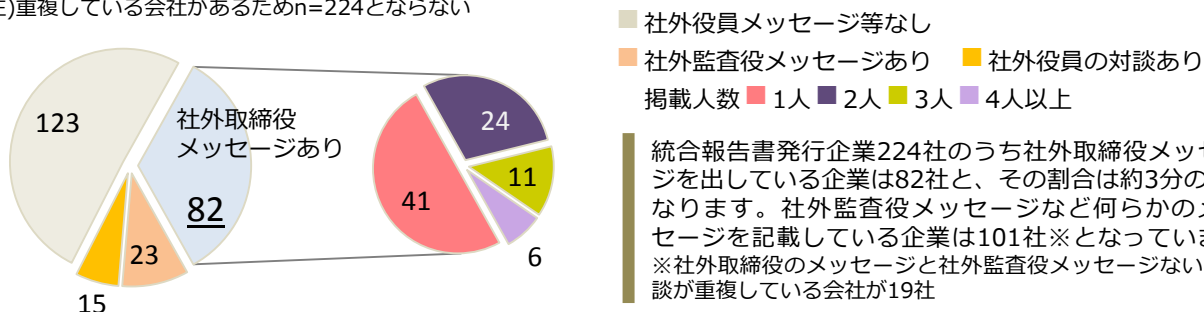


当レポートでは2015年末までに統合報告書を発行している224社のレポート内容を分析し、その動向を広く皆様に発信することを狙いとしています。第2回となる今回は、第1回で取り上げた社外役員とのエンゲージメントの状況のうち、約3分の1の82社が実施し、ガバナンス上特に重要と考えられる社外取締役メッセージの分析結果についてご報告します。

発行企業中、82社が社外取締役メッセージを記載

【図1:社外役員の対話等の状況】 n=243 (単位:社数)

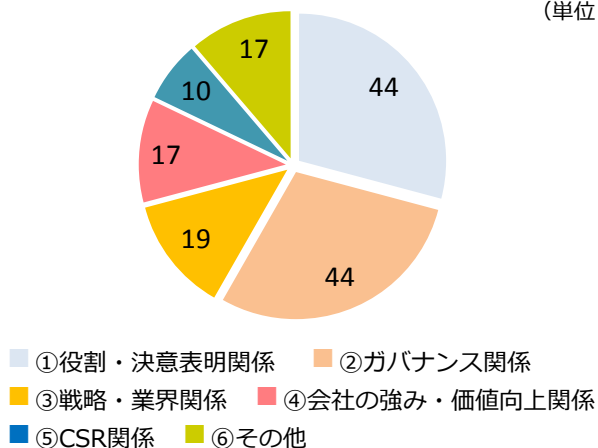
(注)重複している会社があるためn=224とならない



統合報告書発行企業224社のうち社外取締役メッセージを出している企業は82社と、その割合は約3分の1となります。社外監査役メッセージなど何らかのメッセージを記載している企業は101社※となっています。※社外取締役のメッセージと社外監査役メッセージないし対談が重複している会社が19社

【図2:社外取締役メッセージの類型化】 n=151

(単位:人数)



社外取締役メッセージがある82社(図1)、のべ151名が発しているメッセージを図2の6つの視点で類型化しました。

各人が発しているメッセージは、分量的に長短さまざまであり、その内容も多岐に渡りますが、メッセージのうちキーとして述べていることを1つに絞り、集計しました。

その結果、①社外取締役の役割・決意表明関係、②ガバナンス取組み関係、が最も多いことが分かりました。

①は主として、自身の経験や専門を活かし、その知見を社外役員としていかに企業経営に活かしていくか、②は機関設計等のガバナンス体制や取締役会での実効性確保に向けた雰囲気作り、ガバナンス・コードを受けての留意点等が述べられています。⑥のその他は、会社への期待や経営理念への考え等が述べられています。

ガバナンス・コード施行2年目に向けて、社外取締役の重要性はますます増していくと考えられます。会社法等の要請といった消極的理由で社外取締役を形式的に設置するのではなく、独自の視点を活かした企業マネジメントを行うという実質的観点から、社外取締役の活かし方を考える時期になってきているといえるでしょう。