

セグメント報告制度の動向と会計の役割

平岡 秀福（創価大学）

本発表では、企業と事業の評価に必要な情報を提供する事業セグメント報告に係る制度の動向、その情報への期待と問題点、その情報を作成する会計の役割について明らかにする。事業セグメント情報の提供は、分析者による企業の過去における業績の理解や、利益などの業績予測の精度を高めるため、成長率や一般経済状況からの影響が異なる事業セグメントごとに業績分析し、その総合的な結果として企業（集団）全体の業績を見る必要があるというニーズから生まれる。従来制度下では、セグメント数や財務指標に関する情報の少なさ、報告セグメントの定義そのものが企業の経営管理のための組織編成や多角化の実態を反映していないなど、業績分析に十分な情報を企業側が提供していないのではないかという批判から、米国では 1997 年に経営者が内部管理目的で編成した組織単位の延長で決定する報告セグメントの財務情報開示を義務づける制度化（マネジメント・アプローチ）をいち早く進めた。これと同じ方法がわが国にも 2011 年 3 月期より適用される。

報告セグメントは、事業部門、あるいはそれより上位の事業本部、事業社内分社、事業子会社、事業ドメインなどの単位ですでに報告されていたり、あるいは報告されたりすることが想定される。これは経営者の事業投資意思決定に近い視点で投資家をはじめとするステークホルダーが事業投資分析できるようになる可能性も秘めている。しかし、類似事業の企業間比較は従来のセグメント情報からなら改善されたものではないとか、事業の多角化と細分化がより進んだ企業の場合は、実際の事業投資ポートフォリオが報告セグメントの内部レベルで行われるという可能性もある。それでも、内部管理目的で定義される組織編成の延長で報告セグメントの業績が開示される限り、企業戦略レベルでの管理会計システムの設計、共通費や共有資産の配賦問題、内部振替価格の設定、セグメントへの税の配分に対する考え方など、管理会計が支援する意思決定や業績評価に絡んだテーマが開示情報に与える影響は計り知れないことがわかるであろう。