

アニュアルレポート(AR)における
ESG(環境・社会性・ガバナンス)情報の開示状況

株式会社エッジ・インターナショナル

| | | | |
|----|------|--|----|
| 目次 | I. | はじめに | 2 |
| | II. | 総括 | 4 |
| | III. | アニュアルレポートにおける ESG 情報 | 5 |
| | | ・ 掲載量動向 | |
| | IV. | アニュアルレポートにおける ESG 情報の掲載内容動向 | 6 |
| | 1. | 環境関連 | 6 |
| | | ・ 掲載内容の変化 | |
| | | ・ 環境関連の最も重要なテーマは CO ₂ 排出量削減 | |
| | | ・ 省エネルギー・省資源・ゼロエミッション | |
| | 2. | 社会性関連 | 8 |
| | | ・ 掲載内容の変化 | |
| | | ・ ダイバーシティ — 人事制度やワーク・ライフバランス | |
| | | ・ 安全技術とその他の社会性関連技術 | |
| | | ・ その他の社会性関連項目 | |
| | 3. | ガバナンス関連 | 10 |
| | | ・ 掲載内容の変化 | |
| | | ・ 社外取締役・社外監査役メッセージ | |
| | | ・ 社外役員に関する記載 | |
| | | ・ その他のガバナンス関連項目 | |

本レポートは、2008 年度の「第 11 回 日経アニュアルレポートアワード」における上位 30 社の国内上場企業を対象として、過去 6 年間(2004 年、2006 年、2008 年の隔年および 2009 年)における、E・S・G 関連情報の掲載動向を分析したものです。なお、調査対象企業は以下の通りです。

調査対象企業一覧

| 企業名 | 2004 年 | 2006 年 | 2008 年 | 2009 年 |
|----------------|--------|--------|--------|--------|
| ソフトバンク | ○ | ○ | ○ | ○ |
| オムロン | ○ | ○ | ○ | ○ |
| トヨタ自動車 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| JSR | — | ○ | ○ | ○ |
| カブコン | ○ | ○ | ○ | ○ |
| ベネッセコーポレーション | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 協和発酵キリン | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 三菱商事 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 商船三井 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 信越化学工業 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 新日鉱ホールディングス | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 新日本石油 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 川崎汽船 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 日立金属 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 富士フィルムホールディングス | ○ | ○ | ○ | ○ |
| KDDI | ○ | ○ | ○ | ○ |
| NTT データ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| アサヒビール | ○ | ○ | ○ | 未 |
| オリエンタルランド | ○ | ○ | ○ | ○ |
| コマツ | — | ○ | ○ | ○ |
| パナソニック | ○ | ○ | ○ | ○ |
| マツダ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| ヤマハ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| ヤマハ発動機 | ○ | ○ | ○ | 未 |
| 丸紅 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 住友商事 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 住友信託銀行 | — | — | ○ | ○ |
| 中外製薬 | ○ | ○ | ○ | 未 |
| 東日本旅客鉄道 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 豊田通商 | ○ | ○ | ○ | 未 |

※ 「—」は AR を HP 上に掲載していない企業。
 「未」は 2009 年 10 月 6 日現在 AR を HP 上に掲載していない企業。
 ※ 本文中の企業名は、2009 年度の名称を記載。また、一部略称を使用。

※ 当レポートの内容については、当社の了承なしに転用・流用等を行わないようお願いします。

I. はじめに

当調査レポートの目的

当調査レポート「アニュアルレポート(AR)における ESG (環境・社会性・ガバナンス)情報の開示状況」は、文字通り AR の中で、ESG に関連する非財務情報の取り扱いが、近年どのように変化しているかを分析したものである。当社は、IR ツールの企画制作を支援する専門企業だが、AR における ESG 情報が、量と質の両面から近年大きく変化してきていることを肌身で感じてきた。そこで本調査は、こうした変化を情報掲載量や内容面から少し体系的に捉えてみようとの試みで行われた。主要企業 30 社のみを対象にした調査・分析ではあるが、傾向はつかむことができた。

企業価値と ESG

資本市場では近年、投資銘柄の選定や企業価値分析にあたっては、業績・財務情報のみならず、ESG 等の非財務情報や、経営力、ブランド、人材、技術力といった無形資産を積極的に評価し、企業の「真の実力」、「真の姿」を見極めようとの動きが以前にも増して強まっている。金融危機以降はなおさらである。持続的な成長を実現していくことが前提となる企業経営において、いかに現在の業績が優れ財務基盤が盤石であったとしても、環境問題に無頓着な企業や、企業統治・コンプライアンスが脆弱な企業、そして企業市民として社会性を欠いた企業への投資がどれだけリスクなものであるかは、これまでの歴史が証明している。

欧米で広がりつつある ESG 要因をベースにした企業価値評価の機運は、2006 年に国連が「責任投資原則」(PRI:Principles for Responsible Investment)を提唱した頃から一気に高まってきた。PRI は、ESG に配慮した投資を促進することで、社会的リターンと投資家リターンを同時に実現しようとする考え方で、そのプロセスを通して企業経営や企業行動の変革を促していこうとするものである。これにより、それまでは SRI ファンドなど一部の投資家しか関心を示していなかった ESG 情報であったが、メインストリームの投資家も投資決定や企業評価のプロセスに ESG 分析を組み込む流れができあがったと言える。

IR(インベスターリレーション)と ESG

しかしこうした、企業経営や IR 活動にも大きな影響を与える環境変化は、それ以前より大きなうねりとしてあった。環境問題は、温暖化やエネルギー問題を背景に、1990 年代に入り一気に世界的な関心の高まりを見せ、企業も地球環境との調和を考えた事業活動に力を入れるようになった。また、企業の反社会

的行動に対する人々の監視の目も厳しくなり、いくら収益を上げようとも企業市民としての使命を果たさない企業には厳しい社会的制裁が課せられる時代となった。さらに、ガバナンスについても、2000 年代に入り米国などで多発した大企業の不祥事を契機に、世界各国で企業統治・内部統制の枠組みや規制が強化される事態となったのは周知の事実である。

このように、企業経営における ESG 要因は、投資家サイドに立てば時に最大のリスク要因として認識されるようになった反面、企業側にとっては持続的成長を実現するための前提条件となり、また ESG 面での取り組みを充実させ、その実績を外に向かってしっかりアピールすることで、自社の企業価値を高める大きな牽引力にもなり得るようになったのである。

ESG 評価の実情

が、しかし、である。問題はこの ESG 情報が IR の領域でもしっかりと投資家にアピールされ、また資本市場も、これをしっかり受け止め、企業価値評価に反映する仕組みができあがっているかどうかである。答えは「否」である。先に「機運の高まり」と書いたが、残念ながら現実はそのレベルである。企業の IR 担当者も、また機関投資家や証券アナリストも、正直これまでの市場分析や収益予想、財務分析をベースにした企業評価に軸足を置いたままである。時間的制約の問題もあり、情報を出す側(IR 部門)も、それを評価・分析する側(株主・投資家)も、今は ESG まで手が回らないというのが実情と思われる。しかし、それも時間の問題だろう。ESG 評価の高い企業への投資促進という社会的要請は今後大きく高まる可能性がある。またすでに、ガバナンスや環境対応に対する企業の取り組みを評価する格付機関が登場し、存在感を高めている。また米国では昨年、米国証券アナリスト協会が、上場企業の ESG 要因評価のためマニュアル (Environmental, Social, and Governance Factors at Listed Companies -A Manual for Investors-) を公表するなど、これを評価するためのガイドラインづくりも進んでいる。

AR(アニュアルレポート)と ESG 情報

さて、前置きが長くなってしまったが、本題である日本企業のアニュアルレポートにおける ESG 情報の取り扱い状況についてである。詳細は後段のレポートを参照いただきたいが、いろいろと課題が明らかになった。今回の調査レポートでは、AR の中で扱われる E(環境)・S(社会性)・G(ガバナンス)関連情報を、情報量(使用ページ数)と内容面から検証したところ、確かにこうした情報の重要性に対する認識の高まりで毎年掲載量は着実に

拡大してきている。しかしそれでも、量・質共にそれらは決して十分とは言えるものにはなっていない。

***E(環境)**については、このところ、温暖化対策など具体的なテーマに関する活動目標や活動実績に関する記述が減り、環境マネジメントの基本方針や活動体制などに関する記述に終始する企業が増えてきた。おそらくこれは、より詳細な情報はCSRレポートを読んでもらうことを前提にした結果だと思われる。

しかし、投資家といえども、いまさら基本方針や取り組み体制だけを聞かされてもどれだけ情報価値があるのか疑問が残る。ARの読者が、CSRレポートをさらに手元に取り寄せて読み込むだけの手間と時間を割くとも考えにくい。最低限伝えるべきは、そうした基本情報に加え、「事業内容と環境の関わり」がどうなっているか、「環境面での事業リスク」にはどのようなものがあるのか、「目標とする環境パフォーマンスとその実績」はどうなっているのか、など包括的かつ具体的な情報である。CSRレポートに記載されるようなこと細かな活動報告まではARでは必要ないと思われるが、それでも現状レベルのものは明らかに量と質の両面で不足感が否めない。

***S(社会性)**については、ページ数も少なく、また増えてもいないが、内容面では徐々にではあるが進化傾向にある。特に最近では各社ダイバーシティや国際貢献に関する記述が増えている。ただ多くは、個々の活動を断片的に取り上げて紹介しているケースが多いため、会社として何のために、何を指してそうした活動を行っているか、といった説得力に欠けるケースが多いようだ。

業界・業種によって企業と社会との関わりはまちまちであるが、自社の事業内容や企業使命などを考慮に入れながら、国際社会・地域社会との関係性、従業員との関係性、顧客・取引先との関係性、政府・関係機関との関係性を今一度しっかりと整理し、アピールしていく必要性があろう。また国内ではそれほど意識されない、児童労働や動物愛護、差別問題、ユニオン対策なども、海外では関心の高いテーマである。ARでは企業の持続的発展に影響力の大きい社会性テーマに焦点を当てながら、CSRレポート以上に強弱感のある内容に仕上げる必要がある。

***G(ガバナンス)**については、ページ数も内容も毎年確実に充実傾向にある。ESGの3要素の中では、ARで最も存在感を示している。ARにおけるガバナンス情報は、東証において「上場会社コーポレートガバナンス原則」が定められ、各社が

「コーポレートガバナンス報告書」の作成・提出を始めた時期に合わせて、掲載情報の充実が一気に進んだようだ。

当初(5~6年前)は、形式的な記載内容がほとんどであったが、その後次第に社外取締役や社外監査役が登場し、当該企業のガバナンスにどう関わっているかのメッセージを掲載するなど、訴求方法にも工夫が見られるようになってきた。さらに最近では、社外取締役や社外監査役の役員会への出席状況や役員報酬、役員選任基準に関する記述等に加え、法令遵守、内部統制などに関する記述も増えている。

しかし一方で、ガバナンスに対する会社の考え方や方針が生きた言葉として読者に伝わるものになっているかという点では改善の余地が大きい。ガバナンスの基本方針が、どこの会社も判を押したように「経営の透明性・健全性」、「意思決定のスピードアップ」では、説得力に欠けると言わざるを得ない。ガバナンスシステムについても、日本企業のほとんどが「委員会設置会社」ではなく「取締役・監査役制度」を採用しているわけだが、その理由やメリットを明確に説明している企業は少ない。情報量も記載内容も確かに毎年充実してきているガバナンス情報ではあるが、今後の課題は形式的な開示ではなく、株主・投資家にとって納得性のある説明ができるか否かである。

ARにおける ESG 開示の今後

国内外を問わず株主・投資家を中心に会社と利害関係にあるステークホルダーを主要読者とするARが、日本企業のIR活動そして企業広報活動において、最も重要なコミュニケーションツールとして、その重要性を増していくことは疑いの余地が無い。また今回取り上げたESG要因に関しても、これからはARのメイン情報である業績・財務情報と同等の重要性をもって評価されることになると思われる。これに伴い、CSRレポートやサステナビリティレポートとの役割・機能分担についての議論が盛んになる可能性もある。コストパフォーマンスの観点から言えば、両者一体化(合本化)の動きもあるかもしれない。しかし今重要なことは、コストや形式面からの議論ではなく、IR活動におけるESG要因の重要性をしっかりと認識し、広範なCSR関連情報の中から、真に株主・投資家にとって価値ある情報を、そして企業の将来価値や業績・財務に影響を与える可能性の高いESG要因をきちんと洗い出すことである。その上で、形式的ではなく、生きた言葉として自社の考えやスタンスを明確に示していくことが求められよう。

II. 総括

今回分析対象とした企業のアニュアルレポート(AR)における6年間のESG関連情報の掲載傾向を見ると、内容面では2008年頃から大幅に充実を図る企業が多く、以降、2008年版に付け加える形でページ増を図っていることが分かる。

そのような中、環境・社会性関連については単なる活動報告にとどめる企業が少なくない。この一因と推測できるのが、近年多くの日本企業で推し進められてきたCSRレポートの発刊・内容充実である。CSRレポートで詳細を読んでもらうことを前提とし、ARへの記載は簡略化していると考えられる。

環境関連についても詳細な内容はCSRレポートに記載し、ARでは環境保全に対する基本的な考え方や環境マネジメントに関する解説などに絞って掲載しているようである。しかし多くのARにおいてCO₂排出量削減やその他環境負荷低減活動に関する記述は、2009年においても環境関連の重要なテーマとして取り上げられている。

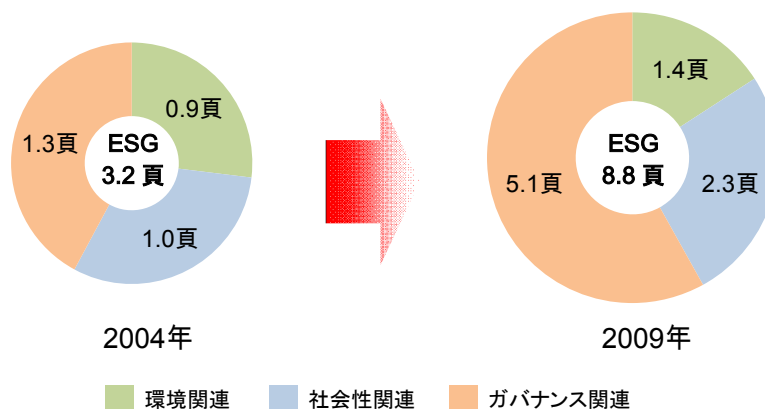
社会性関連については、環境関連同様AR内での詳しい記載を削減し、簡単な活動報告にとどめているケースも一部ではあるが、多くの企業は2006年以降、ダイバーシティを意識した人事制度やワーク・ライフバランス、SRIインデックス、安全技術

といった記述を増やしている。これらは近年投資家が特に関心を寄せる項目と重なる。また環境関連と社会性関連ではやや社会性関連に重点を置く企業が多い。

ガバナンス関連については、環境・社会性関連について記載するページ数が6年間を通して微増となっていることから、ESG関連情報全体のページ数増の最大要因がガバナンス関連情報の増加によるものであると分かる。これはARの主な読者である投資家がよりガバナンスに関する情報を重要視していることに応えたものと推測される。またページ構成から見ても、2004年まではCSRセクションの後段にガバナンスセクションを配置する企業が目立ったが、近年2006年以降は多くの企業がCSRセクションの前段に配置しページ数も増加させるなど、ガバナンス関連情報の重要度が高まっていることは明らかである。

しかし、ガバナンス関連に関する記載についても、2008年でひとつのピークを越えた印象がある。2006年から2008年までは積極的に記載項目を増やし、ガバナンスセクションのボリュームアップを図ったが、2008年から2009年ではページ数に大きな変化は見られず、記載内容を精査しコンパクトに纏める方向に向いている。

<ESG関連ページ数の2004年から2009年の変化>



III. アニュアルレポートにおける ESG 情報

掲載量動向

分析対象企業の AR に関して、6 年間の ESG 関連情報の動向をページ数の推移で見ると、非財務セクションの平均総ページ数が 2004 年の 40.3 頁から 2009 年には約 1.5 倍の 60.2 頁となっている一方で、ESG 関連情報について語っているページ数は、2004 年に平均 3.2 頁だったのに対し 2009 年では約 2.8 倍の平均 8.8 頁となっている。また非財務セクションに占める ESG 関連情報の割合から見ても、2004 年の 7.9%から 2009 年では約 1.8 倍の 14.6%と大幅に拡大している。

このように ESG 関連情報は非財務セクション全体のページ増を大幅に上回って増加しており、この 6 年間での AR における ESG 関連情報の重要度の高まりがうかがえる。

次に E(環境関連)・S(社会性関連)・G(ガバナンス関連)別に見ると、環境関連について語っているページ数は、2004 年に

平均 0.9 頁だったのに対し 2009 年では約 1.6 倍の平均 1.4 頁とほぼ非財務セクションの増加に準じた形となっている。社会性関連については、2004 年に平均 1.0 頁だったのに対し 2009 年では約 2.3 倍の平均 2.3 頁と倍増した。一方、ガバナンス関連については、2004 年に平均 1.3 頁だったのに対し 2009 年では約 3.9 倍の平均 5.1 頁と大きく増えており、ESG 関連情報の中でもガバナンス関連の増加は著しい。

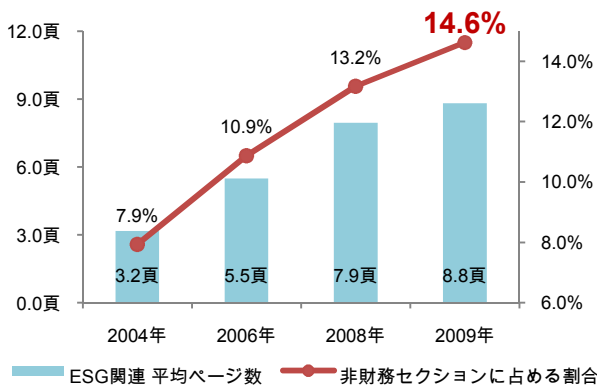
非財務セクションに占める割合については、環境関連は 2004 年の 2.2%から 2009 年では約 1.0 倍の 2.3%、社会性関連は 2004 年の 2.5%から 2009 年では約 1.5 倍の 3.8%となっている一方で、ガバナンス関連は、2004 年の 3.2%から 2009 年では約 2.7 倍の 8.5%とその割合が増している。これらのことからガバナンス関連情報の拡大が、ESG 関連情報の拡大を牽引していると言える。

<ESG 関連ページ数の推移>

(頁:平均ページ数)

| | 2004 年 | 2006 年 | 2008 年 | 2009 年 |
|-----------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| 調査対象企業数 | 27 社 | 29 社 | 30 社 | 26 社 |
| 非財務セクション | 40.3 頁 | 50.6 頁 | 60.0 頁 | 60.2 頁 |
| ESG 関連 | 3.2 頁 (7.9%) | 5.5 頁 (10.9%) | 7.9 頁 (13.2%) | 8.8 頁 (14.6%) |
| E:環境関連 | 0.9 頁 (2.2%) | 0.7 頁 (1.4%) | 1.1 頁 (1.8%) | 1.4 頁 (2.3%) |
| S:社会性関連 | 1.0 頁 (2.5%) | 1.5 頁 (3.0%) | 2.3 頁 (3.8%) | 2.3 頁 (3.8%) |
| G:ガバナンス関連 | 1.3 頁 (3.2%) | 3.2 頁 (6.3%) | 4.5 頁 (7.5%) | 5.1 頁 (8.5%) |

注 1. 2009 年の数値については、2009 年 10 月 6 日現在 HP 上に AR を掲載している企業が対象。
 2. カッコ内は非財務セクションに占める割合。



IV. アニュアルレポートにおける ESG 情報の掲載内容動向

1. 環境関連

環境関連の記載内容は、近年多くの日本企業で押し進められてきた CSR レポートの発刊・内容充実の影響を受け簡略化傾向にあり、具体的な数値での報告から、環境保全に関する基本的な考え方や環境マネジメントに関する解説などのより概念的な話に変化しつつある。特に、「ソフトバンク」や「オムロン」、「ベネッセコーポレーション」、「三菱商事」、「商船三井」、「新日鉱ホールディングス」、「富士フィルムホールディングス」、「ヤマハ」、「丸紅」といった、ダウ・ジョーンズ社 (Dow Jones & Company, Inc. 本社:米国) による「ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス (以下「DJSI」)」をはじめとする世界的な SRI インデックスの構成銘柄に選定された企業や、世界的な調査・格付機関である SAM 社 (Sustainable Asset Management 本社:スイス) により「サステナブル」な企業として認定された企業などの多くがこの傾向にある。

掲載内容の変化

2004 年～2009 年の変化:2004 年版が一番充実

環境関連について 2004 年から 2009 年を通して見ると、2004 年から 2006 年を転換期として実績値をはじめとする具体的な記載が徐々に減り、基本的な考え方や環境マネジメントに関する解説などのより概念的な話へと移行する企業が少なくない。具体的には「オムロン」、「商船三井」、「日立金属」、「富士フィルムホールディングス」、「ヤマハ」などが挙げられる。「オムロン」は 2004 年版では CO₂ や廃棄物削減に関してグラフを用いて詳細に解説していたが、2008 年版では一部実数での表記があるものの、大半は『見える化』による CO₂ 削減を推進「資源生産性向上取り組みのモデル拠点と機種を選定し、継続的に取り組む」といった体系的な表現にとどまり、2009 年版では環境関連の情報としては、環境ソリューション(環境関連ビジネス)に関する記載のみに焦点を当てている。また「商船三井」は、2004 年版では CSR セクションのほとんどが環境関連で、自社技術や製品を使った環境負荷低減に対する取り組みの紹介に加え、環境会計についての記載もあったが、2006 年版以降は、環境会計に関する記載は削除されている。「日立金属」は 2004 年版ではリサイクル率、省エネ率、有害物質排出削減率等、実数での記載が多かったが年々項目数は減少し、2009 年版では CO₂ 排出量削減実績の記載が中長期的な CO₂ 排出量削減目

標の記載へと変わった。「ヤマハ」は 2004 年版では CO₂ 排出量削減目標を実数で記載し、ゼロエミッション、地球温暖化防止に関する取り組み状況について記載していたが、その後 2009 年では 2008 年版まであった CO₂ 排出量削減に関する記載が無くなっている。

このような傾向は SRI インデックスの構成銘柄に選定されたり、“サステナブル”な企業として認定されるなど、CSR に積極的に取り組んでいるとされる企業に多く見られることから、CSR に優れ、CSR レポートの発刊・内容充実が進んでいる企業ほど、AR における環境関連の記載を簡略化する傾向にあると思われる。これを裏づけるように、こうした企業の多くは AR の関連セクションに、より詳細な情報を把握できる自社の CSR 関連サイトへの誘導策を設けている。例えば 2009 年版では、「三菱商事」や「信越化学工業」、「NTT データ」、「丸紅」、「住友商事」、「JR 東日本」は自社の CSR レポートの表紙またはその掲載先 URL を、「オムロン」や「商船三井」、「富士フィルムホールディングス」、「パナソニック」、「ヤマハ」は CSR セクション内に自社の CSR 関連サイトの URL を記載している。

環境関連の最も重要なテーマは CO₂ 排出量削減

そのような中でも、多くの AR において環境関連の重要なテーマとして取り上げられているのが CO₂ 排出量削減やその他環境負荷低減活動に関する記述である。事業活動の中で削減される CO₂ 排出量の実績を記載する企業・中長期的な目標値を掲げる企業は多い。具体的には 2009 年版 AR からは、「JSR」、「日立金属」、「コマツ」、「パナソニック」、「富士フィルムホールディングス」、「JR 東日本」などが挙げられる。「日立金属」は具体的な記載は無いが、中長期的な CO₂ 削減目標の設定について報告している。「コマツ」は商品開発、生産、物流の各ステージでの CO₂ 排出量削減実績を実数値で記載し、バイオディーゼル燃料による CO₂ 排出量削減についても語り、「富士フィルムホールディングス」は製品の製造工程および納入先での消費電力削減による CO₂ 排出量削減を実数値で報告している。

また最近では CO₂ 排出量削減目標について過去 20 数年前のレベルを比較対象とする企業が増えている。このことは AR においても同様で、2009 年版では CO₂ 排出量削減目標についての記載がある企業 5 社のうち 3 社はこのような表現をしている。

例えば「JSR」は CO₂ 排出量削減目標として 2013 年までに 1991 年度比 6%削減を掲げており、「パナソニック」は家庭からの CO₂ 排出量削減に貢献することを目指し、家電製品や住宅設備の省エネ効果により、1990 年度を 100%とした CO₂ 排出量を 3 年から 5 年後に 35%まで削減。最終的には家庭からの CO₂ 排出量を実質的にゼロにすると記載。「JR 東日本」は 2030 年度までに鉄道事業の CO₂ 総排出量を 1990 年度比 50%削減する目標をグループ経営ビジョンの一部として記載している。このような表現をする企業が 2008 年版では 9 社中 3 社だったことから、AR における重要度がうかがえる。

その他にも排出権取得やカーボンオフセットといった方法での CO₂ 排出量削減に取り組むケースが「三菱商事」(08 年版)や「丸紅」(08 年版)、「住友商事」(09 年版)といった商社を中心に見ることができる。なお、「三菱商事」、「丸紅」の 2009 年版には、この件について記載していない。

一方、「トヨタ自動車」や「新日鉱ホールディングス」、「パナソニック」、「マツダ」のように自社製品に関連づけた形で削減実績・目標を記載する企業も多い。2008 年版では「トヨタ自動車」が CO₂ 排出量削減策のひとつとして自動車の環境性能向上を挙げ、そのための自社技術について多くのページを割いていた。2009 年版では「新日鉱ホールディングス」が「地球資源の有効活用」「地球環境との共生・環境負荷低減」「革新的技術による循環型社会づくり」をテーマに新たな事業の創出を図っているとして、燃料電池をはじめ、潜熱蓄熱材、新製錬技術の開

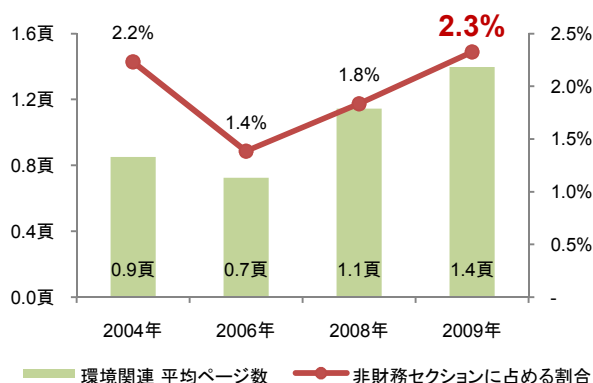
発、金属資源のリサイクルなどについて紹介している。また「パナソニック」は次年度の CO₂ 排出量削減目標と当年度の達成状況の報告と合わせて、エコアイデアをキーワードにした自社製品での CO₂ 排出量削減状況を記載し、「マツダ」も CO₂ 排出量削減に向けた様々な最新技術の紹介や、先進技術による CO₂ 排出ゼロ・脱化石資源を目指す取り組みについて水素エンジン、水性塗装技術等を例に挙げ詳しく語っている。

また「オムロン」(09 年版)、「トヨタ自動車」(08 年版)、「新日鉱ホールディングス」(09 年版)、「パナソニック」(09 年版)、「マツダ」(09 年版)のように特集内に環境関連の情報を記載している企業もあり、これらの多くは CO₂ 排出量削減・有害物質排出量削減を促進する環境関連の自社製品・自社技術の紹介といった、いわゆる環境関連ビジネスを中心に語っている。

省エネルギー・省資源・ゼロエミッション

次に環境関連で重視されているのが省エネルギー・省資源・ゼロエミッションといった地球環境への負荷の低減活動に関する記述である。例えば「協和発酵キリン」は 2008 年版および 2009 年版で「省エネルギー・省資源・ゼロエミッションを中心とした全社活動「協和エコプロジェクト」により環境負荷低減を進めた」と報告。「新日本石油」は 2009 年版で CSR 活動一覧の一部として廃棄物削減対策を記載し、「日立金属」も 2009 年版で 2010 年度におけるゼロエミッション達成を目指し廃棄物削減およびリサイクル活動を推進。2008 年度のリサイクル率を前年比 1.3%低減させたと報告している。また「NTT データ」は 2009 年版で環境に配慮したシステムの開発やグリーン購入ならびに環境に配慮した建築設計の推進、省資源・省エネルギー施策の展開、物品の利活用・リサイクルの推進および廃棄物の削減と多岐にわたる活動について記載。「JR 東日本」は 2008 年版から省エネ車両の導入推進、資源のリサイクル実施、駅・ビル等の施設の緑化による温暖化対策といった様々な取り組みを行いこれについて報告している。

<環境関連ページ数の推移>



2. 社会性関連

環境関連同様、一部の企業では CSR レポートの発刊・内容充実の影響を受け、AR 内での社会性に関する詳しい記載を削減し、簡単な活動報告にとどめているケースも多い。しかし一方で 2006 年以降、ダイバーシティを意識した人事制度やワーク・ライフバランス、SRI インデックス、安全技術といったテーマについて記述する企業も増えている。また、環境と社会性ではやや社会性関連に重点を置く傾向が見受けられる。

掲載内容の変化

2004 年～2009 年の変化:2006 年以降段階的に充実傾向

社会性関連について 2004 年から 2009 年を通して見ると、2004 年では主に活動報告を中心とした内容の記述が目立ち、社会性や CSR に関する体制や理念・概念についての記載が一切無い企業も少なくない。一方大きな変化が現れはじめるのは 2006 年以降で、活動報告に加え、基本的な考え方やダイバーシティ、従業員に対する記述、国際貢献といった社会性の中でも特に投資家の関心の高い話題について言及する企業が増えている。例えば 2006 年版では、「オムロン」が「多様性」への対応としてダイバーシティについて記述し、「トヨタ自動車」はガバナンス内に「CSR 方針」と題して、国際社会への貢献、ダイバーシティ、児童労働、従業員に対する記述を追加。また「日立金属」は前年の大まかな記述から少し掘り下げた内容とし、「CREDO」や「行動指針」といった企業の CSR に対する姿勢を表現する記述を追加し、「ヤマハ」は女性社員の活躍推進に関する記述を追加している。2008 年以降では、2008 年から「ベネッセ」が従業員の労働環境に関する記述をさらに充実させ、「丸紅」も人事制度に関する記述を追加。同社は 2009 年からはダイバーシティについても言及している。ダイバーシティについては「KDDI」も 2009 年版から「ダイバーシティ推進室」を設置し積極的な障害者採用、積極的な女性社員の活躍推進、高齢者雇用の促進、ワーク・ライフバランスの推進といったことに取り組んでいることに言及している。また「NTT データ」は 2008 年から基本的な考え方を中心とした基本情報に加え、経営品質の向上に関する記述を追加するなど、各社様々な切り口で考え方や取り組み状況を記載している。

また近年 2008 年頃より、代表的な SRI インデックスの構成銘柄に採用されることを重視する企業が増えつつあり、「ソフトバ

ンク」や「オムロン」、「ベネッセ」、「新日鉱ホールディングス」、「富士フイルムホールディングス」、「ヤマハ」をはじめとした多くの企業が SRI インデックスへの組み入れ実績を報告している。

ダイバーシティ — 人事制度やワーク・ライフバランス

2006 年以降、ダイバーシティ、ワーク・ライフバランスといったキーワードについて言及する企業が増えている。例えば「新日本石油」は「CSR 活動一覧」の一部として(具体的な記載は無いが)人間尊重、人権啓発の推進といったことに取り組んでいる旨を記載し、「ベネッセ」は新人事評価システムの解説や様々な働く環境づくりに関する報告、公募・青紙制度、従業員満足度調査、ワーク・ライフバランスの施策、女性の活動支援、カフェテリアプラン等、数多くの取り組みを記載している。また「日立金属」はダイバーシティへの取り組みとして育児中の女性、障害者雇用の推進等、個々の権利を尊重し多様な人材登用を報告。「富士フイルムホールディングス」は人的多様性を求め多様な人材を活かすための取り組みとして「F-Power プロジェクト推進チーム」を発足したことに触れている。「KDDI」は「ダイバーシティ推進室」を設置し、積極的な障害者採用、積極的な女性社員の活躍推進、高齢者雇用の促進、ワーク・ライフバランスの推進といった取り組みについて掲載している。「マツダ」も「ダイバーシティ」という表現こそ無いものの、CSR に関する「6 つの取り組み分野」の一部として「人権尊重の風土の確立」「労働環境配慮、ワーク・ライフバランス」を挙げている。「豊田通商」も 2008 年版にはダイバーシティというキーワードが登場し、主にワーク・ライフバランス、育児関連について語っている。このように 2006 年以降、多くの企業がダイバーシティについて言及している。

また本来「ダイバーシティ」とは「外見上の違いや内面的な違いに関わりなく、すべての人が各自の持てる力をフルに発揮して組織に貢献できるような環境をつくること」「企業が人種・国籍・性・年齢を問わずに人材を活用すること」とされているが、日本企業の AR においては、ワーク・ライフバランスや人事制度といった、従業員の労働環境の観点から語られることが多い。

安全技術とその他の社会性関連技術

社会性の中で語られるもうひとつの軸は安全技術についてである。多くの企業は安全技術として、環境関連製品・技術同様に、社会性に関連した自社製品・技術の紹介を記載している。例えば「ソフトバンク」は 2009 年版で健全なインターネット社会を築くための取り組みとして「Yahoo!きっず」、「Yahoo!あんしんねっと」等を紹介し、「トヨタ自動車」も 2008 年から関連商品を用いた安全や交通環境に関する記載を始めている。「マツダ」は 2008 年版で安全は社会貢献のひとつといった発想から、安全ポリシーや安全性を追求した技術開発について解説し、欧州の安全性能総合評価で最高ランクの 5 つ星を獲得したことを記載。「新日本石油」はミャンマーにおける事業報告を CSR 活動報告と絡めて掲載し、「KDDI」は安心・安全な情報通信社会の実現としてフィルタリングサービス「EZ 安心アクセスサービス」、「au one net 安心アクセスサービス」といった関連サービスについて紹介している。

その他にも環境関連同様、社会性に関連した自社製品の活用を社会貢献への取り組みとして記載する企業は多く、「ベネッセ」や「中外製薬」がその一例である。「ベネッセ」は顧客志向の商品開発を社会性の重要な要素のひとつとして扱っている。また「中外製薬」は社会貢献の一環として革新的な医薬品の開発推進と提供を挙げている。

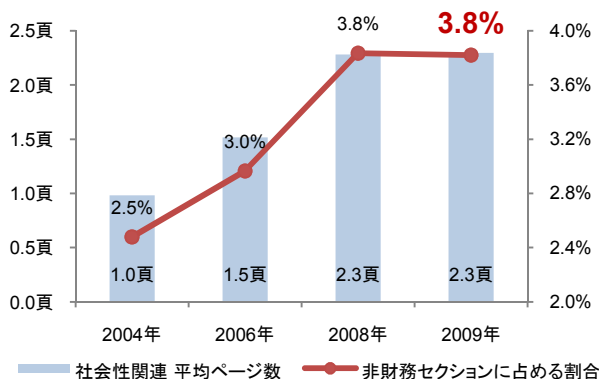
その他の社会性関連項目

その他の社会性関連項目として、「アサヒビール」は 2008 年版で適正飲酒に関する基本的な考え方と取り組みに関して報告し、「パナソニック」は 2009 年版で「企業市民活動の支出」についての記載している。また「信越化学工業」は 2009 年版で直江津工場の事故を踏まえた安全対策について言及している。

強制労働・児童労働

強制労働・児童労働に関する記載は日本企業ではあまり一般的でなく、記載している場合でも簡単に触れられている程度である。具体的には「トヨタ自動車」と「ヤマハ」が挙げられる。「トヨタ自動車」(2006～2009 年版)は「CSR 方針」の中で基本理念のひとつとして「いかなる形であれ強制労働・児童労働は行いません。」といった文言を記載している。また「ヤマハ」は行動規準にグローバルな事業展開を行う上で留意すべき項目として「強制労働・児童労働の禁止」を追加した旨を記述している。

＜社会性関連ページ数の推移＞



3. ガバナンス関連

ガバナンス関連の情報は年々充実傾向にあり、2008 年頃からはさらに掘り下げた内容とする企業が目立っている。特に役員報酬・社外役員に関する記述、コンプライアンス・内部統制、透明性・アカウンタビリティなどについてより詳細に言及する企業は着実に増えている。またページ構成で見ると、2004 年までは CSR セクションの後段にガバナンスセクションを配置するスタイルが一般的だったが、近年 2006 年以降は多くの企業が CSR セクションの前段に配置し、ページ数も大きく増加している。

また、買収防衛策に関して言及する企業は 2008 年をピークにその後減少している。

掲載内容の変化

2004 年～2009 年の変化:2006 年から徐々に充実

ガバナンス関連について 2004 年から 2009 年を通して見ると、形式的な内容や全く語っていない企業も多かった 2004 年から一転、2006 年頃からは徐々に充実してきている。例えば、「ソフトバンク」は 2004 年版ではガバナンスに関して全く記載していなかったが、2006 年版ではガバナンスおよびコンプライアンスそれぞれの組織体制と運営状況について簡単に記載。その後 2008 年版からは社外取締役・社外監査役メッセージをはじめ、透明性・アカウンタビリティへの対応として株主総会の活性化、情報開示の透明性・迅速性の担保、情報格差の解消への取り組みといった情報が盛り込まれ、以降こうした充実ぶりは変わっていない。また 2008 年からの同社は、ガバナンスセクションの大部分において Q&A 方式を採用しており、他社との差別化を図っている。「ベネッセ」は 2004 年版では経営体制や監査システムの解説、組織図といった基本情報と役員写真のみだったが、2006 年版では社外取締役・監査役メッセージを新設し、社外監査役による同社のガバナンスシステムに関する解説と意見を記載。また個人情報保護に関しても若干ではあるが記載している。その後 2008 年版では役員の経歴が新設され、コンプライアンスに関する記述も増加し、2009 年には役員報酬に関する記述が新設されている。「富士フイルムホールディングス」は 2006 年までは基本的な情報のみだったが、2008 年版では買収防衛策に関する記述が 2 頁にわたって追加され、さらに内部統制に関する記述の充実と、社外役員の出席状況、役員報酬に関する記述等の追加により 2006 年版の 2 頁から 2008 年版では 5 頁へと

ページ数も急増している。2009 年版では買収防衛策に関する記述は削除されたものの、社外取締役の経歴や、社外取締役選任の理由、コンプライアンス教育に関する記載が追加され、より充実したものとなった。また「中外製薬」は 2004 年版では、ガバナンスに関する考え方およびその施策の実施状況とコンプライアンス体制の記載にとどまっていたが、2006 年版ではページ数を倍増し、大まかな社外取締役の出席状況や監査役メッセージ、リスクマネジメントを追加。コンプライアンスに関しても内部統制に関する記述を加えさらに充実させた。その後 2008 年には取締役メッセージ、2006 年版よりも詳細な社外取締役の出席状況、透明性に関する記載等を追加し、コンプライアンス・内部統制に関する記述も増やしている。

社外取締役・社外監査役メッセージ

社外取締役・社外監査役メッセージは 2008 年から記載する企業が急増した。2006 年には社外取締役・社外監査役メッセージを記載する企業は「カプコン」、「ベネッセ」、「三菱商事」の 3 社のみで、「中外製薬」は常勤監査役のメッセージを記載していた。その後 2008 年には社外取締役・社外監査役メッセージを記載する企業は 12 社に増え、「ベネッセ」のように常勤監査役 1 名・社外監査役 1 名へのインタビューといった形で掲載する企業も出てきた。また 2009 年になるとその流れはさらに進み、「オムロン」は社長と社外取締役との対談を 5 頁にわたって特集に掲載し、「丸紅」は社外監査役への Q&A といった構成にするなどの工夫を凝らしている。このようにガバナンス関連における社外取締役・社外監査役メッセージの重要度は年々増えていると言える。

社外役員に関する記載

社外取締役・社外監査役メッセージ同様に、近年、役員報酬、社外役員の取締役会への出席状況、役員の選任基準等、役員に関する記述を積極的に開示する企業が増えている。例えば「ソフトバンク」は 2008 年版から社外取締役の経歴を掲載しその専門性領域に基づいた助言を求めている。「コマツ」は 2009 年版で同様に社外取締役・社外監査役の経歴を記載し、各専門分野での発言を期待している。加えて同社は取締役・監査役それぞれの役員報酬額を総額で記載している。

役員報酬については、取締役・監査役について社外・常任と区別してそれぞれの総額を記載する企業も多く、「三菱商事」、「商船三井」、「KDDI」、「NTT データ」、「ヤマハ発動機」などは2008年から記載している。また「パナソニック」のように報酬決定に関する方針を記載する企業もある。同社は2008年版で「売上高および環境経営の指標であるCO₂排出量を業績評価の基準とし支給」と明記している。

社外役員の取締役会への出席状況については、2008年以降、「新日鉱ホールディングス」、「富士フイルムホールディングス」、「KDDI」、「NTT データ」、「ヤマハ」といった企業が社外役員毎に個別に記載している。

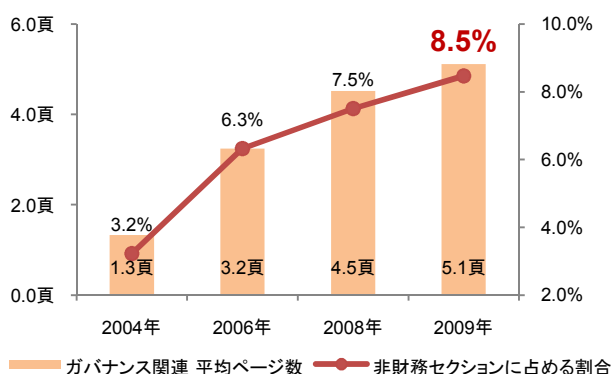
その他にも2009年版では、「日立金属」が会社法に基づく社外取締役の責任限度について言及していることをはじめ、「三菱商事」が社外取締役・社外監査役の選任基準を明記したり、「富士フイルムホールディングス」が社外取締役選任の理由についても語るなど、ガバナンスにおける役員に関する記載は年々重要度を増している。

その他のガバナンス関連項目

近年、幾つかの企業が経営の「品質」といった表現を使っている。例えば「KDDI」は2009年版で、「内部統制報告制度への対応は企業クオリティ向上への通過点と位置づけ、業務の効率化、標準化を図りながら、業務の質を高め、業務品質向上に取り組む。(中略)」と記述している。また「NTT データ」は、「持続的に成長できる高い経営品質を持った企業を目指す」とし、「経営品質の向上の根幹を成すのがコンプライアンスである。」と提言している。

また役員に関する記載への補足として、社外取締役および社外監査役のサポート体制について記載する企業も少なくない。例えば2009年版では「新日本石油」、「富士フイルムホールディングス」、「ヤマハ」といった企業がこれにあたり、社外取締役・社外監査役が、出席する取締役会および監査役会の議案について、あらかじめ十分な検討ができるようにするための体制が整えられていることを明記している。

<ガバナンス関連ページ数の推移>



Memo

【お問い合わせ】

株式会社エッジ・インターナショナル

営業企画本部 石井

〒107-0062 東京都港区南青山3-1-7 青山コンパルビル

Tel : 03-3403-7750

E-mail : mail@edge-intl.co.jp

EDGE

International

株式会社エッジ・インターナショナル
〒107-0062 東京都港区南青山3-1-7 青山コンパルビル
Tel : 03-3403-7750
URL : <http://www.edge-intl.co.jp/>