

ギンザー教授の「なぜ、一般購買力を用いるのか」について

山 谷 公 基

目 次

- I はじめに
- II 測定の単位
- III インフレーションのための会計と貨幣価値変動のための会計
- IV 資源（資産）の比較の基準
- V 株主資本の一般購買力維持
- VI 管理のためのもしくは受託責任に合うための会計
- VII おわりに

I はじめに

ギンザーは多数の論文を発表しているが、次の三つの論文が代表的なものである。それらは‘Accounting Concepts and Behavioral Hypotheses’, Accounting Review, April, 1967, ‘Capital Maintenance, Price Changes and Profit Determination’, Accounting Review, October, 1970, そして‘Why Use General Purchasing Power?’, Accounting And Business Reserch, Spring, 1974,である。この3番目の論文が本稿に取りあげるものである。日本語で示せば、‘なぜ、一般購買力を用いるのか’である。

ギンザーは次のように述べる。本論文の目的は一般購買力を弁護しようとする人々によって与えられる理由を、会計の改善また、あるいは報告の

改善の立場から、批判的に分析しようとするものである。すなわち、ここでは一般購買力の使用についての批判が五つの観点から検討される (p.141 参照)。そしてその場合、ギンザーは単に批判するだけでなく、自分の立場も明瞭に述べている。すなわち、ギンザーは一つの分離実体 (一つの投資する実体) の立場から、会計は行なわれるべきであり、資本維持論としては、営業能力資本維持概念 (主に、現在市場購入価格に基づく) がとられ、資産の評価方法としては、主として現在市場購入価格すなわち特殊購買力がとられる、とする。このような見方から批判することになる。また、ギンザーは一般購買力の批判を行なう場合、それは会計の根本概念との関わりでなされるべきである、とする。

上の目次に従って、どのような事が論じられるか、若干ふれておこうと思う。IIについては、貨幣が用いられる。これは貨幣的評価の公準といわれる。貨幣は絶対的尺度ではない。時間や場所によって、その購買力は変化する。この場合、測定単位として、どのような購買力単位が適切であるか、ということが問題となる。ギンザーは特殊購買力の立場から、一般購買力の見解を批判する。IIIについては、どちらも概念上通常は同一に用いられているが、ギンザーはインフレーション会計と貨幣価値変動会計は相異するところがある、と述べる。また、IIIは先のIIとの関連で、つまり測定単位との関連で論じられている。IVについては、一般購買力で行なう比較と特殊購買力で行なう比較とが論じられている。その場合、比較される数値はどちらが有効であるか等が論じられている。Vについては、株主を消費者と考えると、消費者価格指数を用いるべきである、という論者がいる。これらの見解を批判したものである。VIについては、一般購買力で行なう会計もこのような (VIの表題) 会計目的に一応合致するものではあろうが、一般購買力会計では、これらは原価主義会計よりも若干広い意味でとらえ

られている。これらは従来とは異なる広い意味から（実体の将来に影響を与えるような意味から）とらえなおされる必要がある、とする。

II 測定の単位

価格上昇時において、会計を改善しようとする多くの主張が一つの測定単位として、会計または報告過程へ一般購買力における変動を取り入れよう、と論じている。まず、ムーニッツ教授 (M. Moonitz) の見解を取り上げている。彼は次のように表明する。われわれは、他の財貨や用役を支配する力が一定である貨幣の型（また、その型は決して現れない）がないか、あるいは異なる時点で、貨幣の異なる交換価値を測定するために、一定の交換価値における単一の測定単位がないか、それらを探し求めている。後者は、直接的にはなされ得ない。というのは、異なる日のドルのための（また、購買力の）市場はないからである。しかし、それは、間接的にはなされうる。その測定単位は一般価格指数である。これによれば、貨幣は異なる時点で使用され得る¹⁾、と。前者のような絶対的貨幣の型は、現実には存在しない。後者は一般購買力指数による再表示を示す。

また、このような表明の基礎にある理由は次のような事柄である、と彼は述べる。一つの目的物の長さを測定するために、たとえばわれわれはメートルあるいはフットの単位に基づく一つのはかりを必要とする。もしも、その長さが10メートルであるならば、またその同じ長さが異なる単位で表されるとすれば、その結果は33フィート（概算で）として表されうる。一つの目的物の重さを測定するために、たとえばわれわれはキログラムあるいはポンドの単位に基づくはかりを必要とする。所与の目的物のた

めに、10キログラムの重さは22ポンド（概算で）の結果と同じである。属性を示す“長さ”あるいは“重さ”は一つの単位もしくは他の単位で表されうる。もう一度表すとすれば、その結果は一つの単位から他の単位に変えられうる。しかし、単位が統一していれば意味があるが、単なる数字における相違は、意味がない。同じような事は、われわれが“貨幣の交換価値”における変動を、つまり市場における財貨と用役を支配する貨幣の購買力を測定するために会計において用いられる単位における変動を、測定しようとする価格水準会計においても、言える。たとえば、一般購買力の指数が100から200になれば、貨幣の交換価値における減少は半分になると説明される。一般購買力による測定単位によれば、ドルは50%に減少する。この影響のために、またこの影響のみのために再表示される貸借対照表は一つの測定単位から他の単位へ基礎的財務資料の再表示を示すべきである。たとえば、“1965年の年度末におけるドル”から、一般購買力を用いて“1970年の年度末におけるドル”へ修正するかのごとくである。しかし、一つの単位から他の単位へのこの再表示は測定される属性において、この属性以外の変動を反映しない。二つの数字間の相異、たとえば“1965年の年度末におけるドルによる全資産”と“1970年の年度末におけるドルによる全資産”との間の相異は、メーターやフィートあるいはキロとポンド間の相異が上の例で持っていた意味以上のものではない¹¹⁾、と。すなわち、メーターからフィートあるいはキログラムからポンドに換算することは1965年末のドルを一般購買力を用いて1970年度末のドルに修正することと同じである、と言うのである。また、貨幣の統一的測定単位の決定は上のような事情でなされる、と言うのである。

同様な‘測定単位’の表明は英国とウェールズ勅許会計士協会の基礎研究、アメリカ公認会計士協会の会計原則委員会、チェンバース (Chambers),

スタンプ (Stamp), ヒース (Heath) 等によってもなされている (p.142参照)。

ギンザーはムーニッツの上の見解に対して、次のように反論している。ある国で、一般指数を計算することは、物理的に可能であるかもしれないが、それはある一つの実体 (たとえば、人、企業等) に対して真の意味を持ちえないであろう。たとえば、時のある点で、アメリカドルはアメリカにおける実体の多くの経営者にとって同じ価値を意味しないし、またポンド貨はイギリスにおける実体の経営者にとって同じ価値を意味しない。これらの国々の人々が彼らのポケットに貨幣を持つ時、彼らは保有する一般購買力を彼ら自身分らない。しかし、その場合彼らは、彼らがおそらく買うはずである特定の財貨から保有する貨幣の特殊購買力を一般購買力よりも良く知ることが出来る (pp.142—143参照)。

他方で、これらの同じ人々が、メーターあるいはキログラムのような標準測定が何を示すかを正確に知っている。もしも、彼らが知らないならば、特殊な物理的状态を調べることによって、標準的規則や重量を知ることができる。一般購買力のドルはメーターやキログラムと同じような標準的測定単位では決してありえない。ただし、ドルに対する標準的測定単位が法令によって定まっていって変動しないならば、その時はメーターやキログラムにおける意味と同じになるであろう (p.143参照)。

一つの国において、ゼロインフレーションの状況においてさえ、多くの異なる財貨の価格は異なる方向へ、また異なる割合で変動するであろう。これらの変動は異なる方法で、異なる実体に影響するであろう。完全な価格指数は真に、個人的概念であり、また1実体にとってのみ適用可能である (p.143参照)。

ギンザーはアルチアン (A. A. Alchian) とアレン (W. R. Allen) の見

解を取り上げて、彼自身の考え方を補強している。「ドルは、単に一つの便利な交換手段として役立つが、貨幣価値や市場価格は個別的な主観的価値を反映する」¹⁴⁾と。

要するに、購買力は個人によって異なるものであり、メートルやキログラムのように万人にとっての共通尺度ではないということ、従って購買力は個別的な主観的なものであるべきである、とする。また、一般購買力は、ある個人が実際に、今貨幣をもっているにもかかわらず、特殊購買力は今から購入しようとする財貨と付き合わせることによって、比較的よく知ることができる。あるいは、ある個人は自分に必要な特定財貨の価格は通常知っている。貨幣は、それを所有している人がその価値を知っていなければ無意味である、と暗にいうのである。だから、特殊購買力の方が良い、というのである。

また、この表明の基礎にある他の理由として、ムーニッツは次のような点もある、と述べる。「アメリカドルの1,000ドルは衣服、くつ、石炭、石灰石、油、ハンマー、のこ、広告欄等のある組み合わせで、金額がもちろん1,000ドルを越えない範囲で購入しうる。さらに、財貨や用役を購入するこの力はニューヨークあるいはシカゴ、サンフランシスコあるいはファーゴにおいてそれぞれ同じだけ有効であり、またそれは1,000ドルを保有している人にとって、また彼らが1,000ドルをどこで得たか、彼らが1,000ドルをいかに得たか、あるいは彼らが貨幣を使用するために過去のある時に何をしようとしたかについて、彼らの間には相異はない。貨幣は一般化された購買力である」¹⁵⁾と。

ギンザーはこの見解に対しても、次のように反論する。これは正しくない。ドルの購買力は、場所が変われば、変わり、またある場合においては特にそうである。それは一般化されない。ドルの購買力はニューヨーク市

で相並んで取引している二つの会社にとっても、また相並んで生活している二人の生活者にとってさえも異なっている。それらは異なる消費の型もっている (p.143参照)。

次に、チェンバース教授 (R. J. Chambers) の見解を取り上げている。「市場の観点から、貨幣の所与の額は、たとえ誰がそれを支払ったとしてもあるいは誰がそれを受け取ったとしても同じ意味をもつ。その額の保有者にとって望まれる財貨のある集積 (any collection) との交換によって提供されるその事実のうちに存在する；それは一般的に市場の財貨や用役の支配力あるいは一般購買力を示す」^{v)}と。

ギンザーはこの見解について、上に見たムーニッツ教授のそれと同じように根拠のない仮定である、と論じている。すなわち、市場は一つの観点を持っていない。市場で営業している実体の個人の経営者は観点を持っているし、また観点は個人的需要、個人的価値組織等に依存している。チェンバース教授は上のように、「その額の保有者にとって望まれる財貨のある集積」という事をいうが、保有者にとって望まれる財貨はかなりの程度で、——また、各々の場合において異なる程度に——各個人の財貨の範囲を制限する。その結果は一般購買力ではなくて、個人的購買力が重要となる (p. 144参照)。しかし、このことはチェンバース教授も認識しているように思える。彼の以下の見解から、そのことは知られる。「人々は、彼らが望む財貨の種類と価格における相対的変動の利便を考えることの可能性を含めて、思いがけない出来事に対する予防策として、財貨の準備のために彼らの日々の需要に合うように十分に貨幣の在庫を持つように努める」^{vii)}と。このことは個人を意識した見解と見うる、とギンザーは推察している (p.144参照)。

ギンザーは、本節の最後で次のように述べている。一般購買力が「標準的

測定の単位'を構成するということは、仮構に基づく会計モデルを規定するということであり、非常な誤りである。'測定の標準的単位'はすべてにおいて（パリにおける専門の測定器による）照合されうる正確な事項である。各種の特殊指数が一般購買力の平均的動きの回りで大きく変動しているという事実は、一般購買力が多くのあるいは大抵の実体にとって'測定の標準的単位'の概算にさえなり得ないということを示している。根拠のない追加的修正によって、慣習的会計を改善するためのある試みは現実から、さらに離れるようになる会計に、単に結果するだけである（p.144参照）。

註

- i) Maurice Moonitz, 'Price-Level Accounting and Scales of Measurement', *Accounting Review*, July, 1970, p.469.
- ii) *Ibid.*, pp.465—466.
- iii) A. A. Alchian and W. R. Allen, *University Economics* (Belmont Wadsworth Publishing Co. Inc. 1964), p.248.
- iv) Maurice Moonitz, *op. cit.*, pp.469—470.
- v) Raymond J. Chambers, *Accounting, Evaluation and Economic Behavior* (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc., 1966), *op. cit.*, p.70.
- vi) *Ibid.*

III インフレーションのための会計と 貨幣価値変動のための会計

ギンザーは本節について次のように述べる。「前節で述べられたことの多くがここでも、また論じられる（しかし、それはすすんでそうするのではないが）。われわれは、ある人々が測定の単位についてあることを（深い理由を——山谷——）実際に述べることなしに、インフレーションのための

会計もしくは貨幣価値変動のための会計を論ずるために、この節を設ける」(p.144)と。会計基準運営委員会によって1973年1月に発行された討議資料ED 8はその典型的なものである。すなわち、その8節は、この表明で提案される方法はインフレーションの年次勘定上の影響を示すものである、となっている。また、10節は、表明の目的を、貨幣価値における変動を測定する、ためである、と述べている。さらに、前節の105頁から106頁にわたってムーニッツ教授が述べた測定単位の議論は、インフレーションのためのまた貨幣価値変動のための会計についてのまさに世なれた (sophisticated) 拡大であろう (p.144参照)。ギンザーは後でも述べるが、インフレーションのための会計だけで良い、としている。

たとえば、貨幣の全般的供給における増大によって引き起こされた純粹のインフレーション、すなわち需要牽引インフレーションや費用圧力インフレーション等について各種の経済理論があるとしても、インフレーションという語句は消費者価格指数や同様な指数における増大との直接的関連において用いられるようになってきた。これらの指数は多くの種類の価格に基づいた平均であり、またこれらの価格はさまざまな理由のために変化する。なぜ、個別企業に適合する個別価格が平均的なある一般指数の回りを変動するのかを誰も主張しないのであろうか (p.144参照)。

インフレーションのためのまた貨幣価値変動のための会計の弁護者は彼らの会計の改善の方法において一つの一般購買力指数 (常に、貨幣価値の逆数あるいはそれについての代用品) の使用を主張する。しかし、インフレーションが種々の方法で各実体に影響する時、いかにわれわれはただ一つの価格指数を用いることをインフレーションのために説明できるであろうか、また貨幣が各実体にとって、特に時を通じてある相異を示す時、どうしてわれわれは貨幣価値の変動についてただ一つの価格指数を用いねば

ならないことを説明せねばならないのであろうか。われわれは1国家の観点から、貨幣価値の変動について語ることができるが、個人の実体的観点から、それはできない(pp.144—145参照)。ギンザーは、インフレーション会計は個人の実体的な観点から説明すべきであり、貨幣価値変動会計については、貨幣は国にあるすべての財貨に付着しているものであるから、国家の観点から説明されるべきものである、とする。従って、インフレーション会計が採用される。インフレーション会計においては、測定単位として特殊価格指数が用いられる。ギンザーの考えを簡単にまとめれば次のように示すことができよう。

| | | |
|----------|---|---|
| 価格 変動 | { | 国家の観点 (一般的・全体的観点) → 一般購買力指数 → 貨幣価値 変動会計 |
| | | 個人の実体的観点 (個別的観点) → 特殊価格指数 → インフレーション 会計 → 価格水準変動会計 |

上に見たように、ギンザーは特殊価格指数を用いる訳であるが、それについて、エドワーズ (R. S. Edwards) 教授の見解を取り上げている。「われわれが特定の財貨と用役の価格変動を吟味することによって、貨幣価値の変動を測定するつもりならば、特定の財貨・用役を選択し、その各々に付着するように加重せねばならない。……」¹¹⁾と。また、スターリング (R. R. Sterling) 教授の見解を取り上げている。「ある指数の意味は、逆に購入の仮定の型から離れば、離れる程、変化する。その型はあいにく完全には、ある特定の人々には合わないし、またそれは広く変動する。消費者価格指数は菜食主義者あるいは酒、女また歌を楽しむ遊び人にとっては、ほとんど適切でない肉やミルクを含んでいる」¹²⁾と。用いるべき測定基礎は特殊購買力指数である、とする。

ギンザーは、最後にこのように述べている。われわれはあらゆる種類

(人々、企業、会社、組織等)の実体のために、またそれらの個人的計画、意思決定、そして管理問題におけるそれら(人々等)とそれらの株主を助けるために、特殊なまた異なる価格変動を説明することを試みるべきである。われわれは、インフレーションは明らかにそれらすべてに影響しているということ¹⁾、また一つの一般的型である指数のすべての実体に対する全般的使用はこれらの目的のためには助けにならないであろうという事実を認めなければならない(p.415参照)。

註

- i) Ronald S. Edwards, 'The Nature and Measurement of Income' in W. T. Baxter(ed.), *Studeies in Accounting* (Sydney: Law Book Co. of Australia Pty Ltd., 1950), P.243.

このエドワーズ教授の文章はまだ続いているが、つまりギンザーが引用文として上げている4分の1程度をここでは示している。というのは、以前九州産業大学「商経論叢」第36巻第1号、ギンザー教授の「価格水準変動のための会計——ひとつの一般的指数かいくつもの特殊指数か——」について——山谷著——の中のp.18で取り上げたエドワーズ教授の引用文と同じであるので、またそこでは全文を示しているので、ここでは一部分のみを示す、こととした。

- ii) Robert R. Sterling, *Theory of the Measurement of Enterprise Income* (Lawrence: The University Press of Kansas, 1970), p.339.

1) このような事から、ギンザーは内容的には、価格水準変動会計とインフレーション会計は同じである、と見ている。

IV 資源(資産)の比較の基準

本節では、資源の比較の問題が取り上げられているが、内容としては、まず貨幣や一般購買力の意味を論じた後、比較の問題すなわち、(a)一つの実体における資源の内部期間比較、(b)同期間における異なる実体の資源比

較の問題を論じている。これらの論述はローセンフィールド (P. Rosenfield) 氏の一般購買力に関する見解を中心に提起し、それを批判する形で進められている。

アメリカ公認会計士協会の会計研究部門の研究員 (staff) であるローセンフィールド氏は資源の比較に関連して、一般購買力について次のように述べる。「一般価格水準の再表示は各種の資源を比較するために、会計で用いられるべき基準の問題に接近する……。個人あるいは企業は、しばしば資源の集積を比較しようとする……。貨幣は多くの限定された経済において比較の基準として用いられる……。貨幣は、他の資源と交換されるということが広く認められているし、またそれは、資源との関連が強いため基準として用いられる。しかし、貨幣が基準として用いられることについては若干の欠点を持っている：貨幣の一般購買力——一般的な財貨と用役についての支配力——は非常にあてにならない。貨幣における増加は一般購買力における増加を示さないかもしれない。一般購買力それ自身は大いに重んぜられている考え方である……。一般購買力の単位は工夫されるかもしれない……。また、各種の資源の集積はその基準に対する工夫の具合によって比較されるかもしれない。

一般価格水準の再表示は貨幣の単位から一般購買力の単位へ各種の資源を比較するために用いられる基準を変換するという会計の過程である……」¹⁾。

これに対して、ギンザーは次のように二つの点で、ローセンフィールドの考え方を批判している。まず、最初に彼によって採用されるある根拠のない仮定を指摘することが必要である。彼は、貨幣が一つの基準として用いられうる、ということを用いる。それは間違っている。それは交換の手段として用いられる。それはそれを用いる人々にとって共通の基準ではない。

人によって異なるものである。さらに、たとえわれわれが一般購買力の単位を用いるとしても、それはまた一つの基準ではないであろう。それは、ある一人一人にとっては意味がないであろうし、またそれ故に一つの基準、すなわちメーターやキログラムのような標準的基準とは異なっている (p. 146参照)。

次に、ローセンフィールドは、一般購買力は上のように大いに重んぜられている考え方であるというが、そうではない。一般購買力は、個人にとっては分らない¹⁾。特殊な個別購買力が多くの場合において重要である。タバコ製品の一般購買力が明日変動するとしても、それを吸わない人にとっては、関係がない。一般購買力の変動はすべての人々にとって重要なものではない (p.146参照)。

ローセンフィールドは2種類の資源比較の問題を取り上げている。それは上にあげた(a)と(b)である。その場合、ギンザーは、(a)の説明ではローセンフィールドではなく、アメリカ公認会計士協会の会計調査研究 NO.6 の見解を用いている。(b)では、ギンザー自身の見解が述べられている。

(a) 一つの実体における資源の内部期間比較

一般購買力を用いて、資源の内部期間の比較を論ずる者として、ローセンフィールドの他に、英国とウェールズの勅許会計士協会の基礎研究、会計調査研究 NO.6 等の著者がいる。会計調査研究 NO.6 の著者は一つの実体の異なる時点における資源の比較について、一般指数の使用を推奨するために、例をあげて説明しているが、これについてギンザーは以下のように論じている。

2の時点で、同じ土地の三つの区画が(10, 15, そして5エーカー——また、この順序で)各々\$10,000で購入された。各々の購入時点において、一般価格指数は別々に100, 125また75であった。4の時点で、それは200に

値上りした。図1で、それが示される²⁾。

図1

| 購入 | 歴史的原価 | 購入時の一般指数 | 4の時点へ修正するための乗数200 | 4の時点の一般指数へ修正された原価 | エーカー | 4の年度における1エーカーの原価 | |
|-------|-----------|----------|-------------------|-------------------|------|------------------|-------------------|
| | | | | | | 歴史的原価 | 4の時点の一般指数へ修正された原価 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 第1の土地 | \$ 10,000 | 100 | 200/100 | \$ 20,000 | 10 | \$ 1,000 | \$ 2,000 |
| 第2の " | 10,000 | 125 | 200/125 | 16,000 | 15 | 667 | 1,067 |
| 第3の " | 10,000 | 75 | 200/75 | 26,667 | 5 | 2,000 | 5,333 |
| 総計 | \$ 30,000 | | | \$ 62,667 | | \$ 1,000 | \$ 2,089 |

会計調査研究 NO.6 の著者は、‘これらの一般価格水準修正が異なる時点のドルを比較することをわれわれに可能にする’ⁱⁱⁱ⁾、ということ語る。2の時点と5の時点との期間比較がそれである。5の時点の価格が一般指数に修正された価額である。しかし、ドルがある種の資産に投資される時、なぜある種の資産に投資されたドルの特殊購買力と歴史的な原価との期間比較が問題とならないで、ドルの一般購買力と比較すべきことになるのか。意味あることは購入された資産に関する特殊な情報である (p.147参照)。

また、この著者は修正した数値 (図1欄の5と8) について、‘その購入者が土地の各区画を得た際になされたのと同等の相対的犠牲を示している’ⁱⁱⁱ⁾、ということ主張する。このことは購入者に何を語るのでしょうか。目的は何であろうか。これらの数値は経営計画や意思決定に役立つであろうか。購入者にとって、この方法において比較される修正数値はほとんど意味を有さない。購入者の目的には合わない。これらの数値は経営計画や意思決定に役立たない (pp.146—147参照)。

4の時点で、土地の見積られる純現在価値が1エーカーにつき \$ 3,500 (30エーカーで、総額 \$ 105,000) であり、また現在市場価格が1

エーカーにつき \$ 3,000 (総額 \$ 90,000) である時、もしも購入者が上の 5 欄と 8 欄において修正された数値を参照することによって、土地をこれらの価格で使用したり販売したりする場合、彼の犠牲を測定するならば、彼は大きな誤りをこうむるであろう。第 3 の土地について、1 エーカーにつき \$ 5,333 の一般指数に基づいて修正された原価は彼を単に当惑させるのみである。同じ事は他の修正された数値にも当てはまる。それらは土地の原初歴史原価よりも彼の意思決定にとっては、適切でない資料となる。また、いかに一般指数によって修正された純資産（いわゆる鉄鋼会社の）比較が経営における真の成長（あるいはマイナス成長）を投資者に示しうるか、またいかにそのような数値が情報として経営管理に役立つのか。鉄鋼会社の株主また経営者にとって、項目たとえば肉、パン、下着、靴、のこぎり等のための価格変動を含む一般指数によって再表示される数値は役立つ情報ではない。鉄鋼会社が有する資産の特殊価格指数に基づいて算定される利潤数値が内部期間比較で用いられるべき数値である (p.147 参照)。

資源の内部期間の比較をしようと望む人々は会社によって実際に、購入されたこれらの資産の特殊価値を比較することによって、これを最もよく知ることが可能である (p.147 参照)。図 2 は上にも 1 部分取りあげたが、純現在価値と現在市場価格を示したものである。また、この図 2 は図 1 と時点は同じである³⁾。

図 2 の 3 列の数値はこの時点における特殊価格指数に基づく修正額であり、4 列の数値はこの時点における実際の純現在価値あるいは現在市場価格（現在取替原価）である。ギンザーはこの中間点の時価が有効であると述べている (p.147 参照)。

先にも若干述べたが、利潤数値の正しい内部期間比較はこの数値を用い

図 2

| 項 目 | 純 現 在 価 値 | | 現 在 市 場 価 格 | |
|---|-----------|---------|-------------|---------|
| | 1 エーカー | 30 エーカー | 1 エーカー | 30 エーカー |
| | \$ | \$ | \$ | \$ |
| 1. 3の時点における特殊価値 | 1,800 | 54,000 | 1,500 | 45,000 |
| 2. 乗数（一般指数は現在価値を表す手段として、ここでは単に用いる。図1の分を代替として用いる） | 200/75 | 200/75 | 200/75 | 200/75 |
| 3. 4の価格で年度（上の列‘2’における乗数を用いること）に表される（上の列‘1’における）修正特殊価値 | 4,800 | 144,000 | 4,000 | 120,000 |
| 4. 4の時点における特殊価値 | 3,500 | 105,000 | 30,000 | 90,000 |

ることによってのみなされる。すなわち、各実体にとっての利潤は資産の特殊な、個人的価値、各実体の減価償却費、売上原価等を考慮して決定されねばならない。ついでながら、二、三の他の人と同じように、この著者（ギンザー）は内部期間の比較が割合やパーセンテージの使用によって——また、絶体的数値の使用によってではなくて——よく実行されうることを、常に主張してきている（p.148参照）。

(b) 同期間における異なる実体の資源比較の問題

1960年の同じ日に、2区画の土地——一つはケントに、また他はヨークシャーに——二人の異なる購入者によって、各々100,000ポンドで購入されたということを仮定しよう。その後のある年において、もしもそれらがそれらの歴史的な原価のままであるならば、あるいはもしもそれらが英国の一般価格指数を用いて再表示されるならば、同一の数値で各購入者によって示されるであろう。なお、1973年において、ヨークシャーにおける土地は湿地の遠く離れた半荒地にあるが、ケントの土地は拡大している町の周辺に、今やある。これらの2区分の土地に投資した一般価格指数による同一の再表示のポンドの比較は誰に何を語りうるであろうか。誰がなぜそのよ

うな比較をしようと望むのか。またどのような合理的目的でそのような比較をしようと望むのか。しかし、これらの目的が何であったとしても、この著者（ギンザー）は、一般購買力指数による修正値は無意味である、と考える（pp.147—148参照）。

註

- i) Paul Rosenfield, 'The Confusion Between General Price-Level Restatement and Current Value Accounting', *The Journal of Accountancy*, October, 1972, pp. 65—66.
- ii) The Staff of the Accounting Research Division, *Reporting the Financial Effects of Price-Level Changes* (Accounting Research Study NO.6), (New York: American Institute of Certified Public Accountants, 1963), p.24.
- iii) *Op. cit.*, p.26.
 - 1) 第II節の p.108を参照。
 - 2) これは会計調査研究 NO.6 の著者の作例図である。
 - 3) これはギンザーの作例図である。

V 株主資本の一般購買力維持

これが会計の改善と報告の改善における一般購買力の使用を主張する人々による提案の第4の型である。資産を再表示するために、一般購買力の指数を使用することを主張するすべての人々は、また株主の資本を再表示するためにその使用を主張する（P.148参照）。

次に、他に資源（資産）を再表示するためにある他の基礎を用いると同時に、また株主資本の維持のために一般購買力指数（たとえば、消費者価格指数）を用いることを主張する人々がいる。エドワーズとベル(Edwards and Bell), チェンバース, またアメリカ会計学会¹⁾はそのような改善者の

典型である。それらの資産が再評価される方法と株主資本が再評価される方法との間の相異は保有利得（あるいは、同種のもの）として処理される。資産の評価方法と資本維持概念の多くの組み合わせを示す一つの図はこの論文の最後の付録で示される（PP.148—149参照）。

ローセンは（L. S. Rosen）はギンザーと同じような立場に立つ会計学者であるが、彼は株主資本の一般購買力維持（消費者価格指数）について批判もまじえて次のように論じている。「価格水準の再表示の報告を支持する通常の議論は、財務報告が結局、株主の購買力のために説明されるにちがいない、ということである。その理由は、株主の投資が“一時的”であるということによる；やがて、株主は投資によって、所得を受け取るであろうし、また消費財に貨幣をついやすであろう。かくて、消費者の価格指数が歴史的原価〔あるいは、資本〕——少なくとも、株主への報告のために——を再表示するために用いられるべきである。〔ある会社が広範囲の株主から成っている時、また他の人々は非消費財を含む一般価格指数の使用を同様に議論する〕。

株主の継続的取引があるこれらの会社において、株主によって支払われる額は会社の勘定に記録された額〔修正されたあるいはそうでないどちらも〕とあいにく一致しないということがこの議論の弱点である。それ故に、再表示目的として、消費者の購買力変動のためにすべての勘定を再修正することによって、会社における原初投資を説明することは有益でない。株主は、彼がその株式〔すなわち、彼自身の準備する勘定において〕を得たその日から消費者購買力変動が彼の投資を再表示するために最良である、と知らされるであろう。もしも、彼がすくなくとも一般購買力を維持したかあるいはしないか、どちらかを知りたいと望むならば、再表示額は、その場合彼の株式の現在市場価格と比較されうる」¹¹⁾と。株主資本に消費者購

買力を使用する理由として、ローセンは上記のように、株主の投資が一時的であるということ、回収された資金は最終的には、消費についやされること、また投資によって得た所得は、結局消費されるということあげている。しかし、彼もいうごとく、株主によって企業に投資された資本額と投資の対価として得た株式の株価とは、継続しては一致しない。株価の現在市場価格は、常に変動しているからである。両方に統一した評価基準を用いることは無益である、というのである。

ギンザーはこの株主資本の一般購買力について、次のように批判する。先にも、指摘したごとく、各個人は異なる消費の型をもっている。価格はしばしば都市によって大きく変化し、また彼らが同じ市で並んで住んでいる場合においてさえ、貨幣は各々にとってまた各株主にとって異なる。さらに、多くの株主はさまざまな種類の大きさの実体であり、彼らの消費の型は項目について広い範囲に及んでいる。このような事を考えれば、一つの全般的一般指数を用いることは適当でない (P.149参照)。

いかなる地理上で、そのような指数は用いられうるであろうか。ムーニツは‘假定 (the assumption) は、われわれが単に自国内の通貨また自国内の交換価値における変動と関係しているということだけで、一般的に自明のこととしてなされる¹¹¹⁾と、述べる。ドイツの国境上に住んでいる、またドイツで自分の買物の大部分をするフランスの株主にとっては、どうであろうか。もしも、英国で働いている会社のすべての株主が仕事をやめて、生活するためにアルゼンチンに移動するならば、われわれは何をすべきであろうか。われわれは、今や——すなわち、たとえその会社がまだ英国で営業し続けているとしても——アルゼンチンの一般指数における動きに従って株主資本を完全に、再表示せねばならないということ、これは意味するのであるか。もしも、この疑問に対する答えが‘イエス’であるなら

ば、その会社は、英国にすべての株主が住んでいるとなりの同一の会社とは、異なる利潤を報告するということを、それは意味するであろう。チェーンバースと他の人々は消費者として、株主を見ている。消費者は彼らが住んでいるところでのみ消費できる¹⁾ (P.150参照)。

さらに、会社の多くの株主が全ヨーロッパにわたって広がっている。多くがアジアにいるし、また他がアメリカにいる場合において、われわれは何をなすべきであろうか。われわれはそのような会社の株主の資本を維持するために一つの全般的一般指数（異なる国々で価値をもった）を用いるのであろうか。もしも、そうであるならば、われわれは、株式が他の国へ販売される時（また、このように各国にとってその価値を変動させること）、その売り渡された国において各年度にこの指数を再計算のために用いねばならないのであろうか。もしも、われわれが論理的に上のことを考えて行くならば、われわれは全世界にわたって一つの一般指数を用いねばならないであろう (P.150参照)。

ギンザーは株主資本に一般購買力を用いるのには、次のような方法がよいかもしい、とも述べている。価格変動の時に、株主資本の購買力を維持しようと望む人々（すなわち、そのような資本が維持された後でのみ決定されるべき利潤を望む人々）のための理想的解決は各々のまたすべての株主のために財務諸表の区分された部分を準備することであるかもしれない。この方法においてのみ、各株主に対する貨幣の個人的価値は株主の資本の再表示に際して考慮されるであろう。もしも、われわれがこれをするならば、リオデジャネイロの株主は、その価格変動の高騰のために、同じ期間に、同じ会社によって報告された数値が損失となり嘆くであろうが、パリの株主はその安定のために報告された数値が利益となり、その配当を期待する、ということが起こり得るであろう (PP.149—150参照)。

以上、ギンザーの批判を見てきたが、彼は、これに関する理想的解決は次のような考え方によらねばならない、と論じる。理想的解決はその実際の行動的基礎のために、理論的根拠をもつところのものであり、またそれは株主、経営者、その他の人の意思決定目的に合致するところのものであるべきである。理想的解決は、各実体はその期間中に持った営業能力に関するこれらの特殊価格における個別的動きに従って資本を再修正した後に、1期間のその利潤を計算することによってなされる。ここに‘資本’はその実体の基本的資産——すなわち、基本的資産が実際に関連するその期間に配置された形において——をささえるために必要な特殊な資本資金に関連する。これらの資金は長期資本たとえば優先株式また社債を含むので、価格上昇中の期間に生ずる保有利得を計上してはならない。あるいは、それは価格変動の期間に、非貨幣資産を保有する場合に生ずるとされるエドワーズとベル型の利得（あるいは、損失）を含むことはできない。もしも、営業能力が（たとえば、ある基本的資産を販売することによって）急激に下降するならば、もしくは追加的資本——また、それ故に、それらは実体自身にとって、利得ではないということ——が他に求められるならば、この性質のいわゆる利得は、単に配当金として流出されるということが示されうる（P.150参照）。

また、ギンザーは次のようなことも述べる。価格変動問題のための会計に対する解決に当たって、その焦点は各実体の上にあらねばならない。この考え方においてのみ経営者と株主の両者は、各実体について彼らの決定に適切である情報を得ることができであろう。実体の帳簿の中で、株主のために説明するための努力（すなわち、企業利潤の算定の前に、株主資金の一般購買力を維持するための努力）をするかわりに、株主は彼ら自身の帳簿の勘定（家庭あるいは彼ら自身の職場等で）で、彼ら自身の個人

的会計（分離された実体として）を行なうように努めなければならない。各実体の基本的資産をささえるために必要な資本資金を維持した後で（相対的特殊価格を維持した後で）算定された利潤とともに、財務諸表の成果に関して、各利用者は各実体の利潤、その資源等における成長を評価することができるであろう。比較目的のために、現在価格で過去の利潤や資産数値を修正する場合、各利用者は現在価格を表す手段として、財貨の特殊指数を用いることが有効であろう。もしも、利潤あるいは配当金における増加が消費者の価格指数における増加と歩調をあわせたものである時、それらは経営者にとって、一つの参考程度になる数値を示すにすぎない。また、各実体における勘定と財務諸表の中に、これらの利用者の数値を取り入れるための試みは各実体——すなわち、それが実際に実行してきた営業において——で報告される成績をゆがめてしまうことになるだけである（P.151参照）。

註

- i) Committee to Prepare a Statement of Basic Accounting Theory, A Statement of Basic Accounting Theory (American Accounting Association, 1966), see example 2.2.これはアメリカ会計学会の1966年版の見解である。
- ii) L. S. Rosen, Current Value Accounting and Price-Level Restatements (Toronto: The Canadian Institute of Chartered Accountants, 1972), P.67.なお、強調点はギンザーが付けた。
- iii) Moonitz, op. cit., P.470.
- 1) チェンバースは株主資本の一般購買力維持に消費者の財貨指数を用いる理由として次のようなことをあげている。企業の所有者、株主に対する企業の役割は彼らに利得あるいは所得を供給することである。この利得あるいは所得は最終的には、消費財貨に向けられることになる、とする。また、すべての生産や営業取引は消費者にとって、利用可能な財貨を創造するという最終目的に関係している、とする（P.149参照）。

VI 管理のためのもしくは受託責任に合うための会計

ギンザーは会計目的からも、歴史的原価が良いのか、一般価格水準修正また特殊価格水準修正が良いのか、追求されるべきである、と論ずる。その場合、彼は会計目的を広い意味で管理のための会計もしくは受託責任に合致する会計と見ている。前の語句と後の語句は類似の意味でとらえられている。つまり、会計は広い意味の管理に役立つあるいは受託責任を果たすために行なわれるべきである、と見ている (P.151参照)。

ギンザーは、ここでは二つの会計専門団体、すなわちアメリカ公認会計士協会の会計原則委員会表明 NO.3¹¹⁾とイギリスにおける会計基準運営委員会による討議資料 E D 8¹²⁾の見解を取り上げ批判している。われわれは、前者においては一般価格水準表明と歴史的原価表明との間の主要な相違は‘測定単位’であるということ述べている、ということ間接的ではあるが、先に見た¹³⁾。また、後者においては、‘その目的が貨幣価値における諸変動を測定するはずである’¹⁴⁾という見解を示している、のをみた。しかし、どちらの文章も‘測定の一つの単位’あるいは‘貨幣’の現在の‘価値’の使用を弁護するために、その真の基本目的は与えられていない (PP.151—152参照)。

まず、会計原則委員会の見解をもう少し見よう。会計原則委員会は、その表明 NO.3において、‘一般価格水準財務諸表が企業の経済的現象に関係している投資者、債権者、経営管理者、従業員、政府の職員、また他の人々にとって有用であることを示すべきである’¹⁵⁾、ということ第1に言うが、しかしこれらの利用者がこのような再表示によって手助けされる‘べき’適当ないかなるまたどのような方法があるのか、何の試みも示していない。

このアメリカ公認会計士協会の会計原則委員会 NO. 3 (1969年公表) における最初の脚注 (the first footnote) に述べられていることは、このことが単にアメリカ公認会計士協会の会計調査研究 NO. 6 (1963年公表) の主要な勧告を用いているということをこの著者 (ギンザー) に信ぜさせる。しかし、後者は、1961年に会計原則委員会が公表したすべての修正は一つの一般購買力指数によってなされるべきであるという見解を踏襲している。これらの研究は一つの連結環を形づくっている。会計調査研究 NO. 6 の著者は単に‘ドルの価値における変動’によって引き起こされる‘問題を研究するために一つの計画を用意する’ことを、またその勧告は‘財務諸表上に価格水準影響の開示をするための報告を準備する’^{vi)}ことを語ったにすぎない。NO. 6 は一般購買力会計を仮定している。これらのすべてにおいて真の理由、つまり目的は与えられなかった (PP.151—152参照)。

次に、ED 8 を見よう。イギリスにおける会計基準運営委員会の最近の討議資料 ED 8 は、また真の目的を与えていない。第1節で、次のように述べる。‘この表明の目的は伝統的歴史的な原価勘定上に貨幣の購買力における変動の影響を計上するために一つの標準的方法を確立するためである。それは歴史的慣習の放棄を意味するのではなくて、歴史的な原価が多くの種々の購買力の歴史的ポンドの集計から現在の一般購買力の概算的数値に変えられるべきである、ということの意味する……’^{vii)}と。すなわち、ここでも真の目的は、明確には述べられていない (P.152参照)。

ギンザーはこの会計基準運営委員会の見解について、基本的なところの問題があるとして次のように述べる。この委員会の計画は、‘期間財務諸表の基本的諸目的と諸原則’が何であるかを研究することであったはずであるが、これらを行なう前に、標準的方法もしくは討議資料 ED 8 を公表することになったのはなぜであろうか。それがなされていないために、標準

的方法もしくは討議資料E D 8は、単に目的もなく、また全くたぶん種々の方向に浮かんでいるだけである (P.152参照)。

しかし、討議資料E D 8 (1973年公表)の内容はイギリスとウェールズにおける勅許会計士協会の基礎研究の報告 (E D 8に先だってなされた報告)と確かに一致するので、また、その報告は‘インフレーション期における管理のための会計’ (1968年公表)と名付けられているので、討議資料E D 8の目的は‘管理’に関係しているということが仮定されうる。さらに、この報告は1952年イギリスとウェールズにおける勅許会計士協会によって公表された一つの公的‘表明’に基礎を置いている。すなわち、企業の年次勘定の主要な目的は、いかに所有主の資金が利用されているか、またいかにそのような利用から得た利潤を情報として彼らに示しうるかである^{viii)}、とそれは述べる。このことは会計のいわゆる管理目的の一つの一般的説明である。また、ポールグレディ (Paul Grady) はアメリカ公認会計士協会のために棚卸資産に関する会計諸原則をまとめる時、次のように言った。すなわち、‘企業実体の経営からの所有主権の分離は株主に対する受託責任を実体に課するに際しての一つの要件である。一般に認められた会計諸原則の要約は後に述べるが、これらの受託責任について分類している’^{ix)}、と (PP. 151—152参照)。

もしも、これらの類似事項、つまり‘管理’や‘受託責任’が今まで議論してきた二つの文献 (E D 8とインフレーション期における管理のための会計の文献)の主要な目的であるならば、それらは細部にわたって定義されるべきである。イギリスとウェールズの勅許会計士協会の基礎研究が公表した‘インフレーション期における管理のための会計’は1952年の表明に一応基礎は置いているが、‘管理’の意味を定義しなかったしあるいはいかに一般価格水準の勧告が‘管理’を改善するかを説明しなかった (P.152参照)。

さて、ギンザーは初めにも見たように、会計目的を管理に役立つあるいは受託責任を果たすためのものと見ているが、その場合狭い意味におけるものと、中間におけるものと、さらに広い意味におけるものとにわけている。前者は歴史的原価による会計の場合である。中間のものは一般購買力による会計の場合である。さらに、最後は特殊購買力による会計の場合である。前者について、ギンザーは次のように述べている。すなわち、もしも財務諸表を公表する目的、つまり管理や受託責任が狭い意味で用いられるならば、それらは、株主や他の人によってまかされている資金を経営者が処理してきた (have done with) ことに関する報告に、単に関係するのみである。エディ (Edey) がいうごとく、これは現金収支計算書、負債の表、非貨幣資産の表、貨幣資産の表以上の何物でもない。非貨幣資産を評価するためのある試みは必要ないであろうしあるいは管理についてのこの狭い意味は歴史的原価によるのであるから、ある利潤数値を決定するためのある試みを要求しないであろう^{x)}。資産上にある一つの価値を置く必要はないのであるから、一般 (あるいは他の) 指数を用いて再評価や再表示を考慮する必要はないであろう (P.152参照)。

次に、一般購買力による会計の場合について、ギンザーは次のように述べる。上に見たイギリスとウェールズにおける勅許会計士協会によって公表された1952年の‘貨幣の購買力における変動に関する会計’は管理目的について述べていた。それは上の題からも分るように一般購買力を考慮したものである。ここで述べられている目的観は歴史的原価のそれよりもわずかに広いものである。資産を取得するためになされる資金の過去の支払額の単なる任意の割当額 (mere arbitrary allocations——これは一般購買力を意味している) の費用の、また期末資産としてのその非割当額に基づいた、財務報告は意味ある管理の役割りを決して果たし得ない。そのような

再表示は歴史的原価会計のすべての欠陥を受けつぐであろう。純粹の管理の観点から見て、そのような再表示は資金のある使用目的を隠蔽したり、変装させたりさえするかもしれない (P.153参照)。

最後に、特殊購買力会計における会計目的について、ギンザーは次のように述べている。‘管理’と‘受託責任’の真の意味は、その資金が経営者によって管理されてきたその効果を知ること、またいかに資金の使用がその実体の将来に影響するかを情報として、株主や他の資金の提供者に示すことに、ある。この種の報告は伝統的歴史的原価の財務諸表の単なる一般指数の再表示よりも以上のものをさらに求める。それは出来るだけ将来の量と同じ量を反映するような価値をもつ、実際に配置された資源の価値の報告を必要とする。これらの資源に投資された貨幣の現在価値は、これらの目的にとっては無益である。それは(a)この方法、つまり特殊購買力で評価した資源、(b)その実体の特殊な基本資産の営業能力を支えるために維持される資本、を考慮に入れて決定されるべき期間利潤を要求する (P.152参照)。

このようなことから、本節の冒頭であげた二つの会計専門団体が採用する一般指数による再表示は、特に広い意味における‘管理’あるいは‘受託責任’という会計目的を十分に満足させないであろう (P.153参照)。

註

- i) Financial Statements Restated for General Price-Level Changes (Statement No.3 of the Accounting Principles Board), (New York: The American Institute of Certified Public Accountants, June,1969), op. cit.
- ii) Accounting Standards Steering Committee, Proposed Statement of Standard Accounting Practice-Accounting for Changes in the Purchasing Power of Money (Exposure Draft ED 8), (London: The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, January, 1973), op. cit.

- iii) Statement No.3 of the Accounting Principles Board, op. cit., P.3.
- iv) Exposure Draft ED8, op. cit., paragraph 10.
- v) Statement No.3..., op. cit., P.4.
- vi) The Staff of the Accounting Reserch Division, Reporting the Financial Effects of Price-Level Changes (Accounting Reserch Study No.6), P.1.
- vii) Exposure Draft ED8, Op. cit., paragraph 1.
- viii) The Institute of Chartered Accountants in England and Wales, Statement No. 15 on 'Accounting in Relation to Changes in the Purchasing Power of Money', May, 1952, Paragraph 1.
- ix) Paul Grady, Inventory of Generally Accepted Accounting Principles for Business Enterprises (Accounting Reserch Study No.7), (New York: American Institute of Certified Public Accountants, 1965), P.26.
- x) Harold Edey, 'The Nature of Profit', Accounting and Business Reserch, Winter, 1970, P.54.

VII おわりに

本論文の目的は会計のまた、あるいは報告の改善のための彼らの提案—すなわち、価格の上昇時に、伝統的歴史的原価の不十分さを克服するために——に際して、一般購買力の使用を弁護する人々によって与えられた各種の理由を批判的に分析することであった。文献で見たさまざまな理由は五つの表題の元に分類されたしまたそれらは順次に検討された。すべてにおいて、根拠が弱いということが分った (P.153参照)。

一般購買力による会計は用いられるべきでない。それらは意思決定あるいは管理目的のために内部のあるいは外部の人々に有益な情報を提供しない。アメリカやイギリスの専門団体が会計を行なう場合に、彼らのメンバーを方向づける前あるいは一般購買力における変動を含む報告をする前に、この事項に対する多くのさらなる思考を与えるべきであるということが望まれる。カナダの勅許会計士協会のためにローセン (Rosen) が実施し

た研究において、彼は、また‘特殊購買力による制度はその研究また表明において、一般購買力会計とは異なるものである’¹¹⁾ということを主張した(P.153参照)。

たとえば、著者(ギンザーのこと)のこの論文が‘破壊的’なものであるとしても、著者は価格変動(すなわち、上昇したり、下降したりする時)時における会計の問題に対して彼自身(ギンザー自身)の‘解決法’をもっている。この‘解決法’の理論的説明は先の節で与えられたし、また不足分については、彼の次の4番目の論文の主題にもなるであろう。また、彼の著書¹²⁾は、彼が弁護することについて一つの合理的解決を与えている。この‘解決法’はオーストラリアにおいて、小さくはあるが、十分に統合された形で用いられつつある。やや似ているフィリップス電器会社の組織は、それが大企業で適用可能であるということを示している(PP.153—154参照)。

一般購買力の指数の使用について、どこかでまたこの著者(ギンザーのこと)も聞く、すなわち‘正確には、誤っているかもしれないが、概ね正しくあればよい’という言葉は正しくない。そのような指数の使用は多くの場合において、概算的にさえ正しくない財務諸表を生むであろう。個々の会社(また、特殊な指数)に影響を与える価格は‘平均的一般指数の’まわりを広く変動し、またそれから離れて変動する。その全体的一般購買力の接近は棚の奥にしまっておかれるべきであり、価格変動会計は異なる方向から接近されるべきである(P.154参照)。

最後に、筆者(山谷)が感じた本論文の特徴を簡単にのべむすびとしたい。III, V, VI節にその特徴が現れている。III節では、インフレーションによる会計と貨幣価値による会計が取り上げられている。一般的には、両者は同じ意味のものと考えられている。ギンザーはこれを区別している。貨幣価値変動による会計は国家の観点に立つものである、とする。これに

についての明確な説明はないが、恐らく貨幣は国家が供給するものであること、また財貨に付着する貨幣の価値は国にあるすべての財貨に付着している貨幣の価値に基づくものであるということによるのであろう。個別購買力による会計はインフレーション会計で良いとする。インフレーションの中に貨幣価値変動分またその他の分も含まれていると見ている。

V節では、株主資本の一般購買力維持が論じられている。ギンザーは企業に投資している1株主と企業における1株主を分けて論じる。前者は消費者の立場あるいは投資者の立場などの観点から会計処理をしても、それは株主の自由である、とする。後者は企業の立場から、つまり特殊購買力資本維持の立場から会計処理をしなければならない、とする。また、株主資本といっても、株主はあらゆるところに住んでいるし、貨幣の価値は株主によってそれぞれ異なるし、株主はそれぞれ異なる消費の型をもっている、一つの全般的一般指数でその資本を修正するのは正しくない、とする。

VI節では、管理のための会計あるいは受託責任に合うための会計が述べられている。ギンザーはこれらを会計目的と見ている。一般的には、会計目的としては、企業の経営成績と財政状態を明らかにすること、あるいは分配可能利益の算定等があげられる。ヘンドリクセン (E. S. Hendriksen) は会計目的観について次のように述べている。(1)だれのために財務会計は行なわれるのか、(2)いかなる目的で会計諸表が作成されるのか、(3)いかなる種類の情報が財務諸表に含められるべきか¹¹¹⁾。このような観点から、目的はまとめられるべきである、と見る。そして、ヘンドリクセンは上のような趣旨で目的を述べているが、ここでは、それは省略する。どちらかという、この会計目的観にギンザーの考えは近いものと見うる。

註

- i) Rosen, Current Value Accounting and Price-Level Restatements, op. cit., P.8 and Chapter 4.
- ii) Reg S. Gynther, Accounting for Price-Level Changes: Theory and Procedures (Oxford: Pergamon Press, 1966).
- iii) 水田金一監訳「ヘンドリックセン会計学〔上巻〕」同文館，昭和45年，115—118頁参照。

次の頁の付録はV節で論述した株主資本の一般購買力維持の中の P.120 で指摘したものである。

付録

| よく知られた論者のもつ資産評価方法と資本維持思考の組み合わせ | | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|----------------------------|---|--|---|---|
| | | 資 産 評 価 方 法 | | | | | |
| 資本維持思考 | 1 歴史的原価 | 2 歴史的原価 × 一般指数 | 3 歴史的原価 × 消費者価格指数 | 4 歴史的原価 × 投資価格指数 | 5 現在市場購入価格 (現在取替原価) | 6 純現在価値 | 7 現在市場販売価格 (純実現可能価値) |
| A. 貨幣資本 | 慣習的歴史的原価会計 Yuji Ijiri | | | | | | |
| B. 一般購買力 | | アメリカ公認会計士協会の会計原則委員会 | | | アメリカ会計学会, 基礎会計理論の表明を準備するための委員会の委員会 | アメリカ会計学会, 概念と基準—長期資産—に関する委員会 (思考概念として) | B. L. Branford |
| C. 消費者購買力 | | | 会計基準運営委員会 | | Edwards & Bell | | Raymond J. Chambers Robert R. Sterling |
| D. 投資購買力 | | | | Eldon S. Hendriksen (一つの単一の指数が用いられるべき時) | Eldon S. Hendriksen (実務において用いられる彼の主要な考え方) | Eldon S. Hendriksen (ある場合における一つの思考概念として) | |
| E. 営業能力 (主に取替原価に基づいた) | | | | | Russell L. Mathews Reg S. Gynther (実践的適用のために) | Reg S. Gynther (思考概念として) | Reg S. Gynther (純現在価値のための代用として適用するために) |