

# KPMG Insight

# KPMG Newsletter

## March 2015

# 未来を拓くコーポレート コミュニケーション 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）



# Volume 11

# 未来を拓くコーポレートコミュニケーション

## 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 ジャパン 統合報告アドバイザリーグループ

パートナー 大槻 櫻子

多くの日本企業が統合報告への取組みに関心を寄せ、統合報告書を発行し始めています。2013年の92社を大きく上回り、2014年には142社が統合報告書を発行しました（ESGコミュニケーションフォーラム調べ）。

KPMG ジャパン統合報告アドバイザリーグループでは2014年に発行された上記142社の統合報告書を対象に調査を行い、日本企業における統合報告の取組みの状況を分析しました。今回は前編として、発行企業の属性や統合報告書の形式面の調査結果に関する報告をします。

なお、本文中の意見に関する部分は筆者の私見であることをあらかじめお断りしておきます。



おおつき さくらこ  
大槻 櫻子

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

### 【ポイント】

- 統合報告書発行企業142社のほとんどは東証一部上場の大規模企業であり、様々な業種にまたがって広まっている。
- 統合報告書発行部門は各社まちまちであり、コーポレートコミュニケーションの戦略化とそれを担う組織のあり方に課題を持つ日本企業が多いことが推測される。
- 多くの企業は従前のアニュアルレポートとCSR統合報告書を単に結合した段階のレポートが多く、より充実した統合報告書への改善がこれから日本企業の課題である。

### I 事例調査の概要

#### 1. 調査の背景と目的

2013年12月に国際統合報告評議会から国際統合報告フレームワーク（以下「IIRCフレームワーク」という）が公表されました。これは統合報告書の作成実務に一定の方向性を与えるものであり、さらなる進展が推測できます。ESGコミュニケーションフォーラムの調査によれば、2014年にアニュアルレポートとCSRレポートを統合させたような形態のものや、CSR報告書を拡充したもの、さらには、IIRCのフレームワークを強く意識したものなど、様々な形式ではあるものの、統合レポー

トを発行した日本企業は142社にまで増加しています。

また、日本版スチュワードシップコードや伊藤レポート、コーポレートガバナンスコードが策定されるなど、企業の適切な情報開示や投資家との対話の重要性が見直されていることも、今後の統合報告、また、その成果である報告書の作成に向けた背景として挙げられるでしょう。

KPMG ジャパン統合報告アドバイザリーグループは、2014年に発行された142社の統合報告書を対象として、統合報告書を作成している企業群はどのような傾向にあるのか、作成された統合報告書はどのような内容なのかについて調査・分析しました。

## 2. 調査の方法

企業が公表するレポートが統合報告書であることを明確に定義することは難しく、自身のレポートを統合報告書であると自ら表明している企業はまだまだ少ない状況です。

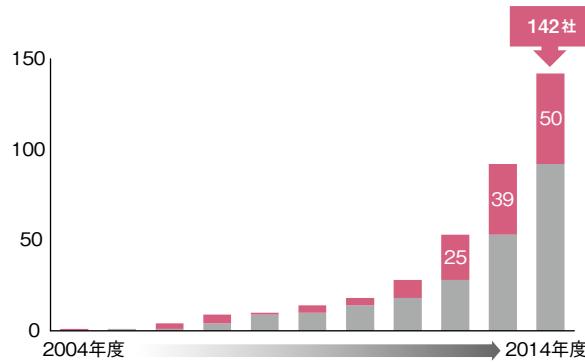
そこで我々は、ESGコミュニケーションフォーラムが「国内統合レポート発行企業リスト 2014年版」として公表<sup>1</sup>している企業（全142社）のレポートを対象として分析を行いました。

## II 事例調査の結果 発行企業の状況

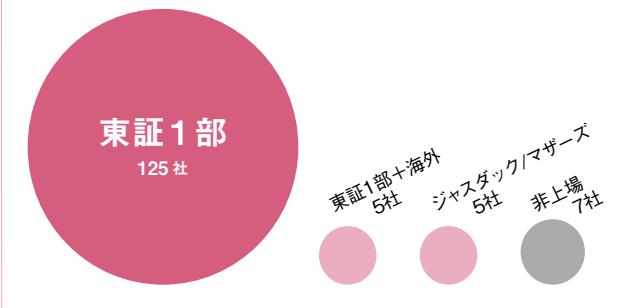
### 1. 発行企業数はどのように推移しているか

2014年の統合報告書発行企業数は前年度の92社を50社上回り、142社となりました（図表1参照）。2010年までは低水準で推移していましたが、2011年あたりから増加し始めています。特に2014年は、2013年12月にIIRCフレームワークが公表されたこともあり、統合報告書に取り組む企業が一気に増えたことが推測されます。前述の統合報告書の普及を後押しする動向等により、今後も発行企業数増加の傾向は続くと予測できます。

図表1 発行企業数の推移



図表2 発行企業数の上場市場



### 2. 発行企業は上場企業なのか

発行企業の87%にあたる125社は東証一部に上場している企業でした（図表2参照）。統合報告書が、主に財務的な資本の提供者である株主や投資家を対象として作成されている点を鑑みれば、上場企業を中心に取組みが広がっていることは自然な流れと言えます。

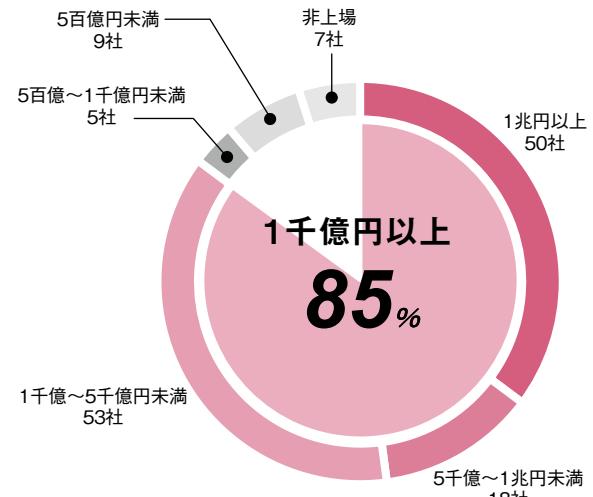
スチュワードシップコードやコーポレートガバナンス・コードの適用に伴い、今後も、ジャスダックやマザーズのような新興市場に上場している企業を含め、より良い情報開示や投資家との対話のための統合報告への取組みが拡大していくことが予想されます。

### 3. 発行企業の会社規模は

会社の規模を売上高で調査したところ、売上高1000億円以上の企業が全体の85%を占めていました（図表3参照）。これは、比較的売上規模の大きい企業が統合報告書発行に取り組んでいる現状を示しています。

そのうち、売上高1兆円以上の大規模会社は50社にも及んでいます。売上高1兆円以上の東証一部上場企業は約140社（典拠：東証Webサイト）ですから、その3分の1以上にあたる企業が統合報告書を発行していることになります。社内リソースに厚みがあることもさることながら、規模が大きく事業の複雑性が高い企業ほど、統合報告への取組みの意義を見出しているのかもしれません。

図表3 発行企業数の売上規模



1. ESG コミュニケーションフォーラム「国内統合レポート発行企業リスト 2014 年版」  
[http://www.esgcf.com/archive/pdf/esgcf\\_reportlist\\_150107.pdf](http://www.esgcf.com/archive/pdf/esgcf_reportlist_150107.pdf)

#### 4. 発行企業の業種分布は

実に多くの業種にまたがり、企業が統合報告書に取り組んでいることがわかりました（図表4参照）。企業数としては、電気機器の18社が最も多くなっていますが、東証一部の上場企業数の規模との比率からすると、空運業（50%）や保険業（43%）、医薬品業界（31%）において統合報告書への取組みが活発であると言えるでしょう。

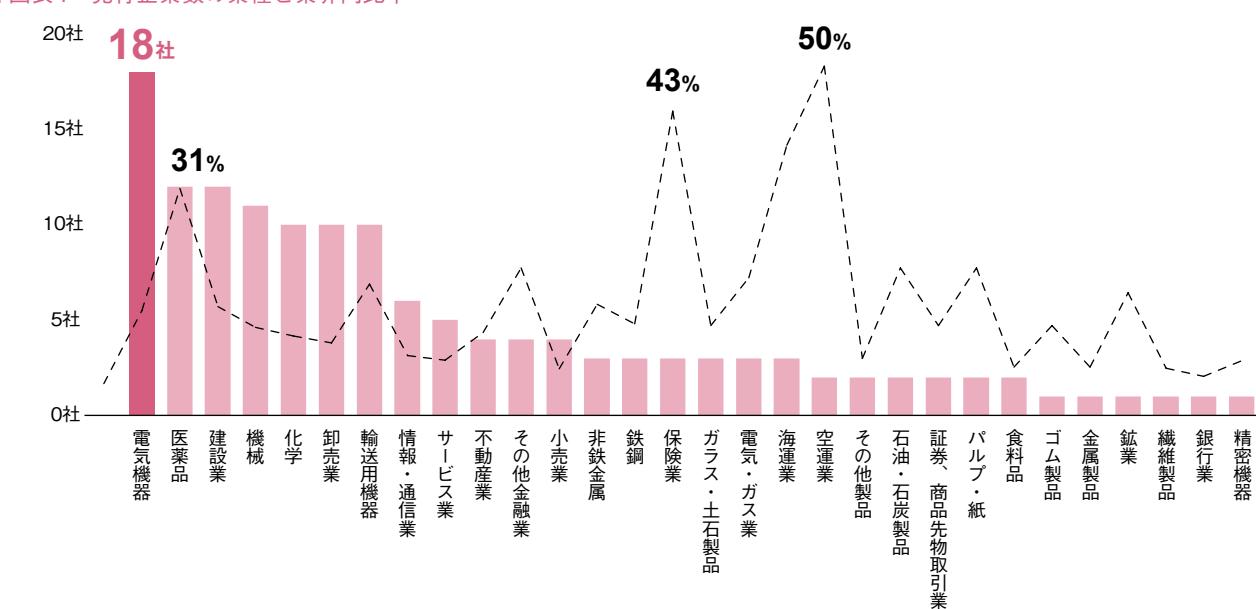
医薬品業界で取組みが活発な理由としては、これまでにも

パイプライン情報等で中長期的な研究開発の状況の開示が広く行われていたこと、社会的責任に対する直接的な意義を定義しやすいこと、ビジネスモデルがコングロマリット型の企業よりも定義がしやすいことなどが挙げられると思われます。

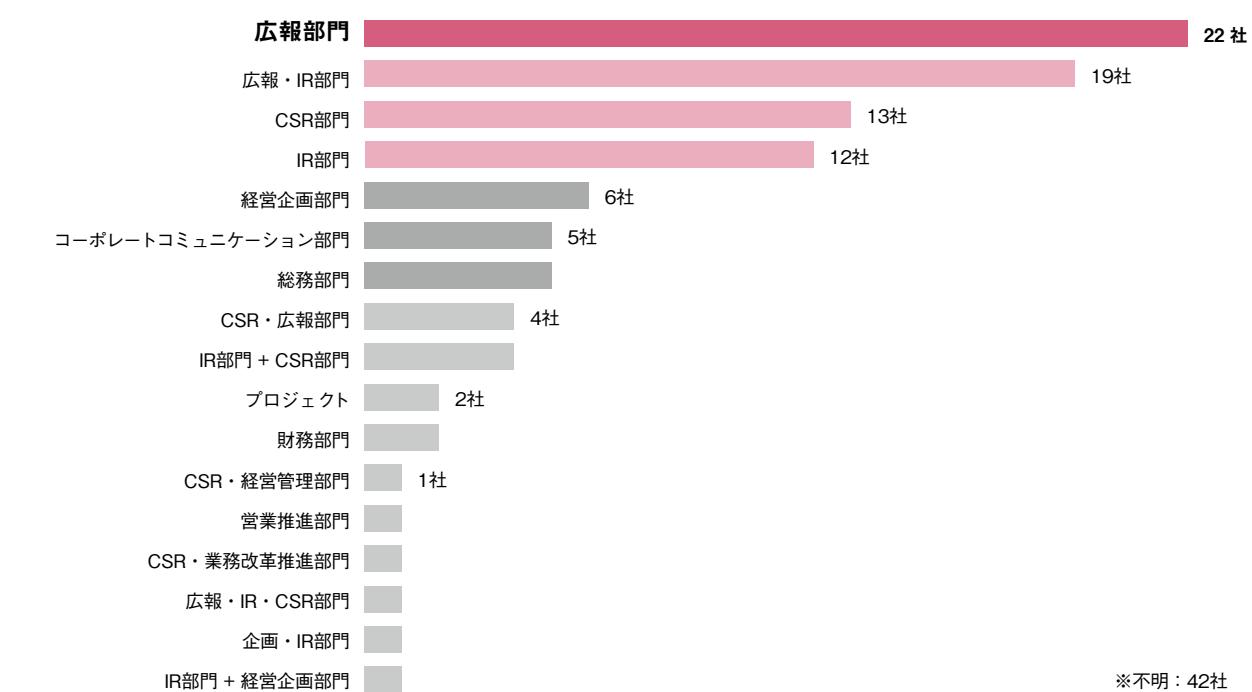
空運業や保険業については、そもそも上場企業数が少ないので割合が高くなっているのではないかと推定しています。

統合報告書を誰に読んでもらいたいか、何を伝えたいのか、各社はそれぞれにおいて十分に検討していくことが大切です。必ずしも業界内での発行状況等をみて、横並びを意識して導

図表4 発行企業数の業種と業界内比率



図表5 統合報告書の発行部門



入の検討を行う必要はありません。

ただ一方で、統合報告書が企業の中長期的な価値創造のプロセスを株主や投資家に伝える本質をもつことから、医薬品業界の例からもわかるように、業界特有の事情（たとえば、中長期的観点で評価すべき多額の投資を必要とする、短期的な結果が見えにくい、などの性質）に応じて、取組みに温度差が出ることがあると言えるでしょう。

## 5. 統合報告書の発行部門は

広報部署が発行部門となっている企業が最も多いことがわかりますが、他にもIR部門、CSR部門が多く関与していると見られる結果となっています。（図表5参照）

統合報告書がIR活動の一環と整理されている企業もあれば、CSR報告活動の延長として取り組んでいる企業もあり、それらを取りまとめて広報部門が所管しているというケースもある、ということでしょう。統合報告書の発行後、運用が進んでいく中で、各企業において、今後見直される可能性は高いと思われます。

しかし、当調査結果について注目すべき点は別のところにあると考えています。結果をよく見ていただくとわかりますが、企業内の組織のあり方があまりにも様々であることが見えてきます。

広報とIRが一体になっている場合、CSRとIRが一体になっている場合、経営管理部門にCSRが含まれている部門など、企業ごとに多様な組織体系があることがわかります。

これは統合報告書の対応にかかる課題ではなく、コーポレートコミュニケーションのあり方と、それを支える組織のありようが十分に整っていない日本企業が多いことが原因ではないかと分析しています。企業が作成する様々なレポートや文

書類が、過去の経緯のものに各所管部門によってばらばらに作成されている状況をそのまま踏襲して、統合報告書を発行している状況なのではないでしょうか。

統合報告書のような紙媒体やメディアを通したコミュニケーションだけでなく、Webやソーシャルネットワークなど様々なコミュニケーション手法が登場し、かつ、ステークホルダーが多様に存在する中で、統合報告はますます機能組織横断的な対応が必要となっていくことが予想されます。企業内外のステークホルダーを特定し、それぞれに対してどのように情報発信して対話をしていくのか、戦略性をもってコーポレートコミュニケーションを実践すること、そしてそれらを担う組織のあり方を整理していくことが、日本企業の今後の課題であると考えています。

## III 事例調査の結果 統合報告書の状況 (形式編)

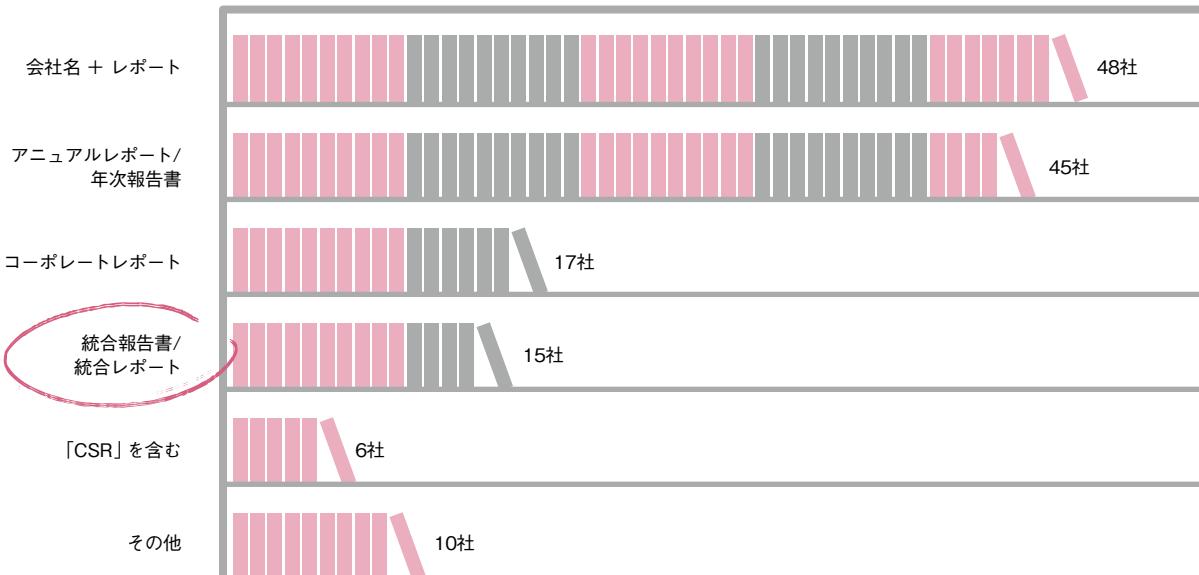
### 1. 統合報告書の名称は

統合報告書の名称は、「会社名+レポート」が48社、「アニユアルレポート」が45社となっており、これらが大半を占めています（図表6参照）。

一方で、「統合報告書」や「統合レポート」といったような、「統合」という言葉を含む名称も15社あります。2013年の調査では「統合」を含む名称は4社でしたので、2014年になって着実に増えています。これは開示している内容やメッセージが統合報告に基づくと直接的に伝えようとして、名称を変更した企業が増えていることが推測されます。

読み手にとっても、「年次報告書」だと特段気にとめること

図表6 統合報告書の名称



もないが、「統合報告書」という名称だと、新たな興味を持ち読みたくなるような魅力のある名称となっているのかもしれません。だからこそ、内容面で財務情報と非財務情報の「統合」度、結合された内容がより求められていくのだと覚悟したいものです。

## 2. IIRCフレームワークに関して言及しているか

2013年12月に公表されたIIRCフレームワークを「参照」している旨を統合報告書に記載している企業は、全体の4分の1でした（図表7参照）。さらに踏み込んで、フレームワークに「準拠」している旨を記載した企業は1社となっています。

しかし、2014年のレポートを分析すると、実際はかなり多くの企業がIIRCフレームワークの影響を大きく受けていることがわかります。価値創造というキーワードや6つの資本の概念、ビジネスモデルなど、IIRCフレームワークの基礎概念や内容要素がレポートの随所に見られるからです。この点を考慮すると、来年はもう少し「参照」または「準拠」している旨を記載する企業は増えてくるのではないかと予想しています。

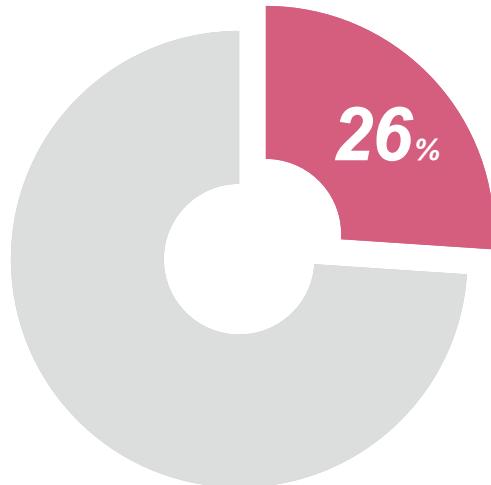
「参照」している旨を記載することに関しては特に制約はないと思われますが、「準拠」している旨を記載するためにはIIRCフレームワークが定める要求事項を適用していることが求められる点には配慮が必要です。

## 3. 統合報告書のボリュームは

統合報告書はどれくらいのボリュームで作成したらよいのか、伝えたい多くの要素を盛り込もうとすると大幅に分厚くなるのではないか、と気になるところでしょう。

調査の結果、全体平均は71ページでした（図表8参照）。しかし、「31-60ページ」に収めている企業が最も多く、約半数の企業が60ページ以下で作成していることがわかりました。

図表7 IIRCフレームワークを参照している旨の記載



これは、財務報告を目的とした有価証券報告書が平均的に150ページ程度あることから比べても、かなり少なくなっていると言えるでしょう。各社が、読み手にとって読みやすく、より簡潔にメッセージを伝える工夫の表れと考えます。

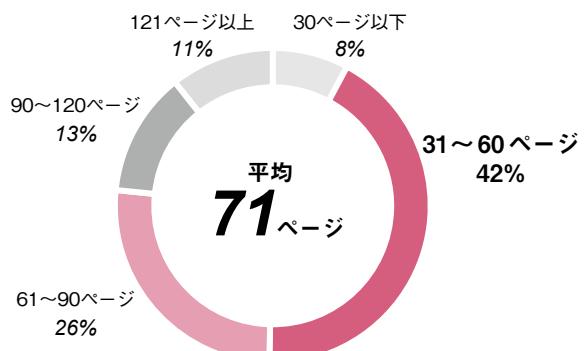
一方で、ページ数が多い企業では、財務諸表の注記情報も統合報告書に掲載しているケースがほとんどでした。注記情報の掲載をせずにページ数を少なくするか、注記も掲載して財務情報をより充実させるか、は企業の判断が分かれるところです。

ちなみに、ページ数が少なく簡潔なレポートを作成している企業の多くは、より詳しい情報を求める読み手に配慮して、関連情報のリンクを紹介するなどの工夫を行っています。

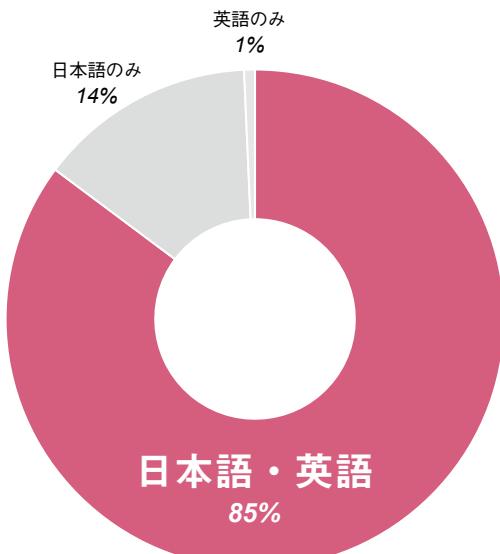
## 4. 統合報告書はどの言語で伝えるか

ほとんどの企業が日本語だけでなく、英語版も作成しています（図表9参照）。

図表8 統合報告書のページ数



図表9 統合報告書の言語



従来、CSR報告書については、日本語版と英語版で作成している企業がほとんどでしたが、アニュアルレポートについては、海外投資家を読み手と想定し英語版のみを作成している企業も多く存在しました。これが、統合報告書の発行に伴い、既存の開示媒体にはない新たな情報を記載することなどにより、従来のアニュアルレポートのように英語版のみ作成することは、日本語による開示媒体との情報格差が生じるために両方の言語で作成している企業が多くなっていると考えられます。

なお、これ以外に中国語、韓国語等、3つの言語に対して対応している企業もいくつか見られました。

株主や投資家にとどまらず従業員やビジネスパートナーをも統合報告書のターゲットとする場合には、自社のグローバル展開の状況を踏まえた言語対応を進めていると思われます。

統合報告書作成にあたり、誰を読み手とするのかの事前の検討がとても大切です。そうすれば、どの言語で作成すべきかが決定でき、経営者の本当に伝えたいことが距離や国境を越えた伝達につながると期待できます。

## 5. 統合報告書はいつ発行するか

日本語版は、多くの会社が決算日後4～5ヵ月後に発行しています（図表10左グラフ参照）。3月決算の会社であれば、7～8月での発行です。別の言い方をすれば、株主総会の1～2ヵ月後には発行されているということです。

統合報告書は決算説明資料等と比べて適時性が最優先ではないものの、なるべく早く発行しよう、とのスタンスをとっている企業が多いということでしょう。

原稿作成実務面では、財務情報は比較的早く入手することができるものの、環境・安全のデータの準備に時間を要する状況が、多くの企業でみられる傾向です。また、株主総会で承認されたガバナンス・経営体制を前提としてレポートが作成されるために、この時期とならざるを得ない現状もあると思われます。

一方、英語版の発行は日本語版と同時である企業が最も多くなっています（図表10右グラフ参照）。海外に向けても同

タイミングでメッセージが発信できるメリットが大きいために、同時発行を目指している企業が多いと考えられます。

翻訳に必要な時間等のために同時発行が難しい場合でも、海外投資家向けIR説明のスケジュールを念頭に、発行時期を決定していくことが重要です。

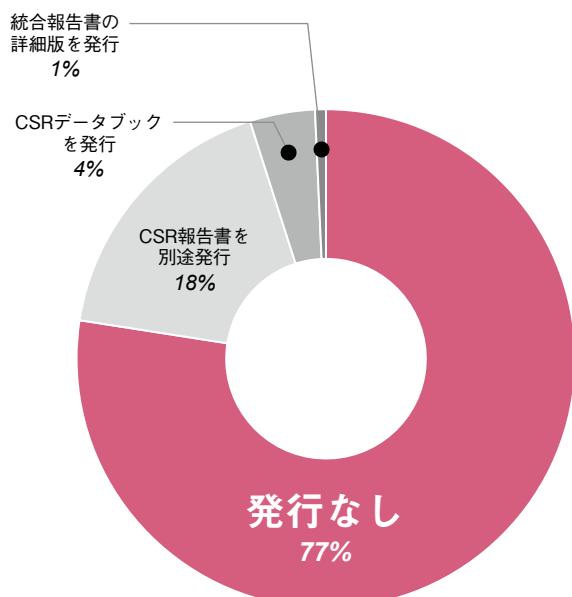
## 6. なおもCSR報告書を作成するか

最後に、統合報告書を発行した企業が、CSR報告書を発行し続けているのかどうか、について触れたいと思います。

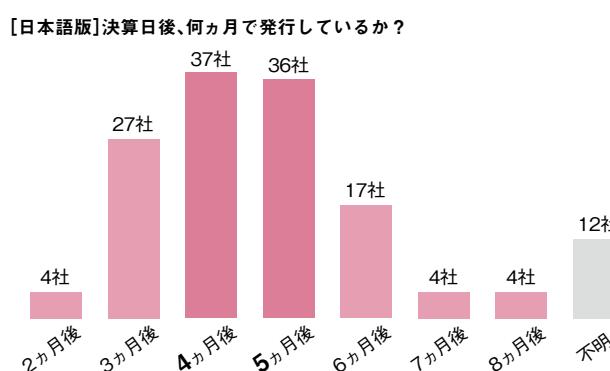
調査の結果、CSR報告書を発行していない企業が非常に多く、77%になることがわかりました（図表11参照）。統合報告書発行を機に、開示媒体を整理して統合報告書に一本化した企業が多いとみられます。統合報告書をきっかけに、複雑でわかりにくかった企業の開示体系が整理された結果とみられます。

しかし一方で、従前のCSR報告書のほとんどの情報を、そ

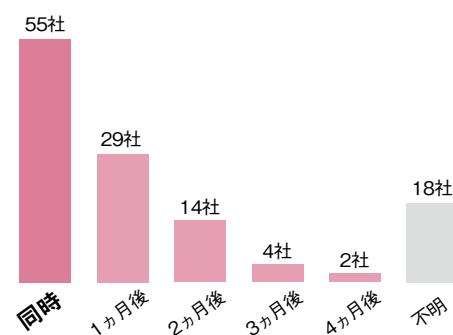
図表11 CSR報告書の発行



図表10 統合報告書の発行時期



【英語版】日本語版の何ヵ月後に発行しているか？



のままに含んだレポートも多くあることがわかりました。これは、企業が価値を創造するその取組みについて、財務情報と非財務情報を関連づけて記載されるべきであるところ、財務情報の報告書とCSR報告書を単に結合しただけの段階のレポートが多いということです。

財務情報と非財務情報をより統合的に、より簡潔にわかりやすく、ターゲットを絞って統合報告書が作成されるようになれば、統合報告書として充実する一方、これまでCSR報告書を通じて提供してきた豊富な関連情報や、幅広いステークホルダーへの説明等を充足する役割を果たせなくなります。したがって、別冊としての位置付けでCSR報告書やデータブックなどで補足する必要性も出てくるのでしょうか。

## IV おわりに

日本企業の統合報告書はまだまだ発展途上にあると言えます。ただ、多くの企業が統合報告の取組みに関心を寄せ、自らの開示のあり方を考え始めている状況だと思います。

まずは複数の報告書を一体化するところから始めた企業も、2年目、3年目を迎えるにあたり、自社にとっての統合報告の目的を今一度見直し、より良い統合報告の取組みに向け幅広い検討を行う段階にあります。これは、統合報告への取組みが一定の効果を企業にもたらし、社会的な要請の中で、企業価値の向上への施策の推進とも言えるのではないでしょうか。当調査結果がその一助となれば幸いです。

統合報告書の質向上のためには、経営戦略に基づくビジネスモデルの明確化やガバナンス体制の拡充など、内容要素面の根本となる取組みも不可欠です。KPMG ジャパン統合報告アドバイザリーグループでは、本調査に続き、内容要素面に関する事例調査と分析を実施中であり、「日本企業の統合報告書に関する事例調査結果（後編）」として公表する予定です。ご期待ください。

### 【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・ブ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 國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)

### 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/](http://www.kpmg.com/jp/integrated-reporting/)

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](mailto:integrated-reporting@jp.kpmg.com)

## 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・転記載および磁気また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いますが、情報を受け取られた時点及びそれ以後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。

© 2015 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.

© 2015 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, logo and "cutting through complexity" are registered trademarks or trademarks of KPMG International.