

わが国市場におけるインターネットIRの普及と現状考察～評価者別比較分析～

姜 理恵(青山学院大学大学院博士後期課程)

近年、わが国における適時開示制度の見直しが行われている。一つは、「決算短信(四半期・通期)における開示内容等の柔軟化」である。従来、法定開示に併せた四半期決算短信の開示が求められていたが、四半期決算短信と四半期報告書を併用することに対する運用上の負荷、および投資家ニーズに必ずしも合致していないとの意見から、四半期開示の在り方について抜本的な見直しが行われた。その結果、従来一律に定められていた開示時期・開示内容を、上場会社が投資者ニーズに応じた開示時期に開示を行い、投資者ニーズに応じて開示内容を見直しすることが決まった。同様に、「業績予想開示」についても、従来規格化されていた開示項目を、『経営者自身の合理的な評価や見直し等に基づいて、経営成果にかかる直接的な予想が示される規格化された開示の有用性を確認しつつ、上場会社各社の実情に応じて、多様な方法による柔軟な開示を積極的に行い得ることが望まれる』(東証,2011)とし、ここでも企業の開示情報の柔軟化が見られる。すなわち、昨今の情報開示の流れは、柔軟化・多様化の方向に向かっているといえる。

しかし、わが国においてもその活動が認知されて長い時間を経過している **Investor Relation** (以下「IR」という。)の視点に立てば、投資家に対する情報開示は、その開示時期・開示内容について既に企業の意思に委ねた柔軟で多様な情報提供がなされていることが分かる。

そこで、本稿においては、投資家ニーズをくみ取り、企業にとって柔軟で多様な情報開示を可能とならしめているインターネットIRに着目して研究を進めるものとする。Trabelsi, Labelle and Dumontire(2008)では、トロント証券取引所に上場する企業を対象に、企業Webサイトを使った自発的情報開示が増加している実態を示すとともにその重要性を指摘している。また、Ettredge, Richardson and Scholz(2002)では、米国企業を対象として自社ホームページの自発的情報開示の実態を調査すると同時に、証券アナリストによる評価が高い企業ほど、自社ホームページ上の財務情報開示の質も高いとの証拠を提示している。また、わが国においても、記虎(2006)がインターネットIRサイトの質の規定要因に着目し、株主優待を実施する企業の方が、インターネットIRサイトの質が高いとの証拠を提示し、インターネットIRサイトの充実は、IR活動の中でも特に個人投資家を意識した企業の戦略的な取組として位置付けている。

これら先行研究に共通するのは、自社ホームページ上の財務情報および非財務情報開示の質の規定要因に着目している点である。そこで、本稿においては、わが国上場企業におけるインターネットIRの普及の実態を調べると同時に、個々の企業がWebサイト情報で開示する情報の質と証券アナリストによるディスクロージャー評価との関連性について検証を行う。本稿の目的は、これら実態調査と検証により、わが国で実施されているIRの質の高さ、および、インターネット IR の普及率の高さが、海外企業と比較しても劣らぬレベルであることを検証するための証拠の蓄積に貢献することである。