

SONY

経営方針説明会

2019年5月21日

ソニー株式会社
代表執行役 社長 兼 CEO

吉田 憲一郎

- 皆様、おはようございます。本日はお集まりいただき有難うございます。



SONY

Purpose

存在意義

Fill the world with emotion,
through the power of creativity and technology.

クリエイティビティとテクノロジーの力で、
世界を感動で満たす。

- 当社は、技術の力を用いて人々の生活を豊かにしたいという強い思いを持ったファウンダーの夢から生まれた会社であり、そこにソニーの社会的な存在意義の起源があります。
- エレクトロニクス事業からスタートしたソニーが、その後、音楽、映画などのエンタテインメント事業、また金融やゲームなどのサービス事業を擁するグループへと成長した現在、約11万人の全世界のソニーグループ社員が一丸となって新たな価値を生み出していけるよう、明文化したものです。

1. 2018年度のレビューと中期の見通し
2. ソニーグループ及び各事業の取り組み
3. テクノロジーと社会価値

- 本日はこの存在意義に基づいて行っている、ソニーグループ及び各事業の取り組みについてこちらの内容でお話いたします。全体で約30分を予定しています。
- それではまず、18年度のレビューと中期の見通しからお話しします。

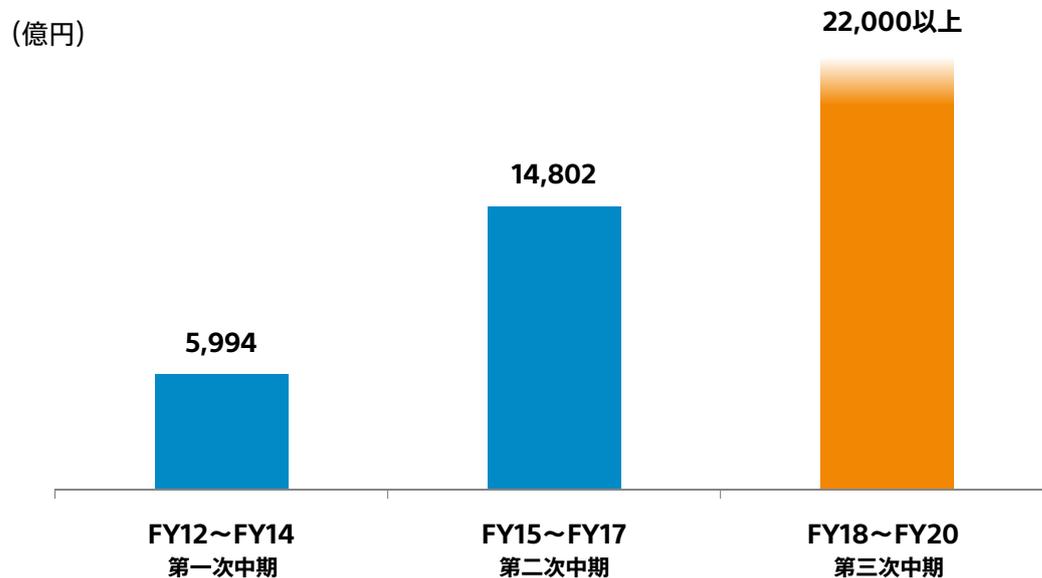
「人に近づく」

- 1 ユーザーに近づくDirect to Consumer (DTC) サービスとクリエイターに近づくコンテンツIPの強化**
- 2 ブランデッドハードウェア事業による安定的に高いレベルのキャッシュフローの創出**
- 3 CMOSイメージセンサーの領域でイメージング用途で世界No.1を維持し、センシング用途で世界No.1を目指す**

- 昨年の経営方針説明会では、ソニーの経営の方向性は「人に近づく」ことである、と申し上げました。ユーザーそしてクリエイター、それらの人の動機に近づくという方向性です。
- また、具体的な経営方針として、次の3点についてお話しさせていただきました。
- DTC強化の成果としては、PlayStation Network (PSN) の成長が挙げられます。ゲーム&ネットワークサービスセグメント (G&NS) は、昨年度の売上約2兆3,000億円、営業利益3,100億円という単一セグメントとしては、過去最高の売上、利益を計上しました。これを牽引したのがこのセグメント売上の6割以上を占めるPSNです。
- コンテンツIP強化に関しては、EMIミュージックパブリッシング (EMI) の100%子会社化により、ソニーは世界最大の音楽出版事業会社ともなりました。
- また、ゲーム・音楽・映画の全分野でIPを活用したヒットを数多く創出しました。
- 2点目のブランデッドハードウェア事業に関しては、引き続きクリエイターとユーザーをつなぐ製品展開を進めました。そして新しい価値創造と更なる事業の最適化を加速するため、2019年4月1日付で、全てのコンシューマーエレクトロニクス事業とプロフェッショナルソリューションビジネスをエレクトロニクス・プロダクツ&ソリューション (EP&S) として統合しました。
- モバイル事業を含むEP&Sセグメントは、昨年度、ゲームセグメントに次ぐ約900億円のネットキャッシュフローを創出しました (※)。
- CMOSセンサーの領域においては、イメージング用途で、高精細化に加え、多眼化・大判化が進むスマートフォン市場への安定的な供給を実現し、CMOSセンサーの金額シェアでNo.1のポジションを堅持しました。
- また、センシング用途でも、昨年度より、大手車載メーカー様での採用、そして、当社が技術優位性を持つiToFセンサーの大手メーカー様のスマートフォンへの搭載を実現しています。

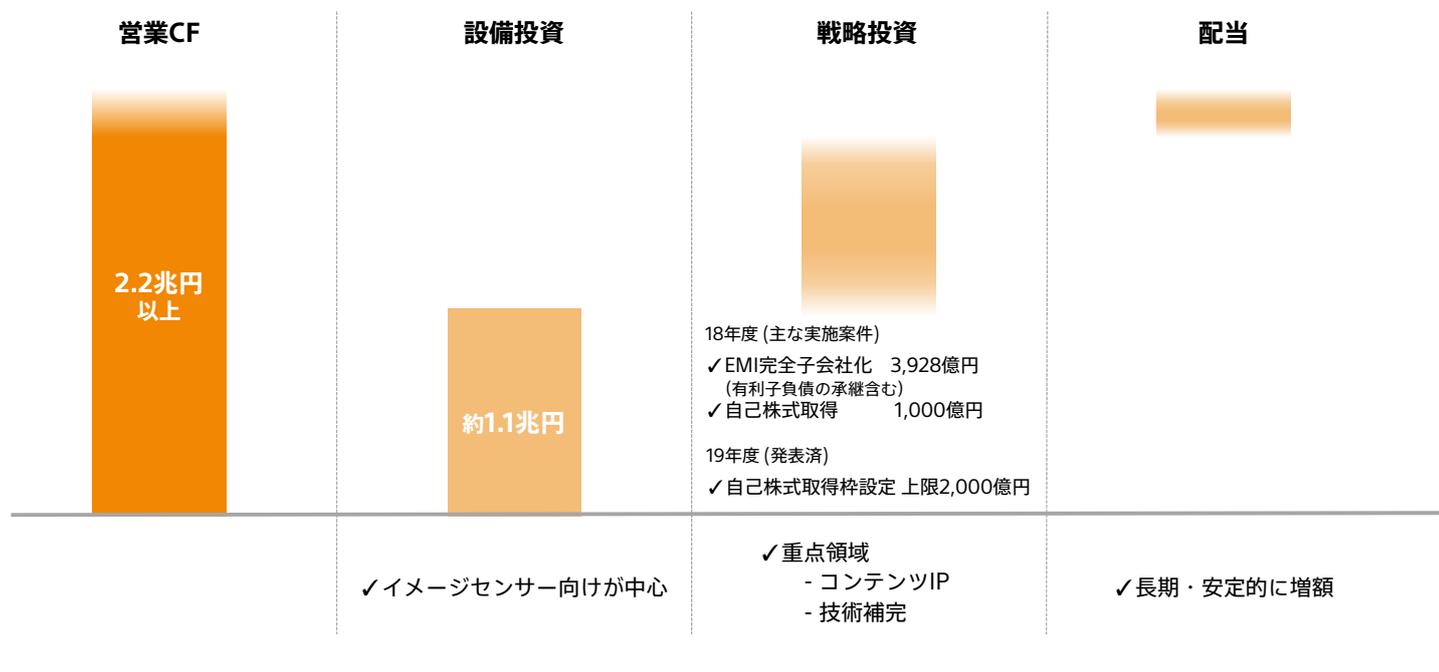
※ネットキャッシュフロー（営業キャッシュフローと投資キャッシュフローの純額）の算出方法及び含まれる調整金額については、「2018年度業績説明会 決算説明会資料」P. 9参照。金額は表中における「HE&S・IP&S・MC合計」。

3年間累計 営業キャッシュフローの推移 (金融分野を除く)



- 2018年度から2020年度までの第3次中期経営数値目標としては、3年間累計営業キャッシュフローを2,000億円増額し、2.2兆円以上としました。

3年間累計 キャピタルアロケーション目標 (金融分野を除く)



- キャピタルアロケーションについては長期的な利益成長のための投資を優先しています。
- 昨年3年間で1兆円とした設備投資は、CMOSセンサーへの増額により、1.1兆円から1.2兆円を見込んでいます。
- 戦略投資については、先ほど述べた約4,000億円のEMIの買収を実行しました。また弊社として株主価値向上に向けて一株利益、EPSの成長を重視しており、昨年度は実質初めての自己株式取得を1,000億円行い、今年度は上限2,000億円の自己株式の取得枠を設定しました。
- 自己株式取得は、今後も長期的な株主価値向上に向けて、戦略的な投資機会や財務状況、株価状況等を勘案した上で、機動的に行っていきたいと考えています。
- なお配当については、長期・安定的に増額していくという方針に変更ありません。

1. 2018年度のレビューと中期の見通し
2. ソニーグループ及び各事業の取り組み
3. テクノロジーと社会価値

- 次に当社の事業ポートフォリオについて概観しておきます。

SONY

テクノロジーに裏打ちされたクリエイティブエンタテインメントカンパニー

経営の方向性



事業ポートフォリオ



存在意義

クリエイティビティとテクノロジーの力で、世界を感動で満たす。

- 「ソニーとは何か」を一言で述べると、「テクノロジーに裏打ちされたクリエイティブエンタテインメントカンパニー」です。そして、当社の事業は基本的に人を軸としています。
- クリエイターが制作するゲーム、音楽、映画、アニメなどのコンテンツIPによって構成されるエンタテインメント事業、クリエイターのコンテンツの創造から、それをユーザーに届けることを担うエレクトロニクス事業、そしてプレイステーションネットワークや金融サービスなどのDTCサービス事業です。
- これらの事業は全てテクノロジーと不可分です。
- ソニーグループを支える様々な技術については、別途、秋にTechnology Dayを開催し、ご紹介したいと考えております。



- さてここからは個々の事業の取り組みと併せて、コンテンツIPとDTCサービス間での協業、技術を軸とした各事業間のシナジーについてもポイントを絞ってお話したいと思います。
- まず、昨年度当社が二年連続で過去最高益を計上する原動力となったG&NSについてお話したいと思います。



PlayStation®4
ハードウェア累計販売台数
9,680万台 以上

PlayStation™Network
月間アクティブユーザー
9,400万 以上

2019年3月末 時点

- 当社のプレイステーションはコンソールゲーム市場ではNo.1の地位にあり、PS4は今年度中に累計販売台数1億台という大きなマイルストーンに到達する見込みです。
- 本日は没入感を意味する、「イマーシブ」と、いつでも、どこでも切れ目なくという意味の「シームレス」の二つのキーワードでプレイステーションの今後の方向性をご説明したいと思います。

Immersive

没入感

Seamless

いつでもどこでも

- まず、コンソールゲームの価値提供の最も大切な軸は、「イマーシブ」なゲーム体験の提供ですが、ここは歴代プレイステーションコンソールの進化の過程で我々が最も注力してきた領域の1つです。
- 当社が現在開発を進めている次世代コンソールでもこの方針は変わらず、TFLOPS（浮動小数点演算）という単位で表わされる演算性能の更なる向上と超高速広帯域の専用SSDとの組み合わせにより飛躍的な描画スピードの向上を図っています。
- ユーザーのみなさんが、描画スピードの向上によってゲームに没入しつづける。これは、PS4 Proを含む、PS4世代のハードウェアの性能を圧倒的に超える、まさに「次世代」を象徴する体験であると考えています。
- 当社は、これ以外にもPlayStationが「The Best Place to Play」であり続けるための仕掛けを次世代コンソールで用意していますので、是非ご期待いただければと思います。
- 次に、「シームレス」というキーワードについてです。
- ユーザーのみなさんが、ディスクやネットワークでお買い上げいただいたゲームソフトを、テレビの前から様々な場所に持ち出し、いつでもどこでもストレスなく続きを遊んでいただける体験です。
- ユーザーの通信・ネットワーク環境およびスマートフォンの性能の向上によって、この「シームレス」な体験がますます現実的になってきたと考えております。

プレイステーション・ストリーミング

「PS4」 リモートプレイ



- PlayStationでは「リモートプレイ」というお手持ちのPS4をサーバとする機能と「PlayStation Now」というクラウドサーバーを前提とする2つのサービスを、提供させていただいております。本日は、ストリーミング技術を活用したこの2つの「シームレス体験」を「プレイステーション・ストリーミング」としてご紹介させていただきます。
- まず「リモートプレイ」は、PS4ユーザー向けの無料機能でユーザー自身のPlayStationがゲームサーバーとなり、ユーザーに「イマーシブ」に楽しんで頂いているゲームの続きを、Wi-Fiさえあれば、ベッドルームや外出先などでもシームレスに「いつでも、どこでも」楽しめるというものです。
- プレイステーションではこのサービスを2006年より提供していますが、2012年のGaikai買収に伴い、最先端のストリーミング技術や圧縮技術を投入することで、低遅延化や、安定性の向上といったサービスの一層の改善を図りました。
- これまで、PCおよびXperiaといったデバイスで利用可能でしたが、この3月からiOSにも対応し、より多くの方々に楽しんでいただけるようになりました。この機能は今後アンドロイド搭載の様々なスマートフォンにも対応する予定です。
- 先ほど、年内にはPS4の累計販売台数は1億台に達する見込みと申しましたが、いわばお客様がお持ちの全世界の1億台のPS4がストリーミングゲームサーバーとなり、ユーザーに最も近い場所からストリーミングを提供する機能です。
- そしてこの機能は、次世代コンソールでも受け継いでいきます。
- プレイステーション・ストリーミングのもう1つの核となるサービスがクラウドゲームサーバーを前提とする、PlayStation Nowです。更なるプレイヤー層の拡大に向けて、PS4ユーザーにも、PS4をお持ちでないお客様にも「イマーシブ」なゲームコンテンツをお楽しみいただきたいと考えております。

1. ネットワーク技術

2. 新しいゲームの発見

3. コンテンツラインアップ

- 当社はストリーミングサービスの先行者としてPlayStation Nowを過去5年に渡り提供してまいりました。
- 年度決算発表時にCFOの十時より「PlayStation Now」の概要をご説明させていただきましたが、ここではこれまでのストリーミングサービスを提供してきた経験からの学びについて3点、お話しします。
- 第一に、ストリーミングサービスは、ゲームユーザーの皆様「いつでも、どこでも」、多様なデバイスでゲームを楽しんでいただけるという価値を提供することができます。当然ながらサービス提供にはネットワーク技術が重要となり、この5年間その検証とともに遅延を極小化する技術と知的財産の蓄積を行ってまいりました。そして、今後もそうした蓄積を継続してまいります。
- 第二に、PlayStation Nowは定額制の遊び放題サービスですので、ユーザーに多くのゲームを試していただき、新しい発見をしていただけるという顧客価値が提供できるということです。
- 第三に、PlayStation Nowでのゲームタイトルの品揃えについてです。定額制サービスではどのようなゲームタイトルがユーザーのニーズに合致するかをこの5年間検証してまいりました。トリプルAタイトル含め、コンテンツ・カタログの魅力向上は必須だと考えており、引き続き充実を図ってまいります。
- 「ストリーミング」という技術が可能とする「プレイステーション・ストリーミング」の世界。当社は、コンピューティング、ストリーミング、クラウド、5Gなど、最新の技術でPlayStationのユーザー体験を進化させ続けます。

ストリーミングゲーム領域での協業検討

SONY

 **Microsoft**

- その一環として、先日発表したとおり、当社はこの度マイクロソフト社とクラウドソリューションの共同開発を含むストリーミングゲーム領域での協業検討の意向確認書を締結いたしました。



- こうしたパートナーシップに加え、昨年度大きな成果を出した1st PartyのコンテンツIPの更なる強化に向けた積極的な投資、そして3rd Partyの開発会社様との信頼関係を維持・向上させ、PlayStationのミッションである「The Best Place to Play」を追求し続けます。
- また、プレイステーションのみならずアニプレックスやフォワードワークスが制作するモバイルゲームの強化も行っています。



- 次にコンテンツIPを軸に事業展開をしている音楽・映画セグメントについてお話しします。
- 定額ストリーミングサービスの普及は、音楽と映像のエンタテインメントコンテンツへの需要を増やしており、当社のような音楽事業や、映画・TV番組・アニメなどの映像コンテンツ制作事業をもつ会社にとっては追い風となっています。この二つの事業セグメントの基本戦略は、クリエイターに近づくこと、即ちコンテンツIPの強化となります。

世界最大の ミュージックカンパニー



*2018年度における音楽分野の売上数値（Sony Music Entertainment、Sony/ATV Music Publishing LLC、EMI Music Publishing 及び
（株）ソニー・ミュージックエンタテインメントの売上合計額）に基づく。EMI Music Publishingが2018年度期初より連結化されていたと仮定。

- まず音楽セグメントは、世界最大のミュージックカンパニーであるという高い市場ポジションと定額ストリーミングサービス市場の拡大により、ライセンス型のリカーリングビジネスとして安定した収益の拡大を見込んでいます。
- 音楽IPの更なる強化に向けて、ストリーミングで人気が顕著なヒップホップやアーバン、ラテンなどのアーティストの獲得・育成、そして今後、市場として成長の機会が見込める中国を含むローカルアーティストの育成に努めてまいります。
- また、インディーアーティストをサポートするThe Orchardも重要な戦略事業体と位置付けております。
- また、音楽出版と音楽制作の、コスト面も含めた事業シナジーも今後追求してまいります。

100年の歴史を持つコンテンツライブラリー IPの再活性化



Men In Black: International



Charlie's Angels



**Jumanji:
Welcome to the Jungle Sequel**

- 当社の音楽事業が高い市場ポジションであるとする、映画・TV番組の制作を担う Sony Pictures Entertainment(SPE)は、ユニークな市場ポジションにあると言えます。
- ユニークさの一つ目は、数少ない独立系のスタジオであるということです。数多くの DTCの映像サービスが立ち上がる中で、独立系であることはリスクであるという側面もあるかもしれませんが、逆に優良コンテンツを保有する弊社は、各社にコンテンツを幅広く提供できるという観点から優位なポジションにあり、事業機会でも考えています。
- 二つ目のユニークさが、コンテンツIPの資産です。具体的には約100年の歴史をもつハリウッドスタジオとして、再活性化が可能な多くのコンテンツライブラリーを持つことと、900を超えるMarvelキャラクターを題材とした映画・テレビ番組コンテンツを制作する権利を保有していることです。



Spider-Man: Homecoming



Spider-Man: Far From Home



Morbius



Venom



Spider-Man: Into the Spider-Verse

- スライドにはMarvel Universeのこれまでの実績と今後の主な展開を載せています。

One Sony Collaboration



Camila Cabello



- 三つ目のユニークさは、SPEが多様なエンタテインメント事業を有するソニーグループの一員であるということです。またこのことはグループ内の他のエンタテインメント事業共通の強みとも認識しています。
- 先日、アニメ映画『スパイダーマン：スパイダーバース』の製作総指揮を手がけたクリエイターと5年間の包括的な契約を結び、ソニー・ピクチャーズ・テレビジョンにて、マーベル・コミックをベースとする新作ドラマシリーズを製作すること発表しています。
- また、ソニー・インタラクティブエンタテインメントのWorld Wide Studioは、SPEのカルバーシティスタジオ内に、プレイステーションゲームIPの映画化を行う PlayStation Productionsという制作チームを新設します。そして、映画と音楽でも、具体的な協業の動きが出始めています。
- クリエイターをめぐる競争は激化していますが、音楽、映像、ゲームというクリエイターにとっての多様な事業機会と当社のテクノロジーは、トップレベルのクリエイターとの協業の可能性を拓げるものと考えています。



エレクトロニクス・プロダクツ & ソリューション

- 次に、コンテンツを創り、届けることを担うエレクトロニクス事業についてご説明します。
- 冒頭の昨年度の振り返りでご説明したとおり、2019年4月1日付で、全てのコンシューマーエレクトロニクス事業とプロフェッショナルソリューションビジネスをEP&Sとして統合しました。
- この統合による、事業の最適化・効率化の追求はもちろんですが、事業間の人材の流動化や活性化を図ることにより、モバイルを含む既存事業の強化、また医療やRoboticsなど、ソニーの技術力を活かした新規事業の育成を促します。
- EP&Sのミッションは、クリエイターである映画監督やプロカメラマン、アーティストの創造力、表現力を思う存分に発揮できる商品を創り続け、また、そうしたプロも納得する技術を凝縮した、コンシューマー向けプロダクトを創り出すことです。



「撮る」「録る」「観る」「聴く」「プレイする」



- ソニーは、今後も「撮る、録る、観る、聴く、プレイする」全てのエンタテインメント機能を追求し続け、クリエイター、そしてユーザーに最も信頼され、愛されるブランドとして進化してまいります。
- また、これら機能が全て搭載されているスマートフォンに関しては、ソニーの技術力を結集し、商品力強化に取り組んでいます。

CMOSセンサー



- 次に半導体ですが、当社の半導体事業はそのほとんどがCMOSセンサー事業です。
- その中では、カメラ機能のイメージングが大半を占めますが、測距などのセンシングも市場が立ち上がり始めています。CMOSセンサーの売上の約8割がスマートフォン向けです。
- この市場は成熟してきていますが、スマホに搭載されるカメラの多眼化・大判化によってセンサー需要は拡大してきています。同時にスマートフォン向けのToFセンサーの需要の立ち上がりも見込まれています。従って今後数年は増産投資が必要と考えています。
- CMOSセンサーは、高感度・低ノイズ、広ダイナミックレンジといった基本性能が重要なアナログ半導体であり、設備が陳腐化しにくい事業です。
- このため長期的に投資リターンは高い事業と位置付けています。これまで培ってきた技術力をいかし、今後も業界トップのポジションを堅持してまいります。

トヨタ『カローラスポーツ』にソニーのセンサーが搭載され、
夜間の予防安全性能評価でトップスコアを獲得（2018年度前期）

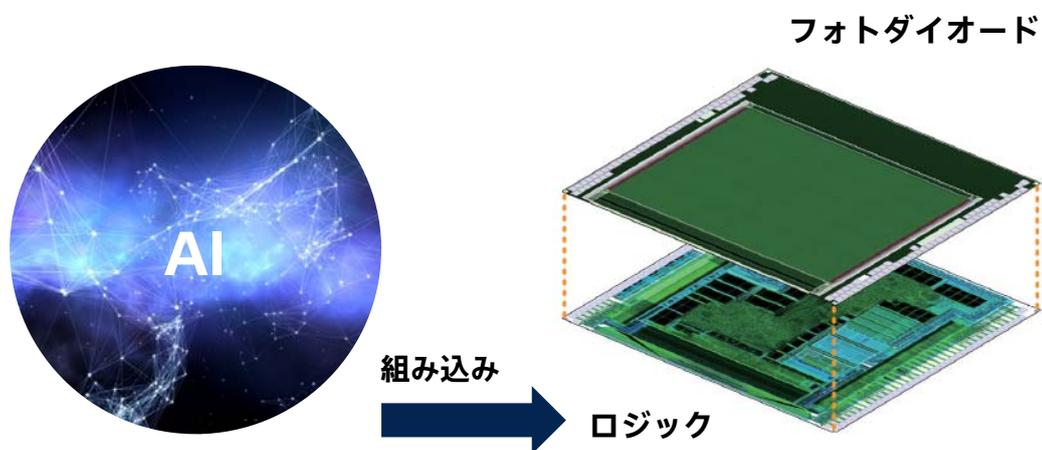


TOYOTA

DENSO

- センシング用途の代表例でもある車載用センサーは、市場の立ち上がりには相当の時間を要しますが、最近具体的な外部評価の事例がありましたのでご紹介します。
- それは、当社がデンソー様に納入している車載センサーを搭載したトヨタ自動車様のカローラスポーツが、夜間の歩行者を対象にした2018年度の自動ブレーキ試験でトップスコアを獲得した、というものです。

積層センサーのインテリジェント化



- CMOSセンサーの今後の進化の方向性、成長機会として位置付けているのがエッジAIです。
- 現在AIは画像認識の領域での進化が顕著です。また当社のCMOSセンサーは積層構造という形でロジックが貼り合わされています。ここにAIの機能を埋め込みCMOSセンサー自体をインテリジェント化していきたいと考えています。
- このAIの領域では他社とのアライアンスも積極的に推進していきたいと考えており、先日マイクロソフト社と協業の意向確認書を締結したのもその一環となります。

各事業の取り組み

G&NS

- ・ 次世代コンソールによる没入型ゲーム体験の進化
- ・ ストリーミングによるイマーシブかつシームレスなゲーム体験の提供

エンタテインメント

- ・ コンテンツIPの強化
- ・ ジャンルを超えたシナジー創出の加速

EP&S

- ・ 新たな価値創造の追求
- ・ 安定的なキャッシュフローの創出

半導体

- ・ CMOSイメージセンサーでのセンシング世界No.1実現
- ・ 測距、車載などの領域で事業を拡大

- ・ 今日お話ししたポイントはご覧の通りです。
- ・ 当社は、このような施策を通じて、クリエイターとユーザーを技術の力を用いて繋ぎ、「テクノロジーに裏打ちされたクリエイティブエンタテインメントカンパニー」として進化してまいります。

1. 2018年度のレビューと中期の見通し

2. ソニーグループ及び各事業の取り組み

3. テクノロジーと社会価値

- 最後に、当社のテクノロジーが貢献を目指す社会価値について、一言述べさせていただきます、結びとしたいと思います。
- 地球、社会の中の一員としてのソニーは、全ての事業活動を通じて、経済価値の追求と同時に、社会価値の創出、それによるより良い地球環境、社会づくりに継続して貢献してまいります。
- なお、この後の質疑応答後に、テクノロジーを用いて社会価値を創出するソニーグループの取り組みをご紹介しますビデオ（※）を用意しております。
- ここでは、モビリティの安心・安全、医療、教育、地球環境、障がい者スポーツへの貢献など、当社の具体的取り組みを紹介させていただいています。
- 私からのご説明は以上です。ご清聴ありがとうございました。

※ビデオ：「ソニーのテクノロジーが創出する社会価値」は以下よりご覧いただけます。

<https://www.sony.co.jp/SonyInfo/IR/library/presen/strategy/index.html>

将来に関する記述等についてのご注意

このスライドに記載されている、ソニーの現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しです。将来の業績に関する見通しは、将来の営業活動や業績、出来事・状況に関する説明における「確信」、「期待」、「計画」、「戦略」、「見込み」、「想定」、「予測」、「予想」、「目的」、「意図」、「可能性」やその類義語を用いたものには限定されません。口頭又は書面による見通し情報は、広く一般に開示される他の媒体にも度々含まれる可能性があります。これらの情報は、現在入手可能な情報から得られたソニーの経営陣の仮定、決定ならびに判断にもとづいています。実際の業績は、多くの重要なリスクや不確実な要素により、これら業績見通しと大きく異なる結果となりうるため、これら業績見通しにのみ全面的に依拠することは控えるようお願いいたします。また、新たな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常にソニーが将来の見直しを見直して改訂するとは限りません。ソニーはそのような義務を負いません。実際の業績に影響を与えうるリスクや不確実な要素には、以下のようなものが含まれます。

- (1) ソニーが製品品質を維持し、その製品及びサービスについて顧客満足を維持できること
- (2) 激しい価格競争、継続的な新製品や新サービスの導入、急速な技術革新、ならびに主観的でありやすい顧客嗜好などを特徴とする激しい市場競争の中で、十分なコスト削減を達成しつつ顧客に受け入れられる製品やサービス（イメージセンサー、ゲーム及びネットワークのプラットフォーム、スマートフォンならびにテレビを含む）をソニーが設計・開発し続けていく能力
- (3) ソニーがハードウェア、ソフトウェア及びコンテンツの融合戦略を成功させられること、新しい技術や配信プラットフォームを考慮に入れた販売戦略を立案し遂行できること
- (4) ソニーと他社との買収、合併、投資、資本的支出、構造改革その他戦略的施策の成否を含む（ただし必ずしもこれらに限定されない）ソニーの戦略及びその実行の効果
- (5) ソニーや外部の供給業者、サービスプロバイダやビジネスパートナーが事業を営む市場における法規制及び政策の変化（課税、及び消費者の関心が高まっている企業の社会的責任に関連するものを含む）
- (6) ソニーが継続的に、大きな成長可能性を持つ製品、サービス、及び市場動向を見極め、研究開発に十分な資源を投入し、投資及び資本的支出の優先順位を正しくつけて行い、技術開発や生産能力のために必要なものも含め、これらの投資及び資本的支出を回収することができること
- (7) ソニーの製品及びサービスに使用される部品、ソフトウェア、ネットワークサービス等の調達、ソニーの製品の製造、マーケティング及び販売、ならびにその他ソニーの各種事業活動における外部ビジネスパートナーへの依存
- (8) ソニーの事業領域を取り巻くグローバルな経済・政治情勢、特に消費動向
- (9) 国際金融市場における深刻かつ不安定な混乱状況や格付け低下の状況下においても、ソニーが事業運営及び流動性の必要条件を充足させられること
- (10) ソニーが、需要を予測し、適切な調達及び在庫管理ができること
- (11) 為替レート、特にソニーが極めて大きな売上や生産コストを計上し、又は資産・負債及び業績を表示する際に使用する米ドル、ユーロ又はその他の通貨と円との為替レート
- (12) ソニーが、高い能力を持った人材を採用、確保できるとともに、それらの人材と良好な関係を維持できること
- (13) ソニーが、知的財産の不正利用や窃取を防止し、知的財産に関するライセンス取得や更新を行い、第三者が保有する知的財産をソニーの製品やサービスが侵害しているという主張から防御できること
- (14) 金利の変動及び日本の株式市場における好ましくない状況や動向（市場の変動又はボラティリティを含む）が金融分野の収入及び営業利益に与える悪影響
- (15) 生命保険など金融商品における顧客需要の変化、及び金融分野における適切なアセット・ライアビリティ・マネージメント遂行の成否
- (16) 大規模な災害などに関するリスク
- (17) ソニーあるいは外部のサービスプロバイダやビジネスパートナーがサイバーセキュリティに関するリスク（ソニーのビジネス情報や従業員や顧客の個人を特定できる情報への不正なアクセスや事業活動の混乱、財務上の損失の発生を含む）を予測・管理できること
- (18) 係争中又は将来発生しうる法的手続き又は行政手続きの結果

ただし、業績に不利な影響を与えうる要素はこれらに限定されるものではありません。重要なリスク及び不確実な要素については、ソニーの最新の有価証券報告書又は米国証券取引委員会に提出された最新の年次報告書（Form 20-F）も合わせてご参照ください。

金融除く財務情報についての注記

このスライドに記載されている、金融分野を分離した財務情報は、ソニーの連結財務諸表の作成に用いられた米国会計原則では要求されていませんが、金融分野はソニーのその他の分野とは性質が異なるため、ソニーはこの情報を金融分野を除く業績の分析に用いており、このような表示が連結財務諸表の理解と分析に役立つと考えています。