



## 統合報告書・サステナビリティレポート制作で ありがちな10の失敗とその対策

～読まれる、信頼を勝ち取るレポート発行のために～



株式会社三幸企画

---

# はじめに

統合報告書やサステナビリティレポートは、単なる情報開示ではなく、企業の価値を社内外に明確に伝え、信頼を育む戦略的なブランド発信のプラットフォームです。ビジョンや価値創造のプロセス、社会課題への向き合い方などを通じて、企業の「ありたい姿」を具体的に描き、持続的な企業価値の向上に寄与します。

しかし実際には、「開示項目を網羅しても、自社らしさが伝わらない」「読み手に響くストーリーになっていない」といった課題に直面する企業も少なくありません。特に初めて制作に取り組む企業や、リソースが限られた中堅・中小企業にとっては、形式ではなく"伝わる中身"をどう設計するかが、成功の鍵となります。



## この資料の目的

この資料では、統合報告書やサステナビリティレポートの制作現場でありがちな10の「失敗例」と、それをどう防ぐかという「具体的な対策」を、実際の企業事例（社名非公開）を交えてご紹介します。貴社のレポート制作において、少しでもヒントや改善のきっかけとなれば幸いです。

## 資料活用のポイント

- ✔ 自社の報告書制作プロセスと照らし合わせて、改善点を見つける
- ✔ 関連部署と共有し、全社的な報告書の品質向上につなげる
- ✔ 各失敗例の「対策と提案」を参考に、具体的なアクションプランを立てる

## 10の失敗一覧

- ① 目的や読者像が不明確なまま作り始める
- ② 価値創造ストーリーが見えない
- ③ アニュアルレポートやCSRレポートをつなぎ合わせただけ
- ④ 開示ガイドラインに従いすぎて"自社らしさ"を失う
- ⑤ 情報の重複・整合性欠如
- ⑥ 用語や表記ルールがバラバラ
- ⑦ スケジュールと進行管理がずさん
- ⑧ 定量的な指標やKPIが示されていない
- ⑨ 情報が多すぎて読み手が迷子になる
- ⑩ 社内合意形成が不十分なまま進める

# 失敗①：目的や読者像が不明確なまま作り始める

## 背景と課題

報告書の根幹となる「何のために、誰に、何を伝えるのか」を曖昧なまま制作に着手すると、結果として、読者（投資家、顧客、求職者など）の関心を惹きつけられず、企業の強みや独自性、将来に向けた意志が伝わらない"中身の薄い報告書"になりがちです。



### 実際に起きたケース

「統合報告書は必要だと言われたから…」と、明確な読者像や目的を定めずに制作を進めた金融サービス企業の例では、読み手ごとに視点がブレてしまい、IR担当者からは「中途半端にESGが語られている」と不満が出る一方、CSR部門からは「財務色が強すぎてサステナの意味がない」と指摘されました。

## 対策と提案

最初の企画段階で、「一次読者（投資家、取引先など）」「二次読者（求職者、社員、地域社会など）」を設定し、それぞれに届けたいメッセージを言語化することが重要です。

- ✔ **明確な目的設定**：「何のために作るのか」を具体的に言語化する
- ✔ **読者ペルソナの作成**：読者像を具体的に設定し、その関心事を整理する
- ✔ **期待効果の定義**：レポートによって達成したい効果・反応を具体化する

目的・ターゲット・期待効果の三点を明確にし、全体構成とトーンに落とし込むことで、初見でも「伝わる」レポートになります。

## 効果的なターゲット設定例

### 一次読者：投資家

- ・長期的な価値創造への信頼
- ・ESG視点の経営統合度
- ・リスクと機会の特定と対応

### 一次読者：取引先

- ・サプライチェーン方針
- ・事業継続性
- ・品質管理体制

### 二次読者：求職者

- ・企業文化と価値観
- ・人材育成方針
- ・働く環境の魅力

### 二次読者：地域社会

- ・地域貢献活動
- ・環境負荷低減
- ・持続的な関係構築

### 読者設定のポイント

読者ごとの「知りたいこと」に優先順位をつけ、多層的なコンテンツ設計をすることで、一冊のレポートでも様々な読者に適切に情報が届くよう工夫できます。複数のステークホルダーを想定した場合も、各読者の視点に立った章構成の工夫で理解度を高められます。

## 失敗②：価値創造ストーリーが見えない

### 背景と課題

価値創造ストーリー（プロセス）は、統合報告書の核心部分とも言えるセクションです。しかし、単なるスローガンや経営理念の羅列にとどまり、「なぜ今この事業に注力しているのか」「社会にどう貢献しているのか」が語られていないと、報告書の"語る力"は一気に失われます。

#### 実際に起きたケース

ある電子部品メーカーでは、ページ数を割いて経営戦略と事業紹介を詳述していましたが、「なぜその戦略なのか」「どのような価値を社会に届けるのか」が書かれておらず、読み手である投資家から「自社の存在意義が伝わってこない」とコメントされてしまいました。

### 対策と提案

"価値創造"とは、単に製品やサービスの価値ではなく、「事業を通じて社会課題をどう解決し、より良い未来に貢献するか」を描くストーリーです。「社会課題→自社の強み→貢献モデル→将来像」の流れを意識し、自社の強みを活かした貢献のあり方を展開することが効果的です。

- ✔ **社会課題の深掘り**：自社が貢献できる社会課題を具体的に言語化
- ✔ **自社独自の強み**：差別化ポイントや競争優位性を明確に
- ✔ **時間軸の明示**：中長期的な視点での価値創造の進化を示す
- ✔ **ステークホルダー視点**：各関係者にとっての価値を具体化

図式や時間軸を活用すると、より伝わりやすくなります。抽象的な言葉ではなく、具体的なデータや事例を用いた説得力のある表現が重要です。

### 価値創造フロー図

#### 効果的な価値創造ストーリーの流れ

- 1 社会課題の特定**  
自社が解決すべき社会課題を明確に設定
- 2 自社の強み・資本の整理**  
財務・人的・知的・製造・社会・自然資本
- 3 ビジネスモデルへの落とし込み**  
強みを活かした独自の課題解決アプローチ
- 4 創出される価値の具体化**  
社会・環境・経済価値と各関係者への影響
- 5 長期的ビジョンとの接続**  
中長期目標・ビジョンへの貢献と成長

#### ストーリーテリングのポイント

数字だけでなく具体的な事例や未来像を交え、「なぜ」その取り組みが必要で、「どのような」未来を目指しているかを具体的に表現することが重要です。読み手が共感できるストーリー性が鍵となります。

# 失敗③：アニュアルレポートやCSRレポートをつなぎ合わせただけ

## ⚠ 背景と課題

現代の統合報告に求められるのは、全体を貫く価値創造ストーリーと、財務・非財務情報の戦略的なつながりです。個別施策の報告にとどまり、全体像としての「企業のありたい姿」や「中長期の戦略的意図」が読み取れない構成では、読み手にとっての納得感や信頼の醸成にはつながりません。

### 実際に起きたケース

ある化学メーカーでは、既存のCSRレポートに財務情報を追加して統合報告書としましたが、結果的に内容の重複や矛盾が目立ち、「統合」と呼べる内容になっていませんでした。投資家からは「この会社の考える価値とは何かが見えてこない」という厳しい声が寄せられました。

## 💡 対策と提案

統合報告書の制作は、単なる既存資料の寄せ集めではなく、価値創造ストーリーを軸に再設計する必要があります。過去資料の流用は参考程度にとどめ、中核テーマを軸に構成を見直しましょう。

- ✔ **価値創造ストーリーを軸に再設計**：企業価値の創出プロセスを中心に据えた構成を検討する
- ✔ **情報の重複を排除**：内容の重複や矛盾を洗い出し、整理・統合する
- ✔ **専門家との協業**：統合報告書の経験を持つ専門プランナーと協業し、内容の整理と再編集を行う

真の「統合」とは、単なる情報の合本ではなく、財務・非財務の要素が相互に関連し合い、企業の価値創造ストーリーとして一貫性を持った形で表現されることを意味します。

## 統合報告書の中核テーマ例

統合すべき中核要素	期待される効果
価値創造プロセス	経営資源の活用から価値創出までの流れが把握できる
リスクと機会	財務・非財務両面からのリスク対応が明確になる
経営資源と戦略	無形資産の活用と経営戦略の整合性が伝わる
ガバナンスと持続可能性	長期的な企業価値向上のための体制が理解できる

## 単なる「合本」と「真の統合」の違い

### ✘ 単なる「合本」アプローチ

- 既存レポートの内容をそのまま流用
- 各セクションの関連性が薄い
- 財務情報と非財務情報が分断されている
- 読み手に「なぜ」が伝わらない

### ✔ 「真の統合」アプローチ

- 価値創造ストーリーを中心に再構築
- 財務・非財務情報の関連性が明確
- 重要課題（マテリアリティ）との関連性が可視化されている
- 統一感のある一貫したメッセージ

# 失敗④：開示ガイドラインに従いすぎて"自社らしさ"を失う

## 背景と課題

IIRCやGRIなどのガイドラインを意識しすぎるあまり、文章や構成が"型どおり"になってしまい、自社のメッセージやカルチャーが埋もれてしまうケースがあります。これは特に、初めて報告書を制作する企業で多く見られます。標準化は比較可能性を高める一方で、企業の個性や独自の価値を埋没させるリスクがあります。

### 実際に起きたケース

ある建設会社では、ESG評価を意識して開示要件に忠実な構成を追求しましたが、読み手である取引先からは「内容が他社とほぼ同じで、差別化が感じられない」というフィードバックを受けました。形式的には完璧でも、なぜその取り組みが「その会社らしいのか」という文脈や背景が語られておらず、結果的に魅力が伝わらない報告書となってしまいました。

## 対策と提案

ガイドラインはあくまで"参考枠"です。最低限の整合性を保ちつつ、自社ならではの言葉・視点・課題認識を表現することが大切です。

- ✓ **自社のストーリーを語る**：「なぜその取り組みを始めたのか」「どのような議論があったか」など、背景や葛藤を含めて伝える
- ✓ **独自の表現方法の活用**：社内で使われている言葉や、企業理念に基づいた表現を積極的に取り入れる
- ✓ **具体的なエピソードの共有**：数字だけでなく、現場の声や取り組みの実例を交えて具体性を持たせる

「代表メッセージ」「サステナ戦略」「パーパスの実践例」などで、"その企業らしさ"を表す具体的なエピソードを盛り込むことで、他社との差別化を図りましょう。



### ガイドライン準拠と自社らしさのバランス

型にはまったアプローチ	差別化されたアプローチ
「SDGsへの貢献に取り組んでいます」	「創業時の理念とSDGsが重なる点に気づき、〇〇プロジェクトを始動」
「ダイバーシティを推進しています」	「多様な背景を持つ社員の声から生まれた新サービス開発事例」
「CO <sub>2</sub> 削減に貢献しています」	「技術者A氏の発案から始まった省エネ技術開発ストーリー」

### ～ポイント～



**独自性の強調** 自社の歴史や文化に根ざした価値観を表現



**ステークホルダー対話** 実際の対話から生まれた気づきを記載

# 失敗⑤：情報の重複・整合性欠如

## 背景と課題

複数部門が情報提供を行う中で、同じ内容が異なる表現で記載されていたり、財務情報と非財務情報が矛盾していたりすると、読者に混乱を与えます。特に、投資家や調査会社などの専門的な読み手にとっては、わずかな不一致でも信頼性に直結するため注意が必要です。

### 実際に起きたケース

報告書の前半に「女性管理職比率が年々改善」とある一方、巻末のESGデータでは前年比マイナスの数字が記載されており、「どちらが正しいのか？」と社外から指摘を受けました。結果的に修正対応に追われ、社内でも「誰が編集責任者なのか」が不明確だったことが明らかになりました。

## 対策と提案

初期段階で「ファクトチェック責任者」と「全体整合性レビュー担当」を明確にしておくことが重要です。また、原稿段階でのマスターデータと各部門からの提出情報を照合できる体制を整えるとともに、簡易な整合性チェックリストの導入も有効です。

- ✓ **マスターデータの一元管理**：部門横断的なデータは一箇所で管理し、そこから引用する仕組みを構築
- ✓ **責任者の明確化**：データの最終確認者と承認フローを事前に決定
- ✓ **クロスチェック体制**：異なる視点からの校閲・確認プロセスを複数設ける

また、部門を横断する情報（例：従業員数、CO<sub>2</sub>排出量など）については「マスターデータ」を一元管理し、全てのデータがそこから派生するようにすると効果的です。

### 整合性チェックリスト例

- 財務数値とESGデータの整合性確認
- マテリアリティと実績報告の関連性
- 前年比較データの正確性チェック
- 用語・表現の統一確認
- 組織・グループ範囲の統一
- 図表内の数値と本文記述の一致
- 目標・計画と進捗状況の整合性

### 整合性チェックのポイント

- ✓ 制作スケジュールに「整合性確認日」を明示的に設定する
- ✓ 部門間で重複する情報は事前にリストアップしておく
- ✓ 図表とテキストの数値を照合するためのクロスチェック表を作成
- ✓ 時系列データの単位や範囲が一貫しているかを確認
- ✓ 関連部署を集めた最終確認会議を開催する



# 失敗⑥：用語や表記ルールがバラバラ

## ⚠ 背景と課題

執筆者が複数にまたがる統合報告書では、用語の使い方や表記ルールが統一されておらず、読者にとって読みにくい文書になってしまうことがあります。また、翻訳レポートにおいては、同じ用語が異なる訳語で使われていることも信頼性を損なう要因となります。

### 実際に起きたケース

大手製造業のサステナビリティレポートの中で、「ブランド名」「当社」「弊社」などの表現が混在しており、「ESG」と「サステナビリティ」が文脈に応じて混同される場面も多々ありました。社外から「文章がこなれていない」「精査されていない印象を受ける」と言われ、企業のブランド価値毀損に繋がったと反省されたとのことでした。

## 💡 対策と提案

プロジェクト初期段階で表記統一ルール集（ガイドライン）を策定し、それに基づいた原稿作成・編集を徹底する必要があります。また、最終工程での全体校閲・用語統一チェックは必須です。

- ✔ **用語集の作成**：「この報告書では〇〇と表記する」というルールを事前に決める
- ✔ **統一チェックシート**：頻出用語・表現の一覧表を作成し、執筆者全員が原稿作成時に参照できるようにする
- ✔ **専任校正者の任命**：全体の文章を通して読み、表記ゆれをチェックする担当者を決める
- ✔ **読み合わせの実施**：最終校正前に関係者で読み合わせを行い、不自然な表現を洗い出す

社内での"読み合わせ"を一度実施するだけでも、大きな修正点が見つかることがあります。



## チェックリスト例

### 基本用語の統一

✔ 当社	✘ 弊社、企業ブランド名、私たち
✔ サステナビリティ	✘ サスティナビリティ
✔ カーボンニュートラル	✘ カーボンニュートラル、 ✘ カーボンオフセット

### 表記スタイルの統一

✔ CO <sub>2</sub> （下付き）	✘ CO2
✔ 2025年度	✘ 2026年3月期、FY2025
✔ 50%削減	✘ 50パーセント削減

### 社内固有用語の統一

✔ 中期経営計画	✘ 中計、経営計画
✔ 研究開発部門	✘ R&D部門、研究部
✔ 当社グループ	✘ 弊社、我々

### 英語版翻訳対応の注意点

✔ 統一された英訳リスト	✘ 都度翻訳
✔ 過去の翻訳メモリ活用	✘ 毎回新訳
✔ 業界標準用語採用	✘ 独自訳の多用

# 失敗⑦：スケジュールと進行管理がずさん

## ▲ 背景と課題

どんなに優れた構成や企画を立てても、進行管理が甘いと納期遅延や品質低下のリスクが高まります。特に複数部門や外部関係者が関わる場合、レビュー漏れや意思決定の遅れが顕著になります。年度末に間に合わせるために、土壇場でのやり直しや中途半端なクオリティで発行されてしまうケースも少なくありません。

### 実際に起きたケース

IT企業で、統合報告書の発行スケジュールが営業資料やIRイベントと重なっていたため、途中で社内の意思決定者のレビューが得られず、やむを得ず「前年踏襲」の内容で制作。発行後、社長から「こんなに事業環境が変化している中、なぜそれを反映しないのか」と叱責を受け、翌年から体制を抜本的に見直すことになったそうです。

## 💡 対策と提案

初期段階で「編集会議」「責任体制」「レビュータイミング」をすべてスケジュールリングし、部門横断で共通認識を持つことが重要です。

- ✓ **全体スケジュールの可視化**：制作開始から発行までのスケジュールを全関係者と共有
- ✓ **責任者と権限の明確化**：各工程の責任者と最終承認権限を事前に決定
- ✓ **レビュープロセスの簡素化**：重複確認を減らし、効率的な承認フローを構築
- ✓ **進捗管理ツールの活用**：タスク管理ツールやWBS（作業分解構造）で進捗を可視化

これらの対策により、スムーズな制作が可能になり、結果として品質の高い報告書が実現します。また、複数年にわたる制作体制の継続性も重要なポイントです。

## 効果的な報告書制作プロセス

### 🚩 計画フェーズ

- ・企画会議の実施
- ・目次案と担当部署の確定
- ・コンセプト・テーマ設定
- ・スケジュール作成と共有



### ✍️ コンテンツ作成

- ・原稿執筆と素材収集
- ・第一稿の完成
- ・部門間レビュー会議
- ・内部レビュー（各部門長）



### 👁️ レビューと承認

- ・経営層による最終確認
- ・法務・IR・広報レビュー
- ・デザイン調整
- ・最終原稿の確定



### 📄 制作と発行

- ・印刷・製本
- ・翻訳版の最終確認
- ・Webサイト公開準備
- ・発行と関係各所への配布

### 📌 進捗管理のポイント

- ・週次の進捗確認ミーティングの実施
- ・マイルストーン達成状況の可視化
- ・ボトルネック発生時の早期対応策
- ・翌年に向けた制作プロセスの振り返り
- ・部門間の情報共有を徹底する体制構築
- ・制作スケジュールの定期的な見直しと調整

# 失敗⑧：定量的な指標やKPIが示されていない

## 背景と課題

ビジョンや取り組み姿勢がどれだけ立派に見えても、その成果や進捗を測る定量指標がなければ、読み手にとっては"本気度"が見えません。特に投資家やESG評価機関にとっては、進捗の測定性・比較可能性が非常に重要です。数値で示せない目標は、単なる美辞麗句として捉えられるリスクがあります。

### 実際に起きたケース

あるサービス業の企業は、「女性活躍推進」や「CO<sub>2</sub>排出削減への貢献」といった項目を記載していましたが、数値目標や過年度比較がなく、投資家からは「実効性が見えない」との懸念が寄せられました。また、ESG評価機関からも「目標管理が不十分」と評価され、その後のスコア低下の一因と見なされたそうです。

## 対策と提案

各テーマに対して「過去実績→現状→目標→進捗」の時系列データを明示することが重要です。また、単年度の数字だけでなく中期的な視点も入れることで、「将来に向けた戦略性」が伝わります。

- ✔ **具体的な数値目標の設定**：達成時期を明確にした定量的な目標を定め、過去データと比較可能な形で提示する
- ✔ **長期・中期・短期の視点**：異なる時間軸での目標値を示し、段階的な達成プロセスを可視化する
- ✔ **業界標準との比較**：自社指標だけでなく、業界平均や先進企業との比較で自社のポジショニングを明確にする
- ✔ **進捗管理の透明性**：前年度の目標に対する達成度や未達の理由、改善策を率直に開示する

## 効果的なKPI管理フロー



## ESG指標の効果的なKPI設定例

テーマ	KPI例	目標値	現状
女性活躍	女性管理職比率	30% (2030年)	18% (+2%)
気候変動	CO <sub>2</sub> 排出量	2013年比 -50% (2030年)	-28% (+5%)
人材育成	1人当たり研修時間	年間40時間 (2026年)	28時間 (+3時間)
ガバナンス	社外取締役比率	50% (2025年)	33% (±0%)

※ ( ) 内は前年比増減

KPIの設定と開示は、単なる報告書の質向上だけでなく、社内の意識統一や経営戦略の浸透にも役立ちます。特に非財務情報における定量的な目標管理は、今後のレポートの中核となる要素です。投資家との対話においても、定量的な進捗状況の説明は信頼性向上に直結します。

# 失敗⑨：情報が多すぎて読み手が迷子になる

## 背景と課題

文脈が整理されないまま情報を詰め込みすぎた結果、読者にとって何を読めばいいのか分からない状態になってしまうことがあります。また、情報の選定に優先順位がつけられておらず、伝えたいメッセージが埋もれてしまうケースです。

### 実際に起きたケース

電子部品メーカーの統合報告書で、製品情報・開発トピック・環境活動などを詰め込みすぎた結果、1ページあたりの文字量が非常に多い構成になってしまいました。社外取締役からは「何を伝えたいのか分からない」と指摘され、結果として、最後まで目を通されない資料になってしまいました。

## 対策と提案

「マテリアリティマトリクス」などを活用して、読み手にとっての重要情報に絞り込む編集方針を設定することが有効です。内容ごとに「深く読む層」と「ざっと目を通す層」を想定し、情報の階層化（見出し、概要、詳細）をつけて設計しましょう。

- ✔ **重要度の可視化**：マテリアリティ分析に基づいた情報の優先順位付け
- ✔ **情報の階層化**：サマリー、本文、詳細データという段階的な情報設計
- ✔ **読み手の導線設計**：読者の関心・目的に応じた情報アクセスの導線確保

### 情報の階層化設計

見出し・ハイライト

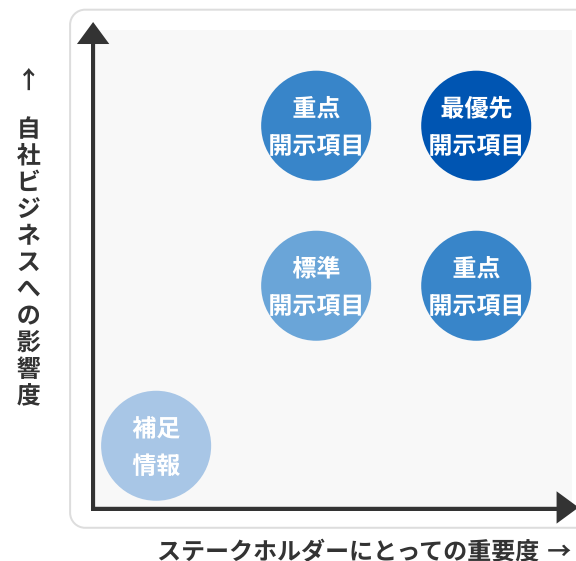


要約・ポイント解説



詳細情報・データ

※全ての読者が目にする → 関心のある読者だけが深掘り



マテリアリティマトリクスによる情報の重要度評価

### 読者タイプ別の情報設計例

#### 専門家投資家向け

- ・ 詳細な財務分析
- ・ リスク管理体制
- ・ 長期戦略とKPI

#### 一般投資家向け

- ・ わかりやすい財務ハイライト
- ・ 価値創造の仕組み
- ・ 事業の将来性と強み

#### 取引先・顧客向け

- ・ 商品・サービスの強み
- ・ 品質管理体制
- ・ サプライチェーン方針

#### 就活生・求職者向け

- ・ 企業理念と文化
- ・ 人材育成制度
- ・ 働きやすさの実績

### 情報過多を避けるためのチェックポイント

- 各情報が「誰に」「何を」伝えるために必要かを明確化できるか
- 情報が重要度に応じて階層化されているか
- グラフや図表が複雑すぎないか（一目で伝わるか）
- 一度に伝えようとしている情報量が適切か
- 読者のリテラシーレベルに応じた情報提供になっているか

# 失敗⑩：社内合意形成が不十分なまま進める

## ⚠ 背景と課題

部門横断で作成される統合報告書、サステナビリティレポートでは、社内合意の形成が極めて重要です。部門ごとに目指す方向性や表現にズレがあると、最終的にメッセージが曖昧になり、社外にとっても不明瞭な報告書になります。

### 実際に起きたケース

サステナビリティ推進部が主導するレポート制作の最終段階で、「社長メッセージ」に経営企画部が異を唱えたが、当初の議論に参加しておらず修正が受け入れられず、そのまま発行。結果的に社内からも「この内容はうちの経営の考えと違う」と言われ、社外からの問い合わせにも一貫した対応ができなかったという事例があります。

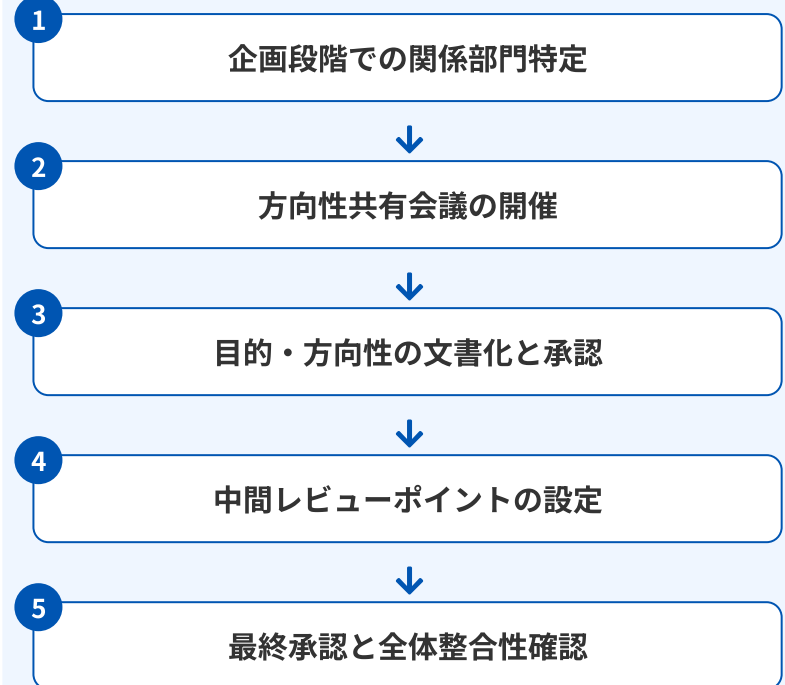
## 💡 対策と提案

初期段階で主要部門の関与者を集めた"方向性共有会議"を実施し、全員が「このレポートは何を目的に、どう見せるのか」を理解しておくことが大切です。

- ✔ **関係部門の早期巻き込み**：企画段階から主要部門を参加させる
- ✔ **目的・方向性の明文化**：レポートの意図と価値を共有文書化する
- ✔ **承認プロセスの明確化**：誰が、いつ、何を確認するかを事前定義する
- ✔ **定期的な進捗共有**：内容の変更点を都度関係者に周知する

ドラフト段階での共有タイミングも明確にし、関係者の納得と責任を持たせる設計が不可欠です。

## 効果的な社内合意形成プロセス



### 方向性共有会議のポイント

- 👥 IR・広報・経営企画・サステナ部門の必須参加
- 📅 全体構成の承認を得てから詳細制作に着手
- ✅ 経営層の最終確認を含めたスケジュール設計

# 10の失敗から学ぶポイントまとめ

## 📍 重要な気づきと改善ポイント

これまで見てきた失敗例から導き出される重要な示唆と改善のポイントをまとめました。自社のレポート制作プロセスを見直す際の指針としてご活用ください。

### ✔️ 戦略的視点の必要性

報告書は単なる情報開示ではなく、企業価値を伝える戦略的コミュニケーションツールであるという認識が不可欠です。目的と読者を明確にし、一貫した価値創造ストーリーを構築しましょう。

### ✔️ 独自性と差別化

ガイドラインへの準拠だけでなく、自社らしさを表現することが読者の関心を引き付けます。他社と差別化された価値提案を明確に示しましょう。

### ✔️ 体制とプロセスの整備

適切な編集体制、スケジュール管理、表記ルール統一、整合性チェックなど、制作プロセスの品質管理が報告書の質を大きく左右します。

### ✔️ 定量的裏付けと透明性

KPIや目標設定、その進捗状況を明確に示すことで報告書の信頼性が高まります。定性的な方針だけでなく、定量的な裏付けを示しましょう。

## さらに詳しいアドバイスが必要ですか？

個別相談や報告書制作サポートについてのご質問は、お気軽にお問い合わせください。

→ 次ページの連絡先をご確認ください

## ≡ 実践のためのアクションチャート

レポート品質を向上させるための実践的なステップを以下にまとめました。各フェーズで必要なアクションを計画的に実行しましょう。



### 1 目的・読者・メッセージの明確化

一次読者と二次読者を具体的に設定し、伝えるべきメッセージを整理する

### 2 価値創造ストーリーの構築

社会課題から自社の強み、貢献モデル、将来像へと繋がる一貫したストーリーを設計する

### 3 制作体制・ルールの整備

責任体制、スケジュール、表記ルール、レビュープロセスを明確化する

### 4 定量指標の設定と進捗管理

自社のサステナビリティ活動を示すKPIを設定し、定期的に測定・開示する仕組みを構築し、経年変化を可視化することで信頼性を高める

### 5 ステークホルダーからのフィードバック収集

読者の反応を測定し、次回のレポート改善に活かすPDCAサイクルを確立する。アンケートやヒアリングなど多様な手段で意見収集を行い継続的に改善する。

# ご相談・お問い合わせ

## 📞 お問い合わせ方法

統合報告書やサステナビリティレポートの制作について、どんな小さなご質問でもお気軽にお問い合わせください。貴社の状況やご要望をお伺いした上で、最適なサポート方法をご提案いたします。

### お問い合わせ先



#### お電話でのお問い合わせ

03-5210-3191

(平日 9:15~18:15)



#### Eメールでのお問い合わせ

info@sankokikaku.co.jp

## 🔗 三幸企画の支援サービス

統合報告書・サステナビリティレポート制作において、貴社の課題やニーズに合わせた最適なサポートをご提供いたします。初めての制作から高度な改善まで、あらゆるステージに対応します。



### 企画・構成コンサルティング

読者層の設定から価値創造ストーリーの構築、差別化ポイントの明確化まで、戦略的な企画・構成をご提案します。



### 原稿作成・編集支援

取材から原稿作成、校正・校閲まで、一貫したメッセージと高品質な文章をご提供します。



### レポートからWebまで一貫対応

統合報告書やサステナビリティレポートの制作だけでなく、WebサイトやLPを含めた発信設計までワンストップで対応します。



### プロジェクト管理

複数部門が関わる制作プロジェクトを効果的に管理。スケジュール設計から進行管理までサポートします。



## 株式会社三幸企画

〒102-0093

東京都千代田区平河町1丁目4-12

平河町センタービル10F

<https://www.sankokikaku.co.jp>

三幸企画は、上場企業を中心としたBtoB企業のコミュニケーション支援を専門とする制作会社です。50年以上にわたり、100社を超える企業の広報・IR・サステナビリティをはじめとする各種コミュニケーション施策をサポートしてきました。

## 🎯 企業価値を高めるコミュニケーション支援

企業理念や経営戦略を効果的に伝える統合報告書・サステナビリティレポートは、ステークホルダーとの信頼関係構築に不可欠なツールです。当社では以下の強みを活かした支援を行っています：

- 多様な業界・業種のレポート制作経験
- 経営メッセージを「伝わる言葉」へ翻訳する編集力
- 読み手の関心を引き出す構成とストーリーデザイン
- 伝わりやすいビジュアル表現