

## スキマバイトに関する調査

### ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

スキマバイトの求職者のおよそ半数が「会社員」。20代の約4割が登録歴あり  
～ 求人側の導入理由は「急な人手不足」「慢性的な人手不足」解消のため ～

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」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、1都3県在住のスキマバイトに興味がある方を対象に調査した「スキマバイトに関する調査」（実施期間：2024年7月1日～7月4日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜6:00～6:30放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

#### 【調査結果】

##### ・ TOPICS①

20代の約4割がスキマバイトの登録歴あり。魅力は自分の都合に合わせて働ける「柔軟性」

##### ・ TOPICS②

スキマバイトで働きたい方の現在の職業は、およそ半数が「会社員」

##### ・ TOPICS③

働きたい仕事は「オフィスワーク」が人気、次いで「倉庫作業」「スーパー・コンビニ」

##### ・ TOPICS④

求人側の目的は「急な人手不足の解消」が約4割、次いで「慢性的な人手不足の解消」が約3割

##### ・ TOPICS⑤

スポットワーカーを採用してよかったことは「即戦力がすぐ見つかる」「ドタキャンはほぼ起こらない」が同率トップ

## 【調査結果詳細】

### ■TOPICS①

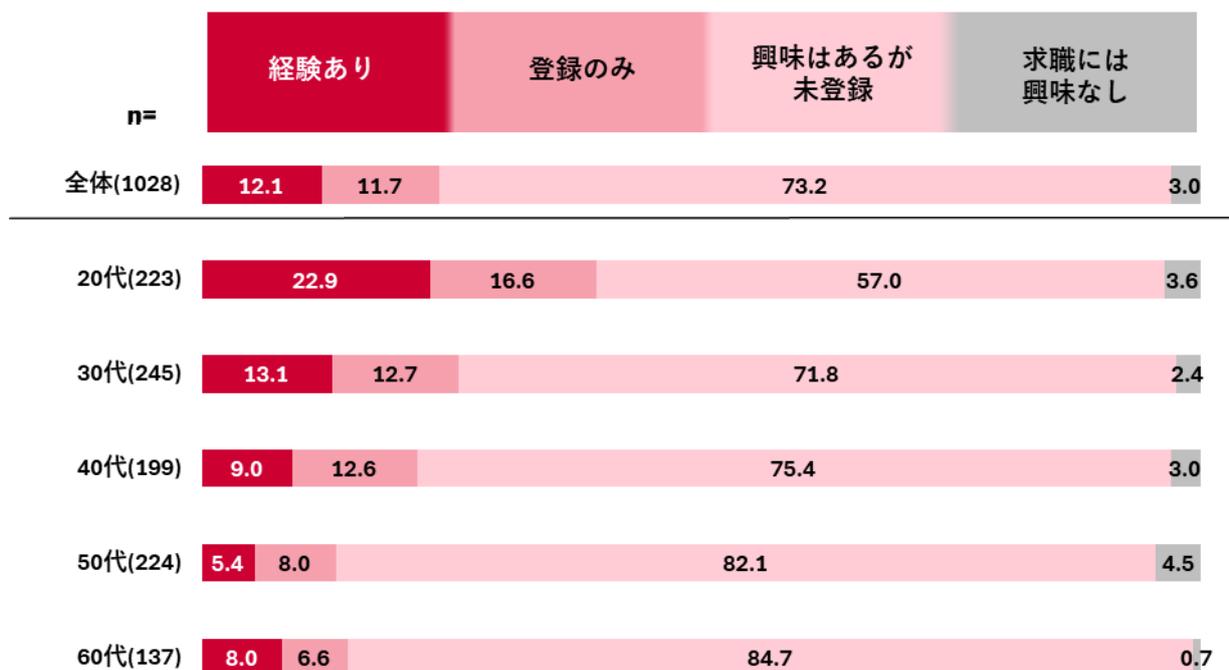
#### 20代の約4割がスキマバイトの登録歴あり。魅力は自分の都合に合わせて働ける「柔軟性」

本調査の対象者であるスキマバイトに興味のある方に、スキマバイト経験を聴取したところ、経験者は全体の12.1%だった。また「登録のみ」が11.7%、「興味はあるが未登録」が73.2%を占めた。年代別で見ると、20代が経験者と登録者の割合が最も高く、合わせると約4割だった。

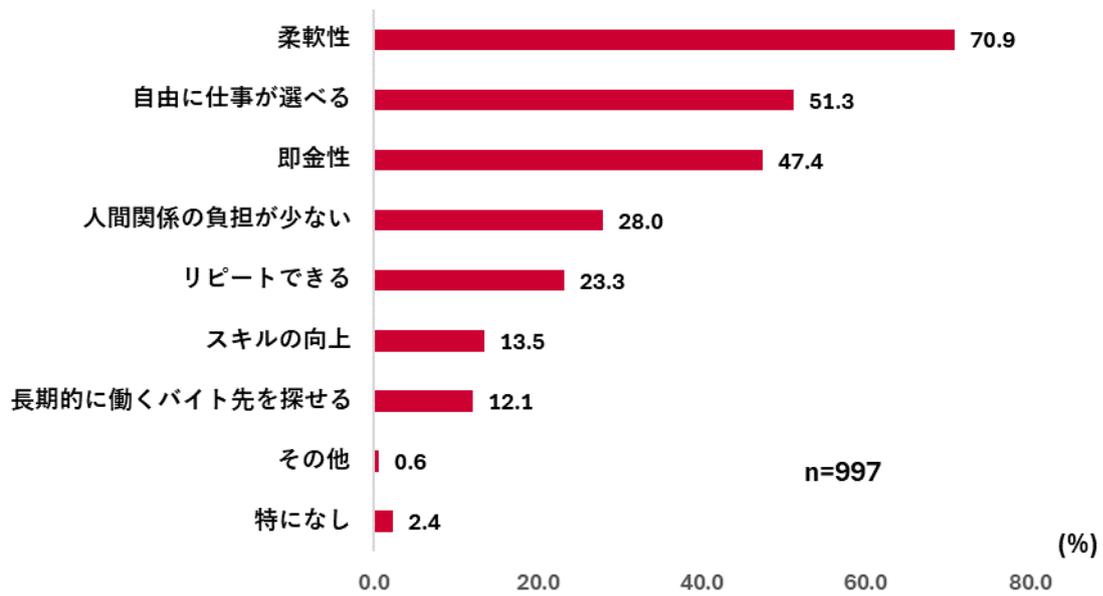
経験者や登録者、興味はあるが未登録の方を、スキマバイトで働きたい方とし、スキマバイトを選ぶ理由を聴取したところ、自分の都合に合わせて働ける「柔軟性」が約7割で最多だった。次いで「自由に仕事を選べる」が51.3%、日払いや週払いが可能な「即金性」が47.4%で続いた。

また、スキマバイトへの興味の対象について、およそ8割がスキマバイトで働く「求職」に興味があると回答した。経営側として「求人」に興味があるのは4.8%、「両方興味あり」が16.2%だった。

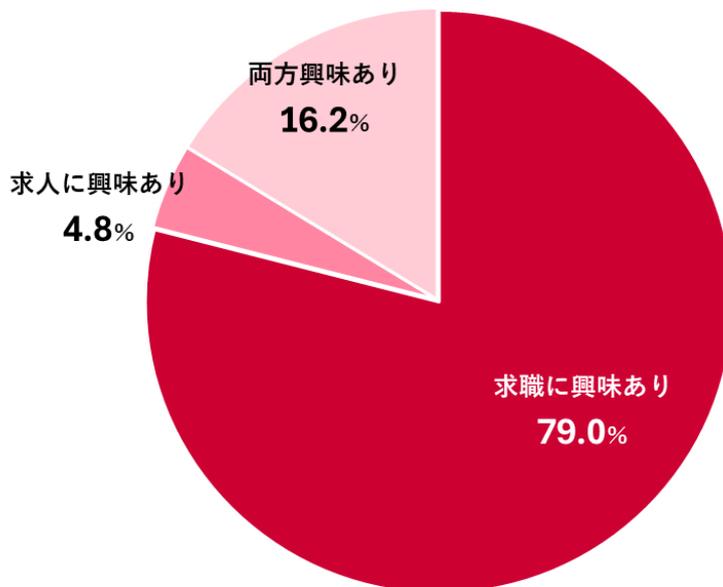
#### ▼スキマバイト経験 (%)



▼スキマバイトを選ぶ理由 ※複数回答



▼スキマバイトへの興味 (n=1,028)

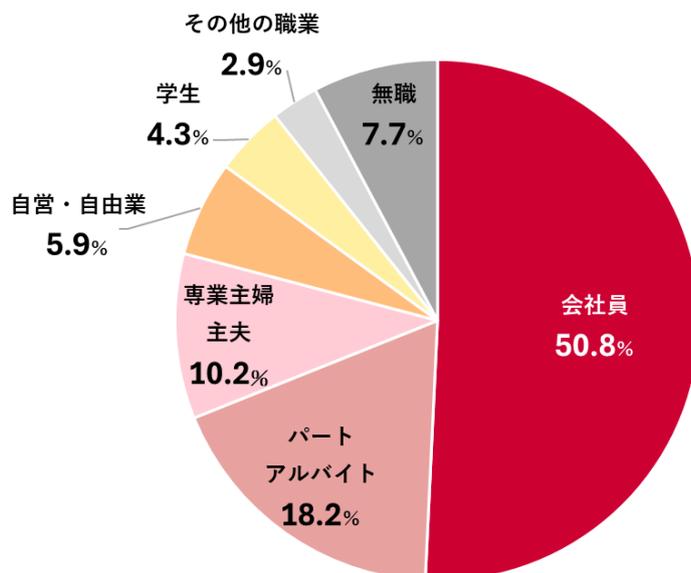


## ■TOPICS②

### スキマバイトで働きたい方の現在の職業は、およそ半数が「会社員」

スキマバイトで働きたい方の現在の職業は「会社員」がおおよそ半数を占めた。次いで「パート・アルバイト」が約2割だった。

▼スキマバイトで働きたい方の現在の職業 (n=997)

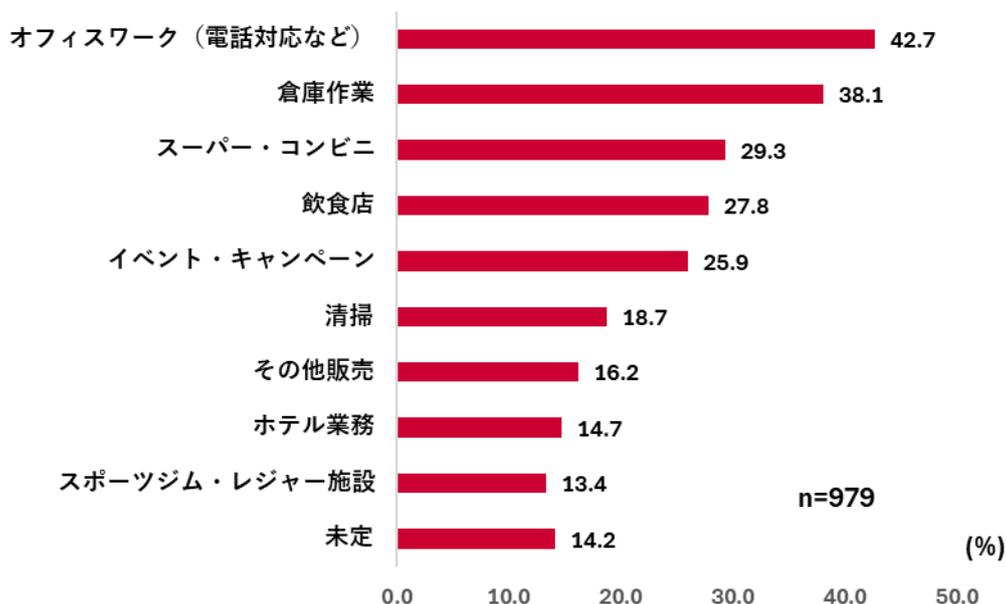


## ■TOPICS③

### 働きたい仕事は「オフィスワーク」が人気、次いで「倉庫作業」「スーパー・コンビニ」

スキマバイトの「求職」に興味がある方に、スキマバイトで働きたい仕事を聴取したところ、「オフィスワーク」が42.7%、「倉庫作業」が38.1%、「スーパー・コンビニ」が29.3%だった。

▼働きたい仕事（上位10項目表示） ※複数回答



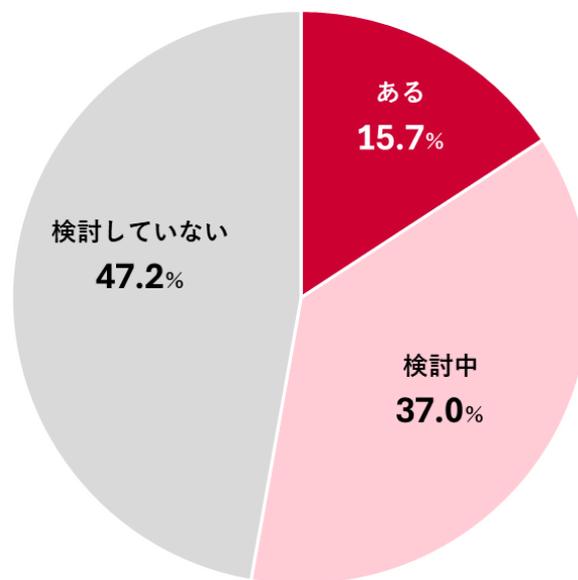
## ■TOPICS④

### 求人側の目的は「急な人手不足の解消」が約4割、次いで「慢性的な人手不足の解消」が約3割

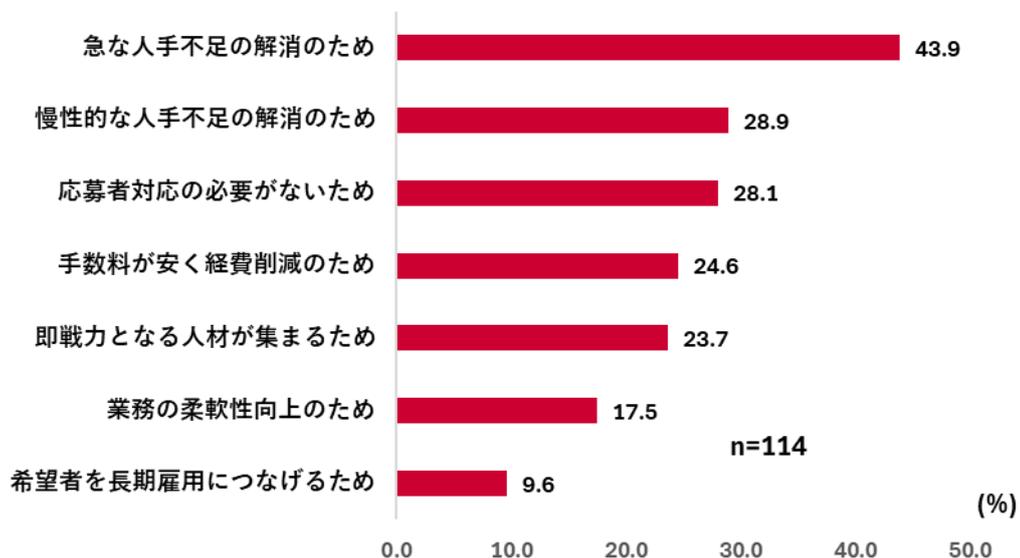
スキマバイトの「求人」に興味がある方に、求人のためスキマバイトのマッチングサイトやアプリを導入したことがあるかを伺ったところ、導入したことが「ある」が15.7%、「検討中」が37.0%となった。

次にその方々を対象に、導入または検討の理由を聴取した。「急な人手不足の解消のため」が43.9%でトップ、次いで「慢性的な人手不足の解消のため」が28.9%、「応募者対応の必要がないため」が28.1%だった。

#### ▼求人のためスキマバイトのマッチングサイトやアプリを導入したことはあるか (n=216)



#### ▼スキマバイトのマッチングサイトやアプリ導入または検討理由 ※複数回答



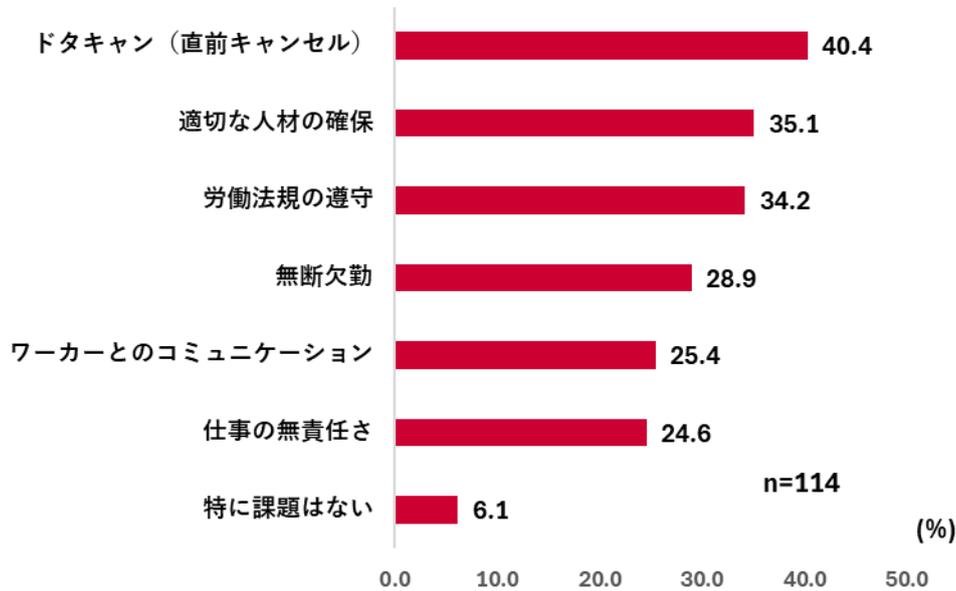
## ■TOPICS⑤

### スポットワーカーを採用してよかったことは「即戦力がすぐ見つかる」「ドタキャンはほぼ起こらない」が同率トップ

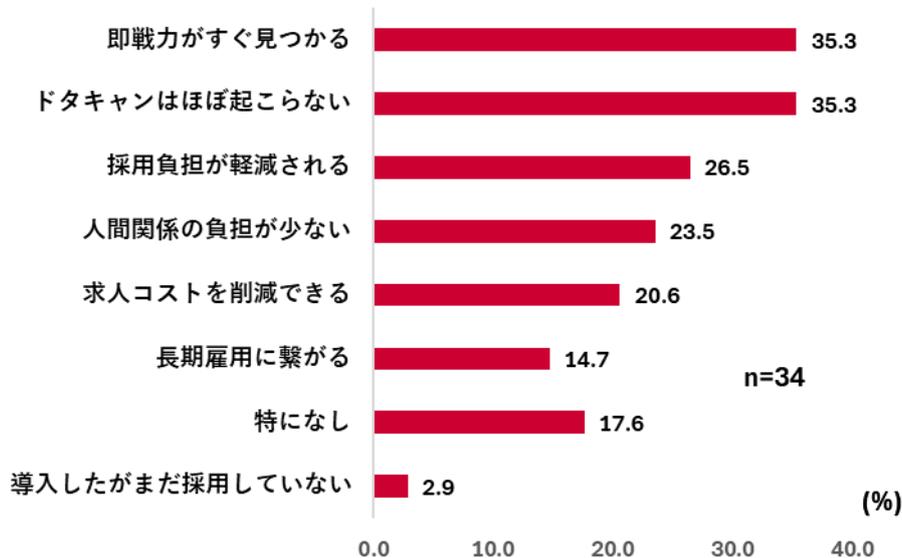
求人のためスキマバイトのマッチングサイトやアプリを導入したことがある、または検討している方を対象に、スキマ時間で働くスポットワーカーの採用で課題に感じることを聴取した。「ドタキャン（直前キャンセル）」「適切な人材の確保」「労働法規の遵守」が上位だった。

実際に導入したことがある方を対象に、スポットワーカーを採用してよかったことを伺ったところ、「即戦力がすぐ見つかる」（35.3%）、「ドタキャンはほぼ起こらない」（35.3%）が同率でトップだった。

#### ▼スキマ時間で働くスポットワーカーの採用で課題に感じること ※複数回答



#### ▼スキマ時間で働くスポットワーカーを採用してよかったこと ※複数回答



## 【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

### ・馬淵磨理子氏（経済アナリスト）

スキマバイトの場合、働いてから入金されるまでの時間が短縮されているケースが多く、即金性は働く側にとってメリットが大きい。働きたい案件を選ぶだけで、履歴書なし・面接なしですぐ働くことができる点は、物価高による不安から、少しでも稼ぎたいニーズの後押しになっている。一方で、雇用側は来てほしい時間に労働力を確保できる。人手不足のなかで、アンケートでよかった点として挙げられた「ドタキャンはほぼ起こらない」という点はスキマバイトのメリットでもある。企業側の求めているスキルと合致しなかったなど、デメリットもありつつも、これからも人手不足解消の1つの選択肢になり得るだろう。

### ・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

コンビニ店長の経験があるが、店舗を運営して一番困る事は、アルバイトが病気などで急にシフトに入れなくなる事。これまではアルバイトの中から代替要員を急遽探し、いない場合は店長が長時間労働を強いられる事になっていた。このような問題を解決するスキマバイトは、マッチングエコノミーの人手不足解消の有効の手段といえる。また、アルバイトのメインとなる20代がスキマバイトに興味があるという事で相性も良い。

実際にスキマバイトを経験した人が12.1%と約1割にとどまるものの、働く側からみて働く案件を柔軟に選べるスキマバイトは、フル雇用が困難になりつつある日本の企業が進めている副業解禁にマッチしている。さらに、スキマバイトしたい人の半数が会社員という事から、今後大きな伸び代がある。

現状はスキマバイトを雇う側の話を見ると、スキルにバラつきがある、刹那的な雇用のため不正などの経験があるなど、課題もある。まだ歴史の浅いサービスのため、今後はスキルが高いスキマバイトには高時給を支払うなど、進化していく事が予想される。

以上

## 【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2024年7月1日～7月4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 : 1都3県在住のスキマバイトに興味があると回答した20～60代の方

有効回答数 : 1,028名 (スクリーニング調査は2,490名に実施)

※調査結果は小数点第2位を四捨五入しています

## 【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、“「Pontaリサーチ」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。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月よりTOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとしてLMが参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LMが「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LMのマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！30分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00~6:30

出演者 : 馬淵磨理子 (経済アナリスト)、渡辺広明 (消費経済アナリスト)

番組HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

Twitter : [https://twitter.com/biztopi\\_tfm](https://twitter.com/biztopi_tfm)

■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。