

統合報告書分析レポート

価値創造プロセス図におけるマテリアリティの記載状況

当レポートでは、2021年12月末時点で発行が確認できた狭義の統合報告書（※）のうち、日経225銘柄の企業を対象に、統合報告書における価値創造プロセス図におけるマテリアリティの記載状況を調査した。

（※）「狭義の統合報告書」とは、IIRCフレームワークなどの統合報告ガイダンスを参考にして制作されている報告書、または冊子やWEBサイトでレポート名を統合報告書・統合レポート等と題されている報告書を指す。

<レポートサマリー>

- 価値創造プロセス図にマテリアリティを含む企業は58.7%
- 経営マテリアリティを特定している企業のうち、価値創造プロセス図に掲載している企業は56.6%
- マテリアリティを価値創造プロセス図の中で事業活動の軸として位置付けている企業が一番多い

マテリアリティ（重要課題）は、国際統合報告評議会（IIRC）の国際統合報告フレームワークにおいて「統合報告書は、組織の短、中、長期の価値創造能力に実質的な影響を与える事象に関する情報を開示する」と定義されており、企業価値に大きな影響を与える概念といえる。ただ、その重要課題を特定するための尺度は多様にあり、「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス2.0（価値協創ガイダンス2.0）」では、「企業の発展、業績、財政状態等といった企業財務に与える影響を重視する考え方（「シングルマテリアリティ」）もあれば、財務的影響と、企業活動が外部の環境や社会に与える影響との二つの側面からマテリアリティを判断する考え方（「ダブルマテリアリティ」）や、マテリアリティを時間の経過や外部環境の変化に伴い変化するものとして捉える考え方（「ダイナミックマテリアリティ」）も存在する。」としている。いずれにしてもマテリアリティは価値創造能力に影響を与える要素であるため、統合報告書できちんと報告すべき重要な要素と考えられる。

今回の調査では、IIRCのフレームワークにおいて、統合報告書で掲載すべき内容要素をまとめた概念図である価値創造プロセス図の中で、マテリアリティがどのような位置づけとなっているかを調査した。

まず統合報告書の中でマテリアリティを示している企業は172社となり、全体の91.5%となった。そのうち価値創造プロセス図を記載している企業は162社（94.2%）とほとんど全ての企業が掲載している一方、価値創造プロセス図にマテリアリティを含んでいる企業は101社（58.7%）と約6割となった。

マテリアリティを性質別でも比較したところ、事業との関連性を示し、概ね3年以上の時間軸を掲げ、KPIを定めている経営のマテリアリティと呼びうるものとなっていたのは76社（44.2%）となり、その他の96社（55.8%）はCSR側面のマテリアリティとなっていた。経営のマテリアリティを掲げている企業のうち、価値創造プロセス図にマテリアリティを記載している企業は43社（56.6%）となったのに比べ、CSR側面のマテリアリティを掲げている企業の記載は58社（60.4%）とやや上回る結果となった。

次に、価値創造プロセス図内におけるマテリアリティの位置づけについても調査した。今回は①外部環境、②事業活動、③アウトカム/目指す姿、④その他の区分で分けている。①の外部環境として位置付けている企業は17社（16.8%）、②の事業活動は54社（53.5%）、③のアウトカム/目指す姿は16社（15.8%）、④のその他は14社（13.9%）となった。

項目ごとに記載内容を見ていくと、①外部環境として位置付けている企業は、自社が認識する社会課題をマテリアリティと捉え、「重要機会」と「重要リスク」の観点から区分していたり、SDGsのターゲットと自社のマテリアリティを結び付けていたりする会社が目立った。②の事業活動の中に位置付けている企業は全体の半数以上を占めるが、さらに細分化して見ていくと、ビジネスモデルの基盤として位置付けている企業は18社（33.3%）、戦略として位置付けている企業も同じく18社（33.3%）、ビジネスモデルそのものの中に位置付けている企業は11社（20.8%）といった結果となった。③のアウトカム/目指す姿として捉えている企業（15.8%）は、マテリアリティを自社が創出する価値として、あるいは自社のあるべき姿として記載していた。④のその他（14.9%）は①～③に分類できない記載内容の企業となるが、その中にはマテリアリティをアウトカムのその先にある社会課題の解決やインパクトとして位置付けているものや、自社のパーパスとして位置付けているものなどが見られた。

今回の調査から、マテリアリティと親和性が高いと思われる価値創造プロセス図において、マテリアリティを掲載している企業は6割程度に留まることが分かった。これは、価値創造プロセス図に組み込むに値する、マテリアリティが統合思考に基づくものとして企業内で消化しきれていないことがひとつの原因として考えられるのではないかと。ステークホルダーにとって企業が何を重要課題（マテリアリティ）として認識し、それをどのように戦略に落とし込み、それを通じてどのように社会に価値を提供していくのかといったつながりを知ることは、その企業を深く理解する上で助けとなりうる。開示しているマテリアリティの定義、位置づけが曖昧になっていたり、また読み手によって解釈が異なる可能性をはらんだ言葉を記載していたりする企業も一定数ある現状の中、なお一層検討を深めていくことが望まれるだろう。