

イノベーション活動、 企業の36.7%が実施 比率は10年前より上昇

プロセス・イノベーションの実施比率が最高
4割超が業務のデジタル化進展を実感

新潟県・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

目黒 健太郎(調査担当)
帝国データバンク
新潟支店
025-245-5606
info.niigata@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/02/18

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

2023～2025 年の間に新潟県でイノベーション活動を実施していた企業の割合は 36.7%で、10 年前との比較で実施割合が 3.1ポイント上昇した。タイプ別では、「プロセス・イノベーション」が22.4%で最も高く、「組織イノベーション」が 18.8%で続く。イノベーションの効果で「業務のデジタル化の進展」がトップとなった一方、「能力のある従業員の不足」が阻害要因と考える企業が3割を超えた。今後は半数超の企業がイノベーションに力を入れたいと考えている。

※ 株式会社帝国データバンク新潟支店は、新潟県447社を対象に「イノベーション活動」に関するアンケート調査を実施した

調査期間:2025年12月16日～2026年1月5日(インターネット調査)

調査対象:新潟県447社、有効回答企業数は245社(回答率54.8%)

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、帝国データバンク新潟支店は、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。

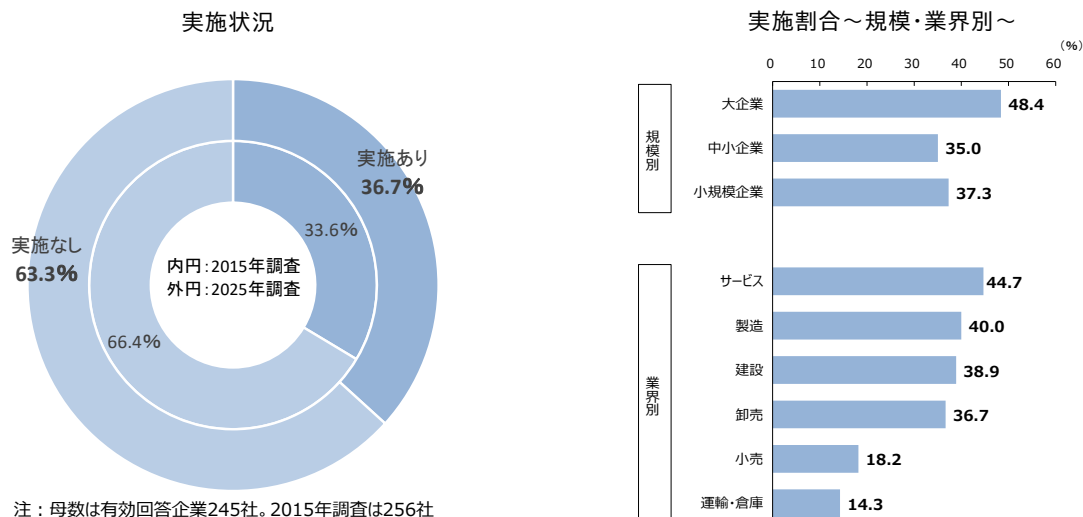
企業の36.7%がイノベーション活動を実施、10年前より上昇

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、新潟県内企業の36.7%が何らかの形で実施していた¹。10年前（33.6%）と比較すると3.1ポイント上昇した。

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48.4%と半数近くに達していた一方で、「中小企業」（35.0%）、「小規模企業」（37.3%）は3割台にとどまり、規模による格差がみられた。業界別では、『サービス』（44.7%）『製造』（40.0%）が4割台となった一方で、『小売』（18.2%）『運輸・倉庫』（14.3%）は1割台にとどまった。最も高い『サービス』と最も低い『運輸・倉庫』を比較すると、実施割合に30.4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、資金面で制約の少ない大企業で実施される割合が高かったほか、業界間における取り組みにも差がみられた。

なお、新潟県企業の「実施あり」の割合（36.7%）は、全国47都道府県中14位であった。

イノベーション活動の実施状況

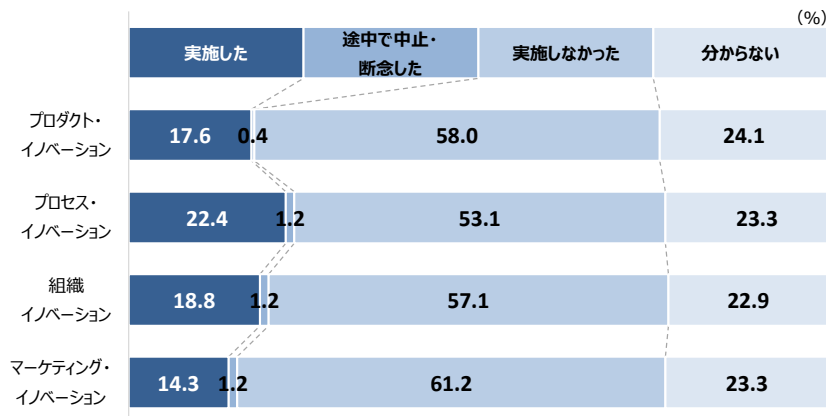


¹ イノベーション活動として、プロダクト・イノベーション、プロセス・イノベーション、組織イノベーション、マーケティング・イノベーションのいずれかを実施した企業

タイプ別の実施状況、「プロセス」が唯一の2割超で最高

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、プロセス・イノベーション³が22.4%と唯一2割を超え最高となった。一方で、組織イノベーション⁴(18.8%)、プロダクト・イノベーション⁵(17.6%)、マーケティング・イノベーション⁶(14.3%)は1割台だった。なかでも、マーケティング分野が最も割合が低い結果となった。

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245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

⁴ 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

⁵ 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

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」の進展がトップ

過去3年間にイノベーション活動を実施した企業90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」(41.1%)が4割超でトップとなった(複数回答、以下同)。次いで、「商品・サービスのラインナップが拡充した」(31.1%)が3割台で続いたほか、「売り上げが増加した」(28.9%)、「商品・サービスの質が向上した」(27.8%)、「利益が増加した」(22.2%)、「市場シェアが拡大した」(21.1%)などが上位となった。

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」(55.8%)が5割を超えており、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」(50.9%)が5割を超え、全体を9.8ポイント上回った。同項目は組織イノベーションにおいても50.0%にのぼり、業務工程や組織に対するイノベーション活動を行うことでデジタル化が促進され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、「市場シェアが拡大した」(37.1%)が全体より16.0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ている。

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	41.1	39.5	50.9	50.0	51.4
2	商品・サービスのラインナップが拡充した	31.1	55.8	29.1	26.1	28.6
3	売り上げが増加した	28.9	46.5	29.1	28.3	34.3
4	商品・サービスの質が向上した	27.8	41.9	32.7	28.3	40.0
5	利益が増加した	22.2	32.6	21.8	30.4	34.3
6	市場シェアが拡大した	21.1	37.2	21.8	19.6	37.1
7	労働コストが減少した	17.8	11.6	20.0	23.9	17.1
8	生産能力が拡大した	15.6	18.6	18.2	19.6	14.3
9	柔軟な生産体制になった	14.4	14.0	14.5	21.7	14.3
10	従業員や顧客の保健衛生や安全面が向上した	14.4	16.3	20.0	21.7	11.4
11	従業員の定着率が向上した	10.0	16.3	12.7	15.2	11.4
12	規制等に対応した	8.9	11.6	12.7	13.0	8.6
13	原材料コストが減少した	4.4	7.0	7.3	6.5	2.9
14	業界標準に対応した	3.3	2.3	5.5	4.3	0.0
	その他	5.6	2.3	3.6	4.3	5.7

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90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34.3%でトップ

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34.3%でトップとなった（複数回答、以下同）。また、「イノベーションにかかるコストの高さ」（26.5%）、「自社の専門部署の不足」（25.3%）、「経営層などの意識の不足」「技術に関する情報の不足」（いずれも22.0%）も2割を超えた。

企業からは、「イノベーションに関わる人材の不足」（鉄鋼・非鉄・鉱業）や「従業員の高齢化」（鉄鋼・非鉄・鉱業製品卸）などの声があがった。

イノベーション活動の阻害要因（複数回答）

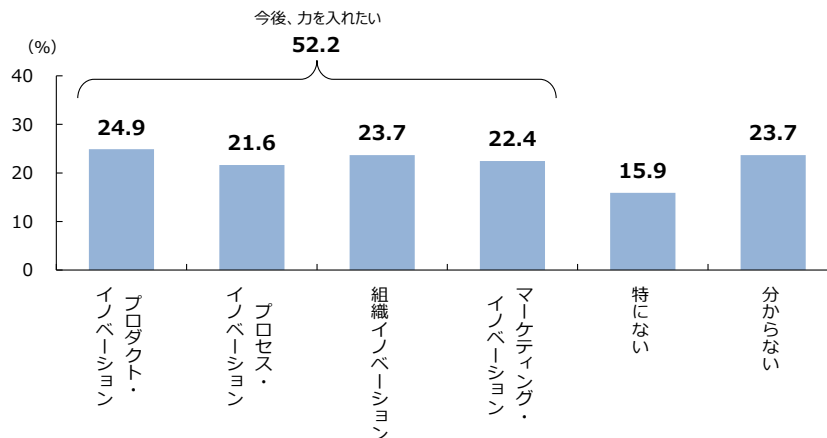
	(%)
1 能力のある従業員の不足	34.3
2 イノベーションにかかるコストの高さ	26.5
3 自社の専門部署の不足	25.3
4 経営層などの意識の不足	22.0
4 技術に関する情報の不足	22.0
6 自社内、または自社が属する企業グループ内の資金不足	15.9
6 新しい製品・サービスへの需要の不確実性	15.9
8 市場に関する情報の不足	15.1
9 協力相手を見つけることが困難	6.9
10 自社が既に実現したイノベーションで十分	4.5
11 類似品・模倣品の拡大	2.4
12 自社外、または自社が属する企業グループ外からの資金調達不足	1.6
12 他社による市場の支配	1.6
その他	5.3

注：母数は有効回答企業245社

半数超の企業が今後イノベーションに力を入れていく意向

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52.2%だった。タイプ別ではいずれも2割台であったが、なかでも「プロダクト・イノベーション」が24.9%で最も高かった(複数回答)。新製品・新サービスの導入や、生産工程などの改善、また業務遂行の方法や職場組織の編成など新しい組織管理の方法の導入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意識がうかがえる。

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2割未満

2015年調査および2025年調査の両方に回答した企業114社についてイノベーション活動の実施状況を調べたところ、どちらも「実施あり」と回答した企業は18.4%となり、2割未満にとどまった。また、2015年調査で「実施あり」かつ2025年調査で「実施なし」の企業は14.9%、2015年調査で「実施なし」かつ2025年調査で「実施あり」の企業は18.4%といずれも1割台だった。一方で、両調査ともに「実施なし」の企業は48.2%にのぼり、半数近くの企業が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。

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	18.4	14.9	33.3
	実施なし	18.4	48.2	66.7
計		36.8	63.2	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114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

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、新潟県内企業の36.7%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。また、10年前との比較でイノベーション活動を実施している企業の割合は上昇しており、徐々にではあるが同活動が企業に浸透している様子がうかがえる。一方で、企業規模による実施状況に格差がみられ、規模の小さな企業の方がイノベーション活動の取り組みが進んでいないという課題が浮き彫りとなった。

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唯一2割を超えトップとなり、県内企業が業務効率の向上を重視していることが読み取れる。また、今後力を入れたい取り組みではプロダクト・イノベーションが最も高く、新製品・新サービスなどの導入に対する意識の高さがうかがえる。

総じて、新潟県内企業のうち半数超が今後イノベーション活動の実施に力を入れていくとしているが、イノベーション活動の実施がより強固な組織形成の一助となり、県内企業が不確実性の高まる事業環境に対応できるようになることを期待したい。

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