

知的資産経営のすすめ

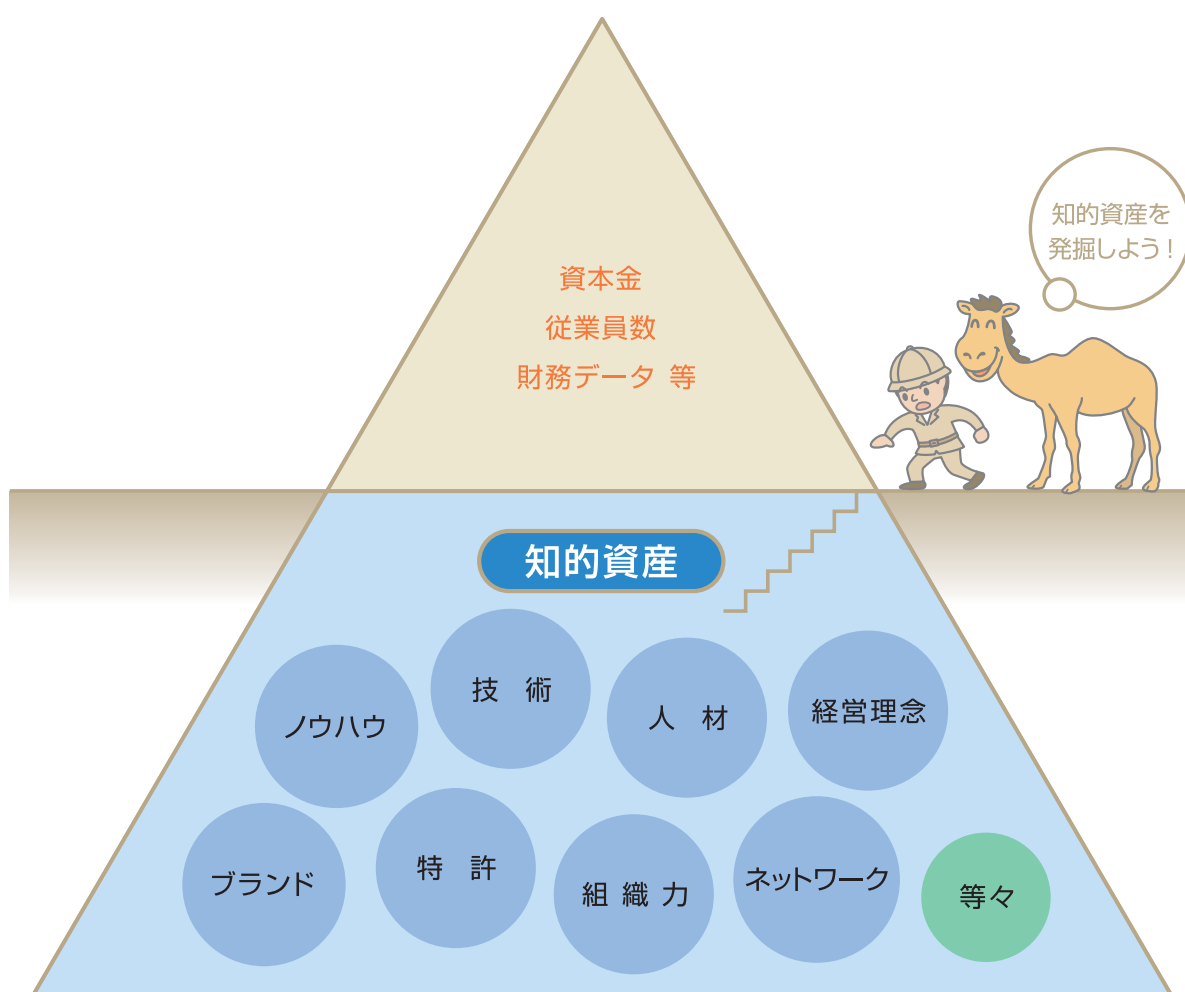
知的資産（見えざる資産）を活用して企業価値を高めましょう

企業の皆様へ

知的資産とはこのようなものです

「知的資産」とは特許やブランド、ノウハウなどの「知的財産」と同義ではなく、それらを一部に含み、さらに組織力、人材、技術、技能、経営理念、顧客等とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない目に見えにくい経営資源の総称を指します。

目に見えにくい無形資産 → 「知的資産」 → 企業競争力の源泉

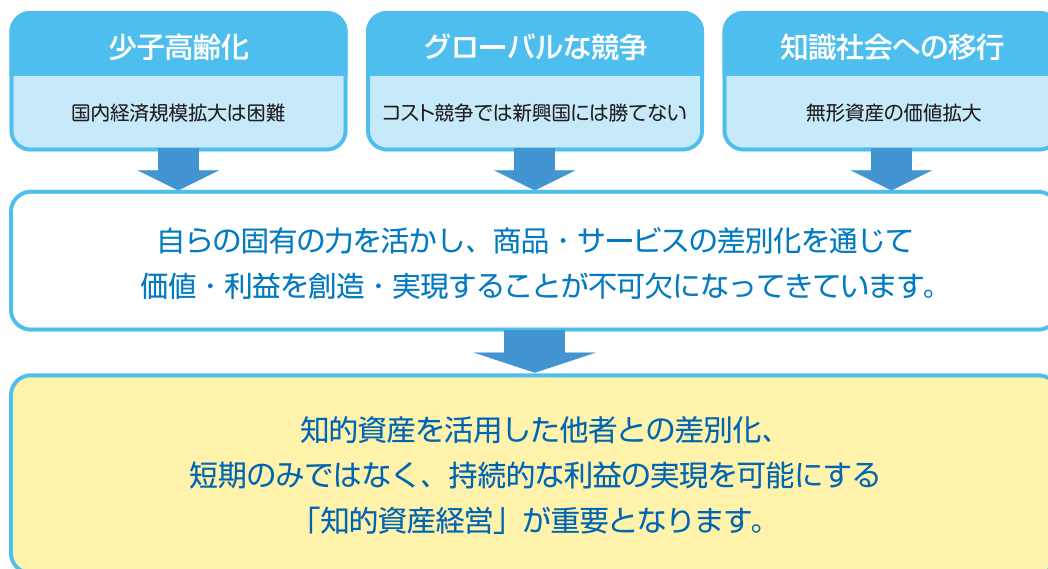


「知的資産」は企業の本当の価値・強みであり、企業競争力の源泉です。企業経営・活動は「知的資産」の活用なしには成り立たないものです。

知的資産経営のすすめ

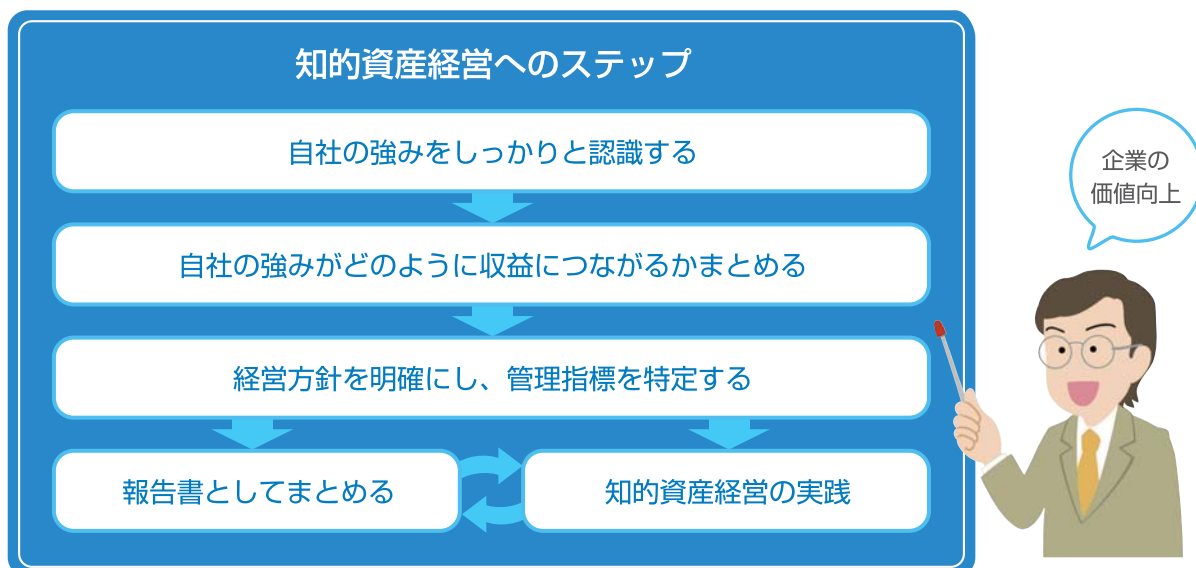
なぜ、いま知的資産経営なのか？

企業が勝ち残っていくためには、差別化による競争優位の源泉を確保することが必要です。差別化を図る手段は色々ありますが、特に大きなコストをかけなくても身の回りにある「**知的資産**」を活用することによって、他社との差別化を継続的に実現することができます。



知的資産経営へのステップ

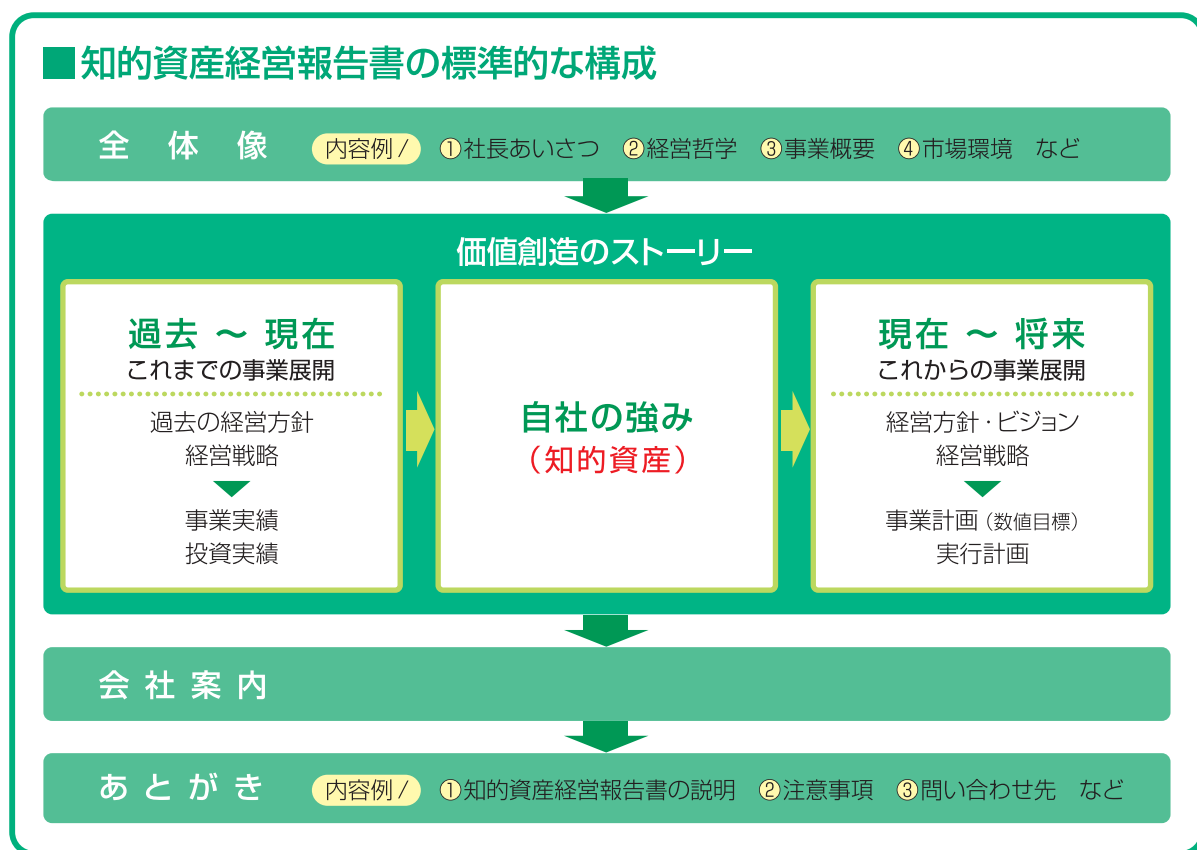
自社の強み（知的資産）をしっかりと把握し、活用することで業績の向上や、企業の価値向上に結びつけることが「**知的資産経営**」です。



知的資産経営報告書とは

従来の財務諸表を中心とした評価では、企業の真の姿（価値）を知ってもらえないことがあります。

「**知的資産経営報告書**」とは、企業が有する技術、ノウハウ、人材など重要な知的資産の認識・評価を行い、それらをどのように活用して企業の価値創造につなげていくかを示す報告書です。過去から現在における企業の価値創造プロセスだけでなく、将来の中期的な価値創造プロセスをも明らかにすることで、企業の価値創造の流れをより信頼性をもって説明するものです。



知的資産経営報告書作成・開示の意義

企業の存続・発展にとって、ステークホルダー（顧客、金融機関、取引先、従業員等）に会社の優れた部分を知ってもらうことは大変重要です。そのためには、正確な財務諸表に加え、非財務の情報（自社の持つ知的資産の優位性）を伝えることが必要です。

伝えたい相手に自社の優位性をきちんと伝えるために、「知的資産経営報告書」を作成し、開示することで自社の真の姿（価値）を知ってもらいましょう。

＜金融機関の声＞
知的資産経営情報は
企業評価を行う上で
重要だと考えています



知的資産経営報告書作成のポイント

知的資産経営報告書作成にあたっては、顧客・ユーザー、金融機関・投資家、取引先・潜在顧客、従業員・就職希望者など、対象とするステークホルダーを想定し、それらステークホルダーが求める情報を織り込むことが重要です。

POINT. 1 ステークホルダーの求める情報とは



POINT. 2 信頼性確保のための工夫

- 客観的な指標（KPI：Key Performance Indicator）の選定・活用
- 第三者の作成関与
報告書の信頼性、信憑性、読みやすさ向上のために、第三者（中小企業診断士、公認会計士等）の支援を受けることも効果的です。

POINT. 3 公開情報と機密保持

経営においては機密保持も重要です。開示すること、秘密にすることを選別しましょう。

知的資産経営報告書の活用事例

ネオケミア株式会社 2005年12月 開示 / 2007年1月 (第2版)

報告書の作成

中小企業でもがんばれば報告書が作れること、中小企業こそ報告書を作成すべきこと、報告書を通して総合力の高さのアピールをしたかった。また、当社の技術マップの公開により、模倣品対策や他社との技術力の差を誇示したかった。そこで、開示対象として潜在顧客を重視し、製品や技術の説明を十分に行うとともに、図表を多用した解りやすい内容の報告書を作成・開示した。

また、将来を成長期、発展期の2期に分けて価値創造ストーリーを記載することで、近い将来の記載内容の確実性を高め、独自指標を中心に 8つの本文指標を用いるとともに、他社比較を容易にするための7つの別添指標を記載した。

成果

- ★超高級スパ事業構想を持つ企業が報告書により当社を理解し、アライアンスを組んだことにより、当社の事業戦略を土台にしたスパ事業計画の再構築を図り、新たなスパ事業の本格展開が始まった
- ★業界での知名度が向上するとともに、同業者以外との接点が増えた
- ★早稲田大学から共同研究実施のオファー
- ★NHKや読売新聞で報告書が取り上げられた

作成者から

独自の技術やサービスのアピールの場として本報告書が活用できるのはもちろんですが、重要なのは、経営者が「こんな会社にしたんだ」という思いを表すことで、報告書は自分も含めた全ての人に対する誓約書の役割も持つと思います。見やすさ、読みやすさも報告書として必要ですし、かなりの時間を割いて勉強しなければなりません、それも結局は経営者自身の、ひいては会社のレベルアップにつながるの、是非挑戦してください。



商号	ネオケミア株式会社
所在地	兵庫県神戸市中央区御幸通り4-2-20
代表者	田中 雅也
設立	2001年5月
資本金	9,200万円
従業員	10名
事業内容	医薬品、医療用具、化粧品などの開発、販売
企業の概要	「スカーレス・ヒーリング(傷痕を残さない傷の治療)」の実現を目指し、「炭酸ガス経皮吸収」や「熱力学的DDS」の技術を活かした基礎研究・応用研究・製品開発を行い、化粧品、医薬品・医療用具等の製造・販売ならびに技術供与を行っている大学発関連ベンチャー。

株式会社センテック 2006年8月 開示

報告書の作成

技術力の高さは既存客の間では「知る人ぞ知る」存在であったが、小規模事業者であるため新規顧客の開拓に課題を有するとともに、経営基盤確立のために自社製品の販売強化をしたかった。

また、金融機関や入社希望者等にも自社の強みを知ってほしかった。

そこで、優れた技術・ノウハウ、顧客(納入実績)、協力業者(生産体制)、人材(技術スタッフと外部の専門家人材)、組織(徹底した現場主義に基づく研究・営業体制)等を盛り込んだ知的資産経営報告書を作成し、会社及び製品の優位性を開示した。

成果

- ★開示後4ヶ月間で20社を超える上場製造業からのアプローチ(一部成約済み)
- ★取引金融機関から無担保融資枠が拡大
- ★中堅専門商社との取引開始
- ★高水準の技術力・ノウハウを有する優秀な人材(大学院卒者)を確保

作成者から

知的資産経営報告書の作成により、ただちに売上が上がるというような直接的な効果よりも、作成作業を通じて、見過ごしがちな知的資産(強み)や自社の弱みに気づき、経営改善を通じて持続的経営が可能になるという間接的な効果が見込めます。報告書の作成過程では、意識的に外部者の視点を持つように心がけるか、信頼できる部外者(門外漢)との共同作業が効果的だと思います。



商号	株式会社センテック
所在地	大阪府枚方市大峰元町2-16-1
代表者	長谷部 洋治
設立	1986年12月
資本金	2,000万円
従業員	8名
事業内容	自動粘度計等をはじめとする各種精密測定器製造
企業の概要	小規模ながら電気・機械・化学技術等に精通した技術者をスタッフに揃えているとともに、大手メーカー等の研究者との交流を通じて先進技術の蓄積に取り組み、難易度の高い特殊な開発依頼にも迅速に対応できる体制を構築。大学や大手企業等の研究機関に多くの納入実績を有する特殊センシング装置の分野で国内有数のメーカー。