

[投資家 × IR サイト] 投資家とのコミュニケーションを密にはかるための法則

IR サイトには、企業の情報を正しく伝えることが求められています。ただし、ただ IR 情報を記載すればいいのではなく、誰に何を伝えるためのかのその目的を明らかにする必要があります。「コミュニケーションツールとしての IR サイト」をテーマに、Web サイトでしか成し得ることができない方法を考えましょう。

背景

企業にとってファンともいえる個人投資家の存在が、これまで投資専門家に対して位置付けられていた IR 活動に変化をもたらした。企業の IR 活動や IR サイトの評価・ランキングには以下のような項目が評価要因としてあげられている。

- ・ 情報開示の姿勢 (日本 IR 協議会)
- ・ きめ細かな情報開示 (ゴメス・コンサルティング)
- ・ 情報開示の積極性 (ゴメス・コンサルティング)

IR 情報そのものの量と併せて、投資家へ向けての「コミュニケーション」が重要。「Web サイト」というツールの活用についても注視されているといえる。

課題

- ・ Web サイトの特性は、空間 (= 紙面・会場) に制限がないこと、時間に制限がないこと。
- ・ IR サイトを、24 時間 365 日ユーザーの都合でコミュニケーションができる場所と位置付けて情報提供を試みる必要がある。

サイト構築のポイント

総会やイベントの補助・補完を充実させる

- ・ 総会やイベントに参加できない投資家に対して、IR サイトを補完的に利用している企業が増えてきている。
- ・ IR 担当部署と連携しつつ、PDF の資料データの提供や動画コンテンツの提供など、できるところから段階的にはじめていく。

コンテンツの具体例

具体例を考えてみましょう

- ・ 説明会やイベントの告知
- ・ 資料やデータの提供
- ・ 動画の提供
- ・ インターネットによる議決権の行使

・ 案 1	
・ 案 2	

リスクと解決策

リスク

せっかく掲載したコンテンツが、かえって IR 活動の足をひっぱってしまう。



解決策

- ・ IR 部署との連携が不可欠
コンテンツの公開・更新を投資家に対してタイムリーに告知することが、コンテンツ内容以上に重要 IR 活動全体のスケジュールに IR サイト構築・運用のスケジュールを合わせていく。



リスク

高いコストをかけてはじめてみたものの維持管理ができなくなる。



解決策

- ・ 身の丈にあった技術導入を
自社の IR 活動で足りないこと・補完したいことをリストアップし、1 つずつ段階的に取り組んでいく。最新技術の導入が目的ではない。



サイト要素

要素に漏れがないかチェックしましょう	
IR ニュース	IR に関するものをまとめて提供 (新鮮な情報を提供)
IR イベントカレンダー	IR ニュースを日付ごとに探しやすい機能として提供
企業情報	経営ビジョンや戦略、経営計画、CSR 計画、社長メッセージなど
IR ライブラリ	決算情報や業績情報、財務情報など
年度別インデックス	年度別の情報や資料請求受付など
株式情報	配当金や株式手続き、株主総会、社債に関する情報など
FAQ	IR 情報に関するよくある質問とその答
用語解説	専門用語や馴染みのない用語に対する解説
お問い合わせ	株主や投資家専用の問い合わせ先を用意
案 1	
案 2	



成果の判定指標

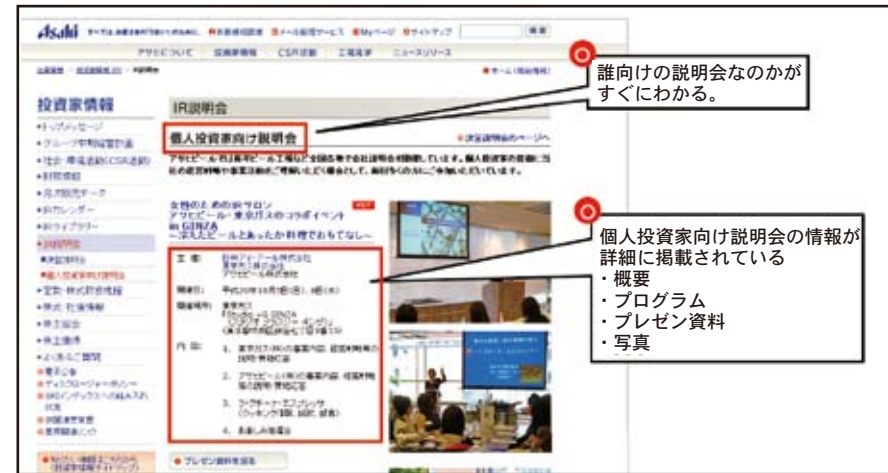
仮説を立て、目標をしっかりと設定しましょう

- ・ 社外アワード
→ 第三者による IR サイトや IR 活動全体に対する評価を得る。
- ・ 投資家満足度
→ アンケート調査を実施し、リニューアルの前後または定期的な数値の変化を評価する。
- ・ 業務の効率化
→ Web サイトの情報提供がどれぐらい効率化できているか、数値を測定。



補足事項

IR サイトをコミュニケーションツールとして有効活用している企業の例を紹介します。



アサヒビール株式会社 会社説明会の模様をレポート
<http://www.asahibeer.co.jp/ir/event/stockholders-mtg.html>



TDK 株式会社 動画や資料データを用いた臨場感のある紹介
<http://www.tdk.co.jp/ir/index.htm>