

第2章 首都圏人材の地方における副業・兼業の意向と実態

2.1 調査概要

(1) 調査目的

首都圏人材の地方企業での副業・兼業に関する意向や実施状況を把握し、東北圏での副業・兼業への興味関心や動機、副業・兼業の実態や課題を明らかにする。

なお、本調査は首都圏人材全般を対象とした「首都圏人材の副業・兼業の意向調査」（以下、①「全体調査」）と、首都圏人材のうち地方で副業・兼業を実施している者（以下、「実施者」）、地方での副業・兼業を予定している者（以下、「実施希望者」）、地方での副業・兼業に関心のある者（以下、「実施関心者」）を対象とした「地方企業での副業・兼業への意識および実態調査」（以下、②「地方抽出調査」）の二本立てで実施した（図表 2-1）。

① 首都圏人材の副業・兼業の意向調査（「全体調査」）

[調査対象] 首都圏在住の 20～60 代の有職者の男女 n=20,000

[調査期間] 2021 年 7 月 15～19 日

② 地方企業での副業・兼業への意向および実態調査（「地方抽出調査」）

[調査対象] 首都圏以外の地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者

n=1,518（実施者 n=253、実施希望者 n=235、実施関心者 n=1,030）

[調査期間] 2021 年 7 月 19 日～26 日

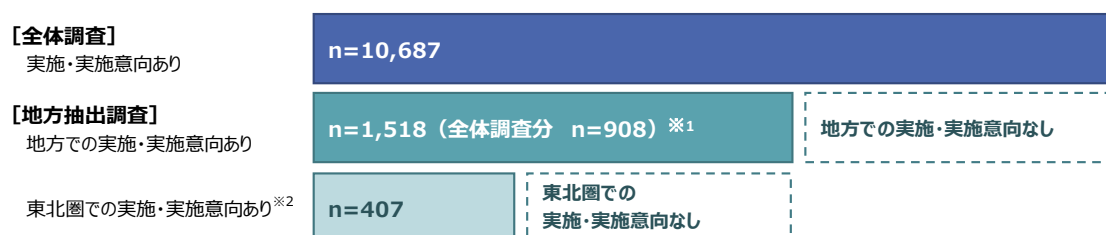
(2) 調査方法

インターネット調査モニターを用いたインターネット定量調査

(3) 記述について

- ・ サンプルサイズ 30 未満は参考値とし、「(数値)」で表示
- ・ グラフのスコアラベル 2.0%未満は非表示
- ・ 「SA」は単一回答、「MA」は複数回答

図表 2-1 各調査と分析対象者のイメージ



※1 「地方抽出調査」のサンプルサイズ (n=1,518) と「全体調査」の地方での実施・実施意向ありのサンプルサイズ (n=908) は、各調査ごとに分析対象者を母集団から抽出したため各個体は必ずしも一致しない

※2 分析では、「地方抽出調査」から東北圏での実施・実施意向ありの者を抽出し、「東北圏」と「地方全体」（地方での実施・実施意向あり）に区別した

2.2 副業・兼業の実態および意向

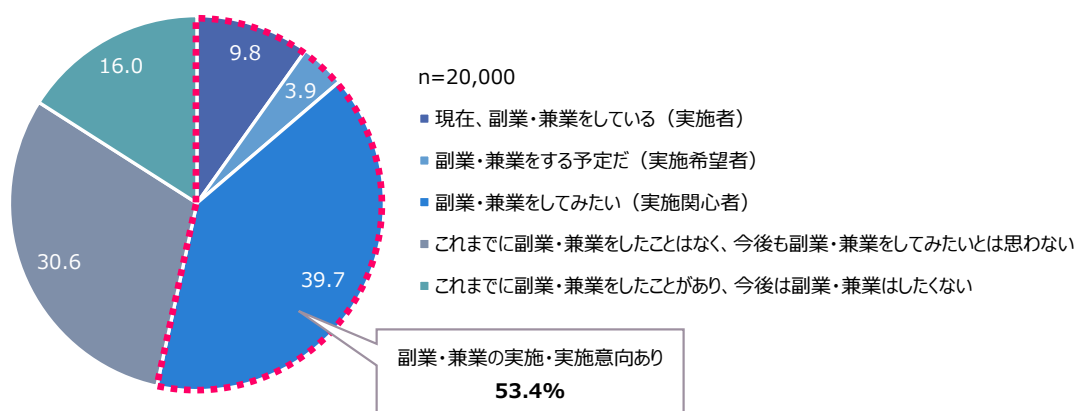
(1) 副業・兼業の実施・関心割合

首都圏人材の副業・兼業の実施・関心割合を見ると（図表 2-2）、「現在、副業・兼業をしている」と回答した人（「実施者」）は全体の 9.8%であった。また、「副業・兼業をする予定だ」と回答した人（「実施希望者」）は 3.9%、「副業・兼業をしてみたい」と回答した人（「実施関心者」）は 39.7%となり、副業・兼業の実施・実施意向者は全体の 53.4%となった。

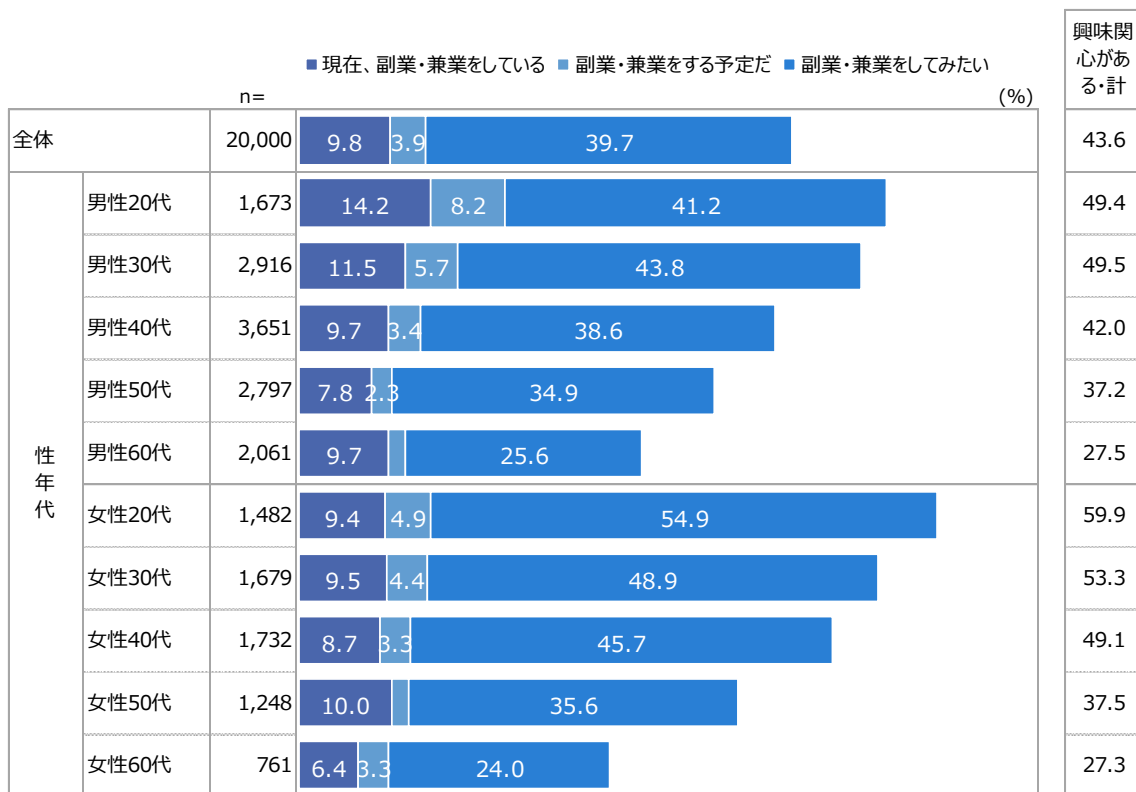
性年代別に見ると（図表 2-3）、男性では実施者および実施希望者の割合は 20 代（14.2%、8.2%）、実施関心者の割合は 30 代（43.8%）が高かった。一方、女性では実施者の割合は 50 代（10.0%）、実施希望者および実施関心者の割合は 20 代（4.9%、54.9%）が高かった。男女別に属性を比較すると、実施者では 50 代を除くすべての年代で男性が女性よりも高い割合となったが、実施意向者（「実施希望者」「実施関心者」）では 60 代を除くすべての年代で女性が男性よりも高い割合となった。なお、全体の傾向として男女とも低い年代で実施関心者の割合が高く、20～30 代若者の副業・兼業への関心の高さが明らかとなった。

業種別に見ると（図表 2-4）、サービス業や製造業に従事している人に実施・実施意向者が多いことがわかった。

図表 2-2 副業・兼業の実施・関心割合 [全体調査] (SA)



図表 2-3 【性年代別】副業・兼業の実施・関心割合 [全体調査] (SA)



※ 興味関心がある・計 = 「副業・兼業をする予定だ」 + 「副業・兼業をしてみたい」

図表 2-4 【本業の業種別】副業・兼業の実施・関心割合 [全体調査／実施・実施意向者] (SA)

		n=	農業・林業・漁業・鉱業	建設業	運輸業・郵便業	製造業	卸売・小売業	飲食店	金融業・保険業	不動産業	サービス業	医療・福祉関連業	学校・教育産業	官公庁・自治体・公共団体	マスコミ関連業	マーケティング業	調査業・広告代理業・その他
全体		10,687	0.3	5.3	3.3	20.0	10.2	1.3	6.5	3.5	22.5	9.5	3.3	3.6	1.3	1.1	8.3
副業・兼業意向あり	実施者	1,968	0.9	6.4	2.9	17.8	9.0	1.7	4.5	4.2	25.4	11.5	4.5	1.8	1.2	1.1	7.1
	実施希望者	785	0.4	6.4	3.7	22.8	9.6	1.8	6.1	3.4	20.5	8.8	2.7	2.7	1.1	1.0	9.0
	実施関心者	7,934	0.2	5.0	3.4	20.2	10.5	1.1	7.0	3.3	22.0	9.0	3.1	4.1	1.3	1.1	8.6

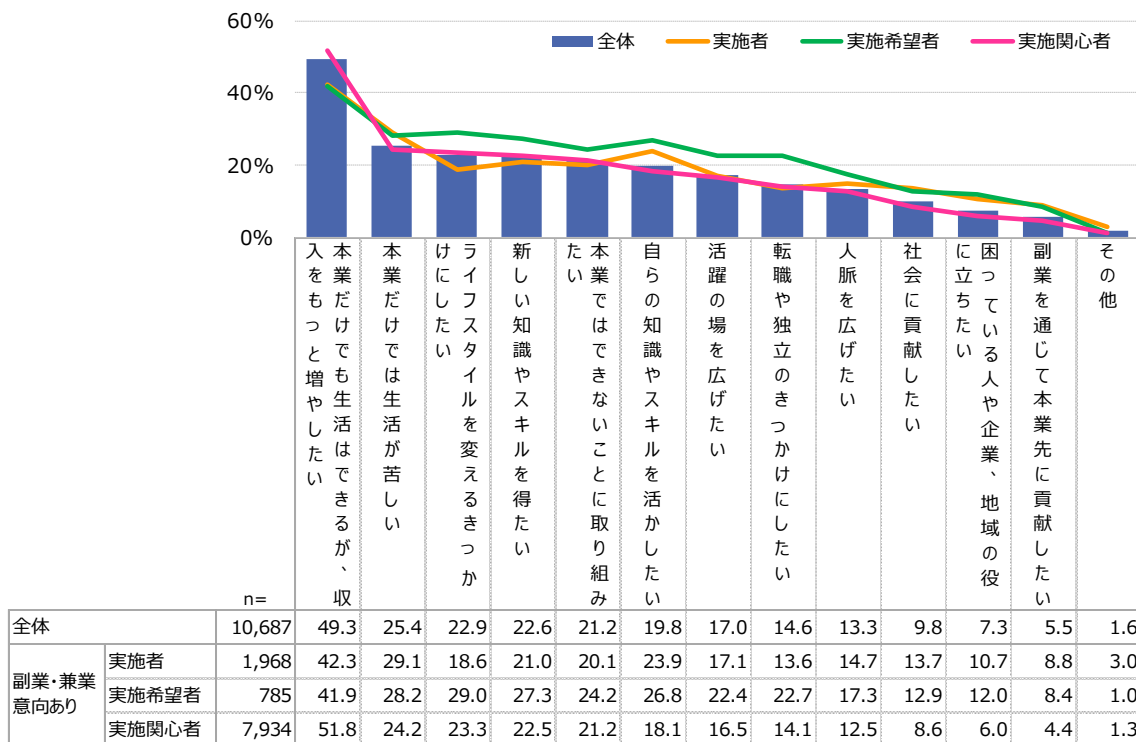
【順位】
1位 2位 3位

(3) 副業・兼業の目的

副業・兼業の目的について見ると（図表 2-6）、全体では「本業だけでも生活はできるが、収入をもっと増やしたい」（49.3%）、「本業だけでは生活が苦しい」（25.4%）が上位2つを占めており、収入補填を副業・兼業の主たる目的とする傾向が見られた。

属性別に見ると、3属性とも収入補填を重視する傾向にあるが、実施希望者では実施者および実施関心者に比べ「ライフスタイルを変えるきっかけにしたい」や「新しい知識やスキルを得たい」、「本業ではできないことに取り組みたい」などの回答割合が高くなっており、副業・兼業を通じてライフスタイルの充実や自己実現、キャリアチェンジを志向する傾向が見られた。

図表 2-6 副業・兼業の目的 [全体調査／実施・実施意向者] (MA)



2.3 首都圏以外の地方での副業・兼業の意向

(1) 地方での副業・兼業の希望

副業・兼業実施者の実施地域を見ると（図表 2-7）、「首都圏」が 92.3%、「首都圏以外の地方」が 4.3%（うち「東北圏」は 1.3%）となっており、実態として副業・兼業実施先のほとんどが首都圏となっていることがわかった。

次に実施者、実施希望者、実施関心者の希望する副業・兼業地域を見ると、全体では「首都圏」が 94.6%、「首都圏以外の地方」が 10.6%（うち「東北圏」は 2.8%）となった。属性別に見ても、3 属性とも 9 割超が「首都圏」を希望する一方、「首都圏以外の地方」を希望する割合は 1 割弱から 1 割強に留まった。なお、「東北圏」を希望する割合は 1 桁台前半に留まった。

図表 2-7 地方での副業・兼業意向 [全体調査／実施・実施意向者] (SA・MA)

			(%)		
			首都圏	首都圏以外の地方	東北圏
		n=			
実施地域	実施者	1,968	92.3	4.3	1.3
希望する地域	全体	10,687	94.6	10.6	2.8
	実施者	1,968	92.6	12.6	4.1
	実施希望者	785	90.4	14.8	4.6
	実施関心者	7,934	95.5	9.6	2.4

※1 実施地域が複数ある場合は、契約期間が最も長いもの

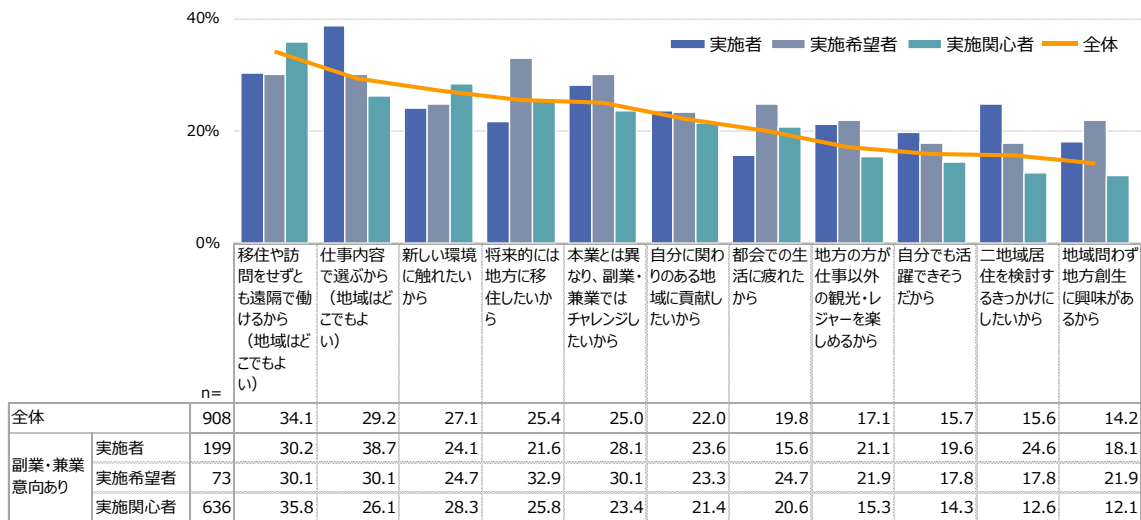
※2 実施地域がSA、希望する地域がMA

(2) 地方での副業・兼業を希望する理由

地方での副業・兼業を希望する理由を見ると（図表 2-8）、全体では「移住や訪問をせずとも遠隔で働けるから（地域はどこでもよい）」（34.1%）が最も多く、「仕事内容で選ぶから（地域はどこでもよい）」（29.2%）、「新しい環境に触れたいから」（27.1%）、「将来的には地方に移住したいから」（25.4%）、「本業とは異なり、副業・兼業ではチャレンジしたいから」（25.0%）が続いた。属性別に見ると、実施者は「仕事内容で選ぶから（地域はどこでもよい）」（38.7%）、実施希望者は「将来的に地方に移住したいから」（32.9%）、実施関心者は「移住や訪問をせずとも遠隔で働けるから（地域はどこでもよい）」（35.8%）が最も多かった。地方での副業・兼業を希望する理由は、遠隔でも働けることや地方に限らず希望する仕事内容の有無の他、都市部にはない人や地域との出会いなど新しい環境を求める傾向が見られた。

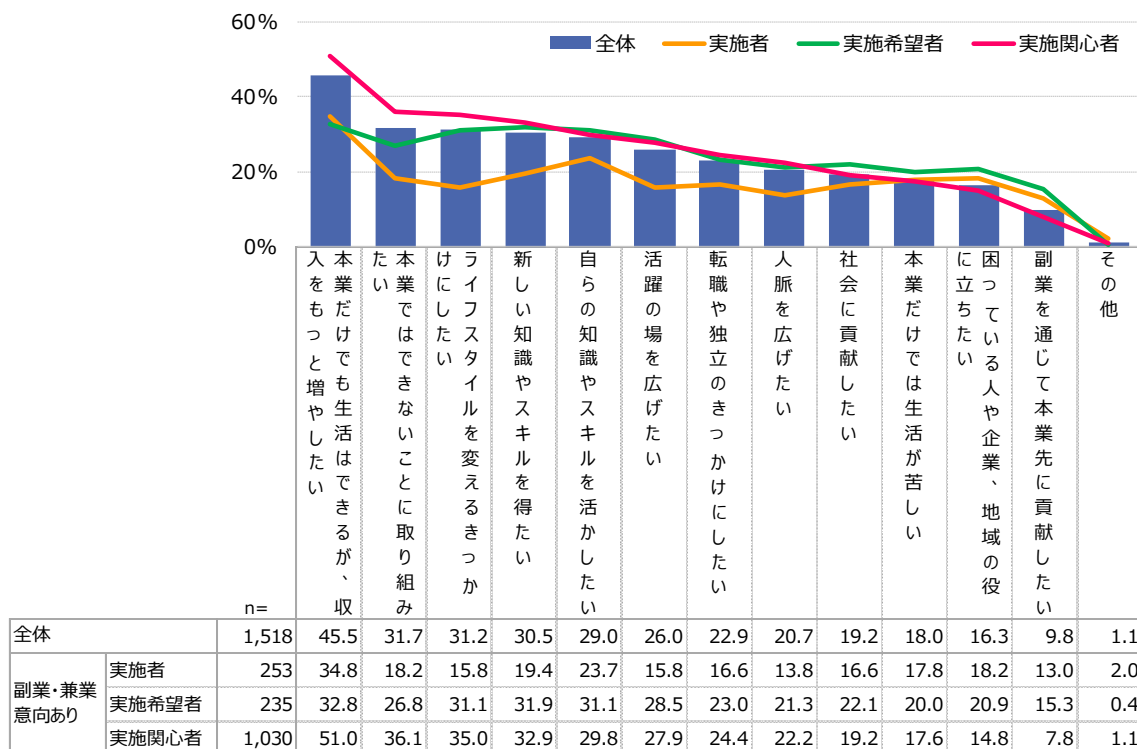
前節の副業・兼業の目的について、全体調査と地方企業の実施・実施意向者を比較すると（図表 2-9,10）、「本業だけでも生活はできるが、収入をもっと増やしたい」「本業だけでは生活が苦しい」「その他」を除いたすべての目的で地方企業での実施・実施意向者の回答割合が高かった。地方での副業・兼業に前向きな層は、収入補填のみならず自己実現やライフスタイルの充実を求める傾向が強く見られた。

図表 2-8 地方での副業・兼業を希望する理由 [全体調査／首都圏以外での実施・実施意向者] (MA)

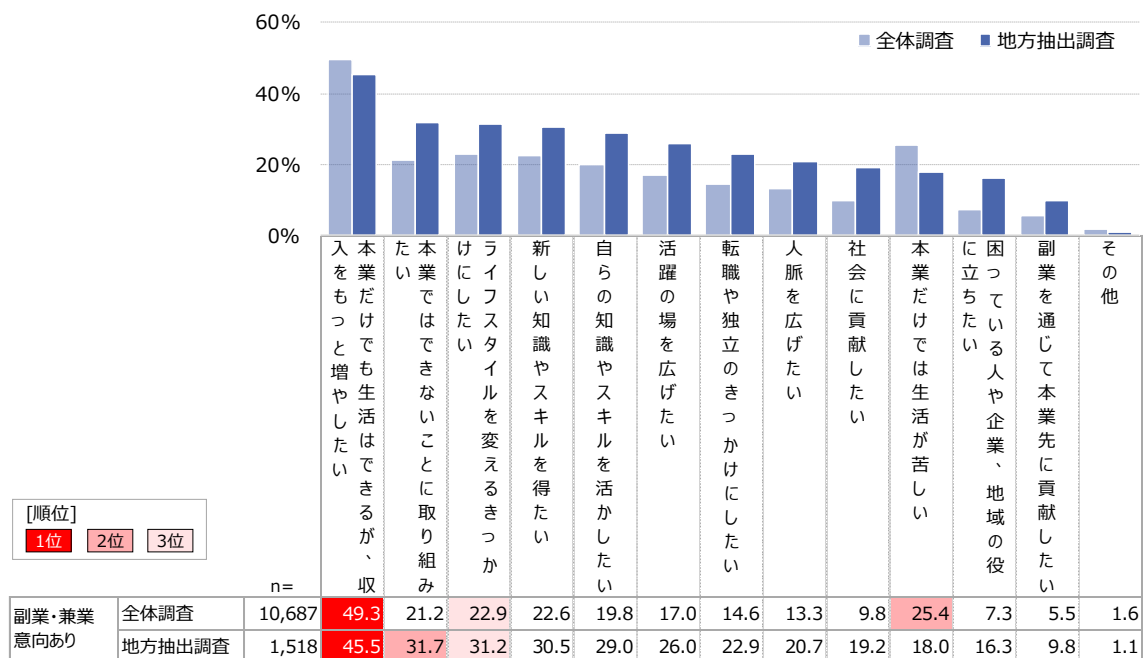


第2章

図表 2-9 副業・兼業の目的 [地方抽出調査] (MA)



図表 2-10 【全体調査・地方抽出調査別】副業・兼業の目的 [実施・実施意向者] (MA)

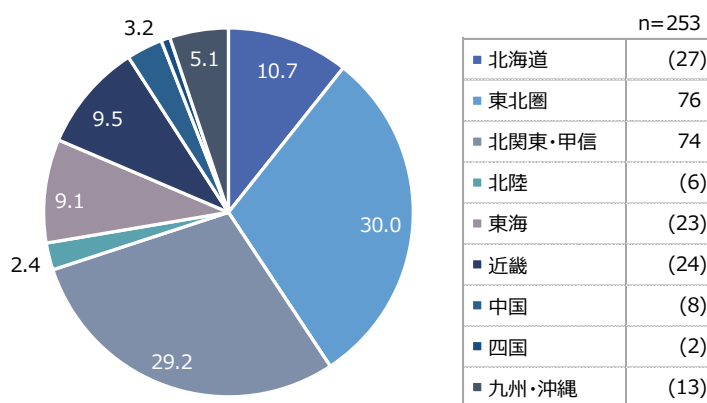


2.4 地方での副業・兼業の実施状況

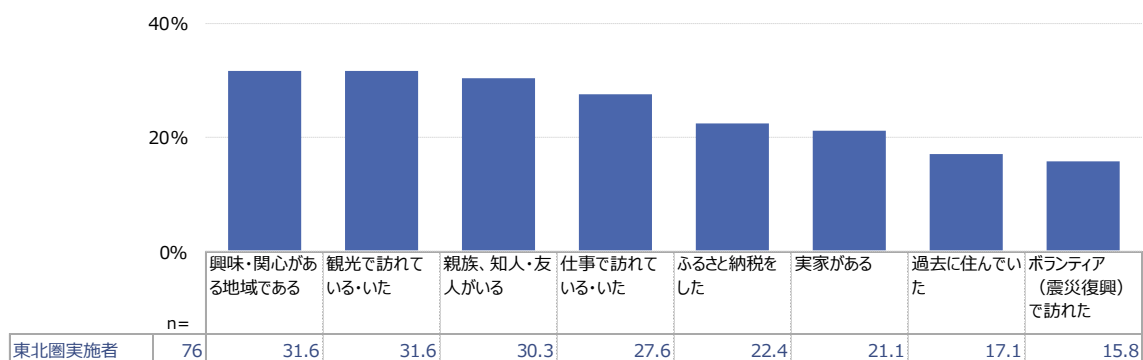
(1) 副業・兼業先企業の所在地

地方での副業・兼業実施者の副業・兼業先地域を見ると（図表 2-11）、「東北圏」の割合が30.0%と最も高く、次いで「北関東・甲信」が29.2%と続いた。なお、「東北圏」での副業・兼業実施者の地域との関わりについて見ると（図表 2-12）、「興味・関心がある地域である」（31.6%）、「観光で訪れている・いた」（31.6%）、「親族、知人・友人がいる」（30.3%）などが上位になった。

図表 2-11 副業・兼業先地域 [地方抽出調査／実施者] (SA)



図表 2-12 「東北圏」と副業・兼業実施者の関わり [地方抽出調査／東北圏実施者]



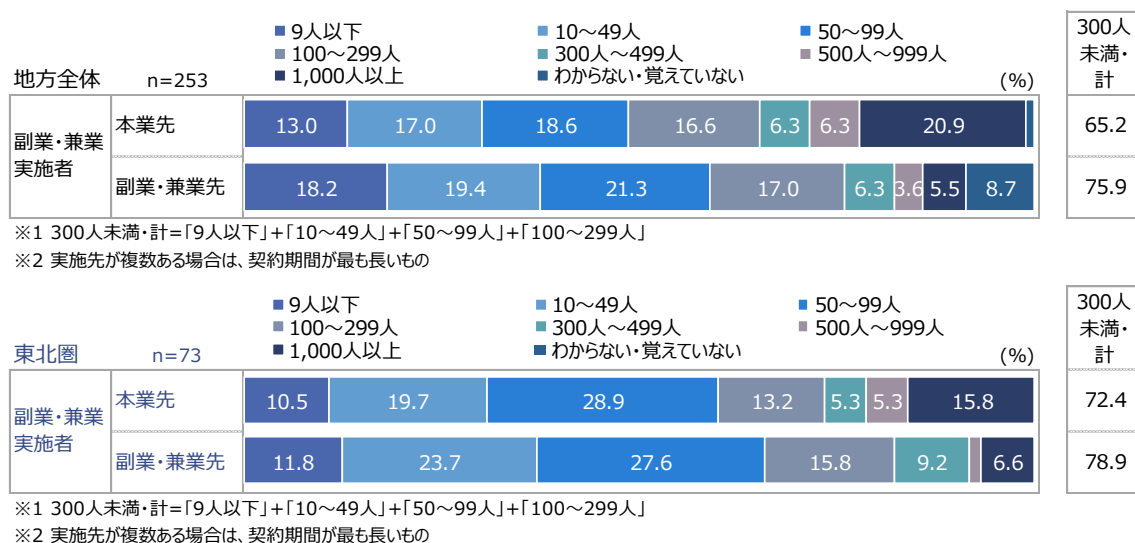
第2章

(2) 副業・兼業先の企業規模

地方での副業・兼業実施者の副業・兼業先の企業規模を見ると（図表 2-13）、全体では従業員数「50～99人」（21.3%）が最も多く、「10～49人」（19.4%）、「9人以下」（18.2%）が続いた。一方で、「東北圏」では「50～99人」（27.6%）が最も多く、「10～49人」（23.7%）、「100～299人」（15.8%）が続いた。

本業先と副業・兼業先の企業規模を比較すると、地方全体、東北圏ともに本業先よりも企業規模の小さな副業・兼業先を選択している傾向が見られた。

図表 2-13 本業先と副業・兼業先の企業規模 [地方抽出調査／実施者] (SA)



(3) 副業・兼業先企業の業種

地方での副業・兼業実施者の副業・兼業先の業種を見ると(図表 2-14)、「製造業」(28.5%)が最も多く、「サービス業」(15.0%)、「卸売・小売業」(9.5%)が続いた。なお、東北圏での副業・兼業実施者の副業・兼業先の業種を見ると、「製造業」(40.8%)が最も多く、「建設業」(15.8%)、「卸売・小売業」「サービス業」(7.9%)が続いた。

本業と副業・兼業先の業種の関係について見ると(図表 2-15)、本業と関係がある(「本業と強く関係がある」「本業と少し関係がある」と回答した割合が59.3%と半数を超えていた。地方での副業・兼業実施者は副業・兼業先において本業と関係のある業種に従事しており、本業で培った自らの知識やスキルを地方企業で活かしているものと推察される。

図表 2-14 本業および副業・兼業先の業種 [地方抽出調査/実施者] (SA)

		農業・林業・漁業・鉱業	建設業	運輸業・郵便業	製造業	卸売・小売業	飲食店	金融業・保険業	不動産業	サービス業	医療・福祉関連業	学校・教育産業	官公庁・自治体・公共団体	マスコミ関連業	マーケティング業	調査業・広告代理業・	その他
地方全体 n=253																	
副業・兼業実施者	本業先	4.7	13.4	2.0	35.2	5.9	1.6	2.4	4.0	16.2	4.3	3.2	1.6	1.2	1.6	1.6	2.8
	副業・兼業先	6.7	7.1	0.0	28.5	9.5	1.6	2.0	7.5	15.0	1.6	5.1	0.8	2.0	5.1	7.5	7.5

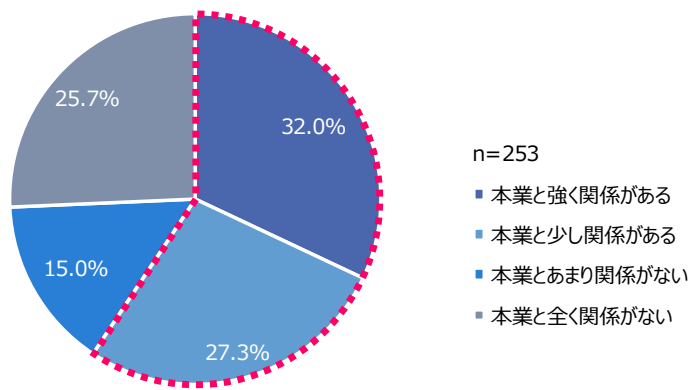
※ 実施先が複数ある場合は、契約期間が最も長いもの

		農業・林業・漁業・鉱業	建設業	運輸業・郵便業	製造業	卸売・小売業	飲食店	金融業・保険業	不動産業	サービス業	医療・福祉関連業	学校・教育産業	官公庁・自治体・公共団体	マスコミ関連業	マーケティング業	調査業・広告代理業・	その他
東北圏 n=76																	
副業・兼業実施者	本業先	9.2	13.2	1.3	48.7	2.6	1.3	1.3	1.3	9.2	3.9	3.9	1.3	0.0	0.0	0.0	2.6
	副業・兼業先	6.6	15.8	0.0	40.8	7.9	0.0	2.6	0.0	7.9	3.9	2.6	1.3	1.3	5.3	3.9	3.9

※ 実施先が複数ある場合は、契約期間が最も長いもの

第2章

図表 2-15 本業と副業・兼業先の業種の関係 [地方抽出調査／実施者] (SA)



※ 実施先が複数ある場合は、契約期間が最も長いもの

(4) 副業・兼業先の業務内容

地方での副業・兼業実施者の副業・兼業先の業務内容を見ると（図表 2-16）、地方全体では「情報システム」（11.5%）が最も多く、「作業・軽作業」（9.9%）、「商品開発」「営業企画」（9.5%）が続いた。東北圏では、「情報システム」（23.7%）が最も多く、「営業企画」（10.5%）、「商品開発」（9.2%）が続いた。なお、「情報システム」については、地方全体、東北圏ともに副業・兼業先の業務内容としての回答割合が高くなっており、首都圏企業で働く IT 人材が地方企業のデジタル化推進に貢献しているものと推察される。

本業と副業・兼業先の業務内容の関連性を見ると（図表 2-17）、本業と関係がある（「本業と強く関係がある」「本業と少し関係がある」）と回答した割合は 60.5%となった。

図表 2-16 副業・兼業先の業務内容 [地方抽出調査／実施者] (SA)

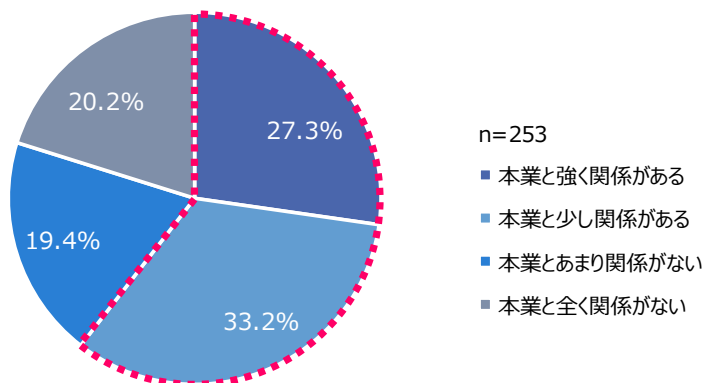
		経営企画	新規事業企画	商品開発	営業企画	人事・組織開発	マーケティング	広報・PR	Webデザイン	販売促進	海外事業	資金調達	経理・財務	情報システム	生産・製造	作業・軽作業	その他
地方全体 n=253																	
副業・兼業実施者	本業先	12.3	10.3	6.3	7.9	4.3	4.3	1.2	2.8	2.4	0.4	1.6	7.1	12.3	11.1	6.7	9.1
	副業・兼業先	6.7	6.3	9.5	9.5	2.0	4.7	3.2	4.3	4.7	2.0	2.0	4.7	11.5	7.5	9.9	11.5

※ 副業・兼業先が複数ある場合は、契約期間が最も長いもの

		経営企画	新規事業企画	商品開発	営業企画	人事・組織開発	マーケティング	広報・PR	Webデザイン	販売促進	海外事業	資金調達	経理・財務	情報システム	生産・製造	作業・軽作業	その他
東北圏 n=76																	
副業・兼業実施者	本業先	9.2	9.2	6.6	6.6	6.6	1.3	1.3	1.3	1.3	0.0	0.0	7.9	14.5	19.7	5.3	9.2
	副業・兼業先	2.6	5.3	9.2	10.5	1.3	3.9	5.3	2.6	1.3	2.6	1.3	6.6	23.7	7.9	5.3	10.5

※ 副業・兼業先が複数ある場合は、契約期間が最も長いもの

図表 2-17 本業と副業・兼業先の業務内容の関係 [地方抽出調査／実施者] (SA)



n=253

- 本業と強く関係がある
- 本業と少し関係がある
- 本業とあまり関係がない
- 本業と全く関係がない

※ 実施先が複数ある場合は、契約期間が最も長いもの

第2章

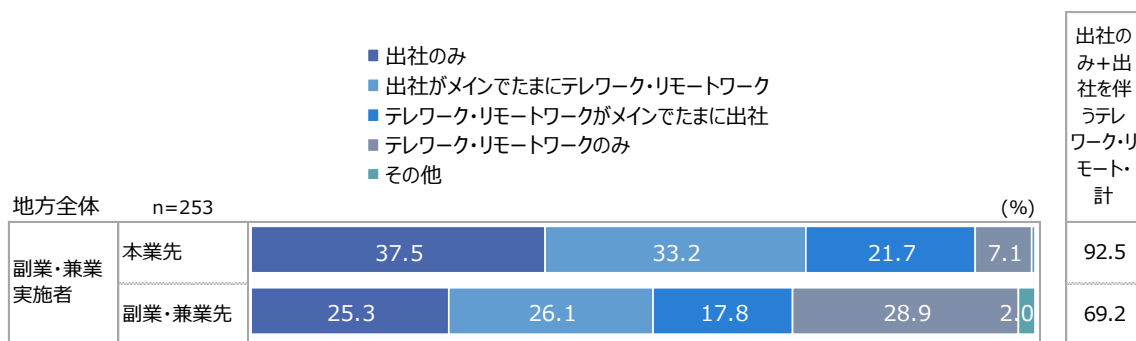
(5) 副業・兼業先の勤務形態

地方での副業・兼業実施者の副業・兼業先の勤務形態を見ると（図表 2-18）、地方全体では「テレワーク・リモートワークのみ」（28.9%）が最も多く、「出社がメインでたまにテレワーク・リモートワーク」（26.1%）、「出社のみ」（25.3%）が続いた。

一方、東北圏では「出社がメインでたまにテレワーク・リモートワーク」（40.8%）が最も多く、「出社のみ」（23.7%）、「テレワーク・リモートワークがメインでたまに出社」（21.2%）が続いた。

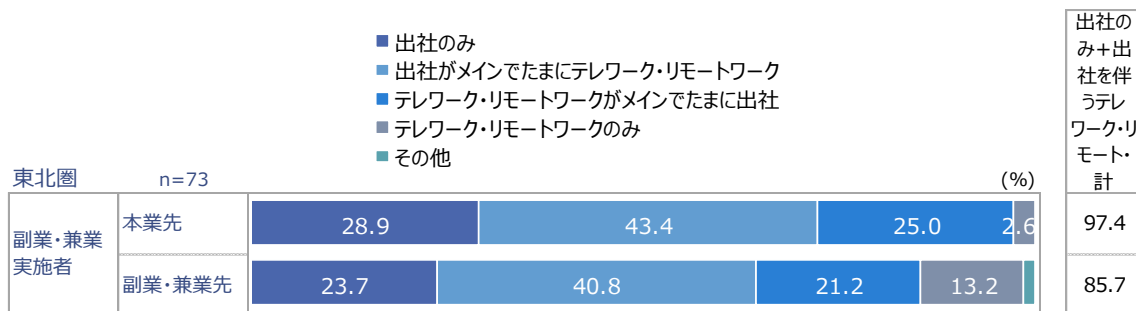
地方全体と東北圏での副業・兼業先の勤務形態を比較すると、東北圏では地方全体に比べ「出社がメインでたまにテレワーク・リモートワーク」の割合が高く、「テレワーク・リモートワークのみ」の割合が低い結果となった。

図表 2-18 副業・兼業先の勤務形態 [地方抽出調査／実施者] (SA)



※1 出社のみ+出社を伴うテレワーク・リモート・計=「出社のみ」+「出社がメインでたまにテレワーク・リモートワーク」+「テレワーク・リモートワークがメインでたまに出社」

※2 実施先が複数ある場合は、契約期間が最も長いもの



※1 出社のみ+出社を伴うテレワーク・リモート・計=「出社のみ」+「出社がメインでたまにテレワーク・リモートワーク」+「テレワーク・リモートワークがメインでたまに出社」

※2 実施先が複数ある場合は、契約期間が最も長いもの

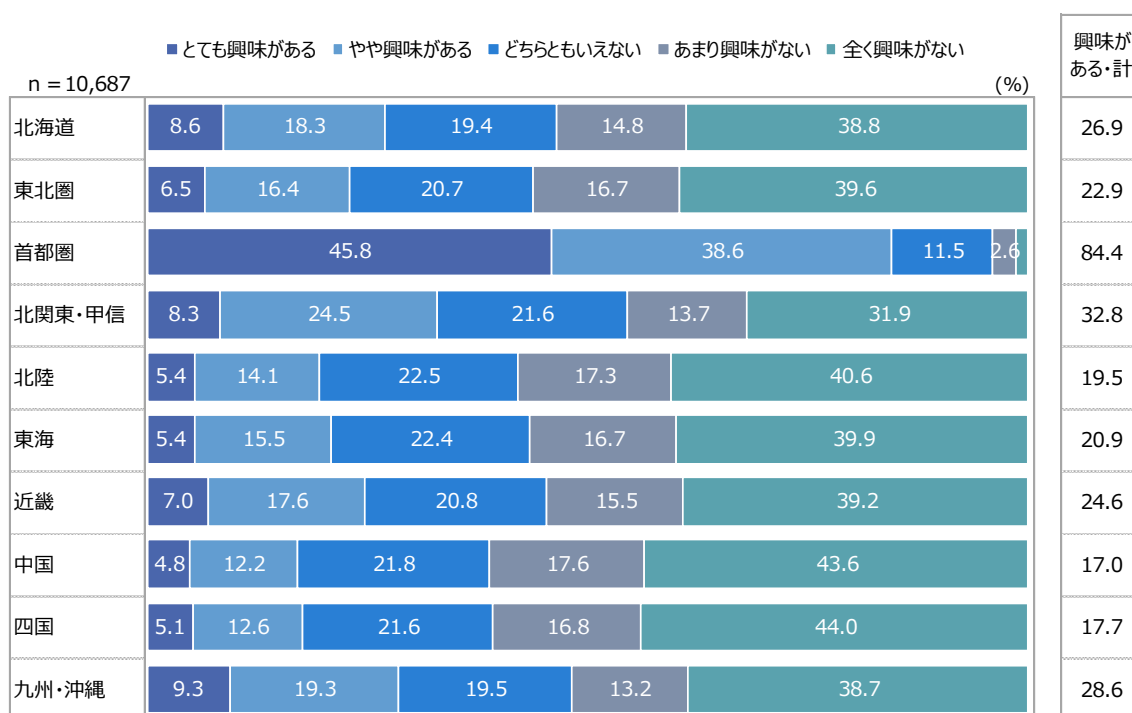
2.5 副業・兼業先としての各地域への関心状況

(1) 各地域での副業・兼業への興味度

首都圏人材の副業・兼業先としての各地域への興味度を見ると（図表 2-19）、「首都圏」（84.4%）とその周辺地域である「北関東・甲信」（32.8%）への興味度が高い傾向が見られた。テレワーク・リモートワークという勤務形態が前提にあるとしても、万が一出社が必要な場合を想定すれば副業・兼業先は通勤が可能なエリアであることは重要であり、首都圏からの近さやアクセスの良さが地域別の興味度に影響を与えていると考えられる。

「東北圏」への興味度については、首都圏以外の地域の中で中位に位置し、22.9%となっている。

図表 2-19 【地域別】副業・兼業の興味度 [全体調査／実施・実施意向者]



※ 興味がある・計 = 「とても興味がある」 + 「やや興味がある」

第2章

(2) 各地域での副業・兼業のイメージ

首都圏人材の各地域での副業・兼業に抱くイメージを見ると（図表 2-20）、「首都圏」に対してネガティブなイメージを選択する割合は低いが、地方に対しては一様に「首都圏からのアクセスが悪い」「求人が少なそう」「報酬が少なそう」といったネガティブなイメージを選択する傾向が見られた。地方におけるポジティブなイメージとしては「のんびりマイペースに働けそう」が挙げられた。

「首都圏」を除く地域別に見ると、「北海道」「九州・沖縄」は「仕事以外のレジャーやグルメを楽しめそう」（18.5%、17.6%）が多く、観光地としての魅力が副業・兼業先のイメージに影響を与えていると考えられる。「東北圏」については、他地域よりも「求人が少なそう」（22.3%）、「報酬が少なそう」（22.1%）、「業種や仕事内容が限られそう」（10.0%）、「通信インフラが整っていないそう」（9.5%）といったネガティブなイメージがあることが見て取れる。

図表 2-20 【地域別】副業・兼業のイメージ [全体調査／実施・実施意向者]

興味度 （「興味がある・計」）	イメージ																	
	首都圏からのアクセスが悪い	求人が少なそう	報酬が少なそう	のんびりマイペースに働けそう	大手・有名企業が少ない	仕事以外のレジャーやグルメを楽しめそう	業種や仕事内容が限られそう	通信インフラが整っていないそう	地域のひととの付き合い方に苦労しそう	地域のひとと関わるのが楽しそう	宿泊環境が整っていないそう	二地域居住しやすそう	おもしろそうな仕事がありそう	将来的に移住しやすそう	首都圏からのアクセスが良い	様々な仕事がありそう	大手・有名企業が多い	
n=10,687	84.4	2.1	2.0	2.5	3.9	1.5	8.1	1.8	4.2	3.5	3.3	2.8	5.3	20.0	4.8	50.2	43.3	43.5
首都圏	22.9	22.3	22.3	22.1	17.2	11.5	10.3	10.0	9.5	9.1	7.4	4.9	4.6	4.3	4.2	3.3	2.7	1.9
東北圏	26.9	22.7	17.4	17.4	21.3	8.3	18.5	8.9	7.3	4.3	7.3	3.6	6.2	7.0	7.7	2.4	3.2	2.6
北海道	32.8	11.9	15.2	13.1	14.7	8.3	9.2	7.8	4.8	5.6	5.7	3.2	6.6	5.7	7.1	18.0	5.9	3.3
北関東・甲信	19.5	22.5	19.6	16.2	14.0	10.0	11.6	9.1	6.6	6.3	6.0	3.9	3.7	4.8	4.0	2.3	2.7	1.8
北陸	20.9	13.0	11.1	10.1	9.6	4.7	9.7	5.8	3.7	6.3	5.0	2.8	4.7	7.3	4.8	10.2	9.2	8.4
東海	24.6	11.6	5.9	6.5	5.6	2.8	12.5	3.1	2.8	10.1	7.1	2.4	4.7	13.9	5.3	10.2	17.7	16.3
近畿	17.0	24.0	20.1	17.1	13.4	11.5	8.6	8.5	7.3	6.8	5.8	4.5	2.7	4.6	3.3	1.5	2.6	1.6
中国	17.7	25.5	21.4	17.8	15.4	12.1	10.4	9.3	7.9	6.4	6.3	4.6	2.8	5.2	3.7	1.4	2.5	1.3
四国	28.6	19.9	13.2	13.2	16.6	6.8	17.6	6.6	4.5	6.2	9.4	2.9	4.6	10.6	8.2	2.8	7.5	4.3
九州・沖縄																		

※ ポジティブなイメージ、ネガティブなイメージ

(3) 東北圏と他地域の興味度・イメージの比較

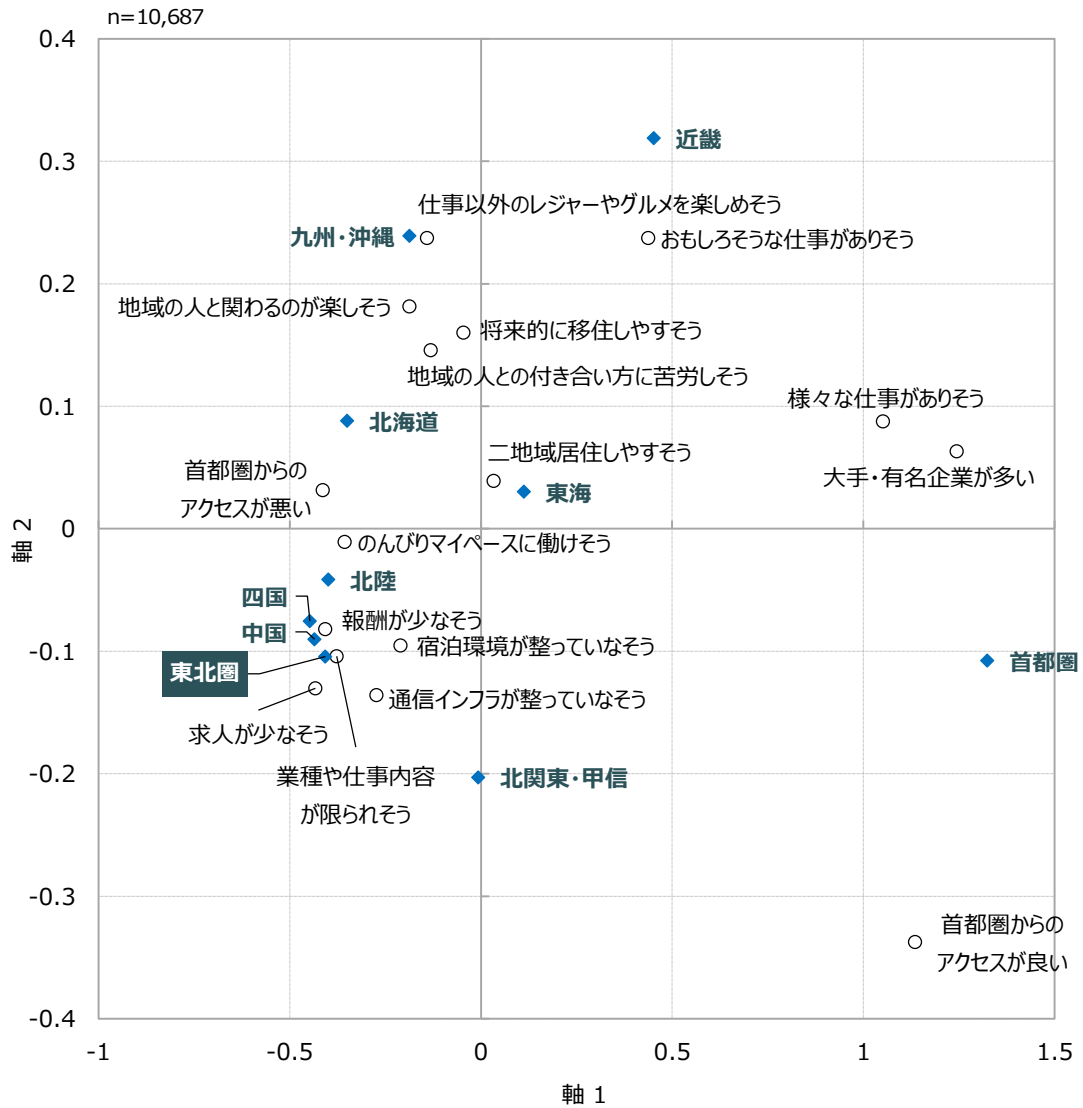
前項の首都圏人材の各地域での副業・兼業イメージをもとにコレスポネンズ分析¹を実施し、副業・兼業先としての「東北圏」と他地域との関係性やイメージの違いを可視化した。

当該分析結果によると、「首都圏」を除く地域のイメージは大きく3つ（第一象限、第二象限、第三象限）に分けられた。第一象限に位置する「近畿」については、「おもしろそうな仕事がありそう」「様々な仕事がありそう」といったポジティブなイメージとの関係が認められた。第二象限に位置する「北海道」「九州・沖縄」については、「仕事以外のレジャーやグルメを楽しめそう」「地域の人と関わるのが楽しそう」「将来的に移住しやすそう」といったポジティブなイメージとの関係が認められた。第三象限に位置する「東北圏」「北陸」「中国」「四国」については、「求人が少なそう」「報酬が少なそう」「業種や仕事内容が限られそう」「通信インフラが整っていないそう」「宿泊環境が整っていないそう」といったネガティブなイメージとの関係が認められた。

副業・兼業先としての「東北圏」は、「北陸」「中国」「四国」と同様にネガティブなイメージが先行するとともに、「近畿」や「北海道」「九州・沖縄」のように他地域とのイメージの差別化が図られていないのが現状である。「東北圏」が地域全体で副業・兼業人材の受入れを推進していく上で、今後どのようなイメージ戦略をとっていくかが重要な課題である。

¹ アンケート調査などのクロス集計表をもとに散布図を描き、自社と競合他社など複数ブランドのポジションの違いを可視化する分析手法

図表 2-21 各地域の興味度・イメージ [全体調査／実施・実施意向者]



(4) 東北圏での副業・兼業への関心を高めるイメージ要素

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者ごとにそれぞれ実施地域、実施希望地域、実施関心地域に「東北圏」が含まれているか否かを目的変数とし、「東北圏」のイメージを説明変数とした決定木分析を実施し、「東北圏」での副業・兼業の実施率、実施希望率、実施関心率が最大化するイメージ要素を検証した。

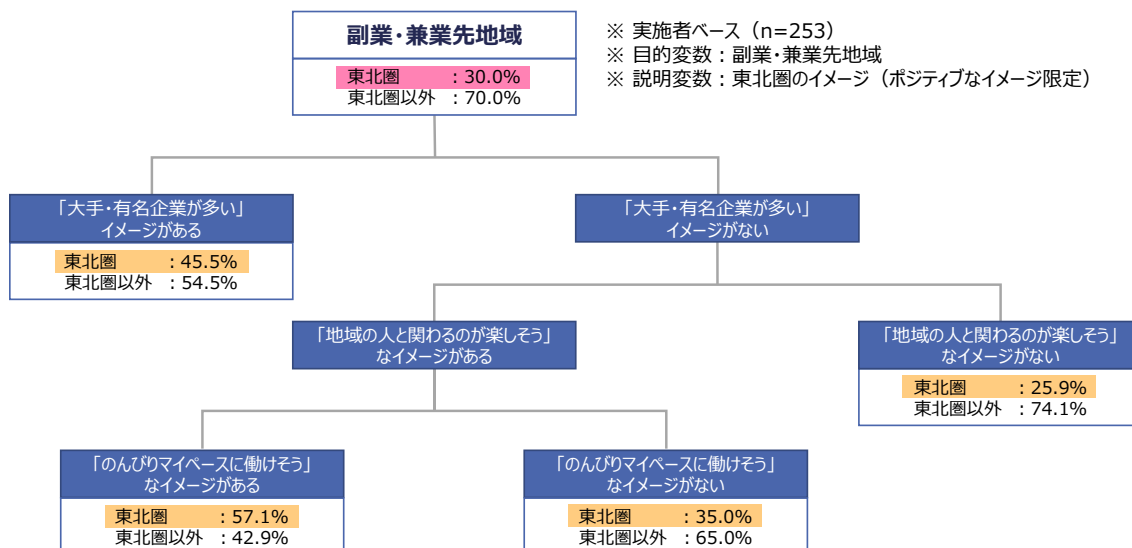
① 実施者の東北圏での副業・兼業実施率を最大化する要素

前述の通り、地方での副業・兼業実施者（n=253）のうち、副業・兼業の実施地域に「東北圏」が含まれている割合は 30.0%、含まれていない割合は 70.0%であった（図表 2-22）。

上記の値を目的変数とし、東北圏のイメージを説明変数とした決定木分析を実施したところ、副業・兼業の実施地域に東北圏が含まれる割合を最大化させる要素は、「大手・有名企業が多い」イメージがない、かつ「地域の人と関わるのが楽しそう」なイメージがある、かつ「のんびりマイペースに働けそう」なイメージがある場合（30.0%→57.1%、27.1pt プラス）であることがわかった。

東北圏での実施率を最大化させるためには、「地域の人と関わるのが楽しそう」「のんびりマイペースに働けそう」といったイメージを発信することが重要である。

図表 2-22 東北圏での実施率の最大化に必要なイメージ [地方抽出調査／実施者]



② 実施希望者の東北圏での副業・兼業希望率を最大化する要素

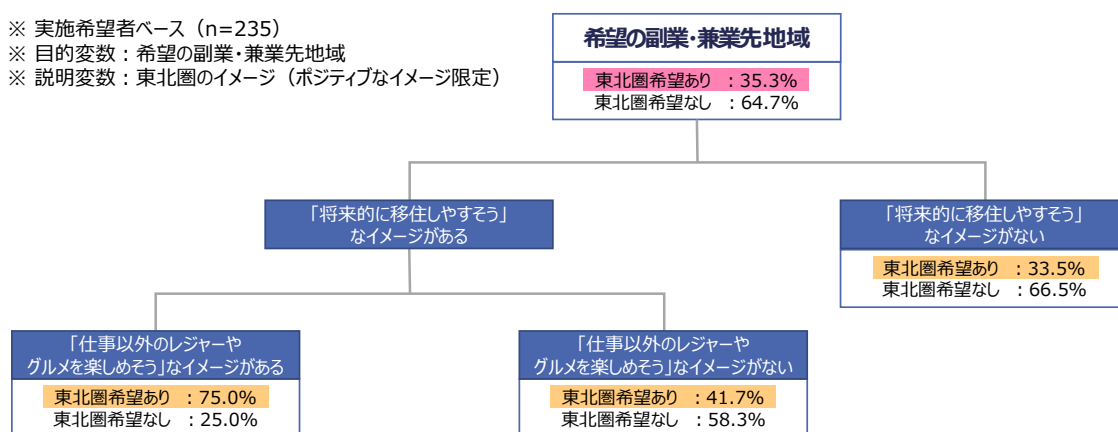
地方での副業・兼業実施希望者（n=235）のうち、副業・兼業の実施希望地域に「東北圏」が含まれている割合は 35.3%、含まれていない割合は 64.7%であった（図表 2-23）。

上記の値を目的変数とし、東北圏のイメージを説明変数とした決定木分析を実施したところ、副業・兼業の実施希望地域に東北圏が含まれる割合を最大化させる要素は、「将来的に移住しやすそう」なイメージがある、かつ「仕事以外のレジャーやグルメを楽しめそう」なイメージがある場合（35.3%→75.0%、39.7pt プラス）であることがわかった。

東北圏での実施希望率を最大化させるためには、「将来的に移住しやすそう」「仕事以外のレジャーやグルメを楽しめそう」といったイメージを発信することが重要である。

図表 2-23 東北圏での実施希望率の最大化に必要なイメージ [地方抽出調査／実施希望者]

- ※ 実施希望者ベース（n=235）
- ※ 目的変数：希望の副業・兼業先地域
- ※ 説明変数：東北圏のイメージ（ポジティブなイメージ限定）



③ 実施関心者の東北圏での副業・兼業関心率を最大化する要素

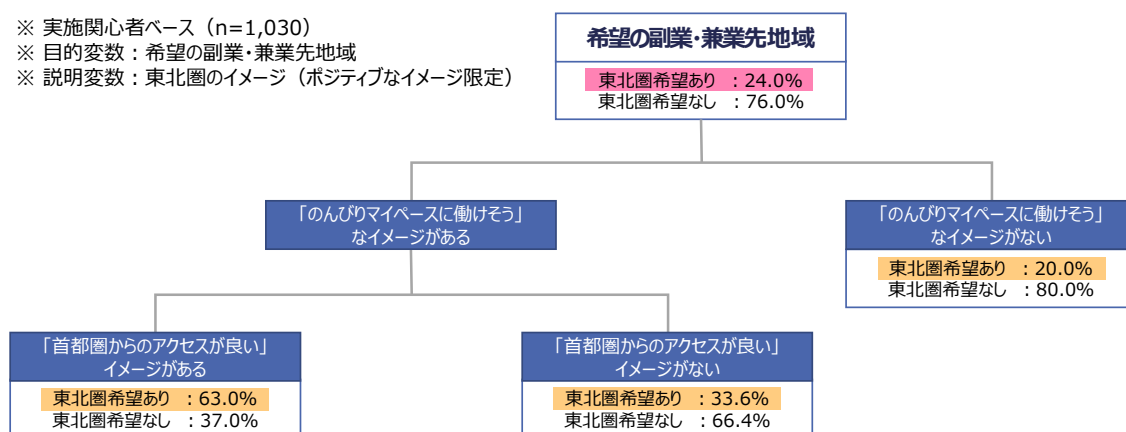
地方での副業・兼業実施関心者（n=1,030）のうち、副業・兼業の実施関心地域に「東北圏」が含まれている割合は24.0%、含まれていない割合は76.0%であった（図表2-24）。

上記の値を目的変数とし、東北圏のイメージを説明変数とした決定木分析を実施したところ、副業・兼業の実施関心地域に東北圏が含まれる割合を最大化させる要素は、「のんびりマイペースに働けそう」なイメージがある、かつ「首都圏からのアクセスが良い」イメージがある場合（24.0%→63.0%、39.0pt プラス）であることがわかった。

東北圏での実施関心率を最大化させるためには、「のんびりマイペースに働けそう」かつ「首都圏からのアクセスが良い」といったイメージを発信することが重要である。

図表 2-24 東北圏での実施関心率の最大化に必要なイメージ [地方抽出調査／実施関心者]

- ※ 実施関心者ベース（n=1,030）
- ※ 目的変数：希望の副業・兼業先地域
- ※ 説明変数：東北圏のイメージ（ポジティブなイメージ限定）



2.6 副業・兼業先企業の選定

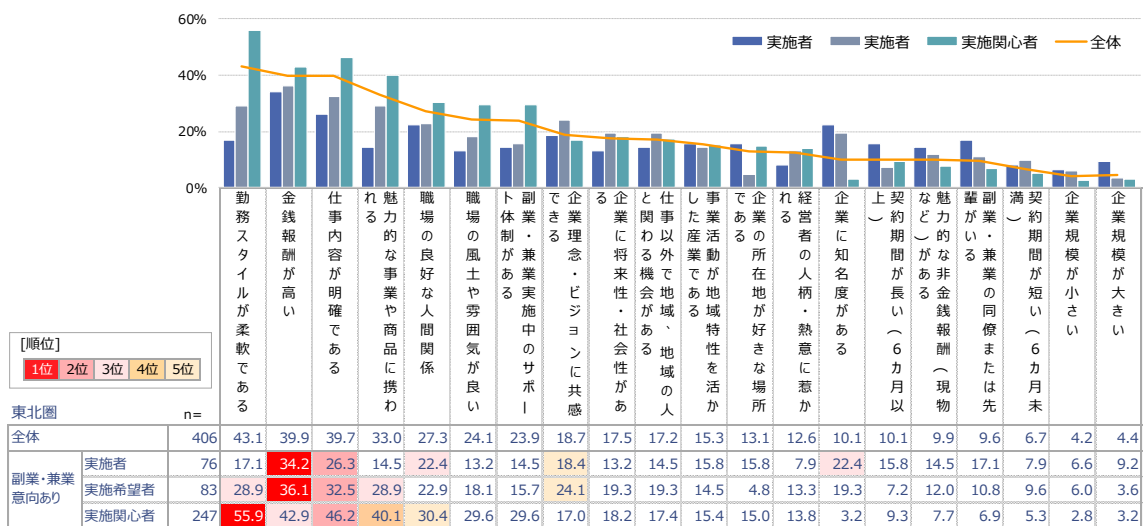
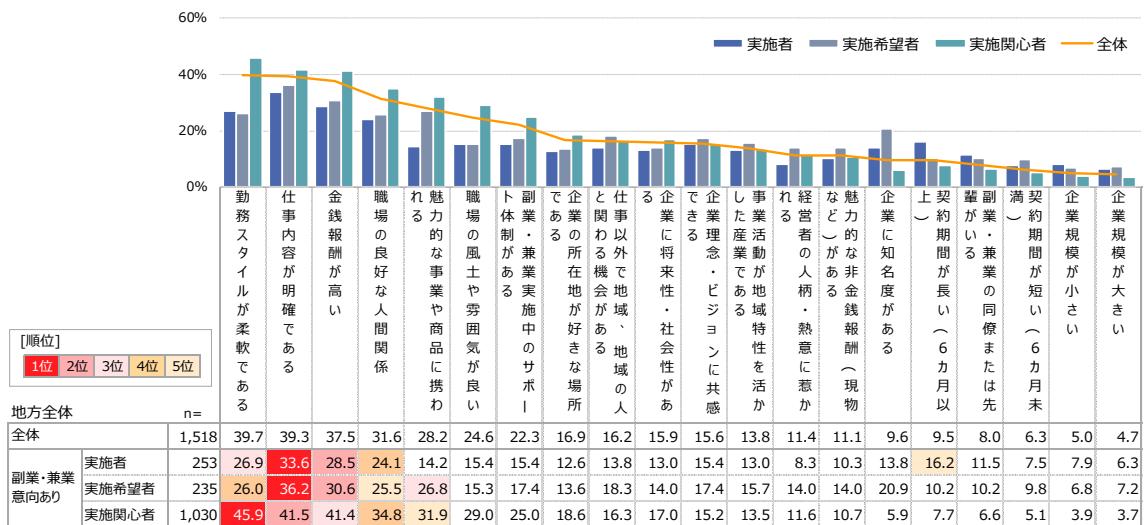
(1) 重視する企業の要素

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者が副業・兼業先企業を選ぶ際に重視する要素を見ると（図表 2-25）、地方全体では「勤務スタイルが柔軟である」（39.7%）が最も多く、「仕事内容が明確である」（39.3%）、「金銭報酬が高い」（37.5%）が続いた。属性別に見ると、実施者および実施希望者については「仕事内容が明確である」（33.6%、36.2%）、実施関心者については「勤務スタイルが柔軟である」（45.9%）が最も多かった。

一方東北圏では、「勤務スタイルが柔軟である」（43.1%）が最も多く、次いで「金銭報酬が高い」（39.9%）、「仕事内容が明確である」（39.7%）が続いた。属性別に見ると、実施者および実施希望者では「金銭報酬が高い」（34.2%、36.1%）、実施関心者では「勤務スタイルが柔軟である」（55.9%）が最も多かった。

地方全体と東北圏での副業・兼業先企業を選ぶ際に重視する要素を比較すると、東北圏では地方全体に比べ、「金銭報酬が高い」（地方 3 位→東北 2 位）、「魅力的な事業や商品に携われる」（地方 5 位→東北 4 位）、「企業理念・ビジョンに共感できる」（地方 11 位→東北 8 位）が上位に上がっていることなどが指摘できる。

図表 2-25 副業・兼業先企業を選定する際に重視すること [地方抽出調査] (MA)



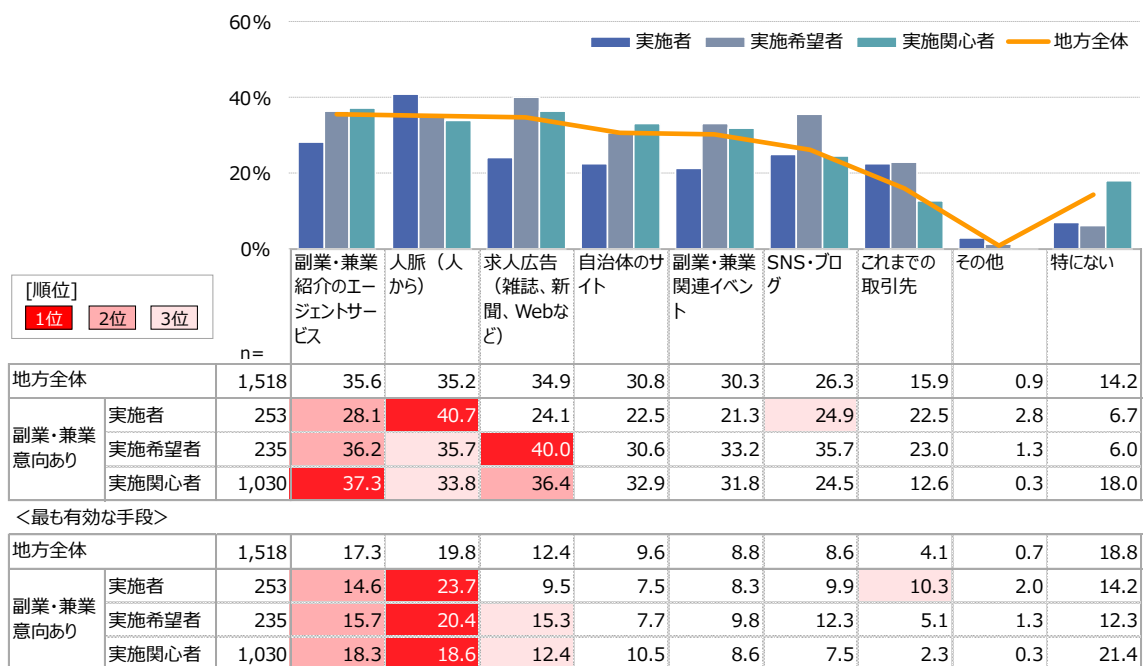
第2章

(2) 副業・兼業先企業の探し方

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者が副業・兼業先企業を探す手段を見ると（図表 2-26）、地方全体では「副業・兼業紹介のエージェントサービス」（35.6%）が最も多く、「人脈（人から）」（35.2%）、「求人広告（雑誌、新聞、Web など）」（34.9%）が続いた。次いで属性別に見ると、実施者は「人脈（人から）」（40.7%）、実施希望者は「求人広告（雑誌、新聞、Web など）」（40.0%）、実施関心者は「副業・兼業紹介のエージェントサービス」（37.3%）が最も多かった。最も有効な手段については、3属性ともに「人脈（人から）」（23.7%、20.4%、18.6%）と回答する割合が最も高く、次に「副業・兼業紹介のエージェントサービス」（14.6%、15.7%、18.3%）となった。副業・兼業実施意向の度合いによって、探す手段が変化すると考えられる。

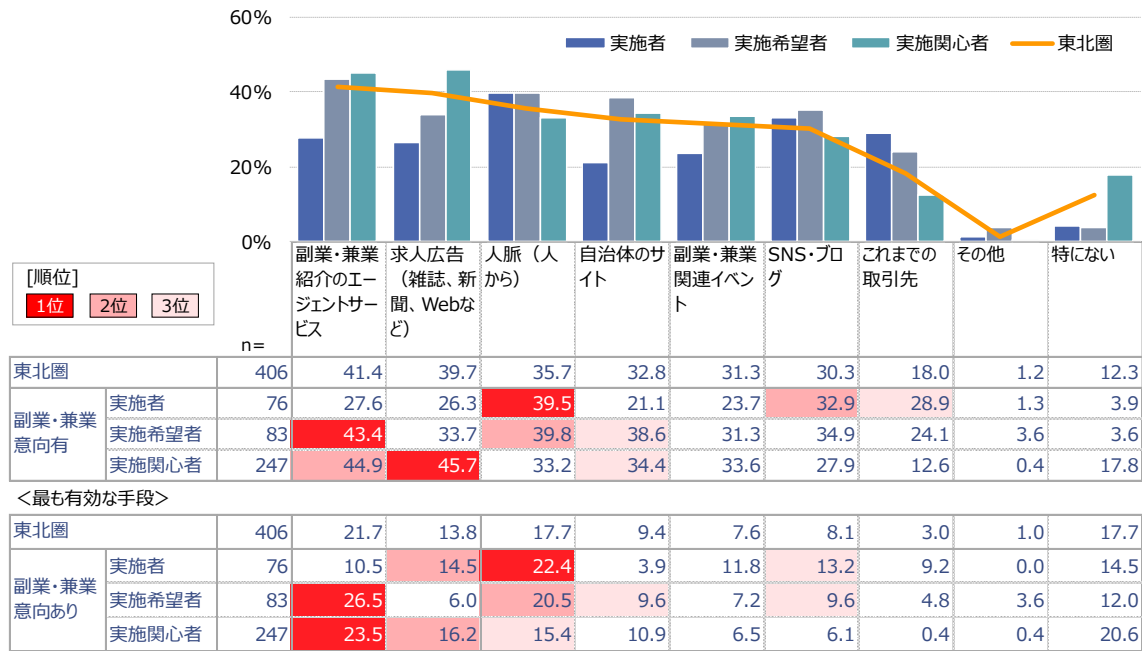
一方、東北圏では副業・兼業先を探す手段、そのうち最も有効な手段とともに（図表 2-27）、「副業・兼業紹介のエージェントサービス」（41.4%、21.7%）が最も多かった。実施希望者および実施関心者を中心に首都圏からの地理的、人的なアクセスの難しさからエージェントの活用が有効であるとの認識につながっていると推察される。

図表 2-26 副業・兼業先を探す手段 [地方抽出調査] (MA・SA)



※ 各項目をMAで回答してもらい、その中から最も有効な手段をSAで回答してもらった

図表 2-27 副業・兼業先を探す手段 [地方抽出調査／東北圏実施・実施意向者] (MA・SA)



※ 各項目をMAで回答してもらい、その中から最も有効な手段をSAで回答してもらった

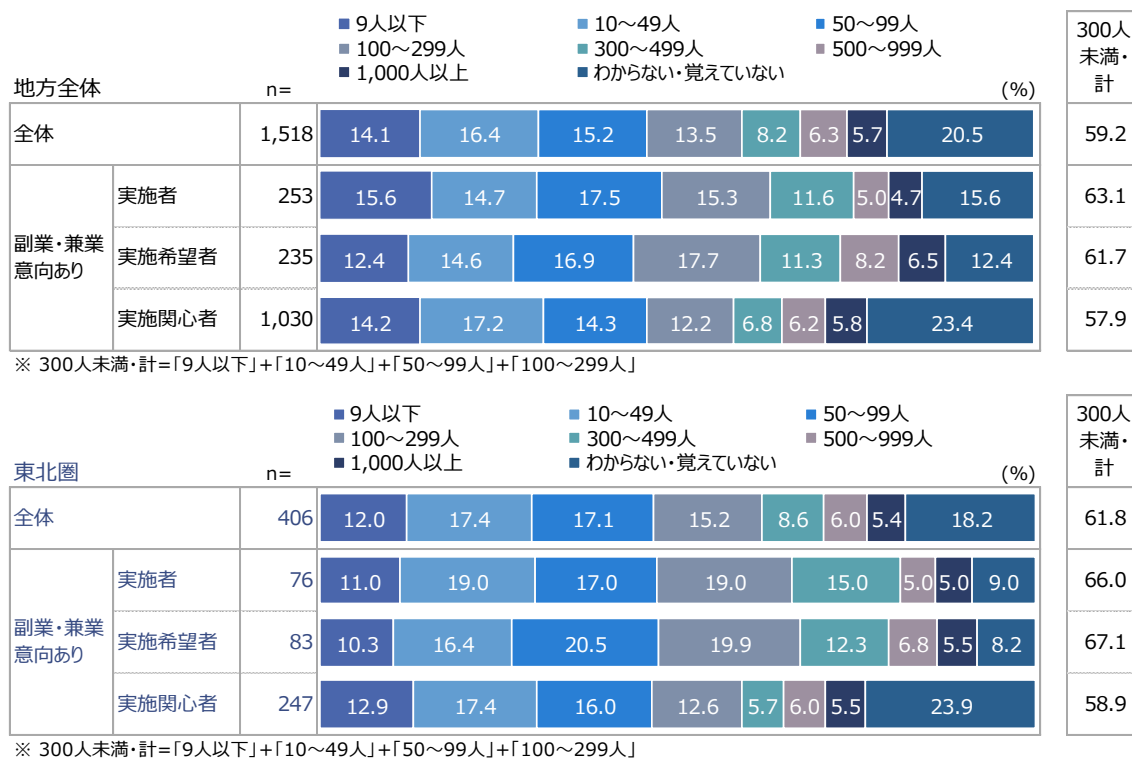
2.7 副業・兼業先企業に希望する諸条件

(1) 副業・兼業先の規模

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者が希望する副業・兼業先の企業規模を見ると（図表 2-28）、地方全体では「わからない」（20.5%）と回答する割合が最も多く、企業規模には拘らないことが窺われた。それ以外では、従業員数「10～49人」（16.4%）が最も多く、「50～99人」（15.2%）、「9人以下」（14.1%）が続いた。東北圏についても「わからない」（18.2%）が最も多く、「10～49人」（17.4%）、「50～99人」（17.1%）、「100～299人」（15.2%）が続いた。

全体として、地方全体、東北圏ともに 300 人未満の企業を選ぶ割合（59.2%、61.8%）が高く、地方での実施・実施意向者は副業・兼業先として中小企業を希望する傾向が見られた。

図表 2-28 希望する企業規模 [地方抽出調査]



(2) 副業・兼業先の業種

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者が希望する副業・兼業先企業の業種を見ると(図表 2-29)、地方全体では「製造業」(32.1%)が最も多く、「サービス業」(30.6%)、「卸売・小売業」(26.1%)が続いた。属性別に見ると、実施者および実施希望者は「製造業」(48.2%、45.1%)、実施関心者は「サービス業」(35.7%)が最も多かった。

東北圏についても地方全体と同様に「製造業」(40.4%)が最も多く、次いで「卸売・小売業」(32.3%)、「サービス業」(31.8%)が続いた。属性別でも、地方全体と同様の傾向が見られた。

参考値として「製造業」の内訳を見ると(図表 2-30)、東北圏では「食料・飲料・酒類」(8.1%)を希望する割合が高く、特に実施者でその傾向が顕著となった(18.4%)。

図表 2-29 希望する業種 [地方抽出調査] (SA・MA)

		(%)														
		農業・林業・漁業・鉱業	建設業	運輸業・郵便業	製造業	卸売・小売業	飲食店	金融業・保険業	不動産業	サービス業	医療・福祉関連業	学校・教育産業	官公庁・自治体・公共団体	マスコミ関連業	マーケティング業	調査業・広告代理業・その他
[順位]		1位		2位		3位										
地方全体		n=														
本業先	1,518	1.4	6.9	2.2	29.5	8.3	0.8	5.6	3.0	20.6	5.7	3.0	3.6	1.6	1.4	6.5
希望する副業・兼業先	1,518	10.5	5.1	0.3	32.1	26.1	9.8	6.6	7.0	30.6	8.4	11.7	8.2	6.5	19.0	7.3
実施者	253	7.9	10.7	0.0	48.2	24.9	4.0	4.3	5.5	15.8	5.1	6.3	5.1	4.0	8.7	5.1
実施希望者	235	6.4	8.5	0.0	45.1	28.9	11.1	3.8	4.3	24.3	6.8	6.4	3.0	3.8	15.3	6.8
実施関心者	1,030	12.0	2.9	0.4	25.1	25.7	11.0	7.8	8.0	35.7	9.5	14.3	10.2	7.7	22.3	8.0
東北圏		n=														
本業先	406	2.5	6.4	1.3	29.3	6.4	1.0	5.7	2.5	20.0	5.4	3.9	4.2	1.0	1.2	10.6
希望する副業・兼業先	406	12.8	8.4	0.0	40.4	32.3	8.4	6.2	5.2	31.8	9.1	12.6	9.6	7.6	22.2	7.9
実施者	76	7.9	18.4	0.0	65.8	25.0	5.3	2.6	2.6	11.8	6.6	3.9	5.3	2.6	6.6	3.9
実施希望者	83	10.8	14.5	0.0	56.6	32.5	10.8	4.8	2.4	20.5	8.4	4.8	3.6	4.8	15.7	9.6
実施関心者	247	15.0	3.2	0.0	27.1	34.4	8.5	7.7	6.9	41.7	10.1	17.8	13.0	10.1	29.1	8.5

※ 本業先はSA、希望する副業・兼業先はMA

第2章

図表 2-30 希望する業種（「製造業」「卸売・小売業」内訳）〔地方抽出調査〕（SA・MA）

		製造業										卸売・小売業							(%)
		食料・飲料・酒類	衣服・繊維製品	医薬品・化粧品・科学・日用品	製紙・パルプ	石油製品	機械・機器・コンピュータ	自動車・輸送機器	その他	食料・飲料・酒類	衣服・繊維製品	医薬品・化粧品・科学・日用品	製紙・パルプ	石油製品	機械・機器・コンピュータ	自動車・輸送機器	その他	百貨店・スーパー・コンビニ	
地方全体		n=																	
本業先	1,518	5.5	2.3	4.7	0.9	0.7	4.2	2.6	8.5	1.1	0.9	0.4	0.2	0.1	0.5	0.5	3.6	1.0	
希望する副業・兼業先	1,518	5.2	3.8	4.9	2.6	2.4	4.4	2.3	6.4	3.4	2.4	2.2	1.3	1.2	2.8	1.9	5.1	5.8	
実施者	253	12.3	8.3	7.5	5.5	3.2	4.7	1.6	5.1	2.4	1.6	2.8	2.0	2.0	4.0	2.0	4.7	3.6	
実施希望者	235	6.0	8.9	7.2	4.3	4.3	3.8	3.4	7.2	3.8	3.0	1.7	2.6	1.3	3.8	2.1	6.0	4.7	
実施関心者	1,030	3.3	1.6	3.8	1.6	1.7	4.5	2.2	6.5	3.6	2.5	2.1	0.9	1.0	2.2	1.8	5.0	6.6	
東北圏																			
本業先	406	8.9	3.4	3.9	0.7	0.5	2.2	2.7	6.9	0.5	0.2	0.0	0.5	0.2	0.2	0.0	3.7	1.0	
希望する副業・兼業先	406	8.1	5.2	6.7	3.7	3.0	4.4	3.4	5.9	4.2	3.0	2.2	1.5	2.2	3.2	2.7	7.6	5.7	
実施者	76	18.4	10.5	10.5	7.9	5.3	5.3	2.6	5.3	1.3	1.3	1.3	1.3	3.9	3.9	3.9	5.3	2.6	
実施希望者	83	9.6	10.8	8.4	6.0	4.8	3.6	4.8	8.4	4.8	1.2	1.2	1.2	2.4	1.2	1.2	12.0	7.2	
実施関心者	247	4.5	1.6	4.9	1.6	1.6	4.5	3.2	5.3	4.9	4.0	2.8	1.6	1.6	3.6	2.8	6.9	6.1	

※ 本業先はSA、希望する副業・兼業先はMA

(3) 副業・兼業先の業務内容

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者が希望する業務内容を見ると（図表2-31）、地方全体では「商品開発」（23.3%）が最も多く、「作業・軽作業」（21.7%）、「新規事業企画」（19.5%）が続いた。「作業・軽作業」については、実施関心者が選択する割合が25.3%と高く、全体の順位を押し上げていた。実施関心者は自身の持つスキルや経験を副業・兼業にどのように活かせばよいのか具体的なイメージが抱けておらず、軽易な業務内容を希望している可能性がある。実施者および実施希望者については、「商品開発」（16.2%、24.7%）、「新規事業企画」（15.8%、20.9%）が上位となった。

一方、東北圏については地方全体と同様に「商品開発」（26.6%）が最も多く、「新規事業企画」（24.9%）、「作業・軽作業」（24.1%）が続いた。属性別に見ると、実施者は「生産・製造」（23.7%）、実施希望者は「新規事業企画」「商品開発」（25.3%）、実施関心者は「商品開発」（31.6%）を希望する割合が高かった。なお、実施関心者は地方全体と同様に「作業・軽作業」（30.4%）を選択する割合も高かった。

図表 2-31 希望する業務内容 [地方抽出調査] (SA・MA)

																	(%)	
		経営企画	新規事業企画	商品開発	営業企画	人事・組織開発	マーケティング	広報・PR	Webデザイン	販売促進	海外事業	資金調達	経理・財務	情報システム	生産・製造	作業・軽作業	その他	
[順位]		1位		2位		3位												
地方全体		n=																
本業先	1,518	6.4	5.3	8.6	13.0	4.8	2.9	0.9	1.4	4.2	1.5	0.7	5.8	13.0	8.1	6.4	17.1	
希望する副業・兼業先	1,518	11.9	19.5	23.3	16.8	12.4	18.8	14.6	12.5	14.4	9.2	6.3	9.3	18.6	16.7	21.7	8.8	
実施者	253	10.3	15.8	16.2	11.9	8.7	11.9	8.7	8.3	6.3	7.9	7.9	7.5	15.0	14.6	14.2	8.7	
実施希望者	235	14.9	20.9	24.7	20.9	15.7	19.6	14.9	18.3	15.3	10.6	10.2	11.5	19.6	13.2	13.6	4.7	
実施関心者	1,030	11.6	20.1	24.8	17.1	12.5	20.4	15.9	12.2	16.1	9.2	5.0	9.2	19.2	18.0	25.3	9.7	
東北圏																		
本業先	406	6.2	6.7	7.9	12.6	5.9	2.5	0.5	0.5	3.0	1.2	0.2	7.6	14.3	8.6	5.7	16.7	
希望する副業・兼業先	406	15.0	24.9	26.6	18.2	14.5	20.4	18.0	13.1	15.8	9.6	6.9	12.6	21.9	18.0	24.1	7.6	
実施者	76	7.9	17.1	11.8	11.8	7.9	7.9	7.9	6.6	6.6	9.2	10.5	9.2	21.1	23.7	18.4	9.2	
実施希望者	83	22.9	25.3	25.3	19.3	18.1	19.3	16.9	18.1	13.3	9.6	8.4	15.7	21.7	12.0	10.8	6.0	
実施関心者	247	14.6	27.1	31.6	19.8	15.4	24.7	21.5	13.4	19.4	9.7	5.3	12.6	22.3	18.2	30.4	7.7	

※ 本業先はSA、希望する副業・兼業先はMA

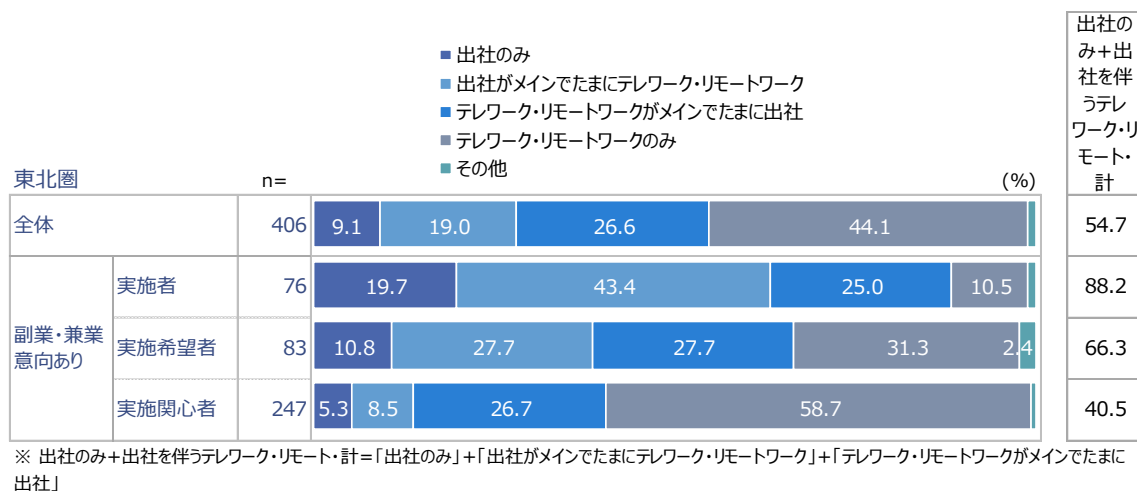
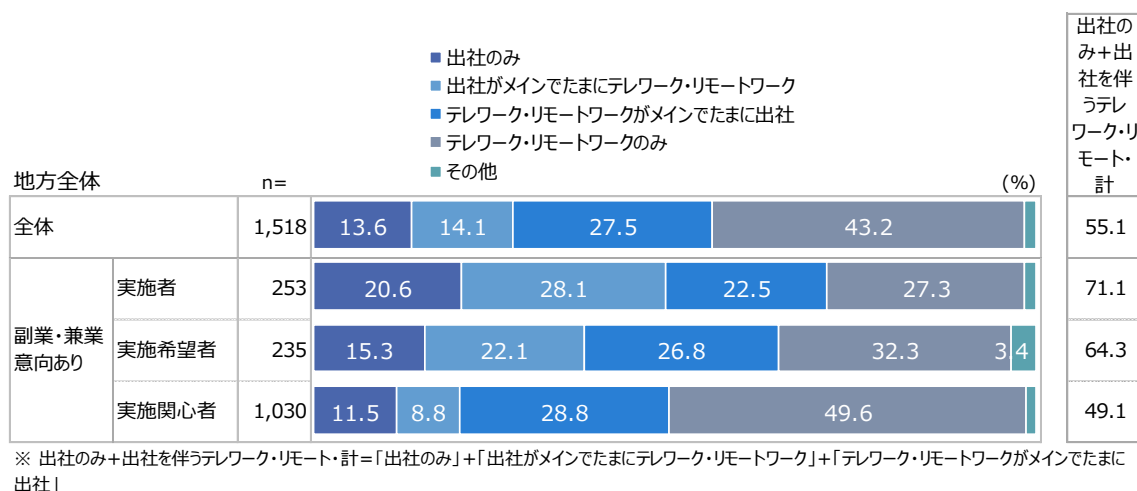
第2章

(4) 副業・兼業先の勤務形態

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者が希望する勤務形態を見ると（図表2-32）、地方全体では「テレワーク・リモートワークのみ」（43.2%）が最も多く、「テレワーク・リモートワークがメインでたまに出社」（27.5%）、「出社がメインでたまにテレワーク・リモートワーク」（14.1%）が続いた。

しかしながら属性別に見ると、実施者については「テレワーク・リモートワークのみ」が27.3%に減少し、「出社がメインでたまにテレワーク・リモートワーク」を希望する割合が28.1%に増加し、最も高くなった。東北圏の実施者では特にその傾向が顕著であり、「テレワーク・リモートワークのみ」を希望する割合は10.5%に留まるのに対して、「出社がメインでたまにテレワーク・リモートワーク」は43.4%となった。実施者については、業務を遂行する上で対面でのコミュニケーションの必要性を重視していることが希望する勤務形態に表れたものと推察される。

図表 2-32 希望する勤務形態 [地方抽出調査] (SA)



(5) 仕事内容に期待すること

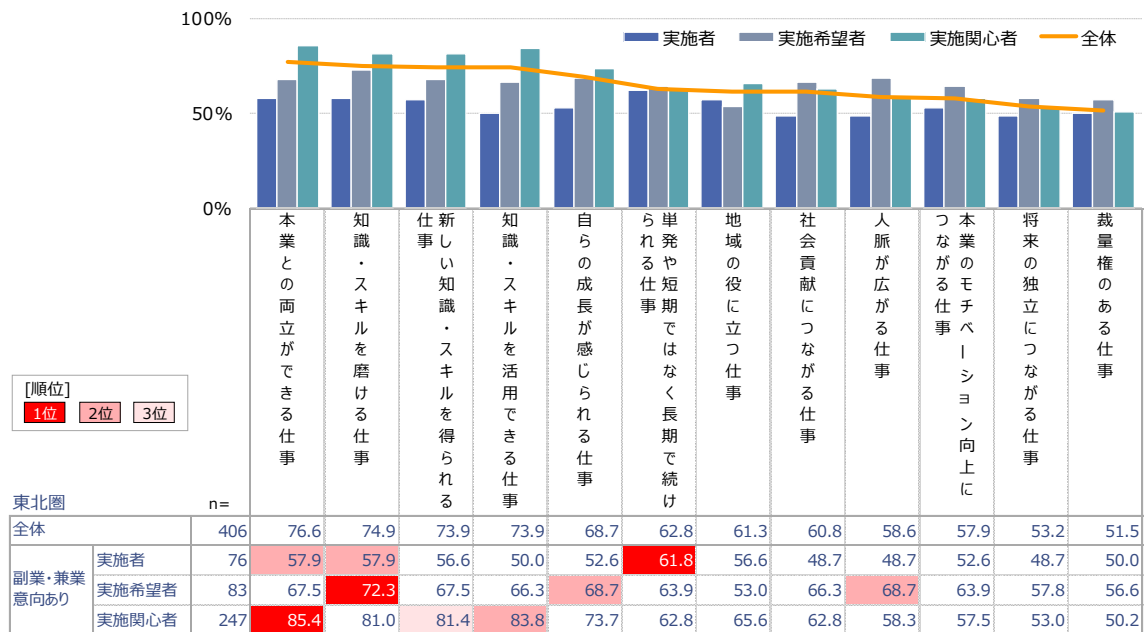
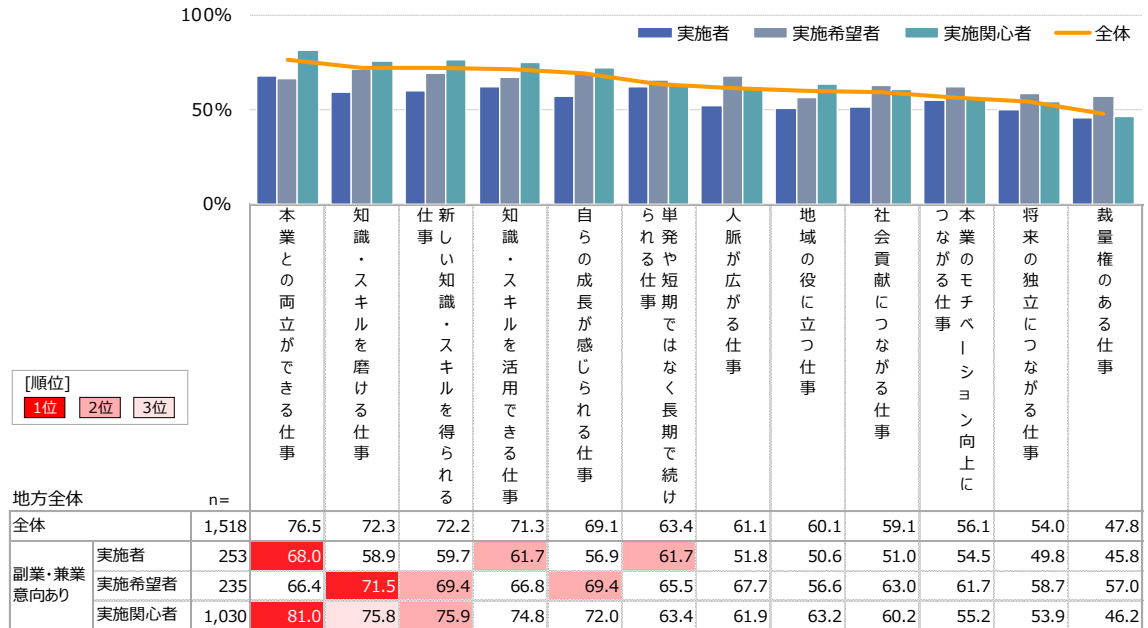
地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者が副業・兼業先の仕事内容に期待することを見ると（図表 2-33）、地方全体では「本業との両立ができる仕事」（76.5%）が最も多く、「知識・スキルを磨ける仕事」（72.3%）、「新しい知識・スキルを得られる仕事」（72.2%）が続いた。属性別に見ると、実施希望者および実施関心者は実施者に比べ「知識・スキルを磨ける仕事」（71.5%、75.8%）、「新しい知識・スキルを得られる仕事」（69.4%、75.9%）への期待が高い傾向が見られた。

東北圏については全体として地方全体と同様の傾向が見られるが、属性別に見ると実施関心者で「知識・スキルを活用できる仕事」（83.8%）、「新しい知識・スキルを得られる仕事」（81.4%）への期待が高かった。

全体の傾向として、地方全体、東北圏ともに実施者は本業との両立を図りつつ、スキルや経験を活かしながら長期で続けられるような仕事内容を求めるのに対して、実施希望者および実施関心者は自身の知識やスキルを高めたり、それらを新たに獲得したりといったスキルアップが可能な仕事内容を求める傾向が見られた。

第2章

図表 2-33 仕事内容に期待すること [地方抽出調査] (MA)



2.8 副業・兼業先企業が所在する地域への期待

(1) 地域に期待すること

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者が副業・兼業先地域に期待することを見ると（図表 2-34）、地方全体では「多様な人材受入れへの寛容性」（65.6%）、「都市部からのアクセスの良さ」（64.8%）、「住環境・住みやすさ」（64.3%）がほぼ同率で上位となった。属性別に見ると、実施希望者および実施関心者は実施者に比べ「住環境・住みやすさ」への期待が高い傾向が見られた。

東北圏についても地方全体と同様の傾向が見られるが、属性別に見ると3属性ともに「多様な人材受入れへの寛容性」を期待する割合が最も高かった。

図表 2-34 地域に期待すること [地方抽出調査] (MA)



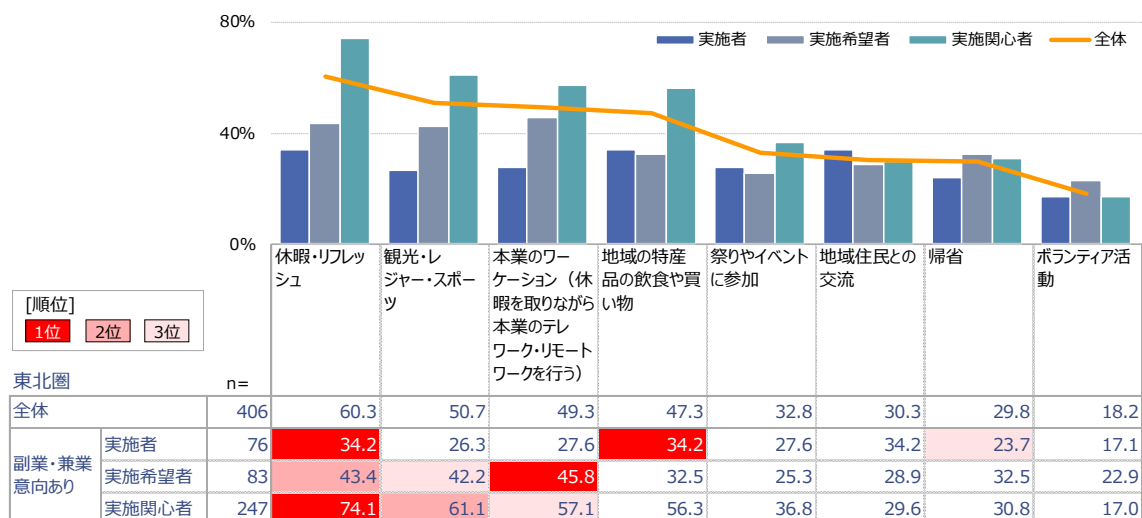
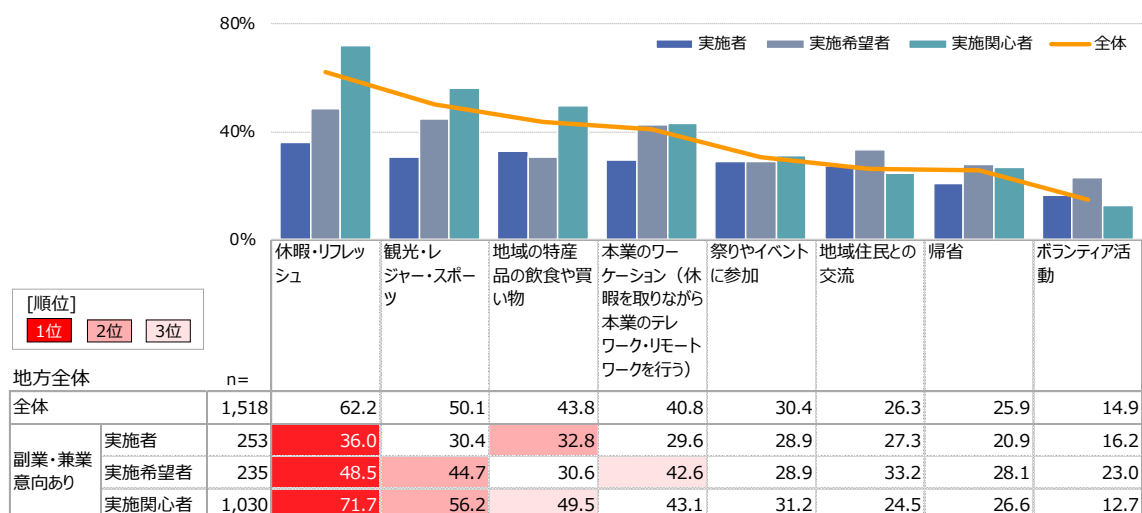
第2章

(2) 地域を訪問した際に行いたいこと

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者が地域を訪問した際に行いたいことを見ると（図表 2-35）、地方全体では「休暇・リフレッシュ」（62.2%）が最も多く、「観光・レジャー・スポーツ」（50.1%）、「地域の特産品の飲食や買い物」（43.8%）が続いた。属性別に見ると、3属性ともに「休暇・リフレッシュ」（36.0%、48.5%、71.7%）が最も多いが、実施希望者および実施関心者は実施者に比べ「観光・レジャー・スポーツ」（44.7%、56.2%）、「本業のワーケーション（休暇を取りながら本業のテレワーク・リモートワークを行う）」（42.6%、43.1%）を選択する割合が高い傾向が見られた。

東北圏については、実施希望者の「本業のワーケーション（休暇を取りながら本業のテレワーク・リモートワークを行う）」（45.8%）の多さが顕著であり、コロナ禍の影響を受け密接や密集を避けて観光地やリゾート地で働く「ワーケーション」への注目度の高さが窺える。

図表 2-35 地域を訪問した際に行いたいこと [地方抽出調査] (MA)



2.9 副業・兼業の満足度とその構造

(1) 副業・兼業の満足度

地方での副業・兼業実施者の副業・兼業の総合満足度を見ると（図表 2-36）、地方全体では満足している（「とても満足している」「やや満足している」と回答した割合は 73.5%であり、一方で満足していない（「あまり満足していない」「全く満足していない」と回答した割合は 8.6%と 1 割に満たず、地方での副業・兼業に対する満足度が高いことがわかった。東北圏での実施者については、満足している（同上）と回答した割合は 75.0%と地方全体と同程度だが、「とても満足している」の割合が 51.3%と半数を超えているのが特徴である。

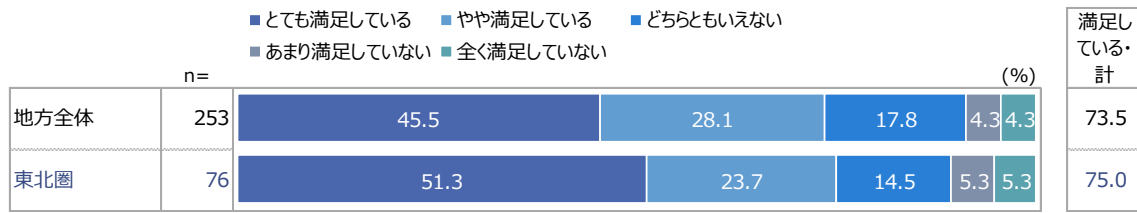
では、地方での副業・兼業実施者は副業・兼業のどのような点に満足しているのか。地方での副業・兼業実施者の満足している点を見ると（図表 2-37）、地方全体では「仕事内容が明確である」（32.0%）が最も多く、「勤務スタイルが柔軟である」（22.9%）、「職場の良好な人間関係」（20.2%）が続いた。東北圏については「仕事内容が明確である」（30.3%）、「勤務スタイルが柔軟である」（25.0%）の上位 2 つは地方全体と同程度であるが、「企業に将来性・社会性がある」（22.4%）、「副業・兼業の同僚または先輩がいる」「企業に知名度がある」（21.1%）が多く、地方全体に比べいずれも 5 ポイント以上の差が見られた。

一方、不満点について見ると（図表 2-38）、地方全体では「金銭報酬が低い」（14.2%）が最も多いが、すべての点で 1 割前後に留まっており、不満点は総じて低い傾向が明らかとなった。東北圏については地方全体に比べ、契約期間や職場環境に関する項目などで不満点の高い内容も確認できるが、こちらも 1 割前後に留まった。

副業・兼業の総合満足度は、本業の業種、業務内容との関係性や副業・兼業先での勤務形態も影響を及ぼしていると考えられる。そこで、地方での副業・兼業実施者の総合満足度と、本業と副業・兼業先の業種および業務内容との関連性を見ると（図表 2-39,40）、本業と副業・兼業先の業種および業務内容の関係が強いほど、副業・兼業の総合満足度が高まる傾向が見られた。また、総合満足度と勤務形態との関連性については、出社のみやテレワーク・リモートワークのみといった固定的な働き方ではなく、両者を織り交ぜた柔軟な働き方が可能な場合に副業・兼業の満足度は高まる傾向が見られた（図表 2-41）。特に「出社がメインでたまにテレワーク・リモートワーク」の満足度が高く、対面でのコミュニケーションを積極的に図ることができる環境は実施者の副業・兼業の満足度を高める可能性があると考えられる。

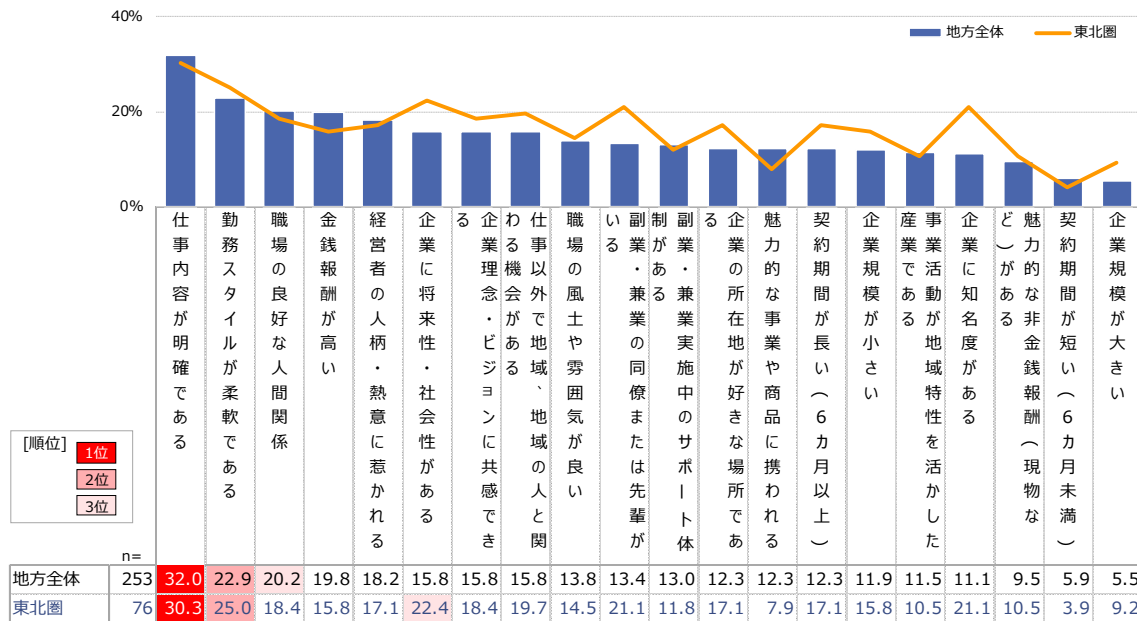
第2章

図表 2-36 副業・兼業の総合満足度 [地方抽出調査／実施者] (SA)

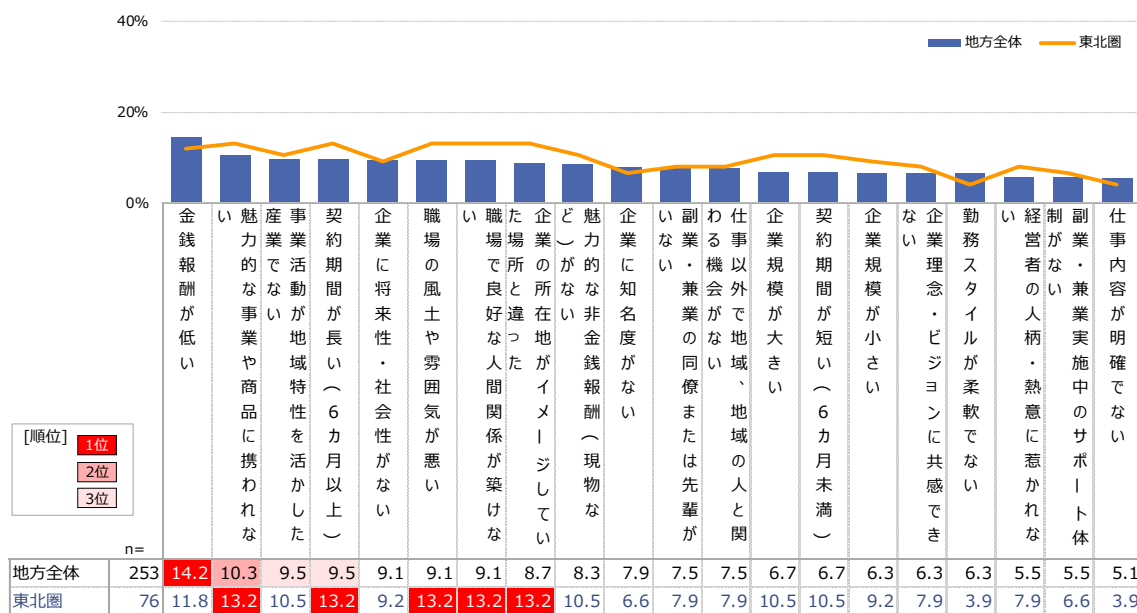


※ 満足している・計 = 「とても満足している」 + 「やや満足している」

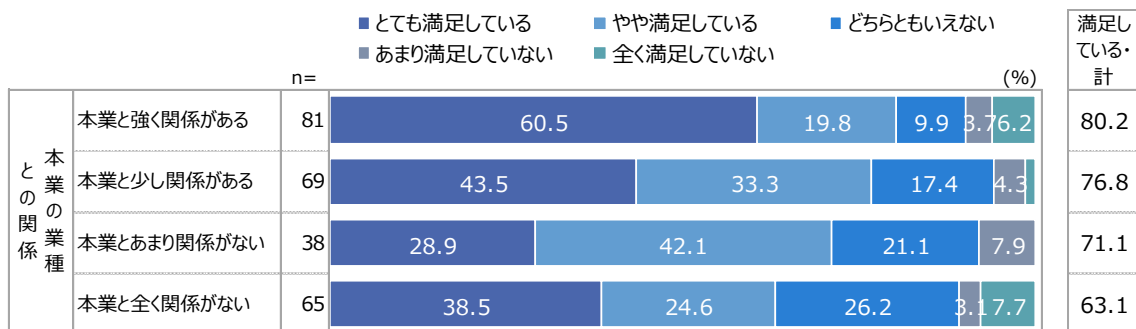
図表 2-37 副業・兼業の満足点 [地方抽出調査／実施者] (MA)



図表 2-38 副業・兼業の不満点 [地方抽出調査／実施者] (MA)

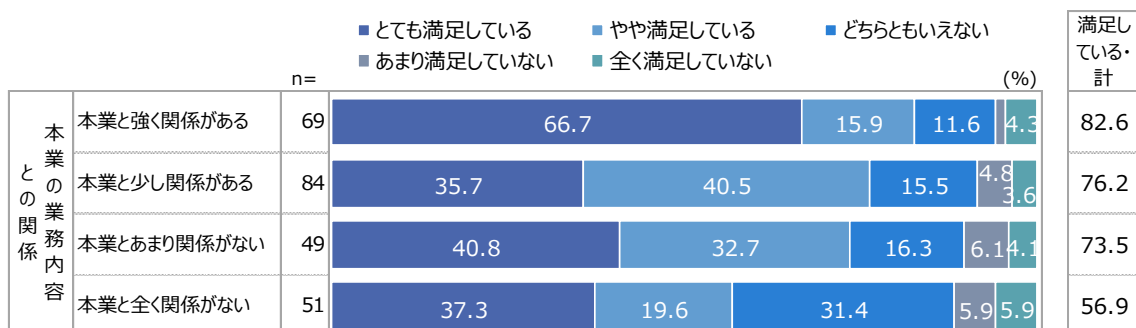


図表 2-39 【本業の業種との関係別】副業・兼業の総合満足度 [地方抽出調査／実施者]



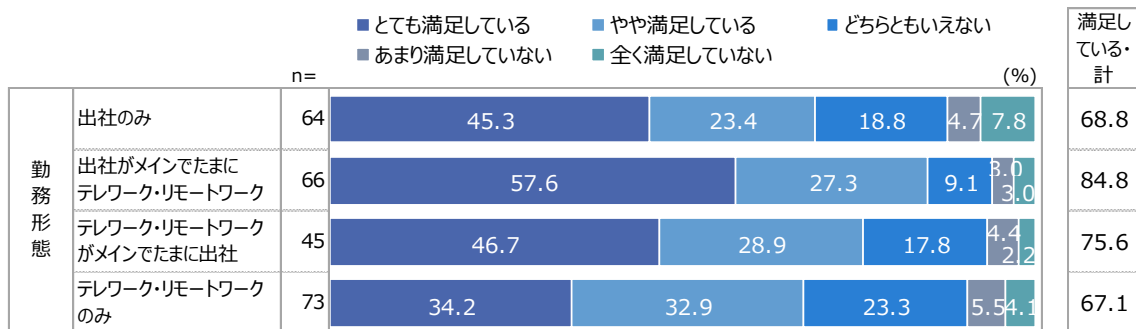
※ 満足している・計 = 「とても満足している」 + 「やや満足している」

図表 2-40 【本業の業務内容との関係別】副業・兼業の総合満足度 [地方抽出調査／実施者]



※ 満足している・計 = 「とても満足している」 + 「やや満足している」

図表 2-41 【勤務形態別】副業・兼業の総合満足度 [地方抽出調査／実施者]



※ 満足している・計 = 「とても満足」 + 「やや満足」

第2章

(2) 仕事内容の満足構造

地方での副業・兼業実施者の副業・兼業の仕事内容への満足度を見ると（図表 2-42）、地方全体では副業・兼業の総合満足度と同様に満足している（「とても満足している」「やや満足している」と回答した割合は 71.5%と高かった。東北圏についても 64.5%となっており、地方全体をやや下回るものの仕事内容への満足度は高い。

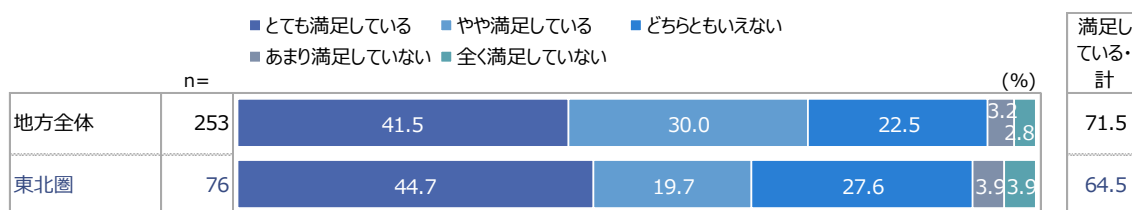
副業・兼業の仕事内容別の満足度と総合満足度の関係から、仕事内容の満足構造を分析した。具体的には縦軸に個々の仕事内容の満足度を、横軸に総合満足度との相関をとり、両者の関係をプロットした。分析結果として、右上象限は仕事内容の満足度も総合満足度との相関も高い「強み」といえる項目、右下象限は仕事内容の満足度は低いが、総合満足度との相関が高い「弱み」といえる項目になる。

地方全体の仕事内容の満足構造を見ると（図表 2-43）、仕事内容の満足度も総合満足度との相関も高い「強み」といえる項目は、「本業との両立ができる仕事」「新しい知識・スキルを得られる仕事」となった。一方で、仕事内容の満足度は低いが総合満足度との相関が高い「弱み」といえる項目は、「本業のモチベーション向上につながる仕事」「人脈が広がる仕事」「地域の役に立つ仕事」となった。

一方、東北圏の仕事内容の満足構造を見ると（図表 2-44）、仕事内容の満足度も総合満足度との相関も高い「強み」といえる項目は、「本業との両立ができる仕事」「裁量権のある仕事」となった。一方で、仕事内容の満足度は低いが総合満足度との相関が高い「弱み」といえる項目は、「新しい知識・スキルを得られる仕事」「社会貢献につながる仕事」「本業のモチベーション向上につながる仕事」「地域の役に立つ仕事」「人脈が広がる仕事」となった。

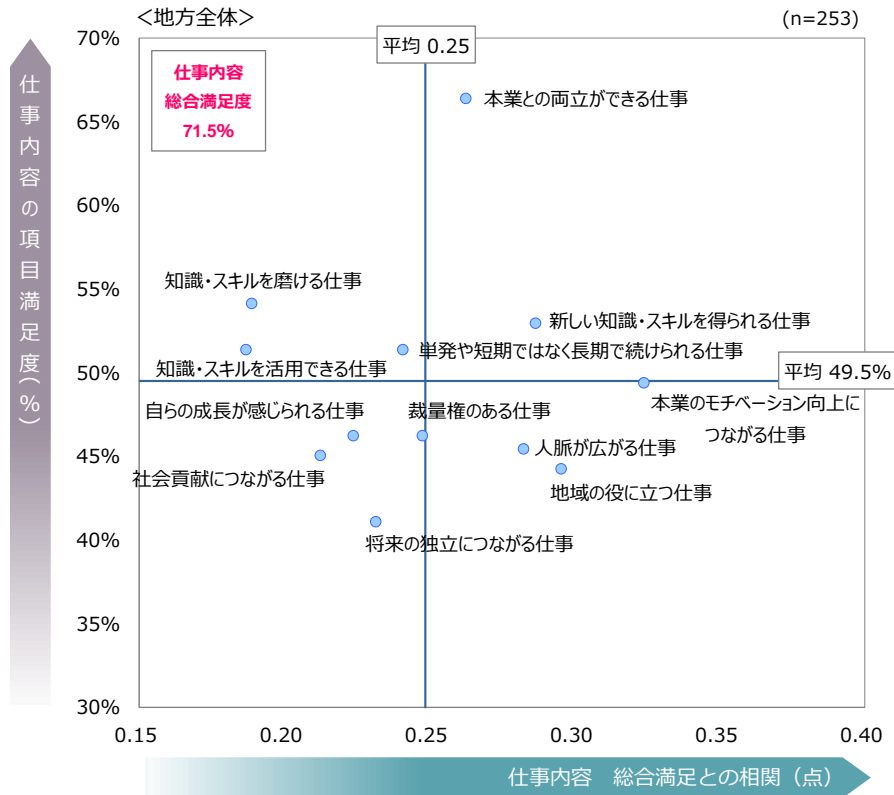
以上から、東北圏での副業・兼業における仕事内容の強みは、副業・兼業人材に対して「本業との両立ができる仕事」「裁量権のある仕事」を付与できていることだが、弱みとして「新しい知識・スキルを得られる仕事」「社会貢献につながる仕事」「本業のモチベーション向上につながる仕事」「地域の役に立つ仕事」「人脈が広がる仕事」を付与できていないということが明らかとなった。副業・兼業の総合満足度を高めるためには、係る強みを維持・強化するとともに、弱みを改善していくことが求められる。

図表 2-42 仕事内容の満足度

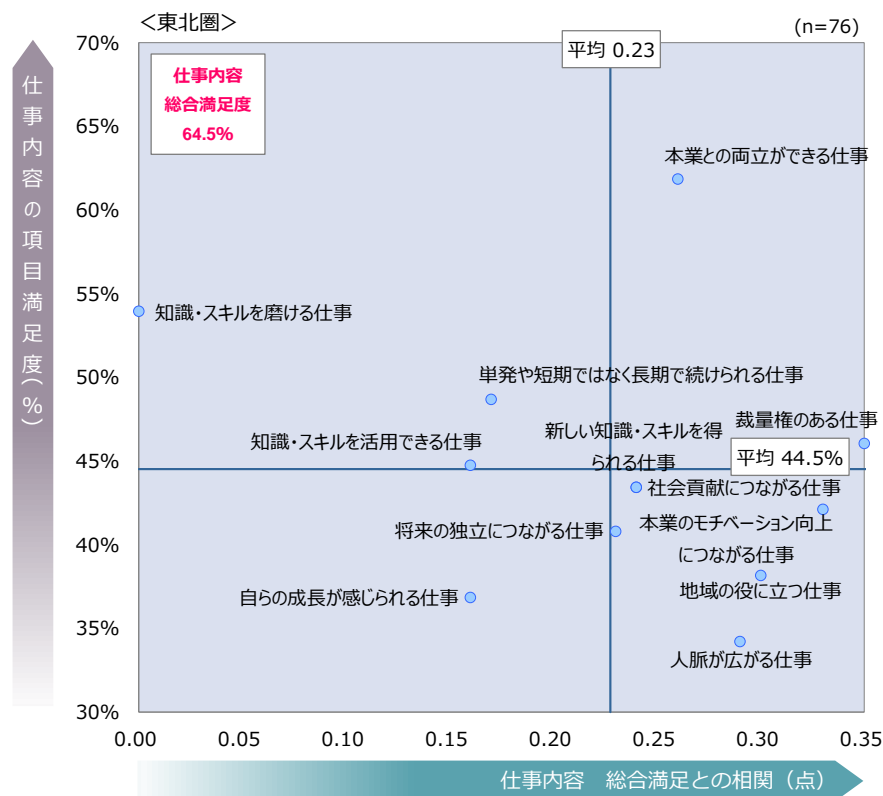


※ 満足している・計 = 「とても満足している」 + 「やや満足している」

図表 2-43 【地方全体】 仕事内容の満足構造



図表 2-44 【東北圏】 仕事内容の満足構造



※「新しい知識・スキルを得られる仕事」「社会貢献につながる仕事」は同率（相関0.24、満足度43.4%）

第2章

(3) 所在地域の満足構造

地方での副業・兼業実施者の副業・兼業先企業の所在地域への満足度を見ると（図表 2-45）、満足している（「とても満足している」「やや満足している」と回答した割合は 66.4% となった。東北圏については 68.4% となり、地方全体よりもやや高かった。

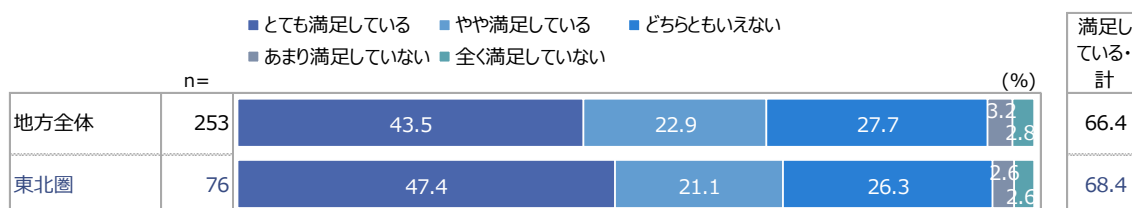
地域の項目別の満足度と総合満足度の関係から、前項の仕事内容の満足構造と同じ手法で所在地域の満足構造を分析した。具体的には縦軸に地域の各項目の満足度を、横軸に総合満足度との相関をとり、両者の関係をプロットした。分析結果として、右上象限は所在地域の満足度も総合満足度との相関も高い「強み」といえる項目、右下象限は所在地域の満足度は低い、総合満足度との相関が高い「弱み」といえる項目になる。

地方全体の所在地域の満足構造を見ると（図表 2-46）、所在地域の満足度も総合満足度との相関も高い「強み」といえる項目はなく、所在地域の満足度は低い、総合満足度との相関が高い「弱み」といえる項目は、「特産物・グルメ」「観光資源」「自然環境」「宿泊環境・滞在しやすさ」となった。

一方、東北圏の所在地域の満足構造を見ると（図表 2-47）、所在地域の満足度も総合満足度との相関も高い「強み」といえる項目は「観光資源」となり、所在地域の満足度は低い、総合満足度との相関が高い「弱み」といえる項目は「特産品・グルメ」「宿泊環境・滞在しやすさ」「自然環境」となった。

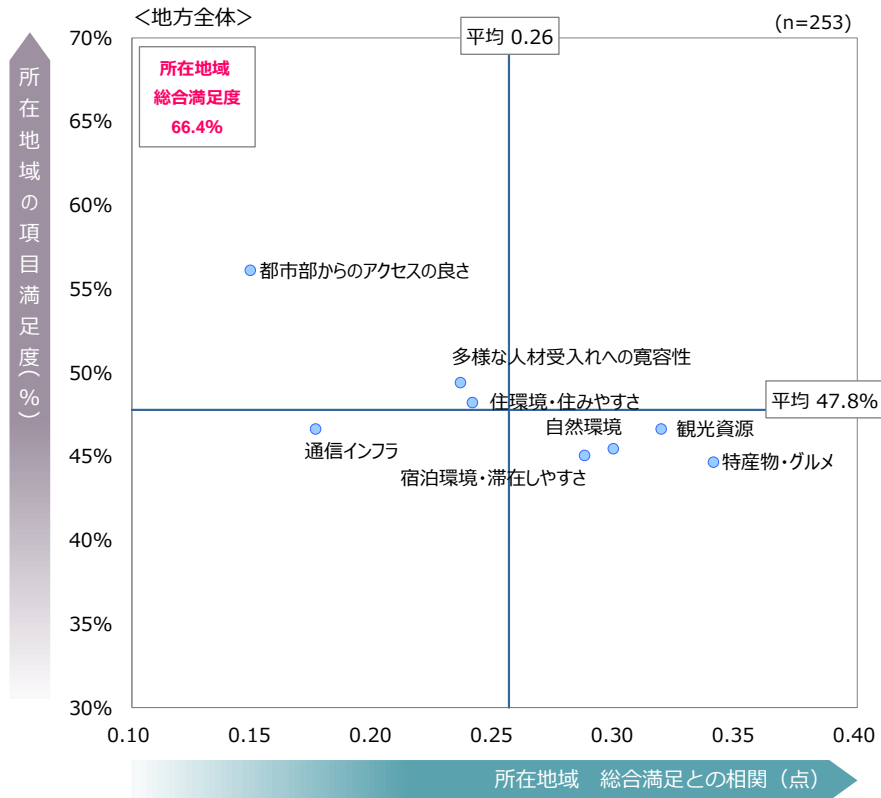
以上から、東北圏での副業・兼業における所在地域の強みは副業・兼業人材が「観光資源」に満足していることだが、弱みとして「特産品・グルメ」「宿泊環境・滞在しやすさ」「自然環境」に満足していないことが明らかとなった。副業・兼業の総合満足度を高めるためには、係る強みを維持・強化するとともに、弱みを改善していくことが求められる。

図表 2-45 所在地域への満足度

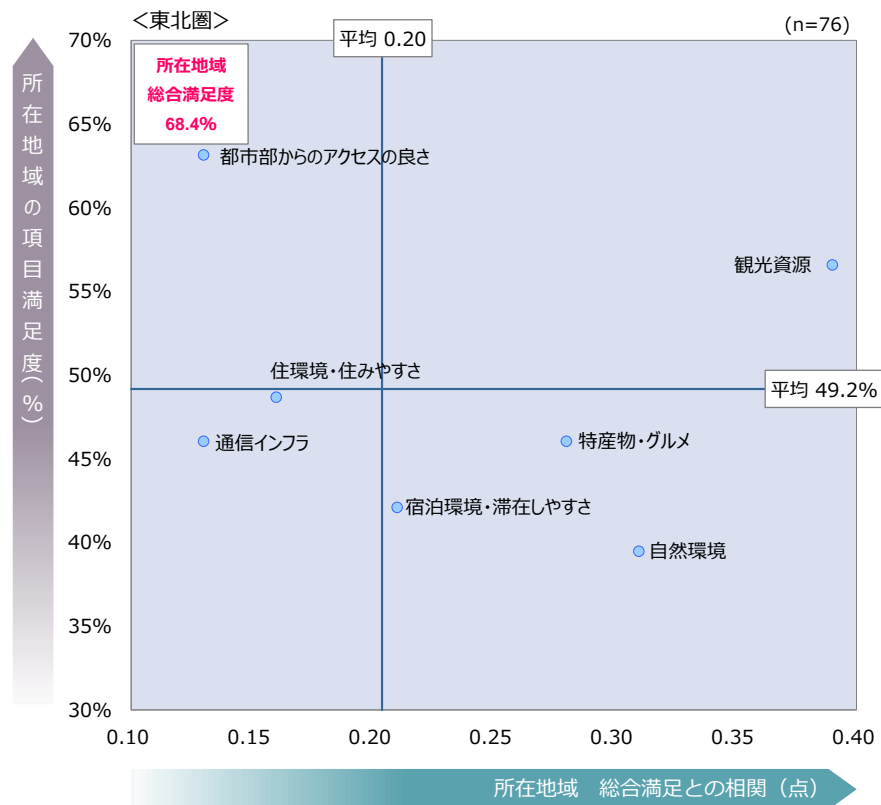


※ 満足している・計 = 「とても満足している」 + 「やや満足している」

図表 2-46 所在地域の満足構造



図表 2-47 所在地域の満足構造



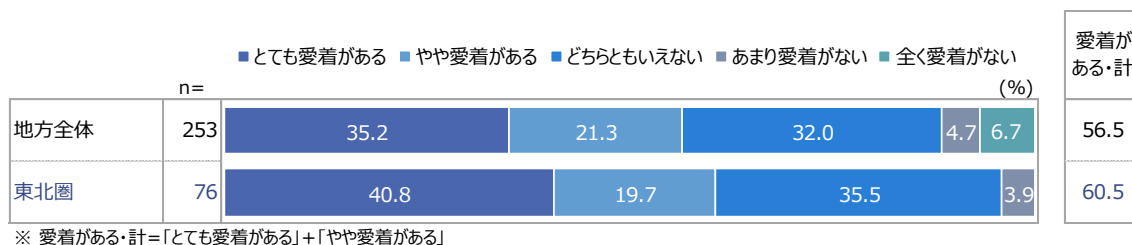
2.10 副業・兼業先地域への愛着と移住・居住意向

(1) 地域への愛着度

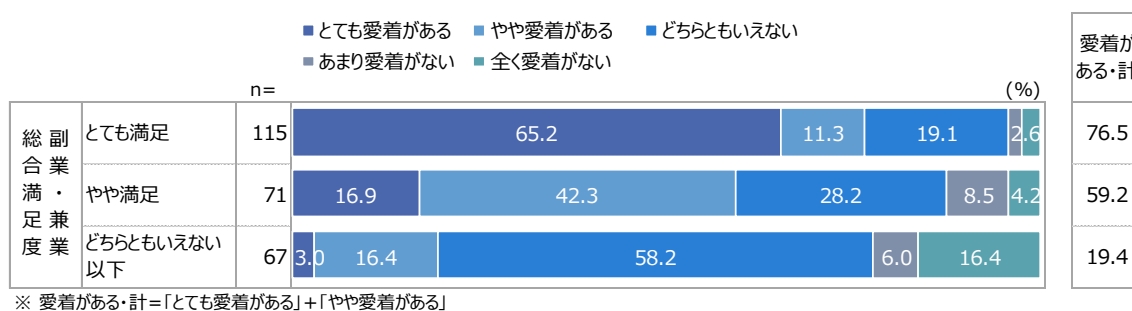
地方での副業・兼業実施者の副業・兼業先地域への愛着度を見ると（図表 2-48）、地方全体では愛着がある（「とても愛着がある」「やや愛着がある」）と回答した割合は 56.5%となった。東北圏では同割合が 60.5%となり、東北圏での実施者は地方全体よりも地域への愛着度はやや高かった。

地域への愛着度と副業・兼業の総合満足度との関係について見ると（図表 2-49）、地域への愛着度は副業・兼業の総合満足度が高いほど高まる傾向がある。地域ではなく仕事内容で選んだ副業・兼業先企業において満足のいく仕事ができれば、地域への愛着醸成につながる可能性は高いと考えられる。

図表 2-48 地域への愛着度 [地方抽出調査／実施者]



図表 2-49 【副業・兼業総合満足度別】地域への愛着度 [地方抽出調査／実施者]

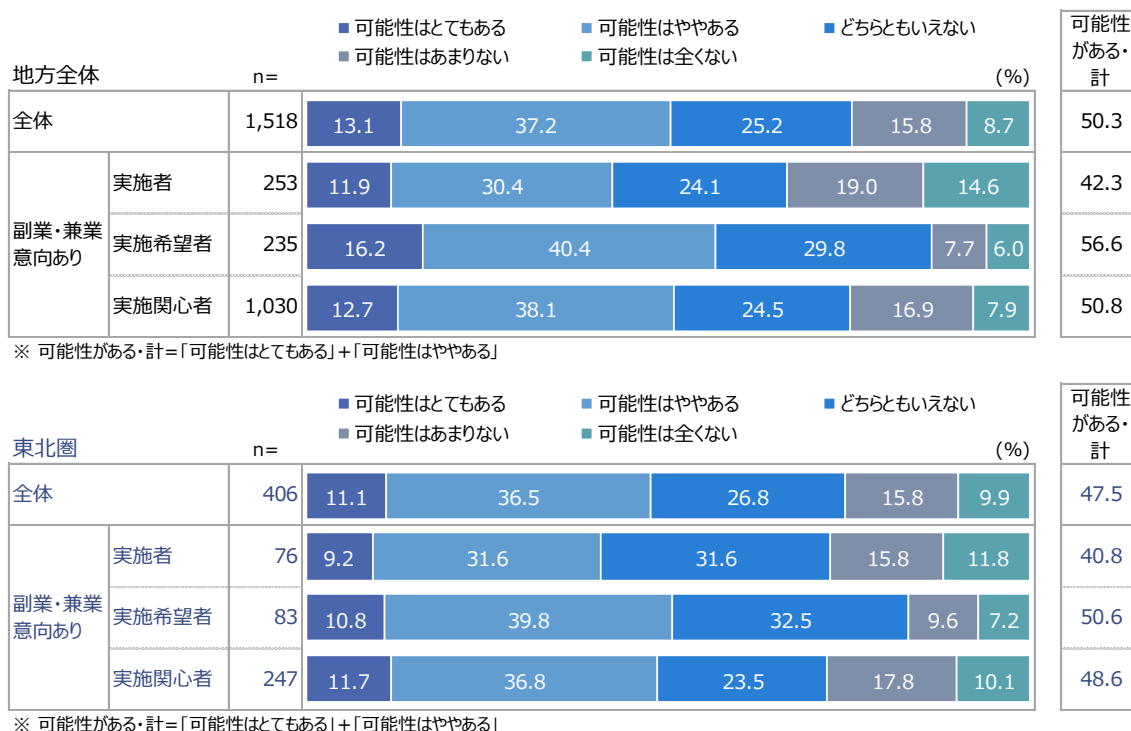


(2) 副業・兼業をきっかけとした地域への移住・居住意向

地方での副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者に対して、①副業・兼業先の地域に移住し、副業・兼業先への転職も含めて現地で転職をする可能性の有無（図表 2-50）、②副業・兼業先の地域に移住し、副業・兼業の実施は問わず本業をテレワーク・リモートワークにする可能性の有無（図表 2-51）、③副業・兼業先地域への移住ではなく、また本業や副業・兼業の実施は問わず、首都圏と地方の二地域居住の可能性の有無（図表 2-52）の3つについてたずねた。

① 副業・兼業先の地域に移住し、副業・兼業先への転職も含めて現地で転職をする可能性
 可能性がある（「可能性はとともある」「可能性はややある」と回答した割合は地方全体で50.3%となった。属性別に見ると実施希望者が最も高く56.6%となった。一方、東北圏を見ると、可能性があるとは回答した割合は地方全体よりもやや低い47.5%となった。属性別では、実施希望者が最も高い50.6%となった。

図表 2-50 副業・兼業先の地域に移住し、現地で転職をする可能性

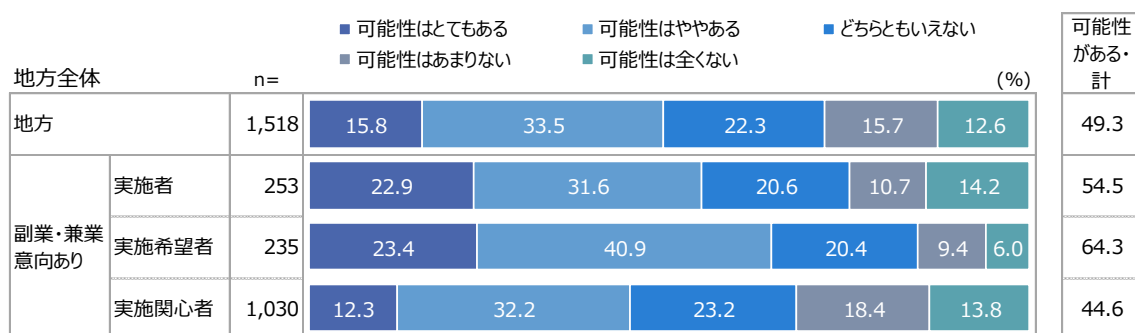


第2章

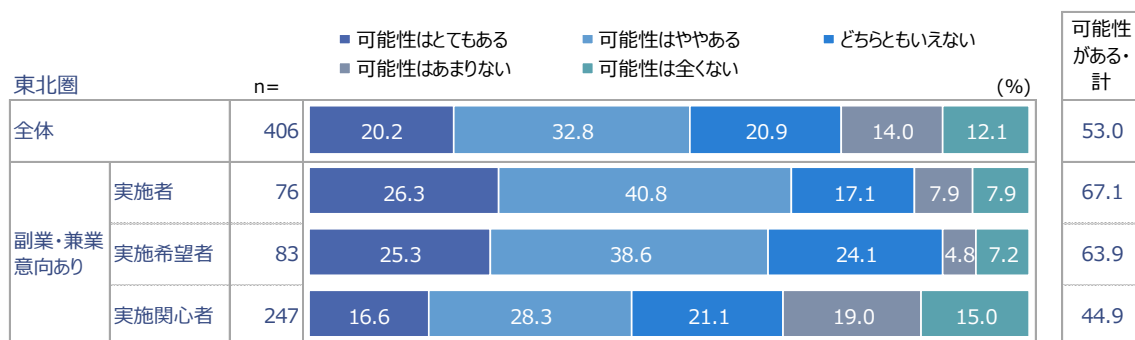
② 副業・兼業先の地域に移住し、副業・兼業の実施は問わず本業をテレワーク・リモートワークにする可能性

可能性がある（「可能性はとてもある」「可能性はややある」）と回答した割合は地方全体で49.3%と5割弱となった。属性別に見ると実施者の54.5%および実施希望者の64.3%が可能性はあると回答した。一方、東北圏については可能性があると回答した割合は地方全体よりもやや高い53.0%となった。属性別に見ると、実施者および実施希望者は、移住して本業をテレワーク・リモートワークする意向（67.1%、63.9%）があることが地方全体に比べより顕著であった。

図表 2-51 副業・兼業先の地域に移住し、本業をテレワーク・リモートワークにする可能性



※ 可能性がある・計＝「可能性はとてもある」＋「可能性はややある」

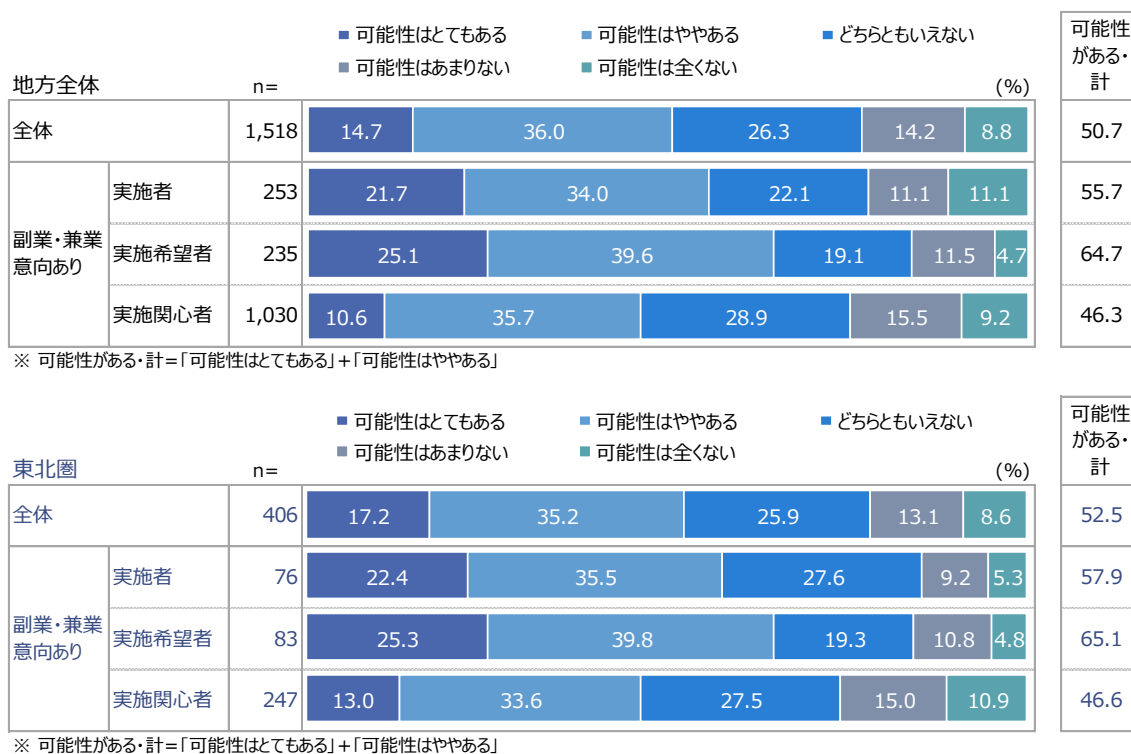


※ 可能性がある・計＝「可能性はとてもある」＋「可能性はややある」

③ 副業・兼業先地域への移住ではなく、また本業や副業・兼業の実施は問わず、首都圏と地方の二地域居住の可能性

可能性がある（「可能性はとてもある」「可能性はややある」）と回答した割合は地方全体で50.7%となった。属性別に見ると実施希望者が最も高く64.7%となった。一方、東北圏を見ると、可能性があるという回答した割合は地方全体よりやや高い52.5%となった。属性別に見ると実施者（57.9%）および実施希望者（65.1%）で二地域居住の意向が高いことが明らかとなった。

図表 2-52 首都圏と地方の2つの地域に居住する可能性



①②③ともに可能性がある（「可能性はとてもある」「可能性はややある」）と回答した割合は実施希望者が高かった。また、実施者および実施希望者について、②③の可能性があると回答した割合が半数以上となっており、新しい暮らし方や働き方への興味・関心が高いことがわかった。

地方への移住・居留意向について、特に実施希望者は副業・兼業を具体的に検討しているのみならず、働き方改革やコロナ禍をきっかけに自身の都市での暮らし方を捉え直し、都市と地方での新しい暮らし方を前向きに模索していると推察される。なお、地方への移住・居住について、現時点では本業の継続を前提とし、副業・兼業を通じた地方との新たな関わり方を模索している様子が窺われた。

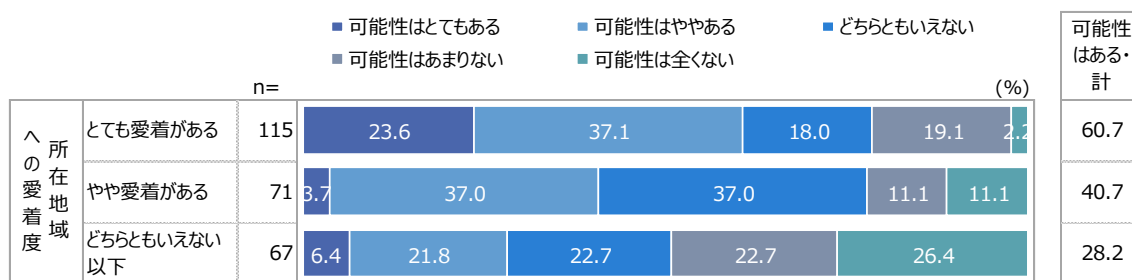
第2章

(3) 地方への移住・居住意向を強める要因

地方での副業・兼業実施者の副業・兼業先地域への愛着度と地方への移住・居住意向との関係を見ると（図表 2-53,54,55）、地域への愛着が強いほど①移住し転職する可能性、②移住し本業をテレワーク・リモートワークする可能性、③二地域居住の可能性が高まる傾向が見られた。

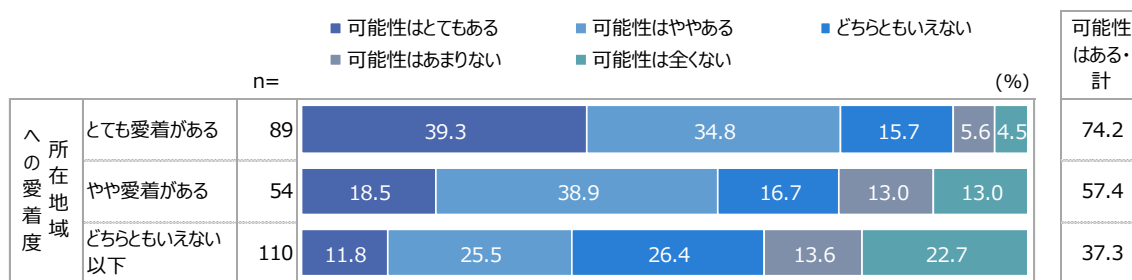
前述の通り、地域への愛着度については、副業・兼業の総合満足度が高いほど高まる傾向があった。副業・兼業人材の地方への移住・居住意向を高めるためには、仕事内容や所在地域への満足度を高めながら副業・兼業の総合満足度を高めていくことが求められる。企業のみならず地域が一丸となって副業・兼業人材の受入れを行っていくことで、副業・兼業人材の東北圏への移住や二地域居住を促し、継続的な人材・人口還流につながる可能性があると考えられる。

図表 2-53 【所在地域への愛着度別】副業・兼業先の地域に移住し、現地で転職をする可能性



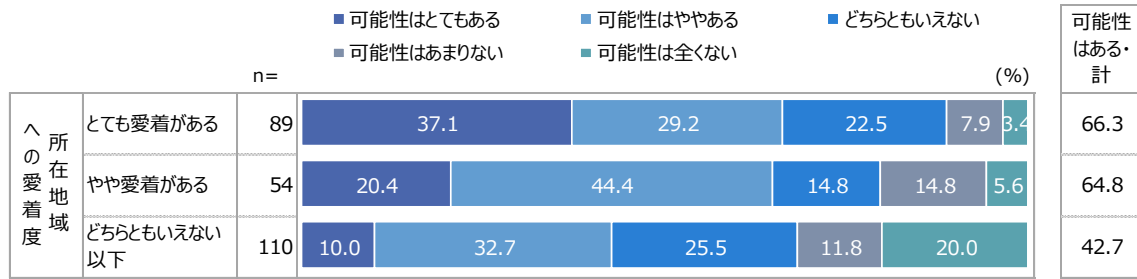
※ 可能性はある・計=「可能性はとてもある」+「可能性はややある」

図表 2-54 【所在地域への愛着度別】副業・兼業先の地域に移住し、本業をテレワーク・リモートワークにする可能性



※ 可能性はある・計=「可能性はとてもある」+「可能性はややある」

図表 2-55 【所在地域への愛着度別】首都圏と地方の 2 つの地域に居住する可能性



※ 可能性はある・計 = 「可能性はとともある」+「可能性はややある」

2.11 まとめ

首都圏人材（n=20,000）および地方での副業・兼業の実施者、実施希望者、実施関心者（n=1,518）を対象に実施したアンケート調査から明らかとなった地方企業での副業・兼業への興味関心や動機、副業・兼業の実態や課題をまとめると以下の通りである。

① 首都圏人材の副業・兼業の意向

- ・ 首都圏人材のうち、副業・兼業の実施・実施意向がある割合は全体（n=20,000）の 53.4%と半数を超えているものの、地方での実施・実施意向がある割合は 10.6%と約 1 割に留まった。なかでも東北圏を希望する割合はわずか 2.8%に留まり、ほとんどの首都圏人材が東北圏を副業・兼業先地域として捉えていないことが明らかとなった（図表 2-2,7）
- ・ 副業・兼業のきっかけについて属性別に見ると、実施者に比べ実施希望者および実施関心者は「自分のキャリアを見つめ直した」「テレワークなど働き方の変化で時間ができた」「新型コロナウイルスの影響で生活が変化した」と回答した割合が高くなっており、働き方改革やコロナ禍が契機となり自身のキャリアを見つめ直したことが大きな動機になっていることがわかった（図表 2-5）
- ・ 副業・兼業の目的について、地方での実施・実施意向者は首都圏での実施・実施意向者に比べ、収入補填のみならず本業からは得られない満足感やより充実したライフスタイルを求める傾向が強いことがわかった（図表 2-10）

- ・ 地方での副業・兼業を希望する理由には、「(希望する仕事が見つれば) 地域はどこでもよい」「地方でチャレンジしたい」という 2 つの傾向が見られた。こうした傾向はコロナ禍以降に副業・兼業を検討し始めた可能性が高い実施希望者および実施関心者に顕著であ

地方での副業・兼業の希望する理由

<ul style="list-style-type: none"> ✓ 遠隔でどこでも働ける※1 ✓ 仕事内容で決める 	➡	<p>地域はどこでもよい</p> <p>※1 東北圏では「遠隔で働ける」が多い</p>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新しい環境に触れたい ✓ 副業ではチャレンジしたい※2 ✓ 将来的に移住したい※2 	➡	<p>地方でチャレンジしたい</p> <p>※2 実施希望者は、移住したい、チャレンジしたいが比較的多い</p>

り、コロナ禍における生活様式の変化や急速に普及したテレワークが地域を問わず働ける可能性を大きく広げ、都市部人材の地方での副業・兼業への興味関心を高めたと推察される（図表 2-8）

- ・ 地域別の副業・兼業の興味度については、「首都圏」（84.4%）とその周辺地域である「北関東・甲信」（32.8%）への関心が高く、テレワークを前提としながらも首都圏からの近さやアクセスの良さが副業・兼業先地域としての興味度に影響を与えていることがわかった。それ以外の地域では「北海道」（26.9%）や「九州・沖縄」（28.6%）が比較的高く、レジャーやグルメなど観光地としての魅力が副業・兼業先地域としての興味度に影響を与えていることがわかった（図表 2-19,20）

- ・「東北圏」への興味度は22.9%と中位になった。具体的なイメージについては「のんびりマイペースに働けそう」というポジティブなイメージはあるものの、「求人が少なそう」「報酬が少なそう」といったネガティブなイメージが強かった。こうした傾向は他の地方圏（「北陸」「中国」「四国」）でも同様に見られ、東北圏が他の地方圏とイメージの差別化が図られていないことが明らかとなった。東北圏が地域全体で副業・兼業人材の誘致を推進していくうえで、地域のイメージ向上を図ることが急務の課題であることがわかった（図表 2-19,20,21）

② 首都圏人材が地方での副業・兼業先に希望する諸条件

- ・首都圏人材が地方の副業・兼業先企業を具体的に選定する際に重視するのは、出社とテレワークの併用など柔軟な勤務が可能であることや仕事内容が明確に示されていること、十分な金銭報酬が得られることであることがわかった。さらに、東北圏では上記に加え魅力的な事業や商品への関与、企業理念やビジョンへの共感を重視する傾向がやや強いことがわかった（図表 2-25）
- ・地方の副業・兼業先企業の探し方については、副業・兼業への興味関心の深度によって「副業・兼業紹介のエージェントサービス」から「求人広告（雑誌、新聞、Web など）」「人脈（人から）」へと手段が変化すると推察される。東北圏については首都圏からの地理的、人的なアクセスが難しいことから、新たに副業・兼業を始めようとする実施希望者および実施関心者は副業・兼業紹介のエージェントを通じたマッチングサービスへの期待が高いことが窺われた（図表 2-26,27）
- ・地方の副業・兼業先企業に希望する諸条件については、企業規模は従業員 300 人未満の規模、業種は製造業やサービス業、業務内容は商品開発や作業・軽作業、新規事業企画、勤務形態は出社とテレワークの併用となった。東北圏についても同様の傾向が見られたが、特に副業・兼業実施者において出社とテレワークの併用を希望する傾向が強いことがわかった（図表 2-28,29,30,31,32）
- ・仕事内容については、地方全体、東北圏ともに本業との両立が図れることへの期待が最も大きかった。それ以外では知識・スキルの研鑽や獲得など副業・兼業の経験を通じた自身のスキルアップへの期待も大きく、本業でのキャリアアップも視野に入れていると推察された（図表 2-33）
- ・地方の副業・兼業先企業の所在地域については、地方全体、東北圏ともに多様な人材受入れへの寛容性があることへの期待が最も大きく、それ以外では都市部からのアクセスの良さや住環境・住みやすさなども期待されていることがわかった。特に東北圏については副業・兼業実施者、実施希望者、実施関心者ともに地域に多様な人材を受入れへの寛容性があることへの期待が高かった（図表 2-34）
- ・地域を訪問した際に行いたいことについては、地方全体、東北圏ともに休暇・リフレッシュや観光・レジャー・スポーツであった。東北圏については、ワーケーションを希望

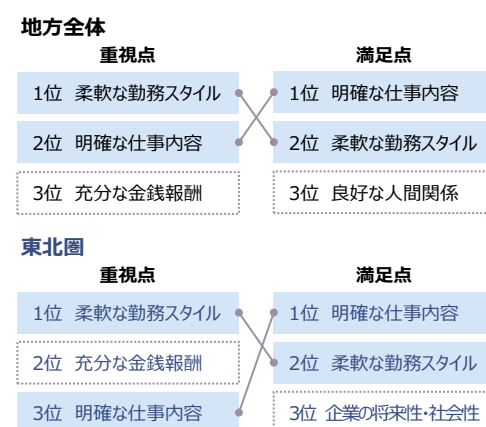
第2章

する傾向が強く、コロナ禍の影響を受け密接や密集を避けて観光地やリゾート地で働くことへの注目は高かった（図表 2-35）

③ 首都圏人材の地方での副業・兼業の実態

- ・ 首都圏人材のうち、地方での副業・兼業実施者の副業・兼業への満足度については、総合満足度が 73.5%、仕事内容の満足度が 71.5%、所在地域への満足度が 66.4%といずれも 7 割前後となった。なお、東北圏については、それぞれ 75.0%、64.5%、68.4%と仕事内容への満足度がやや低い結果となった（図表 2-36,42,45）
- ・ 満足している点については、明確な仕事内容や柔軟な勤務スタイル、職場の良好な人間関係となった。一方で東北圏では、明確な仕事内容や柔軟な勤務スタイルは地方全体と同様だが、企業の将来性・社会性に満足する傾向が強いことがわかった（図表 2-37）
- ・ 副業・兼業先選定時に重視したポイントと副業・兼業実施中の満足ポイントを見ると、地方全体、東北圏ともに柔軟な勤務スタイルおよび明確な仕事内容が共通していることがわかった。総合満足度の向上につなげるためには副業・兼業人材が遠隔でも安心して業務に専念できるような企業の受入れ体制が求められると推察する（図表 2-25,37）
- ・ 副業・兼業の総合満足度は、本業と副業・兼業先の業種および業務内容や、入社とテレワークを併用した勤務形態との関連性が見られた。つまり、総合満足度は本業と副業・兼業先の業種や業務内容の関係が強いほど、また柔軟な働き方が可能なほど高まる傾向があった。これまでに培った自身の知識・スキルが活かされたり、積極的に対面でのコミュニケーションが図れたり、地域を訪問できたりすることが、副業・兼業の総合満足度の向上につながるということが明らかとなった（図表 2-39,40,41）
- ・ 東北圏における仕事内容の満足構造を見ると、本業との両立が可能であることや仕事に裁量権があることは個別満足度も高く、総合満足度への影響も大きい「強み」となっている。一方で、副業・兼業が本業のモチベーション向上や地域・社会貢献、人脈の拡大、新たな知識・スキルの獲得につながることは、総合満足度への影響は大きいもののそれぞれ個別の満足度は低い。それらの「弱み」を重点的に改善して個別の満足度を高め、さらに総合満足度の向上につなげていくことが重要である（図表 2-44）
- ・ 東北圏における所在地域への満足構造を見ると、観光資源は個別の満足度も高く、総合満足度への影響も大きい「強み」となっている。一方で、自然環境、特産品・グルメ、宿泊環境や滞在しやすさは総合満足度への影響は大きいもののそれぞれ個別の満足度

副業・兼業先選定時に重視したポイントと副業・兼業実施中の満足ポイント



は低い。それらの「弱み」を重点的に改善していくことが仕事内容同様に重要である（図表 2-47）

④ 地方企業での副業・兼業実施・実施意向者の地方への移住・居住意向

- ・ 地域への愛着度については、地方全体では 56.5%だが、東北圏では 60.5%となり地方全体に比べやや高い。地域への愛着度は副業・兼業の総合満足度が高いほど大きくなる傾向が見られ、副業・兼業先企業で満足いく仕事ができれば地域への愛着醸成につながる可能性は高いと考えられる（図表 2-48,49）
- ・ 移住や二地域居住の可能性については、地方全体、東北圏ともに移住し転職する場合、移住し本業をテレワークする場合、二地域居住する場合のいずれも 5 割前後となった。特に実施希望者で高い傾向があり、副業・兼業を具体的に検討しているのみならず、働き方改革やコロナ禍を契機に自身の都市での暮らし方を捉え直し、都市と地方での新しい暮らし方を前向きに模索していると推察される。なお、東北圏での実施者および実施希望者は移住して本業をテレワークする可能性および首都圏と地方で二地域居住する可能性がやや高く、現時点では本業の継続を前提とし、副業・兼業を通じた地方との新たな関わりを模索している様子が窺われた（図表 2-50,51,52）
- ・ 地方への移住・居住意向は地域への愛着度との関連性が見られた。地域への愛着が強いほど、移住し転職する可能性、移住し本業をテレワークする可能性、二地域居住する可能性が高まる傾向があった。地域への愛着度は副業・兼業の総合満足度が高いほど大きくなることから、地域への移住・居住意向を高めていくためには、副業・兼業人材の副業・兼業先企業での活躍を促しながら地域への愛着を醸成していくことが重要であることがわかった。企業のみならず地域が一丸となって副業・兼業人材誘致に取り組むことで、東北圏全体で継続的な人材・人口還流による様々なメリットを享受することが可能になる（図表 2-53,54,55）