

経営の新視点 (5)

企業がもつ独自技術など知的財産を競争力の源泉とする「知的財産経営」の重要性が増している。成長戦略のカギを握り、さらには投資家らへの開示と対話も重要だ。

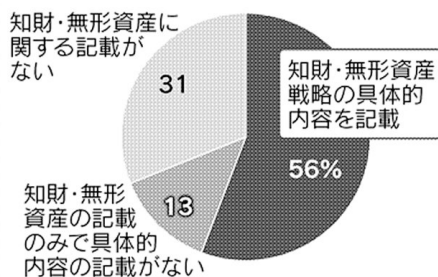
知財・無形資産は、特許権などに限らず、独自技術、ブランド、デザイン、顧客ネットワークや、それらを生み出す組織力やプロセスなどを幅広く含む概念だ。知財経営は価格競争や競合企業の参入を防ぎながら企業価値を向上できるなどとして注目されている。

欧米の企業に比べて企業価値に占める無形資産の割合が低い日本企業では、競争力の源泉である知財・無形資産の価値が市場に適正に評価されていない現状がある。日本の上場企業はPBR（株価純資産倍率）1倍前後と低迷しており、市場が無形資産を企業価値として考慮するためには、企業による新たな取り組みが必要とされていた。

政府は知財経営を後押しする。金融庁と東京証券取引所が策定したコーポレートガバナンス・コード（企業統治指針）に、知財の項目を初めて盛り込んだのは2021年6月の2回目の改訂のときだ。

この知財項目の開示では、知財を核として企業の成長ストーリーをいかに投資家や金融機関に伝え議論し、適正に評価されるかが重要だ。取締役会は、知財への投資を資産と捉えた経営資源の配分や

コーポレートガバナンス・コード改訂後「順守」とした企業の開示状況



(出所)「知財ガバナンス研究会」の資料を基に三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

知的財産経営を成長戦略に

事業ポートフォリオ（構成）戦略の実行が求められている。さらには、投資家らに知財の投資・活用の方針について分かりやすく具体的に公表すべきである。

改訂後、初となった22年の株主総会での知財・無形資産の情報開示の状況を見ると、具体的内容のない「形式的な順守」にとどまる企業が44%と半分近くにのぼり、投資家らとの対話にまでは至ってはいないことが見てとれる。

こうした状況を受け、内閣府は3月、「知財・無形資産ガバナンスガイドラインVer. 2.0」を新たに公開し、対話の質を高める「コミュニケーション・フレームワーク」を提示した。その中で、「知財・無形資産」を将来に向けた中長期的視点でサステナブル（持続的）な成長を促進するための「資産」ととらえ、これを活用した新たなビジネスモデル創出による成長戦略を情報開示し、対話すべきだと強調している。

単に特許数の他社比較などにとどまらず、なぜその知財が自社に有用で、今後どう展開し、売り上げ向上や競争力の強化に寄与するのかを示す必要がある。さらに現在と未来のギャップを埋める、知財・無形資産への投資・活用戦略として、投資家との議論の中で理解、認知されることで、PBR向上を達成しうることも見いだされ始めている。

「知財経営」としての知財・無形資産を核とする成長戦略が、日本企業の企業価値向上のみならず、グローバル市場での競争力を高めるための付加価値・生産性の向上に向け、今後ますます重要となる。



まいたに・まさと 米ベンシ
ルベニア州立大
学物質科学工学
専攻、Ph. D
取得。企業・大
学での先端技術

の研究開発に従事後、現職。技術・知的財産を起点とした成長戦略を視点に、大手企業を中心に支援。