



MIRAISERVICE®

Future Service Laboratory

この資料には、ユニアデックス株式会社が保有する秘密情報が含まれています。利用、保管等の取り扱いにあたっては、十分にご注意願います。また、この資料に含まれる情報は、ユニアデックス株式会社の資産であり、他の目的に利用することはできません。

# イノベーション創出を促す組織、取組とは？

－ イノベーションに取り組む企業200社へのアンケート結果より －

【抜粋】

ユニアデックス株式会社  
未来サービス研究所

 UNIDEX

UNIADEX = Digital Excellent Service Company

2022年3月



# 調査背景・目的

- 近年、GAFAMをはじめとした海外企業のイノベティブな取組による著しい台頭がみられる。一方、日本企業はイノベーション創出において顕著な事例は少なく、日本産業界の国際的競争力の低下が懸念されている。
- ユニアドックス株式会社 未来サービス研究所では、イノベーションが起こりやすい組織のあり方について調査研究を行っているほか、ビジネスアイデア創出につながるワークショップや研修を展開している。異なる組織、バックグラウンドを持つ参加者と協調的アクションを通じて相互理解と信頼関係を構築し、参加者企業や当社のイノベーション創出のきっかけ作りにつなげている。
- 本調査では、「イノベーション創出のための組織構築が円滑な企業/円滑でない企業」のイノベーション担当者各100名（計200名）にアンケートを行い、日本企業のイノベーションの取組や課題の実態把握を行い、企業がイノベーション創出を行うために必要な組織体制や取組についての考察を行った。

# 調査概要

## 調査方法

Webアンケート

## 実施時期

2021年12月

## 調査対象

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で

Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名

Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

※従業員数50名以上の会社に勤める25～75歳の方を対象にアンケート調査を実施

## 本調査における定義

イノベーション：自社の既存ビジネスの延長線ではない新しい方向性の新規ビジネス創出

オープンイノベーション：自社外の資源や知識を活用したイノベーション

# 調査概要

## 設問数

21問

## 主な設問内容

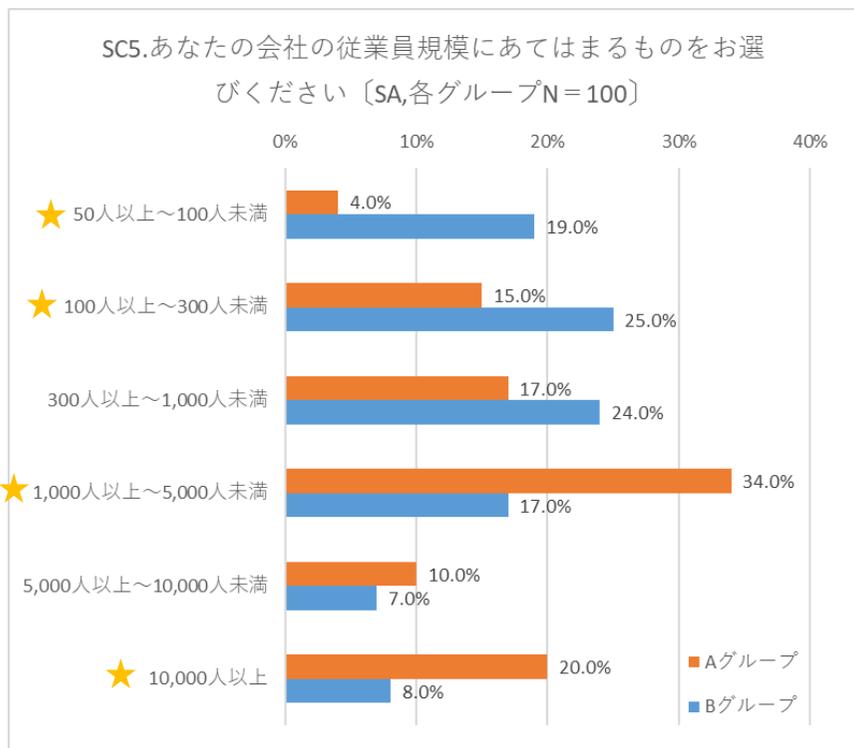
- ・ 回答者属性（性別、都道府県、年齢、企業など）
- ・ 企業概要（従業員数、業種、イノベーション担当部門など）
- ・ イノベーションに取り組む目的
- ・ オープンイノベーションの取組有無
- ・ イノベーション、オープンイノベーションの取組の順調度合い
- ・ イノベーションを創出しやすい組織体制、組織風土（人材、配置、マネジメント、評価など）
- ・ イノベーション人材に必要な能力、能力向上のための取組
- ・ アイデア創出のための取組、強化点、要諦
- ・ 外部との接点強化のための取組、強化点
- ・ イノベーション創出の要諦、課題 など

# 調査結果抜粋

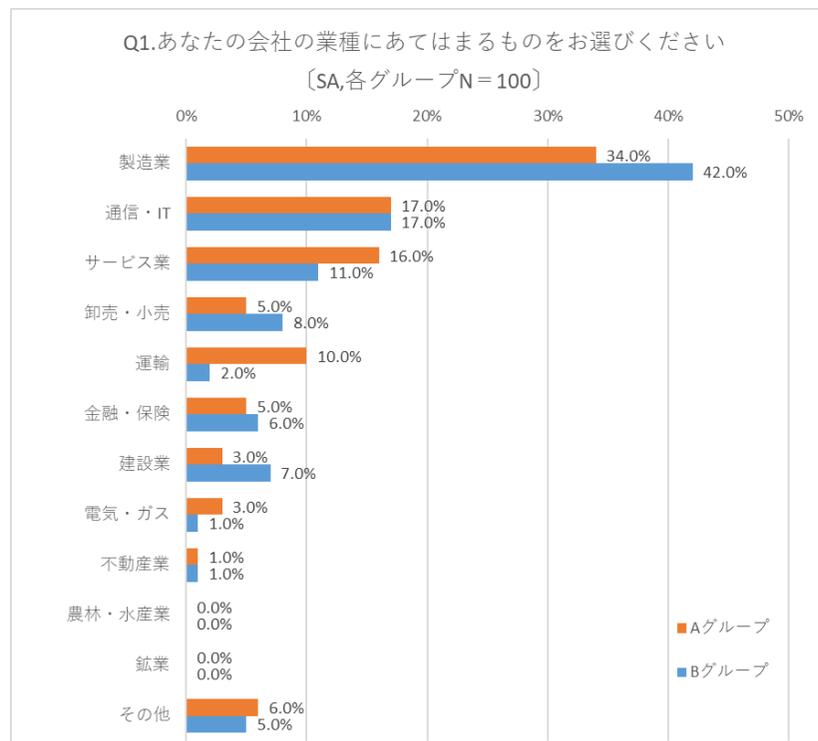
# イノベーションに取り組む 企業の特徴

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

- ◆ 従業員規模：Aグループのほうが従業員規模が多い傾向がみられる。
- ◆ 業種：両グループとも製造業が最も多く、次いで通信・IT。

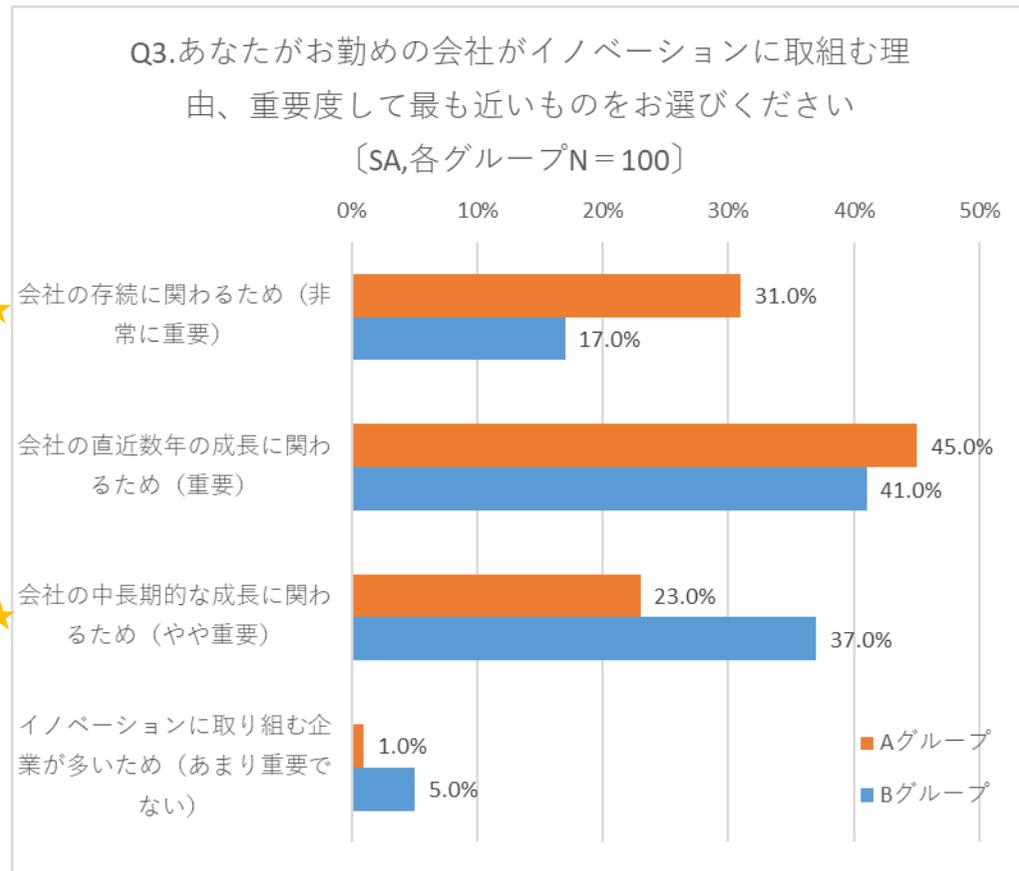


★：AグループとBグループの差が10%以上の項目



# イノベーションに取り組む目的

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名



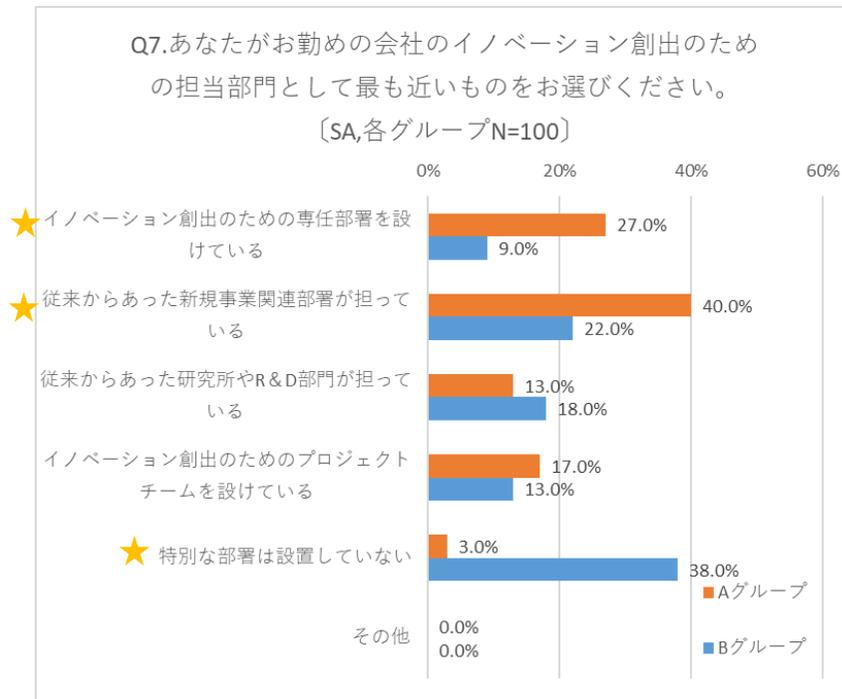
- ◆ Aグループのほうがイノベーションを重要と捉えている傾向が強く、会社の現状への危機感がイノベーションへの取組を促しているとは推察される。
- ◆ 一方で「会社の中長期的な成長に関わるため（やや重要）」もAグループ23%、Bグループ37%と、**直近で強い危機感がない場合でも中長期的な成長のためにイノベーションに取り組む企業も一定割合存在することがわかる。**

★ : AグループとBグループの差が10%以上の項目

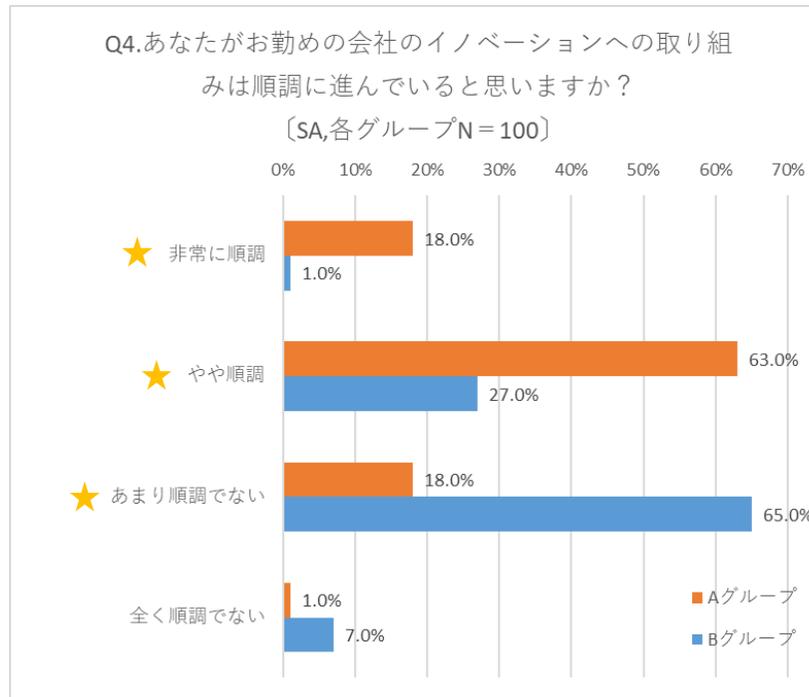
# 担当部門/取組の順調度合い

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

- ◆ 担当部門は、Aグループでは新規事業開発部門が最も多く、次いで専任部署を設けている企業が多い。Bグループでは特別な部署を設置していない企業が最も多い。
- ◆ Aグループのほうが取組が順調に進んでいる傾向がみられる。
- ◆ **イノベーション創出を順調に進めるためには、担当部署を設けるなどの組織構築を行うことが重要なことがわかる。**



★：AグループとBグループの差が10%以上の項目  
 ©2022 UNIADEX, Ltd. All rights reserved.



# イノベーションの方向性 ～トップダウンvsボトムアップ～

イノベーション創出に関する業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

- ◆ 経営層に対し、方向性を示すことや思考の変革、現場への理解を求める意見が多い。
- ◆ 変革のためには若手社員の自主性の尊重やリーダーへの権限委譲が必要であるという意見もみられる。

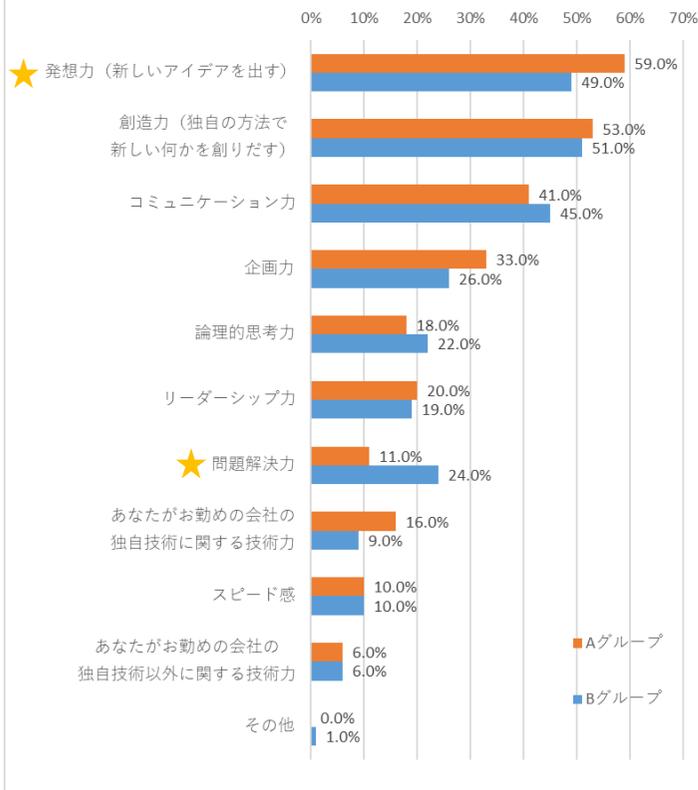
「Q21. あなたがイノベーションに関わる中で感じる課題感、強化したいこと、会社に期待したいことを300字以内で自由にご記入ください。（FA）」よりイノベーションの方向性やトップマネジメントに関する回答を抜粋

	Aグループ	Bグループ
経営層が方向性を示す	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会社が変わろうとしているなら、それをトップダウンで示し、実際に各部署で落とし込み実施をしていく必要がある。</li> <li>• イノベーションを推進するように言われているが具体的な指示がなくて曖昧な状態で進めているので、経営層にある程度方向性を示して欲しい。</li> <li>• 社員自身の思考の改革が必要。まして経営者自身の思考の変革は絶対に必要。</li> <li>• 経営幹部が方針を指し示す必要があるが、あまりトップダウン的なものがない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• トップマネジメントの意思が明確でないのが問題</li> <li>• 社長・経営陣が戦略性・先見性が無く、中長期的な事業計画も立てられないので、今後の成長は非常に困難である。</li> <li>• やはり会社がどうしたいか明確にしてほしい</li> <li>• トップのやる気が全てだと思います</li> <li>• 個人では何から始めたらいいかわからないので、会社の方針に従う</li> <li>• 具体的な方向性も示されない、ゴールも動かされるような仕事は非常に難しい。</li> <li>• 目的や取り組み方法が具体化されていない為、机上の空論になっているので実現に向けた進捗を感じられない。</li> </ul>
経営層と現場の関係性や経営層の変革	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会社が大きく舵を切り出しており、今は社長の独断先行、外部の人を引っ張って来ているが元の社員との関係がうまくいかず現場はギクシャクしている。</li> <li>• 社員自身の思考の改革が必要。まして経営者自身の思考の変革は絶対に必要。</li> <li>• リーダーへの権限</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 経営幹部の理解不足</li> <li>• 社内では上層部の考えが凝り固まっており、現代の労働環境とは大きくかけ離れており成長が見込めない</li> <li>• 投資に関する理解がオーナーにどの様に理解させるか、本質を理解させるかが大事</li> <li>• 既存の仕事に追われすぎており、新しいことを考える機会、時間が持てていない。マネジメントも今の業績を上げることで余裕がなく、新しいアイデア、テクノロジーを取り入れることをこの次としている。</li> </ul>
ボトムアップの取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社員の意見がまとまっておらず、方向性を決めるためのミーティングを定期的に行うこと。</li> <li>• 昔ながらの考えかたしか社内ですべて出来ていないので、若手社員達の新しい考えと方向性をもっと受け入れていかなければ今後いけないと思います。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社員に権限や裁量を認める気風が全くなく、新しいアイデアや取り組みを認めて進める事ができるような仕組みもない。現業の上申に対しても細かい指摘がやたら多く、関連する事項も色々説明を求められてなかなか承認されない。このため嫌気がさして社員からイノベーションに取り組もうという気配が無い。もう少し社員の自主性を認めるようにしていかないと先行きが不安になる。</li> </ul>

# イノベーション人材の育成、期待する能力

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

Q10.あなたがお勤めの会社がイノベーションを任せる人材に必要な能力として重要なものをお選びください  
 [MA3つまで,各グループN=100]



- ◆ 両グループとも「発想力」「創造力」「コミュニケーション力」「企画力」を重視。特にAグループは発想力を最も重視しており、Bグループとの差が大きい。
- ◆ 能力向上のための取組として、ブレスト実施や社内外の多様な人材との交流、アイデアを出し合う場の設置などが行われている。

「Q11.前問で選択した能力を向上させるために行っている取組 (FA)」より主要な回答を抜粋

発想力	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブレスト実施</li> <li>社外研修への参加 (他業種研修に参加など)</li> <li>社内外でのコミュニケーションの活性化 (社外コミュニティやコミュニティへの参加、様々な立場の人とのディスカッションなど)</li> <li>アイデアを出し合う場の設置 (社内公募制度、アイデアを出す会議、アイデア商品の披露、など)</li> <li>新しい体験</li> </ul>
創造力	<ul style="list-style-type: none"> <li>社内外研修</li> <li>ブレスト実施</li> <li>異業種交流</li> <li>各担当者に任せる、自由な取組を促す</li> </ul>
コミュニケーション力	<ul style="list-style-type: none"> <li>社内外の交流の機会の提供 (ミーティング、グループワーク、他部署交流、外国や様々な年代の人との交流、飲み会、など)</li> <li>社内チャット</li> <li>座席配置を工夫</li> <li>発言を否定する発言の禁止</li> <li>5人以上の会議の司会をさせる</li> </ul>
企画力	<ul style="list-style-type: none"> <li>自由時間の確保</li> <li>企画コンペなど企画を出す場の設置</li> <li>アイデアを出し合う場の設置</li> <li>企画委員会</li> <li>若手の意見の尊重</li> </ul>

★ : AグループとBグループの差が10%以上の項目

# イノベーション人材の育成、期待する能力

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

- ◆ 創造力、発想力の強化やDX人材の育成が求められている。
- ◆ 新人教育を重視する声や35歳以上の意識づけが課題とする声、能力の均一化を必要とする声が聞かれており、どのような層の教育を重視するかは企業によって異なる。

「Q21. あなたがイノベーションに関わる中で感じる課題感、強化したいこと、会社に期待したいことを300字以内で自由にご記入ください。（FA）」より人材育成、期待する能力に関する回答を抜粋

	Aグループ	Bグループ
強化したい能力	<ul style="list-style-type: none"> <li>想像力を養う</li> <li>自由な発想</li> <li>社員の主体者意識の醸成</li> <li>社員の教育をしっかりと実施する</li> <li>DX人材の育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新サービスにつながる発想力が欲しい</li> <li>新たな事業展開のために知識や経験を身に付けようとする意欲ある人材を育てたい。</li> <li>発想力や創造力を身に付けたい</li> </ul>
教育対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>社員の能力差が大きいのので、能力の均一化の機会を催促してほしい</li> <li>新人教育のあり方</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若い世代はすでに時代が変わっていくことを気づいているため35歳以上の意識付けが課題となって浮き彫りになってきた</li> </ul>

# イノベーション創出を促す 組織風土、取組への評価

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

- ◆ イノベーションは従来とは異なる新しい取組であるため、短期的に成果が出づらい、そもそも取り組んでいることが良い方向に向かっているのか判断しづらい、といった難しさがある。
- ◆ そのような中で、失敗を恐れず既存事業とは異なる新しい取組を行いやすいできる組織風土、改革意識を醸成し、自由なアイデア創出を促進することが求められている。
- ◆ 短期的な評価や数値での評価、既存事業と同じような評価方法はイノベーションを阻害するという意見が多い。既存事業とは異なる中長期的な視点での評価方法が求められている。

「Q21. あなたがイノベーションに関わる中で感じる課題感、強化したいこと、会社に期待したいことを300字以内で自由にご記入ください。（FA）」より組織風土に関する回答を抜粋

	Aグループ	Bグループ
失敗を許す風土	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新たな取り組みを積極的に行い失敗を責めない</li> <li>• 失敗を許す雰囲気をもっと出すようにしたい。成功のための失敗だといえるような雰囲気にした</li> <li>• 失敗が許される環境を作りチャレンジが出来るようにする</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 失敗を恐れずに取り組める環境づくりとサポート体制の充実</li> <li>• 失敗を恐れて無難なアイデアしか出てこないことが課題です</li> </ul>
改革意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 実現できるかどうかをまず求めない社風</li> <li>• 社内において従来の発想思想を尊重する風潮がやたらと強く、新しいことに取り組もうとすると何かと待ったがかかりやすい。</li> <li>• 勤務時間中しか考えようとしぬ社員がほとんど、勤務時間外での行動や考えることをサービス残業だと思込んでいる社風を変える必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社風がイノベーションに積極的に取り組むという感じではないので意識改革が必要と思う。</li> <li>• めるま湯的な風土を改める</li> <li>• 既存意識が強い風土を何とかしない限り、改革は望めない。</li> <li>• 会社として取り組む空気はあるものの保守的なためまいちスピード感がなく進まない</li> <li>• 昭和的な感覚からの変換と行動が必要。</li> <li>• イノベーションを受け入れる環境を醸成する仕組みが欲しい</li> </ul>
自由な発想や発言の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 自由な発想で業務に取り組むことができる職場環境をつくるのが課題であると感じている。</li> <li>• 新しいアイデアはなかなか社内で受け入れられない土壌がある点</li> <li>• どんな事も忌憚なく発言できる雰囲気作り</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社員のアイデアが出にくい環境にある。意見を言いやすい環境が必要です。</li> <li>• 会議などでも、常に上からは、何でも良いから自由に発言しなさい、と言われても、結果そのように発言すると危険分子のように以後扱われたり、良いアイデアであってもなかなか取り上げて貰えないことなどから、社員が萎縮してしまっているので、そこはなんとか改善しなければならない。</li> <li>• 新しいことをだんだんと作っていくことを積極的におこなうこと</li> <li>• さまざまな意見を全てプラスから検討する。</li> </ul>

# イノベーション創出を促す 組織風土、取組への評価

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

「Q21. あなたがイノベーションに関わる中で感じる課題感、強化したいこと、会社に期待したいことを300字以内で自由にご記入ください。（FA）」より評価に関する回答を抜粋

	Aグループ	Bグループ
長期的な評価、 取組の必要性	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業における短期主義</li> <li>成果が見えにくい</li> <li>進捗が遅い</li> <li>一定程度失敗が許される環境にはあるが、数年単位で目次事業規模が数十億になるとそうも行かないが、そこは経営に対するこまめな報告を行いながら承認を得ているので最後までやらせてもらいたい。</li> <li>短期間で結果を求めず、新しい発想で自由に使える時間を半強制的に作るような働き方をしてみたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期的な評価に左右されない人事制度</li> <li>新規事業創出に対する土壌・評価が十分育っておらず、プロセスでは無く短期的な結果のみに拘るため、社員自ら新規事業を立ち上げることにに対して拒否感がある。</li> </ul>
評価方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>社員のやる気を醸成するインセンティブの設定</li> <li>ハラスメントという言葉が横行しているせいで、使えないぶら下がりや甘やかす上司がいる中で、如何にして目標達成に貪欲なチームを作り上げるかが至上命題。無能な働き者は即クビにする組織を作る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>数値目標を兼任するとイノベーションは忘れがち</li> <li>今のところはわかりませんが、年齢関係なく昇進可能</li> <li>利益等の結果優先の気質が強く、また評価も数値を重要視するため、新規事業に手を出すのは評価上のリスクが高い。完全に別の評価軸を作って運用しないと、発案者や推進者が出てこなくなる</li> <li>イノベーション、新規事業等の事業性評価方法の改革・既存事業重視の事業性評価体制の改革</li> </ul>

# 自由なアイデア創出を促進する取組

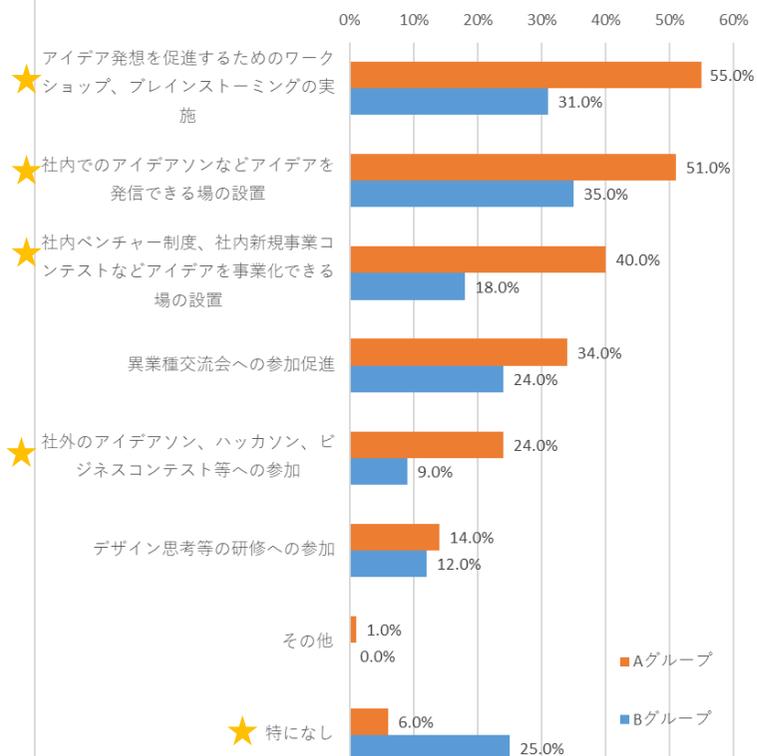
イノベーション創出に関わる業務に携わる方で

◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名

◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

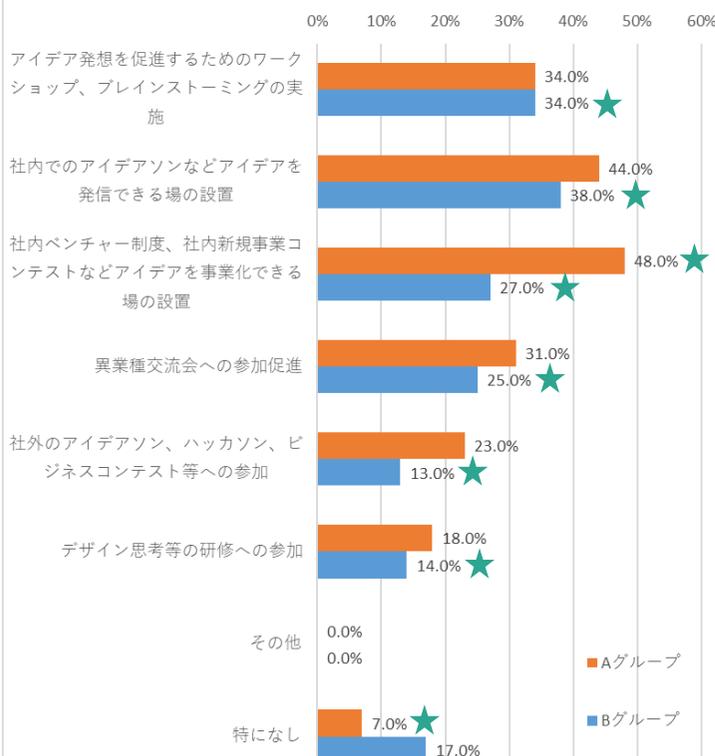
Q12.あなたが勤める会社が自由なアイデアを創出するために取り組んでいることをお選びください

[MA,各グループN=100]



Q13.あなたが勤める会社が自由なアイデアを創出するために取組を強化したいことをお選びください

[MA,各グループN=100]



Q12 :

- ◆ 全ての項目においてAグループの回答率が高く、Aグループが様々な取組を進めていることがわかる。
- ◆ 「アイデア発想を促進するためのワークショップ、ブレインストーミングの実施」、「社内でのアイデアソンなどアイデアを発信できる場の設置」に取り組んでいる企業が多い。

Q13

- ◆ AグループはQ12と比べ「社内ベンチャー制度、社内新規事業コンテストなどアイデアを事業化できる場の設置」の回答が多く、アイデア創出はある程度進んでおり、今後はそれを事業化できる仕組みを強化していく段階であることが窺える。
- ◆ Bグループは全項目でQ12よりも回答が多く、全体的に取組を強化していきたいと考えていることがわかる。

★ : AグループとBグループの差が10%以上の項目

★ : Q12よりもQ13の回答が多い項目

※「取組を強化したいこと」は、現在行っていないが今後行いたいこと、現在行っておりさらに強化したいこと、の両方を含む。

# 自由なアイデア創出を促進する取組

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

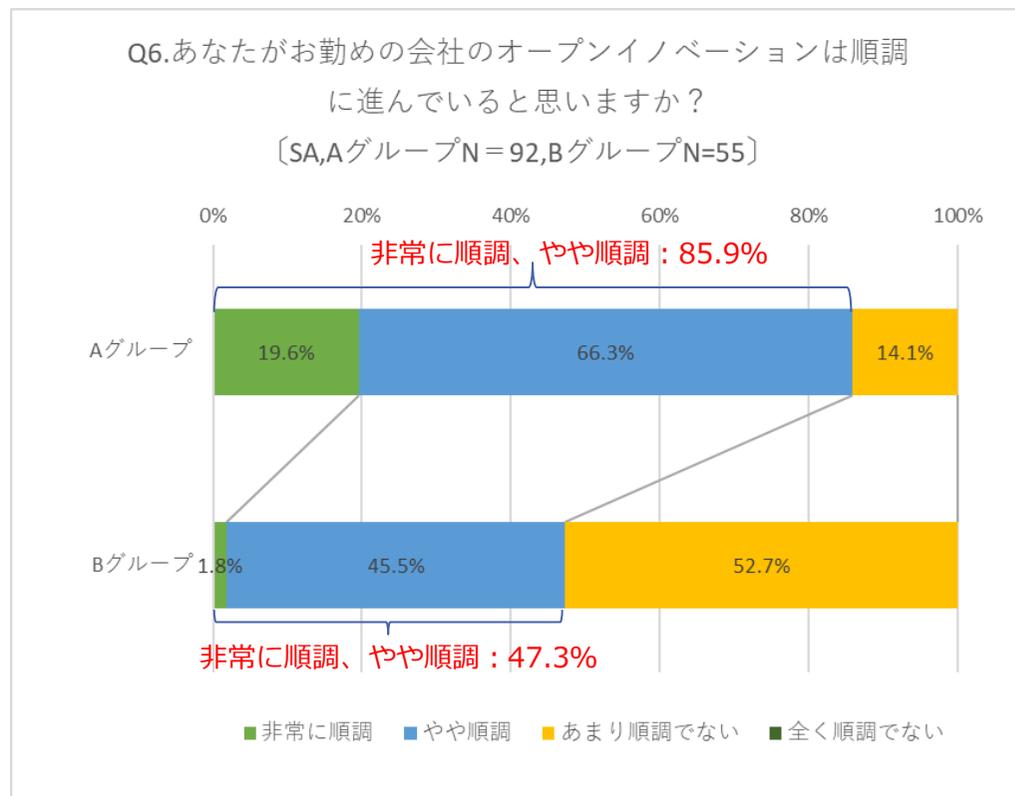
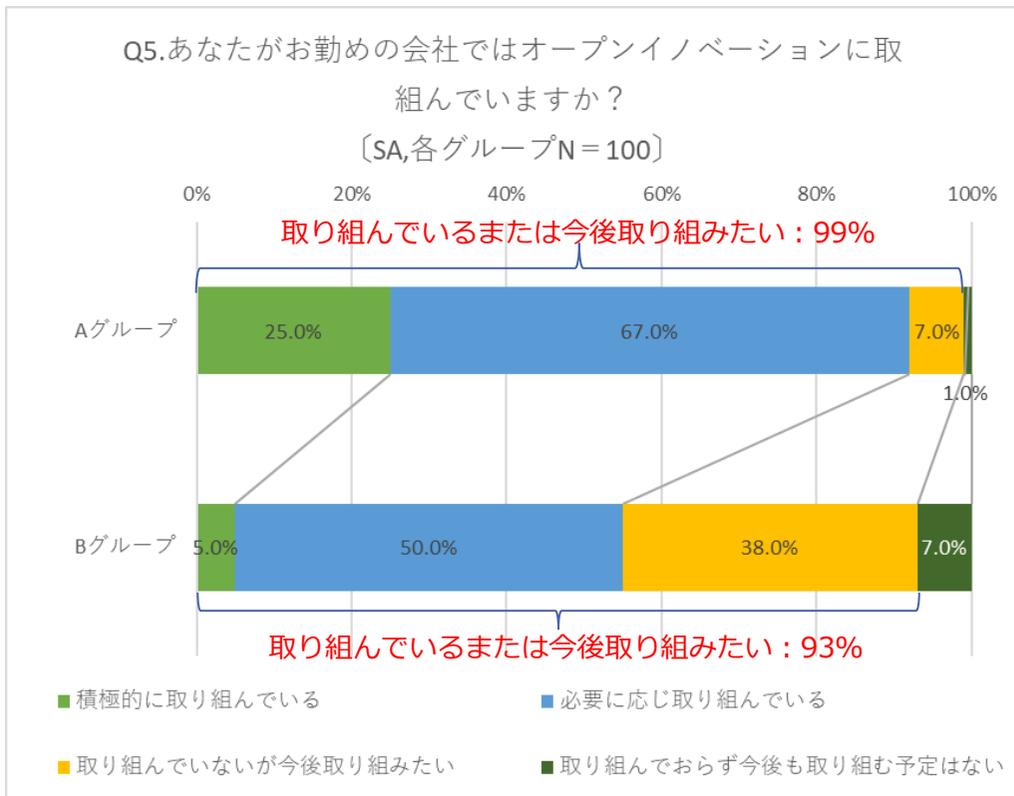
「Q21. あなたがイノベーションに関わる中で感じる課題感、強化したいこと、会社に期待したいことを300字以内で自由にご記入ください。（FA）」よりアイデア創出に関する回答を抜粋【アイデア創出やアイデアの具体化を促す取組】

	Aグループ	Bグループ
アイデアを発信する場や仕組みの設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• どんな些細なことでも形に残す</li> <li>• 皆で様々なアイデアを出し合う機会の頻度をなるべく多くしたい。</li> <li>• 社員から積極的に意見を取り入れたい</li> <li>• どんなアイデアでもいいが、積極的に発信</li> <li>• 新規事業の積極的提案を募りたい</li> <li>• 各自の発想の転換を期待して、面白いアイデアを持ち寄り取り組みを検討する</li> <li>• 業界でアイデアを共有できる機会があればいい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• アイデアを出すことを奨励する仕組み作り</li> <li>• 個人発想案を自由に閲覧する機能追加、それをもとに再発想を可とする制度</li> <li>• 抽象的な議論を大切に、面白そうな話題について議論を続けてみる。</li> </ul>
創出されたアイデアを具体化する場や仕組みの設置	<ul style="list-style-type: none"> <li>• アイデア等を具体化するフローがない</li> <li>• アイデア段階、企画段階、事業化段階それぞれでの人材集結できる仕組み</li> <li>• 社内のコンテストで入賞した場合、会社がその事業にお金を付ける機会、並びに、起案者がその事業を一定期間専任でやり切り、失敗しても元に戻る体制、成功したら独立して会社がそれを支援する仕組みを作ってくれたら良いと思う。</li> <li>• 自由なアイデアを具現化する最適な方法を知りたい。</li> <li>• 今までに無い視点から開発と開拓し必ず完成形を発表すること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 新しいアイデアを出してもしばらくすると忘れる傾向がある</li> <li>• 何を行えばよいかわからない。良いアイデアでもしっかりと彫り込めていない</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>• イノベーションを生み出すために既存製品にどのような課題があるか気づくことが大切である。そのためにどのような課題があるか、気付ける場を設けると良いと思う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社内の中でなかなか、よいアイデア浮かばず、みんなが積極的な意見がだせない状況にある</li> <li>• アイデアを出す人員が決まっており、リソースを生かせていない</li> <li>• 皆が自由に発言できるような環境が整えられていること</li> </ul>

# オープンイノベーションへの取組

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

- ◆ Aグループ99%、Bグループ93%がオープンイノベーションに取り組んでいるか今後取り組みたいと回答しており、**イノベーションに取り組む多くの企業がオープンイノベーションをイノベーション創出の有効な手法と認識**していることが窺える。
- ◆ Aグループのほうがオープンイノベーションへの取組を行っている割合が高く、取組が順調に進んでいる割合も高い。
- ◆ Aグループは85.9%が「非常に順調」「やや順調」と回答しているがBグループでは47.3%に留まっている。



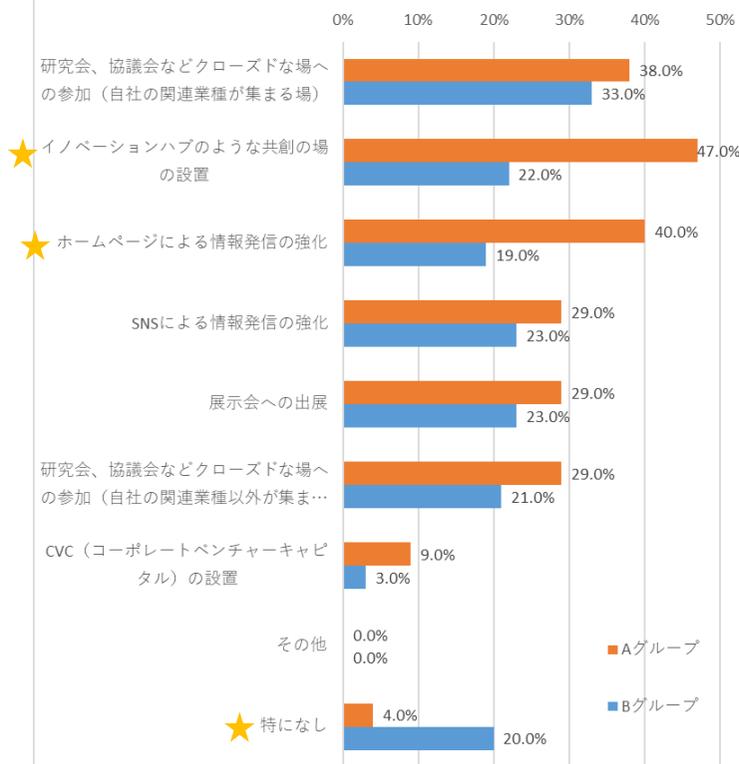
# オープンイノベーションへの取組

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で

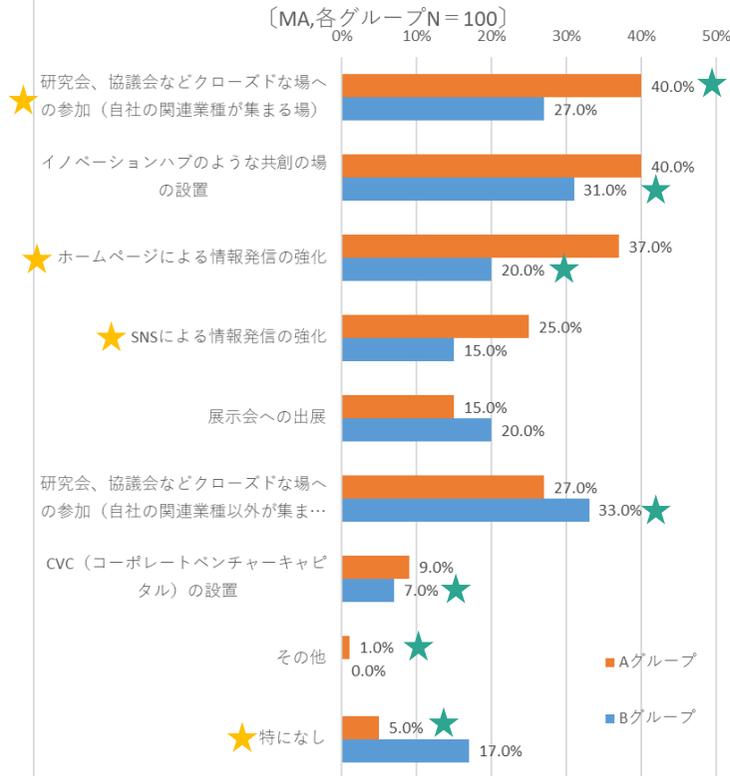
◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名

◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

Q15.あなたが勤めの会社がイノベーション創出を目的とした外部との接点強化のために取り組んでいること  
をお選びください〔MA,各グループN=100〕



Q16.あなたが勤めの会社がイノベーション創出を目的とした外部との接点強化のためにさらに取組を強化  
したいことをお選びください  
〔MA,各グループN=100〕



◆ Q15の全ての項目においてAグループの回答率が高く、Aグループが様々な取組を進めていることがわかる。

◆ AグループはQ15、16ともに、「共創の場の設置」「関連業種が集まるクローズドな場への参加」「HPによる情報発信」の回答が多い。

◆ BグループはQ15では「関連業種が集まるクローズドな場への参加」「SNSによる情報発信」「展示会への出展」の回答が多く、Q16では「関連業種以外が集まるクローズドな場への参加」「共創の場の設置」「関連業種が集まるクローズドな場への参加」の回答が多い。

★ : AグループとBグループの差が10%以上の項目

★ : Q15よりもQ16の回答が多い項目

※「取組を強化したいこと」は、現在行っていないが今後行いたいこと、現在行っておりさらに強化したいこと、の両方を含む。

# オープンイノベーションへの取組

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

- ◆ 外部との連携強化の必要性に関する意見が多く挙がる一方、パートナーを探す方法や共通言語の確認が必要など外部との連携を進めるに当たっての課題に関する意見もみられた。

「Q21. あなたがイノベーションに関わる中で感じる課題感、強化したいこと、会社に期待したいことを300字以内で自由にご記入ください。（FA）」よりオープンイノベーションに関する回答を抜粋

	Aグループ	Bグループ
外部との連携強化の必要性	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 業界でアイデアを共有できる機会があればいい</li> <li>• 外部との連携を強くしたい</li> <li>• 外部企業とのコミュニケーションの機会をもっと増やしたい</li> <li>• 他業種の会社との交流を増やし、一緒に協力してできることがないかを考えて連携していくこと。</li> <li>• 自前主義に陥っている研究開発投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 外部との連携の強化</li> <li>• 扱う商品のバリエーションが少ないため、異種商品の開発を手がけることで、自社商品への応用を促せないか、と考えており、そういう開発の機会と発表会をしていく。</li> </ul>
外部との連携の課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 最適なパートナーをどのように見つけるかとの眼力を得られるような研修</li> <li>• 他業種の方との交流において共通言語の確認が必要となるなど共同研究から開始するにも壁を感じてしまうことがある。</li> <li>• パートナーの見つけかたがいまいちわからない。</li> </ul>	

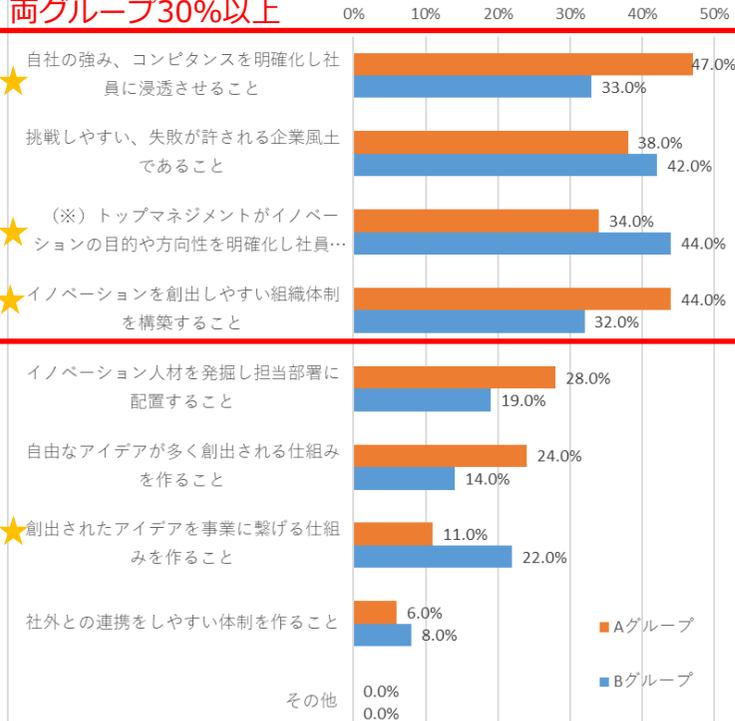
# イノベーション創出の要諦、課題

イノベーション創出に関わる業務に携わる方で  
 ◆ Aグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいる方 100名  
 ◆ Bグループ：イノベーション創出のための組織構築が円滑に進んでいない方 100名

Q18.企業がイノベーションを創出するために最も重要なことは何だと考えますか？3つまでお選びください。

〔MA3つまで、各グループN=100〕

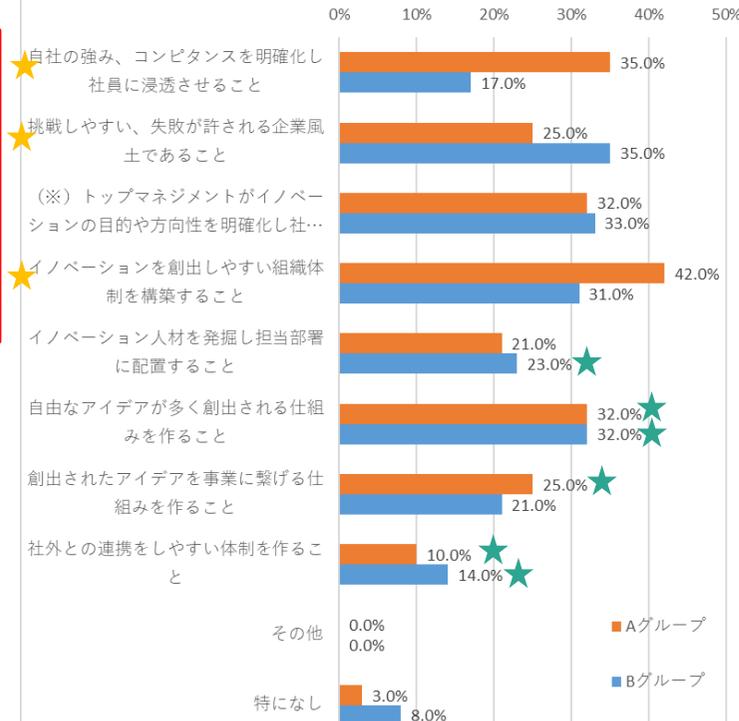
両グループ30%以上



★ : AグループとBグループの差が10%以上の項目

Q20.あなたがお勤めの企業のイノベーションの課題、強化したいことをお選びください。

〔MA、各グループN=100〕



★ : Q18よりもQ20の回答が多い項目

Q18

- ◆ 上位4項目は両グループが30%以上回答しており、イノベーション創出において特に重要な取組であるといえる。
- ◆ Aグループは強みの明確化や組織体制構築をBグループよりも重視している。
- ◆ Bグループはトップマネジメントが方向性を示すことやアイデアを事業に繋げる仕組みを作ることAグループよりも重視している。

Q20

- ◆ Q18の上位4項目はいずれもQ18よりもQ20の回答が少なく、重要ではあるが、既に達成できている企業が多いことが窺える。
- ◆ Q18よりもQ20のほうが回答が多いのは、イノベーション人材の発掘やアイデア創出、アイデアの事業化、社外連携体制に関する項目で、イノベーション創出にあたり具体的な取組を強化したいと考えていることが窺える。



<https://www.uniadex.co.jp/approach/mirai/>  
本調査結果を引用いただく際は出所の明記をお願いいたします。