

挑みつづける、変わらぬ意志で。



# 「中小企業のイノベーション 実態調査」単純集計

2021年3月11日

新事業・イノベーション創出委員会

# 調査の概要

## 会員向け郵送調査

- 調査期間：2020年10月15日（木）～2020年10月30日（金）
- 調査対象：東京23区内事業者
- 配布数：10,000件（非上場の中小企業者、新事業・イノベーション創出委員会委員、中小企業のデジタルシフト推進委員会委員等）
- 調査方法：郵送による調査票の送付、回答。メールによるWEBフォームの送付、回答。
- 回答者数：1,259件（回答率12.6%）  
各種データは端数処理（四捨五入）の関係で、合計値が100%とならない場合がある。

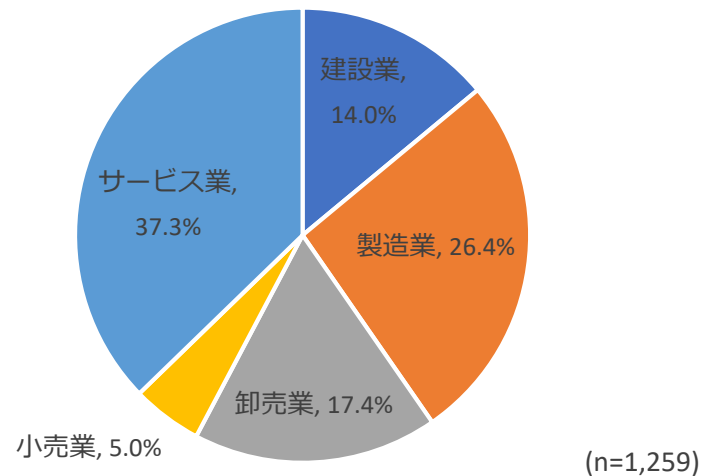
## インターネット調査

- 調査期間：2020年10月21日（水）～2020年10月23日（金）
- 調査対象：①東京都23区内企業の経営者、経営幹部、管理職等  
②関東、東海、京阪神を除くエリアの企業の経営者、経営幹部、管理職等
- 調査方法：WEBフォーム（外部調査機関）
- 回答数：2,060件  
（東京都23区内企業1,030件／関東、東海、京阪神を除くエリアの企業1,030件）

# 1. 回答企業属性

## (1) 業種（主たるものを1つ選択） 郵送調査

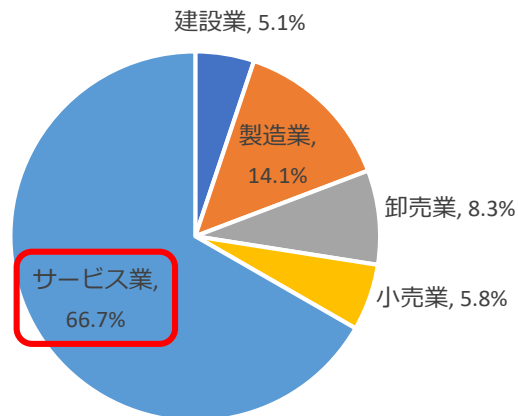
	回答数	割合
建設業	176	14.0%
製造業	332	26.4%
卸売業	219	17.4%
小売業	63	5.0%
サービス業	469	37.3%
	n=1,259	



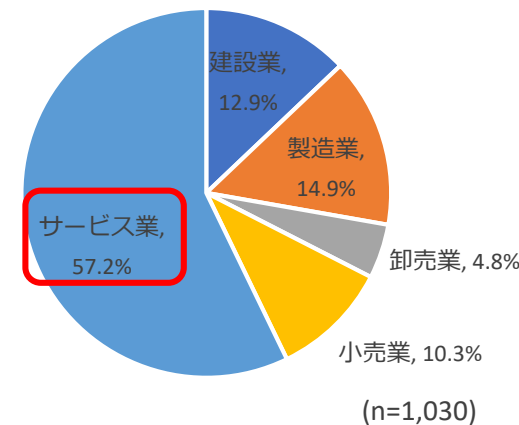
## (1) 業種（主たるものを1つ選択） インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
建設業	53	5.1%	133	12.9%
製造業	145	14.1%	153	14.9%
卸売業	85	8.3%	49	4.8%
小売業	60	5.8%	106	10.3%
サービス	687	66.7%	589	57.2%
	n=1,030		n=1,030	

### < 23区内 >



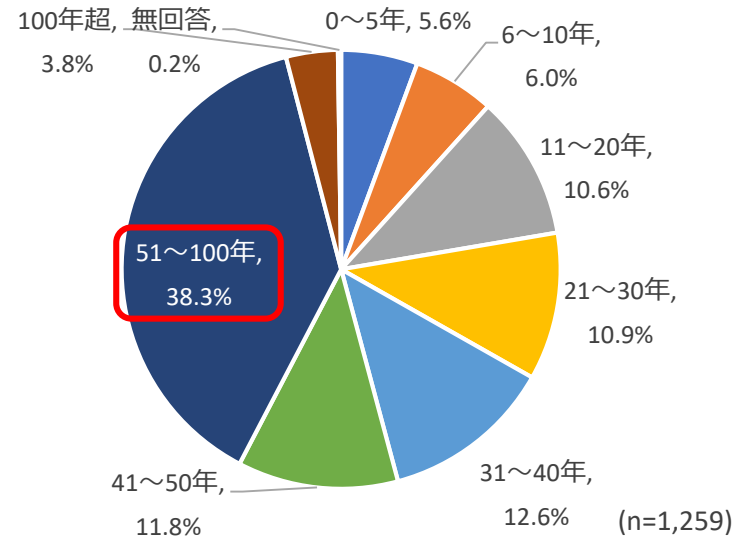
### < 都外 >



# 1. 回答企業属性

## (2) 創業年（業歴）郵送調査

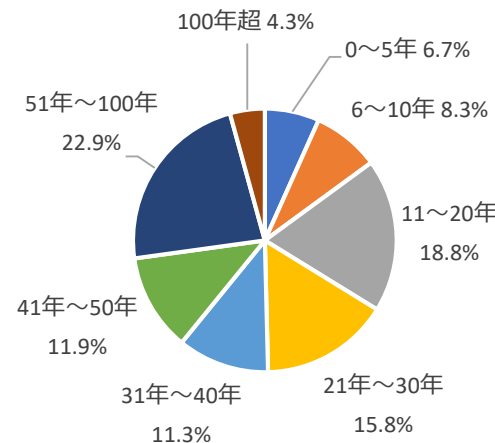
	回答数	割合
0～5年	71	5.6%
6～10年	76	6.0%
11～20年	134	10.6%
21～30年	137	10.9%
31～40年	159	12.6%
41～50年	149	11.8%
51～100年	482	38.3%
100年超	48	3.8%
無回答	3	0.2%
	n=1,259	



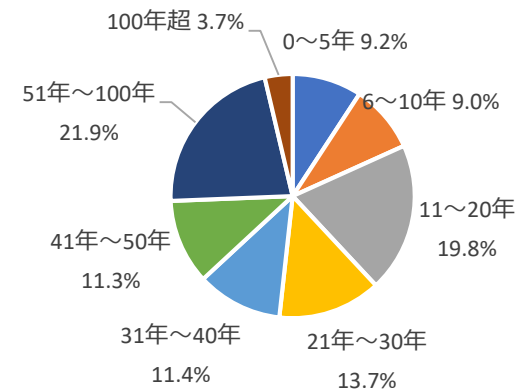
## (2) 創業年（業歴）インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
0～5年	69	6.7%	95	9.2%
6～10年	85	8.3%	93	9.0%
11～20年	194	18.8%	204	19.8%
21～30年	163	15.8%	141	13.7%
31～40年	116	11.3%	117	11.4%
41～50年	123	11.9%	116	11.3%
51～100年	236	22.9%	226	21.9%
100年超	44	4.3%	38	3.7%
	n=1,030		n=1,030	

### <23区内>



### <都外>

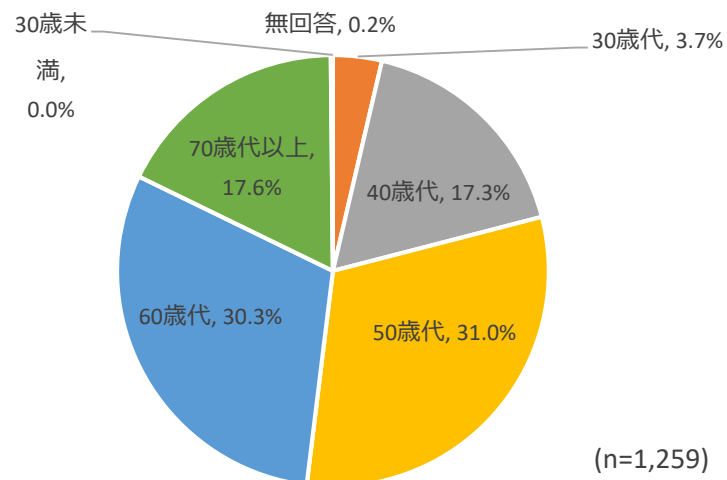


(n=1,030)

# 1. 回答企業属性

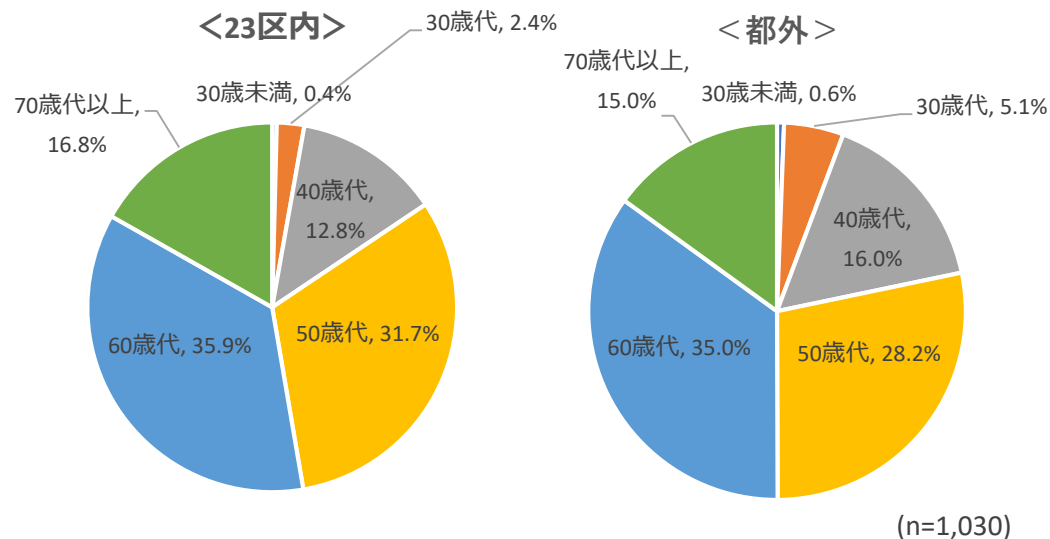
## (3) 経営者の年齢 郵送調査

	回答数	割合
30歳未満	0	0.0%
30歳代	46	3.7%
40歳代	218	17.3%
50歳代	390	31.0%
60歳代	381	30.3%
70歳代以上	222	17.6%
無回答	2	0.2%
	n=1,259	



## (3) 経営者の年齢 インターネット調査

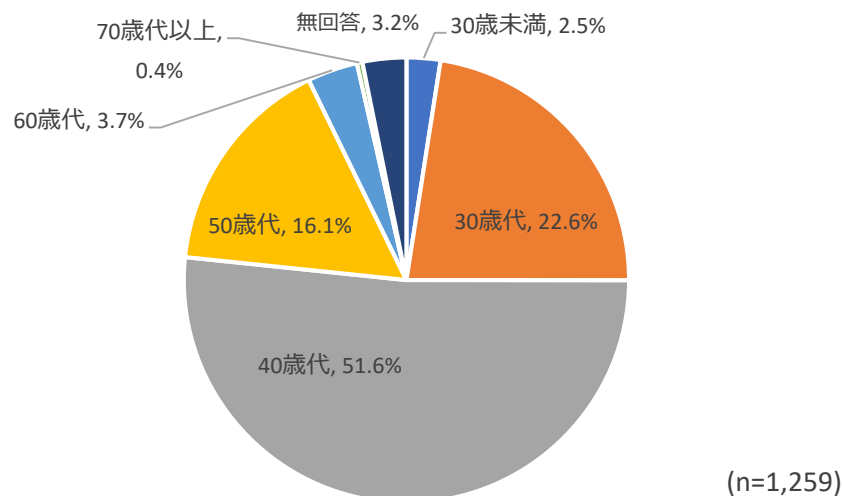
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
30歳未満	4	0.4%	6	0.6%
30歳代	25	2.4%	53	5.1%
40歳代	132	12.8%	165	16.0%
50歳代	326	31.7%	290	28.2%
60歳代	370	35.9%	361	35.0%
70歳代以上	173	16.8%	155	15.0%
	n=1,030		n=1,030	



# 1. 回答企業属性

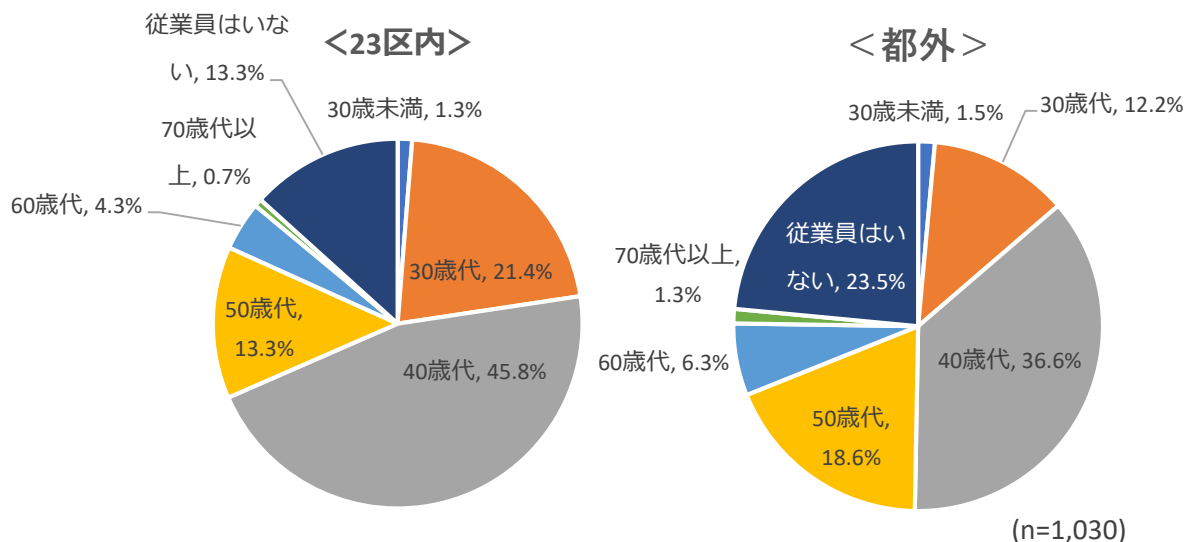
## (3) 従業員の平均の年齢 郵送調査

	回答数	割合
30歳未満	31	2.5%
30歳代	284	22.6%
40歳代	650	51.6%
50歳代	203	16.1%
60歳代	46	3.7%
70歳代以上	5	0.4%
無回答	40	3.2%
	n=1,259	



## (3) 従業員の平均の年齢 インターネット調査

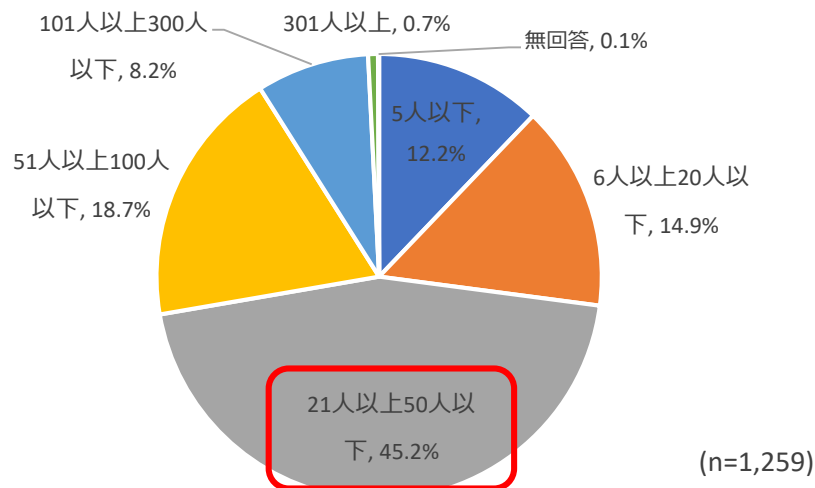
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
30歳未満	13	1.3%	15	1.5%
30歳代	220	21.4%	126	12.2%
40歳代	472	45.8%	377	36.6%
50歳代	137	13.3%	192	18.6%
60歳代	44	4.3%	65	6.3%
70歳代以上	7	0.7%	13	1.3%
従業員はいない	137	13.3%	242	23.5%
	n=1,030		n=1,030	



# 1. 回答企業属性

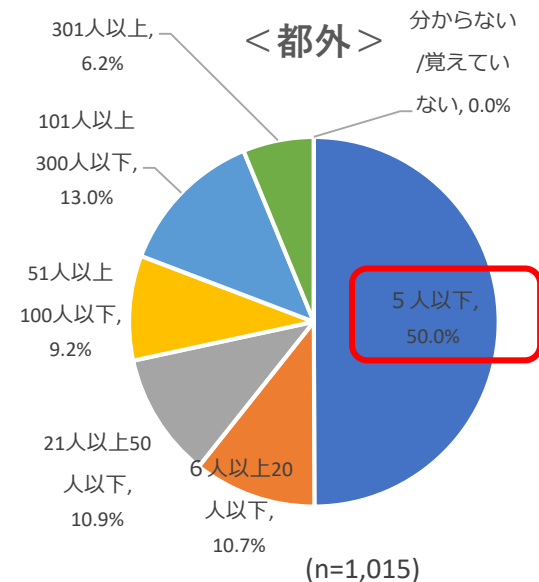
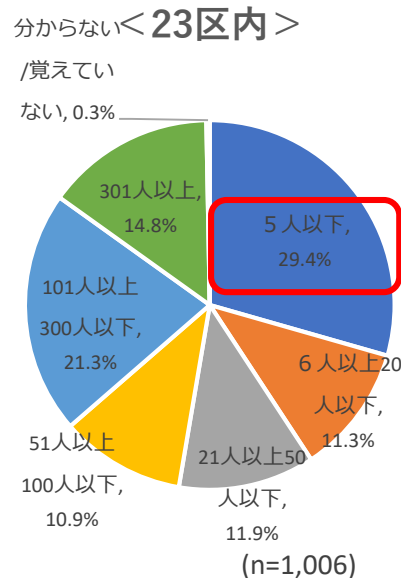
## (4) 従業員数 郵送調査

	回答数	割合
5人以下	153	12.2%
6人以上20人以下	188	14.9%
21人以上50人以下	569	45.2%
51人以上100人以下	236	18.7%
101人以上300人以下	103	8.2%
301人以上	9	0.7%
無回答	1	0.1%
	n=1,259	



## (4) 従業員数 インターネット調査

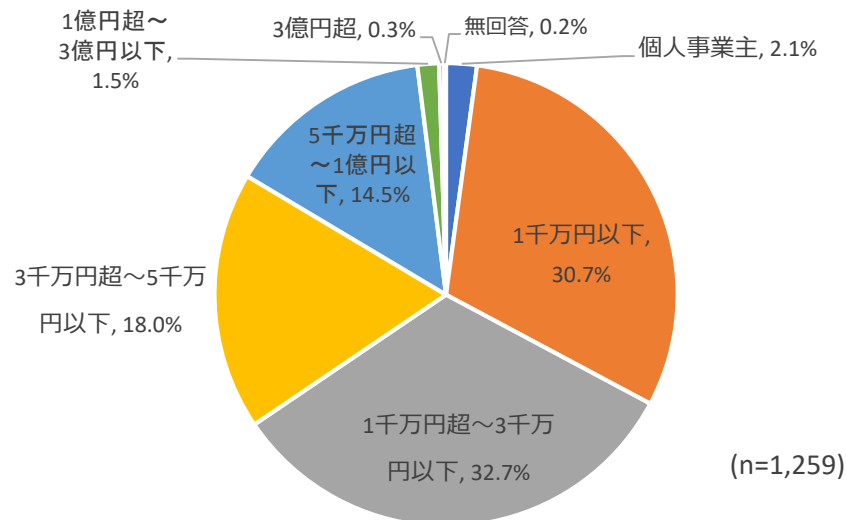
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
5人以下	296	29.4%	507	50.0%
6人以上20人以下	114	11.3%	109	10.7%
21人以上50人以下	120	11.9%	111	10.9%
51人以上100人以下	110	10.9%	93	9.2%
101人以上300人以下	214	21.3%	132	13.0%
301人以上	149	14.8%	63	6.2%
無回答	3	0.3%	0	0.0%
	n=1,006		n=1,015	



# 1. 回答企業属性

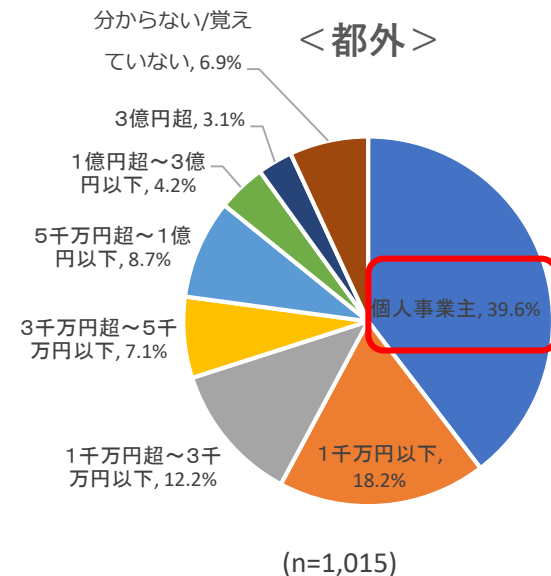
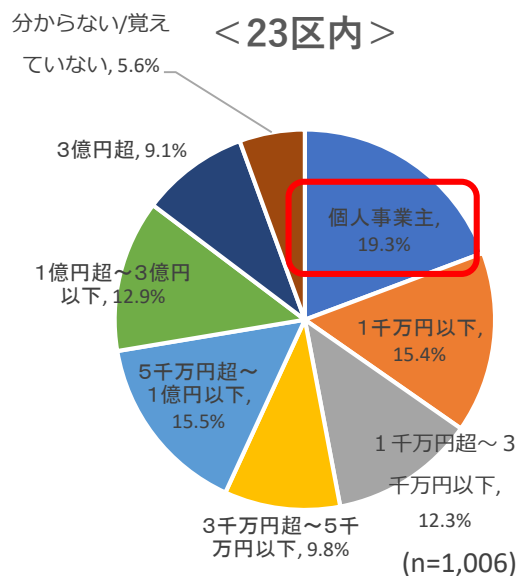
## (5) 資本金 郵送調査

	回答数	割合
個人事業主	27	2.1%
1千万円以下	386	30.7%
1千万円超～3千万円以下	412	32.7%
3千万円超～5千万円以下	227	18.0%
5千万円超～1億円以下	182	14.5%
1億円超～3億円以下	19	1.5%
3億円超	4	0.3%
無回答	2	0.2%
	n=1,259	



## (5) 資本金 インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
個人事業主	194	19.3%	402	39.6%
1千万円以下	155	15.4%	185	18.2%
1千万円超～3千万円以下	124	12.3%	124	12.2%
3千万円超～5千万円以下	99	9.8%	72	7.1%
5千万円超～1億円以下	156	15.5%	88	8.7%
1億円超～3億円以下	130	12.9%	43	4.2%
3億円超	92	9.1%	31	3.1%
無回答	56	5.6%	70	6.9%
	n=1,006		n=1,015	

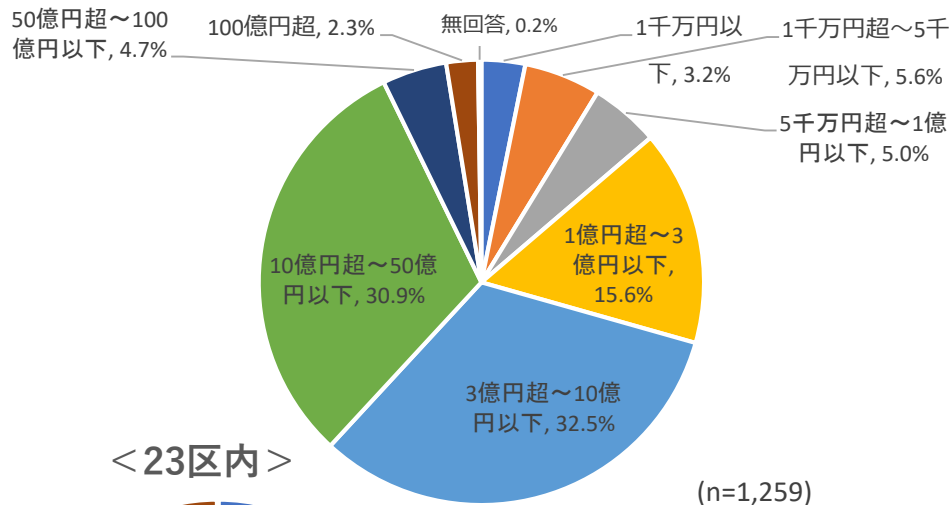




# 1. 回答企業属性

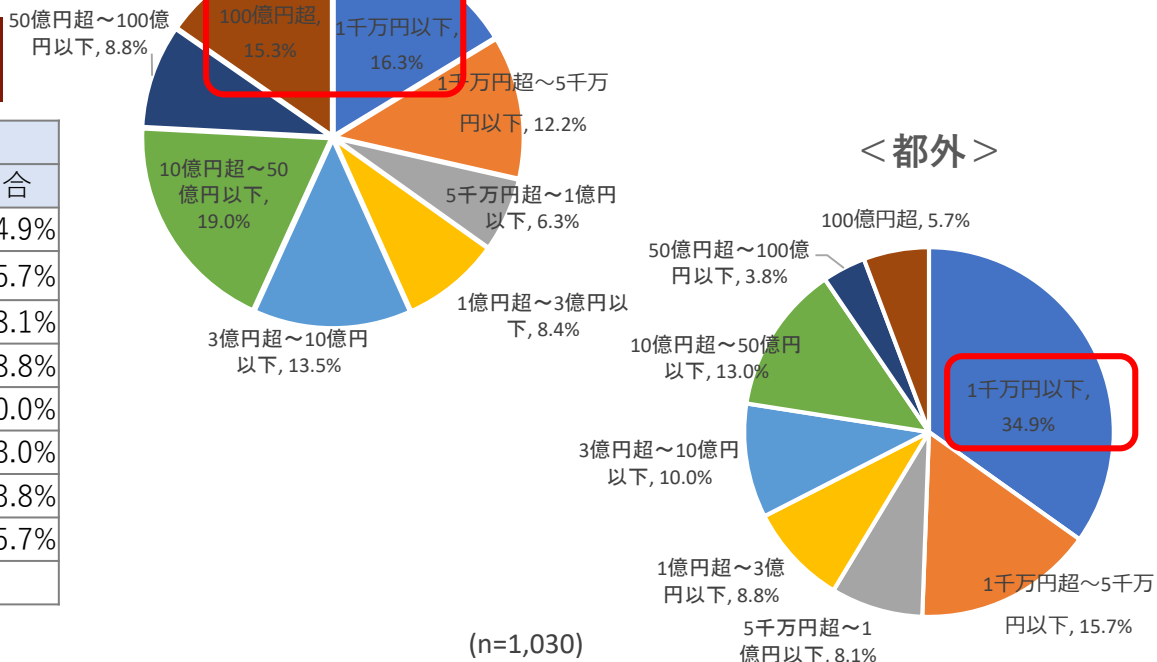
## (6) 直近決算期の売上高 郵送調査

	回答数	割合
1千万円以下	40	3.2%
1千万円超～5千万円以下	70	5.6%
5千万円超～1億円以下	63	5.0%
1億円超～3億円以下	197	15.6%
3億円超～10億円以下	409	32.5%
10億円超～50億円以下	389	30.9%
50億円超～100億円以下	59	4.7%
100億円超	29	2.3%
無回答	3	0.2%
	n=1,259	



## (6) 直近決算期の売上高 インターネット調査

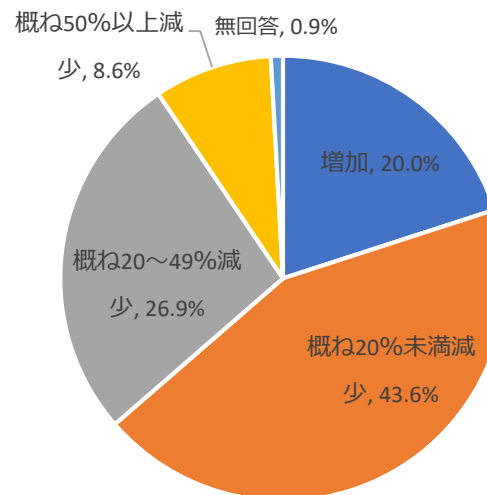
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
1千万円以下	168	16.3%	359	34.9%
1千万円超～5千万円以下	126	12.2%	162	15.7%
5千万円超～1億円以下	65	6.3%	83	8.1%
1億円超～3億円以下	87	8.4%	91	8.8%
3億円超～10億円以下	139	13.5%	103	10.0%
10億円超～50億円以下	196	19.0%	134	13.0%
50億円超～100億円以下	91	8.8%	39	3.8%
100億円超	158	15.3%	59	5.7%
	n=1,030		n=1,030	



# 1. 回答企業属性

## (7) 2020年3月～9月売上増減率（前年同期比） 郵送調査

	回答数	割合
増加	252	20.0%
概ね20%未満減少	549	43.6%
概ね20～49%減少	339	26.9%
概ね50%以上減少	108	8.6%
無回答	11	0.9%
	n=1,259	

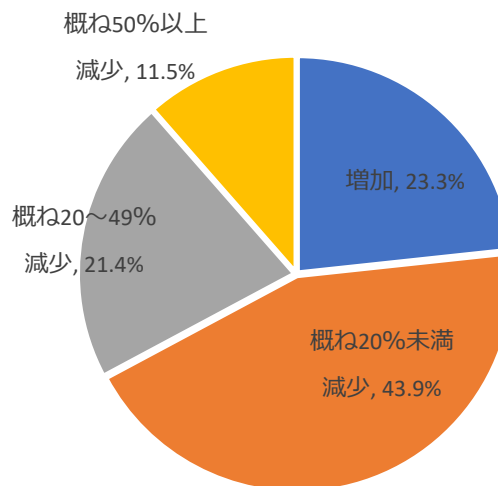


(n=1,259)

## (7) 2020年3月～9月売上増減率（前年同期比） インターネット調査

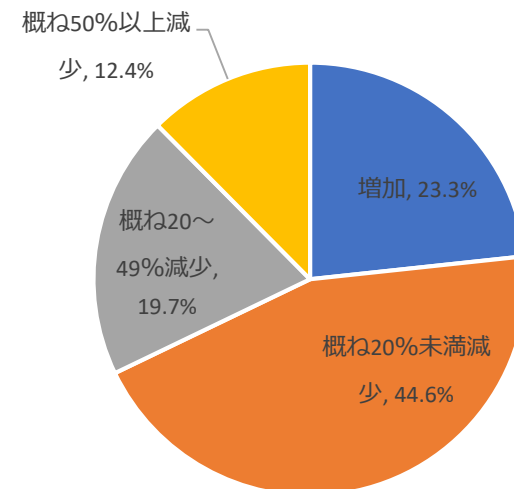
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
増加	240	23.3%	240	23.3%
概ね20%未満減少	452	43.9%	459	44.6%
概ね20～49%減少	220	21.4%	203	19.7%
概ね50%以上減少	118	11.5%	128	12.4%
	n=1,030		n=1,030	

### < 23区内 >



(n=1,030)

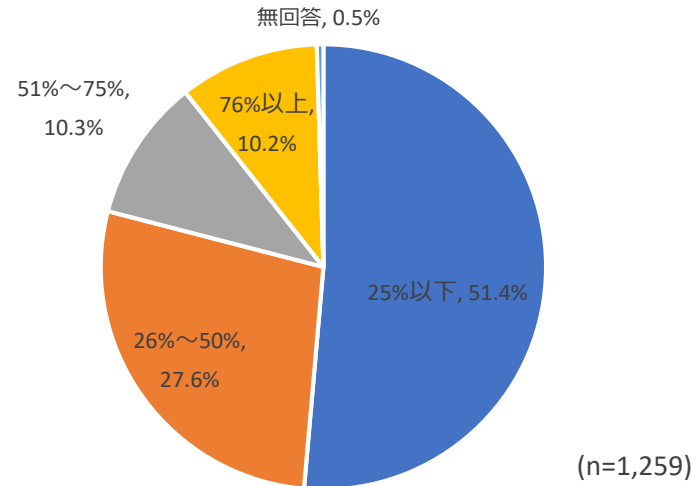
### < 都外 >



# 1. 回答企業属性

## (8) 取引額が最も多い取引先への依存度 郵送調査

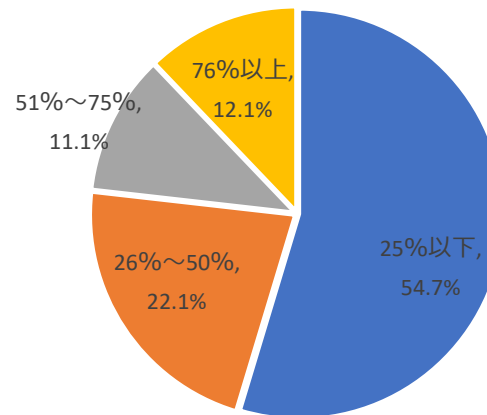
	回答数	割合
25%以下	647	51.4%
26%~50%	348	27.6%
51%~75%	130	10.3%
76%以上	128	10.2%
無回答	6	0.5%
	n=1,259	



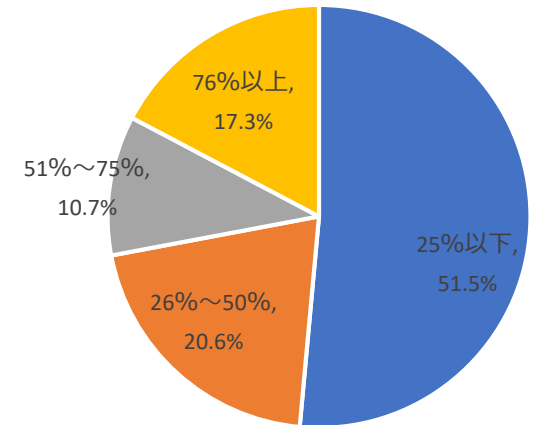
## (8) 取引額が最も多い取引先への依存度 インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
25%以下	563	54.7%	530	51.5%
26%~50%	228	22.1%	212	20.6%
51%~75%	114	11.1%	110	10.7%
76%以上	125	12.1%	178	17.3%
	n=1,030		n=1,030	

### <23区内>



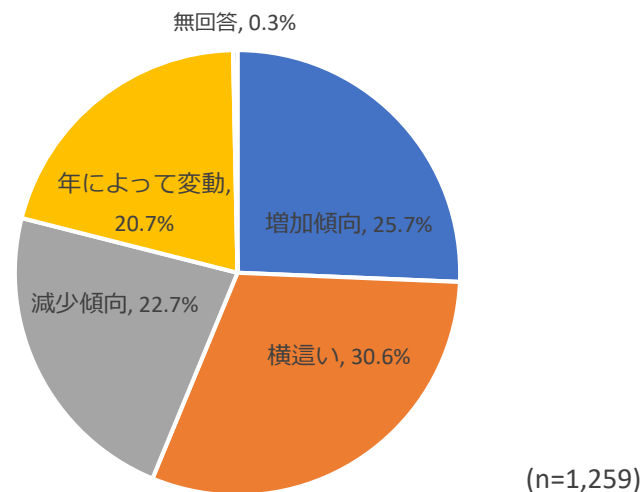
### <都外>



# 1. 回答企業属性

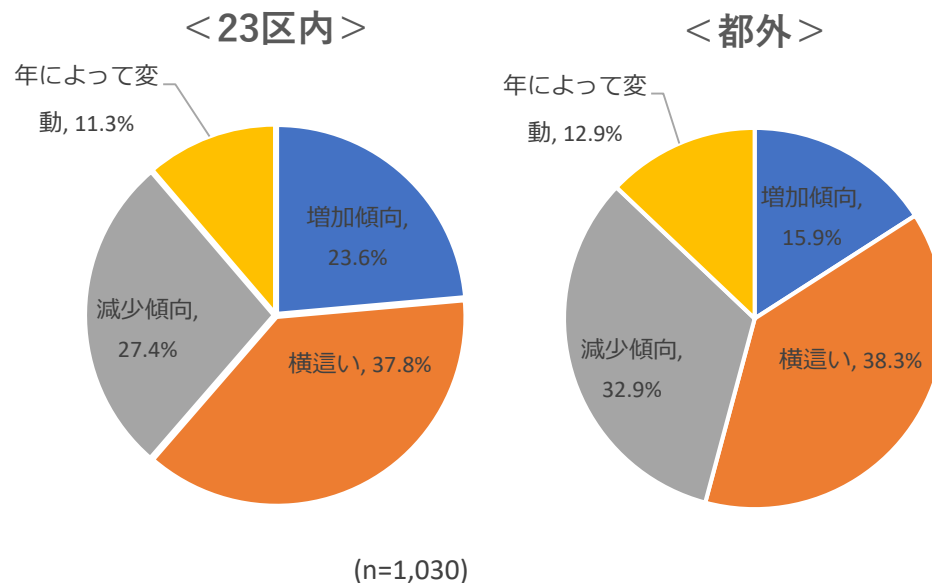
## (9) 直近3年間の利益の傾向 郵送調査

	回答数	割合
増加傾向	323	25.7%
横這い	385	30.6%
減少傾向	286	22.7%
年によって変動	261	20.7%
無回答	4	0.3%
	n=1,259	



## (9) 直近3年間の利益の傾向 インターネット調査

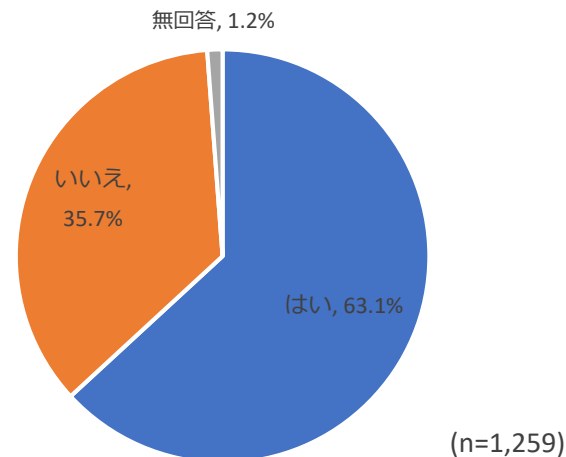
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
増加傾向	243	23.6%	164	15.9%
横這い	389	37.8%	394	38.3%
減少傾向	282	27.4%	339	32.9%
年によって変動	116	11.3%	133	12.9%
	n=1,030		n=1,030	



# 1. 回答企業属性

## (10) 株主構成について（経営者が株式の過半数を保有しているか） 郵送調査

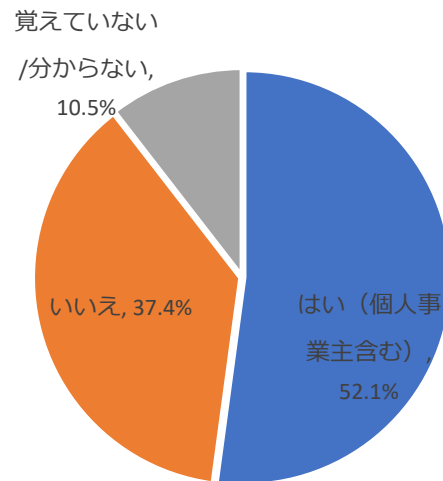
	回答数	割合
はい（個人事業主含む）	795	63.1%
いいえ	449	35.7%
無回答	15	1.2%
	n=1,259	



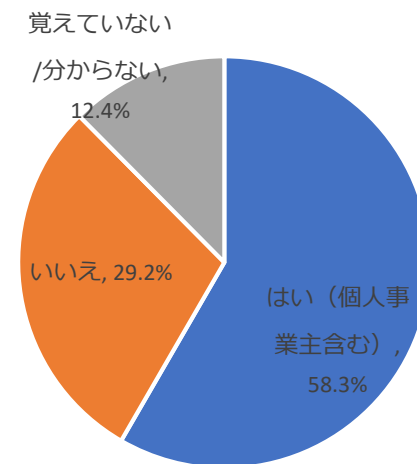
## (10) 株主構成について（経営者が株式の過半数を保有しているか） インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
はい（個人事業主含む）	537	52.1%	601	58.3%
いいえ	385	37.4%	301	29.2%
覚えていない/ 分からない	108	10.5%	128	12.4%
	n=1,030		n=1,030	

### <23区内>



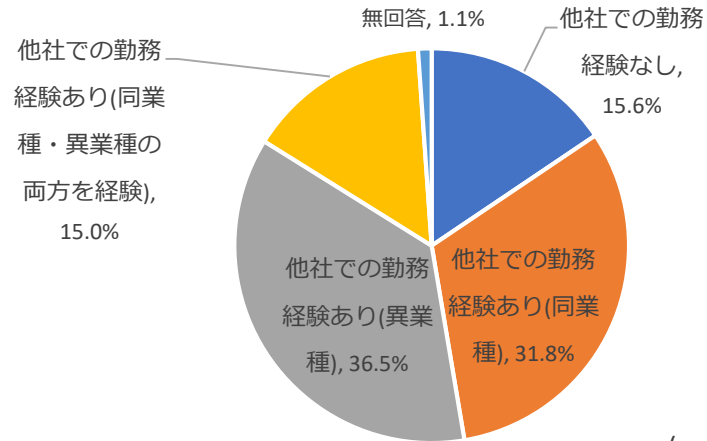
### <都外>



# 1. 回答企業属性

## (11) 経営者の経歴 郵送調査

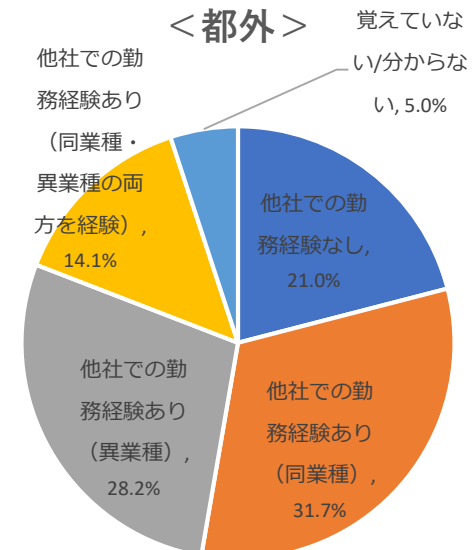
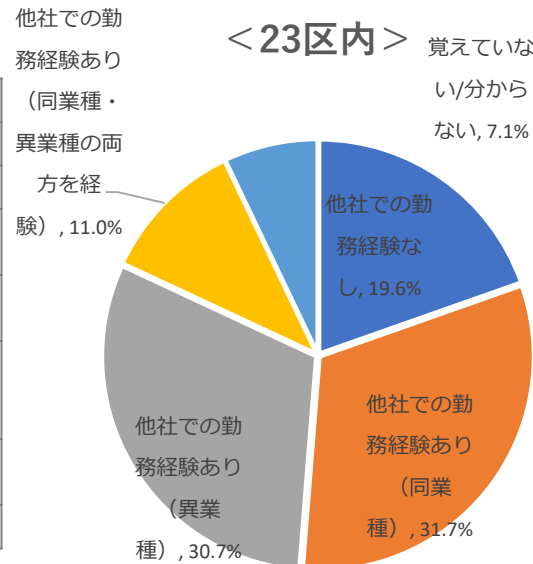
	回答数	割合
他社での勤務経験なし	196	15.6%
他社での勤務経験あり(同業種)	400	31.8%
他社での勤務経験あり(異業種)	460	36.5%
他社での勤務経験あり(同業種・異業種の両方を経験)	189	15.0%
無回答	14	1.1%
	n=1,259	



(n=1,259)

## (11) 経営者の経歴 インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
他社での勤務経験なし	202	19.6%	216	21.0%
他社での勤務経験あり(同業種)	326	31.7%	327	31.7%
他社での勤務経験あり(異業種)	316	30.7%	290	28.2%
他社での勤務経験あり(同業種・異業種の両方を経験)	113	11.0%	145	14.1%
覚えていない/分からない	73	7.1%	52	5.0%
	n=1,030		n=1,030	



(n=1,030)

## 2. イノベーション活動について

### (12) イノベーションに関する取り組み 郵送調査

	全体	他社も導入していない全く新しい業務工程、新商品・新事業を導入、または開発	既に他社が導入しているが、自社にとっては新しい業務工程、新商品・新事業を導入、または開発	実現しなかったが、アイデアを実現するための方策を考えたことがある	取り組んでいない	無回答
商品の生産方法	(1259)	143 11.4%	309 24.5%	165 13.1%	624 49.6%	40 3.2%
商品・サービスの提供方法	(1259)	148 11.8%	417 33.1%	214 17.0%	480 38.1%	26 2.1%
物流工程（輸送・倉庫・在庫管理等）	(1259)	52 4.1%	266 21.1%	158 12.5%	753 59.8%	39 3.1%
販売促進、プロモーション方法	(1259)	95 7.5%	428 34.0%	212 16.8%	507 40.3%	34 2.7%
社内体制の改善、業務の効率化	(1259)	107 8.5%	604 48.0%	200 15.9%	334 26.5%	28 2.2%
新商品・新事業の開発	(1259)	262 20.8%	365 29.0%	212 16.8%	431 34.2%	21 1.7%

## 2. イノベーション活動について

### (12) イノベーションに関する取り組み インターネット調査

#### <23区内>

	全体	他社も導入していない全く新しい業務工程、新商品・新事業を導入、または開発に取り組んでいる	既に他社が導入しているが、自社にとっては新しい業務工程、新商品・新事業を導入、または開発に取り組んでいる	実現しなかったが、アイデアを実現するための方策を考えたことがある	取り組んでいない
商品の生産方法	(1030)	86 8.3%	195 18.9%	130 12.6%	667 64.8%
商品・サービスの提供方法	(1030)	115 11.2%	249 24.2%	186 18.1%	532 51.7%
物流工程（輸送・倉庫・在庫管理等）	(1030)	50 4.9%	156 15.1%	92 8.9%	756 73.4%
販売促進、プロモーション方法	(1030)	80 7.8%	251 24.4%	192 18.6%	554 53.8%
社内体制の改善、業務の効率化	(1030)	83 8.1%	342 33.2%	180 17.5%	466 45.2%
新商品・新事業の開発	(1030)	145 14.1%	284 27.6%	167 16.2%	492 47.8%

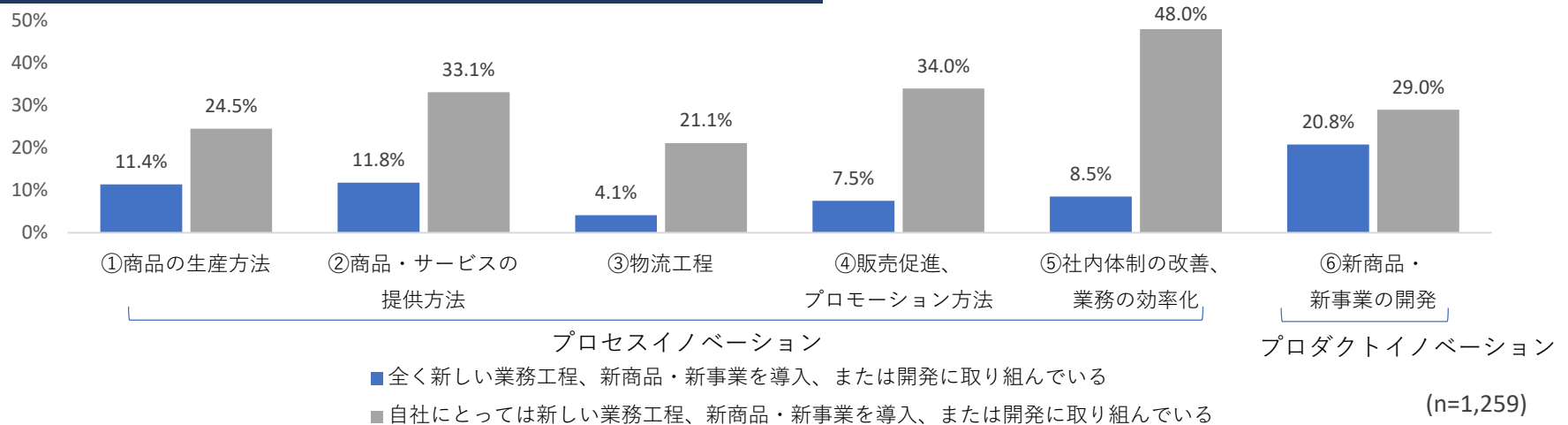
#### <都外>

	全体	他社も導入していない全く新しい業務工程、新商品・新事業を導入、または開発に取り組んでいる	既に他社が導入しているが、自社にとっては新しい業務工程、新商品・新事業を導入、または開発に取り組んでいる	実現しなかったが、アイデアを実現するための方策を考えたことがある	取り組んでいない
商品の生産方法	(1030)	51 5.0%	133 12.9%	133 12.9%	735 71.4%
商品・サービスの提供方法	(1030)	57 5.5%	183 17.8%	201 19.5%	612 59.4%
物流工程（輸送・倉庫・在庫管理等）	(1030)	27 2.6%	94 9.1%	94 9.1%	822 79.8%
販売促進、プロモーション方法	(1030)	53 5.1%	147 14.3%	183 17.8%	660 64.1%
社内体制の改善、業務の効率化	(1030)	48 4.7%	223 21.7%	198 19.2%	579 56.2%
新商品・新事業の開発	(1030)	78 7.6%	162 15.7%	181 17.6%	633 61.5%

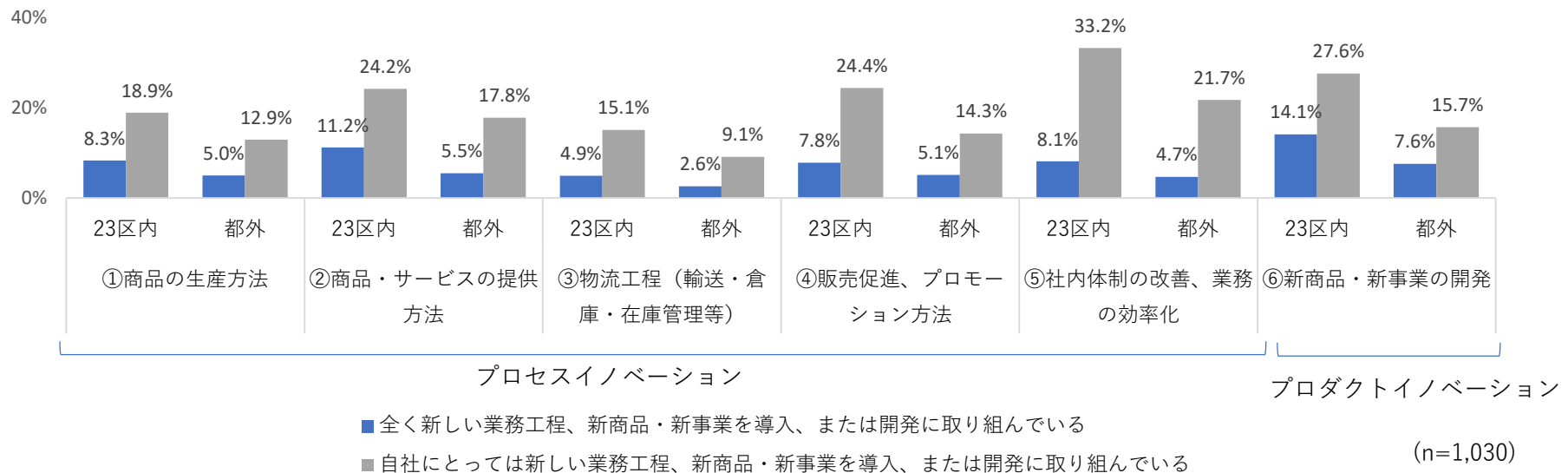


## 2. イノベーション活動について

### (12) イノベーションに関する取り組み（複数回答） 郵送調査



### (12) イノベーションに関する取り組み（複数回答） インターネット調査

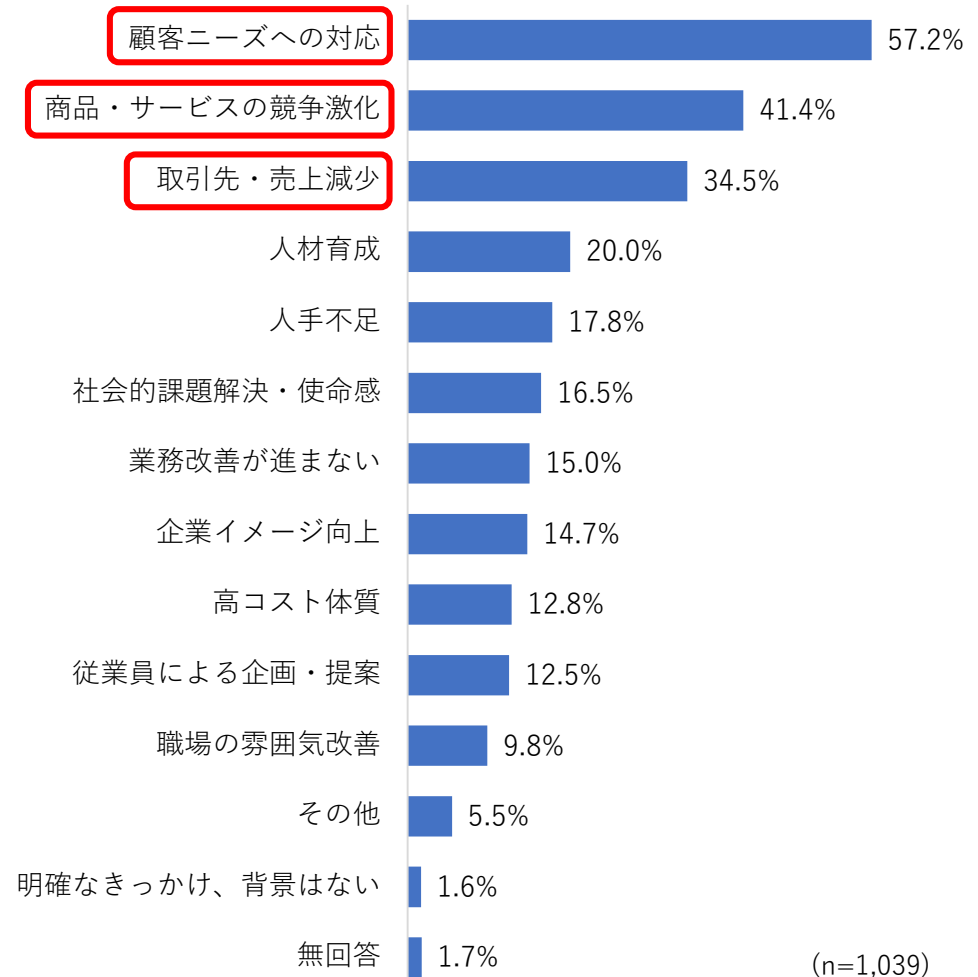


## 2. イノベーション活動について

### (13) イノベーション活動のきっかけ、背景（上位3つまで）

郵送調査

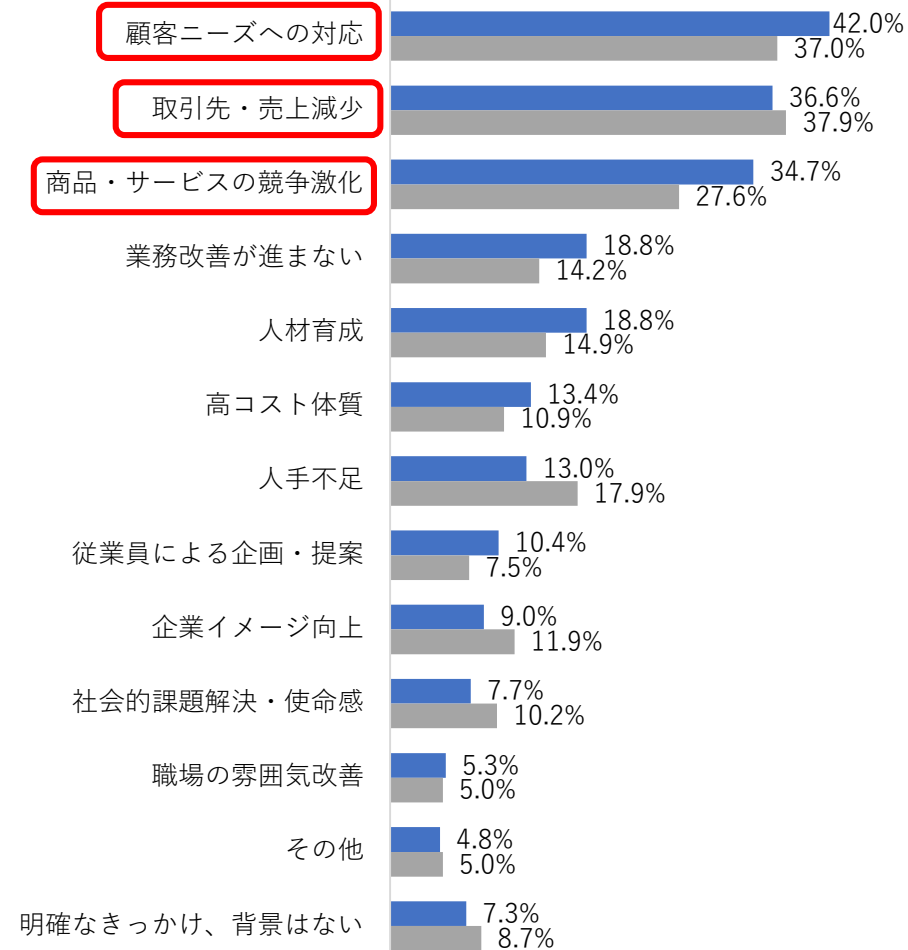
	回答数	割合
顧客ニーズへの対応	594	57.2%
商品・サービスの競争激化	430	41.4%
取引先・売上減少	358	34.5%
人材育成	208	20.0%
人手不足	185	17.8%
社会的課題解決・使命感	171	16.5%
業務改善が進まない	156	15.0%
企業イメージ向上	153	14.7%
高コスト体質	133	12.8%
従業員による企画・提案	130	12.5%
職場の雰囲気改善	102	9.8%
その他	57	5.5%
明確なきっかけ、背景はない	17	1.6%
無回答	18	1.7%
	n=1,039	



## 2. イノベーション活動について

### (13) イノベーション活動のきっかけ、背景（上位3つまで） インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
顧客ニーズへの対応	300	42.0%	221	37.0%
取引先・売上減少	261	36.6%	226	37.9%
商品・サービスの競争激化	248	34.7%	165	27.6%
業務改善が進まない	134	18.8%	85	14.2%
人材育成	134	18.8%	89	14.9%
高コスト体質	96	13.4%	65	10.9%
人手不足	93	13.0%	107	17.9%
従業員による企画・提案	74	10.4%	45	7.5%
企業イメージ向上	64	9.0%	71	11.9%
社会的課題解決・使命感	55	7.7%	61	10.2%
職場の雰囲気改善	38	5.3%	30	5.0%
その他	34	4.8%	30	5.0%
明確なきっかけ、背景はない	52	7.3%	52	8.7%
	n=714		n=597	



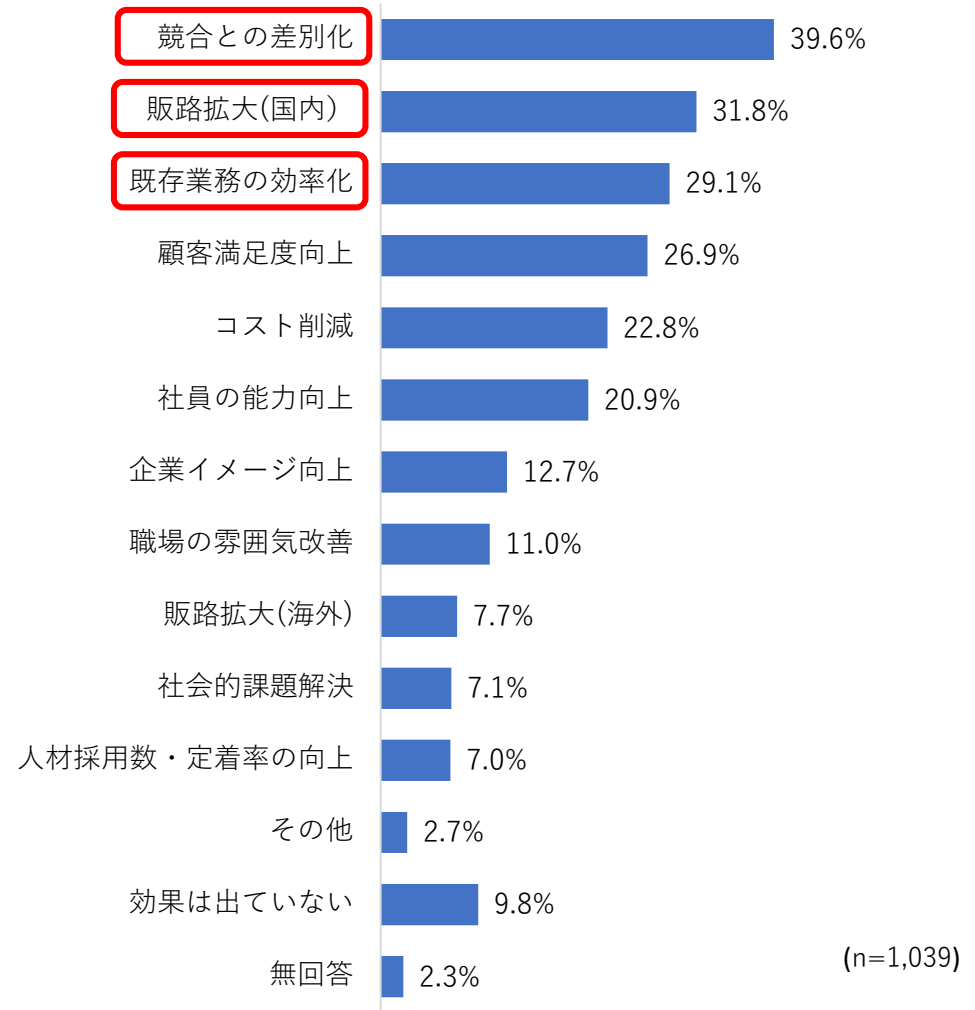
■ 23区内 ■ 都外  
(n=714) (n=597)

## 2. イノベーション活動について

### (14) イノベーション活動によって得られた効果（上位3つまで）

郵送調査

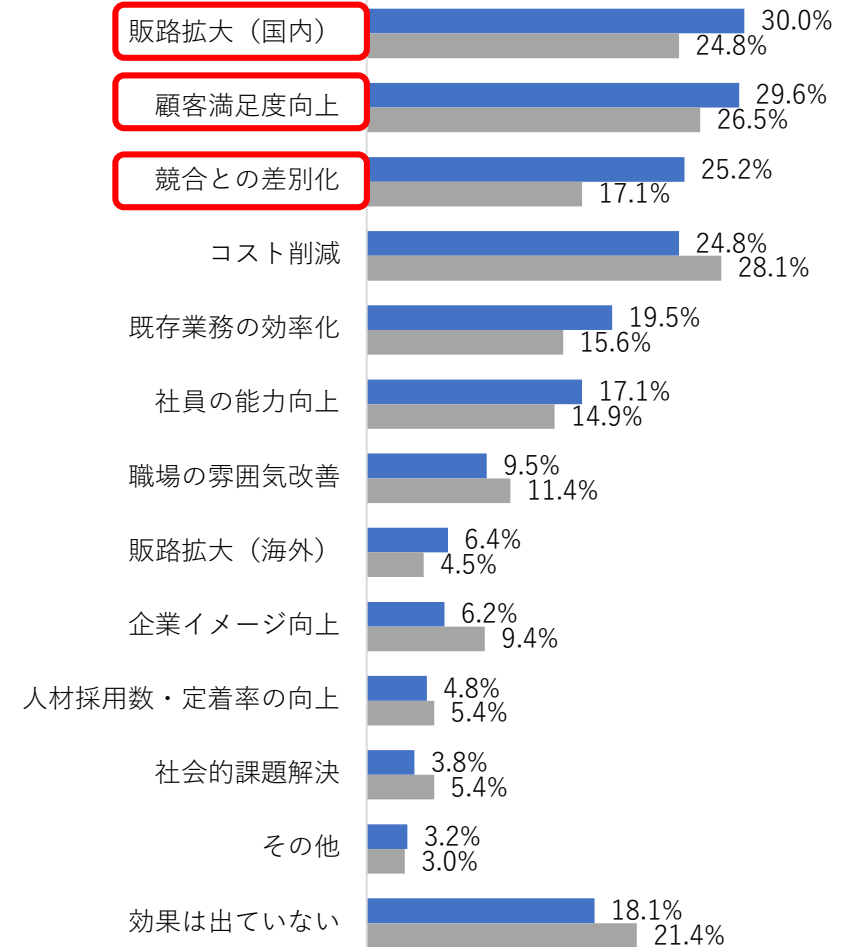
	回答数	割合
競合との差別化	411	39.6%
販路拡大(国内)	330	31.8%
既存業務の効率化	302	29.1%
顧客満足度向上	279	26.9%
コスト削減	237	22.8%
社員の能力向上	217	20.9%
企業イメージ向上	132	12.7%
職場の雰囲気改善	114	11.0%
販路拡大(海外)	80	7.7%
社会的課題解決	74	7.1%
人材採用数・定着率の向上	73	7.0%
その他	28	2.7%
効果は出ていない	102	9.8%
無回答	24	2.3%
	n=1,039	



## 2. イノベーション活動について

### (14) イノベーション活動によって得られた効果（上位3つまで） インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
販路拡大（国内）	214	30.0%	148	24.8%
顧客満足度向上	211	29.6%	158	26.5%
競合との差別化	180	25.2%	102	17.1%
コスト削減	177	24.8%	168	28.1%
既存業務の効率化	139	19.5%	93	15.6%
社員の能力向上	122	17.1%	89	14.9%
職場の雰囲気改善	68	9.5%	68	11.4%
販路拡大（海外）	46	6.4%	27	4.5%
企業イメージ向上	44	6.2%	56	9.4%
人材採用数・定着率の向上	34	4.8%	32	5.4%
社会的課題解決	27	3.8%	32	5.4%
その他	23	3.2%	18	3.0%
効果は出ていない	129	18.1%	128	21.4%
	n=714		n=597	



## 2. イノベーション活動について

### (15) 商品の生産方法

- 大手企業の製造工程で発生する廃材の再利用ニーズをヒントに新商品の開発に着手。廃材の再利用技術を有する工場と新たに提携することで、自社工場では対応できなかった生産方法を確立。今後も大企業の環境ニーズに応えた商品を展開していく。（製造業・衣料品）
- 顧客からサビのない金網の製造依頼があったことを機に、ステンレスのプレス加工が可能となり、業界内での差別化を実現した。（製造業・建築材料）
- 金型設計において、応力解析ソフトを導入。これまでは過去の経験値に頼った設計であったが、ソフトを導入してからは過去の経験値に加えてITの力も加わり、最適設計に近づいている。また、新しいノウハウを持っていない社員の設計に対する能力の底上げスピードが速まってきている。（製造業・冷間鍛造素材）

### (15) 商品・サービスの提供方法

- オリジナル刺繍アイテム加工料金の定額制を導入し、都度見積りを廃止。営業担当者の事務負担軽減とWebを活用した新規顧客開拓を実現した。（製造業・刺繍加工）
- 音楽スクール事業において、コロナ禍前は対面式のみで行っていたが、コロナ対策の一環としてオンラインレッスンを開始。（サービス業・音楽興業事業、スクール事業）

### (15) 物流工程

- 競合他社との共同配送を通じてコストを削減。ECに関して、小売用商品だけでなく業務用商品を組み入れることで売上増加につながった。（卸売業・食品輸入卸）

### (15) 販売促進、プロモーション方法

- O2O（Online to Offline）に最適化した販売管理システムを開発。この販売管理システムは、店舗とECを併用する様々な小売業への転用が可能であり、システム自体の販売にも取り組んでいる。（小売業・宝飾品）

## 2. イノベーション活動について

### (15) 社内体制の改善、業務の効率化

- 独自のシステム導入により業務及び、作業効率の見える化に取り組み、さらに人事評価制度を刷新。業務の効率上がり、社員の人事評価に対する満足度も向上した。（サービス業・構造設計、図面作成）
- AIを活用したEC用画像の自動補正システムを大学と共同で開発。従来は画像1枚あたり30分程度かかっていた補正作業を、大幅に省力化した。また、この技術をEC販売に取り組む事業者向けにサービスとして提供することで、新たな収益事業となっている。（小売業・宝飾品）
- 赤字続きであった複合機販売から、IT商材販売に事業転換した結果、増益基調に好転。自社のIT化も進め、従業員一人当たりの利益率が増加し、賃金も引き上げた。（卸売業・OA機器販売、修理）

### (15) 新商品・新事業の開発

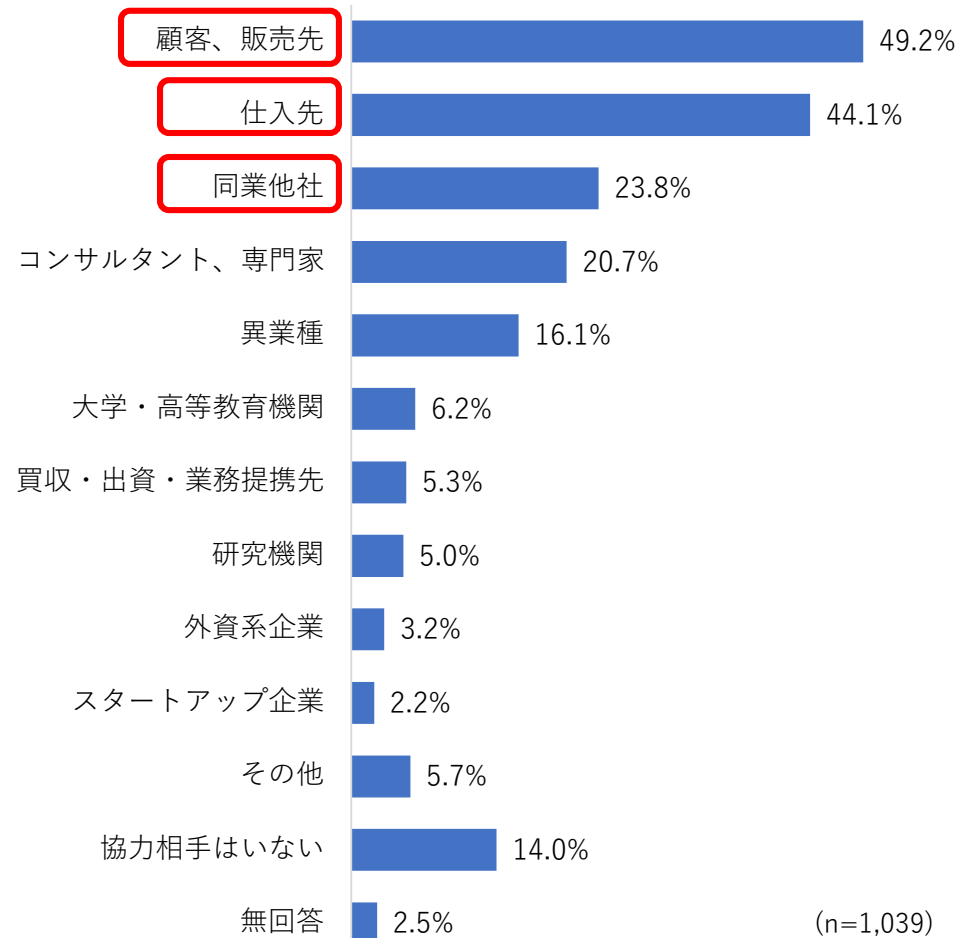
- サポイン事業に採択され、大企業の研究所、大学と共同開発を行い、高精度の切削工具を開発。研究所や大学との連携を通じて、高いレベルの技術に触れ、社員の技術レベル向上にも寄与した。（製造業・研削工具）
- トラック、バスなど輸送業者向け衝突防止カメラセンサーを販売。機器販売だけでなく、動画から得られるビックデータの分析を通じ、安全な運転能力向上に資するコンサルティング業を強化し、ハード事業とソフト事業の融合を進めている。（卸売業・自動車用電子機器輸入販売）
- 緊急事態宣言中、主力商品の受注が一時的に減少。製造部門の空いた時間を活用し、既存技術を応用した新商品を開発。すでに大型の受注につながるなど効果が出ている。（製造業・合金製造販売）
- 金属製品の検査を効率化、内製化するため、AIを活用した検査システムを開発。建築物や構造物の検査への応用も可能であり、今後新たな顧客層への販売を見込む。（製造業・合金製造販売）

## 2. イノベーション活動について

### (16) イノベーション活動の協力相手（複数回答）

郵送調査

	回答数	割合
顧客、販売先	511	49.2%
仕入先	458	44.1%
同業他社	247	23.8%
コンサルタント、専門家	215	20.7%
異業種	167	16.1%
大学・高等教育機関	64	6.2%
買収・出資・業務提携先	55	5.3%
研究機関	52	5.0%
外資系企業	33	3.2%
スタートアップ企業	23	2.2%
その他	59	5.7%
協力相手はいない	145	14.0%
無回答	26	2.5%
	n=1,039	

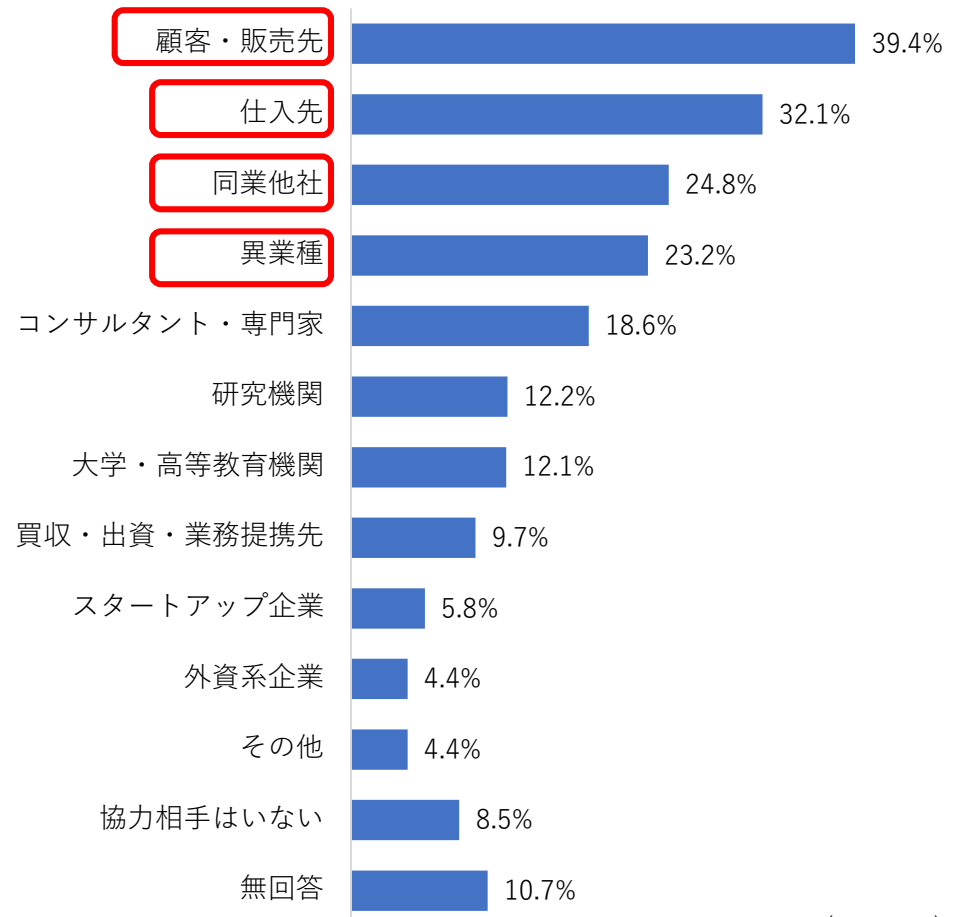




## 2. イノベーション活動について

### (16) イノベーション活動の協力相手（今後も継続して、または新たに連携を希望する相手）（複数回答） 郵送調査

	回答数	割合
顧客・販売先	409	39.4%
仕入先	334	32.1%
同業他社	258	24.8%
異業種	241	23.2%
コンサルタント・専門家	193	18.6%
研究機関	127	12.2%
大学・高等教育機関	126	12.1%
買収・出資・業務提携先	101	9.7%
スタートアップ企業	60	5.8%
外資系企業	46	4.4%
その他	46	4.4%
協力相手はいない	88	8.5%
無回答	111	10.7%
	n=1,039	

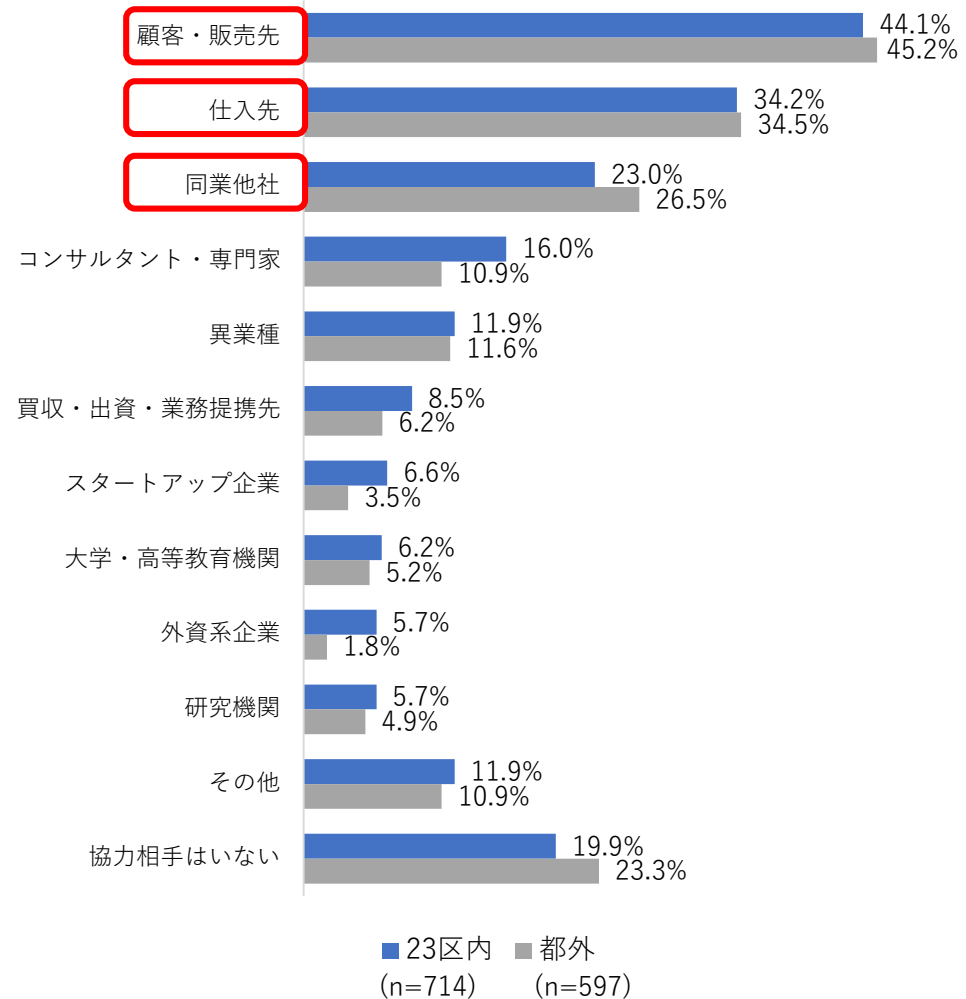


(n=1,039)

## 2. イノベーション活動について

### (16) イノベーション活動の協力相手（複数回答） インターネット調査

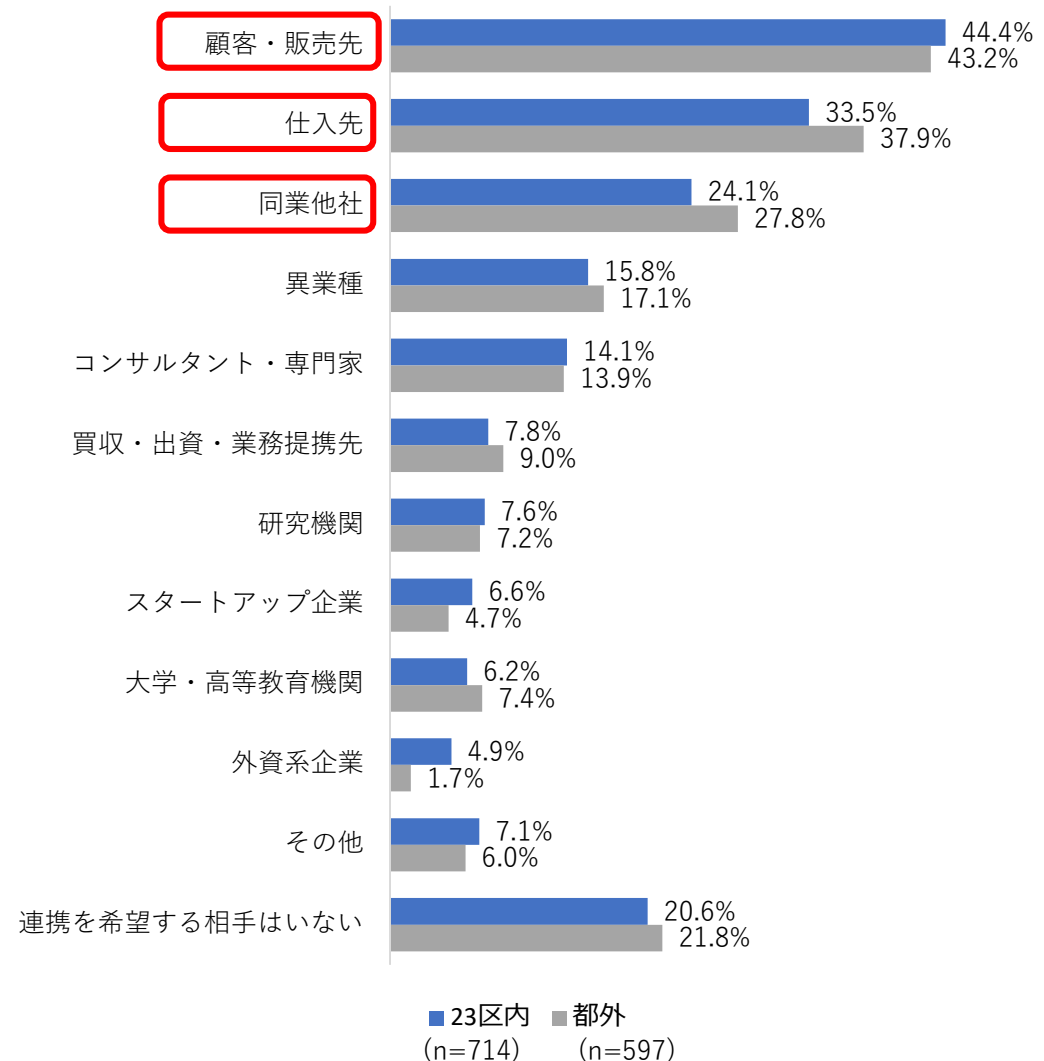
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
顧客・販売先	315	44.1%	270	45.2%
仕入先	244	34.2%	206	34.5%
同業他社	164	23.0%	158	26.5%
コンサルタント・専門家	114	16.0%	65	10.9%
異業種	85	11.9%	69	11.6%
買収・出資・業務提携先	61	8.5%	37	6.2%
スタートアップ企業	47	6.6%	21	3.5%
大学・高等教育機関	44	6.2%	31	5.2%
外資系企業	41	5.7%	11	1.8%
研究機関	41	5.7%	29	4.9%
その他	85	11.9%	65	10.9%
協力相手はいない	142	19.9%	139	23.3%
	n=714		n=597	



## 2. イノベーション活動について

### (16) イノベーション活動の協力相手（今後も継続して、または新たに連携を希望する相手） （複数回答） インターネット調査

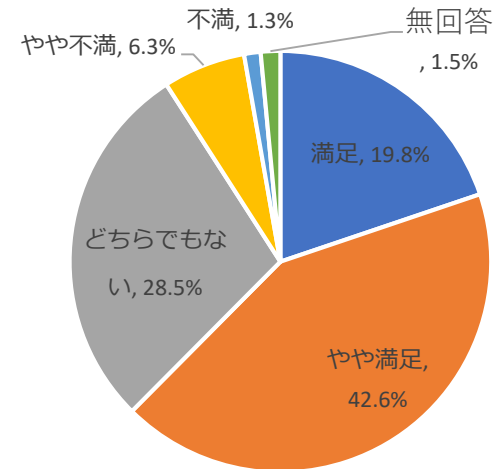
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
顧客・販売先	317	44.4%	258	43.2%
仕入先	239	33.5%	226	37.9%
同業他社	172	24.1%	166	27.8%
異業種	113	15.8%	102	17.1%
コンサルタント・専門家	101	14.1%	83	13.9%
買収・出資・業務提携先	56	7.8%	54	9.0%
研究機関	54	7.6%	43	7.2%
スタートアップ企業	47	6.6%	28	4.7%
大学・高等教育機関	44	6.2%	44	7.4%
外資系企業	35	4.9%	10	1.7%
その他	51	7.1%	36	6.0%
連携を希望する相手はいない	147	20.6%	130	21.8%
	n=714		n=597	



## 2. イノベーション活動について

### (17) 協力相手との連携の満足度 郵送調査

	回答数	割合
満足	172	19.8%
やや満足	370	42.6%
どちらでもない	247	28.5%
やや不満	55	6.3%
不満	11	1.3%
無回答	13	1.5%
	n=868	

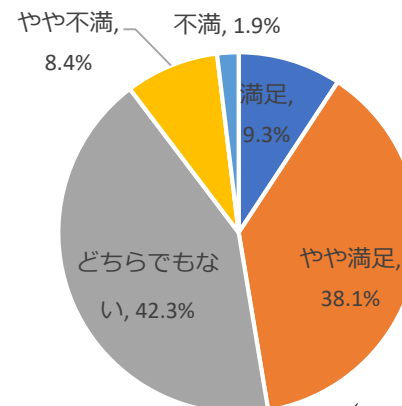


(n=868)

### (17) 協力相手との連携の満足度 インターネット調査

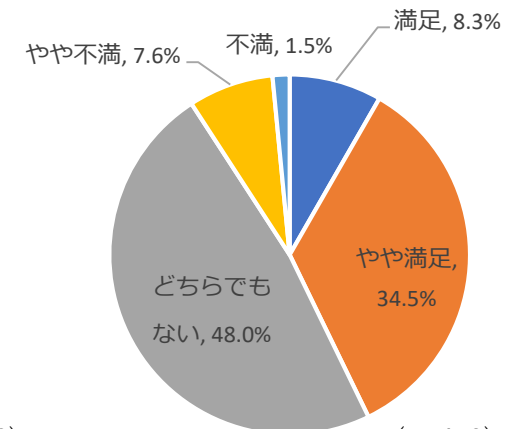
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
満足	53	9.3%	38	8.3%
やや満足	218	38.1%	158	34.5%
どちらでもない	242	42.3%	220	48.0%
やや不満	48	8.4%	35	7.6%
不満	11	1.9%	7	1.5%
	n=572		n=458	

#### <23区内>



(n=572)

#### <都外>

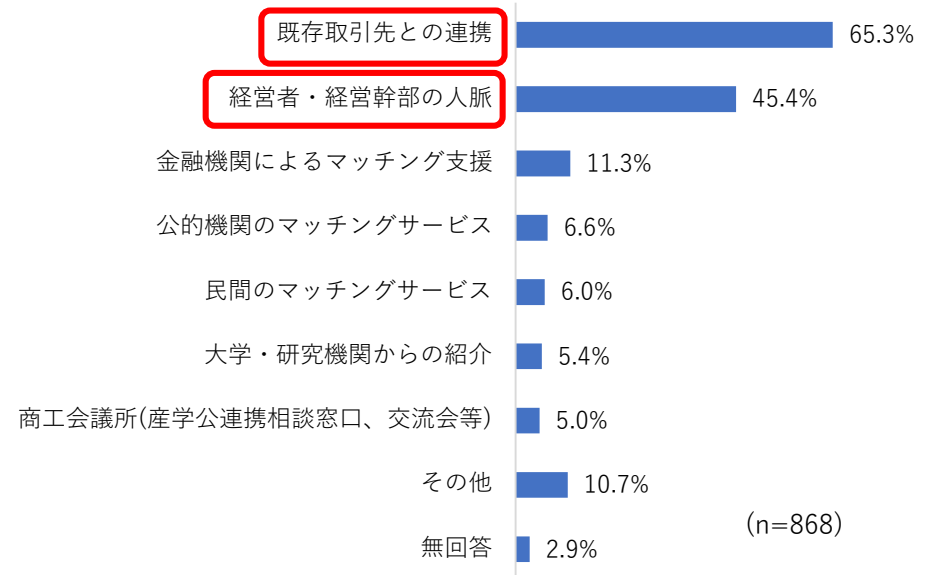


(n=458)

## 2. イノベーション活動について

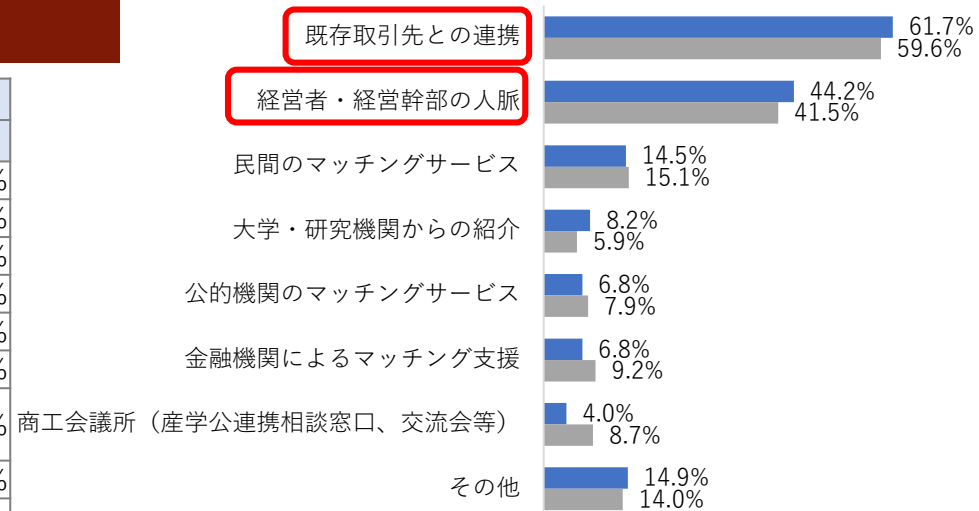
### (18) 協力相手との連携、マッチングの経緯（複数回答） 郵送調査

	回答数	割合
既存取引先との連携	567	65.3%
経営者・経営幹部の人脈	394	45.4%
金融機関によるマッチング支援	98	11.3%
公的機関のマッチングサービス	57	6.6%
民間のマッチングサービス	52	6.0%
大学・研究機関からの紹介	47	5.4%
商工会議所(産学公連携相談窓口、交流会等)	43	5.0%
その他	93	10.7%
無回答	25	2.9%
	n=868	



### (18) 協力相手との連携、マッチングの経緯（複数回答） インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
既存取引先との連携	353	61.7%	273	59.6%
経営者・経営幹部の人脈	253	44.2%	190	41.5%
民間のマッチングサービス	83	14.5%	69	15.1%
大学・研究機関からの紹介	47	8.2%	27	5.9%
公的機関のマッチングサービス	39	6.8%	36	7.9%
金融機関によるマッチング支援	39	6.8%	42	9.2%
商工会議所(産学公連携相談窓口、交流会等)	23	4.0%	40	8.7%
その他	85	14.9%	64	14.0%
	n=572		n=458	

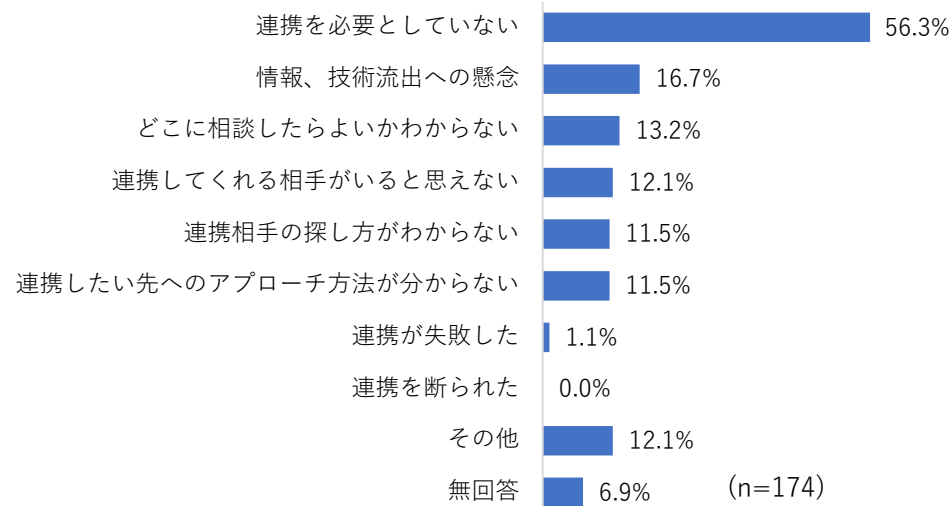


■ 23区内 ■ 都外  
(n=572) (n=458)

## 2. イノベーション活動について

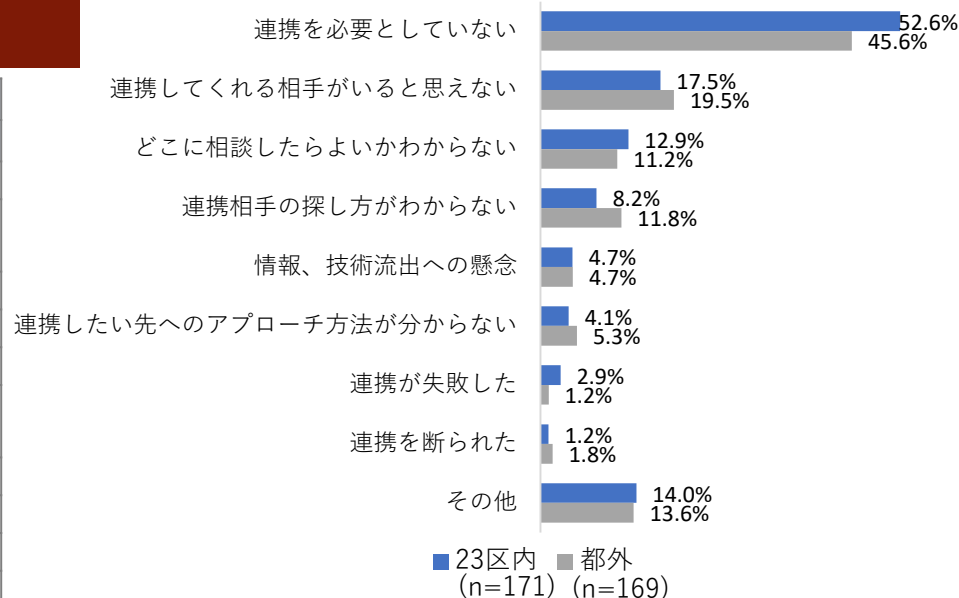
### (19) 連携をしていない、希望しない理由（上位3つまで） 郵送調査

	回答数	割合
連携を必要としていない	98	56.3%
情報、技術流出への懸念	29	16.7%
どこに相談したらよいかわからない	23	13.2%
連携してくれる相手がいると思えない	21	12.1%
連携相手の探し方がわからない	20	11.5%
連携したい先へのアプローチ方法がわからない	20	11.5%
連携が失敗した	2	1.1%
連携を断られた	0	0.0%
その他	21	12.1%
無回答	12	6.9%
	n=174	



### (19) 連携をしていない、希望しない理由（上位3つまで） インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
連携を必要としていない	90	52.6%	77	45.6%
連携してくれる相手がいると思えない	30	17.5%	33	19.5%
どこに相談したらよいかわからない	22	12.9%	19	11.2%
連携相手の探し方がわからない	14	8.2%	20	11.8%
情報、技術流出への懸念	8	4.7%	8	4.7%
連携したい先へのアプローチ方法がわからない	7	4.1%	9	5.3%
連携が失敗した	5	2.9%	2	1.2%
連携を断られた	2	1.2%	3	1.8%
その他	24	14.0%	23	13.6%
	n=171		n=169	



## 2. イノベーション活動について

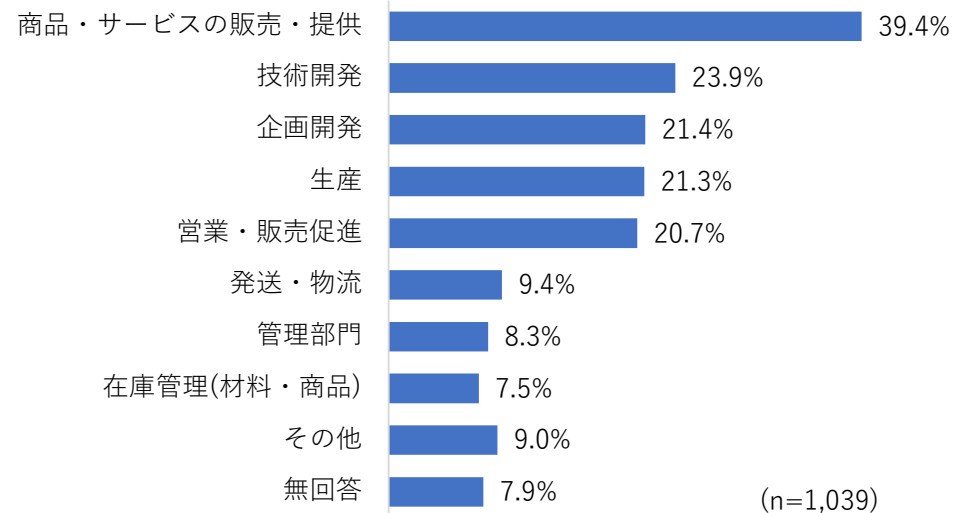
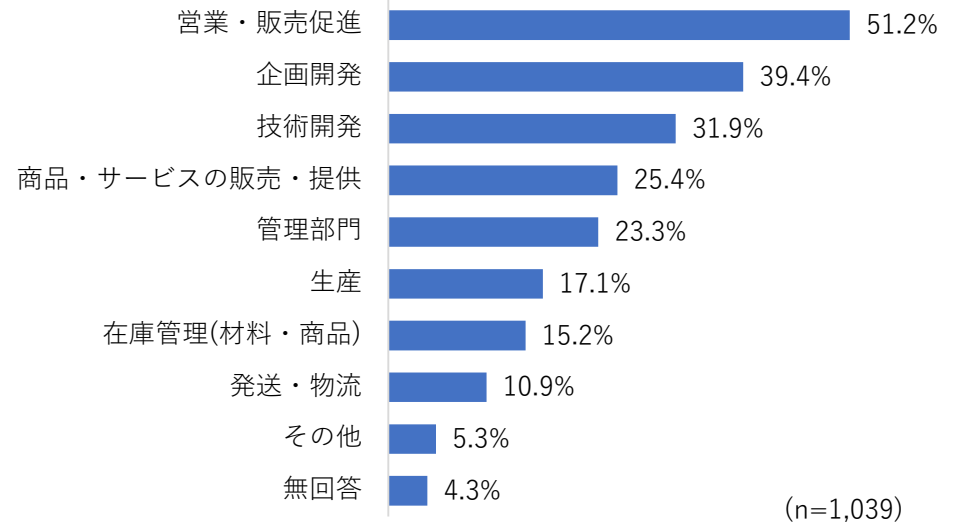
### (20) 業務プロセス（上位3つまで） 郵送調査

#### ①課題

	回答数	割合
営業・販売促進	532	51.2%
企画開発	409	39.4%
技術開発	331	31.9%
商品・サービスの販売・提供	264	25.4%
管理部門	242	23.3%
生産	178	17.1%
在庫管理(材料・商品)	158	15.2%
発送・物流	113	10.9%
その他	55	5.3%
無回答	45	4.3%
	n=1,039	

#### ②強み

	回答数	割合
商品・サービスの販売・提供	409	39.4%
技術開発	248	23.9%
企画開発	222	21.4%
生産	221	21.3%
営業・販売促進	215	20.7%
発送・物流	98	9.4%
管理部門	86	8.3%
在庫管理(材料・商品)	78	7.5%
その他	94	9.0%
無回答	82	7.9%
	n=1,039	

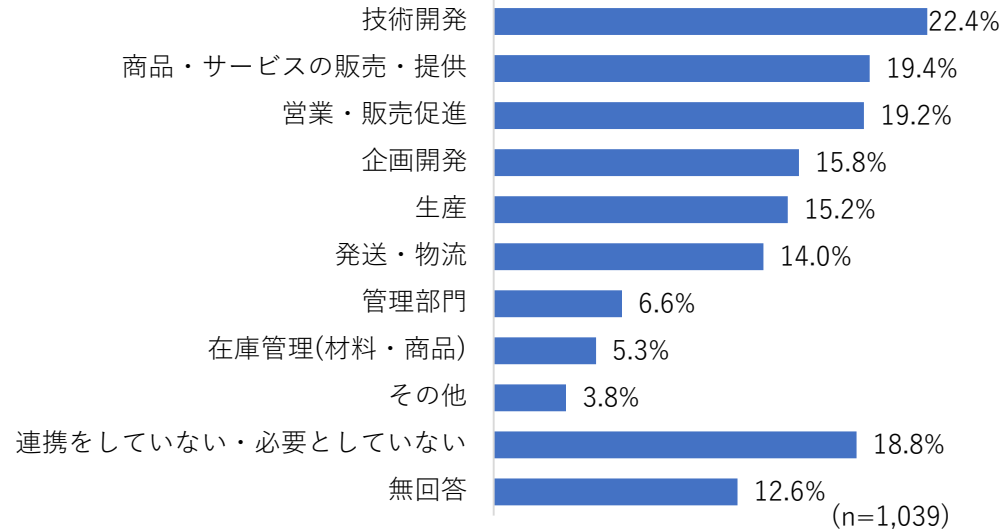


## 2. イノベーション活動について

### (20) 業務プロセス（上位3つまで） 郵送調査

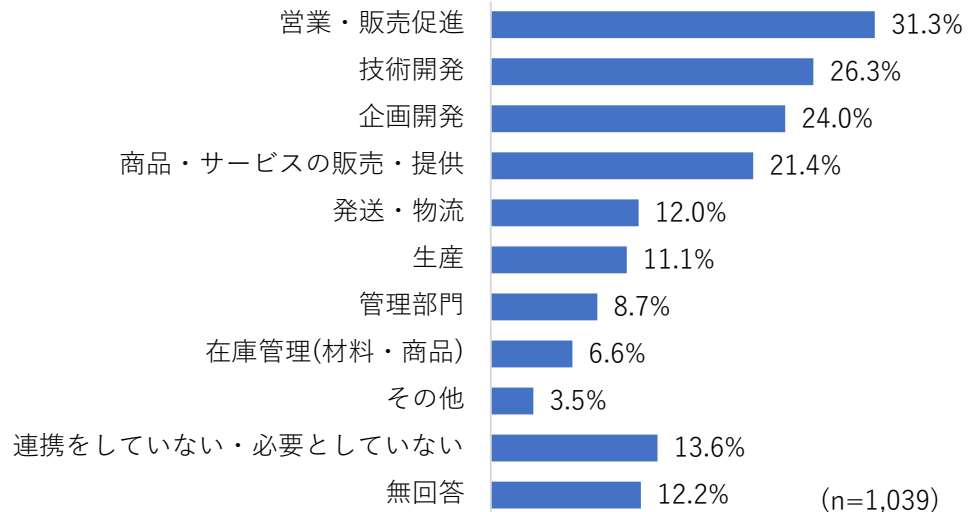
#### ③他社・他機関と連携している分野

	回答数	割合
技術開発	233	22.4%
商品・サービスの販売・提供	202	19.4%
営業・販売促進	199	19.2%
企画開発	164	15.8%
生産	158	15.2%
発送・物流	145	14.0%
管理部門	69	6.6%
在庫管理(材料・商品)	55	5.3%
その他	39	3.8%
連携をしていない・必要としていない	195	18.8%
無回答	131	12.6%
	n=1,039	



#### ④連携を希望する分野

	回答数	割合
営業・販売促進	325	31.3%
技術開発	273	26.3%
企画開発	249	24.0%
商品・サービスの販売・提供	222	21.4%
発送・物流	125	12.0%
生産	115	11.1%
管理部門	90	8.7%
在庫管理(材料・商品)	69	6.6%
その他	36	3.5%
連携をしていない・必要としていない	141	13.6%
無回答	127	12.2%
	n=1,039	



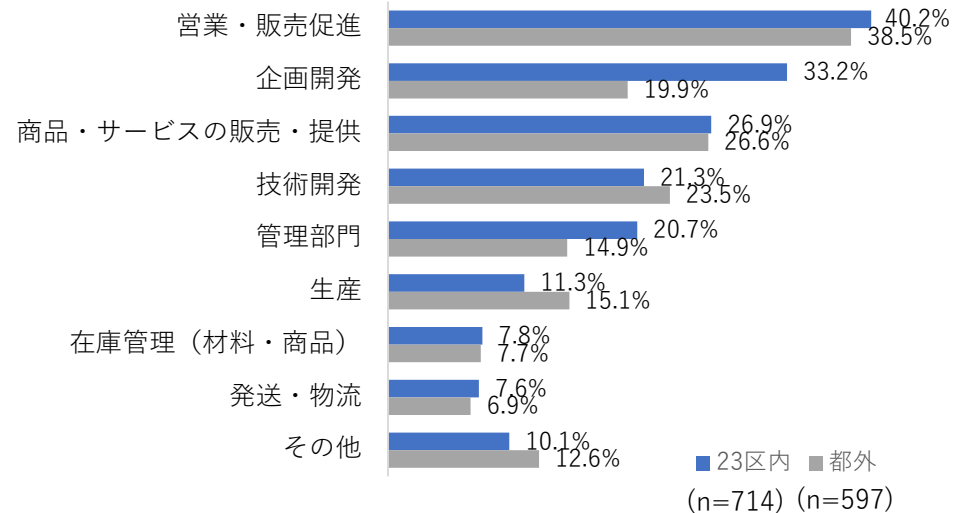


## 2. イノベーション活動について

### (20) 業務プロセス（上位3つ） インターネット調査

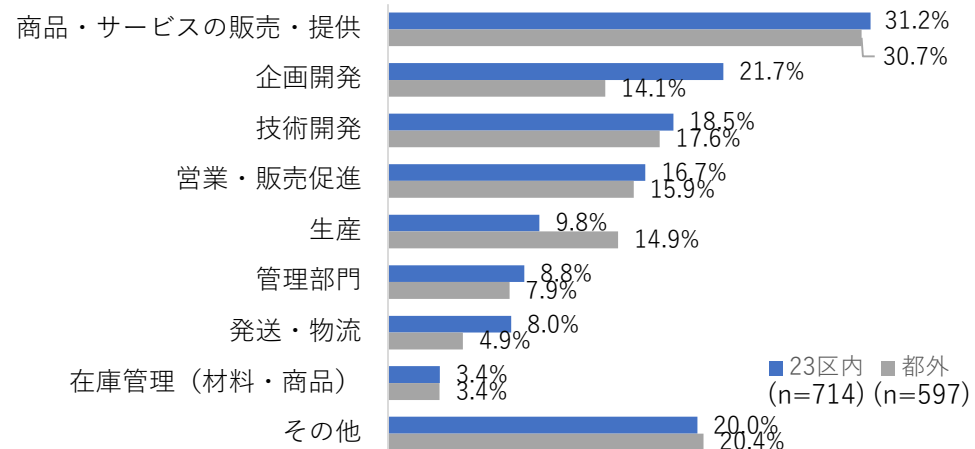
#### ①課題

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
営業・販売促進	287	40.2%	230	38.5%
企画開発	237	33.2%	119	19.9%
商品・サービスの販売・提供	192	26.9%	159	26.6%
技術開発	152	21.3%	140	23.5%
管理部門	148	20.7%	89	14.9%
生産	81	11.3%	90	15.1%
在庫管理（材料・商品）	56	7.8%	46	7.7%
発送・物流	54	7.6%	41	6.9%
その他	72	10.1%	75	12.6%
	n=714		n=597	



#### ②強み

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
商品・サービスの販売・提供	223	31.2%	183	30.7%
企画開発	155	21.7%	84	14.1%
技術開発	132	18.5%	105	17.6%
営業・販売促進	119	16.7%	95	15.9%
生産	70	9.8%	89	14.9%
管理部門	63	8.8%	47	7.9%
発送・物流	57	8.0%	29	4.9%
在庫管理（材料・商品）	24	3.4%	20	3.4%
その他	143	20.0%	122	20.4%
	n=714		n=597	

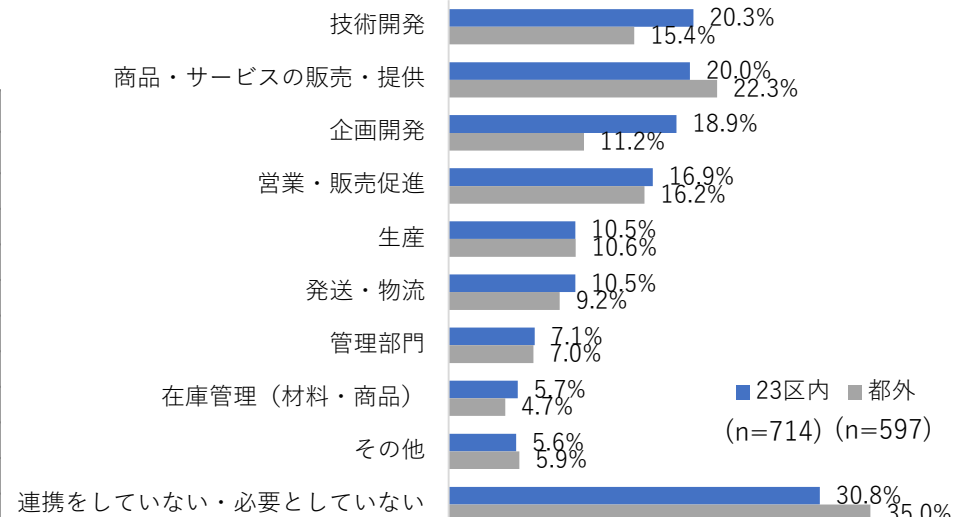


## 2. イノベーション活動について

### (20) 業務プロセス（上位3つ） インターネット調査

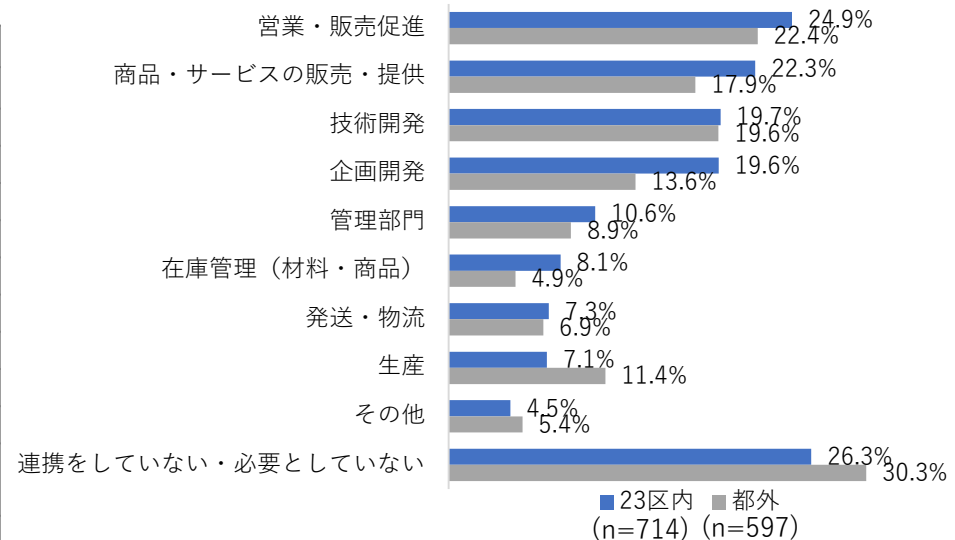
#### ③他社・他機関と連携している分野

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
技術開発	145	20.3%	92	15.4%
商品・サービスの販売・提供	143	20.0%	133	22.3%
企画開発	135	18.9%	67	11.2%
営業・販売促進	121	16.9%	97	16.2%
生産	75	10.5%	63	10.6%
発送・物流	75	10.5%	55	9.2%
管理部門	51	7.1%	42	7.0%
在庫管理（材料・商品）	41	5.7%	28	4.7%
その他	40	5.6%	35	5.9%
連携をしていない・必要としていない	220	30.8%	209	35.0%
	n=714		n=597	



#### ④連携を希望する分野

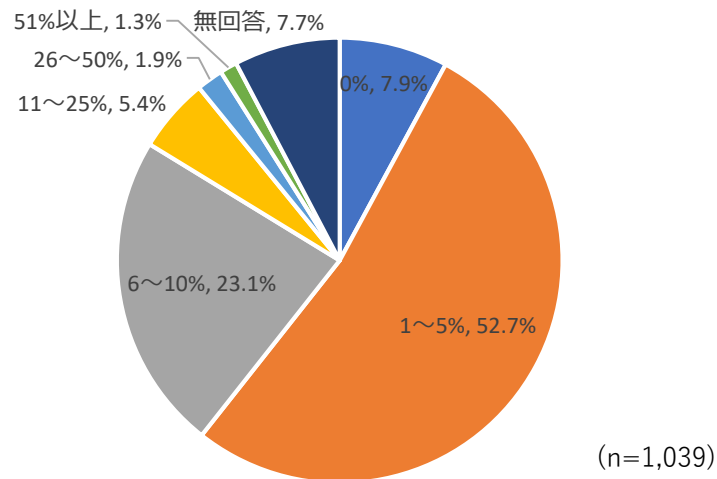
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
営業・販売促進	178	24.9%	134	22.4%
商品・サービスの販売・提供	159	22.3%	107	17.9%
技術開発	141	19.7%	117	19.6%
企画開発	140	19.6%	81	13.6%
管理部門	76	10.6%	53	8.9%
在庫管理（材料・商品）	58	8.1%	29	4.9%
発送・物流	52	7.3%	41	6.9%
生産	51	7.1%	68	11.4%
その他	32	4.5%	32	5.4%
連携をしていない・必要としていない	188	26.3%	181	30.3%
	n=714		n=597	



## 2. イノベーション活動について

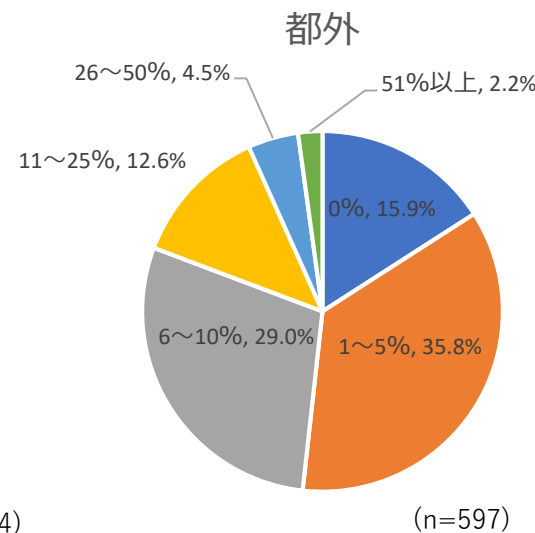
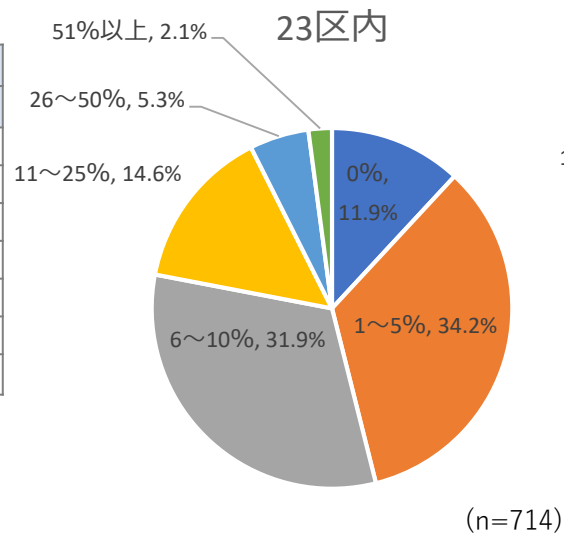
### (21) イノベーション活動に対する支出規模 郵送調査

	回答数	割合
0%	82	7.9%
1~5%	548	52.7%
6~10%	240	23.1%
11~25%	56	5.4%
26~50%	20	1.9%
51%以上	13	1.3%
無回答	80	7.7%
	n=1,039	



### (21) イノベーション活動に対する支出規模 インターネット調査

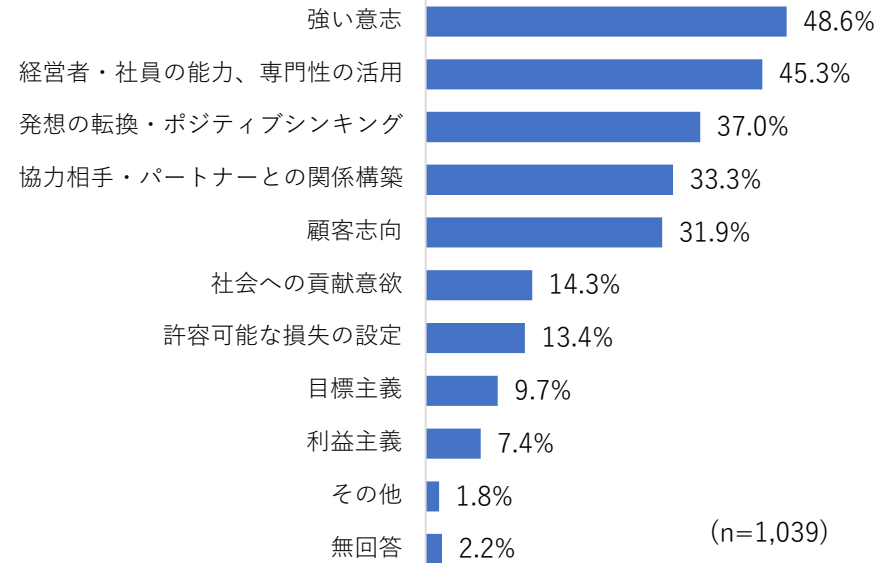
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
0%	85	11.9%	95	15.9%
1~5%	244	34.2%	214	35.8%
6~10%	228	31.9%	173	29.0%
11~25%	104	14.6%	75	12.6%
26~50%	38	5.3%	27	4.5%
51%以上	15	2.1%	13	2.2%
	n=714		n=597	



## 2. イノベーション活動について

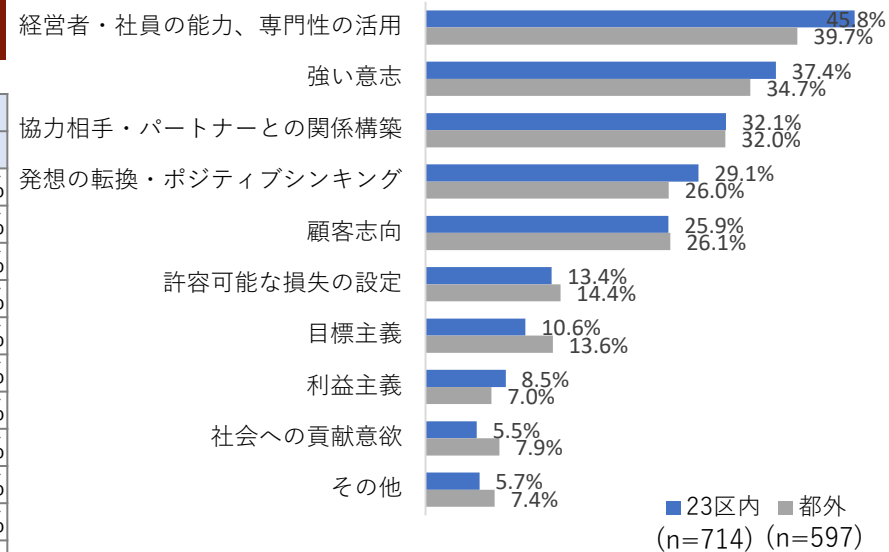
### (22) イノベーション活動で重要だった経営者の意識（上位3つ） 郵送調査

	回答数	割合
強い意志	505	48.6%
経営者・社員の能力、専門性の活用	471	45.3%
発想の転換・ポジティブシンキング	384	37.0%
協力相手・パートナーとの関係構築	346	33.3%
顧客志向	331	31.9%
社会への貢献意欲	149	14.3%
許容可能な損失の設定	139	13.4%
目標主義	101	9.7%
利益主義	77	7.4%
その他	19	1.8%
無回答	23	2.2%
	n=1,039	



### (22) イノベーション活動で重要だった経営者の意識（上位3つ） インターネット調査

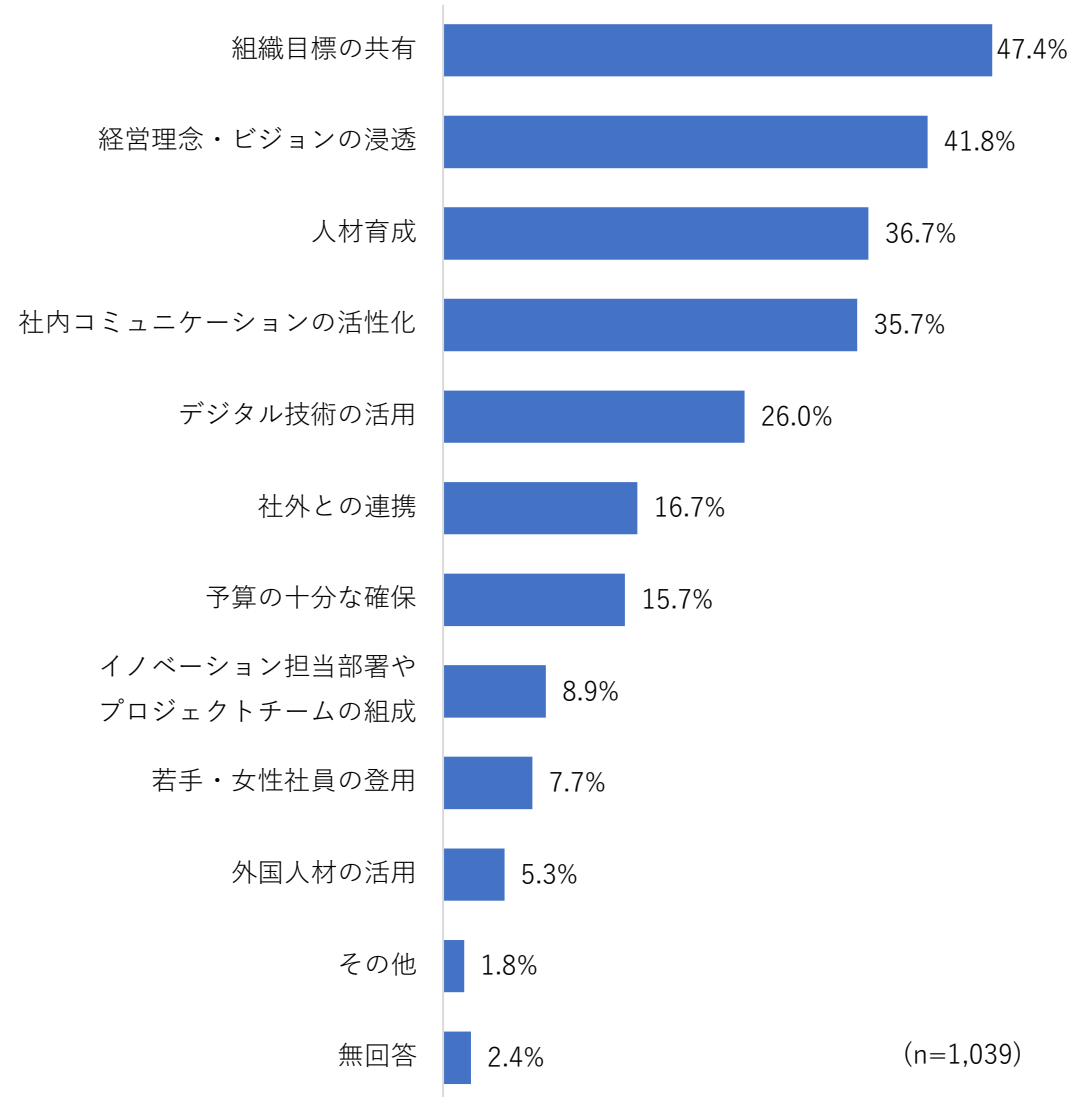
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
経営者・社員の能力、専門性の活用	327	45.8%	237	39.7%
強い意志	267	37.4%	207	34.7%
協力相手・パートナーとの関係構築	229	32.1%	191	32.0%
発想の転換・ポジティブシンキング	208	29.1%	155	26.0%
顧客志向	185	25.9%	156	26.1%
許容可能な損失の設定	96	13.4%	86	14.4%
目標主義	76	10.6%	81	13.6%
利益主義	61	8.5%	42	7.0%
社会への貢献意欲	39	5.5%	47	7.9%
その他	41	5.7%	44	7.4%
	n=714		n=597	



## 2. イノベーション活動について

### (22) イノベーション活動で重要だった組織マネジメント（上位3つ） 郵送調査

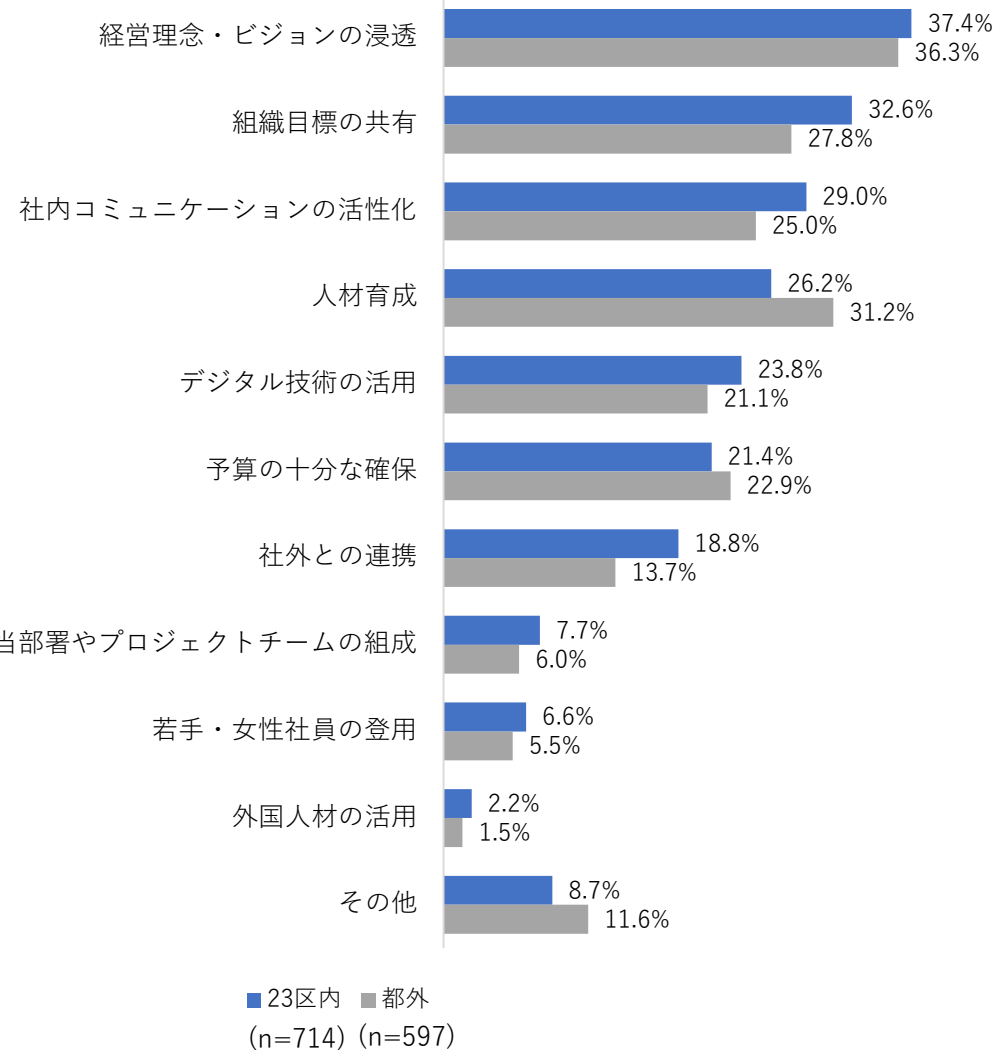
	回答数	割合
組織目標の共有	492	47.4%
経営理念・ビジョンの浸透	434	41.8%
人材育成	381	36.7%
社内コミュニケーションの活性化	371	35.7%
デジタル技術の活用	270	26.0%
社外との連携	174	16.7%
予算の十分な確保	163	15.7%
イノベーション担当部署やプロジェクトチームの組成	92	8.9%
若手・女性社員の登用	80	7.7%
外国人材の活用	55	5.3%
その他	19	1.8%
無回答	25	2.4%
	n=1,039	



## 2. イノベーション活動について

### (22) イノベーション活動で重要だった経営者の意識（上位3つ） インターネット調査

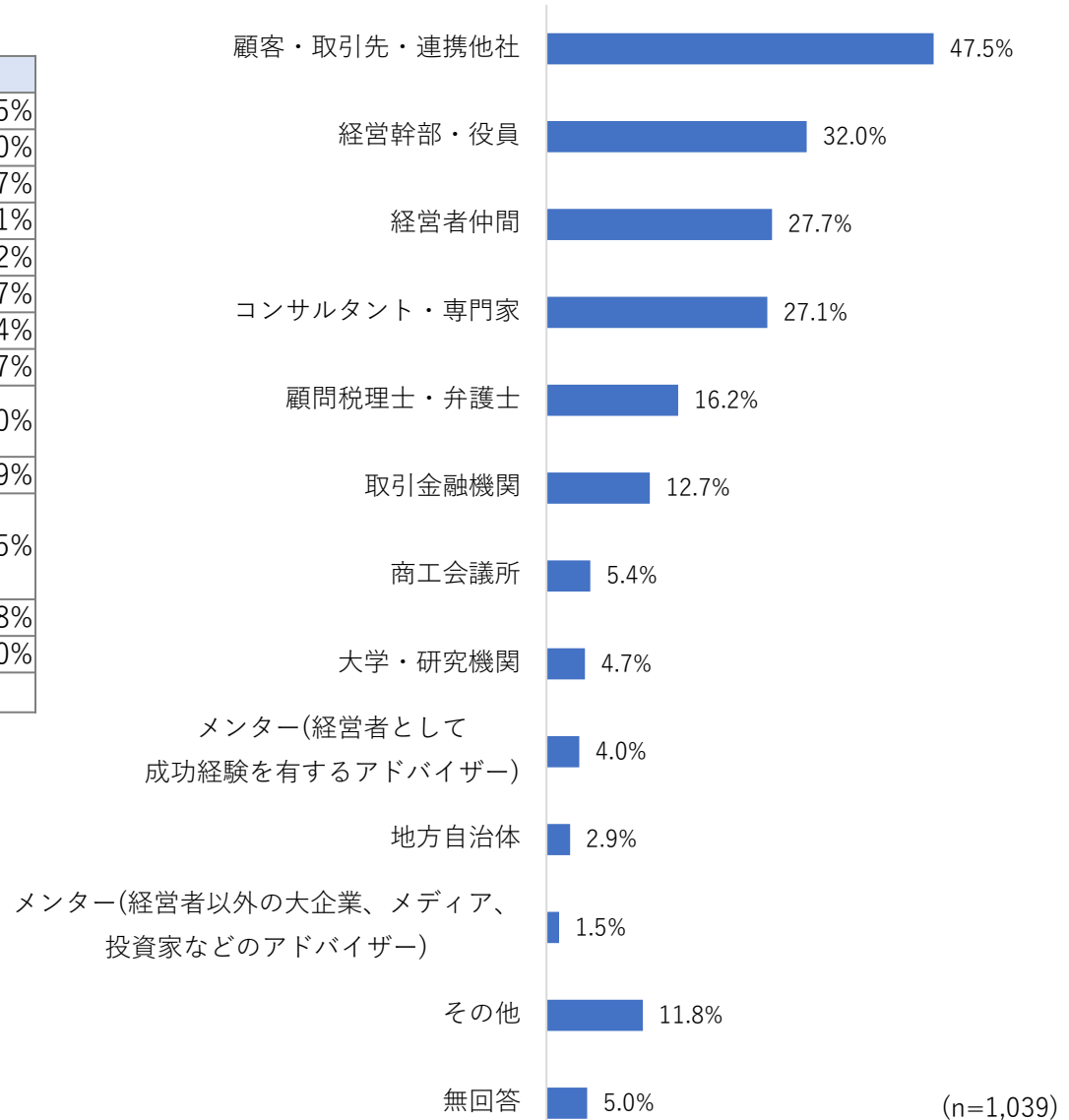
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
経営理念・ビジョンの浸透	267	37.4%	217	36.3%
組織目標の共有	233	32.6%	166	27.8%
社内コミュニケーションの活性化	207	29.0%	149	25.0%
人材育成	187	26.2%	186	31.2%
デジタル技術の活用	170	23.8%	126	21.1%
予算の十分な確保	153	21.4%	137	22.9%
社外との連携	134	18.8%	82	13.7%
イノベーション担当部署やプロジェクトチームの組成	55	7.7%	36	6.0%
若手・女性社員の登用	47	6.6%	33	5.5%
外国人材の活用	16	2.2%	9	1.5%
その他	62	8.7%	69	11.6%
	n=714		n=597	



## 2. イノベーション活動について

### (23) 相談した機関（複数回答） 郵送調査

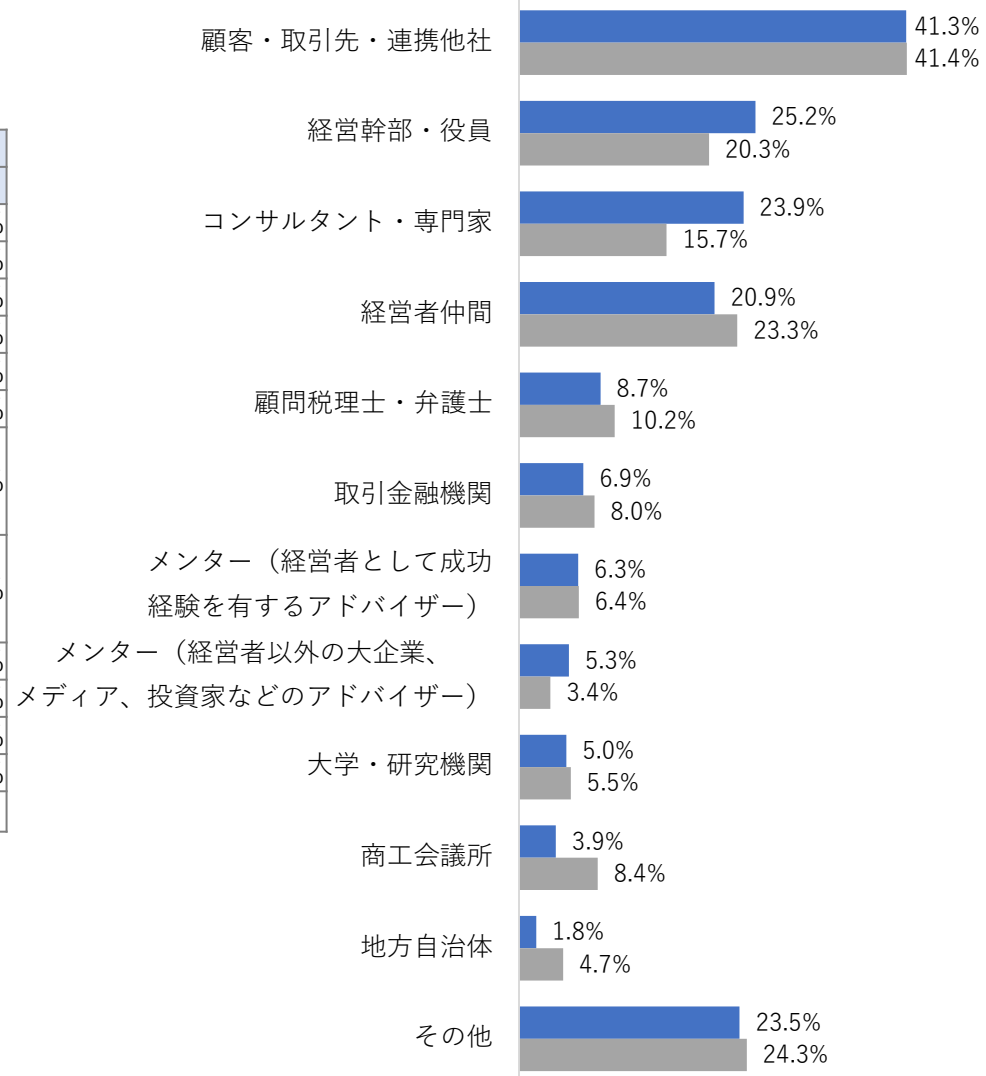
	回答数	割合
顧客・取引先・連携他社	494	47.5%
経営幹部・役員	332	32.0%
経営者仲間	288	27.7%
コンサルタント・専門家	282	27.1%
顧問税理士・弁護士	168	16.2%
取引金融機関	132	12.7%
商工会議所	56	5.4%
大学・研究機関	49	4.7%
メンター(経営者として成功経験を有するアドバイザー)	42	4.0%
地方自治体	30	2.9%
メンター(経営者以外の大企業、メディア、投資家などのアドバイザー)	16	1.5%
その他	123	11.8%
無回答	52	5.0%
	n=1,039	



## 2. イノベーション活動について

### (23) 相談した機関（複数回答） インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
顧客・取引先・連携他社	295	41.3%	247	41.4%
経営幹部・役員	180	25.2%	121	20.3%
コンサルタント・専門家	171	23.9%	94	15.7%
経営者仲間	149	20.9%	139	23.3%
顧問税理士・弁護士	62	8.7%	61	10.2%
取引金融機関	49	6.9%	48	8.0%
メンター（経営者として成功経験を有するアドバイザー）	45	6.3%	38	6.4%
メンター（経営者以外の大企業、メディア、投資家などのアドバイザー）	38	5.3%	20	3.4%
大学・研究機関	36	5.0%	33	5.5%
商工会議所	28	3.9%	50	8.4%
地方自治体	13	1.8%	28	4.7%
その他	168	23.5%	145	24.3%
	n=714		n=597	



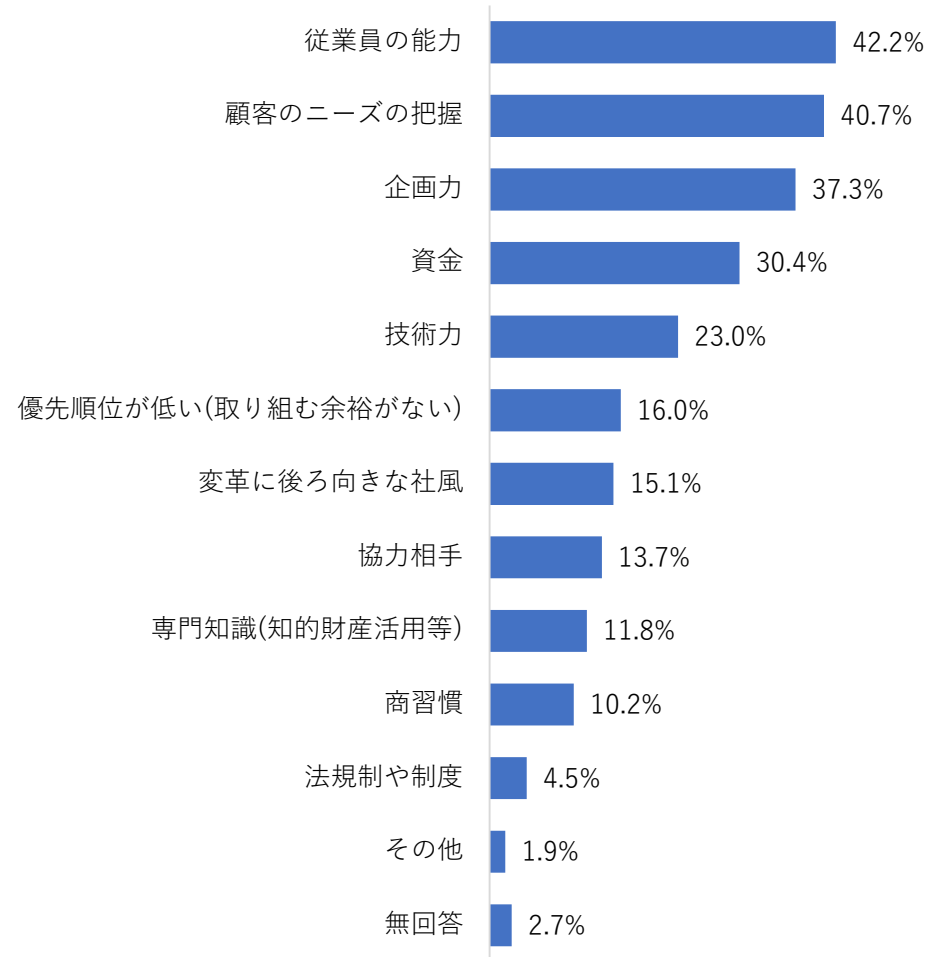
■ 23区内 ■ 都外  
(n=714) (n=597)



## 2. イノベーション活動について

### (24) イノベーションに取り組む際の課題（上位3つまで） 郵送調査

	回答数	割合
従業員の能力	531	42.2%
顧客のニーズの把握	513	40.7%
企画力	469	37.3%
資金	383	30.4%
技術力	289	23.0%
優先順位が低い(取り組む余裕がない)	201	16.0%
変革に後ろ向きな社風	190	15.1%
協力相手	172	13.7%
専門知識(知的財産活用等)	149	11.8%
商習慣	129	10.2%
法規制や制度	57	4.5%
その他	24	1.9%
無回答	34	2.7%
	n=1,259	

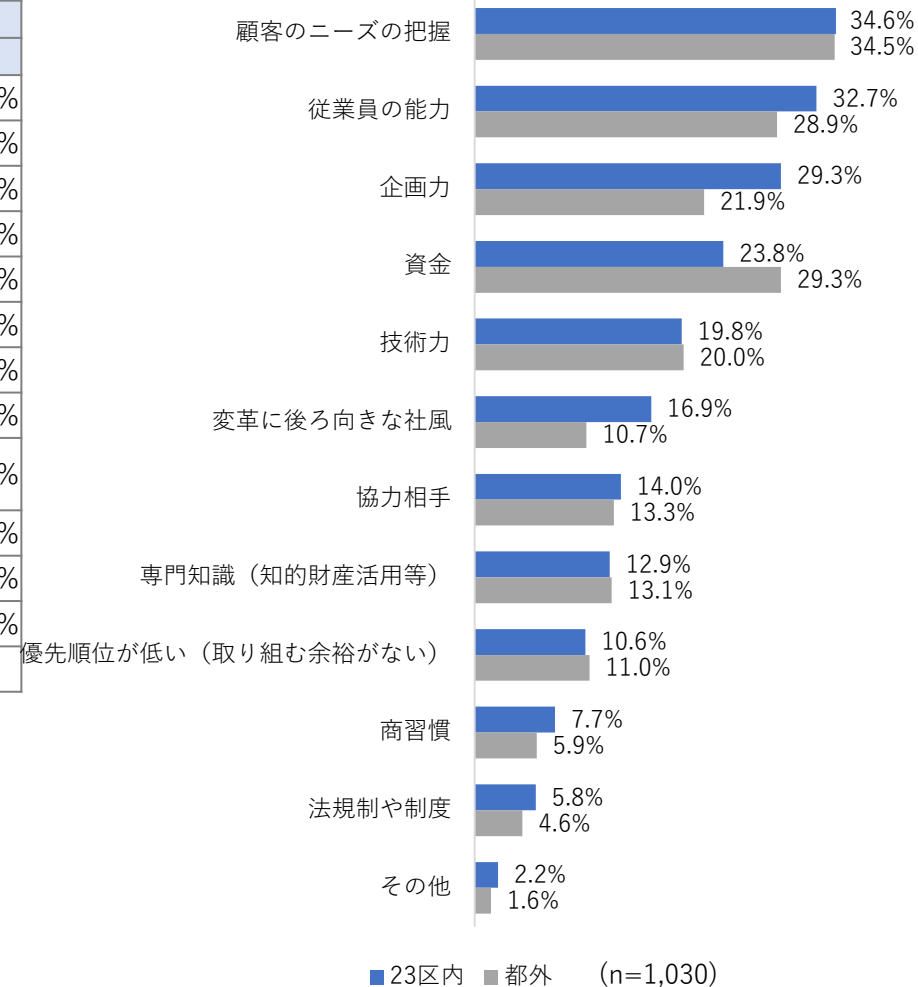


(n=1,259)

## 2. イノベーション活動について

### (24) イノベーションに取り組む際の課題（上位3つまで） インターネット調査

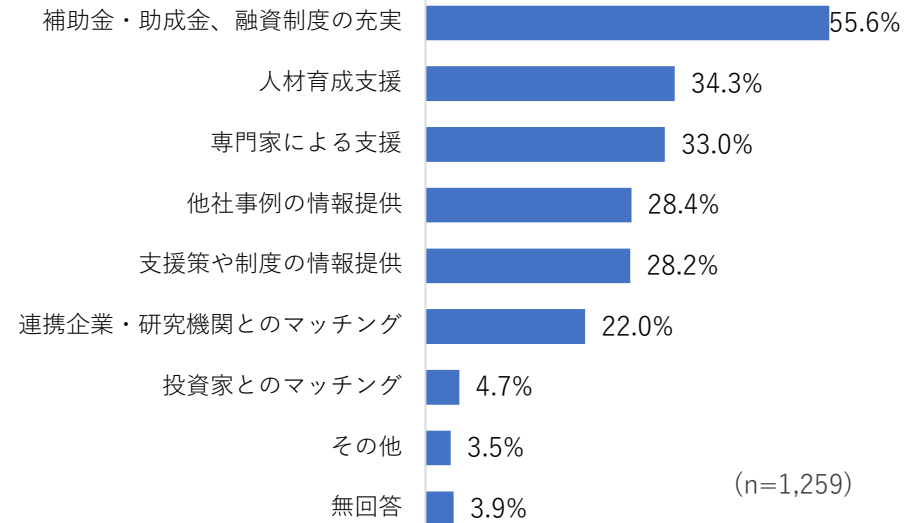
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
顧客のニーズの把握	356	34.6%	355	34.5%
従業員の能力	337	32.7%	298	28.9%
企画力	302	29.3%	226	21.9%
資金	245	23.8%	302	29.3%
技術力	204	19.8%	206	20.0%
変革に後ろ向きな社風	174	16.9%	110	10.7%
協力相手	144	14.0%	137	13.3%
専門知識（知的財産活用等）	133	12.9%	135	13.1%
優先順位が低い （取り組む余裕がない）	109	10.6%	113	11.0%
商習慣	79	7.7%	61	5.9%
法規制や制度	60	5.8%	47	4.6%
その他	23	2.2%	16	1.6%
	n=1,030		n=1,030	



## 2. イノベーション活動について

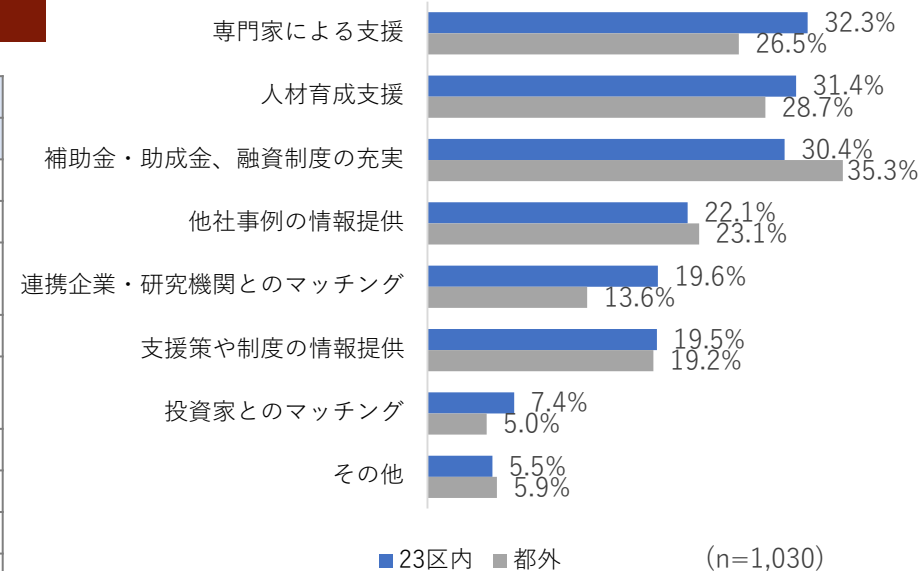
### (25) イノベーションに向けて希望する支援（複数回答） 郵送調査

	回答数	割合
補助金・助成金、融資制度の充実	700	55.6%
人材育成支援	432	34.3%
専門家による支援	415	33.0%
他社事例の情報提供	357	28.4%
支援策や制度の情報提供	355	28.2%
連携企業・研究機関とのマッチング	277	22.0%
投資家とのマッチング	59	4.7%
その他	44	3.5%
無回答	49	3.9%
	n=1,259	



### (25) イノベーションに向けて希望する支援（複数回答） インターネット調査

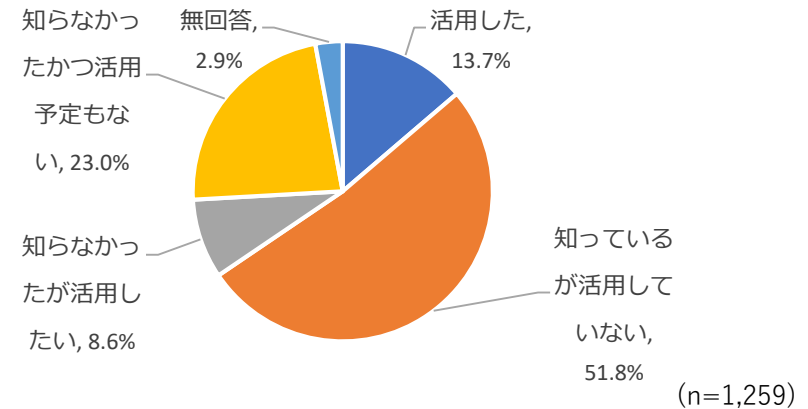
	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
専門家による支援	333	32.3%	273	26.5%
人材育成支援	323	31.4%	296	28.7%
補助金・助成金、融資制度の充実	313	30.4%	364	35.3%
他社事例の情報提供	228	22.1%	238	23.1%
連携企業・研究機関とのマッチング	202	19.6%	140	13.6%
支援策や制度の情報提供	201	19.5%	198	19.2%
投資家とのマッチング	76	7.4%	52	5.0%
その他	57	5.5%	61	5.9%
	n=1,030		n=1,030	



### (26) 支援策について 郵送調査

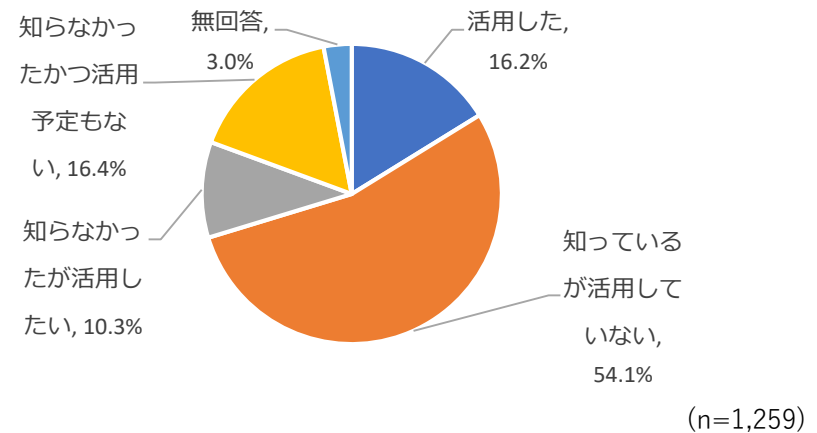
#### ①ものづくり補助金

	回答数	割合
活用した	173	13.7%
知っているが活用していない	652	51.8%
知らなかったが活用したい	108	8.6%
知らなかったかつ活用予定もない	289	23.0%
無回答	37	2.9%
	n=1,259	



#### ②IT 導入補助金

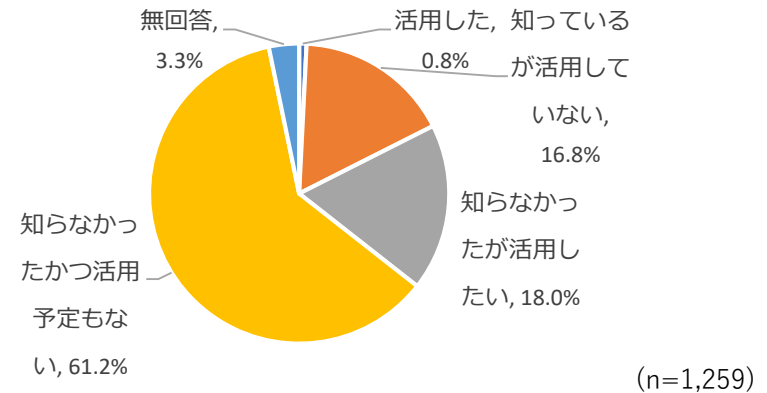
	回答数	割合
活用した	204	16.2%
知っているが活用していない	681	54.1%
知らなかったが活用したい	130	10.3%
知らなかったかつ活用予定もない	206	16.4%
無回答	38	3.0%
	n=1,259	



### (26) 支援策について 郵送調査

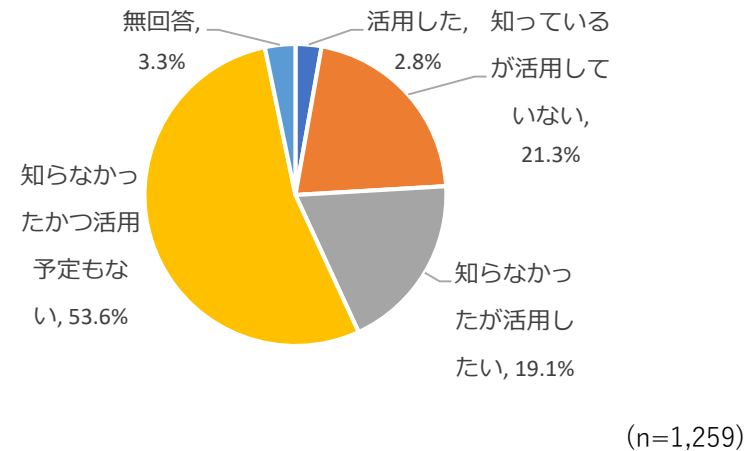
#### ③ サポイン事業

	回答数	割合
活用した	10	0.8%
知っているが活用していない	211	16.8%
知らなかったが活用したい	227	18.0%
知らなかったかつ活用予定もない	770	61.2%
無回答	41	3.3%
	n=1,259	



#### ④ 革新的事業展開設備投資支援事業

	回答数	割合
活用した	35	2.8%
知っているが活用していない	268	21.3%
知らなかったが活用したい	240	19.1%
知らなかったかつ活用予定もない	675	53.6%
無回答	41	3.3%
	n=1,259	

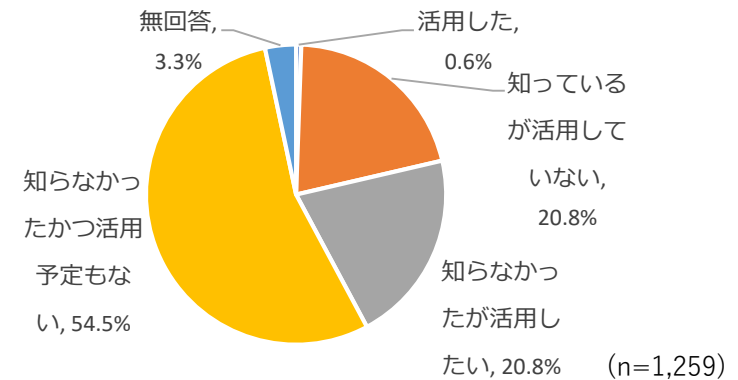


## 2. イノベーション活動について

### (26) 支援策について 郵送調査

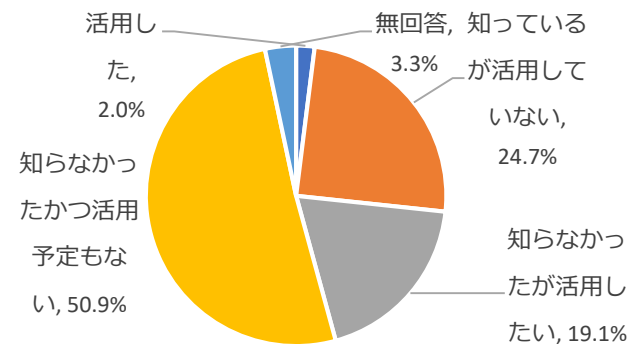
#### ⑤革新的サービスの事業化支援事業

	回答数	割合
活用した	7	0.6%
知っているが活用していない	262	20.8%
知らなかったが活用したい	262	20.8%
知らなかったかつ活用予定もない	686	54.5%
無回答	42	3.3%
	n=1,259	



#### ⑥産学公連携相談窓口

	回答数	割合
活用した	25	2.0%
知っているが活用していない	311	24.7%
知らなかったが活用したい	240	19.1%
知らなかったかつ活用予定もない	641	50.9%
無回答	42	3.3%
	n=1,259	

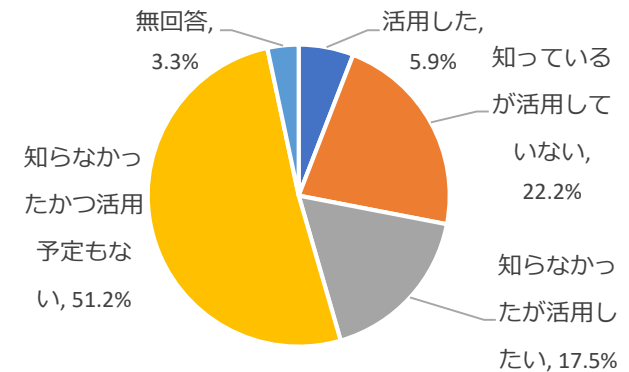


(n=1,259)

### (26) 支援策について 郵送調査

#### ⑦経営革新計画の策定、申請

	回答数	割合
活用した	74	5.9%
知っているが活用していない	279	22.2%
知らなかったが活用したい	220	17.5%
知らなかったかつ活用予定もない	644	51.2%
無回答	42	3.3%
	n=1,259	



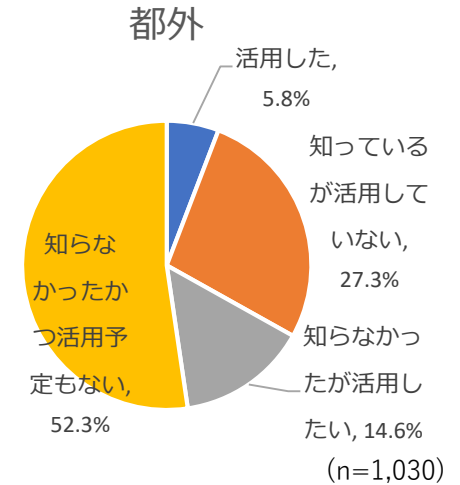
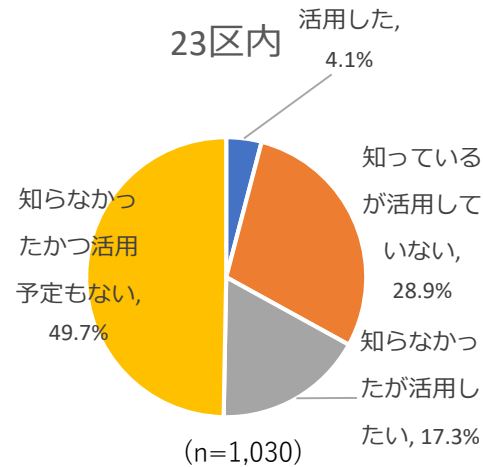
(n=1,259)

## 2. イノベーション活動について

### (26) 支援策について インターネット調査

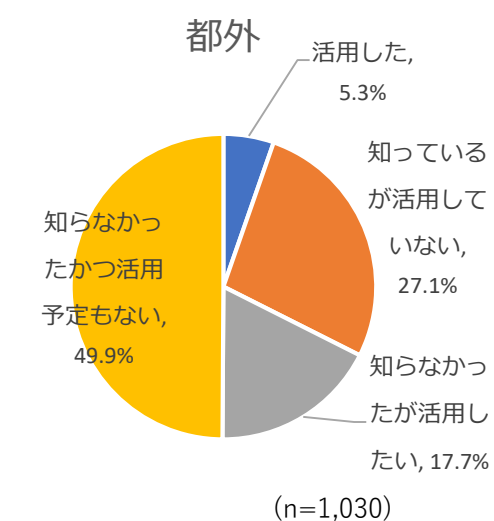
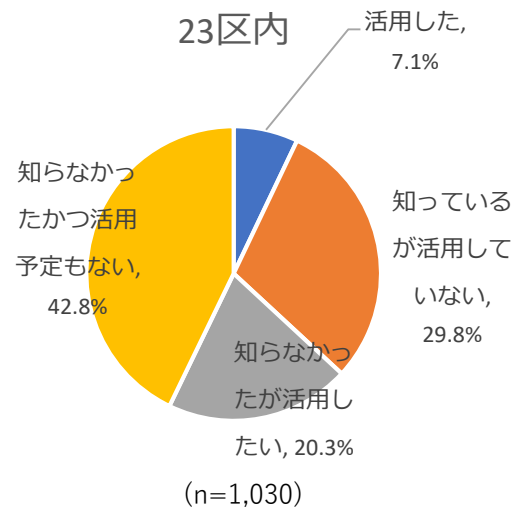
#### ①ものづくり補助金

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
活用した	42	4.1%	60	5.8%
知っているが活用していない	298	28.9%	281	27.3%
知らなかったが活用したい	178	17.3%	150	14.6%
知らなかったかつ活用予定もない	512	49.7%	539	52.3%
	n=1,030		n=1,030	



#### ②IT導入補助金

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
活用した	73	7.1%	55	5.3%
知っているが活用していない	307	29.8%	279	27.1%
知らなかったが活用したい	209	20.3%	182	17.7%
知らなかったかつ活用予定もない	441	42.8%	514	49.9%
	n=1,030		n=1,030	



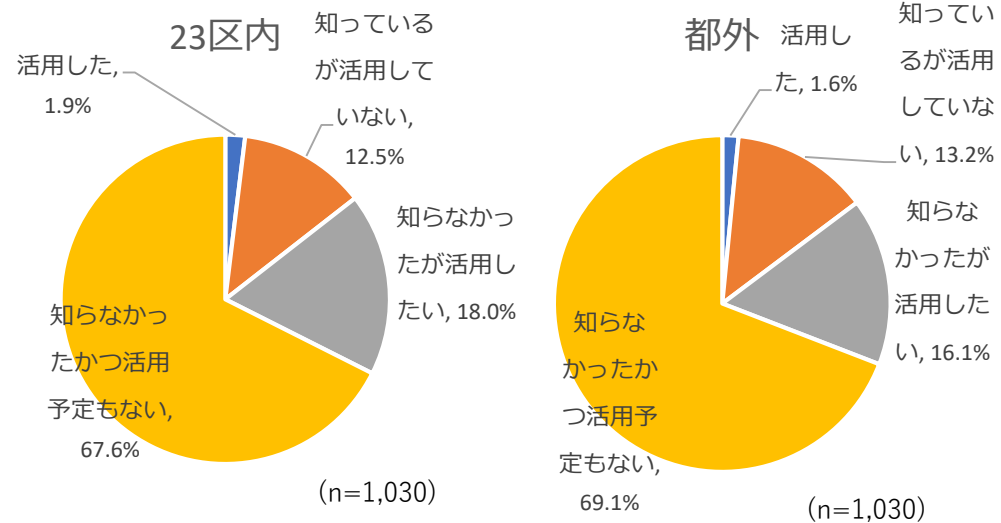


## 2. イノベーション活動について

### (26) 支援策について インターネット調査

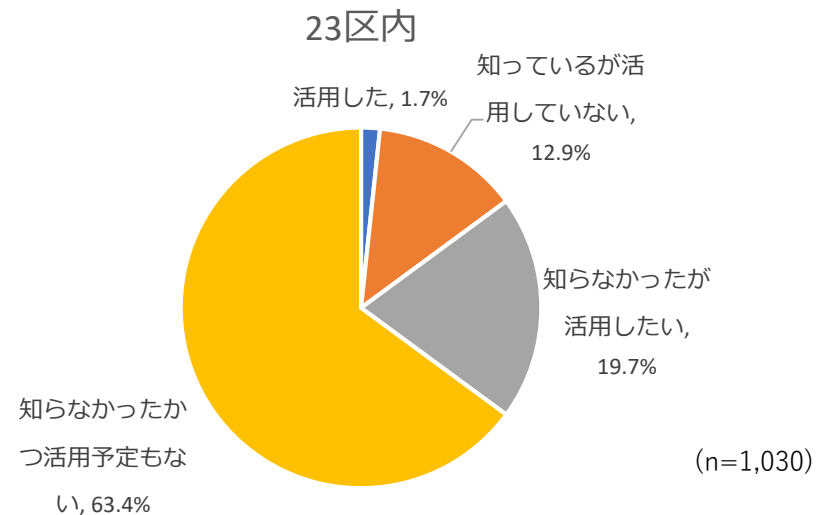
#### ③ サポイン事業

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
活用した	20	1.9%	16	1.6%
知っているが活用していない	129	12.5%	136	13.2%
知らなかったが活用したい	185	18.0%	166	16.1%
知らなかったかつ活用予定もない	696	67.6%	712	69.1%
	n=1,030		n=1,030	



#### ④ 革新的事業展開設備投資支援事業

	回答数	割合
活用した	17	1.7%
知っているが活用していない	133	12.9%
知らなかったが活用したい	203	19.7%
知らなかったかつ活用予定もない	653	63.4%
	n=1,030	

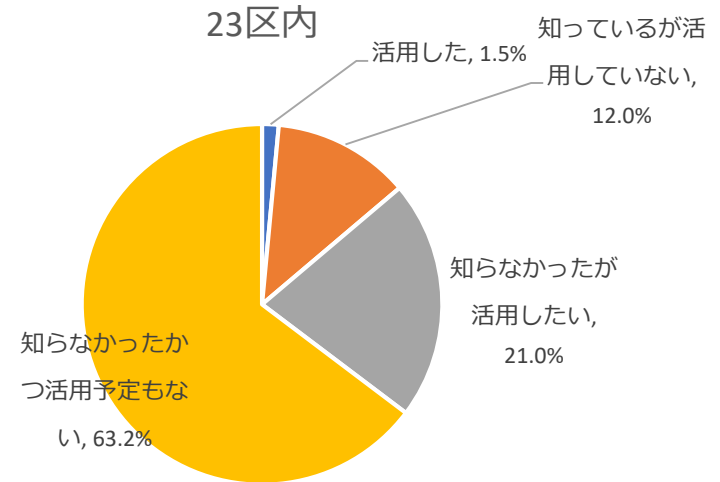


## 2. イノベーション活動について

### (26) 支援策について インターネット調査

#### ⑤革新的サービスの事業化支援事業

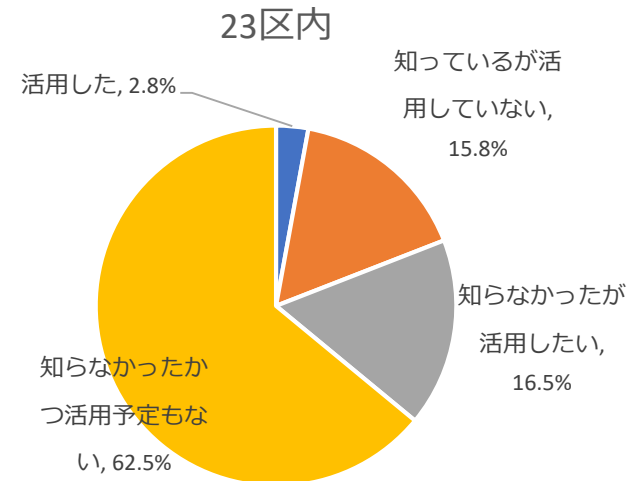
	回答数	割合
活用した	15	1.5%
知っているが活用していない	124	12.0%
知らなかったが活用したい	216	21.0%
知らなかったかつ活用予定もない	651	63.2%
	n=1,030	



(n=1,030)

#### ⑤産学公連携相談窓口（東京商工会議所）

	回答数	割合
活用した	29	2.8%
知っているが活用していない	163	15.8%
知らなかったが活用したい	170	16.5%
知らなかったかつ活用予定もない	644	62.5%
	n=1,030	

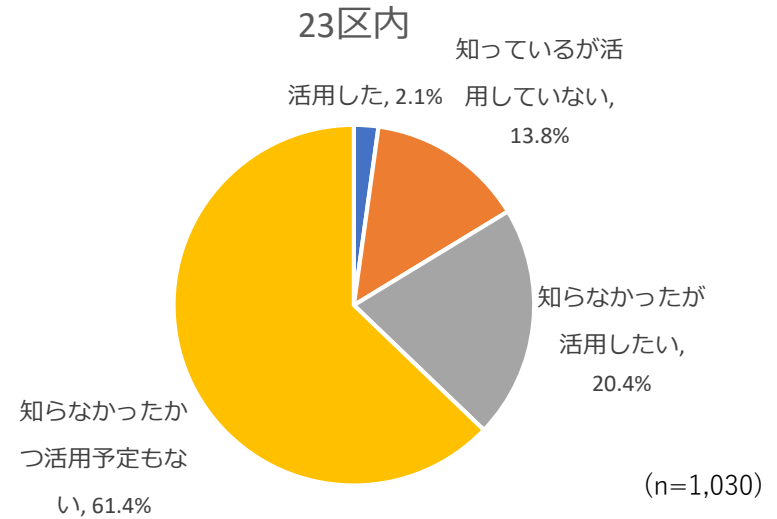


(n=1,030)

### (26) 支援策について インターネット調査

#### ⑦ 経営革新計画の策定、申請

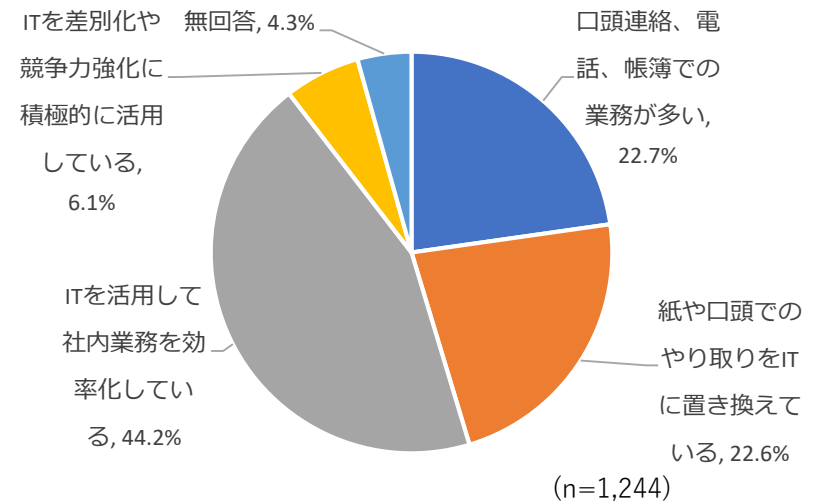
	回答数	割合
活用した	22	2.1%
知っているが活用していない	142	13.8%
知らなかったが活用したい	210	20.4%
知らなかったかつ活用予定もない	632	61.4%
	n=1,030	



## 2. イノベーション活動について

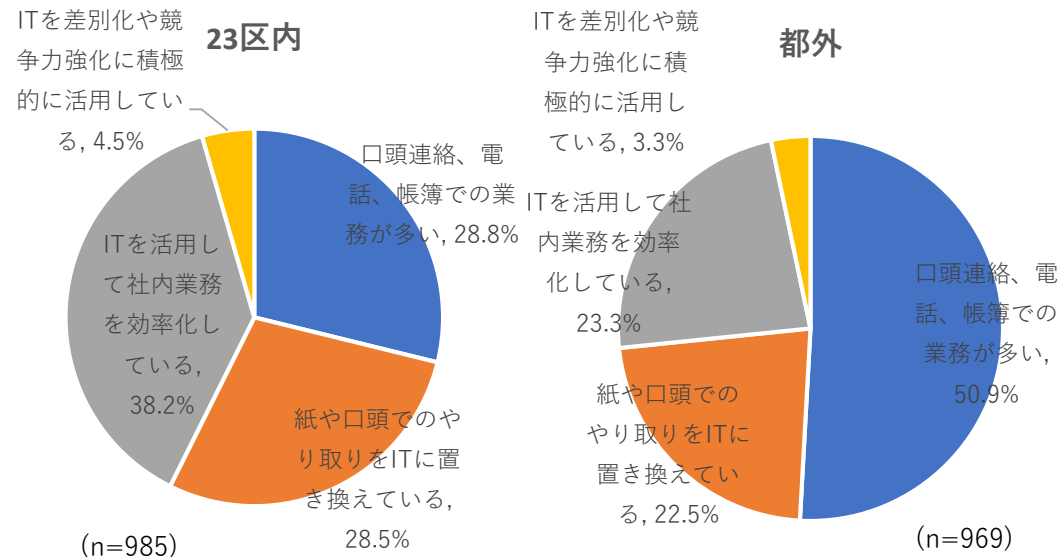
### (27) IT活用状況 郵送調査

	回答数	割合
口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い	283	22.7%
紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている	281	22.6%
ITを活用して社内業務を効率化している	550	44.2%
ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している	76	6.1%
無回答	54	4.3%
	n=1,244	



### (27) IT活用状況 インターネット調査

	23区内		都外	
	回答数	割合	回答数	割合
口頭連絡、電話、帳簿での業務が多い	284	28.8%	493	50.9%
紙や口頭でのやり取りをITに置き換えている	281	28.5%	218	22.5%
ITを活用して社内業務を効率化している	376	38.2%	226	23.3%
ITを差別化や競争力強化に積極的に活用している	44	4.5%	32	3.3%
	n=985		n=969	



挑みつづける、変わらぬ意志で。

