

一般社団法人 日本 IR 協議会(会長：泉谷 直木 アサヒグループホールディングス特別顧問)は、2021年4月、第28回「IR活動の実態調査」の結果をまとめた。

2021年1月現在の全株式上場会社3,890社に対し、1月22日から調査サイトをオープンし、3月8日までに1,032社から回答を得た(回収率26.5%)。回答企業の内訳は、日本 IR 協議会会員企業が362社(同67.2%)、非会員企業が670社(同20.0%)であった。

本調査では、2011年から1年ごとに焦点を絞って実施する形式をとっている。今年は、「With & After コロナ」を念頭に置き、国内外投資家への情報開示やコミュニケーションの在り方、中期経営計画および長期ビジョン等に及ぼす影響、ESG投資の拡大を見据えた企業側の取り組みなどに焦点を当てた。

全体観として、コロナ禍が移動や接触の自由を制限したにも拘わらず、IR活動は主としてアプローチの仕方に工夫を重ね、投資家や株主などのステークホルダーに、従来と遜色ない価値を提供できたと考えられる。“非接触型”の利点と限界を認識しつつも、持続可能な成長を目指す企業の姿を伝えていく本筋さえ外さなければ、IR活動が後退する懸念は次第に払拭されていこう。コロナ禍が一過性か否かに拘らず、IR活動はその要求水準の高まりに、今後も応え続けることが期待されている。

日本版スチュワードシップ・コード(以後SSコード)が再改訂され、コーポレートガバナンス・コード(以後CGコード)の再改訂も日程に上る状況下、これらを意識した情報開示や、機関投資家との対話は進展しているとの認識が、企業側にも定着してきたように思われる。体制整備に加えて、Webサイトや統合報告書などにおいて、積極的に説明する姿勢などにも反映されている。

非財務情報(含むESG情報)の開示や、それに基づく投資家との対話には、進展が見られるものの、上場企業全般への定着には至っていない現状がある。非財務情報の収集や整理・構築に向けての、社内におけるIR部門と他部門の連携も依然として課題である。近年は「ESG投資」や企業の「ESG評価」が注目され、自社の活動全般にESGへの配慮が求められるが、環境や社会への貢献をうたうも、本業のビジネスとどう関連付け、企業業績などへの貢献経路についても、説得力のある説明が必要となる。これらに向けた企業の試行錯誤が続いているところである。

今回新たに、「With コロナ」の現状も踏まえて、「After コロナ」の中期戦略・長期ビジョンや、リスク管理の在り方についても聞いた。回答企業の約9割が「中期経営計画」を、約6割が「長期ビジョン」を策定するなか、コロナ禍で不透明感が増す状況下でも、8割強の企業が、計画等は不変ないし、施策や目標数値の修正に留める方針を示していた。短期的な対応には概ね目途をつけ、中長期的には自社の抱えるリスクを整理し、対応策を含めて備えの体制を打ち出す取り組みが多く見られるようになった。Afterコロナの新たなステージを見据えた動きともいえる。

このほか、国内外ともにIRイベントの多くがリモート方式へと移行し、習熟度も高まってきたが、内容や目的によっては、今後も対面との使い分けが続く公算が大きい。また個人投資家向けIR活動では、若年株主の開拓が喫緊の課題との認識が企業間にも共有されつつある。証券会社や株主優待制度等を利用した従来型アプローチの継続は、今後再考を求められてこよう。

## 調査結果要約

(注) 以下の設問において、●印は昨年 2020 年も実施した調査、■印は前回は 2019 年にあたる調査、

◆印は今回 2021 年に新たに実施した調査である

### ●IR 活動の実施状況 —— 実施企業は約 95%と極めて高い水準を持続

全回答企業 1,032 社のうち、IR 活動を「実施している」との回答は、977 社・94.7%(前回[2020 年] は全回答企業 1,047 社のうち 1,027 社・98.1%)で、割合は若干低下しているが極めて高い水準である。

### ■IR活動の目標 —— 「株主・投資家との信頼関係構築」が前回に続きトップ

IR実施企業に、具体的なIR目標を聞くと、「株主・投資家との信頼関係の構築」が85.2%(前回[2019年] 56.0%)と最大で、「企業・事業内容の理解促進」が83.0%(同55.4%)、「適正な株価の形成」が75.7%(同39.0%)、などが続いた。上位に挙げた目標は概ね前回と重なるが、前は「特に目標を定めていない」が19.5%を占めていたことから、全体的に低い数値となっている。

IR実施企業に、具体的なIR目標達成のために行っていることを聞くと、「それぞれ目標に沿った実行計画を作成」が44.3%、「目標などを、IRサイトやアニュアルレポートなどに明示している」が35.4%、「それぞれの目標の達成度をチェックしている」が30.3%、などが上位に並んだ。

### ■経営トップの関与 —— 決算説明会や投資家対応が中心、企業経営に概ねプラスの影響

IR実施企業に、経営トップ自らが関与するIR活動は何かを聞くと、「本決算ないし中間決算説明会」が89.6%と最大で、「来社対応或いは訪問によるワンオンワン・ミーティング」が50.4%、「報道機関の取材対応」が49.8%と続いた。前回(2019年)と選択肢は多少異なるが、決算説明会への出席や、報道機関・アナリスト・機関投資家などへの対応が上位を占める点は同様であった。

IR実施企業に、経営トップ自らがIR活動へ関与することの成果を聞くと、「投資家等との対話で得た知見を役員などと共有し議論するようになった」が55.6%、「株主・投資家への説明責任を自覚し、開示や対話が積極的になった」が50.3%、「投資家との対話を活用しIRや経営の改善に乗り出すようになった」が45.0%と続き、企業経営に概ねプラスの影響が表れている。

IR実施企業に、IR部門責任者ないし担当者の、経営トップとのコンタクト頻度を聞くと、「週に1回程度」が55.3%、「半月に1回程度」が16.9%、「月に1回程度」が14.6%、などが上位であった。

### ●IRの社内フィードバック —— 過半の企業が経営層に報告し、関連部署との会合も励行

IR実施企業に、株主・投資家などの意見を社内へ報告する仕組みについて聞くと、「取締役会や経営会議などで、IR担当役員やIR担当者が報告する機会を設けている」が57.7%(前回[2020 年] 58.8%)と最大で、「経営トップへ定期的に直接報告する機会を設けている」が51.5%(同50.9%)、「レポート形式にして、定期的に関係者へ電子メールなどで送付している」が41.5%(同41.5%)で続いた。上位の順位や割合は、いずれも前回に準じた結果であった。

株主・投資家などの意見を社内へ報告する仕組みがある企業に報告の内容を聞くと、「株主・投資家などとのミーティング内容」が88.9%(前回[2020年] 86.7%)、「株主・投資家の経営戦略・中期経営計画などへのコメント」が61.9%(同60.7%)、「新規発行されたアナリストレポートの内容や評価」が55.4%(同56.2%)で、概ね前回に準じた結果であった。

社内のIR関連情報収集が目的の、関連部署との年間会合回数を聞くと、「15回以上」が20.4%(同15.0%)、「3～4回」が13.2%(同12.9%)、「10～14回」が10.1%(同7.2%)で、前回同様の回数が上位に並んだ。一方、「定期的な会合を開いていない」は、42.7%(同51.7%)と縮小している。

### ●SSコードやCGコードを意識した取り組み —— 投資家との対話や株主総会対応などに反映

SSコードが再改訂され、CGコードも再改訂が日程に上るなかで、IR実施企業に、持続可能な成長を目的とした機関投資家との対話が、以前よりも全般的に促進されたかを聞いた。

「大いに促進された」「促進された」「やや促進された」の3者合計は45.2%(前回[2020年] 51.5%)と、前回よりも多少縮小した。但し単独では最大割合の、「現時点で変化はない」が42.5%(同35.2%)と拡大したことから、対話は既に進展しているとの認識が定着していることも考えられる。

IR実施企業を対象に、体制整備に加えて、Webサイトや各種IRツール、説明会などにおいて、SSコードやCGコード(以後「両コード」)を意識した、具体的な取り組みについて聞いた。

「ウェブサイトや統合報告書などに『コーポレートガバナンス』と明記した箇所を設けて、CGの体制や株主・投資家との対話方針などを説明し、実際の対話にも活用して、経営戦略の改定などにつなげている」が67.2%と最大であった。「株主・投資家との建設的・実効的な対話を促進するための体制を整備している」が37.1%、「経営により多様な視点が入るよう、取締役会がジェンダーや国際性、過去の職歴・スキルなどを考慮した構成であることを説明している」が31.7%で続いた。体制整備と説明を交えた開示を、セットで取り組む事例が増えているようである。

IR実施企業に、両コードを意識したうえでの、株主総会への取り組みの在り方を聞いた。

「株主総会の招集通知や参考資料を充実させ、株主が十分に検討できる期間を考えて送付している」が72.4%と最大で、「招集通知参考資料で、独立社外取締役についての考え方や、候補者の推薦理由を説明している」が62.8%、「インターネット上で議決権行使ができるように工夫している」が57.5%で続いた。資料面の充実や、株主の利便性向上に力点を置いていることが分かる。なお先進的といわれる、「実開催とオンライン参加を併用した『ハイブリッド型バーチャル株主総会』を開催した」は8.2%と未だ少数派ではあったが、今後は増加が見込まれる。

IR実施企業に、一連のいわゆる「コーポレートガバナンス改革(両コード、伊藤レポートなどの導入)」を踏まえ、今後取り組むべき課題について聞いた。

「非財務情報(CSRやESG等)が、中長期的な企業価値向上に貢献する仕組みを明確に説明すること」が66.0%、「外部(投資家、資本市場等)の目線を十分に反映させた上で、エンゲージメント(対話)に必要な情報開示の体制や発信する内容を、社内ですべて十分に検討すること」が62.6%、「女性活躍推進や国際性向上など、ダイバーシティへの取り組みを強化すること」が48.0%、などが

上位に挙がった。

### ●非財務情報開示、ESG投資への対応——企業価値向上に関連付ける試行錯誤が続く

IR実施企業に、IR活動と連動させて、ESGなどの非財務情報の開示を実施しているかを聞くと、「実施している」が55.7%、「実施していない」が25.6%、「どちらともいえない」が16.6%の内訳であった。実施が過半数とはいえ、開示が定着しているとは言いきれない状況である。

このなかで、非財務情報開示を「実施している」、または「どちらともいえない」と回答した企業に、開示に関する具体的な取り組みを聞いた。

「ESGに関する考え方を示し、中長期の経営戦略と絡め投資家が理解しやすい情報を開示している」が58.8%と最大で、「SDGsなどに紐づけ、重視する領域(マテリアリティ)を特定し、それを経営戦略に組み込んだうえ、企業価値向上にどうつなげるかを説明している」が44.5%、「ESGに関するデータを整理し、投資家が活用しやすい資料集を作成している」が40.5%で続いた。

さらに、「どのような内容の非財務情報(含むESG情報)の開示が重要かを聞くと、「企業理念、経営ビジョン」が76.4%(前回[2020年] 84.6%)、「持続的な成長に向けた取り組み」が73.9%(同81.0%)、「事業戦略の強化」が70.0%(同78.9%)で、割合は縮小したが、上位3者は前回と同順であった。

その中で実際に開示している項目を聞くと、「企業理念、経営ビジョン」が76.2%(同88.7%)、「ビジネスモデル」が51.7%(同57.8%)、「コーポレートガバナンスによる規律づけ」が49.0%(同49.3%)となり、前問同様に割合は縮小したが、上位3者は前回と同順であった。

IR実施企業に、非財務情報(含むESG情報)を活用した、対話への具体的な取り組みを聞いた。

「ESGを評価軸にするファンドの取材や、指数組成会社からのアンケートなどに対応している」が39.3%(同39.0%)、「ESGを評価軸にするファンドや有識者と対話し、中長期的な経営戦略などに活かしている」が26.2%(同21.7%)で、実際に取り組んだケースの上位は前回と同順であった。なお今回新たに選択肢に入れた「特に、非財務情報を活用した対話について取り組みは実施していない」が35.3%と割合が比較的大きく、今後の対話に向けて課題を残した。

近年「ESG投資」の関心が高まり、企業の「ESG評価」が重要視されるなか、IR実施企業に、非財務情報(含むESG情報)の開示や、それに基づく対話を行うに際しての疑問や課題を聞いた。

「本業のビジネスと非財務情報(含むESG情報)とを、分かりやすく関連付けること」が59.1%と最大で、「自社のESGへの取り組みが、環境や社会などへのポジティブな貢献をうたってはいるが、それが中長期的に会社の業績といった経済的な貢献につながる蓋然性について、説得力のある証明を行うこと」が50.9%、「ESG評価機関が乱立気味で、その手法や評価結果にも統一感があるとはいえない状況から、第三者による公正なESG評価が期待しにくい。これが評価の信頼性や、自社努力のインセンティブを欠く懸念がある」が32.4%で続いた。ESGを中長期的な企業価値向上などに関連付けるために、企業の試行錯誤が続いていると考えられる。

IR実施企業に、非財務情報(含むESG情報)を開示するため、他部門とIR部門が連携しているか

を聞くと「はい」が71.6%(前回[2020年] 67.1%)、「いいえ」が18.2%(同30.3%)の内訳で、連携の体制は前回よりも多少強まっているようである。

また「はい」と答えた企業に連携する部門を聞くと、「総務・財務・本社管理部門」が70.0%(前回は総務部門が53.8%)、「経営企画部門」が66.6%(同55.9%)など、コーポレート部門との関係がより密接となっている。他では「事業部門」が42.3%(同40.6%)、「研究・開発部門」が23.4%(同20.3%)で、現業部門との連携が大きくは進んでいない印象である。

#### ◆「Afterコロナ」の中期戦略・長期ビジョン——先行き不透明でも可能な対応を継続的に推進

IR実施企業を対象に「Withコロナ」の現状も踏まえて、「Afterコロナ」の中期戦略・長期ビジョンや、リスク管理の在り方などについて聞いた。

「中期経営計画」については、「策定し公表している」企業の割合が69.2%、「策定しているが非公表」が21.8%、「策定していない」が8.6%であった。同様に「長期ビジョン」については、それぞれ41.5%、17.7%、40.1%であり、策定企業の割合において「中期経営計画」が「長期ビジョン」を大きく上回った。

前問にて「策定し公表している」または「策定しているが非公表」と回答した企業を対象に、それぞれの施行期間を聞いた。「中期経営計画」は「3年間」が71.4%で最も多く、「5年間」が18.3%で続き、この2期間ではほぼ9割を占めた。「長期ビジョン」については、「10年間」が54.3%と過半を占めたが、「特に定めていない」も36.9%と多く、こちらも2者で全体の9割強であった。

IR実施企業に、「中期経営計画」や「長期ビジョン」の策定および更新に当たって、アナリストや投資家の意見を参考にしているかを聞いた。「参考にしている」が65.5%、「参考にしていない」が32.9%という内訳で、企業が資本市場の評価を意識している様子がうかがわれる。

中期計画等を「策定し公表している」または「策定しているが非公表」と回答した企業に、中・長期的な企業価値向上の姿勢を株主・投資家に示す目的から、「中期経営計画」や「長期ビジョン」を通じて行っている取り組みについて聞いた。

「持続的な成長に向けた計画と目標を公表し、進捗状況を適宜公表している。またその更新時には振り返りと次の計画への引き継ぎを明確化している」が57.4%と最大で、「中・長期的な資本政策を構築し、それに基づく株還元策を投資家に説明している」が42.6%、「中・長期的な資本効率向上への道筋を、株主・投資家に分かりやすいKPI(成果指標)、例えばROE、DOEや総還元性向などを用いて説明している」が37.1%で続いた。

前問において、何らかの取り組みを行っていると答えた企業を対象に、持続可能な成長を続けるために、KPI(成果指標)として発表しているものは何かを聞いた。

「売上高、営業利益、経常利益、当期利益のいずれか、またはすべて」が76.6%と最大で、「ROE(株主資本利益率)」が56.4%、「売上高営業利益率」が38.2%で続いた。

2020年の調査において、資本政策を「策定し公表している」または「策定しているが非公表」と回答した企業を対象に、設定しているKPIを聞いているが、上記各項目はそれぞれ72.4%、72.9%、48.5%であった。2020年は資本政策にフォーカスしたため、ROEの割合がや

や大きく出た可能性もあるが、業績指標と並んでROEを重視する姿勢は、2021年の調査結果からも裏付けられたと考えられる。

中計等を「策定し公表している」または「策定しているが非公表」と回答した企業に、「中期経営計画」や「長期ビジョン」について「Afterコロナ」を念頭に置いた今後の取り扱いを聞いた。

「現行計画やビジョンは、現時点では修正の必要はないと考えており、基本的に次の改訂時期まで変えない方針である」が45.1%と最大ながら、「現行計画やビジョンは、理念や方向性は変えないものの、実現に至るアプローチや目標数値は修正が必要と考え、現在修正作業を進めている」も37.2%と多かった。大方針は維持しつつも、現実的対応を探る動きが見てとれる。

IR実施企業に、「Afterコロナ」の中・長期戦略や、リスク管理の在り方などを検討するに際しての、課題や取り組みについて聞いた。

「先行きの不透明感が増す一方で、機関投資家等からはESGやSDGsへのコミットメントを求める声が強まる公算が大きい。両者のギャップを埋めるのは容易ではないが、企業としては愚直な取り組みを続けていく」が49.7%と約半数を占めた。以下では、「自社が抱えていると認識されるリスクを、要因や発生の可能性、影響度などに基づいて整理し、対応策を含めて備えの体制を強く打ち出していく」が41.6%、「コロナ禍の影響にはプラス面とマイナス面があるため、将来予測には両者のバランスを慎重に反映させるよう配慮している」が40.9%と、比較的大きな割合が続いた。将来見通しが不透明でも、可能な対応を継続的に取り組む姿勢が垣間見られる。

#### ■統合報告書 —— 作成企業の割合が小幅に拡大、実効性や内容面では課題も残る

IR実施企業に「統合報告書」の作成の有無を聞くと、「作成している」が33.1%(前回[2019年]29.5%)、「作成していない」が65.4%(同70.3%)の内訳であった。

「統合報告書」を作成している企業に、その作成理由を聞いた。

「幅広いステークホルダーに、自社の存在価値を理解してもらうため」が91.0%(同88.5%)、「自社の『見えざる価値』を表現することで、アナリストや投資家に企業価値の理解を深めてもらうため」が89.5%(同91.8%)、「長期保有の投資家との、有用なコミュニケーション・ツールとなり得るため」が86.1%(同84.4%)など、上位には割合の大きな項目が僅差で並んだ。前回調査時とは首位と第2位が逆転しているが、上位3者は重なっていた。

「統合報告書」を作成している企業に、報告書の内容で課題と認識している事柄を聞いた。

「幅広いステークホルダーのニーズを満たしているのかよく分からないこと」が43.3%(同59.3%)、「財務情報と非財務情報の単純な合体に終わっていると感じられること」が38.4%(同30.5%)、「非財務情報(含むESG情報)が、企業の持続可能な成長を予測させるものであるのかよく分からないこと」が35.0%(同54.3%)、などが上位に並んだ。順位に多少の変動はあったものの、上位4項目は前回調査と同じ内容であった。

「統合報告書」を作成している企業に、その活用法を聞いた。

「機関投資家やアセットオーナーとのエンゲージメント(目的を持った建設的な対話)に活用

している」が89.8%(前回[2019年] 90.1%)と最大で、「自社のグループ社員(含む新卒採用)に、会社の理解を促進させるために活用している」が61.9%(同65.8%)、「特に、長期保有投資家等とのエンゲージメントに活用している」が46.4%(同48.1%)で続いた。上位3者は前回調査時と同順で、かつ回答割合も前回と類似する結果となった。

また「統合報告書」を作成していない企業に、その理由を聞いた。

「自社にとっての統合報告書の作成意義や、費用対効果がよく分からないため」が39.6%(同33.8%)、「アナリストや機関投資家などのステークホルダーから、統合報告書を求める具体的なニーズが少ないため」が32.6%(同46.9%)、「統合報告書には、構成・形式に標準形がないので他社比較が難しく、特に初めての場合一組み難いため」が29.1%(同10.7%)、などが上位に挙げられた。前は、作成しない主たる理由としてニーズへの疑問が大きかった。今回もそれはあったが、何に準拠して作成すべきかという、内容面の取り組み難さも障害となったようである。

さらに「統合報告書」を作成していない企業に、作成予定の有無を聞くと、「分からない」が44.0%(同55.2%)、「ある(検討中を含む)」が34.7%(同19.5%)、「ない」が18.8%(同24.1%)、という内訳であった。方針を決めかねている企業は依然多いが、前回より作成に前向きな企業の割合が拡大している背景として、ステークホルダーや他社動向に意識が働いたためと考えられる。

#### ■国内IRイベントおよびツール —— リモートが主流に、対面の良さを補う工夫も必要

IR実施企業に、直近決算期1年間における、国内IRイベント(対象者は本邦アナリストや機関投資家、報道機関を想定)について、実施の有無と開催方法を聞いた。

「本決算説明会」は、対象企業の76.4%が何らかの形で開催しているが、「実開催のみ」が15.0%、「実開催またはリモート開催(含む併用開催)」が12.2%、「リモート開催のみ(含む電話会議)」が49.2%という内訳で、リモート開催が主流であった。また対象企業の70.3%が開催した「中間決算説明会」は、それぞれ13.6%、10.1%、46.6%の内訳で、概ね同じ傾向といえる。

また「スモールグループ・ミーティング」は、何らかの形で開催した企業が43.8%を占め、前問と同じく開催形態別の内訳は、それぞれ2.6%、11.5%、29.7%であった。さらに「ワンオンワン・ミーティング」は、83.7%の企業が開催しており、形態別にはそれぞれ2.3%、48.9%、32.5%であった。主流がリモート開催へと移った点は「本・中間決算説明会」と同様ではあるが、「ワンオンワン・ミーティング」に代表される個別会合では、実開催(対面形式)も少なくなかったことが分かる。会合の内容や目的に応じて、両方式が使い分けられたものと考えられる。

前問と同じく「スモールグループ・ミーティング」および「ワンオンワン・ミーティング」を開催した企業を対象に、直近決算期1年間における実施件数(開催形態は不問)を聞いた。

「スモールグループ・ミーティング」は、「1~9件」が71.2%と圧倒的に多く、「10~19件」が14.5%、「20~29件」が6.1%と逡減し、「50件以上」は4.0%であった。「ワンオンワン・ミーティング」は、「100件以上」が37.7%と最大で、「10~29件」が18.8%、「50~99件」が17.2%で続いた。企業規模や業種によっては100件を大きく上回る企業もあったようである。

コロナ禍は、企業の短期見通しさえも不透明にしたといえるが、IR実施企業に、2020年度本

決算の業績予想(通常年度と同じ形式・項目)を開示したタイミングを聞いた。なお2020年度の定義としては、1~6月決算の場合は2021年に、7~12月決算の場合は2020年に、それぞれ本決算が到来する年度のことを指している。

開示の時期は、「2019年度本決算の公表時」が51.9%と半数強を占め、「2020年度第1四半期決算の公表時」が21.8%、「2020年度中間決算の公表時」が18.2%と続き、ここまでに9割強の企業が開示を済ませた。

前問において、業績予想を「2020年度第1四半期決算の公表時」以降に開示したと回答した企業を対象に、通常形式・項目による開示を再開するまでは、予想についてどのような取り扱いをしたのかを聞いた。

「現時点では見直し困難として、予想は未定扱いとした」が80.7%と圧倒的多数を占めた。「見直しがあった項目から、開示内容を段階的に増やしていった」が4.5%、「上限と下限を示した、レンジ形式による予想を開示した」が4.0%、などは少数派であった。「予想未定」よりも、一定の前提下でも定量予想が示された方が良いと考えた投資家は、少なくなかったと想像される。

IR実施企業に、「Afterコロナ」の国内IRイベントを実施する際に認識する事柄を、「ポジティブ」「ネガティブ」の両面について聞いた。

「ポジティブな事柄」としては、「リモート形式の定着で、イベントに参加する時間・空間の制約が小さくなり、企業側・投資家側双方で対面時よりも参加者が増えた。特に社内他部門の幹部などに参加させ、IRを啓蒙する効果が期待される」が60.3%と最大であった。その次は「セルサイド(証券・銀行など)との会合に、バイサイド(運用機関など)が相乗りするケースも出てきており、企業側からも人脈の拡大や効率化の観点から歓迎できる場合がある」が22.5%で続いた。リモートに代表されるデジタルトランスフォーメーション(DX)の推進が、業務改革や生産性の向上などに繋がる期待が見える。

一方「ネガティブな事柄」としては、「対面形式と比較して、リモート形式の会合は、全般的に議論の質が低下する懸念がある」が37.8%、「特にラージミーティングは、リモート形式の運営には難しさを感じる」が34.1%とほぼ同率で並び、「投資家側も『足下のコロナ禍をどう乗り切るか』といった企業の短期的対応への関心が相対的に高まり、ESGなど中・長期の戦略への関心や理解が、多少なりとも疎かになる懸念がある」が13.8%で続いた。「リモート」では体感できない「対面」ならでは空気感が損なわれる不安を指摘する向きが多かったようである。

IR実施企業に、制作しているIRツールを「紙媒体」「電子媒体」の別に聞いた。

「紙媒体」では制作割合が大きい順に、「株主向け報告書・株主通信(旧事業報告書)」が75.2%(前回[2019年]81.7%)、「会社案内」が61.7%(同65.2%)、「各種説明会での配布資料」が44.2%(同73.7%)と続いた。他には「統合報告書」が25.6%(前回は和文・英文・それ以外のアニュアルレポートに合算し比較不能)、「CSR報告書」が11.3%(前回は選択肢なし)、などであった。

「電子媒体」では同様に「ニュースリリース」が76.4%(同72.1%)、「各種説明会での配布資料」が68.7%(同69.6%)、「株主向け報告書・株主通信(旧事業報告書)」が66.3%(同72.0%)、などが上位に並び、「統合報告書」が31.5%(前述)、「CSR報告書」が19.5%(前述)などであった。



データ集的色彩が強い、単発のブリーフィング用途、分量が多く冊子にすると印刷にコストや時間を要する、といった性格のIRツールは、紙媒体から電子媒体へ移行しつつあるといえよう。

## ■海外投資家向けIR——リモート化の利点も享受、成果への期待水準が高まる傾向

IR実施企業に、海外投資家向けIR活動実施の有無を聞くと、「行っている」が54.7%(前回[2019年] 40.7%)、「行っていない」が44.9%(同59.2%)の内訳で、この2年間で実施企業の割合が大幅に拡大した。

前問で海外IRを行っていると答えた企業に、コンタクトしている投資家の所在地域を聞いた。割合が大きい地域は、「アジア・大洋州(除く中国本土)」が94.0%(同49.7%)、「米国」が83.5%(同32.7%)、「英国」が77.9%(同23.5%)、「欧州」が68.9%(同15.5%)の順であった。地域別順位は前回と同様ながら数値の乖離が大きかった。これは前回は、海外IRの活動を「カンファレンス」に限定した聞き方をしたため、その際は「無回答」が36.3%を占めていたことも影響している。

海外IRを行っている企業に、対応者の社内における職責別にIRを実施した地域を聞いた。

「経営トップ」については、46.8%が「米国」を、46.4%が「英国」を、38.4%が「アジア・大洋州(除く中国本土)」を、38.2%が「欧州」をそれぞれ対応していた。

「CFO(最高財務責任者)」は、41.4%が「米国」を、43.3%が「英国」を、43.1%が「アジア・大洋州(除く中国本土)」を、35.6%が「欧州」をそれぞれ対応していた。

「IR関係者等」は、76.6%が「米国」を、70.2%が「英国」を、87.6%が「アジア・大洋州(除く中国本土)」を、62.2%が「欧州」をそれぞれ対応していた。

数値を見ると、概ね海外IR全体の4~5割に「経営トップ」が、4割前後に「CFO」が、6~9割に「IR関係者」が対応しているイメージである。また各職責ともに、対応地域間での注力の軽重はそれ程ないようであるが、「経営トップ」は米英にやや重きを置き、「IR関係者」は全方位的ながらアジア・大洋州(除く中国)に相対的な力点を置いている印象がある。

海外IRを行っている企業に、海外投資家(地域は不問)との年間コンタクト件数を聞いた。

「1~9件」が27.0%、「10~29件」が23.4%、「50~99件」が16.1%など、1桁台ないし2桁台前半の件数を行う企業が比較的多かった。なお「100~199件」が11.4%、「200件以上」が8.4%など、3桁台の件数をこなす企業の割合は、全部合わせても約2割であった。

海外IRを行っている企業に、海外投資家とのコンタクトの経路を聞いた。

「海外投資家からのコンタクト要請に応える」が90.8%(前回設問なし)で最大を占め、「証券会社などのアレンジャーに依頼する」が69.7%(前回[2019年] 98.2%)、「自社で直接連絡してコンタクトを取る」が22.5%(同30.4%)であった。前回設問は企業発の能動的な場合に限定し、今回は投資家依頼の受動的場合を含むため比較は難しいが、企業自力でのコンタクトが増えた印象は薄い。

海外IRを行っている企業に、海外投資家とのコンタクト全般の満足度を聞いた。

「大変満足」が13.3%(前回21.7%)、「やや満足」が65.9%(同60.4%)、「やや不満」が18.4%

(同15.8%)、「大変不満」が1.5%(同1.5%)の内訳で、前回同様に8割前後が概ね満足していた。

前問において、「大変満足」ないし「やや満足」と答えた企業に、その理由を聞いた。

「海外投資家から受ける様々な意見は、今後の自社の経営に役立つため」が82.0%(同92.8%)と最大で、「ファンドの性格や運用方針の違いにより、多面的な意見をもらえるため」が58.6%(同65.9%)、「グローバルに見た自社のポジションが明確になるため」が53.4%(同48.2%)、などが続いた。上位3者は前回と同順で、今回選択肢を新設した「リモート会議の常態化で、1日あれば世界中の投資家とコンタクトが可能で効率が上がるため」も、42.3%と少なくない賛同を得た。

同じ設問において、「やや不満」ないし「大変不満」と答えた企業に、その理由を聞いた。

「関係を持ちたい海外投資家とのコンタクトができなかったため」が50.0%(同84.5%)と最大で、「主に言語の問題から、自社が意図する内容を上手く相手に伝えられなかったため」が25.5%(同8.6%)、「自社株式を持ってもらいたかった海外投資家の『買い』につながらなかったため」が24.5%(前回は選択肢なし)と続いた。今回は、比較的割合の大きな回答が分散しており、接触の可否に留まらず、海外IRの成果に対する期待水準が前回よりも高まったように感じられる。

海外IRを行っている企業に、今後の活動強化に向けた課題を聞いた。

「長期保有投資家へのアプローチの強化」が70.6%(前回[2019年] 90.8%)と最大で、以下では「海外投資家向け媒体の充実」が57.1%(前回はWeb上における英語での情報発信が49.7%)、「これまでにコンタクトのない地域や投資家へのアプローチ」が55.4%(同72.6%)、などが続いた。課題の上位に挙がった項目は前回と重なるものが多いが、今回は「ESG投資家」や「運用機関のコーポレートガバナンス担当者」、「ESGやSDGs評価機関」などとのコンタクトを課題とする意見が多く聞かれた。

海外IRを行っていない企業に、その理由を聞いた。

「現在の株主構成を見ると、外国人持株比率が低い」が69.7%(同60.2%)と圧倒的に大きく、「自社の事業領域が日本国内に限られており、海外投資家が関心を持つとは想定し難いため」が25.5%(同16.8%)、「経営層には、海外投資家に積極的に自社株を保有してもらおうというインセンティブが働かないため」が18.2%(同25.2%)、などが続いた。第2位と第3位が前回と逆転しているものの、上位3者は前回調査時と同じ項目であった。

## ■個人投資家向けIR活動 —— 若年株主の開拓が喫緊の課題との共通認識

IR実施企業においては、個人投資家向けIR活動を「実施している」割合が74.5%、「実施していない」割合が25.1%、という内訳であった。

前問で、個人投資家向けIR活動を実施している企業に、現在の活動内容を聞いた。

「株主向け報告書の充実」が70.1%(前回[2019年] 64.7%)と最大で、「Webサイトに『個人投資家の皆様へ』といったコーナーを設けたり、個人投資家を意識したサイト造りを行う」が49.2%(同49.6%)、「個人投資家向け会社説明会の開催」が48.4%(同39.6%)で、前回と同じ順位であった。

同じく、個人投資家向けIR活動を実施している企業に、その実施目的を聞いた。

「長期保有株主を確保するため」が68.4%(同75.3%)、「個人株主数を増やすため」が58.1%(同56.8%)、「自社の知名度・認知度を向上させるため」が57.3%(同53.3%)、などが上位3者に並んだ。順位や割合はいずれも、前回調査時と類似した結果となった。

さらに、個人投資家向けIR活動を実施している企業に、効果測定の日安とする項目を聞いた。

「個人投資家の株主数構成」が46.7%(同49.5%)、「個人投資家の持株比率」が45.1%(同34.5%)、「個人投資家向けアンケートの結果」が35.9%(同37.8%)で、上位3者が比較的僅差で並んだ。前回調査時とは第2位と第3位が逆転しているが、上位3者は重なる結果となった。

加えて、個人投資家向けIR活動を実施している企業に、課題と認識している事柄を聞いた。

「証券会社等が主催する個人投資家向けイベントでは、来場者は高齢者が中心となる。彼らがそう遠くない先に株式市場から退出することを見通せば、この方式の継続は効果が薄れていくことが懸念される」が43.7%、「個人投資家全般の若返りが重要課題と認識しており、若年層への情報発信を強化したい意向がある。但し、SNSなど若者に親和性の高い情報媒体は安全性に問題があり、当面はコンテンツの差別化に注力していく」が28.8%、などが上位に挙げられた。若年株主の開拓が、個人投資家向けIR活動の喫緊な課題として、企業全般に共有されているようだ。

#### ●日本IR協議会の事業への参加 —— 約50%の企業が参加経験あり

調査回答企業のうち、日本 IR 協議会の事業に参加、またはサービスを利用したことが「ある」企業の割合は、50.5%(前回[2020年] 54.7%)であった。

「ある」と回答した企業に内容を尋ねると、「IR 基礎講座、実務講座、専門講座、優良企業講座」が 75.6%(同 71.9%)で最大となり、「IR セミナー」が 70.1%(同 73.6%)、「IR カンファレンス」が 46.8%(同 44.3%)、「IR サークル」が 29.6%(同 29.7%)、などが続いた。