

研究員レポート： 3年で見える統合報告書の変化 ―リスクと機会―

当レポートでは、狭義の統合報告書※のうち2015年から2017年まで3年間の継続発行が確認できた88社の統合報告書を調査対象とし、記載内容の変遷を追っている。今回の調査は、戦略決定の判断材料となる「リスク」と「機会」に焦点を当て、どのように説明されているか、またその記載内容にどのような変化が見られたかを報告する。

※ 狭義の統合報告書：統合報告書等のレポート名、IIRCフレームワークへの言及がある報告書、web等で統合報告書等と謳っている企業の報告書を指す

＜レポートサマリー＞

- リスクについての言及は増加、一方「事業等のリスク」の転載は減少
- リスクと機会の発生可能性や影響度合いを説明する事例はわずか
- リスクと機会、さらには戦略との関連が示されることに期待

リスクと機会に関する情報は、投資家が戦略の合理性や実現可能性を判断するための重要な情報となる。法定開示である有価証券報告書においては「事業等のリスク」の開示が定められているが、外部環境の変化や戦略の見直しにあわせて記載を変更する企業もあれば、每期ほとんど更新されない企業もあるなど、企業や業種によって開示姿勢に大きな差があることが指摘されている。

※出所：ESG/統合報告研究室

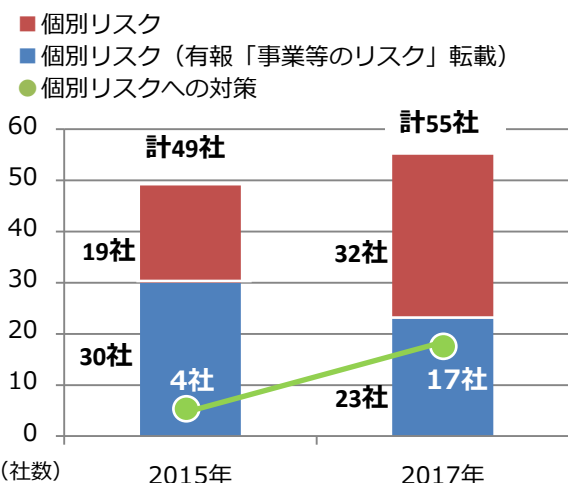
[研究員レポート「法定開示書類からみるESG Vol.9」](#)

任意開示である統合報告書においては、IIRCのフレームワークの内容要素に「リスクと機会」が挙げられ、短、中、長期の価値創造能力に影響を及ぼす具体的なリスクと機会とともに、それらに対する取り組みの記載が求められている。また、経済産業省が公表した「価値協創ガイダンス」においても、リスク要因と事業機会の認識の必要性が随所で述べられ、社会課題が企業にとってリスクにも事業機会にもなること、またどの社会課題を

事業機会として特定し、ビジネスモデルに落とし込むかが重要な経営判断である、と明記されている。

この3年間の統合報告書におけるリスク情報の記載有無を見ると、2015年は80社（90.9%）、2017年は79社（89.8%）と、企業により情報量の差はあれど、いずれも高い記載割合を示し、そのほとんどでリスクマネジメントの仕組みや方針が掲載されていた。さらに、個別リスクとその対策に関する記載については、次頁のグラフのような結果となった。個別リスクの掲載社数の増加はわずかだったものの、2017年は有報の「事業等のリスク」の転載とみられる記載が減り、主要リスクのみに絞って自社への影響を簡潔に記載する事例や、個別リスクへの対策と併せて取り組みの進捗を表形式など、一步踏み込んで開示する事例が増加した。任意開示において、リスク情報をどこまで、どのようなストーリーで開示するか議論が各社で進み始めていると受け取ることができるだろう。

個別リスクと個別リスクへの対策に関する記載社数



次に、リスクは企業にとって事業を脅かす可能性がある反面、同時に新たな事業機会をもたらすという考えから、リスクと機会がそれぞれのセクションで説明されているかを調査した（下表参照、ガバナンス・リスクセクション除く）。注目すべきは、CSRマネジメントやESGセクションにおける記載だ。環境に関わる「E」、人材育成や労働安全、サプライチェーンなどに関わる「S」、CSRマネジメントにおいて、これまではリスク認識や対策についての取り組みが説明される事例が多かったが、2017年には機会獲得の手段として説明される事例が増加した。また、リスクと機会の関連、さらにはそれらと戦略との関連が示されている

かを調査したところ、2015年は19社(21.4%)、2017年は33社(37.5%)となり、関連性のある説明は増加している。ただし、説明されている関連の度合いは企業により差が大きく、リスクと機会の影響度や発生可能性、時間軸とともに説明する事例は少ない。そんな中、あるメーカーの事例では縦軸に影響度、横軸に発生可能性を示したリスクマップを掲載し、現時点で何が重大な経営リスクにあたるかが一目でわかるよう工夫されていた。

ESG投資がメインストリームとなる中、環境問題や社会課題への対応状況が投資家との間で大きな論点になっている。企業は金利や為替、品質課題など、短期的な影響を及ぼすリスクへの対処に加え、中長期の時間軸で起こりうるリスクの影響度を把握し対策を講じるとともに、それらを事業機会として戦略に落とし込み、事業や企業そのものの持続性を説明することが求められている。事業活動と社会課題との紐付けにSDGs（持続可能な開発目標）を使い、将来にわたる事業機会を新たに見出すことも有効だろう。リスクと機会、それらを踏まえた戦略を開示することで自社の持続可能性を示し、投資家との対話を有意義なものとし、さらには企業価値向上につながることを期待する。

<リスクを説明しているセクション>

2015年	①CSR・ESGセクション：52社
	②CEOメッセージ：36社
	③セグメント・事業戦略：22社

2017年	①CSR・ESGセクション：49社
	②CEOメッセージ：49社
	③セグメント・事業戦略：34社

<機会を説明しているセクション>

2015年	①CEOメッセージ：27社
	②セグメント・事業戦略：26社
	③特集・ビジネスモデル等：26社

2017年	①セグメント・事業戦略：32社
	②CEOメッセージ：25社
	③CSR・ESGセクション：20社