

**Works  
Report**

**2026**

**「Z世代」を知る**

# 米国に見る働き方とデジタル共存



Image : Generated by AI

「Z世代」を知る

## 米国に見る働き方とデジタル共存

### *contents*

はじめに .....	1
① データで理解する Z 世代 .....	2
② 働き方に関するワークトレンド .....	6
③ TikTok で広がるキャリアアドバイス .....	10
④ 就活と企業の SNS 戦略（求職者編） .....	14
⑤ 就活と企業の SNS 戦略（企業編） .....	18
⑥ AI と経済不安がもたらす「就職氷河期」 .....	22
⑦ AI 時代に「現場の技能職」を選ぶのはなぜか .....	26
⑧ 新たな働き方「ポートフォリオワーク」とは何か .....	30
⑨ 早期離職の要因と定着の鍵となる成長機会とは .....	34
⑩ Z 世代が求めるマネジメントは支援・育成・協働 .....	38
不確実性を生きる Z 世代のキャリア変遷 .....	42



本レポートは、2025 年 7 月から同年 12 月までリクルートワークス研究所のウェブサイト  
([www.works-i.com/research/labour/column/generation-z/index.html](http://www.works-i.com/research/labour/column/generation-z/index.html))  
に掲載したコラムを編集してまとめたものです。

## はじめに

Z世代の定義にはさまざまな見解がありますが、本レポートでは米国で一般的に使われている定義に基づいて1997～2012年に生まれた人々を対象とします。2026年現在、この世代は14～29歳にあたり、今後の労働市場で大きな割合を占めると考えられています。

年長のZ世代はパンデミックの時期に高校や大学を卒業し、社会人としてキャリアをスタートしました。仕事に対して報酬だけでなく、柔軟な働き方やワーク・ライフ・バランス、仕事の意義、キャリア開発といった要素を重視する傾向があります。また、副業や起業、フリーランスといった多様な働き方にも関心を持っています。

さらに、Z世代は生まれながらにしてデジタル環境に親しんできた「デジタルネイティブ」です。スマートフォンの平均使用時間は1日当たり約7時間43分に上ります。最も人気のあるアプリはTikTokで、1日当たりの平均使用時間は約1時間32分です。次に人気があるのはInstagramで、1日当たり約1時間19分利用されています<sup>1</sup>。

本レポートでは、パンデミックやAIの台頭により労働環境が変化するなか、米国のZ世代の働き方やキャリア観がどのように変容しているのかを、最新のデータや事例から読み解きます。



Image : Generated by Canva AI

1. dcdx, "The 2026 Gen Z Screen Time Report" (2026)  
<https://dcdx.co/2026-gen-z-screen-time-report>

# ① データで理解するZ世代



Image : Generated by Canva AI

米国におけるZ世代（1997～2012年に生まれた世代）は、デジタルネイティブとして育ち、幼少期からインターネットやスマートフォンに親しんできた世代である。この世代は、環境問題や社会的課題に対する関心が高く、多様性を尊重する柔軟な価値観を持っているとされる。

一方で、主体性が欠ける傾向や、安定志向が強いという側面も指摘されている。1990年代後半生まれのZ世代は既に労働市場に参入しており、求人への応募、新たな職場での就業、企業でのキャリア形成を通じて、その特性を活かして活躍している者も多い。

X世代やミレニアル世代とZ世代が職場で円滑に協働していくためには、まず世代で異なる価値観や行動様式をお互いに正しく理解することが重要である。

本レポートでは、米国のZ世代の全体像を概観したうえで、就業観や行動様式、ソーシャルメディアを活用した仕事探しやキャリア相談の手法、働き方や価値観の特徴、さらには独立・起業の動向などについて、各種調査データを基に紹介していく。

## 教育水準の高いZ世代

Pew Research Centerによると、Z世代は、これまで最も教育水準の高い世代になりつつある。彼らは、それ以前の世代と比較して大学進学率が高く、高校中退率も低い。2018年に高校を卒業した18～21歳の学生のうち、57%が2年制または4年制大学に通っており、これは同年代だった2003年時点のミレニアル世代の52%、1987年時点のX世代の43%を上回っている<sup>2</sup>。

また米国国勢調査局（United States Census Bureau）のデータによると、2022年には、18～24歳の約40%が大学を卒業するか準学士号を取得している<sup>3</sup>。

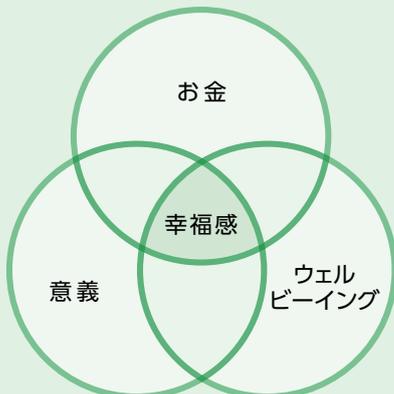
## Z世代が受けたパンデミックの影響

シンクタンクの経済政策研究所 (Economic Policy Institute) の報告によると、2019年春から2020年春にかけて、16～24歳の若年労働者全体の失業率は、8.4%から24.4%へと急上昇した。若年層の約4分の1はパンデミックの影響を最も大きく受けたレジャー・ホスピタリティ業界で働いており、2020年2月から5月の間にこの業界の雇用は41%減少した<sup>4</sup>。

さらに、Z世代は8歳から23歳という多感な時期にパンデミックを経験し、教育面でも大きな影響を受けた。全米教育統計センター (National Center for Education Statistics) によると、2021年秋に高等教育機関の授業を受講予定であった18歳以上の成人のうち、56%が受講計画に何らかの変更があったと報告している<sup>5</sup>。

変更の内容は、授業の完全キャンセル、履修数の増減、別の学位や資格取得のための授業への変更、ほかの教育機関への転校、授業形式の変更 (対面からオンラインへの移行) など、多岐にわたっている。

図表1 Z世代とミレニアル世代がキャリア選択について求める要素



出所：Deloitte

## キャリアに対する価値観

米国労働統計局 (Bureau of Labor Statistics) によると、Z世代の労働参加率は上昇傾向にあり、2024年には20～24歳の約72%が労働市場に参加している<sup>6</sup>。

職場コミュニティサイト Glassdoor の予測によると、Z世代は2024年初頭までにフルタイム労働力においてベビーブーマー世代を上回る見込みである。ミレニアル世代を超えるのは、2040年代初頭頃になると予想されている<sup>7</sup>。

2025年に発表された Deloitte の調査では、世界のZ世代およびミレニアル世代の多くが、自身のキャリアに、「お金」「意義」「ウェルビーイング」の三要素を求めていることが明らかになった (図表1)。

Z世代は経済的な安定がなければ、幸福感を得にくく、仕事に意義を見出しにくい傾向がある。しかし、経済的不安は前年から増加しており、Z世代の約半数 (48%) が経済的安定を感じていない。

また、Z世代の89%は、目的意識が仕事への満足度と幸福感にとって重要であると考えている。ポジティブなメンタルウェルビーイングを報告したZ世代のうち67%が、仕事を通じて社会に有意義な貢献ができていると感じている一方で、メンタルウェルビーイングが低いと回答した層ではその割合は44%にとどまっている<sup>8</sup>。

Gallup が 2025 年に発表した調査によると、米国の従業員エンゲージメントは 2024 年に 31% と過去 11 年間で最低の水準に落ち込み、2025 年も同水準で停滞している<sup>9</sup>。特に Z 世代および 1989 年以降に生まれた年少ミレニアル世代の低下が顕著であり、2020 年のピーク時から 8 ポイント低下した。エンゲージメントを構成する要素のうち、この世代で特に低下が見られたのは、「職場の誰かが気遣ってくれていると感じる」「この 1 年間、職場で学び、成長する機会があった」であった。また、全世代を通じて「職場で自分が何を期待されているかがわかっている」の低下も著しい。

税務申告サービス H&R Block の調査によると、Z 世代の 3 人に 1 人が 2022 年に転職しており、そのうち 35% が給与アップを目的としていた。過半数 (59%) は給与所得者として働くことを望んでおり、そのなかでは、オンサイト勤務や大企業での勤務が好まれている。

一方で、29% は独立して働くことを望んでおり、そのうち 59% が起業、22% がソーシャルメディアのインフルエンサー・ストリーマー、14% がアーティスト・クリエイターとして働くことを志向している<sup>10</sup> (図表 2)。

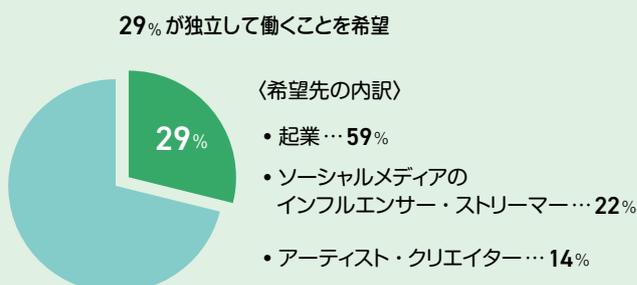
## Z 世代の経済状況

2025 年に発表された Bank of America の取引データによる分析では、Z 世代の世帯当たり支出の増加率は、必需品・裁量的支出のいずれにおいても、全体平均の増加率を上回っている。支出額は貯蓄の約 2 倍に達しており、生活費の高騰が経済的なプレッシャーとなっていることが背景にあると考えられる。

貯蓄は支出の増加に追いついておらず、Z 世代の約 3 分の 1 (32%) が、親世代が同年代だった頃と比べて経済的な目標達成が遅れていると感じている。また、労働市場への新規参入者の失業率も上昇傾向にあり、2025 年 2 月に失業手当を受給した Z 世代の世帯数は、前年比で約 32% 増加した<sup>11</sup>。

個人投資家向けサービスを提供する WallStreet-Zen の調査によると、Z 世代の多くは、金融知識をソーシャルメディアから得ている。特に TikTok (42%) や YouTube (27%) が人気であり、Z 世代の 76% がこれらのプラットフォームを通じて投資、資産管理、不労所得などの情報を収集していると回答している。90% が投資に関心を持っている一方で、56% が「どこから始めればよいかわからない」と感じている。また、83% が「誤った金融情報を見たことがある」と回答しており、情報の信頼性にも課題があることがうかがえる<sup>12</sup>。

図表 2 Z 世代の希望する働き方



出所：H&R Block

## スマホとソーシャルメディアで 情報収集するZ世代

Z世代を対象にリサーチを行う dcdx の調査によると、米国のZ世代は1日当たり平均7時間43分スマートフォンを使用している。年齢別に見ると、20歳以下のZ世代は約8時間12分、21歳以上では約7時間23分である。Z世代に人気のアプリと、1週間当たりの平均利用時間は以下のとおりである<sup>13</sup>。最も人気のあるアプリはTikTokで10時間48分、次に人気があるのはInstagramで9時間15分利用されている(図表3)。

また、Forbes Advisorの調査によると、Z世代の46%が主にソーシャルメディアを情報収集の手段として利用しており、Googleよりも使い慣れたプラットフォームを好んで使用している傾向がある<sup>14</sup>。

Z世代は、進学や就職といった人生の節目にパンデミックを経験し、社会との関わり方や働き方に関する価値観に大きな影響を受けた。また、常にソーシャルメディアを通じて膨大な情報に触れており、彼らの思考や行動には、これまでの世代とは異なる特徴が見られる。次章より、Z世代の価値観や就業観について考察していく。

2. Pew Research Center, "On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far" (2020)  
<https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far/>
3. United States Census Bureau, "Educational Attainment" (2022)  
<https://data.census.gov/table/ACSST1Y2022.S1501?t=Educational%20Attainment>
4. Economic Policy Institute, "Young workers hit hard by the COVID-19 economy" (2020)  
<https://www.epi.org/publication/young-workers-covid-recession/>
5. National Center for Education Statistics, "Impact of the Coronavirus Pandemic on Fall Plans for Postsecondary Education" (2022)  
<https://nces.ed.gov/programs/coe/indicator/tpb/covid-impact-postsecondary-plans>
6. Bureau of Labor Statistics, "Civilian labor force participation rate by age, sex, race, and ethnicity" (Last Modified Date: August 28, 2025)  
<https://www.bls.gov/emp/tables/civilian-labor-force-participation-rate.htm>
7. Glassdoor, "Glassdoor's 2024 Workplace Trends" (2023)  
<https://www.glassdoor.com/blog/workplace-trends-2024/>
8. Deloitte, "2025 Gen Z and Millennial Survey" (2025)  
<https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/genz-millennial-survey.html>
9. Gallup, "U.S. Employee Engagement Declines From 2020 Peak" (2026)  
<https://www.gallup.com/workplace/701486/employee-engagement-declines-2020-peak.aspx>
10. H&R Block, "2024 Outlook on American Life Report" (2024)  
<https://www.hrblock.com/outlook-on-american-life/>
11. BANK OF AMERICA, "Gen Z: A new economic force" (2025)  
<https://institute.bankofamerica.com/economic-insights/genz-new-economic-force.html>
12. WallStreetZen, "Where Did Gen Z Learn About Money?" (2023)  
<https://www.wallstreetzen.com/blog/genz-money-social-media-survey/>
13. 前掲注1
14. Forbes Advisor, "Is Social Media The New Google? Gen Z Turn To Google 25% Less Than Gen X When Searching" (2024)  
<https://www.forbes.com/advisor/business/software/social-media-new-google/>

図表3 Z世代に人気のアプリと1週間当たりの平均利用時間



出所：dcdx

## ② 働き方に関するワークトレンド

Z世代は、TikTokやInstagramといったソーシャルメディアを、キャリアに関するトレンドの把握や情報取得の手段として活用している。TikTok上には、「#Worklife」「#CorporateTikTok」「#Worktok」などのハッシュタグが付けられた動画が多数投稿されており、職場のあるあるを描いたスキット形式の動画や、業界・企業・職種ごとの「#DayInMyLife (私の1日)」、キャリアに関するアドバイス、仕事や働き方に対する考えの共有などが人気を集めている。

### 人気のワークトレンド

これらの動画はバイラル化し、働き方に関する新たなトレンドを生み出している。2023年に注目された職場関連のトレンドの一部を紹介する<sup>15</sup> (図表4)。

図表4 TikTokで話題になった職場のトレンド (2023年)

トレンド	意味	再生回数
Quiet Quitting (静かな退職)	仕事の負担を減らし、最低限の業務のみにとどめる働き方	7億6,230万回
Act Your Wage (給料に見合った働き方)	報酬に応じた業務量にとどめる姿勢	4億5,110万回
Rage Applying (怒りの大量応募)	職場への不満から衝動的に複数の求人に応募する行動	600万回

出所：BUSINESS INSIDER

たとえば、1,600万回以上再生されたある動画では、人気クリエイターが「Act Your Wage」の概念をユーモラスに表現している<sup>16</sup>。動画内では、従業員のペロニカが上司から自宅での業務継続を依頼されるが、「家族と過ごしたい」とこれを断る。彼女は、18時半からのZoom会議や休暇中の電話応答についても、勤務時間外であることを理由に笑いながら拒否する。さらに、業務量が2人分に相当するため1人では対応できないと説明し、17時になると「帰ります!」と大声で宣言し、ふざけた口調で「じゃあねー」と言い残して退社する。このように、多くのクリエイターが職場における理不尽な慣習や状況を笑いに変換し、視聴者の共感を呼んでいる。

## 解雇や退職を共有する「QuitTok」

TikTokは、単なる娯楽や笑いを提供する場にとどまらず、不満や個人的な経験を表明する手段としても活用されている。その一例が「QuitTok」と呼ばれる現象である。これは、「#IQuitMyJob」「#QuitMyJob」「#QuittingMyJob」といったハッシュタグを用いて、従業員が退職理由を語ったり、退職の瞬間を記録した動画を投稿したりする動きである。2024年1月には、あるZ世代の女性が、入社から数カ月でIT企業から解雇を通知される様子を撮影し、TikTokに投稿した。この動画は瞬間に拡散され、複数のメディアに取り上げられ、数百万回以上再生された。米国では日本と異なり、企業による解雇が法的に可能であるが、この動画は解雇の手続きの妥当性や、当事者がその様子を公開することの是非が議論を呼んだ<sup>17</sup>。

Financial Timesによると、特にZ世代の若者が解雇や退職を告げる様子をソーシャルメディアに投稿する傾向が強まっている<sup>18</sup>。投稿の多くはテクノロジー業界や教育現場で働く人々などによるもので、その大半は女性であるとされている。米国ではテクノロジー業界において大規模なレイオフが続いており、Layoffs.fyiのデータによると2024年には15万人以上がテック企業から解雇された<sup>19</sup>。この傾向は2025年に入っても継続している。

## ネガティブな投稿とその影響

実際に、どの程度の従業員が職場に対する不満をソーシャルメディアに投稿しているのか。Owl Labsが2,000人を対象に実施した調査によると、全体の34%が仕事や雇用主について否定的な投稿を行った経験があると回答している<sup>20</sup>。具体的な投稿先や内容は図表5のとおりである。

さらに、この34%という割合はZ世代に限定すると48%にまで上昇する(図表6)。

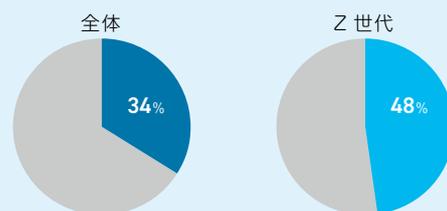
図表5 雇用主について否定的な投稿を行った経験

回答内容	%
Instagram、Xなど、自身のソーシャルメディアアカウントへの投稿	19
自身のTikTokアカウントへの投稿	15
雇用主との会話や会議の録音	15
Glassdoorなどを利用した匿名での投稿	13

出所：Owl Labs

図表6 否定的な投稿を行った経験を持つ従業員の割合

仕事や雇用主について否定的な投稿を行った経験がある



出所：Owl Labs

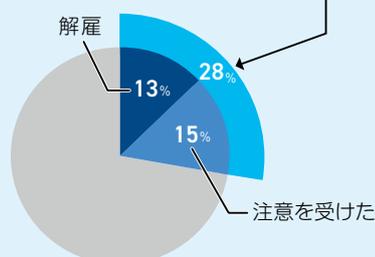


Image : Generated by Canva AI

ネガティブな投稿は共感を呼び、バイラル化する可能性がある一方で、リスクも伴う。EduBirdieの調査によると、Z世代の2,000人のうち28%が、TikTokへの投稿を理由に職場で何らかの処分を受けたと回答している。13%が「解雇」、15%が「注意を受けた」という<sup>21</sup> (図表7)。

図表7 投稿が原因で職場において処分を受けたZ世代の割合

TikTokへの投稿を理由に職場で何らかの処分を受けた



出所：EduBirdie

## 次に起こるトレンドとは何か

近年、新たに注目されている働き方に関するトレンドとして、下記のような現象が挙げられる。

### Task Masking (タスクマスキング)

実際よりも忙しく見せかけることで、上司や同僚に対して「働いている」印象を与える行動を指す。

#### 具体的な行動例

- ノートパソコンを持って早足で歩き回る
- やたら大きな音でタイピングする
- ビジネス風のジェスチャーで友人に電話する

#### 主な動機

- 生産的であるように見せなければいけないプレッシャー
- オフィス勤務再開 (RTO ; Return to Office) への不満
- RTO はレイオフの前兆であるとの認識が引き起こす不安

#### 関連データ<sup>22, 23</sup>

- 76%の企業が生産性向上のためRTOを義務化する予定
- 95%の企業がRTOに従わない従業員にペナルティを科すと回答
- 33%の従業員が職場で生産性を偽っていると回答
- 54%の従業員がエンゲージメント低下時に最低限の仕事しかしない

Z世代によるタスクマスキングは、単なる入社拒否や怠慢ではなく、「入社＝生産的」という従来の価値観への反発であり、同時に解雇リスクに対するサバイバル戦略とも解釈できる。

## Revenge Quitting (リベンジ退職)

職場への不満を募らせた従業員が、意図的に混乱を引き起こしながら退職する行動を指す。

### 具体的な行動例

- 繁忙期に突然退職する
- 重要なデータを削除する
- 引き継ぎを拒否する

### 主な動機

- キャリアの行き詰まり感
- 蓄積された不満の爆発
- 組織や上司への復讐心

### 関連データ<sup>24、25、26</sup>

- 65%が現在の職務に行き詰まりを感じている
- Z世代の10人に1人が過去に怒りによるデータ削除を行った
- 28%が「2025年中に職場でリベンジ退職が起こる」と予想
- エントリーレベルの従業員の24%がリベンジ退職を経験しており、ほかのレベルの従業員と比較して最も多い
- Z世代の40%が職場で「過小評価されている」と回答

Z世代は、自身の評価や待遇に対する不満を表現する手段として、リベンジ退職に至りやすい傾向が見られる。

これらの働き方トレンドは、単にZ世代のソーシャルメディア依存によるものではない。むしろ、社会情勢や職場環境の変化に対して敏感に反応し、自己防衛や価値観の表明として現れている現象であると考えられる。

15. BUSINESS INSIDER, “Top 10 workplace trends on TikTok this year: quiet quitting, bare minimum Mondays, and more” (2023)  
<https://www.businessinsider.com/top-work-trends-tiktok-quiet-quitting-hiring-act-your-wage-2023-5>
16. 320万人以上のフォロワーを持ち、会社生活や職場文化をユーモラスに描くことで人気のクリエイター Sarai Marie 氏の動画  
<https://www.tiktok.com/@saraithreads/video/7136250998057913646>
17. The Wall Street Journal, “The Tech Employee Who Went Viral for Filming Her Firing Has No Regrets” (2024)  
<https://www.wsj.com/business/the-tech-employee-who-went-viral-for-filming-her-firing-has-no-regrets-54b61ffe>
18. Financial Times, “Quit-Tok : why young workers are refusing to leave their job quietly” (2024)  
<https://www.ft.com/content/fd270cb1-8d14-4639-a152-7f2dad453480>
19. Layoffs.fyi  
<https://layoffs.fyi/>
20. Owl Labs (リモート会議用ツールプロバイダー) “State of Hybrid Work 2024” (2024)  
<https://owllabs.com/state-of-hybrid-work/2024>
21. Edu Birdie (学生向けライティングサービス) “TikTok generation: Shaping the education and career aspirations of Gen Z” (2023)  
<https://edubirdie.com/blog/gen-z-the-tiktok-generation>
22. Resume builder (レジュメ作成サービス) “8 in 10 Companies Will Track Office Attendance in 2024” (2023)  
<https://www.resumebuilder.com/8-in-10-companies-will-track-office-attendance-in-2024/>
23. Workhuman, “Is the Faux-Productivity Problem Real or Imagined?” (2024)  
<https://www.workhuman.com/blog/the-faux-productivity-problem/>
24. Glassdoor, “Glassdoor Worklife Trends 2025” (2025)  
<https://www.glassdoor.com/blog/worklife-trends-2025/>
25. Crash Plan (データ保護・バックアップソリューション) “The Growing Trend of ‘Rage Deletion’ & How You Can Stop It” (2025)  
<https://www.crashplan.com/blog/why-is-rage-deletion-a-growing-trend-crashplan/>
26. Software Finder (企業向けソフトウェア検索プラットフォーム) “Rise of Revenge Quitting” (2025)  
<https://softwarefinder.com/resources/rise-of-revenge-quitting>

## ③ TikTokで広がるキャリアアドバイス

Z世代にとって、ソーシャルメディアはキャリア形成において不可欠な情報源となっている。従来のビジネス特化型ソーシャルメディアであるLinkedInよりも、InstagramやTikTokを活用する傾向が強い。TikTokが注目されている理由は、高速かつ無料で情報を得られる点、そして短い動画が情報取得に適している点にある。Z世代はTikTokを検索エンジンのように活用し、「仕事に就く方法」「レジュメの修正方法」などを検索し、数十秒から1分程度の人気動画を視聴している。

「CareerTok」は、TikTok上でキャリアや就職に関するアドバイスや情報を共有するトレンドであり、「#CareerTok」「#CareerTips」などのハッシュタグを付けて動画が投稿されている。特に米国で投稿された「#CareerAdvice」のハッシュタグが付いた動画数は過去3年間で3倍以上に増加しており、関心を集めている<sup>27</sup>。これらの動画では、給与交渉の方法、理想の仕事の見つけ方、転職体験談、レジュメの書き方、面接での回答方法など、実践的なノウハウが紹介されている。

### 誰がキャリアアドバイスを提供しているのか？

キャリアアドバイスを提供しているのは、キャリアコーチ、企業の人事部門や採用担当者、過去に関連する経歴を持つ人物、そして専門的なキャリアカウンセリングの資格は持たないものの、自身の経験を基に情報を発信するインフルエンサーやクリエイターである。人気のクリエイターは、複数のプラットフォームで数百万人以上のフォロワーを抱えており、広く影響力を持っている。以下に代表的なアカウントの例を挙げる。

**@careervidz**

面接の専門家であるRichard McMunn氏が運営するアカウントである。ジョブインタビューにおける模範回答や誤った回答例をわかりやすく実演する<sup>28</sup>。一般的な質問から「このペンを売ってください」「自分を動物に例えると?」といったユニークな質問まで幅広く網羅している。McMunn氏は20年以上にわたり、面接コーチングやキャリア開発支援サービスを提供しており、CV (Curriculum Vitae: 履歴書) 作成サービスやキャリア情報サイト、人材開発専門サイトの運営も行っている。

**@loewhaley**

Laura Whaley氏は、2020年のリモートワーク移行期に社会人生活に関する経験を共有し始めた。現在はコンテンツ制作と自身のビジネスに専念している。人気シリーズ「プロフェッショナルにどう言うか?」では、職場での言い換え表現を紹介しており、たとえば「この件のために残業する気はない」という内容を、「私の勤務時間は17時までですので、明日にこの件を優先対応させていただければ幸いです」と表現するよう提案している<sup>29</sup>。

**@advicewitherin**

Erin McGoff氏は、自らを「インターネットのお姉さん」と称する映像作家兼コンテンツクリエイターである。パンデミックによる映画業界の停滞をきっかけに、自身が若い頃に必要としていたキャリアアドバイスを動画で共有し始めた。インタビューでの回答方法や、職種別（アパレル販売員、飲食店のサーバー、ファストフード店員、バーテンダーなど）のレジュメの書き方など、具体的かつ実用的な情報を提供している。特に「自己紹介をしてください」「なぜあなたを雇うべきか」といった質問への回答例が人気を集めている<sup>30</sup>。

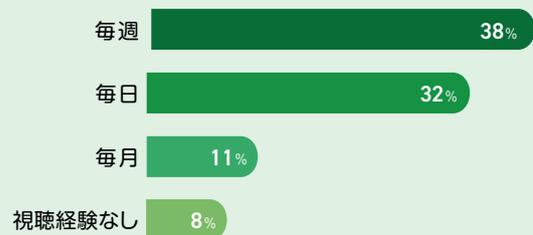
多くのキャリア系クリエイターは、自身のウェブサイトを通じて個別のキャリアコーチング、レジュメやカバーレターのテンプレート、インタビューガイドブックなどのツールを有料で提供している。

## キャリアアドバイスを受けて 意思決定を行う

TikTokによるキャリアアドバイスは、Z世代に広く浸透し、受け入れられている。Resume Builderが職歴のあるZ世代1,000人を対象に2024年に実施した調査によると、以下の傾向が明らかとなった<sup>31</sup>。

TikTokからキャリアアドバイスを得る頻度は、「毎日」が32%、「毎週」が38%と高いことがわかった(図表8)。

図表8 Z世代がTikTokからキャリアアドバイスを  
得る頻度



出所：Resume Builder



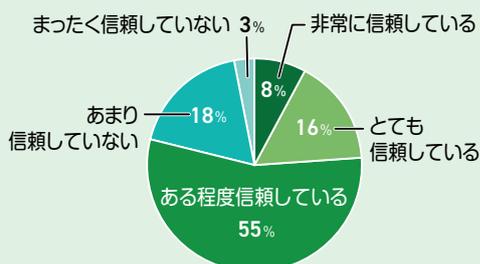
Image : Generated by Canva AI

TikTokによるキャリアアドバイスに対する信頼度は、「ある程度信頼している」が55%、「とても信頼している」「非常に信頼している」と合わせると79%となる。「あまり信頼していない」が18%、「まったく信頼していない」は3%であった(図表9)。

全体の41%がTikTokで得たアドバイスに基づいて意思決定を行った経験があると回答しており、その内容には以下のような項目が含まれている(図表10)。

これらの意思決定について、多くの人が結果的に人生に良い影響を与えたと評価している(図表11)。

図表9 Z世代のキャリアアドバイスに対する信頼度



出所：Resume Builder

図表11 キャリアアドバイスに基づく意思決定の影響

回答内容	%
人生に非常に良い影響を与えた	38
ややよい影響を与えた	48
影響はなかった	13
悪影響があった	1

出所：Resume Builder

図表10 Z世代がキャリアアドバイスに基づいて行った意思決定

意思決定した内容	意思決定の詳細(複数回答)	%
副業を始める (35%)	フリーランスとして活動する	34
	ソーシャルメディアのインフルエンサーになる	28
	ドロップ SHIPPINGを開始する	25
	ギグワークを始める	24
	アフィリエイトマーケティングを行う	24
	Etsy ショップを開設する	20
	ペットシッター・ベビーシッターとして働く	20
	家庭教師を始める	12
	別のフルタイムの仕事に就く	11
職場で自己主張する (22%)	昇給や手当の増額を要求する	47
	上司と距離を置くことを求める	40
	人事部に懸念を訴える	35
	リモートワークの実施を要求する	32
	昇進を求める	29
	休暇の増加を要求する	26
仕事を減らす (13%)	給与に見合った分だけ働く	63
	勤務時間外の労働を拒否する	44
	仕事の質を意図的に下げる	38
	労働時間を削減する	34
	プロジェクトへの参加を断る	28
	会議への参加を断る	24
仕事を辞める (10%)	副業をフルタイムの仕事に転換できるとわかった	52
	キャリアの夢や情熱を追うべきとわかった	51
	自分はもっとよい報酬を受ける価値があるとわかった	48
	世界を旅する、パンライフなど別のライフスタイルがよいとわかった	43
	労働時間を減らし、負担を軽くするほうがよいとわかった	40

出所：Resume Builder

## 危険なキャリアアドバイスの存在

一方で、有害なアドバイスも存在する。たとえば、「White Fonting」と呼ばれる手法は、求人情報に記載された職務要件のうち、自身が保有していない資格や経験などのテキストをコピーし、レジュメの余白に縮小した白い文字で貼り付けるというものである。この文字は肉眼では判別しにくいですが、ATS（応募者追跡システム）によって検出される可能性があり、書類選考を通過するための裏技としてソーシャルメディア上で紹介されている。しかしながら、発覚すれば企業からの信用を大きく損なう行為である。そのほかにも、同一のレジュメを使って複数の求人サイトに対して大量にスパム応募を行う、あるいは経歴を誇張するなど、倫理的に問題のあるアドバイスも散見される。

## キャリアアドバイスの流行が映し出すZ世代の現実

こうしたキャリアアドバイスのブームは、不安定な労働環境のなかで就職活動や職場での葛藤を抱えるZ世代の実情を反映している。特に競争が激化する就職活動において、アドバイスや面接対策などを手軽に得られる点が、彼らにとって大きな魅力となっている。情報の信頼性や、個別の状況に対する安易な適用といった課題はあるものの、多くのZ世代にとって、クリエイターによるキャリアアドバイスは身近で親しみやすく、実用的なものとして受け入れられている。

27. TikTok : Creative Center  
<https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/hashtag/careeradvice/pc/en?rid=xa40bg57mn&period=1095&countryCode=>
28. Richard McMunn氏の「自己紹介をしてください」という質問への回答例  
<https://www.tiktok.com/@careervidz/video/7200823334790057222>
29. Laura Whaley氏の人気シリーズ「プロフェッショナルにどう言うか?」  
<https://www.tiktok.com/@loewhaley/video/7076434782573300998>
30. Erin McGoff氏の「なぜあなたを雇うべきか」という質問への回答例  
<https://www.tiktok.com/@erinmcgoff/video/6914329284328901894>
31. Resume Builder（レジュメ作成サービス）“4 in 10 Gen Z TikTok Users Have Made Career-Related Decisions Based on Advice on the App”（2024）  
<https://www.resumebuilder.com/4-in-10-gen-z-tiktok-users-have-made-career-related-decisions-based-on-advice-on-the-app/>



Image : Generated by Canva AI

## ④ 就活と企業のSNS戦略（求職者編）



Image : Generated by Canva AI

キャリアの選択肢が多様化するなか、Z世代はソーシャルメディア（SNS）を活用した情報収集や自己PR、AIによる応募書類の作成など、新たな手法を用いてキャリアを切り拓こうとしている。一方で、就職活動に伴う課題は複雑化しており、若年層は多くの困難に直面している。

### Z世代が直面する就職活動の課題とストレス

Z世代は、転職頻度が高い世代として知られている。Clarify Capitalの調査によると、86%が過去1年間に新しい仕事を探しており、60%がそのプロセスに強い精神的ストレスを感じている<sup>32</sup>。特に、求人サイト経由で応募した後の企業からの反応に対する不満が多く、就職活動の障壁となっている。

Checkrが過去6カ月間に就職活動を行った人を対象に実施した調査では、Z世代が以下のような課題を感じていることが明らかになった<sup>33</sup>（図表12）。

図表 12 Z世代が直近の就職活動で感じた課題や不満

回答内容	%
求人サイトでは応募や面接の連絡を得るのが難しい	59
企業との個人的なつながりがなければ面接に進むのは困難である	57
応募後に企業から連絡がないことが自信や精神状態に悪影響を与えた	66
応募した仕事但实际上には募集されていなかった経験がある <sup>34</sup>	73

出所：Checkr

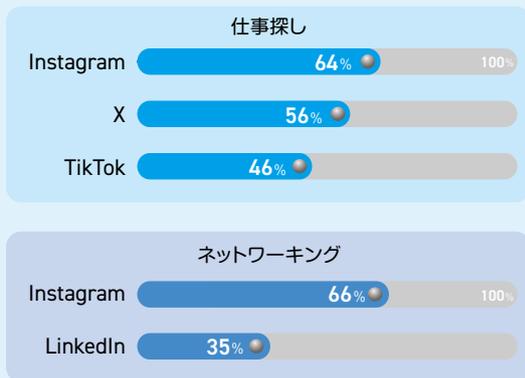
こうした不満を背景に、Z世代はソーシャルメディアやAIに活路を見出している。同調査によると、55%が「従来の方法では見つけられなかった仕事をソーシャルメディア経由で見つけることができた」と回答しており、就職活動のスタイルは大きく変化している。

## ソーシャルメディアが 就職活動の新たなインフラに

Zetyの調査によると、Z世代の64%がInstagramを通じて仕事やインターンシップを見つけており、X(旧Twitter)は56%、TikTokは46%であった<sup>35</sup>。

Instagramはネットワーキングの場としても機能しており、66%が仲間やメンター、業界の専門家とつながるために活用している一方、LinkedInの利用は35%にとどまっている(図表13)。

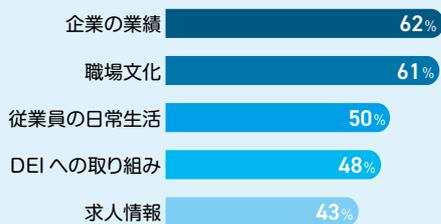
図表 13 Z世代が仕事探しやネットワーキングに使うソーシャルメディア



出所：Zety

企業のソーシャルメディア上での存在感も応募判断に大きな影響を与えている。95%が企業のコンテンツを応募の参考にしており、注目されている情報は、企業の業績、職場文化、従業員の日常生活が50%を超え、DEI(Diversity, Equity & Inclusion)への取り組み、求人情報と続く(図表14)。

図表 14 Z世代が注目する企業のコンテンツ



出所：Zety

Z世代は、興味のある企業や従業員、業界関係者をフォローし、「1日の仕事風景」や職場の様子を映した動画などを通じて、企業の雰囲気や価値観を把握し、応募先を検討している。具体的な応募方法については、求人情報の投稿本文で確認するか、プロフィール欄のリンクから応募フォームやレジュメの送付先にアクセスするのが一般的である。

## ハッシュタグで広がる自己PRの可能性

ソーシャルメディアは、Z世代にとって自分のスキルや個性を発信する手段でもある。デザイン、コンテンツ制作、写真撮影、動画編集など、クリエイティブ分野に強みを持つZ世代は、Instagramに作品を投稿し、視覚的に自分の能力をアピールしている。投稿には、採用担当者の目に留まりやすくするために、目的に応じたハッシュタグが活用されている。主なハッシュタグの用途と使用例は以下のとおりである(図表15)。

図表 15 主なハッシュタグの用途と使用例

用途	使用例
就職活動中であることを示す	#HireMe (私を雇ってください)
	#JobSeeker (求職者)
	#JobSearch (就職活動)
専門分野や希望職種を示す	#GraphicDesign
	#UXDesigner
ポートフォリオを示す	#Portfolio
	#DesignPortfolio

## ChatGPT による書類最適化で 成功率が向上

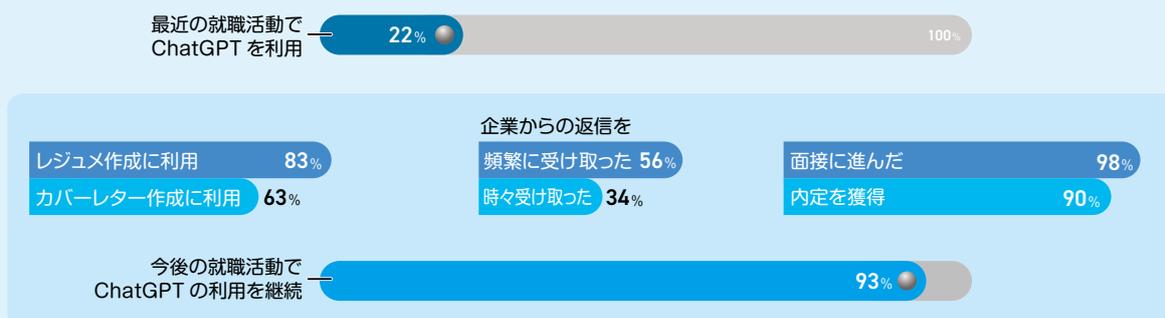
Z世代は、面接のチャンスを得るために、応募書類の作成にも新しいツールを取り入れており、企業に合わせた最適な応募書類の作成にAIを活用し始めている。

Resume Templatesが、過去1年以内に就職活動を行った米国のZ世代を対象に2024年5月に実施した調査によると、全体の22%が就職活動でChatGPTを利用した<sup>36</sup>。また、AI利用者は面接や内定獲得の成功率が高いことがわかった。Z世代のChatGPTユーザーの就職活動における利用状況は以下のとおりである（図表16）。

- 83%がレジュメ作成に、63%がカバーレター作成に利用した。
- 56%が企業からの返信を頻繁に受け取り、34%が時々受け取った。
- 98%が面接に進み、面接で90%が内定を獲得した。
- 93%が今後の就職活動でChatGPTの利用を継続する意向を示した。

利用者の成功を背景に、就職活動でのAIツールの利用はさらに増す可能性が高いと考えられる。

図表 16 Z世代の就職活動での ChatGPT の利用状況



出所：Resume Templates

## 動画レジュメという新たな アピール手段で企業とつながる

2021年、若者と人材不足に悩む企業をつなぐことを目的に、TikTokは米国で「TikTok Resumes」というパイロットプログラムを試験的に実施した。紙のレジュメの代わりにTikTok動画を使って仕事に応募するという、新たな試みだった<sup>37</sup>（図表17）。

図表 17 TikTok Resumes の概要と結果

実施期間	2021年7月7日～7月31日
参加企業	Chipotle、Target、WWE、Alo Yoga、Shopify、Contra など30社以上
応募方法	専用サイトで募集職種を検索し、スキルや経験をアピールする動画を作成。「#TikTokResumes」のハッシュタグを付けてTikTokに投稿する。
結果	プログラム開始からわずか48時間で、応募動画が800本以上投稿された <sup>38</sup> 。ただし、最終的な応募者数や採用者数については公式な数字は公開されていない。

この取り組みは、従来の形式にとらわれない新しい採用形式として、ソーシャルメディアやマスメディアで大きな注目を集めた。動画を通じて個性や熱意を伝えるというスタイルは、特にZ世代の価値観や表現方法と親和性が高く、今後の採用活動における可能性を示す事例となった。

プログラム終了後も、アピール動画を投稿するという動きは続いており、「#HireMe」はTikTokで9万件以上投稿されている（2025年8月時点）。なかには、動画がきっかけとなり、実際に面接や採用へとつながった事例もある。

### TikTokで注目を集めた応募動画

あるZ世代の女性がメディア企業のデジタルメディアプロデューサー職に応募を表明した動画は、ストーリーへの共感性とクオリティの高さからTikTokで38万回以上再生された（2025年8月時点）<sup>39</sup>。この動画には、共感や応援のコメントが500件以上寄せられた。後日、彼女はこの企業からインタビューの機会を得たことを、別の動画で明かしている。

### 企業に直接PR動画を送付

別のZ世代の女性は、LinkedInを解雇された後、ほかの候補者との差別化をはかるために、かつての同僚や業界関係者の推薦コメントを含めた1分程度の自己PR動画を作成した。彼女は動画をGoogleの採用担当者に応募書類とともに直接送り、さらに拡散のために自身のソーシャルメディアでも公開した<sup>40</sup>。最終的に、彼女は動画のおかげでGoogleへの採用が決まったと報告している。

このように、動画はZ世代にとって採用担当者の注目を集め、認知される有効な手段となり得る。特に、クリエイティブな表現力を活かすことで、従来のレジュメでは伝えきれない個性や熱意を伝えることが可能である。

キャリアアドバイス、レジュメの作成、面接準備、ネットワーキング、求人情報の発見、企業のリサーチなど、就職活動のあらゆる場面でソーシャルメディアを頼りにするZ世代を中心に、就職活動のプロセスは変わり始めている。次章は、企業側の取り組み状況について紹介する。

32. Clarify Capital（ローン会社），“How Much Time and Money It Takes to Find a Job Today”（2025）  
<https://clarifycapital.com/true-cost-of-job-hunting>
33. Checkr（身元調査プラットフォーム），“Hiring Disconnect: Job Seekers Tell-All About the Job Search Process”（2025）  
<https://checkr.com/resources/articles/hiring-disconnect-2025-report>
34. 企業が積極的に採用活動を行っていないにもかかわらず掲載されているポジションで、一般的に「ゴーストジョブ」と呼ばれる。
35. Zety（レジュメ作成サービス），“46% of Gen Z Has Secured Jobs Through TikTok”（2025）  
<https://zety.com/blog/genz-career-trends-report>
36. Resume Templates（レジュメ作成サービス），“Only 22% of Gen Z Use ChatGPT for Their Resume, Nearly All Land Jobs and Higher Salaries”（2024）  
<https://www.resumetemplates.com/only-22-of-gen-z-use-chatgpt-for-their-resume-nearly-all-land-jobs-and-higher-salaries/>
37. TikTok，“Find a job with TikTok Resumes”（2021）  
<https://newsroom.tiktok.com/en-us/find-a-job-with-tiktok-resumes>
38. CNBC，“TikTok resumes and Instagram portfolios: How college students are using social media to find jobs”（2021）  
<https://www.cnbc.com/2021/11/14/from-tiktok-to-instagram-how-students-use-social-media-to-find-jobs.html>
39. Tik Tok動画  
<https://www.tiktok.com/@filmwcolleen/video/7286578936274865414>
40. Tik Tok動画  
<https://www.tiktok.com/@marianadkobayashi/video/7261341325469977883>

## ⑤ 就活と企業のSNS戦略（企業編）



Image : Generated by Canva AI

米国企業は、Z世代の価値観や行動様式に合わせた採用戦略の構築を進めている。採用プロセスのデジタル化、企業の価値観やブランドの可視化、柔軟な働き方や福利厚生の提示など、従来の採用手法を見直す動きが広がっている。日常的にソーシャルメディア（SNS）を使いこなすZ世代に対し、企業はどうアピールすべきか。調査データと成功事例に基づき、採用チャネルとしてのソーシャルメディア活用術を考察する。

### 採用チャネルとしての ソーシャルメディアの利用状況

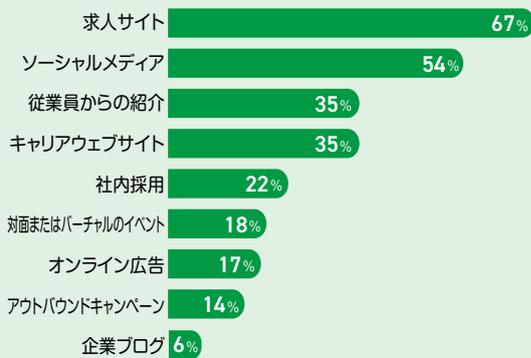
Z世代は、InstagramやTikTokなどのソーシャルメディアを積極的に活用し、就職活動を行っている。一方で、企業側の採用活動における利用状況にはギャップが存在する。JOBVITEが2024年に北米の採用担当者1,200人以上を対象に実施した調査では、全世代を対象に採用活動で役に立ったチャネルについて尋ねており、ソーシャルメディアは求人サイトに次いで有効なチャネルとして認識されている<sup>41</sup>。結果は多い順に、求人サイト67%、ソーシャルメディア54%、従業員からの紹介35%、キャリアウェブサイト35%、社内採用22%、対面またはバーチャルのイベント18%、オンライン広告17%、アウトバウンドキャンペーン14%、企業ブログ6%であった（図表18）。

企業が採用活動において利用しているソーシャルメディアの種類も、近年利用傾向に変化が見られる。JOBVITEは前出の調査および2017、2020年に米国の採用担当者を対象にした調査で、採用活動に利用している、もしくは利用予定のソーシャルメディアについて調査しており、その推移を示したのが図表19である<sup>42</sup>。

2017年から2024年にかけての傾向を見ると、LinkedInは最も利用されているが、2017年の92%から2020年には72%に減少し、2024年には71%と横ばい傾向にある。一方、Instagramは2017年の18%から2020年に37%、2024年には43%へと増加している。TikTokも2020年の7%から2024年には23%へと、利用率が3倍以上に伸びている。

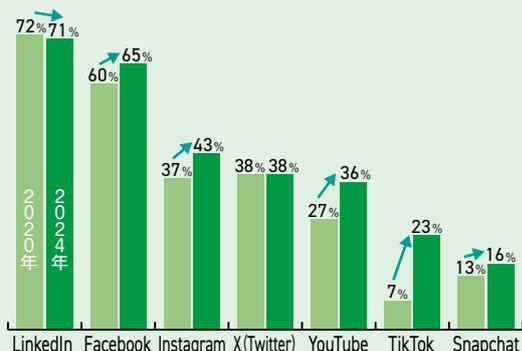
この推移から、企業の採用活動は、従来のビジネス特化型ソーシャルメディアであるLinkedInに加えて、若年層が日常的に利用するプラットフォームであるInstagram、TikTok、YouTubeへの対応を強化していることが読み取れる。

図表 18 企業の採用活動で役に立ったチャネル (複数回答)



出所：JOBVITE

図表 19 企業が採用活動に利用している／利用する予定のソーシャルメディア (複数回答)



出所：JOBVITE

## Instagram・TikTokを活用した採用事例

企業はInstagramやTikTokを採用活動のみならず、企業ブランディングの手段としても活用している。動画を通じて、社内の雰囲気、従業員の1日の様子、福利厚生、求人情報などを紹介する事例が増えている。

### Google

Googleでは、採用専用のInstagramアカウントを設け、世界各地のオフィスの様子や従業員の日常を発信している<sup>43</sup>。学生向けの採用アカウントでは、インターンシップの様子や、職種に関するQ&A動画も配信している<sup>44</sup>。

### Chipotle

平均年齢24歳の従業員を抱えるChipotleでは、TikTokをZ世代採用における重要なツールと位置づけている<sup>45</sup>。テレビCMとTikTokを組み合わせ、従業員の「リアルな声」を紹介する採用キャンペーンを展開している。また、AIによる採用プロセスの自動化により、応募から就業までの平均日数を4日に短縮している<sup>46</sup>。

### Duolingo

DuolingoのTikTokアカウントは、Z世代のZaria Parvez氏が運営しており、自由な発想による動画が人気を集め、フォロワー数は1,600万以上に達した(2025年9月時点)。

アプリのダウンロード数やTikTok経由での応募数も増加している。

## 主なハッシュタグの用途と使用例

企業は求人情報を掲載する際に、ハッシュタグの活用も進めている。たとえば「#Hiring（採用中）」は、Instagramで800万件以上、TikTokでは96万件以上の投稿があり、広く認知されている。地域や職種に応じたハッシュタグを組み合わせることで、より具体的な求人情報へのアクセスが可能となっている（図表20）。

図表 20 主なハッシュタグの用途と使用例

用途	使用例
採用中であることを示す	#Hiring（採用中）
	#Jobs
	#Recruitment（採用活動）
地域を示す	#ChicagoJobs
	#SanDiegoJobs
職種を示す	#TechJobs
	#MarketingJobs

## Z世代を惹きつける企業アカウントの採用施策

TikTokは、小売・飲食・観光など大量採用が必要な業種や、営業・接客・クリエイティブ職などでの採用において特に活用されている。ユニークな取り組み例を紹介する（図表21、22）。

図表 21 Starbucks「グローバルコーヒークリエイター」プログラム<sup>47</sup>

募集期間	2025年5月28日～6月13日
概要	世界15都市を巡り、ソーシャルメディアで発信するクリエイターを2名募集。応募者は動画で自己PRを行い、「#StarbucksGlobalCoffeeCreator」のハッシュタグを付けてTikTokに投稿。
結果	募集投稿には3万7,000件以上の「いいね!」と約1,000件のコメントが寄せられ、「#StarbucksGlobalCoffeeCreator」を付けた投稿数は1,700件を超えた。

図表 22 Hilton（オーストラリア部門）の動画採用キャンペーン<sup>48</sup>

実施期間	2023年11月9日～12月31日
概要	Z世代の従業員が撮影した職場の日常風景をTikTokに投稿。応募者は、30～60秒の動画に熱意やアイデアをまとめ、「#HireMeHilton」のハッシュタグを付けて投稿。
結果	応募数は前月比43%増加、動画による応募がZ世代に支持された <sup>49</sup> 。

Hilton が実施した調査によると、多くの Z 世代は従来のレジюмеよりも動画による応募を希望している<sup>50</sup> (図表 23)。

図表 23 ソーシャルメディア経由の応募を好む Z 世代

回答内容	%
書面のレジюмеよりソーシャルメディア経由で応募したい	68
レジюмеとカバーレターの作成に時間がかかるため、応募をためらう	82
書面では自分を最大限に表現できない	63

出所：Hotel Management

これらの結果から、動画による応募は Z 世代にとって大きな利点であり、企業にとっても応募者の個性や熱意を把握しやすいメリットがある。キャンペーンが話題となることでブランド認知にもつながっている。

このように、ソーシャルメディアは単なる情報発信の手段にとどまらず、企業と求職者をつなぐインタラクティブな採用チャネルとして進化している。特に Z 世代との接点を重視する企業にとって、動画や視覚的コンテンツを中心としたソーシャルメディア活用は今後さらに広がっていくと考えられる。

41. JOBVITE (ソフトウェア提供、人材紹介)、“Employ Recruiter Nation Report 2024” (2024)  
<https://www.jobvite.com/employ-recruiter-nation-report-2024/>
42. JOBVITE, “2020 Recruiter Nation Survey Report” (2020)  
<https://www.jobvite.com/lp/2020-recruiter-nation-survey-report/>
43. Googleの採用アカウント  
<https://www.instagram.com/lifeatgoogle/>
44. Googleの学生向け採用アカウント  
<https://www.instagram.com/googlestudents>
45. Chipotle Mexican Grill (レストランチェーン)、“CHIPOTLE PULLS BACK THE FOIL TO ATTRACT TALENT IN LATEST HIRING PUSH” (2023)  
<https://newsroom.chipotle.com/2023-08-29-CHIPOTLE-PULLS-BACK-THE-FOIL-TO-ATTRACT-TALENT-IN-LATEST-HIRING-PUSH>
46. Chipotle Mexican Grill, “CHIPOTLE AIMS TO HIRE FUTURE BILLION DOLLAR BUSINESS LEADERS IN NEW ‘BURRITO SEASON’ HIRING PUSH” (2025)  
<https://newsroom.chipotle.com/2025-02-19-CHIPOTLE-AIMS-TO-HIRE-FUTURE-BILLION-DOLLAR-BUSINESS-LEADERS-IN-NEW-BURRITO-SEASON-HIRING-PUSH>
47. Starbucks, “Apply to be a Starbucks Global Coffee Creator” (2025)  
<https://about.starbucks.com/global-coffee-creator/>
48. Hilton, “#HIREMEHILTONAU From TikTok Creator to Ultimate Stay Creator” (2023)  
<https://jobs.hilton.com/hiremehiltonau>
49. Human Resources Director (HRD) , “The future is absolutely in video - it’s not in written resumes” (2024)  
<https://www.hcamag.com/au/specialisation/recruitment/the-future-is-absolutely-in-video-its-not-in-written-resumes/508120>
50. Hotel Management (HM) , “Exclusive: Hilton HR Director reveals why the company is turning to TikTok to build teams” (2023)  
<https://www.hotelmanagement.com.au/2023/11/09/exclusive-hilton-hr-director-reveals-why-the-company-is-turning-to-tiktok-to-build-teams/>



# ⑥ AIと経済不安がもたらす「就職氷河期」

米国のZ世代は就職活動で困難に直面している。特にエントリーレベルの求人が減少しており、その背景には複数の要因が存在する。企業の採用縮小、AIの急速な普及、学位の価値に対する疑問などが、若年層のキャリア形成に影響を与えている。

## 採用減速による若年層の失業率上昇

ニューヨーク連邦準備銀行の報告によると、2025年3月時点における米国の新卒者の失業率は5.8%に達し、パンデミック時以来の高水準となった<sup>51</sup>。22～27歳の労働者の失業率は7.1%であり、全体平均の4.0%を大きく上回っている。また、新卒者の不完全雇用率は41.2%に達しており、約4割が学位を必要としない職種やパートタイムの仕事に従事している。

2025年5月に公開されたLinkedInのエントリーレベル職に関する労働市場調査は、同社のネットワークデータに基づいて分析されている<sup>52</sup>。同調査によると、2025年1月以降、エントリーレベルの採用は四半期ベースで3%減少しており、2020年3月比では23%の減少となっている。これは全体の採用減少率(18%)を上回るものである。企業は経済不安、政策の影響、業務効率化を目的としたAI導入の加速などを背景に、採用を控える傾向を強めている。



## AIによるエントリーレベル職の代替

近年、企業の経営層は、AIによるホワイトカラー職の削減について積極的に言及している。Ford MotorのCEOであるJim Farley氏は、AIがホワイトカラー職の半数を代替すると予測しており、JP-Morgan Chaseのコンシューマー&コミュニティ・バンキング部門CEOのMarianne Lake氏も業務担当者の10%削減を見込んでいる<sup>53</sup>。

AI分野のスタートアップ企業AnthropicのCEOのDario Amodei氏は、今後1～5年でエントリーレベル職の半数が失われ、失業率が20%に達する恐れがあると警告している<sup>54</sup>。

2025年8月に公開されたRevelio Labsの分析によると、2023年1月以降、米国のエントリーレベル求人は約35%減少している<sup>55</sup>。企業のウェブサイトから約1万件の求人データを収集し、AIによる代替可能性を基に職種を分類した結果、AI代替度が高いエントリーレベル職では求人が40%以上減少し、代替度が低い職種でも約33%の減少が見られた(図表24)。

さらに、AIツールの使用を求める求人広告の割合は、エントリーレベル以外の職種で2023年1月から10.7%増加したのに対し、エントリーレベルではわずか3.0%の増加にとどまっている。これは、企業が若年層に対してAIスキルの活用をあまり期待していないことを示している。

図表 24 米国の新規求人数の変化 (2023年1月比)



出所：Revelio Labs

## テクノロジー業界の変化： 新卒採用の縮小と要件の厳格化

### 新卒採用の減少傾向

2025年5月に公開されたSignalFireの「State of Tech Talent Report 2025」は、6億5,000万人以上の個人と8,000万以上の組織のトラッキングデータを使用し、テクノロジー業界の採用動向を分析している<sup>56</sup>。同レポートによると、2024年にはテクノロジー業界の中堅・シニア職の採用が回復した一方で新卒採用は減少を続けており、大手企業では2019年のパンデミック前と比較すると50%以上の減少となっている。

- 大手テクノロジー企業では、採用における新卒者の割合が7%にすぎず、2023年比で25%減少。
- スタートアップ企業では、新卒者の割合が6%未満で、2023年比で11%減少。
- 「Magnificent Seven」では、2022年以降、新卒者の割合が半減<sup>57</sup>。

### 経験の浅い若手に厳しい応募条件

2025年7月に公開されたIndeed Hiring Labの調査は、Indeedに掲載されたテクノロジーおよび数学関連職の求人動向を分析している<sup>58</sup>。同調査によると、2025年2月時点における技術職の求人は、中堅・ジュニア職で2020年と比較して34%減少したのに対し、シニア・管理職では19%の減少にとどまっている。採用数の減少に加え、求人の応募条件も厳格化しており、特に経験年数の要件が上昇している。「5年以上の経験」を求める求人の割合は、2022年の37%から2025年には42%に増加している。

### 若年層の雇用減少とAIの影響

2025年5月に公開されたOxford Economicsの分析によると、AIとの親和性が高いとされるコンピューターサイエンスや数学関連の職種では、2022年以降、22～27歳の雇用が8%減少している<sup>59</sup>。一方で、27歳より上の雇用には大きな変化が見られていない。

これらの傾向は、AI導入が進むテクノロジー業界において、若年層の職務が先に自動化・代替されている可能性を示唆している。企業はAIを活用するにあたり、経験豊富な人材を求めており、結果として若手や未経験者にとっては参入障壁が高まっている。

### 採用が回復傾向にある業界

前出のLinkedInの調査によると、採用が減速する業界が多いなか、金融サービス業や小売業が比較的安定した採用状況を維持している<sup>60</sup>。さらに長期的に見ると、2019年以降、エントリーレベルの採用が最も活発に行われている業界は下記のとおりである。

- 教育
- 医療・ヘルスケア
- 宿泊・飲食サービス

これらの業界は、AIによる代替が難しく、人間の対応力が求められる職種が多いため、若年層にとっては就職先として有望視されている。

### 学位の価値に対する疑問と進学率の低下

このような状況下で、大学の学位の価値に疑問を持つZ世代が増加している。準学士号以上の学位を持ち、就業中の772名を対象にIndeedが2025年3月に実施した調査では、Z世代の51%が「学位取得はお金の無駄」と考えている<sup>61</sup>。その意識の背景には以下の要因がある。

## 1. 学費の高騰と学生ローンの負担

U.S. News が2025年9月時点のデータとして発表した米国の大学435校を対象とした調査によると、過去20年間で大学の授業料と諸費用は、インフレ調整後でも24～32%上昇している<sup>62</sup>。前出のIndeedの調査では、回答者の52%が学生ローンを抱えて卒業しており、38%はローンがキャリアアップの妨げになっていると回答している。

## 2. 学位と職のミスマッチ

Indeedの同調査では、Z世代の68%が「学位がなくても職務を遂行できる」と回答している。雇用主側も同様の傾向を示しており、Indeed Hiring Labの調査によると、2024年1月時点のIndeedに掲載された米国の求人広告の52%には正式な教育要件が記載されていない<sup>63</sup>。

2023年12月に公開されたPew Research Centerの分析によると、米国の若者の大学進学者数は過去10年間で徐々に減少している<sup>64</sup>。2022年の18～24歳までの大学進学者総数は、2011年のピーク時と比べて約120万人減少している。この傾向は、高校卒業生の総数減少によるものではなく、高校卒業生のうち大学に進学する若者の割合の低下によるものである。

AIの導入と経済の不安定さのなかで、従来のキャリアパスが揺らぎつつある。Z世代は大学進学に疑問を抱き、新たな道を模索している。次章は、彼らが選択している仕事について紹介する。

51. Federal Reserve Bank of New York, "The Labor Market for Recent College Graduates" (2025)  
<https://www.newyorkfed.org/research/college-labor-market#:~:overview>
52. LinkedIn, "Entry-level labor market strained amid intensifying competition" (2025)  
<https://www.linkedin.com/pulse/entry-level-labor-market-strained-amid-intensifying-p9die/>
53. The Wall Street Journal, "CEOs Start Saying the Quiet Part Out Loud: AI Will Wipe Out Jobs" (2025)  
<https://www.wsj.com/tech/ai/ai-white-collar-job-loss-b9856259>
54. CNN, "Takeaways from Anthropic CEO Dario Amodei's CNN interview" (2025)  
<https://edition.cnn.com/2025/05/29/business/anthropic-amodei-cnn-anderson-cooper-takeaways>
55. Revelio Labs, "Is AI responsible for the rise in entry-level unemployment?" (2025)  
<https://www.reveliolabs.com/news/macro/is-ai-responsible-for-the-rise-in-entry-level-unemployment/>
56. SignalFire, "The SignalFire State of Tech Talent Report - 2025" (2025)  
<https://www.signalfire.com/blog/signalfire-state-of-talent-report-2025>
57. 「Magnificent Seven」とは、主要テクノロジー企業のごとで、Google (現Alphabet)、Apple、Facebook (現Meta)、Amazon、Microsoftの「GAFAM」と呼ばれる5社に、Tesla、NVIDIAを加えた7社を指す。
58. Indeed Hiring Lab, "Experience Requirements Have Tightened Amid the Tech Hiring Freeze" (2025)  
<https://www.hiringlab.org/2025/07/30/experience-requirements-have-tightened-amid-the-tech-hiring-freeze/>
59. Oxford Economics, "Educated but unemployed, a rising reality for college grads" (2025)  
<https://www.oxfordeconomics.com/wp-content/uploads/2025/05/US-Educated-but-unemployed-a-rising-reality-for-college-grads.pdf>
60. 前掲注52
61. Indeed, "Report : 51% of Gen Z Views Their College Degree as a Waste of Money" (2025)  
<https://www.indeed.com/career-advice/news/college-degree-value-generational-divide>
62. U.S. News, "20 Years of Tuition Costs at National Universities" (visited February 10, 2026)  
<https://www.usnews.com/education/best-colleges/paying-for-college/articles/see-20-years-of-tuition-growth-at-national-universities>
63. Indeed Hiring Lab, "Educational Requirements Are Gradually Disappearing From Job Postings" (2024)  
<https://www.hiringlab.org/2024/02/27/educational-requirements-job-postings/>
64. Pew Research Center, "Fewer young men are in college, especially at 4-year schools" (2023)  
<https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/12/18/fewer-young-men-are-in-college-especially-at-4-year-schools/>

# ⑦ AI時代に「現場の技能職」を選ぶのはなぜか



Image : Generated by Canva AI

Z世代は、従来の世代とは異なる価値観でキャリアに向き合っている。AIの急速な進化により職業選択の基準も変化し、AIに代替されにくい職業や人間的価値が求められる分野への関心が高まっている。

こうした変化は、キャリアにおける「安全性」の再定義につながっている。

## Z世代の価値観とキャリア志向

### 価値観の特徴

Z世代は、仕事を人生の中心ではなく、生活を豊かにする手段と捉えている。職業選択において、以下の価値観を重視する傾向がある(図表25)。

図表 25 Z世代の優先する価値観

ワーク・ライフ・バランス	肩書や給与よりも生活との調和を優先する。
安定性と学習機会	技術進化に対応するための継続的なスキル習得と雇用の安定を重視する。
目的意識	仕事に意義を見出せるかどうかモチベーションや幸福度に直結する。
柔軟性と自律性	ハイブリッド勤務や自律的な働き方を好み、メンタルヘルスへの配慮も求める。

### 安定性重視の背景

Z世代が雇用の安定性を重視する背景には、パンデミック期の不安定な雇用経験、AIや自動化に対する将来不安、高騰する学費や生活費といった大きな経済負担が存在する。その結果、「情熱よりも安定性」を優先する姿勢が強まり、就職活動の厳しさも長期安定雇用志向を後押ししている。

## データで見るZ世代のキャリア選好

### 米国Z世代の職業上位10職種と女性比率

図表26は、学士号以上の18～27歳の米国Z世代が最も多く就いている10の職業（2023年）と、各職種における全年齢の女性比率（2024年）を示している<sup>65、66</sup>。上位の職業は、正看護師、小中学校の教師、ソフトウェア開発であった。

図表26 米国のZ世代の職業 上位10職種（2023年）と全年齢における女性比率（2024年、参考）

順位	職種	BLS 対応職種	女性比率 %
1	正看護師	Registered nurses	86.8
2	小中学校の教師	Elementary and middle school teachers	77.7
3	ソフトウェア開発	Software developers	20.3
4	会計士および監査人	Accountants and auditors	57.2
5	その他のマネジャー	Managers, all other	38.7
6	カスタマーサービス担当者	Customer service representatives	65.7
7	人事担当者	Human resources workers	75.5
8	中等学校の教師	Secondary school teachers	60.5
9	経営アナリスト	Management analysts	40.9
10	小売店の販売員	Retail salespersons	47.5

出所：BUSINESS INSIDER、米国労働統計局（BLS）

### 人気業界と職業分布から見える傾向

Morning ConsultとSamsungが実施した調査によると、Z世代が魅力的、あるいは将来性があると考えられる業界は下記のとおりである<sup>67</sup>（図表27）。

図表27 米国のZ世代が魅力的、将来性があると考えられる業界（男女別）

順位	男性		女性	
	職業	比率	職業	比率
1	テクノロジー	43%	ヘルスケア	37%
2	エンターテインメント	35%	エンターテインメントデザイン	30% 30%

出所：Samsung

これらの調査結果から、次の傾向が読み取れる（図表28）。

図表28 Z世代の職業選択の傾向

価値観との一致	実際の職業分布では、安定性、社会的意義、専門性を備えた職業が上位を占めている。
参入のしやすさ	「教育」「医療・ヘルスケア」「小売業」など、エントリーレベルの採用が多い業界の職種が多数を占める。
キャリア志向	職業分布の上位は、女性のヘルスケア志向、男性のテクノロジー志向と一致する。一方で、エンターテインメントやデザインは人気が高いにもかかわらず、実際の職業分布では上位に入っていない。

## 「安全なキャリア」の再定義

2025年6月にZetyがZ世代の労働者を対象に実施した調査によると、回答者の43%がキャリアプランを見直していることが明らかになった。AIに代替されにくい職業への関心が高まっており、Z世代は下記の分野が「安全」とであると認識している<sup>68</sup>（図表29）。

図表29 Z世代がAIに代替されにくいと考える職業

職業	%
技能職（建設、配管、電気など）	53
人と関わる職業（医療、教育、ソーシャルワークなど）	47
クリエイティブ職（コンテンツ制作、グラフィックデザインなど）	31
技術職・AI関連職（サイバーセキュリティ、データサイエンス、ソフトウェア開発など）	30
自営業（起業、フリーランスなど）	28
運営・管理職（財務、人事、プロジェクトマネジメントなど）	12

出所：Zety

Z世代は、現場での対応や専門的な手作業、対人コミュニケーションなど、人間的な関わりや肉体的スキルが不可欠な職業に魅力を感じており、これらはAIによる代替が困難であると捉えている。

## 注目される3分野の職業

米国労働統計局 (BLS) によると、2025年第2四半期時点で20～24歳の平均年収の中央値は約4万664ドルである<sup>69</sup>。これを基準にすると、以下の3分野の職業は収入面でもZ世代のキャリア選択に大きく影響を与えているといえる。

### 技能職

#### 人気の理由

- インフラ投資や高齢化による退職者増加で需要が拡大している。
- 職業学校や見習い制度で学べるため、学費ローンの負担が少ない。
- 将来的に独立・起業につなげやすい。
- 3Dプリンティング、モデリング、ドローン測量、スマート建設などのデジタル技術が、Z世代の興味と一致している。
- TikTokやInstagramで若手技能職が現場の様子を発信しており、イメージが向上している。

#### 就業実態

Gustoの分析では、2024年に18～25歳の若年層が技能職の新規採用者の約25%を占めている<sup>70</sup>。過去5年間で、住宅・商業建設、電気工事、住宅リフォームといった分野で、Z世代の雇用が増加している。

#### 年収

電気技師や配管工などの技能職では、エントリーレベルでは約3万～4万ドル、上位10%の経験者は年収10万ドルを超えている<sup>71, 72</sup>。

#### 課題

The Harris Pollの調査によると、技能職は社会的評価が低いと見なされがちであり、キャリアや報酬に関する情報も不足している<sup>73</sup>。Z世代が感じる障壁として以下の点が上位に挙げられている。

- ほかの職業に比べて名誉や尊敬の念が低い
- 4年制大学への進学を促す社会的プレッシャー

- キャリア情報の不足
- 経済的に報われないという印象

### 医療・ヘルスケア分野

#### 人気の理由

- パンデミックと人口高齢化の影響により安定した需要がある。BLSは2024年からの10年間で医療職に毎年平均約190万件の求人が発生すると予測している<sup>74</sup>。
- 職種幅が広く、短大・専門学校卒で就業可能な職種も多い。たとえば、正看護師からナース・プラクティショナーや管理職へのキャリアアップの道筋が明確である。
- 連邦・州・大学・非営利団体による奨学金・補助制度が他業界より充実しており、多くの病院が授業料返還・補助を提供している。
- パンデミックにより、社会への高い貢献度と医療職の重要性が再認識された。

#### 就業実態

正看護師は学士号以上のZ世代で最も多い職種であり、医療従事者の約8割が女性であることから、Z世代女性の参入が進んでいる。BLSによると、2022年には獣医技術者、薬局技術者、医療助手などでは、16～24歳の若年層が20%以上を占める<sup>75</sup>。

#### 年収

正看護師のエントリーレベル年収は約6万4,000ドル、平均年収は約8万6,000ドルである<sup>76</sup>。

#### 課題

Press Ganeyの年次調査では、Z世代の医療従事者は、ほかの世代に比べてエンゲージメントが低く、離職率が38%と高いことが指摘されている<sup>77</sup>。これは、キャリア開発やワーク・ライフ・バランス、上司との関係に対する期待の変化が要因であると考えられている。

## 技術職 (AI 関連・データサイエンス)

## 人気の理由

- 急成長分野として人気が高く、「競争力のある給与」「柔軟性」「創造性」が評価されている。
- 雇用が増加傾向にあり、LinkedIn は2025年大学新卒者向け急成長職種の1位にAIエンジニアを挙げている<sup>78</sup>。BLS はデータサイエンティストの雇用が2024～2034年までに34%増加すると予測している<sup>79</sup>。

## 就業実態

Z世代の従事率はまだ低い。DesignRushによると、Z世代の割合はAIソフトウェア開発者で6.3%、システムアナリストで8.5%と上の世代が多数を占めている<sup>80</sup>。

## 年収

AI人材紹介会社Burtch Worksのレポートによると、AI専門職やデータサイエンティストのエントリーレベル年収は10万ドル以上、平均年収は約13万～15万ドル(非管理職)である<sup>81</sup>。

## 課題

高い専門性と学歴が求められるため、参入ハードルが高い。Burtch Worksの同レポートによると、AI専門職の91%が大学院学位(修士号または博士号)を保持しており、学士号保持者はわずか8%である。

AIの進化や経済不安により職業の安定性や将来性が揺らぐなか、Z世代は「代替されにくい仕事」や「自分らしさを活かせる働き方」に注目している。

女性は医療や教育など需要が高い分野を堅実に選択し、雇用の安定性と社会的意義を重視する一方で、男性は技能職やAI分野といった成長領域に挑戦し、専門性を活かしたキャリアを模索している。これらの傾向は、不確実な時代においてZ世代が理想と現実のバランスを取りながら、戦略的にキャリアを選択していることを示している。

- BUSINESS INSIDER, "Millennials and Gen Zers in their first jobs out of college might actually tell the story of the economy" (2025)  
<https://www.businessinsider.com/millennial-gen-z-entry-level-job-market-shift-economy-2025-8>
- 米国労働統計局 (BLS) のデータに基づく構成比。U.S. Bureau of Labor Statistics, Current Population Survey, Annual Averages, "Table 11 : Employed persons by detailed occupation, sex, race, and Hispanic or Latino ethnicity" (2024) (Last Modified Date: January 29, 2025)  
<https://www.bls.gov/cps/cpsaat11.htm>
- Samsung, "Gen Z is Defining the Future of Work - on Their Own Terms, Reveals Morning Consult & Samsung Survey" (2023)  
<https://news.samsung.com/us/gen-z-defining-future-work-own-terms-reveals-morning-consult-samsung-survey/>
- Zety, "65% of Gen Z Say College Degrees Won't Protect Them From AI" (2025)  
<https://zety.com/blog/genz-reroute-report>
- 週平均収入の中央値より年収を算出。U.S. Bureau of Labor Statistics, Economic News Release, "Table 3. Median usual weekly earnings of full-time wage and salary workers by age, race, Hispanic or Latino ethnicity, and sex, second quarter 2025 averages, not seasonally adjusted" (Last Modified Date: July 22, 2025)  
<https://www.bls.gov/news.release/wkyeng.t03.htm>
- Gusto, "Slowed Hiring in White Collar Jobs is Driving GenZ Toward Skilled Trades" (2024)  
<https://gusto.com/resources/gusto-insights/skilled-trade-workers-2024>
- U.S. Bureau of Labor Statistics, Occupational Outlook Handbook, "Electricians" (visited February 01, 2026)  
<https://www.bls.gov/ooh/construction-and-extraction/electricians.htm>
- U.S. Bureau of Labor Statistics, Occupational Outlook Handbook, "Plumbers, Pipefitters, and Steamfitters" (visited February 01, 2026)  
<https://www.bls.gov/ooh/construction-and-extraction/plumbers-pipefitters-and-steamfitters.htm>
- The Harris Poll, "How do Americans think about the skilled trades?" (2025)  
<https://theharrispoll.com/briefs/how-do-americans-think-about-the-skilled-trades/>
- U.S. Bureau of Labor Statistics, Occupational Outlook Handbook, "Healthcare Occupations" (2025) (Last Modified Date : Thursday, August 28, 2025)  
<https://www.bls.gov/ooh/healthcare/>
- U.S. Bureau of Labor Statistics, "Healthcare Occupations: Characteristics of the Employed" (2023)  
<https://www.bls.gov/spotlight/2023/healthcare-occupations-in-2022/home.htm>
- エントリーレベルは10パーセンタイルの年収と推定。平均年収は50パーセンタイル(中央値)。U.S. Bureau of Labor Statistics, "Occupational Employment and Wages" (Last Modified Date: April 3, 2024)  
<https://www.bls.gov/oes/2023/may/oes291141.htm>
- Press Ganey, "Are you ready to lead the next generation of healthcare workers?" (2025)  
<https://info.pressganey.com/press-ganey-blog-healthcare-experience-insights/next-generation-healthcare-workers>
- LinkedIn, "LinkedIn Grad's Guide 2025: The jobs, industries and cities on the rise for new grads" (2025)  
<https://www.linkedin.com/pulse/linkedin-grads-guide-2025-jobs-industries-cities-rise-new-ggnje/>
- U.S. Bureau of Labor Statistics, Occupational Outlook Handbook, "Data Scientists" (visited August 28, 2025)  
<https://www.bls.gov/ooh/math/data-scientists.htm>
- DesignRush (B2B マーケットプレイス), "DesignRush Lists the Top 5 AI Jobs in the U.S. (2025)" (2025)  
<https://news.designrush.com/designrush-lists-the-top-5-ai-jobs-in-the-us-2025>
- Burtch Works, "Salary & Market Intelligence to Win the AI & Data Science Talent Race" (2025)  
<https://www.burtchworks.com/market-researchers-salary-report-2025/ai-and-data-science-2025compensationreport-introduction>

## ⑧ 新たな働き方「ポートフォリオワーク」とは何か



Image : Generated by Canva AI

Z世代は、従来の9～17時のフルタイム勤務といった画一的な労働観に疑問を呈し、柔軟な働き方を強く志向する傾向にある。そのキャリア観を象徴するのが、複数の仕事や収益源を組み合わせる「ポートフォリオワーク」である。これは、本業、副業、フリーランス、起業といった多様な就業形態を組み合わせ、自律的にキャリアを構築するスタイルを指す。デジタルツールやAIの進展が、この潮流をさらに後押ししている。

### ポートフォリオワークを志向する背景

Z世代がポートフォリオワークという働き方を選択する背景には、経済的要因、社会制度への不信感、個人的価値観といった複数要素が絡み合っている。

#### 1. 経済的要因

インフレーションや住宅価格の高騰、学生ローンの負担といった経済的圧力が生活への不安を増大させている。単一の収入源への依存はリスクと見なされ、追加収入の確保が喫緊の課題となっている。

#### 2. 社会制度への不信感

既存の社会保障制度や伝統的なキャリアパスに対する信頼が揺らいでいることも、要因の1つである。The Harris Pollの調査によると、Z世代は32歳までの経済的自立（FIRE）を理想とし、94%が遅くとも55歳までの達成を望んでいる<sup>82, 83</sup>。しかし、従来のキャリアパスではこの目標達成は困難であると彼らは認識している。

#### 3. 自己実現と価値観の変化

副業は単なる収入補填の手段ではなく、自己実現や新たなスキル獲得の機会として捉えられている。柔軟性や自律性を重んじるZ世代にとって、副業やフリーランスという働き方は自身の価値観と高い親和性を持つ。

#### 4. ソーシャルメディアの影響

インフルエンサーやクリエイターの台頭は、情報発信やコンテンツ制作を現実的な副業、あるいは起業の選択肢としてZ世代に認識させた。

#### 多様化する副業の形態とプラットフォーム

ポートフォリオワークを実践するうえで、副業は主要な手段と位置づけられる。その種類は多岐にわたり、各種プラットフォームの進化と密接に関連している。下記は、主な副業タイプごとにプラットフォームや特徴を整理したものである(図表30)。

Z世代はこれらのプラットフォームを複数活用し、自身のポートフォリオを構築している。

図表 30 主要な副業タイプと特徴

副業のタイプ	主な仕事内容	代表的なプラットフォーム	特徴
ソーシャルメディア発信型	動画/コンテンツ制作 ライブ配信	YouTube TikTok Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>個人のブランド構築が可能</li> <li>収益化には継続的な努力が必要</li> </ul>
E コマース型	ハンドメイド品 デジタル商品 古着などの販売	Etsy eBay Amazon Shopify Depop	<ul style="list-style-type: none"> <li>自分のブランドで世界観を表現できる</li> <li>在庫管理や集客コストが発生</li> </ul>
専門スキル型	ライティング デザイン ウェブ/アプリ開発 翻訳	Fiverr Upwork Freelancer	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門性を活かし高単価と自由な働き方が可能</li> <li>収入が不安定で営業や交渉などのコストを要する</li> </ul>
単発タスク型	ライドシェア 配達 雑用代行 ペットシッター	Uber Lyft DoorDash Instacart TaskRabbit	<ul style="list-style-type: none"> <li>自由な時間に稼働でき収益化が速い</li> <li>報酬は労働集約的で低単価になりやすい</li> </ul>

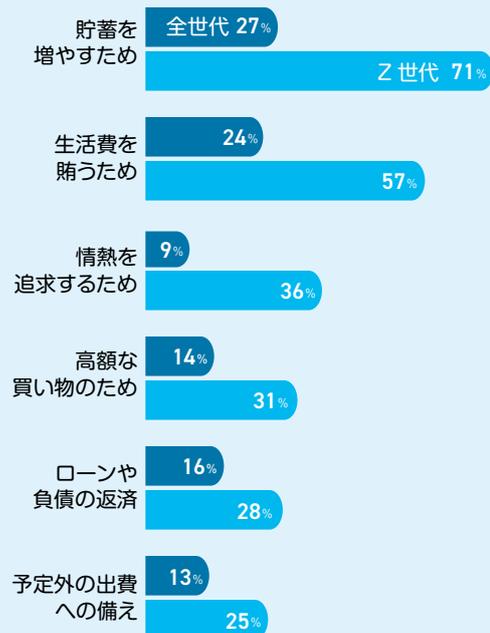
#### データと事例から見る Z世代の副業実態

##### 副業の普及率・時間・収入

MarketWatch Guidesが米国で2,000人を対象にした副業調査によると、過去1年間に副業を経験した割合は全体で51%であるのに対し、Z世代では72%に達する<sup>84</sup>。副業に費やす時間は週5～20時間(中央値10時間)、月収は100～500ドル(中央値250ドル)である。Z世代の上位25%は平均月825ドルを得ているが、残りの75%の収入は他世代と同額か、それ以下にとどまる。

Z世代が副業を行う動機は、他世代と比較して、貯蓄の増加、生活費の補填、情熱の追求が際立っている(図表31)。

図表 31 副業を行う動機(複数回答)



出所：MarketWatch Guides

### ケーススタディ：Z世代のポートフォリオワーク

Z世代がポートフォリオワークを実践する動機や背景は、多岐にわたる。以下に、Z世代の副業事例を5つ紹介する（年齢は記事掲載当時）。

#### 電気技師×YouTuber（男性・23歳）<sup>85</sup>

大学には進学せず、21歳で電気工事会社を設立。自身の仕事風景をYouTubeで配信した。広告収入は当初の月額450ドルから月額1,300ドルに増加し、コンテンツ制作へのさらなる注力を検討している。

#### 病院看護師×学校看護師（女性・25歳）<sup>86</sup>

経済的余裕、多様な臨床経験、夜勤の合間の充実感を求め副業を開始。本業と異なる環境での業務にやりがいを見出している。

#### ローン審査員→チラシ配布へ転換（男性・27歳）<sup>87</sup>

気分転換と副収入を目的にチラシ配布を開始。需要拡大に伴い事業化し、本業に転換した。柔軟な働き方による、生活の質の向上に満足している。

#### 会社経営×インフルエンサー（女性・27歳）<sup>88</sup>

ヘアケア製品の通販会社を経営する傍ら、TikTokで6万人超のフォロワーを持つインフルエンサーとしても活動。ファッションブランドと提携している。カイロプラクティックの医師資格も有し、複数の収益源を確立している。

#### 営業×ソーシャルメディア活用支援×ギグワーク（女性・22歳）<sup>89</sup>

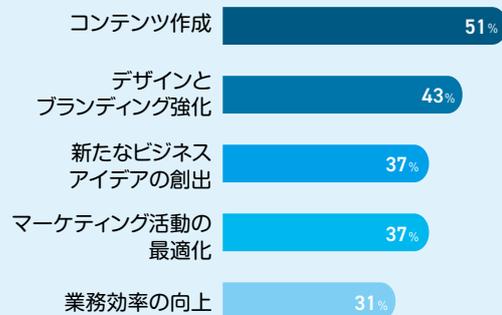
医療機器メーカーに勤務しつつ、企業のソーシャルメディア活用支援やベビーシッターで報酬を得ている。週60時間以上働くこともあるが、副業はキャリアに不可欠な要素であると認識している。

## AIは副業をどう変えるか

AIの普及は、副業や起業における参入障壁を著しく低下させ、生産性の向上に大きく寄与している。

Liquid Webが約1,000人の副業従事者と起業家を対象に実施した調査では、66%がChatGPTを、32%がCanva AIを利用している。AIの主な利用方法は以下のとおりである<sup>90</sup>（図表32）。

図表 32 AIツールの主な利用方法（複数回答）



出所：Liquid Web

同調査では、回答者の約4割がAIを用いて1週間以内に事業を立ち上げ、約2割が1週間以内に収益化を達成している。Z世代は全回答者の21%だが、この迅速な起業を達成した層の40%を占める。この成功体験から、Z世代の45%が高度なAIツールへ再投資する意向を示している。



Image : Generated by Canva AI

## ポートフォリオワークに伴う 課題とリスク

ポートフォリオワークは多くの機会を提供する一方で、無視できない課題やリスクも内在する。

### 収入の不安定性

収入は個人のスキル、プラットフォームの特性、営業力などに大きく左右され、必ずしも安定しているわけではない。

### 時間管理・健康リスクと本業への影響

Express Employment Professionalsが求職者1,002人と採用担当者1,003人を対象とした調査によると、副業経験者の35%が「自由な時間の減少」、33%が「時間管理の困難さ」、27%が「燃え尽き症候群」を訴えている<sup>91</sup>。また、採用担当者の55%が「従業員の副業を発見した経験がある」と回答し、そのうち50%が「生産性低下」、47%が「集中力の低下」を指摘している。

### AIによる競争激化

AIの普及は、定型的・反復的なタスクの価値を低下させ、案件数や単価の減少につながる。また、AIによって誰もが一定品質の成果物を短時間で作成可能になるため、価格競争が激化する可能性も否定できない。

Z世代にとってポートフォリオワークは、単なる収入源の多様化にとどまらず、リスク分散と自己実現を両立させるための戦略的なキャリア構築手段である。その背景には経済的要請のみならず、彼ら固有の価値観が色濃く反映されている。AIはこの潮流を加速させる触媒として機能する一方で、競争の激化といった新たな課題も提示している。Z世代が実践するポートフォリオワークは、テクノロジーの進化を前提とした、より自律的で多角的なキャリアの未来像を示唆しているといえる。

82. Financial Independence, Retire Early の略。倏約と投資を組み合わせ、早期に経済的自立を達成し、従来よりも早く退職することを目指すライフスタイルや運動。
83. BUSINESS INSIDER, “Z世代の94%は55歳までにFIREしたい…彼らは経済的自立への道を再構築している”  
<https://www.businessinsider.jp/article/1c4143f8-692d-45a3-a42d-b49b-22978c5f/>
84. MarketWatch Guides, “‘The Bills Don’t Stop’: Half of Americans Work Side Hustles to Make Ends Meet” (2025) (visited February 01, 2026)  
<https://www.marketwatch.com/financial-guides/banking/side-hustles/>
85. Yahoo!news, “Meet a 23-year-old electrician who was a ‘good student’ but skipped college to join Gen Z’s blue-collar revolution. He makes 6 figures” (2025)  
<https://www.yahoo.com/news/articles/meet-23-old-electrician-good-130000597.html>
86. Bankrate, “Roughly one in four American adults have a side hustle. Here’s why that number might change soon.” (2025)  
<https://www.bankrate.com/loans/small-business/side-hustles-survey/>
87. 前掲注86
88. Yahoo!finance, “Meet the Gen Zers who launched their side hustles before even starting high school—now they’re making a fortune as their own bosses” (2025)  
<https://finance.yahoo.com/news/gen-zers-want-own-boss-111500139.html>
89. The Washington Post, “Gen Z embraces side hustles because ‘loyalty is dead’” (2024)  
<https://www.washingtonpost.com/technology/2024/03/25/gen-z-side-hustles/>
90. Liquid Web, “The Liquid Web AI side hustle boom study dives deep into the real-world impact of AI on entrepreneurs and side hustlers just like you.” (2025)  
<https://www.liquidweb.com/white-papers/ai-side-hustle-boom-study/>
91. Express Employment Professionals, “41% of US Job Seekers Juggle Side Hustles on Company Time, While Half of Employers Lack Policies to Prevent It” (2024)  
<https://www.expresspros.com/newsroom/news-releases/news-releases/2024/10/41-percent-of-us-job-seekers-juggle-side-hustles-on-company-time-while-half-of-employers-lack-policies-to-prevent-it>

# ⑨ 早期離職の要因と定着の鍵となる 成長機会とは

なぜZ世代は早期に離職するのか？ Z世代の就業が進むと同時に、「若手社員の早期離職」や「エンゲージメント（働きがい）の低下」が深刻な経営課題、人事課題となっている。この背景にあるのは、彼らの価値観の変化である。Z世代は、上の世代が重視してきた「安定した雇用」や「報酬」だけでなく、「この仕事を通して何が得られるか（自己実現）」や「社会にとってどんな意味があるか（働く意義）」をキャリア選択において強く求める傾向がある。Z世代の価値観や行動様式は、従来の雇用観とは異なっている。企業がこれからの時代も持続的に成長し、優秀な人材を惹きつけ続けるためには、既存の制度や組織風土そのものを見直し、再設計することが急務である。

## Z世代の早期離職を促す複合的要因

Z世代の離職背景には、待遇や制度といった条件面のみならず、職場文化やマネジメントスタイルとの価値観の不一致が根強く存在する。特に、マイクロマネジメントや、創造性を制約する画一的な職務設計は、離職を誘発する主要因となっている。その結果、柔軟性や創造性を尊重する職場環境を求めて転職を決断するケースが増加している。一方、企業側にもZ世代に対する固定観念や懸念が根強い。2025年10月にResume Templatesが採用マネジャー1,000人を対象にした調査では、回答者の8人に1人が「Z世代は雇用に適さない」と回答している<sup>92</sup>。その理由として、「労働倫理の欠如」「自己中心的」「プロ意識の欠如」といった評価が挙げられており、世代間の価値観のギャップが採用・定着の障壁となっている実態がうかがえる。

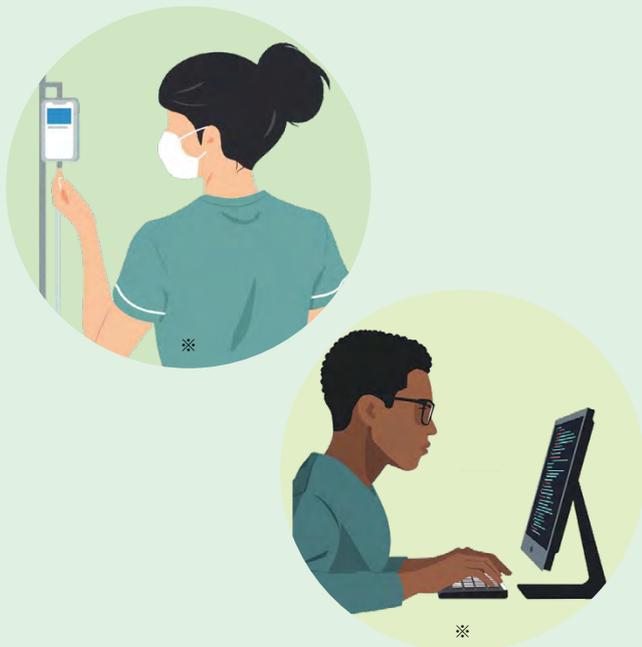
## Z世代の転職行動の実態

Randstadが2025年9月に公開した15カ国の労働者11,250人を対象に実施した調査によると、Z世代のキャリア最初の5年間ににおける平均在籍期間は1.1年と、ほかの世代と比較して著しく短い<sup>93</sup>（図表33）。これは、従来の長期的定着という概念が、もはやZ世代には通用しにくいことを示唆している。

図表33 転職に関する世代別統計

世代	キャリア最初の5年間の平均在籍期間（年）	1年以内の離職率（%）	1年以内に辞める予定（%）	無期限にとどまる予定（%）
Z世代	1.1	22	33	11
ミレニアル世代	1.8	9	21	20
X世代	2.8	5	16	28
ベビーブーマー世代	2.9	5	18	23

出所：Randstad, “understanding talent scarcity : the Gen Z workplace blueprint.” (2025) を基に作成



※ Image : Generated by Canva AI

### 転職の動機とキャリア探索の傾向

同調査によればZ世代は、仕事が自身の夢と一致していると感じる割合が56%と他世代よりも低く、37%が業界選択を後悔している。これは、経済的なプレッシャーや就職活動時の選択肢の制約から、不本意な形でキャリアをスタートさせた層が一定数存在することを示唆する。Z世代の6割は「給与や福利厚生が充実していれば価値観に合わない仕事でも受け入れる」と回答しており、54%が常に転職の機会を模索している。さらに、昇進機会の欠如や長期的なキャリアパスの不透明性も離職を後押しする重要な要因である。Z世代は短期的な処遇だけでなく、「長期的なキャリア目標」の実現可能性を重視する傾向が強い。

### 流動的なキャリア初期と専門職の定着性

2025年4月にRevelio Labsが公開した職歴データ分析によると、Z世代はキャリアの最初の3年間で平均2.1業種、2.2職務を経験しており、キャリア初期段階で幅広く業界や職務を模索する傾向が見られる<sup>94</sup>。

2022年から2024年にかけて数千万人の米国Indeedユーザープロフィールを分析したIndeed Hiring Labの調査によると、転職者の約3分の2（64%）が異職種へ移行しており、職業流動性の高さが確認された<sup>95</sup>。しかし、この傾向は職種によって大きく異なる。Z世代に多い看護職やソフトウェア開発職では、同職種内での転職が主流である。看護職から転職する人の大半（72%）は看護職に就いており、ソフトウェア開発職（63%）も同様である<sup>96</sup>。特に、学士号以上のZ世代で最も多い正看護師は、実に91%が同じ看護職に転職しており、高度な専門性を要する職種ではキャリアの継続性が高いことがわかる<sup>97</sup>。

## 転職市場の変化とキャリア形成の障壁

Z世代が理想の職場を求めて転職を目指す一方で、その道のりは必ずしも平坦ではない。

アトランタ連邦準備銀行のデータによると、転職による賃金上昇の優位性は、2023年初頭から大幅に縮小し、2025年2月時点での転職者と現職にとどまった人との賃金上昇率の差はわずか0.2%にとどまった<sup>98</sup>。

さらに、AI技術の進化がエントリーレベルの職務を代替し始めており、特にテクノロジー分野で若手向け求人減少傾向にある。前述のResume Templatesの調査では、既に29%の企業が新入社員の担っていた業務をAIに置き換えており、さらに34%がAI導入を検討している。この変化は、Z世代が実務経験を積む機会を奪い、キャリア形成を一層困難にする可能性がある。

## 若年層の離職、世代を超えた共通傾向という視点

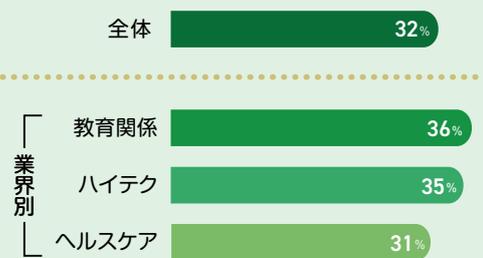
NIRS (National Institute on Retirement Security) による米労働統計局 (BLS) のデータ分析では、若年層の転職率の高さがZ世代固有の特性ではなく、世代を問わない共通傾向であると指摘している<sup>99</sup>。2024年時点で25～34歳 (Z世代後期+ミレニアル世代前期) の勤続期間の中央値は2.7年であり、1983年にベビーブーマー世代が同年齢だった頃の勤続期間の中央値とほぼ同水準である。

また、ベビーブーマー世代後期は18～56歳に平均12.7の職を経験し、そのほぼ半数は24歳以前に集中していた。これらのデータは、個人の離職率や定着率が世代特性以上に、その時々の経済状況や職場環境といった外的要因に大きく左右されることを示唆している。

## Z世代の定着を促す鍵は成長機会と教育支援

ヤングスタウン州立大学が2025年9月に発表したフルタイム労働者1,000人を対象とした調査によると、Z世代の43%が学位プログラムや資格認定コースといった継続的な学習に積極的に参加している<sup>100</sup>。これは、彼らが単なるキャリアアップだけでなく、自己成長や目的意識の確立を強く志向していることの表れである。成長機会が乏しい職場環境はエンゲージメントの低下を招き、Z世代の離職意向を高める要因となり得るため、企業による教育支援の充実が定着率向上に直結する重要な戦略となる。「雇用主が教育開発を積極的に奨励・支援している」と回答した割合は全体の32%、業界別では教育関係が36%、ハイテクが35%、ヘルスケアが31%であった (図表34)。

図表34 雇用主が教育開発を積極的に奨励・支援している割合



出所：Youngstown State University

Teach For Americaのような教育関連の非営利団体や、2UのようなEdTech企業では、Z世代の在籍期間が長い傾向が見られる<sup>101</sup>。また、大手コンサルティングファームのEY (Ernst & Young) では、全従業員の約3分の1をZ世代が占め、その数は過去3年間で3倍に増加した<sup>102</sup>。これらの組織に共通するのは、社会貢献性の高いパーパス (企業の存在意義) を掲げ、早期のキャリア開発機会と充実した教育制度を提供している点である。

## Z世代との持続的関係を築くための 組織設計

Z世代の早期離職は、世代特性という単一の要因に帰結するものではなく、キャリア選択段階での妥協、キャリアパスの不透明性、成長機会の不足といった複数の構造的要因が複合的に絡み合った結果であると考察される。加えて、経済的プレッシャーやAIによる労働市場の変化も、彼らのキャリア形成に大きな影響を及ぼしている。若年期の転職はキャリア探索の一環と捉えることも可能であり、企業は短期的な定着率のみで評価するべきではない。重要なのは、彼らの成長意欲と価値観を深く理解し、長期的な関係性を築くための組織設計を行うことである。Z世代が求めているのは「この会社で自分は成長できるか?」という点にほかならない。企業には、下記の視点に基づいた制度と文化の再構築が求められる。

### 1. 柔軟な働き方とウェルビーイングの確保

- ハイブリッド勤務やフレックスタイム制度の導入
- メンタルヘルス支援の拡充

### 2. キャリア設計とスキルアップ機会の提供

- スキルベースの評価・昇進制度
- 継続的な学習機会 (リスキリング・アップスキリング)
- メンター制度の整備

### 3. 多様な経験機会の創出

- 社内公募制度 (内部モビリティ) や部署横断プロジェクト (インサイドギグ) の活用

### 4. 創造性と自己表現の尊重

- 若手のアイデアを積極的に登用する文化の醸成
- フラットなコミュニケーションの促進

これらの環境を整備することこそが、Z世代が「長く働きたい」と感じる組織への第一歩となるだろう。

92. Resume Templates, "1 in 8 Managers Say Gen Z Is Unemployable; Companies Turn To AI Instead" (2025)  
<https://www.resumetemplates.com/1-in-8-managers-say-gen-z-is-unemployable-turn-to-ai-instead/>
93. Randstad, "understanding talent scarcity: the Gen Z workplace blueprint." (2025)  
<https://www.randstad.com/genz/>
94. Revelio Labs, "Job Hopping Is a Feature Not a Bug For Gen Zers" (2025)  
<https://www.reveliolabs.com/news/macro/job-hopping-is-a-feature-not-a-bug-for-gen-zers/>
95. Indeed Hiring Lab, "From One Job to Another: Mapping Career Transitions Using Indeed Data" (2025)  
<https://www.hiringlab.org/2025/06/10/job-mobility-career-transitions-patterns/>
96. Indeed Hiring Lab, "Coming and Going: Where Workers Come From and Go When They Switch Jobs" (2025)  
<https://www.hiringlab.org/2025/06/10/where-workers-come-from-and-go-when-they-switch-occupations/>
97. 前掲注95
98. Federal Reserve Bank of Atlanta, "Wage Growth Tracker"  
<https://www.atlantafed.org/chcs/wage-growth-tracker>  
(Updated on September 11, 2025)
99. NIRS (National Institute on Retirement Security), "DEBUNKING THE JOB-HOPPING MYTH: A Data-Driven Look at Tenure and Turnover Among Younger Workers" (2025)  
[https://www.nirsonline.org/wp-content/uploads/2025/09/25-Debunking-Job-Hopping-Myth\\_FINAL.pdf](https://www.nirsonline.org/wp-content/uploads/2025/09/25-Debunking-Job-Hopping-Myth_FINAL.pdf)
100. Youngstown State University, "The Learning Balancing Act" (2025)  
<https://online.yosu.edu/degrees/business/mba/employee-retention-education-strategies/>
101. 前掲注94
102. World Economic Forum, "Tomorrow's workforce changed yesterday - now what for businesses that want to be future-ready?" (2025)  
<https://www.weforum.org/stories/2025/01/workforce-change-future-ready-businesses/>

# ⑩ Z世代が求めるマネジメントは 支援・育成・協働

Z世代は「理解しづらい若者」と見られがちである。しかし、彼らの選択や行動は、単なる気まぐれではなく、急速に変化する社会・経済環境に対する合理的な適応であると捉えることができる。

Z世代の多様なキャリア観や行動様式を踏まえ、企業がどのように彼らと関係を築き、支援し、ともに成長していけるのかを考察する。

## Z世代を振り返る：特徴と価値観

Z世代の行動様式や価値観は、彼らを取り巻く環境に起因している。

### テクノロジーの利用と適応

デジタルネイティブとして育ち、スマートフォンを駆使する。ギグワークやEコマースなどのデジタルプラットフォームを活用して収入を得ており、AIの利用に懸念を抱きつつも、既に仕事、副業、就職活動などに活用している。

### ソーシャルメディアの影響

ソーシャルメディアは娯楽にとどまらず、キャリアアドバイスを得る場でもある。「副業を始める」「仕事を辞める」「新しい仕事に就く」といった意思決定にはインフルエンサーも影響を及ぼし、また情報発信自体が起業の手段ともみなされている。

### 価値観重視の意思決定

「多様性の受容」「自己表現」「ウェルビーイング」を価値観の基盤に持つ。キャリア選択においても、報酬だけでなく、柔軟な働き方やワーク・ライフ・バランス、仕事の意義、キャリア開発といった要素を重視する。

### 現実的な職業選択

AIの普及や企業の採用縮小を受け、就職活動は厳しさを増している。そのため、医療や教育、技能職など、経済的安定性やAIによる代替リスクの低さを重視した現実的なキャリアパスが選択されている。



Image : Generated by Canva AI

### 「ポートフォリオワーク」の加速と早期離職

経済的負担の軽減と自己実現のため、複数の収益源を組み合わせるポートフォリオワークを既に実践している。同時に、社内での成長機会の不足が、転職や副業など社外でのキャリア形成を促す要因となっている。

### Z世代を3つのグループで理解する

Z世代（1997～2012年生まれ）は、パンデミックやAIの普及など、社会の大きな変化のなかで成長している。同じZ世代であっても、育った環境により、キャリア観や価値観に違いが生じている。特にAIは急速に普及しており、年齢層による価値観の違いを生む大きな要因となっている。次の図表では、Z世代を年齢層別に3つに分類し、それぞれの育った環境とキャリア観の違いを整理した（図表35）。

図表 35 Z世代の3つのグループ

	育った環境とパンデミックの影響	キャリアへの影響
Z世代 1.0 (25～29歳)	<ul style="list-style-type: none"> <li>パンデミック直前か最中に社会人になった。</li> <li>ソーシャルメディア文化はInstagramが中心で、TikTokの利用は大学以降に本格化。</li> <li>職場や副業でAIを活用し始めている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高等教育はキャリア成功のために必要という考えを持って育った。</li> <li>キャリア初期で、ロックダウンによる解雇やリモートワークへの転換に直面した。</li> <li>価値観の一致や成長機会を重視する。</li> </ul>
Z世代 1.5 (20～24歳)	<ul style="list-style-type: none"> <li>高校から大学時代にパンデミック直撃。リモート授業や大学進学断念など教育の混乱を経験。</li> <li>アイデンティティ形成にTikTok文化が強く影響。</li> <li>就職活動やスキル習得でAIを活用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新入社員または就職活動中の人が多く、エントリーレベル職の減少という打撃を受けている。</li> <li>学位に対して懐疑的になり、大学進学のコスト対効果を疑問視する傾向が強まっている。</li> <li>経済環境とAIの影響の両面で将来への不安を強く感じている。</li> </ul>
Z世代 2.0 (14～19歳)	<ul style="list-style-type: none"> <li>パンデミック期に幼少から思春期を過ごし、社会不信や分断を経験。</li> <li>完全なスマホネイティブであり、YouTubeやTikTokが情報源・文化の中心。</li> <li>学校や家庭でAIを日常的に使用。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>学生中心で、キャリア形成途上。</li> <li>AIの影響や社会不安を感じているが、将来に対しては比較的楽観的。</li> <li>デジタルプラットフォームを通じて収入を得ることを当然の選択肢と捉える。</li> </ul>

※年齢は2026年現在

出所：Edelman, “The Great Gen Z Divide” (2025), <https://www.edelman.com/future-consumer/gen-z-divide>; The Up and Up, “More on the two gen zs” (2025), <https://www.theupandup.us/p/the-two-gen-zs-ai-tech-american-dream>; Kyla’s Newsletter, “Gen Z and the End of Predictable Progress” (2025), <https://kyla.substack.com/p/gen-z-and-the-end-of-predictable>を参考に作成。

## Z世代2.0が再定義する収入とキャリア

特にZ世代2.0(14～19歳)は、1.0や1.5とは異なる価値観と行動様式を持つ新しい層を形成している。彼らはAI時代に育ち、AIの台頭による教育やキャリアの転換など、急速な変化に直面している。

### AIへの不安と楽観の混在

2025年8月にJunior Achievementが米国の13～18歳の若者1,000人を対象に実施した調査によると、94%がキャリアに楽観的である一方、57%がAIによるキャリアへの悪影響を懸念している<sup>103</sup>。彼らはAIによる職の代替やスキルの再定義について敏感であり、未来への期待と不安が共存している。

### 教育への懐疑と現実的な選択

4年制大学を「費用に見合う価値がある」と考えているのは40%である。88%が教育・キャリア選択に強いプレッシャーを感じている。情熱か収入かという二択では、63%が高収入を優先するという。一方で、36%が「将来の仕事で十分な収入が得られないのではないかと懸念しており、87%が将来的に副業、ギグワーク、ソーシャルメディアのコンテンツ制作などで収入を得たいという。

### デジタル収入の一般化

2024年7月にWhopが12～18歳の若者1,655人を対象に実施した調査によると、18歳未満の42%がデジタルプラットフォームを通じて収入を得ている<sup>104</sup>。12～15歳でも年間平均561ドル、16～18歳では年間909ドルを稼いでいる。主な収入源はオンライン販売、ソーシャルメディア、ゲーム・ライブストリーミングなどである。

こうした行動は、経済不安への対応ではなく、彼らにとっては物心ついたときから存在している手段であり、プラットフォームを活用するのも一般的である。

Z世代2.0が社会に出る頃には、従来の雇用モデルはさらに揺らいでいる可能性が高い。

企業は「収入の多様化」「働き方の柔軟性」を前提に、彼らとの関係性を構築する必要がある。

## Z世代が求めるマネジメント 管理から支援・育成・協働へ

Z世代の行動は急速に変化する社会・経済環境への合理的な適応であり、従来のマネジメント手法は見直しが必要である。Z世代は、管理職に対して「支援・育成・協働」を期待しているため、彼らを協働パートナーとして捉え直し、双方向の関係性を築くことが求められる。そのために必要なアプローチとして、支援型リーダーシップ、そしてZ世代の主体的な参加を促す早期のエンパワーメント(権限委譲)が挙げられる。

### 支援型リーダーシップ

#### • 対話による動機づけ

指示命令型ではなく、対話を通じて個人の内発的動機を引き出す。

#### • 心理的安全性の確保

オープンな対話の場や、上司への匿名フィードバック制度を設け、安心して意見を表明できる環境を整える。

#### • 意義の共有

組織のミッションと個人の価値観を結び付け、仕事への納得感を高める。

#### • リモート環境への対応

オンライン環境でも信頼関係を築き、成果を引き出すマネジメントスキルを強化する。

### 早期のエンパワメント(権限委譲)

- 意思決定への参加

若手社員を部門横断のプロジェクト(タスクフォース)にアサインし、意思決定権と経営層との接点を持たせる。

- 相互学習の促進

Z世代のデジタルスキルを活かし、リバースマンタリングやピアコーチングのしくみを整える。

- キャリアパスの明示

昇進基準やリーダーシップ要件を明示し、早期からの準備と自己認識を促す。

エントリーレベルの仕事が減少し、AIがスキル要件を再形成するなかで、Z世代は高いデジタルスキルと適応能力を発揮しながら、かつてない不確実性を乗り越えようとしている。

Z世代の行動は、時代の変化に対する合理的な適応であり、企業にとっては新たな関係性の構築を促進する契機でもある。Z世代の価値観や行動様式を理解し、それに応じた柔軟なマネジメントと協働のしくみを整えることが、これからの組織にとって不可欠である。

## 企業とZ世代の新たな協働関係

ほかの世代と同じようにキャリアは一社で完結するものではないが、Z世代には、複数の仕事を組み合わせる働き方(ポートフォリオワーク)が一般的になりつつある。企業はこうした変化を「新たな協働のチャンス」と捉え、柔軟な関係を築く必要がある。

### 流動性を前提とした協働

- Z世代の早期離職や流動性を前提とする。
- 退職後も関係性を維持できるアルムナイ(退職者)ネットワークを構築する。
- 再入社制度(ブーメラン採用)を導入する。
- 将来の協業パートナーとなる可能性を視野に入れ、起業支援制度を整備する。

### ポートフォリオの尊重

- 副業を許容し、そのためのポリシーやガイドラインを整備する。
- 副業などで得た社外スキルを認定し、評価へ組み込む。
- 社内外の経験を掛け合わせたキャリア形成を支援する。
- 副業・兼業人材として勤務可能な制度を整備する。

103. Junior Achievement USA, "Gen Z's Career Confidence vs. Future Challenges: What Today's Teens Really Think About Work, AI, and Education" (2025)

<https://jausa.ja.org/news/blog/gen-z-s-career-confidence-vs-future-challenges-what-today-s-teens-really-think-about-work-ai-and-education>

104. Whop, "The US teen digital earnings report" (2024)

<https://whop.com/blog/teen-digital-earnings-report-2024/>



Image : Generated by Canva AI

# 不確実性を生きるZ世代のキャリア変遷

米国のZ世代は、未曾有の不確実性のなかでキャリアを始動させた世代である。パンデミックによる雇用崩壊、その後の急激な経済回復に伴う「大退職時代」、そして、生成AIの爆発的普及。これらが短期間に相次いで起こり、労働市場の変容は、彼らのキャリア観を根底から塗り替えた。ここではZ世代の行動の変遷を時系列で追い、AI時代における新たなキャリアの展望を考察する。

## 2020年 パンデミックがもたらした「教育と雇用の断絶」

キーワード **パンデミック** **TikTok**

2020年、ロックダウンにより労働市場は突如として凍結した。社会進出の直前期にあった若年層は当時、内定取消や大学院進学の断念、不十分なOJT環境下でのリモートワークといった苦境に直面した。

**統計的衝撃**：16～24歳の失業率は1年間で8.4%から24.4%へと急騰した。これは25歳以上の労働者の2倍を超える水準であった<sup>105</sup>。

**デジタルアイデンティティ**：社会的孤立のなかで、TikTokが若年層の主要なプラットフォームへと成長。不安や日常を可視化・共有する文化が、後のキャリア形成における「発信力」の土台となった。

## 2021～2022年 経済再開と「大退職時代」

キーワード **大退職時代** **ジョブホッピング** **QuitTok**

経済活動の再開とともに「Great Resignation（大退職時代）」が到来した。極端な売り手市場を背景に、Z世代はジョブホッピングを加速させた。

**労働移動の活発化**：2021年に約4,780万人、2022年には5,000万人以上が自主退職した<sup>106, 107</sup>。2022年の採用数は過去最高の7,640万人、解雇数は過去最少である。18～29歳の自発的退職率は37%に達し、他世代を圧倒した<sup>108</sup>。彼らは転職を通じて収入増のみならず、ワーク・ライフ・バランスや柔軟な働き方を獲得していった。

**「QuitTok」の台頭**：退職のプロセスをコンテンツ化する「QuitTok」が流行。退職はもはや隠すべき失敗ではなく、自己決定権の行使を象徴する儀式へと変質した。

## 2023～2024年 心理的離職と「Quiet Quitting」の浸透

キーワード **Quiet Quitting** **Act Your Wage**

市場が沈静化すると、物理的な退職に代わり「心理的離職」が表面化した。必要最低限の業務にとどめる「Quiet Quitting」や、報酬に見合う労働に限定する「Act Your Wage」という概念が定着した。

**価値観の転換**：キャリアの垂直上昇（昇進）よりも、柔軟性やメンタルヘルスの維持を優先する「レジリエンス重視」の価値観が鮮明となった。

**AIの胎動**：企業が既存人材の維持に舵を切るなか、生成AIの実装が始まり、エントリーレベルの業務要件に変化が生じ始めた。

## 2025年 政策変更とAIによる「新・就職氷河期」の到来

キーワード **就職氷河期** **ジョブハギング** **ポートフォリオワーク**

2025年、雇用環境は再び厳しい時期を迎えた。トランプ政権の関税政策や移民制限、連邦政府の縮小などの要因に加え、AIによる業務代替がエントリーレベル職の門戸を狭めている。

**「ジョブハギング」への回帰**：転職によるリスクを避け、現職を死守する「ジョブハギング（仕事にしがみつく）」傾向が強まった。学士号以上の学位保持者の失業率が全体平均を上回る逆転現象も確認されている<sup>109</sup>。

**「ポートフォリオワーク」によるリスクヘッジ**：特定の組織に依存せず、副業やフリーランス、AIを駆使した起業を組み合わせるポートフォリオワークによって、個人の収入源を分散化させる動きが本格化した。

## 2025～2026年 スキル要件の再定義と「ブルーカラー・ビリオネア」

キーワード **プロンプトエンジニアリング** **ブルーカラー・ビリオネア**

AI時代における人材価値は、技術的適応力と人間特有のスキルの掛け合わせに集約されつつある。

**求められるAIスキル**：KPMGの調査によれば、企業は若手人材に対し「適応性と継続学習」「批判的思考（クリティカルシンキング）と問題解決力」を重視している<sup>110</sup>。プロンプトエンジニアリングは、全職種における共通言語（リテラシー）となりつつある。

**技能職の再評価**：AIによる代替が困難な建設、電気といった技能職や医療職が「安定かつ高収入な職種」として再評価されている。人手不足による賃金高騰は、高所得を得る「ブルーカラー・ビリオネア」という新たな階層を生み出した。

## 今後の展望 Z世代の階層別キャリア軌道

2026年には、管理職に占めるZ世代の割合がベビーブーマー世代を上回ると予測される<sup>111</sup>。  
世代内でも、社会進出時期により以下の3つの軌道に分かれると考えられる（年齢は2026年現在）。

### Z世代1.0（25～29歳）

管理職への移行期。AIネイティブなマネジメントを確立する「次世代リーダー」としての役割を担う。

### Z世代1.5（20～24歳）

厳しい雇用環境の影響を受けつつも、柔軟に職を選択し、スキルを蓄積しながら自分に合ったキャリアを探索していく。

### Z世代2.0（14～19歳）

学位の投資対効果を冷静に見極める世代。高等教育と並行、あるいは代替としてAI時代に即した実践的スキルの習得を優先する。

Z世代のキャリアはかつてないほど複雑化している。しかし、それは可能性の拡大と同義でもある。

「9時から17時のフルタイム勤務」という単一のモデルはもはや標準ではない。不確実な外部環境を前提とし、自らのスキルと役割をパズルのように組み合わせ、ポートフォリオを更新し続ける。この「自律的かつ動的なキャリア形成」こそが、AI時代の新たなスタンダードであるといえる。

#### 105. 前掲注4

106. U.S. Bureau of Labor Statistics, Economic News Release, “Job Openings and Labor Turnover Survey News Release” (2022)  
(Last Modified Date : March 10, 2022)  
[https://www.bls.gov/news.release/archives/jolts\\_03092022.htm](https://www.bls.gov/news.release/archives/jolts_03092022.htm)

107. U.S. Bureau of Labor Statistics, Economic News Release, “Job Openings and Labor Turnover Survey News Release” (2023)  
(Last Modified Date: March 8, 2023)  
[https://www.bls.gov/news.release/archives/jolts\\_03082023.htm](https://www.bls.gov/news.release/archives/jolts_03082023.htm)

108. Pew Research Center, “Majority of workers who quit a job in 2021 cite low pay, no opportunities for advancement, feeling disrespected” (2022)  
<https://www.pewresearch.org/short-reads/2022/03/09/majority-of-workers-who-quit-a-job-in-2021-cite-low-pay-no-opportunities-for-advancement-feeling-disrespected/>

109. Federal Reserve Bank of New York, “The Labor Market for Recent College Graduates” (2025)  
<https://www.newyorkfed.org/research/college-labor-market#--overview>

110. KPMG, “AI Quarterly Pulse Survey Q3 2025” (2025)  
[https://kpmg.com/kpmg-us/content/dam/kpmg/corporate-communications/pdf/Q3%202025%20Pulse%20Deck\\_Final.pdf](https://kpmg.com/kpmg-us/content/dam/kpmg/corporate-communications/pdf/Q3%202025%20Pulse%20Deck_Final.pdf)

111. Glassdoor, “Glassdoor Worklife Trends 2025: Midyear Check-In” (2025)  
<https://www.glassdoor.com/blog/worklife-trends-2025-midyear-check-in/>

「Z世代」を知る

## 米国に見る働き方とデジタル共存

### 執筆

関根 真祐子（リクルートワークス研究所）

### 監修

村田 弘美（リクルートワークス研究所 グローバルセンター長）

### 制作

安達 良香（リクルートワークス研究所）

寺嶋 恵美子（リクルートワークス研究所）

### 校正

ディクシオン

### 印刷

北斗社

2026年3月発行

掲載内容の無断転載を禁じます

© Indeed Recruit Partners Co., Ltd. All rights reserved.

Canva AI で作画したイラストを使用しています

# Works Report 2026

「Z世代」を知る

## 米国に見る働き方とデジタル共存

リクルートワークス研究所

〒100-6640

東京都千代田区丸の内 1-9-2

グラントウキョウサウスタワー

株式会社インディードリクルートパートナーズ

<https://www.works-i.com>