

あなたの会社の価値、80%が見過ごされている？投資家が本当に知りたい無形資産の話

はじめに: 見えない価値を伝える

多くの企業が、自社の帳簿上の価額と実際の市場価値との間に存在する大きなギャップに直面しています。この差額はどこから来るのでしょうか？その答えの大部分は、財務諸表にはっきりと現れない「見えない価値」にあります。この記事では、企業の価値の大部分を占めるにもかかわらず見過ごされがちな「無形資産」、特に知的財産(IP)の価値を、いかにして投資家に効果的に伝えるか、そのための驚くべき、あるいは直感に反するような重要なポイントを解説します。

この記事を通じて、以下の点について理解を深めていきましょう。

1. 企業の価値の 80%が「見えない資産」にあるという事実
2. 投資家が、実は無形資産の情報を強く求めている理由
3. なぜ「特許」がその価値を可視化する強力な鍵となるのか
4. 単なる「数」の報告から、事業価値に繋がる「物語」へと転換する方法

1. 企業の価値の 80%は「見えない資産」に隠されている

衝撃的な事実ですが、多くの企業の価値の実に 80%以上が、物理的な工場や設備といった「有形資産」ではなく、特許、研究開発(R&D)、ソフトウェア、データといった「無形資産」に存在しています。

世界知的所有権機関(WIPO)が 2024 年に発表した調査によると、無形資産の価値は世界で 7.6 兆ドルに達し、その成長率は 2008 年以降、有形資産への投資の約 4 倍にも上ります。これらの資産が現代のイノベーションと成長を牽引していることは明らかです。しかし、問題は、これらの資産が依然として過小評価され、その価値が十分に報告されていないという「断絶」が存在することです。市場は、企業が生み出す真の価値を見極めるのに苦労しているのです。

2. 投資家は、実はもっと知りたがっている

企業側が無形資産に関する情報の開示にためらいを感じるかもしれない一方で、投資家は驚くほど積極的に、より多くの情報を求めています。これは直感に反するかもしれません、事実です。

CFA 協会の最近の調査では、投資家の 70%が「認識されていない無形資産」こそが、帳簿価額と市場価値の間に存在するギャップの主な原因であると考えています。さらに、80%以上の投資家が、無形資産に関するより良い情報開示を望んでいると回答しています。

投資家は、企業がどのような無形資産を持ち、それらがどれくらいの価値があり、どのようなキャッシュフローが期待されるのか、より明確に知りたいと求めているのです。

この事実は、企業にとって重要な示唆を与えます。知的財産(IP)に関する情報を積極的に開示することは、単なる報告義務ではなく、投資家の需要に応え、自社の評価ギャップを埋めるための強力な戦略となり得るのです。

3. 「特許」こそが、見えないものを可視化する鍵である

ブランド価値や独自のノウハウなど、多くの無形資産はその価値を定量的に測定することが非常に困難です。しかし、その中で「特許」は、見えない価値を可視化するための非常に優れたツールとなり得ます。ボストン コンサルティング グループの Michael Wallen 氏が指摘するように、特許が強力な指標となる理由はいくつかあります。

- **具体的で定量化可能：**特許は、技術進歩における具体的なステップを示します。何を、いつ発明したかが明確に記録されており、その価値を議論する上で具体的な土台となります。
- **専門家による承認：**特許は、各国の特許庁の専門審査官によって新規性や進歩性が認められたものです。この第三者による承認が、技術的な価値に対する信頼性を担保します。
- **エコシステム内の位置を示す：**特許の引用情報を分析することで、どの企業が自社の技術を基に新たな開発を行っているかが分かります。これにより、イノベーションのエコシステム全体における自社の技術的な重要性や影響力を客観的に示すことができるのです。

これにより、特に小規模な企業や新規事業分野に参入したばかりの企業でも、Google のような業界大手が自社の技術を引用していることを示すことで、一瞬にしてその技術の重要性と信頼性を証明できるのです。

4. 「特許の数」を数えるのをやめ、「価値の物語」を語ろう

投資家向け報告でよく見られる失敗例が、「昨年、当社は XX 件の特許を出願しました」というものです。この報告には、ほとんど意味がありません。なぜなら、数が多くても、それが質の高い特許なのか、企業の事業戦略とどう結びついているのかが全く伝わらないからです。

重要なのは、数を数えることではなく、その数字の背景にある「なぜ」を語ることです。「昨年、当社は 100 件の特許を出願しました」といった報告では、その価値は伝わりません。対照的に、「当社のイノベーションは、来年の期待収益の 60%を支えるコア技術を保護しています」と語れば、IP が事業の収益に直接貢献する経営資産であることが明確に伝わります。このように、IP をビジネス戦略や競争優位性と結びつけることで、IP がどのように将来の収益を保護し、競争優位性を確保し、持続可能な成長戦略を支えているのかという、投資家が本当に評価したい『価値の物語』を伝えることができます。

結論: あなたのイノベーションストーリーを語り始めよう

企業の真の価値の大部分は、バランスシートにはっきりと記載されない無形資産の中に眠っています。そして、投資家はその価値を理解するための情報を渴望しています。このギャップを埋める鍵は、単に特許の数を報告することではなく、知的財産(IP)という強力な指標を、自社のビジネス戦略と結びつけた説得力のある「物語」に組み込むことです。

自社のイノベーションがどのように将来の収益を守り、競争優位性を築き、持続的な成長を可能にするのか。その物語を語ることは、イノベーションが単なるコストセンターではなく、測定・管理され、価値を生み出す経営資産であることを市場に示す強力なシグナルとなります。見えなかった価値を可視化し、市場からの正当な評価を勝ち取るための第一歩は、ここから始まります。