



プレスリリース

2013年3月5日

GE グローバル・イノベーション・バロメーター発表 ～ 2013年 イノベーションに関する世界の経営層の意識調査 ～

「イノベーションを牽引する国」、世界の経営層による評価で日本は世界第4位

日本の結果概要

- イノベーションは戦略的優先課題、パートナーシップによってさらに加速
- 既存技術の改善から、新製品・サービスや新規ビジネスモデルの開発へ
- 「イノベーション環境の整備」で日本は世界3位と評価されるも、自己評価との間に大きな乖離
- 投資環境、補助制度、大学教育などに課題

GEはこの度「GE グローバル・イノベーション・バロメーター」を実施し、その結果を発表しました。イノベーションをテーマに世界規模で行う、他に類を見ないこの意識調査は、世界の経営層がイノベーションをどのように捉え、その意識がどのように経営戦略に影響を与えているかを明らかにすることを目的としています。今回で3回目となるこの調査は、イノベーションを加速・抑制させる要因や、イノベーションによって成長を促進する環境条件について掘り下げています。

世界全体の傾向としては、経営層はイノベーションが加速し競争が激化することに対して懸念を持ちながらも、イノベーションを経営の優先課題と認識しており、相反する価値観の中で揺れ動く経営層の思いが浮き彫りとなりました。また、既存技術の改善よりも新しいビジネスモデルの開発を目指そうとする考えや、他社とのパートナーシップによってイノベーションを加速させようという意思が見られました。イノベーションを取り巻く枠組みに対する評価は、混迷した2012年の世界経済を反映して、全体的に下落する傾向となりました。

日本については、全体回答者による「イノベーションを最も牽引する国」で4位に、「イノベーション環境が整備されている国」で3位となった一方で、教育、投資、補助制度、知財保護など、自国のイノベーションの枠組みに関する総合的な自己評価は参加国中最も低く、世界からの高い評価と自己評価に大きな乖離が見られました。特に大学の教育カリキュラム、公的な補助制度の量と質、一般のイノベーションに対する理解に対し、大変厳しい評価結果が出ました。

日本の経営層にとって、依然としてイノベーションは戦略的優先課題と位置づけられており、世界のトレンド同様に、既存技術の改善から全く新しいビジネスモデルや製品開発へ方向転換しようとする動きがみられました。また他国よりも、より明確に顧客ニーズ、ローカルニーズにフォーカスし、市場の動向を読み取ろうとする姿勢がうかがえました。

日本 GE 株式会社代表取締役社長兼 CEO のマーク・ノーボンは次のように語っています。「イノベーションは GE にとって、まさに成長の源泉です。日本では特に、優れた技術力を持つ日本企業と共に、日本から世界に向けたイノベーションを発信、展開するパートナーシップに取り組んでいます。常時、技術やビジネス提案を受け付けており、GE の幅広い事業分野との協業について検討を続けています。」

#



《グローバル結果のハイライト》

1. イノベーションは依然として経営の戦略的優先課題である一方、イノベーションの加速による競争激化、製品サイクルの短縮に懸念

91%の回答者は、「自社にとってイノベーションは戦略的優先課題」としており、依然としてイノベーションへの期待は高い。特にベトナム（97%）、ナイジェリア・ポーランド・英国（96%）、韓国・ドイツ（95%）、中国・シンガポール・ブラジル（94%）が高スコアとなった。一方、全体の30%が、「イノベーションの進展によって競争激化や製品サイクルの短縮化を引き起こし、自国の経済に悪影響を及ぼす」と回答している。〈Q1、5-2〉

2. 既存技術・製品の改善から、これまでになく新製品・サービスや新規ビジネスモデルの開発へ

これまで既存技術・製品の改善が企業成長のドライバーであったが、競争に勝ち抜くためにはこれまでになく新製品やサービス、ビジネスモデルのイノベーションが強く望まれている。今後の会社経営に寄与するイノベーションとして、「新しいビジネスモデルの開発」を挙げる回答者が全体で52%あり、すでにそれに取組んでいるとする46%を6%上回った。「これまでになく新製品・サービスに取り組む」とする回答者は全体で66%、中国では81%となっている。ドイツは「既存技術・製品の改善」のウェイトが89%と高く、「新しいビジネスモデルの開発」は32%にとどまった。〈Q3、2〉

3. パートナーシップによる協力がイノベーション成功の鍵に

個社単独よりも、他社とのパートナーシップによってイノベーションを成功させることが新たな方策として認知されており、全体の87%の回答者によって支持された。パートナーシップの目的としては、新技術へのアクセス（79%）、新市場への参入（79%）などを挙げている。また68%の回答者がすでに他社との協業を行っているとし、特にドイツ、中国、ブラジル、スウェーデンでその経験の比率が高い。他社との協業に躊躇する理由には、「機密保持・知財保護が十分でない」（64%）、「パートナー企業への不信任」（47%）、「人材の引き抜き、技術盗難」（45%）などが挙げられた。〈Q11、15、16〉

4. 保護主義と開放主義のせめぎあい

「自国が今後イノベーションを促進するために注力すべきこと」について、「市場開放を進め革新的な技術を輸入する」とする71%の回答者と、「国内調達を推進して国内で技術開発を進める」とする71%の回答者のうち53%が重複しており、逆説的な立場を同時に支持する結果となった。〈Q9〉

5. イノベーションを促進する制度や枠組みへの評価が低下

知財保護、大学教育、補助制度などイノベーションを取り巻く枠組みに対し、経営層の評価は全般的に低下している。特に、イノベーションへの公的援助の質と量に対する不満足が顕著に表れた。イノベーション促進のために国が推し進めるべき取組みとして、「起業家精神を醸成する大学教育」（50%）、「公的援助の手続きでの官僚主義の排除」（48%）、「知財保護」（41%）などを回答者は要望している。〈Q6、9〉

6. より産業ニーズに即した教育カリキュラムの必要

人材はイノベーションの源泉と位置づけられ、優秀な人材の創造力や技術力がイノベーションを牽引すると見られている。「より産業ニーズに即した教育カリキュラム」（81%*）が強く望まれる一方で、65%*の回答者が「研究開発の分野で産学連携が取り易い」としており、特にドイツでは86%*と、産学連携の良好な実践が伺えた。また41%が「海外の優秀な人材を獲得することが困難になり、イノベーションの進展に悪影響がある」と答えた。〈Q9、6-4、5-4〉

* 10段階評価のうち上位4評価の合計



《日本の結果のハイライト》

1. イノベーションは戦略的優先課題であるが、世界との比較では温度差

日本の回答者の80%がイノベーションを戦略的優先課題と位置づけた。グローバル全体では91%であり、日本は各国との比較ではスウェーデンと並んで一番低い水準となっている。残りの20%は、「イノベーションは戦略的な優先課題ではない」としており（“どちらでもない”という選択肢の設定はない）、これはグローバルで一番高い結果となった。<Q1>

2. パートナーシップによるイノベーション促進を重視

「他社との協業による方が、単独よりもイノベーションを加速できる」と80%が認識しており、その目的は、「スケールの増大」（87%）、「市場参入への時間短縮」（80%）、「市場動向や情報獲得」（75%）などを挙げている。すでに他社との協業を行っている割合の61%と比較すると、今後の協業への意欲が読み取れる。一方他社との協業に躊躇する理由には、「協業のプロセスやツールの整備がない」（54%）、「機密保持・知財保護が十分でない」（51%）のほか、「閉鎖的な企業文化」（43%）、「協業をマネージする時間がない」（43%）など、社内のしくみや態勢の不備が課題となっている。<Q11、15、16>

3. 今後のイノベーションは、これまでになく新製品・サービスや、新規ビジネスモデルの開発へ

世界のトレンドと同様に日本の回答者は、既存製品・サービスの改善（70%、グローバル79%）に加え、今後のイノベーションは、これまでになく新製品・サービス（70%、グローバル66%）や、新ビジネスモデルの開発（58%、グローバル52%）が重要としている。また新しい顧客サービスの開発（58%、グローバル42%）にも期待が大きく、新規イノベーションへの意欲がうかがえる。特に「ローカル市場の特有なニーズに応える必要がある」とする意見がグローバルで昨年76%から8%増加しており、日本でも52%から83%に大きく進展した。<Q3、5-1>

4. 世界からの高い評価と自己評価は、大きく乖離

全世界の回答者による「イノベーションを最も牽引する国」ではアメリカ、ドイツが過去2回の調査同様1、2位となり、今回は中国が3位に浮上、日本は僅差で4位に後退した。「各国のイノベーション環境の整備」に対する評価では、1位ドイツ（85%）、2位アメリカ（84%）、3位日本（81%）となった一方、自国のイノベーション環境について、日本の回答者の評価は41%で全体評価の約半分しかなく、世界からの評価と自己評価に大きな乖離が見られた。<Q7、8>

5. よりビジネスのニーズに即し、イノベーションを推進する人材を育成する大学教育を要望

日本では、「大学では将来イノベーションを推進する人材を育成する教育がなされていない」（78%）、「大学のカリキュラムはよりビジネスニーズに即すべき」（60%*）など、現在の大学教育を問題視する声が多い。また、「大学教育で国際交流・協力を奨励している」と見る割合が日本は19%で、シンガポール88%、アメリカ74%、ドイツ82%、韓国54%など、他の先進国との比較でも低くとどまった。「若い世代のイノベーションへの熱意」は、各国ともに70~90%台であるのに対し、日本のみが24%と群を抜いて低い結果となった。<Q6-3、9、6-8、14-3>

* 10段階評価のうち上位4評価の合計

6. イノベーションへの投資環境、公的な補助制度に不満足

日本において「個人投資家は企業のイノベーションへの取り組みに投資意欲がある」とする意見は、グローバルでも最低レベルの24%。一方、「政府や公的機関はイノベーション支援に十分な予算配分」は25%の支持、「イノベーションへの政府援助の効果と実行」は10%の支持にとどまっている。<Q6-1、6-5、6-6>



7. 国内需要重視、社会のイノベーション受容、大企業志向

日本では「市場開放を進め貿易や投資を促進して革新的な技術を輸入する」6%に対比して「国内調達を推進して海外からよりも国内で技術開発を進める」33%と、国内需要を強く重視。「一般の人々はイノベーションが日々の暮らしに価値をもたらす」が31%、「リスクを取ってイノベーションを推し進めることを社会が受容する」が28%と、他国に比較して低位にある。また、「中小企業は大企業と同じようにイノベーションを生み出す」とする割合が日本では61%である一方、グローバルでは84%と高く、日本の大企業志向の傾向は前回の調査と同等であった。<Q9、6-9、6-10、5-3>

《GE グローバル・イノベーション・バロメーター》

調査方法

- GE が、リサーチ・コンサルティング会社の StrategyOne に調査を委託
- 2012 年 10 月 22 日から 12 月 5 日までの期間に実施
- 電話によるインタビューで、平均的なインタビュー時間は 38 分

調査サンプル

- 25 市場、3,100 名のシニアエグゼクティブが回答
- 回答者は全員イノベーション戦略に直接関与する立場の経営陣
- 28%が担当職務の「最高責任者」クラス
- 回答者の性別は男性 80%、女性 20%
- 回答者の平均年齢は 43 歳
- 回答者が所属する企業の平均社員数は 1,200 名

市場

() これまで調査対象となった回数

南北アメリカ

アメリカ (3)
ブラジル (3)
カナダ (2)
メキシコ (2)

アジア太平洋

中国 (3)
インド (3)
シンガポール (2)
オーストラリア (3)
韓国 (3)
日本 (3)
マレーシア (1)
ベトナム (1)

欧州

ドイツ (3)
スウェーデン (3)
イギリス (2)
ポーランド (2)
ロシア (2)
オランダ (1)
アイルランド (1)

中東・アフリカ

イスラエル (3)
トルコ (2)
サウジアラビア (3)
UAE (3)
南アフリカ (2)
ナイジェリア (1)



添付資料1：「解説：GE グローバル・イノベーション・バロメーター」

一橋大学 イノベーション研究センター 米倉誠一郎教授

http://www.ge.com/jp/docs/1362389746383_2013_GE_Innovation_Barometer_S.Yonekura.pdf

添付資料2：GE グローバル・イノベーション・バロメーター 2013年 世界の経営層の意識調査

http://www.ge.com/jp/docs/1362445692607_InnovationBarometer_20130305.pdf

GE について

GE は、重要な課題の解決に取り組む企業です。最高の人材、最高のテクノロジーを 活用し、エネルギー、ヘルスケア、ホーム、トランスポートーション（運輸）、金融サービスなどの分野で、困難な課題の解決に貢献しています。世界中のインフラやビジネス 構築、電力供給、運輸、医療など様々な分野で GE の製品・サービスが使われています。私達は、イマジネーションだけでなく、「実行」する企業です。課題解決を行動にうつす、それが GE の仕事です。日本における GE の事業・活動等については、<http://www.ge.com/jp/> をご覧下さい。

<本件に関するお問い合わせ>

日本 GE(株) コーポレート・コミュニケーション本部 03-3588-9500

日本 GE 広報代理 大崎、加藤、橋本 03-5427-7311 (ウェーバー・シャンドウィック・ワールドワイド内)