

## 売上高に対する営業利益率・研究開発費率に関する日系企業と米国系企業の比較

	DELL	Microsoft	Intel	Apple	ソニー	パナソニック	シャープ	トヨタ	ファナック
営業利益率	6%	36%	22%	19%	2%	4%	4%	5%	36%
売上高	57,669	50,810	37,051	27,644	79,243	84,509	29,892	221,509	3,821
研究開発費	571	7,396	5,630	894	5,051	5,384	1,805	8,583	169
研究開発費率	1.0%	14.6%	15.2%	3.2%	6.4%	6.4%	6.0%	3.9%	4.4%

<注>上記の数値は連結ベースで2005年度～2009年度の5年間の平均値である。売上高、研究開発費の単位は米国企業が100万ドル、日本企業が億円である。データの出典は、Form 10K、有価証券報告書、決算短信などである。

売上高に対する研究開発費の比率がMicrosoftとIntelという米国IT企業どうし、および、ソニーとパナソニックとシャープという日本家電メーカーどうしでほぼ同一なのは興味深い。(小数点以下を四捨五入すると、同一の数値になる。)ただし金額的に見ると、シャープの売上高はソニーとパナソニックの4割以下であるため、研究開発費の金額も同じく4割以下となってしまう。

なおMicrosoftやIntelといった米国のIT関連のmoduleメーカーは、日本メーカーと比較して売上高に対する営業利益率が高いだけでなく、売上高に対する研究開発費率も高い。MicrosoftやIntelの製品分野は総合家電メーカーに比べて相対的にかなり狭い範囲に限定されているにもかかわらず、金額的にはソニーやパナソニックのような総合家電メーカーに並ぶ研究開発費を使っている。MicrosoftやIntelの強さは著作権や特許権といった知的財産権による競争力の強さが大きな要因の一つであるが、その背景にはこのように多額の研究開発費を使っていることにある。

これに対してAppleの売上高に対する研究開発費率はMicrosoftやIntelの約5分の1と小さい。(金額的にはもっと小さい。)これはiOSのカーネル部分にOSSのDarwinを利用していること、iMac, iPod, iPhone, iPadなど複数の製品群で同一のOSを使用していることなどによるものと思われる。

ただし当然のことながら営業利益率は、当該業界の産業界における位置、当該業界内における競争のあり方、および、当該業界におけるその企業の競争優位性によって強く規定されており、研究開発費率だけで決まるわけではない。

例えばファナックは36%と日本企業としては珍しく高い営業利益率を誇っているが、研究開発費率はトヨタとほぼ同じでそれほど大きいわけではない。また研究開発費の金額はシャープの10分の1以下であるが、営業利益の金額はシャープを1割以上も上回っている。

参考表>経済産業省『企業活動基本調査確報』に基づく日本における産業分野別の研究開発費

	全産業の 合計値	製造業の 合計値	290 電気機械 器具製造業	300 情報通信機械 器具製造業	164 医薬品 製造業	275 光学機械器具・ レンズ製造業
対象企業総数	7,745	6,045	481	197.8	187.4	36.6
売上高	3,433,445	2,480,278	129,459	280,702	71,335	13,767
研究開発費	118,183	107,596	6,412	19,989	10,752	1,077
研究開発費率	3.4%	4.3%	5.0%	7.1%	15.1%	7.8%
営業利益率	3.1%	3.9%	4.1%	0.7%	14.6%	5.1%

[出典]経済産業省『企業活動基本調査確報』の各年度版に基づく5年間の平均値である。

<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kikatu/result-2.html>

上記の営業利益率に関わる数値のみ、第1表に基づくものである。第10表は研究開発費を報告した企業のみに関わる調査数値である戸ともに、営業利益額記載されていないため、営業利益は研究開発費を報告していない企業を含めた第1表の数値を用いている。

産業分野別の売上高と研究開発費の総額、および、売上高に対する研究開発費の比率を調べた経済産業省の調査データの一部を抜き出したものが上表である。研究開発費率に関しては300医薬品製造業がMicrosoftやIntelとほぼ同率である。