

2021年3月期

「株主様アンケート」結果のご報告

調査対象：全株主様57,771名（2020年3月31日現在）

調査方法：配当関係書類にはがき同封で実施（2020年6月22日発送）

調査期間：2020年6月22日～7月22日

集計対象はがき：4,304枚

回答率：7.5%

株主様アンケートでの（記述式）質問事項

- 01 | 当社ホームページの閲覧状況・改善したほうが良いと思われるポイント
- 02 | 2020年3月期の株主総会についてのご意見
- 03 | その他当社IR活動全般に関するご意見・ご要望

01 | 当社ホームページの閲覧状況・改善したほうが良いと思われるポイント

質問の趣旨

株主の皆様への情報発信は、当社ホームページにおいて発信させていただくことが多いです。これに対して、今回の株主様アンケート結果では、「よく見る(3.3%)」「時々見る(28.6%)」を合わせて、当社ホームページをご覧いただいている株主様は全体の約3割にとどまっております。

また、最近では、株主総会、決算説明会や事業紹介等の動画コンテンツもホームページに掲出してありますが、「ほぼ全部見ている(1.8%)」「見たことがある(20.7%)」とこちらもご覧いただいている株主様は、約2割に留まっています。アンケートでは、具体的にどのような改善が望ましいかお聞きしました。

アンケート回答者のご意見

- 見たい内容に行き着くために、**大変な労力**がかかる(50代女性)
- **カタカナ**が多すぎて、どこに何があるのかわかりにくい(30代女性)
- **グループ会社**のページとのリンク、相関性が低い(50代男性)
- 専門用語の解説が欲しい(60代男性)
- 「リクルート」で検索して貴社ホームページがトップに出てこないのが残念(50代男性)
- **従業員**の業務に対する考え方やモチベーションの源泉について紹介するコンテンツがあると良い(40代男性)
- グループ会社の全体像を俯瞰できる資料が欲しい(50代男性他)

アンケート結果に対しての感想

当社ホームページにつきましては、別途オンライン開催しました「株主様ミーティング」におきましても、様々なご意見を頂戴いたしました。これらの貴重なご意見を参考に、少しでも多くの株主様にご覧いただけますよう、見やすく探しやすいホームページを目指して改善を検討してまいります。

02 | 2020年3月期の第60回定時株主総会についてのご意見

質問の趣旨

2020年6月30日に開催いたしました第60回定時株主総会は、新型コロナウイルス感染防止を最優先に考え、事前にご説明資料を当社ホームページに掲出し、会場へのご来場を極力ご遠慮いただくという運営で実施いたしました。こうした実施方法についてご意見をいただきました。

アンケート回答者のご意見

- 良い判断だった
(60代男性をはじめ、約48%の回答者から「適切」であったとのご意見をいただきました)
- 今年は致し方ない
(50代男性をはじめ、約26%の回答者から「致し方なし」とのご意見をいただきました)
- いかなる理由であろうとも株主総会出席に制限をかけるのはおかしいし、問題だ
(50代男性をはじめ、約6%の回答者から「不満」とのご意見をいただきました)
- その他
「地方在住なので来年もこの方式がいい」(40代女性)
「WEB開催であっても質問ができるようにしてほしい」(50代男性)
…等のご意見をいただきました。

アンケート結果に対する感想

2020年3月期の株主総会に対しては、概ね理解できるとのご意見をいただきました。その一方で、出席の制限をかけるのはおかしい等、否定的なご意見もいくつか頂戴しております。今後につきましては、コロナ禍の状況を踏まえつつ、より多くの株主様に共感いただきご参加いただける株主総会にするべく努力してまいります。

03 | その他当社IR活動全般についてのご意見・ご要望

質問の趣旨

株主様アンケートは、1年に1回、株主様と当社との間を結ぶ重要なコミュニケーションツールと位置付けております。この機会を通じ、当社のIR活動全般に関しまして、色々のご意見ご要望を頂戴しました。

アンケート回答者のご意見

- 個人投資家・株主への会社説明会を増やしてほしい(50代男性他多数)
- 地方都市でもIR説明会を実施してほしい(50代男性他多数)
- このアンケートを見て、ホームページは重要な情報源だと気が付いた(50代女性)
- このアンケートも、はがきではなくWebで実施でいいのではないか(40代男性)
- 今どきでも、インターネットを使えない投資家が少なからずいることは理解してほしい(60代女性)
- もっとこまめにIR情報を発信してほしい(40代女性他)

アンケート結果に対する感想

アンケートはがきのWeb化の必要性について認識する一方で、インターネットをご利用にならない株主様も多くいらっしゃるという点につきましても認識いたしました。今後も、株主様との最適なコミュニケーション手法を模索してまいります。