KPMG

KPMG Insight

KPMG Newsletter

Vol.20

September 2016

経営トピック②

未来を拓くコーポレートコミュニケーション
第20回　Room for improvement ～ 要約
KPMGビジネスレポーティング・サーベイ第2版

kpmg.com/jp

未来を拓くコーポレートコミュニケーション 第20回　Room for improvement～要約 KPMGビジネスレポーティング・サーベイ第2版

KPMG ジャパン

統合報告アドバイザリーグループ
パートナー　高橋　範江

KPMG Internationalでは、世界の企業報告（ビジネスレポーティング）を調査していますが、今回で2回目となります。今回の調査は、2015年夏に発行されているアニュアルレポートのなかで、世界の優良上場企業270社について分析し、企業情報の報告内容における要改善点をまとめたものです。

その結果、業績に関する情報が冗長である、事業戦略やビジネスモデルに関する記載不足、戦略に沿ったKPIが必ずしも提供されていない、重要なリスクの分析がなされていない等の問題点が明らかになりました。企業の健全性、中・長期的な成長性・収益性や持続可能性を知りたいと思っている投資家に対して、企業が明瞭・簡潔な形で、必要な情報を十分提供する領域には、まだ到達できていない実態が浮き彫りになりました。投資家に、より長期的な視点で企業を評価してもらうためには、企業自身も将来の業績評価や成長性を投資家が判断しやすくなるような情報提供が不可欠であります。

本原稿は、「Room for improvement KPMGビジネスレポーティング・サーベイ第2版」を要約したものです。なお、本稿は要約の過程において、オリジナルの原稿と記載の順番が入れ替わっている箇所や筆者の仮訳や私見も含んでいることを申し添えます。

高橋　範江
たかはし　のりえ

© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

【ポイント】

ー KPMGビジネスレポーティング・サーベイ第2版の分析の結果に基づく、より良い企業報告のための6つの提案は、以下のとおり。

1）戦略に関する情報等、投資家の求める情報を提供する
2）明瞭で事業に関連した報告書を作成する
3）長期的視点を表す経営KPIを提供する
4）戦略に沿ったより実務的なKPIを提供する
5）戦略に関するより深い分析を提供する
6）将来の重要事項に関するリスク分析に焦点を当てる

Ⅰ. Room for improvement 分析手法について

KPMGビジネスレポーティング・サーベイ第2版においては、16ヵ国の大手上場企業270社のアニュアルレポートを分析しています。業種は、非金融セクター15部門につき、各部門で各国1社以上を調査対象としています（ただし、その国に該当する企業がない場合を除く）。金融業界の開示要件は他の業界に比べてかなり多いため、調査対象としていません。

対象業種	以下の非金融15セクター(アイウエオ順) 一般消費者向け製品、化学、建設・建材、小売、産業向け製品・サービス、資源、自動車・自動車部品、食品・飲料、石油・ガス、通信、テクノロジー、電気・ガス・水道、ヘルスケア、メディア、旅行・レジャー
対象国	以下の16ヵ国(アイウエオ順) アイルランド、イタリア、オーストラリア、英国、カナダ、スイス、スペイン、ドイツ、日本、ブラジル、フランス、米国、香港、マレーシア、南アフリカ、ロシア

アニュアルレポートの情報取得は、その国のKPMGメンバーファームによって実施され、ビジネスモデル、戦略、業績、リスクに関連する定性的・定量的な情報を含んでおり、各レポートから平均で100項目の情報を収集しています。

また、取得した情報は、レポートの構成に関する情報も含んでいます。アニュアルレポートの定義は国ごとに異なり、国によっては、通常アニュアルレポートに含まれる開示情報が別文書として作成されていますが、比較のため、これらの別文書はレポートのページ数の中に含めています。なお、一般的に重要なサステナビリティ情報の開示はアニュアルレポートに含まれるため、別文書として作成されたサステナビリティ報告書については、本調査の対象にしていません。

Ⅱ. 調査結果について

1. アニュアルレポートの長さの観点から

調査の結果、アニュアルレポートの平均ページ数は204ページでしたが、その42%が財務諸表で占められており、これはビジネスモデルと戦略、または業績と見通しに関する情報のほぼ3倍でした。レポートの長さは、国によってばらつきがあり、**図表1、2**のとおり、150ページに満たなかった国が4分の1近くあった一方で、250ページ以上の国も同じく4分の1ありました。これには、国内規制や過去に用いられた会計基準の名残が反映されており、簡潔明瞭なレポーティングの流れに逆行しているという課題も浮き彫りになりました。たとえば、同じ事項が複数の箇所で繰り返し言及されていたり、主要業績指標（KPI）については、数値の変動を図表で示した方が分かりやすいところを文章で説明しているケースもありました。さらに、業績情報の代わりに取組み事例が紹介されることがあります。取組み事例では全体的な業績だけでなく、その一部も捉えられず、投資家は知りたい情報をアニュアルレポートから見つけられないことになります。

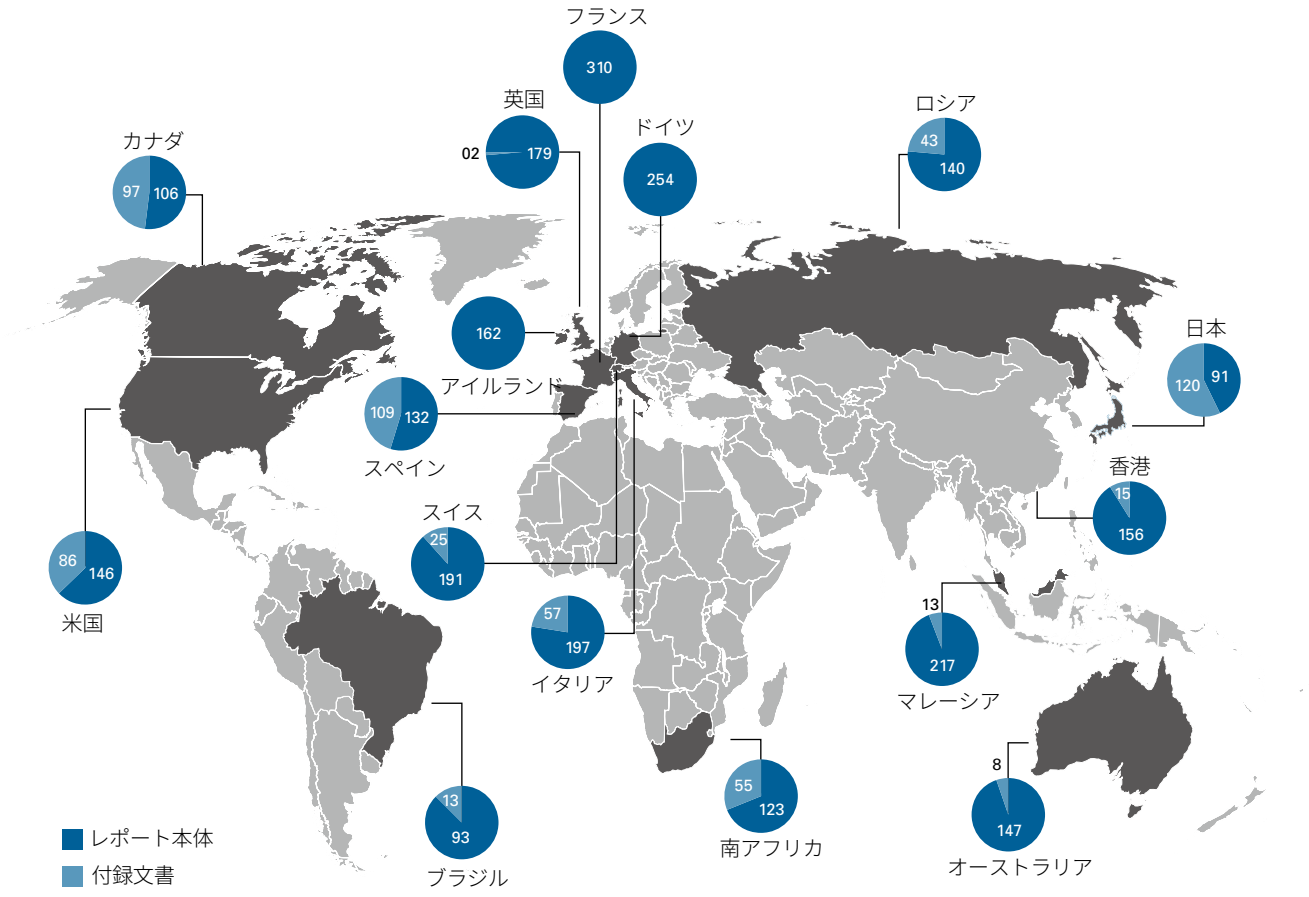
英国のように、簡潔明瞭なレポーティングへのプレッシャーがある国もありますが、多くの国ではアニュアルレポートに開示すべき情報（財務諸表等）が多すぎるという改善要望が企業からある状況です。

2. 業績の記載の観点から

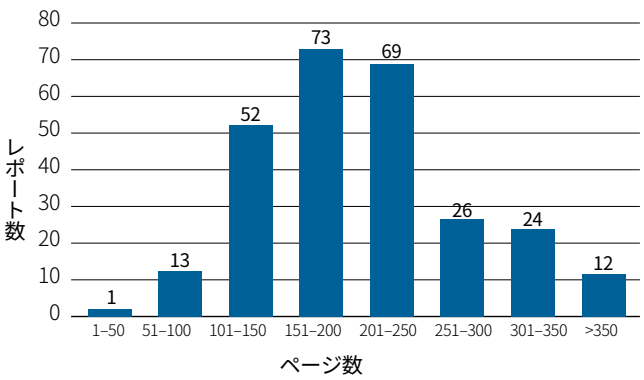
投資家による事業評価は長期の収益に基づくものであるのに、多くの企業は投資家が短期的な収益に焦点を当てていることにフラストレーションを感じています。この矛盾が生じてい

© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

【図表1　アニュアルレポートの平均的な長さ】



【図表2　アニュアルレポートのページ数】



る理由の1つが、投資家が入手できる信頼性の高い重要な情報のほとんどが過去の財務情報であるという企業のレポーティング慣行にあると考えられます。投資家に長期的な視点を望む場合、それを可能にする質の高い情報を企業は提供しなければなりません。このような矛盾を解消する1つの手立てとして、非財務KPI、とりわけ経営に係るKPIは、ビジネスの発展や長期見通しについての重要なインサイトを提供するでしょう。

多くの投資家が企業レポーティングの改善点のトップに予測情報を挙げています。そのため、投資家が将来の業績を見通すことを可能にするため、丁寧な説明がなされた予測情報を企業が提供することには深い意味があります。それにより、過去の業績と将来予測が繋がっている、将来志向の対話が企業と投資家の間で可能になります。レポートの47%が、EBITDAなどのNon-GAAP指標を用いていますが、受注高など、企業の現在のベースライン業績を説明するために必要な指標を用いているレポートは30%に留まっています。

本調査においては、多くの事業における業績を語るうえで重要な役割をもつとKPMGで考えた6つの分野（ブランド、研究開発、人材、効率性、顧客、製品）と、各6つの分野における業績を示す指標を検討しました。これらの指標は、定量的なKPIだけではなく、たとえば、製品や知的財産の開発パイプライン等、業績をあらゆる方向から捉えられるような記述的指標も含まれます。

調査の結果、ほとんどの企業が6分野のうち多くても2分野もしくは3分野において何等かの業績情報を提供するに留まっています。最も多くの企業が取り上げた製品分野で全体の58%、最も少ない分野（ブランド）においては、僅か15%の企業のみが取り上げています。5分野以上を取り上げたレポートは全体の

© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

11%に留まっており、これでは読み手は、ビジネスの健全性を部分的にしか把握できません。業績に関する深いインサイトを提供する情報については、その範囲を広げるだけではなく、ビジネスに関連する情報や指標を提供する必要があります。

それでは、業績の6つの分野について詳しく見ていきましょう（**図表3**参照）。

（1）顧客（売上も含む）

レポートの大半は、財務諸表に基づいて営業成績を説明していますが、収益データのみでは企業と顧客との関係性の良し悪しを判断することは困難です。顧客や売上に関する業績について、現況情報または単年データ以上の情報を追加で提示している企業は41%でした。顧客定着率や顧客満足度などの顧客関連指標は、収益の見通しの先行指標でありますが、顧客満足度を提示したレポートは6%に留まっています。

他の有用と思われる指標の例としては、顧客数、顧客層のプロフィール、1人当たりまたは1㎡当たりの売上高、等があります。

セクター別においては、通信部門が最も多くのレポートが業績指標を記載しており（68%）、次いで、旅行・レジャー部門（67%）、産業向け製品・サービス部門（61%）となっています。

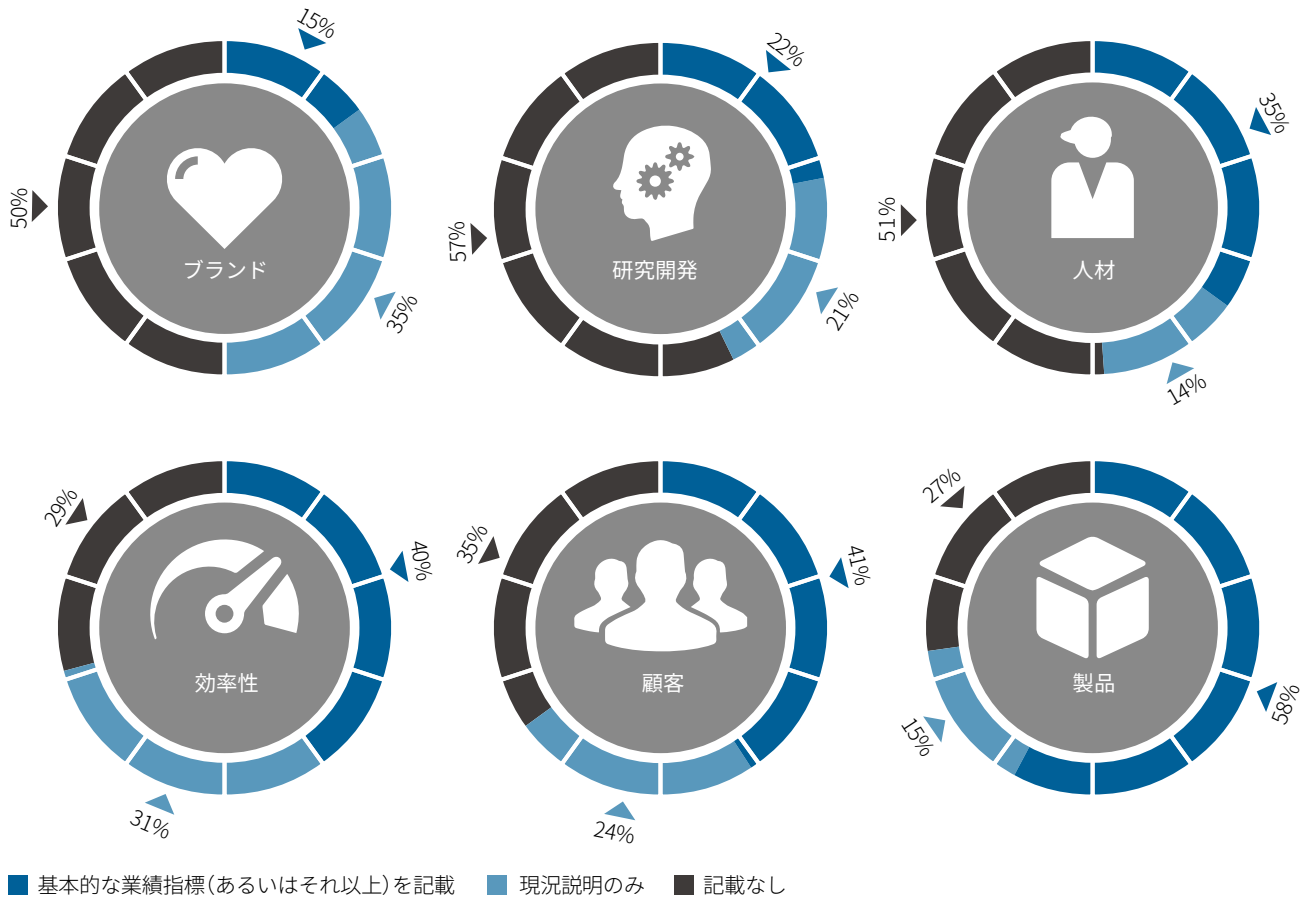
（2）ブランド（市場シェアも含む）

市場関連データは、業績を外部に示す際の裏付けになりますが、ブランドシェアや市場シェアの推移を示す指標を提供しているレポートは15%に留まっており、市場全体のなかでの企業の業績推移を報告する機会を、多くの企業が利用できていないことを表しています。また、ブランドの実績データを報告している企業についても、その多くは単年データのみであり、ブランドの健全性を強化する取組みが持続的に行われていることを示せません。ブランドと市場に関するさまざまな指標を示すことで、ブランドの健全性管理状況を伝えることができます。

他の有用と思われる指標の例としては、ブランドランキング、ブランド評価、等があります。

セクター別においては、メディア部門において、最も多くのレポートが業績指標を記載していましたが（47%）、その他の14セクターにおいて指標を記載している企業の割合は3割未満でした。

【図表3　業績指標別の記載企業数】



© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

（3）研究開発（知的資本）

知的資本はレポーティングが難しいと言われる分野の1つですが、企業の半数以上がナレッジと専門技能はビジネスモデルの重要な部分であると考えています。ですが、ブランドを除く知的資本に関する情報については、支出に関する基本的開示以上のものを記載しているレポートは22%に留まっています。その理由としては、知的資本のレポーティングは、研究開発に関するものに限定されることが多く、その他の領域におけるノウハウや専門技能については、見過ごされることが考えられます。

知的資本に関する指標は、何も複雑である必要がなく、また、秘匿情報である必要もありません。有用な指標の例として、主要な専門技能の維持や、新製品の売上額等があります。

セクター別では、ヘルスケア部門が最も多く業績指標を記載しているレポートを発行しており（50%）、次いで、自動車・自動車部品（38%）、建設・建材（35%）となっています。

（4）効率性

事業効率に関するレポーティングは、ビジネスの成功を図る指標となるだけではなく、事業のコスト構造に関する洞察を提供することができます。レポートの71%が効率性について報告していますが、効率性の改善について報告しているレポートは40%に留まっており、稼働率や差異分析等の効率性を示す最も重要な指標を報告しているレポートは僅かでした。企業の4分の1が、具体的な効率化施策による影響額を記載していますが、当年度においてどれくらい認識されたのかと併せて見込まれるコスト減額を報告しない限り、あまり意味がありません。

他の有用と思われる指標の例としては、生産歩留まりや固定・変動原価構成、等が挙げられます。

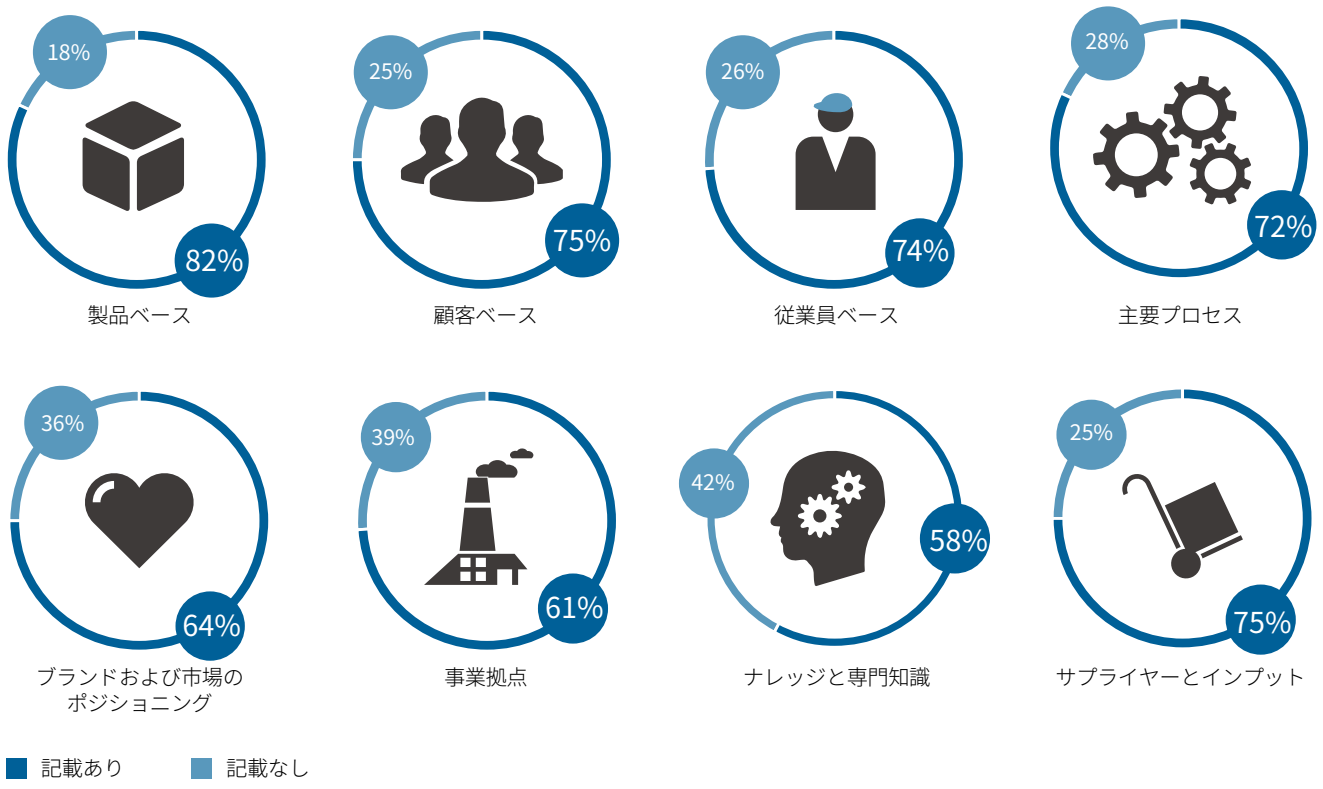
セクター別では、石油・ガス部門のレポートが最も多く業績指標を記載しており（69%）、次いで旅行・レジャー部門（61%）、資源部門（60%）となりました。

（5）人材

全社的な従業員定着率や満足度等、レポートの73%が人材に関する指標を1つ以上報告していますが、その多くは投資家のニーズと合致していません。投資家が知りたいのは、主要な人材が留まっているかどうかです。調査の結果、事業にフォーカスした人材関連情報を報告しているレポートは僅か35%でした。また、ストライキによる労働損失日数や、従業員の生産性や労使関係の指標の提供はインサイトを提供する指標ですが、このような指標を報告しているレポートは僅か7%でした。他に有用と思われる指標には、特定の主要従業員の定着率、資格レベル、経験値、等があります。

セクター別では、石油・ガス部門で最も多くの企業が人材関連指標を記載しており（63%）、次いで電気・ガス・水道部門が56%、建設・建材部門および資源部門がそれぞれ55%でした。

【図表4　レポートに含まれるビジネスモデルの側面】



© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

（6）製品

平均で58%の企業が製品に関する業績指標を提供しています。その多くは売上高や生産高などで、利益や成長の促進要因について貴重なインサイトを提供しますが、製品の健全性に影響を与える長期的な要因を明らかにするものではありません。新製品の発売に関する情報を提供しているレポートは僅か21%です。また、製品の不具合を重要なリスクとして取り上げている企業は18%ですが、製品の品質や安全性に関する指標の提供は5%程度です。

セクター別には、資源部門のレポートが最も多く業績指標を記載しており（90%）、次いで自動車・自動車部品（85%）、電気・ガス・水道と旅行・レジャー部門（それぞれ72%）でした。

3. 事業戦略の記載の観点から

アニュアルレポートに占める企業戦略とビジネスモデルのセクションの長さは、平均で財務諸表セクションの3分の1強にすぎず、情報が少ないことが課題になっています。多くのビジネスモデルの記載は一般的すぎて有効ではないのが現状です。ビジネスモデルを企業の戦略や業績情報と関連付けて説明できれば、読者は業績に関するすべての側面がレポート内で説明されているかを判断できます。

本調査では、ビジネスの多様な側面のうち、「製品」「顧客」「人材」「ブランド」「専門知識」「経営基盤」「サプライヤーとの関係性」「主要なプロセス」の8分野について、基本情報の提供をしている企業の割合を調査しました。その結果、8分野のうち、平均して5分野については言及がなされていませんでした。最も多く言及されていた分野は「製品」であり（82%）、次いで「主要なサプライヤーとの関係性」と「顧客」（それぞれ75%）でした。最も言及が少なかったのは、「専門知識」でした（58%）（**図表4**参照）。

企業の目的と価値に関する説明は、レポートの読み手に、企業の長期的戦略を理解させることを促すことができます。しかしながら、企業の目的を具体的に記載しているレポートは43%のみでした。企業の目的が記載されている分野として、最も多かったのが従業員に関する目的で47%のレポートが言及していました。次いでビジネスに関する目的で44%、社会に関する目的36%、環境に関する目的と従業員に関する目的が、それぞれ27%でした（**図表5-1**参照）。

事業戦略を説明する際に、事業拡大や効率性など、最も短期に成果が得られる戦略分野についてレポートの多くは言及していました。一方、カスタマー・エクスペリエンスやレピュテーション等の、ビジネスの長期的な健全性に取り組む戦略分野については、あまり言及されていませんでした（**図表5-2**参照）。

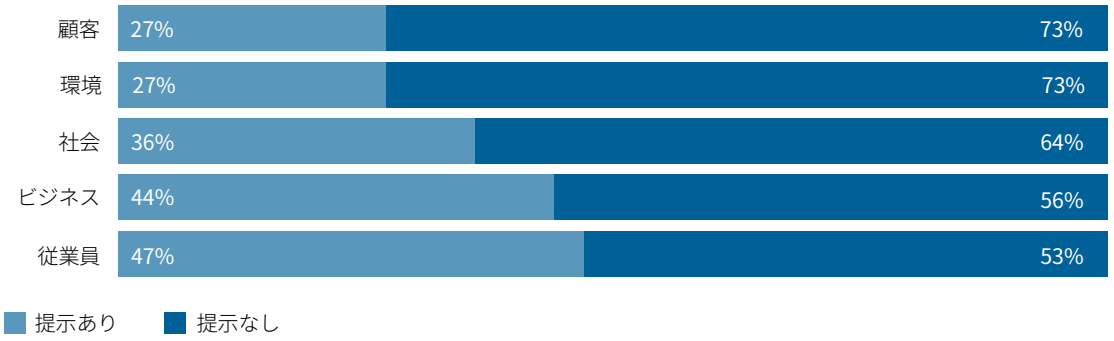
4. 事業リスクの記載の観点から

本来、リスクに関するレポーティングは、株主価値に影響を与える重要なリスクを企業がどのようにして管理しているかを説明するものです。しかしながら、多くの場合、法令順守のために記載されているようです。

共通の課題としては、事業価値に最も関連するリスクと、成長戦略と経営資源に関連するリスクに焦点を当てていないことでした。戦略の選択、製品の戦略的合成、変更管理に伴うリスクについて報告している企業は10%未満でした。また、レピュテーション、ノウハウ、カスタマーリレーションなどの主要な事業資産は、適切に保護しなければ株主価値の崩壊に繋がる恐れがありますが、そのリスクを報告しているレポートは25%未満に留まっていました。

リスクレポーティングに関するアプローチは国によって異なりますが、1社当たりの報告リスク件数の平均が14件だったのに対して、ドイツ、フランス、カナダ、米国の4ヵ国の平均は22件

【図表5-1　コアバリューや目的が提示されている分野】



注：「ビジネス」とは、特定セグメントで首位に立つなど、事業に関連する目標を指します。

© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

～31件でした。報告されるリスクが多すぎると、本当に重要な問題が埋もれてしまう恐れがあるばかりではなく、取締役会が最も重要な課題に取り組んでいないような印象を与えかねません。規制により多くのリスクを報告する義務がある場合は、重要なリスクが埋もれてしまわないよう、記載に工夫をすると良いでしょう。

また、リスクプロフィール全体の中長期的な管理方法について、その取組みを説明しているレポートはほとんどありません。リスクを列挙するだけではなく、その規模および発生可能性の推移を伝えているレポートは11%に留まっています。

国別の1社あたりの報告リスク件数は以下のとおりです（**図表6**参照）。

「標準的に開示されているリスク」として、その国の企業の3分の2以上が取り上げているリスクをみると、日本では「政治・規制上のリスク」、「マクロ経済リスク」「市場価値の変動に対するエクスポージャー」の3つが取り上げられています。各国の「標準的に開示されているリスク」を見ると、「市場価値の変動に対するエクスポージャー」が最も多く、次いで、「融資の有無」であり、3番目に「政治・規制上のリスク」と「マクロ経済リスク」でした。このことから、日本においては、多くの国の企業が「標準的に開示されているリスク」を報告していることが伺えます。

Ⅲ. まとめ

本調査の結果、投資家が企業の健全性と将来性を評価するために必要な情報と、企業のレポートを通じて入手可能な情報にはギャップがあることが浮き彫りになりました。当該ギャップは、部分的にはビジネスモデルと戦略の記述に起因しています。ビジネスモデルと戦略について、十分な記述があれば、企業は長期的なビジネスの全体像を投資家に提供できます。

当調査の結果を踏まえ、企業のレポーティングを改善するための6つの提案を以下に記載します。

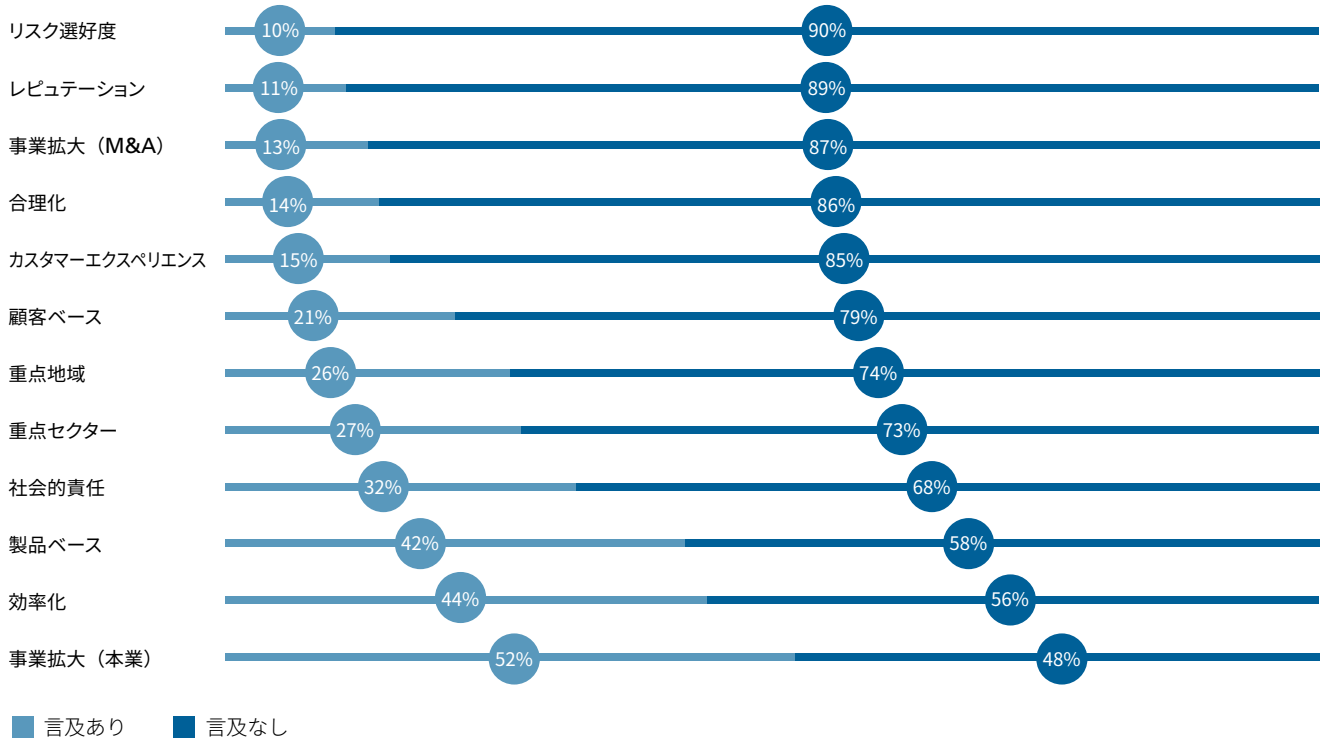
（1）戦略に関する情報等、投資家の求める情報を提供する

アニュアルレポートは、過去の財務業績の説明から1歩進んで、現在の業績や戦略のより詳しい説明、および戦略の進捗状況に関する客観的情報を提供することを目的に、内容をより充実できます。長期的なビジネスニーズに合わせて、主な経営資源がどのように配分されているのかについて、より多くのインサイトを提供したほうが良いでしょう。

（2）明瞭で事業に関連した報告書を作成する

業績に関する記述的な説明は、冗長になりがちで、ビジネス上の重要事項を反映できていません。また、財務諸表の長さは、企業独自の状況を表しているというよりは、国の慣行に引っ張られることが多いようです。アニュアルレポートのページ数が

【図表5-2　レポートで言及されている戦略分野分野】



© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

多いほどインサイトが豊富であるとは限りません。

(3) 長期的視点を表す経営KPIを提供する

非財務KPIの適切な提示により、財務業績に関する短期的な説明を、長期的な事業の成功に関する説明に結び付けることができます。的確かつ客観的な経営指標は、ビジネスの見通しを評価するためのインサイトを提供するにもかかわらず、あまり浸透していません。長期的視点で業績を捉えるためには、ビジネスの成功に繋がる要因と密接にかかわる指標を選ぶ必要があります。

(4) 戦略に沿ったより実務的なKPIを提供する

業績の最も重要な側面を示すシンプルな指標は、投資家が企業の財務的な成功と事業の見通しを判断するのに役立ちます。

(5) 戦略に関するより深い分析を提供する

ビジネスモデルと戦略についての記述は、もっと深く掘り下げて記載すると良いでしょう。ビジネスモデルについては、企業の限定的な側面だけにフォーカスする記述が多く、戦略については、企業としての長期的な方向性よりも短期的な業績改善を大きく取り上げる傾向があります。

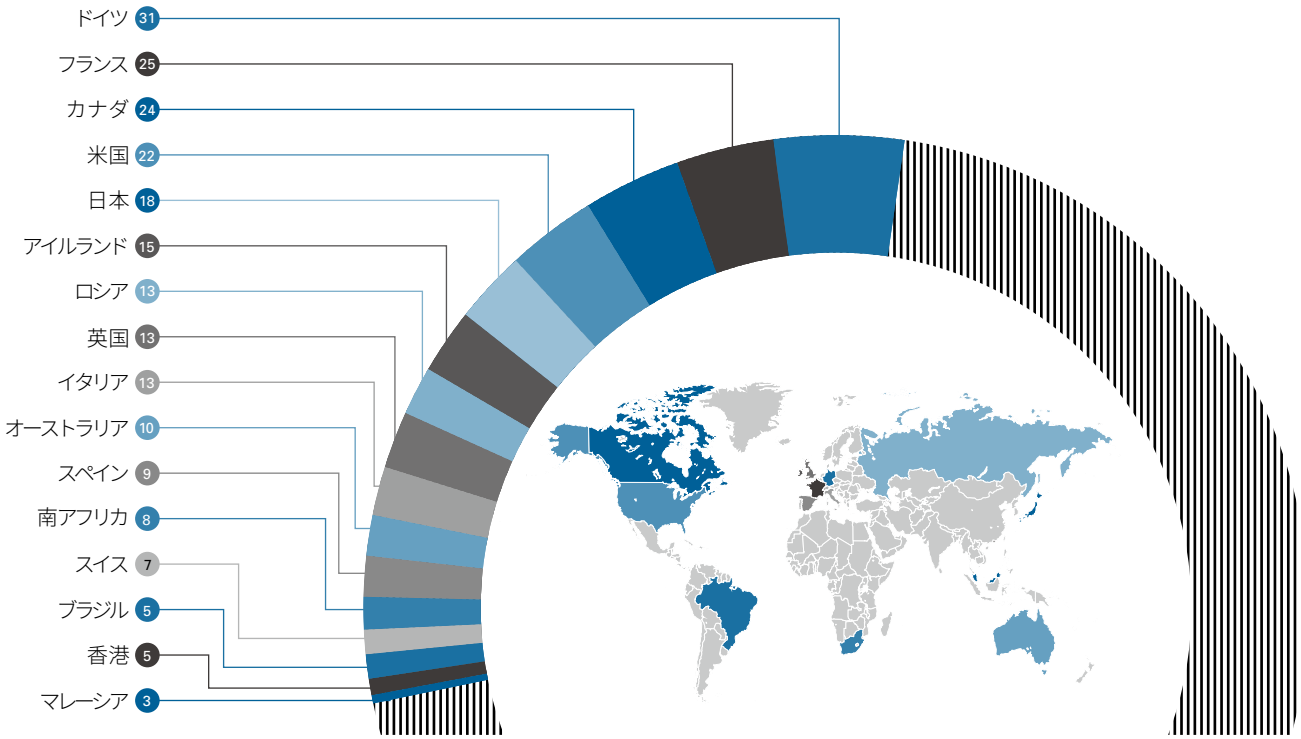
(6) 将来の重要事項に関するリスク分析に焦点を当てる

規制準拠のためにリスクの記述がなされると、最も重要なリスクに焦点が当たらない可能性があります。リスク分析は、最も重要で事業価値と関連性の高いリスクがいかに管理されているかを投資家に分かりやすく説明する必要があります。

なお、KPMGジャパンにおいても「日本企業の統合報告書に関する調査2015」を発行しています。こちらは、企業価値レポーティングラボが公表している「国内自己表明型統合レポート発行企業リスト2015年版」に記載されている205社の企業を対象にKPMGジャパンで調査を行ったものです。当調査においても、「Room for improvement KPMGビジネスレポーティング・サーベイ第2版」と類似した結果が出ています。

たとえば、調査対象企業の44%がビジネスモデルについて記述をしていますが、そのうち、長期的な見通しについて開示している企業は17%であり、全般的に長期的な見通しに関する情報は非常に少ない状況でした。また、企業の業績や達成状況を示すKPIについても、開示されているKPIのうち、財務資本に関するKPIが73%を占め、人的資本や知的資本等の非財務資本に関するKPIの開示は27%に留まっています。これにより、経営者は、より長い時間軸で自社の将来を考察しつつ、ビジネスモデルの説明のなかで、企業が多様な資本を活用しながら、どのような戦略を用いて、中長期的な価値向上を達成していくのかを説明する点において、まだ改善の余地があるといえます。また、価値創造を可能にする戦略の達成状況を示す適切なKPIの設定においても、まだ課題が残っています。

【図表6　レポートに記載されているリスクの平均数】



© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

リスク情報についても、独立したセクションを設けている企業が52%あるにもかかわらず、リスクの潜在的影響や、リスクの管理方針について記載している企業は、その40%に留まっています。リスク項目を個別に説明するだけではなく、将来キャッシュフローの創出との関連性、想定される事業領域へのインパクトやリスクに対する取組みに関する適切な情報提供をアニュアルレポートにおいてすることにより、読み手の企業に対する信頼の深化と良好な関係構築に繋がっていきます。

投資家と企業の間に存在する「レポーティングギャップ」の解消には時間がかかるものですが、アニュアルレポートを通して、投資家から、より深くビジネスの全体像や長期的な将来性を適正に評価してもらう機会と企業側で捉えていただく一助になれば幸いです。

「日本企業の統合報告書に関する調査2015」を発行

2016年4月刊

【著】KPMG

目次
1. 調査の方法
2. 発行企業リスト
3. 統合報告書の発行状況
4. 価値創造
5. コーポレートガバナンス
6. マテリアリティ
7. リスク
8. 業績

今回の調査は、昨年に引き続き、企業価値レポーティングラボによる自己表明型統合レポート発行企業リストに掲載された205社のレポートを対象にしています。

本報告書では、統合報告書の発行企業の属性や、発行時期などを分析したほか、ビジネスモデル、資本、コーポレートガバナンス、マテリアリティ、リスク、業績といった領域の開示状況を分析し、KPMGとしての見解も加えて解説しております。

レポートはKPMGジャパンのウェブサイトからダウンロードいただけます。

https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2016/04/jp-integrated-reporting-20160407.pdf

KPMGジャパン
統合報告アドバイザリーグループ

統合報告に代表される戦略的企業開示に対する要請の高まりに対応していくために、KPMGジャパンは、統合報告アドバイザリーグループを設け、グループ全体で戦略的開示の実現に向けて取組みを支援するための体制を構築しています。KPMGが長年にわたり企業の情報開示のあり方について続けてきた研究や実務経験を活かしながら、統合報告の実践に関する支援をはじめ、企業情報の開示プロセスの再構築支援などのアドバイザリーサービスを提供しています。

www.KPMG.com/jp/integrated-reporting/

© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

【バックナンバー】

未来を拓くコーポレートコミュニケーション

- 「第1回　統合報告とはなにか」
（AZ Insight　Vol.53/Sep 2012）
- 「第2回　統合報告Q＆A」
（AZ Insight　Vol.54/Nov 2012）
- 「第3回　南アフリカ（ヨハネスブルグ証券取引所）における事例にみる統合報告の成功要因と課題」
（AZ Insight　Vol.56/Mar 2013）
- 「第4回　統合報告における開示要素について」
（AZ Insight　Vol.57/May 2013）
- 「第5回　IIRC　CEO　ポール・ドラックマン氏に聞く」
（KPMG Insight　Vol.1/Jul 2013）
- 「第6回　統合報告の実践に向けて」
（KPMG Insight　Vol.2/Sep 2013）
- 「第7回　青山学院大学大学院教授　北川哲雄先生に聞く
今、資本市場に求められる「長期的視点」と統合報告の可能性」
（KPMG Insight　Vol.3/Nov 2013）
- 「第8回　国際統合報告フレームワークの解説」
（KPMG Insight　Vol.5/Mar 2014）
- 「第9回　企業の成長戦略を支えるコミュニケーション
市場、投資家、そしてコーポレートガバナンス」
（KPMG Insight　Vol.6/May 2014）
- 「第10回　企業と投資家との対話の重要性から考える「統合報告」
（KPMG Insight　Vol.8/Sep 2014）
- 「第11回　Integrated Businessに向かって　第4回IIRC年次総会の報告」
（KPMG Insight　Vol.9/Nov 2014）
- 「第12回　企業報告はいかに社会インフラ投資を支えうるか」
（KPMG Insight　Vol.10/Jan 2015）
- 「第13回　日本企業の統合報告書に関する事例調査結果（前編）」
（KPMG Insight　Vol.11/ Mar 2015）
- 「第14回　日本企業の統合報告書に関する事例調査結果（後編）」
（KPMG Insight　Vol.12/ May 2015）
- 「第15回　「統合報告の実際－未来を拓くコーポレートコミュニケーション」出版記念　鼎談」
（KPMG Insight　Vol.14/ Sep 2015）
- 「第16回　「統合報告の実際－未来を拓くコーポレートコミュニケーション」出版記念　執筆者　ハーバード・ビジネススクール　ロバート・G・エクレス教授　インタビュー」
（KPMG Insight　Vol.15/ Nov 2015）
- 「第17回　持続可能性のための価値創造」
（KPMG Insight　Vol.16/ Jan 2016）
- 「第18回　日本企業の統合報告書に関する調査2015」
（KPMG Insight　Vol.18/ May 2016）
- 「第19回　サステナビリティ会計基準審議会（SASB）の最近の動向と統合報告への展開を考える」
（KPMG Insight　Vol.19/ Jul 2016）

本稿に関するご質問等は、以下までご連絡くださいますようお願いいたします。

———

KPMG ジャパン
統合報告アドバイザリーグループ
TEL：03-3548-5106（代表電話）
integrated-reporting@jp.KPMG.com

© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative (“KPMG International”), a Swiss entity. All rights reserved.

KPMGジャパン

marketing@jp.kpmg.com
www.kpmg.com/jp

本書の全部または一部の複写・複製・転訳載および磁気または光記録媒体への入力等を禁じます。

ここに記載されている情報はあくまで一般的なものであり特定の個人や組織が置かれている状況に対応するものではありません。私たちは、的確な情報をタイムリーに提供するよう努めておりますが、情報を受け取られた時点及びそれ以降においての正確さは保証の限りではありません。何らかの行動を取られる場合は、ここにある情報のみを根拠とせず、プロフェッショナルが特定の状況を綿密に調査した上で提案する適切なアドバイスをもとにご判断ください。

© 2016 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative (“KPMG International”), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in Japan.

© 2016 KPMG Tax Corporation, a tax corporation incorporated under the Japanese CPTA Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative (“KPMG International”), a Swiss entity. All rights reserved. Printed in Japan.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.