

2023年3月20日

株式会社ロイヤリティ マーケティング

注目のリスキリングに関する調査を実施

リスキリングへの興味・関心は62%と、注目度が高い

興味・関心のある内容は「情報」「プログラミング」「語学」「データ分析」が上位

「プログラミング」は若年層、「語学」は女性に高い関心がうかがえる

共通ポイントサービス「Ponta（ポインタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、リスキリングへの認知や関心などを調査した「リスキリングに関する調査」（実施期間：2023年1月20日～1月26日）について、結果をご報告いたします。

【調査結果】

・TOPICS 1

リスキリングの認知度は34%と浸透途中の様子がうかがえる

・TOPICS 2

リスキリングへの興味・関心は62%と注目度の高さがうかがえる

・TOPICS 3

取り組み率は13%で、現キャリアのスキルアップに向けたリスキリングが多い傾向

【調査結果詳細】

■TOPICS 1

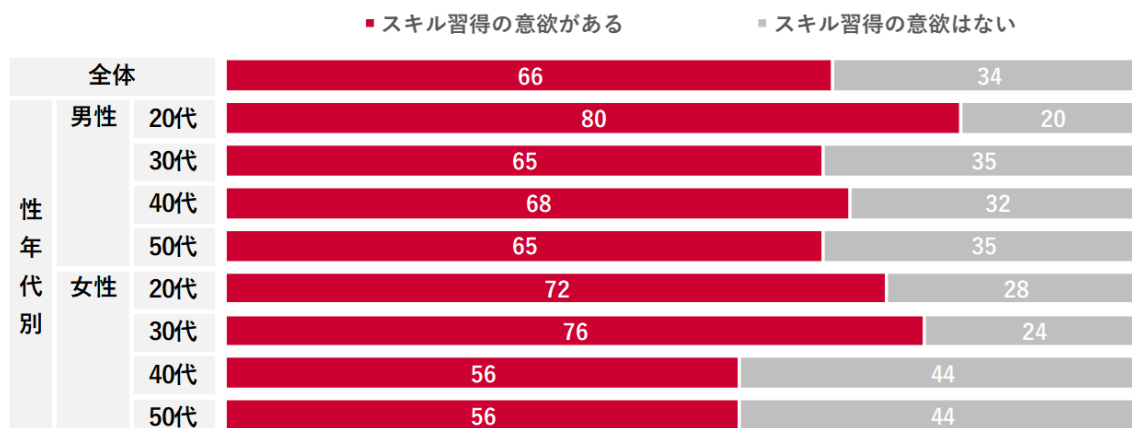
リスキリングの認知度は34%と浸透途中の様子がうかがえる

20歳～59歳で就労経験のある方にリスキリングに関する調査を実施した。まず、スキル習得に関する意欲を聴取したところ、66%がスキル習得への意欲があると回答した。性年代別にみると、男性は20代、女性は20代～30代が70%以上と高い結果となった。

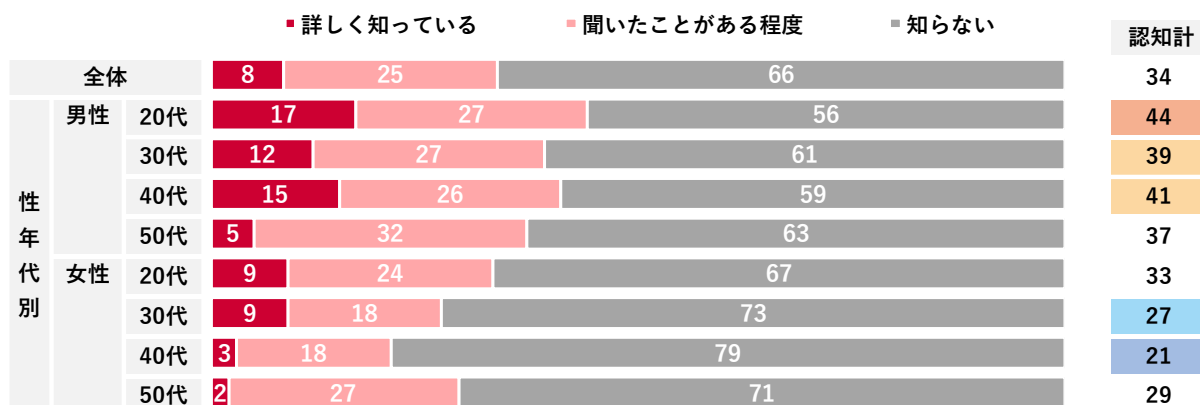
リスキリングの認知は、「詳しく知っている」が8%、「聞いたことがある程度」が25%となり、合わせると認知率は34%だった。性年代別でみると、男女ともに若年層の方が認知率が高い。

スキル習得への意欲はあるものの、リスキリングの認知は34%と浸透の途中である様子がうかがえた。

▼スキル習得への意欲 (%)



▼リスクリテラシー認知率 (%)



■TOPICS 2

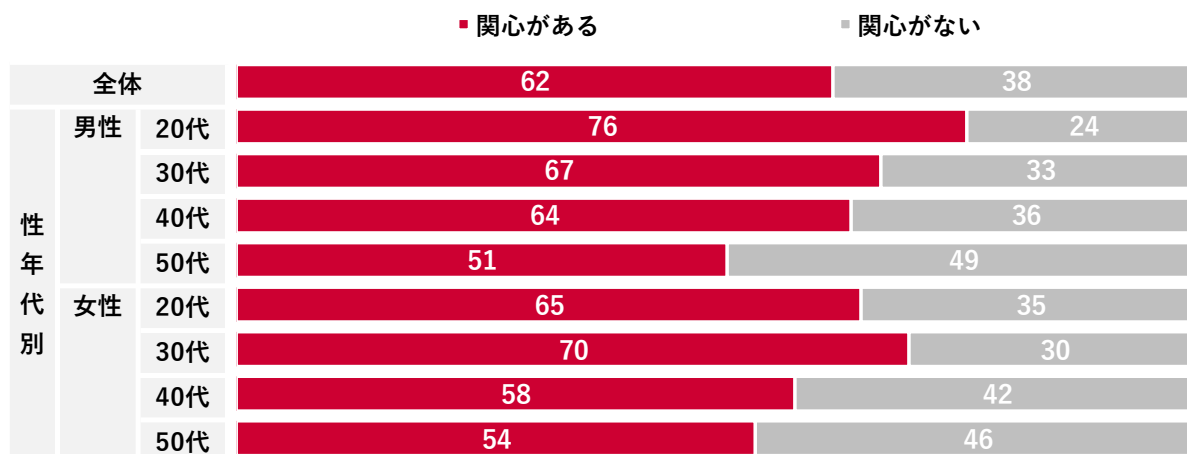
リスクリテラシーへの興味・関心は62%と注目度の高さがうかがえる

リスクリテラシーへの興味・関心を調査(※)したところ、「関心がある」は62%と高い結果となった。性年代別でみると、男性は若年層ほど高く、最も高い20代で76%だった。女性も若年層の方が高い傾向があり、最も高いのは30代で70%だった。

また、興味・関心がある内容は「情報(インターネットセキュリティなど)」が最も高く41%、次いで「プログラミング(35%)」「語学(31%)」「データ分析(31%)」が30%以上で続いた。性年代別でみると、「プログラミング」は男性30代、女性20代で50%以上と高い。また、「語学」は年代問わず女性で35%前後と高い。

※TOPICS 1のリスクリテラシーの認知に関する設問後に、リスクリテラシーの説明文を提示した上で、調査対象者全員に興味・関心を聴取しています

▼リスクリングへの興味・関心 (%)



▼興味・関心がある内容 (%)

性別		年代	セキュリティ （インターネット など）	情報 （インター ネット など）	プロ グ ラ ミ ン グ	語 学	デ ー タ 分 析	A I ・ 機 械 学 習	写 真 ・ 動 画 関 連 （ 動 画 編 集 な ど ）	資 料 制 作 ・ プ レ ゼ ン	W E B 制 作	マ ネ ジ メ ン ト	テ イ ブ	デ ザ イ ン ・ ク リ エ イ	マ ー ケ テ ィ ン グ	営 業	（ ネ ィ ル な ど ）	ビ ジ ネ ッ ス 関 連	（ ヨ ガ な ど ）	フ ィ ッ ト ネ ス 関 連	そ の 他	わ か ら な い
全体			41	35	31	31	22	21	19	18	18	17	16	11	11	10	4	10				
性 年 代 別	男性	20代	39	45	29	30	25	24	21	28	24	20	17	12	4	4	1	9				
		30代	43	55	28	42	36	22	19	19	19	19	22	10	10	13	9	6				
		40代	42	33	27	36	20	20	17	23	23	14	17	13	5	11	2	11				
		50代	43	22	14	33	31	18	18	12	22	16	24	18	2	4	4	16				
	女性	20代	46	51	38	29	23	32	28	29	18	26	20	12	18	12	2	5				
		30代	39	39	37	40	20	30	19	20	13	24	13	16	24	17	1	7				
		40代	47	21	34	14	7	16	22	12	14	16	9	7	16	12	9	12				
		50代	31	22	39	20	13	11	7	6	11	4	7	4	7	7	4	15				

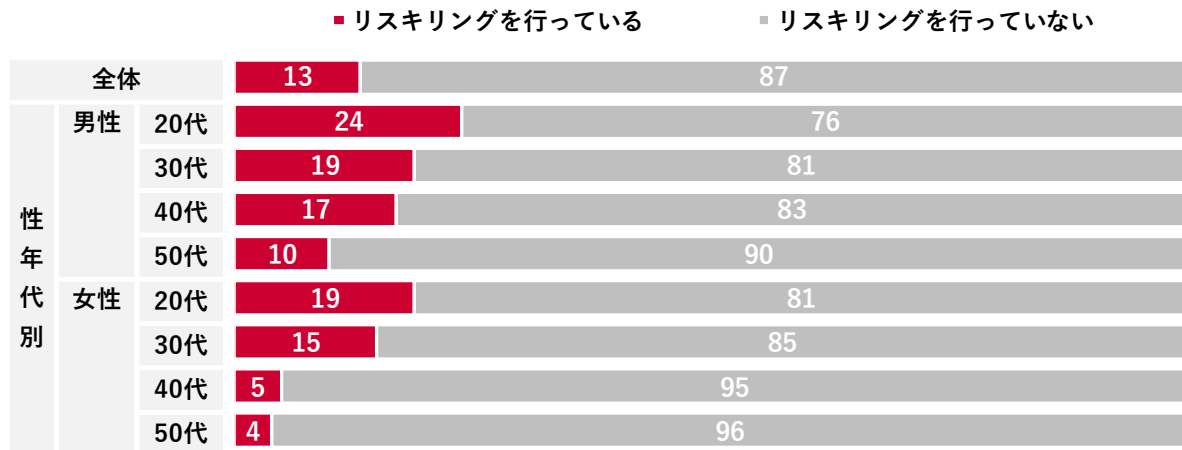
■TOPICS 3

取り組み率は13%で、現キャリアのスキルアップに向けたリスクリングが多い傾向

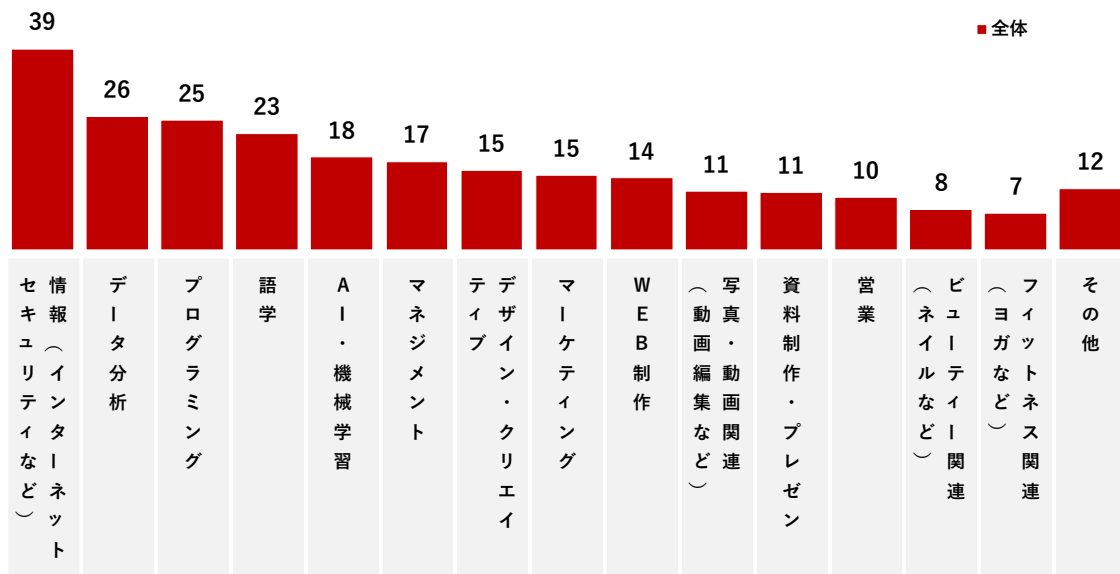
リスクリングの取り組み率は全体で13%だった。性年代別にみると、男女ともに若年層ほど取り組む割合が高く、特に男性20代は24%と高かった。具体的に取り組んでいる内容は「情報（インターネットセキュリティなど）」が39%で最も高く、「データ分析(26%)」「プログラミング(25%)」が続いており、ICT 関連（Information and Communication Technology：情報通信技術）が多い傾向となった。

取り組んでいる理由としては「仕事の幅を広げたい」が54%と突出して高く、次いで「会社内で昇進・昇格したい（29%）」と、職種の転換よりも現状の業務範囲の拡張を志向する傾向がうかがえる。

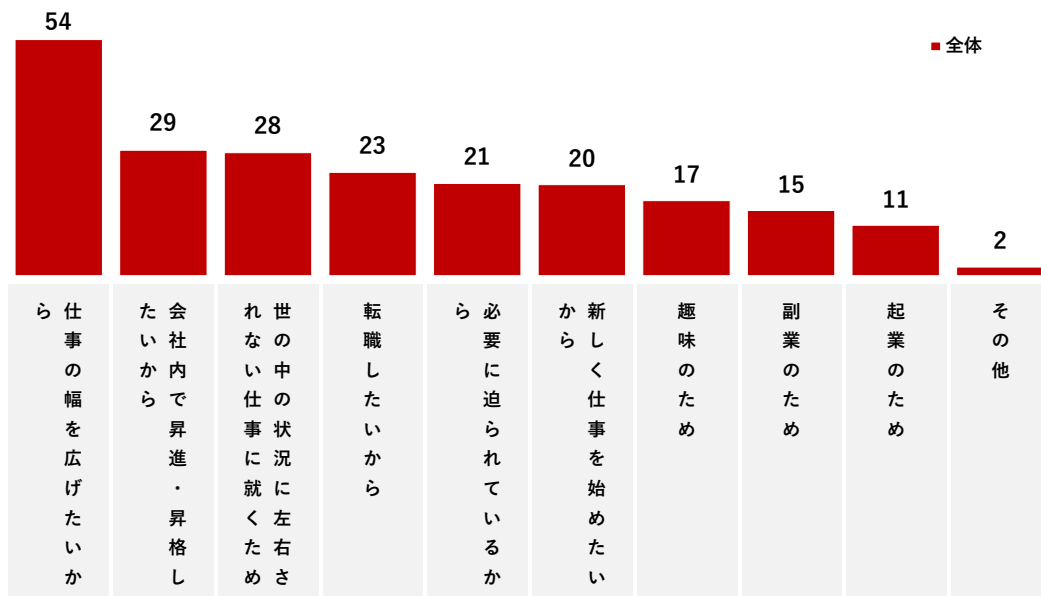
▼リスクリングの取り組み率 (%)



▼取り組んでいる内容 (%)



▼取り組んでいる理由 (%)



【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2023年1月20日～1月26日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 年齢 20 歳～59 歳かつ就労経験層

有効回答数 : 800 名

※総務省「人口推計（2023年1月概算値）」の性年代別人口構成比およびスクリーニング調査結果による就労経験率を基にウエイトバック集計を実施

※調査結果は小数点第1位を四捨五入しています

【追加レポートにつきまして】

マーケティング施策立案にお役立ていただける、詳細版のレポートをご希望の方は、株式会社ロイヤリティ マーケティング ビジネスデザイン部リサーチ担当部局までお問い合わせください。

lm-sales-research@loyalty.co.jp

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「ロイヤリティ マーケティング」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト：<https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート（自主調査結果を掲載）：<https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ：<https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム：<https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先
広報部にご連絡をお願い申し上げます。