

## 「IR活動の実態調査2001」結果概要

### 全体の8割がIR活動を実施

日本インベスター・リレーションズ（IR）協議会（会長：歌田勝弘味の素相談役）は、第8回「IR活動の実態調査」を2001年4月に実施した。今回は調査対象を全株式会社（3491社）に拡大し、米SEC（証券取引委員会）による「レギュレーションFD」や、「風説の流布」についての質問を新しく加えている。

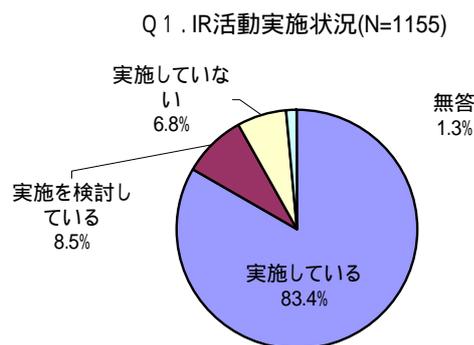
調査は今年3月から4月にわたって実施し、1155社の回答を得た（回答率33.1%）。このうち日本IR協議会会員企業は282社、非会員企業は873社である。

調査対象が異なるため厳密には難しいが、参考数値として昨年の調査結果とも比較した。

#### 調査結果の要約

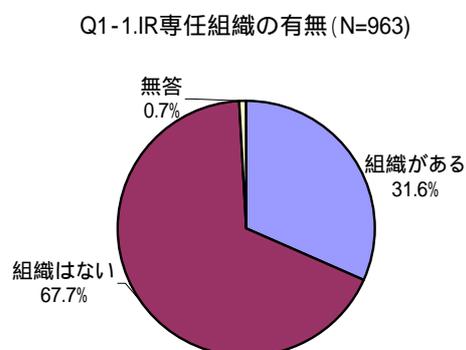
##### ○IRの実施状況 積極的な取り組み

IR活動を「実施している」と答えた企業は、全体の83.4%にのぼった。「実施を検討している」（同8.5%）企業と合わせると、全体の91.9%がIRに積極的だといえることができる。



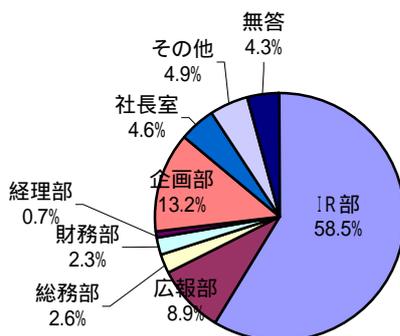
##### ○IRの組織 - 専任部署、担当者とも拡充の方向へ

IR実施企業のうちIRの専任部署があると答えた企業は31.6%で、昨年の24.1%を上回っている。



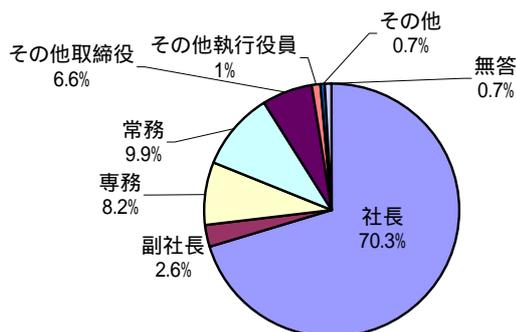
専任部署のうち58.6%が「IR」という名称を持つ。

Q1-2-a.IR専任部署(N=304)



専任者の人数は、「2人」が最も多く、昨年回答の多かった「1人」から倍増した。IR担当役員は「置いていない」という回答が専任部署を持つ企業の58.6%だが、「置いている」企業も徐々に増えている。業務報告は「社長まで」という企業が70.4%を占める。

Q1-2-d.業務報告の段階(N=304)



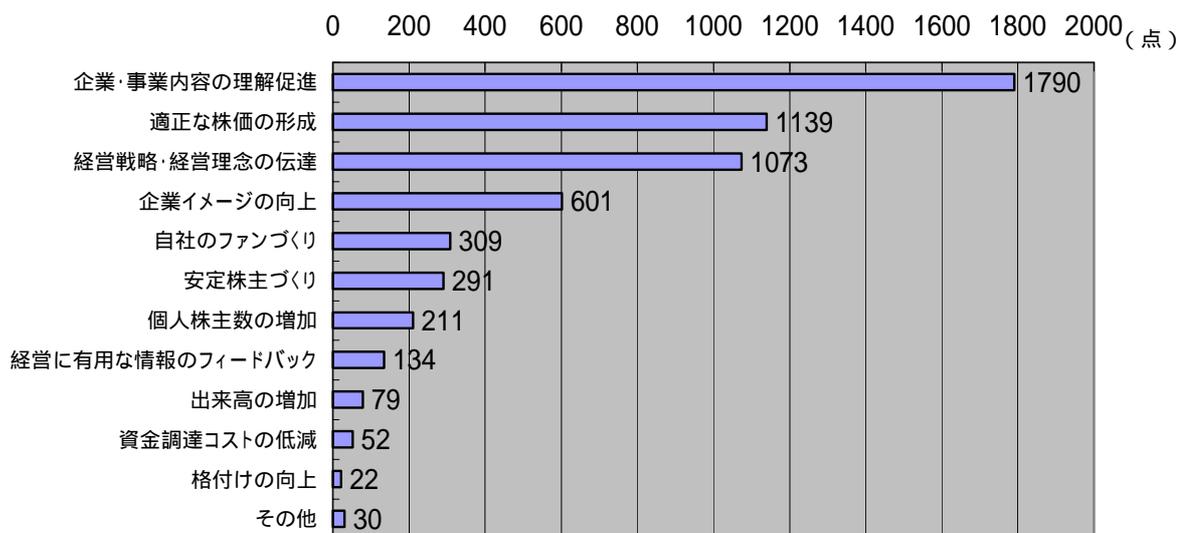
専任部署がないと答えた企業はIR実施企業の67.7%あった。主管部署は総務部（専任部署がない企業の26.8%）、企画部（同25.5%）、広報部（同18.3%）が多い。IR業務に携わる時間は全体の業務の「3割未満」が55.5%だが、昨年に比べて「3～5割」という回答が増えている。社長に報告する企業は64.6%だった。

今年は専任部署の設置が進み、トップに近い組織でIR活動が進んだことがうかがえる。

#### IRの目標 - - 根強い「理解促進」目標

IR実施企業にIRの目標を11項目の中から順位をつけて3つまで選んでもらった。1位に3点、2位に2点、3位に1点を傾斜配分して得点順に並べると、1位は「企業・事業内容の理解促進」（1790点）、2位は「適正株価の形成」（1139点）、3位は「経営戦略・経営理念の伝達」（1073点）となる。昨年と比べてベスト3に変化はなかった。

Q2.IR活動の目標としている点(N=963)



### 株主重視の姿勢 - - トップによる I R 活動が浸透

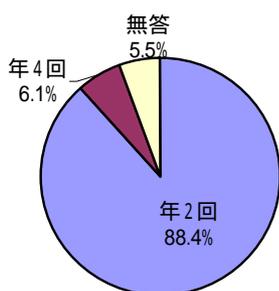
株主重視姿勢の表明について、「経営トップによる I R 活動」を重視する企業は全体の 90.6%。I R の業務報告の状況と合わせてみると、企業の中に「I R はトップの仕事」という認識が広まったことが理解できる。

「資産効率を重視する各種指標の明示」を実行する企業は 66.1%あり、R O E（株主資本利益率）の目標数字などを掲げる企業が多い。

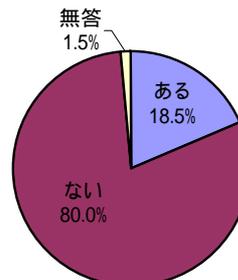
### I R ツール - - 説明会の補足資料やニュースリリースを充実

決算の頻度やそれ以外の自主的な開示状況について聞いてみた。連結決算の開示状況は、「年 2 回」が全体の 88.4%。「年 4 回」はまだ少ない。しかし決算時以外に月次情報を開示する企業は 18.5%ある。

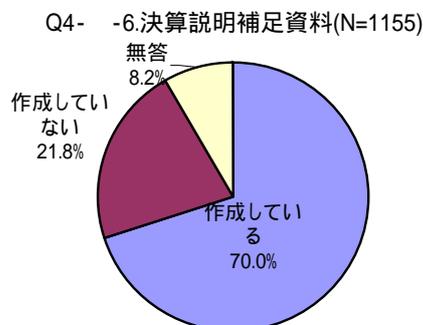
Q4- 連結決算の開示状況(N=1155)



Q4- 決算時以外の月次開示情報(N=1155)

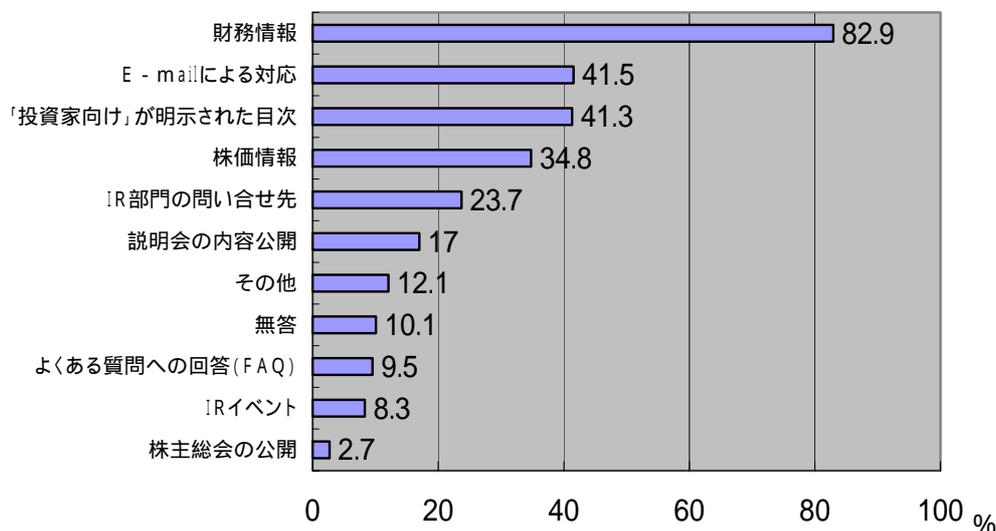


IRツールでは、「決算説明補足資料」(70%)、「ニュースリリース」(68.7%)を作成する企業の割合が昨年に比べて大きく増加した。これらの資料は、ホームページでも公開されている場合が多い。したがって、定量・定性の両面から説明資料を充実させ、ネットを通じて広範囲に知らせようという動きが読み取れる。



インターネットで何らかのIR情報を開示している企業は89.9%に達する。内容としては、「財務情報」(82.9%)、「E-mailによる対応」(41.5%)、「投資家向けが明示された目次」(41.3%)、「株価情報」(34.8%)が中心で、「説明会の内容公開」は、昨年に比べて約2倍に増えたものの、17%という実施率にとどまった。

Q4 インターネットが開示しているIR情報(N=1150)



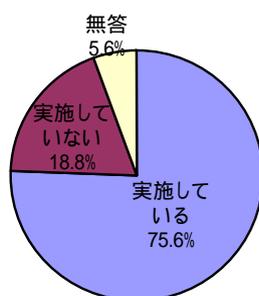
「財務情報」は、数年にわたって掲載している企業が目立つ。「アニュアルレポート」をネットで公開している企業の47.5%、「決算短信」を公開している企業の37%が「3期以上」の数値を載せている。

説明会をネット上で公開する場合のタイミングは、「翌日以降」(公開している企業の70.9%)が中心で、同時公開する企業はまだ少ない。公開後は、「一定期間公開」(同73.1%)する方法が主流だといえる。

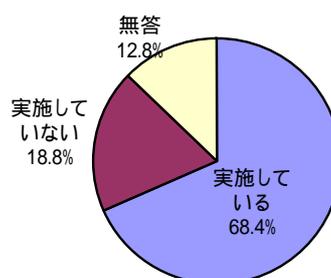
説明会の状況 - - 社長は年2回の決算説明会に出席 - -

説明会や面談では、「決算説明会」（全体の75.6%）、「個別面談」（68.4%）、「会社説明会」（45.9%）、「証券会社などが主催する説明会」（30.5%）などが柱となっている。その後、「会社施設見学会」（28.7%）、「海外説明会」（15.8%）、「証券会社の個人営業部員向け説明会」（15%）と続く。

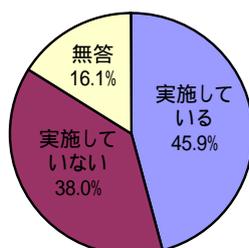
Q4- -1.決算説明会(N=1155)



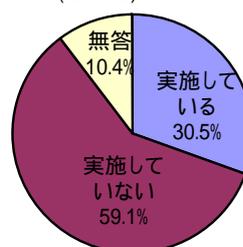
Q4- -4.個別面談(N=1155)



Q4- -2.会社説明会(N=1155)



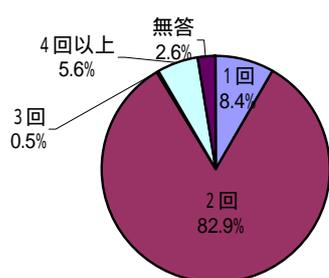
Q4- -5.証券会社などが主催する説明会(N=1155)



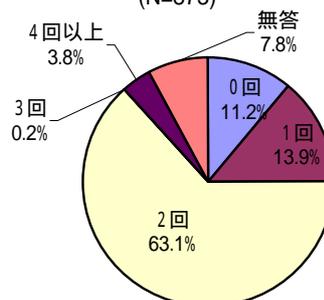
決算説明会以外のテーマを扱った「会社説明会」を対象別にみると、「アナリスト・機関投資家向け説明会」の実施率が43%、「アナリスト向けスモール・グループ・ミーティング」が38.2%、「個人投資家向け説明会」が10.3%という結果だった。昨年に比べると、アナリスト・機関投資家向けが若干減少し、個人投資家向けが逆に上がっている。

頻度やトップの関与度はどうか。決算説明会を開催した企業のうち82.9%が「年2回」開催している。社長の出席頻度も「2回」が最も多く、63.1%を占めた。本決算と中間決算の機会をとらえて説明会を開催する手法が定着したといえる。

Q4- -1-1.年間発行回数 / 決算説明会  
(N=873)



Q4- -1-2.社長出席回数 / 決算説明会  
(N=873)



会社説明会は「年2回」（説明会開催企業の28.7%）か「年1回」（同28.1%）が一般的だが、「年4回以上」という回答も23.6%あった。社長の出席は「年1回」（同33%）のケースが多い。

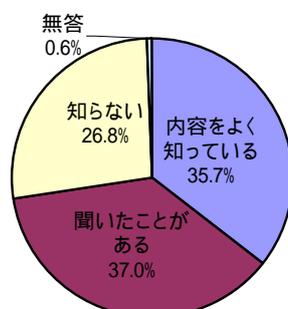
「海外説明会」の実施率は15.8%。頻度は、海外で説明会を設ける企業の46.2%が「年1回」だが、「年2回」実施の企業も32.4%ある。社長の出席回数も「年1回」が46.2%、「年2回」が23.6%だが、昨年と比べると、開催頻度、社長出席ともに「年2回」の回答が増えている。

情報開示の公平性確保 - ネットを通じた説明会の公開進む

2000年10月に米SEC（証券取引委員会）が施行した「レギュレーションFD」をきっかけに、IR活動が変わったかどうかを聞いてみた。

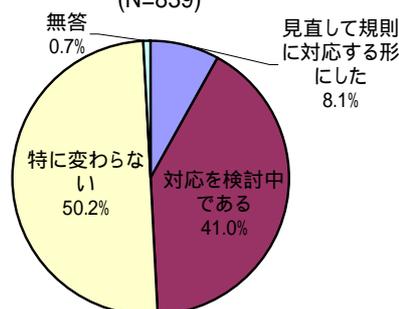
「レギュレーションFDの内容をよく知っている」という回答は、全体の35.7%。「知らない」という回答が26.8%あり、認知度は必ずしも高くないことがわかった。

Q5- .レギュレーションFDの認知状況(N=1155)



「内容をよく知っている」「聞いたことがある」と回答した企業のうち、「IR活動を規則に対応する形にした」企業は8.1%にとどまる。「特に変わらない」という企業が50.2%を占めるが、「対応を検討中である」という回答も41%あり、規則は日本企業にも影響を及ぼしている。

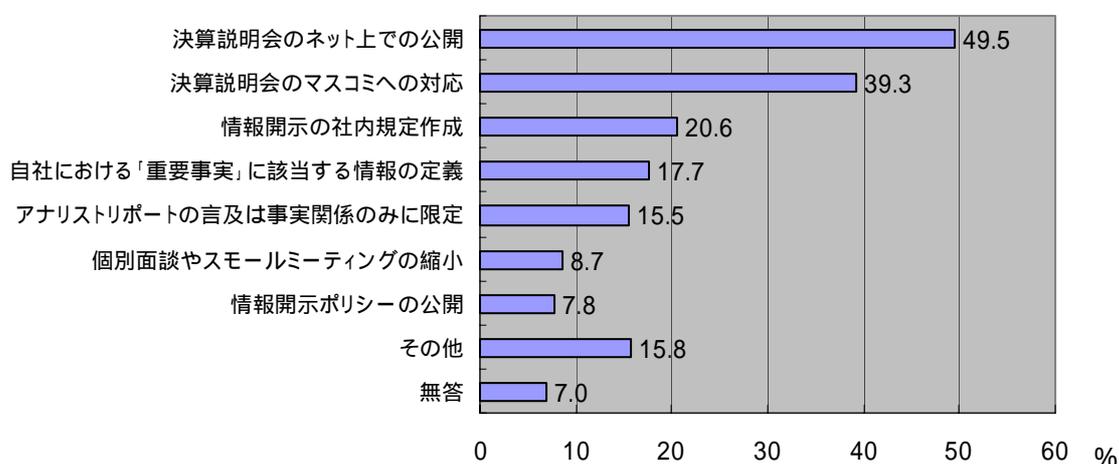
Q5- .レギュレーションFD施行後のIR活動見直し  
(N=839)



レギュレーションFDは、機関投資家と個人投資家の情報格差を縮めることが目的だが、実際にはアナリスト間での情報格差も大きいといわれる。どちらの格差是正に重点を置いたかを聞いたところ、IR活動を見直した企業のうち69.2%が「個人投資家と機関投資家の情報格差是正」と回答。しかし、「アナリスト間での情報格差是正」（同12.4%）、「どちらともいえない」（15.5%）という回答もあり、狭い範囲での「公平性」確保で十分とする企業もある。「完璧に公平な開示は無理である」「規則を曲解した企業が情報開示を後退させている」という指摘もあるが、原則的には「個人投資家と機関投資家との情報格差是正」を目指さないと、「公平性」は実現されないだろう。

具体的に取りられた活動としては、「決算説明会のネット上での公開」（対策を始めた企業の49.5%）、「決算説明会のマスコミへの対応」（同39.3%）など、レギュレーションFD施行後の米国企業と同じような反応が見られる。

Q5 IR活動見直しの具体的内容(N=412)

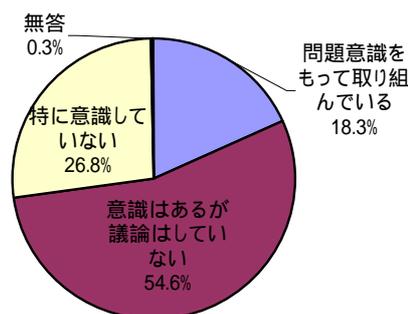


#### 風説の流布への対応 - - インターネット上のうわさをチェック

IR活動は、情報開示のみならず情報管理まで範囲を広げつつある。最近、インターネット上での「風説の流布」が問題とされているため、企業としての対応を聞いてみた。

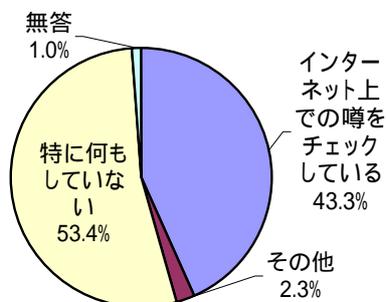
「風説の流布」に対して「問題意識を持って取り組んでいる」のは全体の18.3%。「意識はあるが議論はしていない」（54.6%）、「特に意識していない」（26.8%）企業が圧倒的だ。実際、ほとんどの企業が「風説の流布に該当するトラブルに巻き込まれたことはない」（95.2%）と答えている。

Q6- .「風説の流布」への取組状況(N=1155)

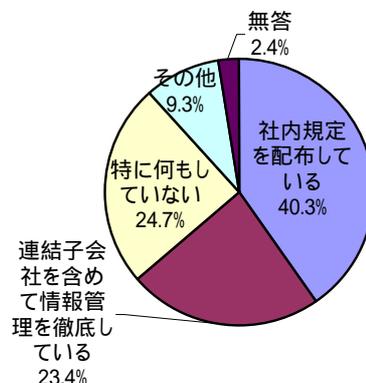


しかし「インターネット上のうわさをチェックしている」企業は43.3%あり、可能な範囲で調査はしておこうという考えのようだ。従業員の情報開示に対する意識を高めるために「社内規定を配布している」企業も40.3%ある。

Q6- 「風説の流布」対策の実施状況 (N=1155)



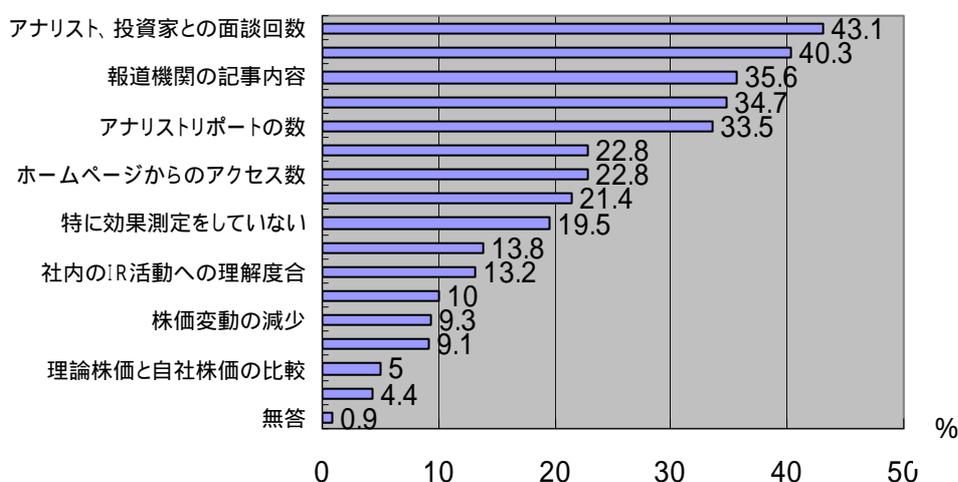
Q6- 従業員の情報開示に対する意識を高めているか (N = 1155)



### IRの効果測定 - アナリストのカバー率で評価

「効果測定をしていない」という企業を除くと、IR実施企業の約80%が効果測定の指標を設けている。上位には「アナリスト、投資家との面談回数」(43.1%)、「報道機関の記事内容」(35.6%)、「株式の売買高」(34.7%) - - が並んでいる。昨年に比べて回答が増えたのが「アナリスト、投資家との面談回数」、「アナリストレポートの数」(33.5%)で、自社をカバーするアナリストを増やそうという企業の意思が読み取れる。「ホームページからのアクセス数」(22.8%)も注目されており、インターネットへの期待が表れている。

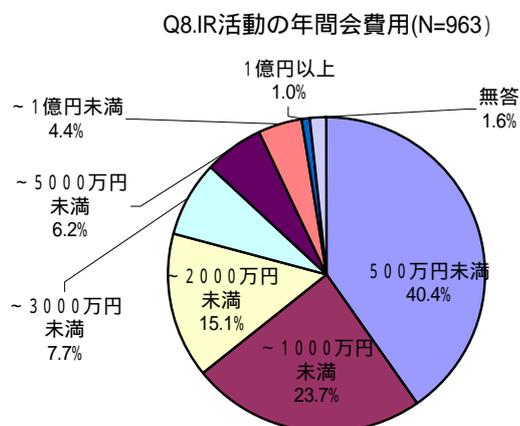
Q7. IR活動の効果測定指標 (N = 963)



「株主数」と答えた企業は22.8%だが、うち8割が「個人」、2割が「外国人」の数で効果を測っている。昨年の6割が個人、4割が外国人という割合に比べ、個人株主への注目度が上がったといえる。

### IRの年間費用 - - ゆるやかながら上昇

IR活動にかかる年間費用は「500万円未満」がIR実施企業の40.4%と最も多い。以下「500万円以上1000万円未満」(23.7%)、「1000万円以上2000万円未満」(15.1%)と続く。順位は昨年と変わらないが、より高額層への回答が増えていることから、ゆるやかながらIR予算が上昇基調にあるといえる。

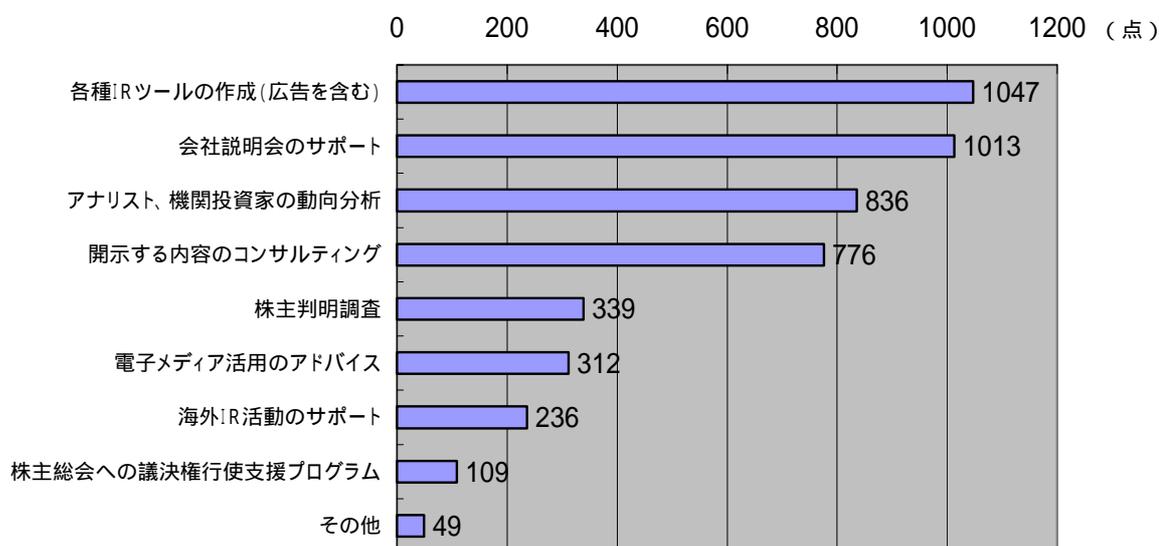


### IR支援会社の利用 - - ツール作成などのサポートを要望

IR実施企業の45.1%がIR支援会社を利用している。利用している企業に、IR支援会社に期待する項目を1位から3位まであげてもらった。1位に3点、2位に2点、3位に1点を傾斜配分して集計すると「各種IRツールの作成」(1047点)、「会社説明会のサポート」(1013点)、「アナリスト、機関投資家の動向分析」(836点)が上位に並び、「開示する内容のコンサルティング」(776点)、「株主判明調査」(339点)、「電子メディア活用のアドバイス」(312点)と続く。

ツール、説明会というIR手法のサポートを望む声が多いが、インターネットなど新しいメディアの活用について指導してほしいという要望も強いようだ。

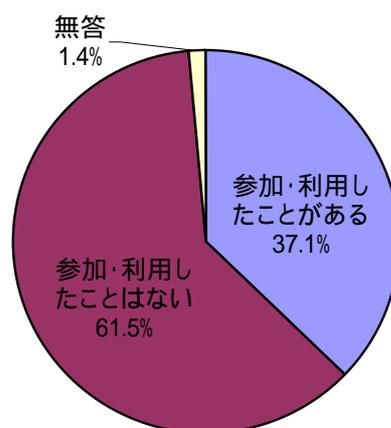
Q10.IR支援会社に期待する点(N=963)



### 日本IR協会への参加 - - セミナーに積極参加

日本IR協会への参加経験がある企業は全体の37.1%。具体的な利用状況は「IRセミナーなど」(85.8%)が多く、「IR入門講座、実務講座、専門講座」(48.3%)、「IR大会」(38.5%)と続く。IRを学ぼうという企業の意欲が表れている。

Q11.日本IR協会への参加・利用状況  
(N=1155)



Q11.日本IR協会セミナー-研修等参加利用状況(N=429)

