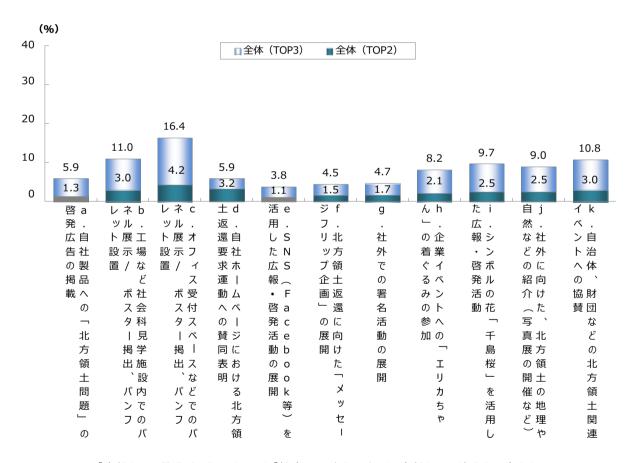
6) 具体的な「北方領土問題」啓発活動への取り組み意向(社外)

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】>

									(%)
			会	て社	取定全	てた部		Т	Т
			社	前 内	組部社	取個署		0	0
			٤	向の	み署的	組別単	不	Р	Р
			L	き 反	の、に	むの位		2	3
			τ	に応	可事は	の対、			
			是	考を	能業難	は応事	明		
			非	え 見	性所し	難を業			
			取	たな	は・い	し含所			
			b b	いが	あ支が	いめ・			
			組	5	る社、	、支			
			み	会	単社	会社			
			た	社	位内	社と			
			Cı	٤	での	とい			
[A //		n=		U .	の特	しっ			
全体	[24-70 N/	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
II. V= **	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
	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	19	-	26.3	15.8	42.1	15.8	26.3	42.1
啓発活動	()								
取組	全社的には難しいが、社内の特定部署、事業	47	-	-	◎ 31.9	△ 66.0	▲ 2.1	0.0	⊚ 31.9
	所・支社単位での取組みの可能性はある	''			w 51.5	△ 00.0		0.0	® 51. 5
	部署単位、事業所・支社といった個別の対応を含	306	_	0.3	0.7	⊚ 94.4	▲ 4.6	0.3	1.0
	め、会社として取組むのは難しい	300		0.5	0.7	₩ 54.4		0.5	1.0
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	取組意向あり	114	-	5.3		71.9	▲ 3.5	5.3	© 24.6
組意向 <社外>	取組意向 なし	360	_	-		73.9	0 26.1	0.0	0.0
北方領土問題啓発取	取組意向あり	155	_	3.9	O 13.5	0 78.7	▲ 3.9	3.9	© 17.4
組意向<社内>	取組意向 なし	319		3.3	0.3	70.8	O 28.8	0.0	△ 0.3
APPROVED VITE 3%		-	-						
	社会に対する問題意識が高い若者だと評価する	117	-	5.1	0 11.1	○ 81.2	▲ 2.6	5.1	© 16.2
啓発活動を行う若者へ	そのような芸者を積極的に中分で採用した! 、	10		10.0	20.0	70.0		10.0	20.0
	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
の評価(TB)	啓発活動への参加など、考えるだけでなく行動して	00		F 2	0.0	000.5	4 3 6		0 13 0
		80	-	5.0	8.8	○ 82.5	▲ 3.8	5.0	○ 13.8
		1 1				® 07 F			7.0
	いる点を評価する	277		1.0	F 0			1 0	
		327	-	1.8	5.8	◎ 87.5	▲ 4.9	1.8	7.6
政 発活動を行う デ 老 ^	いる点を評価する 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する		-						
啓発活動を行う若者へ	いる点を評価する	327 117	-	1.8 3.4		0 82.9	▲ 4.9 ▲ 1.7	3.4	O 15.4
啓発活動を行う若者へ の評価(TOP2)	いる点を評価する 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい	117	-	3.4	O 12.0	○ 82.9	▲ 1.7	3.4	O 15.4
	いる点を評価する 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 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 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 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	117 314	-	3.4	○ 12.0 6.1	○ 82.9 ◎ 87.9	▲ 1.7 ▲ 4.1	3.4	0 15.4
の評価(TOP2)	いる点を評価する 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 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 20-30代	117 314 115	-	3.4 1.9 1.7	12.06.17.0	○ 82.9 ◎ 87.9 73.0	▲ 1.7 ▲ 4.1 18.3	3.4 1.9 1.7	0 15.4 8.0 8.7
	いる点を評価する 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 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	117 314	- - -	3.4	12.06.17.0	○ 82.9 ◎ 87.9	▲ 1.7 ▲ 4.1	3.4	0 15.4

*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】>

									(%)
		[会	て社	取定全	てた部		Т	T (70)
			社	前内	組部社	取個署		0	0
			٤	向の	み署的	組別単	不	Р	Р
			Ū	き反	の、に	むの位		2	3
			τ	に応	可事は	の対、			
			是	考を	能業難	は 応 事	明		
			非	え 見	性所し	難を業			
			取	たな	は・い	し含所			
			ŋ	いが	あ支が	いめ・			
			組	5	る社、	、支			
			ъ ъ	会	単社	会 社			
			た	社	位 内	社と			
			L)	۲	での	とい			
		n=		U	の特	しっ			
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
小海湾に	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	O 75.2	16.5	2.9	8.2
啓発活動 取組 CSR 活動全般の取組	取組可能性あり計	67		◎ 17.9	◎ 31.3	▲ 41.8	▲ 9.0	0 17.9	◎ 49.2
	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	1	-	100.0	-	-	-	100.0	100.0
	社内の文心を兄なから去社として前回さに考えた	19	-	42.1	15.8	26.3	15.8	42.1	57.9
	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	47	-	6.4	◎ 38.3	▲ 48.9	▲ 6.4	6.4	© 44.7
	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	306	-	0.3	4.6	◎ 90.2	▲ 4.9	0.3	4.9
	取組 高	79		3.8	O 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	07.3	17.4	2.1	8.5
北方領土問題啓発取	取組意向 あり	114		0 12.3	© 33.3	▲ 50.0	17.4 ▲ 4.4	12.3	© 45.6
組意向<社外>	取組意向 なし	360		- 12.3	- 33.3	○ 73.6	0 26.4	0.0	0.0
	TANKE OF THE PROPERTY OF THE P						▲ 5.2	9.0	© 32.2
北方領土問題啓発取	取組章向 あり	155	_	\cap 9 \cap	© 23 2	/\ n/ n/			
北万領土問題啓発取組意向〈社内〉	取組意向 あり 取組意向 ない	155 319	-	O 9.0	◎ 23.2	△ 62.6 70.5			
	取組意向 なし	155 319 117	- -		△ 0.6	70.5	○ 28.8	0.0	△ 0.6
		319	<u>-</u> -	○ 9.0 - ○ 9.4					△ 0.6
	取組意向 なし	319	- - -		△ 0.6	70.5	○ 28.8	0.0	△ 0.6
組意向〈社内〉 啓発活動を行う若者へ	取組意向 なし 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する	319 117	-	- - - - 9.4	△ 0.6 ○ 14.5	70.5 72.6	○ 28.8	0.0 9.4	△ 0.6 ⊚ 23.9
組意向 < 社内> 啓発活動を行う若者へ	取組意向 なし 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 啓発活動への参加など、考えるだけでなく行動して	319 117 10	- - - -	9.4 30.0	△ 0.6 ○ 14.5 10.0	70.5 72.6 60.0	○ 28.8 ▲ 3.4	0.0 9.4 30.0	△ 0.6 ◎ 23.9 40.0
組意向 < 社内> 啓発活動を行う若者へ	取組意向 なし 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 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	319 117 10 80	- - - -	9.4 30.0 0 10.0	△ 0.6 ○ 14.5 10.0 12.5	70.5 72.6 60.0 72.5	○ 28.8 ▲ 3.4 - ▲ 5.0	0.0 9.4 30.0 10.0	△ 0.6 ② 23.9 40.0 ○ 22.5
組意向〈社内〉 啓発活動を行う若者への評価(TB) 啓発活動を行う若者へ	取組意向 なし 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 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 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する	319 117 10 80 327	- - - -	9.4 30.0 0 10.0 4.0	△ 0.6 ○ 14.5 10.0 12.5	70.5 72.6 60.0 72.5 © 79.8	○ 28.8 ▲ 3.4 - ▲ 5.0 ▲ 5.2	0.0 9.4 30.0 10.0 4.0	△ 0.6 ② 23.9 40.0 ○ 22.5 15.0 ○ 24.7
組意向 < 社内> 啓発活動を行う若者への評価(TB) 啓発活動を行う若者への評価(TOP2)	取組意向なし 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 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 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 啓発活動への参加など、考えるだけでなく行動して	319 117 10 80 327 117		9.4 30.0 10.0 4.0	△ 0.6 ○ 14.5 10.0 12.5 11.0 ○ 16.2	70.5 72.6 60.0 72.5 • 79.8 ○ 73.5	○ 28.8 ▲ 3.4 - ▲ 5.0 ▲ 5.2 ▲ 1.7	0.0 9.4 30.0 10.0 4.0 8.5	△ 0.6 ② 23.9 40.0 ○ 22.5 15.0
組意向〈社内〉 啓発活動を行う若者への評価(TB) 啓発活動を行う若者へ	取組意向なし 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 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 社会に対する問題意識が高い若者だと評価する そのような若者を積極的に自社で採用したい 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	319 117 10 80 327 117 314		9.4 30.0 0 10.0 4.0 0 8.5 4.5	△ 0.6 ○ 14.5 10.0 12.5 11.0 ○ 16.2 10.5	70.5 72.6 60.0 72.5 • 79.8 • 73.5 • 80.9	○ 28.8 ▲ 3.4 - ▲ 5.0 ▲ 5.2 ▲ 1.7 ▲ 4.1	0.0 9.4 30.0 10.0 4.0 8.5 4.5	△ 0.6

*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