

TOPPAN

CSR コミュニケーション 分析データ集 2014

2014年11月版

「統合レポート分析データ集」のお問い合わせ、本分析データ集に関するご質問等は、凸版印刷 Web サイト下部にある「お問い合わせ」からご連絡ください。
入力の際には【お問い合わせサービス】の選択を「分析レポートに関するご質問」としてください。
<http://biz.toppan.co.jp/csr-ir/report.html>
検索キーワード「トッパン 分析レポート」

はじめに

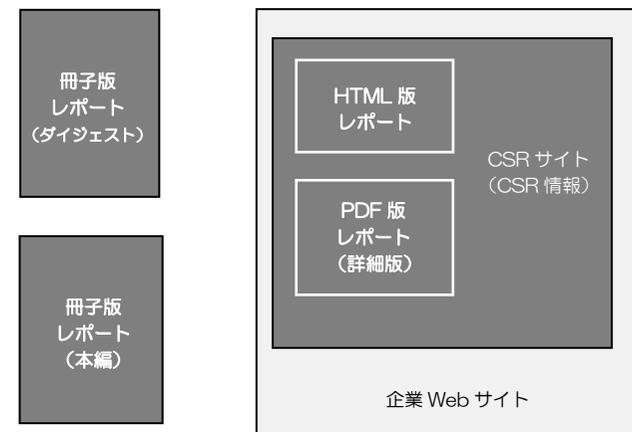
トッパングループでは、2005年以來、CSRレポートの内容について調査・分析を行っています。この分析を通じてレポートのトレンドや先進的な取り組みを知ることで、CSRへの取り組みや情報発信の一助になることを目指しています。

2013年より、統合レポートとCSRレポートについて、レポートが想定するターゲット層や規範とするガイドラインが異なるとの考えのもと、統合レポートとCSR・社会環境レポートを別々の視点で分析しています。この分析データ集では、日本企業50社のCSR・社会環境レポートおよびWebサイトについて分析・報告します(統合レポートは対象としていません)。海外企業については、レポートの参考となる事例を複数掲載しました。

なお、調査企業の選定に際しては、業種の偏りをできるだけ避けつつ、比較的取り組みが進んでいると思われる企業を選定していますが、これには主観的な要素が含まれます。また、各項目の分析・解説も同様であることを予めご了承ください。

統合レポートの調査・分析については、別途「統合レポート分析データ集」にて報告しています。

■調査対象のイメージ
(文字が白い部分が調査対象)



目次

2014年のポイント	3	2. レポートの調査	7	特集記事の分野	12
1. ツールの構成	4	ガイドライン等	7	ステークホルダーダイアログ	13
ツールの組み合わせ	4	ガバナンス	8	第三者意見・審査・保証	14
冊子・PDFのページ数	5	腐敗防止	9	環境データ・水資源	15
Webサイト	6	マテリアリティの特定とバウンダリー、		消費者課題	16
		KPI	10	支援活動	17
		サプライチェーンの		ネガティブ情報	18
		サステナビリティインパクト	11		

2014年のポイント

●冊子微減、薄いものと厚いものに二極化

大きな傾向としての冊子の減少が継続し、冊子をやめてすべて PDF または HTML で報告するケースが増加している。冊子レポートはダイジェストやハイライトのような薄いもの(24ページ以下)と、厚いもの(49ページ以上)への二極化が顕著である。

●データ集が増加

別添あるいは巻末にデータ集をつける企業が14社(29%)となっている。調査機関や投資家向けの情報発信を強化しようという意図がうかがわれる。

●GRI G4 対応は Core(中核)まで

Core は4社。Comprehensive(包括)はみられなかった。50社中22社がG4にふれていたが、全体的には単に言及しているだけの企業が多い。

●マテリアリティ特定プロセスは66%が報告

50社中33社(66%)がマテリアリティ特定プロセスを報告している。マテリアリティにおけるバウンダリーを明示しているのは3社にとどまる。

●特集は「事業を通じた社会課題への貢献」

特集のテーマは、製品・サービスなど事業を通じた社会課題への貢献をアピールするものが多い。構成・デザインの面では、レポートの中で特集とそれ以外のページの違いが弱くなっている。

●サプライチェーン情報の増加

サプライチェーンを含むリスクを評価する人権デューデリジェンスや水資源、CSR 調達監査など、サプライチェーン関連の情報が増加している。

●Web で動画を活用

活動のアピールや特集で動画を活用する企業がみられるようになってきた。レポートの開示方法に大きな変化はみられない。

●ネガティブ情報の開示拡大

不祥事の経過報告や児童労働の調査結果、サプライチェーン上のサステナビリティ課題など、ネガティブ情報や事業にまつわる社会課題を正面から扱う記事がみられるようになってきた。

1. ツールの構成

【ツールの組み合わせ】

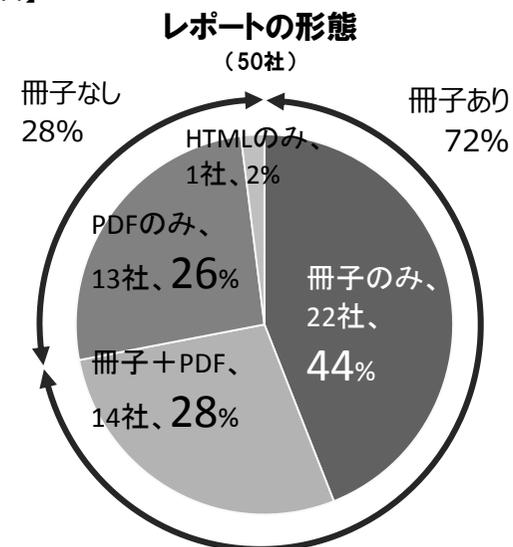
Web サイト、PDF、紙冊子の使い分け状況を調査した。各社、それぞれの考え方によってツール形態を使い分けているが、おおむね ①冊子のみ発行、②冊子と PDF (詳細版、完全版など)、③冊子がなく PDF のみ、④Web サイトの HTML のみ、という 4 種類に分類される。さらにこの中でも、統合報告書と CSR レポートの両方が存在したり、CSR レポートと環境報告書がそれぞれ存在したりする場合もある。

2014 年版については、①冊子のみ発行 44%、②冊子と PDF 28%、③冊子がなく PDF のみ 26%、④Web サイトの HTML のみ 2% という結果である。

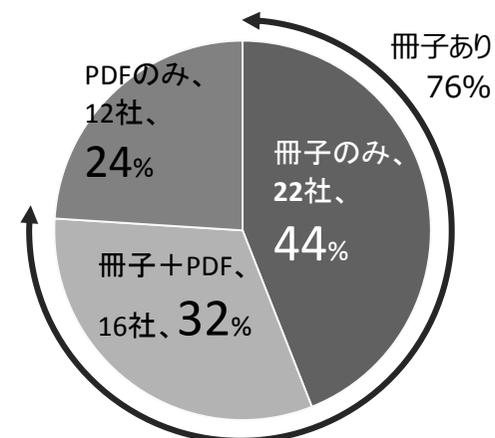
2013 年と比較した大きな変化は、②冊子と詳細版 PDF などの両方を発行する企業が 4 ポイント減っていることである。その分で増加したのは③④であり、これまで続けてきた冊子レポートの減少傾向が継続するとともに、「冊子をやめてすべて PDF または HTML で報告」が増えている。

調査対象企業の入れ替わりによる影響も考えられる。

【2014】



【2013】



【冊子・PDF のページ数】

冊子のページ数としては、24 ページまでの薄い冊子と 49 ページ以上の厚い冊子の比率が昨年より増加している。一方で、冊子が薄くなる流れも継続している。

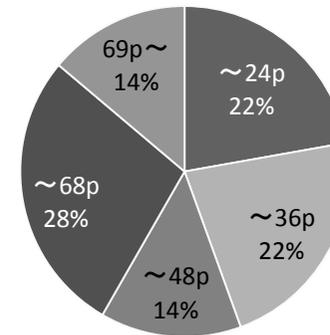
PDF のページ数は、51 ページ以上 100 ページまでのツール比率が大きく増え、それ以外は少しずつ減少している。ダイジェスト版などがなく単独でレポートとして発行する場合と、詳細版として発行する場合の両者が重なるページ数が 51～100 ページなのではないだろうか。また、これまでは Web サイトの画面をそのまま PDF 化したものを詳細版としている企業も少なくなかったが、今年は多少見映えを意識したものが増えたように見受けられた。

冊子・PDF とともに、データ集を別冊としてつけている（集計上は合計）ものが目についた（前田建設工業（データ編 24 ページ）、積水化学工業（データ編 32 ページ）、清水建設（データ編 13 ページ）など）。データを読み取りやすくすることで、調査機関等の専門家向けに情報発信力を強化する意図があるものと思われる。

【2014】

冊子ページ数

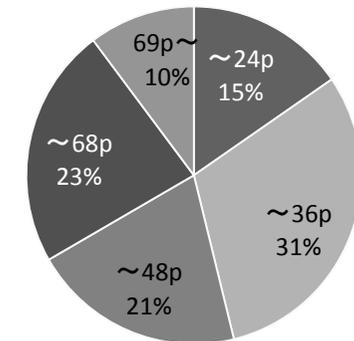
（環境など別ツールは含まず。CSRのデータ編などは合計。冊子がない15社を除く）



【2013】

冊子ページ数

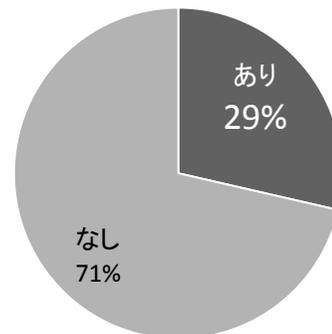
（CSRと環境など別ツールは別々にカウント。データ編などは合計。冊子がない12社を除く）



【2014】

データ集の有無

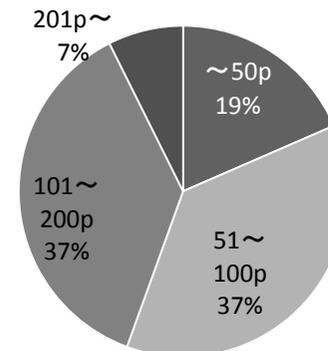
（HTMLのみや環境など別ツールは含まず。レポート中の巻末データ編などを含む）



【2014】

PDFページ数

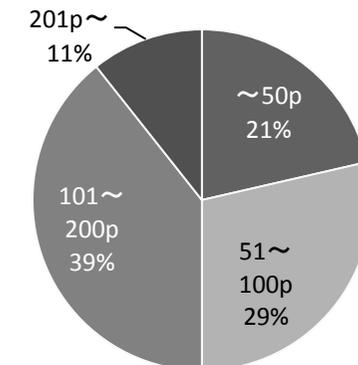
（環境など別ツールは含まず。CSRのデータ編などは合計）



【2013】

PDFページ数

（CSRと環境など別ツールは別々にカウント。データ編などは合計）



【Web サイト】

HTML のレポートサイトがある企業は 10 社。その内、上階層がなくレポートサイトのみが 5 社と
なっていた。

カテゴリーとしては、CSR サイト（CSR・社会環境なども含む）が 37 社、社会・環境など環境系
サイトが 5 社、サステナビリティが 2 社、CSV が 1 社となった。並列で存在する企業も多数ある。

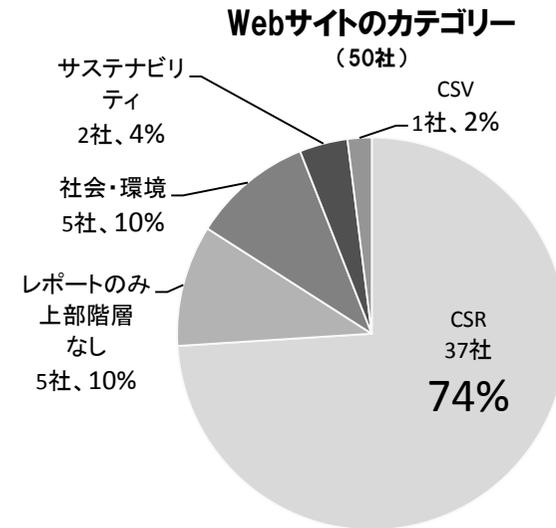
動画による活動アピールをしている企業が増えている印象がある（NTT ドコモ、コマツ、日産自
動車など）。HTML のレポート内でも、日本コカ・コーラ、大和ハウス工業、新日鉄住金が特集記
事の中に動画を組み込んでいる。

双方向コミュニケーションを目指して CSR 関連部門がブログや Facebook ページを持っている
企業もある（イオン、大和ハウス工業など）が、あまり広がっている様子はみられない。

アクセシビリティ面では、積水ハウスが音声読み上げ用テキスト版を設けており、配色も変更で
きる（白地に黒文字、黒地に黄文字、クリーム地に黒文字の 3 パターン）。

ファーストリテイリングでは、「バングラデシュの安全性確保の取組み」「危険化学物質の排出撲
滅に向けた取組み」ページへのバナーがローカルナビゲーション中に目立つようにあり、社外の
視線に応えようという意図が見受けられる。

コンテンツ面では、必ずしも CSR サイト＝詳細版 PDF ではなく、CSR サイトの方が情報量が少
ない場合もある。近年のレポートの傾向として、詳細版の読者ターゲットは専門家や機関
投資家になっており、彼らは Web サイト内で情報が分散するよりも PDF でパッケージ化されてい
ることを望んでいる。そのため、ガバナンスの詳細や経営計画など、Web サイト上では分散して
いる情報が一括になることで、詳細版 PDF が最も情報量の多いツールになる。



※下層にレポートサイトがある企業 5 社を含む

2. レポートの調査

Web、冊子を含めたレポート部分に絞って、調査を行った。主に報告の内容や報告方法について調べている。

【ガイドライン等】

レポートとして、ガイドライン等への対応状況を調べた。環境省の環境報告書ガイドラインと GRI G3 ガイドライン、ISO26000 を上げる企業が多い状況に変化はない。

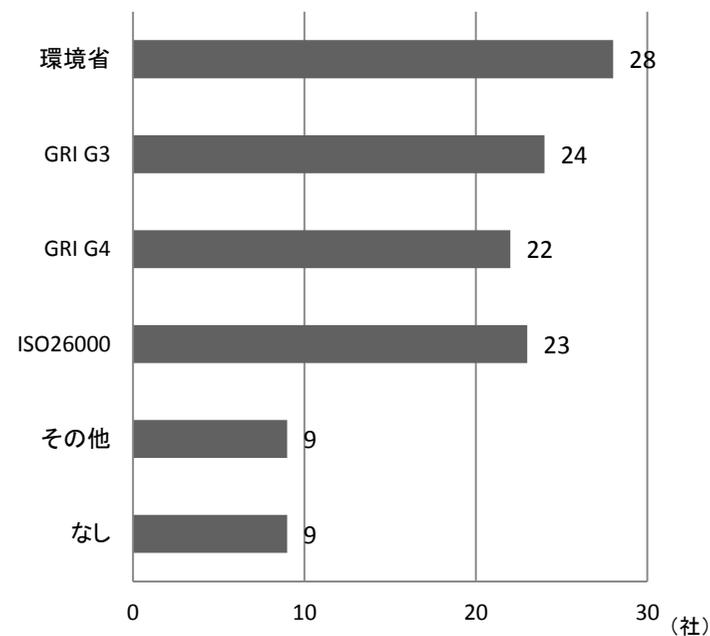
GRI ガイドラインの中でも G4 については、22 社がその名前を挙げているが、準拠したとする企業は少ない。「中核(Core)」の指標に準拠したと表明している企業は、AGC、NTT ドコモ、コマツ、パナソニックなど。包括(Comprehensive)準拠はない。そのほか、ガイドラインのルールに則り「標準開示の情報を記載している」旨を明記している企業が複数あるが、G3.1 のように「参考にした」としている企業が多い。

G4 への準拠状況をどこに記載するか、編集方針、対照表の冒頭、対照表中の G4-32 の項目内など、まだばらつきがある。今回調査した際、このばらつきに大きく惑わされたので、できれば編集方針と対照表冒頭の両方に記載があることが望ましい。対照表をよく見る格付調査機関も、わかりやすい位置に説明があることを望むだろう。

※参考

G4 中核(Core)準拠: AGC、NTTドコモ、コマツ、パナソニック

参照ガイドライン(重複あり)



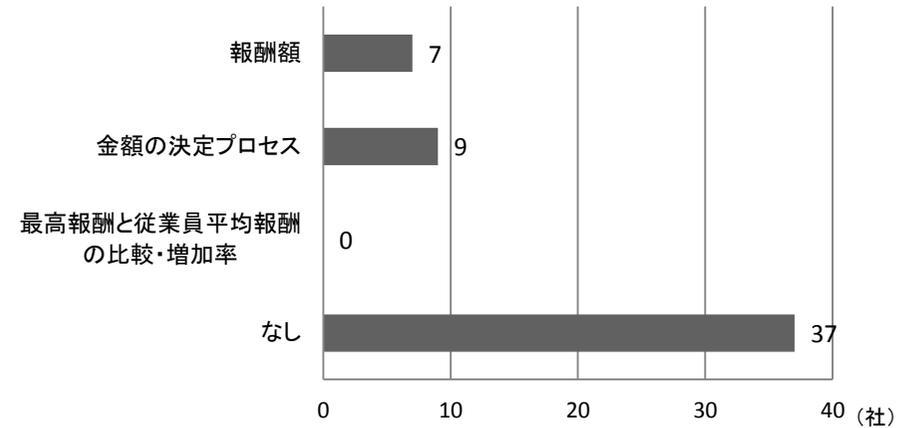
【ガバナンス】

GRI ガイドラインで要求のある「役員等幹部の報酬」「社外監査役・取締役」について調査した。役員報酬に関しては圧倒的に報告のない企業が多いが、もともと有価証券報告書やコーポレートガバナンス報告書などでは開示されていることであり、CSR レポートにも掲載するかしないかの判断にすぎない。

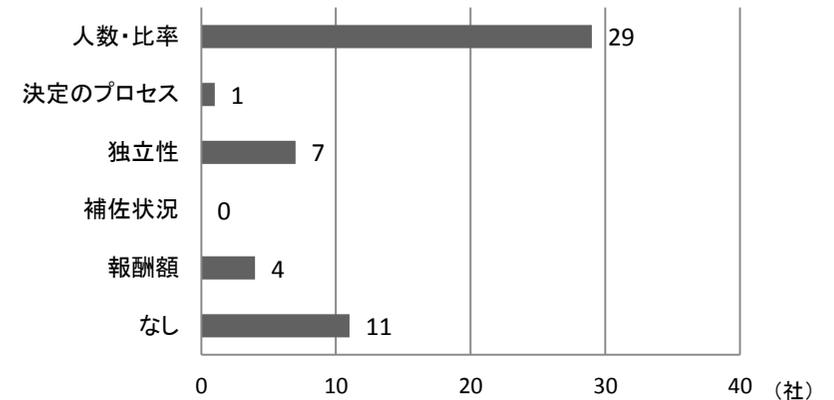
社外取締役・監査役については、体制図とともに人数なども掲載されていることが多い。しかし、独立性や実際にどのように社外取締役が活動しているかまで踏み込んで報告することは少ない。

また、ダイジェストなどの情報量が抑えられたレポートでは、そもそもガバナンスについて記載されていないことも少なくない。

役員等幹部の報酬(重複あり)



社外監査役・取締役について(重複あり)



【腐敗防止】

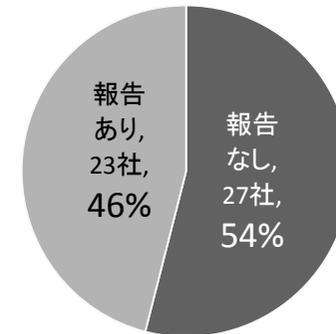
昨年同様、腐敗防止や倫理に関する報告の有無を調査した。

「腐敗防止」は国連グローバル・コンパクト(GC)の10原則の1つにあるが、GRIガイドラインG4で強化された分野でもある。ISO26000でも「公正な事業慣行」の中で「汚職防止」などの項目で明確になっている。

具体的な取り組みを記事にして報告している企業は、昨年の27%から大きく増えて46%になった。報告内容も、贈賄防止に関する規定の説明だけでなく、JTやパナソニックでは詳しく報告されている。また、大和ハウス工業や日立製作所では、政府との関係(適切な政治関与)について詳しく報告されている。

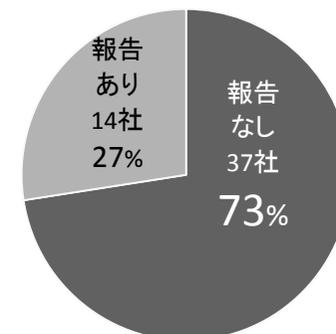
腐敗防止に関する報告

2014 (50社)



腐敗防止に関する報告

2013 (50社)



【マテリアリティの特定とバウンダリー、KPI】

マテリアリティの特定プロセスをどのように報告しているか調べた。G4 ではこの特定プロセスを詳細に報告することを求めているが、マテリアリティの特定は、検証を除いて毎年実施するようなことではないため、新たに特定作業を行った企業以外は簡易な報告になる。「定性的」「定量的」とは、抽出した課題群を数値で評価しているかどうか、記述からうかがえるものを定量的とした。

特定プロセスを何らかの形で報告しているのは 66%。新たに特定した場合でなくても、おおまかに説明している企業が多い。特定の各段階をわかりやすく示しているのはセブン & アイ HLDGS.、富士フイルムホールディングスである。富士フイルムホールディングスは各項目を定量的に評価している様子が見てわかりやすい。

AGC ではマテリアリティの選定理由を各 KPI に示している。単に結果を示すだけでなく、その理由が示されているのは信頼度が高い。

横浜ゴムは G4 への対応を念頭に KPI を定めていく経過を報告している。レポート発行時点では専門家とのダイアログが終わった状況で、2014 年秋にマテリアリティを決定すること。

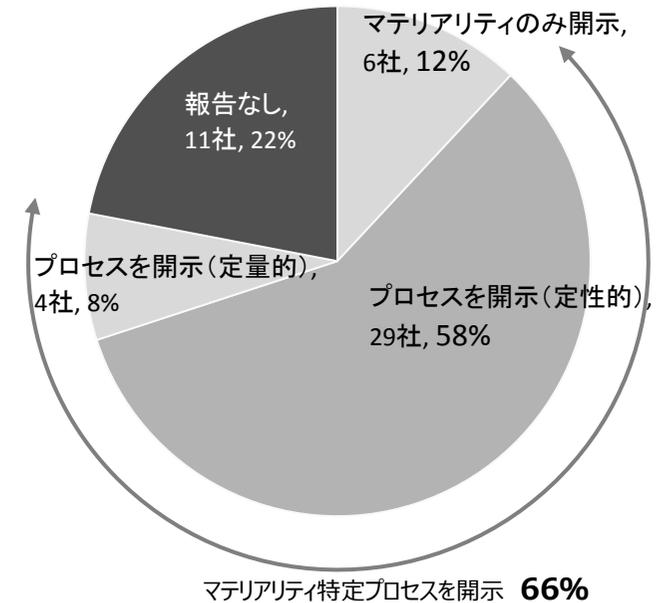
多くの企業が取り組み全体におけるマテリアリティを記載している中、三井住友トラスト・ホールディングスは「報告におけるマテリアリティ」と明示している。このレポートで報告すべきマテリアリティということだ。どちらもマテリアリティだが、意味合いは大きく違う。

G4 ではマテリアリティ特定プロセスでのバウンダリーを明確にすることを求めている。多くの場合、レポートの冒頭に報告対象範囲が記されているが、マテリアリティ特定プロセスはレポートの報告対象範囲と同じかどうかは判断しにくい。

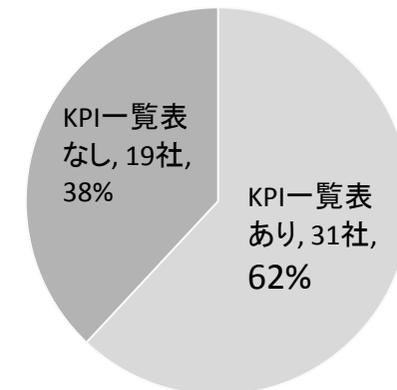
マテリアリティ特定プロセスでのバウンダリーが記載されているのは 3 社、その中でもパナソニックは一枚の図で ISO26000 の中核主題ごとにマテリアリティとそのバウンダリーを示している。

KPI の表の有無について、掲載されている企業は 62%である。2013 年は 56%だったので、一覧で明示する企業が増えている。富士ゼロックスと東芝は、KPI の各項目にバウンダリーが明記されている。

マテリアリティ特定プロセスの開示状況
(50社)



KPI一覧表
(50社)



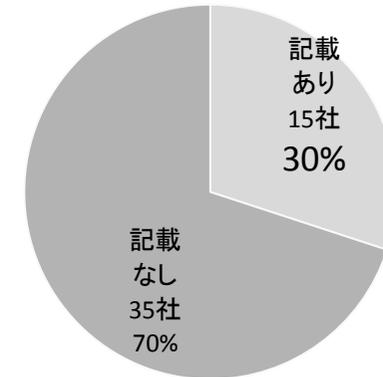
【サプライチェーンのサステナビリティインパクト】

自社グループだけでなく、調達先やその周囲の地域社会を含むサプライチェーンを念頭に、自社グループの事業がどのような環境・社会的インパクトを与えているかを評価し、事業活動に取り込むことが求められている。環境の分野ではスコープ3としてCO₂をとらえる試みが始まっているが、これを社会性にも広げて事業による社会的影響を評価することは、マテリアリティ特定プロセスの一部でもある。

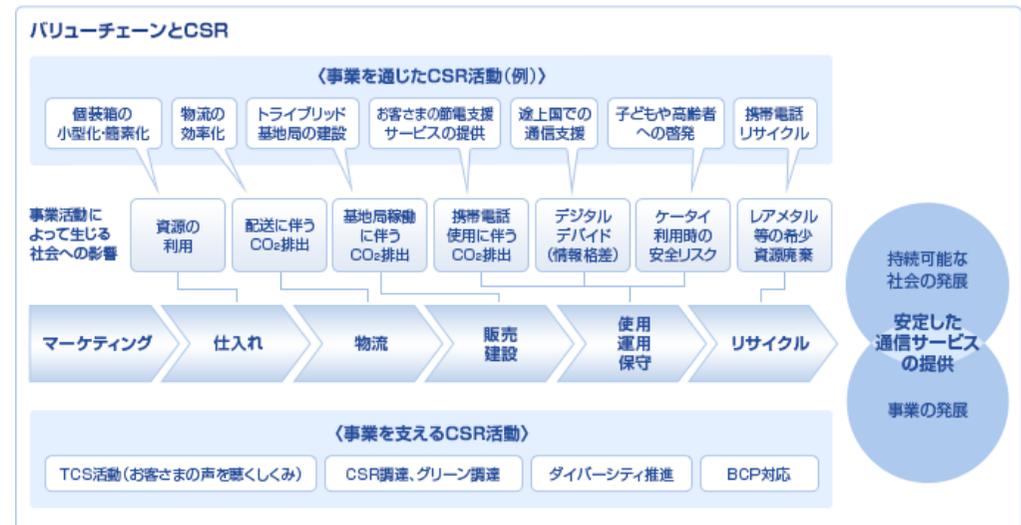
事業活動によるプラス面・マイナス面を評価することは、サステナビリティリスクを把握することにつながるが、これを報告することは難しい。今回は、トップメッセージ等で一部言及している場合も含めて、サプライチェーンでのインパクトを示している企業は15社(30%)みられた。

KDDIは社会への影響の例を図で表現している。日本通運はマテリアリティ特定の際にサプライチェーンの人権課題を検討している。AGCは各マテリアリティの選定理由が記載されているが、その中で自社のインパクトについて示している。

サプライチェーンにおけるサステナビリティインパクト (50社)



参考:KDDI「CSRの考え方」より



【特集記事の分野】

レポートにおける「特集」「ハイライト」といえるようなページで、何をテーマとしているかをピックアップしてみた。自社の製品・サービスなど事業を通じて社会課題の解決に貢献するというテーマが最も多かった。「地球温暖化」「高齢化」などの社会課題を挙げ、具体的なプロジェクトや製品を通じて解決していくストーリーを訴求している。「CSV」と「経営とCSRの一体化」の表現方法でもある。

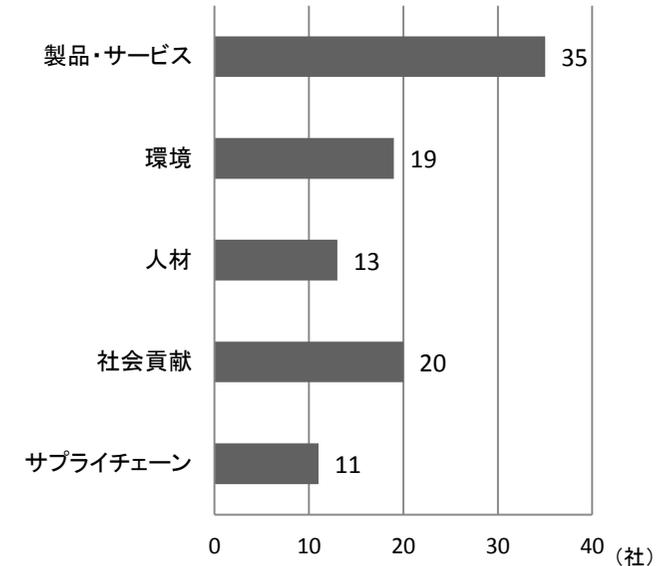
近年はオーソドックスな報告パートに対する「特集」を明確に設定しないレポートも増えている。ページ数の少ないレポートではほぼすべてが特集のような作りであったり（セブン＆アイHLDGS.、イオンなど）、報告に特化してまったく特集のないレポートもある（日産自動車、ソニーなど）。それでなくても、マテリアリティに従って構成されたレポートは、どこからどこまでが特集なのか区別しにくいこともある。こうしたことが、導入としての特集でなく、レポート全体を読みやすくすることにつながれば、それは好ましい変化である。

特徴的な例としては、アシックスはとくに「サプライヤーとの協力」に大きくページを割いておりレポートの大半を占めている。

NTTドコモは別冊「CSRコミュニケーションブック」を、3つの重点テーマを軸に誌面構成している（「サステナビリティレポート」には特集はない）。

JTは特集で葉たばこ耕作地における児童労働への取り組みを取り上げ、さらに報告パートでも児童労働撲滅へのグローバルな取り組みを報告している。

特集記事の分野(重複あり)



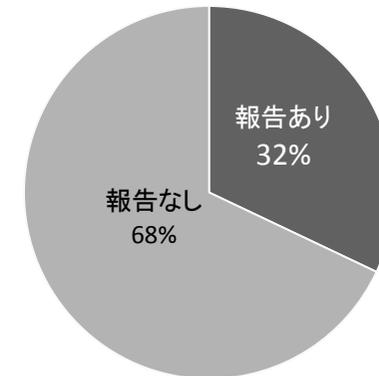
【ステークホルダーダイアログ】

ステークホルダーダイアログの報告があったのは16社(32%)とあまり多くはない印象を受ける。その中でも、定期的に行っていると思われるのは7社程度で、報告書とは関係なくダイアログを続けているとみられる。こうした企業はダイアログのテーマが絞られていることが多い。近年は政府が女性活用に力を入れていることから、ダイバーシティをテーマにしたダイアログがよくみられる。そのほかには、企業活動全般に対するダイアログがやはり多い。

日立製作所は、海外地域本社と協力してグローバルにダイアログを実施。世界の社会課題を把握して経営課題として取り入れている。

人権デューデリジェンスをダイアログとして扱うかどうかは各社判断が分かれるが、複数の企業で報告されていた(オリンパス、KDDI、日本通運、三井住友トラスト・ホールディングスなど)。その多くは、経済人コーポラティブ委員会によるワークショップを人権デューデリジェンスとして報告している。今後は、特定された重要な人権課題が、マテリアリティやその後の活動計画にどう活かされているかを報告することが期待される。

ステークホルダーダイアログ
報告の有無
(50社)



【第三者意見・審査・保証】

第三者意見・審査・保証の有無を調べた。2013年とやや調べ方が異なるが、いずれも掲載していない企業が38%と、2013年の22%から大きく増加している。一方で、第三者意見のみを受けていた企業が減少し、何らかの審査・保証を受けている企業が38%と増加している。この変化には調査対象企業の入替えが影響しているものと思われるが、それだけでなく第三者意見をやめるか、審査・保証に切り替えるかの二極化が進んでいる可能性がある。

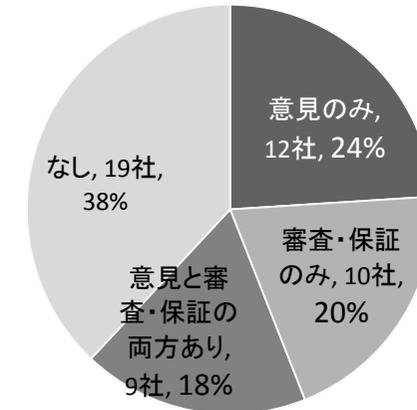
G4では範囲を明確にした第三者保証を求めており、準拠を目指すなら保証がほぼ必須になる。保証を含めた第三者審査は時間も費用もかかるため、G4への対応いかんによって、また状況が変わるだろう。

第三者審査・保証を提供していたのは以下の企業である。

- ・ビューローベリタスジャパン株式会社
- ・KPMG あずさサステナビリティ株式会社
- ・株式会社トーマツ審査評価機構
- ・EY 新日本サステナビリティ株式会社
- ・ロイド レジスター クオリティ アシュアランス リミテッド(LRQA)
- ・プライスウォーターハウスクーパース サステナビリティ株式会社

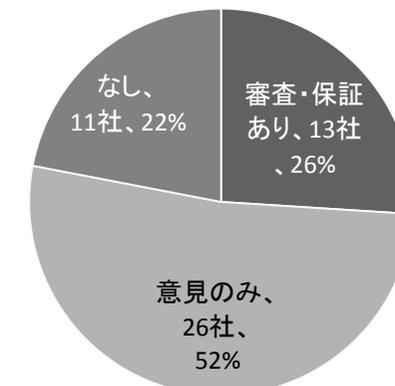
【2014】

第三者意見・審査・保証の有無
(50社)



【2013】

第三者意見・審査・保証の有無
(50社)



【環境データ・水資源】

環境に関わるパフォーマンスデータのうち、G4 で求めるエネルギー使用量、温室効果ガス排出量の原単位、組織外でのサプライチェーンにおけるエネルギー使用量に相当するスコープ 3 を調べた。従来、各社は総量での報告を行ってきたこともあり、またエネルギー使用量原単位と CO₂ 排出量原単位を報告している企業は多くはない。

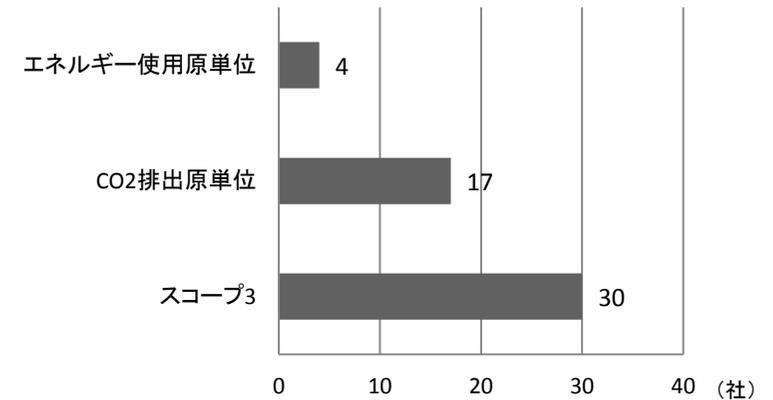
サプライチェーンにおけるエネルギー使用量は、CO₂ 排出量を把握するスコープ 3 も含めたため、去年の 14 社から 30 社に増加した。今後もサプライチェーンの状況把握は進むものと予想される。

水資源については、G4 では水資源に対する取り組み報告を求めている。しかし、地域の水源のリスクについて具体的に報告している例はまだ少ない。トヨタ自動車はコラムで北米における水問題に対応するためワーキンググループの報告に 1 ページを割いている。日本コカ・コーラは工場の水源地を所有する日本製紙と共同でプロジェクトを実施するなど、さまざまな取り組みが報告され始めている。

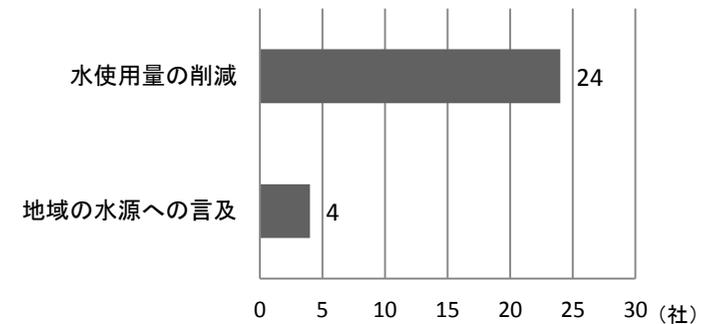
実績の面では、日産自動車が 2016 年度までに生産台数当たりの水使用量を 2010 年度比で 15%削減することを目標とする、東芝が 2015 年度に水受入量を実質生産高原単位で 2010 年度比 10%削減する(環境レポート)など、目標設定と原単位での管理が進みつつある。

近年、CSR レポートがより経営視点になってきたこともあってか、環境報告書が別途作成されるようになった印象がある。2014 年の調査 50 社中、8 社に環境報告書がある。環境報告書が発展して CSR レポートになる過程で多くは吸収されたが、とくに製造業では環境分野の取り組み・パフォーマンス報告が多く、内容面でもより高度な分析が求められるようになったことから、ふたたび独立して報告するようになったのではないだろうか。

環境データについて(重複あり)



水資源に関する取り組み(重複あり)



【消費者課題】

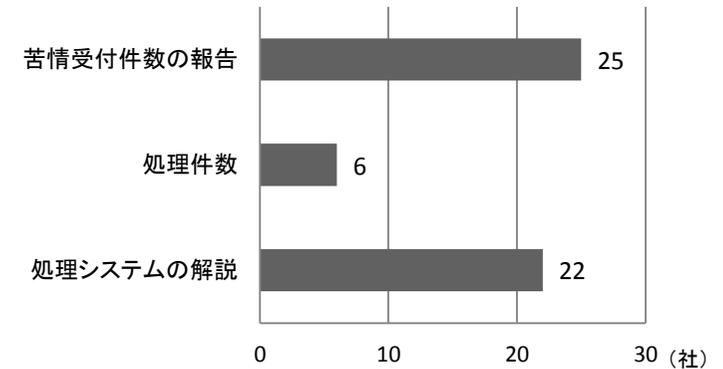
ISO26000 を踏まえて、消費者課題全般について報告状況を調べた。

苦情の受付件数やその処理システムに関してはほぼ 5 割の企業で報告がある。処理件数を報告していないので、あえて受付件数と分ける必要がないからだろうか。ファーストリテイリングは 14 カ国のカスタマーセンターに寄せられた意見をそれぞれ円グラフで報告している。各国の店舗数の違いもあるが、意見の数や比率が区によって大きく異なる様子が目を引く。日立製作所は製品事故発生時の対応フローが図で掲載されている。

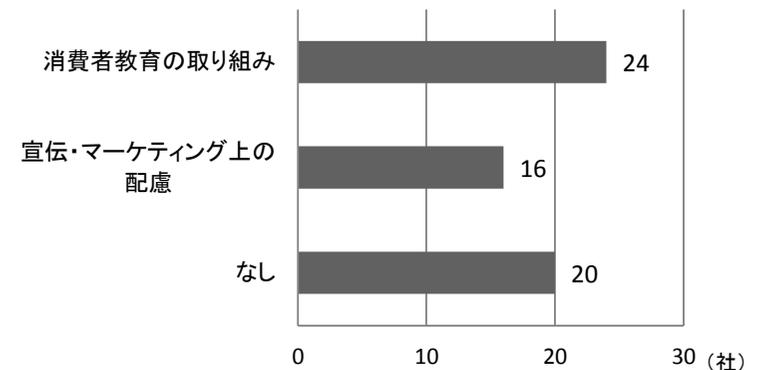
「消費者教育」は昨年の 15 社から増えている。

「宣伝・マーケティング上の配慮」に関する報告は昨年の 14 社からあまり変わらない。NTT ドコモは従業員に対して「公正競争マニュアル」を配布しているという。パナソニックは、「広告・宣伝」で 1 ページ強を設けて方針や体制について報告している。

苦情・訴訟処理対応状況(重複あり)



消費者課題に関する取り組み(重複あり)



【支援活動】

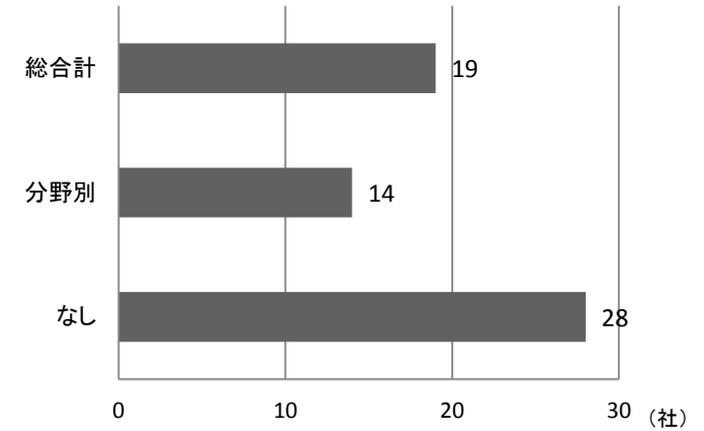
寄付行為やボランティアなどのいわゆる社会貢献にかかる費用の開示状況を調べた。

総合計金額を報告している企業が 19 社、あわせて分野別などのさらに詳しい比率や金額を報告している企業が 14 社あった。数年前はまったく開示されていなかったことを考えると、かなり開示する方向に広がりつつある。

分野別や用途別の報告では、AGC が重点分野を設定し、分野別の金額を明らかにするとともに、寄付や従業員参加などの用途別の金額を報告している。そのほか、東芝や日立製作所、ソニー、日産なども内訳を報告している。

また、パナソニックでは投資効果測定を行っており、その結果も示されている。助成事業終了 1 年後にフォロー調査をした結果を開示するなど、かなり詳細に報告している。

社会貢献の支援金額(重複あり)



【ネガティブ情報】

近年、企業不祥事は社会的な反響が大きく、問題収束後も厳しい目が注がれていることもあり、CSR レポートでも大きく取り上げるようになってきている。花王は、グループ会社のカネボウ化粧品の問題を、レポートの 6 ページにわたって経過と対応を報告している。

オリンパスも、コーポレートガバナンスに関わる一連の問題について、2 ページで経過報告と会長メッセージを掲載している。パナソニックは、FF 式石油暖房機の回収状況を継続的に報告している。みずほ銀行は、反社会的勢力との取引に関して改善策を報告している。サッポロホールディングスは、製品の自主回収と食品表示の法律違反について、まとめて報告している。

JSR は 7 月に工場で発生した死亡事故について、レポートでの報告には間に合わなかった旨を冊子にはさみこんであった。

一方で、もともと事業に内包する社会的な課題に対して、正面から解説し、対応を報告している例もみられる。任天堂はゲームに伴う子どもの安全について特集で取り上げている。また NTT ドコモは製品のセキュリティやマナーの啓発の取り組みを別冊の小冊子で特集している。

ヤフージャパンは、子どもとインターネットの安全についてピックアップ記事を設けている。

ファーストリテイリングは、バングラデシュでのビル崩壊事件を受けて注目されるサプライヤーの労働環境について、モニタリングのシステムと結果を 4 ページにわたって報告している。また、児童労働については、イオンも調査結果と対応を細かく報告している(詳述版)。

JT はたばこに関わる労働問題や健康問題に対して、多くのページを割いて考え方や取り組みを報告しており、これまでの日本の CSR レポートにはみられない社会課題への取り組み姿勢が強く出たレポートとなっている。

これまで、日本の CSR レポートはいいことばかり書かれているといわれてきたが、こうしたネガティブ情報や事業にまつわる社会課題を正面から論じる報告書が出てきたことは歓迎したい。