

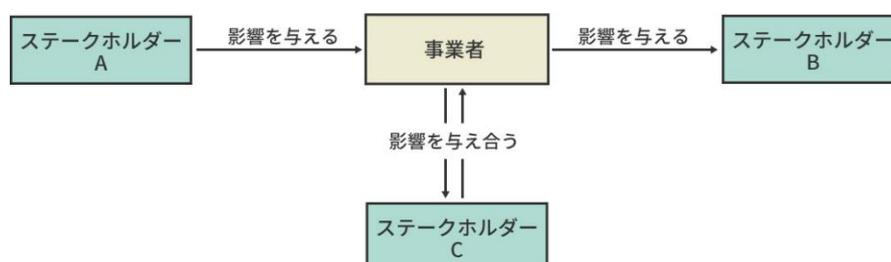
3. ステークホルダーエンゲージメントの状況

- ✓ 事業者は、重要な環境課題への対応に影響を与えるステークホルダーと良好な関係を築き、重要な環境課題の特定や対応方針の決定・実行プロセスを円滑に進めるために、ステークホルダーエンゲージメントを実施する場合があります。その実施状況について情報開示することは、事業者がステークホルダーの意向にどのように配慮しているかを示す有効な手法です。

ステークホルダーエンゲージメントの状況の意義

- ✓ ステークホルダーは事業者との間に何らかの利害関係を有するか、事業者の事業に関心のある個人またはグループです。ステークホルダーとの関係は、事業者との相互的な影響から生じており、影響の与え方・受け方には、1) 事業者や事業者の活動に影響を与える、2) 事業者や事業者の活動から影響を受ける、3) 事業者や事業者の活動に影響を与えると同時に、事業者や事業者の活動からも影響を受ける、の3パターンがあります。これらの利害関係者には、株主、債権者、投資家、従業員、労働組合、取引先、消費者、地域社会、NGO・NPO、政府・自治体等が含まれます。
- ✓ ちなみに、投資家には潜在的な投資家や消費者等まで含まれるため、ステークホルダーの範囲は最終的に社会全体に及ぶこととなります。

図表 1 事業者とステークホルダーの影響パターン



- ✓ ステークホルダーエンゲージメントは、事業者がステークホルダーのことをよく理解し、ステークホルダーとその関心事を、事業活動と意思決定プロセスに組み込む組織的な試みであり、事業者が単独で実施する場合やステークホルダーと協働して実施する場合等、多様な行動形態を含んでいます。
- ✓ ステークホルダーエンゲージメントには、大別して、情報伝達 (communication)、諮問・相談 (consultation)、対話 (dialogue)、協働 (partnership) の4つの行動形態があるといわれています¹。
- ✓ 情報伝達は、報告書の発行、報道発表、記者会見、資料配付等による、事業者のステークホルダーに向けた片務的な情報提供行為を意味しています。ただし、この場合は、報告書のアンケート回収等を除き、一般的に、エンゲージメント結果 (情報提供を受けたステークホルダーの反応) について、事業者がステークホルダーから何らかのフィードバックを受けることはありません。

¹ AccountAbility, UNEP & ARAC, The Stakeholder Engagement Manual (Volume 1), 2005.

- ✓ 諮問・相談は、事業者がステークホルダーから意見聴取する行為で、アンケート調査やステークホルダーへの諮問が含まれており、アンケート結果に関連して、事業者からステークホルダーへ何らかのフィードバックが行われる場合もあります。
- ✓ 対話は事業者とステークホルダーの意見交換の場です。ここには属性の異なる複数のステークホルダーから構成される会議体やステークホルダー代表による諮問委員会等が含まれており、事業者は、エンゲージメントへの対応を通じて、ステークホルダーへのフィードバックを行うのが一般的です。
- ✓ 協働は事業者とステークホルダーが協働して特定のプロジェクトに取り組む行為です。生物多様性に関する調査等のように事業者が NGO 等と協働して行う取組や、海外での植林活動等のように事業者とステークホルダーによる共同事業の運営等が含まれます。ステークホルダーは行為当事者なので、エンゲージメント結果は事業者と相互にフィードバックし合う関係になります。
- ✓ 環境報告ガイドライン 2018 年版が記載事項に指定する「ステークホルダーエンゲージメントの状況」は、事業者が実施したステークホルダーエンゲージメントの状況説明であり、どのカテゴリーのステークホルダーに対して、どんな形態のエンゲージメントを、どのように実施したのかについての実態開示を促しています。例えば、ESG 投資家と事業者の重要な環境課題への対応について日常的・継続的に対話している場合であれば、その旨と実施結果（対話・説明会の回数、得られた成果等）を具体的に説明します。

ステークホルダーエンゲージメントの状況情報の必要性

- ✓ ステークホルダーとの良好な関係は事業主にとって一種の経営資源であり、その意向や動向を無視して事業を行うことはリスク要因にしかありません。継続的なステークホルダーエンゲージメントを通じて良好な関係を強化することが事業を円滑に進めるポイントです。ステークホルダーエンゲージメントの状況に関する情報開示は、事業者がステークホルダーに配慮しながら事業を進めていることをステークホルダーに伝える有効な手段であり、両者の関係強化に貢献します。
- ✓ 事業者の社内では、ステークホルダーエンゲージメントの状況を情報化することで、様々なチャネルを通じて実施する多様なステークホルダーエンゲージメントの全体像を俯瞰できるようになり、ステークホルダーエンゲージメントに対する従業員の意識・スキル向上に役立つだけでなく、ステークホルダーエンゲージメントの将来的な改善に重要な基礎データの提供が可能となります。
- ✓ 環境デューディリジェンス²を実施する場合は、生物多様性のように、専門的な NGO とのエンゲージメントなしには早期の問題解決が困難な課題があります。そうしたケースでは、デューディリジェンス・プロセスに情報開示が組み込まれているために、ステークホルダーエンゲージメントの状況に関する情報開示が必ず求められることとなります。

² 「環境デューディリジェンス」については、本解説書の第 2 章 4. 「リスクマネジメント」を参照。

報告事項

□ ステークホルダーへの対応方針 … ①

- ✓ ステークホルダーへの対応方針では、重要な環境課題への対応に際して、どのようにステークホルダーエンゲージメントを利用するのかを、ステークホルダーの特定方針やステークホルダーエンゲージの実施方針によって、説明します。
- ✓ 明文化された方針を策定していない場合でも、ステークホルダーに関する基本的な考え方が確立されている場合は、それもステークホルダーへの対応方針に含めます。
- ✓ ステークホルダーエンゲージメントやステークホルダーに対する方針がない場合は、その旨を記載します。

開示例

- ・ステークホルダーとの良好な関係作りは、当社が持続的な成長を目指す上で不可欠な要素であり、重要な経営課題として全社的に取り組むことを基本方針にしています。
- ・重要な環境課題への対応に関わるステークホルダーは、顧客、株主・投資家、従業員、取引先、地域社会、行政であり、各ステークホルダーとのエンゲージメントを通じて集積した意見・意向を分析して、重要な環境課題を抽出しています。
- ・グローバルベースで対応が必要な環境課題については、情報を社内で共有し、課題解決に向けて全力で取り組みます。

□ 実施したステークホルダーエンゲージメントの概要 … ②

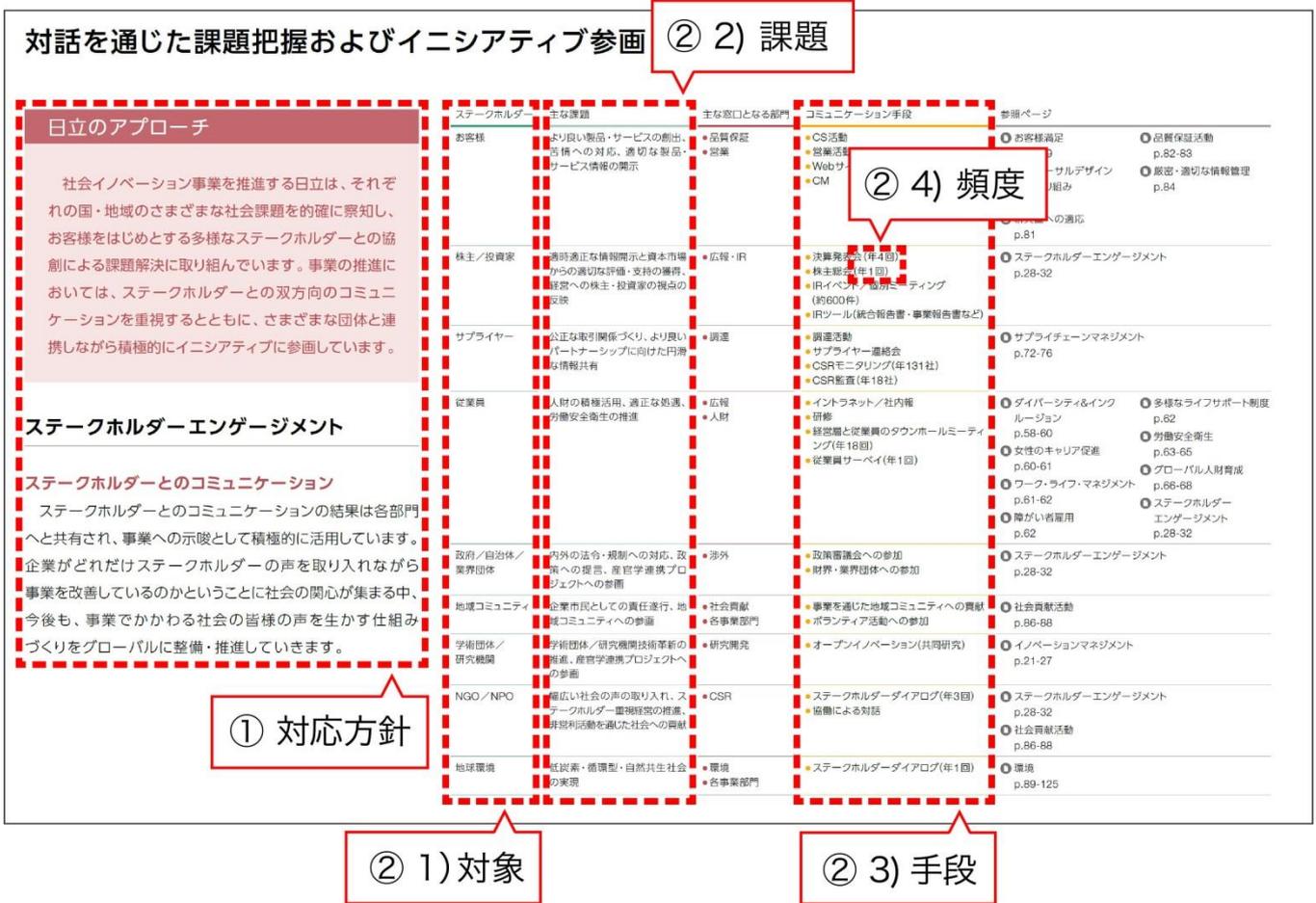
- ✓ 実施したステークホルダーエンゲージメントの概要は、1) エンゲージメント対象はどのカテゴリーのステークホルダーか、2) そのステークホルダーの主な課題は何か、3) エンゲージメント手段として何を実施したか、4) エンゲージメントの実施頻度はどの程度か、に留意して説明します。
- ✓ 重要な環境課題への対応に関する取組状況について、ステークホルダーからのフィードバックを得ている場合は、その旨も説明することが望まれます。
- ✓ ステークホルダーエンゲージメントの概況を説明する際は、図・表のような視覚的な方法を活用して、ステークホルダーエンゲージメントの全体像を理解しやすくする工夫が望まれます。

開示例

ステークホルダー	重要な課題	エンゲージメント手段	実施頻度
顧客	環境配慮製品	顧客満足度調査	年1回開催
従業員	エコマインドの醸成	社内セミナー	年1回開催
株主/投資家	企業価値の増大	IR説明ミーティング	随時開催
サプライヤー	環境マネジメント強化	グリーン調達	通年運用
地域社会	環境保全	定例協議会	年2回開催
NGO/NPO	環境保全での協働	対話・諮問	随時開催

参考になる事例

事例1 株式会社日立製作所



(出所) 株式会社日立製作所「日立 サステナビリティレポート 2018」

実例2 住友電気工業株式会社

ステークホルダーとの関わり

② 1) 対象
② 2) 課題
② 3) 手段

住友電気グループ	ステークホルダーの概要	住友電気グループの主な責任	主な対話方法
行政 (政府・自治体)	各国の政府・自治体は、管轄を受けるとともに製品・サービスを提供するお客さまでもあります。	<ul style="list-style-type: none"> 法規制・行政指導等の遵守 税金の納付 公的課題解決に向けての諸政策への協力 	<ul style="list-style-type: none"> 経済団体や業界団体を通じての対話 各種届出、調査・アンケートへの回答 主務官庁への相談、パブリックコメント
地球環境	環境保全への取り組みを経営の最重要課題の一つとして位置づけた環境経営を推進しています。	<ul style="list-style-type: none"> 温室効果ガス排出量の削減 省エネ、リサイクルの推進 廃棄物量削減、有害化学物質の排出量削減 	<ul style="list-style-type: none"> 各種法規制等への対応 PDCAに則った環境保全活動 ステークホルダー・ダイアログ
お客さま	「自動車」「情報通信」「エレクトロニクス」「環境エネルギー」「産業素材」の5つの分野でさまざまな製品・サービスを世界中のお客さまに提供しています。	<ul style="list-style-type: none"> 社会的に有用で安全な製品・サービスの提供 品質・コスト・納期等あらゆる面でのCS向上 製品に関する正確・適切な情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> 日常の営業活動を通じての対話 ニュースレター、メール配信、Webサイト 展示会等における情報交換
地域社会 NPO/NGO	住友電気グループは世界約40カ国で395社が事業活動を行っています(2018年3月末現在)。	<ul style="list-style-type: none"> 文化や慣習の尊重と発展への貢献 事故・災害の防止、環境の保全 環境などの問題解決に向けての協力・連携 	<ul style="list-style-type: none"> 行権事への参加、伝統芸能の支援 工場見学、施設開放、祭りの共催 社員の地域貢献活動 ● 協働や支援を通じての対話 ステークホルダー・ダイアログ
社員	グループ社員は約25万5千人。そのうち国内は約4万人、海外は約21万5千人、8割以上が海外で働いています(2018年3月末現在)。	<ul style="list-style-type: none"> 人権・人格・個性の尊重 人材の育成、活用、評価 多様な人材が活躍できる職場づくり 労働安全衛生と健康への配慮 	<ul style="list-style-type: none"> 活き活き職場調査 社内報、グループグローバルマガジン イントラネット、社長ブログ 労使による経営協議会 ● 経営幹部との社員懇談会
株主・投資家	株主総数は約5万7千人。発行済株式総数約8億株の所有者別比率は、金融機関が40.0%、外国人は39.8%、個人・その他が12.9%です(2018年3月末現在)。	<ul style="list-style-type: none"> 企業価値の維持・向上 利益の適切な還元(配当) 企業情報の適時・適切な開示 	<ul style="list-style-type: none"> 株主総会 ● IR決算説明会 投資家訪問、取材対応 アナリストレポート IRサイト
お取引先	パートナーズミーティングに参加した主要なお取引先は96社です(2017年度)。	<ul style="list-style-type: none"> 公平・公正な取引 CSR調達推進に向けての支援と協働 	<ul style="list-style-type: none"> 日常の調達活動を通じての対話 パートナーズミーティング 取引先調査表等を通じての対話

① 対応方針

会社情報の開示

当社は、住友電気グループ企業行動憲章において、ステークホルダーの皆さまに会社情報を適切に開示し、社会とのコミュニケーションの促進に努める旨を規定しています。本憲章に則り、重要な発生日実や決定事項については、広報部門が関係部門と協力し情報収集、確認等を行い、タイムリーかつ正確な情報開示を推進する体制を敷いています。さらに、情報開示体制の強化のために、2006年に全社横断的な組織として広報委員会を設置し、会社情報の開示に関する規程の整備やグループ内への教育・啓発、ならびに企業ブランド価値向上のため施策の立案などを行っています。

株主、投資家とのコミュニケーション

当社は「正確な情報を、適時かつ公平に市場参加者に伝え、資本市場において当社の企業価値に関する適正な評価を得ること」がIR活動の重要な目標であると考えています。機関投資家、アナリストに対しては、決算説明会や取材対応の機会を通じて、コミュニケーションの充実を図っています。また、一般の株主・投資家の皆さまに対しては、財務情報、プレスリリース、決算説明会の資料を掲載するほか、動画配信など、Webサイトを通じた幅広い情報発信を行っています。今後とも、公平かつ迅速な情報開示に努め、開示内容の一層の充実を推進します。

情報発信の取り組み

2017年度も引き続き、ステークホルダーの皆さまに一層のご理解を深めていただけるよう、ニュースリリース、取材対応、Webサイト等を通じて、当社グループのさまざまな活動を積極的に発信しました。また、これまで発行してきた広報誌『SEI WORLD』を全面リニューアルし、2017年7月から広報誌『id』を発行いたしました。社会課題に取り組む当社グループの姿を、さまざまな切り口から紹介しています。Webサイトでの情報発信については、120周年を記念した当社の歴史動画を制作し、掲示するなど、随時新しい情報を更新し、充実を図りました。2013年より当社が特別協賛している「びわ湖毎日マラソン大会」については、2018年3月開催に合わせ、2017年12月から応援サイトを開設しました。2015年1月に当社ブランドのさらなる浸透を目指して、当社グループ全体でデザインやロゴ、色、書体に一貫性を持たせ、共通の企業イメージを構築する「コンティティ」を導入して以来、各種刊物の浸透を図る活動を続けています。

② 4) 頻度

当社の主な情報発信実績の推移

年	ニュースリリース	取材対応	社長ブログ
2015	71	84	45
2016	79	61	30
2017	85	105	22

(出所) 住友電気工業株式会社「CSR 報告書 2018」

ステークホルダー・エンゲージメント

ダイキンは、社会に貢献する企業であり続けるために、日常的なさまざまなしくみを通じて、ステークホルダーの皆様のご意見を聞き、経営層に報告し経営に活かしていくステークホルダー・エンゲージメントを重視しています。

① 対応方針

Why? なぜ重要か

企業の事業活動は、その企業の利害関係者(ステークホルダー)や社会・環境に直接的・間接的な影響を及ぼします。企業が持続可能な成長を続けていくためには、独断で事業を進めるのではなく、対話を通じてステークホルダーの懸念や期待を把握し、それらを企業経営に活かしていく必要があります。こうしたプロセスを「ステークホルダー・エンゲージメント」と呼び、企業の持続可能な発展に不可欠な取り組みです。

DAIKIN'S POLICY

ダイキンの主なステークホルダーは、当社グループが製品・サービスを提供しているお客様と、当社グループの事業に直接的に影響を与える株主・投資家の皆様・取引先様・従業員、当社グループの事業展開が影響を及ぼす地域社会の皆様です。また、空調技術の普及や製品・サービスの環境性能向上に関しては、各国政府・自治体や業界団体などが関係します。こうしたステークホルダーの皆様と積極的に対話し、企業経営に活かしています。

有識者との対話

ステークホルダーとの対話を通じ環境経営の方向性を検討

ダイキンは、空調に関わる有識者と「将来の空調のあり方」について意見交換する場として、1995年から国内で空調懇話会を開催しています。当社の急速なグローバル化に合わせて2007年度以降、欧州、中国、米国、アジア・オセアニア、中南米地域にもその輪を広げ、各地域を代表する有識者と環境やエネルギー問題について意見交換を行い、技術や製品開発、事業展開に活かしています。2017年度は、世界5地域で計6回開催しました。

また、2018年3月には、気候変動や省エネに取り組む米国の環境NGO団体National Defense Council (NRDC) や

Energy (ASE) などと、米国での環境政策への取り組みについて経営層が議論し、技術交流会なども開催しました。



米国NGOと経営層のダイアログ

② 4) 頻度

ステークホルダー・エンゲージメントの取り組み

ステークホルダー	主な対話の方法・機会	主な対話窓口
お客様	<ul style="list-style-type: none"> ● 日常の営業活動 ● コンタクトセンター ● ショールーム ● 修理時訪問時の対話 ● 代理店感謝会・商品説明会 	営業部門 サービス部門
株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主総会 ● 投資家向け説明会 ● アニュアルレポート・事業報告書 ● 投資家向けWEBサイト 	総務部門 コーポレートコミュニケーション部門
調達取引先	<ul style="list-style-type: none"> ● 日常の調達活動 ● 取引先説明会 ● サプライヤ品質会議 ● 品質改善報告会 ● 品質監査 	調達部門
従業員	<ul style="list-style-type: none"> ● 自己記録表にもとづく面談 ● 経営協議会・労働協議会 ● グループ経営会議 ● グローバルマネージャーミーティング 	人事部門 経営企画部門
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> ● 防災訓練時などの地域への説明 ● 地域の方対象の工場見学会 ● 地域団体・イベントへの参加 ● 環境教育の実施 	グループ会社 事業場 CSR部門
NPO・NGO	<ul style="list-style-type: none"> ● NPO・NGOとの対話 	CSR部門
政府・自治体 業界・学界	<ul style="list-style-type: none"> ● 各国政府担当者との対話 ● 国連担当者との対話 ● 業界活動への参画 ● 産学連携による研究 ● 空調懇話会 	グループ会社 事業場 渉外部門 CSR部門 研究部門

② 1) 対象

② 3) 手段

(出所) ダイキン工業株式会社「サステナビリティレポート 2018」