

事業セグメント情報にみるディスクロージャー制度の展望
—— IRを踏まえた基準作成の必要性 ——



埼玉大学経済学部 准教授
日本インベスター・リレーションズ協議会 客員研究員
円谷 昭一

1. はじめに

本研究では、わが国企業の事業セグメント情報¹の開示実態を明らかにし、そこで得られた知見を踏まえながらディスクロージャー制度の展望を考察する。本研究ではインベスター・リレーションズ (IR) で開示されているセグメント情報についても研究対象に含めており、これまで制度開示を中心に取り上げてきた先行研究にはない、あらたな結論を導きだしている。

セグメント情報を取り上げて研究を行う理由は以下の3点である。第1に、2008年3月に企業会計基準委員会 (ASBJ) から企業会計基準第17号「セグメント情報等の開示に関する会計基準」(以下、「新基準」と呼ぶ) が公表され、2011年3月期から新基準によるセグメント情報開示が開始されることである。企業のセグメント情報は投資家がとりわけ注目している企業情報の1つである²。新基準の適用によって企業のセグメント情報の開示がどのように変化するのは、資本市場参加者にとって重要な問題だと思われる。

新基準では、事業セグメントの決定にマネジメント・アプローチが採用される。マネジメント・アプローチとは、企業の経営者が経営成績評価のために社内で使用している事業セグメントを、そのまま社外向けの開示用セグメントとして用いるアプローチであり、米国基準や国際会計基準ではすでに採用されている。米国では1998年からマネ

ジメント・アプローチによるセグメント情報開示が始まっており、それによる企業ディスクロージャーの変化に関する先行研究が蓄積されている。米国の先行研究を参考にすることで、新基準の適用によってわが国企業のディスクロージャーがどのように変容するのか、ある程度の予測ができる。これが第2の理由である。

最後に、セグメント情報はIRとの関係が極めて密だからである。企業のIR活動は幅広く、またその変化のスピードも速い。このことが学術研究の蓄積を困難にしている。しかしながら、すでに日本企業の97.4%はIRを実施しており³、IRに関する学術研究の蓄積は急務である。IRにおけるセグメント情報の開示は広く普及しており、有価証券報告書での制度開示情報と比較することで、わが国企業のIR活動の実態を浮き彫りにすることができるだけでなく、今後のディスクロージャー制度のあるべき姿や課題が指摘できるかもしれない。

本研究は以下のように構成されている。まず、第2章では米国、国際会計基準、日本でのセグメント会計基準を概括し、第3章ではわが国のセグメント情報の開示実態を確認する。第4章では先行研究をレビューしながら、新基準適用による影響を考える。第5章はIRでのセグメント情報開示について、各社の事例と質問調査の結果を述べる。第6章は総括と課題の指摘にあてている。

¹本研究では事業別のセグメント情報に焦点を当てており、単に「セグメント情報」と記述する場合には事業別のものを指している。

²東京証券取引所『決算短信に関する機関投資家へのヒアリング調査結果』(2006年3月)では、機関投資家がセグメント情報を重視しており、開示の充実と早期化を求めていることがわかる。

³日本IR協議会『第16回IR活動の実態調査』2009年4月。

2. 各国のセグメント会計基準

米国では1976年に公表されたSFAS第14号によってセグメント情報の開示が制度化された。しかし、「産業セグメントの定義があいまいであることを利用して、アメリカ合衆国の多くの公開企業が自己を単一セグメントとして、非常に不十分なセグメント情報の開示状態にとどまっていたので、投資家、アナリスト団体、証券取引所などの不満が高まっていた」(森[1999], p. 117)ため、1997年にSFAS第131号があらためて公表された。SFAS第131号ではマネジメント・アプローチが採用されており、経営者が自社の経営成績評価のために使用している事業セグメントを、そのまま開示用セグメントとして使用することが求められている。

国際会計基準では1981年に初めてのセグメント会計基準であるIAS第14号が公表されている。その後、米国との会計基準のコンバージェンスの要請から、SFAS第131号とほぼ同様の内容であるIFRS第8号が2006年に公表され、2009年1月から適用されている。IFRS第8号はSFAS第131号とほぼ同様の基準であり、そこではマネジメント・アプローチが採用されている。

わが国では1988年5月に企業会計審議会から「セグメント情報の開示基準」(以下、「現行基準」と呼ぶ)が公表され、1991年3月期からセグメント情報の開示が始まっている。2006年にIFRS第8号が公表されたことで、国際

3. わが国のセグメント情報開示の実態

森[1999]が指摘したようにSFAS第14号では事業セグメントの決定基準があいまいであり、情報利用者の不満が高まっていた。わが国の現行基準でもセグメントの決定方法が決まっていないために、同様の問題が存在している。現行基準では、「事業区分の決定に当たっては、製品の種類・性質、製造方法、販売市場等の類似性を考慮して、経営の多角化の実態を適切に反映した情報を開示しうるようにしなければならない」(三(一)―1―(1))と述べられている。また、日本公認会計士協会の会計制度委員会報告第一号「セグメント情報の開示に関する会計手法」(平成7年4月)では、I―1―(2)―③「事業区分の一般的な方法」の中で、ア. 利益センターの利用、イ. 日本標準産業分類の利用、ウ. 企業が現に採用している売上集計区分等

会計基準とのコンバージェンスの要請などを踏まえ、SFAS第131号やIFRS第8号とほぼ同様の内容である企業会計基準第17号「セグメント情報等の開示に関する会計基準」(新基準)が2008年3月にASBJから公表された。現行基準では事業セグメントの決定方法に関する唯一の方法は示されていないが、新基準ではマネジメント・アプローチの採用が明記されており、2011年3月期から適用される。

新基準の「結論の背景」では、新基準が公表された背景について以下の2つの理由が列記されている。1つは、「現在、我が国を代表する大企業の2割近くが単一セグメント、もしくは重要性が低いとの理由で事業の種類別セグメントを作成しておらず、現行制度が十分に機能していないと思われる」(para. 42)という理由であり、これは米国SFAS第14号が抱えていた問題点でもある。そして、もう1つが会計基準の国際的なコンバージェンスの要請からである(para. 43)。

SFAS第131号やIFRS第8号と新基準とでは多少の相違点はあるものの、内容はほぼ同一であると言ってよい。なお、現行基準では連結財務諸表を作成していない企業(非連結企業)ではセグメント情報開示の省略が認められているが、新基準では非連結企業であってもセグメント情報を開示しなければならない。

の利用、の3つが挙げられている。このように現在のわが国の諸規則の中では、事業セグメントを決定する際の方法は定められておらず、企業ごとの裁量が認められている。

図表1はアマノの有価証券報告書(2009年3月期)からの抜粋である。同社は有価証券報告書(制度開示)では「時間情報システム事業」「環境関連システム事業」の2つの事業セグメントで開示を行っているが、IR(決算概要資料など)では図表1の右側の5つの事業セグメントで売上高を開示している。つまり、社内にある5つの売上区分を、制度開示では2つの事業セグメントに再分類して報告しているのである。

図表1：アマノの事業セグメント区分

事業区分	売上区分
時間情報システム事業	情報システム
	時間管理機器
	パーキングシステム
環境関連システム事業	環境システム
	クリーンシステム

(出所：アマノ有価証券報告書(2009年3月期))

アマノの有価証券報告書には、「販売活動費用が売上区分では把握できないため、内部管理上事業区分によりセグメンテーションしております」と注記されており、管理会計上の問題からセグメントの再分類が行われていることがわかる。アマノのケースは先駆的なセグメント情報開示の参考事例である。

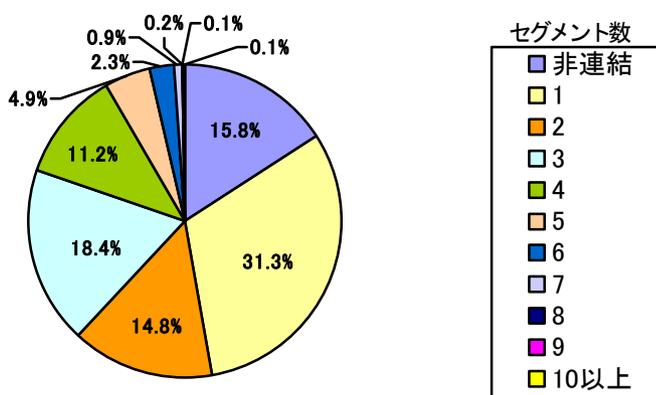
他方、現行基準ではセグメント決定の基準があいまいであるために、たとえば不採算事業を隠ぺいするために事業セグメントを恣意的にくくり直すといった操作が行わ

れる可能性がある。企業側の恣意的な事業セグメントの決定という弊害を是正することが、米国 SFAS 第 131 号でのマネジメント・アプローチの採用の背景にあったわけだが、同様の問題がわが国でも存在することがわかる。

アマノでは有価証券報告書の注記からセグメントの決定には内部管理上の区分を採用していることがわかるが、他の企業ではどうであろうか。ASBJ が指摘するような単一セグメント企業がどの程度存在しているのか、という点も踏まえて、わが国企業の事業セグメント開示の実態を確認する。

図表 2 は日本企業が開示している事業セグメント数の分布を示している。集計対象は 2007 年度（2007 年 6 月本決算から 2008 年 5 月本決算まで）の金融業を含む全上場企業 3,841 社である。なお、本研究で使用しているデータベースは QUICK 社の AMSUS であり、AMSUS に未収録の項目についてはイーオーエル社のデータベース eol に収録されている各社の有価証券報告書から筆者が手作業で収集している。

図表2：日本企業のセグメント数の分布



(出所：筆者作成)

全上場企業 3,841 社のうち、非連結企業が 608 社 (15.8%)、連結財務諸表の作成企業であるが単一事業しか営んでいないためにセグメント情報開示を省略している企業が 1,202 社 (31.3%) である。したがって、全体の 47.1% の企業が事業セグメント情報の開示を省略している。残りの 2,031 社 (52.9%) は連結財務諸表を作成し、かつ複数の事業セグメントを開示している。複数事業セグメントを開示している企業全体のセグメント総数は 6,813 個であり、1 社平均は 3.35 個である。なお、セグメント数が 10 個を超えているのは一部の総合商社である。

次に、複数事業セグメント企業のセグメント決定方法を 2007 年度の有価証券報告書の注記から収集し、筆者が独自に分類した。分類に当たっては、とりわけ記載例が多かった 6 つの決定方法にもとづいて分類した (図表 3)。

図表3：日本企業のセグメント決定方法

	社数	比率
商品及びサービスの類似性を考慮して区分	742	36.5%
内部管理上採用している区分	584	28.7%
グループ内の事業展開を考慮して区分	177	8.7%
社内の売上集計区分による	130	6.4%
日本標準産業分類により区分	42	2.1%
業種業態に照らして区分	29	1.4%
上記の複数の組み合わせ	201	9.9%
米国会計基準採用企業	31	1.5%
その他	35	1.7%
未記載	60	3.0%
合 計	2,031	100%

(出所：筆者作成)

図表3からは、事業セグメントの決定方法はさまざまであり、換言すればあいまいである。もっとも多いのが「商品・サービスの類似性」で36.5%、次いで「内部管理上の区分」で28.7%である。一方で、日本標準産業分類にしたがって決定している企業は2.1%にとどまっている。このように現行基準での事業セグメントの決定方法にはさまざまなものが混在している。新基準の適用によって2011年3月期からこれらがマネジメント・アプローチに統一される。マネジメント・アプローチが採用されることで、セグメン

トの決定基準のあいまいさは解消され则认为られ、マネジメント・アプローチの採用には意義が見出せる⁴。

では、マネジメント・アプローチが適用されることで日本企業のセグメント開示はどのように変化するのであろうか。これについては、すでにマネジメント・アプローチが採用されている米国での先行研究が参考になる。次章ではこれらの先行研究をレビューしながら、マネジメント・アプローチ適用による影響を考察する。

4. マネジメント・アプローチ適用による影響

米国での SFAS 第 131 号の公表の背景には、セグメント決定基準があいまいであることを利用して、一部の大企業が自社を単一事業であるとしてセグメント情報開示を行っていなかったことがある。したがって先行研究では SFAS 第 14 号から同 131 号に変わったことで企業の開示セグメント数が増加したかどうかを検証の中心に置かれている。

Street et al. [2000] は時価総額順に発表される *BusinessWeek* Global 1000 の 1997 年版で 1,000 位以内に入った米国企業 480 社のうち、金融とエネルギー業を除き、さらに必要な財務データが入手できた 160 社を対象にしてこの点を検証している。160 社のうち、SFAS 第 131 号が

適用された 1998 年での複数事業セグメント企業は 128 社であり、そのうち事業別のみで複数セグメントを開示している企業は 106 社であった⁵。この 106 社のうち、SFAS 第 14 号の最終年である 1997 年と比べて 1998 年にセグメント数が増加した企業は 52%、変化なしが 31%、減少が 6%、セグメント数には変化がないもののセグメント区分を変更した企業が 11%であった。SFAS 第 14 号最終年での 106 社の平均セグメント数は 2.7 個、SFAS 第 131 号初年では同 3.7 個となっており、マネジメント・アプローチが適用されたことで平均セグメント数が 1.0 個増加したことが報告されている。

⁴ マネジメント・アプローチの適用は多角化研究などにおいても重要な問題である。わが国では事業セグメント数を企業の多角化度の代理変数とする先行研究があるが、セグメント決定方法の変更によって事業セグメント数が増えるかもしれない。その場合、多角化研究においても新しい研究成果が生まれるかもしれない。

⁵ 残りの 22 社は事業別と地域別を混合させたセグメント開示である。

Herrmann & Thomas[2000]は1998年の*Fortune* 500に選出された米国企業250社の中から、必要なデータが入手可能な企業を上位から順に100社抽出してサンプルとしている。この100社のうち、会計基準の変更によってセグメント数が増加した企業は50%、変化なしが42%、減少が8%であった。SFAS第131号初年で複数事業でのセグメント報告を行った71社の平均セグメント数は3.6個、SFAS第14号最終年で複数事業セグメント報告を行った70社の平均セグメント数は3.4個であった。マネジメント・アプローチ適用による平均セグメント数の増加はStreet et al.[2000]では1.0個であったが、Herrmann & Thomas[2000]では0.2個であり、サンプルの違いによって結果が異なっている。

Street et al.[2000]、Herrmann & Thomas[2000]ともに各社のアニュアル・レポートの記載内容も検証しているため、各社のアニュアル・レポートの収集作業の制約からサンプル数が絞り込まれている。また、*BusinessWeek* Global 1000や*Fortune* 500に選出されるような大企業のみでサンプルが構成されている。これに対し、全企業を対象とした研究にはEttredge et al.[2000]やBerger & Hann[2003]がある。

Ettredge et al.[2000]では1996年(SFAS第14号)と1998年(SFAS第131号)での必要な財務データが入手可能な3,735社をサンプルとしている。1996年と比べて1998年でセグメント数が増加した企業は全体の6.7%、変化なしが86.9%、減少が6.5%であると報告している。ただし、セグメント数の平均増加数などには言及していない。

大サンプルを用いてデータを詳細に掲載しているのがBerger & Hann[2003]である。Berger & Hann[2003]はCompustatに収録されている全企業3,732社から、研究に必要なデータが入手できる2,999社をサンプルとしている。図表4はBerger & Hann[2003]に収録されているtable2に、日本企業のデータ(右列)を筆者が独自に追加したものである。日本企業のデータは、米国でマネジメント・アプローチが適用された98年度(98年6月本決算から99年5月本決算まで)の金融業を含む全上場企業3,026社のデータである。

図表4: Berger & Hann[2003], table2

内訳 セグメント数	SFAS 第14号		SFAS 第131号		日本企業(98年度)	
	社数	比率	社数	比率	社数	比率
1	2,335	77.9%	1,792	59.8%	1,920*	63.5%
2	334	11.1%	524	17.5%	353	11.7%
3	193	6.4%	376	12.5%	389	12.9%
4	82	2.7%	193	6.4%	229	7.6%
5	32	1.1%	75	2.5%	96	3.2%
6	14	0.5%	26	0.9%	25	0.8%
7	8	0.3%	11	0.4%	5	0.2%
8	0	0.0%	0	0.0%	7	0.2%
9	0	0.0%	2	0.1%	2	0.1%
10	1	0.03%	—	—	0	0.0%
計	2,999	100%	2,999	100%	3,026	100%

*非連結企業1,035社と連結・単一セグメント企業885社の合計

(出所: Berger & Hann[2003], table2より筆者作成)

SFAS 第 14 号での単一セグメント企業の割合は 77.9%であったが、SFAS 第 131 号が適用されたことで 59.8%に低下している。このことはマネジメント・アプローチによってそれまで単一セグメントであった企業が複数事業セグメントで報告を始めたことを意味しており、他の先行研究とも結果は整合している。マネジメント・アプローチが報告セグメント数の増加を促したと言えよう⁶。

Berger & Hann[2003]の table2 では平均セグメント数は記載されていないが、表中のデータから独自に計算することができる。筆者が計算したところ、複数事業セグメント企業の本数は SFAS 第 14 号では 664 社であり、平均セグメント数は 2.84 個である。同じく SFAS 第 131 号では複数セグメント企業数は 1,207 社であり、平均セグメント数は 2.96 個である。マネジメント・アプローチの適用によって単一セグメント企業は減少したものの、増加セグメント数は平均 0.12 個にとどまっている。大企業をサンプルとしていた Street et al. [2000]での平均増加数は 1.0 個、Herrmann & Thomas[2000]では 0.2 個であることを考えると、中小型企業までサンプルを拡張した場合にはマネジメント・アプローチの適用によるセグメント数の増加は限定的であっ

たと考えてよいであろう。

図表 4 で注目すべきは日本企業との比較である。日本の単一セグメント企業の比率は 98 年度時点で全体の 63.5%であり、マネジメント・アプローチ適用後の米国企業での比率 (59.8%) とそれほど変わらない。また、マネジメント・アプローチ適用前の米国企業では単一セグメント企業が 77.9%であり、それと比較すると日本の単一セグメント企業の比率はかなり低い。

図表 5 は SFAS 第 131 号の適用後の平均セグメント数を先行研究ごとにまとめたものである。右列には 98 年度の日本企業のデータを記載している。日本企業のデータは、図表 4 で示した全上場企業のうち、複数セグメント企業 1,106 社の平均セグメント数と、その中の大企業に限定した平均数をそれぞれ掲載している。ここでの大企業とは具体的には、Street et al. [2000]が使用した 1997 年版 *BusinessWeek* Global 1000 にランクインした日本企業 182 社のうち、Street et al. [2000]と同様に金融機関・エネルギー業界 46 社及び単一セグメント企業 23 社を除外した 113 社である⁷。

図表 5：先行研究のまとめ

	Street et al. [2000]	Herrmann & Thomas[2000]	Berger & Hann[2003]	本研究	
母集団	<i>BusinessWeek</i> Global 1000	<i>Fortune</i> 500	Compustat 収録企業	<i>BusinessWeek</i> Global 1000	上場全社 (98 年度)
サンプル数(社)	106	71	1,207	113	1,106
平均セグメント数(個)	3.7	3.6	2.96	3.67	3.19

(出所：筆者作成)

BusinessWeek Global 1000 にランクインした米国企業を対象とした Street et al. [2000]の平均 3.7 個と比べ、同じくランクインした日本企業 113 社の平均セグメント数は 3.67 個であり、米国企業の平均とほぼ等しい。また、全上場企業で比較しても日本企業が平均 3.19 個であるのに対し、Compustat 収録企業を対象とした Berger &

Hann[2003]での結果は平均 2.96 個となっている。マネジメント・アプローチの適用によって平均セグメント数が増加した後の米国企業と比べて、現行基準での日本企業の平均セグメント数は 98 年度時点で同等もしくはそれを上回っていたことになる。

⁶Street et al. [2000]においても、SFAS 第 14 号で単一セグメントであった 78 社のうち、SFAS 第 131 号の適用によって 38 社が複数事業セグメントの開示を始めたことが報告されている。

⁷1997 年版 *BusinessWeek* Global 1000 に入った日本企業 182 社のうち、23 社がその後に M&A 等で上場廃止となっているが、98 年度の有価証券報告書をすべて入手できた。

また、大企業の中の単一セグメント企業については、97年版の *BusinessWeek* Global 1000 に入った米国企業では160社中32社が単一セグメントであり、比率では20.0%である⁸。一方で同じくランクインした日本企業では136社中23社が単一セグメントであり、比率は16.9%である。大企業での単一セグメント企業の比率は、米国よりも日本の方が低いことがわかる。

本章では米国の先行研究をレビューしつつ、98年度におけるわが国企業の開示実態との比較を行った。米国ではマネジメント・アプローチが適用されたことで単一セグメント企業が減少し、また平均セグメント数が増加している。わが国でも2011年3月期からマネジメント・アプローチが適用されることで同様の変化が生じると推測される。しかしながら、いまだマネジメント・アプローチが適用されていない98年度での日本企業の開示状況と、マネジメント・アプローチ適用後の米国企業の開示状況とを比較すると、上場全社であっても大企業に限定してであっても、単一セグメント企業の比率、平均セグメント数ともに日本企業は米国企業と同等もしくは優れている。

新基準については、「現行制度が十分に機能していない

5. IRにおけるセグメント情報開示

わが国のセグメント研究はすべて制度開示における情報を用いた研究である。IRまでも含めたセグメント情報研究は筆者がサーベイする限りでは存在しない。IRでの開示情報に関するデータベースが存在しないことがその最大の理由であると考えられる。そこで、制度開示を取り上げた先行研究と比較しながら、まずはわが国企業のIRの実態を明らかにする。

永田[2008]ではセグメント情報開示の現状が抱える課題を列記している。その中には、たとえば、セグメント別貸借対照表情報、地域別セグメントとのマトリクス情報、商品別情報開示による企業機密の漏洩といった課題が今後に残されていると指摘している。おそらく永田[2008]はこれらの情報はいまだどの企業も開示していないという前提で、今後の課題として提示しているように思われる。しかしながら、これらをIRで開示している企業はすでに

のではないか」という疑問が導入理由の一つとして提示されているが、少なくとも米国企業との比較からではその論拠は弱い。国際的な会計基準の統合化の要請が他方ではあるものの、マネジメント・アプローチ適用後の米国企業のセグメント開示と比べて、劣らない開示をすでに行っている日本企業に対して、あえて米国基準を踏襲した新基準を導入することには疑問を感じる⁹。

ASBJが米国企業との相対比較ではなく、日本企業のセグメント開示が絶対的に不十分であると指摘しているのであれば、日本企業のセグメント開示をより充実させるためにはどのような基準を作成すべきだったであろうか。筆者は、IRにおける各社の開示例を参考にすることが有用と考えている。日本企業のIRにおけるセグメント情報開示はここ数年で大きく進んでおり、先進的な事例も多い。しかし、そうしたIRでの先進性を指摘する学術研究は乏しい。IRを対象とした学術研究を蓄積し、そこで得られた知見を踏まえた会計基準の作成が必要なのではないか。次章ではIRにおけるセグメント情報開示の実態を浮き彫りにし、ディスクロージャーに関する会計基準の作成に際してIRを参考にすることが有用であることを明らかにする。

存在している。

セグメント別貸借対照表情報については、たとえばパナソニック電工が決算短信の中で開示している。同社はセグメント別貸借対照表にとどまらず、損益計算書、さらにはキャッシュ・フロー計算書もセグメント別に開示している。

地域別セグメントとのマトリクスについては、現行基準では事業別・地域別の合計額しか開示されないため、「A地域におけるB事業のデータ」といった個別のセル情報は入手できない。これについては、たとえばシスメックスがIRツール「ファイナンシャルデータ」の中で世界4地域ごとに「血球計数検査」「血液凝固検査」といった部門別にまでブレイクダウンして売上高を開示している。事業別×地域別のマトリクス情報をIRで開示する企業はここ数年で増えてきている。

⁸Street et al. [2000], table3 より筆者が独自に計算している。

⁹陶山[2009]も同様の主張を展開している。

商品セグメント情報の開示については、たとえばトラスコ中山は IR ツール「決算説明会資料」の中で「切削工具」「穴あけ・ネジきり工具」といった取り扱い 47 商品の粗利率を開示している。トラスコ中山のような商品別利益率の開示が企業間の競争の激化をまねき、結果的に開示企業の利益率が低迷しているかどうかについては後段で詳述する。ここで紹介した企業はごく一部であるが、学術研究が指摘する課題をすでに実現している企業である。ここに IR をも視野に入れた学術研究の蓄積の必要性が見出せる。

ここで紹介したシスメックスは単一セグメント企業、トラスコ中山は非連結企業であり、両社ともに有価証券報告書ではセグメント情報開示を省略している。ASBJ によれば、単一セグメント企業が多く存在することが今回の基準改訂のきっかけの 1 つとなったわけだが、IR において補完的に情報を開示しているこれらの企業は実質的には単一セグメント企業とは言い難い。学術研究のみではなく、

基準作成に際しても IR の実態を視野に入れることが必要なのではないか。

では実際にはどの程度の企業が IR においてセグメント情報を開示しているのだろうか。そこで、わが国企業の IR におけるセグメント情報の開示実態を明らかにするために質問調査を実施した。本研究で行った質問調査は、日本 IR 協議会が毎年実施している「IR 活動の実態調査」（以下、「実態調査」と呼ぶ）にセグメント情報開示に関する質問項目を加えることで実施している¹⁰。具体的には、09 年 2 月に実施された第 16 回調査において、“制度開示とは別”に IR においてより詳細な部門別・商品別のセグメント情報の開示の有無を聞き、さらには「開示している」と答えた企業については、開示項目（受発注額、売上高、利益額、業績予想）をさらに追加質問している。調査票は調査時点での全上場企業 3,864 社に郵送され、1,119 社（29.0%）から回答を得ている。図表 6 がその結果である。

図表 6：IR における部門別・商品別開示の実態

開示項目			部門別情報		商品別情報	
受発注高	売上高・販売高	利益額	開示企業（社）		開示企業（社）	
				うち予想値開示		うち予想値開示
○	○	○	46	30	18	12
○	○		60	32	36	16
○		○	3	0	1	0
	○	○	184	122	45	25
○			24	13	20	8
	○		250	111	231	115
		○	28	14	6	4
開示企業数			595	322	357	180
非開示企業数			456	—	337	—
無回答			68	—	425	—
合計			1,119	322	1,119	180

（出所：『第 16 回 IR 活動の実態調査』日本 IR 協議会）

たとえば、有価証券報告書におけるセグメント情報とは別に IR で「受発注高」「売上高・販売高」「利益額」のすべてを部門別に開示している企業は 46 社あり、そのうちの 30 社は部門別の業績予想値を公表している。同じく商品別に開示している企業は 18 社あり、そのうちの 12 社は業績予想値を公表している。調査票に回答した 1,119 社の

うち、何らかの部門別セグメント情報を開示している企業は 595 社（53.2%）、商品別情報を開示している企業は 357 社（31.9%）である。また、部門別開示企業のうちの 54.1%、商品別開示企業のうちの 50.4%の企業が業績予想値まで開示している。

¹⁰ 調査票は日本 IR 協議会 (<https://www.jira.or.jp/>) で公開されている。

回答企業 1,119 社のうち非連結企業及び連結・単一セグメント企業は 489 社 (43.7%) であった。この 489 社のうち、何らかの部門別セグメント情報を IR で開示している企業は 220 社 (45.0%)、商品別情報を IR で開示している企業は 157 社 (32.1%) となっている。このように、有価証券報告書では開示省略が認められている非連結企業、連結・単一セグメント企業においても IR でのセグメント情報開示がかなり浸透しているのである¹¹⁾。

さて、永田[2008]が指摘するように、商品別利益率の開示が競争激化や価格低下圧力をまねき、結果として開示企

業の業績が低迷しているであろうか。商品別利益率を知るためには商品別売上高と利益額が開示される必要があるが、実態調査に回答した 1,119 社のうちその両方を開示していると回答した企業は 63 社であった。図表 7 はこの 63 社の 2007 年度の ROS (営業利益) と ROE の平均値である¹²⁾。比較のために、『日経経営指標 2009』に収録されている 2008 年 3 月期の全業種平均値を右列に載せている。詳細な分析は今後の課題であるが、商品別利益率の開示企業の収益性は全業種平均と比べて必ずしも低いとは言えないようである。

図表 7：商品別利益率開示企業の収益性

	商品別開示企業平均	全業種平均
ROS (営業利益)	7.03%	5.96%
ROE	7.99%	9.05%

(出所：筆者作成)

このように、IR にまで視野を広げると、学術研究が「課題」としていることの多くはすでに実務で行われており、したがって学術研究ではそれらの IR 情報を用いた実証研究や、そうした IR 情報を制度開示とすべきかどうか、といったより先の議論をしていくことが求められている。また、会計基準を作成する際にも IR を考慮することが必要だと考えられる。たとえば野村[2003]では日本基準について国際会計基準と比較して、「損益計算書の諸項目をみると、IAS 基準では、営業損益のほか純利益までの表示を求めているが、日本基準では、営業損益の段階で終わっている。・・・(中略)・・・貸借対照表の諸項目についても、日本基準の場合、持分法適用の関連会社投資、セグメント別負債、減価償却以外の非資金的費用などの項目の表示がない。これらについてさらに充実化の努力が求められる」(p.12) という指摘がなされている。もちろんこれらの情報を今後開示していくことは重要である。

6. おわりに

2011 年 3 月期からマネジメント・アプローチが適用されることで、米国企業での先行事例と同様に、わが国においても単一セグメント企業の減少、報告セグメント数の増加によってセグメント情報の開示がより充実すると考えられる。また、IR での開示実態を踏まえてディスクロー

しかしながら、これらの情報を市場がとりわけ重視しているのであれば IR での開示がすでに進んでいると思われる。実際に IR で開示される情報は野村[2003]が指摘する情報よりも、商品別売上高であったりセグメント別業績予想値であったりする。野村[2003]が指摘する充実項目に加えて、商品別情報やセグメント別業績予想値の開示を会計基準の中でどのように扱っていくべきなのかという議論がなされてもよいのではないかと。

これまでのわが国のディスクロージャーは、会計基準に代表される諸制度が実務を規定してきたわけだが、広く IR が浸透した現在、IR を中心とした実務で行われている開示が諸制度の策定に影響を与えるという、これまでとは逆の流れが生まれてくるかもしれない。また、IFRS の全面適用が議論されている中で、IR を踏まえた基準を作成していくことで、世界での会計基準作成において日本が積極的な貢献を果たすことができるかもしれない。

ジャー制度を議論することが必要であり、今後は実務(IR)がディスクロージャー制度の策定に影響を与える可能性を指摘した。こうしたことが、会計基準作成における日本の世界的な貢献へとつながるかもしれない。

¹¹⁾ 掘場製作所のように、連結決算と個別決算のそれぞれでセグメント情報を開示している企業もある。

¹²⁾ 63 社のうち 3 社は非連結決算企業のため、個別財務データを用いて算出している。

しかしながら、新基準の適用によって IR での開示が後退する危険性がある。円谷[2009]が指摘するように、情報開示には不可逆性があると考えられる。つまり、一度開示が始まった情報項目はその後も継続して開示されるという特性である。それまで継続開示してきた情報がある期から非開示とすることは、市場に不安・不信をもたらさであろうから、企業は情報を非開示とすることをためらうと考えられる。ただし、会計基準の改訂にあわせた開示ポリシーの変更ということであれば非開示化が正当化できる。たとえば、景気低迷下で商品別の業績予想の公表を取りやめたい、または経営トップの交代とともに開示ポリシーを変更したい、といった企業もあるであろう。こうした企業の IR が新基準適用を機に後退するかもしれない。

米国の先行研究においても SFAS 第 131 号の適用によっ

て一部企業の IR が後退した事例が紹介されている。たとえば Street et al. [2000]では、SFAS で求められる開示項目以外の項目（セグメント別キャッシュ・フローなど）を自発的に開示した企業は、1997 年（SFAS 第 14 号）ではサンプルの 24%であったが、1998 年（SFAS 第 131 号）では 22%に低下したと報告している。Herrmann & Thomas[2000]では、SFAS 第 14 号で複数事業セグメント開示をしていた 70 社のうち、自発的にセグメント別 R&D 費を開示していた企業が 3 社あったが、SFAS 第 131 号の適用後は 3 社ともに開示を取りやめたことが報告されている。わが国での新基準の適用において IR の後退が生じないためにも、この分野での研究蓄積が必要であり、筆者の今後の課題とした。

なお、本稿の執筆に際しては科学研究費補助金（若手研究 B：20730293）からの助成を受けている。

引用文献

- Berger, P. G. and R. Hann "The Impact of SFAS No. 131 on Information and Monitoring," *Journal of Accounting Research*, Vol. 41 No. 2, 2003.
- Ettredge, M., S. Y. Kwon and D. Smith "The Effect of SFAS No. 131 on Numbers of Reported Business Segments," *Working Paper*, April, 2000.
- Financial Accounting Standards Board, *Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise*. Statement of Financial Accounting Standards No. 14. Norwalk, CT: FASB, 1976.
- Financial Accounting Standards Board, *Disclosures about Segments of an Enterprise and Related Information*. Statement of Financial Accounting Standards No. 131. Norwalk, CT: FASB, 1997.
- Herrmann, D. and W. B. Thomas "An Analysis of Segment Disclosures under SFAS No. 131 and SFAS No. 14," *Accounting Horizons*, Vol. 14 No. 3, 2000.
- International Accounting Standards Committee, *Reporting Financial Information by Segment*. International Accounting Standards No. 14. London: IASC, 1981.
- International Accounting Standards Board, *Operating Segments*. International Financial Reporting Standards No. 8. London: IASB, 2006.
- Street, D. L., N. B. Nichols and S. J. Gray "Segment Disclosures under SFAS No. 131: Has Business Segment Reporting Improved?," *Accounting Horizons*, Vol. 14 No. 3, 2000.
- 円谷昭一「会社業績予想における経営者バイアスの影響」『証券アナリストジャーナル』Vol. 47 No. 5, 2009 年 5 月.
- 陶山博太「日本「連結セグメント情報」開示の先進性—アメリカの財務会計基準との比較における優位性」『JMA Management Review』2009 年 4 月号.
- 永田 靖「セグメント別キャッシュ・フロー情報の意義—オリエンタルランドの事例からの考察—」『会計』第 174 巻第 2 号, 2008 年 8 月.
- 野村健太郎「セグメント別報告の経営分析」『大分大学経済論集』第 55 巻第 1 号, 2003 年 5 月.
- 森 實「セグメント情報新基準の二つの方向性」『会計』第 155 巻第 1 号, 1999 年 1 月.

円谷 昭一（つむらや しょういち）

埼玉大学経済学部 准教授。2001 年一橋大学商学部卒業。
06 年一橋大学大学院商学研究科博士課程終了、博士（商学）
取得。2009 年 10 月より現職。
日本 IR 協議会客員研究員。