

セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(3)

佐藤成紀

ることにしたい。

I. はじめに

前稿までの考察では、ソニーにおける近年のセグメンテーション変更、とりわけ2005年度の音楽セグメント消滅局面に焦点を当てて、セグメントの外部売上高、セグメント間内部売上高、セグメント損益といった収益情報やセグメント資産関連情報の修正再表示データを分析・検討した。

ソニーは、この音楽セグメントの非開示を2005年度から4年度にわたり継続していたが、2009年度有価証券報告書において、年次報告書としては5年振りに同セグメントを復活させることとなった¹。それと同時にエレクトロニクス部門とゲーム部門を消滅させ、それらに替えて「コンスマーラプロダクツ&デバイス」、「ネットワークプロダクツ&サービス」および「B2B &ディスク製造」セグメントを新設するという大幅なセグメンテーション変更を実施している²。本稿では、こうした複雑なセグメンテーション変更局面を中心として、前稿および前々稿で対象とした2005年度までの期間の後、2006年度から2009年度に至るソニーのセグメント情報を分析・検討す

II. ソニーにおけるセグメンテーションの変遷

近年のソニーの外部報告におけるセグメンテーションの変化で注目すべき点は、まず、1997年度よりセグメンテーションがより詳細になったことである。その背景には、同年6月に米国のセグメント会計基準であるSFAS No.131が発効したことが挙げられる。事実、同社の1998年3月期年次報告書では、「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³」旨が明記されている。

次に注目されるのは、前稿までの考察の中心であった、2005年度における音楽部門の消滅である。この局面の精査からは、前稿および前々稿で大変興味深い分析結果が得られたのであった。とりわけ、セグメント情報の修正再表示データを再構成することで、2004年から2005年にかけて、音楽部門から収益性の高い事業領域がエレクトロニクス部門へと段階的に移転されていた状況が検

図表1 セグメンテーションの変遷

1994年度	1995・1996年度	1997～2000年度	2001～2004年度	2005～2008年度	2009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	コンスマーブロダクツ&デバイス
エンタテイメント	エンタテイメント	ゲーム	ゲーム	ゲーム	ネットワークプロダクツ&サービス
保険・ファイナンス		音 楽	音 楽	映 画	B2B & ディスク製造
		映 画	映 画	金融	音 楽
		保 険	金 融	その他の	映 画
			その他の		金 融
					その他の

出されたのであった。図表1に示すように、音楽部門の非開示は、それから2008年度まで続くこととなる。本稿では2006年度以降の音楽セグメント非開示期間も対象として、これまでと同様に注意深く分析を進めることにしたい。

そして、3点目に挙げられるのは、冒頭で述べた2009年度における「音楽」セグメントの復活と「エレクトロニクス」と「ゲーム」セグメントの消滅、一方での3つの新セグメントの登場という最新の局面である。

この2009年度のセグメンテーションは、図表1からわかるように、1994年以来で最もセグメント数が多く、7セグメントを擁している⁴。これらのうち、「コンスマーブロダクツ&デバイス」分野には、テレビ事業、デジタルイメージング事業、オーディオ・ビデオ事業、半導体事業、コンポーネント事業が含まれる。また、「ネットワークプロダクツ&サービス」分野には、ゲーム事業およびPC・その他ネットワークビジネス事業が含まれ、「B2B & ディスク製造」分野には、放送・業務用機器などのB2B事業およびブルーレイディスク、DVD、CDのディスク製造事業が含まれている⁵。この局面では、上でも述べたように、複数セグメントの消滅と新設が同時になわれており、1994年度以来で最も複雑なセグメンテーション変更といってよい。

それでは2006年度以降のセグメント情報について、順次、分析を進めていこう。

III. 2006年度から2008年度のセグメンテーションに基づくデータの分析

ソニーにおける2005年度から2008年度にかけてのセグメンテーションは、まったく変更がなく、安定している。2004年度から2005年度にかけてのセグメンテーション変更局面は、前稿までの考察で詳細に検討したので、ここでは2005年度から2008年度にかけての修正再表示データを分析することから始めることにする。この期間のセグメンテーションは2005年度も含めて、「エレクトロニクス」、「ゲーム」、「映画」、「金融」および「その他の」の5セグメントによるセグメント情報開示が継続され、まったく変化がないことから、これらのセグメントに含まれる事業領域やそれに伴う収益・費用の認識範囲にも変化はないといみるのが一般的な捉え方であろう。ただ、前稿までの考察で、セグメンテーション変更のなかった2003年度から2004年度にかけて、「音楽」部門および「その他の」部門から「エレクトロニクス」部門へと収益性の高い事業領域が移転された状況が検出されたこともあり、ここでも念のため注意深く分析をおこなっておく必要があろう。

1. ソニー2005年度データの分析

ソニーの2005年度についてのセグメント情報は、当然であるが、2005年度の開示データにおいて2005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2006年度開示では、2006年度データの前年度データとして示されることとなる。この2年度ではセグメンテーションの変更がないので、2006年度開示に際して、2005年度データのセグメンテーションを2006年度のセグメンテーションに合わせる形での遡及修正は基本的に必要としないものと考えられる。ただ、事情により、同じセグメンテーションでも事業内容の一部が移転されたり、収益・費用の認識範囲に変更が加えられた可能性も否定できないので、修正再表示データの再構成による検証が必要である。この手法の詳細については前稿までの考察で詳しく述べているので、ここではさっそくデータの分析に着手しよう。

ソニーの2005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2005年度セグメント収益関連データと、同社2006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2005年度セグメント収益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2である。前稿までの分析で、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る。ここから読み取られるのは、とくに「エレクトロニクス」部門と「その他」部門の2005年度に属する収益性関連データが、2005年度開示よりも2006年度開示の修正再表示において改善されているということである。

その原因について、同社2006年度有価証券報告書をみてみると、2006年4月1日より、従来「その他の収益」に含めていた特許実施許諾料を「売上高および営業収入」に含めて表示することとし、それにともない過年度の「売上高および営業収入」、ならびに「営業利益」を2006年度の表示に合わせて組替え再表示している旨が記載されている⁶。ただ、有価証券報告書では2005年度につい

図表2 2005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	2005	4,763,555	18,618	386,922	7,284	-30,930	37,843
	2006	4,782,173		394,206		6,913	
ゲーム	2005	918,251	1	40,368	0	8,747	1
	2006	918,252		40,368		8,748	
映画	2005	745,859	0	0	0	27,436	0
	2006	745,859		0		27,436	
金融	2005	720,566	0	22,649	0	188,323	0
	2006	720,566		22,649		188,323	
その他の	2005	327,205	16,542	81,676	621	16,183	4,342
	2006	343,747		82,297		20,525	
消去	2005			-531,615	-7,905	13,786	-12,599
	2006			-539,520		1,187	
配賦不能営業費用控除	2005		35,161	0	0	-32,290	5,574
	2006			0		-26,716	
連結売上高・営業利益	2005	7,475,436	35,161	0	0	191,255	35,161
	2006	7,510,597		0		226,416	

注：ソニー株式会社 [2006] [2007] に基づいて筆者作成。

て組み替えられた特許実施許諾料の総額、35,161百万円のみが示されているだけであり、それがどのセグメント別にどれだけ組み替えられているかまでは知ることができない。

ところが、ここでの分析手法を用いると、図表2に検出されているように、「エレクトロニクス」部門に18,618百万円、「ゲーム」部門に百万円、そして「その他」部門に16,542百万円というセグメント別の組替え額が検出されるのである。これらの検出された金額は、有価証券報告書では開示されていない情報であり、修正再表示データの再構成という手法を用いて初めて知ることのできるデータといってよい。

また、セグメント損益については、「エレクトロニクス」が37,843百万円の改善、「その他」が4,342百万円の改善という状況がセグメント損益の増減欄に検出され、とくに「エレクトロニクス」部門の改善が顕著といえる。これらもやはり非開示情報であり、ここでの分析手法を用いて検出されたのである。

2. ソニー2006年度データの分析

同社の2006年度についてのセグメント情報は、2006年度の開示データにおいて2006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2007年度開示では、2007年度データの前年度データとして示されることとなる。この2年度では、やはりセグメンテーションの変更がないので、2007年度開示に際して、2006年度データのセグメンテーションを2007年度のセグメンテーションに合わせる形での遡及修正は基本的に必要でないものと考えられる。ただ、事情により、同じセグメンテーションでも事業内容の一部が移転されたり、収益・費用の認識範囲に変更が加えられた可能性も否定できないので、ここでも修正

再表示データの再構成による検証が必要である。

同社2007年度有価証券報告書では、「ソニーは2007年度第1四半期より、ビジネス別セグメント区分を一部見直しています。これにともない、前年度の実績は新区分に合わせて組み替え再表示されています⁷。」と記述されている。ただ、それ以上の説明がなされていないので、どのセグメントについて、どのような事業領域の変更が実施されたのかまではわからない。修正再表示データの再構成による精査の必要性が高いと判断されるので、さっそく分析してみよう。2007年度のセグメンテーション変更ステージについての変化額検出であるから、2006年度に属するデータを再構成する必要がある。その結果が図表3であり、「その他」部門の外部売上高が修正再表示段階で21,952百万円減少している一方で、「エレクトロニクス」部門の外部売上高がそれと同額分増加していることがわかる。すなわち、2006年度実績数値で外部売上高21,952百万円を達成している事業領域が「その他」部門から「エレクトロニクス」部門へと移転されている状況が検出されたのである。有価証券報告書の記載では、上でも述べたように、セグメンテーションの一部見直しの実施のみが示されているのみで、その詳細は述べられていないわけであるから、修正再表示データの再構成によって初めて、その具体的な状況を検出できたことになる。しかも、売上高営業利益率（セグメント間売上を含む）が10%を超える収益性の高い事業領域であることも検出されていることから、この事業領域が2007年度にエレクトロニクス部門へと編入されるにあたっては、同部門への貢献が期待されていたものと推察されるのである。修正再表示データの再構成によって、これらの非開示データが浮き彫りとなった意義は極めて大きいといえるであろう。

セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(3)

図表3 2006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	2006	5,421,384	21,952	629,087	-45	156,745	3,791
	2007	5,443,336		629,042		160,536	
ゲーミング	2006	974,218	0	42,571	0	-232,325	0
	2007	974,218		42,571		-232,325	
映画	2006	966,260	0	0	0	42,708	0
	2007	966,260		0		42,708	
金融	2006	624,282	0	25,059	0	84,142	0
	2007	624,282		25,059		84,142	
その他の	2006	309,551	-21,952	68,087	-562	32,417	-3,546
	2007	287,599		67,525		28,871	
消去	2006			-764,804	607	4,802	-245
	2007			-764,197		4,557	
配賦不能営業費用控除	2006					-16,739	0
	2007					-16,739	
連結売上高・営業利益	2006	8,295,695	0	0	0	71,750	0
	2007	8,295,695		0		71,750	

注：ソニー株式会社 [2007] [2008] に基づいて筆者作成。

3. ソニー2007年度データの分析

同社の2007年度についてのセグメント情報は、2007年度の開示データにおいて2007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2008年度開示では、2008年度データの前年度データとして示されることとなる。この2年度では、引き続きセグメンテーションの変更がないので、2008年度開示に際して、2007年度データのセグメンテーションを2008年度のセグメンテーションに合わせる形での遡及修正は基本的に必要でないものと考えられる。ただ、事情により、同じセグメンテーションでも事業内容の一部が移転されたり、収益・費用の認識範囲に変更が加えられた可能性も否定できないので、これまでと同様に修正再表示データの再構成による検証が必要となる。

再構成分析の結果は図表4のようになる。2007年度データが2008年度に修正再表示されるに際して、すべてのセグメントについて、外部売上高

およびセグメント間取引に変化がないことがわかる。これらにより、2007年度と2008年度とで、各セグメントの実質的な事業内容に相違がなかったものと解釈される。

しかし、セグメント損益については複数のセグメントで増減が検出されており、それら増減の通算結果が、そのまま連結営業利益の増加額100,817百万円となって検出されている。この点に関しては、同社2008年度有価証券報告書の連結財務諸表注記において、従来「少数株主利益（損失）」の後、「当期純利益（損失）」の前に表示していた持分法による投資損益を営業利益の一部として表示している旨が述べられている⁸。また、それにともなって、2007年度「持分法による投資利益」の表示では、2008年度の表示に合わせて組替え再表示がなされており、2007年度の営業利益および税引前利益は100,817百万円増加していることも記載されている⁹。

また、セグメント情報における「その他の重要事項」として、持分法による投資利益（損失）が、

図表4 2007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	2007	5,931,708	0	682,102	0	356,030	85,757
	2008	5,931,708		682,102		441,787	
ゲーム	2007	1,219,004	0	65,239	0	-124,485	-41
	2008	1,219,004		65,239		-124,526	
映画	2007	855,482	0	2,452	0	54,011	4,513
	2008	855,482		2,452		58,524	
金融	2007	553,216	0	27,905	0	22,633	0
	2008	553,216		27,905		22,633	
その他の	2007	312,004	0	70,194	0	50,212	10,588
	2008	312,004		70,194		60,800	
消去	2007			-847,892	0	-5,462	0
	2008			-847,892		-5,462	
配賦不能営業費用控除	2007					21,543	0
	2008					21,543	
連結売上高・営業利益	2007	8,871,414	0	0	0	374,482	100,817
	2008	8,871,414		0		475,299	

注：ソニー株式会社 [2008] [2009] に基づいて筆者作成。

図表4のセグメント損益で検出されたのとまったく同じ金額で記載されている。つまり、ここでは修正再表示データの再構成を行なわなくても、セグメント別の持分法による投資利益（損失）を知ることができるわけであるが、逆に、そうした記載がなかった場合でも、ここでの分析手法を用いれば、持分法による投資利益（損失）を検出できることが確認されたことになる。

いずれにしても、こうした表示方法の変更によって、もっとも収益性が改善された部門は「エレクトロニクス」部門であり、すでにみた、2006年度から2007年度にかけての「エレクトロニクス」部門への高収益事業の編入や表示方法変更と、同様の効果をもつ変更として、注目に値する。

IV. 2009年度セグメンテーション変更局面におけるデータの分析

冒頭でも触れたように、ソニーにおける2009年度のセグメンテーション変更は、それ以前の変

更パターンではみられない、複雑な分類変更となっている。そのため、修正再表示データを再構成するにあたっては、データ間比較のための分類をそろえるために、2008年度と2009年度とのセグメンテーションの違いを注意深くみておく必要がある。

まず、「映画」、「金融」および「その他」部門については、この2年度間で共通しているので、データの再構成にあたっては、そのまま集計欄を設定すればよい。次に、「エレクトロニクス」および「ゲーム」部門が「コンスマーラプロダクツ＆デバイス」、「ネットワークプロダクツ＆デバイス」および「B2B & ディスク製造」へと再編されると同時に「音楽」部門が新設（2004年度以来という点では復活）されている面である。そこで鍵となるのが、「ゲーム」部門の事業領域の一部が「音楽」部門へと編入されていないかどうかである。もし、そうした編入が認められなければ、「エレクトロニクス」と「ゲーム」とを合わせた事業領域が、「コンスマーラプロダクツ＆デバイ

ス」、「ネットワークプロダクツ&デバイス」および「B2B & ディスク製造」へと再編され、それらの事業領域のうち、「ゲーム」以外の事業領域から、音楽に関連する事業が「音楽」部門としてまとめられ、新設されたと推測できることになるであろう。

さっそく上記の点を検証してみよう。そのためには、ゲーム事業の同一年度に属する外部売上高を2008年度と2009年度の2年度間で比較する必要がある。すなわち2008年度に属するデータをみるのである。同社2008年度有価証券報告書においては、2008年度の「ゲーム」部門の外部売上高として984,855百万円が計上されている。一方、2009年度開示では、「ゲーム」部門は消滅しているが、再編なしし新設セグメントのどこかに、カテゴリー別のデータとして示されているかもしれない。そこで、セグメントをさらに細分した製品部門別情報をみてみると、「ネットワークプロダクツ&サービス」のなかに「ゲーム」を独立させて、2008年度の外部売上高984,855百万円が計上されている。すなわち、「ゲーム」部門の事業領域はすべて「ネットワークプロダクツ&サービス」へと編入されており、「音楽」部門へは編入されていないことが確かめられたのである。

したがって、セグメント・レベルでの修正再表示データの再構成にあたっては、2008年度については「エレクトロニクス」部門のデータと「ゲーム」部門データとの合計額（2008年度実績）を、そして2009年度については「コンスマーパロダクツ&デバイス」、「ネットワークプロダクツ&サービス」および「B2B & ディスク製造」の3セグメント合計額（2008年度実績）を集計し、それらを比較する形式に再構成するのが適当と考えられる。また、「音楽」部門は、「ゲーム」部門からの編入がないことが上で確認されたため、独

立セグメントとして集計欄を設定することにしよう。

そうした方法によってデータを再構成すると、図表5のようになる。外部売上高の増減欄に検出されている差額をみると、新設の「音楽」部門での363,074百万円の増加の一方で、「エレクトロニクス」と「ゲーム」が、「コンスマーパロダクツ&デバイス」、「ネットワークプロダクツ&サービス」および「B2B & ディスク製造」へと再編されるに際して、2008年度実績が修正再表示を受けることで、271,463百万円減少していることに気づく。また、「その他」部門でもこれと同時に152,976百万円が減少しており、セグメント合計外部売上高では、61,365百万円減少していることがわかる。

こうした検出結果から読み取ることができるのは、まず、音楽セグメントの事業領域は2008年度において「エレクトロニクス」および「その他」セグメントに分かれていたということである。言い換えれば、新設の「音楽」部門は、「エレクトロニクス」部門と「その他」部門の事業領域から、おそらくは音楽に関連の深い事業を選択し、それらを組み合わせて「音楽」部門を構成したものと解釈されるのである。実際、検出されたデータから、「エレクトロニクス」および「その他」両部門から分離された事業領域のうち、およそ外部売上高規模で85.5%というそれらの大部分によって、「音楽」部門が構成されている状況が浮き彫りとなっている。残りの外部売上高規模で14.5%の事業領域は全社事業という分類へと変更され、セグメントを構成しない位置づけとなったことも同時にわかるのである。

すなわち、セグメント再編にあたって、2008年度売上高実績で61,365百万円に相当する事業が、「コンスマーパロダクツ&デバイス」、「ネッ

図表5 2008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・ゲーム CP & D·NP & S·B2B & Disc	2008	6,017,775	-271,463	523,326	77,481	-226,560	30,534
	2009	5,746,312		600,807		-196,026	
音 楽	2008	0	363,074	0	23,979	0	27,843
	2009	363,074		23,979		27,843	
映 画	2008	717,513	0	0	0	29,916	0
	2009	717,513		0		29,916	
金 融	2008	523,307	0	14,899	0	-31,157	0
	2009	523,307		14,899		-31,157	
そ の 他	2008	471,398	-152,976	68,205	-68,205	30,367	-34,608
	2009	318,422		0		-4,241	
消 去	2008			-606,430	28,110	3,302	-27,165
	2009			-578,320		-23,863	
配賦不能営業費用控除 ソニー・エリクソン持分法投資損失	2008					-33,651	3,396
	2009					-30,255	
外 部 売 上 高 合 計	2008	7,729,993	-61,365				0
	2009	7,668,628					
連結売上高・営業利益	2008	7,729,993	0			-227,783	0
	2009	7,729,993				-227,783	

注：ソニー株式会社〔2009〕〔2010〕に基づいて筆者作成。

トワークプロダクツ＆サービス」および「B2B &ディスク製造」ないし「その他」部門から分離されて、どのセグメントにも分類されない、全社事業という位置づけに分類変更を受けているということである。

また、セグメント損益の増減欄では、新設の音楽部門がセグメント利益27,843百万円（2008年度実績、セグメント間取引を含む、以下同じ）となっている。いま考察したように、「音楽」部門は、「エレクトロニクス」部門と「その他」部門の事業領域から構成されているものと考えられるが、こうした事業領域のセグメント損益はどういった状況になっているのであろうか。図表5のセグメント損益の増減欄をみると、「エレクトロニクス」部門から分離された事業領域ではセグメント損失30,534百万円が検出されており、かえってこの分離によって「コンスマーパロダクツ＆デバイス」、「ネットワークプロダクツ＆サービス」およ

び「B2B &ディスク製造」のセグメント損益は、同額分の改善を示していることがわかる。

一方、「その他」部門から分離された事業領域は34,608百万円のセグメント利益を生じていた部門であることが検出されている。これらの検出結果は、同社2009年度有価証券報告書では開示されていない情報であり、セグメント情報の修正再表示データを再構成するという分析方法を通じて初めて知ることができるものである。

最後に、「エレクトロニクス」から「音楽」部門へと編入された事業内容の詳細を精査してみることにしよう。そのためには、2008年度および2009年度有価証券報告書のセグメント情報のうち、セグメントをさらに細分した製品部門別情報について、修正再表示データを再構成する必要がある。こうした作業をおこなった結果が図表6である。ちなみに、製品部門別情報は、2008年度では「エレクトロニクス」部門の内訳として、

図表6 2008年度に属するデータ群（製品部門別）
単位：百万円

セグメント	開示年度	外部売上高	増減
テ レ ビ	2008	1,275,810	
	2009	1,275,692	-118
オーディオ・ビデオ	2008	1,495,990	
	2009	555,706	-940,284
半 導 体	2008	205,062	
	2009	267,167	62,105
コンポーネント	2008	662,453	
	2009	623,931	-38,522

注：ソニー株式会社「2009」「2010」に基づいて筆者作成。

2009年度では「コンスマーラプロダクツ＆デバイス」ならびに「ネットワークプロダクツ＆サービス」部門の内訳として開示されている。

まず注目されるのは、「エレクトロニクス」部門から分離された大部分が、「オーディオ・ビデオ」製品部門からであり、2008年度実績での外部売上高規模で63%に相当する事業領域が分離されていることがわかる。また、「コンポーネント」製品部門の一部と「テレビ」製品部門のごく一部も分離されていることが検出されている。その一方で、「半導体」製品部門では、他部門からの事業領域の編入があったことも読み取ることができる。こうした状況も、修正再表示データの再構成という分析手法を通じてはじめて知ることのできる情報であるといつてよい。

V. おわりに

本稿では、ソニーにおける、2005年度から2009年度までのセグメント情報について、修正再表示データの再構成という、前稿および前々稿で用いてきた分析方法を用いて、おもにセグメンテーションの変更時にみられる再構成データの変化に注意しながら、分析と考察を行なった。前稿までの分析においてもみられたように、セグメン

テーションの変更がまったく行なわれない局面でも、一部の事業領域がセグメント間で移転される様子が検出される場合があるので、ここでもその点を考慮して、セグメンテーションの変更がまったく行なわれていない2006年度から2008年度についても、慎重にデータを精査した。その結果、やはり、そうしたセグメンテーションに変更のない局面でも事業領域の移転状況が具体的な数値で検出されたのである。

前稿までの考察は、2004年度から2005年度にかけては、音楽部門を段階的に消滅させる局面で、収益性の高い事業が「エレクトロニクス」部門へと順次、編入されている状況が検出された。ここでの分析においても、2006年度から2009年度にかけて、やはり、「エレクトロニクス」部門なし、それを再編した「コンスマーラプロダクツ＆デバイス」、「ネットワークプロダクツ＆サービス」および「B2B & ディスク製造」へと貢献する形での事業領域の移転や表示方法の変更の様子が検出されたのである。前稿までの考察で、「音楽」部門消滅ステージでの「エレクトロニクス」部門への高収益部門編入が特徴的であったのに対して、今回の「音楽」部門復活ステージでは、「コンスマーラプロダクツ＆デバイス」、「ネットワークプロダクツ＆サービス」および「B2B & ディスク製造」からの赤字事業の分離という状況が検出された。それはやはり、再編されたとはいえ、旧「エレクトロニクス」部門に相当する事業領域の収益性改善に寄与しており、その意味では、エレクトロニクス事業への緊急輸血的状況が2004年度以来、継続していると総括することができよう。

しかし、事業内容の移転や表示内容の変更が、事業内容そのものの質的改善を示しているわけではないので、同社の業績を評価する際には、これまでの分析で検出されたような、表示上のセグメ

ント収益性の改善を、実質的な収益性改善と混同しないよう気をつける必要があろう。修正再表示データの再構成という分析を加えないまま、年度ごとのデータを時系列的に並べたトレンド情報をみるだけでは、セグメンテーションの変更によって表示上の収益性改善が行なわれているかどうかを判断することができない。着目するデータの所属年度を固定した上で、開示時点の違いで数値に変化があるかを精査することによって、経営者がどのような事業区分で自社を表現しようとしているのかを読み取ることができる。ある。

マネジメント・アプローチによるディスクロジヤーが世界のセグメント会計基準のグローバル・スタンダードとなりつつある今日、企業の管理会計情報を知ることのできる宝庫として、セグメント情報に大きな期待が寄せられている。こうしたアプローチに基づくセグメント情報は、経営者の意思決定上の微妙な管理区分の変更をも正確に投影するため、そこでの変更誤差を認識することで、事業分類変更のベクトルを把握することができる。その分析手法としての、前々稿から継続して行なっている、修正再表示データの再構成という分析手法は、極めて有効なベクトル検出方法といってよい。そして、そこで検出される各種データは、再構成される元データがマネジメント・アプローチに準拠しているため、そこから経営者の意図を垣間見ることができる。引き続き、ソニーのセグメント情報について、分析・考察を進めていくことにしたい。

注

1 四半期報告では、2009年度第1四半期より、ビジネスセグメント区分の変更が行なわれている。

2 より正確に言うならば、エレクトロニクス部門とゲーム部門を消滅させ、それらに替えて「コンス

マープロダクツ&デバイス」、「ネットワークプロダクツ&サービス」、「B2B &ディスク製造」および「音楽」セグメントを新設したという表現になろう。

- 3 ソニー株式会社 [1998], p. 39.
- 4 セグメント営業利益（損失）についてのみ、「ソニー・エリクソンの持分法による投資損失」を独立セグメントとして開示しているため、セグメント営業利益（損失）レベルでは8セグメントということになる。
- 5 ソニー株式会社 [2010], p. 231.
- 6 ソニー株式会社 [2007], p. 4.
- 7 ソニー株式会社 [2008], p. 155.
- 8 ソニー株式会社 [2009], pp. 128-129.
- 9 同上。

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ジヤー—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
- [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, pp. 47-66
- [2009] 「ソニーにみるセグメント情報の修正再表示」『会計』第175卷, 第4号, pp. 43-58
- [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, pp. 45-57
- 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』

セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(3)

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.*