

2026年3月25日

電通、「キャリア 転職者まるわかり調査」を初実施 「効率」と「納得」のはざまで揺れる転職者インサイトが明らかに

－転職意思の形成には「家族」「友人・知人」が影響、重視するのは「ワークライフバランス」－

株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑）で、企業の人財採用におけるブランディングを支援するコンサルティングチーム「採用ブランディングエキスパート」※は、直近3年以内に転職経験がある全国22～54歳の2000人を対象に、転職活動のリアルや転職者インサイトを明らかにする「キャリア 転職者まるわかり調査2026」（以下「本調査」、調査期間：2025年12月3日～5日）を実施しました。本調査は、中途人財の転職に関する価値観や行動を明らかにすることを目的にしています。本調査で得られた主なファインディングスは次のとおりです。（詳細は次ページ以降を参照）

【主なファインディングス】

- ① 転職を意識し始めた時と転職活動をした時との行動について、「転職サイト・転職エージェントの登録・利用」が半数以上と最も高く、転職活動時の主な行動基盤に。転職を意識し始めた段階では、家族に相談、友人・知人に相談する割合が共に2割超と、企業サイトやSNS、ビジネス情報サイトの利用と比べて高い傾向にある。
- ② 転職先の選定においては、成長性や専門性よりも、「ワークライフバランスを重視した働き方ができた」（26.2%）や「長く働ける安定した環境だと感じた」（24.5%）など、無理なく長く働ける環境が重視されている。また、転職活動の課題では、求人探しの難しさや書類作成といった選考対応における負担の大きさがうかがえる。
- ③ 転職を意識し始めたきっかけ・理由は、収入増や上司・働き方への不満が上位に。特に「上司への不満」（27.1%）は、「上司・同僚以外の人間関係への不満」（14.3%）と「同僚への不満」（13.0%）を大きく上回るなど、意思決定や評価を担う上司との関係性が強く影響している。
- ④ 転職先を検討する際に重視する点は、給与・待遇やワークライフバランス、仕事内容・裁量が上位に挙がる。一方、転職後は社内制度や自身の価値観との合致、企業の安定性などが特に意識される。

注）本調査における構成比（%）は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

※ 2024年2月2日発表：電通、企業のZ世代の採用を対象としたコンサルティングチーム「採用ブランディングエキスパート」を発足 <https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0202-010684.html>

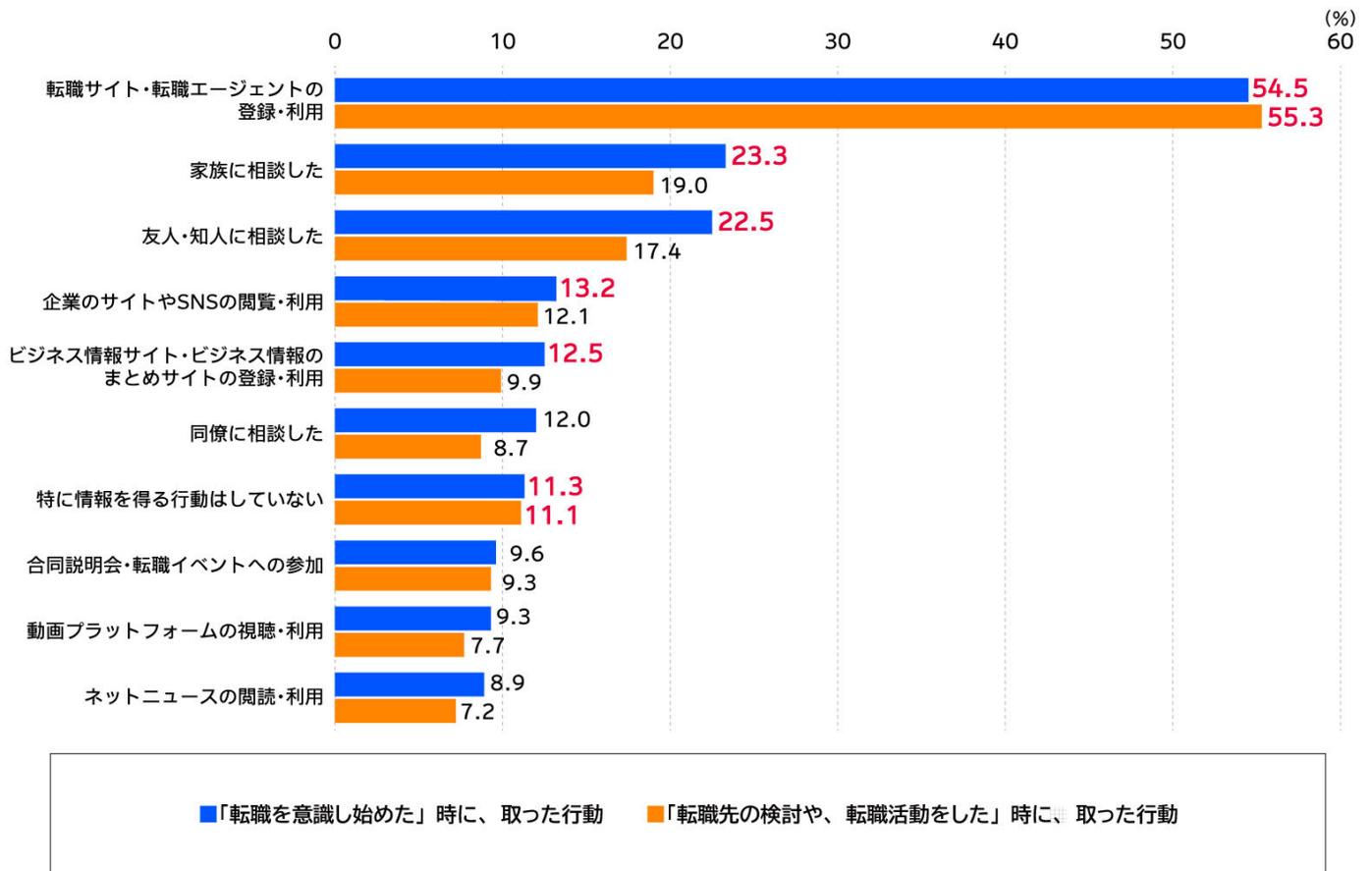
【各ファインディングスの詳細】

①転職を意識し始めた時と転職活動をした時との行動について、「転職サイト・転職エージェントの登録・利用」が半数以上と最も高く、転職活動時の主な行動基盤に。転職を意識し始めた段階では、家族に相談、友人・知人に相談する割合が共に2割超と、企業サイトやSNS、ビジネス情報サイトの利用と比べて高い傾向にある。

- 必要な情報を得るためにどのような行動をしたかについて、「転職サイト・転職エージェントの登録・利用」をした人は、「転職を意識し始めた」時は54.5%、「転職先の検討や、転職活動をした」時は55.3%と、いずれも半数を超える。「転職を意識し始めた」時は、「家族に相談した」(23.3%)、「友人・知人に相談した」(22.5%)割合が、「企業のサイトやSNSの閲覧・利用」(13.2%)、「ビジネス情報サイト・ビジネス情報のまとめサイトの登録・利用」(12.5%)よりも高い傾向にある。また、「特に情報を得る行動はしていない」人は、いずれの段階でも約1割。【図表1】

【図表1】

Q. 転職を決意し、「転職を意識し始めた」「転職先の検討や、転職活動をした」時に、必要な情報を得るためにどのような行動をしましたか。当てはまるものを全てお知らせください。



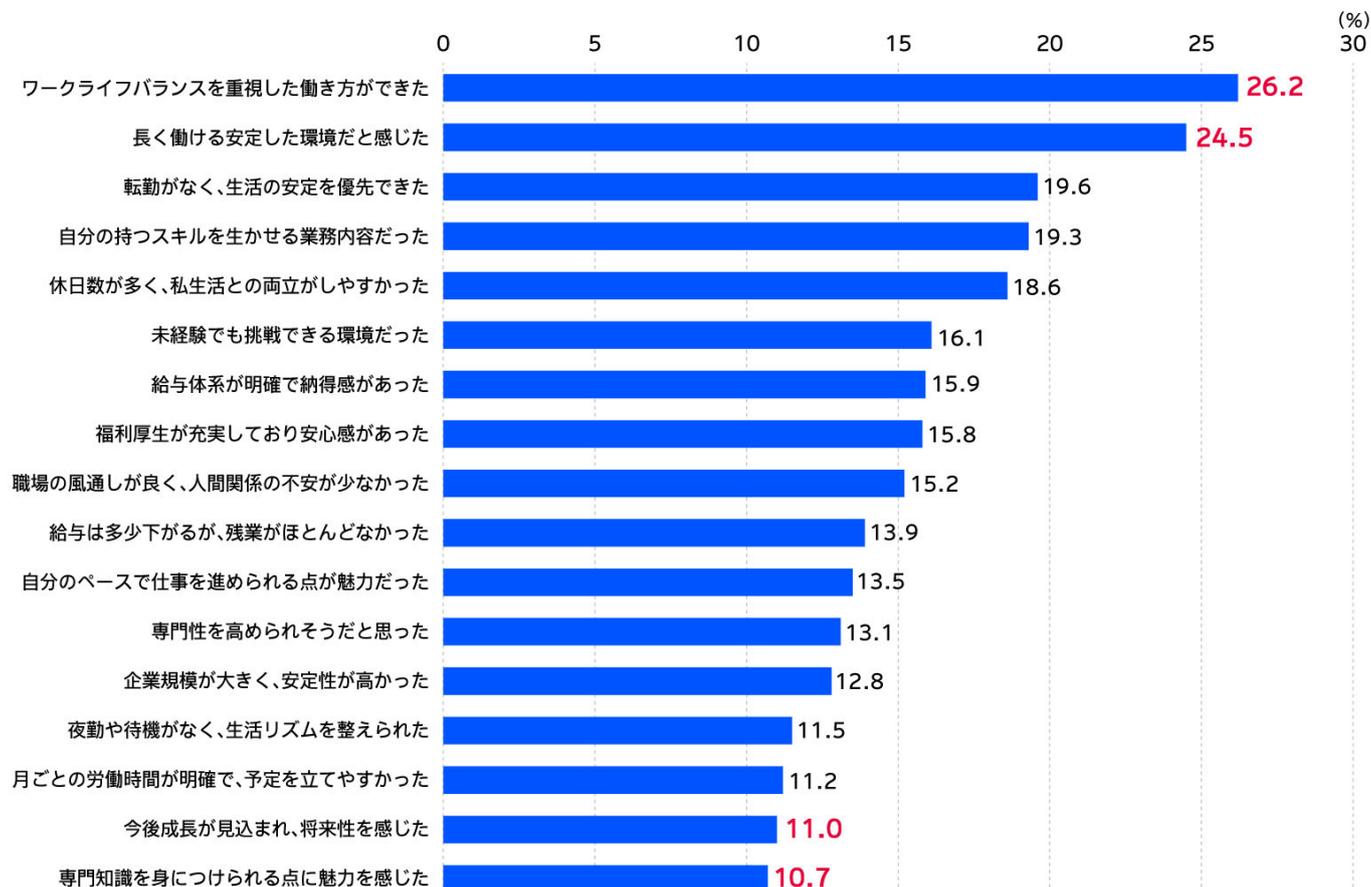
※N=2000
※上位10項目のみ表示

②転職先の選定においては、成長性や専門性よりも、「ワークライフバランスを重視した働き方ができた」（26.2%）や「長く働ける安定した環境だと感じた」（24.5%）など、無理なく長く働ける環境が重視されている。また、転職活動の課題では、求人探しの難しさや書類作成といった選考対応における負担の大きさがうかがえる。

- 転職先選定のポイントとして、「ワークライフバランスを重視した働き方ができた」（26.2%）や「長く働ける安定した環境だと感じた」（24.5%）など、働き方や生活の安定性に関する項目が上位に。一方で、「専門知識を身につけられる点に魅力を感じた」（10.7%）、「今後成長が見込まれ、将来性を感じた」（11.0%）などの項目は低い傾向にある。【図表 2】
- 転職活動の課題では、「自分に合う求人や企業を見つけるのが難しかった」（24.1%）、「応募しても書類や面接で落ちることが多かった」（21.8%）、「想定よりも希望に合う求人が少なかった」（21.7%）、「応募書類（履歴書・職務経歴書）を作成するのに時間がかかった」（20.1%）、「希望条件（仕事内容・待遇・勤務地など）を明確にするのが難しかった」（18.6%）などが上位に。求人探しの難しさが浮き彫りになり、転職活動に伴う準備や選考対応の負担の大きさもうかがえる。【図表 3】

【図表 2】

Q. あなたが、転職先の候補から絞りこむ際に検討していたポイントや迷っていたポイントとして当てはまるものを全てお知らせください。

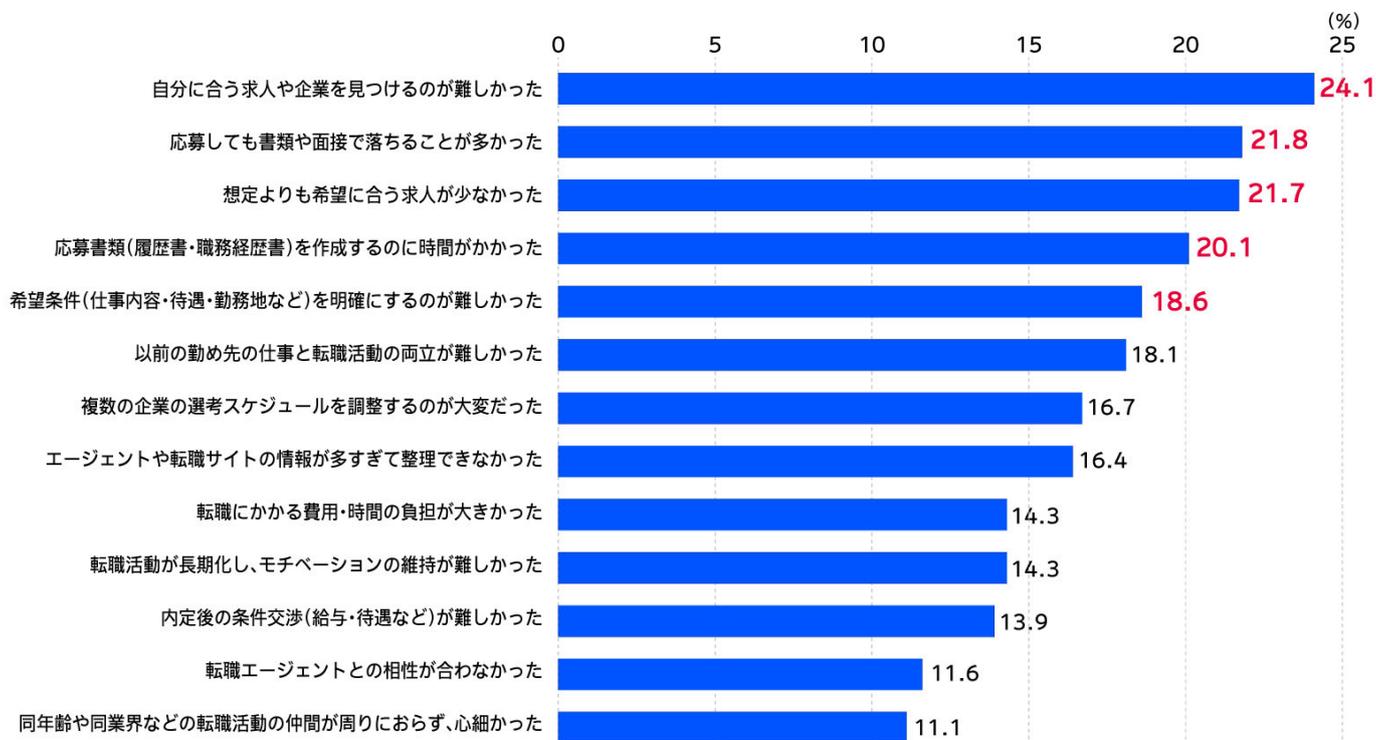


※N=2000

※10%以上の項目のみ表示

【図表 3】

Q. 転職活動を通して、あなたにとって難しかったこと、課題だと思ったことを全てお知らせください。



※N=2000

※10%以上の項目のみ表示

- ③ 転職を意識し始めたきっかけ・理由は、収入増や上司・働き方への不満が上位に。特に「上司への不満」(27.1%)は、「上司・同僚以外の人間関係への不満」(14.3%)と「同僚への不満」(13.0%)を大きく上回るなど、意思決定や評価を担う上司との関係性が強く影響している。
- 「転職を意識し始めた」きっかけ・理由は、「収入を増やしたいと思った」(27.2%)、「上司に不満がある」(27.1%)、「働き方・生活リズムを見直したくなった」(23.2%)の順で高い。「上司に不満がある」は、「上司や同僚以外の人間関係に不満がある」(14.3%)、「同僚に不満がある」(13.0%)よりも、それぞれ12.8ポイント、14.1ポイント高い。一方で、「転職サイトやエージェントから情報を受け取った」(6.5%)、「SNSやニュースなどで転職情報を見かけた」(5.0%)といった外部情報接触をきっかけとする回答は低かった。転職は転職サイトやSNS、ニュースなどよりも、日々の働き方や上司との関係性に対する慢性的な不満や不安が臨界点に達した結果として顕在化しているといえる。【図表 4】

【図表 4】

Q. 以前のお勤め先において、あなたの中でなんとなく「転職を意識し始めた」きっかけ・理由を全てお知らせください。

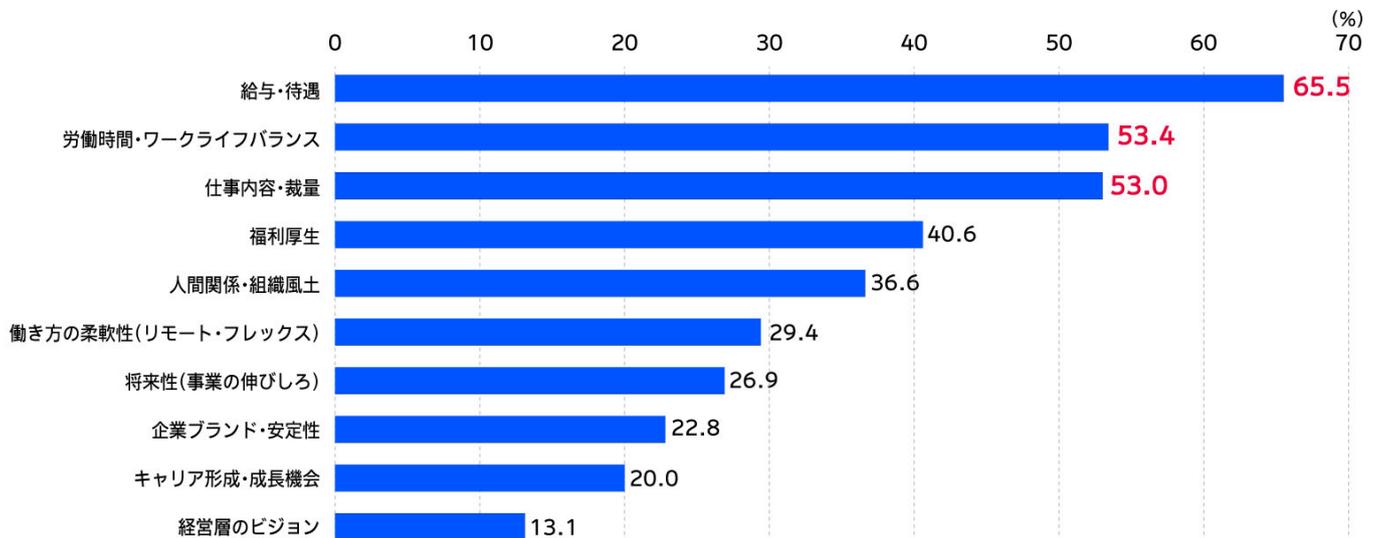


※N=2000

- ④ 転職先を検討する際に重視する点は、給与・待遇やワークライフバランス、仕事内容・裁量が上位に挙がる。一方、転職後は社内制度や自身の価値観との合致、企業の安定性などが特に意識される。
- 転職先の検討にあたり、最も重視される点は「給与・待遇」(65.5%)となり、「労働時間・ワークライフバランス」(53.4%)、「仕事内容・裁量」(53.0%)が続く。【図表 5】
 - 転職経験後、「ここなら転職したい」と思える企業の特徴は、「福利厚生が良い/自分の働き方の価値観と合致している」(35.9%)が最も高く、次いで「給与水準が高い、今後高くなる可能性がある」(34.4%)、「安定感のある経営基盤がある」(28.6%)。転職活動中は、企業同士で比較しやすいことに目が向きがちで、転職後は社内制度や自身の価値観との合致、企業の安定性などが特に意識される。【図表 6】

【図表 5】

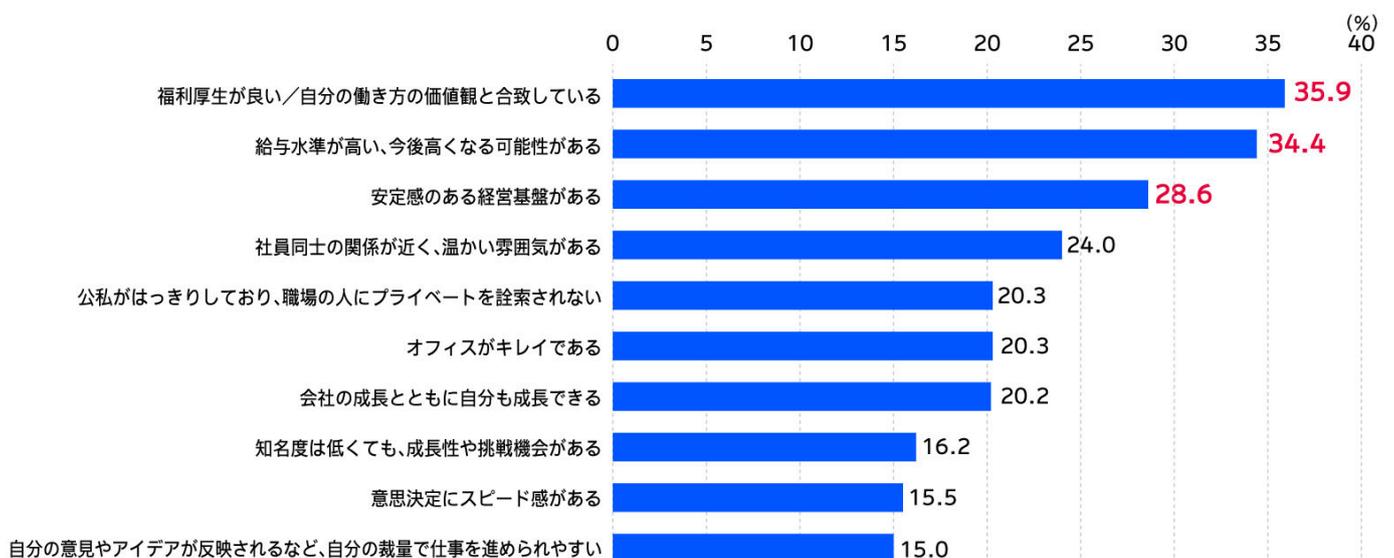
Q. 「転職活動」をしている時の転職先検討にあたって、どのようなことを重視しましたか。当てはまるものを全てお知らせください。



※N=2000
※上位10項目のみ表示

【図表 6】

Q. 実際に転職活動や転職を経験されたことで、「ここなら転職したい」と思えるのは、どのような点が充実している場合だと思えますか。企業・団体の規模に関係なく、候補に挙がったり、転職したいと思ったりした企業・団体の特徴として当てはまるものを全てお知らせください。



※N=2000
※上位10項目のみ表示

【調査担当者の解説】

本調査からは、終身雇用が前提ではなくなった現代ならではのキャリア意識の変化が明らかになり、「効率」と「納得」のはざまで揺れるキャリア転職者の実像が浮かび上がりました。個人は企業に将来を委ねるのではなく、自ら判断し環境を選び直す主体です。転職意向は外部情報によって突発的に生まれるのではなく、日々の働き方や上司との関係性への違和感が蓄積した結果として顕在化する傾向が見られました。

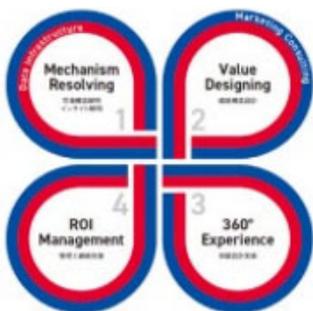
また、現業と並行して行われることが多い転職活動は時間的制約が大きく、初期段階では転職サイト・転職エージェントの活用が主流となり、効率性が重視される傾向にあります。一方で、家族や知人・友人など周囲にも相談しながら、働き方や生活の安定性といった要素を重視して転職先を検討していくことが分かりました。この結果からも、多忙でありながらも、最終的には自ら納得して意思決定したいという志向が読み取れます。

転職が一般化した現代において、中途採用ブランディングの難度は一層高まっています。転職者たちは、転職エージェントを起点に情報収集を行いながらも、最終的には周囲への相談や自身の価値観など、さまざまな要素を踏まえて意思決定しています。中途採用の成否は、転職エージェントを通じた接点創出にとどまらず、いかに転職者の納得度を高められるかというコミュニケーション設計によっても左右されるといえます。

【「キャリア 転職者まるわかり調査 2026」概要】

- ・ 目的：中途人財の転職に関する価値観や行動を明らかにする
- ・ 対象エリア：日本全国
- ・ 対象者条件：直近3年以内に転職経験がある22～54歳
- ・ サンプル数：2000人*
- ・ 調査手法：インターネット調査
- ・ 調査期間：2025年12月3日～5日
- ・ 調査委託先：株式会社電通マクロミルインサイト

※ 人口構成比に合わせてウエイトバック集計を実施



「キャリア 転職者まるわかり調査」は、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の4つのプロセスのうち、「Mechanism Resolving（市場構造解明、インサイト解明）」に該当する取り組みです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部

河南、内田、前橋

Email : koho@dentsu.co.jp

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 採用ブランディングエキスパート

増田、平田、渡邊

Email : recruit-branding-expert@dent-su.co.jp