

「伝えたい情報」と「知りたい情報」

- ・多くの上場企業が、投資家に自分の会社の内容をよりよく知ってもらおうと、IR（インベスター・リレーションズ）活動に力を入れている。しかし、会社が「伝えたい情報」と投資家が「知りたい情報」にはたえずギャップがある。そのギャップを埋めるべく、会社を分析するのが証券アナリストである。
- ・ 現在、全国 3500 社の上場企業のうち、継続的に担当するアナリストがついている企業は 1000 社余りで、約 7 割の 2500 社の会社には 1 人のアナリストも継続的に付いていない。
- ・ 情報に価値があるかどうかは、それを使う人に依存する。重要なことは、自分は本当に何を知りたいのか、それを知ることによってどういう行動をとるのか、といった点をはっきりさせて情報を見ていくことである。
- ・ 別にアナリストに頼らなくても、金融に関する情報は手に入れようと思えばいくらでも入る。統合報告を始め、さまざまな試みも進んでいる。しかし、会社側からの一方向の情報だけでは、大事なことを理解しようとしても全体の文脈が十分読みきれず、疑問を持ったまま過ぎてしまうことになりかねない。アナリストは、会社に対していい意味での緊張関係を作り、その情報は投資家や株主にとって参考になりうる。
- ・ アナリストの付いていない会社のカバー率をどう上げるかは大きな課題であるが、投資家一人ひとりが、会社が「伝えたい情報」と自らが「知りたい情報」の双方の視点から情報の中身を理解することは、パフォーマンスの向上と株式市場の活性化に大いに役立つであろう。