

概 況 目 次

第1章 産業別にみた企業構造

1 産業別にみた企業数、事業所数、従業者数	13
2 企業類型別にみた特徴	13
3 事業分野及び組織の変更	16
4 企業の本社部門における従業者の特徴	18
5 外資系企業にみる事業の状況	20

第2章 企業行動の多角化と産業活動

1 産業の多角化の進展状況	21
2 製造企業にみる多角化の展開状況	23
3 卸売・小売企業に見る多角化の展開状況	25
4 産業の多角化と企業経営	27
5 専門企業の実態	29

第3章 企業の子会社化によって進む多角化・国際化

1 企業における子会社化の現状	34
2 保有する子会社の状況からみた多角化の展開状況	35
3 国内における子会社の展開状況	38
3-1 産業別にみた国内子会社の進出分野	38
3-2 出資比率別にみた子会社の保有状況	42
4 子会社の保有状況からみた国際化の状況	42
4-1 産業別にみた子会社の進出分野	42
4-2 出資比率別にみた子会社の保有状況	44
4-3 地域別にみた子会社の進出状況	44
5 海外子会社の活動状況	47
5-1 産業別にみた海外子会社の活動状況	47
5-2 海外子会社の産業別活動	48
5-3 海外子会社の地域別活動	49

第4章 生産段階における商品販売と流通活動と生産の委託状況

1 生産段階における商品販売の増大	53
1-1 卸売活動と卸売企業	53
1-2 小売活動と小売企業	54
2 卸売・小売企業の構造	54
3 企業の国内・国外別の仕入、売上割合	54
4 企業の生産委託の状況	55

第5章 企業経営のソフト化の状況

1 従業者からみたソフト化の状況	57
2 営業費用からみたソフト化の状況	60
3 産業別の調査、研究開発の特徴	62
4 情報ネットワークの利用状況	63
5 技術の所有及び取引状況	64

第6章 主要な指標からみた企業経営の実態

1 収益の状況	68
2 粗付加価値、労働生産性	68
3 労働装備率、資本係数	69

第1章 産業別にみた企業構造

本社の第一義的な機能は生産・営業販売活動の管理統括であるが、近年、企業の収入に直接的には現れない、企画や調査、研究等の間接的な活動の比率が上昇してきている。しかしながら、このような本社の活動に着目して、それと生産活動や営業販売活動との関連においてその実態を把握しようとするとき、従前の統計調査では不十分であった。

この調査では、企業の保有事業所数や従業者数を調べるとともに、本社部門の主要な組織の従業者数を細分して調査しており、これらの項目を分析することにより、企業の本社機能の実態をうかがうことができる。

1. 産業別にみた企業数、事業所数、従業者数

本調査における企業数は、製造企業が1万3688企業、卸売企業が6838企業、小売企業が3197企業、鉱業企業が53企業となっている。商鉱工業全体の企業数は2万3776企業となる^(注1)。このほかに、商鉱工業に属する事業所を有するため調査対象となっているが、企業全体としては商鉱工業以外の産業である企業が569企業ある。

商鉱工業企業では、本社事業所（本店も含む）も含めて、国内に21万2174事業所、海外に4592事業所を持っており、1企業当たりでは平均9事業所となる。なお、調査対象企業全体でみると海外事業所は4734で全事業所の2.1%となっている。

産業別にみると（図1-1、表1-1）、1企業当たり平均事業所数は、小売企業が23事業所と最も多く、卸売企業が9、製造企業が6、鉱業企業が4となっており、1企業当たりの従業者数も、小売企業が541人で最も多い。また、1事業所当たりの従業者数は製造企業の77人、鉱業企業が60人、卸売企業が27人、小売業が24人の順となる。需要者（消費者）と密接している小売企業が多店舗展開を図っていることがみられ、また、規模のメリットの大きい製造企業の1事業所当たり従業者数が多いことがみてとれる。

1企業当たり平均事業所数の多い小売業の内訳をみると、最も多いのは医薬品・化粧品小売業の40事業所で、最も少ない自動車・自転車小売業でも14事業所となっている。一方、小売業以外で10以上の事業所を持っているのは、製造業で1業種、卸売業で4業種のみとなっている^(注2)。

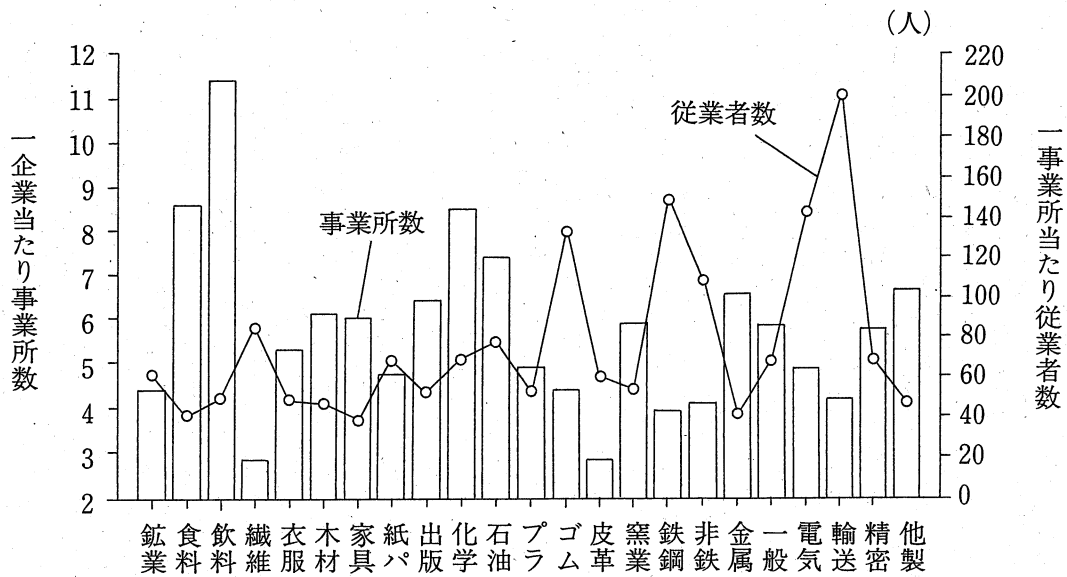
また、1事業所当たり従業者数が多いのは、製造業では輸送用機械器具製造業が201人、他に鉄鋼業、ゴム製品製造業、非鉄金属製造業、電気機械器具製造業の4業種が100人を超え、最小でも38人となっているのに対して、卸売業と小売業では最大でも飲食料点小売業の39人となっており、規模の相違が顕著である。

2. 企業類型別にみた特徴

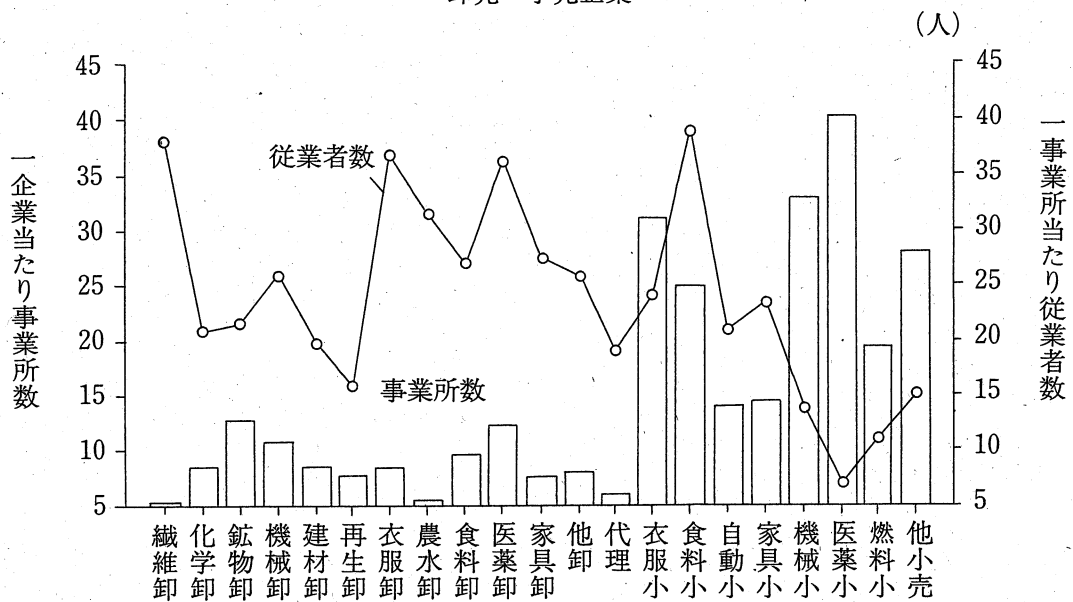
商鉱工業企業について、単一事業所企業（1企業1事業所の企業）と複数事業所企業（複数の事業所を有する企業）の類型に分けてみると（表1-1）、単一事業所企業は5176企業、複数事業所企業は1万8600企業となっている。本調査の対象は従業者50人以上で資本金（又は出資金）3000万円以上の比較的規模の大きな企業であるが、この調査範囲の企業でみると78%が本社以外に生産・販売事業所などを持っていることになる。

複数事業所企業が持つ1企業当たりの平均事業所数は11で、平均従業者数は単一事業所企業（160人）の約3倍の472人である。ただし、1事業所当たりにした従業者数では42人となり、単一事業所企業に比べて

図1-1 1企業当たり事業所数、1事業所当たり従業者数の比較
 鉱業及び製造企業



卸売・小売企業



かなり小さな規模になる。

産業別に見て、複数事業所を持つ企業の割合は、小売企業が93%と極めて高く、製造企業が70%となっている。小売企業は燃料小売業の99%を筆頭に最低でも80%台となっており、卸売業はほとんどの業種で複数事業所企業が80%台となっているのに対し、製造企業では石油製品・石炭製品製造業の92%からなめし革・同製品・毛皮製造業の55%までバラツキが大きい。

このように、複数事業所企業に絞ってみても、小売企業で保有する事業所数が多く、製造業での1事業所当たり従業者数が多いという傾向に変わりはない。しかし、単一事業所企業についての1企業当たり平均従業者数をみると、小売企業において253人と複数事業所企業の場合とは異なって、最も多いものになっている。

3. 事業分野及び組織の変更

平成元年以降の3年間に事業分野を変更した企業をみると、商鉱工業合計では1013であり、全体の4.3%を占めている。新たな事業分野に進出した企業数は合計821で全企業のうち3.5%、既存事業分野から撤退した企業は239企業で1.0%となっている。

新規分野に進出した企業は、製造企業では3.0%、卸売企業では3.6%、小売企業では4.7%の順であり、また、既存分野から撤退した企業は、製造企業0.8%、卸売企業1.0%、小売企業1.9%となっており、小売企業における事業分野の変更状況が相対的に高い(図1-2)。企業数500以上の業種について新規進出企業の割合をみると、飲食料品小売業が5.8%、鉱物・金属材料卸売業が5.1%と高く、ほかに4%を超えるものに繊維工業、建築材料卸売業、衣服・身の回り品卸売業がある。一方、既存分野からの撤退の比率が全業種中最も高いのは飲食料品小売業の3.4%であり、進出、撤退とも、当業種の事業分野の変更が目立っている。

同じ3年間で、他企業を吸収合併したのは875企業で全体の3.7%であり、製造業が3.0%、卸売業が4.3%で、小売業は5.3%とやや高めとなっている(図1-3)。企業数としては機械器具卸売業が97、電気機械器具製造業が65と多いが、比率的には、500企業以上を有する業種のうち、飲食料品小売業が7.0%と高く、このほか、食料・飲料卸売業が6%台、建築材料卸売業が5%台となっている。

商鉱工業企業のうち、子会社を保有しているのは1万905企業であるが、この3年間に新規に子会社を保有した企業は4303企業であり、4割の企業が新たに保有している(表1-2)。この新規保有の子会社数は1万2323社で、内訳は、国内が8356社(68%)、海外が3967社(32%)となっている。1企業当たりになると2.9社となる。保有形態をみると、新設が9497社(77%)、事業の一部子会社化が1481社(12%)、買収が

図1-2 事業分野の変更企業数及び変更比率

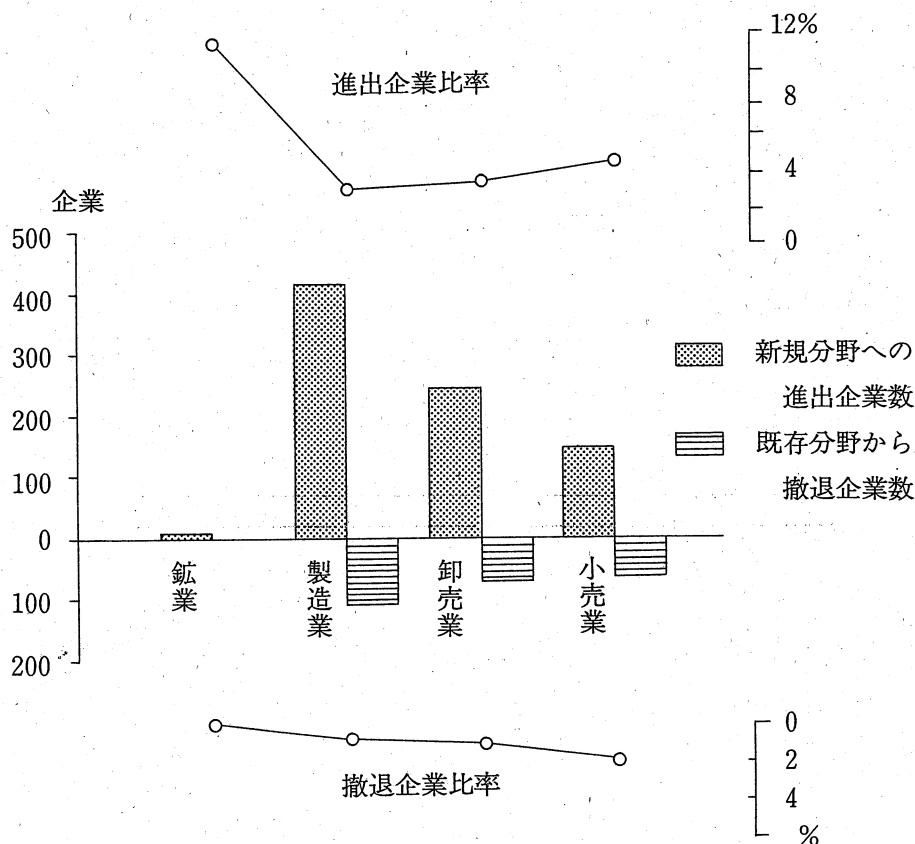
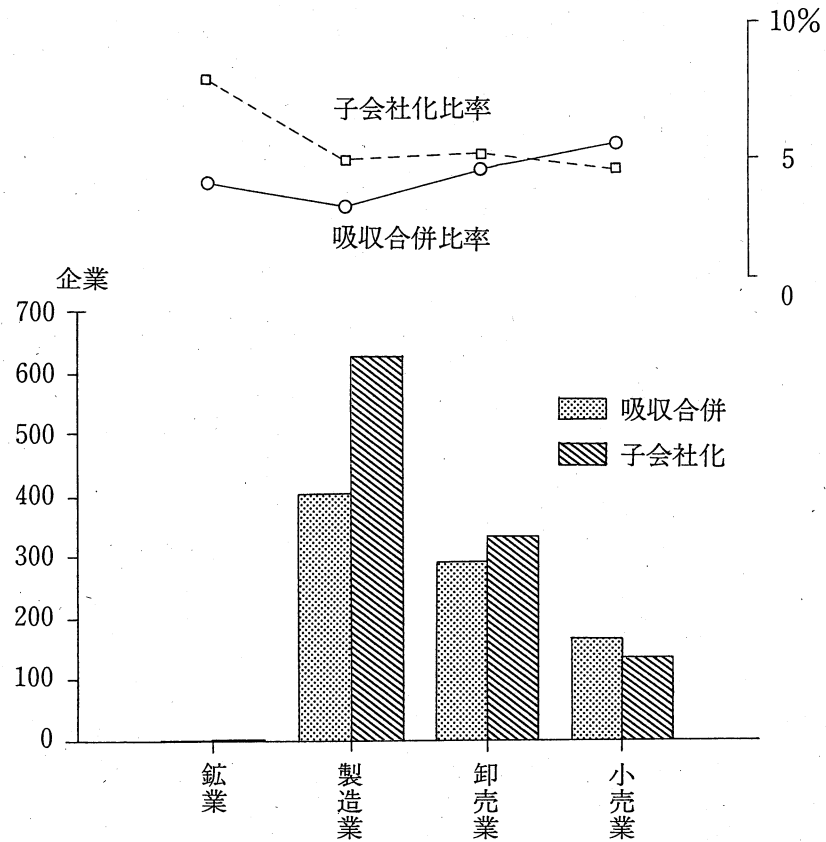


図 1-3 事業組織の変更企業数及び変更比率



1345社（11％）となっており、新規の事業創設としての子会社保有が多いことが見てとれる。国内、海外別に見てもこの傾向は同じである。

これを産業別に見ると、製造企業の新規保有が6635社（1企業当たり2.8社）で、内訳は、国内に4433社（67％）、海外に2202社（33％）となっており、新設が77％を占め、事業の一部子会社化が13％、買収が10％である。鉱業企業では31社（同2.2社）で、ほとんどが国内に集中しており、新設が74％、事業の一部子会社化16％、買収10％と続く。また、卸売企業では4530社（同3.3社）で、国内65％に対して海外35％であり、新設が79％を占め、買収は11％、事業の一部子会社化が10％となっている。さらに、小売企業は1127社（同2.1社）で、国内83％、海外17％の比率となっており、その内訳は、新設が68％、事業の一部子会社化17％、買収15％と続いている。

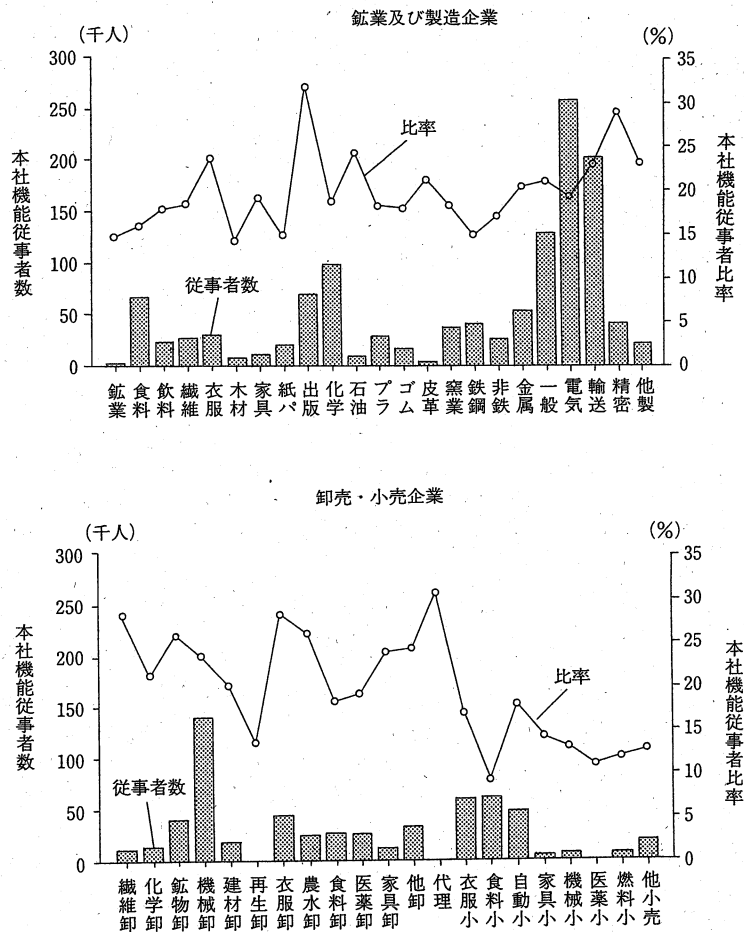
表 1-2 子会社の新規保有状況

	新規保有 企業数	新規保有 子会社数	新 設	事業の一部 子会社化	買 収
商鉱工業	4,303	12,323	9,497	1,481	1,345
鉱業	14	31	23	5	3
製造業	2,405	6,635	5,118	839	678
卸売・小売業	1,884	5,657	4,356	637	664
卸売業	1,357	4,530	3,585	451	494
小売業	527	1,127	771	186	170

4. 企業の本社部門における従業者の特徴

商鉱工業企業全体の総従業者数は960万人、常時従業者数は931万人である。このうち、本社・本店（単一事業所企業を含む）部門の常時従業者数は343万人となっている。このなかには単一事業所企業などで生産や販売活動に直接従事している者も含まれているが、内数として本社・本店における鉱山、製造、商業の現業部門における従業者数を調査しており、これらの合計162万人を差し引いた残りの180万人が、人事管理、財務、調査企画、情報処理、研究開発、国際事業等の本社機能に携わっている、いわゆる、本社部門のホワイトカラーといわれる人達とみることができ（表1-3）。これらの人達を「本社機能従事者」と呼ぶことにすると、その常時従業者数全体に占める割合は19%に達しており、従業者の約5人に1人が本社部門のホワイトカラーとなっている。

図1-4 本社機能従事者の比較



これを産業別にみると(図1-4)、製造企業では常時従業者数が603万人で、このうち、本社部門242万人に対して、本社機能従事者は121万人となっており、全体のちょうど20%を占めている。卸売企業は全体165万人、本社部門67万人に対して、本社機能従事者が39万人で全体の23%、小売企業では全体161万人、本社部門34万人に対して、21万人で同13%、鉱業企業では全体1万4千人に対して2千人で15%となっており、卸売企業での割合がやや高く、小売企業での割合が比較的低い。

本社機能従事者の割合は、卸売企業では、代理商・仲立業が31%、次いで衣服・身の回り品卸売業と繊維品卸売業が28%と高いが、小売企業は20%に達する企業はなく、全般的に低いものとなっている。

製造企業の場合は、出版・印刷・同関連産業が群を抜いて高く32%、精密機械器具製造業も29%となっており、このほか20%を超えている業種も多く、最も低いのは木材・木製品製造業の14%である。

表 1-3 本社における現業部門と本社機能部門の比較

単位：人、%

	総常時従業者数					
	(A)	(B)	現業部門 (C)	本社機能 部門(D)	C/A	D/A
商 工 業	9,314,670	3,425,650	1,621,342	1,804,308	17.4	19.4
鋳 業	14,029	3,849	1,789	2,060	12.8	14.7
製 造 業	6,033,863	2,417,329	1,209,864	1,207,465	20.1	20.0
食料品製造業	422,215	176,921	110,123	66,798	26.1	15.8
飲料・飼料・たばこ製造業	125,511	34,328	11,933	22,395	9.5	17.8
繊維工業	142,064	70,371	44,215	26,156	31.1	18.4
衣服・その他の繊維製品製造業	122,393	67,026	38,200	28,826	31.2	23.6
木材・木製品製造業	53,022	19,307	11,809	7,498	22.3	14.1
家具・装備品製造業	50,548	25,761	16,122	9,639	31.9	19.1
パルプ・紙・紙加工品製造業	131,974	47,583	28,105	19,478	21.3	14.8
出版・印刷・同関連産業	218,576	135,738	66,534	69,204	30.4	31.7
化学工業	525,621	143,086	45,476	97,610	8.7	18.6
石油製品・石炭製品製造業	34,133	10,470	2,225	8,245	6.5	24.2
プラスチック製品製造業	150,376	59,528	32,391	27,137	21.5	18.0
ゴム製品製造業	86,552	30,133	14,837	15,296	17.1	17.7
なめし革・同製品・毛皮製造業	9,140	6,105	4,072	2,033	44.6	22.2
窯業・土石製品製造業	199,500	70,703	34,551	36,152	17.3	18.1
鉄 鋼 業	261,047	76,703	38,102	38,601	14.6	14.8
非鉄金属製造業	144,997	47,928	23,331	24,597	16.1	17.0
金属製品製造業	263,254	115,652	62,323	53,329	23.7	20.3
一般機械器具製造業(武器を含む)	617,413	256,578	127,335	129,243	20.6	20.9
電気機械器具製造業	1,357,087	521,384	261,447	259,937	19.3	19.2
輸送用機械器具製造業	886,076	382,916	179,685	203,231	20.3	22.9
精密機械器具製造業	142,490	78,999	37,668	41,331	26.4	29.0
その他の製造業	89,874	40,109	19,380	20,729	21.6	23.1
卸売業・小売業	3,266,778	1,004,472	409,689	594,783	12.5	18.2
卸売業	1,654,296	666,217	280,188	386,029	16.9	23.3
繊維品卸売業	39,324	21,102	10,050	11,052	25.6	28.1
化学製品卸売業	63,796	26,852	13,359	13,493	20.9	21.2
鋳物・金属材料卸売業	155,656	66,423	26,192	40,231	16.8	25.8
機械器具卸売業	599,667	219,133	78,919	140,214	13.2	23.4
建築材料卸売業	87,314	31,913	14,403	17,510	16.5	20.1
再生資源卸売業	4,702	1,294	664	630	14.1	13.4
衣服・身の回り品卸売業	153,149	80,977	37,807	43,170	24.7	28.2
農畜産物・水産物卸売業	90,182	49,762	26,367	23,395	29.2	25.9
食料・飲料卸売業	142,031	46,368	20,361	26,007	14.3	18.3
医薬品・化粧品卸売業	131,564	39,615	14,588	25,027	11.1	19.0
家具・建具・じゅう器等卸売業	50,888	21,845	9,712	12,133	19.1	23.8
その他の卸売業	133,223	59,068	26,756	32,312	20.1	24.3
代理商・仲立業	2,800	1,865	1,010	855	36.1	30.5
小売業	1,612,482	338,255	129,501	208,754	8.0	12.9
織物・衣服・身の回り品小売業	352,459	124,349	65,138	59,211	18.5	16.8
飲食料品小売業	672,373	87,216	26,469	60,747	3.9	9.0
自動車・自転車小売業	269,017	65,664	17,426	48,238	6.5	17.9
家具・建具・じゅう器等小売業	34,918	7,775	2,811	4,964	8.1	14.2
家庭用機械器具小売業	50,734	8,487	1,967	6,520	3.9	12.9
医薬品・化粧品小売業	12,730	2,016	618	1,398	4.9	11.0
燃料小売業	64,354	11,939	4,281	7,658	6.7	11.9
その他の小売業	155,897	30,809	10,791	20,018	6.9	12.8

5. 外資系企業に見る事業の状況

商鉱工業の企業数2万3776企業のうち、資本金（または出資金）において外資比率が3分の1を超える企業は451企業で、全企業の2%足らずである。このうち、製造企業が237企業、卸売企業が195企業、小売企業が19企業である。

製造企業では、1企業あたりの平均従業者数が791人（製造業全体では450人）、1企業あたりの平均売上高が524億円（同195億円）であり、比較的大規模の企業に対して外国企業が参入していることがうかがわれる。一方、卸売業では、1企業あたりの平均従業者数が275人で、卸売企業全体の同248人を上回るものの、1企業あたりの平均売上高は、321億円で卸売企業全体の同411億円を大きく下回っている。また、小売企業は19企業にすぎないが、1企業あたり平均従業者数は268人、1企業あたり平均売上高は150億円となっている（図1-5、図1-6）。

企業数を業種別にみると、最も多いのは機械器具卸売業の103企業で、商鉱工業合計の22.8%を占め、次いで化学工業の87企業で19.3%、電気機械器具製造業の36企業8.0%となっている。ちなみに、機械関係（一般、電気、輸送、精密）の4製造業の計では87企業で19.3%である。

図1-5 1企業あたり従業者数の比較

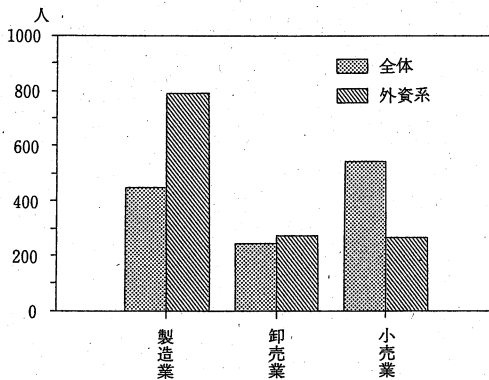
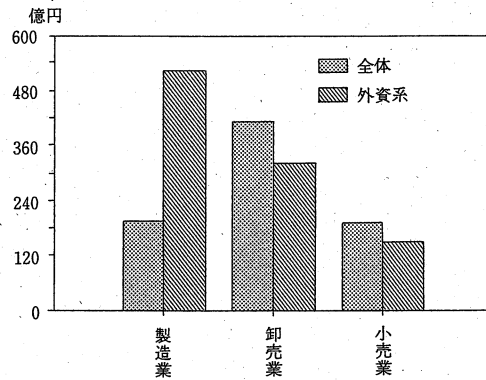


図1-6 1企業あたり売上高の比較



(注1) 本報告書における「産業」という用語の使い方は2通りあり、企業の主力業種の販売額でもって産業を決め、鉱業企業、製造企業、卸売企業、小売企業を比較する場合には、〇〇企業という用語を用い、それぞれの産業の内訳をみる場合には、〇〇製造業、〇〇卸売業、〇〇小売業という用語（あるいはこの略称）を用いている。（産業の決め方については、(注2)及び第2章の(注2)参照。）

(注2) 本調査の分類は、事業所について適用する日本標準産業分類を準用しているが、これを機械的にあてはめると、事業所ベースに比べて企業ベースの方が兼業の割合が高いため、各種商品卸売業及び各種商品小売業に分類される企業が大幅に増大し、本調査の目的の一つである多角化の把握などの分析にはそぐわないことになる。

このため、本報告書ではこの2つの産業を分類として採用せず、当該企業の主要活動によりそれぞれの産業に分類することとした。その結果、「総合商社」のような企業は、繊維品卸売業、鉱物・金属材料卸売業、機械器具卸売業などに分類され、「百貨店」や「スーパー」などは織物・衣服・身の回り品小売業や飲食料品小売業などに分類されることになる。

第2章 企業行動の多角化と産業活動

企業の多角化の実態をみるには、①事業所単位でみた多角化、②事業所を新たに設立するなど企業単位でみた多角化、③内外において子会社等を設立するなど企業群としてみた場合の多角化の3つのレベルが考えられる。

この調査では、企業の売上高の内訳^(註1)を詳細に調べていることから、これら項目を分析することにより、第2の企業レベルの多角化の実態をうかがうことができる。企業レベルの多角化には、従業者と売上高による2つの見方があるが、ここでは企業の売上高から企業行動の多角化を読み取ることにする。なお、第3の企業群レベルの多角化については、次章において詳述する。

1. 産業の多角化の進展状況

産業の多角化の分析に当たって、まず、企業の「売上高」全体に占める本業（第1位の主力業種）^(註2)の販売額を「専業率」と定義し、この専業率の水準によって産業間の多角化の進展の相違を比較してみよう。

$$\text{専業率} = \frac{\text{本業（第1位の主力業種）の販売額}}{\text{総売上高}}$$

これを産業別にみると（表2-1）、製造企業では、輸送用機械器具製造業、印刷・出版・同関連産業の2業種が90%を超えて高い反面、専業率が最も低い業種は窯業・土石製品製造業で62%と4割近くが本業以外で占められている。このほか、低い方では化学工業、非鉄金属工業、家具・装備品製造業、一般機械器具製造業が70%~75%程度となっている。

これに対して卸売企業と小売企業では、最高が医薬品・化粧品卸売業の89%で、最低は機械器具卸売業の48%で、40%台が2業種、50%台は2業種、60%台が4業種、70%台は4業種、80%台が8業種となっている。専業率の水準でみる限り、製造企業よりも卸売企業及び小売企業において多角化の進展が顕著であることがうかがわれる。

そこで、これらの産業ごとに多角化の特徴を見出すために、それぞれの製造活動または卸・小売活動内における本業の特化率を以下の通り定義するものとする。

$$\text{製造企業の製品特化率} = \frac{\text{本業（第1位の主力業種）の販売額}}{\text{製造品の総販売額}}$$

$$\text{卸売・小売企業の商品特化率} = \frac{\text{本業（第1位の主力業種）の販売額}}{\text{商品の総販売額}}$$

この特化率は、製造業内、卸売・小売企業内における多角化を示す指標として、産業内多角化の状況を読み取ることができる。

この「特化率」と「専業率」を比較すると、図2-1に示す通りである。

この図から、

- ① いずれの産業においても多角化が進展しているが、その水準には著しいバラツキがみられる。
- ② 製造企業と卸売企業及び小売企業を比べると、卸売企業及び小売企業の方が原点寄りに位置する産業が多く、製造企業よりも卸売企業及び小売企業の方が多角化の進展が著しい。
- ③ 製造企業と卸売企業及び小売企業について、それぞれの産業内のバラツキの状況を比べると、卸売企業及び小売企業の方が大きく、業種間の多角化の程度の違いが顕著である。
- ④ 45度線からの乖離状況をみると、製造企業の方で乖離している産業の数が多く、製造企業における

表 2-1 企業の專業率・特化率・専門化率の比較

(単位：%)

	專業率		鉱産品特化率		(参 考)	
	(売 上 高)		(鉱 業 分 野)		鉱 産 品 販売比率	専門化率
		順位		順位		
鉱 業	79.1		100.0		79.1	61.5

(単位：%)

	專業率		製造品特化率		(参 考)	
	(売 上 高)		(製 造 業 分 野)		製 造 品 販売比率	専門化率
		順位		順位		
製 造 業	(79.4)		(90.7)		(87.5)	(85.1)
食料品製造業	80.5	9	94.9	5	84.8	88.9
飲料・飼料・たばこ製造業	88.8	3	97.6	2	91.0	94.5
繊維工業	83.1	7	92.3	9	90.0	80.0
衣服・その他の繊維製品製造業	84.2	5	96.0	3	87.7	84.1
木材・木製品製造業	75.7	17	92.7	8	81.6	87.9
家具・装備品製造業	73.6	19	89.0	16	82.7	63.8
パルプ・紙・紙加工品製造業	80.4	10	94.2	7	85.4	90.2
出版・印刷・同関連産業	90.6	2	98.0	1	92.4	98.0
化学工業	69.8	21	87.4	18	79.8	89.3
石油製品・石炭製品製造業	76.1	16	95.2	4	79.9	95.4
プラスチック製品製造業	77.6	15	89.6	15	86.6	72.9
ゴム製品製造業	77.6	14	91.9	11	84.4	89.4
なめし革・同製品・毛皮製造業	79.2	12	92.2	10	85.9	68.9
窯業・土石製品製造業	62.4	22	78.3	22	79.7	85.6
鉄 鋼 業	80.0	11	88.2	17	90.7	95.6
非鉄金属製造業	72.2	20	82.4	20	87.7	84.8
金属製品製造業	83.7	6	91.8	12	91.2	81.8
一般機械器具製造業(武器を含む)	75.6	18	81.9	21	92.4	76.6
電気機械器具製造業	84.2	4	91.2	13	92.3	90.3
輸送用機械器具製造業	92.0	1	94.5	6	97.4	94.9
精密機械器具製造業	78.1	13	84.6	19	92.3	75.6
その他の製造業	81.1	8	90.8	14	89.3	84.6
卸 売 業	(73.2)		(78.6)		(93.2)	(59.5)
繊維品卸売業	65.3	15	68.0	15	96.0	38.1
化学製品卸売業	73.7	10	80.2	11	91.9	35.9
鉱物・金属材料卸売業	49.6	19	50.5	20	98.2	75.6
機械器具卸売業	48.4	20	51.7	19	93.6	69.2
建築材料卸売業	73.1	11	84.8	9	86.2	48.4
再生資源卸売業	78.8	9	85.4	8	92.3	57.5
衣服・身の回り品卸売業	83.6	4	88.7	3	94.3	63.0
農畜産物・水産物卸売業	82.1	7	87.1	6	94.3	68.0
食料・飲料卸売業	83.5	5	88.5	4	94.4	54.5
医薬品・化粧品卸売業	88.8	1	91.7	2	96.9	81.9
家具・建具・じゅう器等卸売業	67.9	13	79.1	12	85.8	53.9
その他の卸売業	83.4	6	88.0	5	94.7	68.2
小 売 業	(70.7)		(74.1)		(95.7)	(62.6)
織物・衣服・身の回り品小売業	60.0	16	61.1	17	98.3	72.9
飲食料品小売業	58.0	18	60.2	18	96.3	78.8
自動車・自転車小売業	83.8	3	95.7	1	87.6	96.3
家具・建具・じゅう器等小売業	59.4	17	61.1	16	97.2	22.8
家庭用機械器具小売業	80.1	8	81.7	10	97.9	63.5
医薬品・化粧品小売業	85.3	2	86.8	7	98.3	30.5
燃料小売業	72.9	12	76.2	13	95.7	79.1
その他の小売業	65.7	14	69.7	14	94.3	56.7

(注) 1. () 内の数値は各業種の平均値である。

2. 販売比率、専門化率の定義は(注3)、(注6)参照。

表 2-2 鉱業及び製造企業の兼業比率の比較

(単位：%)

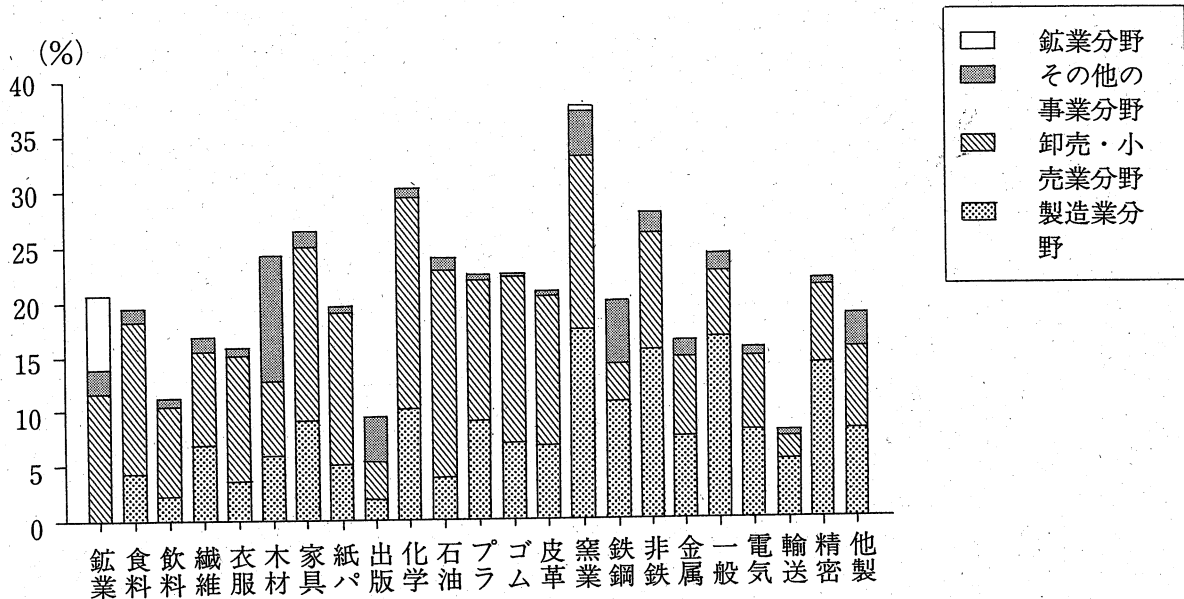
	兼業比率	鉱業分野	製造業分野	卸売・小売業分野	その他の事業分野
鉱業	20.9	—	6.8	11.6	2.5

(単位：%)

	兼業比率	製造業分野	鉱業分野	卸売・小売業分野	その他の事業分野
製造業	(20.6)				
食料品製造業	19.5	4.4	0.0	13.9	1.3
飲料・飼料・たばこ製造業	11.2	2.2		8.3	0.8
繊維工業	16.9	6.9		8.7	1.3
衣服・その他の繊維製品製造業	15.8	3.5		11.7	0.6
木材・木製品製造業	24.3	5.9		6.9	11.5
家具・装備品製造業	26.4	9.1		15.9	1.4
パルプ・紙・紙加工品製造業	19.6	5.0		14.0	0.6
出版・印刷・同関連産業	9.4	1.8		3.5	4.1
化学工業	30.2	10.1	0.0	19.4	0.8
石油製品・石炭製品製造業	23.9	3.8	0.1	19.0	1.0
プラスチック製品製造業	22.4	9.0		12.8	0.6
ゴム製品製造業	22.4	6.8		15.4	0.2
なめし革・同製品・毛皮製造業	20.8	6.7		13.7	0.4
窯業・土石製品製造業	37.6	17.3	0.4	15.7	4.2
鉄鋼業	20.0	10.7	0.0	3.4	5.8
非鉄金属製造業	27.8	15.4	0.1	10.6	1.7
金属製品製造業	16.3	7.5	0.0	7.3	1.5
一般機械器具製造業(武器を含む)	24.4	16.8	0.0	5.9	1.7
電気機械器具製造業	15.8	8.1	0.0	6.7	0.9
輸送用機械器具製造業	8.0	5.4		2.3	0.4
精密機械器具製造業	21.9	14.2		7.2	0.5
その他の製造業	18.9	8.2		7.6	3.1

(注) () 内の数値は各業種の平均値である。

図2-2 鉱業及び製造企業の兼業部門の比較



いずれも製造業分野の兼業比率よりも高い。

この比率は製造企業では、親会社、子会社・関連会社間の取引などの背景が集約して現れる指標であり、各機械製造業や鉄鋼業以外の業種で高いのが目立っている。これらの企業は多様な市場ニーズに対応すべく、自社の商品販売活動を強化するため、事業所の子会社化や他社への生産委託の活用などを図っており、この商業化率の水準を高めているといえよう。これに対して、機械製造業では自社の製品販売比率の水準が高く、事業部制をとっている企業が多く見受けられ、商業化率の水準が低く、製造業内での多角化が進展している。

第5列目は、サービス業など其他産業分野への進出状況で、木材・木製品製造業は不動産業や建設業に進出して12%の高い比率に達している。このほか、鉄鋼業ではサービス業や建設業に、窯業・土石製品製造業でも建設業に、出版・印刷・同関連産業でサービス業に、その他の製造業ではサービス業を中心に進出しており、その比率はそれぞれ3~5%となっている。

以上みたように、製造企業では、次に述べる卸売企業及び小売企業と比べると多角化の水準はそれ程高くないものの、製造業内における「製品の多様化」が相対的に進展しているグループと、非製造業分野への進出、とくに商業化が著しいグループの2つに分けることができる。特に機械製造業などでは、事業部制をとるなど複数の製造事業を営んでおり、「製品の多様化」による多角化が顕著にみられる。

他方、非製造業分野のウェイトの増大している業種は、多様な市場ニーズに対応した企業の販売強化や事業所の子会社化、他社の生産機能を活用した委託生産など様々な形態での事業展開が顕著となっている。

3. 卸売・小売企業にみる多角化の展開状況

卸売企業及び小売企業の多角化の展開を「兼業比率(=1-専業率)」から見てみよう。表2-3の第1列目は兼業比率であり、第2列目以降が卸売・小売企業の各兼業分野のウェイトである(図2-3)。

卸売・小売企業の兼業分野を、卸売・小売業分野内での他産業への進出と卸売・小売業分野以外への進出に分け、後者について更に鉱工業のいわゆる川上部門への進出と、サービス業など其他事業分野への進出(「サービス化」)に分けることができる。卸売・小売業分野内での他産業への進出は、取扱い商品の多様化であり、製造企業における製造品の背景にある生産技術の多様化とは若干意味が異なることに注意

する必要がある。

第2列目は、卸売・小売業分野内での他産業への進出状況であり、商品特化率が低く、本業以外の比率が20%以上に達している業種は、鉱物・金属材料卸売業、機械器具卸売業、織物・衣服・身の回り品小売業、飲食料品小売業など8業種で、製造企業に比べて比率が著しく高い。

表2-3の第3列目は、製造業分野への進出状況である。この比率が高い業種は、家具・建具・じゅう器等卸売業で13%にも達し、家具・装備品製造業、パルプ・紙・紙加工品製造業、プラスチック製品製造業などに進出している。このほか、化学品卸売業、衣服・身の回り品卸売業、建築材料卸売業も4%以上でやや高く、自社の製造事業所を保有し、生産から流通、販売まで一体的な事業活動を行っている状況がみられる。

第5列目は、サービス業などその他産業分野への進出状況である。自動車・自転車小売業は修理や金融・保険を兼ね12%と高いのが目立っており、また、建築材料卸売業では、建設業や不動産業を中心に9%と

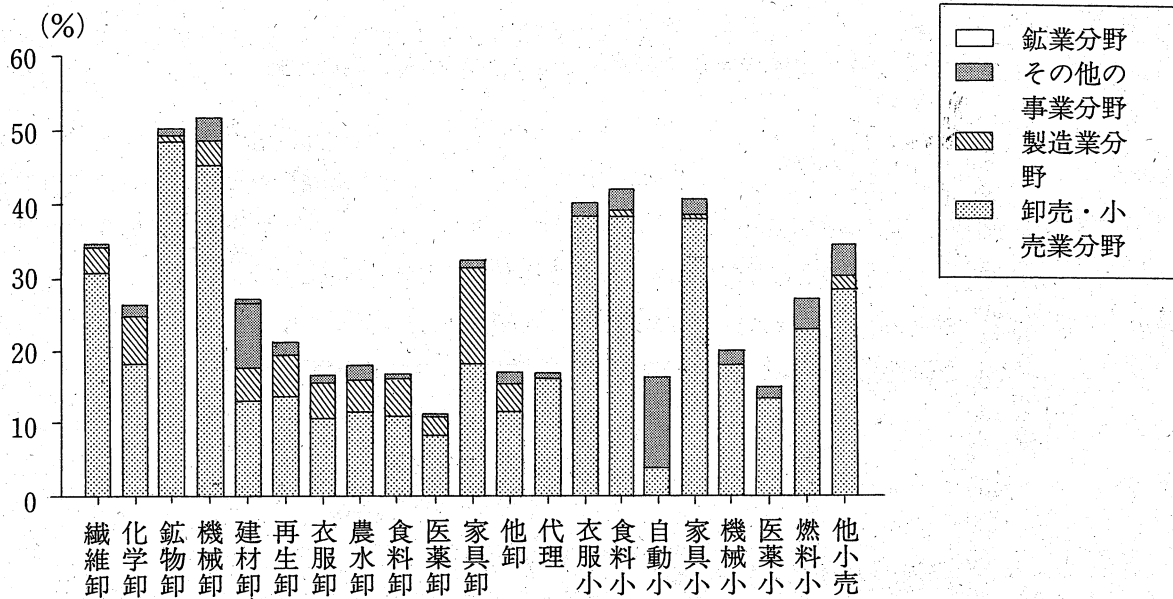
表2-3 卸売・小売企業の兼業比率の比較

(単位：%)

	兼業比率	卸売・小売業分野	製造業分野	鉱業分野	その他の事業分野
卸売業	(26.8)				
繊維品卸売業	34.7	30.7	3.5		0.5
化学製品製造業	26.3	18.2	6.5		1.6
鉱物・金属材料卸売業	50.4	48.6	0.8	0.2	0.9
機械器具卸売業	51.6	45.2	3.5		2.9
建築材料卸売業	26.9	13.1	4.5	0.4	8.9
再生資源卸売業	21.2	13.5	5.8		1.9
衣服・身の回り品卸売業	16.4	10.7	4.9		0.8
農畜産物・水産物卸売業	17.9	12.2	4.3		1.4
食料・飲料卸売業	16.5	10.9	5.0		0.7
医薬品・化粧品卸売業	11.2	8.1	2.8		0.3
家具・建具・じゅう器等卸売業	32.1	18.0	13.4		0.8
その他の卸売業	16.6	11.3	3.9	0.0	1.4
小売業	(29.4)				
織物・衣服・身の回り品小売業	40.0	38.3	0.2		1.6
飲食料品小売業	42.0	38.3	0.8		2.9
自動車・自転車小売業	16.2	3.8	0.0		12.4
家具・建具・じゅう器等小売業	40.6	37.8	0.6		2.2
家庭用機械器具小売業	19.9	17.9	0.1		1.9
医薬品・化粧品小売業	14.7	13.0	0.3		1.4
燃料小売業	27.1	22.7	0.4	0.0	3.9
その他の小売業	34.3	28.5	1.8		4.2

(注) () 内の数値は各業種の平均値である。

図2-3 卸売・小売企業の兼業部門の比較



なっている。このほか、燃料小売業はサービス業や建設業に、その他の小売業はサービス業を中心に、それぞれ4%前後を占めている。

以上みたように、卸売企業及び小売企業では、製造企業に比べ兼業比率が高いが、製造企業の多角化とは若干意味が異なっており、消費者ニーズの多様化に対応した「多商品化」が顕著に現れているものといえることができ、この多商品化は卸売企業よりも小売企業に顕著に現れている。

なお、卸売・小売業以外の分野への多角化展開の特徴としては、卸売業では製造業分野への進出が、また小売業ではサービスなどその他産業分野への進出が比較的高いのが目立つ。

4. 産業の多角化と企業経営

企業は、内外の経済環境の変化に対応して、人や資産などの経営資源の利用効率を図りつつ、多角化を展開し、成長機会を維持、確保してきた。そこで、産業別の専業率と売上高などの指標をクロス比較することによって、企業経営と多角化の関係をみることにしよう。

図2-4は、製造企業と卸売企業及び小売企業の1人当たり売上高と専業率の水準を比較したものである。製造企業と小売企業では両者の間に、とくに相関関係が見受けられず、企業経営の多角化の水準が高い業種においても1人当たり売上高の規模にそれ程の違いがみられないが、卸売企業では負の相関がみられる。これに対して、売上高営業利益率の水準と専業率の水準を比較すると、図2-5に示されているように、製造企業と小売業では右下がりの弱い負の相関関係が見受けられるが、卸売企業では相関関係が見受けられない。

企業が多角化の水準を高める中で、製造企業、小売企業においては技術革新等による合理化など経営資源の効率的な活用を図っていることが営業利益率の方に負の相関がみられる要因となっていると考えられる。

一方、卸売企業において売上高の方に負の相関があるということは、「商品の多様化」による事業展開を図っていることの裏付けとみることができよう。

図2-4 企業の多角化の水準と1人当たり売上高の比較

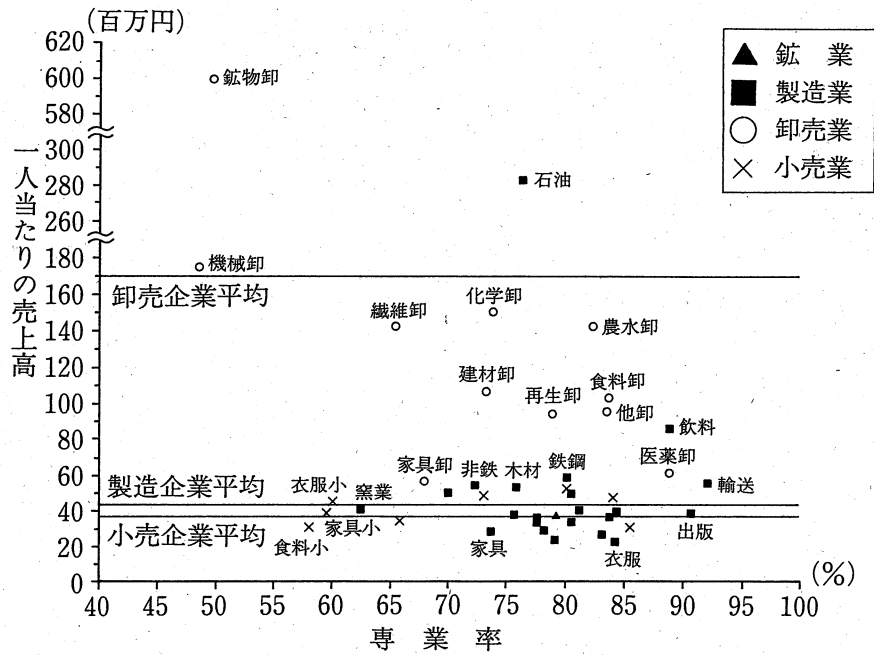
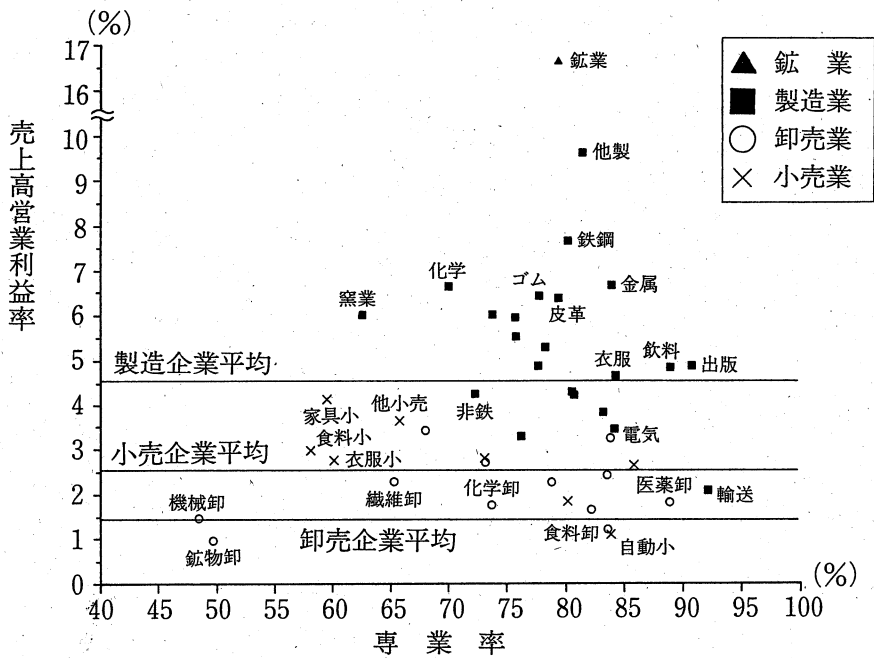


図2-5 企業の多角化の水準と売上高営業利益率水準の比較



5. 専業企業の実態

前節までは、多角化の進展状況を売上高の観点を中心にみてきたが、ここでは専業企業数から実態をみてみよう。

表2-4は、専業・兼業企業の割合を産業別にみたものである。

専業企業数では、製造企業が27%、卸売業が28%であるのに対して、小売業では16%と低く、小売業段階の兼業企業が多いことがみてとれる。一方、売上高でみると、製造企業は12%、卸売業が12%、小売業は8%となっており、これらを合わせてみると小規模な企業に専業企業が多いことがわかる。

内訳をみると、専業企業数の比率が高い業種は、製造企業では、衣服・その他の繊維製品製造業、出版・印刷・同関連産業、電気機械器具製造業、非鉄金属製造業など、卸売・小売企業では、衣服・身の回り品卸売業、再生資源卸売業、医薬品・化粧品卸売業などとなっている。

表2-4 産業別にみた専業企業の割合

(単位：%)

	企業数 ベース	売上高 ベース		企業数 ベース	売上高 ベース
商工業	26.1	11.7	卸売業・小売業	24.5	11.1
鉱業	28.3	38.8	卸売業	28.5	11.9
製造業	27.3	12.3	繊維品卸売業	30.2	12.9
食料品製造業	23.0	9.7	化学製品卸売業	13.7	16.0
飲料・飼料・たばこ製造業	16.8	2.7	鉱物・金属材料卸売業	15.6	2.2
繊維工業	31.3	16.6	機械器具卸売業	30.2	11.4
衣服・その他の繊維製品製造業	44.3	30.6	建築材料卸売業	23.8	16.3
木材・木製品製造業	18.5	6.1	再生資源卸売業	38.5	21.1
家具・装備品製造業	27.2	14.7	衣服・身の回り品卸売業	44.2	36.5
パルプ・紙・紙加工品製造業	21.1	7.8	農畜産物・水産物卸売業	29.1	21.8
出版・印刷・同関連産業	42.4	29.3	食料・飲料卸売業	29.7	27.6
化学工業	14.8	3.2	医薬品・化粧品卸売業	35.2	23.1
石油製品・石炭製品製造業	9.8	1.3	家具・建具・じゅう器等卸売業	22.0	16.4
プラスチック製品製造業	21.6	15.0	その他の卸売業	29.1	28.8
ゴム製品製造業	28.9	14.1	小売業	16.1	7.5
なめし革・同製品・毛皮製造業	27.6	13.7	織物・衣服・身の回り品小売業	28.6	7.0
窯業・土石製品製造業	21.4	9.0	飲食料品小売業	16.9	5.8
鉄鋼業	23.0	5.9	自動車・自転車小売業	5.0	3.0
非鉄金属製造業	32.0	21.6	家具・建具・じゅう器等小売業	22.3	10.8
金属製品製造業	28.7	21.9	家庭用機械器具小売業	29.8	28.6
一般機械器具製造業(武器を含む)	27.6	11.5	医薬品・化粧品小売業	30.4	21.3
電気機械器具製造業	33.2	13.4	燃料小売業	7.9	8.7
輸送用機械器具製造業	28.3	16.9	その他の小売業	24.6	13.3
精密機械器具製造業	23.0	16.6			
その他の製造業	20.9	11.1			

表 2-5 売上高からみた企業の多角化の展開状況

(単位：%)

	全体計	鉱業分野			非鉱業分野							
		計	本業	その他	計	製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業	その他
鉱業	100.0	79.1	…	…	20.9	6.8	6.4	5.1	0.3	1.4	0.1	0.6

(単位：%)

	全体計	製造業分野			非製造業分野							
		計	本業	その他	計	鉱業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業	その他
製造業	100.0	89.8	…	…	10.2	0.0	8.5	0.2	0.7	0.5	0.2	0.1
食料品製造業	100.0	84.8	80.5	4.4	15.2	0.0	13.0	0.9	0.3	0.0	0.2	0.8
飲料・飼料・たばこ製造業	100.0	91.0	88.8	2.2	9.0		7.9	0.4	0.2	0.0	0.5	0.1
繊維工業	100.0	90.0	83.1	6.9	10.0		8.5	0.2	0.3	0.2	0.7	0.1
衣服・その他の繊維製品製造業	100.0	87.7	84.2	3.5	12.3		10.9	0.8	0.1	0.1	0.2	0.1
木材・木製品製造業	100.0	81.6	75.7	5.9	18.4		6.7	0.2	0.1	3.1	8.0	0.3
家具・装備品製造業	100.0	82.7	73.6	9.1	17.3		15.2	0.8	0.1	1.2	0.0	0.1
パルプ・紙・紙加工品製造業	100.0	85.4	80.4	5.0	14.6		13.9	0.1	0.1	0.0	0.4	0.1
出版・印刷・同関連産業	100.0	92.4	90.6	1.8	7.6		3.1	0.4	3.3	0.0	0.4	0.4
化学工業	100.0	79.8	69.8	10.1	20.2	0.0	19.2	0.2	0.4	0.2	0.1	0.1
石油製品・石炭製品製造業	100.0	79.9	76.1	3.8	20.1	0.1	19.0	0.0	0.3	0.2	0.3	0.2
プラスチック製品製造業	100.0	86.6	77.6	9.0	13.4		12.8	0.1	0.2	0.2	0.0	0.1
ゴム製品製造業	100.0	84.4	77.6	6.8	15.6		15.1	0.3	0.1	0.1	0.0	0.0
なめし革・同製品・毛皮製造業	100.0	85.9	79.2	6.7	14.1		13.6	0.2	0.0	0.2	0.1	0.1
窯業・土石製品製造業	100.0	79.7	62.4	17.3	20.3	0.4	15.4	0.3	0.9	2.8	0.3	0.2
鉄鋼業	100.0	90.7	80.0	10.7	9.3	0.0	3.4	0.0	2.8	2.7	0.1	0.1
非鉄金属製造業	100.0	87.7	72.2	15.4	12.3	0.1	10.6	0.0	0.7	0.7	0.1	0.2
金属製品製造業	100.0	91.2	83.7	7.5	8.8	0.0	7.2	0.1	0.2	1.2	0.1	0.1
一般機械器具製造業(武器を含む)	100.0	92.4	75.6	16.8	7.6	0.0	5.7	0.3	1.0	0.5	0.1	0.1
電気機械器具製造業	100.0	92.3	84.2	8.1	7.7	0.0	6.6	0.1	0.7	0.2	0.0	0.0
輸送用機械器具製造業	100.0	97.4	92.0	5.4	2.6		2.2	0.0	0.2	0.0	0.0	0.1
精密機械器具製造業	100.0	92.3	78.1	14.2	7.7		7.2	0.1	0.1	0.3	0.0	0.1
その他の製造業	100.0	89.3	81.1	8.2	10.7		7.2	0.4	2.5	0.3	0.1	0.2

(単位：%)

	全体計	卸売業分野			非卸売業分野								
		計	本業	その他	計	小売業	製造業	鉱業	サービス業	建設業	不動産業	その他	
卸売業	100.0	94.5	5.5	0.5	3.0	0.1	0.5	0.6	0.7	0.2	
繊維品卸売業	100.0	95.9	65.3	30.5	4.1	0.2	3.5		0.1	0.1	0.2	0.2	
化学製品卸売業	100.0	91.6	73.7	18.0	8.4	0.3	6.5		0.4	0.7	0.2	0.3	
鉱物・金属材料卸売業	100.0	97.7	49.6	48.1	2.3	0.5	0.8	0.2	0.1	0.5	0.1	0.1	
機械器具卸売業	100.0	93.3	48.4	44.9	6.7	0.4	3.5		0.9	0.4	1.4	0.2	
建築材料卸売業	100.0	85.1	73.1	11.9	14.9	1.2	4.5	0.4	0.4	6.4	1.5	0.6	
再生資源卸売業	100.0	92.2	78.8	13.5	7.8	0.0	5.8		1.0	0.9	0.0	0.1	
衣服・身の回り品卸売業	100.0	92.9	83.6	9.3	7.1	1.4	4.9		0.2	0.3	0.2	0.1	
農畜産物・水産物卸売業	100.0	94.0	82.1	11.9	6.0	0.3	4.3		0.1	0.0	0.2	1.1	
食料・飲料卸売業	100.0	93.6	83.5	10.1	6.4	0.7	5.0		0.1	0.0	0.1	0.4	
医薬品・化粧品卸売業	100.0	96.6	88.8	7.9	3.4	0.2	2.8		0.1	0.0	0.1	0.1	
家具・建具・じゅう器等卸売業	100.0	84.8	67.9	17.0	15.2	1.0	13.4		0.3	0.3	0.1	0.1	
その他の卸売業	100.0	93.8	83.4	10.5	6.2	0.8	3.9	0.0	0.5	0.4	0.1	0.3	

(単位：%)

	全体計	小売業分野			非小売業分野								
		計	本業	その他	計	卸売業	製造業	鉱業	サービス業	建設業	不動産業	その他	
小売業	100.0	90.7	9.3	4.3	0.5	0.0	2.8	0.2	0.4	1.2	
織物・衣服・身の回り品小売業	100.0	97.6	60.0	37.6	2.4	0.6	0.2		0.2	0.0	0.4	1.0	
飲食料品小売業	100.0	90.0	58.0	32.0	10.0	6.3	0.8		1.1	0.0	0.7	1.1	
自動車・自転車小売業	100.0	84.6	83.8	0.8	15.4	3.0	0.0		10.6	0.1	0.0	1.6	
家具・建具・じゅう器等小売業	100.0	89.4	59.4	30.0	10.6	7.8	0.6		0.3	1.2	0.2	0.6	
家庭用機械器具小売業	100.0	91.0	80.1	11.0	9.0	6.9	0.1		0.6	0.2	0.1	1.1	
医薬品・化粧品小売業	100.0	97.2	85.3	11.9	2.8	1.1	0.3		0.4	0.2	0.8	0.1	
燃料小売業	100.0	81.1	72.9	8.2	18.9	14.5	0.4	0.0	1.2	1.3	0.6	0.9	
その他の小売業	100.0	92.1	65.7	26.3	7.9	2.2	1.8		1.6	0.3	0.6	1.5	

(注1) この調査では、企業の売上高を、企業で生産し、販売する①鉱産品の販売、②製造品の販売、③製造品の加工賃収入と、他の企業から仕入れて販売する④仕入商品の販売、①から④以外の⑤その他の事業収入に分け、それぞれについて業種別の販売額を詳細に調べており、有価証券報告書等から得られる売上高の情報よりも興味ある情報が得られる。

(注2) 本調査による企業の産業格付けは、企業の主力業種の販売額で決定し、当該産業の売上高には、その企業全体の前掲の売上高を集計している。企業行動の多角化に関する情報は、縦に企業の主業種で定義された産業、横に生産販売された財・サービスの分類でクロスした産業別×経済活動別のマトリックス表によって読み取ることができる。

多角化の分析に当たって、「専業率」を上記(注1)の5つの項目の合計である「総売上高」に占める第1位業種(主業種)の販売額で定義する。すると、専業率の定義から「兼業率」は(1-専業率)になり、「専業率の低下」と「兼業率の上昇」の2つの指標から産業間の多角化の進行の相違を比較することができる。

(注3) 企業では、多角化を進展させる中で当該産業分野（鉱業活動、製造活動、卸・小売活動）を越えて、他の産業分野に進出している。この他の産業に進出している度合いをみるために、それぞれの産業総売上高に占める当該分野の販売額の比率を次のように定義する。

$$\text{鉱産品販売比率} = \frac{\text{鉱産品販売額 (注1の①)}}{\text{総売上高}}$$

$$\text{製造品販売比率} = \frac{\text{製造品販売額 (注1の②, ③)}}{\text{総売上高}}$$

$$\text{卸・小売販売比率} = \frac{\text{卸・小売販売額}}{\text{総売上高}}$$

(注4) 鉱業企業や製造企業では、自社で生産し販売する以外に、内外の子会社や他社に生産を委託し、それを仕入れて販売する仕入商品販売額が増大している。この比率の高まりを「商業化」と呼び、次のように定義する。

$$\text{商業化率} = \frac{\text{仕入商品販売額 (注1の④)}}{\text{総売上高}}$$

(注5) 企業は多角化を進展させる中で、鉱業、製造業、卸売・小売業以外の、例えばサービス業、運輸業、不動産業などの活動を増大させている。この比率の高まりを「サービス化」(広義)と呼び、次のように定義する。

$$\text{サービス化率} = \frac{\text{その他事業収入額 (注1の⑤)}}{\text{総売上高}}$$

〈進む産業間の相互進入〉

商鉱工業企業において、企業の多角化が進展し、産業間の相互進入の結果、産業別の専門化率(注6)の水準は低下することとなる。なお、この調査は全産業を対象とした調査でないことから、専門化率はその分高くでる傾向になる。

専門化率を産業別にみると(前掲表2-1)、製造企業では、家具・装備品製造業が6割強と最も低く、一方、最も高い業種は出版・印刷・同関連産業の98%である。

卸売企業では、化学製品卸売業と繊維製品卸売業の両業種が30%台で著しく低く、一方最も高い業種は医薬品・化粧品卸売業の82%であり、50~60%台の業種が多い。

小売企業では、家具・建具・じゅう器等小売業や医薬品・化粧品小売業が低く、最も高いのは自動車・自転車小売業である。

専門化率と專業率を比較すると、図2-6に示す通りである。産業別にみると、製造企業では、右上の專業率が高く、専門化率も高いグループに入る業種が多く、卸売企業及び小売企業では、專業率と専門化率の双方にバラツキがみられる。これは、製造企業よりも卸売企業及び小売企業の方が、他産業からの参入が容易であることを裏付けている。

さらに、製造企業の内訳を製造業平均の両指標によって区分してみると、①專業率、専門化率のいずれの水準も高い業種として、輸送用機械器具製造業、出版・印刷・同関連産業、飲料・飼料・たばこ製造業などがある。これら産業は多角化の程度が緩やかで他産業からの参入も少ない産業といえよう。

また、②專業率は平均的な水準で、専門化率が低い業種として、家具・装備品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業、プラスチック製品製造業、精密機械製造業、一般機械器具製造業などがある。これら産業はむしろ他産業からの参入が顕著にみられる産業である。

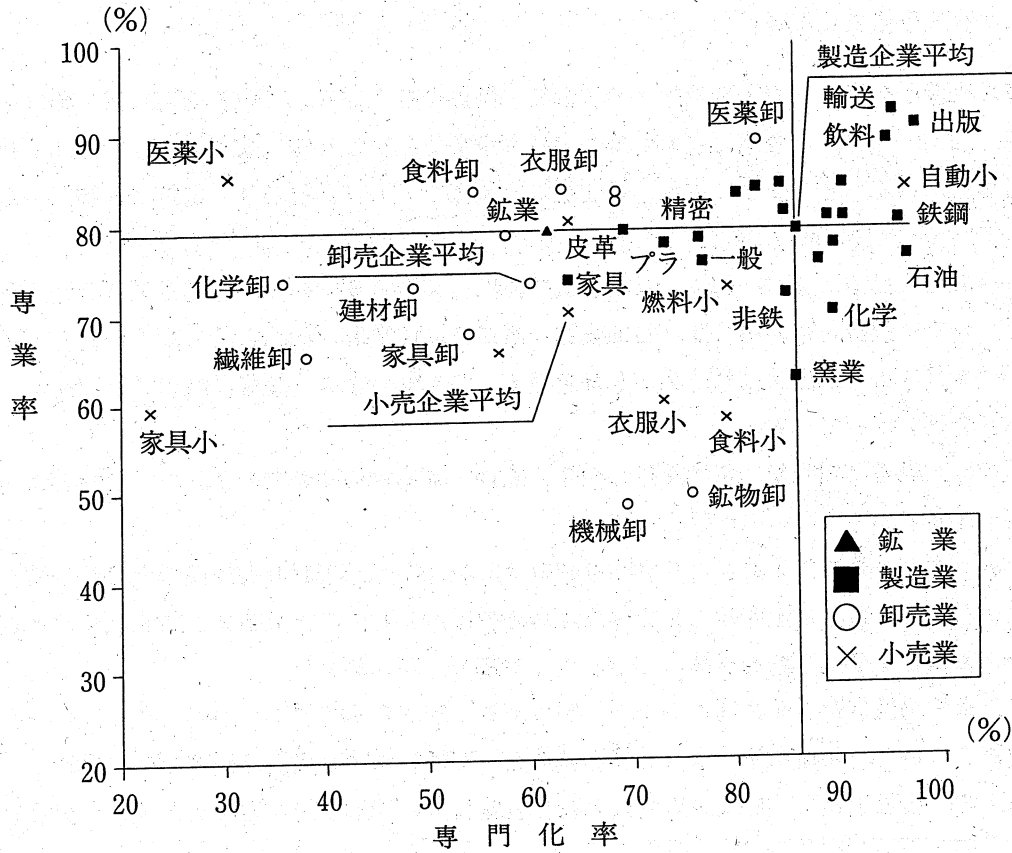
③專業率は低いものの、専門化率が平均的な業種として、窯業・土石製品製造業、化学工業、非鉄金属製造業がある。これら産業は多角化が進展しているものの、他産業からの参入が相対的に少ない産業といえる。

以上みたように、専門化率の水準からみても産業間の相互進入が顕著にみられ、産業の多角化が裏付けられ

るが、とくに製造企業においては製造品の背景にある生産技術の特性や産業の成長性などによって、他産業からの参入が比較的容易、あるいは積極的に参入している業種と、そうではない業種とがある。

(注6) ある産業分類の財・サービスが当該産業に属する企業でどれだけ生産販売されているかを示す指標として「専門化率」(=J産業のJ財・サービス/J財・サービスの販売額全体)を定義することができる。この専門化率も産業間の相互進入が進んで、他の産業において副業が増大することに伴って低下する。

図2-6 産業の専門化率と企業の専門率の比較



第3章 企業の子会社化によって進む 多角化・国際化

前章では企業内での本業以外の分野への進出による多角化の状況をみたが、本章では企業の外に生産子会社や販売子会社などを設立することにより、企業の本래の活動を補完したり、新たな活動に進出したりして、企業群として有機的な事業展開をしている様子を見る。

本調査では、子会社・関連会社（出資比率20%超の企業）について調べており、これら項目を分析することにより、子会社も含めた、企業群としての多角化、国際化の実態をうかがうことができる。

1. 企業における子会社化の現状

国の内外に生産子会社や販売子会社などの子会社・関連会社を保有している商鉱工業企業は全体で1万905企業ある（表3-1）。全企業に占める比率（保有企業比率）は46%に達しており、ほぼ2社に1社は子会社を保有していることになる。これら子会社は、全体で6万7615社あり、国内に8割、海外に2割の割合になっている。

産業別の保有企業比率は（図3-1）、鉱業企業で62%、製造企業で44%、卸売企業で51%、小売企業で40%となっている。製造企業の中では、石油製品・石炭製品製造業が69%と最も高く、化学工業、その他の製造業、パルプ・紙・紙加工品製造業も5割を超え、最も低い家具・装備品製造業（33%）でも3分の1の企業が子会社を持っている。

卸売企業では、繊維品卸売業、化学製品卸売業、鉱物・金属材料卸売業の3業種で6割を超え、小売企業では燃料小売業で53%と高いのが目立っている。

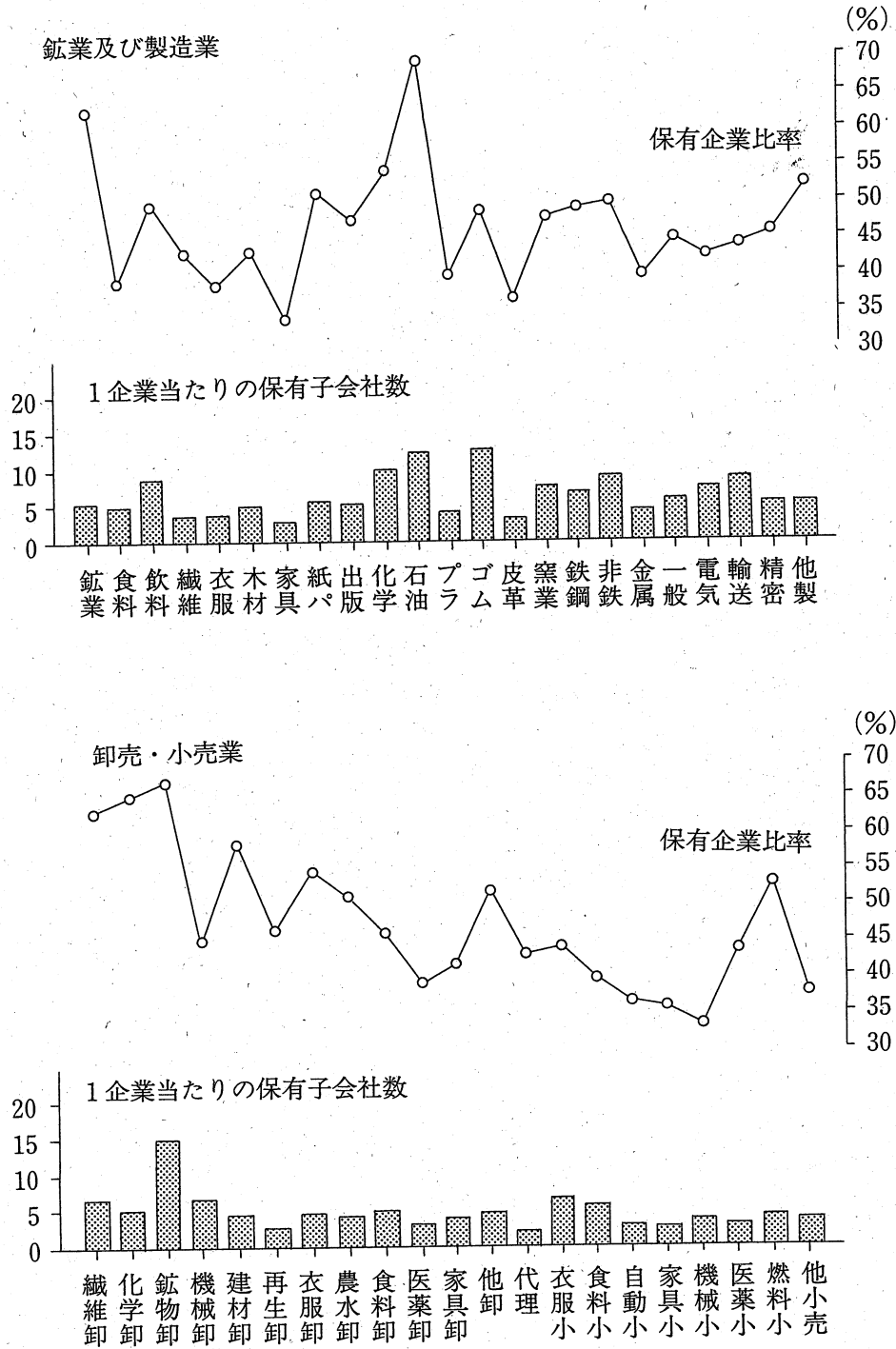
子会社を保有する企業の1企業当たり平均保有数は6.2社である。本調査が規模の大きな企業を対象としていることから、この数値は全産業としてみれば高めではあるものの、大企業、中堅企業の半数近い企業で子会社による広範な事業活動を展開していることが顕著にみられる。

1企業当たり平均保有数を産業別にみると、製造企業、卸売企業で多く、小売企業ではやや少なくなっている。内訳をみると、製造企業ではゴム製品製造業、石油製品・石炭製品製造業の2業種で、それぞれ平均10社以上の子会社を持ち、卸売企業では鉱物・金属材料卸売業が平均14.9社と多いのが目立つ。

表3-1 企業の子会社の保有状況

	企業数	子会社を有する企業数	子会社・関連会社数						保有企業比率(%)	1企業当たり保有企業数
			計	構成比(%)			構成比(%)			
				構成比(%)	国内	海外	国内	海外		
商鉱工業	23,776	10,905	67,615	100.0	55,616	11,999	82.3	17.7	45.9	6.2
鉱業	53	33	184	0.3	178	6	96.7	3.3	62.3	5.6
製造業	13,688	6,077	39,125	57.9	31,954	7,171	81.7	18.3	44.4	6.4
卸売・小売業	10,035	4,795	28,306	41.9	23,484	4,822	83.0	17.0	47.8	5.9
卸売業	6,838	3,509	22,396	33.1	18,005	4,391	80.4	19.6	51.3	6.4
小売業	3,197	1,286	5,910	8.7	5,479	431	92.7	7.3	40.2	4.6

図3-1 子会社保有企業比率と1企業当たりの保有子会社数



2. 保有する子会社の状況からみた多角化の展開状況

製造企業は、6077企業で3万9125社の子会社を持っており、このうち、国内に3万1954社(82%)、海外に7171社(18%)となっている。

これらの子会社の活動している産業分野をみると(表3-2)、製造業内の分野(生産子会社)が全体の50%を占めており、卸売業分野、サービス業分野と続く。このように、製造企業では、生産子会社による製造業分野の中での事業展開が顕著に見受けられるが、卸売業分野の比率も2割を超え、販売会社(販社)

表3-2 企業の子会社による多角化の状況

合 計

親企業の産業	子 会 社 の 産 業								
	計	鉱 業	製造業	卸売業・小売業			その他の産業		
				卸売業	小売業		サービ ス 業	その他	
商鉱工業計	67,615	413	25,086	25,682	18,315	7,367	16,434	8,085	8,349
構成比(%)	100.0	0.6	37.1	38.0	27.1	10.9	24.3	12.0	12.3
鉱業	184	88	20	13	6	7	63	25	38
構成比(%)	100.0	47.8	10.9	7.1	3.3	3.8	34.2	13.6	20.7
製造業	39,125	199	19,611	10,335	8,319	2,016	8,980	4,825	4,155
構成比(%)	100.0	0.5	50.1	26.4	21.3	5.2	23.0	12.3	10.6
卸売業	22,396	124	5,067	12,081	9,460	2,621	5,124	2,221	2,903
構成比(%)	100.0	0.6	22.6	53.9	42.2	11.7	22.9	9.9	13.0
小売業	5,910	2	388	3,253	530	2,723	2,267	1,014	1,253
構成比(%)	100.0	0.0	6.6	55.0	9.0	46.1	38.4	17.2	21.2

国 内

親企業の産業	子 会 社 の 産 業								
	計	鉱 業	製造業	卸売業・小売業			その他の産業		
				卸売業	小売業		サービ ス 業	その他	
商鉱工業計	55,616	332	20,068	20,650	13,767	6,883	14,566	7,240	7,326
構成比(%)	100.0	0.6	36.1	37.1	24.8	12.4	26.2	13.0	13.2
鉱業	178	83	20	13	6	7	62	24	38
構成比(%)	100.0	46.6	11.2	7.3	3.4	3.9	34.8	13.5	21.3
製造業	31,954	165	15,545	8,126	6,266	1,860	8,118	4,303	3,815
構成比(%)	100.0	0.5	48.6	25.4	19.6	5.8	25.4	13.5	11.9
卸売業	18,005	82	4,139	9,531	7,010	2,521	4,253	1,940	2,313
構成比(%)	100.0	0.5	23.0	52.9	38.9	14.0	23.6	10.8	12.8
小売業	5,479	2	364	2,980	485	2,495	2,133	973	1,160
構成比(%)	100.0	0.0	6.6	54.4	8.9	45.5	38.9	17.8	21.2

海 外

親企業の産業	子 会 社 の 産 業								
	計	鉱 業	製造業	卸売業・小売業			その他の産業		
				卸売業	小売業		サービ ス 業	その他	
商鉱工業計	11,999	81	5,018	5,032	4,548	484	1,868	845	1,023
構成比(%)	100.0	0.7	41.8	41.9	37.9	4.0	15.6	7.0	8.5
鉱業	6	5					1	1	
構成比(%)	100.0	83.3					16.7	16.7	
製造業	7,171	34	4,066	2,209	2,053	156	862	522	340
構成比(%)	100.0	0.5	56.7	30.8	28.6	2.2	12.0	7.3	4.7
卸売業	4,391	42	928	2,550	2,450	100	871	281	590
構成比(%)	100.0	1.0	21.1	58.1	55.8	2.3	19.8	6.4	13.4
小売業	431		24	273	45	228	134	41	93
構成比(%)	100.0		5.6	63.3	10.4	52.9	31.1	9.5	21.6

が多いことも特徴の一つであり、企業群としてみた場合、生産段階における商品販売の増大（製造企業の商業化）を裏付けている。

鉱業企業（33企業）の子会社は184社で、大半（97%）が国内にある。内訳をみると、半数近くが鉱業内分野に、10%が製造業分野に分布している。

卸売企業（3509企業）の子会社は2万2396社で、国内80%、海外20%である。内訳をみると、卸売業内の分野と小売業分野で全体の54%を占め、製造業分野は20%強となっている。卸売企業では、販売拠点の拡大を目指して卸・小売業の中で子会社展開をしているが、生産子会社の数も多く、製造部門にも進出している。

小売企業（1286企業）の子会社は5910社で、国内93%、海外7%となっており、国内中心の子会社展開となっている。その内訳は、小売業内の分野に46%、卸売業分野に9%あり、国内で子会社を含めて小売を中心に事業展開しているが、一部の企業では卸売業分野にも進出していることが見てとれる。

次に、子会社・関連会社の保有状況を、専業企業と兼業企業とに区分して比較してみる（表3-3）。商鉱工業企業を専業・兼業別にみると、専業企業が6217企業（26%）、兼業企業が1万7559企業（74%）で両者の割合はおおよそ1対3になっているのに対し、子会社を有する企業1万905企業のうち、専業企業2074企業（19%）、兼業企業8831企業（81%）と両者の割合はほぼ1対4となっている。このように専業企業に比べて兼業企業の子会社による事業展開の方が進展していることが顕著にみられる。

1企業あたり平均保有社数は、商鉱工業全体で6.2社であり、専業企業では3.4社、兼業企業では、6.9社と専業企業の2倍超の保有となっている。特に、製造企業と卸売企業においては、兼業の一企業あたり社数が7社を超えているのが目立っているが、小売企業では、専業・兼業とも5社を下回る程度で大差はない。

表3-3 専業・兼業別の子会社保有状況

	企業数	子会社を 保有する 企業数	子会社数	構成比 (%)	子会社 保有企業 比率(%)	1企業 あたりの 保有数
商鉱工業	23,776	10,905	67,615	100.0	45.9	6.2
専業	6,217	2,074	7,092	10.5	33.4	3.4
兼業	17,559	8,831	60,523	89.5	50.3	6.9
鉱業	53	33	184	0.3	62.3	5.6
専業	15	6	45	0.1	40.0	7.5
兼業	38	27	139	0.2	71.1	5.1
製造業	13,688	6,077	39,125	57.9	44.4	6.4
専業	3,740	1,133	3,716	5.5	30.3	3.3
兼業	9,948	4,944	35,409	52.4	49.7	7.2
卸売・小売業	10,035	4,795	28,306	41.9	47.8	5.9
専業	2,462	935	3,331	4.9	38.0	3.6
兼業	7,573	3,860	24,975	36.9	51.0	6.5
卸売業	6,838	3,509	22,396	33.1	51.3	6.4
専業	1,947	806	2,714	4.0	41.4	3.4
兼業	4,891	2,703	19,682	29.1	55.3	7.3
小売業	3,197	1,286	5,910	8.7	40.2	4.6
専業	515	129	617	0.9	25.0	4.8
兼業	2,682	1,157	5,293	7.8	43.1	4.6

3. 国内における子会社の展開状況

3-1. 産業別にみた国内子会社の進出分野

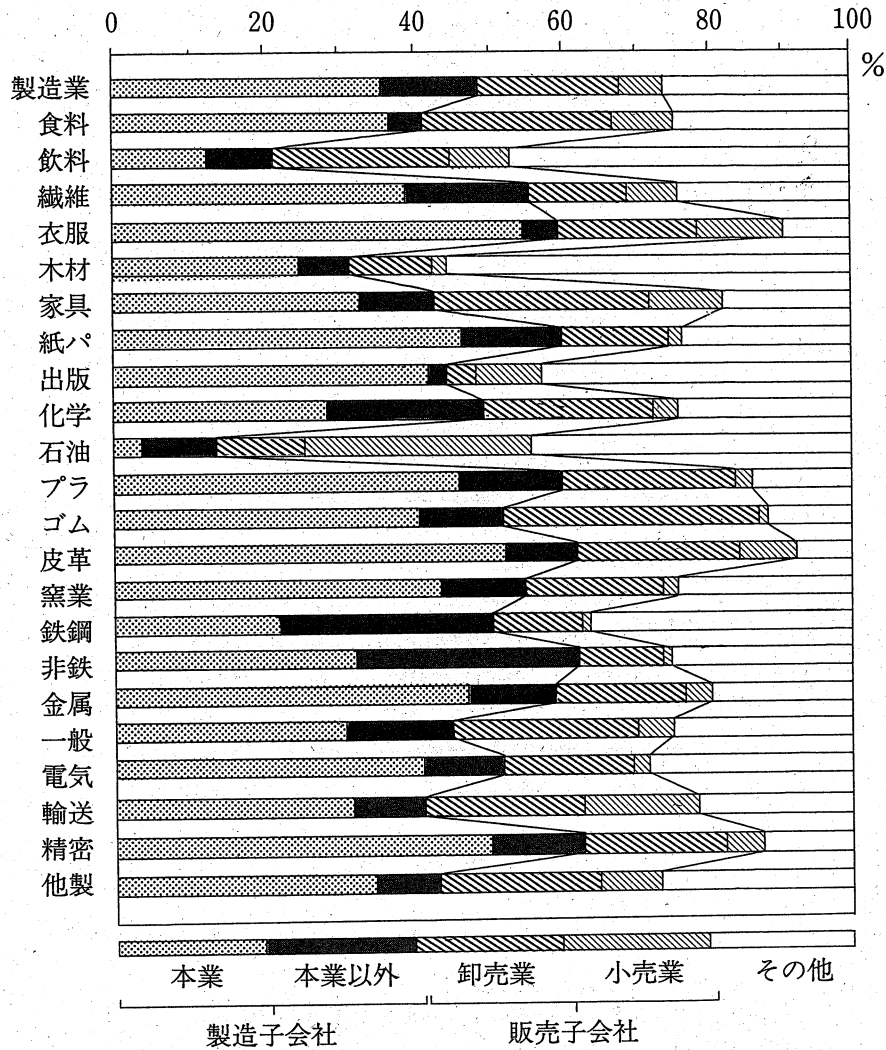
製造企業では、国内に3万1954社の子会社を持っているが、その活動分野は、製造業内の分野が1万5545社と全体の約半分を占めている(表3-4)。このうち、本業と同分野の割合は36%、本業以外の分野は13%となっており、生産子会社は本業を中心に展開しているといえよう。本業と同分野の子会社数が多いのは、電気機械器具製造業、化学工業、輸送用機械器具製造業、一般機械器具製造業、窯業・土石製品製造業、食料品製造業などとなっているが、他の製造業分野の子会社が多いのも電気機械器具製造業、化学工業、輸送用機械器具製造業、窯業・土石製品製造業などであり、これらは製造業分野の中で広範囲に子会社活動を展開していることがわかる(図3-2)。

製造企業の流通段階の子会社は、卸売業分野に20%、小売業分野に6%ある。卸売業分野の子会社数が多いのは、化学工業、一般機械器具製造業、電気機械器具製造業、輸送用機械器具製造業、食料品製造業であり、これらは商品販売増大のために多数の販社を持って販売活動を行っている。小売業分野には、輸送用機械器具製造業、食料品製造業、一般機械器具製造業、出版・印刷・同関連産業、化学工業、石油製品・石炭製品製造業の企業で多く、これらは消費者と近接した形態の事業を展開していることがみてとれ

表3-4 製造企業の国内子会社の展開

親企業の産業	国内計	製造業分野			非製造業分野				
		本業	その他	鉱業	卸売業	小売業	その他の産業	サービス業	
製造業	31,954	15,545	11,389	4,156	165	6,266	1,860	8,118	4,303
構成比(%)	100.0	48.6	35.6	13.0	0.5	19.6	5.8	25.4	13.4
食料品製造業	2,250	934	831	103	2	576	186	552	151
飲料・飼料・たばこ製造業	868	187	108	79		203	69	409	134
繊維工業	893	497	349	148	1	119	62	214	96
衣服・その他の繊維製品製造業	686	409	374	35		130	81	66	26
木材・木製品製造業	386	122	96	26		42	7	215	13
家具・装備品製造業	182	78	60	18		53	18	33	6
パルプ・紙・紙加工品製造業	1,131	679	523	156	1	163	22	266	73
出版・印刷・同関連産業	1,562	693	656	37		60	138	671	490
化学工業	3,971	1,952	1,136	816	7	925	137	950	488
石油製品・石炭製品製造業	452	62	17	45	36	53	137	164	69
プラスチック製品製造業	799	478	365	113		190	19	112	48
ゴム製品製造業	774	400	315	85		274	7	93	52
なめし革・同製品・毛皮製造業	50	31	26	5		11	4	4	
窯業・土石製品製造業	2,130	1,168	926	242	67	404	42	449	169
鉄鋼業	1,342	674	297	377	14	166	17	471	238
非鉄金属製造業	1,212	754	392	362	32	142	15	269	111
金属製品製造業	1,477	869	692	177	1	262	55	290	117
一般機械器具製造業(武器を含む)	3,082	1,389	950	439	3	776	149	765	511
電気機械器具製造業	4,138	2,133	1,690	443		741	87	1,177	926
輸送用機械器具製造業	3,400	1,412	1,086	326	1	735	529	723	433
精密機械器具製造業	594	375	299	76		115	31	73	51
その他の製造業	575	249	201	48		126	48	152	101

図3-2 企業の国内子会社の構成割合の比較



る。製造企業は、卸売業段階から小売業段階まで広く事業活動を行なっている企業が多く見受けられ、この商業化の動きが商品の流通経路をいっそう多様化・複雑化していることとなる。

鉱業企業の子会社は、鉱業分野が47%を占めているが、サービス業に13%、製造業分野に11%あるほか、運輸・通信業、建設業などさまざまであり、企業数は少ないものの、多角化が顕著な産業となっている。

卸売企業の子会社は、国内に1万8005社あり、このうち、卸売業分野のものが7010社と全体の39%を占め、その中で、本業と同分野のものは23%、本業以外が16%となっている(表3-5)。機械器具卸売業で本業と同業の子会社を多く持っているほか、鉱物・金属材料卸売業で本業に加えて機械器具卸売業に子会社展開しているのが目立っている。

卸売企業における他の産業分野の子会社の割合は61%と高く、小売業分野に14%、製造業分野に23%、サービス業分野に11%、その他の分野に13%持っている(図3-3)。機械器具卸売業が電気機械器具製造業や一般機械器具製造業の生産子会社と自動車・自転車小売業の販売子会社を持ち、鉱物・金属材料卸売業が鉄鋼業、化学工業や金属製品製造業の生産子会社と燃料小売業の販売子会社を多く持っているほか、衣服・身の回り品卸売業が繊維工業の生産子会社を持っている。また、機械器具卸売業と鉱物・金属材料卸売業では、サービス業分野やその他の分野でも子会社を持っている割合が高い。

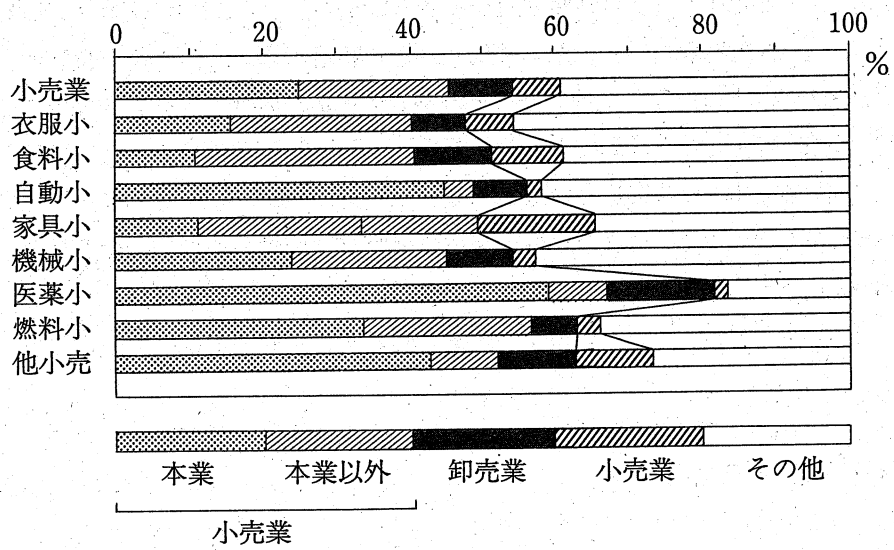
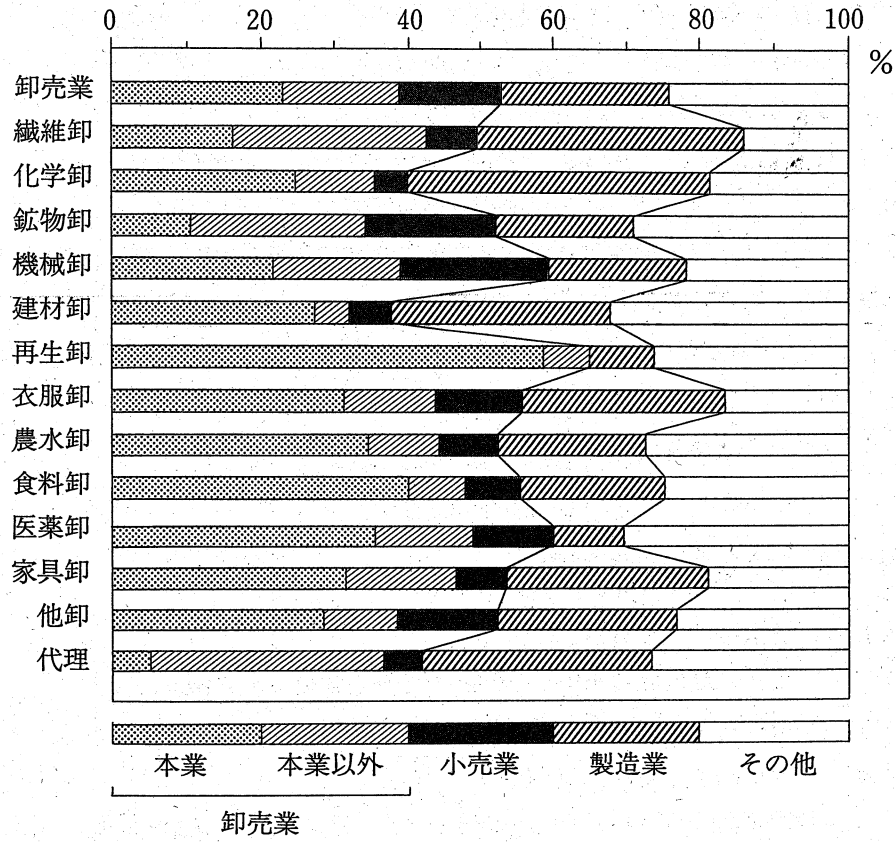
表3-5 卸売・小売企業の国内子会社の展開

親企業の産業	国内計	卸売業分野			非卸売業分野				
		計	本業	その他	小売業	製造業	鉱業	その他の産業	サービス
卸売業	18,005	7,010	4,151	2,859	2,521	4,139	82	4,253	1,940
構成比(%)	100.0	38.9	23.1	15.9	14.0	23.0	0.5	23.6	10.8
繊維品卸売業	662	281	107	174	47	241		93	31
化学製品卸売業	1,025	365	253	112	44	427	2	187	71
鉱物・金属材料卸売業	4,393	1,504	458	1,046	788	833	49	1,219	556
機械器具卸売業	4,795	1,877	1,032	845	977	909	3	1,029	661
建築材料卸売業	1,400	451	384	67	77	424	25	423	116
再生資源卸売業	46	30	27	3		4		12	4
衣服・身の回り品卸売業	1,248	549	390	159	149	345		205	75
農畜産物・水産物卸売業	1,050	465	363	102	86	213		286	83
食料・飲料卸売業	1,185	569	477	92	88	238		290	80
医薬品・化粧品卸売業	361	177	128	49	40	35		109	66
家具・建具・じゅう器等卸売業	388	181	123	58	27	108		72	23
その他の卸売業	1,432	553	408	145	197	356	3	323	172
代理商・仲立業	20	8	1	7	1	6		5	2

親企業の産業	国内計	小売業分野			非小売業分野				
		計	本業	その他	卸売業	製造業	鉱業	その他の産業	サービス
小売業	5,479	2,495	1,366	1,129	485	364	2	2,133	973
構成比(%)	100.0	45.5	24.9	20.6	8.9	6.6	0.0	38.9	17.8
織物・衣服・身の回り品小売業	1,332	535	207	328	101	88		608	279
飲食料品小売業	1,617	656	172	484	174	160		627	216
自動車・自転車小売業	1,006	492	450	42	74	19		421	284
家具・建具・じゅう器等小売業	99	33	11	22	16	16		34	16
家庭用機械器具小売業	131	59	31	28	12	4		56	21
医薬品・化粧品小売業	61	41	36	5	9	1		10	5
燃料小売業	745	424	250	174	46	24	2	249	87
その他の小売業	488	255	209	46	53	52		128	65

小売企業では、国内に5479社持っており、このうち、小売業分野で2495社と、全体の46%を占めている。このうち、本業と同分野に25%、本業以外は21%持っている。それ以外の分野では、サービス業が18%、その他が21%の比率で、その他の中では不動産、運輸・通信分野の比率が高い。また、卸売業分野は485社で9%、製造業分野は364社で7%となっており、飲食料品小売業や織物・衣服・身の回り品小売業などでは製造業分野と卸売業分野の両方の子会社を多く持ち、自動車・自転車小売業で卸売業分野の子会社を多く持っている。

図3-3 卸売・小売企業の国内子会社の構成割合の比較



3-2. 出資比率別にみた子会社の保有状況

商鉱工業企業が保有する国内の子会社・関連会社を出資比率別にみると、100%出資子会社は2万1646社（全体の39%）、50%超100%未満の子会社は1万3606社（同24%）と、50%超で6割以上を占め、残りの20%以上50%以下の関連会社数は2万364社（同37%）である。

製造企業では、100%出資の子会社が40%を占めており、中でも電気機械器具製造業では2070社と、子会社の半数が100%出資のものとなっている。製造企業の50%超100%未満の子会社は24%、関連会社数は37%となっており、化学工業、輸送用機械器具製造業、電気機械器具製造業、一般機械器具製造業、窯業・土石製品製造業で関連会社を多く持っている。

卸売企業では、100%出資子会社は35%、50%超100%未満の子会社は26%、関連会社は39%と、関連会社の割合が高いのが目立ち、とくに、機械器具卸売業と鉱物・金属材料卸売業の関連会社が多い。

小売企業では、100%出資子会社が46%と高く、50%超100%未満の子会社は26%、関連会社は28%となっている。

4. 子会社の保有状況からみた国際化の状況

4-1. 産業別にみた子会社の進出分野

海外に子会社を持っている商鉱工業企業は2598社で、全企業に占める割合は11%となっており、全体の1割強の企業が海外子会社を持っていることになる（表3-6）。これらの企業は各国に1万1999社の子会社を持ち、1企業当たり平均では4.6社になる。

産業別にみると、製造企業は7171社の海外子会社を持ち、このうち、製造業分野のものが4066社で全体の57%を占めている（表3-7）。その内訳をみると、本業と同分野のものの割合は47%、その他の製造分野は10%となっている（図3-4）。電気機械器具製造業が抜き出て多く1828社、以下、一般機械器具製造業が975社、化学工業が960社、輸送用機械器具製造業が858社となっており、ほかの業種はいずれも300社以下である。ただし、事業活動の内容の割合にはそれぞれ相違がみられる。電気機械器具製造業では製造業分野とそれ以外の分野がちょうど1対1で、その中でも本業と同分野と卸売業分野の割合が高い。これに対して、一般機械器具製造業では卸売業分野の割合は上記業種と同程度であるが本業と同分野の割合がやや低く、その分卸売業以外の非製造分野などの割合が相対的に高くなっている。また、化学工業では製造業分野の方が若干高いが、これは本業以外の製造業分野が比較的高いためで会社数でも電気機械器具製造業を上回っており、輸送用機械器具製造業では本業と同分野のものが多くことから製造分野の子会社の割合が3分の2を占めている。なお、その他の産業分野の割合が高いのは、海外に金融子会社を持っている企業が多いためである。

鉱業企業は6社と少なく、鉱業分野で5社、その他の産業分野で1社となっている。

卸売企業の海外子会社は4391社であり、このうち、卸売業分野のものが2450社と、全体の56%を占めている（表3-8）。その内訳は、本業と同分野が19%、それ以外の分野が37%となっており、本業以外の分野での子会社展開が顕著である（図3-5）。とくに海外子会社数が多いのは機械器具卸売業の1820社と鉱物・金属材料卸売業の1468社であり、ほかはいずれも200社未満となっている。前者は卸売業分野が全体の67%とちょうど3分の2で、更にその3分の2が本業以外の卸売業分野の子会社となっており、非卸売分野では製造業分野が2割弱、その他の産業分野が1割強となっている。また、後者は本業と同分野の割合が低いいため、卸売業分野の割合が44%にすぎず、非卸売業でのその他の分野が33%と3分の1を占めている。両方とも、その他の産業分野では、運輸・通信業、不動産業、金融業への展開が目立っている。

小売企業は431社となっており、その内訳は、小売業分野に228社と、全体の53%を占めている。小売業

表3-6 企業の海外子会社の保有状況

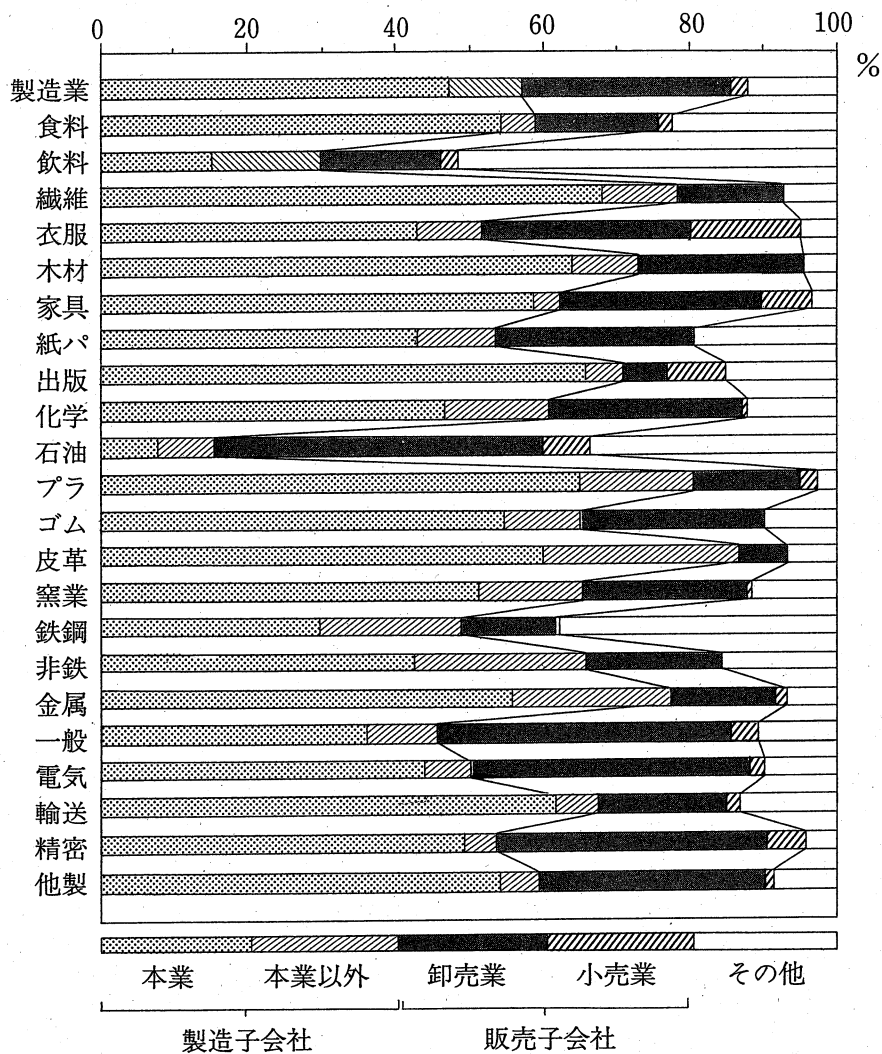
	企業数	海外子会社 を有する 企業数	海外子会社 ・関連 会社数	構成比	保有企業 比率 (%)	1企業当 たり保有 企業数
				(%)		
商鉱工業	23,776	2,598	11,999	100.0	10.9	4.6
鉱業	53	5	6	0.1	9.4	1.2
製造業	13,688	1,776	7,171	59.8	13.0	4.0
卸売業・小売業	10,035	817	4,822	40.2	8.1	5.9
卸売業	6,838	689	4,391	36.6	10.1	6.4
小売業	3,197	128	431	3.6	4.0	3.4

表3-7 製造企業の海外子会社の展開

親企業の産業	海外計	製造業分野			非製造業分野				
		本業	その他	鉱業	卸売業	小売業	その他 の産業	サービ ス業	
製造業	7,171	4,066	3,362	704	34	2,053	156	862	519
構成比(%)	100.0	56.7	46.9	9.8	0.5	28.6	2.2	12.0	7.2
食料品製造業	239	140	129	11		41	5	53	19
飲料・飼料・たばこ製造業	129	38	19	19		21	3	67	35
繊維工業	96	75	65	10		14		7	6
衣服・その他の繊維製品製造業	80	41	34	7		23	12	4	1
木材・木製品製造業	22	16	14	2		5		1	
家具・装備品製造業	29	18	17	1		8	2	1	1
パルプ・紙・紙加工品製造業	77	41	33	8		21		15	2
出版・印刷・同関連産業	99	70	65	5		6	8	15	14
化学工業	960	582	446	136	1	254	6	117	74
石油製品・石炭製品製造業	65	10	5	5	4	29	4	18	3
プラスチック製品製造業	159	128	103	25		23	4	4	2
ゴム製品製造業	143	93	78	15		36		14	10
なめし革・同製品・毛皮製造業	15	13	9	4		1		1	1
窯業・土石製品製造業	190	124	97	27	2	43	1	20	10
鉄鋼業	179	87	53	34	19	23	1	49	22
非鉄金属製造業	262	172	111	61	8	48	1	33	15
金属製品製造業	238	184	132	52		34	4	16	7
一般機械器具製造業(武器を含む)	975	443	351	92		392	37	103	68
電気機械器具製造業	1,828	914	799	115		701	34	179	127
輸送用機械器具製造業	858	580	530	50		150	16	112	78
精密機械器具製造業	284	152	140	12		105	15	12	9
その他の製造業	244	145	132	13		75	3	21	18

分野で、本業と同分野のものが118社、それ以外のものが110社と半々となっている。織物・衣服・身の回り品小売業や飲食品小売業での子会社進出が多い。小売業分野以外では、サービス業分野で41社、その他の産業分野で93社、卸売業分野で45社、製造業分野で24社となっている。その他産業分野では飲食店、不動産業の数が多いのが目立っている。

図3-4 製造企業の海外子会社の構成割合の比較



4-2. 出資比率別にみた子会社の保有状況

商工業企業が保有する海外の子会社・関連会社を出資比率別にみると、100%出資子会社は5835社（全体の49%）、50%超100%未満の子会社は2400社（同20%）、20%以上50%以下の関連会社数は3764社（同31%）となっており、50%超の子会社が7割近くを占めている。

産業別にみると、製造企業では、100%出資子会社が47%、50%超100%未満の子会社が23%、関連会社が30%となっている。100%出資子会社は電気機械器具製造業が1074社と最も多い。

卸売企業では、100%出資子会社は51%と半分以上を占めているが、50%超100%未満の子会社の比率は16%と低く、逆に関連会社の比率は34%と比較的高いものとなっている。100%出資子会社は機械器具卸売業に多い。

小売企業では、100%出資子会社の比率は55%と卸売企業などに比べて高い。また、50%超100%未満の子会社は23%、関連会社は22%であり、両者の割合はほぼ同率となっている。

4-3. 地域別にみた子会社の進出状況

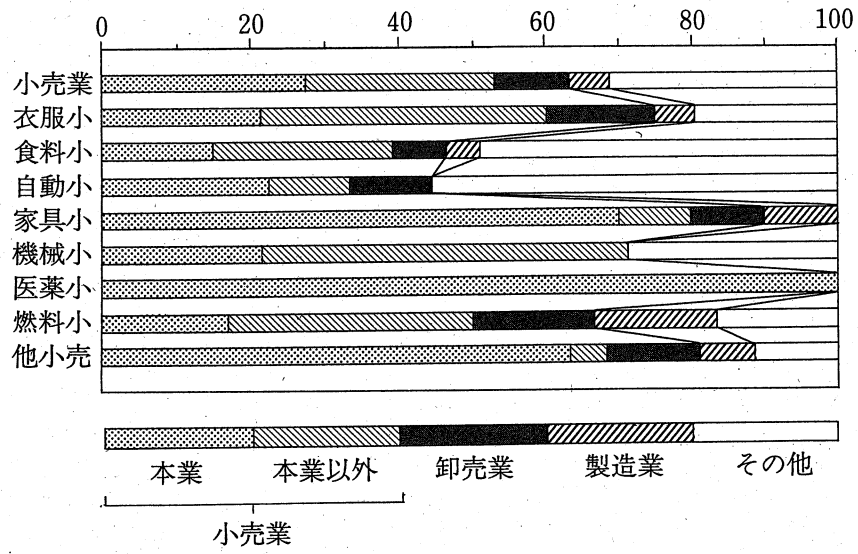
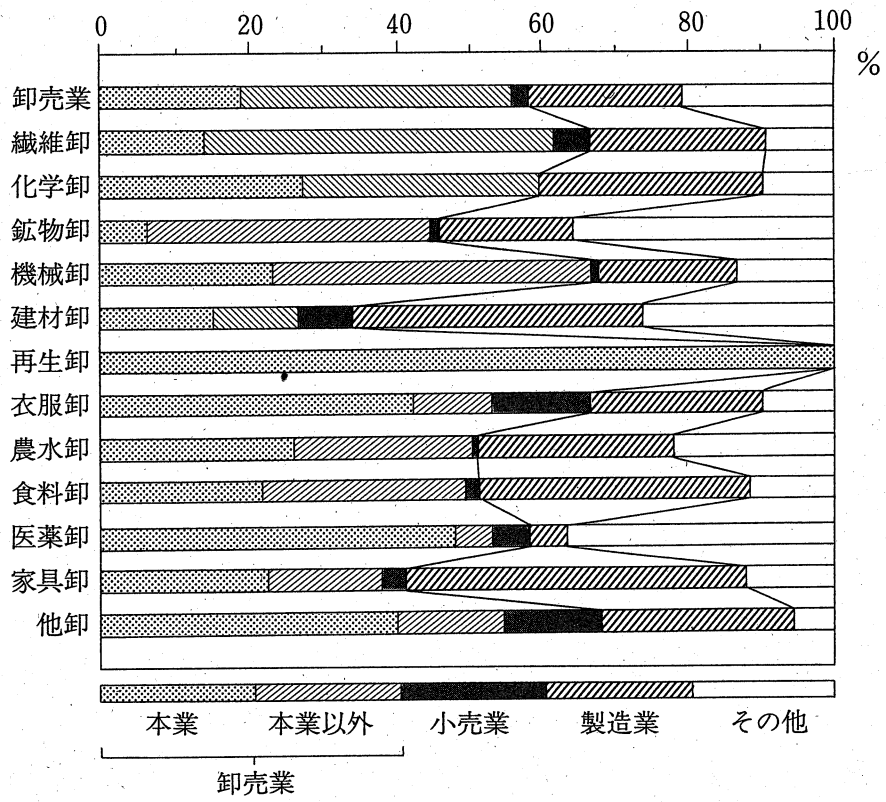
海外の子会社・関連会社の進出地域をみると（表3-9）、アジア地域が39%を占めている。次いで北米が29%、ヨーロッパが20%、中南米が7%、オセアニアが4%、アフリカが1%、中東が1%の順となっ

表3-8 卸売・小売業の海外子会社の展開

親企業の産業	海外計	卸売業分野			非卸売業分野				
		計	本業	その他	小売業	製造業	鉱業	その他の産業	サービス業
卸売業	4,391	2,450	819	1,631	100	928	42	871	281
構成比(%)	100.0	55.8	18.7	37.1	2.3	21.1	1.0	19.8	6.4
繊維品卸売業	183	113	25	88	9	44		17	1
化学製品卸売業	185	110	50	60		57		18	11
鉱物・金属材料卸売業	1,468	652	93	559	17	272	40	487	159
機械器具卸売業	1,820	1,215	418	797	16	341	2	246	78
建築材料卸売業	68	18	10	8	5	27		18	7
再生資源卸売業	2	2	2						
衣服・身の回り品卸売業	182	96	76	20	25	43		18	7
農畜産物・水産物卸売業	144	72	37	35	1	39		32	6
食料・飲料卸売業	118	58	25	33	2	44		14	1
医薬品・化粧品卸売業	19	10	9	1	1	1		7	5
家具・建具・じゅう器等卸売業	32	12	7	5	1	15		4	1
その他の卸売業	170	92	67	25	23	45		10	5
代理商・仲立業									

親企業の産業	海外計	小売業分野			非小売業分野				
		計	本業	その他	卸売業	製造業	鉱業	その他の産業	サービス業
小売業	431	228	118	110	45	24		134	41
構成比(%)	100.0	52.9	27.4	25.5	10.4	5.6		31.1	9.5
織物・衣服・身の回り品小売業	128	77	27	50	19	7		25	8
飲食料品小売業	184	72	27	45	13	9		90	26
自動車・自転車小売業	9	3	2	1	1			5	4
家具・建具・じゅう器等小売業	10	8	7	1	1	1			
家庭用機械器具小売業	14	10	3	7				4	1
医薬品・化粧品小売業	1	1	1						
燃料小売業	6	3	1	2	1	1		1	1
その他の小売業	79	54	50	4	10	6		9	1

図3-5 卸売・小売企業の海外子会社の構成割合の比較



ている。アジア、北米、ヨーロッパの3地域で全体の87%と9割近くを占めており、これらの地域が我が国企業の海外進出拠点といえる。この3地域では製造企業が6割を超え、販売戦略に加えて市場と労働力に着目した現地生産の進展を反映しているのに対して、それ以外の地域では商品販売と資源確保を意図して卸売企業の比率が高い。

海外子会社の多い業種について主要3地域の進出割合をみると、製造企業では、電気機械器具製造業でアジアがやや高く41%、ヨーロッパが27%、北米23%となっているのに対し、一般機械器具製造業ではアジアが32%、北米30%、ヨーロッパが28%と3地域ほぼ同様の割合となっており、また、化学工業でアジアが48%と半分近くであり、北米が25%、ヨーロッパが20%、輸送用機械器具製造業で北米が36%、アジアが34%、ヨーロッパが18%と、業種により若干相違している。なお、4位の地域はいずれの業種とも中南米で5%前後を占めている。

卸売企業では、機械器具卸売業で北米32%、アジアが31%、ヨーロッパが19%、鉱物・金属材料卸売業でアジアが31%、北米27%、ヨーロッパが15%となっている。中南米の割合は、両業種とも製造企業よりも高く、鉱物・金属材料卸売業ではヨーロッパを抜き第3位の16%、機械器具卸売業は10%を占めている。

5. 海外子会社の活動状況

5-1. 産業別にみた海外子会社の活動状況

出資比率が50%超の海外子会社のうち、資本金100万米ドル以上の規模の大きな子会社を持つ企業は1005社で、子会社数は2851社（海外子会社・関連会社全体の23.6%）である。これら海外子会社の従業者数は91万9千人、売上高は4982億米ドルである。

産業別にみると、製造企業（772企業）は海外子会社を2119社持っており、従業者数は74万2千人、売上高は2407億米ドル、仕入高は1735億米ドルである。売上高の内訳をみると、現地販売が1880億米ドル（78%）、日本向け輸出が201億米ドル（8%）、第3国向け輸出が326億米ドル（14%）となっている。また、現地仕

表3-9 海外子会社の地域別展開

	計	構成比 (%)	アジア	北米	ヨー ロッパ	中南米	オセア ニア	中東	アフリ カ
商鉱工業	11,999		4,636	3,450	2,374	842	486	72	139
	(100.0)	100.0	38.6	28.8	19.8	7.0	4.1	0.6	1.2
鉱業	6		1	4		1			
	(0.1)	100.0	16.7	66.7		16.7			
製造業	7,171		2,908	2,023	1,571	374	240	30	25
	(59.8)	100.0	40.6	28.2	21.9	5.2	3.3	0.4	0.3
卸売業・小売業	4,822		1,727	1,423	803	467	246	42	114
	(40.2)	100.0	35.8	29.5	16.7	9.7	5.1	0.9	2.4
卸売業	4,391		1,573	1,276	720	449	218	41	114
	(36.6)	100.0	35.8	29.1	16.4	10.2	5.0	0.9	2.6
小売業	431		154	147	83	18	28	1	
	(3.6)	100.0	35.7	34.1	19.3	4.2	6.5	0.2	

() 内は産業別構成比

製造子会社の年間売上高をみると、1204億米ドルで、このうち、電気機械器具製造業が439億米ドル、輸送用機械が392億米ドルで、この2業種合わせて製造子会社全体の7割を占めており、以下、一般機械器具製造業、ゴム製品製造業、化学工業、精密機械器具製造業と続いている。製造子会社の売上先割合は、全体では現地販売が74.3%と約4分の3を占めており、日本向輸出は7.4%にすぎず、第3国向けは20.3%となっている。石油・石炭製品製造業が会社数は少ないものの99.6%とほぼ全額を日本に輸出しているほか、木材・木製品製造業が7割を超えている一方、輸送用機械器具製造業や出版・印刷・同関連産業、ゴム製品製造業などは5%に満たないものとなっている。なお、原材料等の現地仕入割合は、全体では44.9%で、木材・木製品製造業、飲料・飼料・たばこ製造業、パルプ・紙・紙加工品製造業で9割を超えているが、ゴム製品製造業、石油製品・石炭製品製造業、精密機械器具製造業などは2割程度にすぎない。

卸売子会社の売上高は3726億米ドルで、製造子会社の3.1倍の売上げを示しており、このうち、各種商品卸売業が2044億米ドル、機械器具卸売業が1356億米ドルであり、両者で9割以上を占めている。売上先割合は、現地向け62.4%、日本向け16.5%、第3国向け21.1%であり、製造子会社に比べて日本向け割合が倍以上となっている分、現地向け割合が低くなっている。日本向けは、農畜産物・水産物卸売業と建築材料卸売業が3割を超えているのに対して、医薬品・化粧品卸売業や機械器具卸売業などが1割未満となっている。なお、現地仕入割合は卸売業全体では23.6%であり、化学製品卸売業で5割を超えているのが目立っている。

また、小売子会社の売上高は48億米ドルで、このうち、各種商品小売業（百貨店、総合スーパー等）が5割弱を占めているほか、自動車・自転車小売業が1割強となっている。産業の性格上、現地販売が90.5%と高く、日本向けは5.3%にすぎない。現地仕入は飲食料品小売業が6割を超えているほか、各種商品小売業、家具・建具・じゅう器小売業、織物・衣服・身の回り品小売業が5割以上となっているが、自動車・自転車小売業は1割未満となっている。

5-3. 海外子会社の地域別活動

資本金100万米ドル以上の海外子会社2851のうち、北米971、アジア949、ヨーロッパ688、オセアニア129で、北米が34%を占めており、資本金規模の大きな企業の割合は北米に多い（表3-12）。

1社当たり従業員数は、中南米503人、アジア408人、北米281人、ヨーロッパ261人となっており、国別ではメキシコが1社平均1000人を超えているほか、フィリピン、インドネシア、タイ、マレーシア、コロンビア、ブラジル、ポルトガルが500人以上となっており、従業員規模で大きな企業は中南米とアジアが殆どである。

表3-11 海外子会社の産業別活動状況

子会社の産業別	海外子会社数	従業員数(人)		売上高(億米ドル)			仕入高(億米ドル)		
			うち日本側派遣従業員	現地販売	日本向輸出	第3国向輸出		うち現地仕入	
商鉱工業	2,851	919,294	35,867	4,982	3,262	710	1,011	4,001	1,114
鉱業	16	230	41	5	1	2	1	3	0
製造業	1,723	747,500	25,652	1,204	894	90	220	783	351
卸売・小売業	1,112	171,564	10,174	3,774	2,367	618	789	3,215	763
卸売業	1,012	154,364	9,355	3,726	2,323	615	787	3,178	750
小売業	100	17,200	819	48	44	3	2	37	13

表3-12 海外子会社の地域別活動状況

子会社の地域別	海外 子会社数	従業者数(人)		売上高(億米ドル)				仕入高(億米ドル)	
			うち日本側 派遣従業者	現地 販売	日本向 輸出	第3国向 輸出		うち 現地仕入	
商鉦工業	2,851	919,294	35,867	4,982	3,262	710	1,011	4,001	1,114
アジア	949	386,828	5,905	833	391	156	286	644	157
北米	971	272,999	23,468	2,447	1,893	304	249	2,031	700
ヨーロッパ	688	179,545	5,083	1,358	807	128	423	1,032	177
中南米	108	54,292	746	92	45	26	22	69	18
オセアニア	129	25,281	645	232	125	87	20	206	61
中東・アフリカ	6	349	20	20	0	9	11	19	0

売上先割合を企業数が多い3地域についてみると、北米では現地販売が77%と大きく、日本向け12%、第3国向け10%、ヨーロッパでは現地販売59%、日本向け9%、第3国向け31%となっているのに対して、アジアでは現地販売が47%と半分に満たず、日本向けが19%、第3国向け34%となっている。このほかの地域での日本向け割合は、は中東・アフリカが45%、オセアニア37%、中南米28%と、いずれも主要3地域より高いものとなっている。

〈企業経営の多角化と子会社展開〉

次に、第2章でみた企業内多角化の水準と子会社展開の状況を比較してみよう。

図3-6は製造企業の内外子会社数と兼業比率を比べたものである。図からみて子会社展開が少ない業種では総じて、兼業比率が高く、企業内における多角化の水準が相対的に高い。これに対して子会社展開が著しい業種をみると、化学工業では企業内多角化の水準が高いのに対し、輸送用機械器具製造業では企業内多角化の水準が低く生産子会社展開が顕著であるなど様々である。

さらに、図3-7で兼業比率と本業子会社比率、本業子会社を含む生産子会社比率を合わせてみると、飲料・飼料・たばこ製造業、石油製品・石炭製品製造業、木材・木製品製造業では、販売力の強化を図るために販売子会社を中心に子会社展開しているが、鉄鋼業は本業以外の生産子会社展開を図っており、それ以外の業種では子会社を含め本業中心の企業経営を行っていることがわかる。

図3-8は卸売・小売企業の比較である。卸売企業で機械器具卸売業、鉱物・金属材料卸売業の2業種は子会社が著しく多く、企業内多角化の水準も高い業種となっている。これに対し、小売企業では自動車・自転車小売業を除けば、企業内多角化の水準が高い業種において子会社数も多いことがみてとれる。

さらに、図3-9によって兼業比率と本業子会社比率、本業を含む販売子会社比率をみると、企業内多角化の水準が高い業種では、本業以外の販売子会社比率が高い。

以上のことから、製造企業においては、生産子会社を持ち、企業群ベースでも本業中心の企業経営を行っているのに対して、卸売企業及び小売企業では、企業内多角化の進展している業種では本業以外の販売子会社を中心に、低い業種で本業中心の販売子会社展開をしていることがわかる。

図3-8 卸売・小売企業の子会社数と兼業比率の比較

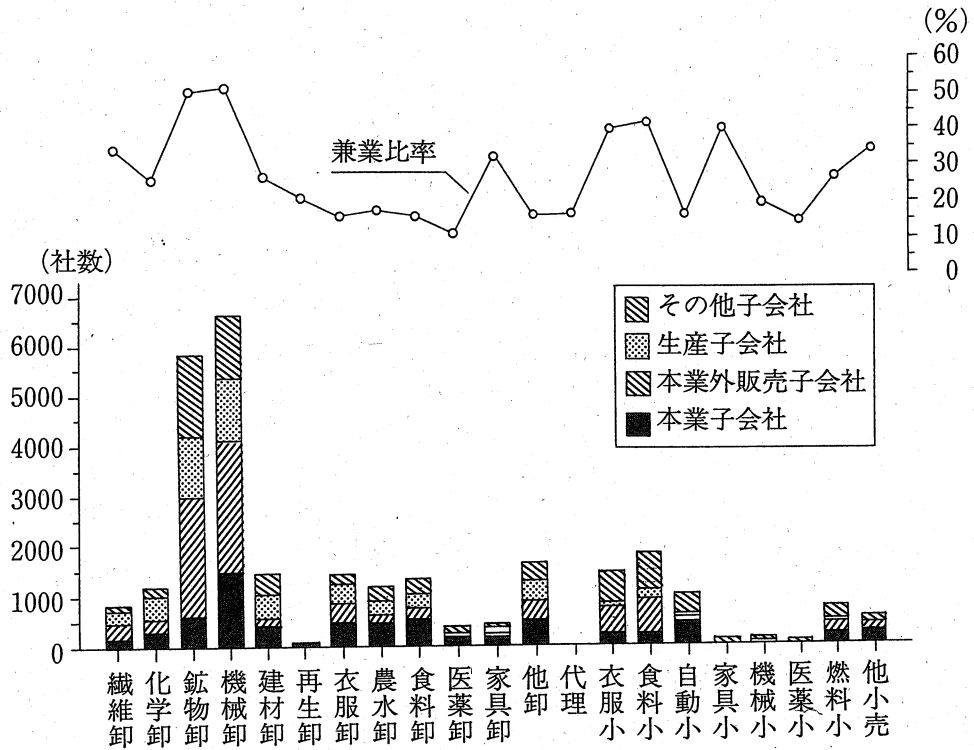
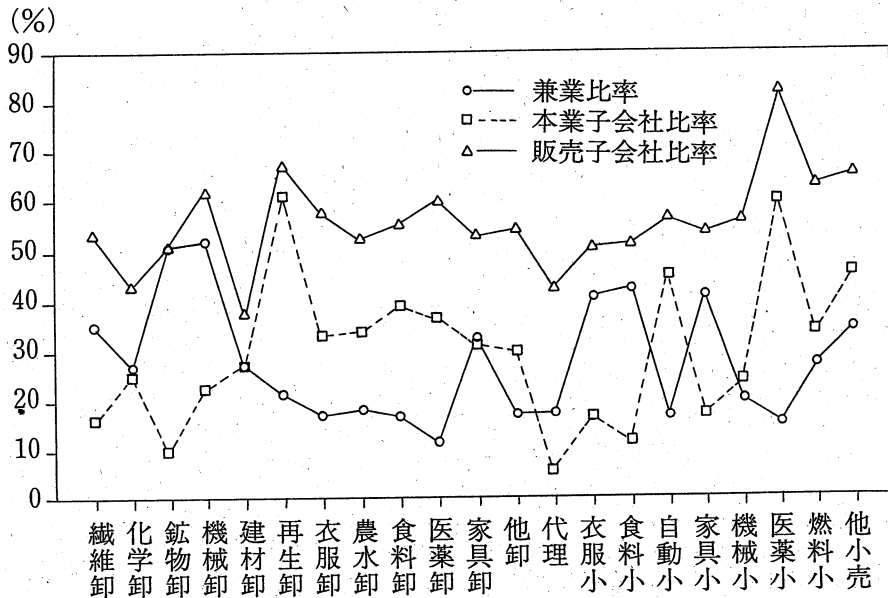


図3-9 卸売・小売企業の兼業比率と販売子会社比率の比較



第4章 生産段階における商品販売と流通活動と生産の委託状況

第2章でみたように、製造企業で多角化が進み、仕入商品の販売が増大しており、その結果、商品の流通経路がますます多様化・複雑化している。

本調査では、製造企業と卸売・小売企業を、同一の調査項目によって、同時に調査していることから、製造企業における商品販売も含めた、流通活動全体の姿を概観することが可能になっている。また、生産委託等他社の生産機能を活用して多様なニーズに対応している企業行動の状況を見ることができる。

1. 生産段階における商品販売の増大

1-1. 卸売活動と卸売企業

商品販売活動全体の規模をみるため、製造企業における仕入商品販売額と卸売企業及び小売企業における商品販売額をみると、合計348兆9千億円となっている。産業別では、卸売企業が76.6%、小売企業が16.7%、製造企業が6.6%である。産業にかかわらず卸売活動を行ったものの総額、すなわち、卸売商品の総販売額は291兆2千億円で、産業別にみると、卸売企業が91.4%、製造企業が7.7%、小売企業0.9%となっている（表4-1）。

この調査は、小規模の卸売企業が調査対象外となっており、製造企業で仕入商品の販売活動を行っている企業数はまだ限られているため、製造業のシェアは、計算上、高めにしている。しかし、卸売活動の場合は、1次卸→2次卸→最終卸といったように多段階の流通経路をたどることから、販売額は卸売企業では重複しており、これを前提に考えると、製造企業の商品販売のシェア8%は大きいものといえよう。このことは、製造企業において多角化が進められ、商業活動の分野へ参入して、販売経路が多様化、複雑化していることを示しているものとみられる。

製造企業における本社の主要な役割は、従来は所有する生産事業所を直接統括することであったが、第3章の子会社・関連会社の保有数でみたように、分社化等を進めて生産活動の比重を内外子会社に移し、本社では生産活動以外の営業活動（販売、広告）や研究活動などのウェイトを高めるようになってきている。とくに、本社における商品販売活動の規模が著しく大きくなっており、子会社・関連会社間との取引も含めて、生産段階における商品販売活動が増大するに伴って、さらに多様な販売経路が形成され、流通サービスの多様化も進展するものとみられる。

今後、海外現地生産の拡大や製品輸入の拡大などを背景に、さらに製造企業の商品販売額が増大し、卸売段階での製造企業のシェアがますます高まることが予想される。

表4-1 商品販売に占める卸売業のウェイト

産業別	商品販売額 (百億円)	構成比 (%)	卸売商品販売額 (百億円)	構成比 (%)
合計	34,892	100.0	29,120	100.0
製造企業	2,309	6.6	2,256	7.7
卸売企業	26,743	76.6	26,602	91.4
小売企業	5,841	16.7	262	0.9

1-2. 小売活動と小売企業

小売企業の商品販売額全体に占めるウェイトは、16.7%にとどまっている。産業にかかわらず小売を行った商品の総販売額は57兆7千億円で、卸売企業が2.4%、小売企業96.6%となっている（表4-2）。

前述の通り、卸売商品は多段階の流通経路を経ており、この多段階性の目安として、卸売商品販売額と小売商品販売額の比率（W/R比率）を計算すると、5.0倍となっている。本調査で対象外となっている小規模企業の影響は小売企業の方に大きく出ていると考えられるので、この比率は計算上過大になっていると思われるが、一方、産業用大口使用者向販売は卸売活動の方に含まれることから、この数値が流通段階での単純な回転率とはならない。ちなみに、平成3年商業統計調査（事業所ベース）の結果による、卸売業と小売業の総販売額比率は、4.1倍となっている。

表4-2 商品販売額に占める小売業のウェイト

産業別	商品販売額 (百億円)	構成比 (%)	小売商品販売額 (百億円)	構成比 (%)
合計	34,892	100.0	5,773	100.0
製造企業	2,309	6.6	53	0.9
卸売企業	26,743	76.6	141	2.4
小売企業	5,841	16.7	5,579	96.6

2. 卸売・小売企業の構造

第1章でみた通り、卸売企業は6838企業、小売企業は3197企業で、それぞれ6万3909事業所、7万2400事業所を保有している。このうち、国内で商業活動を行っている事業所として、本社・本店の事業所と国内商業事業所のみ取り出すと、卸売企業は5万3942事業所、小売企業は6万7343事業所になる。

1企業当たりの国内商業事業所数は、卸売業では7.9、小売業では21.1となっている。ちなみに、平成3年商業統計調査による全規模の法人企業では、卸売業は1.6、小売業は1.7事業所となっている。卸売・小売企業は、店舗ごとの売上高を拡大させるとともに、多店舗展開を図って、規模の経済性を追求しているが、その傾向は大規模な小売企業において顕著であることがうかがわれる。

また、経営の効率化を進める中で、倉庫・運輸・配送センターを企業独自で持っている企業があり、全体で3901事業所（卸売・小売企業数に対し39%）ある。ちなみに、製造事業所は2452事業所（同24%）、研究所は336事業所（同3%）所有している。

3. 企業の国内・国外別の仕入、売上割合

次に、商業活動に加えて生産も含めた、市場全体について見てみよう。

商工業企業全体の仕入額（製造のための原材料購入等を含む）及び販売額（製造品の出荷額等を含む）は、国内外別では国内企業からの仕入、販売の割合が高い（表4-3）。

海外からの仕入割合は、卸売企業が海外取引の大きな総合商社等が属していることから約4分の1の24%を占めているが、製造企業では10%、鉱業企業では13%であり、小売企業に至っては4%に過ぎない。これに対して、海外への販売割合は、卸売企業では仕入額より5%ポイント低い19%、製造企業では4%ポイント高い14%、鉱業企業で3%ポイント低い10%となっている。

また、製造企業における原材料購入費を含む仕入額と、製造品出荷を含む販売額について、それぞれ合計額に占める割合をみると、仕入額では32%、販売額では43%を占めており、我が国の市場全体に占める製造企業のウェイトが高いことがみてとれる。

表 4-3 仕入額と販売額からみた市場構造 (%)

産業別	仕 入 構 造			販 売 構 造		
	合 計	国 内	海 外	合 計	国 内	海 外
鉱業企業	100	87(0)	13(0)	100	90(0)	10(0)
製造企業	100	90(29)	10(3)	100	86(37)	14(6)
卸売企業	100	76(44)	24(13)	100	81(38)	19(9)
小売企業	100	96(10)	4(0)	100	99(10)	1(0)

注：() の数値は商鉱工業全体の仕入額又は販売額に対する構成比である。

4. 企業の生産委託の状況

製造企業は自社の生産機能のみならず、他社の生産機能を活用して多様なニーズに対応している。また、生産工場を持たない流通産業において、製造を他に委託することにより独自のブランドを持ち、販売活動を展開しているケースも多くなっている。

商鉱工業企業全体で1万273企業、4割以上の企業が他社に製造品の生産委託を行っている。これらの委託先の企業数は60万8778社で、1社当たり平均59.3社と極めて多くの委託先を擁している(表4-4)。

産業別にみると、製造企業では8726企業が生産委託を行っており、委託先企業も51万1407社で、委託、委託先企業ともに8割以上が製造企業で占められている。形態別の委託企業数では、部品等の委託が79%を占め、完成品の委託の割合は21%となっている。なお、OEM生産の委託先企業は1万2千企業で、2.4%を占めている(表4-5)。加工組立型企業での委託が多く、電気機械器具製造業1517企業(1社当たり委託先55.7社)、一般機械器具製造業1195企業(同110.9社)が目立っている。なお、委託先が1社当たり100を超えている企業は上記一般機械のほかに、出版・印刷・同関連産業がある。

鉱業企業は、6企業と僅かであるが、完成品の委託割合が高い。卸売企業では19%の企業が製造委託を行っているが、1企業当たり平均委託先では63社と製造企業よりも多い。形態別の委託企業数は、完成品が57%、部品等が43%となっている。

小売企業では8%の企業が製造委託を行っており、1企業当たり平均では63社と、卸売企業と同じとなっている。完成品の委託は62%、部品等は38%となっている。

海外の委託先は商鉱工業合計で8345社と全体の1.4%にすぎないが、このうち3930社(海外のうち47%)が一般機械器具製造業からとなっており、このほか、722社(同9%)が電気機械器具製造業、469社(同6%)がパルプ・紙・紙加工品製造業となっている。

以上見たように、企業は、事業の多角化、子会社化を進めるとともに、生産の委託、受託を通じた広範

表 4-4 生産委託企業数と委託先企業数

産業別	企業数	生産委託 企業数	生産委託 企業割合 (%)	委託先企業数			1社当たり の委託先 企業数
				計	国内	海外	
商鉱工業	23,776	10,273	43.2	608,778	600,433	8,345	59.3
鉱業	53	6	11.3	183	182	1	30.5
製造業	13,688	8,726	63.7	511,407	504,475	6,932	58.6
卸売業	6,838	1,298	19.0	81,977	80,834	1,143	63.2
小売業	3,197	243	7.6	15,211	14,942	269	62.6

表4-5 生産委託形態別の委託先企業数

産業別	生産委託 企業数	委託先企業数			
		計	完成品	内OEM	部品等
商鋳工業	10,273	608,778	163,811	21,972	444,967
鋳業	6	183	135	—	48
製造業	8,726	511,407	107,881	12,366	403,526
卸売業	1,298	81,977	46,407	7,623	35,570
小売業	243	15,211	9,388	1,983	5,823

困な連携をとって活動している。卸売や小売企業においても委託企業がかなり見受けられ、今後、多様な消費者ニーズに対応するために、工場を持たずに自社ブランド製品の販売活動を行う企業がますます増加するものと考えられる。

第5章 企業経営のソフト化の状況

企業の多角化、国際化等が進み、事業活動が複雑になるにつれて、本社部門において研究開発、調査・企画、情報処理などの間接的な活動が増大するとともに、本社以外でも生産・販売以外の活動を行う事業所が増加する。

そこで、このような生産・販売活動以外のソフト的な活動の実態を、従業者や経費の面から見ることにする。

なお、製造企業においては、販売活動の増大＝「商業化」の進展も、このソフト化の動きと考えることができる。

1. 従業者からみたソフト化の状況

第1章でみた通り、商鉱工業企業における本社部門の常時従業者数は343万人であり、このうち、生産・販売活動以外の業務に従事している者、すなわち、第1章で定義した「本社機能従事者」は180万人で、本社部門全体の52.7%となっている。

この180万人のうち、人事管理、経理などの基本的な活動に従事している者を別にすると、研究開発部門は17.4万人、調査・企画部門は13.2万人、情報処理部門は8.3万人、国際事業部門は3.6万人である（表5-1）。このうち、研究開発部門、調査・企画部門、情報処理部門の3部門をソフト部門とすると、全体で38.9万人（本社における常時従業者数の11.3%）で、産業別では、製造企業が29.9万人（同12.4%）、卸売企業が6.4万人（同9.6%）、小売企業2.6万人（同7.6%）となっている（鉱業は微小）。これらの部門の従業者数がとくに多いのは、輸送用機械器具製造業の7.1万人と電気機械器具製造業の6.7万人で、以下、一般機械器具製造業が3.1万人、化学工業が3.0万人、機械器具卸売業が2.5万人のほか、食料品製造業、出版・印刷・同関連産業、金属製品製造業でも1万人を超えている（図5-1）。

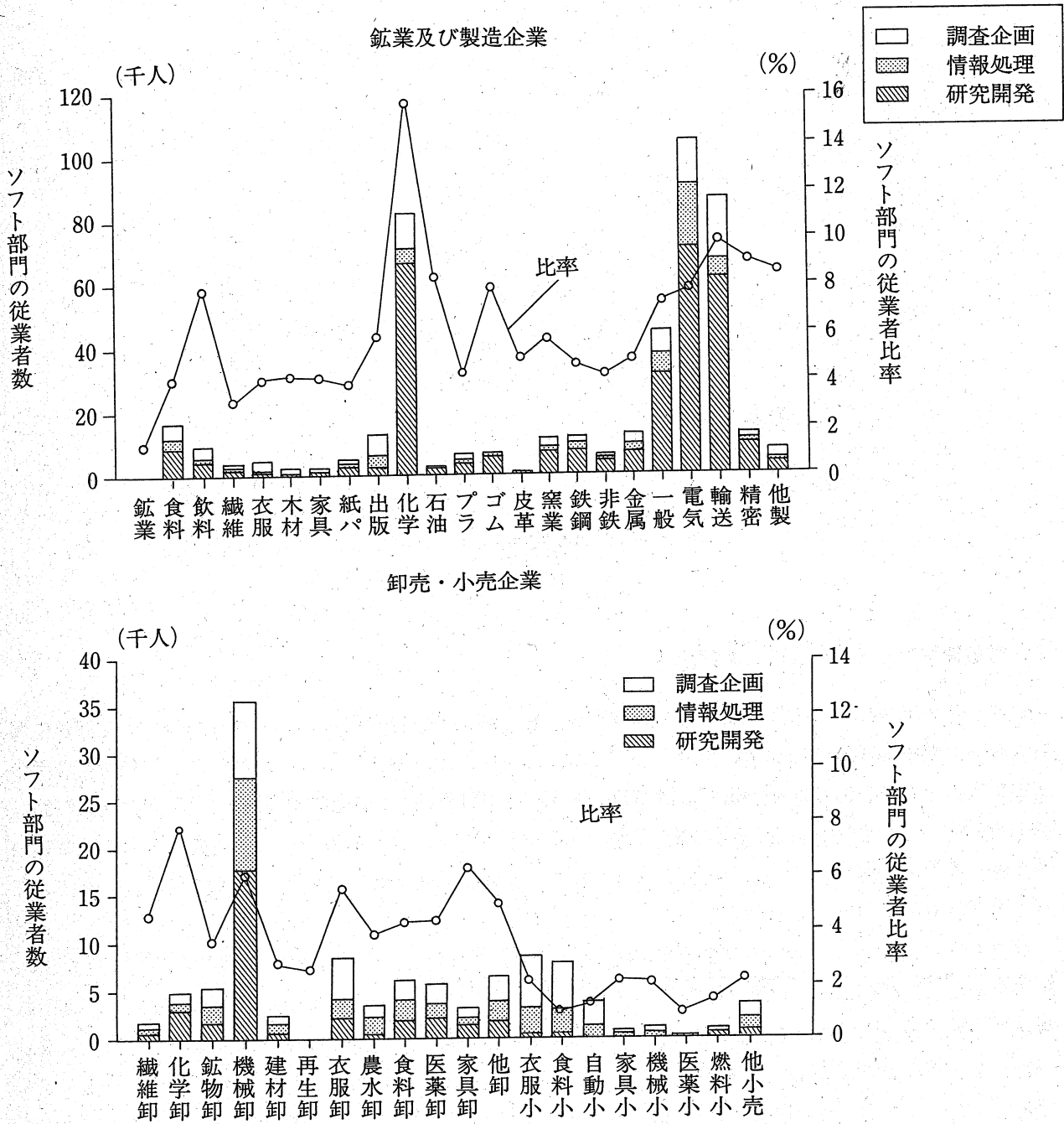
次に、本社以外のソフト部門の活動として、研究所及び情報処理センターの設立状況をみると、商鉱工業企業全体の研究所数は1774事業所、情報処理センターは236事業所で、この2つの組織を合わせた常時従業者数は、17.9万人となっている。

産業別では、製造企業が15.7万人、卸売企業が2.1万人、小売企業が0.1万人となっており、研究所と情報処理センター合わせて1万人以上従事しているのは、製造企業では化学工業5.2万人、電気機械器具製造業3.8万人、輸送用機械器具製造業1.6万人、一般機械器具製造業1.4万人であり、製造企業以外では機械器具卸売業1.1万人のみとなっている。

本社における調査・企画部門、情報処理部門、研究開発部門の3部門と、本社以外の研究所及び情報処理センターを企業全体としてのソフト部門と考えて、これらの常時従業者数を合計すると、商鉱工業企業全体で56.8万人になり、このうち、研究関連（本社の研究開発部門＋研究所）には34.1万人、情報処理関連（本社の情報処理部門＋情報処理センター）には9.5万人の従業者がいることになる。生産・販売活動の従業者を含めた全従業者数に対する割合は、ソフト部門合計で6.1%、このうち、研究関連3.7%、情報処理関連1.0%となっている。後者の数値は情報処理のための独立したセクションに従事している者についての割合であり、通常の事務部門や調査部門でパソコンなどを扱っている、実際に情報処理業務に携わっている者を含めた全体ではこれを大きく上回っていると考えられるので、この割合は、企業内で情報処理部門として組織化された部分のウェイトを表している。

この割合を産業別にみると、製造企業計の研究関連従業者では5.1%で、化学工業が群を抜いて高く

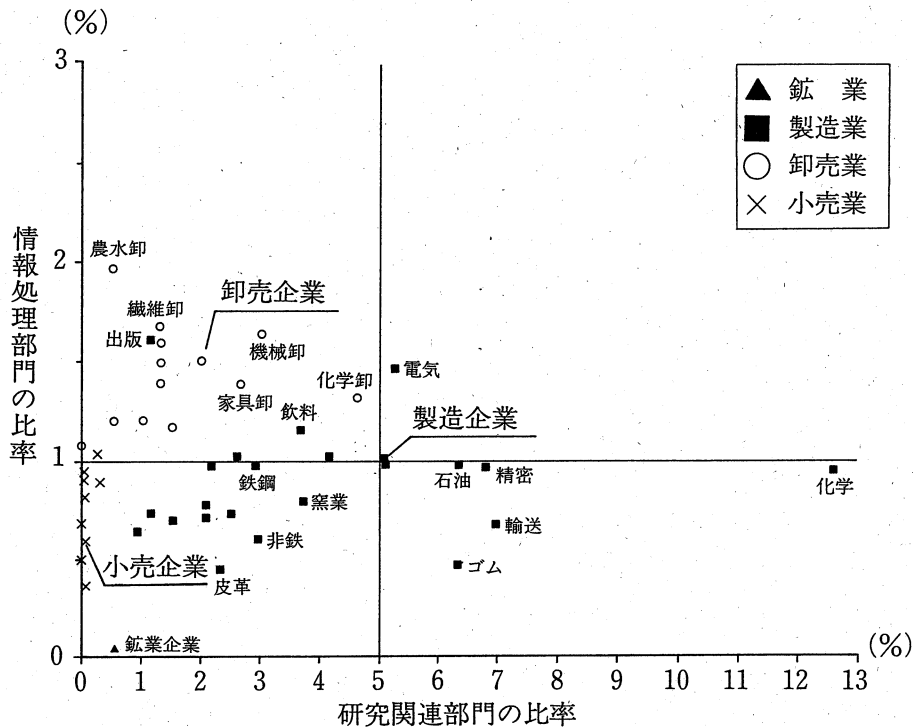
図5-1 産業別のソフト部門の比較



12.6%で、以下、6%台に輸送機械器具製造業、精密機械器具製造業、ゴム製品製造業、石油製品・石炭製品製造業、5%台に電気機械器具製造業、一般機械器具製造業となっている(図5-2)。情報処理関連では出版・印刷・同関連産業が最高の1.6%で、ほかに1%台が電気機械器具製造業、飲料・飼料・たばこ製造業、その他の製造業、金属製品製造業となっている。他方、卸売企業計では、研究関連2.0%、情報処理関連1.5%であり、研究関連の方は化学品卸売業の4.6%から再生資源卸売業のゼロまでバラツキが大きいのに対して、情報処理関連の方は各業種とも1%台でその差はあまり大きくない。さらに小売企業では、全体でも研究関連0.1%、情報処理関連0.6%と極めて小さい。

なお、ソフト部門のもう一つの項目である本社の調査企画関連従業者の全従業者に対する割合が3%を超えている業種に、その他の製造業と出版・印刷・同関連産業がある。

図5-2 企業の全従業員に占める研究関連・情報処理従業者の割合



2. 営業費用からみたソフト化の状況

ソフト化の進展は、広告宣伝費、情報処理・通信費、調査・研究開発費など、直接生産・販売活動に関わらない、間接的な経費の比率の増大となって現れる。そこで、営業費用に占める販売費・一般管理費の比率をみると、商鉱工業企業全体では12.5%であり、産業別では、小売企業が23.1%、鉱業企業が17.2%、製造企業16.3%、卸売企業は6.7%の順となっている。この違いは、生産活動ないし販売活動の形態の違いを反映したものであり、とくに、人件費などのウェイトが高い小売企業での比率が4分の1近くを占めているのが目立っている（表5-2）。

ソフト化の目安としてこの中の広告宣伝費と情報処理・通信費をみると、前者は総額で4兆1740億円で、製造企業で2兆4244億円、小売企業で1兆251億円、卸売企業で7242億円となっているのに対して、後者は、総額で1兆5378億円、製造企業が7509億円、卸売企業は5179億円、小売企業では2681億円となっている。これら2つの経費の販売費・一般管理費に占める割合は商鉱工業企業全体で7.7%（うち広告宣伝費5.6%）であり、このうち、小売企業が9.3%、製造企業は7.6%、卸売企業が6.6%となっており、このレベルの分類ではそれほど大きな違いはない。しかしながら、その内訳をみると、割合が極めて高いのは、玩具などが含まれているその他の製造業の15.8%と飲料・飼料・たばこ製造業の15.2%であり、このほか、家具・建具・じゅう器等小売業、家庭用機械器具小売業、織物・衣服・身の回り品小売業と木材・木製品製造業が10%を超えている一方、代理商・仲立業、非鉄金属製造業、鉄鋼業が4%に満たないものとなっている。これらは主として広告費の割合を反映したものであり、情報処理・通信費のみを取り出してみると、全体で2.1%に対して、卸売企業が2.8%、小売企業が1.9%、製造企業は1.8%と比較的相違が小さく、内訳では最高が鉱物・金属材料の3.9%、最低が再生資源卸売業の1.0%となっている。

表5-2 企業の販管費の割合

	営業費用計				比率		
	A	販売費・一般管理費			(B/A) (%)	(C+D) /B (%)	(C/B) (%)
		B	広 告 宣伝費C	情報処理 ・通信費D			
商 業	5,924,495	742,250	41,740	15,378	12.5	7.7	5.6
釧 業	4,393	754	2	9	17.2	1.5	0.3
製造業	2,547,948	415,564	24,244	7,509	16.3	7.6	5.8
食料品製造業	135,178	31,678	2,431	464	23.4	9.1	7.7
飲料・飼料・たばこ製造業	102,123	22,274	2,973	419	21.8	15.2	13.3
繊維工業	36,345	4,044	86	93	11.1	4.4	2.1
衣服・その他の繊維製品製造業	26,283	5,683	304	125	21.6	7.5	5.3
木材・木製品製造業	26,509	3,839	328	91	14.5	10.9	8.5
家具・装備品製造業	13,309	2,828	176	65	21.2	8.5	6.2
パルプ・紙・紙加工品製造業	61,523	9,683	267	142	15.7	4.2	2.8
出版・印刷・同関連産業	78,408	18,467	1,296	372	23.6	9.0	7.0
化学工業	246,325	67,734	4,497	1,085	27.5	8.2	6.6
石油製品・石炭製品製造業	93,232	6,559	132	137	7.0	4.1	2.0
プラスチック製品製造業	51,042	7,406	178	161	14.5	4.6	2.4
ゴム製品製造業	26,869	5,044	230	94	18.8	6.4	4.6
なめし革・同製品・毛皮製造業	2,027	265	20	5	13.1	9.4	7.5
窯業・土石製品製造業	77,639	14,225	412	193	18.3	4.3	2.9
鉄 鋼 業	140,182	17,106	254	404	12.2	3.8	1.5
非鉄金属製造業	74,594	7,369	123	146	9.9	3.7	1.7
金属製品製造業	88,697	13,481	381	360	15.2	5.5	2.8
一般機械器具製造業(武器を含む)	215,204	34,502	2,141	753	16.0	8.4	6.2
電気機械器具製造業	502,301	85,940	4,089	1,228	17.1	6.2	4.8
輸送用機械器具製造業	479,698	43,131	2,533	838	9.0	7.8	5.9
精密機械器具製造業	38,043	7,201	436	167	18.9	8.4	6.1
その他の製造業	32,418	7,105	958	164	21.9	15.8	13.5
卸売業・小売業	3,372,154	325,933	17,493	7,860	9.7	7.8	5.4
卸売業	2,772,321	187,120	7,242	5,179	6.7	6.6	3.9
繊維品卸売業	54,622	4,679	155	146	8.6	6.4	3.3
化学製品卸売業	93,973	7,647	150	177	8.1	4.3	2.0
鉱物・金属材料卸売業	924,214	25,382	436	983	2.7	5.6	1.7
機械器具卸売業	1,033,280	67,632	2,845	1,871	6.5	7.0	4.2
建築材料卸売業	90,235	8,344	267	232	9.2	6.0	3.2
再生資源卸売業	4,292	488	2	5	11.4	1.4	0.4
衣服・身の回り品卸売業	71,265	15,838	1,051	342	22.2	8.8	6.6
農畜産物・水産物卸売業	125,449	8,789	179	215	7.0	4.5	2.0
食料・飲料卸売業	143,636	15,069	668	371	10.5	6.9	4.4
医薬品・化粧品卸売業	79,013	12,701	371	303	16.1	5.3	2.9
家具・建具・じゅう器等卸売業	27,591	5,281	170	125	19.1	5.6	3.2
その他の卸売業	122,785	14,980	947	401	12.2	9.0	6.3
代理商・仲立業	1,966	291	1	8	14.8	3.1	0.3
小売業	599,833	138,813	10,251	2,681	23.1	9.3	7.4
織物・衣服・身の回り品小売業	153,680	41,830	4,523	744	27.2	12.6	10.8
飲食料品小売業	196,811	45,606	2,387	714	23.2	6.8	5.2
自動車・自転車小売業	125,706	22,556	1,344	675	17.9	9.0	6.0
家具・建具・じゅう器等小売業	13,024	3,440	374	73	26.4	13.0	10.9
家庭用機械器具小売業	25,579	5,100	543	115	19.9	12.9	10.6
医薬品・化粧品小売業	3,636	1,028	57	17	28.3	7.2	5.5
燃料小売業	29,958	5,492	111	112	18.3	4.1	2.0
その他の小売業	51,441	13,761	913	231	26.8	8.3	6.6

3. 産業別の調査、研究開発の特徴

次に、研究開発や調査活動について見てみよう（表5-3）（表5-4）。

研究開発費を特掲して報告した企業は、商鉱工業企業の中で全体の36.6%に当たる8712企業である。これら企業の総研究開発費は7兆9578億円であり、このうち、自社研究開発費は7兆2346億円、他の企業に委託した委託研究費はそのちょうど1割の7232億円となっている。このほかに、他企業から受託した研究費が3959億円ある。委託研究のうち資本関係のある会社に委託したのは44.2%、受託研究のうち資本関係のある会社から受けたのは47.6%である。

なお、産業別の総研究開発費は、製造企業7兆3848億円、卸売企業は5616億円、小売企業は91億円で、鉱業企業は22億円に過ぎない。

表5-3 企業の研究開発の状況

単位：百万円

	企業数 A	集計企業数		集計企業の 売上高 C (億円)	研究開発費 計 D	研究開発費		1企業当り 研究開発費 D/B	売上高 比率 D/C (%)
		企業数 B	比率 B/A (%)			自社研究 E	委託研究 F		
商鉱工業	23,776	8,712	36.6	3,144,005	7,957,797	7,234,584	723,213	913	2.5
鉱業	53	19	35.8	2,172	2,201	1,942	259	116	1.0
製造業	13,688	7,086	51.8	2,174,964	7,384,836	6,709,504	675,332	1,042	3.4
食料品製造業	1,302	637	48.9	107,638	108,288	98,337	9,951	170	1.0
飲料・飼料・たばこ製造業	232	125	53.9	94,043	96,684	78,369	18,315	773	1.0
繊維工業	626	280	44.7	26,792	28,446	26,538	1,908	102	1.1
衣服・その他の繊維製品製造業	519	140	27.0	14,169	9,933	9,587	346	71	0.7
木材・木製品製造業	189	52	27.5	19,392	11,526	11,127	399	222	0.6
家具・装備品製造業	228	115	50.4	10,933	10,156	9,784	372	88	0.9
パルプ・紙・紙加工品製造業	426	140	32.9	50,032	43,507	41,971	1,536	311	0.9
出版・印刷・同関連産業	670	137	20.4	46,967	40,568	39,641	927	296	0.9
化学工業	920	795	86.4	253,441	1,307,475	1,196,449	111,026	1,645	5.2
石油製品・石炭製品製造業	61	46	75.4	77,603	45,141	31,015	14,126	981	0.6
プラスチック製品製造業	607	308	50.7	40,901	56,811	55,023	1,788	184	1.4
ゴム製品製造業	152	97	63.8	26,865	101,970	95,357	6,613	1,051	3.8
なめし革・同製品・毛皮製造業	58	32	55.2	1,562	1,474	1,407	67	46	0.9
窯業・土石製品製造業	644	324	50.3	66,522	165,218	163,970	1,248	510	2.5
鉄鋼業	456	186	40.8	114,645	237,033	227,869	9,164	1,274	2.1
非鉄金属製造業	331	172	52.0	69,212	118,823	113,585	5,238	691	1.7
金属製品製造業	997	469	47.0	65,090	71,041	68,402	2,639	151	1.1
一般機械器具製造業(武器を含む)	1,555	941	60.5	194,377	524,140	498,543	25,597	557	2.7
電気機械器具製造業	1,960	1,120	57.1	464,775	2,997,872	2,769,230	228,642	2,677	6.5
輸送用機械器具製造業	1,098	538	49.0	366,541	1,195,483	970,604	224,879	2,222	3.3
精密機械器具製造業	365	243	66.6	33,987	158,492	153,702	4,790	652	4.7
その他の製造業	292	189	64.7	29,477	54,755	48,994	5,761	290	1.9
卸売業・小売業	10,035	1,607	16.0	966,869	570,760	523,138	47,622	355	0.6
卸売業	6,838	1,381	20.2	894,836	561,640	516,648	44,992	407	0.6
小売業	3,197	226	7.1	72,033	9,120	6,490	2,630	40	0.1

表5-4 企業の調査活動の状況

単位：百万円

	企業数 A	調 査 費						1企業 当り 調査費 D/B	売上高 比率 D/C(%)
		集 計 企業数 B	割 合 B/A (%)	集計企業 の売上高 C(億円)	調査費 計 D	うち 委 託 調査費	資本関 係会社 の委託		
商 鋳 工 業	23,776	4,028	16.9	3,143,083	231,532	85,697	18,122	57	0.07
鋳 業	53	13	24.5	1,932	796	65	1	61	0.41
製 造 業	13,688	2,288	16.7	1,254,988	182,607	63,149	13,547	80	0.15
卸 売 業・小 売 業	10,035	1,727	17.2	1,886,163	48,129	22,483	4,574	28	0.03
卸 売 業	6,838	1,317	19.3	1,700,568	38,802	18,981	4,105	29	0.02
小 売 業	3,197	410	12.8	185,595	9,327	3,502	469	23	0.05

報告した1企業あたりでは平均9億13百万円で、売上高に占める比率は2.5%となっている。産業別にみると、製造企業は10億42百万円(売上高比率3.4%)、卸売企業は4億7百万円(同0.6%)、鋳業企業1億16百万円(同1.0%)、小売企業は40百万円(0.1%)となる。1企業あたり20億円を超えているのは製造企業のうち、電気機械器具製造業(売上高比率では6.5%)と輸送用機械器具製造業(同3.3%)、10億円を超えているのは化学工業(同5.2%)、鉄鋼業(同2.1%)とゴム製品製造業(同3.8%)であり、このほか製造企業のうち金額では10億に満たないが売上高比率で3%を超えているのが精密機械器具製造業(同4.7%)である。

他方、調査費を報告した企業は4028企業、2315億円で、このうち、委託調査費は857億円で37%を占めている。報告した1企業あたりでは57百万円で、産業別では、製造企業が80百万円、鋳業企業が61百万円、卸売企業は29百万円、小売企業は23百万円となっており、その内訳をみると、製造企業で窯業・土石製品製造業、ゴム製品製造業、化学工業、石油製品・石炭製品製造業、出版・印刷・同関連産業が1億円を超えている。

4. 情報ネットワークの利用状況

商鋳工業企業の中で、コンピュータ・ネットワークを利用している企業は、1万8354社で全体の77.2%であり、4分の3以上の企業がネットワークシステムを利用している(表5-5)。産業別では、鋳業企業が50.9%、製造企業が72.9%、卸売企業が83.0%、小売企業が83.8%となっており、商業企業の方が鋳工業企業に比べて利用割合が高い。また、従業者規模別にみると、5000人以上規模で98.5%と殆どの企業が利用しているのに対して、100人未満規模では66.2%と約3分の2にとどまっている。

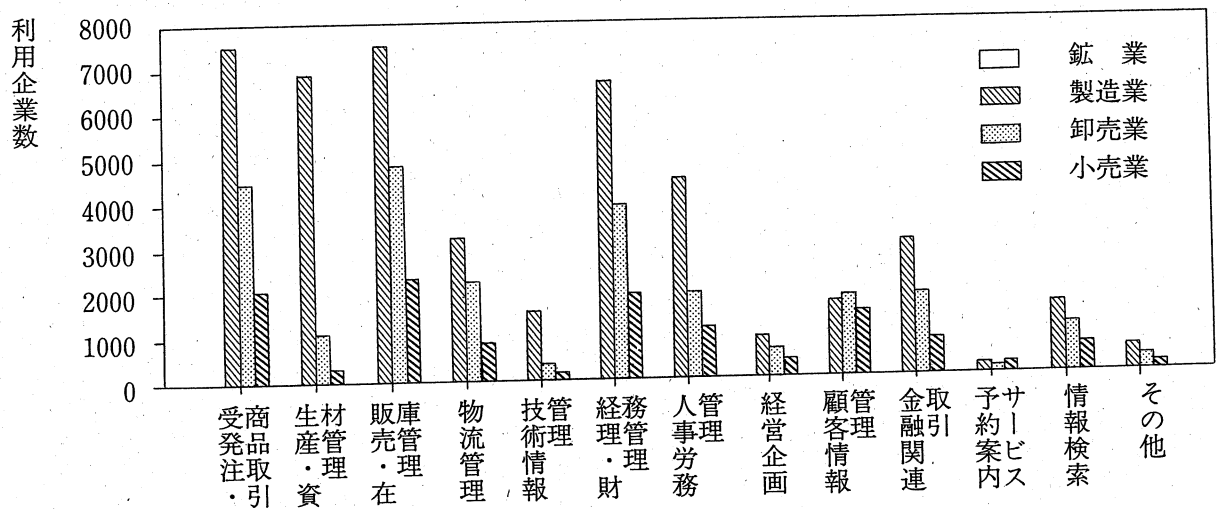
利用企業のうちで、企業内ネットワークの利用は全体で81.6%であり、製造、卸売、小売企業によって大差はないが、企業間ネットワークの利用は全体で55.1%であり、製造企業50.5%、卸売企業59.7%、小売企業62.7%と、流通段階による相違が明確になっている。

また、利用業務別では、販売・在庫管理の79.9%が最も高く、卸売と小売企業でともに8割5分に対して、製造企業で7割5分、鋳業企業で6割弱となっており、やや差が大きい。次いで、受発注・商品取引の利用が76.4%となっており、鋳業企業で5割強にとどまっている以外割合に大差はなく、第3位は経理・財務管理の68.0%で、逆に鋳業企業でやや高い以外、製造、卸売、小売企業間であまり大きな相違はみられない。このほかの業務については全体としてはいずれも5割以下の利用割合であるが、産業別では、生

表5-5 情報ネットワークの利用企業数

	企業数	利用企業数	利用企業比率	利用企業数					
				企業内ネットワーク		企業間ネットワーク		企業内・間ネットワーク	
				利用比率	利用比率	利用比率	利用比率		
商 業	23,776	18,354	77.2	14,971	81.6	10,109	55.1	6,726	36.6
業	53	27	50.9	24	88.9	8	29.6	5	18.5
製造業	13,688	9,973	72.9	8,136	81.6	5,035	50.5	3,198	32.1
卸売業	6,838	5,676	83.0	4,683	82.5	3,386	59.7	2,393	42.2
小売業	3,197	2,678	83.8	2,128	79.5	1,680	62.7	1,130	42.2

図5-3 情報ネットワークの利用業務



産・資材管理において鉱業企業と製造企業で、顧客情報管理において小売企業で5割を超えている(図5-3)。

5. 技術の所有及び取引状況

自己開発した特許・実用新案権を所有している商 業企業は5600社、開発所有件数は76万6430、このうち、1年間に使用したものは20万7311件(所有に対して27.0%)となっている。また、意匠権については3400社で、20万5100件所有、1年間に使用したものの6万8195(同33.2%)となっている(表5-6)。

特許・実用新案権についてみると、所有企業のうち製造企業が4744社で84.7%を占めており、全企業に対する所有企業の割合でも、製造企業が34.7%で、化学工業、精密機械器具製造業、一般機械器具製造業、石油製品・石炭製品製造業で5割を超えている反面、卸売企業合計で11.5%、小売企業に至っては2.1%にすぎない。さらに、所有件数では製造企業が9割を占め、卸売企業が1割で、小売企業は微少となっている。しかし、開発所有のうち年間使用件数の割合では、製造企業が27.0%、卸売企業が27.1%と両者とも4分の1を若干超える程度であるのに対して、所有件数の少ない小売企業が52.0%と半分以上利用している。

意匠権については、製造企業が2731社で所有企業中80.3%を占めており、全企業に対する割合でも

製造企業は20.0%、卸売企業は8.4%、小売企業は3.0%とやはり製造企業の比率が高い。しかし、所有するもののうち年間使用割合では、製造企業32.7%、卸売企業33.8%とそれぞれ3分の1前後であるのに対して、小売企業での使用が76.3%と4分の3を超えている。

契約の当事者が所有する特許権などについて、相互に使用権を与え合う「クロスライセンス」の契約を1年間に結んだ商工業企業は486社で、全体の2.0%、自己開発の特許・実用新案権を所有する企業との対比でも8.7%にすぎない。年間契約件数は2138件で、実績のある1社当たりでは4.4件の契約を結んでいる。契約に対応する特許件数では、受取3万2976件、引渡3万8256件となっており、1件の契約で15~18件の特許権などをやりとりしていることになる(表5-7)。

産業別にみると、契約件数は、製造企業で82.6%を占めており、卸売企業で16.8%、小売企業では0.7%と僅かである。製造企業は、特許受取及び特許引渡件数については全体のそれぞれ98.5%、99.4%と極めて高い割合になる。これは、電気機械器具製造業が契約件数では全体の18%となっているのに対して、受取件数で88%、引渡件数で95%を占めているためである。

国内外別の割合をみると、契約件数では国内が67.7%と3分の2を占めているのに対して、特許件数では逆転し、受取件数では海外の方が59.6%と約6割となり、引渡件数に至っては海外が88.4%と9割弱を占めている。

技術取引についてみると、商工業企業での技術導入計8万6743件、4069億円、技術供与合計9343件、2268億円で、件数、金額とも導入の方がはるかに大きい(表5-8)。

技術の種類別に見て、導入は件数では著作権が83%、特許・実用新案権が12%であるが、金額的には特許権等が50%で著作権は17%となっている。これに対して、供与の方は件数では特許権等が47%、著作権

表5-6 特許・実用新案権、意匠権別の開発所有件数及び使用件数

	企業数	特許権・実用新案権				意匠権			
		保有企業数	保有企業比率%	件数		保有企業数	保有企業比率%	件数	
				開発所有	使用のもの			開発所有	使用のもの
商工業	23,776	5,600	23.6	766,430	207,311	3,400	14.3	205,100	68,195
鋳業	53	7	13.2	127	17	2	3.8	32	2
製造業	13,688	4,744	34.7	687,073	185,627	2,731	20.0	166,880	54,632
卸売業	6,838	783	11.5	78,307	21,187	571	8.4	36,671	12,403
小売業	3,197	66	2.1	923	480	96	3.0	1,517	1,158

表5-7 クロスライセンスの契約件数及び特許件数

	企業数	クロスライセンス			特許件数					
		契約件数	契約件数		受取件数			引渡件数		
			国内	海外	国内	海外	国内	海外	国内	海外
商工業	486	2,138	1,448	690	32,976	13,311	19,665	38,256	4,419	33,837
製造業	406	1,765	1,184	581	32,489	12,898	19,591	38,035	4,212	33,823
卸売業	73	359	253	106	482	409	73	221	207	14
小売業	7	14	11	3	5	4	1	—	—	—

表5-8 技術導入件数及び技術供与件数

	技術導入 (件数)											
	国内						海外					
	計		特許・ 実用新案権	意匠権	著作権	その他	計		特許・ 実用新案権	意匠権	著作権	その他
	企業数	件数					企業数	件数				
商鉱工業	1,179	57,874	6,430	1,396	48,765	1,283	809	28,869	4,262	147	23,016	1,444
鉱業	1	1	—	—	1	—	—	—	—	—	—	—
製造業	952	51,703	5,823	708	44,501	671	658	27,063	3,882	53	22,188	940
卸売業	194	3,051	584	627	1,624	216	138	1,078	374	90	394	220
小売業	32	3,119	23	61	2,639	396	13	728	6	4	434	284

	技術供与 (件数)											
	国内						海外					
	計		特許・ 実用新案権	意匠権	著作権	その他	計		特許・ 実用新案権	意匠権	著作権	その他
	企業数	件数					企業数	件数				
商鉱工業	636	5,888	2,806	236	1,760	1,086	558	3,455	1,578	182	343	1,352
鉱業	1	16	16	—	—	—	—	—	—	—	—	—
製造業	522	4,111	2,557	157	521	876	500	2,969	1,446	45	328	1,150
卸売業	97	1,502	220	76	1,140	66	52	387	125	134	1	127
小売業	16	259	13	3	99	144	6	99	7	3	14	75

は23%であるが、金額では特許権等が63%で、著作権は僅か3%にすぎない。

次に、国内外別の取引金額をみると、導入では国内27%対海外73%で、国内では著作権が第1位であるが、海外からの特許権等の技術導入が国内全体を上回る金額を示している。供与では国内44%対海外56%となっており、国内外とも特許権等の供与が大きい。

技術導入金額では、製造企業が3682億円で、商鉱工業企業の90%と、大半を占めている。このうち、第1位は電気機械器具製造業の1407億円で、海外からの特許権等を始め、国内特許権等の導入も大きい。次いで、一般機械器具製造業の741億円で、海外からの「その他」(ノウハウ、技術指導等)が大きく、第3位はその他の製造業(玩具、楽器、レコード等)で国内の著作権を中心に、第4位が化学工業で海外の特許権等を中心に大きい。以下、輸送用機械器具製造業(海外からのその他が大きい)、出版・印刷・同関連産業(国内著作権中心)、飲料・飼料・たばこ製造業(海外の特許権等中心)となっており、これら7業種が100億以上の導入額となっている(表5-9)。

また、供与金額は、製造企業が93%と導入の比率を上回っており、第1位はやはり電気機械器具製造業で779億円(国内の特許権が大きい)、海外への特許権等やその他も大きい)、第2位が化学工業で501億円(国内特許権等が中心であるが、海外特許権等も大きい)、以下、飲料・飼料・たばこ製造業(海外特許権等中心)、輸送用機械器具製造業(海外その他中心)の順となっている。

表5-9 技術導入金額及び技術供与金額

単位：億円

	技術導入(金額)											
	国内						海外					
	計		特許・ 実用新案権	意匠権	著作権	その他	計		特許・ 実用新案権	意匠権	著作権	その他
	企業数	金額					企業数	金額				
製造業	757	964	354	8	374	228	578	2,718	1,602	7	229	879
卸売業	152	115	15	18	62	20	119	233	57	30	17	128
小売業	20	18	—	—	4	14	12	21	4	4	11	2

単位：億円

	技術供与(金額)											
	国内						海外					
	計		特許・ 実用新案権	意匠権	著作権	その他	計		特許・ 実用新案権	意匠権	著作権	その他
	企業数	金額					企業数	金額				
製造業	387	882	713	3	22	145	432	1,229	693	1	19	515
卸売業	70	98	22	4	9	62	45	37	9	1	—	26
小売業	10	18	0	0	18	0	6	4	2	—	0	2

第6章 主要な指標からみた企業経営の実態

ここでは、今までにみた企業の事業活動の背景として、主要な財務指標の状況を観察する。

本調査の観察の対象である平成3年度（平成3年4月～平成4年3月）は、これまでの好景気から後退局面への転換期に当たっていたが、企業は引き続き強気の事業活動を展開した。その結果、売上高の伸びの鈍化、営業利益の減少の一方、設備投資は高水準を持続して固定資産の増加率は高いものとなっている。

1. 収益の状況

本調査における商鉱工業全体の売上高総計は610兆円であり、営業経費は592兆円で、営業利益は18.0兆円であった。この結果、売上高営業利益率は2.9%となっている。しかし、営業外収支で費用が収益を上回ったことから、経常利益は15.8兆円となり、売上高経常利益率は2.6%となっている（表6-1）。

売上高を産業別にみると、卸売企業で281.4兆円、製造企業で267兆円、小売企業61.5兆円の順であるが、経常利益率ベースでは、製造企業が4.1%、小売企業が1.8%、卸売企業が1.3%となり、このほか、売上高は小さいが鉱業企業が17.2%となっている。その内訳では、玩具などが含まれているその他の製造業が9.2%と極めて高く、化学工業も6.4%を示している一方、自動車・自転車小売業で営業外費用が大きいことによりマイナスとなっている。

表6-1 売上高、営業利益、利益率

産 業 別	売 上 高 (兆円)	営 業 利 益 (兆円)	売 上 高 営業利益率(%)	売 上 高 経常利益率(%)
合 計	610.4	18.0	2.9	2.6
鉱 業 企 業	0.5	0.1	16.7	17.2
製 造 企 業	267.0	12.2	4.6	4.1
卸 売 企 業	281.4	4.1	1.5	1.3
小 売 企 業	61.5	1.6	2.5	1.8

2. 粗付加価値、労働生産性

また、粗付加価値^(注)は77.8兆円であり、粗付加価値率は12.8%となっている。粗付加価値率を産業別にみると、鉱業企業が40.5%と極めて高く、以下、製造企業20.8%、小売企業13.3%であり、卸売企業は4.9%と低い（表6-2）。

労働生産性をみるため、常時従業者1人当たり売上高をみると、商鉱工業全体では6553万円で、このうち、卸売企業が1億7千万円と群を抜いているほかは、各産業とも4千万円前後である。しかし、1人当たり粗付加価値では、全体で836万円になり、粗付加価値率の極めて高い鉱業企業が1532万円、製造企業922万円、粗付加価値率の低い卸売企業836万円、小売企業507万円の順になる。粗付加価値生産性について内訳をみると、製造企業では、石油製品・石炭製品製造業と鉄鋼業が1千5百万円を超えている一方、衣服・その他の繊維製品製造業で5百万円以下となっているなどバラツキが大きいものに対して、卸売企業では鉱物・金属材料卸売業の1千3百万円超以外はそれぞれ5百万円以上1千万円以内の範囲に入り、小売企業ではそれぞれ4百万円から6百万円の範囲で似かよったものとなっている。

表6-2 粗付加価値、粗付加価値率等

産 業 別	粗付加価値 (兆円)	粗付加価値率 (%)	従業者1人当たり(万円)	
			売 上 高	粗付加価値
合 計	77.8	12.8	6,553	836
鉱業企業	0.2	40.5	3,757	1,523
製造企業	55.6	20.8	4,424	922
卸売企業	13.8	4.9	17,009	836
小売企業	8.2	13.3	3,816	507

(注) 粗付加価値 = (売上高 + 商品・製品・原材料等在庫増減) - (営業費用 - 現金給与総額 - 減価償却費)

3. 労働装備率、資本係数

年度末の固定資産額は103.4兆円、このうち有形固定資産額は98.5%の101.8兆円である。固定資産に占める有形固定資産の比率は製造企業において99.1%と特に高く、小売企業において97.0とやや低い。また、設備投資額は25.7兆円であり、固定資産額現在高に対して約4分の1となっている(表6-3)。

常時従業者1人当たりの有形固定資産額を労働装備率とすると、商鉱工業全体では1093万円であり、産業別では、鉱業企業2575万円、製造企業1241万円、卸売企業884万円、小売企業739万円である。内訳をみると、石油製品・石炭製品製造業が6509万円と高く、鉄鋼業が約3千万円で、このほかにパルプ・紙・紙加工品製造業と飲料・飼料・たばこ製造業が2千万円台になっている。

企業は労働生産性を高めるために設備投資を行い、その結果、有形固定資産は増加し、労働装備率は上昇する。製造企業の内訳について、粗付加価値生産性と労働装備率の関係をみると、図6-1の通りである。他方、有形固定資産の増加に伴い、資本の効率性は低下する。有形固定資産に対する粗付加価値を資本係数としてみると、全体では1.31で、製造企業1.35、卸売企業1.06、小売企業1.46、鉱業企業1.69であり、産業による相違は小さいように見える。しかし、その内訳をみると、医薬品・化粧品卸売業、機械器具卸売業、木材・木製品製造業の資本係数は小さい反面、労働装備率の極めて高い石油製品・石炭製品製造業は高い係数となっている。

製造企業の内訳について、粗付加価値生産性と資本係数の関係をみると、図6-2の通りである。

表6-3 有形固定資産、取得設備投資額等

産 業 別	有形固定資産額 (兆円)	取得設備投資額 (兆円)	労働装備率 (万円)	資本係数
合 計	101.8	25.7	1,093	1.31
鉱業企業	0.4	0.1	2,575	1.69
製造企業	74.9	19.9	1,241	1.35
卸売企業	14.6	3.2	884	1.06
小売企業	11.9	2.5	739	1.46

図 6-1 企業の労働生産性と労働装備率の比較

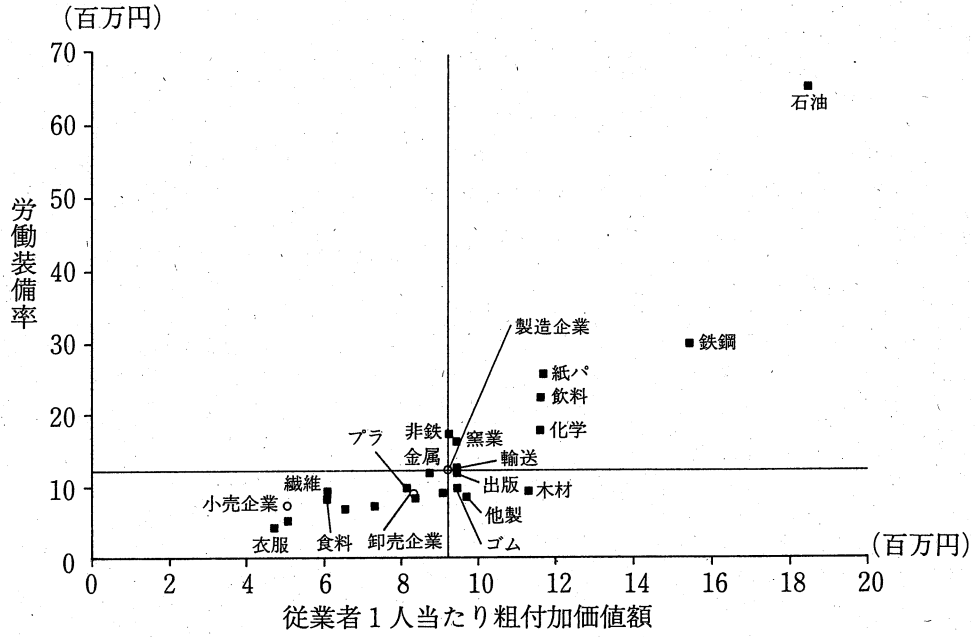


図 6-2 企業の労働生産性と資本係数の比較

