

2011年2月9日 全5頁

ESG 報告書におけるコミュニケーションギャップ

資本市場調査部
環境・CSR 調査課
小黒 由貴子

[要約]

- 環境報告書・CSR 報告書などの読者アンケートなどから、報告書の作り手と読み手の意識には、まだ差がある状況が見える。専門性のない読者が増えてきたこと、企業の課題が環境以外の社会的な側面や企業ガバナンスといった非財務情報全般という認識の広がりが一因であろう。
- こうした読み手とコンテンツニーズの多様化に対応していくために、ステークホルダーを意識した報告書と、財務情報と非財務情報を統合するような全体を俯瞰する報告書の二つの方向性が見えてくる。

読者アンケートから見える作り手と読み手のずれの違い

環境省の調査¹によると、日本の上場企業と従業員 500 人以上の非上場企業・事業所の約 3,000 社のうち 3 割以上（上場企業に限れば 5 割以上）の企業が環境報告書（CSR 報告書等の一部として作成・公表している場合も含む）を作成・公表している。こうした環境報告書をはじめ、CSR 報告書・サステナビリティ報告書（以下、報告書）の作成・公開が特別なことではなくなったといえるだろう。その一方で、なかなか読まれない・読んでも分かりにくいという指摘も絶えない。本稿では、日本と世界の読者アンケートから、今後の報告書の方向性を探る。

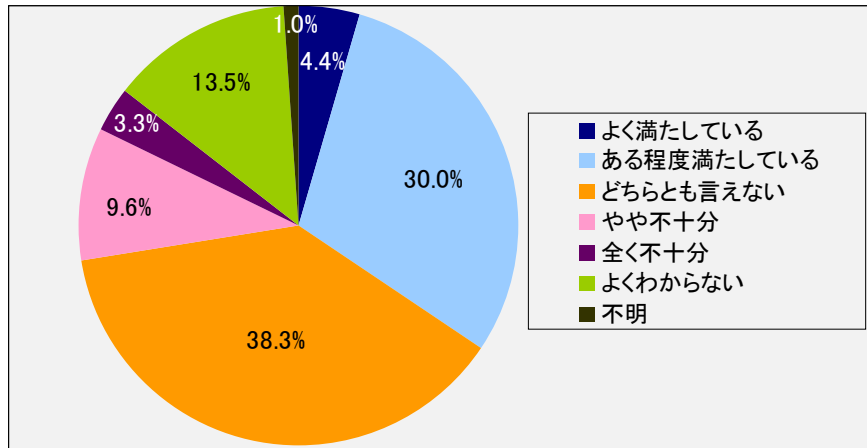
日本の読者アンケートで一番多いのは「どちらとも言えない」

毎年、暮れの恒例行事となった「エコプロダクツ展」は、10 万人以上の来場者を集める日本最大規模の環境展示会である。エコプロダクツ展の歴史と歩調を合わせるように開催されているのが「環境・社会報告書シンポジウム²」であり、2010 年の調査では 4 万人以上から回答を得た。図表 1 にあるように、「求める情報の充足度」について肯定的な回答は 4 割を下回っており、現状は読み手のニーズに答えられていないことがわかる。

¹ 環境省「環境にやさしい企業行動調査結果（平成 21 年度における取組に関する調査結果）」
<http://www.env.go.jp/policy/j-hiroba/kigyoh21/index.html>

² http://eco.goo.ne.jp/business/event/env_report/web_sympo2010/index.html

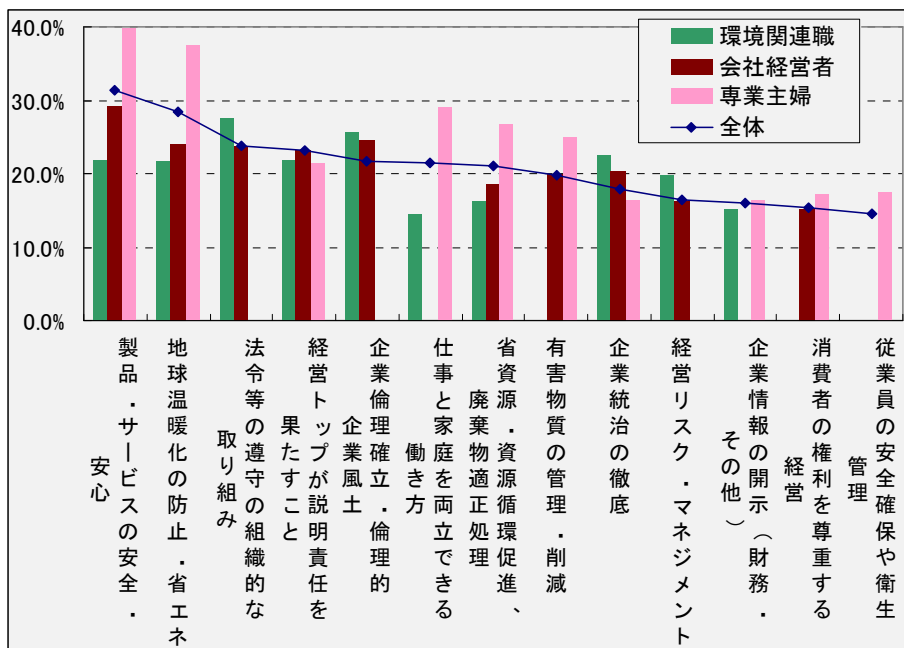
図表 1 求める情報の充足度



(出所) NTT グループ 環境 goo「環境・社会報告書シンポジウム 2010 環境・社会報告書読者アンケート 結果報告書」

公開すべき情報として「雇用・正当な労働」「従業員の健康・安全」「仕事と家庭の両立」「雇用の多様性と機会」など社会的な課題、中でも雇用や労働環境に関する課題が多く選ばれている。さらに社会的責任を果たすために特に重要な経営課題として選択された項目を見ると、「製品・サービスの安全・安心」が上位にあるほかは「法令遵守」「企業倫理の確立」「トップの説明責任」などコーポレートガバナンス関連が上位に来る(図表 2)。これらのことから一般の読者は、環境問題よりも雇用・労働環境などの社会的側面や経営にガバナンスがきいているかどうかを重視しているとみることできる。企業が出したい情報だけを出すのではなく、企業経営における重要性とステークホルダーが考える重要性の関係から考える必要がある。

図表 2 「社会的責任」を果たすために特に重要な経営課題 (5 つまで)



(注) それぞれ上位 10 項目まで

(出所) NTT グループ 環境 goo「環境・社会報告書シンポジウム 2010 環境・社会報告書読者アンケート 結果報告書」をもとに大和総研作成

従業員からトップ層の姿勢が見えにくい

同調査では、従業員という立場から見た自社の活動の理解や取組みに対する意識も調べている。経営トップ・ミドル管理職・現場社員の3層で比較すると、現場社員は他の層に比べ、どの層に対しても理解度や取組みの評価が「低い」か「わからない」とする回答が多い。これは従業員からはトップ層の姿勢が見えにくいことを示唆している。また自社が報告書を発行しているかどうかかわからないとの回答が1/4以上ある。報告書を作成するのは、CSRに対する経営トップの考えや取組み姿勢を社員に周知することも目的の一つであるが、これらの結果からは、そうした目的に対して報告書の活用が成功していないことが読みとれる。

投資家は評価軸の一つという意識

環境省では、環境に優れた取組や環境への努力が適正に評価されるような、投資家に有用な情報提供をするための環境報告ガイドラインの改訂を念頭に「企業の環境情報開示のあり方に関する検討委員会」を設置した³。同委員会での、機関投資家のコメントとしては、環境的側面は企業を評価する際の多様な軸のうちの一つであり、どのように経営に取り込んでいるか、またリスク要因として見る、ということが聞かれた。

オポチュニティを見せたい開示企業

日本証券アナリスト協会では企業価値評価のあり方を探るため、証券アナリストのESG要因に関する認知度や意識を調査⁴した。ESG要因がリスクか収益かという点について『環境は中長期的な収益に関連する要因、コーポレートガバナンスはリスクに関連するやや短期的な要因、社会はその中間』と認識されていると分析している。重要度が高いと認識されているのは、収益の点では「環境配慮型製品・サービスの開発」「気候変動への取組み」、リスクの点では「海外サプライヤーの労働環境への取組み」「安全衛生に関する取組み」である。前述の環境省の委員会で、報告書開示側の企業からは、環境ビジネスのオポチュニティにフォーカスが当たるような開示ガイドラインの改訂を望むコメントが出ており、ビジネスチャンスを見てもらいたい企業の思惑と一致する部分もある。ただし日本アナリスト協会の調査では、開示状況について「適切に開示している」との肯定的な評価が3%と少ない。この原因としては、期待する項目の開示が不十分であることが指摘されている。日本でもESG情報を活用したい機関投資家やアナリストが出てきているものの、これら投資家のニーズを満たす情報開示が行われているとはいえないことがわかる。

報告書開示が「協働」ではないとする世界の読者

報告書のガイドラインでデファクトスタンダードになりつつあるGRI (Global Reporting Initiative) が、報告書の作り手と読み手の双方に対するアンケート調査を公表した⁵。読者回答者のうち7割以上がブラジル、1割がインドと新興国に偏った調査ではあるが、作り手と読み手の認識の違いを示す興味深い結果が明らかになっている。報告書を作成する目的として、作成側である企業の過半数(57%)が「ステークホルダーエンゲージメント」を選んでいるが、読者の方は41%と、他の設問に比べて差が大きい。また読者が報告書を調べる主な目的として「企業がどのくらいエンゲージメントしているか」を選択したのは17%に過ぎなかった。このことについて調査報告書では、「報告書を開示することがエンゲージメントではない」としている。エンゲージメントを直訳すると「約束・かかわり」だが、イメージが湧きにくいので「協働・交流」と考えてみると、この調

³ <http://www.env.go.jp/policy/env-disc/com.html>

⁴ 日本アナリスト協会 ESG要因研究会報告書「企業価値分析におけるESG要因」
http://www.saa.or.jp/news/pdf/news_20100616.pdf

⁵ Futerra Sustainability Communications、KPMG、SustainAbility「Reporting Change:Readers & Reporters Survey 2010」
<http://www.globalreporting.org/NewsEventsPress/ReadersChoiceAwards/>

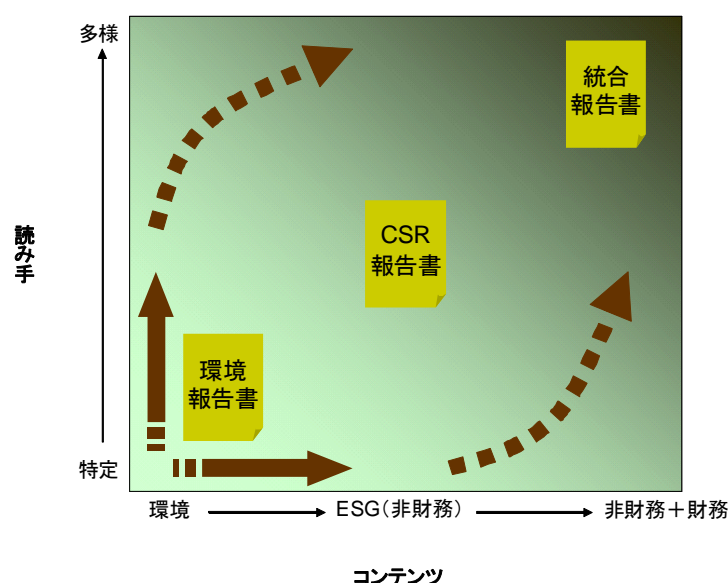
査結果がわかりやすいかもしれない。本調査を行った Futerra は、ステークホルダーを単なる聴衆にするのではなく（声に耳を傾けることで）共同執筆者になってもらう、ステークホルダーの行動に影響を与えられる報告にする、そして報告の結果を観測し続けて「協働」を向上する、と指摘している。つまりステークホルダーと協働して PDCA で改善し続けることが重要であり、報告書開示はそのための 1 ステップに過ぎないといえよう。

多様化する読者層とコンテンツニーズ

ステークホルダーを
意識した情報開示

これらの調査結果を合わせ見ると、今後の報告書のあり方として二つの方向が見えてくる（図表 3）。

図表 3 今後の ESG に関する報告書の方向性



（出所）大和総研作成

一つは読者層の多様化への対応である。従来は、環境関連職や環境に興味のある学生が読者に多く、読むきっかけも意識的なものであった。こうした読者は環境関連に興味を持っているため、ある程度の理解があることが推察される。しかし最近では、企業の Web サイトを見ていて報告書にたどり着いたなど、目的意識がなく目にするケースもでてきており、専門用語などが分かりにくく感じる原因ともなっている。

一方、環境専門職や投資家などからは、より詳細で定量的な情報が求められるようになっている。多様な読者に合わせようとする、報告書のボリュームが大きくなる恐れがあるが、初心者から専門家まで満足できる報告書を一つの媒体で提供することは不可能である。このため、ある程度、読者層を絞って開示する方法が考えられる。例えば環境省などが主催している「環境コミュニケーション大賞」で 2010 年の奨励賞を受賞したシャープ三重工場の「環境・社会貢献活動情報誌」は、「工場近隣にお住まいの方々（社会人の方）を読者対象として、工場についての理解を深めていただく⁶」ことを目的としており、フレンドリーかつ、住民

⁶ 「シャープ(株) 三重工場 環境・社会貢献活動情報誌」

の興味に焦点があたった内容になっている。これは、東洋経済新報社とグリーンリポーティングフォーラム主催の2011年「環境報告書賞」の審査員のコメント⁷からもうかがえる。BtoCなら顧客、BtoBなら取引先の要求に応える情報かどうかを審査ポイントにしたところ、上位企業はステークホルダーを意識して報告書を作成しているという実感があつたそうである。

今後はネット活用も進む

ただし多様な読者の多様なニーズに応えるには紙媒体での情報開示には限界が出てくるため、今後はネット活用も進むだろう。コメントをつけるなど双方向性のある機能を利用することにより、ステークホルダーの声を一層、取り入れやすくなる。すなわちエンゲージメントが活発になるものと期待できる。また情報が膨大になっても検索機能により用語を調べたり、関心のあるコンテンツにアクセスしやすくなったりする、といった利点もある。

財務情報と非財務情報の統合

もう一つの方向は、コンテンツの拡大である。前述したように、雇用・労働環境といった社会的側面に関する情報や企業ガバナンスに関する情報に対するニーズは日本だけでなく世界的にも高く、これらを合わせたESG（環境・社会・ガバナンス）全般の開示が求められている。2011年の「サステナビリティ報告書賞：最優秀賞」を受賞した武田薬品工業は、「アニュアルレポートとCSRレポートを合わせた『統合レポート』の先進的な報告書モデルとなっており、今後のCSR報告の方向性を示すもの⁸」であることが評価された。投資家からは、経営や業績との関連性などもみることができるような統合報告を望む声も出てきており、財務情報と非財務情報を統合した「統合報告」に関する検討も始まっている⁹。今後は環境情報→ESG（非財務）情報→統合情報（財務と非財務）というように、掲載コンテンツを拡大していく可能性がある。

<http://www.sharp.co.jp/corporate/eco/environment/operation/plant/industry/mie.pdf>

⁷ 藤井良広（上智大学大学院地球環境学研究科教授） 「第14回 環境報告書賞：審査雑感」

http://www.toyokeizai.net/corp/award/kankyo/k_14/kankyo6-1.php

⁸ 武田薬品工業ニュースリリース 2011年01月31日

『「アニュアルレポート2010」および「CSR Data Book 2010」サステナビリティ報告書賞・最優秀賞を受賞』

⁹ 2010年8月、財務報告と非財務情報を統合した「統合報告」のフレームワーク構築のため、IIRC（International Integrated Reporting Committee：国際統合報告委員会）が設立された。