



THE ADECCO GROUP

会社員 1,500 人を対象にした「コロナ禍とライフビジョン・キャリアビジョンに関する調査」

## コロナ禍により約 4 割がライフビジョン、約 3 割がキャリアビジョンが変化したと回答

コロナ禍によるライフビジョンの変化の最大の要因は、外出自粛など「ライフスタイルの変化」

コロナ禍によるキャリアビジョンの変化の最大の要因は、テレワークなど「働き方の変化」

【2022 年 9 月 20 日 東京】

人財サービスのグローバルリーダーである Adecco Group の日本における事業を統括する Adecco Group Japan（本社：東京都千代田区、代表：川崎 健一郎）は、この度、日本全国の正社員として勤務する 30 代から 50 代の会社員 1,500 人（各世代男女 250 人ずつ）を対象にした「コロナ禍とライフビジョン・キャリアビジョンに関する調査」を実施しました。

### 【調査結果のポイント】

- 回答者の 5 割以上が「ライフビジョンがある」と回答
- ライフビジョンがあると答えた回答者のうち、約 4 割がコロナ禍によってライフビジョンが変化したと回答
- コロナ禍によってライフビジョンが変化した要因として、最も多く挙げられたのは外出自粛など「ライフスタイルの変化」
- 回答者の約 4 割が「キャリアビジョンがある」と回答
- キャリアビジョンがあると答えた回答者のうち、約 3 割がコロナ禍によってキャリアビジョンが変化したと回答
- コロナ禍によってキャリアビジョンが変化した要因として、最も多く挙げられたのはテレワークなど「働き方の変化」
- キャリアビジョンが変化したことにより起こした行動として、最も多く挙げられたのは「資格や新しい分野の勉強」

### < 調査結果についてのコメント >

今回の調査の結果について、アデコ株式会社取締役ピープルバリュー本部長の土屋恵子は、次のように話しています。

「Adecco Group Japan は、< 『人財躍動化』を通じて、社会を変える。 > をビジョンとして掲げ、事業を展開しています。このビジョンを実現するため、人財と仕事を条件のみでマッチングするのではなく、ビジョンに向かって働く人財を輩出し、ビジョンに向かって力を発揮できる組織環境を創出するという『ビジョンマッチング』を推進し、人財が躍動できる社会をつくることを目指しています。



THE ADECCO GROUP

今回当社が行った調査で、働く人々の2人に1人がライフビジョンを持ち、3人に1人はキャリアビジョンを持っていることがわかりました。そして、ライフビジョンを持っている方の約4割、キャリアビジョンを持っている方の約3割が、コロナ禍によってそれぞれのビジョンに変化があったと回答していました。比較的多くの方が人生と仕事・キャリアに対するビジョンを持ち、また、少なからずコロナ禍の影響を受けたと言えます。

コロナ禍によってライフビジョンが変化したと答えた方にその要因を質問したところ、もっとも多く挙げられたのは外出自粛などのライフスタイルの変化でした。また、キャリアビジョンが変化したと答えた方に同様の質問をしたところ、もっとも大きな要因はテレワークをはじめとする働き方の変化でした。外出自粛とテレワークどちらも、働く人々がコロナ禍により家で過ごす時間が増えたことを意味しています。家にいる時間が長くなったことで、自身の人生やこれからのキャリアを見つめ直す機会を持った方が多くなったことが、この結果につながったのではないかと考えられます。

また、キャリアビジョンが変化したと答えた方がそれによってどのような行動を起こしたかを質問したところ、もっとも多かった答えは『資格や新しい分野の勉強』でした。近年、日本ではリスキリングの重要性が急速に浸透していますが、今回の調査でもその重要性が確認されたと言えるでしょう。

#### アデコ株式会社 取締役ピープルバリュー本部長 土屋恵子

ケース・ウェスタン・リザーブ大学経営大学院組織開発修士課程修了。2015年より現職。ジョンソン・エンド・ジョンソン、GEなど、主にグローバルカンパニーで20年以上にわたり、統括人事・人材育成部門の統括責任者として日本およびアジアの人材育成、組織開発の実務に携わる。一人ひとりの個性や強みが生きる、多様で自律的なチーム・組織創りをテーマに、リーダーシップ開発、企業の社会的使命の共有による全社横断の組織改革、バリューに基づく個人の意識や行動変革の支援、組織診断・制度浸透などを手がける。

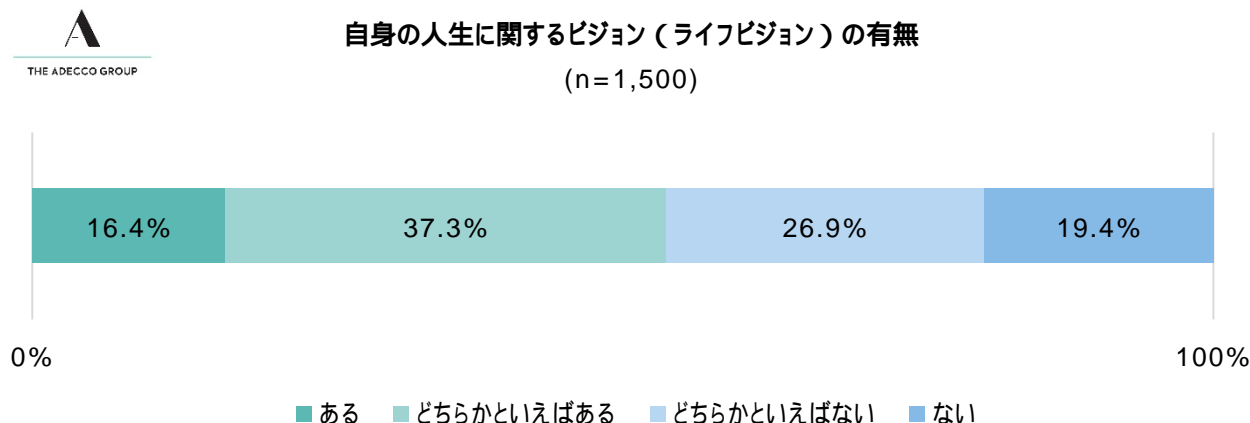




## < 調査結果詳細 >

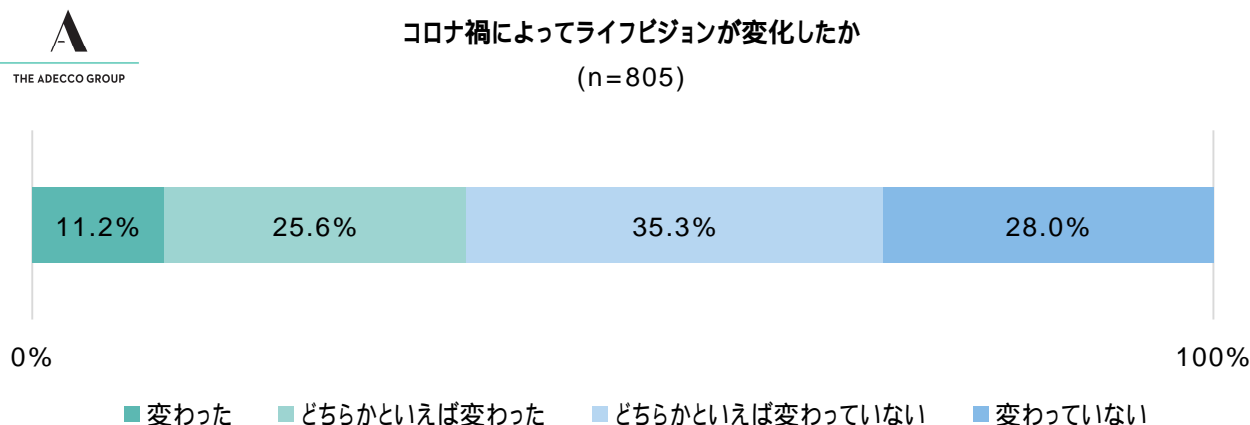
### (1) 回答者の 5 割以上が「ライフビジョンがある」と回答

日本全国の正社員として勤務する会社員 1,500 人に対し、「あなたには、自身の人生に関するビジョン（ライフビジョン）がありますか？」と質問したところ、5 割以上となる 53.7%が「ある」と回答しました。働く人々の多くが、ライフビジョンを持っていることがわかりました。（本調査では、ライフビジョンを「どんな生き方をしたいかについての理想像」と定義したうえで調査を行いました）



### (2) ライフビジョンがあると答えた回答者のうち、約 4 割がコロナ禍によってライフビジョンが変化したと回答

「ライフビジョンがある」と回答した 805 人に対し、「あなたのライフビジョンは、コロナ禍によって変わりましたか？」と質問したところ、約 4 割となる 36.8%が「変わった」と回答しました。働く人々のライフビジョンに対し、コロナ禍が少なからず影響を与えたことがうかがえます。





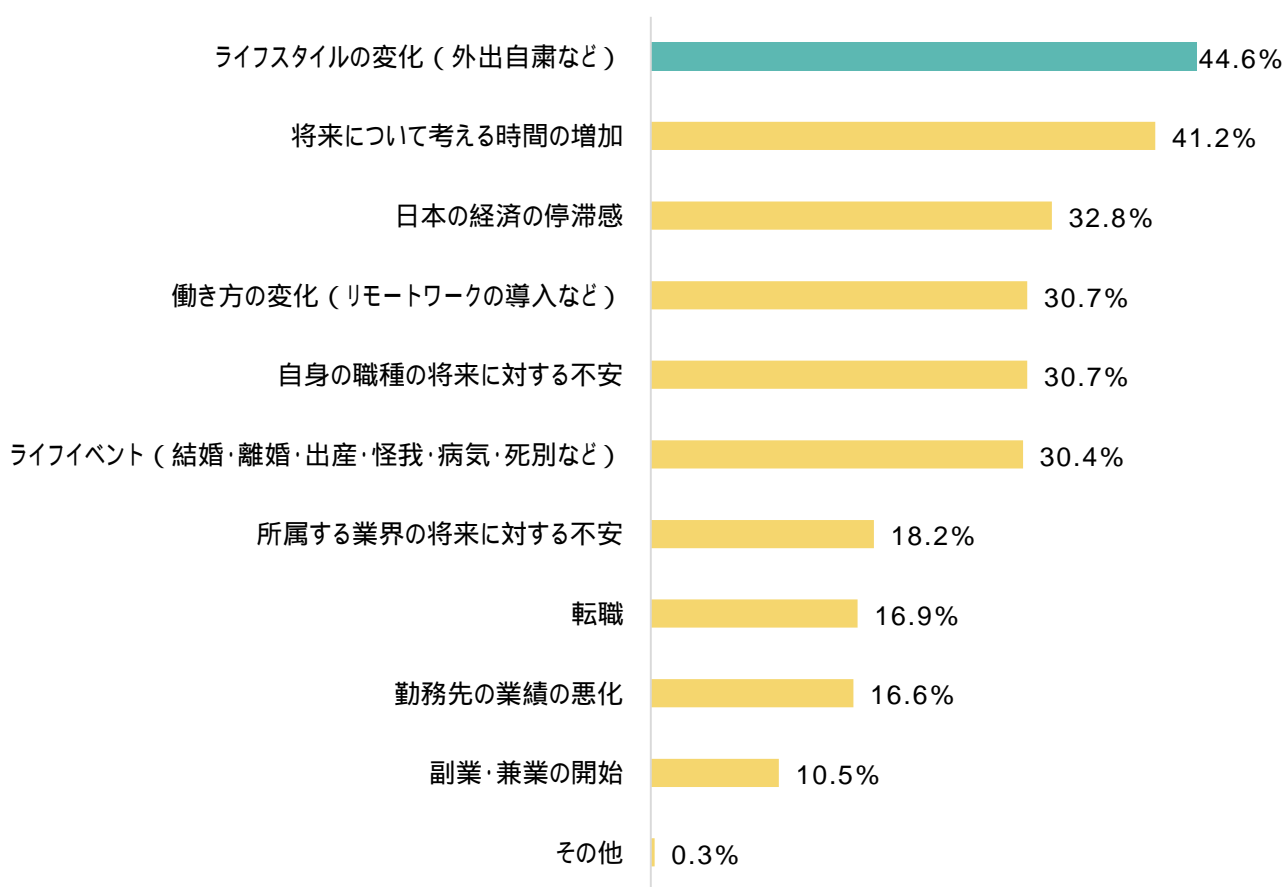
### (3) コロナ禍によってライフビジョンが変化した要因として、もっとも多く挙げられたのは「ライフスタイルの変化（外出自粛など）」

「コロナ禍でライフビジョンが変わった」と回答した 296 人に対し、「コロナ禍におけるどのようなことが、ライフビジョンの変化につながりましたか？」と質問したところ、ライフビジョンの変化の要因としてもっとも多く挙げられたのは「ライフスタイルの変化（外出自粛など）」（44.6%）、次に多かったのが「将来について考える時間の増加」（41.2%）でした。自宅で過ごす時間が増えたことが、これからの人生を見つめ直すきっかけになったことがうかがえる結果となりました。



#### コロナ禍におけるライフビジョンの変化の要因

(n=296)





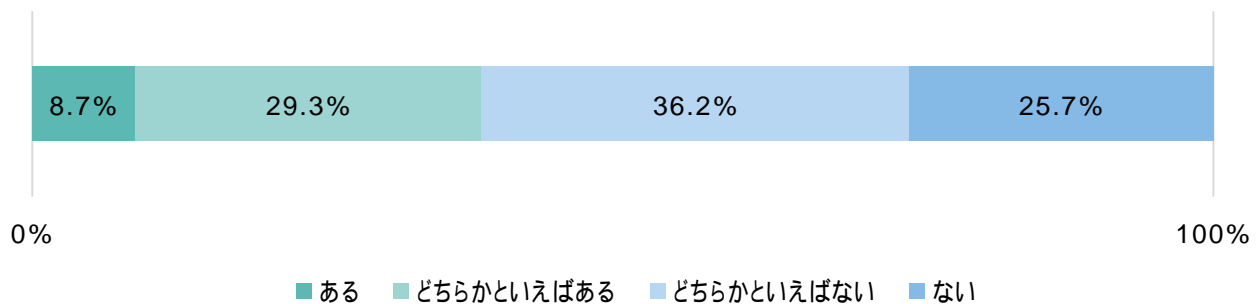
#### (4) 回答者の約4割が「キャリアビジョンがある」と回答

日本全国の正社員として勤務する会社員 1,500 人に対し、「あなたには、自身のキャリアに関するビジョン（キャリアビジョン）がありますか？」と質問したところ、約4割となる38.1%が「ある」と回答しました。（本調査では、キャリアビジョンを「今後の仕事や働くことについての理想像」と定義したうえで調査を行いました）



#### 自身のキャリアに関するビジョン（キャリアビジョン）の有無

(n=1,500)



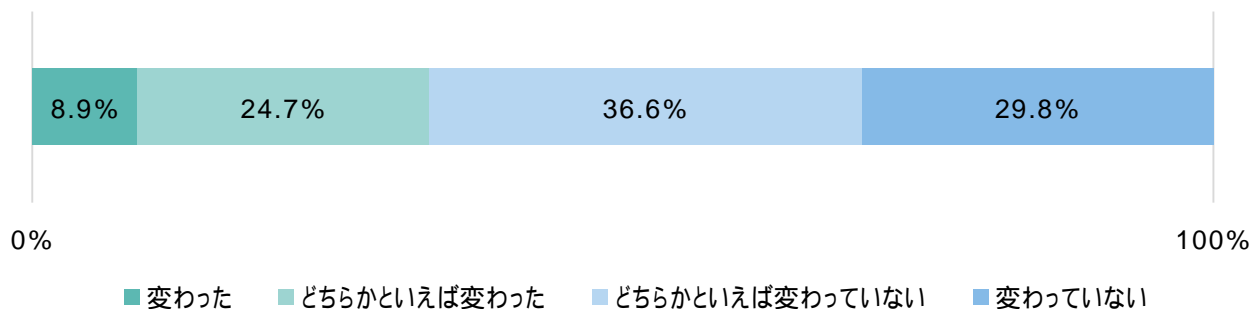
#### (5) キャリアビジョンがあると答えた回答者のうち、約3割がコロナ禍によってキャリアビジョンが変化すると回答

「キャリアビジョンがある」と回答した 571 人に対し、「あなたのキャリアビジョンは、コロナ禍によって変わりましたか？」と質問したところ、約3割となる33.6%が「変わった」と回答しました。



#### コロナ禍によってキャリアビジョンが変化したか

(n=571)





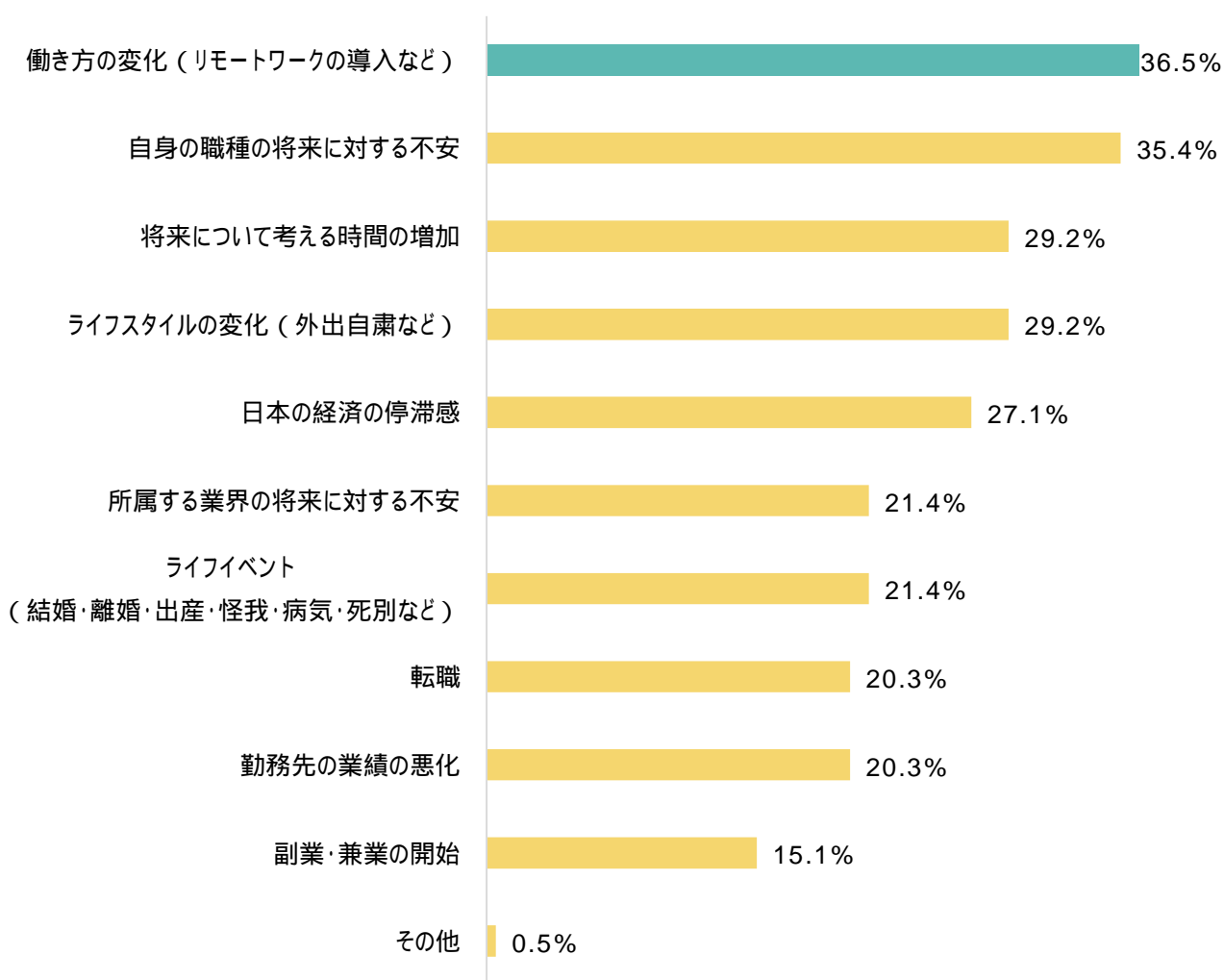
(6) コロナ禍によってキャリアビジョンが変化した要因として、最も多く挙げられたのは「働き方の変化（テレワークなど）」

「コロナ禍でキャリアビジョンが変わった」と回答した 192 人に対し、「コロナ禍におけるどのようなことが、キャリアビジョンの変化につながりましたか？」と質問したところ、キャリアビジョンの変化の要因としてもっとも多く挙げられたのは「働き方の変化（リモートワークの導入など）」（36.5%）でした。コロナ禍により急速に広がった新しい働き方が、働く人々のキャリア観にも影響をおよぼしていることがうかがえる結果となりました。



コロナ禍におけるキャリアビジョンの変化の要因

(n=192)





THE ADECCO GROUP

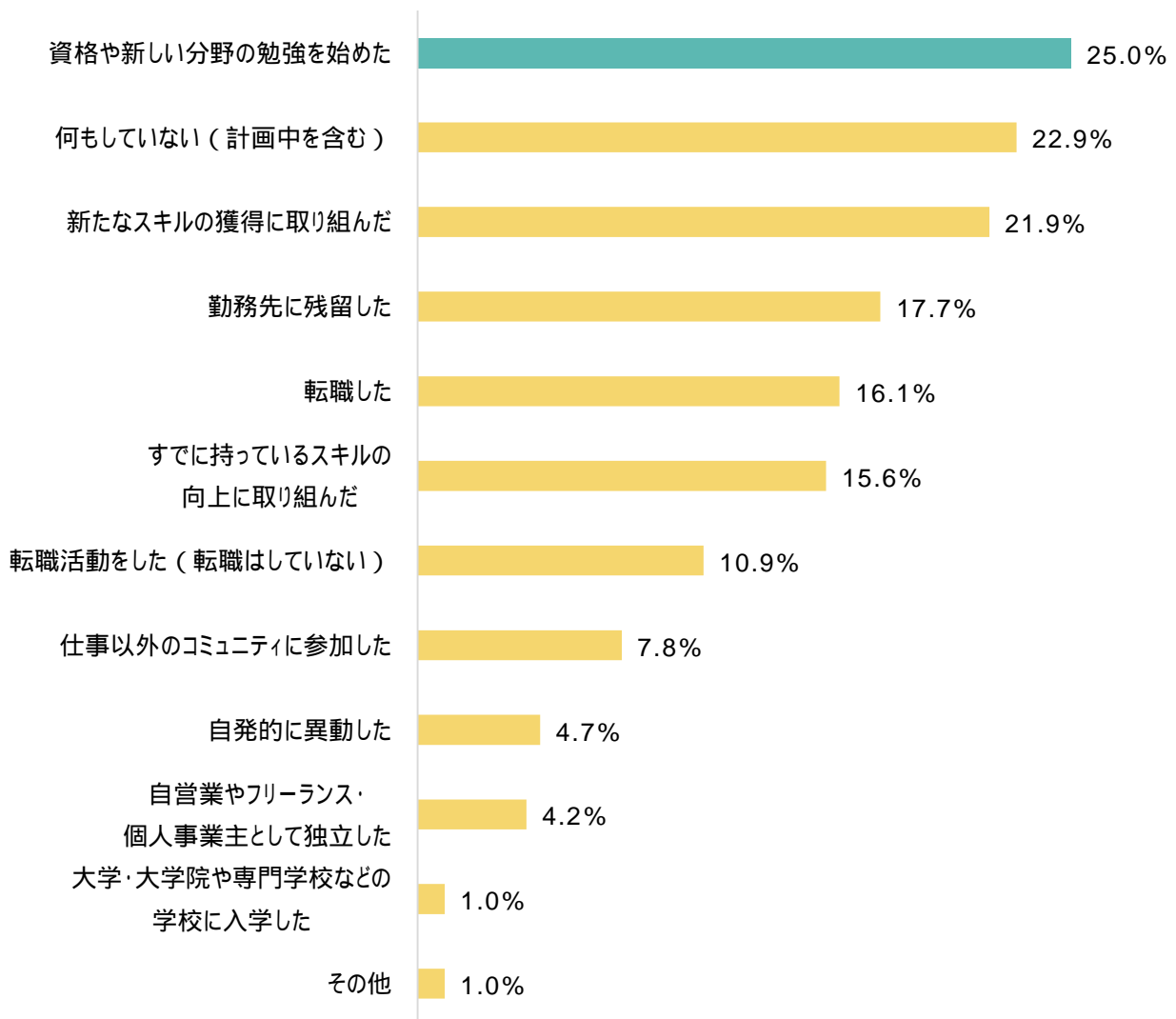
(7) キャリアビジョンが変化したことにより起こした行動として、最も多く挙げられたのは「資格や新しい分野の勉強」  
「コロナ禍でキャリアビジョンが変わった」と回答した 192 人に対し、「キャリアビジョンが変わったことにより、何をしましたか？」と質問したところ、もっとも多く挙げられたのは「資格や新しい分野の勉強を始めた」(25.0%)でした。新たなキャリアビジョンのもと、これまでとは違った分野での仕事を視野に入れて行動した人が多かったことがうかがえます。



THE ADECCO GROUP

### キャリアビジョンが変化したことによって起こした行動

(n=192)



本調査の回答結果はすべて小数点第 2 位を四捨五入して算出したパーセント表示を行っているため、数値の合計が 100%にならない場合があります。

本リリースに基づく内容をご掲載の際は、必ず「Adecco Group Japan 調べ」と明記していただきますようお願いいたします。



THE ADECCO GROUP

#### 【調査概要】

調査対象： 日本全国の正社員として働く 30 代から 50 代の会社員  
サンプル数： 1,500 人（各世代男女 200 人ずつ）  
調査方法： インターネット調査  
実施時期： 2022 年 8 月 10 日～12 日  
調査実施会社： 楽天インサイト株式会社

#### Adecco Group Japan について

Adecco Group Japan は、世界 60 の国と地域で事業を展開する人財サービスのグローバルリーダーである Adecco Group の日本における事業体の総称です。Adecco Group Japan における法人は、アデコ株式会社、Modis 株式会社、Modis ビジネスサポート株式会社の 3 社です。Adecco Group Japan は、Adecco、Spring Professional、Modis、LHH、Pontoon の 5 つの事業ブランドを通じて、人財派遣、アウトソーシング、コンサルティング、人財育成・組織変革をはじめとするサービスを提供し、すべての働く人々のキャリア開発を支援するとともに、企業の多岐にわたる業務の最適化と業績向上をサポートします。Adecco Group Japan は、「『人財躍動化』を通じて、社会を変える。」をビジョンとして掲げ、さらなるサービスの強化に取り組んでいます。当社に関するより詳しい情報は、[www.adeccogroup.jp](http://www.adeccogroup.jp) をご覧ください。

#### 【本件に関するお問い合わせ先】

Adecco Group Japan 広報部  
Tel. 050-2000-7024