

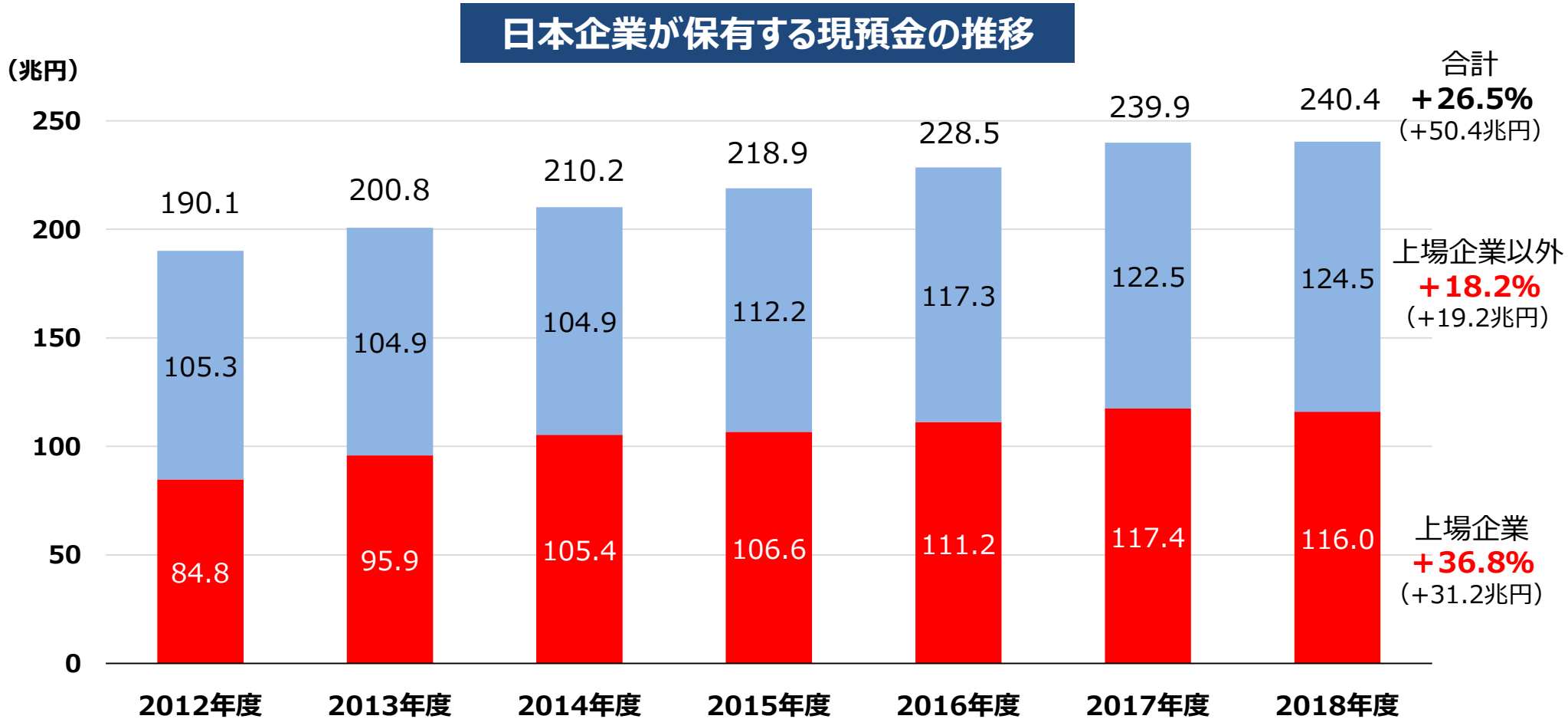
基礎資料

令和元年10月

内閣官房日本経済再生総合事務局

日本企業が保有する現預金の推移

- 日本企業が有する現預金は、2012年度から2018年度に**26.5%**増加。
- このうち、上場企業が有する現預金は**36.8%**増加しており、上場企業の増加分が大きい。



(注) 金融・保険業を除く数字。

上場企業：東証1部・2部、大証、名証などを含む全上場企業

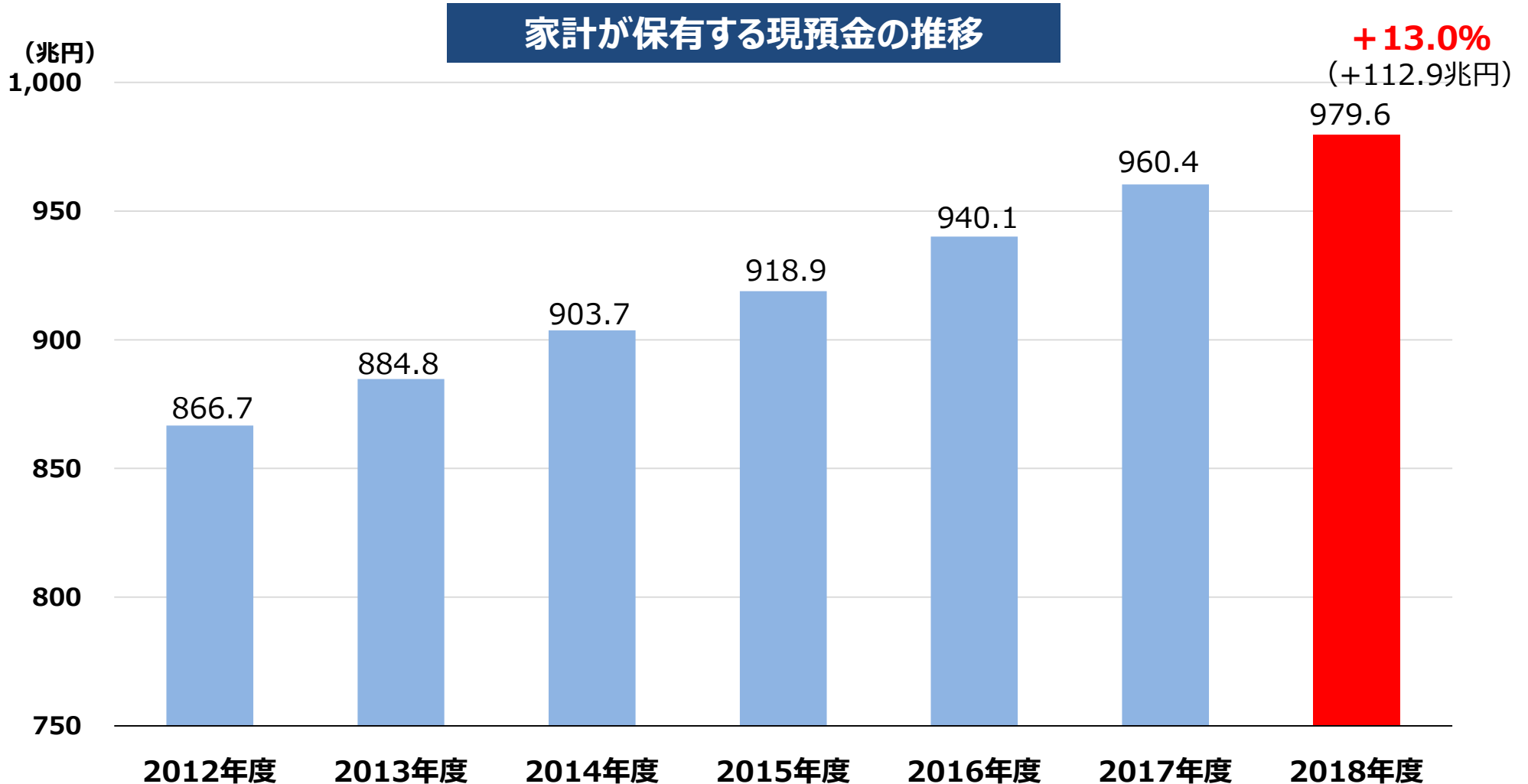
上場企業以外：日本に本店を有する会社（合名会社、合資会社、合同会社、株式会社）のうち、上記上場企業を除いたもの。

現金・預金額：現金、預金、流動資産の有価証券の額の合計

(出所) 財務省「法人企業統計」、Bureau van Dijk「Orbis」を基に作成。

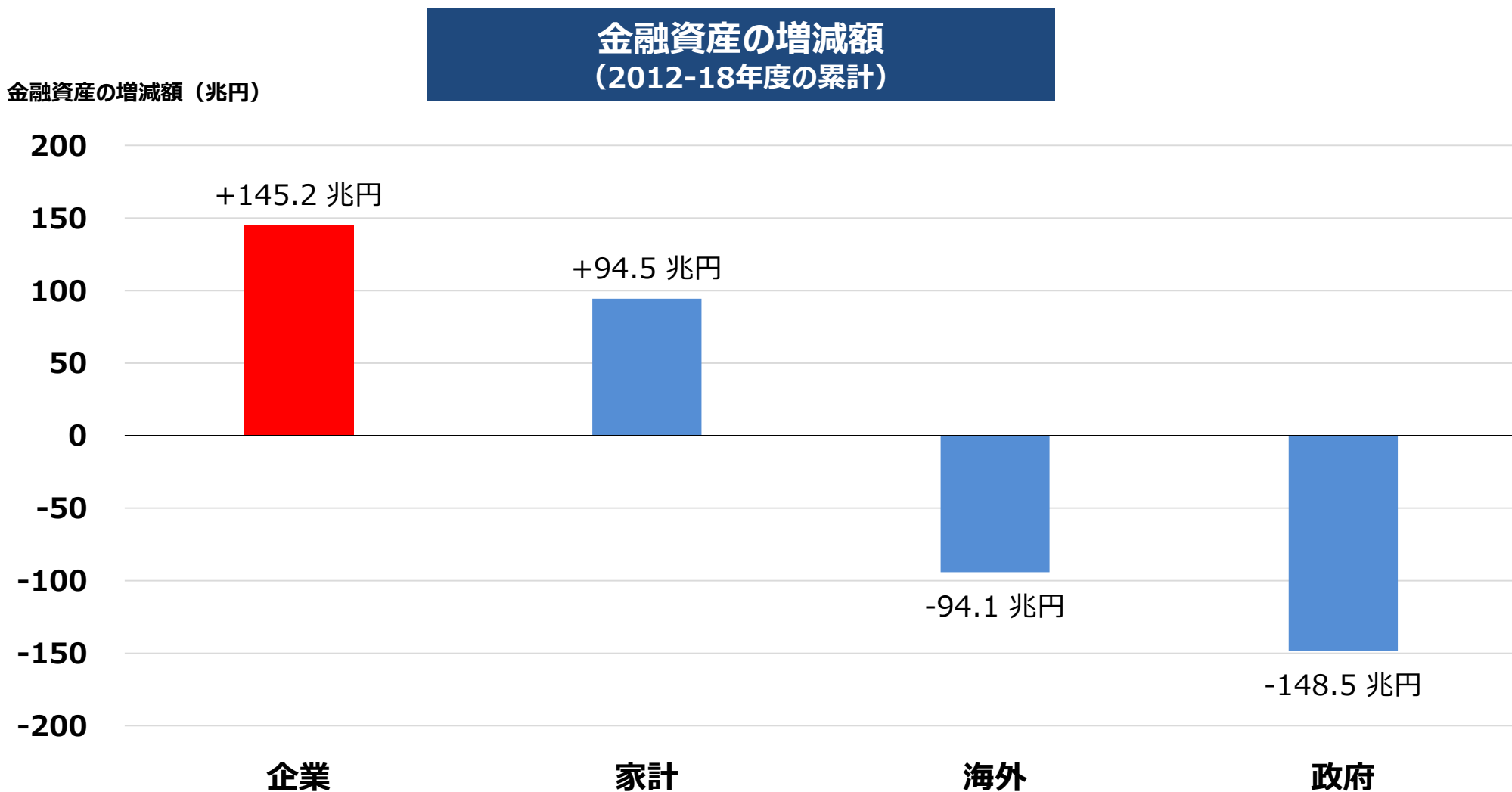
家計が保有する現預金の推移

○ 家計が保有する現預金は、所得の増加に伴い、2012年度から2018年度に**13.0%**増加。



金融資産の増減額

○ 2012年度から18年度にかけて、企業・家計が金融資産を増加させ、政府・海外が金融負債を増加させた。



(注) 資金循環統計における「資金過不足」(その期間における金融資産の増加額から金融負債の増加額を差し引いたもの)の累計値。

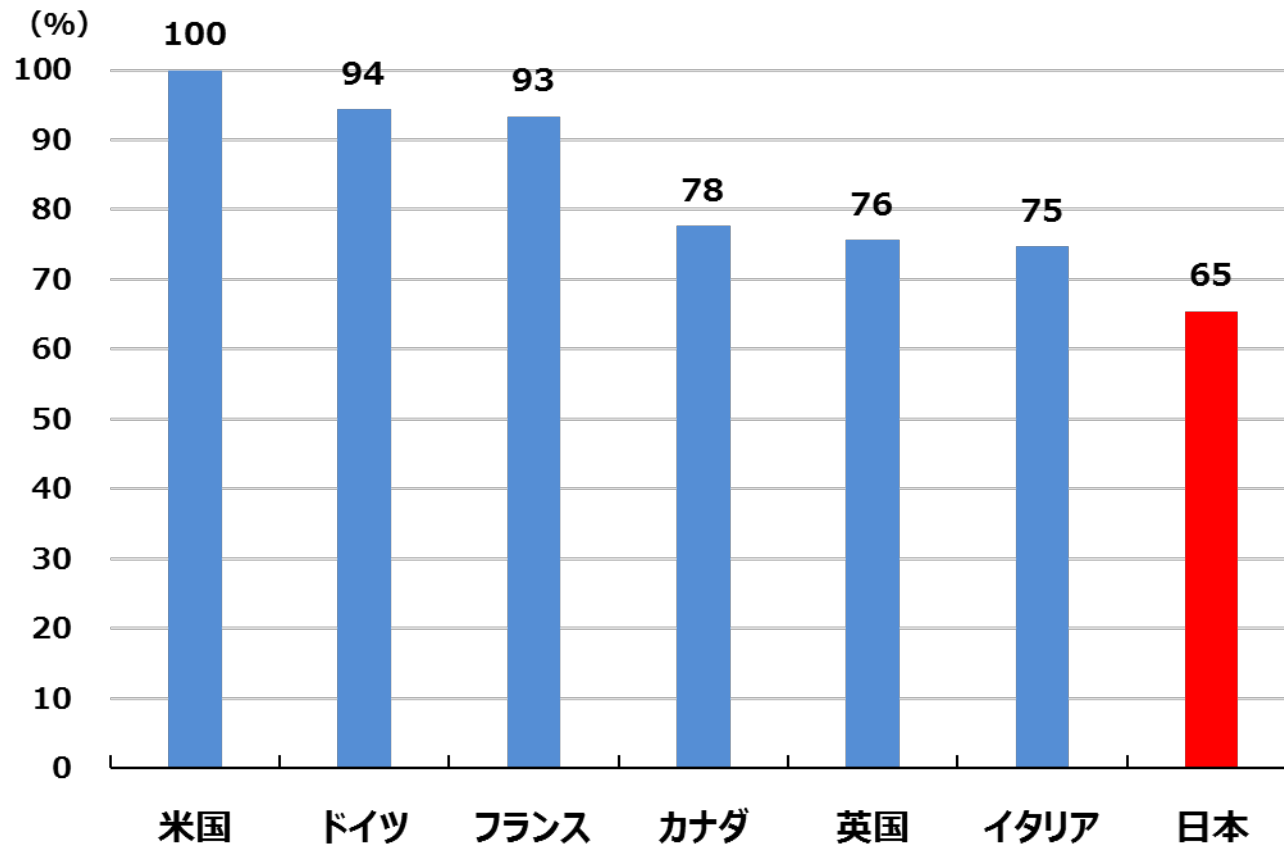
企業：営利企業、公営企業、医療法人等を含む非金融法人、政府：中央政府、地方公共団体、社会保障基金、海外部門：外国企業、外国政府、国際機関等

(出所) 日本銀行「資金循環統計」を基に作成。

時間当たり実質労働生産性の対米国比水準（2017年）

○ 日本の労働生産性の絶対値自体は依然として低く、米国の65%である。

時間当たり実質労働生産性の 対米国比水準（2017年）

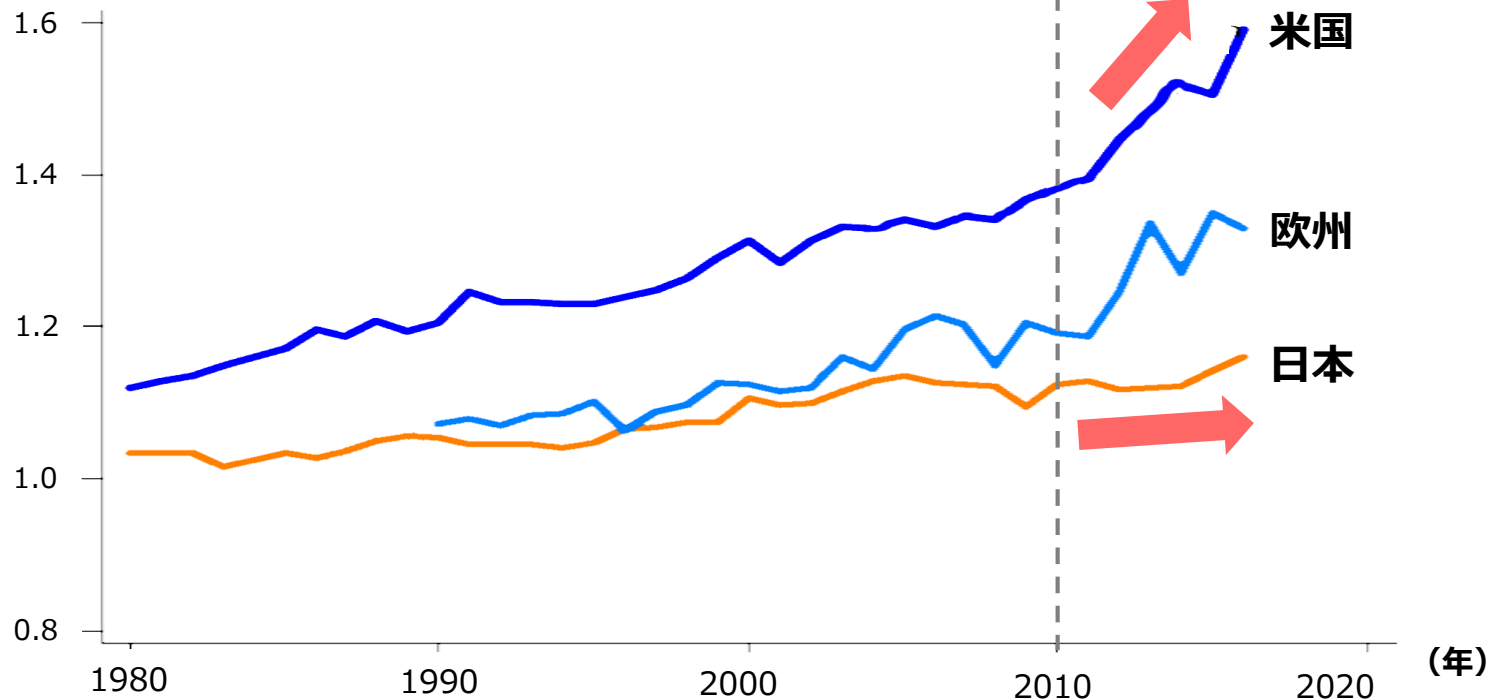


先進国企業のマークアップ率の推移

- 生産性は、売値－コストを基礎とするので、日本の労働生産性の低さは、コストが高いことが原因か、それとも売値が低いことが原因か。
- マークアップ率をしてみる。「マークアップ率」とは、分母をコスト（限界費用）、分子を販売価格とする分数であり、製造コストの何倍の価格で販売できているかを見るもの。この値が1 のとき、販売価格はちょうど費用を賄う分だけを捻出していることになる。
- 米国や欧州企業は、2010年以降、急速にマークアップ率が上昇する一方、日本企業は2010年以降も低水準で推移。
- 同質的な製品・サービスによるコスト競争ではなく、高付加価値化が課題。

企業のマークアップ率（倍）

先進国企業のマークアップ率の推移



(注) トムソン・ロイター社の上場企業データベースにおける1980～2016年、46.5万件のデータ(日本企業は8万件、米国企業は13万件)を使用した分析。

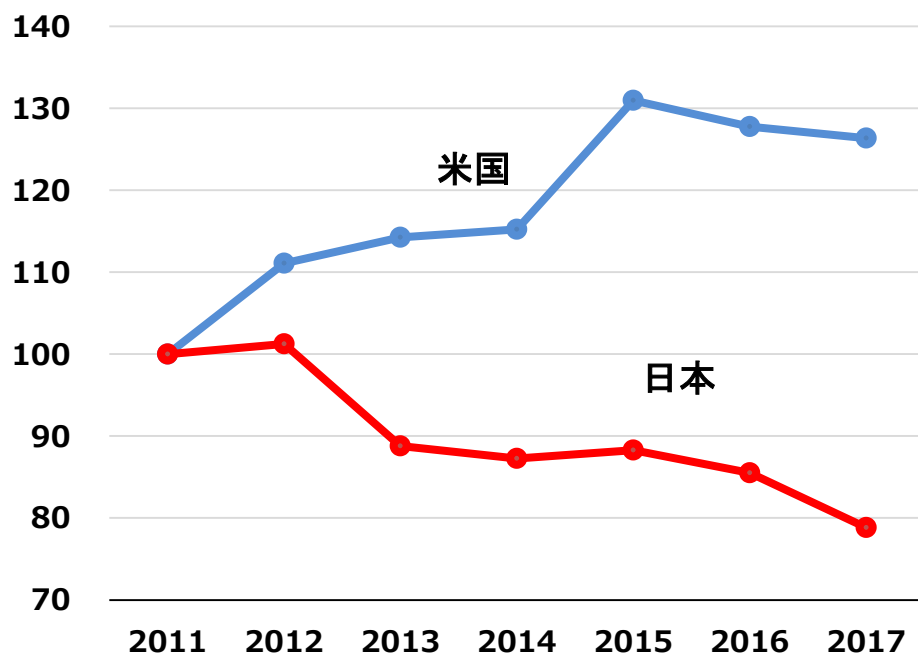
(出所) Diez Leigh, and Tambunlertchai (2018) 「Global Market Power and its Macroeconomic Implications」を基に作成。

企業の営業利益に対する設備投資、研究開発投資の比率

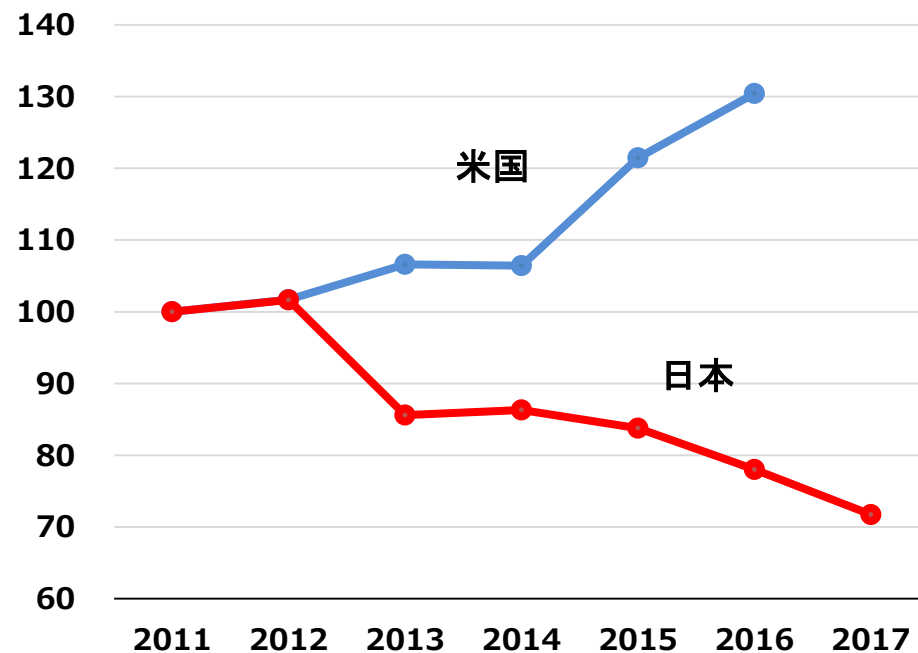
○ 日本企業は、営業利益に対する設備投資や研究開発費の比率が下がっているが、米国企業は伸びている。

各指標の推移（日米比較） （2011年＝「100」で指数化）

設備投資／営業利益



研究開発投資／営業利益



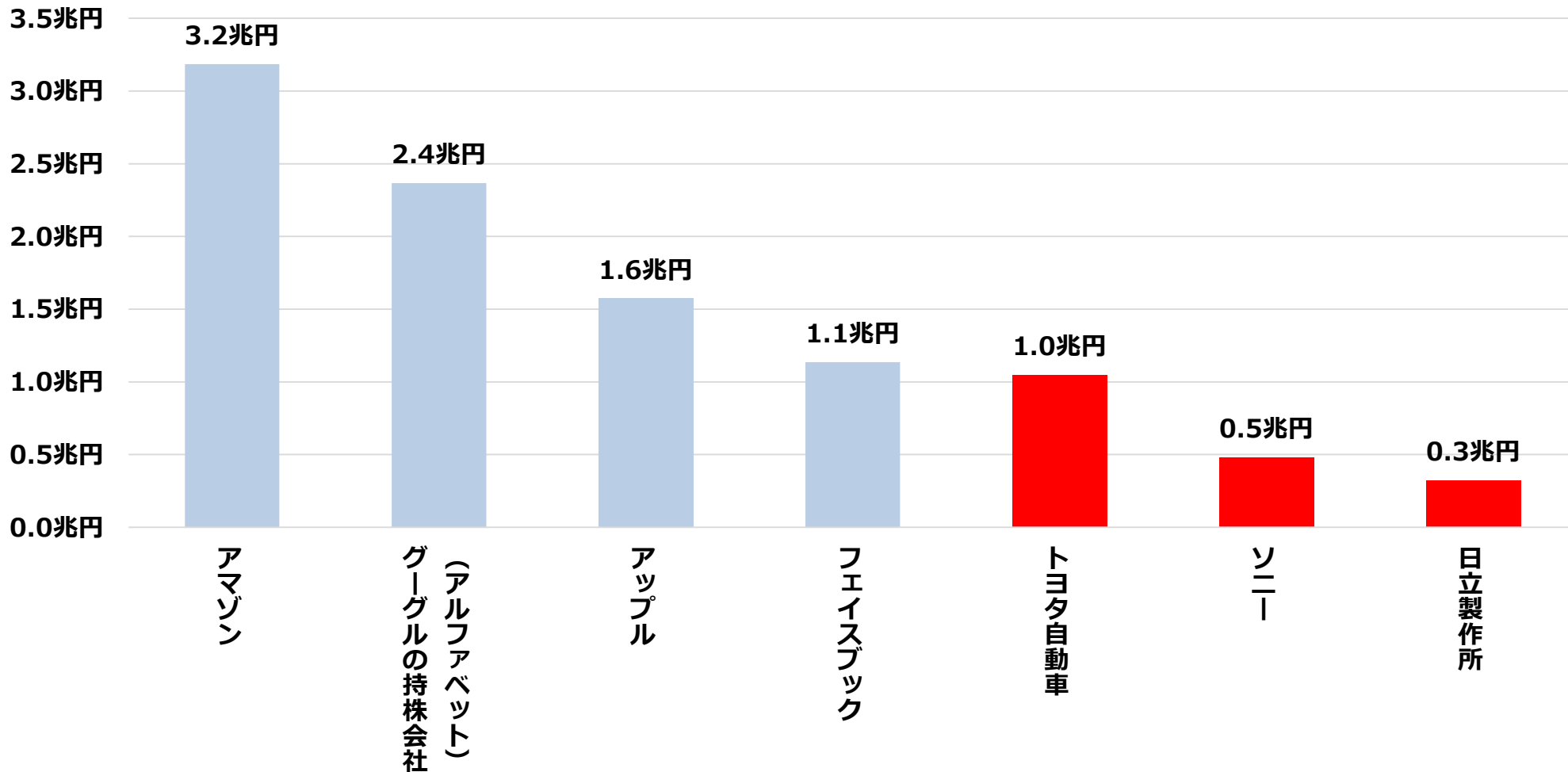
(注) 日本は年度、米国は暦年

(出所) 財務省「法人企業統計」、経済産業省「企業活動基本調査」、U.S Census Bureau「Quarterly Financial Report」、National Science Foundation「Business Research and Development and Innovation」を基に作成。

GAFA（グーグル、アップル、フェイスブック、アマゾン）と日本の大企業の研究開発費

○ 米国のGAFAは、日本の大企業より研究開発費（2018年度）が大きい。

GAFAと日本の大企業の研究開発費（2018年度）



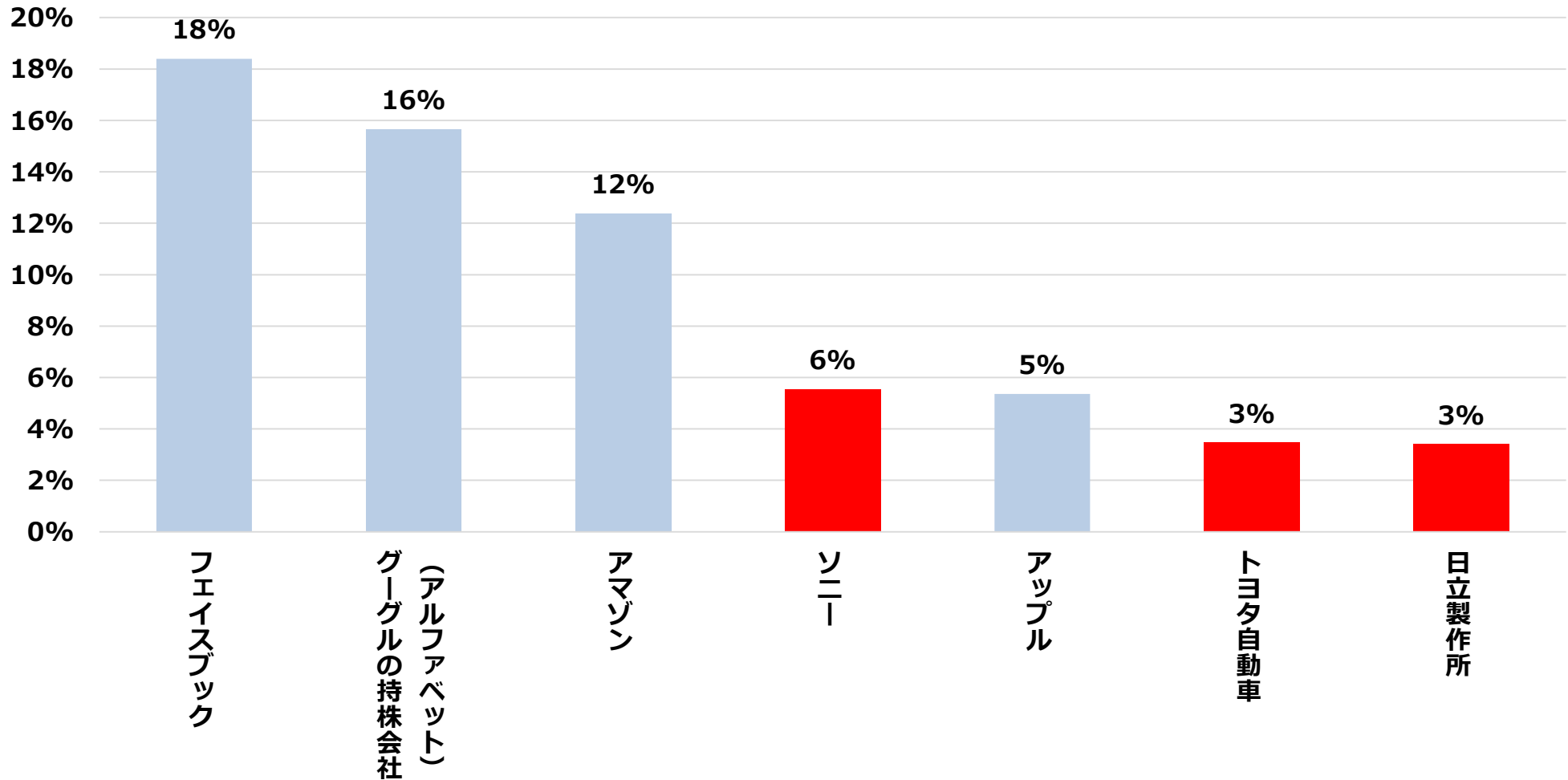
(注) 米国企業の研究開発費は、2018年の円ドルレート（110.5円/ドル）で計算している。

(出所) 各社の有価証券報告書、10-K（米国の年次業績報告書）を基に作成。

GAFAと日本の大企業の売上高研究開発費比率

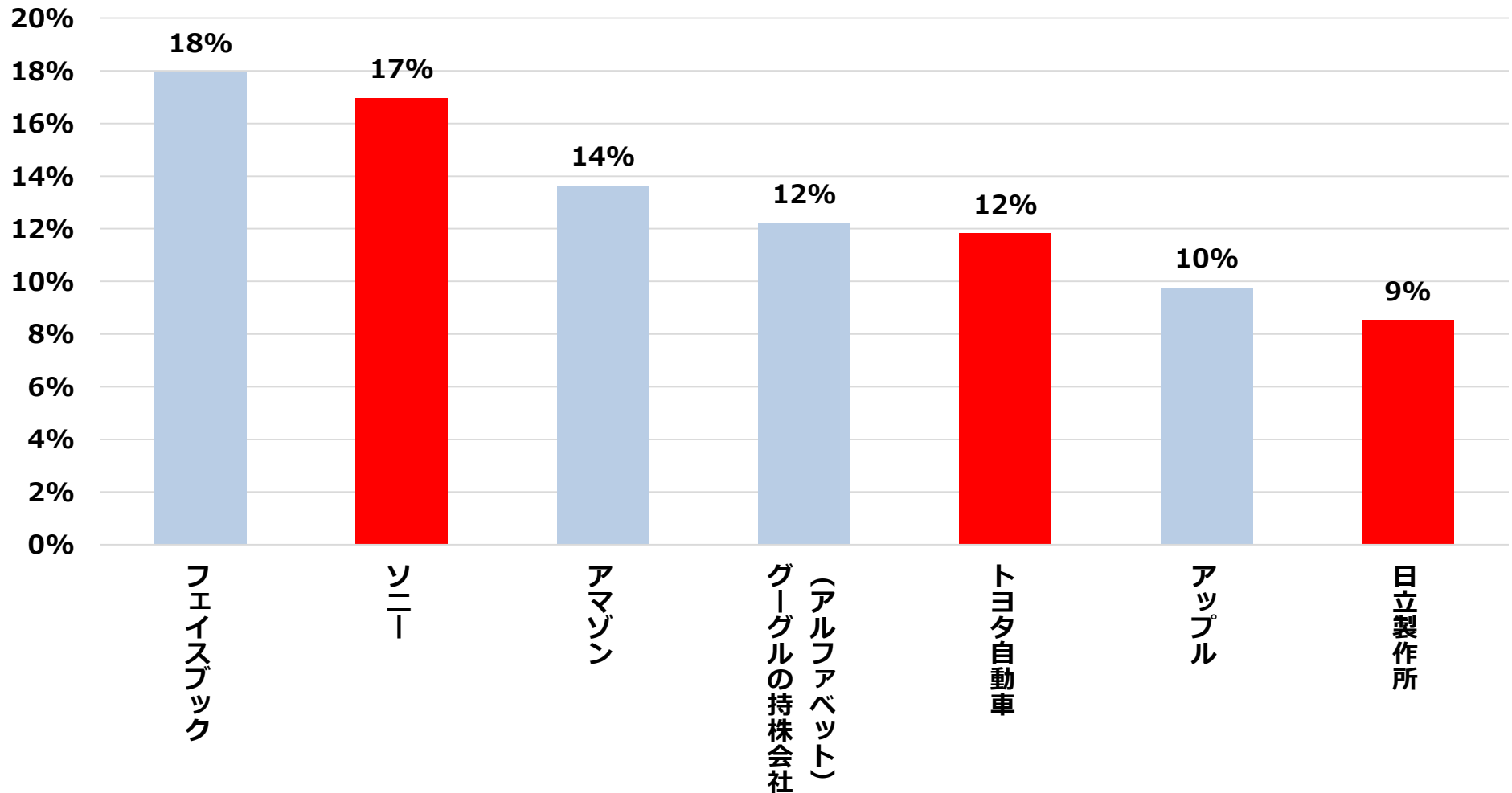
○ 米国のGAFAは、日本の大企業より売上高研究開発費比率（研究開発費÷売上高、2018年度）が大きい。

GAFAと日本の大型企業の売上高研究開発費比率（2018年度）



GAFAと日本の大企業の売上高現預金比率

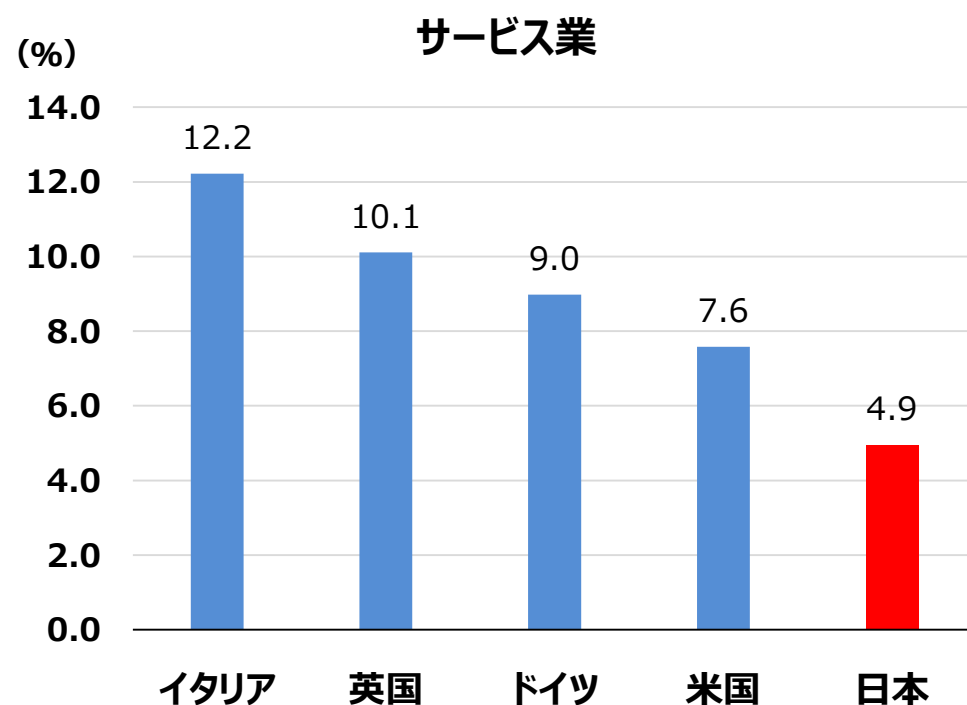
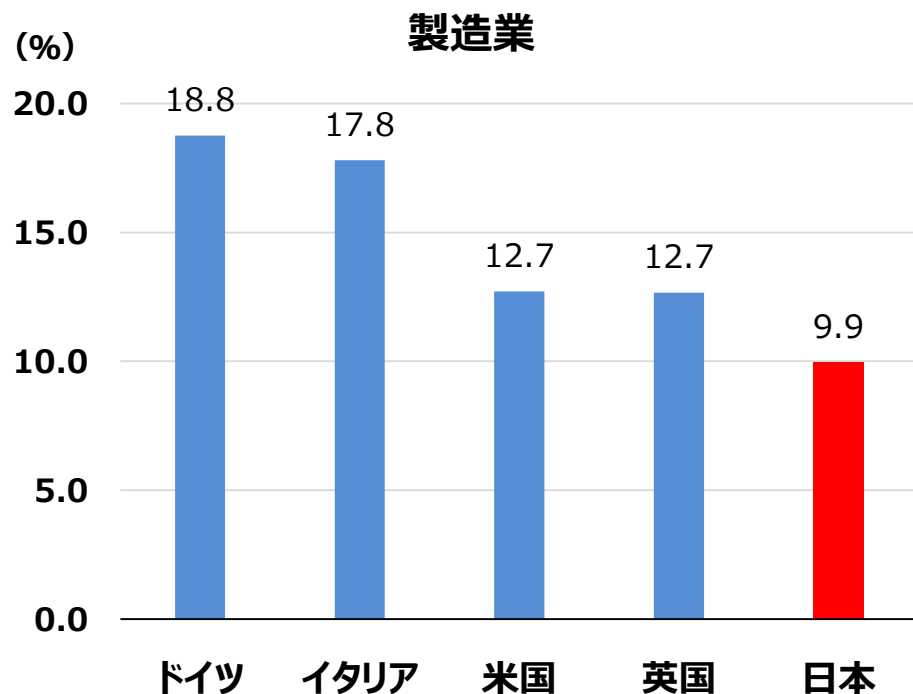
GAFAと日本の大型企業の売上高現預金比率（2018年度）



新製品・サービスを投入した企業の割合

○ OECDによると、製造業やサービス業において新製品や新サービスを投入した企業の割合は、先進国で日本が最も低い。

新製品・サービスを投入した企業の割合（2012-2014）



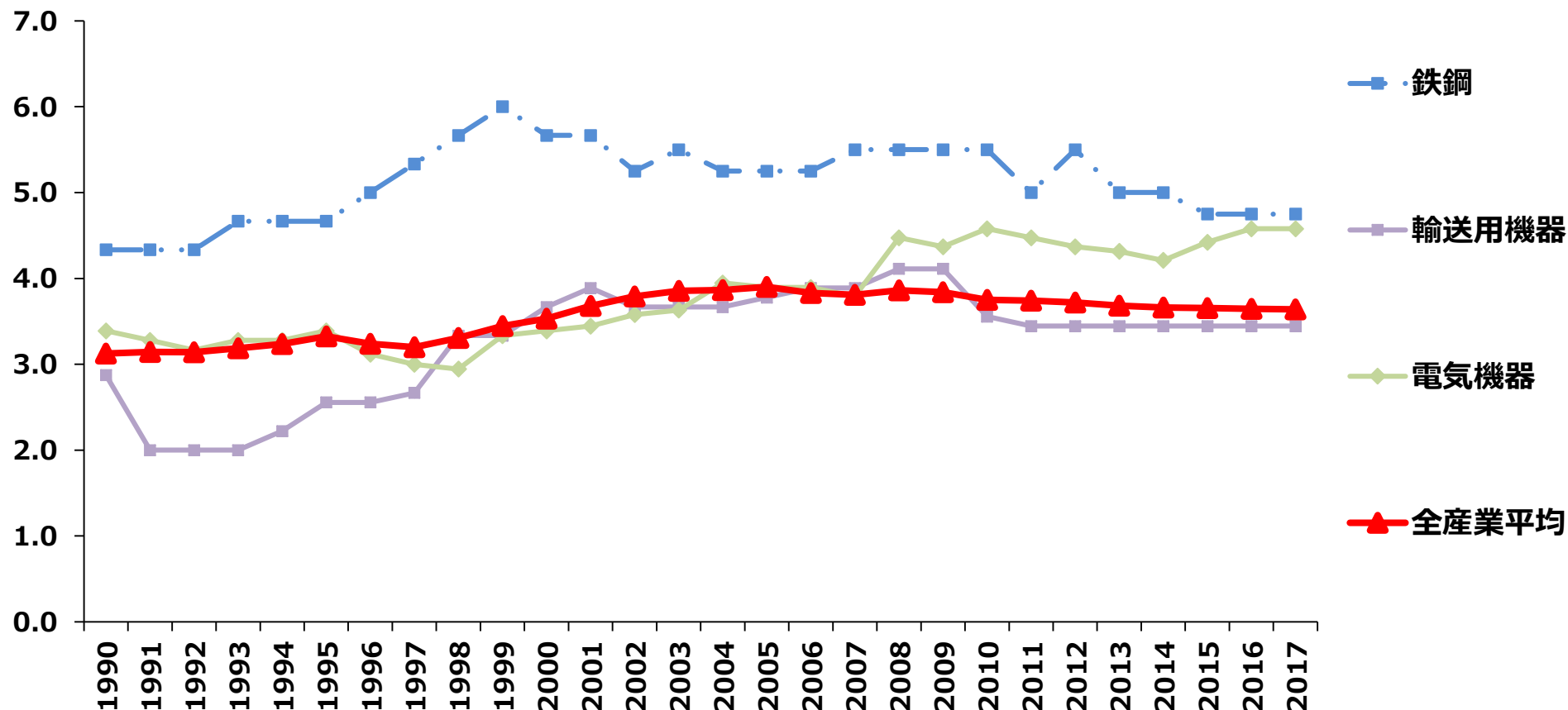
(注) 企業向けアンケートにおいて、「2012-14年に新製品・サービスを導入（新機能の追加や用途の大幅な改善を含む。）を行った」と回答した企業の割合。
(出所) OECD（2017）「OECD Science, Technology, and Industry Scoreboard 2017」を基に作成。

産業別の事業部門数の推移

○ 日本企業の1社当たり事業部門数は、横ばいで推移しており、事業再編は進んでいない。

産業別の事業部門数（連結ベース）

(1社当たり事業部門数)



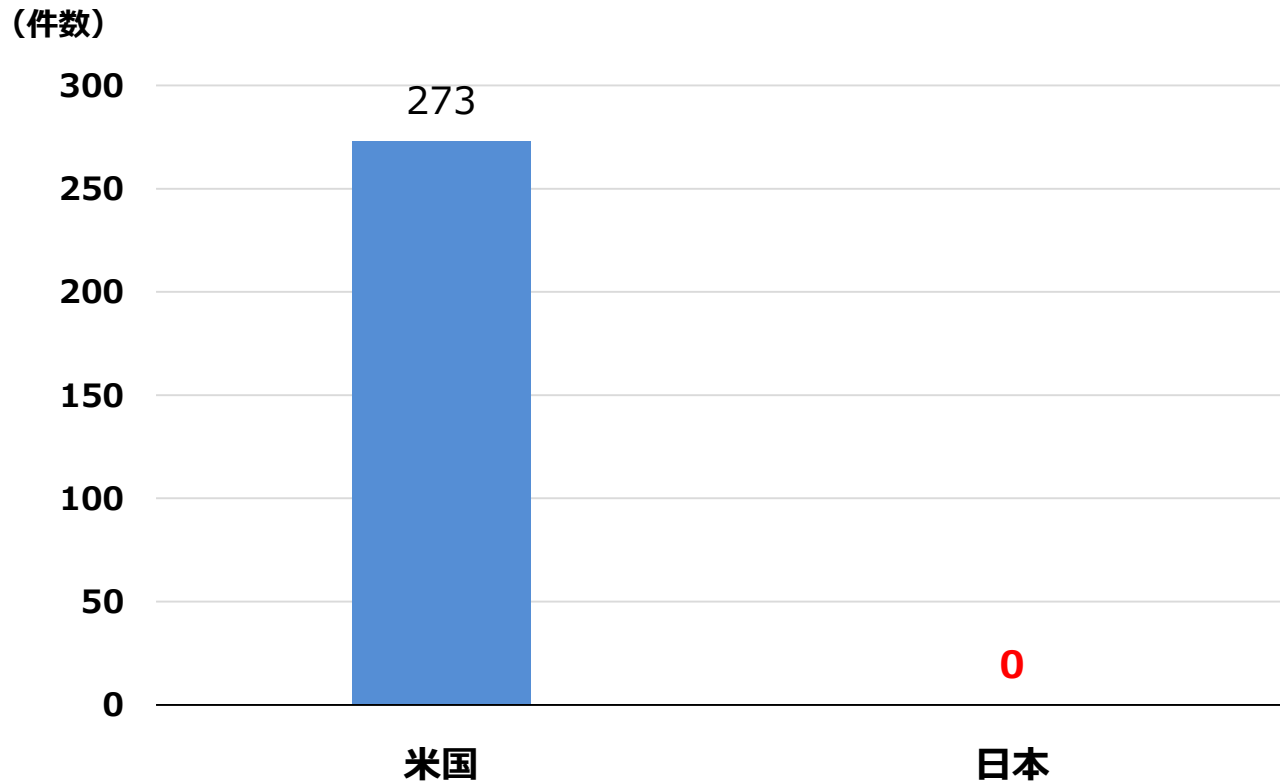
(注) 日経300の企業の事業部門数。事業部門は、企業の経営者が意思決定や業績評価を検討する事業単位であって、その経済的特徴や製品・サービスの内容等が概ね類似しているもの。

(出所) 日経NEEDS「セグメント情報」を基に作成。

日米のスピノフ実績

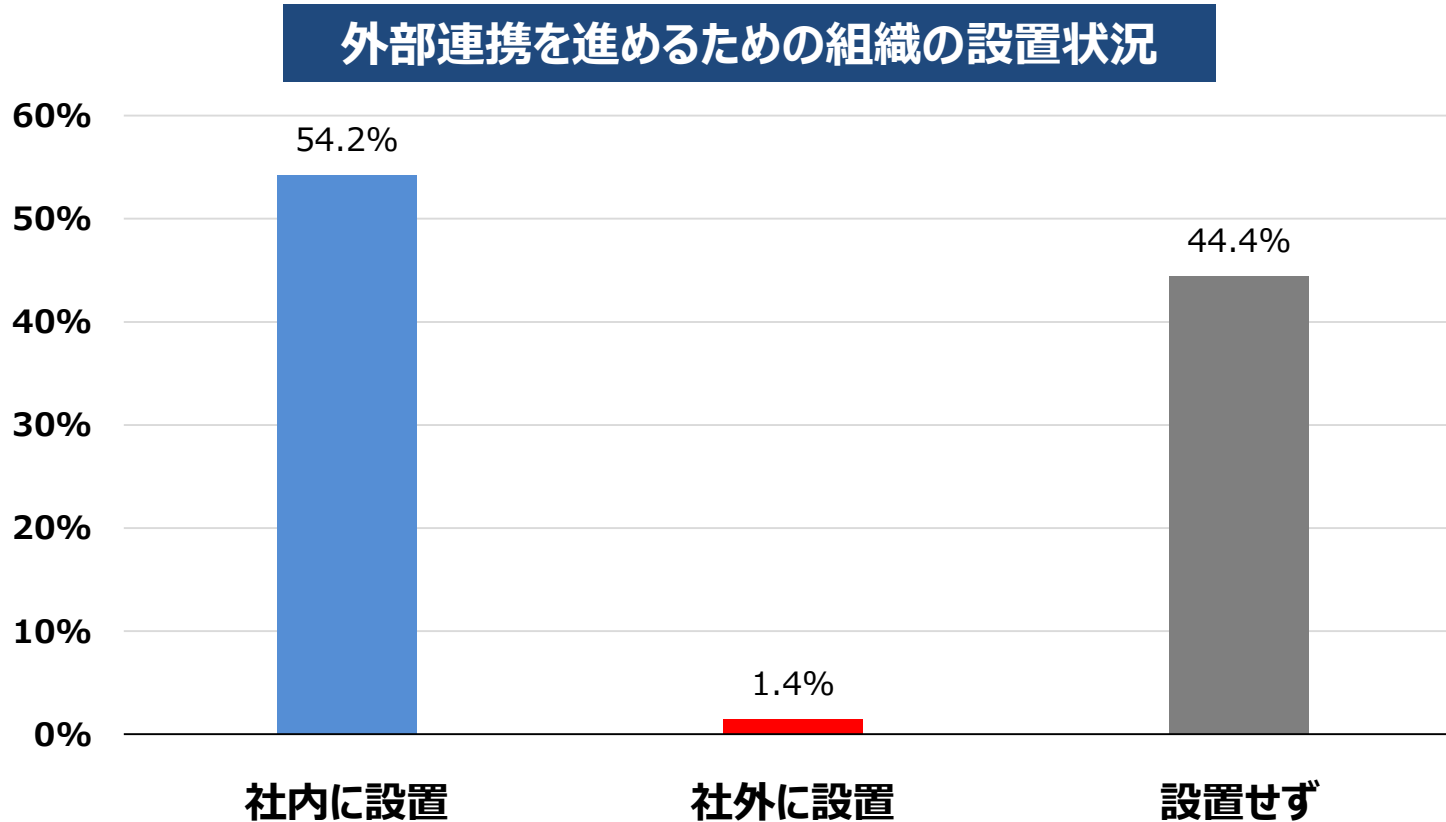
- スピノフ（子会社の株式を株主に渡すことにより会社を分離する方式）を活用した分離件数は、米国では2010年以降、270件あるのに対し、日本では実績はゼロ。
- このため、日本の場合、コア事業への集中の程度が弱い。

スピノフ件数の日米比較 (2010-18年累計)



外部連携を進めるための組織の設置状況

- 研究開発の外部との連携を進めることを目的に、社外に技術研究組合などを設置した企業は少ない。
- 外部との連携を進めるため、技術研究組合などの利用拡大が課題。



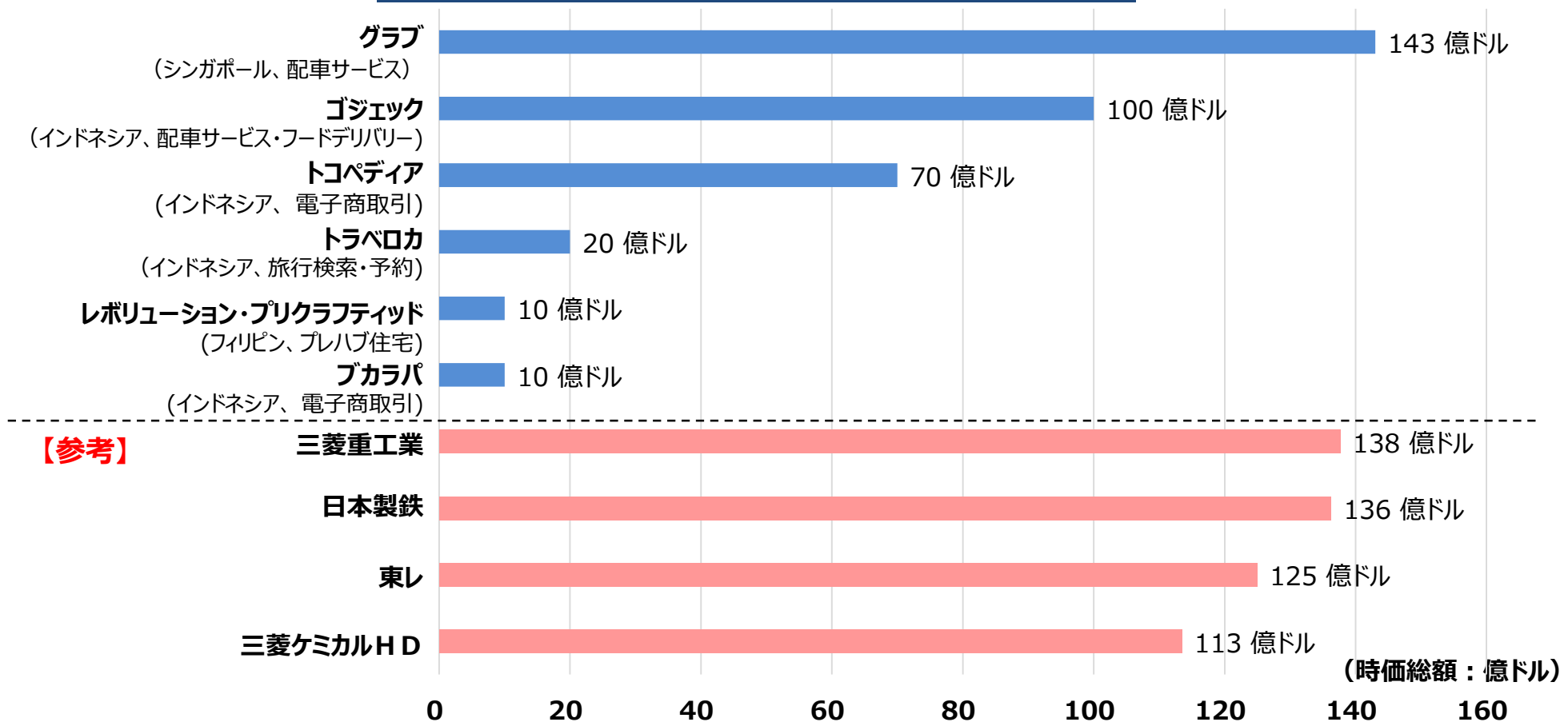
(注) 日本国内の上場企業のうち、年間売上高・研究開発費が100万円以上の企業1,004社（回答数206社）を対象としたアンケート調査。
当該206社のうち、売上高研究開発費比率が3%以上の企業72社における外部連携組織の設置状況。（「問28 貴社において外部連携を進めるための組織は設置されていますでしょうか。当てはまる番号に○を付けてください。1.社内に設置している 2.社外に設置している 3.設置していない」に対する回答）

(出所) 経済産業省（2017）「平成28年度産業技術調査事業（我が国企業の研究開発活動の支援のあり方に関する調査）」を基に作成。

新興国企業との連携の必要性

- ASEANなど新興国では、デジタル技術の活用による社会課題の解決を通じて、「ユニコーン企業（時価総額が10億ドル以上の未上場のスタートアップ企業）」が急速に成長。
- 日本の既存企業の企業文化を変革するきっかけとしても、新興国企業との連携が必要。

ASEANのユニコーン企業の時価総額

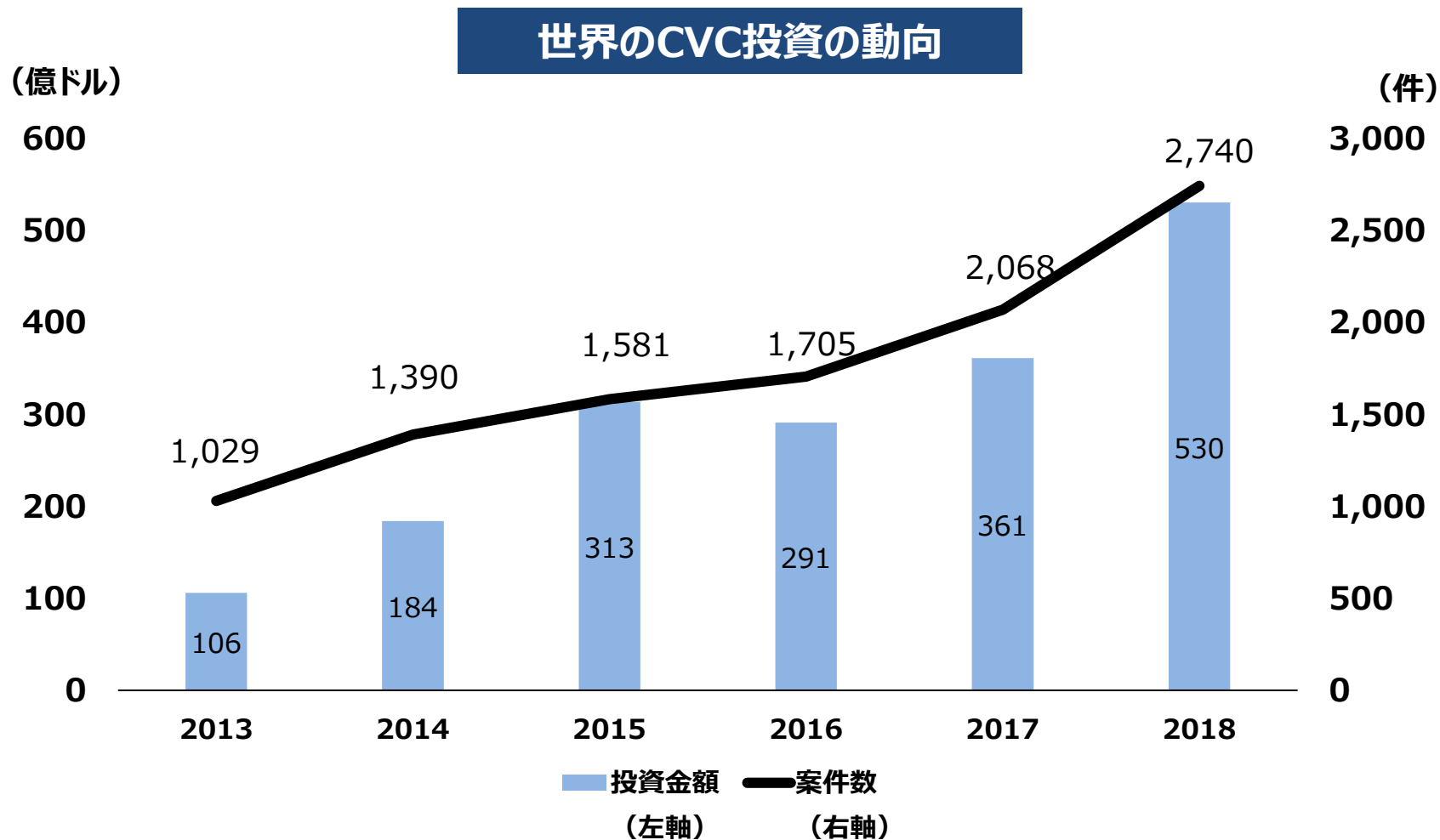


(注) ASEANのユニコーン企業の時価総額は、2019年1月時点の値。日本企業の時価総額は、2019年9月時点の値。

(出所) The Global Unicorn Club (CB Insights) より作成。

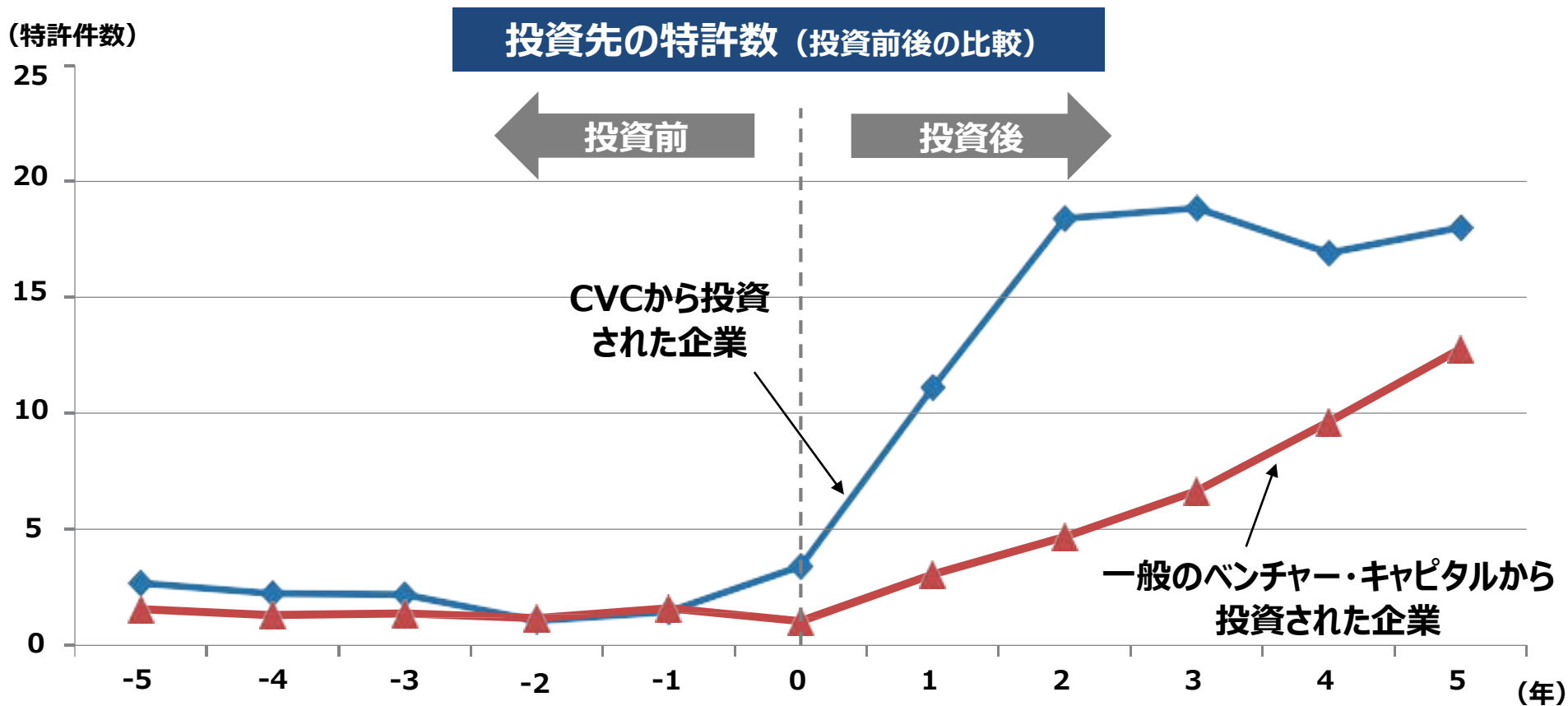
世界のCVC投資の動向

- 事業会社が行う社外のベンチャー企業への投資をCVC（コーポレート・ベンチャー・キャピタル）という。
- 世界のCVCの投資は、2018年に2,740件、530億ドルまで拡大。



CVC投資とイノベーション

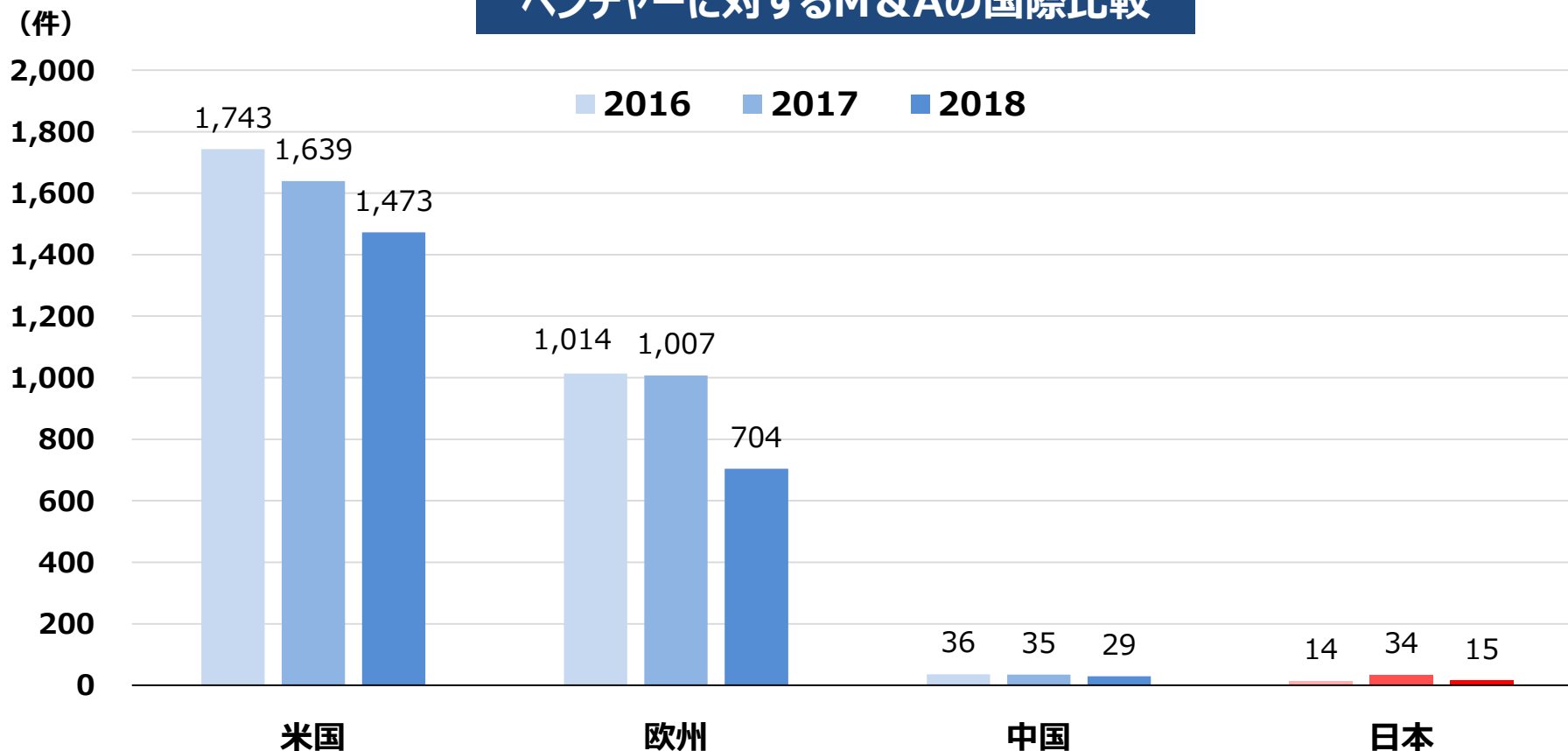
- 米国のデータによれば、CVCから投資された企業は、その他のベンチャー・キャピタルから投資された企業に比べて、投資後の特許件数が多い。事業会社から産業・技術の知識が提供されること、事業会社なので技術がよく分かっていることがその理由。



ベンチャー企業の大企業による買収件数

○ ベンチャー企業の大企業による買収件数を見ると、日本は米国・欧州・中国よりも低調。

ベンチャーに対するM&Aの国際比較



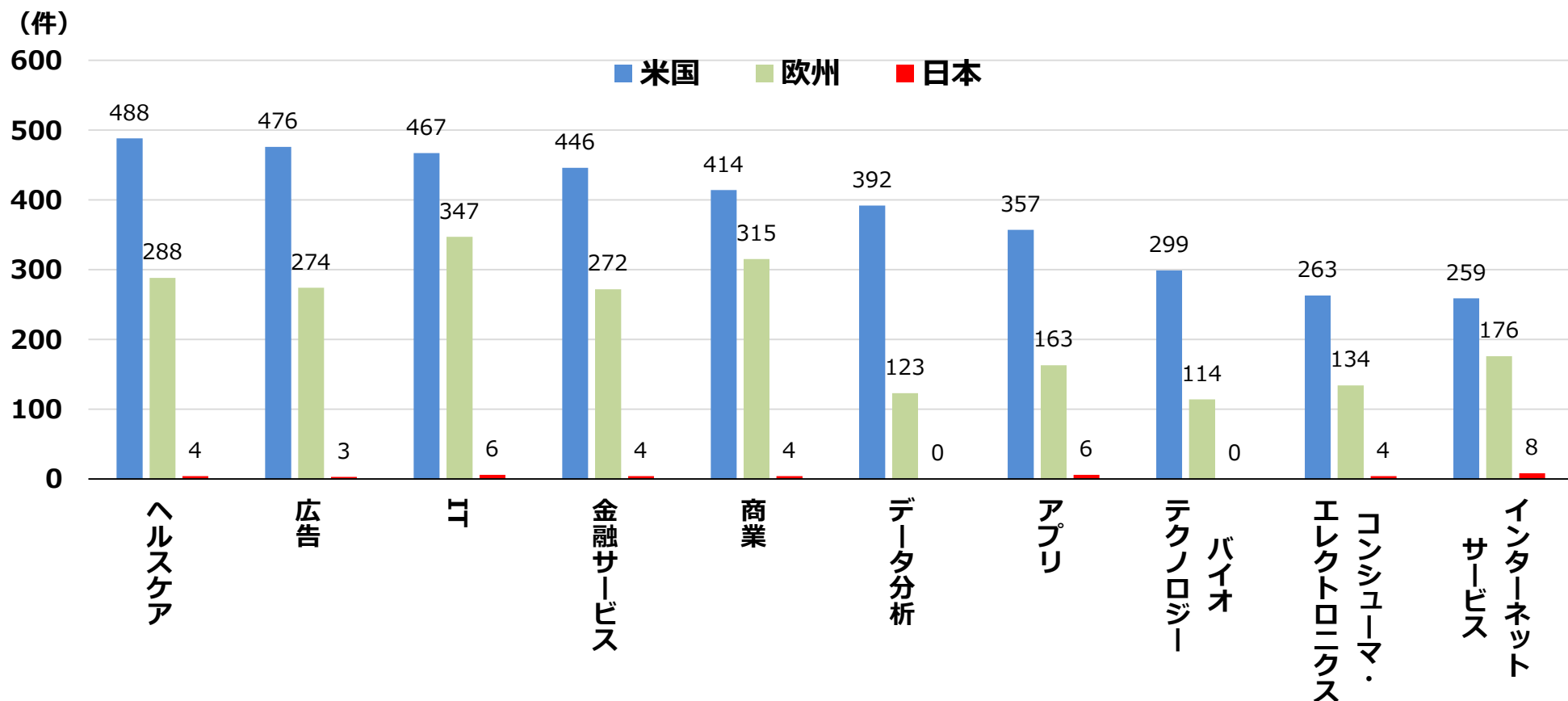
(注) ベンチャー企業のM&A：創立から10年以内にM&Aされた案件

(出所) 三菱総合研究所 (2019) 「大企業とベンチャー企業の経営統合の在り方に係る調査研究」(平成30年度産業経済研究委託事業) を基に作成。
(元データはCrunch base)

ベンチャー企業の買収の業種比較

- ベンチャー企業の買収は、欧米では、IT業界に限らず、ヘルスケア、広告、金融サービス、商業など広範囲の業界に及ぶ。
- 日本では、業界を問わず、件数は非常に少ない。

ベンチャーM&Aの業種比較 (2014-18年)



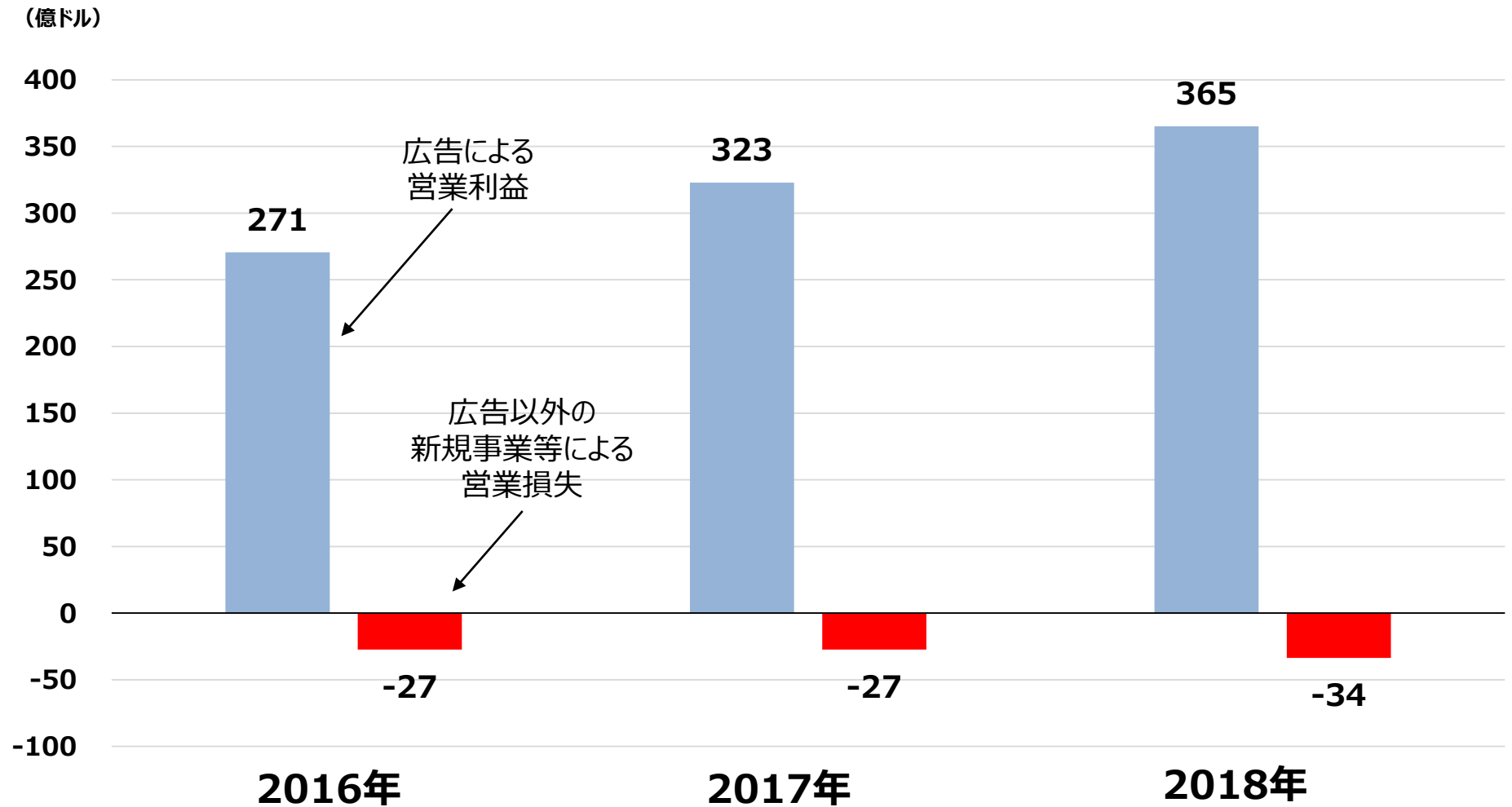
(注) ベンチャー企業のM&A：創立から10年以内にM&Aされた案件

(出所) 三菱総合研究所 (2019) 「大企業とベンチャー企業の経営統合の在り方に係る調査研究」(平成30年度産業経済研究委託事業) を基に作成。

(元データはCrunch base)

グーグルの収益構造

○ グーグルの持株会社（アルファベット）は、検索エンジン等の広告収入によって営業利益を生み出しつつ、ウェイモ（自動運転）、ベリリー（スマートコンタクトレンズ）、ディープマインド（人工知能、アルファ碁）、キャリコ（バイオ技術）といったベンチャー投資・新規事業において、将来のために営業損失を出している。



ベンチャー企業との連携における契約を巡る課題

- ベンチャー企業は、**大企業から偏務的な取り決め**を求められる。このため、技術保持の在り方を含めたガイドライン整備が必要。

(1) 協議段階

- ✓ ベンチャー企業が求めても秘密保持契約を締結せず、同契約無しのまま打ち合わせを行い、**聞いた内容を基に、大企業が自社開発**してしまう。

(2) 研究開発段階

- ✓ 研究期間中に生まれた**全ての知的財産を大企業に帰属させる契約**を提示される。
- ✓ 実質的には共同開発であるのに、委託契約を締結させられ、**成果物を取り上げられる**。
- ✓ 大企業の法務部門が、共同開発にもかかわらず、**下請事業者向けの契約書を流用**しようとする。

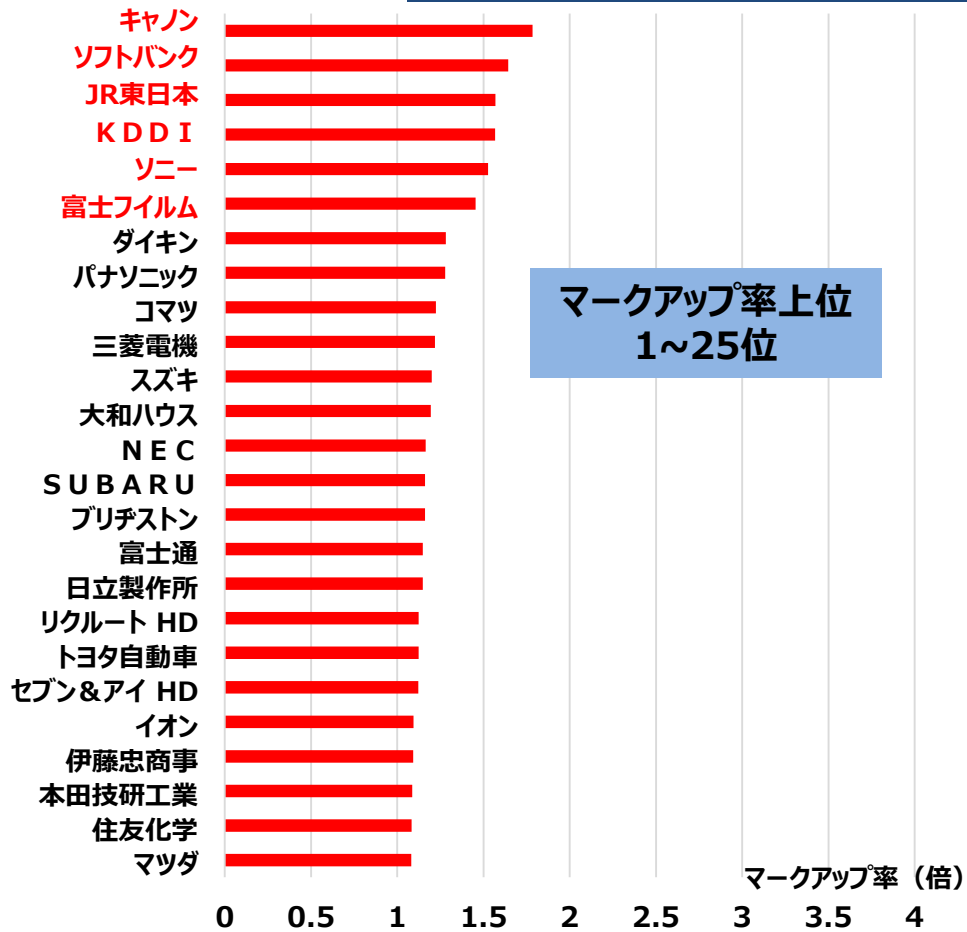
(3) 事業化段階

- ✓ ベンチャー企業が保有する知的財産を、**大企業が無償かつ無制限に使用することができる条項**の受け入れを求められる。
- ✓ あらゆる第三者への実施許諾時に、**大企業側の承諾**を得ることが求められる。

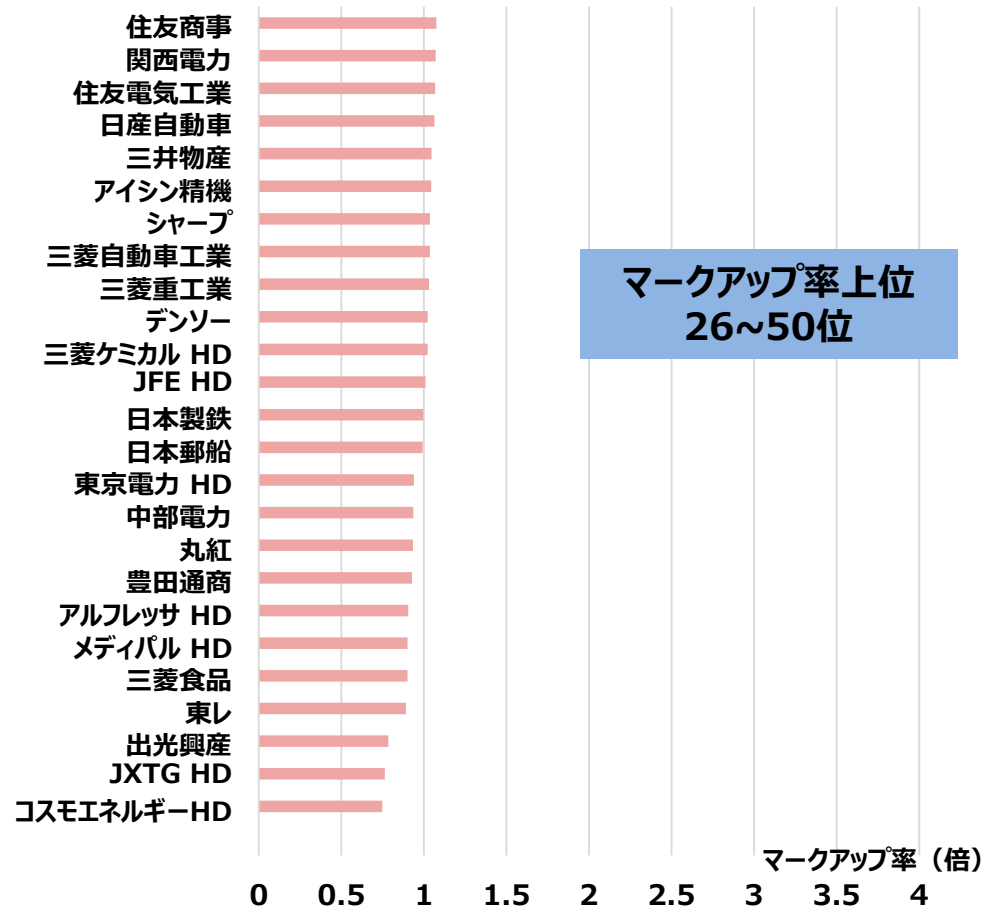
(参考) マークアップ率の分析結果 日本の売上高上位50社のマークアップ率

○ マークアップ率が高い日本企業は、キヤノン (1.8倍)、ソフトバンク (1.6倍)、JR東日本 (1.6倍)、KDDI (1.6倍)、ソニー (1.5倍)、富士フイルム (1.5倍)。

日本の売上高上位50社のマークアップ率 (2017年度)



マークアップ率上位
1~25位

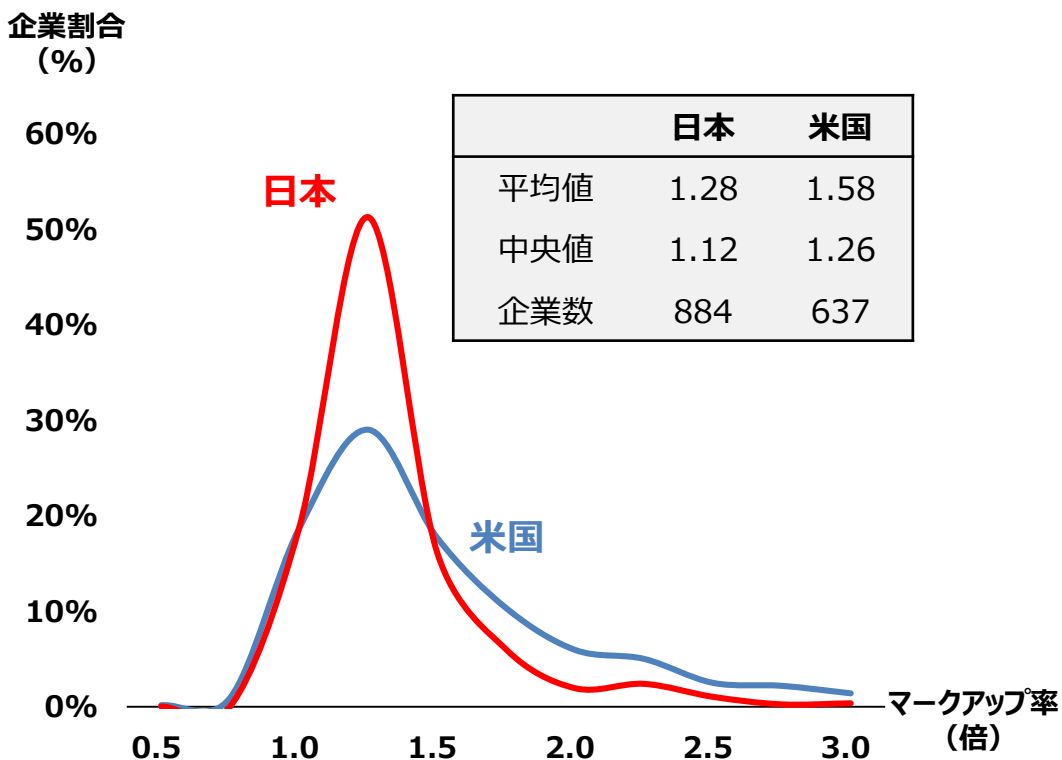


マークアップ率上位
26~50位

(参考) マークアップ率の分析結果 (1) 日米の機械製造業のマークアップ率の比較

○ 日本の機械製造業では、日本精工 (5.5倍)、HOYA (5.1倍)、キーエンス (4.7倍)、キヤノン (1.8倍)、ソニー (1.5倍) のマークアップ率が高い。

日米企業のマークアップ率の分布 (機械製造業、2017年度)



マークアップ率の高い日米企業の例 (機械製造業、2017年度)

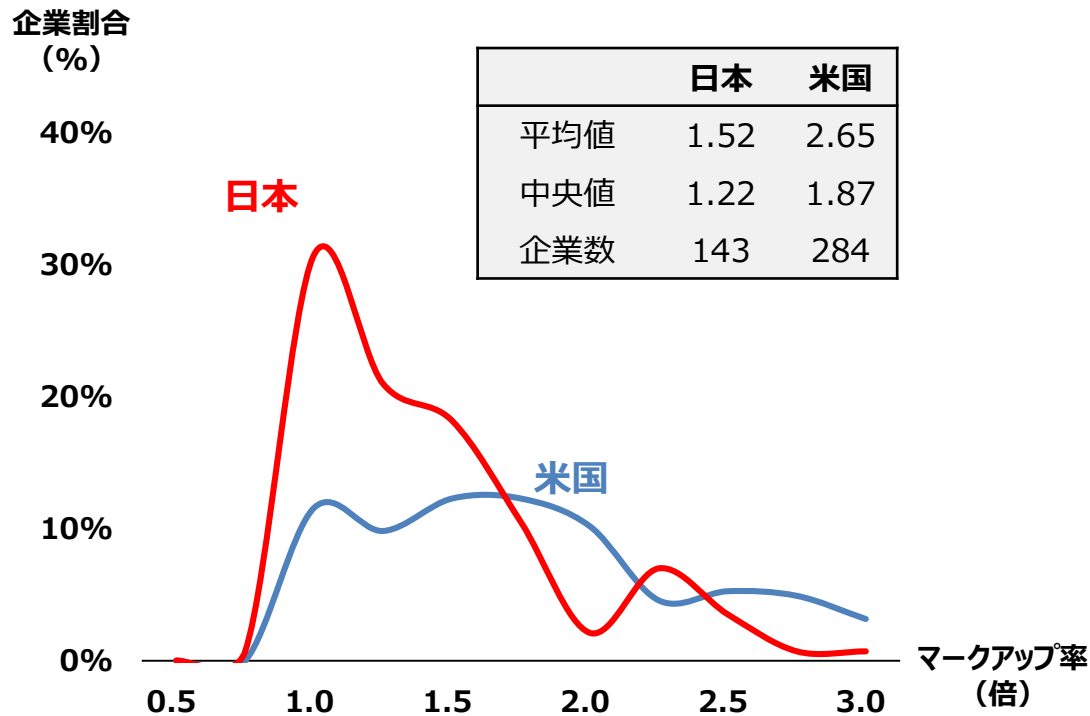
	企業名	主力事業	売上高	従業員	マークアップ率
日本	日本精工	ベアリング	1兆円	3.2万人	5.5倍
	HOYA	光学機器 ガラス	5400億円	3.8万人	5.1倍
	キーエンス	センサー 自動制御装置 計測機器	5300億円	6600人	4.7倍
	キヤノン	プリンタ カメラ 半導体製造装置	4.1兆円	2万人	1.8倍
	ソニー	家電 半導体 ゲーム	8.5兆円	12万人	1.5倍
米国	インテル	半導体	630億ドル	10.3万人	3.0倍
	シスコシステムズ	通信機器	480億ドル	7.3万人	2.3倍
	ダナハー	医療診断機器	180億ドル	6.7万人	2.0倍

(出所) マークアップ率は、De Loecker and Warzynski (2012), "Markups and Firm-Level Export Status" The American Economic Review Vol. 102, No. 6, pp. 2437-2471.、IMF (2019), "Global Declining Competition" IMF Working Paper No. 19/82.の計算手法を利用して推計。データは、Bureau Van Dijk社のOrbisから、日米上場企業財務データを取得。分析に用いた企業サンプル数 (2000年度から2017年度) は、日本：延べ4.7万社、米国：延べ7.1万社。

(参考) マークアップ率の分析結果 (2) 日米の情報産業のマークアップ率の比較

○ 日本の情報産業では、ぐるなび (3.7倍)、夢の街創造委員会 (2.2倍)、ソフトバンク (1.6倍)、KDDI (1.6倍) のマークアップ率が高い。

日米企業のマークアップ率の分布 (情報産業、2017年度)



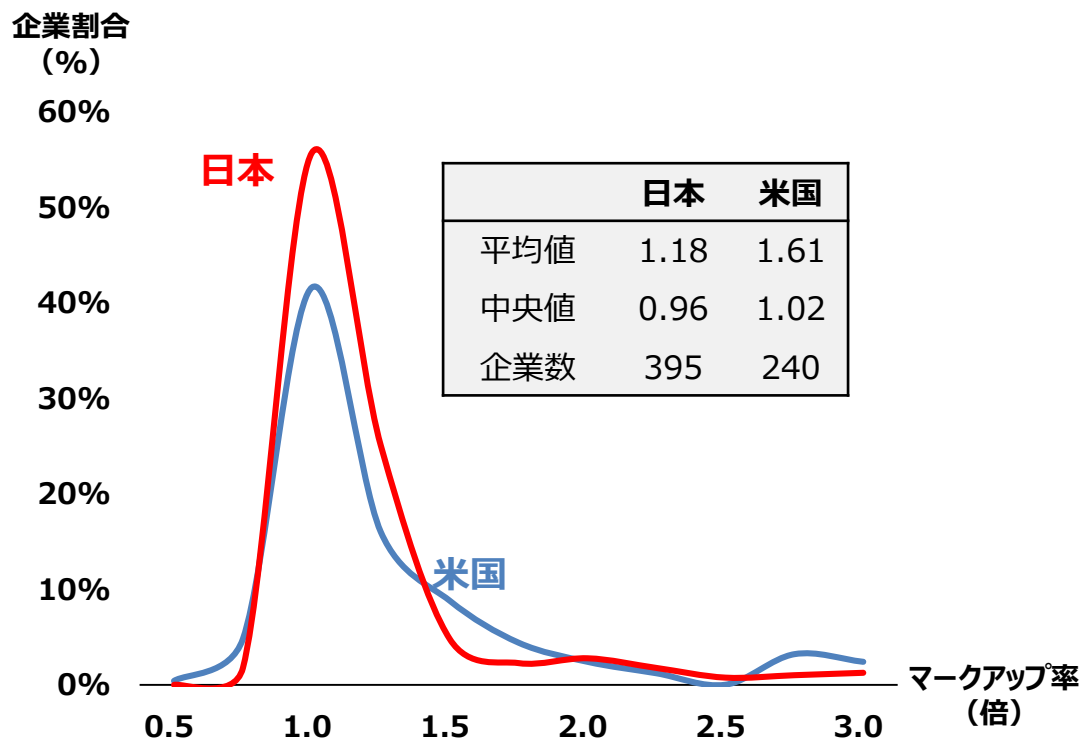
マークアップ率の高い日米企業の例 (情報産業、2017年度)

	企業名	主力事業	売上高	従業員	マークアップ率
日本	ぐるなび	店舗検索サービス	360億円	1800人	3.7倍
	夢の街創造委員会	宅配ポータルサイト出前館	50億円	140人	2.2倍
	ソフトバンク	通信事業	9.1兆円	7.5万人	1.6倍
	KDDI	通信事業	5兆円	3.9万人	1.6倍
米国	フェイスブック	SNS	410億ドル	2.5万人	11.2倍
	イェルプ	ロコミサービス	9億ドル	5200人	8.1倍
	ネットフリックス	動画配信サービス	120億ドル	5500人	5.9倍
	アルファベット ※グーグルの持株会社	検索エンジン	1100億ドル	8万人	1.9倍

(参考) マークアップ率の分析結果 (3) 日米の化学・医薬品製造業のマークアップ率の比較

○ 日本の化学・医薬品製造業では、塩野義製薬 (4.0倍)、アステラス製薬 (3.8倍)、武田薬品工業 (3.8倍)、資生堂 (3.6倍) のマークアップ率が高い。

日米企業のマークアップ率の分布 (化学・医薬品製造業、2017年度)



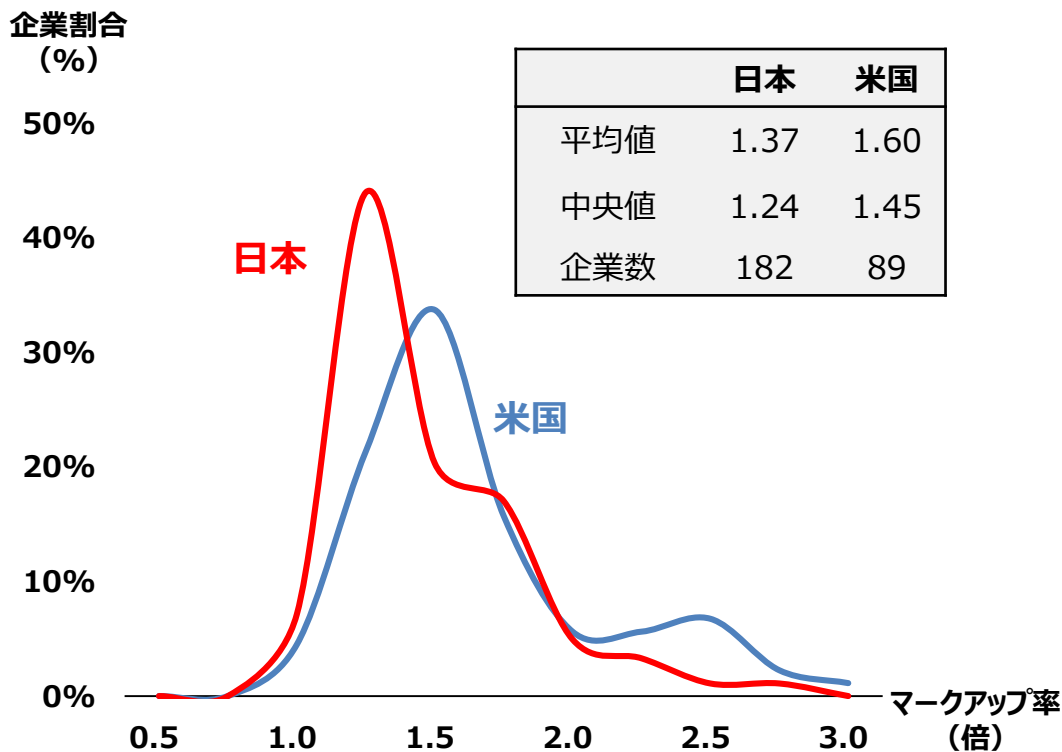
マークアップ率の高い日米企業の例 (化学・医薬品製造業、2017年度)

	企業名	主力事業	売上高	従業員	マークアップ率
日本	塩野義製薬	医薬品	3500億円	5100人	4.0倍
	アステラス製薬	医薬品	1.3兆円	1.7万人	3.8倍
	武田薬品工業	医薬品	1.8兆円	2.7万人	3.8倍
	資生堂	化粧品	1.0兆円	3.7万人	3.6倍
米国	バーテックス・ファーマ	がん治療等 専門薬開発	30億ドル	2300人	7.9倍
	エスティローダー	化粧品	120億ドル	4.6万人	4.0倍
	ファイザー	医薬品	530億ドル	9.0万人	3.8倍
	イーライリリー	医薬品	230億ドル	4.1万人	3.4倍

(参考) マークアップ率の分析結果 (4) 日米の食品製造業のマークアップ率の比較

○ 日本の食品製造業では、JT (2.3倍)、森永製菓 (1.8倍)、江崎グリコ (1.7倍) のマークアップ率が高い。

日米企業のマークアップ率の分布 (食品製造業、2017年度)



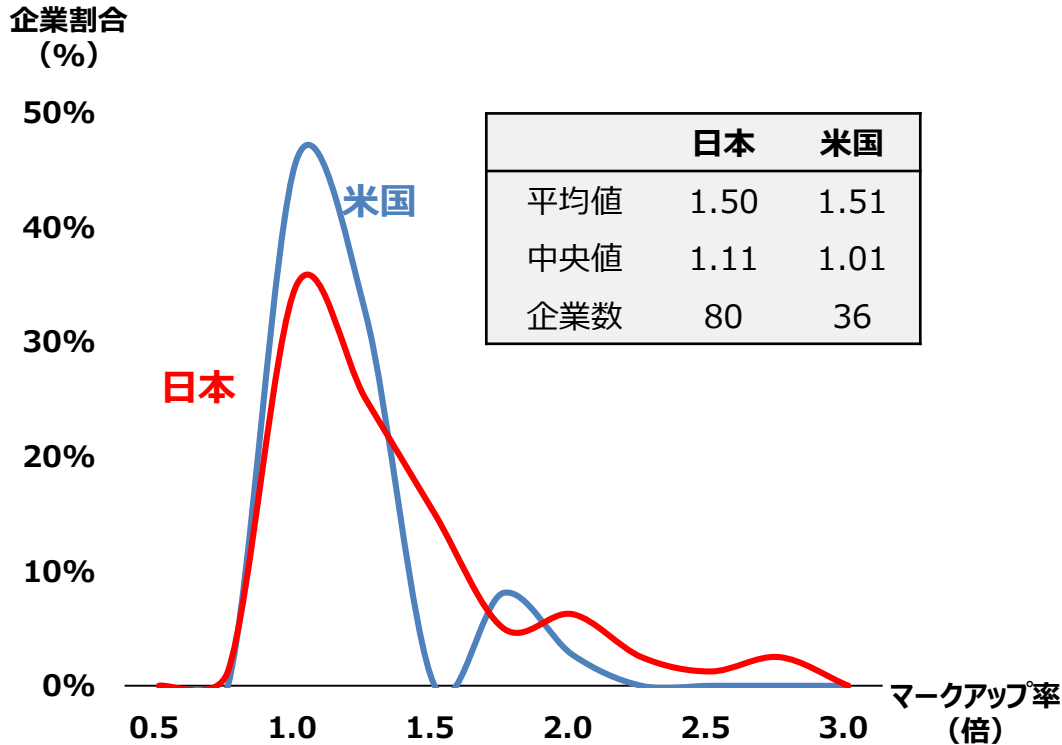
マークアップ率の高い日米企業の例 (食品製造業、2017年度)

	企業名	主力事業	売上高	従業員	マークアップ率
日本	JT	タバコ	2.1兆円	5.8万人	2.3倍
	森永製菓	菓子	2100億円	3200人	1.8倍
	江崎グリコ	菓子	3500億円	5500人	1.7倍
米国	フィリップモリス	タバコ	290億ドル	8.1万人	2.6倍
	コカコーラ	清涼飲料水	350億ドル	6.2万人	2.6倍
	ペプシコ	清涼飲料水	640億ドル	26.3万人	2.1倍

(参考) マークアップ率の分析結果 (5) 日米の小売業のマークアップ率の比較

○ 日本の小売業では、メルカリ (6.0倍) 、マルイ (2.6倍) 、ファーストリテイリング (1.4倍) のマークアップ率が高い。

日米企業のマークアップ率の分布 (小売業、2017年度)

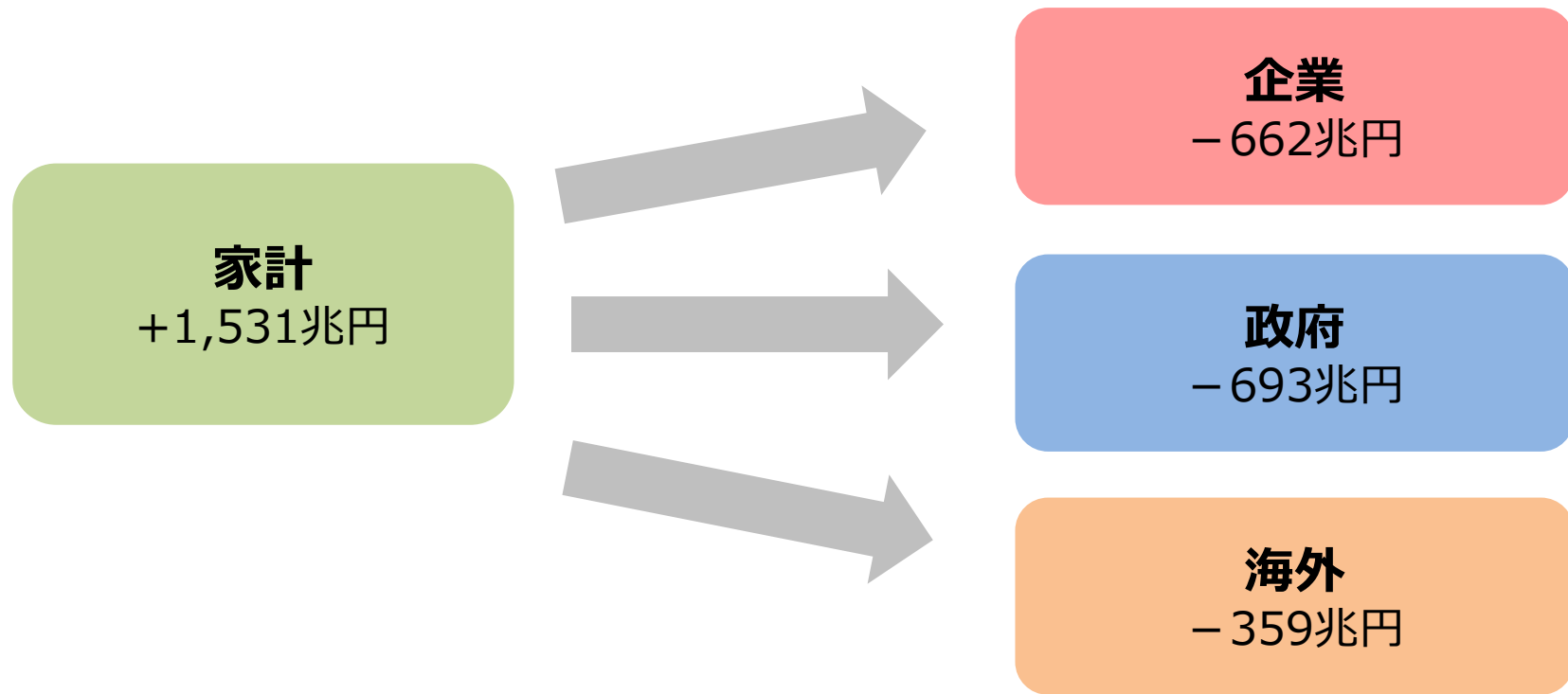


マークアップ率の高い日米企業の例 (小売業、2017年度)

	企業名	主力事業	売上高	従業員	マークアップ率
日本	メルカリ	フリマサービス	220億円	1000人	6.0倍
	マルイ	百貨店	2400億円	5500人	2.6倍
	ファーストリテイリング	ファッション小売	1.9兆円	4.4万人	1.4倍
米国	イーベイ	ネットオークション	100億ドル	1.4万人	4.1倍
	サザビー	ファッション小売	10億ドル	1700人	1.9倍
	ギャップ	ファッション小売	160億ドル	13.5万人	1.4倍

(参考) 日本の金融資産 (ストックベース、2018年度)

日本の金融資産 (ストックベース、2018年度)



(注) 各主体の金融資産から金融負債を差し引いたもの。金融機関は含んでいない。

企業：営利企業、公営企業、医療法人等を含む非金融法人

政府：中央政府、地方公共団体、社会保障基金、海外部門：外国企業、外国政府、国際機関等

(出所) 日本銀行「資金循環統計」を基に作成。