

経営総合科学

第 103 号

~~~~~

[論 説]

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

..... 池田幸典

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離は  
どの程度まで許容されうるか

..... 近藤暁夫

寡占と専門経営者

—— 経営技術と組織の維持 ——

..... 野末英俊

[報 告]

2014年度 経営総合科学研究所 企業調査報告

—— 株式会社くらむぼんワインにみる国産ワインの可能性 ——

..... 山本大造

~~~~~

2015年 2月

愛知大学経営総合科学研究所

経営総合科学 第103号

[論 説]

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか
..... 池田幸典... 1

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離は
どの程度まで許容されうるか
..... 近藤暁夫... 49

寡占と専門経営者
—— 経営技術と組織の維持 ——
..... 野末英俊... 67

[報 告]

2014年度 経営総合科学研究所 企業調査報告
—— 株式会社くらむぼんワインにみる国産ワインの可能性 ——
..... 山本大造... 85

負債と持分、および資本取引と損益取引は どのように区分すべきか

池 田 幸 典

1. はじめに - 利益計算の体系構築にむけて -

利益計算に当たっては、資本取引¹と損益取引を区分しなければならない。なぜなら、一期間における財のフローの原因となった取引を、期間損益に関連するものと、期間損益の基となる持分の直接的増減に関連するものとに分けることで、一期間における損益計算が可能となるからである。したがって、利益計算の体系を構築するためには、資本取引と損益取引の区分の方法を検討しなければならない²。

そこで、自らの利益計算の体系を構築するに当たっては³、資本取引とは何か、損益取引とは何かについて、定義しなければならない。しかし、資本取引も損益取引も、持分の変動であることから、両者を定義する前提として、持分概念を画定しなければならない。そして、持分と負債はともに貸借対照表の貸方項目であるから、持分の定義を行うには、負債の定義との関係を考慮しなければならない。

本稿では、これまでの筆者の研究を基に、ある一定の会計目的および会計主

体と、負債の定義との関連から、持分概念を演繹し、その上で、持分の変動としての資本取引と損益取引について、どのように定義すべきかを明らかにする。そして、負債と持分、さらに資本取引と損益取引はいかに区分すべきかについて、各定義の具体的な適用の問題を含めて明らかにする⁴。

2. 基礎概念の検討

- 会計目的と会計主体、負債・持分、および資本取引・損益取引 -

(1) 会計目的と会計主体⁵

現在、会計目的に関する考え方には、大別すると、経営者の受託責任の解除を重視する考え方と、情報利用者への有用な情報の提供を重視する考え方がある(須田 [2000] 15-24 頁; 万代 [2000] 13-17 頁; 桜井 [2002] 11-13 頁; 森川 [2005] 5-7 頁, 25-28 頁)⁶。本稿では便宜上、前者を受託責任目的、後者を意思決定目的と呼ぶことにする。そこで、両者の関係について整理してみると、意思決定目的を主目的とし、受託責任目的を従とするもの(企業会計基準委員会 [2006] 第 1 章、第 2 項および第 11 項)や、意思決定目的の中に受託責任目的が包含されると考えるもの(FASB [2010] par.OB2, par.OB4)のように、意思決定目的を重視する考え方が、基準設定主体を中心にとられている。これに対し、両者を対立的に捉えたうえで、受託責任目的を重視する考え方も存在する(Ijiri [1975] pp.45-46)。

現在は、意思決定有用性目的を重視する考え方が優勢であるが、この考え方では、情報利用者の範囲とニーズが問題となる(AAA Committee on Concepts and Standards for External Financial Reports [1977] pp.2-3)。情報利用者には様々な種類の者がおり、それぞれ様々なニーズがあるため、情報利用者に有用な「情報が何であるのかを決めるのは難しく、利用者のニーズを一つの財務諸表で満たすのは難しい。したがって、このような考え方の下では、財務諸表を作成して一意的な利益を算出して公表する根拠を見出せない」(池

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

田 [2011] 31-32 頁)。利用者への情報提供を重視するなら、あえて一組の財務諸表にこだわる必然性はなく、事象アプローチ (Sorter [1969] pp.13-19) のように、集計前の取引データや仕訳・元帳データなどを利用者へ提供し、利益概念の選択を含め、会計処理に関する判断を利用者に委ねるアプローチが演繹される。

むしろ、受託責任目的を強調した方が、会計数値を一意的に定めて報告しなければならない理由を説明しやすい (池田 [2011] 33 頁)。というのも、受託者が委託者に対して会計報告を行う際には、受託者は委託者にとっての会計数値を作成・報告する必要に迫られることから、持分概念や利益概念といった会計数値は必然的に、資金の委託者にとっての数値になるが、資金の委託者は全体で「資金の委託者」という一つの集団であると考えられるため、資金の委託者にとっての持分や利益も一種類しかないからである。企業はこの持分数値や利益数値に対する責任を負う。したがって、利益や持分といった会計数値は、資金委託者の持分なり利益として、一意的に定めなければならない。

しかし、これだけでは受託責任目的の重要性を論じるには不十分である。複式簿記を用いる以上、どのような会計目的で財務諸表を作成しても、利益は一意的に決まるからである。ではなぜ、受託責任目的が、重要になるのだろうか。

受託責任目的の重要性は、財務報告の目的を巡る国際会計基準審議会 (IASB) と財務会計基準審議会 (FASB) の概念フレームワーク改訂の経緯をみれば、明らかであろう。IASB と FASB は、概念フレームワーク改訂の際、財務報告の目的に受託責任目的が意味する内容を含めているとはしているが (IASB [2010] pars.BC1.28)、従来概念フレームワークにあった受託責任目的に関する文言を削除しており、意思決定有用性目的の中に受託責任目的を包摂してしまっている (IASB [2010] pars.OB2-OB4)。しかしこの改訂には、批判が多く (藤井 [2012] 128-129 頁)、現在でも、受託責任目的を独立の会計目的として概念フレームワークに明示することを主張する者はいる

(EFRAG [2013] par.31)。このように、多くの者が受託責任目的を重要な、かつ独立した会計目的として位置づけることを主張していることから、受託責任目的は、意思決定有用性目的と少なくとも同等の地位に置かれるべきである。

しかし、歴史的には、所有と経営の分離した株式会社の会計において、受託責任目的のための会計の必要性が説かれ、そうした受託責任目的のための会計の枠組の中で、意思決定に有用な情報の提供が制度上行われ、現在に至る（森川 [2005] 5-7 頁）。ここからは、受託責任目的は、意思決定有用性目的よりも重要視すべきであることがわかる。

概念フレームワーク・プロジェクトにおける議論の経緯や、これまでの会計制度の歴史的な発展の経緯から考えれば、受託責任目的は重要な会計目的であり、かつ意思決定有用性目的よりも重視されるべきであるといえる。会計数値は、元来は受託責任目的のために用いられており、それゆえに会社は一つの持分および利益の数値に責任を持ち、そして、こうした受託責任目的のために用いられる会計情報が、会計情報利用者によって様々な意思決定に利用されていると考えるのが妥当であると考えられる。

受託責任とは委託者に対する受託者の責任である。資金の委託者は受託者に資金の管理・運用を委託し、受託者はその資金の管理・運用に対して責任を負い、そして結果を報告する責任を負う。したがって、持分概念や利益概念といった会計数値は必然的に、資金の委託者にとっての数値になる。会社は、かかる会計数値に、責任を負う。

受託責任目的を重視する会計においては、資金の委託者が、財務諸表における会計主体となる。法的には、委託者とは、株式会社であれば株主を指す。しかし、法的に株主であっても、一定期間たてば償還を受けることができる株主のように、債権者に近いケースもある（Nair et al. [1990] p.38）。資金を貸し付けている者（債権者）は、一定期間内に償還されることを期待しているが、通常、こうした状態の資金提供者を委託者とは呼ばない。

これに対して、資金を委託している状態とは、一定期間における償還が期待

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

できず、破綻に伴って資金が戻ってこないリスクを常に負っている状態を指すと考えられる。かかるリスクがあるが故に、このようなリスクを負う者は、委託した資金と、会社に関する、会社からの定期的な報告を必要とする。

このように考えると、財務諸表における会計主体は、一定期間での償還が期待できない資金提供者であり、そして、当該資金提供者が会社に対し有する請求権が、持分である。これを会社側からみると、会社が支払義務を負わない請求権が、持分となる。

(2) 負債と持分の定義

負債の定義

負債は、記帳・帳簿締切の結果貸借対照表に生じる貸方項目のうち資産の減少ではないもの (American Institute of Accountants Committee of Terminology [1953] par.27) と定義される場合もあるが、この場合は負債を持分と区分して定義する必然性はなくなる。

他方、法的債務と定義される場合 (Schär [1914] S.13 ; AAA [1948] p.342) や、経済的便益の犠牲を伴う義務と定義される場合 (Kerr [1984] p.75; FASB [1985] par.35; ASBJ [2006] 第5項 ; IASB [2010] par.4.4 (b)) もある。また、持分に合致しない請求権として消極的に定義される場合 (FASB [2007] par.27; PAAinE [2008] pars.4.19-4.20) もある。これらの定義においては、負債は持分とは別個に定義される。

負債は持分とは別個に定義する場合には、このほかにも、「経済的義務と、義務ではないが一般に認められた会計原則 (GAAP) によって計上される繰延収益」 (APB [1970] par.132) あるいは、経済的義務と収益費用対応の必要性から計上される項目 (ある種の繰延収益ないし引当金) (FASB [1976] par.149, L-3) のように、実務上の負債の範囲を説明しようとしたものもある。しかし、これらの定義は、現行実務における負債の範囲を説明しようとするあまり、「経済的義務 (支払義務) とその他」といったように、単一のもので負

債を説明することに成功しておらず、「負債に含まれる項目に共通する特徴を十分に説明できていない」（池田 [2010c] 25 頁、脚注 4）。したがって、これらの定義は、概念規定としては論理的に成立しない。

このように、負債の定義には様々なものがあるが（池田 [2014b] 4-5 頁）、大別すると、持分に該当しない項目として消極的に定義するもの（FASB [2007] par.27; PAAinE [2008] pars.4.19-4.20）と、法的債務（Schär [1914] S.13 ; AAA [1948] p.342）とか経済的義務（Kerr [1984] p.75; FASB [1985] par.35; 企業会計基準委員会 [2006] 第 3 章、第 5 項 ; IASB [2010] par.4.4 (b)）というように負債としての性質を捉えて積極的に定義するものがある。

しかし現在では、負債は、概念フレームワークなどで、経済的義務、すなわち経済的資源の犠牲を伴う義務と積極的に定義されることが多い（池田 [2010b] 101 頁）。そして、こうした負債の定義は、制度上も実務上も、ある程度定着しているものと考えられる（池田 [2010b] 103 頁）。IASB と FASB が共同で「持分の性質を有する金融商品プロジェクト」を行っていた時期に公表された予備的見解では、最劣後の請求権を有する金融商品を持分とし、それ以外の請求権を有する金融商品を負債としていた（FASB [2007] pars.18-19, par.27）が、これに対しては反対が強く（池田 [2010a] 65 頁）、その後当該プロジェクトでは、負債を何らかの支払義務と定義する考え方、すなわち負債確定アプローチを原則として採用し、負債確定アプローチを採用することに批判が多い項目について例外的に持分確定アプローチを適用しようとして、議論を進めた経緯がある（池田 [2010a] 69-70 頁）。この経緯からも、経済的義務という負債の定義がある程度定着していることが窺える（池田 [2010a] 70 頁）。

持分の定義

他方、持分の定義にも様々なものがある（池田 [2014b] 5 頁）。持分の定義には、株主（出資者）の残余請求権（Kerr [1989] p.71）、普通株主の請求権（Ohlson and Penman [2005] pp.26-27）、最劣後請求権者の請求権（Staubus

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

[1961] p.22; FASB [2007] pars.18-19)、損失を負担する請求権 (PAAinE [2008] par.7.6)、あるいは株主と同等のリスクを負う項目 (FASB [2000] par.168) と、積極的に定義されることもあるが、単に資産から負債を引いた残余 (FASB [1985] par.49)、ないし資産から負債を引いた残余に対する請求権 (IASB [2010] par.4.4 (c)) と消極的に定義されることもある。

他方、債権者と株主の請求権を諸持分 (equities) と定義したり (Paton [1922] p.77)、資産に対する拘束を諸持分と定義したりする (Vatter [1947] p.19) 場合は、負債と区分して持分も定義する必然性はなくなる。

現在では、概念フレームワークなどに見られるように、負債を確定し、持分を残余とする方法が有力である。そして、多くの場合、負債は経済的義務と定義され (FASB [1985] par.35)、また、持分は資産から負債を引いた残余に対する株主 (出資者) の請求権である (FASB [1985] par.49, par.60; Kerr [1989] p.71) と定義されている。

しかし、持分は株主の請求権と同義でよいのであろうか (池田 [2010c] 22頁)。株式の中には、一定期間経過後に株主が償還を受けることができるものもあり、社債等の債権に近いケースもある (Nair et al. [1990] p.38)。このような株式は、会社からすれば支払義務を負うものであるため、負債であると考えられる。このような株主は一定期間たてば資金が償還されるため、通常の株主とは異なり、資金を会社に貸し付けているのと同じであり、資金を委託して運用を任せているとはいいたい。

前述 (本節 (1)) のように、財務諸表における会計主体は、一定期間での償還が期待できない資金提供者であり、そして、当該資金提供者が会社に対し有する請求権が、持分である。これを会社側からみると、会社が支払義務を負わない請求権が、持分となる。

(3) 資本取引と損益取引の定義⁷

資本取引も損益取引も、持分の変動である。両者の定義の方法には、資本取

引を決めてそれ以外の持分変動を損益取引とする方法と、損益取引を決めてそれ以外の持分変動を資本取引とする方法がある。

これまで、日本では、損益計算を重視する考え方のもとで、損益取引を損益を生む取引と解し、資本取引を損益取引以外の持分の変動とするアプローチが、制度上採られてきた（万代 [2007] 18-19 頁；池田 [2012] 42-45 頁）。

しかし、損益を生む取引を損益取引とすると、損益を定義しなければならない。損益とその構成要素としての収益・費用を積極的に定義できるならば、利益計算のために収益・費用のみを定義すればよく、それ以外の項目は特に必要ない。こうした考え方は収益費用アプローチと呼ばれているが、これは収益を成果とみなし、費用を成果を生むための努力とみなすものである。しかし、何が成果で何が努力かを厳密に示すことは難しい。したがって、定義を行うという側面からは、収益費用アプローチには難点があるとされる（藤井 [1997] 128-129 頁）。

そもそも、持分は利益の基礎となるものであり、資本取引によって利益計算の基礎となる持分が確定することによってはじめて、利益が算定できる。したがって、損益取引を決定してそれ以外の持分変動を資本取引とするのは、利益から持分の大きさを決定するのと同じであり、本末転倒な考え方であると言わざるをえない。

したがって、持分変動を引き起こす要因を資本取引と損益取引に区分する方法としては、資本取引を定義し、それに該当しない持分変動を損益取引とするアプローチの方が、理に適っている⁸。海外の概念フレームワークでは、所有者との取引以外の持分の変動を、包括利益あるいは（収益から費用を引いた金額としての）損益としており（FASB [1985] par.70；IASB [2010] par.4.24）、資本取引を定義してそれ以外の持分の変動を損益取引とするアプローチがとられている。

では、資本取引と損益取引は、どのように定義すればよいか。

資本取引も損益取引も、持分の変動である。受託責任会計においては、企業

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

は資金の委託者にとっての利益を報告しなければならない。したがって、資金の委託者が企業に持つ請求権こそが持分である。資金の委託者が更なる資金を委託する場合、あるいは資金の委託者が委託していた資金を引き揚げる場合、確かに委託者が委託している資金の額が変動するが、これは企業が資金運用を行った結果ではないから、ここからは利益や損失は生じない。すなわち、このような、資金の委託者と会社と間の直接の取引が、資本取引であり、それ以外の持分変動を引き起こす取引は損益取引となる。法的には資金の委託者は株主（出資者）であるが、本稿では、本節の（1）（2）でみたように、資金の委託者は、平時において支払請求できない請求権の保有者を指す。

3. 負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分のあり方

（1）負債と持分はどのように区分するか

前節でみたように、負債を経済的義務、すなわち経済的資源を犠牲にする義務と定義し、そして持分を、会社からみて支払義務を負わない請求権と定義すれば、負債と持分を区分する規準は必然的に、経済的義務の有無だけになる。すなわち、経済的義務を負っている場合は負債が計上され、そして、それ以外の場合は持分が計上される。

企業が継続的に事業を行うことを前提にする以上、清算時における優先・劣後の関係を負債・持分の区分において考慮する必要はない。また、株式とか社債といった証券の形式を、負債・持分の区分において考慮する必要もない。これまで、優先・劣後の関係や、議決権の有無や、あるいは法的に株式であるか社債であるか等といった法的・形式的要素を考慮して、負債か持分かを判断してきたが、これらの要素を考慮するのはむしろ問題を混乱させるだけであり、問題の解決にはならない。

(2) 持分の変動としての資本取引と損益取引はどのように区分するか

持分の変動としての資本取引と損益取引の区分の方法には、様々なものがある(篤村 [1985] 31-34 頁)。制度的には、純利益(または純損失)を生じさせる取引を損益取引とし、それ以外の純資産の変動を引き起こす取引を資本取引としている(池田 [2012] 49 頁)。そして、資本取引のうち、株主資本の直接の変動を引き起こす取引が株主取引となる(池田 [2012] 49 頁)。この場合の株主取引は、「株主の自益権に基づく、株主と会社との資産・負債の移動」(池田 [2008a] 111 頁)であり、株式を介した会社と株主との取引、および株式の自益権から生じた配当の受け払いが、株主取引に該当する。

制度上の資本取引と損益取引の定義は、損益取引を定義してそれ以外の持分の変動を資本取引とするアプローチであるが、このアプローチは前述(第2節(3))の通り、利益から持分の大きさを決定するものであり、本末転倒な考え方であると言わざるをえない。したがって、本稿ではこのアプローチとは異なる立場を採る。

制度上の株主取引は、株主と会社の取引全てを指しているわけではなく、株主と会社の取引のうち、株主の自益権に基づく資産・負債の変動を引き起こす取引に限定されている。こうした制度上の株主取引の定義は、株式の法的な側面を重視したものであるが、法的な要素が会計処理を決定するのは、制度上はともかく、法から自立した会計理論の立場からは、あるいは実態を重視する会計の立場からは容認できない。

また、本稿では、受託責任会計の枠組みの下で、委託者の請求権を持分と考えているが、委託者は会社に対して支払を要求できない請求権の保有者であり、会社からみれば、支払義務を負わない請求権が持分となる。したがって、株主取引と、本稿でいう資本取引とは異なり、株主取引であるからといって、本稿での資本取引に該当するとは限らない。

よって、会計上の資本取引は、資金委託者と会社との取引、すなわち、会社に対して支払を要求できない請求権の保有者と、会社との取引であると定義さ

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

れる。しかし、こうした請求権の保有者が追加的に会社に資金を貸し付けたとしても、会社の側では支払義務を負うが故に負債が増加するだけであり、資本取引には該当せず、持分は増加しない。また、たとえば小売店の資金委託者がその小売店で買い物をしても、当該小売店ではその資金委託者を顧客として扱っており、資金委託者が単なる顧客かを識別する術を持ちえないため、このような場合は、たとえ資金委託者と会社との取引であるとしても、資本取引にはならない⁹。

そうすると、損益取引は、持分の変動のうち資本取引に該当しないものであるから、持分の変動を引き起こす取引のうち、委託者（会社に対して支払を要求できない請求権の保有者）と会社との取引に該当しない取引をいう。

4. 定義の適用を巡る問題

前述（第2節（2））のように、負債を資産から持分を引いた残余と消極的に定義するのではなく、その性質を捉えて積極的に定義すると、法的債務か、経済的義務かのいずれかの定義をすることになるが、現在では負債を法的債務に限定するよりも、むしろ経済的義務と定義されることがほとんどである。そして、持分を、支払義務を負わない請求権と定義すれば、負債と持分は支払義務の有無でのみ区分されることになり、問題は単純に解決できるように見える。

また、持分の変動についても、委託者と会社との取引が資本取引と定義される。したがって、持分変動取引のうち、取引の相手方が委託者であれば資本取引となり、それ以外の持分変動取引は損益取引となる。したがって、資本取引と損益取引は、会社と委託者との取引であるか否かといった点によって区分されるので、持分変動取引の区分としての資本取引・損益取引の区分の問題も、簡単に解決できるように見える。

しかし、実際には、負債・持分および資本取引・損益取引を定義し、区分するルールを定めただけでは不十分であり、負債・持分および資本取引・損益取

引の定義を適用する際に、解決すべき課題がいくつか残されている。

(1) 負債の定義の適用のあり方について

負債の定義を適用の方法を巡り、以下の2点が解決すべき課題として残されている。

自社株式を交付して決済する義務の会計処理

負債の定義をすべての項目に機械的に適用してよいか

そこでここでは、この2点について検討していく。

自社株式を交付して決済する義務の会計処理¹⁰

自社株式を交付して決済する義務には、大別すると以下の2通りのものが考えられる (池田 [2010b] 104 頁)。

- (a) 追加的対価を受け取ることにしに自社株式を交付することにより決済する義務
- (b) 一定の対価を受け取って一定価格で自社株式を交付する義務

これらの義務を決済するために交付される自社株式は、未発行株式と自己株式とがあるが、これらはいずれも資産ではないとみなすのが通説である。未発行株式は、発行することが確定しておらず、また発行することによって始めて資産をもたらすため、資産であるとはいえない (Paton [1919] pp.328-329)。また、自己株式も、通説によれば資産ではない。会計学上、自己株式の性質に関する学説には、資産説と持分控除説 (資本取引説) があるが、現在のところ後者のほうが優勢である (伊藤 [1996] 204 頁; 池田 [2000] 55-56 頁; 増子 [2008] 134-137 頁)。

そこで、自社株式を交付して決済する義務は、国際財務報告基準 (IFRS) でも、米国の会計基準体系 (Accounting Standards Codification, 以下「ASC」と略称) でも、資産を引き渡す義務ではないので持分とすることが多い

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

(IFRS2, par.7, par.BC98 ; IAS32, pars.IE19-IE20 ; ASC, pars.718-10-25-6 through 718-10-25-19¹¹, pars.815-40-25-1 through 815-40-25-4)。

自社株式を交付して決済する義務のうち、追加的対価を受け取ることなしに自社株式を交付することにより決済する義務は、すでに対価を受け取ってしまったので、追加的対価を受け取ることなしに自社株式を交付しなければならないことが確定している確定義務である。自社株式の交付が確定しているということは、それによって現金等の資産を受け取ることができる権利の発生が確定しているということを意味する。

企業としては、このような、追加的対価を受け取ることなく自社株式を交付して決済しなければならないことが確定した、確定義務が存在することにより、本来であれば自社株式の交付によって追加的に現金等の資産を受け取ることが確定した確定権利を、確定義務の決済のために犠牲にせざるを得ず、そして、このような確定権利の犠牲は、当該義務発生時点で確定していることになる。その結果、企業は、自社株式の交付によって生じた、確定権利（現金等の資産を受け取る権利）を行使して現金当の資産を受け取ることができない。

こうした確定権利は、一種の未収金として、資産として扱われる。したがって、追加的対価を受け取ることなしに一定期間に自社株式を交付することによって決済することが確定した確定義務は、追加的対価を受け取ることなしに自社株式を交付することによって、経済的便益の犠牲が生じることが確定しているものと考えられる。結論として、こうした追加的対価を受け取ることなしに自社株式を交付することによって決済することが確定した確定義務は、負債として計上されるべきである¹²。

他方、一定の対価を受け取って一定価格で自社株式を交付する義務は、一定の対価として現金等の資産を受け取る権利と、追加的対価を受け取ることなしに自社株式を交付する義務とに分解される（池田 [2010b] 108 頁）。

しかし、上述の権利（一定の対価として現金等の資産を受け取る権利）は、自社株式交付が生じていない時点では、将来の自社株式交付に伴って確定する

条件付の権利であり、その将来の自社株式交付という事象の発生が未確定であるため、財務諸表に資産として計上できない。また、ここでの契約から生じる義務、すなわち追加的対価を受け取ることなしに自社株式を交付する義務を確定義務として貸借対照表に計上するためには、対価として何らかの資産を取得している必要がある。しかし、一定の対価として現金等の資産を受け取る権利が未確定で、かつ実際に現金等の資産を取得していない状態では、追加的対価を受け取ることなしに自社株式を交付する義務は、未確定の状態であり、確定義務ではないことから、負債としては認識できない。

したがって、たとえば、自社株式を対象とした売建コール・オプション（新株予約権、ワラントなど）が行使されれば、一定の対価として現金等の資産を受け入れて自社株式を交付しなければならないが、かかる自社株式交付義務は自社株式を対象とした売建コール・オプションが行使されることを条件としたものであり、当該義務は未確定の状態であるし、対価として現金等の資産を受け取る権利もまた未確定の状態にある。したがって、このような条件付の自社株式交付義務は負債にはならない。

そして、こうしたオプションが行使されて、一定の対価として現金等の資産を受け取る権利と、一定の対価として現金等の資産を受け取る事を条件に追加的対価を受け取ることなしに自社株式を交付する義務が発生したとしても、後者の義務は、前者の権利の履行をもってはじめて確定するので、一定の対価として現金等の資産を受け入れて自社株式を交付する義務は、実際に対価として現金等の資産を受け取るまでは確定義務（追加的対価なしに自社株式を交付する確定義務）は発生せず、負債には計上されない¹³。

会計基準では、自社株式で決済する義務と現金で決済する義務とでは会計処理が全く異なるケースがある（IAS32, par.16; ASC, pars.815-40-25-1 through 815-40-25-6）が、本稿の結論を適用すると、自社株式で決済しようと、現金で決済しようと、いずれの場合も負債になる。

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

負債の定義をすべての項目に機械的に適用してもよいか

また、負債の定義をすべての項目に機械的に適用してもよいかという問題がある。IASB/FASBの「持分の性質を有する金融商品プロジェクト」では、負債の定義を機械的に適用することによって、協同組合の出資金が負債になってしまうことに対して、協同組合側が強く反対し（齊藤・重頭 [2010] 242-244 頁）、結局、協同組合の出資金は持分とする方向で議論が進んできた（池田 [2014a] 124 頁）。現在、IAS32には、協同組合の出資金など一部のプッタブル金融商品を持分とする規定がある（IAS32, pars.16A-16D）が、これは支払義務のあるものを負債とする、概念フレームワークの原則に対する例外とされている（IAS32, par.BC55, par.BC67）。しかも、概念フレームワークの見直しに関する討議資料では、協同組合の出資金など一部のプッタブル金融商品については、支払義務のあるものを負債とすることに対する「例外」（IASB [2013b] par.5.57）として、持分とすることを述べている。

しかし、例外は例外に過ぎず、実務・制度では政策上の必要性に応じて例外が認められることがあるのかもしれないが、学問上は、例外を認めたら矛盾が生じてしまうので、このような例外は認められない。したがって、学問上は、負債の定義をすべての項目に対して機械的に適用するしかない。

(2) 区分処理か、一括処理か - 契約の細分化 -

また、負債・持分および資本取引・損益取引の定義の適用方法を巡って解決すべき課題としては、定義を適用する前提としての契約の識別問題が残されている。

契約の中には、いくつかの取引が集まって一連の取引を形成していることがある。また、金融商品の中には、いくつかの構成要素が集まって複合金融商品を形成していることもある（池田 [2008a] 108-109 頁）。つまり、これらの契約では、いくつもの取引が結合してひとつの契約を形成している。

このような複雑な契約の場合、契約の全体がどのような取引の構成要素から

成り立っているかをなるべく詳細に分析し、「資金や権利・義務関係の流れをなるべく厳密に把握した上で」、契約の構成要素ごとに「なるべく細分化」し、細分化した構成要素に対して、負債や持分、あるいは資本取引・損益取引の定義を適用して、会計処理を考えなければならない(池田 [2002] 103 頁、106 頁)。

すなわち、契約全体がいくつかの構成要素から成り立っているのであればそれを構成要素ごとに分解し、また、契約全体がいくつかの段階の取引に分かれていればそれを細分化した上で、それぞれの構成要素や取引の段階に対して、負債や持分、あるいは資本取引・損益取引の定義を適用して、会計処理を考える必要がある。

たとえば転換社債型新株予約権付社債であれば、転換権と社債という2つの構成要素から成り立っているため、転換権部分と社債部分に分解するが、社債は転換権部分があることによって、単なる社債ではなく、現金等の資産または自社株式で決済する義務に変質している。他方、転換権部分は新株予約権であるため、これについては社債部分とは別に会計処理をする必要がある¹⁴。

また、新株予約権(自社株式を対象とした売建コール・オプション)についても、新株予約権の発行時点の取引と、新株予約権の行使による株式交付取引は、新株予約権の契約の中でもたらされる一連の取引ではあるが、両者は別の時点に生じる別個の取引であり、それぞれの取引について、定義を適用して会計処理を行う必要がある(池田 [2002] 103-106 頁、113 頁)。

こうした契約の細分化は、金融商品会計だけでなく、リース会計や収益認識など、会計基準上設定の議論においても、契約を構成要素に分解するアプローチとして現れている¹⁵。本稿での立場も、こうしたアプローチを踏まえている。

(3) 法律上の要件を考慮に入れるか

負債・持分および資本取引・損益取引の定義の適用を巡っては、法律上の要件の存在を考慮に入れておかなければならない。そして、法律上の要件が負債・

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

持分の区分に影響を与えるか否か（言い換えれば、法律上の要件を負債・持分の区分に反映させるべきか否か）を判断する必要がある。

制度上は、法律上の要件を考慮して会計処理されることがある。たとえば、日本では、株式による資金調達、すべて株主資本の増加として処理する（板橋 [2006] 142 頁）が、これは法律上株式であることを重要視している。したがって、株式にどのような条件が付されていようと、株式による資金調達であれば、法的に株式であることを理由に、株主資本の増加として処理される。また、制度上、現物配当が剰余金のマイナスになるのに対し、株主優待の付与が費用になるのも、配当が株式の法的権利（自益権）に基づいているのに対し、株主優待が単に株主と会社との契約によるものに過ぎないことに起因する。

しかし、法律上の形式要件だけが会計処理を決めるとするのは、法律に会計が従属することを意味する。法律上の要件が契約を左右し、資金の流れを左右するのであれば、法律上の要件を会計処理に反映させるべきである¹⁶が、資金の流れと無関係な法律上の要件は、会計処理に反映させるべきではない。

償還義務を負う株式を例にとって考えてみよう。償還義務を負う株式は、法的に株式であり、株式であることを重視すれば、持分になる。しかし、償還義務を負う株式は、償還期限を持つため、単にお金を借り入れて一定期間になれば返済する債務と変わりが無い。異なるのは、株式が債務かという、法的形式の違いだけである。したがって、この場合、株式であるという、法的な要件だけで会計処理を決定すべきではない。

したがって本稿では、資金の流れが法律上の要件との関係を考慮し、法律上の要件が資金の流れと無関係の場合は、法律上の要件よりも資金の流れを重視すべきであるとの立場に立つ。

5. 定義の具体的適用の方法 - 具体的事例を素材として -

本節では、前稿（池田 [2014b] 35-55 頁）で取り上げた7つの「現在の未

表1 残された検討課題と本稿での検討課題

| 残された検討課題 | 本稿での検討課題 |
|---|-----------------------------------|
| 自社株式を対象とした売建オプション（コールおよびプット） | 本稿で検討する |
| 転換社債型新株予約権付社債とその転換、およびデット・エクイティ・スワップ | 本稿で検討する |
| プットブル金融商品、取得請求権付株式、協同組合出資金などの償還義務を伴う株式・出資 | 本稿で検討する |
| 株式交付費とスプレッド方式 | 本稿で検討する |
| 株主優待 | 本稿で検討する |
| 劣後債（劣後ローン）、永久債、亨益権 | 本稿で検討する |
| その他の包括利益累計額 | 池田 [2003] および池田 [2006] を基に、別途検討する |
| 非支配株主持分 | 池田 [2015] にて別途検討する |
| 固定資産の再評価に係る評価差額 | 理論的には解決済みと考えられるので、本稿では検討せず |

解決問題」(池田 [2014b] 35 頁) のうち、別稿 (池田 [2003] ; 池田 [2006]) で扱っているものの業績概念との関連を別途検討する必要のある「その他の包括利益累計額」と、「理論的には解決済み」(池田 [2014b] 51 頁) と考えられる「固定資産の再評価に係る評価差額」を除く 5 つの論点と、前稿 (池田 [2014b]) では取り上げなかった株主優待の会計処理の、合計 6 つの論点について、どのように会計処理すべきかについて、本稿におけるこれまでの議論を踏まえ、論じていく。なお、連結会計固有の問題である非支配株主持分については、別稿 (池田 [2015]) にて扱うため、ここでは取り上げない。

(1) 自社株式を対象とした売建オプション

自社株式を対象とした売建コール・オプション¹⁷

自社株式を対象とした売建オプションには、コールとプットがある。自社株

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

式を対象とした売建コール・オプションは一定時期に一定価格で自社株式を交付する義務であり、新株予約権やストック・オプション、あるいは転換社債型新株予約権付社債の転換権部分も、自社株式を対象とした売建コール・オプションの一種である。

会計基準上、こうした自社株式を対象とした売建コール・オプションは、自社株式を引き渡す義務はあるものの、資産やサービスを引き渡さないという理由で、負債にはならないことが多い。米国基準や IFRS では持分になる (ASC, pars.718-10-25-6 through 718-10-25-19, par.815-40-25-1 ; IFRS2, par. 7 ; IAS32, pars.IE19-IE20) のに対し、日本の会計基準では、純資産に含めるが株主資本には含めない (企業会計基準第 5 号、第 7 項 ; 企業会計基準第 8 号、第 4 項)。

自社株式を対象とした売建コール・オプションそのものは、株式を交付することによって決済する義務ではない。当該売建コール・オプションは、行使されて消滅するか、行使されずに失効するかのいずれかであり、それ自体の払い戻しは通常想定されない。したがって、こうしたコール・オプションは負債ではない。

しかし、自社株式を対象とした売建コール・オプションは、オプションのホルダーからしてみれば、新たに株式を買うことのできる権利である。つまり、これから株式を買うことのできる権利を意味することから、その権利のホルダーは、たとえすでにその会社の株式を保有していたとしても、まだ新たに株式を保有する株主にはなっていない。その意味で、自社株式を対象とした売建コール・オプションのホルダーは、資金の委託者ではない。つまり、自社株式を対象とした売建コール・オプションを発行する取引は、会社と委託者との取引ではないことから、資本取引には該当せず、損益取引として処理されるべきである。しかし負債には該当しないことから、収益として処理されるべきである。

むしろ、株式を交付することによって決済する義務は、当該売建コール・オプションが行使された時に発生する。こうした義務は、前述 (第 4 節 (1))

の議論の通り、負債の定義を満たすと考えられ、結論として負債とすべきである。

自社株式を対象とした売建プット・オプション

他方、自社株式を対象とした売建プット・オプションとは、一定時期に一定価格で自社株式を買い戻す義務である。日本にはこうしたオプションの会計処理を扱う会計基準がないが、米国基準では、自社株式を買い戻す時に資産を引き渡す義務を履行しなければならないため、資産を引き渡す義務として負債になる（ASC, par.480-10-25-8, par.480-10-25-10；長谷川 [2013] 454 頁）。他方、IAS32 では、純額を現金または自社株式で決済する場合はオプション部分を負債として計上する（IAS32, pars.IE28-IE29）が、オプションの行使によって自社株式を買い戻して決済する場合は、受け取ったオプション料の部分は持分としつつ、自社株式買戻義務の部分は負債とする（IAS32, par.IE30）。

自社株式を対象とした売建プット・オプションのホルダーは株主であり、自らが保有する株式を発行会社に売り渡すオプションを持つ。したがって、会社が当該プット・オプションを発行する取引は、株主と会社との間の取引である。また、こうした売建プット・オプションは、通常は払い戻すことを想定していないので、当該オプションは、発行会社からみれば支払義務を負わないので、負債に該当しないと考えられる。

これらのことから考えると、当該プット・オプションを発行する取引は、負債を増加させる取引ではなく、また、株主と会社との間の取引であることから、資本取引として処理されるべきであると考えられる。当該プット・オプションの取引を行うことにより、株主は自らが持つ株式を会社に買い戻させる権利を得るので、株主は通常の株主ではなくなり、どちらかという債権者に近い立場になる。このため、当該プット・オプションの取引は債権者と会社の取引とみなす見解があるかもしれないが、債権者になるのは、こうしたプット・オプションの取引を行った後であり、取引を開始する時点では確かに通常の株主と

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

会社との取引である。よって、自社株式を対象とした売建プット・オプションのオプション料は、資本取引から生じた項目であり、持分であると考えられる。

しかし、この売建プット・オプションの取引を行うことによって、会社はオプションホルダーの請求に応じて株式を償還する義務を負う。前述の通り、株主は通常の株主ではなくなり、どちらかという債権者に近くなる。したがって、当該プット・オプションの対象となっている株式については、負債とすべきである¹⁸。この結論は、前述の IAS32 の結論と同じであるが、IAS32 が固定数の株式を固定額の現金で買い戻す義務であるから、固定数の株式と固定額の資産とを取引する場合は持分が発生するという「fixed for fixed の原則」¹⁹ に照らして当該プット・オプションを持分としているのに対して、本稿では、株主との取引であるから持分が発生しているとして、この売建プット・オプションのオプション料部分を持分としているのであり、結論は同じであるが論拠は異なる。

(2) 転換社債型新株予約権付社債とその転換、およびデット・エクイティ・スワップ²⁰

転換社債型新株予約権付社債の会計処理

法律上、新株予約権付社債とは、社債に新株予約権を付したものであり、両者を分離して譲渡・質入れできないものをいう（江頭 [2006] 731 頁）²¹。このうち、転換社債型新株予約権付社債は、新株予約権付社債のうち、新株予約権部分を行使して社債金額を株式の払い込み金額に転換できるものをいい、従来日本では転換社債と呼ばれてきたものである。

新株予約権付社債は、社債に新株予約権が付されたものである。そこで、社債の構成要素と新株予約権の構成要素に区分して別個に会計処理を行う「区分法」が、従来から提案されてきた。しかし、社債と新株予約権を一体のものとして処理する「一括法」も提案されている。

日本の現行基準では、転換社債型新株予約権付社債以外の新株予約権付社債

は、区分法によって処理しなければならないが、新株予約権部分については、株主資本ではない純資産とし、権利行使されれば資本金（または資本金と資本準備金）に振り替え、権利行使されずに失効したら特別利益として処理する（企業会計基準第10号、第38項；企業会計基準通用指針第17号、第21項）。他方、転換社債型新株予約権付社債については、転換社債型以外の新株予約権付社債の会計処理方法に準じて区分法を適用してもよいが、一括法を適用してもよい（企業会計基準第10号、第36項；企業会計基準適用指針第17号、第18項）。

海外の会計基準では、転換社債（日本では転換社債型新株予約権付社債）の会計処理について統一されていない。米国の旧基準たる会計原則審議会（APB）の意見書第14号では、「構成要素の分離不可能性」と「測定の困難性」を主たる論拠として、転換社債については一括法によらなければならない（APB [1969] pars.7-8, par.12）としていた。FASB2000年公開草案では区分法によることを規定していたが（FASB [2000] par.20, pars.24-25）、現在でも多くの転換社債は一括法によらなければならない。現在の米国基準では、契約日においてイン・ザ・マネーとなる分離できない転換特性である「有益な転換特性（beneficial conversion features）」（ASC, par.470-20-20）がある転換社債は、区分法によって社債と有益な転換特性に分け、有益な転換特性を持分（資本剰余金）としなければならない（ASC, par.470-20-25-5）が、それ以外の場合は一括法によって処理する（ASC, pars.470-20-25-10 through 470-20-25-12; 長谷川 [2013] 422-423 頁）²²。他方、IAS32では転換社債に対して区分法を適用しなければならない（IAS32, par.29）。また、かつては米国でも、APB 意見書第10号で、区分法を定めていたこともあった（APB [1966] pars.8-9）。

学説上、転換社債型新株予約権付社債に対して区分法の適用を主張する文献は多い（Ford [1969] p.822; King et al [1990] p.19; McInnes et al [1991] p.257）。多くの場合は、転換社債型新株予約権付社債について、社債を普通社債と同様のものとみなして負債としつつ、新株予約権を持分とするものであり、

上記の論稿はいずれもかかる主張を行っている。

しかし、かつての日本の会計制度では、区分法をとるものの、社債を負債とし、新株予約権（当時は新株引受権と呼んでいた）を仮勘定として負債²³とする会計処理が規定されていた（日本公認会計士協会 [1994] 第5項；企業会計審議会 [1999] 七の1）。新株予約権はその発行による対価を受け入れた段階では株主からの出資ではないため、株主資本（当時の資本の部）にすることはできず、負債としていた。しかし、行使されれば新株予約権は株式の対価の一部と考えられるために行使された新株予約権の金額は株主資本に振り替えるが、行使されなければ株式の対価とはいえないため、行使されなかった新株予約権の金額は特別利益としていた。名越 [1993] も、同様の議論を行っている（名越 [1993] 10-14頁）。

また、一括法にもバリエーションがある。日米の会計基準が提示する一括法は負債として一括処理するものであるが、分離不可能性を強調しながらも、発行企業の多くが満期償還よりも転換による消滅を望んでいるとして、持分として一括処理することを提案する文献もある（Stephens [1971] pp.56-61）。また、転換確率に基づいて全体を負債（転換確率が低い場合）ないし持分（転換確率が高い場合）として一括処理することを主張する文献（McCullers [1971] p.164; Kerr [1989] p.46; AARF [1992] Appendix, par.27）もある。McCullersの主張は、転換社債の満期までの期間と実際の存続期間との比較などの「いくつかの経験的証拠」（McCullers [1971] p.160）を根拠とするものであり、論理的な根拠に欠けるが、Kerr やオーストラリア会計研究財団（Australian Accounting Research Foundation, AARF）の主張²⁴は、「発生の可能性が高い（probable）」ことを要件とする負債の定義との論理的整合性を図ることを論拠とするものである（古賀 [1996] 244-245頁）。

前述（第4節（2））のように、本稿では、構成要素を細分化することを提案している。この立場からは、転換社債型新株予約権付社債は、転換権と社債という2つの構成要素から成り立っているため、転換権部分と社債部分に分解す

る必要がある。その点は、これまでの区分法の主張と同じである。

しかし、社債部分は転換権部分があることによって、単なる普通社債と同じではなく、現金等の資産または自社株式で決済する義務に変質している。この理解はこれまでの先行研究や会計基準とは異なる。他方、転換権部分は新株予約権であるため、これについては新株予約権として、社債部分とは別に会計処理をする必要がある。

これまでの結論を踏まえれば、社債部分は株式交付または資産の提供により決済する義務として負債とみなし、新株予約権部分（自社株式を対象とした売建コール・オプションに該当する）は先の結論を援用すれば収益となる。

転換社債型新株予約権付社債の転換、およびデット・エクイティ・スワップ
他方、これを転換することによって損益が生じるか生じないかが、従来からの論点の一つとなっている（丹波 [1957] 34-35 頁）。かりに、転換社債型新株予約権付社債を一括法で処理した場合で、100 の転換社債型新株予約権付社債があり、それを転換することで 100 の株式を交付する取り決めになっている場合、行使時点の株価が 120 となっているならば、制度上は、転換された転換社債型新株予約権社債の帳簿価額を資本金・資本剰余金に転換することになるため、以下ようになる。この設例では便宜上、受け入れた拠出資本を全額資本金に組み入れるものとする。

転換社債型新株予約権付社債 100 資本金 100

しかし、行使時点の株価で資本金・資本剰余金を計上すると、増加する資本金・資本剰余金の金額は 120 となるため、次のようになる。

転換社債型新株予約権付社債 100 資本金 120
社債転換差額 20

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

この転換差額の 20 を、損益（転換損失）とみなすこともあれば、資本剰余金のマイナスとみることもある。しかし、いずれの場合も、増加する資本金・資本剰余金の額を転換時点の株価で算定していることになる。損益が生じると見る場合は、以下の仕訳のように、転換社債型新株予約権付社債を時価評価した結果、社債評価損が発生し、時価評価された後の転換社債型新株予約権付社債を株式に転換していると考えられることもでき、その場合は転換損失ではなく評価損失が発生していることになる。ただし、社債の時価評価には、負債の時価評価のパラドックスがつかまとう点に注意が必要である。また、通常、社債の評価は償却原価法によっており、必ずしも時価で評価しているわけではない。したがって、社債評価損を計上するためには、社債を時価評価する必要性を明らかにしておく必要がある。転換時にのみ社債を評価して社債評価損を計上するのは、ピースミールな会計処理であるといわざるを得ない。

| | | | |
|---------------|-----|---------------|-----|
| 社債評価損 | 20 | 転換社債型新株予約権付社債 | 20 |
| 転換社債型新株予約権付社債 | 120 | 資本金 | 120 |

転換社債型新株予約権付社債の転換に伴う損益計上を巡る議論は、負債を持分に転換したことを損益取引とみなすのか資本取引とみなすのかによって、結論が変わってくる。このような議論は、デット・エクイティ・スワップなどの、負債を持分に転換する取引に共通して当てはまる。

ここで鍵となるのは、転換社債型新株予約権付社債の転換にせよ、デット・エクイティ・スワップにせよ、増加する拠出資本額を債務の簿価とするか、それとも交付する自社株式の時価とするかという点である（野口 [2003] 43-44 頁）。前者は受け入れた資産や放棄した債務の簿価を株式の交付価額とみなして拠出資本を増加させることになり、株式交付時の株価は無視される。後者は株式の交付価額を交付時の時価に求め、それを拠出資本増加額とするものであり、受け入れた資産や放棄した債務の簿価は無視される。

しかし、後者の処理は、持分の金額を自律的に決定するものであり、資産から負債を引いた金額として持分を定義するのと整合していない。なぜなら、資産から負債を引けば持分が生じるのであれば、転換社債型新株予約権付社債のその時点での貸借対照表価額がベースになって、持分増加額が決定されるのであって、持分増加額が先に決まってそれに合わせて資産・負債の金額を決めるのは本末転倒である。

持分を資産から負債を引いたものであるとすると、「持分の認識規準は資産・負債の認識規準に依存する」(AARF [1995] par.92) ので、これを敷衍すると、持分の金額も資産・負債の金額に依存して決定される (IASB [2010] par. 4.22)。したがって、転換社債型新株予約権付社債の転換やデット・エクイティ・スワップなどによる持分の増加額は、債務の帳簿価額に依拠して決められるべきである。

確かに、会計基準の中には、企業結合におけるパーチェス法 (取得法) や、株式報酬 (ストック・オプション等) の会計処理のように、持分 (純資産) として計上する金額を、資産・負債から独立して決定することを要求するものもある (企業会計基準第 8 号、第 5-6 項、第 14-15 項、第 49-50 項; 企業会計基準第 21 号、第 23-24 項、第 84-87 項)。しかし会計基準の中で、持分の金額を資産・負債から独立して決定できるケースは限定的であり、交付した自社株式やストック・オプションの公正価値の方が、受け入れた資産や減少した負債の価値よりも目的適的な測定ができるとか、あるいは、交付した自社株式やストック・オプションの公正価値の方が、受け入れた資産や減少した負債の価値よりも信頼を持って測定できるとかいう場合に限られている。いわば例外的に認められているに過ぎない。その意味で、持分の測定額は、資産・負債に依存して決まるのが原則であるといえる (池田 [2014b] 63-64 頁)。

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

(3) プッタブル金融商品、取得請求権付株式、協同組合出資金などの償還義務を伴う株式・出資

償還義務を伴う株式・出資には様々なものがあるが、株式の形式をとるものもあれば、出資金の形式をとるものもある。IAS32では、一定の条件を満たせば、これらの項目を負債ではなく持分とすべきことを規定している (IAS32, pars.16A-16D) が、これは概念フレームワークの負債の定義に対する「例外」 (IAS32, par.BC55, par.BC67; IASB [2013b] par.5.57) であることは、IASBも理解している。

営利企業であれ、協同組合のような組織であれ、非営利組織であれ、支払義務があればその項目を負債にするのが原則である。前述 (第4節(1)) のように、例外を認めるのは政策上の考慮であって、論理的には認められるようなものではない。

したがって、これらの償還義務を負う株式・出資は、支払義務がある項目は負債であるという原則に従い、負債の定義を機械的に適用し、負債とすべきである。

(4) 株式交付費とスプレッド方式²⁵

株式交付費

株式交付費とは、株式の交付 (新株発行、自己株式の処分) のために要した付随費用をいう。現在、株式交付費は、実務対応報告第19号『繰延資産の会計処理に関する当面の取扱い』により、原則は費用処理されるが、企業規模の拡大のためにする資金調達などの財務活動に係る株式交付費については、繰延資産として処理することを容認している (企業会計基準第1号、第14項、第50-53項; 実務対応報告第19号、3(1))。日本基準ではその理由として、株式交付費の支払を株主への直接の払い戻しではないことと、財務費用の性格が強いことの2点を挙げている (実務対応報告第19号、3(1))。ただし、これまでの実務でかつての新株発行費を費用収益対応原則に基づいて繰延資産としてき

たことに配慮し、実務対応報告第 19 号では、上記の条件付きで株式交付費の繰延を認めている。

海外では、通常は株式交付費を費用ではなく、拠出資本からの控除としている (ASC, par.340-10-S99-1; IAS32, pars.35-39, par.BC33)。ここでは、株式交付取引と株式交付費支払取引を一連の資本取引と考えている (池田 [2014b] 36 頁)。これらの海外の会計基準を受けて、会社計算規則第 14 条第 1 項第三号では、株式交付費を資本金増加限度額から減額することを認めているが、会社計算規則附則第 11 条により、この規定は当面適用されない。

ここでの主たる論点は、株式交付費の支払取引を株式交付取引と一体のものとして扱うか、それとも別々のものとして扱うかという点に係っている (池田 [2008b] 5 頁)。しかし、株式交付費は株主への払い戻しには該当しないことから、株主からの出資と株式交付費を結びつけるのは論理的に無理がある (池田 [2008b] 6-7 頁)。そもそも現在では、金融商品会計に見られるように、取引の構成要素を分解する方向に動きつつある。こうした動向から考えても、株式交付費の支払取引と株式交付取引は別個の取引とみなすべきであり、そして、株式交付費は株主への払い戻しではないために、資本取引ではないと考えられる。

とはいえ、繰延資産として処理するのは、不適切である。なぜなら、繰延資産は費用収益対応の必要性から計上が容認されるものであるが、株式は通常、支払義務を持たないために、株式交付によってもたらされる便益は企業が存続する限り永続する。したがって、株式交付費を繰り延べた場合にはそれに見合う償却ができないが、繰延資産を償却しなければ費用収益の対応は図られない。したがって、「費用収益の対応を最初から図ることのできないような繰延資産を計上すべきではなく、したがって、株式交付費は繰り延べることなく、全額即時に費用とせざるを得ないものと考えられる」 (池田 [2008b] 8 頁)。結論として、株式交付費は費用処理せざるを得ないと考えられる²⁶。

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

スプレッド方式における株式スプレッド

他方、公募増資においては、引き受けた証券会社が引受価額を上回る募集価格（公開価格、発行価額）で募集を行って投資家から現預金等を受け取り、引受価額に相当する金額を株式発行会社に払い込み、募集価格と引受価額の差額（これを株式スプレッドと呼ぶことにする）を、引き受けた証券会社が事実上の引受手数料として受け取る形式、すなわちスプレッド方式が採られることが多い（鈴木ほか [2011] 78 頁；池田 [2014c] 92 頁）。これに対し、従来は、証券会社が、証券会社は投資家を募集して資金を得る一方で、募集価格と同じ額を引受価額として、会社に払い込む形をとってきた。その上で、会社からは引受手数料を別途徴収してきた。この方式は実務上しばしば、「従来方式」と呼ばれる（池田 [2014c] 92 頁）。

従来方式によって支払った引受手数料は株式交付費として費用（または繰延資産）として処理される。これに対し、株式スプレッドは公募増資のための手数料であるが、引受証券会社が法律上の最初の株主であって、引受証券会社が株式スプレッドを徴収した後の金額を株式発行会社に払い込むため、会社計算規則第 14 条第 1 項第 1 号により、資本金等（資本金・資本剰余金）は引受証券会社が払い込んだ金額の分だけ増加する。ゆえに、実務上、株式スプレッドは費用（または繰延資産）としては処理されず、株式スプレッドの分だけ拠出資本が小さくなる。しかし、実務上は有価証券報告書で「事実上の引受手数料」として注記がされることもあり（池田 [2014c] 94 頁）、注記で事実上の引受手数料としておきながら、損益計算書では引受手数料を費用としないのは問題であるといえる（池田 [2014c] 95 頁）。

スプレッド方式における株式スプレッドは、会社と証券会社との間の契約で決定される「事実上の引受手数料」である。スプレッド方式であれ、従来方式であれ、証券会社は会社が発行する株式を引き受けるというサービスを会社に提供し、会社はそのサービスを受け取る。スプレッド方式においてもサービスの授受があったと考えれば、会社は引受サービスを受け取り、それを費消する。

したがって、会社には費用が発生する。サービスを受取ったのが会社である以上、会社は証券会社に対するサービス対価の支払義務を本来は負うはずである。しかし、会社は、証券会社に対するサービス対価の支払義務を、株式を証券会社に交付することによって決済する。つまり、会社は、受け入れるサービスに対応する形で、株式交付義務（本稿の結論によれば負債）を負うことになる（池田 [2014c] 95-96 頁）。

そして、株式スプレッドは、株式交付のための付随費用であることから、株式交付費として処理されるべきである。前述（本節（5））のように、株式交付費は繰延資産としてではなく発生時の費用として処理すべきであり、株式スプレッドについても、発生時に費用として処理すべきである。

以下の設例で、株式スプレッドを費用処理する仕訳について明らかにしていく（池田 [2014c] 96-98 頁）。

（例）5月1日 A社は公募増資を行う。X証券会社と交渉した結果、募集価格100円、証券会社の引受価額95円、発行する株式100株で公募を行うこと

| | | 借方 | 貸方 |
|----------|------------|---|--|
| 5月1日の仕訳 | | 資金を受け取る権利 9,500 引受サービスを受ける権利 500 | 株式交付義務 10,000 |
| 5月31日の仕訳 | | 仕訳なし | |
| 6月1日の仕訳 | 資産を受け入れる仕訳 | 別段預金 9,500 当座預金 9,500 株式交付義務 10,000 引受サービス 500 | 資金を受け取る権利 9,500 別段預金 9,500 新株式申込証拠金 10,000 引受サービスを受ける権利 500 |
| | 株式交付の仕訳 | 新株式申込証拠金 10,000 | 資本金 10,000 |
| | サービスの費消の仕訳 | サービス費用 500 | 引受サービス 500 |

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

となった。

5月31日 公募期間が終了し、投資家は100株分に当たる10,000円を、X証券会社に振り込んだ。その結果、X証券会社は500円の株式スプレッドを徴収したが、これはX証券会社と投資家との資金の授受であるため、A社は仕訳を行わない。

6月1日 X証券会社から引受価額に当たる9,500円が銀行の別段預金に振り込まれ、A社はこれをいったん新株式申込証拠金とする。その後、X証券会社が振り込んだ9,500円が別段預金から当座預金に振り込まれる。同時にA社は株式をX証券会社に交付し、新株式申込証拠金から全額資本金に振替えた。その後、申し込んだ投資家は、X証券会社を経由して株式を受け取ることになる。

(5) 株主優待

株主優待制度とは、「株式会社がその株主に対して、剰余金の配当とは異なる一定の利益を与える制度」をいう（葉玉 [2008] 45頁）。日本では、1,140社以上の上場企業が株主優待を行っている（野村インベスター・リレーションズ [2014] 246頁；大和インベスター・リレーションズ [2014] 14頁）。しかし、株主優待として様々な財・サービスを株主に提供すると、借方では費用処理される²⁷。

これに対し、配当は現物配当を含め、すべて株主資本のマイナスとして処理される。株主優待の目的が個人株主を増やすためであったり、あるいは自社の商品やサービスの宣伝であったりしたとしても、株主に財・サービスを提供している点では、配当も株主優待も同じであり、もし株主との取引を資本取引であるとするなら、株主優待の付与も資本取引とすべきであろう。では、制度上、株主優待はなぜ資本取引ではないのか。そして、会計学上、株主優待は資本取引であるのか、損益取引であるのか。

株主優待によって財・サービスを提供しても株主資本のマイナスにならない

理由は、いくつか考えられる。

配当との違いを理由にする見解は、日本公認会計士協会 [2013] が示している。そこで、株主優待は配当と異なり、株数と完全には比例しないことから、配当としてではなく費用として処理することになると考えている（日本公認会計士協会 [2013] 29 頁）。

とはいえ、株主優待が配当と性質が異なることと、株主優待による財・サービスの付与が費用になることとは形式的には別の問題であり、論理に飛躍がある。株主優待は、株数に比例した財・サービスの提供を行わないことがほとんどであるが、株主と会社との取引であり、この点では配当と変わらない²⁸。

株主優待が、株式の法的権利によるものではないことも、理由の一つとして挙げられる。株主優待はあくまでも会社と株主の契約によるものであり、株式の法的な経済的権利、すなわち自益権によるものではない。制度上、株主との取引のうち現実に資本取引となるのは、資産（または負債の免除）と自益権を持つ証券（株式）との交換が会社と株主との間で行われた時と、自益権によって株主に財・サービスが提供された時だけである。いずれの場合も、自益権が関係している（池田 [2008a] 111 頁）。したがって、株主優待による株主への財・サービスの提供のように、自益権と関係のない取引は、たとえ株主との間の取引であっても、制度上は資本取引にならない。

しかし、自益権とは法律上の権利であり、自益権との関連で会計処理を決定することは、会計処理を法的な条件にゆだねていることを意味する。たしかに、株主優待は配当と違い、会社法上の手続を要しない（日本公認会計士協会 [2013] 29 頁）が、株主優待も配当も、株主に財・サービスを提供しているという点では同じであり、法的な手続の有無を会計処理の決定要因にするのは、会計理論上適切ではない。

株主優待による財・サービスの提供を、インベスター・リレーションズ (IR) 活動のための費用、または広告宣伝活動のための費用と捉えていることも、理由の一つになろう。株主優待制度を導入する動機は、様々なものがある

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

が、小口の個人株主を増やすこと（松本 [2006] 196 頁）や、株式流動性を向上させること（松本 [2006] 189 頁）、あるいは安定株主を増やすこと（松井 [2008] 33 頁）など、株主対策の側面がある。他方、自社の製品やサービスを知ってほしいと考えている会社であれば、株主優待を行うことは自社の広告宣伝につながると考えている（鈴木・砂川 [2008] 108 頁）。このように、株主優待を、投資家との関係を構築するための活動（IR 活動）、あるいは自社の広告宣伝活動と位置付けるなら、それらは費用（販売費および一般管理費）となるとも考えられる。

しかし、これは、費用だから費用として処理すべきといっているに等しく、資本取引として処理しないことの理由の説明にはなっていない。財・サービスの提供を行って株主対策や広告宣伝を行うから費用になるというなら、現金配当や現物配当も株主対策の一環であるとも解釈できるし、現物配当で自社の製品やサービスを送れば、自社の製品やサービスの宣伝になるとも考えられるため、現金配当や現物配当も費用になるのであろうか。会計主体論における純粹エンティティ説の論者は、配当を費用として扱うことを主張している（Li [1960] pp.676-677; Anthony [1984] pp.77-78）が、会計制度上、エンティティ説は採用されていないために、エンティティ説に依拠した議論は現実性に乏しい。

このように、株主優待は配当と同じく、株主に対して財・サービスの提供を行う取引である。この両者に対して会計処理を異にする理由は見いだせない。したがって、配当を資本取引とするならば、株主優待による財・サービスの提供取引も資本取引にすべきである。

(6) 劣後債（劣後ローン）、永久債、亨益権²⁹

論点の整理

他の債務に劣後する社債を劣後債といい、他の債務に劣後する借入を劣後ローンという。劣後債や劣後ローンは法的には債務であるため、通常は負債と扱わ

れるが、金融機関の BIS 規制（バーゼル ）や保険会社のソルベンシー・マージン比率規制（ソルベンシー ）では、こうした劣後債や劣後ローンを条件付で自己資本（保険会社の場合はソルベンシー・マージン）に含めることが認められているため、金融機関や保険会社がこうした劣後債や劣後ローンを発行している。

他方、永久債とは、満期（償還期限）を持たない社債、言い換えれば発行者が途中償還を行わない限り清算時まで元本の償還が生じない社債をいう。永久債や、満期を持たない借入は、他の債務に劣後する特性があれば、金融機関の BIS 規制や保険会社のソルベンシー・マージン比率規制において、条件を満たせば自己資本（保険会社の場合はソルベンシー・マージン）に含めることができる。そのため、金融機関や保険会社は、永久債に劣後的な特性を付した永久劣後債や、満期を持たない劣後ローンである永久劣後ローンを発行している。

永久債は、法的には債務であり、日本では負債とされるが、元本に対する満期（償還期限）がないことから、負債性に疑義を持つ見解もある（藤井 [1992] 169 頁）。永久債は、金融機関の BIS 規制や保険会社のソルベンシー・マージン比率規制では、永久劣後債については自己資本ないしソルベンシー・マージンに含めることができることから、これらの規制では、永久債を負債と同列には扱っていないことがわかる。他方、利息支払義務に着目すると、利息支払義務は永続することから、永久債は負債として扱われる（IAS32, par.AG 6）。あるいは、永久債を、「元本返済と利息支払のいずれかを履行しなければならぬ義務」（池田 [2009] 197 頁）であるとみれば、負債となる。

これらの劣後債（劣後ローン）や永久債は、会計上負債とみなされることが多いが、一方で負債とみなさない文献や規定もあることから、劣後債や永久債の会計的性質については、検討の余地がある。

償還期限がない請求権は、永久債のほかにも存在する。亨益権は、株式会社ではないが、償還期限を持たない（つまり、解散・清算まで支払がなされない）場合もある（五十嵐 [2008] 18-19 頁）³⁰。しかし、亨益権は利益を享受する権利

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

なので、権利の保有者に対しては利益に応じた配当が行われる。法律上は、**亨益権**は「会社に対する財産上の請求権に関する債務法の契約」（田淵・Bebenroth [2007] 129 頁）であるが、**支払義務（償還期限）**があるといえない場合は負債とはならず、かといって法的には株式ではなく、議決権もない。会計上は、こうした亨益権を表した証券（亨益証券）の扱いを考えなければならぬ³¹。

これらに共通しているのは、法的に債務であるが、他の債務より劣後していたり、償還期限がなかったり、あるいは配当を受ける権利があったりすることによって、負債よりも持分（ないし自己資本）に近い性質を持つとみなされることがあるにもかかわらず、法的には株式ではないという点にある。

しかし、株式であることや、清算時において支払順位が他の債務に劣後していることは、支払義務の有無と関係がないので、これらの項目は支払義務の有無によって負債か持分かを判断すべきである。

劣後債（劣後ローン）と永久債はどのように処理すべきか

上記のように考えると、劣後債（劣後ローン）は、単に清算時の支払順位が他の債務に劣後しているだけであり、支払義務がないわけではない。したがって、劣後債（劣後ローン）は負債とすべきである。

また、永久債も、元本の返済義務はないが利息の支払義務があり、利息の支払義務を回避したければ元本を返済する必要があることから、結局元本または利息の支払について回避できない義務があるといえ、負債となる（池田 [2009] 193-196 頁）。ただし、利息を支払わなくてもよい永久債については、会社からすれば元本の返済義務もなく、また利息の支払義務もないことから、法的な債務者は支払義務を負わない。したがって、このような永久債は、会社からすれば支払義務はないが、一応債権者の側には請求権（解散・清算時に償還を受ける権利）があるため、会社が支払義務を負わない請求権として、持分となる。

亨益権はどのように処理すべきか

亨益権は、返済を受ける権利³²に対して一定期間後に返済を行わなければならない義務がない場合は、支払義務を負わない請求権として、持分とすべきである³³。他方、利益に応じた配当の義務があるならば、利益が発生した段階で配当義務が発生するだけである。利益は決算を行わない限り確定しないため、利益が生じた場合に利益に応じた配当の義務があるとしても、平時は配当義務を負わない。利益が発生した場合のみ配当の支払義務を負債として計上するのが、妥当な会計処理である。

ただし、配当が契約で利益の多寡にかかわらず一定額と決まっており、借入金の利息のように一定額の配当を定期的に必ず支払わなければならない亨益権の場合は、配当支払義務が確定していることになる。この場合、配当支払義務は負債になるが、会社の側でこの配当支払義務を回避するために亨益権を解約することができ、亨益権の返済を受ける権利の部分について返済することができれば、こうした亨益権は、配当支払義務と、返済を受ける権利に対する返済義務のいずれかを履行する義務として、負債になる。しかし、配当支払義務が確定しているのと同時に、亨益権を解約する権利が会社側になく投資家にしかない場合は、返済を受ける権利に対する返済義務を、配当支払義務とは別に負うため、配当支払義務と、返済を受ける権利に対する返済義務の両方を、負債とすべきである。

亨益権の形態は多様であり（田淵・Bebenroth [2007] 129 頁；五十嵐 [2008] 170-173 頁）、すべての亨益権を画一的に会計処理するのは、実態を表さない会計処理を生み出す可能性が高いが、本稿の負債・持分の定義に従えば、支払義務の有無で負債か持分かを判断すべきであり、それ以外の要素（劣後性、議決権、法的形式など）を負債か持分かの判断に持ち込むべきではない。

6. おわりに

本稿では、負債・持分の定義および両者の区分と、資本取引・損益取引の定義および両者の区分について検討してきた。負債・持分の区分と、資本取引・損益取引の区分は、密接に関連しており、この両者を切り離して検討することはできないので、本稿では、まず、負債・持分を定義し、持分の変動としての資本取引・損益取引の定義を行い、そのうえで、株式交付義務に対する負債の定義の適用の問題を検討し、契約の分析を踏まえた契約の細分化を行い、そして各項目に定義を機械的に当てはめて、負債なのか持分なのか、持分の変動であれば資本取引なのか損益取引なのかについて検討した。

資金の委託受託の関係を重視する受託責任会計の枠組においては、資金の委託者が会計主体となる。資金の委託者は、株式会社においては法的には株主であるが、ここでの資金の委託者は、平時において支払請求できない請求権の保有者であり、彼らの請求権が持分である。したがって、負債を資産を犠牲にする義務、すなわち経済的義務と定義すると、持分は、会社からみた場合に経済的義務を負わない請求権と定義される。負債と持分の区分のための規準は、支払義務の有無だけになる。ここで清算時における請求権の優先・劣後の関係や、法律上株式であるか否かという要件は、負債・持分の区分とは無関係である。

追加的対価を受け取ることなしに自社株式を交付することによって決済することが確定した確定義務は、確定した自社株式交付から生じる確定権利を犠牲にする義務であり、負債として計上されるべきである。

また、いったん決定した負債の定義は、論理的にはすべての項目に同じように機械的に適用されるべきであり、事情に応じて項目ごとに適用されたり適用されなかったりすべきではない。

そして、負債の定義に該当しない貸方項目は持分になるが、持分の変動のうち、資本取引は、資金の委託者と会社との取引を指す。そして、持分の変動のうち、資本取引に該当しないものが、損益取引になる。

このように本稿では、支払義務の有無で負債と持分を区分し、そして、持分の変動原因としての資本取引・損益取引の区分においては、資金委託者と会社との間の取引か否かで両者を区分する。いずれの区分においても、単一の規準で切り分けを行っている。

また、契約全体がいくつかの構成要素から成り立っているのであれば、それを構成要素ごとに分解し、また、契約全体がいくつかの段階の取引に分かれていればそれを細分化した上で、それぞれの構成要素や取引の段階に対して、負債や持分、あるいは資本取引・損益取引の定義を適用して、会計処理を検討しなければならない。

負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分は、会計基準設定の面ではきわめて困難な問題を抱えているが、会計基準設定は政策的配慮を要するため、様々な利害関係者の主張を取り入れなければならず、そのために、首尾一貫しない結論が生み出される可能性も高い。げんに、IASB/FASBでの「持分の性質を有する金融商品プロジェクト」では、政策的配慮によって、負債を決めて持分を残余とするアプローチと、持分を決めて負債を残余とするアプローチの「混在」が生じていた（池田 [2014a] 123 頁）。こうした政策的な配慮が当該問題の論理的に首尾一貫した解決を妨げているのは確かであるが、会計を学問的に取り扱う以上は、論理的に首尾一貫した形での理論的な解決を検討すべきであり、会計基準や、会計基準設定のための議論は、理論的な解決策を考えるための材料の一つとして取り扱うべきである。

また、負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分に関する会計問題の解決を困難にしている要因の一つとして、様々な項目に付された契約上の条件や法律上の要件などに基づく、性質の多様性が指摘される（松本 [2012] 125-126 頁）。たとえば欧州事前会計活動グループ（Pro-active Accounting Activities in Europe, PAAinE）は、金融商品を負債と持分に区分するに当たり、継続的な利益ないし損失への参加、固定額の支払、清算時の残余財産への参加、償還時の可変額の請求権、償還請求の有無、請求権の優先劣後の関係、

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

固定された償還期限（満期）の有無、総会への参加権（participation rights (general assembly)）³⁴、支配権・議決権などの性質が考慮されると述べている（PAAinE [2008] pars.1.11-1.12）。このほかにも、株式か社債といった法的形式、株主間の富の移転の有無が考慮されることがあるかもしれない。こうした個々の項目が持つ様々な性質を逐一考慮していくと、たとえば優先株と劣後債は負債なのか持分なのかという問題を検討する際に、株式と社債という法的な形式要件と、清算時の優先・劣後の関係の両方を考慮する必要に迫られるかもしれない。しかし、これらの契約上の条件や、法律上の形式要件などの様々な性質をすべて議論の俎上に載せるのは、問題の解決を遠ざけるだけで無意味である。重要なのは、負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分を行うに当たって考慮が必要な要件と、考慮不要な要件を切り分けた上で、考慮不要な要件を切り落とすことにある³⁵。

注

- 1 取引とは、さしあたり、資産・負債・持分の変動を引き起こす事象と定義しておく。なお、資本連結や内部利益の控除などの連結修正仕訳は、通常は仕訳帳や総勘定元帳に記入する対象ではないため、取引と呼ばないのが普通である。しかし、連結財務諸表を作成するための帳簿、すなわち連結帳簿は理念的には成立しうる（池田 [2014d] 63 頁、脚注 12）ので、連結帳簿における主要簿として連結仕訳帳や連結総勘定元帳を作成すれば、連結修正仕訳の結果はこれらに記入すべき対象となる。そして、連結修正仕訳の結果は、連結帳簿の有無にかかわらず連結財務諸表に反映される。したがって本稿では、連結修正仕訳も取引として扱う。
- 2 なお、これと関連して、拠出資本および留保利益の定義とその両者の区分が、しばしば問題になるが、当該問題は利益計算とは直接の関連を持たない（池田 [2012] 50 頁）ので、本稿ではこれについては検討しない。
- 3 したがって、本稿では、制度に束縛された結論を導くことは考慮していない。ゆえに、本稿の結論を、現行制度と異なるからといって批判するのは筋違いである。現実の制度は何らかの理論が（部分的にかもしいないが）反映されているものの、最終的には当事者同士の合意によって形成されたものであるため、現実の制度についてはあくまでも参考資料の一つとして扱う（池田 [2013] 59-60 頁）。
- 4 これにより、自らの利益計算の体系を構築することになるが、当然ながらこの体系の現

- 実的妥当性は、後に実証等によって検証されねばならず、そして検証結果は利益計算の体系にフィードバックされねばならない (池田 [2013] 58-59 頁)。
- 5 この部分は、池田 [2011] 30-35 頁および池田 [2015] 59-60 頁に依拠している。
 - 6 ただし、従来の議論では、利用目的なり機能なりに焦点が当てられているか (桜井 [2002] 11-12 頁)、あるいは作成目的と利用目的 (機能) が区別されることなく論じられていることに注意が必要である。
 - 7 この部分は、池田 [2014b] 13-14 頁に加筆修正を加えている。
 - 8 新井 [1965] でも、表現は若干異なるが、本稿と同じ立場が表明されている。新井 [1965] は、「利益概念が、[...] 著しく可変的であるとするならば、資本概念を明確化することによって、利益概念を間接的に導き出すことが現実的であり、またそのほうが論理的な明確性を得る方法であると考えられる」(新井 [1965] 41-42 頁、括弧内は引用者による) と述べている。
 - 9 こうした取引を資本取引として扱うなら、資金委託者が商品を会社から引き出し、同時に資金委託者が会社に出資をしたものとして、会計処理することになる。しかし、このような処理はほとんどの場合において非現実的である。商品を持ってレジに並ぶ者に向かって、資金委託者が単なる顧客かどうかを、小売店の店舗で逐一問うわけにもいかないであろう。
 - 10 この箇所は、池田 [2010b] 104-110 頁を基にしている。
 - 11 ASC の引用の表記法については、ASC 本文中の表現に従っている。「pars.718-10-25-6 through 718-10-25-19」とあるのは、「par.718-10-25-6 から par. 718-10-25-19 まで」という意味である。
 - 12 FASB の 2007 年予備の見解では、これと類似の見解が紹介されている。自社株式が市場性のある株式であれば、自社株式の交付により決済する確定義務は、自社株式を市場を通じて交付することによって得られる現金等の資産を、当該確定義務の決済に当てることができると考えており、したがって、このような義務は負債であると考えている (FASB [2007] par.69)。この見解と本稿の議論との違いは、本稿では株式の市場性は必ずしも問題になっていないことである。池田 [2010b] 113 頁、脚注 10 を参照。
 - 13 つまり、一定の対価を受け取って一定価格で自社株式を交付する義務が負債として財務諸表に計上されることはなく、一定の対価を受け取ったときに、追加的対価なしに自社株式を交付する確定義務が負債として計上される。
 - 14 これはいわゆる「区分法」を主張したものであるが、これまでの区分法 (企業会計基準第 10 号、第 36 項、第 38 項; IAS32, par28, par.AG31) と異なるのは、社債部分を普通社債と同列に扱うのではなく、自社株式または資産のいずれかによって決済する義務であると見ている点である。
 - 15 IASB のリース会計の改訂公開草案では、構成要素アプローチが採用され、リース契約の部分と、他のサービス契約等の部分は、分けて会計処理しなければならない (IASB [2013a] pars.20-23)。収益認識の会計基準たる IFRS 第 15 号 (IFRS15) でも、契約の構成要素ごとに分解し、それぞれに対して履行義務を識別し、履行義務の履行をもって収益を認識する (IFRS15, par.IN7)。
 - 16 たとえば、負債として認識される通常の借入金 (一定期間に一定金額を返済する契約の

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

- 借入金)を返済しなければならないのは、契約によるものであるが、契約の権利・義務関係は、民法の債権法に基づいている(内田 [1994] 11-17頁)。したがって、法律を完全に無視して会計処理を考察することはできない。
- 17 この部分は、池田 [2001] 59-64頁、池田 [2002] 103-106頁、および池田 [2010b] 104-110頁に基づいているが、結論部分については池田 [2010b] 104-110頁に大きく依拠している。
 - 18 前稿(池田 [2000])では、プット部分を負債、株式部分を持分とすることを主張していた(池田 [2000] 64頁)が、そこではプットと株式の関係を全く考慮せず、プットを他のオプションと同様に扱い、株式についてはプットによって性質が変わることを考慮していなかった。本稿での結論はこれと大きく異なり、プットと株式を分解する点では共通するものの、プットによって株式の性質が変わることを考慮しつつ、プット自体には払戻義務がないことに着目している。
 - 19 この原則については、篤地 [2010] 88-91頁を参照。
 - 20 この箇所は池田 [2014b] 40-47頁、63-64頁の内容に、加筆修正を加えたものである。
 - 21 新株予約権と社債を分離して流通・質入れできる場合は、法的には新株予約権付社債を発行したのではなく、社債と新株予約権を同時に発行したと考える(江頭 [2006] 638-639頁)。
 - 22 以下の転換社債については、受け取った金額を転換権に配分しない(ASC, pars.470-20-25-11 through 470-20-25-12; 長谷川 [2013] 425頁)。つまり、一括法で処理する。通常、転換社債は普通社債よりも金利が低いので、下記の(c)により、通常の転換社債であれば一括法で処理することになる。
 - (a) 企業(子会社を含む)が発行する社債が、保有者の選択により特定の価格で企業または子会社の普通株式に転換できる。
 - (b) 社債は、額面で発行される、または発行時に額面を大きく超過しない価値を持っている。
 - (c) 非転換債券の金利よりも低い金利である。
 - (d) 当初の転換価格は発行時の普通株式の市場価値よりも大きい。
 - (e) 逆希薄化条項による場合以外に転換価格が減少しない。
 - 23 現在は、新株予約権は、負債の定義に合致しないため、純資産の部に含めなければならない(企業会計基準第5号、第7項、第21項)。
 - 24 なお、AARFが概念書第4号(1992年)で規定した転換社債の会計処理は、1995年の概念書第4号の改訂版(AARF [1995])では削除されている。
 - 25 本節の記述は、池田 [2008b] 2-9頁、および池田 [2014c] 92-99頁に依拠している。
 - 26 なお、池田 [2008b] では、企業の引受手数料の中に個人の売買手数料の肩代わり分も含まれているとして、個人の売買手数料部分については拠出資本から控除することを述べている(池田 [2008b] 9-11頁)が、これはあくまでも、引受手数料の中に個人の売買手数料が含まれていることが明らかな場合に限られ、現実には適用が極めて困難である(つまり非現実的である)と思われる(池田 [2008b] 12頁、脚注16)。
 - 27 株主優待に係る税務処理については不明瞭な点も多いが、株主優待品そのものだけでなく、株主優待品の送料も交際費になるという国税不服審判所の判決がある(関裁(法)平

- 22 第 44 号)。詳しくは、ロータス 21 編集 [2012] 4-6 頁を参照。
- 28 配当も株主優待も株主に対する財・サービスの提供を行っている点では変わりがないため、配当と株主優待の切り分けは難しい。株主優待の実態が剰余金の分配と変わらない場合は、会社法の現物配当規制に抵触する可能性はある(松井 [2008] 56 頁)。とくに、「株主優待制度のもとに財産を株主に配分する場合には、会社法上はこれを現物配当として行うべきものであるから、現物配当に係る手続的規制(453 条以下)や財源規制(461 条)を離れて脱法的に行うことは、[...]許されないものと解する」(葉玉編著 [2005] 129 頁、角カッコ内は引用者による)と、立法担当者は解説する。
- 29 この箇所は、池田 [2014b] 53-55 頁に加筆修正を行っている。とくに、亨益権の箇所については、大幅に加筆修正を行っている。
- 30 ただし、解散・清算よりも前に償還期限のある亨益権もある(五十嵐 [2008] 18-19 頁参照)。
- 31 亨益権の会計処理については、五十嵐 [2008] 169-188 頁を参照。
- 32 亨益権に付与される主な財産権には、配当を受け取る権利と、残余財産を受け取る権利(つまり返済を受ける権利)がある(五十嵐 [2008] 171 頁)。返済の対象となるのは後者である。
- 33 もちろん、亨益権の元本部分に償還期限(支払義務)があれば、負債とすべきである(五十嵐 [2008] 183 頁参照)。
- 34 これは、文字通り、株主総会等に参加する権利のことを指し、形式上議決権とは別物である。PAAinE [2008] はドイツ会計基準委員会(Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee)が主導して作成したものである(PAAinE [2008] p.),ドイツの状況を踏まえて考える必要がある。ドイツ株式法(第 118 条第 1 項第 1 文、第 118 条第 3 項第 1 文)によれば、「総会参加権を有するのは、株主とその代理人に限定され」、そして、これに加え、「取締役・監査役会構成員も総会に参加する権利義務を有する」(高橋 [2012] 218 頁)。また、ドイツ株式法第 121 条第 3 項第 3 文第 1 号では、株主総会の招集に当たり株主総会の招集事項を公告する際に、株主総会への参加と議決権行使の条件を明示することを求めている(藤嶋 [2012] 191 頁)。
- 35 それゆえに本稿では、負債・持分の区分においては、支払義務の有無で両者を区分し、そして、持分の変動原因としての資本取引・損益取引の区分においては、資金委託者と会社との間の取引が否かで両者を区分することを論じ、他の要素(継続的な利益ないし損失への参加、固定額の支払、清算時の残余財産への参加、償還時の可変額の請求権、請求権の優先劣後の関係、総会への参加権、議決権・支配権、株式が社債といった法的形式、株主間の富の移転の有無など)は、議論に不要なもののみならず考慮せず、捨象している。継続的な利益ないし損失への参加を考慮しないのは、これを負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分に反映させるアプローチが本稿のアプローチ(利益・損失は会計主体と持分概念によって決まるアプローチ)とは異なることと、継続的な利益ないし損失への参加を負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分において考慮するアプローチは、突き詰めれば利益・損失の範囲が持分や資本取引の範囲を決定するアプローチであり、これは利益が持分を決定するという本末転倒な結果を招くことを理由としている。
- 固定額の支払を負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分において考慮しない

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

のは、株主の請求権も最終的な支払額が決まっていなかったり、引当金などでも支払額が決まっておらず、固定額の支払の有無は現状でも負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分を行うに当たって考慮されていないからである。同様に、償還時の可変額の請求権の有無とは、固定額の支払の有無の裏返しであり、これも負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分を考えるに当たって考慮する必要はない。

清算時の残余財産への参加は清算時にしか関係がなく、これを考慮して負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分を決定するのは、継続企業の原則に反している。ゆえに本稿では、この要素を負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分において考慮していない。また、請求権の優先劣後の関係を、負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分において考慮しなかった理由は、本文中の第5節(6)で明らかにしているように、これが支払義務の有無とは無関係であり、また、優先劣後の関係が必要になるのは清算時であり、これを考慮して負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分を決定するのは継続企業の原則に反しているからである。

また、株式が社債といった法的形式を、負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分において考慮しない理由は、本文中第4節(3)で既に明らかにしている。また、総会への参加権や議決権・支配権は、(間接的に所有者の経済的な利益に寄与するかもしれないが)直接的には経済的な利益に関する権利ではないため、本稿では、これらについては、負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分において考慮していない。

なお、株主間の富の移転の有無を、負債・持分の区分および資本取引・損益取引の区分において考慮しない理由は、株主間の富の移転があることをもって資本取引とする場合でも、株主間の富の移転がないことをもって資本取引とする場合でも、現在の資本取引・損益取引の範囲を合理的に説明できないからである(池田[2014b] 23-27頁)。株主間の富の移転があることをもって資本取引とする場合は、株主間の富の移転のない設立出資や配当が資本取引にならなくなる。株主間の富の移転がないことをもって資本取引とする場合は、第三者割当増資のみならず、現在のブックビルディング方式の公募増資による(発行価額と払込期日の時価に乖離が生じ、理論上は新旧株主間で富の移転が生じる)資金調達でさえも、資本取引にならなくなる。このように、現在の制度上の資本取引になる該当する取引には、株主間の富の移転があるものと、株主間の富の移転がないものとが混在しているが、どちらか一方だけを資本取引にするのは、記述論としても規範論としても非現実的である。

資本取引も損益取引も持分の増減を引き起こすが、損益取引を引き起こす基となる貸借対照表項目があるとすれば、それは負債(または資産)であるため、資本取引・損益取引の区分は負債・持分の区分と密接に関わっている。したがって、負債・持分の区分においても、株主間の富の移転の有無を考慮する必要はない。

参考文献

新井清光 [1965] 『資本金論』中央経済社。

- 五十嵐邦正 [2008] 『資本会計制度論』 森山書店。
- 池田幸典 [2000] 「自社の株式を対象とした売建ブット・オプション取引における会計問題(2)」 『経済論叢』 第165巻第3号、47-67頁。
- 池田幸典 [2001] 「資本・利益の計算問題と金融商品会計」 『日本簿記学会年報』 第16号、59-65頁。
- 池田幸典 [2002] 「負債・持分の区分の会計問題に関する理論的考察」 『帝京経済学研究』 第36巻第1号、96-113頁。
- 池田幸典 [2003] 「包括利益会計における会計的認識問題とその理論的含意」 『企業会計』 第55巻第11号、106-113頁。
- 池田幸典 [2006] 「リサイクリングの簿記的考察とその理論的含意」 『産業研究』 第41巻第2号、109-125頁。
- 池田幸典 [2008a] 「資本取引概念と資本取引・損益取引の区分」 『会計』 第173巻第3号、104-114頁。
- 池田幸典 [2008b] 「株式交付費の会計」 『高崎経済大学論集』 第51巻第2号、1-14頁。
- 池田幸典 [2008c] 「負債と資本の区分」 石川鉄郎・北村敬子編著 『資本会計の課題』 中央経済社、25-45頁。
- 池田幸典 [2009] 「永久債の会計処理」 笠井昭次先生古稀記念論作集編集委員会編 『笠井昭次先生古稀記念論文集』 慶應義塾大学出版会、189-200頁。
- 池田幸典 [2010a] 「金融商品会計における負債と持分の区分規準の変容」 『産業経理』 第70巻第1号、63-72頁。
- 池田幸典 [2010b] 「負債の定義の解釈および適用についての考察」 『財務会計研究』 第4号、99-115頁。
- 池田幸典 [2010c] 「負債および持分の概念規定のあり方を巡る検討」 『会計』 第177巻第6号、15-27頁。
- 池田幸典 [2011] 「会計目的と持分概念の関係のあり方を巡る検討」 『高崎経済大学論集』 第54巻第1号、29-37頁。
- 池田幸典 [2012] 「資本・利益の区分を巡る概念整理」 『会計』 第182巻第1号、39-52頁。
- 池田幸典 [2013] 「会計学研究におけるPDCAサイクル」 『会計』 第184巻第1号、57-67頁。
- 池田幸典 [2014a] 「財務諸表における構成要素の定義・認識の検討方向」 藤井秀樹編著 『国際財務報告の基礎概念』 中央経済社、105-132頁。
- 池田幸典 [2014b] 「資本・利益の区分を巡る現状と展望」 『愛知経営論集』 第169号、1-78頁。
- 池田幸典 [2014c] 「株式公募におけるスプレッド方式に伴う会計問題に関する検討」 倉田幸路編著 『財務会計の現状と展望』 白桃書房、92-102頁。
- 池田幸典 [2014d] 「簿記・会計における取引概念の再検討」 『日本簿記学会年報』 第29号、57-64頁。
- 池田幸典 [2015] 「非支配株主持分を巡る会計問題」 『産業経理』 第74巻第4号、57-67頁。
- 板橋淳志 [2006] 「条件付償還義務株式の会計処理について」 『金融研究』 第25巻第2号、127-155頁。

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

- 伊藤邦雄 [1996] 『会計制度のダイナミズム』 岩波書店。
- 内田貴 [1994] 『民法 総則・物権総論』 東京大学出版会。
- 江頭憲治郎 [2006] 『株式会社法』 有斐閣。
- 鶯地隆継 [2010] 『資本を巡る解釈の問題』 『企業会計』 第 62 巻第 1 号、87-91 頁。
- 企業会計基準委員会 [2006] 『討議資料 財務会計の概念フレームワーク』 企業会計基準委員会。
- 企業会計審議会 [1999] 『金融商品に係る会計基準の設定に関する意見書』 企業会計審議会。
- 古賀智敏 [1996] 『デリバティブ会計』 森山書店。
- 斉藤由理子・重頭ユカリ [2010] 『欧州の協同組合銀行』 日本経済評論社。
- 桜井久勝 [2002] 『会計情報の利用目的』 斎藤静樹編著 『会計基準の基礎概念』 中央経済社、11-25 頁。
- 髙村剛雄 [1985] 『会計原則コンメンタール (増補改訂版)』 中央経済社。
- 鈴木克昌・牽岸健太郎・久保田修平・根本敏光・前谷香介・田井中克之・宮田俊 [2011] 『エクイティ・ファイナンスの理論と実務』 商事法務。
- 鈴木健嗣・砂川伸幸 [2008] 『株主優待導入の短期的影響』 『証券アナリストジャーナル』 第 46 巻第 7 号、107-121 頁。
- 須田一幸 [2000] 『財務会計の機能』 白桃書房。
- 大和インベスター・リレーションズ [2014] 『株主優待ガイド 2015 年版』 ソシム。
- 田淵進・Ralf Bebenroth [2007] 『メザニン資本とドイツ中小企業金融』 『大阪経大論集』 第 57 巻第 5 号、125-140 頁。
- 高橋英治 [2012] 『ドイツ会社法概説』 有斐閣。
- 丹波康太郎 [1957] 『社債転換および株式転換の会計処理』 『産業経理』 第 17 巻第 4 号、32-38 頁。
- 名越洋子 [1993] 『条件付き新株発行の会計問題』 『東京大学経済学研究』 第 36 号、8-15 頁。
- 日本公認会計士協会 [1994] 『新株引受権付社債の発行体における会計処理及び表示』 会計制度委員会報告、日本公認会計士協会。
- 日本公認会計士協会 [2013] 『我が国の引当金に関する研究資料』 日本公認会計士協会。
- 野口晃弘 [2003] 『デット・エクイティ・スワップ』 『企業会計』 第 55 巻第 7 号、42-47 頁。
- 野村インベスター・リレーションズ [2014] 『知って得する株主優待 2015 年版』 野村インベスター・リレーションズ。
- 長谷川茂男 [2013] 『米国財務会計基準の実務 (第 7 版)』 中央経済社。
- 葉玉匡美編著 [2005] 『新会社法 100 問』 ダイヤモンド社。
- 葉玉匡美 [2008] 『会社法が求める『株主優待制度』の考え方』 『ビジネス法務』 第 8 巻第 4 号、45-49 頁。
- 藤井則彦 [1992] 『日本の会計と国際会計』 中央経済社。
- 藤井秀樹 [1997] 『現代企業会計論』 森山書店。
- 藤井秀樹 [2012] 『研究の総括と展望』 日本会計研究学会特別委員会 (委員長・藤井秀樹) 『会計基準の国際統合と財務報告の基礎概念』 (最終報告書)、127-133 頁。
- 藤嶋肇 [2012] 『議決権代理行使に関する招集手続の瑕疵と株主総会決議の無効』 『大阪経大論集』 第 63 巻第 2 号、191-199 頁。

- 増子敦仁 [2008] 「自己株式」石川鉄郎・北村敬子編著『資本会計の課題』中央経済社、133-158 頁。
- 松井秀樹 [2008] 「会社法下における株主優待制度」新堂幸司・山下友信編『会社法と商事法務』商事法務、29-57 頁。
- 松本勇樹 [2006] 「株主優待制度は個人株主増加対策として有効か？」『武蔵大学総合研究所紀要』第 16 号、189-206 頁。
- 松本ゆかり [2012] 「負債・持分区間問題の混乱原因の検討」『企業会計』第 64 巻第 10 号、121-127 頁。
- 万代勝信 [2000] 『現代会計の本質と職能』森山書店。
- 万代勝信 [2007] 「資本・利益の区分をめぐる歴史的動向と理論」『企業会計』第 59 巻第 2 号、18-24 頁。
- 森川八洲男 [2005] 『体系財務諸表論』中央経済社。
- ロータス 21 編集 [2012] 「株主優待制度の落とし穴、優待品の送料は交際費に」『週刊 T&A master』第 441 号、4-6 頁。
- Accounting Principles Board (APB) [1966] *Omnibus Opinion-1966*, Accounting Principles Board Opinion No.10, American Institute of Certified Public Accountants. (日本公認会計士協会国際委員会訳『AICPA 会計原則審議会意見書』大蔵財務協会、1978 年)
- APB [1969] *Accounting for Convertible Debt and Debt Issued with Stock Purchase warrants*, Accounting Principles Board Opinion No.14, American Institute of Certified Public Accountants. (日本公認会計士協会国際委員会訳『AICPA 会計原則審議会意見書』大蔵財務協会、1978 年)
- APB [1970] *Basic Concepts and Accounting Principles Underlying Financial Statements of Business Enterprises*, Statement of the Accounting Principles Board No.4, American Institute of Certified Public Accountants. (川口順一訳『アメリカ公認会計士協会企業会計原則』同文館、1973 年)
- American Accounting Association (AAA) [1948] "Accounting Concepts and Standards Underlying Corporate Financial Statements: 1948 Revision," *The Accounting Review*, Vol. 23, No. 4, pp. 339-344. (中島省吾訳編『増訂 AAA 会計原則』中央経済社、1972 年)
- AAA Committee on Concepts and Standards for External Financial Reports [1977] *Statement on Accounting Theory and Theory Acceptance*, AAA. (染谷恭次郎訳『アメリカ会計学会 会計理論及び理論承認』国元書房、1980 年)
- American Institute of Accountants Committee of Terminology [1953] *Review and Résumé*, Accounting Terminology Bulletin No. 1, American Institute of Accountants. (渡邊進・上村久雄訳『アメリカ公認会計士協会会計研究公報・会計用語公報』神戸大学経済経営研究所、1959 年)
- Anthony, R.N. [1984] *Future Directions for Financial Accounting*, Dow Jones-Irwin. (佐藤倫正訳『アンソニー財務会計論』白桃書房、1989 年)
- Australian Accounting Research Foundation (AARF) [1992] *Definition and Recogni-*

負債と持分、および資本取引と損益取引はどのように区分すべきか

- tion of the Elements of Financial Statements*, Statement of Accounting Concepts No.4, AARF.
- AARF [1995] *Definition and Recognition of the Elements of Financial Statements*, Statement of Accounting Concepts No.4 (reissued) , AARF.
- European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) [2013] *Getting a Better Framework - Accountability and the Objective of Financial Reporting*, Bulletin, EFRAG..
- Financial Accounting Standards Board (FASB) [1976] *an analysis of issues related to Conceptual Framework for Financial Accounting and Reporting: Elements of Financial Statements and Their Measurement*, Discussion Memorandum. (津守常弘監訳 『FASB 財務会計の概念フレームワーク』中央経済社、1997年)
- FASB [1985] *Elements of Financial Statements*, Statement of Financial Accounting Concepts No.6, FASB. (平松一夫・広瀬義州訳 『FASB 財務会計の諸概念 (増補版)』中央経済社、2002年)
- FASB [1990] *an analysis of issues related to Distinguishing between Liability and Equity Instruments and Accounting for Instruments with Characteristics of Both*, Discussion Memorandum, FASB.
- FASB [2000] *Accounting for Financial Instruments with Characteristics of Liabilities, Equity, or Both*, Exposure Draft, FASB.
- FASB [2007] *Financial Instruments with Characteristics of Equity*, Preliminary View, FASB.
- Ford, A. [1969] "Should Cost be Assigned to Conversion Value?," *The Accounting Review*, Vol.44, No.4, pp.818-822.
- Ijiri, Y. [1975] *Theory of Accounting Measurement*, American Accounting Association. (井尻雄二 『会計測定の理論』東洋経済新報社、1976年)
- IASB [2010] *The Conceptual Framework for Financial Reporting*, IASB. (IFRS 財団編、企業会計基準委員会・公益財団法人財務会計基準機構監訳 『国際財務報告基準 (IFRS) 2013』中央経済社、2013年)
- IASB [2013a] *Leases*, Exposure Draft, IASB. (『公開草案 リース』IFRS 財団)
- IASB [2013b] *A Review of the Conceptual Framework for Financial Reporting*, Discussion Paper, IASB. (『「財務報告に関する概念フレームワーク」の見直し』IFRS 財団)
- Kerr, J. St. G. [1984] *The Definition and Recognition of Liabilities*, Accounting Theory Monograph No.4, Australian Accounting Research Foundation. (徳賀芳弘訳 『負債の定義と認識』九州大学出版会、1989年)
- Kerr, J.St.G. [1989] *The Concept of Equity in Financial Accounting*, Accounting Theory Monograph No.9, Australian Accounting Research Foundation.
- King, T.E., A. K. Ortegren and R. M. King [1988] "A Reassessment of the Allocation of Convertible Debt Proceeds and the Implications for Other Hybrid Financial Instruments," *Accounting Horizons*, Vol.4, No.3, pp.10-19.
- Li, D.H. [1960] "The Nature and Treatment of Dividends under The Entity Concept," *The*

- Accounting Review*, Vol.35, No.4, pp.674-679.
- McInnes, W.M., P.R.Draper and A.P.Marshall [1991] "Accounting for Convertible Loan Stock: A Decomposition Approach," *Accounting and Business Research*, Vol.21, No.83, pp.253-263.
- Nair, R.D., L.E.Rittenberg and J.J.Weygandt [1990] "Accounting for Redeemable Preferred Stock : Unresolved Issues," *Accounting Horizons*, Vol.4, No.2, pp.33-41.
- Ohlson, J. A. and S. H. Penman [2005] *Debt vs. Equity: Accounting for Claims Contingent on Firms' Common Stock Performance - with Particular Attention to Employee Compensation Options*, White Paper No.1, Center for Excellence in Accounting and Security Analysis, Columbia University.
- Paton, W.A. [1919] "Some Phase of Capital Stock," *The Journal of Accountancy*, Vol.27, No.2, pp.321-335.
- Paton, W.A. [1922] *Accounting Theory - with Special Reference to the Corporate Enterprise*, The Ronald Press Company.
- Pro-active Accounting Activities in Europe (PAAinE) [2008] *Distinguishing between Liabilities and Equity*, Discussion Paper, PAAinE.
- Schär, J.F. [1914] *Buchhaltung und Bilanz : auf wirtschaftlicher, rechtlicher und mathematischer Grundlage für Juristen, Ingenieure, Kaufleute und Studierende der Privatwirtschaftslehre*, 2., stark erw. und völlig umgearb. Aufl., Julius Springer. (林良吉訳 『會計及び貸借対照表』 同文館、1925年；林良治訳 『シェア簿記会計学(上・下)』 新東洋出版社、1976年、1977年)
- Sorter, G. H. [1969] "An 'Events' Approach to Basic Accounting Theory," *The Accounting Review*, No.44, No.1, pp.12-19.
- Staubus, G.J. [1961] *A Theory of Accounting to Investors*, University of California (reprinted by Scholars Book Co., 1971). (高尾裕二訳 『ストーパス投資者のための会計理論』 白桃書房、1986年)
- Stephens, M.J. [1971] "Inseparability and the Valuation of Convertible Bonds," *The Journal of Accountancy*, Vol.132, No.2, pp54-62.
- Vatter, W.J. [1971] *The Fund Theory of Accounting and Its Implications for Financial Reports*, The University of Chicago Press. (飯岡透・中原章吉訳 『バッテリー資金会計論』 同文館、1971年)

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離は どの程度まで許容されうるか

近 藤 暁 夫

第1章 はじめに

我々が日常的に接している広告の内容には、通常「一定程度のウソ」が含まれている（天野 1990）。例えば、広告で「スカッと爽やか」と表現されている商品が本当に「爽やか」なのかどうかは、それを消費した人の主観や嗜好に依存する。また、「家族で楽しめる」と表現されている遊園地に行っても楽しめない家族も当然いるだろう。化粧品とて、それを wield すれば広告に出ているモデルのように美しくスタイル良好になれるとは限らない。しかし、これらの広告を出した企業が、ウソをついたとして生活者から訴えられることはまれである。「閉店セール」を何年も継続して行っている店舗とて現実に存在し、今日も生活者や官憲から営業を許されているのだ¹。むしろ、柳田国男（柳田 1928）が述べるように、「適度なウソ」の存在とそれを見抜きつつも許容できる精神の存在は、当該社会の成熟度と創造性を示すバロメーターであるともみなせる。広告においても、「多少オーバー」な表現の方が、より独創的かつ生活者の目を楽しませるものとして、高く評価されることも稀ではない。そして、広告の制作者たちが奇抜で独創的な表現を競って編み出してきたことが、広告表現の

高度化と広告業界の隆盛を招いてきたのだともいえる。広告美術のロートレックやミュシャ、広告コピーライターから文筆業に転じたディケンズや開高健など、広告表現の世界で鍛えられた創造者は少なくない (Wicke, 1988)。

しかし、広告に含まれているウソがすべて許されるわけではもちろんない。例えば、広告上の表示のうち、販売価格等の金銭にかかわるウソに対しては極めて強い反発が出されるし、明白に事実と異なる表示（「日本一の」と広告したが実際には一位でなかった、など）に対しても強い批判が出される。これらの広告のウソは、生活者の不利益になるとともに市場の健全な競争環境を損なうルール違反として、それが判明した場合に広告主や広告業者が市場から退場を迫られるような打撃を受けることも少なくない。そして、当然ながら、これら批判を受けやすい、あるいは生活者の直接的な不利益につながりかねない広告の表示に対しては、景品表示法などの法的規制や業界の自主規制等が整備され、厳重なチェックがなされている。広告表現の高度化は、厳密かつ冷静な社会との交渉の中で獲得されてきたことも忘れてはならない。

このように、広告は、亀井 (1997) が「許されるウソ」と「許されないウソ」の連続体であり、その許容範囲は社会とその文化状態によって決められると述べるような存在である。つまり、広告の虚偽性あるいは信頼性は、広告上に表示される情報自体がもつ客観的な側面と、その情報に対して生活者が感じる主観的（文化的）側面が組み合わされ、そのバランスの上に成り立つ。「ウソ」が客観的事実として広告上に存在することを前提とした上で、それが「許されるウソ」と「許されないウソ」に、広告に接する人々の主観的文化的な基準に則って判定されるのだ²。そしてこのことは、個々の広告の虚偽性と信頼性について議論するときには、その広告の表示内容がどの程度「事実」と乖離しているかという客観的に測定できる部分と、その「乖離」がどの程度まで生活者に許容されうるかという主観的に判定される部分の二重構造を前提に考える必要があることを示している (Chohen, 1974)。

これまで、広告のウソ（虚偽性）をめぐる議論では、資料収集の容易なテレ

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離はどの程度まで許容されるか

びCMや新聞広告が事例として取り上げられることが多かった（例えば小宮路ほか1999）。また、近年ではインターネット広告を対象にした論考も確認できる（例えば松本2002）。これらマス性の大きい広告は、問題化したときの社会的影響が大きいものの、その分法律や公的機関、業界団体等のチェックが届きやすく、業界や媒体社による迅速な改善対応もなされやすい。むしろ、虚偽が深刻なものでありながら堂々とまかり通る恐れがあるのは、チラシ広告や屋外広告のような、公的なチェックが行き届きにくいミニ媒体においてであろう。しかしながら、資料収集上の制約もあり、ミニ媒体を対象とした広告の信頼性／虚偽性の議論は相対的に少ない³。

この中で、筆者は屋外広告を対象に、そこに掲示されている現在地（広告の掲出地点）と指示対象との間の距離の値が、現実の道路距離とどの程度乖離しているかを検討したことがある（近藤2013）。距離や方向の情報の掲示によって道標として機能するのは屋外広告特有の性質であることから、距離情報に注目することは、屋外広告の広告としての信頼性あるいは虚偽性を議論する上で適当な視角だと考えている。前稿では、全体の約3割の屋外広告が現在地と指示対象（事業所等）の間の距離を数値で表示しており、そのうちの約1割、つまり全広告の3%で広告上の距離の数値が現実の距離の数値よりも1km以上過少な距離の数値を掲示していることが判明した。そして、このような現実よりも1km以上過少な距離の数値を掲示する屋外広告は、距離測定などのミスでは済まされない欺瞞性が含まれるものだと指摘した。

しかしながら、前稿では、生活者が屋外広告上に掲示されている距離（以下「掲示距離」とよぶ）と現実の道路距離（以下、これを「実距離」とよぶ）に関して、どの程度の距離の乖離をもってその広告を虚偽だと判定するかという、主観的（文化的）側面の検討は行えなかった。もとより、広告上の掲示距離の乖離性の客観的な測定と、その乖離が生活者に許容されるかどうかの主観的側面の判定を、単一の論考で行うことは、紙面の制約もあって難しかった。そこで、本稿においては、近藤（2013）でやり残す形となった、屋外広告の掲示距

離の数値と実距離との間の乖離が、どの程度まで生活者に許容範囲と判定され、どの程度からが許容できない虚偽表示であると判定されるのかに関して、生活者へのアンケートをもとに詳しく議論したい。

第2章 研究手法と分析の対象

1. 分析のサンプルとして用いる屋外広告

本研究で検討の対象とする屋外広告は、近藤（2013）と同様に、2010年から2011年にかけて現地での目視悉皆調査を行った、京都府丹後地域の国道103kmの区間の沿道に掲出されているすべての屋外広告1,229件から抽出する（図1・図2）。図2にある通り、この調査で確認された屋外広告の8割（860件）は、特定の地点に位置する広告主や事業所等の位置を指し示すものであり、当地域の屋外広告が基本的に広告接触対象（主に生活者）を特定の地点に誘導

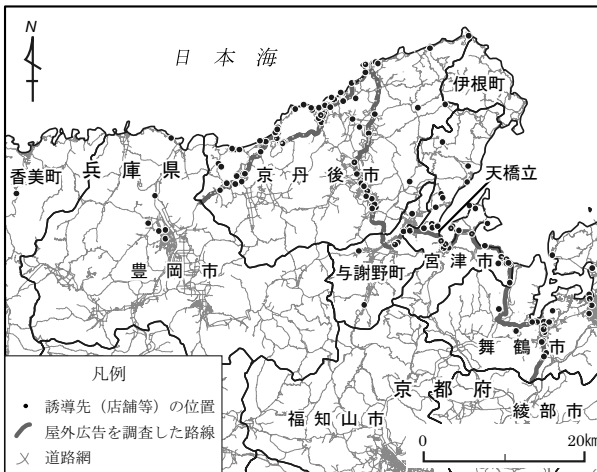


図1 調査地域と屋外広告の誘導目標の分布

・現地調査（2010年～11年）およびiタウンページより作成。

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離はどの程度まで許容されうるか

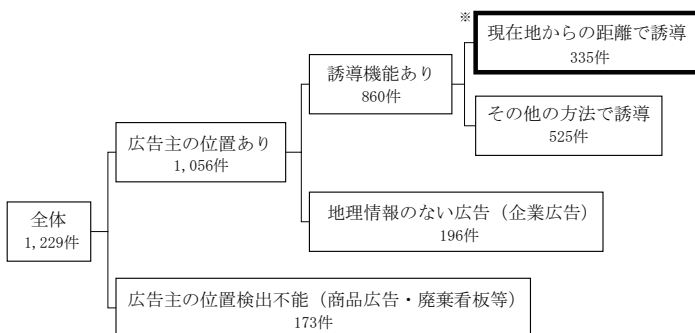


図2 調査地で確認された屋外広告の分類

本研究で検討の対象となる屋外広告。
・現地調査 (2010年～11年) より作成。

するためのものとして掲出されていることがわかる。このような、誘導標識としての機能は、他の媒体にはみられない屋外広告特有のものといえることは、他の地域の屋外広告を対象とした拙稿でも確認されている (近藤 2008 ; 近藤 2010)。

この中で、本稿の直接の検討対象となる、現在地から指示対象までの距離を明確な数値で示している広告は 335 件確認された。さらに、このうち 319 件については、広告の掲出地点と広告の指示対象の間の道路距離を測定することができた⁴。

そこで、この 319 件の広告の掲示距離と実距離の対応関係を検討した⁵。その結果、掲示距離が実距離よりも過大なものは 167 件、過少なものは 152 件であった。全体的にみれば、掲示距離と実距離の対応関係は良好であるが、先に触れたように全広告の約 3% にあたる 14 件の広告については、掲示距離が実距離よりも 1km 以上過少に提示されているなど、明らかに問題があると考えられるものも散見された (近藤 2013)。

さて、掲示距離と実距離が乖離している広告のうち、距離が過大に掲示され

ている広告に関しては、生活者にとってはより早く対象となる事業所や観光地に到達できることから、特段問題視される広告とはいえないと考えてよからう⁶。生活者の不利益につながる、あるいは正当な競争を阻害するなど、虚偽広告として問題視される可能性があるのは、実距離よりも過少な数値が広告に掲示されている屋外広告 152 件（今回確認された屋外広告全体の約 12%）といえる。それでも、1m や 2m 程度の距離の「サバ読み」が即座に問題視されるとも考えにくい。前稿では 1km 以上の「サバ読み」がみられた広告を問題だと指摘したが、実際に、距離の「サバ読み」がどの程度の範囲まで許容されるかは、それぞれの広告に対して生活者の判定を待たねばならない。

このことから、掲示距離の信頼性あるいは虚偽性の判定には、これら 152 件の広告全てを用いて、生活者に意識調査を行い、許容できる実距離からの乖離の範囲を判定するべきである。しかしながら、現実問題として一度に全ての広告の判定をしてもらうことは、被験者（生活者）の負担面から現実的でない。そこで、本研究では、この 152 件のなかから 30 件の広告をランダムサンプリングし、それぞれの広告について被験者に許容できる水準の乖離なのか否かを一件ずつ判定してもらう形で調査・分析を実施した。

2. 生活者による許容水準の判定

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離の乖離がどの程度まで許容できるかに関する判定は、次の手順で実施した。被験者（生活者）は、愛知大学豊橋キャンパスに通学する学生とし、筆者が担当する講義「地理学」⁷の講義時間内にアンケート調査票（図 3）を配布して判定結果を記入してもらった。調査票にはそれぞれの広告について、距離の乖離が許せる（調査票では「セーフ」）か許せない（調査票では「アウト」）かの二択のみを記入する方法とした。具体的には、被験者を集めた上で、スライドに 1 枚ずつ屋外広告の写真と掲示されている距離の数値、ならびに実際の目標までの道路距離の数値（図 4）を、1 枚当たり 30 秒を目安に表示し、それを被験者に見てもらいながらスライド 1

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離はどの程度まで許容されるか

「この広告は許せるか」調査
 一屋外広告上に掲示された距離と実際の距離の乖離はどの程度まで許容されるか—

2014年10月15日
 調査責任者：近藤暁夫

これからスライドで提示される30枚の屋外広告には、屋外広告の掲出地点（現在地）から誘導先（店舗等）までの距離が掲載されています。しかし、その距離の数値と、実際に測定した本当の距離（道路距離）にはズレが生じています。そこで、この二つの距離（広告上の距離と実際の距離）の間のズレが、「この程度ならセーフ」と思うか「これはアウト」と思うか、直観で判定し、判定した方を○で囲んでください。

スライド番号

| | | |
|-----|-----|-----|
| ● 1 | セーフ | アウト |
| ● 2 | セーフ | アウト |
| ● 3 | セーフ | アウト |
| ● 4 | セーフ | アウト |
| ● 5 | セーフ | アウト |
| ● 6 | セーフ | アウト |

図3 アンケート調査票の一部（2014年10月実施分）

・原本はA4。また、実際のスライド番号は30までである。



業種：CVS

広告上の掲示距離：7,000m

実際の道路距離：7,003m

掲示距離と実距離の乖離：3m

乖離の比率：0%

業種：土産店

広告上の掲示距離：200m

実際の道路距離：222m

掲示距離と実距離の乖離：22m

乖離の比率：11%

図4 分析対象となる屋外広告の例

・2010年筆者撮影。

枚ごとに判定をしてもらった。アンケート調査は、2014年の1月と10月に実施した。年度をまたいだ同一の科目で調査を行ったことから、被験者の重複は

ないものと考えられる。また、調査時に最初の方に出した広告と後の方に出した広告の間に被験者の慣れによる判断の差異が出る可能性があることから、1月と10月の調査では、スライドに表示する広告の順番を逆にしてバイアスへの配慮を行っている。

本調査は便宜サンプル (convenience sample) を用いたもので、被験者のほとんどは、屋外広告が立地している京都府丹後地域の土地勘がないと考えられること、年齢や社会的属性が偏り一般的生活者としての統計的代表性を持たないなどの問題点があることから、この結果をもってサンプルとなる屋外広告の信頼性/虚偽性を完全に断ずるには至らない。それでも、屋外広告の掲示距離と実距離との乖離が一般的にどの程度まで許容されるのかを判断する上で一定の目安を示すことはできると考えている。

第3章 結果と考察

1. 生活者による距離の乖離の許容水準

2014年1月のアンケート調査では174名⁸に調査票を配布し171件を回収、10月の調査では167名⁹に配布し154件を回収した。回収した調査票から、30件の広告のうち1件でも判定がなされていないものがある調査票、30件すべてを同一（「アウト」に など）の判定にしているなど明らかに恣意的な回答をしている調査票は無効回答として除外した。この結果、2014年1月の調査では165件、10月の調査では148件、合計313件の有効回答を得た。

サンプルとした30件の屋外広告の掲示距離と実距離、および両者の間の乖離を被験者が「アウト」と判定した割合（以下、本稿ではこれを「拒否率」と呼ぶ）を示したのが表1である。なお、2度のアンケート調査において、集団間で拒否率の差が10%を超える広告は4件、最大で16%にとどまったことから、広告を提示する順番によるバイアスは無視してよいと判断し、以下の分析では2014年1月と10月の調査の結果を統合したものをを用いる。

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離はどの程度まで許容されうるか

表 1 屋外広告上の掲示距離と道路距離の乖離と回答者の拒否率

| No | 業種 | 全体の拒否率 | 掲示距離(m) | 実距離(m) | 距離の乖離 | 乖離の比率 |
|----|------|--------|---------|--------|--------|-------|
| 01 | CVS | 2% | 7,000 | 7,003 | 3m | 0% |
| 02 | 土産店 | 4% | 200 | 222 | 22m | 11% |
| 03 | CVS | 4% | 2,500 | 2,581 | 81m | 3% |
| 04 | 家具店 | 4% | 3,000 | 3,049 | 49m | 2% |
| 05 | 土産店 | 4% | 200 | 230 | 30m | 15% |
| 06 | 飲食店 | 5% | 3,000 | 3,097 | 97m | 3% |
| 07 | 観光地 | 6% | 2,000 | 2,076 | 76m | 4% |
| 08 | 宿泊 | 6% | 9,000 | 9,161 | 161m | 2% |
| 09 | 飲食店 | 7% | 2,500 | 2,614 | 114m | 5% |
| 10 | 農園 | 8% | 50 | 61 | 11m | 21% |
| 11 | 石材店 | 11% | 200 | 275 | 75m | 38% |
| 12 | 飲食店 | 13% | 10,000 | 10,326 | 326m | 3% |
| 13 | 観光地 | 15% | 2,000 | 2,262 | 262m | 13% |
| 14 | 宿泊 | 15% | 2,800 | 2,903 | 103m | 4% |
| 15 | 学校 | 34% | 1,000 | 1,126 | 126m | 13% |
| 16 | スーパー | 39% | 200 | 310 | 110m | 55% |
| 17 | 宿泊 | 44% | 150 | 240 | 90m | 60% |
| 18 | 土産店 | 47% | 4,000 | 4,575 | 575m | 14% |
| 19 | CVS | 52% | 700 | 902 | 202m | 29% |
| 20 | 宿泊 | 53% | 3,000 | 3,626 | 626m | 21% |
| 21 | 道の駅 | 63% | 3,000 | 3,761 | 761m | 25% |
| 22 | 観光地 | 64% | 8,000 | 8,714 | 714m | 9% |
| 23 | 宿泊 | 66% | 10 | 40 | 30m | 300% |
| 24 | 観光地 | 68% | 1,000 | 1,660 | 660m | 66% |
| 25 | 宿泊 | 70% | 100 | 251 | 151m | 151% |
| 26 | 医院 | 78% | 50 | 155 | 105m | 210% |
| 27 | ゴルフ場 | 82% | 17,000 | 20,876 | 3,876m | 23% |
| 28 | 観光地 | 84% | 500 | 1,052 | 552m | 110% |
| 29 | 製造業 | 88% | 40,000 | 48,917 | 8,917m | 22% |
| 30 | 土産店 | 94% | 6,000 | 10,899 | 4,899m | 82% |

・現地調査 (2010 ~ 11 年) および学生への 2 回のアンケート調査 (2014 年) より作成。

さて、表1で示した30件の広告のうち、掲示距離と実距離の乖離は最低が3m、最大が8,917mであり、乖離の比率（「実距離/掲示距離-1」の値をパーセンテージで示したもの）では最低が0%（ほぼ掲示距離と実距離が対応）、最大が300%（実距離が掲示距離の4倍ある）である。これらの広告のうち、313件の回答者全員が許容できるというものはなく、拒否率は最低で2%であった。同様に、拒否率が最も高かったのは94%で、これはほぼすべての回答者が「問題のある広告」とであると認識したことを示している。

広告の拒否率を昇順に並べたのが図5である。これをみると、回答者の広告への拒否率は、低い方から順に10%程度のところまで一貫して低水準で推移し、10~15%程度の水準でやや上昇したのち、15%を超えると急激な上昇カーブを示すことがわかる。

距離の乖離は、広告表示の内容として、人権に関わるような一人でも拒否者が出たら問題視されるという類のものではないことから、拒否者がいたとしても1割程度までのもの（表1の01番から10番までの広告）は虚偽広告ではない広告と判定してよいと考える。また、ここでは、15%程度の拒否率である表1の14番の広告までも、一応許容できる広告だとみなしたい。

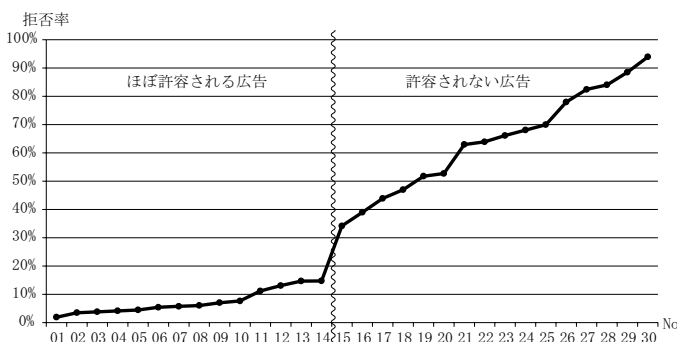


図5 広告上の掲示距離の乖離に対する回答者の拒否率の分析

・愛知大学の学生へのアンケート調査（2014年1月・10月）より作成。

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離はどの程度まで許容されるか

表1の15番の広告から、回答者の拒否率は一気に跳ね上がり、以降の広告では加速度的に拒否率が上昇していく。14番までの広告と15番からの広告の間には、回答者の拒否率の傾向に明確な差異が確認できることから、程度の差はあるものの15から30番の広告については、少なくとも今回のアンケートの結果からは「問題のある広告」だと判断してよいただろう。また、この中でも、拒否率が過半数を占める19番から30番の広告は、明確な虚偽広告として認定されてもやむを得ないものだといえよう。

表1からは、掲示距離と実距離の間の乖離の絶対値ならびに乖離のパーセンテージが、生活者が当該広告を許容できるか否かを左右する要因であることがわかる。一般に、絶対値とパーセンテージの両方とも小さいほど許容される傾向がある。もちろん、これには例外もある。例えば、表1の15番は掲示距離と実距離との乖離が13番よりも小さいにも関わらず、アンケートでの拒否率が相対的に高い。これは、15番の広告が、「避難所である学校」への誘導を行うという、特に公共的性格の高いものであり、それゆえ回答者の許容判定が他の広告に比べて厳しく出されたものと考えられる。

このような例外をひとまず除外し、回答者に許容されたとみなされる表1の1番から15番までの広告の数値をみると、すべての広告が「距離の乖離100m以下かつ乖離の比率40%以内」、「距離の乖離200m以下かつ乖離の比率30%以内」という条件を満たしていることがわかる。また、許容されない広告に着目すると「距離の乖離500m以上」の広告はすべて虚偽と判定されていることもわかる。四捨五入して1kmの桁上がりとなる500m以上の距離の「サバ読み」に対して、回答者が極めて厳しい判断をしていることが伺える。

これらを総合すると、屋外広告の掲示距離が実距離から乖離しても生活者から許容される範囲は、概ね次のような条件を満たす範囲であるといえよう¹⁰。

- (1) 距離の乖離100m以下かつ乖離の比率40%以内
- (2) 距離の乖離200m以下かつ乖離の比率30%以内
- (3) 距離の乖離300m以下かつ乖離の比率20%以内

(4) 距離の乖離 400m 以下かつ乖離の比率 10%以内

(5) 距離の乖離 500m 以下かつ乖離の比率 5%以内

そして、これらの条件を満たさない場合¹⁾、その広告は生活者に「虚偽広告」「問題のある広告」として認識される危険性が高い。

2. 母集団に占める「虚偽広告」の割合

限られた広告のサンプルと便宜サンプルを用いたアンケートという、万全の信頼性を有する分析ではないものの、とまかく屋外広告に掲示される距離と現実の道路距離との乖離がどの程度まで許容され、どの程度から虚偽性があると判定されるのかについて、一定の目安が得られた。そこで、次に、この 30 サンプルの結果を京都府丹後地方で確認された屋外広告全体にあてはめ、我々が通常道端で出会う屋外広告のどの程度に虚偽とみなせる距離の掲示があるのかについて検討する。

前節で示された屋外広告上の掲示距離の虚偽性を判定する基準 (1) から (5) を、調査地で確認されたすべての屋外広告 1,229 件にあてはめて検討したのが図 6 である。屋外広告のうち、現在地から目標までの距離を掲示して接触対象の誘導を行っているのは 335 件であり、残りの 894 件については今回の検討の対象にはならない。次に、実距離が測定できなかった 16 件を除いた広告のうち、実際の道路距離よりも過大な数値を広告上に掲示していた 167 件については、少なくともこの距離の乖離が生活者への不利益にはつながりにくいと考えられることから、ひとまず虚偽広告 (= 不当な広告) とはみなさない。残りの、実距離よりも過少な距離の数値を広告上に掲示している広告、すなわち「距離のサバ読み」を行っている広告が、虚偽広告の疑いをかけられうる広告といえる。

そこで、この 152 件について、前節で示した (1) から (5) の基準を当てはめ、基準に合致するものを「許容される広告」、合致しないものを「許容されない広告 (= 虚偽広告)」として分類した。その結果、73 件の広告が基準に合

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離はどの程度まで許容されうるか

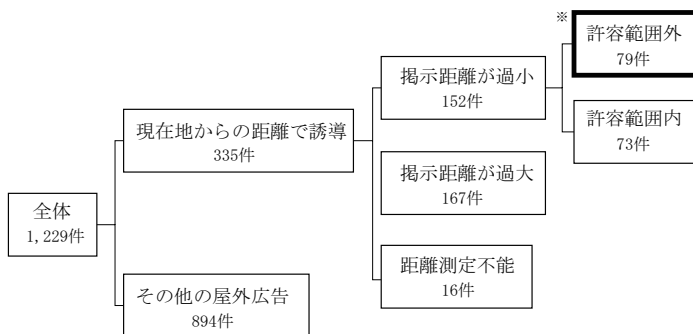


図6 虚偽性がある（許容範囲外）と判定される広告の数

虚偽性があると判定された屋外広告。

・現地調査（2010～11年）ならびに学生への2回のアンケート調査（2014年）より作成。

致し、79件が基準に合致しなかった。この、79件の広告が、今回のアンケート調査をもとにした判定基準によれば、「虚偽広告」とであると判定されるものといえる。

上記の結果から、当地域で確認された屋外広告のうち、広告上に現在地から目標までの距離を掲示して誘導を行う広告の約4分の1、広告全体の約6.4%は、その広告の掲示距離において、虚偽性があると生活者にみなされる「虚偽広告」といえる。この6.4%という値は、屋外広告15件に1件の割合にほぼ相当する。

第4章 おわりに

1. 結果のまとめ

本稿では、路傍の屋外広告に掲示されている目標までの距離の数値（掲示距離）と、現実の目標までの道路距離（実距離）の間の乖離が、どの程度まで生活者に許容され、どの程度からは許容されない「虚偽広告」になるのかを明ら

かにすることを目的として、アンケート調査をもとに検討した。結果は以下のように要約される。

生活者による掲示距離と実距離との乖離の許容水準は、掲示距離と実距離の差、ならびに掲示距離と実距離の比率によって判定される。掲示距離が実距離よりも500m以上短く（つまり500mほど「サバ読んだ値」が広告に掲示される）となると、基本的に生活者はその掲示距離の数値を虚偽性があるものと判定した。また、実距離/掲示距離の比率は掲示距離と実距離の差が少ないほど大きな値でも許容されうる傾向があるが、それでも比率が1.4を超える広告は基本的に許容されない。

このような、許容されない掲示距離の情報を掲載している広告を虚偽広告とみなして、抽出された基準をもとに該当する広告を屋外広告全体から抽出したところ、サンプルに用いた京都府丹後地域の主要道路沿いに確認できる屋外広告の6%、広告15件に1件に虚偽性の疑いの強い距離の掲示がなされていることがわかった。

同じ広告をサンプルに用いながらも、生活者の意向調査を行わなかった前稿（近藤2013）においては、問題がある広告として扱ったのは、広告全体の3%程度だった。しかし、今回、実際には、生活者が屋外広告に掲示されている距離の数値と実際の道路距離との間の乖離をより厳しく判定していることがわかった。この部分に関する前稿の結果は修正する必要があるだろう。

2. 広告実務への応用と残された課題

これまで、日本における屋外広告上の掲示距離と実距離の対応関係を論じた研究は近藤（2013）のみである。また、掲示距離と実距離の間の乖離がどの程度まで生活者に許容されるのかを実証的に検討したのは本稿が初の試みになる。広告、生活者のアンケートとともに限られたサンプルによるものという限定つきだが、生活者が許容できる掲示距離と実距離の乖離は、第3章第1節で示した範囲になった。これは、一定の目安にはなるものと考えている。

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離はどの程度まで許容されるか

仮にひとたび掲出した広告が「虚偽広告」であると生活者に認定されてしまった場合に、広告主が被る損失については、今更繰り返す必要もない。また、カーナビゲーションや Web-GIS、GPS が発達した今日では、屋外広告と目標（店舗等）の間の道路距離を生活者が測定することも技術的に困難ではなく、掲示距離は常に衆目の検証にさらされている。このような暴露のリスクを考えたとき、屋外広告の広告主にとっては、多少「距離のサバ読み」をするにしても、基本的に広告上に掲示する距離の数値は、実際の道路距離にほぼ対応したものにすることが、合理的な選択だといえる。

また、広告を掲出する実務を行う屋外広告の制作業者、設置業者には、クライアントの期待と信頼に応える上でも、厳密かつ正確な距離の測定を行った上での屋外広告への距離情報の掲示と設置を求めたい。やはり、巷に掲出されている屋外広告の 15 件に 1 件が、実際には生活者に「虚偽広告」として判定されかねないものである現状は、恥以外の何物でもなからう。また、今回は扱わなかったが、掲示距離が実距離よりも過大に掲載されている広告も相当数あり、これも広告主にとって益となるようなものともいえない。屋外広告業者への批判はこれまでも特に景観への配慮（例えば、カー 2014）や行政への届け出の少なさ（屋外広告物基本問題検討委員会 1999）の面で見られたが、広告自体の高度化、科学化に関しても一層の努力が求められるといえる。

もちろん、本稿の限界は大きい。まず、用いたサンプルが一地域の主要道路沿いに限定されたものであり、当該地域で見られるような掲示距離と実距離の乖離が、全国的にみられるのかどうかは、現時点ではわからない。また、道路距離の測定精度自体もさらに向上できる余地がある¹²。また、今回アンケートを行ったサンプルも、日本の一般的生活者を代表するものとはいえない。本稿の結果については、今後、更に他の地域、他の意識調査を用いた事例蓄積と、それを通じた一般性の構築が求められる。

筆者は、これまで、屋外広告は日本で独自の発達を遂げた広告媒体であること、日本は屋外広告の先進地といえることを様々な機会に述べてきた。また、

日本の屋外広告の媒体上の特徴として、距離等の地理情報を載せて誘導標識として活用されている点を指摘してきた。本稿のような研究が可能なのも、日本における屋外広告の質量の豊富さがあるからである。しかし、そのような屋外広告の信頼性の根幹といえる距離情報に、虚偽と判定されるような誤りがあることは、日本の屋外広告の価値を大いに損ないかねない問題である。景観への配慮や広告効果測定や価格設定の科学化¹³とともに、屋外広告の内容の信頼性の担保について一層の高度化を図ることは、屋外広告先進地たる日本の義務だと考える。

謝辞

本研究を進める上で、愛知大学の文学部ならびに地域政策学部の学生の皆さまには2度に渡りアンケート調査にご協力いただきました。また、アンケートの配布作業には愛知大学豊橋学習教育支援センターの皆さまのご助力を頂戴しました。末筆ながら記して感謝申し上げます。

注

- 1 確かに、24時間営業でもない限り、「毎日閉店」しているわけだが…。しかし、いちいち目くじらを立てていたら、おそらくこの社会はずいぶんと住みにくいものになるだろう。
- 2 実際には物事はもう少し複雑で、広告には、それが繰り返して流布される中で、多くの人々にはそれと知られないままに社会的な「真実」を創り出してしまうという、ある意味ではより危険な効果もある（例えば、沖縄やハワイの「楽園」のイメージが、広告の消費を通して流布され、その中で戦争や先住民の権利などが相対的に隠蔽されてしまう問題点（多田 2004）やジェンダー関係を再生産してしまうこと（村田 2005）が指摘されている）。しかし、この問題を取り上げると検討の範囲が大きくなりすぎるため、本稿ではこれ以上ふれないこととする。
- 3 チラシ広告を対象とした虚偽性についての議論は、深田ほか（2009）が得られている。
- 4 距離の測定ができなかった16件は、誘導目標の正確な位置を抽出することができなかったものである。
- 5 屋外広告掲出地点と誘導目標との間の距離は道路ネットワーク距離を用いている。距離の測定は、北海道地図作成の道路中心線データとESRI社のGISソフトArcView10.0の

屋外広告に掲示される距離の値と現実の距離との乖離はどの程度まで許容されるか

Network Analyst 機能を用いて行った。なお距離測定手法の詳細は拙稿（近藤 2013）に詳述したのでそちらを参照されたい。

- 6 ただし、このような広告が広告主にとっては利益になるとはいえない。仮に広告業者がこのような「不正確な」距離の数値を掲示したとするなら、その力量不足を指弾されるべきだろう。
- 7 主に1・2年生を対象とした共通教育科目であり、当該年度においては愛知大学の文学部生と地域政策学部生が受講の対象となる。
- 8 当該年度の受講登録者数は202名であったが、この時限の出席者は174名であった。
- 9 当該年度の受講登録者数は201名であったが、この時限の出席者は167名であった。
- 10 厳密には、許容される距離の範囲は、掲示距離と実距離の乖離の数値と距離の比率の2変数の関数として算定されるべきであるが、ここでは広告実務に直接活かせる「目安」の数値を示すことを重視し、数学的な厳密性にこだわらないことにした。
- 11 先述のように、公的性格の強い広告に対しては、より生活者の判定が厳しくなるなど、広告の内容や性質に応じて許容値が変化することには留意が必要である。この数値はあくまで一定の目安として考えられるべきであろう。
- 12 実距離の測定法の詳細と、その限界については前稿（近藤 2013）を参照されたい。
- 13 屋外広告による景観形成への貢献については、公益社団法人東京屋外広告協会が、屋外広告を通じた美しい景観の創出を目的に1999年に東京都から「東京都屋外広告コンクール」を引き継いでいるように、各地で業界を中心とした自覚的な努力が盛んになってきている。また、屋外広告の広告効果の科学的測定法の整備についても、近年ようやく実用段階に入った（清水ほか 2014）。

参考文献

- 天野祐吉（1990）『嘘八百！—— 広告ノ真髄トハ何ゾヤ？』文芸春秋社。
- アレックス・カー（2014）『ニッポン景観論』集英社。
- 屋外広告物基本問題検討委員会（1999）『屋外広告物基本問題検討委員会報告書—— 美しい日本の屋外広告物のために』建設省。
- 亀井昭宏（1997）「広告倫理とサブリミナル訴求—— 広告表現制作と媒体出稿の倫理的限界」日経広告研究所報 172、21～25頁、同 173、29～33頁、同 174、7～12頁。
- 小宮路雅博ほか（1999）「広告の倫理はいかにして確保されるか—— 地上波 TV 局番放送基準と CM 考查制度の運用に関する研究」広告科学 38、37～63頁。
- 近藤暁夫（2008）「事業所の屋外広告展開にみられる空間的特徴—— 中京大都市圏北西部を事例として」経済地理学年報 55、234～252頁。
- 近藤暁夫（2010）「屋外広告上に掲載される地理情報の空間展開—— 中京大都市圏北西部を事例として」広告科学 53、62～73頁。
- 近藤暁夫（2013）「屋外広告に掲示されている目標までの距離の値はどの程度正確か」日経広告研究所報 269、9～16頁。

- 清水公一ほか (2014) 「「屋外広告指標推定システム」の構築」日経広告研究所報 48-4、38～45 頁。
- 多田治 (2004) 『沖縄イメージの誕生——青い海のカルチュラル・スタディーズ』東洋経済新報社。
- 深田博己ほか (2009) 「チラシ広告による虚偽説得に及ぼす事前警告の効果」説得交渉学研究 1、19～32 頁。
- 松本恒雄 (2002) 「インターネット広告と消費者保護上の諸問題」日経広告研究所報 35-6、14～19 頁。
- 村田陽平 (2005) 「現代のたばこ広告にみる男性の身体と空間」人文地理 57-5、532～548 頁。
- 柳田国男 (1928) 「ウソと子供」(柳田国男 (1978) 『不幸なる芸術・笑の本願』岩波文庫、所収)。
- Chohen, D. (1974) 'The Concept of Unfairness as It Relates to Advertising Legislation', *Journal of Marketing*, vol.38-3, pp.8-13.
- Wicke, J. D. (1988) *ADVERTISING FICTIONS: Literature, Advertisement, and Social Reading*, Columbia University Press. (邦訳 富島美子訳 (1996) 『広告する小説』国書刊行会)。

寡占と専門経営者 —— 経営技術と組織の維持 ——

野 末 英 俊

1. はじめに
2. 独占から寡占へ
3. グローバル企業間の競争
4. 経営者と管理
5. むすび

1. はじめに

商品化は、資本主義の枠組みをなし、貨幣が一般的交換手段としてその基軸的役割を担う。利潤は、企業の目的達成の程度を評価する重要な一指標である。利潤の拡大は、企業資本の増加をもたらす。積立金の形で企業の内部蓄積（留保）を増大させ、拡大し、企業経営を安定させる。内部蓄積は、その長期的な存続と同時に、設備投資、事業機会を活かすことに役立つ。企業の経営者は、このような枠組みの中で次第に力をつけ、内部留保の拡大によって大企業は銀行資本の支配及び影響力を排除することが可能となった。この結果、銀行資本は産業の支配者から金融の仲介者の地位に戻ることになった。現代資本主義の特徴一つは経済のグローバル化の進展である。第二次世界大戦後、1970年代初頭に至る資本主義から社会主義への移行の歴史的趨勢という理念¹は、1989

年の東欧革命によって、決定的といってよいほどに動揺²し、1990年代以降、世界の市場経済（資本主義）化が急速に進展した。経済のグローバル化が急速に進展し、国内の寡占企業の海外展開が進展した。近年の交通通信手段の革新が、こうした動きを支えている。こうした諸技術を管理手段として、いかに利用するかは、経営者の能力に依存する。国内においては、寡占企業間の競争が展開されており、顧客の欲求（必要性）を充足させ、グローバル競争に耐える絶えざるイノベーションの創出が求められている。資本主義初期においては、個人企業が経済の中心であったが、資本の集積・集中が進展し、独占が形成された。しかし、独占は必ずしも安定した構造ではなく、また、独占の弊害が認識されるようになり、今日、国家によって独占企業は分割され、代って、今日の市場経済においてみられる特徴は、寡占企業間の競争である。現代の市場では、巨大な寡占企業間の競争を軸に経済が展開されている。企業にとって、最も安定した利潤の維持が可能な構造は、独占である。独占企業は、市場を支配・統制し、超過利潤を獲得する。しかし、独占は、それ自体が矛盾をもつ構造であり、巨大な組織は、官僚主義、セクショナリズム、前例主義等によって、企業組織は硬直化し、企業環境の変化への柔軟な対応が困難となる。この結果、企業内組織の分権化が進展するが、独占企業は、時として、自らの權益を維持するために、イノベーションを遅延させ、また、海外資源・市場の支配を図り、国家と結びつき、植民地主義をもたらした。しかし、国内において、国家によって保護された独占企業は、海外のグローバル企業との市場をめぐる企業間競争の中で、競争力をもつことが困難であることが、次第に明らかとなった。今日の資本主義諸国においては、1970年代後半から、企業間競争の促進が図られている。市場をめぐる企業間競争は顧客の必要性を満たすために、品質・サービスの向上を必要とし、イノベーションを生み出す源泉である。非効率な国有企業の民営化、独占企業の分割が行われ、寡占企業間の競争を中心に、経済構造が形成されている。本稿では、寡占企業と専門経営者の役割及び専門経営者の経営管理能力と経営諸技術との関連の問題を中心に、分析を行う。

2. 独占から寡占へ

資本主義は、イギリス・アメリカというアングロサクソンの国を基軸として発展した。マックス・ヴェーバーは、「近代的企業における資本所有や企業家についてみても、あるいはまた、上層の熟練労働者層、とくに技術的あるいは商人的訓練のもとに教育された従業者たちについてみても、彼らが、いちじるしくプロテスタント的色彩を帯びている³」と指摘した。アメリカはイギリスと共に、カルヴァン派の国であり、恵まれた土地・資源・人口の力を引き出す宗教的倫理（資本主義の精神）を有している。これらの国は、市民革命を経験し、利益を積極的に容認する国民性が存在する。今日の世界経済の中心には、アメリカが位置している。アメリカは、二度の市民革命（独立戦争と南北戦争）によって、封建的性格を払拭し、同時に、一体化した、巨大な国内市場を形成した。この巨大な国内市場の存在が、植民地主義を遅らせ、国内的には、独占を形成する背景となった。1890年頃には、アメリカはイギリスを凌駕して、世界最大の工業国⁴となった。アメリカでは、20世紀への転換期には、独占が確立した。こうした巨大企業を管理・調整する機能の担当者として、専門経営者が出現⁵し、管理学を特徴とするアメリカ経営学が誕生した。資本主義の中で多様な組織が成長すると、管理学は、次第に、その対象領域を拡大させている。資本主義は、商品化を特徴とし、貨幣によって機能する体制である。資本主義においては、市民の財産権が保障され、市民は、自由な経済活動を通じて、貨幣を蓄積することが可能となった。ここで資本家は、貨幣を資本として利用し、より大きな貨幣の獲得を目的として行動する。この結果、蓄積した財産には、大きな差が生じ、実質的（経済的）不平等が拡大した。生産手段を保有し、貨幣を蓄積する資本家と労働力以外何ももたず、資本家に搾取されるという、大多数の労働者という貧富の差である。しかし、資本主義の発展とともに、とりわけ、資本家階級の役割が後退し、他方において、専門的知識をもつ労働者（新中間層）の比重が拡大し始めた。ここで、専門経営者は、財産（貨幣）を

基盤とせずに、自らの有する能力を、存立基盤とし、これによって地位を獲得し、大企業において機能する。他方、資本家は、大企業の必要とする巨額の資本を調達することが困難となり、株式会社において、株主総会の無機能化によって、その役割は、社会の支配者の地位から後退した。他方、経営者の地位はしだいに強化されていった。資本主義社会においては、商品化を枠組みとしながらも、「資本の論理」とは異なる論理をもつ組織の比重が高まり始めた。初期資本主義において一般的であった個人企業は、単純な組織で、「所有と経営の一致」を特徴とするが、資本の集積・集中が進展した結果、大企業が経済の中心的地位を担うようになった。株式会社制度の普及を基礎として、企業規模が拡大し、他方、資本家の地位が後退すると同時に、近代的大企業が成長し始めた。19世紀半ばの、アメリカにおける鉄道は、アメリカの国土の広大さという特殊性もあって巨大企業であり、専門の俸給経営者によって管理され、中央本社によって統制され、階層的な組織構造をもっていた。これは、伝統的企業の単純な組織とは全く、異なる性格のものであった。大企業は、他の産業においても成長したが、しかし、企業組織の大規模化は、官僚主義をもたらし、セクショナリズム・前例主義・事なかれ主義などの弊害を生み出す。企業組織は硬直化し、激変する環境への柔軟な対応が困難となる。現代のグローバル企業は、国内・海外の子会社・関連会社を支配し、国際的な企業集団を形成している。こうして、企業組織は大規模化・複雑化の傾向をもつ。こうして、複雑化した企業組織を、いかに機能させるかが、大企業にとっての課題となった。ここでは、より現地の事情に適合した分権化が求められるが、他方において、知識・情報を管理し、より巧みに、複雑化した組織を機能させる集権的な本国本社の役割は重要となる。本国の統合本社においては、情報を収集・分析・整理し、経営者（トップ・マネジメント）の戦略的な意思決定に役立てることになる。本国の統合本社において機能する取締役会の構成員、すなわち最高経営者（専門経営者）は、企業に関係するステイク・ホルダーの利害を調整し、企業の存続・発展に努めることになる。資本主義は、土地を基礎として存立する封

建制度を打破して成立した。封建的身分制度は打破され、市民の自由な経済活動が保障されるようになった。この結果、社会構造は根底から変革された。初期資本主義においては、個人企業が中心であり、資本家は、生産手段を所有し、労働者の労働力を購入し、これを結合して、商品を生産し、これを販売することによって、より大きな貨幣（利潤）を実現する。こうして、増大した貨幣（資本）を再投資することによって、再生産を繰り返す。個人企業において、所有と経営の一致がみられ、資本家が企業の、したがって社会の支配者であった。ここで、資本家と労働者の利害が対立し、労働運動が大きな社会問題となった。しかし、資本主義発展の歴史の中で、資本の集積・集中が進展し、一部の大企業は多数の中小企業を淘汰・吸収することによって、独占を形成するに至った。しかし、個人の資本家では、大企業が必要とする巨額の資金を賄うことができず、他方、大規模化した組織は、専門的な知識・能力をもつ管理者（専門経営者）を必要とするようになり、管理が企業にとっての重要な課題となった。こうした状況を背景に、経済学とは別の学問（経営学）が、必要となるに至った。19世紀後半には、後発資本主義国であるアメリカとドイツの工業化が進展し、急速に独占が形成され、巨大化した企業の組織管理の問題が生じた。ドイツにおける経営学は経営経済学として誕生し、アメリカにおいては、管理学として誕生した。大企業の成長とともに、集権的な中央本社をもち、経営者によって管理される、近代的企業が形成された。大企業は、巨大な固定資本を必要とし、必要な資本を、個人資本家の資金に依存することは困難である。個人資本家の出資比率の低下と、株主総会の無機能化、これらの結果、大企業においては、資本家の地位は後退し、他方、複雑化した企業組織を管理し、維持する機能を担う専門経営者の役割が増大した。専門経営者は、形式的には、株主から会社財産の管理を委任された存在であるが、実質的に、企業財産を支配する権力をもつに至った。かくして、資本家の後退と専門経営者の台頭が進展し、他方、労働者階級の内部においても、高い学歴と専門知識をもつ新中間層が成長しはじめた。しかし、国内の寡占企業といえども、グローバル競争の中で、

長期的に存続することは、容易ではない。企業組織を維持することが、社会にとっての重要な課題となった。資本主義においては、資本の集積・集中が進展し、独占が形成される。しかし、独占企業は、市場を支配・統制し、独占（超過）利潤を得ることが可能である。また、競争が存在せず、本質的な技術革新（機能・品質の改善・進歩）の遅れが生じる。また、独占企業は、国家と結合し、その政策に影響を及ぼし、世界的殖民政策⁶をもたらした。しかし、今日のグローバル競争の時代にあっては、国家によって保護された国内の独占企業が、グローバル市場において、優位を確保するのは困難である。生産力が市場の拡大を上回るようになった現代においては、競争力を維持するには、保護ではなく、市場をめぐる競争の中で生み出されたイノベーションが必要である。今日では、その弊害が顕在化した独占ではなく、寡占企業間の競争が、経済構造の中心に位置している。世界に一元的な市場が出現し、国内の巨大企業は、海外のグローバル企業との競争に打ち勝ち、企業を維持・存続する必要がある。グローバル競争においては、国営（有）企業あるいは、国家によって保護された独占企業では、競争力を維持することは困難である。保護ではなく競争が、競争力創出の源泉とみなされるようになった。こうして、先進資本主義国においては、非効率な国営企業は民営化され、独占企業は分割され、寡占企業間の競争が、経済の中心的な問題となる。国内の非効率な中小企業の多くは淘汰され、グローバル競争の中で生き残ることが可能な効率的な経済社会の形成が図られている。世界の一体化は、1989年の東欧革命以後、急速に進展した。一元的なグローバル市場が出現し、IT及び交通の革新が、これを技術的に支えているが、これらの技術を総合的に手段として活かすのは、経営者の能力である。他方、資本主義社会の内部において、貨幣の役割が相対的に低下し、知識・情報などの非経済的要因の比重が高まっている。また、経済のグローバル化に対応可能な人材の採用・育成が企業の課題となる。グローバル企業は、本国本社（総合本社）を中心として、海外に複数の子会社・関連会社を支配する複合的（重層的）で、集権的な企業集団を形成する。ここでは、対外的には一体性

を保ちながらも内部的には分権化が工夫された巨大で複雑化した企業組織を管理し、維持・調整する本国の総合本社の役割が重要である。本国の総合本社においては、情報を収集・分析・整理し、専門経営者の意思決定に役立てることになる。市場は、貨幣を軸に展開するしくみであり、「資本の論理」が貫徹するのに対して、企業その他の組織においては、貨幣のみではなく、非経済的要因が強く作用する。ここでは、「市場の論理」とは異なる「組織の論理」が作用する。現代は、巨大なグローバル企業間の競争を軸に経済が展開される時代である。資本主義は、商品経済の拡大を基礎とし、個人企業を中心とする体制から出発し、株式会社制度を基礎に、次第に、企業規模が拡大した。この結果生まれた、複雑な企業組織は、資本家個人とその一族のみでは、維持・調整することが困難となり、複雑化した組織を管理する専門経営者が生まれた。大企業においては、出資（所有）と経営の分離が進展し、資本家は、大企業の支配者の地位から後退し、その役割は、中小企業などに限定され始めた。代わって大企業の支配者となったのは、専門経営者であり、企業組織の合理的管理のための社会的要請のもとに生み出されたのが、経営学であった。資本主義の発展と共に、資本の集積・集中を通じて、独占企業が成長し、市場を支配するようになり、独占企業は、国家と結びつき、その政策に影響を及ぼすまでになった。独占は、一度、市場の支配を実現すると、それ自身が、矛盾をもつ存在となり、今日の資本主義国においては、独占企業は分割され、少数の寡占企業間の競争を軸に、経済が展開する傾向がある。

3. グローバル企業間の競争

第二次世界大戦後の冷戦構造は、1970年代以降、徐々に変化し始めた。1989年の東欧革命を契機に、社会主義体制が崩壊し、一元的なグローバル市場が形成された。市場のグローバルな拡大は、必然的に、企業規模の拡大をもたらし、企業の世界的な展開を行うグローバル企業が成長した。近年のIT革

新にみられるように、技術革新によって、産業構造が変化し、従来の産業の一部が斜陽化し、衰退すると同時に、新たな事業機会が生み出され、新産業が成長する。経営者が企業環境の変化を適確に理解し、市場が縮小し、競争力を喪失した部門からは、すみやかに撤退し、市場の拡大が見込め、競争力をもつ部門に経営資源を迅速に移動することが、企業の発展にとって不可欠である。コア事業移行の判断は、より重大である。この判断は経営者にゆだねられ、企業の盛衰に大きく左右する。資本主義の発展とともに、資本の集積・集中が進展して、19世紀から20世紀にかけて、独占が成長した。独占企業は、市場を支配・統制し、超過利潤を獲得した。利潤は資本に転化し、その一部は蓄積され、企業規模の拡大が一層進展する。独占企業は、経済の中で、大きな影響力をもつようになり、国家政策にも影響を及ぼし、帝国主義をもたらした。しかし、今日、資本家の影響力が低下し、経営者が大企業の支配者となり、独占は分割され、経営者の支配する少数の寡占企業間の競争を中心に経済構造が形成するようになった。グローバル市場における巨大な寡占企業間の競争が、今日の資本主義の姿である。ここでは効率性の高い少数の巨大な企業が市場において残り、他方、効率性の劣る企業は損失が継続した場合、資本が縮小し、最終的に、市場から淘汰され、あるいは、大企業に吸収され、消滅する。この結果、グローバル競争に耐えることができる少数の寡占企業が残される。市場経済においては、市場を獲得した企業は、存続・発展が可能であり、これに失敗した企業は、市場から撤退することになる。現代は、国内市場を分割した寡占企業が、グローバル市場をめぐって熾烈に企業間競争を展開する時代である。ここでは、海外のグローバル企業との間に、熾烈な競争に直面することになる。経営学が誕生した20世紀にかけての時期は、資本主義において、独占企業が急速に成長した時代であった。今日、グローバル競争を展開しているのは、巨大企業であり、寡占企業は、国内市場の分割を終えると、海外市場において、海外の巨大企業との競争に臨むことになる。他方、国内市場においては、政府によって、自由競争が促進され、効率性の劣る企業（その多くは中小企業）は淘汰され、グロー

バル競争に耐えられる企業のみが生き残ることになる。

4. 経営者と管理

資本主義の発展過程において、商品化を枠組みとしながらも、企業組織をはじめとする多様な組織が形成された。貨幣は依然として社会の基軸的役割を担うが、これらの組織は、大規模化・多様化し、今日の社会においては、これらの組織をいかに管理するかが、重要な課題である。組織が長期間にわたって存続することは容易ではない。企業の一部はグローバル化し、グローバル企業は、後進国などに対して、対外直接投資を拡大し、その生産した価値の一部を、配当・利子の形で、本国に持ち帰る（収奪）ことになる。しかし、後発国は、その過程で、グローバル企業の経営方式や技術を学び、資本に転化した利潤を再投資することによって、これに挑戦する企業も出現するようになった。現代では、国内市場においても、グローバル市場においても、熾烈な企業間競争が展開されている。とりわけ生産力が需要を上回るようになった現代においては、企業は顧客の視点に立って絶えざる革新（イノベーション）を行う必要があり、これを怠れば、巨大な寡占企業といえども、存続は、困難である。ここで、マーケティングの視点は不可欠である。経営者は、財産ではなく、自身の経営管理能力を権力の基盤とする。専門経営者は、自らの能力によって、地位を獲得し、機能し、企業の財産を支配する。資本主義においては、絶えず起業が行われ、他方、市場からの退出が行われる。しかし、起業と並んで、あるいは、それ以上に管理の問題が社会において重要となった。企業規模が小さな間は、資本家個人の能力によっても企業組織の管理は可能であったが、企業組織の大規模化・複雑化によって、専門の管理者を必要とするようになる。また、市場をめぐる企業間競争では、大企業といえども、長期間にわたって、存続・維持されることは容易ではない。既存の企業組織をいかに管理し、維持・発展させるかが、社会にとって、重要な課題であり、こうした社会的要請の中で誕生したのが経

営学である。P.F.ドラッカーは、資本主義内部における多元的組織社会の出現を指摘した。ここで、資本主義は、貨幣経済を枠組みとしながらも、組織を構成する人は、必ずしも貨幣によって動くものではなく、経済学では把握が困難な分野が拡大し始めた。組織を構成する人間にとっては、社会的要因（所属、承認、地位、その他の社会的評価）が、より重要な意味をもつ。また、今日のように技術革新が著しく、企業環境の変化が急な時代においては、企業は、環境の変化に柔軟に対応できるかどうか、その存続にとっての重要な要因である。産業構造の変化は企業にとっての機会を生み出す。企業が成長・発展するためには、過去の成功体験にとらわれることなく、生み出された機会に対して、経営資源を集中的に投入することが必要⁷である。また、国内の寡占企業は、海外のグローバル企業との熾烈な競争を強いられる。競争力を維持することは、容易ではない。寡占企業は、生き残るために、イノベーションが必要であり、これを怠れば、衰退は必然である。企業が、一度失った市場を回復することは困難である。また、複雑化した企業組織の調整機能を担う本国本社の役割が一層重要となる。資本主義は、個人企業の段階から、独占企業の市場支配の段階、そして、経済構造の中心に寡占企業が位置し競争する段階に変化した。経営学が、管理学であるとすれば、「組織の論理」は市場における「資本の論理」とは、別の論理⁸である。資本主義の内部に、大企業が成長し、資金的にも、管理の側面においても、資本家とその一族のみで、大規模化し、複雑化した組織を管理し、維持・調整することは困難となった。組織は、維持されなければならず、均衡⁹を作り出すことが必要である。組織のつくり出した余剰によって、誘因を提供し、貢献を引き出し、均衡が維持され、組織は維持される。資本主義以前の社会では、自給自足的で地縁・血縁関係が形成されていた。ここでは、商品の流通は部分的で、貨幣の役割は限定的であった。経済学は、資本主義の成立とともに誕生した。資本主義は、商品化を枠組みとする社会で、社会に残されていた共同体における相互扶助関係もまた商品化されたサービスによって代替される。地縁・血縁関係が分断され、人は個人として自立を迫られる。し

しかし、経営学が成立したのは、20世紀への転換期であり、独占の形成期であった。資本主義の発展の中で、資本の集積・集中が進展し、大企業が経済の中で中心的な位置を占めるようになると、これをいかに管理・維持するかが課題となった。こうして、誕生したのが、経営学である。経営学は、企業を中心とする組織をいかに維持するかを課題とする。F.W.テイラーの理論は、貨幣を重視する経済人仮説¹⁰に立ち、人間の理解として、不十分なものであったが、自らの管理法を「科学」と称し、「経験から科学へ」、「対立から協調へ」の精神革命であるとした。アメリカ経営学はここに始まる。しかし、管理学においては、経済的側面ばかりでなく、人間の社会的側面の重要性が認識されるようになった。資本主義内部におけるこうした近代的大企業が成長は、貨幣を主な分析対象とする経済学では、把握が困難な側面を生み出した。こうした大企業をいかに管理し、維持するかという問題である。組織の維持・管理が社会にとって大きな問題となった。近年は、寡占企業間の競争を軸に市場における競争が展開している。専門経営者には、経営管理能力が必要であり、経営技術が用いられる。組織を全般的に理解すると同時に、管理（購買、生産、販売、労務、財務）についての知識が重要となる。経営学は長い歴史をもつ複式簿記会計の技術やITの成果を取り込みつつ学問上の発展を遂げてきた。

5. むすび

研究には、方法論が必要である。同じ分析対象であっても、研究者の視角によって、全く違った結論が導かれる。「科学とは何か。それは、把握しようとする対象を限定し、その対象にいかに接近するか、対象と方法を限定した上で対象がもつ法則性・規則性 law & rule をつかみ出し、記述し、それを技術化することである」¹¹ 経営学においては、マルクス経済学の立場から、経営学を経営経済学と位置づけ、経済学の一分野と理解する立場が、一つの潮流を形成してきた。拡大する社会主義勢力と縮小する資本主義の領域が、これを裏付け

た。経済学が一国経済を対象とするのに対して、経営経済学は、一つ一つの企業（個別資本）として、とらえようとする。この学は、自ら経営学を経済学の一分野と位置づけ、経済学に対して、相対的な独立性を、学問的特徴とする。この立場は、マルクス経済学を基礎とする立場であって、企業の所有者である資本家が、労働者が生み出した価値（剰余価値）を搾取する構造を、労働者の立場から分析する。資本主義の発展過程において、質的变化が生じ始めた。ガルブレイスは、「通念の敵は、観念ではなく、事実の進行¹²」であると述べたが、資本家階級が後退し、財産を存立基盤としない経営者の台頭と、高い学歴・専門的知識をもつ新中間層の拡大が進行した。他方において、企業組織とは異なる論理をもつ非営利組織が拡大している。資本主義の発展過程で、資本の集積・集中が進展し、企業規模の大規模化が進展したが、独占資本は、超過利潤を資本に転化することによって内部蓄積を増大させ、他方において、市場を支配・統制する力をもつようになり、国家の対外政策にも影響を及ぼすまでになった。同時に、大規模で複雑な企業組織をいかに管理し、維持・調整するという課題が生じた。こうした、社会的変化を背景に誕生したのが、専門経営者であり、経営学である。資本主義の成立と同時に、経済学が誕生した。封建体制は、土地を基礎として存立するが、資本主義は、個人の自由な経済活動及び、生産力の向上（余剰生産物の増大）を背景とし、商品化（貨幣）を枠組みとして成立する。経済学は、資本主義の初期に成立し、経済的要因を主な分析対象とするのに対して、資本主義の内部において、従来の経済学によっては、把握が困難な分野が次第に拡大した。その一つが大規模化した企業組織をいかに管理し、維持するかという問題であり、管理の問題が、企業及び社会にとって、より重要となった。今日、資本主義の内部に、多様な組織が拡大し、組織社会¹³が出現している。組織を構成する人（労働者）は、経済的要因に関心をもつが、それ以上に、社会的要因（所属・承認・地位等）を重視する傾向がある。他方、資本主義の内部で、非営利組織（政府・軍隊・病院・学校など）の社会における比重が高まっている。非営利組織は、それぞれの目的をもち、必ずしも利潤

動機によって機能する訳ではない。(価値観の多様化)しかし、企業は、存立のために利潤を必要とし、そのためには、市場の獲得が重要な課題となる。顧客の支持を得て市場を維持できた企業は、存続することができ、これに失敗した企業は衰退する。生産力が需要を越えて高まった段階においては、限られた市場をめぐる企業間の競争が行われ、この競争がイノベーションを生み出す源泉となる。企業は、市場を統制し、超過利潤(独占利潤)を長期的に獲得することを志向する。寡占企業間においても、市場をめぐる熾烈な競争が展開される。産業構造の変化や技術革新によって、企業の優位は、常に危機にさらされている。かつての指導的な寡占企業が、急速に競争力を失った事例を数多く見ることができる。企業は、絶えざるイノベーションに努めるとともに、環境の変化への柔軟に対応する努力を怠れば存続することができない。他方、産業構造の変化の中で、機会を見出し、個人企業から成長し、新たな産業において、指導的地位を確立した大企業の事例が存在する。しかし、企業家がリスクをとり、機会に対して経営資源を投入し、大企業の地位を築いた場合であっても、その地位を長期間にわたって持続することは容易ではない。長期的には、創業者とその一族は、支配者の地位から去り、代わって経営者がその存続の機能を担うことになる。専門経営者は、企業組織の存続・維持がその機能である。資本主義的諸矛盾の解消を理念として登場した社会主義は、計画経済・国営企業の非効率性、官僚制によって、資本主義以上に矛盾の大きな体制となり、内部から崩壊した。こうして世界の資本主義化が進展した。社会的に経済格差が容認されるようになり、ITの革新を背景とした通信手段の発達も、世界の一体化を推進している。今日、資本主義(市場経済)体制は、旧社会主義諸国をも内包し、生産手段の公有化によって、資本主義の矛盾が解消するという、社会主義の理念は、体制崩壊の現実によって、大きく見直しを迫られるに至った。資本主義における企業の事業は様々であるが、その成果は利潤(貨幣)という共通の尺度によって測られる。利潤を実現し、内部蓄積を増した企業の経営は安定し、内部蓄積は、不況への備えとなり、新たな設備投資の原資となる。他

方、長期間にわたる損失は企業破綻をもたらす。グローバル企業は、海外に多数の支配企業（子会社・関連会社）をもち、集団としての活動を最適化しようとする。グローバルに拡散した企業組織を管理し、維持・調整することは容易ではない。企業規模の拡大とともに、組織の柔軟性を維持するために、企業内部においては、分権化が必要となるが、他方、地理的に分散し、複雑化した組織を調整するために、本国本社の調整機能の強化（集権化）が必要となる。基本的には、近代企業は、独立採算や進出先の現地人登用などの分権化を進展させながらも集権化された構造をもつ。本社の調整機能があつてこそ、大企業はグローバルに一体化した事業活動が可能となる。こうした中で、グローバル企業の大規模・複雑化した企業組織を管理し、維持する専門経営者の役割は一層重要となっている。今日においては、グローバル企業が、世界市場をめぐる競争を展開し、これを中心に経済が構造づけられる。国内市場を分割した寡占企業は、海外市場の獲得を目的として、国外に進出し、海外市場においてグローバル企業と熾烈な競争を展開することになる。熾烈なグローバル競争に打ち勝つ柔軟な組織が、寡占企業には必要となる。社会主義における計画経済の非効率性と限界が明確となり、資本主義においては、市場の効率性が一層重視されるようになった。初期資本主義において、貨幣を所有し、生産手段を所有した資本家は、企業社会の支配者であった。しかし資本主義の発展の中で、社会構造に変化が生じた。資本家階級の役割が後退し始め、中小企業などにその役割が限定される反面、他方、高い学歴と専門的知識をもつ新中間層が拡大し、財産を存立基盤としない専門経営者が大企業の支配者として台頭した。企業組織の大規模化と、組織の管理・維持が社会にとっての課題となった。他方において、NPOなどの多様な組織が形成され、その比重が高まっている。これらの組織は、経営者によって管理される。寡占企業は、熾烈なグローバル競争の中で生き残るために、顧客の視点に立った絶えざるイノベーションを強いられる。新たな知識を生み出し、これを商品化する研究開発の重要性が高まっている。グローバル企業として、世界各地に分散した支配企業と企業組織を調整するた

めには、本国の総合本社の役割とこれらを利用して、適切な意思決定を行う経営者の役割がますます重要となる。また、グローバル企業のそして社会に及ぼす影響力が大きくなる中で、経営者の社会的責任は、より重いものとなる。企業は、維持・存立のために貨幣が必要であり、利潤は、企業活動の成果についての共通の尺度である。近年、ITの革新が社会に大きな影響を及ぼしているが、これらの技術力を管理に応用するのは、管理者（経営者）の能力である。技術革新は、産業構造を変化させ、同時に、社会構造をも変革する。こうして企業をとりまく環境はつねに変動する。先進工業国の大企業は、より高付加価値の分野に経営資源の転換を図り、成熟産業は、より工業化の遅れた諸国に移転する。しかし、かつて、南北問題として論じられたように、後進国は、先進工業国に一方的に従属的地位ずるのみではなく、蓄積した資本・技術・経営方式によって、工業化が進展することがある。支配は絶対的なものではなく、絶えず後発者の挑戦にさらされている。経済のグローバル化が進展し、地理的に分散した巨大なグローバル企業（企業集団）が形成されるようになった。グローバル企業は、本国の総合本社を司令塔として、海外子会社・関連会社をも含めた、複雑な組織を管理し、対外的には一体性を保ちながらも内部的には分権化を進展させ内部組織間の依存を排除することによって自立化を図り、これらを調整・維持し、企業活動の最適化を図ることになる。ここで、近年、ますます重要性を増す知識・情報に関係するITの革新、複式簿記・会計の技術、管理方式、これらの技術（経営技術）を組み合わせる最適に活用できるかどうかは、管理者（経営者）の能力に依存する。また、管理のためには、企業環境の包括的な理解（戦略）、貨幣的把握、情報の整理が不可欠である。こうして、経済のグローバル化が進展し、寡占企業間の競争の中で、企業の維持・存続は、ますます困難性を増し、こうした状況下において、管理者（経営者）の機能の重要性が高まっている。

注

- 1 「資本主義は、生き延びることができるか。否、できるとは思わない。…むしろ資本主義の異常な成功こそが、それを擁護している社会制度をくつがえし、『不可避的に』その存続を不可能ならしめ、その後継者として社会主義を強く志向するような事態をつくり出すということである。ゆえに私の議論の運び方がいかに異なっていようと、最終的結論においては、私も、たいていの社会主義論者、ことにすべてのマルクス主義者と異なっていないのである」 J.A. シュムペーター (1950) 中山伊知郎・東畑精一訳 『資本主義・社会主義・民主主義』東洋経済新報社、1995年、98頁。
- 2 社会主義体制の崩壊によって、マルクス経済学の基礎に立つ、経営経済学は、深刻な影響を受けた。これに対して、経営経済学の立場からこれを、克服しようとする動きもみられた。「われわれの見解は、…社会主義自体の否定ではなく、『社会主義』と称した国々の実体が、本来の社会主義とは、全く異なった社会体制に変化してしまったこと、そして崩壊の原因がまさにそのことにあるとする考えである」林昭『「社会主義企業制度」改革の限界と崩壊の過程 ソ連型社会主義制度の強制移植とその結果 -』同・門脇延行・酒井正三郎編著『体制転換と企業・経営』ミネルヴァ書房、2001年、1項。
- 3 マックス・ヴェーバー (1920) 大塚久雄訳『プロテスタンティズムと資本主義の精神』岩波書店、1989年、16頁。
- 4 アメリカにおいては、広大な国土・資源・人口が存在する。しかし、こうした恵まれた条件を基盤に、二度の市民革命を経て、純粹に、「下から」順調な資本主義発展を遂げたことが、アメリカ経済発展の大きな要因であった。この立場は、大塚史学の立場をとる鈴木圭介がいる。鈴木圭介編『アメリカ経済史 - 植民地時代-南北戦争期 -』東京大学出版会、1972年、同編『アメリカ経済史 - 1960年代-1920年代 -』東京大学出版会、1988年、参照。鈴木は、アメリカ経済史研究の草分けの役割を担った。アメリカは、20世紀の二度の世界大戦を経て、イギリスを追い抜き、資本主義の盟主の地位を確立した。さらに1989年の東欧革命以後は、「唯一の超大国」と呼ばれるようになった。アメリカがこのように急速な発展を遂げたのは、19世紀半ばの南北戦争による政治的再統一と、鉄道敷設による国内市場の一体化が契機であった。
- 5 A.D.チャンドラーは、専門経営者出現におけるアメリカで最初の近代企業である鉄道の役割を指摘した。A.D.チャンドラー,Jr. (1977) 鳥羽欽一郎・小林袈裟治訳『経営者の時代 (上)』東洋経済新報社、1979年、258頁。「1850年までに、運送機関への蒸気と鉄の採用は、世界史上かつてなかったほどの大企業を生みだしていた。その後の50年間、鉄道は他のいかなる事業よりも多くの資金、人材、設備を調整、統制しななければならなかった。これほど注意深く細心に操業され、またこれほどの資本の大規模な消費をしななければならなかった事業は、他になかった。技術が中央統制を必要とした唯一の他の事業は、新しい電信網事業だった。このように鉄と蒸気の新しい実用化 (それに電信の場合は電気) は、合衆国の輸送と通信に革命をひき起こし、またこの国では、初めての近代企業 つまり多くの専門化された事業単位の調整、監督、評価、企画を行った最初の企業 の建設をおしすすめたのである。これら運輸業、また後には工業の企業を管理するためには新しい経済

- 人種 プロの俸給経営者 が必要だった。それには商人や職人だった人はまれであった。…」
A.D.チャンドラー (1978) 丸山恵也訳『アメリカ経営史』垂紀書房、1986年、44頁。
- 6 レーニン (1917) 宇高基輔訳『帝国主義』岩波書店、1956年、127頁。
- 7 企業の発展には、機会を見逃さず、所有する経営資源を投入することが必要である。
「1974年春のことである。『エレクトロニクス』誌に、インテルの新しい8080チップ - トラフォデータ社のマシンに搭載した8008の10倍の処理能力をもつチップ - の記事が発表された。8080は、8008とくらべてサイズはそう大きくなかったが、内臓するトランジスタの数は2,700個も増えていた。本物のコンピュータの心臓部が、突然わたしたちの目の前に出現したのである。しかも価格は200ドル以下。わたしたちはマニュアルに突撃した。『こうなったんじゃ、DECのPDP 8は、もう全然売れないね』とわたしはポールに言った。ちっぽけなチップがこれだけパワフルになりうるのなら、巨大で扱いにくいマシンに終わりが来ることは、わたしたちの目には一目瞭然だった。でも、コンピュータ・メーカーは、マイクロプロセッサが脅威だとは考えていなかった。吹けば飛ぶようなチップが“本物の”コンピュータにとってかわることなど、想像もしていなかったのだ」ビル・ゲイツ (1995) 西和彦訳『ビル・ゲイツ未来を語る』アスキー、1995年、36頁。
- 8 「アダム・スミスやその後継者たちによって有効に構成され、かなり発達した諸理論は、特定の社会的過程 そのなかで、経済的要因はたんなる一側面にすぎない一に対する関心を抑圧し、経済的関心のみを過度に強調したのである。それとともに、功利主義に根ざす唯物論的哲学をもっている純粹経済理論のなかで、動機というものに適当な考察を加えず、また社会的行動のうちで、感情的、主理論的過程とは別個の知的過程の占める地位を一般にはなはだしく誤って考えた。これはいずれも、今日の多くの人々の思想では、人間は『経済人』であって、経済的以外の属性はわずかにしかもたないものだ、ということの意味したし、いまもおお意味している。私の考えるところでは、かかる見方こそ、経済的であれ、非経済的であれ、ともかく社会での行動の場所である具体的な特定の局地的組織とそれに関連する個人とを無視せしめるのであるし、おそらく無視させられると思われる。私は、組織のなかでいかに行動すれば有効であるかを前から知っていたけれども、ずっと後に経済理論と経済的関心 必要欠くべからざるものではあるがーを第2義的地位にしりぞけてはじめて、組織およびそこにおける人間行動というものを理解しはじめたのである。C.I.バーナード (1938) 山本安次郎・田杉競・飯野春樹訳『経営者の役割』ダイヤモンド社、1956年、40 - 41頁。
- 9 組織の本質的要素は、人々が快くそれぞれの努力を協働体系へ貢献しようとする意欲である。協働の力は、たとえ人数が多くても、未組織の人々に比べれば驚くほど大きいけれども、結局のところ、個人の協働しようとする意欲と、協働体系に努力を貢献しようとする意欲とに依存している」同訳書、145頁。
- 10 「まさに、人間を経済的動物 (エコノミカル・アニマル) とする概念は、完全に自由な経済活動をあらゆる目的を実現するための手段としてみるブルジョア資本主義社会およびマルクス社会主義社会の基盤である。経済的満足だけが社会的に重要であり、意味があるとされる。経済的地位、経済的報酬・経済的権利は、すべて人間が働く目的である。これらのもののために、人間は戦争をし、死んでもよいと思う。そして、ほかのことはすべて偽善であり、術いであり、虚構のナンセンスであるとされる。この『経済人』の概念は、

アダム・スミスとその学派により『ホモ・エコノミカス』としてはじめて示された。『経済人』とは、つねに、自らの経済的利益によって行動するだけでなく、つねにそのための方法を知っているという概念上の人間であるこの抽象的な存在は、たとえ教科書の中では有効ではあっても、現実に人間の本質を定義するものとしては、素朴であり、戯画的である」P.F.ドラッカー（1939）上田惇生訳『「経済人」の終わり』ダイヤモンド社、1997年、48 - 49 頁。

- 11 三戸公（2002）『管理とは何か - テイラー・フォレット・バーナード・ドラッカーを超えて - 』文真堂、2002年、124 頁。
- 12 J.K.ガルブレイス（1958, 1969, 1976, 1984, 1998）鈴木哲太郎訳『ゆたかな社会（決定版）』岩波書店、2006年、29 頁。
- 13 P.F.ドラッカー（1968）上田敦生訳『断絶の時代 いま起こっていることの本質 』ダイヤモンド社、1999年、179 頁。

[報 告]

2014年度 経営総合科学研究所 企業調査報告 ——株式会社くらむぼんワインにみる国産ワインの可能性——

山 本 大 造

はじめに

当研究所は、通常事業の一環として、各地の優良企業／団体の事業内容や経営課題を実地において調査するとともに、研究上の接点という観点から所員と相手先企業／団体との関係を作ることなどを目的として、毎年「企業調査」を実施している¹。

本年度の「企業調査」は、山梨県甲州市勝沼町および甲府市において、11月2日（日）～3日（月）の日程で実施した。参加者は当研究所の所員4名の他、訪問先企業の紹介者として愛知大学大学院経営学研究科、知久勝弘氏にも同行いただいた。

1. 国産ワインの現状

『週刊ダイヤモンド』2014年11月1日号は、「世界が認めたニッポンの酒」という特集記事の中で、日本の酒類の生産および消費動向と新たな展開を伝えている。「第1特集」としては「10年ぶり」という同誌の大型企画は、酒類市場全体が縮小傾向にある中、特にビール系飲料の低迷を強調している²。

実際、国税庁の資料で確認すると、国内で生産される酒類の中では、ビールの年間生産量が最も多い（図表 1）。だが、ビールの年間消費量は、1994 年度の約 706 万klをピークに明らかに減少傾向にある。2012 年度の年間消費量 268 万 5 千klは、1960 年代末の水準とほぼ同じである（図表 2）。図表 3 に見るように、酒類全体の生産量および消費量が 1990 年代半ばをピークに減少してきているとはいえ、ビールの落ち込み方は顕著であると言えよう³。

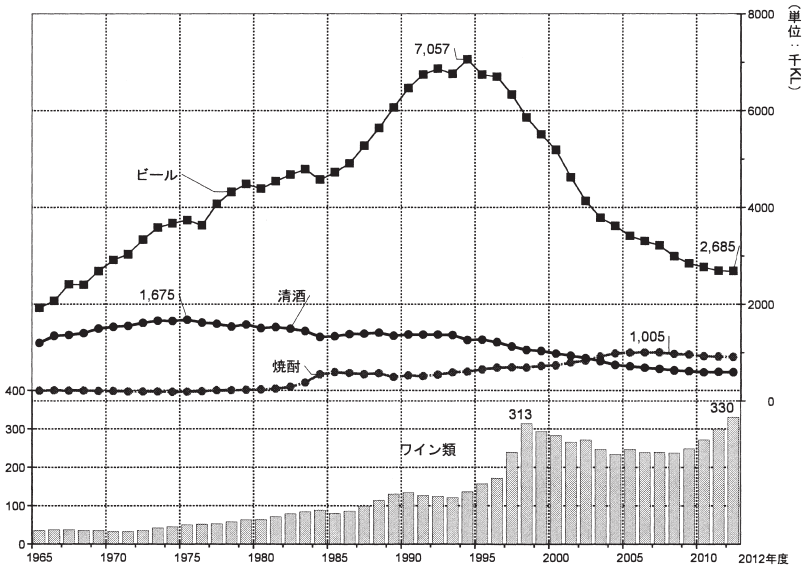
一方、ここ 10 年間（2002～2012 年度）で見て、国内生産量が伸びたのは、焼酎とワインだけである。とはいえ、焼酎の年間生産量は、2002 年度の 82 万 7 千klから 2004 年のピーク（104 万 3 千kl）をへて減少局面に入り、前年度比でプラスに転じるのは 2012 年度（89 万 6 千kl）になってからである。ワイン

図表 1. 酒類の国内年間生産量（2012 年度）

| 区分 | 生産量 (kl) | 割合 |
|-------------|-----------|---------|
| ビール | 2,802,558 | 35.26% |
| リキュール | 1,891,015 | 23.79% |
| 焼酎 | 896,319 | 11.28% |
| その他の醸造酒 | 658,778 | 8.29% |
| 発泡酒 | 626,424 | 7.88% |
| 清酒および合成清酒 | 477,272 | 6.00% |
| 原料用アルコールおよび | | |
| スピリッツ | 325,880 | 4.10% |
| ワイン類 | 90,523 | 1.14% |
| みりん | 90,050 | 1.13% |
| ウイスキー類 | 88,455 | 1.11% |
| 粉末酒および雑酒 | 1,409 | 0.02% |
| 合計 | 7,948,691 | 100.00% |

出所) 国税庁「第 138 回（平成 24 年度版）国税庁統計年報」2014 年 6 月発表。278 ページ。8-3 表より作成。

注) 「焼酎」は連続式蒸留（主に甲類）と単式蒸留（主に乙類）の合計。ワイン類は「果実酒」と「甘味果実酒」の合計。ウイスキー類は「ウイスキー」と「ブランデー」の合計。



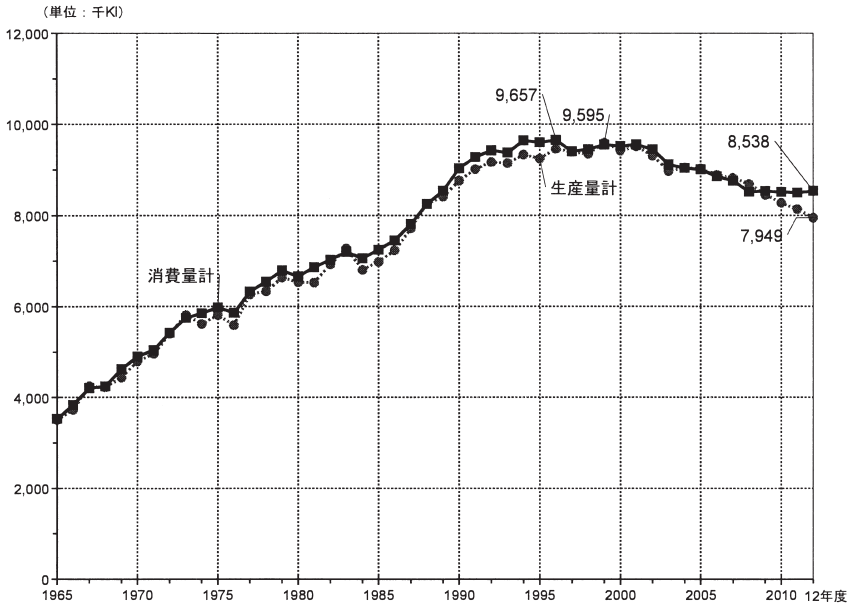
図表 2. 酒類別年間消費量の推移

出所) 国税庁「統計年報 (長期データ)」「酒税 2 製成数量及び消費数量」より作成。

<http://www.nta.go.jp/kohyo/tokei/kokuzeicho/jikeiretsu/01.htm> (2014年10月26日閲覧)。

は、赤ワインがブームになった1998年度の11万6千klをピークに、2002年度には8万9千kl、2004年度は7万klまで落ち込んだが、2008年度から上昇に転じ、2012年度には9万1千klが生産されている⁴。

国内消費量で見ると、ウイスキー類が2008年度には8万4千klと、ほぼ60年代末の水準まで落ち込んだものの、2012年度には10万6千klにまで増えてきている。だが、10年前(2002年度)の年間消費量12万2千klまでは回復していない。消費量のピークである1983年度の37万7千klから比べると1/3以下程度である。ワインの年間消費量は、1998年度の31万3千klからしばらく減少局面に入ったものの、2009年度頃から本格的な回復傾向にあり、2012年度の消費量33万klが過去最高である⁵。つまり、酒類の国内年間生産・消費



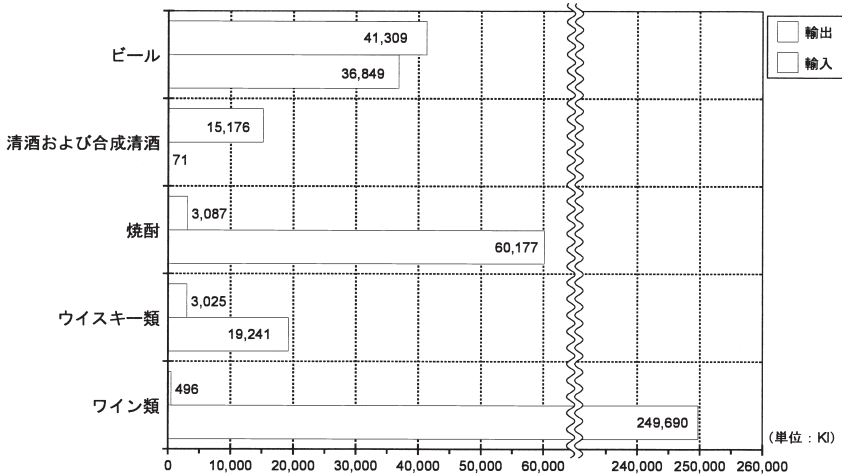
図表 3. 酒類の国内年間生産量・消費量の推移

出所) 前掲書。

量ともに軒並み減少傾向にある中、ワインだけが、数量自体は少ないとはいえ、増加傾向を示しているのである。

ただし、ワインの国内消費は輸入に支えられているという特徴がある。図表 4 は、2012 年度の酒類別輸出入の状況を示している。2012 年度のビールの国内年間消費量は、268 万 5 千klであった。ビールの輸入量は約 3 万 7 千klなので、輸入ビールの割合は 13.8%に過ぎない。同じ時期、ワインの国内年間消費量は、33 万klであった。ワインの輸入量は約 25 万klなので、輸入ワインが国内年間消費量の約 76%を占める。ワインの国内年間生産量は 9 万 1 千klなので、国内生産分の約 2.7 倍のワインが輸入されていることになる。

図表 2 で見たワインの国内年間消費量の伸びとともに、ワインの輸入量も近



図表 4. 酒類別、輸出入の状況 (2012 年度)

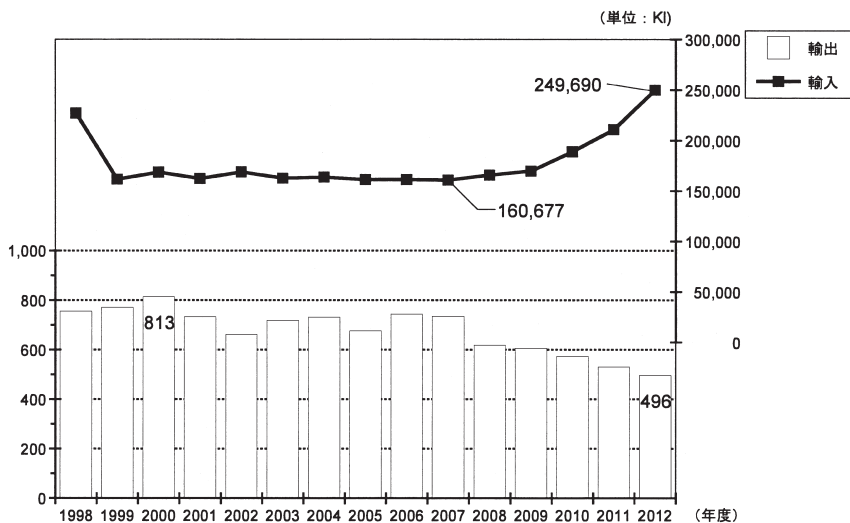
出所 国税庁、前掲「第 138 回 (平成 24 年度版) 国税庁統計年報」。273 ページ。8-2 表 (1) (2) より作成。

注) 輸出货量は、出所同表の「輸出免税」数量を参照。輸入量は、輸入品にかかる課税事情を示す出所「関税分の課税状況」の「課税数量」を参照した。

年増加してきている。その反面、輸出は 2000 年度の 81 万 3 千kl をピークに、特に 2008 年度からは減少傾向にある (図表 5)。

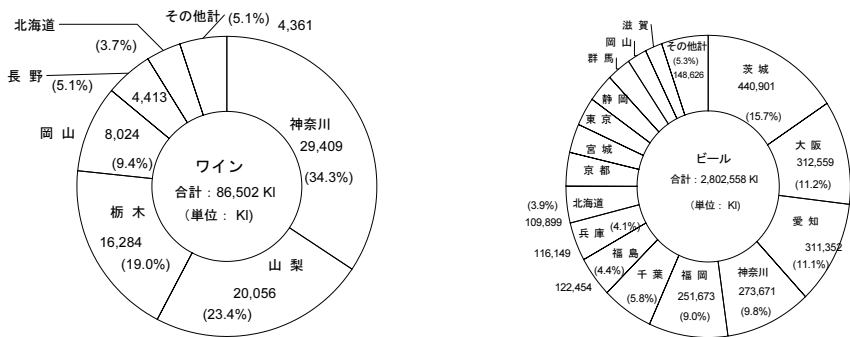
国産ワインの生産地域は、神奈川県と山梨県で約 60% (57.7%) を占める⁶。ビールの生産地域が、各地に分散していることは対照的である (図表 6)。

神奈川県には麒麟ホールディングスのメルシャン藤沢工場などがあるが、ワインの醸造場数で見ると、山梨県が最も多い (図表 7)。ちなみに、農林水産省の「平成 23 年 (2011 年) 産特産果樹生産動態等調査」によると、ワインの原料に用いられるぶどうの生産量では、栽培面積とともに長野県が最も多く (3,381t)、ついで山梨県 (2,807t)、北海道 (1,260t)、山形県 (780.4t) となっている。そのうち、長野県と山梨県だけでも醸造用ぶどうの国内生産量の 64% を占めている⁷。栽培面積あたりの生産量では、長野県の 1ha あたり 8.1t に対



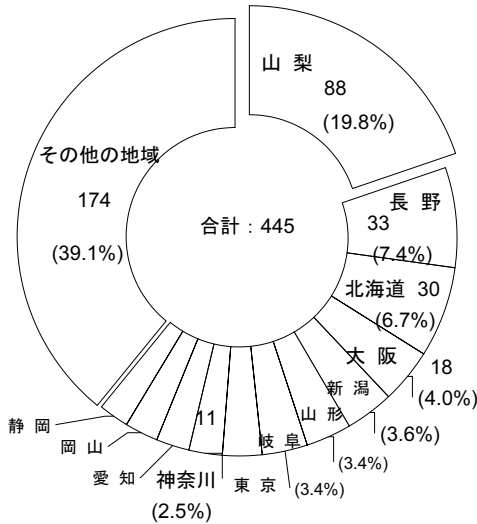
図表 5. ワインの輸入量の推移 (1998～2012年度)

出所) 国税庁「国税庁統計年報」各年度版 (124～138回) より作成。



図表 6. 都道府県別 / 酒類別 年間生産量 (2012年度)

出所) 国税庁、前掲「第138回 (平成24年度版) 国税庁統計年報」、281～282ページ。表 8-3 (3) より作成。



図表 7. 都道府県別、ワイン製造免許場数 (2012 年度)

出所) 前掲書、278 ページ。8-3 表より作成。

注) 2013 年 3 月 31 日時点の酒類の製造免許を受けた場数

して、山梨県は 1ha あたり 10.3t を生産している⁸⁾。

よく知られているように、山梨県内でも勝沼地区は、日本におけるワイン造り発祥の地である。甲州市勝沼町「ぶどうの国文化館」の展示資料によると、甲府盆地の東に位置する勝沼地区は日照時間が長く、内陸性気候で年間降水量も少なく、ぶどう栽培に適した地である。ここでは古くからぶどう栽培が行われ、江戸時代に甲州街道が開けると早くもぶどうの産地として知られるようになったという。

1877 年 (明治 10 年) には、地域の人びとによって「大日本山梨葡萄酒会社」、通称「祝村葡萄酒醸造会社」が設立され、ここから高野正誠と土屋助次郎 (竜憲) の 2 人の青年をフランスに留学させている。高野正誠と土屋竜憲の 2 人は、苦勞の末、フランスからぶどう栽培とワイン造りの技術を持ち帰り、勝沼地区

で本格的な西洋ワインが造られるようになった⁹。「祝村葡萄酒醸造会社」そのものは1886年に解散するが、「その意思を受け継いだ次世代たちが次々と新たな葡萄酒会社を立ち上げ」とともに、「祝村葡萄酒会社を立ち上げた有志の息子らは、東京への販売市場を開拓し、本格的な産地形成が実現した」¹⁰。

今なお勝沼地区は、多くのワイナリーが集まり、「ワイナリー巡り」を楽しむ観光客で賑やかである。この地に、今回訪問した‘株式会社 くらむぼんワイン’（以下 - ‘くらむぼんワイン’）はある。

2. 会社訪問

‘くらむぼんワイン’への訪問は、11月2日（日）に実施した。この時期は新酒発表の時期にあたり多忙な時期だったにもかかわらず、同社4代目社長野沢たかひこ氏にご対応いただき、直接お話を聞くことができた。

誤解を恐れずにいえば、‘くらむぼんワイン’は、従業員3名の小さなワイナリーである¹¹。数多くのワイナリーが集まる勝沼地区の中で、小規模の‘くらむぼんワイン’に特に注目したのは、2014年3月10日付「日本経済新聞」の記事がきっかけだった。その記事によると、‘くらむぼんワイン’は、イギリスでロンドンを中心に展開する高級スーパー、マークス&スペンサーに白ワイン「ソルルケト甲州 (Sol Lucet Koshu)」の輸出を始め、店舗での販売を5月から開始するという。意外なことであったが、「山梨の欧州向けワインの輸出は2009年度に商談が始まったが、飲食店に供給するのが大半」であった。「英国はワイン情報の世界的な発信地とされ、現地での評価が売れ行きを左右する」。日本のメーカーとしては、その「ワインの本場、欧州の小売り大手にワインを輸出するのは（‘くらむぼんワイン’が - 引用者）初めて」だという¹²。

確かに、2009年7月、‘くらむぼんワイン’を含む山梨県のワイナリー15社が中心となり、甲州ワインをEUに輸出するプロジェクト「甲州オブジャパ

ン（通称 KOJ）」が設立されている。KOJ は、2010 年からイギリスでの PR を皮切りに EU 諸国でのプロモーションと輸出を始めている¹³。‘くらむぼんワイン’の取り組みは、本場 EU 市場に向けた国産ワイン輸出の動きを実際に体現しているのだ。

‘くらむぼんワイン’は、創業 100 年を超える歴史あるワイナリーでもある。野沢氏のまとめられた「会社紹介」によると、同ワイナリーは 1913 年 7 月からワイン造りを始めたという。それが 1941 年に勝沼地区のぶどう栽培農家が集まって「田中葡萄酒醸造協同組合」の設立に至った。創業当時から‘くらむぼんワイン’は、ぶどう栽培を通して「ワイン造りは農業である」との考え方を大切にしているという。今日注目されている農産品の「6 次産業化」の萌芽をここにも見ることができる。

1962 年には、野沢家が協同組合の持ち株農家から株式を全て買い取って「有限会社山梨ワイン醸造」へと発展した。さらに 2006 年、会社法改正をうけて「株式会社山梨ワイン」と社名変更を行っている。そして、創業 100 周年を迎えた 2014 年 1 月 6 日、社名を現在の「くらむぼんワイン」とした¹⁴。

ちなみに社名の「くらむぼん」は、小学校の国語教科書にも掲載されている宮沢賢治作の童話「やまなし」から着想を得ているという。野沢氏によると、「自然環境と人間の調和」を大切にされた宮沢賢治の考え方に共感して、社名にも現している¹⁵。野沢氏は「自然環境と人間の調和」を「経営理念」や「ポリシー」という言葉では説明されなかったが、この考え方が同社のぶどう栽培とワイン造りにしっかり生かされていることが、当日の訪問から実感できた。

訪問日当日は、まず約 2 ヘクタール（210a）の自社栽培ぶどう畑、「七俵地（しちひょうじ）畑」から見学させていただいた。この畑では、シャルドネ種とカベルネ・ソーヴィニオン種が栽培されていた。ぶどうの木そのものは整然と作付けされているが、一見下草が茂り、自然のままという風情である。木の特性もあるようだが、ぶどうも柵を使って栽培するのではなく、南仏のぶどう畑のように大地から生えたぶどうの木に自然にぶどうが実る。



自社栽培ぶどう畑「七俵地畑」と野沢たかひこ氏（2014年11月2日撮影）

野沢氏によると、自社畑のぶどうは自然栽培、有機栽培で育てられている。ぶどう栽培では、病害虫の被害を防ぐ必要があるが、厳しいEUの規制下でも使用が認められている硫酸銅と石灰の混合液「ボルドー液」を必要最低限使うに過ぎない。「できるだけ農薬を使わず、ワインの味を考えながら肥料も10年ほどは使っていない」。「土は自然が造るもの」との考えがあるからだ¹⁶。その分、自然の状態に合わせて、ぶどう栽培に関わる摘心・摘房などの作業や果実の育成具合の管理、収穫時期や収穫量の調整など手間をかけた栽培に心を砕いている。それでも野沢氏は、「有機栽培」の認証は取るつもりはないという。この「七俵地畑」が他の農家の畑と隣接しているため、認証基準に合わせたコントロールが難しいという理由もあるということだが、むしろ野沢氏が最も大切だと考えるのは、認証そのものよりも、より自然に調和したぶどう畑と、そこから収穫したぶどうで造るワインの味と品質だからである。同じように、収穫量とも関係するぶどうの収穫時期も、ワインが甘みと酸味のバランスの取れた味に仕上がるように、ぶどうの生育具合を見定めながら注意深く判断しているという。

‘くらむぼんワイン’では、自社栽培の畑の他、地域のぶどう農家からワインの原料を購入している。ぶつう日本のワイナリーは、農協を通じて原料のぶどうを調達することが多いとのことだが、‘くらむぼんワイン’では農家から直接買い付けを行っている。創業の歴史と100年にわたる社歴が、ぶどう農家との長期的な信頼関係を育てているのは確かだが、その分価格と安定買い付けに対する責任は重くなる。それでも、ぶどうの栽培方法に関して、どのように育てているかを含めて農家から直接聞き、相談できることが大切だという。

社歴の長さは、‘くらむぼんワイン’の施設の随所にも見ることができる。もちろん、施設は全体にわたって整然と手入れが行き届き、ぶどうの破碎・压榨機や醸造タンクなどを含めて醸造施設は徹底した衛生管理が行われており、清潔そのものである。ここで仕込まれたワインは、ボルドーなどフランス産のオーク樽に移され、光と温度を適切に管理された環境で静かに熟成の時を過ごす。そして瓶詰めされたワインも、樽が並ぶ保管庫の奥、古いところでは「手掘り」で作られたという90年以上の歴史あるワインセラーの最適の環境の中で保管され、出荷の時を待っていた。



‘くらむぼんワイン’の歴史ある「母屋」

私たちは、「七俵地畑」から醸造施設と保管庫（セラー）を見学した後、「母屋」に場所を移して、さらに野沢氏のお話をうかがった。この風情ある「母屋」は築 130 年、かつては養蚕農家の家屋として使われていた伝統的な建物だという。今でもきちんと手入れの行き届いたこの「母屋」で、野沢氏は少年時代を過ごし、現在は「くらむぼんワイン」を訪れる客のために、テイasting・ルームと販売カウンターを設け、伝統的なワイン醸造の機械や関連道具の展示、応接スペースとしても使われている。

野沢氏と最初にお会いした時、物静かでもとても理知的な人物との印象を受けた。だが、お話を聞くにつれて、そればかりでない、ワイン造りについて芯のしっかりした情熱と特筆すべき行動力を持っておられることが分かった。

野沢氏は、1997 年、慶応大学理工学部を中退してフランスに留学された。フランスでは、ブルゴーニュ（ボヌ）の栽培醸造専門学校でぶどう栽培と醸造技術を学ぶとともに、ボルドーの他、各地のワイナリーで実際にワイン造りを修得された。野沢氏が現地での「修業」のために、訪れたワイナリーは 50～60 か所におよぶという。野沢氏は、フランスで研鑽を重ねながら、ワインを造ることの意味を考え、自身の考え方を確立された。

野沢氏によれば、フランス留学にあたって、「国産ワインはあまり美味しくない」と思っていた。当時の国産ワインは、「甘口で、お土産ワイン」的なものが多かったという。しかし、プロバンス地方で「料理とワインの組み合わせで特に美味しい」出会いに恵まれる。フランスで彼が得たのは、「辛口で、食事に合う」「原料であるぶどう本来の風味を生かした」ワインが、自らの求めるワインであるという考え方であった。現地の学校で実践的な技術を学ぶとともに、各地のワインの造り手を訪ねながら、その土地の風味を生かしたワインを造ろうという想いに至る。

フランス留学を終えた野沢氏は 1999 年に帰国し、自らのワイン造りに乗り出す。まず、その前年に勝沼地域にも被害をもたらした雪害をきっかけに、自社畑で栽培するぶどうの品種を、辛口ワイン向けのシャルドネ種とカベルネ・

ソーヴィニヨン種に転換する。さらに、フランスでの経験をもとに、「パートナージュ（樽内のワインの攪拌）やブルゴーニュの古典的な醸造手法を採用するなど、一歩ずつ山を登るように確実にワインの品質を上げていった」¹⁷。そして、自社畑で2007年から本格的な自然・有機栽培に取り組むようになる。2014年には創立100周年を期して、現在の社名に変更するとともに、2013年から原料を国産ぶどう100%に切り替えている。

野沢氏のお話をうかがっていると、彼がいかに関心の品質と味わいについて心を砕き、その向上のために努力を傾注されているかが伝わってくる。それは、ぶどう栽培の考え方についても、終始一貫しておられる。なぜならば、野沢氏は「ワインは自然が作り出すもの」との考えを持っておられるからだ。例えば、ぶどうの熟成が進んだ状態で収穫すると糖度が増す。それを発酵させると、ワインのアルコール度数も上がる。だが、その分すっきりした味わいをもたらしてくれる酸味が損なわれる。逆に、すっきりした味わいと酸味を目指して、ぶどうを早い時期に収穫して仕込むと、糖度とアルコール度数が損なわれる。糖度や酸味を上げるためには、「補糖」「補酸」という技術もある。こうした技術は、厳しいEUの規制下においても認められているという。だが、野沢氏はあえてそうした技術に頼るのではなく、「ワイン造りとしてはたいへんだが」と前置きをしながらも、ぶどうの状態を注意深く見守りながら収穫時期を見きわめ、醸造や熟成にも細心の心配りをする。そうすることで、土地の風味を生かした、ワイン本来の美味しさが味わえるワインが出来上がる。

こうした野沢氏の努力と創意の一端は、2007年の金賞を含めて「国産ワインコンクール」での数々の受賞歴や「世界で最も影響力のあるコンペティション」‘International Wine Challenge’での連続受賞にも現れている¹⁸。

‘くらむぼんワイン’は、2011年からEUへの輸出も手がけている。EUへの輸出についても、野沢氏はワインの品質向上の考え方を前提に取り組んでいる。周知の通り、2013年、和食がユネスコの「世界文化遺産」に登録された。世界的な和食ブームの中で、野沢氏はワインの品質を高め、世界が甲州ワイン

を評価してくれることを願っている。自らが先鞭を付けることで、「他の甲州ワインが世界に進出するきっかけになれば」との想いもある。また、世界で評価されることで日本国内でも、もっと国産ワインへの関心が高まるという戦略的な見通しも見える。特筆すべきは、メルシャンのような国内大手メーカーに伍して、従業員3人のワイナリーが世界で競争しているという事実である。

世界で通用する、原産地の自然や風味を生かした質の高いワイン。ここに、野沢氏のワインに込めた芯のしっかりしたストーリーを見ることができる。

当然のことながら、野沢氏は品質向上に向けた研鑽に日々余念がない。もともと‘くらむぼんワイン’は、甲州種ぶどう栽培の保護・育成に取り組み、甲州ワインについても「独自の厳しい審査基準」を設けている「勝沼ワイナリーズクラブ」の設立（1987年）からのメンバーでもある¹⁹。さらに、野沢氏は「より上質のワインを作りたい」という共通意識のもと、山梨県内の若手醸造家7名（調査時点）で「アサンプラージュ」という会を立ち上げ、ぶどう栽培からワイン醸造まで様々な情報交換や勉強会、全国各地でのイベントで甲州ワインを提案する活動など、ワインの品質や技術の向上とネットワーク作りにも熱心である。

その一方で、野沢氏は国産ワインの問題意識をしっかりと認識している。野沢氏によれば「国産ワイン」といっても、国内産の原料（ぶどう）で造られている「国産ワイン」は25%程度だという。‘くらむぼんワイン’は、2013年から原料を国産ぶどう100%に切り替えている。だが、そのぶどう作りにも木を植えてから収穫できるようになるために4~5年の時間がかかるという。日本では、醸造用ぶどうの作付面積が少なく、原材料の調達が困難だという事情もあるのだろう。そのため、外国産の濃縮果汁液や粉末原材料、いわゆる「バルクワイン」という瓶詰めされてない状態のワインなどを輸入し、これらを原料として混合し「国産ワイン」が作られている。

野沢氏によれば、「甲州種」や「マスカット・ベリー A」などの品種は、日本の気候風土に適し、温暖化の影響も受けにくいという。その土地の自然と

風土を味わえる品質の高いワイン造りを目指す野沢氏の考え方が世界で支持されているとすると、「国産ワイン」がより消費者に受け入れられるためには、何が求められているかが見えてこよう。

3. 研究報告会

11月2日、「くらむぼんワイン」への訪問を終えて甲府市に移動した後、予定通り研究発表会を行った。

第一報告は、当研究所所長 神頭広好教授の「高山市の観光と交通」であった。この報告で神頭氏は、岐阜県における北陸新幹線とリニア中央新幹線の建設による観光経済効果を試算した。神頭氏は、これまでの経済効果分析の試算枠組みを再検討した後、高山地域を訪れる観光客の特性と観光消費行動、北陸新幹線延伸とリニア中央新幹線の建設計画をふまえ、経済効果を計るための独創的な数理モデルを構築し、計算プロセスとともに試算を発表した。これらの経済効果の試算モデル自体、意味のある説得力の高い研究報告であったが、さらに現地調査の結果など詳細な分析を加えることで、観光客の特性と観光消費行動を明らかにし、より意義深い研究内容にまとめられていた。とりわけ、高山市の観光特性として、高山地域観光の現状を広範なアンケート調査と各種データをもとに明らかにし、さらに実地調査の結果や他の地域での観光消費行動との比較を加え、観光客の消費行動とその動向を多角的に解明された。

この神頭氏の学術的貢献を裏付けるように、参加者から活発な質疑応答が行われた。質疑応答は、データの処理方法と理解の仕方から、高山市や他の地域の観光特性の比較にわたるまで、多岐にわたった。神頭氏は、いずれの質問にも分かりやすく詳細に応じられ、現地での聞き取り調査の結果なども補足され、氏の研究上の貢献をより印象付けるものとなった。

第二報告として、山本（執筆者）より「国産ワインの概況と（株）くらむぼんワインの紹介」を行った。当日の企業訪問とインタビューの内容を振り返り、



「母屋」でのインタビューを終えて。野沢たかひこ氏（中央）を囲んで。

得られた知見を整理することができたように思う。

むすびにかえて

野沢氏へのインタビューを終え、風情ある「母屋」で‘くらむぼんワイン’が提供するワインを試飲させていただいた。ここでは同社の造る何種類ものワインを試飲することができた。どれもすっきりとしていてまるやかで、それでいてフルーティな味わいは、ぶどうの粹と個性が楽しめる。いずれも香りがよく、大地のような優しさを感じられるワインであった。このスムーズな口当たりと風味豊かな味わいは、食事と組み合わせて楽しいひとときを過ごすのに、最適であろう。ワインごとの個性を楽しめるとともに、それぞれのワインにどんなメニューが合うのか考えるだけでも、とても楽しい。同じワインを例えばロンドンのマークス&スプンサーで手に取った客が、このワインで囀らんに花を添えていると思うと、夢も広がる。

この「企業調査」の時期は、新酒発表の時期とも重なり、折からの連休で勝

沼地区はワイナリー巡りを楽しむ観光客で賑わっていた。‘くらむぼんワイン’のテイasting・ルームも、ワインが好きな多くのお客さんで立錐の余地もない。世界のワイン産地では、「ワインツアー」「ワインツーリズム」も人気を博している²⁰。その土地の自然や風土を感じられる、質の高いワインを造る。野沢氏の考え方と‘くらむぼんワイン’の取り組みが、国産ワインの可能性をさらに花開かせる上で決して間違っていないことは、こうしたお客さん達が証明してくれているように感じた。

おそらくワイン造りはもちろん、他の酒類においても同じような考え方を持って日々研鑽に努められている造り手は、全国に少なくないであろう。今回は、その一端を‘くらむぼんワイン’の野沢たかひこ氏に学ぶことができた。また別の機会に、それぞれの地域と人の営為が織りなすストーリーを見つめていきたい。

(謝辞) 今回の「企業調査」にあたって、株式会社くらむぼんワイン4代目社長、野沢たかひこ氏には、ご多忙の中お時間を取っていただき、当方からの質問に答えながら、貴重なお話を伺わせていただきました。さらに同社の自社栽培農園「七依地畑」や施設を直接ご案内いただくとともに、参加者との記念写真にも快く応じていただきました。心よりお礼申し上げます。また、愛知大学大学院経営学研究科修士課程に在学中の知久勝弘氏には、同社への紹介と同行、関連資料の提供などで、ご協力いただきました。ここに記して感謝申し上げます。

注

- 1 企業調査の対象企業への追加調査および調査内容を論文等に活用することを希望する所員は、経総研担当者までご一報下さい。それらの公表にあたっては、相手先企業/団体の許諾を必要とする部分があります。
- 2 『週刊ダイヤモンド』第102巻42号(通巻4554号)、2014年11月1日号。30~83ページ。「10年ぶりとなる酒の第1特集」(148ページ)。

3 ここである「ビール」には、「発泡酒」および「リキユール」に分類される「第三のビール」は含まれていない。国税庁の資料からは、これらビール系飲料のみを取り出すことはできないが、国内の主要ビールメーカーで作る「ビール造組」によると、これらのビール系飲料を合計しても、特に 2000 年代に入って以降、生産量・消費量ともに減少傾向にある。

4 国税庁「統計年報（長期データ）」「酒税 2 製成数量及び消費数量」より。

5 前掲書。

前出『週刊ダイヤモンド』誌によると、「成人一人あたりのワインの年間消費量は 13 年度で 3.07 本と、始めて 3 本を超えた」。ワインが 2002 年度の 2.8 本（750ml 換算）から 2012 年度には 3.4 本に伸びているのに対して、日本酒は同時期において 3.9 本（1.8L 換算）から 2.6 本に減少していることを示しながら、ワインの年間消費量が「09 年に…日本酒を超えて以来、常に上回っている」という。これをワイン業界は、赤ワインに含まれるポリフェノールが目玉された 98 年の「赤ワインブーム」に次ぐ、「第 7 次ワインブーム」だとしている。前掲『週刊ダイヤモンド』64 ページ、図 3-1 および 66 ページ。

6 日本には、EU のような「ワイン法」がないため、しばしば「(国産) ワインとは何か」というワインの定義に関する問題が提起される。代表的な業界団体、日本ワイナリー協会は、1986 年に同協会を含む「全国 5 つのワイン醸造団体が構成する『ワイン表示問題検討協議会』が策定した自主基準」を制定している。この「国産ワインの表示に関する基準」は、2006 年に改訂されているが、それによると「国産ワイン」とは酒税法が定める果実酒のうち、「原料として使用した果実の全部又は一部がブドウである果実酒」で、「日本国内で製造したもの」（同第 3 条 (2) イ）。これに加えて、「日本国外で製造された」「輸入ワインを混入したもの」も「国産ワイン」であるとされる。ただし、「輸入原料を使用している場合には、使用に係わる原料果実名等を表示し（第 5 条 (2) ）、「原料として使用した果実の全部が国産ぶどう（ぶどう果汁を含む）」でなければ「国産ぶどう 100% 使用と表示してはならない」（第 6 条 1）とされる。産地を冠して「産地産ワイン」と表示する場合も、同一の産地で収穫したぶどうを 75% 以上使用することが求められている（第 6 条 3）。つまり、国内産ワインに輸入ワインを混入していても、その表示が求められるとはいえず、「国産ワイン」になる。

本稿では、「国産ワイン」の表示問題にこれ以上立ち入ることはしないが、この基準を念頭に「国産ワイン」と表記している。「国産ワインの表示に関する基準」については、日本ワイナリー協会の HP を参照のこと。<http://www.winery.or.jp/ass/expression.html>（閲覧日：2014 年 11 月 13 日）

「国産ワイン」に対して、国内産ワイン用ぶどうを原料とするワインは、近年「日本ワイン」と呼ばれている。

7 農林水産省「平成 23 年産特産果樹生産動態等調査」2013 年 11 月 20 日発表。

「ぶどう用途別仕向実績調査」「1 都道府県別の生産状況」http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tokusan_kazyu/（2014 年 11 月 13 日 閲覧）を参照。なお、ここでワインの原料用ぶどうの「生産量」としたのは、「醸造用」に仕向けられた、「加工専用品種」と「生食用（加工兼用）品種」の出荷量合計。生産量の累計は、1 位の長野県から、山梨県、北海道、山形県までで、国内生産の 85% を占める。

- 8 前掲資料より。同じく出荷量合計を「栽培面積」合計で除した。
- 9 上野晴朗『ぶどうの国文化館歴史読本』勝沼町、1995年。日本のワイン産業のバイオニアで勝沼出身の小沢善兵衛（膳平）の足跡から、勝沼より全国に栽培・醸造技術が広がるまでは、同書の47～55ページ。湯澤規子『時代を拓く有志の群像：葡萄酒づくりの幕開けと勝沼の人びと』、「ぶどうとワインの資料展」展示資料冊子、甲州市立勝沼図書館発行。2014年。6～10ページ。も参照した。
- 10 湯澤規子、前掲書。12ページ。中央線勝沼駅が新設されたのは1913年である。このことも、「追い風」になったという。
- 11 くらむぼんワイン HP <http://www.kurambon.com/about/index.html> (2014年8月18日閲覧)。従業員数は2014年1月現在。野沢氏へのインタビューによると、同社の資本金は300万円。売上高は年間1億円程度(2013年度)という。同社「会社紹介」によると「移出量は70kl、自栽培畑面積は210a」である。
- 12 「日本経済新聞」2014年3月10日付。他にも前掲『週刊ダイヤモンド』は、同じく勝沼地区のワイナリー、中央葡萄酒(株)から、2014年10月、「同社の4銘柄3000本のワインが初めてロシアへ輸出されることが決まった(64ページ)」ことを伝えている。
- 13 「Koshu of Japan」HP, <http://koshuofjapan.com/japanese/introduction/index.html>
このプロジェクトの輸出委員会委員長は、中央葡萄酒(株)「グレイスイナリー」社長三澤茂計氏である。経済産業省関東経済産業局は、2009～2011年度の「JAPANブランド育成支援事業」としてKOJ「甲州ワイン」のEU輸出プロジェクトを採択した。関東経済局電子広報誌「いっとじゅっけん」(2012年4月24日更新分) <http://www.kanto.meti.go.jp/webmag/topics/1204topics2.html> (2014年11月5日閲覧)。
- 14 野沢たかひこ、株式会社くらむぼんワイン「会社紹介」。
- 15 野沢たかひこ氏へのインタビューから(2014年11月2日聞き取り)。以下、注釈ない限り同じ。同社HP、前掲。「About us, くらむぼんという名前と歩き方」も参照のこと。ここでも勝沼のぶどう畑と自然の両立、地域の人びととワイナリーの協力、ワインと食文化の調和が、同社の「願い」として謳われている。
- 16 野沢たかひこ、前掲「会社紹介」。
- 17 石井もと子『日本版「ワインツーリズム」のすすめ』講談社、2009年。112ページ。なお、同書では「くらむぼんワイン」を、その執筆・刊行時点の社名である「山梨ワイン」で紹介している。
- 18 International Wine Challenge HPより(2014年11月16日閲覧)「Sol Lucet Koshu, 2013」および「Four Seasons Koshu, 2013」が受賞。
http://www.internationalwinechallenge.com/canopy/beverage_details.php?wid=75681
http://www.internationalwinechallenge.com/canopy/beverage_details.php?wid=75682
- 19 勝沼ワイナリーズクラブ HP、<http://kwcl1987.com/intro/introindex.htm> (2014年11月5日閲覧)。設立メンバーは、12社からなる。当時の社長は、3代目の野沢貞彦氏である。勝沼ワイナリーズクラブの設立の経緯とその貢献については、石井もと子監修・著『日本のワイナリーに行こう2011』イカロス出版、2011年。118～119ページ。「ワイン産地形成の大きな力 勝沼ワイナリーズクラブ」にも紹介されている。勝沼ワイナリーズク

ラブの人びとは、1993年、原料用ブドウの取引価格の安定化に取り組み、生産者とブドウ栽培の保護に多大な貢献をなした。

- 20 野沢氏は、同社における「ワインツーリズム」への取り組みについて、明確には言及されなかったが、ぶどう畑やワイナリー内部を公開し、自社のワインやそのポリシーを消費者に伝えようとしている。ワイン・ジャーナリストの石井もと子氏によると、こうしたワイナリー自身による取り組みは、「ワイナリーツアー」というコンセプトで、1960年代後半～80年代までに、カリフォルニアのナパ・ヴァレーで高品質ワインを造るプレミアムワイナリーを中心に始まったという。これが地域的に発展し、「ワインツーリズム」という言葉が使われるようになり、「90年代に入ると、ナパ・ヴァレーはカリフォルニア州内で、ディズニースタートに次いで、年間訪問者数の多い観光地へと成長」したとのことである。石井もと子『日本版「ワインツーリズム」のすすめ』講談社、2009年。3～4ページ。例えば、甲州市立勝沼図書館は、訪問者に「勝沼のワイナリーマップ」などを提供したり、「ぶどうとワインの資料展」などの企画・展示、講演会などの催しを通じて、地域のワイナリーの魅力を伝え、「甲州ワイン」の歴史や文化についても情報発信をしている。野沢氏も「アサンプラージュ」のメンバーなどとともに、ここでの「産地ワインの夕べ」などの企画に出演し、来場者からの質問にも答えている。こうした地域の地道な取り組みも、日本の「ワインツーリズム」に寄与しているだろう。

執筆者紹介（執筆順）

池田幸典 愛知大学経営学部教授
近藤暁夫 愛知大学文学部助教
野末英俊 愛知大学経営総合科学研究所客員研究員
山本大造 愛知大学経営学部准教授

資料交換の場合は、お手数ながら下記あてまでお送りください。

印刷 2015年2月16日

経営総合科学 第103号

発行 2015年2月20日

編集者代表 神頭 広好

印刷・製本 (株) 一 誠 社

発行所 愛知大学経営総合科学研究所

〒453-8777 名古屋市中村区平池町 4-60-6

TEL 052-564-6124 FAX 052-564-6224

THE KEIEI SOGO KAGAKU

(JOURNAL OF MANAGERIAL RESEARCH)

No.103

2015• 2

CONTENTS

Articles

How Should We Distinguish between Liabilities and Equity,
and between Capital Transaction and Income Transaction?
..... Yukinori Ikeda

The Acceptable Range of Gaps Between the Number of Distance
on Advertisements and Real Distance: a case study of outdoor
advertising, in northern Kyoto Prefecture
..... Akio Kondo

The Oligopoly and Professional Managers
Management Skills and Maintenance of Organization
..... Hidetoshi Nozue

Report

Research report in 2014
KURAMBON WINE Co., Ltd. and Potentialities
of Development in Japanese Wines
..... Daizo Yamamoto

PUBLISHED

BY

INSTITUTE OF MANAGERIAL RESEARCH

NAGOYA, JAPAN