

セグメント情報の修正再表示：ソニーグループのケースから(1)

佐藤成紀

1. はじめに

前稿では、ソニーの有価証券報告書において、2017年度のセグメント情報が2018年度に修正再表示される際の各種データおよび2018年度のセグメント情報が2019年度に修正再表示される際の各種データについて、精査を行った¹。

ここでは、2018年度から2019年度へと報告セグメント数が減少し、セグメント名にも変化がみられる局面に焦点を当てて分析を行い、そのステージにおいて2018年度データが修正再表示される際の、各種データの変化を観察することによって、同社のセグメントないし製品部門間での関係を分析し、考察を加えたのであった²。その結果、有価証券報告書で説明されていない情報を検出することができた。また、製品カテゴリー別のデータについても精査を行った。

本稿においても、セグメント別の開示データの分析を行うと同時に、製品カテゴリーについても変化額を精査する方法で、次のステージである、2019年度データが2020年度に修正再表示される際の各種データについて、さらに、2020年度デー

タが2021年度に修正再表示されるステージについても詳しくみていくことにしたい。

これまでも触れてきたように、ソニーは2012年度に、前年度の報告セグメントであった「コンシューマープロダクツ&サービス (CPS)」、 「プロフェッショナル・デバイス&ソリューション (PDS)」および「ソニーモバイル」の3つのセグメントに替えて、「イメージング・プロダクツ&ソリューション (IP&S)」、 「モバイル・プロダクツ&コミュニケーション (MP&C)」、 「ホームエンタテインメント&サウンド (HE&S)」、 「デバイス」および「ゲーム」の5つのセグメントを新設した³。

同社の有価証券報告書のセグメント情報における報告セグメントの数は、2015年度から2016年度へのセグメンテーション変更局面において、セグメント数が9から10へと増加しており、セグメント名称の上では、2015年度の「デバイス」セグメントが2016年度には、「半導体」および「コンポーネント」セグメントへと分割されていた。これによって報告セグメント数は10となったのであった。

続く2017年度には、前年度に新設したばかり

であった「コンポーネント」セグメントを、「その他」セグメントへと編入することによって、2014・2015年度と同じセグメント数である9セグメントへと戻している。前々稿では、この局面について当期表示・修正再表示データの再構成を行うことによって、そうした状況にまつわる様々な検出結果が得られ、この局面での事業分割や移転の状況が浮き彫りとなったのであった。

それに続くステージである、2017年度データが2018年度に修正再表示される局面と、2018年度データが2019年度に修正再表示される局面については、前稿で検討を行った。

本稿で分析対象とする2019年度から2021年度までを含む有価証券報告書のセグメント情報におけるセグメンテーションの変化をみると、図表1のようになる。今回分析しようとしている3年度については、7つのセグメント区分および名称が全く同一であり、そこには何ら変化がないことがわかる。

こうした安定局面を分析する際に注意しなければならないのは、名称の上では同一のセグメンテーションであっても、セグメント間で名称の変

化を伴わない事業移転が行われている場合もあり、それを見逃さないことであろう。

こうした点にも注意しながら、2019年度から2021年度にかけてセグメント情報が修正再表示される局面を分析していくことにしよう。なお、ソニー株式会社は、2021年4月1日、「ソニーグループ株式会社」へと社名を変更した。そのため、本稿で分析対象として扱う有価証券報告書のうち、2020年度および2021年度については、ソニーグループ（株）として提出されているため、本稿のタイトルでも、新社名である「ソニーグループ」を用いることとした。

2. 2019年度および2020年度のセグメンテーションにもとづくデータの分析

すでに触れたように、2019年度のソニー（株）と2020年度のソニーグループ（株）の有価証券報告書では、7つのセグメント区分および名称が同一であり、セグメンテーションに全く変化がみられない。

前稿までの分析で、こうした状況でも事業の移

図表1 セグメンテーションの変遷

2017・2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
モバイル・コミュニケーション			
イメージング・プロダクツ&ソリューション	エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション	エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション	エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション
ホームエンタテインメント&サウンド			
ゲーム&ネットワークサービス	ゲーム&ネットワークサービス	ゲーム&ネットワークサービス	ゲーム&ネットワークサービス
半導体	イメージング&センシング・ソリューション	イメージング&センシング・ソリューション	イメージング&センシング・ソリューション
映画	映画	映画	映画
音楽	音楽	音楽	音楽
金融	金融	金融	金融
その他	その他	その他	その他

転が行われているケースが少なからず検出されているので、ここでも当期開示と修正再表示データの比較分析を行うことにしよう。

ソニーの2019年度についてのセグメント収益関連情報は、もちろん、2019年度の開示データにおいて2019年度決算日現在の最新データとして表示されている。そして、翌年の2020年度開示(ソニーグループ)では、2020年度データの前年度データとして、比較形式で示されることとなる。

ソニーの2019年度有価証券報告書において最新データとして開示された2019年度セグメント収益性関連データと、ソニーグループの2020年度有価証券報告書において前年度データとして開示された2019年度セグメント収益性関連データとを比較形式にし、それらの差額を増減欄に検出

したのが図表2である。

前稿までの分析でも、当期開示・修正再表示データの再構成と呼んで、用いてきた分析手法であり、同じセグメント名でも事業内容の移転が行われた場合には、増減欄に変化額が検出されることになる。

結果としては、図表2のすべての増減欄の値がゼロとなっていて、差額は検出されていないので、いずれのセグメント間での事業移転も、各セグメントと全社事業との間での事業移転も、2019年度から2020年度にかけては、行われていないものと判断することができる。

ただ、こうしたケースでも、同一セグメント内における製品カテゴリー間で、事業領域が移転されている可能性や、セグメント間で資産が移転されている可能性もあるので、念のため、これらに

図表2 2019年度に属するデータ群(セグメント別収益関連) 単位:百万円

セグメント	開示年度	外部売上高	増減	セグメント間取引	増減	セグメント損益	増減
エレクトロニクス・プロダク ツ&ソリューション	2019	1,969,880		21,388		87,276	
	2020	1,969,880	0	21,388	0	87,276	0
ゲーム&ネットワークサービス	2019	1,919,760		57,791		238,400	
	2020	1,919,760	0	57,791	0	238,400	0
イメージング&センシング・ ソリューション	2019	985,259		85,317		235,584	
	2020	985,259	0	85,317	0	235,584	0
映画	2019	1,010,714		1,140		68,157	
	2020	1,010,714	0	1,140	0	68,157	0
音楽	2019	838,592		11,317		142,345	
	2020	838,592	0	11,317	0	142,345	0
金融	2019	1,299,847		7,901		129,597	
	2020	1,299,847	0	7,901	0	129,597	0
その他	2019	214,999		36,421		16,288	
	2020	214,999	0	36,421	0	16,288	0
外部売上高合計	2019	8,239,051					
	2020	8,239,051	0				
全社(共通)及びセグメント 間取引消去	2019	-200,441				-72,188	
	2020	-200,441	0			-72,188	0
連結売上高・営業利益	2019	8,259,885				845,459	
	2020	8,259,885	0			845,459	0

注：ソニー株式会社 [2020]、ソニーグループ株式会社 [2021] に基づいて筆者作成。

についても、同じ手法で、当期開示・修正再表示データ製品カテゴリー別の売上高データについては図表 3 に、また、セグメント別資産関連データにつ

図表 3 2019 年度に属するデータ群（製品部門別外部売上高） 単位：百万円

製品カテゴリー	開示年度	外部顧客	増減
テレビ（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2019 2020	646,513 646,513	0
オーディオ・ビデオ（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2019 2020	346,060 346,060	0
静止画・動画カメラ（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2019 2020	384,142 384,142	0
モバイル・コミュニケーション（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2019 2020	362,144 362,144	0
その他（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2019 2020	231,021 231,021	0
デジタルソフトウェア・アドオンコンテンツ（「ゲーム&ネットワークサービス」セグメント）	2019 2020	1,010,296 1,010,296	0
ネットワークサービス（「ゲーム&ネットワークサービス」セグメント）	2019 2020	337,265 337,265	0
ハードウェア・その他（「ゲーム&ネットワークサービス」セグメント）	2019 2020	572,199 572,199	0
イメージング&センシング・ソリューション（報告セグメントとして）	2019 2020	985,259 985,259	0
映画製作（「映画」セグメント）	2019 2020	475,061 475,061	0
テレビ番組制作（「映画」セグメント）	2019 2020	301,224 301,224	0
メディアネットワーク（「映画」セグメント）	2019 2020	234,429 234,429	0
音楽制作（ストリーミング）（「音楽」セグメント）	2019 2020	276,039 276,039	0
音楽制作（その他）（「音楽」セグメント）	2019 2020	191,114 191,114	0
音楽出版（「音楽」セグメント）	2019 2020	157,478 157,478	0
映像メディア・プラットフォーム（「音楽」セグメント）	2019 2020	213,961 213,961	0
金融（報告セグメントとして）	2019 2020	1,299,847 1,299,847	0
その他（報告セグメントとして）	2019 2020	214,999 214,999	0
全社（共通）	2019 2020	20,834 20,834	0
連結	2019 2020	8,259,885 8,259,885	0

注：ソニー株式会社 [2020]、ソニーグループ株式会社 [2021] に基づいて筆者作成。

図表4 2019年度に属するデータ群（セグメント別減価償却費・償却費）単位：百万円

セグメント	開示年度	減価償却費・償却費	増減
エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション	2019	63,291	
	2020	63,291	0
ゲーム&ネットワークサービス	2019	29,135	
	2020	29,135	0
イメージング&センシング・ソリューション	2019	134,035	
	2020	134,035	0
映画	2019	21,665	
	2020	21,665	0
音楽	2019	29,137	
	2020	29,137	0
金融	2019	106,667	
	2020	106,667	0
その他	2019	5,095	
	2020	5,095	0
全社（共通）	2019	27,617	
	2020	27,617	0
連結合計	2019	416,642	
	2020	416,642	0

注：ソニー株式会社 [2020]、ソニーグループ株式会社 [2021] に基づいて筆者作成。

いては、図表4のような結果を得た。増減欄はすべてゼロとなっており、製品カテゴリー間での事業移転およびセグメント間での資産移転の兆候がみられる検出結果は認められなかった。

3. 2020年度および2021年度のセグメンテーションにもとづくデータの分析

前述したように、2020年度ならびに2021年度のソニーグループ（株）の有価証券報告書についても、7つのセグメント区分および名称が同一であり、セグメンテーションに全く変化がみられない。上でみた、2019年度から2020年度にかけてのセグメンテーションに変化のない局面では、事業移転を示すデータの検出結果はとくにみられなかったが、続く2021年度にかけてのステージで

はどうであろうか。引き続き、当期開示と修正再表示データの比較分析を行ってみることにしよう。

3-1. ソニーグループ2020年度収益関連データの分析

ソニーグループ2020年度有価証券報告書におけるセグメント収益関連情報は、もちろん、2020年度の開示データにおいて2020年度決算日現在の最新データとして表示されている。そして、翌年の2021年度開示では、2021年度データの前年度データとして示されることとなる。

ソニーグループ株式会社は、2021年度有価証券報告書において、2021年4月1日付の組織変更に伴って、2021年度第1四半期連結会計期間より、業績報告におけるビジネスセグメント区分を変更し、従来のその他分野ならびに全社（共通）

及びセグメント間取引消去に含まれていた一部の事業及び機能をEP&S分野に移管したとしている⁴。そして、そうしたセグメント変更に伴って、各分野の2020年度における売上高及び金融ビジネス収入ならびに営業利益（損失）を2021年度の組織構造に合わせて表示しているとしている⁵。こうした情報に基づいて、2020年度データの分析を行うことにしよう。

ソニーグループ（株）の2020年度有価証券報告書において最新データとして開示された2020年度セグメント収益性関連データと、同社の2021年度有価証券報告書において前年度データとして開示された2020年度セグメント収益性関連データとを比較形式にし、それらに差額が生じた場合に増減として認識したのが図表5である。すでに上で用いたのと同様に、当期開示・修正再表示データを再構成し、それらの差額を検出する方法である。

このステージでは、報告セグメント数が7つで、それらのセグメント名に変更はないものの、上で述べたようなセグメント区分の変更についての説明が有価証券報告書で加えられているので、その点に注意しながら、当期開示・修正再表示データの再構成による結果をみることにしよう。

まず、ここで注目されるのは、エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション（EP&S）セグメントの外部売上高欄において、114,000百万円の増加額が検出させていることである。

上で述べたように、2021年度のソニーグループ（株）有価証券報告書では、その他分野ならびに全社（共通）及びセグメント間取引消去に含まれていた一部の事業及び機能をEP&S分野に移管した旨の説明があったので、この金額は、さしあたって、これらの移管された事業についての、2020年度実績での外部売上高と解釈される。こ

の金額は、2021年度のソニーグループ有価証券報告書に記載されていない情報であり、2020年度当期開示データと比較する作業を通じて初めて得られる検出結果である。

さらに注目されるのは、この外部売上高の移転によるEP&S分野でのセグメント損益の増減欄での検出結果は、11,321百万円の減少額となっていることである。外部売上高で検出された増加額と組み合わせると、このセグメントへと移転された事業の2020年度実績での外部売上高セグメント利益率は、約マイナス9.9%となり、赤字事業領域がEP&Sセグメントへと編入されているものと解釈される。こうした状況についても、2021年度のソニーグループ有価証券報告書では説明されておらず、前年度の情報と組み合わせるとセグメント情報を再構成することによって、初めて得られるものといつてよい。

また、図表5の、「その他」セグメントの外部売上高の増減欄では、112,315百万円の減少額が検出されている。この金額を、EP&Sセグメントへと移転された事業の2020年度実績での外部売上高として検出された114,000百万円から控除すると1,685百万円となる。これは、前述の、EP&Sへと移転された事業のうち、「その他」分野以外からの移転部分、すなわち、「全社（共通）及びセグメント間取引消去に含まれていた一部の事業および機能」に相当する2020年度実績での外部売上高と、さしあたって解釈されるのである。この金額についても、有価証券報告書では記述がなく、ここでやっている当期開示・修正再表示データの再構成を通じて、初めて知ることができる。

以上のような検出結果について、さしあたっての解釈を与えてきたが、ここで、注意しなければならない点がある。それは、ここで当期開示と修正再表示とを比較している2020年度と2021年度

図表5 2020年度に属するデータ群（セグメント別収益関連） 単位：百万円

セグメント	開示年度	外部売上高	増減	セグメント間取引	増減	セグメント損益	増減
エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション	2020	1,902,887		17,843		139,180	
	2021	2,016,887	114,000	51,200	33,357	127,859	-11,321
ゲーム&ネットワークサービス	2020	2,604,713		51,565		342,192	
	2021	2,604,713	0	51,565	0	341,718	-474
イメージング&センシング・ソリューション	2020	937,859		74,638		145,876	
	2021	937,859	0	74,638	0	145,884	8
映画	2020	757,580		1,187		80,478	
	2021	751,800	-5,780	1,187	0	79,851	-627
音楽	2020	927,250		12,617		188,056	
	2021	927,250	0	12,617	0	184,786	-3,270
金融	2020	1,661,520		7,401		164,582	
	2021	1,664,991	3,471	9,011	1,610	154,765	-9,817
その他	2020	196,517		32,736		11,368	
	2021	84,202	-112,315	16,534	-16,202	7,178	-4,190
外部売上高合計	2020	8,988,326					
	2021	8,987,702	-624				
全社（共通）及びセグメント間取引消去	2020	-186,953				-99,867	
	2021	-205,793	-18,840			-86,786	13,081
連結売上高・営業利益	2020	8,999,360				971,865	
	2021	8,998,661	-699			955,255	-16,610

注：ソニーグループ株式会社 [2021] [2022] に基づいて筆者作成。

とで、同社の連結財務諸表が準拠している会計基準が異なっていることである。2020年度までは米国基準が適用されていたが、2021年度より国際財務報告基準（IFRS）が適用されることとなったのである。そのため、ここで行っている当期開示・修正再表示データの再構成による検出結果に、米国基準からIFRSへの適用基準変更の影響があるかどうかをチェックする必要がある。さっそく、この点を仔細にみることにしよう。

2021年度のソニーグループ（株）の有価証券報告書では、2021年度よりIFRSを適用したことにより、過年度情報として開示する2020年度の純損益に対して、どのような表示組み換えや認識・測定の差異があるかについて、「2020年度（自

2020年4月1日至2021年3月31日）の純損益に対する調整」（以下、「調整表」とする）を示している⁶。それと、本稿での図表5とを突き合わせてみることにしよう。

まず、連結売上高について、図表5における増減欄で検出されている699百万円の減少額に着目すると、「調整表」では一見、この金額では見当たらない。しかし、「調整表」の「売上高及び営業収入」欄で示された、米国会計基準からIFRSへの「表示組替」7,731百万円と「認識・測定の差異」△8,430百万円を通算すると、△699百万円となり、図表5の検出結果との一致を確認できる。また、連結営業利益についても、図表5における増減欄で検出されている16,610百万円の減

少額は、やはり、「調整表」において、この金額としては見当たらない。連結売上高と同様に、連結営業利益についても、「調整表」の営業利益欄での「表示組替」△263百万円と「認識・測定の差異」△16,347百万円を通算すると、△16,610百万円となり、図表5の検出結果と一致するのである。

連結レベルでの突き合わせに続いて、セグメント別の外部売上高およびセグメント損益についての、適用会計基準の変更による影響をチェックしていこう。「調整表」においてセグメント別の組替・調整過程が示されているのは、金融セグメントにかんするものとみられる「金融ビジネス収入」のみである。つまり、「調整表」での「売上高及び営業収入」の内訳は、IFRSでの区分である「純売上高」と「金融ビジネス収入」および米国基準での区分である「営業収入」の3項目のみなので、金融分野以外のセグメントおよび全社（共通）事業にかんする組替・調整については、すべて「純売上高」欄に集計されているとみられ、セグメント別でのデータを把握できるのは、さしあたって、金融セグメントのみと考えられる。

そこで、「金融ビジネス収入」での組替・調整に注目すると、図表5の金融セグメントの外部売上高欄で増加額として検出されている3,471百万円は、この金額としては表示されていない。しかし、ここでも、「表示組替」13,512百万円と「認識・測定の差異」△10,041百万円を通算すると、3,471百万円となり、図表5の検出結果との一致を確認することができるのである。

すでにみたように、ソニーグループ株式会社の2021年度有価証券報告書のセグメント情報では、2021年4月1日付の組織変更に伴って、2021年度第1四半期連結会計期間より、業績報告におけるビジネスセグメント区分を変更し、従来のその

他分野ならびに全社（共通）及びセグメント間取引消去に含まれていた一部の事業及び機能をEP&S分野に移管したとしていて、金融セグメントに関しての事業領域の移管はないものと判断されるので、図表5での結果は、上での突き合わせによるチェックで確認されたように、純粋に適用会計基準の変更による影響とみてよい。

そうすると、同様の観点から注目されるのが、図表5の外部売上高増減欄で△5780百万円が検出されている映画分野である。すでにみたように、「調整表」では映画分野単独での組替・調整は示されていないものの、IFRSでの表示区分である「純売上高」に、映画分野についての計算が含まれているはずである。何かが発見できる可能性もあるので、注目してみよう。

その際に注意しなければならないのは、「調整表」では、米国会計基準により区分掲記されていた「営業収入」が、IFRSでは「売上高」へと組み替えられている点である⁷。こうした金額が、2020年度については、85,074百万円となっており、「純売上高」についての「表示組替」金額と突き合わせてみる必要がある。すると、米国基準による「営業収入」85,074百万円が組み換えられたことにより、同額が増加していると考えられる「純売上高」の「表示組替」欄での増加額は、それよりも少ない79,293百万円となっていることに気づくのである。その差額は、5,781百万円であり、本稿の図表5の映画分野の外部売上高欄で減少額として検出されている5,780百万円とほぼ同じ金額となっているのである。有価証券報告書では百万円未満の金額は丸められているための違いと解釈すれば、この金額部分である可能性が極めて高いといってよいであろう。

そこで、2021年に映画分野で何らかの事業内容の変化があったかを有価証券報告書から探して

みると、この分野に含まれていた Game Show Network, LLC の一部門である GSN Games の事業譲渡が行われた旨の記載がある⁸。そうすると、この事業の 2020 年度実績の外部売上高を、2021 年度セグメント情報開示の際の前年度データから遡及的に減額していることが考えられ、その金額が、図表 5 において、映画セグメントの外部売上高増減として検出された△5,780 百万円であると判断してよいであろう。

以上のような、「調整表」と本稿の図表 5 の突き合わせにより、「調整表」の「売上高及び営業収入」の組替調整項目のうち、帰属が判明していない金額は、「純売上高」の「認識・測定の差異」にある 1,611 百万円のみとなった。この金額が、EP&S、その他、あるいは全社（共通）およびセグメント間取引消去のいずれかに帰属する調整額なのか、それとも、複数の金額に分割されて、複数個所に帰属するものであるかは、判断することができない。

したがって、すでに考察を加えて、さしあたっての所見を述べている、EP&S 分野への 2020 年度実績の外部売上高増加の検出額 114,000、その他部門からの移転事業の外部売上高と考察された 112,315 百万円およびその差額で全社（共通）およびセグメント間取引消去からの移転事業と考察された 1,685 百万円についても、そのどこかに、「調整表」の「純売上高」欄での「認識・測定の差異」1,611 百万円が、単独ないし複数個所に分かれて含まれているものと考えられるのである。

さて、図表 5 の「外部売上高」欄で増減額が検出されている残りの項目は、「外部売上高合計」での△624 百万円と「全社（共通）およびセグメント間取引消去」での△18,840 百万円である。これらについても、他の項目との関係を中心に考察してみよう。

まず、「外部売上高合計」での△624 百万円であるが、この金額と「連結売上高」欄で検出されている△699 百万円との差額が注目される。前者は、EP&S からその他分野までの各セグメントの外部売上高合計額の変化額であり、後者は、それに全社（共通）事業の外部売上高の変化額である。つまり、後者の減少額の方が 75 百万円大きい検出結果となっている。これは、2020 年度適用の米国基準から 2021 年度適用の IFRS への変更によって、全社（共通）事業の 2020 年度実績の外部売上高として計上される金額が 75 百万円減少したものと解釈できるのである。ただし、上での「調整表」の検討から考察されたように、この金額についても、「表示組替」ないし「認識・測定の差異」の両方ないしいずれかの影響があるものと推測される。

また、全社（共通）およびセグメント間取引消去」での△18,840 百万円についてであるが、この検出差額には、全社（共通）事業の外部売上高とセグメント間取引消去の両方の変化額が含まれているため、それら 2 つの要素を分けて考察する必要がある。さっそくそれらを分離する作業を行ってみよう。

2020 年度データの 2020 年度開示、すなわち当期開示でのセグメント間取引金額をすべて合計すると、197,987 百万円である。これと、同じく 2020 年度データの 2020 年度開示での「全社（共通）及びセグメント間取引消去」△186,953 の絶対値を比較すると、前者の方が 11,034 百万円多いことがわかり、この金額が 2020 年度当期開示での全社（共通）事業の外部売上高であったと解釈される。

続いて、2020 年度データの 2021 年度開示、すなわち前年データとして 2021 年度に開示されたセグメント間取引金額をすべて合計すると、

216,752 百万円である。これと、同じく 2021 年度に前年度データとして開示された「全社（共通）及びセグメント間取引消去」△ 205,793 百万円の絶対値を比較すると、前者の方が 10,959 百万円多いことがわかり、この金額は 2020 年度実績での全社（共通）事業の外部売上高を 2021 年度の観点から遡及修正を加えて再表示した金額であると解釈される。

そうすると、2020 年度実績の全社（共通）事業の外部売上高は、2020 年度当期開示よりも、2021 年度修正再表示に際して、これらの差額すなわち 75 百万円の減少が計算され、上で考察した、図表 5 での「外部売上高合計」欄での変化額と「連結売上高」欄での変化額との差額の絶対値と一致している。この 75 百万円については、2 重に確認されたのである。ただ、前述のように、この金額については、「表示組替」ないし「認識・測定の違い」の影響があると推測されるため、この差額の属性を特定することは難しい。

ここで、セグメント別の当期開示・修正再表示データの再構成に続いて、製品部門別の外部売上高についても、当期開示・修正再表示データの再構成を行ってみよう。セグメント別データの分析と同様にして、ソニーグループ（株）の 2020 年度および 2021 年度有価証券報告書の製品部門別外部売上高データを再構成すると、図表 6 のような結果が得られ、検出結果から新たに 2 つの事がわかる。

その一つは、図表 5 の分析から検出されていた、EP&S セグメントへと編入された事業領域について、製品カテゴリー別の情報を再構成した図表 6 では、図表 5 と同一の増加額 114,000 百万円が、EP&S の「その他」カテゴリーにおいて検出されており、このカテゴリーに移転事業が編入されたことがわかるのである。

もう一つは、同じく図表 5 で検出された、映画セグメント中から事業譲渡された Game Show Network, LLC の一部とみられる事業領域についての 2020 年度実績での外部売上高とみられる減少額が、図表 6 では、同じ減少額で、同セグメントの「映画製作」カテゴリーにおいて検出されており、事業譲渡された部分は、このカテゴリーに属していたことがわかるのである。

これらの情報も、ここで行っている、当期開示・修正再表示データの再構成という手法を通じて初めて知ることができるのである。

3-2. ソニーグループ 2020 年度資産関連データの分析

ソニーグループは、2020 年度有価証券報告書において、「最高意思決定者は、個別の資産情報を使用してセグメント評価を行っていません⁹」としており、また、翌 2021 年度の有価証券報告書においても、やはり、「最高意思決定者は、個別の資産情報を使用してセグメント評価を行っていません¹⁰」としている。その上で、両年度とも、セグメント別の資産額を開示していない。ただし、減価償却費・償却費については、セグメント別に開示を行っているので、それらが、セグメント別の資産状況を推測する上での 1 つの手がかりにはなるかもしれない。そうした観点から、2020 年度実績データについて、当期開示・修正再表示データの再構成を行ってみることにしよう。

これまでと同様の方式で、セグメント別の 2020 年度の減価償却費・償却費について、2020 年度当期開示と 2021 年度の修正再表示を比較する形でデータを整理すると、図表 7 が得られる。

各増減欄に検出されているように、EP&S で約 32%、G&NS で約 37% の増加し、映画セグメントに至っては約 15 倍にも減価償却費・償却費が

図表6 2020年度に属するデータ群（製品部門別外部売上高） 単位：百万円

製品カテゴリー	開示年度	外部顧客	増減
テレビ（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2020 2021	709,007 709,007	0
オーディオ・ビデオ（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2020 2021	313,975 313,975	0
静止画・動画カメラ（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2020 2021	338,694 338,694	0
モバイル・コミュニケーション（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2020 2021	358,580 358,580	0
その他（「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション」セグメント）	2020 2021	182,631 296,631	114,000
デジタルソフトウェア・アドオンコンテンツ（「ゲーム&ネットワークサービス」セグメント）	2020 2021	1,454,654 1,454,654	0
ネットワークサービス（「ゲーム&ネットワークサービス」セグメント）	2020 2021	382,950 382,950	0
ハードウェア・その他（「ゲーム&ネットワークサービス」セグメント）	2020 2021	767,109 767,109	0
イメージング&センシング・ソリューション（報告セグメントとして）	2020 2021	937,859 937,859	0
映画製作（「映画」セグメント）	2020 2021	271,081 265,301	-5,780
テレビ番組制作（「映画」セグメント）	2020 2021	267,123 267,123	0
メディアネットワーク（「映画」セグメント）	2020 2021	219,376 219,376	0
音楽制作（ストリーミング）（「音楽」セグメント）	2020 2021	337,100 337,100	0
音楽制作（その他）（「音楽」セグメント）	2020 2021	179,167 179,167	0
音楽出版（「音楽」セグメント）	2020 2021	156,862 156,862	0
映像メディア・プラットフォーム（「音楽」セグメント）	2020 2021	254,121 254,121	0
金融（報告セグメントとして）	2020 2021	1,661,520 1,664,991	3,471
その他（報告セグメントとして）	2020 2021	196,517 84,202	-112,315
全社（共通）	2020 2021	11,034 10,959	-75
連結	2020 2021	8,999,360 8,998,661	-699

注：ソニーグループ株式会社 [2021] [2022] に基づいて筆者作成。

増大していて、全社では87%を超える増加額と 国基準から2021年度のIFRS適用への変更に伴
なっているのである。おそらく、2020年度の米 う増加額とみられるが、その詳細にかんする説明

図表 7 2020 年度に属するデータ群（セグメント別減価償却費・償却費）単位：百万円

セグメント	開示年度	減価償却費・償却費	増減
エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション	2020	62,145	20,029
	2021	82,174	
ゲーム&ネットワークサービス	2020	38,707	14,280
	2021	52,987	
イメージング&センシング・ソリューション	2020	152,380	7,089
	2021	159,469	
映画	2020	19,330	271,565
	2021	290,895	
音楽	2020	30,666	15,551
	2021	46,217	
金融	2020	59,885	8,713
	2021	68,598	
その他	2020	4,363	3,323
	2021	7,686	
全社（共通）	2020	23,217	868
	2021	24,085	
連結合計	2020	390,693	341,418
	2021	732,111	

注：ソニーグループ株式会社 [2021] [2022] に基づいて筆者作成。

が見当たらないので、予断は控えることとしたい。ただ、これらの検出結果は、減価償却費・償却費の当期開示・修正再表示データの再構成によって初めて得られる情報であり、適用会計基準の変更によって、減価償却費・償却費にかなりの増加額の遡及的修正が加えられている状況が明らかとなったことは、その後の減価償却費・償却費の計上額も従来の金額より多いレベルであることが推測されるという点からも、きわめて有用であるといつてよいであろう。

もっとも、減価償却費・償却費の金額から推測される各セグメントの資産状況には、減価償却費・償却費を伴わない資産は含まれないため、セグメント別の資産状況を把握することは極めて困難と言わなければならない。もっとも同社は、前述したように、最高意思決定者がセグメント評価する

際に、個別の資産情報は使用していない旨を明記しているので、セグメント別の資産状況は、そもそも同社のセグメント評価とは無関係なのかもしれない。

ただし、セグメント別の減価償却費・償却費データは、「その他の重要事項」として開示されているので、キャッシュフローに関する一つの情報として、注目すべき点であることは否めない。

4. おわりに

本稿では、2019 年度から 2021 年度にかけてのソニーのセグメント情報を用いて、2019 年度および 2020 年度データについて、当期開示・修正再表示データの再構成分析を行ってきた。その結果、有価証券報告書で説明されていない、様々な

情報を検出することができた。

セグメント情報をいわゆるトレンド情報として観察する場合は、そこで開示される複数期の情報を時系列的に比較するのが一般的である。しかし、ここでは毎年のトレンド・データ追うのではなく、敢えてデータの属する期を固定することによって、同じデータがその後にセグメンテーション変更の影響を受けて修正再表示される局面に焦点を当てて、特定年度のデータを追う方法で分析・検討を行った。それによって、セグメント間の関係を示す数値を検出することができたのである。

もちろん、セグメント業績の推移を観察することは重要であり、セグメント情報利用の基本である。本稿での考察でも、トレンド情報の観察も同時に行っている。それと同様に、年度間でのセグメンテーションの違いを知ることもまた、企業のセグメント別の業績を評価する上で極めて重要であるといえる。なぜならば、セグメンテーションは、最高意思決定者の判断によって行われているので、そうした事業区分の変更態様を理解することができて初めて、セグメント業績に対する適切な評価を行うことができるからである。

各国会計基準や IFRS 等におけるセグメント情報の開示規定をめぐっては、適切なセグメンテーションがつねに求められてきたが、今日では、マネジメント・アプローチと呼ばれる、経営者にその決定を委ねる方法が一般的となっている。確かに、報告すべきセグメントの内容を熟知しているのは、当該企業の経営者であり、最も適切なセグメンテーションを決定できる立場にあることは、明らかかといってよい。

今回の分析でも引き続き用いている、当期開示・修正再表示データの再構成という分析手法は、マネジメント・アプローチによって経営者に委ねられたセグメンテーションが変更される際に、そこ

で変更を受けた部分についての変更前年度実績での追加情報を検出可能な方法とあってよいであろう。その意味では、セグメンテーションにマネジメント・アプローチが採用されることで、むしろセグメンテーション変更局面の状況をより詳しく知る機会が得られるのである。

注

- 1 佐藤 [2021] を参照。
- 2 ソニーの有価証券報告書のセグメント情報では、2012年度、2013年度、2014年度および2015年度の4年間、いずれもセグメント数は9つとなっており、数の上では安定している。ただし、2014年度より、2012・2013年度の「モバイル・プロダクツ&コミュニケーション」が「モバイル・コミュニケーション」へ、そして2012・2013年度の「ゲーム」が「ゲーム&ネットワークサービス (G&NS)」へと変更されている。また、2016年度には、従来の「デバイス」に替えて「半導体」と「コンポーネント」セグメントが新設され、セグメント数は10個になり、続く2017年度には、「コンポーネント」は「その他」セグメントに編入されて、9つのセグメントへと再び減少している。さらに2019年度には、「モバイル・コミュニケーション」、「イメージング・プロダクツ&ソリューション」および「ホームエンタテインメント&サウンド」の3セグメントが統合されて、新たに「エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション (EP&S)」となった。また、「半導体」セグメントは、「イメージング&センシング・ソリューション (I&SS)」へと名称が変更された (図表1を参照)。
- 3 ソニー株式会社 [2013], pp. 195-198 を参照。なお、「ゲーム」セグメントは新設というよりむしろ、1997年度から2008年度まで独立セグメントとして開示されていた「ゲーム」セグメントの復活といった方が正確であろう。
- 4 ソニーグループ株式会社 [2022], p. 132. なお、EP&Sは、エレクトロニクス・プロダクツ&ソリューションの略称として用いられている。
- 5 同上。
- 6 同上書, p. 239.
- 7 ソニーグループ株式会社 [2022], p. 241.
- 8 同上書, p. 16, 32, 36.
- 9 ソニーグループ株式会社 [2021], p. 202.

10 ソニーグループ株式会社 [2022], p. 132.

参考文献

企業会計基準委員会 [2007] 『企業会計基準公開草案 第 21 号—セグメント情報等の開示に関する会計基準（案）—』

———— [2008] 『企業会計基準第 17 号—セグメント情報等の開示に関する会計基準—』

佐藤成紀 [1988] 「セグメント別利益のディスクロージャー—米国セグメント会計基準の検討」『経済学研究（東京大学）』第 31 号

———— [1991a] 「セグメント情報の修正再表示(1)—SFAS No. 14 の検討」『経済研究(明治学院大学)』第 89 号

———— [1991b] 「セグメント情報の修正再表示(2)—USX のケースから」『経済研究（明治学院大学）』第 90 号

———— [1991c] 「セグメント情報の修正再表示(3・完)—SFAS No. 14 の再検討」『経済研究（明治学院大学）』第 91 号

———— [2008] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(1)」『経済研究(明治学院大学)』第 140・141 合併号

———— [2009] 「ソニーにみるセグメント情報の修正再表示」『会計』第 175 巻, 第 4 号

———— [2010] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(2)」『経済研究(明治学院大学)』第 143 号

———— [2011] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(3)」『経済研究(明治学院大学)』第 144 号

———— [2012] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(4)」『経済研究(明治学院大学)』第 145 号

———— [2014] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(5)」『経済研究(明治学院大学)』第 147 号

———— [2015] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(6)」『経済研究(明治学院大学)』第 150 号

———— [2016] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(7)」『経済研究(明治学院大学)』第 152 号

———— [2017] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(8)」『経済研究(明治学院大学)』第 154 号

———— [2018] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(9)」『経済研究(明治学院大学)』第 156 号

———— [2019] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(10)」『経済研究(明治学院大学)』第 158 号

———— [2020] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(11)」『経済研究(明治学院大学)』第 160 号

———— [2021] 「セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(12)」『経済研究(明治学院大学)』第 162 号

ソニー株式会社 [1998] 『アニュアルレポート 1998 (1998 年 3 月期)』

———— [2007] 『2006 年度有価証券報告書』

———— [2008] 『2007 年度有価証券報告書』

———— [2009] 『2008 年度有価証券報告書』

———— [2010] 『2009 年度有価証券報告書』

———— [2011] 『2010 年度有価証券報告書』

———— [2012] 『2011 年度有価証券報告書』

———— [2013] 『2012 年度有価証券報告書』

———— [2014] 『2013 年度有価証券報告書』

———— [2015] 『2014 年度有価証券報告書』

———— [2016] 『2015 年度有価証券報告書』

———— [2017] 『2016 年度有価証券報告書』

———— [2018] 『2017 年度有価証券報告書』

———— [2019] 『2018 年度有価証券報告書』

———— [2020] 『2019 年度有価証券報告書』

ソニーグループ株式会社 [2021] 『2020 年度有価証券報告書』

———— [2022] 『2021 年度有価証券報告書』

FASB (Financial Accounting Standards Board)
[1976] *Statement of Financial Accounting Standards, No.14 — Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise.*

———— [1997] *Statement of Financial Accounting Standards, No.131 — Disclosures about Segments of an Enterprise and Related Information.*

IASB (International Accounting Standards Board)
[2006] *International Financial Reporting standard 8 — Operating Segments.*