

ブランド評価問題とその統一評価基準の 各種団体の取り組み — Paugam et al.の所説を中心として —

成 松 恭 平

- I はじめに
- II ブランドとその評価基準
- III 国際会計基準と米国会計基準：「公正価値」での評価
- IV IVSCとIACVAの基準と推奨
- V 標準化のための国際的機関の基準—ISO10668「ブランド評価」
- VI 国内団体によって公表された基準：US, UK, フランス、ドイツ
- VII むすび

I はじめに

今日の消費者のニーズは多種多様であり、かつその嗜好の変化も激しいことから、商品サイクルは著しく短期的である。こうしたなか、企業が持続的発展を確実とするためには、消費者の潜在的なニーズをいち早くとらえて、それを具現化する新製品をたえず他社に先駆けて開発し、競合他社との差別化をはかり、生産・販売することが、必要である。しかし、法的な保護など特別な条件がない限り、早晚、物理的な性質をもつ製品は、競合他社により模倣され市場参入を許すことになる。そうした競合他社の市場参入により、発売当初は創造的な製品であることから市場独占が可能で高価格であったものが、市場拡大とともに供給増となり急速に、日用品化して低価格製品となっていく。こうした競争激化がもたらす結果は、消費者にとっては喜ばしいことであるが、生産者側にとっては、企業経営の困

難を増すことになり、継続的な社会への貢献ができなくなるという意味で好ましいことではない¹⁾。「1970年代から、有形資産にもとづく伝統的なビジネスモデルは、競争的な優位性の区別が低く、その源泉も少なくなってきた」(Zingales, 2000, pp.1640-1643)といわれるところである。

競合他社から自社を継続的に差別化することによって優位性を維持し、持続的発展を遂げることはできないだろうか。Paugam et al. (2016)は、「これまでのような物的生産物ではなく、消費者が他社にはないものと認識するイノベーションや顧客中心のサービスを提供することである」(Paugam et al., 2016, p.xvi)と述べている。これには、物的な生産設備というよりも、無形的なインプット(投資)を必要とする。こうしたインプット(投資)は一見、ハードとよばれる物的実体にたいして、ソフトウェアと呼ばれるIT(情報技術)投資のようにもみえる。しかし、こうした経済活動の変化を、ハスケルらはつぎのようにいう。「この変化は決して情報技術が主体ではない。新規投資はロボットやコンピュータ、シリコンチップといった形を取っていない。ただしこれらすべて、物語における助演にはなっている。…投資の種類は無形投資だ。つまりアイデア、知識、美的感覚、ソフト、ブランド、ネットワークや関係への投資だ」(ハスケル他著、山形訳、2020、19頁)。つまり専門的能力をもつ知的資本への投資の重要性が、これまで以上に重要視される経営が要求されているのである。人の知識が生み出すもの(知識資産)、いわゆる無形資産²⁾といわれるものが、今日の企業経営ではより重要視されるのである。

そうであるならば、これらの無形資産の価値を測定することが重要であり必要となる。それと同時に、無形資産をコントロールすることも企業経営の成功には欠かせない。価値の測定は、コントロールのためにも有用である。とりわけ、企業の競争優位を維持するために、ブランドは、無形資産の中でも最もよく知られている1つである。ブランドは消費者の購買の意思決定を大きく作用するものであるが、それだけではなく、企業内部で

も多くの機能を果たしているといわれる。たとえば、企業ブランドの形成は、従業員が一体となって、企業の人的資本の価値を最大化した結果としてとらえることができる。こうした従業員が一体となった知識資産による独自のビジネスモデルから生み出される企業ブランドは、そうたやすく競合他社に模倣できるものではない³⁾。これらのことから、このように構築されたブランドによる企業価値は、企業経営のよしあしを判断するための有用な情報となる。

畠村（1991）は、会計学について、次のように述べている。「会計学の直接の課題が、企業の経済事象ないし経済活動の特質究明にあるのではなく、それらが会計ではどのようにとりあげられているか、つまり、その会計的な認識、測定、記録、表示のしかたの特質究明およびその拡充発展をはかることにある」（畠村、1991、3頁）。これまで、経済活動の主流は物的なものであった。これまでの会計で、その価値を測定しようとするとき、ものの価値、とくに耐久的なものの価値を測定した。しかし無形なものによる経済活動が重要であるとき、より具体的には無形資産の代表格であるブランド価値について会計では、どのようにとりあげたらよいのであろうか。

ブランドは、分離不能な複合的な無形資産であり、その評価は、法律、経済、財務・会計、マーケティングなどさまざまな分野の知識を必要とし、その実行は非常に難しい。はたして財務・会計の視点から適切なブランド価値を見積もることが可能なのだろうか。それらに客観性はあるのだろうか。また提案された評価基準は適切なものだろうか。これまでに様々な議論がなされてきた。本稿は、こうしたさまざまな視点と立場をもつ議論のなかから、ブランド価値を評価するために、公的な民間組織の基準設定の展開とその問題点について、Paugam et al.の議論に沿って整理した。

Ⅱ ブランドとその評価基準

2-1 無形資産の評価と基準設定団体

無形資産、とくにブランドの重要性が増大する中、どのようにブランドを評価すべきかは重要な問題である。このことから、これまでそれらの手法については多くの研究や多様な評価基準が提案されている⁴⁾。同時に、多様で不一致な評価方法のままではなく、統一的な評価基準の必要性がたかまり、その開発が、公的な関連分野機関や国際機関などですすめられてきた。統一評価基準の設定は、財務諸表作成者やブランド評価者が質の高い実務能力を発揮し、そして、それらの評価利用者が、その基礎となる評価基準と、その仮定を理解することを可能とする。つまり情報の信頼性が高まり、利用者の有用性が高まるということである。

さまざまな文脈で利用されるブランドの評価基準は、米国の裁判所や税務当局、とくに米国歳入庁で早い段階からとりいれられていた。しかし、ここでの評価方法は、経済的かつ財務的分析を提供しているものではなく、歳入庁の職員の内部利用のチェックリストとしてのものであった (Paugam, 2016, pp.120-121)。

無形資産の評価基準を設定する国際的な団体として知られている機関に、会計基準設定団体である国際会計基準審議会 (International Accounting Standards Board: IASB)、それ以外に国際評価基準委員会 (International Valuation Standard Council: IVSC)、国際標準化機構 (International Organization for Standardization: ISO) などがある。国内団体では、会計基準設定団体として米国の財務会計基準審議会 (Financial Accounting Standards Board: FASB)、その他にドイツの外部財務監査人 (external financial auditors in Germany: IDW)、評価財団 (Appraisal Foundation: TAF)、合衆国の米国評価者協会 (American Society of Appraisers: ASA)、英国の王室勅許調査者研究所 (Royal Institution for Chartered

Surveyors: RICS)、フランスのAFNOR (French Association for Standardisation)、そしてわが国の企業会計基準委員会 (Accounting Standards Board of Japan: ASBJ⁵⁾) などがある。これらの機構、財団、協会、あるいは研究所などの団体は、無形資産のための詳細な評価方法を提供するために、同じ適法性、同じ能力をもっているわけではなく、また、決定要素をすべて所有しているのではない。したがって、これらの団体が作成したドキュメントの質や有用性はさまざまであるといえる。とはいえ、IVSC、ISO、会計基準設定団体によって発表された基準は、かなり詳細である (Paugam, 2016, p.121)。とくに会計基準設定団体であるFASBやIASBの基準は、他国の会計基準などに大きな影響を及ぼしている。

2-2 米国と英国の会計基準内容の変遷―世界金融危機以前の「無形資産とのれん」

FASBとIASBは、両者の基準の相違を収斂するプロセスのなかで、評価基準として「公正価値」を公表した⁶⁾。ブランド資産の評価基準はこれによって、公正価値で評価することが可能となった。しかし、この公正価値の評価方法が、厳しい批判にさらされることになる。なぜ厳しい批判にさらされることになったのかについては後述することとして、まずは、それぞれの基準設定団体のブランド評価に関連する「無形資産およびのれん」の会計基準についての歴史的な経過を振り返ることにしよう。

米国からみてみることにする。米国では1970年に、FASB設立の前身であった会計原則審議会 (Accounting Principles Board: APB) は意見書17号で無形資産を取得原価で認識測定することの要求を公表している。ここでは、あくまでも期間損益計算を重視した会計基準であり、恣意性を排除するために、第三者との取引の対価で測定した金額を資産に計上し、規則的な方法で償却することが求められた。企業の将来のポテンシャルに関する情報を取り入れるという考え方は取り入れられていなかったのである

(大塚、2006、52頁)。

この1970年の意見者17号以前には、「無形資産、特にのれんに対して単一の会計処理を要求する基準は存在していなかった。複数の処理が認められていたのである」(清水、2008、42頁)。「無形資産は英国において生成したものであり、米国での議論はこれらを参照することなくして行えなかった」(清水、2006、42頁)のであり、「初期の無形資産会計も英国から輸入されたものだった」(清水、2006、42頁)。とはいえ、19世紀末から20世紀初頭にかけて、米国では、短期間に集中的に企業結合が発生した。このときに発生した合併「のれん」を資産化することとなった。清水によれば、この当時の会計学者による無形資産の議論は、のれんの処理については、株式会社を前提とするため資本化は当然の処理であり、償却不要で永久に資産として保持するか、あるいは定期的に償却を行うかが主であったということである(清水、2008、45頁)。

1973年から活動をはじめたFASBは、1980年代前半は、この意見書17号の考え方を踏襲しながら基準を決定していたが、後半には異なる会計基準を設定しはじめていた。大塚は、それには、1980年代前半にFASBが基礎的概念フレームワークを整備したことにあると考えられると述べている⁷⁾(大塚、2006、57頁)。基礎的概念フレームワークの資産の定義のなかに、「将来においてキャッシュ・フローを獲得する能力としての経済的便益を有すること」というものがある。これによって、APB意見書17号の取得原価主義による評価方法から、1980年代後半以降は、無形資産の測定には公正価値評価への変化が読み取れるのである(大塚、2006、58頁)。

こうした無形資産の公正価値評価への考え方の変化は、国際会計基準との収斂を目指していたFASBに、2001年に、FAS (FASBstatements) 141号「企業結合」そしてFAS142号「のれん及びその他の無形資産」の公表をもたらすこととなった。FAS141号では、企業結合の取得コストのうち、識別される資産・負債に配分された後に残余としてののれんを定義し、

それを取得時に資産計上することを要求している（永田、2006、59-60頁）。資産計上後ののれんの処理は、FAS142号により償却を禁じるとともに、報告単位ごとにのれんの減損を調査することが要求されている（永田、2006、63頁）。つまりFASBによるFAS141号とFAS142号による会計基準の変更ポイントは、公正価値によるのれんの評価と減損処理ということになる。

つぎに、英国の事情をみてみることにする。前述したように、「無形資産およびのれん」の認識・測定 of 会計問題にもっともはやく直面した国であった。しかし、1970年代は、まだ、「無形資産とのれん」の会計基準は存在せず、その会計処理は多様であった（善積、2006、79頁）。米国ではのれんの資産計上は当然の前提であったが、英国では、資産計上を当然とはせず、資産として認識せず、剰余金から即時に全額償却する処理（持分控除法）も行われていた⁸⁾、というよりも実務ではこちらの処理方法が相当数あり英国の特質であるともいえる。他方、資産計上した場合は、米国と同じように、償却を行わない、定期的な償却とする、ないし、評価減を行うなどの処理方法があった。しかし、1980年に、英国の会計基準委員会（Accounting Standards Committee: ASC）は、討議資料（Discussion Paper: DP）「のれんの会計」で、資産として取り扱い、経済的耐用年数で償却すべきことを提言している（善積、2006、81頁）。償却期間については、米国の意見書17号との整合性を意識して、かつ、損益計算に影響を与えないように40年を超えないと規定した（菊谷、2005、43頁）。しかしながら、前述したように実務では、持分控除法を採用する企業が多かったことから、公開草案（Exposure Draft: ED）第30号「のれんの会計」では、規則的償却法と持分控除法の両者の処理が認められることとなった。ただし規則的償却を行う場合は、経済的耐用年数は短縮されて20年を超えてはならないとされた。

さらに、1984年に、基準会計実務書（Statement of Standard Account-

ing Principle: SSAP) 第22号では、実務における会計処理法を最大限考慮したかのように、持分控除法が原則的方法とされ、規則的償却法が代替的方法とされた(善積、2006、82頁)。1980年代後半、英国においては企業買収が活発に行われるようになり、買収側の純資産に占めるのれんの割合が急増していた。SSAP22の持分控除法を適用した結果、買収時に純資産が大幅に減少するという事態が発生することとなった。そこで、買収企業は、のれんから買収ブランドを分離して、資産計上するようになったのである(善積、2006、83頁)。そうした事態を踏まえ、ASCは、ブランド資産を含めた無形固定資産の会計基準の設定に取り組んだ。1990年には、買入のれんは、即時償却ではなく固定資産として認識・計上し、経済的耐用年数で償却、償却費は損益計算書に費用計上すべきとされた。さらにブランドの会計処理は、買入のれんの一部として処理し、ブランドを別個に計上することを禁止した。これは企業側からかなりの反対があった(善積、2006、83-84頁)。その後、ASCの後身である英国会計基準審議会(Accounting Standards Board: ASB)によって、1997年に、買入のれんの当初認識における持分控除法が禁止され、資産計上法に一本化するという財務報告基準(Financial Reporting Standard) 第10号が公表された(善積、2006、85頁)。前述したように、買収ブランドも買収のれんの一部として処理するように要求されていたが、FRS10号では、測定の信頼性という要件を満たすことができれば、買入のれんとは別個に資産計上することができるようになったのである。英国の「のれんおよび無形資産」の会計基準はこのように、目まぐるしい変遷をたどってきている。善積は上述のように英国の会計基準の変化を丁寧・詳細に調査し、最後にFRS10号の特徴について次のように述べている。「基本的には、のれんと無形資産の画一化を指向しているものの、…経営者の裁量にゆだねた処理を組み入れた基準である」(善積、2006、86頁)

こうした会計基準設定の動きの中で、国際会計基準委員会(International

Accounting Standards Committee: IASC) は、1998年に、無形資産について、国際会計基準 (International Accounting Standard) 38号「無形資産」を公表した。IAS38号では、無形資産として資本化される支出と、費用として扱われる支出を特定している (成松、2019、39-40頁)。IAS38号では、もし買収で取得される無形資産の市場が存在しないならば、公正価値と、現行の取引実務を使って資産コストを見積もることができるとし、以下の3つの基準にあてはまる場合は、当初取得原価で認識されなければならないとした。

- (1) のれんから明確に区別ができ、支配可能で識別可能という無形資産の定義に適合している場合、
 - (2) 可能性のある将来の経済的便益が、当該資産に帰属可能であり、企業に流入してくる場合、
 - (3) 資産の取得原価が、確実に測定可能である場合
- である (成松、2019、41頁)。

IAS38号の上記基準にあてはめると、ブランドは資産として認識すべきでないとの立場である。しかし、これには批判がある。たとえば、内部創出ブランドの価値は、真の資産とビジネス能力を明確にすることから、戦略的な価値をもっている、あるいは、取得ブランドを認識させるためのIAS38号の正当性は、内部創出ブランドにもあてはまるものであり、重大な論理矛盾があるのではとの主張などである。ただ、これらの支出は、「企業全体を展開するコストであり区別することはできない」とIAS38号では述べている (Bean and Jarnagin, 2001, p.59)。Bean and Jarnaginは、取得原価での初期認識と公正価値の測定にも矛盾があると述べる。というのも、被買収企業では内部創出した資産を利用可能でなかったが、無形資産の買収者は、利用価値を取得したからだと考えられるからと述べている。言い換えれば、買収企業は、被買収企業が気づいていなかったものを、その全体資産の一部として公正価値で無形資産を認識しているといえるから

と述べているのである（Bean and Jarnagin, 2001, p.59）。このような矛盾をはらみながらも、それぞれの会計基準設定団体は、「無形資産とのれん」について、取得原価から公正価値での評価に変化してきたのである。

2-3 世界金融危機以後における公正価値評価の監督官庁の批判

これまでみてきたように、FASB、IASCも、したがってASBも、公正価値の評価を支持する方向で会計基準を設定してきていた。しかし、2007-2009年の世界金融危機のあと、証券取引委員会（SEC）は、これを厳しく批判した（Laux and Leuz, 2010, p.107）。

2008年以降、財務諸表に示された公正価値評価は、市場価値と連動していないことから、専門的な評価者の不信があった。財務諸表の公正価値の利用は、会計の恣意的な操作の源泉としてみられうる（Ramanna and Watts, 2009, p.9）。なぜなら、公式価値を測定する評価モデルは、会計監査人にとって検証することが不可能であるといえるからである。公正価値の見積もりは、どの程度の確実性のある情報リソースによっているのかによって、その確実性が異なる。これらの見積もりは、観察可能な市場情報にもとづくというよりも、経営陣によってなされた仮定にもとづいているといえる。Kolevの調査によると、「市場に焦点をあてている」というよりも「神話（根拠のない作り話）に焦点をあてている」といってもよいレベル3（観察不能）の情報入手にもとづく資産と負債の評価であるとの批判者もいるとのことである（Kolev, 2008, pp.16-20）。

2008年以後、多くの貸借対照表項目の潜在的な過剰評価は、非常に露骨であり、慎重な公正価値の見積もりを確実にするための減損テストの能力が疑いにさらされた。SEC（米国証券取引委員会）は、上場企業の時価総額を、IFRSにより基準で測定された簿価と一致させることを迷いなく要求している。なぜなら、2008年の金融危機のさい、欧州の上場企業の30%以上、そして米国の20%以上が、時価総額よりも簿価が高かったからであ

ブランド評価問題とその統一評価基準の各種団体の取り組み
る。減損テストのしくみを持っていたにもかかわらずである (Paugam et al., 2016, p.123)。

Paugam et al. (2016) は、さらに続ける。2008年以後においても簿価が時価総額をこえる傾向が、とくに欧州において続いた。2009年と2010年において、ほぼ10%にすぎない米国のS&P500と比較して、欧州のSTOXX 600の株価指数の15%以上が、時価総額よりも簿価がなお高いことが示されているからである。欧州のより根強い（永続的な）現象は、市場取り締まり者がこの課題についてあまり警戒をしていないという事実によって説明されうる。欧州証券市場監督局（European Securities and Markets Authorities: ESMA）は、欧州のSECといわれているが、2013年に関心があると声明をしているにもかかわらずである（ESMA, 2013）。

SECは、評価報告の独立性と首尾一貫性の疑問に取り組み始めた。評価者のために専門的な組織の提供する認証の数、と基準の不一致を与えるならば、SECは、専門家の視点を標準化する公的な利益があることを示した。(1) 専門家の認証のための訓練と経験の共通の必要性、(2) 共通の倫理基準とグッドプラクティス、(3) ベストプラクティスを反映する評価基準の3つである。

加えて、米国と欧州の市場監督者（フランスではAMFあるいはドイツではBaFin）が、公正価値を測定することを支援するドキュメンテーションを監査するとき、特に、減損テストについて、より一層の警戒を怠らないことが大切であるとする。

このように、この度の危機に瀕して、評価に関わる多くの課題を考えることを誘発したのである。このことは、会計基準設定団体であるIASBとFASBにおいて特に顕著であった。

Ⅲ 国際会計基準と米国会計基準：「公正価値」での評価

3-1 会計基準のもと「公正価値尺度の一般原則」

IFRS13号「公正価値測定」は、IASBとFASBのコンバージェンスのプロセスの一部として2011年5月にIASBで公表された。それは、2006年9月に米国FAS157（ASC Topic820）「公正価値尺度」で公表したものであった。2つの委員会は、これら2つの基準である公正価値の共通の定義とそれを測定する共通の方法にうまく収斂することができた。

国際財務報告基準とアメリカ財務報告基準の間のコンバージェンスを達成する目的をこえて、公正価値についての基準は、さらに次の3つの主要な目標達成も目指している。

- ・公正価値の単一の定義を提供すること。IFRS13号の発行の前に、公正価値についてのガイダンスは、多くの基準においてみられる。たとえば、IAS39号（「財務手法：認識と測定」）あるいはIAS36号（「資産の減損」）である。
- ・評価実務についてのガイダンスを提供すること。IFRS13号は、財務報告のための公正価値を測定する方法を説明する。
- ・ディスクロージャーを必要とすることから、財務諸表の利用者は、評価方法、設定された仮定、評価の主観性を理解することである。

しかし、この基準は、とくにブランド評価の場合において、不確かな方法を選択することから生じる次の2つの仮定に大きな重要性をおいている。

- ・公正価値は、売却価格（exit price）で測定される。言い換えれば、資産は実体（企業）によって利用されるのではなく、第三者に売却される仮定で測定される。
- ・評価は、資産の使用が、もっとも高い利用と最もよい利用であるという仮定で実行される。言い換えれば、資産あるいは負債を所有してい

る実体（企業）の特殊性は考慮されていない。

公正価値の定義は、これらの仮定を反映する。それは「測定日に市場参加者の間の秩序を守った取引のなかで資産を販売して受け取った価格、あるいは、負債を移し替えるために支払われる価格」（IFRS13号）である。売却価格（exit price：出口価格）と市場参加者の概念は、この定義において2つとも現在も有効である。

以上のことから、Paugam et al. (2016) は、次のように公正価値測定をまとめる。「資産価値は、あたかも将来の経済的便益を最大化するために最善の利用がなされ、そして、そうするように強制しなくとも知識があり、自由に契約締結する意志をもっている市場参加者によって実際に測定されるものである」（Paugam et al., 2016, p.124）。

評価の点から、IFRS第13号は、市場参加者の視点から公正価値を測定する3つの可能なアプローチを区別する。(1) 市場取引価格を利用するマーケットアプローチ、(2) 再調達コストアプローチ、(3) 割引将来キャッシュフローに関係するインカムアプローチ、である。IFRS13号は、1つのアプローチをつねに最善のものと決めているのではなく、選択されるべきアプローチは、質の高いデータが利用可能であるアプローチを適切なものとするとしている。

そこで、この基準は、評価方法をランク付けするのではなく、評価のためのインプットとして利用可能なデータの階層性をきめている。IFRS13号は、選好されるべき最も信頼できるものから、もしよりよいデータが利用できないときに利用される最も信頼性が低いものまで、次の3つのカテゴリーに分類している。

- ・インプット・レベル1：同一の資産あるいは負債の活動するマーケットにおける測定日で観察される時価。
- ・インプット・レベル2：レベル1で含まれる時価以外の、直接あるい

は間接に観察可能であるマーケットデータ。IFRS13号は、非活動的な市場における同一あるいは類似の資産の時価の例あるいは活動的な市場の類似の資産の価格の例を示している。

- ・インプット・レベル3：これらは観察不可能なインプットである。それはもしレベル1あるいはレベル2のインプットが、利用可能でないならば、利用するしかないものである。価値づける実体は、それが、それ自体で開発されるならば、特別なデータを利用できるかもしれない。

ブランドは、レベル3のインプットを使って評価されることがほとんどとなる。

3-2 会計基準におけるブランド評価への公正価値アプローチの批判

ブランド評価についての会計基準にとられるポジションは、前述したように、ブランドのポテンシャル（最高そして最善の利用）を最大化する市場の参加者（exit price）にブランドの価値を利用させることである。Paugam et al. (2016) は、2つの批判が市場参加者の視点①、売却価格の論理（Exit Price Logic）②を利用することに対して向けられると述べる（Paugam et al., 2016, pp.125-126）。

- ① ブランドは特殊性の高い資産であり、しばしば、他の資産から分離できない（例：流通網あるいは人的資本）ものである。また、実務において、ブランド所有者の特殊性を無視することはできない。例えば、ある企業が、事業結合のあいだに競争力のあるブランドを取得するならば、購入価格の配分プロセスにおいて公正価値で評価されなければならない（IFRS3号）。取得しようとしている企業は、競争企業を排除しようとしたのであり、ブランドを管理する意図はない。しかしながら、市場参加者は、ブランドのコントロールを獲得し、それを最大

限そして最善活用するための支払いの準備をすると仮定される。加えて、したがって、当該企業は、市場参加者の合理的根拠を利用するブランドを価値づけ、資本化しなければならないし、そのあと、次の減損テストで貸借対照表から除去しなければならないことになるのである。

- ② ブランドの売却価格（exit price）を参照することは、財務諸表の利用者が、あたかも企業の単独の資産のように評価されるブランドとみなすことをあらかじめ前提としているということである。それは、強い、たぶん誤った仮説である。投資家は、IASBとFASBによる財務諸表の主要な利用者であるが、潜在的に処分するだろう資産としてというよりも、継続的な実体として、企業によって操作されるブランドの経済的な予測を評価することに、より興味をもっているだろう。高く特殊な資産であるブランドにとって、それはマネジメントによる利用におおきく依存するものであり、この点において、公正な価値の測定は、潜在的に情報力がない。

加えて、ブランド評価方法の疑問は、公正価値の測定に照らしてのみ、IFRS13号によって取り扱われるということである。言い換えれば、公正価値を測定しなければならないならば、「それをどのようにするか」であるが、その疑問は無視するということである。IFRS13号は、購入ブランドと内部創設ブランドが、財務諸表において扱われる方法の不一致を修正してはいない。したがって、内部創設ブランドは、法的登録コストで評価されるにすぎない。しかし、財務諸表の利用者によって、公正価値の測定のほうが、より適切であると考えられるのである。

IV IVSCとIACVAの基準と推奨

会計基準だけが、無形資産の評価を処理する規制基準ではない。前述し

たように、国際評価基準委員会（IVSC）、国際コンサルタント・評価者・アナリスト協会（IACVA）などの国際団体も、ブランド評価についてのガイドランスを公表している。そこで、Paugam et al. (2016) は、これらの基準設定団体についても検討を加えている。以下で示す。

4-1 国際評価基準 No. 210 —無形資産

IVSC（国際評価基準委員会）は1981年設立、ロンドンを本部とする国際機関である。その役割は、専門家の最善の実務（ベストプラクティス）をすすめるために、国際的な評価基準を確立することである。機関は、高く野心的である。なぜなら、その目標は、評価の文脈にかかわらず、すべての資産タイプの評価を扱うことにあるからである。2012年から、David Tweedieが議長を務めている。彼は2001年から2011年の国際会計基準委員会（IASB）の前議長であり、財務諸表作成における公正価値の最も活動的な促進者の一人である。

国際評価基準201（IVS201）「無形資産」をあらわしたとき、IVSCは、目的のひとつに、ブランド、のれん、知的財産のような無形資産の評価プロセスを明らかにすることがあると述べた。IVSCの推奨できるところは、財務報告問題、すなわち、IAS/IFRSに適用するだけではない。他の文脈において利用することができる場所である。とくに、振替価格の分析において利用することができる。IVSCの信頼性は、大きくなりつつあり、米国の評価財団（TAF）と協力して作業をしていることを認めている。

国際会計基準に対して、IVSCは、評価の文脈を考慮することはしないし、次のような、いくつかの評価基準を選択することが可能である。

- ・「市場価値」は、次のように定義される。「資産あるいは負債が、意思のある購入者と意思のある販売者の間で、アームスレングス取引で、評価日に交換する見積金額が、適切なマーケティングのあと、当事者が互いに知性的に、慎重に、衝動にかられることなく行動する場合」

の価値である。この評価基準は、財務報告基準における公正価値により近いものである（市場参加者の視点、売却価格（exit price））（IVSC, 2013）

- ・「投資価値」は、「個別の投資あるいは業務的な目的のために現所有者あるいは将来の所有者の資産の価値」と定義される。評価基準は、ブランド（所有者）をコントロールする、あるいは、ブランドの（将来の所有者）をコントロールするだろう当事者に特定している。したがって、ブランドの所有者のために、この評価基準は、IAS36号のようなIFRSのなかで利用される報告実体の「利用価値」に類似のものである（IVSC, 2013）。
- ・「公正価値」は、「それらの当事者のそれぞれの利益を反映する識別された知識と意思のある当事者の間での資産あるいは負債の移し替えのための見積価格」である。この基準は、両当事者の特殊性を考慮しているという点で市場価値とは異なる。したがって、それはまた、財務報告基準のもとでの公式価値とも異なるといえるだろう。

したがって、資産の評価は、利用される文脈と評価基準によって異なる。そこで、もしブランドが商業的な戦略的理由のために価値づけられるならば、投資価値基準が、たとえば、市場価値よりも、より適合しているといえるだろう。それは、高く特定された資産のための理論的な市場を想像することが必要である。取引の文脈におけるブランドの価値を見積もることは、もし購入者のアイデンティティ（個性）が知られているならば、市場価値あるいは公正価値を参照して見出されることになる（Paugam et al., 2016, pp.126-127）。

この評価基準の選択可能性については、これまでみてきた会計基準で設定している「公正価値」への批判を修正する価値があるのではと考えられる。

IVS210「無形資産」は、2006年に始まり、2007年に公表された基準の第1版をみるプロセスの結果である。基準はその結果修正され、IVS210の最新版は、2011年の日付で発表され、2012年1月から効力を生じている。IVS210は、識別可能な無形資産と識別不能な無形資産の区別をする。後者（識別不能な無形資産）は、通常、「のれん」と呼ばれる。基準によれば、無形資産は、(1) 分離可能ならば（売却可能、ライセンス可能、交換可能）、あるいは(2) 契約上の権利あるいはその他の法律上の権利から生じるならば、識別可能である。識別可能な無形資産の主要な種類は、以下の通りである。

- 1 マーケティング関連の無形資産ーブランドはこの種類に属する
- 2 顧客関連あるいは納入業者関連の無形資産
- 3 テクノロジー関係の無形資産
- 4 アーティスティック関係の無形資産

ブランド評価の3つのアプローチは、IVS210でも議論されている。(1) マーケット・アプローチ、ここでは、価値は、市場取引を参照して決定される。(2) インカム・アプローチ（ロイヤルティ免除法、超過利益法、超過収益法）、(3) コストアプローチ。ブランド評価に、マーケット・アプローチを使うときは、差別化の特徴を反映する必要があることを示すために取り組まれることは明白である。

IFRSのもと財務報告の無形資産評価を処理する2007年に公表されたディスカッションペーパーにおいて、IVSCは、これらのブランド評価の方法の利用のおびただしい数の実際的な例を示している（IVSC, 2007）。IVSCは、いくつかの無形資産を評価するアプローチを利用することが重要であることを強調し、適用可能な評価方法の階層を提案している。この階層は、情報資源のインプットにもとづくIFRS13号によって提示されているものとは異なる。なぜなら、実際には、ブランドの評価は、常に、レ

ベル3のインプットに依存しているからである。したがって、IFRS13の階層は、ブランド評価のための利益には限定的である。

IVSC (2007) のディスカッションペーパーに含まれている表1を示す。これは、利用可能なデータに依存しているブランド評価の利用可能なアプローチとIFRSのもと公正価値測定のための方法の提案された階層を示し

表1 ブランドに利用可能なデータと適用可能な評価方法

データ形式	利用可能性	データの信頼性	利用可能な評価方法への影響
比較可能な取引価格と評価倍数	利用可能な類似資産の2つの取引-それぞれ、評価日の1年以上前	低-資産は厳密に比較可能ではない	主なものではないが、支援する方法として利用可能な市場取引方法
予測財務情報	予測は、企業実体の特有要因を排除するために調整した企業実体の予測を報告することに基づきなされる	中/高-報告実体は、市場参加者であり、調整のための企業実体の特有要素はほとんどない	収益還元法 (Income capitalisation methods) は、必要な他のデータによって利用可能かもしれない
ロイヤルティ料	比較可能なライセンス協定10社の詳細が利用可能である	高	ロイヤルティ除去法が主として利用可能
超過利益	比較可能な非ブランド事業が市場で区別される。しかし、そのことは評価すべきビジネスの予測を獲得するためには可能ではない	利用不能	超過利益法は利用不能
資本還元乗数 (capitalisation multiples)	他ブランド・ビジネスの株価収益率 (price/earnings multiples) が利用可能	中-市場の株価収益率と主体となるブランドの資本倍数の間に必要となる調整	倍数は、市場取引法 (market transactions method) あるいは収益還元法 (income capitalisation method) に利用される
割引率	類似ブランドを使う参照企業のWACCと報告企業のWACCによる積み上げ法を使って計算できるか	高	収益還元法を利用できるか
貢献資産の負荷	キャッシュフローに貢献する資産の資本価値が必要とされる。しかしながら、それらのその他の資産のなかのひとつは、顧客関係である-これらはわからない	インプットのひとつとして利用できないし、見積もることもできない	複数期間の超過利益法は利用できない。顧客関係の価値がわからないから
再調達費用	取替の証拠が利用不能	利用できない	コストアプローチは利用できない

IVSC 討議資料 (2007) 第7節

(出所) Paugam, Luc, Paul Andre, Henri Philippe, and Roula Harfouche (2016),

Brand Valuation, pp.128-129.

たものである。

IVSCによって与えられるこの例によれば、ロイヤルティ免除法は、ブランドの公正価値を見積もる主要な方法として利用されるかもしれない。取引倍数は、そのとき、その主要なアプローチを支援するためのクロスチェックとして役立てることができるだろう。IVSCは、無形資産を評価するために、次の階層方法を提案する。

1. 活性化している市場で取引される無形資産の販売比較方法、その時、
(1) マーケット・アプローチがもし利用不可能ならば：
2. 非活性化の市場におけるコスト、販売の比較をするか、データ利用可能性に依存した主要なアプローチとしてのインカムの資本化、
3. そのとき、可能な場合、主要なアプローチによって獲得される価値は、
同じ評価アプローチあるいは異なる評価アプローチのいずれかを利用するもうひとつの評価方法に対してリーズナブルかどうかのクロスチェックをすべきである。

方法1. は、通常、ブランドに対して利用可能ではない。したがって、IVSCは、主要な評価は、適度な信頼性があり、利用可能なデータで実行されるべきであることと、獲得される評価は、二次的な方法によってテストされるということを必要とすることを要求している。きわめて実践的な提示ではないかと考える。

4-2 コンサルタント・評価者・アナリスト国際協会

国際コンサルタント・評価者・アナリスト協会（IACVA）は、2010年に2つの目的で設置された国際機関である。(1) 評価理論、アプローチ、方法の統一適用のガイダンスを提供すること、(2) 不正の探索と防御のための最善の技術の開発と普及を奨めること、である。当該協会は、専門家を訓練することを通じて、これらの目的を達成しようとする。それは2つ

の信頼できる証明書を発行する。1つは、ビジネス評価（CVA－公認評価アナリスト）、他の一つは、不正防止（CFD－不正防止の認定）である。

協会は、また、ガイダンスの構成基準およびIVSCほど詳細ではない基準も公表している。IACVAの専門家の基準は、主に、専門家の倫理の疑問を取り扱い、短く、利用可能な評価方法と評価報告書の内容に取り組む。IACVAの2011年に発行された専門家基準の文書は、21頁しかない。現実には、IACVAは、財務報告のためのFASBとIASBのそれらとおなじように、無形資産と知的財産の評価のためにIVSCによって公表されている（Paugam et al., 2016, p.130）。

IACVAのミッションは、それゆえに、詳細な基準を開発するのではなく、むしろ、国際協会内に評価専門家を呼び集めることであるといえるだろう。

V 標準化のための国際的機関の基準－ISO10668「ブランド評価」

国際標準化機構（ISOで知られている）は162か国の基準団体によって作られたスイスを本部とする会員組織である。ISOは、国際基準の世界で最も大きな開発者である。ほぼ19,500の基準は、農業、建物、機械エンジニアリング、運輸、通信技術、最近ではブランド評価のような多様なテーマを範囲とする。

Catty（2011）によれば、ISOは、いくつかのミッションをもっている。（1）より効率的で、安全そして環境によい製品とサービスの開発、製造、販売をすること、（2）各国間の公正な交換を促進する、（3）健康、安全、環境への尊敬についての技術的な規則を公的な権威者に提供する、（4）イノベーションを増加する。（5）顧客を保護する、（6）共通の問題への解決を提供することで基準の利用者に対して生活を容易にする。Catty（2011）は、ブランド評価の標準化に向けた活動は、ブランド価値の評価の見積もりの間の大きな不一致に動機づけられていると述べている。

ISOは、「品質、安全、効率を確実にするために製品、サービス、システムに対して正解的な明細を与えること」を意図している世界基準を開発する。その基準は「国際貿易を促進するための道具であり」、「製品およびサービスが安全で信頼でき、品質の良い商品であることを」確実にする目的をもっている。ISOの公認は、顧客に信頼性のシグナルを送るものとしてみられる。したがって、ISOの基準は、ビジネスが潜在的な顧客と商品・サービスの生産者の情報の非対称を減らすことでマーケットシェアを獲得することを支援することになる。

これらの基準が及ぶ広い範囲のテーマのゆえに、ISOは、IVSCよりも評価について信頼性が低いと認識されるかもしれない。しかしながら、ISO10668は、ブランド評価の標準化について重要な貢献をしている。この基準は、貨幣的なブランド評価についてだけ扱う、そして、財務評価について最初のISO基準である。それは、DIN（ドイツ基準協会）の主導で、フランス基準協会（AFNOR）と一緒に、国際諮問会議によって2006年に推進したプロセスから生じたものである。国際的な作業グループは、2007年から2008年まで会合をした。ISO10668「ブランド評価－貨幣によるブランド評価の必要性」が公表されるには2010年までかからなかった。

ISO10668は、11頁からなり、ISO認定に適合させるには必要な8つの要求を満たす必要がある。それを、Catty（2011）は以下のように要約している（Catty, 2011, pp.1-2）。

- ・ 透明性：評価プロセスは、透明性がなければならない。報告はデータのインプット、仮定、必要なばあいは感度分析についての情報を含んでいる。
- ・ 妥当性：データインプットと仮定は、評価日に対して妥当であり関連していなければならない。
- ・ 信頼性：利用される評価モデルは、信頼され、一致した結果を与えなければならない。

- ・ 十分：評価は、十分なデータに基づき、信頼できる結果を形成する分析でなければならない。
- ・ 客観性：評価者は、偏向的な判断がないようにしなければならない。
- ・ 媒介変数：適切な行動的な、法律的な、財務的なパラメータが、評価を実施するときに利用されなければならない。
- ・ 目的：評価報告は、意図された目的、取り組む顧客、ブランドの個性（ブランドの十分な記述を含む）、ブランドが評価される日付、報告日、評価者のポジションを特定しなければならない。
- ・ 価値概念との適合性：ブランド価値は、期待される使用経済寿命のあいだ、所有者にたいして、ブランドによって与えられる経済的な利益を表さなければならない。一般に、これらの利益は、キャッシュフロー、利益、経済的な利益、コストの節約などを参照して計算される。

この基準は、前述の会計基準設定者によって述べられたものと同じように、評価方法を3種に区別する。(1) インカムアプローチ（価格プレミアム法、数量プレミアム法、インカム・スプリット法、超過利益法、増分キャッシュ・フロー法、ロイヤルティ免除法）、(2) コストアプローチ（再調達原価法あるいは歴史原価法）、(3) マーケットアプローチである。ISO10668は、インカムアプローチに関して、いくつかの技術的なポイントを扱っている。特に、資産の適切な割引率と利用期間、税金、あるいは長期成長率について言及している。

加えて、この基準は、ブランドの主要な特徴を評価報告書で分析し、開示することを要求している。たとえば、ブランド・ポジション、法的保護、消費者の気づき、所有者に経済的利益をもたらす方法などが報告書で分析され開示されることになる。

Paugam et al. (2016) は、以上の議論から「ISO10668は、ブランド評価に関わる問題をかなり広範囲に扱い、評価者の適合する参照文書として

みなすことができる」(Paugam et al., 2016, p.132) と結論付けている。

VI 国内団体によって公表された基準：US、UK、フランス、ドイツ

これらの国際機関以上に、ブランド評価を標準化する役割も演ずる多くの国内の機関がある。一般に、国内の団体は、主要な国際団体、IVSCとISOのブランド評価に収斂する傾向にある。したがって、実際には、目立った国内に限った標準はほとんど存在しない。以下、アメリカ、フランス、ドイツ、イギリスの例をあげる。

合衆国において、評価団体 (Appraisal Foundation: TAF) は、その目的は、評価の専門家の専門性を促進することと、公的な信頼性を補強することにある協会である。この協会は、1987年に (米国査定者協会: American Society of Appraisersを含めて) 8つの専門家協会の合併によって作られた。米国の貯蓄・貸出危機の直後であり、不動産評価の公的な信頼性が揺らいだときであった。当該組織は、米国議会によって標準設定機関として認識される。歴史的に、TAFは、特に、不動産評価に関して標準を発している。2006年において、TAFとIVSCは、理解しやすく、適用しやすい独自の標準設定を確立することの共通目的をもっていることを宣言した。2つの組織は、それぞれの基準の間の相違のポイントを識別し、取り除くためのワーキンググループを作った。

1926年に設置されたフランス標準化協会 (the French Association for Standardisation: AFNOR) は、フランスの多くの活動を標準化することに貢献している。この協会は、フランスにおいて、標準化を組織化し、調整するための公的なサービスのミッションをゆだねられている。また、フランスにおけるブランド評価のためのISO10668の作成に参加している。

ドイツでは、ドイツ規制協会 (DIN) が、AFNORと同様であるが、ブランドについてISO10668の開発に着手した。加えて、ドイツ公認監査人は、ビジネス評価についての標準を確立した (IDW Standard: ビジネス

評価の業績についての原理)。しかしながら、この文書は、とくに、無形資産について扱ったものではない。

UKにおいて、イギリス標準協会（BSI）もまた、ISOのメンバーである。英王室勅許調査協会（the Royal Institution for Chartered Surveyors: RICS）もまた、評価、国土の歴史性、財産、建築の標準を公表している。RICSは、最近、ビジネスと無形資産の評価について姿勢をかえている（RICS, 2014）。RICSは、IVSCのメンバーであり、無形資産に関して国際的な評価基準に従っている（IVS210）。それは、IVS210「無形資産」の実務的な実行についての追加的な注釈を提供する。

Ⅶ むすび

以上、Paugam et al. (2016) の議論を跡付けながら、無形資産およびブランドの評価基準があらわれた背景と、それに伴って生じた問題についてみてきた。今日の経済活動は、有形資産から無形資産による効力が大きくなってきているということから、本稿で取り上げたブランドの評価測定が重要な企業価値を示すことになる。そのため、会計基準の設定は重要である。本稿では、FASBおよびIASBによる「公正価値評価」について、批判的な視点から、Paugam et al. (2016) をあとづけてきた。会計基準設定団体も、この公正価値評価に収斂するまでには、さまざまな葛藤があったであろう。ブランド評価を前提にしていたため、Paugam. et al. (2016) にしたがって、公正価値評価の批判を前提に、論を展開してしまったが、公正価値評価については、あらためて検討する必要があるだろう。

しかし、本稿では、ブランド評価について、会計基準設定団体であるIASBやFASBだけではなく、その他の国際機関、とくに、IVSCの活動、さらには各国の基準設定機関の活動について視野を広げることで、ブランド評価をどのようにすすめていくべきか、単に、会計領域だけでの取組

み状況の検討とすべきではないことがあらためて明らかになった。

今後は、会計学研究の分野で議論されている「公正価値測定」について、特に無形資産の観点から、さらに検討をすることと、IVSCの無形資産に関する活動をさらに深く検討していくことで、管理会計情報のさらなる有効な利用方法について考えていくことを課題としたい。

注

- 1) 競争を回避するための参入障壁には、①規模の経済性によるものである。これは、企業がグローバル市場の大きな部分を占有するほど成長してはじめて、可能な限り最低の生産費が実現するようになればいいに生ずる。②絶対費用によるものである。これは、参入しようとする企業の生産費曲線が、既存企業のそれよりも高くなるものすべてを含んでいる。たとえば、既存企業が、(ア) 生産技術について貴重なノウハウをもっている、(イ) 特許権があり、参入したい企業は特許料を支払う必要がある、(ウ) 特別に重要な投入物や生産要素を独占している、(エ) 資金調達力で優位性があるなどを挙げることができる。③製品差別化によるものである（ケイヴズ著、安井・熊谷監修、1968、34-42頁）。
- 2) レブは、無形資産（インタンジブルズ）は会計学、知識資産は経済学、知的資本はマネジメント及び法律で用いられているが、どれも本質的には同じものだと述べている（Lev, 2001, p.5）。
- 3) 今日におけるサービス産業の増大は、顧客にたいして物理的な製品としての提供がないため、事前にその機能などを確認する手立てがないものの提供が増大しているということである。顧客からみると、そこで提供されるサービスの質は、顧客との関係のなかでつくりあげられていくものであり、それ にたいして一定の満足を保証するものは、企業全体の一貫性、信頼性などであり、それらをもたらす従業員ひとりひとりの態度や行動である。これらを保証するものが、ブランドであると考えられる。したがって、ブランドは、企業全体で環境に適應できている組織能力の結晶であるともいえるのではないだろうか。
- 4) たとえば、Govind Narayan（2012）の研究、Russell Abratt and Geoffrey Bick（2003）研究、Gabriela Salinas and Timbler（2009）の研究などで、ブランド評価方法について、さまざまな観点から多くの分類をしている（成松、2018）。また、白石和孝著（1997）「ブランドの評価方法（1）」『知的無形資産会計』新世社、53-72頁を参照。

- 5) 会計基準に関しては、従来金融庁長官の諮問機関としての企業会計審議会があったが、国際会計基準審議会のメンバーに入るには、民間団体でなければいけないということから、2001年に財務会計基準機構を設立し会計基準に関する団体としてASBJを設置した。
- 6) FASB (Financial Accounting Standard Board: 財務会計基準審議会) は、1973年に設立した米国の会計基準設定機関でプライベートセクターである。エンロンやワールドコムなどの一連の会計不祥事を経験したことでFASBはIASBに歩みよりはじめた (伊藤、2010、3頁)。
- 7) 辻山も次のように述べている。「現代の先進諸国の基準開発は、概念フレームワークに依拠して行われている。それによって会計基準が演繹的に導かれるようになっているばかりでなく、近年では、会計実務から離れたトップダウンの基準開発が行われる傾向があるともいわれている」(辻山、2012、122頁)。
- 8) 買入のれんを資産計上する論拠として、それが将来の経済的便益をもたらす可能性が高く、かつ信頼性をもって測定できるからであるとする見解、買収事業への投資の一部としてののれんに対する経営者の会計責任を明示する必要があるとする見解などがあり、持分控除法の論拠には、買入のれんと自己創設のれんとの会計処理の首尾一貫性を重視する見解、買入のれんは分離して実現することができないので資産計上すべきではないとする見解、買入のれんは株主との取引の結果生ずるものである、つまり買入のれんの支払い、将来利益によりもたらされる将来キャッシュ・フローを期待し、現在の株主持分を一部放棄するという意味をもつものとする見解などがある (永田、2006、注17、80頁)。最後の見解について、白石は次のように述べている。「この大きな問題点は、買収側の企業が十分な利益を生み出し、また「発行済株式の時価総額」が増加しているにもかかわらず、買収時に株主資金の総額 (= 株主持分) が劇的に減少し、場合によっては不自然にマイナスになってしまうことであろう。買収時に株主持分が大幅に減少したり、マイナスになれば、株主資金についての現実的写像は得られず、さらに投資家に対して、準備金との即時相殺分に見合う資金が浪費されたという間違った印象を与えてしまうことになる」(白石、1997、16-17頁)

参考文献

- ・ Bean, LuAnn and Bill D. Jarnagin (2001), "Intangible asset accounting: How do worldwide rules differ?" *Journal of Corporate Accounting & Finance*, Nov/Dec., Vol.13, No.1, pp.55-65.
- ・ James P. Catty (2011), "ISO10668 and Valuations: A Summary for

- Appraisers”, *Business Valuation Update*, BVR, Vol.17 (4), April, pp.1-7.
- ・Kolev Kalin S. (2019) “Do Investors Perceive Marking-to-Model as Marking-to-Myth? Early Evidence from FAS157 Disclosure”, *The Quarterly Journal of Finance*, Vol.9, No.2,
 - ・Laux Christian and Leuz Christian (2010), “Did Fair-Value Accounting Contribute to the Financial Crisis?”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol.24, No.1, winter, pp.93-118.
 - ・Lev, Baruch (2001), *Intangibles: management, measurement, and Reporting*, Brookings Institution, Washinton, D.C (バルーク・レブ著、広瀬義州・桜井久勝監訳、『ブランドの経営と会計』東洋経済新報社、2002)。
 - ・Paugam, Luc., Paul Andre, Henri Philippe, and Roula Harfouche (2016), “Brand Valuation” Routledge, London.
 - ・Ramamma Karthik and Ross L. Watts (2009), “Evidence on the Effects of Unverifiable Fair-Value Accounting”, *Harvard Business School*, No.08-114.
 - ・Zingales L. (2000), “In Search of New Foundations” *Journal of Finance*, Vol.55, pp.1623-1653.
 - ・伊藤邦雄 (2010), 『ゼミナール現代会計入門 (第8版)』。
 - ・大塚成男 (2006), 「FASBによる無形資産会計基準の設定」、伊藤邦雄編著『無形資産の会計』中央経済社、51-58頁。
 - ・菊谷正人 (2005), 「英国におけるのれん会計の展開」『イノベーション・マネジメント』2号、43-58頁。
 - ・寫村剛雄 (1991), 『会計学一般原理』白桃書房、1991年。
 - ・清水泰洋 (2006), 「アメリカにおける基準設定以前における無形資産会計」、伊藤邦雄編著『無形資産の会計』中央経済社、41-51頁。
 - ・ジョナサン・ハスケル、スティアン・ウェストレイク著、山形浩生訳 (2020), 『無形資産が経済を支配する 資本のない資本主義の正体』東洋経済新報社。
 - ・白石和孝 (1997), 『知的無形資産会計』新世社。
 - ・辻山栄子 (2012), 「財務会計における認識と測定—フローとストックの規定関係—」、大日方隆編著『会計基準研究の原点』中央経済社。
 - ・リチャード・ケイヴス著、安井琢磨・熊谷尚夫監修、小西唯雄訳 (1968), 『産業組織論』東洋経済新報社。
 - ・永田京子 (2006), 「現在のアメリカにおける無形資産会計」、伊藤邦雄編著『無形資産の会計』中央経済社、59-71頁。
 - ・成松恭平 (2018), 「無形のマーケティング資産：ブランド価値と会計・財務評価」『敬愛大学研究論集』第94号、3-76頁。
 - ・成松恭平 (2019), 「無形資産の会計基準の動向とその財務的影響—経営者の

ブランド評価問題とその統一評価基準の各種団体の取り組み

意思決定支援に有用な会計情報に向けて一」『敬愛大学研究論集』第95号、31-68頁。

- ・善積康夫（2006）、「無形資産会計の国際的動向 第2節 イギリス」、伊藤邦雄編著『無形資産の会計』中央経済社、78-96頁。