

## サンカク、二枚目の名刺 協働調査

## 「副業を含む社外活動\*がキャリア意識に与える影響」

株式会社リクルートキャリア（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 柳川昌紀）が提供するサービス「サンカク」および「特定非営利活動法人 二枚目の名刺」は、社外活動が働く個人のキャリアに対する意識へ与える影響を調査しました。調査結果について、一部抜粋して報告申し上げます。

●サンカク (<https://sankak.jp/>)

“社外での活躍の場や経営体験を求めるビジネスパーソン”と“社外の知恵やアイデアを活用したい企業”をつなぎ、ディスカッションを通じて企業が抱える課題解決のヒントを得る場を提供するサービスです。

● 特定非営利活動法人 二枚目の名刺 (<http://nimame.com/>)

「二枚目の名刺」、それは組織を超えて新しい社会を創ることに取り組む「二枚目な社会人」が持つ名刺。NPO法人二枚目の名刺では、社会人が2枚目の名刺を持つきっかけを作るため、NPOと社会人が一緒に団体の事業推進に取り組む「NPOサポートプロジェクト」を実施しています。

\* 社外活動：

ビジネスパーソンが実施する会社組織内での役割以外の活動（副業/兼業それ以外にも、社外でのボランティア活動、プロボノ活動、趣味やサークル活動、地域のコミュニティ活動、勉強会・ハッカソン、「20%ルール」等の自社内の活動、異業種交流会など）を指します。

## 調査結果

今回の調査から、以下のことが示唆されました。

- 社外活動は目的・内容により、キャリアに対する自信への影響が異なる。  
**社外活動に参加すればキャリアへの自信がつくわけではない。**
- 「他者と影響を与え合う機会」のある活動（社会に影響を与えたり、他者からフィードバックを得られるなど）が、キャリアに対する自信を強める。

## 調査概要

- ◆ 調査目的：副業を含む社外活動が、働く個人のキャリアに対する意識（自分のキャリアが社内外で通用するか）に対して、どのように影響するかを明らかにする
- ◆ 調査方法：インターネットによるアンケート調査
- ◆ 調査対象：正社員300人以上の企業に勤める正社員1,000名（マクロミル社の調査パネルを利用）
- ◆ 調査期間：2016年9月23日～9月29日
- ◆ 分析方法：（手順）
  1. 社外活動経験者700名と社外活動未経験者300名に対してアンケート調査を実施  
※社外活動が働く個人のキャリア意識に影響を及ぼす具体的な要因を分析するため、未経験者よりも経験者のサンプル数を多く設定
  2. 因子分析により、因子を抽出
  3. 抽出された因子について、それぞれの因子間の関係を共分散構造分析によって検証
- ◆ 調査協力：法政大学大学院 石山恒貴教授、東京経済大学 小山健太専任講師

【本件に関するお問い合わせ先】  
株式会社リクルートキャリア 広報部 社外広報グループ  
TEL: 03-3211-7117 Mail: kouho@waku-2.com

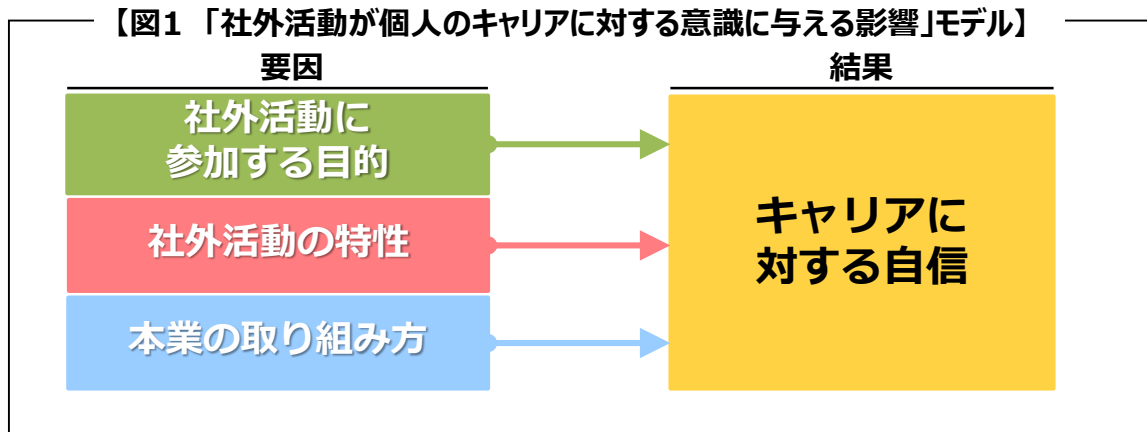
リクルートキャリアではこれからもひとりひとりにあった「まだ、ここにはない、出会い。」を届けることを目指していきます。

## □ モデル仮説（事前準備）

社外活動の経験者約30名（「サンカク」会員および「二枚目の名刺」関係者を含む）から、

- ① 社外活動に参加する目的
- ② 社外活動の特性（活動そのものや活動する上での環境の特徴）
- ③ 本業の取り組み方（社外活動の有無にかかわらず取り組む際の意識や行動、活用している能力）

の3つが、「キャリアに対する自信」に影響を及ぼすと考え、下記の様なモデルを仮説として設定しました。



## □ 分析手順

### ■ 調査項目：

モデル仮説の検証を行うために、以下の項目で調査を実施しました。

- ・ 「社外活動に参加する目的」に関する項目 : 43項目
- ・ 「社外活動の特性」に関する項目 : 55項目
- ・ 「本業の取り組み方」に関する項目 : 104項目
- ・ 「キャリアに対する自信」に関する項目 : 40項目

### ■ 調査対象：

社外活動がどのように「キャリアに対する自信」に影響を及ぼすかを調べるため、「社外活動経験者」と「社外活動未経験者」の双方にアンケートを実施しました。

両者の見分け方としては、具体的な社外活動の形態として8種類（右図 表1）を例示し、その中のひとつ以上にあてはまる活動をしていると回答した者を「社外活動経験者」としました。

**【表1 「社外活動」の8種類】**

1. 副業
2. ボランティア活動
3. プロボノ活動
4. 趣味やサークル活動
5. 地域のコミュニティの活動
6. 勉強会・ハッカソン
7. 自社内の机の下の活動（「20%ルールなど」）
8. 異業種交流会

### ■ 分析手順：

アンケート結果に対して、以下の手順で分析を行いました。

- ① **因子分析**  
調査データをもとに、各カテゴリ（社外活動に参加する目的、社外活動の特性、本業の取り組み方）から因子を抽出する
- ② **共分散構造分析**  
抽出した因子間の因果関係を明らかにし、モデル仮説の妥当性を検証する

## 因子分析の結果

アンケートの回答結果をもとに、表2の通り、各カテゴリの因子を構成しました。

※因子分析は、探索的に行い、十分な因子負荷量を示さなかった項目を除外した結果、因子が構成されました。

例えば活動の特性として「副収入の有無」といった項目は、因子としては構成されませんでした。

【表2 各カテゴリから抽出された因子】

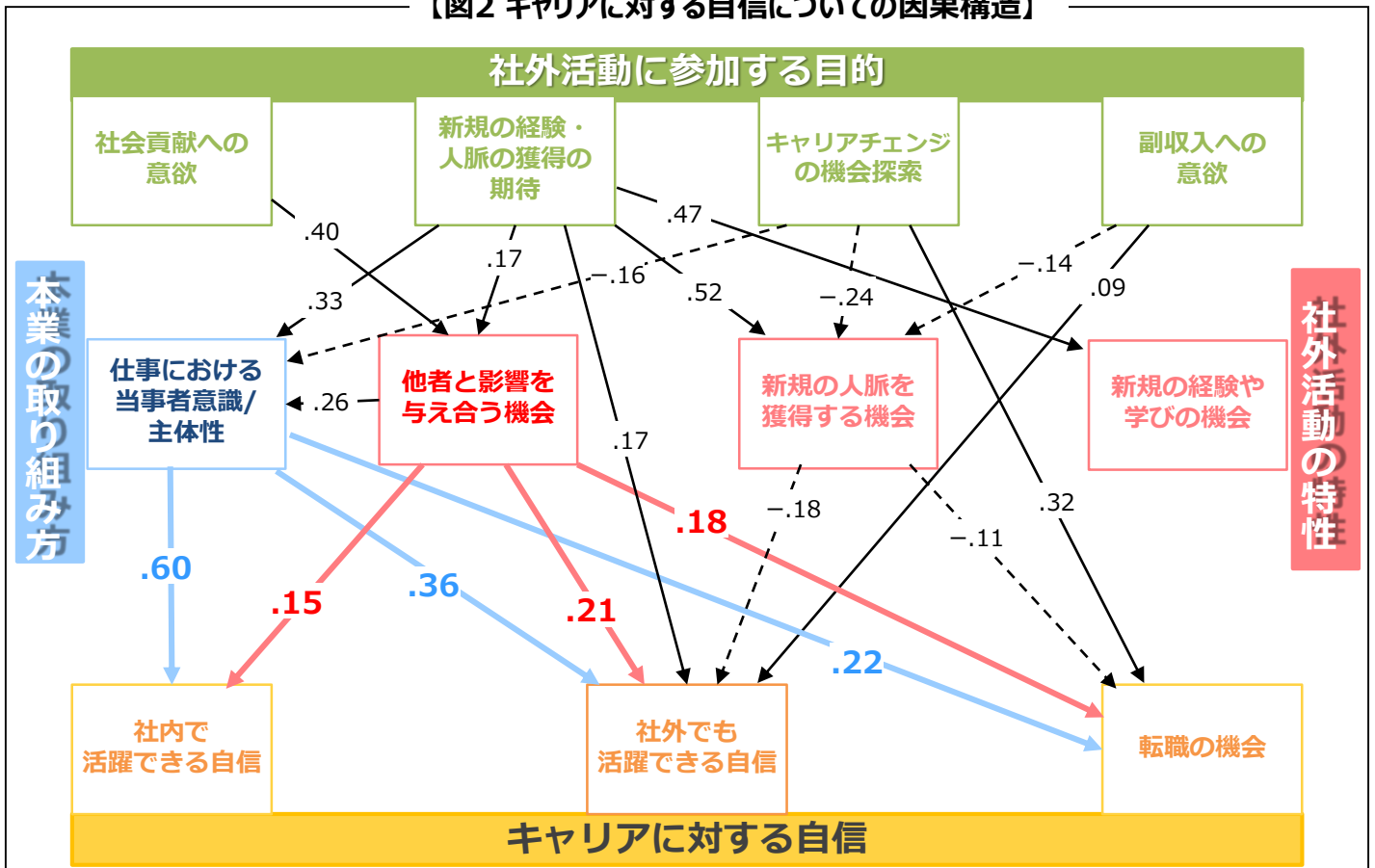
カテゴリ	因子	代表的な項目
社外活動に参加する目的	キャリアチェンジの機会探索	<ul style="list-style-type: none"> <li>転職先を探す</li> <li>本業では自分の思うように仕事を進められない</li> <li>将来の転職に備えてアピールできる実績を積む、など</li> </ul>
	新規の経験・人脈の獲得の期待	<ul style="list-style-type: none"> <li>本業では得ることが出来ない新しい知見やスキル、経験を得る</li> <li>新しいネットワークを広げるために参加した、など</li> </ul>
	社会貢献への意欲	<ul style="list-style-type: none"> <li>困っている人の役に立つ</li> <li>社会課題の解決に取り組むために参加する</li> <li>会社以外の場所で感謝される、など</li> </ul>
	副収入への意欲	<ul style="list-style-type: none"> <li>副収入（趣味に充てる資金）を得る</li> <li>副収入によって生活費を得る、など</li> </ul>
社外活動の特性	他者と影響を与え合う機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>私のすることは、組織内外の多くの人に大きな影響を及ぼす</li> <li>私の作業結果について、頻繁に上司やリーダー、同僚やチームメンバーからフィードバックを受けている</li> <li>社会的意義を感じられる活動である、など</li> </ul>
	新規の人脈を獲得する機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>活動をするにあたって普段出会えない様な多様な知人が増えた</li> <li>複数のメンバーで形成されたチームやコミュニティに属する活動である、など</li> </ul>
	新規の経験や学びの機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>活動するにあたって、新たなスキルや知識を身に付ける必要がある</li> <li>これまで用いていなかった方法や、やり方を自分自身で新しく取り入れている、など</li> </ul>
本業の取り組み方	仕事における当事者意識/主体性	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客（社外、社内含む）の依頼どおりに動くだけではなく、顧客自身に気づきを促すことをこころがけている</li> <li>職場・チームの目標が曖昧でも、業務で必要なことは自ら意思決定する</li> <li>顧客（社外、社内含む）が本質的に達成したいことを知るために、コミュニケーションを工夫している、など</li> </ul>
キャリアに対する自信	社内で活躍できる自信	<ul style="list-style-type: none"> <li>本業において周囲から必要とされている</li> <li>本業において組織に貢献できている</li> <li>今勤めている会社において、まだまだキャリアアップできる、など</li> </ul>
	社外でも活躍できる自信	<ul style="list-style-type: none"> <li>私は今勤めている会社でのキャリアより、会社の外でチャレンジしたほうが成功できると考えている</li> <li>今勤めている会社以外でも、今以上に満たされる仕事を見つける自信がある、など</li> </ul>
	転職の機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>私はヘッドハンティングの誘いを受けることがある</li> <li>今勤めている会社以外に転職の誘いを受けている会社がある、など</li> </ul>

## 因果構造（共分散構造分析）の結果

因果構造（共分散構造分析）の結果、図2の表で示している因果関係がわかりました。

- ① 社外活動の特性のうち、「キャリアに対する自信」にプラスの影響を及ぼすのは、「他者と影響を与え合う機会」のみである（下図赤線部分）
- ② 「仕事（本業）における当事者意識・主体性」を高めることで、さらに「キャリアに対する自信」につながる（下図青線部分）。「仕事（本業）における当事者意識・主体性」を高めるには、社外活動で「他者と影響を与え合う機会」のある活動への参加が有用である。
- ③ 社外活動に参加する目的によって、キャリアに対する自信への影響の仕方は異なる。例えば、社外活動の目的が「キャリアチェンジの機会探索」のみであると、社内・社外で活躍できる自信は高まらない。

【図2 キャリアに対する自信についての因果構造】



\*GFI=0.986、AGFI=0.961、CFI=0.991、RMSEA0.043

\*分析結果を図示するにあたり、簡略化のため、決定係数、相関関係、誤差変数の表記は省略した

\*分析結果を図示するにあたり、表記したパスはすべて有意であり、正の影響を及ぼす関係を実線、負の影響を及ぼす関係を点線で記載

## 結論

今回の調査から、以下の結論が導かれました。

- 社外活動に参加すればキャリアへの自信がつかわけではない。キャリアに対する自信を高めるには、「他者と影響を与え合う機会」のある活動（社会に影響を与えたり、他者からのフィードバックを得られるなど）を実施することが必要である。
- 「他者と影響を与え合う機会」のある活動を実践するには、活動に参加する際、社会貢献への意欲、新規の経験・人脈獲得への期待などの目的を持って活動に臨むことが重要である。

「サンカク」および「二枚目の名刺」は今回の調査結果を、今後の社外活動の場づくりにも活かしていきたいと考えています。