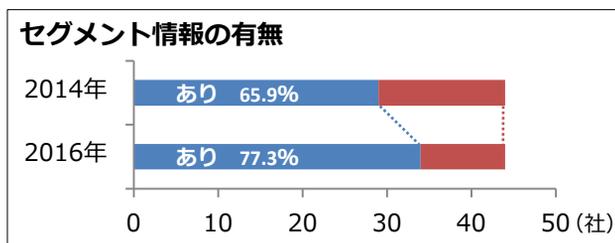


研究員レポート： 3年で見える統合報告書の変化（セグメント情報）

当レポートでは、2014年から2016年まで3年間の継続発行が確認できた44社の統合報告書※1を調査し、記載内容の変遷を追った。今回は、投資家が企業の実態を把握するのに欠かせない情報の一つであるセグメントの開示状況を調査し、その内容にどのような変化が見られたかを報告する。

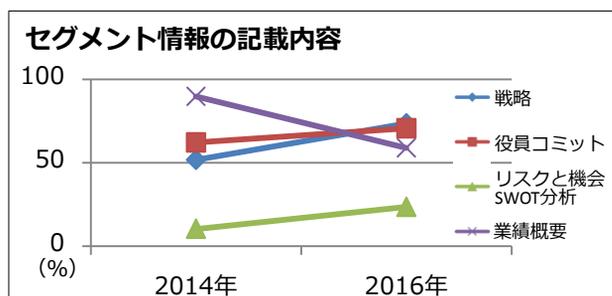
事業セグメントの決定は、マネジメント・アプローチの考え方に基き行われる。マネジメント・アプローチとは、経営者が業績評価や資本配分などの意思決定を行う際に用いる財務数値をありのままに開示するという考え方で、2010年4月1日移行開始事業年度より適用開始となった会計基準で採用された。経営者が企業活動の実態を把握しパフォーマンスを評価するには、事業分野や地域などを切り口とした「管理単位」ごとに検討する必要がある。その際に用いるいわば内部情報を外部にそのまま開示することで、経営者と投資家の目線を合わせ、投資家においても企業の実態を知ることができるのが重要な点だ。

任意開示にあたる統合報告書では、法定開示に比べより詳細な情報開示が自主的に行われていると考えられる。今回、44社※2の統合報告書におけるセグメント情報を調べると、記載のある事例は2014年に29社（65.9%）だったものが、2016年には34社（77.3%）へ増加した。



セグメント情報の記載がある事例のうち、内容面で特徴的だったのが中期経営計画や中長期目標、ビジョンに関連した戦略への言及が増加したことだ。2014年は29社中15社（51.7%）から、2016年には34社中25社（73.5%）となった。従前の財務報告において中心に据えられていたのは、過去の業績概要や来期の業績見通しだったのに比べると、近年のセグメント情報は経営計画を反映したセグメントの戦略を語り、いかにマネジメントしていくかを説明したものにシフトしている印象を受ける。戦略を策定・実行する上での前提となるリスクと機会・SWOT分析についても、2014年の3社（10.3%）

から2016年は8社（23.5%）へ増加した。また、記載方法についても各社の工夫が見られた。担当役員や責任者が写真付きで登場し、セグメントのビジョンを述べ施策の実行をコミットする手法は、2014年の18社（62.1%）から2016年は24社（70.6%）となり、同じく増加傾向にある。一方、先に述べた業績概要は2014年の26社（89.7%）から2016年は20社（58.8%）へと減少していることが分かる。



今回の調査では、セグメント情報に中計目標や戦略を落とし込み、将来の成長可能性を伝えようとする企業の姿勢が見られたが、定量情報の開示という観点では売上高や営業利益などの損益指標に偏っていたことも事実だ。セグメント資産やROA・ROE等の資本効率、人的・設備投資、研究開発費などを開示している事例は、大手商社を中心に数社見られたのみだった。投資家にとって、「いかに効率的に稼ぐか」や、「成長ドライバーに適切な投資や資本配分がなされているか」は重要な情報となる。資産や投資の配分も戦略の一つとして提示できれば、投資家は中長期の時間軸での成長ストーリーをより理解しやすくなる。セグメントごとに資産や投資を切り分けて算出するには難しい面もあると考えられるが、今後の開示の充実を期待したい。

※1 統合報告書等のレポート名、IIRCフレームワークへの言及がある報告書、web等で統合報告書等と謳っている企業の報告書を対象とした。

※2 調査対象とした44社のうち、単一セグメントの企業は8社あったが、地域や製品分野別での開示を行っている事例はセグメント情報としてカウントした。