

<詳細【i.シンボルの花「千島桜」を活用した広報・啓発活動】>

		n=	会社として是非取り組みたい	社内前向きに反応を見ながら会社として	定組の可能性がある	全社的には難しいが、支社単位での特	部署の業務所・支社単位での特	部署の業務所・支社単位での特	不明	TOP2	TOP3
										(%)	(%)
全体		474	-	2.5	7.2	69.2	21.1	2.5	9.7		
業種	建設業	24	-	4.2	12.5	75.0	8.3	4.2	16.7		
	製造業	142	-	1.4	7.7	73.9	16.9	1.4	9.2		
	食料品	19	-	5.3	5.3	84.2	5.3	5.3	10.5		
	化学	23	-	0.0	0.0	87.0	13.0	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	17.9	71.4	10.7	0.0	17.9		
	電気機器	29	-	0.0	6.9	69.0	24.1	0.0	6.9		
	輸送用機器	18	-	5.6	11.1	61.1	22.2	5.6	16.7		
	その他製品	12	-	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0		
	情報・通信業	47	-	2.1	△ 2.1	○ 74.5	21.3	2.1	4.3		
	卸売業・小売業	104	-	3.8	6.7	66.3	23.1	3.8	10.6		
	卸売業	39	-	5.1	5.1	▲ 59.0	○ 30.8	5.1	10.3		
	小売業	65	-	3.1	7.7	70.8	18.5	3.1	10.8		
	運輸・金融・サービス業、その他	142	-	2.1	8.5	△ 64.1	25.4	2.1	10.6		
	運輸	10	-	10.0	0.0	60.0	30.0	10.0	10.0		
	金融（銀行業・保険業等）	27	-	0.0	14.8	40.7	44.4	0.0	14.8		
	サービス業	51	-	3.9	9.8	68.6	17.6	3.9	13.7		
	その他	54	-	0.0	5.6	72.2	22.2	0.0	5.6		
	無回答	15	-	6.7	0.0	66.7	26.7	6.7	6.7		
北海道に 支社	支社あり	243	-	2.5	8.6	71.2	17.7	2.5	11.1		
	支社なし	206	-	2.9	6.3	○ 74.3	16.5	2.9	9.2		
啓発活動 取組	取組可能性あり計	67	-	◎ 14.9	◎ 35.8	▲ 41.8	▲ 7.5	○ 14.9	◎ 50.7		
	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	-	42.1	15.8	26.3	15.8	42.1	57.9		
	全社的には難しいが、社内の特定期間、事業所・支社単位での取組の可能性がある 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	47	-	4.3	◎ 44.7	▲ 46.8	▲ 4.3	4.3	◎ 49.0		
CSR 活動全般の取組	取組 高	79	-	2.5	○ 13.9	▲ 51.9	◎ 31.6	2.5	16.4		
	取組 中	159	-	3.1	6.9	68.6	21.4	3.1	10.0		
	取組 低	236	-	2.1	5.1	○ 75.4	17.4	2.1	7.2		
北方領土問題啓発 取組意向<社外>	取組意向 あり	114	-	○ 10.5	◎ 29.8	▲ 55.3	▲ 4.4	10.5	◎ 40.3		
	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	-	○ 7.7	◎ 21.3	65.8	▲ 5.2	7.7	◎ 29.0		
	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	-	○ 8.5	○ 13.7	○ 75.2	▲ 2.6	8.5	◎ 22.2		
	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	-	○ 8.8	11.3	○ 76.3	▲ 3.8	8.8	○ 20.1		
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	-	3.7	9.5	◎ 81.7	▲ 5.2	3.7	13.2		
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	117	-	6.8	○ 14.5	○ 76.9	▲ 1.7	6.8	○ 21.3		
	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	314	-	3.8	8.9	◎ 83.1	▲ 4.1	3.8	12.7		
年代	20-30代	115	-	2.6	9.6	68.7	19.1	2.6	12.2		
	40代	159	-	1.3	6.3	69.8	22.6	1.3	7.6		
	50代以上	174	-	4.0	6.9	○ 77.0	△ 12.1	4.0	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

<詳細【k.自治体、財団などの北方領土関連イベントへの協賛】>

		(%)								
		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	取組可能性はある	全社的には難しいが、支社内の特定の部署、事業所・支社単位での取組むの対	た部署単位、事業所・支社とい	不明	TOP2	TOP3
全体		474	-	3.0	7.8	68.4	20.9	3.0	10.8	
業種	建設業	24	-	12.5	12.5	66.7	8.3	12.5	25.0	
	製造業	142	-	0.7	7.0	○ 75.4	16.9	0.7	7.7	
	食料品	19	-	5.3	5.3	84.2	5.3	5.3	10.5	
	化学	23	-	0.0	8.7	78.3	13.0	0.0	8.7	
	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	7.1	82.1	10.7	0.0	7.1	
	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	11.1	66.7	22.2	0.0	11.1	
	その他製品	12	-	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0	0.0	
	情報・通信業	47	-	4.3	6.4	68.1	21.3	4.3	10.6	
	卸売業・小売業	104	-	2.9	8.7	65.4	23.1	2.9	11.5	
	卸売業	39	-	5.1	7.7	▲ 56.4	○ 30.8	5.1	12.8	
	小売業	65	-	1.5	9.2	70.8	18.5	1.5	10.8	
	運輸・金融・サービス業、その他	142	-	3.5	7.0	64.8	24.6	3.5	10.6	
	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	3.7	51.9	44.4	0.0	3.7	
	サービス業	51	-	7.8	5.9	70.6	△ 15.7	7.8	13.7	
その他	54	-	0.0	9.3	68.5	22.2	0.0	9.3		
無回答	15	-	0.0	13.3	60.0	26.7	0.0	13.3		
北海道に	支社あり	243	-	2.9	10.3	69.1	17.7	2.9	13.2	
支社	支社なし	206	-	3.4	5.8	○ 74.8	16.0	3.4	9.2	
啓発活動 取組	取組可能性あり計	67	-	◎ 17.9	◎ 31.3	▲ 44.8	▲ 6.0	○ 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	31.6	10.5	42.1	57.9	
	全社的には難しいが、社内の特定部署、事業所・支社単位での取組むの可能性がある 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	47	-	6.4	◎ 38.3	▲ 51.1	▲ 4.3	6.4	◎ 44.7	
CSR 活動全般の取組	取組 高	79	-	1.3	12.7	▲ 54.4	◎ 31.6	1.3	14.0	
	取組 中	159	-	3.1	7.5	67.9	21.4	3.1	10.6	
	取組 低	236	-	3.4	6.4	73.3	16.9	3.4	9.8	
北方領土問題啓発取 組意向<社外>	取組意向 あり	114	-	○ 12.3	◎ 32.5	▲ 51.8	▲ 3.5	12.3	◎ 44.8	
	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	◎ 23.9	△ 62.6	▲ 4.5	9.0	◎ 32.9	
	取組意向 なし	319	-	-	-	71.2	○ 28.8	0.0	△ 0.0	
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	-	○ 10.3	○ 15.4	71.8	▲ 2.6	10.3	◎ 25.7	
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	10	-	50.0	10.0	40.0	-	50.0	60.0	
	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	-	○ 11.3	12.5	72.5	▲ 3.8	11.3	○ 23.8	
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	-	4.3	11.0	◎ 79.8	▲ 4.9	4.3	15.3	
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	117	-	○ 11.1	○ 17.1	70.9	▲ 0.9	11.1	○ 28.2	
	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	11.8	◎ 79.9	▲ 3.8	4.5	16.3	
年代	20-30 代	115	-	4.3	7.0	69.6	19.1	4.3	11.3	
	40代	159	-	3.1	5.0	69.8	22.0	3.1	8.1	
	50代以上	174	-	2.3	10.9	○ 74.7	△ 12.1	2.3	13.2	

*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