

平成 17 年 8 月 22 日

IASB への情報提供：セグメント情報の検討（仮訳）

- ・ このレポートは、3月の第一回会合における Tweedie IASB 議長からの提案を受け、ASBJ のワーキング・グループでの議論及びフィールド・ビジットの結果を踏まえて作成したものであり、IASB における IAS 第 14 号「セグメント情報」の見直しに際しての検討の参考になれば有難い。
- ・ ASBJ としては、セグメント情報について、現行基準を見直し、マネジメン・アプローチを採用することを決定したわけではないが、会計基準のコンバージェンスを念頭において、検討を継続していく方針である。IASB においても、マネジメン・アプローチを前提としても、受動的に米国基準を受け入れるのではなく、今回の私どもが指摘した点も考慮して、より適切なセグメント情報開示に向けて検討していただきたい。将来的に、可能であれば次回会合で、私どもの今回の指摘事項に対する IASB の検討結果について伺いたい。
- ・ 本レポートでは、「1」において ASBJ における検討状況を説明し、「2」において、日本における実態調査を含めた日本の現状等を説明している。そして、マネジメン・アプローチについて検討を要する点は、「3」及び「4」に示しており、「3」においては、始めに IASB が是非検討すべきであると考えられる 6 点を明示し、さらに、よりよい開示とするために検討すべき論点も示している。また、「4」は、海外との取引の多い日本企業のセグメント情報開示の経験を踏まえ、「所在地別セグメント情報」の有用性について IASB に推薦する事項を記載している。

1. ASBJ での検討

- ・ 3月に開催された ASBJ と IASB の共同プロジェクトの第一回会合において、セグメント情報については、IASB が FASB との短期的コンバージェンスの項目として取り上げ、マネジメン・アプローチを採用する FAS 第 131 号に合わせる方向で年内に公開草案を公表する方向にあることを踏まえ、将来的には両基準間の差異の縮小を行うが、当面、ASBJ が IASB に対して、現行の日本基準のよい点やマネジメン・アプローチを導入するに当たっての留意点についての情報提供を行うことになった。
- ・ ASBJ は、第一回会合での合意を踏まえ、5月に市場関係者等（作成者 2 名、証券アナリスト 1 名、監査人 2 名、学識経験者 1 名）と ASBJ の内部スタッフから構成されるワーキング・グループを設置し、現在までに 4 回会合を開催した。

- ・ また、5月～6月にかけて、市場関係者11社(証券アナリスト等利用者4社、作成者5社(米国基準採用会社3社、日本基準採用会社2社)、監査法人2社)にフィールド・ビジット(ヒアリング)を行った。

2. 日本の現状等

- ・ 日本のルールでは、事業の種類別セグメント情報、所在地別セグメント情報、海外売上高の開示を要求している。具体的には、事業の種類別セグメント情報では、売上高(外部顧客に対する売上高、セグメント間の内部売上高又は振替高)、営業費用、営業利益(または経常利益段階)、資産、減価償却費、資本的支出の開示を求めている。また、所在地別セグメント情報では、売上高(外部顧客に対する売上高、セグメント間の内部売上高又は振替高)、営業費用、営業利益(または経常利益)、資産の開示を求めている(注)

(注) 日本の所在地別セグメント情報は、IAS第14号第13項(a)に規定する geographical segments と同様、連結会社の所在する国又は地域ごとの区分に従い作成されるものであり、販売先を基準とする海外売上高とは異なる考え方に基づく情報である。

- ・ ASBJ は、昨年、日本企業におけるセグメント情報の開示実態を把握するために、東京証券取引所第一部に上場していた会社1,461社(平成14年12月31日から平成15年12月30日までに終了する事業年度)のセグメントの開示の状況について調査した。調査結果では、平均開示セグメント数は、セグメント情報非開示会社を1セグメントとしてカウントしたもので2.69であった。
- ・ また、セグメント情報の記載を省略している会社が449社(構成比30.7%、内訳：単一セグメントの企業140社、1つのセグメントの売上高・営業利益・資産の金額が90%超の企業309社)であった。また、複数セグメントを開示している企業(1,012社)の内訳としては、2セグメント262社(17.9%)、3セグメント354社(24.2%)、4セグメント208社(14.2%)、5セグメント以上188社(11.5%)であった。
- ・ 日本企業で米国SECにファイリングしている企業においては、米国基準(FAS第131号)でのセグメント情報の開示の免除を受けている会社もある。米国基準での開示免除を受けた会社は、監査報告書では範囲限定の監査意見が付されているが、別に日本基準に準拠したセグメント情報開示を行っている(注)
なお、米国基準で開示している会社においては、日本基準での所在地別セグメント情報を補足情報として開示している会社もある。

(注) 米国基準採用会社でセグメント情報の米国基準適用の免除を受けた理由としては、日本においては、日本基準のセグメント開示が一般的であり、米国基準を採用した場合には企業間の比較可能性の点で、投資者の有用性を相対的に損ねる可能性がある、組織体制を頻繁に見直している場合には長期間の期間比較を行うことができない、連結ベースで経営管理していないと、より適切に導入できない、各事業部単位の情報を日本基準で採用しているのに、調整項目に米国基準との調整金額が含まれ、調整項目の金額が多額になると情報の有用性に疑問が生じる可能性があるなどであった。

- また、私どもでも、米国の状況についての情報収集に努めた。例えば、Berger and Hann ([2003]) では、FAS 第 131 号を適用したことで過去のセグメント情報を修正再表示した 2,999 社を調査している。これによると、インダストリー・アプローチが GAAP であった FAS 第 14 号当時では、単一セグメント 2,335 社 (77.9%)、複数セグメント 664 社 (22.1%) であったが、FAS 第 131 号適用により、修正再表示されたセグメント情報は、単一セグメント 1,792 社 (59.8%)、複数セグメント 1,207 社 (40.2%) となった。インダストリー・アプローチを適用していれば単一セグメントであったものが、マネジメント・アプローチを適用したことで複数セグメントとなった企業は 543 社 (SFAS14 適用当時の単一セグメント会社 2,335 社中 23.3%) であった。これは、マネジメント・アプローチの導入は開示セグメント数の増加という面で効果があったことを示す証拠といえよう。また、FAS 第 131 号の導入後にセグメント数が増加した会社は、証券アナリストによる利益予想誤差が縮小したとの証拠も示されている。これは、情報有用性の効果も期待されることを示すものといえよう。ただし、開示セグメント数の増加は、+1~+2 でほぼ過半数を占め、+3 以上の増加は約 1 割程度にとどまる。反対に開示セグメント数が減少した企業が若干ではあるが存在した点にも留意する必要がある。
- 日本においても、上記の日本企業に対する調査結果を踏まえると、投資情報として重要なセグメント情報の開示の充実・強化を図る必要があると感じている。ただし、米国の実証分析を踏まえると、マネジメント・アプローチの導入によりセグメント情報開示会社数の増加という効果は期待できるが、開示セグメント数の大幅な増加とはなっていないと見ざるを得ない。ASBJ としては、将来的に、集約基準をはじめ、どのような方策がセグメント情報の開示の充実・強化に効果を発揮するのか、会計基準のコンバージェンスを念頭に置き、IASB と協議していきたい。

3 . FAS 第 131 号によるマネジメント・アプローチについての検討

(1) 更に検討を要する事項

マネジメント・アプローチには、

- ・ 財務諸表利用者が最高意思決定者と同じ視点で企業経営を見ることができる。
- ・ 内部で利用しているものを開示に利用するので作成者の負担は軽減される。
- ・ 非財務情報との整合性もとりやすい。

などのメリットが挙げられ、私どものワーキング・グループでの議論やフィールド・ビジットでも利用者を中心にマネジメント・アプローチに賛同する意見はある。

その一方で、ASBJ の現在までの検討では、現行のマネジメント・アプローチによる情報開示が必ずしも十分でないのではないかという認識があり、マネジメント・アプローチの導入を前提とした場合でも、より適切な情報開示に向けて、以下の点を検討してみたらどうか。

(収益性の測定値)

様々な収益性の測定値(GAAP とは異なる会社独自の管理技法に基づいた営業利益・税引前利益・税引後利益、EBITDA など) が開示される可能性が高く、企業間の比較可能性を確保しがたく、場合によると、一般投資家がすぐには理解することが難しい管理上の数値が示される虞があり、セグメント情報の作成方法の開示を求めるだけで十分なのか。少なくとも、独自の指標を採用する場合には財務諸表利用者に誤解を与えないような説明を心がけるなどの工夫が必要であると考える。

(セグメント別収益・損益の測定)

マネジメント・アプローチの採用によるセグメント別収益・損益の測定については、会社の経営管理方法によっては、GAAP に準拠しない形で測定した情報となる。財務諸表の情報が「企業の財政状態及び経営成績を GAAP に準拠して適正に開示する」ことが要求される中では、利益段階で GAAP 上の損益金額との調整内容を開示するだけで、企業業績のより適切な把握や将来キャッシュフローの見通しに関するより適切な評価に資する投資判断情報の提供となるのか。

損益計算書の情報とセグメント情報が首尾一貫性を大きく欠くと情報価値が減殺されるので、例えば、セグメント情報の外部売上高と損益計算書との外部売上高が相違する場合には、各セグメント別に、GAAP に基づく売上高との相違理由と金額を示す工夫など、マネジメント・アプローチを前提とした上でも、どのような追加情報の開示が考えられるのか、公開草案の公表前に検討す

べきであるとする。

（マネジメント・アプローチに基づく開示における資産情報の取り扱い）

FAS 第 131 号では、最高経営意思決定者が使用しているセグメント情報に含まれている資産情報についてのみ、当該セグメントで報告されなければならないとしている。つまり、現行の FAS 第 131 号の 29 パラグラフによると、最高経営意思決定者が使用するセグメント情報に資産情報が含まれていない場合には、その旨の記載をすることでよいということのようである。しかし、収益性を評価するに当たって資産情報は重要であり、セグメントごとの資産情報を必ず開示する形にしないと「事業の種類別セグメント情報」よりも情報価値が後退するのではないかと懸念されている。

マネジメント・アプローチを前提としつつ、投資者の情報ニーズを踏まえ、資産情報の開示のあり方について、公開草案の公表前に検討すべきであるとする。

（開示対象とする管理資料）

当該最高経営意思決定者が複数の種類のセグメント別管理資料の報告を受けている場合にどれを開示用に利用すべきなのか、作成者サイドの裁量によってより少ないセグメント数での開示となる可能性があるのではないかと懸念されている。

この点は、実務的対応にかかる事柄であるが、何らかのガイダンスを示さないと実務にバラツキが生じる可能性があるため、IASB において、基準確定までにガイダンスを公表する方向で検討すべきであるとする。

（開示セグメント決定における集約基準）

マネジメント・アプローチにおいて、作成者サイドの恣意的判断の介入の可能性が一番大きい点は、集約基準であると考えられる。集約基準の運用如何によっては、開示セグメント数の拡大に結び付かない可能性があるため、経営者と同じ視点にたったセグメント情報開示が実質的に確保される方策を検討していく必要があるのではないかと懸念されている。

この点についても、何らかのガイダンスを示さないと実務にバラツキが生じる可能性があるため、IASB において、基準確定までにガイダンスを公表する方向で検討すべきであるとする。

（機密情報と外部報告）

内部報告を外部報告にそのまま利用することは、企業経営の透明性が高ま

る一方で、経営管理方式によっては、ビジネス展開で非常に重要な情報（特定取引先向け情報）の開示を求められることになる。その場合には、ビジネス展開の不利を回避するために、内部管理体制自体の見直しを検討せざるを得ず、会計基準が企業内部の管理方式・業績評価方式を束縛しかねない。この点についても、IASB において、米国基準を踏まえつつも、どのように整理するのか、公開草案の公表前に検討すべきであると考え。

（２）その他留意すべき点

また、ASBJ での検討の中で、上記の 6 項目以外にも、IASB が柔軟に対応することが可能であれば、検討した方がよい点は何点かあるので、付記する。

企業の内部管理を基礎としているため、経営手法によっては地域別、法人組織別セグメント情報しか開示されない可能性があり、このような場合には「事業の種類別セグメント情報」よりも情報価値が後退する。

マネジメント・アプローチは、個々の企業の管理手法に基づく情報であり、例えば、経営陣は営業収益を区分してレビューしているが、費用は事業の区分なく全社一体として管理しているケースでは、単一セグメントとなると思われ、「事業の種類別セグメント情報」よりも情報価値が後退する。

「最高経営意思決定者」については、実務に照らすと、誰を指すのかあいまいさが存在している。

マネジメント・アプローチでは、連結事業本部制のような内部管理がなされていれば内部管理の数値をそのまま開示することも可能であり、現行の基準に比べて手間はかからないが、以下のような場合には、追加的な作業（コスト）が発生する。

- a . 連結事業本部制のような内部管理が行われていない場合、開示のために、追加的な作業（調整計算とその分析）が発生することになる。
- b . 企業の内部組織変更が、セグメント区分に影響を与える場合には、投資者に対して有用な情報を提供するために、前期のセグメント情報を修正開示する必要がある。この場合には、マネジメント・アプローチのメリットとして掲げられた作成者の負担軽減効果は相殺され、場合によると、負担が増加する可能性もある。

FAS 第 131 号の規定に基づく、所在地別資産と海外売上高の開示が求められている。米国公開会社のアニュアル・レポートをみると、1 つの表の中で開示を行っているケースも見られるが、所在地別資産は事業資産の所在地別の情報であるのに対して、海外売上高は顧客の所在地別の情報であるので、投資者のミスリードを防ぐような記載を求めるよう、留意する必要がある。

4. 「所在地別セグメント情報」の開示の有用性

- (1) 冒頭に記載したように、日本基準では所在地別セグメント情報の開示も求めている。財務情報利用者の中には、顧客の地域別の利益情報ではないので、有用性に疑問を投げかける意見もあるが、どの地域にどれくらいの規模の事業所があるかが売上高、（営業利益）、資産の金額で把握できるため、企業の海外展開の状況とカントリーリスクを投資家が検討する上で有用な情報を提供していると考えられる。また、事業所単位の情報の集計であるので、作成者サイドにおいても実務的に対応可能なものであると考える。

- (2) 所在地別の資産情報について、現状、FAS 第 131 号では有形固定資産、IASB で検討しているものは無形資産を含んだ固定資産、そして日本基準は資産総額である。リスク資産は固定資産に限られるわけではなく、流動資産項目にも存在する。そこで、資産の移動の容易性という観点ではなく、どのくらいの資金が当該地域に投資されているのかの全体像を把握できることが望ましいと考え、日本基準のような資産総額での開示も検討に値するのではないかと考え、将来的には、リスク資産が地域別（または国別）にどのように存在しているかという開示の検討も必要であると考えます。

このようなことから、IASB が、FAS 第 131 号によるマネジメント・アプローチに基づくセグメント情報開示へ変更する場合においても、投資情報としての有用性の観点から、所在地別セグメント情報の開示が必要ないのか、また、所在地別資産の開示についてセグメント別資産の開示内容として何がより適切なのか、引き続き、検討すべきであると考えます。

以 上