

セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから (6)

佐藤 成紀

1. はじめに

ソニーは、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数を 2011 年度、2012 年度と段階的に増加させている¹。前稿では、その前年度である 2010 年度に報告セグメント数が減少している局面に着目し、そのステージにおいて 2009 年度データが 2010 年度に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、考察を行った²。本稿では、これに続いて 2010 年度から 2011 年度へと報告セグメント数が増加する局面に焦点を当て、そこで 2010 年度データが 2011 年度に修正再表示される状況を仔細に観察してみることにしよう。

ソニーは 2011 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・プロフェッショナル & デバイス (CPD)」と「ネットワークプロダクツ & サービス (NPS)」に替えて「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 セグメントを新設し

た³。さらに 2012 年度には「CPS」、 「PDS」 および「ソニーモバイル」の 3 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」、 「モバイル・プロダクツ & コミュニケーション」、 「ホームエンタテインメント & サウンド」、 「デバイス」 および「ゲーム」の 5 セグメントを新設するに至っている⁴。図表 1 に示すように、同社の報告セグメントの数は、2010 年度が 6 セグメント、2011 年度が 7 セグメント、そして 2012・2013 年度が 9 セグメントと、2010 年度の 1 セグメント減少から転じて、2 年度にわたって増大している。

2. 2010 年度から 2011 年度のセグメンテーションにもとづくデータの分析

ここでの分析対象期間を含む 2013 年度までの 5 年間のセグメンテーションで最初に気付くことは、「映画」、「音楽」、「金融」および「その他」の 4 つの報告セグメントが、少なくとも名称としては変化せずに安定していることであろう。ただ、それは、あくまでも名称の上でのことであって、それらの実質的な事業領域にも変化がないかどうかは、本稿での検証を俟たなければならない。

図表 1 セグメンテーションの変遷

2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012・2013 年度
コンシューマプロダクツ&デバイス	コンシューマ・プロフェッショナル&デバイス	CPS	イメージング・プロダクツ&ソリューション
ネットワークプロダクツ&サービス	ネットワークプロダクツ&サービス	PDS	モバイル・プロダクツ&コミュニケーション
B2B & ディスク製造	映画	ソニーモバイル	ホームエンタテインメント&サウンド
映画	音楽	映画	デバイス
音楽	金融	音楽	ゲーム
金融	その他	金融	映画
その他		その他	音楽
			金融
			その他

また、2011 年度には「ソニーモバイル」セグメントが新設されると同時に、「コンシューマ・プロフェッショナル&デバイス」と「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントが消滅し、「CPS」と「PDS」セグメントが新設されるという複雑な状況となっている。こうした事業再編についても、詳細な分析が必要である。ただし、これらのうち、「ソニーモバイル」セグメントについては、「2012 年 2 月 15 日、ソニーはエリクソンの保有するソニー・エリクソンの持分 50% を取得し⁵」、これによって、「ソニー・エリクソンはソニーの 100% 子会社となり、社名を Sony Mobile Communications AB に変更し⁶」たことによって新設されたセグメントであることに注意しなければならない。なぜならば、年度末近くに 100% 子会社となっているので、2011 年度有価証券報告書において、セグメント情報としてどの程度のデータが開示されているかが微妙なケースと言えるからである。

さらに、「デバイス」と「ゲーム」セグメントを新設し、同時に「CPS」、「PDS」および「ソニー

モバイル」の 3 セグメントを消滅させ、「イメージング・プロダクツ&ソリューション」、「モバイル・プロダクツ&コミュニケーション」および「ホームエンタテインメント&サウンド」セグメントを新設している 2012 年度の状況は、一層複雑なものとなっている。本稿では 2010 年度から 2011 年度へのセグメンテーション変更局面に着目するので、この局面については、今回の考察では扱わないこととする。

2-1. ソニー 2010 年度収益関連データの分析

ソニーの 2010 年度についてのセグメント収益関連情報は、もちろん、2010 年度の有価証券報告書において 2010 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 2011 年度開示では、2011 年度有価証券報告書の前年度データとして示されることとなる。この 2 年度間では、すでにみたように、「ソニーモバイル」セグメントが新設されると同時に、「コンシューマ・プロフェッショナル&デバイス」と「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントが廃止され、

「CPS」と「PDS」セグメントが新設されるという変化があった。残りの「映画」、「音楽」、「金融」および「その他」セグメントの名称に変化がないことからすると、「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」及び「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントの事業が、「CPS」及び「PDS」セグメントの事業へと再編された可能性が高いと推測される。もちろん、そこでいくらかの事業部分がこれら以外の部門へと移管された可能性と、この改編にともなって、他のセグメントから何らかの事業領域が編入された可能性もあり、仔細に調べてみる必要がある。

実際、2011年度の同社有価証券報告書において、「ソニーは、2011年4月1日付の組織変更にともない、2011年度第1四半期より、主にコンシューマー・プロフェッショナル&デバイス（以下「CPD」）分野及びネットワークプロダクツ&サービス（以下「NPS」）分野を従来構成していた事業を再編し、業績報告におけるビジネスセグメント区分の変更を行い⁷、「この再編に関連して、従来のCPD分野及びNPS分野に含まれていた事業は、新設されたCPS分野及びPDS分野に移管され⁸」たとしている。この説明を文字通りに理解すれば、CPD分野及びNPS分野に含まれていた事業が、過不足なく、CPS分野及びPDS分野へと移管されたということになる。本稿では修正再表示データを再構成することによって、セグメント間の関係を考察していくので、この移管が実際にデータの上でも過不足なく行われているかどうかを検証しておく必要がある。もし、過不足なく実施された移管であれば、他のセグメントへの影響がないものとして考察を進めることができるからである。

また、この適及的修正再表示という観点からすると、「映画」、「音楽」、「金融」および「その他」

セグメントでは、名称の上ではセグメンテーションの変更がないので、2011年度開示に際して、2010年度データのセグメンテーションを2011年度のセグメンテーションに合わせる形での適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、資産等の認識範囲に変更が加えられたりする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。とりわけ、「その他」セグメントは、事業再編によりその内容が変化し易いと考えられるので、注意が必要である。ただ、2011年度に新設された「ソニーモバイル」セグメントについては、2010年度のセグメンテーションにないセグメントなので、ここでの修正再表示データの検討では対象とならない。

ソニーの2010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2010年度セグメント収益性関連データと、同社2011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2010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。ここでの再構成では、前述のように「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」事業及び「ネットワークプロダクツ&サービス」事業が、「CPS」事業及び「PDS」事業へと移管されたとのことなので、これらの間での事業移管関係を探るために、図表2では、「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」事業に関するデータと「CPS」事業に関するデータを比較し、「ネットワークプロダクツ&サービス」事業と「PDS」事業のデータを比較する形式で再構成した。ここで比較される数値は、すべて2010年

図表 2 2010 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
コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス	2010	3,345,048		227,696		2,898	
CPS	2011	3,771,610	426,562	78,223	-149,473	10,817	7,919
ネットワークプロダクツ&サービス	2010	1,493,136		86,195		35,569	
PDS	2011	1,066,574	-426,562	436,690	350,495	27,650	-7,919
映画	2010	599,654		312		38,669	
	2011	599,654	0	312	0	38,669	0
音楽	2010	457,771		12,972		38,927	
	2011	457,771	0	12,972	0	38,927	0
金融	2010	798,495		8,031		118,818	
	2011	798,495	0	8,031	0	118,818	0
ソニーモバイル	2010	0		0		0	
	2011	0	0	0	0	4,155	4,155
その他	2010	377,816		70,004		8,554	
	2011	377,822	6	70,004	0	7,116	-1,438
ソニー・エリクソン持分法投資利益 (損失)	2010					4,155	
	2011					0	-4,155
外部売上高合計	2010	7,071,920					
	2011	7,071,926	6				
全社 (共通) 及びセグメント間取引消去 (営業利益)	2010					-47,769	
	2011					-46,331	1,438
連結売上高・営業利益	2010	7,181,273				199,821	
	2011	7,181,273	0			199,821	0

注: ソニー株式会社 [2011] [2012] に基づいて筆者作成。

度に属する数値, すなわち 2010 年度実績データである。

さっそく図表 2 の第 1 欄と第 2 欄の変化額に着目してみよう。この 2 つの欄では, 外部売上高, セグメント間取引およびセグメント損益のすべてについて, 2010 年度データの 2010 年度当期開示から 2010 年度データの 2011 年度修正再表示への変化額が検出されていることがわかる。しかも, セグメント間取引以外の 2 つの収益性指標につい

ては, 第 1 欄での変化額と第 2 欄での変化額との和がゼロとなっている。すなわち, 外部売上高では, 2010 年度の「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメントから 2011 年度の「CPS」セグメントへと 426,562 百万円の増加額が検出されている一方, 2010 年度の「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントから 2011 年度の「PDS」セグメントでは, これと同額の減少額が検出されている。また, セグメント損益で

は、やはり2010年度の「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメントから2011年度の「CPS」セグメントへと7,919百万円の増加額が検出されている一方、2010年度の「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントから2011年度の「PDS」セグメントでは、これと同額の減少額が検出されていることがわかるのである。

言い方を変えれば、外部売上高についても、セグメント損益についても、2010年度の「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメントの金額(2010年度実績)と「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントの金額(2010年度実績)の合計は、2011年度開示の「CPS」セグメントの金額(2010年度実績)と「PDS」セグメントの金額(2010年度実績)の合計と一致している。

したがって、2010年度の「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメント及び「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントを合わせた事業領域は、2011年度の「CPS」セグメント及び「PDS」セグメントを合わせた事業領域と一致しているといつてよい。そうした状況下において、外部売上高とセグメント損益での変化額が全く同額であり、増減パターンも同一であることから、「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントから「CPS」セグメントへと、何らかの事業が移管されたと解釈することができよう。ただし、恐らくは、ある一つの事業領域のみが移管されたという状況というよりは、これらの事業領域のなかの複数の事業が様々なパターンで移管された結果の増減数値が、純額として検出された可能性も否定できない。これについては、さらに詳細な分析が必要なので、後で分析を行うことにする。

いずれにしても、外部売上高とセグメント損益

の検出結果より、CPD分野及びNPS分野に含まれていた事業が、過不足なく、CPS分野及びPDS分野へと移管された状況を示す増減値が検出されたので、これらのセグメント間での事業再編は、同一の事業範囲内で行われたと判断され、先に触れた、同社有価証券報告書の説明の通りであることが確認された。

さて、残り一つの収益性指標であるセグメント間取引であるが、これは、他の2つの収益性指標の場合とは異なり、検出されている減少額と増加額が一致していない。第1欄で2010年度の「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメントから2011年度の「CPS」セグメントへと149,473百万円の減少額が検出されている一方、第2欄では2010年度の「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントから2011年度の「PDS」セグメントへと、350,495百万円の増加額が検出されているのである。これについては、次のように考察される。

上で、CPD分野及びNPS分野に含まれていた事業は、過不足なく、CPS分野及びPDS分野へと移管されたことが確認されたところであるが、「CPD」セグメントと「NPS」セグメントとの事業領域の区分は、図表3に示したように、「CPS」セグメントと「PDS」セグメントとの事業領域の区分へと変更されたことになる。そこでは、すでに考察したように、「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントから「CPS」セグメントへと、何らかの事業が移管されたとみられるため、図表の右側のように、2010年度の「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメントの事業領域よりも2011年度の「CPS」セグメントの事業領域の方が広くなり、その一方で、2010年度の「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントの事業領域よりも2011年度の「PDS」セ

グメントの事業領域の方が狭くなることになる。さしあたって、おおまかな理解としては、2010年度ではセグメント間取引として認識されていた、図表の①および②の内部売上（矢印の始点が内部売上元、終点が内部売上先、以下同様）は、2011年度の変更されたセグメンテーションでは、「CPS」セグメント内部での売上ということになり、認識されなくなる。その一方で、2010年度ではセグメント間取引として認識されていなかった、図表の③および④の内部売上は、2011年度のセグメンテーションでは、「CPS」セグメントから「PDS」セグメントへの内部売上と「PDS」セグメントから「CPS」セグメントへの内部売上として、それぞれ認識されることになる。

よって、図表2のセグメント間取引変化額（第1欄および第2欄）は、図表3の①から④の記号を用いると、さしあたって、それぞれ、 $③ - ① = -149,473$ 百万円、 $④ - ② = 350,495$ 百万円として表すことができよう。

もちろん、ここでのセグメンテーション変更は、恐らくは、ある一つの事業領域のみが移管されたという状況というよりは、これらの事業領域のなかの複数の事業が様々なパターンで移管された結

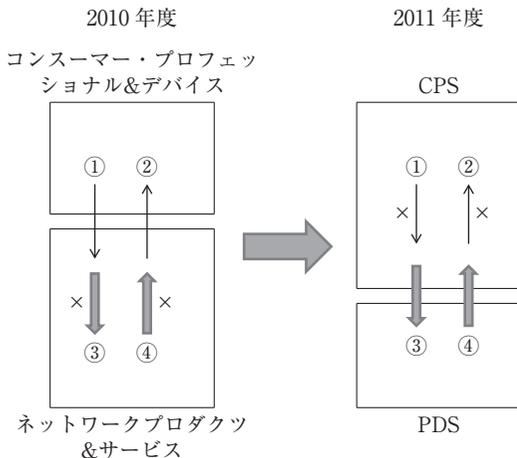
果の増減数値が、純額として検出された可能性も否定できないので、ここで図示したセグメント間取引関係も、そうした様々な内部売上関係の変化を集計後の純額としての動きと捉えておくべきであろう。このセグメント間取引の詳細については、セグメントに含まれる事業の詳細まで精査する必要があることは言うまでもない。

ソニーの2010年度有価証券報告書の連結財務諸表注記『29 セグメント情報』を仔細にみると、「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス(CPD)」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に加え、プロフェッショナル・ソリューション事業 (B2B & ディスク製造分野に従来含まれていた B2B 事業) が含まれ⁹⁾、その一方、「ネットワークプロダクツ&サービス (NPS)」分野には、「ゲーム事業及び PC・その他ネットワークビジネス事業が含まれて¹⁰⁾いると説明している。

また、同社の2011年度有価証券報告書では、「コンシューマープロダクツ&サービス (CPS)」分野には、「テレビ事業、ホームオーディオ・ビデオ事業、デジタルイメージング事業、パーソナル・モバイルプロダクツ事業、ゲーム事業などが含まれ¹¹⁾、その一方、「プロフェッショナル・デバイス&ソリューション (PDS)」分野には、「プロフェッショナル・ソリューション事業、半導体事業、コンポーネント事業などが含まれ¹²⁾るとしている。

さらに、両年度の有価証券報告書では、上記の4つのセグメントについて、それぞれのセグメント内の製品部門別の、外部顧客に対する売上高及び営業収入の内訳を、前年度データを併記した2期比較形式で自主的に開示している¹³⁾。そこで示されている、両年度の4つのセグメント内の製品

図表3 セグメント間取引の認識部分の変化



部門の内訳を比較してみると、図表4のようになる。

まずは製品部門の名称から観察してみよう。「テレビ」および「デジタルイメージング」の2つの製品部門は、同じ名称のまま、「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメントから「CPS」セグメントへと移管されている。また、「半導体」、「コンポーネント」および「プロフェッショナル・ソリューション」の3つの製品部門も、やはり同じ名称のまま移管されているが、注意しなければならないのは、それらの移管先である。この3つの製品部門は、「テレビ」および「デジタルイメージング」の場合と異なり、「PDS」セグメントへと移管されているのである。そして、「ゲーム」製品部門については、「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントから「CPS」セグメントへと移管されている点にも注意しておく必要がある。

そうすると、残る製品部門は、2010年度の「CPD」セグメントに含まれていた「オーディオ・

ビデオ」製品部門、「その他」製品部門および「NPS」セグメントの「PC・その他ネットワークビジネス」製品部門の3つとなる。「オーディオ・ビデオ」部門については、2011年度の「ホームオーディオ・ビデオ」部門と名称がほぼ同様であるが、「ホーム」が付いているので、2010年度の「オーディオ・ビデオ」事業のうち、「ホーム」用途の「オーディオ・ビデオ」事業が「ホームオーディオ・ビデオ」部門へと移管され、「ホーム」用途以外の事業は他の製品部門へと移管されたと、少なくとも名称の上からは推測される。また、「CPD」セグメントの「その他」部門であるが、2011年度には、「CPS」セグメントと「PDS」セグメントの双方それぞれに「その他」部門があり、この2つの「その他」部門へと2010年度の「その他」部門が分割されたと、さしあたっては考えられる。最後に「NPS」セグメントの「PC・その他ネットワークビジネス」の移管先を探してみると、消去法的に、2011年度「CPS」セグメントの「パーソナル・モバイルプロダクツ」製品部門ということになる

図表4 2011年度のセグメンテーション変更 (CPD&NPS → CPS&PDS)

2010年度	2011年度
セグメント・製品部門	セグメント・製品部門
コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス (CPD)	コンシューマープロダクツ&サービス (CPS)
テレビ	テレビ
デジタルイメージング	デジタルイメージング
オーディオ・ビデオ	ホームオーディオ・ビデオ
	パーソナル・モバイルプロダクツ
半導体	ゲーム
コンポーネント	その他
プロフェッショナル・ソリューション	プロフェッショナル・デバイス&ソリューション (PDS)
その他	半導体
	コンポーネント
ネットワークプロダクツ&サービス (NPS)	プロフェッショナル・ソリューション
ゲーム	その他
PC・その他ネットワークビジネス	

う。同事業は、同社の主要事業の一つであることから、その他部門への移管は考えにくいからである。ただ、上でみた、2010 年度「オーディオ・ビデオ」事業から 2011 年度「ホームオーディオ・ビデオ」部門へ移管されなかった事業については、2011 年度「CPS」セグメントの「パーソナル・モバイルプロダクツ」部門、「CPS」セグメントの「その他」部門および「PDS」セグメントの「その他」部門の 3 部門へと移管された可能性があり、詳細な検討が必要となるので、後で扱うことにする。

このように、製品部門の名称を観察するだけでも、ここで注目している 4 つのセグメントにまつわる製品部門の移管関係は、先程の、「ネットワー

クプロダクツ&サービス」セグメントから「CPS」セグメントへと何らかの事業が移管されたという単純な理解よりも、ずっと複雑な状況であったことがわかったのである。

それでは、そうした状況を精査するため、4 つのセグメントに属する製品部門別情報について、2010 年度当期開示の 2010 年度データと 2011 年度修正再表示の 2010 年度データとを比較する形で再構成を行ってみよう。すると、図表 5 のような興味深い検出結果が得られる。

まず、製品部門の名称に全く変化のなかった「テレビ」、「デジタルイメージング」、「半導体」、「コンポーネント」「プロフェッショナル・ソリュー

図表 5 2010 年度に属するデータ群（製品部門別）

単位：百万円

製品部門（セグメント）	開示年度	外部顧客	増	減
テレビ（コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス）	2010	1,200,491		
テレビ（コンシューマープロダクツ&サービス）	2011	1,200,491	0	
デジタルイメージング（コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス）	2010	642,570		
デジタルイメージング（コンシューマープロダクツ&サービス）	2011	642,570	0	
オーディオ・ビデオ（コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス）	2010	426,594		
ホームオーディオ・ビデオ（コンシューマープロダクツ&サービス）	2011	285,297	-141,297	
半導体（コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス）	2010	358,396		
半導体（プロフェッショナル・デバイス&ソリューション）	2011	358,396	0	
コンポーネント（コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス）	2010	410,090		
コンポーネント（プロフェッショナル・デバイス&ソリューション）	2011	410,090	0	
プロフェッショナル・ソリューション（コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス）	2010	287,394		
プロフェッショナル・ソリューション（プロフェッショナル・デバイス&ソリューション）	2011	287,394	0	
その他（コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス）	2010	19,513		
その他（コンシューマープロダクツ&サービス+プロフェッショナル・デバイス&ソリューション）	2011	27,166	7,653	
ゲーム（ネットワークプロダクツ&サービス）	2010	798,405		
ゲーム（コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス）	2011	798,405	0	
PC・その他ネットワークビジネス（ネットワークプロダクツ&サービス）	2010	694,731		
パーソナル・モバイルプロダクツ（コンシューマープロダクツ&サービス）	2011	828,375	133,644	
増減合計				0

注：ソニー株式会社 [2011] [2012] に基づいて筆者作成。

ション」および「ゲーム」部門の6部門については、2010年度当期開示データと2011年度修正再表示の2010年度データとの間に差異はなく、これらについての6つの増減欄はゼロとなっている。つまり、それらの各製品部門は、そのまま新セグメントへと移管されたことがわかるのである。

これに対して、図表5の残り3つの欄では、増減値が検出されている。それぞれの欄における集計方法の意図も含めて、みていくことにしよう。

増減値が検出されている欄の1つ目は第3欄である。ここでは2010年度当期開示の「オーディオ・ビデオ」部門と2011年度修正再表示の「ホームオーディオ・ビデオ」部門の2010年度実績値が比較され、差額が検出されている。すでに述べたように、「オーディオ・ビデオ」部門から「ホーム」用途のオーディオ・ビデオのみが、この部門へと移管された可能性があるため、このような比較形式とした。差額がマイナス数値であれば、「ホーム」用途以外のオーディオ・ビデオ事業が除かれているとみることができよう。実際、この欄の検出差額をみると、-141,297百万円となっており、予想と符合する結果が得られている。この減少分は、「オーディオ・ビデオ」事業のうち、「ホーム」用途以外の領域であるといっていよいであろう。

次に増減値が検出されているのが第7欄である。ここでは、2010年度当期開示の「その他」製品部門（CPDセグメント）と、2011年度修正再表示の2つの「その他」製品部門（CPSセグメントおよびPDSセグメント）の合計値とを比較している。こうした比較をしたのは、もし、2010年度から2011年度への組織再編で、「その他」製品部門が単純に2分割されたならば、ここでの差額はゼロとなるはずなので、それを調べてみる必要があると考えたからである。もし、差額がマイナスであれば、2分割に際して一部の事業

が2つの「その他」製品部門以外へと組み込まれた可能性があり、逆にプラスであれば、2分割と同時に、他の製品部門から何らかの事業が、2つの「その他」事業のどちらかないし両方に加えられたものと解釈できる。結果は後者であり、7,653百万円の増加額を検出しているため、他の製品部門との関係をみながら慎重に検討しなければならない。

そして、最後に増減値が検出されているのは第9欄である。すでにみたように、「PC・その他ネットワークビジネス」の移管先は、2011年度「CPS」セグメントの「パーソナル・モバイルプロダクツ」部門と考えられ、その他部門への移管は考えにくいと結論づけられたのであった。そこで、移管先の「パーソナル・モバイルプロダクツ」部門に、移管元の「PC・その他ネットワークビジネス」部門以外の事業が加えられているかを調べるため、この2つの部門の比較を行った。増加額が検出されれば、この移管に際して、他の製品部門から何らかの事業が加えられたものと考えられることになる。実際、増減欄には、133,644百万円の増加額が検出されており、この外部売上高規模（2010年度実績値）の事業が他の製品部門から「パーソナル・モバイルプロダクツ」部門に追加されていることがわかる。それが、どのような事業であるかについても、さらに検討を進めることにしよう。

それでは、上で確認した3つの増減値について、順次検討していくことにしよう。最初に図表5の第3欄における141,297百万円の減少額であるが、その外部売上高に相当する事業領域の移転先として考えられるのは、この部門以外で増加額を検出している、第7欄および第9欄の増加額に含まれる外部売上をもつ事業領域ということになる¹⁴。すなわち、「CPS」セグメントの「その他」

製品部門、「PDS」セグメントの「その他」製品部門および「パーソナル・モバイルプロダクツ」部門ということになる。ただ、この第 3 欄のデータのみから 141,297 百万円の売上高に相当する事業領域の移管先と金額を特定することは難しい。その手がかりとなるのが、図表 5 の第 7 欄の検出結果なのである。

この第 7 欄では、2010 年度の「CPD」セグメントに属する「その他」製品部門の外部売上高と、2011 年度の 2 つの「その他」製品部門の外部売上高合計との差額が検出されている。この差額がプラス数値で 7,653 百万円検出されているということは、「CPD」セグメントの「その他」製品部門が「CPS」セグメントの「その他」製品部門と「PDS」セグメントの「その他」製品部門へと分割される際に¹⁵、2010 年度の「CPD」セグメントの「その他」製品部門以外の部門の何らかの事業が、2011 年度の 2 つの「その他」製品部門のいずれかないし双方へと編入されたものと考えられる。その、「何らかの事業」が 2010 年度に属していた製品部門は図表 5 で増減欄で減少額を検出している部門に限定されるため、「オーディオ・ビデオ」部門に特定される。すでにみたように、この「オーディオ・ビデオ」部門から移転された事業は「ホーム」用途以外のオーディオ・ビデオ事業と考えられるため、移管先としては「コンシューマープロダクツ & サービス」セグメントではなく、「プロフェッショナル・デバイス & ソリューション」セグメントとみるのが自然であろう。したがって、「プロフェッショナル・デバイス & ソリューション (PDS)」セグメントの「その他」製品部門へと、2010 年度実績で 7,653 百万円の外部売上高であった「ホーム」用途以外の「オーディオ・ビデオ」事業が移管されたと考察される。

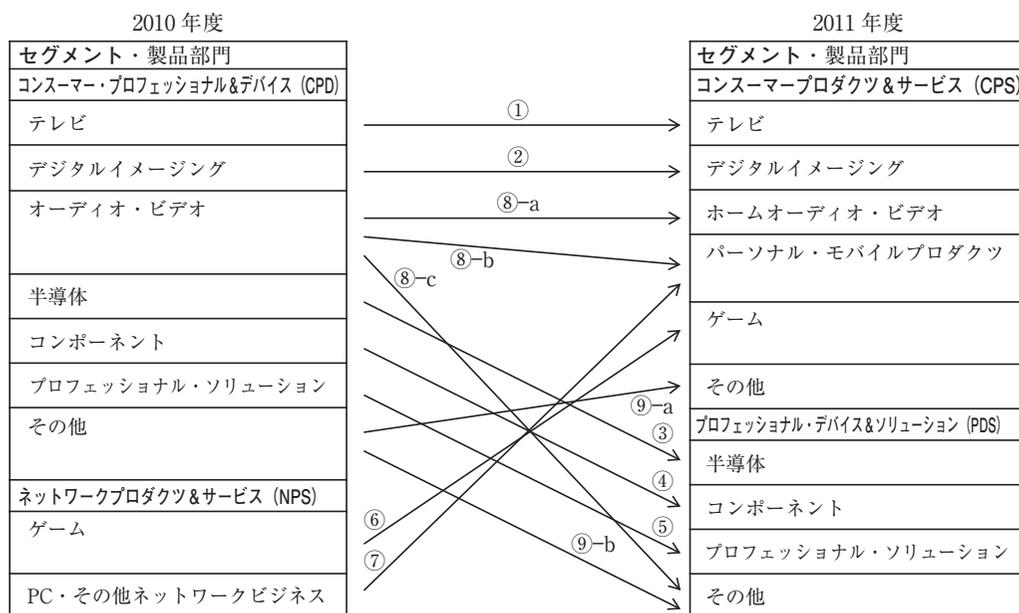
そうすると、「オーディオ・ビデオ」事業のうち、

「ホーム」用途以外の領域として「ホームオーディオ・ビデオ」部門には含まれなかった事業の外部売上高として検出された 141,297 百万円のうち、7,653 百万円の外部売上高をもつ事業領域が「PDS」セグメントの「その他」製品部門へと移転されたことになる。残りの 133,644 百万円の外部売上高をもつ事業がどの製品部門へと移管されたかということ、移管先として残された製品セグメントは一つだけであり、「パーソナル・モバイルプロダクツ」部門ということになる。図表 5 の第 9 欄に検出された金額をみると、これと同額の 133,644 百万円となっており、ここでの考察と完全に整合していることがわかる。また、2010 年度の「PC・その他ネットワークビジネス」の移管先として残された製品セグメントも一つだけであり、これも同じく「パーソナル・モバイルプロダクツ」部門である。つまり、2011 年度「パーソナル・モバイルプロダクツ」製品部門の事業には、2010 年度「PC・その他ネットワークビジネス」と 2010 年度「オーディオ・ビデオ」事業の一部（2010 年度売上高規模で 133,644 百万円）の事業領域が含まれていることがわかったのである。こうした検出結果は、同社の有価証券報告書には記載されていない情報であり、ここで筆者が行った、修正再表示データの再構成によって明らかにされた意義は大きい。

以上みてきた 2010 年度から 2011 年度にかけての「CPD」、「NPS」、「CPS」および「PDS」の 4 セグメント間での製品部門レベルでの事業移管関係を整理してみよう。図表 4 でみたセグメント変更局面は、ここまでの考察で、図表 6 のように複雑な移管関係であったことが明らかとなった。

この図表中の矢印は、始点が事業の移管元を、終点が移管先を表している（ただし、製品部門が記入されている欄の大きさは事業規模と無関係）

図表6 2011年度セグメンテーション変更局面 (CPD&NPS → CPS&PDS) の分析



が、このステージのセグメンテーション変更は、おおまかに言って、3つの流れとして捉えることができる。

第1の流れは、2010年度「CPD」セグメントから2011年度「CPS」セグメントへの事業の移管である。具体的には、「テレビ (①：図表6の矢印、以下同様)」および「デジタルイメージング (②)」はそのまま過不足なく移管され、「オーディオ・ビデオ」事業については、その外部売上高で約66.9%の285,297百万円 (2010年度実績、以下同様)を達成している事業部分(⑧-a)が「ホームオーディオ・ビデオ」へと移管され、残りの大部分である約31.3%の事業 (外部売上高133,644百万円、⑧-b)は「パーソナル・モバイルプロダクツ」へ移管されたことがわかった。ただし、「オーディオ・ビデオ」事業の外部売上高の約1.8%分(7,653百万円)に相当する事業(⑧-c)が、「CPS」セグメントではなく、「PDS」セグメントの「その他」製品部門へと移管されていることも明らか

となったのである。

第2の流れは、2010年度「CPD」セグメントから2011年度「PDS」セグメントへの事業移転である。いま、上で見た「オーディオ・ビデオ」部門から「PDS」セグメントの「その他」製品部門への移管事業 (⑧-c)に加えて、「半導体 (③)」、「コンポーネント (④)」および「プロフェッショナル・ソリューション (⑤)」の3つの製品部門がそのまま過不足なく、「PDS」セグメントへと移管されている。そして、「CPD」セグメントの「その他」製品部門の2010年度当期開示外部売上高と、2011年度修正再表示の2つの「その他」製品部門の合計額との差額 (増加額) 7,653百万であるが、これはすでに「オーディオ・ビデオ」部門からの移転事業の2010年度実績外部売上高であることが明らかとなっている。よって、この金額を2011年度修正再表示の「PDS」セグメントの「その他」製品部門2010年度実績外部売上高10,694百万円から差し引くことで、「CPD」セグ

メントの「その他」製品部門から「PDS」セグメントの「その他」製品部門へと移管された事業（⑨-b）の2010年度実績外部売上高3,041百万円が逆算できる。そして、さらにこの金額を2010年度当期開示の「CPD」セグメントの「その他」製品部門の外部売上高から差し引くことによって、2010年度「CPD」セグメントの「その他」製品部門から2011年度「CPS」セグメントの「その他」製品部門へと移管された事業（⑨-a）の2010年度実績外部売上高16,472百万円も逆算することができるのである。

第3の流れは、2010年度「NPS」セグメントから2011年度「CPS」セグメントへの事業移転である。「ゲーム」製品部門（⑥）は、そのまま過不足なく、「CPS」セグメントへと移管されている一方で、「PC・その他ネットワークビジネス（⑦）」は全く名称の異なる「パーソナル・モバイルプロダクツ」部門へと移管されていることがわかった。すでに明らかとなっている、「オーディオ・ビデオ」製品部門からの移転分の2011年度修正再表示での2010年度外部売上高133,644百万円を、「パーソナル・モバイルプロダクツ」の2011年度修正再表示での2010年度外部売上高828,375百万円から差し引いてみると、694,731百万円となり、これは、2010年度当期開示の「PC・その他ネットワークビジネス」製品部門の外部売上高と完全に一致することがわかる。これによって、ここでの考察の結果が同社の有価証券報告書の記載と最終的に符合することが確かめられたのである。

まとめてみると、2010年度から2011年度にかけての、「CPD」、「NPS」、「CPS」および「PDS」の4つのセグメント間での事業移管関係は、図表6でみたように、水平方向の第1の流れ、そして、第2の流れと第3の流れがたすきがけ的に移管さ

れており、とりわけ「オーディオ・ビデオ」製品部門と「その他」製品部門は、複数の製品部門へと分割編入されていることが明らかとなった。

こうした複雑な事業の移管によって、セグメントの収益性にも変化が生じている。もう一度、図表2にもどってみよう。2010年度の「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントと比べて2011年度の「PDS」セグメントは、外部売上高で426,562百万円少なく、セグメント損益で7,919百万円少なくなっていた。その一方で、2010年度の「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメントと比べて2011年度の「CPS」セグメントは、外部売上高で426,562百万円多く、セグメント損益で7,919百万円多くなっていたのである。2011年度のセグメンテーションでは、「コンシューマー」と「プロフェッショナル」という分類となっており、セグメンテーションの基準が一般的な消費者であるか、専門ユーザーであるかという観点に変更されており、そもそもセグメントの事業内容が再編されているのであるから、外部売上高やセグメント損益にも変化が生じるのは当然のことである。こうした外部売上高やセグメント損益の変化からすると、セグメントの資産についても、同様にして、2010年度の「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントの資産と比べて2011年度の「PDS」セグメントの資産が少なく、その一方で、2010年度の「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメントの資産に比べて2011年度の「CPS」セグメントの資産の方が多いたことが予想される。次に、セグメント別の資産関連データにも着目してみることにしよう。

2-2. ソニー2010年度資産関連データの分析

ソニーは、2010年度有価証券報告書において

セグメント情報の修正再表示：ソニーのケースから(6)

は、「最高経営意思決定者は、個別の資産情報を使用してセグメントの評価を行っていません¹⁶⁾」とし、2011年度有価証券報告書においても、「最高経営意思決定者は、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¹⁷⁾」として、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、【ビジネスセグメント情報】の「その他の重要事項」として、減価償却費・償却費の開示は行っているため、2010年度実績データについて、2010・2011年度開示情報の再構成を行ってみることにしよう。

結果は図表7に示すように、上での予想と正反対の状況を想像するに難くないものとなっている。すなわち、2010年度当期開示の「ネットワークプロダクツ&サービス」セグメントの減価償却

費・償却費と比べて2011年度修正再表示の「PDS」セグメントの減価償却費・償却費（2010年度）が97,574百万円大きく、その一方で、2010年度当期開示の「コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス」セグメントの減価償却費・償却費に比べて2011年度修正再表示の「CPS」セグメントの減価償却費・償却費（2010年度）の方が95,899百万円小さいという検出結果なのである。もちろん、セグメント資産そのもののデータではなく、セグメントの減価償却費・償却費ではあるが、これらがほぼ平行な関係にあるとすれば、セグメント資産にもほぼ同様の変化を生じていることが予想される。

こうした状況には、先に考察した図表6の第2の流れと第3の流れが大きく影響していることが

図表7 2010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	減価償却費・償却費	増 減
コンシューマー・プロフェッショナル&デバイス	2010	164,478	
CPS	2011	68,579	-95,899
ネットワークプロダクツ&サービス	2010	24,483	
PDS	2011	122,057	97,574
映画	2010	7,996	
	2011	7,996	0
音楽	2010	12,166	
	2011	12,166	0
金融	2010	62,077	
	2011	62,077	0
その他	2010	20,777	
	2011	20,805	28
配賦不能ないし全社（共通）	2010	33,389	
	2011	31,686	-1,703
連結合計	2010	325,366	
	2011	325,366	0

注：ソニー株式会社 [2011] [2012] に基づいて筆者作成。

考えられる。つまり、第2の流れとして整理した「半導体」、「コンポーネント」、「プロフェッショナル・ソリューション」等の事業に関わる資産が2010年度「CPD」セグメントから2011年度「PDS」セグメントへと分類変更されることによって、2011年度「PDS」セグメントの減価償却費・償却費を増大させ、その分、これらの事業が含まれない「CPS」セグメントの減価償却費・償却費を減少させる効果があったものと考えられる。一方、第3の流れとして整理した、「ゲーム」および「PC・その他ネットワークサービス」事業に関わる資産が2010年度「NPS」セグメントから2011年度「CPS」セグメントへと分類変更を受けることによって、第2の流れとは逆の作用、すなわち、「CPS」セグメントの減価償却・償却費を増大させ、その分、「PDS」セグメントの減価償却費・償却費を減少させる効果があったものと考えられるのである。

そうすると、図表7のような結果となったのは、図表6の第2の流れによって分類変更された資産の方が、第3の流れによって分類変更された資産よりも大きいため、2010年度「NPS」セグメントの減価償却・償却費よりも2011年度「PDS」セグメントの減価償却費・償却費の方が大きく、2010年度「CPD」セグメントよりも2011年度「CPS」セグメントの減価償却費・償却費の方が小さくなったものと考えられるのである。すでに触れたように、同社ではセグメント評価に際して個別の資産情報を最高経営意思決定者が用いていない、とのことからセグメントの資産情報は開示されていないものの、「半導体」、「コンポーネント」および「プロフェッショナル・ソリューション」事業に関する資産の方が、「ゲーム」および「PC・その他ネットワークビジネス」に関する資産よりも大きいことを推測させる、減価償却費・償却費

の増減値を検出できたことは、同社のセグメント評価にとって極めて重要である。

というのも、すでに明らかとなった、外部売上高とセグメント損益についての、「CPS」セグメントの数値を比較的大きく、「PDS」セグメントの数値を比較的小さくする方向での業務移管の検出結果と合わせて考えると、資産については逆に前者を小さく、後者を大きくしているとみられる減価償却費・償却費の動きは、ただちに資産利益率への効果と結びつくことになろう。すなわち、「CPS」セグメントでは利益をより大きく、資産はより小さくということによって資産利益率を高く表示する効果があり、「PDS」セグメントでは利益をより小さく、資産はより大きくということによって資産利益率を低くする効果が生じているものと考えられる。もっとも、「ゲーム」および「PC・その他ネットワークビジネス」部門に属する資産として、減価償却費・償却費を伴わない資産が多額にのぼり、セグメント資産の金額ということになると、減価償却費・償却費と正反対の変化を示すという場合には、状況が逆転することになるが、まず、そうした状況ではないと考えるのが自然であろう。そうしてみると、本稿で注目してきた2010年度から2011年度へのセグメンテーション変更局面では、「PDS」セグメントよりも「CPS」セグメントの資産利益率を高めるような事業再編がなされたとみられ、それは、いわば、同社がコンシューマーを対象とする「CPS」セグメントを事業の中核として重視している表れとも受け取られるのである。実際に、2011年度当期開示で売上高の約47%を占める同事業は¹⁸、明らかにソニーの中心事業であるといえよう。

3. おわりに

本稿では、以上のように2010年度から2011年度にかけてのソニーにおけるセグメンテーション変更局面での2010年度実績データについて、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、いくつもの情報を検出することができた。事業再編について、そこで移管された事業領域についての概略は、有価証券報告書の説明によってある程度知ることができるが、その事業規模等の詳細については、記載されていない部分も多い。本稿での、修正再表示データの再構成分析によって、そうした情報の検出が可能となったのである。

修正再表示データの再構成分析では、二期比較形式のセグメント情報の場合、前年度において最新年度データとして開示された数値と、当期に修正再表示された前年度数値とを比較することによって、それらの差額を検出する。セグメント名が変わらない場合も、もし事業内容の一部が移転されたり、他のセグメントからの編入があった場合には、その部分に相当するデータが検出されることで、セグメントの事業内容の動きを知ることができる。また、セグメント名の一部が変更された場合も、そこでの事業内容の変化を捉えることが可能である。そして、セグメント名が全面的に改訂されるような大幅な組織変更についても、そのセグメントをさらにブレイクダウンした製品部門別情報が開示されていれば、その精査により、事業移転関係を検出することができるのである。

通常、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、そこで一覽的に開示される複数期の情報を比較することが多い。しかし、ここでは敢えてデータの属する期を固定すること

によって、毎年のデータの移り変わりではなく、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を利用して、セグメントの事業内容自体の変化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る。そして、それと同様に、年度間でのセグメントの事業内容の違いを知ることも、企業のセグメント別の業績を評価する上で極めて重要なのである。なぜならば、セグメントの事業範囲が把握されてこそそのセグメント業績であって、事業範囲が不明確なままでは、業績評価は正確に行えないからである。

なお、本稿では、セグメントの内部売上関係については、大まかな整理にとどめておいたが、この点についての製品部門別の詳細な分析は、稿を改めて行うことにしたい。

注

- 1 ソニーは、報告セグメント数を2010年度の6セグメントから、2011年度の7セグメント、2012年度の9セグメントへと増加させている(図表1を参照)。
- 2 佐藤 [2014] を参照。
- 3 ソニー株式会社 [2012], pp. 207-208 を参照。
- 4 正確に言えば、「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うことになる。
- 5 ソニー株式会社 [2012], p. 207.
- 6 同上。
- 7 同上。
- 8 同上。
- 9 同上書, p. 191.
- 10 同上。
- 11 同上書, p. 207.
- 12 同上。
- 13 ソニー株式会社 [2011], p. 195 およびソニー株式会社 [2012], p. 211.
- 14 ただし、2011年度の「その他」製品部門については、2011年度開示の2つの「その他」製品部門(「CPS」セグメントおよび「PDS」セグメント)

- として修正再表示されている 2010 年度実績の合計額である。
- 15 2010 年度当期開示の「その他」製品部門の外部売上高が、2011 年度修正再表示の 2 つの「その他」製品部門のいずれか一方にすべて移転されることも考えられるが、ここでのケースでは、ほとんど考えられない。なぜならば、2 つの「その他」製品部門の 2011 年度修正再表示の 2010 年度実績の外部売上高は、どちらも 2010 年度当期開示の「その他」製品部門の外部売上高よりも小さくなっているからである。
- 16 ソニー株式会社 [2011], p. 191.
- 17 ソニー株式会社 [2012], p. 207.
- 18 同上書, p.208 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）—』
- [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
- 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』
- 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.*