

# 企業の社会的責任(CSR)に対する基本方針が 企業ウェブサイトにおける情報開示に与える影響\*

## *Basic Corporate Social Responsibility (CSR) Policy and Its Effect on Corporate Website Disclosure*

記 虎 優 子(同志社女子大学 専任講師)

*Yuko Kitora, Doshisha Women's College of Liberal Arts*

### 要 約

本稿では、CSR基本方針に基づいて企業を類型化し、CSR基本方針の有無やその内容の違いによって企業ウェブサイトにおける情報開示に対する取組みが異なるのかどうかを解明することを試みている。そして、単にCSR基本方針を有しているかどうかだけでは、企業ウェブサイトにおける情報開示に対する取組みに有意な差があるとは言えず、CSR基本方針として掲げられている具体的な内容こそが、企業ウェブサイトにおける情報開示に対する取組みを規定していることを明らかにしている。

本稿の貢献は、定性的な情報であるCSR基本方針に着目することにより、CSRに対する各企業の捉え方や考え方を把握し、CSRに対する捉え方や考え方の違いによって、企業ウェブサイトにおける情報開示という具体的なCSRの取組みが異なることを示したことである。

### Summary

This paper classifies companies based on the basic Corporate Social Responsibility (CSR) policy. It then proceeds to investigate whether the level of disclosure on corporate websites depends on the presence or absence of the policy and the differences in its content. The results reveal that there is no significant difference in the level of disclosure on corporate websites between companies that have the policy and those that do not; in other words, it is the content of the policy that determines the level of disclosure on corporate websites.

This research aims to directly capture corporate attitudes toward CSR by focusing on the basic CSR policy, which is qualitatively described; it also aims to demonstrate that the level of disclosure on corporate websites—one type of CSR activity—differs among different attitudes toward CSR.

## 1. はじめに

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、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企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility: CSR)

の取組みの1つとみることができる。すでに、たとえばGelb and Strawser (2001) や記虎 (2007) では、ステークホルダー・アプローチを支持して、CSRの取組みを定量的に評価した上で、CSR活動に積極的な企業ほど、情報開示にも積極的であることが示されている。しかし、具体的なCSR

\*本稿は、平成19～20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) および平成18～19年度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の一部である。本稿はまた、環境省の地球環境研究総合推進費 (RF-079) の支援により実施された。これらの経済的支援に対して謝意を表す。また、本研究に対して、中村昌広氏 (環境省地球環境研究総合推進費担当プログラムオフィサー (当時))、河合崇欣氏 (環境省地球環境研究総合推進費担当プログラムオフィサー)、朴恩芝氏 (香川大学経済学部准教授)、権葉淳氏 (大阪大学大学院経済学研究科准教授)、中條良美氏 (阪南大学経営情報学部准教授) から有益なコメントを頂戴した。ここに謝意を表す。

の取組みは、企業によって異なっており、各企業のCSRの取組みを定量的に評価することは、困難である。その上、各企業のCSRの取組みの多様性を踏まえれば、CSRに対する捉え方や考え方が企業によって異なっており、企業の情報開示に対する取組みもこれによって影響を受けると推測される。

そこで、本稿では、CSR基本方針に着目することにより、CSRに対する各企業の捉え方や考え方を把握することとし、記虎（2009）の研究成果を踏まえて、CSR基本方針に基づいて企業をいくつかの企業群に類型化する。そして、企業ウェブサイトという特定の開示媒体における情報開示に焦点を当てて、CSR基本方針の有無や類型化された各企業群と企業の情報開示の関係を検証する。これにより、CSRに対する考え方や捉え方の違いによって、企業ウェブサイトにおける情報開示に対する取組みが異なるのかどうかを説明することを試みる。

## 2. CSR基本方針に基づく企業の類型化と仮説の導出

本稿で着目するCSR基本方針ではなく、より一般的な経営の方針を示した経営理念と財務的業績を中心とする企業特性の関係を説明することは、すでに先行研究において多数試みられている。この種の研究の中には、たとえばWilliams(2008)のように、これに先立って、経営理念の内容を説明することを試みているものがある。また、CSR基本方針と企業特性の関係を説明することも、首藤・竹原（2007）において唯一試みられている。しかし、この研究では、CSR基本方針の具体的な内容には焦点が当てられていない。また、先行研究では、経営理念やCSR基本方針と企業の情報開示の関係を説明することには、関心が向けられ

ていない。

こうした中で、記虎（2009）は、CSR基本方針の内容を解明することを唯一試みている。この研究では、東洋経済新報社のCSRデータベース（2006年版）に含まれている第1回「CSR企業調査」（調査実施時期は2005年2月～3月）における「御社のCSRに対する基本方針を150字以内でご記入ください。」という質問に対する記述回答（以下、CSR基本方針と呼ぶ）のテキスト型データ（textual data）に対してテキストマイニングを行うことで、CSRに対する各企業の捉え方や考え方が追究されている。まず、この質問に対してCSR基本方針があると判断できる<sup>1)</sup>回答をしている非金融の上場企業442社のCSR基本方針のテキスト型データについて、形態素解析を行い、単語に分割して各単語の品詞を求めることで分かち書きが行われている。その上で、構文解析を行い、各文節の係り受けの関係を求めることで、たとえば「お客様-信頼する」といった係り受けの各ペアが作成されている<sup>2)</sup>。次に、頻度3以上の係り受けのペアの出現パターン（頻度）をもとに作成された、表頭が係り受けの各ペア、表側が解析対象の各企業となるクロス表に対して対応分析を行い<sup>3)</sup>、その結果得られた表側の15成分の成分スコアをもとに、クラスター化により3つの企業群に類型化されている。最後に、ある企業群における特定の係り受けのペアの出現頻度が全データセットにおける出現頻度に対して有意に大きくなるかどうかを正規近似で検定し、クラスター化で得た類型を特徴づける係り受けのペアを客観的に要約することで、各企業群のネーミングが行われている。

この結果、頻度3未満の係り受けのペアしか割り当てられない企業（4社）やはずれ値とした企業（97社）を除く341社が、次の3つの企業群に類型化されている。各企業群のCSR基本方針の

特徴をまとめると、まず、総花型CSR企業群（205社）のCSR基本方針の中では、相互に関連性のない様々なペアが用いられており、何かに特化した記述にはなっていない。これに対して、ステークホルダー志向型企業群（72社）のCSR基本方針の中では、「お客様-株主・投資家」や「株主-従業員」をはじめとして、企業を取り巻く各ステークホルダーを指す表現が具体的に用いられている。また、社会発展・信頼維持志向型企業群（64社）のCSR基本方針の中では、「社会-還元」、「社会-発展」、「ステークホルダー-信頼する」、「信頼する-企業」など、社会発展や信頼維持に関連する表現が具体的に用いられている<sup>4)</sup>。

本稿では、この結果を踏まえて、次の仮説を検証する。まず、CSR基本方針のある企業は、CSR基本方針のない企業よりも、CSRに対する関心は高いと推測できる。そこで、CSR基本方針のある企業は、CSR基本方針のない（つまり、テキストマイニングの解析対象外の）企業よりも、企業ウェブサイトにおける情報開示に積極的であるのかどうかを検証する（仮説1）。また、各企業の具体的なCSRの取組みは、CSRに対する各企業の捉え方や考え方に基づいて行われると推測できる。そこで、次に、ステークホルダー志向型企業群ならば、他の2つの企業群やCSR基本方針のない企業よりも、企業ウェブサイトにおける情報開示に積極的であるのかどうかを検証する（仮説2）。

### 3. リサーチ・デザイン

以下の2つの検証式について、Disclosure Indexを示す各変数を被説明変数とする複数の検証式を作り、重回帰分析を行う。(1)式では、policy-umuの係数に着目することにより、仮説1を検証する。(2)式では、まずpolicy 2の係

数に着目することにより、次にpolicy 1～3の各係数の大きさを相互に比較することにより、仮説2を検証する。

$$\begin{aligned} \text{Disclosure Index}_i = & \alpha_1 + \alpha_2 \text{policy-umu}_i \\ & + \alpha_3 \text{size}_i + \alpha_4 \text{leverage}_i + \alpha_5 \text{ryudousei}_i \\ & + \alpha_6 \text{roa}_i + \alpha_7 \text{kojin}_i \\ & + \sum \alpha_{8,K} \text{業種ダミー}_{-k,i} + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} \text{Disclosure Index}_i = & \alpha_1 + \alpha_2 \text{policy1}_i \\ & + \alpha_3 \text{policy2}_i + \alpha_4 \text{policy3}_i + \alpha_5 \text{size}_i \\ & + \alpha_6 \text{leverage}_i + \alpha_7 \text{ryudousei}_i + \alpha_8 \text{roa}_i \\ & + \alpha_9 \text{kojin}_i + \sum \alpha_{10,K} \text{業種ダミー}_{-k,i} \\ & + \varepsilon_i \end{aligned} \quad (2)$$

Disclosure Indexとしては、次の4つの変数を用いる。WEBEVL 1～3は、企業ウェブサイトの分りやすさ、使いやすさ、情報の多さをそれぞれ示す変数である。また、WEBEVLTLは、これら3つの変数の単純平均であり、企業ウェブサイトの充実度を示す変数である。これらの変数は、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年度）（以下、企業ホームページ実態調査と呼ぶ。調査期間は、2005年7月下旬から2005年11月上旬）の調査結果に基づいている<sup>5)</sup>。説明変数としては、記虎（2009）の結果を踏まえて、次の4つの変数を用いる。policy-umuは、CSR基本方針があれば1の値を、なければ0の値をとるダミー変数である。policy 1～3は、総花型CSR企業群、ステークホルダー志向型企業群、社会発展・信頼維持志向型企業群にそれぞれ該当すれば1の値を、該当しなければ0の値をとるダミー変数である。なお、企業ウェブサイトにおける情報開示の規定要因を検証している先行研究<sup>6)</sup>において考慮されている一般的な要因をコントロール変数として選択している<sup>7)</sup>。

サンプルは、第1回「CSR企業調査」におい

て調査票に対する回答が得られ、かつ企業ホームページ実態調査の調査対象でもある非金融の上場企業である。ただし、2006年8月時点更新の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、NEES-Cgesと呼ぶ）に含まれており、かつコントロール変数の作成にあたって必要となる財務データを得られた企業に限定されている。さらに、資本の部がマイナスとなっている企業や決算月数が12ヶ月に満たない企業が除外されている。この結果、(1)式のサンプル数は、629社である。このうち、CSR基本方針のある企業は417社であり、CSR基本方針のない企業は212社である。(2)式では、さらに、記虎(2009)において頻度3未満の係り受けのペアしか割り当てられていない企業やはずれ値とした企業がサンプルから除外されるため、サンプル数は541社となる。このうち、CSR基本方針のない企業は212社、総花型CSR企業群は197社、ステークホルダー志向型企業群は70社、社会発展・信頼維持志向型企

業群は62社である。

#### 4. 検証結果とその分析

ダミー変数を除く各変数の記述統計量は表1に示している<sup>8)</sup>。各検証式の検証結果は表2に、policy 1～3の各係数の大きさの相互比較の結果は、表3に示している。

表2より、policy-umuは、Disclosure Indexを示すどの変数を被説明変数とする場合にも、有意でない。これとは対照的に、policy 2は、Disclosure Indexを示すどの変数を被説明変数とする場合にも、正かつ10%水準以上で有意である。さらに、表3より、policy 2の係数は、policy 1の係数と比べた場合には、すべてのDisclosure Indexについて5%水準以上で有意に大きい。また、policy 3の係数と比べた場合にも、policy 2の係数は、WEBEVL1を除くDisclosure Indexについて5%水準以上で有意に

表1 記述統計量 (N=629)

変数名	平均値	標準偏差	最小値	最大値
WEBEVLTL	53.28	7.23	0.00	79.20
WEBEVL1	53.09	8.49	0.00	80.30
WEBEVL2	52.49	6.86	0.00	79.00
WEBEVL3	54.32	8.50	0.00	78.40
size	11.39	1.97	6.12	17.01
leverage	53.70	20.60	7.08	99.79
ryudousei	52.98	18.92	5.61	98.19
roa	5.89	5.22	-25.61	46.21
kojin	36.58	20.62	2.74	96.22

注) ダミー変数は、省略している。

変数の定義

- webev1: 企業ウェブサイトの充実度を示す変数
- webev11: 企業ウェブサイトの分かりやすさを示す変数
- webev12: 企業ウェブサイトの使いやすさを示す変数
- webev13: 企業ウェブサイトの情報の多さを示す変数
- 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 (%)

表2 重回帰分析の検証結果

説明変数	被説明変数							
	WEBEVLT L		WEBEV L 1		WEBEV L 2		WEBEV L 3	
	(1) 式	(2) 式	(1) 式	(2) 式	(1) 式	(2) 式	(1) 式	(2) 式
定数項	19.63 (6.94) ***	22.51 (9.87) ***	20.76 (6.09) ***	24.09 (7.75) ***	26.03 (8.73) ***	28.91 (12.09) ***	12.13 (4.06) ***	14.57 (5.80) ***
policy-umu	0.21 (0.42)	—	-0.06 (-0.09)	—	-0.09 (-0.17)	—	0.76 (1.42)	—
policy1	—	0.03 (0.05)	—	-0.22 (-0.32)	—	-0.32 (-0.59)	—	0.63 (1.14)
policy2	—	2.19 (2.81) ***	—	1.96 (1.78) *	—	1.94 (2.43) **	—	2.66 (3.29) ***
policy3	—	-0.03 (-0.04)	—	-0.07 (-0.07)	—	0.09 (0.12)	—	-0.10 (-0.13)
size	2.72 (12.00) ***	2.42 (14.08) ***	2.64 (10.06) ***	2.29 (10.09) ***	2.13 (8.96) ***	1.86 (10.38) ***	3.40 (14.58) ***	3.13 (16.62) ***
leverage	-0.04 (-2.77) ***	-0.03 (-2.53) **	-0.04 (-2.32) **	-0.03 (-1.87) *	-0.03 (-1.75) *	-0.02 (-1.29)	-0.05 (-3.30) ***	-0.04 (-3.15) ***
ryudousei	0.04 (3.11) ***	0.04 (2.98) ***	0.04 (2.08) **	0.04 (1.97) **	0.04 (2.88) ***	0.04 (2.84) ***	0.05 (3.28) ***	0.05 (3.11) ***
roa	0.15 (2.99) ***	0.17 (3.57) ***	0.16 (2.17) **	0.19 (2.33) **	0.05 (1.19)	0.07 (1.61)	0.22 (4.21) ***	0.26 (4.98) ***
kojin	0.02 (1.52)	0.02 (1.29)	0.02 (1.23)	0.01 (0.87)	0.02 (0.98)	0.01 (0.71)	0.03 (1.78) *	0.02 (1.67) *
kagaku	-0.37 (-0.48)	-0.44 (-0.55)	-1.13 (-0.99)	-1.30 (-1.06)	-0.43 (-0.53)	-0.58 (-0.69)	0.47 (0.56)	0.57 (0.65)
kikai	-0.45 (-0.51)	0.17 (0.21)	-0.76 (-0.65)	0.28 (0.25)	-0.24 (-0.26)	-0.04 (-0.04)	-0.33 (-0.33)	0.28 (0.28)
kensetsu	-1.88 (-2.24) **	-2.16 (-2.67) ***	-1.65 (-1.53)	-1.99 (-1.83) *	-1.38 (-1.40)	-2.10 (-2.31) **	-2.61 (-2.72) ***	-2.39 (-2.56) **
kouri	-0.59 (-0.49)	-1.07 (-0.99)	-0.54 (-0.35)	-0.86 (-0.59)	-0.74 (-0.64)	-1.55 (-1.45)	-0.50 (-0.38)	-0.83 (-0.67)
service	3.46 (3.95) ***	2.89 (3.58) ***	3.94 (3.46) ***	3.53 (3.21) ***	3.19 (3.56) ***	2.42 (2.86) ***	3.27 (3.54) ***	2.76 (3.24) ***
car	-2.81 (-2.37) **	-2.59 (-1.98) **	-2.57 (-1.51)	-1.86 (-1.00)	-3.48 (-3.33) ***	-4.16 (-3.67) ***	-2.39 (-1.73) *	-1.79 (-1.20)
syousya	0.58 (0.64)	0.62 (0.65)	0.86 (0.71)	1.28 (0.97)	0.11 (0.11)	-0.39 (-0.38)	0.76 (0.81)	0.98 (1.00)
food	2.08 (2.43) **	1.45 (1.79) *	1.83 (1.53)	1.44 (1.16)	1.05 (1.19)	0.26 (0.29)	3.39 (3.23) ***	2.70 (2.84) ***
denki	3.54 (4.49) ***	3.82 (4.62) ***	3.40 (3.26) ***	4.19 (3.57) ***	3.84 (4.52) ***	3.52 (4.01) ***	3.40 (3.92) ***	3.75 (4.14) ***
hitetsu	-1.51 (-1.40)	-1.04 (-0.99)	-1.52 (-1.06)	-0.56 (-0.40)	-0.34 (-0.28)	-0.09 (-0.08)	-2.64 (-2.21) **	-2.45 (-2.00) **
修正済み決定係数	0.47	0.46	0.31	0.28	0.32	0.31	0.54	0.55
F値	29.94 ***	22.88 ***	14.72 ***	10.79 ***	17.51 ***	13.03 ***	45.95 ***	37.04 ***

注) 括弧内は White の t 値。(1) 式 N=629 (2) 式 N=541

\*\*\*1%水準で有意、\*\*5%水準で有意、\*10%水準で有意。

policy-umu : CSR 基本方針があれば1、なければ0の値をとるダミー変数

policy1 : 総花型 CSR 企業群に該当すれば1、該当しなければ0の値をとるダミー変数

policy2 : ステークホルダー志向型企業群に該当すれば1、該当しなければ0の値をとるダミー変数

policy3 : 社会発展・信頼維持志向型企業群に該当すれば1、該当しなければ0の値をとるダミー変数

kagaku, kikai, kensetsu, kouri, service, car, syousya, food, denki, hitetsu : 化学、機械、建設、小売業、サービス、自動車、商社、食品、電気機器、非鉄・金属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3 policy1、policy2、policy3の各係数の大きさの相互比較の結果

Disclosure Index	policy1-policy2	Whiteのt値	policy1-policy3	Whiteのt値	policy2-policy3	Whiteのt値
WEBEVLT	-2.160	-2.81 ***	0.053	0.08	2.213	2.42 **
WEBEVL 1	-2.181	-2.00 **	-0.150	-0.15	2.031	1.55
WEBEVL 2	-2.266	-2.84 ***	-0.407	-0.56	1.858	1.99 **
WEBEVL 3	-2.025	-2.58 ***	0.733	0.97	2.758	2.92 ***

注) \*\*\* 1%水準で有意、\*\* 5%水準で有意。

大きい。一方、表2より、policy 1やpolicy 3は、Disclosure Indexを示すどの変数を被説明変数とする場合にも、有意でない。また、表3より、policy 1とpolicy 3の係数の大きさを比較した場合にも、すべてのDisclosure Indexについて有意な差はない。

したがって、CSR基本方針の具体的な内容を問わず、単にCSR基本方針を有しているというだけでは、企業ウェブサイトにおける情報開示に積極的に取り組むとは言えない。そして、CSR基本方針を有する企業の中でも、ステークホルダー志向型企業群であれば、CSR基本方針のない企業のほか、総花型CSR企業群や社会発展・信頼維持志向型企業群よりも、企業ウェブサイトにおける情報開示に積極的に取り組む傾向にあると解釈できる。他方で、CSR基本方針はあっても、総花型CSR企業群や社会発展・信頼維持志向型企業群であれば、CSR基本方針のない企業よりも、企業ウェブサイトにおける情報開示に積極的に取り組むとは言えない。さらに、総花型CSR企業群と社会発展・信頼維持志向型企業群の間でも、企業ウェブサイトにおける情報開示の取組みに有意な差があるとは言えない。

これらの検証結果を総合的に勘案すれば、CSR基本方針の有無ではなく、CSR基本方針として掲げられている具体的な内容こそが、企業ウェブサイトにおける情報開示に対する取組みを規定し

ていると分かる。つまり、CSR基本方針においてステークホルダー志向を表明している企業ならば、企業ウェブサイトにおける情報開示に積極的に取り組んでいる。本稿の検証結果は、企業ウェブサイトにおいて情報を積極的に開示するという戦略的なステークホルダー対応としての具体的なCSRの取組みが、ステークホルダー志向というCSRに対する捉え方や考え方に基いて実践されていることを示している。

## 5. おわりに

本稿では、CSR基本方針に基づいて企業をいくつかの企業群に類型化した場合に、ステークホルダー志向型企業群が、CSR基本方針のない企業だけでなく、社会発展・信頼維持志向型企業群や総花型CSR企業群よりも、企業ウェブサイトにおける情報開示に積極的に取り組むことを示した。

本稿の貢献は、定性的な情報であるCSR基本方針に着目することにより、CSRに対する各企業の捉え方や考え方を把握し、CSRに対する捉え方や考え方の違いによって、企業ウェブサイトにおける情報開示という具体的なCSRの取組みが異なることを示したことである。今後は、企業の情報開示に影響を与え得る定性的な企業特性をさらに解明していくことが課題である。

《注》

- 1) CSR基本方針について具体的な記述があれば、「策定中の案」や「仮方針」といった表現が含まれていても、CSR基本方針があると判断されている。一方、この質問に回答をしていない企業や、CSR基本方針がないことや策定中であることを明示的に述べている企業は、CSR基本方針がないと判断されている。
- 2) 分かち書きに先立って、コンピュータが学習していない単語が新たに登録されているほか、接頭語・接尾語の文字列や記号が無視されるように登録されている。また、コンピュータが間違って処理した部分を修正して正しく抽出させるために、記述回答の元の文章のコンテキストに影響を与えないように文章それ自体が修正されている。さらに、各ペアについては、「お客様-信頼する」と「顧客取引先-信頼する」といったように、類似する表現のペアがまとめられているほか、「こと-目指す」といったように、各々のペアにのみ注目した場合には係り受けの意味内容の解釈が困難なペアや、「当社-CSR」といったように、この質問に対する記述回答に含まれていて当然と考えられるペアが除去されている。
- 3) 成分スコアを観察することで、他と比べて極端に大きな（あるいは小さな）成分スコアをとる係り受けの各ペアと解析対象の各企業をはずれ値として探索的に除去してから、分析がやり直されている。
- 4) 各企業群を特徴づける係り受けの各ペアの一覧表については、記虎（2009）を参照されたい。
- 5) Marston and Shirives（1991）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と、研究者の意図に沿った事柄を示しているという2つの要件を満たす必要がある。本稿の情報開示指標は、NEES-Cgesから有償で入手可能であり、また日興アイ・アール株式会社（2005）により情報開示評価に際する評価項目の適切性を判断できたことから、これらの要件を満たすと判断している。
- 6) この種の先行研究は、記虎（2007）をはじめとすすでに多数存在している。
- 7) コントロール変数の作成にあたっては、『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財務

データを用いている。ただし、連結ベースでは財務データを入手できなかった63社については、単体ベースの財務データを用いている。また、決算期の変更のために上述の期間中に2度の決算期を持つ企業の場合には、より新しい決算期を選択した。業種ダミー変数については、15社以上をサンプルとして確保できる業種を日経業種コードに基づいてすべて選択している。各変数の定義については、表1-2の注を参照されたい。

- 8) 紙面の制約により、各変数間の相関係数を示す表は割愛している。

《参考文献》

- Freeman, E. R., 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Marshfield, MA.
- Gelb, D. S., Strawser, J. A., 2001. Corporate Social Responsibility and Financial Disclosures: An Alternative Explanation for Increased Disclosure. *Journal of Business Ethics* 33 (1), 1-13.
- 記虎優子, 2007. 「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』第58巻, 27-42.
- 記虎優子, 2009. 「企業の社会的責任（CSR）に対する基本方針による企業の類型化—テキストマイニングによるクラスター化の試み—」『社会情報学研究』第13巻第1号, 17-29.
- Marston, C. L., Shirives, P. J., 1991. The Use of Disclosure Indices in Accounting Research: A Review Article. *British Accounting Review* 23 (3) : 195-210.
- 日興アイ・アール株式会社, 2005. プレスリリース「2005年度全上企業ホームページ実態調査」(<http://www.nikkoir.co.jp/>).
- 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ワーキング・ペーパー・シリーズWIF-07-006.
- Williams, L. S., 2008. The Mission Statement: A Corporate Reporting Tool with a Past, Present, and Future. *Journal of Business Communication* 45 (2), 94-119.