

インテージ、Yahoo! JAPAN共同調査 未就業の子どもを持つ母親に「ニート」に関する意識調査を実施 ～ニート問題は自分の子どもにとって「他人事ではない」と感じる：58.3%～

2005年9月21日

株式会社インテージ
ヤフー株式会社

インテージ、Yahoo! JAPAN共同調査 未就業の子どもを持つ母親に「ニート」に関する意識調査を実施

～ニート問題は自分の子どもにとって「他人事ではない」と感じる：58.3%～
「Yahoo!リサーチ」のアドレス：<http://research.yahoo.co.jp/>

株式会社インテージ（以下、インテージ）とYahoo! JAPANを運営するヤフー株式会社（以下、Yahoo! JAPAN）は共同で、「Yahoo!リサーチ・モニター」で、15歳から24歳までの未就業の子どもを持つ母親を対象に、9月8日（木）から9月12日（月）にかけて、「ニート」に関する意識調査を実施しました。

<調査の概要>

調査期間： 9月8日（木）～9月12日（月）

調査対象： Yahoo!リサーチ・モニターのうち、15歳から24歳までの未就業の子どもを持つ母親

調査方法： ウェブ上でのアンケート調査

回答者数： 441名

世代別構成比： 30代－4.5%、40代－66.7%、50代－28.3%、60代－0.5% <集計結果>

◆ 子どもの就職について「非常に」あるいは「まあ」心配しているとした回答者は66.4%でした。

- ◆ ニート問題を深刻な問題ととらえている回答者は94.6%に上りました。さらに自分の子どもにとって「他人事ではない」と感じている回答者も58.3%となり、子どもを持つ母親にとって、ニート問題が身近で深刻な問題であることがわかりました。
- ◆ ニート問題を「他人事ではない」と感じている人とそうでない人とを比較したところ、「将来の夢や就きたい職業のことを理解しているか」との質問で、回答率に13.2ポイントの差が出るなど、ニート問題を身近な問題と考えている母親は、子どもとのコミュニケーションが十分でないと認識している人が比較的多いことがわかりました。
- ◆ ニート対策を誰がすべきか聞いたところ、最も多かった回答は「親」と「家族」ですが、ここでもニート問題を身近な問題として考えている母親は、学校や国など、家庭以外での対策を求めている人が比較的多くなっています。また、男の子を持つ母親の方が、ニート問題を身近な問題と考えている比率が高いこともわかりました。

アンケート結果の詳細は以下のとおりです。

質問1：お子様の就職について、あなたはどの程度心配していますか。

非常に心配している（21.7%）
 まあ心配している（44.7%）
 あまり心配していない（26.1%）
 全く心配していない（7.5%）

質問2：ニートとは、職につかず、就労への活動
 をせず、学校に通わず、家事をしない人のこと
 です。最近、ニートが増えていますが、この問
 題についてあなたはどの程度深刻だと思います
 か。

非常に深刻である（63.3%）
 まあ深刻である（31.3%）
 あまり深刻でない（2.7%）
 全く深刻でない（0.7%）
 わからない（2.0%）

質問3：ニート問題は、あなたのお子様にとって「他人事ではない」と感じますか。

はい（58.3%）
 いいえ（41.7%）

質問4：最近1年間のお子様とのことについて、あてはまるものをすべてお選びください。（質
 問3「ニート問題は他人事ではない」の回答との比較。複数回答）

	（質問3の回答） はい	（質問3の回答） いいえ
将来の夢や就きたい職業のことを理解している	60.7%	73.9%
学校や部活について話をすることがある	70.0%	77.2%
友人や恋人などについて話をすることがある	66.1%	77.2%
一緒に買い物や食事などにでかけることがある	79.8%	87.5%
子どもが何を考えているのかわからない	10.5%	2.2%

質問5：将来的にニートを増やさないようにするには誰が対策をすべきだと思いますか。（質問
 3「ニート問題は他人事ではない」の回答との比較。複数回答）

	（質問3の回答） はい	（質問3の回答） いいえ
親	78.2%	86.4%
家族	58.0%	57.1%
学校	52.9%	46.7%
国	52.1%	40.2%
企業	46.3%	32.1%

質問6：お子様の性別は。（質問3「ニート問題は他人事ではない」の回答との比較）

	全体	(質問3の回答)	(質問3の回答)
		はい	いいえ
男の子	48.5%	53.3%	41.8%
女の子	51.5%	46.7%	58.2%

【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ（市場名：JASDAQ、銘柄コード：4326、本社：東京都西東京市、設立年月日：1960年3月2日、代表取締役社長：田下憲雄）は、時代に先駆けてマーケティングの重要性を認識し、1960年に設立された日本のリサーチ会社のパイオニアです。以来40年以上にわたり、各種情報収集網の拡充、データ処理体制の確立、独自の分析ツールの開発など、「リサーチ」と「システム」の二つの領域で高度な技術とノウハウをもって、顧客の経営の意思決定に関わる「価値ある情報＝インテリジェンス」を提供しています。

【Yahoo! JAPAN】 <http://www.yahoo.co.jp/>

ヤフー株式会社（市場名：東証1部、銘柄コード：4689、本社：東京都港区、設立年月日：1996年1月31日、代表取締役：井上雅博）が運営するYahoo! JAPANは、1か月あたり約4222万人のユニークカスタマー数※と、1日11億9900万ページビューのアクセスを誇るインターネットの総合情報サイトで、検索、コンテンツ、コミュニティー、コマース、モバイルなど多くのサービスを提供しています。Yahoo!のグローバルウェブネットワークは、アメリカ合衆国、ラテンアメリカ、カナダ、ヨーロッパ、アジアなど世界25の国と地域で展開しています。

※2005年8月のNielsen//NetRatings「NetView AMS JP」における家庭からの視聴率86.0%、職場からの視聴率88.0%というデータをもとに、家庭、または職場からのインターネットユーザーを約4904万人（NetRatings Japan「インターネット基礎調査」より）としてYahoo! JAPANのユニークカスタマー数を算出。

【Yahoo!リサーチ】 <http://research.yahoo.co.jp/>

「Yahoo!リサーチ」は、約40万人のモニター会員を持つ、さまざまな市場調査を実施する法人向けインターネット調査サービスで、インテージとYahoo! JAPANが共同で設立した株式会社インテージ・インタラクティブ（本社：東京都東久留米市、代表者：長崎貴裕）が運営しています。モニター会員はインターネットユーザーの約8割がアクセスするYahoo! JAPANから集められているので、母集団の代表性に優れています。また、年齢、性別、職業、業種、年収、家族構成など50項目にのぼる属性データを持っており、目的に応じた属性でのインターネット調査がスピーディーに実施できる仕組みとなっています。