

IR とは何か?

IR 担当者は営業マン

IR（インベスター・リレーションズ）は、新聞紙上では「投資家向け広報」と訳される場合が多い。しかし、実際の実務は、広報というよりは営業に近い。IR 担当者とは、自社の株式の特徴を説明し、強みについては売り込み、弱点についても包み隠さず説明する営業マンと言えるのではないか。

ところが、日本の多くの企業では、IR の機能は広報部ないし経理部に所属し、IR 担当者も広報あるいは経理のどちらかの経験しかないケースが多いのではないだろうか？ どちらかと言うと、営業マンとは対極に位置するスキルの持ち主が、IPO を境に、ある日突然、ほとんど営業マンの仕事をこなす羽目になるという状況が多いと思われる。

仕事内容から見た場合、IR 担当者にはプレゼンテーション能力、ネゴシエーション能力といった営業マン的能力に加えて、マーケティング的素養はもちろんのこと、証券アナリストとのインタビューを成功裡にこなすためのファイナンスの素養、そしてインサイダー規定をつねに意識しつつ、株主の利益に忠実であるリーガルマインドが求められる。

これは、一言で言えば、MBAの素養のすべてだといってもいいだろう。スキル・素養から見た場合、IR担当者には、営業能力の高いMBAホルダーがあたるのが理想的であるように思う。ただし、MBAホルダーにも当然ながら当たりハズレがあることは言うまでもない。

IR 担当者に求められる素養

MBAホルダー以外のIR担当者候補としては、CPA（公認会計士）や証券アナリスト（あるいは、証券会社出身者）も考えられる。ただし、優れたIR担当者になるためには、MBAホルダーも含め、以下の点に注意していただきたい。

1) ファイナンス（理論）を理解する。

会計学とファイナンスは一見似ているが、実際には、まったくちがった素養、学問体系だ。会計学を究めたからファイナンスにも詳しいということにはならないので注意が必要だ。会計学同様、ファイナンスの知識も、学んで初めて獲得できるものなのだ。ファイナンスの知識は、それで「理論武装した」証券会社・アナリストとコンタクトする際に必須となるだろう。

2) 営業とマーケティングを理解する。

IRは、自社株という商品のビジネス・オペレーションそのものという側面がある。したがって、営業やマーケティングの素養をもつことは、きわめて重要である。自社の100の価値を、100として社外に訴求するためにも、営業やマーケティングのセンスを磨いていただきたい。

3) 会社の実態を把握する。

会社の強み・弱み・ビジネス構造を本当に理解していないと、その会社の株式の売り込み、説明に精彩を欠くことになる。

IRの業務を、たんに一時的に株価をあげるための株価対策として考えるような会社には、短期的なキャピタルゲイン狙いの株主しか最終的には残らないということを肝に銘じてほしい。

いずれにせよ、IR担当者には、営業系の実務経験が豊富で、MBA的な素養・スキルをバランスよくもった人材をあてるのが望ましい^[注]。しかし、実際には企業が理想的な人材を低コストで調達するには大きな困難が伴うのも確かである。

[注]MBAがMBA的な素養・スキル、つまり、ビジネススクールで教える素養をバランスよく備えているのかといえ、^注「必ずしもそうとは限らない」というのが現実だろう。とくに、欧米のMBAにその傾向が強いのではないだろうか。

たとえば、「マーケティング専攻」のMBAには、ビジネススクールでアカウンティングとファイナンスの科目は必修科目を1科目ずつしか履修しなかったといった人がふつうに存在する。欧米のビジネススクールでは、成績の平均スコアが悪化すると落第してしまうリスクが発生するので、それを恐れる人は、結果として得意分野の科目に履修が偏ることになるのだ。このような教育システムのもとでは、不得意科目は不得意科目として放置されてしまうことになる。ごく一部の優秀な人たちだけがスキルのバランスのとれたMBAといえるだろう。その数は少ない。

ビジネスの本質を理解・訴求できる仕事

本書は、まさにその困難を打破することを目的に作成された。IRに未経験ではあるが、営業経験あるいは営業センスを備えた人材を、バランスのとれたMBAホルダー同等以上の素養を備えたプロのIRマンに即効的に変身させることを主眼に執筆されている。

ところで、企業のIR担当者は、情報発信者であって、自らが発信した情報のインパクトの受容者である。そこでは、

刺激 反応 分析

という、経営学でいうPlan/Do/Seeサイクルを日々経験でき、スキルとノウハウが蓄積されるであろう。これは非常にエキサイティングな経験であり、会社の本質を理解できる魅力的な仕事と言える。

ではここで、「IRとは何か？」を定義しておきたい。それは、

- 1) 株主・投資家に対する説明責任の遂行
- 2) 自社株という商品のビジネスオペレーションそのもの
- 3) その商品に付随する「非対称な情報」のシグナルとしてのマネジメント

である。

では、次の章で、私が経験したIRの実際をご紹介します。