

4. ヒアリング調査 各社回答

① A社 広報グループ G部長

企業のCSR等、社会貢献活動に対する意識が高く、企業内における北方領土返還要求の啓発活動に対して、肯定的に捉えている企業

ヒアリング対象者について

- ・ 対象者は、小・中・高校の時に北海道に住んでおり、「このテーマに対して“わりとずっと入っ
ていける”」と自らも認識している。自身の思い入れも含んだ回答であると発言している。

1. 社会貢献活動、CSR活動に対する企業の姿勢・考え方

- **社会貢献活動、CSR活動のなかで、特に注力している活動は？**
 - ・ インフラ整備・社会基盤整備といった本業を通じた社会貢献という考え方が基本。現在注力しているのは震災復興の支援で、“工事”という本業での活動になる。
- **社会貢献活動、CSR活動の重点ターゲットは？**
 - ・ 特定のターゲットは設けていない。「社会全体に対して」という考え方。

2. これまで内閣府が進めてきた「北方領土問題」啓発活動に対する評価

- **これまでの啓発活動に対して、どのように評価するか？**
 - **パンフレット・冊子等**
 - ・ パンフレット等を見たことはない。
 - ・ パンフレット・冊子等は、難しいものから簡単なものまで取り揃えており良い。イラストを交えたものは、とっつきやすい印象がある。
 - ・ パンフレット類がそれぞれ「誰向け」なのか、ターゲットが見えてこない。
 - ・ 北方領土というテーマは、一般の人にとってはなじみがない。若い人にとってはなおさら。マスコミで取り上げられることも少なく、あまり話題に挙がることがない。啓発活動がどれほど素晴らしいものであっても、テーマそのものに対する興味がなければ、人は飛びつかない。
 - ・ 北方領土だけにクローズアップするのではなく、他の領土問題など広く全体の中の「one of」として見せていく方が、まだ「とっつきやすさ」があるだろう。北方領土だけが前面に出ていると、周囲から「領土問題に興味がある人」「過激だ」との見方をされる。
 - ・ 全体状況との兼ね合いもある。北方領土問題が大きな話題になっているときならば、北方領土を前面に出すのも良いが、尖閣や沖縄など他地域の話題もあり、北方領土にはスポットが当たらない。現在の状況で前面に出すと、「目立ち過ぎ」で「浮いている」気がする。

3. 「北方領土問題」啓発活動に対する評価と協力意向

(1) 「北方領土問題」啓発活動のなかで、協力の可能性のある活動

- 「北方領土問題」啓発活動【社外活動】のなかで、協力できそうな活動は？
 - ・ 北方領土問題について北海道支店のスタッフと話し合ったことはないが、地域によって認知度も意識も大きく異なるだろう。
- 「北方領土問題」啓発活動【社内活動】のなかで、協力できそうな活動は？
 - ・ どの部署が担当するかという問題がある。CSRとして広報が担う場合、全社的なPR活動となるが、社内活動となると人事が担う場合もある。広報は対外的な窓口なので、すべてが決定済となってからの動きになる。

(2) 提示した活動以外で、協力できそうな活動

- 提示した活動以外で、協力できそうな活動として、どのような活動が考えられるか？
 - ・ 建設会社としては、例えば北方領土で港湾整備があるなど本業に直接結びつく事業があれば、イベント等にブースを出展することもあるかもしれない。
 - ・ 極論だが、港湾整備案件が多数あり、営業サイドから「ビジネスにつなげるためにやっつけよう」という意見が挙がってくれば、方向性は異なる活動となるが可能なものも出てくるだろう。

(3) 提示した活動のなかで、協力が難しい活動内容とその理由、改善点

- 提示した活動のなかで、協力が難しい活動内容はどの活動内容か？
 - ・ 【社外活動・d.賛同表明】は難しい。企業として表明すれば、企業全体がそう見られる。政治的なテーマはセンシティブ。
 - ・ 【社内活動・d.社内へのパンフレット設置】は現状のものでは難しい。「one of」になっているパンフレットなら可能かもしれないが、現状のものは過激すぎる。

4. 「北方領土問題」啓発活動に対する企業の姿勢・考え方 <※参考として聴取>

- 今回のアンケートに対する担当部署及び社内の反応は？
 - ・ 周囲と話をしたが、北方領土について皆あまり興味を持っておらず、知識もない。
 - ・ 政治的テーマについてヒアリングを受けることについて、周囲は驚きと困惑があった。「会社としての回答」として独り歩きするようなことが絶対にならないように考えている。
- 回答するに当たり、社内でどのような部署・部門、役職者への確認作業が行われたか？
 - ・ 広報グループ長(上司)、および経営企画部長。
- 「北方領土問題」啓発活動に対する企業の姿勢・考え方、中心になっている考えは？
 - ・ 尖閣諸島や沖ノ島など領土問題に対して企業の中で発言することは、「右寄りすぎるのではないか？」など内部から率直な反応がある。組織内の承認ステップをクリアしていくのもハードルが高い。
 - ・ 政治的なテーマに関して意向を表明することは、外から企業全体がそう見られるというリスクがある。

- ・ 北方領土問題の啓発活動が、社内において「政治的なもの」ではなく「社会的意義のあるもの、CSRである」と認知されれば、可能な活動は増えていこう。例えば、「環境」を切り口として、認知を広げていくようなことにつなげていくことはヒントになるかもしれない。
- ・ 一方で、ビジネスが絡んでくるとトップの考え方も変わり、企業としてのスタンスも変わってくる。

② B社 CSR部 A様

企業のCSR等、社会貢献活動に対する意識が高く、企業内における北方領土返還要求の啓発活動に対して、肯定的に捉えている企業

ヒアリング対象者について

- ・ 対象者個人としては、「啓発活動はどんどん行った方が良い」「返還を望む」という考え方。

1. 社会貢献活動、CSR活動に対する企業の姿勢・考え方

- **社会貢献活動、CSR活動のなかで、特に注力している活動は？**
 - ・ 基本的には、コンプライアンスも含めた環境、社会、そしてガバナンスに関する活動をしている。お金の部分で最も大きいのは、店舗に設置している募金を賛同団体に配る活動。
- **社会貢献活動、CSR活動の重点ターゲットは？**
 - ・ 基本的にはすべてのお客様がターゲットだが、一部で子どもにフォーカスした活動を行っている。

2. これまで内閣府が進めてきた「北方領土問題」啓発活動に対する評価

- **これまでの啓発活動に対して、どのように評価するか？**
 - **パンフレット・冊子等**
 - ・ パンフレット等を見たことはない。
 - ・ 漫画や写真を多用したものはわかりやすいが、推進体制図などが入ったものはわかりにくいものになっている。文字が多く小さい物は若い世代のみならず大人にも敬遠される。もっとビジュアル要素を多くした方が印象に残りやすい。
 - ・ きちっと細かく深く掘り下げた内容のものについては、ビジュアルものとは別物として良いと思う。
 - **メッセージフリップ企画「伝えたい想い～北方領土の返還に向けて」**
 - ・ 子どもたちの記憶に残る企画なので、日本の領土であるという考えも記憶に残る。とても良い企画。
 - **イメージキャラクター「エリカちゃん」の活用**
 - ・ 北方領土とキャラクターが結びつかない。モチーフがあっても、多くの人にとっては難しい。
 - ・ 活動そのもののスタンスはシリアスなものなのに、キャラクターが出てきて「楽しくやろう」というスタンスも存在するのは疑問を感じる。どちらのスタンスなのか、キャラクターの位置付けがわからない。シリアスなスタンスが見えづらくなり、ゆるキャラブームと同化してしまい、受け手もシリアスな問題と受け取らないのではないか。
 - **北方領土返還要求運動のシンボルの花「千鳥桜」の活用**
 - ・ デザイン的には良いが、初めて見る人にとってはメッセージがわからない。「北方領土

返還」などの明確で万人がわかる記述がなければ。

- ・ コンビニ店であれば、お客様に対してはもちろん、店舗の従業員にも理解してもらわなければならない。そういったわかりやすさが必要。お客様の質問に答えられなければ、店舗のイメージが落ちる。
- **企業内施設でのパネル展開催**
 - ・ 一番基本となる活動で、最も確実だと思う。
- **全般**
 - ・ 漁業権や雇用など具体的なデメリットを何円と数字にして表す必要がある。これまで心情に訴えかけるものが多かったし、「もともとの領土が返ってこない」という言い方だった。返還されるメリット・されないデメリットを伝えれば、「こんなに損している、早く返してくれ」という機運になるのでは。

3. 「北方領土問題」啓発活動に対する評価と協力意向

【以下は、政治的なテーマに対し上層部が OK を出すかという問題をクリアした上での回答】

(1) 「北方領土問題」啓発活動のなかで、協力の可能性のある活動

- 「北方領土問題」啓発活動【社外活動】のなかで、協力できそうな活動は？
 - a. 自社製品への啓発広告の掲載
 - ・ 広告の内容(文言、ビジュアル)、期間、対象商品、広告料、制作費などが要検討。
 - c. 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
 - ・ 総務の判断による。
 - d. 自社ホームページにおける北方領土返還要求運動への賛同表明
 - ・ 政治的なテーマであり、そこに OK ができるかが問題
- 「北方領土問題」啓発活動【社内活動】のなかで、協力できそうな活動は？
 - a. 社内LANによる広報・啓発活動の展開
 - b. 社内報への啓発広告の掲載
 - c. 食堂・施設へのポスター掲出
 - d. 社内へのパンフレットの設置
 - e. 社内での署名活動の展開
 - ・ 上層部と担当部局が OK であれば可能
 - ・ 協力への難しさに社外と社内で差があるというより、企業側が協力する意味に明確なつながり・ストーリーがあることが重要であり、そうなればハードルは下がると思う。
 - f. 北方領土返還に向けた「メッセージフリップ企画」の展開
 - ・ 社名は不要ならば個人として出ると社員はいると思う。社名が不要ならば、当方で窓口となることは可能だと思う。社名が必要な場合は上層部の判断による。

(2) 提示した活動以外で、協力できそうな活動

- 提示した活動以外で、協力できそうな活動として、どのような活動が考えられるか？

- ・ 漫画のような話だが、ゆかりの食材を使用した「北方領土返還弁当」。政治的な部分が多少薄れる。内閣府と一緒に周年記念のような形で。ただ、売れるかどうかが問題。「千島桜」のシールなどを既存のお弁当に付けるのは中途半端で「つながり・ストーリー」が見えない。
- ・ 店舗のレジカウンターに液晶POPというものがある。「北方領土の日」などの形で静止画を2枚程度流すことは可能かもしれない。過去、選挙投票啓発は液晶POPで行っていた。

(3) 提示した活動のなかで、協力が難しい活動内容とその理由、改善点

- **提示した活動のなかで、協力が難しい活動内容はどの活動内容か？**
 - **社外活動 e. SNS(Facebook等)を活用した広報・啓発活動の展開**
 - **社外活動 f. 北方領土返還に向けた「メッセージフリップ企画」の展開**
 - **社外活動 g. 社外での署名活動の展開**
 - **社外活動 h. 企業イベントへの「エリカちゃん」の着ぐるみの参加**
 - ・ 「売上につながる」「企業が国のために役立っていると消費者に伝わること」など、自社にとってのメリットがない。「売れる」「利益が出る」というメリット、企業イメージを向上させるメリットがなければならぬし、企業側にとっては協力することの意味に明確な「つながり・ストーリー」がなければ難しい。
 - **社内活動 j. 北方領土をテーマにした社内でのディスカッション**
 - ・ そもそも社員の認知理解が低い。ディスカッションよりも講師を招いてのレクチャー等の方が良い。

4. 「北方領土問題」啓発活動に対する企業の姿勢・考え方 <※参考として聴取>

- **回答するに当たり、社内でのどのような部署・部門、役職者への確認作業が行われたか？**
- **今回のアンケートが契機となって、社内で、「北方領土問題」に関する会話や意見交換、考え方の確認などは行われたか？**
 - ・ 他部署との確認作業は行っていない。確認の取りようがなくて悩み、自分ですべて回答した。
 - ・ 部署内では「政治的な部分はなるべく控えて回答する」ということは確認した。
- **「北方領土問題」啓発活動に対する企業の姿勢・考え方、中心になっている考えは？**
 - ・ 政治的なテーマは、個々人で考え方が千差万別であり、企業が公式な形で語るのはリスクになる。
 - ・ 一日あたり1000万人ものお客様が利用されている。それだけのお客様がいれば政治的な考えもさらに多様。政治的に寄った意向を表すのは難しい。

③ C社 広報IR室 S課長

企業のCSR等、社会貢献活動に対する意識が高く、企業内における北方領土返還要求の啓発活動に対して、肯定的に捉えている企業

ヒアリング対象者について

- ・ 対象者は、小学生の時に北海道居住経験あり。当時、返還要求の立て看板をよく見たことを覚えている。「北方領土の日」を認知しているなど、自身も問題について「充分理解している」と回答している。

1. 社会貢献活動、CSR活動に対する企業の姿勢・考え方

- **社会貢献活動、CSR活動のなかで、特に注力している活動は？**
 - ・ 「東京ドーム」の名前はグローバルに知られているが、実際の市場は狭く、非常にローカルなもの。ローカル企業なので、CSR活動に力を入れられていないのが現状である。全社でも500人程度の規模で大きくない。過去に官公庁と一緒にキャンペーン等を行ったことはない。

2. これまで内閣府が進めてきた「北方領土問題」啓発活動に対する評価

- **これまでの啓発活動に対して、どのように評価するか？**
 - **パンフレット・冊子等**
 - ・ もう少し海外の声があると良いと思う。ロシア側はどのように書いているか、米国や欧州各国の辞典にはどのように書いてあるかなど、複数の立場からの声があると、より客観的に北方領土を理解できるのではないか。
 - ・ 若い人に興味を持ってもらうには有名人を使うなどの「フック」が必要。例えば、マンガ『ONE PIECE』の登場人物が出ていれば、若い人は冊子を持っていくだろうし、中身も読むだろう。お金がかかるだろうが、大人向けに別冊子を作るならその予算をまとめて、若い人や子ども向けにフックのあるものを一つ作る方が良いのではないか。
 - **メッセージフリップ企画「伝えたい思い～北方領土の返還に向けて」**
 - ・ 活動としては良いと思うが、個人的な感想として、子どもたちがこのようなフリップを持っていることに大きな違和感がある。親から北方領土の話が聞かされてきた世代にとっては、日本固有の領土という意識はあるだろうが、子供たちは「北方領土が日本にない時代」の人たちであり、北方領土返還に対する思い入れを持っていないのではないか。
 - **イメージキャラクター「エリカちゃん」の活用**
 - ・ 熊本県の「くまモン」で大きな利益を上げたようなので、ゆるキャラは良いと思う。
 - **北方領土返還要求運動のシンボルの花「千島桜」の活用**
 - ・ 伝わりにくい。見た感じが普通の桜なので、これが千島桜であり、北方領土をイメージさ

せる、とはなかなかならない。桜は日本においては一般的すぎるモチーフ。

3. 「北方領土問題」啓発活動に対する評価と協力意向

(1) 「北方領土問題」啓発活動のなかで、協力の可能性のある活動

- ・ 担当者の裁量が大きく自由度も高いため、担当者の考え次第となる部分が多い。
- 「北方領土問題」啓発活動【社外活動】のなかで、協力できそうな活動は？
 - **全社的な活動か？一部の部門・部署、支店等に限定した活動か？ 協力できそうなものは、具体的にどのような部門・部署、支店等なのか？**
 - ・ 基本的には、株式会社東京ドームが実施主体として行うものに関しては、政治色を出すことはNG。しかし、場所を貸して別団体が行う分には問題はないという認識。イベントや場所貸しに対してはそれほど厳しくない。宗教法人のイベントも行うが、大抵の場合「株式会社東京ドームがそのように言っているわけではない」という旨の説明を加えし、「場所を貸しているだけ」というスタンスを取ることもできる。
 - ・ 政府が行うイベントに場所貸しすることは、NOとなることはないと思う。
 - ・ イベント場所貸しならば担当となるのは営業部門。例えば、政府からの依頼ということあれば、料金について「無料で協力する／プライスダウンする／100%お金をいただく」などを営業部門が判断する。
 - **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**
 - **c. 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**
 - ・ どの場所にするかスペースや置き場に問題はあるが、子供たちが来るような場所にポスター掲出やパンフレット設置は可能性がある。実際、警視庁の防犯関連のポスターなどを受け入れている。
 - **f. 北方領土返還に向けた「メッセージフリップ企画」の展開**
 - ・ スパ施設「ラクーア」内のショッピングセンターにイベントスペースがある。メッセージ性が強いので難しい部分もあるが、可能性はある。
 - **g. 社外での署名活動の展開**
 - ・ 担当者が許可をすれば可能。担当者の裁量が大きいので、担当者がOKすればすんなり進むと思う。
 - **h. 企業イベントへの「エリカちゃん」の着ぐるみの参加**
 - ・ 自社イベントとしてではなく、自社施設を利用し他社が行うイベントとしてなら可能。
 - **i. シンボルの花「千島桜」を活用した広報・啓発活動**
 - ・ 内閣府からのお願いがあった場合、オフィス内であれば可能。
 - **j. 社外に向けた、北方領土の地理や自然などの紹介(写真展の開催など)**
 - ・ 前述の「ラクーア」内のイベントスペースでの実施は可能性が高い。担当者も美しい自然の写真展などを好む。こちらをメインに据えてメッセージフリップやパネル展示などプロパガンダ的なものを組み合わせるなら、可能性がずっと上がる。

- ・「ラクーア」の利用客は、若い人も多く、土日はファミリー層も多い。イベントとして行うには展開がたくさん考えられると思う。
- **k. 自治体、財団などの北方領土関連イベントへの協賛**
- ・ 予算がないので協賛という形では難しいが、例えば前述の写真展開催中にスパ招待券をプレゼントするなど形での協力の仕方は可能。

● 「北方領土問題」啓発活動【社内活動】のなかで、協力できそうな活動は？

- **a. 社内LANによる広報・啓発活動の展開**
- **b. 社内報への啓発広告の掲載**
- **c. 食堂等、施設へのポスター掲出**
- **d. 社内へのパンフレット設置**
- ・ いきなり北方領土問題を掲載するのはあまりに不自然。外部の活動を紹介し告知する形（「詳しくは内閣府HPへ」とリンクを飛ばす）であれば可能。
- **e. 社内での署名活動の展開**
- ・ 可能だと思う。ただし全社で500人規模の小さな会社なので、それほど多くは集まらないだろう。
- **f. 北方領土返還に向けた「メッセージフリップ企画」の展開**
- **g. 企業イベントへの「エリカちゃん」の着ぐるみの参加**
- **h. シンボルの花「千島桜」を活用した広報・啓発活動**
- **i. 社内に向けた、北方領土の地理や自然などの紹介（写真展の開催など）**
- ・ 社員食堂でなら可能かもしれない。社員食堂では、携帯電話会社や食品会社が来て新製品紹介や販売会などをおこなうイベントが実施されており、そのような形のものであれば可能だと思う。
- **h. シンボルの花「千島桜」を活用した広報・啓発活動**
- ・ ポスター掲出は依頼をもらえれば可能。バッジなどはまとめて置いておいて「欲しい人はどうぞ」という形なら可能だが、全員にバッジ着用の強制は無理。
- **j. 北方領土をテーマにした社内でのディスカッション（関係者を交えて対話を行うダイアログカフェなど）**
- ・ 自社主体ではなく内閣府などが主体となり、それに協力する形で社内に呼びかけることならば可能だと思う。
- ・ 社外の人を交えて座談会を行うことがある。テーマは「野球」などだが、社会的テーマを取り上げることにはついては縛りはない。

(2) 提示した活動以外で、協力できそうな活動

- **提示した活動以外で、協力できそうな活動として、どのような活動が考えられるか？**
- ・ 警視庁の防犯等ポスターはオーロラビジョンで流している。おそらく費用はもらっていない。政府機関であれば可能性がある。

(3) 提示した活動のなかで、協力が難しい活動内容とその理由、改善点

- **提示した活動のなかで、協力が難しい活動内容はどの活動内容か？**
 - **社会活動 a. 自社製品への「北方領土問題」の啓発広告の掲載**
 - ・ 自社製品に当てはまるものがないが、そもそも政治的メッセージを自社製品に入れるということは考えにくい。
 - **社外活動 e. SNS(Facebook等)を活用した広報・啓発活動の展開**
 - ・ SNSは宣伝として使用しているので難しい。
 - **社外活動 d. 自社ホームページにおける北方領土返還要求運動への賛同表明**
 - ・ 政治的なテーマに関して賛成・反対を表明するのは難しい。各国から来客がありロシアからのお客様も増えている。やはり自社は「レジャー」の場であるので政治的なものを表明するのは難しい。

4. 「北方領土問題」啓発活動に対する企業の姿勢・考え方 <※参考として聴取>

- **回答するに当たり、社内でのどのような部署・部門、役職者への確認作業が行われたか？**
 - ・ 社内の反応は特にない。上司も北方領土問題に対し関心は低い様子。
 - ・ 確認作業は行われていない。社内に「行政機関からのアンケートには出来る限り答える」という判断基準があり、それに沿って担当者が回答した。