

# マネジメント・アプローチが報告セグメントと 多角化指標に与えた影響\*

宇田 有輝

沈 政郁

## 要旨

本稿では、2011年に日本で生じ、今後の多角化研究に大きな影響を与えるであろう、会計基準の変更の内容とその結果について考察する。2011年に行われた会計基準変更によって、セグメントの報告方法が「マネジメント・アプローチ」へ変化した。その結果、今まで多角化の研究において問題とされてきた、企業の恣意的なセグメント報告が改善され、より正確な情報が得られるようになった。会計基準変更と関連する既存の研究では、その変更の影響として、単純なセグメントの増減を調査していたが、本稿では各企業の有価証券報告書に基づきセグメント構造変化の分類を試みた。また、大規模データを用いて、マネジメント・アプローチが多角化指標に与えた影響を考察し、制度変更後により多角化の傾向を示すこと、セグメント数が変わっていても名称が変化した企業と全く変化しなかった企業の間で有意な差が発生することを見出した。

キーワード: マネジメント・アプローチ、多角化ディスカウント、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、ハーフィンダール指数、エントロピー指数

---

\* 本研究は JSPS 科研費 JP19K01764 の助成を受けたものです。

## 1. はじめに

企業の多角化は成長プロセスと密接に関係している (Gomes and Livdan, 2004)。ビジネスを始めてから時間が経ち、競争によって既存のコア事業の利益率が低下すると、企業は成長が期待できる有望な新しい事業分野の発掘を行う。そして、その事業に投資を行い成功すれば、新たな収入源を獲得することになる。このプロセスは繰り返され、次第に企業の事業構造は複雑になってゆく。従って、多角化は企業が持続的に成長していくうえで重要な経営戦略であり、企業が年齢を重ねていくにつれて、事業の多角化は進展すると言われている (Gomes and Livdan, 2004)。中岡・上小城 (2017) は、主な多角化の利点として、既存事業で培ったノウハウの活用によるシナジー効果、間接部門の共有による費用削減や事業リスクの分散化などを挙げていて、企業が多角化を志向する誘因は大きいとしている。

このように、多角化のメリットを示す研究が存在する一方で、デメリットがあるという研究も存在している。その代表的な研究分野が多角化ディスカウント (Diversification Discount) である。多角化ディスカウントとは、多角化した企業が専門企業と比較した際に、株式市場において割引される現象を指す。この現象は、Berger and Ofek (1995) の先駆的な研究以後、多くの研究が行われているが、なぜディスカウント (多角化した企業の価値が低く評価される) が発生するのかという合意には至っていない。

Berger and Ofek (1995), Lang and Stulz (1994) は多角化した米国企業が同じ産業の専門企業と比べて株式市場から低く評価されていることを見出し、米国企業において 10%~20% のディスカウントがあることを報告している。一方、牛島 (2015) によると、日本においては 6%~7% 程度のディスカウントが存在していると報告していて、日本企業にも多角化ディスカウントは確かに存在しているが、なぜ米国と比べ日本の多角化ディスカウントが小さいのかについてはまだ明らかになっていない。

多角化ディスカウントのサーベイ論文である、Erdorf and Heinrichs (2011), Martin and Sayrak (2003), Villalonga (2003) から、多角化ディスカウントと関連して多くの議論が行われてきていることが分かる。そのうち、最も本稿と関係する論点は多角化の定義である。一般的に多角化とは新しい事業を行うことであるが、それをどのように定義するか、明確に決まったルールが存在するわけではない。多角化の程度を最も端的に表していると考えられるのは、その企業のセグメント数である。Lang and Stulz (1994) の初期の研究から、セグメントが 2 以上ある企業を多角化企業、セグメントを 1 つしか持っていない企業を専門企業としてきた。しかし、セグメントの数が本当に多角化を意味しているかは企業によって大きく異なる。例えば、製造している製品を機械部品セグメント (ネジ・バネ) として報告している企業もあれば、ネジ、バネといった部品ごとの区分でセグメントを報告している企業もあり、セグメントの数から、その企業が本当に多角化しているかを判断するのは容易ではない。したがって、セグメントの数を用いたり、総売上高に占めるセグメント売上高の割合を用いた指標で多角化の程度を測り、それに基づいて多角化ディスカウントを議論する方法には多くの問題点があると言わざるをえない。

しかし、このようなセグメントデータが持つ問題点は、2011年のセグメント情報の会計基準の変更で大きな転換を迎えた。「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、企業会計基準第17号)は2008年に発議され、2011年に適用された新しい会計基準である。この会計基準の変更は、「米国財務会計基準書第131号企業のセグメント及び関連情報に関する開示」(以下、SFAS第131号)に準じて作られたものである。この会計基準の変更によって、企業が報告するセグメントは「マネジメント・アプローチ」に基づいて報告されるようになった。

この制度変更の最も大切な内容は、この変更によってセグメントの報告が一定の基準に基づき報告されるようになったことである。これが意味するのは、制度変更までは経営者が恣意的にセグメントを報告する事が可能であったが、制度変更後は恣意的な報告が制限されることで、セグメント数やセグメントの比重を用いた指標が企業の実態をより明確に表すことができるようになったということである。

本稿は、このような背景の下で、2011年の会計制度変更が多角化の指標にどのような影響を与えたのかを明らかにすることを主目的とする。まず、日本で行われた会計制度の変更が多角化研究に大きな影響を与えたことを指摘する。セグメントがどのように変化したのかを実例を挙げながら詳細に紹介し、制度変更が多角化をどの程度正確に捉えられるようになったのかを分析する。さらに、本稿では、マネジメント・アプローチの既存の研究で指摘されていなかったユニークな視点を提供する。それは、制度変更の前後でセグメントの数が同じ企業であっても、セグメントの名称が変更された企業と全く変化のなかった企業は実質的に異なる特性を持つということである。

2節ではマネジメント・アプローチに関する先行研究について振り返る。3節では企業会計基準第17号の概要を簡単に解説する。4節では各企業の有価証券報告書を利用してセグメント構造変化の分類を試みる。5節では大規模データを用いて、マネジメント・アプローチが多角化指標に与えた影響を考察する。6節では今後の展望を述べる。

## 2. マネジメント・アプローチの先行研究

マネジメント・アプローチとは、公表するセグメントを事業セグメントではなく、報告セグメントとして、決められたルールに基づき分類し公表する方法である。SFAS第131号によると、アメリカにおいても、この制度変更以前は、開示すべきセグメント区分の定義が不明確であったために、企業の恣意的な解釈の結果、開示されているセグメントの数が少なかったり、単一セグメントとして報告する企業が多いことなどの問題点が指摘されていた。SFAS第131号や企業会計基準第17号のマネジメント・アプローチは、これらの問題点を解消するために導入されたものである。

そして重要なことは、このマネジメント・アプローチはその作られた経緯から多角化ディスカウントの研究とかなり密接に関係していた。Villalonga (2003) で Berger はマネジメント・アプローチに言及し、「セグメント報告に対するマネジメント・アプローチは、各セグ

メントの業績と多角化した企業内の資源配分を理解できる、これまでで最も良いチャンスである。私は、広く多角化戦略と関連し、特に多角化ディスカウントに関する未解決の幾つかの論点は、この新しく豊富なデータソースを活用することで有意義に取り組むことができる」と期待している。」と述べている<sup>1</sup>。つまり、この会計基準が適用されれば、未解決だった多角化ディスカウントの問題点を軽減することが期待できるということである。

米国においては、マネジメント・アプローチに対する研究が幾つか存在し、SFAS 第 131 号を元に、Berger and Hann (2003), Botosan and Stanford (2005), Ettredge et al., (2005), Street et al., (2000) といった先行研究において、マネジメント・アプローチの導入がセグメント情報の質と量の両方を向上させていると報告している。Berger and Hann (2003) は、サンプル企業のうち、2,264 社が SFAS 第 131 号導入前後でセグメント数が同じであり、691 社がセグメント数を増加させ、44 社がセグメント数を減少させたとしている。Botosan and Stanford (2005) は、単一セグメントから複数セグメントを開示するようになった企業を対象に検証を行い、SFAS 第 131 号の導入によって、セグメント情報の信頼性とアナリスト予想が向上したとしている。Ettredge et al., (2005) は、株式市場の企業収益を予測する能力を調査し、それを今年度の収益と翌年の収益の関連性を表す先物収益応答係数 (the forward earnings response coefficient) によって測定し、SFAS 第 131 号は、セグメント開示の量と質の両方を間違いなく増加させたとしている。

一方、日本の企業会計基準第 17 号について、東原 (2010) や円谷 (2011) は、会計基準の変更によりセグメント情報の改善が期待できると述べている。東原 (2010) は、マネジメント・アプローチ導入の背景と問題点に焦点をあて、会計情報の意思決定有用性の構成要素である意思決定との関連性、比較可能性等の会計情報の質的特性について検討している。円谷 (2011) は、2010 年度のセグメント情報と、2011 年度のセグメント情報を用いて、新基準の導入が報告セグメント数に与える影響を検証している。マネジメント・アプローチに基づく 2011 年度のセグメント情報では、事業別でセグメントを区分する企業が最も多く、7 割を超えており、その次が所在地別、第三が事業別と所在地別をバイブリッドさせた複合型であることを示している。また、新基準導入前に単一セグメントしか開示していなかった企業 285 社を対象とする検証から、その 47%にあたる 134 社が複数セグメントを開示するようになったとしている。張 (2012) は、マネジメント・アプローチの導入がセグメント情報の開示に与える影響を分析したが、単純なセグメント数の増減の比較に留まっており、詳細な分析まではなされていない。また本稿との関連で、セグメント数が同じであっても、その内容は変わっている可能性は述べているが、分析まではおこなっていない。

本稿の貢献は、既存の研究では指摘されていなかったマネジメント・アプローチによってセグメント数が変化していなくとも、名称変更された企業が全く変化のなかった企業と

---

<sup>1</sup> Villalonga, B. (2003), Research roundtable discussion: The diversification discount, Case and Teaching Paper Series, Harvard Business School 10 Page より引用

別の特性を持つということを発見したことである。さらに、日本で行われた会計制度の変更が多角化研究に大きな影響を与えたことを指摘し、セグメントがどのように変化したのかを実例を挙げながら詳細に紹介することで、制度変更が多角化をどの程度正確に捉えられるようになったのかに対して分析を行った点を貢献として挙げるができる。

### 3. 企業会計基準第17号(マネジメント・アプローチ)の概要

マネジメント・アプローチは、「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」により適用された手法である。本節では、会計基準第17号から重要な内容を抜粋し、報告セグメントがどのように決まるかを解説する。

#### 3.1 事業セグメント

まず、最初に企業における事業セグメントを決定する。事業セグメントとは以下の要件に全て該当するものを指す。(第6項)

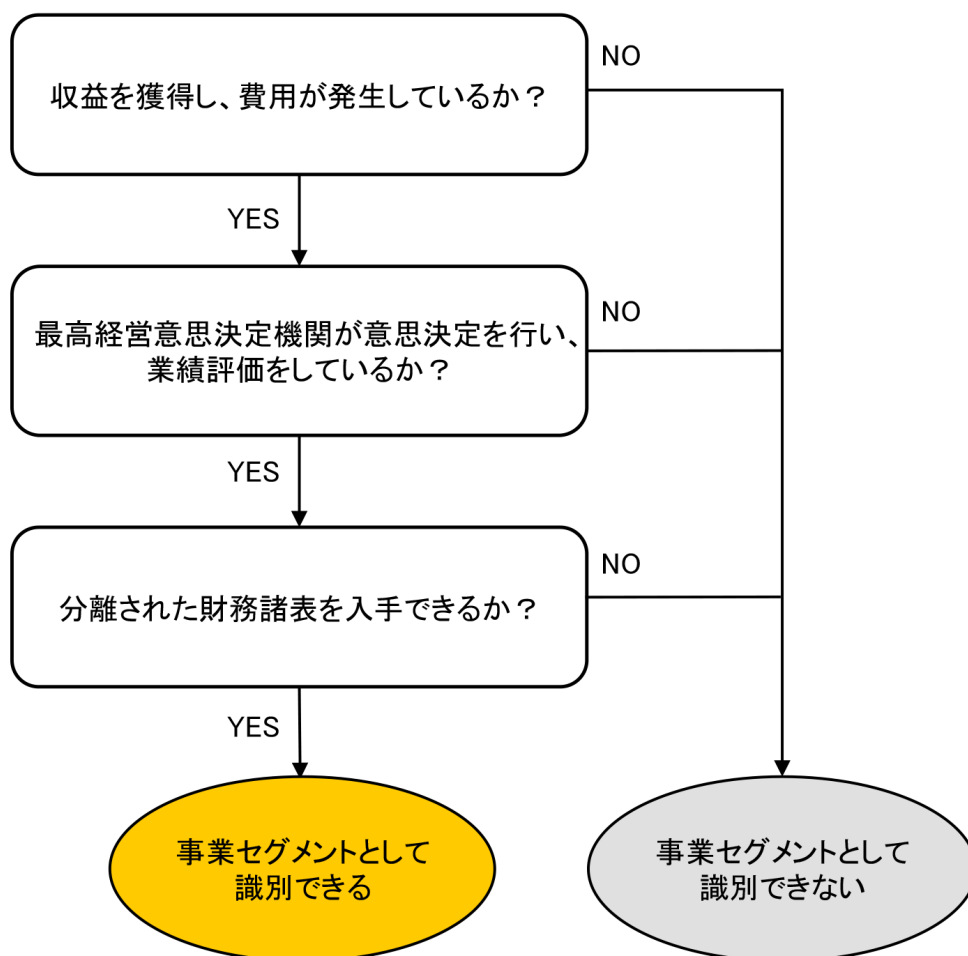
- (1) 収益を稼得し、費用が発生する事業活動に関わるもの(同一企業内の他の構成単位との取引に関連する収益及び費用を含む)
- (2) 企業の最高経営意思決定機関が、当該構成単位に配分すべき資源に関する意思決定を行い、また、その業績を評価するために、その経営成績を定期的に検討するもの
- (3) 分離された財務情報が入手できるもの

但し、新たな事業を立ち上げたときのように、現時点では収益を稼得していない事業活動を事業セグメントとして識別する場合もある。そして、企業の本社又は特定の部門のように、企業を構成する一部であっても収益を稼得していないか、又は付随的な収益を稼得するに過ぎない構成単位は、事業セグメント又は事業セグメントの一部とならない。

事業セグメントの決定は、「最高経営意思決定機関」が行う(第8項)。最高経営意思決定機関とは、企業の事業セグメントに資源を配分し、その業績を評価する機能を有する主体のことを指す。

つまり、株主総会や役員会で実際に経営判断を行う際に、使用される事業をセグメントとして認識し、各構成単位の事業活動の特徴などの要素に基づき、その企業の経営者側が認識しているセグメントを事業セグメントとするということである。しかし、事業セグメントだけでは、セグメントとして認識されるものだけが反映されることとなり、経営者側の恣意的な解釈によってセグメントが過剰に報告される可能性を捨てきれないといえる。そこで、マネジメント・アプローチでは事業セグメントを一定の定義に基づいて報告セグメントとして再編する。

図1 事業セグメントの識別方法



出所: <http://renketsu.info/disclosure/seg/disclosure/report-seg/>

### 3.2 報告セグメント

次に、決定された事業セグメントの中から集約基準、質的基準に基づいて報告セグメントを決定する(第10項)。報告セグメントは、事業セグメントを2つの基準で再編するものであり、企業の恣意的な過剰報告を防止するとともに、一定の定義に基づいて再編することで企業間の報告の仕方によって数が変化することを防いでいる。

#### 集約基準(第11項)

集約基準とは、複数の事業セグメントが次の要件のすべてを満たす場合、企業が当該事業セグメントを1つの事業セグメントに集約する基準である。

- (1) 当該事業セグメントを集約することが、セグメント情報を開示する基本原則(第4項)と整合していること
- (2) 当該事業セグメントの経済的特徴が概ね類似していること
- (3) 当該事業セグメントの次のすべての要素が概ね類似していること
  - (a) 製品及びサービスの内容
  - (b) 製品の製造方法又は製造過程、サービスの提供方法
  - (c) 製品及びサービスを販売する市場又は顧客の種類
  - (d) 製品及びサービスの販売方法
  - (e) 銀行、保険、公益事業等のような業種に特有の規制環境

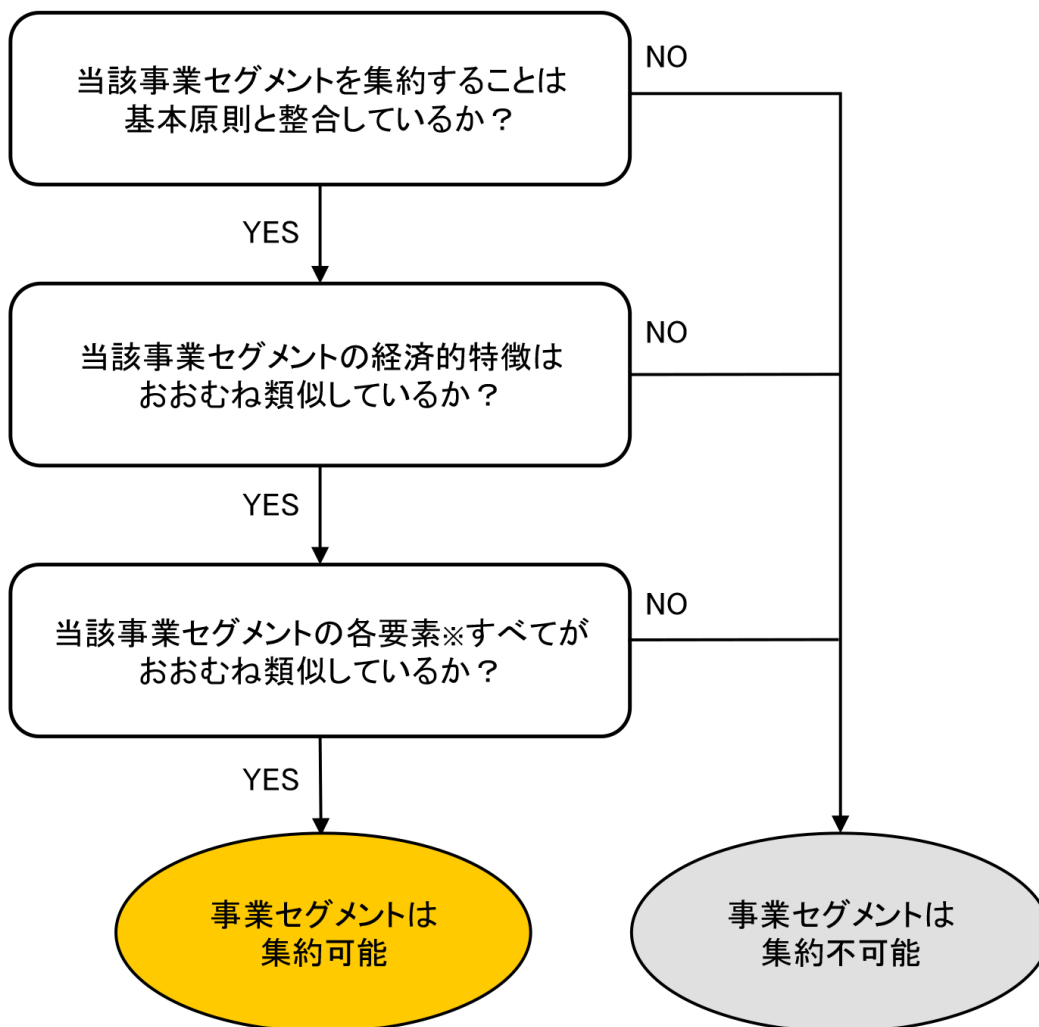
集約基準で重要視すべき点は、類似する製品、サービスであれば統一して報告セグメントとしなければならないということである。つまり、同じ製品、サービスを別々のセグメントとすることはできず、最高意思決定機関が恣意的な解釈によって実態より多くのセグメントを報告することを防いでいる。さらに、(3)の定義によって、製品・サービスごとの認識の差が改善され、企業ごとのセグメントの表現の差が無くなることが期待される。

#### 質的基準(第12~16項)

質的基準とは、次のいずれかを満たす事業セグメントを報告セグメントとして開示しなければならないという基準である。企業の実態を示すために、セグメントを報告するので、集約基準によって報告するセグメントがその企業全体の財務とかけ離れることを防ぐために置かれている。

- (1) 売上高(事業セグメント間の内部売上高又は振替高を含む)がすべての事業セグメント売上高の合計額の10%以上であること(売上高には役務収益を含む。以下同じ)。
- (2) 利益又は損失の絶対値が、①利益の生じているすべての事業セグメントの利益の合計額、又は②損失の生じているすべての事業セグメントの損失の合計額の絶対値のいずれか大きい額の10%以上であること。
- (3) 資産が、すべての事業セグメントの資産の合計額の10%以上であること。但し、企業が、量的基準のいずれにも満たない事業セグメントを、報告セグメントとして開示することを妨げない。

図2 事業セグメント集約方法



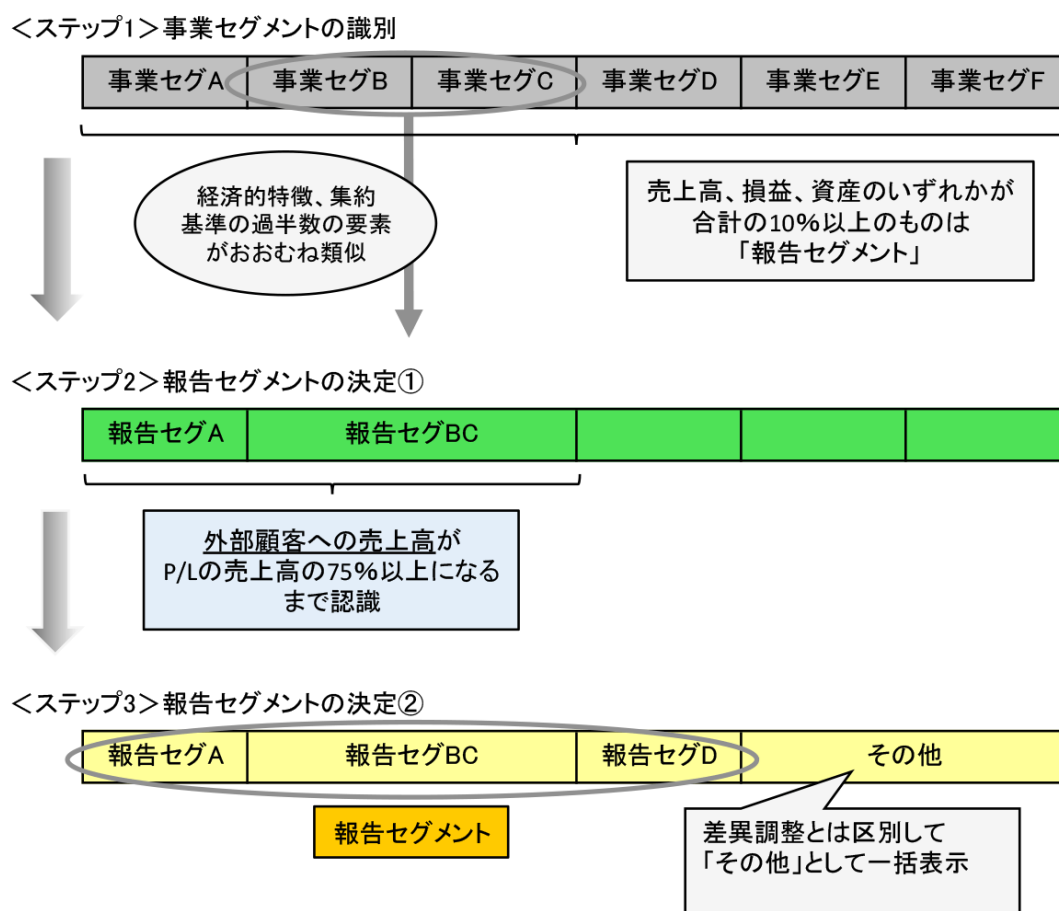
※類似しているか否かを判断する際の要素

- ・製品およびサービスの内容
- ・製品の製造方法または製造過程、サービスの提供方法
- ・製品およびサービスを販売する市場または顧客の種類
- ・製品およびサービスの販売方法
- ・銀行、保険、公益事業等のような業種に特有の規制環境

出所: <http://renketsu.info/disclosure/seg/disclosure/report-seg/>



図3 報告セグメントの決定



出所: <http://renketsu.info/disclosure/seg/disclosure/report-seg/>

さらに、企業は前項の量的基準を満たしていない複数の事業セグメントに対して、経済的特徴が概ね類似し、かつ集約基準の(3)に記載した事業セグメントを集約するにあたって考慮すべき要素の過半数について概ね類似している場合には、これらの事業セグメントを結合して、報告セグメントとすることができるとしている。報告セグメントの外部顧客への売上高の合計額が連結損益計算書又は個別損益計算書(以下「損益計算書」という)の売上高の75%未満である場合には、損益計算書の売上高の75%以上が報告セグメントに含まれるまで、報告セグメントとする事業セグメントを追加して識別する必要がある。

さらに、報告セグメントに含まれない事業セグメント及びその他の収益を稼得する事業活動に関する情報は、第25項により求められる差異調整の中で、他の調整項目とは区分して、「その他」の区分に一括して開示し、この場合、「その他」に含まれる主要な事業の名称等をあわせて開示しなければならないとしている。そして、ある事業セグメントの量的な重要性の変化によって、報告セグメントとして開示する事業セグメントの範囲を変更する場合には、その旨及びセグメント情報に与える影響を開示しなければならないとしてい

る。

多角化の議論における質的基準の重要な点は、その活動の売上高が全体の売上高の合計額の10%以上の場合には報告セグメントとしなければいけないという点と、10%以下であっても報告セグメントとしてよいという点である。このことは、売上高の10%以上を占めるほどの大きな活動はセグメントとして認識され企業の恣意的な隠蔽を防ぎ、10%以下であってもその企業が多角化と認識していればセグメントとして表現することができるのである。

以上のような変更が日本において行われた。その経緯と議論の内容は、会計基準第17号に詳細に記載されている。多角化ディスカウントの問題において、最も大切なことはこの変更によって一定のルールにしたがってセグメントが報告されるようになったことである。次節では、どのような変更があったかを実例を挙げながら分類し、紹介する。

#### 4. 会計制度変更による報告セグメント変化の実例

本節では、2011年度の会計基準変更により、どのように企業のセグメント報告が変化したのかを有価証券報告書を利用して確認する。本稿を準備するにあたって、各企業の制度変更の前後を一つ一つ確認していった。当然ながら報告セグメントの変化は、企業によって三者三様の变化を見せていたが、全企業のセグメントの変化を見ていく過程で、その変化には一定の法則や傾向が見て取れた。そこで本節では、各分類ごとに企業を紹介することでどのように企業の報告セグメントが増え、または報告セグメントが減り、そしてどのように構造変化が生じたのかを詳細に分析する。

2011年度の会計基準変更後に企業が報告するセグメントは大きく分けてセグメントが増えたケース(セグメント増加型・セグメント分割型)、セグメントが減ったケース(セグメント減少型・セグメント合体型)、セグメントの構造が変わったケース(地域別型・事業社型・セグメント名変更型)、そしてセグメントの変化が無かったケースの4つに分類できた。さらに、その中から、どのように増加、または減少したのかで再分類し、最終的に8つに分類できた。以上の分類を2010年と2011年のセグメント情報を比較しながら解説する。当然ながら、複数種類の変化があった企業も存在しているが、概ねこの分類のどれかに該当し、この分類の視点に立脚すれば、制度変更で各企業のセグメント報告がどのように変化したのかの全体像を理解できるだろう。

##### 4.1 (以下すべて) セグメント増加型(セグメントが増えたケース 1)(図4を参照)

まず、セグメントの数が純粋に増加した企業である。セグメントとして計上されていなかった事業が、企業から明示すべきものと判断された場合である。さらに、新たな事業を開始し、報告を始めたものも存在しているが、この節では新規事業による増加ではなく、既存の活動が報告セグメントとして認識され増加した例として西日本鉄道を紹介する。

西日本鉄道は、福岡県を基盤に鉄道路線、バス路線などの路線網を持つ大手私鉄であり、公共交通機関の経営以外にも幅広い事業を展開している。西日本鉄道は2010年の時点では、運輸業、流通業、不動産業、レジャー・サービス業、そしてその他の事業を報告していた。

その西日本鉄道は2011年に新たに物流業というセグメントを報告している。主にこのセグメントは物流事業を集約しており、2010年時点では他のセグメントと一緒にバラバラに報告されていたものである。マネジメント・アプローチ導入によって、別の事業活動だったものが集約され、新たな報告セグメントとして増加したことになる。

図4 セグメント増加型の事例：西日本鉄道

2010年度

3 【事業の内容】

当社グループは、当社、子会社76社及び関連会社8社で構成され、その営んでいる主な事業内容は次のとおりです。

(1) 運輸業(27社)

事業の内容	会社名
鉄道事業	当社、筑豊電気鉄道株※1
バス事業	当社、西鉄バス北九州株※1、西鉄観光バス株※1、亀の井バス株※1、九州急行バス株※2
タクシー業	福岡西鉄タクシー株※1、久留米西鉄タクシー株※1、北九西鉄タクシー株※1
貨物運送業	西鉄運輸株※1、西鉄物流株※1
航空運送業	西日本空輸株※2
バスターミナル業	株福岡交通センター※1 その他14社

(2) 流通業(7社)

事業の内容	会社名
ストア業	株西鉄ストア※1、株インキュブ西鉄※1
石油製品販売業	西鉄エム・テック株※1
フォークリフト販売業	福岡小松フォークリフト株※1 その他3社

(3) 不動産業(7社)

事業の内容	会社名
不動産賃貸業	当社、株福岡交通センター※1、株スピナ※1
不動産分譲業	当社、西鉄不動産株※1
不動産管理業	西鉄ビルマネジメント株※1 その他2社

(4) レジャー・サービス業(38社)

事業の内容	会社名
利用運送事業	当社、NNR・グローバル・ロジスティクス(U.S.A.)※1
ホテル業	当社、株西鉄シティホテル※1、株西鉄イン※1
娯楽業	当社、株福岡スポーツセンター※1、西鉄興業株※1、株海の中道海洋生態科学館※1
旅行業	西鉄旅行株※1
広告代理店業	株西鉄エージェンシー※1、株交通広告サービス※1
飲食・喫茶業	株西鉄プラザ※1 その他27社

2011年度

3 【事業の内容】

当社グループは、当社、子会社75社及び関連会社9社で構成され、その営んでいる主な事業内容は次のとおりです。

なお、当連結会計年度より、「セグメント情報等の開示に関する会計基準」(企業会計基準第17号 平成21年3月27日)及び「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第20号 平成20年3月21日)を適用したことにより、セグメントを変更しています。

(1) 運輸業(21社)

事業の内容	会社名
鉄道事業	当社、筑豊電気鉄道株
バス事業	当社、西鉄バス北九州株、西鉄観光バス株、亀の井バス株
タクシー事業	福岡西鉄タクシー株、久留米西鉄タクシー株、北九西鉄タクシー株
運輸関連事業	株西鉄ステーションサービス その他12社

(2) 不動産業(7社)

事業の内容	会社名
不動産賃貸事業	当社、株福岡交通センター、株スピナ
不動産分譲事業	当社
その他不動産事業	西鉄ビルマネジメント株、西鉄不動産株 その他2社

(3) 流通業(3社)

事業の内容	会社名
ストア事業	株西鉄ストア、株インキュブ西鉄 その他1社

(4) 物流業(19社)

事業の内容	会社名
国際物流事業	当社、NNR・グローバル・ロジスティクス(U.S.A.)
国内物流事業	西鉄運輸株、西鉄物流株 その他15社

#### 4.2 セグメント分割型 (セグメントが増えたケース 2) (図5を参照)

セグメント分割型とは、1つであったセグメントが、別々の財・サービスのものであると判断され、2つ以上に分割された企業である。製造過程や流通ルートが同じであったので、1つのセグメントで報告されていたものが、会計制度変更によって分割されたものであると考えられる。分割されるので、単純にセグメント数は増加する。

この分類を代表するのは東映である。東映は、劇場用映画の制作、配給、興行等を行う企業である。東映は、2010年時点では映像関連事業、観光不動産事業、そしてその他の事業の3つのセグメントを報告していた。2011年にはマネジメント・アプローチの定義のよって、2010年時点で映像関連事業として挙げていたものに過ぎなかった興行関連事業、催事関連事業が別々のセグメントとして報告されるようになり、5つのセグメントとして報告されるようになった。映像関連事業の中でも、東映映画村の運営や映画館運営自体を行う事業といった直接的に映像と関連がない事業が分離されている。

#### 4.3 セグメント減少型 (セグメントが減ったケース 1) (図6を参照)

セグメント減少型とは、純粋にセグメントの数が減少した企業である。事業セグメントとして報告していた事業が企業からしてみれば、経営判断に使用されておらず、削除された場合である。2011年に事業撤退を判断し、セグメントが削除された企業もこのケースに該当する。ここでは、事業撤退によってセグメント数を減らした日本電産トソクを紹介する。

日本電産トソクは、計測装置と自動車部品のメーカーである。2013年10月に株式交換により日本電産の完全子会社となった。日本電産トソクの半導体事業は苦しい経営状態が続いていたようで、2010年に半導体製造装置事業を廃止し報告されなくなっている。有価証券報告書の提出日の前に撤退を表明しているため、財務上は10月までの半導体事業の売上を報告しているが、事業内容としてのセグメントは消去されている。

#### 4.4 セグメント合体型 (セグメントが減ったケース 2) (図7-1と7-2を参照)

セグメント合体型とは、2つ以上のセグメントが1つのセグメントとして報告されるようになった企業である。集約基準、質的基準に基づいて、製造・卸売り・販売など、1つの財・サービスであるが、流通段階ごとに分けられていたものが1つになった事例が見られた。セグメントが合体することから、単純にセグメント数は減少する。

この分類では、大阪瓦斯を取り上げる。大阪瓦斯は、名前の通り近畿地方を中心に供給を行っているガス事業者である。2010年までは、器具及びガス工事というセグメントが存在していたが、製造から施工まで1つの活動とみなされ、ガス事業という1つのセグメントとして集約されている。この集約は、ガスを扱う企業で同じことが起きており、産業の特性が最も顕著に表れた例である。

図5 セグメント分割型の事例：東映

2010年度

2011年度

3 【事業の内容】

当社の企業集団は、当社、子会社31社及び関連会社5社の37社で構成されております。

映像関連事業は大きく分けて映画事業、ビデオ事業、テレビ事業の3事業部門で構成されております。映画事業では劇場用映画、教育映像等の製作・配給・輸出入を行うとともに映画劇場の経営を行っております。また、ビデオ事業ではビデオソフトの販売を、テレビ事業ではテレビ映画の製作・配給を行っております。

観光不動産事業では、賃貸施設の賃貸を行うとともにホテルの経営を、その他事業では、建築工事・室内装飾請負及び物品の販売等を行っております。

これらを主な内容とし、さらに各事業に関連して映画フィルムの現像、広告代理業、テレビコマーシャルの製作、物品の販売等の事業活動を展開しております。

当社グループの事業に係わる位置づけは次のとおりであります。

映像関連事業 — 会社総数31社

映画事業 映画の製作のうち劇場用映画は当社が製作しております。

アニメーション作品については連結子会社である東映アニメーション㈱が製作しております。

映画の配給・輸出入は当社が行っております。当社が経営する映画劇場については、その営業に関する業務を連結子会社である東映映画興行㈱に委託しております。連結子会社である東映ラボ・テック㈱は映画フィルムの現像とDVDの複製、連結子会社である㈱東映エージェンシーは広告代理業を行っております。当社の所有する「東映太秦映画村」施設を連結子会社である㈱東映京都スタジオが賃借し、その経営を行っております。連結子会社である㈱ティ・ジョイは映画館(シネマコンプレックス)の経営及びコンサルタント業務を行っております。

なお、東映映画興行㈱につきましては、平成22年3月31日付をもって解散決議をし、現在清算中であります。

ビデオ事業 連結子会社である東映ビデオ㈱がビデオソフトを製作し、当社が連結子会社である関西東映ビデオ販売㈱をはじめ全国の販売会社に販売しております。

テレビ事業 テレビ映画の製作は当社が行っておりますが、一部の作品については連結子会社である㈱東映テレビ・プロダクション、非連結子会社である東映太秦映像㈱に下請させており、アニメーション作品については連結子会社である東映アニメーション㈱が製作しております。配給先のうちには関連会社である㈱テレビ朝日(持分法適用)があります。また、連結子会社である東映シーエム㈱はテレビコマーシャルの製作を行っております。

また、CS放送の委託放送事業者である連結子会社の東映衛星放送㈱が当社が製作した劇場用映画及びテレビ映画の放送権を販売しております。

観光不動産事業 — 会社総数3社

不動産事業については、当社が事業展開を行っております。また、ホテル事業については、当社が経営するホテルの営業に関する業務を連結子会社である㈱東映ホテルチェーンに委託しております。また、非連結子会社である㈱東映ゴルフ倶楽部(持分法非適用)は、ゴルフ場の経営を行っております。

その他事業 — 会社総数4社

その他事業については、連結子会社である㈱東映建工が建築工事・室内装飾請負等を行っておりますが、当社が請負ったイベント業務等の一部について下請させております。また、連結子会社である東映貿易㈱及び同社の子会社である東映フーズ㈱(持分法適用)は物品の販売をそれぞれ行っております。

3 【事業の内容】

当社の企業集団は、当社、子会社29社及び関連会社6社の36社で構成されております。

映像関連事業は大きく分けて映画事業、ビデオ事業、テレビ事業の3事業部門で構成されております。映画事業では劇場用映画、教育映像等の製作・配給・輸出入を行い、ビデオ事業ではDVDソフトの製作・販売を、テレビ事業ではテレビ映画の製作・配給を行っております。また、これらの作品に登場するキャラクターの商品化権許諾や映像著作権に関する許諾等も行っております。さらにこれらに関連して映画フィルムの現像、広告代理業、テレビコマーシャルの制作、物品の販売等の事業活動を展開しております。

興行関連事業では、直営劇場やシネマコンプレックスの経営を行っております。また、催事関連事業では、当社グループの製作した作品に登場するキャラクターショーや文化催事の企画・運営及び東映太秦映画村の運営を、観光不動産事業では、賃貸施設の賃貸を行うとともにホテルの経営を行っております。

その他の事業では、建築工事・室内装飾請負及び物品の販売等を行っております。

これらを主な内容とし、

当社グループの事業に係わる位置づけは次のとおりであります。

映像関連事業 — 会社総数26社

映画事業 映画の製作のうち劇場用映画は当社が製作しております。

アニメーション作品については連結子会社である東映アニメーション㈱が製作しております。

映画の配給・輸出入は当社が行っております。連結子会社である東映ラボ・テック㈱は映画フィルムの現像とDVDの複製を行っております。

ビデオ事業 連結子会社である東映ビデオ㈱がDVDソフトを製作し、当社が連結子会社である関西東映ビデオ販売㈱をはじめ全国の販売会社に販売しております。

テレビ事業 テレビ映画の製作は当社が行っておりますが、一部の作品については連結子会社である㈱東映テレビ・プロダクション、非連結子会社である東映太秦映像㈱に下請させており、アニメーション作品については連結子会社である東映アニメーション㈱が製作しております。配給先のうちには関連会社である㈱テレビ朝日(持分法適用)があります。また、連結子会社である㈱東映エージェンシーは広告代理業を行っております。

興行関連事業 — 会社総数4社

主として、連結子会社である㈱ティ・ジョイが映画館(シネマコンプレックス)の経営を行っております。

催事関連事業 — 会社総数2社

主として、当社が事業展開を行っております。また、当社の所有する「東映太秦映画村」施設を連結子会社である㈱東映京都スタジオが賃借し、その経営を行っております。

観光不動産事業 — 会社総数3社

不動産事業については、当社が事業展開を行っております。また、ホテル事業については、当社が経営するホテルの営業に関する業務を連結子会社である㈱東映ホテルチェーンに委託しております。また、非連結子会社である㈱東映ゴルフ倶楽部(持分法非適用)は、ゴルフ場の経営を行っております。

その他 — 会社総数4社

連結子会社である㈱東映建工が建築工事・室内装飾請負等を行っております。また、連結子会社である東映貿易㈱及び同社の子会社である東映フーズ㈱(持分法適用)は物品の販売をそれぞれ行っております。

図6 セグメント減少型の事例：日本電産トーソク

2010年度

2011年度

2 【生産、受注及び販売の状況】

(1) 生産実績

当連結会計年度における生産実績を事業の種類別セグメントごとに示すと、次のとおりであります。

事業の種類別セグメントの名称	生産高(千円)	前年同期比(%)
自動車部品事業	20,878,538	119.9
半導体製造装置事業	545,578	25.3
システム機器事業	2,725,687	77.4
合計	24,149,804	104.6

(注) 1 金額は、販売価格によっており、セグメント間の内部振替前の数値によっております。

2 上記の金額には、消費税等は含まれておりません。

3 半導体製造装置事業は平成21年9月30日をもって、事業を廃止いたしました。

4 平成21年10月1日より、従来の計測機器事業はシステム機器事業に事業名称を変更しております。なお、これによるセグメント区分の変更はありません。

(2) 受注実績

当連結会計年度における受注実績を事業の種類別セグメントごとに示すと、次のとおりであります。

事業の種類別セグメントの名称	受注高(千円)	前年同期比(%)	受注残高(千円)	前年同期比(%)
自動車部品事業	23,479,020	145.4	5,478,900	184.9
半導体製造装置事業	424,132	22.1	—	—
システム機器事業	2,873,358	91.2	628,898	195.2
合計	26,776,512	126.2	6,107,798	177.7

(注) 1 セグメント間の取引については相殺消去しております。

2 上記の金額には、消費税等は含まれておりません。

3 半導体製造装置事業は平成21年9月30日をもって、事業を廃止いたしました。

4 平成21年10月1日より、従来の計測機器事業はシステム機器事業に事業名称を変更しております。なお、これによるセグメント区分の変更はありません。

(3) 販売実績

当連結会計年度における販売実績を事業の種類別セグメントごとに示すと、次のとおりであります。

事業の種類別セグメントの名称	販売高(千円)	前年同期比(%)
自動車部品事業	20,964,020	121.0
半導体製造装置事業	574,673	26.6
システム機器事業	2,566,619	73.5
合計	24,105,313	104.9

(注) 1 セグメント間の取引については相殺消去しております。

2 半導体製造装置事業は平成21年9月30日をもって、事業を廃止いたしました。

3 平成21年10月1日より、従来の計測機器事業はシステム機器事業に事業名称を変更しております。なお、これによるセグメント区分の変更はありません。

4 主な相手先別の販売実績及び当該販売実績の総販売実績に対する割合

相手先	前連結会計年度		当連結会計年度	
	販売高(千円)	割合(%)	販売高(千円)	割合(%)
ジヤトコ株	8,891,675	38.7	10,807,091	44.8
株デンソー	5,597,293	24.4	4,196,380	17.4
富士重工業株	1,085,613	4.7	3,412,744	14.2

5 上記の金額には、消費税等は含まれておりません。

2 【生産、受注及び販売の状況】

(1) 生産実績

当連結会計年度における生産実績をセグメントごとに示すと、次のとおりであります。

セグメントの名称	生産高(千円)	前年同期比(%)
自動車部品事業	26,712,173	127.9
システム機器事業	3,514,240	128.9
合計	30,226,413	128.1

(注) 1 金額は、販売価格によっており、セグメント間の内部振替前の数値によっております。

2 上記の金額には、消費税等は含まれておりません。

3 半導体製造装置事業は平成21年9月30日をもって事業を廃止しており、合計の前年同期比につきましては当該事業を含めずに算出しております。

(2) 受注実績

当連結会計年度における受注実績をセグメントごとに示すと、次のとおりであります。

セグメントの名称	受注高(千円)	前年同期比(%)	受注残高(千円)	前年同期比(%)
自動車部品事業	27,082,761	115.3	6,389,600	116.6
システム機器事業	3,702,953	128.9	557,096	88.6
合計	30,785,715	116.8	6,946,696	113.7

(注) 1 セグメント間の取引については相殺消去しております。

2 上記の金額には、消費税等は含まれておりません。

3 半導体製造装置事業は平成21年9月30日をもって事業を廃止しており、合計の前年同期比につきましては当該事業を含めずに算出しております。

(3) 販売実績

当連結会計年度における販売実績をセグメントごとに示すと、次のとおりであります。

セグメントの名称	販売高(千円)	前年同期比(%)
自動車部品事業	26,172,061	124.8
システム機器事業	3,774,755	147.1
合計	29,946,817	127.3

(注) 1 セグメント間の取引については相殺消去しております。

2 半導体製造装置事業は平成21年9月30日をもって事業を廃止しており、合計の前年同期比につきましては当該事業を含めずに算出しております。

3 主な相手先別の販売実績及び当該販売実績の総販売実績に対する割合

相手先	前連結会計年度		当連結会計年度	
	販売高(千円)	割合(%)	販売高(千円)	割合(%)
ジヤトコ株	10,807,091	44.8	15,130,594	50.5
株デンソー	4,196,380	17.4	4,321,601	14.4
富士重工業株	3,412,744	14.2	3,470,800	11.6

4 上記の金額には、消費税等は含まれておりません。

図 7-1 セグメント合体型の事例：大阪瓦斯 (2010 年度)

3 【事業の内容】

当社グループ(当社及び当社の関係会社)は、当社、当社の子会社128社及び関連会社45社で構成され、ガス、LPG・電力・その他エネルギー、器具及びガス工事、不動産、その他事業を行っている。

当社グループの事業に係る位置付けは、次のとおりである。

(ガス)

当社、子会社豊岡エネルギー㈱、子会社名張近鉄ガス㈱は、ガスの製造、供給、販売を行っており、豊岡エネルギー㈱等は当社からガスを購入している。

子会社大阪ガス・カスタマーリレーションズ㈱は、当社のガス設備及び機器の保守点検、ガスメーターの検針、ガス料金の回収等を行っている。

これらの事業は、ガス事業セグメントに区分している。

(LPG・電力・その他エネルギー)

子会社大阪ガスLPG㈱、子会社日商LPGガス㈱、子会社日商プロパン石油㈱等は、LPG等の販売を行っている。日商LPGガス㈱は、当社にカロリー調整用のLPGを販売している。

当社、子会社㈱ガスアンドパワー、子会社泉北天然ガス発電㈱、子会社中山共同発電㈱、子会社中山名古屋共同発電㈱は、電気供給事業を行っている。㈱ガスアンドパワー等は、当社から電気供給事業用のガスを購入し、当社へ電気を販売している。

子会社大阪ガスインターナショナルトランスポート㈱は、LNG輸送タンカーの賃貸を行っている。

子会社大阪ガスサミットリソースズ㈱、子会社Osaka Gas Australia Pty. Ltd. 等は、石油及び天然ガスに関する開発、投資等を行っている。

子会社㈱クリエイティブテクノソリューションは、エネルギー設備機器の販売及び施工、熱供給事業等を行っており、当社から熱供給事業用のガスを購入している。

子会社㈱リキッドガスは、産業用ガス、LNG、LPG等の販売を行っており、当社からLNGの冷熱を購入している。

子会社Osaka Gas Energy America Corporationは、米国におけるエネルギー供給事業に関する調査、投資等を行っている。

これらの事業は、LPG・電力・その他エネルギー事業セグメントに区分している。

(器具及びガス工事)

当社、子会社エネテック京都㈱、子会社大阪ガス住宅設備㈱等は、ガス機器、住宅設備機器を販売している。エネテック京都㈱等は、当社からガス機器を購入しており、当社のガス工事を行っている。

当社は、お客さま先のガス配管工事を行っている。

子会社㈱さんばいは、当社が発注するガス配管工事、ガス機器及び住宅設備機器の販売を行っており、当社からガス機器を購入している。

また、子会社㈱さんばいコーポレーションは、さんばいグループの経営管理業務等を行っている。

これらの事業は、器具及びガス工事事業セグメントに区分している。

(不動産)

子会社㈱アーバネックス、子会社㈱オージーキャピタル、子会社京都リサーチパーク㈱、子会社大阪ガスメゾン㈱は、不動産の開発、賃貸、管理、分譲を行っており、当社にも不動産を賃貸している。

子会社オー・エス・シー・エンジニアリング㈱、子会社㈱大阪ガストータルファシリティーズ等は、当社等に建物及び設備の運転、管理、メンテナンス等を行っている。

これらの事業は、不動産事業セグメントに区分している。

(その他)

子会社大阪ガスオートサービス㈱は、自動車のリース、整備等を行っており、当社が使用する自動車のリース、整備等を行っている。

子会社大阪ガスケミカル㈱は、ファイン材料及び炭素材製品等の製造、販売を行っている。

子会社大阪ガスセキュリティサービス㈱は、警備及び防災業務の受託、ホームセキュリティシステムの販売を行っており、当社の施設及びガス設備等の警備、防災、保守点検を行っている。

子会社大阪ガスビジネスクリエイト㈱は、当社等への人材派遣、施設の運営等を行っている。

子会社㈱オージースポーツは、スポーツ施設の経営、運営受託を行っている。

子会社㈱オージース総研、子会社さくら情報システム㈱等は、ソフトウェア開発、コンピュータによる情報処理サービスを行っており、子会社㈱オージース総研は、当社のソフトウェア開発、情報処理サービスを行っている。

子会社㈱オージックは、リース、クレジット、保険代理店業等を行っており、当社等にガス自動通報サービス用機器等をリースしている。

子会社日本エンバイロケミカルズ㈱等は、活性炭及び木材保護塗料等の製造、販売を行っている。

これらの事業は、その他事業セグメントに区分している。



図 7-2 セグメント合体型の事例: 大阪瓦斯 (2011 年度)

3 【事業の内容】

当社グループ(当社及び当社の関係会社)は、当社、当社の子会社131社及び関連会社47社で構成され、ガス、LPG・電力・その他エネルギー、海外エネルギー、環境・非エネルギー事業を行っている。  
当社グループの事業に係る位置付けは、次のとおりである。

(ガス)

当社、子会社名張近鉄ガス等は、ガスの製造、供給、販売を行っており、名張近鉄ガス等は当社からガスを購入している。

当社、子会社エネテック京都等、子会社大阪ガス住宅設備等は、ガス機器、住宅設備機器を販売している。エネテック京都等は、当社からガス機器を購入しており、当社のガス工事を行っている。

当社は、お客さま先のガス配管工事を行っている。

子会社大阪ガス・カスタマーリレーションズ等は、当社のガス設備及び機器の保守点検、ガスメーターの検針、ガス料金の回収等を行っている。

子会社大阪ガスセキュリティサービス等は、警備及び防災業務の受託、ホームセキュリティシステムの販売を行っており、当社の施設及びガス設備等の警備、防災、保守点検を行っている。

子会社関西ビジネスインフォメーション等は、当社のコールセンターの運営等を行っている。

子会社株式会社きんばい、当社が発注するガス配管工事、ガス機器及び住宅設備機器の販売を行っており、当社からガス機器を購入している。

また、子会社株式会社きんばいコーポレーションは、きんばいグループの経営管理業務等を行っている。

子会社株式会社クリエイティブテクノソリューションは、エネルギー設備機器の販売及び施工、熱供給事業等を行っており、当社から熱供給事業用のガスを購入している。

これらの事業は、ガス事業セグメントに区分している。

(LPG・電力・その他エネルギー)

子会社大阪ガスLPG等、子会社日商LPGガス等、子会社日商プロパン石油等は、LPG等の販売を行っている。日商LPGガス等は、当社にカロリー調整用のLPGを販売している。

当社、子会社株式会社ガスアンドパワー、子会社東北天然ガス発電等、子会社中山共同発電等、子会社中山名古屋共同発電等は、電気供給事業を行っている。株式会社ガスアンドパワーは、当社から電気供給事業用のガスを購入し、当社へ電気を販売している。

子会社株式会社リキッドガスは、産業用ガス、LNG、LPG等の販売を行っており、当社からLNGの冷熱を購入している。

これらの事業は、LPG・電力・その他エネルギー事業セグメントに区分している。

(海外エネルギー)

子会社大阪ガスインターナショナルトランスポート等は、LNG輸送タンカーの賃貸を行っている。

子会社大阪ガスサミットリソース等、子会社Osaka Gas Australia Pty.Ltd.、子会社Osaka Gas Gorgon Pty.Ltd.等は、石油及び天然ガスに関する開発、投資等を行っている。

子会社Osaka Gas Energy America Corporationは、米国におけるエネルギー供給事業に関する調査、投資等を行っている。

これらの事業は、海外エネルギー事業セグメントに区分している。

(環境・非エネルギー)

子会社株式会社アーバネックス等は、不動産の開発、賃貸、管理、分譲を行っており、当社にも不動産を賃貸している。

子会社大阪ガスオートサービス等は、自動車のリース、整備等を行っており、当社が使用する自動車のリース、整備等を行っている。

子会社大阪ガスケミカル等は、ファイン材料及び炭素材製品等の製造、販売を行っている。

子会社大阪ガスビジネスクリエイト等は、当社等への人材派遣、施設の運営等を行っている。

子会社大阪ガスファイナンス等は、リース、クレジット、保険代理店業等を行っており、当社等にガス自動通報サービス用機器等をリースしている。

子会社株式会社オーグスポーツは、スポーツ施設の経営、運営受託等を行っている。

子会社株式会社オーグ総研、子会社さくら情報システム等は、ソフトウェア開発、コンピュータによる情報処理サービスを行っており、子会社株式会社オーグ総研は、当社のソフトウェア開発、情報処理サービスを行っている。

子会社日本エンパイロケミカルズ等は、活性炭及び木材保護塗料等の製造、販売を行っている。

これらの事業は、環境・非エネルギー事業セグメントに区分している。

#### 4.5 地域別型 (セグメントの構造が変わったケース 1) (図 8 を参照)

地域別型とは、報告セグメントをその事業がどの地域に存在するのかでセグメントとして報告している企業である。この分類に該当するのは各国に工場や販売施設を持つ場合であり、制度変更前はセグメント報告をしていなかった企業が多く見られた。しかし、複数のセグメントを報告していた企業がこの地域別型に変わった場合、セグメントの情報が改悪されている可能性もありうるケースである。

この分類で紹介する企業はサンリオである。サンリオは、主に自社で作られたキャラクターの商品を企画・販売している企業である。ハローキティなど様々なファンシーキャラクターグッズが有名で、自社開発のキャラクター総数は 400 種を超える。そのサンリオは 2010 年までソーシャル・コミュニケーション・ギフト事業、テーマパーク事業、その他事業の 3 つのセグメントを活動として報告していた。しかし、2011 年の変更によって、日本・欧州・北米・南米・アジアのように地域別の報告にシフトしている。有価証券報告書を詳細に見てみると、特にソーシャル・コミュニケーション・ギフト事業が国内とその他の地域とでは独立した経営単位であったがために、地域別セグメントに変更している。

#### 4.6 事業社型 (セグメントの構造が変わったケース 2) (図 9 を参照)

事業社型とは、その企業が持つ会社ごとにセグメントを報告している企業である。持株会社がこの形態をとっている事例が多く、最も企業単体の実態を見るのが難しい企業であるといえる。報告セグメントがそもそも、連結子会社や持分法適用会社が行った活動を合算して表しているだけの場合が多く、企業の実態を捉えるのが困難な企業であると思われるからである。

この事例として挙げるのはオートバックスセブンである。オートバックスセブンは、日本初のカー用品総合専門店である。そのオートバックスセブンは、単一セグメント報告から、事業社別セグメント報告に変化した。本社の売上と子会社の売上を別々に扱ってはいるが、その子会社は卸売りや取り付けサービス、リース業、損害保険事業といったサービスを行っており、もっと詳細にセグメントの報告をする余地が存在しているように見える。

図8 地域別型の事例: サンリオ

2010年度

2011年度

3 【事業の内容】

当社グループ(当社及び当社の関係会社)は、株式会社サンリオ(当社)、子会社26社及び関連会社5社により構成されており、事業は「ソーシャル・コミュニケーション・ギフト商品」の企画・販売のほか、グリーティングカードの企画・販売、出版物の企画・販売、ビデオソフトの製作・販売、テーマパーク事業、レストランの経営及びデザイン・キャラクターの使用許諾業務・ロボットの賃貸、コンピューターゲームソフト開発、自動車等の賃貸、飲食業、損害保険代理業等を営んでおります。

事業内容及び当社と関係会社の当該事業に係る位置づけ並びに事業の種類別セグメントとの関連は、次のとおりであります。なお、次の区分は、事業の種類別セグメント情報の区分と同一であります。

区分	主な内容	主要な会社	
ソーシャル・コミュニケーション・ギフト事業	ソーシャル・コミュニケーション・ギフト商品	文房具、台所、食卓用品、バス・洗面用品、室内装飾用品、身の回り用品、携帯用品、衣料・服飾用品	当社、Sanrio, Inc., Sanrio Do Brasil Comercio e Representacoes Ltda., Sanrio GmbH, 株式会社サンリオファースト、三麗鷗株式会社、Sanrio(Hong Kong) Co., Ltd., Sanrio Korea Co., Ltd., 株式会社サンリオウェブ、Sanrio Wave Hong Kong Co., Ltd., Sanrio Asia Merchandise Co., Ltd., 株式会社サンリオエンタープライズ
	グリーティングカード	誕生日カード、クリスマスカード	同上
	出版物	ギフトブック、抒情詩集、一般書籍、雑誌	同上
	映画・ビデオ	ビデオソフト販売	同上
	著作権の許諾	ライセンス管理	当社、Sanrio, Inc., Sanrio Do Brasil Comercio e Representacoes Ltda., Sanrio GmbH, Sanrio License GmbH, 株式会社サンリオファースト、三麗鷗株式会社、Sanrio(Hong Kong) Co., Ltd., Sanrio Korea Co., Ltd., 三麗鷗上海国際貿易有限公司、Sanrio Wave Hong Kong Co., Ltd., 三貝徳股イ分有限公司
テーマパーク事業	テーマパークサービス	アトラクション、物販、レストラン	当社、株式会社サンリオエンターテイメント
	タイアップ	協賛企業からのタイアップ料	当社、株式会社サンリオエンターテイメント
	演劇	ミュージカル等の企画・公演	当社、Sanrio Entertainment Inc.
その他事業	ロボットの賃貸等	ロボットの開発、企画、製作、販売及び賃貸	株式会社ココロ
	プロバイダー事業	コンテンツ業務の運営	株式会社サンリオウェブ、Sanrio Wave Hong Kong Co., Ltd., Sanrio Digital (Hong Kong) Limited, Sanrio Digital Korea Ltd., Sanrio Digital(SEA) PTE. LTD., Sanrio Digital Europe
	音楽著作権の使用	音楽著作権の管理	株式会社サンリオ音楽出版社
	自動車等の賃貸	自動車、OA機器の賃貸	サンリオ自動車リース株式会社
	損害保険代理業	損害保険の付保	株式会社サンリオエンタープライズ
	飲食業	ケンタッキーフライドチキン、レストランの経営	株式会社、株式会社サンリオウェブ、三麗鷗株式会社、株式会社、株式会社サンリオウェブ、三麗鷗株式会社、Sanrio Do Brasil Comercio e Representacoes Ltda.
	映画製作、配給	製作委員会	当社、三貝徳股イ分有限公司
	不動産賃貸業	不動産の賃貸	当社、Sanrio, Inc., サンリオ自動車リース株式会社
	エンターテインメントクルーズ船	エンターテインメントクルーズ船の運営	株式会社ロイヤルウィング

3 【事業の内容】

当社グループ(当社及び当社の関係会社)は、株式会社サンリオ(当社)、子会社25社及び関連会社5社により構成されており、ソーシャル・コミュニケーション・ギフト事業、テーマパーク事業及びその他の事業を営んでおります。ソーシャル・コミュニケーション・ギフト事業の主な内容は「ソーシャル・コミュニケーション・ギフト商品」の企画・販売のほかグリーティングカードの企画・販売、出版物の企画・販売、ビデオソフトの製作・販売、著作権の許諾・管理です。テーマパーク事業の主な内容は、テーマパークの運営、ミュージカル等の企画・公演です。その他事業の主な内容は、レストランの経営、ロボットの賃貸、コンピューターゲームソフト開発、自動車等の賃貸、飲食業、損害保険代理業務等です。

事業内容及び当社と関係会社の当該事業に係る位置づけ並びにセグメントとの関連は、次のとおりであります。なお、次の区分は、セグメント情報の区分と同一であります。

報告セグメント区分	主要な会社	主な事業
日本	当社、株式会社サンリオファースト※	「ソーシャル・コミュニケーションギフト商品」の企画・販売、著作権の許諾・管理
	株式会社サンリオエンターテイメント※	テーマパークの運営
	株式会社ココロ※	ロボットの賃貸
	株式会社サンリオウェブ※※、株式会社サンリオエンタープライズ※※、サンリオ自動車リース株式会社※※、株式会社サンリオ音楽出版社※※、株式会社サンリオウェブ※※、株式会社ロイヤルウィング※※	レストランの経営、自動車等の賃貸、飲食業
	Sanrio GmbH※、Sanrio License GmbH※	「ソーシャル・コミュニケーションギフト商品」の企画・販売、著作権の許諾・管理
欧州	Sanrio, Inc. ※	「ソーシャル・コミュニケーションギフト商品」の企画・販売、著作権の許諾・管理
北米	Sanrio, Inc. ※	「ソーシャル・コミュニケーションギフト商品」の企画・販売、著作権の許諾・管理
南米	Sanrio Do Brasil Comercio e Representacoes Ltda. ※	「ソーシャル・コミュニケーションギフト商品」の企画・販売、著作権の許諾・管理
アジア	三麗鷗株式会社※、Sanrio(Hong Kong) Co., Ltd. ※、Sanrio Korea Co., Ltd. ※、Sanrio Wave Hong Kong Co., Ltd. ※、Sanrio Asia Merchandise Co., Ltd. ※、三麗鷗上海国際貿易有限公司※、三貝徳股イ分有限公司※	「ソーシャル・コミュニケーションギフト商品」の企画・販売、著作権の許諾・管理

(注) 1. ※連結子会社 ※※非連結子会社  
 2. Sanrio GmbHは、経営統合のため100%子会社であるSanrio License GmbHの吸収合併を2011年1月1日付で行なう手続きを2011年6月17日付で完了いたしました。

図9 事業社型の事例: オートバックスセブン  
2010年度

2011年度

EDINET提出書類  
株式会社オートバックスセブン(E03138)  
有価証券報告書

EDINET提出書類  
株式会社オートバックスセブン(E03138)  
有価証券報告書

3【事業の内容】

当社グループは、当社、子会社42社および関連会社8社で構成され、カー用品等の国内外への卸売・小売販売、車の販売・買取およびローン・クレジット業務を行っております。さらにオートバックスグループへの金銭の貸付、店舗設備のリース、コンサルティング業、事務処理代行業、広告代理業、情報サービス業および損害保険代理店業を行っております。当社グループの事業に係る位置付けおよび事業部門との関連は次のとおりであります。

- 卸売部門……………フランチャイズチェーン加盟店に対してカー用品等を卸売しております。主要な商品はタイヤ・ホイールおよびカーエレクトロニクス等であります。
- カー用品卸売…当社が国内外の仕入先様より商品を仕入れし、卸売するほか、国内では子会社バルスター他2社、関連会社兼デイトナ、海外では子会社澳徳バックス（中国）汽車用品商業他3社があります。
- 小売部門……………主に一般消費者に対してカー用品等の販売および取付サービスを行っております。主要な店舗ブランド名としては、オートバックス、スーパーオートバックス、オートハローズおよびオートバックス走り屋天国セコハン市場であります。主要な商品はタイヤ・ホイールおよびカーエレクトロニクス等であります。
- カー用品小売…当社の直営店舗が販売するほか、国内では子会社兼イー・エム・シー他27社、関連会社兼パツファロー他5社、海外では子会社オートバックスフランスS. A. S. 他3社、関連会社浙江元通汽車用品があります。
- 全社（共通）…卸売・小売部門およびフランチャイズチェーン加盟店の業務支援ならびに新業態開発部門であり、当社（特定の部門に区分できない部門）のほか、国内では子会社兼オートバックスフィナンシャルサービス他3社、関連会社兼A Bシステムソリューションがあります。

3【事業の内容】

当社グループは、当社、子会社38社及び関連会社7社で構成され、カー用品等の国内外への卸売・小売販売、車の販売・買取、車検・整備及びローン・クレジット業務を行っております。さらにオートバックスグループへの金銭の貸付、店舗設備のリース、コンサルティング業、事務処理代行業、情報サービス業及び損害保険代理店業を行っております。

当社グループの事業内容及び事業部門との関連は次のとおりであります。  
なお、次の5部門は「第5 経理の状況 1 連結財務諸表等 (1)連結財務諸表 注記事項」に掲げるセグメントの区分と同一であります。

- (1) 当社……………フランチャイズチェーン加盟店に対してカー用品等（主要な商品はタイヤ・ホイール及びカーエレクトロニクスなど）の卸売を行うほか、主に一般消費者に対してカー用品等の販売及び取付サービス（主要な店舗ブランド名としては、オートバックス、スーパーオートバックス、オートハローズ及びオートバックス走り屋天国セコハン市場）を行っております。また、主にフランチャイズ加盟店向けに店舗不動産等のリース業を行っております。
  - (2) 国内店舗子会社…主に一般消費者に対してカー用品等の販売及び取付サービスを行っております。
  - (3) 海外子会社……………フランチャイズチェーン加盟店に対してカー用品等の卸売を行うほか、主に一般消費者に対してカー用品等の販売及び取付サービスを行っております。
  - (4) 事業子会社……………主にカー用品及びエンジンオイルの卸売を行っております。
  - (5) 機能子会社……………主にフランチャイズ加盟店向けに金銭の貸付、店舗設備等のリース業を行うほか、ローン・クレジット事業、損害保険代理店業及び事務処理代行業を行っております。
- 上記のほか、関連会社6社は主に一般消費者に対してカー用品等の販売及び取付サービスを行い、1社は小売販売システムの企画・開発等を行っております。

#### 4.7 セグメント名変更型 (セグメントの構造が変わったケース 3) (図 10・11・12 を参照)

セグメント名変更型とは、セグメント数に変化はないが、報告セグメントの名称が変更されている企業や、セグメント形態そのものが大きく変化している企業である。張 (2012) が指摘していたように、セグメント構造が全く変化しなかった企業と比べ、数の変化はないが、何らかの意味でセグメント構造が変わっているケースである。

この例として挙げるのは、旭化成、日東富士製粉、よみうりランドである。セグメント数は同数で名称だけが変化していることから、最も違いが注目されにくい分類であるので、この 3 社を提示する。旭化成はサービス・エンジニアリング等がその他へ、日東富士製粉はその他から運送へ、よみうりランドは建設事業がサポートサービス事業へ変化している。旭化成は、グループの資金管理がセグメントから除外されたためその他に分類され、日東富士製粉は、運送業として子会社に原材料を運んでいたものがその他の活動へ移動し、よみうりランドは、自社の建設と請け負った建設業務が分かれたのがそれぞれの背景である。このように、セグメント数は同数であっても、内容は全く異なるものになっている。この分類に最も影響していることはマネジメント・アプローチによるその他の定義である。その他という名前は制度変更以前は調整項目として機能していたが、制度変更後はその企業にとって本当の意味でのその他の活動になっている可能性が高いことが窺える。

#### 4.8 セグメント変化なし

この分類は、セグメントが全く変化しなかった企業である。マネジメント・アプローチが導入される前から、その定義と同じ報告をしていた企業である。このように会計基準の変更の影響を受けなかった企業は海外の会計基準を適用していたか、元から優れた情報公開を行っていた企業であると捉えることができる。さらに、マネジメント・アプローチが 2008 年の段階に発議された会計基準であることから、国際会計基準に合わせ、2008 年から 2010 年の間に既にセグメント報告の対策をした企業であり、迅速な対応を行った企業と捉えることも可能である。

図 10 セグメント名変更型の事例 1: 旭化成

2010 年度

2011 年度

3 【事業の内容】	3 【事業の内容】
<p>当社グループは持株会社制を導入しており、連結財務諸表提出会社(以下、当社という)及び関係会社193社から構成されています。当社は持株会社として、グループ戦略の立案・決定、グループ経営のモニタリング機能を果たすとともに、グループ会社への土地等の賃貸や各種共通サービスの提供を行っています。当社グループの主な事業内容は事業の種類別セグメントの事業区分のとおりであり、主な関係会社の当該事業に係る位置付けと事業の種類別セグメントとの関連は次のとおりです。</p> <p>なお、当社グループは、当連結会計年度から事業の種類別セグメントの事業区分を変更しています。変更の内容については、「第5 経理の状況 1 連結財務諸表等(1) 連結財務諸表 注記事項(セグメント情報)」に記載のとおりです。</p>	<p>当社グループは持株会社制を導入しており、連結財務諸表提出会社(以下、当社という)及び関係会社188社から構成されています。当社は持株会社として、グループ戦略の立案・決定、グループ経営のモニタリング機能を果たすとともに、グループ会社への土地等の賃貸や各種共通サービスの提供を行っています。当社グループの主な事業内容はセグメントの区分のとおりであり、主な関係会社の当該事業に係る位置付けとセグメントとの関連は次のとおりです。</p> <p>なお、当連結会計年度より、「セグメント情報等の開示に関する会計基準」(企業会計基準第17号)及び「セグメント情報等の開示に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第20号)を適用し、「ケミカル」「住宅」「医薬・医療」「繊維」「エレクトロニクス」「建材」の6つを報告セグメントとしています。</p>
<p>ケミカル： (関係会社 61社)</p> <p>石油化学原料は、山陽石油化学㈱が製造し、旭化成ケミカルズ㈱に供給しています。旭化成ケミカルズ㈱等は、各種石油化学製品の他、機能膜、機能化学品、化薬、機能樹脂、家庭用消費材、樹脂加工品などの製造・販売を行っています。各種石油化学製品の内、一部の合成樹脂については、P Sジャパン㈱が製造・販売し、一部の合成ゴムについては、日本エラストマー㈱が製造し、旭化成ケミカルズ㈱が販売しています。また、家庭用消費材については、旭化成ホームプロダクツ㈱が販売しています。</p> <p>海外では、東西石油化学㈱が、アクリロニトリル等の製造・販売を、アサヒカセイプラスチックシンガポールPte. Ltd. が変性PPE樹脂「ザイロン™」の製造・販売を行っています。</p>	<p>ケミカル： (関係会社 61社)</p> <p>石油化学原料は、山陽石油化学㈱が製造し、旭化成ケミカルズ㈱に供給しています。旭化成ケミカルズ㈱等は、各種石油化学製品の他、機能膜、機能化学品、化薬、機能樹脂、家庭用消費材、樹脂加工品、合成ゴムなどの製造・販売を行っています。各種石油化学製品のうち、一部の合成樹脂については、P Sジャパン㈱が製造・販売し、一部の合成ゴムについては、日本エラストマー㈱が製造し、旭化成ケミカルズ㈱が販売しています。また、家庭用消費材については、旭化成ホームプロダクツ㈱が販売しています。</p> <p>海外では、東西石油化学㈱がアクリロニトリル等の製造・販売を、アサヒカセイプラスチックシンガポールPte. Ltd. が変性PPE樹脂「ザイロン™」の製造・販売を行っています。</p>
<p>住宅： (関係会社 13社)</p> <p>「ハーベルハウス™」等の請負住宅は、旭化成ホームズ㈱が受注し、施工しています。マンション等の分譲住宅は、旭化成ホームズ㈱が開発し、販売を行っています。旭化成住工㈱等は、「ハーベルハウス™」の躯体鉄骨を旭化成ホームズ㈱に供給しています。</p> <p>周辺事業では、旭化成リフォーム㈱がリフォーム事業、旭化成不動産㈱が不動産流通事業、旭化成モーゲージ㈱が証券化を前提とした旭化成ホームズ㈱の顧客への住宅ローンの貸付等を行っています。</p>	<p>住宅： (関係会社 11社)</p> <p>「ハーベルハウス™」等の請負住宅は、旭化成ホームズ㈱が受注し、施工しています。マンション等の分譲住宅は、旭化成ホームズ㈱が開発し、販売を行っています。旭化成住工㈱等は、「ハーベルハウス™」の躯体鉄骨を旭化成ホームズ㈱に供給しています。</p> <p>周辺事業では、旭化成リフォーム㈱がリフォーム事業、旭化成不動産㈱が不動産流通事業、旭化成モーゲージ㈱が証券化を前提とした旭化成ホームズ㈱の顧客への住宅ローンの貸付等を行っています。</p>
<p>医薬・医療： (関係会社 19社)</p> <p>医薬品関連については、旭化成ファーマ㈱が製造・販売を行っています。コンタクトレンズについては、旭化成アイミー㈱が製造・販売を行っています。</p> <p>医療機器関連については、旭化成クラレメディカル㈱及び旭化成メディカル㈱等が人工腎臓、血液浄化器、白血球除去フィルター、ウイルス除去フィルター等の製造・販売を行っています。</p>	<p>医薬・医療： (関係会社 18社)</p> <p>医薬品関連については、旭化成ファーマ㈱が製造・販売を行っています。</p> <p>医療機器関連については、旭化成クラレメディカル㈱及び旭化成メディカル㈱等が人工腎臓、血液浄化器、白血球除去フィルター、ウイルス除去フィルター等の製造・販売を行っています。</p>
<p>繊維： (関係会社 35社)</p> <p>旭化成せんい㈱が化繊及び不織布等の製造・販売を、旭陽産業㈱等は繊維製品の加工・販売を、海外では、アサヒカセイバンデックスアメリカInc.、アサヒカセイバンデックスヨーロッパGmbH、杭州旭化成アンロン有限公司、タイアサヒカセイバンデックスCo., Ltd. 等が合成繊維の製造・販売等を行っています。</p>	<p>繊維： (関係会社 33社)</p> <p>旭化成せんい㈱が化繊及び不織布等の製造・販売を、旭陽産業㈱等は繊維製品の加工・販売を、海外では、アサヒカセイバンデックスアメリカInc.、アサヒカセイバンデックスヨーロッパGmbH、杭州旭化成アンロン有限公司、タイアサヒカセイバンデックスCo., Ltd. 等が合成繊維の製造・販売等を行っています。</p>
<p>エレクトロニクス： (関係会社 26社)</p> <p>旭化成エレクトロニクス㈱等が電子部品の製造・販売を、旭化成イーマテリアルズ㈱等が電子材料の製造・販売を行っています。</p>	<p>エレクトロニクス： (関係会社 27社)</p> <p>旭化成エレクトロニクス㈱等が電子部品の製造・販売を、旭化成イーマテリアルズ㈱等が電子材料の製造・販売を行っています。</p>
<p>建材： (関係会社 12社)</p> <p>旭化成建材㈱等が軽量気泡コンクリート「ハーベル™」、高機能断熱材「ネオマ™フォーム」等の製造・販売を行っています。</p>	<p>建材： (関係会社 11社)</p> <p>旭化成建材㈱等が軽量気泡コンクリート「ハーベル™」、高機能断熱材「ネオマ™フォーム」等の製造・販売を行っています。</p>
<p>サービス・エンジニアリング等： (関係会社 30社)</p> <p>旭化成エンジニアリング㈱等が各種産業設備の計画・設計・施工等の建設業務及び保全業務を行い、旭化成アマダス㈱が人材派遣・紹介等の業務を行っており、旭ファイナンス㈱が当社グループの資金管理を行っています。</p>	<p>その他： (関係会社 29社)</p> <p>旭化成エンジニアリング㈱等が各種産業設備の計画・設計・施工等の建設業務及び保全業務を行い、旭化成アマダス㈱が人材派遣・紹介等の業務を行っています。</p> <p>(注)一部の関係会社の事業内容は、複数のセグメントに跨っています。</p>

図11 セグメント名変更型の事例2: 日東富士製粉

2010年度

2011年度

3 【事業の内容】

当社の企業グループは、当社、子会社5社、関連会社2社及び親会社で構成され、小麦その他農産物を原料として、小麦粉・ふすま・ミックス粉・食品・水産飼料等の製造販売を行う製粉及び食品業、ならびに政府寄託貨物(小麦)を保管する倉庫業、ケンタッキーフライドチキン(以下KFC)等のファーストフード店舗経営を行う外食事業、主に当社の原料・製品を運送する運送業を展開しております。また、当社は、株増田製粉所の発行済株式総数の28%を所有し、同社と業務提携を行っており、共同して事業発展をめざしております。

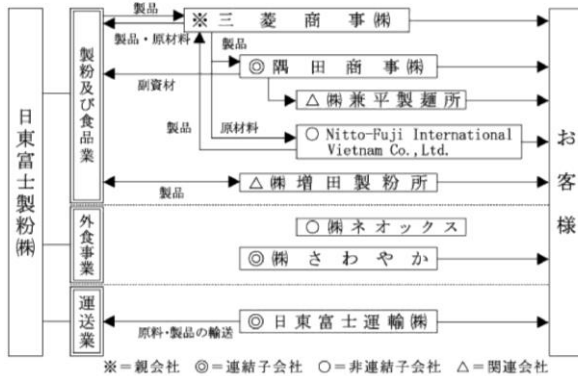
当グループの事業に係る位置付けは次のとおりであります。

製粉及び食品業…当社が製造した小麦粉・ミックス粉・食品等を総代理店の三菱商事(親会社)を経由し、隅田商事(連結子会社)ほかの特約店等を通じて販売しております。三菱商事より製品・原材料の一部を、隅田商事より副資材の一部を購入しております。また、当社の工場付属営業倉庫(サイロ)において、政府寄託貨物(小麦)の保管業務及び荷揚荷役等を行っているほか、水産飼料の製造(委託)・販売やエンジニアリング部門において製粉・製麺工場、小麦・小麦粉サイロ等の機械設備の設計・施工も行ってあります。株兼平製麺所(関連会社)は、隅田商事より製品を購入しております。

外食事業……………連結子会社である株式会社「KFC」のトップフランチャイジーとして関東、東海地区で店舗展開をしているほか、各種レストラン等多角的な事業活動を進めております。

その他の事業……………連結子会社である日東富士運輸が当社の原料小麦及び製品の運送の大部分を行っております。

事業の系統図は次のとおりであります。



3 【事業の内容】

当社の企業グループは、当社、子会社5社、関連会社2社及び親会社で構成され、小麦その他農産物を原料として、小麦粉・ふすま・ミックス粉・食品・水産飼料等の製造販売を行う製粉及び食品業、ならびに小麦を保管する倉庫業、ケンタッキーフライドチキン(以下KFC)等のファーストフード店舗経営を行う外食事業、主に当社の原料・製品を運送する運送事業を展開しております。また、当社は、株増田製粉所の発行済株式総数の28%を所有し、同社と業務提携を行っており、共同して事業発展をめざしております。

当グループの事業に係る位置付けは次のとおりであります。

製粉及び……………当社が製造した小麦粉・ミックス粉・食品等を総代理店の三菱商事(親会社)を経由し、隅田商事(連結子会社)ほかの特約店等を通じて販売しております。三菱商事より製品・原材料の一部を、隅田商事より副資材の一部を購入しております。また、当社の工場付属営業倉庫(サイロ)において、小麦の保管業務及び荷揚荷役等を行っているほか、水産飼料の製造(委託)・販売やエンジニアリング部門において製粉・製麺工場、小麦・小麦粉サイロ等の機械設備の設計・施工も行ってあります。株兼平製麺所(関連会社)は、隅田商事より製品を購入しております。

外食事業……………連結子会社である株式会社「KFC」のトップフランチャイジーとして関東、東海地区で店舗展開をしているほか、各種レストラン等多角的な事業活動を進めております。

運送事業……………連結子会社である日東富士運輸が当社の原料小麦及び製品の運送の大部分を行っております。

事業の系統図は次のとおりであります。

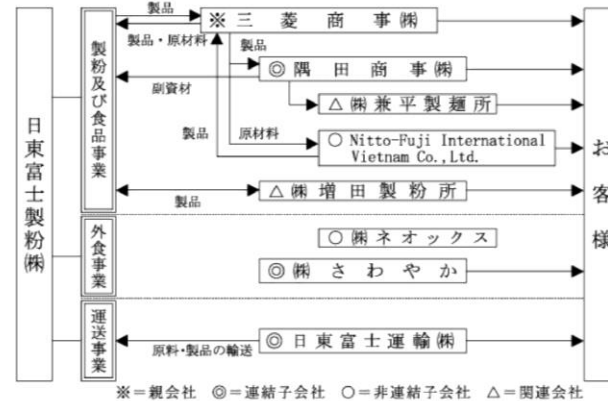


図 12 セグメント名変更型の事例 3: よみうりランド

2010 年度

2011 年度

3 【事業の内容】

当社グループは、当社、その他の関係会社 1 社及び子会社 4 社の計 6 社で構成され、総合レジャー事業を主要内容とし、取引、資金、人事等の関係を通じて密接な企業集団を形成しております。

当社グループの事業における位置付け及び事業の種類別セグメントとの関連は、次のとおりであります。

総合レジャー事業

公営競技部門…当社が競馬場等の施設を所有し、運営、管理等をしております。  
 ゴルフ部門…当社が運営する四ゴルフ場のうち、千葉よみうりカントリークラブの業務をよみうりスポーツ株式会社に委託し、静岡よみうりカントリークラブの業務をよみうり開発株式会社に委託しております。

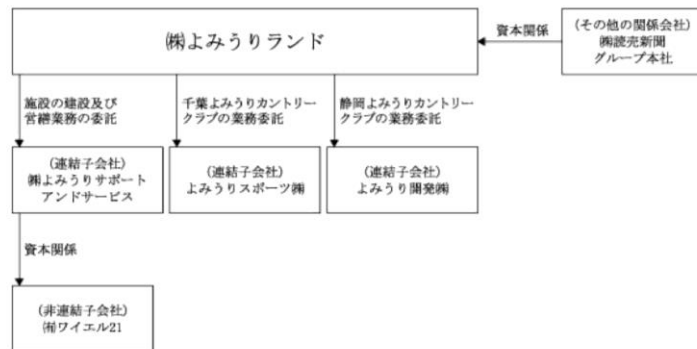
遊園地部門…当社が運営しております。

販売部門…主に当社が運営しております。なお一部の売店・食堂の運営を株式会社よみうりサポートアンドサービス、よみうりスポーツ株式会社及びよみうり開発株式会社が行っております。

不動産事業…当社が不動産の売買、賃貸等を行っております。

建設事業…株式会社よみうりサポートアンドサービスが建設業を営んでおります。

事業の系統図は次のとおりであります。



3 【事業の内容】

当社グループは、当社、その他の関係会社 1 社及び子会社 4 社の計 6 社で構成され、総合レジャー事業を主要内容とし、取引、資金、人事等の関係を通じて密接な企業集団を形成しております。

当社グループの事業における位置付け及びセグメントとの関連は、次のとおりであります。

総合レジャー事業

公営競技部門…当社が競馬場等の施設を所有し、運営、管理等をしております。  
 ゴルフ部門…当社が運営する四ゴルフ場のうち、千葉よみうりカントリークラブの業務をよみうりスポーツ株式会社に委託し、静岡よみうりカントリークラブの業務をよみうり開発株式会社に委託しております。

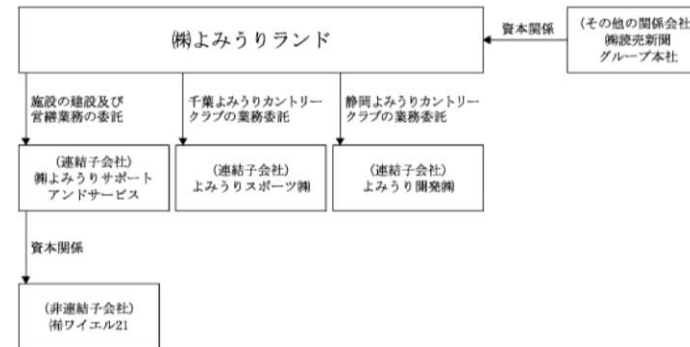
遊園地部門…当社が運営しております。

販売部門…主に当社が運営しております。なお一部の売店・食堂の運営をよみうりスポーツ株式会社及びよみうり開発株式会社が行っております。

不動産事業…当社が不動産の売買、賃貸等を行っております。

サポートサービス事業…株式会社よみうりサポートアンドサービスが建設業、ゴルフ場管理及びビル管理等を行っております。

事業の系統図は次のとおりであります。





## 4.9 まとめ

以上が、マネジメント・アプローチによって変化したセグメントの具体的な内容である。前述した通り、当然ながら企業のセグメントの変化は企業によって三者三様の变化をしている。新規事業を新たに行いつつ、セグメントを集約させ、セグメントを分割するような、上記の分類の特性を複数持った企業も存在している。

しかし、この8つの分類は、セグメント変化の結果を網羅しており、この分類を基準にセグメントを分析すれば、概ね制度変更の影響を理解することが可能であろう。特に、セグメント名変更型の企業はセグメント数は影響されていないが、マネジメント・アプローチの影響を受けた企業であり、全くセグメントが変化しなかった企業とは別の扱いをするべきであるといえる。

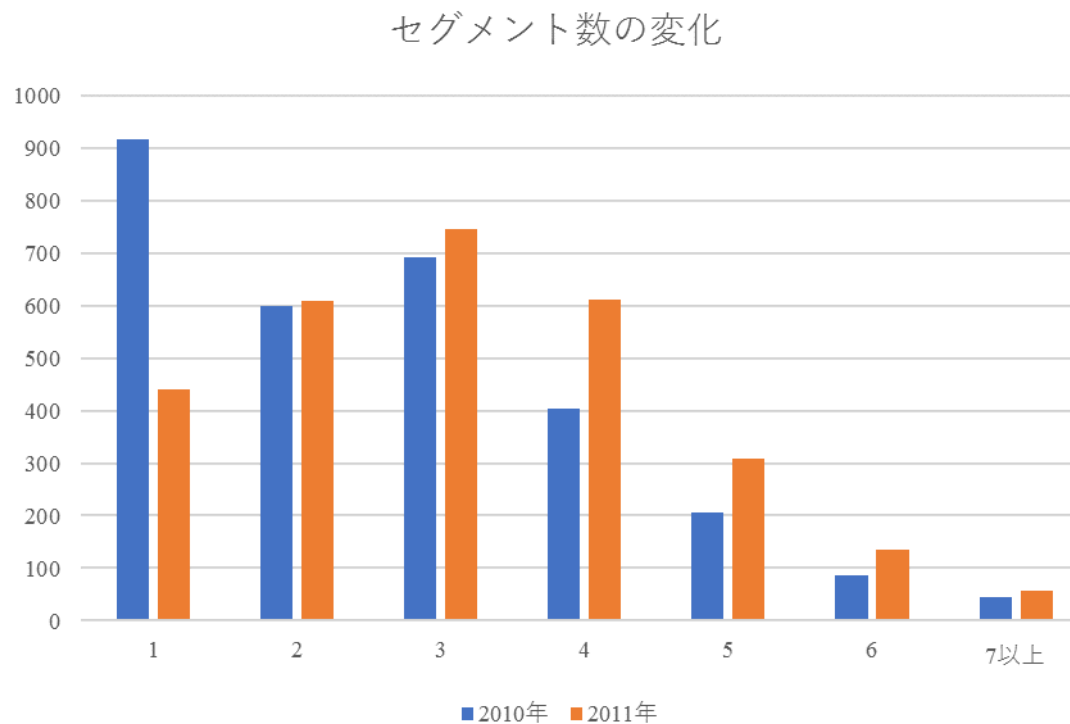
最後に、セグメント変化の全体的なまとめとして企業が持つセグメント数の推移を政策投資銀行の企業財務データを使用し確認する。本来ならば、8つの分類に基づいて作成したグラフを紹介すべきであるが、全ての企業を分析するためには一社ごとに精査していく作業が必要であるため、これは今後の課題としたい。よって、本稿では単純なセグメント数を比べることでマネジメント・アプローチがセグメント構造に与えた影響を確認するとどめておく。

表1と図13は2010年と2011年のセグメント数ごとの企業数である。セグメント数は増加する傾向にあり、最も数が変化したのは専業企業である。2010年では916社だったものが、2011年には424社と大きく数を減らしている。これは、専業企業と思われていた企業がこの制度変更によって多角化企業として扱われたということであり、制度変更が多角化の研究に与えた影響は大きいといえる。次節ではこの全体的なデータを用いて、マネジメント・アプローチの導入によって、多角化指標に生じた変化をより詳細に考察してゆく。

表 1 会計基準変更がセグメント構造に与えた影響の全体像

年度	1	2	3	4	5	6	7以上
2010年	916	599	691	405	206	87	45
2011年	424	608	746	612	308	136	56

図 13 会計基準変更がセグメント構造に与えた影響の全体像



### 5. 会計制度変更が多角化指標に与えた影響

本節では、マネジメント・アプローチによって多角化指標がどのように変化したかを確認する。本節で使用する主なデータは政策投資銀行の企業財務データで、連結ベースの企業(3,087社)のセグメントデータ(1998-2015)を用いて分析を行う。

多角化とは、一般的にその企業の視点から新しい事業を行うことであり、多くの先行研究ではセグメントデータを用いて定義されてきた。しかし、旧会計基準ではセグメントをどのように報告するか、明確に決まったルールが存在しなかった。従って、旧会計基準のセグメントを用いて、ハーフィンダール指数やエントロピー指数を計測しても厳密には多角化の度合いを表すことが難しいとされてきたが、2011年のマネジメント・アプローチ導入によってセグメント報告が改善され、その影響が指数に表れてくると期待される。本節では、特に2011年前後のハーフィンダール指数とエントロピー指数を考察することで、会計制度変更が多角化指標に与えた影響を考察する。ハーフィンダール指数とエントロピー指数の計算式は以下の通りである。

#### ハーフィンダール指数 (Herfindahl-Hirschman Index)

$$HF = \sum Si^2 \quad 0 < HF < 1$$

#### エントロピー指数 (Entropy Index)

$$EN = \sum Si * \ln\left(\frac{1}{Si}\right) \quad 0 < EN$$

$Si = i$  セグメントの売り上げ比率

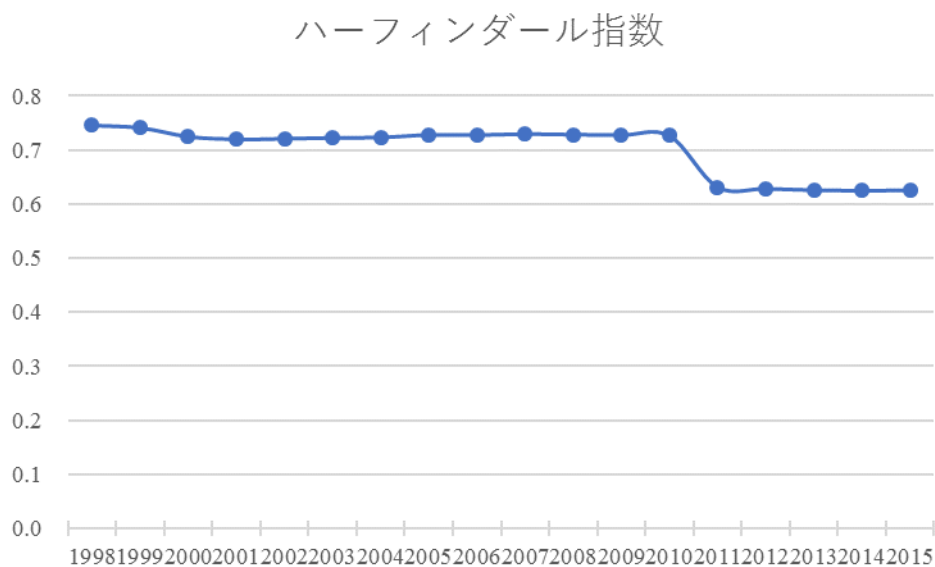
ハーフィンダール指数は専業であれば1であり多角化しているほど数値が0に近づく。エントロピー指数は専業であれば0となり多角化していればしているほど数値が増加する。

この式に基づいて計算を行うと、表2・表3の基本統計量と図14・図15のグラフが得られた。表2・表3と図14・図15から、ハーフィンダール指数とエントロピー指数のどちらの数値も2011年度を軸に大きく構造が変化している。ハーフィンダール指数は、0.72で推移していたものが、0.63に変化し、エントロピー指数は、0.49から0.63に変化している。これは単年で多角化が一気に進行したというわけではなく、制度変更によってセグメントの報告構造が変化し、その変化によって数値が変わったと捉えるべきである。元々セグメントとして報告されるべきものが報告されずにいたが、マネジメント・アプローチ導入によってきちんと報告されるようになり、結果として指数の多角化傾向を示しているといえる。この結果からマネジメント・アプローチの導入は、セグメントの報告に大きな影響を与え、セグメントのデータを用いて定義される多角化の指標に大きな影響(より多角化している)を及ぼしたことがわかるだろう。

表2 ハーフィンダール指数 (多角化の程度) (1998-2015)

年度	企業総数	平均	最大値	最小値	中央値
1998	1,911	0.7455	1	0.1805	0.7875
1999	1,974	0.7411	1	0.1787	0.7792
2000	2,211	0.7249	1	0.1788	0.7576
2001	2,263	0.7200	1	0.1710	0.7472
2002	2,273	0.7212	1	0.1596	0.7524
2003	2,284	0.7228	1	0.1531	0.7514
2004	2,291	0.7234	1	0.1509	0.7601
2005	2,332	0.7283	1	0.1627	0.7715
2006	2,366	0.7277	1	0.1481	0.7620
2007	2,376	0.7299	1	0.1475	0.7782
2008	2,331	0.7286	1	0.1548	0.7688
2009	2,293	0.7277	1	0.1607	0.7683
2010	2,243	0.7266	1	0.1572	0.7681
2011	2,224	0.6313	1	0.1559	0.5918
2012	2,224	0.6286	1	0.1517	0.5879
2013	2,239	0.6257	1	0.1560	0.5775
2014	2,239	0.6247	1	0.1535	0.5722
2015	2,236	0.6255	1	0.1521	0.5732

図14 ハーフィンダール指数 (多角化の程度) (1998-2015)

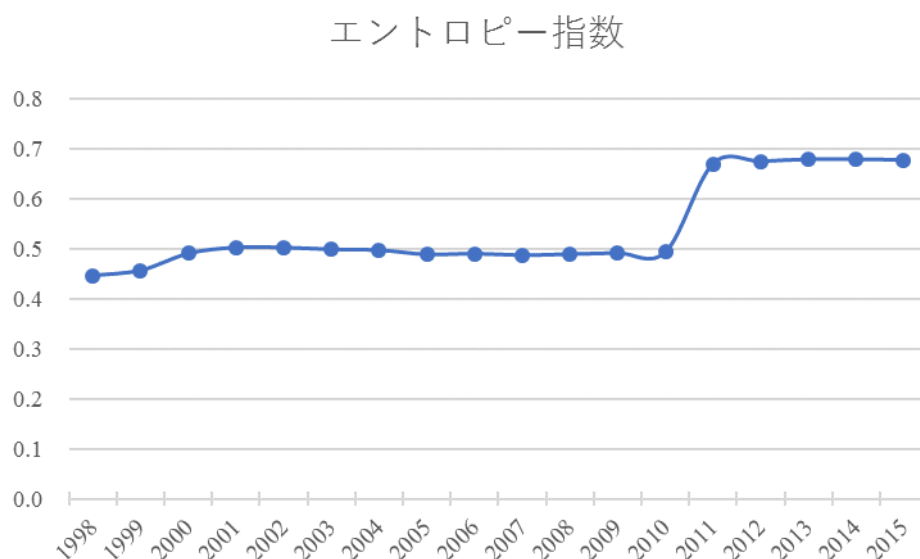


\* 制度変更後にハーフィンダール指数の値が低下している (多角化している)。

表3 エントロピー指数 (多角化の程度) (1998-2015)

年度	企業総数	平均	最大値	最小値	中央値
1998	1,911	0.4465	1.8029	0	0.3989
1999	1,974	0.4568	1.8200	0	0.4123
2000	2,211	0.4905	1.8056	0	0.4411
2001	2,263	0.5024	1.8180	0	0.4579
2002	2,273	0.5021	1.8878	0	0.4506
2003	2,284	0.4985	1.9103	0	0.4501
2004	2,291	0.4969	1.9181	0	0.4402
2005	2,332	0.4885	1.8798	0	0.4223
2006	2,366	0.4900	1.9282	0	0.4347
2007	2,376	0.4868	1.9297	0	0.4264
2008	2,331	0.4890	1.9024	0	0.4293
2009	2,293	0.4914	1.8770	0	0.4299
2010	2,243	0.4932	1.8914	0	0.4330
2011	2,224	0.6692	1.9001	0	0.6740
2012	2,224	0.6737	1.9148	0	0.6705
2013	2,239	0.6776	1.9022	0	0.6819
2014	2,239	0.6776	1.9018	0	0.6840
2015	2,236	0.6765	1.9084	0	0.6765

図15 エントロピー指数 (多角化の程度) (1998-2015)



\* 制度変更後にエントロピー指数の値が上昇している (多角化している)。

ハーフィンダール指数とエントロピー指数が多角化傾向を示していたが、この指数だけでは既に複数のセグメントを報告していた企業がさらに細かな報告を行うようになったのか、それとも専業企業が制度変更によって多角化企業として見なされるようになったのかは明らかではない(多くの企業がこれに該当することを前節で述べている)。

Herrmann and Thomas (2000)、円谷 (2011)、張 (2012) は、サンプル企業のセグメントの区分方法を事業別型・地域別型・複合型と企業グループ別型の 4 つのタイプに分類している。特に円谷 (2011) は、従来の会計基準に基づいたセグメント情報と、マネジメント・アプローチを適用したセグメント情報を用いて、新基準の導入が報告セグメント数に与える影響を検証している。その結果、マネジメント・アプローチに基づくセグメント情報において、事業別でセグメントを区分する企業が最も多く 7 割を超えており、その次が地域別で、事業別と所在地別をハイブリッドさせた複合型の割合が一番低いことを示している。さらに張 (2012) はそこに企業グループ型を追加し、新基準導入前にはなかった企業が出現したとしている。

本稿でもその変化を確認するために、2010 年度と 2011 年度のセグメント報告を製品・サービス型、地域型、混合型、企業グループ型、単一型の 5 つに分類した。製品・サービス型とは、事業別セグメント数が複数以上あった企業のことを指す。地域型とは、地域別セグメント数が複数以上あった企業のことを指す。混合型とは、製品・サービス型と地域型の両方の報告をしている企業を指す。企業グループ型とは、子会社や関連会社をグループ化し、報告している企業を指す。単一型とはセグメントを 1 つだけ報告しているまたは報告を省略している企業であり専業企業のことを指す。

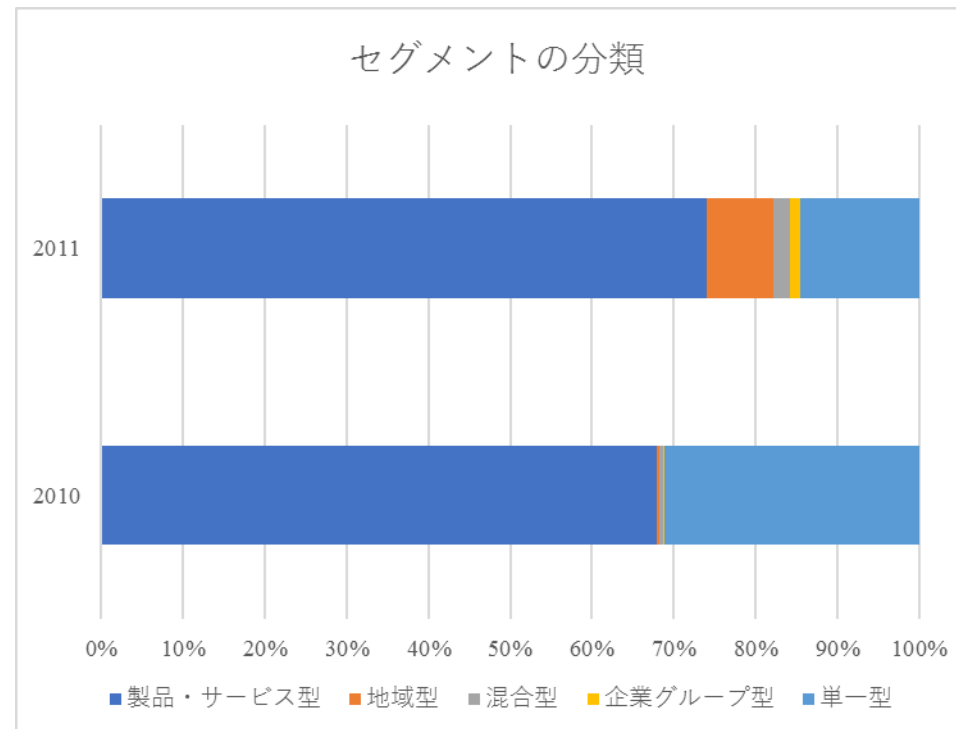
この分類を会計基準変更の前後で表したのが表 4 と図 16 である。会計基準変更の前後どちらも製品・サービス型の報告が最も多く、企業グループ型が最も少ない。円谷 (2011) と同様に、会計基準変更後は事業別でセグメントを区分する企業が最も多く、7 割を超えている。単一セグメントを報告する企業が減り、複数のセグメントを報告する企業が増えたことが顕著にでている。

さらに、2011 年度にセグメントがどのような変化を見せたのかを確認するために、2010 年度の企業が 2011 年度になった際に、どの分類に移動したかを考察した。表 5 がその結果であり、分類が変化した企業は約 596 社であり、全企業の約 3 割がセグメント数を変化させた。詳細に確認すると、単一型の企業、つまり専業企業とされてきた企業が、製品・サービス型に 289 社、地域型に 164 社、混合型に 8 社、企業グループ型に 17 社と変化している。製品・サービス型から単一型に変化した企業も少ないものの存在しており、集約基準や質的基準によって専業企業として扱われるようになったことが分かる。この分析から、制度変更によってハーフィンダール指数とエントロピー指数を多角化傾向に変化させた要因は、単一型から他の分類へ移行した、つまり専業企業の扱いを受けていた企業が多角化企業としてみなされた結果であるといえる。

表4 会計基準変更前後の報告セグメントの区分 (2010-2011)

年度	製品・サービス型	地域型	混合型	企業グループ型	単一型
2010	2,002	11	13	7	916
2011	2,153	235	61	33	424

図16 会計基準変更前後の報告セグメントの区分 (2010-2011)



\* 専業企業 (単一型) の割合が大幅に減少している。

表5 報告セグメントの構造変化の内訳

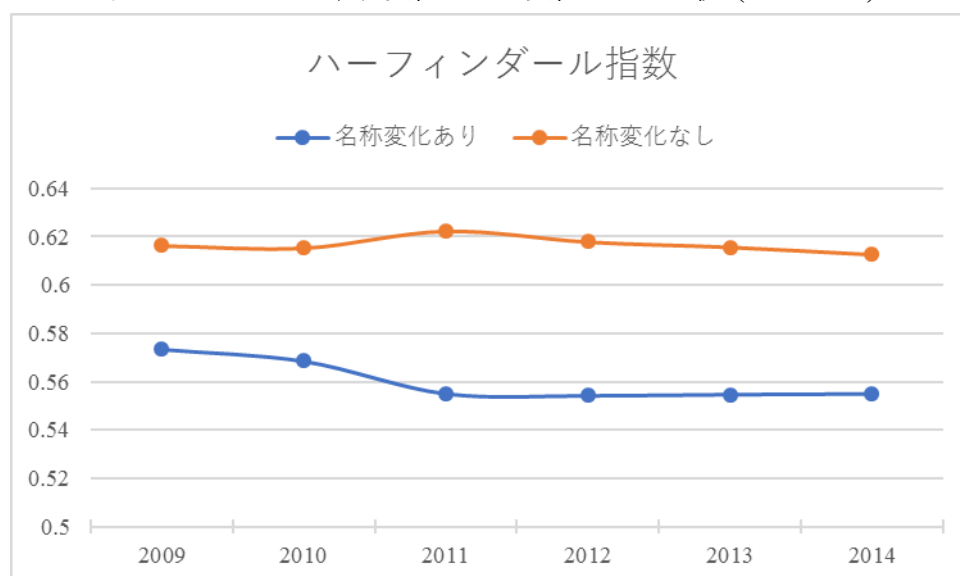
2010	2011	件数
製品・サービス型	地域型	61
	混合型	40
	企業グループ型	8
	単一型	5
地域型	製品・サービス型	1
	混合型	0
	企業グループ型	0
	単一型	0
混合型	製品・サービス型	1
	地域型	0
	企業グループ型	1
	単一型	0
企業グループ型	製品・サービス型	0
	地域型	0
	混合型	1
	単一型	0
単一型	製品・サービス型	289
	地域型	164
	混合型	8
	企業グループ型	17



最後に張 (2012) が、たとえセグメント数が同じであっても、その内容は変わっている可能性がある」と指摘した点を、名称変更された企業と全く変化のなかった企業の詳細なデータを用いて検証する。その結果を示したのが図 17 である。図 17 から、制度変更によって、名称変更した企業のハーフィンダール指数が僅かながら下がり、変化がなかった企業は逆に指数が上がっている。全体的な流れとして、ハーフィンダール指数が下がる傾向にある 2011 年度に上昇していることから、セグメントに変化がなかった企業は制度変更の多角化傾向の影響を受けていないと言える。一方、何らかの形で名称変更がされた企業はハーフィンダール指数が下がり多角化傾向を示している。つまり、会計制度変更によって、セグメント数が変化しなかった企業であっても、名称が変化しなかった企業と名称が変更された企業とは別の捉え方をすべきであると言えるだろう。

全く変化しなかった企業のハーフィンダール指数が上昇した理由として、マネジメント・アプローチの集約基準 (3) の規制環境関連で、金融業などの業種がセグメントの活動と認識されなくなり、除外された場合を考えることができる。実際に、例として挙げた旭化成のセグメント報告を見てみると、2010 年度のその他の項目で報告されていたファイナンス活動が 2011 年には排除され、セグメントの名前が変更されている。企業の資金運用を行っていた活動であるが、マネジメント・アプローチによって顧客に向けた活動ではなく、単純に企業活動の一部であったことから、排除されたのではないだろうか。このような現象が、セグメントの数が全く変化しなかった企業で生じたことにより、ハーフィンダール指数を変化させたと言えるかもしれない。

図 17 セグメント名称変化ありと変化なしの比較 (2009-2014)



## 6. 最後に

本稿では、2011年度の会計基準変更によって、企業のセグメント報告がどのように変化したのかを有価証券報告書を用いた実際の企業の事例で、多角化指標については大規模データを用いて考察した。本稿の主な発見は、第一にマネジメント・アプローチ導入によって全体的な動向として多角化傾向が進んだこと、第二にこの原因は制度変更前に専門企業として報告されていた企業が制度変更後にセグメントの数が増え多角化企業に分類されたこと、第三にセグメントの数が同数であっても、名称変更が行われた企業と全く変化しなかった企業は別の特性を持ち別々の見方をする必要があることである。このようにマネジメント・アプローチ導入によって、これまで指摘されてきた問題が軽減され、日本における多角化ディスカウントの研究は更なる発展が期待される。このことは、多角化ディスカウントの研究だけではなく、セグメントを利用する研究においても同じことがいえる。

さらなる検証が必要ではあるが、多角化ディスカウントの研究において多角化の指標として問題が指摘されながらも、使用されていたハーフィンダール指数やエントロピー指数はマネジメント・アプローチ導入によって企業の多角化をより正確に捉えられる指標となったことが指摘できる。なぜなら、マネジメント・アプローチは最高経営意思決定機関が多角化と認識している事業はセグメントとなり、多角化と認識していない事業はセグメントとして報告されないからである。

本稿で紹介した企業のセグメント状況は当然ながら全産業の特性を網羅しているわけではない。どのようなセグメントの変化が起きるかの傾向は産業ごとに大きく異なるはずである。例えば、不動産を主軸としている企業と外食を主軸にしている企業とでは、賃貸業務の扱いに大きな差が生まれ、セグメントとして保持されるか削除されるかが変わってくる。ガスや電気といったインフラを管理している企業と製造業企業とでは、主力製品と周辺機器部門の扱いに違いがあり、前者はガス機器部門をガス部門に集約しているが、後者はそのような集約がなされていない場合が多い。制度変更によるセグメントの変化から、企業ごとにどのようなものが「多角化」と言えるかという根源的な問いに対して、マネジメント・アプローチによって制度導入前より判断しやすくなったと考えられる。

名称変更した企業は全く変化していない企業と比較して別の特性を持つ企業であることが確認されるので、今後のセグメントを扱う研究においては数だけではなく、その中身にも注目し分類をすべきである。

近年の日本企業はグループ会社の形を取っており、親会社の報告セグメントのほとんどは関連会社の報告を部門ごと一括りにしたものである。マネジメント・アプローチによって統一された定義に基づいて分類されたセグメントの中で、関連会社がどのセグメントとして報告されているのかを追跡すれば、人的資本や資源の配分がどのように行われているかを追跡することができる可能性がある。今後の発展として、より詳細で明確になったセグメントデータと財務データを用いれば取り組む事が可能であると思う。

引用文献

- 牛島 辰男 (2015) 「多角化ディスカウントと企業ガバナンス」, 『フィナンシャル・レビュー』, 2015(1), pp.69-90
- 張 櫻馨 (2012), 「マネジメント・アプローチの適用がもたらす セグメント情報の変化」, 『横浜市立大学論叢.社会科学系列』, 63 (No.1・2・3 合併号)
- 円谷 昭一 (2011), 「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－」, 『プロネクサス総合研究所レポート』 4, pp.3-12
- 中岡 孝剛, 上小城 伸幸 (2017), 「多角化戦略の動機とその経済的帰結に関する既存研究の検討」, 『商経学叢』, 63 (3), pp.519-545
- 東原 英子 (2010), 「マネジメント・アプローチによるセグメント情報の有用性」, 『経営情報研究 : 摂南大学経営情報学部論集』, 18 (1), pp.21-34
- Berger, P.G., and Hann R. (2003) The impact of SFAS No.131 on information and monitoring. *Journal of Accounting Research* 41 (2), pp.163-223.
- Berger, P.G., Ofek, E. (1995), Diversification's effect on firm value, *Journal of Financial Economics*, 37(1), pp.39-65
- Botosan, C. A., and M. Stanford. (2005), Managers' motives to withhold segment disclosures and effect of SFAS No.131 on analysts' information environment., *The Accounting Review*, 80 (3), pp.751-771.
- Erdorf, S., Heinrichs, N. (2011), Co-movement of revenue: structural changes in the business cycle, *Financial Markets and Portfolio Management*, 25(4), pp.411-433
- Ettredge, M. L., S. Y. Kwon, D. B. Smith, and P. A. Zarowin. (2005), The impact of SFAS No.131 business segment data on the market's ability to anticipate future earnings. *The Accounting Review*, 80 (3), pp.773-804.
- Gomes, J., Livdan, D. (2004), Optimal diversification: reconciling theory and evidence, *The Journal of Finance*, 59(2), pp.507-535
- Herrmann, D., and W. B. Thomas, (2000), An analysis of segment disclosures under SFAS No.131 and SFAS, No.14. *Accounting Horizons* 14 (3), pp.287-302.
- Lang, L.H., Stulz, R.M. (1994), Tobin's q, corporate diversification, and firm performance, *The Journal of Political Economy*, 102(6), pp.1248-1280
- Martin, J.D., Sayrak, A. (2003), Corporate diversification and shareholder value: a survey of recent literature, *Journal of Corporate Finance*, 9 (1), pp.37-57
- Street, D.L., Nichols, N.B., Gray, S.J., (2000), Segment disclosures under SFAS No. 131: has business segment reporting improved? *Accounting Horizons* ,14, pp.259-285.
- Villalonga, B. (2003), Research roundtable discussion: The diversification discount, Case and Teaching Paper Series, Harvard Business School