

第2回
「独創性を感じる日本企業」
調査

2014 年5月

あなたの会社の **e-審査部**
リスクモンスター株式会社

<http://www.riskmonster.co.jp>

■ 調査の概要

1. 調査名称

第2回「独創性を感じる日本企業」調査

2. 調査方法

インターネット調査

3. 調査エリア

全国

4. 期間

2014年3月25日(火)

5. 調査対象者

20～59歳の有職者男女個人

60～69歳の男女個人

6. 調査対象企業と選定方法

年間売上 2,500 億円以上、従業員数 5,000 人以上の企業 200 社を抽出

7. 有効回収数

1,000 サンプル

8. 回答者の属性

性別・年代 平均 44.72 歳

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	100	100	100	100	100	500
女性	100	100	100	100	100	500
合計	200	200	200	200	200	1,000

地域

北海道	東北	関東	中部	近畿	中・四国	九州	合計
42	45	434	138	203	73	65	1,000

1. 調査結果

[1] 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／ランキング結果

第2回「独創性を感じる日本企業」アンケートのランキング1位は「トヨタ自動車」(回答率22.1%)であった。次いで「本田技研工業(ホンダ)」が2位(同16.6%)、「ソニー」が3位(同13.9%)となり、以下「ファーストリテイリング(ユニクロ)」(同12.9%)、「任天堂」(同12.8%)、「ヤマト運輸」(同9.8%)、「キヤノン」(同9.4%)と続いた。(図表A)

業種としては、自動車製造業3社(トヨタ自動車、本田技研工業、日産自動車)、電気機器製造業5社(ソニー、キヤノン、タニタ、パナソニック、シャープ)、その他製造業8社(任天堂、TOTO、味の素、富士フイルム、小松製作所(コマツ)、サンリオ、ヤクルト、京セラ)と、製造業がトップ21のうち16社を占め、日本の製造業が有する開発技術の信頼性が表れた結果と言える。

製造業以外では、小売・サービス業5社(ファーストリテイリング(ユニクロ)、ヤマト運輸、ソフトバンク、楽天、セブン-イレブン)がランクインしており、それぞれ価格や品質などにおける独自のサービス手法を編み出し、消費者から高い評価を得ていることが評価の背景と考えられる。

なお、トップ100については図表Bにまとめた。

[2] 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／前回比較

第1回「独創性を感じる日本企業」アンケートの結果と比較したところ、上位企業のうち「トヨタ自動車」、「本田技研工業(ホンダ)」、「ソニー」、「ファーストリテイリング(ユニクロ)」、「任天堂」の上位5社は、前回と同順位を維持しており、安定した支持を得続けているといえる。

6位以下では、「ヤマト運輸」(前回15位→今回6位)、「小松製作所(コマツ)」(前回29位→今回17位)の2社がそれぞれに大幅にラックアップしたが、それ以外での大きな変動は殆ど見られず、上位21社のうち、18社は前回調査に引き続いての上位入りとなった。(図表C)

[3] 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／選択理由

選択した理由を自由回答で尋ねたところ、ランキング1位の「トヨタ自動車」では、「ハイブリッド技術のパイオニア」、「独自で築いた高い生産能力」といった評価が多く、2位の「本田技研工業(ホンダ)」では、「ロボット開発で見せた高い技術力」、「個性的なデザイン・性能の車を開発」、3位の「ソニー」では、「ウォークマンの世界的ヒット」、「他社が思いつかない商品を開発」、などが挙げられた。

製造業における評価の多くは、「技術力」、「開発力」など、日本の誇る「モノづくり」に対する評価であったが、その他に、4位の「ファーストリテイリング(ユニクロ)」では、「経営者の経営理念に対する独自性」、8位の「タニタ」では、「健康促進を前面に打ち出すことで、自社商品のイメージ向上させた営業戦略」、19位の「サンリオ」では、「日本を代表するキャラクター戦略」というように、「モノづくり」の技術力だけでなく、商品の販売方法やイメージ戦略において、独創性を見出している回答も多く見られた。(図表D)

[4] 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／重視するイメージ

同時に「独創性を感じる日本企業」に重視するイメージを聞いたところ、[3]の選択理由に見られたように、「商品・サービスの品質」を挙げる回答が53.5%と最も多かった。次いで「商品・サービスのデザイン」(回答率 31.3%)、「ビジネスモデル」(同 23.5%)、「経営理念・姿勢」(同 21.5%)、「販売方法・手法」(同 20.5%)と上位5項目については、前回と同順位となったことから、人々が企業に独創性を感じる主な要因に、大きな変化は見られない結果となった。(図表E)

2. 特許取得件数売上規模との比較

企業の独創性を計る指標としては、それぞれの企業が有する知的財産の数やそれに伴う手数料収入などが挙げられる。特許取得件数が多いほど、発想力や開発力が高いと考えられ、独創的な企業と考えられる。

今回のアンケート上位企業においては、製造業を中心に多くの企業が多数の特許を取得している結果となった。(図表F)一方で、日本企業全体での特許取得件数の上位企業を調べたところ、今回のアンケート結果上位企業のランクインは半数未満であり、特許取得件数1位パナソニック、2位キヤノンが、アンケート結果ではそれぞれ10位、7位と低迷している点が目立った。

また、特許取得件数を指標とする場合、物販・サービス業に比して製造業の方が、圧倒的に多くの件数を保有する傾向がある。そのため独創性を計る上では、特許取得件数に裏付けられる技術力だけでなく、ファーストリテイリング(ユニクロ)、ヤマト運輸、ソフトバンク、セブンイレブンなどのように特許取得件数が少ない企業に対しても、ビジネスモデル、サービス品質における独自性に着目して分析することが重要であるといえよう。

3. 総評

日本は、「モノづくり」の国である。これは、従来から日本の強みとして叫ばれてきたことであり、今回のランキング上位の顔ぶれを見ても、「モノづくり」における独創性が高く評価されていることが顕著に表れている。

しかし、一方で、ランキング上位100社を見ると、100社のうち、3分の1近い27社が「モノづくり」以外の企業となっていることを考慮すれば、少しずつではあるものの、「技術力」や「開発力」以外の部分で、日本企業が高いオリジナリティを持ち始めたことの表れでもあるといえよう。

とは言え、GoogleやAmazonのように革新的なビジネスモデルを生み出すには至っておらず、まだまだ日本の「モノづくり」以外の部分での独創性は、発展途上にあるといえる。

今や日本の「モノづくり」に独創性があり、「技術力」や「開発力」が武器であることに疑いはない。ならば、日本経済がこれから巻き返しを図るためには、いわゆるアベノミクスで謳われた「二の矢」、「三の矢」のごとく、独創性あふれる「サービス展開」や「ビジネスモデル」を放ち、世界に先駆けていくこと企業こそが求められているといえよう。

図表A 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／ランキングベスト20

(n=1,000／複数回答)

順位	企業名	都道府県	業種	回答率
1	トヨタ自動車	愛知県	自動車製造業	22.1%
2	本田技研工業(ホンダ)	東京都	自動車製造業	16.6%
3	ソニー	東京都	電気機器製造業	13.9%
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	山口県	衣料品小売業	12.9%
5	任天堂	京都府	がん具製造業	12.8%
6	ヤマト運輸	東京都	道路貨物運送業	9.8%
7	キヤノン	東京都	業務用機械器具製造業	9.4%
8	タニタ	東京都	業務用機械器具製造業	9.0%
9	ソフトバンク	東京都	通信サービス業	8.5%
10	パナソニック	大阪府	電気機器製造業	7.8%
11	日産自動車	神奈川県	自動車製造業	7.7%
11	楽天	東京都	ポータルサイト運営業	7.7%
13	TOTO	福岡県	衛生陶器・住宅設備製造業	7.5%
14	セブン-イレブン	東京都	飲食料品小売業	6.8%
15	味の素	東京都	食料品製造業	6.4%
16	シャープ	大阪府	電気機器製造業	6.0%
17	富士フイルム	東京都	化学工業	5.9%
17	小松製作所(コマツ)	東京都	建設機械製造業	5.9%
19	サンリオ	東京都	がん具製造業	5.8%
20	ヤクルト	東京都	乳飲料製造業	5.6%
20	京セラ	京都府	窯業・土石製品製造業	5.6%

図表B 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／ランキングベスト100

(n=1,000／複数回答)

順位	企業名	回答率	順位	企業名	回答率
1	トヨタ自動車	22.1	53	旭化成	2.9
2	本田技研工業(ホンダ)	16.6	53	日本電気(NEC)	2.9
3	ソニー	13.9	55	セイコーエプソン	2.8
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	12.9	55	デンソー	2.8
5	任天堂	12.8	57	グリコ	2.6
6	ヤマト運輸	9.8	57	麒麟ビール	2.6
7	キヤノン	9.4	59	アサヒビール	2.5
8	タニタ	9.0	59	武田薬品	2.5
9	ソフトバンク	8.5	59	新日鉄住金	2.5
10	パナソニック	7.8	62	鹿島建設	2.4
11	日産自動車	7.7	62	カゴメ	2.4
11	楽天	7.7	62	IHI	2.4
13	TOTO	7.5	62	東海旅客鉄道(JR東海)	2.4
14	セブン-イレブン	6.8	66	アシックス	2.3
15	味の素	6.4	66	ローソン	2.3
16	シャープ	6.0	66	リクルート	2.3
17	富士フイルム	5.9	66	エイチ・アイ・エス(HIS)	2.3
17	小松製作所(コマツ)	5.9	70	リコー	2.2
19	サンリオ	5.8	70	コナミ	2.2
20	ヤクルト	5.6	70	三菱商事	2.2
20	京セラ	5.6	70	ニトリ	2.2
22	日清食品	5.1	74	大成建設	2.1
22	ニコン	5.1	74	伊藤園	2.1
22	日立製作所	5.1	74	キーエンス	2.1
25	キューピー	4.9	74	三菱電機	2.1
25	ブリヂストン	4.9	74	しまむら	2.1
27	カシオ計算機	4.8	79	クラレ	2.0
28	東レ	4.6	79	クボタ	2.0
28	東芝	4.6	79	佐川急便	2.0
28	バンダイ(BANDAI)	4.6	79	全日本空輸(ANA)	2.0
31	サントリー	4.5	79	エイベックス(Avex)	2.0
32	キッコーマン	4.4	84	明治	1.9
33	ヤフー	4.2	84	大塚製薬	1.9
34	三菱重工	4.1	84	三井物産	1.9
34	ヤマハ	4.1	84	ソニー・ミュージックエンタテインメン	1.9
36	オリンパス	3.8	88	大林組	1.8
36	スズキ	3.8	88	山崎製パン	1.8
38	スクウェア・エニックス(スクエニ)	3.6	88	カプコン(CAPCOM)	1.8
38	イオン	3.6	88	日本航空(JAL)	1.8
40	カルビー	3.5	88	帝人	1.8
41	クックパッド	3.4	88	サイバーエージェント	1.8
42	雪国まいたけ	3.2	88	ダスキン	1.8
42	ワコール	3.2	95	旭硝子	1.7
42	富士通	3.2	95	神戸製鋼	1.7
42	タカラトミー	3.2	95	伊藤忠商事	1.7
46	ダイキン	3.1	95	帝国ホテル	1.7
46	YKK AP	3.1	99	ホクト	1.6
46	資生堂	3.1	99	森永乳業	1.6
49	花王	3.0	99	NTTドコモ	1.6
49	川崎重工業	3.0	99	ディー・エヌ・エー(DeNA)	1.6
49	東日本旅客鉄道(JR東日本)	3.0	99	グリー	1.6
49	オリエンタルランド	3.0	99	ベネッセコーポレーション 他2社	1.6

図表C 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／ランキング上位前回比較

今回 順位	前回 順位	変動	企業名	今回 回答率	前回 回答率	変動幅
1	1	→(0)	トヨタ自動車	22.1%	19.0%	+3.1Pt.
2	2	→(0)	本田技研工業(ホンダ)	16.6%	16.9%	▲0.3Pt.
3	3	→(0)	ソニー	13.9%	16.6%	▲2.7Pt.
4	4	→(0)	ファーストリテイリング(ユニクロ)	12.9%	15.5%	▲2.6Pt.
5	5	→(0)	任天堂	12.8%	13.7%	▲0.9Pt.
6	15	↑(9)	ヤマト運輸	9.8%	6.7%	+3.1Pt.
7	9	↑(2)	キヤノン	9.4%	9.2%	+0.2Pt.
8	6	↓(-2)	タニタ	9.0%	11.1%	▲2.1Pt.
9	10	↑(1)	ソフトバンク	8.5%	8.4%	+0.1Pt.
10	11	↑(1)	パナソニック	7.8%	8.3%	▲0.5Pt.
11	16	↑(5)	日産自動車	7.7%	6.6%	+1.1Pt.
11	8	↓(-3)	楽天	7.7%	9.7%	▲2.0Pt.
13	7	↓(-6)	TOTO	7.5%	10.7%	▲3.2Pt.
14	17	↑(3)	セブン-イレブン	6.8%	6.3%	+0.5Pt.
15	14	↓(-4)	味の素	6.4%	6.9%	▲0.5Pt.
16	12	↓(-4)	シャープ	6.0%	8.0%	▲2.0Pt.
17	13	↓(-4)	富士フイルム	5.9%	7.5%	▲1.6Pt.
17	29	↑()	小松製作所(コマツ)	5.9%	4.9%	+1.0Pt.
19	-	↑()	サンリオ	5.8%	-	-
20	23	↑()	ヤクルト	5.6%	5.6%	+0.0Pt.
20	20	→(0)	京セラ	5.6%	6.0%	▲0.4Pt.

図表D 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／ランキングベスト20 選択理由

企業名	選んだ理由	性別年代	
1	トヨタ自動車	天下のトヨタ無借金経営	男性30代
1	トヨタ自動車	世界一	女性30代
1	トヨタ自動車	楽しみ	女性50代
1	トヨタ自動車	環境への意識	男性30代
1	トヨタ自動車	JIT、TPSの創造・実践	男性60代
1	トヨタ自動車	世界企業	男性50代
1	トヨタ自動車	一歩先の自動車を出している	女性20代
1	トヨタ自動車	ハイブリット	男性30代
1	トヨタ自動車	日本の車と言えばトヨタ自動車。	女性50代
1	トヨタ自動車	デザイン	男性30代
1	トヨタ自動車	自動車会社の中でもめきんでているのは、その誠実さを大切にすると いう独創性から生まれているのだと思う。	女性50代
1	トヨタ自動車	世界一位に近い	男性50代
1	トヨタ自動車	カンバン方式など独特だから	女性30代
1	トヨタ自動車	グローバル企業の代表	男性50代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド	男性60代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタ	女性40代
1	トヨタ自動車	故障が少ないとのこと	女性60代
1	トヨタ自動車	選択肢の企業リストが多すぎて選ぶのが面倒だから。	男性40代
1	トヨタ自動車	何事にも長けている	男性30代
1	トヨタ自動車	世界に誇れる自動車を作っている	女性60代
1	トヨタ自動車	世界をひっぱっている	男性60代
1	トヨタ自動車	ハイブリッドカーの開発	男性60代
1	トヨタ自動車	ハイブリッドカーを世界に先駆けて販売したから	男性40代
1	トヨタ自動車	技術力の優れている	女性30代
1	トヨタ自動車	新しい製品を開発	女性60代
1	トヨタ自動車	世界に誇れる車を作っているから	男性40代
1	トヨタ自動車	リーダー企業	男性40代
1	トヨタ自動車	生産システムを構築したから	男性40代
1	トヨタ自動車	世界を舞台に活躍しているからです	男性50代
1	トヨタ自動車	車の低燃費を目指し、デザインも優れてるため	男性20代
1	トヨタ自動車	CMに独創性やストーリー性を感じる。	女性20代
1	トヨタ自動車	自動車のCMにドラマ仕立ての世界観を持たせることで、車のイメージ を覆したから	女性30代
1	トヨタ自動車	良いものを作ってるから	女性30代
1	トヨタ自動車	日本ばかりでなく、世界の車産業界をリードしてきた。	男性60代
1	トヨタ自動車	トヨタ生産方式のような生産方法からも企業独自のことが感じられる	女性20代
1	トヨタ自動車	世界に先駆けている	男性60代
1	トヨタ自動車	ハイブリット車	男性60代
1	トヨタ自動車	常に流行の先端をいくから	男性60代
1	トヨタ自動車	新しい商品を他社に先駆けて出す。	男性60代
1	トヨタ自動車	新しい技術開発をしているから	男性20代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド車の導入等、先進的な技術を持っているから	女性40代
1	トヨタ自動車	独自の開発	男性50代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタと呼ばれているから	男性20代
1	トヨタ自動車	技術力がある	男性50代
1	トヨタ自動車	素晴らしい	男性20代
1	トヨタ自動車	世界シェアが高い	男性20代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド車などを率先して開発してきたから。看板方式で有名だ が、コストをギリギリまで切り詰める貪欲さと新製品にかける大胆さが 共存しているから。	女性30代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド技術	男性60代
1	トヨタ自動車	世界中に浸透している	男性50代
1	トヨタ自動車	製品の技術力	男性50代
1	トヨタ自動車	日本の車を世界で走らせる。	男性60代
1	トヨタ自動車	有名だから	女性40代
1	トヨタ自動車	ハイブリット車の開発	男性50代
1	トヨタ自動車	技術が世界に誇れる	男性60代
1	トヨタ自動車	自動車の技術	女性20代
1	トヨタ自動車	世界で生産力一位	男性60代
1	トヨタ自動車	先進的	男性50代
1	トヨタ自動車	いち早くハイブリッド車を作った。	女性50代
1	トヨタ自動車	まさしく独創性がある	男性50代
1	トヨタ自動車	日本製を確立したから	女性60代

	企業名	選んだ理由	性別年代
1	トヨタ自動車	せかいでにんきだから	女性20代
1	トヨタ自動車	ハイブリットなどの先進技術の導入、開発	男性60代
1	トヨタ自動車	常に前進のイメージ	女性50代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド車の先駆者	男性40代
1	トヨタ自動車	技術力	男性60代
1	トヨタ自動車	色々な国で売っている	男性30代
1	トヨタ自動車	いろんな製品を生み出しているから	女性40代
1	トヨタ自動車	世界有数の販売台数を誇る企業。	男性60代
1	トヨタ自動車	世界一企業	男性50代
1	トヨタ自動車	世界で活躍	男性30代
1	トヨタ自動車	自動車の性能・技術力	男性60代
1	トヨタ自動車	新車開発に力を入れている感じ	男性50代
1	トヨタ自動車	技術立国日本の象徴	男性60代
1	トヨタ自動車	技術レベルが高い	女性40代
1	トヨタ自動車	最新の技術	男性60代
1	トヨタ自動車	世界自動車メーカーでNo1のシェアだから。	女性50代
1	トヨタ自動車	いろんな種類の車がある	女性60代
1	トヨタ自動車	ゆるぎないシェア	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	創業以来の会社の理念	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	一見無駄とも思えたりすることでも、動力を活用する製品作りと姿勢	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	NSXのコンセプトは、まさに独創性の塊だと思います。	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	ホンダジェット	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	新しいものにチャレンジしている	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	先進性	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	まねをしない	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術に誠実	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	独自の技術開発に取り組んでいるイメージがあるから。	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術はホンダ。ヒット作が多い	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	町工場から世界のホンダとなった独創的技術力。	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	燃料電池車	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	革新的な技術開発を積極的に行っている	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	ロボットなどの開発	女性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	時に奇抜なアイデアを出してくる	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	新事業を開拓しているから	男性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	世界的にも独特の製品作りを続け、認められているから。	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	どこかと手を組まずに独自路線を行く。	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	人型ロボット技術	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	世界に誇れる	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力が高く、他社のまねできないノウハウを持っている。	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	新しい製品開発力がある。	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	創業者からの企業イメージが根付けられている。	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	いろいろな事業を展開している	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力が高いイメージ	女性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	誰も知らない技術を開発したから	男性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	アイデアにあふれた製品群と独立資本で頑張っている	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	エンジンなどのこだわりが強いと思うから	男性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	革新性。	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	常に新しい事にチャレンジしてそうだから	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	最先端な技術をもっている	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	世界のホンダ	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	新車の開発	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	独特の車を展開している	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	バイク部門で独創性を感じる	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	先進性に優れている	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	乗り物に対して、飽くなき探求を続けていると思う。ホンダジェットなども自動車会社の中でも特にユニークな技術力を提示している、例えばア	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	常に新しいことを考え、試行に取り組んでいることがうかがえる。	男性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	開発のための努力が独創的である。	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	個性的な車を作っていたから	男性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	創業者からの独創性	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術はやはり素晴らしいと思う	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	他にない技術をたくさん持っているの	男性20代

企業名	選んだ理由	性別年代	
3	ソニー	プレイステーションシリーズはやはりゲームの中で王道	男性20代
3	ソニー	これまで新しいニーズを追求してきた歴史がある	男性20代
3	ソニー	誰も考えてなかった商品を最初に売り出した。	女性40代
3	ソニー	先進性があるから	男性20代
3	ソニー	バイオが素晴らしいから	女性30代
3	ソニー	面白いものが多いから	男性40代
3	ソニー	かつての勢いは無いが、確実に創造性豊かな製品の開発力がある	男性40代
3	ソニー	色々な商品を開発しているから	女性30代
3	ソニー	新しいものを作ってきたから。	女性50代
3	ソニー	電化製品において独創的な製品をいくつか発表してきた	男性50代
3	ソニー	電子業界ではトップだと思う	男性40代
3	ソニー	PS4	男性40代
3	ソニー	過去にとらわれず新しい価値を生み出しているから	男性40代
3	ソニー	自社で出した製品が市場で成功しなくても、他社に真似される特徴を持っていると思うので	女性40代
3	ソニー	他社とは違った商品を作っていると思えるので	女性60代
3	ソニー	ソニーブランドとして確固たる地位を世界で築いているから	女性30代
3	ソニー	文化を生み出す力。復活を信じている。	女性60代
3	ソニー	新しいコンセプトの商品を今まで世界初で出してきたから	男性40代
3	ソニー	常に新しいものに挑戦している。	男性60代
3	ソニー	ウォークマンの開発	男性60代
3	ソニー	性能が良い	男性50代
3	ソニー	世界で認められている	女性50代
3	ソニー	独創性ではトップ。	男性60代
3	ソニー	独自の技術を開発した	男性40代
3	ソニー	最近の商品はそうでもないがウォークマンの大ヒットは印象に残っている	男性40代
3	ソニー	独創性のある製品を発表するから。	男性50代
3	ソニー	他とは違う独創的な商品を開発する	男性40代
3	ソニー	他にはない製品を作る。	男性30代
3	ソニー	他社にはない、ユニークな商品が多いから	男性20代
3	ソニー	技術力	男性60代
3	ソニー	開発力があるから	男性50代
3	ソニー	技術力、開発力	男性50代
3	ソニー	ソニーは世界的だから	男性60代
3	ソニー	他社と違う事をするのが好きな印象	男性40代
3	ソニー	世界でヒットした商品がある	男性60代
3	ソニー	音	女性60代
3	ソニー	日々挑戦	男性60代
3	ソニー	独創性のある製品がある	男性20代
3	ソニー	これまでの製品群からの印象。	男性40代
3	ソニー	新しい発想の製品開発	女性60代
3	ソニー	機能性だけでなく外観にもこだわりを感じる	男性40代
3	ソニー	独自性に富んだ製品でトップシェアを誇っているから	女性50代
3	ソニー	昔からアイデア力があるから	女性40代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	販売形態	女性60代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	常に新しい商品を提供しているから	女性20代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	世界に新たなファストファッションを発信しているから	女性20代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	安かろう悪かろうのイメージを覆した企業だと思うから	女性40代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	どんなときにもでも合わせられるし、年齢層が幅広い。	女性30代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	先進的な事業展開	男性50代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	新しいことをしてるから	女性20代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	安い衣料店というイメージしかなかったが、今や世界的に有名なブランドまでに立ち上げたのはすごい。	男性30代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	カリスマ性を感じる。	男性20代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	独自のサービスがあるので	女性30代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	よく売れている	女性30代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	リーズナブルな価格で世界に販売網をどんどん広げているから	女性60代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	安いが品質が良いから	女性50代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	日本で成長した格安ファッションメーカーで世界中に展開しているので	女性30代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	ファストファッションの先駆けで成功しているので	女性50代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	これまでなかった機能性の高い商品を作りだしている	女性30代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	ここに挙げた企業はすべて悪い意味で独創性がありますサービス残業、厳しいノルマ、うそ、バックで何か怪しげな力が働いているなどユニクロの場合、いろんな意味で人を人として扱わず消耗部品のように扱う就業体系が独創的です。(恥だと思います。)	男性30代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	ユニークなビジネスモデル	男性60代
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	柳井さんのカリスマ性	男性50代

企業名	選んだ理由	性別年代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	衣料界の革命企業	男性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	安いのにこれだけシェアがあるから	男性30代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	フリースなど独自の商品をうみだしているから	女性60代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	低価格で良い商品を世界展開している。	男性50代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	低価格、高品質の商品をつくっている	男性50代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	銀座に本店を構えたり、海外に進出したりと、安い服なのに世界的スタンダードを狙っているのが新しい発想だから。	女性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	差別化を図って成功したから。	女性20代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	世界を相手にしている	男性50代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	世界規模で展開していて、独特の印象があるから	女性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	世界展開する技量	女性30代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	独自のビジネスモデルや特徴ある商品を発信しつづけている	男性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	独自の製品と企業戦略	男性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	商品	男性30代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	常に変化している	男性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	独自の方針が成功している	女性50代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	製品展開がすごい	女性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	良い商品を安く世界に売る力がある	女性60代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	雇用の仕方	女性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	低コストで新しい製品を売り出している	女性30代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	展開力	男性30代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	先進的	女性60代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	良いものを安く取りそろえているから	男性60代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	よくうれてる	女性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	スタイルを変えず世界でも通用している点	女性50代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	柳井さんはすごい	男性30代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	安く高品質	女性30代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	独特なやり方をしていると思う。	男性50代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	有名	男性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	革新的な経営	男性60代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	低価格で品質が良いいろいろなブランドとのコラボレーションを実現し	女性30代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	今までになかったと思う	女性50代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	新しいことをいろいろ始めてる	女性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	日本らしい企業理念で世界と戦っているから	女性20代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	今までになかった商品を開発している。	女性20代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	安くてどこに出しても自慢できる商品を扱っている	男性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	品質管理	男性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	世界戦略	男性60代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	会社独自の商品開発、低価格、ファッション性など今までにない独自性を感じられる。	女性50代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	アパレル業界において、新規の商品の提案、開発力がある	男性60代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	社内で栄吾が公用語	男性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	素晴らしいとおもう	女性40代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	世界で愛されているから	男性20代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	リーズナブルで、ファッションナブル。	女性50代
4 ファーストリテイリング(ユニクロ)	独自の方法で、大きくしたイメージがある	女性50代
5 任天堂	マリオの認知度は世界レベル	男性30代
5 任天堂	ゲーム業界において、今までに無かったゲーム機器を開発してきたから。ファミリーコンピュータやDSなどあらゆるゲーム機器を世に送りだしてきたパイオニアだから。	男性30代
5 任天堂	斬新な家庭用ゲームのハードを出し続けているから	男性30代
5 任天堂	様々なゲームを先陣切って発売するから	女性20代
5 任天堂	他にはないこだわりがあるから	男性20代
5 任天堂	かわってしまったが、一時は世界を席卷。	女性60代
5 任天堂	いろんな凄いゲームがあるから	女性20代
5 任天堂	ゲームの開発	男性40代
5 任天堂	色々開発しているから	男性30代
5 任天堂	ゲーム機の基礎的なものを築いたから	男性50代
5 任天堂	他にはない独自性や技術力があるから	女性30代
5 任天堂	ゲーム分野の会社イメージがあり、ハードが売れているイメージがある	女性20代
5 任天堂	ゲーム機世界の人たちからも愛されている	男性20代
5 任天堂	ファミコンを作ったこと。ニンテンドーDSなどで、普段ゲームをしない層を取り込んだところ。	女性20代
5 任天堂	マリオブラザーズを生み出したから	男性30代
5 任天堂	新しい物を常に販売しているから	女性20代
5 任天堂	技術力	女性60代
5 任天堂	ゲーム機のオリジナリティ	男性40代

企業名	選んだ理由	性別年代	
5	任天堂	世界にテレビゲーム市場を築いた	男性40代
5	任天堂	世界に通じるゲームを作り続けている 人材が飛んでいると思う	女性60代
5	任天堂	発想が素晴らしいと思うので	男性30代
5	任天堂	面白いゲームソフトを開発しているから	女性40代
5	任天堂	任天堂で作られたゲームは、世界に輸出されているから。	女性40代
5	任天堂	その業界をリードしている	女性40代
5	任天堂	ゲームは日本が一番だから	男性30代
5	任天堂	ゲーム界に革新を起こした	女性50代
5	任天堂	世界でゲームといえば任天堂。これからも日本オリジナルでがんばってほしい。	女性50代
5	任天堂	マリオなど、キャラクターがあるから	男性40代
5	任天堂	真似できない技術持っているから	男性20代
5	任天堂	ゲーム	女性40代
5	任天堂	ゲーム	男性50代
5	任天堂	いろいろ	女性20代
5	任天堂	考えつかないゲームを作ってる	男性30代
5	任天堂	世界の任天堂	男性30代
5	任天堂	アイデアが豊富	男性50代
5	任天堂	ファミコンを作った。	男性30代
5	任天堂	テレビゲームを広めた	男性40代
5	任天堂	アイデア豊富	男性30代
5	任天堂	ゲームで世界を制覇したから	男性50代
5	任天堂	進んでいる。海外の評判も良い	女性50代
5	任天堂	いろんなタイプのゲーム機を創られているので	女性30代
5	任天堂	ゲームに関して日本が一番	女性30代
5	任天堂	ゲームの歴史を創ったから	女性40代
5	任天堂	家庭用ゲーム機の考案、さらに現在に至るまで後継機のリリースを行っている点です。	男性30代
5	任天堂	色々ゲームを作っているから	女性40代
5	任天堂	浮き沈みはありますが、スーパーマリオのゲームとテレビゲーム機を作った時はしばらくだった。	女性60代
6	ヤマト運輸	正確に日時を守ってきちんと配達してくれるから。	女性20代
6	ヤマト運輸	客優先に宅配業務を遂行してくれていると思う	女性60代
6	ヤマト運輸	宅配サービスの先駆者	男性50代
6	ヤマト運輸	宅急便の発想	女性40代
6	ヤマト運輸	きめ細かい配慮がある	女性60代
6	ヤマト運輸	流通	男性40代
6	ヤマト運輸	宅配として日本のレベルは高いと思う	男性40代
6	ヤマト運輸	正確な輸送	女性50代
6	ヤマト運輸	単なる配送だけではなく、常に顧客の立場に立って独創的なサービスを展開している	女性60代
6	ヤマト運輸	物流のバイオニアとして様々なサービスの提供をしているから	男性30代
6	ヤマト運輸	日本独自	女性40代
6	ヤマト運輸	まったく無い市場を開拓した	男性60代
6	ヤマト運輸	流通の基礎	男性40代
6	ヤマト運輸	安心してお願いできる	女性40代
6	ヤマト運輸	世界最高水準の物流サービス力を持っている	男性50代
6	ヤマト運輸	正確と誠実	女性60代
6	ヤマト運輸	宅配を世界ではじめてはじめてから	男性40代
6	ヤマト運輸	いろいろな配達パターンを持っている。考えている	女性40代
6	ヤマト運輸	サービスの開発	女性50代
6	ヤマト運輸	宅配の世界を築いた	男性50代
6	ヤマト運輸	サービスの種類が多い。	男性30代
6	ヤマト運輸	独自の宅配システム	男性60代
6	ヤマト運輸	物流部門で時代に即した新しいシステムの提案	男性60代
6	ヤマト運輸	便利さ	男性30代
6	ヤマト運輸	サービスが多いから	男性20代
6	ヤマト運輸	物流の役割を大きく変えている	男性50代
6	ヤマト運輸	顧客重視	男性50代
6	ヤマト運輸	日本からシステムの発信をしているから	女性60代
6	ヤマト運輸	現在の生活では当たり前になっている宅配便、こんな便利なものを取り入れたことが素晴らしい、新鮮な食品が次の日に届くなんて凄いこと	女性60代
6	ヤマト運輸	時間指定！	女性50代
6	ヤマト運輸	中国全土に配達可能なそうだ	男性60代
6	ヤマト運輸	今の宅配システムを作り上げたから	女性50代
6	ヤマト運輸	配送の早さ	男性60代
6	ヤマト運輸	一番最初に確立させたから	女性50代

	企業名	選んだ理由	性別年代
6	ヤマト運輸	ピカイチ	男性60代
6	ヤマト運輸	つい最近、ヤマト運輸の香港での宅配便事業を開始と言うニュースを聞き、凄いなと感じたから	女性60代
6	ヤマト運輸	翌日配達を全国に浸透させている	女性30代
7	キヤノン	性能がいい。世界に誇れる。	女性60代
7	キヤノン	常に新商品をだすから	女性50代
7	キヤノン	商品がすごい	女性30代
7	キヤノン	機能性	女性60代
7	キヤノン	コピー、プリンターの開発	男性50代
7	キヤノン	製品がよいので	女性60代
7	キヤノン	技術的に進化した製品を作り出している。	男性60代
7	キヤノン	世界に知られていて、歴史があり、昔からの技術をまだ使ってる。	女性20代
8	タニタ	ダイエット食事など数々の事にチャレンジしているから	女性40代
8	タニタ	ダイエットメニューを考えたり体脂肪など測れる体重計など色々開発している。	女性60代
8	タニタ	食材・カロリー・健康等に取り組んでいるいる報告をメディアを通し情報を得た事から。	女性60代
8	タニタ	細かく正確なところ	女性40代
8	タニタ	レシピ本から食堂までラインナップして健康的な食生活を提供している	男性50代
8	タニタ	産業形態が、健康、食品、情報etc、前例がないのでは。	男性60代
8	タニタ	社内食堂をレストラン化したから	男性20代
8	タニタ	自社の考えを突き詰めた結果として水平展開ができていいるのでは？	男性40代
8	タニタ	食に対する意識	男性40代
8	タニタ	健康を第一に考えてるから	女性20代
8	タニタ	肥満防止という軸をぶらさないのに、手広い事業にてを出している点	女性20代
8	タニタ	痩せるをテーマにオープンにいろいろな展開をだしている。	女性20代
8	タニタ	他にない商品開発力があると思うから。	男性50代
8	タニタ	健康食やダイエットを中心としたビジネスでここまで業績を伸ばしている企業類を見ない。	男性20代
8	タニタ	食堂のレシピ本までだしてるから	女性30代
8	タニタ	社食	女性40代
8	タニタ	健康面での向上が感じられる	女性30代
8	タニタ	レシピ本を出したりしたから	女性40代
8	タニタ	簡単に体脂肪を計れるようにした	女性20代
8	タニタ	健康と向き合っている	男性40代
8	タニタ	和食が評価されて、食から会社の安定をはかっているというところ	女性20代
8	タニタ	体重計だけでなく、肥満体を改善するために食事に関する事業も行っている。	女性60代
8	タニタ	タニタ食堂など、健康志向をポジティブに発信	女性60代
8	タニタ	ヘルスメーターから、ダイエット食に持って行った発想は、すごい。	女性50代
8	タニタ	専門とする仕事からそれに繋がる仕事に幅を広げているところ。	女性40代
9	ソフトバンク	CMが変わってるから	女性40代
9	ソフトバンク	孫社長の吸引力	男性40代
9	ソフトバンク	携帯電話業界ですごいと思うから。	女性20代
9	ソフトバンク	ぶっとんだことよくやってるなーと思うから。	女性20代
9	ソフトバンク	果敢に取り組み、新しいビジネスモデルを創りあげていること	男性60代
9	ソフトバンク	孫社長の考えは計りしれないから	女性40代
9	ソフトバンク	動き	女性40代
9	ソフトバンク	数々の革新的な事業モデル	男性20代
9	ソフトバンク	未来感	男性50代
9	ソフトバンク	ソフトバンクが独創性を感じるから	男性60代
9	ソフトバンク	挑戦しているイメージがある	女性50代
9	ソフトバンク	CM	男性50代
9	ソフトバンク	電話のキャリアでいつもいろんなキャンペーンや、CMがとてもインパクトがあり、面白い	女性20代
9	ソフトバンク	日本だけでなく、アメリカの市場をも視野に入れている。日本企業とは思えないほど、買収意欲が高い。	男性30代
9	ソフトバンク	オリジナリティがある	女性20代
9	ソフトバンク	色々な発想を現実のものにしている	女性60代
9	ソフトバンク	情報システムなどトップと思う	女性60代
9	ソフトバンク	次々と新しいことを打ち出してくる	女性30代
9	ソフトバンク	進歩的なサービス提供をしている	男性60代
9	ソフトバンク	優秀だから	男性30代
9	ソフトバンク	とにかくすごい、イメージ	女性20代
9	ソフトバンク	企業努力を感じるから。	女性30代
9	ソフトバンク	孫社長ががんばっている	女性50代

企業名	選んだ理由	性別年代	
9	ソフトバンク	CMもそうだが、常に他がやらないことをやろうとする姿勢にあふれているから。	女性20代
9	ソフトバンク	おもしろいコマーシャルをやっているところ	女性50代
9	ソフトバンク	安定	男性60代
9	ソフトバンク	買収なども含め革新的な動きを行い他社にないサービスを先行して創出している。	男性20代
10	パナソニック	品質が良いから	女性50代
10	パナソニック	日本の誇り	男性40代
10	パナソニック	他の電機メーカーと比べて美容に力を入れている	女性20代
10	パナソニック	独創性を感じる』と思う日本企業の中から、1社だけ	男性20代
10	パナソニック	製品に感じられる	女性60代
10	パナソニック	ひび開発	女性60代
10	パナソニック	製品の信頼性	男性50代
10	パナソニック	家電製品とかすごいから	女性20代
10	パナソニック	常に進歩している	女性60代
11	日産自動車	電気自動車	男性40代
11	日産自動車	車がないとどこへも行けない	女性60代
12	楽天	ネット成長とともに急激に発展した	女性40代
12	楽天	日本人向けのサイトだから	女性30代
12	楽天	様々な商品を提供しているの。	男性20代
12	楽天	色々な事業をしている。	女性20代
12	楽天	ネットビジネスを確立	男性60代
12	楽天	らくだから	男性30代
12	楽天	多様性がある	女性30代
12	楽天	先進的な企業	女性40代
12	楽天	ネット通販をよく使うから	女性20代
12	楽天	田舎の店でもたくさんの人がいつでも買えるシステムを作ったから	男性30代
12	楽天	思いも寄らないことに手を出す	女性30代
12	楽天	幅広いから	女性30代
12	楽天	会社のトップが柔軟性が高い考え方をしている	男性40代
12	楽天	パン	男性40代
12	楽天	様々な新しい手法で事業を展開しているから	女性30代
12	楽天	独特の販売方法だから。	女性30代
12	楽天	ネットを活用して大きく拡大したから	男性30代
12	楽天	色々なことをしているから	女性50代
12	楽天	ネット最大限に広げたビジネスを拡大してきた	女性50代
12	楽天	面白い企画がたくさんあるから	女性30代
12	楽天	インターネット界で様々な事業を展開している為	男性20代
13	TOTO	世界にない	男性60代
13	TOTO	ウォシュレットを考え付いたから	女性40代
13	TOTO	ウォシュレットトイレは日本独自のものだから	女性20代
13	TOTO	washlet	女性40代
13	TOTO	アメリカに住んでいる時に、トイレの温便座、シャワートイレはなかった。これは普及すると思う。	女性60代
13	TOTO	数々の無謀な実験の末、世界に羽ばたく商品を提供できているのは素晴らしい。	女性30代
13	TOTO	ローマ字	男性60代
13	TOTO	ウォッシュレットは世界評価が高い	男性50代
13	TOTO	毎日、必ず使うトイレを改善した。	女性60代
13	TOTO	新商品	女性60代
13	TOTO	ウォレット。	男性60代
13	TOTO	ウォシュレットの開発・展開など	男性30代
13	TOTO	優れている	女性40代
13	TOTO	ウォシュレットの開発など独創性を感じる	女性50代
13	TOTO	外国にはないものだから	女性50代
14	セブン-イレブン	銀行ATMの設置	女性50代
14	セブン-イレブン	商品が優れている。	女性30代
14	セブン-イレブン	販売戦略にはびっくりする。	女性50代
14	セブン-イレブン	アメリカ発祥のコンビニを日本風に変革したこと。	男性50代
14	セブン-イレブン	他のコンビニとは質が違うよいものを提供している	女性50代
14	セブン-イレブン	日本発祥の企業なので。	女性50代
14	セブン-イレブン	世界に展開し其処の文化を吸収して地域密着で展開している。	男性60代
14	セブン-イレブン	独自に開発	男性40代
14	セブン-イレブン	海外で活躍	女性60代
14	セブン-イレブン	独自ブランドを作っているから。	女性20代

	企業名	選んだ理由	性別年代
14	セブン-イレブン	他のコンビニと比べて、独創的である	女性20代
14	セブン-イレブン	いつも最先端の考えがあり、すごいと思う。	女性50代
14	セブン-イレブン	商品の企画力、ビジネス展開の企画力など総合的に総合性がなければこれほどシェア拡大しなかったと思う。	女性40代
15	味の素	似たものが存在しないものを作っているから。	男性40代
15	味の素	工夫がみられる	女性30代
15	味の素	日本以外では考えられない商品。	男性50代
15	味の素	日本以外の方が食べてもおいしいと思う	女性50代
15	味の素	他にはまねできないから	女性50代
15	味の素	商品が面白い	女性30代
15	味の素	味の素がおいしいから	女性30代
16	シャープ	ユニークな製品をだしている	男性50代
16	シャープ	昔から他社に先駆けて面白い製品を出している気がする	男性30代
16	シャープ	液晶に対する独自の開発と先進性は目を見張るものがあると思うから	男性30代
16	シャープ	プラズマクラスター	女性20代
16	シャープ	液晶の大手だから	男性30代
16	シャープ	今はすこしおちめのような気がするが、いろいろ新しい技術できたのでこれからも期待できると思う	女性60代
16	シャープ	新しい分野の商品をいち早く市場に売り出す。	男性40代
16	シャープ	新しい事を一番に開発する	女性60代
16	シャープ	ザウルス、AQUOS、液晶製品などの製品開発で知られ業界初や世界初の商品を多く送り出しているから。	女性50代
17	富士フィルム	色々なことに取り組んでいるので	男性40代
17	富士フィルム	色々な分野で商品を持っている	男性60代
17	富士フィルム	分野にとらわれない研究開発力。	女性30代
17	富士フィルム	フィルム屋さんだから	男性20代
17	富士フィルム	意外に化粧品を販売したこと	男性30代
17	富士フィルム	時代の流れに逆らわない柔軟性	男性40代
17	富士フィルム	広い分野で技術力を発揮している。	男性50代
17	富士フィルム	コア技術のレベルが群を抜いており、それをうまくビジネスモデルに置き換えた。	男性50代
17	富士フィルム	化粧品からカメラまで独特な製品を作っているから	男性20代
17	富士フィルム	富士フィルムは写真とその周辺のみだとおもっていたが、その技術を使ってできた化粧品が発売されたので。	女性30代
17	富士フィルム	フィルムの事業から化粧品の事業への応用など異なる分野への技術の応用のさせかたが独創的だと感じたから。	女性20代
17	富士フィルム	多岐に渡る製品を製作しているから	女性30代
17	富士フィルム	発想が凄い	男性60代
17	富士フィルム	TVCMなどで、いろんな開発をしている場面を見るから。	女性20代
18	小松製作所(コマツ)	工作機械にITモニタを持ち込んだ	男性50代
18	小松製作所(コマツ)	独創性をもって世界に貢献していると思います。	女性60代
18	小松製作所(コマツ)	小松製作所はこの中では一番独創性を感じます。理由は特にありません	女性30代
18	小松製作所(コマツ)	小松の製品は別格	男性60代
18	小松製作所(コマツ)	自社ブランドの品質管理や技術管理がしっかりしている	男性50代
18	小松製作所(コマツ)	GPSをつけた建機の展開は世界に先駆けている。	男性30代
18	小松製作所(コマツ)	部門ですごい	男性30代
18	小松製作所(コマツ)	他の追随がない	男性40代
18	小松製作所(コマツ)	世界中の建設現場で活躍する小松の建機	男性60代
18	小松製作所(コマツ)	世界中での小松重機の活躍	男性60代
18	小松製作所(コマツ)	インフラを構築する機材を製作している中で、世界各地にある機材のメンテナンスをITを駆使している点	男性60代
19	サンリオ	可愛いキャラクターをたくさん考える。	女性30代
19	サンリオ	キティちゃんというキャラクターを生み出したところに独創性を感じる	男性30代
19	サンリオ	日本のキャラクター文化は世界に誇れる	女性60代
19	サンリオ	国似合わせてキャラクターを商品化しているh	男性50代
19	サンリオ	世界に一つしか無い。	男性40代
19	サンリオ	キャラクターが	女性20代
19	サンリオ	他がまねするぐらいなので独創性がある。	女性40代
19	サンリオ	可愛いキャラクターが人気	女性20代
19	サンリオ	キャラクター	男性30代
19	サンリオ	アニメのキャラクターでもないのに、キティーちゃんが海外でも人気になっているのが面白い。	男性50代
19	サンリオ	キャラクターがよい	女性30代
19	サンリオ	キティちゃんのブランド力がある	男性40代
19	サンリオ	独自のキャラクター	女性60代
19	サンリオ	キャラクター、それにまつわる商品など、ほかにはない	女性60代
19	サンリオ	独創性	男性50代

	企業名	選んだ理由	性別年代
19	サンリオ	仕事を選ばないキティちゃんに代表される独創性	女性30代
19	サンリオ	知らない人がいない	女性50代
19	サンリオ	日本独特と思われた「カワイイ」を世界に広めた	女性60代
19	サンリオ	可愛い	女性40代
19	サンリオ	多数のキャラクターがどれもかわいい。	女性50代
20	ヤクルト	飲料のヤクルトがインドなどでも大人気となっているようなので。	男性30代
20	ヤクルト	他国にヤクルトのような飲料を発売している企業がないと感じるから。	男性20代
20	ヤクルト	乳酸菌飲料	男性40代
20	ヤクルト	乳酸菌と言えばヤクルトしか浮かばない	女性30代
20	ヤクルト	乳製品飲料でシェアを伸ばしているため	男性30代
20	ヤクルト	配達サービスにお世話になっているため	男性20代
20	ヤクルト	乳酸菌飲料に特化している	女性30代
20	ヤクルト	昔から変わらない営業スタイル	女性50代
20	ヤクルト	ヤクルトしかヤクルトを作っていない	男性30代
20	ヤクルト	世界の国で日本人以外の人にも飲まれて健康に役立っている。長い年月愛されている製品。	女性60代
20	ヤクルト	健康に良い	男性30代
20	ヤクルト	他にはない商品	男性20代
20	ヤクルト	東南アジアで人気の為	男性50代
21	京セラ	製品がすごいから	女性60代
21	京セラ	独自のものがある	女性50代

図表E 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／重視するイメージ

(n=1,000／複数回答)

今回順位	前回順位	変動	重視するイメージ	今回回答率	前回回答率	変動幅
1	1	→(0)	商品・サービスの品質	53.5%	52.8%	+0.7Pt.
2	2	→(0)	商品・サービスのデザイン	31.3%	33.3%	▲2.0Pt.
3	3	→(0)	ビジネスモデル	23.5%	25.0%	▲1.5Pt.
4	4	→(0)	経営理念・姿勢	21.5%	24.0%	▲2.5Pt.
5	5	→(0)	販売方法・手法	20.5%	21.2%	▲0.7Pt.
6	7	↑(1)	商品名・サービス名	19.1%	18.0%	+1.1Pt.
7	5	↓(-2)	商品・サービスの価格	15.3%	19.2%	▲3.9Pt.
8	-	-	顧客対応	14.6%	-	-
9	8	↓(-1)	経営者	10.3%	11.2%	▲0.9Pt.
10	10	→(0)	その他	4.8%	3.0%	+1.8Pt.
11	9	↓(-2)	施設	4.3%	5.8%	▲1.5Pt.
12	11	↓(-1)	人事	1.9%	2.7%	▲0.8Pt.

図表F 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／ランキング上位 特許取得件数(2013年)

順位	企業名	業種	件数
1	トヨタ自動車	自動車製造業	4,785
2	本田技研工業(ホンダ)	自動車製造業	3,469
3	ソニー	電気機器製造業	1,753
4	ファーストリテイリング(ユニクロ)	衣料品小売業	0
5	任天堂	がん具製造業	176
6	ヤマト運輸	道路貨物運送業	3
7	キヤノン	業務用機械器具製造業	5,572
8	タニタ	業務用機械器具製造業	45
9	ソフトバンク	通信サービス業	0
10	パナソニック	電気機器製造業	7,097
11	日産自動車	自動車製造業	1,977
11	楽天	ポータルサイト運営業	222
13	TOTO	衛生陶器・住宅設備製造業	291
14	セブン-イレブン	飲食料品小売業	0
15	味の素	食料品製造業	112
16	シャープ	電気機器製造業	2,845
17	富士フイルム	化学工業	2,526
17	小松製作所(コマツ)	建設機械製造業	163
19	サンリオ	がん具製造業	0
20	ヤクルト	乳飲料製造業	20
20	京セラ	窯業・土石製品製造業	1,815

出所:株式会社サイエンスインパクト「知財業界ポータルサイトIPForce」

図表G 第2回「独創性を感じる日本企業」アンケート／日本企業の特許取得件数ランキング

順位	企業名	業種	件数
1	パナソニック	電気機器製造業	7,097
2	キヤノン	業務用機械器具製造業	5,572
3	三菱電機	電気機器製造業	4,919
4	トヨタ自動車	自動車製造業	4,785
5	東芝	電気機器製造業	4,498
6	本田技研工業(ホンダ)	自動車製造業	3,469
7	富士通	情報通信機械器具製造業	3,451
8	リコー	業務用機械器具製造業	3,282
9	日本電気(NEC)	情報通信機械器具製造業	2,891
10	シャープ	電気機器製造業	2,845
11	日立製作所	電気機器製造業	2,563
12	富士フイルム	化学工業	2,526
13	デンソー	自動車部品製造業	2,486
14	セイコーエプソン	業務用機械器具製造業	2,355
15	日産自動車	自動車製造業	1,977
16	京セラ	窯業・土石製品製造業	1,815
17	ソニー	電気機器製造業	1,753
18	日本電信電話(NTT)	通信業	1,707
19	大日本印刷	印刷業	1,675
20	京セラドキュメントソリューションズ	業務用機械器具製造業	1,540

出所:株式会社サイエンスインパクト「知財業界ポータルサイトIPForce」