



z・ミレニアル世代年次調査2023

声をあげるz世代と沈黙するミレニアル世代

デロイト トーマツ グループ
2023年10月

目次

1. 調査概要 P3～

2. Z・ミレニアル世代の経済的見通し P7～

3. Z・ミレニアル世代の働き方とワークライフバランス P16～

4. Z・ミレニアル世代のストレス・メンタルヘルス P26～

5. 調査結果の総括と示唆 P38～

1.調査概要

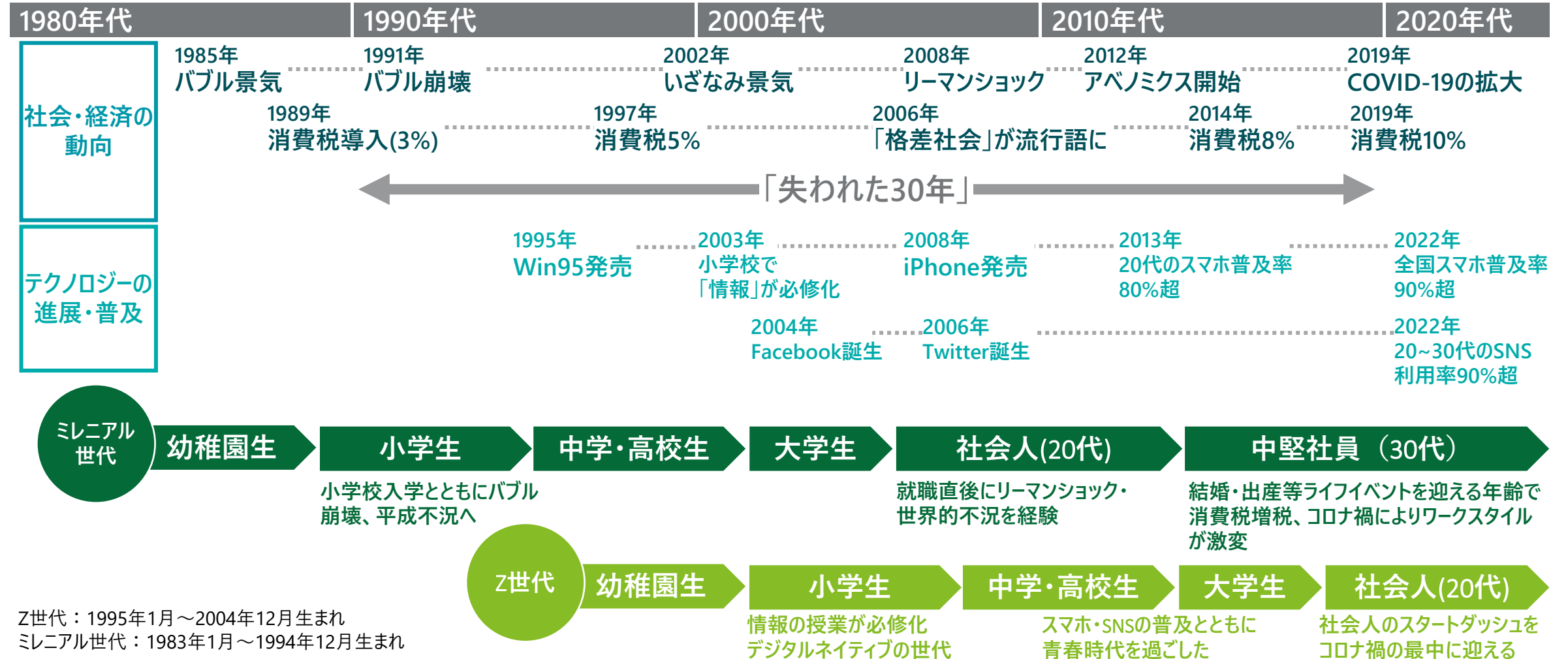
- Z・ミレニアル世代とは？
-

- 生産年齢人口に占める各世代の割合（世界・日本）
-

- 調査概要
-

Z・ミレニアル世代は人生の大半を長引く不況と急伸するデジタル化の中で過ごしており、激変する社会の中で育ったため、上の世代とは異なる価値観を持つ傾向にある

Z・ミレニアル世代とは？



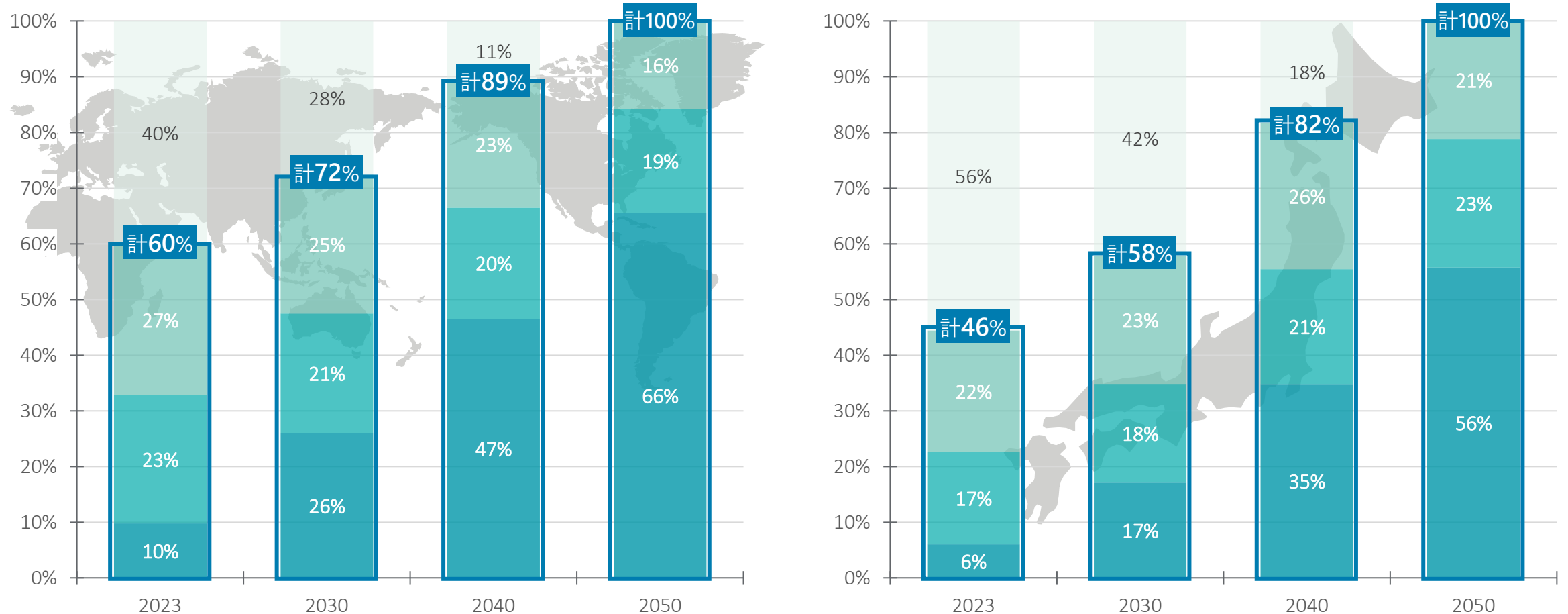
Z世代：1995年1月～2004年12月生まれ
ミレニアル世代：1983年1月～1994年12月生まれ

データソース：「通信利用動向調査」「情報通信白書」（総務省）

2050年までにはZ・ミレニアル世代と更に新しい世代が生産年齢人口の100%を占めると予測され、労働市場における新世代の拡大に備えることは企業にとっても重要である

生産年齢人口に占める各世代の割合推計（世界・日本）

1982年以前に生まれた世代 ミレニアル世代(1983~1994年生まれ) Z世代(1995~2004年生まれ) 2005年以降に生まれた世代



データソース： World Population Prospects 2022 (国際連合)

本年度は、世界44か国から計22,856名にのぼるZ・ミレニアル世代を対象として、オンラインアンケート調査および一部対象者に追加的なインタビュー調査を実施した

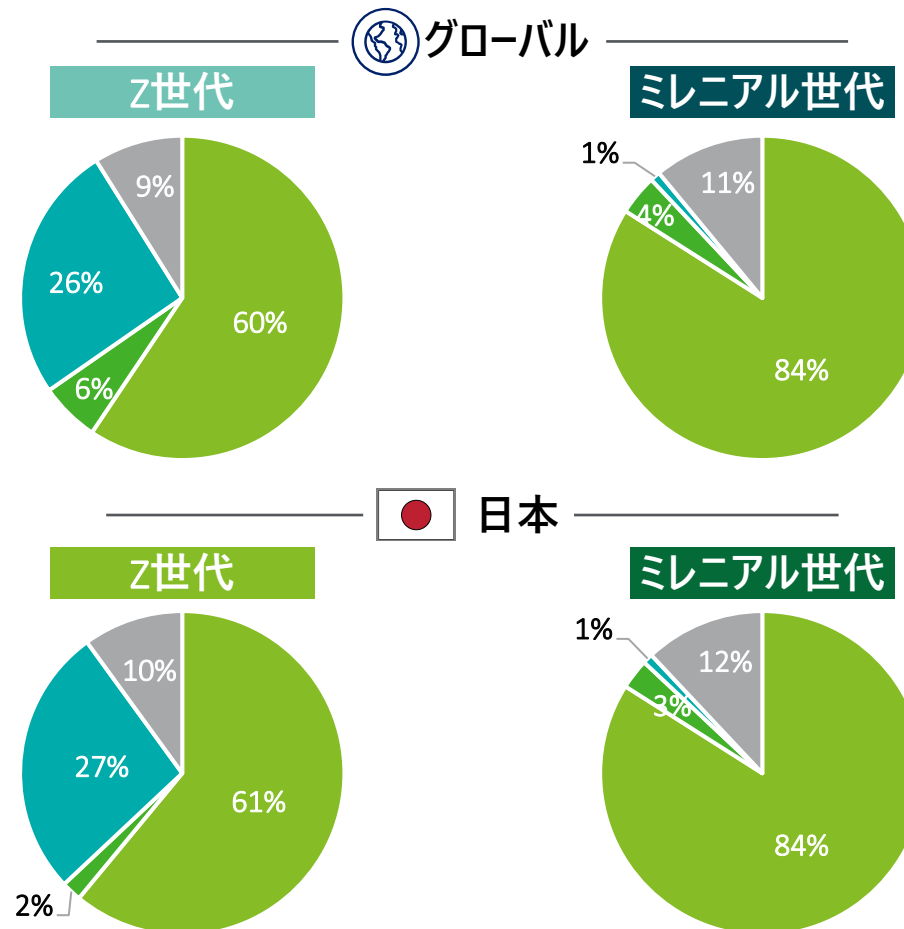
調査概要

定量調査													
時期	■ 2022年11月~12月												
形式	■ オンラインアンケート方式												
対象	<table border="0"> <tr> <td>グローバル</td> <td>計22,856人</td> <td>日本</td> <td>計801人</td> </tr> <tr> <td>・ Z世代</td> <td>14,483人</td> <td>・ Z世代</td> <td>501人</td> </tr> <tr> <td>・ ミレニアル世代</td> <td>8,373人</td> <td>・ ミレニアル世代</td> <td>300人</td> </tr> </table>	グローバル	計22,856人	日本	計801人	・ Z世代	14,483人	・ Z世代	501人	・ ミレニアル世代	8,373人	・ ミレニアル世代	300人
グローバル	計22,856人	日本	計801人										
・ Z世代	14,483人	・ Z世代	501人										
・ ミレニアル世代	8,373人	・ ミレニアル世代	300人										
聴取内容	■ 社会課題に対する意識、企業に対する期待、自身の就業観、ワークライフバランス、勤務形態...等												

定性調査	
時期	■ 2023年3月
形式	■ 個別インタビュー方式
対象	■ ブラジル、ドイツ、インド、日本、英国、米国より計60人のZ・ミレニアル世代
聴取内容	■ 気候変動、ワークライフバランス、職場で経験するハラスメント、メンタルヘルスに関する個人の意見

定量調査における回答者属性

フルタイム・パートタイム フリーランス・非正規 学生 無職・無給の仕事





※本調査の数値は小数点第1位を四捨五入しているため、合計値が100%にならないことがあります。

2. Z・ミレニアル世代の経済的見通し

- 最大の関心事（個人の生活、社会・経済）
- 今後12か月の景気見通し
- 景気の悪化・停滞で困難になること
- 家計における経済的余裕

世界的インフレによりグローバル・日本の各世代で生活費への関心が昨年よりも高まっている またZ世代においてはメンタルヘルスや少数者に対する差別への関心が強く持たれている

最大の関心事（個人の生活関連）

	グローバル 										日本 									
	Z世代					ミレニアル世代					Z世代					ミレニアル世代				
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
生活費の高騰	-	-	-	29%	35%	-	-	-	36%	42%	-	-	-	30%	36%	-	-	-	30%	43%
犯罪・治安	16%	17%	17%	15%	17%	20%	22%	19%	18%	18%	14%	18%	13%	17%	21%	17%	15%	13%	16%	23%
マイノリティへの差別	-	-	-	-	16%	-	-	-	-	10%	-	-	-	-	21%	-	-	-	-	7%
ヘルスケア・疫病予防	15%	15%	21%	16%	15%	15%	21%	28%	21%	19%	14%	15%	26%	17%	15%	13%	11%	33%	21%	18%
教育能力開発	16%	16%	18%	14%	15%	12%	13%	14%	12%	11%	17%	14%	12%	15%	17%	15%	12%	8%	19%	14%
同世代のメンタルヘルス	-	-	-	19%	19%	-	-	-	14%	14%	-	-	-	13%	14%	-	-	-	11%	10%
セクハラ	15%	19%	17%	17%	16%	10%	11%	9%	8%	8%	9%	7%	7%	8%	13%	5%	2%	2%	5%	3%

Q1. 次の項目の中で個人的に最も関心があるものを3つまで選択してください(選択肢: “生活費の高騰”、“同世代のメンタルヘルス”は2022年より、“マイノリティへの差別”は2023年より追加)

日本においては依然として経済成長・格差といった経済関連のトピックが注目されているが、特にミレニアル世代においては昨年よりも政治不安や社会の分断を懸念する声が顕著である

最大の関心事（社会・経済関連）



グローバル



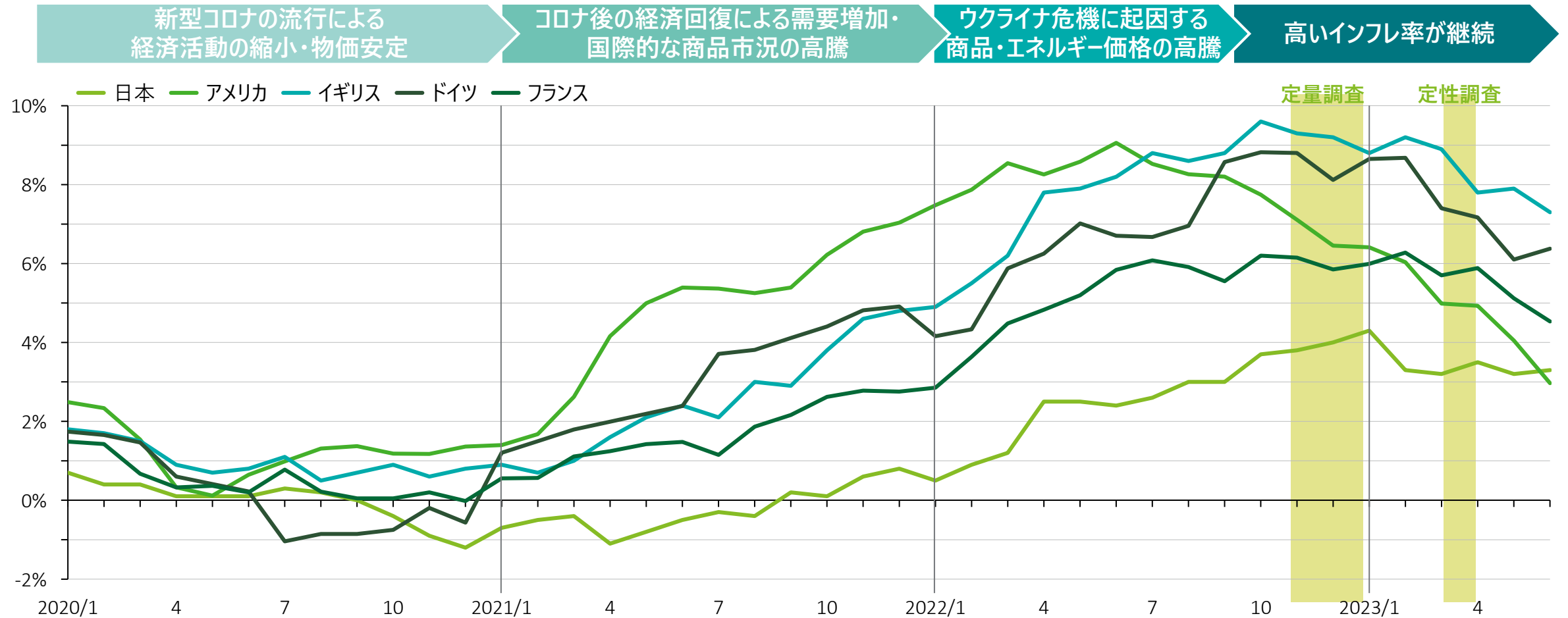
日本

	Z世代					ミレニアル世代					Z世代					ミレニアル世代				
	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
所得と富の不平等	17%	13%	15%	13%	15%	22%	17%	19%	16%	17%	22%	18%	16%	19%	18%	26%	27%	21%	19%	19%
政治不安	15%	12%	15%	12%	15%	18%	13%	14%	11%	16%	22%	10%	12%	11%	18%	18%	10%	16%	9%	23%
政府・企業の腐敗	13%	11%	17%	12%	12%	20%	14%	17%	14%	13%	9%	14%	11%	11%	12%	12%	14%	15%	11%	9%
社会の分断	-	-	-	7%	8%	-	-	-	9%	8%	-	-	-	10%	12%	-	-	-	12%	24%
気候変動	29%	30%	26%	24%	21%	29%	28%	26%	25%	23%	18%	21%	11%	16%	13%	24%	20%	17%	22%	17%
失業	19%	22%	25%	20%	22%	21%	21%	27%	20%	20%	6%	8%	19%	12%	15%	12%	14%	20%	16%	6%
経済成長	10%	10%	15%	12%	15%	15%	13%	19%	15%	17%	15%	12%	16%	20%	17%	17%	16%	21%	27%	23%

Q1. 次の項目の中で個人的に最も関心があるものを3つまで選択してください(選択肢: "社会の分断" は2023年より追加)

参考) 本調査は世界で物価上昇が続いていた2022年11月から2023年3月に実施されたため、グローバル・日本の回答者のマインドは長引く物価高騰の影響を受けた可能性がある

消費者物価指数の推移 (2020年1月～2023年6月)



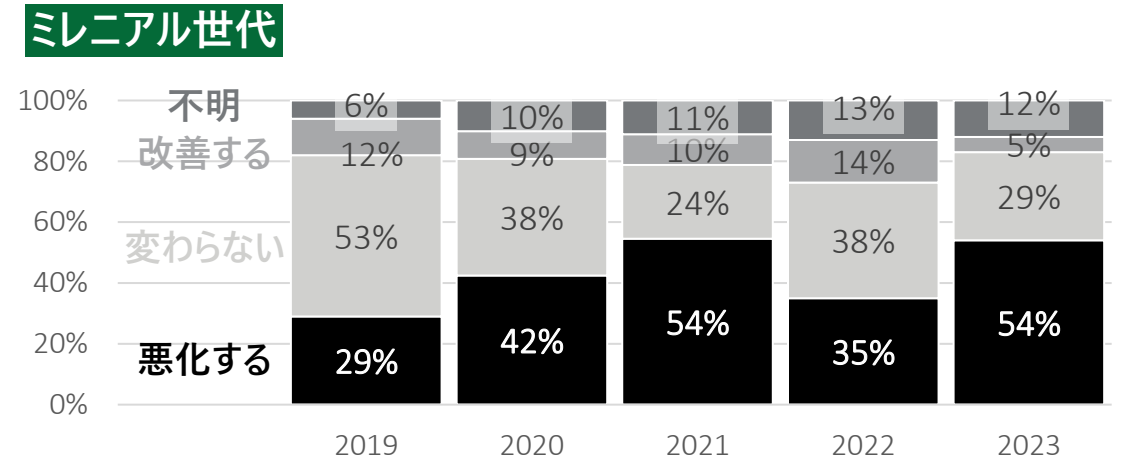
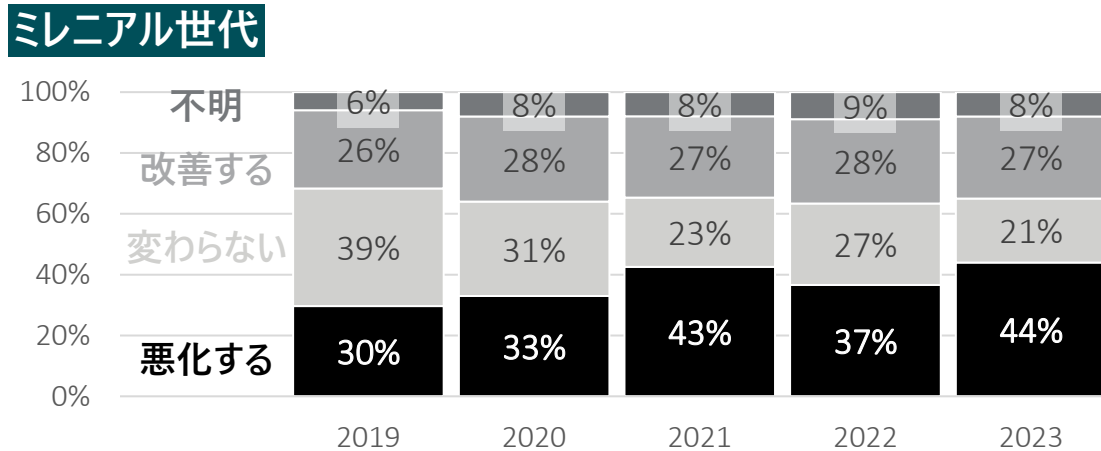
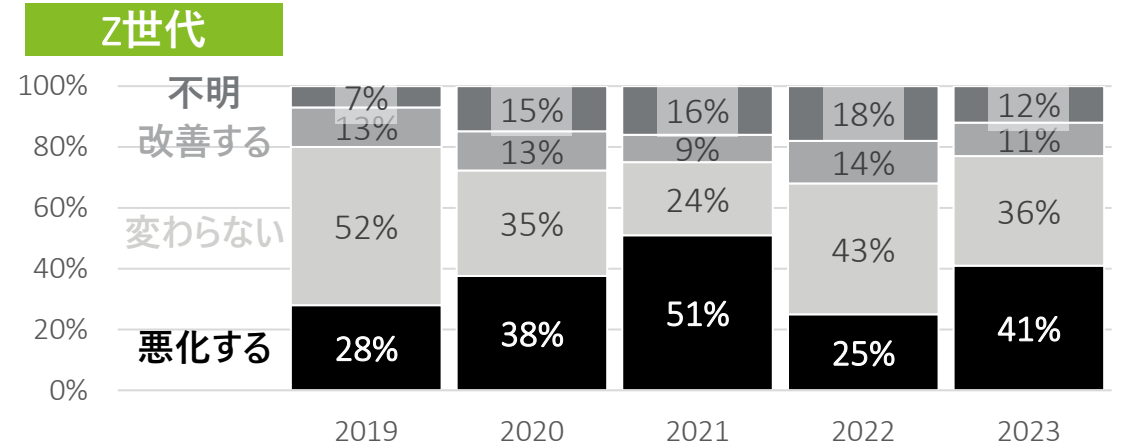
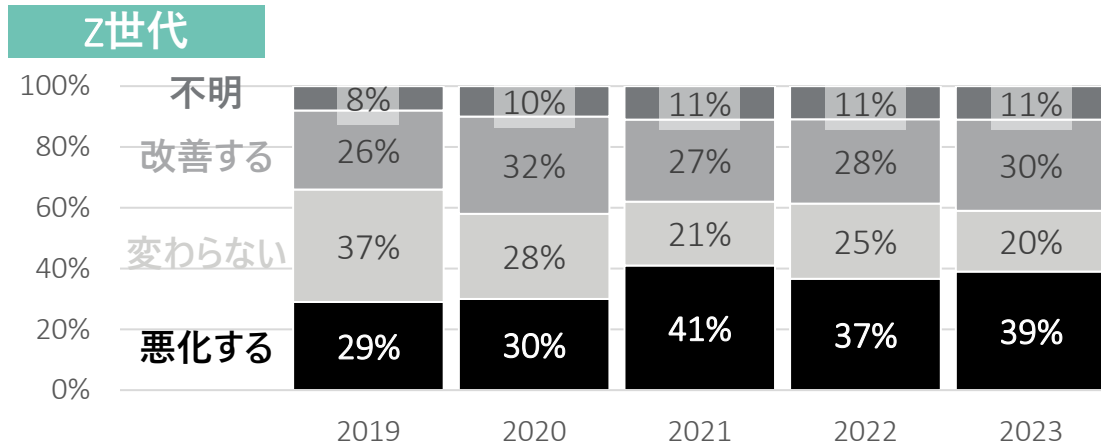
データソース：OECD、物価指数推移に関するコメントはWorld Economic Outlook(IMF)を参考に記載

グローバルの回答者における今後12カ月の景気見通しはコロナ禍の昨年と同等水準の一方、日本では昨年以上に景気悪化を予想する声が高まり、悲観的な見通しが強まった

今後12カ月の景気見通し

グローバル

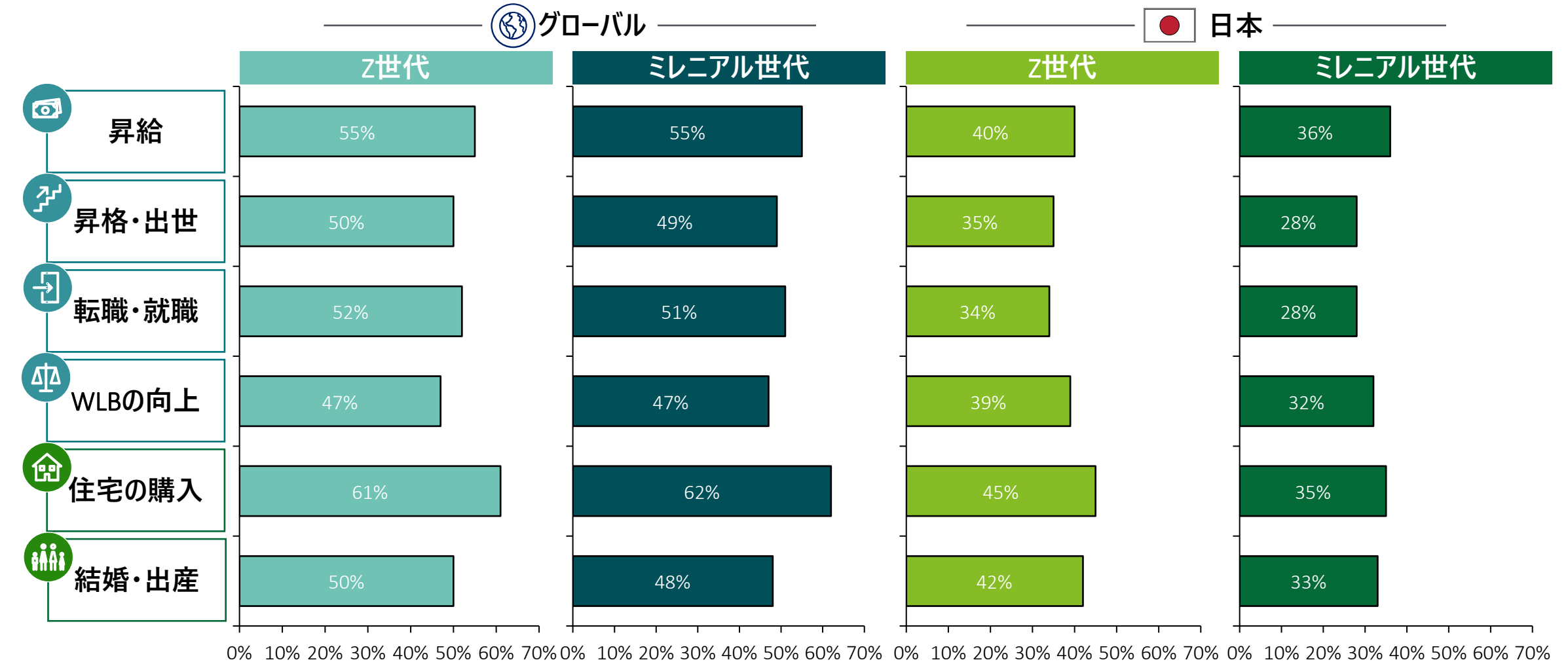
日本



Q2. すべての状況を考慮して、今後12か月の間にあなたの国の経済状況はどう変化すると予測しますか？

グローバルでは約50%、日本では30~40ほどのz・ミレニアル世代が 景気の悪化・停滞によりキャリアの展望や重要なライフイベントが困難になると予想している

景気の悪化・停滞で困難になること



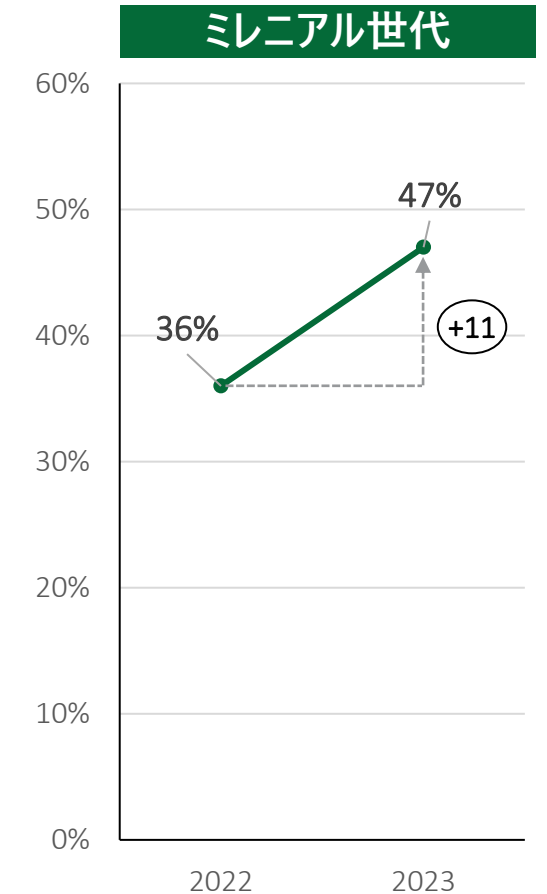
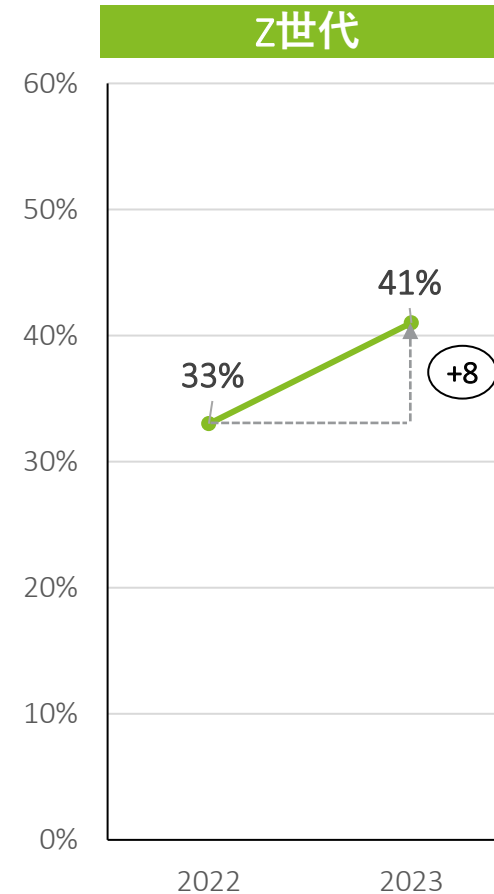
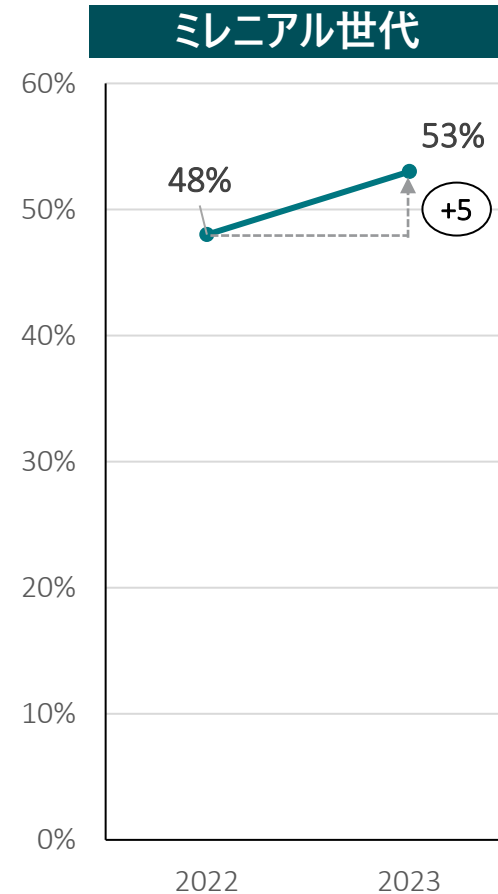
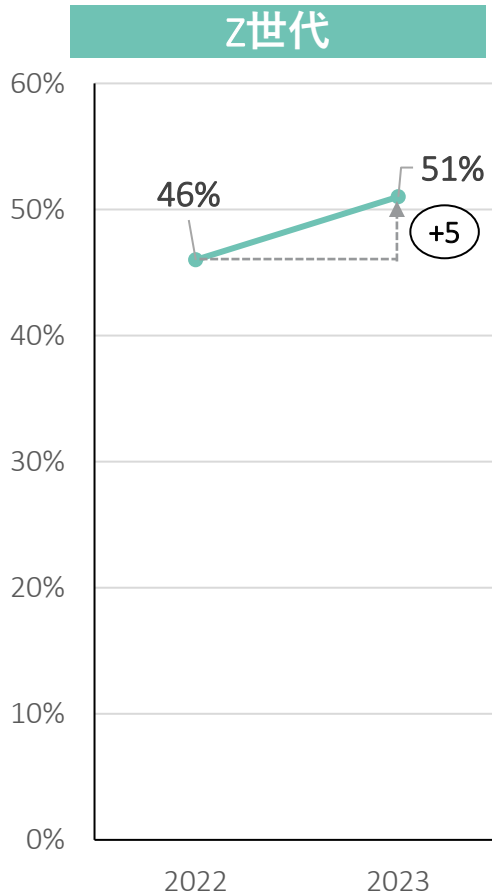
Q20. もしもあなたの国の経済状況が悪化・停滞した場合、将来あなたが以下のことを成し遂げる可能性はどのように影響を受けると予測しますか？

各世代で「生活に経済的な余裕がない」との回答が増加し、グローバルでは50%以上、日本においてはおよそ40%のZ・ミレニアル世代が経済的な余裕の無さを訴えている

家計における経済的余裕

グローバル

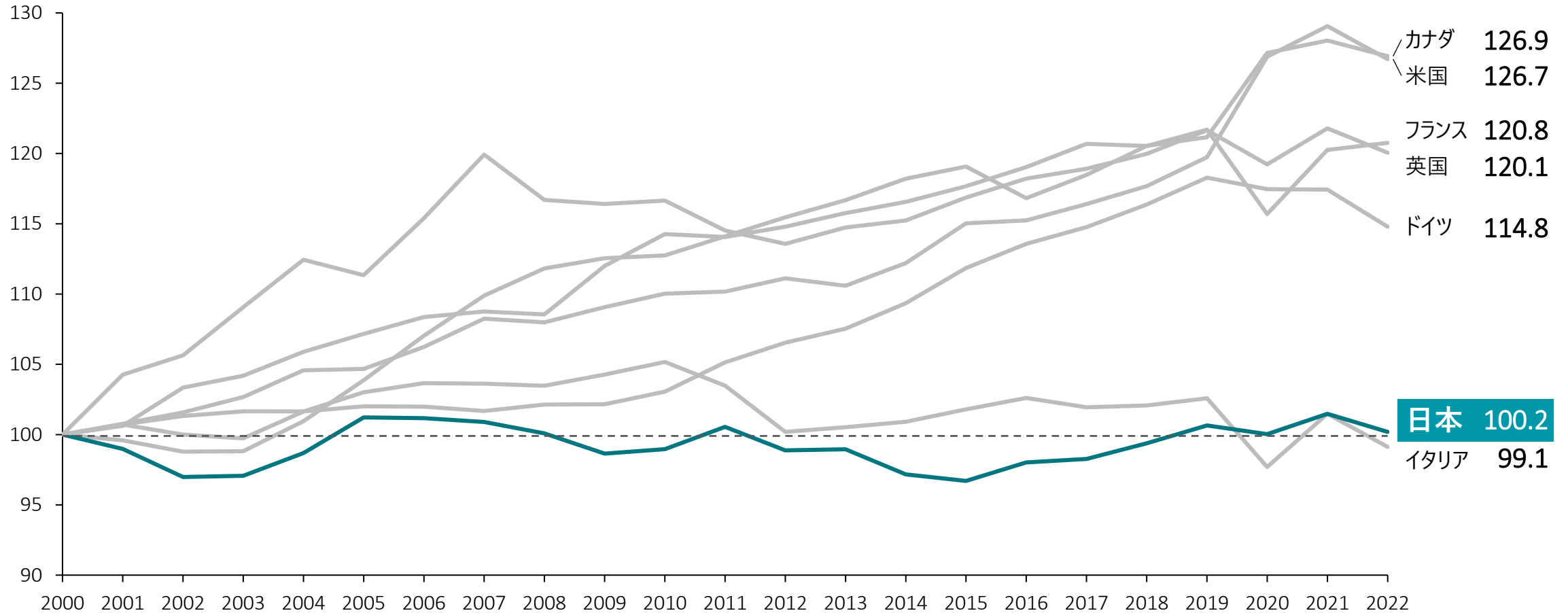
日本



Q19.自身の家計状況を踏まえて、次の記述にどの程度同意しますか、同意しませんか—家計はひっ迫しており、日々の出費を賄い切ることができない

参考) 日本の実質賃金は他の主要な先進国と比べても20年間伸び悩んでおり、Z・ミレニアル世代の現在の生活や将来設計に関する懸念の一因となっている可能性がある

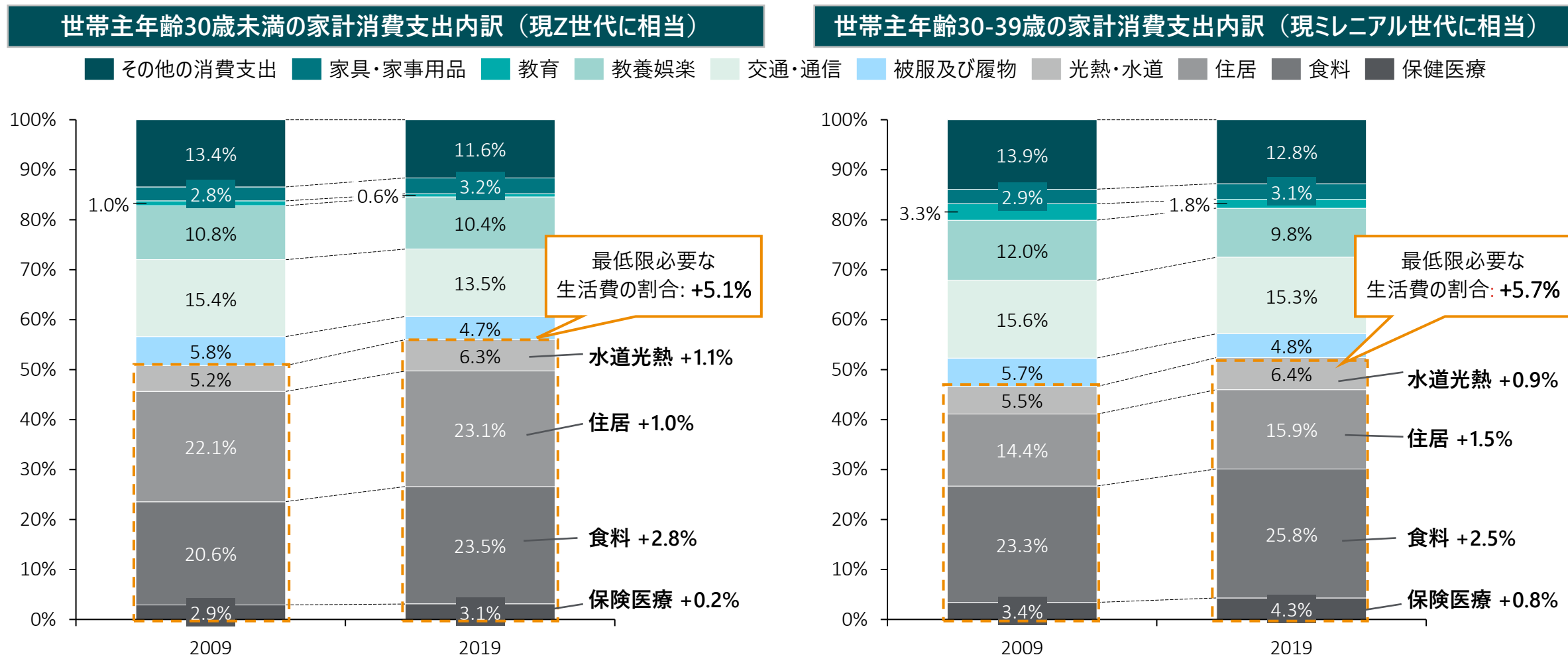
実質賃金指数の推移 (2000年=100)



データソース：OECD

参考) 日本におけるZ・ミレニアル世代の消費支出においては10年前の同世代と比べて食費・住居費・光熱費などの“最低限必要な生活費”が占める割合が増している

消費支出内訳の変化 (2009年の20代~30代 VS 2019年の20代~30代)



データソース：家計構造調査 (総務省統計局)

3. Z・ミレニアル世代の働き方とワークライフバランス

- 現在の勤務先を選んだ理由

- 観点別の職場満足度(2019～2023)

- ワークライフバランス向上のために期待される施策

- 理想の勤務形態・実際の勤務形態

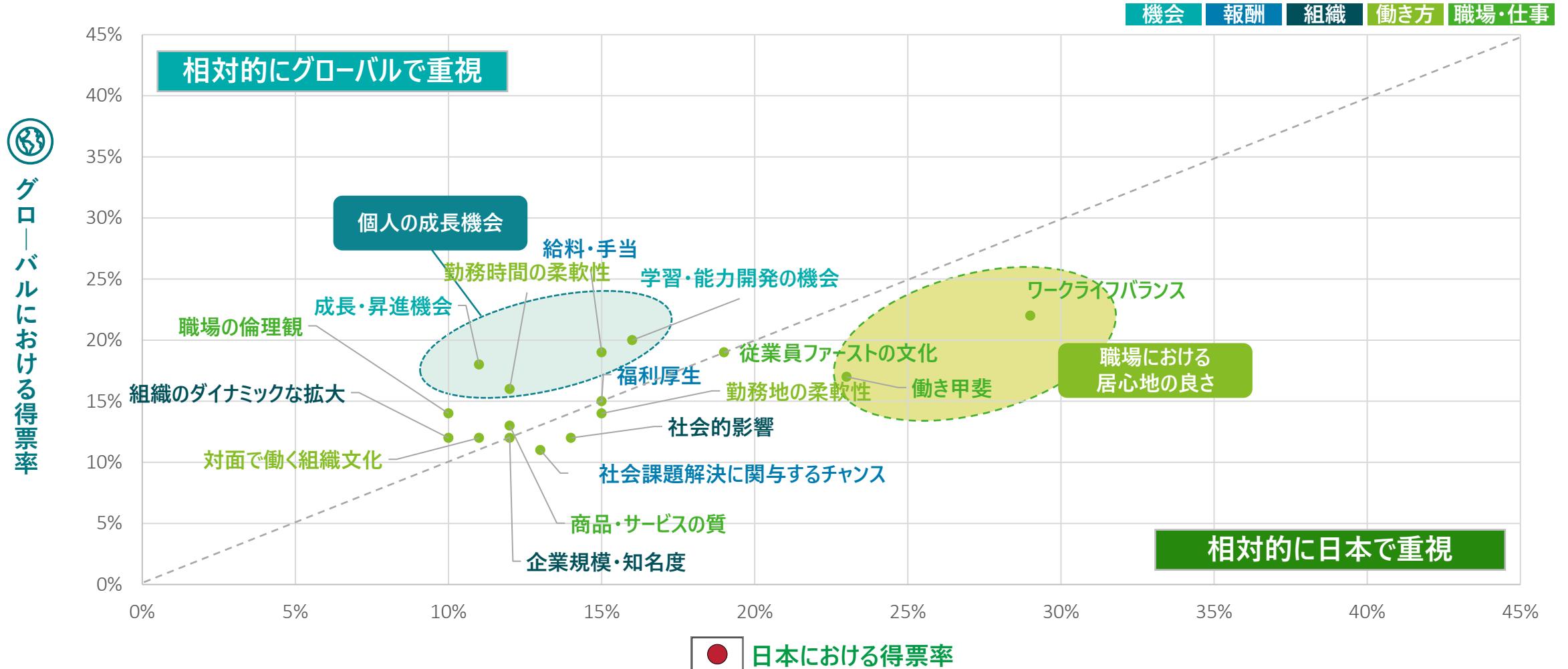
- 出社を強制された場合に転職を検討する割合

- 副業の実施率・副業を行う理由

- 2年以内の離職意向

勤務先を選んだ理由として日本・グローバルともにワークライフバランスを重視する傾向 相対的にはグローバルでは成長機会、日本では居心地の良い職場環境が重視される

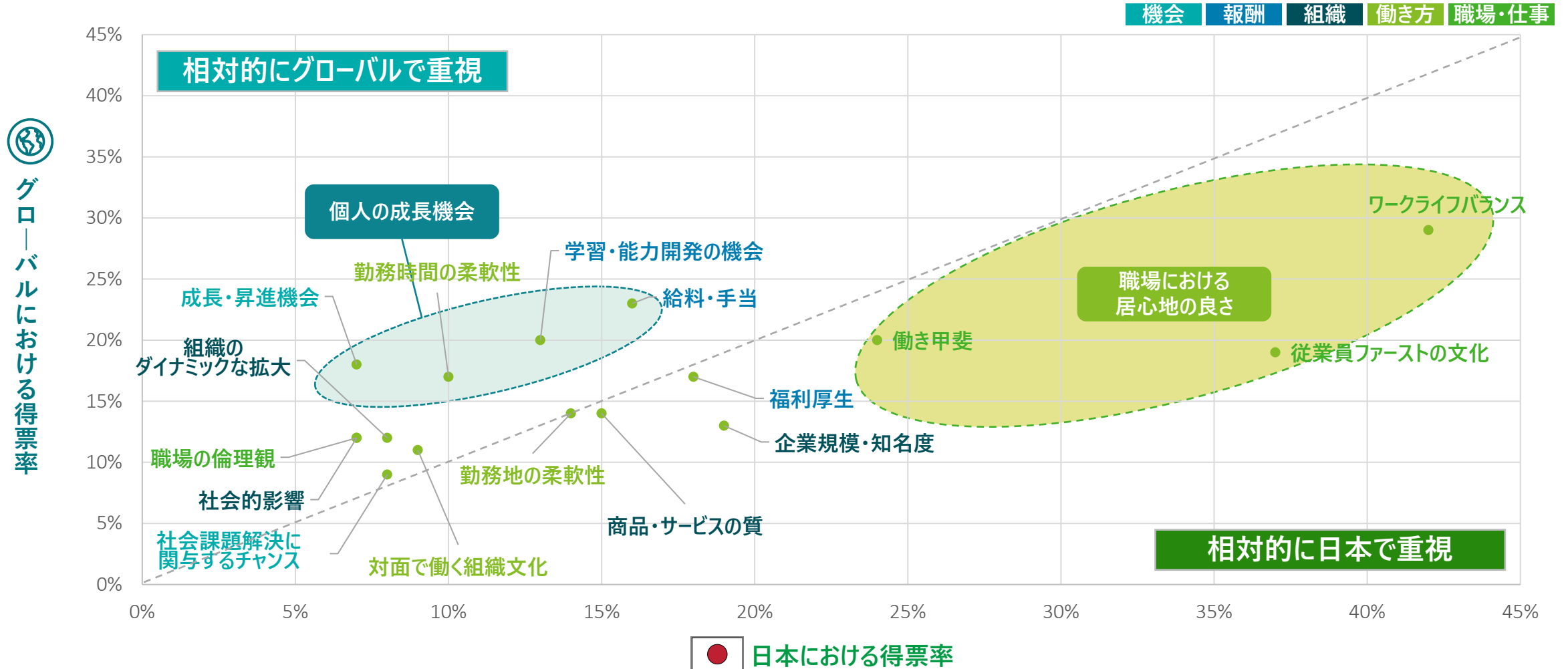
現在の勤務先を選んだ理由（Z世代・得票率）



Q39.以下の各項目の中から、現在の勤務先を選んだ最大の理由を最大5つまで選んでください *フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

ミレニアル世代では先述の傾向が更に顕著に表れ 特に日本のミレニアル世代はZ世代以上にワークライフバランスを重要な要素と認識している

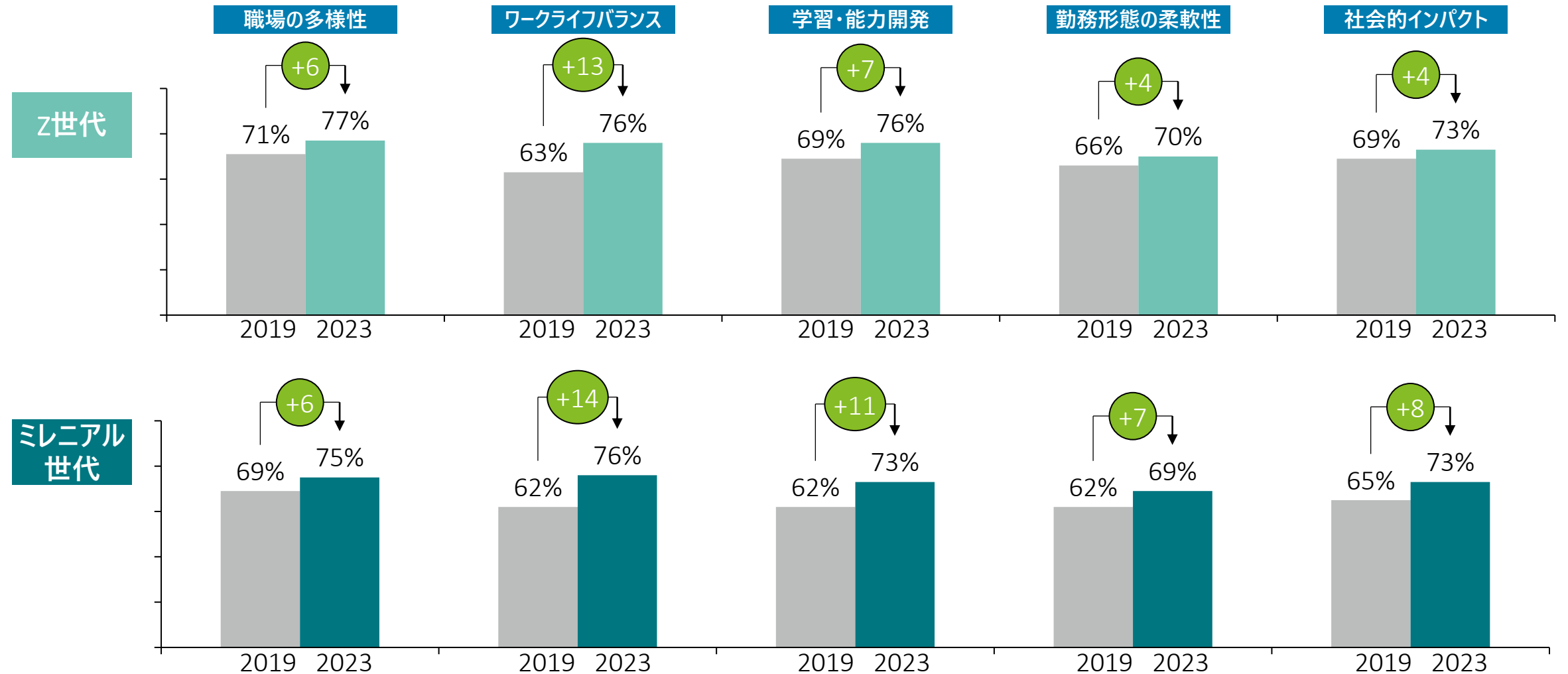
現在の勤務先を選んだ理由（ミレニアル世代・得票率）



Q39.以下の各項目の中から、現在の勤務先を選んだ最大の理由を最大5つまで選んでください *フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

グローバルのZ・ミレニアル世代においては観点別の職場満足度はコロナ以前よりも高まっており 企業努力による職場環境の改善は労働者から一定評価されていることが伺える

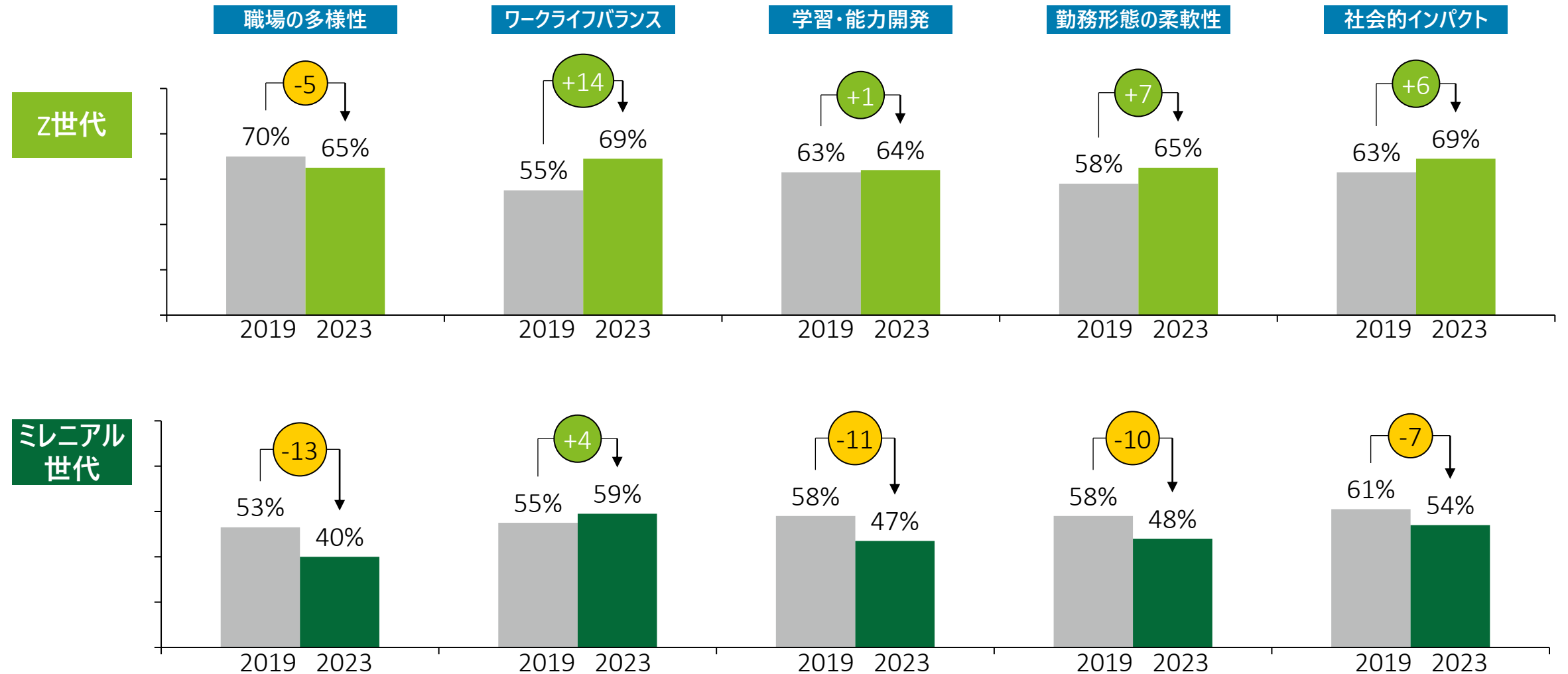
観点別の職場満足度—ポジティブな意見の合計値（グローバル）



Q25.現在の勤務先について以下の観点でどの程度満足していますか？ *フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

一方日本のミレニアル世代の職場満足度はワークライフバランス以外の観点で低下が見られ、職場環境に関する企業の施策がこの世代に適切に行き届いていない可能性がある

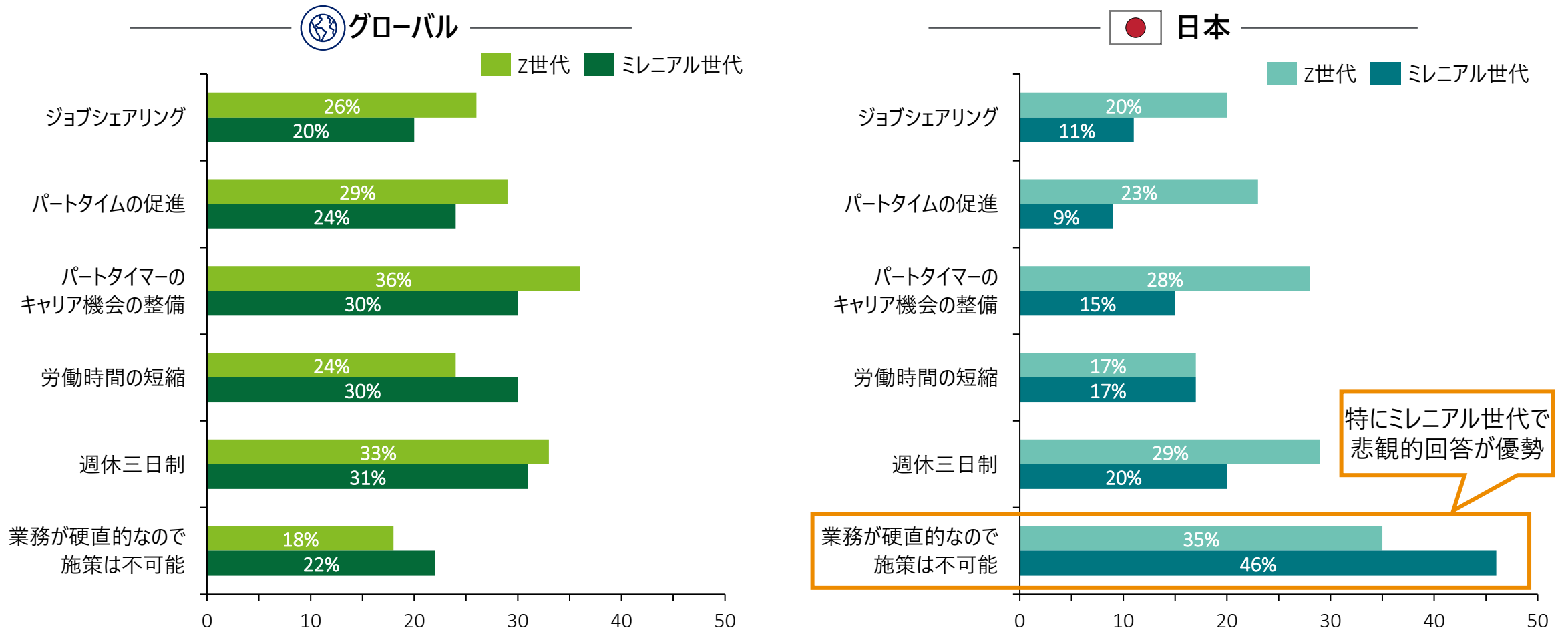
観点別の職場満足度—ポジティブな意見の合計値（日本）



Q25.現在の勤務先について以下の観点でどの程度満足していますか？*フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

グローバルではパートタイマーのキャリア整備や週休三日制・労働時間短縮が期待される一方、特に日本のミレニアル世代では「企業に期待できない」との悲観的な意見が優勢となった

ワークライフバランス向上のために期待される施策



Q26.従業員のワークライフバランスを向上させるために企業はどのような施策を取るべきだと感じますか？ *フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

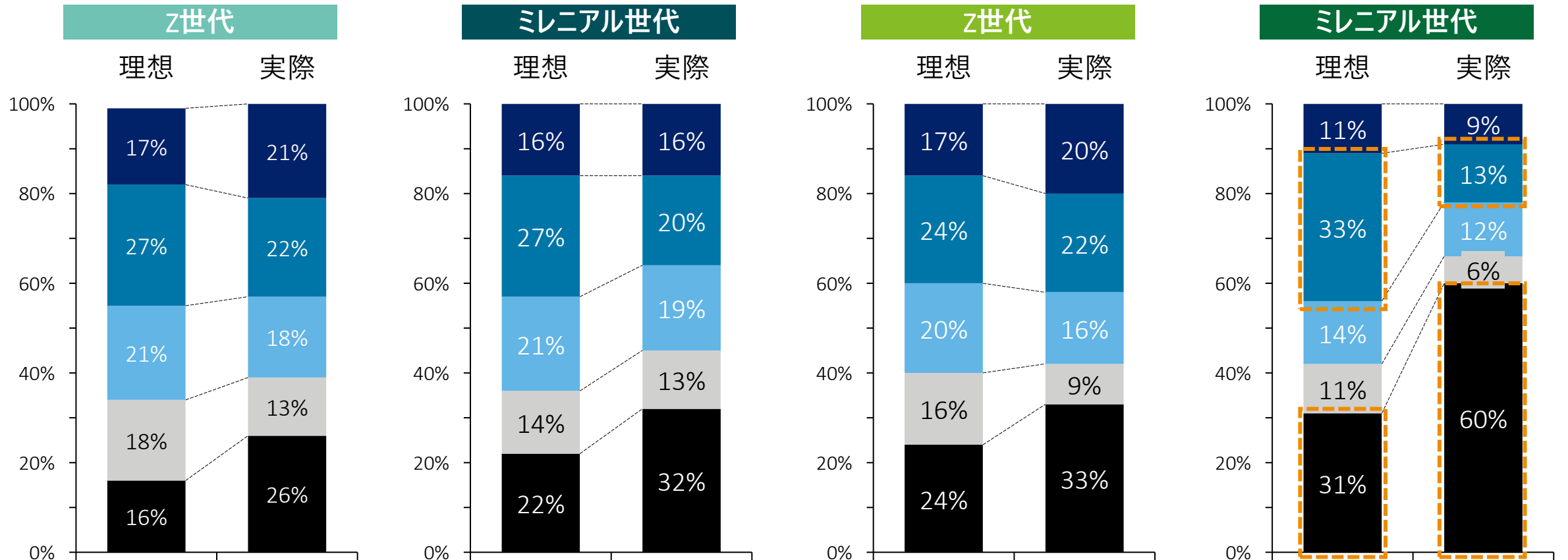
各世代・各地域で「自由に勤務形態を選べる」ことが理想の働き方として支持される一方で日本のミレニアル世代は勤務形態の理想と実態に大きなギャップが見られる

理想の勤務形態・実際の勤務形態

100%リモート リモート・出社を自由を選べる リモート(回数制限あり) リモート可能だが出社要請あり 100%出社

グローバル

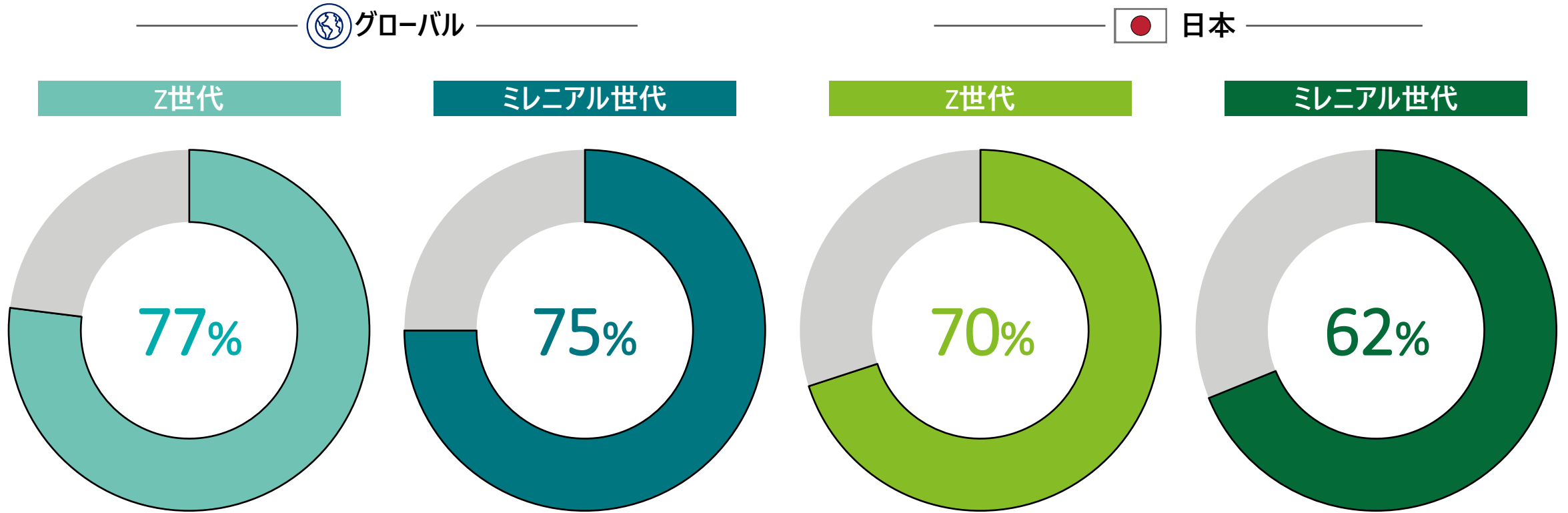
日本



Q28. 以下のうちあなたの理想の勤務形態・実際の勤務形態に近いものを選んでください？ *フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

グローバル・日本の各世代の中で60%以上が出社強制に対する忌避感を持っており、勤務場所の柔軟性は既に地域・世代を問わず衛生要因となっていることが伺える

出社を強制された場合に転職を検討する割合



Q29.勤務先の企業からオフィスへの出社を強制された場合、どのように対応しますか？ *フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

副業の実施率は各世代で40%程度、グローバルでは“副収入”が最大の副業理由だが日本では“スキルアップ・キャリアの選択肢”や“趣味”としての理由がより主要と考えられている

副業の実施率・副業を行う理由(TOP5)

グローバル

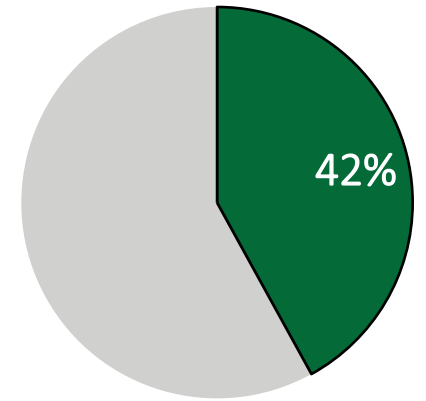
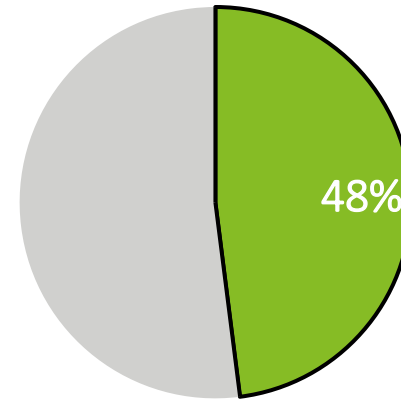
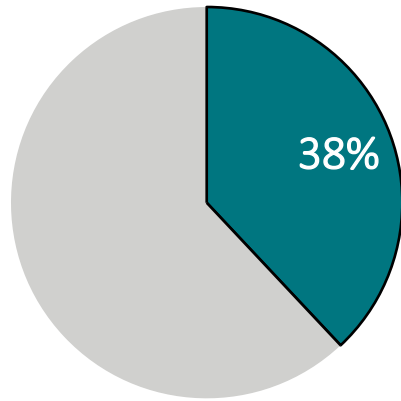
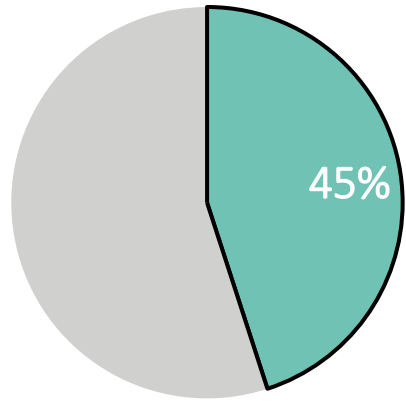
日本

Z世代

ミレニアル世代

Z世代

ミレニアル世代



副業理由

副収入	38%
スキルアップ・関係構築	25%
趣味の延長	24%
仕事の多様性	23%
息抜き・気分転換	23%

副業理由

副収入	46%
スキルアップ・関係構築	28%
息抜き・気分転換	24%
仕事の多様性	23%
趣味の延長	23%

副業理由

趣味の延長	35%
家業の手伝い	30%
副収入	24%
社会とのつながり	19%
仕事の多様性	18%

副業理由

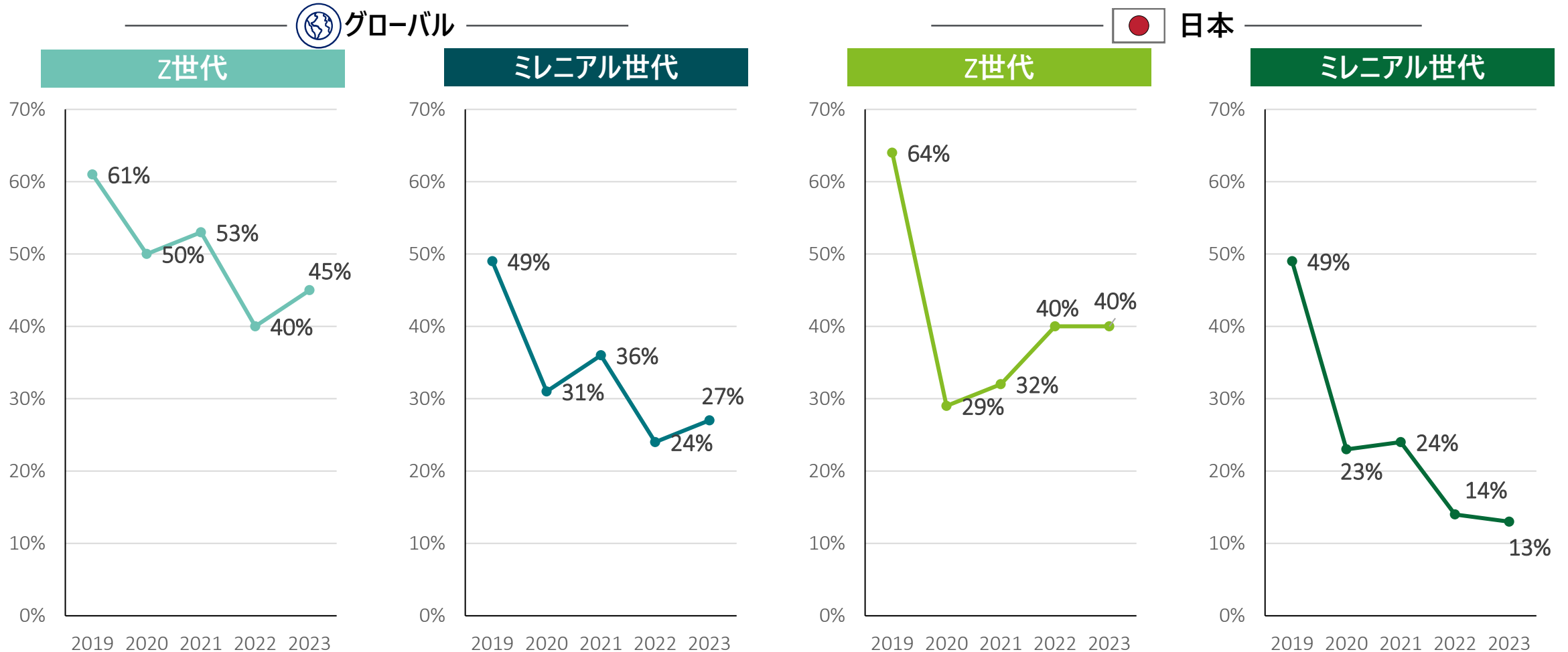
スキルアップ・関係構築	39%
いずれ本業化する	38%
副収入	20%
息抜き・気分転換	20%
趣味の延長	18%

S8.本業のほかに週8時間以上を要する副業を行っていますか？
*フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

Q33.副業を行う主な理由を以下から当てはまるものをすべて選んでください。

グローバルにおいてはz・ミレニアル世代、日本のz世代の早期離職意向は引き続き高い 一方で日本のミレニアル世代では13%と昨年同様に低い水準を推移している

2年以内の離職意向



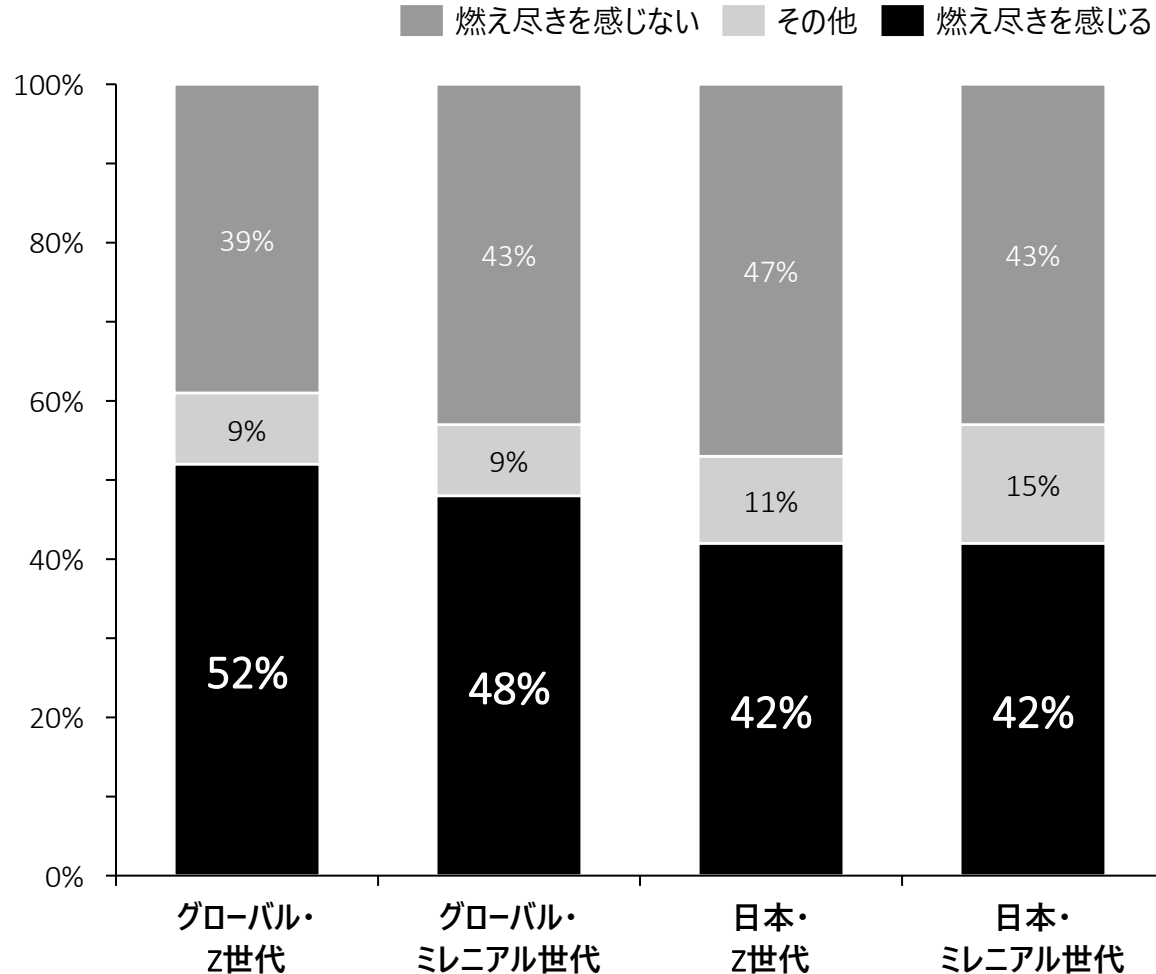
Q37.あなたは現在の勤務先にどのくらいの期間在籍し続けようと思いますか？*フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

4. Z・ミレニアル世代のストレス・メンタルヘルス

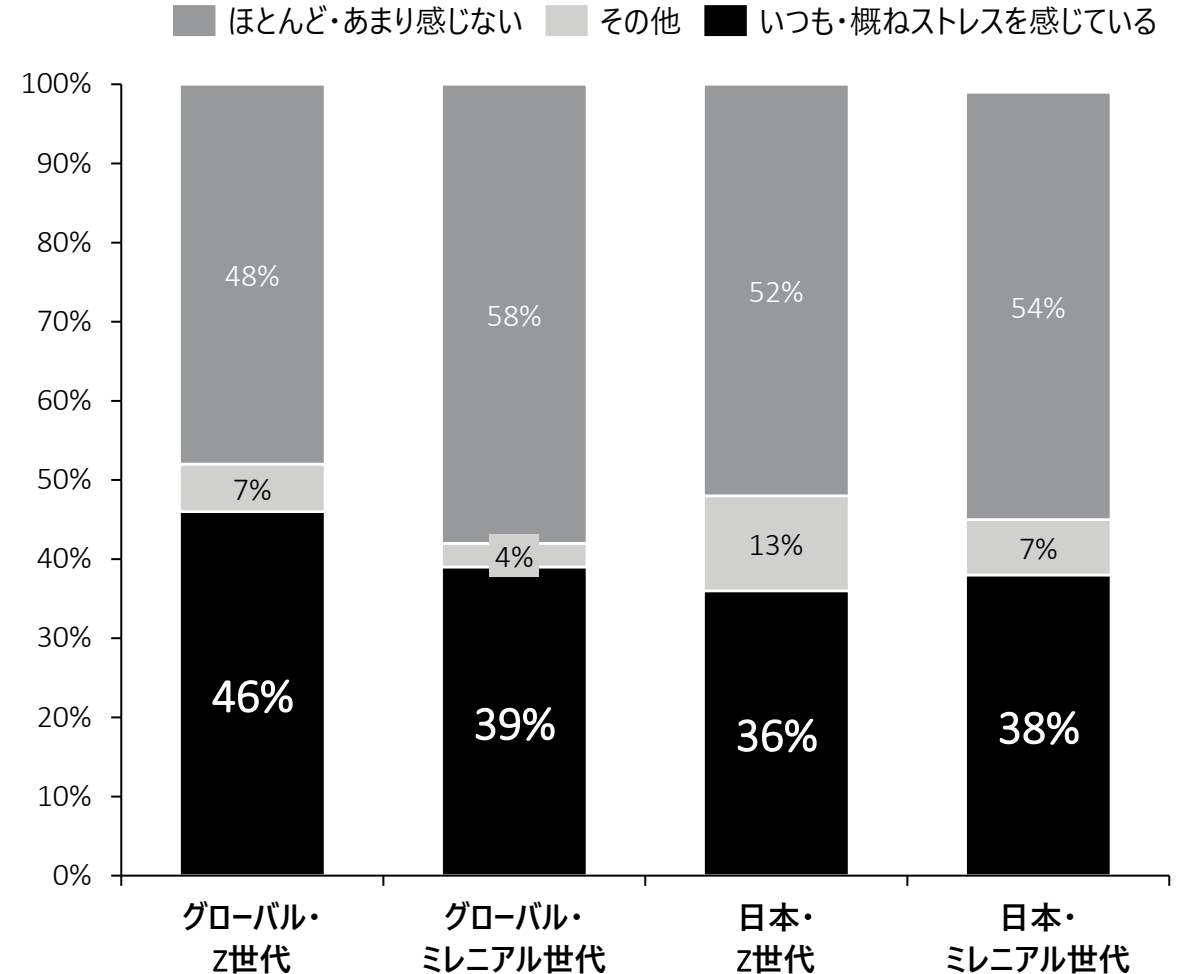
- 職場での燃え尽き症候群の実感・ストレスを感じる頻度
- 個人の価値観に合わない企業・業務を拒否した経験
- ストレスの要因
- 男女別育児負担の有無と育児・介護による影響
- ストレスの理由
- 勤務先のメンタルヘルス支援の利用状況
- ハラスメント被害・ハラスメントの主要な内容
- ハラスメントに対する職場への通報率

グローバル・日本ともに40%以上のZ・ミレニアル世代が職場で燃え尽き症候群を実感しており、私生活も含めたストレスについても40%程が一定頻度でストレスを感じている

職場での燃え尽き症候群の実感



ストレスを感じる頻度

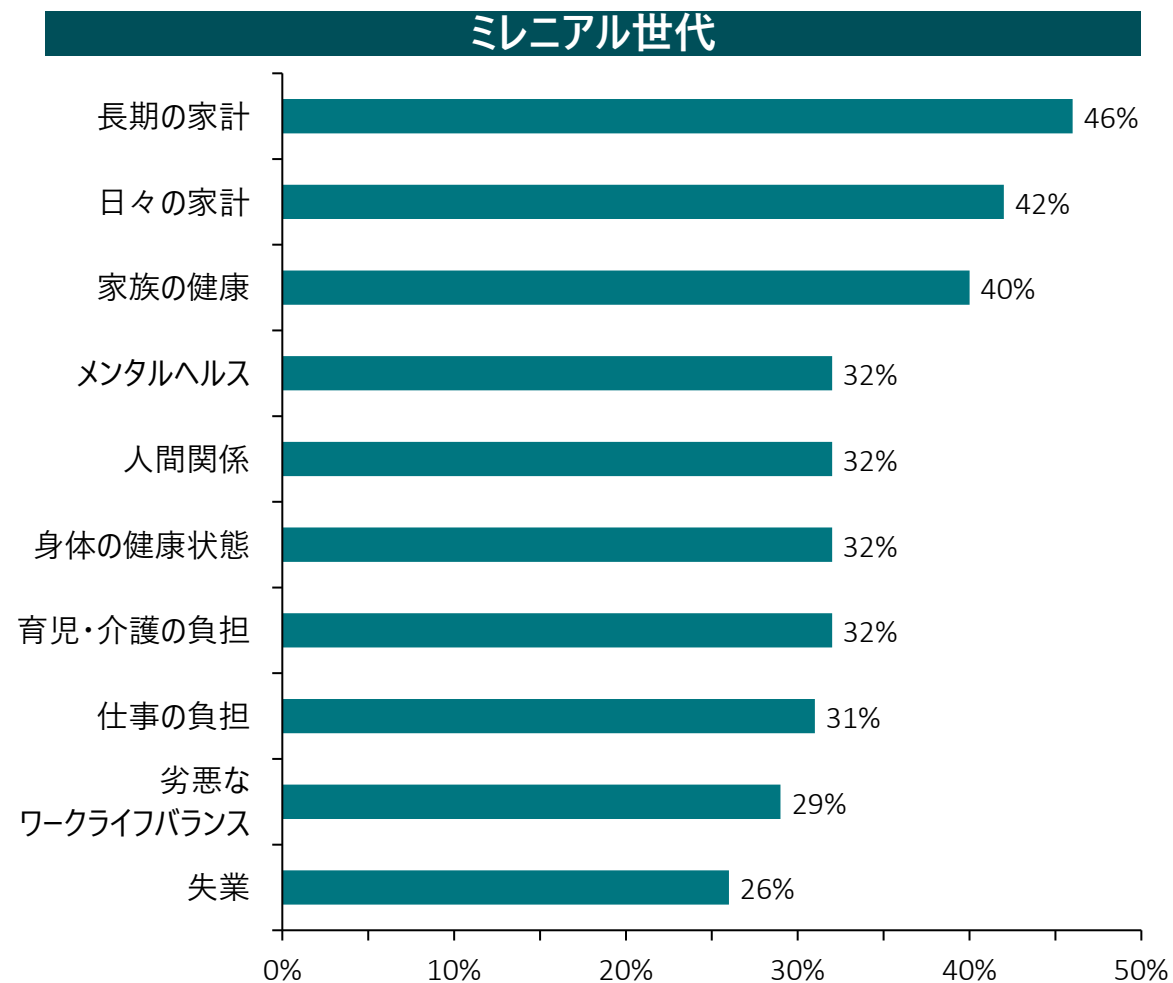
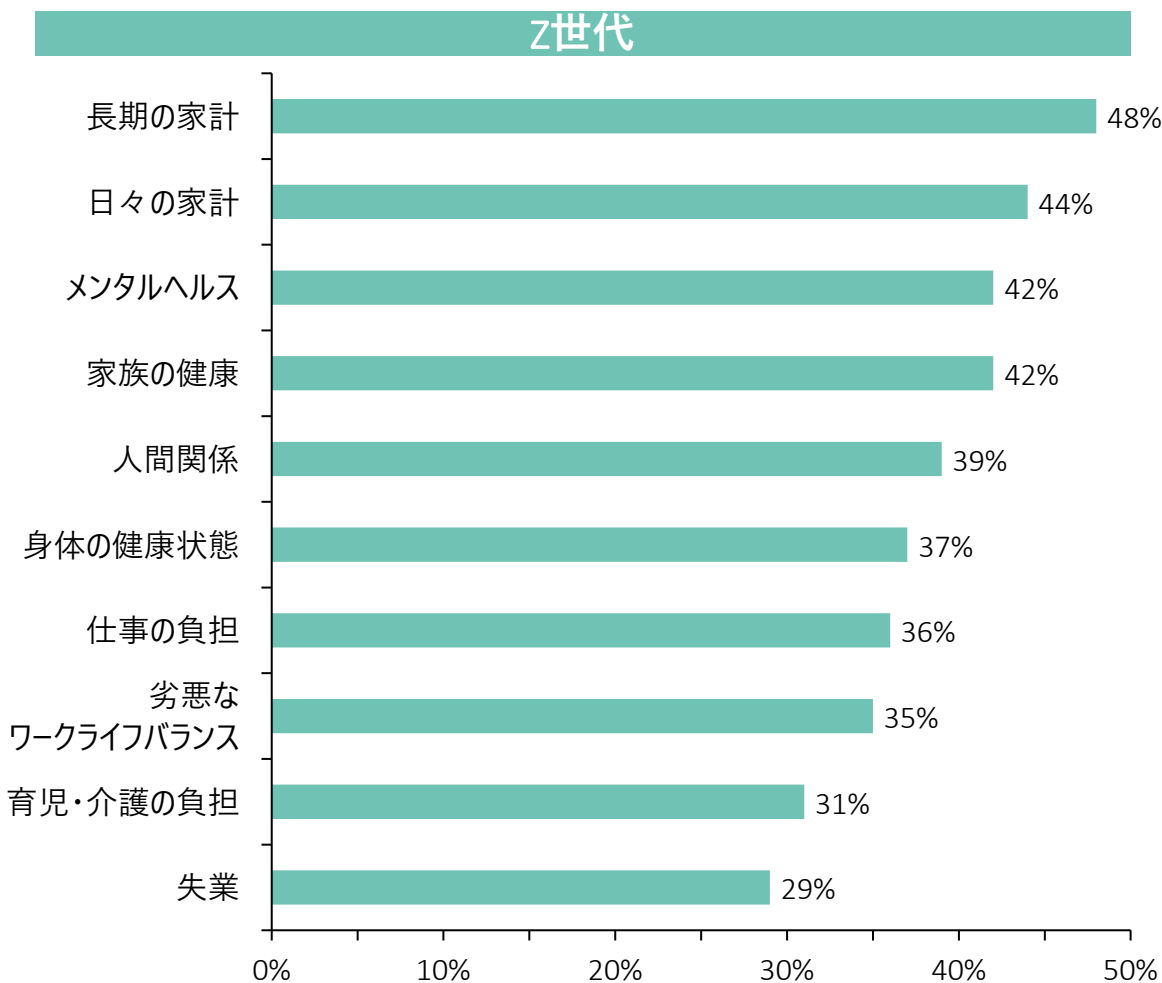


Q46. 以下の記述にどの程度同意しますか-仕事の過重な負担により職場で燃え尽きを感じている
*フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

Q43. ストレスや不安感を感じる頻度はどれくらいですか？

グローバルでは昨年に続き現在から将来の家計が主要なストレス要因として挙げられている

ストレスの要因（グローバルのZ・ミレニアル世代）

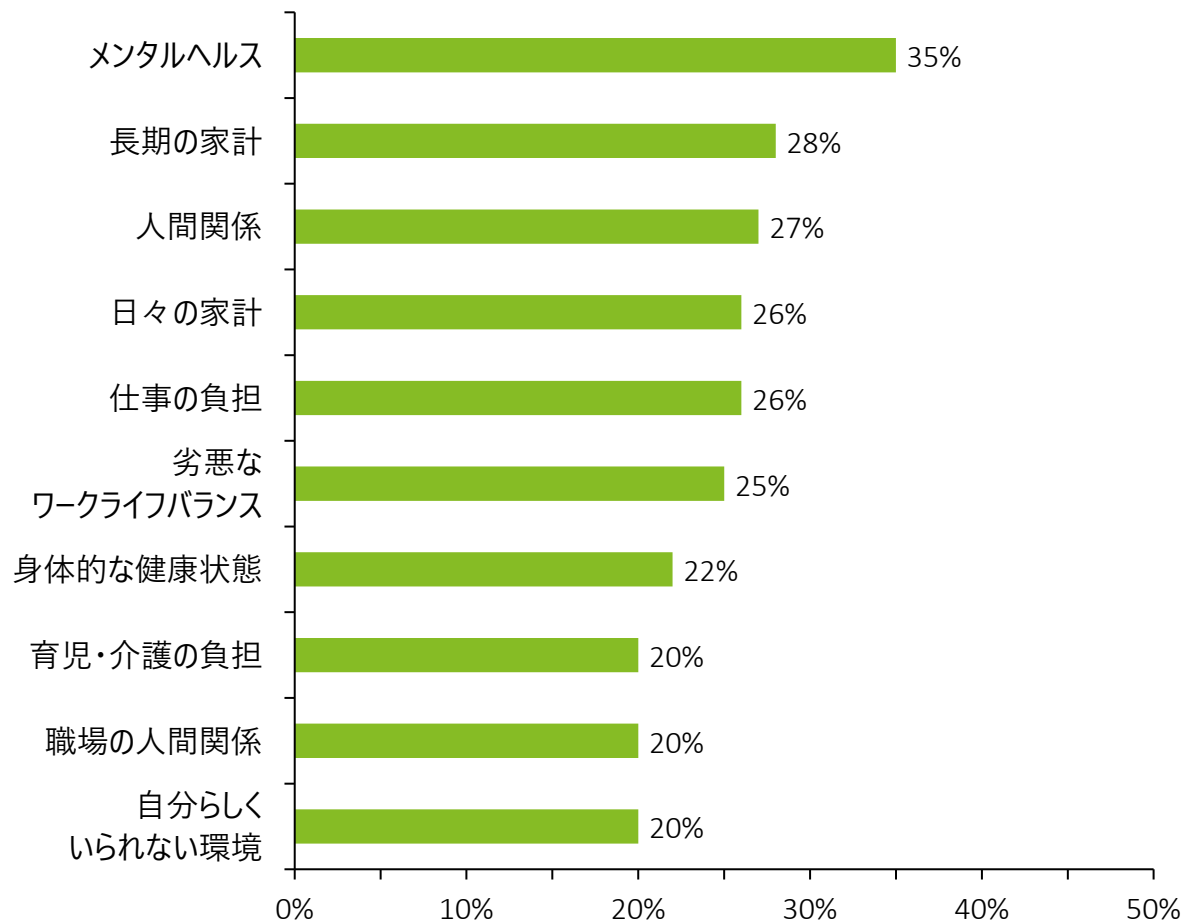


Q44. 以下の各項目は、どの程度不安やストレスの原因となっていますか？

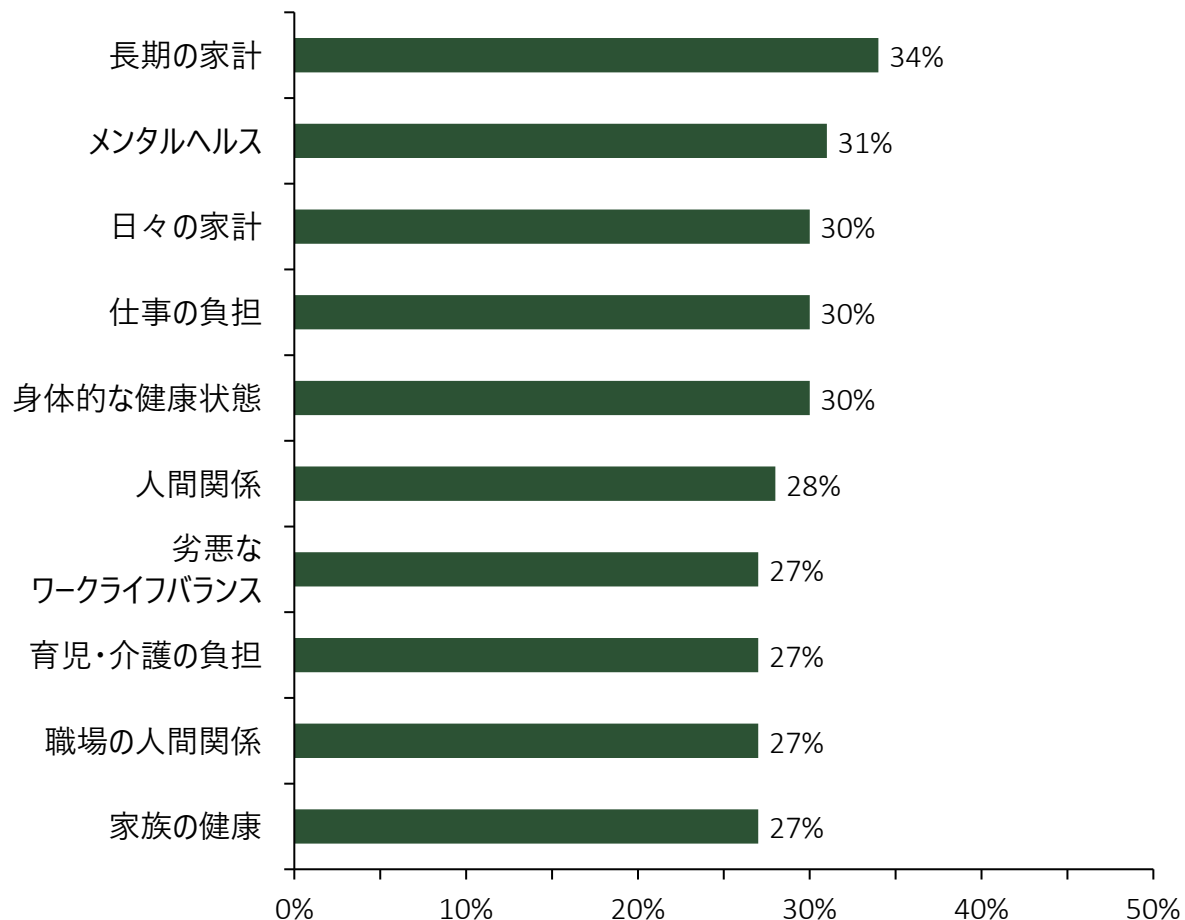
日本においてもグローバル同様に家計に関するストレス要因が上位に挙げられ、ミレニアル世代においては家庭・職場における責務に関連する要素もストレスになっている

ストレスの要因（日本のZ・ミレニアル世代）

Z世代



ミレニアル世代

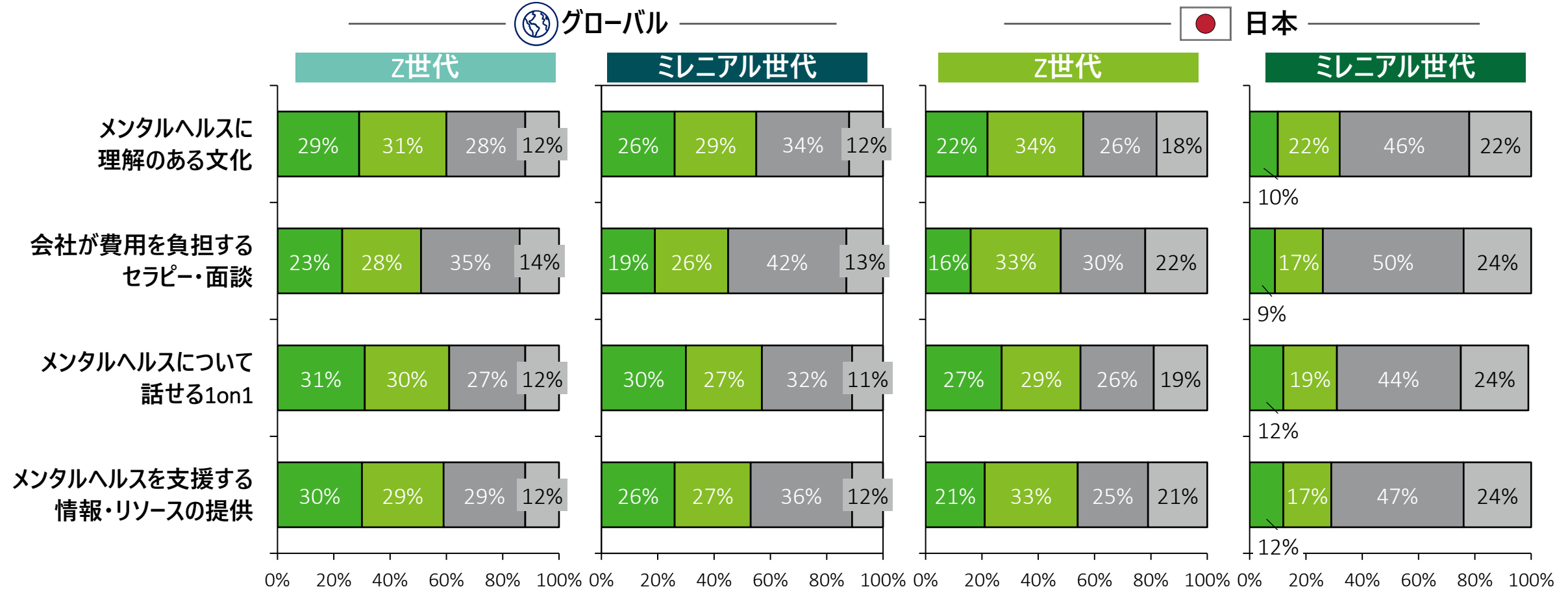


Q44.以下の各項目は、どの程度不安やストレスの原因となっていますか？

日本のミレニアル世代の企業のメンタルヘルスに関する制度やリソースの利用率・認知率は他の回答群に比べて低く、企業の支援が適切に行き届いていない可能性がある

勤務先のメンタルヘルス支援の利用状況

■ 勤務先で利用経験あり
 ■ 勤務先に制度あり（未利用）
 ■ 勤務先に制度無し
 ■ 不明・そのほか

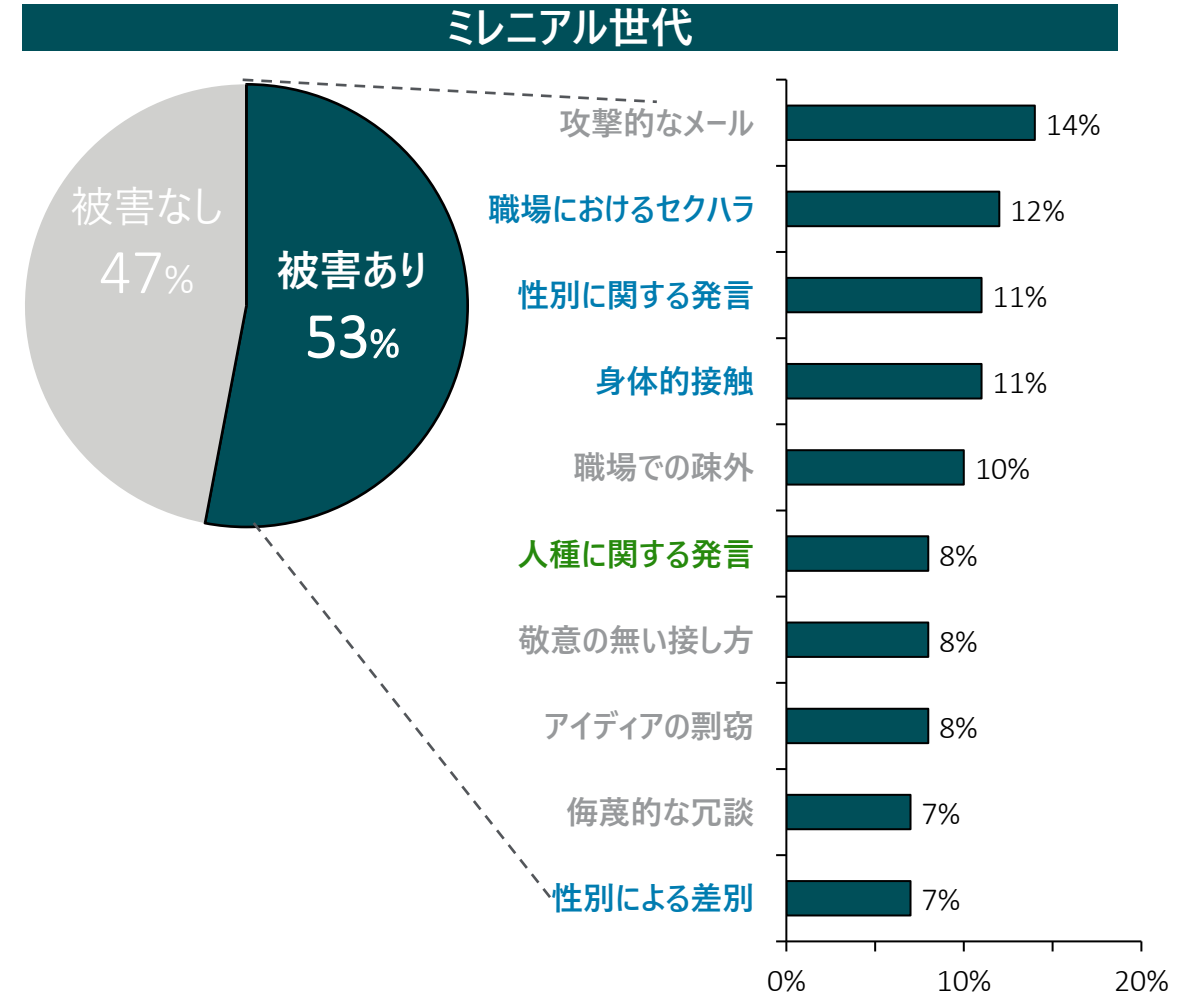
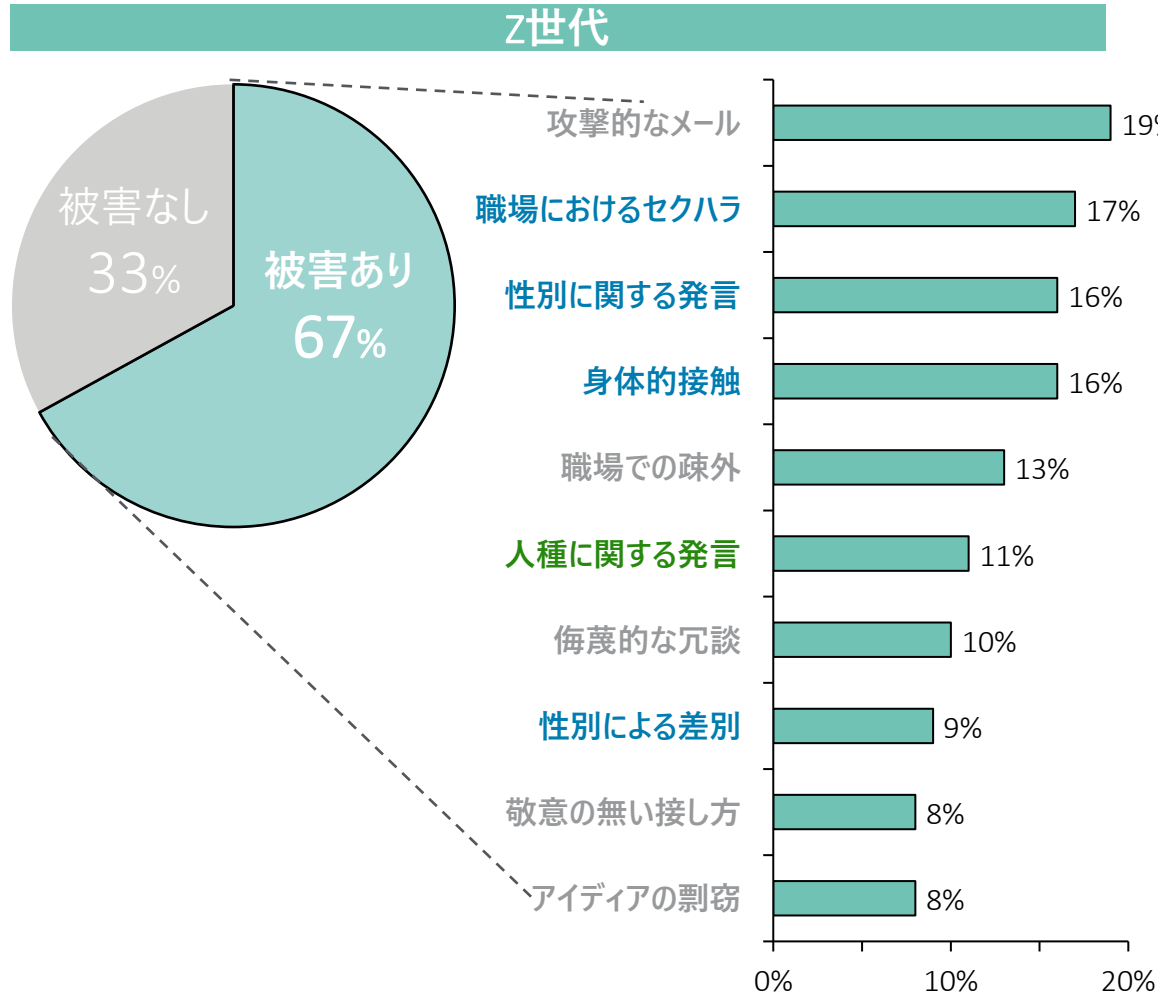


Q47. あなたの職場では従業員のメンタルヘルス・ウェルビーイングを支援する制度やリソースは整っていますか？ *フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

グローバルでは過半数の回答者が12か月以内のハラスメント被害を訴えており ハラスメントの内容はセクハラや不適切なコミュニケーションに類するものが中心である

12か月以内の職場におけるハラスメント被害・ハラスメントの主要な内容（グローバル）

性別・ジェンダー その他
(容姿・人種等) 不適切な
コミュニケーション

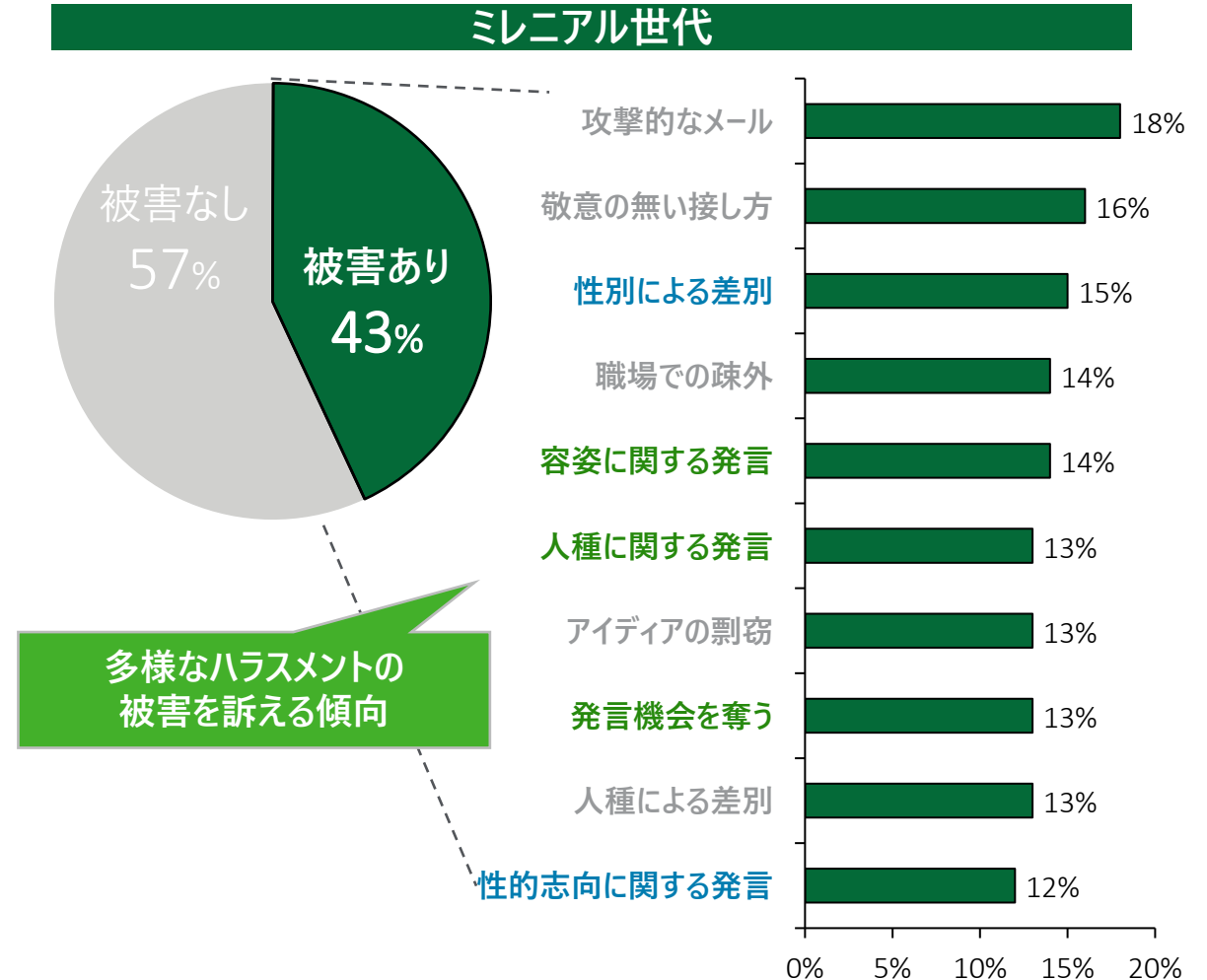
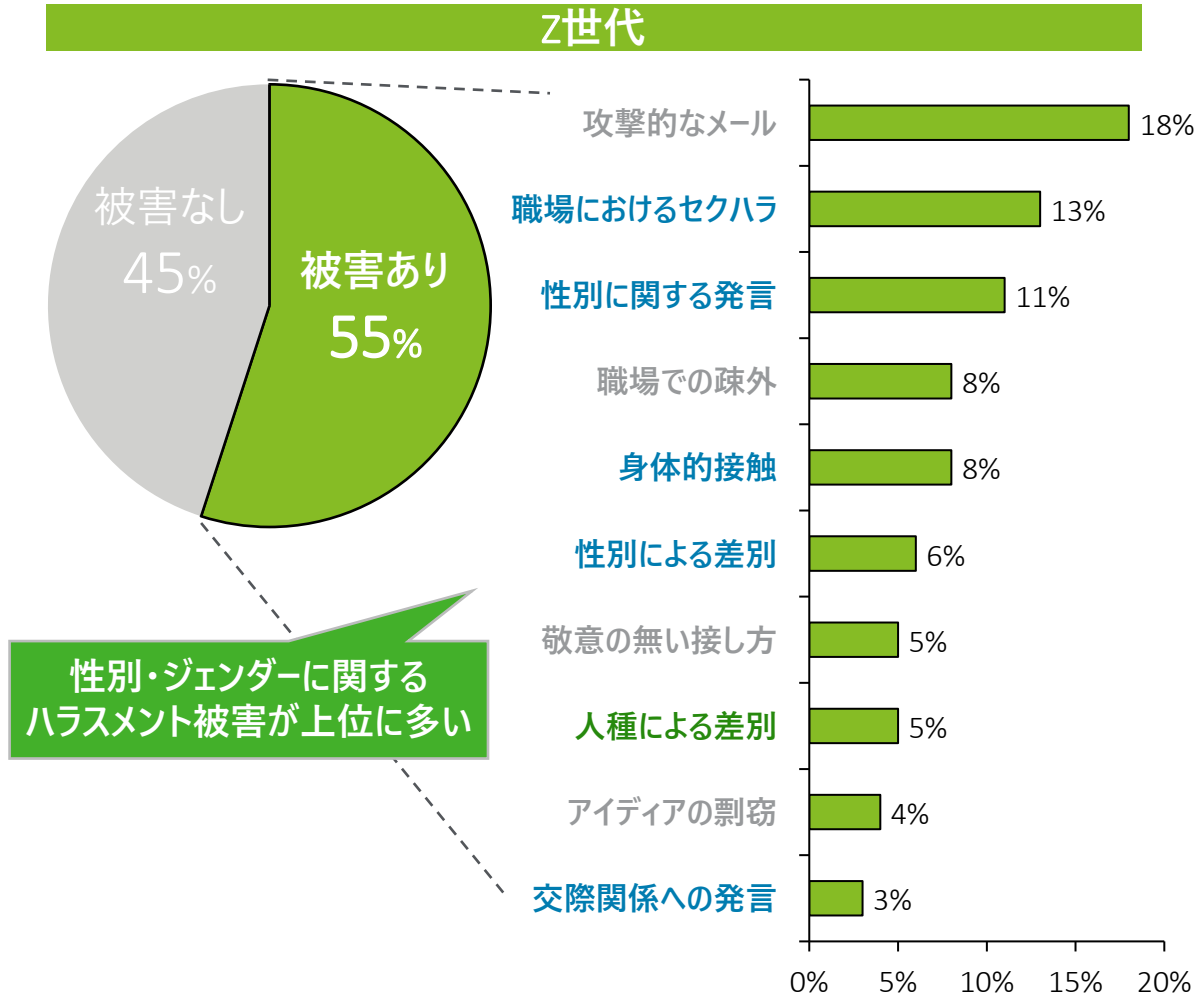


Q40. あなたが直近12か月の間に経験したハラスメント被害をすべて選んでください。

日本においてはZ世代は性別に関するハラスメント被害を中心に訴えている一方で ミレニアル世代では性別・出自・容姿に関するもの等、ハラスメントの内容が多岐に渡る

12か月以内の職場におけるハラスメント被害・ハラスメントの主要な内容（日本）

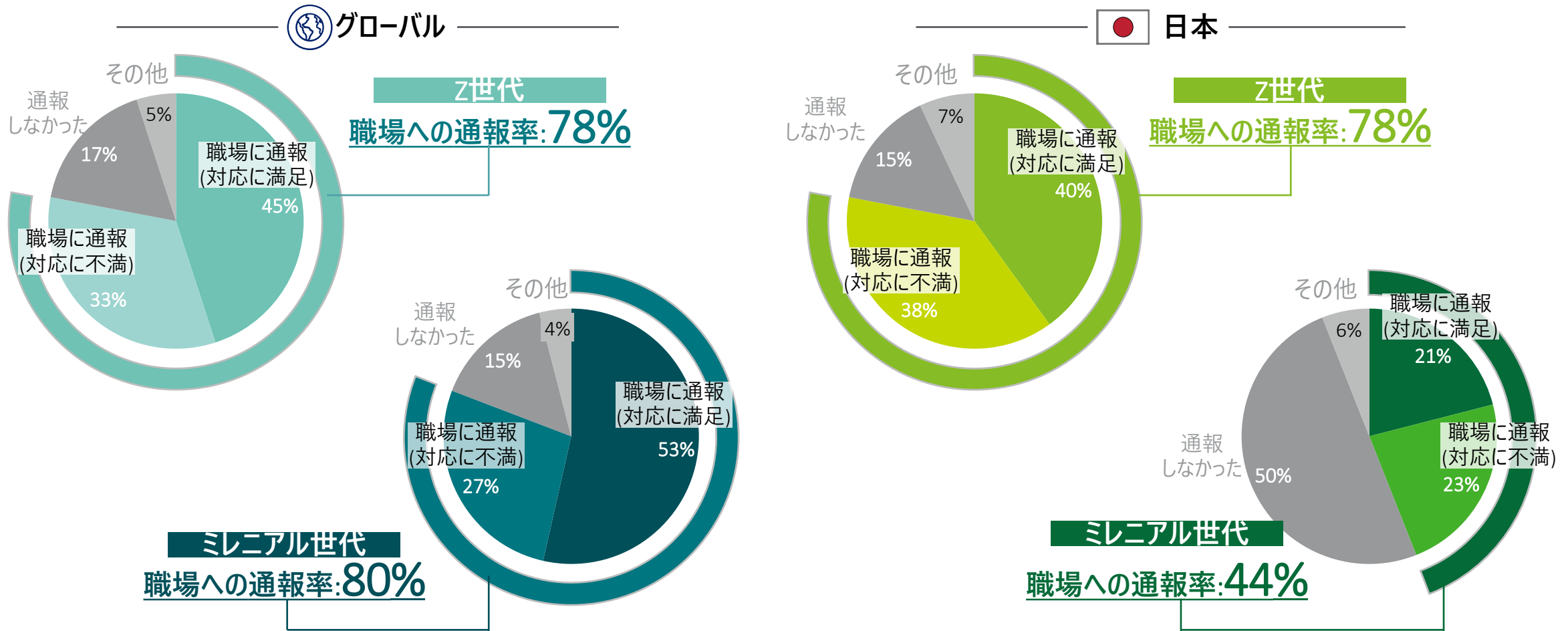
性別・ジェンダー その他
(容姿・人種等) 不適切な
コミュニケーション



Q40. あなたが直近12か月の間に経験したハラスメント被害をすべて選んでください。

ハラスメントに対する職場への通報率はグローバルの両世代・日本のz世代で80%近い水準 一方で日本のミレニアル世代の通報率は40%台と低く、ハラスメント被害を報告しない傾向

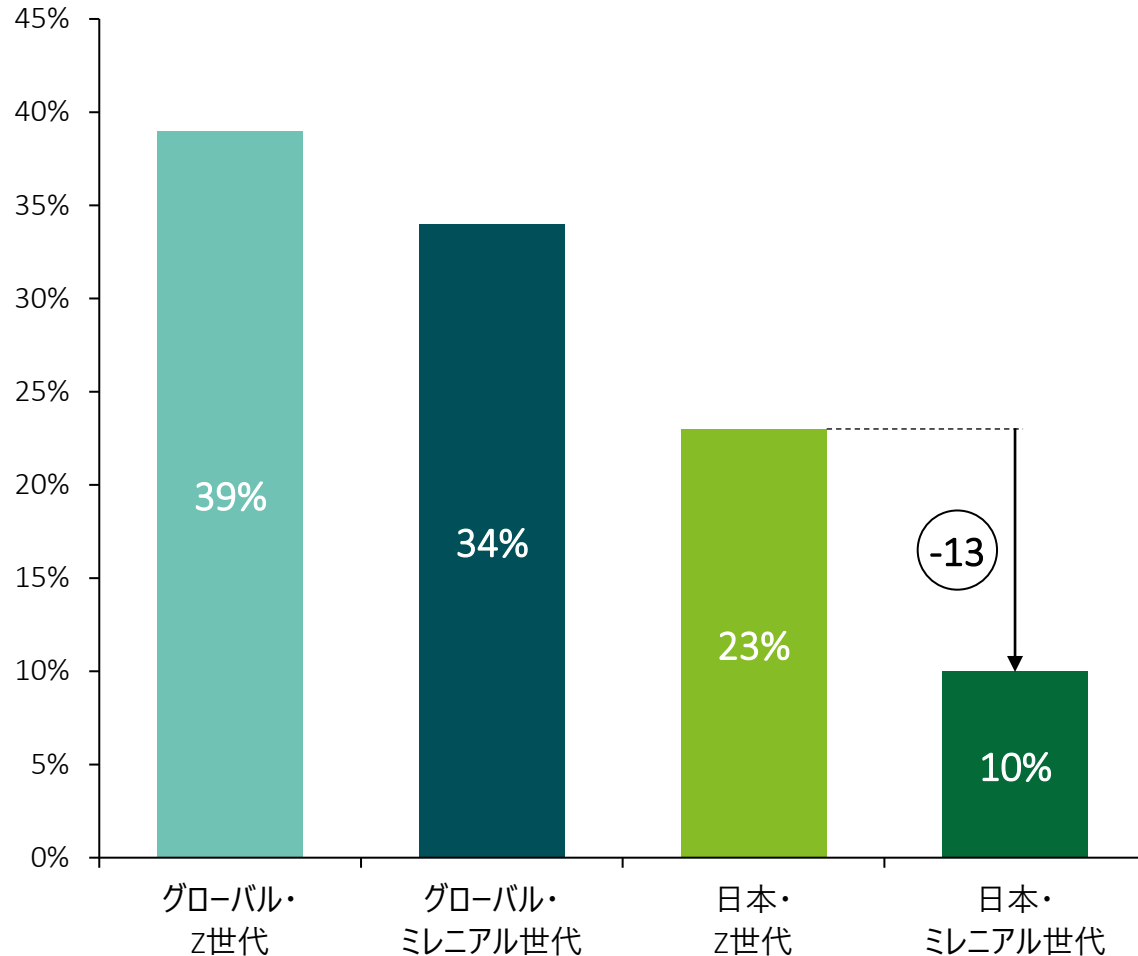
ハラスメントに対する職場への通報率



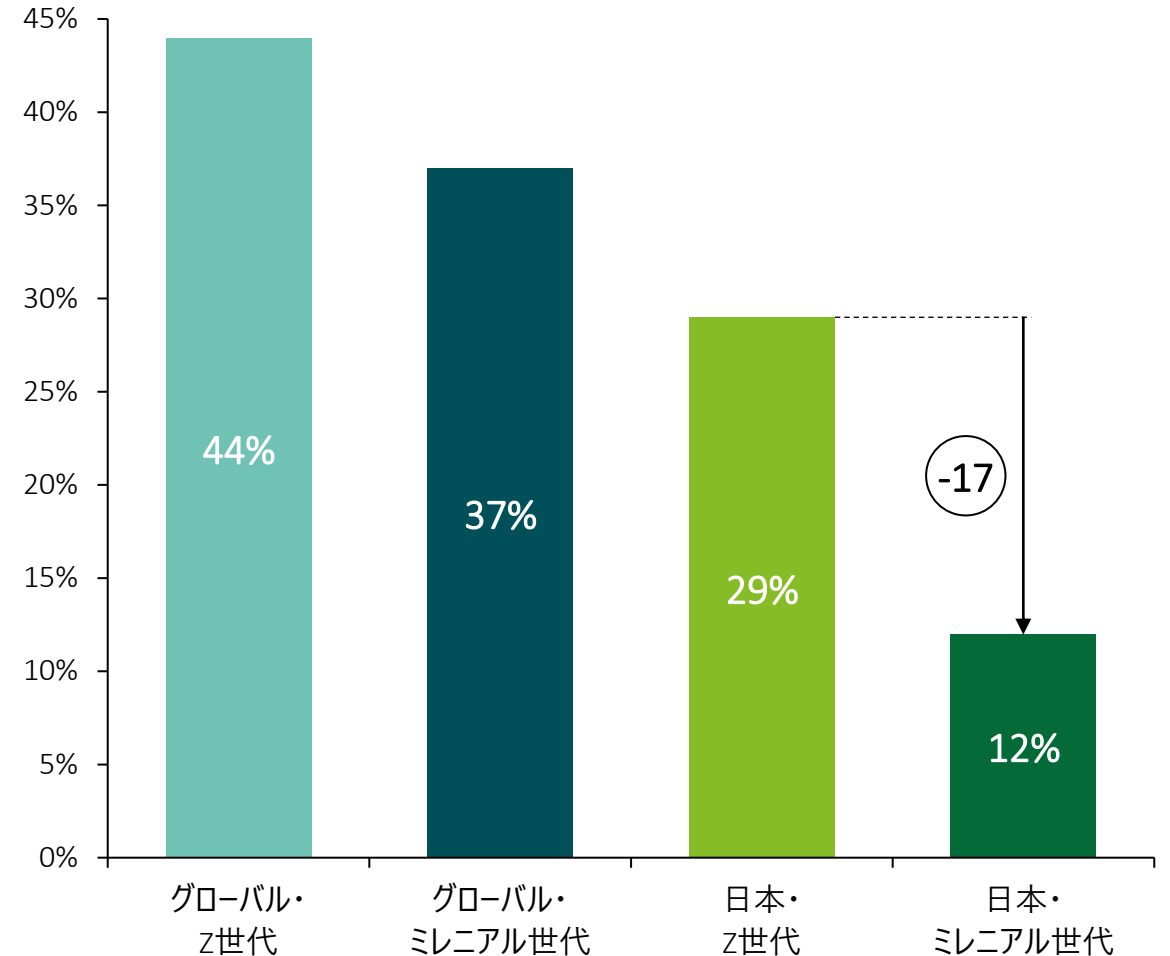
Q42.あなたがハラスメント被害を職場に通報した際、職場はどのように対処してくれましたか？ *フルタイム、パートタイム、派遣社員として就業中の回答者対象

日本ではミレニアル世代と対照的に、z世代の間で価値観に合わない企業や業務を拒否する傾向が見られ、キャリアの判断軸の中で“自身の価値観”を重視していることが伺える

個人の価値観に合わない企業への就職を拒否した経験



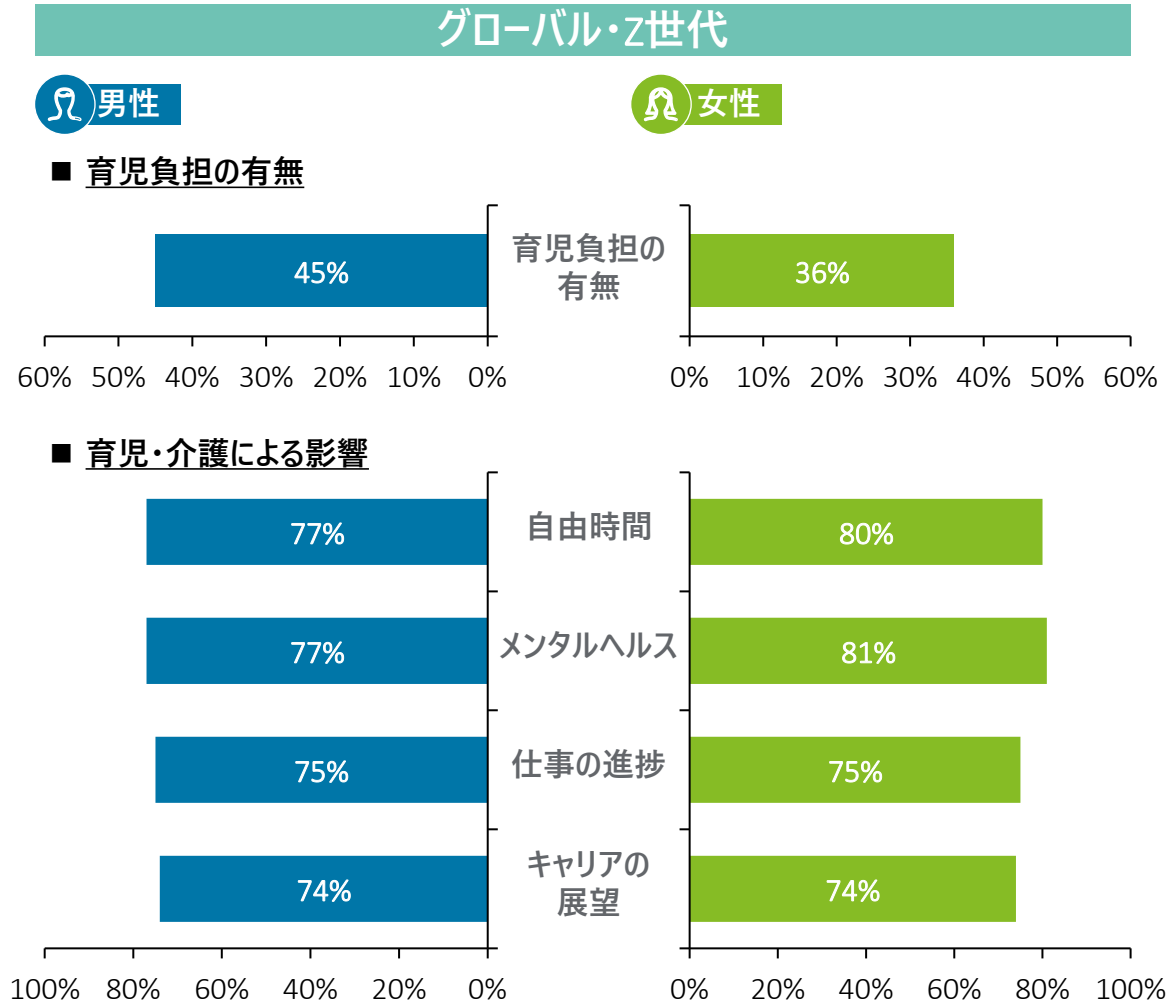
個人の価値観に合わない業務への配属を拒否した経験



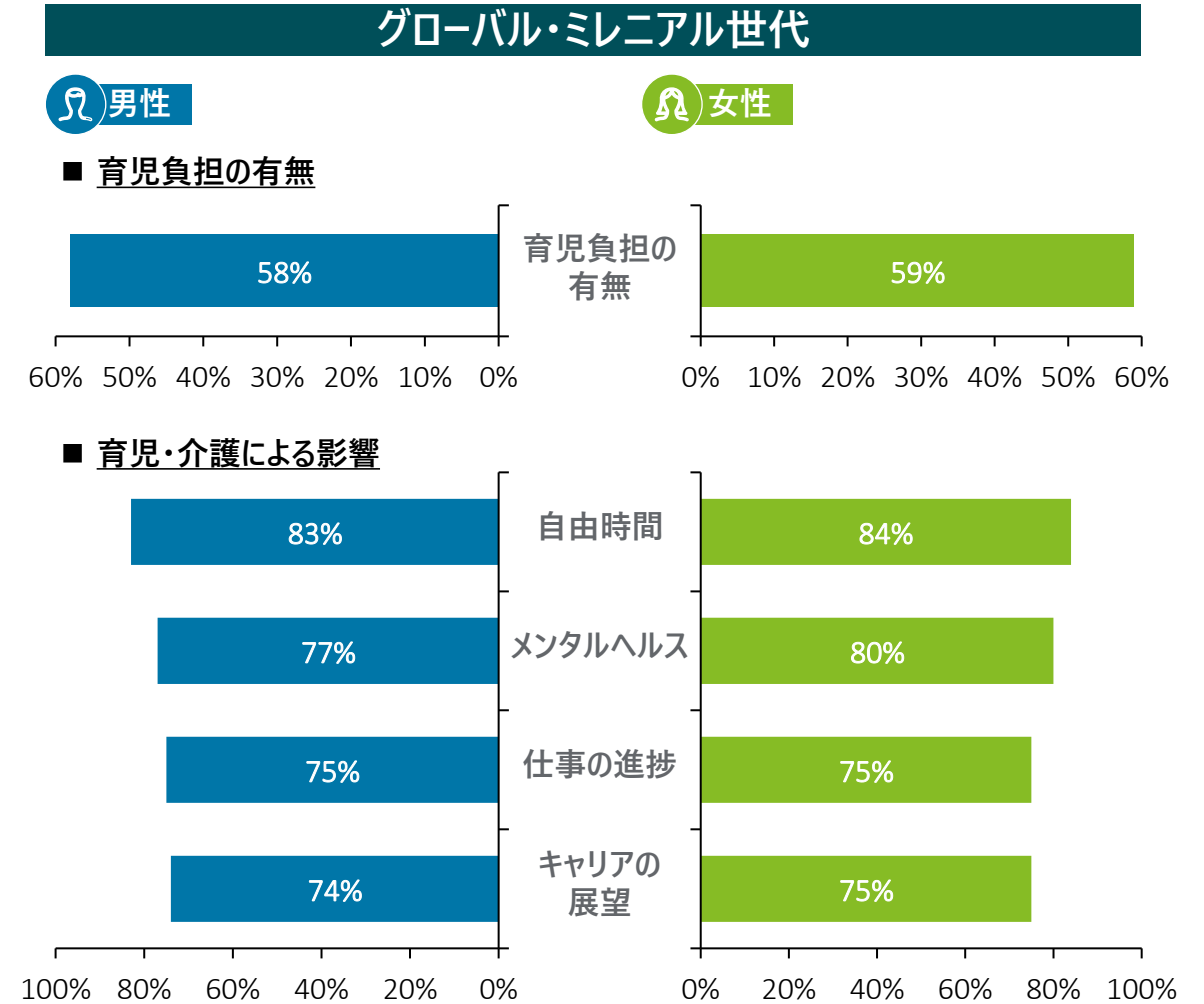
Q10. あなたは今までに個人の信条・倫理観に基づいて企業への就職・業務の配属を拒否したことはありますか？

グローバルのZ・ミレニアル世代では男女間で育児負担の有無や 育児介護による生活・キャリアへの影響に関する認識のギャップが小さい

男女別育児負担の有無と育児・介護による影響（グローバル）



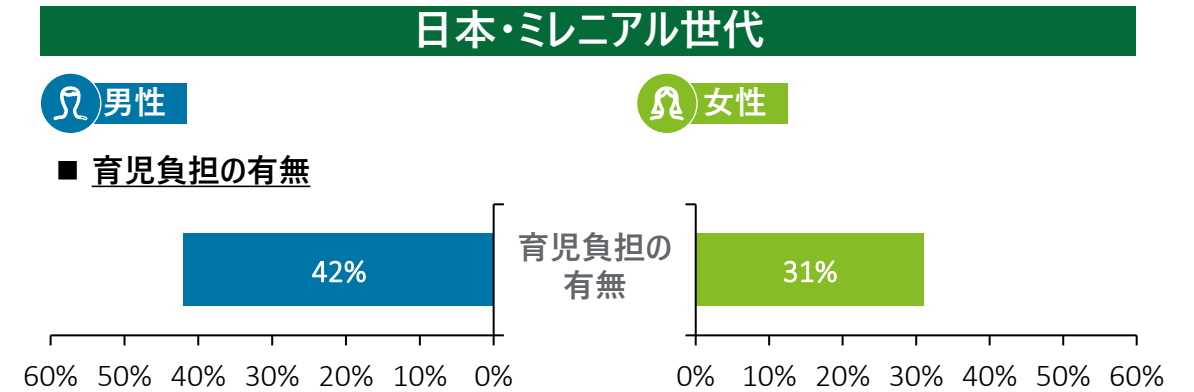
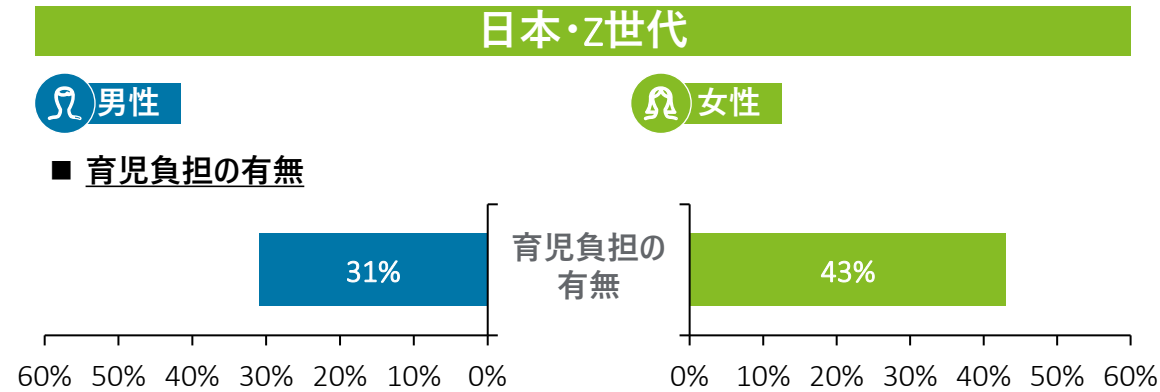
Q23. あなたは現在、育児・介護といった誰かの世話を担う役目を担っていますか？ -育児



Q23b. 育児・介護といった役目を担うことは、以下の事柄にどれほど影響していますか？

日本では男女間で育児負担の有無や育児・介護による生活・キャリアへの影響に関する認識にギャップがあり、特にミレニアル世代では男性の方が育児負担を強く認識している

男女別育児負担の有無と育児・介護による影響（日本）

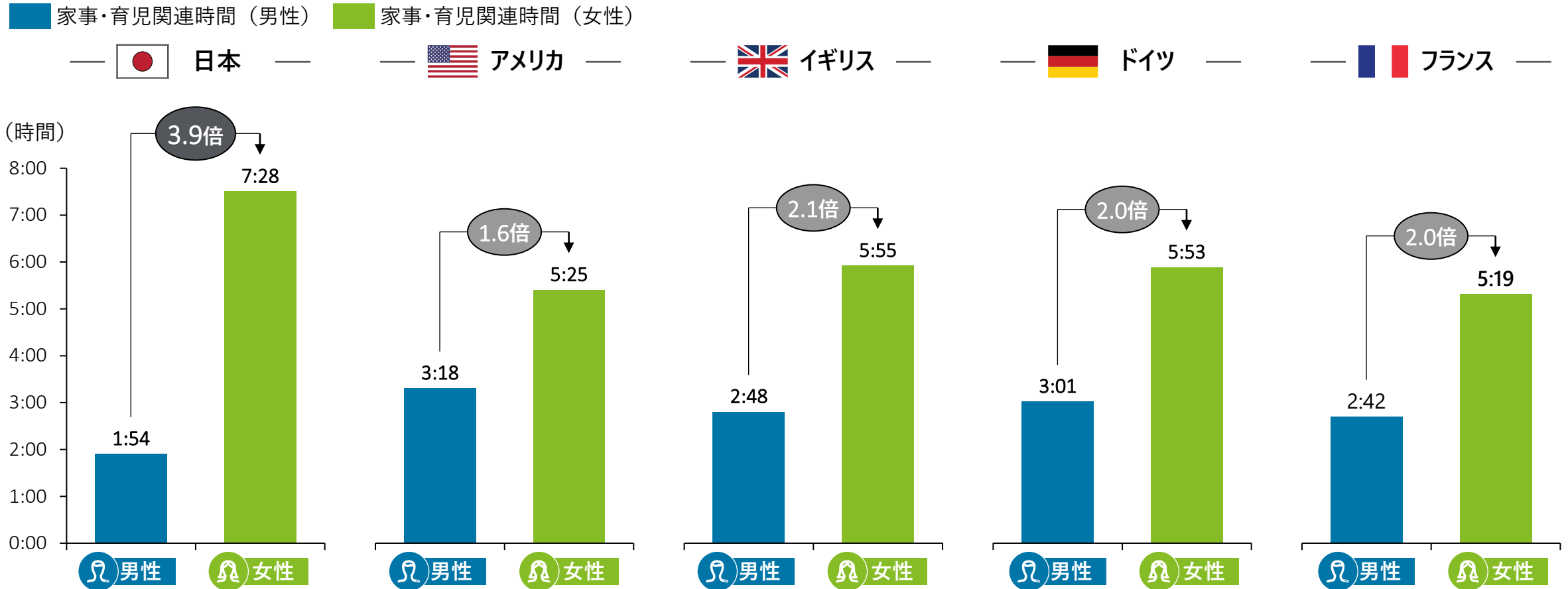


Q23. あなたは現在、育児・介護といった誰かの世話を担う役目を担っていますか？ -育児

Q23b. 育児・介護といった役目を担うことは、以下の事柄にどれほど影響していますか？

参考) 他の先進国に比べ、日本においては女性は家事・育児に長い時間従事しており、また男女間の分担についても、実際には著しく女性に負担が偏っている

1日のうち家事・育児にかかる時間の男女差(6歳未満の子を持つ夫婦)



データソース:

日本: 「令和3年社会生活基本調査結果」(総務省統計局)、アメリカ: American Time Use Survey(2022)(アメリカ合衆国国勢調査局)

イギリス・ドイツ・フランス: Harmonized European Time Use Surveys 2010(欧州連合)

5. 調査結果の総括と示唆

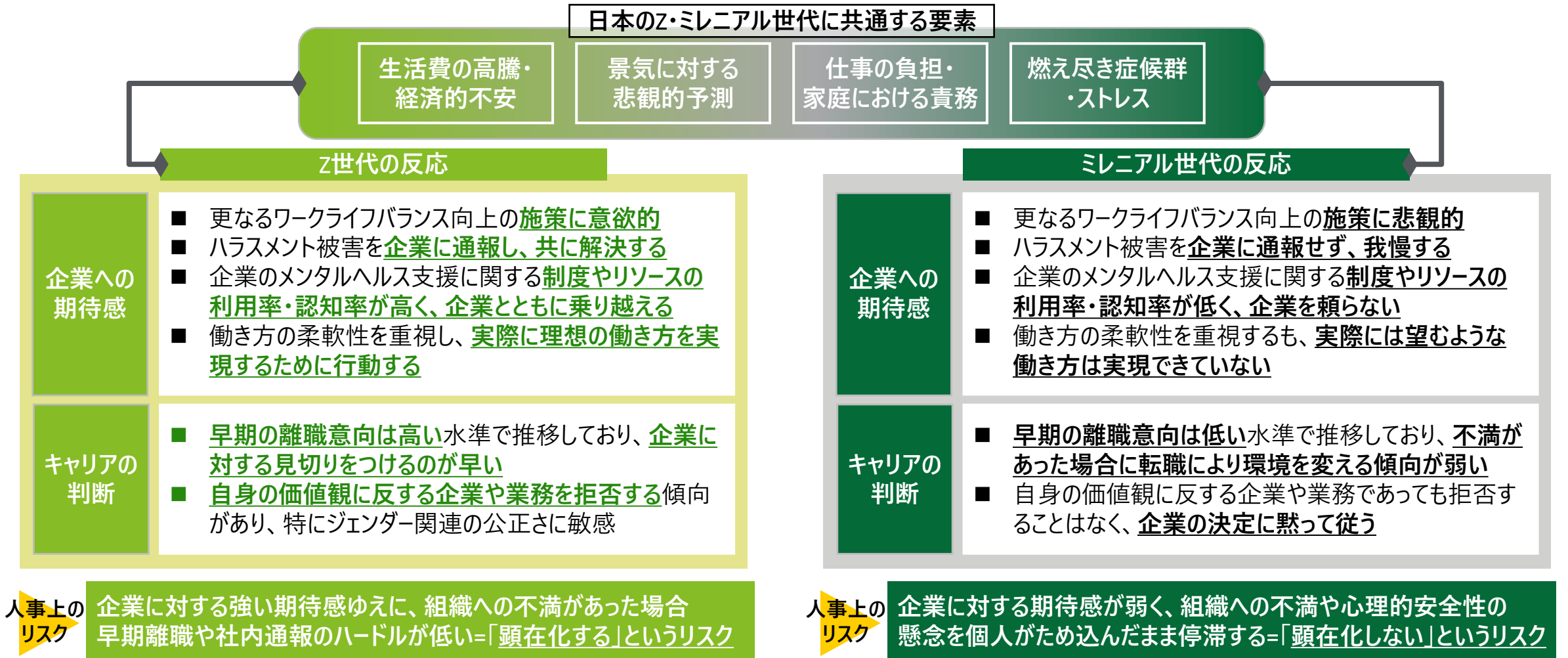
- 本調査の総括

- 日本のミレニアル世代に見られる異変

- 若年世代を不活性化させる日本固有の要因

日本ではZ・ミレニアル世代の間で経済的不安やメンタルヘルスの課題が共通しているが、企業への期待感やキャリアの判断の在り方が対照的であり、生じうる人材としてのリスクも異なる

本調査の総括



従来のミレニアル世代はグローバル・日本の両地域で新しい世代としての特徴を示していたが、近年日本においては不活性化の兆候が見られ、日本特有の要因が存在する可能性がある

日本のミレニアル世代に見られる異変

以前のミレニアル世代(20代)

- 学校を卒業して就職、世帯主として経済的に自立し始める
- 職場では若手・新人としてファーストキャリアを歩み始める

世界・日本の
ミレニアル
世代

- 金銭的報酬や働き方の柔軟性を重視して企業を選び、労働者の生活水準の向上を企業に期待している
- 早期の離職意向は高い水準で推移し、一つの企業に留まることなく、望ましい環境へ移動する
- 気候変動・マイノリティへの差別といった社会問題に対する関心が強い

現在のミレニアル世代(30代)

- 結婚・出産を経て家族形成などの重要なライフイベントを迎える
- 職場では責任あるポジションを担い始め、中堅世代として活躍が期待される

世界の
ミレニアル
世代

- 成長機会や働きやすさなどの多様な要素を企業に期待し、更なるワークライフバランスの向上に意欲的
- 早期の離職意向は一定水準を堅持しており、個人にとって望ましい環境へと移動していく
- 気候変動を中心に社会問題を注視し、日常の中でアクションを取っている

→ ライフステージが進んでも、以前と同様の“新しい世代”としての特徴が顕れている

日本の
ミレニアル
世代

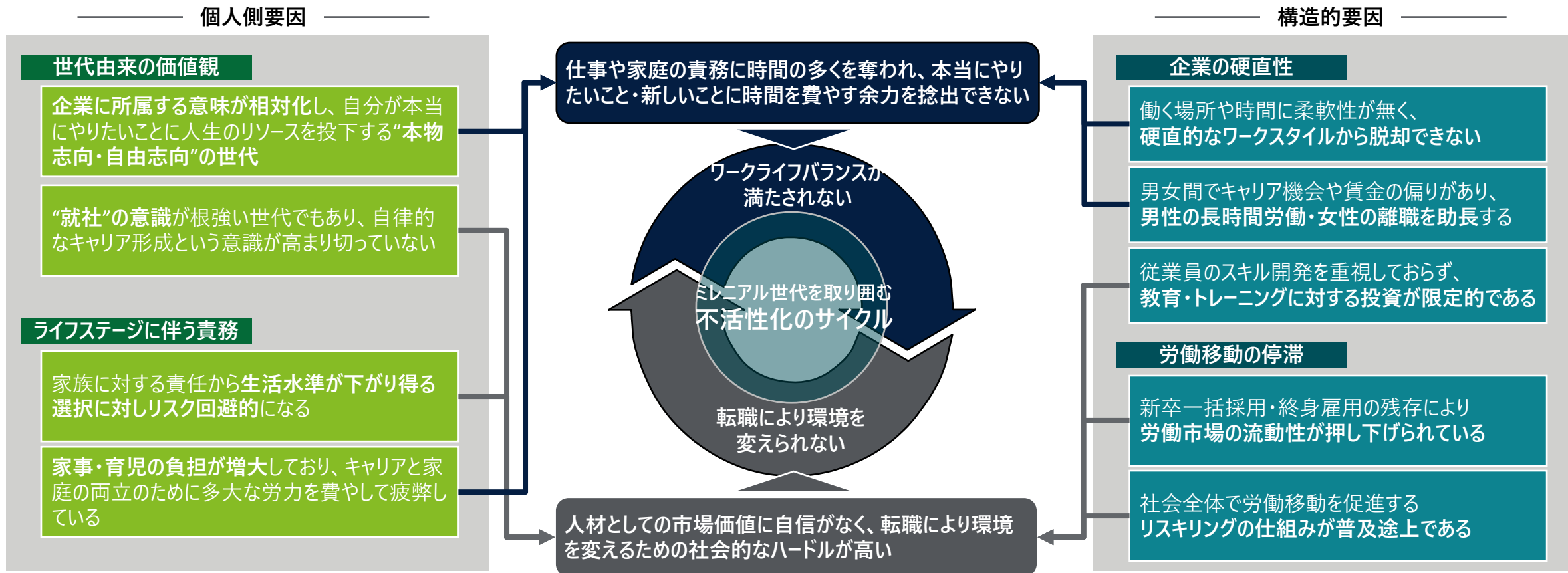
- 働き方の柔軟性やワークライフバランスを切望しているが、実際にはその恩恵を享受できず、今後についても悲観的
- 早期の離職意向は低く、環境を変えようとならない
- 社会問題への関心が薄まり、個人の家計や生活に意識が向いている

→ ライフステージが進んで“不活性化”している

若年世代を不活性化させる
日本固有の要因が存在する？

新しい価値観を持ちながらライフステージを進めたミレニアル世代と日本の社会構造の相反は労働者を不活性化させる負のサイクルを生んでおり、今後Z世代にとってもリスクとなり得る

若年世代を不活性化させる日本固有の要因



このサイクルは今後ライフステージが進んだZ世代も不活性化させる可能性がある

Deloitte.

デロイト トーマツ

デロイト トーマツ グループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ 税理士法人、DT 弁護士法人およびデロイト トーマツ グループ合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市に約1万7千名の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト（www.deloitte.com/jp）をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュートーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）のひとつまたは複数を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務、法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約415,000名の人材の活動の詳細については、（www.deloitte.com）をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、DTTL、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。またDTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。



IS 669126 / ISO 27001



BCMS 764479 / ISO 22301