

## 情報発信・コミュニケーション

企業の社会的責任を全うするうえで、情報開示は基本的かつ重要な課題です。当社は、本誌やホームページ、各種法定書類等を通じてIRや環境保全に関する情報を適宜発信しているほか、お客さまや地域の消費者団体の皆さまとの交流にも意欲的に取り組んでいます。

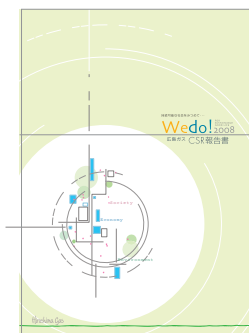
さらに、プレスリリース、グループ広報誌、会社案内、各種パンフレット等を作成して必要な情報をタイムリーに発信しています。



### CSR報告書「We do!」・会社案内 **HP**

「We do!」は、当社の現況を経営・環境・社会の3つの視点からご報告する年次レポートです。1年間の主な取り組みとその成果についてご報告するだけでなく、将来の経営戦略や事業計画・IR情報等についても詳細にご紹介し、より多くの皆さまに当社の事業活動等を理解していただけるよう、内容の充実に努めています。

また、一般のお客さま向けには会社案内を発行、イラストや写真を多く用いて広島ガスの事業活動をより分かりやすく紹介しています。



「We do! 2008」



COMPANY PROFILE

### 各種IR情報ツール **HP**

年4回、有価証券報告書等を発行しているほか、株主の皆さま向けの報告書を発行する等、適宜、当社の活動内容や財務状況の全容を明らかにしています。なお、当社のホームページにおいても各種IR情報をご覧いただけます。



第154期報告書



広島ガスホームページ「IR情報」



プレスリリース



決算短信

### グループ広報誌

広島ガスグループ社員が経営重要事項をしっかりと情報共有し、グループ全体の価値向上・リスク管理を行うことを目的に、年7回発行しています。グループ会社の社員に加え、同業他社(エネルギー関係)、取引先企業、マスコミ関係者、官公庁、県内教育機関、オピニオンリーダー等にも配布。当社グループの状況を社外の皆さまにお伝えするツールとしても活用しています。



グループ広報誌「GAS LAND」

### 広島ガスホームページ

総合エネルギー供給事業を柱とする当社の経営理念・事業内容を十分にご理解いただき、より多くの皆さまのグッドライフにお役立ていただけるよう、多彩な生活情報・ガス器具やガスの保安に関する情報等を迅速に提供しています。

<http://www.hiroshima-gas.co.jp/>



報道発表

HP

迅速かつタイムリーに情報を発信しています

当社のトピックスや財務状況等の情報は、記者会見、プレスリリース等を適宜実施してマスコミに提供し、ステークホルダーの皆さまにはマスメディアを通じ報道として伝達されるよう、積極的な情報発信を行っています。

なお、プレスリリース等の資料は、当社のホームページからご覧いただけます。



記者会見の様子

料理教室・セミナーの開催

HP

安心で快適なガスライフを発信しています

当社ショールーム・公民館・住宅展示場等で開催する料理教室やスーパーでの展示会等を通じて、ガス機器の良さを体感していただくための提案活動をしています。また、高齢者の方々に対しては、ガス機器に関する安全性・環境性等をテーマにしたセミナーや料理教室を開催しています。

このようなお客さまとの接点を通じ、安心で快適なガスライフを発信しています。



料理教室セミナー

「'07ガス展」の開催

HP

ガスのある快適な暮らしをご提案

2007年度ガス展は、「見つけた!キレイ生活」をテーマに、最新ガス機器の展示・即売のほか、床暖房やミストサウナの体感・実演などを実施、11月17日からの2日間で約1万7千人のお客さまにお越しいただきました。クッキングステージには、深山社長自らが最新型ガスコンロで調理実演を行う等、お客さまにガスのある快適な暮らしを発信しました。



最新型コンロをPRする深山社長



ミストサウナ体感コーナー



2007年度ガス展

消費者団体との懇談会

お客さまにガス事業を知っていただくために

当社の事業の取り組みについて地域の皆さまに理解を深めていただくため、(社)広島消費者協会との懇談会を毎年開催しています。懇談会では当社の取り組みをご説明するとともに、当社の施設見学や講演会等を行い、当社の活動状況について幅広くご紹介しています。



(社)広島消費者協会との定例懇談会

お客さま  
の声

消費者にとって真に有効な情報発信を

社団法人 広島消費者協会 会長 中原 律子さん

最近、企業の情報開示に対するスタンスは随分積極的になってきた一方で、さまざまな情報が氾濫し、消費者にとって何が重要かつ有効なのか不透明な状況も見受けられます。企業は、積極的な開示スタンスと重要性の軽重での取捨選択のバランスをとりつつ、消費者にとって、本当に重要かつ有効な情報が確実に伝わる工夫が必要ではないでしょうか。その上で、消費者自身も自ら判断できる能力(消費者力)を高めることが重要だと思います。