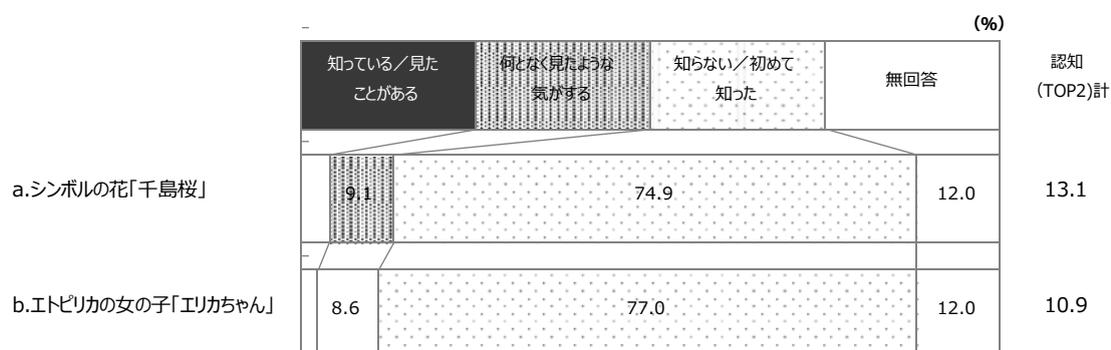


2) 北方領土返還要求運動のシンボル・キャラクター認知

北方領土返還要求運動のシンボルの花「千島桜」の認知度をみると、「知っている/見たことがある」「何となく見たことがある」を含め、認知度(TOP2)は13.1%、北方領土に関する啓発用政府広報キャラクターエトピリカの女の子「エリカちゃん」の認知度(TOP2)は10.9%となっている。

- 北海道に支社がある/ないによって、認知度に差異は見られない。
- 他の年代に比べ、50代以上における「シンボル」「キャラクター」の認知はやや高い。

Q5. あなたは、北方領土返還要求運動のシンボルの花「千島桜」、北方領土問題に関する啓発用政府広報キャラクター、エトピリカの女の子「エリカちゃん」をご存知ですか？



【北方領土返還要求運動のシンボルの花「千島桜」】



		0%	20%	40%	60%	80%	100%	TOP2
		知っている/見たことがある	何となく見たような気がする	知らない/初めて知った	不明			
全体	(n=474)	4.0	9.1	74.9			12.0	13.1
業種	建設業 (n=24)	12.5	83.3				4.2	12.5
	製造業 (n=142)	2.1	9.2	78.9			9.2	12.0
	情報・通信 (n=47)	4.3	8.5	74.5			12.8	12.8
	卸売・小売業 (n=104)	3.8	11.5	73.1			11.5	15.4
	運輸・サービス・金融、その他 (n=142)	4.9	7.7	71.8			15.5	12.7
北海道に支社	支社あり (n=243)	2.5	11.5	77.0			8.6	14.4
	支社なし (n=206)	5.8	7.3	80.6			6.3	13.1
啓発活動取組	取組可能性あり (n=67)	10.4	13.4	76.1			0.0	23.8
	会社として是非取組みたい (n=1)			100.0			0.0	0.0
	社内の反応を見ながら会社として前向きに考えたい (n=19)	15.8	10.5	73.7			0.0	26.3
	全社的には難しいが、社内の特定部署、事業所・支社単位での取組みの可能性はある (n=47)	8.5	14.9	76.6			0.0	23.4
CSR 活動全般の取組	部署単位、事業所・支社といった個別の対応を含め、会社として取組むのは難しい (n=306)	3.3	9.5	87.3			0.0	12.8
	取組 高 (n=79)	2.1	12.7	62.0			22.8	15.2
	取組 中 (n=159)	6.3	8.2	74.2			11.3	14.5
北方領土問題啓発取組意向<社外>	取組 低 (n=236)	3.0	8.5	79.7			8.9	11.5
	取組意向 あり (n=114)	7.0	14.9	78.1			0.0	21.9
北方領土問題啓発取組意向<社内>	取組意向 なし (n=360)	3.3	7.2	73.9			15.8	10.3
	取組意向 あり (n=155)	5.8	13.5	80.6			0.0	19.3
啓発活動を行う若者への評価(TB)	取組意向 なし (n=319)	3.1	6.9	72.1			17.9	10.0
	社会に対する問題意識が高い若者は評価する (n=117)	4.3	9.4	86.3			0.0	13.7
	そのような若者を積極的に自社で採用したい (n=10)	10.0			90.0			0.0
啓発活動を行う若者への評価(TOP2)	啓発活動への参加は、考えるだけでなく行動している点を評価する (n=80)	5.0	7.5	87.5			0.0	12.5
	社会に対する問題意識が高い若者は評価する (n=327)	4.3	12.2	83.5			0.0	16.5
	そのような若者を積極的に自社で採用したい (n=117)	5.1	14.5	80.3			0.0	19.6
回答者年齢	啓発活動への参加は、考えるだけでなく行動している点を評価する (n=314)	4.5	11.8	83.8			0.0	16.3
	20-30代 (n=115)	5.2	7.0	79.1			8.7	12.2
	40代 (n=159)	3.4	4.4	80.5			11.3	8.2
50代以上 (n=174)	4.0	15.5	76.4			4.0	19.5	

*サンプル数が30未満は参考値として掲載

【北方領土に関する啓発用政府広報キャラクター エトピリカの「エリカちゃん」】



		0%	20%	40%	60%	80%	100%	TOP2
		知っている/見たことがある	何となく見たような気がする	知らない/初めて知った	不明			
全体	(n=474)	8.6	77.0			12.0		10.9
業種	建設業 (n=24)	12.5	83.3			4.2		12.5
	製造業 (n=142)	6.3	81.7			9.2		9.2
	情報・通信 (n=47)	6.4	8.5	72.3		12.8		14.9
	卸売・小売業 (n=104)	11.5	75.0			11.5		13.5
	運輸・金融・サービス、その他 (n=142)	7.7	76.1			15.5		8.5
北海道に支社	支社あり (n=243)	9.1	80.2			8.6		11.2
	支社なし (n=206)	9.2	81.6			6.3		12.1
啓発活動取組	取組可能性あり計 (n=67)	6.0	13.4	80.6		0.0		19.4
	会社として是非取組みたい (n=1)	0.0	100.0			0.0		0.0
	社内の反応を見ながら会社として前向きに考えたい (n=19)	5.3	15.8	78.9		0.0		21.1
	全社的には難しいが、社内の特定部署、事業所・支社単位での取組の可能性がある (n=47)	6.4	12.8	80.9		0.0		19.2
CSR 活動全般の取組	部署単位、事業所・支社といった個別の対応を含め、会社として取組むのは難しい (n=306)	8.5	89.5			0.0		10.5
	取組 高 (n=79)	11.4	65.8			22.8		11.4
	取組 中 (n=159)	10.7	75.5			11.3		13.2
北方領土問題啓発取組意向<社外>	取組意向 あり (n=114)	3.5	14.0	82.5		0.0		17.5
	取組意向 なし (n=360)	6.9	75.3			15.8		8.8
北方領土問題啓発取組意向<社内>	取組意向 あり (n=155)	3.2	12.9	83.9		0.0		16.1
	取組意向 なし (n=319)	6.6	73.7			17.9		8.5
啓発活動を行う若者への評価(TB)	社会に対する問題意識が高い若者を評価する (n=117)	4.3	8.5	87.2		0.0		12.8
	そのような若者を積極的に自社で採用したい (n=10)	10.0		90.0		0.0		10.0
	啓発活動への参加は、考えるだけでなく行動している点を評価する (n=80)	3.8	5.0	91.3		0.0		8.8
啓発活動を行う若者への評価(TOP2)	社会に対する問題意識が高い若者を評価する (n=327)	11.0	86.9			0.0		13.1
	そのような若者を積極的に自社で採用したい (n=117)	9.4	87.2			0.0		12.8
	啓発活動への参加は、考えるだけでなく行動している点を評価する (n=314)	10.8	87.3			0.0		12.7
回答者年齢	20-30代 (n=115)	6.1	81.7			8.7		9.6
	40代 (n=159)	7.5	79.9			11.3		8.8
	50代以上 (n=174)	12.1	81.0			4.0		15.0

*サンプル数が 30 未満は参考値として掲載