

ブランド会計の国際比較に関する覚え書き*

山 川 雅 哲

The objective of this paper is to find a way to converge brand accounting internationally, by combining the English Standard and International Standard, both of which promote a wide application of brand value; the United States Standard, which accepts the minimum value; and the Japanese Standard, which requests the standard to be in conformity with other domestic regulations.

It is well known that accounting for intangible assets including brands is becoming increasingly important as the information industry grows and technology and globalization advance in developed countries.

Accounting procedures for enormous amounts of corporate goodwill in particular, as well as the evaluation of intangible assets such as corporate or product brands, urgently need to be standardized. Furthermore, since the Norwalk Agreement in 2002, this problem has been recognized to be an important theme of discussion in relation to the convergence of accounting standards around the world.

Studying the points of the brand debate in England, we selected the problems of the understanding of brand accounting. We then compared the difference between the English Standard (FRS10,11), International Standard (IAS38), the United States Standard (SFAS141,142) and Japanese Standard. We attempted to clarify the significance of brand accounting based upon consideration of these changes in international accounting.

はじめに

知価社会の進行の中で無形資産の重要性がさらに増大していることは周知となっている。本論文では、ブランドという、会計学には新分野の無形資産に対し、取得原価主義と時価評価が混在する現行制度会計上で、どこまでの認識拡大が評価の妥当性を持つかを論じ、欧米主要会計基準と日本の関連会計諸基準等を比較整理することで、ブランド会計として必要とされる制度会計上の課題の明確化を図ることを目的としている。つまり、本論文の意義は、関連各主要会計基準の現状を包括的

に纏めるなかで上記ブランド会計の意義を現会計システムに適応展開すべくその基本的な問題点を整理し、明確化することにある。

ブランド会計の意義は以下の3点が考えられる。

- (1). 企業活動の忠実な写像としての財務諸表の信頼性の確保—知識創造社会では無形財の企業活動における成果を写像する会計システムが必要となる。
- (2). 投資活動への情報提供による財務諸表の目的適合性の向上—企業の経営資源評価において所有ブランドの評価開示は財務諸表の有用性を向上させる。

*この論文は、名古屋大学大学院経済学研究科博士後期課程の修了に際して、研究成果の一部をまとめたものである。(編集委員会)

(3). M&A におけるのれん価値の妥当性の評価—被買収企業ののれん価値評価と処理は重要な企業結合情報で M&A の透明度を高める。

本論文の構成展開としては、ブランド会計の先進国イギリス基準、アメリカ基準、国際会計基準、日本の各会計基準を比較する中で、自己創出を含むブランドの会計認識の可能性を検討することにある。ブランドを規定する会計基準は現状では存在しないので、ブランドが識別可能な無形資産と仮定して、無形資産の会計基準を適用する。まずイギリスにおけるブランド論争の概略からブランドの資産計上が会計上如何にして実現されたか、その論点は何か、結果はイギリスの制度会計に如何なる影響を与えたかを分析する中で、ブランドの会計認識上の課題を整理する。またその論争がアメリカや国際会計基準に如何に影響したか、結果現会計基準がどう改定されたかに言及する。さらに日本の現会計制度のブランドを含む無形資産への対応をそれらと比較検証することでその差異を探り今後の望まれる方向性を検討するものである。

I. イギリスのブランド会計

1. ブランド論争の概略

ブランド論争¹⁾は、ランクス・ホーヴィス・マクドゥーガル (Ranks Hovis McDougall PLC) 社が1988年の連結貸借対照表に自社所有のブランドの価値を6億7800万ポンドと資産計上した財務報告に対して、会計監査人が「真実かつ公正な概観」を示すもの(会社法からの離脱規定の適用)としたため、その是非をめぐることに起因する。この原因として、第一にはイギリスにおける会計制度上の問題

がある。1985年会社法における「のれん以外の無形固定資産はその現在原価で計上することができる。²⁾」の曖昧な記述により、企業は内部創出ブランドをカレント・コストで評価し資産計上することも可能だと考えるようになった。このカレント・コストは修正された歴史的原価、企業にとっての使用価値を指す³⁾。第二には金融ビッグバンに続き、当時の英国産業界で脅威となっていた M&A の横行がある。貸借対照表に有力なブランドの価値が含まれていないと判断されれば株式市場での過小評価となりやすく、テイク・オーバーの危険にさらされることになる。第三には、EC 加盟後、伝統的なイギリスブランドに対するヨーロッパ諸国の高い評価に英国企業自身が気付いたことがあげられる。例えば1998年に、BMW 社がロールス・ロイスのブランド名の使用を4千万ポンドで購入したケース⁴⁾は、ファイナンス市場からは格安とみなされたということである⁵⁾。

ブランド論争は当時のイギリスには無形資産の規定をめぐる会計制度が必ずしも明確ではないためいくつかの解釈が可能な状況があったこと、産業界の現実が先行し会計が担うべき企業の「経済的現実の忠実な概観」としての役割にずれが生じていたことに起因する。

2. ブランド論争の主要な論点

ブランド論争の論点を白石 (2003)⁶⁾は以下の4点としている。

(1) 分離可能性 (識別可能) の解釈

分離可能性の解釈を資産の一般的な認識基準 (a. 将来の経済的便益の流入可能性が大きいこと, b. 信頼性をもって測定できること) として要求しているのか、無形資産としてのれんと区別できることなのかである。前

者と考えれば、a. は満足するものの、b. については如何に恣意性をなくした測定手法が開発されるかが課題となる。また、後者と考えても、ブランドの場合は企業収益への「結合貢献」の場合が殆どと考えられるので、利益獲得への貢献要素を個別に評価する場合には、二重計算のおそれによる「配分問題」、事業価値全体から導出する場合はブランド評価をどのレベルとするかの「集計問題」も重要な課題となる。

(2) 評価基準の多様性

のれんからの分離が可能となった時点で問題となるのは如何に評価するのかであるが、ブランドの場合その独自性故に公正価値評価の基本となる自由な公開市場における取引価格が存在しないと考えられるので、代替の評価基準を挙げれば次の如くとなる。つまり、a. 歴史的原価（取得原価）：買収の場合は客観性を持つが、自己創設の場合はすでに開発時及び維持期間に費用として計上済み。b. 経済的価値（将来収益の割引現在価値合計）：将来予測という不確実性を克服する測定上の信頼性・客観性の確保と測定方法の開示と定期的な見直し評価が必要である。

(3) 非償却問題

ブランドの性格上耐用年数が無いかもしくは非常に長く残存価値も高い。又、ブランド支への支出は費用に反映済みのためブランドが資産計上された場合は、買収・自己創設を問わず非償却資産とするのが妥当と思われる。すなわち減価償却費の計上ではなく毎期末に減損見直しの実施を要求するイギリス FRS10号の規定が現実的である。

(4) 伝統的会計観のもとでの会計処理

取得原価を資産評価の基礎とする収益・費用観のもとでは、自己創設ブランドのオンバ

ランス化は困難となるが、財務諸表の本来目的である「企業の経済的現実の忠実な表現」を考えれば、オンバランスを前提とした解決策が望まれる。

要するに、ブランドのオンバランス化に焦点をあて、当時の英国会計基準を適用すれば、資産としての要件である「特定の経済主体に帰属していること」、「将来の経済的便益の可能性が高いこと」は既に充足しているので、論点(2)に指摘されるように「十分に信頼されうる測定方法の開発」すなわち、貨幣額で合理的に測定できること、に集約される。

3. FRS10号の制定と論争の終結

現在の無形資産の会計基準は財務報告基準第10号「のれんと無形資産」(ASB, 1997, *Financial Reporting Standard No.10, Goodwill and Intangible Assets*, 以下FRS10号)である。無形資産については「物的実体がなく、識別可能であり、かつ管理または法的権利を通じてエンティティ（実体）により統制される非金融固定資産」と定義される(par.2)。FRS10号ではのれんの当初認識⁷⁾については基準会計実務書第22号「のれんの会計」(ASC, 1984, 1989改訂, *Statement of Standard Accounting Practice No.22, Accounting for Goodwill (revised)*, 以下SSAP22号)における「資産計上法」(買入のれんの資産計上、なし崩し償却)に極めて近い解釈となり、買入のれんは資産計上され、貸借対照表に資産として分類されなければならないことになり(par.7)、自己創設のれんは資産非計上となった(par.8)。また買入のれんと無形資産の経済的耐用年数⁸⁾が有限とみなされる場合には、その経済的耐用年数に従い最長20年間で体系的になし崩し償却しな

ければならない。ただし不確定の場合はなし崩し償却すべきではないと規定している(par.15, 17)。その場合、例外的にのれんは非償却となるが財務諸表の「真実かつ公正な概観」を与えるという最優先目的のため、のれんに対して有限期間の償却を求める会社法からの離脱が余儀なくされることになり、その際には離脱の理由と影響の詳細説明が必要となる(par.18)。経済的耐用年数が20年を超えることが法的に立証され、かつ継続的な測定ができる場合(毎年の減損見直しが実行可能な場合)は延長することができ、毎年の減損テストの実施と共にその期間でなし崩し償却される(par.24)。さらになし崩し償却されない(非償却の)のれんと無形資産は、毎期末に減損のために見直されなければならないとしている(par.37)。

一方、FRS10号の無形資産の「当初認識」に関する新規定「容易に確かめられる市場価値の存在」により、現在では少なくとも「自己創設ブランド」や「自己創設出版タイトル」など自己創設の無形資産については貸借対照表への資産計上はできなくなっている。

ここでいう無形資産の当初認識の新規定とは以下のごとくである⁹⁾。

(1)事業とは別個に購入された無形資産はその原価(取得原価)で資産計上されなければならない(par.9)。

(2)事業の買収の一部として取得された無形資産はその価値を当初認識時に信頼性を持って測定できるならば、のれんとは別個に資産計上しなければならない。資産に「容易に確かめられる市場価値」¹⁰⁾が無ければ当初にその「公正価値」で記録しなければならない(par.10)。この場合の公正価値とは購入価格による上限を超えない価値に制限され、測定

上の信頼性を持つ評価手法(ロイヤルティの現在価値見積り、売上高倍数法を含む)によるものとする(Appendix III, par.28)。

(3)内部開発の無形資産(自己創設無形資産)については、特定のもの(営業免許、フランチャイズ、割り当て権など)については「容易に確かめられる市場価値」が存在する場合に限って資産計上できる可能性を持つ(par.14)。

それゆえ、引き続き貸借対照表で繰り越すことができるブランドなどの無形資産の額は、(1)「事業とは別個に購入した原価」(取得原価)か、(2)「事業の買収の一部として購入した原価」(買収対価の配分としての取得原価)のいずれかでなければならない。(3)に関しては、FRS10号における自己創設無形資産の資産計上についての例外規定となっているが、ブランドの「独自性」を考えれば自己創設ブランドの実質的な排除規定である。

なお、当初認識後ののれんの減損規定については、財務報告基準第11号「固定資産と暖簾の減損」(ASB, 1998, *Financial Reporting Standard No. 11, Impairment of Fixed Assets and Goodwill*, 以下FRS11号)で記される。FRS11号では、「減損見直し」の結果として回収可能額と帳簿価格の評価には帳簿価格を上限とする「低価法」を適用、「評価減」だけを対象とする保守的な会計処理となっている。

4. 主要なブランド研究

本格的なブランド研究が始まるのはブランド論争以降ということになる。インターブランド社は、ロンドン大学とインターブランド社の共同研究成果として、初めてブランド資産の貨幣による測定法を公表した。前述の如

く RHM 社がその測定法により自社所有のブランド価値を評価し財務諸表上に計上公開したことで、ブランド論争の原因となつたとされる。ブランドをのれんとの分離性ある無形資産として測定計上可能であるとする事で、無形の財への世界的関心を喚起した。測定手法は他にブランド・ファイナンス社がある。

ブランド論争の主要論点の一つである、無形資産としての分離可能性をめぐる議論の中で、J. Murphy (1990) は英国会社法の離脱規定¹¹⁾に結びつけ、ブランド資産の開示を「真実且つ公正な概観」を実現する正当な行為と主張している¹²⁾。KATO Communications はコミュニケーションレポート (1993) を発表し、結論として現行の即時償却は否定し、ブランド資産の評価および信頼すべき測定手法に対して未だ会計上の合意は出ておらず、議論を継続すべきとしている。1995年 ASB 公聴会において、インターブランド社の Paul Stobart (1995) は、ブランドを法的に権利保障されている使用中のトレードマーク (商標) であるとしブランドの認識範囲を明確にした¹³⁾。さらに、Tony Tollington (2002) は、FRS10号後における無形資産の認識可能範囲について体系づけるなかで、ブランドに関してはその定義を確定する必要性を述べ、その資産評価に法的な視点を加味した基準を設けて議論を展開している。

II. アメリカのブランド会計

1. APB 意見書17号

アメリカにおいて無形資産の会計基準が設定されるのは会計原則審議会意見書第17号「無形資産」(APB, 1970, *Accounting Principles Board Opinion No.17, Intangible Assets*,

以下 APB 意見書17号) からとされ、それ以前は複数の処理が認められていたと考えられる (清水, 2005, 28-35頁)。APB 意見書17号の内容は以下となる。(par.9)

- (1). 他社から取得した無形資産の原価を資産として記録する。
- (2). 明確に識別できない無形資産の開発コストは費用とする。
- (3). 資産計上された原価は無形資産が有用である期間にわたって規則的な方法で償却する。但し償却期間は40年を超えてはならない。

APB 意見書17号の設定は取得原価主義会計の徹底で、基準の目的は無形資産の償却における恣意性を排除することで期間損益における歪みを除去することであった。無形資産の会計処理は FASB の概念フレームワークが整備される'80年代半ばまで APB 意見書17号の枠内で処理されてきた。以降の FASB の無形資産の測定における公正価値評価への変化は会計基準における資産負債観の重視という基本方針と無関係ではないと考えられる。

ブランドへの注目は米国でも急速に高まり、1994年アメリカ公認会計士協会 (AICPA) 財務報告特別委員会 (ジェンキンス委員会) 公表の『事業報告の改善—顧客志向』¹⁴⁾においては、ブランドについて「営業権を含む無形資産の一部」として挙げられ無形資産の情報開示について「利用者は有償の無形資産および自己創設の無形資産の双方の実態、源泉及び存続期間に関する開示が改善されることを歓迎するであろう。」と記し、事業報告の改善提案として包括的報告モデルでの開示を勧告している。さらに1996年合衆国会計検査院 (GAO) は報告書『会計プロフェッション』¹⁵⁾の中で「ソフト関連資産は、現行の報

告モデルが重要な事業資産についての情報を提供していないことを示すもう一つの例である。結果として歴史的原価に基づく財務諸表は、利用者のニーズに十分には応えていない。」と、ジェンキンス報告の勧告を支持したのである。

2. SFAS141号および142号

現行の会計基準は、財務会計基準書第141号「企業結合」(FASB, 2001, *Statements of Financial Accounting Standards No.141, Business Combinations*, 以下SFAS141号)、財務会計基準書第142号「のれんおよびその他の無形資産」(FASB, 2002, *Statements of Financial Accounting Standards No.142, Goodwill and Othe Intangible Assets*, 以下SFAS142号)である。無形資産についてはSFAS142号(Appendix F Glossary F1)で「物質的実体のない非貨幣性資産」と定義される。のれんの会計処理のうち大別して、企業結合で取得された時点での当初認識に関する会計処理はSFAS141号、その後の会計処理についてはSFAS142号で扱われている。更に無形資産の認識に関しては、SFAS141号において以下に分類している。

(1)。「契約上・法的」なものである(のれんとは異なる特性, par. B 156) — 契約上あるいは他の法的な権利により発生する場合、それらの権利が獲得したエンティティ、あるいは他の権利義務から、移転可能あるいは分離可能であるかどうかにかかわらず、のれんと分離し、資産として認識する。

(2) 分離可能性(のれんはエンティティから分離可能ではない, par. B 157) — 上記の条件から発生していない場合、当該無形資産を獲得したエンティティから分離可能、すなわ

ち分離あるいは分割することが出来、それが意図的か否かにかかわらず、売却、移転、ライセンス、賃貸、あるいは交換が出来る場合に限り、のれんから切り離して認識しなければならない。

(3) 他の資産・負債とともに売却可能(pars.158-159) — 個別に売却、移転、ライセンス、賃貸、あるいは交換が出来ない場合にも、当該無形資産が関連した契約、資産、あるいは負債と組み合わせて販売、移転、ライセンス、賃貸、あるいは交換できる場合、分離可能であるとみなす。

この分類は無形資産の認識範囲を拡大した解釈といえよう。特に(3)の場合を無形資産と認識することで、のれんの性質がよりはっきりしその非消耗性がより高くなったため、その非償却処理がより適切になったとされる(PAR. B 83)。当初認識後の無形資産の会計処理については、SFAS142号で当該資産の報告エンティティに対する耐用年数によって決まると規定される。有限の耐用年数の無形資産は償却し、耐用年数が不確定な無形資産は償却しない。エンティティにとっての無形資産の耐用年数は、当該資産が直接あるいは間接的に、そのエンティティに将来キャッシュフローをもたらすと期待される期間である(pars. 12-14) (大塚, 永田, 2005, 35-49頁)。

3. 主要なブランド研究

無形資産全般にわたる価値評価の解説書としては Gordon V. Smith and Russel L. Parr (1994) の共著があり、実用的な評価を受けている。

Mary E. Barth et al (1998¹⁰) は実証研究に基づき、1991年から96年にわたりフィナンシャルワールド誌に掲載された1204ブラン

ドの推定価値（インターブランド方式による）が各株価に反映されていることを発表した。また内部創出商標価値の実証研究として、Chandrakanth Seethamraju（2003, pp. 228-247）は、商品生産機能の枠組みにおける商標の機能価値を分析し、新商標がその販売高の増加要因となっていること、さらにオールソンモデルを使って商標価値が企業の株価に信頼できる情報として反映されていることを発表している。

Baruch Lev and Paul Zarowin（1999）は、過去20年間の市場における総合的な情報と投資家への財務情報を比べ、後者の有用性が落ちているという調査結果を報告し、その対策として無形資産への投資の包括的な資本化とそれに基づく財務諸表の組織的な再報告が必要であることを提案した。

2001年、ブルッキングス研究所（The Brookings Institute）の M. M. Blair and S. M. H. Wallman は、無形資産について分類するとともに、どのように開示されるかは重要な問題ではなく、開示されることが大切であると指摘し、その測定開示報告に際して、政府の果たす役割が大きいとしている¹⁷⁾。同研究所報告の一環として、Baruch Lev（2001）は無形資産の開示報告に関してバリュー・チェーン・スコアボードを提案し、企業保有無形資産をめぐる会計情報の、開示レベルにおける非対称性の是正を試みている。

ブランド資産の評価測定手法については Y&R 社とスタン・スチュアート社によるブランドエコノミクス・モデルがあるが、マーケティング情報を基本とした恣意性が混入する。

III. 国際会計基準のブランド会計

1. IAS38号

無形資産については国際会計基準第38号「無形資産」（IASB, 1998, *International Accounting Standard 38, Intangible Assets*, 以下IAS38号, par.7）の規定がある。IAS38号では無形資産の定義として「財・サービスの生産や供給において用いられたり、他者へ貸与もしくは管理目的のために使用される物的実体のない識別可能な非貨幣性資産」とある。無形資産の定義が満たされるためには、(a)識別可能であること、(b)過去の取引の結果として企業が支配していること、および(c)将来の経済的便益が存在していること、の3つの条件が満たされることが必要としている（par.10）。国家会計

またIAS38号では、無形資産の認識基準として資産と同様の以下の2要件「(a)資産に帰属させ得る将来の経済的便益が企業に流入する可能性が高いこと、(b)原価を信頼性をもって測定できること」（par.19）を満たすことを要求している。

無形資産の当初認識時の測定については「無形資産は、原価で原初測定しなければならない。」とし、取得とみなされる企業結合において取得された無形資産の原価は取得日現在の公正価値、すなわち取得原価に基づいて測定される（par.27）。取得日現在の公正価値とは、活発な市場が存在する場合は現在の取引価格、存在しない場合は直近の類似する取引の価格に基づいて測定される（par.28）。IAS38号の特徴として内部創設の無形資産に対する会計基準に顕著に表れている。自己創設の無形資産を生み出す企業活動を研究と開発に分け、開発段階の支出は条件付で資産計

上を義務付けている。但しIAS38号でも、内部創設のれん、ブランド、顧客名簿についても無形資産としての認識を禁じている(pars.36, 51)。

当初認識後の測定については、標準処理として「無形資産はその原価から全ての償却累計額およびすべての減損累計額を控除した額をもって計上しなければならない。」と規定している(par.63)。当初認識後の無形資産の代替処理としては、取得原価で認識されていた無形資産をその後公正価値で評価し、これから公正価値ベースの償却累計額および減損累計額を控除した価格をもって無形資産の貸借対照表価格とする(par.64)。無形資産の再評価の結果、帳簿価格が増加の場合はその増加額を再評価剰余金という科目で資本勘定に直接計上(直入)、減少の場合は減少額を費用として認識し関連する全ての再評価剰余金に対して直接負荷されなければならない(pars.76, 77)。

無形資産の耐用年数は、非常に長期間であるが、常に有限であるとし(par.84)、償却に関しては、無形資産の耐用年数を原則として20年以内とする。20年を超える証拠が存在する場合には耐用年数を20年超とすることが出来るが、その場合以下の会計処理を行わなければならない(par.83)。

- (a)最善の見積耐用年数による償却を行う。
- (b)減損を明確にするため、少なくとも毎年、無形資産の回収可能額を見積もる(par.99)。
- (c)耐用年数が20年を越えるとする理由を開示、さらに耐用年数を決定する際に決め手となった要因を開示する(par.111(a))。

2. IFRS3号

国際財務報告基準第3号「企業結合」(IASB,

2004, *International Financial Reporting Standards 3, Business Combinations*, 以下IFRS 3号, Illustrative Examples)では、無形資産について「取得企業は、無形資産や偶発債務はその公正価値を信頼性を持って測定できる場合にのみ、被取得企業の識別可能資産、負債および偶発債務を取得の日において個別に認識しなければならない。」としている。無形資産の項目例としてはSFAS141号とほぼ同様の項目例を挙げているが、ここで無形資産が識別可能性の基準を満たすのは、下記の(a)と(b)を満たす場合であるとしている。

(a)分離可能、すなわち個別に、もしくは他の資産・負債とともにエンティティから分離、分割した上で、売却、移転、ライセンス、貸与もしくは交換できる。

(b)これらの権利が移転可能、もしくはエンティティや他の権利・義務から分離可能であるか否かに関わらず、契約あるいは他の法的権利から生じている。

なお、無形資産の認識として注目すべきは、「仕掛中の研究開発プロジェクト(in-process R&D project)」に関しては「…無形資産の定義を満たし、かつ信頼性をもって測定できる場合には、資産として認識することを意味する。」(par.45)として、研究段階を対象外としてきた従来のIAS基準(IAS38号, par.42)を改め、日、米の基準と異にしていることである(永田, 2005, 81-85頁)。IASBはこの結論の理由として、仕掛中の研究開発プロジェクトと他の無形の項目間で異なる基準を採用すれば、比較可能性と信頼性が低下するため、利用者に提供される情報の有用性を損なうからとしている(par.BC105)。

IASBのこの改定は内部創設無形資産の認識領域の拡大の可能性を意味すると解釈でき、

IAS38号で無形資産の認識基準を満たさないとして明確に資産計上を否定してきた内部創設のブランドについても、前述の条件を満たせば資産計上の可能性はあるとも解釈できる。

要するに、のれんについての当初認識後の会計処理については、アメリカ基準と同様に償却せずに減損テストの実施を要求 (par.55)、減損損失の累積額を差し引いた額で測定しなければならないとしている (par.54)。

IV. 日本のブランド会計

日本においてもブランドに関する会計基準は無く無形資産の会計基準を適用することになる。無形資産の定義については企業会計原則第三・四・(一) B、商法施行規則第37条、研究開発費等に係る会計基準)と FASB141号、IAS38号を比較すれば、その不備 (パーチェス法適用時の無形資産の処理、自己創設無形資産の当初認識などの明文規定は無い) が指摘されるが、「知的財産基本法」(2003年3月施行)によって法的整備は進みつつある。

1. 企業会計原則と連結財務諸表原則

企業会計原則では、「営業権、特許権、地上権、商標権などは無形固定資産に属するものとする。」と指定 (貸借対照表原則四 (一))、さらに取得原価主義と、費用配分の原則を要求している (貸借対照表原則五)。表示に関しては、直接法による表示が認められている (貸借対照表原則五 E)。のれんは無形固定資産に含まれ、会計処理としては、あくまで差額としての処理である (企業会計原則、註25) (大塚、2005、85-88頁)。

連結財務諸表原則は1997年に改正、無形資産に関しては以下の2点で、一点目は子会社

の資産および負債の評価については、親会社の持分に相当する部分は部分時価評価法を優先とするが全面時価評価法も許容、無形資産についても時価評価すべきと要求していると考えられる (連結財務諸表原則第3二1(1)、(2))。二点目は、連結調整勘定については子会社ののれんとしての性格を持っているので、親会社の持分についてのみ計上される。これは子会社の自己創設のれんの計上を阻むものである (連結財務諸表制度の見直しに関する意見書 第2部5(1)③)。連結調整勘定の償却については、原則として20年以内に償却することが求められる (奥田、2005、89-92頁)。

2. 企業会計審議会の「企業結合に係わる会計基準」

2003年企業会計審議会より公表された「企業結合に係わる会計基準の設定に関する意見書 (以下、結合意見書)」、「企業結合に係わる会計基準 (以下、結合基準)」の第一の特徴は、国際的な動向が、全ての企業結合にパーチェス法の適用に向かう中で、「取得」に対してはパーチェス法による会計処理、「持分の結合」に対しては持分プーリング法による会計処理とされたことである。これは「取得」と「持分の結合」という事なる経済的事態に対応するそれぞれに適切な会計処理法が必要であるとの考え方に立つものとされる。

無形資産に対しては、「取得した資産の法律上の権利または分離して譲渡可能な無形資産が含まれる場合には、取得原価を当該無形資産などに配分することが出来る。」と規定する (結合意見書3(3)②)。この規定には、例えば SFAS141号のように、関連する契約、資産、負債とともに組み合わせて売却可能な場合などが含まれるか否か等明示されず、詳

細な指針が待たれる(永田, 2005, 94-95頁)。

のれんについては「残余」として資産認識され、計上後ののれんの処理は「…20年以内のその効果の及ぶ期間にわたって、定額法その他の合理的な方法により規則的に償却する。」(結合基準三2(4))とされ、非償却処理を採用するアメリカや国際会計基準と異なる。規則的な償却処理の採用理由は、第一に「企業結合の成果たる収益と、その対価の一部を構成する投資消去差額の償却という費用の対応が可能となる。」こと、第二に「のれんは投資原価の一部であることに鑑みれば、のれんを規則的に償却する方法は、投資原価を超えて回収された超過額を企業にとっての利益と見る考え方とも首尾一貫している。」こと、第三に「取得したのれんは時間の経過とともに自己創設のれんに入れ替わる可能性があるので、取得したのれんの非償却による自己創設のれんの実質的な資産計上を防ぐことができる。」ことの3点となる(結合意見書3(4))。

3. 企業会計基準委員会の「財務会計の概念フレームワーク」

日本の「概念フレームワーク」は、プライベート・セクターによる会計基準設定が望ましいとする国際的な世論の高まりの中から企業会計基準委員会(2001年)が設立され、まず会計基準の体系全体としての合意内容である概念フレームワークの明確化が望ましいとすることから、2004年に討議資料として「財務会計の概念フレームワーク」(改訂版を含む)が公表されたのである。

無形資産会計にとっての影響としては、財務諸表上で認識される無形資産の範囲を拡大する上でポジティブな要素とネガティブな要素の双方を見出すことができる。

ポジティブな要素としては、財務報告の目的が「投資のポジションとその成果に関する情報」の提供であると位置づけられた点である。すなわち、現実の企業活動において重要な投資対象となっているが、会計上の認識が認められないブランドなどの無形資産も、「投資のポジション」に関する情報としての情報の重要性を否定できず、これを根拠とした無形資産会計の拡大を進めることが可能となっている。更に取得原価のみではなく将来キャッシュフローの割引現在価値による測定が認められていることも、明確な購入価格の決定が困難なブランドなどの無形資産の財務諸表への計上を可能にする内容であると考えられるのである。

他方、ネガティブな要素としては、財務報告で提供される情報が持つべき質的特性として内的整合性が求められている点があげられる。内的整合性が求められるために、新たな無形資産の形状には単に会計基準のみの検討だけではなく、日本の法秩序を踏まえた検討が必要となる。すなわち新たな無形資産を制度に導入するという環境の変化が、内的整合性を有するか否かは多面的な検討が必要となり負担が大きいと推測される。さらには純利益の重視というスタンスの採用も、ブランドなどの新たな無形資産の認識が経営者の判断に依存する部分が大きく、経営者による操作の危険性をはらむことが指摘されている。

要するに、「概念フレームワーク」では、単なる現状肯定ではなく財務会計制度の改革と拡充が意図されていることから考えれば、無形資産の会計という新しい会計領域にとってはプラスの面が大きいと推測される(大塚, 2005, 95-97頁)。

4. 主要なブランド研究

'90年代に入り、岡田（1996）によるインターブランド社の測定手法、白石（1997）による英国ブランド論争が紹介され、会計学におけるブランドへの注目は高まった。

岡田（2002）は「企業にとっての使用価値」評価と市場からの「公正市場価格」による評価という測定の2面性からブランド評価に代表される無形財の価値把握の方向性を示した。さらに資本市場と顧客市場でのブランド価値の2つの評価が一致しないのは、ブランド概念の不統一から生じる企業戦略におけるブランド認識の違いに要因があるとしている。

白石（1997, 2003）は英国会計制度の研究からブランド論争の論点を整理することでブランドのオンバランスにおける問題点を明確化した。さらに内部創出無形資産についてその当初認識に必要とされる「容易に確かめられる市場価値」を保つべく、信頼性を担保する測定手法の開発による内部創出ブランドのオンバランス化の可能性を残すと解釈する。

伊藤（2002）は、コーポレート・ブランド（CB）価値をCBを源泉とする将来キャッシュ・フローの現在価値と規定して日本経済新聞と共同でCBバリュエーターを開発定式化した。測定にあたっては当該ブランドが持つ顧客、従業員、株主に対するイメージ想起（日本経済新聞調査の日経企業イメージ調査データなど）を調べ、そのイメージと財務的な成果との結びつきをポイントとしている。さらに伊藤（2005）は日本会計研究学会特別委員会報告『無形資産・報告の課題と展望』を纏め、無形資産研究の向上に貢献した。

経済産業省では2001年、広瀬（2002）を座長とするブランド価値評価研究会を発足させ、翌年報告書を発表、財務データのみを用いた

ブランド価値測定方法を公表した。同モデル（2002）では、ブランド価値を企業に現在及び将来のキャッシュ・フローの増加分をもたらす源泉ととらえる。ブランド価値を①プレステージ・ドライバー、②ロイヤルティ・ドライバー、③エクспанション・ドライバーという3要因の積からなるとしている。

古賀（2004, 2005）はブランドを評価するに顧客との関係性を重視するとともに Tony Tollington（2002）により無形資産についての会計上の把握は、会計上の「測定を基礎とする」認識ではなく、いかに認識するかが最初のステップとなり次にその認識範囲に従い測定の可能性および手法の吟味となる、法学的認識基準を適用すべきとしている。

結びに代えて

主要な各会計基準とわが国の会計基準と比較検討したが以下に主な規定を一表化する。

ブランド会計といえる領域では、会計上の認識についてはのれんおよび無形資産の会計基準の充実によって、欧米主要基準では買入ブランドの無形資産認識可、内部創出ブランドの原則不可がほぼ統一見解となっていると考えられる。評価・測定については、ブランドの資産としての計測手法は未だ合意の得られた手法として存在しないといってよく、ブランド概念の把握が手法の開発の鍵を握ると思われる。開示・報告についてはようやく議論が始まったレベルと考えられる。

グローバル社会へと進展する中で、ノーウォーク合意に始まる国際財務報告会計の世界で求められるコンバージェンスの方向が、制度会計の目的を資本市場での情報提供に重きを置く会計システムを目指す場合、「内的整合性」

	イギリス基準	アメリカ基準	国際基準	日本基準
会計基準	FRS10,11号	SFAS141,142号	IAS38,IFRS3号	企業会計原則他
買入無形資産 当初認識 当初認識後 の処理 内部創出 無形資産	取得原価で 資産計上 (見積市場価値) 原則20年以内 有効期間で 規則的償却 20年超または 償却しない 場合は毎期ごと 減損テスト 容易に確かめら れる市場価値を もつ場合 資産計上可能性	取得原価で 資産計上 (公正価値測定) 有効な耐用年数 にわたって 規則的償却 再評価不可 原則発生時に 費用処理	取得原価にて 資産計上 (公正価値測定) 原則20年以内 有効期間で 規則的償却 活発な市場を もつ場合 定期的再評価の 選択適用 一定の認識要件に に基づき資産計上 研究開発費は 資産計上可能 (IFRS3号)	取得原価にて 資産計上 (詳細規定無し) 原則20年以内 有効期間で 規則的償却 再評価不可 明文規定無し 原則発生時に 費用処理 (特別目的の場合 繰延処理有り)
買入のれん 当初認識後 の処理 内部創出 のれん	原則パーチェス 法・資産計上 (プーリング法 適用規定有り) 原則なし崩し 償却(20年以内) 20年超:毎期減 損見直し(評価減) 発生時費用計上 (開発費を除く)	パーチェス法 資産計上 非償却・減損 兆候時減損テスト 戻入れ無し 発生時費用計上	パーチェス法 資産計上 非償却・減損 兆候時減損テスト 戻入れの場合有り 発生時費用計上	(取得)パーチェス 法・資産計上 (持分結合)プー リング法 20年以内に 規則的に償却 発生時費用計上

が重要な要件となる日本の会計制度の対応については、明確な主張をもちつつ柔軟な姿勢が望まれるのである。

結局、新たな会計環境に対し企業活動の実態を伝える情報としての有用性を引き続き財務諸表に求める際に重要な判断基準となるのは、「投資者の投資意思決定に有用な会計情報を提供するためには、経済的実態把握を反映した手法が要求される。」¹⁸⁾(友杉, 2004)という現実環境に即応可能な制度会計としての時代適応性の確保にあると考えられる。その際新たに確立すべき会計情報としての基準は、その情報が会計目的上有用であるとする理論的妥当性の判断となるものであるが、会計ビッグバン後の取得原価主義会計と時価評

価会計が混在する現在の併存会計環境下において、判断の指針としてはその有用性を担保する適法性と適正性の重なり合う統合関係の重要性に帰着するものと予測されるのである。

注

- 1) 白石和孝 (2003) 『イギリスののれんと無形資産の会計』税務経理協会, 57-61頁。白石和孝 (1997) 『知的無形資産会計』新世社, 1-7頁。
- 2) 久保田秀樹訳 (1990) 『英国会社法一会社の計算と監査一』(財)日本税務研究センター, 第7編・附則第4第2編第C章代替的会計原則第31条(1) (Keith Walmsley (1986), *Butterworths company law book fifth edition*, London, section C Alternative Accounting Rules 31-(1))

ブランド会計の国際比較に関する覚え書き

- 3) 白石和孝 (1998) 「ブランド会計序説」『会計』森山書店, 第153巻第6号, 24, 25頁。それは取替原価 (replacement cost) と回収可能額 (ただし回収可能額とは正味実現可能価格 (net realizable value) と経済的価値 (present value : ここでは今後の利用から生じる回収可能額) との何れか大きいほう) の何れか小さいほうに等しいとされるものである。
- 4) 岡田米蔵, 梁瀬和男 (1999) 『広告法規 (新版)』商事法務研究会, 167-168頁。

ロールスロイス・モーターズの合併は1998年6月フォルクス・ワーゲンの勝利に終わったが, ロールスロイスの商標を持っていたのは航空機エンジンメーカーのロールスロイス plc であった。BMWはその数ヶ月後ロールスロイスの商標権を獲得した。その結果企業買収に成功したフォルクス・ワーゲンはロールスロイスのブランドを2002年まで使用できるが, 2003年以降はBMWが使用することになったのである。
- 5) トニー・トリントン著, 古賀智敏監訳 (2004) 『ブランド資産の会計』東洋経済新報社, 69頁。(Tony Tollington (2002) *Brand Assets*, John Willy & Sons.)
- 6) 白石和孝 (2003) 『前掲書』, 60-87頁。
- 7) FRS10, FRS11におけるのれんおよび無形資産の当初認識および当初認識後の測定については, 白石和孝 (2003) 『前掲書』, 第3章第4章を参考とした。
- 8) 買入のれんの経済的耐用年数は, 「買収された基本的な事業の価値がその識別可能な純資産の価値を上回ると期待される期間」をいう。
- 9) 白石和孝 (2002) 「FRS10基準化以後の無形資産会計」, 『会計』森山書店, 第162巻第4号, 47-62頁。
- 10) 「容易に確かめられる市場価値」とは, (a)当該資産が全ての重要な点で同等である資産の同質の母集団に属し, かつ(b)頻繁な取引によって立証される活発な市場が, 資産の当該母集団のために存在する, の二要件を満たすと定義している。
- 11) ㈱日本税務研究センター訳 (1990) 『英国会社法—会社の計算と監査』日本税務研究センター, 27, 65頁。英国会社法では, 計算書類の「真実且つ公正な概観」の優先のために会社法規定からの離脱が正当化されている。(1985年会社法, 附則第4第2編第15条)
- 12) トニー・トリントン著, 古賀智敏監訳 (2004) 『前掲書』, 58頁。(Tony Tollington (2002) *Brand Assets*, John Willy & Sons.)
- 13) トニー・トリントン著, 古賀智敏監訳 (2004) 『前掲書』, 222-225頁。「使用中のトレードマークには無形要素の集合体も含まれていて……そういったものには名称, グラフィックデザインやロゴ, 体裁, 評判というイメージなどが含まれており, …」(ASB1995, p28) と延べ, 使用中のトレードマークを各々がまとまって支える, あるいは法的な権利の集まりであるとしている。
- 14) 八田進二, 橋本尚共訳 (2002) 『事業報告革命』白桃書房, 173-175頁。(American Institute of Certified Public Accountants (1994), *Comprehensive Report of the Special Committee on Financial Reporting, Improving Business Reporting-A Customer Focus*, AICPA.)
- 15) 藤田幸男, 八田進二監訳 (2000) 『アメリカ会計プロフェッション』白桃書房, 17頁。(General Accounting Office (1995), *The Accounting Profession Major Issues: Progress and Concerns*, GAO.)
- 16) Mary E. Barth et al. (1998) "Brand Values and Capital Market Valuation." *Review of Accounting Studies* 3, pp.41-68.
- 17) 広瀬義州・他訳 (2002) 『ブランド価値評価入門』中央経済社, 79-84頁。(Margaret M. Blair & Steven M.H. Wallman (2001) *Unseen Wealth*, The Brookings Institution Press, pp.45-48.)
- 18) 友杉芳正 (2004) 「岐路に立つ会計制度とその改革を巡る諸問題」『会計』, 第165巻第2号, 森山書店, 7-12頁。

「会計制度は一般に公正妥当と認められる会計原則, 会計基準を含み, 公共的善のもとでの法的規範性, 理論的妥当性, 会計実務の実践的指導性を持つものである。」7頁としながらも, 経済的実

態把握の重視に触れ「投資者の投資意思決定に有用な会計情報を提供するためには、経済的実態把握を反映した手法が要求される」9頁と記し、「これらの基本概念は、つまるところ、「適法性と適正性」、または「合法性と合理性」の関係に帰着する。」とし、さらに慣習法下にある英国会社法の監査報告書における離脱規定を例に引き、成文法のもとでは受け入れられないながらも「適法性と適正性」の関係の説明している。

参考文献

邦文文献：

伊藤邦雄・日本経済新聞社広告局 (2002)『企業実例に学ぶ実践・コーポレートブランド経営』日本経済新聞社。

伊藤邦雄 (2005)「序章 無形資産会計・報告研究の課題と視点」『無形資産会計・報告の課題と展望 最終報告』所収、日本会計研究学会特別委員会。

岡田依理 (2002)『企業評価と知的資産』税務経理協会。

岡田米蔵、梁瀬和男 (1999)『広告法規 (新版)』商事法務研究会。

企業会計基準委員会 (2004)「討議資料財務会計の概念フレームワーク」(財)財務会計基準機構。

大塚成男、奥田真也、清水泰洋、永田京子、善積康夫 (2005)「第 3 章 無形資産会計・報告の国際的動向」『無形資産会計・報告の課題と展望 最終報告』所収、日本会計研究学会特別委員会。

久保田秀樹 (1990)『英国会社法一会社の計算と監査一』(財)日本税務研究センター。(Keith Walmsley (1986), *Butterworths company law book fifth edition*, London,)

古賀智敏 (2005)『知的資産の会計』, 東洋経済新報社。

ゴードン・V・スミス, ラッセル・L・パール共著 (財)知的財産研究所訳・菊池純一監訳 (1996)『知的財産と無形資産の価値評価』中央経済社。(Gordon V.Smith and Russell L.Parr.

(1994) *Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets*, John Wiley & Sons, Inc.)

白石和孝 (1997)『知的無形資産会計』新世社。

白石和孝 (1998)「ブランド会計序説」『会計』森山書店, 第153巻第6号。

白石和孝 (2002)「FRS10基準化以後の無形資産会計」『会計』森山書店, 第162巻第4号。

白石和孝 (2003)『イギリスの暖簾と無形資産の会計』, 税務経理協会。

トニー・トリントン著, 古賀智敏監訳 (2004)『ブランド資産の会計』東洋経済新報社。(Tony Tollington (2002), *Brand Assets*, John Wiley & Sons, Ltd.)。

友杉芳正 (2004)「岐路に立つ会計制度とその改革を巡る諸問題」『会計』, 第165巻第2号, 森山書店。

経済産業省企業法制研究会 (2002)「ブランド価値評価研究会報告書」『企業会計』8月号 (第54巻第8号) 付録。

広瀬義州・他訳 (2002)『ブランド価値評価入門』中央経済社。(Margaret M.Blair & Steven M.H.Wallman (2001) *Unseen Wealth*, The Brookings Institution Press)

広瀬義州・間島進吾編 (2000)『コンメンタール国際会計基準 I, II, III, IV』税務経理協会

八田進二, 橋本尚共訳 (2002)『事業報告革命』白桃書房。(American Institute of Certified Public Accountants (1994), *Comprehensive Report of the Special Committee on Financial Reporting, Improving Business Reporting-A Customer Focus*, AICPA)

藤田幸男, 八田進二監訳 (2000)『アメリカ会計プロフェッション』白桃書房。(General Accounting Office (1995), *The Accounting Profession Major Issues:Progress and Concerns*, GAO)

英文文献：

ASC (1989), *Statement of Standard Accounting Practice No.22, Accounting for Goodwill (revised)*.,

ASB (1997), *Financial Reporting Standard 10, Goodwill and Intangible Assets*.

ブランド会計の国際比較に関する覚え書き

ASB (1998), *Financial Reporting Standard 11, Impairment of Fixed Assets and Goodwill.*

Barth, E.Mary et al (1998), "Brand Values and Capital Market Valuation." *Review of Accounting Studies 3*

FASB (2001), *Statement of Financial Accounting Standards No.141, Business Combinations.*

FASB (2001), *Statement of Financial Accounting Standards No.142, Goodwill and Other Intangible Assets.*

IASB (1998), *International Accounting Standard 36 Impairment of assets.*

IASB (1998), *International Accounting Standard 38, Intangible Assets.*

IASB (2004), *International Financial Reporting Standard 3, Business Combinations.*

KATO Communications (1993), *Accounting for Brands*, FT Business, Enterprises Ltd

Lev, Baruch and Paul Zarowin (1999), "The Boundaries of Financial Reporting and How to Extend Them", *the Journal of Accounting Research*, vol.37, No.2

Lev, Baruch (2001), *INTANGIBLES*, The Brookings Institution Press

Murphy, J. (1990), *Brand Valuation-Establishing a True and Fair View*, Hutchinson.

(名古屋大学大学院経済学研究科博士後期課程)