

2. 取引先

| | 主要項目 | 参考事例 |
|-------------------|---|--|
| 安全と品質に関する要求事項の明確化 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 購買方針を作成し、社内外に公表する。 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 資材発注等取引に関わる情報（調達の基本方針、調達計画等）をインターネット上で公開し、取引先に対する説明会を実施（東京電力） ➢ 全資材供給業者を対象に、CSR・品質・環境・商品安全説明会を毎年7月に実施。当社姿勢及び取組みについての理解と協力を要請し「お互いの品質保証体制の維持・徹底」を目指す（ユニ・チャーム） ➢ 「原材料品質管理基準」と「製造委託品・購入品の品質管理基準」を制定。これらの基準に基づき、サプライヤーを定期的に監査（味の素） |
| | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 購買に関わる決定を他組織から独立して行う。 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 原料調達の専門会社を設立（味の素） |

3. 株主

| | 主要項目 | 参考事例 |
|-------------|---|---|
| 適正な配当 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 株主への利益還元を重要経営方針の一つと捉え、企業価値の増大に努力する。 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 本業への投資を最優先させて研究開発パイプラインを強化し、利益の追求を図ることで、配当性向を高める（武田薬品） ➢ 短期的な利益還元としての「安定配当」と、中長期的な利益還元としての「企業価値向上による着実な増配」をともに目指す（味の素） |
| 株主総会のよりよい運営 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 株主総会の運営を工夫する。 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 集中日を避けて総会を開催。また、電子議決権行使の導入、報道関係者へのテレビモニターを通じた総会内容の公開、総会終了後の「経営状況説明会」「株主懇談会」を実施（オムロン） |