

# 韓国の新ライフスタイルトレンド 「副キャラを作ろう」

執筆者 KDDI 総合研究所 フューチャーデザイン 2 部門共創推進 G  
アナリスト 安 順花

## ▼記事のポイント

### <サマリー>

近年韓国では、新たな自分・仕事づくりという意味で「副キャラ」が注目されている。「副キャラ」は、普段の自分と違う、新しい姿やキャラで行動することを指す。自己啓発や副業のニーズ、非対面サービスの増加を背景として、本業以外に自分の趣味や特技を活かし、自己実現・充実した生き方や、さらに収益を創出する人が増えている。

終身雇用の崩壊、就職難など雇用関係に対する不安や、勤労時間短縮制度の導入による仕事とプライベートに対する価値観の変化、柔軟な働き方としてのギグ・エコノミーの広がりや副業を後押ししている。これまで副業関連市場では専業フリーランサーや非正規労働者が中心であったが、会社員の副業者の加勢により市場は大幅に拡大し細分化している。

他者との競争を意識した自分のスキル向上よりも、健康・趣味・知識・人間関係など「自分らしさ」を向上させようとする人々のニーズに応じて、趣味・自己啓発・動機付けなどを支援するオンラインクラスやオフラインコミュニティサービスも注目されている。また、経済的自立を達成して早期リタイアを目指す若者の増加により、少額で簡単に株・暗号資産・アート・音楽著作権などへ投資できる「小数点取引」サービスも浮上している。

今後も柔軟な働き方や在宅勤務の広がりにより、副業・兼業は増加すると予想される。これによって自分の好きなこと、趣味、特技の見つけ方・磨き方の支援ツールや、副業・兼業による収入の資産運用・税金対策などを支援するサービスへのニーズも高まると考えられる。

### <キーワード>

副業 兼業 副キャラ 自己啓発

### <地域>

韓国

## 1 目的・背景

日本では2018年「副業・兼業の促進に関するガイドライン（厚生労働省）<sup>1</sup>」により、多くの企業が副業・兼業を解禁し、働き方の多様化が進んでいる。

一方、韓国では政府・企業による促進策はないが、雇用環境や価値観の変化を背景に、本業以外に自分の趣味やスキルなど「副キャラ」を活かした働き方が広がりつつある。

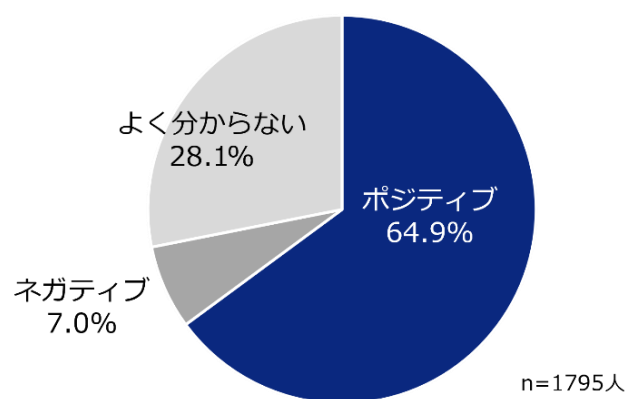
本レポートでは、このような背景を踏まえて、韓国の働き方の最新トレンドとともに、関連サービスの動向をまとめる。

## 2 副キャラとは

近年韓国では、自己啓発や副業のニーズ、非対面サービスの増加を背景として、「副キャラ」が注目されている。

「副キャラ」は、普段の自分と違う、新しい姿やキャラで行動することを指す。元々オンラインゲームで使われている言葉であり、本来使っているアカウントやキャラクターではなく新しく作ったアカウントやキャラクターのことである。また、状況に応じて別人のように様々なアイデンティティを持って行動することで、「マルチペルソナ」とも呼ばれる。

【図表1】副キャラに対する認識



(出典) JOBKOREA (2020年12月)<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11200000-Roudoukijunkyou/0000192844.pdf>

<sup>2</sup> [https://www.jobkorea.co.kr/goodjob/tip/View?News\\_No=18541&schCtgr=120001&Page=17](https://www.jobkorea.co.kr/goodjob/tip/View?News_No=18541&schCtgr=120001&Page=17)

韓国の大手求人情報サイトのJOBKOREAの調査によると、多くの人は副キャラについてポジティブに考えており、自己アピール、仕事とプライベートの切り替え、SNS運営、夢の実現、副業のために副キャラを活用したいと考えている。

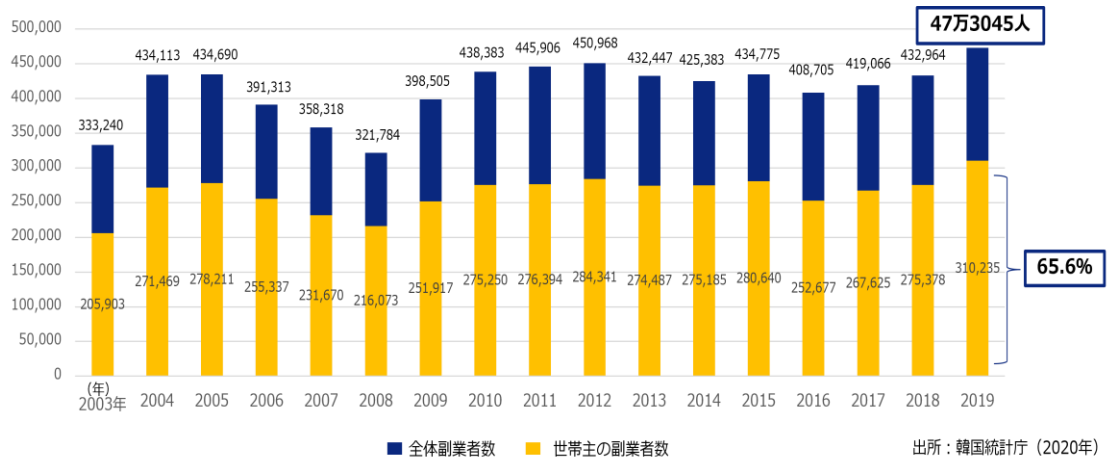
### 3 韓国における副業者の現状

韓国統計庁の2020年雇用動向データ分析によると、2019年の月平均副業者数は前年比約4万人増（9.3%増）の47万3,045人で、2003年統計作成以来最多を記録した。

注目すべき点は、世帯主の副業者数の増加であり、2019年に初めて30万人（月平均31万2,351人）を超えた。副業者のうち世帯主の割合は65.6%を占め、副業する世帯主が急増（約9%の増加）したことが分かった。

一方、全体就業者数は前年比1.1%増加に対して副業者は9.3%増えて、雇用環境の悪化を受けて収入を増やしたい人の増加がうかがえる。

【図表2】韓国における月平均副業者数の推移（2003年～2019年）



（出典）韓国統計庁（2020年）

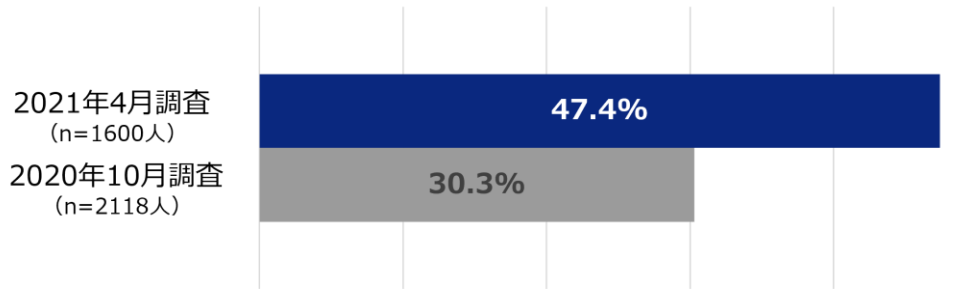
## 4 韓国の労働環境の変化

### 4 - 1 雇用環境の変化

韓国では、IMF（国際通貨基金）やリーマンショックといったグローバル金融危機、高度成長期の終わりによる終身雇用の崩壊、就職難など雇用関係に対する不安や、将来の成長が見込めない状況は、働き方に大きな変化をもたらしている。

これに併せて2018年2月、労働時間上限を1週68時間（平日40時間+平日延長12時間+休日労働16時間）から52時間（週40時間+延長勤務12時間）に短縮する「改正勤労基準法」が成立した。これによって同年7月から300人以上の企業を対象として勤労時間短縮が順次拡大施行され、2021年7月からは5人以上の事業所へ拡大される。勤労時間短縮により残業が少なくなり、時間の有効活用や残業手当の減少による新たな収益源として副業へのニーズも高まっている。

【図表3】複数の仕事をしている会社員の割合



(出典) JOBKOREA<sup>1</sup> (2021年)

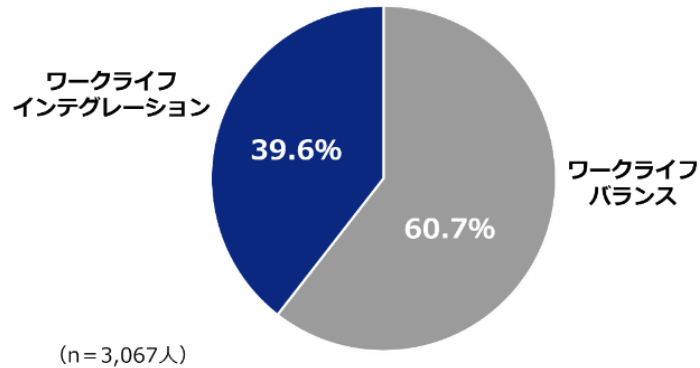
## 4-2 価値観の変化

週52時間勤務制度の施行により、価値観の変化も見られる。これまでの仕事一筋から、仕事と生活の調和を実現する「ワークライフバランス」が重要になったことである。さらにコロナ禍による在宅勤務やフレキシブル勤務の増加によって、仕事と生活を統合する考え方である「ワークライフインテグレーション」も注目されている。

「ワークライフインテグレーション」は、仕事とプライベートを切り分けて考える「ワークライフバランス」に対して、その境界線をなくし統合することで、両方を充実させることである。【図表4】のように、全体的には仕事とプライベートをきっちり分ける「ワークライフバランス」に対する選好度が高いが「ワークライフインテグレーション」を支持する人も4割と少なくない。韓国では、在宅勤務や業務場所制限をなくしたりリモート勤務の導入が、働き方改革ではあまり進まなかったが、コロナ禍により導入されたケースが多く、コロナ終息後も引き続き採用する企業が多いと考えられる。

<sup>1</sup> <https://www.jobkorea.co.kr/>

【図表4】仕事と生活の調和に対する選好度



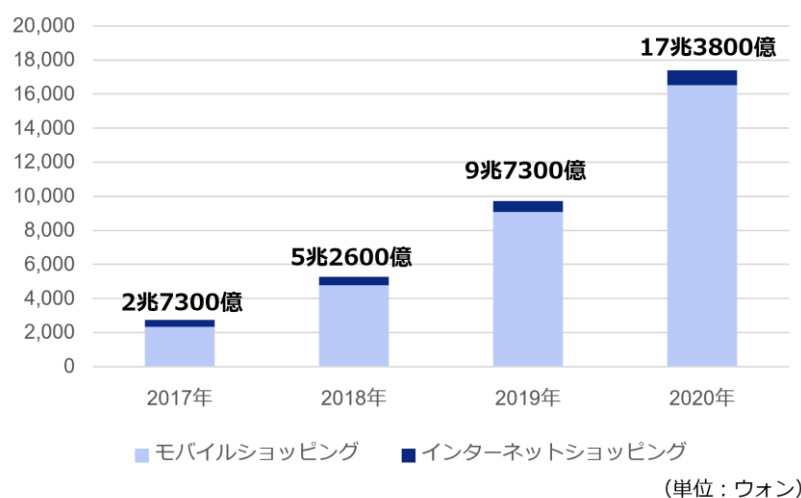
(出典) JOBKOREA (2021年)<sup>1</sup>

### 4-3 ギグ・エコノミー

ギグ・エコノミーは、インターネットを通じて単発・短期の仕事を請け負う働き方、また、このような非正規労働によって成り立つ経済形態である。また、モバイルアプリなどデジタルプラットフォームを介して労務を提供する労働者をギグ・ワーカー、プラットフォーム労働者という。

近年、短期間・短時間に特化した仕事を仲介するオンデマンドマッチングプラットフォームの登場により、ギグ・エコノミーも急速に広がっている。とりわけ韓国では、ネット通販やオンライン飲食サービスなどの利用拡大に伴い、ギグ・ワーカーへのニーズも高まっている。

【図表5】韓国のオンライン飲食サービス取引金額の推移



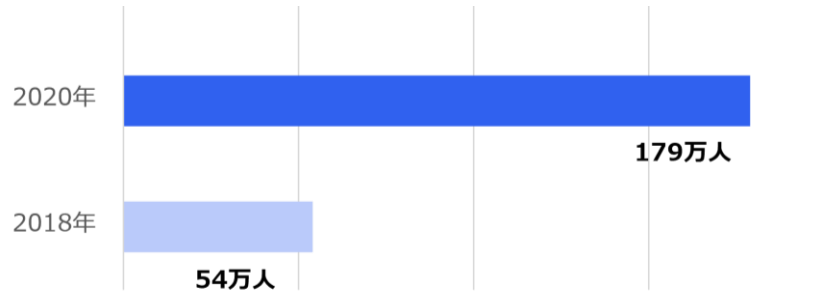
(出典) 韓国統計庁 (2021年)

1

[https://www.jobkorea.co.kr/GoodJob/Tip/View?News\\_No=18744&schCtgr=0&schTxt=%EC%9B%8C%EB%9D%BC%EB%B0%B8&Page=2](https://www.jobkorea.co.kr/GoodJob/Tip/View?News_No=18744&schCtgr=0&schTxt=%EC%9B%8C%EB%9D%BC%EB%B0%B8&Page=2)

【図表5】から分かるように、オンラインで料理を注文して配達してもらうオンライン飲食サービスの市場規模が2017年2兆7,300億ウォンから2020年17兆3,800億ウォンへ増加した。これを受けて飲食配達仲介事業者は、配達を専業とする人のほか、副業として一般人募集も増やしている。

【図表6】 韓国のプラットフォーム労働者数の推移



(出典) 韓国労働研究院<sup>1</sup> (2021年)

韓国労働研究院の調査によると、韓国のギグ・ワーカー（プラットフォーム労働者）は、2018年の約54万人から2020年約179万人へ急増した。これは韓国全体就業者の約7.4%を占める。

## 5 韓国の副業・兼業における最新トレンド

### 5-1 競争より成長へ「アップグレード人間」

「アップグレード人間」は、他者との競争を意識した自分のスペック（スキル）向上よりも、健康・趣味・知識・人間関係など「自分らしさ」を向上（アップグレード）させようとする個人を指す。

会社での昇進より自分の成長を追求し、新しい自己実現を目指す人が増えていることにつれ、趣味や自己啓発などを支援するオンラインクラスが増加している。また、動機付けを目的とするソーシャルサロンも登場している。

#### ○事例 オンラインクラス「CLASS 101<sup>2</sup>」

2018年にリリースされた有料オンラインクラスサービスである。趣味・自己啓発などのオンラインクラスをマッチングさせるプラットフォームで、クラス参加者向けの準備物お届けサービスも提供している。

<sup>1</sup> <https://www.kli.re.kr/>

<sup>2</sup> <https://class101.net/>

現在、趣味・収益創出・職務教育・キッズなど約1,800のクラスが開設されている。クラスを提供するクリエイター数は、延べ約8万7,000人に達する（2021年5月時点）。

クリエイターがクラスを開くためには、まず一週間の需要調査を行い、クラスの応募者数などに基づいてクラス開設が決まる。クラス開設が確定すると、CLASS 101の担当者とクラスの企画・コンテンツについて相談した上で開始される。

企業向け研修・福利厚生サービス「CLASS 101 business」、オンラインクラスギフトサービス、クリエイター作品の販売などサービスも多様化している。日本版サービスも展開している。

#### ○事例 ソーシャルサロン「クリエイタークラブ<sup>1</sup>」

2014年にメディアコミュニティとして発足し、「自分らしさ」を高める動機付けや自己啓発のための話し合う場を提供するオフライン・ソーシャルサロン「クリエイタークラブ」をオープンした。

「クリエイタークラブ」は3か月のメンバーシップサービスで、職業・年齢に関わらず、2週に1回集まり、自分の考えたことについて書いたり対話してみたりする。10テーマの中で一つを選んで参加する。最近では対話注文書を提出すると、自分に合う対話テーマと話し合う人を紹介してくれる、「クリエイタークラブ・バー(bar)」もオープンした。

## 5 - 2 天職からマルチジョブへ「Nジョブラー」

「Nジョブラー」とは、複数を指す「N」と職業を意味する「job」を掛け合わせた造語であり、「主」「副」といった関係性の区別なく、複数の仕事を持つ人を指す。

これまで副業関連市場は専業フリーランサーや非正規労働者中心であったが、会社員の副業者の加勢により市場は拡大し細分化している。

休日や余暇時間を活用して新しい仕事を探す人や、非対面副業も増えており、依頼者が求めるスキルに応じて、提供者をマッチングするプラットフォームの利用者も急増している。また、簡単な出店手続きでオンラインショップが無料で開設できるサービスも人気を集めている。

<sup>1</sup> <https://creatorclub.kr/>

○事例 フリーランサーマッチング「kmong（クモン）<sup>1)</sup>」

2012年に設立されたフリーランサー・アウトソーシング・プラットフォームである。デザイン・IT・コンテンツ・マーケティングなど300以上のカテゴリでサービスを提供している。

依頼者が必要なスキルを登録すると、該当スキル保有者のプロフィール、評価、レビュー、ポートフォリオとともにリアルタイムで見積書が提供される。

企業向けアウトソーシングや、様々な収益創出のノウハウを利用者がPDF電子ブックとして発行できるサービスなども提供している。

○事例 誰でもオンライン創業「NAVER スマートストア<sup>2)</sup>」

韓国最大検索ポータルNAVERが2018年に既存サービスをリニューアルし、ブログ開設のように簡単にオンラインショップが構築できるサービスである。

NAVERのIDだけで誰でもオンラインストアが開設できる。ストアの開設・管理・運営は無料で、かかる費用は決済手数料だけである。初心者も出店できるように、商品登録、決済、広告、顧客管理・分析など様々なツールを提供する。

2020年スマートストアの取引金額は26兆8,000億ウォンに達する。2021年ヤフージャパンにソリューションを提供することで日本進出を計画している。

### 5 - 3 国民的副業「配達」

コロナ禍による非対面のネット通販やオンライン飲食サービスの利用増加により、配達需要は急激に増加している（図表7）。配達仲介事業者は徒歩・電動キックボードなど配達手段を多様化するとともに、一般人の配達員の募集も増やしている。

近距離即時配送が飲食店からコンビニ、スーパー、百貨店などへ広がり、配達員の獲得競争も激しくなっている。会社からの帰宅時間や週末・休日、大学の講義の合間を活用して配達を副業とする人も増加している。また、収入を得るためだけではなく、自分の健康管理のための運動・ダイエットとして、カップルでデートを兼ねて配達をするケースも見られる。

<sup>1)</sup> <https://kmong.com/>

<sup>2)</sup> <https://sell.smartstore.naver.com/>



【図表7】 主要一般人向け配達仲介サービス

配達仲介サービス (親会社)	開始 年度	配達員登録者数	配達手段
クーポンイーツ「配達パートナー」 (クーポン、ネット通販)	2019	配達パートナー専用アプリの月間純利用者数(MAU)：3万8000人(2020年5月)→48万人(2021年1月)	徒歩、バイク、自転車、電動キックボード、車など
Baemin Connect (Woowha、フードデリバリー)	2019	1万1000人(2019年12月)→約5万人(2021年3月)	徒歩、バイク、自転車、電動キックボード、車など
「我が町のデリバリー」 (GSリテール、コンビニ)	2020	約1万人(2020年12月)→約7万人(2021年5月)	徒歩のみ

(出典) 各社の資料をもとにKDDI総合研究所作成

## 5-4 FIREを目指す「投資ブーム」

FIRE (Financial Independence Retire Early) とは、経済的自立を達成して早期リタイアを目指すライフスタイルである。最初は欧米の若者の間でブームとなり、大抵は資産運用で若いうちに資産を築いて、その配当収入で暮らすことを目指す。

韓国でもその影響を受けて、若い世代を中心に副業として株・暗号資産・アート・音楽著作権などへの投資が注目されるようになった。

証券会社では、投資初心者や少額投資の多い若い世代を狙って、直感的に使いやすいアプリをリニューアルしたり、投資教育コンテンツを強化したり、新規顧客に「1株プレゼント」キャンペーンなどを行うことで顧客を増やしている。

また、株・仮想通貨のほか、アート、不動産、音楽著作権などを小数点単位で分けて少額でも投資できる「小数点取引」も人気を集めている。

### ○事例 小数点取引 韓国投資証券<sup>1</sup>「MINISTOCK」、オンライン商品券

韓国投資証券「MINISTOCK」は、1,000ウォン(約100円)から始める海外株投資を支援するアプリである。海外の人気株を1株ではなく、小数点単位で分けて買えることで、資産の少ない若者を中心に人気を集めている。

<sup>1</sup> <https://securities.koreainvestment.com/>

オンライン金融商品券は、オンラインショッピングで購入、またはギフトで送れる株式投資商品券である。モバイルアプリに登録した後、株やファンドなど様々な金融商品に投資できる。2020年金融委員会の革新金融サービスとして選ばれ、韓国投資証券により初めてリリースされた。

#### ○事例 音楽著作権投資「MUSICOW<sup>1</sup>」

世界初の音楽著作権共有プラットフォームで、2017年リリースされた。著作権料の収益を請求する権利を購入することで、その音源が放送局、公演、ストリーミング配信、カラオケなどで利用されると、原著作権者とともに収益を上げる。

音楽著作権の価値を拡大し、新しい「文化金融」を創出している。累積取引曲数は約850曲に上り、2020年の利用者の著作権料収益率は平均8.7%（年）となっている。

## 6 おわりに

以上のように、雇用や働き方を取り巻く環境や意識の変化によって変わりつつある韓国の副業・兼業について述べた。

韓国では、新たな自分・仕事づくりという意味で「副キャラ」が注目されている。副キャラはSNSを通じたコミュニケーションの増加、ギグ・エコノミーの広がり、非対面サービスの増加を背景として、本業以外に自分の趣味や特技を活かし、自己アピール・実現や副業の手段となっている。

副業・兼業の増加は、世界的なトレンドと言える。米国などでは、「スラッシー（Slashie）」、「スラッシー・キャリア（Slash Career）<sup>2</sup>」が注目されている。スラッシーとは、様々な肩書きを持っている人を指す。仕事と生活（プライベート）の満足を求めて、フルタイムの仕事を持つだけでなく、複数の仕事を持つことで複数の興味と収入を追求することである。

若い世代を中心とするスラッシーや副キャラの浮上には、現在の本業で自分自身を縛らずに、自己啓発や学びを通じてキャリアを再定義する意味合いも強い。そのため、関連市場はジョブマッチングだけではなく、趣味、自己啓発、コーチングも含めて広がりを見せている。

一方、副キャラづくりは個人に止まらず、企業にも広がっている。コロナ禍により多くの企業は既存の事業・サービスの戦略修正を余儀なくされた。そのような状

---

<sup>1</sup> <https://www.musicow.com/>

<sup>2</sup> One Person/Multiple Careers: A New Model for Work/Life Success Marci Alboher Business Plus 2007 2月

況の中で、本業とは異なる事業へ新規参入したり、これまでの企業イメージと異なる副キャラを採用したりすることで、顧客とのコミュニケーションやエンゲージメントを高めようとする企業も増えている。

## ■ 出典・参考文献

KLI 雇用・労働ブリーフ 第104号 (2020-11) プラットフォーム労働者の規模と特徴 韓国労働研究院 (2020.12.30)

### 【執筆者プロフィール】

氏名： 安 順花 (あん すんふぁ)  
所属： 株式会社KDDI総合研究所フューチャーデザイン2部門  
経歴： 韓国で新聞記者を経て早稲田大学大学院国際情報通信研究科博士課程修了 (国際情報通信学)。国立研究開発法人産業技術総合研究所特別研究員を経て現職。KDDI総合研究所ではデジタルヘルスケア、フードテック、先進的生活者などについて調査を行っている。