
人間資産の無形資産としての 認識と評価

野 口 教 子

1. 社会的意義と有用性

1) 企業情報の必要性

企業情報の意義は社会経済の変遷とともに変貌を遂げてきている。企業利益の極大化に視点がおかれていた時代は、財務諸表に開示される数値そのものが重要な企業情報として認識されていた。しかし近年、利害関係者の視点は企業利益の極大化よりも企業が負うべき社会的責任に移行しつつある。この社会的責任については、現行の財務諸表に開示される数値では推し量ることができず、その開示される会計数値による企業評価との間に大きな隔たりが生じるようになった。

しかしながら、企業の社会的責任の明確な意義は示されているかと言うと、そうでもない。現在この社会的責任について、企業が独自の方法で開示を進めているが、(いわゆる従来の財務報告のほか、企業や商品の環境に対する取り組みに関する情報など、さまざまな方面からの開示がなされている；たとえば IR 活動) それらの内容や方法については統一化されているわけではない。これは、企業をとりまく経済環境の変化がその必要性を絶えず変化させているうえ、拡大化傾向にある状況では、現時点におけるそれぞれ利害関係者の視点がいずれにあるかということが重要であって、統一化の必要性は

ないという考えのためである。しかしながら、企業の社会的責任評価にある程度の共通性が認められるならば、企業間比較がより明確となり、情報利用者にとって一層の効果が期待できるに違いない。

2) 社会的責任評価の目的

企業の経済社会での存在理由はその社会的役割にあるといわれている。IT (Information Technology) 化社会という転換期をむかえ、企業活動は経済的側面、規制問題等の法的側面、リストラクチャリングにみる組織的側面と日々刻々めまぐるしい変化に応じてさまざまな問題が生じている。これらに対し、これまでの伝統的会計制度では十分な満足はいく対応ができないという事態を引き起こしているのである。そして、経済活動の進展とともに企業の目的がグローバルな経済目的の中に組み込まれてしまった結果、企業活動が外部に与える影響力もきわめて大きくなっていると考えられ企業が果たすべき責任に大きな期待が注がれるようになったのである。

企業が社会的に存在し得るために課せられた基本的役割には、生産と分配がある。社会的責任の達成度をこの二つの役割についての評価とするならば、その評価を下すのは利害関係者いわゆる情報利用者である。その評価は、それぞれの情報を必要とするそれぞれの利害関係者のおかれている立場により一定ではない。(生産と分配の平衡が必ずしもベターというわけではなく、さりとていずれか一方にかたよっていることが必ずしも求められる訳ではない。)となれば、情報利用者によりその有用性が左右されるのであれば、それぞれの役割についての報告(開示)が重要な意味を持つてくるのであり、それがまさに企業における社会的責任評価の主要な目的となるのである。その目的を遂行するのが企業を構成する「人」「組織」なのである。

この場合、全ての情報利用者のニーズにあった情報開示の困難性は明白で、さらに現在の会計制度では網羅しきれない情報は多大である。なかでも「人」に関する情報は、特に会計分野においては非常に希薄であるといわざるを得

ない。

企業は財務的な資本を必要とするのと同時に人間資産も必要とする。これは機械化が進展しても、情報化が進展しても本質的に変化しない部分といえよう。従って、企業状態を適正に把握するためには、物的形態のほか無形物形態についての情報をも必要とするのである。無形物形態のうちいくつかは無形資産（暖簾、工業所有権など）として現行制度による財務諸表に開示されてきたが、人間資産についてなんら対処がなされていないことは、真の意味での企業状態が開示されていなかったといえよう。

2. 人間資産の範囲と研究

企業が経営活動を遂行する上での必要な資源は「ヒト」「モノ」「カネ」「情報」である。これらの持つ生産能力（capacities）は企業の目的達成のためにさまざまな形態で存在し、その存在場所により「内部的資源」「外部的資源」とに区分される。この内部的資源が前者の「モノ＝物的資源」, 「カネ＝財務的資源」, 「ヒト＝人間資産」, 「情報資源」である。

人間資産は物的資源、財務的資源、情報資源を企業活動の上で管理・統制する役割を担い、従業員から経営者に至る個々人だけでなく、彼らが構成員としてなる組織も含むものとする。企業にあって、それぞれの資源を獲得・利用・管理まで一連の営業活動そのものをコントロールしているのが人間資産なのである。この人間資産こそが企業経営遂行の中枢であり、企業の盛衰を握る企業資産なのである。

人間資産は企業における従業員である個々人と、これらが構成要素となって集合した組織とに区分することができる。個々人の人間資産としての特質は適性・技量・経験などの形で表われ、組織としての特質は、リーダーシップ・チームワーク・協働関係などとして具体化される¹⁾。これらの無形部分を人間資産の範囲としたうえで企業間競争原理の社会では、優れた人材確保

及び適正な配分が競争優位を導き、有効な人的資源管理・利用が企業経営の将来的発展を保証するのである。その意味でも、人間資産に関する情報は必要不可欠なものとなるのである。

人間資産会計の研究で有名なものは、ミシガン大学における Rensis Likert²⁾の研究プログラムで R. Lee Brummet, William C. Pyle, Eric G. Flamholtz等のグループによるものが挙げられる。しかし、最初から人間資産会計としてその研究が始まったわけではなく「労働意欲管理」という「人」に関する研究として、18世紀末期から19世紀初期までの産業革命に遡る。労働意欲を高めるための施策として、初期は時として暴力的方法にも及んだと言われているが、合理化され「科学的」に管理施策としてなされたのが、F. W. テーラーによる「科学的管理法」である。この特徴は、従来の単純出来高制度から差別的出来高制度をとることにより労働意欲を向上させたことである。

第一次世界大戦を経て、労働者の人間性を尊重する管理に変化していったのが1920年代から1930年代にかけて形成された「近代労務管理」である。1914年から4年間続いた第一次世界大戦による著しい労働不足から、労働能率増進を図るために科学的な研究が行われたのである。さらに、テーラーにより創設された科学的管理理念が戦時中の計画的生産の必要を機として欧米に普及したことが人間関係論へと発展していったといわれている。この人間性尊重という理念に、産業心理学、社会心理学の研究発展が結びついたのが人間関係論として有名なアメリカでのホーソン実験(Hawthorne Experiment)である。

初期人間関係論は人間性の尊重はしているが、人間の意識が動的・流動的であるという認識に欠けるという欠点を持つことから、1960年代に入り、組織行動学が確立することとなる。人間が構成する組織における人間行動を科学的に分析し、経営戦略に役立てようとするものである。

このような一連の人間関係論の登場が企業経営における組織内の人間資産問題へのアプローチとなり、人間資産会計研究が始まったのである。人間資

産会計は単に伝統的会計学の延長線上で出現したというのではなく、人間関係論、つまり社会心理学・行動科学・経営学・経済学といった相乗的研究成果の上に展開されてきたのである。

1973年、アメリカ会計学会（American Accounting Association：AAA）において「人間資産会計に関する委員会報告書」が公表され、同報告書の中³⁾で人間資産会計とは「人間資産に関するデータを確認し、測定し、この情報を利害関係者に伝達するプロセス」と定義している。さらに人間資産会計の目的は、組織に関して内部者及び外部者がおこなう財務的意思決定を質的に改善することであると述べている。企業の経営管理姿勢のなかで必然的に生じた科学的管理法の一つであるとされ、おおよそ次の三点を指摘している。①企業内の人間資産の原価と価値の測定。②これら測定方法の企業内実践とシステム化。③人間資産会計システムの人間資産に対する行動科学的影響の認識。

この③は、従業員および彼らが構成する組織の人間資産会計システムが及ぼす影響の研究であり、企業会計にはない人間資産会計の特徴部分であると言えよう。

当初人間資産会計は会計というよりも人間資産という資産そのものへ向いていたと言われている。Rager H. Hermanson は早くから人間資産に関する会計に興味を持っていたが、人間資産会計の先駆的研究者に Rensis Likert の影響を受けた研究者は数多い。

1970年代に人間資産会計は会計学のなかでも注目されるテーマとなったのにもかかわらず、1980年代はその注目度は低くなっていった。この間、大勢の研究者により人間資産の価値測定方法が考案され、財務会計ベースモデルが発表され、当時実際に導入した企業もあった。しかしその測定方法の多様性あるいは困難性からか、一般的に普及するまでには至らなかった。

人間資産会計はわが国においても1970年代から研究が始められた。日本会計研究学会においても1969年から1970年にわたりスタディグループによりさ

さまざまな角度から「人間資産会計に関する研究」が行われた。そして、人間資産会計の真の目的は「…人間資産会計情報を通じて、企業の経営者に対しては組織のあり方や人事政策の核心にふれた重要性を示し、また利害関係者に対しては、人間資産の状況や経営者の人間資産に対する取扱い方を正しく評価せしめることによって社会的プレッシャーとして、経営者に間接的に人間資産に対する正しい取扱い方を促すことにより、結果において企業内の人々にやる気をよび起こし、生き甲斐をもたせ、その結果として企業の経営効率の向上を期待しようとする点にある。」⁴⁾とされている。

3. 測定評価の可能性

本稿での測定方法の可能性とは、人間資産価値とは人間としての人格的価値を意味するものではなく、企業の一構成要素たる資産としての人間資産の企業経営目的遂行に貢献しうる能力を意味するのであることを前提に論じることとする。

現行の会計制度では、人間資産に対する投資額や用役の費消に対する支出額は一般的に、一部（未払や前払）を除き投資・支出が行われた期において費用化される。これは人間資産のもつ労働力という給付の提供の有無を問題としているのであって、その効果の発現そのものには何ら考慮がなされていない⁵⁾ことを意味している。人間資産に対する支出は、将来にわたり便益を受けるための用役取得に対して投下された投資と考え、便益を享受したときに費用計上すべきであり、また、将来便益を受ける部分については資産として取り扱うことは、企業会計上合理的である。

しかし、たとえば教育訓練費・人材開発費科目のように投資額（支出額）が明確に把握できる部分については、その投資額に対する収益貢献度として貢献期間にわたり繰延経理的な処理が理論的には可能であるが、実際のところ貢献期間については業種・職種・企業規模等さまざまな理由によりその特

定は困難を極める。

さらに人間資産には、組織的な貢献部分や個人であってもたとえばリーダーシップの発揮による収益貢献部分（投資額以上の対効果部分でありいわゆる増価部分）といった見えざる部分にも収益獲得能力がある。

この部分をいわゆる「見えざる資産＝無形資産」（特に自己創設暖簾と同レベル観点での無形資産）と認識し、企業会計の観点からバランスシートに資産計上するためには、いかなる価値評価アプローチが可能であるかを考察する。

1) 過去研究された人間資産価値評価および問題点⁶⁾

① 支出原価法（outlay cost method）

人間資産の現在価値や増減変動などを人間資産の獲得・形成・開発に要した実際の支出額をもって測定する方法。この測定認識の基礎には獲得・形成・開発のために支出した金額は、それによって新たに獲得、形成された人間資産、あるいは支出によって開発され質的に高められた人間資産の現状を表すという考え方にある。したがって人間資産の獲得・形成・開発が行われた時点において、そのための投資額が人間資産を現在の就業状況におく要する経済的犠牲を表していると考えられる。

これは、物的、財務的資源評価における歴史的な原価主義を人間資産会計に当てはめた方法である。よって、一定の償却方法に従い経済的減価等の計画的償却計算が行われることになる。

人間資産の獲得・形成・開発した時点においては、支出額が人間資産を現状におく要する経済的犠牲を表すという考え方は妥当性を持ち、実際の支出額に基づく額であるから、検証可能性、客観性、信頼性が大きく、さらに、物的および財務的資源と同一の評価基礎による測定であるので、一元化が図られることによる合理性も伺える。しかし、この方法で問題になるのは、投資と考えられる支出額は人間資産の価値を形成するわけではないところにあ

る。つまり当該投資によって人間資産価値の質的あるいは量的な増加は生じるであろうことは否定できないが、その価値増価部分が投資額に等しいということは立証ができないという欠点がある。さらに人間資産は全体を企業の資源として所有権下に置くことが認められないということも大きな問題点である。となれば、獲得・形成・開発のための投資額は、人間資産そのものの全体的価値を表しうるものではなく、企業の構成メンバーとして機能しうるために必要な能力、技術、協働状態を創出するために必要とされた支出という意味、つまり企業環境整備のための費用に過ぎないという結論になってしまうのである。

さらにこの測定方法によると、評価基礎が歴史的原価を基礎としているために、投資時点における経済的犠牲を表すのであって、投資以降の、いわゆる時の経過により人間資産帳簿価額の表す意味が失われていくことになる。また、貨幣価値変動時においても同様な問題を生じることになる。よって、人間資産の真の価値評価額を表しえないものになってしまう。

② 取替原価法 (replacement cost method)

人間資産の現在の状況、その増減変動などを人間資産の測定時点におけるその取替に要する支出額見積りにより測定する方法。従業員を測定時点において募集、採用、教育、訓練し、現在と同じ能力水準において機能することができるようにするために必要とされるであろう支出原価の見積り額を意味している。すなわち、測定時現在における募集費、採用費、教育費、訓練費などの現在支出原価を見積り、これらを合計することによって、従業員個人の現在取替原価が測定される。これは、個々人が構成する組織についても同様に考えるものとする。

この評価方法の基礎にあるのは、企業の所有する資源価値は人的・物的を問わず、これを獲得する市場において成立しうる価額によりあらわされるという考え方である。

この方法は、測定時点における獲得・形成・開発の要する支出原価の見積額をもって人間資産の評価額とするのであるから、常に測定時点における人間資産確保の経済的価値犠牲を表すことが可能となる。しかし反面、人間資産の獲得・形成・開発に要する支出原価の見積りには困難性があり、その測定値の信頼性については、見積もりであるが故の測定者の恣意的判断介入を避けられない状況が存在する。これを払拭するには、市場における経済事情全体を常に調査し続ける必要がある点で測定の煩雑性が伺える。

さらに、支出原価法で挙げた点と同様、人間資産への現在支出額をもって、その評価額をあらわすものではないという問題がある。したがってこの測定方法では、現在における人間資産取替のための支出見積額（現在調達価額）は、人間資産に付着するものであるとみなすことが前提条件にあることを忘れてはならないのである。

③ せり価格法 (competitive bidding method)

この方法は、物的財産の競売におけるせり値のつけ方を人間資産評価に適用したものである。経済的な機会原価概念を用いて価値を決定する方法である。

人材市場が開かれて、ある従業員がせりの対象となり、最高のせり値 (bidding price) をつけた投資部署が当該人間資産を獲得でき、当該せり値が投資獲得価額となる仕組みである。この場合、人間資産を評価することと人間資産を最も大きな利益性ある部署に配置するという基本的なスタンスを前提としており、投資部署の管理者に、損益計算書の見地と貸借対照表の見地の双方からの展開とともにこの見地を全社の方針に関連付けるためのフレームワークを提供する意義を持つことを基礎的な考え方としている。

現在一部の企業で採用されている、社内公募制度（(株)ミスミ）、社内人材マーケット制度（東京電力）、社内 FA 制度（大丸）などは、このせり価格法に類似した方法である。従業員の希望職種や自分の長所を希望先に売り

込む方法は、優秀な人材が埋もれがちな大組織の弊害を打ち破る試みとされている。

この方法の導入により、希少性を持った人間資産の適正な配分とその利用を保証することになり、さらにその価値を維持し、高める結果になる点に長所が見出せるとしている。すなわちこの方法の妥当性よりも導入にかかる経営管理上の利点が強調されているのである。

しかし、せりにより獲得された人間資産は、獲得した部署の事業資産に含まれることとなり、この人間資産を用いた利益の獲得が要求されることとなれば、当該人間資産に対し支払われる給料は利益計算から除外されなければならないことになるにもかかわらず、給料は費用であるという事実を否定することができないという矛盾が生じる。さらに、埋もれがちな人材発掘にはつながるものの、せりにかけられる個人以外の人間資産評価がなされることがなく、企業内全体の人間資産評価とならない点が問題となる。つまり、せりを展開するにあたっての考慮すべき制約条件は非常に多く、人間資産の適切な配分、有効利用を前面に出しても、あくまでもこの範囲内でのものであるのでかなり限定された評価となり、企業間比較についての考慮があまりなされない評価額を提供することになってしまう。

④ 経済価値法 (economic value method)

企業の経済価値を将来において企業が稼得する利益に基づいて見積り評価し、その中に占める人間資産の割合を求め、これをもって人間資産の評価額とする方法。企業の経済価値は企業の将来収益力の予測値を現在時点に割引いたものとして測定される。人間資産価値をその広義の生産能力に基づき測定するといった経済理論的な評価方法である。Baruch Lev および Aba Schwartz の提唱による方法がこれに該当する。

この方法は、将来利益および持続期間の見積りに恣意性の介入等、困難が伴う問題がある。

⑤ 修正現価法 (adjusted present value method)

Roger H. Hermanson が提唱した2つの方法のうちの1つ。(他方は以下に記述の⑧自己創造暖簾法) 5年間の業績の加重平均を求め、これを用いて次の5年間にわたる期待賃金支払額の現価を修正するものである。つまり、きたる5年間の将来賃金を決定し、最近における所有資産に対する経済的利益率をもって割引計算をして、これに別途計算した能率比率を乗じ、両者の積をもって人間資産の現在価値とする方法であり、将来における賃金支払額の流れを持って人間資産の稼得した成果に対する利益の配分額とみて人間資産価値を測定するものである。

この方法は人間資産の貨幣価値的評価にとどまらず、人間資産の効率的な利用と管理とを指向し、促進するという意味で効率的な配分に役立ち、かなり信頼性の大きい数値であり合理的であるといわれている。さらに、利益獲得能力を有する人間資産の測定が標準化されることから、企業間比較の可能性が高まるとされる。しかし、見積りに関するその期間の妥当性については問題が多い。

⑥ 給与還元法 (capitarization of salary method)

企業の経営者および従業員個々人につき、定年退職時までに支払いが予想される給与所得の流れを一定の割引率を用いて計算し、それぞれの現在価値を求め合計し人間資産価値とする評価方法である。

わが国独特の年功序列型賃金体系を基礎としてこの評価方法を適用すると、人間資産価値は高く評価される傾向にあり、現実との差には開きが出てしまう可能性が高い。また、給与の範囲についての定義を明確にしないと、企業間比較の上で問題が生じる。実力主義を採用する企業が増加するなか、この方法はその合理性を損なう方向に向きつつある方法となってしまった。

⑦ 暖簾評価法 (goodwill method)

営業譲渡などに伴う暖簾評価方法を人間資産の測定に適用したものである。いくつかの暖簾評価法のうち、本稿ではパーチェス法を取り上げる。

当該企業の収益力が、同種企業の平均収益力を超過する部分、つまり超過利益もしくは過去の利益を暖簾すなわち営業権として把握し、一定の比率を用いて人間資産に配分する方法である。暖簾の人間資産への配分帰属額をもって人間資産の測定額とする。

この方法は、物的・人的を問わず企業の保有する資源の価値は当該資源の稼ぎ出す産出物により決定されるという考え方が前提にあり、企業が過去に獲得した純利益または超過利益をもって、これをもたらした原資である人間資産の価値を測定しようというものである。人間資産の価値は将来にわたり当該企業に収益をもたらす潜在能力を有するという収益価値的な考え方にたっており、計算が比較的容易で、伝統的会計において一般に妥当と認められている方法でもある。

しかし、超過利益算定におけるの妥当な正常利益の意義や、資本利益率の決定に関する諸問題をも含んでいる。さらに、超過収益の継続期間の適正な年限の推定も困難を極める。

このほかに、資本還元法 (capitalized method) があげられる。企業の利益を一定の利回りによって資本に還元し、これにより企業の純資産を差し引いて暖簾価値を算定し、これに人間資産投資率のような一定の比率を適用して人間資産価値を測定する方法である。

この方法は、企業の資本は通常の方法で運用すれば、正常利回りだけの利益が得られるから、逆に過去の利益を正常利回りでもって資本還元すれば、利益をもたらす元本としての資本価値が得られるというもので、これが企業の純資産額を超える額を暖簾価値額とする考え方である。しかしこの方法も上記方法と同様の問題点を抱えている。

⑧ 自己創造暖簾法 (unpurchased goodwill method)

Roger H. Hermanson 提唱のもうひとつの方法。この評価法を展開するにあたり、Hermanson は二つの資産概念を説明している。一つは所有資産という概念で、分離決定されうる市場価値を持ち、直接利用や他の形態に転換可能な資産と定義している。もうひとつの資産は、操業資産と名付けられるもので、企業により所有はされていないが稼働されるすべての希少性ある資産（たとえば、企業のもつ高度に訓練された販売能力）としている。この分類は人間資産の資産性を語る上で非常に重要な意義を持つもので、人間資産はこの操業資産として取り扱われるとした上での評価方法である。⁷⁾

この方法は、企業の平均的利益に対する超過収益力を資本還元することによって人間資産価値を測定するものである。（前述の暖簾評価法のひとつである。）さらに所有資産の評価を企業間において比較可能な評価基礎とするために、歴史的原価基礎ではなく現在市場価値の採用を主張する。それを主張する理由は、この価値が経済的な機会原価の概念に相当するものであり、市場価値は資産の利用者に対する価値を表し得るもので、その売却価値を示すものではなく、さらに、当該資産を所有・支配している利用者に対し、資産が提供することのできる将来用役の最大価値を示すものであるという考えによるものである。

この評価方法によると、利益見積額の資本還元計算において恣意性を排除し、検証可能性を重視するところから1年だけの純利益のみを用いながら、他方では恣意性の介入しやすい平均利益率を使用するといった矛盾が生じている。また、操業資産と人間資産をまったくのイコールとしてみることや、プラスであれマイナスであれ超過収益を生み出す原因の多様性から、数値をそのまま人間資産評価額とするのには問題がある。

⑨ 行動科学変数法

Institute of Social Research が開発した企業における人間資産の現在価値

(current value) を測定する方法。この評価方法による人間資産の現在価値とは、人間資産がある時点において有する潜在的能力を評価し、これに対して付された経済的な評価価値を表わす。この価値は人間資産に対する投資とは別個の範疇に属する概念とされる。企業の間人組織を原因・中間・結果の3つの変数により把握し、定期的に測定し、統計的手法を用いて分析する方法であり、変数と原価・収益との結果変数との相関関係を計算した上で将来の収益力の趨勢を予測し、現在価値に割引く方法である。

この評価方法は他の手法と比べ、多くの努力と長い年月の準備期間を必要とする。当然それに伴う費用支出も必要とされるという欠点を持つ。

2) 評価のアプローチ方法

人間資産会計の研究において提唱されてきたさまざまな評価方法を簡単に上述したが、個々の評価方法をベースに無形資産全体の価値評価を類型として区分すると、大きく分けてコスト・アプローチ、マーケット・アプローチ、インカム・アプローチの3つに分類され、以下のような特質を持つ。(表1参照)

① コスト・アプローチ(cost approach)

取得に要したコストをもって無形資産の価値とみる方法。この方法は客観的な評価が容易に行なえる。対価として支払った金額や人材開発などに要したコストは、会計記録から比較的簡単に集計・計算が可能である。

しかし、どの程度の範囲までを取得に要した資産とするかという基準をはっきりしておかないと、真の客観性は保つことができない。さらに、無形資産がもたらす将来の利益やリスクを必ずしも反映しないという欠点もある。

② マーケット・アプローチ(market approach)

時価 (current value) に基づいて評価する方法で、将来の利益やリスク

表—1 無形資産の評価アプローチ

差分評価アプローチ		算定方法：「時価総額－純資産簿価」 長所：客観性があり，計算が容易 短所：対象となる資産別要因の分離が困難
分 類 評 価	コスト・ アプローチ	支出原価アプローチ 算定方法：資産に対し支出した総額 長所：算定が容易・検証性に優れている 短所：コストと資産価値との対応関係が不明確
		取替原価アプローチ 算定方法：資産を再取得するとした場合の総コスト額 長所：市場価値の考慮が可能 短所：類似資産の探索が困難
		将来原価アプローチ 算定方法：将来見込まれる支出総額 長所：毎期支出額の対応が明確 短所：算定根拠が希薄
ア プ ロ ア	マーケット アプローチ	類似取引アプローチ 算定方法：類似資産の実際の市場取引価額 長所：公正価値としての合理性 短所：類似資産データの入手が困難・客観性に乏しい
ブ ロ ク チ	インカム・ アプローチ	ロイヤルティ法 算定方法：資産を保有していない場合に支払う金額 長所：超過収益力測定の考え方に忠実 短所：データ入手の困難性
		プレミアム価格法 算定方法：資産がもたらす将来価格プレミアムを基礎 長所：超過収益力測定の考え方に忠実 短所：保有効果の全てが価格に反映するわけではない
		プレミアム利益法 算定方法：資産から追加的に生じる利益・キャッシュフローで評価 長所：資産保有効果を全て反映可能 短所：多様な要素の混在

『知的資産創造』2002年4・5月号より修正加筆

を反映し、しかも客観的な評価が可能。しかし、現状では無形資産なかでも人間資産については、その取引市場つまり人材市場が必ずしも整っているわけではない。よって、類似の取引による人間資産の市場価値を類推するのは困難である。

③ インカム・アプローチ(income approach)

無形資産が生み出す将来キャッシュフローの割引現在価値で評価する方法で、割引キャッシュフロー法 (discounted cash flow method) とも呼ばれている。この方法は、将来の利益やリスクを反映しているという点で優れているとされ、無形資産の生み出す利益を基に将来キャッシュフローを予測する。割引率については、無形資産から得られるキャッシュフローのリスクの大きさが考慮され設定される。具体的に言えば、リスクが高ければ高い割引率を設定し、リスクが低ければ低い割引率を設定する。割引率を高く設定すると現在価値は小さく計算される。つまり、リスクの高い資産価値は小さく計算されることになる。

しかし、将来キャッシュフローの予測や割引率の算定は容易でなく、主観的な見積りに大きく依存することになり、客観的な評価の困難性が欠点である。

将来のキャッシュフローを把握しやすい無形資産は通常はインカム・アプローチで評価される。反対にキャッシュフローを把握しにくい無形資産はコスト・アプローチが採用される。将来の経済的便益を生み出す源泉である無形資産である限りにおいては本来、インカム・アプローチで評価されることが望ましいとされている。

そのインカム・アプローチでも主として3つの方法があり、当該無形資産がもたらす効果の認識の相違によりその妥当性は分かれるものとなる。これは無形資産の有する価値要素の多様性にあり、それぞれを分別して把握することが困難であると考えられる。だとすれば、全ての要因を総合して評価す

表-2 プレミアム利益法

プレミアム利益法	利益乗数法：過去の無形資産から得られた利益に一定倍数を乗じて価値を算定
	利益還元法：将来の無形資産利益を一定の割引率で割引くことで価値を算定
	貢献利益算出法：利益に対する貢献度合いを求めることにより価値を把握
	利益分解法：顧客分類などにより、プレミアムの利益を分離して把握
	アンケート法：顧客に対するアンケートを通じ、市場における評価を把握
	機能分析法：内部の機能分析を通じて、価値への貢献度を把握
	外部取得指標活用法：企業外部から取得できるデータを用いて市場における位置づけとする

【知的資産創造】2002年4・5月号より修正加筆

るという観点から、プレミアム利益法の採用が実務的には妥当であろう。

さらにプレミアム利益法にもさまざまなアプローチ法があり、(表-2) 企業評価の考え方が正味現在価値方法の傾向にある現在では、将来キャッシュフローを基礎にした利益還元法がより整合的と考えられる。⁸⁾

さらに、人間資産に特定せず、無形資産についての評価方法研究として以下の方法が現在発表されている。(©・④についてはブランド評価)

④ニューヨーク大学、バルーク=レブ (Baruch Lev) 教授による「知識資本スコアボード (knowledge capital scoreboard)」の提唱は、株式時価総額とバランス・シート上の純資産との間の乖離は知識資産の非計上が原因であるということを出発点にその測定に着手した方法である。

まず過去3年間の実績利益と将来3年間のアナリスト予測利益それぞれ

をウエイト付けすることにより、経常的な収益力を算定する。次いで物的資産および金融資産の税引後利益率を想定し、これを経常的収益力から控除し「知識利益 (knowledge earnings)」を算出する。この知識利益の割引現在価値合計が「知識資産 (knowledge assets)」の価値と考える手法である。

⑧ノースウエスタン大学ビジネススクールでは、無形資産評価のプロジェクトによりその評価方法の研究を行なった。この研究によると、3年間の税引前利益と総資産の平均値を基礎として ROA を算出し、同種企業の ROA の平均を控除することにより超過利益率を算出する。次いで、その超過利益率を使い総資産に乗ずることにより超過利益額を求め、その超過利益額の割引現在価値を無形資産の価値とする方法を提唱している。

⑨Interbrand 社のインターブランド・メソッド (Interbrand Method) は、ブランドのセグメンテーションを行い、その各セグメントごとの将来の資本コスト控除後の営業利益を見積もり、それに指数化したブランドの果たす役割指標を乗ずることによって算出した値を現在価値に割引いた額をもって、ブランド価値とする方法である。

⑩一橋大学の伊藤教授による CB バリュエーター (Corporate Brand Valuator)⁹⁾によると、ブランドが将来生み出すキャッシュフローを予測し、ブランドが顧客、従業員、株主に与える影響を加味したうえで、現在価値に割引いた評価をもってブランド価値とする方法である¹⁰⁾。

また、先に公表された通商産業省「ブランド価値評価研究会」における「ブランド価値評価研究会報告書」(2002.6.24)で、公表財務諸表データのみを用いた形での客観的なブランド価値評価モデル試案が報告されている。ブランドは近年、企業の経営戦略により、有形資産から無形資産への投資が増加したことにより、企業評価指標としてクローズアップされた無形資産のひとつである。

この報告書では、ブランドを「企業が自社の製品等を競争相手の製品等と識別化または差別化するためのネーム、ロゴ、マーク、シンボル、パッケージ・デザインなどの標章」と定義した上でのブランド価値評価モデルを提示している。この価値評価モデルに唯一絶対的方法は存在せず、完全無比な価値評価アプローチの存在の否定（人間資産も同様であると考え。）を前提としており、実務的側面を意識した財務会計の観点（貨幣的評価・比較可能性・測定継続性・検証可能性）からブランドの価値評価アプローチを構築していることが強調されている。

報告書によるブランドの価値評価には、インカム・アプローチの中のプレミアム価格法を採用している。これは、ノン・ブランド製品等を上回ってブランド製品等がもたらす現在および将来の価格プレミアムで超過利益を測定する方法である。具体的には、連結財務諸表の財務データをベースに、地位優位性、ロイヤリティ、ブランドの拡張力を要素として算定する方法である¹¹⁾。

また、ブランドを資産として計上する方法については、FASB の概念ステートメントに照らし、財務諸表において認識するための要件を満たしていると考え¹²⁾3つの案を提示している。

人間資産の評価方法として、上記のブランドの評価方法がそのまま適用できるわけではなく、問題点はあるにしても同じ無形資産であるというその共通する特質から着目すべき点は多々あるように思われる。

3) 評価測定の課題

現在の伝統的なコスト・アプローチと費用・収益対応概念に基づく歴史的
原価主義の会計体系では、将来の経済的便益という観点からの資産性ならび
に首尾一貫性という観点から、資産が有するサービス・ポテンシャル
(service potentials) にその資産性を見出しながらも、その測定は、「取得時」
という過去に支出した額、いわゆる歴史的な原価を基礎としている矛盾（人間

資産への支出額部分の資産計上は可能であるが、支出額が認識困難な部分、いわゆる自己創設の増価部分は否定される)を抱えていることになる。

人間資産の価値測定にあたっては以下の課題を熟慮した上での測定方法が採られるべきであると考える。

- ①企業活動の分類把握の必要性…連結決算制度の改正以降、企業活動の分業化や分社化、多角化とさまざまなグループ経営を展開する企業が増加しており、それらグループ全体をあたかも一つの企業として捉えることは、プラス価値とマイナス価値との相殺となり、信頼性が希薄になる恐れがある。よってセグメント等、それぞれ活動別に把握することが望ましいと考える。
- ②人間資産による企業成果とキャッシュフローとの連携…この場合のキャッシュフローは将来キャッシュフローの実現のためのリスクの考慮も必要であるが、実現キャッシュフローにも人間資産の貢献が含まれているわけであるから、この関連を無視してはいけないのである。
- ③他企業との比較…貢献度合いやリスク等を算定する上で、その客観性および比較性にも重点をおいて評価測定を行うべきである。(内部評価に偏ると自社への「思い入れ」といった恣意性が混在することで、外部評価とに大きなズレが生じる危険性があるからである。)

む す び

近年、企業経営上不可欠な要素として挙げられるのが「戦略」と「人」である。特に自由市場における競争原理の中で、明暗を分けるキーワードが「人」の質とその貢献度である。昨今、無形資産につきさまざまな企業評価モデルが開発され、企業ランキングなどが公表されている。人間資産情報の開示は環境会計と同じように、経営者による「人」という資源の価値の再認識を通して、より有能な人材の安定的な確保ということからも重要な意味を

持つことになる¹³⁾。さらにそのような企業の「組織特性」を見極めるうえでの優れた有用性やステークホルダーの意思決定に非常に役立ち、また人間資産情報を現在の社会情勢に合った企業戦略要素として、企業組織の内部管理統制面からアプローチすることも企業発展には大いに有用なものであるといえよう¹⁴⁾。

人間資産に関する情報は、開示されなくても確実に企業内に存在している。すなわち情報開示がなされないことにより、企業の所有者である株主と経営者との間で情報格差が生じていることになる。この投資家と経営者との情報に関する非平等性はインサイダーゲインの源泉となりうる危険性を孕んでいるのである¹⁵⁾。さらに、株主（および将来株主）に対する人間資産情報開示は経営者や従業員に対しても有用である。開示を行なうことで両者にプレッシャーがかかり、それを原動力として、業績の向上、経営者の地位の安定、従業員の雇用の安定につながるのであれば、今後は従来の固定資産設備投資と同様に無形資産投資の管理体制整備が求められ、特に人間資産の体系化および人間資産に対する投資と効果の関連性を明らかにする情報インフラ整備が望まれるのである。

無形資産の中でも特に人間資産は、その「価値」と「コスト」のはっきりした関連を見出すことが困難な資産である。つまり、多額のコスト（支出）が費やされたにもかかわらず、その価値増価が期待されない結果をもたらしたり、逆に把握されるコストよりも大きな価値増価がもたらされる場合もある。それゆえ、これら経済的現実を適正かつ公正に財務諸表へ反映させることが要求されている。企業が人間資産を価値アプローチにより適正かつ公正な評価をもって財務諸表に計上することで、ニーズに合った情報の適時開示が可能となり、企業間比較のよりいっそうの精緻化が図られることになるのである。

注

- 1) 若杉 明『人的資源会計論』(森山書店 1973.11) P.8
- 2) アメリカの社会心理学者。人間資産会計を公式組織の会計システムに組み込むことを主張し続けた。ただし、彼の人間資産の定義は企業の人的組織・顧客忠誠心・地域社会での名声というような資産価値をも含むものとしていた。
- 3) 人間資産会計委員会 (Committee on Human Resource Accounting) の中間研究報告書において人間資産会計の現状と将来の研究方向が明らかにされている。ここには測定、応用、認知的及び行動的影響、将来の研究アプローチなどについて述べられており、目的は企業内外の利害関係者が行っている意思決定の範囲の拡大にあるとしている。また、1969年ミシガン大学研究プログラムの中で、Likert を中心とする研究グループの人間資産会計研究の基本的目標として同3項目が挙げられている。
- 4) 若杉 明『人間資産会計』(ビジネス教育出版社 1990.9) P.21
- 5) 若杉 明「人間資産会計の問題点」『産業経理』Vol.30 No.2 (同文館 1970) P.17
Alok Kumar Pramanik 'Human Resources Valuation and Accounting'
"Human Resource Accounting" (Pointer Publishers, 1993) PP.20~21
- 6) 若杉 明 前掲書『人的資源会計論』に詳しい。
- 7) 彼の著書「人的資産会計」(1964)において主張されており、2つの資産は「Owned Assets」「Operational Assets」として区分され、後者は「機能資産」とも訳されている。彼は人的資産評価方法として「unpurchased goodwill method」と「adjusted present value method」の2つの方法を挙げているが、後者は前者の方法だけが唯一ではないことを示すためであることを述べている。
- 8) 河野 俊明「知的資産の評価とマネジメント」『知的資産創造』2002年5, 4月号
- 9) 具体的評価方法については『コーポレートブランド経営』(日本経済新聞社)に詳しい。
- 10) この他にもYoung & Rubicam 社によるBAV (Brand Asset Valuator) が挙げられる。BAVは、差別性 (differentiation)・適正性 (relevance)・尊重性 (esteem)・認知 (knowledge) の各要素を基礎として現在のブランド力と将

来の潜在成長力を評価する方法である。

- 11) 同報告書によると、ブランドの競争優位を表すブランド価値については、第1に価格の優位性、第2に高いロイヤリティ、第3に地理的展開、類似業種および異業種展開力等のブランド拡張力として具現化され、企業に現在も将来もキャッシュ・フローの増加をもたらすものというようにその源泉を取り上げている。
- 12) 税務研究会「週刊経営財務」第2583号
- 13) ロビン・ロスレンダー著，加藤吉則・杉原周樹訳『会計と社会』（同友館1995.10）P.124
- 14) 無形資産情報の開示についての有用性は、多くの実証研究がある。たとえば、Barth M. E., G. Clinch は、オーストラリア企業をサンプルとして、無形資産情報に株価および株式リターン説明力があることを実証（1998）、さらに Kallapur や Kwan も、無形資産と株価・株式リターンの関連を実証（2000）した。
- 15) 1999年 Abody and Lev により、現にそのような例が見られることが実証報告されている。