



# KPMG Insight

KPMG Newsletter

Vol. 18

May 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18回 日本企業の統合報告書に関する調査2015

[kpmg.com/jp](http://kpmg.com/jp)



# 未来を拓くコーポレート コミュニケーション

## 第18回 日本企業の統合報告書に 関する調査2015

KPMG ジャパン

統合報告アドバイザーグループ  
シニアマネジャー 新名谷 寛昌

KPMGジャパン 統合報告アドバイザーグループでは、2014年より、日本で発行された「自己表明型統合レポート」に関する調査を始めました。2015年の調査では、昨年度に引き続き、統合報告書の発行状況全般とガバナンス、リスク情報、業績報告について調査を行ったほか、新たに6つの資本（財務、製造、知的、人的、社会関係および自然資本）に関する調査を行い、ビジネスモデルの開示と併せて、統合報告書は価値創造の全体像を伝えることができているのかどうかを確認しました。また、事業活動とCSR活動について包括的な報告を行おうとする場合、統合報告目的のマテリアリティ評価（価値創造に影響を及ぼす重要事項の評価）とCSR報告目的のマテリアリティ評価（CSR報告書における重要課題の評価）の2つの視点からの評価が必要となりますが、これら2つの目的に適合する単一のプロセスを構築し、事業活動とCSR活動の統合を進めることにより、統合報告書の質を向上させることが可能となります。さらに、マテリアリティ評価は、重要なリスクと機会、経営課題を包括的に捉えた戦略的な意思決定を支援するツールとして活用できる可能性があります。そのため、マテリアリティ評価を調査項目に追加し、マテリアリティ評価の浸透度合いを確認するとともに、統合報告の品質向上に向けた課題を明らかにしました。本稿では、2015年度の調査からエグゼクティブサマリーの内容を中心に重要ポイントを解説いたします。

なお、本文中の意見に関する部分については、筆者の私見であることをあらかじめお断りいたします。



新名谷 寛昌  
にいなや ひろまさ

## 【ポイント】

- 2015年の統合報告書発行企業数は205社と前年調査より65社増加した。このうち191社が東証一部上場企業であり、これは、東証一部上場企業全1901社の10%にあたる。
- ビジネスモデルを開示している企業のうち、6つの資本との関係性について説明する企業は、前年の24社（41%）から今年は52社（57%）へと増加している。
- コーポレートガバナンスの質を評価するためには、取締役の選任理由や取締役会の多様性に関する情報が重要だと考えられるが、これらに関する内容はあまり開示されていない。改訂された東証規則に基づくコーポレートガバナンス報告書作成後の最初の統合報告書となる2016年の報告書での、開示の拡充が期待される。
- マテリアリティ評価に関する開示は少なく、議論はあまり活発に行われていないと考えられる。
- リスク情報の開示を行う企業の比率は約半分にとどまるが、数は増加しており、また、開示内容も充実してきている。
- 開示されているKPIのうち、73%は財務KPIであり、非財務KPIの開示については質・量ともに改善の余地が大きいと考えられる。

## I. 調査概要

### 1. 調査の背景と目的

統合報告書の主たる目的は、財務資本の提供者に対し、組織がどのように長期にわたり価値を創造するかを説明することですが、「日本再興戦略」改訂2015でも指摘されているように、攻めのコーポレートガバナンスを推進するための統合的な開示の充実、投資家と企業の建設的な対話の促進を通じて企業価値の向上に繋がるものと期待されています。KPMGジャパン統合報告アドバイザーグループも、統合報告への自発的な取り組みは、組織による統合的思考（組織の事業・機能単位と、組織が利用し、影響を与える資本との関係について能動的に考えることにより、短、中、長期の価値創造を考慮した、統合的な意思決定と行動をもたらしもの）を促進し、企業の競争力を向上させることを通じて、我が国経済の発展にも寄与すると考えています。

ここ数年の間において、財務情報を中心とする企業情報の制度的枠組みに大きな変化はないものの、企業と投資家との対話の重要性に関する意識の高まり、また、コーポレートガバナンス・コードの適用など、企業による情報開示にも変革が求められる状況となっています。このような現状において、統合報告に取り組む先端的な企業の動向を探ることは、企業価値向上を志向する企業に多くの示唆を与えてくれるのではないかと思います。

### 2. 調査の方法

調査対象の決定に際しては、昨年度の調査に引き続き、企業価値レポートインテグラボのご協力をいただき、「国内自己表明型統合レポート発行企業リスト2015年版」で公表されている企業（全205社）の報告書を対象として、調査・分析を行いました。

我が国の企業情報開示実務において、統合報告書はどのように理解され、また、その理念が実際の報告書においてどのよう

に適用されているのかという観点から、前回同様の調査項目を設定した他、今回は新たに6つの資本に関する調査を行い、ビジネスモデルの開示と併せ、価値創造の説明としてまとめています。また、事業活動とCSR活動はどのように統合されるのか、その手掛かりとなるマテリアリティの評価についても調査を行いました。

## II. 調査結果サマリーと見解① 統合報告書の発行状況

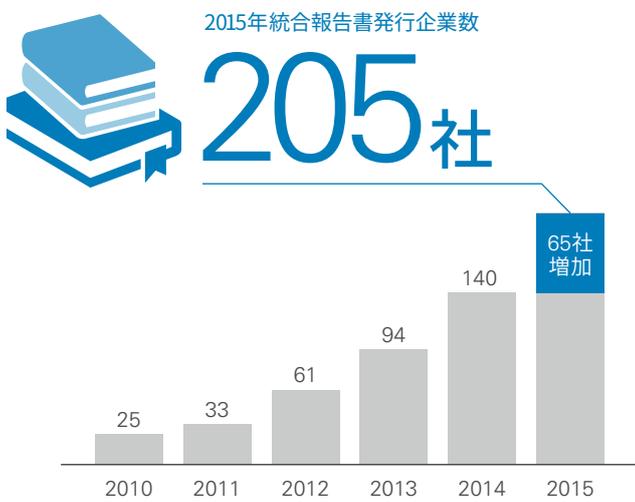
### 1. 発行企業数と属性

2015年の統合報告書発行企業数は205社と前年調査より65社増加しました(図表1参照)。このうち191社(93%)が東証一部上場企業であり、東証一部上場企業全1901社(出典:会社四季報2015年秋号)の10%が発行しています。統合報告書を発行している東証一部上場191社のうち、85社(45%)が日経225の構成銘柄です。また、発行企業のうち196社が上場企業であり、このうち114社(58%)がJPX日経400の構成銘柄となっています。日本を代表する企業の多くにおいて、積極的な情報開示を行い、投資家との対話を重視する姿勢がうかがえます。

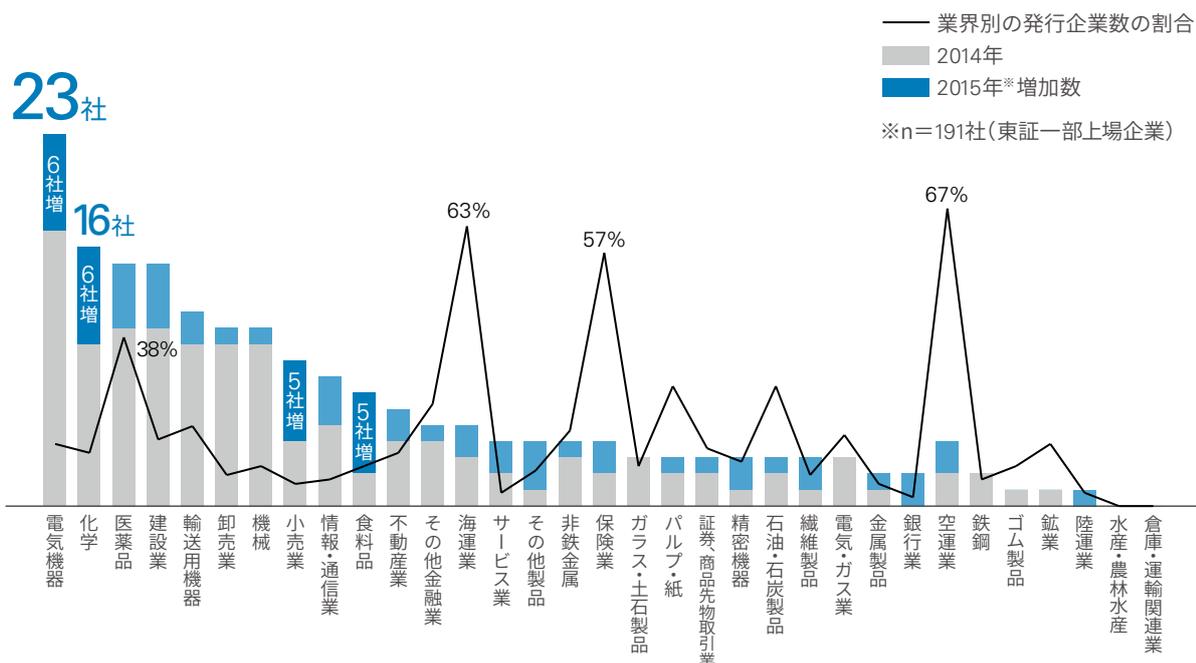
発行企業の業種別分布をみると、全33業種(出典:会社四季報2015年秋号)のうち、31業種が統合報告に取り組んでいることがわかります(図表2参照)。前年との比較では、小売業や食料品といったB to Cの企業群において、発行企業が増加しました。また、事業規模が大きく、グローバル化によってステークホルダーが多様化している企業や、外国人株主などの資本のグローバル化が進んでいる企業において、統合報告書に取り組む動きが活発なようです。

統合報告書の発行部門として、広報、IR、CSR部門が中心となっていることは前回調査と同様ですが、経営企画部門や社長

【図表1 国内自己表明型統合レポート発行企業数の推移】



【図表2 業種別発行企業数と業界内比率】

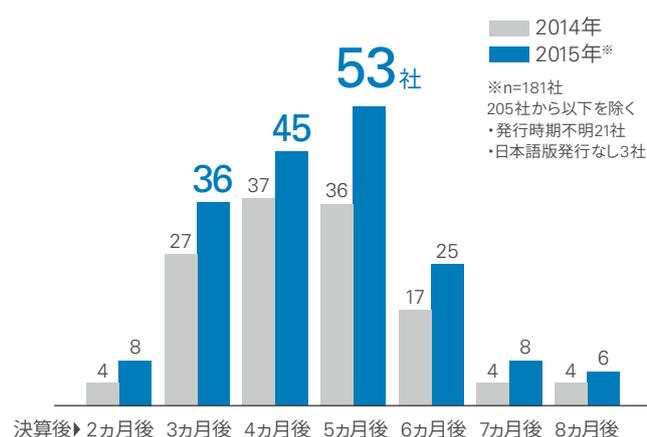


室などトップマネジメントと比較的に近い部門が発行部門となる場合も増えてきています。しかし、企業全体の価値をより向上させるために機能別組織が編成されており、また、統合報告は全社的な取組みであるため、どこかの部門が単独で実践できるものではありません。所管部門がどこであるかに係らず、部門横断的な連携を実現し、CEOによる事業運営全体を包含した企業の価値創造のあり方が示されることが重要です。

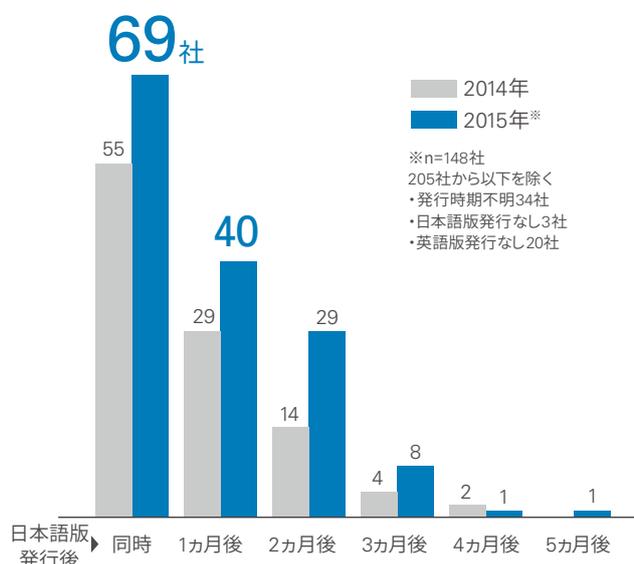
## 2. 報告書の概要

ページ数の全体平均は68ページであり、前年よりも3ページ少なくなっています。また、半数以上の報告書が60ページ以内となっています。また、182社が日本語版と英語版の両方を発行しており、そのうち69社が日本語版と英語版を同時に発行し

【図表3 統合報告書の発行タイミング(日本語版)】



【図表4 統合報告書の発行タイミング(英語版)】



ています。これは、国内と海外で株主に対する情報格差が生じないようにする配慮から、同時発行を目指している企業が多いためと思われます。発行のタイミングとしては、決算日から3～5ヵ月後に集中しています(図表3・4参照)。中長期的な観点を重視する統合報告書は、決算説明資料等と同等の適時性は必ずしも求められないと考えられますが、年度の総括となる財務的成果を含んでいることから、統合報告書もなるべく早く発行しようとする姿勢の企業が多いといえます。企業活動およびその成果のどの側面について、いつ、どのような情報開示を行い、ステークホルダーとコミュニケーションしていくべきか、コーポレートコミュニケーションの全体的なデザインを見直すことにより、統合報告書の内容や発行タイミングも変化してくる考えられます。

IIRCの統合報告フレームワークについて言及している企業は62社(30%)であり、前年よりも増加しています。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、前年より1社増加の2社となっています。

### <KPMGの見解①>

今回の調査結果により、統合報告書の推進主体となっているのは、東証一部上場企業のうち、事業規模の比較的大きな企業であることが判りました。これは、資本市場の活性化やガバナンス・コードの後押しにより、投資家との対話の重要性に関する意識が高まっていることを反映していると考えられます。投資家から適切な評価を得るためには、事業活動の実態やビジネスモデルの特徴を含む価値創造の全体像を、戦略シナリオとともに説明することが重要となります。一方で、投資家も開示される情報を与件として分析、評価を行うのではなく、自らの見識に基づき、中長期的な価値創造能力を評価するための情報開示のあり方について、企業と対話を深めていくことが重要と考えられます。

## Ⅲ. 調査結果サマリーと見解② 価値創造

持続的成長のためには、多様化する資本の様相の特性を踏まえた最適な資源配分を検討した上で、組織内部だけでなく、外部に存在する資本にも配慮することが必要です。また、価値創造の全体像を理解するためには6つの資本(財務、製造、知的、人的、社会関係および自然資本)とビジネスモデルとの関係を理解することも重要です。今回の調査では、価値創造の仕組みであるビジネスモデルの開示状況に加え、6つの資本に関する調査を追加し、価値創造の報告としてまとめました。

資本とは、企業をとりまく様々なステークホルダーが企業に

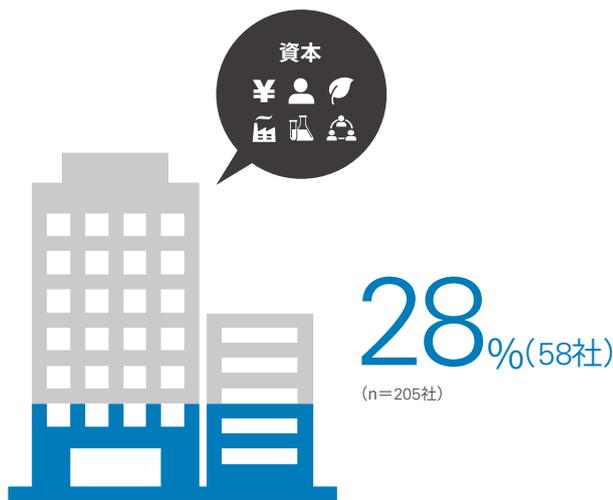
達成することを求めてくる要求であり、これを企業が充足することによって、そのような資本の提供に対して価値を創造することになります。この価値創造プロセスの説明は、さまざまな資本に対して、企業がどのように対応したか（価値を創造したか）について伝えることだといえます。しかしながら、価値創造の報告であるべき統合報告書において、自社が重要と考える資本を開示している企業は、58社（28%）に留まりました（図表5参照）。このうち、ハイライト情報におけるKPIと資本の関連付けを行っている企業が7社（12%）あります（図表6参照）。資本の内容に関する詳細な説明に加え、各資本に関する定量指標を開示することは、それぞれの資本（ステークホルダーの期待）に対して企業がどのように対応したかを具体的な数値で示すことであり、企業の行動を評価するために有用な情報になると考えられます。

調査対象205社のうち、91社（44%）がビジネスモデルについて説明しており（図表7参照）、そのうち、6つの資本との関係性について説明している企業は、52社（57%）でした（図表8参照）。前年は、ビジネスモデルを開示している企業が59社、そのうち資本との関係性について説明しているものが24社であったことから、統合報告書におけるビジネスモデルの役割を理解し、競争優位の源泉となる自社の資本について説明する企業が増えたといえます。ビジネスモデルの長期的な見通しについては、15社（17%）しか開示しておらず、トップメッセージ等で説明されているものを含めても、全般的に長期的な見通しに関する情報は非常に少ない印象です。

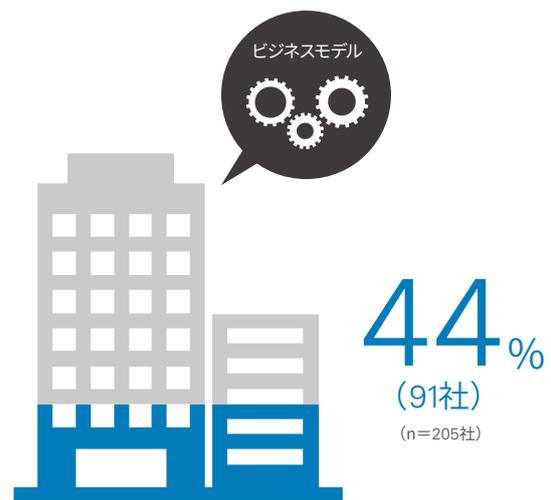
<KPMGの見解②>

IIRC統合報告書が示す6つの資本のように、幅広く資本を捉

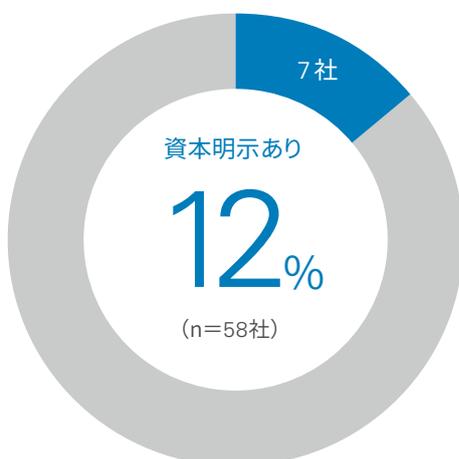
【図表5 資本を開示している企業】



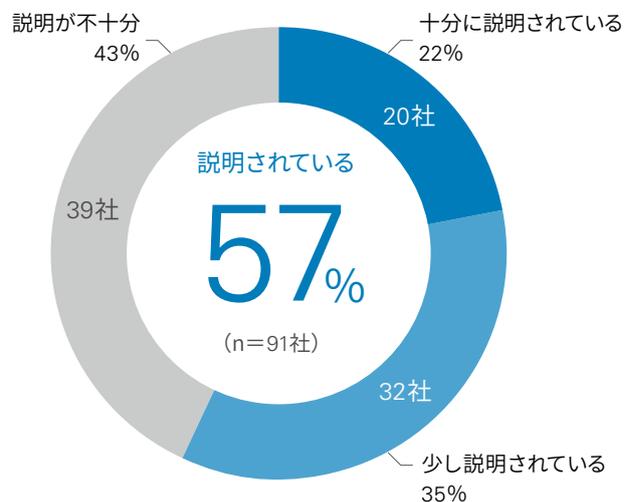
【図表7 ビジネスモデルを開示している企業】



【図表6 資本とKPIとの関連付け】



【図表8 ビジネスモデルと資本の関係性】



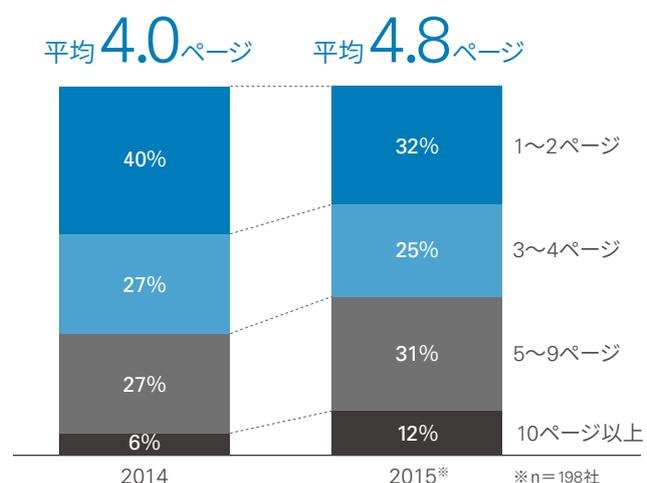
えて価値創造の視点から開示することは、短期的な価値、長期的な価値、経済的な価値、社会的な価値、それぞれの創出に関係のある経営資源のあり方や効果的な活用の考察に繋がり、企業だけでなく、統合報告書の利用者による企業の価値創造能力の評価にも資するものです。また、ビジネスモデルは、6つの資本を用いた企業による価値創造の仕組みを示し、統合報告書の内容要素を相互に関連付ける中心となるものです。企業による価値創造の仕組みを明らかにし、企業価値に影響を及ぼす要素を体系的に示すとともに、戦略とその実行に関する包括的、かつ簡潔な経営者の説明を加えることで、企業による価値創造が正しく評価され、正当な評価につながると考えられます。

## IV. 調査結果サマリーと見解③ コーポレートガバナンス

統合報告書では、組織のガバナンス構造が、どのように価値創造能力を支えるのかについて説明することが求められています。一方で、コーポレートガバナンス・コードは、企業の持続的成長と中長期的な価値創造の向上を図ることが目的とされています。そして、コードの基本原則「適切な情報開示と透明性の確保」は、上場会社に対して、非財務情報の開示に主体的に取り組むことを求めています。このように、統合報告書とコーポレートガバナンス・コードは、その目的において親和性があり、また、実務対応において相互補完的であるといえます。今回の調査においては、IIRC統合報告フレームワークとコーポレートガバナンス・コードそれぞれの要求事項を踏まえ、調査項目を決定しています。

コーポレートガバナンス情報の開示量は、114社（57%）にお

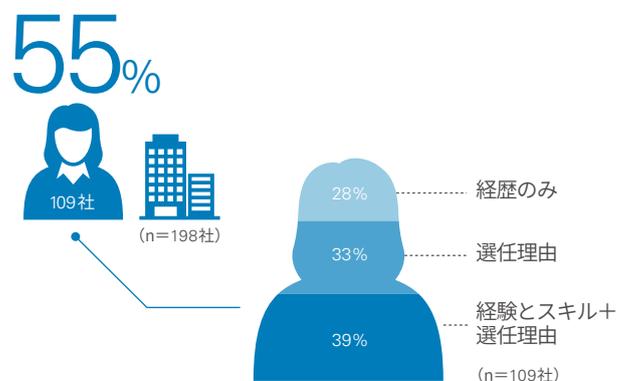
【図表9 コーポレートガバナンスセクションのページ数】



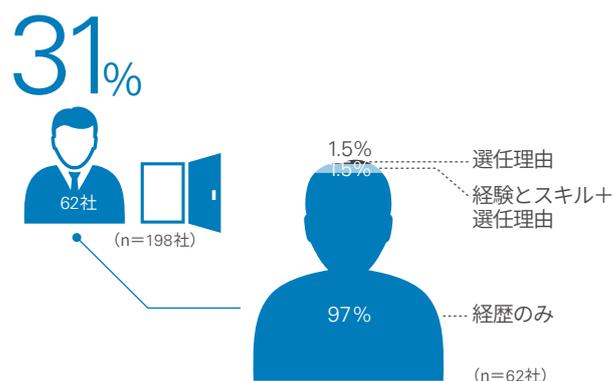
いて4ページ以下となっており、半数以上の企業が、ごく簡潔な開示を行っています。一方で10ページ以上割っている企業の数は23社（12%）と、前年から倍増しています。なお、コーポレートガバナンスの開示状況調査の対象198社の平均ページ数は、4.8ページでした（図表9参照）。平均ページ数をコーポレートガバナンスの組織体制別に比較すると、監査役設置会社のうち、報酬または指名委員会もしくはその両方を取締役会の任意の諮問機関として設置している、いわゆる「ハイブリッド型」を採用する企業の平均は6.9ページ、指名委員会等設置会社の平均は6.3ページとなっています。監査役設置会社、監査等委員会設置会社の平均がそれぞれ3.5ページ、4.3ページであったのとは対照的に、コーポレートガバナンスへの対応と情報発信の両面において積極的な姿勢が垣間見えます。

ガバナンスの質を評価するため、取締役会構成員の選任理由の開示は重要であり、また、多様なステークホルダーの正当なニーズを理解し適切に対処するためには、ガバナンス責任者や取締役会の構成にも多様性が求められると考えられます。この点、社外取締役の経験・スキル・選任理由のいずれかを開示している企業は109社（55%）あるのに対し、社内取締役の経験・

【図表10 社外取締役の経験・スキル・選任理由の開示】



【図表11 社内取締役の経験・スキル・選任理由の開示】



スキル・選任理由のいずれかを開示している企業は62社（31%）と割合が低くなります（図表10・11参照）。また、取締役会の実効性を確保する観点から、取締役会の規模や多様性に関する説明を行っている企業は14社（7%）でした。

#### <KPMGの見解③>

コーポレートガバナンス・コードは2015年6月に東京証券取引所の上場規程として適用されたばかりです。そのため、統合報告書発行時点では、ほとんどの企業において、本コードへの対応はその途上であったと推測され、今回の調査結果に、前年からの大きな変化は見られませんでした。次回の報告書では、多くの企業が企業の持続的成長と中長期的な価値創造の向上を図ることを意識した、ガバナンス改革の成果を開示してくれることを期待します。

## V. 調査結果サマリーと見解④

### マテリアリティ

マテリアリティ評価（重要性の決定）は、統合報告書において開示すべき情報を決定するために行われますが、その決定プロセスにおいては、価値創造能力に及ぼす影響という観点から、企業が認識するリスクと機会を評価し、戦略目標と資源配分の優先順位が決定されます。そのため、統合報告書におけるマテリアリティに関する開示は、企業が重要と考えている事業領域や戦略目標に関する理解を促進させることを通じて、企業と情報利用者、特に主たる利用者である投資家との対話の質の向上にも貢献すると考えられます。しかし、マテリアリティについて開示している企業は31社（15%）に留まっており、現時点においては、余り重要な論点と認識されていないのかもしれない（図表12参照）。

【図表12 マテリアリティ評価結果の開示】



#### <KPMGの見解④>

マテリアリティに関する情報開示が非常に少ない理由のひとつとして、適切な日本語への置き換えが難しく、様々な組織（例：IIRC、GRI、SASB）ごとに特徴のある取組みや活動視点、目的、位置づけ、対象とする情報の種類（例：ビジネス全般、ESG、財務、定量、定性等）が存在しているために、共通理解が形成されにくいことが挙げられます。また、企業だけでなく、利用者側においても議論や認識が成熟していないことがあります。企業の強みや競争優位性の根幹を形成する要素であるために、「何がマテリアルか」は企業によって異なります。そのため、経営者がリードし、取締役会において十分に議論を尽くし、決定プロセスの根幹をなす「重要な関係者とマテリアリティに関する見解」を表明することが、第一歩になります。

統合報告目的のマテリアリティ評価は重要なリスクと機会、経営課題を包括的にとらえた戦略的な意思決定につながる取組みであり、企業の価値創造プロセスにおける各要素の関連性（コネクティビティ）の実現に役立つと考えられます。一方で、CSR報告目的のマテリアリティ評価は、企業の対処すべき社会課題におけるリスクや機会を明確するために活用されています。この2つのプロセスを統合することができれば、マテリアリティ評価の結果は、事業戦略とCSR戦略の双方に対応したものととなり、企業が利用し、影響を及ぼす6つの資本それぞれの性質を最大限に活用し、最適な資源配分を通じて、企業価値を向上させることができます。

それ故、マテリアリティ評価は、経営の意思決定プロセスに組み込まれる必要があります。そして、企業全体のガバナンスに対する責任者の関与により、戦略とその実現のための経営資源の活用プロセスとの一致が期待できます。経営環境は複雑かつ継続的に変化するものであり、複数の時間軸で評価することも必要であるため、様々なステークホルダーとのエンゲージメントを行い、評価の妥当性を検証することも重要です。

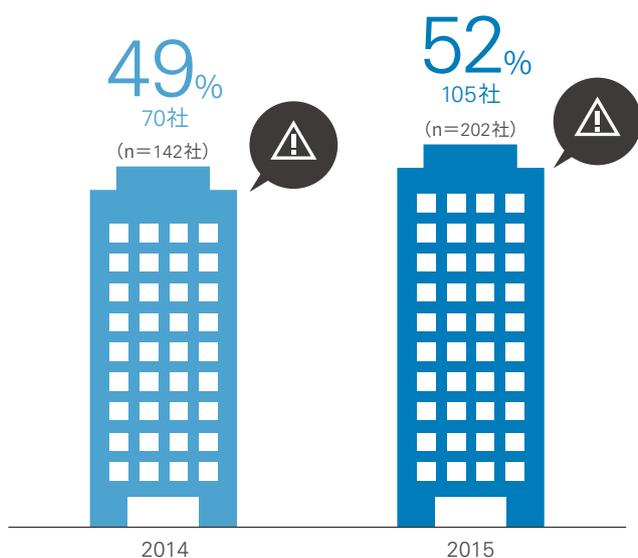
## VI. 調査結果サマリーと見解⑤

### リスク

リスク情報は、価値創造に関連する重要な事象にかかわる企業の認識を示すものです。中長期的な視野で企業評価を行う投資家にとって有益な情報を提供することは、企業への信頼を深め、良好な関係の構築に繋がっていくと考えられます。しかしながら、リスクに関するセクションを設けて開示を行っている企業は、105社（52%）に留まっています（セクションが独立していても、全般的なリスク管理体制のみ説明しており、具体的なリスクを特定していない企業は含みません。）（図表13参照）。一方で自らが直面している内的、外的リスク管理について、積極

的に伝えている企業もあります。また、リスク情報を開示している105社のうち、75社（71%）が株主価値との関連性の高いリスクについて説明しています。残りの30社（29%）では、一般化された内容が開示されており、株主価値との関連性が必ずしも明確ではありません。IIRC統合報告フレームワークにおいて、簡潔性の原則が示されているように、読者にとって利用価値の高い情報を提供することが大切で、情報が多すぎると、報告書が分かりにくいものになってしまうことに注意が必要です。

【図表13 リスク情報セクションを設けている企業】



#### <KPMGの見解⑤>

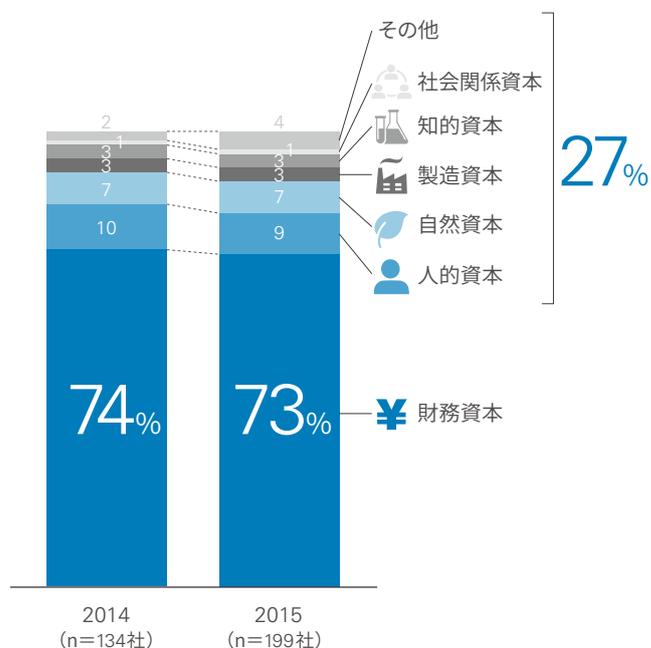
統合報告書の主たる利用者とされる財務資本の提供者は、価値創造に大きな影響を及ぼすリスクだけでなく、機会についても高い関心を有しています。彼らの判断を支援するため、リスク項目を個別に説明するのとどまらず、将来キャッシュフローとの関連性、想定される事業領域とそのインパクトおよびそこから派生するリスクに対する取組みと、その現状認識に関する情報が必要です。説得力のある説明は、企業に対する信頼を深め、良好な関係を構築することに繋がっていきます。また、財務資本の提供者にとって有用なリスク情報の開示にむけた取組みは、企業が直面するリスクに対する判断や対応を見直す契機にもなります。さらに、社会課題としてのリスクや、業種特有のリスクへの深い洞察は、競争優位に繋がる戦略的機会の発見にもつながります。

## Ⅶ. 調査結果サマリーと見解⑥ 業績

社長メッセージ、事業別報告や特集ページなど、統合報告書のさまざまなセクションで業績報告のための定量情報が開示されています。今回の調査では、企業による重要な業績指標（Key Performance Indicators、KPI）の要約記載である、ハイライト情報の定量情報を対象として、調査・分析を行いました。

業績は、成果と戦略目標の達成状況を報告するものであり、調査対象企業205社のうち、199社（97%）の企業が重要な業績指標（KPI）をハイライト情報として要約記載しています。しかしながら、多くが実績のみの開示であり、計画や目標、見通しを開示している企業は多くありませんでした。開示されているKPIを、IIRC統合報告フレームワークにおける資本の分類を参考に、6つの資本（財務、製造、知的、人的、社会関係および自然資本）と関連付けた結果、財務KPIが全体の73%を占めており、非財務KPIの開示は27%しかありませんでした。非財務KPIのなかでは、人的資本および自然資本に関するKPIの開示が相対的に充実しています（図表14参照）。財務と非財務にKPIを分けて表示している企業は比較的多くみられますが、このうち、資本別に分けて表示している企業が7社（4%）あります。

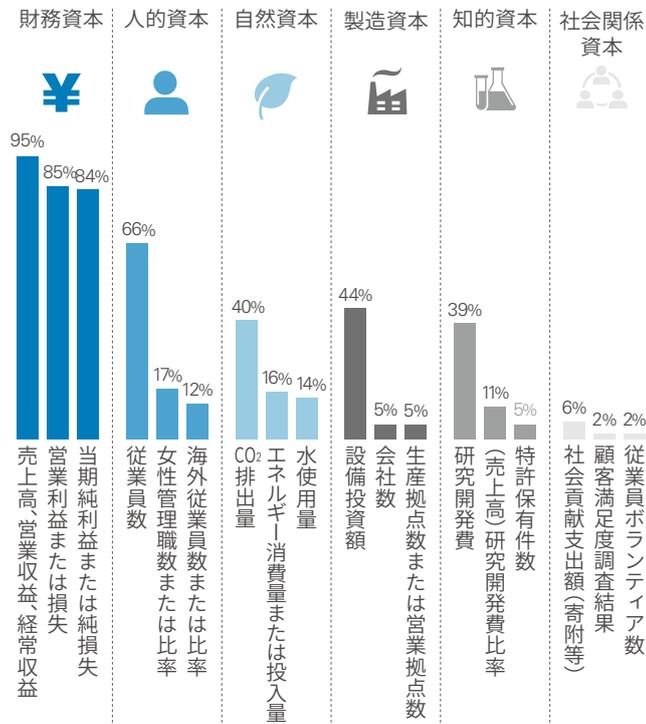
【図表14 資本別のKPIの開示比率】



資本別の開示KPIの上位3項目は、図表15のとおりです。人的資本に関していえば、半数以上の企業が従業員数を開示していますが、統合報告書においては、これが価値向上とどのように関連しているのか、という点を説明することが重要です。女性

管理職や海外従業員といった内訳情報を開示している企業も多くみられましたが、これらの詳細な内容を、企業理念や戦略と紐づける説明があれば、KPIとしての有用性が高まると考えられます。

【図表15 資本別の開示KPI 上位3項目】



<KPMGの見解⑥>

業績は、戦略目標の達成状況を報告するものであり、統合報告書で開示されるKPIは、組織内の意思決定に用いるものの一貫していることが重要です。開示のために新たに情報を集めるのではなく、日々の経営管理において戦略の遂行状況をモニタリングするために設定したKPIの中から、外部に開示が可能で、価値創造において特に重要なものを開示するアプローチも有効です。目標が未達成の場合には、原因分析と今後の対応についての説明も重要となります。今回の調査を見る限り、非財務KPIの開示については、質・量ともに改善の余地が大きいと思われました。企業経営における非財務的要素の重要性が増すなか、これに関連した情報が開示されることへの期待も高まっていると考えられます。その期待に応えることにより、ステークホルダーに対し、埋もれていた価値への気付きを与えることができれば、企業価値の正当な評価に繋がっていきます。また、開示にあたっては、資本ごとのKPIの羅列だけでなく、資本間の相互関係や企業価値創造プロセスと関係付けた説明により、結果だけでなく、仕組みとして価値創造を理解できるようにすることも重要です。

Ⅷ. おわりに

統合報告書の作成企業は、ここ数年、大幅な伸びを示しています。特に、売上高1兆円以上の東証一部上場大規模企業の43%が統合報告に取り組んでいます。このことは、グローバル化や経営課題が多様化し複雑するにつれ、中長期的な価値向上の実現のためには、財務的な成果へのコミットメント、外部に対する説明と積極的な対話が、財務的な価値と社会的な価値双方の実現に影響を及ぼすとの認識を示していると考えられます。

今回の調査では、統合的思考に基づく統合報告書として重要な3つの点について、調査項目を増やしました。1つ目は、多様な資本に関する開示と経営資源の最適配分による持続的価値創造のためのビジネスモデルと6つの資本の関係、2つ目として、企業活動の根底を支える仕組みであるコーポレートガバナンスの開示状況、そして、3つ目として、ビジネスプロセスと財務的、社会的な価値向上を結合した戦略的な意思決定に資するマテリアリティの決定とそのプロセスに関する取扱いです。

統合報告書は、過去の結果のみを報告するものではなく、過去、現在、未来と続く時間軸のなかで、企業の持続的な価値創造の全体像を伝え、その目指す姿を示すものです。一貫したメッセージがあり、記載内容が相互に関連付けられるなかで、企業による価値創造の包括的な姿が浮かび上がってくるような報告書は、まだ少数だと感じられます。しかしながら、2014年の調査との比較では、統合報告の本質を実現する方向にむけた多くの変化がみられました。

今回ご紹介した内容は、調査結果の一部ではありますが、皆様の統合報告の取組みの推進と議論のために、ご活用いただければ幸いです。

## 「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、企業価値レポート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日本のウェブサイトからダウンロードいただけます。

<http://www.kpmg.com/Jp/ja/knowledge/article/integrated-reporting-article/Pages/integrated-reporting-20160407.aspx>

### 【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・エグレス教授 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)

### KPMGジャパン

#### 統合報告アドバイザーグループ

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日本は、統合報告アドバイザーグループを設け、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、以下の担当者までお願いいたします。

KPMG ジャパン  
統合報告アドバイザーグループ  
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.