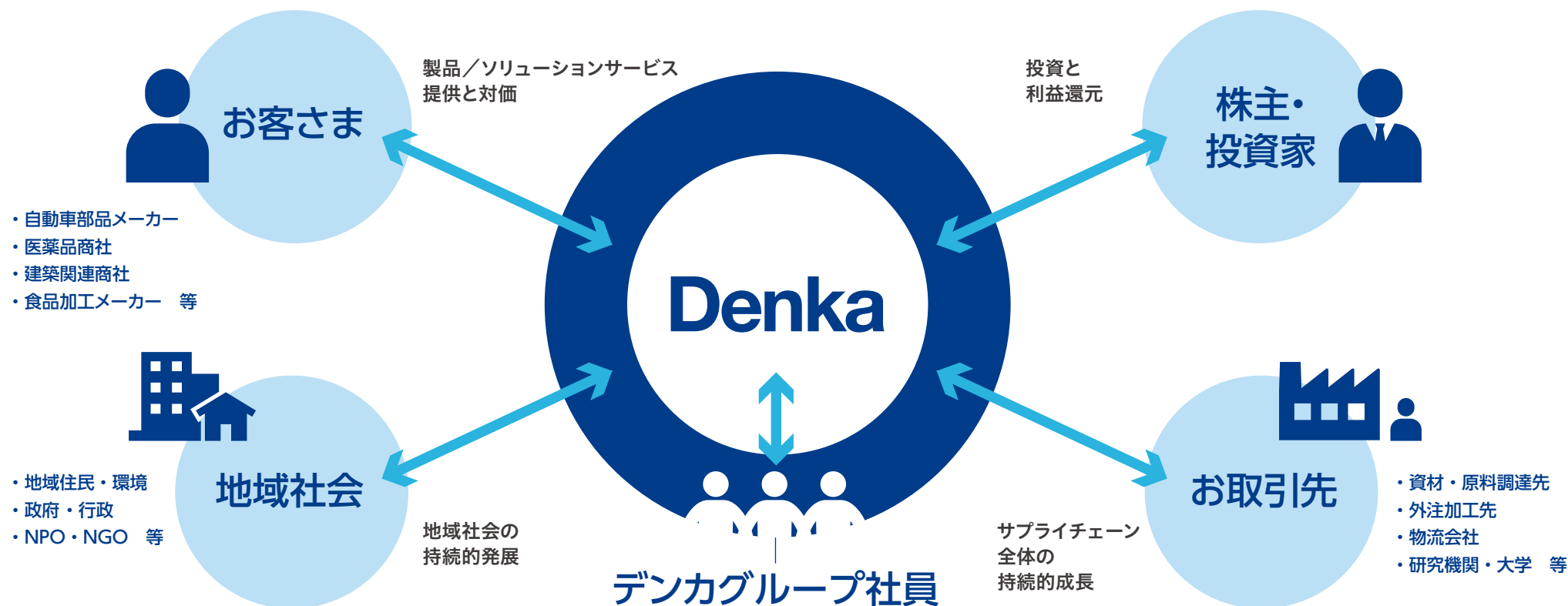


ステークホルダーとの対話

1.ステークホルダーとの対話から創出される価値

ステークホルダーの皆さまとの責任ある対話は、デンカグループとしての社会的責任、社会貢献、企業価値向上への期待を確認するための大切なプロセスであり、デンカグループ ESG基本方針「情報開示とステークホルダーとの建設的な対話」としても掲げています。本図では、それぞれの対話の意義、および創出する価値をご説明しています。



2.ステークホルダーとの対話例

	目的・テーマ	手段
 お客さま	■お客さまに満足いただける安全で高品質な製品、および適切な情報を提供します。 ■お客さまとの誠実なコミュニケーションを通して、信頼関係を構築します。	■対面、およびオンラインによるお客さまとの面談 ■テクニカルサービスの提供 ■顧客満足度調査の実施
 お取引先	■オープンイノベーションの推進、およびお取引先との良好な関係の構築により、サプライチェーン全体での共存共栄を目指します。	■対面、およびオンラインによるサプライヤーとの面談 ■パートナーシップ構築宣言の公表
 地域社会	■良き企業市民として、より良い地域社会形成に積極的に参画し、その発展に貢献します。 ■政治・行政とも健全な関係を保ち、社会との信頼関係を醸成します。	■総合防災訓練 ■見学会、説明会 ■地域交流、対話 ■イベント参画 ■教育支援 ■社会貢献活動

デンカビッグスワンスタジアムにて「ジュニアサッカーフェスティバル」を開催

2024年7月21日、青海工場は、ネーミングライツ契約をしているデンカビッグスワンスタジアムにて、「第7回デンカビッグスワンジュニアサッカーフェスティバル」を開催しました。本サッカーフェスティバルは2015年からデンカ100周年記念ならびに地域貢献活動として、糸魚川市サッカー協会のご協力のもと実施しています。新潟県上越および糸魚川地域社会に根ざした活動を通じて、地域の未来を担う子供達に、プロと同じピッチでサッカーができる喜びを感じてもらうことを目的としています。



明治大学にて「特許分析入門セミナー」を開催

特許分析の重要性を理解し、基本から実践までのスキルを学ぶ事を目的とした「特許分析入門セミナー」を明治大学で開催しました。特許分析は、新しい技術と競争動向を把握する上で不可欠であり、特にSDGs関連技術のような急速に発展する分野では、技術の進展と市場のトレンドを理解するための重要な手段です。今回のセミナーでは、SDGs技術として注目される「代替肉」の技術動向に焦点を当て、特許情報プラットフォーム(J-PlatPat)を用いた特許情報の収集と、グループワーク形式での特許分析を行いました。セミナーに参加した学生からは「特許のグラフやリストからこんなに多くのことを知れるとは思ってもみなかった」や「特許分析で得られた情報が、企業の強み弱みやマーケティング戦略と結びつくのがとても興味深かった」といった声が寄せられました。



**デンカ
グループ社員**

■社員の声を反映し、デンカグループの全ての人々が健康で働きやすい職場づくりを進めます。

■社長による事業所視察および対話 ■労使協議会
■社内ポータルサイトの活用 ■タウンホールミーティング
■社員意識調査の実施 ■ランチミーティング

タウンホールミーティングを開催

どのような立場であっても声を上げやすく挑戦しやすい社内風土の醸成をはかるために、経営層と従業員の双方のコミュニケーションができる「タウンホールミーティング」を開催しています。2025年度は社長が全国各拠点を往訪し、社長として成し遂げたい事や大切にしている価値観について話しながら従業員と交流しました。

2025年7月 デンカケミカルズGmbH(ドイツ)開催

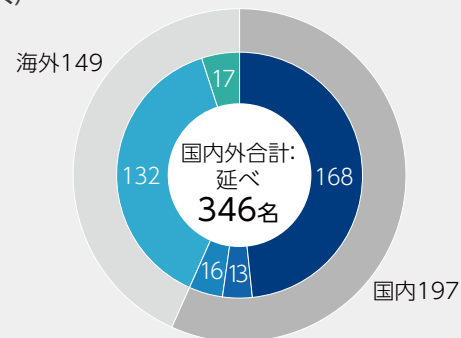


目的・テーマ

手段

- 財務・非財務情報を積極的、効果的かつ公正に開示し、建設的な対話を通して信頼性を確保します。
- グループガバナンス体制を強化し、企業全体の価値の向上を図ります。
- 機関投資家・証券会社アナリストとのミーティングデータ（株主総会、決算説明会、個人投資家説明会を除く）

- 個別・スモールミーティング
- 工場見学会
- SRミーティング
- 個別ミーティング
- 海外ロードショー



■対話の主なテーマと株主の関心事項および開示拡充事項

- ・ポートフォリオ変革の方針と進捗状況
- ・経営計画「Mission2030」策定時から変動した前提条件に対応する経営方針と施策内容
- ・キャッシュアロケーション（株主還元、戦略投資、人財投資、研究開発、財務レバレッジなど）
- ・今後の成長事業の見通しと投資計画

■株主総会の開催（年1回）

招集通知等株主総会資料の内容を充実させ、開示内容を拡充。
当日会場にお越しになれない株主さま向けのライブ配信や、パソコン等を利用したインターネット等による議決権行使方法を採用

■決算説明会の開催（年4回：各80～100名）

社長・経営層が機関投資家・証券会社アナリストに対し、四半期ごとに決算内容や成長戦略について説明（記者向けの決算説明会も年2回開催）

■個人投資家説明会の実施（年1回、対面44名、オンライン377名）

IR担当役員が個人投資家向けに説明会をハイブリッド形式にて開催し、経営計画や事業概要について説明

■機関投資家・証券会社アナリストとのミーティング（延べ346名）

- ・個別ミーティング・スモールミーティング（国内168名、海外132名）
コーポレートコミュニケーション部が機関投資家や証券会社アナリストと個別ミーティングもしくはスモールミーティングにて、決算数値や経営計画などの詳細について、双方向の対話を実施
- ・工場見学会（年1回：国内1拠点）（国内13名）
機関投資家や証券会社アナリスト向けに工場見学会を開催し、製品や各工場の特徴について説明
- ・SRミーティング（年2回：国内16名）
総務部が国内の大株主（機関投資家）に対し、ガバナンスを中心とした当社の取り組みや事業上の課題について対話を実施
- ・海外ロードショー（年2回：海外17名）
社長が米州、欧州、アジアなどの海外機関投資家と、経営計画やビジネスモデル、研究開発、株主還元、ESGなどについて対話を実施
- ・経営説明会（年2回予定）

■経営陣・取締役会にフィードバック

- ・対話にて把握した株主の意見を、経営陣・取締役会、関係部門へフィードバック
- ・株主の意見が多く集まる事項があった場合には、その都度フィードバックを実施



年4回+都度実施

■対話やフィードバックを踏まえて、経営へ取り入れたこと

- ・経営戦略を発信する機会として、初の試みとなる経営説明会を2025年5月に実施
（従来は決算説明会のトピックスとして経営戦略を発信）
- ・株主の意見も参考にし、財務面から経営を強化するため、CFOを取締役候補者に選任



株主・投資家