

個人投資家向け会社説明会 ミーティング（概要）メモ

ソニー株式会社（6758）

開催日：2020年9月6日（日）

説明者：VP 財務部 シニアゼネラルマネジャー 早川 禎彦 氏

1. 会社概要

- 2019年度の連結売上高は8兆2,599億円、連結営業利益は8,455億円。2020年8月末の株価は8,309円。
- 2018年に社長に就任した吉田は、新たにソニーの **Purpose**（存在意義）として、「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」を定義。
- ソニーの経営の方向性は、「人に近づく」。この方向性の下、ソニーの事業ポートフォリオは、「人」を軸に、大きく以下の3つに分けることができる。
 - 人の心を動かす事業：クリエイターとともに感動コンテンツを創り、それをユーザーに届けるコンテンツ事業、およびDTC（Direct-to-Consumer）事業
 - 人と人を繋ぐ事業：クリエイターが創る感動コンテンツを、ユーザーが楽しむために欠かせない機器を提供するブランデッドハードウェア事業、世界中の人々が感動を共有するために利用しているスマートフォンのキーデバイスである、CMOSイメージセンサー事業
 - 人を支える事業：「安全」をもたらす車載センシング、「健康」をもたらすメディカル、「安心」をもたらす金融サービスなど、ソニーの技術が生かせる長期視点での成長領域
- これらの事業を貫き、長期視点での価値創造の基盤となるのが、ソニーの持つテクノロジーと、多様な人材。
- 2020年度の連結業績見通しは、売上高8兆3,000億円、営業利益6,200億円、当社株主に帰属する当期純利益5,100億円。新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、前年度比では売上・利益ともに減少する見通しだが、継続して利益水準の改善に努める。
- 当社の事業セグメントは、エレクトロニクス事業、イメージセンサー事業に加え、ゲーム・映画・音楽というエンタテインメント事業、および金融事業から構成される。多様な事業ポートフォリオを有することが当社の強み。
- 1997年度には売上全体の約6割を占めていたエレクトロニクス事業は、2019年度には全体の約3割となり、エンタテインメント事業、イメージセンサー事業、金融事業の割合が伸長し、ポートフォリオの多様性が拡大。
- ソニーは、各事業の進化をリードし、ポートフォリオの多様性をさらなる強みとしていくため、2020年5月に、2つのグループ経営強化施策の実施を決定し、発表。
 - 1点目：2021年4月1日の「ソニーグループ株式会社」の発足（予定）。グループ本社機能とエレクトロニクス事業の本社間接機能が混在する現在のソニー株式会社

大和インベスター・リレーションズ(株)（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

社の機能を明確に分離・再定義し、グループ本社機能に特化した会社とする。「ソニーグループ株式会社」発足に伴い、「ソニー株式会社」の商号は、ソニーグループの祖業であるエレクトロニクス事業が継承。

- 2 点目：金融事業の持株会社であるソニーフィナンシャルホールディングスの完全子会社化。金融事業は、エレクトロニクス、エンタテインメントと並ぶソニーのコア事業であり、長期視点で成長領域と位置づける「人を支える」事業。この事業に対する経営力をさらに強化し、グループ全体の企業価値向上につなげるため、完全子会社化を決定。

2. 成長事業領域

- ・ 1 つ目の成長事業領域は、ゲーム&ネットワークサービス分野。
- ・ 初代プレイステーションが発売された 1993 年度以降の、ゲーム&ネットワークサービス分野の営業利益は、2013 年度の「プレイステーション®4」の発売以降、順調に拡大。
- ・ 堅調な業績の背景は、ユーザーベースとネットワークサービスの拡大。足元では巣ごもりの好影響から、ゲームをはじめとするデジタルエンタテインメントの需要が世界的に大きく伸びている。
 - ユーザーベース：「プレイステーション®4」の累計販売台数が全世界で 1 億 1,210 万台^(注1)に到達。「プレイステーション™ネットワーク」の月間アクティブユーザー数（月 1 回以上サービスをご利用いただいているユーザー様の数）は、1 億 1,300 万人^(注1)を超え、有料ネットワークサービスである「プレイステーション®プラス」の会員数は 4,500 万人^(注1)と、順調に会員数を伸ばしている。
 - ネットワークサービス：「プレイステーション®4」では、過去のプレイステーションシリーズに比べ、ネットワーク売上の拡大が顕著。発売当初は、ゲーム&ネットワークサービス分野全体の売上の 4 分の 1 程度であったネットワーク売上が、2019 年度には 7 割を超えるまでになり、収益の大きな柱となっている。
- ・ ネットワーク売上のさらなる成長は、「コンソールサイクルの波」といわれる、次世代機への移行期の業績変動を小さくし、収益基盤の安定に貢献。
- ・ 2020 年の年末商戦期に発売予定の次世代機、「プレイステーション®5」によって、ユーザーの皆様のゲーム体験をさらに進化。解像度に加え、ゲームデータ処理のスピード、3 次元での立体的な音、そしてこれまで体験できなかった触感を、新しいコントローラーを通じてお届けする。スピード、音、触感が一体となることで、次世代機にふさわしい、「プレイステーション®5」ではこれまでに実現できなかった没入感のあるゲーム体験を提供できるようになり、また、「プレイステーション®5」の能力を生かした魅力的なゲームタイトルも準備している。
- ・ 2 つ目の成長事業領域は、音楽分野。

-
- ・ 2018 年に EMI ミュージックパブリッシングを 100%子会社化。市場における高いポジションを維持・強化することに加えて、定額制音楽配信サービス市場の成長を取り込むことで、安定した収益の拡大を見込む。
 - ・ 音楽市場におけるソニーのシェアは、音楽制作（CD などによる音楽コンテンツの販売）については日本で 1 位、米国で 2 位、音楽出版（楽曲の著作権管理やライセンス）については世界トップ（注²）。
 - ・ 音楽市場は、インターネットの普及に伴う CD の売上減少により縮小が続いていたが、定額制音楽配信サービス市場の拡大により、再び成長に転じている。定額制音楽配信サービス市場の成長から得られる事業機会を最大化するためには、音楽コンテンツの質と量が重要になり、音楽コンテンツのさらなる強化に向けて、世界各国でアーティストの獲得・育成に努めている。
 - ・ 当社の音楽分野からはじまったアニメ事業への取り組みについて、アニメ市場ではファンが強いコミュニティを形成しているが、その中で日本のアニメに対する需要は大きく伸びている。
 - ・ コンテンツ制作では、ソニーミュージック傘下の Aniplex が、「鬼滅の刃」のアニメ制作や、「プレイステーション®4」向けのゲーム開発などを進めている。
 - ・ コンテンツ配信では、ソニーピクチャーズ傘下のアニメ DTC サービス会社の Funimation などを通じ、日本のアニメを世界中のファンにお届けしている。アニメとゲームはお客様層の親和性が高く、今後は「プレイステーション™ネットワーク」において、Funimation のプロモーションも進めていくなど、アニメについては、当社事業分野をまたがる協業を加速する。
 - ・ 3 つ目の成長事業領域は、イメージング&センシング・ソリューション分野。
 - ・ ソニーが強みを持つ高性能の CMOS イメージセンサーは、あらゆるモノがインターネットにつながる IoT、AI、自動運転など、これから大きく市場が広がる領域でのさらなる展開が期待できる。
 - ・ ソニーのイメージセンサーは、性能、品質において高い評価をいただいております、金額ベースで世界シェア 50%超（注³）を確保している。
 - ・ 足元では、新型コロナウイルスや地政学的リスクの高まりの影響を受け、ソニーが得意とするスマホ向けのハイエンドイメージセンサーの需要が、当初見込んでいたよりも弱くなる見通し。しかし、スマートフォンの差別化要因であるカメラ機能の向上をけん引するイメージセンサーの位置づけは変わらず、中長期的な成長を見込んでいる。
 - ・ AI や IoT の進展にともない、車載用途や FA（ファクトリー・オートメーション）、セキュリティなどの新規領域においても、イメージセンサーの重要性はさらに増していくことが見込まれる。
 - ・ ソニーは、CMOS イメージセンサーにより、イメージング用途の世界 No.1 をしっかり維

持すると同時に、センシング用途でも世界 No.1 を目指す。将来的には、当社の持つ世界最高水準の積層技術を生かし、エッジ AI 処理をセンサーハードウェアと融合し、リカーリング収益モデルを追求していく。

(注 1) 2020 年 6 月末時点

(注 2) 音楽制作はフィジカル音楽（配信や定額制サービスなどデジタルデータのみで流通されるものに対し、CD や DVD などで物理的に流通しているもの）のみを対象とし、期間は全て 2019 年 1 月～2019 年 12 月。出典：Oricon Biz, Soundscan, Music&Copyright

(注 3) 当社調べ

3. 社会価値創出へ向けた ESG 課題への取り組み

- ・ 社会価値創出に向けた ESG 課題、具体的には、「人」、「社会」、「地球」への、ソニーの取り組みについて、ソニーの Purpose および「人に近づく」という経営の方向性の下、感動を創り、人々に届け続けることがソニーの社会的使命。
- ・ 人々が感動でつながるためには、「人」、「社会」、「地球環境」が健全であることが前提となる。ソニーでは、環境負荷の軽減につながるモビリティの進化への貢献をはじめ、さまざまな環境への取り組みを行っている。
 - 2020 年 1 月、米国ラスベガスで開催された CES で、この領域での当社の取り組みを形にしたものとして、電気自動車「VISION-S」を紹介。ソニーの車載向け CMOS イメージセンサーや ToF センサーなど、33 個のセンサーを配置し、高度で安全な運転支援の実現を目指す。ソニーのイメージング&センシング技術を通じ、車の安全、長期的には車の EV 化などのモビリティの進展を促すことによって、地球環境にも貢献していく。
 - 2019 年 10 月、幕張メッセで開催された CEATEC で、4K 外科内視鏡システムなど、さまざまなメディカル機器を展示。ソニーが長年培ってきたイメージング、ディスプレイ、メカトロニクス技術を十分に生かし、人々の健康にも貢献していく。
- ・ 2020 年 4 月に、医療、教育、クリエイティブコミュニティの各領域で新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けている人々への支援を目的として、総額 1 億 US ドルのグローバル支援基金を立ち上げた。
- ・ この支援基金を通じ、治療に従事している医療関係者や、感染症対策に尽力している関係者への支援を目的とした国際機関や NGO への寄付に加え、医療の最前線へのサポートとして、関連会社であるエムスリー株式会社との協業や、人工呼吸器の生産支援、医療現場向けのフェイスシールドの提供などを行っている。
- ・ 教育の領域では、学習機会が制限された子どもたちに、プログラミング教育キットの無償提供を行っている。他にも、ゲーム、音楽、映画などの領域で、困難な状況にあるアーティストやクリエイター、ゲーム開発会社への支援など、今後もさまざまな取り組み

を進めていく。

4. 株主還元

- ・株主への利益還元については、継続的な企業価値の増大、および配当を通じて実施していくことを基本とする。配当については、今後も安定的に増配していく方針。自社株式の取得については、戦略投資の一部と位置づけ、成長投資機会を優先しつつ、財務状況や株価水準などを総合的に勘案の上、機動的に実施していく。
- ・保有する自己株式の総数の上限は、発行済株式総数の3%程度を目安とし、それを超える部分は、原則として消却する方針。
- ・配当金額の2019年度の実績は、中間配当を1株当たり20円、期末配当を25円とし、合計45円（前年度から10円の増配）。2020年度の中間配当は、1株当たり25円を予定（前年度の中間配当の実績からは5円の増配）。
- ・株主特典として、当社のインターネット上の公式サイトや各地のソニーストアで、対象商品を割引価格で購入いただけるクーポンを発行。毎年3月末時点の株主が対象。
- ・2020年8月28日に、ソニーのPurpose、価値創造の仕組み、創出する価値や、価値創造の基盤などを分かりやすく記載した統合報告書を発行。

5. 補足説明

（個人投資家の皆様の関心が高いと思われる項目について、プレゼンテーション終了後にQ&A形式で補足的にご説明した内容です）

補足説明 1.

新型コロナウイルス感染拡大による業績への影響について：

新型コロナウイルス感染拡大の影響が長期化している中、需要の変動などの影響を、コロナ

ウイルス感染拡大と、それ以外の要因に分解することは困難であり、定量的な影響額は開示していない。ここでは事業毎に定性的にご説明する。

新型コロナウイルス感染拡大による影響は、事業によってポジティブ・ネガティブの両面が

見られ、その影響が現れるスピードも事業毎に異なる。

- ネガティブな側面：音楽分野での楽曲使用機会の減少や、ライブ・イベントの延期・中止、映画分野での映画やテレビ番組作品の制作の遅れ、劇場の閉鎖などによる売上の減少。エレクトロニクス事業は、コロナの影響を早くから大きく受けたが、サプライチェーンへの悪影響についてはほぼ回復している。製品の 카테고리 や地域によって進捗は異なるが、総じて需要は回復基調。イメージング&センシング・ソリューション分野については、コロナの影響によるスマートフォン市場の減速、また、スマート

大和インベスター・リレーションズ(株)（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

フォンの中でもハイエンドよりも中位廉価版に需要が一部シフトしていることが、当社事業に与える影響を注視している。

- ポジティブな側面：ゲーム&ネットワークサービス分野は、巣ごもり需要からネットワークサービスへの需要が大きく伸びており、ソフトウェアのダウンロード販売や、ネットワークサービスの会員数が大幅に増加。映画分野についても、外出規制が続く中で、ホームエンタテインメントでの DVD や映像配信は非常に好調。また、配信サービスの拡大によるコンテンツ需要の高まりから、過去の作品のデジタル販売の事業は好調に推移。

当社は、今年度を、アフターコロナの事業環境を見据えて戦略の構築に注力するための重要な

な 1 年と位置づけている。このような状況では、ソニーの事業の多様性は強みになる。変化に

速やかに適応して、コロナの危機を将来の成長のチャンスとするよう、事業を進めていく。

このような不透明な時代だからこそ、改めて長期視点での経営が重要だと考えている。

補足説明 2.

巣ごもり需要でゲーム関連各社の業績が好調な中、他社と比較した当社のゲーム事業の強みや戦略について：

ゲーム事業は、ソニーグループの収益を牽引する成長ドライバーと位置付けている。長年のビジネスで築き上げてきたオリジナルのコンテンツ IP（知的財産）、プレイステーションとしてのブランド力、ユーザーの強固なゲームコミュニティ、End to End の企画・開発力、グローバルでの販売力が強み。

- 自社コンテンツの強みについて：ソニーは世界中に 14 のゲーム開発スタジオを有し、オリジナルのゲームタイトルを開発し、世界中のユーザーにお届けしている。直近の例では、2020 年 6 月に発売した自社タイトル「The Last of Us Part II（ザ・ラスト・オブ・アス・パート 2）」。発売からわずか 3 日間で全世界で累計 400 万本を販売し、自社制作の「プレイステーション®4」向けタイトルとしては過去最速。自社コンテンツを強化することで、プレイステーションのプラットフォームとしての魅力をさらに高め、これまでにない没入感のあるゲーム体験をユーザーに提供する。
- ゲームコミュニティについて：「プレイステーション™ネットワーク」の月間アクティブユーザーが 1 億 1,300 万人^(注1)に到達するなど、ユーザーとクリエイターをつなぐ強固なゲームコミュニティを確立。プレイステーションは世界有数のゲームエコシステム、ネットワークプラットフォームとなっており、このような強いコミュニティがあることは、ソニーの収益基盤の安定化にも貢献する。

今年度は「プレイステーション®5」という大きな世代交代を控えるが、ネットワークサービスが強固になっているため収益基盤が安定しており、過去のゲーム機の世代交代の時の

ような、大きな業績変動は抑えることができると見ている。年末商戦期の「プレイステーション®5」の発売に向け、ユーザーエンゲージメントをさらに強化・拡大していく。

補足説明 3.

ソニーフィナンシャルホールディングス（株）を完全子会社化するメリット、および今後の金融

事業の取り組みについて：

リカーリングビジネスの中でも強いビジネスモデルと認識しているのが DTC（Direct-to Consumer）モデル。ソニーの最初の DTC 事業は金融事業。金融事業は、「人に近づく」という経営の方向性の下、エレクトロニクス事業、エンタテインメント事業と並ぶコア事業。ソニーフィナンシャルホールディングスは 1 兆 3,000 億円の売上規模があり、日本の低金利環境下においても安定的な利益貢献があり、経営の安定性という観点からも極めて重要な事業と認識している。

完全子会社化によって、これまで少数株主持分として流出していた利益を、完全に取り込むことができる。これにより当社の連結当期純利益は年間 400～500 億円程度増加することが期待される。これは、1 株当たりの当期純利益に貢献するものであり、株主にとっての価値の向上にも資すると考えている。

今回の完全子会社化によって、金融事業に対する経営力をさらに強化し、グループ全体の企

業価値向上も図ることができると考えている。生命保険、損害保険、銀行という金融の各事業をさらに強化することに加え、ソニーグループ内での協業を加速し、これまで以上に幅広いお客様のニーズに即した、総合金融サービスの提供を目指す。具体的には、ソニーのテクノロジーを活用した新商品開発の強化も進める。一例として、2020 年 3 月に、ソニー損保が「GOOD DRIVE（グッドドライブ）」という新しい損害保険商品を発表。これは、契約者の運転をスマホアプリの AI を使って診断し、より安全な運転をするお客様の保険料を安くする、という商品。契約者により安全な運転をしていただくことが、社会的な安全を提供することにつながるため、その点で社会的にも意義のあるサービスだと考えている。

補足説明 4.

米中貿易摩擦により、中国大手スマホメーカーへのイメージセンサー出荷ができなくなった場合の、半導体事業への影響について：

米中貿易摩擦の状況は当社も注意深く見守っている。米中の貿易摩擦や新型コロナウイルス感染拡大による景況感の悪化により、ソニーが得意とするハイエンドスマートフォン向けのイメージセンサーの需要が、当初見込んでいたよりは弱くなるとみている。一方で、ソニーが事業を行う上で適用される法令は、米国の輸出管理法も含めしっかり遵守しており、今後も遵守していく。引き続き動向を注視の上、足元の環境変化に迅速に適応す

るため、これまでのイメージセンサーの事業に関する従来の戦略を、必要に応じて適切に調整していく。具体的には、将来の需要に向けた投資を一部抑制すること、研究開発におけるテーマを改めて選別し直し、優先順位を見直すこと、顧客基盤の拡大や分散など、事業構造の強化を進めていく。

以上が短期的な対応だが、中長期的には、AI 処理機能を搭載したセンサーによるエッジセンシングなど、新しい領域での成長が期待できる。中長期的にイメージセンサーの用途と市

場を広げて、事業を成長させていきたいと考えている。

(注 1) 2020 年 6 月末時点

以上

将来に関する記述等についてのご注意

このメモに記載されている、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、これら業績見通しのみに全面的に依拠することは控えるようお願いします。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通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、ならびに主観的で変わ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

大和インベスター・リレーションズ(株)（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

-
-
- (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、感染症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。新型コロナウイルス感染拡大は、上記のリスク及び不確実な要素の多くに悪影響を与える可能性があります。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。