

イノベーション活動、 企業の31.6%が実施も 10年前より低下

プロダクト・イノベーションの実施が最も高く、
商品・サービスのラインナップ拡充を実感

秋田県・イノベーション活動に対する企業の意識調査(2025年)



本件照会先

森 晴朗(支店長)
帝国データバンク
秋田支店
018-833-4202(直通)

発表日

2026/03/09

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

イノベーション活動は、2023～2025年の間に、企業の31.6%が実施していた。ただし、10年前と比べると実施割合は8.7ポイント低下した。タイプ別では、「プロダクト・イノベーション」が19.4%で最も高く、「プロセス・イノベーション」「組織イノベーション」がともに17.3%で続く。イノベーションの効果では、「業務のデジタル化」の進展がトップとなるも、阻害要因では「能力のある従業員の不足」が3割超にのぼる。今後は企業の45.9%でイノベーションに力を入れたいと認識している。

※ 調査期間は2025年12月16日～2026年1月5日。調査対象は秋田県内178社で、有効回答企業数は98社(回答率55.1%)。

はじめに

2025年度は第6期科学技術・イノベーション基本計画の最終年度であり、現在、第7期基本計画の策定が進められている。今後、策定プロセスが本格化するなかで、政府においてもイノベーション（DFFT〔信頼性のある自由なデータ流通〕の構築、サイバーセキュリティ強化、デジタル行財政改革、科学技術と産業の連携など）の推進を図っている。

そこで、帝国データバンク秋田支店は、企業のイノベーション活動に対する見解について調査を実施した。なお、本調査は、TDB 景気動向調査 2025年12月調査とともに行った。

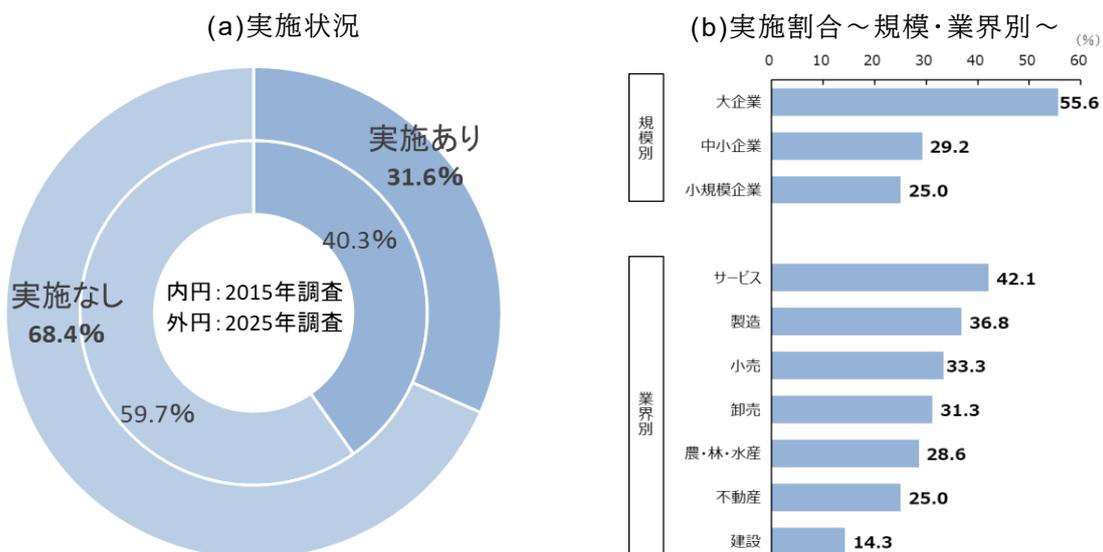
イノベーション活動、企業の31.6%が実施も10年前より低下

過去3年間（2023～2025年）に、自社でイノベーション活動を実施したか尋ねたところ、企業の31.6%が何らかの形で実施していた¹。ただし、10年前（40.3%）と比べると8.7ポイント低下した。

イノベーション活動の実施割合を規模別にみると、「大企業」が55.6%と半数以上となった一方で、「小規模企業」では25.0%にとどまり、規模が大きいほどイノベーションを行っていたという傾向がうかがえる。業界別では、『サービス』が4割台で高く、『建設』『不動産』『農・林・水産』などで低かった。最も高い『サービス』と最も低い『建設』を比較すると、イノベーションの実施割合に27.8ポイントの差があった。イノベーション活動は、人材や時間、資金面で制約の多い小規模企業で困難さが表れたほか、業界間においても取り組みに顕著な違いがみられていた。

県内の企業からは「AIエージェントの価値を自社マーケットと整合させるのが難しい」（情報サービス）などの意見が聞かれた。

図1 イノベーション活動の実施状況



注：母数は有効回答企業98社。2015年調査は77社

¹ イノベーション活動として、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、マーケティング・イノベーションのいずれかを実施した企業

タイプ別の実施状況はいずれも1割台、 「プロダクト」が19.4%で最も高い

過去3年間(2023~2025年)のイノベーション活動についてタイプ別²に実施状況を尋ねたところ、プロダクト・イノベーション³、プロセス・イノベーション⁴、組織イノベーション⁵、マーケティング・イノベーション⁶のいずれも1割台だった。このうち、「プロダクト・イノベーション」が19.4%で最も多くの企業でイノベーション活動を実施していた。他方、マーケティング分野において比較的少なくなっている様子がうかがえる。

図2 タイプ別イノベーション活動の実施状況

	実施した	途中で中止・断念した	実施しなかった	分からない
プロダクト・イノベーション	19.4	0.0	57.1	23.5
プロセス・イノベーション	17.3	2.0	55.1	25.5
組織イノベーション	17.3	1.0	60.2	21.4
マーケティング・イノベーション	13.3	0.0	63.3	23.5

注：母数は有効回答企業98社

² 各イノベーション・タイプは、国際標準となっている OECD and Eurostat「オスロ・マニュアル(イノベーションに関するデータの収集、報告及び利用のためのガイドライン)」(2005, 2018)の定義に基づいている。

³ **プロダクト・イノベーション**とは、自社にとって新しい製品・サービスを市場へ導入することを指す。既存の知識や技術を組み合わせたり、新しい用途へ転用したものを含む。例えば、機能や性能、使いやすさ、ソフトウェア、提供方法(サービス)について、新しいまたは既存の製品・サービスを大幅に改善したもの。有形物だけでなく小売や保険など無形物も含む

⁴ **プロセス・イノベーション**とは、自社における生産工程・配送方法・それらを支援する活動(プロセス)について、新しい方法や既存の方法を大幅に改善したものを導入することを指す。例えば、技法や装置、ソフトウェア、生産工程、配送方法、流通方法、保守システム、購買・会計・コンピュータ処理などについて、新しいまたは既存の製品・サービスを大幅に改善したものも含む

⁵ **組織イノベーション**とは、業務慣行や職場組織の編成、他社や他の機関など社外との関係に関して、自社がこれまでに利用してこなかった新しい組織管理の方法を導入することを指す。例えば、業務遂行の方法や手順などの業務慣行、権限の移譲、仕事の割り振り・編成などの職場組織、社外との関係構築に関する新しい方法なども含む

⁶ **マーケティング・イノベーション**とは、自社の既存のマーケティング手法とは大幅に異なり、なおかつこれまでに利用したことのない新しいマーケティング・コンセプトやマーケティング戦略を導入することを指す。例えば、製品・サービスの外見上のデザインの大幅な変更、自社にとって新しい販売促進方法・手法、販売経路、価格設定方法なども含む

イノベーションの効果、「業務のデジタル化」進展がトップ

イノベーション活動を実施した企業 31 社に対して、イノベーションによりどのような効果があったか尋ねたところ、「業務のデジタル化が進んだ」(51.6%)、「商品・サービスのラインナップが拡充した」(35.5%)が上位となった(複数回答、以下同)。次いで、「商品・サービスの質が向上した」(25.8%)、「柔軟な生産体制になった」(22.6%)が 2 割台で続いた。

とりわけプロダクト・イノベーションを実施した企業では、「商品・サービスのラインナップが拡充した」が 5 割近くとなっており、自社の提供する商品やサービスが充実したと考える企業が多かった。また、プロセス・イノベーションを実施した企業では、「業務のデジタル化が進んだ」(76.5%)が 7 割超となり、全体を 24.9 ポイント上回っていた。加えて組織イノベーションにおいても 64.7%にのぼり、業務工程や組織に対するイノベーションを進めることでデジタル化を促進していることがうかがえる。さらに、マーケティング・イノベーションを実施した企業では、「商品・サービスのラインナップが拡充した」(53.8%)が全体より 18.3 ポイント高かった。市場シェアを重視する戦略を考えている企業にとっては、マーケティング・イノベーションを実施することが効果的であることが示唆されよう。

図3 イノベーション活動による効果(複数回答)～タイプ別～

		(%)				
		全体	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	マーケティング・イノベーション
1	業務のデジタル化が進んだ	51.6	52.6	76.5	64.7	46.2
2	商品・サービスのラインナップが拡充した	35.5	47.4	29.4	41.2	53.8
3	商品・サービスの質が向上した	25.8	26.3	29.4	23.5	38.5
4	柔軟な生産体制になった	22.6	26.3	29.4	41.2	15.4
5	生産能力が拡大した	19.4	21.1	23.5	23.5	7.7
	労働コストが減少した	19.4	15.8	35.3	11.8	15.4
	売り上げが増加した	19.4	21.1	23.5	17.6	23.1
8	利益が増加した	16.1	26.3	23.5	23.5	23.1
9	市場シェアが拡大した	12.9	15.8	23.5	17.6	15.4
	従業員の定着率が向上した	12.9	21.1	17.6	23.5	7.7
11	業界標準に対応した	6.5	0.0	5.9	0.0	7.7
	その他	3.2	5.3	0.0	0.0	0.0

注1：網掛けは全体を10ポイント以上上回っていることを示す

注2：母数は、過去3年間に何らかのイノベーション活動を実施した企業31社

イノベーションの阻害要因、「能力のある従業員の不足」が 32.7%でトップ

すべての企業に対して、どのようなことが自社のイノベーションの実現やイノベーション活動を阻害する要因となったか尋ねたところ、「能力のある従業員の不足」が 32.7%でトップとなった(複数回答、以下同)。次いで、「自社内、または自社が属する企業グループ内の資金不足」「イノベーションにかかるコストの高さ」「自社の専門部署の不足」がともに 18.4%で上位にあげられた。

県内企業からは、「何をやっても結局は人なので変わらない。他社を見ても成功事例が見られない」(専門商品小売)などの声があがった。

図4 イノベーション活動の阻害要因(複数回答)

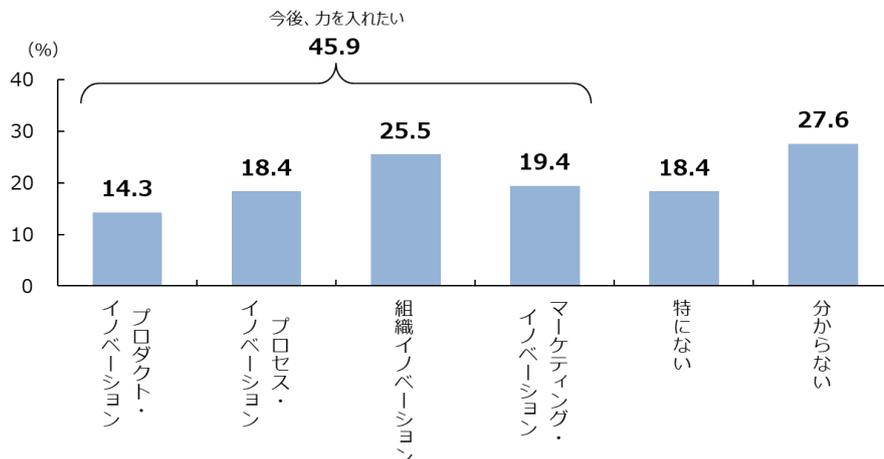
		(%)
1	能力のある従業員の不足	32.7
2	自社内、または自社が属する企業グループ内の資金不足	18.4
	イノベーションにかかるコストの高さ	18.4
3	自社の専門部署の不足	18.4
	新しい製品・サービスへの需要の不確実性	16.3
5	経営層などの意識の不足	14.3
6	市場に関する情報の不足	13.3
7	技術に関する情報の不足	12.2
8	協力相手を見つけることが困難	6.1
9	自社外、または自社が属する企業グループ外からの資金調達不足	4.1
10	自社が既に実現したイノベーションで十分	3.1
11	その他	3.1

注：母数は有効回答企業98社

今後、45.9%の企業でイノベーションに力を入れたいと認識

今後、イノベーション活動に力を入れたいと考えている企業は 45.9%だった。タイプ別では、「組織イノベーション」が 25.5%で最も高かった(複数回答、以下同)。業務遂行の方法や手順などの業務慣行、権限の移譲、仕事の割り振り・編成などの職場組織、社外との関係構築といったイノベーションを通じて新しい変革を進めていこうとする認識が高くなる傾向がうかがえる。

図5 今後、力を入れたいイノベーション活動(複数回答)



10年前と現在ともにイノベーション活動「実施あり」は20.7%

2015年調査および2025年調査の両方に回答した企業29社の実施状況を調べたところ、いずれの時期もイノベーション活動について「実施あり」とした企業は20.7%となり、5社に1社にとどまった。2015年調査「実施あり」かつ2025年調査「実施なし」の企業は17.2%、2015年「実施なし」かつ2025年「実施あり」は10.3%で、いずれも1割台だった。一方で、両方ともに「実施なし」は51.7%にのぼり、半数以上の企業が10年前と現在においてイノベーション活動を行っていなかった。

図6 イノベーション活動の実施状況～パネルデータ～

		2025年		計
		実施あり	実施なし	
2015年	実施あり	20.7	17.2	37.9
	実施なし	10.3	51.7	62.1
計		31.0	69.0	100.0

注1：母数は、2015年調査および2025年調査の両方に回答した企業29社
 注2：小数点第2位を四捨五入しているため、合計値は必ずしも各要素の数字と一致しない

県内企業からは、「イノベーションと呼ぶほどのものはないが、常に改善改良し、生産性は向上している」（機械・器具卸売）などの声があがった。

おわりに

第7期科学技術・イノベーション基本計画に向けた議論が佳境を迎えるなかで、企業が競争力を向上させるためにイノベーション活動は欠かせない。

本調査によると、企業の31.6%が過去3年間に何らかの形でイノベーション活動を実施していた。しかし、10年前と比べると、イノベーションの実施割合は低下しており、今後の“稼ぐ力”を高める取り組みが縮小している可能性がある。とりわけ、小規模企業ほど困難な状況に直面していることは10年前から変化しておらず、依然として課題を解消できていない実態が改めて浮き彫りとなった。

他方、イノベーション活動をタイプ別にみていくと、プロダクト・イノベーションへの取り組みがタイプ別のトップとなり、いかに自社にとって新しい製品・サービスを市場へ導入するかを重視しているかが表れている。また、プロセス・イノベーションと組織イノベーションが2番目に高くなっているほか、組織イノベーションは今後の取り組みで最も高い。企業がより筋肉質かつ柔軟な組織へ変貌することが、不確実性の高まる事業環境に対応する要となろう。中小・零細企業は、組織イノベーションやマーケティング・イノベーションを実施することによって、生き残りを図ることが可能となる。

企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング