

ESG/統合報告トピック調査 統合報告書の開示手法等の分析2024

2025.4.16

主任研究員 公認会計士 高橋 将光

当トピック調査においては、2024年1月～2024年12月に統合報告書を発行した企業でJPX400銘柄を構成する335社につき、前年に引き続いて統合報告書の開示手法等に関する調査を実施した。

サマリー

- A4版PDFのみの企業が前年度から40社弱増加
- A4横ベースのPDFを発行している企業は130社強と前年度から40社強増加
- インタラクティブ版PDFを発行している企業は5割強と前年より1割強増加

2024年1月～12月までに統合報告書を発行した企業は、1,150社と2023年の1,019社から131社の増加となった。プライム市場上場会社に限っては、1,637社(2025年3月末)の6割近くにも上る976社が統合報告書を発行している。このような状況を踏まえ、当調査では、同期間にJPX400のうち統合報告書を発行している企業335社を対象として、統合報告書の開示手法等に関する調査を行った。なお、前年の3月にもJPX400銘柄を構成する322社を対象に同様の調査を行っているため、比較調査を行う(※)。

(※) 研究員レポート

「統合報告書の開示手法等の分析」2024/3/6公開
<https://www.dirri.co.jp/res/report/2024/post1471.html>

まず発行形態であるが、ほとんどの会社がPDFで開示を行っており、右表が発行形態で種類別に示している。①A4のPDFのみの企業が140社、②A3の見開きPDFのみの企業が93社、③A4の印刷用PDFとA3見開きの双方がある企業が99社となっていた。④オンライン形式(PDFのコンテンツの全部又は一部をHTML化しWEB上で展開すること)のみで統合報告書を公開し、PDFを掲載していない企業は3社となっ

いた。発行形態としては2023年は上記①～③が概ね同数であった状況から、後述する横形式の冊子の増加により相対的に①A4のみの企業が増加しているとみることができる。

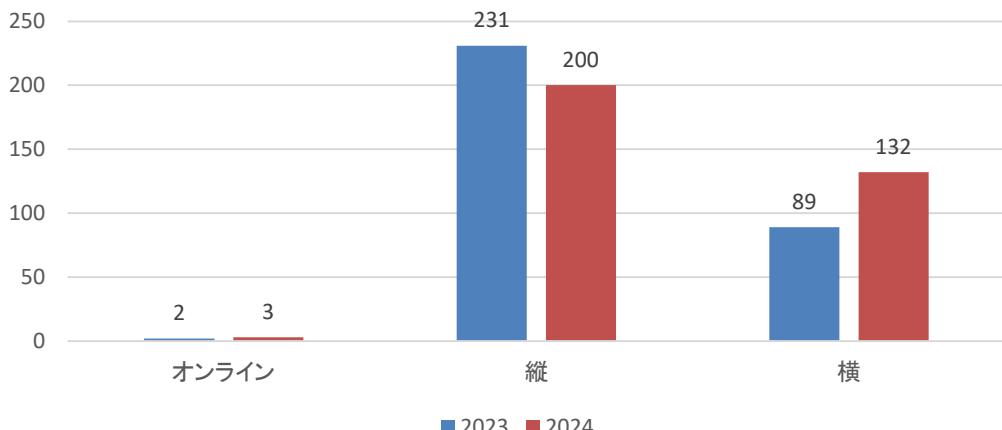
また、PDFの分割版(コンテンツの一部を分割PDFにしていること)がある企業は335社中の173社(51.6%。前年は153社で47.5%)となっていた。

【表：統合報告書の発行形態(単位：社数】

	2023年 (n:322)	2024年 (n:335)
①A4のみ	102	140
②A3見開きのみ	100	93
③A4とA3双方あり	118	99
④オンライン形式	2	3

続いてPDF冊子が縦であるか、横であるかを調査したところ、次頁のグラフのようになった。省資源等を狙いとして冊子の発行は減少傾向にあると解されるが、それに伴い、PCモニターで見るのにより適したA4横のPDFを発行している企業の割合が2023年に比して非常に多くなっていることが分かる。

【グラフ：冊子の縦横等の形式(n:322)】



一方、2022年以降増加してきていたインタラクティブ機能のあるPDFを公開している企業はPDFの統合報告書を発行している332社のうちの182社(54.8%。前年は42.8%)であった。インタラクティブ機能のあるPDFを採用の背景は、ページ数の増加傾向に伴う、検索の利便性向上のためと推察されるが、今回の調査結果では前年比12%もの大幅な増加を見せていた。

最後に統合報告書のオンライン化を実施している企業は上述のPDFを発行していない3社を含めて57社(17.0%)となっており、前年と比較しても横ばいであり、その展開内容もトップメッセージなどコンテンツの一部にとどまっていた。

2024年2月に東京証券取引所より『投資者の視点を踏まえた「資本コストや株価を意識した経営」のポイントと事例』が公表され、株主・投資者との対話のポイントが記載されている。そうしたことから、統合報告書の解説会等をWEBに上げている企業も10社弱見られた。内容としては、統合報告書の解説

をYouTubeで発信していたり、社内浸透向けの解説動画を掲載したりといったものが見られた。

エンゲージメントの材料としての統合報告書の重要性はもう十分認知されている頃ではあるとは思料されるが、逆に頁数が増えすぎてどの情報がどこにあるのか分からない、ストーリー性が感じられない、前年度と比較して何が変わっているのか分からないといった声も最近よく聞かれるようになった。

そのため、PCでの閲覧により適したA4横のPDFのみ発行していたり、目次やセクションにインタラクティブ機能をつけて必要な情報にすぐにアクセスできるように工夫したりしている企業も前年にも増して増加してきている印象である。

統合報告書を発行して終わりという時代は終わり、エンゲージメントツールとしての利用が高まっているといえる現在こそ、よりステークホルダーに魅力を伝えやすく、端的な発信手法が求められてこよう。

(出所) 株式会社宝印刷D&IR研究所 ESG/統合報告研究室の調査による