

# セグメント情報の開示事例分析

原田 文規\*

## Disclosure Analysis of Segment Information

Fuminori Harada\*

**要旨：** 企業や企業グループの実態を把握するには、財務諸表本表の分析とあわせてセグメント情報を分析することが効果的である。そこで本報では実際に上場企業が作成したセグメント情報について複数社取り上げ分析するとともに、セグメント情報に関連した管理会計上の論点として、事業部への本社経費の配賦に関する考え方を紹介する。

**キーワード：** セグメント情報、注記情報、会計教育

### 1. はじめに

事業の多角化などの結果、企業名や企業グループ名から受ける事業イメージと利益面から企業や企業グループを支える事業に差が生じている例が見受けられる。

上記のような企業や企業グループの実態を把握するには、貸借対照表や損益計算書など財務諸表本表の分析とあわせてセグメント情報を分析することが効果的である。

そこで本報では実際に上場企業が作成したセグメント情報について複数社取り上げ分析した結果を報告するとともに、セグメント情報に関連した管理会計上の論点として、事業部への本社経費の配賦に関する考え方について紹介する。

### 2. セグメント情報について

#### 2-1 新会計基準の適用

2010年4月1日以後開始する連結会計年度および事業年度より、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、会計基準) および適用指針第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」(以下、適用指針) が適用され、マネジメント・アプローチに基づくセグメント情報が開示されるようになった。

上記の会計基準および適用指針(以下新セグメント会計基準)が適用される以前のセグメント情報は会計基準第42項に記載のとおり、「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」十分に機能していない

との指摘がなされていた。新セグメント会計基準適用初年度となった2011年3月期は、張(2012)によれば、前年度単一セグメントのみ開示していた東証1部上場企業の約6割が複数セグメントを開示するようになるなど、セグメント情報の開示に関して一定の改善がみられた。

#### 2-2 マネジメント・アプローチ

マネジメント・アプローチは「企業の最高経営意思決定機関が意思決定のために使用する情報を基礎としてセグメント情報を開示する方法」(会計基準第83項)とされ、セグメントの区分方法や測定方法が特定の方法に限定されておらず、経営者の意思決定や業績評価に使用されている情報に基づき開示することが求められている(会計基準第51項)。

そのため、企業は内部管理用に作成済みの資料や数値データをある程度流用しセグメント情報の作成が可能と考えられるが、東原(2010)によれば新セグメント会計基準の適用前年時点において、連結ベースでの管理用セグメント情報自体作成していない企業が4割以上に達するなど、新セグメント会計基準適用までに、様々な追加的対応が必要となる企業も多かったものと推察される。

マネジメント・アプローチに基づくセグメント情報の長所の1つとして「財務諸表利用者が経営者の視点で企業を見ることにより、経営者の行動を予測し、その予測を企業の将来キャッシュ・フローの評価に反映することが可能になる」(会計基準第47項)ことが挙げられている。その一方、会計基準第48項にマネジメント・アプローチの欠点として挙げられているとおり、セグメント情報が各企業の組織構造に基づく情報となっているため、

\*山形県立産業技術短期大学校庄内校  
〒998-0102 山形県酒田市京田3丁目57-4  
\*Shonai College of Industry & Technology  
3-57-4, Kyoden, Sakata, Yamagata, 998-0102, Japan  
e-mail: harada@shonai-cit.ac.jp

企業間の比較が以前に比べ困難になる可能性がある点には留意する必要がある。

## 2-3 事業セグメントについて

開示例分析の単位となる「事業セグメント」は会計基準第6項に以下のとおり定義されている。

企業の構成単位で、次の要件のすべてに該当するものをいう。

- (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を入手できるもの。ただし、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。

なお、会計基準の「報告セグメントの決定」にあるとおり、一定の基準を満たす複数の事業セグメントを1つに集約することができるとともに、一定以上の売上高があるなどの量的基準を満たす事業セグメントのみを「報告セグメント」として開示することもできる(会計基準10～16項)。

## 2-4 セグメント利益について

新セグメント会計基準適用以前のセグメント情報開示基準によれば、事業の種類別セグメント情報および所在地別セグメント情報ともに開示すべき利益は、原則として営業利益(または損失)とされ、営業利益を開示することが企業内容の適切な把握につながらない場合には経常利益(または損失)を開示することとされていた。

しかし、新セグメント会計基準において開示されるセグメント利益は、最高経営意思決定機関に報告される金額に基づく必要があるとされ、営業利益などの特定の利益に限定されていない(会計基準第23～26, 78項)。

## 2-5 他社比較時の留意点

他社とセグメント情報を比較する際には比較対象企業がどの段階の利益をセグメント利益として

定義しているか確認する必要がある。異なる段階の利益を比較しても有用な情報が得られないからである。

また、新セグメント会計基準が適用される以前の論点ではあるが、セグメントごとに利益率を算出し、セグメント利益率の企業間比較を行う際には、類似したセグメントであっても単純に利益率を比較できない可能性がある点に注意が必要である。本社管理部門費など全社的一般経費をどこまでセグメントに配賦するかは企業ごとに異なるためである。

例えば、同一業種の2社があり、両社ともほぼ同一の事業セグメントを開示していたとしても、セグメント利益として一方の企業が営業利益を開示し、他方が税引前当期純利益を開示していれば、単純に利益を比較することができない。また、仮に開示されている利益が同一段階の利益であったとしても、一方が本社経費のほとんどをセグメントに負担させ、他方が本社経費のほとんどをセグメントに負担させない場合、見かけ上セグメント利益率に大きな差異が生じることになる。

## 3. 特徴のある企業のセグメント情報

### 3-1 分析対象企業の選定

企業の選定にあたり、長谷川(2018)に記載のある企業や業界に関する情報と東洋経済新報社が発行する会社四季報 2020年4集秋号を参考とした。

そのうえで選定企業各社の有価証券報告書内の「セグメント情報」に記載されている「報告セグメントの利益(又は損失)、資産及び負債等に関する情報」および「報告セグメント合計額と連結財務諸表計上額の差異の調整」に該当する項目の分析を行った。次節以降に報告した表中の「売上高」にはセグメント間の内部売上高・振替高を含み、全体に占める割合を分析する際の分母は全て調整項目を含まない合計額を使用している。

なお、本報において分析を行った12社のセグメント利益は全て営業利益ベースの利益が開示されていた。

また、分析した決算期の関係で、各社のセグメント情報は新型コロナウイルス感染症拡大の影響が本格的に反映される前の数値となっていたため、業績に大きな影響があった企業については、直近のデータをフォローし、あわせて紹介している。

### 3-2 日清紡ホールディングス

同社 HP によれば、1960年代まで社名が示すとおり繊維部門が売上高比率の約9割を占めていた。

しかし表1のとおり2019年12月期において「繊維」セグメントの売上高およびセグメント利益は調整前合計額の1割未満となっている。

その一方で「無線・通信」と「ブレーキ」セグメントがそれぞれ売上高の約30%、約25%を占めるなど、事業の多角化が進んでいることを見取れる。また、利益面からセグメントを見た場合、「不動産」が利益の大部分を稼ぎ出していることが分かる。

表1 日清紡ホールディングスセグメント情報

決算期:2019年12月期  
単位:百万円

	無線・通信	マイクロデバイス	ブレーキ
売上高	152,295	66,096	131,350
セグメント利益	4,100	256	-3,340
セグメント資産	164,234	76,231	133,654
売上高利益率	2.7%	0.4%	-2.5%

	精密機器	化学品	繊維
売上高	65,754	9,564	49,522
セグメント利益	879	1,649	1,036
セグメント資産	74,801	9,394	51,338
売上高利益率	1.3%	17.2%	2.1%

	不動産	その他	合計
売上高	13,139	27,822	515,544
セグメント利益	8,163	-187	12,557
セグメント資産	49,017	37,903	596,575
売上高利益率	62.1%	-0.7%	2.4%

	調整額	連結F/S計上額
売上高	-5,883	509,660
セグメント利益	-6,075	6,482
セグメント資産	20,952	617,527
売上高利益率		

有価証券報告書を基に筆者作成

### 3-3 丸善CHIホールディングス

主要都市に丸善やジュンク堂書店など大型書籍店舗を展開する、株式会社丸善ジュンク堂書店が

属する「店舗・ネット販売事業」がセグメント別売上高では最も大きい。

しかし、セグメント利益でみた場合、大学等教育研究機関や公共図書館に対する書籍等の商品提供や内装設備の設計・施工を行う「文教市場販売事業」と図書館業務の受託や指定管理者制度による図書館運営を行う「図書館サポート事業」がグループの利益の大部分を稼ぎ出す事業構造になっている。これは同グループが一般消費者を相手に商売を行う BtoC ではなく、大学や公的機関等法人を相手に商売を行う BtoB で利益を得るビジネスモデルであることを表したものと見える。

表2 丸善CHIホールディングスセグメント情報

決算期:2020年1月期  
単位:百万円

	文教市場販売事業	店舗・ネット販売事業	図書館サポート事業
売上高	56,531	74,030	27,899
セグメント利益	2,876	238	2,189
セグメント資産	34,058	53,026	6,138
売上高利益率	5.1%	0.3%	7.8%

	出版事業	その他	合計
売上高	4,285	16,284	179,032
セグメント利益	18	913	6,236
セグメント資産	6,374	8,792	108,389
売上高利益率	0.4%	5.6%	3.5%

	調整額	連結F/S計上額
売上高	-2,773	176,258
セグメント利益	-2,781	3,454
セグメント資産	23,949	132,338
売上高利益率		

有価証券報告書を基に筆者作成

### 3-4 セーラー万年筆

社名のとおり万年筆をはじめとする文具を取り扱う企業という印象が強いものの、有価証券報告書や会社 HP によれば、1969年にはすでに射出成形品自動取出装置の製造販売を開始し、翌1970年にはロボット機器事業部が発足するなど約半世紀前にはすでに現在のような両事業体制となっていたことが確認できた。売上高では「ロボット機器事業」は「文具事業」の半分以下にとどまるが、利益を計上しているのは「ロボット機器事業」で

ある。

表3 セーラー万年筆セグメント情報

決算期:2019年12月期  
単位:千円

	文具事業	ロボット機器事業	調整額
売上高	3,667,530	1,658,370	-
セグメント利益	-61,940	40,873	-
セグメント資産	3,461,866	1,416,427	135,391
売上高利益率	-1.7%	2.5%	

	連結F/S計上額
売上高	5,325,901
セグメント利益	-21,066
セグメント資産	5,013,685
売上高利益率	

有価証券報告書を基に筆者作成

### 3-5 日本調剤

日本調剤といえば、テレビCMや病院の近くに多くの店舗をみかけることなどから、病院前に門前薬局を展開する企業という印象が強い。しかし、調剤薬局に加え、ジェネリック医薬品の製造販売を行う子会社や薬剤師を中心とした医療関係者を対象とした労働派遣・紹介事業を行う子会社を持ち、それぞれ「医薬品製造販売事業」、「医療従事者派遣・紹介事業」セグメントとしている。両事業とも「調剤薬局事業」の売上高やセグメント利益の水準までは至っていないものの、同グループの売上高および利益増に一定の貢献がみられる。

表4 日本調剤セグメント情報

決算期:2020年3月期  
単位:百万円

	調剤薬局事業	医薬品製造販売事業	医療従事者派遣・紹介事業
売上高	231,001	43,072	12,721
セグメント利益	9,785	1,301	1,851
セグメント資産	103,010	75,334	4,373
売上高利益率	4.2%	3.0%	14.6%

	合計	調整額	連結F/S計上額
売上高	286,795	-18,275	268,520
セグメント利益	12,938	-5,345	7,593
セグメント資産	182,718	2,832	185,551
売上高利益率	4.5%		

有価証券報告書を基に筆者作成

### 3-6 王子ホールディングス

板紙・衛生用紙などを含む「生活産業資材」とパルプ事業やエネルギー事業を展開する「資源環境ビジネス」が利益の大部分を占める。

かつて業界の花形であった印刷・情報用紙を含む「印刷情報メディア」の利益貢献度は小さい。

今後コロナ禍における在宅勤務の普及やオフィスのペーパーレス化が進めばさらなる印刷・情報用紙の需要減につながるため、同セグメントは一層厳しい状況になることが予想される。

表5 王子ホールディングスセグメント情報

決算期:2020年3月期  
単位:百万円

	生活産業資材	機能材	資源環境ビジネス
売上高	686,066	214,669	285,551
セグメント利益	40,937	15,354	28,847
セグメント資産	664,267	200,871	574,697
売上高利益率	6.0%	7.2%	10.1%

	印刷情報メディア	その他	合計
売上高	292,653	289,392	1,768,334
セグメント利益	11,326	8,976	105,441
セグメント資産	225,320	362,671	2,027,828
売上高利益率	3.9%	3.1%	6.0%

	調整	連結F/S計上額
売上高	-260,726	1,507,607
セグメント利益	683	106,125
セグメント資産	-142,547	1,885,280
売上高利益率		

有価証券報告書を基に筆者作成

### 3-7 ワタミ

ワタミといえば、居酒屋チェーンというイメージが強く、実際に居酒屋など飲食店の運営をおこなう「国内外食」がもっとも売上高の大きいセグメントとなっている。しかし利益面では食料品材料セットや調理済み食品の販売・宅配を行う「宅食」が柱となっている。

コロナウイルス感染症の影響が今後も残る場合、居酒屋の売上高・利益ともに減少し「宅食」と「国内外食」「海外外食」の利益額の差が広がっていくことになる。そこで、ワタミは2022年3月までに居酒屋「ワタミ」120店舗を接触接客を80%減少

させた焼肉屋「焼肉の和民」に転換する、という大胆な対策を打ち出した(ワタミ HP 2020年10月5日付けニュースリリースより)。

表6 ワタミセグメント情報

決算期:2020年3月期  
単位:百万円

	国内外食	宅食	海外外食
売上高	46,993	34,462	6,725
セグメント利益	247	2,234	-389
セグメント資産	15,446	6,218	5,927
売上高利益率	0.5%	6.5%	-5.8%

	環境	農業	合計
売上高	2,923	854	91,959
セグメント利益	147	-103	2,136
セグメント資産	1,679	693	29,965
売上高利益率	5.0%	-12.1%	2.3%

	調整額	連結F/S計上額
売上高	-1,030	90,928
セグメント利益	-2,043	92
セグメント資産	11,799	41,763
売上高利益率		

有価証券報告書を基に筆者作成

### 3-8 イオン

クレジットカード事業や銀行業を含む「総合金融」とショッピングセンターの開発や賃貸を行う「ディベロッパー」事業が利益の柱となっており、調整前営業収益(=調整前売上高)の9%を占めるにすぎない両事業が調整前セグメント利益合計の62%を稼ぎ出している。

調整前営業収益9兆3千億円のうち、総合スーパー「GMS」事業とスーパーマーケットやコンビニエンスストアから構成される「SM」事業が合わせて全体の約68%と2/3超を占めるが、利益に関しては両事業を合計しても調整前セグメント利益合計の13%強に過ぎない。イオンは利益面からは小売業でなく、不動産業および金融業ということがいえる。

筆者は首都圏と地方圏の双方で生活した経験を持つが、地方圏の商業界におけるイオンの存在感は圧倒的である。上記のように総合スーパーや食品スーパーの利益率が低いということは、裏返せ

ば地方に住む消費者が安く食料品や衣料品を調達できることを意味しており、地方都市でイオンが支持される理由の一つといえる。

表7 イオンセグメント情報

決算期:2020年2月期  
単位:百万円

	GMS	SM	ヘルス&ウエルネス
営業収益	3,070,521	3,224,363	883,220
セグメント利益	7,223	21,507	35,029
セグメント資産	1,428,143	1,189,877	436,870
売上高利益率	0.2%	0.7%	4.0%

	総合金融	ディベロッパー	サービス・専門店
営業収益	484,719	371,926	739,599
セグメント利益	70,464	63,279	5,124
セグメント資産	5,813,931	1,593,193	393,273
売上高利益率	14.5%	17.0%	0.7%

	国際	その他	合計
営業収益	439,202	52,623	9,266,176
セグメント利益	10,386	1,789	214,805
セグメント資産	445,947	56,175	11,357,412
売上高利益率	2.4%	3.4%	2.3%

	調整額	連結F/S計上額
営業収益	-661,968	8,604,207
セグメント利益	724	215,530
セグメント資産	-294,726	11,062,685
売上高利益率		

有価証券報告書を基に筆者作成

### 3-9 AOKI ホールディングス

郊外のロードサイドにてスーツなど紳士服をメインに販売する小売専門店「AOKI」を展開する「ファッション事業」が売上高・利益額ともに柱となっているが、利益のもう一本の柱となっているのが、複合カフェ(いわゆるインターネットカフェ)の「快活 CLUB」やカラオケルーム「コート・ダジュール」を展開する「エンターテイメント事業」である。筆者も快活 CLUB やコート・ダジュールを利用した経験があるが、その際これらの運営会社が、紳士服を扱う「AOKI」を展開する企業と同一グループと意識したことはなかった。

なお、2020年3月期にはグループの利益の柱の一つであった「エンターテイメント事業」は新型

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で2021年3月期第2四半期に約50億円の赤字となった。これは2020年4・5月に臨時休業した店舗が多かったことや外出自粛により大幅に売上高が落ち込んだことによるものである。

表8 AOKIホールディングスセグメント情報

決算期:2020年3月期  
単位:百万円

	ファッション事業	アニヴェルセル・ブライダル事業	エンターテインメント事業
売上高	98,352	22,270	58,388
セグメント利益	2,886	439	2,672
セグメント資産	102,989	37,315	56,929
売上高利益率	2.9%	2.0%	4.6%

	不動産賃貸事業	合計	調整額
売上高	3,624	182,636	-2,415
セグメント利益	668	6,667	-17
セグメント資産	1,468	198,704	31,139
売上高利益率	18.4%	3.7%	

	連結F/S計上額
売上高	180,220
セグメント利益	6,649
セグメント資産	229,843
売上高利益率	

有価証券報告書を基に筆者作成

### 3-10 相鉄ホールディングス

相鉄ホールディングスは相模鉄道を運行することから鉄道やバスの運行を中心とした「運輸業」がメイン事業というイメージがある。

しかし「運輸業」は調整前営業収益合計(≒調整前売上高)の14%を占めるに過ぎず、利益面からも調整前セグメント利益合計の22%にとどまる。

営業収益(≒売上高)ではスーパーマーケットを展開する「流通業」がもっとも多く、利益は不動産分譲、不動産賃貸業を含む「不動産業」が調整前セグメント利益合計の約61%を占めている。

相鉄HDが不動産事業で莫大な利益を上げることができる要因は佐藤(2019)によれば、複数の鉄道会社が乗り入れ、国内でも有数のターミナル駅である横浜駅の西口付近の土地を独占的におさえており、百貨店などがテナントとして入るビルを複数保有しているため、とのことである。

なお、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で

2021年3月期第2四半期は「運輸業」、「ホテル業」が振るわず、グループ全体で22億円の連結営業損失を計上した。2021年3月期通期の業績予想でも連結営業損失を見込むなど大変厳しい状況となっている。

表9 相鉄ホールディングスセグメント情報

決算期:2020年3月期  
単位:百万円

	運輸業	流通業	不動産業
営業収益計	39,794	102,068	71,797
セグメント利益	5,844	1,731	16,163
セグメント資産	146,711	28,445	346,796
売上高利益率	14.7%	1.7%	22.5%

	ホテル業	その他	合計
営業収益計	42,266	23,230	279,156
セグメント利益	1,687	968	26,394
セグメント資産	96,022	29,395	647,370
売上高利益率	4.0%	4.2%	9.5%

	調整	連結F/S計上額
営業収益計	-14,055	265,100
セグメント利益	29	26,423
セグメント資産	-26,440	620,929
売上高利益率		

有価証券報告書を基に筆者作成

### 3-11 東京放送ホールディングス

傘下に株式会社TBSテレビや株式会社TBSラジオを持つ同グループは、社名からも放送関連事業を含む「メディア・コンテンツ事業」が中心事業というイメージが強い。事実、「メディア・コンテンツ事業」が調整前売上高合計の約75%を占める。しかし、利益の大部分を稼いでいるのは不動産賃貸・保守事業を行う「不動産・その他事業」である。「不動産・その他事業」の売上高は調整前売上高合計の6%にすぎないものの、調整前セグメント利益合計の約61%もの利益を稼ぎ出している。

一方で「メディア・コンテンツ事業」の利益額はグループ全体の約18%を占めるにすぎず、利益面で見た東京放送ホールディングスは放送業というよりは不動産業といえる。

表10 東京放送ホールディングスセグメント情報

決算期:2020年3月期  
単位:百万円

	メディア・コンテンツ事業	ライフスタイル事業	不動産・その他事業
売上高	270,437	70,010	21,761
セグメント利益	2,409	2,751	7,942
セグメント資産	218,335	41,468	150,396
売上高利益率	0.9%	3.9%	36.5%

	計	調整額	連結F/S計上額
売上高	362,208	-5,412	356,796
セグメント利益	13,103	0	13,103
セグメント資産	410,200	372,824	783,024
売上高利益率	3.6%		

有価証券報告書を基に筆者作成

## 3-12 帝国ホテル

帝国ホテルは日本を代表する高級ホテルである。本業である「ホテル事業」が企業グループ全体の売上の大半を占めるが、利益面では事業所および店舗の賃貸管理業務を行う「不動産賃貸事業」が調整前セグメント利益合計の約37%を占める。

2020年10月3日付の日本経済新聞・朝刊によれば、同社は1983年にオフィスが入居するインペリアルタワー(現在の帝国ホテルタワー)を建設し、ホテル事業と不動産賃貸業の2本柱で経営を行うようになった。この貸しビルが毎年生み出す安定的なキャッシュフローの一部をホテル事業の競争力強化に充て、競争力を高める源泉としたことが現在の高級ホテルとしての確固たる地位を築く一因となった、とのことである。

表11 帝国ホテルセグメント情報

決算期:2020年3月期  
単位:百万円

	ホテル事業	不動産賃貸事業	調整額
売上高	50,649	3,929	-20
セグメント利益	3,561	2,120	-2,522
セグメント資産	20,611	5,598	53,363
売上高利益率	7.0%	54.0%	

	連結F/S計上額
売上高	54,558
セグメント利益	3,160
セグメント資産	79,572
売上高利益率	

有価証券報告書を基に筆者作成

## 3-13 学研ホールディングス

学研ホールディングスといえば、教育関連事業を中心に事業展開する企業グループというイメージが強い。全国各地で主に小学生を対象とした学習塾である「学研教室」を見かける。また、小学校・中学校・高校時代に同グループが提供する書籍や教材で学習した方や高校時代に学研が提供する模擬試験を受験された方も多いのではないかと推察される。

しかし現在の学研グループの利益の柱となっているのは高齢者向け住宅・認知症グループホームなどの介護施設の設立や運営、看護師や医師を対象とした専門書の発行を行う「医療福祉サービス事業」である。同セグメントの利益額が調整前セグメント利益合計の66%を占めており、子供向けの事業と利益額が逆転している。

今後少子化が一層進むことに加え、都市部にて介護需要が増加する見込みであることから、さらにグループ全体の利益に占める「医療福祉サービス事業」の割合が高くなることが予想される。

表12 学研ホールディングスセグメント情報

決算期:2019年9月期  
単位:百万円

	教育サービス事業	教育コンテンツ事業	教育ソリューション事業
売上高	30,370	30,601	19,175
セグメント利益	899	126	361
セグメント資産	16,744	24,527	7,314
売上高利益率	3.0%	0.4%	1.9%

	医療福祉サービス事業	その他	合計
売上高	58,165	7,000	145,313
セグメント利益	2,984	130	4,501
セグメント資産	35,076	1,237	84,901
売上高利益率	5.1%	1.9%	3.1%

	調整額	連結F/S計上額
売上高	-4,754	140,559
セグメント利益	21	4,523
セグメント資産	14,447	99,349
売上高利益率		

有価証券報告書を基に筆者作成

#### 4. 本社経費等の配賦について

本報で取り上げた12社について分析した結果、事業セグメント等に配分しないこととした全社費用の金額が大きく、「報告セグメント」および「その他」のセグメント利益の合計と財務諸表上の営業利益に大きな差異がある企業が5社あった。

本社経費の配賦に関連する管理会計上の論点として、事業部別に損益の管理を行う際、事業部が管理不能な本社経費を各事業部に配賦すべきかどうか、という点が挙げられる。

この論点については、先行研究においても意見が分かれている。たとえば、宮本他(2006)には配賦には恣意性が介入する点や事業部における管理可能性という観点から本社経費は事業部に配賦すべきではないとする考え方と、そもそも本社機能は事業部を支援するために存在し本社経費も事業部支援のために発生した費用であることから事業部に配賦すべきである、という両論が併記されている。

本報におけるセグメント情報の分析結果からも、本社経費の配賦に関しては各企業でマネジメント層の考え方が割れているものと推察できる。

#### 5. おわりに

会計学に関連する国家試験や検定試験の受験者数が近年減少傾向にあることから、若者の簿記離れや会計離れが起こっているといわれる。しかし筆者の経験上、学生自身が利用している小売店やレストランを運営する企業など、身近な企業を題材として講義を展開すると非常に興味を持って聴講する姿が見受けられる。

本報をつうじ、セグメント情報と財務諸表を組みあわせて分析することで企業の実態に迫ることができる方が増え、その結果、会計や簿記の楽しさを実感していただける方が少しでも増えれば幸甚である。

#### 参考文献・資料

- 1)あらた監査法人：開示・経理実務担当者のための最新会計基準重点解説，TAC 出版 (2012)
- 2)EY 新日本有限責任監査法人 HP 「事例分析 セグメント情報等の開示に関する会計基準 その2」  
<https://www.shinnihon.or.jp/corporate-accounting/case-study/2011/2011-11-21-02.html> (2020.11.2 閲覧)

- 3)佐藤充：明暗分かれる鉄道ビジネス 暴利を得る鉄道と破綻する鉄道のからくり，彩図社 (2019)
- 4)張櫻馨：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，第63巻1・2・3合併号，PP153-172 (2012)
- 5)東洋経済：会社四季報 2020年4集秋号，東洋経済新報社 (2020)
- 6)日本経済新聞 2020年10月3日朝刊：帝国ホテル財務に厚み
- 7)長谷川正人：決算書で読むヤバイ本業 伸びる副業，日本経済新聞出版社(2018)
- 8)東原英子：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 - 会計情報の質的特性と比較可能性 - ，経営情報研究，第18巻第1号，PP21-34 (2010)
- 9)宮本寛爾，小菅正伸：管理会計概論，中央経済社(2006)