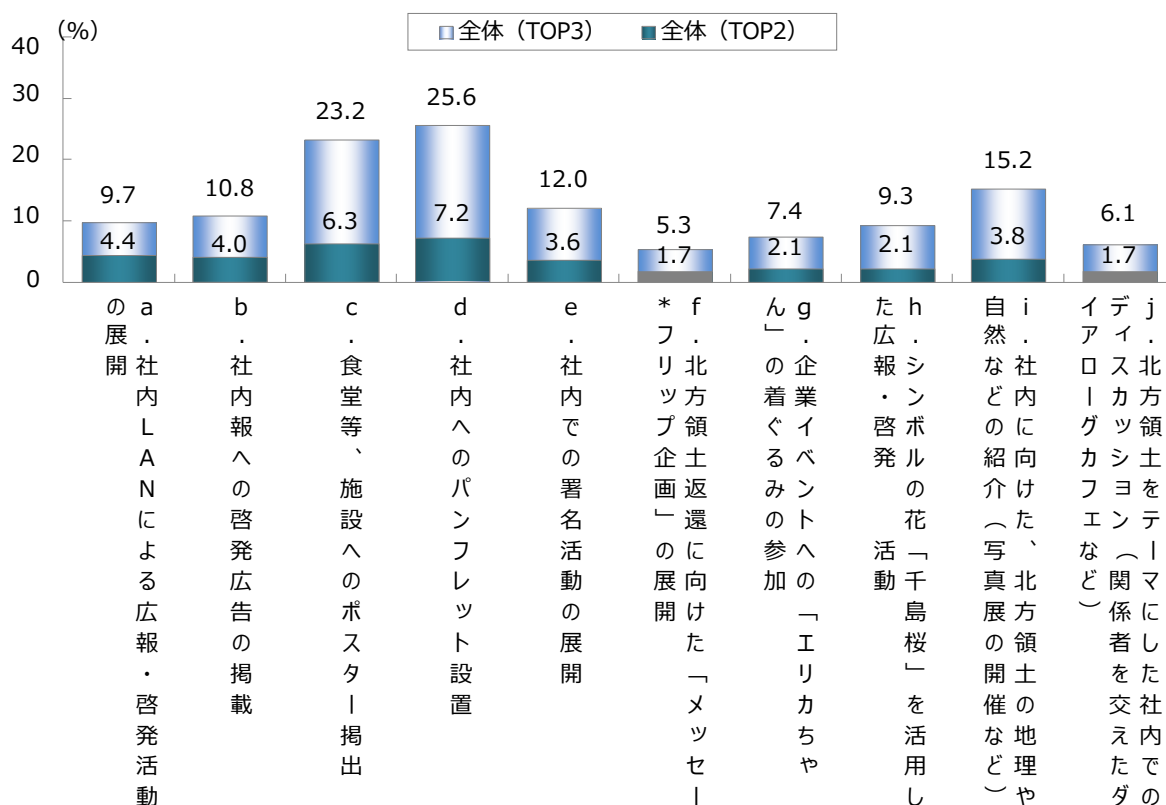


### 7) 具体的な「北方領土問題」啓発活動への取り組み意向(社内)

社内に向けた具体的な「北方領土問題」啓発活動への取り組み意向では、「社内へのパンフレット設置」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 25.6%。次いで「食堂等施設へのポスター掲出」が 23.2%となっている。

- 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、「社内へのパンフレット設置」「食堂等施設へのポスターの掲出」に加え、「社内に向けた、北方領土の地理や自然などの紹介」や「社内での署名活動の展開」でも約 3 割となっている。

Q13. 「北方領土問題」の啓発活動(社内に向けた取組み)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.社内LANによる広報・啓発活動の展開】>

		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	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・支社単位の取組	部署単位への対応を含め、会社として	不明	TOP2	TOP3
全体		474	0.2	4.2	5.3	69.4	20.9	4.4	9.7	
業種	建設業	24	4.2	12.5	12.5	62.5	8.3	16.7	29.2	
	製造業	142	-	1.4	5.6	○ 76.1	16.9	1.4	7.0	
	食料品	19	-	5.3	10.5	78.9	5.3	5.3	15.8	
	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	3.6	85.7	10.7	0.0	3.6	
	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	-	6.4	6.4	△ 63.8	23.4	6.4	12.8	
	卸売業・小売業	104	-	4.8	3.8	69.2	22.1	4.8	8.7	
	卸売業	39	-	7.7	0.0	△ 64.1	○ 28.2	7.7	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	-	4.2	4.9	66.2	24.6	4.2	9.2	
	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	0.0	55.6	44.4	0.0	0.0	
	サービス業	51	-	5.9	5.9	○ 74.5	△ 13.7	5.9	11.8	
	その他	54	-	3.7	7.4	64.8	24.1	3.7	11.1	
	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	0.4	2.9	6.2	73.3	17.3	3.3	9.5	
	支社なし	206	-	6.3	4.9	72.8	16.0	6.3	11.2	
啓発活動取組	取組可能性あり計	67	1.5	◎ 25.4	◎ 22.4	▲ 46.3	▲ 4.5	○ 26.9	◎ 49.3	
	会社として是非取り組みたい	1	100.0	-	-	-	-	100.0	100.0	
	社内前向きに反応を見ながら会社として前向きに考えたい	19	-	47.4	10.5	31.6	10.5	47.4	57.9	
	全社的には難しいが、社内での特定部署、事業所・支社単位の取組みの可能性はある	47	-	◎ 17.0	◎ 27.7	▲ 53.2	▲ 2.1	17.0	◎ 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	-	1.0	3.3	◎ 90.8	▲ 4.9	1.0	4.3		
CSR 活動全般の取組	取組 高	79	1.3	2.5	10.1	▲ 53.2	◎ 32.9	3.8	13.9	
	取組 中	159	-	5.7	3.8	69.2	21.4	5.7	9.5	
	取組 低	236	-	3.8	4.7	○ 75.0	16.5	3.8	8.5	
北方領土問題啓発取組意向<社外>	取組意向 あり	114	0.9	◎ 15.8	◎ 17.5	△ 63.2	▲ 2.6	16.7	◎ 34.2	
	取組意向 なし	360	-	0.6	1.4	71.4	○ 26.7	0.6	2.0	
北方領土問題啓発取組意向<社内>	取組意向 あり	155	0.6	○ 12.9	◎ 16.1	66.5	▲ 3.9	13.5	◎ 29.6	
	取組意向 なし	319	-	-	-	70.8	○ 29.2	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	0.9	○ 12.0	○ 11.1	73.5	▲ 2.6	12.9	◎ 24.0	
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	10	10.0	30.0	10.0	50.0	-	40.0	50.0	
	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	1.3	○ 13.8	6.3	○ 75.0	▲ 3.8	15.1	○ 21.4	
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	0.3	5.8	7.3	◎ 81.3	▲ 5.2	6.1	13.4	
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	117	0.9	○ 12.0	○ 11.1	○ 75.2	▲ 0.9	12.9	○ 24.0	
	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	314	0.3	6.1	7.3	◎ 82.5	▲ 3.8	6.4	13.7	
年代	20-30代	115	-	4.3	6.1	71.3	18.3	4.3	10.4	
	40代	159	0.6	4.4	4.4	68.6	22.0	5.0	9.4	
	50代以上	174	-	4.6	5.7	○ 77.6	△ 12.1	4.6	10.3	

\*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.社内報への啓発広告の掲載】>

		n=	(%)							
			会社として是非取り組みたい	社内前向きに考えたい	取組みの可能性はある	全社的には難しいが、社内での特定の部署、事業所・支社単位での取組むの対	た個別の対応を含め、会社として	不明	TOP2	TOP3
全体		474	0.2	3.8	6.8	68.4	20.9	4.0	10.8	
業種	建設業	24	4.2	12.5	8.3	66.7	8.3	16.7	25.0	
	製造業	142	-	2.1	7.0	○ 73.9	16.9	2.1	9.2	
	食料品	19	-	10.5	10.5	73.7	5.3	10.5	21.1	
	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	3.6	85.7	10.7	0.0	3.6	
	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	22.2	50.0	22.2	5.6	27.8	
	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	4.3	70.2	23.4	2.1	6.4	
	卸売業・小売業	104	-	3.8	10.6	63.5	22.1	3.8	14.4	
	卸売業	39	-	7.7	7.7	▲ 56.4	○ 28.2	7.7	15.4	
	小売業	65	-	1.5	○ 12.3	67.7	18.5	1.5	13.8	
	運輸・金融・サービス業、その他	142	-	4.2	4.9	66.2	24.6	4.2	9.2	
	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	0.0	55.6	44.4	0.0	0.0	
	サービス業	51	-	5.9	5.9	○ 74.5	△ 13.7	5.9	11.8	
その他	54	-	3.7	7.4	64.8	24.1	3.7	11.1		
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	0.4	3.3	7.8	71.2	17.3	3.7	11.5	
	支社なし	206	-	4.9	6.3	72.8	16.0	4.9	11.2	
啓発活動 取組	取組可能性あり計	67	1.5	◎ 20.9	◎ 26.9	▲ 46.3	▲ 4.5	○ 22.4	◎ 49.3	
	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	-	○ 12.8	◎ 31.9	▲ 53.2	▲ 2.1	12.8	◎ 44.7	
CSR 活動全般の取組	取組 高	79	1.3	3.8	8.9	▲ 53.2	◎ 32.9	5.1	14.0	
	取組 中	159	-	5.7	5.0	67.9	21.4	5.7	10.7	
	取組 低	236	-	2.5	7.2	○ 73.7	16.5	2.5	9.7	
北方領土問題啓発 取組意向<社外>	取組意向 あり	114	0.9	◎ 14.0	◎ 23.7	△ 58.8	▲ 2.6	14.9	◎ 38.6	
	取組意向 なし	360	-	0.6	△ 1.4	71.4	○ 26.7	0.6	2.0	
北方領土問題啓発 取組意向<社内>	取組意向 あり	155	0.6	○ 11.6	◎ 20.6	△ 63.2	▲ 3.9	12.2	◎ 32.8	
	取組意向 なし	319	-	-	-	70.8	○ 29.2	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	0.9	○ 10.3	○ 14.5	71.8	▲ 2.6	11.2	◎ 25.7	
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	10	10.0	30.0	20.0	40.0	-	40.0	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	1.3	○ 10.0	○ 13.8	71.3	▲ 3.8	11.3	○ 25.1	
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	0.3	5.2	9.5	◎ 79.8	▲ 5.2	5.5	15.0	
	そのような若者を積極的に自社で採用したい	117	0.9	○ 9.4	○ 14.5	○ 74.4	▲ 0.9	10.3	○ 24.8	
	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	0.3	5.4	9.6	◎ 80.9	▲ 3.8	5.7	15.3	
年代	20-30代	115	-	2.6	10.4	68.7	18.3	2.6	13.0	
	40代	159	0.6	3.1	4.4	69.8	22.0	3.7	8.1	
	50代以上	174	-	5.7	6.9	○ 75.3	△ 12.1	5.7	12.6	

\*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