

## 【自主調査】

# Z世代の転職には「転職サービスの後押し」が必要？

～株式会社シタシオンジャパンが「Z世代の転職活動に関する調査」を実施～

### 調査背景

昨今、人々の仕事観や転職・転職活動に対する価値観は大きく変化を遂げてきました。なかでも、1990 年後半から 2010 年 前半に生まれた「Z 世代」は、ワークライフバランスの重視、仕事や転職活動におけるデジタルの駆使などの特徴が指摘されています。一方、より本質的な仕事・転職に対する意識や、具体的な転職活動の進め方については、まだ明らかになったとは言えません。そこで、転職活動をしている／していた Z 世代を対象に、フォーカス・グループ・インタビューを実施し、彼らのリアルな考えや体験から、Z 世代の転職活動における特徴を整理しました。

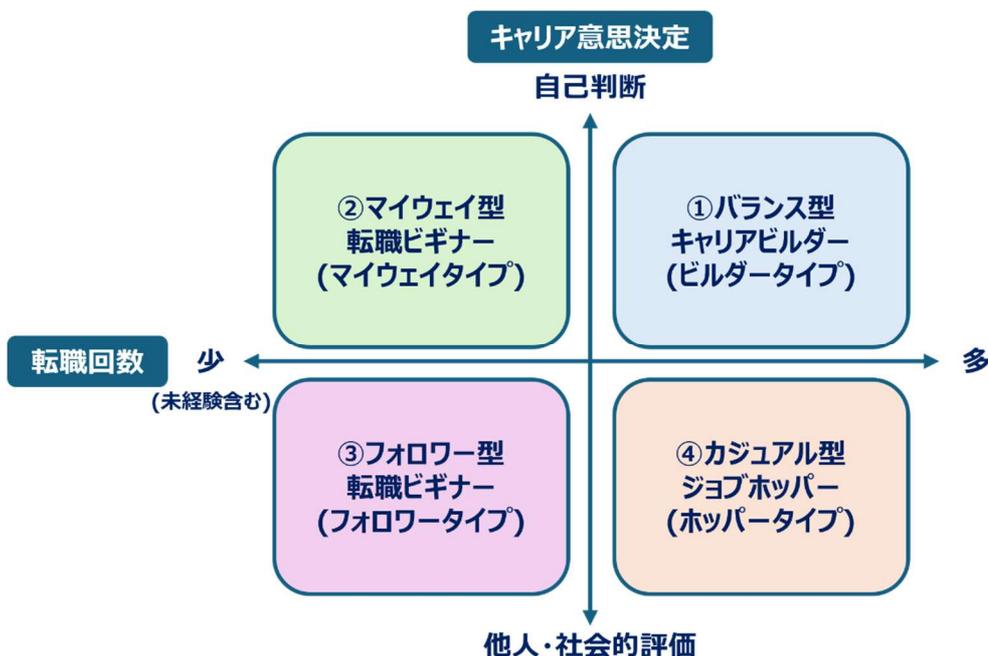
### 調査結果

#### ■ Z 世代の転職活動者／求職者の 4 分類

今回の調査対象者を、転職回数（横軸）とキャリアに関する意思決定の基準（縦軸）にて整理したところ、下記の 4 タイプに分類できました。

- ① バランス型キャリアビルダー
- ② マイウェイ型転職ビギナー
- ③ フォロワー型転職ビギナー
- ④ カジュアル型ジョブホッパー

※定量調査ではないため、それぞれのボリューム感は別途検証が必要



### ■ ① バランス型キャリアビルダー

このタイプはバランス感覚がよく、リーダーシップや課題解決力もあり職場での評価が高い傾向。客観的な自己評価ができており、成長意欲も高い。日常からキャリア・スキル・転職について自己整理・情報収集をしており、転職エージェント、ビジネス SNS など複数の転職サービスを併用し、魅力的なオファーや求人があれば動くスタンス。

転職支援ニーズとしては、自己キャリアの客観的評価や自己分析サポート、同世代・先輩社会人との交流・面談機会の提供などの後押しが必要。

### ■ ② マイウェイ型転職ビギナー

このタイプは自己評価が高く、職場でも高いパフォーマンスを発揮している傾向。また、自分なりにキャリアについて考える機会が多く、明確な理想像をもっている。一方、現状と理想のギャップがあることで、職場への不満が募りやすい。あまり転職サービスの選定には時間をかけず、特定のサービスを単体で利用している。サービス選定よりも、オファーの検討に時間をかけることが多い。転職活動は進めるが、すぐに転職を完了させたいわけではなく、転職の切迫度は低い。

転職支援ニーズとしては、その人にあわせてパーソナライズされたオファー、日程調整など転職活動上の負担軽減、自身の市場価値の言語化などの後押しが必要。

### ■ ③ フォロワー型転職ビギナー

このタイプはキャリアへの自信が小さく、やりがいや仕事内容よりも、働きやすさ・安定を求めるのが特徴。転職サービスの選定はあまりせず、ネーミングバリューを重視し、大手 1 社のみの利用であることが多い。転職エージェントは「自分向きではない」「ハードルが高い」と感じており、登録・利用には至りにくい。そのため、気軽に求人を探せる求人サイト・求人検索エンジンの利用が多い。一方、求人票検索（情報収集）にとどまることがほとんどで、応募・選考までは達しないことも多い。

転職支援ニーズとしては、利用ハードルを下げた転職エージェントサービス、特化型のエージェント(職種など)といった、初めの一步を踏み出してもらうための後押しが必要。

### ■ ④ カジュアル型ジョブホッパー

このタイプはチャレンジ気質があり、情報感度が高く将来のキャリアについて考える機会が多い。社会的評価や同僚評価を通じて自己評価を判断する傾向がある。常に好条件の求人を探しており、「職種名・業種名」「職位・ポジション」「スタートアップ」などのタイトルに魅力を感じ転職アクションを起こしやすい。転職エージェント、ビジネス SNS、求人サイトなど数多くのサービスを併用し、転職エージェントには手厚いサポート・相談に乗ってもらえることを求めている。

転職支援ニーズとしては、キャリア形成支援、転職成功者のメンター面談といった細かく寄り添うような後押しが必要。

このように、タイプ別でキャリア観や転職支援ニーズは異なりますが、共通して「手軽さ」「負担軽減」「納得して前に進むための機会提供」といった“後押し”のニーズ・必要性が見えたことが、Z 世代の転職活動の特徴として興味深い発見でした。

株式会社シタシオンジャパンでは、上記のような求職者の分析から、各種転職サービス・プロダクトに関する調査まで、多様なラインナップで調査を実施しています。新規のご相談は <cj-info@citation.co.jp > までお問合せください。

## 調査概要

「転職に関する調査」

調査日：2025年2月4日

調査方法：フォーカス・グループ・インタビュー

対象者条件：一都三県の20代男女。1年以内に転職活動経験あり。

調査業・広告代理業・マーケティング業に従事していない

サンプルサイズ：2グループ（3名+5名の計8名）