

わが国の株主総会およびIR活動の実態 ～2006年JCGRアンケート調査より⑥～

経営戦略研究所
藤島 裕三

【要約】

- 株主総会の開催日について、全体の半数近い企業が、集中日を避けて設定していない。また平均開催時間も過半数が1時間未満で、株主の声を聞く姿勢が十分とはいえない。
- IRの目的として、多くは「正確な自社の姿を伝えること」「適正な株価形成を促すこと」を標榜している。「資本コストを最小化すること」を挙げる企業は見られない。
- 大多数の企業はIR担当組織を設置しており、CEOが株主やアナリストに面談するなど、IR活動には積極的である。CEO自身による海外IRは、取り組みに差がある。

【はじめに】

JCGR（日本コーポレートガバナンス研究所、若杉敬明理事長）は、毎年、東証一部上場企業を対象として、コーポレートガバナンスに関するアンケート調査を行っている。2006年度も8月始めから10月下旬にかけて第5回調査を実施し、回答企業のガバナンスをJCG Indexとして数値化、これに基づいて各種の分析を試みている（<http://www.jcgr.org/jpn/survey/survey.html>）。

本稿は、DIR経営戦略研究所がJCGRの協力を得て、当社客員研究員である若杉理事長の指導の下、第5回調査のアンケート結果を集計・分析することにより、わが国企業におけるコーポレートガバナンス像を読み取ろうとするものである。

第六回目は「わが国の株主総会およびIR活動の実態」と題して、株主に開かれた株主総会の設営・運営が行われているか、企業ではIR活動に取り組む目的をどのように捉えているのか、IRを実施するために必要な組織やCEOの姿勢は伴っているか、などについて考察する。

なお当調査の回答企業（312社）は全東証上場企業と比較して、総資産と売上高および従業員数の平均規模が2倍以上である。したがって本稿は全上場企業ではなく、一定以上のビッグプレイヤーに関して、コーポレートガバナンス実態を記述していると理解するのが適切だろう。

※JCGR調査の概要およびJCG Indexを用いた分析については、拙稿「企業業績はガバナンスと相関するのか？」（2007年3月30日付 経営戦略情報）を参照されたい。



(1) 株主総会の設営および運営

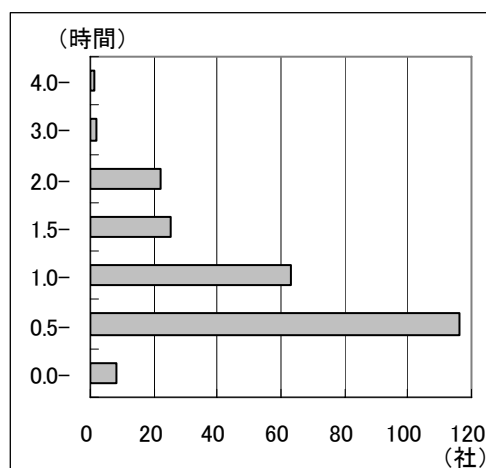
上場企業にとって株主総会は、コーポレートガバナンスの主体である株主と直接、対話を持つことができる、重要かつ貴重な機会である。わが国は3月決算の企業が多いため、株主総会の開催時期は6月下旬にピークを迎えるが、ひとりでも多くの参加を得るための工夫が求められる。しかし、いわゆる「集中日」を避けているのは、未だ回答企業の半数強に止まっている。

また開催時間についても、株主との意思疎通を尽くすため、相応の余裕を確保する必要がある。図表1によると、30分以上・1時間未満の企業が最も多く、全体の50%近くを占めている。これに30分未満を含めれば、過半数の株主総会は数十分単位に止まることになる。

30~40分程度の時間は、議案の説明と採決には十分だろう。しかし、中期的な戦略や見通しをプレゼンテーションしたり、質疑応答に十分な時間を割いたりするなど、株主とのコミュニケーションを促進するには心もとない。本調査は株主懇親会など別枠のイベントまでは把握していないが、各企業には積極的な工夫が期待される。

なお本調査は、インターネット活用に関しても質問を設けている。これによると、ホームページを通じて議案を事前入手できるのは約半数、議決権電子行使が可能なのは1/3強に止まっている。やはり改善余地は大きいといえよう。

図表1 株主総会の開催時間



(出所：JCGR)

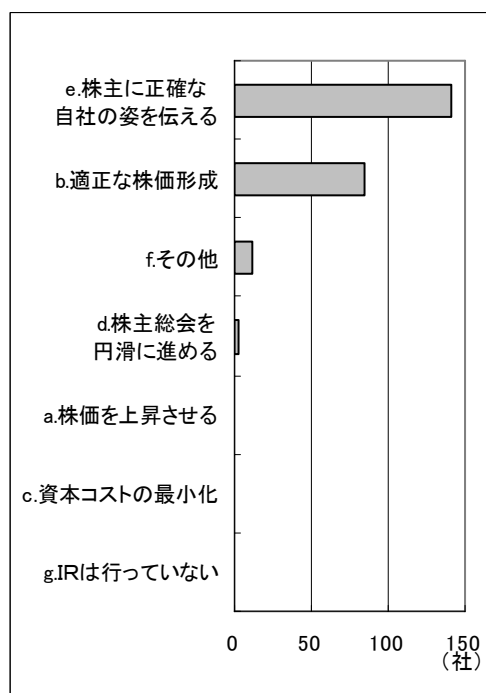
(2) IR活動に取り組む目的

株主とコミュニケーションを図る上で、株主総会と並ぶ重要な媒体にIR活動がある。これについて、企業はどのような目的を持って実施しているのか、図表2は明らかにしている。

最も多いのは「株主に正確な自社の姿を伝えるため」とするもので、全体の6割近くに達している。次いで「適正な株価形成を促すこと」が1/3超となっている。いずれも、IR活動に際しては最も基本とするべき姿勢であり、上場企業として好ましいスタンスだといえよう。

またガバナンスの観点としては、情報の非対称性を可能な限り解消することで、株価変動リスクを極小化するという、「資本コストの最小化」も望ましいだろう。もっとも、これを挙げた回答企業はなかった模様である。

図表2 IRに取り組む目的



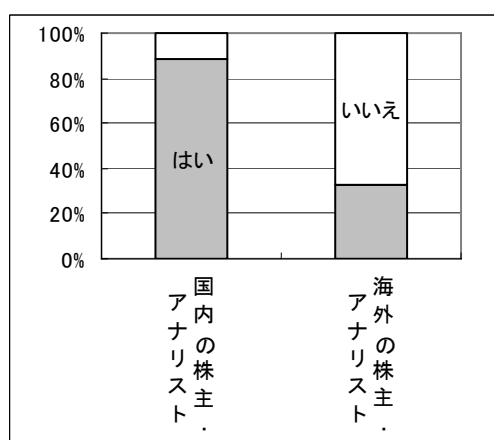
(出所：JCGR)

(3) IR活動を実施する体制

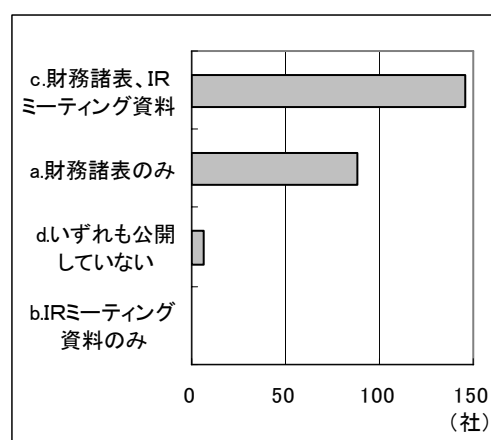
IR活動を展開する際においては、その役割および目的の重要性を鑑みて、担当する組織を明確にしておくべきである。本調査によると、ほとんど全ての回答企業が担当組織を設置している。具体的な組織名などは明らかになっていないが、独立した「IR部」や「IR室」などの他、経営企画部や広報部といった部署が担当していることが多いと推測される。

また本調査では、CEOがIRに取り組む姿勢を測るため、株主やアナリストと定期的に面談しているかを聞いている。図表3によると、国内で定期的に株主やアナリストなどとミーティングの機会を持っているCEOは、全体の9割近くに達する。一方、海外ロードショーまでCEO自ら出向している例は、約1/3に過ぎない。回答企業の外国人株主比率などにもよるが、グローバルベースのIR活動については、取り組みに格差が存在するといえよう。

図表3 CEO自身による面談



図表4 インターネットでの公開



(出所：JCGR)

図表4は、企業ホームページのIRサイトなど、インターネットを通じた情報提供の取り組み状況を表している。これによると、財務諸表はほぼ全ての企業が公開しており、インターネットIRではデファクトスタンダードになっているといえよう。さらに、IRミーティングの資料を公開している企業も、全体の約6割にまで達している。