

ディップ、一般社団法人渋谷未来デザインと共催

「渋谷闇バイトゼロプロジェクト」を始動

—QuizKnockとコラボし、「闇バイト」の被害防止へ—

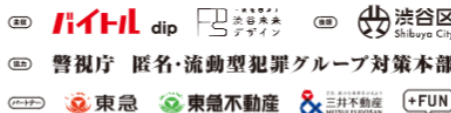
全国の高校生を対象に「闇バイト」に関する調査を実施

都内高校生の4人に1人が「闇バイト」と疑われる情報に接触、7割が“見分けられない”現状が明らかに

ディップ株式会社（以下「当社」）は、一般社団法人渋谷未来デザイン（以下「渋谷未来デザイン」）と共催し、渋谷区の後援、警視庁 匿名・流動型犯罪グループ対策本部の協力のもと、SNS等で勧誘が行われる犯罪実行役の募集（通称「闇バイト」）への関与を防ぐべく、「渋谷闇バイトゼロプロジェクト」（以下「本プロジェクト」）を2026年4月2日より始動いたします。

また、本プロジェクトにはスペシャルパートナーとして株式会社 baton が運営する知的エンタメ集団「QuizKnock」が参画し、渋谷から全国の高校生へ実践的な防犯リテラシーを高めてまいります。

渋谷 闇バイトゼロ プロジェクト



■「渋谷闇バイトゼロプロジェクト」概要

本プロジェクトは、若年層の「闇バイト」関与をゼロとし、全ての求職者が自分らしく安心して働ける社会の実現を目的としています。

URL：<https://www.baitor.com/pdt/yamibaitozero/shibuya/>

・目的：

巧妙化する勧誘手口から高校生を守り、無意識のうちに犯罪へ加担してしまう被害を未然に防ぐための“実践的な防犯リテラシー”向上に取り組みます。

・「渋谷」を起点とする背景：

① 高い接触リスク

当社が実施した最新調査において、都内の高校生の4人に1人が闇バイトと疑われる情報に接触しているという深刻な実態が判明したため。

② 「渋谷グッドマナープロジェクト」との連携

渋谷未来デザインが、安心・安全な街づくりと社会課題解決を目指して推進する「渋谷グッドマナープロジェクト」(※1)と、若年層の情報を見極める力の習得を強化する本プロジェクトの方針が合致したことで、同プロジェクトの一環として、官民連携で取り組むことに合意したため。

(※1) <https://shibuya-good-manner.com/>

③ 発信力と親和性

トレンドの発信地であり、当社が運営するプロダンスチーム「dip BATTLES」の拠点や発信媒体を保有する当社にとって最も縁の深い街であるため。

・主な実施内容：

① 「QuizKnock」とのコラボレーション

実際に起こり得る求人タイトルから「闇バイト」を見ぬくポイントを学ぶ三択クイズ形式の啓発動画を作成。

② 渋谷からの情報発信

パートナー企業と連携し、渋谷の街全体で防犯ネットワークを構築。

③ 警視庁とのデータ連携

警視庁匿名・流動型犯罪グループ対策本部より、最新の犯罪傾向や検挙数等のデータ提供を受け、実態に即した啓発コンテンツのアップデートを実施。

④ 教育現場での特別授業

東京都立第一商業高等学校などの渋谷区内にある教育機関と連携し、本動画を活用した出張授業を全国へ展開。

・参画団体：

主催：ディップ株式会社、一般社団法人渋谷未来デザイン

後援：渋谷区

協力：警視庁匿名・流動型犯罪グループ対策本部

スペシャルパートナー（コンテンツ協力）：QuizKnock

パートナー：東急株式会社、東急不動産株式会社、三井不動産株式会社、社団法人渋谷駅前エリアマネジメント

■プロジェクト発足の背景：

「言葉は知っているが見抜けない」。年間検挙1万人超の危機を打破する「実践型」の啓発

近年、SNSを通じた「闇バイト」の勧誘手口は巧妙化の一途をたどり、実行役として検挙される若者が急増しています。特に進学・進級を機に初めてアルバイトを探し始める高校生にとって、春先は最もリスクが高まる時期です。

当社は2023年、高校生を対象とした「闇バイト判別調査」を実施し、8割の高校生が「闇バイト」を見抜けない事実を元にいち早く警鐘を鳴らしてきました（※2）。その後、連日の報道により言葉の認知度は高まりましたが、検挙数は2024年に10,105名、2025年上半年も5,064名と、2年連続で年間1万人を超える深刻な事態が続いています（※3）。

さらに2026年1月に当社が実施した最新調査では、9割の高校生は「闇バイト」という言葉を認知している一方で、依然として7割が「闇バイト」であるか見破ることができない結果となりました。

特筆すべきは地域別の接触率で、都内の高校生は約4人に1人（25.0%）が闇バイトと思われる怪しい求人に触れた経験があると回答。これは愛知の1.9倍、大阪の1.6倍と全国でも突出した数値であり、都市部におけるリスクが極めて高くなっています。

言葉は知っていても、「闇バイト」の巧妙な手口を見抜けないという現状を打破し、新生活を迎える若者が無意識に犯罪へ加担する被害をゼロにすべく、防犯意識と判別能力を実践的に高める本プロジェクトを発足いたしました。

今後も当社は、誰もが働く喜びを感じられる社会の実現に向け、健全なアルバイト探しの環境の提供と、若者を守るための啓発活動の双方を推進してまいります。

（※2）当社調べ

（※3）「警察庁犯罪情勢統計」より引用

■渋谷を起点とした産官学連携による「街ぐるみ」の啓発活動

本プロジェクトは、最新調査で最もリスクが顕著化した東京・渋谷を情報発信の起点とします。渋谷は、都内の高校生が最も多く集まるエリアの一つであり、「渋谷スクランブルスクエア」の大型ビジョンを活用した情報発信や、プロダンスチーム「dip BATTLES」の拠点とするなど、当社にとって最も縁の深い街の一つでもあります。

今回の始動にあたっては、渋谷未来デザインが安心・安全な街づくりと社会課題解決を目指して推進する「渋谷グッドマナープロジェクト」と本プロジェクトが掲げる「若年層の情報を見極める力の習得強化」という方針が合致したことで、同プロジェクトの一環として官民連携で取り組むこととなりました。これに加え、警視庁匿名・流動型犯罪グループ対策本部との情報連携を開始いたします。警察が保有する最新の犯罪傾向

や検挙数等の実態データに基づいた、より精度の高い啓発活動を展開してまいります。

こうした背景から、本プロジェクトは、当社と渋谷未来デザインの共催のもと、渋谷区の後援、警視庁の協力を受け、さらに街の基盤を支える東急株式会社、東急不動産株式会社、三井不動産株式会社、一般社団法人渋谷駅前エリアマネジメントの賛同・協力をいただくことで、官民一体となった街ぐるみの防犯ネットワークを構築してまいります。

■スペシャルパートナー「QuizKnock」による体験型啓発動画と出張授業の展開

「自分事」として楽しく学べるよう、若年層から圧倒的な支持を集める知的エンタメ集団「QuizKnock」とコラボレーションし、実際の募集文面に潜む「高収入」「ホワイト案件」「即日払い」といった甘い言葉のリスクを伊沢拓司氏らが三択クイズ形式で分かりやすく解説する動画を作成いたしました。

この動画を活用した啓発活動の第一弾として、東京都立第一商業高等学校などをはじめとする渋谷区内の教育機関と連携し、本動画を活用した出張授業を実施いたします。これをモデルケースとし、今後は全国の高校に向けて啓発の輪を広げていく予定です。

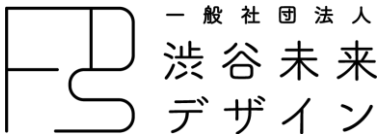
- ・出演者：伊沢拓司氏、鶴崎修功氏、東問氏、山本祥彰氏
- ・公開チャンネル：ディップ株式会社公式 YouTube チャンネル「しごとリアル」
- ・URL：<https://youtu.be/INiKTLMJ7JA>

■渋谷区長 長谷部 健氏コメント



近年、SNS等を通じて若者が「闇バイト」に巻き込まれる事案が全国で発生しており、未然防止は喫緊の課題です。若者が多く集う渋谷だからこそ、正しい知識を届け、自ら判断できる力を育むことが重要です。本プロジェクトが行政・企業・教育機関の連携をさらに深め、「闇バイトゼロ」に向けた具体的な一歩となることを期待しています。

■渋谷未来デザイン 代表理事 小泉 秀樹氏コメント



闇バイト問題は、情報の見極めや働くことへの理解不足など、複合的な背景を持つ社会課題です。このたび「渋谷闇バイトゼロプロジェクト」を立ち上げ、ディップ株式会社様の知見と渋谷未来デザインのネットワーク、そして教育現場との連携など、産官学連携により実践的な啓発を展開していきます。情報発信力の高い渋谷から「届く・伝わる・止める」取り組みを実装し、若者が安心して働ける社会を目指します。

■当社代表取締役社長 兼 CEO 富田コメント



「働く人のために働く」これは、ディップの使命です。働くことは多くの人にとって人生の中心であり、働くことが幸福であれば人生全体の幸福度が高まります。

しかし昨今、甘い言葉で誘い、気付かぬうちに犯罪に加担させる「闇バイト」が深刻な社会問題となっています。「バイトル」や「スポットバイトル」を運営する私たちは、若者が安心・安全に仕事を選べる環境を整え、注意喚起と正しい情報を発信し続ける社会的責任があると考えています。

ユーザーファーストのサービスを通じて働く人に寄り添い、社会を改善する存在であり続けることを企業理念として掲げる企業として、「闇バイト」の脅威から求職者を守り、健全な労働市場を次世代へつなぐべく、啓発活動を力強く推進してまいります。

■一般社団法人渋谷未来デザインについて

渋谷未来デザインは、ダイバーシティとインクルージョンを基本に、渋谷に住む人、働く人、学ぶ人、訪れる人など、渋谷に集う多様な人々のアイデアや才能を、領域を越えて収集し、オープンイノベーションにより社会的課題の解決策と可能性をデザインする産官学民連携組織です。都市生活の新たな可能性として、渋谷から世界に向けて提示することで、渋谷区のみならず社会全体の持続発展につながることを目指しています。

URL : <https://fds.or.jp/>

当社概要

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 (2025 年 2 月末日現在)

従業員数：2,780 名 (2025 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：人材サービス「バイトル」「スポットバイトル」「バイトル NEXT」「バイトル PRO」「はたらこねっと」、看護・介護業界の転職支援サービス「ナースではたらこ」「介護ではたらこ」などの運営、

DX サービス「ロボット」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：563 億円（2025 年 2 月期）
URL：<https://www.dip-net.co.jp/>

【本リリースに関するお問合せ先】
ディップ株式会社 広報部
TEL：050-3106-3849
e-mail：<https://campage.jp/dip/contact>

■調査概要

- ・調査対象：全国の高校1年生～3年生（男女）
- ・サンプル数：1,089名
- ・調査期間：2026年1月8日～1月19日
- ・調査方法：インターネットによるアンケート調査
- ・主な調査項目：1年間の収入／支出額、支出の主な目的、収入が不足した場合の対処法、アルバイト経験の有無、アルバイトを探す際の方法、闇バイトを含む求人の中で興味がある求人はどれか

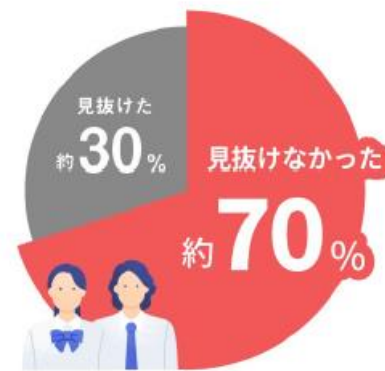
■調査サマリ

1. 「知っている」のに「見抜けない」

「闇バイト」という言葉を聞いたことが



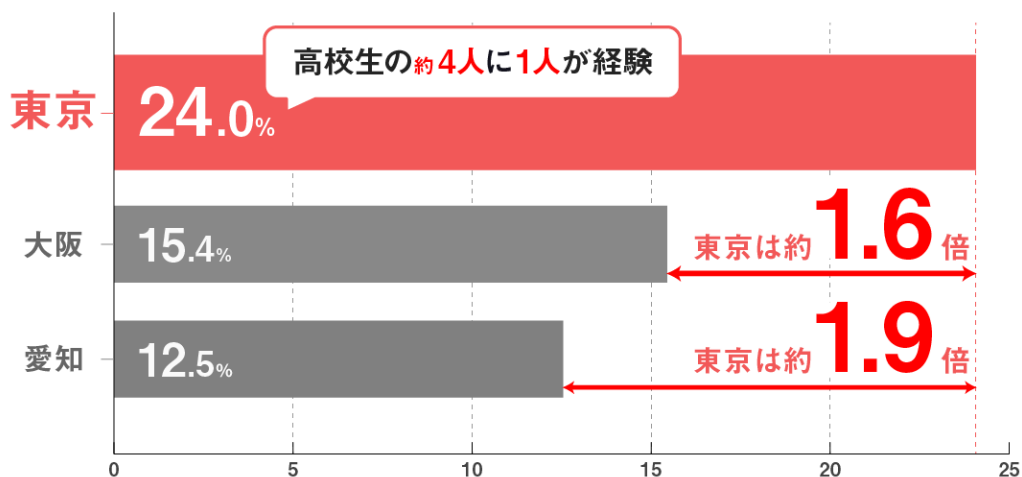
「闇バイト」求人を見抜けたか



9割の高校生が「闇バイト」という言葉を認知している一方、7割が「普通のアルバイトと闇バイトの見分けが付かない」結果に。

2. 東京は闇バイト接触の最前線

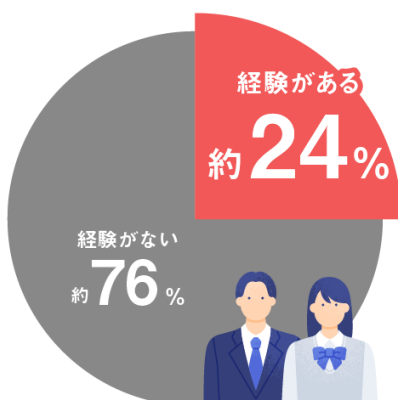
三大都市圏における「闇バイト」接触経験率の比較



東京都在住の高校生の4人に1人（25%）が「闇バイト」の求人情報に接触。これは愛知県比1.9倍、大阪府比1.6倍、その他の地域比1.2倍と突出しており、都市部のリスクが鮮明になりました。

3.若者の「闇バイト」接触率

東京で「闇バイト」と思われる
怪しいアルバイトを見た経験



東京在住の高校生の約 25%が「闇バイト」と思われる怪しいアルバイト情報を見た経験があることが分かりました。