

企業の社会的責任（CSR）活動とホームページにおける情報開示の関係

記 虎 優 子 同志社女子大学現代社会学部専任講師

1 はじめに

情報技術の進展を背景として、企業がホームページを開設することはすでに一般的な動向となっている。企業ホームページは、企業外部の不特定多数の広範囲に渡る者に情報を開示する上で有効な手段である。

Freeman(1984)に端を発するステークホルダー・アプローチによれば、情報開示の手段として企業ホームページを活用することは、戦略的なステークホルダー対応としての企業の社会的責任（Corporate Social Responsibility: 以下、CSR と呼ぶ）活動の一環として位置づけることができる。したがって、CSR 活動に積極的な企業ほど、ホームページにおける情報開示を充実させるのではないかと、との予測が成立する余地がある。CSR 活動は、多岐に渡っており、定義として一般的に受け入れられているものは未だに存在しない。しかし、たとえば谷本(2004)では、CSR は「経営活動のプロセスに社会的公正性や倫理性、環境への取り組みなどを組み、アカウンタビリティを果たしていくこと」と定義されている。

すでに、先行研究では、ホームページにおける情報開示に対する企業の取り組み度合いの規定要因を検証することにより、さまざまな企業特性がホームページにおける情報開示に影響を与えることが実証されている(Ashbaugh, Johnstone and Warfield 1999; Craven and Marston 1999; Debreceeny, Gray and Rahman 2002; Ettredege, Richardson and Scholz 2002; Marston 2003; Oyelere, Laswad and Fisher 2003; Pirchegger and Wagenhofer 1999; Xiao, Yang and Chow 2004; 記虎 2006a)。しかし、管見のかぎり先行研究では、CSR 活動に対する取り組み度合いが、ホームページという特定の開示媒体における情報開示に対する企業の取り組み度合いに影響を与えるのかどうかについて、検証されていない。

本稿では、ホームページにおける情報開示に対する企業の取り組み度合いに影響を与え得る企業特性の 1 つとして、CSR 活動に新たに着目し、CSR 活動と企業ホームページにおける情報開示の関係を解明することを試みる。

以下では、まず先行研究のレビューを行って仮説を導出する。続いて、リサーチ・デザインと検証結果について述べる。最後に、結論を述べて、本稿の貢献と今後の課題を指摘することとする。

2 先行研究のレビューと仮説の導出

企業が情報開示に積極的に取り組む動機には、情報を開示することで資本コストを低下させようとするところがあると一般的には説明される。他方で、記虎(2007a)は、企業が情報開示に取り組む動機はさまざまであり、必ずしも資本コストの低下といった財務的な観点からの動機にのみ基づいているとは限らないと指摘している。そして、Freeman(1984)に端を発するステークホルダー・アプローチを支持して、企業が情報開示に取り組む動機には、多様なステークホルダーと良好な信頼関係を戦略的に構築・維持しようとするところがあると主張している。

ステークホルダー・アプローチは、企業が、こうした目的のために、CSR 活動に積極的に取り組むことを主張するものである。企業の情報開示は、戦略的なステークホルダー対応としての CSR 活動の一環として位置づけることができる。

Gelb and Strawser(2001)は、企業がこうした戦略的なステークホルダー対応としての CSR 活動の一環として情報開示に取り組むと主張し、統合的な証拠を得ている。この研究では、米国企業を対象として、投資管理調査協会（Association for Investment Management and Research: 以下、AIMR と呼ぶ）⁽¹⁾の実態調査を利用することにより、企業の情報開示の質を捉えた上で、CSR 活動に対する取り組み度合いと企業の情報開示の質の関係が検証され、両者の間に正の関係があることが実証されている。つまり、この研究では、CSR 活動に積極的な企業ほど、情報開示に積極的に取り組むことが実証されている。さらに、こうした傾向は、企業に自由裁量が認められる自発的な開示の場合に強まることが示されている。

本稿で着目する企業ホームページにおける情報開示は、企業に自由裁量が認められる自発的な開示の 1 つである。すでに指摘したように、管見のかぎり先行研究では、CSR 活動に対する取り組み度合いが、ホーム

ページという特定の開示媒体における情報開示に対する企業の取り組み度合いに影響を与えるのかどうかについて、検証されていない。しかし、Gelb and Strawser(2001)で得られた証拠を踏まえれば、CSR活動に積極的な企業ほど、ホームページにおける情報開示を充実させると予測できる。

以上の検討を踏まえて、本稿では次の仮説を導出する。

H1 CSR活動に対する取り組み度合いとホームページにおける情報開示に対する企業の取り組み度合いの間には正の関係がある。

3 情報開示指標と CSR 指標の作成方法

3-1 情報開示指標の作成方法

情報開示に対する企業の取り組み度合いの規定要因を検証している多くの先行研究では、複数の詳細な評価項目に基づいて実態調査を行い、評価項目ごとに該当すれば1点、該当しなければ0点を与えるといった具合に定量的な評価を行うことにより、情報開示指標 (disclosure index) が作成されている。そして、こうした情報開示指標により、情報開示に対する企業の取り組み度合いを評価することが一般的に行われている (Chavent et al., 2006)。

企業ホームページという特定の開示媒体に着目した研究でも、Ettredege, Richardson and Scholz (2002)、Pirchegger and Wagenhofer (1999) および Xiao, Yang and Chow (2004) において、同様の手順で作成された情報開示指標により、ホームページにおける情報開示に対する企業の取り組み度合いが評価されている。

しかし、こうした手順で作成される情報開示指標には、必然的に評価項目の選定ならびに評価項目ごとの評価に際して、評価者の主観を伴うという欠点がある (Marston and Shrivies, 1999)。それにもかかわらず、情報開示指標が多くの先行研究で用いられているという事実は、リサーチ・ツールとしての情報開示指標の有用性を示していると指摘される (Oliveira, Rodrigues and Craig, 2006)。

本稿でも、先行研究に倣って、複数の詳細な評価項目に基づいて情報開示指標を作成することとした。ただし、多くの先行研究では、独自に行った実態調査をもとに情報開示指標が作成されている。これに対して、本稿では、日興アイ・アール株式会社の全上場企業ホームページ実態調査 (2005年版) (以下、企業ホームページ実態調査と呼ぶ) を利用して、情報開示指標を作成する。

Marston and Shrivies (1999) によれば、情報開示指標は、他の研究者による再検証が可能であること (信頼性) と、研究者の意図に沿った事柄を示していること (妥当性) の2つの要件を満たす必要がある。以下では、本稿で用いる情報開示指標の作成方法を説明し、これらの要件を満たし得るかどうかを検討する。

企業ホームページ実態調査については、調査結果の概要がプレスリリース (日興アイ・アール株式会社, 2005) として公表されているほか、調査結果のデータが日本経済新聞社のコーポレート・ガバナンス評価システム (以下、NEEDS-Cges と呼ぶ) において有償で提供されている。したがって、他の研究者がこの調査結果を利用することは可能である。

次に、日興アイ・アール株式会社 (2005) によれば、企業ホームページ実態調査のコンセプトは、全上場企業を対象として「その企業のことを全く知らない (個人) 投資家が、その企業を理解する上で、ホームページに必要な要素が完備されているか」にある。また、「インターネットでの企業情報の発信は、IR ページだけでなく、企業ホームページ全体で自社をアピールし、初めて見る人でも理解できることが重要」であるとの立場から、IR ページだけでなく、企業ホームページ全体が調査対象とされている。ただし、企業の「サービス利用・取引」目的の商用サイトは対象外となっている。調査期間は、2005年7月下旬から2005年11月上旬である。

そして、「分りやすさ」、「使いやすさ」、「情報の多さ」の3つの視点から、合計95の客観的な評価項目が設けられている。レイアウト・デザイン・文体等の主観的内容は評価されていない。評価項目の内訳は、「分りやすさ」20項目、「使いやすさ」30項目、「情報の多さ」45項目となっている。なお、日興アイ・アール株式会社 (2005) ではこれらの評価項目の抜粋が具体的に公表されている (表1を参照)。これらの評価項目に基づいて、各上場企業のホームページが調査・評価され、全体の平均項目数と各企業の項目数から算出した偏差値 (平均50ポイント、標準偏差10ポイント) が上述の3つの視点別に算出され、NEEDS-Cges において、「ウェブサイトの分りやすさ」、「ウェブサイトの使いやすさ」、「ウェブサイトの情報の多さ」として提供されている。さらに、「総合ポイント」として、3つの視点別の偏差値の単純平均値が算出され、「ウェブサイトの充実度」として提供されている。したがって、ホームページにおける情報開示に対する企

業の取り組み度合いを捉えるという本稿の意図と合致して、企業ホームページ実態調査を利用することが可能である。

本稿では、NEEDS-Cges において、「ウェブサイトの分かりやすさ」、「ウェブサイトの使いやすさ」、「ウェブサイトの情報の多さ」、「ウェブサイトの充実度」として提供されているデータを情報評価指標としてそれぞれ用いることとした。

以上から、これらの情報開示指標はすべて、信頼性と妥当性の要件をともに満たし得ると最終的に判断した。

表1 企業ホームページ実態調査における評価項目(抜粋)

<分かりやすさ>

大分類	No.	評価内容
コンテンツ内容	1	個人投資家向けコーナーがある。
	2	業績ハイライト(過去数年分の売上高/利益推移)[グラフ]がある。
	3	新着情報等に公開日付を明記している。
	4	新着情報等に、内容別の分類マークを付記している。
	5	ダウンロード資料のファイルサイズを明記している。
	6	ダウンロード資料のファイル種類を明記している。
	7	ナビメニュー(index・目次・見出し)に関するコンテンツの要約がある。
コンテンツ場所	8	IRに関するFAQがある。
	9	IRカレンダーに、関連コンテンツへのリンクがある。
	10	IRに関するニュース配信機能がある。

<使いやすさ>

大分類	No.	評価内容
ナビゲーション	1	社名検索で、Google(検索エンジン)の検索結果に表示される。
	2	パン肩ナビがある。
	3	サイトマップがある。
	4	サイト内に検索機能が設置されている。
	5	IRページでの表示メニュー数が5~9個である。
操作性	6	印刷用ページを用意している。
	7	印刷しても、横幅の部分が途切れない。
	8	CSV形式などでのデータ提供を行なっている。(業績ハイライトなど)
	9	最新のIR資料を一括ダウンロードできる。
	10	複数形式の動画配信を実施している。
セキュリティ	11	入カフォームがある場合、セキュリティ(SSLなど)が有効になっている。
	12	別ウィンドウ・ポップアップ画面を用いてない。(または使用する旨を明記している。)
バリアフリー	13	文章の読み上げ機能を設置している。
	14	文字サイズの変更ボタンを設置している。
	15	文字サイズを固定していない。

<情報の多さ>

大分類	No.	評価内容
企業ホームページの基本要素	1	会社案内ページがある。
	2	プレスニュースリリースページがある。
	3	製品・サービスページがある。
	4	IR/投資家情報ページがある。
	5	採用求人ページがある。
会社情報	6	会社概要・プロフィールがある。
	7	業務内容の説明がある。
	8	本社等へのアクセスマップがある。
	9	経営者(社長等)からのトップメッセージがある。
	10	業績ハイライト(過去数年分の売上高/利益推移)[数値表]がある。
IRツール	11	決算短信を入手できる。
	12	有価証券報告書を入手できる。
	13	アニュアルレポートを入手できる。
	14	事業報告書を入手できる。
	15	ファクトブックを入手できる。
	16	環境報告書を入手できる。
	17	決算説明会等で用いた資料を公開している。(スライド資料など)
	18	総会での決議内容(決議通知・結果報告)を公開している。
株価・債券情報	19	株価情報がある。
	20	配当金情報がある。
	21	社債情報がある。
	22	格付情報がある。
イベント情報 (決算説明会・株主総会)	23	IRカレンダーがある。
	24	説明会等の模様を動画等で公開している。
	25	説明会等での質疑応答を公開している。
	26	総会の模様を動画等で公開している。
	27	総会での質疑応答を公開している。
その他	28	IRポリシーがある。
	29	会社案内ビデオがある。
	30	免責条項がある。

(出所)日興アイ・アール株式会社(2005)

3-2 CSR 指標の作成方法

CSR に関する実証的研究では、CSR 活動に対する取り組み度合いを捉えるために、CSR 指標としてさまざまな方法により企業社会業績 (Corporate Social Performance: CSP) が作成されてきたと指摘される (Graves and Waddock, 1994)。また、日本企業を対象とする最近の実証的研究に限定すれば、CSR 指標の作成にあたり、独自に行った実態調査を利用するもの (眞崎, 2006; 森田・上原, 2006)、第三者が行った実態調査を利用するもの (Kitora and Okuda, 2007; 記虎・奥田, 2006a, 2006b, 2006c; 首藤・竹原, 2007)、雑誌記事や新聞に掲載されたランキングを利用するもの (記虎, 2006b, 2007b; 梶谷, 2007)、社会責任投資 (SRI) インデックスへの採択の有無を代理変数として利用するもの (首藤・増子・若園, 2006) がある。このように、CSR 指標の作成にあたり一般的な方法は存在していない。

表2 CSR指標作成のために利用したデータ項目とその取扱い

データ項目	CSRデータベースにおける取扱い	2値データに変換
CSR基本対応		
CRS専任部署の有無	1.ある, 2.ない, 3.設置予定	1.ある, 0.ない or 設置予定
CRS担当役員の有無	1.ある, 2.ない, 3.設置予定	1.ある, 0.ない or 設置予定
CRS方針の文章化の有無	1.ある, 2.ない, 3.作成予定。環境対策に特化した報告書は除く	1.ある, 0.ない or 作成予定
雇用・人材活用		
高齢者雇用指針の有無	1.あり, 2.なし。明文化された指針制定の有無。	1.あり, 0.なし
高齢者雇用取り組みの有無	1.あり, 2.なし。雇用の促進・確保への具体的な取り組みの有無。	1.あり, 0.なし
再就職支援制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
障害者雇用指針の有無	1.あり, 2.なし。明文化された指針制定の有無。	1.あり, 0.なし
障害者雇用取り組みの有無	1.あり, 2.なし。雇用の促進・確保への具体的な取り組みの有無。	1.あり, 0.なし
外国人雇用指針の有無	1.あり, 2.なし。明文化された指針制定の有無。	1.あり, 0.なし
外国人雇用取り組みの有無	1.あり, 2.なし。雇用の促進・確保への具体的な取り組みの有無。	1.あり, 0.なし
退職金制度の有無	1.制度あり, 2.制度なし	1.制度あり, 0.制度なし
企業年金制度の有無	1.制度あり, 2.制度なし	1.制度あり, 0.制度なし
ボランティア休暇・休職制度の有無	1.ボランティア休暇あり, 2.ボランティア休職あり, 3.ボランティア休暇・休職いずれもあり, 4.いずれもなし, 5.その他	1.ボランティア休暇・休職のいずれかまたは両方あり, 0.いずれもなし, 5.その他は欠損として扱う
フレックスタイム制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
短時間勤務制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
半日単位の有給休暇制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
在宅勤務制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
サテライト・オフィスの有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
保育設備・手当の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
母親の有給育児制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
父親の有給育児制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
ワークシェアリングの有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
資格・認定制度の取得奨励制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
社内公募制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
FA制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
企業内ベンチャー制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
国内留学制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
海外留学制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
特別な成果に対する奨励制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
キャリアアップ制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
ストックオプション制度の有無	1.あり, 2.なし	1.あり, 0.なし
セクシャル・ハラスメント対策	1~7の数値組み合わせ。1.特になし, 2.ガイドラインを規定・公開, 3.相談・苦情窓口の設置, 4.啓発資料の作成・配布, 5.実態把握調査を実施, 6.研修を実施, 7.その他	1.セクシャル・ハラスメント対策あり, 0.なし
従業員に対する能力・業績評価基準の公開の有無	1.公開, 2.非公開	1.公開, 0.非公開
従業員に対する能力・業績評価内容の告知の有無	1.告知, 2.告知しない	1.告知, 0.告知しない
従業員に対する能力・業績評価の給与・処遇面での反映方法	1.特に制度はない, 2.役職を考慮した評価級を導入, 3.職種を考慮した評価級を導入, 4.役職・職種両方を考慮した評価級を導入, 5.その他	2~4を1, 1を0, 5.その他は欠損として扱う
従業員の安全・衛生・健康についてのガイドライン	1.ある, 2.ない	1.ある, 0.ない
病気による特別休暇制度の有無	1.ある, 2.ない	1.ある, 0.ない
特別休暇制度の有無	1.ある, 2.ない	1.ある, 0.ない
消費者対応		
消費者対応に特化した理念の有無	1.ある, 2.ない, 3.その他	1.ある, 0.ない, 3.その他は欠損として扱う
消費者対応のための専任部署の有無	1.ある, 2.ない, 3.設置予定	1.ある, 0.ない or 設置予定
顧客満足 (CS) 方針の有無	1.ある(外部へ公表), 2.ある(外部へ非公表), 3.ない, 4.その他	1.あり(公表 or 非公表), 0.ない, 4.その他は欠損として扱う
消費者からのクレーム対応マニュアルの有無	1.ある, 2.なし, 3.その他	1.ある, 0.ない, 3.その他は欠損として扱う
消費者からのクレーム情報のデータベースの有無	1.ある, 2.なし, 3.その他	1.ある, 0.ない, 4.その他は欠損として扱う
事故・欠陥に関する情報開示の指針	1.文書化している, 2.指針はあるが文書化はしていない, 3.指針は特にない, 4.その他	1.あり(文章化 or 非文章化), 0.指針なし, 4.は欠損として扱う
環境		
環境対策担当部署設置の有無	1.ある, 2.ない, 3.設置予定	1.ある, 0.ない or 設置予定
環境対策担当役員の有無	1.ある, 2.ない, 3.設置予定	1.ある, 0.ない or 設置予定
環境方針の文章化の有無	1.ある, 2.ない, 3.作成予定	1.ある, 0.ない or 作成予定
環境会計の作成の有無	1.ある, 2.ない, 3.予定あり	1.ある, 0.ない or 予定あり
環境監査の実施状況	1.定期的実施, 2.不定期に実施, 3.実施していない, 4.その他	1~2を1, 3を0, 4.その他は欠損として取り扱う
環境マネジメントシステムの構築	1.ISO14001を認証取得, 2.ISO14001を認証取得予定, 3.自社独自のEMSを構築, 4.EMSは構築していない, 5.その他	1と3を1, 4を0, 2と3を欠損として扱う
環境ラベリングの取り組み	1~5の数値組み合わせ。1.エコマークなど第三者審査を受けた環境ラベルによって環境情報を開示, 2.自社独自基準による環境ラベルで環境情報を開示, 3.ISO14020でのタイプIII型環境ラベルで全工程における環境負荷を定量的に開示, 4.特に取り組みは行っていない, 5.その他	環境ラベリングの何らかの取り組みがあれば1, なければ0として取り扱う
グリーン購入への取り組み	1.GPN(グリーン購入ネットワーク)ガイドラインに則り, グリーン購入を実施, 2.自社独自指針に則り, グリーン購入を実施, 3.グリーン購入は行っていない, 4.その他	1と2を1, 3を0, 4は欠損として扱う
倫理・コンプライアンス		
企業倫理方針の文章化・公開状況	1.文書化・公開, 2.文書化・非公開, 3.方針はあるが文書化はしていない, 4.方針は特にない, 5.その他	1と2を1, 3と4を0, 5は欠損として扱う
倫理行動規定・規範・マニュアルの有無	1.ある, 2.ない, 3.その他	1.ある, 0.ない, 3.その他は欠損として扱う
法令順守に関する専門部署・体制の有無	1.ある, 2.ない, 3.設置予定	1.ある, 0.ない or 設置予定
その他		
IR専任部署の有無	1.ある, 2.ない, 3.設置予定	1.ある, 0.ない or 設置予定
調達先(仕入先)企業について, 選定方針・基準の有無	1.ある・公開, 2.ある・非公開, 3.特にない, 4.その他	1と2を1, 3を0, 4は欠損として扱う
社会貢献関連担当部署の有無	1.ある, 2.ない, 3.設置予定	1.ある, 0.ない or 設置予定

本稿では、東洋経済新報社の CSR データベース（2006 年版）（以下、CSR データベースと呼ぶ）に含まれている「CSR 企業調査」を利用して、CSR 指標を作成する。CSR 指標も、情報開示指標と同様に、信頼性と妥当性の 2 つの要件を満たす必要があるだろう。以下では、本稿で用いる CSR 指標の作成方法を説明し、これらの要件を満たし得るかどうかを検討する。

CSR データベースは有償で提供されているほか、その内容を収めた刊行物として『CSR 企業総覧』がある。したがって、他の研究者がこの調査結果を利用することは可能である。

次に、この調査は、東洋経済新報社が全上場企業（3,729 社）と主要未上場企業（70 社）に対して調査票の回答を郵送で依頼する形式で行われた。なお、調査実施時期は、2005 年 2 月～3 月である。調査票は、[1] 雇用・人材活用編、[2] CSR 全般・コミュニティ・消費者対応編、[3] 環境編、の 3 分野、総計 249 データ項目から構成されている⁽²⁾。その結果、上場企業 725 社と未上場企業 24 社の合計 749 社から、調査票に対する回答が得られた。CSR データベースでは、回答のあったすべての企業について、調査結果の詳細がすべて提供されている。CSR データベースは、「日本企業の CSR に関する基礎データを集めた新しいデータベース」であると指摘されており（谷本 2005）、CSR に対する取り組み度合いを捉えるという本稿の意図と合致して、CSR データベースを利用することが可能である。ただし、この結果として、本稿における CSR 活動に対する取り組み度合いの評価は、あくまで企業自身の判断ないし回答に基づくものであることに注意する必要がある。

本稿では、できるだけ多くのサンプル数を確保するために、CSR データベースに含まれているカテゴリカル・データ項目のうち、調査票の回答のあったすべての企業が該当することとなる 58 データ項目を抜粋した。つまり、これらの 58 データ項目の中には、「無回答」による欠損データが含まれていることはあっても、「非該当」による欠損データは一切含まれていない。そして、これらの 58 データ項目を 1 ないし 0 の値を取る 2 値データに変換した。その際 1 の値を取れば、CSR に対する取り組み度合いが優れていると解釈できるように変換している。その上で、各データ項目の性質に基づいて、①CSR 基本対応（3 データ項目）、②雇用・人材活用（35 データ項目）、③消費者対応（6 データ項目）、④環境（8 データ項目）、⑤倫理・コンプライアンス（3 データ項目）、⑥その他（3 データ項目）、の 6 グループに大別した（表 2 を参照）。そして、グループごとに、有効回答データ項目数に対して 1 の値を取るデータ項目数の割合をそれぞれ求めて、個別の CSR 活動に対する取り組み度合いを示す CSR 指標とすることとした。次に、上記 6 つのグループごとに求めた各 CSR 指標の単純平均値をもって、CSR 活動に対する総合的な取り組み度合いを示す CSR 指標とすることとした⁽³⁾。

以上から、これらの CSR 指標はすべて、信頼性と妥当性の要件をともに満たし得ると最終的に判断した。

4 リサーチ・デザイン

4-1 サンプルの選択

サンプルとして、企業ホームページ実態調査の調査対象であり、かつ CSR データベースに含まれている企業を選択する。ただし、データの入手可能性の制約のために、2006 年 8 月時点更新の NEEDS-Cges に含まれている企業に限定されている。また、資本の欠損が生じている企業、決算月数が 12 ヶ月に満たない企業、金融業に該当する企業をサンプルから除外している。さらに、CSR 指標の作成に際して、上述の 58 データ項目中欠損が 5 データ項目以上となる企業をサンプルから除外している⁽⁴⁾。この結果、最終的なサンプル数は、557 社である。

なお、企業ホームページ実態調査は、2003 年度から毎年継続的に行われており、評価項目は年々増加している。しかし、この調査における評価項目のすべてが具体的に公表されているわけではなく、一部年度（2004 年度および 2005 年度）についてのみ、プレスリリースにおいて評価項目の抜粋が公表されているのみである。また、CSR データベースについては、本研究開始時点においてすでに 2006 年版と 2007 年版の 2 ヶ年分についての調査結果が公表されていた。

本稿では、企業ホームページ実態調査について評価項目の抜粋が入手可能という条件を満たし、かつ企業ホームページ実態調査の調査期間と CSR データベースの調査時期の対応関係を図ることができるよう、企業ホームページ実態調査については 2005 年度の調査結果を利用することとし、また CSR データベースについては 2006 年版を利用することとした。

4-2 各変数の作成方法と仮説の検証方法

上述の情報開示指標をもとに Disclosure Index として次の 4 つの変数を作成している。WEBEVL1、WEBEVL2

および WEBEVL3 は、企業ホームページの分りやすさ、使いやすさ、情報の多さをそれぞれ示す変数である。WEBEVLT1 は、企業ホームページの充実度を示す変数である。

また、上述の CSR 指標をもとに CSR Index として次の 6 つの変数を作成している。csr は、①CSR 基本対応にかかわる企業の取り組み度合いを示す変数である。koyou は、②雇用・人材活用にかかわる企業の取り組み度合いを示す変数である。consumer は、③消費者対応にかかわる企業の取り組み度合いを示す変数である。envi は、④環境にかかわる企業の取り組み度合いを示す変数である。compliance は、⑤倫理・コンプライアンスにかかわる企業の取り組み度合いを示す変数である。tlcsr は、CSR 活動に対する総合的な取り組み度合いを示す変数である。

なお、本稿では、CSR 活動と企業ホームページにおける情報開示の関係を検証するのに際して、先行研究に基づいて、ホームページにおける情報開示に影響を与え得るその他の要因をコントロール変数として考慮に入れこととし、次の変数を選択している⁽⁵⁾。

yutai は、株主優待を実施していれば 1、していなければ 0 の値をとるダミー変数である。なお、株主優待実施企業名は、『知って得する株主優待 2005 年版』(2005)から手入力で収集している。

tanshinten は、決算期末日と決算発表日(企業が上場取引所等に決算短信を提出する日)の間の日数をもとに作成される変数である。tanshinten は、大きいほど決算短信を早期に開示することを示している。サンプル対象企業の決算短信所要日数は、最も短い場合で 19 日、最も長い場合で 61 日であった。そこで、決算短信開示所要日数が 61 日の企業には 1 点、60 日の企業には 2 点といった具合に、決算短信開示所要日数が長い企業ほど小さい得点が与えられるように順次得点を与えた。そして、決算短信開示所要日数に基づく得点の幅は、42 点と大きくはないので、決算短信開示所要日数の差をうまく反映できるように、決算短信開示所要日数が長い場合ほど所要日数に比して低得点が与えられるように各得点の自然対数値を求めて、これを tanshinten とした。

size は、企業規模を総資産(百万円)の自然対数値で代理した変数である。leverage は、総資産に占める負債の割合を示す変数(%)である。ryudousei は、総資産に占める流動資産の割合を示す変数(%)であり、流動性の程度を示している。roa は、総資産営業利益率、すなわち総資産に占める営業利益の割合を示す変数(%)であり、収益性の程度を示している。kojin は、個人株主持株比率、すなわち総株式数に対する個人・その他の持株数の割合を示す変数(%)であり、株式所有の分散の程度を示している。なお、これらの 5 変数は、『日経 NEEDS 財務データ CD-ROM 版』から得た、2004 年 4 月～2005 年 3 月の間に終了する各事業年度の原則として連結ベースのデータ項目をもとに作成している⁽⁶⁾。

financing は、2004 年 4 月から 2006 年 3 月の間に普通株式の公募増資を行っていれば 1、行っていないければ 0 の値をとるダミー変数であり、株主資本調達の実現性の程度を示している。なお、普通株式の公募増資の実施時期は、東洋経済新報社の『会社四季報』に基づいて判断している。

業種を示す変数としては、日経業種コードに基づいて、food(食品)、kagaku(化学)、hitestu(非鉄・金属)、kikai(機械)、denki(電気機器)、kensetsu(建設)、syousya(商社)、kouri(小売業)、service(サービス)の 9 つを用いる。これらの変数は、各業種に該当すれば 1、該当しなければ 0 をとるダミー変数である。なお、業種を選択に際しては、1 の値をとるサンプル対象企業が 20 社以上となる業種をすべて選択している。なお、食品、小売業およびサービスの 3 業種は、日常生活に密接にかかわる業種であることとみることができよう。こうした業種に属する企業とは、社会に暮らす多くの人々が、投資家、消費者ないし顧客などとして、輻輳化・重層化した利害関係を有している。それゆえ、これらの企業に対する情報ニーズは高いであろう。一方、企業ホームページという新しい開示媒体を利用した情報開示では、伝統的な開示媒体と比して、広範な情報利用者に包括的で詳細な情報を適時に伝達することができる。したがって、これらの 3 業種に属する企業は、ホームページにおける情報開示を充実させようとするであろうと予測される。

以上の変数を用いて、重回帰分析を行う。まず、基本検証式では、右辺の Disclosure Index として WEBEVL1、WEBEVL2、WEBEVL3、WEBEVLT1、のいずれかをそれぞれ用いることにより、ホームページにおける情報開示に対する企業の取り組み度合いを総合的に捉えて、CSR 活動との関係を検証する。

[基本検証式]

$$\begin{aligned}
 \text{Disclosure Index}_i = & \alpha_1 + \alpha_2 \text{tlcsr}_i + \alpha_3 \text{yutai}_i + \alpha_4 \text{tanshinten}_i + \alpha_5 \text{size}_i + \alpha_6 \text{leverage}_i + \alpha_7 \text{ryudousei}_i \\
 & + \alpha_8 \text{roa}_i + \alpha_9 \text{kojin}_i + \alpha_{10} \text{financing}_i + \sum \alpha_{11,k} \text{業種ダミー}_{k,i} + \varepsilon_i
 \end{aligned}$$

次に、追加検証式 I では、左辺の CSR Index として *csr*、*koyou*、*consumer*、*envi*、*compliance* のいずれかをそれぞれ用いることにより、個別の CSR 活動とホームページにおける情報開示の関係を解明することに焦点を当てて検証を行う⁽⁷⁾。

[追加検証式 I]

$$WEBEVLTL_i = \alpha_1 + \alpha_2 CSR\ Index_i + \alpha_3 yutai_i + \alpha_4 tanshinten_i + \alpha_5 size_i + \alpha_6 leverage_i + \alpha_7 ryudousei_i + \alpha_8 roa_i + \alpha_9 kojini_i + \alpha_{10} financing_i + \sum \alpha_{11,K} 業種ダミー_{k,i} + \varepsilon_i$$

追加検証式 II では、CSR Index として *csr*、*koyou*、*consumer*、*envi*、*compliance* をすべて用いることにより、個別の CSR 活動がホームページにおける情報開示に与える影響を同時に検証する⁽⁸⁾ (9)。

[追加検証式 II]

$$WEBEVLTL_i = \alpha_1 + \alpha_2 csr_i + \alpha_3 koyou_i + \alpha_4 consumer_i + \alpha_5 envi_i + \alpha_6 compliance_i + \alpha_7 yutai_i + \alpha_8 tanshinten_i + \alpha_9 size_i + \alpha_{10} leverage_i + \alpha_{11} ryudousei_i + \alpha_{12} roa_i + \alpha_{13} kojini_i + \alpha_{14} financing_i + \sum \alpha_{15,K} 業種ダミー_{k,i} + \varepsilon_i$$

5 検証結果とその分析

各変数の基本統計量は、表 3 に示している。表 3 より、CSR Index の各変数のうち、*csr* の平均値が相対的に小さいことが分かる。また、*koyou* の標準偏差が相対的に小さいことが分かる。

yutai、*financing* および各業種のダミー変数を除く各変数間の相関係数は表 4 に示している。表 4 より Disclosure Index の各変数間の相関係数が総じて高く、特に WEBEVLTL と、WEBEVL1、WEBEVL2 ないし WEBEVL3 の間には極めて高い正の相関があることが分かる⁽¹⁰⁾。また、CSR Index の各変数間の相関係数も比較的高く、特に *tlcsr* と、*csr*、*koyou*、*consumer*、*envi*、*compliance* のいずれかの変数との間には、一貫して高い正の相関があることが分かる⁽¹¹⁾。さらに、*size* と CSR Index の各変数をはじめとして、各説明変数間に高い相関がある場合がある。しかし、各検証式について、多重共線性を検出する指標である分散拡大要因 (Variance Inflation Factors : VIF) を求めたところ、最大でも 3.32 であり、多重共線性の一般的な識値である 10 をかなり下回っていたので、説明変数間に多重共線性の問題はないと判断した。

基本検証式の検証結果は、表 5 に示している。また、追加検証式 I および II の検証結果は、表 6 に示している。

表 5 より、*tlcsr* は、Disclosure Index の各変数に対して、正かつ少なくとも 5%水準以上で有意である。つまり、CSR 活動全般に積極的な企業ほど、ホームページにおける情報開示を充実させる傾向にあると分かる。

また、表 6 より、追加検証式 I では、*compliance* を除く CSR Index の各変数と WEBEVLTL の間には、正かつ少なくとも 10%水準以上で有意な関係がある。追加検証式 II では、*koyou* と *consumer* の各変数と WEBEVLTL の間には、正かつ 1%水準で有意な関係がある。しかし、追加検証式 I では有意であった *csr* と *envi* の各変数については、

表3 基本統計量(N=557)

変数名	平均	標準偏差	最小	最大
<i>Disclosure Index</i>				
WEBEVL1	53.22	8.57	0.00	80.30
WEBEVL2	52.67	6.93	0.00	79.00
WEBEVL3	54.71	8.58	0.00	78.40
WEBEVLTL	53.51	7.31	0.00	79.20
<i>CSR Index</i>				
<i>csr</i>	0.29	0.36	0.00	1.00
<i>koyou</i>	0.47	0.16	0.03	0.91
<i>consumer</i>	0.69	0.31	0.00	1.00
<i>envi</i>	0.65	0.34	0.00	1.00
<i>compliance</i>	0.77	0.34	0.00	1.00
<i>tlcsr</i>	0.58	0.22	0.01	0.99
<i>yutai</i>	0.20	0.40	0	1
<i>tanshinten</i>	1.23	0.23	0.00	1.62
<i>size</i>	11.48	1.94	6.12	16.10
<i>leverage</i>	53.56	20.77	7.08	99.79
<i>ryudousei</i>	53.00	18.46	5.92	98.19
<i>roa</i>	5.82	5.17	-25.61	46.21
<i>kojin</i>	35.80	20.20	2.74	96.22
<i>financing</i>	0.09	0.28	0	1
<i>food</i>	0.06	0.23	0	1
<i>kagaku</i>	0.08	0.27	0	1
<i>hitetsu</i>	0.04	0.19	0	1
<i>kikai</i>	0.07	0.25	0	1
<i>denki</i>	0.13	0.33	0	1
<i>kensetsu</i>	0.08	0.27	0	1
<i>syousya</i>	0.08	0.27	0	1
<i>kouri</i>	0.05	0.22	0	1
<i>service</i>	0.12	0.33	0	1

変数の定義

WEBEVL1: 企業ホームページの分かりやすさを示す変数
 WEBEVL2: 企業ホームページの使いやすさを示す変数
 WEBEVL3: 企業ホームページの情報の多さを示す変数
 WEBEVLTL: 企業ホームページの充実度を示す変数
csr: CSR基本対応にかかわる企業の取り組み度合いを示す変数
koyou: 雇用・人材活用にかかわる企業の取り組み度合いを示す変数
consumer: 消費者対応にかかわる企業の取り組み度合いを示す変数
envi: 環境にかかわる企業の取り組み度合いを示す変数
compliance: 倫理・コンプライアンスにかかわる企業の取り組み度合いを示す変数
tlcsr: CSR活動に対する総合的な取り組み度合いを示す変数
yutai: 株主優待を実施していれば1、していなければ0の値をとるダミー変数
tanshinten: 決算短信における開示の速報性を示す変数
size: 総資産(単位: 百万円)の自然対数値
leverage: 負債÷総資産(%)
ryudousei: 流動資産÷総資産(%)
roa: 営業利益÷総資産(%)
kojin: 個人・その他の持株数÷総株式数(%)
financing: 2004年4月から2006年6月の間に普通株式の公募増資を行っていたら1、行っていない場合は0の値をとるダミー変数
food、*kagaku*、*hitetsu*、*kikai*、*denki*、*kensetsu*、*syousya*、*kouri*、*service*: 食品、化学、非鉄・金属、機械、電気機器、建設、商社、小売業、サービスの各業種に該当すれば1、該当しなければ0の値をとるダミー変数

表4 相関係数(N=557)

	WEBEVL1	WEBEVL2	WEBEVL3	WEBEVTL	csr	koyou	consumer	envi	compliance	tlcsr	tanshinten	size	leverage	ryudousei	roa	kojin
WEBEVL1	1.00															
WEBEVL2	0.70	1.00														
WEBEVL3	0.80	0.71	1.00													
WEBEVTL	0.93	0.87	0.93	1.00												
csr	0.31	0.33	0.39	0.38	1.00											
koyou	0.47	0.52	0.62	0.59	0.48	1.00										
consumer	0.29	0.32	0.38	0.37	0.31	0.41	1.00									
envi	0.34	0.37	0.46	0.43	0.42	0.57	0.40	1.00								
compliance	0.26	0.31	0.39	0.35	0.36	0.49	0.42	0.44	1.00							
tlcsr	0.45	0.50	0.60	0.57	0.71	0.74	0.69	0.75	0.74	1.00						
tanshinten	0.38	0.38	0.46	0.45	0.30	0.43	0.20	0.31	0.31	0.42	1.00					
size	0.49	0.49	0.66	0.61	0.48	0.67	0.42	0.63	0.51	0.72	0.38	1.00				
leverage	-0.01	0.01	0.00	0.00	0.04	0.08	0.03	0.06	0.05	0.06	-0.09	0.28	1.00			
ryudousei	-0.03	-0.01	-0.07	-0.04	-0.12	-0.16	-0.12	-0.09	-0.08	-0.13	0.00	-0.24	-0.12	1.00		
roa	0.14	0.10	0.18	0.16	0.05	0.04	0.07	-0.03	0.06	0.07	0.21	-0.01	-0.34	0.12	1.00	
kojin	-0.29	-0.28	-0.40	-0.36	-0.33	-0.47	-0.32	-0.47	-0.44	-0.53	-0.36	-0.61	-0.03	0.09	-0.10	1.00

表5 基本検証式の検証結果(N=557)

変数名	予測符号	被説明変数			
		WEBEVL1	WEBEVL2	WEBEVL3	WEBEVTL
定数項	?	19.27 (4.89) ***	24.44 (6.83) ***	9.88 (2.92) ***	17.86 (5.49) ***
tlcsr	+	4.88 (2.41) **	6.80 (4.31) ***	5.82 (3.53) ***	5.82 (3.98) ***
yutai	+	-0.96 (-1.15)	-0.15 (-0.22)	1.47 (2.18) **	0.11 (0.19)
tanshinten	?	5.09 (3.01) ***	4.06 (2.70) ***	4.92 (2.91) ***	4.69 (3.16) ***
size	+	2.07 (5.51) ***	1.46 (4.34) ***	2.83 (8.37) ***	2.12 (6.46) ***
leverage	?	-0.04 (-1.88) *	-0.02 (-0.98)	-0.04 (-2.34) **	-0.03 (-1.94) *
ryudousei	?	0.02 (0.85)	0.02 (1.60)	0.04 (2.33) **	0.03 (1.77) *
roa	?	0.09 (1.16)	0.03 (0.63)	0.15 (2.62) ***	0.09 (1.74) *
kojin	+	0.03 (1.44)	0.03 (1.89) *	0.03 (1.99) **	0.03 (2.02) **
financing	+	1.76 (1.74) *	1.38 (1.69) *	1.31 (1.57)	1.48 (2.01) **
food	+	1.85 (1.40)	1.27 (1.20)	2.38 (2.16) **	1.82 (1.95) *
kagaku	?	-1.10 (-0.93)	-0.13 (-0.16)	0.54 (0.64)	-0.23 (-0.30)
hitetsu	?	-2.76 (-2.01) **	-0.85 (-0.66)	-2.81 (-2.30) **	-2.14 (-2.03) **
kikai	?	-0.61 (-0.47)	-0.45 (-0.47)	-0.39 (-0.36)	-0.49 (-0.51)
denki	?	2.46 (2.23) **	3.01 (3.30) ***	3.03 (3.31) ***	2.83 (3.35) ***
kensetsu	?	-0.93 (-0.80)	-0.71 (-0.69)	-1.79 (-1.85) *	-1.15 (-1.30)
syousya	?	1.80 (1.34)	0.86 (0.78)	1.60 (1.67) *	1.42 (1.43)
kouri	+	-0.88 (-0.51)	-1.26 (-0.99)	-1.77 (-1.27)	-1.29 (-0.99)
service	+	3.73 (3.15) ***	2.84 (3.14) ***	3.38 (3.62) ***	3.31 (3.75) ***
修正済み決定係数		0.3351	0.3548	0.5798	0.5067
F値		14.89 ***	17.71 ***	48.04 ***	31.69 ***

注) 括弧内はWhite(1980)のt値。***有意水準1%、**有意水準5%、*有意水準10%。

表6 追加検証式 I および II の検証結果 (N=557)

変数名	予測符号	被説明変数					
		WEBEVLTL	WEBEVLTL	WEBEVLTL	WEBEVLTL	WEBEVLTL	WEBEVLTL
定数項	?	16.45 (5.27) ***	17.58 (5.95) ***	15.92 (5.23) ***	16.33 (5.13) ***	15.62 (4.98) ***	17.95 (5.89) ***
csr	+	1.18 (1.68) *	—	—	—	—	0.32 (0.45)
koyou	+	—	10.40 (5.62) ***	—	—	—	9.53 (4.66) ***
consumer	+	—	—	2.74 (3.79) ***	—	—	2.14 (2.74) ***
envi	+	—	—	—	1.89 (2.12) **	—	0.61 (0.65)
compliance	+	—	—	—	—	0.22 (0.27)	-1.10 (-1.24)
yutai	+	0.12 (0.20)	0.14 (0.24)	0.01 (0.02)	0.34 (0.58)	0.18 (0.30)	0.07 (0.11)
tanshinten	?	5.18 (3.36) ***	4.18 (2.86) ***	5.28 (3.44) ***	5.17 (3.43) ***	5.34 (3.50) ***	4.24 (2.94) ***
size	+	2.46 (8.55) ***	2.05 (7.54) ***	2.38 (8.49) ***	2.39 (7.59) ***	2.54 (8.13) ***	1.95 (6.36) ***
leverage	?	-0.03 (-2.20) **	-0.03 (-2.18) **	-0.04 (-2.21) **	-0.03 (-2.12) **	-0.04 (-2.26) **	-0.03 (-2.04) **
ryudousei	?	0.03 (2.01) **	0.03 (2.24) **	0.03 (1.80) *	0.03 (1.93) *	0.03 (1.98) **	0.03 (2.10) **
roa	?	0.09 (1.79) *	0.10 (1.91) *	0.08 (1.61)	0.10 (1.91) *	0.09 (1.73) *	0.09 (1.91) *
kojin	+	0.03 (1.72) *	0.03 (2.05) **	0.03 (1.81) *	0.03 (1.80) *	0.03 (1.76) *	0.03 (2.15) **
financing	+	1.48 (1.95) *	1.66 (2.25) **	1.56 (2.18) **	1.70 (2.28) **	1.56 (2.08) **	1.66 (2.33) **
food	+	2.27 (2.54) **	2.24 (2.52) **	1.74 (1.89) *	2.00 (2.21) **	2.17 (2.35) **	1.96 (2.09) **
kagaku	?	-0.08 (-0.10)	-0.39 (-0.51)	-0.08 (-0.10)	-0.33 (-0.42)	-0.13 (-0.16)	-0.34 (-0.44)
hitetsu	?	-1.81 (-1.78) *	-1.85 (-1.89) *	-1.99 (-1.92) *	-1.93 (-1.86) *	-1.76 (-1.71) *	-2.05 (-2.04) **
kikai	?	-0.37 (-0.39)	-0.68 (-0.73)	-0.29 (-0.30)	-0.28 (-0.29)	-0.38 (-0.38)	-0.45 (-0.48)
denki	?	3.21 (3.89) ***	2.58 (3.11) ***	3.08 (3.68) ***	3.06 (3.65) ***	3.24 (3.87) ***	2.48 (2.97) ***
kensetsu	?	-1.18 (-1.32)	-0.92 (-1.02)	-1.17 (-1.33)	-1.26 (-1.41)	-1.31 (-1.45)	-0.76 (-0.82)
syousya	?	1.05 (1.03)	1.23 (1.26)	1.51 (1.51)	1.26 (1.24)	1.08 (1.06)	1.57 (1.64)
kouri	+	-1.08 (-0.84)	-0.68 (-0.53)	-1.61 (-1.25)	-1.09 (-0.85)	-1.15 (-0.89)	-1.05 (-0.81)
service	+	3.26 (3.66) ***	2.96 (3.39) ***	3.29 (3.72) ***	3.69 (4.27) ***	3.28 (3.60) ***	3.18 (3.68) ***
修正済み決定係数		0.4958	0.5198	0.5036	0.4971	0.4933	0.5238
F値		29.27 ***	32.33 ***	29.56 ***	31.09 ***	29.50 ***	28.08 ***

注) 括弧内はWhite(1980)のt値。***有意水準1%、**有意水準5%、*有意水準10%。

統計的有意性がなくなる。つまり、個別のCSR活動にそれぞれ着目すれば、⑤倫理・コンプライアンスを除く、①CSR基本対応、②雇用・人材活用、③消費者対応、④環境、にかかわる各CSR活動に積極的な企業ほど、ホームページにおける情報開示を充実させる傾向にあると分かる。また、個別の各CSR活動に同時に着目した場合にも、②雇用・人材活用や③消費者対応にかかわる各CSR活動は、依然としてホームページにおける情報開示の充実と正に関連している。したがって、特に、②雇用・人材活用や③消費者対応にかかわる各CSR活動に積極的な企業ほど、ホームページにおける情報開示を充実させる傾向にあると分かる。

表5より、yutai は、Disclosure Index の各変数のうち、WEBEVL3 に対してのみ、正かつ5%水準で有意である。つまり、株主優待を実施している企業の方が、ホームページにおいて、多くの情報を開示する傾向にあると分かる。すなわち、株主優待を実施し、個人投資家を戦略的に重視しているとみることのできる企業ほど、ホームページにおいて多くの情報を開示する傾向にある。この点で、個人投資家を戦略的に重視している企業においては、ホームページ上から多くの情報を入手できるようにすることで、特に入手可能性の観点からみた情報利用者間の情報格差を是正する手段として、ホームページが活用されているとみることができる。

表5・6より、tanshinten は、すべての検証式において、Disclosure Index の各変数に対して、正かつ1%水準で有意である。つまり、決算短信を早期に開示する企業ほど、ホームページにおける情報開示を充実させると分かる。このことから、各種の開示媒体ないし手段による情報開示に対する企業の取り組み度合いが相互に関連している可能性を指摘できよう。

表5・6より、size は、すべての検証式において、Disclosure Index の各変数に対して、正かつ1%水準で有意である。つまり、企業規模は、エージェンシー費用や政治費用など、さまざまな企業特性の代理変数と捉えられ得るが、規模の大きな企業ほど、企業ホームページにおける情報開示を充実させる傾向にあると分かる。

表5・6より、leverage は、10中1つを除く検証式において、Disclosure Index の各変数に対して、負かつ少なくとも10%水準以上で有意である。つまり、レバレッジの高い企業ほど、おおむねホームページにおける情報開示の充実には積極的でないと分かる。すなわち、レバレッジの存在は、企業ホームページにおける情報開示の充実には寄与せず、むしろ妨げている傾向にある。この背景の1つには、レバレッジが高い企業ほど、資金調達において銀行との結びつきが強く、企業外部に情報を積極的に開示するインセンティブを持たないという可能性があるという指摘できよう。

表5より、ryudousei や roa は、Disclosure Index の各変数のうち、WEBEVLTL と WEBEVL3 の2変数に対してのみ、正かつ少なくとも10%水準以上で有意であると分かる。表6でも、WEBEVLTL についてほぼ同様の傾向が見られる。つまり、流動性や収益性の高く好業績と判断できる企業ほど、逆選択により証券市場において過小評価されるのを避けようとして、ホームページにおいて多くの情報を開示する傾向にあると分かる。

表5・6より、kojin や financing はそれぞれ、10中1つを除く検証式において、Disclosure Index の各変数に対して、正かつ少なくとも10%水準以上で有意である。つまり、株式所有が分散している企業ほど、また株主資本調達の必要性のある企業ほどおおむねホームページにおける情報開示を充実させる傾向にあると分かる。このことから、より個別的には、企業ホームページにおける情報開示の充実が、分散した株主と経営者の間の情報の非対称性を解消しようとするためや、株主資本調達を有利に進めるための企業の戦略的行動であることが示唆される。

表5・6より、業種ダミー変数のうち、電気機器とサービスは、すべての検証式において、Disclosure Index の各変数に対して、正かつ少なくとも5%水準以上で有意である。また、食品についても、10中2つを除く検証式において少なくとも10%水準以上で同様の傾向が見られる。反対に、非鉄・金属は、10中1つを除く検証式において、Disclosure Index の各変数に対して、負かつ少なくとも10%水準以上で有意である。したがって、電気機器、サービスおよび食品の各業種に属する企業のホームページにおける情報開示は充実している傾向にある。他方で、非鉄・金属の業種に属する企業のホームページにおける情報開示は充実していない傾向にある。ただし、予測と異なって、日常生活に密接にかかわる業種の1つであり、ホームページにおける情報開示が充実していると期待された小売業については、統計的に有意な結果を得ていない。すなわち、企業ホームページにおける情報開示に対する取り組み度合いは、業種によって差があるが、本稿で得られた検証結果からは、予測と異なって、日常生活に密接にかかわる業種に属する企業ならば必ず、情報利用者の情報ニーズに対応してホームページを充実させるとまでは言えない。

6 おわりに

本稿では、CSR 活動と企業ホームページにおける情報開示の関係を解明した。その結果、企業ホームページにおける情報開示の充実は、CSR 活動に対する総合的な取り組み度合いのほか、個別の CSR 活動に着目した場合に、特に②雇用・人材活用や③消費者対応にかかわる各 CSR 活動と正に強く関連していると分かった。また、本稿で得られた証拠は幾分限定的であるものの、個別の CSR 活動に着目した場合に、①CSR 基本対応や④環境にかかわる各 CSR 活動に積極的な企業のホームページにおける情報開示も、充実している傾向にあると分かった。他方、⑤倫理・コンプライアンスにかかわる CSR 活動と企業ホームページにおける情報開示

との間には関連があるとは言えない。

本稿で得られたこれらの検証結果から得られるインプリケーションは次のとおりである。第一に、CSR 活動に積極的な企業ほど、多様なステークホルダーと良好な信頼関係を戦略的に構築・維持しようとして、ホームページにおける情報開示を充実させることが示唆される。第二に、従業員や消費者といったように、企業を取り巻くステークホルダーを明確に志向して CSR 活動に取り組んでいるかどうか、企業ホームページにおける情報開示の充実と強く関連していることが示唆される。

本稿の貢献は、管見のかぎり初めて、CSR 活動と企業ホームページにおける情報開示の関係を検証したことである。今後は、企業が、ホームページにおける情報開示を充実させることで、どのような効果を得ているのかを解明することが課題である。

【注】

- (1) AIMR は、2004 年 5 月に CFA Institute (CFA 協会) に名称を変更している。
- (2) 調査票それ自体も、CSR データベースの添付資料において提供されている。
- (3) ⑥その他のグループは、個別の CSR 活動に対する取り組み度合いを示す CSR 指標として単独には用いない。ただし、CSR 活動に対する総合的な取り組み度合いを示す CSR 指標には、⑥その他のグループも加味している。
- (4) これに伴うサンプル数の減少は、81 社である。
- (5) ただし、本稿では、サンプルの著しい偏りがみられたため、いくつかの先行研究で考慮されている外国証券市場における上場の有無や監査法人の規模の要因を考慮していない。
- (6) 連結ベースではデータ項目を入手できなかったものの、単体ベースではデータ項目を入手することができた 54 社については、単体ベースのデータ項目を用いている。
- (7) なお、追加検証式 I において、右辺の WEBEVLT L に代えて、Disclosure Index として WEBEVL1、WEBEVL2、WEBEVL3 のいずれかをそれぞれ用いても同様に検証を行った。しかし、CSR Index の各変数について、検証結果に大きな差異はなかった。
- (8) なお、追加検証式 II において、右辺の WEBEVLT L に代えて、Disclosure Index として WEBEVL1、WEBEVL2、WEBEVL3 のいずれかをそれぞれ用いても同様に検証を行った。しかし、CSR Index の各変数について、検証結果に大きな差異はなかった。
- (9) 異なる次元の CSR 指標を複数用いて、CSR 活動と情報開示の関係を検証することは、たとえば記虎・奥田(2006a, 2006b)でも試みられている。
- (10) Disclosure Index の各変数間の相関係数はすべて 1%水準で有意(両側)であった。
- (11) CSR Index の各変数間の相関係数はすべて 1%水準で有意(両側)であった。

【参考文献】

- Ashbaugh, H., K. M. Johnstone and T.D. Warfield. 1999. Corporate Reporting on the Internet. *Accounting Horizons* 13(3): 241-257.
- Chavent, M., Y. Ding, L. Fu, H. Stolowy and H. Wang. 2006. Disclosure and Determinants Studies: An Extension Using the Divisive Clustering Method. *The European Accounting Review* 15(2): 181-218.
- Craven, B. M. and C. L. Marston. 1999. Financial Reporting on the Internet by Leading UK Companies. *The European Accounting Review* 8(2): 321-333.
- Debreceeny, R., G. L. Gray and A. Rahman. 2002. The Determinants of Internet Financial Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy* 21: 371-394.
- Ettredge, M., V. J. Richardson and S. Scholz. 2002. Dissemination of Information for Investors at Corporate Web Sites. *Journal of Accounting and Public Policy* 21: 357-369.
- Freeman, E. R. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Gelb, D. S. and J. A. Strawser. 2001. Corporate Social Responsibility and Financial Disclosures: An Alternative Explanation for Increased Disclosure. *Journal of Business Ethics* 33(1): 1-13.
- Graves, S. B. and S. A. Waddock. 1994. Institutional Owners and Corporate Social Performance. *Academy of Management Journal* 37(4): 1034-1046.

- Kitora, Y. and S. Okuda 2007. The Effects and Determinants of Extensive Disclosure: Evidence from Japan. *Corporate Ownership and Control* 5(2): 212-224.
- Marston, C. 2003. Financial Reporting on the Internet by Leading Japanese Companies. *Corporate Communications* 8(1): 23-34.
- Marston, C. L. and P. J. Shrivies. 1991. The Use of Disclosure Indices in Accounting Research: A Review Article. *British Accounting Review* 23(3): 195-210.
- Oliveira, L., L. L. Rodrigues and R. Craig. 2006. Firm-specific Determinants of Intangibles Reporting: Evidence from the Portuguese Stock Market. *Journal of Human Resource Costing and Accounting* 10(1): 11-33.
- Oyelere, P., F. Laswad, and R. Fisher. 2003. Determinants of Internet Financial Reporting by New Zealand Companies. *Journal of International Financial Management and Accounting* 14: 26-63.
- Pirchegger, B. and A. Wagenhofer. 1999. Financial Information on the Internet: A Survey of the Homepages of Austrian Companies. *The European Accounting Review* 8(2): 383-395.
- White, H. 1980. A Heteroskedasticity-consistent Covariance Matrix Estimator and a Direct Test of Heteroskedasticity. *Econometrica* 48: 402-416.
- Xiao, J. Z., H. Yang and C. W. Chow. 2004. The Determinants and Characteristics of Voluntary Internet-based Disclosures by Listed Chinese Companies. *Journal of Accounting and Public Policy* 23: 191-225.
- Zarzeski, M. T. 1996. Spontaneous Harmonization Effects of Culture and Market Forces on Accounting Disclosure Practices. *Accounting Horizons* 10(1): 18-37.
- 記虎優子. 2005. 『会計ディスクロージャー論』同文館出版.
- 記虎優子. 2006a. 「インターネット IR サイトの質の規定要因—株主優待制度に着目して—」『証券経済研究』(55): 95-111.
- 記虎優子. 2006b. 「社会責任活動と個人投資家に対する企業の戦略的姿勢が CSR 報告書の質に与える影響」『環境技術』35(11): 67-75.
- 記虎優子. 2007a. 「企業の情報開示の効果測定指標としてのコーポレート・レピュテーションに関する一考察—ステークホルダー・アプローチの観点—」『大阪成蹊短期大学研究紀要』(4): 119-131.
- 記虎優子. 2007b. 「企業の社会責任活動がコーポレート・レピュテーションに与える影響—社会・環境情報開示と企業社会業績(CSP)に着目して—」『一橋ビジネスレビュー』55(3): 180-191.
- 記虎優子・奥田真也. 2006a. 「包括的情報開示に対する企業姿勢の規定要因—ステークホルダー・アプローチに立脚して—」『會計』169(5): 75-87.
- 記虎優子・奥田真也. 2006b. 「企業による社会責任活動の規定要因—包括的企業情報開示との関連—」『會計』170(2): 227-238.
- 記虎優子・奥田真也. 2006c. 「企業による包括的な情報開示活動の効果—コーポレート・レピュテーションとの関連—」『社会関連会計研究』18: 31-43.
- 須田一幸. 2004. 「ディスクロージャー・レベルの決定要因」須田一幸編著『ディスクロージャーの戦略と効果』森山書店: 107-122.
- 須田一幸・乙政正太・松本祥尚. 2004. 「中間連結財務諸表を任意開示した企業の特性」須田一幸編著『ディスクロージャーの戦略と効果』森山書店: 93-105.
- 首藤恵・増子信・若園智明. 2006. 「企業の社会的責任(CSR)への取組みとパフォーマンス: 企業収益とリスク」『証券経済研究』(56): 31-51.
- 首藤恵・竹原均. 2007. 「企業の社会的責任とコーポレート・ガバナンス—非財務情報開示とステークホルダー・コミュニケーション」早稲田大学ファイナンス総合研究所
- 田嶋智太郎. 2005. 「優待の充実度を見極めるのが賢い投資家だ」『エコノミスト』83(46): 88.
- 谷本寛治. 2004. 「CSRと企業評価」『組織科学』38(2): 18-28.
- 谷本寛治. 2005. 「日本企業の社会的責任と新しいデータベース—CSRの新次元へ—」『CSR企業総覧2006』東洋経済新報社: 22-27.
- 日興アイ・アール株式会社. 2005. プレスリリース「2005年度全上上企業ホームページ実態調査」(<http://www.nikkoir.co.jp/>)
- 眞崎昭彦. 2006. 「わが国におけるCSR(企業の社会的責任)の現状と課題—企業業績とCSRの関係を中心に—」『高崎経済大学論集』48(4): 157-170.

梶谷義雄. 2007.「CSRと企業パフォーマンス」亀川雅人・高岡美佳編『CSRと企業経営』学文社: 39-57.
 森田道也・上原修. 2006.「日本企業のCSR行動に関する一考察:CAPS調査研究に基づく分析」『生産管理』
 13(1): 81-86.
 米山徹幸. 2006. 「4社に1社が採用、止まらない株主優待」『企業会計』58(2): 88-89.
 『CSR企業総覧 2006』2005. 東洋経済新報社.
 『知って得する株主優待 2005年版』2005. 野村インベスター・リレーションズ株式会社.

(付記)本稿は、拙稿(「企業の社会的責任(CSR)活動とホームページにおける情報開示の関係」『同志社女子
 大学学術研究年報』58: 27-42)を加筆・修正したものである。本稿では紙面の制約により、一部の記述を簡略
 化している。

(謝辞)本研究は、財団法人電気通信普及財団の研究調査助成による研究成果である。本研究はまた、平成19
 ～22年度文部科学省科学研究費補助金若手研究(B)(課題番号19730322)および環境省の地球環境研究
 総合推進費(RF-079)の支援を受けている。これらの経済的支援に対し心より謝意を表す。

〈発表資料〉

題名	掲載誌・学会名等	発表年月
「企業の社会的責任(CSR)活動とホームページにおける情報開示の関係」(査読付)	『同志社女子大学学術研究年報』58: 27-42.	2007年12月
「企業の社会的責任(CSR)活動とホームページにおける情報開示の関係」	大阪会計研究会、於関西大学	2007年10月13日
「企業の社会的責任(CSR)活動とホームページにおける情報開示の関係」	環境省地球環境研究総合推進費 地球環境研究革新型研究開発領域 RF-079 企業の環境対応の促進要 因と効果に関する研究 アドバイ ザリーボード会合、於大阪学院大 学	2008年2月15日