

**日本生産性本部、「イノベーションを起こすための工夫」に関する大企業アンケート調査を実施
大企業の2割が新たなイノベーション拠点「出島」を設置
～人材・予算・働き方に裁量を持つ独立組織で、破壊的イノベーションをめざす～**

調査研究や提言、実践活動により生産性向上をめざす(公財)日本生産性本部(東京都千代田区、会長:茂木友三郎)は、大企業^(注1)5,085社を対象に、「イノベーションを起こすための工夫に関するアンケート調査」を実施、238社の回答を取りまとめ、12月11日、報告書を公表しました。

本アンケート調査は、日本企業、特に大企業においてイノベーションが起こりにくいとの問題意識の下、その阻害要因を明らかにし、今後の解決策や提言の検討につなげることを目的に実施したものです。

当本部では、生産性向上と日本経済の持続的成長のためにはイノベーション力の強化が不可欠との観点から、イノベーション促進の環境整備について大企業/ベンチャー企業の両面から検討する「イノベーション会議」(座長:大田弘子 副会長/政策研究大学院大学 教授)を来春にも立ち上げる予定です。本アンケートはその予備調査となるもので、引き続き今回の調査結果の検証や有識者へのヒアリングを行い、イノベーションを起こしやすい組織体制(経営戦略、研究開発体制、人材育成等)や環境整備のあり方などについて検討し、同会議において提言を取りまとめる予定です。

本アンケート調査結果によると、これまでの延長線上にないまったく新たな次元の商品・サービスを生み出すことを目的とする「企業のイノベーションの拠点＝出島」^(注2)づくりが、ここ3年程度で急速に進み、大企業の2割(22.7%)が設置しています(図1)。その背景として、7割近い(66.0%)大企業が、「日本企業は“破壊的イノベーション”^(注3)を起こしにくい」と回答しています(図4)。その中で、イノベーションの環境づくりとして、「特別な才能を持った人の中途採用」が60.5%で最多だったほか、「大学や研究機関との連携やオープンイノベーション」(52.5%)、「他企業との連携やオープンイノベーション」(51.7%)等の施策を挙げています(図6)。また、イノベーションを起こすことが期待できる人材の社外からの獲得手段として、「ベンチャー等の他企業との兼務」(33.6%)、「M&A」(31.1%)、「大学や研究機関との兼務」(20.6%)などの効果が高いと認識しているものの、実施率は低い状況にあります(図16)。

本アンケート調査結果について、大田弘子 副会長は「大企業はイノベーションの必要性を実感し、取り組みを始めている。しかし、課題は調査結果が示すように、効果が高いと考える施策と実際の取り組みとのギャップが問題。会議では、これをブレイクスルーできるような提言をまとめた」と述べています。また、2012年12月頃から「出島」構想を提起し、米国シリコンバレーで日本企業のイノベーション促進を人材育成等の面からサポートしている伊佐山元 WiL 共同創業者 CEO は、「ある程度試行錯誤が許容される出島での失敗はイノベーションの起点となる有用な経験。画期的イノベーションを起こせる人材の育成と同時に、受け入れ側の管理職以上の意識改革も必要」と語っています。

アンケート調査結果の報告書については、別添本文をご参照ください。

(注1) 調査対象:上場企業および資本金3億円以上の非上場企業 5,085社(有効回答社数:238社)

(注2) 出島:企業が、異次元のテーマに取り組み「破壊的イノベーション」を起こすため、試行錯誤を許容する環境として、通常のビジネスとは独立した形で運営されるイノベーション拠点

(注3) 破壊的イノベーション:クレイトン・M・クリステンセン 米ハーバード・ビジネス・スクール教授が1997年に『The Innovator's Dilemma』で提唱した概念。確立された技術やビジネスモデルによって形成された既存市場の秩序を乱し、業界構造を劇的に変化させてしまうイノベーションのこと。メインの性能では従来の製品・サービスに劣るものの、新しい価値を創造できる製品・サービスを提供することで、イノベーションを起こすことができる。一方、「持続的イノベーション」とは、市場のリーダー的地位にいる企業が、顧客の要望に応えて製品・サービスの改良を継続していくモデル。

【本件に関するお問合せ先】 公益財団法人 日本生産性本部

《内容に関して》イノベーション会議事務局

担当:内山

TEL.03-3511-4016

《取材等お申込み》統括本部(広報担当)

担当:渡邊(裕)、加藤(玲) TEL.03-5511-2030