

アルバイト先との SNS 交換に抵抗感 42% アルバイト従業員の「つながらない権利の侵害」へ不安も

14,000 人を対象にしたコミュニケーションにまつわる従業員体験（EX）調査実施

株式会社アイリッジ（本社：東京都港区、代表取締役社長：小田 健太郎、東京証券取引所グロース：3917、以下「アイリッジ」）とディップ株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 兼 CEO：富田 英揮、以下「ディップ」）のディップ総合研究所は、15 歳から 49 歳の男女約 14,000 名を対象に「コミュニケーションにまつわるアルバイトの EX^{※1}に関する調査」（以下「本調査」）を実施し、調査結果^{※2}をまとめましたのでお知らせします。

※1）EX（Employee Experience）：従業員が企業で働く中で得られる体験のこと

※2）ディップ総合研究所「個人 SNS で「つながらない権利」－アルバイト・パートの場合－」：<https://dip-soken.com/work/RctxwZkQ>

本調査の背景

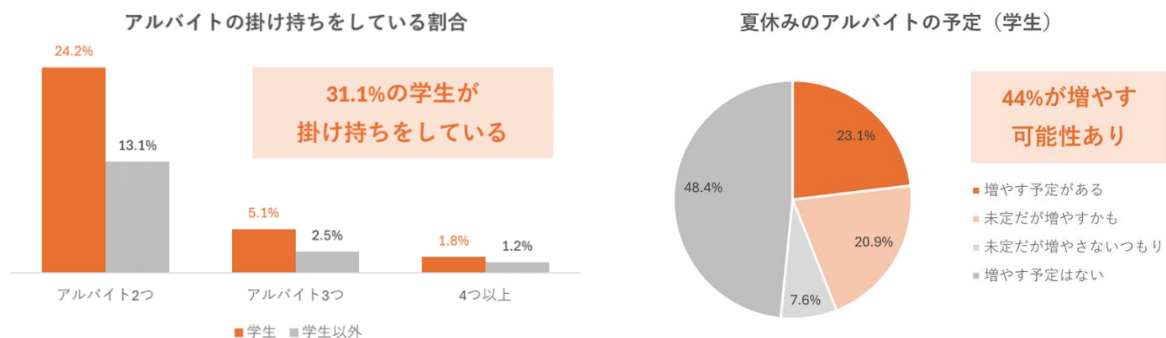
夏休みは、例年学生のアルバイト活動が盛んな時期となります。人手不足やスポットワークの台頭等を背景に、掛け持ちが増え、シフトのやり取りなどアルバイト関連のコミュニケーションが活発になる中で、「つながらない権利^{※3}」の深刻化が懸念されます。特に、アルバイトが多く活躍する飲食業や販売業などでは個人的な SNS の業務連絡利用が常態化していることが多く、「プライベートな領域で、合意なくつながられている状況」も起きています。本調査ではこのような状況を踏まえ、つながらない権利の実態を調査しました。

※3）つながらない権利：勤務時間外や休日に仕事上のメールや電話への対応を拒否する権利のこと。フランスでは 2017 年に法制化され、業務時間外に業務連絡することに対する労使間への合意を定めている

調査結果ダイジェスト

- ・学費や貯金のため、44%の学生が夏休みにアルバイトを増やす可能性があると回答
- ・アルバイトで働く 4 割の方が個人 SNS での業務コミュニケーションを問題視。理由 1 位はつながらない権利への不安、3 割が個人 SNS の望まぬ交換を強いられた経験あり
- ・管理者側への調査では個人 SNS でのやり取りへの問題意識と実情が噛み合わない現状がうかがえる
- ・アルバイトコミュニケーションの EX が向上しない理由は「合意に関する認識のズレ」と「コスト」

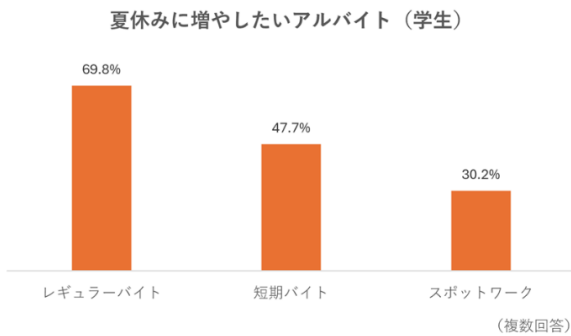
■学費や貯金のため、44%の学生が夏休みにアルバイトを増やす可能性があると回答



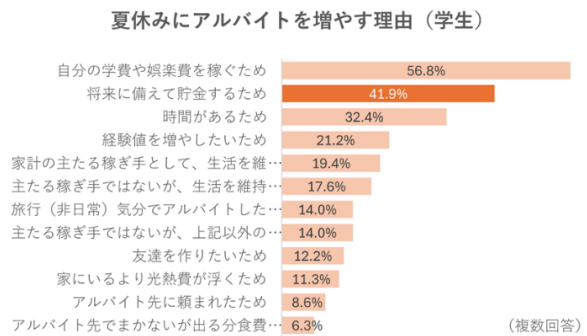
(1_対象：調査概要①)

(2_対象：調査概要①×学生)

- ・学生の31.1%、学生を除くアルバイト・パート（専業主婦/主夫を含む）の16.8%がアルバイトを2つ以上掛け持ち中
- ・未確定の人も含めると学生の44%が夏休みにアルバイトを増やす可能性があると感じた



(3_対象：調査概要③×学生)



(4_対象：調査概要③×学生)

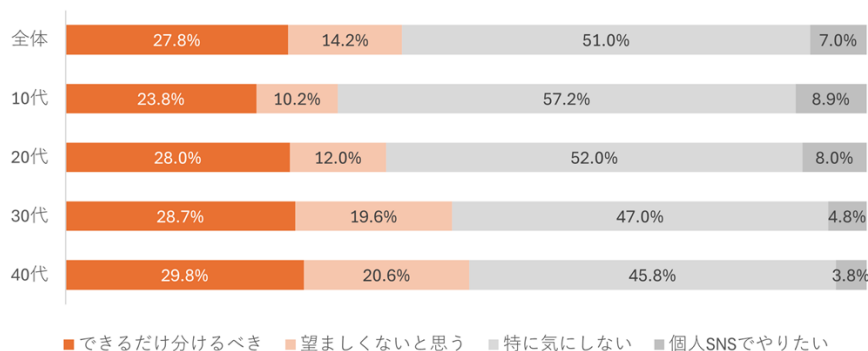
- ・夏休みに増やしたいアルバイトはレギュラーバイトが69.8%、リゾートバイトなど短期バイト※4が47.7%、スポットワーク※5が30.2%だった
- ・アルバイトを増やす理由において、41.9%が「将来に備えて貯金するため」と回答。物価高などを受けた生活防衛意識の高まりが示された

※4) 「バイトル」においては、3か月以内の勤務期間の仕事を指します

※5) 一般的に短時間かつ短期間だけ働き、継続した雇用関係のない働き方を指します

■アルバイト従業員の42%が個人SNSでの業務コミュニケーションを問題視

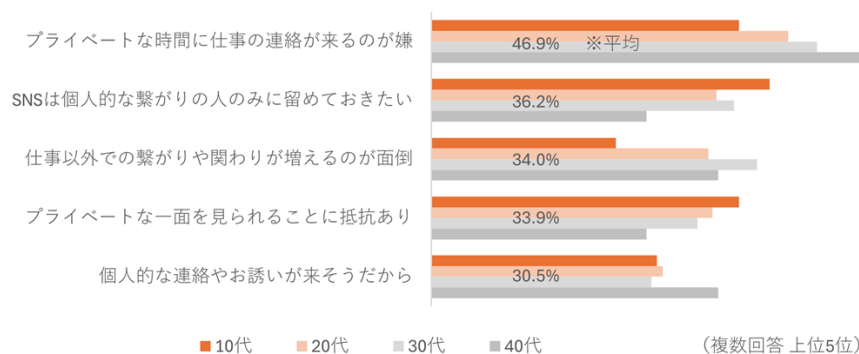
個人SNSでの業務上のやり取りについて



(5_対象：調査概要①)

- ・アルバイトの業務上のコミュニケーションを個人的な SNS で行うことについては、27.8%が「できるだけ分けるべき」、14.2%が「望ましくないと思う」と回答。4割以上が問題視していることがわかった

個人SNSでの業務やり取りが望ましくない理由

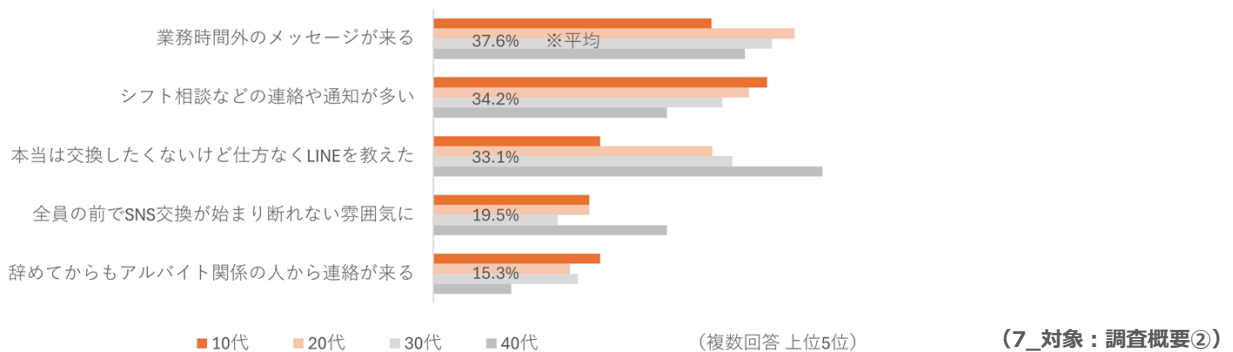


(6_対象：調査概要②)

- 理由として最も多かったのは、「プライベートな時間に仕事の連絡が来ることを避けたいから」（46.9%）。いわゆる「つながらない権利」への不安や抵抗感を持っている人が半数近くにのぼることが明らかになった
- 10代では「SNS は個人的な繋がりの人にのみ留めておきたいから」（42.9%）が1位で、「自分のプライベートな一面を見られることに抵抗があるから」と「プライベートな時間に仕事の連絡が来ることを避けたいから」（各 39.0%）が同率2位に。時間外の連絡有無以前に個人 SNS で仕事のつながりを持ちたくない傾向が浮き彫りとなった

■ 3割が望まぬ交換を強いられるなど、多くの人が個人 SNS だからこそ「つながらない権利侵害への不安」を経験

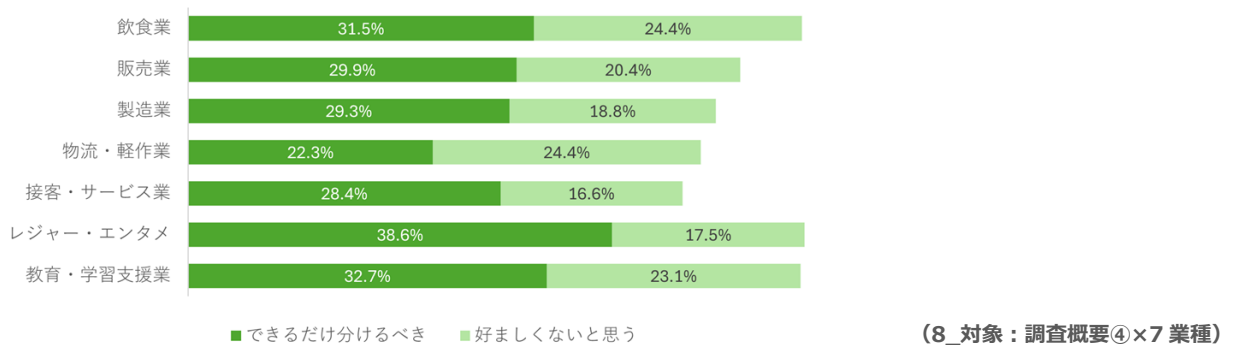
アルバイト上での個人SNSトラブル経験率



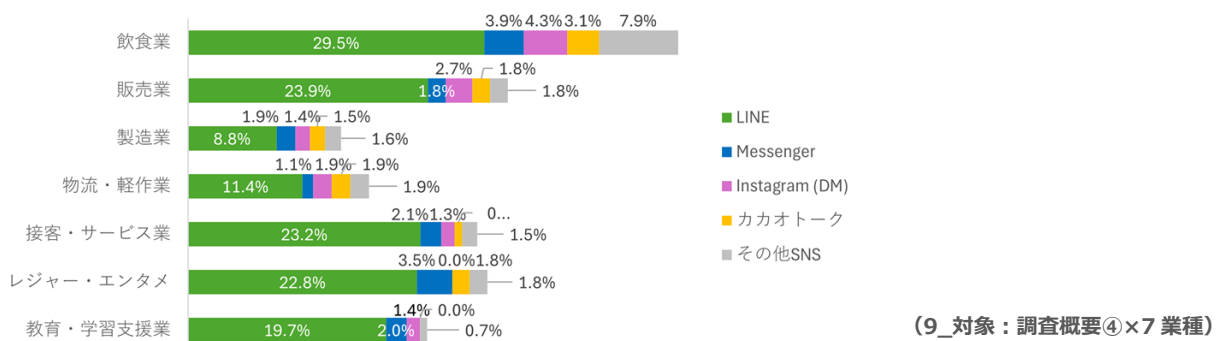
- 実際に経験したトラブルの中では個人 SNS への業務時間外のメッセージが最も多く、4割弱が経験。2位はシフト相談などの連絡や通知の多さとなった
- 意に反して仕方なく個人アカウントを教えた（33.1%）、断れない雰囲気になった（19.5%）という回答も目立った

■ 管理者側への調査では個人 SNS やり取りへの問題意識と実情が噛み合わない事態に

個人SNSでのアルバイトとのやり取り（業種別）



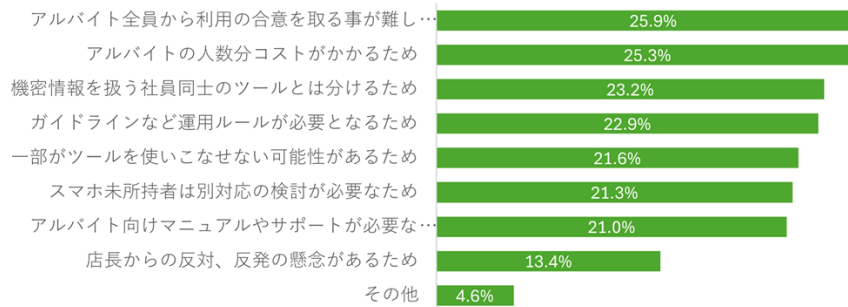
個人SNSでのアルバイトとのやり取りの割合（使用SNS別）



- ・アルバイト従業員が多く活躍する7業種に勤める管理者を対象とした調査では、社員側も概ね半数が個人 SNS でのアルバイト従業員とのやり取りに問題意識を持っていることがわかった
- ・一方で、現実には主に LINE を中心とした個人 SNS でのやり取りが幅広く行われており、最も割合の多かった飲食業では、ほぼ半数が個人 SNS を介してアルバイトとやり取りしていると回答した

■アルバイトコミュニケーションの EX が向上しない理由は「合意に関する認識のズレ」と「コスト」

アルバイトとのやり取りに個人 SNS を利用している理由

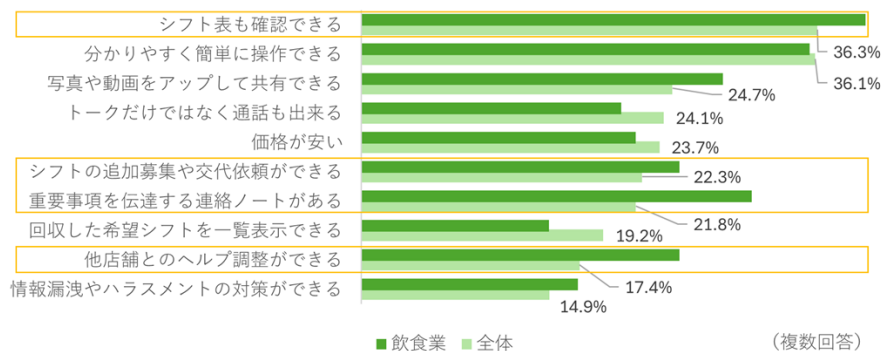


(複数回答)

(10_対象：調査概要⑤)

- ・アルバイト従業員とのコミュニケーションに個人 SNS を利用する理由の上位は、様々なリスクを回避するビジネスチャットツール利用が促進されない理由が複数挙げられた
- ・その1位は合意の取得。反面、ノーと言えずに個人 SNS を交換させられているアルバイトが3割もいることから、本来個人 SNS だからこそ合意が必要であることについての認識のズレが感じられる
- ・理由2位はコスト。ビジネスチャットツールは一人あたり数百円から2,000円弱程度の月額費用がかかるものが多く、利用頻度や期間も流動的なアルバイトに対し全員分契約するのはハードルが高いことが推察できる

アルバイトコミュニケーションツールに求める機能



(複数回答)

(11_対象：調査概要⑤)

- ・アルバイトコミュニケーションツールに求める機能は、1位が「シフト表も確認できること」(36.3%)、2位が「分かりやすく簡単に操作できること」(36.1%)だった
- ・特に個人 SNS でのやり取り割合の大きかった飲食業では、一度回収した後のシフトの調整や交代・ヘルプ要請など、シフト関連の需要が全体に比べても高かった

コメント

調査では、働き方の多様化、物価高騰などを背景にアルバイトに励む人が増える中、3人に1人が意に反して個人 SNS を業務ツールに取り込まれ、半数近くがプライベートな時間に業務連絡に煩わされるなど、「つながらない権利」を侵害されていることがわかりました。

アルバイト従業員のメンタリティに配慮しつつ、できるだけプライベートな空間に立ち入らないよう、管理者と有期雇用者との対話を通して、どのようなやり取りが適切なのかを話し合う環境を作れると良いでしょう。人が集まり、定着する職場づくりのためには、使用するツールやサービスをはじめ、連絡する時間帯や休日対応など、双方の合意を基に検討を行うことが重要なのではないのでしょうか。（ディップ総合研究所 専任研究員 森 亜由葉）

ディップおよびアイリッジは、企業・アルバイトともにサステナブルな環境づくりに向けて、「つながらない権利」への理解促進やサービス開発を進めてまいります。

調査概要

調査名	コミュニケーションにまつわるアルバイトの EX に関する調査 ・アルバイト向け：①就業状況・SNS 見解調査 ②アルバイトコミュニケーション状況調査 ③夏休みのアルバイト調査 ・社員向け（管理者側）：④職場状況・SNS 見解調査 ⑤アルバイトとのコミュニケーション状況調査
対象	①15 歳～49 歳の現在アルバイトをしている人 / ②①で個人 SNS の業務利用を望ましくないと回答した、下記対象 7 業種でアルバイトをする人 / ③①で夏休みのアルバイトを増やす予定と回答した人 ④15 歳～49 歳の、アルバイトが中心の職場で働く社員 / ⑤④で個人 SNS の業務利用を望ましくないと回答した、下記対象 7 業種での管理者 ※対象業種：飲食業、販売業、製造業、物流・軽作業、接客・サービス業、レジャー・エンタメ、教育・学習支援業
調査期間	①④2024 年 7 月 8 日～2024 年 7 月 10 日 / ②③⑤2024 年 7 月 12 日～2024 年 7 月 16 日
調査方法	インターネットリサーチ
サンプル数	アルバイト：①7,016 名 / ②656 名 / ③335 名、社員：④7,679 名 / ⑤586 名

株式会社アイリッジ (<https://iridge.jp/>)

株式会社アイリッジは、企業のアプリビジネス支援とビジネスプロデュース支援を軸に、リテールテック、フィンテック、MaaS、業務支援等、幅広い領域で DX を支援しています。

アプリビジネス支援では OMO*アプリの企画・開発における業界トップクラスの実績があり、手がけたアプリの月間アクティブユーザー数は国内最大級の約 9,000 万。開発から機能拡張、マーケティング施策まで行えるアプリビジネスプラットフォーム「APPBOX」が主力プロダクトです。

*Online Merges with Offline：オンラインとオフラインを統合したマーケティング

ビジネスプロデュース支援では、アプリに限定しない、コミュニケーションデザインの戦略立案からデジタルとリアルを統合した施策の企画・実行までを支援可能。グループ会社の Qoil と連携し、プロデューサーとプランナー、クリエイティブディレクター等から成るチームで、“点”の相談を“面”の課題解決に導く独自の価値提供を行います。総合電機メーカーや金融サービス事業者、電気通信事業者等、業界トップ企業の幅広い実績を持ちます。

ディップ株式会社 (<https://www.dip-net.co.jp/>)

ディップ株式会社は、労働市場における諸課題を解決し、誰もが働く喜びと幸せを感じられる社会の実現を目指す“Labor force solution company”をビジョンに掲げ、人材サービス事業と DX 事業を運営しています。企業理念「私たち dip は夢とアイデアと情熱で社会を改善する存在となる」のもと、事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

社 名：ディップ株式会社（dip Corporation）

代 表：富田 英揮（代表取締役社長 兼 CEO）

本 社：東京都港区六本木 3-2-1 六本木グランドタワー31F

電 話：03-5114-1177（代表）

設 立：1997 年 3 月

資本金：1,085 百万円（2024 年 2 月末現在）

従業員数：2,964 名（2024 年 4 月 1 日現在の正社員）※契約・アルバイト・派遣社員除く

事業内容：求人情報サイト「バイトル」「バイトル NEXT」「バイトル PRO」「はたらこねっと」看護師転職支援サービス「ナースではたらこ」などの運営、DX サービス「コボット」の開発・提供、他

上場証券取引所：東京証券取引所（プライム市場）

売上高：537 億円（2024 年 2 月期）

※記載されている各社の会社名、サービス名、商品名等は、各社の登録商標または商標です。