

# 第4回全国イノベーション調査統計報告

文部科学省 科学技術・学術政策研究所

## 調査結果の要旨

第4回全国イノベーション調査は、我が国における常用雇用者数10人以上を有する民間企業（一部の産業を除く）を対象とした、2012年度から2014年度の3年間におけるイノベーションの実現の有無や実施されたイノベーション活動の状況等に関する統計調査である。調査対象の母集団となった企業数は380,224社であり、これより経済活動（企業産業分類）と（常用雇用者数による）企業規模階級に基づいて設定された層別に標本抽出を行い、24,825社に対して調査票を配布し、12,526社から有効回答を得た（有効回答率50%）。本統計調査の結果は、層別に重み係数を掛けることによって復元した母集団推計値として表章する。

調査参照期間である2012年度から2014年度において、母集団のうちの40%の企業、すなわち152,939社が、プロダクト・イノベーション、プロセス・イノベーション、組織イノベーション、又はマーケティング・イノベーションのいずれかのイノベーションを実現した〔図1.1, p.9〕。

また、同期間において、母集団のうちの20%の企業、すなわち77,830社がプロダクト・イノベーション又はプロセス・イノベーションを実現した〔図2.1, p.13〕。また、23%の企業は、プロダクト・イノベーション又はプロセス・イノベーションに係るイノベーション活動を実施していたが、その一方で、残りの77%の企業はイノベーション活動を実施していなかった。イノベーション活動を実施したが、プロダクト・イノベーション又はプロセス・イノベーションのいずれも実現せず、未完了に終わった活動のみを有する企業の割合は、全体の3%に過ぎない。つまり、プロダクト・イノベーション又はプロセス・イノベーションの実現は、イノベーション活動を実施するかどうかの選択に強く依存したといえる。なお、規模の大きい企業ほど活動する事業範囲が広いため、一般に、イノベーション実現企業やイノベーション活動実施企業の割合は、企業規模に比して高くなる。同様に、製造業はサービス業よりも、イノベーション実現企業やイノベーション活動実施企業の割合が高い傾向にある。

プロダクト・イノベーション実現企業のうち47%の企業が、市場にとって新しいプロダクトを導入していた〔図3.3, p.19〕。その導入割合は、中規模企業（常用雇用者数50名以上249名以下の企業）よりもむしろ小規模企業（同10名以上49名以下の企業）の方が高く、プロダクト・イノベーション実現小規模企業は規模の制約に直面しながらも、相対的に多くの企業が新規性の高いプロダクトを市場へ導入したといえる。その一方で、プロダクト・イノベーション実現中規模企業は、小規模企業や大規模企業（同250名以上の企業）よりも、より多くの割合の企業が中央政府や地方公共団体等から公的財政支援を受給していたが〔図7.1, p.35〕、小規模企業よりも新規性の高い

プロダクトを市場へ導入できなかった。結果として、市場にとって新しいプロダクトの導入という観点からは、公的財政支援の効果は市場へ波及していなかった可能性がある。

イノベーション活動実施企業の44%が、継続的又は一時的に社内研究開発を、若しくは社外研究開発を実施しており、残りの56%の企業は、研究開発以外の活動をイノベーション活動の実施内容としていた [図 5.1, p.29]。このことは、プロダクト・イノベーション又はプロセス・イノベーション実現企業の約半数が研究開発非実施企業であったことを意味する。社内研究開発については、イノベーション活動実施企業の19%が継続的に、23%が一時的に行っていた [図 5.3, p.31]。企業規模階級別では、企業規模が大きい企業ほど、より多くの割合の企業が継続的に実施した。大規模企業に限定すると、51%が継続的に、15%が一時的に実施した。製造業やサービス業でも、一時的に実施した企業のほうが継続的に実施した企業よりも多かった。

プロダクト・イノベーションは、これを実現した企業のうちの47%において自社のみで開発されており、他社や他の機関と共同で開発した企業の割合もプロダクト・イノベーション実現企業のうちの35%に及んだ [図 3.4, p.20]。さらに、他社や他の機関による開発に基づく企業の割合も少なくない。近年、イノベーションの創出のために他社や大学等の外部組織から技術やアイデアを取り込む、いわゆる「オープン・イノベーション」が重要視されており、プロダクト・イノベーションの開発者に関する他社や他の機関と共同した企業の割合は、「オープン・イノベーション」の進展を示す結果である。プロダクトの開発のみならず他組織と何らかの協力を有した企業にとって最大の協力相手はサプライヤーである [図 8.1, p.37]。大規模企業では、クライアント・顧客やコンサルタント等と同様に、大学等の高等教育機関は主要な協力相手の一つとして活用された。また、大規模企業ではイノベーション活動実施企業の17%が、大学等の高等教育機関を社外からの知識や技術の取得源の一つであるとした [図 6.1, p.33]。

能力のある従業員の不足は、イノベーション実現を阻害した最大の要因であった [図 11.1, p.44]。能力のある従業員の不足を経験した企業の割合は61%であり、前回調査（調査参照期間：2009年度から2011年度）における45%から上昇している。したがって、能力のある従業員の不足によってイノベーション実現が阻害される傾向はさらに強くなっている。また、内部資金の不足や外部資金の調達困難さといった資金要因は、他の阻害要因と比べて経験した企業の割合が低く、むしろ、良いアイデアの不足、及び、目先の売上・利益の追求は、能力のある従業員の不足に次いで、より多くの割合の企業が経験した阻害要因であった。本調査で示した阻害要因のいずれも経験しなかった企業の割合は全体の18%であり、残りの82%は何らかの阻害要因を経験していた。

プロダクト・イノベーション実現によってもたらされる成果の達成度について、目標を下回ったと回答した企業の割合は、目標を上回ったと回答した企業の割合よりも多かった [図 3.6, p.21]。この傾向は、成果内容（市場シェアの維持・拡大、新しい市場の開拓、及び、高付加価値化による顧客単価・製品単価の維持・上昇）によって違いが少なく、いずれの成果内容についても、目標を下回ったと回答した企業の割合が、目標を上回ったと回答した企業の割合よりも多かった。また、成果の検証を行っていない企業や、そもそも上記の成果内容をプロダクト・イノベーションの目的としなかったと回答した企業の割合も多く、プロダクト・イノベーション実現によって目標通りあるいは目標を上回る達成度を有した企業の割合は、プロダクト・イノベーション実現企業の半数に満たない。このことから、少なくとも調査参照期間内においては、実現したプロダクト・イノベーションが必ずしも期待通りの成果を生み出していない可能性がある。