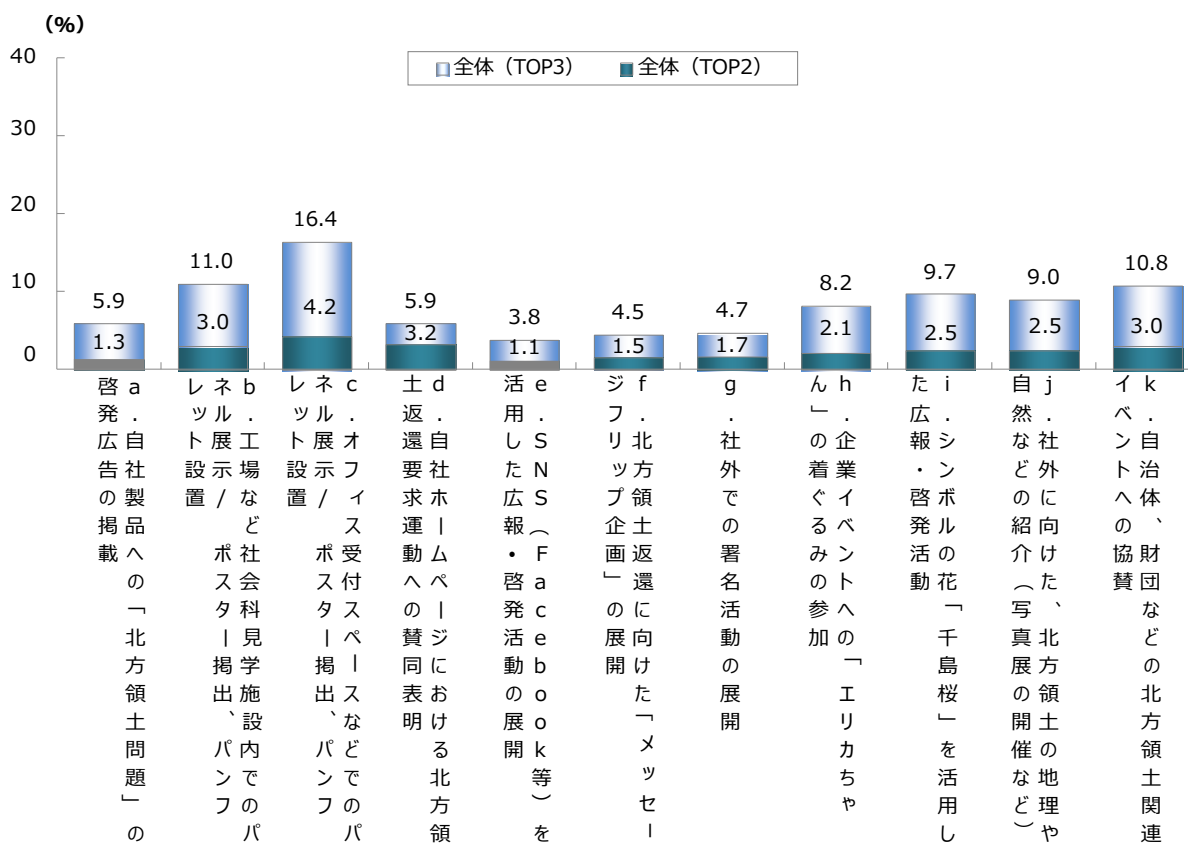


6) 具体的な「北方領土問題」啓発活動への取り組み意向(社外)

社外に向けた具体的な「北方領土問題」啓発活動への取り組み意向をみると、「オフィス受付スペースなどでのパネル展示/ポスター掲出、パンフレット設置」の意向が比較的高く、「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」まで含めたスコアは、16.4%にのぼる。

- 啓発活動を行う若者への評価が高い企業は、全般的に社外への取り組み意向が高く、「工場など社会科見学施設内でのパネル展示/ポスター掲出、パンフレット設置」「自治体、財団などの北方領土関連イベントへの協賛」への意向が高め。

Q12. 「北方領土問題」の啓発活動に関する以下に挙げたような活動(社外に向けた取り組み)について、御社のご意見に最も近いものを各々お知らせください。一定期間での取り組みでも結構です。



※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、社内の特定部署、事業所・支社単位での取組みの可能性はある」の合計

< 詳細【a. 自社製品への「北方領土問題」の啓発広告の掲載】 >

		n=	会社として是非取り組みたい	社内の反応を見ながら会社として前向きに考えたい	特定の部署、事業所・支社単位での取組の可能性がある	全社的には難しいが、社内での取組むのは難しい	部署単位、事業所・支社といった個別の対応を含め、会社として不明	TOP2	TOP3
全体		474	-	1.3	4.6	73.4	20.7	1.3	5.9
業種	建設業	24	-	4.2	16.7	70.8	8.3	4.2	20.8
	製造業	142	-	0.0	5.6	78.2	16.2	0.0	5.6
	食料品	19	-	0.0	5.3	89.5	5.3	0.0	5.3
	化学	23	-	0.0	0.0	91.3	8.7	0.0	0.0
	鉄鋼・非鉄金属・金属製品	13	-	0.0	7.7	69.2	23.1	0.0	7.7
	機械	28	-	0.0	10.7	78.6	10.7	0.0	10.7
	電気機器	29	-	0.0	6.9	69.0	24.1	0.0	6.9
	輸送用機器	18	-	0.0	5.6	72.2	22.2	0.0	5.6
	その他製品	12	-	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0
	情報・通信業	47	-	0.0	4.3	74.5	21.3	0.0	4.3
	卸売業・小売業	104	-	2.9	3.8	70.2	23.1	2.9	6.7
	卸売業	39	-	2.6	5.1	▲ 61.5	◎ 30.8	2.6	7.7
	小売業	65	-	3.1	3.1	75.4	18.5	3.1	6.2
	運輸・金融・サービス業、その他	142	-	1.4	2.8	71.1	24.6	1.4	4.2
	運輸	10	-	0.0	10.0	60.0	30.0	0.0	10.0
	金融（銀行業・保険業等）	27	-	0.0	0.0	55.6	44.4	0.0	0.0
	サービス業	51	-	3.9	5.9	74.5	△ 15.7	3.9	9.8
	その他	54	-	0.0	0.0	77.8	22.2	0.0	0.0
	無回答	15	-	0.0	0.0	73.3	26.7	0.0	0.0
北海道に	支社あり	243	-	1.2	5.3	75.7	17.7	1.2	6.5
支社	支社なし	206	-	1.5	4.4	○ 78.6	△ 15.5	1.5	5.9
啓発活動取組	取組可能性あり計	67	-	○ 7.5	◎ 26.9	▲ 59.7	▲ 6.0	○ 7.5	◎ 34.4
	会社として是非取り組みたい	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	19	-	26.3	15.8	42.1	15.8	26.3	42.1
	全社的には難しいが、社内での取組むの可能性がある	47	-	-	◎ 31.9	△ 66.0	▲ 2.1	0.0	◎ 31.9
CSR 活動全般の取組	取組 高	79	-	1.3	7.6	▲ 59.5	◎ 31.6	1.3	8.9
	取組 中	159	-	1.3	4.4	74.2	20.1	1.3	5.7
	取組 低	236	-	1.3	3.8	77.5	17.4	1.3	5.1
北方領土問題啓発取組意向<社外>	取組意向 あり	114	-	5.3	◎ 19.3	71.9	▲ 3.5	5.3	◎ 24.6
	取組意向 なし	360	-	-	-	73.9	○ 26.1	0.0	0.0
北方領土問題啓発取組意向<社内>	取組意向 あり	155	-	3.9	○ 13.5	○ 78.7	▲ 3.9	3.9	◎ 17.4
	取組意向 なし	319	-	-	0.3	70.8	○ 28.8	0.0	△ 0.3
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	117	-	5.1	○ 11.1	○ 81.2	▲ 2.6	5.1	◎ 16.2
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	10	-	10.0	20.0	70.0	-	10.0	30.0
	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	80	-	5.0	8.8	○ 82.5	▲ 3.8	5.0	○ 13.8
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だと評価する	327	-	1.8	5.8	◎ 87.5	▲ 4.9	1.8	7.6
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	117	-	3.4	○ 12.0	○ 82.9	▲ 1.7	3.4	○ 15.4
	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	314	-	1.9	6.1	◎ 87.9	▲ 4.1	1.9	8.0
年代	20-30代	115	-	1.7	7.0	73.0	18.3	1.7	8.7
	40代	159	-	0.6	3.1	74.2	22.0	0.6	3.7
	50代以上	174	-	1.7	4.6	○ 81.6	△ 12.1	1.7	6.3

*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

<詳細【b.工場など社会科見学施設内でのパネル展示/ポスター掲出、パンフレット設置】>

		n=	会社として是非取り組みたい	社内の反応を見ながら会社として前向きに考えたい	取組みの可能性はある	全社的には難しいが、社内での特定部署、事業所・支社単位での取組むのは難しい	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	不明	TOP2	TOP3
全体		474	-	3.0	8.0	67.9	21.1	3.0	11.0	
業種	建設業	24	-	12.5	25.0	54.2	8.3	12.5	37.5	
	製造業	142	-	2.1	9.9	71.8	16.2	2.1	12.0	
	食料品	19	-	5.3	10.5	78.9	5.3	5.3	15.8	
	化学	23	-	0.0	4.3	82.6	13.0	0.0	4.3	
	鉄鋼・非鉄金属・金属製品	13	-	0.0	15.4	61.5	23.1	0.0	15.4	
	機械	28	-	3.6	14.3	75.0	7.1	3.6	17.9	
	電気機器	29	-	0.0	3.4	72.4	24.1	0.0	3.4	
	輸送用機器	18	-	5.6	16.7	55.6	22.2	5.6	22.2	
	その他製品	12	-	0.0	8.3	66.7	25.0	0.0	8.3	
	情報・通信業	47	-	0.0	△ 2.1	○ 76.6	21.3	0.0	2.1	
	卸売業・小売業	104	-	3.8	4.8	68.3	23.1	3.8	8.7	
	卸売業	39	-	5.1	△ 2.6	△ 61.5	○ 30.8	5.1	7.7	
	小売業	65	-	3.1	6.2	72.3	18.5	3.1	9.2	
	運輸・金融・サービス業、その他	142	-	2.8	8.5	△ 62.7	26.1	2.8	11.3	
	運輸	10	-	10.0	10.0	50.0	30.0	10.0	20.0	
	金融（銀行業・保険業等）	27	-	0.0	0.0	55.6	44.4	0.0	0.0	
	サービス業	51	-	5.9	7.8	66.7	19.6	5.9	13.7	
	その他	54	-	0.0	13.0	64.8	22.2	0.0	13.0	
	無回答	15	-	0.0	0.0	73.3	26.7	0.0	0.0	
	北海道に	支社あり	243	-	3.3	11.1	67.9	17.7	3.3	14.4
支社	支社なし	206	-	2.9	5.3	○ 75.2	16.5	2.9	8.2	
啓発活動取組	取組可能性あり計	67	-	◎ 17.9	◎ 31.3	▲ 41.8	▲ 9.0	○ 17.9	◎ 49.2	
	会社として是非取り組みたい	1	-	100.0	-	-	-	100.0	100.0	
	社内の反応を見ながら会社として前向きに考えたい	19	-	42.1	15.8	26.3	15.8	42.1	57.9	
	全社的には難しいが、社内での特定部署、事業所・支社単位での取組むの可能性がある	47	-	6.4	◎ 38.3	▲ 48.9	▲ 6.4	6.4	◎ 44.7	
CSR 活動全般の取組	取組 高	79	-	3.8	○ 13.9	▲ 50.6	◎ 31.6	3.8	17.7	
	取組 中	159	-	3.8	7.5	67.3	21.4	3.8	11.3	
	取組 低	236	-	2.1	6.4	○ 74.2	17.4	2.1	8.5	
北方領土問題啓発取組意向<社外>	取組意向 あり	114	-	○ 12.3	◎ 33.3	▲ 50.0	▲ 4.4	12.3	◎ 45.6	
	取組意向 なし	360	-	-	-	○ 73.6	○ 26.4	0.0	0.0	
北方領土問題啓発取組意向<社内>	取組意向 あり	155	-	○ 9.0	◎ 23.2	△ 62.6	▲ 5.2	9.0	◎ 32.2	
	取組意向 なし	319	-	-	△ 0.6	70.5	○ 28.8	0.0	△ 0.6	
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	117	-	○ 9.4	○ 14.5	72.6	▲ 3.4	9.4	◎ 23.9	
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	10	-	30.0	10.0	60.0	-	30.0	40.0	
	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	80	-	○ 10.0	12.5	72.5	▲ 5.0	10.0	○ 22.5	
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	327	-	4.0	11.0	◎ 79.8	▲ 5.2	4.0	15.0	
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	117	-	○ 8.5	○ 16.2	○ 73.5	▲ 1.7	8.5	○ 24.7	
	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	314	-	4.5	10.5	◎ 80.9	▲ 4.1	4.5	15.0	
年代	20-30代	115	-	3.5	10.4	67.0	19.1	3.5	13.9	
	40代	159	-	3.1	6.9	67.9	22.0	3.1	10.0	
	50代以上	174	-	2.9	8.0	○ 76.4	△ 12.6	2.9	10.9	

*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