

# 『日本企業の統合報告書 事例解説』セミナー ご来場者アンケート結果

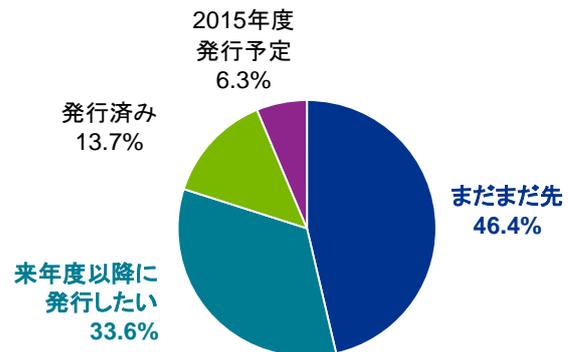
開催日: 2015年6月22日(東京)／29日(大阪)／30日(名古屋)

セミナー名: 日本企業の統合報告書 事例解説

主催: KPMGジャパン 統合報告アドバイザーグループ

## 1) 貴社の取組み状況は？(選択問題)

発行済み	13.7%
2015年度発行予定	6.3%
来年度以降に発行したい	33.6%
まだまだ先	46.4%



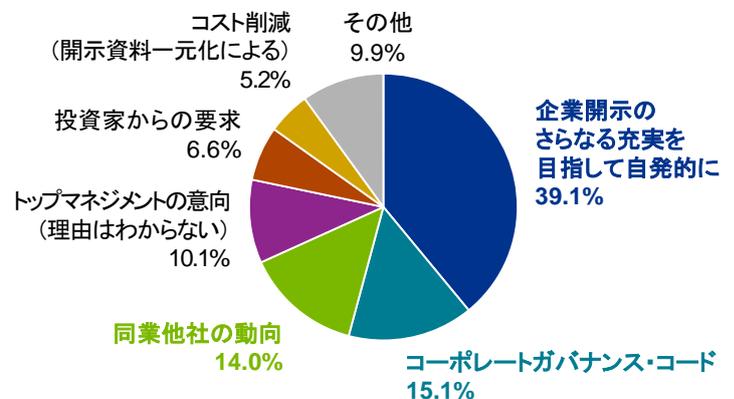
**コメント:**2014年の統合報告書発行企業数は前年対比+46社の142社であり、最近3年間では、平均で年間36社増加しています。今回セミナーには、東京、大阪、名古屋にて延べ240名の方にご参加いただきましたが、このうち、2015年度発行予定の方が6.3%、来期以降の発行を検討中の方が33.6%いましたので、発行会社数は今後も増加していくと思われます。一方で、半数近い方はまだまだ先の課題であると考えているようです。

その理由としては、統合報告書に取り組むには、社内体制の整備が追い付いていない等が考えられますが、完全な統合報告書というものは存在しませんし、統合報告書のエッセンスの一部を取り込むだけでも、現在の事業報告を改善することはできます。

IIRC CEOのPaul Drackmanが統合報告書への取組みを長い道のりに喩えたように、長期的な課題であることを踏まえ、少しでも多くの企業に最初の一步を踏み出してもらいたいと思います。

## 2) 統合報告の取組みを始めた／始める決め手は？(選択問題)

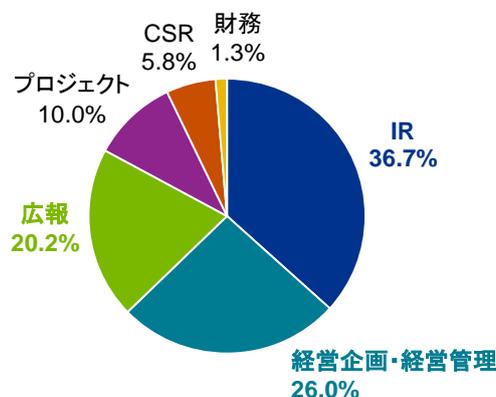
企業開示のさらなる充実を目指して自発的に	39.1%
投資家からの要求	6.6%
コーポレートガバナンス・コード	15.1%
同業他社の動向	14.0%
コスト削減(開示資料一元化による)	5.2%
トップマネジメントの意向(理由はわからない)	10.1%
その他	9.9%



**コメント:**コーポレートガバナンス・コードの適用初年度ですが、コーポレートガバナンスへの対応を理由として統合報告へ取り組む企業と回答された方は15.1%に留まり、自発的な取組みとして、企業開示の更なる充実を目指している方が39.1%もいました。統合報告が広く認知され、理解が深まるのに伴い、統合報告の潜在的な可能性が正しく評価されていることを示しているのではないかと思います。

### 3) 発行部門として適切と思われる部門は？（選択問題）

広報	20.2%
IR	36.7%
財務	1.3%
CSR	5.8%
経営企画・経営管理	26.0%
プロジェクト	10.0%



**コメント:** 調査結果では、統合報告書の発行部門は広報関連部門が最も多かったのに対し、意識調査では、IR部門が36.7%と最も多く、経営企画・経営管理の26.0%がこれに続きました。

調査対象企業においては、統合報告はコーポレートコミュニケーションの問題であり、その中で、対象者を絞り込んでいくとIRの問題として位置づけられるということはないかと思われます。

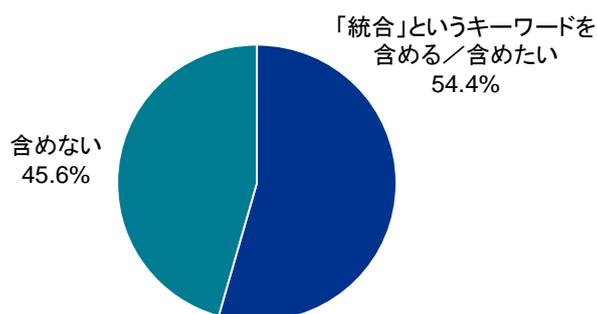
もちろん、統合報告ではコミュニケーションが真正面のテーマではあるのですが、意識調査において4分の1を超える方が経営企画の問題として捉えていることからわかるとおり、統合報告書の内容、すなわち企業の将来像や戦略について説明することや、ガバナンスの仕組みを構築することは、まさに経営企画の課題であり、真の統合報告は経営改革や高度化を実現するものであるという、統合報告の最終段階を見据えている方が予想以上に多かったのは、大変すばらしいことだと思います。

### 4) 貴社のレポートの名称は？（選択問題）

「統合」というキーワードを含める／含めたい	54.4%
含めない	45.6%

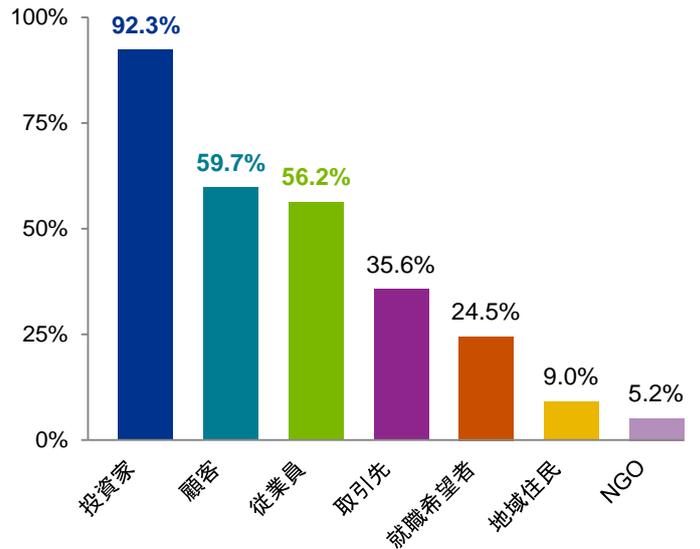
**コメント:** 本質的なことではないのかもしれませんが、統合報告書作成の担当者にとって、報告書の名称をどうすべきなのかという事は非常に悩ましい問題であったりします。

この点、意識調査では、統合というキーワードを使う、使わないがそれぞれ半分という結果でしたので、どちらを選択するにせよ、自信を持って決定することができるのではないのでしょうか。



## 5) 統合報告書の読み手は？(上位3つ)(選択問題)

投資家	215	92.3%
取引先	83	35.6%
顧客	139	56.2%
従業員	131	59.7%
就職希望者	57	24.5%
地域住民	21	9.0%
NGO	12	5.2%
合計	658	

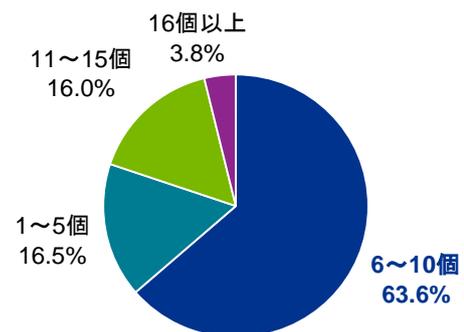


コメント:読み手として投資家が筆頭に挙げられることは想像に難くありませんでしたが、2位以下の分布がどのようになるのか、非常に興味を持っていました。

極端に投資家に偏るといってもなく、顧客、従業員、取引先がこれに続き、それぞれ一定程度の比率を占めるという結果は、これまで、顧客や従業員を重視してきた日本企業の特質とも符合するものではないかと思えます。

## 6) 開示すべきリスクの個数は？(選択問題)

1~5個	16.5%
6~10個	63.6%
11~15個	16.0%
16個以上	3.8%



コメント:開示すべきリスクの個数は、おおよそ調査結果と同様の結果でしたが、6~10個を支持する意見が6割を超えており、実際の開示動向よりも少ない個数の開示が支持されているように思われます。より重要なリスクに限定して詳細を説明するという方法は統合報告書の簡潔性を高めるものであり、このような点を意識された方が多かったのかもしれない。

## 7) リスク情報の開示方針は？(選択問題)

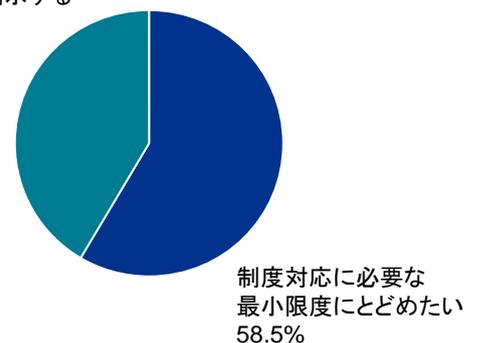
制度対応に必要な最小限度にとどめたい	58.5%
重要なリスクについては潜在的影響に関する評価も含め積極的に開示する	41.5%

コメント:リスク情報の開示方針について、58.5%の方は、あまり積極的ではありませんでした。

重要なリスクを開示しないことは問題ですが、一方で、適切な対応が行われていない場合、リスクを開示することは評価を下げることににつながるかもしれません。

どちらの方針が正解ということはありませんが、不確実性という厄介な要素についてコミュニケーションすることの難しさも、開示を躊躇する1つの理由ではないかと思えます。

重要なリスクについては潜在的影響に関する評価も含め積極的に開示する  
41.5%



## 8) 社内での非財務KPIの扱いは？（選択問題）

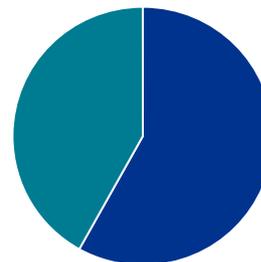
経営判断に関する重要会議において非財務KPI（算出過程に非財務的な変数を含む）が定期的に報告されている	41.9%
定期的に報告されていない	58.1%

**コメント:**58.1%の企業の方が、重要な社内会議において非財務KPIが報告されていないと回答されています。

現在の経営環境においては、重要な価値創造要因の多くが非財務的な要素と結びついており、それが、統合報告が注目されるようになった背景でもあります。

経営判断に必要な情報を収集、分析したうえで、判断により開示していないということであれば問題ないのですが、本当の意味で、経営判断に必要な情報が報告されていないのであれば、自社の価値創造要因を強化し、競争優位性を維持するためにも、内部報告を見直すことが必要かもしれません。

定期的に報告されている  
41.9%



定期的に報告されていない  
58.1%

## 9) コーポレートガバナンス・コードへの対応方針は？（選択問題）

制度対応を失敗しないことが最も重要であり、そのためには、表面的な取り繕いもやむをえない	20.9%
<b>時間はかかっても 自社にふさわしいガバナンスについて考えを深め、地道に対応していきたい</b>	<b>57.7%</b>
他部門が担当しており、自社の方針をよく理解していない	21.4%

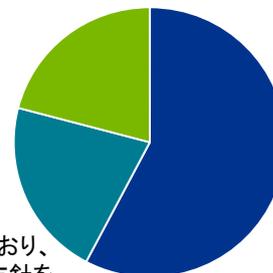
**コメント:**コーポレートガバナンスの意義を理解し、真正面から取り組もうとされている方が多く、時間はかかるかもしれませんが、コード本来の目的を達成していただきたいと思います。

また、自社の方針を理解していないという回答は、組織に存在する縦割り主義や、統合報告を巡る部門横断的な取組みの難しさを示唆するものではないかと思えます。

どんなに素晴らしい考えも、頭で理解するのみで、実際の行動や結果に結びつかなければ意味がありません。

大規模、機能分化した組織を有機的に機能させることは容易ではありませんが、統合報告に関心を寄せる方が中心となり、組織内の複雑な議論を纏め、組織の活性化を促進することができれば、それも統合報告に取り組む意義なのではないかと思えます。

制度対応を失敗しないことが最も重要であり、そのためには、表面的な取り繕いもやむをえない  
20.9%



他部門が担当しており、自社の方針をよく理解していない  
21.4%

**時間はかかっても 自社にふさわしいガバナンスについて考えを深め、地道に対応していきたい**  
**57.7%**