

## 5月13日（日）は母の日！ 三大都市圏での「就職活動時」の親子関係ニュースレター 東海地方の就職活動は、母と子で二人三脚 父母「地元志向」「ブランド志向」くっきり 際立って心配性な東海の母、企業に求められるのは“オヤカク”よりも“ハハ（母）カク”？

人生の大きな岐路、「就職活動」。このタイミングで、イマドキの父・母は、子どもの就職活動にどう向き合っているのか。ネオキャリアでは、昨今の就職活動を語るうえで欠かせないトレンドワード、“オヤカク”をめぐる実情を把握するため、三大都市圏（首都圏・関西圏・東海圏）の2018年卒の大学生・大学院生を子にもった親609人へ、「就職活動時の親子関係についての調査」を2018年2月に実施。直近の就職活動に臨む「親と子の関係」「親と企業との関係」が浮き彫りとなりました。

このニュースレターでは、三大都市圏のうち「東海エリア」の「親と子の関係」にフォーカスし、他のエリアと比較して特徴的な、父と母の就職活動の捉え方（東海地方に限った就職活動の特徴・傾向）について抜粋してご紹介します。果たして、「地元志向が強い」「東海地方から出たがらない」という印象で語られる東海地方の人間性。果たしてこうした傾向は、就職活動でもみられるのでしょうか？

### <ポイント>

#### 「東海エリア」の父と母の就職活動の捉え方

- 1) 心配性なお母さんがフルコミット！就活は母と子で二人三脚で乗り越える？
- 2) 就職先は“ブランド志向”？父母ともに「企業を名前で判断する」が全国平均を上回る
- 3) やっぱり地元がナンバーワン！際立つ地元志向は相変わらず

#### 1) 心配性なお母さんがフルコミット！就活は母と子で二人三脚で乗り越える？

まずは子の就職活動にどのように関与したいか、親の考え方について回答を得、そのうち「あてはまる」「ややあてはまる」との回答を集計します（次頁の表1をご参照ください）。すると、東海地方ならではの興味深い傾向が見えました。他のエリアと比較し、就職活動への関与したい意向が、特に母親が明確に高い傾向にあったのです。

最もポイントが高いのは、「子供に、就職して欲しい企業とそうでない企業がある」で63.1%。全体平均（56.6%）と比較し6ポイント以上、特に関西エリアの母親の回答（50.5%）との比較では10ポイント以上高い結果となりました。このほか、全9項目のうち6項目が全国平均と比較し高い傾向にあり、強い関与意向が伺えます。

こうした意向を裏付けるように、「なかなか子離れできていない自分がある」と回答する東海エリアの母親は50.5%で、全体平均（29.6%）と比較し20ポイント以上、関西エリアの母親の回答（33.0%）と比較し17ポイント以上の開きがあります。

一方、同様に「なかなか子離れできていない自分がある」と回答した東海エリアの父親の回答は17.5%で、3エリアの父母のうち最も低い結果に。また全9項目のうち全国平均を上回るのは2項目のみ、さらに全国平均を下回る回答項目が2項目あるなど、総じて父母間の温度差が顕著な結果となりました。

こうした母親の以降を受けるかのように、子どもも積極的に母親に相談をする傾向にあるようです。「相談や話を持ちかけるのは、あなたご自身とお子様のどちらからが多いですか」との問い（次頁の表2をご参照ください）に対し、東海エリアの母親の回答で「子どもからの問いかけが多い」と回答したのが31.3%と、全国平均（21.7%）と比較し、10ポイント近く高く、他エリアの父母と比較しても際立って高い結果と高い結果となりました。

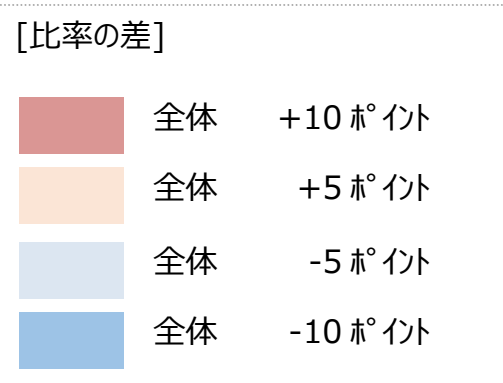
これらのことから、東海エリアでは母親が子どもの就活にフルコミットし、それを受け子どもからも相談をもちかける、といった相互関係があることが見て取れます。

【本件についての報道関係のお問い合わせ先】

株式会社ネオキャリア 社長室 広報担当 TEL：03-6756-0420 E-mail：koho@neo-career.co.jp

表1 Q.あなたは、ご自身のお子様、またはお子様の就職に関してどのように考えますか（複数回答）。

※上段=n、下段=%



		N	子供に、就職して欲しい企業とそうでない企業がある	子供が内定を貰った企業でも、企業によっては子供に内定辞退を促す	子供の就職活動はしっかりと親の意見も反映して進めるべきである	周りに流されず、自分だけで決めて欲しい	時代は変わったとはいえ、ご自身の就活時と比較してしまう	名前だけで企業を判断してしまうことがある	なかなか子離れできていない自分がいる	地元に残ってみたいと伝えたいことがある、出来ることなら、地元に残ってみたい	自分の介護の心配があり、その話をしたことがある	無回答
親(全体)		618	350 56.6	136 22.0	112 18.1	346 56.0	235 38.0	231 37.4	183 29.6	168 27.2	47 7.6	51 8.3
父・母別	父親計	309	173 56.0	76 24.6	60 19.4	184 59.5	121 39.2	111 35.9	59 19.1	73 23.6	24 7.8	29 9.4
	母親計	309	177 57.3	60 19.4	52 16.8	162 52.4	114 36.9	120 38.8	124 40.1	95 30.7	23 7.4	22 7.1
父母・エリア別	首都圏エリア_父親	103	62 60.2	29 28.2	18 17.5	63 61.2	38 36.9	35 34.0	21 20.4	13 12.6	9 8.7	10 9.7
		首都圏エリア_母親	103	60 58.3	10 9.7	10 9.7	50 48.5	42 40.8	36 35.0	38 36.9	22 21.4	6 5.8
	東海エリア_父親	103	50 48.5	24 23.3	20 19.4	53 51.5	38 36.9	44 42.7	18 17.5	34 33.0	9 8.7	14 13.6
		東海エリア_母親	103	65 63.1	28 27.2	25 24.3	48 46.6	39 37.9	45 43.7	52 50.5	44 42.7	9 8.7
	関西エリア_父親	103	61 59.2	23 22.3	22 21.4	68 66.0	45 43.7	32 31.1	20 19.4	26 25.2	6 5.8	5 4.9
		関西エリア_母親	103	52 50.5	22 21.4	17 16.5	64 62.1	33 32.0	39 37.9	34 33.0	29 28.2	8 7.8

## 2) 就職先は“ブランド志向”? 父母ともに「企業を名前で判断する」が全国平均を上回る

就職先の決定においても、東海エリアの親は他のエリアと比較し関与したがる傾向にあるようです。表1にあるように、「(企業の)名前だけで企業を判断してしまう」への回答では、東海エリアの父親は42.7%、母親は43.7%と、いずれも全体平均

(37.4%)を上回ります。同じく、「子供が内定を貰った企業でも、企業によっては子供に内定辞退を促す」と回答した母親は27.2%と全体平均から5ポイント以上高い結果に。これらのことから、ブランド企業など「親として入ってほしい企業」を持つ親が多く、さらに最終的な就職先の選定にも関わる、関わりたいと考える親が三大都市圏で顕著であると考えられます。

子どもの意思決定にも影響を与える東海の母親に対しては、オヤカクならぬ“ハハ(母)カク”が必要なのかもしれません。

**ニュースレターは次頁以降も続きます**

表2 Q.あなたは、ご自身のお子様、またはお子様の就職に関してどのように考えますか。 ※上段=n、下段=%

		N	親からの問い合わせ	子供からの問い合わせ	ご自身とお子様からの問い合わせは半々程度
親(全体)		543	268 49.4	118 21.7	157 28.9
父母別	父親計	257	141 54.9	49 19.1	67 26.1
	母親計	286	127 44.4	69 24.1	90 31.5
父母・エリア別	首都圏エリア_父親	86	47 54.7	18 20.9	21 24.4
		首都圏エリア_母親	95	45 47.4	20 21.1
	東海エリア_父親	84	42 50.0	16 19.0	26 31.0
		東海エリア_母親	96	39 40.6	30 31.3
	関西エリア_父親	87	52 59.8	15 17.2	20 23.0
		関西エリア_母親	95	43 45.3	19 20.0

【本件についての報道関係のお問い合わせ先】

株式会社ネオキャリア 社長室 広報担当 TEL: 03-6756-0420 E-mail: koho@neo-career.co.jp

### 3) やっぱり地元がナンバーワン！ 際立つ地元志向は相変わらず

「地元に残ってほしいと伝えたことがある、できることなら地元に残ってほしい」に対する回答は、東海エリアならではの結果となりました。父は33.0%が、母は42.7%がこれに同意しており、これは全体平均(27.2%)から大きくプラスとなっています。このことは、特に首都圏エリアの父母(父親12.6%、母親21.4%)とのコントラストが顕著です。

別の設問(表3)でも、「企業名・所在地・連絡先を把握しておきたい」「福利厚生(住居、保険、年金、財形、福利厚生施設、交通費、家賃補助、子育て支援、資格支援など)を把握したい」傾向が東海エリアの母には顕著。特に「企業名・所在地・連絡先を把握しておきたい」は89.3%と、全体平均(73.9%)と15ポイント以上高い結果に。東海地方では“地元に残ってほしい”と考える親が多いということが再確認できます。

これまで述べた東海エリアの傾向は、日本経済新聞の2016年5月1日の記事「かれんとスコープ 地元志向、親のため？ 進学・就職…少子化で異変」(※)にもあるとおり、親だけでなく企業など地元経済界の働きかけもあり、顕著であると考えられるのかもしれませんが。

※1 <https://style.nikkei.com/article/DGXMZO99502760R10C16A4TZD000>

同様に、NHK「クローズアップ現代」の2017年6月26日の特集「“卒母”宣言 子離れできますか」(※2)でも、親が子離れする「卒親」の難しさが語られました。番組中、山田昌弘さん(社会学者・中央大学教授)は、「やっぱり心理的にも自分が子どもから必要とされたい、必要とされ続けたいという気持ちがすごく強いですね。」と述べるように、親、特に母親にこの傾向があるように読み取れます。

※2 <https://www.nhk.or.jp/gendai/articles/3998/index.html>

表3 あなたは、ご自身のお子様就職先を決定する(内定の承諾)にあたり、どの程度その企業のことを知っておきたいと思えますか。 ※上段=n、下段=%

		N	企業名・所在地・連絡先を把握しておきたい	企業の事業内容や規模を把握しておきたい	経営状況や競合情報、経営方針を把握しておきたい	経営者のひとりごとを把握したい	従業員や社風を把握したい	労働時間や休日などの就業規則を把握したい	福利厚生(住居、保険、年金、財形)福利厚生施設、交通費、家賃補助、子育て支援、資格支援などを把握したい	給与、賞与、手当などを把握したい	企業のこととは把握して無くていい
親(全体)		618	457 73.9	405 65.5	208 33.7	72 11.7	202 32.7	275 44.5	238 38.5	226 36.6	34 5.5
父母別	父親計	309	203 65.7	200 64.7	115 37.2	38 12.3	101 32.7	109 35.3	93 30.1	97 31.4	29 9.4
	母親計	309	254 82.2	205 66.3	93 30.1	34 11.0	101 32.7	166 53.7	145 46.9	129 41.7	5 1.6
父母・エリア別	首都圏エリア_父親	103	68 66.0	68 66.0	36 35.0	14 13.6	32 31.1	32 31.1	32 31.1	37 35.9	13 12.6
	首都圏エリア_母親	103	82 79.6	70 68.0	37 35.9	13 12.6	43 41.7	58 56.3	44 42.7	44 42.7	1 1.0
	東海エリア_父親	103	69 67.0	65 63.1	37 35.9	11 10.7	30 29.1	39 37.9	27 26.2	33 32.0	7 6.8
	東海エリア_母親	103	92 89.3	65 63.1	29 28.2	10 9.7	31 30.1	53 51.5	50 48.5	37 35.9	0 0.0
	関西エリア_父親	103	66 64.1	67 65.0	42 40.8	13 12.6	39 37.9	38 36.9	34 33.0	27 26.2	9 8.7
	関西エリア_母親	103	80 77.7	70 68.0	27 26.2	11 10.7	27 26.2	55 53.4	51 49.5	48 46.6	4 3.9

【本件についての報道関係のお問い合わせ先】

株式会社ネオキャリア 社長室 広報担当 TEL: 03-6756-0420 E-mail: koho@neo-career.co.jp

## 調査概要

- 調査目的 「オヤカク」について、親の意識・意向や行動、また企業の意識・意向や行動の最新状況を把握する
- 調査対象  
親：2018年3月に大学／大学院を卒業する子弟をもつ、  
首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）、関西（京都府、大阪府、兵庫県、奈良県）、東海（愛知県、岐阜県、三重県）在住の69歳までの男女  
  
企業：主として採用業務に携わる、全国の20～69歳の男女
- 調査方法 マクロミル社の調査モニターを用いたインターネットによるアンケート調査
- 集計対象期間  
スクリーニング調査：2018年1月30日～2月1日  
本調査：2018年2月2日～2月5日
- 集計数  
スクリーニング調査：49,000サンプル（親） 81,000サンプル（企業）  
本調査有効回答数：618サンプル（親） 310サンプル（企業）
- 調査委託先 株式会社マクロミル

調査結果詳細は、弊社コーポレートサイトにて公開中です。

URL <https://www.neo-career.co.jp/news/4929>

エリアごとの調査結果詳細のご提示も可能です。お気軽にお問い合わせください。

### ■ ネオキャリアの概要

商号：株式会社ネオキャリア (<http://www.neo-career.co.jp/>)

所在地：【本社】東京都新宿区西新宿1-22-2 新宿サンエービル2F

代表者：代表取締役 西澤亮一

事業概要：新卒採用支援事業、中途採用支援事業、HRプラットフォーム事業、保育・医療系人材紹介、介護・一般派遣事業、海外中途人材紹介事業、BPOサービス、人事制度・組織改革支援事業 他

【本件についての報道関係のお問い合わせ先】

株式会社ネオキャリア 社長室 広報担当 TEL：03-6756-0420 E-mail：koho@neo-career.co.jp