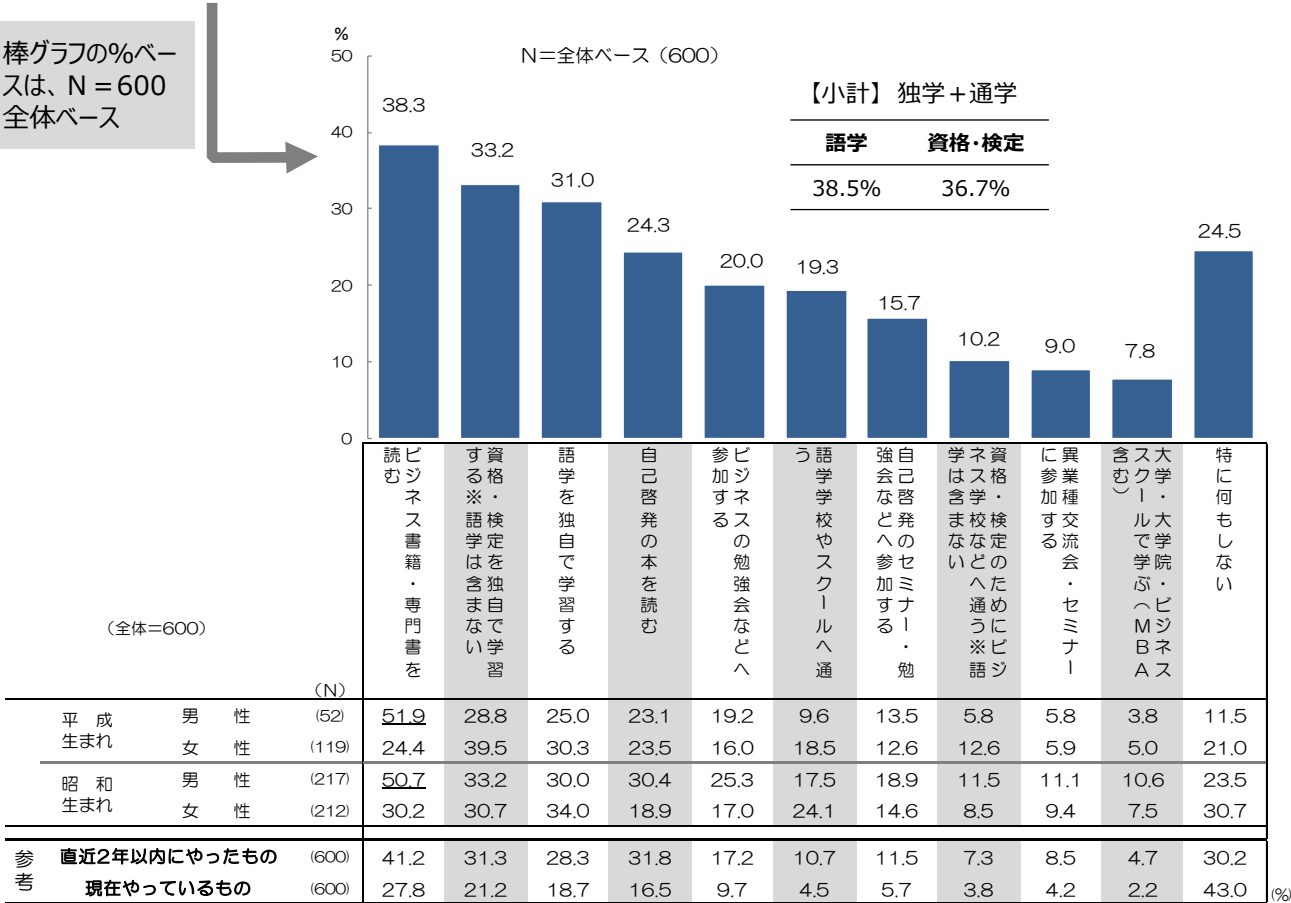
具体的には、「ビジネス書籍・専門書を読む」「資格・検定を独力で学習する」「語学を独力で学習する」の3つが3割を超えている。

質問：あなたは、仕事やビジネス力の向上のために今後やりたいこと、やろうと思っていることをお知らせください。※複数回答



(N)					今後取り組みたいこと 計
平成生まれ	男性	女性	(52)	(119)	88.5
					79.0
昭和生まれ	男性	女性	(217)	(212)	76.5
					69.3

棒グラフの%ベースは、N = 600 全体ベース



※下線は全体結果より10%以上高いスコア

若手ビジネスパーソンの仕事に対する意識や取り組みについて

6. 仕事やビジネス力向上のために勉強する理由

➤ 「自分に対する投資で／自分に期待して」「良い仕事、質の良い仕事をしたいから」「自分の得意な分野を作るため・伸ばすため」がトップ3

仕事やビジネス力向上のために今後やりたいこと、やろうと思っていることを聞いたところ、直近2年以内にやったもの、現在やっているものと、概して比例した結果になっている。

具体的には、「ビジネス書籍・専門書を読む」「資格・検定を独力で学習する」「語学を独力で学習する」の3つが3割を超えている。

質問：あなたが仕事やビジネス力向上のために現在勉強したり、今後勉強したいと思うのはどのような理由からですか。※複数回答

