

企業のイノベーションと財務諸表

Innovation and Financial Statements

矢部 孝太郎

Kotaro YABE

要旨

本稿では、企業がイノベーションを創出するための企業努力と、イノベーションを創出した結果と、イノベーションがもたらす企業業績や企業価値の向上と企業成長、およびそれらの将来性・持続可能性を、財務諸表に基づいて評価する枠組みを考察する。企業外部の利害関係者の観点から、公表財務諸表に基づき企業のイノベーション創出の能力や実績を評価することで、結果として企業全体としてのイノベーションの創出を促すというアプローチにより、イノベーションの企業内および企業外に対する効果や、イノベーションの創出環境を整理し、イノベーションと、市場競争下にある企業の利益および企業価値との関係を整理し、イノベーションに関する支出の企業会計上の会計処理を整理した上で、財務諸表を使ったイノベーションの評価方法を検討する。本稿は、企業会計が企業のイノベーション創出を促進するための方法を研究するための基礎的な考察である。

キーワード：財務諸表 イノベーション 研究開発投資 無形資産投資 人的資本投資 設備投資

1 イントロダクション

企業のホームページなどの広報や財務報告書を見ると、多くの企業において、イノベーションの推進が会社の方針とされている。近年の企業経営においては、経営管理、経営戦略などと同じく、イノベーション・マネジメントが重視されている。企業が社会に提供する価値を増大させていくためには、また、従業員への労働報酬を高めていくためには、企業は持続的に成長していく必要があり、企業が成長するためには、イノベーションが必要となる。営利組織、非営利組織問わず、社会に新しい価値を提供し、あるいは、既存の価値提供の生産性を向上させるためには、イノベーションが必要とされており、また、一国経済が経済成長していくためにも、社会全体でイノベーションが必要とされている¹⁾。国、地方自治体も企業のイノベーション推進を目的にして、補助金、優遇税制などの施策を行っている。

わが国における、人口減少、生産年齢人口の減少、少子高齢社会という社会・市場環境の変

化²⁾を前提にしたとき、激しい環境変化と市場競争の中で生き残り、企業が持続的に成長を続けるためには、イノベーションの創出、生産性の向上、先端技術（テクノロジー）の活用、組織やビジネスモデルの構造改革、経営戦略の見直しなどが必要不可欠といわれる。

社会環境は時間とともに大きく変化していくが、その中で、個々の主体も適応するため、あるいは、競争で生き抜くために、大きな変化、小さな変化問わず、変化し続ける必要がある。企業の場合は、特に厳しい競争条件の中で活動を行っており、変化への対応と、イノベーションの創出が、その企業の存続のために必要不可欠である。企業会計と財務諸表は、企業活動の結果を会計数値として描写したものであるため、市場競争の中での企業活動の結果や、イノベーションの創出の結果を、反映しているといえる。企業会計が企業のイノベーションの創出のために積極的に役割を果たすことができる可能性がある。

イノベーションと会計に関する先行研究は、管理会計やマネジメント・コントロールと急進的イノベーションの促進³⁾、予算管理とイノベーション創出⁴⁾というように管理会計分野に集中しており、管理会計として企業内部における経営者の経営管理の観点からのイノベーションの促進という内容であるといえる。

それに対して本稿は、財務会計として企業外部の投資家・債権者等の利害関係者の観点から、公表される財務諸表を使って企業のイノベーション創出の能力や実績を評価することで、結果として企業全体としてのイノベーションの創出を促すというアプローチを考える。

本稿では、企業のイノベーションと、財務諸表・会計情報の関係について検討し、イノベーションを促進するために、企業会計がどのような役割を果たすことができるかを考察する。

2節では、イノベーションの効果、創出環境、成果の評価を説明する。3節では、イノベーションと企業の利益の関係を説明する。4節では、イノベーションと企業価値の関係を説明する。5節では、イノベーションへの支出の会計処理について説明する。6節において、財務諸表に基づく企業イノベーションの評価について考察する。

2 イノベーションの効果、創出環境、成果の評価

はじめに、イノベーションの効果について説明する。

企業が創出するイノベーションの効果は、大きく分けて、企業自身に対して、つまり企業内部に対する効果と、企業外部の企業の利害関係者に対する効果に分類することができる。

企業内部に対する効果には、新たな製品・市場・顧客の創出、新たな事業・ビジネス領域の創出・拡大、売上高の増加、高付加価値化、コスト削減、経費節減、生産性の向上、非効率の排除、技術進歩・技術力の向上、経験・知見蓄積の増加、知的財産の増加、顧客基盤の強化、企業体質の強化、競争優位性の確立、企業の持続的な発展成長、中長期的な企業価値向上などがある。これらの効果は、企業業績・会計数値・財務数値への影響について見れば、売上高や純利益の上昇、企業価値の向上、株価の上昇につながり、企業の基本的な目的を達成させるものであって、企業は、イノベーションを追求し続ける必要があるといえる。

企業外部に対する効果には、顧客価値向上、顧客への新しいソリューションの提供、社会的

課題の解決、便利で快適な社会の進展、生活水準の向上、社会の進歩・発展、持続可能な経済成長、持続可能な地球環境、人類の発展などがある。

消費者といった企業の利害関係者にとって、企業がイノベーションを起こすことは、大きなメリットとなるため、それらの利害関係者も企業がイノベーションを推進することを期待すると言える。このように、企業が創出するイノベーションは、企業自身にとっても企業の利害関係者にとっても大きな利益・便益やメリットをもたらすため、その利益は矛盾や対立無く一致する。このため、企業は企業努力としてイノベーションを推進するべきといえる。

次に、イノベーションの創出環境について説明する。

イノベーションを創出するための投資の種類には、人材への投資、研究開発への投資、設備投資、無形資産への投資、組織への投資がある。

企業におけるイノベーションの創出の基礎は、人材、組織、人材が能力を発揮する環境・制度、組織目標、組織文化、インセンティブなどであり、イノベーションを創出していくためには、人材雇用、人材育成、イノベーションを生み出す組織の構築、組織文化の醸成、研究開発体制、インセンティブ制度の構築が必要である。そして、そこに資金を投入するイノベーション戦略に対する積極的な投資が必要となる。企業経営の基本方針の1つとして、積極的にイノベーションを推進するためのイノベーション・マネジメントが必要となる。同じ資金を投入するにしても、イノベーション・マネジメントの良し悪しによって、成果は大きく変わってくるということもありえるため、ただ単に、制度や形式を整えるだけではなく、経営者、従業員一丸となって、イノベーションを創出しようとする姿勢や考え方、理念、企業内の雰囲気、企業文化を醸成することが重要といえる。

次に、イノベーションの成果についての評価・測定について説明する。

イノベーションの成果についての評価（業績評価）・測定は、企業内部者による評価と、企業外部者による評価に分けられる。

企業内部者による評価は、イノベーションの結果についての事前の期待が、期待通りであったか、そうでなかったかを明らかにし、イノベーションが望ましい結果をもたらしているかどうかを把握し、経営資源の投入や創出努力の継続・撤退の選択、反省点や長所の確認、自社のイノベーションに関する知識の蓄積のために行う、企業における経営管理のための評価である。企業内部者は詳細な企業自身の活動情報を持っているため、さまざまな方法で、イノベーションに関する自己評価を行うことができる⁵⁾。

企業外部者による評価は、企業のイノベーションの推進とその成果がどの程度であるかを明らかにして、それが将来的な企業業績にどのような影響を与えるか、また、社会に対してどのような影響を与えるかを明らかにし、企業価値への影響や、企業の社会への貢献を評価しようとするものである。株主、投資家であれば、株式の価値や将来的な株値を予想するための評価であり、企業業績を持続的かつ大幅に上昇させることができるイノベーションを創出することができる企業であると評価するならば、その企業の企業価値や株式価値を大きく見積もることであろう。消費者であれば、新しい革新的な製品やサービスによって、生活を一変させ、今までよりも便利・快適にすることができるようなイノベーションを起こす企業については、その

企業の製品を購入・使用して、生活の質を高めることができるため、そのような企業を支持することであろう。企業外部者は企業に関する一次情報を持っていないため、企業の広報、企業が公表する財務情報や財務報告書、マスコミによる報道などから情報を得るしかなく、企業のイノベーションの成果を評価することには、一定の限界があると言える。最終的には、売上高、純利益といった企業業績・会計数値と、その企業のイノベーションに関する説明を照らし合わせて評価することになるといえる。売上高、純利益といった企業業績・会計数値を高め続けている企業であれば、その企業がどのようなイノベーションを創出したかという説明を、業績の上昇で評価することができる。

3 イノベーションと企業の市場競争と企業の利益の関係

3節では、企業が創出するイノベーションと市場競争を行う企業の利益の基本的な関係を説明する。

個々の企業は、同業他社および潜在的な競合となる可能性のある企業と市場競争を行いながら企業活動を行い、会計上の利益の計算式に従って、業績を測定し、報告している。

$$\text{収益合計（売上高）} - \text{費用合計} = \text{当期純利益}$$

$$\text{収益合計（売上高）} - \text{売上高} \times \text{売上高費用率} = \text{当期純利益}$$

企業経営の下、企業活動において、収益を増加させるか、費用を減少させると、当期純利益は増加する。売上高費用率を引き下げれば、当期純利益は増加する。売上高費用率は、売上原価率、売上高販管費比率などから構成される。製造原価や仕入原価を引き下げれば売上原価率が低下し、輸送保管費用や広告宣伝費などの販売費および、経営管理部門の経費・コストである一般管理費を引き下げれば、売上高販管費比率が低下する。それらによって、利益率は向上し、当期純利益も増加する。企業が、日常的にコスト削減、原価低減の努力を行うのは、この計算式により、費用を減少させた金額だけ当期純利益が増加するからであり、経営悪化時に、短期的に当期純利益を増加させるように、人件費削減や経費削減を行うのも同じ理由である。中長期的に、当期純利益を増加させるためには、本当の意味で無駄なコストつまり収益の獲得にまったく貢献しないコストのみを削減しなければならず、本当は必要である内容を持つ人件費であれば、それを削減すれば一時的には、当期純利益は増加しても、中長期的には売上高の減少などが生じて将来的な純利益が減少する原因となる。

上記の式の収益合計と費用合計について、売上高、売上原価、販売費、一般管理費を明示すると、次のようになる。

$$\text{売上高} - \text{売上原価} - \text{販売費} - \text{一般管理費} \pm \text{その他の損益} = \text{当期純利益}$$

売上高を増加させるか、売上原価、販売費、一般管理費を減少させると、当期純利益は増加する。売上原価（製造原価、仕入原価）、販売費、一般管理費のコスト削減で当期純利益が増加することがわかる。

新製品・サービス開発、新市場・顧客の創出・開拓、コスト削減・経費節減、生産性向上・非効率の排除、付加価値向上といった、イノベーションの結果により、収益が増加するか、費用が減少する（費用の増加よりも大きい収益の増加による費用率・原価率の低下）ことで、当

期純利益は増加する。

利益・売上高利益率を上げるために、費用・売上高費用率を下げる場合、売上原価率、売上高販売費比率、売上高一般管理費比率を引き下げることによって分解され、その方法としては、日々の改善活動・原価低減活動における創意工夫の経営努力と、まったく新しい画期的な方法によるコスト削減・経費削減のイノベーションを創出することがある。前者は漸進的イノベーションと捉えることもあり、後者は急進的イノベーションと捉えることもある。この点についてまとめると図表1のようになる。

図表1：売上高費用率の分解

	売上高費用率		
費用率 原価率	売上原価率	売上高販売費比率	売上高一般管理費比率
関連する活動	仕入活動 生産活動	販売活動 物流活動 マーケティング活動	経営管理活動 研究開発活動
売上高費用率を 下げる方法	改善・原価低減 イノベーション	改善・原価低減 イノベーション	改善・原価低減 イノベーション

イノベーションと企業の市場競争に関して見ると、イノベーションは企業に競争優位をもたらして、市場競争において有利な競争をすることを可能とする。市場競争が厳しいほど、当期純利益は低水準になり、資本利益率も低水準になるといえる。競争上の競争優位を確保することで、市場平均・業界平均よりも高い、資本利益率を得ることできるとされる⁶⁾。市場競争があるため、競争優位は一度確保すれば永続的に続くものではなく、イノベーションなどにより、競争優位を更新し続ける必要がある。そうしなければ、ある程度の期間は高い収益率を得ることができても、競争優位性が衰退することで、企業の収益率は減衰・低下していく。

イノベーションと企業成長に関して見ると、イノベーションは企業の利益を増加させることを通じて、企業成長を促し、引き起こす。企業成長とは、売上高、利益、資産合計、純資産合計、従業員数などの数字の規模が大きくなっていくことである。経営努力により、利益を増加させていくことで企業成長していく。

イノベーションが企業業績に与える効果を、イノベーションの種類別に示すと、図表2のようになる。ここではシュンペーターによるイノベーションの5つの類型を用いる⁷⁾。

図表2：イノベーションが企業業績に与える効果

種類	関係する会計数値	効果
新しい財貨、新しい品質の財貨の生産 プロダクト・イノベーション (新製品・サービス開発)	売上高	売上高の増加
新しい生産方法の導入 プロセス・イノベーション	原価率 製造費用 製造原価 売上高	原価率の低下 利益率の向上
新しい販路、新しい市場の開拓 マーケット・イノベーション (新市場・消費者の開拓)	売上高	売上高の増加
原料あるいは半製品の新しい供給源の獲得 サプライチェーン・イノベーション (新たな資源・供給源の獲得)	原価率 製造原価 販売費 売上高販売費比率 売上高	原価率・販売費比率の低下 利益率の向上
新しい組織の実現(独占的地位形成や独占打破) オーガニゼーション・イノベーション (組織改革)	販売費及び一般管理費 売上高	販売費・一般管理費比率の低下 利益率の向上 売上高の増加

イノベーションの種類ごとの企業業績に与える効果は次のように説明できる。

プロダクト・イノベーションにより、新製品・サービスを開発して、販売することにより、売上高の増加が、利益の増加につながり、企業規模の拡大・企業成長につながる。

プロセス・イノベーションにより、新たな生産方式を導入して、製品・サービスを生産することにより、生産性の向上や歩留りの向上、不良品率の低下、コスト削減の結果として、原価の低下、原価率の低下につながり、利益率の増加につながる。また、原価の低下により販売価格を下げるができる場合は、販売数量を増やして、売上高を増やすこともできる。これらにより、利益が増加し、企業規模の拡大・企業成長につながる。

マーケット・イノベーションにより、新市場・新しい顧客を開拓して、製品・サービスを販売することにより、売上高が増加し、利益の増加をもたらす、企業規模の拡大・企業成長につながる。

サプライチェーン・イノベーションにより、新たな資源の獲得、新たな供給源の獲得・供給方式の導入を行うことで、製品・サービスの生産・提供コストが低下し、原価の低下、原価率の低下につながり、利益率の増加につながる。また、原価の低下により販売価格を下げるができる場合は、販売数量を増やして、売上高を増やすこともできる。これらにより、利益が増加し、企業規模の拡大・企業成長につながる。

オーガニゼーション・イノベーションにより、新しい組織や経営管理方法の導入を行うことで、一般管理費が節減されると、売上高一般管理費比率あるいは売上高販売費比率が低下し、利益率が向上し、利益が増加する。また、業務の効率性やモチベーションが向上すれば、売上高の増加や、原価の低下がもたらされることもある。これらにより、利益が増加し、企業規模の拡大・企業成長につながる。また、他企業を合併・買収することで企業の規模あるいは企業集団の規模が拡大する場合は、売上高、利益の金額が増加して企業規模が拡大する。合併・買収を頻繁に行い、収益性が低い相手先企業の経営改善を行って収益性を高めるという手法で、急速な企業規模の拡大と企業成長を実現することができる場合もある⁸⁾。

4 イノベーションと企業価値

企業のイノベーション創出環境を整備して継続的に運用し、イノベーションを創出する意欲を持った人材への人的資本投資を行うことで、イノベーションの創出を推進し、各種のイノベーションが創出され、それが新製品・サービス開発、新市場・顧客の創出・開拓、コスト削減・経費節減、生産性向上・非効率の排除、付加価値向上などにつながり、売上高の増加、原価率の低下・利益率の向上をもたらし、利益・キャッシュ・フローが増加する結果となる。これによって、持続的（恒常的）な利益・キャッシュ・フローの増加となれば、企業価値（将来のキャッシュ・フローの割引現在価値合計）は向上する。

企業価値の最大化・企業価値の向上を経営目標とする企業は、イノベーションを創出して、キャッシュ・フローを恒常的に高めていく（上方シフトする）必要がある。

企業価値の評価方法には、配当の将来の流列を割り引いて株主価値を算出する方法、事業によって得られるキャッシュ・フローの将来の流列を割り引いて事業価値を算出し、そこから債務に関する債権者価値を控除して株主価値を算出する方法、会計上の純利益から会計上の資本から計算する資本コストを控除した超過利益の将来の流列を割り引いて株主価値を算出する方法、会計上のROE（株主資本利益率）から資本コストを控除した超過資本利益率の将来の流列を割り引いて株主価値対純資産倍率を算出する方法などがある。事業によって得られるキャッシュ・フローは、キャッシュ・フロー計算書における、営業活動によるキャッシュ・フローと投資活動によるキャッシュ・フローを加算したフリー・キャッシュ・フローに対応している⁹⁾。営業活動によるキャッシュ・フローは、損益計算書上の当期純利益から導出することができ、複式簿記の計算原理に基づいた対応関係がある。

純利益が増加するということは、配当可能利益の累計額が増加するということであり、将来的な配当の金額が増加することになる。また、純利益の増加は時間のズレをならして見ればキャッシュ・フローの増加と同等であるといえる¹⁰⁾。

イノベーションの創出により純利益が増加すれば、将来的な配当の増加により株主価値は増加する。また、イノベーションによる新たな事業によって得られるキャッシュ・フローが増加すれば、事業価値が増加して株主価値が増加する。

5 イノベーションへの支出の会計処理

新技術の採用、新資源の開発、新市場の開拓、経営組織の改善を行なうために支出した金額は、開発費として処理され、経常的に支出するものではない特定の開発費については繰延資産として資産計上した後、一定期間にわたって償却・費用配分することができ（5年以内、定額法で償却）、長期継続的な開発・改善活動のために每期経常的に支出する性格を持つものは、支出時に全額費用処理される。開発費を繰延資産として資産計上する根拠は、支出した期以降から将来に、効果が発現し収益をもたらすと考え、費用と収益を対応させるためである。しかし、開発費の対象となる開発の内容も、研究開発費の対象の内容と同様、一般的に成功する確

率が低いものが多いといえるため、支出時に全額費用処理することが原則とされる。

新しい知識の発見を目的とした計画的な調査及び探究である研究を行なうために支出した金額は、研究開発費として処理され、支出時に全額費用処理される。

新しい製品・サービス・生産方法についての計画、設計として、研究の成果その他の知識を具体化する開発と、既存の製品等を著しく改良するための計画、設計として、研究の成果その他の知識を具体化する開発を行なうために支出した金額は、研究開発費として処理され、支出時に全額費用処理される。研究開発費として処理される対象となる研究開発のために取得した専用の研究開発機材は、耐用年数が1年以上であっても有形固定資産として計上されることなく、研究開発費として支出時に全額費用処理される。

毎期経常的・業務的に実施する形の研究開発に関する支出は、研究開発費として費用計上されるため、その研究開発の成果として、特許権、実用新案権を取得した場合は、行政機関に出席申請して権利取得するためにかかった事務手続き費用・手数料（弁理士事務所の費用なども含む）・税金の金額のみが、特許権、実用新案権（無形固定資産）として資産計上される。自社で考案して取得した意匠権、商標権についても同様である。特許権、実用新案権、意匠権、商標権の償却・費用配分については、税法上の償却方法は定額法であり、耐用年数はそれぞれ8年、5年、7年、10年となっている。

特許権、実用新案権、意匠権、商標権といった知的財産権以外の、業務活動の中で獲得・蓄積されたノウハウなどの知的財産は、会計上、個別に資産計上されることはない。

また、ブランド、知名度、伝統、評判、信頼といった無形資産については、会計上、個別に資産計上されることはない。

人材への投資、人的資本への投資、従業員の成長への投資として、従業員の教育や研修のためにかかった支出は、教育研修費として支出時に全額費用処理される。従業員の求人・採用のためにかかった支出は、従業員募集費・採用費として支出時に全額費用処理される。人的資本が、会計上、資産計上されることはない。

知的財産、無形資産、人的資本などについて、会計上、貸借対照表に資産計上することができないのは、それらが、資産として認識・計上できる基本条件を満たさないからである。

資産として認識・計上できる基本条件は、①資産の定義を満たすこと（資産とは、過去の取引などの結果として、現在時点において企業が保有（支配）しており、将来、企業に、キャッシュ・イン・フローをもたらすような用役や便益を提供すると期待される、経済的資源である。）、②資産として客観的かつ合理的に金額を測定できること、③資産の存在や金額をいつでも検証でき、信頼性を持つ情報内容となること、④情報利用者の意思決定に影響を及ぼす意味のある情報内容となること、であり、これらの条件をすべて満たす必要がある。知的財産、無形資産、人的資本は、主に①②③を満たしていないといえる。

会計上、資産として計上された項目の金額は、貨幣項目を除き、将来的に費用化されて、その費用金額以上の収益を上げ、企業に利益とネットキャッシュ・イン・フローをもたらすか、回収、売却や効果発揮により消滅してその資産の金額と同額かそれ以上のキャッシュ・イン・フローをもたらすものでなければならない。仮に、知的財産、無形資産、人的資本などを貸借

対照表に資産計上する場合も、その資産は、このような性質を持たなければならない。

工場、機械装置、設備、機器といった有形固定資産への設備投資については、有形固定資産として資産計上される。また、キャッシュ・フロー計算書の投資活動によるキャッシュ・フローの部に、有形固定資産の取得のための支出の金額が記載される。物的な資産への設備投資のすべてが、イノベーションに即座に繋がるわけではないが、最新の機器や生産設備などの導入は、イノベーションの創出やイノベーションの促進につながる要因としての性質を持つ。

また、無形資産への投資については、第三者が所有する法律上の権利（特許権、実用新案権、意匠権、商標権など）を取得する場合は、無形固定資産として資産計上される。また、キャッシュ・フロー計算書の投資活動によるキャッシュ・フローの部に、無形固定資産の取得のための支出の金額が記載される。この場合も、その無形資産投資のすべてが、イノベーションに即座に繋がるわけではないが、イノベーションの創出や促進につながる要因としての性質を持つことは同じである。

図表3は無形資産の項目の例示であるが、これらのような無形固定資産として個別に資産計上されない無形資産に対する支出は、特定の無形資産項目への支出項目としてではなく、通常の業務費用としての人件費や水道光熱費、消耗品費、通信費などで処理されたり、広告宣伝費・販売促進費で処理されたりと、さまざまな勘定科目で処理される。図表3の項目のような無形資産の取得、獲得、構築、強化のための支出としての無形資産投資は、企業会計上、資産化されず支出時に費用化されることがほとんどとなっている。無形資産のうちほとんどは、資産として認識計上されない。しかし、財務諸表上に資産計上しなくても、無形資産の中には、一定期間持続的に企業の収益獲得やキャッシュ・フロー獲得に役立つ効果をもつものがある。また、無形資産投資の支出は、資産として計上されなくても、必ず費用として財務諸表に計上される。

ICT（情報通信技術）・IT（情報技術）に関連する支出である、ソフトウェア制作のための支出は、研究開発に該当する部分は研究開発費として費用処理され、受注制作のソフトウェアの制作費は、請負工事の会計処理に準じて、棚卸資産として計上され、市場販売目的のソフトウェアの製品マスター制作費は、研究開発費に該当する部分と、製品マスターの機能維持に要した費用を除き、資産として計上され、自社利用のソフトウェアであり、そのソフトウェアを用いて外部へ業務処理等のサービスを提供することに使用し、将来の収益獲得が確実であると認められる場合には、ソフトウェア制作費を資産として計上され、社内利用のソフトウェアについては、完成品を購入した場合であって、その利用により将来の収益獲得または費用削減が確実であると認められる場合には、当該ソフトウェアの取得に要した支出を資産として計上される。ソフトウェア制作のための支出であって、資産として計上されない金額は、費用（研究開発費またはその他の販管費）として処理される¹¹⁾。

新しい組織の実現の1つとして、他企業を合併した場合は、買収先の企業の資産・負債を受け入れて、それらが時価評価額をもって資産計上・負債計上される。買収の対価が株式発行である場合は、資本金・資本剰余金も増加する。買収価額（対価）と買収先企業の純資産時価評価額との差額は、正值であれば、のれんとして無形固定資産に計上され、負値であれば、負の

のれん発生益として、特別利益に計上される。また、他企業の買収のため、他企業の支配を獲得する割合の株式を取得した場合は、子会社株式として資産計上され、企業集団が構成されて、財務諸表の連結の対象となる。連結会計上、子会社株式の取得金額と子会社の純資産時価評価額の親会社の所有割合分の金額との差額は、正值であればのれん（無形固定資産）として、負値であれば負ののれん発生益（特別利益）として計上される。

会計上ののれんとは、超過収益力をもたらす単一の企業全体・事業全体が持つ複合的な有利な諸要因によって生じる、資本コストを上回る超過リターン（超過利益、超過利益率）を価値化したもの考えることができる。超過収益力とは、ある企業の平均収益力が同種の他の企業の平均収益力より大きい場合の収益力の超過分のことである。超過収益力が生じる有利な諸要因とは、具体的には、経営者・従業員の個人の能力、製造・研究開発などの技術力、顧客に対するブランド力、立地条件、取引企業との関係の状況、資金調達力などについて、他の企業を超える、優秀さ、有利さがあることなどである。企業が超過収益力を持ち、それが持続的である場合は、超過収益力の複合的な諸要因に関係した、市場競争・企業間競争上の競争優位を持つといえる。のれんは単一の組織体としての企業・企業集団が全体として持つ超過収益力の統合的価値であって、会計上ののれんという無形固定資産に、個別的な譲渡性はなく、それ単体としての換金価値・売却価値はない。図表4は、超過収益力が生じる諸要因の例示である。

図表5は、上記のイノベーションのための支出の会計処理の内容についてまとめたものである。

図表3：無形資産への投資支出の内容項目

企業会計上、貸借対照表に計上される無形固定資産（インタンジブル・アセット）
特許権 実用新案権 意匠権 商標権 借地権 鉱業権 ソフトウェア のれん
上記以外の無形資産（インタンジブルズ）（個別に会計上の資産としては計上されない）
ブランド ブランド価値 広告宣伝 ブランディング マーケティング キャンペーン
プロモーション 知名度 伝統 老舗 レガシー 遺産 文化資産 暖簾（実物）
レピュテーション（評判） 信頼 製品プラットフォーム 製品サービス 新製品開発能力
実際に販売可能な品揃え カタログ（ネット販売の商品検索・選択画面の商品一覧） 出荷配達システム
顧客・顧客名簿 顧客管理ソフト 顧客データ 顧客ポイント管理 顧客データベース
取引関係 取引契約 取引業者との合意・契約 ライセンス ライセンス合意
生産・製法の秘伝、レシピ
人的資源（教育訓練 人材の質 従業員の能力・スキル 士気 モチベーション 職人の技術力・経験）
人的資本 研修教育 訓練
生産システム 生産方式 生産技術 他社がマネできない技術力
経営組織・事業組織 社内構造 組織構築 組織能力 組織開発 組織資本 組織文化 組織風土
作業手順・作業プロセス マニュアル 作業マニュアル 運営マニュアル 運営手順 効率化ルーチン
社内ノウハウ 従業員との合意書
ソフトウェア プログラム データベース 他社がマネできないプログラムの技法や工夫
プログラミング技術力 アイデア 知識 知識投資 デザイン 設計 研究開発 デザイン能力
開発能力 研究能力 市場リサーチ
コンテンツ作成力 娯楽作品 文芸作品 芸術・アート 創作 著作権 社会関係
ネットワーク ネットワーク構築 サプライチェーン サプライチェーン管理 企業経営の方法
革新的な経営のノウハウ ITを活用した独自のシステム

図表4：超過収益力の要因

経営者・従業員の個人の能力の高さ 経営者の資質・経営手腕 従業員の技能・習熟度
組織の体系やしきみと、組織文化が優れている
製品製造に関する技術力の高さ
新製品の開発に関する技術力・独創性・デザイン力・マーケティング力の高さ
差別化された製品・サービスとその人気の高さ
低コスト構造
ビジネスモデルや価値創造モデルが優れていること
特許権、商標権、著作権などの知的財産権による独占的使用権を活用した有利性
会社名・商号、商品、商標、ブランドの高い浸透度
顧客からの信頼・信用、評判、社会的評価の高さ イメージの良さ
営業所、販売店などの立地条件がよいこと
製造方法について他企業が同質にできない機密・秘密・秘伝などがある
取引先と有利な関係があること 取引先情報
顧客と有利な関係があること 顧客名簿 顧客との関係システムを構築していること
銀行などの資金調達先と有利な関係があること
その他、他の企業のもたない競争上の有利さをもたらす長所

図表5：イノベーションのための支出の会計処理

支出対象の内容	勘定科目	処理の方法
新技術の採用、新資源の開発、 新市場の開拓、経営組織の改善 経常的に支出するものではないもの	開発費	支出時に全額、販売費及び一般管理費として費用処理 or 繰延資産として費用計上
新技術の採用、新資源の開発、 新市場の開拓、経営組織の改善 毎期経常的に支出する性格を持つもの	開発費	支出時に全額、販売費及び一般管理費として費用処理
新しい知識の発見を目的とした計画的な調査及び探究である研究	研究開発費	支出時に全額、販売費及び一般管理費として費用処理
新しい製品・サービス・生産方法についての計画、 設計として、研究の成果その他の知識を具体化する 開発	研究開発費	支出時に全額、販売費及び一般管理費として費用処理
既存の製品等を著しく改良するための計画、設計と して、研究の成果その他の知識を具体化する開発	研究開発費	支出時に全額、販売費及び一般管理費として費用処理
人材への投資、人的資本への投資、従業員の成長への 投資	教育研修費 従業員募集費・採用 費	支出時に全額、販売費及び一般管理費として費用処理
研究開発により取得した、特許権、実用新案権	特許権、実用新案権 (無形固定資産)	無形固定資産として資産計上 (事務手続き費用・手数料・税金等の金額のみを資産計上)
設備投資(工場、機械装置、設備、機器など)	有形固定資産	有形固定資産として資産計上
無形資産への投資	さまざまな勘定科目	無形固定資産として資産計上 できるものは資産計上 それ以外については、各種の費用または資産として計上
ソフトウェア制作のための支出	ソフトウェア (無形固定資産) 研究開発費 その他の販管費	無形固定資産として資産計上 すべきものは資産計上 それ以外については、費用処理
新しい組織の実現としての企業合併	諸資産・諸負債 資本金・資本剰余金 のれん・負ののれん	買収価額(対価)と買収先企業の純資産時価評価額との差額は、のれん(無形固定資産)または負ののれん(特別利益)として計上
新しい組織の実現としての企業買収・子会社化	子会社株式(個別) のれん(連結)	連結会計上、子会社株式の取得金額と子会社の純資産時価評価額の親会社の所有割合分の金額との差額は、のれん(無形固定資産)または負ののれん(特別利益)として計上

6 財務諸表に基づく企業イノベーションの評価

ここまでの考察を基礎にして、財務諸表に基づいた企業のイノベーション創出の実績および将来性の評価について検討する。財務諸表に基づく評価は、企業内部者も使うことはできるが、主として、企業内部の情報を直接的に保有しない企業外部者による評価の方法といえる。

次のような評価・検討視点がある。

- ①企業がイノベーションを創出するためにどのような企業努力をしているか、というプロセスの評価
- ②企業が実績としてどのようなイノベーションを創出する成果をあげたかという、イノベーションの創出そのものの具体的な成果・結果の評価と、そのイノベーションが企業業績に及ぼす影響の評価
- ③イノベーションを創出する企業の基本的能力の評価
- ④企業が今後どのようなイノベーションを創出することができるかという将来性の評価

①企業がイノベーションを創出するためにどのような企業努力をしているか、というプロセスの評価

財務諸表に記載されている会計数値に基づき、以下のような分析ができる。これらはすべて企業自身のイノベーションに対する方針や具体的内容についての説明と照らし合わせて、検討・評価する必要がある。

研究開発投資としての研究開発費の金額、開発費の金額が大きいほど、イノベーション創出のための努力度が大きいといえる。研究開発費と開発費は、合計して取り扱ってもよい。

研究開発費の金額が大きければ、それだけでイノベーションの創出の量や質が大きくなるというような単純な比例関係はないであろうが、大局的・平均的には、おおまかな比例関係を期待してよいであろう。しかし、ベンチャー企業に比べて資金力に大幅な余裕がある大企業では企業をさらに発展させる類のイノベーションが生まれにくいというイノベーションのジレンマが生じ、ベンチャー企業の方で、消費生活を革新するようなイノベーションが生まれるということもよく観察される場所である¹²⁾。当然、現在においては、大企業もそのような問題点を考慮してイノベーション・マネジメントを行っているはずといえるだろう。

売上高研究開発費比率（研究開発費／売上高）、売上高開発費比率（開発費／売上高）が高いほど、イノベーション創出のための努力度が大きいといえる。

研究開発費が大きく、また、特許権（無形固定資産）、実用新案権（無形固定資産）の金額が増加している場合は、イノベーション創出のための努力度が大きいといえる。

研究開発費の金額は、上場企業であれば、有価証券報告書の第2【事業の状況】 - 【研究開発活動】の箇所にも、その金額が記載されている。また、連結財務諸表【注記事項】（連結損益計算書関係）の箇所にも金額が記載されている。会社法上の大会社、上場会社といった大企業であれば、多かれ少なかれ、自社の製品・サービスなどについて研究開発を行っているものの、研究開発活動の費用を通常の業務活動における一般管理費（人件費や営業経費）と区別せず、

研究開発費として金額を明示していない企業も多い。それは研究所・研究室を設けていない、金額が僅少であるから、というような理由があると考えられるが、研究開発活動に多額の資金を投入している企業の場合は、上記のような開示により、研究開発費の金額を明示している。したがって、開示により研究開発費の金額が把握できる場合は、その金額により、イノベーション創出への企業の資源投入の大きさや意志の強さを評価することができ、その金額の比較によって、企業間比較もできるといえよう。

人的資本投資としての教育研修費の金額が大きいほど、イノベーション創出のための努力度が大きいといえる。従業員数のデータを用いて、1人当たり人件費（給与手当＋賞与手当＋退職給付費用等／従業員数）を計算した場合、1人当たり人件費が高いほど、労働の対価として高い報酬を払っていること、従業員がそれに見合った成果を出していること、従業員の能力が高いことを反映している可能性があり、1人当たり人件費の上昇は、人的資本投資として、イノベーションを創出する可能性を高めるといえる。ただし、販売費及び一般管理費の内訳として、人件費や教育研修費が明示されていない場合も多い。

キャッシュ・フロー計算書の有形固定資産の取得のための支出の金額により設備投資の金額が大きいほど、また、無形固定資産の取得のための支出の金額により無形固定資産への投資の金額が大きいほど、イノベーションの創出の規模や数が大きくなる比例関係が想定される。

設備投資対営業キャッシュ・フロー比率、設備投資対当期純利益比率（短期（1年）・長期（5年程度））、無形固定資産投資対営業キャッシュ・フロー比率、無形固定資産投資対当期純利益比率といった財務比率によって、設備投資、無形固定資産投資の積極性やウエイトを分析することもでき、それらの比率が高いほど、イノベーション創出のための努力度が大きいという場合もあるといえる。

②企業が実績としてどのようなイノベーションを創出する成果をあげたかという、イノベーションの創出そのものの具体的な成果・結果の評価と、そのイノベーションが企業業績に及ぼす影響の評価

財務報告書や広報により、企業自身がどのようなイノベーションを創出したかを説明している場合は、その内容に関連する財務諸表項目を分析し、さらにその項目の金額・増減が、当期および次期以降の純利益にどのような影響を与えるかを分析する。

売上原価率（売上原価／売上高）の低下、売上高販管費比率（販管費／売上高）の低下が生じている場合は、コスト削減に関するイノベーションが結実した結果の可能性がある。

コスト削減については、企業は、継続的に取り組みを行っていることが普通であるが、コスト削減につながるイノベーションについても、急進的イノベーションと漸進的イノベーションがあり、前者であれば、1期において急激な売上原価率の低下、売上高販管費比率の低下が現れ、後者であれば、一定期間にわたって恒常的・持続的に低下していくことになるだろう。3節の図表1で説明した、売上高費用率を低下させる方法がある。

コスト削減に関するイノベーションについて企業自身による説明がある場合は、その説明と財務諸表上の関連数値を照らし合わせて評価する必要がある。たとえば、新しい調達先の開拓

に成功した、新技術の開発やテクノロジーの導入・活用により大幅なコスト削減に成功した、という場合であれば、その原価の項目を分析し、さらに、それが利益に与える影響を分析することになる。

ROA（利益／資産）が一定期間にわたって恒常的・持続的に上昇している場合は、各種のイノベーションが結実した結果の可能性¹³⁾がある。

売上高が一定期間にわたって恒常的・持続的に上昇している場合は、新製品・サービス開発、新市場・顧客の開拓といったイノベーションが結実した結果の可能性がある。

これらについては、新製品や新技術の開発・提供開始といったイノベーションの具体的成果についての企業自身による説明と照らし合わせて評価する必要がある。その企業がどのようなイノベーションを創出したかという説明を、売上高、純利益といった業績の上昇で評価することができる。

③イノベーションを創出する企業の基本的能力の評価

イノベーションを創出するためには、イノベーションのジレンマ（イノベーションに成功した先行企業が現在の顧客の利便を優先するがゆえに、まったく違った製品サービスの開発によって新しい顧客を開拓する次のイノベーションを起こすことができず、新興企業に市場競争で敗北して衰退すること）という例外も指摘されているものの、資金力があつた方が有利であり、優秀な従業員の人数が多い方が有利であり、研究開発力が高く、研究開発の過去の蓄積が大きい方が有利であるだろう。

売上高、販売費及び一般管理費（人件費、研究開発費、広告宣伝費）、営業利益、当期純利益、資産合計、純資産合計、利益剰余金合計といった金額の大ききで示される企業規模が大きい方が、イノベーションを創出する基本的能力が高いといえるだろう。利益がマイナスになるなど経営状況が悪い企業の場合、イノベーションを創出するために資金や人材などの資源を割り当てる余裕がない可能性が高い。ただし、危機的状況において、その状況を打破するために、ピンチはチャンス、背水の陣という発想で、極限状況で起死回生のアイデアが生まれる可能性もある。

④企業が今後どのようなイノベーションを創出することができるかという将来性の評価

企業が安定的に成長している場合、無理のない持続可能な成長であれば、企業活動や企業の経営資源の配分などについてバランス（均斉）がとれていると言えるだろう。

売上高、販売費及び一般管理費（人件費、研究開発費、広告宣伝費）、営業利益、当期純利益、資産合計、純資産合計、利益剰余金合計といった金額の増加率・成長率を計算し、安定的かつ均斉的に、また、良い財務構造比率をキープしながら企業成長しているようであれば、イノベーションの創出にじっくりと取り組むことができ、現在に引き続き将来においてもイノベーションを持続的に創出し続けることができる可能性が高い。また、収益性が高い企業や、資金力が大きい企業についても同様である。

これらの会計数値およびそれに基づく財務比率の良し悪しの判断基準については、同業種の

企業における平均値と比較する、類似する企業・諸企業の数値・平均値と比較する、多数の企業の平均値と比較する、といった方法があるだろう。

7 おわりに

本稿では、わが国の経済成長のために必要とされる企業のイノベーションと、財務諸表の関係について考察した。

イノベーションの企業内および企業外に対する効果や、イノベーションの創出環境を整理し、イノベーションと市場競争下にある企業の利益および企業価値との関係を整理し、イノベーションに関する支出の企業会計上の会計処理を整理したうえで、財務諸表・会計情報を使った、企業のイノベーション創出の実績および将来性についての評価に関するフレームワークを示した。

企業がイノベーションを創出するための企業努力と、イノベーションを創出した結果と、イノベーションがもたらす企業業績や企業価値の向上と企業成長およびそれらの将来性・持続可能性を、財務諸表に基づいて評価する枠組みは、企業のイノベーションの創出の促進のために企業会計が一定の役割を果たすことができることを示すものでもある。

イノベーションに関係する研究開発投資、無形資産投資、人的資本投資、設備投資、組織への投資などは、必ず財務諸表上の会計数値のどこかに現れるものである。ただし、それらは必ずしも貸借対照表に資産として計上されるものではない。それらの支出は即時費用処理されることも多い。無形資産の多くは、無形固定資産として貸借対照表に計上されることはない。しかしながら、それらが企業価値を高める可能性の高い効果を持つと判断されて支出されたという意味で無駄なものでなければ、企業会計上、貸借対照表に資産として計上されないとしても、企業の持続的な成長の要因や企業価値を高める要因となるものである。人的資本への投資についても同様である。財務諸表を使った企業分析の枠組みにおいても、これらの点について、深い検討が必要となる。

今後の課題として、企業会計が企業のイノベーション創出を促進するための方法に関する研究をより進めていく必要がある。会計数値と企業価値の関係に関する数理的なモデルを使って、イノベーションの影響をモデル分析的に分析することも可能である。

企業会計および財務諸表を、企業のイノベーションの推進のために、より役立つように変革することができれば、企業会計および財務諸表の社会的な有用性がさらに高まるといえる。

【註】

- 1) ポーター〔2018〕『[新版] 競争戦略論Ⅱ』7頁。
- 2) 内閣府〔2022〕『令和4年度年次経済財政報告』102頁。
- 3) 福島一矩〔2017〕「管理会計による急進的イノベーションの促進—管理会計能力に基づく考察—」『管理会計学』25巻1号3-18頁。
- 4) 堀井悟志〔2015〕「予算管理とイノベーションの創出」『管理会計学』23巻1号61-71頁。
- 5) ドラッカーは、イノベーションの目標を設定するうえでの最大の問題が、イノベーションの影響度と

重要度の測定の難しさにある、としているように、企業自身にとっても、イノベーションが企業自体にどのような影響を及ぼすかを評価することは難しいという面がある。ドラッカー『マネジメント[上] 一課題、責任、実践』140頁。

- 6) ポーター [1995] 『(新訂) 競争の戦略』19-20頁。ポーター [1985] 『競争優位の戦略』15-17頁。
- 7) シュンペーター [1979] 『経済発展の理論 (上)』183頁。なお、ドラッカーはイノベーションを3種類に分けている。製品とサービスにおけるイノベーション、市場におけるイノベーション、製品とサービスを市場にもって行くまでの流通チャネルにおけるイノベーションである。ドラッカー『マネジメント[上] 一課題、責任、実践』140-141頁。
- 8) 事業を一から育てて成長させていくには時間がかかるが、合併・買収によれば、一定の大きさに成長した後の事業を一度に取得することができるため、合併・買収は、時間を買う戦略と呼ばれることがある。
- 9) 投資その他の資産に関する、企業外部の主体に対する利殖目的での投資と回収については、フリー・キャッシュ・フローの計算上、調整することもある。
- 10) 企業の設立から解散までの全体期間を通して見ると、純利益の総合計と、事業によるキャッシュ・フローの総合計と、株主への純配当の総合計は、金額の大きさが一致する。
- 11) 企業会計審議会 [1998] 「研究開発費等に係る会計基準」。
企業の設立から解散までの全体期間を通して見ると、純利益の総合計と、事業によるキャッシュ・フローの総合計と、株主への純配当の総合計は、金額の大きさが一致する。
- 12) クリステンセン [2001] 『イノベーションのジレンマ 増補改訂版』296-297頁。成功している企業は、技術、ブランド、生産能力、マネジメント、販売能力、資金力などに恵まれていながら、自社の収益獲得モデルに適合しないことに時間をかけることが難しく、現在の顧客のニーズをよく聞くことで成功しているため、やり方や状況をまったく革新する破壊的なイノベーションに投資することが意味を持たず、技術革新を無視したり、新規市場への参入が遅れることで、破壊的なイノベーションを起こした新規参入企業に敗北する失敗をすることがある。これをイノベーションのジレンマという。
- 12) ROAの分母の資産については、総資産以外に、事業に使用している資産として、棚卸資産+前払金+前払営業費用+有形固定資産+無形固定資産、といった金額を使うこともできる。

【参考文献】

内閣府 [2022] 『令和4年度年次経済財政報告』。

日本公認会計士協会 [1998] 「会計制度委員会報告第12号 研究開発費及びソフトウェアの会計処理に関する実務指針」。

福島一矩 [2017] 「管理会計による急進的イノベーションの促進—管理会計能力に基づく考察—」『管理会計学』25巻1号3-18頁。

堀井悟志 [2015] 「予算管理とイノベーションの創出」『管理会計学』23巻1号61-71頁。

Christensen, C.M. [2013] *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (Management of Innovation and Change)*, Harvard Business Review Press.

(クレイトン・クリステンセン著、伊豆原弓訳 [2001] 『イノベーションのジレンマ 増補改訂版』翔泳社。)

———, C.M., Raynor, M.E. [2013] *The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth*, Harvard Business Review Press. (クレイトン・M・クリステンセン、マイケル・ライナー著、櫻井祐子訳 [2003] 『イノベーションへの解』翔泳社。)

Drucker, P.F. [1993] *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*, Harper Business.

- (P・ドラッカー著、上田 惇生訳 [2008] 『マネジメント [上] [中] [下] 一課題、責任、実践』ダイヤモンド社。)
- [2006] *Innovation and Entrepreneurship*, Harper Business. (P・ドラッカー著、上田 惇生訳 [2007] 『イノベーションと企業家精神』ダイヤモンド社。)
- Porter, M. E. [1980] *Competitive Strategy*, Free Press. (マイケル.E. ポーター著、土岐坤・中辻萬治・服部照夫訳 [1995] 『(新訂) 競争の戦略』ダイヤモンド社。)
- . [1985] *Competitive Advantage*, Free Press. (マイケル.E.ポーター著、土岐坤・中辻萬治・小野寺武夫訳 [1985] 『競争優位の戦略』ダイヤモンド社。)
- Porter, M. E. [2008] *On Competition, Updated and Expanded Edition*, Harvard Business Review Press. (マイケル E.ポーター著、竹内弘高訳 [2018] 『[新版] 競争戦略論 I II』ダイヤモンド社。)
- Schumpeter, J.A. [1912] *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*. (ヨーゼフ.A.シュンペーター著、塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳 [1979] 『経済発展の理論：企業者利潤・資本・信用・利子および景気の回転に関する一研究』岩波文庫、岩波書店。)