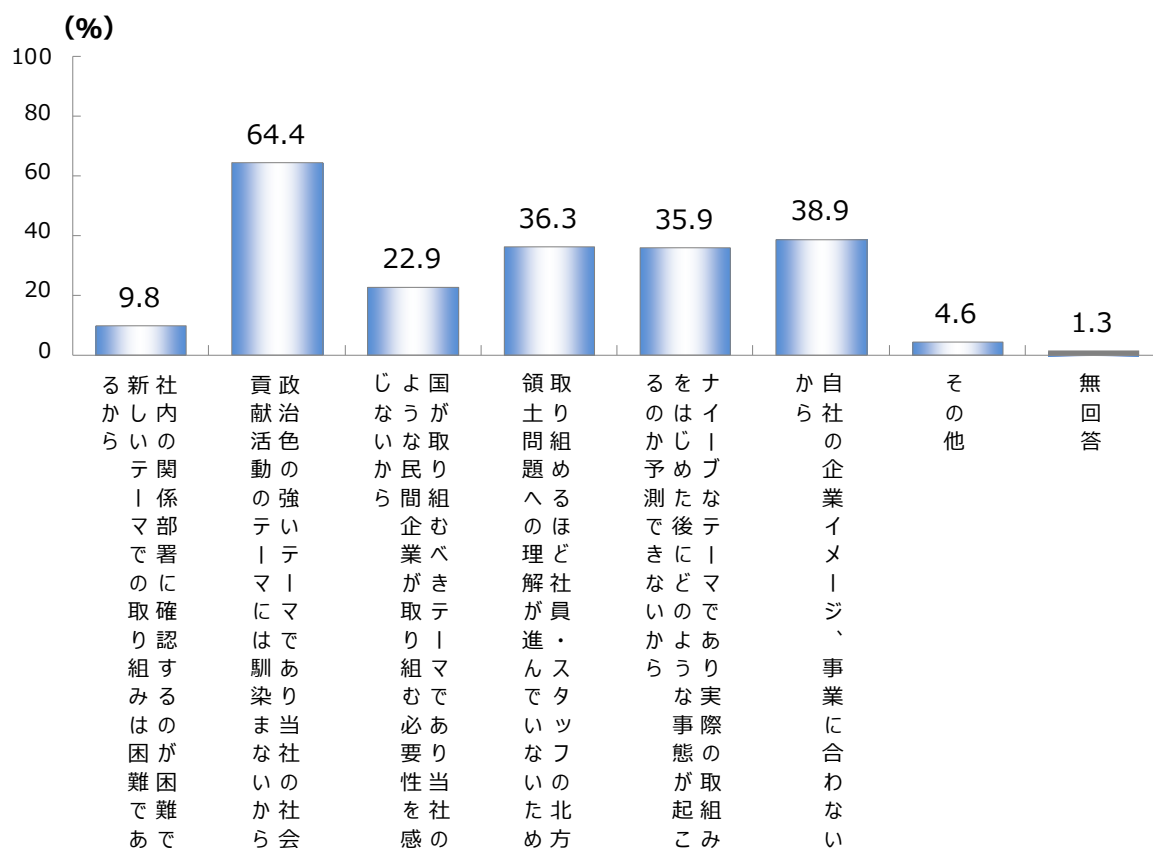


5)「北方領土問題」啓発活動に取り組むのが難しい理由

「会社として取り組むのは難しい」と回答した理由としては、「政治色の強いテーマであり当社の社会貢献活動のテーマには馴染まないから」(64.4%)との回答が目立っている。

- 20-30代では「自社の企画イメージ、事業に合わないから」、40代では「取り組めるほど社員・スタッフの北方領土への理解が進んでいないから」50代以上では「国が取り組むべきテーマであり当社のような民間企業が取り組む必要性を感じないから」が他の年代より高くなった。
- CSR活動全般への取り組みが高い企業は「政治色が強い」ことを理由に挙げる割合が高くなっている。

Q11. 「部署単位、事業所・支社といった個別の対応を含め、会社として取り組むのは難しい」とお答えになった理由を以下の中からお選びください。
(Q10 で「北方領土問題」啓発活動に取り組むのは難しいと回答した企業ベース(n=306))



※TOP2:「会社として是非取り組みたい」と「社内の反応を見ながら会社として前向きに考えたい」の合計、TOP3:TOP2と「全社的には難しいが、社内の特定期間、事業所・支社単位での取り組みの可能性はある」の合計

<詳細>

		(%)														
		n=	困難 は困難 である から	社内 の関 係部 署に 確認 する の取 組が	社会 的貢 献活 動の テーマ あり は当 社	政治 的強 いテ ーマ あり は当 社	必要 性の 感じ ない から	当社の 取組 むべき 企業 取組 り	国が 取り 組む べき 企業 取組 り	でい ない ため の社 員・ スタ ッフ	取り 組め るほ ど社 理・ 解が 進ん だ	態が 起る のか 予測 でき ない から	ナイ ーブ なテ ーマ であ り実 際の 取組 み	わな いの 企業 イメ ージ 、事 業に 合	そ の 他	無 回 答
全体		306	9.8	64.4	22.9	36.3	35.9	38.9	4.6	1.3						
業種	建設業	13	7.7	61.5	46.2	38.5	46.2	23.1	0.0	0.0						
	製造業	103	○ 15.5	○ 71.8	26.2	36.9	36.9	○ 44.7	4.9	1.0						
	食料品	15	20.0	80.0	20.0	40.0	46.7	46.7	0.0	0.0						
	化学	21	14.3	76.2	23.8	42.9	33.3	47.6	4.8	4.8						
	鉄鋼・非鉄金属・金属製品	9	0.0	44.4	11.1	44.4	33.3	11.1	22.2	0.0						
	機械	20	0.0	70.0	40.0	30.0	40.0	40.0	0.0	0.0						
	電気機器	18	22.2	77.8	27.8	27.8	33.3	61.1	5.6	0.0						
	輸送用機器	10	30.0	60.0	20.0	50.0	20.0	30.0	0.0	0.0						
	その他製品	10	30.0	80.0	30.0	30.0	50.0	60.0	10.0	0.0						
	情報・通信業	31	6.5	▲ 48.4	▲ 9.7	○ 41.9	△ 29.0	41.9	6.5	○ 6.5						
	卸売業・小売業	67	9.0	▲ 52.2	26.9	35.8	35.8	35.8	4.5	0.0						
	卸売業	22	18.2	77.3	13.6	22.7	40.9	36.4	0.0	0.0						
	小売業	45	△ 4.4	▲ 40.0	◎ 33.3	○ 42.2	33.3	35.6	6.7	0.0						
	運輸・金融・サービス業、その他	83	6.0	68.7	△ 15.7	34.9	38.6	36.1	4.8	1.2						
	運輸	4	0.0	100.0	25.0	75.0	0.0	50.0	0.0	0.0						
金融（銀行業・保険業等）	13	7.7	76.9	7.7	23.1	38.5	23.1	0.0	0.0							
サービス業	33	△ 3.0	○ 69.7	18.2	33.3	39.4	◎ 51.5	0.0	0.0							
その他	33	9.1	60.6	△ 15.2	36.4	○ 42.4	▲ 24.2	○ 12.1	3.0							
無回答	9	0.0	88.9	33.3	22.2	11.1	33.3	0.0	0.0							
年代	20-30代	70	10.0	67.1	▲ 11.4	△ 30.0	35.7	○ 48.6	7.1	-						
	40代	110	10.0	60.9	18.2	○ 42.7	31.8	△ 30.9	4.5	0.9						
	50代以上	123	9.8	66.7	◎ 33.3	34.1	40.7	41.5	3.3	2.4						
北海道に支社	支社あり	154	9.7	○ 72.1	21.4	31.8	39.0	37.0	1.9	1.3						
	支社なし	151	9.9	△ 57.0	23.8	41.1	33.1	41.1	7.3	1.3						
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 者だと評価する	72	11.1	61.1	27.8	◎ 48.6	38.9	40.3	5.6	-						
	そのような若者を積極的に自社で 採用したい	3	-	66.7	-	33.3	66.7	66.7	33.3	-						
	啓発活動への参加など、考えるだ けでなく行動している点を評価する	48	△ 4.2	▲ 54.2	25.0	○ 41.7	○ 41.7	39.6	8.3	-						
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 者だと評価する	239	10.0	62.3	22.2	40.2	34.7	38.1	5.9	0.4						
	そのような若者を積極的に自社で 採用したい	68	10.3	△ 57.4	25.0	○ 45.6	△ 30.9	38.2	5.9	-						
	啓発活動への参加など、考えるだ けでなく行動している点を評価する	229	9.6	62.4	21.0	39.3	34.9	38.9	5.7	0.4						
CSR 活動全 般の取組	取組 高	35	11.4	◎ 80.0	▲ 5.7	▲ 25.7	40.0	▲ 28.6	8.6	2.9						
	取組 中	102	10.8	◎ 75.5	27.5	○ 43.1	○ 41.2	○ 45.1	3.9	-						
	取組 低	169	8.9	▲ 54.4	23.7	34.3	32.0	37.3	4.1	1.8						
北方領土問題啓発 取組意向 <社外>	取組意向 あり	41	14.6	▲ 53.7	24.4	○ 41.5	▲ 22.0	▲ 26.8	○ 12.2	-						
	取組意向 なし	265	9.1	66.0	22.6	35.5	38.1	40.8	3.4	1.5						
北方領土問題啓発 取組意向 <社内>	取組意向 あり	77	○ 15.6	63.6	19.5	○ 45.5	33.8	△ 31.2	○ 10.4	-						
	取組意向 なし	229	7.9	64.6	24.0	33.2	36.7	41.5	2.6	1.7						

*サンプル数が30未満は参考値として掲載

※ ◎:全体より10%以上高い、○:全体より5%以上高い、▲:全体より10%以上低い、△:全体より5%以上低い