

第3回
「独創性を感じる日本企業」
調査

2015 年6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3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

2015年4月17日(金)～2015年4月19日(日)

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	53	420	100	238	69	78	1,000

1. 調査結果

【1】 第3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3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22.5%)であった。次いで「本田技研工業(ホンダ)」が2位(同16.9%)、「ソニー」が3位(同13.7%)となり、以下「任天堂」(同12.4%)、「富士フイルム」(同11.6%)、「TOTO」(同10.8%)、「ファーストリテイリング(ユニクロ)」(同10.6%)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4社(ソニー、パナソニック、日立製作所、シャープ)、その他製造業9社(任天堂、富士フイルム、TOTO、タニタ、キヤノン、サンリオ、味の素、日清食品、サントリー)と、製造業がトップ20のうち16社を占め、前回に引き続き日本の製造業が有する開発力や技術力の信頼性が表れた結果といえる。

製造業以外では、小売・サービス業4社(ファーストリテイリング(ユニクロ)、楽天、ヤマト運輸、ソフトバンク)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3回「独創性を感じる日本企業」アンケート／前回比較

第2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」の上位3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。

4位以下では、「富士フイルム」(前回17位→今回5位)、「サントリー」(前回31位→今回20位)、「日立製作所」(前回22位→今回15位)の3社がそれぞれに大幅にランクアップしたが、それ以外での大きな変動は殆ど見られず、上位20社のうち、17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3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、「燃料電池車やハイブリッドカーなどの開発や技術力」、「世界での販売数やシェア」を評価する声が多く、2位の「本田技研工業(ホンダ)」では、「個性的なものづくり、技術開発」、3位の「ソニー」では、「ウォークマンを初めとする革新的な商品開発」、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、5位の「富士フイルム」では、「従来の技術を活かした他分野への事業展開」、8位の「タニタ」では、「健康」をキーにした多方面への取り組み、11位の「楽天」では、「幅広いサービス展開」というように、一つの分野・事業にとどまらず、多方面に事業を拡大していく姿勢に独創性を見出している回答も多く見られた。(図表D)

[4] 第3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、「商品・サービスの品質」を挙げる回答が53.2%と最も多かった。次いで「商品・サービスのデザイン」(回答率32.7%)、「ビジネスモデル」(同24.9%)、「経営理念・姿勢」(同23.8%)、「販売方法・手法」(同20.1%)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。

しかし、「ビジネスモデル」や「経営理念・姿勢」が前回よりポイントを伸ばすなど、[3]の選択理由と同様の傾向がみられた。(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位キヤノン、3位パナソニックが、アンケート結果ではそれぞれ10位、9位となり、特許取得件数2位の三菱電機にいたっては、アンケート結果では73位に低迷している。その企業の特許取得の多さと世間から独創的なイメージをもたれるかどうかは必ずしも一致しない結果となった。

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、サンリオ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」の国といわれてきた。戦後から数十年にわたり世界のトップブランドをいくつも築き上げ、高い独創性を有する「モノづくり」に誇りを持ち続けている。今回のランキングにおいても、独創性の高い技術や商品によって世界に進出した「トヨタ自動車」や「本田技研工業(ホンダ)」、「ソニー」がTOP3になっている点や、既存技術を他分野へ展開し話題となった「富士フィルム」が高く評価されていることはその表れといえよう。

一方で、今回のランキング上位100社を見ると、約3割にあたる27社が「モノづくり」以外の企業となっている。(図表H)例えば、高品質な「サービス」に独自性を見出し、提供し続ける「帝国ホテル」や「JR」各社は、東京五輪決定や外国人観光客増加に伴って、日本の「おもてなし」の心として、その独創性の評価を高めていることが考えられる。

「モノづくり」以外の企業において、特に高く独創性を評価されているのは、「ファーストリテイリング(ユニクロ)」や「楽天」、「ソフトバンク」など独自の「サービス展開」や「ビジネスモデル」、「経営理念」を打ち出すことで規模を拡大してきた企業である。日本が「モノづくり」の国であることは、昨今

の評価でも変わりはない。しかし、その一方で「技術力」や「開発力」以外の部分においても、日本企業が高いオリジナリティを持つことは、今後の日本が世界をリードし続けるために、きわめて重要な要素であろう。その観点から、今後も、「ファーストリテイリング(ユニクロ)」や「楽天」に続く、独創的な「サービス展開」や「ビジネスモデル」、「経営理念」を掲げた企業が多く現れることを期待したい。

図表A 第3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	22.5%
2	本田技研工業(ホンダ)	東京都	自動車製造業	16.9%
3	ソニー	東京都	電気機器製造業	13.7%
4	任天堂	京都府	娯楽用具・がん具製造業	12.4%
5	富士フイルム	東京都	化学工業	11.6%
6	TOTO	福岡県	衛生陶器・住宅設備製造業	10.8%
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	山口県	衣料品小売業	10.6%
8	タニタ	東京都	業務用機械器具製造業	10.5%
9	パナソニック	大阪府	電気機器製造業	9.5%
10	キヤノン	東京都	業務用機械器具製造業	8.9%
11	楽天	東京都	ポータルサイト運営業	8.6%
12	ヤマト運輸	東京都	道路貨物運送業	8.0%
13	日産自動車	神奈川県	自動車製造業	7.6%
13	ソフトバンク	東京都	通信サービス業	7.6%
15	日立製作所	東京都	電気機器製造業	7.4%
16	サンリオ	東京都	がん具製造業	6.9%
17	味の素	東京都	食料品製造業	6.6%
17	シャープ	大阪府	電気機器製造業	6.6%
19	日清食品	大阪府	食料品製造業	6.5%
20	サントリー	大阪府	飲料品等製造業	6.1%

図表B 第3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	22.5	47	帝国ホテル	3.8
2	本田技研工業(ホンダ)	16.9	52	麒麟ビール	3.7
3	ソニー	13.7	52	東海旅客鉄道(JR東海)	3.7
4	任天堂	12.4	54	旭化成	3.6
5	富士フイルム	11.6	54	リコー	3.6
6	TOTO	10.8	54	YKK AP	3.6
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	10.6	57	デンソー	3.4
8	タニタ	10.5	58	スクウェア・エニックス(スクエニ)	3.3
9	パナソニック	9.5	59	東日本旅客鉄道(JR東日本)	3.2
10	キヤノン	8.9	59	資生堂	3.2
11	楽天	8.6	61	明治	3.1
12	ヤマト運輸	8.0	62	カゴメ	3.0
13	日産自動車	7.6	62	大塚製薬	3.0
13	ソフトバンク	7.6	64	コナミ	2.9
15	日立製作所	7.4	64	ソニー・ミュージックエンタテインメント	2.9
16	サンリオ	6.9	64	リクルート	2.9
17	味の素	6.6	67	全日本空輸(ANA)	2.8
17	シャープ	6.6	68	グリコ	2.7
19	日清食品	6.5	68	丸紅	2.7
20	サントリー	6.1	68	しまむら	2.7
21	ブリヂストン	6.0	68	コクヨ	2.7
21	セブン-イレブン	6.0	72	NTTドコモ	2.6
23	バンダイ(BANDAI)	5.9	73	川崎重工業	2.5
24	東レ	5.8	73	IHI	2.5
24	京セラ	5.8	73	三菱電機	2.5
26	クックパッド	5.6	73	帝人	2.5
27	東芝	5.5	77	武田薬品	2.4
28	タカラトミー	5.4	77	日本航空(JAL)	2.4
29	キューピー	5.3	77	イオン	2.4
29	カシオ計算機	5.3	77	エイベックス(Avex)	2.4
31	オリンパス	5.1	77	エイチ・アイ・エス(HIS)	2.4
31	ヤフー	5.1	82	鹿島建設	2.3
33	ヤマハ	5.0	82	日揮	2.3
34	ニコン	4.9	82	ワコール	2.3
34	富士通	4.9	82	クラレ	2.3
34	スズキ	4.9	82	旭硝子	2.3
37	ヤクルト	4.6	82	伊藤忠商事	2.3
37	キッコーマン	4.6	82	電通	2.3
39	三菱重工	4.5	89	ホクト	2.2
40	雪国まいたけ	4.2	89	日清紡	2.2
40	カルビー	4.2	89	アシックス	2.2
40	小松製作所(コマツ)	4.2	89	ディー・エヌ・エー(DeNA)	2.2
40	オリエンタルランド	4.2	89	グリー	2.2
44	ニトリ	4.1	89	カプコン(CAPCOM)	2.2
45	伊藤園	3.9	95	大日本印刷(DNP)	2.1
45	ダイキン	3.9	95	新日鉄住金	2.1
47	アサヒビール	3.8	95	クボタ	2.1
47	花王	3.8	95	日本通運(日通)	2.1
47	日本電気(NEC)	3.8	95	住友商事	2.1
47	セイコーエプソン	3.8	95	ダスキン	2.1

図表C 第3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	22.5%	22.1%	+0.4Pt.
2	2	→(0)	本田技研工業(ホンダ)	16.9%	16.6%	+0.3Pt.
3	3	→(0)	ソニー	13.7%	13.9%	▲0.2Pt.
4	5	↑(1)	任天堂	12.4%	12.8%	▲0.4Pt.
5	17	↑(12)	富士フイルム	11.6%	5.9%	+5.7Pt.
6	13	↑(7)	TOTO	10.8%	7.5%	+3.3Pt.
7	4	↓(-3)	ファーストリテイリング(ユニクロ)	10.6%	12.9%	▲2.3Pt.
8	8	→(0)	タニタ	10.5%	9.0%	+1.5Pt.
9	10	↑(1)	パナソニック	9.5%	7.8%	+1.7Pt.
10	7	↓(-3)	キヤノン	8.9%	9.4%	▲0.5Pt.
11	11	→(0)	楽天	8.6%	7.7%	+0.9Pt.
12	6	↓(-6)	ヤマト運輸	8.0%	9.8%	▲1.8Pt.
13	11	↓(-2)	日産自動車	7.6%	7.7%	▲0.1Pt.
13	9	↓(-4)	ソフトバンク	7.6%	8.5%	▲0.9Pt.
15	22	↑(7)	日立製作所	7.4%	5.1%	+2.3Pt.
16	19	↑(3)	サンリオ	6.9%	5.8%	+1.1Pt.
17	15	↓(-2)	味の素	6.6%	6.4%	+0.2Pt.
17	16	↓(-1)	シャープ	6.6%	6.0%	+0.6Pt.
19	22	↑(3)	日清食品	6.5%	5.1%	+1.4Pt.
20	31	↑(11)	サントリー	6.1%	4.5%	+1.6Pt.

図表D 第3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

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
1	トヨタ自動車	新技術を用いた製品を生み出し続けているから。	女性30代
1	トヨタ自動車	技術力	男性40代
1	トヨタ自動車	開発力がある	女性20代
1	トヨタ自動車	よい車を作っている	男性20代
1	トヨタ自動車	独自の生産方法に実績がある	男性60代
1	トヨタ自動車	あきらかに他と比べてよくできてる	男性30代
1	トヨタ自動車	ハイブリットを手掛けた	女性20代
1	トヨタ自動車	売れているから	男性40代
1	トヨタ自動車	ビジネスモデルになる	男性30代
1	トヨタ自動車	シェアがすごいから	女性20代
1	トヨタ自動車	水素燃料電池車の開発	男性50代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド車や水素自動車の開発	男性60代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタだから	女性30代
1	トヨタ自動車	TOYOTAだから	男性40代
1	トヨタ自動車	世界的	男性60代
1	トヨタ自動車	CMが斬新	女性30代
1	トヨタ自動車	新製品の開発から。	女性40代
1	トヨタ自動車	先進技術の高さ	男性60代
1	トヨタ自動車	プリウスが素晴らしいから	女性40代
1	トヨタ自動車	改善	男性60代
1	トヨタ自動車	世界シェア	男性60代
1	トヨタ自動車	自動車界をリードする	女性60代
1	トヨタ自動車	新分野開拓に積極的	女性60代
1	トヨタ自動車	車の販売数	男性30代
1	トヨタ自動車	企業実績	男性40代
1	トヨタ自動車	ハイブリッドカーをいち早く開発、導入、販売した	女性40代
1	トヨタ自動車	新しい技術を構築する	男性50代
1	トヨタ自動車	環境活動	男性30代
1	トヨタ自動車	みらい	男性50代
1	トヨタ自動車	世界のトヨタだから。	男性40代
1	トヨタ自動車	世界のトップを走る開発力	男性60代
1	トヨタ自動車	いろんな先進技術を開発している	男性40代
1	トヨタ自動車	燃料電池車を世界にさががけている	男性50代
1	トヨタ自動車	エコカーの開発に積極的	女性60代
1	トヨタ自動車	水素自動車やハイブリッドエンジンの特許が多い	男性40代
1	トヨタ自動車	世界一の企業だから。	男性50代
1	トヨタ自動車	開発力がある	男性60代
1	トヨタ自動車	様々な研究に取り組み、次世代に通用する商品を開発している。	男性60代
1	トヨタ自動車	水素自動車の開発	男性60代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド車の技術	女性50代
1	トヨタ自動車	新商品	男性20代
1	トヨタ自動車	商品企画力	男性20代
1	トヨタ自動車	どこの国でも見かける	女性60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	技術力で世界トップクラスで特許をオープンにしている	女性50代
1	トヨタ自動車	レクサスやプリウスは世界でもトップクラスの車だから。	女性40代
1	トヨタ自動車	ハイブリットなど、新開発した商品の支持率が非常に高いから。	男性20代
1	トヨタ自動車	水素自動車の量産	男性50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	ハイブリッド車	男性20代
1	トヨタ自動車	水素エネルギー利用	女性20代
1	トヨタ自動車	先駆けて燃料電池自動車を発売	男性60代
1	トヨタ自動車	みらいに代表されるようにたにない技術を実現している	男性60代
1	トヨタ自動車	開発力	女性50代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド	男性40代
1	トヨタ自動車	世界中の車のシェア率がすごい	男性20代
1	トヨタ自動車	日本だから	男性20代
1	トヨタ自動車	独創的だから	男性30代
1	トヨタ自動車	ミライを発売したが、常に業界の先頭を切って商品開発に取り組んで	男性20代
1	トヨタ自動車	世界に認められている。	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	インパクトのある車を作っている	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	個性的	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	理念	女性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	夢がある	女性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	オートバイを開発	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	自由な発想力がある	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	売れるものを作っている	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	バイクでの技術	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	町工場から世界の二輪車	男性60代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
2	本田技研工業(ホンダ)	世界中に受け入れられるモーターサイクルの製造	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	S600やスーパーカブを始めとした新機構の発想。	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	二輪車から四輪車。農機具、簡易発電機まで独創的。	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	「世界のホンダ」という言葉が記憶にある。	女性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	創業以来のまた創業者の独創性が引き継がれている	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	世界のホンダと言われるほどだから。	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	車とバイクの両立	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	そこにつとめてるから	女性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	他社にないものづくり	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	チャレンジ精神	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	伝統	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	商品開発がすごい	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	他のメーカーのまねをしない社風がある。	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	自動車の個性	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	新しい技術を用いた製品を発表しているから	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	F1などに参戦してる。	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	F1の世界に挑戦しているため	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	エンジン開発に伝統的に取り組んでいる	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	自動車製造以外個性を尊重	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	勢いがある	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術	女性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	自動車、バイク、飛行機、ロボットなど、常にパイオニアであるため。	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	発想	男性60代
2	本田技研工業(ホンダ)	新しいものを作っている	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	楽しいそう	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術の本田だから。最新技術を見出すのは本田がうまい気がする	女性20代
2	本田技研工業(ホンダ)	ほんだそういちろう	女性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	現在普及している技術はホンダが開発したものが多い。特に自動ブレーキは世界に先駆けていち早く実用化した開発力と先見性は極めて優れていると思う。車以外の分野でもキラリと光るものがある。	男性30代
2	本田技研工業(ホンダ)	個性を感じる製品作りをしていると思うから	女性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	独自の技術。	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	チャレンジ精神	男性40代
2	本田技研工業(ホンダ)	技術力があるから	男性50代
2	本田技研工業(ホンダ)	良いデザインの車を出している	女性60代
3	ソニー	ゲーム	男性30代
3	ソニー	新商品がすごい	女性50代
3	ソニー	新たなサービスを提供	男性20代
3	ソニー	常に時代の一步先を進んでいる感じがして、世の中が追いついていないで失敗しているケースが多いと思うので。少し製品を熟成させてから世の中に出せばどうか？	女性60代
3	ソニー	Xperiaシリーズ。	男性30代
3	ソニー	実績	男性40代
3	ソニー	技術力のソニーだから	女性40代
3	ソニー	独創的なデザインで世界を席巻してきたので	男性30代
3	ソニー	他とは違う	女性40代
3	ソニー	他とは異なる製品群があるから	男性40代
3	ソニー	ウォークマンが素晴らしいため	男性20代
3	ソニー	ブランドのイメージ	男性40代
3	ソニー	家電AV機器の分野で新規格や独創的な商品を多数生み出してきた。	男性40代
3	ソニー	技術力がある	男性50代
3	ソニー	今は停滞気味だが、世界初のアイデアを以前は量産していた。	男性40代
3	ソニー	有名だから	女性40代
3	ソニー	製品	男性50代
3	ソニー	新製品の開発力	男性60代
3	ソニー	ウォークマンを作った	男性50代
3	ソニー	時代時代に先進的な商品を開発している	男性50代
3	ソニー	定番以外にもいろいろ商品開発しているイメージがあるから	女性20代
3	ソニー	映像や音楽分野でリードしている。	男性50代
3	ソニー	以前は、世にないものを創り出していた。最近では、そうでもない。	男性50代
3	ソニー	独創性	女性60代
3	ソニー	革新的な商品群がある	男性50代
3	ソニー	製品の良い部分	男性30代
3	ソニー	昔からあるから	男性30代
3	ソニー	高い技術力を持っている	男性40代
3	ソニー	独走的な製品を開発していた	男性50代
3	ソニー	walkmanが代表	男性50代
3	ソニー	創るものが独特。新しい市場を作る可能性がある	女性30代
3	ソニー	商品やデザインが新しい。	女性30代
3	ソニー	独特だから	女性40代
3	ソニー	最近では斜陽気味だが、これまでは独創的な商品開発に取り組んできた	男性60代
3	ソニー	ウォークマンや、ビデオなベーター方式など、昔からのイメージ。	男性40代
3	ソニー	最先端の科学技術を反映した商品をいち早く開発している	男性20代
3	ソニー	ウォークマンを送りだしたから	男性40代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
3	ソニー	オリジナリティある製品を開発している	男性30代
3	ソニー	過去形になってしましますが、ウォークマンやおしゃれなノートPC等、画期的でした。	女性50代
3	ソニー	変わったもの作りをするから	男性30代
3	ソニー	独特の機能をもつ	男性50代
3	ソニー	以前のイメージから	男性60代
3	ソニー	ウォークマンが先駆けのオーディオだから	女性50代
3	ソニー	信頼性があるから	女性20代
3	ソニー	他にはない製品を作るから	女性40代
3	ソニー	日本人の感性を取り入れた製品を作った	男性60代
3	ソニー	ソニーのパソコンはおしゃれで好きです	女性50代
3	ソニー	個性的な製品	男性20代
3	ソニー	世界初製品の開発	男性60代
4	任天堂	おもしろいゲームを常に開発している会社というイメージがあるから。	女性30代
4	任天堂	ポケモン	男性20代
4	任天堂	ゲームは独創性の最たるものだと思うから。	女性20代
4	任天堂	独自のゲーム	女性20代
4	任天堂	ゲーム機の元祖だから。	男性50代
4	任天堂	人々に娯楽とチャレンジマインドを与える楽しい企業に注目している	女性50代
4	任天堂	先程答えた理由と同じです。世界一有名なキャラクター。	男性20代
4	任天堂	会社の思想を貫いているのがハードでわかる	男性30代
4	任天堂	製品とアイデア	男性20代
4	任天堂	面白いゲームを作っているから	女性20代
4	任天堂	常に質を求めている	男性30代
4	任天堂	人気のゲームを開発してるから	女性60代
4	任天堂	ゲームキャラクターに特徴的なものが多いから。	男性20代
4	任天堂	面白いゲームやゲーム機を考案する	男性50代
4	任天堂	ゲームに強い	男性40代
4	任天堂	ゲームの世界では知らない人がいないくらいの企業であり、独創性では負けないと思うから	男性30代
4	任天堂	ゲーム	女性60代
4	任天堂	斬新なゲームを作ってる	男性20代
4	任天堂	テレビゲームの先駆者	女性60代
4	任天堂	競争が少ない	男性40代
4	任天堂	ゲーム機等、かなり良いと思う	女性50代
4	任天堂	ゲーム業界を引っ張ってきたから	女性40代
4	任天堂	商品開発において世界から注目され、絶大な人気がある	女性30代
4	任天堂	いろんなゲームを作り出しているから	女性20代
4	任天堂	ゲームの世界なのでなんでも創造できる	男性40代
4	任天堂	楽しそう	女性20代
4	任天堂	世界中の子どもたちに夢を与えるコンテンツを提供しているから。	男性20代
4	任天堂	技術	女性40代
4	任天堂	世界観があるので	女性40代
4	任天堂	これだけ色々な種類のゲームかまあるのは日本だけだと思うから	女性30代
4	任天堂	根強い	女性30代
4	任天堂	いろいろな人が楽しめるゲームを作るから	男性20代
4	任天堂	ファミコンは永遠だから	女性30代
4	任天堂	マリオ	女性30代
4	任天堂	海外でも受け入れるのは独創的で自由な発想があるからだと思うか	男性20代
4	任天堂	ファミコン DS	女性40代
4	任天堂	ゲームといえば？といわれて思いつく企業だから。	女性30代
4	任天堂	次々と新たなゲームを開発している。	女性20代
4	任天堂	花札から今の状況まで変遷していった企業ですばらしいと思うため。	男性20代
4	任天堂	次々と新しいゲーム機を生み出してきたから	女性30代
4	任天堂	いつも新しいことを考えているから	男性30代
5	富士フィルム	フィルムから化粧品までの事業展開	女性50代
5	富士フィルム	フィルムから化粧品へ	男性30代
5	富士フィルム	フィルムからの技術応用の幅が広い	女性20代
5	富士フィルム	いろいろな分野に活躍	女性60代
5	富士フィルム	長年のフィルム製造で培われた技術を、化粧品、医薬品といった異業種で活用することによって、業績を伸ばしている	男性60代
5	富士フィルム	業態の変化の巧みさ	男性40代
5	富士フィルム	業態を変えても生き残っている	男性60代
5	富士フィルム	どんどん新しいものを作っているイメージ	女性30代
5	富士フィルム	何でも製造するから	女性20代
5	富士フィルム	完全にフィルムから脱却を果たした。	男性60代
5	富士フィルム	ビジネス戦略に独創性を感じた	男性30代
5	富士フィルム	CMなどでも独自の開発をしているのがわかるから	男性20代
5	富士フィルム	フィルム以外の事業展開に思える	男性30代
5	富士フィルム	化粧品や薬品の開発などをして、製品も納得できる。	女性60代
5	富士フィルム	医療分野で目覚ましい成果を上げていると思います。	女性60代
5	富士フィルム	フィルム関連事業以外での成功があるので	男性30代
5	富士フィルム	昔はフィルムメーカーであったが今はいろいろな分野に進出している	男性60代
5	富士フィルム	化粧品、薬、カメラ、フィルム。技術の応用力。	男性30代
5	富士フィルム	医療関連への躍進	男性50代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
5	富士フィルム	フィルム事業から、一転して化粧品や薬品食品に方向を変えられたか	男性40代
5	富士フィルム	写真のフィルムからの業種変換が見事だから。	男性50代
5	富士フィルム	インフルエンザの早期発見技術の開発	女性50代
5	富士フィルム	マルチなところ	男性50代
5	富士フィルム	とらわれないかんじが	女性20代
5	富士フィルム	新しい製品の開発がすばらしい。	男性50代
5	富士フィルム	カメラ以外に医療にも分野を広げたから	男性20代
5	富士フィルム	カメラやフィルム製造の技術を生かし、健康食品や化粧品など多岐にわたる分野へ進出している。	女性60代
5	富士フィルム	独自の技術開発の展開	女性40代
5	富士フィルム	事業転換の判断がすごいから	男性20代
5	富士フィルム	どこの会社でも商品開発を行って岐路を模索しているが、富士フィルムほど多方面から開発している会社を知らない	男性60代
5	富士フィルム	今まで培ってきた技術力を化粧品分野に活かし成功させた。	男性50代
5	富士フィルム	フィルム以外に道を見つけたから	女性30代
5	富士フィルム	医療に貢献	女性20代
5	富士フィルム	フィルム業界のノウハウを生かして、異分野(化粧品など)に進出し、成功するところがすごいと思うから。	女性50代
5	富士フィルム	写真フィルムから化粧品・医薬品などの製造・研究を行い、そのレベルは既存の一流企業を超える力を持っているから。	男性20代
5	富士フィルム	カメラだけでなく、化粧品も開発しているから	女性30代
5	富士フィルム	化粧品分野でも活躍されているから	女性20代
5	富士フィルム	フィルムメーカーが化粧品を手掛けるに至った今日をみると独創性を感じたから	女性40代
5	富士フィルム	カメラの開発だけでなく、様々な分野の製品を開発し続けているので。	男性30代
6	TOTO	際立っている	女性50代
6	TOTO	ウォシュレット	女性20代
6	TOTO	製品がよい	男性50代
6	TOTO	ウォシュレットが世界でも認められた	女性40代
6	TOTO	仕事ぶりが素晴らしい	女性40代
6	TOTO	ウォシュレット	女性30代
6	TOTO	ウォシュレットなど画期的な商品を作ったこと	女性50代
6	TOTO	ウォッシュレットが画期的	男性20代
6	TOTO	住宅設備で先端を行っているように思う。	女性60代
6	TOTO	日本のトイレは他の国と違うと思うので	女性20代
6	TOTO	ウォシュレット	女性40代
6	TOTO	ウォシュレット	女性50代
6	TOTO	ウォシュレット	男性20代
6	TOTO	世界の一流人が絶賛している	男性60代
6	TOTO	世界に普及される商品を作った	男性50代
6	TOTO	画期的な背かに誇る温水洗浄つき便座の独創性	女性60代
6	TOTO	温水洗浄便座は世界にも誇れる製品だから	女性50代
6	TOTO	世界で唯一の便器	女性60代
6	TOTO	商品が魅力的である	男性20代
6	TOTO	トイレという部門での技術は世界トップだと思うから	女性40代
6	TOTO	トイレの革命児	男性30代
6	TOTO	住空間の衛生面に観点	女性50代
6	TOTO	ウォシュレットを開発したから。	男性40代
6	TOTO	ウォシュレットのような機能の付いたトイレは日本独自だと思う	男性50代
6	TOTO	ウォシュレット	女性40代
6	TOTO	新商品のインパクトが強い	女性30代
6	TOTO	洗浄便座の技術などが、世界トップだと思うから。	女性50代
6	TOTO	革新的な開発より、職人技を大事にしていると思うから。	女性50代
6	TOTO	他にはないものを常に考えている	女性30代
6	TOTO	世界中に無いものを発信しているから。	女性40代
6	TOTO	陶器の中で日本らしさを世界に紹介できている	男性60代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	季節におおじて、楽しく気軽におしゃれできるアイテム	女性60代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	デザイン重視ではなく、機能性重視なところ	男性30代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	世界進出の速度	女性40代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	海外進出しても日本の接客精神を継承したりと、国に合わせず日本ベースで勝負を行っている点	女性30代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	ユニクロが無かったら、ここまでファストファッションは流行しなかったと思うので。	女性30代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	新商品の開発に取り組んでいるように思うから	女性60代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	今までにない商品展開	女性30代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	フリースを世に送り出した企業なため家族みんなの洋服がそろっている	女性40代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	いつもすごい！と思う商品を開発しているから。	女性20代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	新しい機能を持たせた衣類を頻繁に作っているから	男性30代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	公用語を英語にする	男性60代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	独自路線で業績を拡大	男性50代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	海外でのカタカナロゴや地域にあった価格設定など。	男性40代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	品質の良い商品を提供しているから	男性40代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	従来のアパレル業界にない考え方	男性50代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	クオリティーが高く独創的だから	女性40代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	それまでの「安かろう=悪かろう」のイメージを覆して、安くても高品質の商品を提供した	男性40代
7	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を日本に広め、流通させた企業だと思ったので。	女性30代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	斬新な商品開発	男性60代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	海外からのお客様に購入されている	女性60代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	錦織	男性20代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	ヒートテックとか先駆けなので	女性40代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	安くて質のいいものがたくさんある。世界展開している。	女性30代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	お手頃の服をいかに仕事や普段着に合わせやすくできるから	女性40代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	新しい素材を提供し、急成長。	男性60代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	新しい物の開発力	男性40代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	普通の商品をブランド化したこと	女性60代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	機能性衣料の販売	女性60代
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	海外でもよく見かける店舗展開	女性50代
8	タニタ	体重計や測量機のメーカーなのに「健康」に着目し「タニタ食堂」を展開している	女性60代
8	タニタ	独自の商品展開をしていると思うから。	女性40代
8	タニタ	秤を基本に医療現場から家庭まで健康を考えている	男性60代
8	タニタ	ノウハウを活かしている	女性40代
8	タニタ	食で世界を変えようとしている	女性30代
8	タニタ	体重計を作っている会社がタニタ食堂を開いているところが面白いと思う	女性30代
8	タニタ	企業の業績以外にも、社員食堂のメニュー等で注目をあびたりしている	女性50代
8	タニタ	健康機器メーカーなのに食品業界でも活躍しているから。	女性20代
8	タニタ	健康増進を社あげて社会に示した	女性40代
8	タニタ	健康問題に取り組んでいる	男性60代
8	タニタ	新しいことに挑戦している	男性50代
8	タニタ	色々なことを実践している	女性50代
8	タニタ	社員食堂が始まりだったかと記憶しているが、ヘルシーメニューのレシピ本出版やレストランがブームになったので。	女性50代
8	タニタ	会社の取り組みすべて	女性60代
8	タニタ	体重計からダイエット食事を考え社会に貢献しているから。	女性40代
8	タニタ	健康をメインにいろいろ考えている	女性50代
8	タニタ	ほかとは違う視点で商品を開発した発展させていっていると思える	女性60代
8	タニタ	独自のレシピで健康を重視したメニューを社員食堂で提供している点。	男性20代
8	タニタ	映画にもなるほどだから	女性50代
8	タニタ	計量機の会社なのに、根本の食事の重要性を教えてくださいました。タニタ食堂や本で啓発してくれた。	女性60代
8	タニタ	他にない	女性30代
8	タニタ	体脂肪系や社食で有名だから。	女性30代
8	タニタ	工夫	男性30代
8	タニタ	肥満予防の観点から商品開発、食事管理まで実践し社員にもその成果がモデルとして見られるから。	女性30代
8	タニタ	自分たちのやり方がある	女性40代
9	パナソニック	技術力が高い	女性20代
9	パナソニック	松下幸之助の理念を感じる	男性20代
9	パナソニック	常に最先端	女性30代
9	パナソニック	いい会社だから	男性30代
9	パナソニック	技術性が高いから	女性20代
9	パナソニック	あらゆる事にちょうせんしている	女性60代
9	パナソニック	やや不安定に感じる部分もありますが、伝統と技術力、独創性を感じ	女性60代
9	パナソニック	日本人向けのニーズに応えた、耐久性や汎用性の高い商品を創出しているから。	男性20代
9	パナソニック	世の中にあつたらよいと思うものを作っているから	男性50代
9	パナソニック	これまでに多くの製品を開発している	女性30代
9	パナソニック	デザインがいい	女性50代
9	パナソニック	家電製品を見て	男性20代
9	パナソニック	松下幸之助が好きだから	女性50代
9	パナソニック	好きな企業だから	男性60代
9	パナソニック	生活を豊かにする使命	男性40代
10	キヤノン	技術力の高さ	男性50代
10	キヤノン	独創性のある製品が多い	男性30代
10	キヤノン	良いと思う	男性50代
10	キヤノン	カメラ開発で培った技術をコピー機等生かし、グローバル化している。	男性60代
10	キヤノン	大衆的な値段で、次々と新しいタイプのカメラを出しているから	女性60代
10	キヤノン	技術力	男性50代
10	キヤノン	革新的だから	男性30代
10	キヤノン	普通	男性30代
10	キヤノン	新しい商品の開発	男性50代
10	キヤノン	世界に誇れるレンズの開発力がすぐれている	女性60代
10	キヤノン	技術力の高さ。	男性40代
10	キヤノン	技術力	女性50代
11	楽天	他の国にはないデザイン	女性40代
11	楽天	さまざまな商品があり魅力的です	女性20代
11	楽天	幅広い展開で急成長した	女性20代
11	楽天	ショッピングなど各種サービスにおいて総合力がある。	男性60代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
11	楽天	業績の良さ	女性60代
11	楽天	新しいことに挑戦する姿勢がみられるから	女性50代
11	楽天	便利だから	男性20代
11	楽天	サービスの新鮮さ	男性20代
11	楽天	インターネットなどを見て	女性20代
11	楽天	ポイント制度	女性30代
11	楽天	日々進化	女性50代
11	楽天	色々な事業を展開しているから	男性50代
11	楽天	ショッピングモールを中心としたサービス展開の規模とユニークさは他にないから	女性60代
11	楽天	ネットでよく見るので	女性20代
11	楽天	通販市場を変えた	男性50代
11	楽天	勢いを感じる	男性20代
11	楽天	いろいろな事業に進出	女性50代
11	楽天	色んなサービスがある	女性30代
11	楽天	いろんな業態を手がけているから	女性30代
12	ヤマト運輸	他社に先駆けさまざまな新しいサービスを作り出し宅配業界の先駆者となっている	男性50代
12	ヤマト運輸	輸送の革命児	男性60代
12	ヤマト運輸	宅急便の普及	男性60代
12	ヤマト運輸	きめ細かな配送業務は日本人ならではの。	女性40代
12	ヤマト運輸	企業のみではなく個人宅をも顧客として展開をする発想と合わせて社会貢献も意識した企業と思うので。	男性60代
12	ヤマト運輸	民間の配送業者としての安定感の高さがすごいと思う	男性40代
12	ヤマト運輸	宅配便を発明	男性50代
12	ヤマト運輸	配達の内容	男性40代
12	ヤマト運輸	流通の世界で常に先んじて独創的な新しい商品を開発してきた。	男性60代
12	ヤマト運輸	小倉社長が築いてきた会社信念が共感でき、ずっとそう思ってきましたが・・・最近はやっと・・・というかんじです。	男性60代
12	ヤマト運輸	宅配に関する革命を起こした。4月以降も新しいシステムで何かやりそ	女性60代
12	ヤマト運輸	宅配便を全国隅々まで浸透させた	男性60代
12	ヤマト運輸	新しいことに挑戦しているから	女性40代
12	ヤマト運輸	配送システムが世界的に見ると独創的だと思う	女性60代
12	ヤマト運輸	まず翌日配達宅急便、時間指定、クール宅急便など数多くのサービスを開発した。他社は追随しているだけ。	女性60代
12	ヤマト運輸	海外ではなかなか日本のような宅配制度は無いようだが、今海外でも活躍し始めてる会社だから。	女性40代
12	ヤマト運輸	礼儀ただし	男性20代
12	ヤマト運輸	携帯で配達場所や時間を変更したり独自のシステムを開発し、より良いサービスを提供している	女性40代
12	ヤマト運輸	宅急便を始めた会社	女性40代
12	ヤマト運輸	他の運輸会社が考えない荷物の運搬の基準をいろいろ作ってきた	女性40代
12	ヤマト運輸	宅急便の創設	女性50代
12	ヤマト運輸	各家庭1件1件に物を配達するという事を開拓したからです。	男性30代
12	ヤマト運輸	運送業をサービス産業に変えた	女性50代
12	ヤマト運輸	宅配は日本が世界に誇れるサービス。安心して任せられ、正確に届けてくれる。	女性40代
12	ヤマト運輸	付加価値創造	男性60代
13	ソフトバンク	一代であれだけの会社を作る能力がすごい	女性60代
13	ソフトバンク	面白いCMをしているから	男性20代
13	ソフトバンク	よくわからないが勢いがありそう	女性50代
13	ソフトバンク	次から次にいろいろな戦略を生み出しているように思える	女性50代
13	ソフトバンク	本来の電話会社からのスタートではなく新規参入して通信革命を起こしているから	男性40代
13	ソフトバンク	いろいろなサービスを提供している	男性30代
13	ソフトバンク	Cm	男性20代
13	ソフトバンク	おもしろい	女性50代
13	ソフトバンク	いつも企画が独創的	女性40代
13	ソフトバンク	革命的	男性40代
13	ソフトバンク	積極的なサービス展開	男性50代
13	ソフトバンク	いい意味で、大ぼら吹きだから。	男性40代
13	ソフトバンク	CMの印象	女性30代
13	ソフトバンク	奇抜な感じがする	男性30代
13	ソフトバンク	通信業界に風穴を開けた	男性60代
13	ソフトバンク	事業内容	男性50代
13	ソフトバンク	商品開発に優れている	女性40代
13	ソフトバンク	社長が有名だから。	女性20代
13	ソフトバンク	冒険的なサービス	女性20代
13	ソフトバンク	既製概念にとらわれず、将来を見据えて、ビジネスを展開しているように感じる。	女性50代
13	ソフトバンク	他社の迷惑も省みず、ただただ前へ前へだけの会社	男性60代
13	ソフトバンク	後から出てきた会社でありながら、既に大企業がいた分野で早くも同等の位置にいると感じる	女性40代
13	ソフトバンク	社長が積極的に戦略を立てている。	女性40代
13	ソフトバンク	先端企業	女性50代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
13	ソフトバンク	学生基本料だけはソフトバンクから	女性40代
13	ソフトバンク	なんの会社かわからない一面がある	男性20代
13	ソフトバンク	トップの行動力がある	男性50代
13	ソフトバンク	オリジナルのサービスや商品を提供しているから	女性20代
13	日産自動車	そう思われる車を作てる	男性60代
13	日産自動車	電気自動車のバイオニア	男性50代
13	日産自動車	常に最高の車を追及している	女性60代
15	日立製作所	技術	男性50代
15	日立製作所	なんとなくすごい	男性60代
15	日立製作所	研究開発に力を入れてる印象がある	男性30代
15	日立製作所	ものづくり	男性50代
16	サンリオ	多くのキャラクターを生み出している	男性20代
16	サンリオ	キティちゃん	女性20代
16	サンリオ	人気がある	女性30代
16	サンリオ	キャラクター	女性50代
16	サンリオ	ロングセラーのキャラクターでも今のニーズに合わせていく、キャラクターそのものを大事にしている。	女性40代
16	サンリオ	キャラクター	女性50代
16	サンリオ	有名だから	男性60代
16	サンリオ	キャラクターに獨創性を感じる	男性40代
16	サンリオ	コンテンツビジネスのやり方	男性40代
16	サンリオ	海外でもファンは居る。	女性30代
16	サンリオ	オリジナルキャラクターで長年愛されてるのがたくさんいるから	女性20代
16	サンリオ	キャラクターは創造性がないと出来ないものだから。	男性40代
16	サンリオ	キャラクター開発	女性50代
16	サンリオ	独特の世界観がある	女性50代
16	サンリオ	日本人しか考えつかないようなキャラクター	女性40代
16	サンリオ	子供向けとも思われるキャラクター商品であるにもかかわらず、長年にわたり愛されている点。「かわいい」という日本語をそのまま世界で通用するようになったのはこの企業の影響が大きい。	女性50代
16	サンリオ	キャラクターが世界で愛されている	女性30代
16	サンリオ	全世界にキティちゃんを広めたやり方が、当時はとても斬新だったから	女性40代
16	サンリオ	好きだから	女性20代
16	サンリオ	キャラクターが様々な企業や商品に浸透している	女性50代
16	サンリオ	キャラクターデザイン	女性50代
17	シャープ	現在は低迷しているが、従来の取組姿勢は評価出来る。	男性60代
17	シャープ	技術力	女性40代
17	シャープ	シャープペンシルなどの開発。	男性50代
17	シャープ	品質	女性20代
17	シャープ	家電業界でシンプルで廉価な商品をだしているから	男性40代
17	シャープ	有名	女性20代
17	味の素	発酵技術がすごそう	男性20代
17	味の素	うまみの素を生み出す日本の力を代表していると思うから。	女性60代
17	味の素	世界中に旨味を広げた。	男性60代
17	味の素	味の素の発明	女性60代
17	味の素	独自の調味料として通じている	男性30代
17	味の素	製品の多様性	男性40代
17	味の素	類似企業が少ないから	男性30代
17	味の素	日本独自の製品が多い	女性60代
17	味の素	親しまれる	女性50代
19	日清食品	時代に合った商品を探究している	女性50代
19	日清食品	カップラーメンがあるから	女性30代
19	日清食品	時代についている	女性60代
19	日清食品	安藤百福さんカップラーメン！	女性30代
19	日清食品	研究開発にコストを惜しまないから。	男性50代
19	日清食品	世界で初めてインスタントラーメンを作ったから	男性40代
19	日清食品	インスタントラーメンの発明	男性30代
19	日清食品	カップヌードルの開発	女性40代
19	日清食品	カップラーメンを世界に定着させたから	女性30代
19	日清食品	インスタントラーメンの創始者の会社	男性30代
20	サントリー	ウイスキーを日本独自の文化で仕上げた	男性50代
20	サントリー	環境への取り組み	男性60代
20	サントリー	分野の幅が広く社会貢献度も高いので	男性40代
20	サントリー	お酒では、ナンバーワンだと思う	女性50代
20	サントリー	製品力から	男性20代
20	サントリー	いろいろな商品がある	女性50代

図表E 第3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	53.2%	53.5%	▲0.3Pt.
2	2	→(0)	商品・サービスのデザイン	32.7%	31.3%	+1.4Pt.
3	3	→(0)	ビジネスモデル	24.9%	23.5%	+1.4Pt.
4	4	→(0)	経営理念・姿勢	23.8%	21.5%	+2.3Pt.
5	5	→(0)	販売方法・手法	20.1%	20.5%	▲0.4Pt.
6	6	→(0)	商品名・サービス名	16.9%	19.1%	▲2.2Pt.
7	7	→(0)	商品・サービスの価格	16.2%	15.3%	+0.9Pt.
8	8	→(0)	顧客対応	12.6%	14.6%	-
9	9	→(0)	経営者	10.3%	10.3%	+0.0Pt.
10	11	↑(1)	施設	4.8%	4.3%	+0.5Pt.
11	10	↓(-1)	その他	3.9%	4.8%	▲0.9Pt.
12	12	→(0)	人事	2.7%	1.9%	+0.8Pt.

図表F 第3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(2014年)

順位	企業名	業種	件数
1	トヨタ自動車	自動車製造業	3,801
2	本田技研工業(ホンダ)	自動車製造業	2,965
3	ソニー	電気機器製造業	1,884
4	任天堂	娯楽用具・がん具製造業	194
5	富士フイルム	化学工業	2,997
6	TOTO	衛生陶器・住宅設備製造業	353
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	衣料品小売業	0
8	タニタ	業務用機械器具製造業	47
9	パナソニック	電気機器製造業	5,312
10	キヤノン	業務用機械器具製造業	5,392
11	楽天	ポータルサイト運営業	235
11	ヤマト運輸	道路貨物運送業	0
13	日産自動車	自動車製造業	1,342
14	ソフトバンク	通信サービス業	0
15	日立製作所	電気機器製造業	2,402
16	サンリオ	がん具製造業	0
17	味の素	食料品製造業	135
17	シャープ	電気機器製造業	1,657
19	日清食品	食料品製造業	0
20	サントリー	飲料品等製造業	0

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3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	キヤノン	業務用機械器具製造業	5,392
2	三菱電機	電気機器製造業	5,317
3	パナソニック	電気機器製造業	5,312
4	東芝	電気機器製造業	4,016
5	トヨタ自動車	自動車製造業	3,801
6	リコー	業務用機械器具製造業	3,633
7	富士通	情報通信機械器具製造業	3,244
8	富士フイルム	化学工業	2,997
9	日本電気(NEC)	情報通信機械器具製造業	2,988
10	本田技研工業(ホンダ)	自動車製造業	2,965
11	デンソー	自動車部品製造業	2,743
12	セイコーエプソン	業務用機械器具製造業	2,515
13	日立製作所	電気機器製造業	2,402
14	コニカミノルタ	業務用機械器具製造業	2,055
15	日本電信電話(NTT)	通信業	2,031
16	ソニー	電気機器製造業	1,884
17	シャープ	電気機器製造業	1,657
18	富士ゼロックス	情報通信機械器具製造業	1,583
19	大日本印刷	印刷業	1,543
20	京セラ	窯業・土石製品製造業	1,481

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H 第3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内の「モノづくり」以外の企業

順位	企業名	業種
7	ファーストリテイリング(ユニクロ)	衣料品小売業
11	楽天	ポータルサイト運営業
12	ヤマト運輸	道路貨物運送業
13	ソフトバンク	通信サービス業
21	セブン-イレブン	食料品小売業
26	クックパッド	ポータルサイト運営業
31	ヤフー	ポータルサイト運営業
40	オリエンタルランド	娯楽業
44	ニトリ	家具小売業
47	帝国ホテル	宿泊業
52	東海旅客鉄道(JR東海)	鉄道業
59	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道業
64	リクルート	職業紹介業
67	全日本空輸(ANA)	航空運輸業
68	丸紅	各種商品卸売業
68	しまむら	衣料品小売業
72	NTTドコモ	通信サービス業
77	日本航空(JAL)	航空運輸業
77	イオン	食料品小売業
77	エイチ・アイ・エス(HIS)	旅行業
82	伊藤忠商事	各種商品卸売業
82	電通	広告業
89	ディー・エヌ・エー(DeNA)	情報提供サービス業
89	グリー	情報提供サービス業
95	日本通運(日通)	道路貨物運送業
95	住友商事	各種商品卸売業
95	タスキ	リネンサプライ業