

早稲田大学

博士（商学） 学位申請論文

概要書

セグメント情報に関する研究

— 会計制度、情報の有用性および会計行動 —

中 野 貴 之

2019 年 2 月

1 研究の動機と目的

日本企業によるセグメント情報の開示、ないしは、セグメント財務報告¹は、「セグメント情報の開示に関する意見書」（企業会計審議会、1988年5月公表）に基づき1991年3月期決算以後制度化されて以来、すでに約30年に渡り実施されている。この間、セグメント情報は、財務諸表利用者にとって不可欠な投資意思決定情報として定着し今日に至っている。

社会科学分野の研究者の役割の一つは、社会的コストを投じて構築された社会制度が有効に機能しているか否かを学術的方法に基づいて検証し、それらに関する学術的証拠を発信することにより、当該社会制度の当事者に対し科学的基礎を提供する点にある。会計制度に引き付けていえば、特定の会計制度の成立経緯を社会経済的文脈に関連づけて分析し、また公表会計情報の実証分析を行うことにより、会計制度は資本市場における価格形成に有効な役割を果たしているか、企業の私的契約関係の調整に十全の役割を果たすことができているか、さらには経営者は会計情報の作成プロセスにどのような動機に基づいてどのように介入しているのかなどの主題が解明され、会計制度の当事者であるに対して学術的証拠を発信する。証拠に基づく政策形成が重視される中、独立的な立場から学問的に裏打ちされた証拠を発信するという研究者の役割は、従来にも増して大きくなっていると考えられる。

本研究では、会計情報のうち、とくにセグメント情報について制度および実証分析の観点から体系的な考察を行う。本研究の主たる動機は三点に及ぶ。

第一は、わが国ではセグメント情報の制度化後約30年が経過し、かつ、同情報は投資実務においてそれこそ最重要の会計情報の一つとして利用されているにも拘らず、当該会計制度化以降今日に至るまでの期間を対象として、同制度の有効性を検証した体系的な学術研究は行われていない、という点である。セグメント情報の制度化前夜ともいべき時期に、日本会計研究学会スタディ・グループによる研究成果として末尾一秋（1987）『セグメント会計』が公刊されているが、同制度化以降、セグメント情報の開示ないしはセグメント財務報告に関する研究成果が個別の論文や研究書の一部として公刊されることはあっても、一冊の体系的な研究書は一切世に問われていない。末尾（1987）は来るべき会計制度の構築に資する議論を展開しているが、本研究は、同会計制度の成立以降今日に至るまでの全期間を視野に収めながら、会計制度の成立・発展経緯の分析、学術研究のサーベイ、および、実際

¹ 本研究では、セグメント情報の開示およびセグメント財務報告という用語を同義語として使用する。

の公表セグメント情報に基づく実証分析を行うことにより、わが国におけるセグメント情報の会計制度の有効性について体系的な考察を試みるものである。

第二に、セグメント情報に関する研究は米国が世界をリードする形で展開されてきたものの、実は、セグメント情報の役割は米国より日本の方が遥かに大きく、学術的発信する意義も大きいという点である。すなわち、米国、英国、ドイツ、フランスおよび日本という先進主要諸国において、1社あたりの事業数が最も少なく選択と集中が徹底されているのは米国であるのに対して、対照的に事業数が最も多く多様な事業群を擁しているのは日本であるという実態がある。セグメント情報は、事業の多角化が進展し、リスク・リターン構造を異にする事業分野が渾然一体となることによる、連結財務諸表の有用性の低下を補う役割を負っているが、先進主要諸国においてその役割が最も大きいのは日本なのである。セグメント情報に関する研究については、その役割が最も大きい日本企業を対象とした研究は大きな未開拓領域であり、日本企業のセグメント情報に関する学術的証拠を国内外に向けて発信する意義は大きいと考えられる。それと同時に、こうした背景がある以上、わが国のセグメント情報に関する会計制度の構想は、欧米諸国の学術的証拠に全面的に委ねるのではなく、日本企業に関する証拠こそ必要とされる。

第三に、以上のことを理由として、セグメント情報は日本経済および日本企業の経営と深く結びついており、セグメント報告は、会計学の領域を超えて、企業経営およびマクロ的な経済政策への影響力を持っているという点である。日本企業が総じて多様な事業群を擁している原因は、終身雇用を機軸とする内部労働市場、および、事業投資を資本市場が決めるのではなく経営者が決める内部資本市場が機能しているためであり、近年、日本政府・規制機関はコーポレートガバナンスおよびディスクロージャー制度改革等により日本企業に改革を迫る中、経営者はセグメント情報を通じて、内部労働市場や事業ポートフォリオに関し透明性の高い報告を要請されている。セグメント情報は、財務諸表本体を補足する「注記」情報の一つであるが、実は同情報は日本企業の経営をも揺るがしかねない影響力を有しているのである。

以上、三つの観点から、セグメント情報に関する研究は、学術的に考察するに十分値する研究主題であると考えられる。

2 本研究の構成

本論文は、三部構成である。

第1部 セグメント情報の会計制度

セグメント情報の会計制度はどのように形成され、今日に至っているのかという会計制度の形成の経緯とともに、どのような情報が開示されているかという実態について明らかにする。

第2部 セグメント情報の有用性

セグメント情報は財務諸表利用者に対して有用な情報を提供しているのか否かについて会計基準変更の効果を含め明らかにする。

第3部 セグメント情報をめぐる経営者の会計行動

セグメント情報に対して経営者はどのような裁量行動をとっているのかについて会計基準変更の効果を含め明らかにする。

全体の構成は、以下のとおりである。

第1章 本研究の目的と構成

- 1.1 研究の動機と目的
- 1.2 本研究の構成
- 1.3 本研究で用いるデータ

第1部 セグメント情報の会計制度

第2章 セグメント情報の会計制度 (1): 国際的展開

- 2.1 はじめに
- 2.2 第一期のセグメント会計基準: インダストリー・アプローチ
 - 2.2.1 米国における制度化
 - 2.2.2 SFAS 第14号
 - 2.2.3 主要国および国際的な会計基準への導入

2.3 第二期のセグメント会計基準: マネジメント・アプローチ

2.3.1 インダストリー・アプローチへの批判

2.3.2 SFAS 第 131 号

2.3.3 IAS/IFRS

2.3.4 日本

2.4 結語

第 3 章 セグメント情報の会計制度 (2): 日本における展開

3.1 はじめに

3.2 第一期のセグメント会計基準: インダストリー・アプローチ

3.2.1 制度化への展開

3.2.2 企業会計審議会によるアンケート調査

3.2.3 「セグメント情報の開示基準」

3.2.4 実務指針の整備

3.2.5 段階的導入

3.3 連結情報中心の開示制度

3.4 第二期のセグメント会計基準: マネジメント・アプローチ

3.4.1 マネジメント・アプローチの導入

3.4.2 独自の論点

3.5 結語

第 4 章 セグメント情報の実態(1): 日本

4.1 はじめに

4.2 日本におけるセグメント情報の変化と現状

4.2.1 データセット

4.2.2 セグメント情報の開示状況

4.2.3 セグメント情報の開示内容

4.3 マネジメント・アプローチ導入の効果: 修正再表示データに基づく検証

4.3.1 データセットおよび調査項目

4.3.2 セグメントの定義

4.3.3 セグメント情報の分割の程度

- 4.3.4 内部資本市場の透明性
- 4.3.5 開示項目
- 4.4 国際比較
 - 4.4.1 データセットおよび注目点
 - 4.4.2 分割の程度
 - 4.4.3 セグメント別収益性
- 4.5 結語

第5章 セグメント情報の実態(2): 米国、IFRS 適用国におけるマネジメント・アプローチの導入

- 5.1 はじめに
- 5.2 米国基準
 - 5.2.1 米国におけるマネジメント・アプローチの導入
 - 5.2.2 米国基準適用企業におけるセグメント情報の変化
 - 5.2.3 FAF による適用後レビュー (FAF 2012)、および、FASB におけるセグメント会計基準の再検討
- 5.3 IFRS
 - 5.3.1 IFRS におけるセグメント会計基準の変更
 - 5.3.2 IFRS 適用企業におけるセグメント情報の変化
 - 5.3.2.1 改訂 IAS 第 14 号の適用後の変化
 - 5.3.2.2 IFRS 第 8 号の適用後の変化
 - 5.3.3 IASB による適用後レビュー (IASB 2013)
- 5.4 結語

補遺 5.1 マネジメント・アプローチの導入に伴うセグメント情報の変化に関する研究

(1): 米国

補遺 5.2 マネジメント・アプローチの導入に伴うセグメント情報の変化に関する研究

(2): IFRS 適用国

第2部 セグメント情報の有用性

第6章 セグメント情報の有用性: 文献サーベイ

6.1 はじめに

6.2 マネジメント・アプローチ導入前の研究: 初期の研究

6.2.1 商製品・サービス系列別セグメント情報

6.2.2 地域別セグメント情報

6.3 マネジメント・アプローチ導入後の研究

6.3.1 商製品・サービス系列別セグメント情報

6.3.2 地域別セグメント情報

6.4 結語

補遺 6.1 セグメント情報の有用性に関する研究(1): 主にマネジメント・アプローチ導入前

補遺 6.2 セグメント情報の有用性に関する研究(2): 主にマネジメント・アプローチ導入後

第7章 財務諸表本体情報とセグメント情報の関係性

7.1 はじめに

7.2 検討課題

7.2.1 検討課題 1: 企業分析の目的

7.2.2 検討課題 2: 会計情報の総合的利用・分析方法

7.2.3 検討課題 3: 連結企業集団に対する評価

7.3 調査方法

7.3.1 調査概要

7.3.2 主要質問事項

7.4 調査結果

7.4.1 検討課題 1: 企業分析の目的

7.4.2 検討課題 2: 連結会計情報の総合的利用・分析方法

7.4.2.3 連結財務諸表とセグメント情報

7.4.2.4 連結財務諸表と個別財務諸表

7.4.3 検討課題 3: 連結企業集団に対する評価

7.4.3.1 分析困難な連結企業集団

7.4.3.2 投資意思決定に対する影響

7.5 結語

第8章 多角化戦略、セグメント情報の質および企業価値の関連性

8.1 はじめに

8.2 理論および仮説

8.2.1 理論

8.2.1.1 事業多角化

8.2.1.2 地域多角化

8.2.2 仮説

8.3 検証方法

8.3.1 変数

8.3.2 分析モデル

8.4 サンプルおよび記述統計

8.5 検証結果

8.5.1 H1: 多角化ディスカウントの有無に関する検証

8.5.2 H2: セグメント情報の効果に関する検証

8.6 結語

第9章 セグメント情報の予想能力

9.1 はじめに

9.2 セグメント情報による業績予想の意義と仮説

9.2.1 セグメント情報による業績予想の意義

9.2.2 先行研究

9.2.3 検証対象とするセグメント情報および仮説

9.3 検証方法

9.3.1 業績予想モデル

9.3.1.1 業績予想モデル

9.3.1.2 変数

9.3.2 サンプルの選択

9.4 検証結果

9.4.1 全期間: H1 および H2

9.4.2 マネジメント・アプローチ導入前・後: H1-1、H1-2、H2-1 および H2-2

9.4.2.1 基本サンプル

9.4.2.2 継続サンプル

9.4.2.3 修正再表示データに基づく検証

9.5 結語

補章 1 連結利益の市場評価と分割情報

補 1.1 はじめに

補 1.2 連結利益の意義と検証課題

補 1.2.1 連結利益の意義

補 1.2.2 連結開示制度の変遷

補 1.2.3 先行研究と検証課題

補 1.3 検証方法

補 1.3.1 Mishkin テスト

補 1.3.2 異常リターンに基づく検証

補 1.3.3 サンプルの選択

補 1.4 検証結果

補 1.4.1 Mishkin テスト

補 1.4.2 異常リターンに基づく検証

補 1.5 検証結果の頑健性

補 1.5.1 年次別推計に基づく検証

補 1.5.2 対象年次変更

補 1.6 結語

第 3 部 セグメント情報をめぐる会計行動

第 10 章 セグメント情報をめぐる経営者の行動: 文献サーベイ

10.1 はじめに

10.2 セグメントの集約および自発的開示をめぐる研究

10.2.1 米国基準適用企業に関する研究

10.2.2 IAS/IFRS 等適用企業に関する研究

10.3 セグメント利益をめぐる研究

10.3.1 セグメント利益率の分散等

10.3.2 全社費用・収益の調整

10.3.3 地域別利益の非開示の影響

10.4 結語

補遺 10.1 セグメント情報をめぐる会計行動に関する研究

第 11 章 セグメント情報の作成における経営者の裁量行動(1): 上場企業の内部データに基づく検証

11.1 はじめに

11.2 先行研究と仮説

11.2.1 先行研究

11.2.2 仮説

11.3 リサーチ・デザイン

11.3.1 検証に用いるデータ

11.3.2 検証方法

11.3.3 サンプル

11.4 検証結果

11.4.1 記述統計

11.4.2 仮説の検証結果

11.5 結語

補遺 11.1 日経 NEEDS と企業活動基本調査データとの接続手続

補遺 11.2 業種の調整

第 12 章 セグメント情報の作成における経営者の裁量行動(2): 修正再表示データに基づく検証

12.1 はじめに

12.2 検証課題および先行研究の拡張可能性

12.2.1 検証課題

12.2.2 先行研究の考察

12.3 検証方法

12.3.1 グラントデザイン

12.3.2 3種類のサブサンプルの識別、検証モデルおよび変数

12.3.3 サンプルの選択

12.4 検証結果

12.4.1 記述統計

12.4.2 ロジットモデルの推計結果

12.5 結語

補章2 米国証券取引委員会による法定開示書類のレビュー

補2.1 はじめに

補2.2 監査人関与に関する規定

補2.3 日米監査人関与の実態

補2.3.1 調査概要

補2.3.2 調査結果

補2.3.2.1 日本

補2.3.2.2 米国

補2.4 SECのコメントレーター分析

補2.5 結語

第13章 結論: 要約と課題

13.1 本研究の要約

13.2 本研究の貢献とインプリケーション

13.3 本研究の課題

参考文献

3 本研究の概要

本研究の概要は、以下のとおりである。

第1部「セグメント情報の会計制度」では、セグメント情報の会計制度は、どのように形成され、今日に至っているのかについて明らかにするとともに、どのような情報が開示されているかという実態に迫る。

第2章「セグメント情報の会計制度(1): 国際的展開」では、1960年代末に米国において世界に先駆けてセグメント情報の会計制度が確立されてから、2011年にセグメント会計基準の国際的コンバージェンスが達成され、世界中の国々がマネジメント・アプローチによりセグメント情報を作成するようになるまでの経緯と日本の会計制度が世界の構図の中でどのように進展してきたかについて明らかにする。

第3章「セグメント情報の会計制度(2): 日本における展開」では、わが国におけるセグメント情報の会計制度形成の経緯を跡づけ、同会計制度形成のプロセスとその特質を分析する。

第4章「セグメント情報の実態(1): 日本」では、日本企業のセグメント情報開示の実態を、長期データ(1991年～2015年)、マネジメント・アプローチにより同導入前の情報を作成し直した修正再表示データ(2010年)により分析するとともに、国際データベース(日本、米国、英国、ドイツ、フランス)をも併用しセグメント情報の国際比較を行い、さらにその背景にある企業の多角化戦略や収益構造の相違等について明らかにする。

第5章「セグメント情報の実態(2): 米国およびIFRS適用国におけるマネジメント・アプローチの導入」では、米国およびIFRS(国際財務報告基準)適用国においてマネジメント・アプローチが導入された効果を文献サーベイを通じて把握するとともに、マネジメント・アプローチに対する米国およびIASB(国際会計基準審議会)による各適用後レビューの結果について考察し、学術研究の評価とともに、マネジメント・アプローチに対する規制機関の評価をも分析する。

第2部「セグメント情報の有用性」では、セグメント情報は財務諸表利用者に対して有用な情報を提供しているのか否かについて会計基準変更の効果を含め明らかにする。

第6章「セグメント情報の有用性: 文献サーベイ」では、セグメント情報の有用性に関する実証研究について網羅的なサーベイを行う。米国では1960年代末にセグメント情報が制度化された当初より実証研究が行われ、また、1990年代後半にマネジメント・アプローチ

が導入されて以降、その有効性を問う実証研究が行われてきたので、それらについてサーベイを行う。

第7章「財務諸表本体情報とセグメント情報の関係性」では、日本の財務諸表利用者がセグメント情報をどのように利用し、投資意思決定に用いているかについて財務諸表利用者に対する聞き取り調査により質的に解明する。第6章で考察した実証研究は基本的にセグメント情報だけに焦点を当てているが、財務諸表利用者は財務諸表本体とセグメント情報とを併用し総合的に利用し投資意思決定に至るメカニズムが明らかにされる。

第8章「多角化戦略、セグメント情報の質および企業価値の関連性」では、第7章で得た知見を念頭に置きながら、大量サンプルに基づく仮説検証型の量的研究を実施する。投資家にとって事業多角化および地域多角化が進展するほど情報の非対称性が大きく分析が難しくなる結果、企業価値に負の影響が生じるかどうか、さらにセグメント情報の質が高い場合に当該負の効果は緩和されるか否かについて検証している。

第9章「セグメント情報の予想能力」では、投資家がセグメント情報を有用と考える主な理由は将来業績の予想に有用であるという信念を持っているためであるという観点から、わが国会計制度に基づくセグメント情報は十分な予想能力を有するか否か、さらには、マネジメント・アプローチの導入は当該予想能力に対してどのような影響を及ぼしているかについて検証し、わが国会計制度の存立基盤を確認する。

補章1「連結利益の市場評価と分割情報」では、セグメント情報以外の「分割情報」に焦点を当て、広義の分割情報の意義を確認する。投資家は、セグメント情報以外の分割情報をも利用し、企業に対する理解を深めていることを示唆する証拠を提示する。

第3部「セグメント情報をめぐる経営者の会計行動」では、セグメント情報に対して経営者はどのような裁量行動をとっているのかについて明らかにする。

第10章「セグメント情報をめぐる経営者の行動: 文献サーベイ」では、セグメントの集約、自発的開示およびセグメント利益に分け、セグメント情報をめぐる経営者の行動に関する実証研究についてサーベイを行う。

第11章「セグメント情報の作成における経営者の裁量行動(1): 上場企業の内部データに基づく検証」は、経営者はどのような動機に従いどのようにセグメンテーションを調整しているのか、またマネジメント・アプローチの導入はセグメンテーションに対する経営者の行動にどのような効果を及ぼしているかという二点を、経済産業省による「企業活動基本調査」の個票データ（非公表データ）に基づき実証的に解明する

第 12 章「セグメント情報の作成における経営者の裁量行動(2): 修正再表示データに基づく検証」では、第 11 章は非公表データを用いた分析であるため、公表データをメインとする分析をも併せて行うことにより、第 11 章において提示した証拠の頑健性を確かめることを問題意識として実施したものである。第 12 章では、マネジメント・アプローチ導入前最終年度（2010 年）のセグメント情報と当該修正再表示データを併用の上、先行研究のアイデアを拡張し、多角的な分析環境を備えた分析枠組みを構築することにより、経営者の裁量行動の解明を試みた。

補章 2「米国証券取引委員会による法定開示書類のレビュー」では、第 11 章において、米国では公認会計士による監査のみならず、SEC（米国証券引委員会）による年次報告書のレビューが行われることにより、セグメント報告を含むディスクロージャーの水準の向上が図られていることに言及したことを受け、SEC のレビューの実態について考察したものである。

第 13 章「結論: 要約と課題」では、本論文の各章の要約、主たる発見事項とそれらのインプリケーション、および、残された課題について言及する。

4 本研究の貢献とインプリケーション

本研究の主な貢献は三点である。

第一に、セグメント情報の会計制度の形成プロセスを日本のみならず欧米諸国をも含め跡づけ、日本については長期データを用いて、欧米諸国は直近のデータを用いてセグメント情報の実態を明らかにしたことである。日本は欧米諸国に比べ、セグメント情報の役割が実際大きいという指摘はこれまで行われておらず、本研究の貢献の一つといえる。マネジメント・アプローチ導入後、地域別利益の非開示化が著しく進展する一方、日本においては情報の分割の程度が向上したのは、インダストリー・アプローチの下では同分割の程度が低かった企業群が中心であり、全般的に向上しているとはいえないこと、また内部資本市場の透明性が向上したことを示唆する証拠は得られなかった。

第二の貢献は、セグメント情報の有用性を是認する証拠を、わが国投資実務の当事者であるアナリストの見解、企業価値への影響、および、予想能力の観点から得たことであり、わが国セグメント情報の会計制度の存在意義を証拠づけたことである。ただし、マネジメン

ト・アプローチ導入の効果について予想能力の観点から検証したものの、地域別売上高（所在地別売上高および海外売上高）を除いては、同アプローチの導入を契機として予想能力が向上したという仮説に整合する証拠は得られなかった。この限りでいえば、同アプローチの導入により日本企業のセグメント情報の予想能力を向上させる効果が発現しているとはいえない。

第三の貢献は、セグメント情報をめぐる経営者の裁量行動について、とくにセグメンテーションを対象として解明したことである。内部データを用いた検証では、マネジメント・アプローチ導入前の期間においてプロプライエタリー・コスト仮説およびエージェンシー・コスト仮説に整合的な証拠を得るとともに、同アプローチの導入後もそうした裁量行動が緩和したことを示す証拠はほとんど得られなかった。また、修正再表示データを用いた検証では、以上の証拠にほぼ整合する結果が得られる一方、透明性の高い財務報告を行うというインセンティブを経営者が十分に有していないケースにおいて、マネジメント・アプローチの適用を強制した会計基準の変更は大きな効果が発現しておらず、セグメント会計基準の変更以上に、経営者のインセンティブが大きいことを示唆する証拠を得た。

第2部および第3部における考察に一貫するのは、わが国におけるマネジメント・アプローチの導入は、米国において報告されているような際立ったプラスの効果は検出されていない、という点である。IFRSの強制適用等、会計基準の選択に関する研究では、基準を強制的に変更しても、経営者の側に透明性の高い財務報告を行うというインセンティブがない限り、その効果は限定的であることを示唆する証拠が報告されている（Daske et al. 2013; Christensen et al. 2015）。マネジメント・アプローチによるセグメント報告にも経営者のインセンティブが介入し、その影響が本研究の発見事実に反映されている可能性がある。そのような理解を前提とすれば、わが国においてセグメント情報の質を全体的に引き上げる方法はとして二つが考えられる。

第一は、セグメント会計基準の適用について、より厳格な運用を行うことである。米国は、他の国々以上に会計基準を厳格に適用し、ディスクロージャーの水準を維持・向上すべく、SECによる年次報告書のレビューをも実施している。同レビューが財務報告に対して及ぼす効果については、補章2に記述したとおりである。

第二は、財務報告に対する経営者のインセンティブを高めることである。伝統的な日本の経営は、内部資本市場および内部労働市場を機軸としたものであり、そのような延長線上にある企業は透明性の高いセグメント報告を行うインセンティブが低いと考えられる。日本

政府・規制機関は、コーポレートガバナンスおよびディスクロージャー改革等を通じて、投資家との対話を要請している。かかる要請が行われているのは投資家との対話に消極的であり、投資家に対して閉鎖的な姿勢をとる企業が少なくなく、持ち合い関係（政策保有株式）の縮減等により改革を迫る動向として捉えることができる。

セグメント報告の質の向上は、セグメント会計基準の変更により効果を発揮できる部分もあるが、会計基準の変更だけで完結するものではなく、財務報告に対する経営者のインセンティブ、ひいては一国の企業システムに深く関係している問題であるといえる。

研究者の立場からいえば、日本企業のセグメント情報に関して継続的に調査を実施し、会計基準の変更のみならず、その他の施策をも視野に入れながら効果の検証を継続していくことが重要である。

5.5 本研究の課題

最後に、本研究をめぐる課題について言及する。

本研究は、セグメント情報について、会計制度、情報の有用性および会計行動の観点から考察したものである。上述のとおり、情報の有用性に関する検証ではわが国におけるセグメント情報の存在意義を確認する証拠を得ているが、マネジメント・アプローチを採用した、第二期セグメント会計基準の評価についてはより多角的な検証が必要である。たしかに本研究では、機械的予想の手法を用いてマネジメント・アプローチの効果について検証し一定の証拠を得てはいるが、先行研究のサーベイにおいて考察したように、アナリスト予想および資本コスト等の観点からさまざまな検証が可能である。わが国におけるセグメント情報の有用性はマネジメント・アプローチによって、どのように変化したのかについてさらに検証し、より頑健な証拠を得る必要があるだろう。

マネジメント・アプローチの適用によって、地域別利益の非開示化が進展している。その一方で、日本企業のグローバル化は一段と進展している。こうした状況下、地域別利益の非開示化は、投資家の情報環境やモニタリング環境にいかなる影響を及ぼしているか否かについても、本研究では立ち入った分析を行うことができていないので、今後の課題としたい。

本研究では、先進主要諸国において日本は最も事業多角化が進展している証拠を示した。セグメント情報の先進諸国である選択と集中が最も進展し、事業セグメント数が少ないの

は米国であった。この相違は、何がもたらしているのか。さらにいえば、日本企業によるセグメント報告には、主に先行研究として参照する米国企業にはない課題が伏在している可能性がある。企業システム、証券市場、および、労働市場等の相違を視野に収めながら、わが国のセグメント情報の意義や課題についてさらなる考察を行う必要がある。