

**「地域金融機関等による人材仲介を通じた事業者支援の高度化に向けた
若手・中堅人材向け周知・広報の調査・分析にかかる委託事業」
報告書**

ご報告事項

1. イベントの実施について
2. 調査関連：事前・事後調査実施結果について

ご報告事項

1. イベントの実施について

2. 調査関連：事前・事後調査実施結果について

1. イベントの実施について

イベントの開催に関する業務について、以下の通りイベント及び事前・事後の調査を遂行・納品を致しました。

①事前調査

②イベントの
開催告知

③イベントの
開催

④イベントの
アーカイブ

⑤イベント
開催結果の報告

⑥事後調査



1. イベントの実施について-概要-

名称：地方×パラレルで実現。新しいキャリアデザインと経済再生

開催日時：2023年2月11日(土)17:00-19:30

開催方法：NewsPicks内にてLIVE配信

プログラム：第一部／日本の「パラレルワーク」現状と課題
第二部／地方×パラレルで創る、新キャリアデザイン
第三部／地方×パラレルで創る、経済再生の可能性

出演者(敬称略)：平田 麻莉(第一部、第二部、第三部)
三谷 航平(第二部)
山根 奈央(第二部)
加藤 史子(第三部)
今泉 宣親(第三部)



1. イベントの実施について-告知記事-

イベント告知記事の特性上、通常の記事広告より各数値が低い傾向にあるが、「レビキャリア」サイトへの誘導という役割も果たす結果となった。



【参加無料】地方×パラレルで実現。新しいキャリアデザインと経済再生

掲載日 | 2023/01/24

| | 想定値 | 結果 | 達成率 |
|---|-------|---|-------|
| Pick | 260 | 143 ^{※1} | 55.0% |
| 総UU | 4,200 | 4,007 ^{※2} 本文 3,529 コメント 1,245 | 95.4% |
| 総PV | 6,600 | 5,715 本文 4,176 コメント 1,539 | 86.5% |
| 記事内リンク | | 遷移数 | UU |
| https://newspicks.comhttps://revicareer.jp/?utm_source=newspicks&utm_medium=event&utm_campaign=202302 | | 386 | 292 |
| https://newspicks.comhttps://newspicks.com/live-movie/2488/ | | 87 | 57 |

※1 Pickアクション総数。後にPickを削除した場合やアカウントを削除した場合でも、マイナスカウントされません。なおシステムからのピックは数に含まれません。

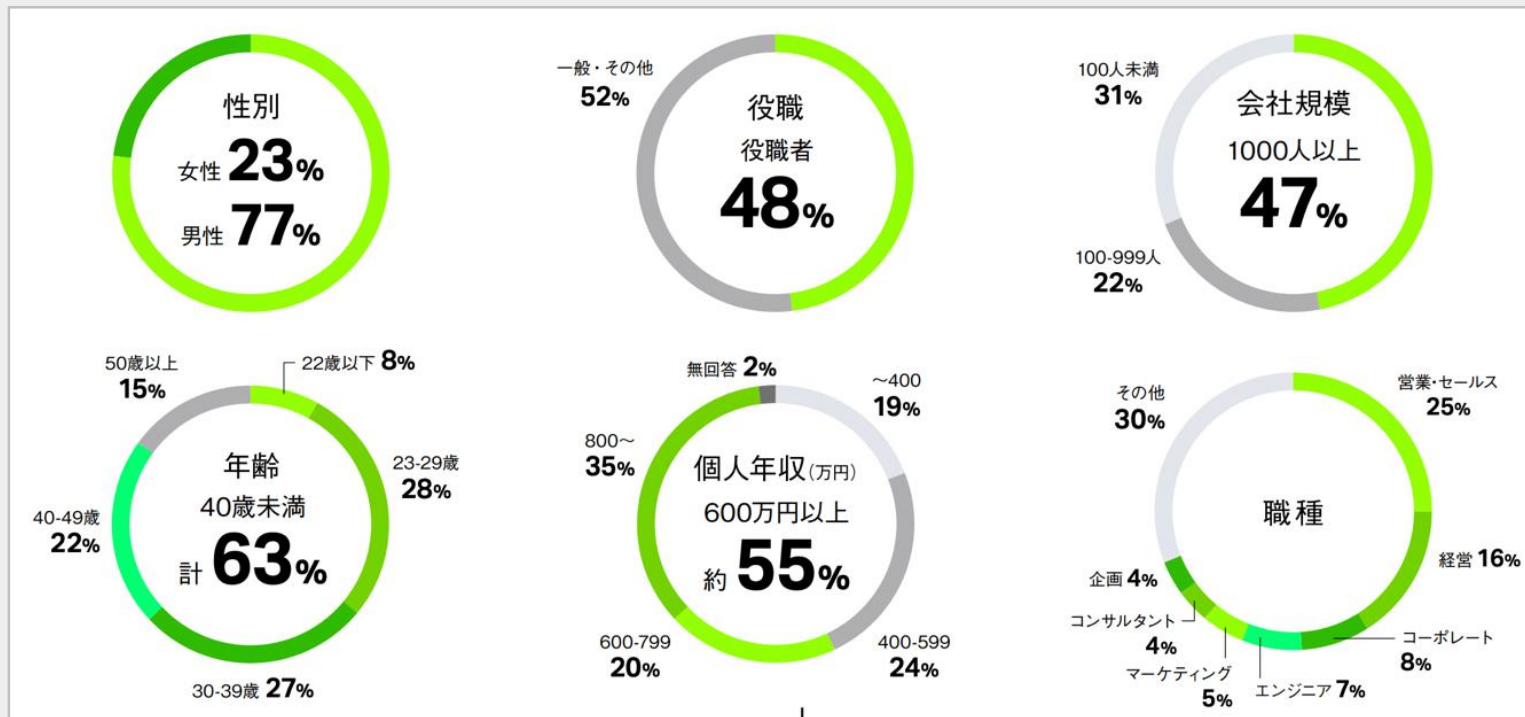
※2 コメントページと本文ページUU数の合計値（SNS等から外部流入したユーザーを含む）

※3 ページ上部から80%以上スクロールしたユーザー数を読了数と定義（80%地点が記事最下部となる）



1. イベントの実施について

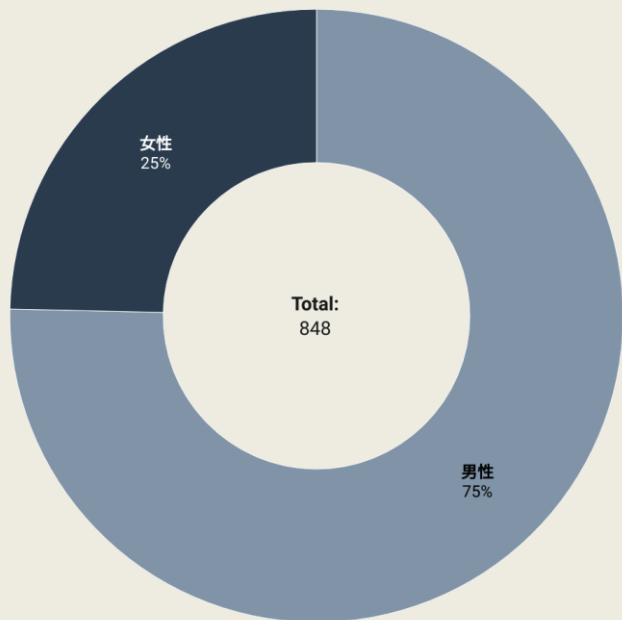
NewsPicks全体のユーザーデモグラフィックは下記の通り。



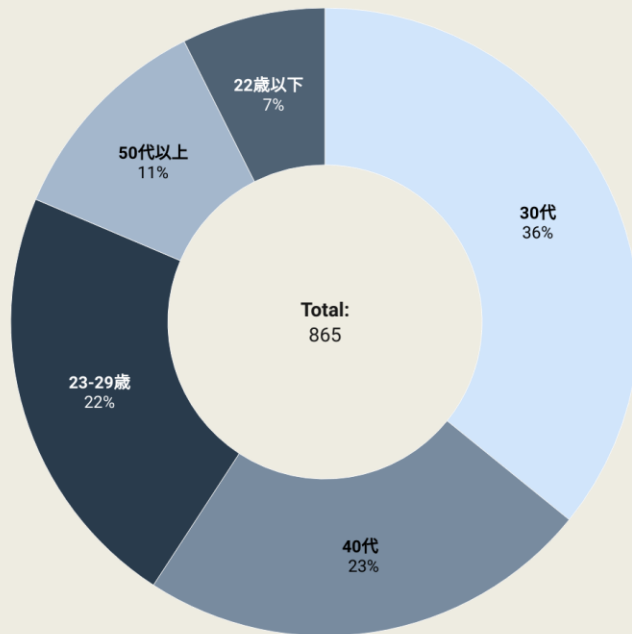
1. イベントの実施について-告知記事デモグラフィック-

全体と比較すると、本記事に関しては読者30-40代が視聴者に多い傾向にあった。

性別※1



年代※2



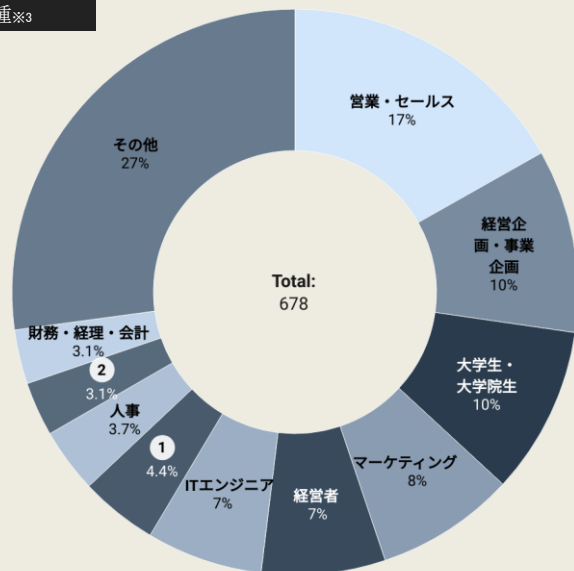
※1 未登録者・その他を除いた、本文読者の性別構成

※2 未登録を除いた、本文読者の年代構成

1. イベントの実施について-告知記事デモグラフィック-

NewsPicks全体のユーザーデモグラフィックと比較して、
業種・職種で特に差異はなかった。

職種※3

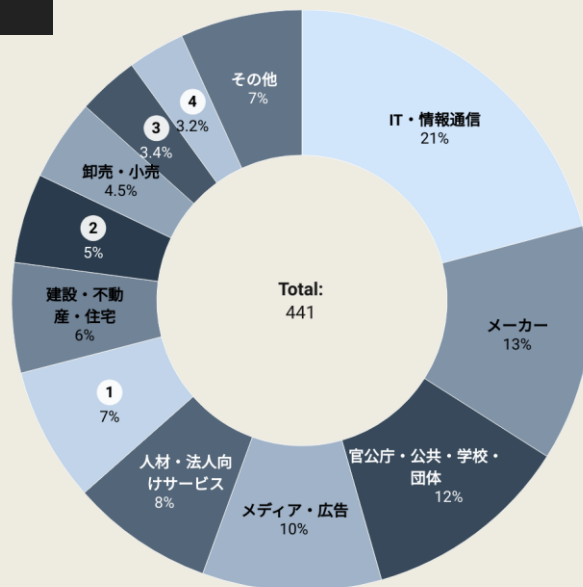


1 コンサルタント 2 営業企画・営業推進

※3 未登録を除いた、本文読者の職種構成 3%未満はその他職種に計上

※4 未登録を除いた、本文読者の業種構成 3%未満はその他業種に計上

業種※4



1 金融（銀行・損保・保険・証券・カード・VC） 2 コンサル・会計・法律関連 3 医療・介護・福祉

4 インフラ・物流



1. イベントの実施について-イベント視聴数-



イベント当日視聴数：2/11(土)当日のLive視聴者数は下記の通り。

| NewsPicks (2023/02/11) | |
|------------------------|----------|
| 累計視聴数 | 終了時点視聴者数 |
| 4,385 | 457 |

総視聴数：
2/11-2/25の2week視聴にて、計13,693の視聴数を獲得。
いずれも平均より高い傾向にあった。

| NewsPicks (2023/02/11 - 02/25) | | | |
|--------------------------------|------------------|-----------------|--------------|
| 視聴数(view) | 視聴UU | 平均視聴時間(分) | Pick数 |
| 13,693 (3,943) | 9,759 (3,046) | 11:36 (4:54) | 154 (146) |

※視聴UU：動画ルームページ（<https://newspicks.com/movie-series/49?movieId=2488>）を開いたユーザー数をカウント

※()内赤字は「2022年 NewSession」の平均値

※集計期間：2023/02/11～2023/02/25

1. イベントの実施について-イベント視聴数-

2時間半を超える長編だったが、
平均視聴維持率と大差がなく10%ものユーザーが完全視聴に至った。



| 50% | |
|----------|-------|
| 視聴維持率(%) | 視聴UU |
| 13.0% | 1,269 |
| (13.9%) | (425) |

| 100% | |
|----------|-------|
| 視聴維持率(%) | 視聴UU |
| 10.0% | 976 |
| (11.3%) | (345) |

※視聴UU：動画ルームページ (<https://newspicks.com/movie-series/49?movieid=2488>) を開いたユーザー数をカウント

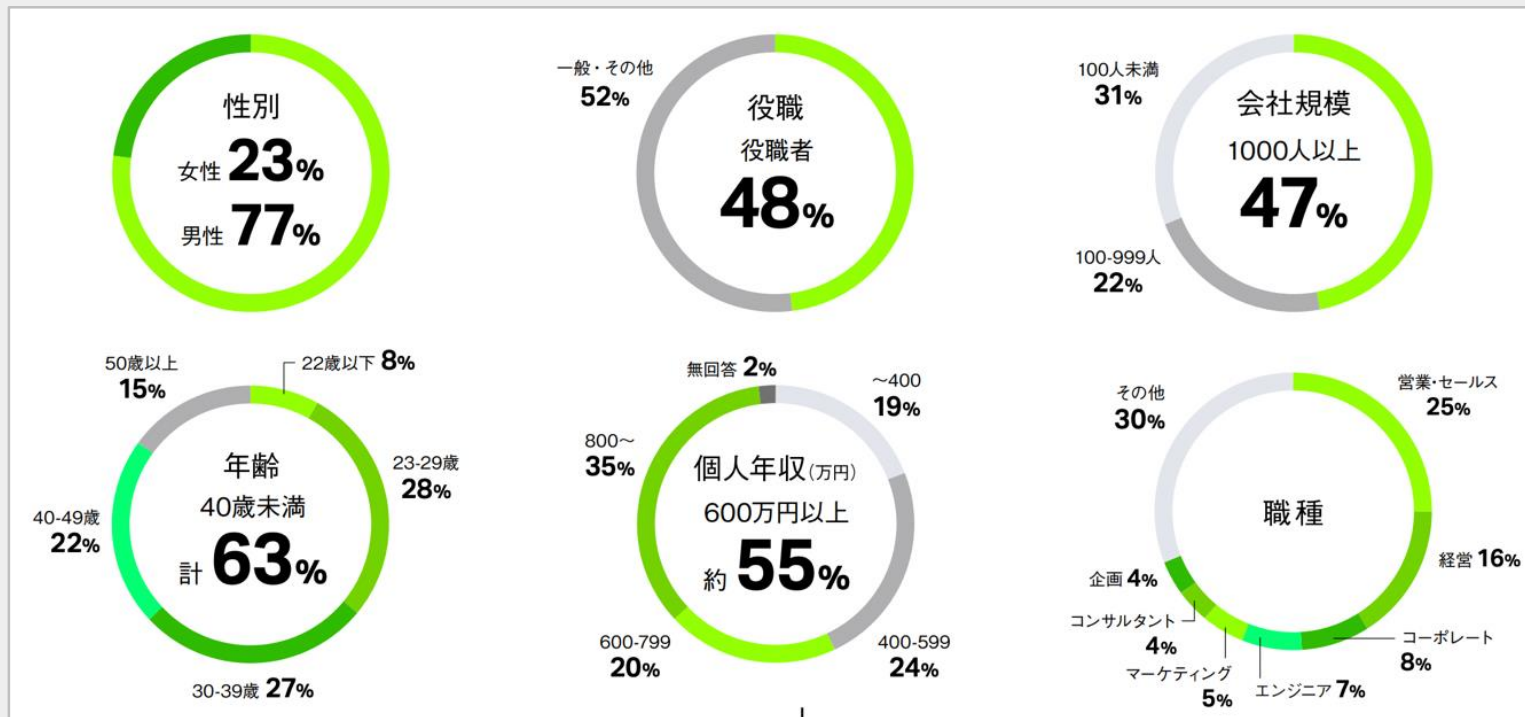
※()内赤字は「2022年 NewSession」の平均値

※集計期間：2023/02/11～2023/02/25



1. イベントの実施について-イベント視聴数-

NewsPicks全体のユーザーデモグラフィックは下記の通り。

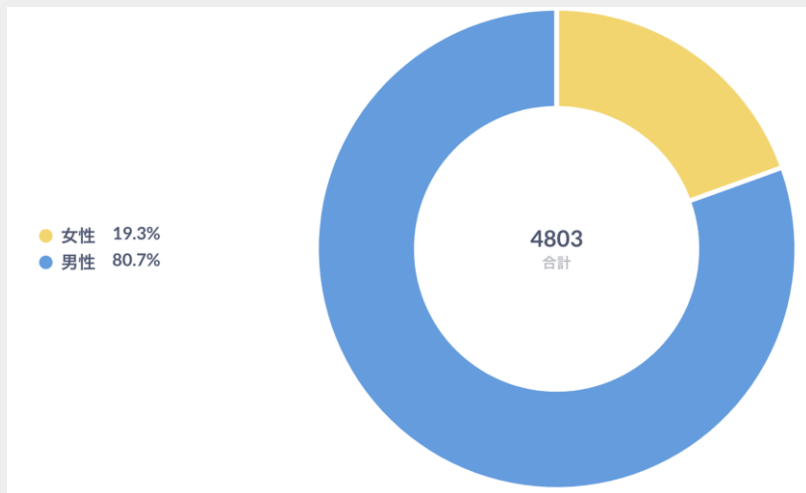




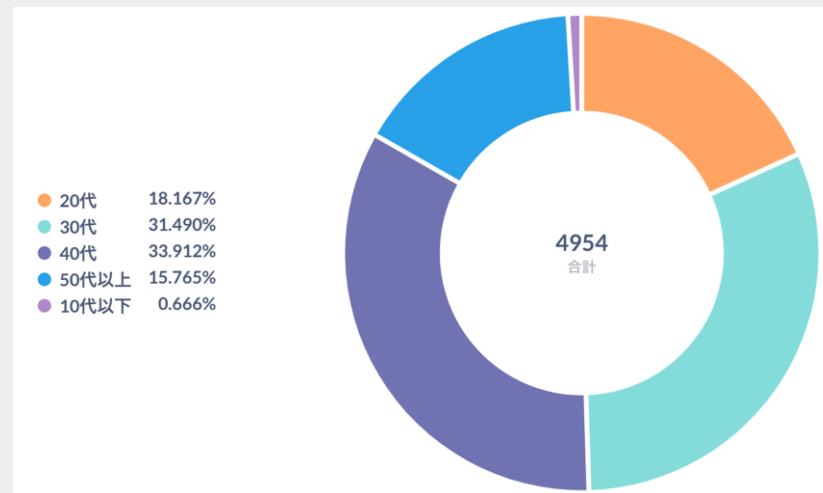
1. イベントの実施について-イベント視聴者デモグラフィック-

NewsPicks全体のユーザーデモグラフィックと比較して、
40代の視聴者が多い傾向にあった。

性別



年代



※視聴UU：動画ルームページ (<https://newspicks.com/movie-series/49?movieId=2488>) を開いたユーザー数をカウント

※集計期間：2023/02/11～2023/02/25

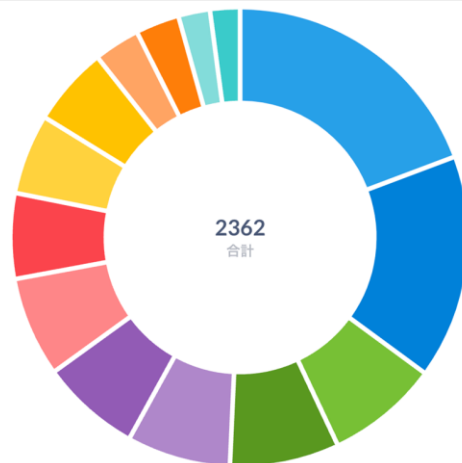
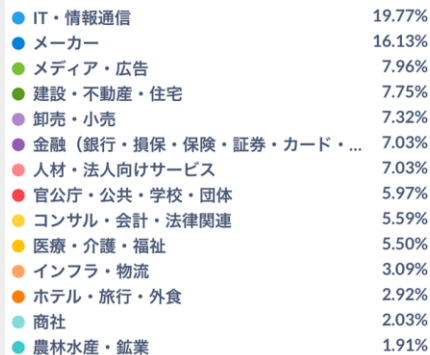
※ユーザーデータを入力していて、本動画視聴したユーザーのみ抽出



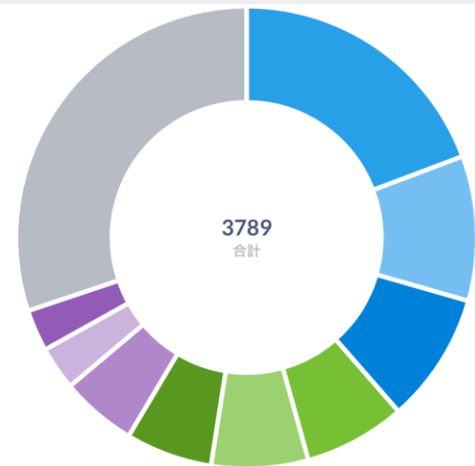
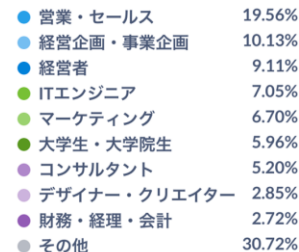
1. イベントの実施について-イベント視聴者デモグラフィック-

NewsPicks全体のユーザーデモグラフィックと比較して、
業種・職種で特に差異はなかった。

業種



職種



※視聴UU：動画ルームページ (<https://newspicks.com/movie-series/49?movieid=2488>) を開いたユーザー数をカウント

※集計期間：2023/02/11～2023/02/24

※ユーザーデータを入力していて、本動画視聴したユーザーのみ抽出



1. イベントの実施について-イベント視聴者数(Youtubeチャンネル)-



| YouTube(#1 : MC&平田さん) | | | |
|-----------------------|----------------|------------------|--------------|
| 視聴数(view) | 平均視聴時間(分) | 視聴維持率 | 高評価数 |
| 15,909 (13,504) | 3:40 (7:55) | 22.6% (15.7%) | 203 (218) |

| YouTube (#2 : 平田さん&三谷さん&山根さん) | | | |
|-------------------------------|----------------|-----------------|--------------|
| 視聴数(view) | 平均視聴時間(分) | 視聴維持率 | 高評価数 |
| 20,412 (13,504) | 7:36 (7:55) | 8.9% (15.7%) | 234 (218) |

| YouTube (#3 : 今泉さん&加藤さん&平田さん) | | | |
|-------------------------------|----------------|------------------|--------------|
| 視聴数(view) | 平均視聴時間(分) | 視聴維持率 | 高評価数 |
| 15,047 (13,504) | 7:07 (7:55) | 12.0% (15.7%) | 191 (218) |

※集計期間：2023/2/13~2/27

※視聴維持率：ユーザーが動画で視聴した部分の平均割合（%）。（合計動画再生時間÷動画開始回数）÷動画の長さ

※オーガニック視聴+広告経由視聴の合算値を上記に記載

※()内赤字は「NewSession」の平均値



1. イベントの実施について-イベント視聴者数(Youtubeチャンネル)-

#2-#3については平均より劣勢だったが、#1に関しては平均より高い数値だった。

| #1 | 25% | | 50% | | 75% | | 100% | |
|----|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| | 視聴維持率(%) | View数 | 視聴維持率(%) | View数 | 視聴維持率(%) | View数 | 視聴維持率(%) | View数 |
| | 30.90% | 4,916 | 23.49% | 3,737 | 18.92% | 3,010 | 14.25% | 2,267 |
| | (23.00%) | (3,106) | (16.60%) | (2,241) | (12.80%) | (1,729) | (9.17%) | (1,238) |

| #2 | 25% | | 50% | | 75% | | 100% | |
|----|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| | 視聴維持率(%) | View数 | 視聴維持率(%) | View数 | 視聴維持率(%) | View数 | 視聴維持率(%) | View数 |
| | 13.17% | 2,688 | 7.83% | 1,598 | 5.62% | 1,147 | 3.86% | 788 |
| | (23.00%) | (3,106) | (16.60%) | (2,241) | (12.80%) | (1,729) | (9.17%) | (1,238) |

| #3 | 25% | | 50% | | 75% | | 100% | |
|----|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| | 視聴維持率(%) | View数 | 視聴維持率(%) | View数 | 視聴維持率(%) | View数 | 視聴維持率(%) | View数 |
| | 17.4% | 2,618 | 11.30% | 1,700 | 7.84% | 1,180 | 5.45% | 820 |
| | (23.00%) | (3,106) | (16.60%) | (2,241) | (12.80%) | (1,729) | (9.17%) | (1,238) |

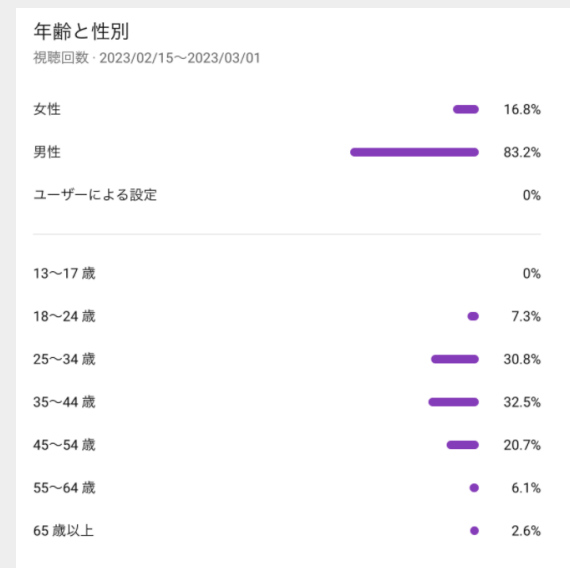
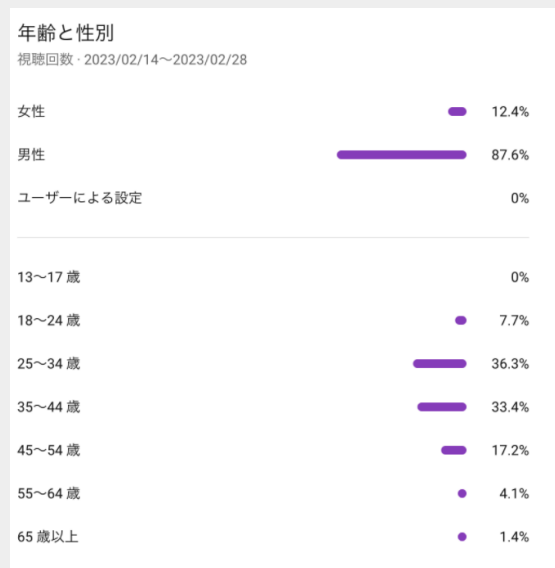
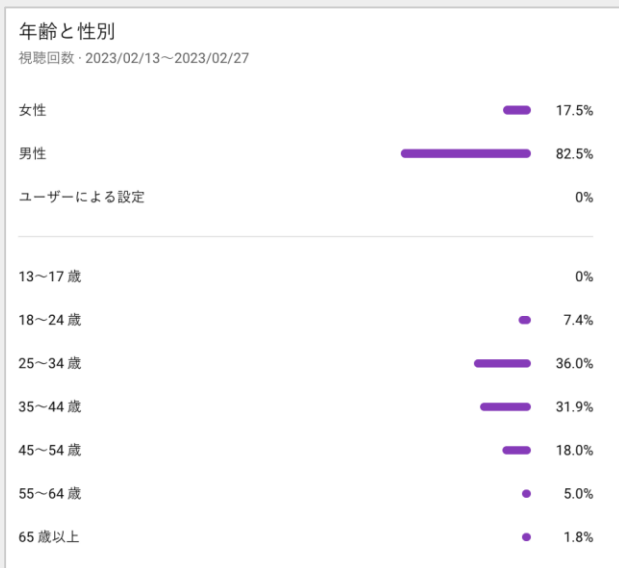
※集計期間：2023/2/13~2/27

※()内赤字は「NewSession」の平均値

1. イベントの実施について-イベント視聴者デモグラフィック(Youtubeチャンネル)-



各回25-34歳の視聴者が多く、NewsPicks内よりも若い傾向にあった。



1. イベントの実施について-採録記事-



地銀が後押し。都市人材×地方のマッチングで進む副業・兼業の今

掲載日 | 2023/03/06

※1 Pickアクション総数。後にPickを削除した場合やアカウントを削除した場合でも、マイナスカウントされません。
なおシステムからのピックは数に含まれません。

※2 コメントページと本文ページUU数の合計値（SNS等から外部流入したユーザーを含む）

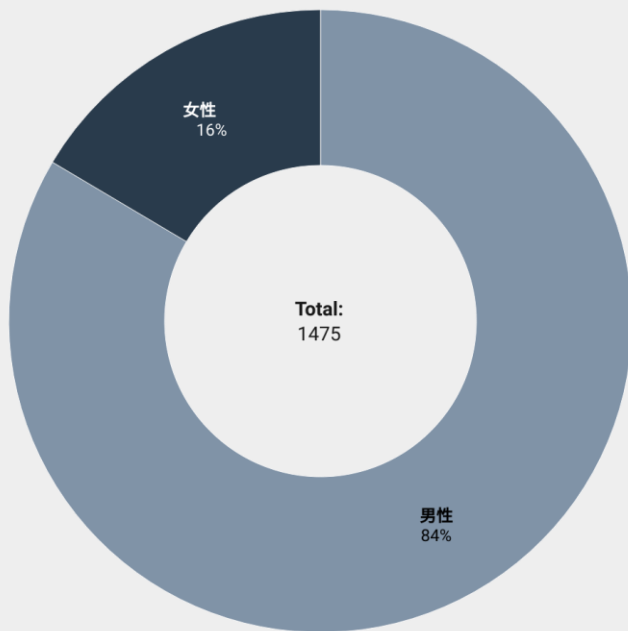
※3 ページ上部から80%以上スクロールしたユーザー数を読了数と定義（80%地点が記事最下部となる）

| | 想定値 | 結果 | 達成率 |
|---|-------|------------------------------------|-------|
| Pick | 260 | 227 ※1 | 87.3% |
| 総UU | 4,200 | 3,634 ※2 本文 3,319 コメント 1,181 | 86.5% |
| 総PV | 6,600 | 5,107 本文 3,702 コメント 1,405 | 77.3% |
| 記事内リンク | | 遷移数 | UU |
| https://newspicks.com/movie-series/49?from=/programs&movieId=2488 | | 48 | 40 |
| https://revicareer.jp/?utm_source=newspicks&utm_medium=event&utm_campaign=202302 | | 34 | 32 |
| https://newspicks.com/movie-series/49?from=%2Fprograms&movieId=2488 | | 17 | 16 |

1. イベントの実施について-採録記事デモグラフィック-

全体と比較すると、本記事に関しては30代が視聴者に多い傾向にあった。

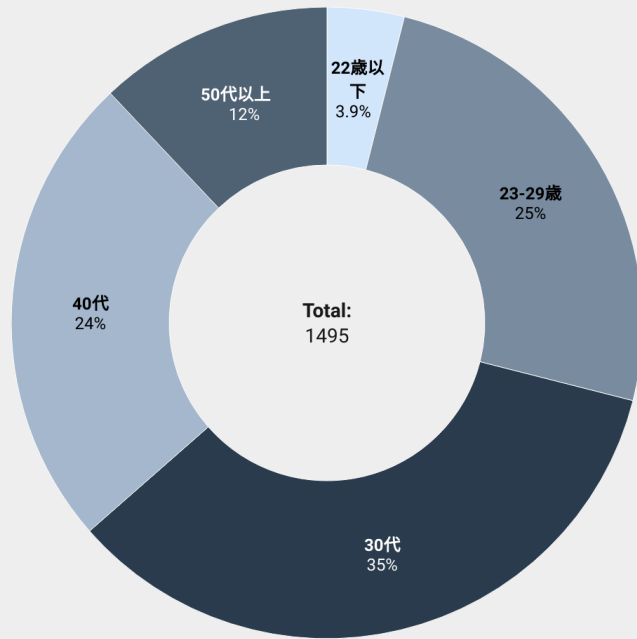
性別※1



Created with Datawrapper

※1 未登録者・その他を除いた、本文読者の性別構成
※2 未登録を除いた、本文読者の年代構成

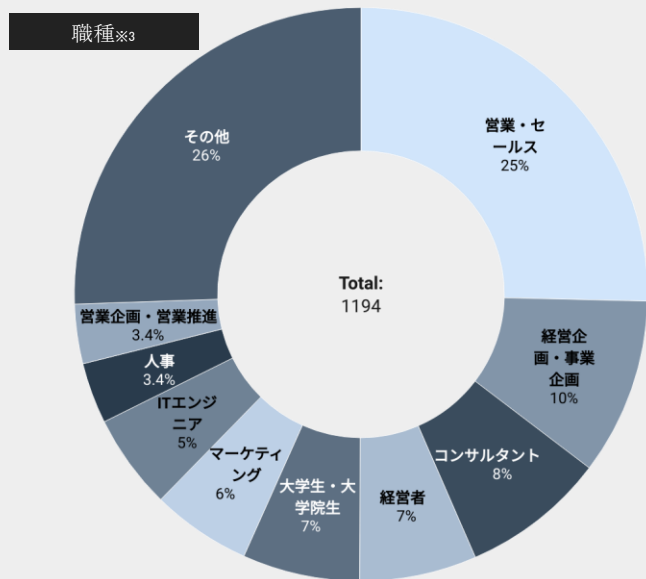
年代※2



Created with Datawrapper

1. イベントの実施について-採録記事デモグラフィック-

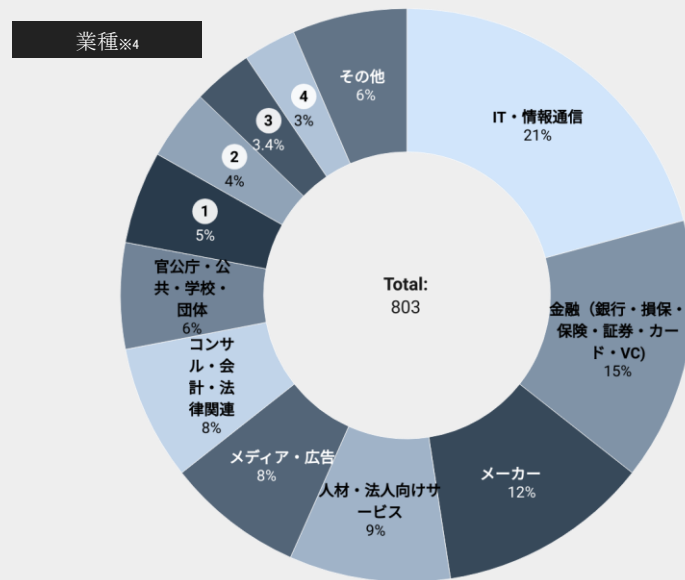
NewsPicks全体のユーザーデモグラフィックと比較して、
業種・職種で特に差異はなかった。



Created with Datawrapper

※3 未登録を除いた、本文読者の職種構成 3%未満はその他職種に計上

※4 未登録を除いた、本文読者の業種構成 3%未満はその他業種に計上



1 建設・不動産・住宅 2 医療・介護・福祉 3 インフラ・物流 4 卸売・小売

Created with Datawrapper

ご報告事項

1. イベントの実施について

2. 調査関連：事前・事後調査実施結果について

調査概要

調査目的：地方就業に関する意識調査・REVICareerの認知度調査並びに当該広告施策による効果検証

調査期間：事前：2022年12月29日～2023年1月18日
事後：2023年2月15日～2023年3月24日

調査媒体：NewsPicks

調査方法：インターネットリサーチ

調査対象コンテンツ：地方×パラレルで実現。新しいキャリアデザインと経済再生
(<https://newspicks.com/movie-series/49?from=%2Fprograms&movieId=2488>)

事前調査調査対象者数：ユーザーより抽出した10万人
事前調査回答数（率）：349（0.3%）

事後調査調査対象者数：調査対象コンテンツを閲覧したユーザー 14,613人
事後調査回答数（率）：101（0.7%）

合計回答数：450

有意水準：5%

調査要約

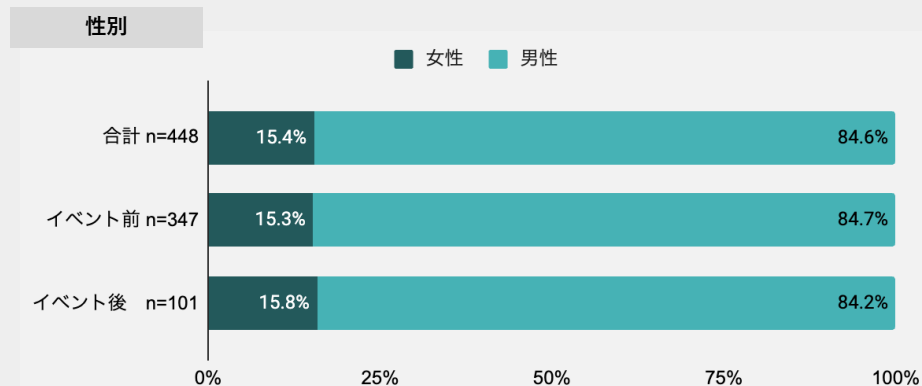
- ❖ 回答者
 - 回答者においては、年代において母集団の割合と比較すると多寡があるものの、全体として極端な偏りはなく調査標本として適している。

- ❖ イベント（番組）による効果
 - 事前調査に比べて、番組を視聴した回答者は地方就業に対して**関心が「かなりある」という回答が有意に高くなった。**（Q1）
 - 事前調査において「REVICareer」を「聞いたことがある」人が11.2%に対して、**番組実施後の本調査においては81.2%が「REVICareer」に対して理解が深まったと回答している。番組を通じて理解促進ができたといえる。**（Q4）
 - また、「REVICareer」を利用する魅力については、項目①②③においてイベント参加者の値が有意に高く、かつ「わからない」の値が有意に低くなっており、具体的なサービス内容についてもユーザーに理解いただけたと考える。（Q5）
 - 事前調査に比べて、**兼業・副業での地方就業**を検討する人が多かった。（Q3）

- ❖ その他調査より
 - 地方就業への関心は10~20代では低く、30代以上になると約7割が関心を持っている。（Q1年代）
 - 就業形態はどの世代でも「副業・兼業」の検討が最も多く、またどの年代でもREVICareerの魅力として「①地域金融機関等が人材マッチングの仲介や就業後のフォローをしてくれること」が魅力として最も支持された。（Q3年代,Q5年代）
 - 地方就業に関心を持つきっかけは年代によって最も支持する項目が違っており、10~30代は多様な働き方の実現、40代は地方創生、50代以上はセカンドキャリアの実現が最も高い。（Q2年代）

- ❖ 示唆
 - 今回の施策によって「REVICareer」に対する認知・理解が促進された。今回の認知を活かして、利用に向けて関心・検討を喚起することも有効と考える。今回の調査では20代以降どの年代でも地方就業に対して一定の興味を持っていて、関心を持つ理由は年代によって異なることがわかった。例えば地方就業をしてどんなキャリアを積むか、家族はどうしたか等それぞれの年代の課題に合うような具体的な事例があれば関心の強化やサービスの利用検討につながりやすいのではないかと考える。

回答者プロフィール



調査全体で、やや男性の回答が多い結果となった。

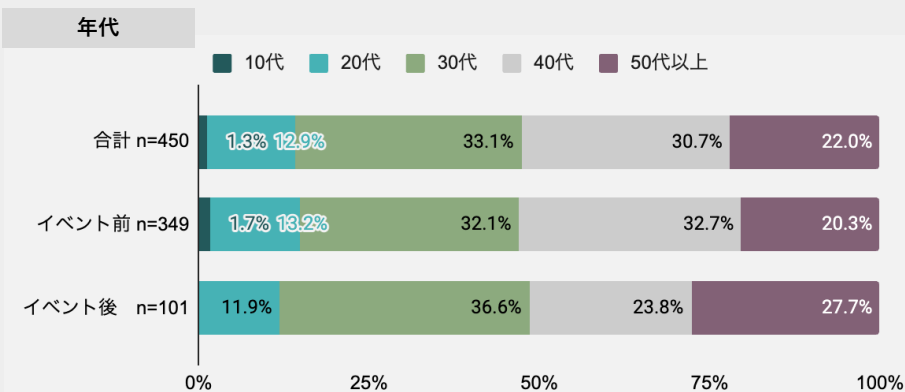
※動画視聴者の性別構成

女性 20% 男性 80%

※NewsPicksユーザー全体の性別構成

女性 23% 男性 77%

※判別ができないため未登録・その他を除く



イベント後の回答者においては50代以上の回答者数がやや多い。

※年代未登録者を除く

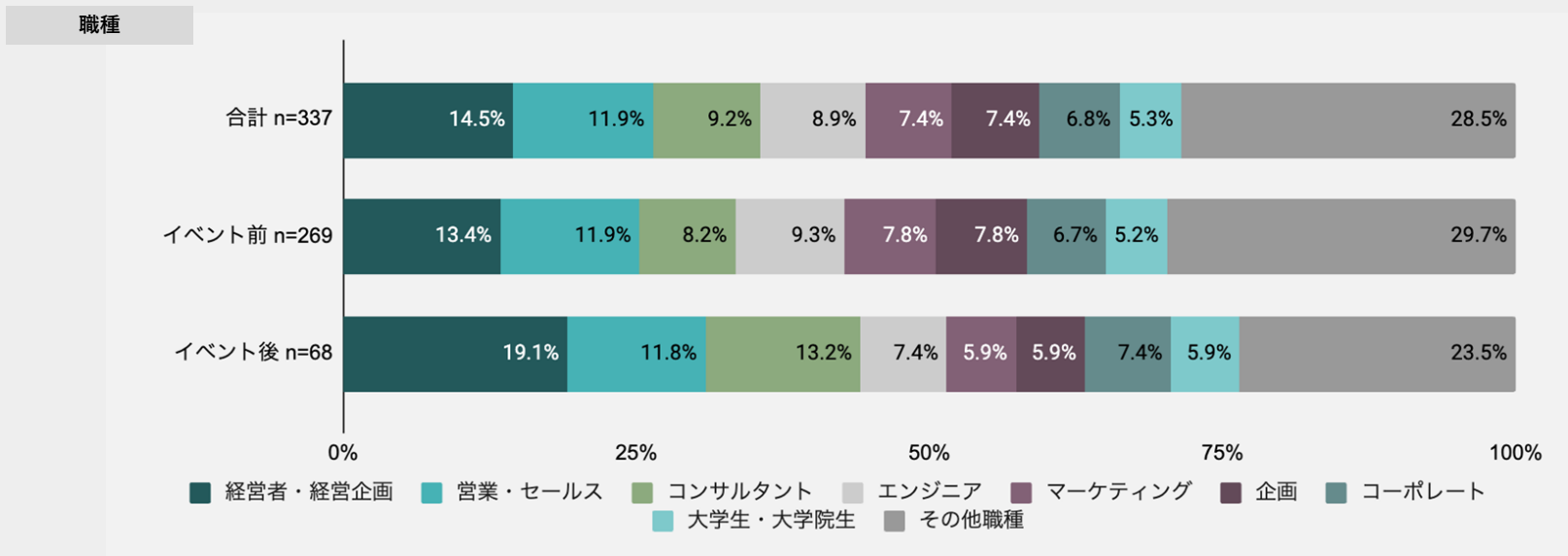
※動画視聴者の年代構成

10~20代 19% | 30代 31% | 40代 34% | 50代以上 16%

※NewsPicksユーザー全体の年代構成

10~20代 36% | 30代 27% | 40代 22% | 50代以上 15%

回答者プロフィール



イベント後、イベント前どちらの群においても母集団において主要な職種を含んでいる。

※業種未登録者を除く

※登録者が3%未満の職種はその他に合計

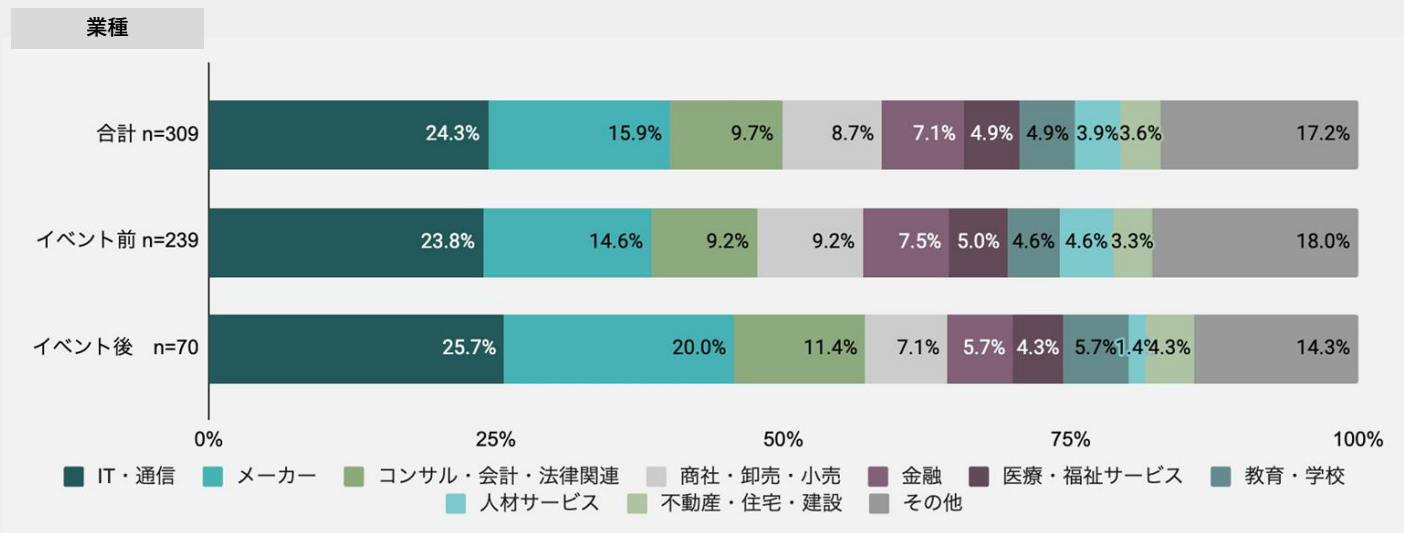
※動画視聴者の業種構成TOP5

IT・情報通信17% | メーカー16% | 商社・卸売・小売9% | メディア・広告8% | 建設・不動産・住宅8%

※NewsPicksユーザー全体の業種構成

IT・情報通信17% | メーカー17% | 金融9% | メディア・広告7% | 建設・不動産・住宅9% | 研修・人材・法人向けサービス5% | 官公庁・公共・団体 6% | コンサル・会計・法律関連 4% | 医療・介護・福祉8% | 卸売・小売7% | その他11%

回答者プロフィール



イベント後、イベント前どちらの群においても母集団において主要な業種を含んでいる。

※業種未登録者を除く

※登録者が3%未満の職種はその他に合計

※動画視聴者の業種構成TOP5

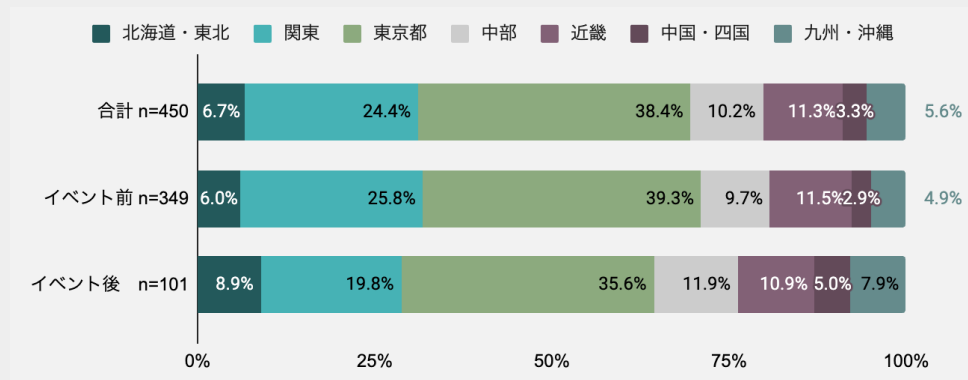
IT・情報通信17% | メーカー16% | 商社・卸売・小売9% | メディア・広告8% | 建設・不動産・住宅8%

※NewsPicksユーザー全体の業種構成

IT・情報通信17% | メーカー17% | 金融9% | メディア・広告7% | 建設・不動産・住宅9% | 研修・人材・法人向けサービス5% | 官公庁・公共・団体 6% | コンサル・会計・法律関連4% | 医療・介護・福祉8% | 卸売・小売7% | その他11%

回答者プロフィール

地域



イベント後の群の方は、イベント前の群に比べて東京在住者の割合が少なく、それぞれの地方に数がより分散している。

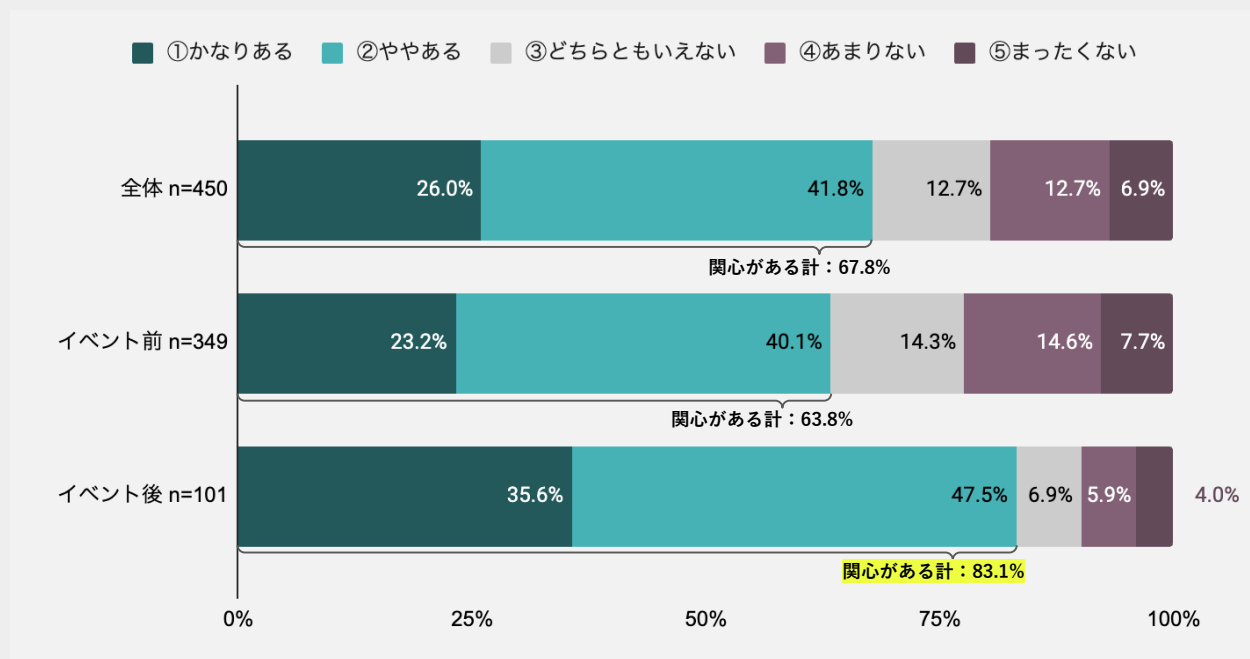
※NewsPicksユーザー全体の居住地域構成

北海道・東北3% | 関東25% | 東京42% | 中部9% | 近畿12% | 中国・四国3% | 九州・沖縄5%

接觸者－非接觸者比較

Q1・興味関心

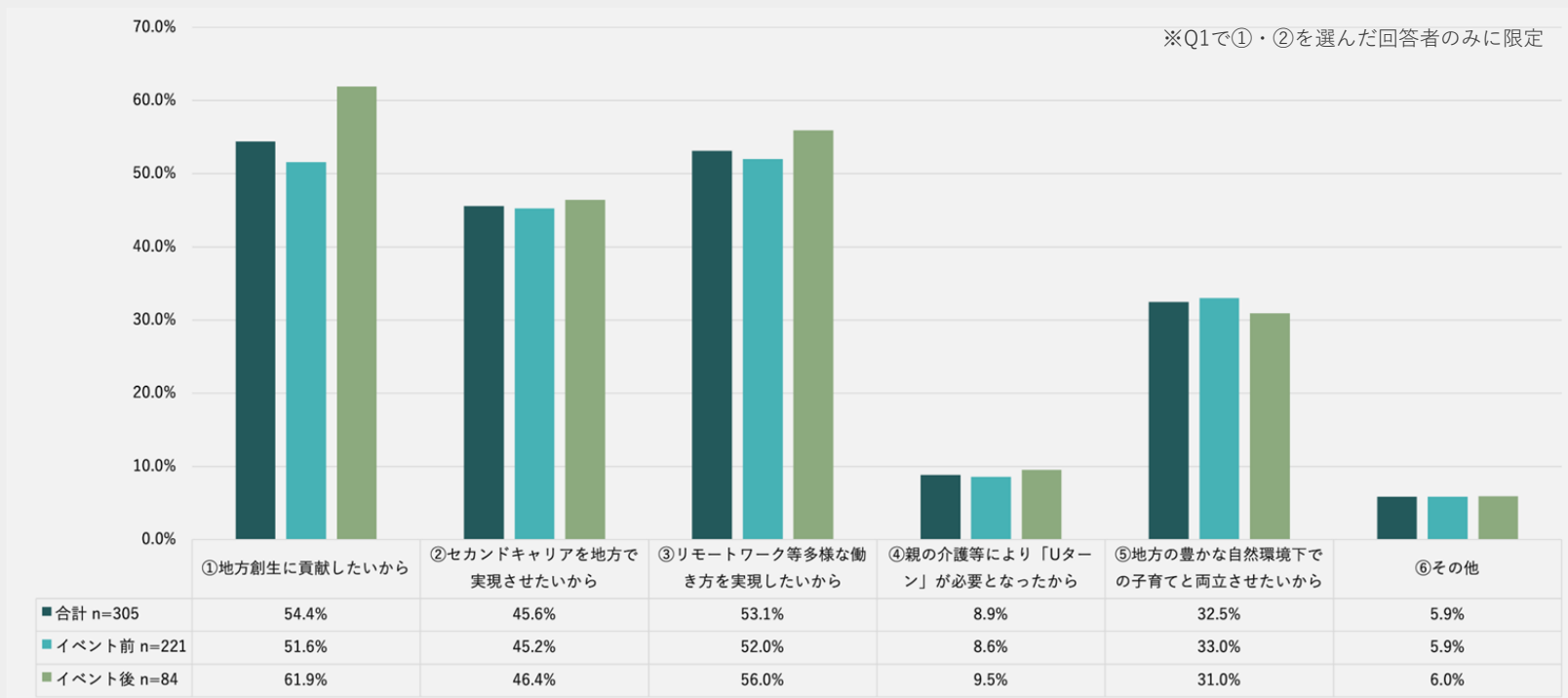
あなたは、地方の成長企業で就業することにどの程度関心がありますか？次のうちから一つお選びください。



- イベントに参加した回答者では地方就業に対して関心が「かなりある」という回答が有意に高くなった。
 - イベントによって、関心を持ってもらうことができたと考えられる。

Q2・地方就業に関心を持ったきっかけ

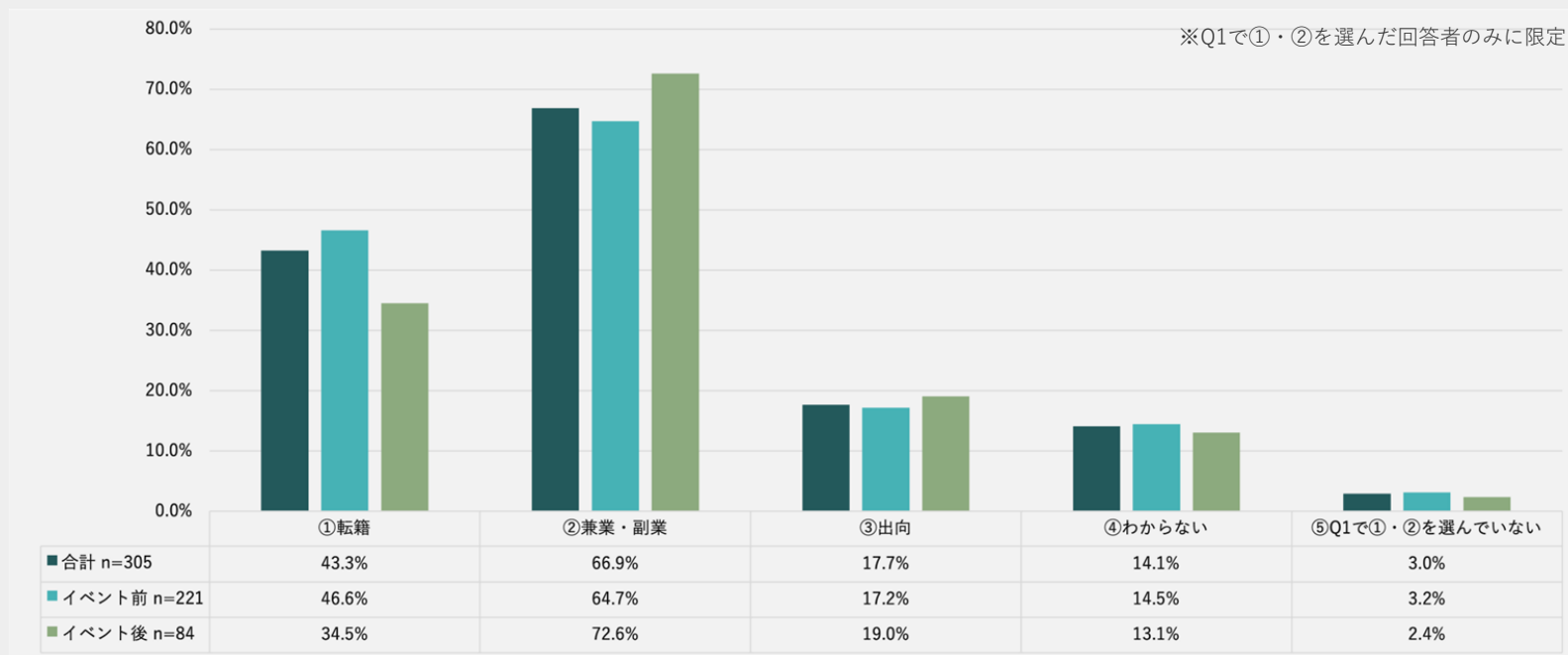
(Q1で①・②を選択された方にお伺いします。) あなたが、地方の成長企業での就業に関心を持ったのは、どのような理由からですか。



- 関心を持った理由はイベント前、イベント後の回答者について大きな違いはなく、①②③の理由が多くなった。

Q3・就業形態

(Q1で①・②を選択された方にお伺いします。) あなたが、地方の成長企業で就業する場合、どのような就業形態をお考えですか。

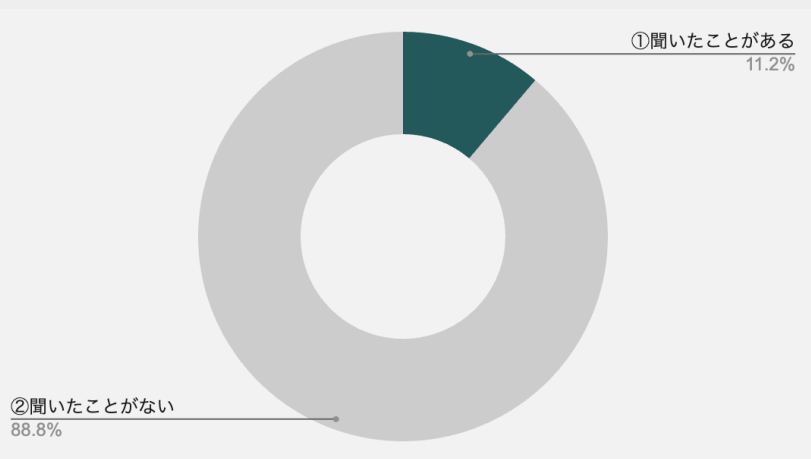


- 就業形態においてもイベント前調査・後調査の回答者で大きな違いはなく②が最も多くなっている。兼業や副業でのニーズが高い。

Q4・REVICareerへの理解

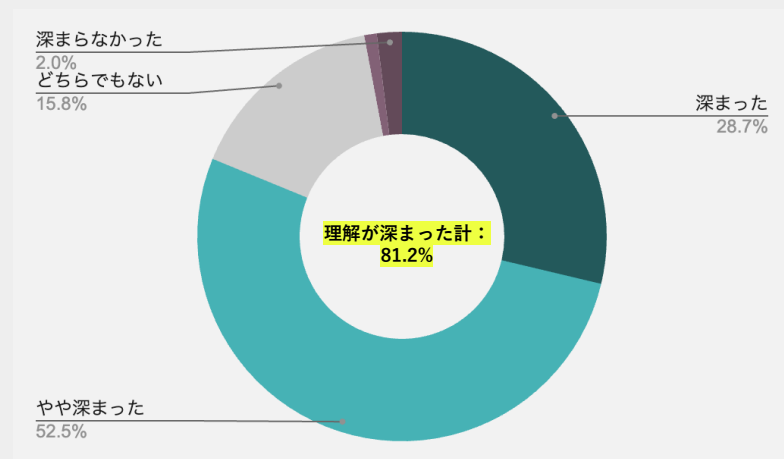
実施前

Q4：あなたは、金融庁が取り組む「地域企業経営人材マッチング促進事業（REVICareer）」を聞いたことがありますか？



実施後

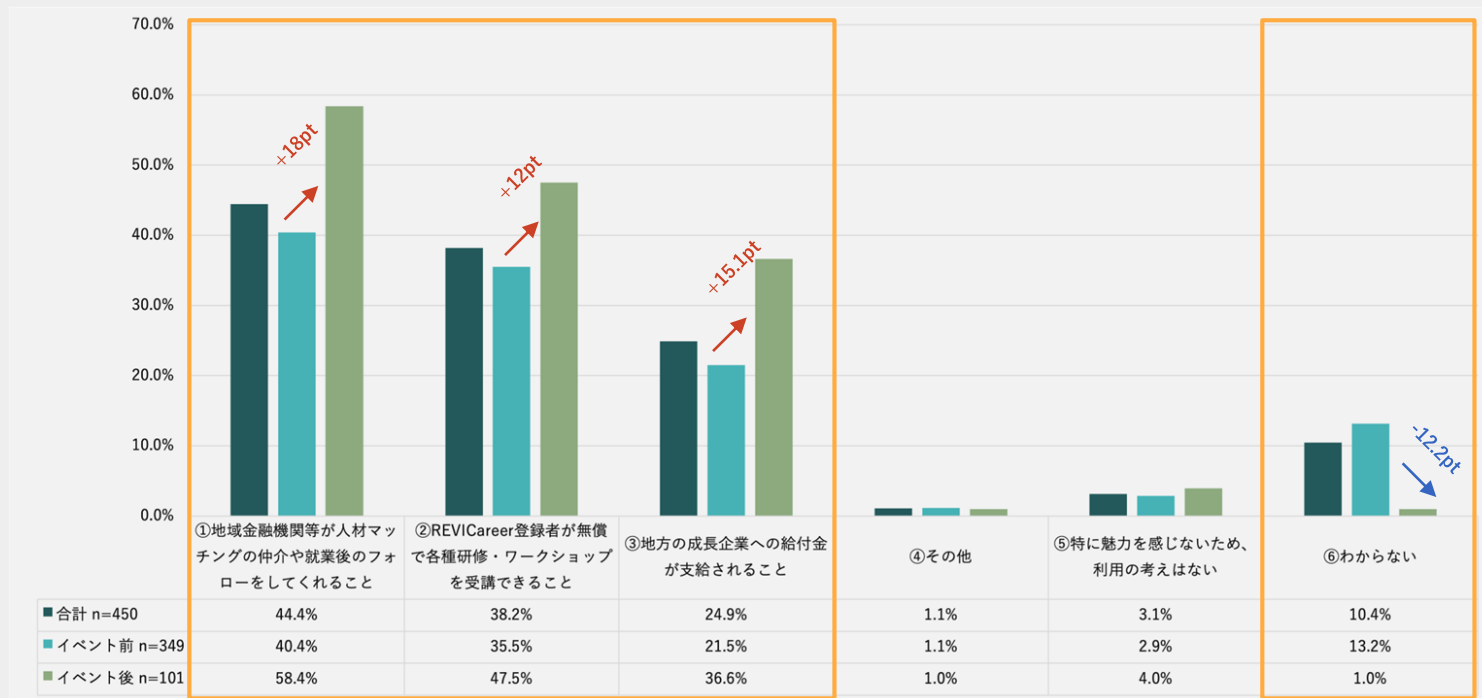
動画「地方×パラレルで実現。新しいキャリアデザインと経済再生」をご覧になって、金融庁が取り組む「地域企業経営人材マッチング促進事業（REVICareer）」への理解が深まりましたか？



- 動画を見て理解が深まったという回答は「深まった」「やや深まった」を合わせて81.2%となった。
- イベント前調査ではサービス名を「聞いたことがある」11.2%だったため、比較すると理解度が有意に高くなっている。

Q5・魅力と感ずるポイント

あなたは、「REVICareer」のどのような点が魅力で利用をしてみたいと思いますか？

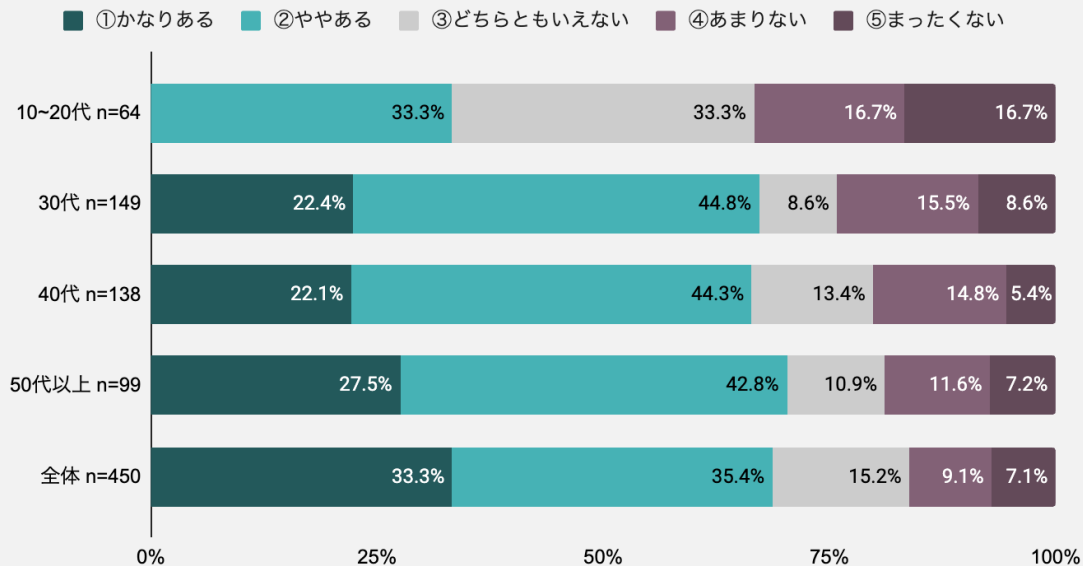


- イベント前の回答に比べて、項目①②③においてイベント後の方の値が有意に高く、かつ⑥「わからない」の値が有意に低い結果となり、動画を通じて具体的な魅力を訴求できたといえる。

【参考】事前・事後調査合わせた年代比較

Q1・興味関心×年代

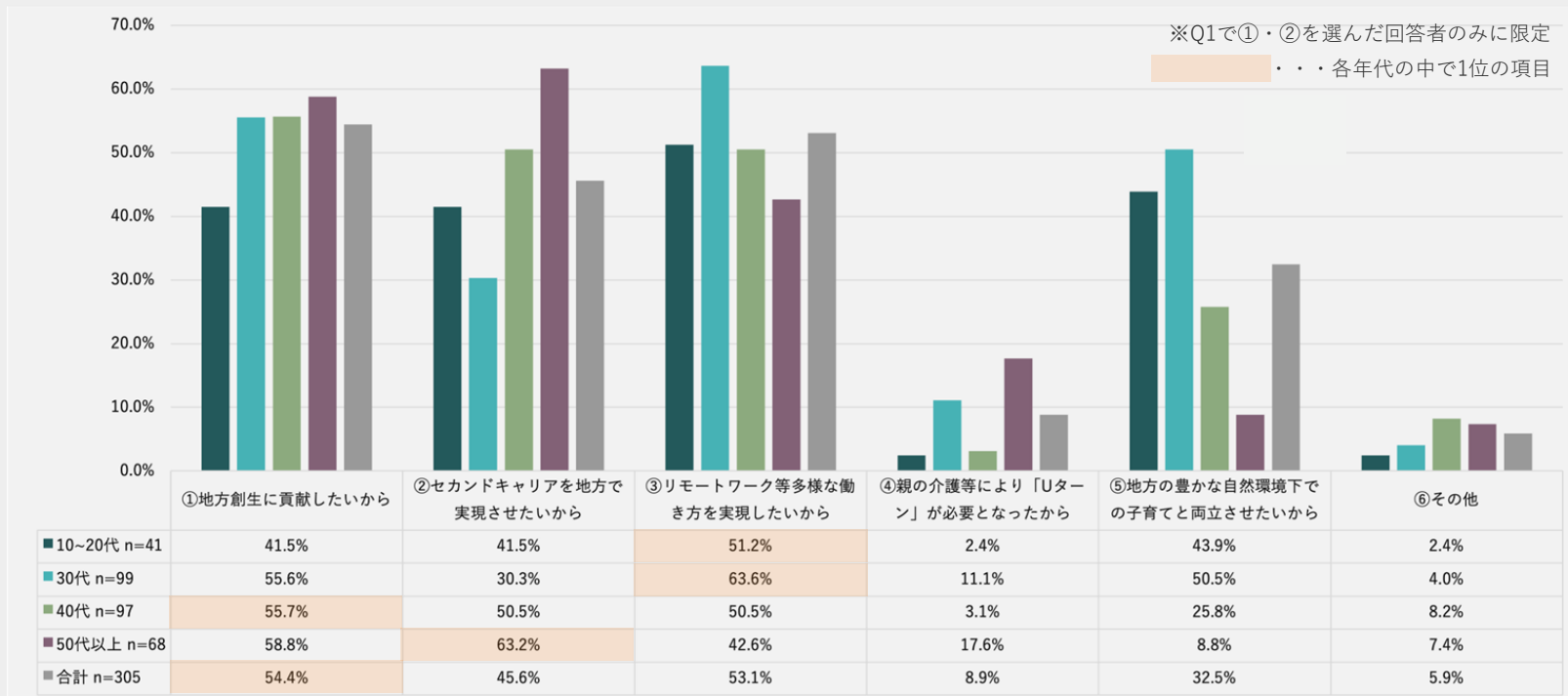
あなたは、地方の成長企業で就業することにどの程度関心がありますか？次のうちから一つお選びください。



- 10~20代では他の世代に比べて関心が低い。
- 30代、40代、50代以降では約7割が関心を持っている。

Q2・地方就業に関心を持ったきっかけ×年代

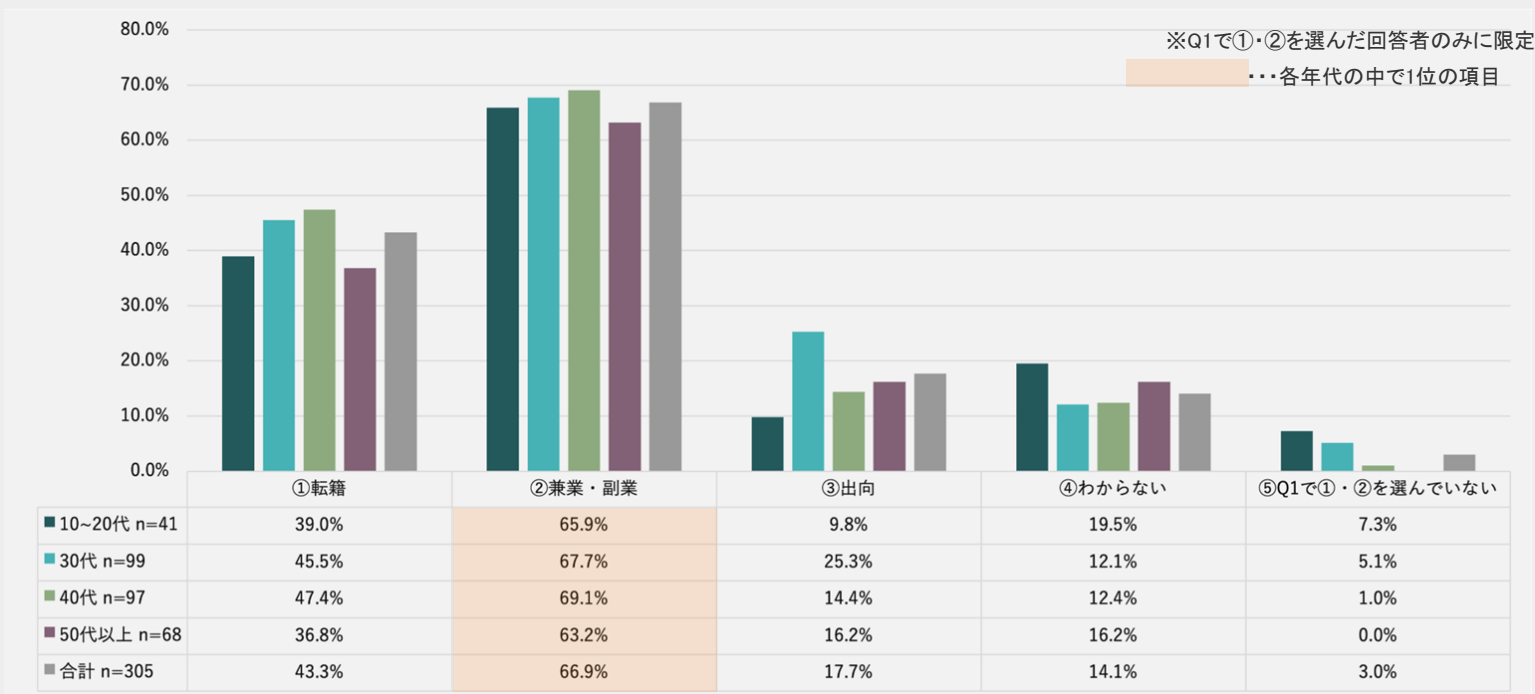
(Q1で①・②を選択された方にお伺いします。) あなたが、地方の成長企業での就業に関心を持ったのは、どのような理由からですか。



- 10~20代や30代では③や⑤、40代や50代以上では①や②が選ばれる傾向となった。
- それぞれの年代がもつきっかけに寄り添う企画を行うことで、興味を持ってもらいやすいのではないかと。

Q3・就業形態×年代

(Q1で①・②を選択された方にお伺いします。)あなたが、地方の成長企業で就業する場合、どのような就業形態をお考えですか。

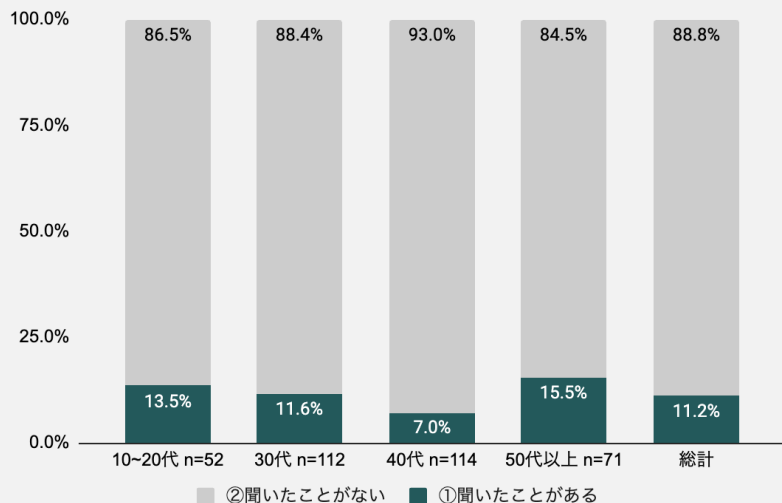


- どの世代でも「兼業・副業」での就業を検討する割合が高い。

Q4・REVICareerへの理解×年代

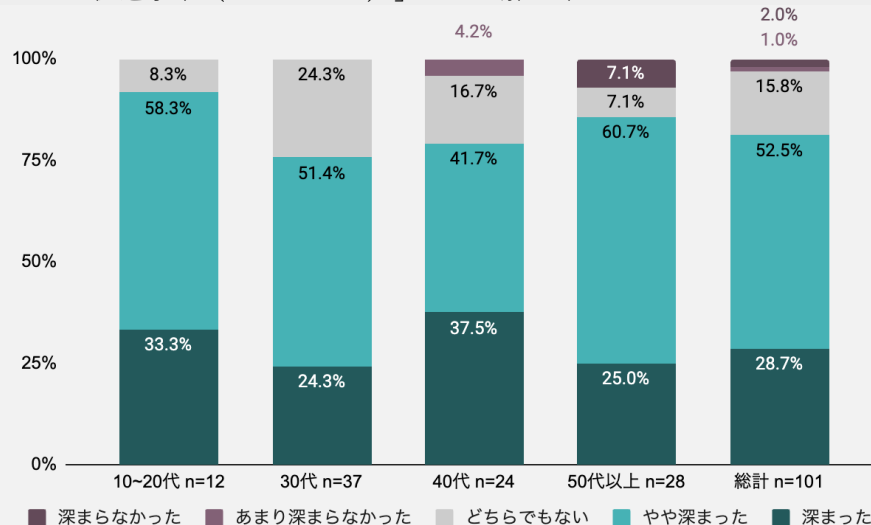
実施前

Q4：あなたは、金融庁が取り組む「地域企業経営人材マッチング促進事業（REVICareer）」を聞いたことがありますか？



実施後

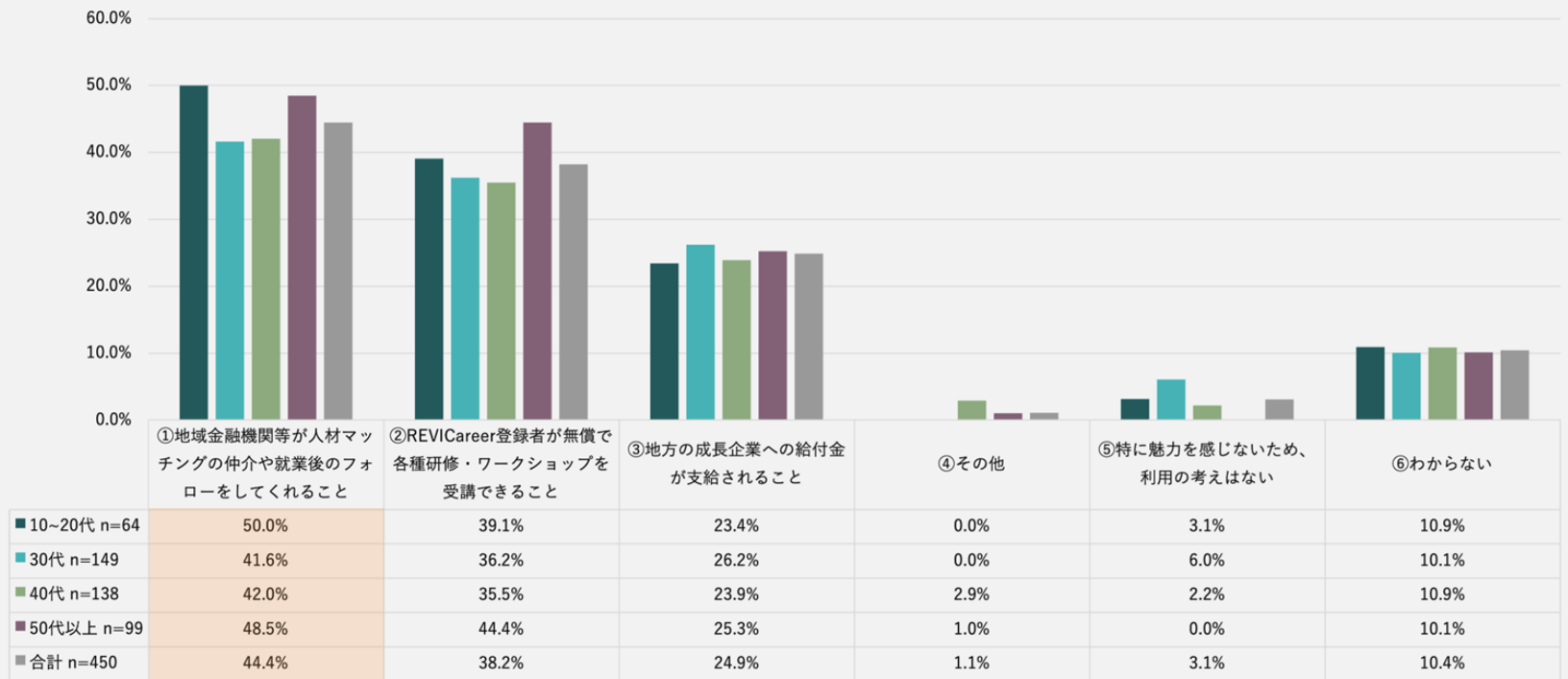
動画「地方×パラレルで実現。新しいキャリアデザインと経済再生」をご覧になって、金融庁が取り組む「地域企業経営人材マッチング促進事業（REVICareer）」への理解が深まりましたか？



- どの年代間でも有意差はなく、視聴したユーザーにおいては年代に関係なく理解いただけた。

Q5・魅力と感ずるポイント×年代

あなたは、「REVICareer」のどのような点が魅力で利用をしてみたいと思いますか？



● どの世代でも①を支持する割合が高い。