

第2章「知的資産経営報告書」作成企業の動向（全体傾向）

～近畿経済産業局（2010）から～

「知的資産経営報告書」を作成した企業を対象とした実態調査は、過去に近畿経済産業局によって行われ、2010年12月に「知的資産経営報告書の評価・認証手法に関する調査研究」として、報告書が公開されている。

以下に、この調査結果を、なかでも報告書作成企業の経営効果に着目して紹介する。

（1）調査の概要

全国の「知的資産経営報告書」作成開示企業を対象に、報告書の活用状況、作成の目的や重要項目、指標の活用等の実態を把握するためのアンケート調査

① 調査方法

アンケート調査 郵送配布・(若しくはFAX)回収

② 対象者、サンプル数、有効回答数

全国の「知的資産経営報告書」の作成開示企業 計 116 社
有効回答数 75 (回収率 64.7%)

③ 調査スケジュール

配布 8月31日 / 回答締切 9月14日

（2）調査の内容

近畿経済産業局（2010）のアンケート調査設問項目は、以下のように設定されている。

<問1. 報告書の作成目的について>

（1）作成・開示の目的の「重視度」と「効果」

（「重視度」と「効果」の5段階評価、効果があった場合の具体的な内容）

（2）「報告書の項目・観点」ごとの重視度（5段階評価）

<問2. 報告書の信憑性確保について>

（1）報告書の信憑性確保に向けた項目や観点の重視度（5段階評価）

（2）報告書の信憑性確保に向けた対策の重視度（5段階評価）

<問3. 作成支援者について>

（1）報告書作成に当たっての専門家の支援の有無

（2）専門家の作成支援による効果

（3）報告書作成後の専門家との関係

<問4. その他>知的資産経営についてのご要望、ご意見（自由回答）

（3）調査結果

ここでは、前記の近畿経済産業局（2010）<問1>から<問4>のうちから、今

回の我々の調査報告書「中小機構（2014）」の内容と、特に強く関係する〈問1〉の（1）作成・開示の目的の「重視度」と「効果」について、主に紹介していく。

① 調査結果の分析手法

相手先の重視度は、各回答について、「全く重視しなかった」を1点、「あまり重視しなかった」を2点、「ふつう」を3点、「重視した」を4点、「特に重視した」を5点として算出、その平均点を提示。

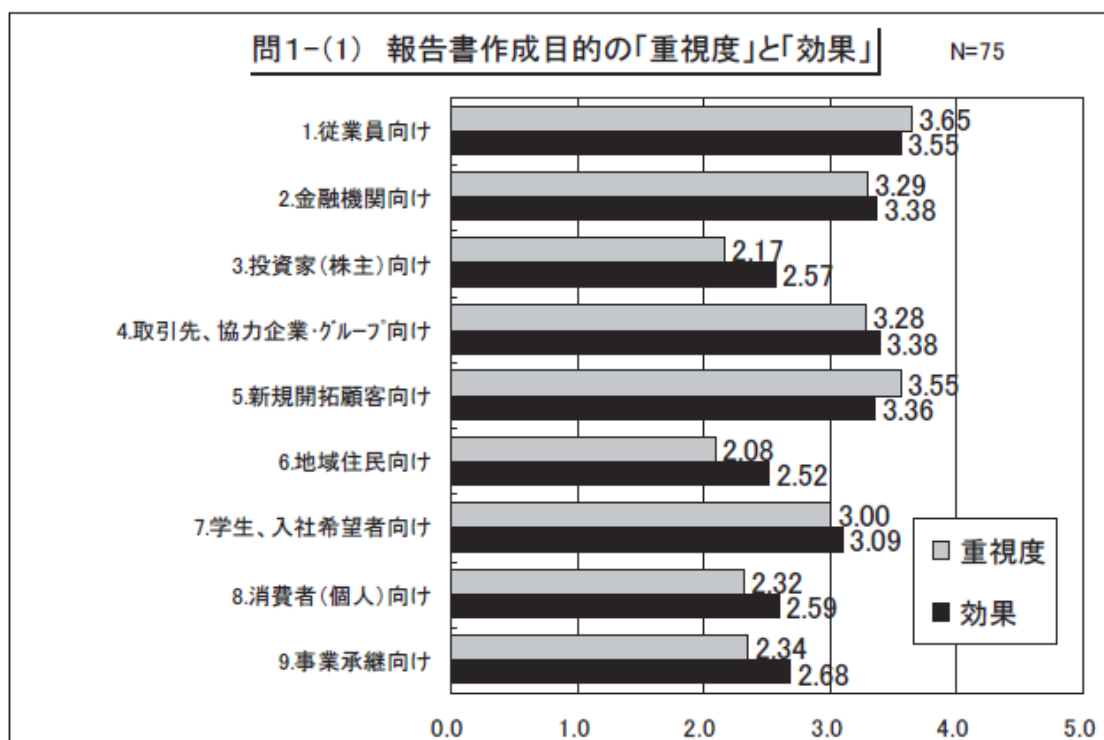
効果は、各回答について、「全く効果がなかった」を1点、「あまり効果がなかった」を2点、「どちらともいえない」を3点、「効果があった」を4点、「大変効果があった」を5点として、算出、その平均点を提示。

② 調査結果の概要

相手先の重視度については、「従業員」（3.65点）がもっとも高く、「新規開拓顧客」（3.55点）、「金融機関」（3.29点）、「取引先・協力企業・グループ」（3.28点）。

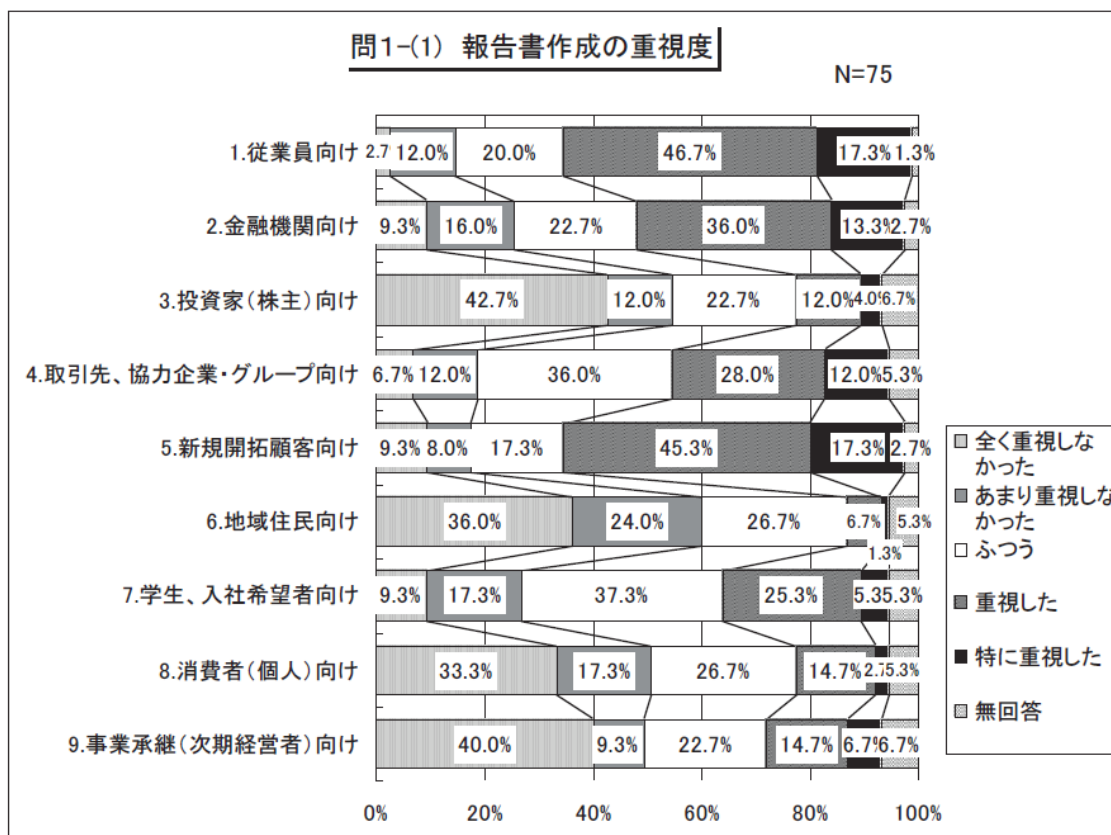
効果のあった相手先は、「従業員」（3.55点）がもっとも高く、「取引先・協力企業・グループ」「金融機関」（ともに3.38点）、「新規開拓顧客」（3.36点）の順（図表2-1、2-2、2-3）。

図表 2-1 知的資産経営報告書作成目的の「重視度」と「効果」 近畿経済産業局（2010）

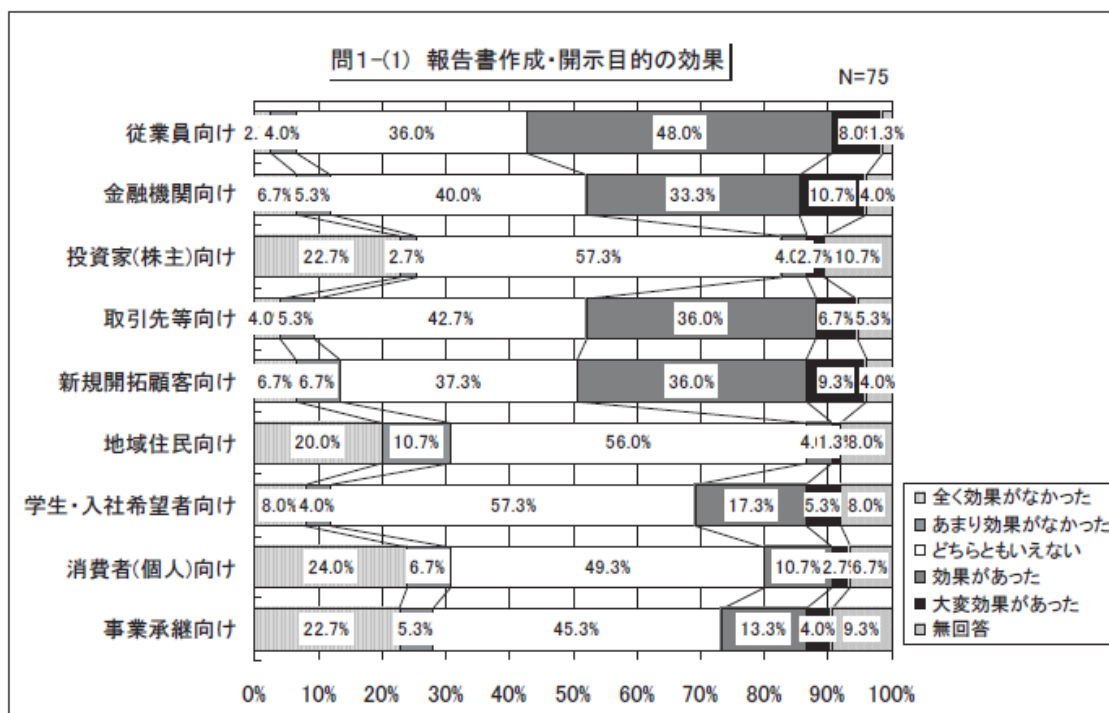


(出所) 近畿経済産業局（2010）「知的資産経営報告書の評価・認証手法に関する調査研究」 p8

図表 2-2 知的資産経営報告書作成相手としての重視度 近畿経済産業局 (2010)



図表 2-3 相手先別の知的資産経営報告書作成の効果 近畿経済産業局 (2010)



(出所) 近畿経済産業局 (2010) 「知的資産経営報告書の評価・認証手法に関する調査研究」 p 8-9

近畿経済産業局（2010）では、さらに、特に外部へのコミュニケーション・ツールとして、以下の3つの相手先を取り上げ、アンケート結果を詳しく紹介している。

【外部向けとして取り上げた相手先】 ～近畿経済産業局（2010）～

- 金融機関
- 新規開拓顧客
- 投資家

これらのうち、金融機関と新規開拓顧客（販路開拓）については、中小機構（2014）においても、インタビュー調査の重点としたものであるため、近畿経済産業局（2010）の調査結果を、続いて以下に紹介する。

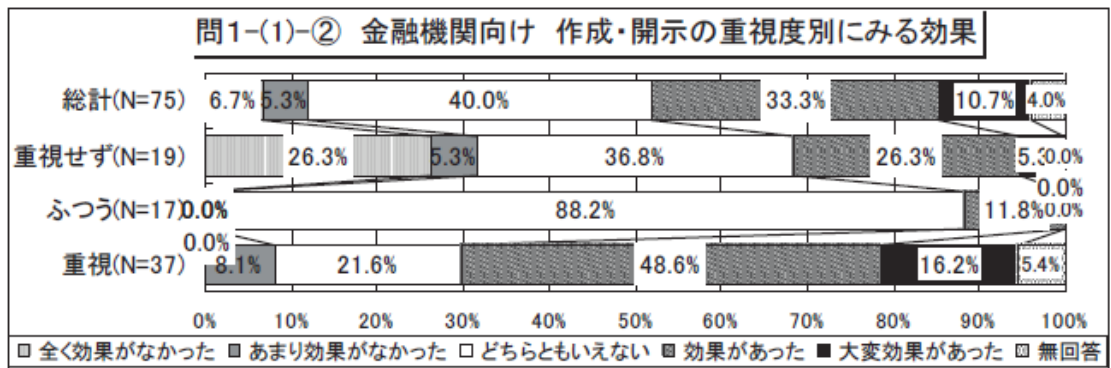
○外部向けの意識と効果 ～近畿経済産業局（2010）～

金融機関向けについて、「重視」して作成・開示した企業（37社）のうち、64.8%が効果あり（「効果があった」「大変効果があった」のいずれかを回答した企業。以下同）と回答している。

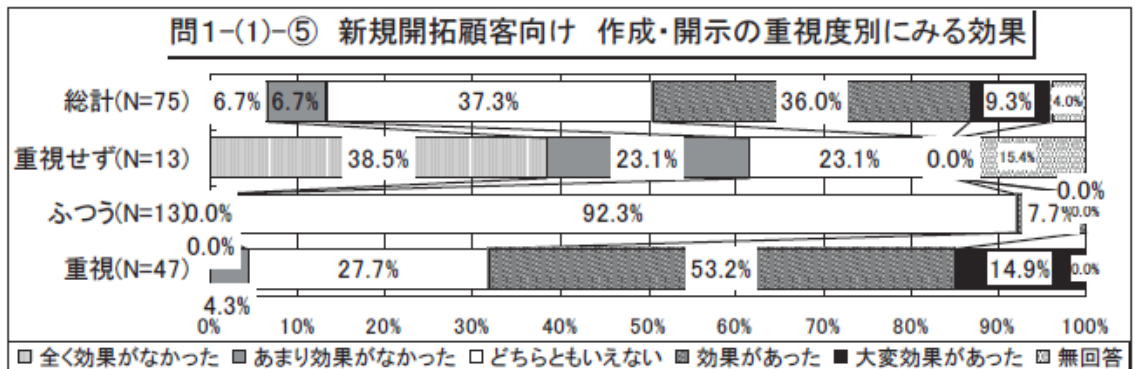
ただ、その一方で、金融機関を「重視せず」に作成・開示した企業（19社）の中でも、31.6%から効果があったという回答が見られている。

新規開拓顧客先向けについて、「重視」して作成・開示した企業（47社）のうち、68.1%が効果ありと回答している（図表2-4、2-5）。

図表 2-4 金融機関向けを意識して作成した企業の効果 近畿経済産業局（2010）



図表 2-5 新規開拓顧客向けを意識して作成した企業の効果 近畿経済産業局（2010）



(出所) 近畿経済産業局（2010）「知的資産経営報告書の評価・認証手法に関する調査研究」 p.24

○自由回答結果にみる効果の具体的内容 ～近畿経済産業局（2010）～

自由回答欄で「具体的な効果」として記入があった内容で、従業員向け（30件）、金融機関向け（22件）、新規開拓顧客向け（20件）があったとして、主な内容が、以下のように紹介されている。

【従業員向け】

- ・従業員の理解が進んだ（会社の強み・弱み、会社の方向性、歴史・理念等）
- ・共同で作成したため、経営者の理念が伝わった。
- ・経営幹部、従業員に経営者の思いが伝わった

【金融機関向け】

- ・金融機関からの理解が深まった、作成が評価された。
- ・新しい金融機関から積極的アプローチがあった。
- ・融資にあたって、決定材料ではないが、判断の資料として役にたった。
- ・金融機関から新しい取引先を紹介された

【新規開拓顧客向け】

- ・しっかりとした会社としての好印象、信頼を持ってもらった
- ・会社の中身が伝わった
- ・取引決定のスピードが速くなった
- ・展示会、商談で活用でき、引き合いがあった。

