

セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(1)

佐藤成紀

I. はじめに

セグメント情報は、企業の全社未満レベルでの詳細な会計情報として、その重要性を一層高めている。それに伴い、その開示方法をめぐっては、情報の読み手にとって、よりわかり易く、より情報価値の高いディスクロージャーの確保が求められるようになってきている。

今般、わが国でも、2007年9月4日に、企業会計基準委員会より、「セグメント情報等の開示に関する会計基準（案）」が公表され、セグメント情報の開示制度が、本格的に整備される運びとなったことは、周知の通りである。そこでは、セグメント情報の開示に関する米国基準（SFAS No.131）や国際財務報告基準（IFRS 8）が、その基本理念としているマネジメント・アプローチを、わが国でも初めて採用する提案がなされている。わが国も、セグメント情報開示制度の大きなターニング・ポイントを迎えようとしているといってもよいであろう。

マネジメント・アプローチにおいては、財務諸表の利用者が経営者の観点から企業を観察できる

点、また、情報作成のための追加的コストの低さや、セグメンテーションに際しての恣意性の入りにくさなどが、そのメリットとして挙げられている¹。確かに、企業が内部管理上用いているセグメント情報を、そのままに近い形で外部報告に用いることができれば、企業にとっては最もコストがかからない方法であり、情報利用者にとっては、企業の内部管理の態様を、経営者の観点から窺い知ることができる。まさに理想的な形といえよう。

ただし、セグメント会計基準のパイオニア的存在である米国の最初のセグメント会計基準 SFAS No.14 が設定されるに至ったプロセスを振り返ると、詳しい内部情報の開示に消極的な企業側と、セグメント別の会計情報を開示させようという規制側との議論の中から基準が設定されてきた経緯があり²、事情は単純ではない。むしろ、内部管理上のセグメント情報の開示を求められた企業側としては、外部報告上の何らかのメリットを求めることも考えられるのである。そうした観点からすると、いくら基準の上でマネジメント・アプローチが採用されていたとしても、それが適用される個々のケースにおいて、内部管理上の目的

以外に、たとえば、外部報告を意識した経営者の意図などの要因が作用して、開示されるセグメント情報に何らかの影響を与える可能性が常に残されているとあってよい。

本稿では、ソニーのセグメント情報に焦点を当て、とくに、そこで垣間見られる経営者の意図を探りつつ、できる限り客観的なデータ分析を念頭に置きながら、同社の情報開示の実態へのアプローチを試みたい。

II. ソニーにおける外部報告上のセグメンテーション

ソニーの事業組織における近年の大きな変化としては、2005年度にカンパニー制が廃止され、事業本部を中心とした、より効率的な組織に改められたことが挙げられる。セグメント情報に着目すると、この組織変更直後の2005年度開示において、1997年度から2004年度まで個別のセグメントとされていた「音楽」事業が、「その他」事業へと編入されている点が注目される（図表1を参照）³。もちろん、カンパニー制の廃止と、こうしたセグメンテーションの変更とは、必ずしも直接的な関連を持つものではなく、この変更はむしろ報告セグメントとしての重要性の変化などによるところが大きいといった方がよいであろう。ここでは、事業組織そのものの変化に焦点を当てるのではなく、そこで開示されるセグメント情報から、どこまで企業の内部的な状況を読み取ることができるかに関心を集中させることとしたい。

それではまず、同社が外部報告に用いているセグメンテーションの変化を、同社の1994年度以降の有価証券報告書から概観してみよう。大きな特徴として、1997年度から2004年度にかけては6つのセグメントに事業領域を分割していること

が挙げられる。ただし、セグメント数は同一であっても、1997年度から2000年度では「保険」事業という分類だったものが、2001年度から2004年度では「金融」事業という分類に変わっている。

それ以前についてみると、1995年度および1996年度では、「エレクトロニクス」、「エンタテインメント」および「保険・ファイナンス」の3セグメント、1994年度にいたっては、「エレクトロニクス」と「エンタテインメント」の2つのセグメントのみによる開示が行われていた。ひとまずセグメントの増減および名称変更からの所見によれば、同社のセグメンテーションは、1995年度に「保険・ファイナンス」事業を加えた後、1997年度に細分化が行われ、1996年度まで「エンタテインメント」として分類されていた事業領域が、1997年度から「ゲーム」、「音楽」および「映画」へと分割されたとみられる⁴。さらに、2001年度より「保険」事業が「金融」事業へと変わり、2005年度より「音楽」事業が「その他」事業へと編入されるという一連の変化をみせてきたのである。

1997年度よりセグメンテーションが詳細になった背景には、1997年6月に、米国のセグメント会計基準であるSFAS No.131が発効したことがある。実際、同社の1998年3月期アニュアル・レポートは、「当年度において、当社は米国財務会計基準書第131号を適用し、新しいセグメント区分にもとづき各分野の業績を表示する」⁵旨を明記している。

冒頭でも触れたようにSFAS No.131は、わが国の「セグメント情報等の開示に関する会計基準（案）」においても提案されている、マネジメント・アプローチによるセグメント情報の開示を求めた先駆的な会計基準として位置づけられる。そ

図表1 セグメンテーションの変化

1994年度	1995-1996年度	1997-2000年度	2001-2004年度	2005-2006年度
エレクトロニクス	エレクトロニクス	エレクトロニクス	エレクトロニクス	エレクトロニクス
エンタテインメント	エンタテインメント	ゲーム	ゲーム	ゲーム
	保険・ファイナンス	音楽	音楽	映画
		映画	映画	金融
		保険	金融	その他
		その他	その他	

こでの報告すべき営業セグメント（operating segment）とは、次の3つの条件を満たすものとされている⁶。

- 収益を獲得し、かつ費用を発生させる事業活動に携わっている。
- セグメントへの資源配分やセグメントの業績評価に関する意思決定を行うため、その営業成績が定期的に企業の最高業務意思決定者によってレビューされる。
- 別個の財務情報が入手可能である。

よって、ソニーが1997年度から用い始めたセグメンテーションも、こうした3つの条件を満たしたものと理解されるのである。

Ⅲ. ソニーのセグメンテーション変更に伴うセグメント情報の修正再表示

すでに触れたように、ソニーは、1997年度よりSFAS No.131の適用を開始し、新しいセグメント区分に基づいた業績表示が行われることとなったが、過年度に開示された各分野の業績を、当年度の表示に合わせて組み替えし再表示したと説明している⁷。つまり、セグメンテーションの変更に伴って、過年度のセグメント情報を変更後の

新しいセグメンテーションにしたがった形に組み替えて、一覧性をもった形式に修正した上で、セグメント・データを開示しているのである。この、過年度情報の遡及修正再表示は、SFAS No.131によって要求されている開示規定の一部であるが⁸、もともと、米国の旧セグメント会計基準であったSFAS No.14においても、同様の規定が設けられており、過年度データの修正再表示が求められていた⁹。財務諸表全体についての遡及修正再表示を行う会計慣行が定着している米国においては、自然な流れとあってよいであろう。

そもそも、セグメント情報について、過年度データの遡及修正再表示を行う意義は、最新のセグメンテーションに基づいた、一企業に関する時系列での期間比較可能性の確保に求められよう。残念ながら、今般、わが国で提案されている新セグメント会計基準案においては、マネジメント・アプローチが採用されながらも、こうした修正再表示規定は盛り込まれていない。ただ、ソニーのように連結財務諸表を米国基準で作成している企業に関しては、日本基準のいかにかわからず、今後、修正再表示データが開示されることになるので、こういったケースでは、当面、問題はないとあってよい。

さて、ここで着目しているソニーの場合、過年度のセグメント情報が明らかに修正再表示を受け

図表 2 修正再表示の所見

	1995 年度	1997 年度	2001 年度	2005 年度
当期データ	エレクトロニクス エンタテインメント 保険・ファイナンス	エレクトロニクス ゲーム 音楽 映画 保険 その他	エレクトロニクス ゲーム 音楽 映画 金融 その他	エレクトロニクス ゲーム 映画 金融 その他
前期データ	当期のセグメンテーションに合わせて組み替え再表示	当期のセグメンテーションに合わせて組み替え再表示	当期のセグメンテーションに合わせて組み替え再表示	当期のセグメンテーションに合わせて組み替え再表示
前々期データ	同上	同上	同上	同上

ているとみられるのは、セグメンテーションが変更された年度の前年度データおよび前々年度データである。すなわち、1995 年度、1997 年度、2001 年度および 2005 年度セグメント情報における、それぞれの前期および前々期データが、開示された年度の当期データに用いられたのと同じセグメンテーションにしたがう形に、遡及的な修正を加えられていると推測されるのである。

これらの局面を、実際にみることにしよう。まず、1995 年度開示のセグメント情報であるが、そこでは、1994 年度に報告セグメントとされていなかった「保険・ファイナンス」事業について、過年度情報（前年度（1993 年度）および前々年度（1992 年度））が、この分類名称で開示されているかどうか注目される。また、1997 年度開示情報では、1995 年度および 1996 年度において「エンタテインメント」として分類されていた事業領域についての前年度（1996 年度）データおよび前々年度（1995 年度）データが、1997 年度当期開示の「ゲーム」、「音楽」および「映画」事業という分類にしたがって遡及的に分解されているかを確認しなければならない。続いて 2001 年度情報では、1999 年度および 2000 年度には「保険」事業とされていた事業領域について、

2001 年度当期開示で用いられている「金融」セグメントという分類にしたがった過年度データが開示されているかをみておく必要がある。そして最後に 2005 年度情報では、2003 年度および 2004 年度において独立セグメントとされていた「音楽」事業データが、2005 年度当期開示における「その他」セグメントに含まれる形へと遡及的に組み替えられた上で、過年度情報として開示されているかを確かめなければならない。

そうした作業を行ってみると、図表 2 のような結果が得られ、すべての局面において、過年度データの組み替え再表示が行われていることがわかる。つまり、どの局面においても、開示年度の最新のセグメンテーションが重視されていることが読み取れるのである。

ただし、これらの所見は、あくまでも分類名称の上での観察結果であって、この段階では、たんにセグメント情報の形式的な側面のみについての所見に過ぎない。これから行っていく、データの仔細な検討をまたなければ、そこで分割や編入を受けた事業領域部分について、内容面での理解を得ることは難しいといわなければならない。

IV. 修正再表示データの再構成による 検討

米国基準に準拠したセグメント情報を開示しているソニーの場合、ここでみている4回のセグメンテーション変更年度における過年度情報は、すべて当該年度に採用している事業分類に組み替えられた上で、再表示されていることが確認されたので、そうした状況を踏まえて次のような分析を試みたい。

すなわち、ここで着目しているセグメンテーション変更局面について、たんに、開示データを、その開示年度ごとに観察するのではなく、修正再表示データを含めて、データの属する期が同一のデータ群に焦点を当てることによって、当期開示データおよび修正再表示データを再構成し、データ間の関係を分析するのである¹⁰。この方法を用いて、2005年度のセグメンテーション変更局面から検討を始めることにしよう。

まず、2005年度開示において遡及修正されるデータ群を確認する。ソニーの場合は、米国基準に基づいた、3期比較形式でのセグメント・データを公表しているため、2004年度に属するデータ群と2003年度に属するデータ群が、2005年度開示における遡及修正の対象となる。それらのデータ群は、それぞれ、2005年度に変更されたセグメンテーションにしたがう形に組み替えられており、それらのデータ群が当期開示（2004年度に属するデータについては2004年度開示、2003年度に属するデータについては2003年度開示）された時とは異なる形で、いわば、新たなデータとして公表されているのである。

ここでは、これらのデータ群のうち、2005年度に最も近いデータ群という点から、2004年度

に属するデータ群を、さしあたっての分析対象とする¹¹。また、分析の中で、この2005年度のセグメンテーション変更が、実は、その前年の2004年度に行われたセグメンテーション変更とも関連をもつことが明らかとなった。そのため、直近の2003年度に属するデータ群も分析対象に含め、順次、考察を進めることとしたい。

1. ソニー 2004年度データの分析

ここでの分析対象は、2004年度に属するデータ、すなわち2004年度当期開示データおよび2005年度開示における前年度データの、2つのデータ群である。それらデータ群の比較検討を行う際には、2005年度のセグメンテーション変更に関する詳細を照らし合わせながら作業を進める必要がある。

ソニーの2005年度有価証券報告書は、2005年度のビジネス別セグメント区分の一部見直しとして、2005年4月1日付で同社の日本におけるディスク製造事業を音楽事業からエレクトロニクス分野の「その他」部門に移管したと説明している。また、これによって、「音楽」事業が、もはや独立セグメントとしての条件を満たさなくなったため、2005年4月以降、「音楽」分野の業績を「その他」分野に含めて開示することとしたとしている。それに伴い、同社は、「エレクトロニクス」分野と「その他」分野の前年同期の実績を、この新しいセグメンテーションに合わせて組み替え再表示を行ったとのことである¹²。

こうした点に注意しながら、2004年度に属するデータ群の関係について比較分析を行うことにしよう。すでに述べたように、ここでの分析手法は、あくまでも開示されたセグメント・データが属する期に焦点を当てているので、2005年度に開示されたセグメント情報については、あえて当

期（2005年度）開示の最新データには目を向けず、前年度データとして修正再表示されている2004年度データに着目し、これと、2004年度開示時点現在での当期（2004年度）開示データとを比較分析する。そうした作業を行うと、図表3のような結果を得る。すなわち、各セグメント・データの上段の2004年度当期開示データから下段の2005年度における修正再表示データへの変化額を、「増減」欄に算出することによって、主に3つの顕著な変化額が検出されるのである。

第1は、「音楽」事業における外部売上高、セグメント間取引およびセグメント損益の減少額である。すでにみたように、「音楽」事業は2005年度有価証券報告書において、その、セグメントとしての重要性を満たさなくなったために、2005年度より独立セグメントとしては消滅している。したがって、外部売上高等の金額がゼロというよりは、セグメント自体が存在しないと行ったほうが正確であるが、ここでは2004年度当期開示からの変化額をみるため、2005年度のデータ群をゼロ数値とした上で、増減を観察している。

第2は、「エレクトロニクス」事業における外部売上高などの増加額である。2004年度現在で当該事業に含まれていなかった「日本におけるディスク製造事業」が2005年度より「音楽」事業より移転されたという、2005年度有価証券報告書での説明と照らし合わせると、これらの増加額は、この移転事業部分についてのデータと判断されるのである。この部分を詳しくみると、移管事業（エレクトロニクスへの編入部分）の営業利益率（内部取引を含む）は0.07%であることがわかる（ちなみに移管元となった音楽部門の営業利益率（内部取引を含む移管前）は3.53%）。すなわち、音楽事業分野の中から、若干ではあるものの営業黒字が得られていた「日本のディスク製造

事業」を、大きな営業損失を抱えているエレクトロニクス部門へと編入させている態様が検出されるのである。こうした検出結果は、有価証券報告書において公表されていないデータであり、本研究で行っている、データの属する期という視点からの再構成作業を通じて初めて得られるものにとってよい。2005年度に移転された「日本のディスク製造事業」が、どの程度の売上高規模や収益性をもった事業領域であったのかを、2005年度開示時点からみれば過年度情報となる、2004年度に属するデータを用いて知ることができるのである。

ここで付言しておく、2005年度有価証券報告書では、この「日本のディスク製造事業」の「エレクトロニクス」部門への編入に先立って、前年（2004年）に「海外のディスク製造・物流事業」を、やはり、「音楽」部門から「エレクトロニクス」部門へと移転させたことが述べられている。したがって前述の2004年度データの分析に続いて、2003年度データを分析する際には、この点を考慮に入れて検討を加える必要がある。

最後は、「その他」セグメントの変化額である。上でみた、「日本におけるディスク製造事業」が「エレクトロニクス」部門へと移管されたことで、「音楽」部門がセグメントとしての重要性を満たさなくなり、この、「その他」セグメントへと編入されたとのことであった。つまり、「音楽」部門から「日本におけるディスク製造事業」を除いた残りの事業領域が、「その他」セグメントへと移転されたわけである。そうであるならば、最初にみた、「音楽」部門における減少額が、「エレクトロニクス」部門での増加額および「その他」部門での増加額と、どのような関係になっているのか、が注目される場所である。

そこで、外部売上高からみてみると、図表3に

図表3 2004年度に属するデータ群（セグメント別）

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	2004	4,786,236		235,411		-34,305	
	2005	4,806,494	20,258	260,339	24,928	-34,273	32
ゲーム	2004	702,524		27,230		43,170	
	2005	702,524	0	27,230	0	43,170	0
音楽	2004	216,779		32,326		8,783	
	2005	0	-216,779	0	-32,326	0	-8,783
映画	2004	733,677		0		63,899	
	2005	733,677	0	0	0	63,899	0
金融	2004	537,715		22,842		55,490	
	2005	537,715	0	22,842	0	55,490	0
その他	2004	182,685		71,742		-4,077	
	2005	379,206	196,521	80,688	8,946	4,188	8,265
消去	2004			-389,551		13,530	
	2005			-391,099	-1,548	14,016	486
配賦不能営業費用控除	2004					-32,571	
	2005					-32,571	0
連結売上高・営業利益	2004	7,159,616		0		113,919	
	2005	7,159,616	0	0	0	113,919	0

注：ソニー株式会社〔2005〕〔2006〕に基づいて筆者作成。

ある外部売上高の増減欄に算出されているように、「音楽」部門での216,779百万円の減少額と、「エレクトロニクス」部門での20,258百万円および「その他」部門での196,521百万円、合計で216,779百万円の合計額とが完全に一致し、数値間での関係が過不足なく整合していることがわかる。そもそも、外部顧客への売上高については、内部的な事業分類をどのように変更したとしても、基本的に、それらの合計額は変化しないはずである。

実際、ここで着目している、「音楽」部門の一部が「エレクトロニクス」へと移管され、残りの事業部分が「その他」部門へと編入された際にも、セグメント外部売上高合計額、すなわち連結売上高は、2004年度データの2004年度当期開示と、同データの2005年度修正再表示とで、ともに7,159,616百万円となっており、セグメンテ-

ションの変更によって外部売上高の総セグメント合計額が変化しない証左となっている。しかも、こうした分析によって、2005年度有価証券報告書に述べられている通りに、セグメント間での事業移転は、「音楽」部門、「エレクトロニクス」部門および「その他」部門の3セグメント間のみで行われており、それ以外のセグメントとは一切関係していないことも、それら残りのセグメントについての増減値がゼロであることによって確かめられるのである。

その上で特筆すべきは、「その他」部門の営業損失4,077百万円が、一気に営業利益4,188百万円へと変化していることである。「音楽」部門から「日本におけるディスク製造事業」を除いた、残りの事業領域の移転によって、多額の営業損失を抱えていた「その他」部門は、一転して、それと同額以上の営業利益を生じる部門へと、外部報

告上の変貌を遂げたのである。そして、ここでの検出結果から、こうした急回復をもたらした、同移転事業領域の営業利益率（内部取引を含む）は 4.02%であったことがわかる。

次に、セグメント間取引についても同様に、2004 年度当期開示から 2005 年度修正再表示への変化額に着目してみよう。セグメント間取引の増減を算出すると、図表 3 に示したように、「音楽」部門では 32,326 百万円の減少がみられる一方で、「エレクトロニクス」部門では 24,928 百万円、また、「その他」部門では 8,946 百万円の、それぞれ増加額が検出されている。「音楽」部門での減少と「エレクトロニクス」および「その他」での増加というパターンは、外部売上高の変化パターンと類似している。しかし、外部売上高とは異なり、セグメント間取引については、消去欄が設けられているので、この部分の変化に注意しなければならない。実際、その変化額を算出してみると、図表 3 に示したように、金額変化としては 1,548 百万円の減少、すなわち、セグメント間取引消去額としては同額の増大がみとめられるのである。この部分の解釈については、より綿密な考察が必要となるので、「音楽」部門をめぐるセグメント間取引について、整理することから始めよう。

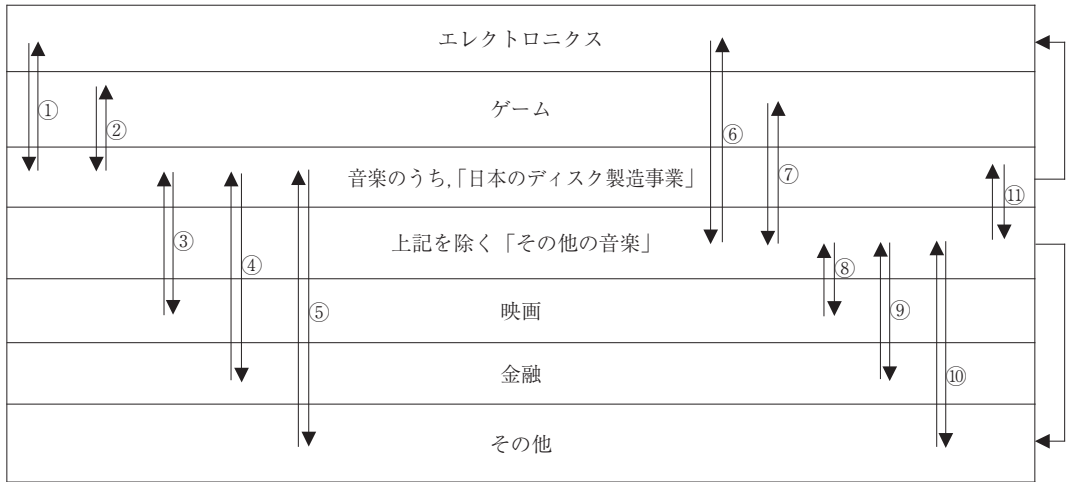
ソニーを構成する 6 つのセグメントの相互間での取引関係としては、基本的に 30 通りのケースが考えられる。ただし、いま着目している局面では、「音楽」部門から「日本のディスク製造事業」を「エレクトロニクス」部門へ移管し、残りを「その他」セグメントへと編入しているため、こうしたセグメンテーションの変化前後間の内部取引関係を考察するためには、「音楽」部門をあらかじめ、「日本のディスク製造事業」と、それを除く「その他の音楽」事業とに分けた 7 つのセグ

メント間の関係として捉え直しておく必要がある。よって、セグメント相互間での取引関係は 42 通り（双方向をワンセットとした場合は 21 通り）のケースということになる。これらのうち、ここでのセグメンテーション変更に関与する内部取引は、「日本のディスク製造事業」、「その他の音楽事業」が関係する 22 通り（双方向をワンセットとした場合 11 通り）のケースとなり、図表 4 の矢印で示すようなパターンとなる（矢印の始点が内部売上元を、終点が内部売上先を表す）。

2005 年度開示において、「音楽」セグメントは消滅するので、図表 4 の①から⑩までの双方向で 10 通りの内部取引は、2004 年度データを遡及的に修正再表示する場合には、すべて認識されなくなるものと考えられる。その一方で、②、③、④および⑤の双方向取引は、「日本のディスク製造事業」が「エレクトロニクス」に移管された後、新たに「エレクトロニクス」とそれ以外のセグメントとの内部取引に加わるはずである。ただし、①の双方向取引は、「エレクトロニクス」内部での取引という扱いとなり、セグメント間取引としては認識されなくなるものと考えられるのである。

同様に、⑥、⑦、⑧および⑨の双方向取引は、「その他の音楽」事業が「その他」部門へと編入された後に、新たに「その他」とそれ以外のセグメントとの内部取引に加わるはずである。ただし、⑩の双方向取引は、やはり、「その他」部門内部での取引という扱いとなり、セグメント間取引としては認識されなくなると考えられる。ただし、音楽部門の分割と他セグメントへの編入によって、まったく新たに認識される内部取引に気をつけなければならない。「日本のディスク製造事業」と「その他の音楽」との間で行われた取引、すなわち、図表 4 に示した⑩の双方向取引で

図表4 音楽部門をめぐるセグメント間取引



ある。この部分は、「音楽」部門が報告セグメントとして分割されていない状況では、あくまでも、1つのセグメント内部での取引であって、セグメント間取引としては認識されていない。「音楽」部門が2つの事業へと分割されて初めて、別個のセグメント間の取引として認識されることになるのである。

したがって、内部取引消去欄での変化額は、図表4に依拠すると、①+⑩-⑪（セグメント間取引消去額の増減としては、⑪-①-⑩）として表されることとなり、この変化額をみることで、①+⑩と⑪との大小関係およびその差額が判明すると考えられるのである。すなわち、内部取引消去欄での変化額が正の値であれば $(①+⑩) > ⑪$ 、負の値であれば $(①+⑩) < ⑪$ と考えられ、ゼロであれば、 $①+⑩=⑪$ と考えられるのである。ここで着目している消去欄での変化額を計算すると、図表3に示したように、-1,548百万円となり、「日本のディスク製造事業」⇔「エレクトロニクス」間での取引高と「その他の音楽」⇔「その他」間での取引高との合計額よりも「日本のディスク製造事業」⇔「その他の音楽」間での取引

高の方が1,548百万円大きかったものと解釈されるのである。こうした関係も、ここで行っている、当期データと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のできるセグメント情報といってよい。

さて、2005年度有価証券報告書では、上で検討したセグメンテーション変更に加えて、2005年4月1日よりエレクトロニクス分野の製品部門区分の一部見直しを行い、それまで「テレビ」に含まれていた業務用プロジェクターを「情報・通信」に組み替えたとしている。その際、やはり、前年同期の実績については、新区分に合わせた組み替え再表示を行っているとのことである。

すでにみたように、2005年4月1日付で「音楽」部門から「エレクトロニクス」部門へと移管された「日本のディスク製造事業」は、2004年度実績で20,258百万円の外部売上高規模をもつ事業領域であった（図表3を参照）。しかも、2005年度有価証券報告書では、この事業を、「エレクトロニクス」分野の「その他」部門（この後からは、「その他」セグメントとの混同を避けるため、「その他」カテゴリーとする）に移管した

と具体的に説明している。そこで、今度は、こうした点も合わせて、「エレクトロニクス」分野をさらに細分化した、製品部門別情報に焦点を当てて、上でみたセグメント区分の変更局面と同様に、当期開示データと修正再表示データの再構成を行う手法を用いて分析を進めてみよう。

2004年度に属する「エレクトロニクス」の製品カテゴリー別の開示情報を、当期開示と修正再表示を含めて再構成すると、図表5に示すような検出結果が得られる¹³。そこでまず確認しておかなければならないのは、これら製品カテゴリー合計での外部売上高の変化額が、先にみた、「エレクトロニクス」部門での外部売上高の変化額と一致しているかどうかである。外部売上高における、カテゴリー合計の増減は、202.58億円の増加であり、「エレクトロニクス」部門での20,258百万円の増加（図表3）と一致している。次に、2005年度有価証券報告書の説明通りに、この202.58億円の全額が、「その他」カテゴリーの増加となっているかを点検してみよう。すると、「その他」カテゴリーの増加額は、カテゴリー合計での増加額よりも少ない、168.17億円にとどまっていることがわかる。つまり、外部売上高レベルでみた「日本のディスク製造事業」領域のすべてが「エレクトロニクス」の「その他」カテゴリーへと移管されているわけではないことを示す金額が検出されたことになる。

この辺の事情を、より深く理解するためには、他の製品カテゴリーについてもその変化額を調べる必要がある。すでに触れたように、同社は2005年4月1日より「業務用プロジェクター」事業を「テレビ」カテゴリーから「情報・通信」カテゴリーへと分類変更し、2005年度開示においては、前年同期の実績に対して、そうした変更に合わせて組み替え再表示を行ったとのことであ

った。そうすると、ここで再構成を行っているデータの上でも変化額が検出できるはずである。実際、外部売上高の変化額を算出してみると、「テレビ」カテゴリーでは359.27億円の減少額が、そして「情報・通信」では377.27億円の増加額が検出される。この結果から、「テレビ」カテゴリーから分類変更された「業務用プロジェクター」事業は、外部売上高で359.27億円であり、2005年度有価証券報告書の説明にあるように、その事業がすべて、「情報・通信」カテゴリーへと移されたと解釈される一方、その金額と「情報・通信」での増加額377.76億円との差額分の18.49億円については、「テレビ」以外の事業領域から「情報・通信」へと編入されたと考えなければならない。

さらに、営業損益の変化額にも目を向けてみると、「テレビ」では17億円の増加額が、そして「情報・通信」では6億円の増加額が検出されるのである。すなわち、「テレビ」カテゴリーから、2004年度実績で外部売上高359.27億円規模の「業務用プロジェクター」事業が分離されることで、同じく2004年度実績で17億円の営業損益が増加しているのである。この検出結果からすると、この「業務用プロジェクター」事業は、2004年度実績で17億円の営業損失を抱えていたと解釈されるのである。これもまた、公表データとしては開示されていない、ここでの分析手法を通じて初めて得られる情報といってよい。

さて、上でも触れた、「テレビ」以外の事業領域から「情報・通信」へと編入されたとみられる、2004年度実績の外部売上高18.49億円規模の事業領域であるが、もし、「エレクトロニクス」セグメント内のカテゴリーからの編入であれば、「テレビ」以外の、どれかの製品カテゴリーでの外部売上高の減少額が検出されるはずである。し

図表5 2004年度に属するデータ群（製品カテゴリー別）

単位：億円

セグメント	開示年度	外部顧客	増減	カテゴリー・ セグメント間取引	増減	営業損益	増減
オーディオ	2004	5,718.64		4		-57	
	2005	5,718.64	0	3	-1	-24	33
ビデオ	2004	10,347.36		94		395	
	2005	10,363.28	15.92	94	0	254	-141
テレビ	2004	9,571.22		80		-257	
	2005	9,211.95	-359.27	80	0	-240	17
情報・通信	2004	7,783.74		72		124	
	2005	8,161.50	377.76	72	0	130	6
半導体	2004	2,463.14		3,342		-178	
	2005	2,463.14	0	3,342	0	-99	79
コンポーネント	2004	6,194.77		1,343		110	
	2005	6,194.77	0	1,343	0	149	39
その他	2004	5,783.49		2,131		391	
	2005	5,951.66	168.17	2,176	45	410	19
消去／配賦不能費用	2004			-4,712		-53	
	2005			-4,508	204	-91	-38
構造改革費用	2004					-818	
	2005					-832	-14
カテゴリー合計	2004	47,862.36		2,354		-343	
	2005	48,064.94	202.58	2,602	248	-343	0

注：http://www.sony.co.jp/SonyInfo/IR/library/er.htmlの資料に基づいて筆者作成。

かし、図表5の結果からわかるように、「テレビ」以外に、減少額が検出されたカテゴリーは存在しない。そうすると、この外部売上高18.49億円規模の事業領域は「エレクトロニクス」セグメント以外のセグメントから加わったと考えられるのである。すでに分析したように、「エレクトロニクス」部門へと編入された2004年度実績の外部売上高202.58億円の「日本のディスク製造」事業のうち、「エレクトロニクス」の「その他」カテゴリーに編入されたのは、同じく2004年度実績の外部売上高168.17億円の部分（83%）であり、「その他」カテゴリーにそのすべてが編入されたのではないと考察されたのであった。そうすると、この、「日本のディスク製造事業」のうち、

「エレクトロニクス」の「その他」カテゴリーに編入されなかった残りの事業領域部分（2004年度実績の外部売上高34.41億円）は、「その他」カテゴリー以外の、「エレクトロニクス」内カテゴリーへと編入された可能性が高いものと判断されるのである。

さっそく、「エレクトロニクス」内の「その他」以外のカテゴリーの変化を精査してみよう。すると、「ビデオ」カテゴリーにおいて、2004年度実績の外部売上高で15.92億円の増加額が検出されていることに気付く。さらに、この金額と、先ほど「エレクトロニクス」部門以外のセグメントから「情報・通信」カテゴリーに加わったとみられる事業領域部分の外部売上高18.49億円を足し合

わせると、34.41億円となり、上記の、「日本のディスク製造事業」のうち「エレクトロニクス」の「その他」カテゴリに編入されなかった残りの事業領域部分の外部売上高34.41億円と完全に一致するのである。

以上の考察をまとめると、2005年度に「音楽」部門から分離され、「エレクトロニクス」部門へと移管された、2004年度実績の外部売上高で202.58億円の事業領域のうち、同じく2004年度実績の外部売上高規模で83%（168.17億円）が「その他」カテゴリへ、9.1%（18.49億円）が「情報通信」カテゴリへ、そして7.9%（15.92億円）が「ビデオ」カテゴリへと編入されたと解釈されるのである。そうすると、2005年度有価証券報告書において、「日本のディスク製造事業」を「音楽」部門から「エレクトロニクス」部門の「その他」カテゴリへと移管したとする説明は、正確さに失するといわざるを得ない。

さらに付言するならば、上述の編入部分のうち、「ビデオ」カテゴリへの15.92億円の編入に伴う営業損益の141億円の減少は、特筆すべき状況である。その一方で、「半導体」および「コンポーネント」の2つのカテゴリでは、外部売上高およびカテゴリ・セグメント間取引に変化額がみとめられないにもかかわらず、それぞれ、79億円および39億円の営業損益の増加が検出されている。すでにみた、セグメント・レベルでの変化額の分析（図表3）からは、外部売上高およびセグメント間取引に変化額がない場合（「ゲーム」、「映画」および「金融」セグメント）、営業損益にも変化額は生じないという結果が得られていたことからすると、ここでの「半導体」および「コンポーネント」カテゴリにおける営業損益の増加額は、理解しがたい検出結果といわざるを得ない。たとえセグメント間営業損益消去の増加

額38億円と構造改革費用14億円の増加の影響を考慮に入れたとしても、これらの変化額は大きすぎる。また、「オーディオ」カテゴリでの、カテゴリ・セグメント間取引の1億円の減少額に対する営業損益の33億円の増加額についても同様である。

2. ソニー 2003年度データの分析

前述したように、同社の2005年度有価証券報告書では、「日本のディスク製造事業」の「エレクトロニクス」部門への編入に先立って、前年（2004年）に「海外のディスク製造・物流事業」を、やはり、「音楽」部門から「エレクトロニクス」部門へと移転させたことが述べられていたのである。そこで、同社の2004年度有価証券報告書をもてみると、2004年度のビジネス別セグメント区分の一部見直しとして、2004年8月1日付で、ソニーとバルテルスマン社は、それぞれの音楽製作事業を合併会社として統合し、この合併会社設立に関連して、「海外のディスク製造・物流事業」を、「音楽」部門から「エレクトロニクス」分野の「その他」カテゴリに移管したと説明している。また、それに伴って、「エレクトロニクス」と「音楽」の前年同期の実績は新区分に合わせて組み替え再表示されている¹⁴。

それでは、上述の点を考慮しつつ、2003年度に属するデータ群の関係について、比較分析を進めよう。分析手法については、すでに検討を加えた2004年度データの分析とまったく同様であるから、ここで繰り返す述べることは省略する。さっそく当期データと修正再表示データの再構成作業を行うと、図表6のような結果が得られる。やはり、ここでも、「増減」欄に算出される変化額に注目してみよう。すると、主に3つの顕著な変

図表6 2003年度に属するデータ群（セグメント別）

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	2003	4,758,400		138,995		-35,298	
	2004	4,838,268	79,868	204,051	65,056	-6,824	28,474
ゲーム	2003	753,732		26,488		67,578	
	2004	753,732	0	26,488	0	67,578	0
音楽	2003	487,457		72,431		18,995	
	2004	409,487	-77,970	30,819	-41,612	-5,997	-24,992
映画	2003	756,370		0		35,230	
	2004	756,370	0	0	0	35,230	0
金融	2003	565,752		27,792		55,161	
	2004	565,752	0	27,792	0	55,161	0
その他	2003	174,680		155,712		-10,030	
	2004	172,782	-1,898	95,535	-60,177	-12,054	-2,024
消去	2003			-421,418		14,530	
	2004			-384,685	36,733	13,226	-1,304
配賦不能営業費用控除	2003					-47,264	
	2004					-47,418	-154
連結売上高・営業利益	2003	7,496,391		0		98,902	
	2004	7,496,391	0	0	0	98,902	0

注：ソニー株式会社 [2004] [2005] に基づいて筆者作成。

化がみとめられるのである。

その第1は、「音楽」事業における外部売上高、セグメント間取引およびセグメント損益の減少額である。すなわち、2003年度実績の外部売上高77,970百万円、営業利益24,992百万円をもつ事業領域である「海外のディスク製造・物流事業」が「エレクトロニクス」部門へと移管されたと解釈されるのである。これらのデータから、この移管事業の2003年度実績での営業利益率（内部取引を含む）を求めると、20.9%であったことがわかる。その一方で、移管元となった音楽部門の営業利益率（内部取引を含む移管前）を計算すると、わずか3.4%となっている。つまり、音楽事業分野の中でも、極めて営業利益率の高い「海外のディスク製造・物流事業」を、大きな営業損失を抱えているエレクトロニクス部門へと編入させていることがわかるのである。

第2には、外部売上高およびセグメント損益の変化額を、「音楽」部門と「エレクトロニクス」部門とで、対比してみると、前者での減少額よりも後者での増加額が大きいことがわかる。すなわち、「海外のディスク製造・物流事業」以外の事業が、2004年度開示において、同時に「エレクトロニクス」部門へと編入されていると判断されるのである。この編入部分も含めた編入部分の事業規模は、「エレクトロニクス」部門の変化額として検出され、2003年度実績の外部売上高で79,868百万円、営業利益では28,474百万円の規模であり、営業利益率（内部取引を含む）19.65%という、極めて収益性の高い事業領域であることがわかる。

続いて、「海外のディスク製造・物流事業」以外で、「エレクトロニクス」部門へと、その事業領域の一部を移転しているとみられる部門を探し

てみよう。その部門は、「音楽」部門以外のセグメントであり、かつ、その増減欄に減少額を示しているはずである。図表 6 より明らかなように、それは、「その他」セグメントに特定され、このセグメントから「エレクトロニクス」部門へと移転されたとみられる事業領域は、2003 年度実績の外部売上高 1,898 百万円、営業利益 2,024 百万円、営業利益率（内部取引を含む）3.26%という内容をもっていただことがわかるのである。

最後に、外部売上高の変化額相互の整合性を確認すると、「その他」部門から分離されたとみられる事業領域の外部売上高 1,898 百万円（2003 年度実績）と「音楽」部門から「エレクトロニクス」へと移管された「海外のディスク製造・物流事業」の外部売上高 77,970 百万円（2003 年度実績）を加えた 79,868 百万円と、「エレクトロニクス」部門に編入されたとみられる事業領域の外部売上高 79,868 百万円（2003 年度実績）は完全に一致しており、ここでの分析から得られた解釈を裏付ける結果となっている。

次に、セグメント間取引についても分析を加えよう。図表 6 のセグメント間取引の増減欄に検出されているように、「エレクトロニクス」部門では 65,056 百万円の増加がみられる一方で、「音楽」部門では 41,612 百万円、また、「その他」部門では 60,177 百万円の、それぞれ減少額がみとめられる。また、「消去」欄での変化額としては 36,733 百万円の増加となっているが、セグメント取引消去額としては、これと同額が減少していることを表している。実際、上で示した「エレクトロニクス」での増加分から、「音楽」および「その他」の減少分を引くと、 $-36,733$ 百万円となり、消去すべきセグメント間取引として 36,733 百万円分が減少していることを確認できる。

それでは、「音楽」の一部と「その他」の一部とが「エレクトロニクス」に編入されることによってセグメント間取引が減少している状況とは、いったいどのような内部取引関係に起因するものであろうか。図表 7 を用いながら考察してみよう。

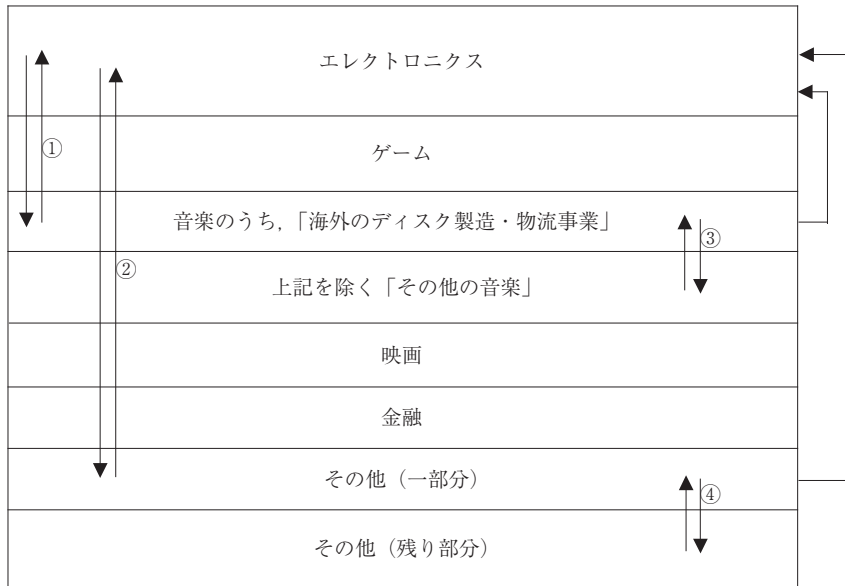
まず、「海外のディスク製造・物流事業」が「エレクトロニクス」へと移管される際であるが、①に示した双方向取引は移管前にはセグメント間取引として認識されるものの、移管後は同じ「エレクトロニクス」内の事業という関係になり、セグメント間取引としては認識されなくなる。その一方で、移管前には同じ「音楽」内の取引として認識されなかった③の双方向取引は、移管後には「音楽」と「エレクトロニクス」間でのセグメント間取引となり、新たに認識されることになると考えられる。

次に「その他」部門の一部が「エレクトロニクス」へと編入される場合であるが、ここでは、上述と同様のメカニズムによって、②の内部取引が認識されなくなる一方で、④の取引が新規にセグメント間取引として認識されるのである。

したがって、 $(①+②) > (③+④)$ の場合には、セグメント間取引合計額を減少させ、逆に $(①+②) < (③+④)$ の時は、セグメント間取引合計額を増加させることになると考えられる。ここではセグメント間取引合計額が、36,733 百万円分減少しているので、前者のケースと解釈できるのである。

さて、2004 年度有価証券報告書では、こうしたセグメンテーションに加えて、同年度より、製品カテゴリーの区分を一部変更したことが述べられている。その主なものとして、それまで「その他」カテゴリーに含まれていた「アイワ関連事業」を「オーディオ」、「ビデオ」および「テレ

図表7 認識されなくなる内部取引と認識されるようになる内部取引



ビデオ」へと組み替え、その一方で、「ビデオ」に含まれていた「デジタル放送受信システム」を「テレビ」へと組み替えていると説明している。そして、2003年度の金額は2004年度の表示に合わせた組み替え再表示を行っているとしている。ただ、そこでは、「アイワ関連事業」や「デジタル放送受信システム」の事業規模などについての言及はなされていない。しかし、これまでの分析で得られた検出結果からすると、こうした、公表されていない企業情報にも、ここでの分析手法を用いれば、あるいは接近できるかもしれない。

さっそく、2003年度に属する「エレクトロニクス」の製品カテゴリー別の開示情報を、当期開示と修正再表示を含めて再構成すると、図表8に示すような検出結果が得られる。そこでまず確認しておかなければならないのは、これら製品カテゴリー合計での外部売上高の変化額が、先にみた、「エレクトロニクス」部門での外部売上高と一致しているかどうかである。外部売上高における、カテゴリーの増減は、798.68億円の増加で

あり、「エレクトロニクス」部門での79,868百万円の増加（図表6）と一致している。

すでに分析したように、この2003年度実績で79,868百万円の事業領域は、「海外のディスク製造・物流事業」に「その他」部門の一部分を加えた事業領域と考察されたのであった。2004年度有価証券報告書では、「海外のディスク製造・物流事業」を「エレクトロニクス」部門の「その他」カテゴリーへと移管したと明記しているものの、セグメント・レベルでの分析からは、あくまでも「海外のディスク製造・物流事業」と「その他」部門の一部分を加えた事業領域の外部売上高が、ひとまとめとなって「エレクトロニクス」部門へと編入されている状況が読み取られたのであった。

そうすると、「海外のディスク製造・物流事業」が「エレクトロニクス」部門の「その他」カテゴリーへと編入されていることはよいとしても、「その他」部門の一部分についても、同カテゴリーへと編入されている可能性を否定できない。し

図表 8 2003 年度に属するデータ群（製品カテゴリー別）

単位：億円

セグメント	開示年度	外部顧客	増減	カテゴリー・ セグメント間取引	増減	営業損益	増減
オーディオ	2003	6,235.82		62		419	
	2004	6,754.96	519.14	72	10	211	-208
ビデオ	2003	9,481.11		69		872	
	2004	9,492.61	11.50	69	0	857	-15
テレビ	2003	9,172.07		37		324	
	2004	9,255.01	82.94	39	2	119	-205
情報・通信	2003	8,347.57		72		9	
	2004	8,347.57	0	73	1	-86	-95
半導体	2003	2,532.37		2,372		198	
	2004	2,532.37	0	2,372	0	164	-34
コンポーネント	2003	6,237.99		1,564		418	
	2004	6,237.99	0	1,564	0	363	-55
その他	2003	5,577.07		1,923		-244	
	2004	5,762.17	185.10	2,568	645	240	484
消去／配賦不能費用	2003			-4,709		-916	
	2004			-4,717	-8	-458	458
構造改革費用	2003					-1,433	
	2004					-1,478	-45
カテゴリー合計	2003	47,584.00		1,390		-353	
	2004	48,382.68	798.68	2,040	650	-68	285

注：http://www.sony.co.jp/SonyInfo/IR/library/er.html の資料に基づいて筆者作成。

かも、その場合に、「その他」部門の一部分のすべてが同カテゴリーへと編入されたとは限らず、部分的に編入されているかもしれない。つまり、「エレクトロニクス」部門へと編入された「その他」部門の一部分は、その 0-100%が、「その他」カテゴリーへと編入された可能性があるのである。

したがって、図表 8 における、「その他」カテゴリーでの 185.1 億円の外部売上高増加額は、最小で 779.7 億円（「海外のディスク製造・物流事業」からの編入のみ）、最大で 798.68 億円（「海外のディスク製造・物流事業」に「その他」部門の一部分のすべてを加えた編入）の範囲内での、このカテゴリーへの外部売上高追加分と、同じく

このカテゴリーから「アイワ関連事業」の「オーディオ」、「ビデオ」および「テレビ」カテゴリーへの組み替えによる外部売上高減少分との差額であると考えられるのである。

これから逆算して、「オーディオ」、「ビデオ」および「テレビ」の 3つのカテゴリーへと組み替えられた「アイワ関連事業」の外部売上高（2003 年度実績）は、最小で 594.6 億円（779.7 億円 - 185.1 億円）、最大で 613.58 億円（798.68 億円 - 185.1 億円）規模であるというところまで外部売上高規模を絞り込むことができるのである。そこで、今度は、図表 8 での「オーディオ」、「ビデオ」および「テレビ」カテゴリーにおける変化額を合計してみよう。これら 3 カテゴリーではすべ

て増加額を検出しており、順に、519.14 億円、11.5 億円、82.94 億円、合計では 613.58 億円となる。これは、まさに、上述の最大金額が「オーディオ」、「ビデオ」および「テレビ」の 3 カテゴリーへと組み替えられたことを裏付けているのである。したがって、「海外のディスク製造・物流事業」に「その他」部門の一部分のすべてを加えた、2003 年度実績の外部売上高で 798.68 億円の事業領域が、「その他」カテゴリーへと編入されていたと解釈されるのである。

ここで、カテゴリー間における、もう 1 つの事業領域の移転であった、「ビデオ」に含まれていた「デジタル放送受信システム」の「テレビ」への組み替えにも触れておく必要がある。この組み替えに際しての変化額は、図表 8 からわかるように、「アイワ関連事業」の組み替えによって、「ビデオ」と「テレビ」の両カテゴリー共、同関連事業からの編入を受けているので、「デジタル放送受信システム」事業の移転による影響額があったとしても、「アイワ関連事業」組み替えによる変化額と重なり合ってしまう。よって、「その他」カテゴリーから「オーディオ」、「ビデオ」および「テレビ」へと「アイワ関連事業」が組み替えられたことによる、「ビデオ」および「テレビ」の 2003 年度実績での外部売上高変化額は、「ビデオ」から「テレビ」へと「デジタル放送受信システム」が移転されたことによる変化額を加減されたのちの変化額として捉えなければならないのである。こうした事情から、「デジタル放送受信システム」単独での、外部売上高規模等を検出することは非常に困難な状況となっている。

しかし、そうした状況であっても、先にみた、「アイワ関連事業」の外部売上高（2003 年度実績）が 613.56 億円であるとの解釈には、まったく影響しない。なぜならば、「ビデオ」から「テ

レビ」への外部売上高の移転は、「オーディオ」、「ビデオ」および「テレビ」の 3 カテゴリーをひとまとめにした範囲内では、それによる増減額が完全に相殺されることになるからである。また、このことから、「デジタル放送受信システム」の移転による影響を受けていない「オーディオ」において検出されている、2003 年度実績での外部売上高 519.14 億円については、純粹に、「アイワ関連事業」からの編入分と解釈してよいことになる。

さて、最後に、移転された「アイワ関連事業」の収益性についてみておくことにしよう。まず、移転元となった「その他」カテゴリーでの、営業損益欄の変化額をみると、484 億円の増加を検出している（図表 8 を参照）。しかし、この検出額は、「海外のディスク製造・物流事業」に「その他」部門の一部分を加えた事業領域での 2003 年度実績営業損益（すでに検出したように 284.74 億円の営業利益）から、このカテゴリーから分離された「アイワ関連事業」の営業損益を控除した金額と考えられるので、同関連事業の分離部分のみを把握することができない。そこで、移転先となった、「オーディオ」、「ビデオ」および「テレビ」の 3 カテゴリーでの営業損益変化額をみると、それぞれ、208 億円、15 億円、205 億円の減少となっており、合計では 428 億円の減少額が検出されているのである。「ビデオ」から「テレビ」へと「デジタル放送受信システム」が移転されたことによる変化額は、やはり、「オーディオ」、「ビデオ」および「テレビ」の 3 カテゴリーをひとまとめにした範囲内では、完全に相殺されることになるので、上で算出された 428 億円の減少額は、「アイワ関連事業」の 2003 年度実績営業損益が影響した可能性が高い。ただし、セグメント間営業損益消去の減少額 458 億円と構造改革費

用45億円の増加の影響も考えられるので、それらを考慮に入れなければ、「アイワ関連事業」の営業損益を検出することは難しいといわなければならない。

V. おわりに

本稿では、ソニーにおける、1994年度以降の4回にわたるセグメンテーション変更局面のうち、最近に行われた2005年度のセグメンテーション変更に着目し、2004年度に属するデータを用いて、この変更局面での事業領域間の関係を分析した。その過程では、その前年の2004年度のセグメンテーション変更からの流れを引き継ぐ形での、いわば連続的ともいえる事業領域の移転が明らかとなったので、この2004年度のセグメンテーション変更局面についても、2003年度に属するデータを用いて、やはり事業領域間の関係を分析した。

その結果、2004年度のセグメンテーション変更により「エレクトロニクス」部門の営業損失（2003年度実績、内部取引を含む）は外部報告上、35,298百万円から6,824百万円へと28,474百万円減少し、営業利益率（2003年度実績、内部取引を含む）では-0.72%から-0.13%へと改善していることが明らかとなった。また、2005年度のセグメンテーション変更によって「エレクトロニクス」部門の営業損失（2004年度実績、内部取引を含む）も外部報告上、34,305百万円から34,273百万円へと32百万円減少し、営業利益率（2004年度実績、内部取引を含む）では-0.68%から-0.34%へと改善している状況が明らかとなった。

そして、こうした「エレクトロニクス」部門の同一年度データが、その修正再表示によって収益

面での改善を遂げた原因は、「音楽」部門より2004年度、2005年度と段階的に「エレクトロニクス」部門へと移転された「海外のディスク製造・物流事業」および「日本のディスク製造事業」にあったことが浮き彫りとされたのである。

特に前者については、「エレクトロニクス」部門の2003年度に属するデータの収益性改善に大きく寄与している点が注目される。このことから、「海外のディスク製造・物流事業」が、「エレクトロニクス」部門へと編入された2004年度以降においても、同事業が2003年度と同様の収益性を保持しているとすれば、2004年度以降の「エレクトロニクス」部門の収益性に大きく貢献していることが予想されるのである。ただし、2004年度以降の実績データについては、同事業が再びセグメント間で移転されるか、あるいは独立のセグメントとして開示されない限り、もはや、ここで検出したように、詳細な情報を得ることは難しい。あくまでも、セグメンテーションの変更時にのみ、ここで用いた分析手法によって、そこで移転された事業のパフォーマンスを検出することができるのである。

本稿では、対前年度情報として開示される修正再表示データを、同年度に開示される当期データと比較するのではなく、前期に開示された、修正を受ける前のそれらのデータと比較することによって、そこでの変化額を検出するという方法を用いた。ここで着目した局面では、収益性の高い事業領域を「エレクトロニクス」へと移転させている一連の動きを、セグメンテーション変更の前年度データを分析することで検出したのである。

しかも、こうした状況を、単年度のセグメント情報において一覽的に開示されるトレンド情報のみから読み取ることは、極めて困難といわなければならない。そうすると、あえてセグメンテーシ

オン変更年度に開示される過年度データに着目し、分析対象とするデータの属する期を固定して、年度間のセグメンテーション変更による影響額を検出することで、移転された事業領域についての非開示情報が得られることの意義は極めて大きいといえる。

冒頭でも少し触れたが、そもそも米国においてセグメント情報の開示が求められるようになったプロセスでは、詳しい内部情報の開示に消極的な企業側と、これに対してセグメント別の会計情報を開示させようという規制側とのやりとりがあった。しかも、そこでの最大の論点は、収益性の高いセグメントの利益を用いて、収益性の低い、あるいは損失を負うセグメントの利益を助成する、内部相互補助（cross-subsidization）を行うことのできる地位にあったコンゴロマリットの実態を明らかにすることであり、とりわけセグメント別売上高および利益の開示が、この観点から求められたことは非常に興味深い¹⁵。本稿で分析を行ったソニーの場合も、「音楽」部門の利益を用いて「エレクトロニクス」部門を助成している状況が浮き彫りとなった。そこからは、大きな損失を抱えていた「エレクトロニクス」部門の収益性を、外部報告上、少しでも改善させたいという、経営者の意図を垣間見ることができるのである。

今回の考察は、ソニーの2004年度および2005年度のセグメンテーション変更局面に関する外部売上高、セグメントないしカテゴリー間取引およびセグメント損益データに関するものであった。引き続き、それ以外のセグメンテーション変更局面やセグメント資産・減価償却費などのデータについても、分析・検討を進めていきたい。

注

- 1 企業会計基準委員会 [2007], 第45項。
- 2 佐藤 [1988] を参照。
- 3 ソニー株式会社 [2007], 連結財務諸表注記 3-(2)-10。
- 4 ただし、1997年度より「その他」セグメントが追加されているため、1996年度までの「エンタテインメント」事業が1997年度より分割されるのに際して、「その他」セグメントへと移転された事業領域がなかったか、注意する必要がある。
- 5 ソニー株式会社 [1998], p.39。
- 6 FASB [1997], par.10。
- 7 ソニー株式会社 [1998], p.39。
- 8 FASB [1997], pars.34-35。
- 9 FASB [1976], par.40。
- 10 この手法の詳細については、佐藤 [1991a], [1991b] および [1991c] を参照。
- 11 もちろん、2005年度のセグメンテーション変更局面の分析に、2003年度に属するデータを用いることも可能である。ただ、2004年度にもセグメンテーションに何らかの変化があった場合、2004年度開示データ（1回の修正を加えられた再表示データ）と2005年度開示データ（2回の修正を加えられた再表示データ）との比較を行うことになってしまう。2005年度のセグメンテーション変更局面を分析する上では、そうした観点から、2004年度に属するデータを用いて、2004年度開示データ（修正を受けていない当期データ）と2005年度データ（1回の修正を加えられた再表示データ）とを比較する方が、より純粋に2005年度の影響を検出できるものと考えられる。
- 12 ソニー株式会社 [2006], pp.6, 34, 146。
- 13 <http://www.sony.co.jp/SonyInfo/IR/library/er.html> において、ソニーは製品カテゴリー別業績（監査対象外）を2期比較形式で公開しており、本稿では、これらについても、より詳細なセグメント情報として、分析対象に加えることとする。同社は、上記のURLにおいて、「ソニーの経営者はエレクトロニクス事業を単一のオペレーションセグメントとして意思決定を行っていますが、上記の情報〔エレクトロニクス分野 製品カテゴリー別業績—カッコ内筆者、以下同様〕は、当該セグメントを理解するうえで有益なものと考えています〔同URLの製品カテゴリー別業績（四半期ごと、第4四半期は通年データを含む）の（注）：各四半期とも同様の記述〕」としており、さらに、「『売上高』および営

業収入における『外部顧客に対するもの』以外の金額情報は、米国会計原則にもとづいて開示しているものではありません〔同 URL〕と説明している。さらに、営業損益算定に際しての、エレクトロニクス分野全体における費用配賦計算については、「米国会計原則にもとづいて行っているものではありませんが、業績情報を提供するにあたって合理的なものであるとソニーは考えています〔同 URL〕」としている。

14 ソニー株式会社 [2005], pp.5, 151。

15 この辺の詳しい事情については、佐藤 [1988] を参照。

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）』

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, pp.26-36

—— [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, pp.133-157

—— [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, pp.129-153

—— [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, pp.105-119

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

—— [2004] 『2003 年度有価証券報告書』

—— [2005] 『2004 年度有価証券報告書』

—— [2006] 『2005 年度有価証券報告書』

—— [2007] 『2006 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.*

(2007 年 11 月 9 日 産業経済研究所受理)