

委員の目

ブリロフの批評

企業会計基準委員会 委員 辻山 栄子



今から20年ほど前、アメリカのウォール・ストリートのアナリスト達に「ブリロフの批評 (Briloff's criticism)」と呼ばれ、絶大な影響力をもっていた会計学者がいた。その後の影響力の程度は寡聞にして知らないが、当時は、ブリロフの批評の対象になった会社の株価が一夜にして半分以上に暴落するという現象がいくつも観察された。当然、批評の的になった会社もただ傍観していたわけではない。ブリロフや、ブリロフの小論文を掲載した新聞、雑誌社を相手取って提訴した会社も少なくなかった。

そのひとつに、1981年7月6日のバロンズ誌上で「ブリロフの批評」の対象となったセーフカード (SafeCard) 社があった。セーフカード社は、当時ニューヨーク市立大学の老教授であったブリロフに対抗して、ニューヨーク大学の新進気鋭の教授であったセイドラを味方につけ、様々なメディアを巻き込んで大々的な反論を展開した。当時ニューヨークに滞在していた筆者も、あるセミナーでこの両者の「討論」を直接目撃する機会を得た。

今日的な視点から振り返ってこの論争が興味

深いのは、この論争の中で提起されていた論点の中に、20年後の今日の会計情報、とりわけ利益計算のあり方をめぐる議論にも通底する、極めて重要な論点が含まれていたという点である。セイドラがセーフカード社を擁護して著した「会計 vs. キャッシュフロー」という論文のタイトルは、その後の会計基準の設定をめぐる大論争の幕開けを暗示するものであった。

ブリロフの批評の矢面に立たされた当時のセーフカード社は、創業10余年の急成長会社で、過去5年間に収益は13倍、利益は10倍に膨れ上がっていたが、同社の利益の80%は、同社の契約会員がクレジット・カードの紛失もしくは盗難に遭遇した際にその解約を速やかに代行する、ホットラインサービス事業から生み出されていた。同社は、同社のサービスへの申込者を名簿に登録するにあたって通常12カ月分（まれに数年）の前金を申し受け、然るべきキャンセル引当金を設定して差し引いた残高を前受収益として計上し、サービス期間に対応させて収益認識するとともに、会員獲得に要したコミッションも同期間に繰延べたうえで償却を行っていた。

ブリロフの批評の組上に上ったのは、同社のマーケティング・コストをめぐる処理であった。過去の経験によれば、同社の登録者の大半は当初12ヶ月の契約終了後に契約を更新するのが常で、その期間（3年～10年）は、各プログラムごとにかなり正確な見積りが可能であった。業務の性格上、当初の顧客獲得にダイレクト・メールを主とする巨額のマーケティング・コストを必要とする同社は、マーケティング・コストをこの見積り期間にわたって繰延べ償却する会計処理を採用してきた。繰延べられたマーケティング・コストの償却期間は追跡調査され、万一期待収益期間との関係で短縮される必要のある時には適宜修正が施されていた。

ブリロフの指摘によれば、もしこのマーケティング・コストを資本化せずに即時費用化していれば、同社の利益は半減することになる。当時の収益費用対応に関する定め（APBステートメント第4号）によれば、費用は当該コストと「直接的」な因果関係をもつ収益に対応して認識されなければならない、直接的な因果関係が認められない場合には、体系的・合理的な費用配分がなされなければならない、そのいずれも不可能な場合には、発生期間に費用化されなければならないところ、セーフカード社の場合には、マーケティング・コストをこれと対応すると考えられる収益のみならず将来の期待収益にまで拡張して対応させているため、適正な処理とは認めがたいというのである。

これに対するセイドラーの主張のエッセンスは、ブリロフの批判はマーケティング支出によって作り出された資産価値を無視するという重大な誤りを犯していると言うものであった。セ

イドラーは、「ブリロフの議論はマーケティング・コストの繰延べにのみ集中し、このコストによって生み出された『隠れた資産＝将来キャッシュフローの現在価値』という真の会計問題に言及していない」と論じていた。そもそもマーケティング・コストは支出期間が多様なジョイント・コストであって、妥当な償却期間という点では減価償却資産の耐用年数と同様に絶対的に客観的な基準はない。その点、セーフカード社は比較的新しいプログラムについては3年という短期で償却をし、ホットラインのような経験の豊富なプログラムについては、実績更新率よりさらに低めの更新率を前提にして償却を行なっている。したがって、同社の会計処理はむしろ伝統的で保守的であるというのである。

この論争が行なわれていた頃のアメリカでは、会計上の「利益」情報に対する信頼が2つの意味で揺らいでいた。そのひとつは、経営者による利益額の歪曲に由来していたが、この論争の直接のテーマでもあったキャッシュフローの「適切な配分」をめぐる解釈の多様さとも相俟って、この問題は一筋縄ではいかない課題となっていた。

いまひとつは、当時の米国財務会計基準審議会（FASB）の議長であったドナルド・カークが「財務会計の主たる目的は投資家、債権者その他の利害関係者が企業の正味期待キャッシュフローの金額・タイミング・不確実性を見積もるのに役立つ情報を提供することにある。期間利益は企業の現在および将来のキャッシュフロー獲得能力を評価するのに確かに有用な情報であるが、これが全てを物語ってくれるものではない。」と語っていたことに象徴されるように、

会計情報における「利益」情報の相対的な重要性の低下に由来していた。「将来のキャッシュフローの予測」にとって、「現在の」利益情報はどのように役立ちうるのか、それが学界における主たる関心事でもあった。

ブリロフは先のカークの言葉を引用しつつ、適切に計算された「利益額」の情報価値は依然として顕在であるということ、ただしこれを補完する意味で、現在のキャッシュフロー情報をより充実させる必要があることを説いていた。

一方、この時期にFASBが概念ステートメントの中で示した、「過去の取引または事象の結果として、ある特定の实体により取得または支配されている、発生の可能性の高い将来の経済的便益である。」という資産の定義は、その後、「将来の経済的便益の存否」に照らしてコストの適切な繰越額（B/S上の資産化額）を吟味する視点を実務に浸透させることとなったが、やがて、セイドラーの主張した「隠れた資産＝将来キャッシュフローの現在価値」そのもののオンバランス化を擁護する論拠としてもしばしば用いられるようになった。つまり、コストの配分問題を超えて、創出された無形価値のオンバランス化や資産・負債の全面公正価値評価を支える論拠としても一人歩きをするようになっていく。

とりわけ、最近の国際会計基準審議会（IASB）の提案のなかには、当時のセイドラーの議論を彷彿とさせるものが多く、困惑させられることが多い。それは、会計情報のあり方を、将来期待キャッシュフローの予測のための情報ではなく、将来期待キャッシュフローの予測結果としての情報の開示へと大転換させることに

他ならないからである。

20年前のセミナーで、セイドラーの主張を開き終えたブリロフが、セイドラーの立論を評して「それは会計ではない別物だ。（That is something, but is not accounting.）」とつぶやいた姿が、まざまざと思い出される昨今である。

つじやま えいこ
辻山 栄子

早稲田大学商学部／大学院商学研究科教授

1947年生

茨城大学人文学部専任講師、同助教授、武蔵大学経済学部助教授、同教授を経て、2003年4月から現職。博士（経済学）。専門は財務会計。