



# 個人投資家から見た 2014年発行の企業レポート



吉田 喜貴

# 私が投資をするまでのプロセス

企業発行のレポートから定性的な情報を得て、企業の個性をつかむ。

[www.pixy10.org](http://www.pixy10.org)

## 1. 気になる企業との出会い

- 証券会社が提供しているデータスクリーニングは使わない。
- 日常生活でなんとなく出会った企業を調べてみる。  
※ 今回は「エコほっとライン」から届いた2014年発行のレポートがきっかけ。

## 2. 企業が開示している定性的な情報を読む

- 定量的な情報から入ると企業の個性が分からなくなる。
- 長期で保有するには「好き・嫌い」をはっきりさせるのが大事。
- 決算短信や有報のように法的な型がないアニュアルレポートやCSRレポートが好き。

## 3. 有価証券報告書で読んで株価を分析

- 景気の波に惑わされないようにするために過去5年平均でEPSやPERを分析。
- 同業他社があればビジネスモデルを比較分析。

## 4. 投資の方法

- 最低売買単位で投資。以後、定期的に企業情報をチェック。
- 金融危機や突発的なイベントなど悲観論が到来した時に全力で買い増し！

# 良いレポートの具体例

投資してみたくなる魅力的なレポート。

[www.pixy10.org](http://www.pixy10.org)

## 1. 堀場製作所「HORIBA Report 2013」

- 一度に多くのレポートを見ていると、シンプルかつコンパクトの魅力が際立つ。
- 情報が氾濫する現代は、個人も法人も情報編集のセンスが問われる。

## 2. サラヤ「持続可能性レポート2013」

- デザインはパッとしないが、内容はCSRレポートの中でピカイチ。
- 社長がまるでNGOの代表のよう。他社とはCSR活動への本気度が違う。

## 3. 事業とCSR活動のつながりが明確なレポート

- 企業は本来、何らかの社会問題を解決するために存在しているはず。
- 事業との関連が見えないCSR活動＝長期的に存在意義のない企業

## 4. 経営陣の顔が見えるレポートが好印象

- 社長だけでなく取締役その他経営陣の写真が掲載されたレポート。
- Webサイトへの写真掲載有無と株価パフォーマンスには相関関係あり。

# 堀場製作所「HORIBA Report 2013」

企業のことを知りたいと思った時に、最初に読むレポートとして最適。

[www.pixy10.org](http://www.pixy10.org)

## P01 FEATURE-1

“はかる”ことからすべてがはじまる

この一言で事業領域が分かる！ 社は「おもしろおかしく」よりこっちの方が好き。

## P07 CEO MESSAGE

社長メッセージ

創業家ならより自由に語れるはず。  
海外の「株主への手紙」みたいなを期待

## P11 FEATURE-2

中長期経営計画の進捗

数値と図解で目指す未来像が  
コンパクトにまとめられている。

## P13 CFO MESSAGE

CFOメッセージ

## P15 BUSINESS OUTLINE

事業概要

地域別・事業別概要

自動車計測システム機器部門 医用システム機器部門  
半導体システム機器部門 科学システム機器部門  
環境・プロセスシステム機器部門

## P27 VALUE CREATION

見えない資産による価値創造

人財 技術

非財務情報のうち企業の未来に重要な  
人材と技術に絞ってシンプルに開示。※図解も良い→

## P33 CORPORATE GOVERNANCE

コーポレートガバナンス

役員紹介

社外取締役から見たHORIBAのコーポレートガバナンス

## P37 CSR

誰にとっても価値のある企業

よくある専門家による第三者意見はお金の無駄遣い。  
本来は社外取締役がコメントすべきだと気がついた。

## P41 One Company Song

Webサイトを読むと「Readout」や「はかる場」など  
もう少しページ数さいてアピールしてもいい話が…

## P42 FINANCIAL DATA

財務データ

11年間の主要財務データ

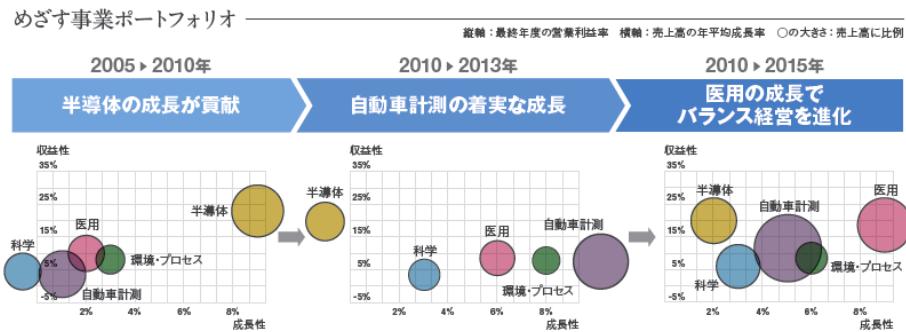
好不況の波をなくすため、  
5年平均で会計データを使うから便利。

## P50 CORPORATE PHILOSOPHY

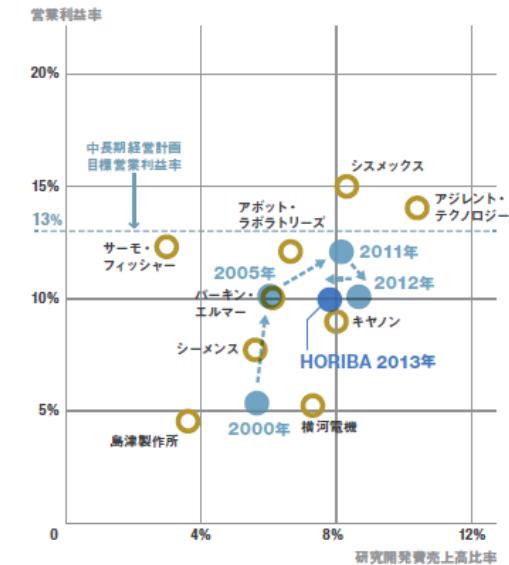
コーポレートフィロソフィ

おもしろおかしく

情報編集のセンスを感じる好レポート！



営業利益率と売上高研究開発費比率の他社比較



他社情報については2014年4月1日時点で公開されている各社決算資料より当社作成

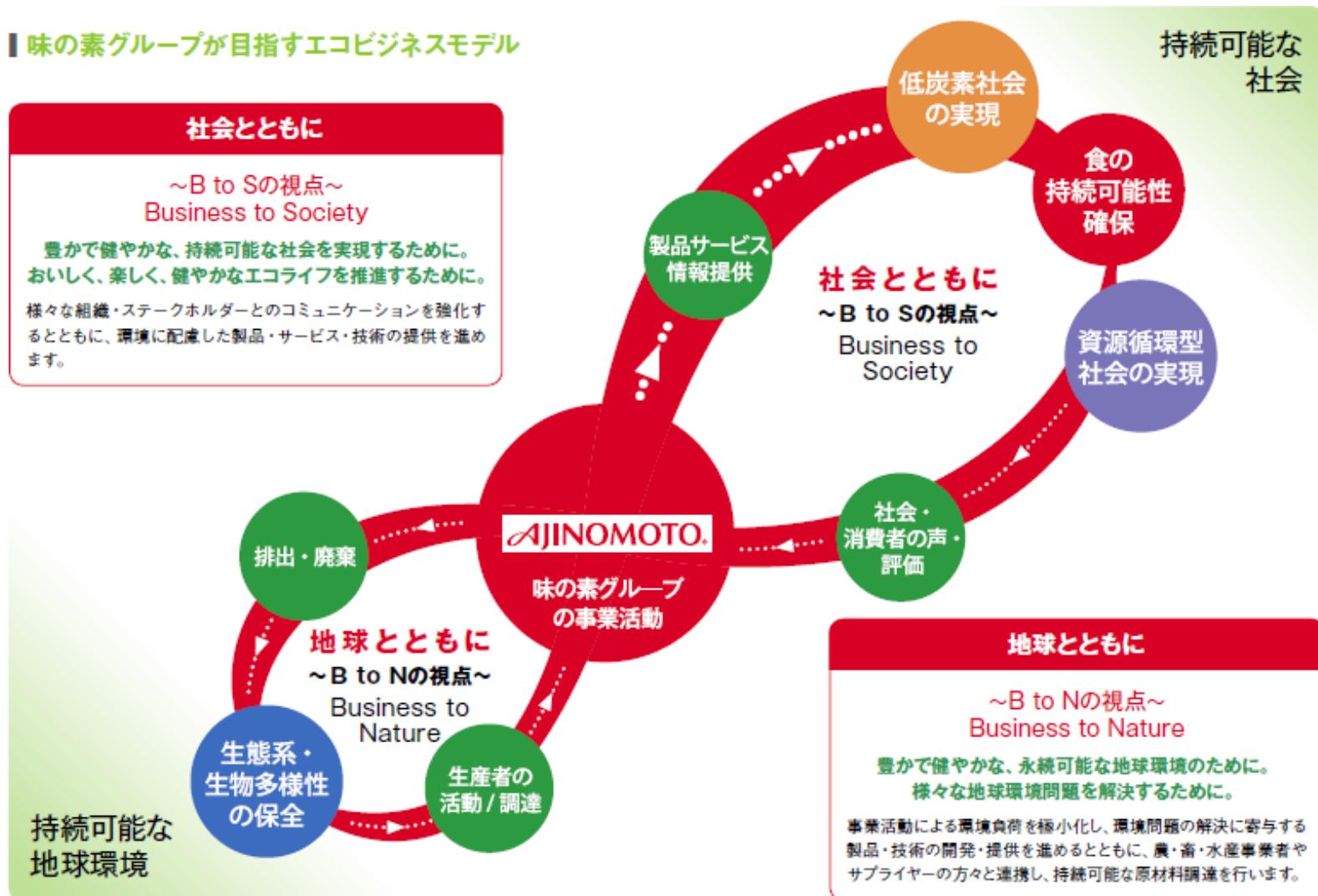


# 事業とCSR活動のつながりが明確なレポート

「食」というテーマの分かりやすさを差し引いても、味の素の編集力は常に高水準。

[www.pixy10.org](http://www.pixy10.org)

## ■ 味の素グループが目指すエコビジネスモデル



# 経営陣の顔が見えるレポート

写真の載せ方がうまい協和発酵キリンのレポート。

[www.pixy10.org](http://www.pixy10.org)

顔を見せる = その仕事に責任を持つこと

【仮説】サラリーマン気質の経営陣は顔を出したがらない。長期投資に不向きな社風。

協和発酵キリン「アニュアルレポート2013」

担当事業ごとに経営陣の全身像つきで特に目をひいた。

| 医薬事業                                  | 研究開発                           | 国内営業                          | 海外事業                          | バイオケミカル                     |
|---------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| 世界の人々の健康と豊かな暮らしを実現する<br>グローバル・スペシャリスト | 独自の抗体技術を核に<br>新薬の研究開発に取り組んでいます | 新薬の市場浸透の迅速化<br>既存製品のさらなる競争力強化 | 「グローバル・スペシャリスト」<br>海外事業を強化します | 革新的技術を駆使し、<br>高付加価値機能性素材を開発 |



株主との信頼関係構築の第一歩！

顧客との信頼関係構築に成功した具体例

- 生産者の顔が見える野菜・果物
- 運用責任者の顔が見える投資信託

全身像で分かる経営陣の自己管理能力

だらしない体型の経営陣だと不安。  
スリム化補正(笑)なら隠蔽体质の企業。

# 悪いレポートの具体例

こんな企業には投資したくない。

[www.pixy10.org](http://www.pixy10.org)

## 1. ありきたりな目次・社長メッセージはやる気なし

- ・ 他社が作っているから…という姿勢は一目で分かる！
- ・ 自社のアピールポイントを把握できていなければ、目次も平凡になる。
- ・ 代筆では？と感じるような当たり障りのない社長メッセージ。

## 2. タレントや専門家で飾ったレポートは即ゴミ箱へ

- ・ 企業の情報開示とは本質的に関係のないところにお金をムダ使いしている。
- ・ 自社のイメージや主張への自信のなさの現れと考える。
- ・ 企業の顔は社長であり、働く社員の方々であるべき。

## 3. 統合報告でなければ誤った認識を招く企業

- ・ 創業時と事業内容が変わりつつある企業に財務情報は必須。
- ・ この手の企業が統合報告を作らないのは問題外。（社内で対立あり？と感じさせる）
- ・ ただし社名変更やレポートに変化の兆しが見えれば投資チャンス！

こんなレポートの企業は嫌だ！

タレントや専門家を登場させて飾ろうとする企業。投資したくない。。。。

[www.pixy10.org](http://www.pixy10.org)

ページを開くといきなり堀北真希！



ページをめくるたびに専門家による第三者意見…

自社のイメージや主張にどんだけ自信がないのだ？　出演料をムダづかいしてないか？

# 統合報告でなければ意味のない情報開示

サッポロビールは財務情報なしに企業の実態をつかむことができない。

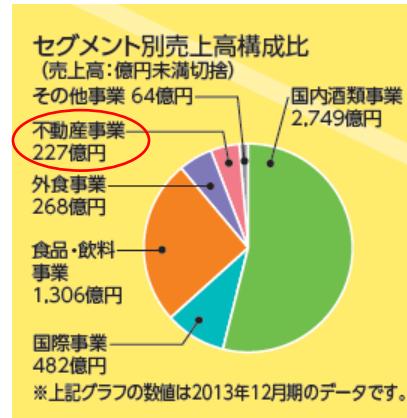
[www.pixy10.org](http://www.pixy10.org)

恵比寿ガーデンプレイスの恩恵で、利益の約半分が不動産事業から生まれている。

サッポロビールにとって不動産事業は、安定的に利益が得られる超・重要事業。  
それが読み取ることのできないCSRレポートの想定読者は一体誰だ？



CSRレポートでは売上  
データのみで不動産  
事業の重要性が不明。



サッポロホールディングス株式会社

真の姿がこれだ！

|         | 売上高（百万円）      |               |        | 営業利益又は損失（△）（百万円） |               |        |
|---------|---------------|---------------|--------|------------------|---------------|--------|
|         | 平成24年<br>12月期 | 平成25年<br>12月期 | 増減率（%） | 平成24年<br>12月期    | 平成25年<br>12月期 | 増減率（%） |
| 国内酒類事業  | 269,947       | 274,909       | 1.8    | 7,522            | 9,901         | 31.6   |
| 国際事業    | 36,121        | 48,215        | 33.5   | △73              | 1,208         | —      |
| 食品・飲料事業 | 129,017       | 130,671       | 1.3    | 364              | △1,483        | —      |
| 外食事業    | 26,621        | 26,827        | 0.8    | 538              | 415           | △22.9  |
| 不動産事業   | 23,217        | 22,767        | △1.9   | 9,396            | 8,685         | △7.6   |