

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 2011

ESGコミュニケーション・フォーラム

目次	I. 本調査レポートの発行に当たって	2
	II. サマリー	4
	III. アニュアルレポートにおける ESG 情報の掲載動向	5
	IV. アニュアルレポートにおける ESG 情報の記述動向	6
	1. 環境関連	6
	・ 掲載内容の変化	
	・ 最も重視されているテーマ:気候変動	
	・ その他のテーマ	
	2. 社会性関連	8
	・ 掲載内容の変化	
	・ 最も重視されているテーマ:人事関連	
	・ 近年重視されるようになったテーマ: サプライチェーン・バリューチェーン	
	・ その他のテーマ	
	3. ガバナンス関連	10
	・ 近年の特徴的な変化	
	・ ガバナンスセクションにおける独自工夫	
	・ 社外役員や独立役員に関する記載	
	・ 役員報酬に関する記載	
	・ ガバナンスセクションでの記載領域について	
	4. 震災関連	12

本レポートは、2010 年度「第 13 回 日経アニュアルレポートアワード」の参加企業について、受賞企業および主要 SRI インデックスへ組み入れが多い主要 29 社の英文アニュアルレポートを対象に、2006 年度版および 2011 年度版における ESG 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	2006 年	2011 年
アサヒビール	○	○
伊藤忠商事	○	○
エヌ・ティ・ティ・ドコモ	○	○
オムロン	○	○
オリエンタルランド	○	○
カブコン	○	○
KDDI	○	○
小林製薬	○	○
シスメックス	○	○
資生堂	○	○
住生活グループ	○	○
住友重機械工業	○	○
住友商事	○	○
セガサミーホールディングス	○	○
積水化学工業	○	○
全日本空輸	○	○
双日	○	○
武田薬品工業	○	○
ツムラ	○	○
帝人	○	○
東京ガス	○	○
日本郵船	○	○
パナソニック	○	○
ファミリーマート	○	○
フィールズ	○	○
富士通	○	○
富士電機ホールディングス	○	○
ベネッセホールディングス	○	○
三菱商事	○	○

※ 本文中の企業名は、2011 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、当フォーラムの了承なしに転用・流用等を行わないようお願いします。

I. 本調査レポートの発行に当たって

本調査レポートの目的

本調査レポート「**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、日本企業が発行する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。前回は、2009年11月に本調査レポートを発行しているため、2年ぶり2回目の発行である。前回調査では、ARにおけるESG情報が、量と質の両面から大きく変化している実態が浮かび上がったが、調査対象企業を見直した今回の調査でも、その傾向に変化はなかった。本調査は、主要企業29社のみを対象にした調査・分析ではあるが、ARにおけるESG情報の掲載動向を少しでも体系的に捉えてみようとの試みは、ある程度達成できているものと自負している。

企業価値とESG

世界の資本市場では近年、投資銘柄の選定や企業価値分析において、業績・財務情報のみならず、ESGなどの非財務情報や、経営力、ブランド価値、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。

グローバル規模で広がりつつある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持続可能な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、とき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力にもなりえるようになったのである。

ESG評価とESG投資の実情

しかし問題は、このESG情報がIR活動の中でもしっかりと投資家にアピールされ、また資本市場も、これをしっかりと受け止め、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。残念ながら実態は、企業のIR担当者も、また機関投資家や証券アナリストも、未だ現時点では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が置かれている。時間的制約から、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、変化の兆しは着実に現れており、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ことは必然の流れになっている。

例えば、先に紹介した国連の「責任投資原則」(PRI: Principles for Responsible Investment)への署名機関はこの数年で大幅に増加し、2011年7月現在では世界で920機関、その運用総額は30兆ドルに達している。また国内でも、2010年12月に連合が「責任投資ガイドライン」を策定・公表するなど、資金の出し手側にも、責任投資意識の高まりが顕著になっている。

先頃「**ジャパンレポート 500**」を発表したカーボン・ディスクロージャー・プロジェクト(CDP)への機関投資家の参画の伸びも顕著な例と言っていいだろう。その非営利活動は広がりを見せ、551の署名投資機関(運用資産総額71兆ドル)に対し、投資判断材料に加工して気候変動情報を提供し始めており、開示スコアや内容、新たな水に関するプロジェクトを追加するなど、その動きをクローズアップして見ていく必要があるだろう。単に環境対策が企業内コストと考える時代から、確実に進み始めており、社会の要請に応え、持続的なリターンの実現を促すための企業経営を前提とし、そのための投資家が利用しやすい情報加工が出現し始めていることは、ESG評価とESG投資の大きな流れにつながっており、自明の理といえる。地球規模で現在起きている大きな変革のエネルギーは、あらゆる国々、社会と人々、企業と利害関係者の課題には持続可能性の余地が残されているものの、解決の時間的制約がある点は、むしろ共通の認識が深まっているように思われる。現に、ビジネス上のサステナビリティにおける先進的といわれる企業は、社会的・国際的イニシアティブで主導的・積極的な参加意欲が強くなってきている。日本企業の参加も少ないが見られる。国際社会の中での日本企業の経営の舵取りや戦略的コミュニケーションの変化とともに、その中身に、より焦点が移ってくる日もそう遠くないのではないかと考える。

AR と ESG 情報

本題である日本企業の AR における ESG 情報の取り扱い状況については、前回調査同様に質(記述内容)と量(掲載ページ数)の両面で着実な進歩がうかがえた。このことは、企業経営において、あるいは IR 活動において、ESG 要因の重要性が高まってきていることの証であり、企業にとっても資本市場にとっても、望ましい変化と言える。しかしこの進化も、現状のレベルでとどまっていいと言えるものではなく、まだまだ改善の余地は残されている。

本来 ESG の考え方は、ESG に関連する情報を単に形を整えて開示することではなく、経営の中に組み込まれた ESG 要因を「リスク」と「機会」の両面から捉え直し、これを自社の企業価値や持続可能性との関連を踏まえながら語っていくことにある。投資家から見れば、その企業が E と S と G のそれぞれの側面、何を一番の重要ファクターとして捉え、そのファクターが将来に向けてどのような「ビジネスチャンス」や「経営リスク」を内包しているのかが分からないと、真に意味のある ESG 情報にはなりえないのである。

国内では、2003 年 MD&A の開示が制度化された一方で、むしろこれまでは、企業は任意開示の IR ツールとして(AR やサステナビリティレポートといった形式で)年次報告書の改訂を進めてきた経緯がある。今後、MD&A とリンクして定性的な情報を記載する場合、大多数の企業がまだまだ厳しい判断を迫られるのも事実ではあるが、ESG に関する物量情報を組み合わせた記述的分析情報の開示がしっかりと進み、企業の中で分析が進めば、包括的な企業内容・財務情報として情報の質的向上は加速的に進む可能性があると考ええる。そんな視点から、ESG それぞれについて、日本企業の AR における ESG 情報の問題点と可能性について指摘して見たい。

*E(環境)については、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具体的な記述を加える企業と、環境マネジメントの基本方針や活動体制、トピックスなどの記述にとどめる企業に二極化している。後者は、より詳細な情報はサステナビリティ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、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。限られたスペースの中で伝えるべきは、「自社の事業内容と環境の関わり」がどうなっているか、「環境面での事業機会や経営リスク」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、事業や経営と関連づけられたストーリー性のある情報である。

*S(社会性)については、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少なくなく、会社として何のために、何を目指してそうした対策や活動を行っているかの説明が不足し、説得力に欠けるケースが多い。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する必要がある。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、人種差別問題、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、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。しかし内容面では、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。社外役員や役員報酬に関する記述も年々重要度を増しているが、社外役員については、その選任基準や選任理由、重要会議への出席状況なども併記しないと情報価値は上がらない。また役員報酬もその額が目立たないが、投資家が重視するのは報酬の決定基準であり決定のプロセスであることを認識しておく必要がある。

AR と ESG コミュニケーションの今後

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 情報も、これからは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、今後は世界的規模でコーポレートコミュニケーションのフレームワークの見直しが進むことになろう。現に、今回の調査対象企業の AR の中にも、統合レポートの類が何社か出現してきた。こうした動きは、いずれ大きな潮流となっていく可能性も否定できない。

すでに国際的な動きとして、2010 年 8 月に国際統合報告委員会(International Integrated Reporting Committee)が創設され、企業の財務報告に環境的側面、社会的側面、ガバナンスに関する報告を統合し、明確性・正確性・一貫性のある様式に基づいて情報を開示するための国際報告のフレームワークづくりが進められている。同委員会には、民間企業のみならず、投資家、会計士団体、行政機関などが参画していることから、その動きには注目が集まっている。今後、AR における ESG 情報は、AR そのもののフレームワークの在り方の変容とともに、要求される記載情報も大きく変化していくことが予想される。

II. サマリー

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 ESG 情報は、5 年前と比較して質と量の両面で着実な進歩が見られた。しかし一方で、ESG 情報の重要性に関する認識の違いからか、記載情報の充実度や有用度には若干のバラつきもあった。工夫を凝らした構成や記述内容で読者の情報ニーズを満たす AR が増える一方で、ページ数は増えたものの形式的記述に終始する AR も散見された。もとより AR は法定開示資料ではなく、自主開示の IR ツールであることを考えると、今後は業種特性や原則主義を考慮した MD&A の開示とリンクした質と物量の面でより投資家の企業評価視点を意識した情報の提供が進むものと予想される。

【環境】

環境関連情報については、AR 単独での発行企業と、統合レポートでの発行企業ではその内容に質・量の両面において大きな差がある。共通した傾向として、基本的な考え方や体制などのマネジメント情報を中心に記載する事例と、取り組み・トピックスを中心に記載する事例の二極化が見られた。主なテーマは前回調査と同じく、気候変動関連と省資源・資源循環関連情報で、新たに重視されていたテーマとしては、生物多様性や水関連が挙げられる。

【社会】

社会性関連情報は幅広いために、包括的な情報よりも重要性の高いテーマを選定して記載する傾向が強い。環境情報より

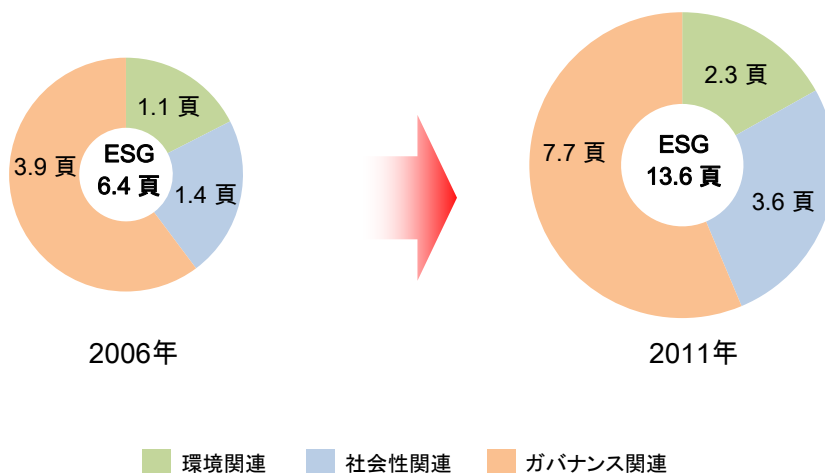
もさらに業種特性が色濃く出ていて、各社でテーマ選定は大きく異なってくる。共通して掲載される傾向が強いのは、従業員関連情報と社会貢献活動となっている。情報の切り口も、ステークホルダー別や課題別などさまざま。環境情報と比較すると、目標の設定や数値データが開示されている場合は少ない。考え方や方針、体制、実施項目を中心に掲載されている事例が大多数となっている。

【ガバナンス】

環境、社会、ガバナンスの ESG3 項目の中で、最も多くのページが割かれているのがガバナンス関連である。年々記述内容が充実するとともに、自社のガバナンスに対する方針や考え方、実効性を少しでも分かりやすく読者に伝えるための工夫が目立ってきた。また社外役員の状況や役員報酬についても、単に事実を記載するだけでなく、社外役員であればその選任基準や選任理由を、役員報酬であれば決定方針や決定基準も明記するなど、これまで以上に詳細な情報を開示する傾向にある。海外の株主・投資家からは、日本企業のガバナンスに厳しい目が注がれており、今後も掲載情報の充実が進むものと思われる。

※本稿では編集方針などで財務情報と非財務情報を 1 冊にまとめている旨が記載されているレポートを「統合レポート」と呼んでいる。また、CSR レポートや環境社会報告書などを総合して「サステナビリティレポート」としている。

< ESG 関連ページ数の 2006 年から 2011 年の変化 >



III. アニュアルレポートにおける ESG 情報の掲載動向

調査対象企業のアニュアルレポート(AR)に関して、過去5年間の ESG 関連情報の掲載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 2005 年の 42 ページから 2011 年には約 1.4 倍の 59 ページとなる一方で、ESG 関連情報の掲載ページ数は、2005 年の 6.4 ページから 2011 年には 2.1 倍の 13.6 ページとなっている。また非財務セクションに占める ESG 関連情報の割合は、2005 年の 15%から 2011 年には 22%へ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のページ増加率を上回って増加しており、この5年間の 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、環境関連情報の掲載ページ数は、2005 年に平均 1.1 ページだったのに対し 2011 年では 2.3 ページとほぼ倍増した。社会性関連情報については、2005 年の平均 1.4 ページに対し 2011 年には約 2.5 倍の 3.6 ページと大幅に増加した。一方、ガバナンス関連情報も、2005 年の平均 3.9 ページが 2011 年には 7.7 ページとこれも大きく増えている。ESG のすべての項目が、ページ数にして倍増以上の伸びを示したことになる。

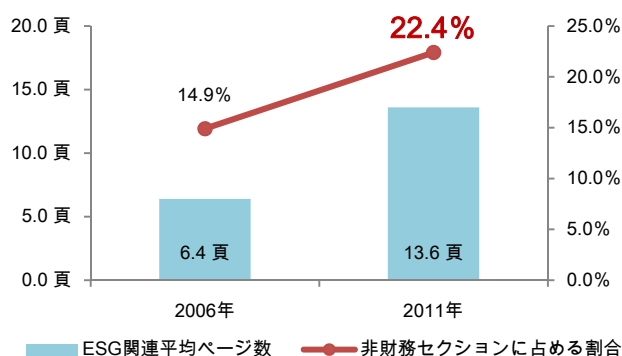
また、非財務セクションに占めるそれぞれの割合は、環境関連は 2005 年の 3%から 2011 年には 4%に、社会性関連は 2005 年の 3%から 2011 年には 6%になるとともに、ガバナンス関連は、2005 年の 9%から 2011 年では 13%とその割合が増している。

<ESG 関連ページ数の推移>

(頁:平均ページ数)

	2006 年	2011 年
非財務セクション(MD&A 以前)	42.9 頁	60.7 頁
ESG 関連	6.4 頁 (14.9%)	13.6 頁 (22.4%)
E:環境関連	1.1 頁 (2.6%)	2.3 頁 (3.8%)
S:社会性関連	1.4 頁 (3.3%)	3.6 頁 (6.0%)
G:ガバナンス関連	3.9 頁 (9.0%)	7.7 頁 (12.6%)
震災関連	—	1.9 頁 *(25.5%)

注 1. カッコ内は非財務セクションに占める割合。
 2. *は震災関連を含む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 情報の記述動向

【環境関連】

アニュアルレポート(AR)における環境関連情報の記載は、過去の調査でも毎年徐々に充実してきていたが、今回の調査でもその傾向にあった。この5年間(2006 vs 2011)における調査対象企業の環境情報の掲載量は、下記のような変化になっている。

* 環境関連情報の平均頁数 : 1.1 頁 → 2.3 頁

* 同 非財務頁に占める割合 : 3% → 4%

環境関連の記載内容は、アニュアルレポート(AR)を統合レポートとして発行している「ANA」「双日」「武田薬品工業」「富士電機ホールディングス」「三菱商事」の5社と、その他の企業では大きく内容が異なる。統合レポートはCSRや環境方針から取り組みまで包括的に記載しているものが大部分であるのに対し、ARとサステナビリティレポートを分冊で発行している企業は、環境マネジメント関連についての解説、もしくは取り組み・トピックスの紹介のいずれかにとどまる傾向にある。特に後者については、各社で掲載する項目にバラつきがあり、それぞれが投資家に伝えたい項目がうかがえる内容になっている。

掲載内容の変化

環境関連の記載項目について2006年版と2011年版を比較すると、環境マネジメントや気候変動関連情報、自社の環境配慮製品・サービスに関する項目が多い傾向は変化していない。

数値データの開示については、表やグラフを用いて実績を開示している企業が2006年版では8社だったが、2011年版では14社まで増加している。

「ファミリーマート」は2006年版でエコショップ化について解説し、一部当該年度の数値のみ記載していたが、2011年版では「店舗」「配送」「商品」「食品リサイクル」とセグメントを分けて、「1店舗当たりCO₂削減目標と実績」や「生ゴミ回収リサイクルシステム導入店の推移」といったパフォーマンスデータもあわせて記載している。

統合レポートを除いて、特にページ数で大きな変化が見られたのは「アサヒビール」「KDDI」「資生堂」「日本郵船」「富士通」。「アサヒビール」は2006年版ではCSR全体の考え方への記載となっていたが、2011年版ではそれに加えて、2020年長期ビジョンやCO₂排出量、生物多様性への対応を記載している。逆にARでの社会性報告は削除されており、自社の重要性として環境を高く位置づけていることが伝わる。「KDDI」は2006年版では社会貢献活動のひとつとして環境活動を位置づけていたが、2011年版ではサステナビリティに関わる「KDDIのCSR重要課題」のひとつとして、「地球環境保全への取り組み」を挙げ、環境会計といった数値データも

含めて記載している。

2011年版で新たに環境関連の記載があったのは「オリエンタルランド」と「フィールズ」。環境関連情報はサステナビリティレポートにおいても、これまで製造業が先進的に情報開示を進めてきていたが、近年では非製造業においても開示が進んできている傾向にあることがわかる。

2006年版から2011年版にかけて、ARの形態をサステナビリティレポートとの分冊から統合レポートへ変化させた企業は、2006年版から統合レポートとして発行している「武田薬品工業」を除いた「ANA」「双日」「富士電機ホールディングス」「三菱商事」の4社。各社とも環境に関する記載は分冊としている企業と比較して、ボリュームだけでなく、内容の充実面での変化もあるように見受けられる。「ANA」は2006年版では実施項目と外部評価のみの記載となっていたが、2011年版ではそれに加えて「ANAグループ環境理念」「環境マネジメント体制」「『ANAグループ エコロジープラン 2008-2011』の目標と実績」といった内容も盛り込まれており、より包括的な記載となっている。

2011年版で新たにテーマとして取り上げられるようになったのは、「水」と「生物多様性」である。「三菱商事」は水への取り組みとして、水資源問題への考え方について触れ、パフォーマンスとして水の使用量も(単体・本店のみの開示範囲となっているが)数値データとして掲載している。生物多様性関連情報で重視されているのは、単なる森林保護などではなく、事業が与えるインパクトについてのアセスメントや取り組みと言われている。「日本郵船」は生物多様性の保全の一環として、船舶が運航のために積んでいる海水を排出する際に海洋生態系に与える影響についての対応を行っていることと記載している。

最も重視されているテーマ: 気候変動

2011年版のARにおいて最も多く取り上げられているテーマは、2009年に行った調査と変わらず、CO₂排出や省エネなどの地球温暖化や気候変動関連情報となっている。気候変動関連情報は、SECでも2010年2月に年次書類での開示ガイダンスが公表されていることから、投資家にとって最も関心の高いテーマのひとつだと考えられる。

CO₂排出量の実績だけではなく、中期ビジョンや計画・目標とあわせて記載する企業も多い。CO₂排出量については、「小林製薬」「資生堂」「ANA」「武田薬品工業」「帝人」「日本郵船」「ファミリーマート」「富士電機ホールディングス」「三菱商事」はグラフなどを用いて実績

を経年で記載している。「資生堂」は 2011 年版の中で「今後 CO₂削減目標(2014 年・2021 年)」を国内外それぞれ記載し、実績は「環境データ」のひとつとして CO₂排出量を 2 カ年分記載している。

「富士電機ホールディングス」では「環境ビジョン 2020」の中で地球温暖化防止のための施策のひとつとして、生産時の CO₂排出量 2006 年度比 20%削減と、製品のエネルギー効率向上によって社会の CO₂排出量 240 万トン削減にも貢献することを掲げている。後者の目標については、売上高全体に占めるエコ製品の比率を 70%まで高めていくことも連動させている。このように気候変動に関連して、製品・サービスを取り組みのひとつとして取り上げている事例も多い。一方、「セガサミーホールディングス」のように環境基礎データのひとつとしてエネルギー使用に伴う CO₂排出量を記載する事例もある。

CDP(Carbon Disclosure Project:機関投資家が連携し、世界中の大企業に気候変動関連の影響や温室効果ガス排出量などの情報開示を求めているプロジェクト)では、自社だけでなく、物流や製品使用時なども含めたバリューチェーンでの把握も求めている。それとも対応して、情報把握の範囲をまず気候変動関連情報から広げ始めている企業もある。「三菱商事」は本店、国内支社・支店を対象とした CO₂排出量の他、「グローバル連結ベース」での CO₂排出量も記載している。また前者の数値については、監査法人からの保証も添付されており、後者についても信頼性確保を目的に、第三者からの助言を受けているとしている。また、財務ハイライトの中に財務情報と並列させて「グローバルベースの CO₂排出量」も掲載している。

気候変動を機会として捉えている事例もある。「東京ガス」では「2つの成長性」のひとつとして「環境性」を挙げ、天然ガスは石油や石炭といった化石燃料の中でも最もクリーンなエネルギーで、二酸化

炭素(CO₂)や窒素酸化物(NOx)の排出量が小さく、また硫黄酸化物(SOx)を排出しない、環境負荷の極めて小さいエネルギーであるために、社会からの必要性が高まっている状況にあると表現している。

「日本郵船」では新中期経営計画「More than Shipping 2013」の解説の中で、環境保全と安全対策が経営の軸であり、環境保全については、燃料消費量の削減をポイントとしている。このことは CO₂削減だけでなく、コスト削減による収益改善にも大きく貢献するものとして中期的な数値目標を掲げている。「双日」でも「気候変動防止に貢献する事業の推進」を重点取り組みテーマとして挙げ、中期経営計画「Shine2011」の中にも環境・新エネルギー事業を新規育成分野として位置づけている。2011 年版では主な取り組みとして、ブラジルでのバイオエタノール事業や太陽光関連事業の推進、蓄電技術分野への取り組みを記載している。

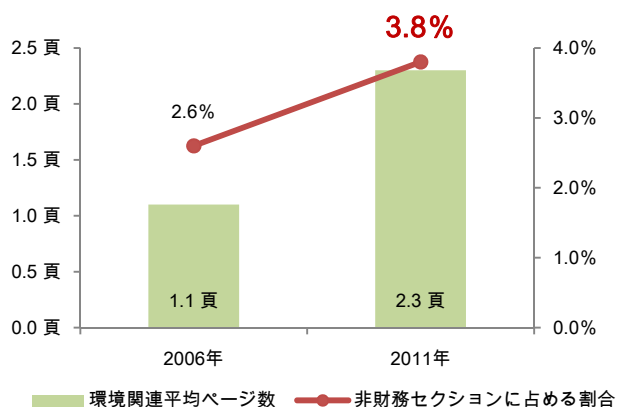
その他のテーマ

次いでよく取り上げられるテーマは、資源循環や省資源に関わる 3R 活動(リデュース・リユース・リサイクル)に関する記述となっている。

「武田薬品工業」では、廃棄物最終処分量の削減を目標に取り組みを進め、廃棄物発生量・排出量・最終処分量の経年データを記載している。「住友重機械工業」でもゼロエミッション活動について触れ、グループでのリサイクル率の 6 カ年データと次年度の目標値を記載。

「小林製薬」は使用時や輸送時における省資源化についても触れている。容器・包装の減量や再生原料採用の推進についての取り組みを記述、自社内での取り組みとしてゼロエミッションにも取り組み、リサイクル量とリサイクル率も記載している。省資源とあわせて、CO₂排出量の削減効果についても触れている。

<環境関連ページ数の推移>



【社会性関連】

アニュアルレポート(AR)における社会関連情報の記載は、過去の調査でも近年にかけて充実する傾向にあり、直近では横ばいだったが、今回の調査でも充実傾向にあった。この5年間(2006 vS2011)における調査対象企業の社会性情報の掲載量は、下記のような変化になっている。

* 社会性関連情報の平均頁数 : 1.4 頁 → 3.6 頁

* 同 非財務頁に占める割合 : 3% → 6%

社会性関連情報はテーマが幅広く、業種特性も強いいため、各社で記載内容のバラつきが大きい。情報量についてはARの形態によるところも大きい。「武田薬品工業」のような統合レポートや「資生堂」のようにAR単独でもESG情報にページを割いている企業は包括的な情報掲載となるが、「パナソニック」のようなARとサステナビリティレポートが完全分冊されたものや、「アサヒビール」のように環境に特化した企業ではほとんど社会性情報については触れられていない。主なテーマは従業員関連や社会貢献活動、サプライチェーンとなっている。

掲載内容の変化

社会性関連の記載項目について2006年版と2011年版を比較すると、重点テーマに変化が見られる。2006年版では社会貢献活動に関する記載が最も多く、次いで従業員や社会に貢献する製品・サービスとなっていたが、2011年版においては、従業員に関する記載が最も多くなり、サプライチェーンや人権に関する記載も急増している。従業員についてはどの業種でもまんべんなく記述が増加しているのに対し、サプライチェーンや人権については商社や化学系製造業などの特定セクターに偏っている傾向が見られる。

「三菱商事」は世界中でビジネスを展開するに当たり、人権への配慮がCSRの重要な要素であると考え、各種行動指針の中に人権や先住民の権利の尊重などを盛り込んでいることを記載している。サプライチェーン現地モニタリングの実施についても触れ、その中に年齢確認も含んでいるとしている。このような記載は2006年版においては見られなかった。

数値データの開示については、表やグラフを用いて実績を開示している企業が2006年版では1社もなかったが、2011年版では6社に増えている。「資生堂」では、社会性データとして、社会活動関連データと人事関連データをそれぞれの集計対象とともに記載している。社会活動関連データは「女性・化粧(美容)」「文化」「社員の社会貢献」の重点3分野について取りまとめている。2006年版では考え方やトピックス的な記載しかなかったが、2011年版

ではESG情報全体を拡充し、より包括的な開示となったことに伴った記載となっていると思われる。

統合レポートを除いて、特にページ数での変化が大きかったのは「KDDI」「シスメックス」「資生堂」「日本郵船」の4社。「シスメックス」は2006年版では一部社会貢献活動の記載しかなかったが、2011年版では、人材育成やIRについても記載、社会貢献活動に関してもヘルスケアという自社の業態に合った分野で活動していることを記述している。2011年版で新たに社会性関連の記載があったのは「オリエンタルランド」「カプコン」「住友重機械工業」「フィールズ」となっている。

構成が変化した事例もある。「伊藤忠商事」は2006年版ではESG関連情報として「コーポレートガバナンスとCSR(企業の社会的責任)」というパートを個別に設けていたが、2011年版では、セグメント情報として記載している。総本社機能のひとつとして、CAO(Chief Administrative Officer)・COO(Chief Operating Officer)のメッセージを冒頭に、社員や環境、サプライチェーンマネジメントについて記載している。

最も重視されているテーマ:人事関連

従来、サステナビリティレポートは第一の読者対象を従業員としていた企業が多かったこともあり、従業員に関する記載はその他社会性テーマと比較して充実していた経緯がある。従業員・社員について記載があるのは、2011年版では2006年版の8社から16社と倍増している。人事関連テーマの中でも記載が多いのは、人材育成となっている。

「住友商事」は中期経営計画「f(x)」と関連づけて人材マネジメント戦略を解説。グローバル展開に対応する要因の確保・育成の強化や、全社レベルでの戦略的な人事配置について触れている。「帝人」では、「グローバル化」と「ダイバーシティの加速」を重要課題と位置づけ、人材の育成と活用に取り組んでいると記述している。グローバル共通のリーダーシップ研修のプログラムについても解説し、2011年度の新たな取り組みとして、新入社員全員を対象に海外研修(インド・中国への派遣)を開始していると記載。これは新興国・アジアでの売上高比率の伸びと関連した内容になっている。「セガサミーホールディングス」では雇用状況を社員数、新卒採用数、中途採用数、平均勤続年数のデータとともに記述。ネガティブ側面である労働安全衛生についても触れている。

従業員のワークライフバランスに資する取り組みの記載事例として、「ベネッセホールディングス」が挙げられる。2011年版では

育児休暇について法令以上の制度を整備し、特に男性社員についても取り組みを進め、取得者数実績についても記載している。「双日」でも、働きやすい会社であるために、ワークライフバランスとダイバーシティを推進していると記述、厚生労働省が付与している次世代認定マーク(愛称:くるみん)も記載している。

近年重視されるようになったテーマ: サプライチェーン・バリューチェーン

2006 年版では取引先との関係性に関する項目の中で記載される程度であったが、近年、SR(Social Responsibility)規格である ISO26000 の発行に伴って、OECD 多国籍企業ガイドラインや経団連企業行動憲章などが相次いで人権やバリューチェーンに関する要求を強化していることなども要因となって、AR の中でも言及されるようになってきた。SEC における紛争鉱物の開示もその一例となる。

「武田薬品工業」では、ISO26000 を参照して、製薬企業に求められる「人権」分野に着目し、「デューディリジェンス」の観点から、製薬企業のバリューチェーンにおける人権課題について整理している。人権の他にも、取引先・品質保証それぞれをバリューチェーンという切り口からの課題認識を示している。その他、「伊藤忠商事」「双日」「富士電機ホールディングス」「三菱商事」においてはその考え方だけでなく、取引先への実態調査のパフォーマンスまで記載している。

記載が充実している事例が特に新興国に進出している企業において増えている一方、ほとんど記載のない事例もあり、二極化が進んでいる。サプライチェーンマネジメントの課題は人権問題

にとどまらず、震災や洪水被害からも見られるような、安定的な原材料調達・部品供給とも関わるため、今後さらに関心の高まるテーマだと予想される。

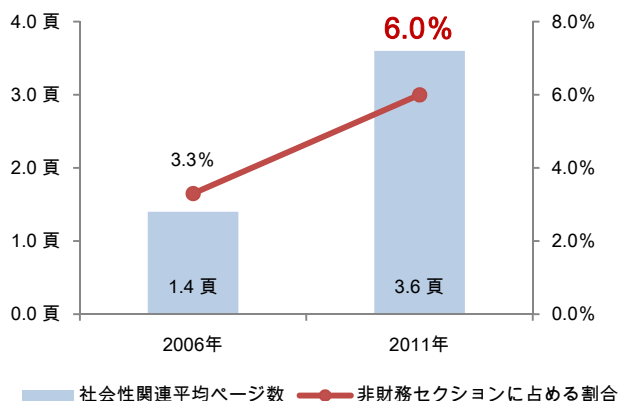
その他のテーマ

その他記載の多いテーマとして、製品品質や安全に関するものがある。「NTT ドコモ」は、高齢の方や障がいのある方など一人ひとりのお客様が使いやすい製品・サービスを追求していくというユニバーサルデザインの考えのもとに、製品や店舗のユニバーサルデザイン化の取り組み「ドコモ・ハーティスタイル」を推進していると記載。製品だけでなく、お客様窓口や対応スタッフについても整備を進め、ハードおよびソフト面でのユニバーサルデザイン化を目指していると言及している。

固有の業界課題がある事例として、「小林製薬」は動物実験代替法による製品安全性評価を推進していることに触れている。欧州を中心とした動物実験反対運動の高まりや、国内での動物実験削減に向けた法改正が進んでいることも背景にあり、動物実験代替法に取り組み、研究成果について学会などで広く発表していると記載している。

社会貢献活動についても、2006 年版では整理されずにトピックスを掲載する事例が多かったが、「武田薬品工業」や「日本郵船」のように社会貢献活動の基本理念や活動方針を定めて取り組みを掲載する企業も増えてきた。また MDGs(国連ミレニアム開発目標)に代表されるようなグローバル課題に対する貢献も、「富士電機ホールディングス」のように記載事例が見られるようになった。

＜社会性関連ページ数の推移＞



【ガバナンス関連】

アニュアルレポート(AR)におけるガバナンス関連情報の記載は、過去の調査でも毎年充実する傾向が顕著であったが、今回の調査でもその傾向に変化はなかった。この5年間(2006vS2011)における調査対象企業のガバナンス情報の掲載量は、下記のような変化になっている。

* ガバナンス関連情報の平均頁数 : 3.9 頁 → 7.7 頁

* 同 非財務頁に占める割合 : 9% → 13%

また掲載内容に関しても、これまでの比較的画一的なものから、各社工夫を凝らしたものへと進化している。ガバナンスの方針や体制に関しても、形式的な記述にとどまることなく、その背景にある自社の理念や考え方やなどについても踏み込んで記述する会社が増えている。株主・投資家をはじめとするステークホルダーへのガバナンスに関する説明責任は、その実効性を示すことが求められる段階に来ており、今後も各社とも試行錯誤を繰り返しながら構成やコンテンツの充実を図っていくものと予想される。

近年の特徴的な変化

企業統治や内部統制、コンプライアンス、リスク管理といったガバナンスに関連する情報は、読者の立場から見ると形式的かつ主観的記述が多く、「読んでよく分からない」、「評価が難しい」というのが一般的な印象である。そこで近年は、多くの企業がARのガバナンスセクションで、社外取締役や社外監査役からのメッセージを掲載し、当該企業のガバナンスの機能状況などを客観的に伝えようとしている。これにより企業のガバナンスの実態や実効性が少しでも生きた情報として読者に伝えることを狙っているようである。さらに読み物としての面白さも出すために、対談などの企画ページを設けるARも目立ってきた。

記述内容については、「ガバナンス報告書」の記述を単に転用したり抜粋したりするのではなく、現ガバナンス体制を採用している理由や目的、自社独自の取り組みなどについて補足的な説明を加えるなど、会社の考えを伝えようとする意識が高まっている。また役員報酬に関する開示規制の強化を受け、役員報酬の内容や役員報酬の算定方法などについて記載する会社が増えている。他にも、社外取締役や社外監査役の選任状況や選任基準などについて、記述する会社も多い。また一部の会社は、株主総会決議の状況や、議決権の行使状況なども記載している。

ガバナンスセクションにおける独自工夫

自社のガバナンスへの取り組みや考え方をより良く理解してもらうために、対談などの企画ページを設ける企業が目立ってきた。例えば、「日本郵船」は、社外取締役2名(岡本行夫氏、翁百合氏)へのインタビュー記事を4ページにわたって掲載している。社外の視点から、同社のガバナンス体制の評価や経営課題などを指摘してもらおうと同時に、社外取締役としての自らに期待されている役割についても聞いている。「オムロン」は、作田会長と社外取締役の富山和彦氏による「新社長対談秘話」と題した対談により、トップ交代にまつわる裏話や経営者に求められる資質を5ページにわたって語りあっている。同様に「三菱商事」も、小島会長と社外取締役の伊藤邦雄氏が、グローバル企業として成長を目指す同社のガバナンスのあり方や将来像について対談する企画を4ページ掲載している他、「富士通」は間塚会長が“コーポレートガバナンス向上への取り組み”というテーマでQ&A形式で考えを述べている。このように、最近ではトップマネジメント自らが登場して、自社のガバナンスへの取り組みや基本方針を直接読者に訴えるケースが増えている。

また数年前から一般化している社外取締役や社外監査役からのメッセージも定着傾向にある。今回の調査でも「住友商事」は社外監査役および社外アドバイザーからのメッセージを、「セガサミーホールディングス」は独立役員(常勤監査役)インタビューを、「東京ガス」「富士通」が社外取締役からのメッセージを、「NTTドコモ」と「ファミリーマート」は社外監査役メッセージを、「住友重機械工業」は社外取締役・社外監査役3名からのメッセージをそれぞれ掲載している。いずれのメッセージでも、当該企業のガバナンスの実態や機能状況を簡単に述べるとともに、社外役員として自らに課せられた役割を明記している。

社外役員や独立役員に関する記載

社外取締役や社外監査役については、ほとんどの企業がその選任状況を記述しているが、さらに選任基準や選任理由、会議への出席状況などまで記載する例も一般化している。「日本郵船」は、社外取締役・社外監査役の選任基準とともに、各社外役員の重要会議への出席状況を掲載している。「伊藤忠商事」「住生活グループ」は、社外取締役の選任理由を個別に記載している。また「KDDI」は、社外取締役および社外監査役の一人ひとりについて取締役会や監査役会への出席状況を掲載している。この他独立役員については、「富士通」や「ANA」がその選任状況を本文中で明記する一

方、「日本郵船」や「KDDI」、「セガサミーホールディングス」は、役員一覧の中で独立役員を明記するスタイルをとっている。

社外取締役や社外監査役、そして独立役員の選任状況は、資本市場においては日本企業のガバナンス機能を評価する重要要件のひとつになっており、今後も選任状況は言うまでもなく、選任基準や選任理由、報酬額、重要会議への出席状況など、より詳細な情報掲載が期待されよう。

役員報酬に関する記載

役員報酬については、ほとんどの企業が掲載している。掲載方法は、取締役および監査役それぞれの報酬について、社内役員と社外役員の区分で総額を開示している。また報酬総額が1億円を超える役員を擁する「資生堂」や「セガサミーホールディングス」など一部の企業は、個別開示も行っている。この他、単に報酬額の開示にとどまらず、役員報酬決定に当たっての基本方針や算定方法についても詳細な情報を掲載する企業も増えている。これは、ガバナンスの視点から評価する役員報酬のあり方は、必ずしも報酬額の多い少ないにあるのではなく、その決定プロセスや評価基準にもあるとの市場認識を踏まえてのものと思われる。

「資生堂」は、役員報酬の構成項目や固定報酬と業績連動給報酬の配分、業績連動報酬の中身について詳細に解説することで、報酬の決定基準や決定プロセスを明確にしている。この他「KDDI」や「ANA」、「東京ガス」なども役員報酬決定における基本方針を AR の中で明記している。また「富士通」「三菱商事」は、報酬の算出方式や決定方法についても記載している。

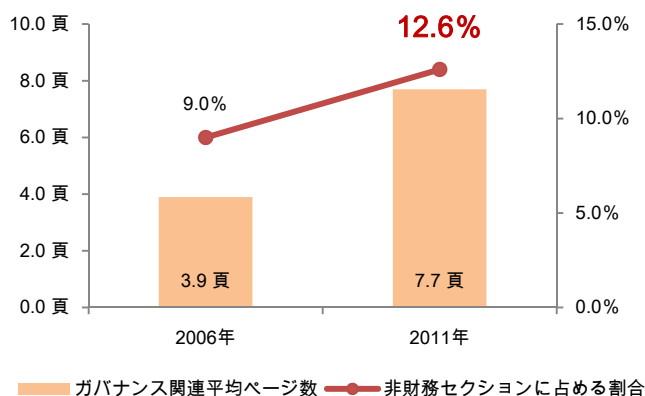
総会決議、議決権行使状況に関する記載

総会決議や議決権の行使状況に関する情報を掲載する企業は、今回の調査では多くは見られなかったが AR の年次報告書としての位置づけや発行時期を考えると、読者の情報ニーズは高く、今後増えてくることが予想される。「ANA」は 4 つの総会議案の掲載とともに、そのすべてが承認可決されたことを記述している。また「セガサミーホールディングス」は、総会における議決権の行使状況(議決権行使数、議決権行使率)を簡単にまとめている。また両社とも、議決権の行使促進に向けた取り組みとして、招集通知の早期送付や機関投資家向け議決権電子行使プラットフォームの利用などをアピールしている。

ガバナンスセクションでの記載領域について

AR におけるガバナンスセクションでは、コーポレートガバナンス体制や役員の状況、役員報酬の内容などに関する記述をベースにしつつ、内部統制・コンプライアンス、リスク管理・危機管理、IR 活動や情報開示方針などまで包括的に記載する企業が増えている。コンプライアンスやリスク管理情報をガバナンスとは切り離れた章立てで記載するケースもあるが、傾向としてはコーポレートガバナンスというストーリーの中で取りまとめていく方向にある。例えば「住友商事」などは、16 ページにわたってコーポレートガバナンスの章を立て、その中で人材マネジメントや CSR への取り組み(CSR 基本方針/サプライチェーン/安全管理/環境対応/社会貢献)なども取り込んでいる。

<ガバナンス関連ページ数の推移>



【震災関連】

2011 年度アニュアルレポートでは、東日本大震災に関連する情報を各社どのような形で掲載したかについても調査した。ほとんどの企業が社長メッセージの中で、震災の影響や対応について触れているものの、その記述レベルにはバラつきが見られた。調査対象企業 29 社のうち、震災に関する情報を、タイトル立てや章立てをして、きちんと掲載している企業は 18 社で、その平均ページ数は 3 ページであった。

「フィールズ」は、“東日本大震災の影響と復興”というタイトルで 6 ページの特集を組み、自社の被災状況と対応はもとより、業界を上げた震災後の取り組みを紹介。レジャー産業が震災後の社会にどう貢献できるかなど、同社ならではの切り口が特徴的。「東京ガス」も特集で、大震災が今後のエネルギー事業

に及ぼす影響やそれに対応するための施策をまとめるとともに、自然災害の脅威に備えるクライシスマネジメントの概要を紹介するなど、投資家の不安を払拭する内容になっている。「ファミリーマート」は、震災の影響と対応とともに、被災地支援への取り組みを特集でコンパクトにまとめあげている。また、震災後の事業計画の見直しについても数値で具体的に述べている。「オリエンタルランド」は、“東日本大震災への対応”という章立てで 2 ページを設け、建物や施設が大きな影響を受けなかった要因として、地盤改質や耐震設計が奏功したことを取り上げ、同時に地震発生直後のパーク内対応も紹介している。さらに、電力供給不足による施設の休止状況も開示している。

【お問い合わせ】

ESG コミュニケーション・フォーラム運営事務局
宝印刷株式会社 ディスクロージャー研究二部内

E-mail : esgcf_info@takara-print.co.jp

ESG コミュニケーション・フォーラム