

3

社会への情報発信は社員一人ひとりから



コミットメント COMMITMENT

様々な立場の人が、互いに叡智を結集し、協力していくためには、双方向のコミュニケーションが欠かせません。そのためにコニカミノルタは、お客様、株主、投資家、行政、地域住民、他企業等の方々と、双方向のコミュニケーションを実現します。また、自社の活動について多くの方々から正しい理解と信頼を得るために、財務情報だけでなく、社会活動や環境活動などの非財務情報も含めて、適時・公正に公開します。

アプローチ APPROACH

世界中で量的、質的に同様の情報が得られるよう、インターネットを活用し、英文での公開時期を早めています。それに加え、英語以外の複数言語での情報発信も拡大します。

社員一人ひとりによる社会とのコミュニケーションが重要と考え、グループ全社員に教育啓蒙を行うとともに、グループ外に提供できる各種情報を全社員で等しく共有します。

コニカミノルタのCSR活動を理解し、支えてくださる方々を一人でも多く増やすために、財務情報をより充実させ、非財務情報も積極的に提供・アピールしていきます。

社会とのコミュニケーションと情報の開示

私たちは、広く社会とのコミュニケーションを行い、企業情報を適時かつ公正に開示します。

2006 TターゲットARGET

- 1.各国のステークホルダーの方々に、コニカミノルタグループの活動をさらにご理解いただくため、ホームページの一層の見やすさ、使いやすさを、見る方々の立場に立って追求します。
- 2.情報開示の適切性、公正性が確保されているかどうか、各種報告書や適時開示する情報ごとに、情報開示統制や手続きの監査を行います。

社会への情報発信は社員一人ひとりから



積極的なコミュニケーションを通じて、信頼され、歓迎される企業グループを創造します。

正しい理解と信頼を得るために、企業の活動情報は、適時かつ公正に開示します。

企業情報開示委員会を発足

コミュニケーション促進のために「コミュニケーション方針」を策定するとともに、ガバナンス面での強化として、2005年11月に企業情報開示委員会を発足させました。この委員会の任務は、コニカミノルタグループが開示する重要な会社情報が、適時・適切、かつ公正に行われるようルールを作成し、適正な運用を保障することです。2005年度は、その手始めとして、各種報告書や適時開示する情報ごとに、情報収集・分析・判断・公表における詳細プロセスと役割を明確化し、「情報開示統制・手続き」としてまとめました。

世界同時性を追求するIR活動

コニカミノルタグループは、企業価値を最大限に高めることにより、株主・投資家の皆様の期待に応えていくことを目指しています。そのためには、グループの企業活動をよりご理解いただくために、「コニカミノルタグループ 行動憲章」に掲げた「企業情報の適時かつ公正な開示」の理念に則し、“No news is bad news”の意識でより多くの情報を、さらに多くの機会を設けて積極的にIR*1活動を行っています。

2005年度は、株主・投資家の皆様や格付け機関を対象として、四半期ごとに決算説明会を開催し、タイムリーなIR情報の公開を行いました。海外の投資家には、その日の夜に電話会議を行い、説明会の資料も同日に日本語・英語の両方でホームページに掲載するなど、グローバルな見地地域による時間的・質的な情報格差の解消に努めています。

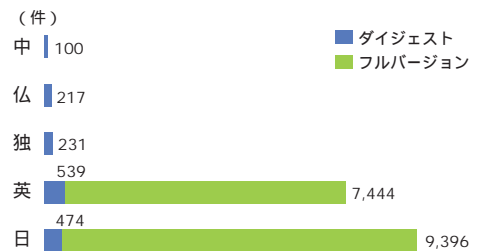
理解を深め合う、工場の地域コミュニケーション

工場は、周辺地域に環境や経済の面で大きな影響をもたらすと同時に、地域からも影響を受けています。お互いに共存共栄を目指すためには、地域コミュニケーションによって、理解を深め合うことが重要です。コニカミノルタの各工場では、工場見学やイベントなどを通じて、直接地域の方々とふれあい、対話する機会を増やしています。米国のトナー生産会社であるKonica Minolta Supplies Manufacturing U.S.A., Inc.は、工場建設時から地域との対話をもとに環境影響などについて真摯に対応を進めてきました。その結果、今でも広大な“Wet Land(湿地帯)”を維持し、グースや鹿の遊び場になっています。また、地域

2005 パフォーマンス
Performance

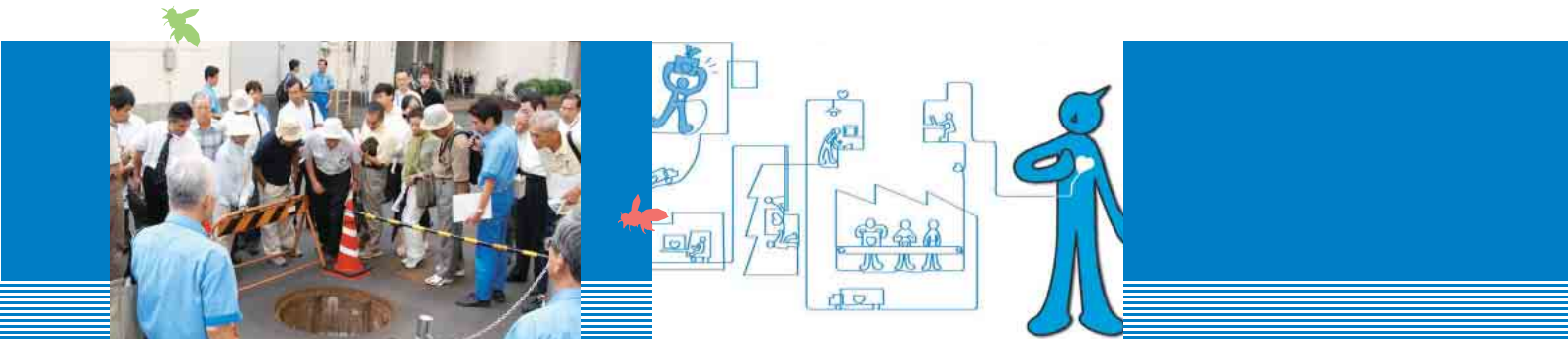
400社以上

IRのために2005年度に行った、投資家の皆様とのミーティングは、各国合わせて400社以上となりました。経営トップも率先して参加しています。



「コニカミノルタCSRレポート2005」ダウンロード数

「コニカミノルタCSRレポート2005」は、ホームページ上に、日英2カ国語と、ダイジェスト版が5カ国語で公開されています。上記は、そのダウンロード数です。



のマラソン大会や美術館等のサポート、商工会議所への会議室提供など、地域との交流を深めています。✎

日本では、誰でも参加自由な「地域環境報告会」を開催し、ディスカッションを行っています。この対話を通じて、工場の新たな課題が確認されることは、地域とコニカミノルタ双方にとって大変有意義なことです。今までに、用水使用量削減や、トラックの通行に際しての安全などについて、対策を講じ、報告してきました。2005年度は、より理解を深めていただくために工場見学を実施し、直接現場をご覧いただきました。また、開催地も2カ所増やし、計4カ所で開催しました。✎

全社員がコミュニケーションの窓口

コニカミノルタでは、「社員の一人ひとりが会社の代表になる」という意識を持って、社外の方々と積極的にコミュニケーションを図るよう啓蒙を行っています。✎ 一方、グループ内の様々な情報を誰もが社外に向かって語れるように、インナーコミュニケーション推進による情報共有化も進めています。

特に、お客様との接点となる営業マンに対しては、

「ブランド。はじめの一歩！」を配布し、自らがコニカミノルタブランドであるという自覚のもとに、信頼と安心を与えられるコミュニケーションが図れるよう指導しています。

インナーコミュニケーション推進のために、106人のグループ内の情報受発信者を置く、コミュニケーションコーディネータ体制を構築しています。その核となるグループ報「KONICA MINOLTA」の活性化と、イントラネット*2である「コニカミノルタオンライン」の充実に努めており、グループ報は、2005年日本経団連推薦社内報選定制度で「総合賞」を受賞しました。

*1IR (Investor Relations) : 企業が株主、投資家向けに財務内容や業績などの企業情報を公開すること。

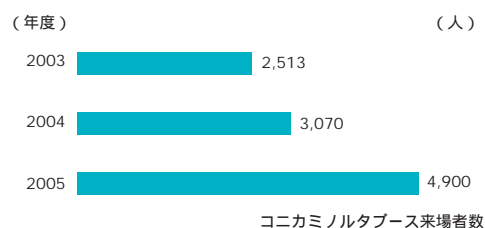
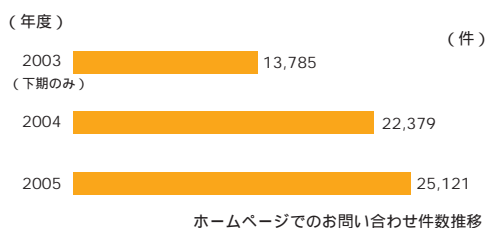
*2イントラネット: 組織内ネットワーク。ネットワーク同士を結ぶために開発されたインターネットの技術を使って、企業や部局の内部のネットワークを構築したもの。

✎ コニカミノルタホームページのIRサイト

✎ 工場を訪れた地元の方々（米国）

✎ 「地域環境報告会」での工場施設見学（日本）

✎ グループ報挿絵「お客様を感じよう。」



コニカミノルタホームページのグローバルサイトおよびジャパンサイトを通して寄せられた、企業活動や製品に対するお問い合わせ件数です。

毎年、東京ビッグサイトで行われる環境展示会「エコプロダクツ」での、コニカミノルタブース来場者数です。展示会は、いろいろな人と直接対話する良い機会です。

企業の説明責任を果たすためにも、製品や事業活動に関する情報開示は重要であると考えています。

そして、外からの声に耳を傾けることは、次の活動へのスタートであるととらえています。