



cutting through complexity

KPMG CSR報告に関する 国際調査2011

kpmg.com



CSR報告の現在

「KPMG CSR報告に関する国際調査2011」へようこそ。本報告書は、CSR報告における動向に関してこれまでに公表された調査の中でも最大かつ最も包括的な調査であると私たちは考えています。この調査は、Fortune Global 500に基づくグローバル企業250社および世界34ヶ国を代表する3,400社を対象として実施しました。

1993年の最初の調査以来、KPMGによるCSR報告に関する国際調査は、変化し続けるCSR報告のその時々の実態について報告するとともに、全世界、各国および各業種における報告の動向に関して他に類のない洞察を提供してきました。

本報告書は、三部作の最初のものであり、今後の分析では、水、サプライチェーンおよび規制への最適な対応について焦点を当てる予定です。

目次

サマリー	2
KPMGによる企業報告の四象限分析	4
世界のCSR報告の現状	
2011年に成熟期を迎えたCSR報告	6
主要各国の状況	
国レベルでのCSR報告	8
業種をランク付けする	
業種別のCSR報告	12
企業の所有形態との関係はあるか？	
企業の所有形態別にみるCSR報告	14
世界におけるCSR報告の現状	16
CSR報告を動機付けるビジネス上の要因	
最上位は「評判」	18
国際基準と進化するプラットフォーム	
一貫性とアクセスのしやすさへの努力	20
統合報告への道	
統合報告に関するベンチマーク	23
質の高いデータを目指して	
品質の定量化	26
CSR保証の現状	
保証を最大限に利用	28
KPMGのClimate Change & Sustainability Servicesについて	31
調査方法	32

サマリー

CSR報告は企業にとって欠かせないものとなっている

CSRの世界で活動しているものにとって、CSR報告の拡大は驚くほどのことではない。しかし、CSR報告の進化についての詳細な分析からは、現在、企業に対して期待されていることについて、説得力のある洞察を導き出すことができる。

企業は、CSR報告が、単に良き企業市民であるということを伝えるためのものではなく、組織のイノベーションや学習を促し、ビジネスを成長させ、企業価値を高めるために役立つものであるということを、ますます認識するようになってきている。

したがって、CSR報告をまだ行っていない企業に対しては、報告を始めるよう、明らかに大きなプレッシャーがかかっていると思われる。社会的な文脈において企業が競争力を保つためのみならず、コスト削減や新たなビジネスチャンスの創出という意味で、CSR活動が企業にどのように影響を与えるかについて理解を深めるためにも、CSR報告を行うことは今後ますます重要になるであろう。

世界の一部、とりわけアジア大洋州の企業や世界中の非上場企業には、課題が多く残っている。どちらもより一層のCSR報告を

通して透明性を高める必要がある。

CSR報告をさらに促進するための施策を講じることで、各国の政府も自らの役割を果たすことが可能である。それを明白に示す例として、スウェーデンや南アフリカなどの国々での事例を挙げることができる。程度の差はあるにしても、こうした国々の事例は、政府による介入によってCSR報告の導入を促進することができることを如実に示している。

CSR報告は経済的価値を高める

かつて、CSR報告は、企業が社会に対して倫理的な義務を果たすためのものであると捉えられてきたが、今では多くの企業がビジネスを行う上で欠かせないものであると認識するようになってきている。「測定できるものは管理可能である」という格言のように、CSR報告が経済的価値を生み出し、イノベーションを促すものであるということを、企業は実際の行動をもって示すようになってきている。私たち自身もこれまで、数え切れないほどの企業が、自社のCSRデータを分析し、長期的な変化を遂げるための継続的な改善を計画的に実施することを通じ、新たな改善の機会を発見



するのを見てきた。

経済的価値は次の2つに大別される。すなわち、直接的なコスト削減と市場での高い評判である。その両方を達成することができるCSRプログラムもある。例えば、「グリーン」製品の場合、廃棄物と廃棄物処理費用の削減によって直接的な経費節減につながる場合が多く、その一方で投資家と消費者の両方からの評判を高めることにもつながる。とはいえ、環境にやさしい製品であることが特別ではなく当然のものとなるにつれ、「グリーン」製品は、間もなくあまり意味をもたなくなるかもしれない。

結合報告 (combined reporting) から 統合報告 (integrated reporting) へ

近年、先進的な企業は、CSR報告と財務報告を合体して行うようになってきているが、これは2つの報告を1つの年次財務報告書に合体させる形で行われることが多い。このような結合報告 (combined reporting) は、CSRがビジネスにどのようなインパクトをもたらすかについて総合的に理解するための重要な通過点である。しかし、その一方で、企業のビジネスパフォーマンスに関する包括的な報告の中でCSR情報と財務情報とが取り扱われるようになれば、経営者と外部のステークホルダーにとって、より価値のあるものになるであろう。

また、企業は、様々な受け手に向けてCSR情報を伝達する方法を急速に多様化させつつある。より多くの企業が、CSR報告を伝達するため、印刷された年次報告書に加え、複数の媒体を使うようになってきている。これに伴い、企業は、様々なステークホルダーからの信頼を高め、企業価値を向上させるための包括的なコミュニケーション戦略を構築し実施することに焦点を当てるようになるであろう。

データの信頼性を引き上げる

世界的にCSR報告がまだ進化の途上にあることを考慮すれば、読者や投資家は、CSR報告において過年度数値の修正が行われているという事実をもって、CSR報告書の情報は総じて信頼できないと判断するべきではない。修正が行われる頻度が高いということは、むしろ、指標の算定方法、定義、報告対象範囲が確立されつつあり、結果的に報告における一般的な水準が高くなってきていることを示している可能性が高い。

しかし、CSRデータに対して社外のステークホルダーや経営者の目がより一層向けられるようになるにつれ、企業は、データの誤りが自らの信頼や評判に対するリスクとなるばかりか、CSR報告から得られる経営上の洞察やイノベーションに対しても影響があるこ

とに気付くであろう。したがって、企業とそのステークホルダーの両方の将来的な要求が満たされるよう、ガバナンス、システムおよび管理を改善することによって、データの信頼性をより高い水準にまで引き上げることに焦点を当てなければならない。

第三者保証を最大限に活用する

CSR報告書や統合報告書の保証を外部の保証提供者に依頼する企業が増えている。外部の第三者保証によって得られる主なメリットとして、ほとんどの企業は信頼性の向上を挙げているが、私たちの経験からは、企業にもたらされる内部的なメリットは小さくない。

例えば、第三者保証の過程で、組織におけるプロセスやパフォーマンスの改善の機会が特定され、それが改善の推進力となることが多い。しかし、それだけではなく、本報告書が示すように、第三者保証の利用を通じ、組織には、CSR報告を改善し、経営者、顧客、投資家、ステークホルダーに対してより大きな価値を提供する機会が得られる。

CSR報告をとりまく状況

本調査において、KPMGは、世界におけるCSR報告と第三者保証の現状について明確に把握するため、グローバル企業250社および34ヶ国を代表する3,400社の報告書を分析した。私たちは、CSR報告のメリット、統合報告の導入、国際基準の利用を動機付ける要因、第三者保証の利用などの様々な重要課題について調査を行った。

本報告書では、進化を続けるCSR報告という分野における有益なベンチマークやCSR報告に対する洞察を提供している。企業は、自己評価のために、また、それぞれの目的に応じた結論を導き出すために活用することができるだろう。

本報告書は、三部作の最初のものであり、今後の分析では、水、サプライチェーンおよび規制への最適な対応について焦点を当てる予定である。

他社とのベンチマーキング

自社におけるCSR報告のパフォーマンスについて、同地域および同業種の企業と比較した、カスタマイズされたベンチマーク分析を入手するためには、各国のKPMGメンバーファームにご連絡ください。

KPMGによる企業報告の 四象限分析

KPMGは過去18年間にわたってこの国際調査を実施してきたが、その間、CSR報告は進化し続けている。これまでの進化と、分析の対象とした34ヶ国、16業種の企業に代表される市場の成熟度を定量化するため、私たちは独自のモデルを作成し、本調査で検討を行った以下の要素について評価し、評価結果を「コミュニケーションの質」と「プロセスの成熟度」を軸とした四象限にプロットした。

- 情報システムとプロセス
- 第三者保証（保証水準と範囲）
- 過年度数値の修正
- 複数の媒体によるコミュニケーション
- GRIガイドラインの利用
- 統合報告

で明らかに注意すべき領域である。

新興経済国の一部や貧困のある国々では、これまでCSRやCSR報告に対してあまり関心を払ってこなかったが、これは驚くほどのことではないと考える。しかし、本報告書で述べるように、CSRをビジネスに統合することによって得られる競争上の優位

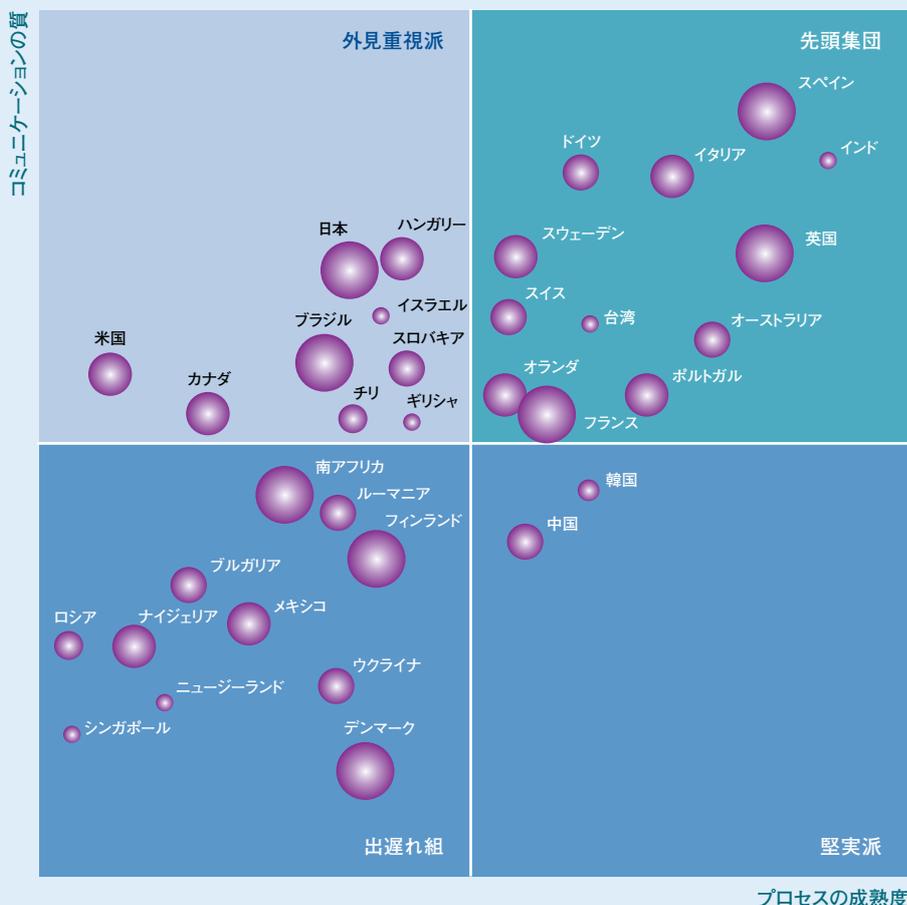
性を考えれば、新興国や貧困のある国々の企業がCSRに取り組むことは推奨されることである。

最後に、インド以外のアジアの2ヶ国もCSRに関する測定やマネジメントのためのプロセスやシステムに適切な配慮を払っていることは興味深い。第一象限から分か

企業報告の四象限では、CSR報告書を行っている企業について、各国の位置づけを図示した。四象限からは、様々な興味深い洞察を導き出すことができるが、これは、企業や各国の規制当局にとって、国内における報告状況の改善や他の主要な市場とのベンチマーキングなどに有用な材料となるであろう。

第一象限の「先頭集団」は、10年以上にわたってCSRやCSR報告について対応を行ってきた欧州諸国が大部分を占めている。欧州企業は、強力なコミュニケーション能力と専門性を、その報告を通じて示してきた。特筆すべきは、インドがこの「先頭集団」に属しているということであるが、これはインドでCSR報告を実施している(限られた数の)企業がCSRをかなり真剣に捉えており、ガバナンス、内部統制、第三者保証に厳格に取り組んでいることが反映されている。

米州企業は、これまでのところ、CSRのプロセスよりもコミュニケーションに焦点を当ててきたと考えられる。報告と実際の取り組みのバランスが取れていないことによって、評判に関するリスクが増大する可能性もあり、これは、この地域の企業にとっ



るように、中国と韓国の企業は、コミュニケーションの側面にさらに焦点を当てることによって信頼性や評判を強化し得ると言える。

先頭集団

「先頭集団」の企業および業種は、内部システムや外部に対する説明責任に関する専門性とコミュニケーションの質において高いスコアを得ている。これらの企業は、情報システムを運用し、情報の信頼性を確保するためのプロセスを実施しており、これはCSR報告書の修正がほとんどないか全くないことにも表れている。「先頭集団」の企業は、第三者保証を受けており、保証の範囲や水準という点でも高いスコアを獲得している。

コミュニケーションの軸では、これらの企

業はGRIガイドラインを用いてステークホルダーのニーズに応え、信頼を獲得している。また、情報の受け手に向けて複数の媒体を用い、CSR情報を年次財務報告書に含めることによって統合報告への第一歩を踏み出している。

出遅れ組

第三象限の「出遅れ組」の企業は、これまでのところ、CSRの実施とCSRへの取り組みや成果に関するコミュニケーションのいずれにおいても、勢いがあまり見られない。これらの企業は、報告に単一の媒体を使用し、情報システムやプロセスの改善の成果があまり見られない傾向がある。この傾向から、これらの企業では、システム改善を進めるための第三者保証の利用は限定的なものにとどまっており、情報システムやプロセスに関しても、「先頭集団」の

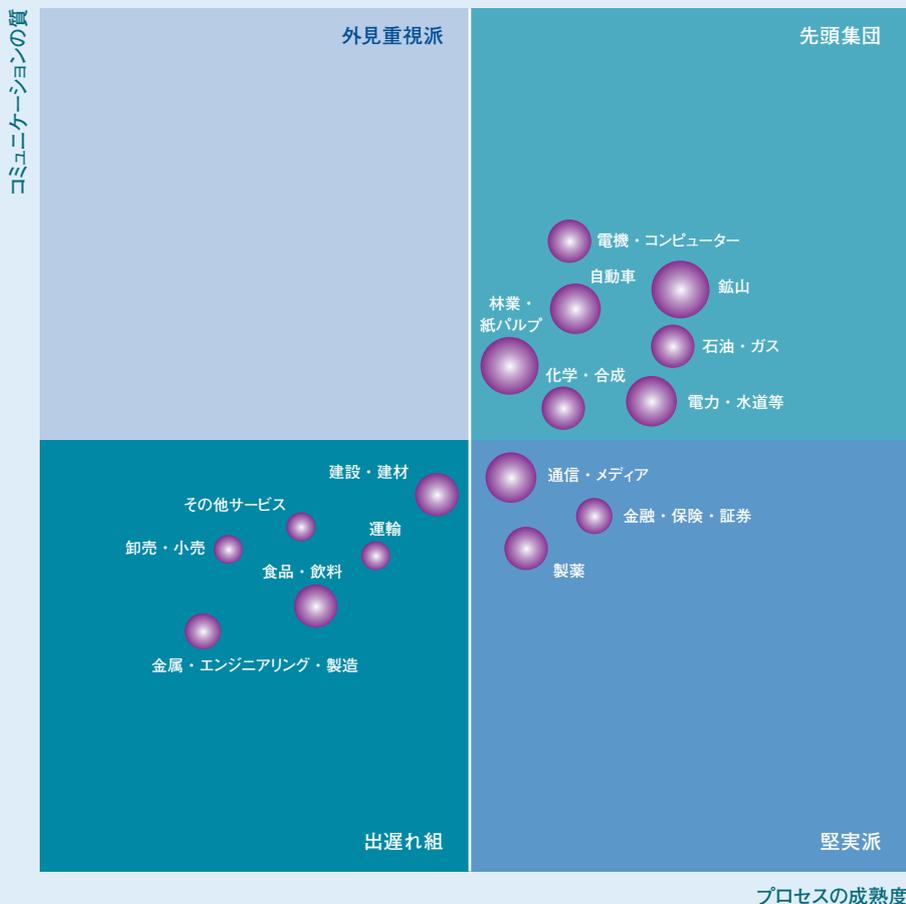
企業ほどには整備されていないということが読みとれる。

堅実派

第二象限の「堅実派」の企業は、第一象限の「先頭集団」を目指して慎重な道を選んでいる。まずは情報システムやプロセスの整備に焦点を合わせ、継続的に実現できそうにないことについて大袈裟に喧伝するようなことは避けている。こうした企業はCSRに対して真面目に取り組んでおり、その結果として、CSRパフォーマンスをよりよく管理するために達成したことについてステークホルダーに伝えている。そして、このような企業は、第三者保証を「先頭集団」に近付くための方策と位置づけており、保証の対象範囲を拡大させ、より高い保証水準での保証を受けるようになっていく。

外見重視派

「外見重視派」と思われる企業は、CSR報告書で宣言している約束や設定した目標を達成できないかもしれないという高いリスクを冒している。こうした企業は、自らのCSRに関する実績を効果的に伝達するため、複数の媒体を用い、CSR情報を年次財務報告書に含めている一方で、同じ労力をCSRのシステムやプロセスに費やすことはしない。結果として、「堅実派」の企業と比べ、より効果的に読者に情報を伝達することができているのかもしれない。しかし、こうした企業は、投資家を含むステークホルダーからのフィードバックやプレッシャーを増幅させるリスクを冒している可能性がある。



世界の CSR報告の現状

2011年に成熟期を迎えたCSR報告

ハイライト

- 世界の上位250社 (G250企業) の95%がCSR活動に関する報告を行っており、報告を行っていない企業の3分の2を米国企業が占めている。
- CSR報告を行っている割合は、従来から行っている欧州の国々がこれまでどおり最も高いが、米州や中東、アフリカ地域でも急速にCSR報告が拡大してきている。アジア大洋州は、CSR活動について報告を行っている企業は半分程度にとどまっている。
- 調査対象とした34ヶ国の各国の上位100社 (N100企業) に関しては、卸売・小売業、製薬業および建設業においてCSR報告を行っている企業の比率が2008年調査から倍以上となった。しかし、卸売・小売業や運輸業などの業種では、他の業種と比較して依然としてCSR報告の比率は低い。
- N100企業のうち、CSR報告を行っている企業が上場企業では69%であったのに対して、同族企業では36%、協同組合およびプライベートエクイティなどの投資家が所有する企業では約45%であった。

世界中で、CSR報告は、企業にとって欠かせないものとなっている。本調査からは、企業はほぼ例外なく、重要な社会的課題に対する自分たちの取り組みについて説明することに対して、より一層の意欲を示していることがわかる。

CSR報告を行っている企業数は、2008年に実施した前回のKPMGによる調査から引き続き増加している。実際、CSR報告は、かつては「どちらかと言えば行うのが好ましい」という程度のもと考えられていたのに対して、今ではほとんどの多国籍企業にとって、世界中のどこで事業を行っているかにほぼ関係なく、CSR報告は事実上の義務となっているように思われる。

G250企業は100%に近い報告比率

グローバル企業250社のうち、現在、95%がCSR報告を行っている。これは、2008年の調査と比べて14%以上の大幅な伸びとなっている。このような高い比率からは、ほぼ全ての企業がCSR報告を行っていると考えられるが、G250企業の中でCSR報告を行っていない企業の3分の2が米国企業であることには留意すべきであり、これらの企業は近い将来、CSR報告を始める可能性が高いと思われる。

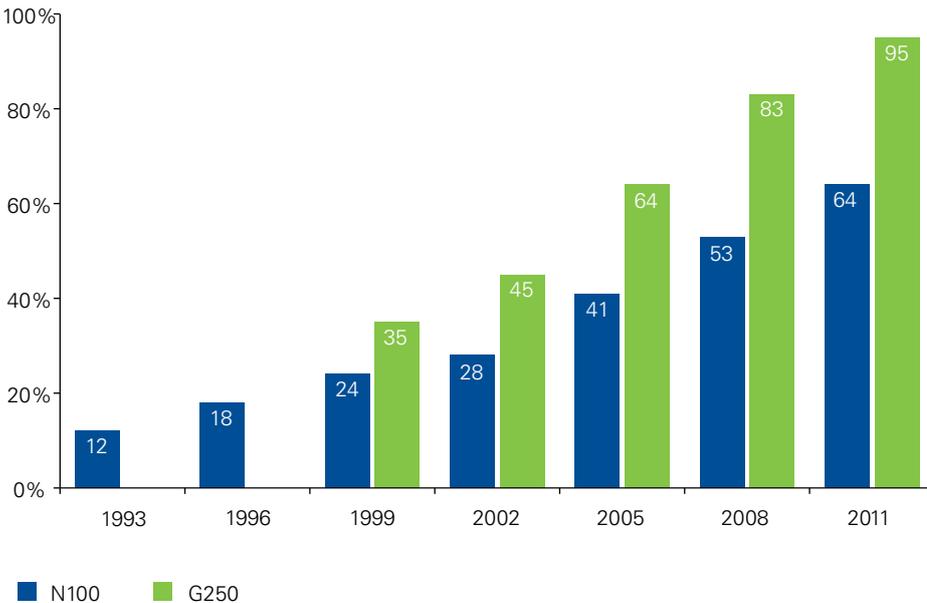
グローバル企業250社の95%がCSR活動についての報告を行っている

N100企業は力強い進展

調査対象とした34ヶ国の各国の上位100社においても、一般的な企業価値（必ずしも財務的な価値だけではない）に貢献するような企業活動に関して、ステークホルダーが一層の説明責任を求

めていることを企業がますます認識するようになっており、CSR報告は確実に拡大している。

図表1：N100企業は力強い進展



注：1993年～2002年の調査結果は、単独のCSR報告書についてのものである。統合的な報告が増加していることから、2005年調査以降の数字は、単独のCSR報告書と年次財務報告書の一部として公表されたものを合わせたものになっている。
出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

KPMGの見解

責任ある企業市民として受け止められることを望む全ての企業にとって、CSR報告は今や必要不可欠な条件であることは明らかである。過去10年間、CSR報告を動機付けるものとして、特にイノベーションと学習が常に上位に挙げられてきた。ここからは、数多くの企業が、市場での明確な競争力を生み出すために、自らのビジネスや製品に関わるより一層のイノベーションを推し進める手段として、CSR報告を捉えていることがわかる。

CSR報告は、調査対象とした34ヶ国の各国の上位100社において確実に拡大している

N100企業のうち、CSR報告を行っている企業は2008年調査から11ポイント増の64%となっており、過去3年間で大きな伸びが見られる。今回初めて調査に参加した国と今回の調査には参加し

なかった国を除いて比較すれば、この割合は78%に達し、24ポイントの増加となる。

Q

G250企業とは？

G250企業は、2010年におけるFortune Global 500のリストから選ばれた企業であり、十数種を超える産業部門を代表する企業である。これらのうち最も多くを占めているのが金融・保険・証券であり、次いで卸売・小売、石油・ガス、電機・コンピューター、通信・メディア、自動車、電力・水道等となっている。また、これらの250社中208社が株式公開会社である。

主要各国の状況

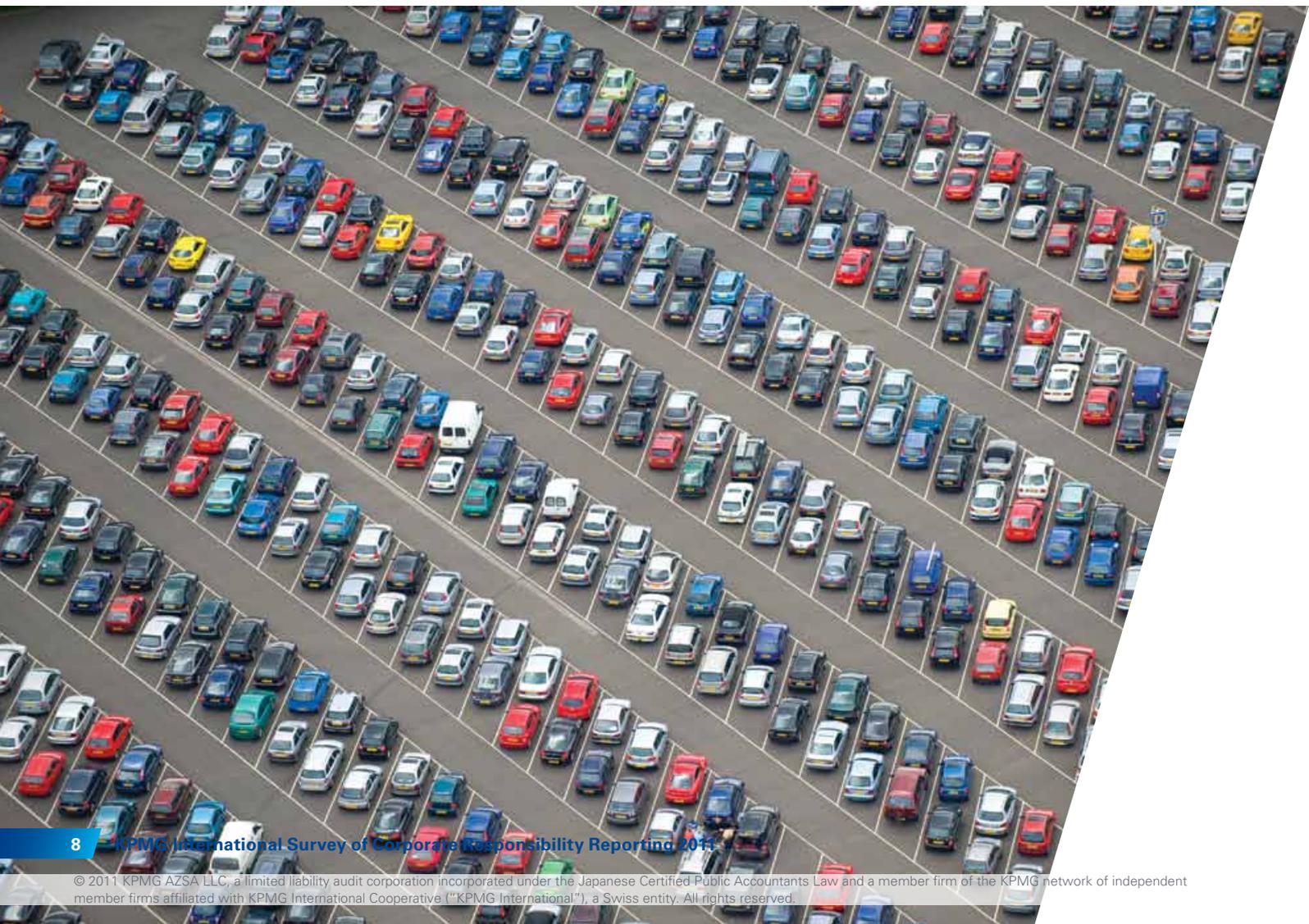
国レベルでのCSR報告

発展途上国での着実な進展

これまで欧州がCSR報告において一歩先んじていたが、2011年調査によれば、欧州以外の地域が急速に追いついている。欧州企業の71%がCSR報告を実施しており、地域として引き続きトップであるが、米州では69%、中東およびアフリカ地域では61%

の企業がCSR報告を行うようになっている。

しかし、アジア大洋州は引き続き遅れをとっており、CSRデータを開示している企業は半数未満（49%）にとどまっている。



欧州企業の71%がCSR報告を実施しており、地域として引き続きトップであるが、米州企業が急速に追いついている

発展途上国にとってのグローバル化による「リープフロッグ」効果については、様々な見解がある。現在、欧州や米国に進出している多くの発展途上国の企業は、それらの市場で先進国の企業と競争するには、CSR活動とCSR報告の両方が重要であることを理解するようになっている。実際、欧州での初期の取り組みを通じ、CSRにおいて成功し、利益につなげるための道筋が効果的に実証されたことから、発展途上国企業ではそれを見習うことによって成功につなげている。

国別のCSR報告水準の著しい向上

国別に見ていけば、一部の国や地域がリードしていることがわかる。例えば、北欧

諸国ではCSR報告を実施している企業の数が著しく増加している。デンマークでは24%から91%に、フィンランドでは44%から85%に、スウェーデンではそれよりもやや緩やかな増加であるが、60%から72%に増加している。CSRに関する問題に対する一般市民の関心の高まりが背景にあると考えられるが、全ての国営企業に対してCSR報告を求めているスウェーデンや、全ての上場企業に対してCSR報告を行うこと（またはCSR報告を行わない理由を説明すること）を義務付けているデンマークなど、この分野における政府の方針によって、CSR報告が促進されている可能性も高いと言える。

北欧諸国ではCSR報告を実施している企業の数が著しく増加している

米州や中東欧では緩やかな増加

メキシコでCSR報告を行っている企業が2008年にはわずか17%であったのに対して現在は66%にまで増加しており、北米全体としての伸び率が増加している。また、米国とカナダは確実に差を縮めつつあるが、両国とも全体と比べて伸び率はそれほど高くはない。南米では、ブラジルで88%という注目に値する比率となっている。

一方、中東欧では、他の地域に比べてCSR報告が伸び悩んでいる国がある。しかし、ルーマニアやブルガリアといった国々ではCSR報告を行う企業の比率が比較的低いものの（いずれも54%）、現在の経済的な混乱が安定すれば、この地域の企業はCSR活動

に関心を向けるようになると期待する見方が一般的である。

市場の開放や世界経済への統合がさらに進むことによって、CSR報告の必要性に対する認識がこの地域において高まる可能性が高いと考えられる。

従来のリーダーと新規参入者

予想どおりの結果かもしれないが、2008年調査で一步先んじていた国はすべて、現在も引き続き上位を占めている。日本（2008年には93%）と英国（2008年には91%）は、今回、それぞれ99%と100%となっており、ほぼすべての企業がCSR報告を行っている。

日本と英国ではほぼすべての企業がCSR報告を行っている

KPMGの見解

CSR報告が増加していることは歓迎すべきことである。

しかし、アジア大洋州の企業は他の地域との差を縮めるために一層の努力を行う必要がある。特に、この地域の企業が直面している特有の持続可能性上の問題を考慮すれば、CSR活動や報告を活発にするためには、政府による介入が必要な場合があるかもしれない。

上位国に新たに加わった国として最も注目に値するのは、今回3位にまで浮上した南アフリカであろう。南アフリカは過去においてもこの調査の対象となってきたが、CSR報告を実施している企業の比率が、2005年調査では18%に過ぎなかったものの2008年調査では45%にまで増加した。現在、南アフリカ企業の上位100社の実に97%がCSR報告を行っている。この驚くべき急増は、ひとえにコーポレートガバナンスに関するキング委員会 (King Corporate Governance Commission) と同委員会によるコーポレートガバナンス規則 (2010年施行) によるものだと言える。

世界の他の地域の企業にとって南アフリカでの進展から学ぶこと

ろは大きいと考えられることから、南アフリカ企業について研究することが推奨される。

新興市場

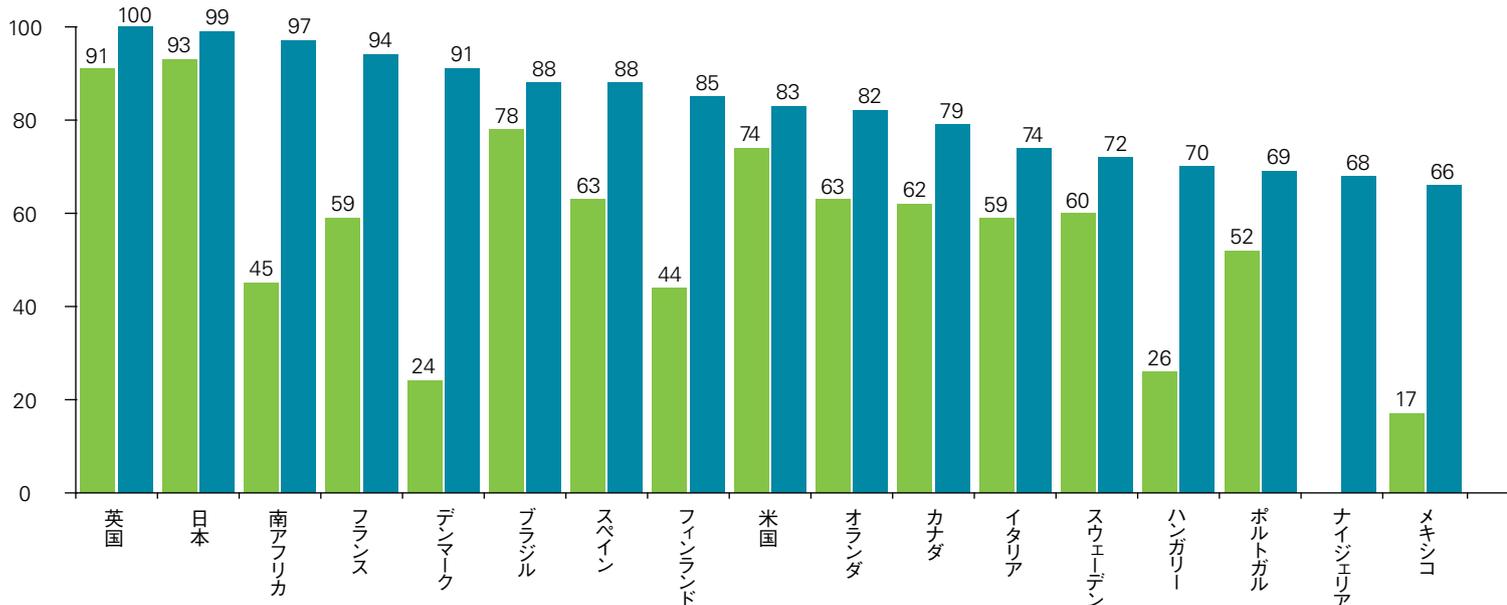
今回初めて調査の対象となった中国は、CSR報告の分野における従来のリーダーに追いつこうと全力疾走しているかのようである。中国の上位100社のほぼ60%が既にCSR報告を行っており、3年前の調査におけるスペイン、イタリア、オランダと並ぶまでになっている。比較できる過去のデータはないが、近い将来、中国ではCSR報告がごく一般的なものとなることは疑う余地がない。

中国の上位100社のほぼ60%が既にCSR報告を行っている

中国企業の増加と並ぶほどとは言えないものの、ロシア企業もビジネスコミュニケーションの一環として急速にCSR報告を始めているようである (58%)。ロシア企業の半数以上がCSR報告を実施しているが、ロシアがCSR分野に取り組むようになったのが比較的最近であることを考えると、これは今後の成長が大いに期待できる兆しだと言える。実際、あらゆる兆候から中国とロシアにおけるCSR報告の増加が続くことがうかがえる。次回の調査までには、現在のスウェーデン、スペイン、オランダの水準まで達するであろう。

しかしながら、CSR報告を行っている企業の比率が極めて低い国があり、全ての発展途上国や新興国で一様に増加が見られたわけではない。インドでは報告を行っている企業がわずか20%であり、台湾では37%、イスラエルでは18%にとどまっている。先進的なビジネス慣行を率先して導入することで知られるシンガポールでもCSR報告を行う企業は43%であり、比較的低い比率にとどまっている。

図表2：CSR報告を行っている企業の国別割合 (2008年、2011年)



*2011年調査でのみ調査の対象となっている国については、2008年の値は存在しない。

出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

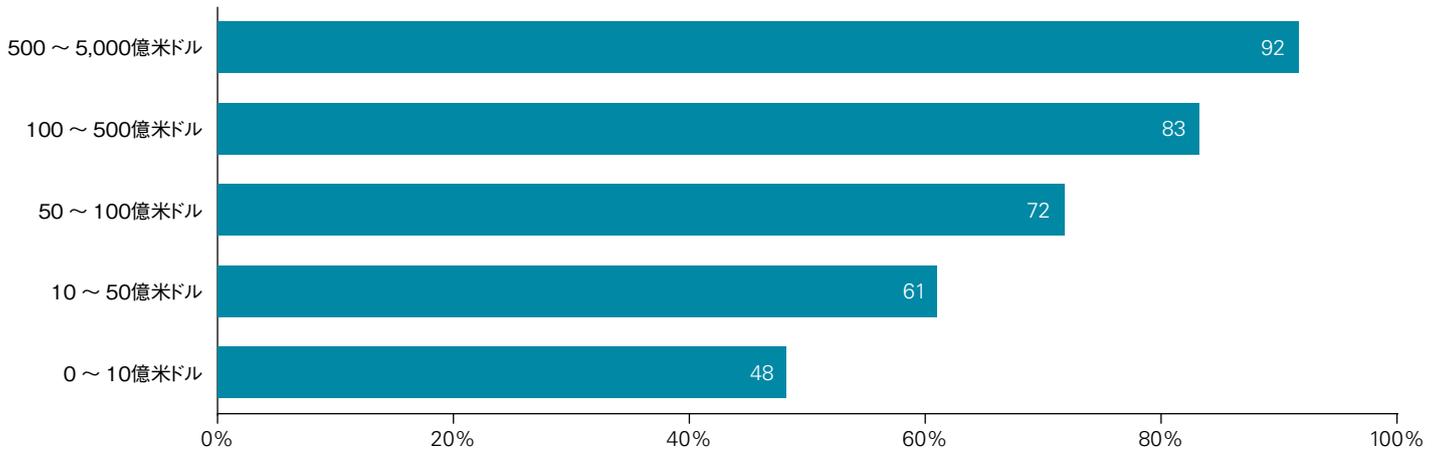
企業規模が大きいほどCSR報告を行う傾向がある

調査結果は、一般に考えられているとおり、企業の規模が大きいほどよりCSR報告を行っていることを裏付けている。

売上高500億米ドル以上の企業においてCSR報告を行っている企業の比率は、売上高10億米ドル未満の企業の2倍である。したがって、まだCSR報告を行っていない大企業は、近いうちに、

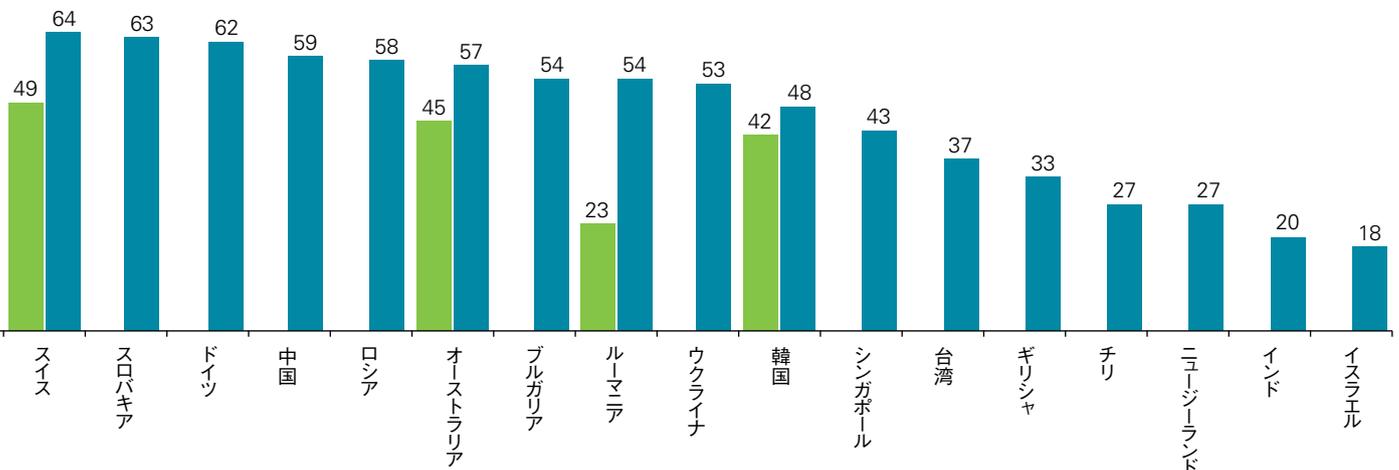
ライバル企業と比べて透明性が低いと見られるリスクを負うことになるだろう。また、この調査結果は、小規模な企業がCSR報告を他社との競争における差別化要因として利用するとともに、より規模の大きい企業がこれまでに実践してきたことから学ぶ余地があることを示している。

図表3：大企業がCSR報告をリードしている



出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

■ 2008 ■ 2011



業種をランク付けする

業種別のCSR報告

従来のリーダーがトップに

いくつかの業種では、CSR報告は10年以上も前から「行って当然のもの」とみなされている。特に、社会や環境に対する影響が著しく大きい業種（例えば、エネルギーや天然資源に関連する業種）

では、比較的影響が大きいと思われる業種と比較して、CSR報告に対して積極的な姿勢が見られる。



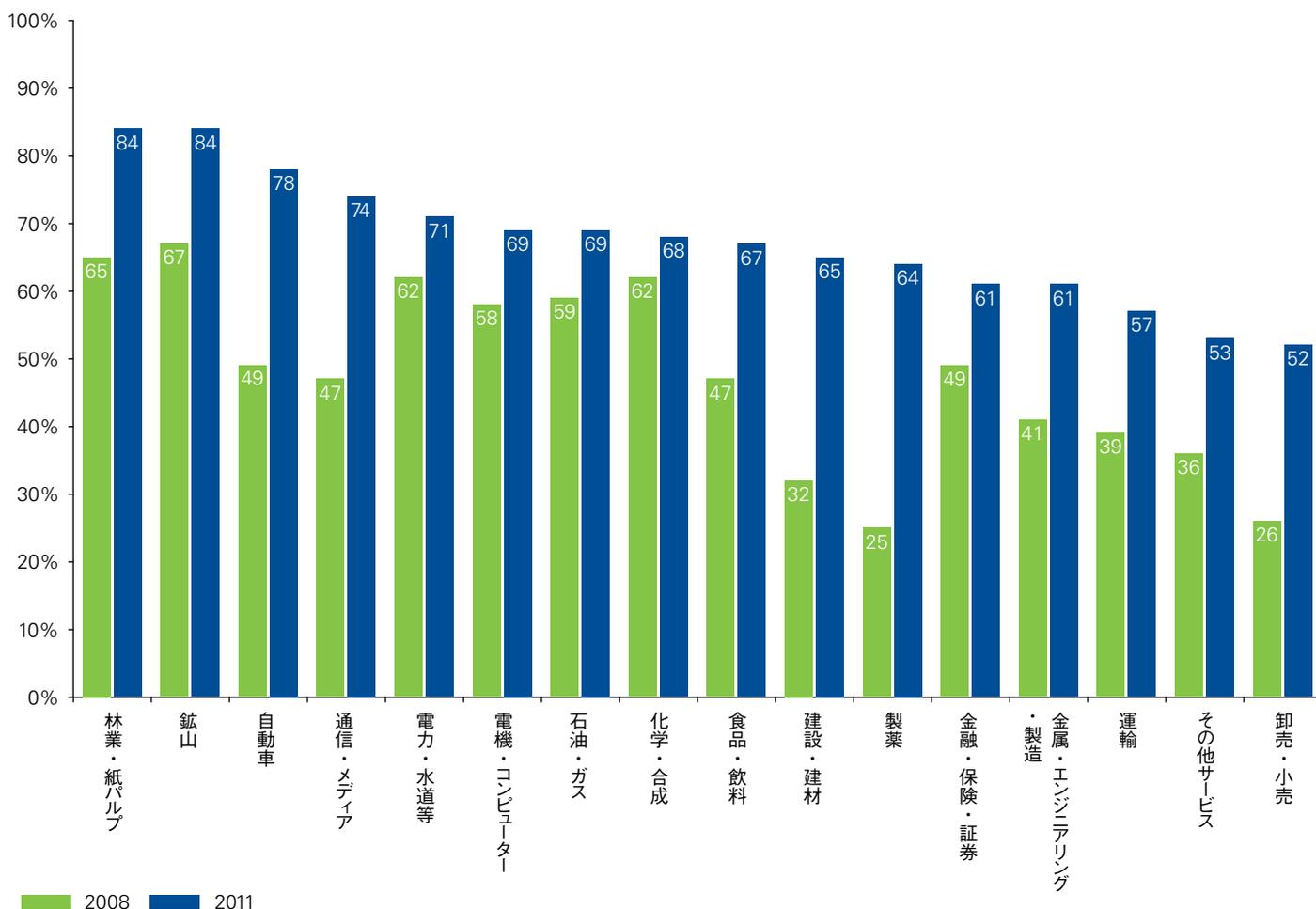
製薬業、建設業、自動車業では、それぞれ39ポイント、33ポイント、29ポイント増加しており、注目に値する

主要な業種で予想に反した結果

しかし、CO₂排出量の削減を積極的にビジネスに取り入れている運輸業のように、一部の主要な業種のCSR報告率が比較的低いことは予想外である（運輸業のCSR報告率は57%にとどまっている）。

消費者が今まで以上に企業の社会的責任に関する情報について意識するようになってきているにもかかわらず、卸売・小売業も依然として下位の状態が続いている。それでも、卸売・小売業では2011年調査のCSR報告率が前回の調査より26ポイント高くなっており、かなり加速してきていることには留意すべきである。

図表4：CSR報告を行っている企業の業種別割合（2008年、2011年）



出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

企業の所有形態との 関係はあるか



企業の所有形態別にみるCSR報告

上場企業がリード

予想されるとおり、企業の所有形態は企業のCSR報告に直接的な影響を及ぼしている。現在、世界の上場企業のうち69%が

CSR報告を実施しており、それ以外の所有形態の企業と比べてCSR報告がやや進んでいる傾向が見られる。

上場企業の約7割がCSR報告を行っている

上場企業に対する社会からの注目度が高いことがCSR報告の導入を後押しする一因となっているとも考えられるが、だからといって非上場企業がCSR報告に取り組む水準が低いと決めつけるべきではない。実際、多くの非上場企業が、社会における自らの役割について、事業の社会的および環境的な側面も含め、より長

期的な視野を持っている傾向にある。数字において差が見られる理由は、非上場企業ではCSR活動に関して公表し報告を実施することについて、投資家やその他のステークホルダーからのプレッシャーが少ないということが考えられる。

KPMGの見解

同族企業やプライベートエクイティ所有の企業は、上場企業と比べ、外部から向けられる監視の程度が違ってもよいが、社会に対する正負の影響についての説明責任が免除されるわけではなく、現代のような情報化時代においては、なおさらである。

国営企業の比率は57%であり、上場企業に次ぐ高い報告率である。これは、企業に対して模範を示す目的で、国営企業に対して一定水準のCSR報告を義務付ける政策をとっている欧州の国々（特に、オランダ、スウェーデン、デンマーク）で、平均よりも高い値になっていることが結果を押し上げている。同様に、協同組合で報告を実施しているのは全体の50%未満であり、財団所有の法人では50%をわずかに上回る程度となっている。

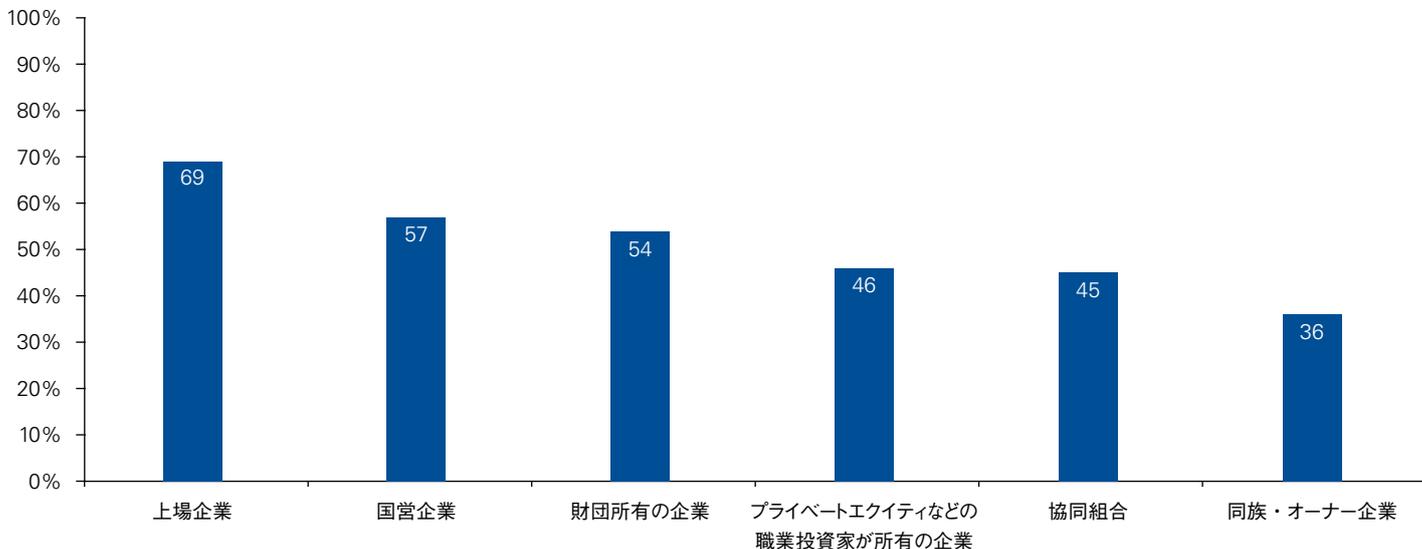
プライベートエクイティ所有の企業は出遅れ

これまでのところ、プライベートエクイティなどの職業投資家が所

有する企業および同族企業においてCSR報告を行っているのは、それぞれ46%、36%と少ない。これは、一般の投資家からの監視の度合いが低く、報告よりも実際の取り組みを重視するという傾向によるものと思われる。しかし、価値を最大化するため、所有する企業のポートフォリオを管理し、報告を行う上で、CSRを重要な要素と捉えるプライベートエクイティ投資会社が増え始めている。こうした考え方が主流になれば、プライベートエクイティの所有する企業がCSR報告を行う割合は、近い将来、急上昇するであろうと予想される。

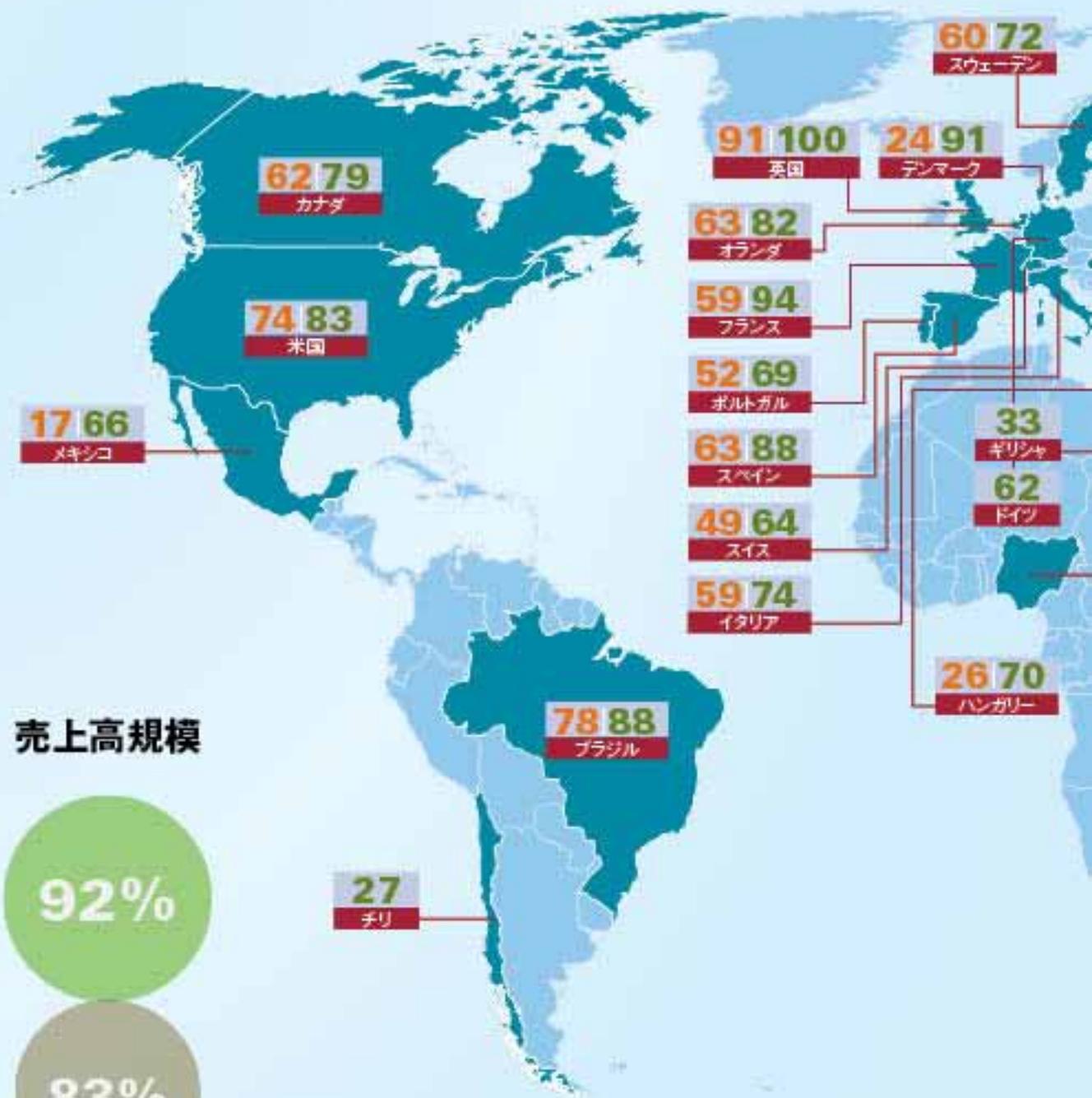
所有する企業のポートフォリオを管理し、報告を行う上で、CSRを重要な要素と捉えるプライベートエクイティ投資会社が増え始めている

図表5：上場企業が引き続きCSR報告をリード

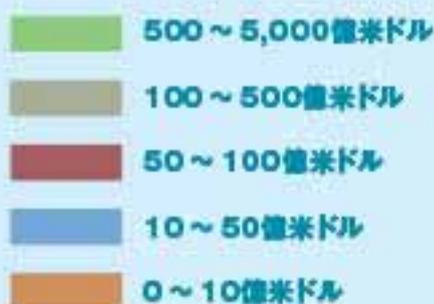


出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

世界におけるCSR報告の現状



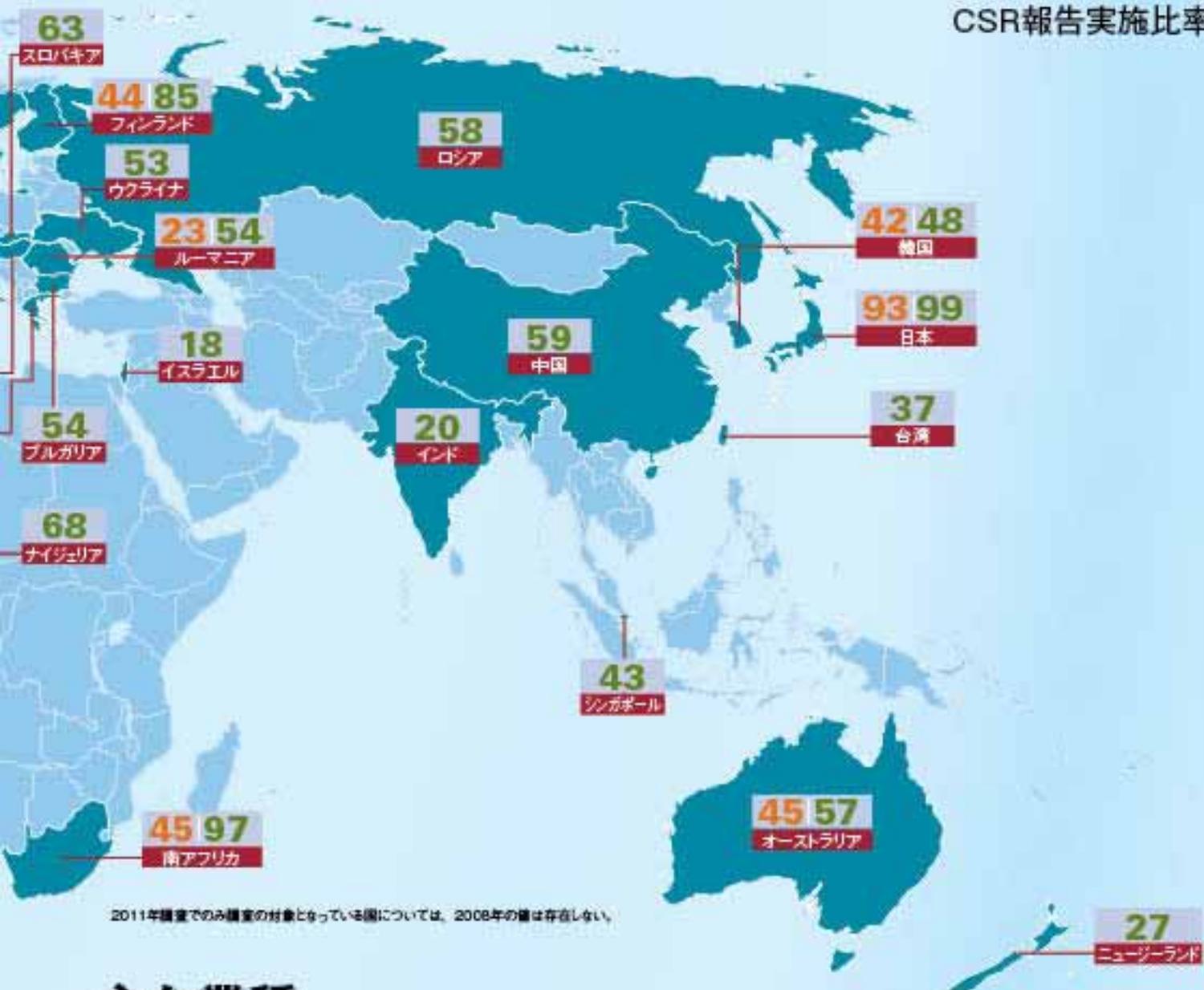
売上高規模



2008

2011

CSR報告実施比率



主な業種



「その他サービス」には、コンピューターサービス・ソフトウェア、娯楽、ヘルスケア、ホテル、カジノ、リゾート、郵便、包装、貨物輸送が含まれる。

CSR報告を動機付ける ビジネス上の要因

最上位は「評判」

ハイライト

- 評判への配慮が引き続きCSR報告を後押ししている。「イノベーション」や「学習」の重要性が増している。
- G250企業のほぼ半分が、CSRプログラムによって得られる経済的価値について言及しているのに対して、N100企業で経済的価値について言及している企業は3分の1である。

KPMGの見解

上位企業のほぼ半数が、CSRへの取り組みを通じて経済的利益が得られることを既に明らかにしている。さらに、CSR報告を動機付ける主要な要素として「イノベーション」と「学習」の重要性が増していることから、CSRは倫理的義務からビジネス上の重要課題へと変質していることは明らかである。

KPMGの見解

コスト削減はその大部分が企業内部の変化の結果であり、直接管理することや影響を及ぼすことが可能である。したがって、CSRの取り組みによる経済的価値として比較的容易に実現することができる。しかし、収益力を高め、マーケットシェアを拡大することを目的として、CSRの要素を製品やマーケティングに取り入れるためには、製品開発やサプライチェーンの効率に対して、企業自らプロセスやアプローチを大幅に変えることが求められる。

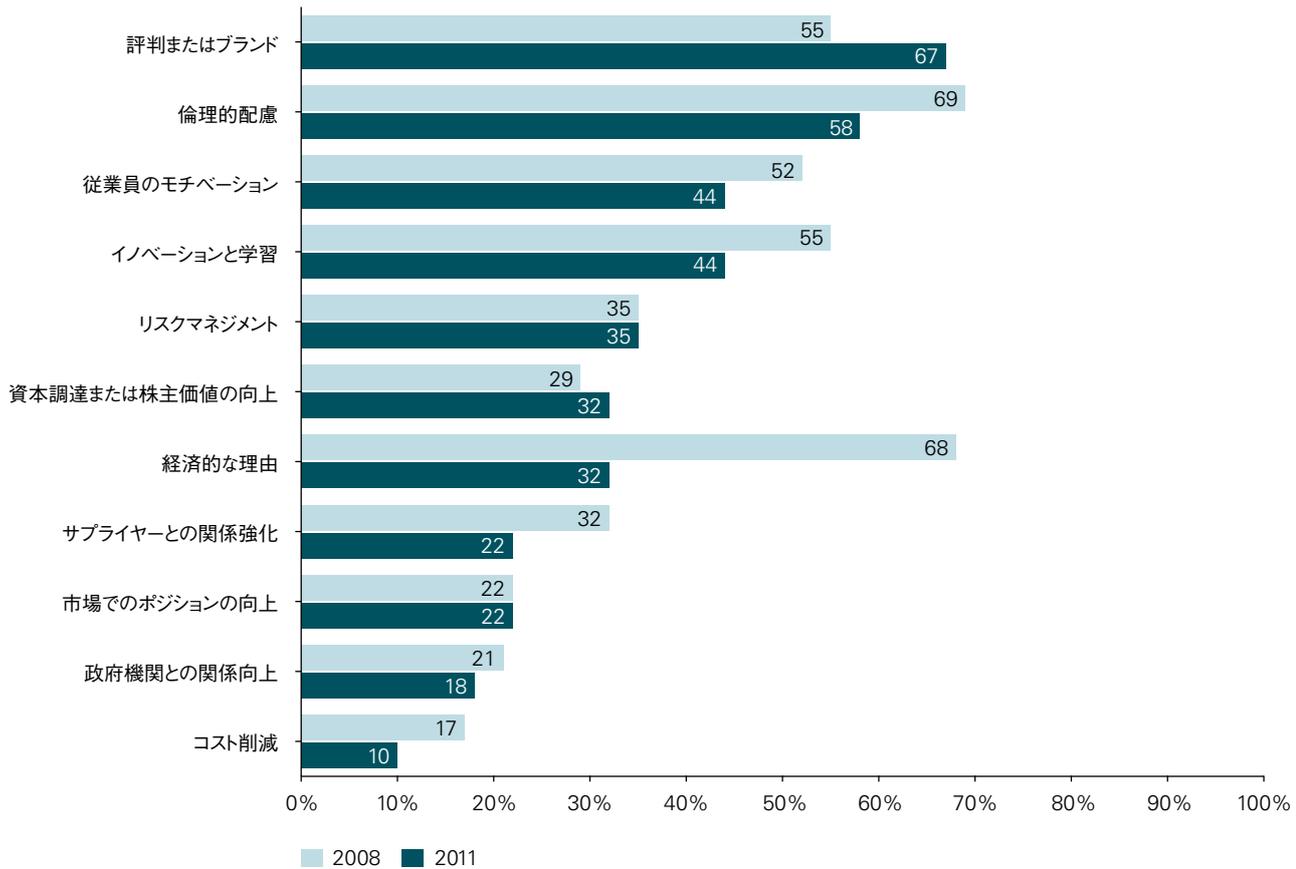
「評判」が順位を上げている

2008年調査においてCSR報告を動機付けるものとして挙げられていた主要なドライバーの多くは現在も引き続き重要であるが、報告企業にとっての重要度の順位にはやや変化が見られる。世界的に「評判またはブランドへの配慮」が最上位（G250企業の67%）のドライバーとなっており、一方で「倫理的配慮」も依然としてリストの上位（58%）にある。やや意外なことに、今回は、2008年調査で2位を占めていた「経済的な理由」を挙げた企業が、「従業員のモチベーション」や「イノベーションと学習」を挙げた企業よりも少ないという結果になっている。

収益に対する効果を求めて

当然のことながら、多くの企業は自らのCSRプログラムから収益が得られるかどうかに関心がある。私たちの調査によると、それは可能である。G250企業の半数近く（47%）が、経済的価値は得られると報告している。しかし、N100企業の場合には、この数字は3分の1未満になっている。G250企業のうち経済的便益があったとしている企業では、増益またはコスト削減のいずれかを挙げた企業が最も多く、僅差でマーケットシェアが次いでいる。N100企業でも、増益やコスト削減による直接的な価値に重点を置く傾向が見られた。これには、企業がCSRの直接的なビジネスインパクトについて一層理解を深めていることが影響していると考えられる。

図表6：「評判」と「倫理的配慮」をCSR報告の動機付け要因として挙げるG250企業が多い



出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

G250企業の半数近くが、CSRへの取り組みによって経済的価値が得られると報告している

「グリーン」製品の盛衰

「グリーン」製品市場の成長は、上述したCSR報告を動機付けるドライバーの多くと直接関係している。例えば、そのような製品が販売されるとブランドの評判が高まり、したがってマーケットシェアや収益も伸びる。それらはイノベーションと学習の当然の帰結とも言える。また、そうした製品は、特定の倫理的配慮や消

費者市場セグメントに対応するものである。この傾向はG250企業でより顕著であり、その62%がグリーン製品や持続可能な製品を商品化している。同じように報告しているN100企業の比率は、G250企業よりも少ない(45%)。

KPMGの見解

グリーン製品や持続可能な製品との蜜月は必ずしも長くは続かないことを示す例は数多くある。近い将来、消費者やステークホルダーは、全ての製品ができる限り環境にやさしく社会的にも責任のある製品であることを期待するようになり、事実上、全ての製品がグリーン製品になってしまうだろう。いずれ、持続可能な製品という利点は、価格、品質、有効性と同じ類の、ブランドを差別化する多くの特徴のうちの一つに過ぎなくなるであろう。

国際基準と進化する プラットフォーム

一貫性とアクセスのしやすさへの努力

ハイライト

- G250企業の80%、N100企業の69%がGRIのサステナビリティレポートガイドラインを利用している。
- CSR報告を伝達するのに複数の媒体を使う企業が増えている。G250企業のうち、独立したCSR報告書のみを発行している企業は20%に過ぎず、CSR報告をウェブサイトでの開示のみ、または年次財務報告書での開示のみに限定している企業もわずか10%であった。

KPMGの見解

CSR報告に際して、年次財務報告書での開示など、単一のコミュニケーション手段を使い続けている企業は、早晚、複数の媒体を使ってCSRデータを提供し、様々なステークホルダーグループに訴求している競争相手に対して、不利な状況に立たされることになるだろう。しかし、複数の媒体を用いてCSRデータを提供するためのシステムやプロセスを設計することは、多くの組織にとって複雑なものとなる可能性がある。

標準的なCSR指標や報告原則の開発は重要である。一つには、企業のCSRへの取り組みによる価値やインパクトについて、CSR報告書の利用者が、全体的な比較分析や同業他社との比較分析を実施できるようになっていなければならないということがある。

経営者にとっても、標準的なCSR指標があれば、自らのパフォーマンスについて、自社の目標や外部の競争相手と一貫性のある方法で比較することが容易になる。

標準的なCSR指標があれば、自らのパフォーマンスについて、自社の目標や外部の競争相手と一貫性のある方法で比較することが容易になる

取り組みの実績をどのように伝達するかということも、引き続き課題である。しかし、CSR報告を行っている企業のほとんどは、コミュニケーション活動と報告書がCSR報告の重要な構成要素であるという考えで一致しているように見えるが、そのための方法や推奨される媒体は一つではない。その結果、世界各国で発行されるCSR報告書の形式やアクセスのしやすさにはばらつきが見られ、企業間や業種間での比較可能性に引き続き影響を及ぼしている。

確立された国際基準

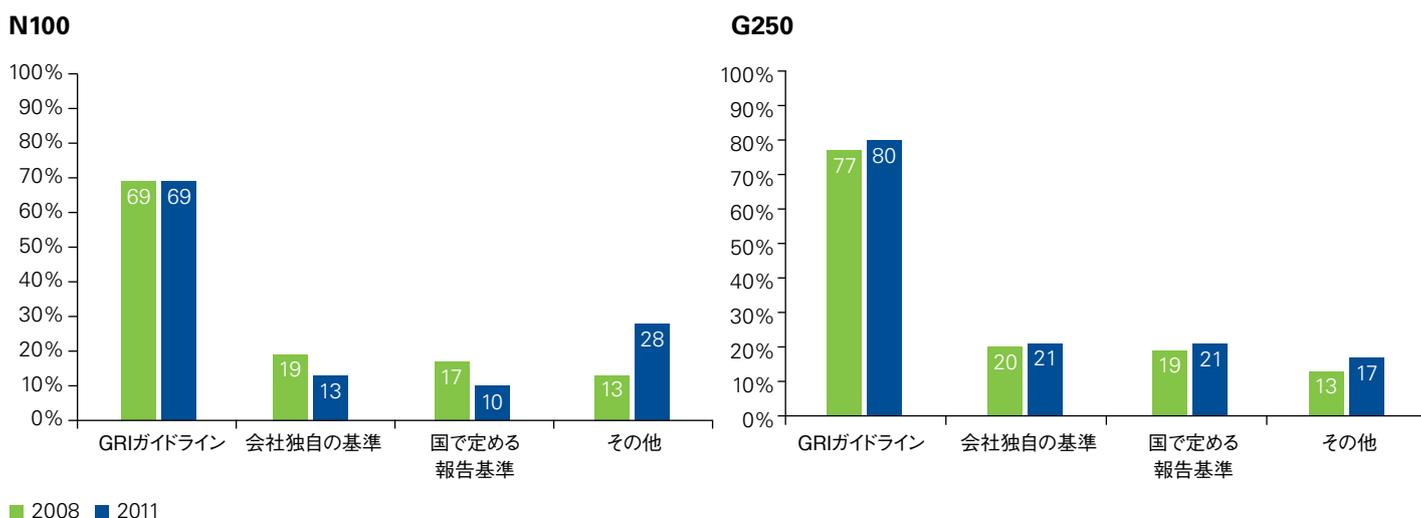
2008年に報告を行った際にも、GRIによるサステナビリティレポートガイドラインは、既にCSRの事実上の国際基準として広く採用されていた。今日、GRIの位置づけは間違いなく高まっており、G250企業の80%、N100企業の69%がGRIによる報告基準に沿った報告を実施している。

GRIについて

GRIはネットワークを基盤とする組織であり、CSR報告に関する包括的な枠組み作りを行っており、この枠組みは世界中で広く用いられている。GRIには、世界各国の企業、市民団体、労働者団体、学識経験者、専門家団体が参加している。GRIの主な目的は、環境、社会、ガバナンスにおける組織のパフォーマンスに関する情報開示を普及させることにある。GRIは、国際統合報告委員会 (International Integrated Reporting Committee: IIRC) を創設した団体の一つであり、CSR報告における次のステップは統合報告であると確信している。

G250企業の80%、N100企業の69%がGRIによる報告基準に沿った報告を実施している

図表7：CSR報告における世界基準は引き続きGRIガイドラインである



出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

一方で、GRIは世界各国へのガイドラインの普及に力を注いでいる。特に、中国と米国における普及に力を入れており、米国証券取引委員会 (SEC) や国際会計士連盟 (IFAC) といった従来からの基準設定機関と連携を図ろうとしている。

GRIは、現在、2013年に発行予定の次世代のガイドライン (G4ガイドライン) の草案策定に取り掛かっているが、このガイドラインは、ここ数年におけるCSR報告の実務や規制の変化に対応した最新の基準を反映したのになると期待されている。

KPMGの見解

GRIガイドラインは、引き続き事実上の基準であり続けられるが、一方で、情報の質やCSR活動の定量的な成果をベンチマークできるような国際基準がさらにあれば、CSR報告を行う世界各国の企業にとって有益になると考える。

より多くの受け手に向けて複数の報告形式を組み合わせる

私たちの調査からは、様々なステークホルダーにとってアクセスが容易で網羅的かつ専門的な方法で伝達する手段を見出すという点では、ほとんどの企業が依然として試行錯誤していることがわかる。2008年調査の際は、まだ独立したCSR報告が主流の媒体と考えられていた。CSR報告書をPDF形式で一括提供する方法がより好まれる一方で、企業は、複数の形式のメディアを活用して自らの報告をより一層効果的に発信するようになってきているように思われる。

例えば、現在、多くの組織（約40%）がCSR情報開示のためのウェブサイトコミュニケーション手段として採用しているが、これにより多くの受け手が情報にアクセスしやすくなり、情報の利用者は様々な観点からデータを分析することが可能になっている。統合的な報告の一環として、CSR指標を年次財務報告書に統合する企業も増えており、さらにはステークホルダーのアクセスのしやすさを向上させる目的で、携帯端末のアプリケーション（iPad用アプリケーションなど）を開発する企業も、数は少ないながらも増えてきている。

全体的にCSR報告を一つの媒体のみに頼っている企業は急速に減少している

現在、独立したCSR報告書のみに頼っているG250企業は20%であり、ウェブサイトでの開示や年次財務報告書のみに頼っている企業はさらにそれよりも少ない（10%）。このような傾向は、読

者がそれぞれのニーズや関心に合わせてCSRデータを分析することを企業が積極的に推奨するような、新たな「誠実な」CSR報告の時代の始まりを示しているように思われる。



統合報告への道

統合報告に関するベンチマーク

ハイライト

- G250企業の27%、N100企業の20%の企業が、年次財務報告書の中で何らかの形のCSR報告を行っている。G250企業の18%、N100企業の11%は、年次財務報告書の中にCSRについて取り扱った章を設けているが、報告の質や定量的なデータが伴っていない。
- 年次財務報告書の中でCSR報告を行っているG250企業の62%は、CSRについて取り扱っている章の中でCSR情報の要約を掲載している。

過去3年間で、統合報告という概念は、CSR報告における課題として急速に浮び上がってきた。最も単純な方法として、主要なCSR情報を一つの独立した章として企業の年次財務報告書の中に含めるという方法が採られるようになってきている。しかし、私たちは、この単純な方法は、「統合報告 (integrated reporting)」というよりもむしろ「結合報告 (combined reporting)」と呼ぶほうが適切であると考えます。統合報告は企業のビジネスパフォーマンスの全体像について包括的に報告することを意味しているが、私たちの調査では、多くの企業が既に取締役報告書 (directors'

report) の中でCSR情報を公表していると見られるからである。この点について、私たちの調査からは、統合報告についての捉え方がより洗練される可能性があることがわかる。2010年に国際統合報告委員会 (IIRC) が設立されたことにより、統合報告は世界的に注目を集めるようになった。そして、今や統合報告は世界中の企業にとって、取締役会レベルでの検討事項とされているか、まだ検討されていない企業でも、今後は検討されることになるであろう。

KPMGの見解

企業報告をさらに価値のあるものにするための次のステップとして、KPMGは統合報告の発展を支持している。そして、企業がビジネスレポートに一層力を入れるのに伴い、これから数年のうちに様々な形の統合報告が大幅に増えるであろうと予想している。

IIRCとは

国際統合報告委員会 (IIRC) は、国際的に合意された統合報告枠組みを構築することを目的として2010年に設立された。IIRCは、財務の専門家とサステナビリティに関する専門家の両方の代表者によって構成されており、財務、環境、社会、ガバナンスの情報を、明瞭、簡潔かつ一貫した比較可能な形で、統合して提供することができる開示枠組みの構築に取り組んでいる。

統合のレベル

私たちの前回の調査では、G250企業のうち何らかの形の統合（結合）報告を既に行っていた企業は、4%にとどまっていた。今では、G250企業の4分の1強が、取締役報告書または年次財務報告書の中でCSRを取り扱った章、もしくはその両方においてCSR情報を記載している。さらに詳しく見ると、CSR報告を統合していると答えた企業の大部分（62%）は、年次財務報告書の中にCSRについて独立した章を設けているだけにとどまっていることがわかる。圧倒的多数の企業が複数の媒体でCSR情報を伝えるようになっていることを考えると、統合報告は明らかに単なる年次財務報告書のプロセス以上のものであると考えられる。

しかし、このようなCSR報告における新しい試みという点で、N100企業は現在のところ、グローバル企業に後れを取っている状態である。N100企業はCSR報告を年次財務報告書の中の独

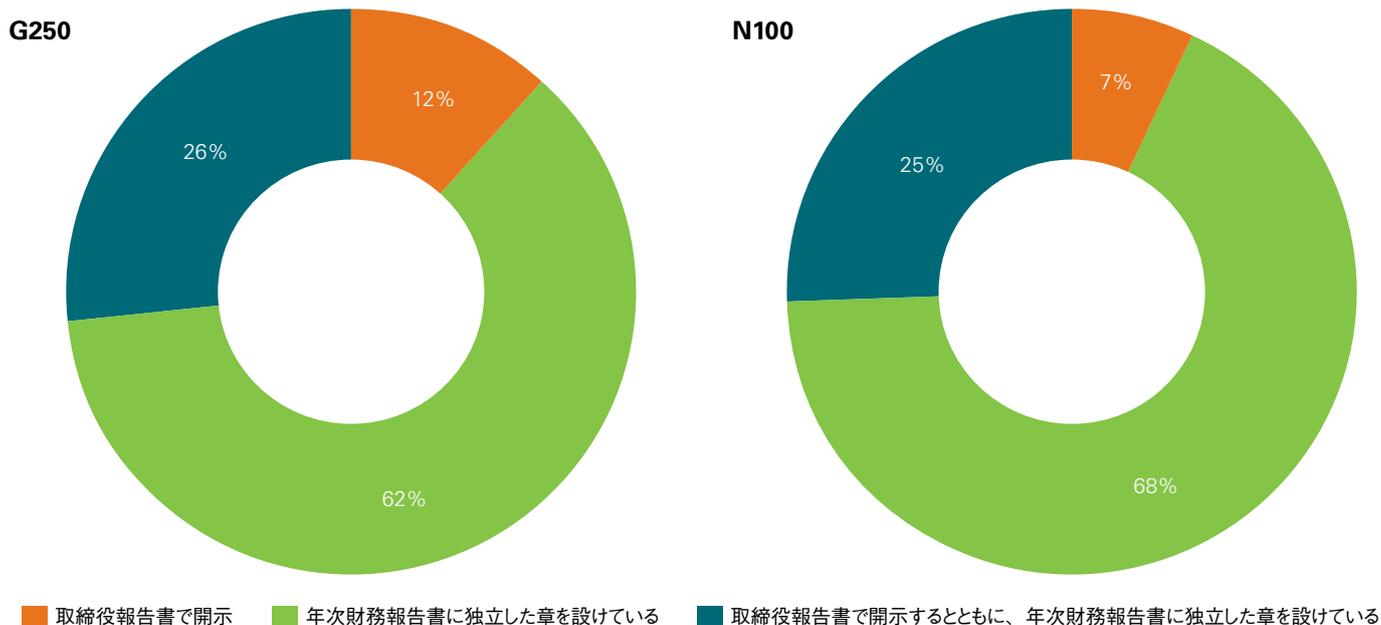
立した章での報告に限定する傾向がより強く、CSR情報を取締役報告書の中で報告する企業はやや少ない。また、G250企業の18%、N100企業の11%は、年次財務報告書の中にCSRについて取り扱った章を設けているが、報告の質や定量的なデータが伴っていないということについても留意する必要がある。これらすべてのことが、統合報告はまだ実験的段階にあることを示している。

統合報告を行う企業の割合が増えてきていることは期待できる傾向ではあるが、その多くが組織の財務報告の枠組みの中にCSR報告を完全に統合するのではなく、情報を結合して一つの文書にする方法をとっている。現在、環境および社会についての情報をその他の主要な企業情報とほぼ同等に取り上げて取締役報告書に記載している企業は、15社に1社の割合である。

KPMGの見解

私たちの調査では、財務情報とCSR情報を単に一つの文書で報告している報告書も数多く見受けられたが、統合報告の最終的な姿は、財務報告とCSR報告を組み合わせ、企業価値に影響を与える主要な要素についてのパフォーマンスを企業戦略に照らして統合的に報告するためのものになるであろうと考えている。しかし、現在の段階は、統合報告の最終形へと発展していくまでに企業が当然たどる学習過程の一部であるということも私たちは認識している。

図表8：本当の統合報告はまだ定着していると言えない



出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

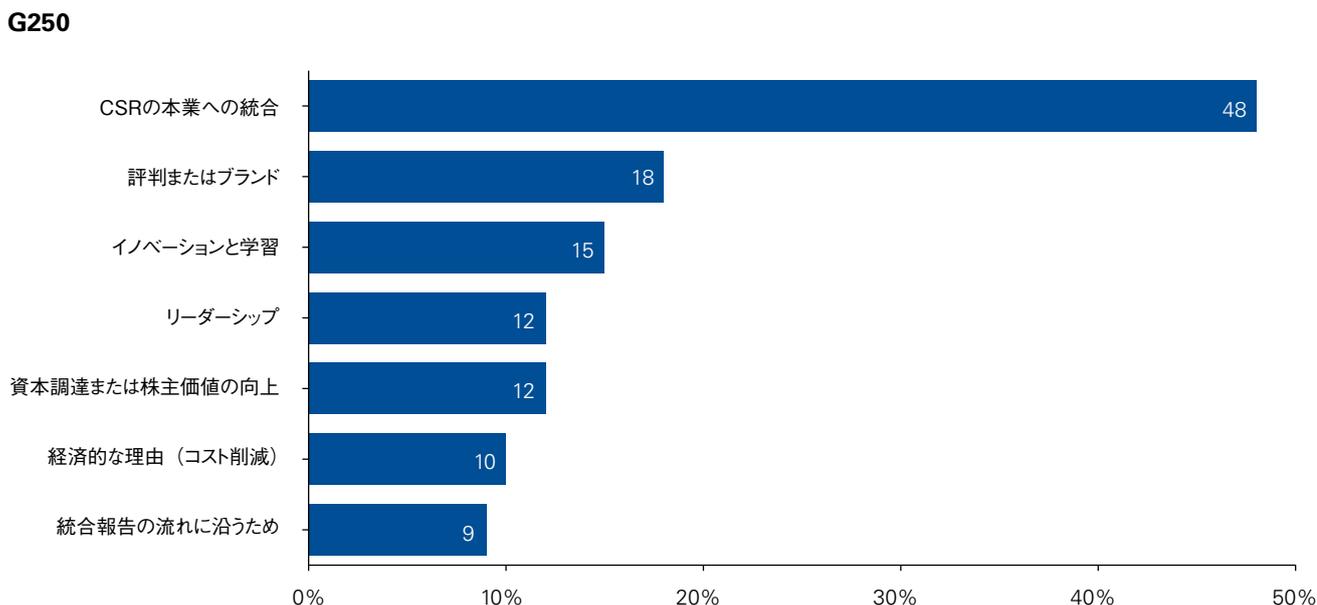
統合報告の動機付けとなるもの

CSR報告を行う動機について明らかにしているG250企業のうち、動機として本業へのCSRの統合を挙げている企業が最も多かった（統合報告を行っている企業の過半数）。これは、一般的にCSRがビジネス戦略に完全に統合されているのであれば、CSRは年次

財務報告書においても不可欠な構成要素となるはずであると考えられていることの表れだといえる。今回の調査からは、その他に、イノベーション、評判、資本調達または株主価値の向上なども主要な動機であることがわかった。

CSRがビジネス戦略に完全に統合されているのであれば、CSRは年次財務報告書においても不可欠な構成要素となるはずである

図表9：統合報告を動機付ける要因



出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

質の高い データを

目指して

品質の定量化

ハイライト

- G250企業の3分の1、N100企業の20%強がCSR報告書で過去に報告した数値の修正を行っており、データの質は重要な問題であると思われる。
- G250企業の35%、N100企業の40%が現在、CSRに関するガバナンスまたは内部統制の仕組みについての情報を掲載していない。

財務報告の場合とは異なり、CSR情報の開示については、ほとんど規制が行われていない。しかし、企業が事業活動を行う上でCSRや持続可能性が急速に重要な課題になっていることに伴い、

CSR情報の開示においても、財務報告の中で既に構築されているものと同様のプロセス、情報システム、内部統制、ガバナンスを構築することが組織にとってますます重要になってくるであろう。

財務報告の場合とは異なり、CSR情報の開示については、ほとんど規制が行われていない

良い修正

今回の調査からは、特に規模がより大きく複雑な組織ほど、CSR報告における過年度数値の修正がかなり一般的に行われていることがわかる。過年度修正を行った企業は、G250企業では3分の1だったのに対して、N100企業では20%強となっている。しかし、このデータは、CSR報告書の情報は総じて信頼できないということではなく、むしろ、CSR報告の世界が変化し続けていることを示すものである。過年度修正を行ったG250企業のうち42%は報告範囲の変更（多くは拡大）のため、44%は算定や推計の方法の改善のため、28%は定義の変更に伴い、修正を行っている。

しかし、修正を行ったG250企業の35%は、その理由として誤謬や脱漏を挙げており、これは財務報告において一般的に許容されてきた割合と比べてはるかに高い。2010年に財務諸表を訂正したFortune 1000企業の比率は3.1%*であり、これはCSR報告が財務報告と同じ水準の厳格さに達するためにはまだ長い道のりを要することを意味している。興味深いことに、誤謬や脱漏のために過年度数値の修正を行ったN100企業の比率は29%であり、G250企業の比率よりも若干少ない。

試行錯誤

過年度修正が全体的に多いということは、CSR報告へのアプローチが成熟しつつあるということを示している。次章で見るように(29ページの図表10)、第三者保証を通じ、CSR報告における内部統制やプロセスについて評価を受ける企業が増えている。過年度修正の多くは、第三者保証を通じ、開示する情報が質的に改

善している結果であると考えられる。事実、私たちの調査では、第三者保証を受けている企業のほうが過年度修正を行う比率は高くなっており、これは明らかに第三者保証の結果として改善が行われていることを裏付けるものである。

*Audit Analytics, IVES Group

KPMGの見解

現在のところ、CSR報告はまだまだ新しい分野であり、ほとんどの企業では、それに対応するために情報システムやプロセスをゆっくりと構築しているように思われる。しかし、長い目で見れば、CSR報告における過年度修正、誤謬、脱漏は、開示データに対する投資家の信頼を損なうだけでなく、組織の全体的なガバナンスや内部統制の質も劣化させる可能性がある。私たちは、企業がCSR報告の統合を真剣に考えようとするのであれば、CSR報告のための情報システム、ガバナンス、内部統制、マネジメントを、現在の財務報告と同等の水準にまで高める必要があると考える。

CSR報告の質を維持するためには、質の高いCSR情報と第三者保証の利用の拡大が必要である

事実、第三者保証を受けている企業が過年度数値の修正を行う比率は、受けていない企業の倍である。これは、CSR報告の質を維持するためには、質の高いCSR情報と第三者保証の利用の拡大が必要であることを示唆している。しかし、CSR報告の進化

に対応するために企業がデータ収集の方法を継続的に改善する一方で、企業内部のプロセスに対してこれまで以上に焦点を当てる必要性が高まっていると言えよう。

情報システムやプロセスについての報告

統合報告を行うためには質の高い有益なCSR情報の開示が重要となるが、そのためには、企業は適切なガバナンスと内部統制の仕組みを構築する必要がある。しかし、現在、G250企業の3分の1以上、N100企業の40%が、CSRについてのガバナンスや内部統制に関する情報を報告書の中に記載していない。ただし、こ

れは必ずしもCSRについてのガバナンスや内部統制が欠如しているということを示しているのではなく、単に、企業がそれぞれの情報開示の方針に従い、これらについて開示しないという選択をしたということもあるだろう。

CSR報告を行っている企業のほぼ半分は、CSRについての取締役の責任や関与に関する情報を開示していない、あるいは、取締役にそのような責任が与えられていないか、そもそも取締役が関与していない

CSRに対する取締役の責任と関与は、CSR報告を組織に定着させるための重要な条件になると考えられるが、興味深いことに、CSR報告を行っている企業のほぼ半分は、CSRについての取締役の責任や関与に関する情報を開示していない、あるいは、取締役にそのような責任が与えられていないか、そもそも取締役が関与していない。しかし、取締役の関与について報告している企業の大部分では、監査役がCSRおよびサステナビリティ活動に適切に関与していることについても報告している。CSR報告が進化

の途上にあるということを考えれば驚くべきことではないが、サステナビリティ情報報告のためにITシステムを活用している企業はごく少数である(G250企業の20%、N100企業の12%)。明らかに、ほとんどの企業では、報告のための手順の確立や責任の明確化に注力している。しかし、データの品質や価値を長期的に改善していくため、多くの組織では、CSR報告を現在のITインフラにどのように統合すべきかを模索し始めるであろう。

CSR保証の現状

保証を最大限に利用

ハイライト

- 鉱山業の51%および電力・水道等の46%がCSR報告書の保証を受けているが、全体の数としては他の業種に大きく後れを取っている。
- 企業にとって保証を受けることを動機付ける要因としては「信頼性の向上」が最も多く挙げられており、これに「報告される情報の質の向上」が僅差で続いている。
- 保証を受けている企業のうち、G250企業の70%以上、N100企業の65%近くが、大手監査法人に保証を委託している。

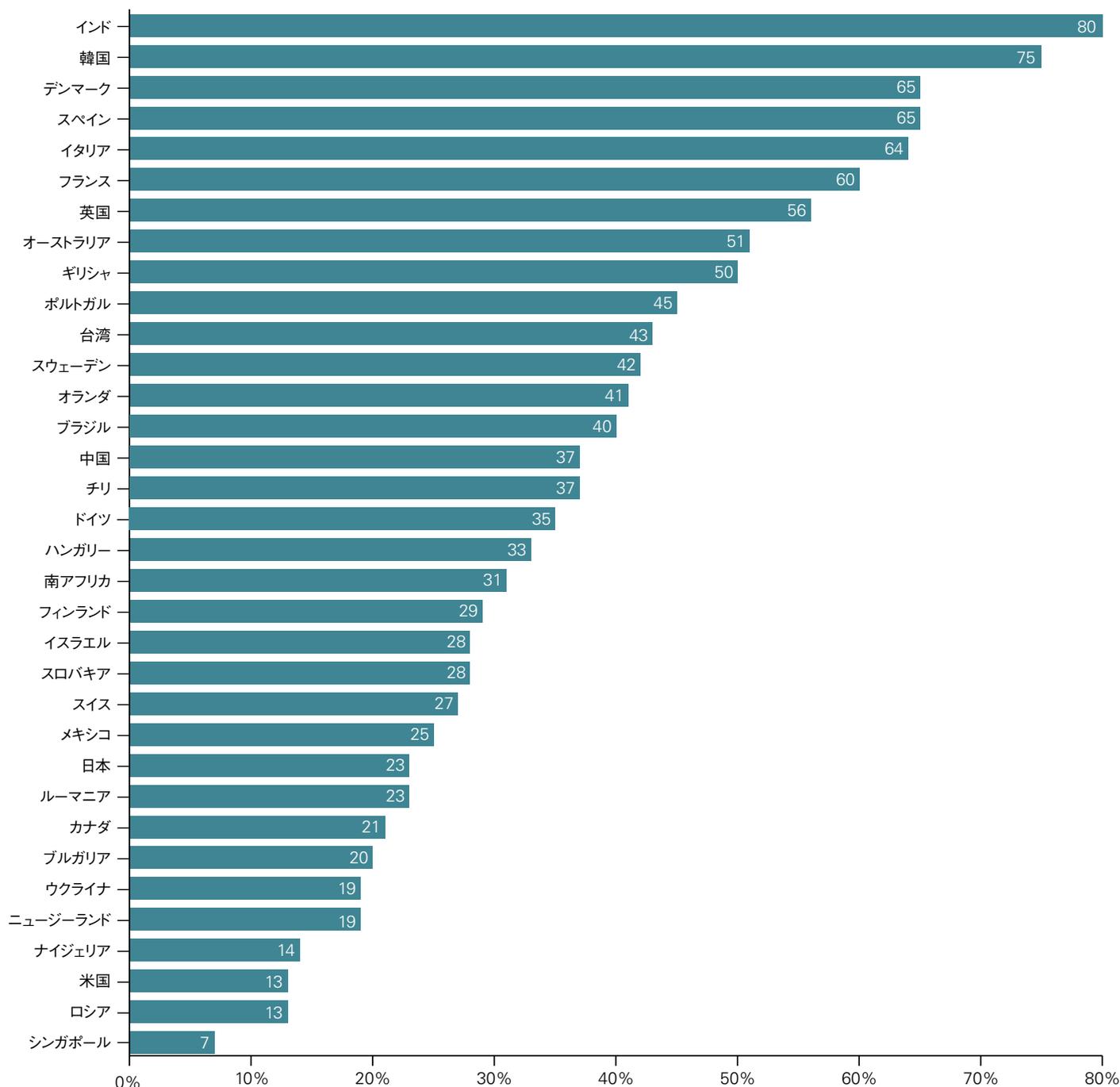
ステークホルダーや投資家が企業価値を認識する上でCSR報告がより大きな役割を果たすようになるにつれて、CSRデータの品質や信頼性を対外的に示したいと考える企業は増えると考えられる。したがって、CSRデータについて検証を行うために第三者保証を利用する企業が、G250企業で46%、N100企業で38%しか存在しないことは驚くべきことである。確かに2008年調査での

数字よりもいくぶん増加してはいるが、次の意味で問題含みである。すなわち、第三者保証を受けていない企業は、将来において過年度数値を修正するというリスクを負っているだけでなく、CSR情報を財務情報（通常、監査の対象となっている）ほど重要とは捉えていないというメッセージを発信していることである。

KPMGの見解

特に多くの企業が経験している昨今の「信用危機」を考えれば、CSR報告書について保証を受ける企業の増加のペースが遅いということは驚くに値する。第三者保証についてもっと急速な伸びを予想していた人もいるであろうが、私たちは、統合報告への流れが勢いを増すとともに、保証を受ける企業は増えていくと予測する。結果的に、多くの企業は、CSRデータだけでなく、統合報告プロセスの基盤となるシステムや内部統制を構築するために、引き続き、財務やビジネスの幅広いバックグラウンドを有する大手監査法人に第三者保証を依頼するであろう。統合報告を採用する企業が増えることに伴い、統合保証、つまり、監査人が企業の報告書の中で開示される全ての情報に対して一つの保証報告書を発行するという考えられるであろう。これが現実のものとなるためには、職業的および法的なハードルを乗り越えなければならず、容易なことではないが、統合報告書の読者やステークホルダーにとって最も有益であるのは統合保証であると私たちは考える。

図表10：CSR報告書に対して保証を受けている企業の割合



出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011

KPMGの見解

私たちは、データの品質や内部統制を改善するためには、第三者保証の利用が最も効果的であると考えている。第三者保証からより多くの価値を導き出すためには時間を要するため、できるだけ早い時期に保証を受け始めるほうが望ましい。

G250企業の約45%がCSR情報の検証のために 第三者保証を利用している

対価を得る

CSR報告書について第三者保証を受ける企業が得ているメリットには様々なものがある。N100企業のおよそ3分の1は、第三者保証がステークホルダーや投資家に対してCSR報告の信頼性を向上させていることを挙げている。第三者保証を受けることを動機

付ける要因としては、「報告される情報の質の向上」が僅差で続いている。G250企業でもN100企業でも、多くの企業は、第三者保証を受けることによって報告プロセスが改善したと述べている。

およそ3分の1は、第三者保証がステークホルダー や投資家に対してCSR報告の信頼性を向上させて いることを挙げている

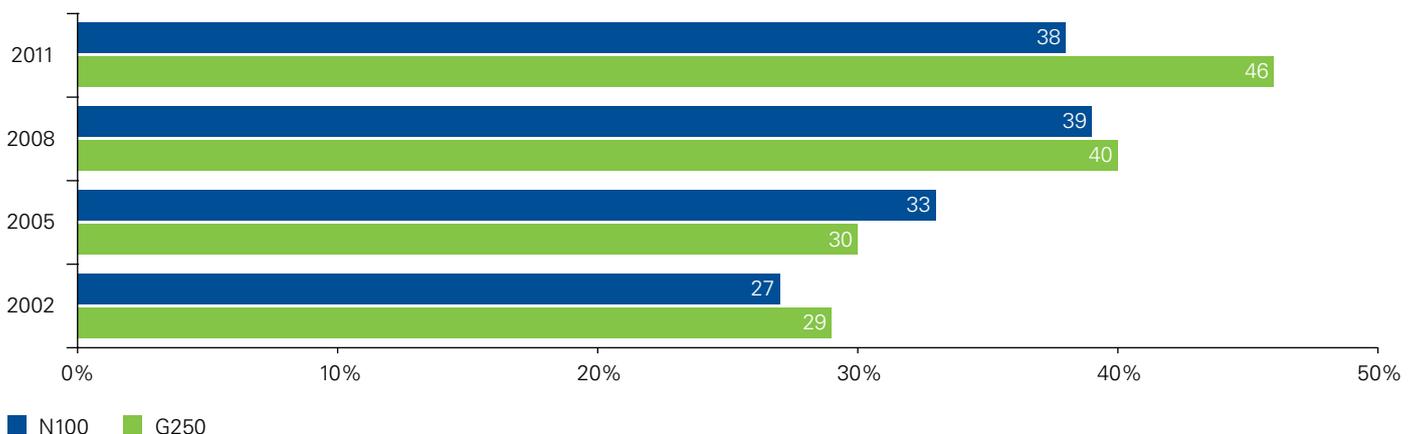
保証業務の市場

企業のCSR報告の実務が成熟するに伴い、CSR報告書に対する保証業務の市場も変わってきているが、主たる保証提供者は前回調査から大きく変わっていない。保証提供者の中では、大手監査法人が、G250企業では71%、N100企業では64%の市場シェアを確保している。大手監査法人以外では、技術専門会社がシェアを落としている一方で、その他の保証提供機関がシェアを若干

伸ばしている。2008年調査では、G250企業の約4分の1が専門的な保証提供機関ではない第三者、例えば、NGO、有識者、ステークホルダーパネルなどからのコメントをCSR報告書に掲載していた。

この傾向は、今回の調査でもおおむね変化がなく、専門家（有識者など）やNGOからのコメントが第三者意見の大半を占めている。

図表11：保証報告書が付されているCSR報告書



出典：KPMG CSR報告に関する国際調査2011



KPMGのClimate Change & Sustainability Services について

CSR報告をはじめとする、サステナビリティや気候変動に関連する問題が企業にとっての最重要課題となっています。KPMGメンバーファームは、複雑に進化し続けるCSR報告を取り巻く状況について、よりよい理解を支援し、サステナビリティ戦略の最適化のためのサポートを行っています。KPMGのClimate Change and Sustainability Services (CC&S) では、サステナビリティおよび気候変動に関する保証業務、税務、アドバイザリー業務を提供し、組織が戦略的な視点からサステナビリティを事業運営に活かせるよう支援しています。私たちは、25年以上にわたり大手企業や公共機関を支援してきた経験から、世界の大手企業と幅広く関係を築きあげ、サステナビリティにおける課題の解決に貢献しています。また、CC&Sのネットワークは40ヶ国に広がっており、このネットワークによって一貫性のあるグローバルなアプローチによるサービスを提供し、業種や国境を越えたサービスで多国籍組織の複雑な経営課題に対応することを可能としています。私たちは、次の分野で組織に対する支援を行っています。

- CSR戦略支援
- サステナビリティに関するリスクとチャンスの分析
- CSR / サステナビリティ / 温室効果ガスのためのITシステムの設計および実施
- 規制枠組みの評価および最適化 (税制、CO₂排出量規制を含む)
- サプライチェーンにおけるサステナビリティ評価
- 税制優遇措置およびクレジット・レビュー
- CSR報告および保証 (プレ保証業務および温室効果ガス検証を含む)

調査方法

KPMGは今回、CSRに関する34の項目について企業が開示している情報を根拠として調査を実施した。KPMGでは、業種別および国別に見たCSR報告の普及度、報告基準の利用、保証の役割と活用、CSR報告を動機付ける要因といった、過去の調査と同じ項目について引き続き調査を行うことによって、経年的傾向についてのデータをまとめることができた。今回の調査では、各

国の上位100社の調査対象国を34ヶ国にまで拡大した。

調査には、2010年のFortune Global 500に基づくグローバル企業250社（G250企業）を対象に含めた。さらに、次の表に示した34ヶ国の各国の上位100社（N100企業）も対象として含めている。

2011年調査の対象国		
オーストラリア	インド	スロバキア
ブラジル	イスラエル	南アフリカ
ブルガリア	イタリア	韓国
カナダ	日本	スペイン
チリ	メキシコ	スウェーデン
中国	オランダ	スイス
デンマーク	ニュージーランド	台湾
フィンランド	ナイジェリア	ウクライナ
フランス	ポルトガル	英国
ドイツ	ルーマニア	米国
ギリシャ	ロシア	
ハンガリー	シンガポール	

濃い緑色は2011年調査ではじめて調査対象となった国を示す。

34ヶ国の各国の上位100社は、各国で一般的に用いられる情報源による売上高ランキングに基づいて特定した。ランキングが存在しないまたは不完全な場合には、時価総額やその他の業種ごとに適した手法を用いて売上高ランキングのリストを作成または補完した。所有形態や運営形態には関係なく、全ての法人を対象とした。

本調査では、企業による情報開示の傾向を分析することを目的と

していたため、公になっているCSR情報のみを調査の対象とした。情報源は、CSR報告書またはサステナビリティ報告書、企業のホームページ、年次財務報告書に限定した。

最初に、2010年半ばから2011年半ばにかけて企業が発行したCSR報告書またはそれと類似する情報を探し、その期間中に報告書を発行していない企業については、2009年の報告を用いた。2009年より前に発行された情報は対象としなかった。

出典：Fortune Global 500 ranking 2010 – http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2010/full_list/index.html



お問い合わせ先

有限責任 あずさ監査法人

ビジネスアドバイザー事業部

パートナー

船越 義武

TEL : 03-3548-5305

yoshitake.funakoshi@jp.kpmg.com

<http://www.azsa.or.jp>

KPMGあずさサステナビリティ株式会社

取締役

齋藤 和彦

TEL : 03-3548-5303

kazuhiko.saito@jp.kpmg.com

<http://sus.kpmg.or.jp/>

本冊子は、KPMGインターナショナルが2011年11月に発行した“KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011”を翻訳したものです。翻訳と英語原文間に齟齬がある場合は、当該英語原文が優先するものとします。

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下す適切なアドバイスに従ってください。

© 2011 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. 11-1559

The KPMG name, logo and “cutting through complexity” are registered trademarks or trademarks of KPMG International.