

### 3-2 ステークホルダーに対して、適時適切に情報を開示する。

#### 《基本的な心構え・姿勢》

企業は経営全般にわたり、社会が真に必要としている情報の適時適切な開示を行う。具体的には、法制度上求められる情報開示にとどまることなく、社会的規範や自らの判断に基づいて、信頼性のある、かつ幅広いステークホルダーにとって有用な情報を、適時に提供するよう努める。開示する情報の種類としては、経営・財務的側面の情報だけでなく、環境的側面や社会的側面などの情報についても、社会から求められる企業活動の重要な情報として認識し、積極的に開示する。

#### 《具体的アクション・プランの例》

##### (1) 情報開示方針を策定する。

① 自社の情報開示に関する方針を定め、社外にも公表する。

##### (2) 報告書を通じた経済・環境・社会各側面の情報を開示する。

① アニュアル・レポート、環境報告書、サステナビリティ報告書などの作成・発行を通じて一貫性、継続性のある情報開示を行う。

② レポートニングに関する内外の様々なガイドラインも参考にしつつ、自社にとって開示の必要な情報を定義して開示する。

③ パフォーマンス情報は、経済の側面だけでなく、環境・社会的側面についてもできる限り数値化した経年データを掲載する。

④ 情報開示にあたっては、必要と考えられる場合には自社にとってのネガティブ情報も発信する。

##### (3) 多様な機会・媒体を活用する。

① インターネットなどを活用して、効果的かつ効率的に、より多くの人に適切な企業情報を提供する。例えば、消費者や株主からよくある質問については、ホームページにQ & Aの形で公表するよう努める。その際、改ざん、なりすまし等に十分注意する。

② 多様な受け手を想定して、アクセスしやすい、わかりやすい情報伝達に努める。

③ 消費者向けのニュースやフリーダイアルでの情報提供、工場見学やデジタルセンターへの受け入れなど、様々なメディアや機会を活用する。

#### 《関連資料》

『企業活動報告の新たな動き』2002年 経済広報センター

『インターネット広報』2002年 経済広報センター