

イノベーション活動、 企業の37.0%が実施も 10年前より低下

小規模企業は27.0%にとどまる
企業規模による実施割合の差も

近畿地区・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

古小路 直起（調査担当）
帝国データバンク
大阪支社情報部
06-6441-3100（直通）
mail:osakajoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/02/16

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年～2025年の間に、近畿企業の37.0%が実施していた。ただし、10年前と比べると実施割合は4.5ポイント低下した。タイプ別では、「プロセス・イノベーション」が20.8%で最も高く、「組織イノベーション」が19.1%で続いた。イノベーションの効果では、「業務のデジタル化」の進展がトップに、阻害要因では「能力のある従業員の不足」が4割近くにのぼる。今後は企業の6割近く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。調査対象は近畿2府4県3,773社で、有効回答企業数は1,692社（回答率44.8%）
- ※ 本調査における詳細データは、帝国データバンクホームページ(<https://www.tdb.co.jp>)のレポートカテゴリにある協力先専用コンテンツに掲載している

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、現在は第 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。

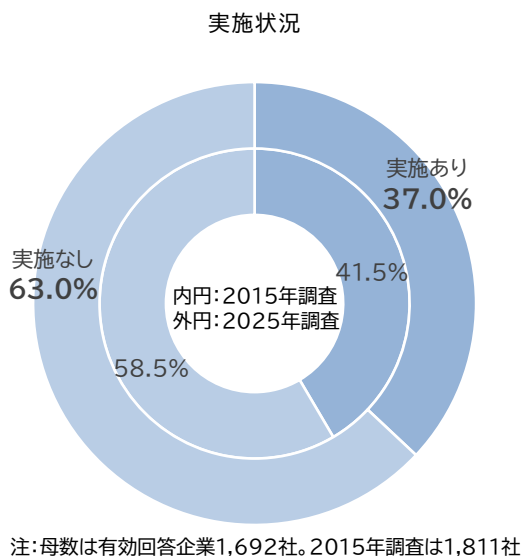
そこで、帝国データバンク大阪支社は、近畿企業のイノベーション活動に対する見解について調査を実施した。なお、本調査は、TDB 景気動向調査 2025 年 12 月調査とともにを行った。

イノベーション活動、企業の 37.0%が実施も10年前より低下

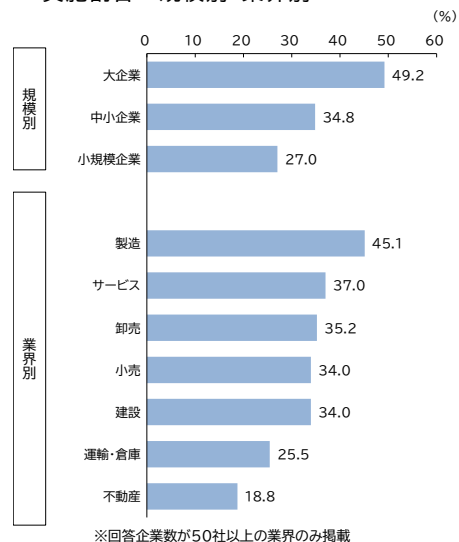
過去 3 年間（2023 年～2025 年）に、自社でイノベーション活動を実施したか尋ねたところ、近畿企業の 37.0%が何らかの形で実施しており¹、全国の割合（35.9%）を 1.1 ポイント上回った。ただし、10 年前（41.5%）と比べると 4.5 ポイント低下した。

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 49.2%と半数近くに達していた一方で、「小規模企業」では 27.0%にとどまり、規模が大きいほどイノベーション活動を行っていたことがうかがえた。業界別では、『製造』（45.1%）のみが 4 割を上回り最も高かった。次いで『サービス』（37.0%）、『卸売』（35.2%）が続いた。最も高い『製造』と最も低い『不動産』（18.8%）を比較すると、イノベーション活動の実施割合に 26.3 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、資金面で制約が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た。

イノベーション活動の実施状況



実施割合～規模別・業界別～

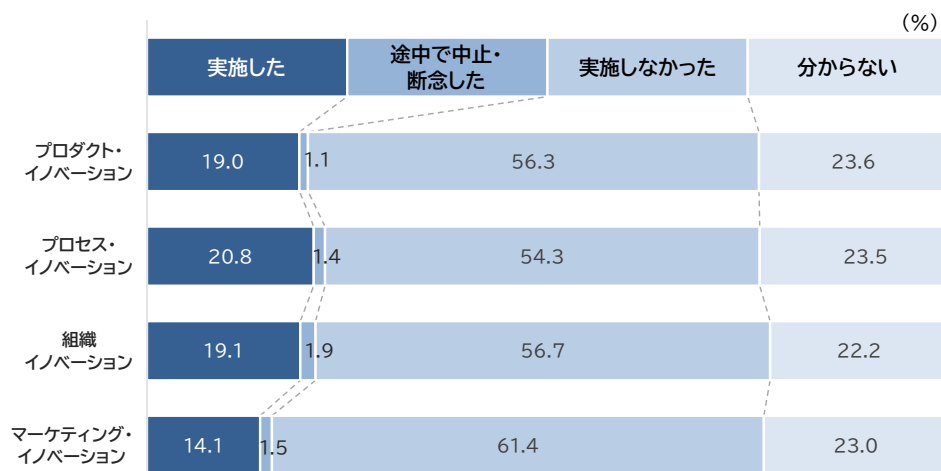


¹ イノベーション活動として、プロダクト・イノベーション、プロセス・イノベーション、組織イノベーション、マーケティング・イノベーションのいずれかを実施した企業

タイプ別イノベーションの実施状況 「プロセス」が 20.8%で最も高い

過去 3 年間(2023 年～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～2 割台だった。このうち、「プロセス・イノベーション」が 20.8%となり、最も多くの企業が実施していた。他方、マーケティング分野は、プロセス分野を 6.7 ポイント下回り、最も少なかった。

タイプ別イノベーション活動の実施状況



注:母数は有効回答企業1,692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るなど、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を含む

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的大幅な変更、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 626 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」(36.3%)「商品・サービスのラインナップが拡充した」(35.6%)が3割を超え上位となった(複数回答、以下同)。次いで、「売り上げが増加した」(23.8%)、「商品・サービスの質が向上した」(23.2%)が2割台で続いた。

タイプ別に分析するとプロダクト・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61.5%と、他の項目の割合を大きく上回っており、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」が47.7%と、全体を11.4ポイント上回った。加えて組織イノベーションにおいても43.5%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がデジタル化促進につながっていることがうかがえた。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」(45.6%)が全体より10.0ポイント高かった。

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	36.3	32.0	47.7	43.5	37.2
2	商品・サービスのラインナップが拡充した	35.6	61.5	34.7	28.4	45.6
3	売り上げが増加した	23.8	28.6	24.1	25.9	36.0
4	商品・サービスの質が向上した	23.2	32.6	27.6	24.4	34.3
5	利益が増加した	19.0	23.3	21.0	22.8	22.6
6	市場シェアが拡大した	15.7	21.4	16.8	15.7	25.9
7	柔軟な生産体制になった	15.0	16.8	20.5	18.8	16.3
8	生産能力が拡大した	14.9	18.6	22.7	16.4	15.5
9	労働コストが減少した	12.8	9.3	17.0	13.9	8.4
10	従業員や顧客の保健衛生や安全面が向上した	12.5	9.6	14.5	18.5	13.0
11	従業員の定着率が向上した	7.3	5.9	7.7	12.0	7.9
12	規制等に対応した	6.2	5.6	7.1	9.3	7.5
13	業界標準に対応した	3.8	1.9	3.7	5.6	2.5
14	原材料コストが減少した	1.4	1.6	1.7	1.5	1.7
	その他	7.0	4.7	6.5	6.5	6.7

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626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 38.1%でトップ

全ての企業に対して、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38.1%でトップとなった(複数回答、以下同)。次いで、「自社の専門部署の不足」(25.7%)、「イノベーションにかかるコストの高さ」(21.9%)が続いた。以下、「技術に関する情報の不足」「経営層などの意識の不足」も上位となり、この傾向は全国と近畿での差はみられなかった。

イノベーション活動の阻害要因(複数回答)

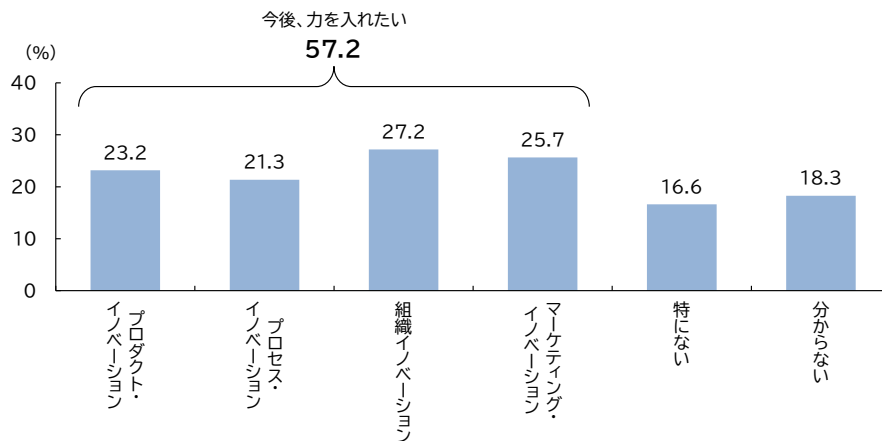
		(%)
1	能力のある従業員の不足	38.1
2	自社の専門部署の不足	25.7
3	イノベーションにかかるコストの高さ	21.9
4	技術に関する情報の不足	18.3
5	経営層などの意識の不足	18.1
6	市場に関する情報の不足	13.9
7	新しい製品・サービスへの需要の不確実性	12.8
8	自社内、または自社が属する企業グループ内の資金不足	12.6
9	協力相手を見つけることが困難	8.8
10	自社が既に実現したイノベーションで十分	5.3
11	他社による市場の支配	4.0
12	類似品・模倣品の拡大	3.0
13	自社外、または自社が属する企業グループ外からの資金調達不足	1.8
	その他	4.7

注：母数は有効回答企業1,692社

“今後、イノベーションに力を入れたい”企業は 57.2%

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 57.2%だった。タイプ別では、いずれも 2 割台となったが、なかでも「組織イノベーション」が 27.2%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。

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 23.8%

2015 年調査および 2025 年調査の両方に回答した企業 618 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 23.8%となり、全国(20.7%)を上回った。2015 年調査では「実施あり」であったが 2025 年調査では「実施なし」の企業は 19.6%、2015 年「実施なし」かつ 2025 年「実施あり」は 13.6%で、いずれも 1 割台だった。

一方で、両方ともに「実施なし」は 43.0%と、4割を超える企業が 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。

イノベーション活動の実施状況～パネルデータ～

		2025年		(%)
		実施あり	実施なし	計
2015年	実施あり	23.8	19.6	43.4
	実施なし	13.6	43.0	56.6
計		37.4	62.6	100.0

注：母数は、2015年調査および2025年調査の両方に回答した企業618社

まとめ

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、近畿企業の37.0%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、小規模企業ほど実施が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、プロセス・イノベーションへの取り組みがトップとなり、業務効率の向上やデジタル化の推進を重視している企業が多いことがうかがえた。また、組織イノベーションについては、今後取り組みたいと考える企業の割合が最も高かった。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・零細企業は生き残りのために、イノベーション活動を積極的に実施することが求められる。

企業からの声(抜粋)

企業からの声	業種	府県名
まだ売り上げに直結していないが、新規顧客開拓ができつつある	化学品製造	大阪
顧客価値向上を訴求する力が従業員に不足している	建設	大阪
会計ソフトなど便利なツールを社内に導入したいが、PCスキルが不足している従業員もいるため、断念している	建設	奈良

調査先企業の属性

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