

報道関係者各位
プレスリリース

2024年2月1日
株式会社 mitoriz

副業する理由は収入増加、副業しない理由は時間の余裕がない、が最多！ 副業継続中は10年以上が多数も、過去に経験ありは1年未満が4割越え！

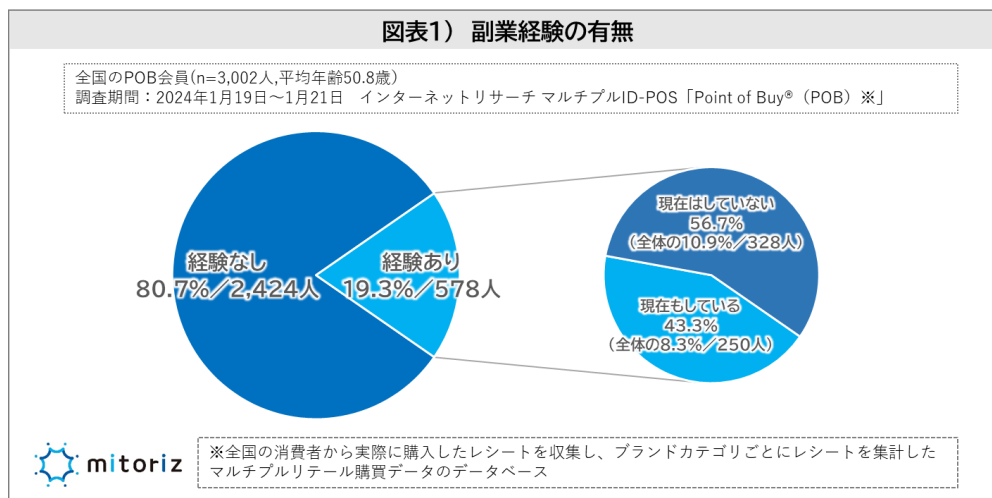
株式会社mitoriz（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、消費者購買行動データサービス「Point of Buy®（以下、POB）」の会員3,002人に「副業に関する調査」を実施致しました。

企業が従業員に副業を推奨するなど、副業が身近になる中、その実態を明らかにすべく、副業経験の有無や経験年数、始めた理由などを調査しました。2月9日を「副業の日」に向け、レポート第1弾を公開致します。

《調査サマリー》

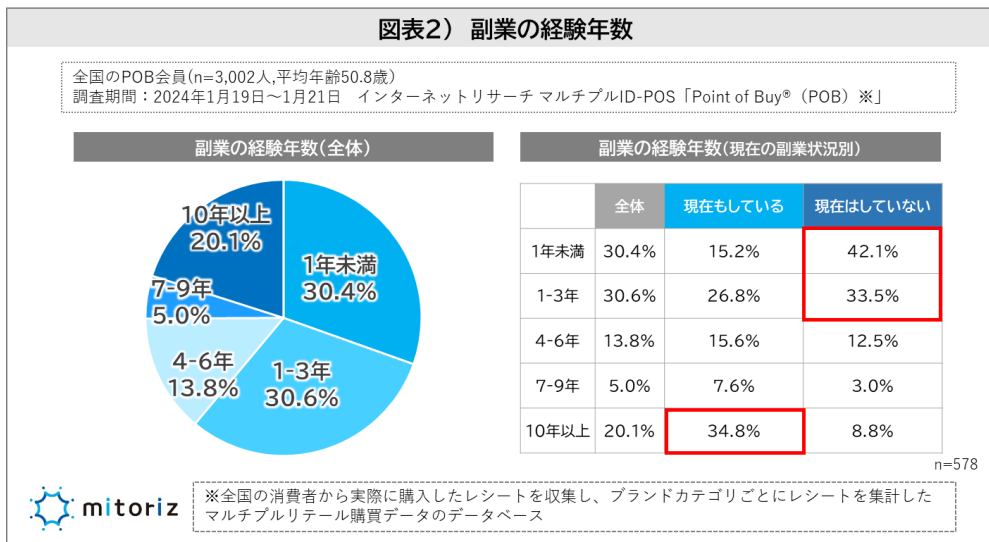
- ・副業をした経験がある人は2割で、現在進行形で副業をしている人は1割弱
- ・副業の経験年数は「1-3年」が最も多いも、現在進行形で副業中の人には「10年以上」が最多に
- ・副業を始めた理由は「収入を増やしたい」が8割を超えて圧倒的多数
- ・副業を始めた理由「余暇時間を有効活用するため」は男性より女性の数値が高い
- ・副業未経験者の4割が「副業に興味あり」と答える一方、副業しない理由は「時間の余裕がない」が最多

副業をした経験がある人は2割で、現在進行形で副業をしている人は1割弱



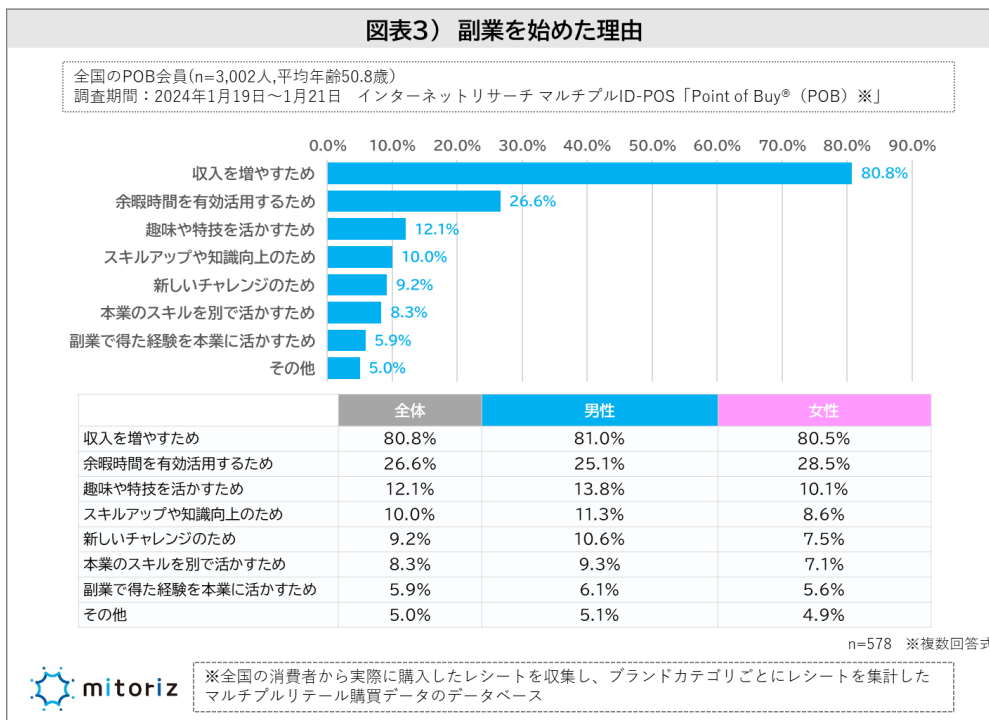
最初に「副業の経験の有無」を尋ねたところ「経験あり（19.3%／578人）」「経験なし（80.7%／2,424人）」と過去も含め副業経験のある人は約2割という結果でした。副業経験ありの578人の現在の副業状況については「現在もしている（43.3%／250人）」が約4割で、全体で見ると8.3%と、1割弱の人が現在も副業をしていると回答しています（図表1）。

副業の経験年数は「1-3年」が最も多いも、現在進行形で副業中の人は「10年以上」が最多に



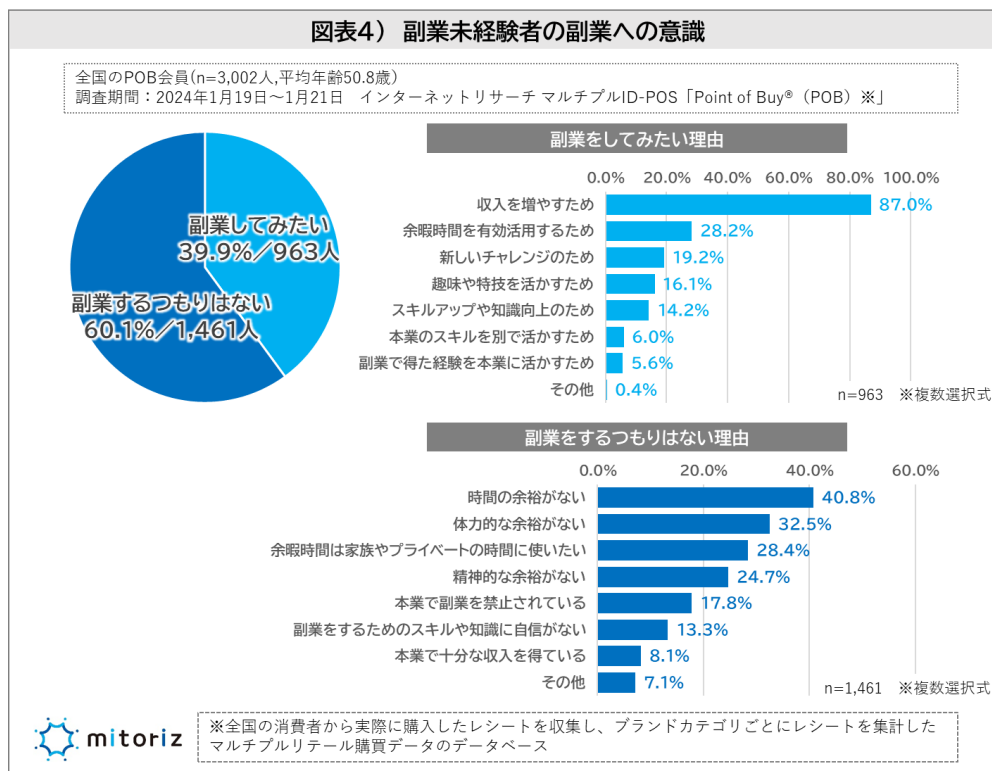
「副業経験あり」の578人を対象に「副業の経験年数」を尋ねたところ、「1-3年（30.6%）」が僅差で最多となり、続く「1年未満（30.4%）」と合わせて61%が副業の経験年数は3年以内という結果となりました。現在の副業状況で比較をすると、現在も副業をしている人は「10年以上（34.8%）」が最多となった一方で、過去に副業経験はあるが現在はしていない人は「1年未満（42.1%）」が最も多く4割を超えており、続く「1-3年（33.5%）」を合わせて75.6%と高い数値となっています。副業を始めたものの、様々な事情が続けられず、3年以内で辞めてしまう人が多いといった可能性が考えられます（図表2）。

副業を始めた理由は「収入を増やしたい」が8割を超え圧倒的多数



「副業経験あり」の578人を対象に「副業を始めた理由」を尋ねたところ「収入を増やすため（80.8%）」が最多で非常に高い選択率となりました。選択率に大きく差があるものの「余暇時間を有効活用するため（26.6%）」「趣味や特技を活かすため（12.1%）」と続いています。男女で比較すると男性の数値が全体的に高く、スキルアップやチャレンジに関する理由も選択されている傾向がある一方で「余暇時間を有効活用するため」については女性の数値が高くなっています（図表3）。

未経験者の4割が「副業してみたい」と答える一方、副業しない理由は「時間の余裕がない」が最多



「副業経験なし」の2,424人を対象に「今後、副業をしたいか」を尋ねた結果「副業してみたい（39.9%/963人）」「副業するつもりはない（60.1%/1,461人）」となり、副業未経験者の4割は副業をすることに興味を持っていることわかりました。

続いて「副業をしてみたい」と回答した963人にその理由を尋ねたところ「収入を増やすため（87.0%）」が最も多く「余暇時間を有効活用するため（28.2%）」と続きました。1番目と2番目は副業経験者（578人）が「副業を始めた理由」と同じ並びとなりましたが、始めた理由では9.2%だった「新しいチャレンジのため」が副業をしてみたい理由では2倍超となる19.2%で3番目に入っています。

一方「副業をするつもりはない」と回答した1,461人に理由を尋ねたところ「時間の余裕がない（40.8%）」が最も多い結果となりました。「体力的な余裕がない（32.5%）」「精神的な余裕がない（24.7%）」といった時間、体力、気持ちに余裕がないため、という理由が上位に並びますが「余暇時間は家族やプライベートの時間にしたい（28.4%）」も3番目にと上位に入っており、ワークライフバランスに対する多様な考え方を垣間見ることができます（図表4）。

【アンケート調査概要】

調査期間：2024年1月19日~1月21日

調査対象：mitorizの消費者購買行動レポートデータサービス「Point of Buy®」の登録会員（POB会員）
POB会員（平均年齢50.8歳）

調査方法：インターネットによる自社調査（有効回答数：3,002件）

※次回、副業に関する調査の第2弾を2月上旬に公開予定

消費者購買行動データサービス「Point of Buy®」

国内最大級の消費者購買DBを活用し、メーカーや小売りなどのマーケティングを支援するサービスです。レシートに記載された購買情報を活用しているため、POSやID-POSデータで開示されていない小売りチェーンのデータや、個のユーザー（シングルソース）に紐づいた、業態を横断した購買行動や併売商品など断続的な購買行動を把握できます。

Point of Buy® : <https://www.mitoriz.co.jp/lp/pob/>

サービスページ : <https://www.mitoriz.co.jp/business/service/digitalmarketing-multi-idpos/>

【転載・引用に関する注意事項】

本レポートの著作権は、株式会社mitorizが保有します。調査レポートの内容の一部を転載・引用される場合には、事前に弊社までご連絡ください。

お問い合わせの際には、以下の内容をお知らせください。

1. 転載・引用したい調査レポートとその範囲

2. 用途・目的 なお、内容によっては、転載・引用をお断りする場合がございます。

※本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

例：「株式会社mitorizが実施した調査によると…」

※以下の行為は禁止いたします。

- ・データの一部または全部を改変すること
- ・本レポートを販売・出版すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと

【報道関係お問い合わせ】

コーポレート本部 経営管理部 田中（たなか）

TEL : 03-6328-0052 FAX : 03-6328-3631 MAIL : press@mitoriz.co.jp

【会社概要】

会社名：株式会社mitoriz

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：1億円

代表取締役社長：木名瀬 博

HP：<https://www.mitoriz.co.jp/>

全国の主婦を中心とした60万人を超える登録スタッフネットワーク（アンケート会員含む）を活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など227,537店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。

キャスト・データ・ネットワークを活用して、新たなつながりを創出し、人やモノの潜在価値を顕在化させ、社会に新たな価値を提供し、ビジネスを通じて社会課題を解決していきます。