

# 価値協創ガイダンス及びSDGsに関する アンケート調査結果

# (1) 「価値協創ガイダンス」とSDGsに関する取組の現状 – アンケート概要 –

- 2019年1月に、価値協創ガイダンスの活用状況及びSDGsへの取組状況について、以下のとおりアンケートを実施。

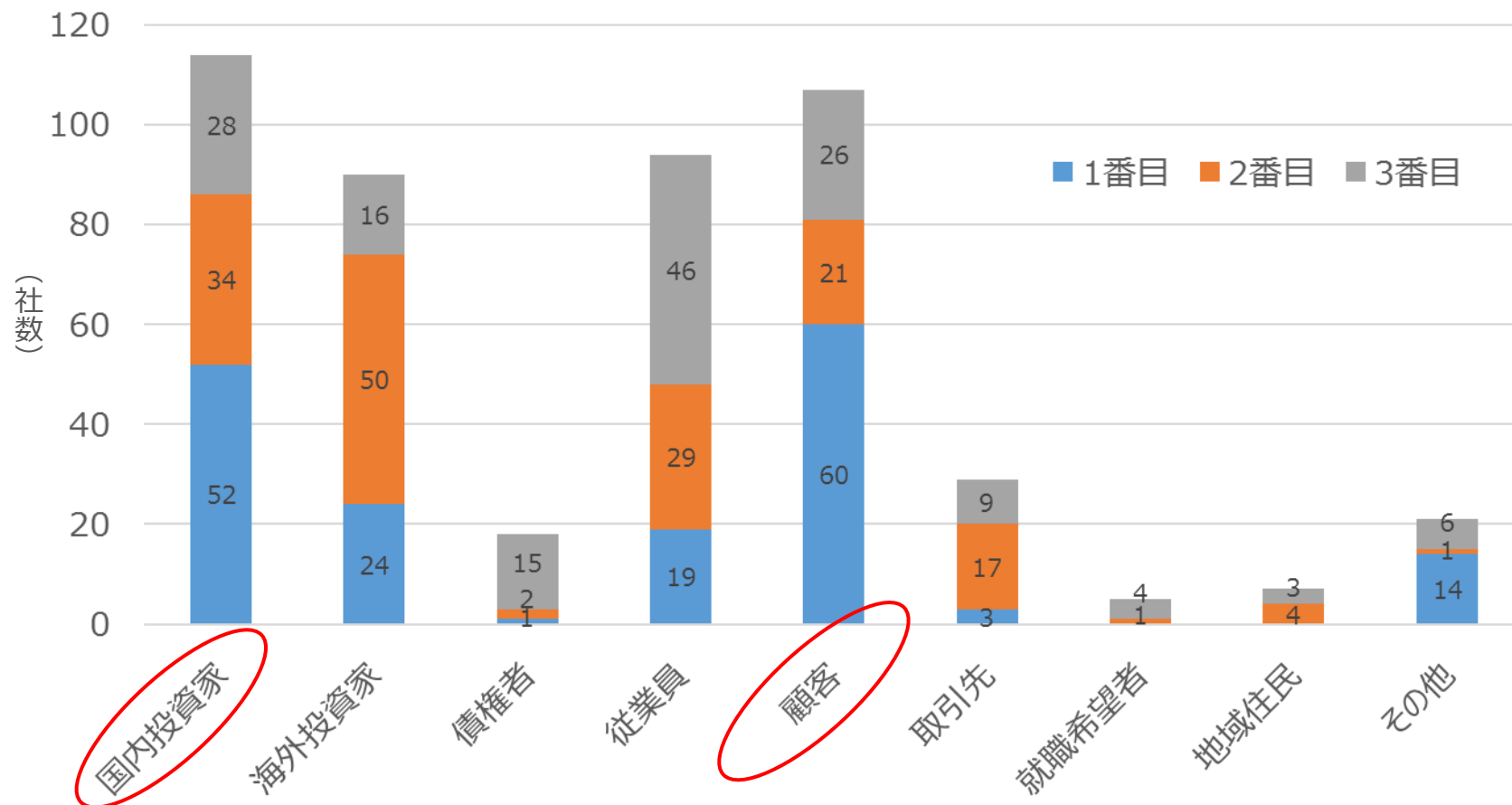
対象企業	アンケート期間	回答数 (回収率)	回答企業の属性																		
<p style="text-align: center;"><b>50社</b></p> <p>価値協創ガイダンスロゴマークを活用いただいている企業</p>	<p style="text-align: center;"><b>2019年1月17日～ 2019年1月31日</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>38社 (76.0%)</b></p>	<p><b>従業員(正社員) :</b></p> <table border="0"> <tr><td>1万人以上</td><td>71%</td></tr> <tr><td>5000~1万人未満</td><td>11%</td></tr> <tr><td>3000~5000人未満</td><td>3%</td></tr> <tr><td>1000~3000人未満</td><td>13%</td></tr> <tr><td>500~1000人未満</td><td>3%</td></tr> </table> <p><b>海外投資家比率 :</b></p> <table border="0"> <tr><td>41%~60%</td><td>18%</td></tr> <tr><td>21%~40%</td><td>61%</td></tr> <tr><td>1%~20%</td><td>16%</td></tr> <tr><td>1%未満</td><td>5%</td></tr> </table>	1万人以上	71%	5000~1万人未満	11%	3000~5000人未満	3%	1000~3000人未満	13%	500~1000人未満	3%	41%~60%	18%	21%~40%	61%	1%~20%	16%	1%未満	5%
1万人以上			71%																		
5000~1万人未満	11%																				
3000~5000人未満	3%																				
1000~3000人未満	13%																				
500~1000人未満	3%																				
41%~60%	18%																				
21%~40%	61%																				
1%~20%	16%																				
1%未満	5%																				
<p style="text-align: center;"><b>375社</b></p> <p>Corporate Value Reporting Labが発行する「国内自己表明型統合レポート発行企業リスト2018年版速報版」に記載されている企業で価値協創ガイダンスロゴマークの利用がない企業</p>	<p style="text-align: center;"><b>164社 (43.7%)</b></p>	<p><b>従業員(正社員) :</b> <small>注:1%未満は割愛</small></p> <table border="0"> <tr><td>1万人以上</td><td>49%</td></tr> <tr><td>5000~1万人未満</td><td>20%</td></tr> <tr><td>3000~5000人未満</td><td>12%</td></tr> <tr><td>1000~3000人未満</td><td>15%</td></tr> <tr><td>500~1000人未満</td><td>4%</td></tr> </table> <p><b>海外投資家比率 :</b></p> <table border="0"> <tr><td>41%~60%</td><td>12%</td></tr> <tr><td>21%~40%</td><td>53%</td></tr> <tr><td>1%~20%</td><td>33%</td></tr> <tr><td>1%未満</td><td>2%</td></tr> </table>	1万人以上	49%	5000~1万人未満	20%	3000~5000人未満	12%	1000~3000人未満	15%	500~1000人未満	4%	41%~60%	12%	21%~40%	53%	1%~20%	33%	1%未満	2%	
1万人以上	49%																				
5000~1万人未満	20%																				
3000~5000人未満	12%																				
1000~3000人未満	15%																				
500~1000人未満	4%																				
41%~60%	12%																				
21%~40%	53%																				
1%~20%	33%																				
1%未満	2%																				

# (1) 「価値協創ガイダンス」の現状 – アンケート結果① –

- 持続的な価値向上のために対話を重視するステークホルダーについて、統合報告書を作成している企業は、国内投資家と顧客を最も重視している。また、海外投資家や従業員との対話をそれに次いで重要なステークホルダーとして挙げている社が多くみられた。

## (問) 持続的な企業価値向上のために対話が重要であると考えるステークホルダー上位3つ

※複数選択・ロゴ活用/未活用企業共通問

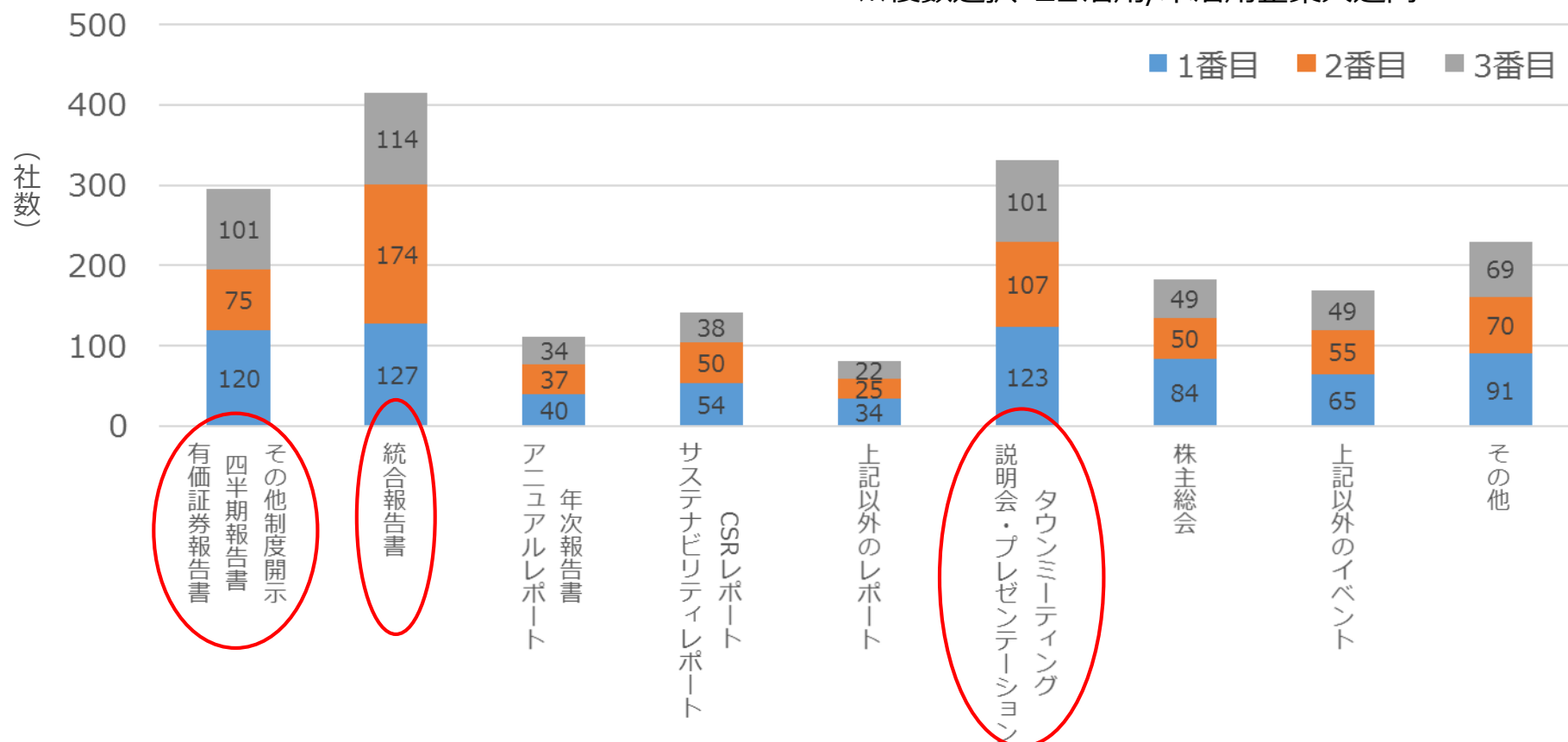


# (1) 「価値協創ガイダンス」の現状 – アンケート結果② –

- 統合報告書を中心として、重要なステークホルダー対話を行っている社が多くみられた。有価証券報告書・四半期報告書・その他制度開示を最初に回答した企業も多くみられた。
- また、対話の場としての説明会・プレゼンテーション・タウンミーティングを最初に挙げた社も多く、ステークホルダーとの直接的な対話を重視する傾向がみられる。

## (問) 対話が特に重要なステークホルダーとの対話方法 (上位3つ)

※複数選択・ロゴ活用/未活用企業共通問

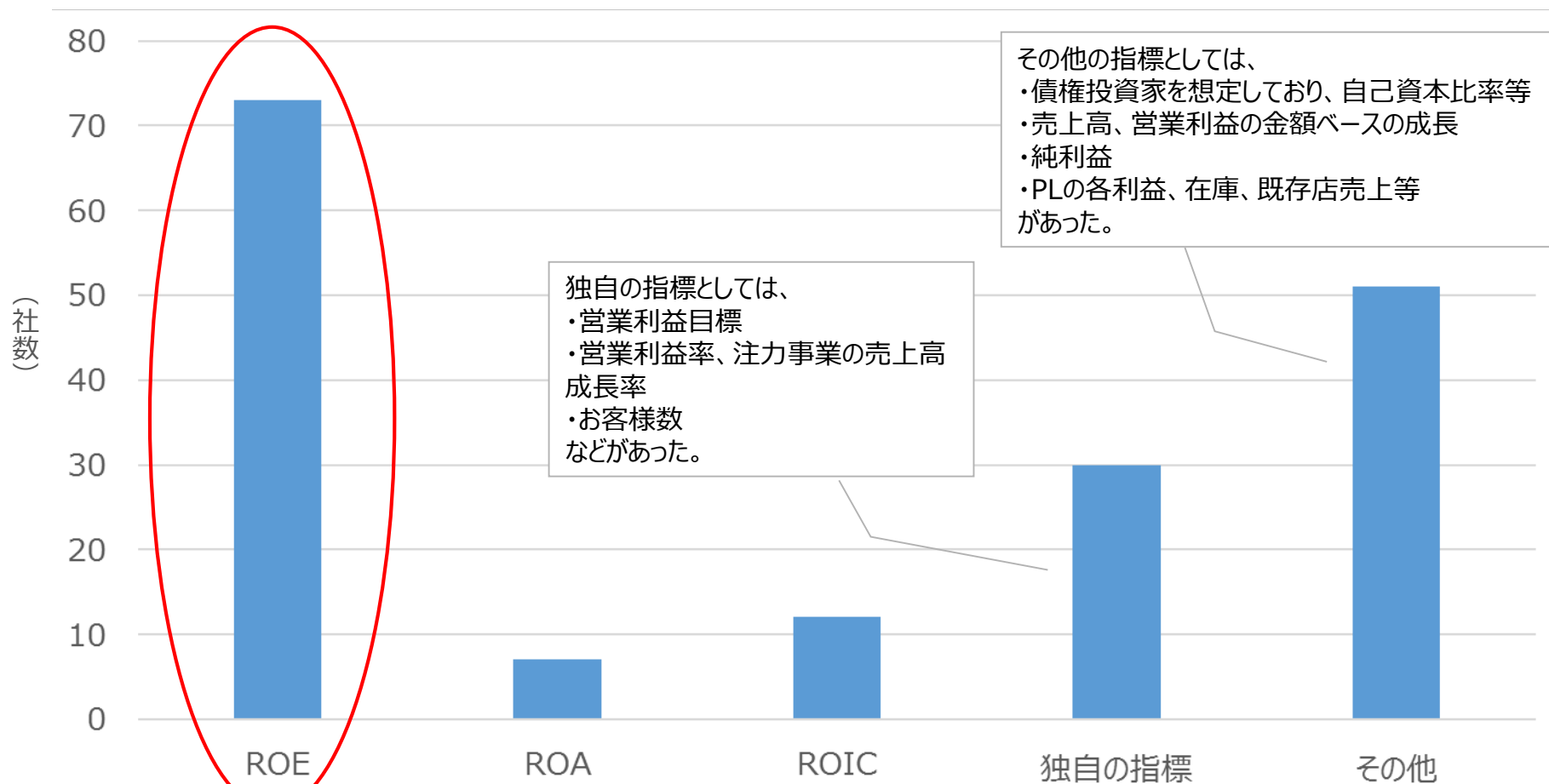


# (1) 「価値協創ガイダンス」の現状 – アンケート結果③ –

- 投資家との対話において用いる成果指標・KPIについては、主にROEを用いる企業が多くみられた。また、独自の指標やその他指標を用いている企業も多くみられた。

## (問) 投資家との対話において最も用いる成果指標・KPI

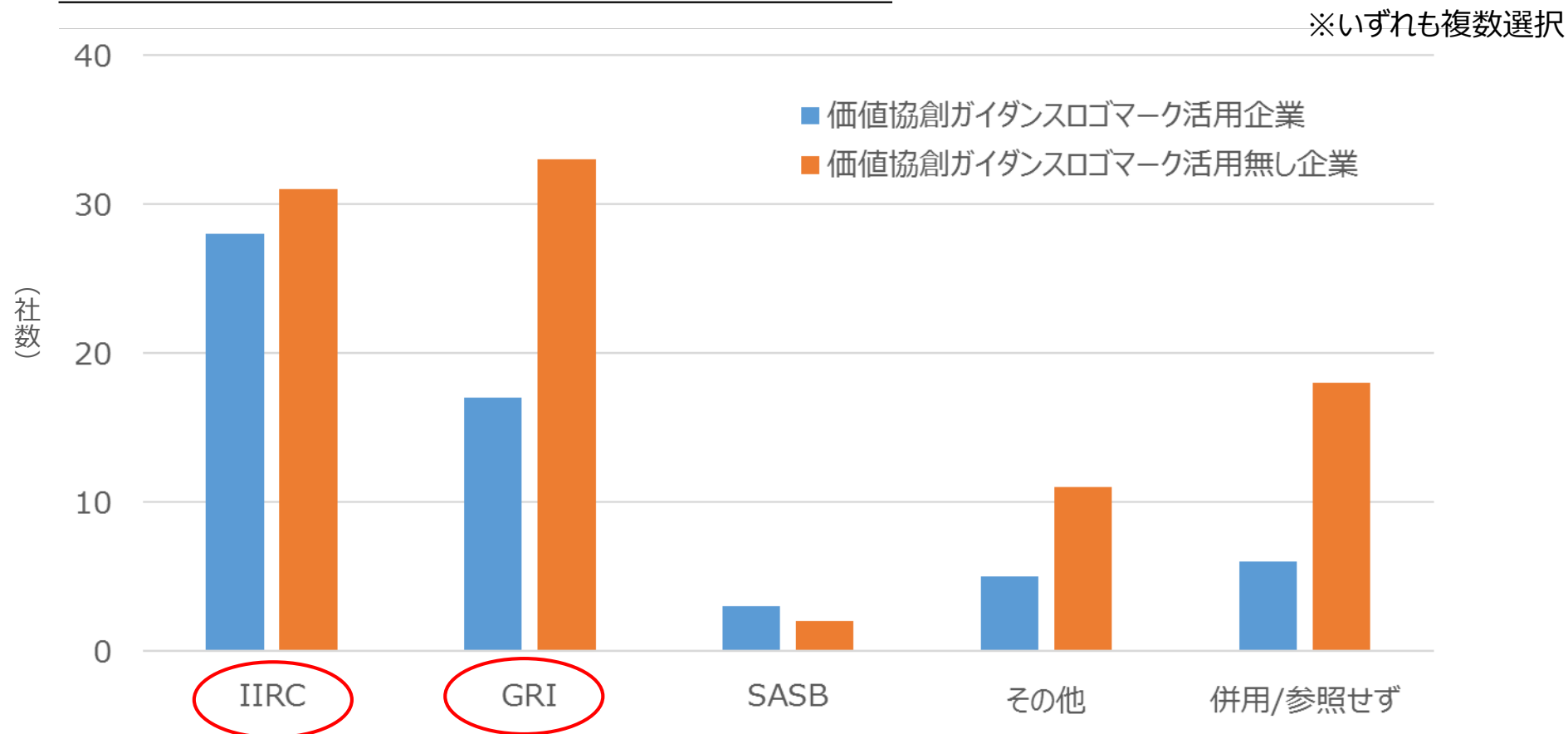
※単一選択・ロゴ活用/未活用企業共通問



# (1) 「価値協創ガイダンス」の現状 – アンケート結果④ –

- ロゴマーク活用企業は、価値協創ガイダンスと併用するフレームワークとして、IIRCの統合報告フレームワークを多く挙げた。
- 一方、ロゴマーク未活用企業が参照しているフレームワークは、GRI、IIRCの順に多かった。

(問) ロゴマーク活用企業：価値協創ガイダンスを参照している報告書に関して併用している他のフレームワーク  
ロゴマーク未活用企業：ほかに活用しているフレームワーク



# (1) 「価値協創ガイダンス」の現状 – アンケート結果⑤ –

- 価値協創ガイダンスロゴマークの使用による効果としては、「情報開示の質が上がった」とした企業が多かったが、「投資家との対話の質が上がった」という回答は少数にとどまった。

## (問) ロゴマーク活用企業：ロゴマークの効果

※複数選択・ロゴ活用企業のみ



# (1) 「価値協創ガイダンス」の現状 – アンケート結果⑥ –

- 価値協創ガイダンスロゴマークに対して今後期待する施策としては、「海外機関投資家への更なる認知向上」の割合が最も多く、次いで「海外のレポートフレームワークとの連携」や「国内機関投資家への更なる認知向上」が多かった。

## (問) ロゴマーク活用企業：価値協創ガイダンスロゴマークに対して今後期待する施策

※複数選択・ロゴ活用企業のみ





# (1) 「価値協創ガイダンス」の現状 – アンケート結果⑦ –

- 価値協創ガイダンスロゴマーク活用企業の実感した効果に関する具体的な内容は以下のとおり。社内での対話において実感している効果に関するコメントが多く見られた。

## (問) ロゴマーク活用企業：実感した効果についての具体的な内容

※自由記述・ロゴ活用企業のみ

「投資家との対話の質向上」について

- ガイダンスが求める内容について、もう一步踏み込んだ開示を求められた。
- ガイダンスを参照していることを評価された。
- より中長期的な対話が増えた。

### (経営層、経営に関する対話)

- このマークの説明を通じて経営層はじめ社員の関心・理解が深まった。
- 国内外の動向を踏まえて、統合報告書を企画・作成したという点で対話を行うことにより、経営陣の意識が向上した。
- 価値協創ガイダンスのフレームワークに基いた当社の経営に関する対話。

### (自社のリスクや機会に関する対話)

- 持続的な成長をしていくための普遍的な強みの洗い出しと再認識
- 価値創造のプロセスを図示化するにあたり、非財務、サステナビリティと戦略の関係性など、持続的な成長のためのプロセスを整理した。
- 戦略策定にあたっての具体的なリスクの落とし込み
- ガイダンスをもとに、現状分析や、今後の課題の洗い出しについて対話を行った。

「社内での対話の質向上」について対話の内容

# (1) 「価値協創ガイダンス」の現状 – アンケート結果⑧ –

- 価値協創ガイダンスロゴマーク未活用企業からの価値協創ガイダンスに対する要望やコメントについては、以下のとおり。グローバルな浸透への期待も示された。

## (問) ロゴマーク未活用企業：価値協創ガイダンスに対するご意見やコメント

※自由記述・ロゴ未活用企業のみ

### 価値協創ガイダンスの 使い方等に関する意見

#### (具体的な開示例提示の期待)

- 今後、より具体的な例の開示、紹介を希望します
- 企業による具体的な利用事例を公表して頂きたい。
- 上記質問にあるように、企業による好事例に加え、投資家が企業評価や投資判断を行う際の使用事例、観点について発信いただけると参考になります。

#### (簡潔化への期待)

- 様々なガイドラインがあり、全てを理解するには相当な時間を要する。簡潔で明確なガイドラインに整理してほしい。
- 内容面(項目面)で幅広くカバーされており有益であるか実務面で全てをカバーするのは困難なのが実状。

### 価値協創ガイダンスの グローバルな展開に関する 意見

#### (グローバルな浸透への期待)

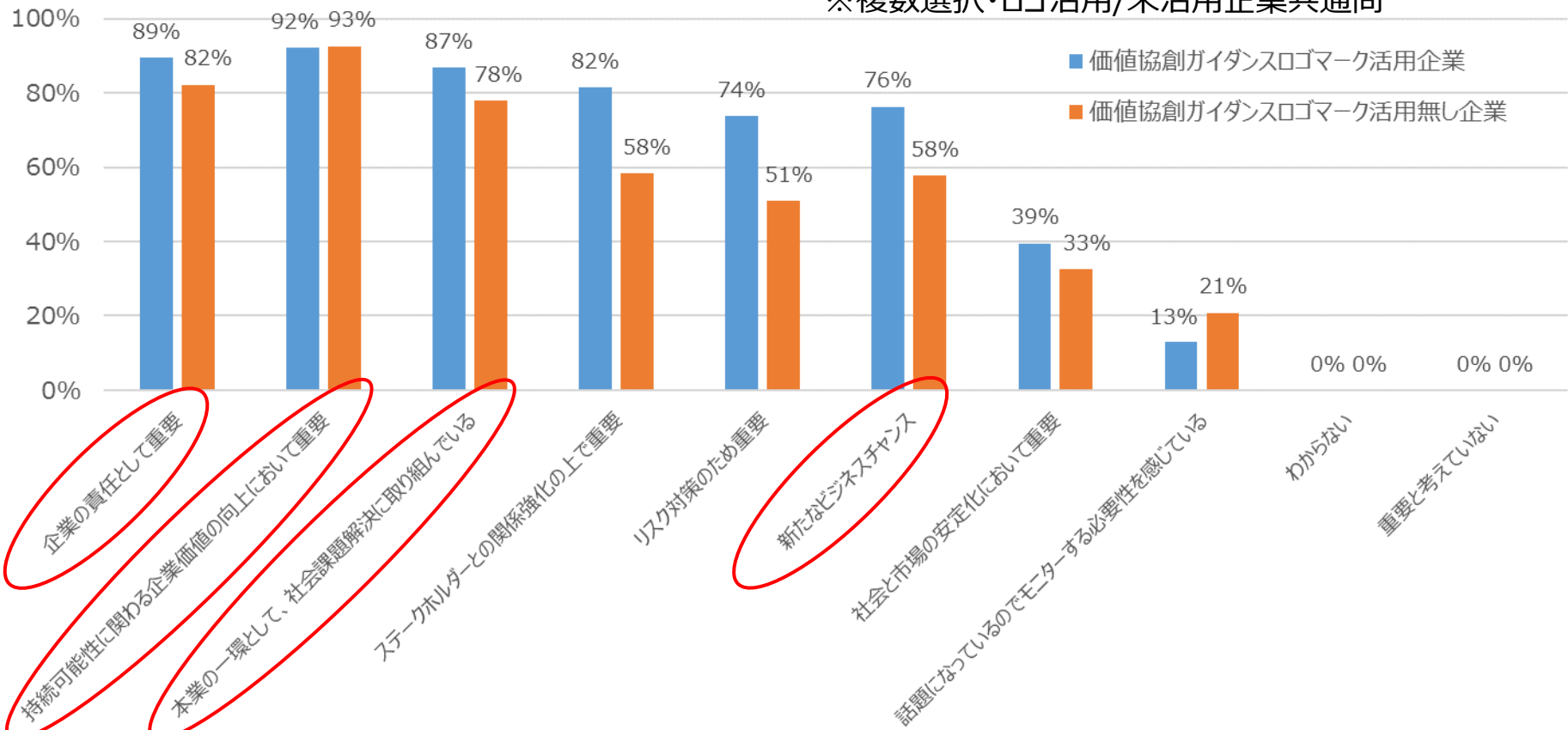
- 国内の取組として評価できる。一方で世界的メインストリームとより協調し、日本だけのガラパゴス化にならないよう調整を続けて欲しい
- 情報開示については、国際的なガイドラインを選んだ方が、より広い範囲のステークホルダーとの対話が進むのではないかと考えている。
- IOS26000、SDGs、ESG投資など世界標準としての新たな概念に対して、日本的な解釈として価値協創ガイダンスやSOCIETY5.0が表明されているが、あまりにも日本的な解釈や表現にするあまり、本来の世界標準とのマッピングが必要となり煩わしい。

## (2) SDGsに関する認識 – アンケート結果① –

- SDGsなどの社会課題の重要性の認識については、「持続可能性に関わる企業価値の向上において重要」と答えた企業が最も多かった。「企業の責任として重要」、「本業の一環として、社会課題解決に取り組んでいる」という回答も多くみられた。
- 他方、「リスク対策のため重要」、「新たなビジネスチャンス」と答えた企業は、特にロゴ未活用企業では約半数であった。

### (問) SDGsなどの社会課題の重要性をどのように認識しているか

※複数選択・ロゴ活用/未活用企業共通問

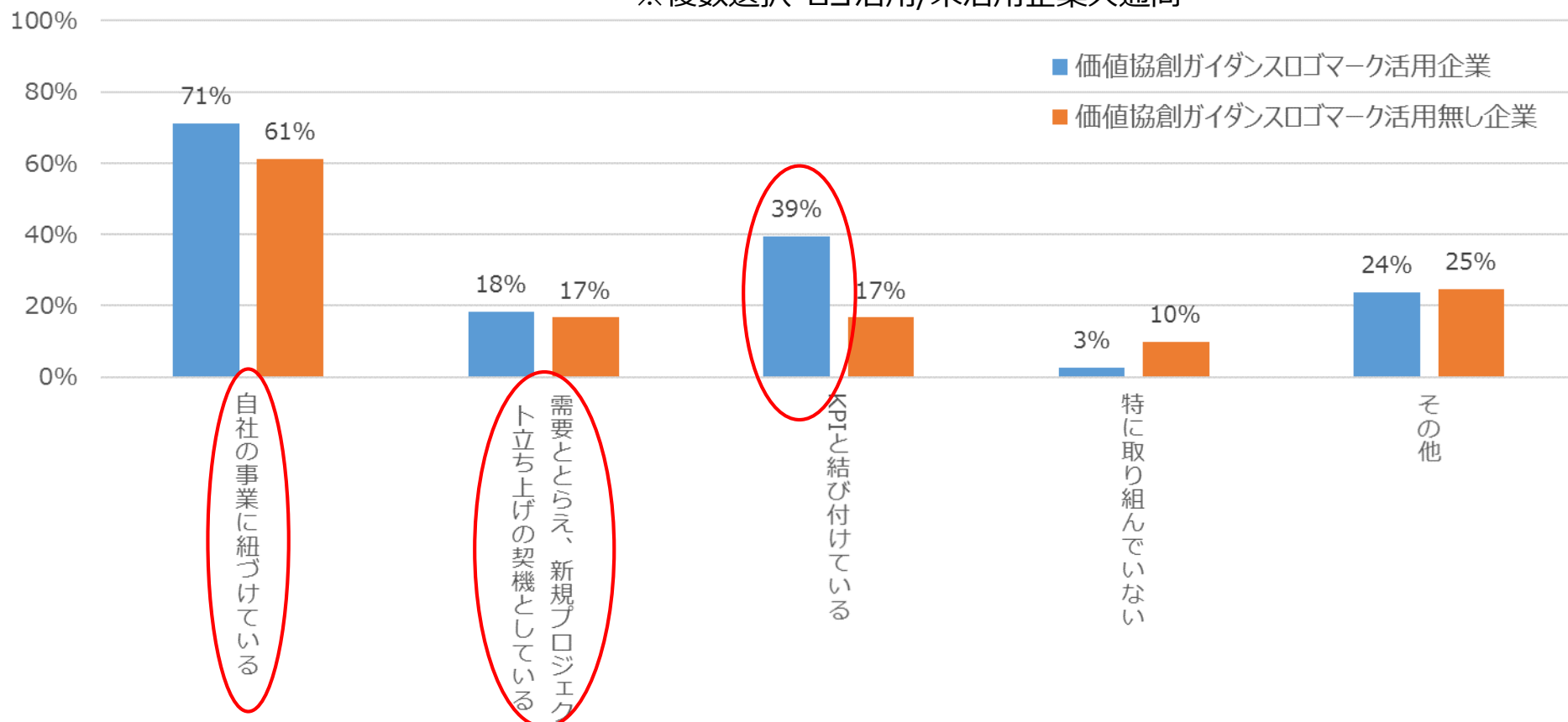


## (2) SDGsに関する認識 - アンケート結果② -

- SDGsに関する現状の取組状況としては、「自社の事業に紐づけている」と答えた企業の割合は多かったのに対し、「需要ととらえ、新規プロジェクトの立ち上げの契機としている」と答えた企業の割合は低かった。
- ロゴマーク活用企業では、「KPIと結び付けている」と回答した企業も約4割にのぼった。

### (問) SDGsに関する現状の取り組み状況

※複数選択・ロゴ活用/未活用企業共通問

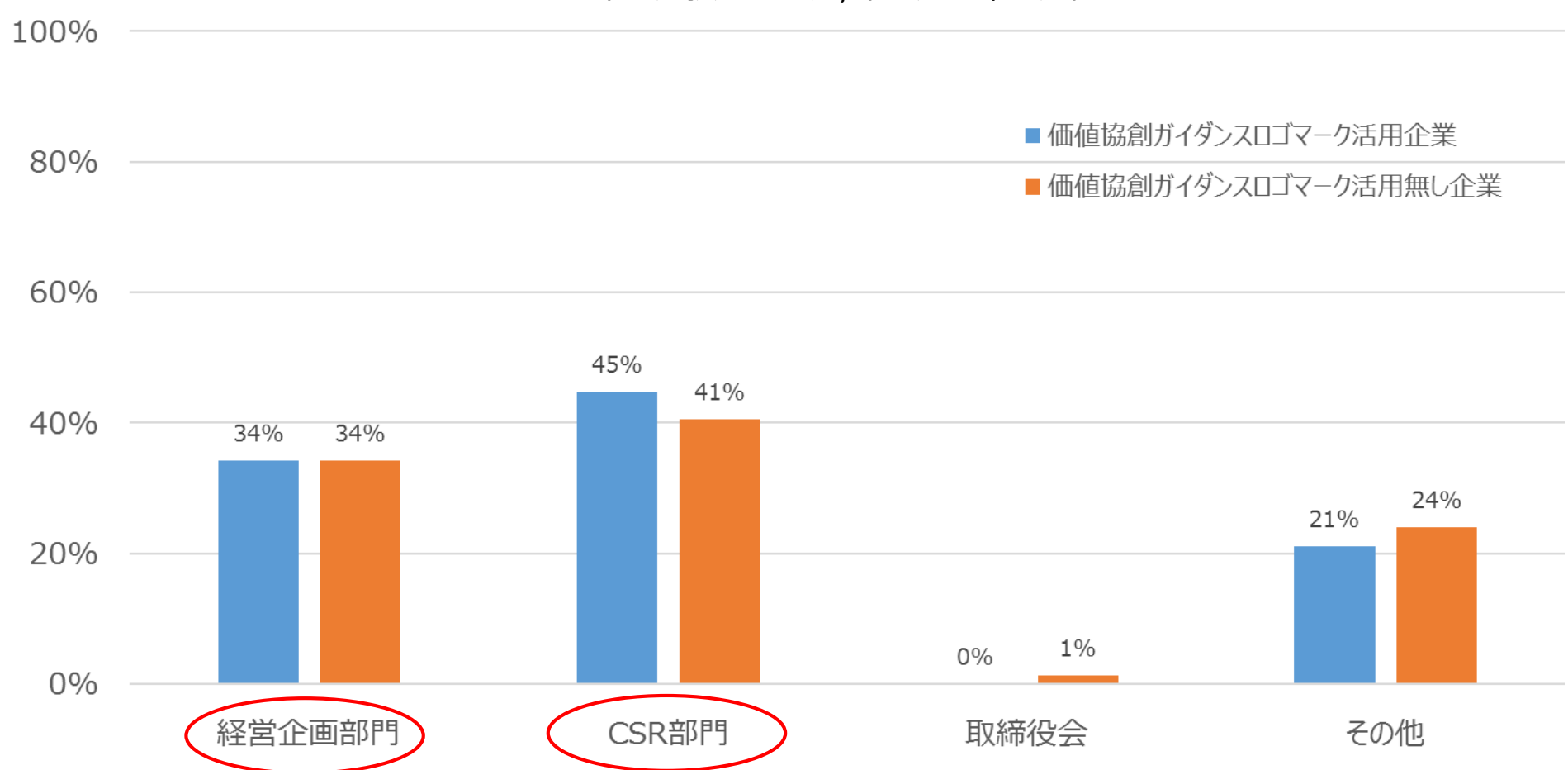


## (2) SDGsに関する認識 – アンケート結果③ –

- SDGs推進活動の主体組織としてはCSR部門と答えた企業の割合が最も多く、次いで経営企画部門であった。

### (問) SDGs推進活動の主体組織

※単一選択・ロゴ活用/未活用企業共通問



## (2) SDGsに関する認識 – アンケート結果④ –

- SDGsの取組において最も重視するステークホルダーは顧客が最も多く、次いで国内投資家であった。3番目まで考慮すると、従業員を重視する企業も多い。

### (問) SDGsの取り組みにおいて重視するステークホルダーのうち重要な上位3つ

※複数選択・ロゴ活用/未活用企業共通問

