

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、2023 年 4 月、第 30 回「IR 活動の実態調査」の結果をまとめた。

2023 年 1 月現在の全株式上場会社 4,023 社に対し、1 月 24 日から調査サイトをオープンし、3 月 7 日までに 1,061 社から回答を得た(回収率 26.4%)。回答企業の内訳は、日本 IR 協議会会員企業が 391 社(同 67.6%)、非会員企業が 670 社(同 19.4%)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、2021 年に再改訂されたコーポレートガバナンス・コードへの対応進展度合いや東京証券取引所の市場区分見直しへの対応などに焦点を当てた。

今回の結果を総括すると、非財務情報開示を中心とする IR 活動が進んだと言えよう。その背景には、サステナビリティ情報開示の制度導入や、上場企業における気候変動対応の重要度が増したことなどが考えられる。非財務情報の開示が進み、統合報告書の作成企業の割合も増加している。

以下、項目ごとに調査結果の要点を紹介する。

IR 活動の実施企業は回答企業の 95.2%と極めて高い水準となった。IR への経営トップの関与は進んでおり、「本決算ないし中間決算説明会」に経営トップが関与する割合が 90%を超えた。さらに、経営トップの資本コストに対する意識も強くなっている。

コーポレートガバナンス・コードの再改訂項目への対応の進展は顕著であった。コーポレートガバナンス・コードの再改訂のポイント 15 項目のうち 14 項目で実施企業の割合が増加した。

インターネットを用いた株主総会の比率が高まっている。株主総会において、インターネット上で議決権行使ができる企業の割合、及びハイブリッド型バーチャル株主総会を開催した企業の割合が増加した。

東京証券取引所の新市場区分導入に伴う上場維持基準については、導入年(2022 年)と比べて重点的に取り組んだ項目として「流通株式時価総額」をあげる企業が 31.6%となった。依然として、「流通株式時価総額」への対応を課題と考える企業が多いようである。

非財務情報開示は進んでいる。ただし、開示の重要性を認識しつつも開示できていない企業が多い項目として、「リスクの認識とそのマネジメント」と「事業戦略の強化」があった。企業の説明力の強化が問われる。

統合報告書の作成企業の割合が前回より 10.8 ポイントの大幅増となった。一方で、社内リソースの制約から作成できていない企業も多い。

国内 IR イベントのうち、実施比率は、「本決算説明会」、「中間決算説明会」、「ワンオンワンミーティング」、「スモールミーティング」の順となった。リモート開催が主流となっている中、スモールミーティングやワンオンワンミーティングは実開催の割合が高くなっている。会合の内容や目的に応じて、リモート開催と実開催の両方式が使い分けられたものと考えられる。

企業の本邦アナリスト・機関投資家の取材受け入れと訪問の回数は年間 50 件以下の企業が大半という結果となった。中小型株企業に対するアナリスト・投資家の面談回数が多いことがうかがわれる。

海外投資家向け IR は、経営トップ、CFO、IR 関係者で地域別の力点が異なっていた。また、資本市場での注目度の変化が、コンタクト件数の増減に影響が大きいという結果となった。

個人投資家向け IR 活動は、説明会などのイベントを開催する企業は多くなかった。調査時期は、まだコロナの影響も残っていたため、イベント開催に慎重に対応したものと思われる。

調査結果要約

(注) 以下の設問において、●印は昨年 2022 年も実施した調査、■印は前回は 2021 年にあたる調査、

◆印は今回 2023 年に新たに実施した調査である

1. IR活動実施状況について Q1～Q5

●IR 活動の実施状況 —— 実施企業は約 95%と極めて高い水準

全回答企業 1,061 社のうち、IR 活動を「実施している」との回答は、1,010 社・95.2%(前回は全回答企業 1,047 社のうち 1,013 社・96.8%)で、極めて高い水準を維持した。

■IR活動の目標 —— 「株主・投資家との信頼関係構築」など3項目がIR活動の3大目標

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83.2%(前回85.2%)と最大で、「企業・事業内容の理解促進」が83.1%(同83.0%)、「適正な株価の形成」が78.8%(同75.7%)と、上位3項目の割合が80%前後となった。新たに選択肢に追加した「機関投資家の持株比率の向上」は33.7%となった。

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42.8%(同44.3%)、「目標などを、IRサイトや統合報告書などに明示している」が38.3%(同35.4%)、新たに選択肢に追加した「目標などについてIRサイトや統合報告書などで経営者が自分の言葉で語っている」が36.2%で続いた。

■経営トップの関与 —— 決算説明会への関与は90%超に、投資家対応・報道機関への対応が続く

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91.0%(前回89.6%)と最大で、割合が90%を超えた。「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52.3%(同50.4%)、「報道機関の取材対応」が50.8%(同49.8%)と続いた。

経営トップがIRに関与している企業に、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、「対話で得た知見を役員や取締役と共有し、ディスカッションするようになった」が55.9%(同55.6%)、「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47.3%(同45.0%)、「株主・投資家への説明責任を果たすことを説明会などで明言し、他の役員も含めて質疑応答するなど、開示と対話が積極的となった」が47.1%(同50.3%)と続いた。一方、「自社の資本コストを上回る収益率や適正株価、妥当なPBR、PER、株主構成などを意識するようになった」が42.1%(同34.9%)と、前回より7.2ポイントの増加となった。コーポレートガバナンス・コード(以下、「CGコード」)の再改訂もあり、経営トップが資本コストをより強く意識するようになっていると言えよう。

経営トップがIRに参加・関与している企業に、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54.6%(同55.3%)、「半月に1回程度」が16.5%(同16.9%)、「月に1回程度」が16.1%(同14.6%)で続いた。

◆経営トップの株主構成の目標に対する意識—半分以上の経営トップが株主構成の目標を意識

経営トップがIRに参加・関与している企業に、株主構成の目標の意識の有無を聞くと、「はい」が54.4%、「どちらともいえない」が38.2%、「いいえ」が6.6%となった。

●IR活動のフィードバック — 社内でのIRに関する情報共有が進んでいる

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66.1%(前回63.8%)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52.9%(同56.6%)、「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41.0%(同41.0%)で続いた。

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内容を聞くと、「株主・投資家などとのミーティングの内容」が86.4%(同86.5%)、「IRで得られた情報のフィードバック」が79.9%(同81.9%)、「株主・投資家の経営計画に対するコメント」が65.7%(同67.3%)であった。

IR実施企業に、社内のIR関連情報を収集するための関連部署との年間会合回数を聞くと、「定期的な会合は開いていない」が、42.1%(同45.4%)と最大であった。回数別には「15回以上」が20.2%(同18.6%)、「3～4回」が13.3%(同13.4%)、「10～14回」が11.3%(同8.3%)と、ややばらつきが見られた。

2. スチュワードシップ・コードやコーポレートガバナンス・コードを意識した取り組み・株主総会・東証の上場維持基準について Q6～Q11

●両コードを意識した対話の進展状況 — 投資家との対話が進展

CGコードの再改訂後2年弱が経過し、IR実施企業に対し、企業の持続的成長を目的とした機関投資家との対話が、それ以前と比べて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52.5%(前回48.8%)と過半数の回答となった。CGコードの再改訂の影響が浸透し、投資家との対話が進展していることがうかがわれる。

●CGコード再改訂の主なポイントに対する対応状況 — 15項目中14項目で実施割合が増加

IR実施企業に、CGコード再改訂の主なポイントに対する対応を聞いた。「社外取締役と株主との面談の実施」を除き、15項目中14項目で「実施している」及び「実施しているが実効性の面で改善の余地がある」を選択した企業の割合が増加した。

プライム市場上場企業を対象としている設問を除き、「実施している」の割合を見てもみる。

「取締役会の機能発揮」に関する4設問(Q7-①～④)の実施率は69.3%から82.6%(同57.9%から79.5%)の範囲となり総じて高かった。特に、「経営戦略に照らして取締役会が備えるべきスキル(知識・経験・能力)と、各取締役のスキルとの対応関係の公表」(Q7-③)が72.7%(同57.9%)と前回より14.8%

イント増加したのが目立った。

「企業の中核人材における多様性の確保」の2設問(Q7-⑤⑥)及び「取締役会の構成におけるジェンダーや国際性、職歴、年齢の面における多様性の確保」(Q7-⑫)のダイバーシティに係る3設問の実施率は43.3%から46.3%(前回はいずれも41%台)の範囲となり、実施率は上昇しているものの、いずれも50%以下となり、対応があまり進んでいない状況がうかがわれた。

「サステナビリティについて基本的な方針を策定し自社の取組みを開示」(Q7-⑦)は64.6%(同54.9%)と前回より9.7ポイント増加した。

「事業ポートフォリオに関する基本的な方針や事業ポートフォリオの見直しの状況の開示」(Q7-⑭)が38.5%(同34.5%)、「社外取締役と株主との面談の実施」(Q7-⑬)が15.1%(同15.1%)と実施企業の割合が低かった。

プライム市場上場企業を対象としている設問に関しては、「実施対象に該当しないため、対応しない」と回答した企業を除いた企業数を100%として、実施企業の割合を求めた。上位から「プライム市場上場会社において、議決権電子行使プラットフォーム利用の促進」(Q7-⑩)が82.0%(同69.3%)、「プライム市場上場会社において、英文開示の促進」(Q7-⑪)が64.8%(同58.5%)、「プライム市場に上場する『子会社』において、独立社外取締役を過半数選任または利益相反管理のための委員会の設置」(Q7-⑨)が49.3%(同34.4%)、「プライム市場上場企業において、TCFDまたはそれと同等の国際的枠組みに基づく気候変動開示の質と量を充実」(Q7-⑧)が44.3%(同24.8%)となった。いずれの設問においても実施率が上昇しており、特に気候変動開示への対応が前回より19.5ポイント増加し対応が進んでいることが分かった。

■両コードを意識した開示や説明会開催の進展 —— 全項目にわたり実施企業の割合が増加

IR実施企業を対象に、体制整備のほか、ウェブサイト、統合報告書、説明会などにおいて、SSコードやCGコード意識した、具体的な取り組みの進展について聞いた。

「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76.6%(前回67.2%)と最大であった。「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49.9%(同31.7%)、「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45.5%(同37.1%)、が続いた。その他以外の全項目にわたり実施企業の割合が増加しており、両コードを意識した取り組みが進んでいることがうかがわれる。

●コーポレートガバナンス改革と課題 —— 結果に大きな変化は見られない

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(SSコード、CG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(ESG関連情報など)を用い、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70.9%(前回73.6%)、「外部(投資家、資本市場など)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、社内で十分に検討すること」が64.5%(同66.2%)、「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61.3%

(同60.7%)で続いた。結果に大きな変化は見られなかった。

■株主総会に関わる活動 —— ネット上での議決権行使やオンライン株主総会の実施割合が増加

IR実施企業に、株主総会への取り組みを聞いた。

「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慮して送付したりウェブサイトに掲載している」が73.0%(前回72.4%)と最大で、「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71.1%(同57.5%)、「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充実させている」が68.1%(同62.8%)で続いた。また、「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」が24.7%(同8.2%)と、割合は高くはないものの活用している割合が大きく上昇した。

●東京証券取引所の上場維持基準への対応—— 取り組みが進捗したことがうかがわれる

東京証券取引所上場企業に、新市場区分の上場維持基準に対し、導入年(2022年)と比べてさらに重点的に取り組んだ項目を聞いた。

上位から「流通株式時価総額(プライム市場:100億円以上、スタンダード市場:10億円以上、グロース市場:5億円以上)」が31.6%、「流通株式比率(プライム市場:35%以上、スタンダード市場・グロース市場:25%以上)」が16.8%、「売買代金、売買高(プライム市場:平均売買高0.2億円以上、スタンダード市場・グロース市場:月平均10単位以上)」が16.2%、「流通株式数(プライム市場:20,000単位以上、スタンダード市場:2,000単位以上、グロース市場:1,000単位以上)」が12.8%となった。導入年(2022年)と比べて重点的に取り組んだ項目として「流通株式時価総額」をあげる企業が31.6%となった。依然として、「流通株式時価総額」への対応を課題と考える企業が多いようである。

3. 非財務情報開示、ESG投資への対応 Q12~Q16

●非財務情報開示、ESG投資への対応 —— ESGなどの非財務情報の開示が進む

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68.5%(前回61.2%)、「実施していない」が16.9%(同20.0%)、「どちらともいえない」が11.6%(同15.9%)となった。実施しているとの回答が前回より7.3ポイント増加しており、開示が進んでいることがうかがわれる。

この中で、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、投資家が理解しやすい情報を開示している」が80.7%(同64.3%)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62.9%(同57.1%)、「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49.4%(同44.9%)で続いた。その他以外の全項目で前回よりも実施企業の割合が増加しており、経営戦略と絡める開示を中心に、取り組みが進んでいることがうかがわれる。

IR実施企業に、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82.0%(同82.0%)、「持続的な成長に向けた取り組み」が80.8%(同81.3%)、「事業戦略

の強化」が75.6%(同75.7%)、「リスクの認識とそのマネジメント」が71.6%(同70.3%)、「ビジネスモデル」が68.9%(同70.2%)、「コーポレートガバナンスによる規律づけ」が67.3%(同66.7%)と6者が高い比率となった。

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83.1%(同83.2%)、「持続的な成長に向けた取り組み」が61.6%(同57.8%)、「ビジネスモデル」が59.7%(同59.1%)、「コーポレートガバナンスによる規律づけ」が58.9%(同53.8%)、「リスクの認識とそのマネジメント」が54.3%(同48.6%)、「事業戦略の強化」が51.2%(同46.3%)となった。「リスクの認識とそのマネジメント」と「事業戦略の強化」は、開示が重要と考えられているものの実際に開示している企業の割合は50%強にとどまった。

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44.6%(同41.3%)、「ESGの情報開示に関するガイドライン、例えば、TCFD、旧IIRC、価値協創ガイダンスなどを活用して対話を進めている」が35.6%(同26.8%)、「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29.7%(同28.9%)となった。「ESGの情報開示に関するガイドライン、例えばTCFD、旧IIRC、価値協創ガイダンスなどを活用して対話を進めている」が前回より8.8ポイント増加しており、TCFDなどに関する開示が進んでいることがうかがわれる。

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際に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60.4%(同60.5%)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53.1%(同56.2%)、「IR部門だけでは対応しきれない内容・量であること」が48.8%(同47.7%)で続いた。ESG情報と本業のビジネスとの関係や経済的貢献とを関連づける開示を課題と考えている企業が多い。

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81.9%(同78.8%)、「いいえ」が11.2%(同14.0%)となった。連携の体制は前回よりもやや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、「企画、経営企画などの部門」が68.7%(同65.2%)、「総務部門」が61.1%(同56.5%)、「サステナビリティ部門」が58.6%(同52.4%)、「広報部門・コーポレートコミュニケーション部門」が55.7%(前回は、「広報部門」が43.6%、「コーポレートコミュニケーション部門」が19.0%)など、コーポレート部門との関係が密接となっている。現業部門では、「営業部門」が33.3%(同35.1%)、「研究・開発・知的財産管理部門」が29.7%(同30.5%)、「製造部門」が24.9%(同23.7%)で、現業部門との連携はあまり進んでいない印象である。

4. 統合報告書と関連する取り組みについて Q17

■統合報告書 ―― 作成企業の割合が大幅に増加

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43.9%(前回33.1%)、「作成して

いない」が55.9%(同65.4%)となった。作成企業の割合は、前回より10.8ポイントもの大幅な増加となった。

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94.1%(同91.0%)、「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89.4%(同89.5%)、「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80.4%(同86.1%)となった。「自社のグループ社員に読んでもらうことで、企業価値向上への意欲を促し、その実現につなげるため」が75.2%(同69.0%)と前回より6.2ポイント増加し、社員向けの用途もより意識されるようになっている。

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内容を聞いた。

「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50.6%(同43.3%)、「求められる項目をカバーしようとする、項目によっては内容が薄くなってしまうこと」が40.9%(前回は選択肢なし)、「社内横断的プロジェクトであり、社内の合意や社内調整が困難であること」が37.2%(前回は選択肢なし)で続いた。新たに選択肢に入れた2者が第2位と第3位となった。

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88.7%(同89.8%)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62.8%(同61.9%)、「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45.6%(同46.4%)で続いた。

統合報告書を作成していない企業に、その理由を聞いた。

「作成に向けた人的リソースなどの社内リソースが不足しているため」が56.6%(前回は選択肢なし)、「統合報告書に記載する内容(価値創造ストーリー、マテリアリティの特定等)の整理ができていないため」が39.3%(前回は選択肢なし)、「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28.7%(同39.6%)、「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27.8%(同32.6%)で続いた。作成しない理由として、社内リソースの不足及び記載する内容の整理ができていないことが、新たに浮かび上がった。

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42.7%(同44.0%)、「ある(検討中を含む)」が37.0%(同34.7%)、「ない」が17.9%(同18.8%)となった。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わずかに増加した。

◆統合報告書の作成時期 —— 日本語版の作成時期は事業年度終了後5ヶ月から7ヶ月後が多い

統合報告書を作成している企業に、発行時期を聞いた。

日本語版については、「事業年度終了後6ヶ月後」が33.6%、「事業年度終了後5ヶ月後」が19.0%、「事業年度終了後7ヶ月後」が17.8%となった。事業年度終了後5ヶ月後から7ヶ月後の間に作成している企業が約70%という結果となった。

英語版については、「事業年度終了後8ヶ月後」が21.4%、「事業年度終了後9ヶ月後以降」が20.5%、「事業年度終了後6ヶ月後」が19.6%、「事業年度終了後7ヶ月後」が17.6%となった。英語版の作成は

日本語版より数ヶ月遅れているようだ。英語版は作成していないという企業も8.8%あった。

◆統合報告書と有価証券報告書の位置づけ —— 統合報告書などを投資家との対話に活用

統合報告書を作成している企業に、統合報告書と有価証券報告書の位置づけについて聞いた。

「有価証券報告書で説明しきれない企業価値向上ストーリーなどを統合報告書などで説明し、投資家との対話に活かしている」が79.2%、「有価証券報告書で開示する情報を、投資家向け説明会や統合報告書でも活用している」が51.2%、「有価証券報告書作成に関わる部門とIR部門が連携し、作業工程の効率化などを進めている」が39.7%となった。有価証券報告書で説明しきれない内容を統合報告書などで説明し投資家との対話に活用することが取り組みの中心となっている。

5. 国内IRイベントおよびツールについて Q18~Q22

◆決算説明会の開催回数・決算説明会プレゼン資料作成回数 —— 年2回と年4回に大きく分かれる

IR実施企業に、直近決算期1年間における国内決算説明会の開催回数及び決算説明会プレゼン資料の作成回数を聞いた。

国内決算説明会の開催回数は、「年2回開催」が52.5%、「年4回開催」が30.5%となった。決算説明会プレゼン資料の作成回数は、「年4回作成」が50.0%、「年2回作成」が39.1%となった。

■国内IRイベント —— 決算説明会はリモート開催が主流に

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、開催方法及びウェブでの公開の有無を聞いた。

IRイベントのうち、実施している比率は、「本決算説明会」が91.5%、「中間決算説明会」が82.9%、「ワンオンワンミーティング(経営層との個別面談)」が65.7%、「スモールミーティング」が46.4%の順となった。

当該4イベントで、対象者の多い「本・中間決算説明会」はリモート開催が中心であるのに対し、対象者が限定されている「スモールミーティング」、「ワンオンワンミーティング」は、「実開催またはリモート開催(含む併用開催)」の割合が高くなっている。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。

◆IRサイトに公開されている内容・形式 —— プレゼンテーション資料はほとんどの企業が公開

決算説明会をウェブに掲載している企業に、IRサイトの公開内容・形式を聞いた。

「プレゼンテーション資料」が97.6%、「動画配信」が69.6%、「Q&A」が50.8%、「プレゼンテーション内容を文章で報告」が41.5%となった。

◆アナリスト・投資家対応 —— アナリスト・投資家の面談回数が年間50件以下の企業が大半

IR実施企業に、直近決算期1年間における、本邦アナリスト・機関投資家の取材受け入れと訪問の回数を聞いた。

セルサイドアナリストについては、「1~50件」が69.0%、「0件」が15.3%で続いた。機関投資家については、「1~50件」が46.8%、「101~200件」が17.4%、「51~100件」が15.1%、「0件」が8.1%で続いた。アナリスト・投資家のいずれへの取材受け入れと訪問の回数も年間50件未満の企業が大半という結果となっており、中小型株企業とアナリスト・投資家の面談回数があまり多くはないことがうかがわれる。

IR実施企業に、直近決算期1年間における、経営層による本邦アナリスト・機関投資家とのスモールミーティングとワンオンワンミーティングの開催件数を聞いた。

スモールミーティングは、「0件」が46.4%、「1～9件」が43.0%となった。ワンオンワンミーティングは、「1～9件」が29.1%、「0件」が20.3%、「10～29件」が19.9%となった。スモールミーティングを開催していない企業は半数弱あるが、ワンオンワンミーティングは、いわゆる取材対応も含むと考えられ、開催していない企業は約2割にとどまっている。

■IRツール —— 紙媒体から電子媒体への移行傾向が見られる

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67.7%(同75.2%)、「会社案内」が53.5%(同61.7%)、「統合報告書」が31.5%(同25.6%)、「各種説明会での配布資料」が30.6%(同44.2%)と続いた。作成企業が増えている「統合報告書」を除き、いずれの項目も割合が前回より低下している。

「電子媒体」では同様に「ニュースリリース」が79.9%(同76.4%)、「各種説明会での配布資料」が68.3%(同68.7%)、「株主向け報告書・株主通信(旧事業報告書)」が66.3%(同66.3%)で続いた。

全体的に、「紙媒体」の割合が減少傾向にあり、「電子媒体」が増加傾向にある。IRツールは、紙媒体から電子媒体に移行しつつあるといえよう。

6. 海外投資家向けIRの取り組みについて Q23～Q25

■海外投資家向けIR —— 経営トップ、CFO、IR関係者等で地域別の力点が異なる

IR実施企業に、海外投資家向けIR活動を実施しているかを聞くと、「はい」が56.2%(前回54.7%)、「いいえ」が43.6%(同44.9%)となった。前回の調査では、実施企業の割合が14.0ポイントの増加となっていたが、今回は実施企業の割合は微増に留まった。

前問で海外IRを行っている企業に、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92.3%(同94.0%)、「米国」が85.7%(同83.5%)、「英国」が79.2%(同77.9%)、「欧州」が70.6%(同68.9%)の順であった。地域別順位は前回と同様であった。

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、55.3%(同46.8%)が「米国」を、50.9%(同46.4%)が「英国」を、43.3%(同38.2%)が「欧州」を、42.4%(同38.4%)が「アジア・大洋州(除く中国本土)」を、それぞれ対応していた。

「CFO」は、46.1%(同41.4%)が「米国」を、46.0%(同43.1%)が「アジア・大洋州(除く中国本土)」を、45.1%(同43.3%)が「英国」を、40.7%(同35.6%)が「欧州」をそれぞれ対応していた。

「IR関係者等」は、85.0%(同87.6%)が「アジア・大洋州(除く中国本土)」を、78.7%(同76.6%)が「米国」を、73.1%(同70.2%)が「英国」を、64.1%(同62.2%)が「欧州」をそれぞれ対応していた。

割合が多い上位4地域(「アジア・大洋州(除く中国本土)」、「米国」、「英国」、「欧州」)のいずれにおいても、「経営トップ」及び「CFO」が対応をしている割合が増加した。「IR関係者等」については、「アジア

ア・大洋州(除く中国本土)」の割合が微減となったもののその他の3地域では割合が増加した。

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「米国」及び「英国」にやや重きを置き、「IR関係者等」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25.5%(同27.0%)、「10～29件」が22.4%(同23.4%)、「50～99件」が16.7%(同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13.7%(同11.4%)、「200件以上」が6.9%(同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89.6%(同90.8%)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66.5%(同69.7%)、「証券会社主催のカンファレンス」が61.4%(前回は選択肢なし)となった。一方、「自社で直接連絡してコンタクトを取る」が28.7%(同22.5%)となった。

海外IRを行っている企業に、海外投資家とのコンタクト全般の満足度を聞いた。

「大変満足」が10.6%(同13.3%)、「やや満足」が57.7%(同65.9%)、「やや不満」が26.4%(同18.4%)、「大変不満」が2.5%(同1.5%)となった。「大変満足」と「やや満足」の合計が前回よりも10.9ポイント低下した。

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84.0%(同82.0%)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62.4%(同58.6%)、「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60.6%(同53.4%)で続いた。上位3者は前回と同順であったが、いずれの項目も割合が増加した。

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。

「海外投資家とのコンタクト件数が少ないため」が81.7%(前回は選択肢なし)で、他の選択肢の割合を大きく上回った。「コミュニケーションを図りたい海外投資家とのコンタクトができなかったため」が39.6%(同50.0%)、「自社の外国人持ち株比率全体の上昇につながらなかったため」が22.6%(同23.6%)、「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20.7%(同24.5%)で続いた。海外投資家に思うようにコンタクトできないことが不満の中心となっているようである。また、「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12.2%(同25.5%)と前回の半分程度となったのが注目される。上げる

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66.7%(同70.6%)と最大で、以下では「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57.0%(同55.4%)、「英語での情報開示やコミュニケーション等」が54.4%(前回は選択肢なし)、「同業他社株式を保有している海外投資家へのアプローチの強化」

が52.6%(同45.5%)で続いた。今回は「ESG投資家へのアプローチや、運用機関のコーポレートガバナンス担当者へのコンタクト」が32.4%(同41.8%)、「ESGやSDGsの評価機関などの情報交換」が26.1%(同36.3%)とESGに関係する項目の割合が低下したことが目立った。

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61.4%(同69.7%)と圧倒的に大きく、「人的リソースなどの社内リソースが不足している」が41.4%(前回は選択肢なし)、「時価総額、売買高等の流動性が低い」ために海外投資家の投資対象となりにくい」が35.2%(前回は選択肢なし)で続いた。上位3者の回答は主に中小型株企業が該当すると思われる。

◆コロナ禍における海外投資家向けIR —— 資本市場での注目度の変化の影響が大きい

海外IRを行っている企業に、コロナ禍における海外投資家との年間コンタクト件数の増減傾向を聞いた。

「コンタクト件数は横ばいである」が38.0%、「コンタクト件数は増加傾向にある」が37.0%、「コンタクト件数は減少傾向にある」が22.2%となった。

前問で、コンタクト件数は増加傾向にあると回答した企業に増加した理由を聞いた。

「リモート会議により、コンタクト件数を増やせるようになった」が83.3%、「資本市場における自社の注目度が向上したため」が59.5%となった。コロナ禍によりリモート会議が海外投資家向けIRに浸透したことがうかがわれる。

同じく、コンタクト件数は減少傾向にあると回答した企業に減少した理由を聞いた。

「資本市場における自社の注目度が低下したため」が62.7%、「海外ロードショーに行けなくなったため」が46.8%となった。

資本市場での注目度の変化が、コンタクト件数の増減に影響が大きいという結果となった。

7. 個人投資家向けIR活動について Q26

■個人投資家向けIR活動 —— 自社の知名度・認知度を向上させる目的の増加率が高い

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かを聞くと「はい」の割合が73.8%(前回74.5%)、「いいえ」の割合が25.7%(同25.1%)となった。

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65.1%(同70.1%)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54.0%(同49.2%)、「個人投資家向け会社説明会の開催」が50.9%(同48.4%)であった。今回、選択肢に追加した「SNSの活用」が12.5%、「NISAを意識したIR活動」が0.5%となった。2024年から新NISA制度がはじまるもののNISAを意識した個人向けIR活動をしている企業はほとんどないという結果となった。

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67.0%(同68.4%)、「自社の知名度・認知度を向上させるため」が

64.0%(同57.3%)、「個人株主数を増やすため」が55.8%(同58.1%)で続いた。

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

「個人投資家の株主数構成」が43.5%(同46.7%)、「個人投資家の持株比率」が42.8%(同45.1%)、「個人投資家向けアンケートの結果」が38.8%(同35.9%)となった。新たに選択肢に追加した「個人投資家の株式の保有期間」が16.4%、「株主優待の利用状況」が7.5%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内容を聞いた。

新たに選択肢に追加した項目が上位を占めた。「個人投資家向けIRの効果測定が困難であること」が第1位で59.5%、「個人投資家の認知度の向上」が第2位で55.2%、「個人投資家向け説明会の開催は費用対効果を考慮すると割高感があること」が第5位で29.4%となった。前回第2位の「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が若年層へのアプローチが難しいこと」が31.0%(同28.8%)で第3位、前回第1位の「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30.6%(同43.7%)で第4位となった。

◆個人投資家向けIRイベント —— 個人投資家向けIRイベント開催には慎重に対応

個人投資家向けIR活動を実施している企業に、個人投資家向け会社説明会、施設見学会、イベントやフェアのこの1年間の開催回数を聞いた。「開催していない」が39.6%、「1回」が24.6%、「2回」が15.8%となった。個人投資家向けIR活動として、会社説明会などのイベントを開催する企業は多くなかった。調査時期は、まだコロナの影響も残っていたため、イベント開催には慎重に対応したものと思われる。

8. 日本IR協議会について Q27~Q29

●日本IR協議会の事業への参加 —— 各種講座の利用が最大

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、55.0%(前回 54.9%)であった。

「ある」と回答した企業に内容を聞くと、「IR 基礎講座、IR 優良企業講座、IR 専門講座、IR 実務英語セミナー」が86.8%(同89.0%)で最大となり、「IR カンファレンス」が42.5%(同41.6%)、「IR カウンセリング」が33.9%(同32.5%)、「IR サークル」が28.4%(同28.2%)で続いた。

●日本IR協議会への入会目的 —— 情報収集とスキルアップの目的が多い

調査回答企業のうち、日本 IR 協議会への入会目的を聞くと、「IR に関する情報収集」が57.5%(前回56.9%)、「IR 担当者のスキルアップ」が43.3%(同45.7%)、「社外のネットワーク構築」が29.9%(同29.6%)となった。