

．調査の概要

- 調査目的： 投資家／アナリストおよび企業が重要と考える開示情報を双方向から明らかにし、「知的財産」情報に関するコミュニケーション・レベルの向上に役立てるため
- 調査方法： 調査票の郵送によるアンケート調査
- 調査対象： 上場化学メーカーのIR担当者 213 件、投資家（著名アナリスト、機関投資家、証券会社の化学セクターの株式調査担当者合計）283 件
アナリストの所属する会社に発送している場合があるため、同一企業に複数調査票を発送している場合がある
- 調査時期： 平成 17 年 1 月 28 日 - 2 月 18 日
- 回答数： 化学メーカー54 件（回収率 25.4%）、投資家 34 件（回収率 12.0%）
化学メーカー54 件の内、日本IR協議会会員企業は 26 件、非会員企業 27 件、不明 1 件であった。

．調査の結果

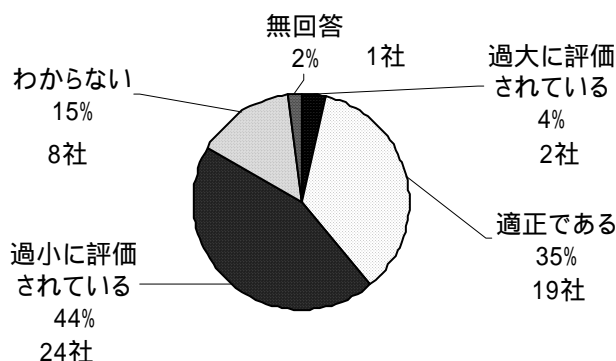
1．化学メーカーの回答

結果グラフ中、%は小数点以下を四捨五入して記載

（1）企業が考える資本市場における自社の評価

自社の株価が適正であると回答した企業は 35%であるが、それを上回る 44%の企業は過小に評価されていると考えている。

Q1.現在の貴社の株価についてどのようにお考えですか？



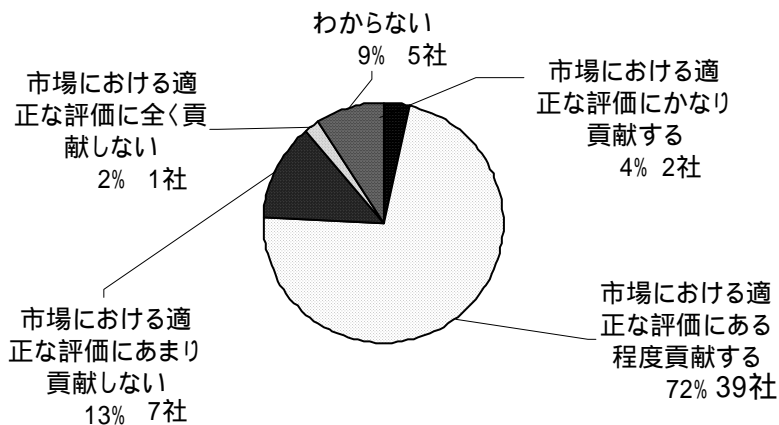
54 社中

所見：過小に評価されていると考える企業が最も多く、IR活動により、適正な株価を形成する余地があると言える。

(2) 資本市場における知的財産情報の役割

知的財産情報は「市場における適正な評価にかなり貢献する」、「ある程度貢献する」と回答した企業は合計で76%となっており、「あまり貢献しない」、「全く貢献しない」と回答した企業の合計15%を大きく上回る。

Q2.資本市場の評価と知的財産情報との開示についてどのようにお考えですか？

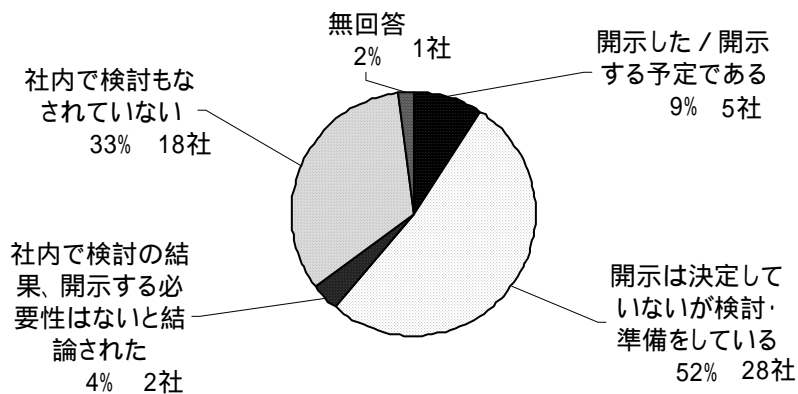


54 社中

(3) 知的財産報告書に対する取組方針

過半数(52%)の企業が知的財産報告書の開示を検討・準備している一方で、社内で検討もしていない企業が3分の1(33%)に上る。

Q3.知的財産報告書についてどのような対応をとっていますか？



54 社中

所見：検討・準備をしている企業が過半数であるが、検討していない企業も3分の1ある。後述するように、この背景には知的財産報告書の認知度が低いことや、開示への懸念が大きいことがある。開示を促進するためには、知的財産報告書の効果や、何を開示していくかについて議論を深める必要がある。

(3 - 1) 知的財産報告書開示 (予定を含む) 企業の開示理由

「開示する(予定を含む)」と回答した企業5社のうち、理由として多くあがったのは「開示によって経営戦略や事業内容への投資家への理解を高めたい」(4社)であった。

Q3-SQ1. Q3で1と回答した方にお伺いします。なぜ、開示した/開示する予定なのですか？(複数回答可)

- 開示によって経営戦略や事業内容への投資家の理解を高めたいため・・・4社
- 知的財産の価値を的確に伝えたいため・・・3社
- 世の中の流れが知的財産情報開示に向かっていると感ずるため・・・1社
- その他・・・1社

(3 - 2) 知的財産報告書の作成を検討中の企業が開示の決定をしていない理由

「開示検討・準備中(開示を決定していない)」企業28社が理由としてあげたもののうち多かったのは、守秘義務などの理由から開示が難しい情報が多い(15社)、「知的財産報告書そのものが市場で普及するか不明」(13社)であった。

Q3-SQ2. Q3で2と回答した方にお伺いします。なぜ開示の決定をしていないのですか？(複数回答可)

- 守秘義務などの理由から、知的財産情報の開示が難しいため・・・15社
 - 知的財産報告書そのものが市場で普及するか不明なため・・・13社
 - 開示に対する投資家の反応が不明なため・・・8社
 - 競争戦略上、不利にはたらくから・・・8社
 - その他・・・5社
- 「開示形態/内容の検討中」、「準備中」、「時期尚早」、「株数が少なく費用対効果の問題」、「すでにR&Dレポートがあり、知財に特化して何が伝えられるか検討中」

(3 - 3) 知的財産報告書の開示が不要であると考えた企業の理由

「開示が不要」とした企業2社の理由は、「守秘義務などの理由から」であった。

Q3-SQ3. Q3で3と回答した方にお伺いします。検討の結果、知的財産報告書が不要であると考えたのはなぜですか？(複数回答可)

- 守秘義務などの理由から、知的財産情報の開示が難しいため・・・2社
- 競争戦略上、不利にはたらくから・・・1社
- 知的財産報告書を開示しても投資家のニーズに応えられないと考えたため・・・1社
- その他・・・1社

(3 - 4) 知的財産報告書に関して社内で検討していない理由

「開示を検討していない」と回答した企業 18 社の理由が多かったのは「知的財産報告書の存在を知らなかった」(9 社)であった。

Q3-SQ4. Q3 で 4 と回答した方にお伺いします。検討もなされなかったのはなぜですか？

- 知的財産報告書を知らなかったため・・・9 社
- 知的財産報告書はそもそも不要のものと考えたため・・・2 社
- その他・・・7 社

所見：知的財産報告書を開示する企業は、開示によって投資家の理解を高めたいと考えているが、開示していない企業は、「守秘義務などの関係から開示できない情報が多い」「中途半端な開示では投資家の誤解を招く」と考えている。また、知的財産報告書を知らない企業も多い。企業の知的財産情報の開示を進めるための方策としては、積極的に開示すべき情報と開示する必要のない情報についての議論を深めること、知的財産報告書の認知度を高めること、「報告書」の形式にこだわらない開示から始めることなどが考えられよう。

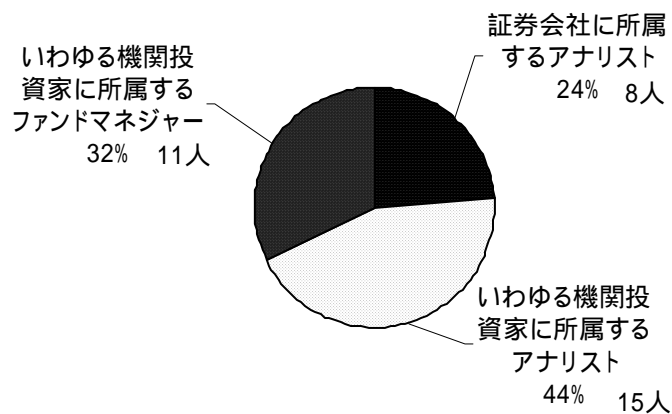
2. 投資家の回答

(1) 投資家の属性

回答した投資関係者の内訳はセルサイドアナリスト 8 人 (24%)、バイサイドアナリスト 15 人 (44%)、ファンドマネジャー 11 人 (32%) で、全体のうち、24 人 (71%) が化学セクターを担当している。

証券会社に所属するアナリストをセルサイドアナリスト、機関投資家に所属するアナリストをバイサイドアナリスト、機関投資家に所属するファンドマネジャーをファンドマネジャーとして分類している。また、化学セクター以外を担当していると答えた投資家 10 人のうち、7 人は化学を含む全業種を担当している。

Q1.あなたの主要業務は何ですか？

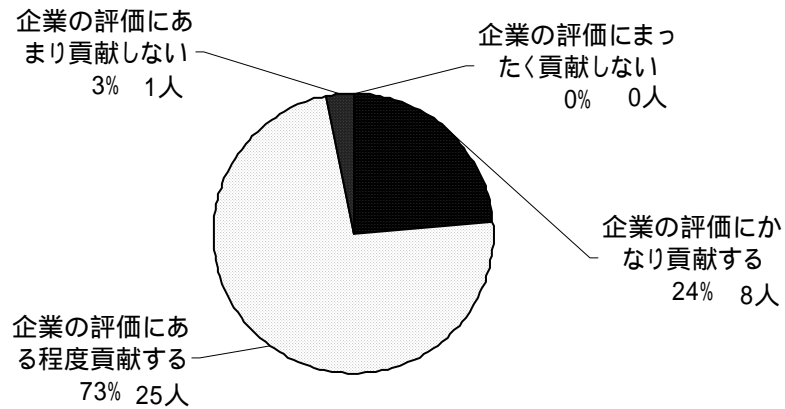


34人中

(2) 投資判断やアナリストレポートと知的財産情報の関係について

知的財産情報は「企業評価にかなり貢献する」と回答した投資家は8人(24%)であり、「ある程度貢献する」と回答した投資家と合わせると、33人(97%)の投資家が知財情報は企業評価に貢献すると考えている。

Q3.あなたは投資判断やアナリストレポートの作成と適切な知的財産情報の開示の関係についてどのようにお考えですか？



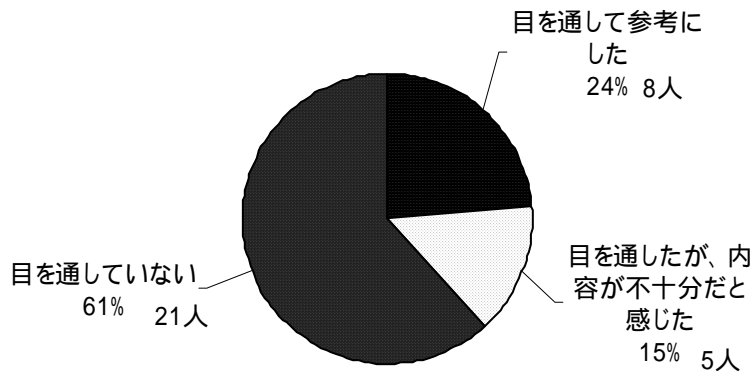
34人中

所見：ほとんどすべての投資家が知的財産情報は企業評価に貢献すると考えており、企業が知的財産情報を開示する意味は大きいと思われる。

(3) 2004 年に公表された知的財産報告書の活用状況

61%の投資家が知的財産報告書に「目を通していない」。また、15%の投資家が「目を通したが、内容が不十分だと感じた」。

Q4.あなたは今回公表された知的財産報告書を投資判断、あるいはアナリストレポートの作成にあたって参考にしましたか？



34人中

(3 - 1 - 1) 知的財産報告書を参考にした投資家が知財報告書に目を通した理由

「目を通して参考にした」投資家 8 人のうち、5 人が「企業の長期的な成長力を理解し、判断する情報だから」目を通したと回答している。

Q4.-SQ1-1 Q4 で 1 と回答した方にお伺いします。なぜ知的財産報告書に目を通したのですか？（複数回答可）

- 企業の長期的な成長力を理解し、判断する材料だから・・・5 人
- 事業の競争力の源泉を明確にしているから・・・3 人
- その他・・・2 人

(3 - 1 - 2) 知的財産報告書で参考になった点

「目を通して参考にした」投資家 8 人のうち、5 人が「知財戦略と事業戦略、研究開発戦略の関連が明確になっている」点が参考になったとしている。

Q4-SQ1-2 Q4 で 1 と回答した方にお伺いします。どの点が参考になりましたか？(複数回答可)

- 知財戦略と事業戦略、研究開発戦略との関連が明確になっている・・・5 人
- 技術に対する戦略的方針が明確になっている・・・3 人
- 注目する製品や事業についての知的財産情報が記載されている・・・3 人
- 保有する知的財産の情報が詳細に記載されている・・・1 人
- その他・・・1 人

(3 - 2) 知財報告書の内容が不十分だと感じた理由

開示内容が不十分だと回答した投資家 5 人はすべて「投資を検討する際に参考にするデータとのつながりが明らかでない」ためと回答している。

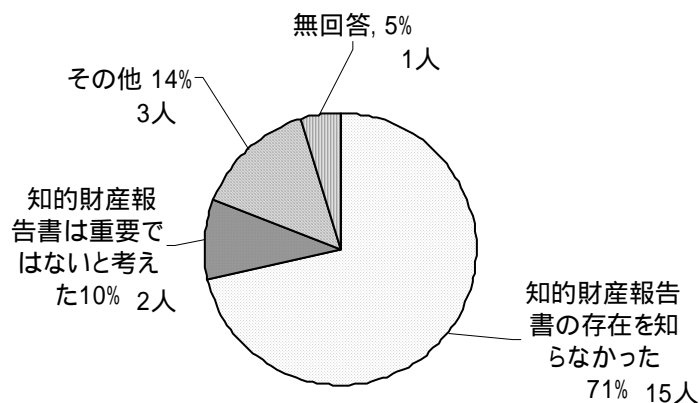
Q4-SQ2 Q4 で 2 と回答した方にお伺いします。どの点が不十分だと感じましたか。(複数回答可)

- 投資を検討する際に参考にするデータとのつながりが明らかではない・・・5 人
- 公開特許情報などのうち、業績に重要な影響を与えるものの整理がなされていない・・・4 人
- 注目する製品や事業の知的財産情報が開示されていない・・・2 人

(3 - 3) 知的財産報告書に目を通していない理由

「目を通していない」投資家 21 人のうち、15 人 (71%) が「知的財産報告書の存在を知らなかった」と回答している。

Q4-SQ3 Q4 で 3 と回答した方にお伺いします。目を通していない理由は何ですか？



21 人中

(3 - 4) その他、知的財産報告書に関して自由記載された意見をまとめると、

知的財産報告書に目を通した投資家

- 企業の知的財産に対する意識の強さを探るために見た
- 知財の流出防止策をどうとっているか、知財の重要性をどう認識しているかに注目するために見た
- 知財の内容自体よりも 知財の流出防止体制 知財の盗用を調査する方法 知財盗用先への訴訟方法、に強い関心を持ち、参考とした

知的財産報告書に目を通さなかった投資家

- 重要であるとの認識はあったが、開示企業が少なく比較分析を行うには不十分と感じて見なかった
- 株価はあくまでも相対的評価である為、1社だけ見ても投資の判断材料にはならないと考え見なかった
- 業績予想には無意味（判断不能）であると思い見なかった

所見：

知財情報は企業評価に貢献すると考える投資家が多いにも関わらず、知的財産報告書を活用した投資家は少ない。報告書を読んだ投資家は、知的財産の戦略的位置づけの部分の評価する一方、不十分な点として、投資判断に不可欠な情報との関連が明確でない点をあげている。また、知的財産の流出や訴訟などのリスク情報、個別製品の詳細情報などを求める声も聞かれる。しかし、知的財産報告書そのものを知らない投資家も多い。

投資家のニーズを踏まえた知財情報の開示を進めるための方策としては、知的財産の経営戦略での位置づけを合理的に説明すること、業績関連のデータなど投資判断に不可欠な情報との関係を明確にすること、知的財産報告書の認知度を高めること、などが考えられよう。

3 . 企業情報のうち、重要と考える項目について

調査方法： 企業（化学メーカー）投資家それぞれが、共通の 90 項目を以下の観点から「とても重要」「重要」「まあまあ重要」「それほど重要でない」「全く重要でない」の 5 段階で評価した。

（企業）投資家に会社の魅力を伝える上で重要か

（投資家）投資判断 / アナリストレポートの作成に当たって重要か

分析方法： 各項目について重要度スコア を算出し、重要度スコアによって企業、投資家それぞれがどの項目を重視しているかを明らかにした。また、各項目について投資家と企業の重要度スコアに差異があるかを明らかにした。

重要度スコア：「とても重要」を 5 点、「重要」を 4 点、「まあまあ重要」を 3 点、「それほど重要でない」を 2 点、「まったく重要でない」を 1 点で換算し、各段階の回答した割合で重み付けすることにより、各項目の加重平均点を算出した。算出された点数を重要度スコアとした。

（例）製品市場の成長率の場合、投資家が「とても重要」と回答した割合は 67.6%、「重要」と回答した割合は 26.5%、「まあまあ重要」と回答した割合は 2.9%、「それほど重要ではない」と回答した割合は 0%、「まったく重要ではない」と回答した割合は 2.9%であることから、重要度スコアは $5 \times 67.6\% + 4 \times 26.5\% + 3 \times 2.9\% + 2 \times 0\% + 1 \times 2.9\% = 4.56$ と算出される。

(1) 企業、投資家それぞれの重要度スコアのランキング

化学メーカー、投資家がそれぞれ重要と考える上位項目は以下のとおりであった。

化学メーカーの順位の列のうち、()内の順位は、投資家が重要と考える順位、また、投資家の順位のうち、()内の順位は、化学メーカーが重要と考える順位である。

化学メーカーが重要と考える項目			投資家が重要と考える項目		
順位	項目名	スコア	順位	項目名	スコア
1 (25)	経営方針	4.48	1 (24)	競争の状況 -競合企業の過剰や競合企業の状況など	4.65
2 (16)	経営者の生の声	4.46	2 (5)	利益の額(売上総利益以外の)営業利益、経常利益、当期利益	4.59
3 (4)	製品市場の成長率	4.39	2 (6)	市場における地位 -市場シェアや老舗としての信用など	4.59
4 (19)	中長期経営戦略	4.37	4 (3)	製品市場の成長率	4.56
5 (2)	利益の額(売上総利益以外の)営業利益、経常利益、当期利益	4.35	5 (8)	利益の伸び率	4.53
6 (2)	市場における地位 -市場シェアや老舗としての信用など	4.30	6 (16)	事業別セグメント情報	4.50
7 (13)	売上高利益率	4.24	7 (9)	売上高	4.47
8 (5)	利益の伸び率	4.20	7 (11)	売上高利益率の改善	4.47
9 (7)	売上高	4.17	7 (9)	設備投資戦略	4.47
9 (7)	設備投資戦略	4.17	10 (19)	設備投資額	4.44
11 (7)	売上高利益率の改善	4.13	11 (13)	製品ユーザーの需要動向	4.38
12 (13)	資本利益率 (ROEなど)	4.11	11 (60)	顧客に対する交渉力の優位性 - 価格転嫁力やシェア交渉力など	4.38
13 (11)	製品ユーザーの需要動向	4.07	13 (7)	売上高利益率	4.35
14 (30)	成長戦略の明示(コミットメント)	4.06	13 (12)	資本利益率 (ROEなど)	4.35
15 (59)	短期経営戦略	3.98	13 (28)	製品ポートフォリオの状況	4.35
16 (6)	事業別セグメント情報	3.96	16 (2)	経営者の生の声	4.29
16 (36)	技術環境	3.96	16 (18)	売上高の伸び率	4.29
18 (16)	売上高の伸び率	3.94	16 (39)	マーケティング戦略 - 製品サービスのマーケティングに関する戦略	4.29
19 (52)	配当政策の明示(コミットメント)	3.93	19 (4)	中長期経営戦略	4.24
19 (70)	コーポレートガバナンスの状況	3.93	19 (35)	新製品開発データ -パイプライン上の新製品の情報など	4.24
19 (59)	株主資本比率	3.93	21 (75)	重要な特許の消滅日	4.21
19 (10)	設備投資額	3.93	21 (46)	コストに関する分析 -特定のセグメントに関するコストの内容分析など	4.21

所見：企業側で最も重要とされた項目は「経営方針」であったが、投資家側では25位であった。一方、投資家側で、最も重要とされた項目は「競争の状況」であったが、企業側では24位である。企業側が重視する項目の特徴として、「経営方針」、「経営者の生の声」、「中期経営戦略」、「コーポレートガバナンスの状況」など、企業の経営戦略やガバナンスに関する情報が上位に多く含まれている。一方、投資家が重視する項目として、「競争の状況」、「事業別セグメント情報」、「顧客に対する交渉力の優位性」など、直接業績に関連する情報が多い。経営トップを中心とした総合力を企業側が伝えようとしているのに対し、投資家は業績に絡む情報を重視する傾向が見られる。

(2) 投資家の属性ごとの重要度スコアランキング

投資家をセルサイドアナリスト、バイサイドアナリスト、ファンドマネジャーに区分した上位項目は以下のとおりであった。

(2-1) セルサイドアナリストの重要度スコアランキング

セルサイドアナリスト		
順位	項目名	スコア
1	製品市場の成長率	5.00
1	競争の状況 -競合企業の過多や競合企業の状況など	5.00
1	利益の額(売上総利益以外の) 営業利益、経常利益、当期利益	5.00
4	市場における地位 -市場シェアや老舗としての信用など	4.75
4	売上高	4.75
4	事業別セグメント情報	4.75
7	経営者の生の声	4.63
7	売上高利益率	4.63
7	利益の伸び率	4.63
10	製品ユーザーの需要動向	4.50
10	フリーキャッシュフロー	4.50
10	資本利益率 (ROEなど)	4.50
10	売上高利益率の改善	4.50
10	技術関連訴訟の状況	4.50
10	重要な特許の消滅日	4.50
10	設備投資戦略	4.50

所見:セルサイドアナリストは、「製品市場の成長率」、「競争の状況」、「市場における地位」、「製品ユーザーの需要動向」など、製品市場において企業が置かれている状況を重視している。また、「技術関連訴訟の状況」や「重要な特許の消滅日」も上位にランク付けされていることから、リスクに関する知的財産情報を重視しているといえる。

(2 - 2) バイサイドアナリストの重要度スコアランキング

バイサイドアナリスト		
順位	項目名	スコア
1	製品市場の成長率	4.80
2	市場における地位 -市場シェアや老舗としての信用など	4.73
2	競争の状況 -競合企業の過多や競合企業の状況など	4.73
2	事業別セグメント情報	4.73
5	利益の額(売上総利益以外の) 営業利益、経常利益、当期利益	4.67
5	設備投資戦略	4.67
7	成長戦略の明示(コミットメント)	4.60
7	売上高利益率の改善	4.60
7	設備投資額	4.60
10	製品ポートフォリオの状況	4.53
10	利益の伸び率	4.53
10	顧客に対する交渉力の優位性 - 価格転嫁力やシェア交渉力など	4.53

所見：セルサイドアナリストと同様に「製品市場の成長率」、「市場における地位」、「競争の状況」、製品市場における企業の状況が重視されている。しかし、「技術関連訴訟」は 54 位とさほど重視されていない。

(2 - 3) ファンドマネジャーの重要度スコアランキング

ファンドマネジャー		
順位	項目名	スコア
1	利益の伸び率	4.45
2	市場における地位 -市場シェアや老舗としての信用など	4.27
2	競争の状況 -競合企業の過多や競合企業の状況など	4.27
2	製品ユーザーの需要動向	4.27
2	売上高	4.27
2	売上高の伸び率	4.27
2	売上高利益率の改善	4.27
2	企業ブランド戦略 -企業ブランド確立のための戦略	4.27
2	設備投資額	4.27
10	利益の額(売上総利益以外の) 営業利益、経常利益、当期利益	4.18
10	マーケティング戦略 - 製品サービスのマーケティングに関する戦略	4.18
10	顧客に対する交渉力の優位性 - 価格転嫁力やシェア交渉力など	4.18
10	設備投資戦略	4.18

所見：製品市場における地位が重視されていることは、アナリストと共通するが、ファンドマネジャーは企業ブランド戦略やマーケティング戦略など、ブランド・販売を重視しているのが特徴といえる。技術関連情報については、「重要な特許の消滅日」が 37 位、「技術関連訴訟の状況」が 74 位とあまり重要視されていない。アナリストが技術関連リスクの業績への影響を意識しているのに対し、ファンドマネジャーは、ブランド力などによる中・長期的な競争優位性に注目しているといえる。

(3) 投資家が重要と考える項目と企業が重要と考える項目の差異

投資家が重要と考える項目を重要度スコアが高い順に並べ(重要度スコア 4.0 以上の項目について) 同一項目の企業側の重要度スコアを控除して差異を算出した結果は、以下のとおりであった。

差異が 0.5 以上、 差異が 1.0 以上。差異がマイナスとなっている項目は企業の重要度スコアの方が投資家の重要度スコアよりも大きい。

順位	項目名	スコア	差異
1	競争の状況 -競合企業の過多や競合企業の状況など	4.65	0.78
2	利益の額(売上総利益以外の) 営業利益、経常利益、当期利益	4.59	0.24
2	市場における地位 -市場シェアや老舗としての信用など	4.59	0.29
4	製品市場の成長率	4.56	0.17
5	利益の伸び率	4.53	0.33
6	事業別セグメント情報	4.50	0.54
7	売上高	4.47	0.30
7	売上高利益率の改善	4.47	0.34
7	設備投資戦略	4.47	0.30
10	設備投資額	4.44	0.52
11	製品ユーザーの需要動向	4.38	0.31
11	顧客に対する交渉力の優位性 - 価格転嫁力やシェア交渉力など	4.38	1.27
13	売上高利益率	4.35	0.11
13	資本利益率 (ROEなど)	4.35	0.24
13	製品ポートフォリオの状況	4.35	0.59
16	経営者の生の声	4.29	-0.17
16	売上高の伸び率	4.29	0.35
16	マーケティング戦略 - 製品サービスのマーケティングに関する戦略	4.29	0.68
19	中長期経営戦略	4.24	-0.14
19	新製品開発データ -パイプライン上の新製品の情報など	4.24	0.55
21	重要な特許の消滅日	4.21	1.32
21	コストに関する分析 -特定のセグメントに関するコストの内容分析など	4.21	0.80
23	経営者の資質	4.18	0.42
23	フリーキャッシュフロー	4.18	0.27
25	経営方針	4.15	-0.33
25	研究開発費	4.15	0.65
27	変動費と固定費の分析	4.12	1.14
27	企業ブランド戦略 -企業ブランド確立のための戦略	4.12	0.49
27	コスト削減の状況 -特定のセグメントに関するコスト削減情報など	4.12	0.65
30	成長戦略の明示(コミットメント)	4.09	0.03
30	所在地別セグメント情報	4.09	0.87
32	供給者との関係 - 仕入先や外注先との独占購入契約などの記述	4.06	1.30
32	参入障壁の内容	4.06	1.04
34	売上高総利益率(粗利)	4.03	0.33
35	規制環境	4.00	0.78

所見：11位「顧客に対する交渉力の優位性」、21位「重要な特許の消滅日」、27位「変動費と固定費の分析」、32位「供給者との関係」、33位「参入障壁の内容」は非常に差異が大きく、投資家がより重視していることが分かる。また、1位「競争の状況」、6位「事業別セグメント情報」、10位「設備投資額」、13位「製品ポートフォリオの状況」、16位「マーケティング戦略」、19位「新製品開発データ」、21位「コストに関する分析」、25位「研究開発費」、27位「コスト削減の状況」、30位「所在地別セグメント情報」、35位「規制環境」についても差異が大きくなっている。

これらの差異をお互いが認識し、どの情報が企業の競争力を反映しているかを議論することが、効果的なIRにつながると考えられる。

(4) 企業の重要度スコアが投資家の重要度スコアよりも大きい項目

企業の重要度スコアから投資家の重要度スコアを控除して、差異を算出し、差異がプラスであった項目を大きい順に並べた結果は以下のとおり。なお、順位は、企業の重要度スコアのランキング順位である。

順位	項目名	スコア	差異
24	環境に対する活動	3.87	0.61
41	社会に対する活動 - 障害者雇用率、地域ボランティア活動など	3.56	0.53
20	コーポレートガバナンスの状況	3.93	0.37
27	環境負荷	3.78	0.34
1	経営方針	4.48	0.33
15	短期経営戦略	3.98	0.31
21	株主資本比率	3.93	0.25
26	リスクマネジメント	3.80	0.21
2	経営者の生の声	4.46	0.17
19	配当政策の明示(コミットメント)	3.93	0.16
4	中長期経営戦略	4.37	0.14
33	原材料価格	3.70	0.03
36	有利子負債比率	3.67	0.02
65	株主の状況	3.04	0.01

所見：企業は投資家よりも「環境に対する活動」、「社会に対する活動」、「コーポレートガバナンスの状況」など、企業の社会的責任に関連する項目を重視していることが明らかになった。企業価値に結びつく活動であると認識して重視しているのであれば、投資家に対してその旨をアピールすることが必要であろう。

(5) 知的財産報告書の開示対象となる主な項目の重要度スコア

知的財産報告書の直接開示対象と考えられる項目について、投資家の重要度スコアをランキングした結果は以下のとおり。

順位Aは知財報告書の対象となる項目についてのランクであり、順位Bは全90項目中のランクである。差異は、投資家の重要度スコアから企業の重要度スコアを控除した値である。差異が0.5以上の項目、

差異が1.0以上の項目

順位A	順位B	項目名	スコア	差異
1	19	新製品開発データ -パイプライン上の新製品の情報など	4.24	0.55
2	21	重要な特許の消滅日	4.21	1.32
3	25	研究開発費	4.15	0.65
4	27	企業ブランド戦略 -企業ブランド確立のための戦略	4.12	0.49
5	36	技術環境	3.97	0.01
6	37	技術提携に関する記述 -技術導入や技術導出、共同研究などについての記述	3.94	0.64
7	39	保有特許と事業の関連性の記述	3.91	0.69
8	42	新製品(新事業)売上高の比率 -新製品(新事業)売上高/総売上高	3.88	0.25
9	46	研究開発戦略の記述	3.82	0.06
9	46	研究開発費の配分比率 -新規分野への研究開発費/総研究開発費や重点領域への研究開発費/総研究開発費などの比率	3.82	0.60
9	46	技術関連訴訟の状況	3.82	0.86
9	46	ブランド認知度	3.82	0.49
13	51	特許出願の戦略性の記述	3.79	0.74
14	52	製品の品質データ -製品の性能に関する情報など	3.76	0.54
14	52	保有特許の使用状況 -実施している特許の数やライセンス許諾している特許の数などの記述	3.76	0.73
16	59	売上高研究費比率	3.68	0.31
17	66	ライセンス収入の額	3.62	0.88
17	66	ブランド価値に関する情報 -外部や独自に算定したブランド価値評価額など	3.62	0.77
19	68	研究開発費に対する利益額	3.59	0.51
20	72	ブランドコスト -企業ブランドの確立に要するコスト	3.53	0.83
21	74	研究開発活動の生産性の記述 -研究開発費と新製品開発個数の関係やライセンス収入の関係などの記述	3.50	0.48
22	76	製造ノウハウに関する記述	3.44	0.87
23	78	職務発明制度	3.42	0.66
24	79	特許出願件数	3.41	0.43
25	86	情報システムに関する情報	3.12	0.51

所見：知的財産報告書に関連する項目は投資家と企業の重要性に対する度合いの差異が大きいものが多い。たとえば、9位「技術関連訴訟の状況」、17位「ライセンス収入の額」、22位「製造ノウハウに関する記述」は、企業側は重要度スコアが3未満であり、あまり重要ではないと判断している項目であるが、投資家側はある程度重要視している。また、投資家は、特許の消滅や訴訟などが業績に与えるリスクを重視していることが伺える。企業はこうしたリスク情報を開示する一方、知的財産が、どう競争力や業績に貢献していくかを説明することが求められている。