

セグメント情報の実態

NAKANO, Takayuki / 中野, 貴之

(出版者 / Publisher)

法政大学キャリアデザイン学部

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

Bulletin of the Faculty of Lifelong Learning and Career Studies / 法政大学キャリアデザイン学部紀要

(巻 / Volume)

15

(開始ページ / Start Page)

183

(終了ページ / End Page)

204

(発行年 / Year)

2018-03

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00014394>

セグメント情報の実態

法政大学キャリアデザイン学部 教授 中野 貴之

1 はじめに

本研究の目的は、セグメント情報の実態を明らかにすることである。

セグメント情報の会計制度は、1991年3月期決算以降に制度化されて以来、改善が図られてきており、投資者をはじめとする財務諸表利用者にとって不可欠な財務情報として利用されている。

本研究では、この間、①セグメント情報の開示状況はどのように変化してきたか、②セグメント情報の内容はどのように変化してきたか、さらには、③海外先進主要諸国（米国、英国、ドイツおよびフランス）と比較して日本企業のセグメント情報にはどのような特徴があるのかという三点について、開示データを用いて明らかにする。

本研究の構成は以下のとおりである。まず、第2節ではわが国のセグメント情報の会計制度の変遷について簡潔に確認する。第3節では、わが国においてセグメント情報の開示が制度化されて以来の開示データを用いて、日本企業によるセグメント情報の開示の変化と現状について明らかにする。第4節では、日本、米国、英国、ドイツおよびフランスの開示データを比較し、日本企業のセグメント情報の特徴および多角化の状況を把握する。最後に第5節では、本研究の発見事項を要約するとともに、今後の研究課題について言及する。

2 セグメント情報の会計制度の変遷

最初に、わが国のセグメント情報の会計制度の変遷について簡潔に確認する。

セグメント情報の開示は、わが国の企業会計制度史上、最も難航した問題の

一つであったといつてよい。1986年5月に企業会計審議会はセグメント情報の制度化に関する審議を行うことを決定したが、「セグメント情報の開示基準」の公表に漕ぎ着けるまで3年間を要した。その際、同基準の適用開始まで3年間の準備期間を置くとともに、制度化当初は要求する開示水準を抑えつつ、その後7年間に渡って水準を徐々に引き上げていく、段階的導入の施策をとった。審議開始から完全適用に至るまで、実に10年以上の歳月を要したことになる。

図表1 セグメント情報の会計制度の変遷

<p><制度化></p> <p>(1986年5月) (企業会計審議会) セグメント情報の制度化に関する審議を行うことを決定</p> <p>(1988年5月) 「セグメント情報の開示に関する意見書」(「セグメント情報の開示基準」を含む) 公表</p> <p>(1991年3月期決算) 「セグメント情報の開示基準」の適用開始</p> <p>① <u>事業の種類別セグメント</u>: 事業の種類別に、売上高、営業損益を開示</p> <p>② <u>所在地別セグメント</u>: 「国内」、「在外」別に、売上高、営業損益(任意)を開示</p> <p>③ <u>海外売上高</u>: 海外一括区分により開示</p> <hr/> <p><「1998年基準」の段階的導入></p> <p>(1993年3月期決算) 重要性の基準の追加</p> <ul style="list-style-type: none"> 売上高および営業損失に加えて、資産基準が追加された。 <p>(1994年3月期決算) 記載箇所の変更および監査の開始</p> <ul style="list-style-type: none"> 有価証券報告書においてセグメント情報は財務諸表外情報として記載されていたが、連結財務諸表の注記事項に記載されることとなった。これを受け、セグメント情報の監査が開始された。 <p>(1995年3月期決算) 所在地別セグメント: 営業損益開示の強制</p> <ul style="list-style-type: none"> 所在地別セグメントにおいて営業損益の開示が強制化される。 <p>(1996年3月期決算) 事業の種類別および所在地別セグメントにおける開示項目の拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業の種類別セグメントにおいて資産、減価償却および資本的支出の開示が強制化される。 所在地別セグメントにおいて資産および減価償却の開示が強制化される。 <p>(1998年3月期決算) 地域別開示の開始</p> <ul style="list-style-type: none"> 所在地別セグメントを連結会社の所在する国または地域ごとに区分することが強制化される。 海外売上高を国または地域ごとに区分することが強制化される。 <p><「1998年基準」の全面適用></p> <p>(1998年3月期決算～2011年2月期決算)</p> <hr/> <p><「2011年基準」: MAの導入></p> <p>(2011年3月期決算～) 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」および企業会計基準適用指針第20号「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」の適用開始</p> <p>① <u>MAに基づく「事業セグメント」</u>: 社内の業績評価で用いている項目を開示(報告セグメントごとの売上高、利益、資産その他の項目の金額に関する情報)</p> <p>② <u>セグメント情報の関連情報</u>: 製品・サービス別売上高(製品及びサービスごとの情報)、地域別売上高・有形固定資産(地域ごとの情報)、主要顧客別売上高(主要な顧客ごとの情報)の開示</p>

こうして制度の形成に長期間を要した最大の理由は、財務諸表作成者の反対が強く、短期間に合意を得るのが難しかったためである。財務諸表作成者、すなわち日本の産業界はセグメント情報により商製品・サービス別あるいは地域別の利益率、原価構造等が明らかになり、競争上の不利益が生じかねないとして制度化に強い懸念を表明していた。

企業会計審議会は、産業界の懸念に十分に配慮しつつも、財務諸表利用者あるいは海外政府機関からの要請が非常に強かったため、根気強く制度化の道を探った。1991年によく制度化に至った当初は、事業の種類別セグメントについては売上高と営業損益の開示に留める一方、所在地別セグメントについては、「国内」、「在外」別という粗い区分を認め、かつ、営業損益の開示は当面任意とする措置⁽¹⁾をとった。その後の段階的導入のプロセスは、図表1に記述したとおりである。7年間に渡って、所在地別セグメントにおける営業損益開示の強制（1995年）、開示項目の増加（1996年）、および、所在地別セグメントにおける国別または地域別区分の強制（1998年）等、まさしく一段一段水準を引き上げていき、ついに1998年に完全適用に至る。本稿では、こうして1998年をもって完全適用に至った制度全体を、「1998年基準」と呼ぶことにする。

なお、わが国では1990年代後半より、会計ビッグバンと称された一連の会計制度改革が実施されてきており、2000年以降、わが国の企業内容等開示制度は、従来の親会社個別財務諸表中心の開示制度から、連結企業集団中心の開示制度へと移行した。1998年基準は連結財務諸表の項目をセグメント別の開示することを要求するものであったことから、わが国のセグメント情報の開示は連結中心開示制度への移行とともに、本格的に機能するに至ったと考えられる。

1998年基準は、米国の産業アプローチと称される旧基準（FASB, 1976）を事実上移植したものであったが、米国は1990年代後半にマネジメント・アプローチ（以下、「MA」という。）に基づく新基準（FASB, 1997）を導入していた。加えて、IFRS（国際財務報告基準）もセグメント会計基準の国際的コンバージェンスを達成すべく2000年代後半に米国基準とほぼ同様の新基準を導入した（IASB, 2006）。

これらを背景として、わが国もセグメント会計基準の国際的コンバージェンスを達成する必要性が生じ、企業会計基準委員会は米国基準およびIFRSとほぼ

同様の企業会計基準第17号「セグメント情報等の開示に関する会計基準」（企業会計基準委員会、2008a）、および、企業会計基準適用指針第20号「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」（企業会計基準委員会、2008b）を設定した。2011年3月期決算以降、1998年基準に基づく事業の種類別セグメントおよび所在地別セグメントは、MAに基づく事業セグメント（operating segment）に一本化された。また、新基準では、関連情報として、製品およびサービスごとの情報、地域ごとの情報ならびに主要な顧客ごとの情報の開示が要求されている。地域ごとの情報では、地域別売上高および地域別有形固定資産の開示が要求されているが、地域別売上高は1998年基準の海外売上高を継承したものである。ただし1998年基準では「国または地域ごとに区分する」ことが要求されるに留まっていたが、2011年以降は「主要な国がある場合には、これを区分して開示しなければならない」（企業会計基準委員会、2008a、第31項（1））として、主要な国別の開示が要求されている。

本稿では、企業会計基準第17号および企業会計基準適用指針第20号を総称して「2011年基準」と呼ぶことにする。

3 セグメント情報の変化と現状

3-1 データセット

本節では、日本企業によるセグメント情報の変化と現状について明らかにする。検証に用いるデータセットは、以下の手続により構築した。

（1）基本サンプルの選択

（a）1991年～2015年に東京証券取引所（旧大阪証券取引所を含む）または名古屋証券取引所第1部・第2部に上場する金融業以外の企業である、（b）決算日が3月31日である、（c）日本基準を採用する、（d）連結財務諸表公表の有無が日経NEEDS Financial Quest（以下、日経FQという）により判別可能である、という条件を満たす41,337社×年を選択した。

（2）セグメント情報に関するデータセットの構築

日経FQには、1998年基準による①事業の種類別セグメント、②所在地別セグメントおよび③海外売上高、さらに2011年基準による④事業セグメントおよび⑤地域別売上高（関連情報の地域ごとの情報うちの一つ）が収録されてい

る。①および②は、MA導入後は④に一本化されているものの、日経FQは④のうち事業別（地域別）に区分されているケースについては①（②）のデータベースに引き続き収録する一方、⑤については③のデータベースに収録し、1998年基準と2011年基準に基づくデータを接続して蓄積を続けている。本研究では、各データベースに収録されたデータを次のように呼ぶことにする。

- ・「事業別セグメント」：①1998年基準に基づく事業の種類別セグメント、および、④2011年基準に基づく事業セグメントのうち、事業別に区分されたもの
- ・「所在地別・地域別セグメント」：②1998年基準に基づく所在地別セグメント、および、④2011年基準に基づく事業セグメントのうち、地域別に区分されたもの
- ・「海外売上高・地域別売上高」：③1998年基準に基づく海外売上高、および、⑤2011年基準に基づく関連情報の地域ごとの情報のうち、地域別売上高

ただし、日経FQには、(a) 1991年における事業別セグメントおよび所在地別・地域別セグメント、(b) 1991年～1999年における海外売上高・地域別売上高が収録されていない。(a)、および、(b) の1991年～1997年についてはeolより有価証券報告書を入手し手作業によりデータを収集する一方、(b) の1998年～1999年については政策投資銀行財務データバンクよりデータを収集した。

セグメント情報に関するデータセットは、上記日経FQより入手可能なデータに加え、これらのデータを接続して構築したものである。

3-2 セグメント情報の開示状況

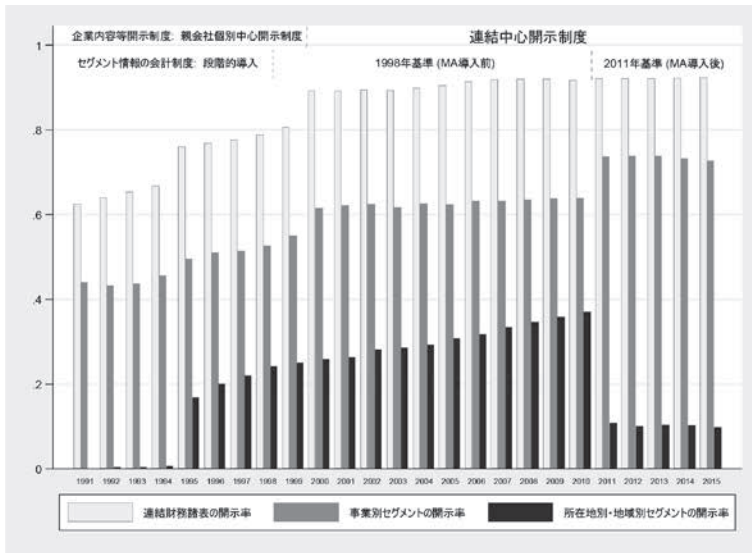
最初に、セグメント情報の開示状況から見ていく。1998年基準では、セグメント情報の開示は連結財務諸表を作成・開示する企業に対してのみ要求されていたため、図表2では、各種セグメント情報を開示する企業の割合に加えて、連結財務諸表の開示率を示している。

Panel A（事業別セグメントおよび所在地別・地域別セグメント）のうち、

事業別セグメントの開示率に注目する。当初の開示企業は44.05%に留まっているが、連結財務諸表作成・開示企業の増加に比例して上昇し、わが国の企業内容等開示制度が連結中心の制度に移行した2000年に61.56%（対前年6.55%増）、2010年には63.88%に達した。これらの推移を見る限り、1998年基準に基づく事業別セグメント情報は、段階的導入、および、連結中心開示制度への移行を経て、2000年代に本格的に機能し始めたといえる。

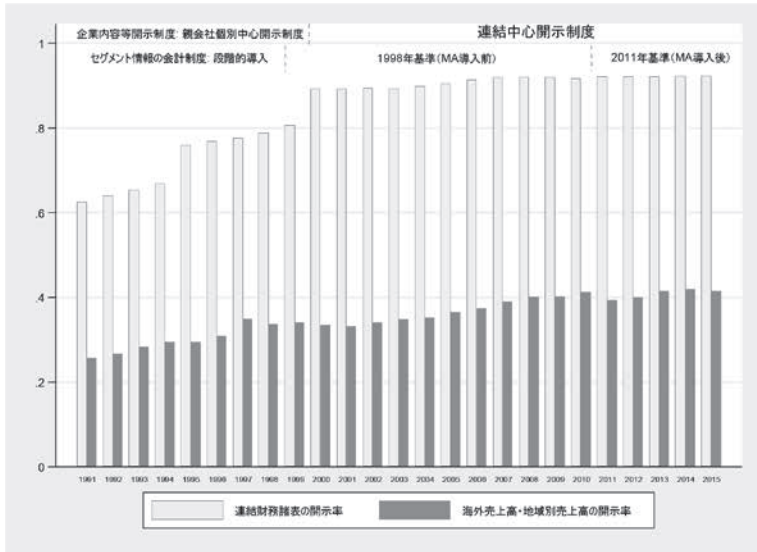
図表2 セグメント情報の開示状況

Panel A: 事業別セグメントおよび所在地別・地域別セグメント



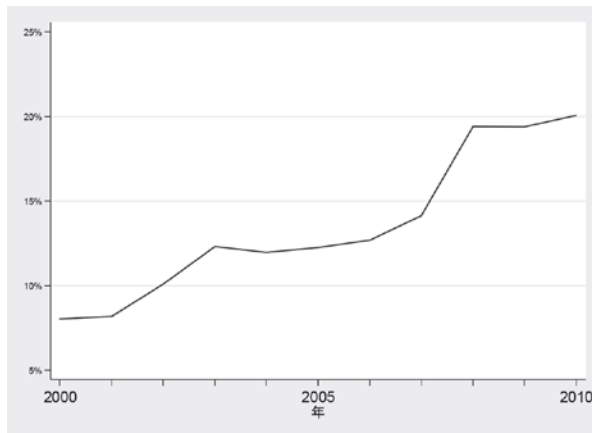
(注) 連結財務諸表の開示率は、基本サンプル企業のうち連結財務諸表を開示する企業の割合である。事業別セグメントおよび所在地別・地域別セグメントの開示率は、各々、基本サンプル企業のうち事業別および所在地別・地域別セグメントにおいてセグメント別利益を開示する企業の割合である。

Panel B：海外売上高・地域別売上高



(注) 連結財務諸表の開示率は、基本サンプル企業のうち連結財務諸表を開示する企業の割合である。海外売上高・地域別売上高の開示率は、基本サンプル企業のうち海外売上高・地域別売上高を開示する企業の割合である。

図表3 海外利益の比重の推移



(注) 海外利益の比重は、所在地・地域別セグメントにおける国内以外の利益合計額/全社利益合計額（サンプル企業の集計値）を表す。

2011年には2011年基準の適用、すなわちMA導入の初年度を迎える。同年、事業別セグメント開示企業は73.72%（対前年9.84%増）に上昇し、その後ほぼ横ばいの状態が継続している。2011年における上昇部分は2011年基準の効果を示すものである。

次に、所在地別・地域別セグメントの開示率に注目する。制度化初年度から1994年まで地域別利益の開示は任意であったが、この間に開示を行った企業は1%未満に留まる。当時、産業界がいかに同開示に抵抗感をもっていたかを示しているといえる。1995年当該開示の強制に伴い16.90%の企業が開示するようになった後、開示企業は2000年に25.95%、2005年に30.83%、2010年には37.12%に達し、2000年以降の10年間を通じて11.17%も増加した。この間、会計制度は変更されておらず、企業の開示方針が抜本的に変化したとも考えにくい。近年、海外現地調達・生産・販売をはじめ、日本企業のグローバル化が急速に進展し、海外の売上高、利益および資産等が増加した結果として、所在地別・地域別セグメントの開示を余儀なくされたと見るのが合理的である。

ところが、2011年基準の導入後の2011年に、同開示率は10.79%まで急落する（対前年26.33%減）。MAの下、事業セグメントに一本化され、従来のように2種類のセグメント情報を作成する必要はなくなった。当該開示率の急落は、MA導入に際し、多くの企業は事業別区分を採用し、地域別区分を採用した企業は少数に留まったことを意味している。

一方、図表2のPanel B（海外売上高・地域別売上高）を見ると、2011年以降、海外売上高・地域別売上高の開示率は約4割程度で推移しており、海外事業への依存度は低下していないことが示唆される。また図表3は、所在地別・地域別セグメント情報に基づいて海外利益の比重の推移を示したものであるが、2010年には日本企業は集計値では全社利益の約2割を海外利益が占めるに至っていることがわかる。

これらの推移を見る限り、日本企業のグローバル化は進展し、かつ、全社利益の約2割を占めるほど海外利益に依存するに至っているが、2011年基準の下、MAが導入されたことにより、財務諸表利用者にとって地域別利益情報を入手しうる機会が大幅に減少するという事態が生じている。

3-3 セグメント情報の内容

続いて、セグメント情報の内容として、「セグメントの分割の程度」に注目する。他の条件を一定とすれば、セグメントの分割の程度が大きいほど企業の透明性は向上する。このため、セグメント情報の開示に消極的な財務諸表作成者は分割の程度を小さくし、企業の透明性を低めるインセンティブをもつ。一方、利用者のニーズに応じ会計制度が規制を強化すれば、分割の程度は改善する可能性がある。したがって、セグメントの分割の程度は、会計制度の有効性を含めセグメント情報の内容の変化を観察するのに適している。

本研究では、分割の程度の尺度として、第一にセグメント数 ($SegN$) を用いる。 $SegN$ が大きいほど分割の程度が大きいことを意味する。ただし $SegN$ は、各セグメントを1ずつ単純に足し合わせるだけであるため、わかりやすい反面、尺度として粗雑である。そこで本研究では、第二に次式のハーフィンダール指数 (HI) を用いる。

$$HI = \sum \left(\frac{s_j}{S} \right)^2 \quad (1)$$

ただし、 s_j : j セグメント売上高、 S : 全社合計の売上高

HI は、式(1)のとおり、各セグメントの売上高占有率の二乗和であり、単一セグメント企業の場合には $HI = 1$ となる一方、売上高がセグメント間に分散するほど0に近い値(特定のセグメントに集中するほど1に近い値)をとり、同値が小さいほど分割の程度が大きい(大きいほど分割の程度が小さい)ことを表す。図表4では $SegN$ と HI とを設例により比較しているが、 HI は $SegN$ では捕捉できない側面を計量化できる。

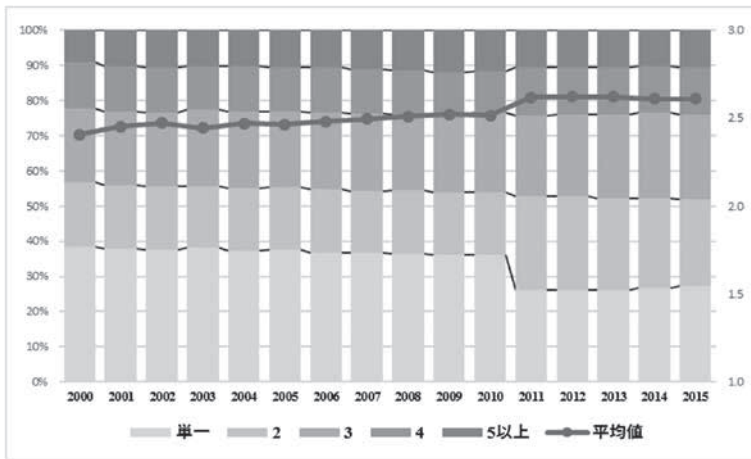
図表4 SegNとHI

	セグメント別売上高				SegN	HI
	事業1	事業2	事業3	事業4		
A社	95	25	25	-	3	0.90
B社	80	10	10	-	3	0.66
C社	50	20	20	10	4	0.34
D社	25	25	25	25	4	0.25

前節で考察したように、わが国のセグメント情報の会計制度は、1998年基準の全面適用を経て、さらに2000年に連結中心開示制度に移行して以降、本格的に機能したと見られる。このため、本節では2000年以降の期間に絞って、各セグメント情報における分割の程度の推移を見ることにする。

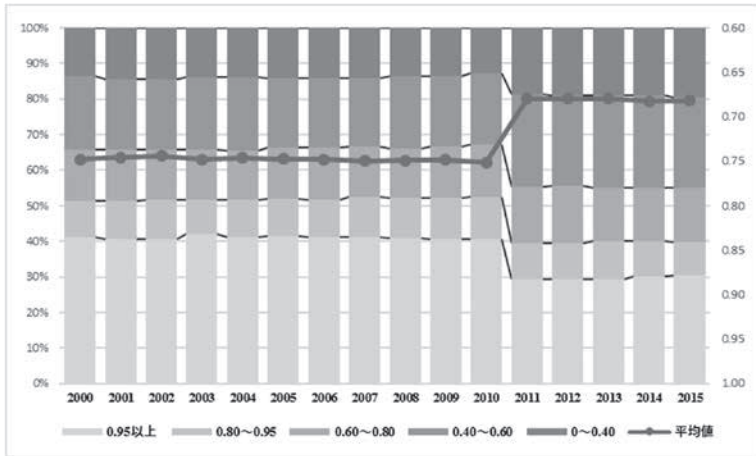
図表5 事業別セグメントの分割の程度

Panel A : SegN



(注) 左軸は構成比率、右軸はSegNを表す。

Panel B : HI



(注) 左軸は構成比率、右軸はHIを表す。

図表5は事業別セグメントにおける分割の程度の推移を示したものである。Panel Aは $SegN$ 別の構成比率およびサンプル企業における $SegN$ の平均値を示している。 $SegN$ が1（単一セグメント企業）、2、3、4、および、5以上の企業がサンプル企業に占める割合は、2000年（2010年）時点において、各々、38.44%（36.08%）、18.34%（17.98%）、21.10%（22.41%）、13.06%（11.85%）、および、9.14%（11.67%）であり、2000年～2010年までの間、 $SegN$ の分布はほとんど変化していない。サンプル企業の平均値は2000年（2010年）時点において、2.41（2.52）である。

一方、2011年基準適用後の2011年には各構成比率は、26.25%、26.49%、23.03%、13.66%、10.56%であり、同平均値は2.62である。MAの導入前・後を通じて、 $SegN$ の分布が大きく変化しているとはいえないものの、グラフより明らかのように、単一セグメント企業の割合は減少している。従来、専業であるとしてセグメント情報の開示を行っていなかった企業一部が、MAの導入によりセグメント情報の開示に踏み切るといった効果が発現しているといえる。

Panel Bは、 HI の推移を示したものである。 HI が0.95～1、0.80～0.95、0.60～0.80、0.40～0.60、0～0.40の企業がサンプル企業に占める割合は、2000年

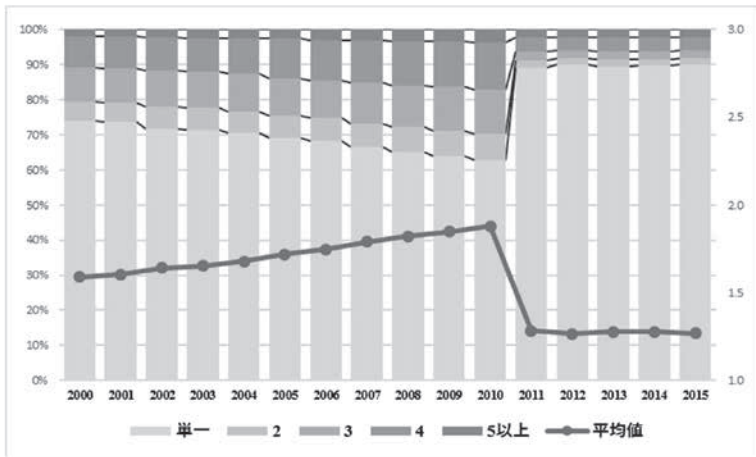
(2010年) 時点において、各々、41.12% (40.57%)、10.16% (12.0%)、14.48% (14.68%)、20.56% (19.93%)、および、13.63% (12.79%) であり、サンプル企業全体の平均値は2000年 (2010年) 時点において0.75 (0.75) である。*SegN*と同様に、2000年～2010年までの間、*HI*の分布はほとんど変化していない。

一方、2011年には各構成比率は、29.30%、10.26%、15.87%、25.78%、18.79% であり、同平均値は0.68に低下している。MA導入前・後を通じて、平均値が0.07ポイント低下するとともに、*HI*の低いグループの比重が高まっていることが明らかである。*HI*の分布全体が変化しているという点で、MAの導入は事業別セグメントの分割の程度を高めるという効果をもたらしたといえる。

次に、図表6は所在地別・地域別セグメントの分割の程度の推移を示したものである。Panel Aによれば、*SegN*が1、2、3、4、および、5以上の企業の構成比率は、2000年 (2010年) 時点において、各々、74.05% (62.85%)、5.51% (7.49%)、9.71% (12.68%)、8.86% (13.38%)、および、1.87% (3.60%) であり、平均値は2000年 (2010年) 時点において1.59 (1.88) である。2000年～2010年の期間において、日本企業のグローバル化が進展した結果、単一セグメント企業が減少する一方、3ないしは4のセグメントの開示する企業が増えた傾向が認められる。

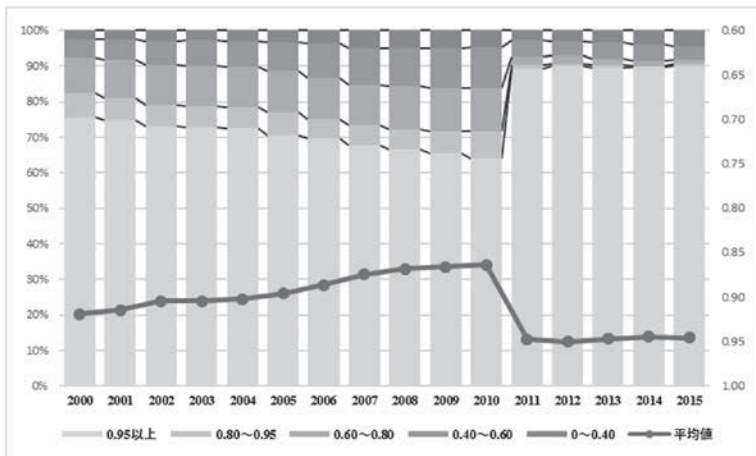
図表6 所在地別・地域別セグメントの分割の程度

Panel A : SegN



(注) 左軸は構成比率、右軸はSegNを表す。

Panel B : HI



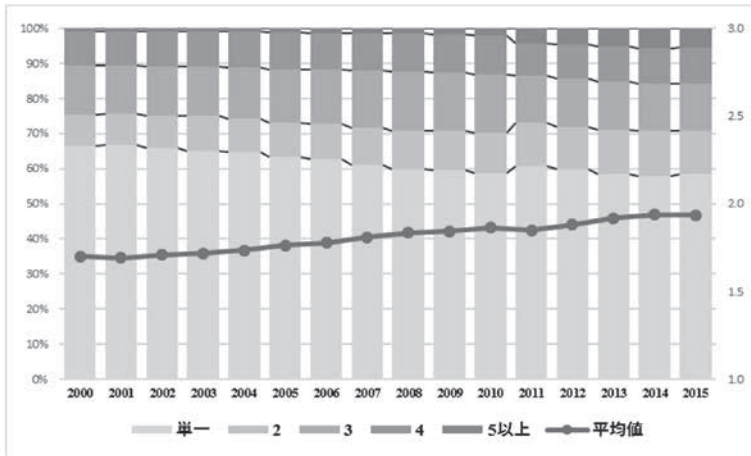
(注) 左軸は構成比率、右軸はHIを表す。

一方、2011年基準適用後は所在地別・地域別区分を選択する企業は10%程度まで低下している。MAの下、従来の事業の種類別および所在地別セグメント

が事業セグメントへと一本化される中、多くの企業は事業別組織を採用していることを理由として、事業別区分を選択したためである。前述のとおり、これにより財務諸表利用者は地域別利益情報を入手しうる機会を大幅に失っている。ただし、2011年基準適用後、複数セグメント企業の中ではSegN = 4の割合が最も多く、所在地別・地域別区分を選択した企業は地域の多角化がかなり進展していることを示唆している。なお、Panel BにはHIの推移を示しているが、以上の傾向と基本的に同じである。

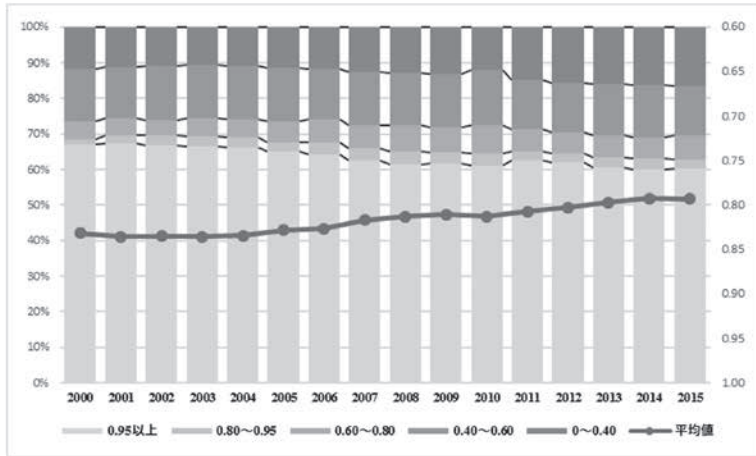
図表7 海外売上高・地域別売上高の分割の程度

Panel A : SegN



(注) 左軸は構成比率、右軸はSegNを表す。

Panel B : HI



(注) 左軸は構成比率、右軸はHIを表す。

最後に、図表7は海外売上高・地域別売上高の分割の程度の推移を示したものである。Panel Aによれば、*SegN*が1、2、3、4、および、5以上の企業の構成比率は、2000年（2010年）時点において、各々、66.50%（58.65%）、8.86%（11.62%）、13.97%（16.63%）、9.82%（11.20%）、および、0.85%（1.89%）であり、平均値は2000年（2010年）時点において1.70（1.86）である。2000年～2010年の期間において、日本企業のグローバル化が進展した結果、*SegN*が増えた傾向が認められる。

一方、2011年以降については増加傾向にある。またPanel Bによれば、*HI*についてはその傾向がより顕著である。この点については、二つの要因が影響している可能性がある。第一は1998年基準では「国または地域ごとに区分する」ことが要求されるに留まっていたが、2011年基準では主要な国別の開示が要求されたことにより（企業会計基準委員会、2008a、第31項（1））、2011年を境に分割の程度が向上した可能性がある。第二に、2011年以降、*SegN*および*HI*とも増加傾向にあることから、日本企業のグローバル化がさらに進展しているといえる。

セグメント別利益情報を含む所在地別・地域別セグメント情報の開示が後退

する中、海外売上高・地域別売上高の開示は、企業のグローバル展開を把握する上で重要性が高まっている。

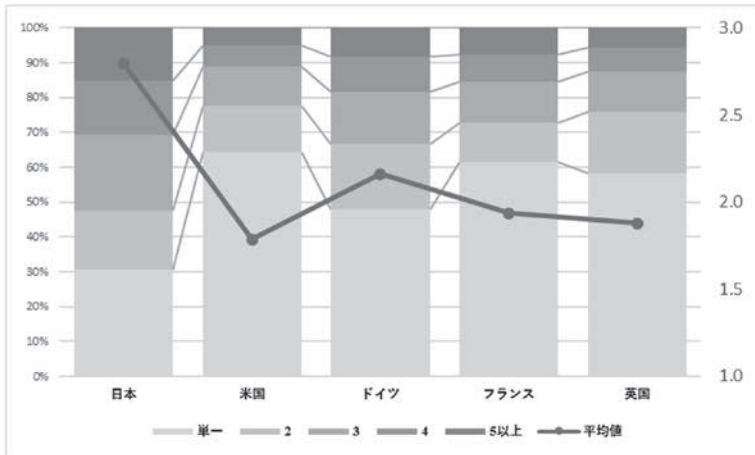
4 国際比較

セグメント会計基準の国際的コンバージェンスはすでに達成されており、2011年以降、日本基準、米国基準およびIFRSに準拠する企業にはほとんど同一のセグメント会計基準が適用されている。本節では、日本企業（日本基準採用企業）、米国企業（米国基準採用企業）、および、ドイツ・フランス・英国企業（IFRS採用企業）を対象として、セグメント情報の開示状況および開示内容について国際比較を行う。

検証に用いるデータセットは、(a) 2013年～2015年に各国の主要証券取引所⁽²⁾に上場する金融業以外の企業である、(b) 日本基準、米国基準、またはIFRSを採用する、(c) 検証に必要なデータがデータベースBureau van Dijk Osirisより入手可能である、という条件を満たす22,614社×年（日本企業：8,630社×年、米国企業：8,686社×年、ドイツ企業：1,097社×年、フランス企業：1,233社×年、英国企業：2,968社×年）を選択した。

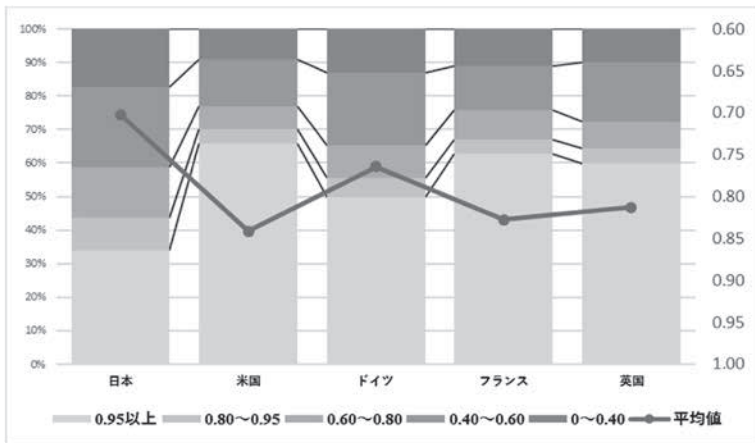
図表8 事業別セグメント情報の国際比較

Panel A : SegN



(注) 左軸は構成比率、右軸はSegNを表す。

Panel B : HI

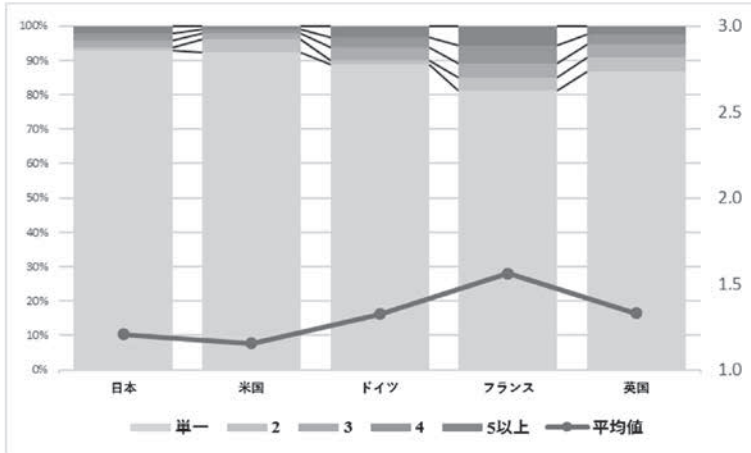


(注) 左軸は構成比率、右軸はHIを表す。

図表8は、事業別セグメント情報のSegNおよびHIを国別に集計したものである。Panel A (SegN) に注目すると、セグメント情報を開示する企業の割合が国別により異なっていることがわかる。すなわち、セグメント情報を開示する企業（複数セグメント企業）の割合は、日本：69.52%⁽³⁾、米国：35.75%、ドイツ：47.95%、フランス：61.31%および英国：58.36%である。SegNの平均値については、日本：2.79、米国：1.79、ドイツ：2.16、フランス：1.96、英国：1.88である。サンプル企業にはほぼ同一の会計基準が適用されているため、国間の差異は事業の多角化の程度を反映したものといえる。Panel Aによれば、最も多角化が進捗し専門企業の割合が小さいのは日本であるのに対して、対照的に最も専門企業の割合が多く多角化企業の割合が小さいのは米国である。Panel B (HI) においても、同様の傾向が認められる。

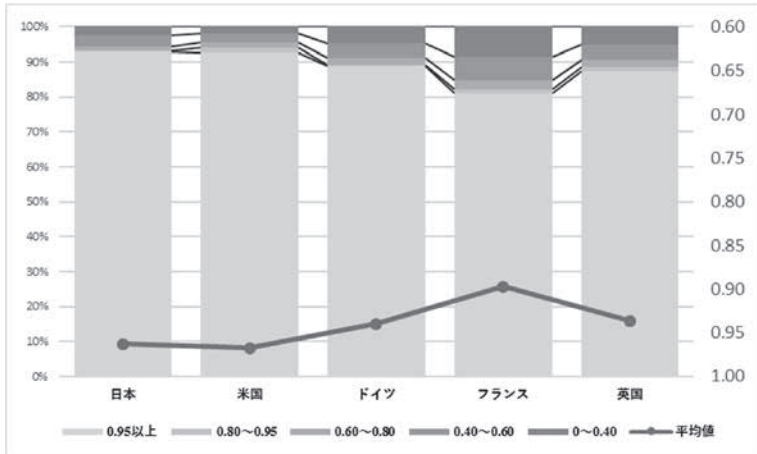
図表9 所在地別・地域別セグメント情報の国際比較

Panel A : SegN



(注) 左軸は構成比率、右軸はSegNを表す。

Panel B : HI



(注) 左軸は構成比率、右軸はHIを表す。

財務諸表利用者にとっては、多種類の事業群に従事する、多角化が進展する企業ほど、主要財務諸表に加えてセグメント情報に基づく分析が重要となる。以上の分析結果によれば、先進主要諸国において、最もセグメント情報の重要性が大きいのは日本ということになる。この点は、他国にも増して、日本企業のセグメント情報について研究を行う意義が大きいことを示唆している。

図表9は、所在地別・地域別セグメント情報の*SegN*および*HI*を国別に集計したものである。MAの下、いずれの国においても地域別利益情報を開示する企業は少数に留まっていることが一目瞭然である。Panel A (*SegN*)によれば、セグメント情報を開示する企業の割合は、日本：7.25%、米国：7.61%、ドイツ：11.21%、フランス：18.90%および英国：13.24%である。Panel B (*HI*)においても、この傾向は変わらない。

調査対象国のうち、フランスは、相対的に地域別利益情報を開示する企業の割合が大きいものの、フランス企業の開示が積極的とは必ずしも結論づけられない。他の国々に比較して、上場企業のうちグローバル化の進展した企業の占める割合が大きい可能性があるからである。

5 要約と課題

本研究では、日本企業によるセグメント情報の開示実態を明らかにしてきた。

日本では、セグメント情報の開示は1991年3月期決算より制度化されている。まず、日本企業の開示状況や開示内容の推移について調べた結果、わが国のセグメント情報の会計制度は連結中心開示制度に移行した2000年以降本格的に機能し始めたと見られ、2011年基準によりMAが導入されて以降、事業別セグメントの開示率や分割の程度が向上していることが確認された。しかし、MAの導入を契機として、多くの企業が地域別利益の開示を取り止めるに至っており、現在、同開示を行う企業は10%程度に留まっていることも明らかとなった。これは、財務諸表利用者にとってMAの導入後、地域別利益を入手する機会は大幅に減少していることを意味している。こうした中、海外売上高・地域別売上高は、企業のグローバル展開の状況を把握する上で重要性が高まっている。

日本企業の分析に続いて、日本、米国、ドイツ、フランスおよび英国のセグメント情報の開示状況を比較した。その結果、事業の多角化が最も進展しているのは日本であることが明らかになった。この点は、日本は海外の主要先進諸国に比して、セグメント情報がより重要であることを示唆している。一方、所在地別・地域別セグメントについては、MAの導入により、いずれの国も開示する企業の割合が10%前後に留まっていることがわかった。

日本企業によるセグメント情報は、MAの導入前・後を通じて、その内容が変化している。本研究の目的は開示の実態の解明に留まるが、セグメント情報をめぐる経営者の会計行動、および、同情報の有用性について解明するという観点からいえば、次のような研究課題に取り組む必要がある。

- ・日本企業の経営者は、MAの適用前、セグメント情報の開示に対してどのような行動をとっていたのか、さらにはMA適用後、こうした行動は変化したのか否か。
- ・セグメント情報は、MAの適用前、財務諸表利用者に対して有用な情報を提供していたのか、さらにMAの適用後、同情報の有用性は変化しているのか否か。

これらの考察については、今後の研究課題とする。

[参考文献]

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

— (1997) , SFAS No. 131, *Disclosures about Segments of an Enterprise and Related Information* : FASB.

International Accounting Standards Board [IASB] (2006) . International Financial Reporting Standard [IFRS] 8, *Post-implementation Review of IFRS 8 Operating Segments*, IASB.

新井清光 (1988) 「『セグメント情報の開示に関する意見書』の概要」『企業会計』40 (8) : 14-20.

企業会計基準委員会 (2008a)、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」(最終改正 : 2010年6月30日)。

— (2008b)、企業会計基準適用指針第20号「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」。

[注]

- (1) こうした措置が取られた理由について、当時、企業会計審議会会長であった新井清光教授は、日米貿易摩擦への懸念が高まる中、産業界は、とくに所在地別セグメントの開示に対して強い反対意見を表明し、配慮する必要があった旨指摘している (新井、1988)。
- (2) 各国のサンプルは、以下の主要証券取引所に上場する企業に限定した。日本 : 東京および名古屋証券取引所、米国 : New York Stock Exchange (NYSE)、National Association of Securities Dealers Automated Quotations (NASDAQ)、ドイツ : Boerse Berlin, Boerse, Duesseldorf, Boerse Frankfurt, Boerse Hamburg, Boerse Munchen, Boerse Stuttgart, フランス : Euronext Paris、英国 : London Stock Exchange (LSE)。
- (3) 第3節のサンプルは東京または名古屋証券取引所第一部または第二部上場企業に限定されているが、本節のサンプルには新興市場上場企業も含まれているため、図表2および図表5の結果とは若干異なっている。

ABSTRACT**Actual Situation of Segment Financial Information**

Takayuki NAKANO

The purpose of this paper is to clarify the actual situation of segment financial information disclosure by Japanese companies. In Japan, segment financial information was institutionalized in the fiscal year ending March 31, 1991. First, the transition of this system was studied. Next, the author investigated the degree of segment disaggregation from 2000, to discuss how the information has been disclosed since institutionalization and the quality of the information. As a result, it was found that the state of announcement and the degree of disaggregation have improved since the management approach (MA) was introduced in 2011, however it became clear that many companies used the introduction of this MA as an opportunity to stop disclosing profit by region. Furthermore, after comparing the state of disclosure in Japan, the United States, Germany, France and the UK, it was found that business diversification is the most advanced in Japan. This means that segment financial information is more important in Japan than it is in major developed countries overseas.