

# 英国の無形資産会計

——FRS10が無形資産の開示に与えた影響を中心として——

河 崎 照 行

甲南経営研究 第44巻 第3・4号 抜刷

平成16年3月

# 英国の無形資産会計

——FRS10が無形資産の開示に与えた影響を中心として——

河 崎 照 行

## I はじめに

英国における知的財産の会計問題は、無形資産（主として、ブランド資産）の会計問題として議論が展開されてきた。

英国における「ブランド論争」(brands debate)の発端は、グランド・メトロポリタン社 (Grand Metropolitan, 現ディアジオ社 (Diageo))が、1988年8月に、従来の会計方針を変更し、買収により取得したブランド（買収ブランド）を資産計上する旨を公表したことにある。その後、この論争は、ランクス・ホーヴィス・マクドゥーガル社 (Ranks Hovis McDougall, 現トムキンズ社 (Tomkins))が、同年9月3日付の貸借対照表にブランド（買入ブランドと自己創設ブランド）を資産計上したことにより、いよいよ熾烈なものとなった<sup>(1)</sup>。

当時、英国には、暖簾に関する会計基準として、標準会計実務書 (Statement of Standard Accounting Practice) 第22号 (SSAP22)『暖簾の会計』<sup>(2)</sup>が

---

(1) Tollington, Tony, *Brand Assets*, John Wiley & Sons Ltd, 2002, p.51. この論争の具体的詳細については、次の文献を参照されたい。白石和孝『イギリスの暖簾と無形資産の会計』税務経理協会、平成15年、17-87頁。また、無形財ないし無形資産の分類については、次の文献を参照されたい。古賀智敏「無形財会計の基本的枠組み」『会計学研究』、第14号 (2002年)、1-15頁。

英国の無形資産会計（河崎照行）

存在するのみであり、暖簾以外の無形資産について、具体的に規定した会計基準は存在していなかった。実は、このSSAP22の規定上の不備が、ある意味で、無形資産（ブランド資産）の会計実務を促進したといっても過言ではない。

このことから、暖簾に関する会計基準の改訂、および無形資産に固有の会計基準の設定が急務となり、会計基準審議会（Accounting Standards Board；ASB）では、次のようなステップを経て、無形資産に固有の会計基準を公表するに至った。<sup>(3)</sup>

- ① 1993年12月、討議資料（Discussion Paper）『暖簾と無形資産』<sup>(4)</sup>を公表。
- ② 1995年6月、ワーキング・ペーパー（Working Paper）『暖簾と無形資産』<sup>(5)</sup>を公表。
- ③ 1996年6月、財務報告公開草案（Financial Reporting Exposure Draft）第12号（FRED12）『暖簾と無形資産』<sup>(6)</sup>を公表。
- ④ 1997年12月、財務報告基準書（Financial Reporting Standard）第10号（FRS10）『暖簾と無形資産』<sup>(7)</sup>を公表。

本稿の目的は、英国における「ブランド論争」を概観し、トリントン

---

(2) ASC, *Statement of Standard Accounting Practice No.22(SSAP22), Accounting for Goodwill*, Accounting Standards Committee, July 1989. 田中弘・原光世訳『イギリス会計基準書』（第2版）中央経済社、平成6年、203-230頁。

(3) Tollington, *op. cit.*, p.52. Elliott, Barry and Elliott, Jamie, *Financial Accounting and Reporting*, 5th ed., Pearson Education Ltd, p.42. 白石, 前掲書, 3-4頁。菊谷正人「英国における企業結合会計の展開」『経理研究』, 第46号（2002年）, 13-16頁。

(4) ASB, *Discussion Paper, Goodwill and Intangible Assets*, Accounting Standards Board, December 1993.

(5) ASB, *Working Paper, Goodwill & Intangible Assets*, Accounting Standards Board, June 1995.

(6) ASB, *FRED12, Goodwill & Intangible Assets*, Accounting Standards Board, June 1996.

(7) ASB, *Financial Reporting Standard No.10(FRS10), Goodwill and Intangible Assets*, Accounting Standards Board, December 1997.

(8)  
(Tollington, Tony) の調査研究に依拠して、FRS10 の公表当時の英国における無形資産の開示実態を浮き彫りにするとともに、FRS10 が無形資産の開示実務に与えた影響について考究することにある。

## II 英国におけるブランド論争

### 1 SSAP22における暖簾の会計と問題点

暖簾（買入暖簾）の会計処理について、SSAP22 では、次の2つの方法が認められていた（SSAP22, pars.39, 41）。

- ① 取得時に買入暖簾を積立金（reserves）と相殺（株主持分から控除）する方法（「即時償却法」または「持分控除法」）
- ② 買入暖簾を資産に計上し、経済的耐用年数にわたって定期的に償却（なし崩し償却）する方法（「規則的償却法」）

上記①の「即時償却法」の論拠は、買入暖簾を、取得した事業の期待将来収益に対する株主による超過支払い額とみなすことにある。これに対し、「規則的償却法」の論拠は、買入暖簾を、企業の「将来の経済的便益」とみて、経済的耐用年数にわたり適正に期間配分することにある。SSAP22 では、「即時償却法」が原則的方法であり、「規則的償却法」は代替的方法にすぎなかった。実務上も、英国では、大多数の企業が、「即時償却法」を採用していたとされる<sup>(9)</sup>。

しかし、このような SSAP22 の会計処理法によれば、買入暖簾の取得によって、実務上、次のような問題点が生じる可能性がある<sup>(10)</sup>。

---

(8) Tollington, *op.cit.*

(9) 当時の英国勅許会計士協会（ICAEW）の実態調査によれば、買入暖簾を資産計上した企業は調査対象企業の5%に過ぎないとされる。Skerratt, L. C. L. and Tonkin, D. J. (eds.), *Financial Reporting 1993-94: A Survey of UK Reporting Practice*, Institute of Chartered Accountants in England and Wales, 1994, p.186. 白石, 前掲書, 8頁。

(10) 同上書, 11-12, 14頁。

英国の無形資産会計（河崎照行）

- ① 「即時償却法」によれば、取得時に株主資金（株主持分）が即時的かつ劇的に減少することになり、利害関係者に対して財政状態に関する誤った判断をもたらす可能性がある。
- ② 「規則的償却法」によれば、買入暖簾のなし崩し償却によって、償却費が長期にわたって利益を圧迫する可能性がある。

そのため、買入暖簾からブランド（買入ブランド）を分離して認識し、貸借対照表に資産計上するとともに、規則的な償却を実施しないという企業行動が醸成されることとなった。

## 2 ブランド資産計上のメリット

「買入暖簾から買入ブランドを分離して資産計上し、規則的な償却を実施しない」という会計処理は、企業にとって、次のようなメリットがあるとされる。<sup>(11)</sup>

- ① 買入暖簾の減額
- ② ギアリング比率の低下
- ③ 借入能力の向上
- ④ 証券取引所のテストの改善
- ⑤ テイク・オーバーの防止

第1に、買入暖簾を減額でき、株主資金の減少を抑制できる。つまり、買入ブランドを買入暖簾から分離して資産計上した場合、買入ブランドを分離しない場合に比べて、(a) 積立金との相殺額が減少するか（「即時償却法」

---

(11) Elliott and Elliott, *op.cit.*, pp.437-438. Egginton, Don A., "Towards Some Principles for Intangible Assets Accounting," *Accounting and Business Research*, Vol.20 No.79 (1990), pp.195-196. 同上書, 18-39頁。なお、資産計上を否定する見解として、次のものがある。Barwise, Patrick, Higston, Christopher, Likierman, Andrew and Marsh, Paul, *Accounting for Brands*, ICAEW/London Business School, 1989, pp.1-84. Sherer, M. J., "Accounting for Brands: A Review Essay," *British Accounting Review*, Vol.23 No.3 (1991), pp.179-182.

の場合)、または、(b) 買入暖簾の償却費が減少する(「規則的償却法」の場合)ことから、それぞれの方法の不利な影響を緩和できる。

第2に、ギアリング比率を低下させることができる。ギアリング比率は、「(負債総額－流動負債)／使用資本額」によって計算され、企業の資本構成の安全性を評価する尺度として利用される。買入ブランドを買入暖簾から分離して資産計上した場合、買入ブランドを分離しない場合に比べて、積立金との相殺額が減少し使用資本額が減少しないことから、ギアリング比率が低下(改善)する(「即時償却法」の場合)。

第3に、企業の借入能力を向上させることができる。一般に、公開会社の借入限度額は純資産の倍数で示されることから、買入ブランドを資産計上した場合、純資産が増加し、それに応じて借入限度額(借入能力)も上昇することになる。

第4に、証券取引所のテスト(種別テスト)を改善できる。ロンドン証券取引所の「有価証券の上場認可規程」では、取引所のテスト(種別テスト)の一定基準を充足しない場合、株主に対する通達義務が課せられる。<sup>(12)</sup>例えば、「(取得対価の総額／取得企業の純資産)×100(%)」が15%を超えると通達義務が課せられることになるため、純資産の減少を回避する必要がある。買入ブランドを買入暖簾から分離して資産計上した場合、積立金と相殺される買入暖簾の額が減少することから、純資産の減少を低下させることができる(「即時償却法」の場合)。

第5に、テイク・オーバーを防止できる。貸借対照表にブランド価値が含まれていないことは株式市場での過小評価をもたらし、結果としてテイク・オーバーのリスクにさらされる可能性がある。このため、ブランドの資産計上はテイク・オーバーの防衛に効果がある。

---

(12) 同上書、30頁。

### III FRS10 と無形資産会計

FRS10 では、買入暖簾と無形資産について、それぞれ、次のように規定している。

#### 1 買入暖簾の当初認識

FRS10 によれば、買入暖簾は、「その他の資産のような資産でもなければ、価値の即時損失でもない。むしろ、取得企業自体の財務諸表における資産として表示される投資の原価と、連結財務諸表における取得された資産と負債に帰属する価値の間の橋渡しをなすものである。買入暖簾は、本来、資産ではないが、株主持分から控除することなく、報告事業体の資産の中にそれを含めるのは、暖簾は経営者が依然として説明責任を負っているより大きな資産、つまり投資の一部であると認識することによる」(FRS10, Summary, b) とされる。その当初認識 (initial recognition) は、次の2つに区別できる。<sup>(13)</sup>

- ① 買入暖簾は、貸借対照表に資産として計上しなければならない (FRS10, par.7)。これは、買入暖簾が、「購入（買入）取引によって立証され、信頼性をもって測定できる」ことによるものである。
- ② 内部創設の暖簾（自己創設暖簾）は、資産計上してはならない (FRS10, par.8)。これは、自己創設暖簾が、「購入取引によって立証されないため、当初認識のために十分な信頼性をもって測定できない」ことによるものである。

#### 2 無形資産の当初認識

FRS10 によれば、無形資産とは、「物的実体はないが、識別可能であり、かつ管理または法的権利を通じて事業体により支配される非金融固定資産

---

(13) Elliott and Elliott, *op.cit.*, p.433.

(non-financial fixed assets)」(FRS10, par.2)と定義される。その当初認識は、無形資産の取得形態によって、次の3つのケースに区別できる<sup>(14)</sup>。

- ① 無形資産が個別に取得される場合
- ② 無形資産が買収（買収による企業結合）の一部として取得される場合
- ③ 内部創設の無形資産（自己創設無形資産）の場合

上記①の場合、無形資産は、その原価で資産計上しなければならない(FRS10, par.9)。

上記②の場合、当初認識は次の2つに区別される。

- (a) 無形資産の価値が信頼性をもって測定できる場合、暖簾とは別個に資産計上しなければならない(FRS10, par.9)。その場合、無形資産は、「容易に確認できる市場価値」(readily ascertainable market value)または「公正価値」(fair value)で計上される。なお、「容易に確認できる市場価値」とは、「(ア)資産がすべ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、(イ)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場合に、市場に照らして確立される無形資産の価値である」(FRS10, par.2)とされる。つまり、「容易に確認できる市場価値」が存在する場合とは、「同等資産の同質の母集団」と「活発な市場の存在」という2つの要件が充足される場合をいう<sup>(15)</sup>。

- (b) 無形資産の価値が信頼性をもって測定できない場合、暖簾に含めて資産計上しなければならない(FRS10, par.13)。

上記③の場合、当初認識は次の2つに区別される。

- (a) 「容易に確認できる市場価値」が存在する場合、自己創設無形資産は当該市場価値で資産計上できる(FRS10, par.14)。

---

(14) 同上書、102-115頁。

(15) 同上書、110頁。



英国の無形資産会計（河崎照行）

- (b) 「容易に確認できる市場価値」が存在しない場合、自己創設無形資産に関連する支出は、原則的には、発生時に費用処理される。

### 3 当初認識後の測定

当初認識後の測定とは、買入暖簾と無形資産を資産計上した後、それをどのように会計処理すべきかの問題をいう。FRS10によれば、買入暖簾と無形資産を資産計上した場合、当初認識後の測定について、次の3つの方法が認められている。<sup>(16)</sup>

- ① 経済的耐用年数が「有限」(limited) (20年以下)である場合、最長20年の期間にわたって、規則的に償却（なし崩し償却）しなければならない (FRS10, par.15)。
- ② 経済的耐用年数が「不確定」(indefinite) (20年超)である場合、次のいずれかの方法が認められる (FRS10, par.17)。
  - (ア) 経済的耐用年数を見積もることができる場合、当該耐用年数にわたり規則的に償却（なし崩し償却）する（「規則的償却」）。
  - (イ) 経済的耐用年数を見積もることができない場合、償却すべきではない。（「非償却」）

なお、FRS10では、買入暖簾と無形資産について、「減損見直し」（減損テスト）を要請している (FRS10, pars.34, 37)。また、会社法では、暖簾に対して経済的耐用年数を超えない期間で償却することを要求しているため、暖簾の「非償却」（上記②(イ)）については、取締役は、それが「真実かつ公正な概観」（a true and fair view）の優先による会社法からの離脱である理由を説明する必要がある。

---

(16) 同上書、102-115頁。菊谷、前掲論文、18-20頁。

## Ⅳ 無形資産の開示実態と FRS10 の影響

### 1 実態調査の概要

トリントンは、1993年～2000年（FRS10の公表前5年間と公表後3年間）にわたり、無形資産の会計実務をレビューしている。調査対象企業は、英国の公開会社（タイムズ1,000社）の売上高トップ227社（1993年）である<sup>(17)</sup>。

図表1 調査対象企業の企業数の推移

	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
期首	227社	227社	225社	222社	210社	200社	188社	174社
買収・合併		1	2	11	9	8	13	16
廃止		1	1	1	1	4	1	1
期末	227*	225	222	210	200	188	174	157

\* 業種別の企業数は、次のとおりである。(1)アルコール飲料 (3社), (2)ビール醸造・パブ・レストラン (4社), (3)建設資材・商社 (17社), (4)化学 (8社), (5)建設 (11社), (6)流通 (10社), (7)複合企業 (5社), (8)電気・ガス (18社), (9)電機・電気機器 (8社), (10)土木 (34社), (11)採取産業 (2社), (12)食料品製造 (13社), (13)食料品販売 (7社), (14)その他販売 (16社), (15)医薬品 (4社), (16)日用雑貨 (5社), (17)保険 (2社), (18)レジャー・ホテル (7社), (19)マスコミ (12社), (20)石油 (5社), (21)紙・印刷 (5社), (22)医薬品 (4社), (23)サポート業 (8社), (24)放送・通信 (4社), (25)たばこ (2社), (26)運輸 (7社), (27)水道 (6社)。

[出典] Tollington, Tony, *Brand Assets*, John Wiley & Sons Ltd, 2002, p.54, Table5.1, 5.2.

「図表1」は、調査対象企業における1993年～2000年の企業数の推移を示したものである。また、「図表2」は、調査対象企業について、何らかの無形資産を開示した企業数を示したものである。「図表2(a)」からわかるように、1993年～1997年で、無形資産の開示企業数には顕著な変化はみられない。この期間、ブランドの開示企業数が若干増加しているが、その数はわずかなものである。

しかし、1998年（FRS10の公表）を境に、無形資産の開示企業数に、次

(17) Tollington, *op.cit.*, p.53.

英国の無形資産会計（河崎照行）

図表2(a) 無形資産の開示実態（企業数）

	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
①無形資産	9社	9社	9社	9社	9社	8社	8社	8社
②暖 簾	5	7	7	6	8	79	131	131
③ブランド	8	9	10	10	10	8	6	7
④著作権	7	8	8	7	7	5	7	6
⑤ライセンス・ 営業権	5	4	3	3	3	4	3	7
⑥特許権	2	2	2	2	2	2	2	1
⑦ソフトウェア・ データベース	2	2	2	2	4	4	2	3
⑧開発費	9	6	5	4	3	3	5	4
⑨調査・探査費	7	7	7	7	7	5	5	4
合 計	54	54	53	50	53	118	169	171

[出典] *Ibid.*, p.55, Table5.3.

図表2(b) 無形資産の開示実態（金額）

単位：百万ポンド

	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
①無形資産	426	431	394	393	447	270	146	110
②暖 簾	113	1,541	1,506	1,426	2,439	12,334	40,871	115,337
③ブランド	6,431	7,686	9,992	9,659	9,306	8,797	9,287	11,883
④著作権	4,794	5,209	5,123	3,874	4,061	2,270	3,455	4,671
⑤ライセンス・ 営業権	542	578	435	496	948	514	596	1,249
⑥特許権	62	105	98	122	165	233	289	334
⑦ソフトウェア・ データベース	121	142	157	152	270	579	156	271
⑧開発費	97	65	44	33	29	80	70	69
⑨調査・探査費	6,852	6,930	8,516	7,095	5,966	510	562	599
合 計	19,317	22,687	26,265	232,250	23,631	25,587	55,705	134,523
無形資産の割合	4.32%	4.99%	5.50%	4.99%	5.28%	7.48%	14.19%	23.18%

[出典] *Ibid.*, p.55, Table5.4.

のような顕著な変化がみられる。

- ① 1998年以降、暖簾（買入暖簾）の開示企業数が、爆発的に増加していること。
- ② 1998年以降、わずかではあるが、増加傾向にあったブランドの開示企業数が減少傾向に転じていること。

これらのことから、FRS10の公表が無形資産（特に、買入暖簾とブランド）の開示に何らかの影響を与えたものと推察できる。以下では、無形資産の具体的項目について、その開示実態を明らかにしてみたい。

## 2 無形資産の開示実態

### (1) 無形資産

無形資産は、総称的な勘定科目であることから、その構成要素に関する詳細な情報が開示されなければ、無形資産の実態に関する正確な分析は不可能となる。実態調査では、調査対象企業（2000年）のうち、無形資産（総称）の開示企業は8社（ブルネル・ホールディングズ社 (Brunel Holdings)、ブーツ社 (Boots)、BOC社、英国エッソ社 (Esso UK)、ディアジオ社、ヘイズ社 (Hays)、キング・フィッシャー社 (Kingfisher)、スミス&ネフュー社 (Smith & Nephew))であった。「事例1」は、ブーツ社のケースを示している。

事例1 ブーツ社の公表財務諸表（抜粋）

貸借対照表		2000年	1999年
		m£	m£
固定資産			
無形資産	注記10	62.3	2.2
有形資産	注記11	1,799.0	609.9
投資等	注記12	141.2	1,783.3
		2,002.5	2,395.4

注記10：無形資産	買入暖簾	特許権・商標権 その他製造権	合計 m£
取得原価	26.1	59.7	85.8
償却額	2.1	21.4	23.5
正味簿価(2000/3/31)	24.0	38.3	62.3

過去に当社が取得したブランド、いわゆるドベンダン（Dobendan）とその派生ブランド、およびミグラニン（Migranin）は十分に著名であり、かつ、市場ではその地位が確立されており、当社はその地位を改善する計画をもっている。当社は、これらのブランドは無限の経済的耐用年数を有するとの結論に至り、償却を実施していない。その結果、毎年減損テストが実施される。当該ブランドの評価額は帳簿価額を大幅に上回っている。

[出典] *Ibid.*, p.56, Figure 5.1. (下線部は筆者)

実態調査によれば、無形資産の勘定科目を利用する企業の大多数は、直接的または間接的に、化学産業に関連していたとされる。このことから、英国では、主として「買入特許権」が無形資産の勘定科目で資産計上されているものと思われる。<sup>(18)</sup>

## (2) 買入暖簾

### ① 当初認識の実態

実態調査によれば、FRS10の公表前では、調査対象企業の96%~98%が「即時償却法」（原則的方法）を採用しており、「規則的償却法」（例外的方法）を採用していたのは、7社（BP社、カウイー社（Cowie）、ロイター社（Reuters）、ショーツ社（Shorts）、シェル・トランスポート・トレーディング社（Shell Transport and Trading）、スミスクライン・ビーチャム社（Smith-Kline Beecham）、スリーエム社（3M））にすぎなかった。<sup>(19)</sup>

(18) *Ibid.*, pp.55-56.

(19) *Ibid.*, p.56.

しかし、第Ⅲ節で説明したように、FRS10では、買入暖簾の資産計上を義務づけており、「即時償却法」は認められていない。この結果、SSAP22では、例外的であった方法が、FRS10では、認められる唯一の方法となった。「図表2(a)」からわかるように、実態調査でも、1998年に、大多数の企業(79社)がFRS10の規定に準拠して、買入暖簾を資産計上していた。そのうち、ロイター社は、1997年に、FRS10の早期適用を行い、買入暖簾を資産計上するとともに、過年度に積立金と相殺した買入暖簾も資産計上していた。このケースを示したのが「事例2」である。

事例2 ロイター社の公表財務諸表(抜粋)

貸借対照表		1997年	1996年
固定資産		m£	m£
無形資産：暖簾	注記16	157	198
有形資産	注記17	816	775
投資等	注記18	73	53
		1,046	1,026
注記16	原価	償却額	正味簿価
無形資産：暖簾	m£	m£	m£
1996/12/31	464	(266)	198
追加額	10	—	10
年間償却額	—	(51)	(51)
1997/12/31	474	(317)	157
<p>過年度損益修正 1997年に、英国会計基準審議会(ASB)は財務報告基準書第10号『暖簾と無形資産』を公表した。当社は、この基準の規定に従って、買入暖簾と無形資産を資産計上するとともに、<u>損益計算書ではその経済的耐用年数にわたって償却費を計上している</u>。また、<u>過年度に積立金と相殺したすべての暖簾は過年度損益修正とすることにより、貸借対照表に資産として再計上した</u>。なお、1994年12月31日現在の償却累計額は同日の損益計算書の次期繰越剰余金と相殺している。</p>			

[出典] *Ibid.*, p.57, Figure 5.2. (下線部は筆者)

## ② 当初認識後の測定の実態

実態調査によれば、買入暖簾について、毎期減損テストを実施し、規則的償却を行わなかった企業は、レックス（Lex）社などの少数にすぎなかったとされる。<sup>(20)</sup>これに対し、多数の企業は、買入暖簾を資産計上するとともに、経済的耐用年数にわたり規則的償却を行う会計方針を選択していた。

この調査結果は非常に興味深いものがある。なぜなら、『暖簾と無形資産』に関する ASB の討議資料やワーキング・ペーパーでは、相当数の企業が無形資産の「非償却」を回答していたからである。「非償却」は規則的償却に比べて、利益を大きくすることから、一般に、企業はこの会計方針を選択するものと考えられていた。例えば、レックス社の公表財務諸表（2000年）では、次のような記載がある。<sup>(21)</sup>

「RACホールディングズ社（RAC Holdings）の取得に関する暖簾は償却されていない。2000年以降、毎年減損テストが実施される。これは、すべての暖簾は償却しなければならないと規定した1985年会社法の第4附則に従っていない。取締役は、暖簾の償却は、当期の利益の真実かつ公正な概観を提供できないし、すべての期間の業績の経済的測定は、発生するすべての減損に関係づけることによってはじめて適正に行われると考える。この離脱による影響を計量化することは実践的でない。減損費用はすべて営業利益の計算に算入されている。その他の取得に係る暖簾は残存価額ゼロで20年にわたり均等償却されている。」（下線部は筆者）

このように、レックス社が会社法から離脱して、「非償却」の会計方針（減損テスト）を採用したのは、「真実かつ公正な概観」を優先した結果であるとされている。

---

(20) *Ibid.*, p.57.

(21) *Ibid.*, p.58.

「図表2(a)」および「図表2(b)」からわかるように、FRS10の公表によって、英国では、買入暖簾の資産計上や開示企業数が確実に増加しており、買入暖簾の資産計上が英国の会計慣行の1つの特徴になりつつある。

### (3) ブランド資産

#### ① 当初認識の実態

「図表3」は、調査対象企業のうち、ブランドを資産計上した企業数と金額の推移を示している。

実態調査では、調査対象企業(1998年)のうち、8社がブランドを資産計上していた。当該企業が採用した評価方法は、次のとおりである。<sup>(22)</sup>

- ① プレミアム価格法 (price premium) : 0社 (該当企業なし)
- ② 収益評価法 (earnings valuation) : 2社 (ダルジティ社 (Dalgety), ユナイテッド・ビスケット社 (United Biscuits))
- ③ 市場価値法 (market value) : 2社 (スミスクライン・ピーチャム社, レキット&コールマン社 (Reckitt & Colman))
- ④ 歴史的原価法 (original/historic cost) : 4社 (キャドバリー・シュウエップス社 (Cadbury Schweppes), ラドブローク社 (Ladbroke), グランド・メトロポリタン社 (Grand Metropolitan), ロンドン・インターナショナル・グループ社 (London International Group))

---

(22) *Ibid.*, p.60. 経済産業省『ブランド価値評価研究会報告書』では、ブランドの評価アプローチとして、インカム・アプローチ(特に、プレミアム価格法)を推奨し、コスト・アプローチは採択されなかった。これに対し、英国での実態調査では、コスト・アプローチを採用している企業が最も多く、プレミアム価格法を採用している企業は皆無であった。経済産業省・企業法制研究会『ブランド価値評価研究会報告書』, 経済産業省, 平成14年6月, 38-40頁。



図表3 ブランド資産の開示実態

単位：百万ポンド

	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年
キャドバリー・シュウェップス社	446	522	1,689	1,547	1,575	1,561	1,656	2,354
グランド・メトロポリタン社	2,924	2,782	3,840	3,884	—	—	—	—
ギネス社	1,395	1,395	1,395	1,395	—	—	—	—
ディアジオ社*	—	—	—	—	4,995	4,727	4,875	4,875
ラドブロック社 (現ヒルトン・グループ社)	377	277	277	277	277	277	277	277
ロンドン・インターナショナル・グループ社	40	40	36	32	32	32	—	—
レキット&コールマン社(現レキット・ベンキサー社)	682	1,296	1,273	1,145	1,135	1,187	1,489	1,584
ユナイテッド・ビスケット社	217	248	251	211	138	—	—	—
WPP 社	350	350	350	350	350	350	350	950
スミスクリン・ビーチャム社 (現グラクソ・スミスクリン社)	—	776	751	688	652	644	640	632
ダルジティ社	—	—	130	130	130	—	—	—
インチケープ社	—	—	—	—	22	19	—	—
ユニレバー社	—	—	—	—	—	—	—	1,211
合計	6,431	7,686	9,992	9,659	9,306	8,797	9,287	11,883
企業数	8社	9社	10社	10社	10社	8社	6社	7社

\* ディアジオ社はグランド・メトロポリタン社とギネス社との合併による存続会社である。

[出典] *Ibid.*, p.61, Table5.6. なお、本図表は一部を修正して示している。

## ② 資産計上の廃止とその理由

1998年～2000年の間で、4社がブランドの資産計上を廃止した。その理由は次のとおりである。<sup>(23)</sup>

- ① 企業グループの再編：1社（ダルジティ社）
- ② 子会社および当該ブランド資産の売却：1社（インチケープ社（Inchcape））
- ③ 規則的償却（なし崩し償却）の終了：1社（ロンドン・インターナショナル・グループ社）
- ④ FRS10の適用による会計方針の変更：1社（ユナイテッド・ビスケット社）

このように、FRS10の公表が会計方針の変更の理由であることを明示していたのは1社にすぎなかったが、FRS10の公表がブランド会計に少なからず影響を与えたことは容易に想像できる。

### ③ 企業買収の実態

また、ブランドの取得については、「図表3」から、次のことがわかる。<sup>(24)</sup>

- ① 1995年にブランドの価値が対前年23億600万（＝99億9,200万－76億8,600万）ポンド増加している。これはグラント・メトロポリタン社によるペット社（Pett）の買収、およびキャドバリー・シュウェップス社によるドクター・ペッパー／セブン・アップ社（Dr Pepper/Seven Up）の買収によるものである。
- ② 2000年にブランドの価値が対前年25億9,600万（＝118億8,300万－92億8,700万）ポンド増加している。これは、WPP社によるヤング&ルビカム社（Young & Rubicam）の買収、およびユニレバー社（Unilever）によるベストフーズ／スリムファースト社（Bestfoods/Slim-Fast）の買収が主要な理由によるものである。

これらの買収で注目すべき点は買収価格に占める無形資産の金額の大きさ

---

(23) *Ibid.*, p.60.

(24) *Ibid.*, pp.60-63.

図表4 企業買収の実態

単位：百万ポンド

		暖 簾	ブランド	無形資産合計	その他資産	買入対価
1995年の ケース	ベット社	690	1,067	1,757	17	1,774
	ドクター・ペッパー／ セブン・アップ社	564	1,132	1,696	64	1,760
2000年の ケース	ヤング&ルビカム社	2,819	624	3,443	-464	2,979
	ベストフーズ／ スリムファースト社	26,651	1,166	27,817	2,744	30,561

[出典] *Ibid.*, p.61, Table5.7.

である。客観的にみても暖簾やブランドを取得するために巨額の対価が支払われている。例えば、ユニレバー社は、2000年だけでブランドが12億1,100万ポンド増加している。

また、「図表4」は上記の企業買収の具体的な内容を示したものである。1995年のケースは、ブランドの価値が暖簾の価値を大幅に上回るのに対し、2000年のケースは、逆に、暖簾の価値がブランドの価値を大幅に上回っている。1995年のケースは、FRS10の公表前に実施されたものであるのに対し、2000年のケースは、FRS10の公表後に実施されたものである。FRS10の公表が、企業のブランドの資本化政策に少なからず影響を与えたことは明かであると思われる。

#### ④ ブランドの資産計上の意義

「事例3」は、FRS10の公表前後のブランド資産の開示例を示したものである。

英国では、ほとんどの企業はブランドを暖簾の中に含めている。概念的にも実務的にも、ブランドは暖簾と分離して認識するのが望ましいが、英国では、FRS10の公表によって、ブランドを分離して認識する流れが止まってしまった<sup>(25)</sup>といつてよい。「事例3」から明らかのように、例えば、ユニテッ

事例3 ユナイテッド・ビスケット社の公表財務諸表(抜粋)

(a)

貸借対照表		1997年	1996年
固定資産		m£	m£
無形資産	注記7	137.7	210.6
有形資産	注記8	532.3	645.3
投資等	注記10	13.5	13.3
		683.5	869.2

会計方針 公正価値が当企業集団の取得日に購入ブランドに付されている。それらは無形資産とされている。当該評価額はブランドの収益にブランド力によって決定される要因を乗じることで算定されている。これらの資産については、償却は行わないが、取締役は毎年その価値を見直し、その価値が永久に回復しないと認められる場合は、原価の切り下げを実施する。

注記7：無形資産		1997年	1996年
ブランドの取得原価		m£	m£
期首		210.6	251.0
修正額		(17.8)	(13.3)
処分額		(55.1)	(27.1)
期末		137.7	210.6

(b)

貸借対照表		1998年	1997年
固定資産		m£	m£
無形資産	注記7	45.5	—
有形資産	注記9	592.6	532.3
投資等	注記11	10.6	13.4
		648.7	545.7

会計方針：無形資産 過年度損益修正 FRS10は、無形資産の認識・測定および当該資産から次年度以降に発生する収益について、新たな要請を導入した。取締役は、無形資産が、暖簾との区別にあたり、FRS10の厳密な要請を

充足できる十分に信頼できる区別は不可能であると判断した。したがって、ブランド価値は暖簾の中に含まれている。また、過年度に取得した暖簾の会計処理との一貫性を保証するために、1998年以前に取得したすべてのブランドは暖簾の中に含め、過年度損益修正として積立金と相殺処理されている。

注記7：無形資産

	暖 簾
	m£
期中の取得額	46.7
当期の償却額	<u>(1.2)</u>
正味簿価(1999/1/2)	45.5

[出典] *Ibid.*, p.62, Figure 5.3. (下線部は筆者)

ド・ビスケット社では、1998年の年次報告書で、ブランドを分離して認識する会計方針（「事例3」の(a)）から、暖簾に含める会計方針（「事例3」の(b)）に変更されている。その理由については、ブランドの「測定の十分な信頼性」というFRS10の要請を充足しないためとされている。

これに対し、ブランドの資産計上の重要性を認識している企業もある。例えば、アエギス社（Aegis）では、2000年の年次報告書に、次のような記載がみられる。<sup>(26)</sup>

「マーケット・ファクツ社（Market Facts）の買収による暖簾のケースでは、取締役は、ブランド力、市場での地位、長期的な収益力によって、当該暖簾は無限の経済的耐用年数を有し、ブランド価値を高める能力を立証していると考えている。会社法は暖簾の有限期間内での償却を規定しているが、当社の財務諸表は真実かつ公正な概観を提供するために、その規定を敢えて無視した。」（下線部は筆者）

このように、アエギス社では、ブランドを資産計上するのに、暖簾の中に含めるという会計方針を採用する一方で、20年という経済的耐用年数につい

(26) *Ibid.*, p.63.

て反証を掲げ、ブランド資産の「非償却」の正当性を主張している。

#### (4) その他の無形資産

##### ① 著作権

著作権 (copyright) には、「出版権 (publishing rights)」、「タイトル(新聞タイトル (newspaper titles) を含む)」、「音楽著作権 (music copyright)」、「肖像権 (exhibition rights)」等が含まれる。調査対象企業 (2000年) のうち、著作権を資産計上した企業は、次の6社であった。<sup>(27)</sup>

- ① 資産計上し減損テストを実施した企業：1社 (トリニティ・ミラー社 (Trinity Mirror))
- ② 資産計上し規則的償却を実施した企業：5社 (EMI社, デイリー・メール&ジェネラル・トラスト社 (Daily Mail & General Trust), カールトン・コミュニケーションズ社 (Carlton Communications), リード・エルセヴィア社 (Reed Elsevier), ユナイテッド・ニュース&メディア社 (United News & Media))

このうち、トリニティ社 (現トリニティ・ミラー社) の事例では、1998年に、FRS10の規定を充足しないという理由で、従来、資産計上していた自己創設の著作権 (新聞タイトル) について、会計方針を変更し、資産計上を断念している。ここで、新聞タイトルの資産計上に関するポイントは、「容易に確認できる市場価値」の存在である。同社の新聞タイトルは6億2,500万ポンドの価値を有するものの、当該市場は活気のない市場であることから、その「測定の信頼性」に疑義があるとしている。この事例は、無形資産の「測定の信頼性」が、無形資産の資産計上を阻害する要因となりうることを示している。<sup>(28)</sup>

---

(27) *Ibid.*, p.64.

(28) *Ibid.*, p.64.

英国の無形資産会計（河崎照行）

しかし、1年後、トリニティ社は、ミラー・グループ社（Mirror Group）を買収し、トリニティ・ミラー社となった。その結果、上記の自己創設の新聞タイトルもトリニティ・ミラー社の連結財務諸表で、再度、資産計上されることとなった。

このように、FRS10の公表前は資産であった「著作権（新聞タイトル）」が、FRS10の公表後には資産でなくなり、そして、再度、資産に計上されるという結果になっている。つまり、「検証可能な取引ベースの原価」（verifiable transaction-based cost）という資産の認識要件が、自己創設の「著作権（新聞タイトル）」の価値を否定することになるが、取引事象が存在するだけで、同じものが資産計上されるという結果になっている。<sup>(29)</sup>

## ② ライセンスおよび土地使用权

調査対象企業（2000年）のうち、ライセンスを資産計上した企業は、次の7社であった。<sup>(30)</sup>

- ① 薬局ライセンス（pharmacy licences）：1社（ユニチャーム社（Unichem）、ジェイ・セインズバリ社（J. Sainsbury））
- ② 賭け店ライセンス（betting office licences）：1社（ラドブローク社）
- ③ 探査ライセンス（mineral exploration licences）：1社（エンタープライズ・オイル社（Enterprise Oil））
- ④ 販売権（distribution rights）：1社（ドゥ・ラ・ルー社（De La Rue））
- ⑤ オペレータ・ライセンス（operator licences）：1社（BFNL社）
- ⑥ 電話網ライセンス（telephone network licences）：1社（ボーダフォン社（Vodafone））

ライセンスおよび土地使用权（concessions）の会計実務は不統一である。

---

(29) *Ibid.*, p.64.

(30) *Ibid.*, p.66.

例えば、ピアソン社 (Pearson) では、これらを暖簾から分離して資産計上していないのに対し、ラドブローク社 (現ヒルトン・グループ社 (Hilton Group)) では、ライセンスを資産計上し、減損処理を行っている。同社の年次報告書 (2000年) には、次のような記載がみられる。<sup>(31)</sup>

「ベルギーの法律改正により、スロット・マシンの運営について、当企業集団における将来の経済的便益の発生可能性に疑義が生じたため、ベルギーに関するライセンスおよび同国にある有形固定資産について、2,560万ポンドの減損を認識した。」(下線部は筆者)

また、同社は、FRS10の公表後も、「ヒルトン・インターナショナル」のブランドを資産計上していた。しかし、FRS10の規定に適合させるために、ブランドは割引キャッシュ・フロー、ライセンスは取得原価で評価しており、無形資産会計の実務に必ずしも一貫性がみられていない。<sup>(32)</sup>

### ③ 特許権

特許権 (patents) は、英国では、「無形資産」に含めて、総称的に記載されるケースが一般的であるとされる。調査対象企業 (2000年) のうち、特許権を資産計上した企業は、1社 (ロンドン・インターナショナル・グループ社) にすぎなかった。同社は、特許権を資産計上するとともに、予想される特許権の耐用年数 (当該特許の利用による製品の販売期間) にわたって、販売量を基準に償却を実施していた。<sup>(33)</sup>

### ④ ソフトウェアおよびデータベース

調査対象企業 (2000年) のうち、ソフトウェアおよびデータベースを資産

---

(31) *Ibid.*, p.66.

(32) *Ibid.*, p.66.

(33) *Ibid.*, p.66.



英国の無形資産会計（河崎照行）

計上した企業は、3社（インベンシズ社（Invensys）、グレイト・ユニバーサル・ストアーズ社（Great Universal Stores）、ICL社）であった。

情報化社会を迎え、今後、ソフトウェアおよびデータベースの開発に関するコストを資産計上するケースは、ますます多くなるものと予想される。しかし、ブリタニア・ソフトウェア社（Britannia Software）はWebサイトを資産計上することを試みたが、ASBに拒否されたとされる<sup>(34)</sup>。

## ⑤ 開発費

開発費（development expenditure）に係る自己創設無形資産は、SSAPI3『研究開発の会計』<sup>(35)</sup>に従って、一定の条件のもとで繰延処理される。実態調査によれば、1993年には、開示企業は9社であったが、2000年には、4社（バブクック・インターナショナル社（Babcock International）、カールトン・コミュニケーションズ社、セキュリコール社（Securicor）、タムス・ウォーター社（Thames Water））に減少している。

## ⑥ 調査・探査費

調査・探査費（exploration expenditure）は、状況に応じて、有形資産にも無形資産にもなりうる。つまり、当該支出は、例えば、鉱物資源の発見に結びつくかどうかによって、資産の性格が規定されることになる<sup>(36)</sup>。実態調査によれば、調査対象企業（2000年）のうち、調査・探査費を資産計上した企業は、BPアモコ社（BP Amoco）など4社にすぎなかった。

---

(34) *Ibid.*, p.67.

(35) ASC, *Statement of Standard Accounting Practice No.13(SSAPI3), Accounting for Research and Development*, Accounting Standards Committee, December 1977, Revised January 1989.

(36) *Ibid.*, p.69.

## V むすび

本稿の目的は、英国における「ブランド論争」を概観し、英国における無形資産の開示実態を浮き彫りにするとともに、FRS10が無形資産の開示実務に与えた影響について考究することであった。本稿での議論を要約すれば、次のとおりである。

- ① 英国における無形資産会計の論争は、暖簾以外の無形資産について、具体的に規定した会計基準が存在していなかったことに起因する。つまり、SSAP22の規定上の不備が、買入暖簾からブランド（買入ブランド）を分離して認識し、貸借対照表に資産計上するとともに、規則的な償却を実施しないという企業行動を醸成することとなった。
- ② その結果、「暖簾と無形資産」に固有の会計基準であるFRS10が公表された。FRS10では、(a)買入暖簾については、「測定の信頼性」を条件に、その資産計上を容認する一方、内部創設暖簾（自己創設暖簾）については、その資産計上を容認しない。(b)無形資産については、その価値が「信頼性をもって測定」できる場合、暖簾とは別個に資産計上を容認することとなった。
- ③ 実態調査によれば、1998年（FRS10の公表）を境に、無形資産の開示企業数に、次のような顕著な変化がみられた。
  - (a) 1998年以降、暖簾（買入暖簾）の開示企業数が、爆発的に増加していること。
  - (b) 1998年以降、わずかではあるが、増加傾向にあったブランド資産の開示企業数が減少傾向に転じていること。これらのことから、FRS10の公表が無形資産（買入暖簾とブランド）の開示実務に重大な影響を与えたことは明かである。
- ④ 特に、FRS10は「測定の信頼性」を要請することにより、会計実務に

英国の無形資産会計（河崎照行）

おける安易な自己創設無形資産の資産計上を抑制（規制）することになったため、英国における無形資産会計の実務は、ある意味で、一步後退してしまった面が否定できない。