

第4回
「独創性を感じる日本企業」
調査

2016 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4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

2016年4月23日(土)～2016年4月24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 44.76 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
38	50	445	86	258	68	55	1,000

1. 調査結果

[1] 第4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4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18.1%)であった。次いで「ソニー」が2位(同12.1%)、「任天堂」が3位(同11.7%)となり、以下「本田技研工業(ホンダ)」(同11.3%)、「タニタ」(同8.5%)、「ファーストリテイリング(ユニクロ)」(同8.4%)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2社(ソニー、パナソニック)、その他製造業10社(任天堂、タニタ、富士フイルム、TOTO、日清食品、キヤノン、サンリオ、味の素、ヤクルト、サントリー)と、製造業がトップ20のうち15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5社(ファーストリテイリング(ユニクロ)、セブン-イレブン、ヤマト運輸、楽天、ソフトバンク)がランクインしており、それぞれ品質やビジネスモデル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、ランキングベスト100については図表Bにまとめた。

[2] 第4回「独創性を感じる日本企業」アンケート／前回比較

前回の第3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5社のうち、「トヨタ自動車」、「ソニー」、「任天堂」、「本田技研工業(ホンダ)」の4社は前回調査に引き続いて上位5社にランクインしており、安定した支持を得続けているといえる。また、今回5位となった「タニタ」は前回8位からランクアップし、上位5社にランクインした。

6位以下では、「日清食品」(前回19位→今回9位)、「セブン-イレブン」(前回21位→今回9位)、「ヤクルト」(前回37位→今回19位)の3社がそれぞれに大幅にランクアップしたが、それ以外の企業では、大きな変動は殆ど見られず、上位20社のうち、18社は前回調査に引き続いて上位20社ランクインとなった。(図表C)

[3] 第4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、「ハイブリッド車、水素燃料車などの技術開発力」、「世界一の販売実績」を評価する声が多く、2位の「ソニー」では、「プレイステーションやウォークマンなどの独自の商品、ブランド」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」に対する評価が多かった。また、4位の「本田技研工業(ホンダ)」では、「ジェット機、ロボットなど、車と関係ない部分でも、積極的に技術開発」、5位の「タニタ」では、「体重計メーカーだった会社が、社員食堂で脚光を浴び、事業の一環として成立」、7位の「富士フイルム」では、「フイルムのみならず、化粧品や医薬品などの製品を開発」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、積極的な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4「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49.4%と最も多かった。次いで「商品・サービスのデザイン」(回答率32.5%)、「ビジネスモデル」(同24.1%)、と上位3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、4番目の項目として、「商品名・サービス名」(同19.7%)が前回よりもポイントを伸ばして、2ランクアップしていることから、商品・サービスのブランド力の影響が高まっていると考えられる。

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、今回のアンケート上位企業の特許取得件数ランクインは半数未満であり、特許取得件数3位の三菱電機が、アンケート結果では上位100位圏外となるなど、特許取得件数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、流通・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、ビジネスモデルや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「ソニー」、「任天堂」がTOP3になっている点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、日本独自のコンビニシステムとして便利さを追求し、進化し続けている「セブン-イレブン」や、早く確実に届く、宅配便サービスシステムを構築した「ヤマト運輸」など、小売業やサービス業として、独自のビジネスモデルにより、消費者に高付加価値を提供している点が、その独創性の評価を高めていることが考えられる。上記の2社以外にも、「ファーストリテイリング(ユニクロ)」や「楽天」、「ソフトバンク」などは、独自の「ビジネスモデル」や「サービス展開」を打ち出すことで、規模を拡大してきた企業である。

しかしながら、ここ数年、上位企業の顔触れがほとんど変わっていないことが、昨今の日本の現状を表しているといえよう。つまり、上位企業は、日本の各業界を代表するリーディングカンパニーであり、それぞれの独創性を強みとして発揮し、現在のポジションを築いている。その一方で、その上位を独占している常連企業を脅かすような新興企業が多く現れることを期待したい。

図表A 第4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	18.1%
2	ソニー	東京都	電気機器製造業	12.1%
3	任天堂	京都府	娯楽用具・がん具製造業	11.7%
4	本田技研工業(ホンダ)	東京都	自動車製造業	11.3%
5	タニタ	東京都	業務用機械器具製造業	8.5%
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	山口県	衣料品小売業	8.4%
7	富士フイルム	東京都	化学工業	8.2%
8	TOTO	福岡県	衛生陶器・住宅設備製造業	7.2%
9	日清食品	東京都	食料品製造業	6.8%
9	キヤノン	東京都	業務用機械器具製造業	6.8%
9	セブン-イレブン	東京都	食料品小売業	6.8%
12	サンリオ	東京都	がん具製造業	6.6%
13	パナソニック	大阪府	電気機器製造業	6.1%
14	ヤマト運輸	東京都	道路貨物運送業	6.0%
15	味の素	東京都	食料品製造業	5.9%
16	楽天	東京都	ポータルサイト運営業	5.6%
17	日産自動車	神奈川県	自動車製造業	5.3%
18	ソフトバンク	東京都	通信サービス業	5.2%
19	ヤクルト	東京都	飲料品等製造業	4.9%
20	サントリー	大阪府	飲料品等製造業	4.7%

図表B 第4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	18.1	50	小松製作所(コマツ)	2.3
2	ソニー	12.1	50	東芝	2.3
3	任天堂	11.7	50	富士通	2.3
4	本田技研工業(ホンダ)	11.3	50	東海旅客鉄道(JR東海)	2.3
5	タニタ	8.5	55	グリコ	2.2
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	8.4	55	ワコール	2.2
7	富士フイルム	8.2	55	旭化成	2.2
8	TOTO	7.2	58	明治	2.1
9	日清食品	6.8	58	NTTドコモ	2.1
9	キヤノン	6.8	58	スクウェア・エニックス(スクエニ)	2.1
9	セブン-イレブン	6.8	58	佐川急便	2.1
12	サンリオ	6.6	62	武田薬品	2.0
13	パナソニック	6.1	62	東日本旅客鉄道(JR東日本)	2.0
14	ヤマト運輸	6.0	62	全日本空輸(ANA)	2.0
15	味の素	5.9	65	山崎製パン	1.9
16	楽天	5.6	65	デンソー	1.9
17	日産自動車	5.3	65	日本航空(JAL)	1.9
18	ソフトバンク	5.2	65	YKK AP	1.9
19	ヤクルト	4.9	69	カゴメ	1.8
20	サントリー	4.7	69	セイコーエプソン	1.8
21	キューピー	4.5	69	イオン	1.8
21	シャープ	4.5	69	エイベックス(Avex)	1.8
23	クックパッド	4.2	73	日本電気(NEC)	1.7
24	京セラ	4.0	73	日本通運(日通)	1.7
25	ブリヂストン	3.9	73	マツモトキヨシ	1.7
26	キッコーマン	3.7	73	ダスキン	1.7
26	バンダイ(BANDAI)	3.7	77	ローソン	1.6
28	カシオ計算機	3.6	78	大塚製薬	1.5
29	雪国まいたけ	3.5	78	アシックス	1.5
29	カルビー	3.5	78	キーエンス	1.5
29	ニコン	3.5	78	ソニー・ミュージックエンタテインメント	1.5
29	ヤマハ	3.5	82	リコー	1.4
33	オリンパス	3.4	83	森永乳業	1.3
34	日立製作所	3.3	83	クラレ	1.3
34	オリエンタルランド	3.3	83	川崎重工業	1.3
36	伊藤園	3.2	83	IHI	1.3
36	ヤフー	3.2	83	ディー・エヌ・エー(DeNA)	1.3
38	スズキ	3.1	83	西日本旅客鉄道(JR西日本)	1.3
38	タカラトミー	3.1	89	ホクト	1.2
38	ニトリ	3.1	89	日清紡	1.2
41	アサヒビール	3.0	89	リクルート	1.2
41	花王	3.0	89	電通	1.2
43	しまむら	2.9	89	エイチ・アイ・エス(HIS)	1.2
43	帝国ホテル	2.9	94	旭硝子	1.1
45	東レ	2.8	94	LIXIL	1.1
45	資生堂	2.8	94	アイシン精機	1.1
47	三菱重工	2.7	94	クボタ	1.1
48	麒麟ビール	2.5	94	コナミ	1.1
48	コクヨ	2.5	94	カプコン(CAPCOM)	1.1
50	ダイキン	2.3	94	三菱商事	1.1

図表C 第4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	18.1%	22.5%	▲4.4Pt.
2	3	↑(1)	ソニー	12.1%	13.7%	▲1.6Pt.
3	4	↑(1)	任天堂	11.7%	12.4%	▲0.7Pt.
4	2	↓(-2)	本田技研工業(ホンダ)	11.3%	16.9%	▲5.6Pt.
5	8	↑(3)	タニタ	8.5%	10.5%	▲2.0Pt.
6	7	↑(1)	ファーストリテイリング(ユニクロ)	8.4%	10.6%	▲2.2Pt.
7	5	↓(-2)	富士フイルム	8.2%	11.6%	▲3.4Pt.
8	6	↓(-2)	TOTO	7.2%	10.8%	▲3.6Pt.
9	19	↑(10)	日清食品	6.8%	6.5%	+0.3Pt.
9	10	↑(1)	キヤノン	6.8%	8.9%	▲2.1Pt.
9	21	↑(12)	セブン-イレブン	6.8%	6.0%	+0.8Pt.
12	16	↑(4)	サンリオ	6.6%	6.9%	▲0.3Pt.
13	9	↓(-4)	パナソニック	6.1%	9.5%	▲3.4Pt.
14	12	↓(-2)	ヤマト運輸	6.0%	8.0%	▲2.0Pt.
15	17	↑(2)	味の素	5.9%	6.6%	▲0.7Pt.
16	11	↓(-5)	楽天	5.6%	8.6%	▲3.0Pt.
17	13	↓(-4)	日産自動車	5.3%	7.6%	▲2.3Pt.
18	13	↓(-5)	ソフトバンク	5.2%	7.6%	▲2.4Pt.
19	37	↑(18)	ヤクルト	4.9%	4.6%	+0.3Pt.
20	20	→(0)	サントリー	4.7%	6.1%	▲1.4Pt.

図表D 第4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	自動車業界で一番売れているから。	男性20代
1	トヨタ自動車	つねに最新車の開発に取り組んでいる	男性20代
1	トヨタ自動車	安全技術	男性20代
1	トヨタ自動車	新しい商品を生み出している。	男性20代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド車を作ったから。	男性20代
1	トヨタ自動車	常に最先端の技術で商品を出すから	男性30代
1	トヨタ自動車	技術開発力	男性30代
1	トヨタ自動車	技術力の高さ	男性30代
1	トヨタ自動車	MIRAIのような他の自動車メーカーにないものを創り上げているから	男性30代
1	トヨタ自動車	世界初の技術を出すイメージがある。	男性30代
1	トヨタ自動車	色々な新技術	男性30代
1	トヨタ自動車	世界に販路	男性30代
1	トヨタ自動車	世界で使用されている	男性30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	ハイブリッド車などの技術	男性40代
1	トヨタ自動車	トヨタ流の生産性	男性40代
1	トヨタ自動車	オリジナルの技術を開発しているから	男性40代
1	トヨタ自動車	先進技術	男性40代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド技術と水素燃料技術が最先端だから	男性50代
1	トヨタ自動車	日本でトップシェア	男性50代
1	トヨタ自動車	世界一になっても、攻めの姿勢を感じる	男性50代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド	男性50代
1	トヨタ自動車	今までにない技術を開発している	男性50代
1	トヨタ自動車	最先端だから	男性50代
1	トヨタ自動車	初めてハイブリッド車を商業ベースに販売し今や主力車種として販売するというイノベーションを成し遂げたから。	男性50代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド自動車の開発	男性50代
1	トヨタ自動車	独創性により良い製品を作っている。	男性50代
1	トヨタ自動車	世界に先駆けて取り入れる技術が多い	男性50代
1	トヨタ自動車	商品管理能力	男性50代
1	トヨタ自動車	自動車業界における先進性	男性60代
1	トヨタ自動車	技術	男性60代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド車。	男性60代
1	トヨタ自動車	トヨタにしかないものがある	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、水素燃料車等開発	男性60代
1	トヨタ自動車	水素燃料自動車	男性60代
1	トヨタ自動車	信頼できるから	男性60代
1	トヨタ自動車	技術力	男性60代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド・自動運転	男性60代
1	トヨタ自動車	世界一の技術力	男性60代
1	トヨタ自動車	先日見たモーターショーでエコカーだけでなく3輪型の自動車の展示やロボットの展示もあったので他にない独創性を感じた。	女性20代
1	トヨタ自動車	次々と新しい車両の開発をしているから	女性20代
1	トヨタ自動車	一番世界に進出していると思うから	女性20代
1	トヨタ自動車	水素自動車を量産販売しているので	女性20代
1	トヨタ自動車	ハイブリッド等の開発に力をいれてる	女性30代
1	トヨタ自動車	一流企業で新しいものをつくりつづけてるから	女性30代
1	トヨタ自動車	環境技術	女性30代
1	トヨタ自動車	どこよりも早いエコカー開発	女性30代
1	トヨタ自動車	世界にも通用する、歴史ながい、	女性30代
1	トヨタ自動車	報道をみて	女性40代
1	トヨタ自動車	技術や開発力が世界に誇れる	女性50代
1	トヨタ自動車	他に無い機能の車	女性50代
1	トヨタ自動車	技術力が高いので	女性50代
1	トヨタ自動車	世界的に有名	女性50代
1	トヨタ自動車	環境にやさしい商品を作っているイメージ	女性50代
1	トヨタ自動車	デザイン	女性50代
1	トヨタ自動車	新しい技術を使った車の開発をしている	女性50代
1	トヨタ自動車	日本車が外国でも走っている	女性60代
1	トヨタ自動車	日本の自動車で定評がある。	女性60代
1	トヨタ自動車	新車に関して	女性60代
1	トヨタ自動車	新しい製品を作り出し世界各国に送っている	女性60代
1	トヨタ自動車	誰でも知っている	女性60代
1	トヨタ自動車	自動車のトップメーカーの実績がある	女性60代
1	トヨタ自動車	トヨタならではの技術がある	女性60代
1	トヨタ自動車	誠実と努力	女性60代
2	ソニー	プレイステーションやウォークマンなどのソニーしかないブランドがあるから。	男性20代
2	ソニー	電気メーカーは、特にプレイステーションなんか世界から注目を浴びて居そうなイメージがある。	男性20代
2	ソニー	企業理念	男性20代
2	ソニー	商品	男性30代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
2	ソニー	イノベティブ	男性30代
2	ソニー	何かを始めるのがいつもソニーだから	男性30代
2	ソニー	他を選ぶのが面倒くさかった	男性30代
2	ソニー	新しいものを生み出そうとするイメージがあるから	男性30代
2	ソニー	高い技術力で市場をけん引しているから	男性40代
2	ソニー	新しい規格をいくつも作ってきたから。	男性40代
2	ソニー	世界のソニー	男性40代
2	ソニー	Sonyですよ	男性40代
2	ソニー	ソニーゆえに	男性40代
2	ソニー	世界のGAME業界をリードしているから	男性40代
2	ソニー	ゲーム	男性40代
2	ソニー	新しいものづくり	男性40代
2	ソニー	発送、想像力が世界に通用している	男性40代
2	ソニー	数々の新製品	男性40代
2	ソニー	オリジナル商品が多い	男性40代
2	ソニー	他に無いものを作る技術がある	男性40代
2	ソニー	独特な製品が多い	男性40代
2	ソニー	面白い商品がある	男性40代
2	ソニー	あらゆる素材を開発	男性40代
2	ソニー	独創性のソニー	男性40代
2	ソニー	歴史的に	男性50代
2	ソニー	世にない新しい商品を産み出して来ている。	男性50代
2	ソニー	昔のイメージで、音楽	男性50代
2	ソニー	発想が豊か	男性50代
2	ソニー	過去にウォークマンなど独創性のあるものを作ったから	男性50代
2	ソニー	最近はやえないが数多くの新規商品を輩出してきた	男性50代
2	ソニー	独創的な製品を作ってきた	男性50代
2	ソニー	製品の独自性	男性50代
2	ソニー	世界的に認められる電化製品を作っているから。	男性50代
2	ソニー	独自のアイデア	男性50代
2	ソニー	製品開発の独創性	男性60代
2	ソニー	最近では元気がないが独創的な製品を造っている	男性60代
2	ソニー	新商品が多いから	女性20代
2	ソニー	AV機器一つにしても、デザインが優れているから。	女性30代
2	ソニー	個性的な電化製品およびゲームを作っているの。	女性30代
2	ソニー	今までにない機能性をもった商品を開発していると思うので。	女性30代
2	ソニー	デザインが良い	女性30代
2	ソニー	新しい物に対してアイデアが良いと思うので。	女性40代
2	ソニー	製品に魅力がある	女性40代
2	ソニー	ソニーはだんだん新規開発商品を出すようになったので頑張っほし	女性50代
2	ソニー	トランジスタラジオなど、日本初や世界初の商品を開発してきたから。	女性50代
2	ソニー	世界中に模倣された	女性50代
2	ソニー	常に他と違う角度からの製品を作ろうとする	女性60代
2	ソニー	ウォークマンなどの 独創性のある商品を販売してきたから。	女性60代
2	ソニー	新しい商品を過去にヒットさせている	女性60代
2	ソニー	種類が豊富	女性60代
3	任天堂	家庭用ゲーム機の草分けだから	男性20代
3	任天堂	世界中の多くの人に知られる「マリオ」や「ピカチュウ」と言ったオリジナルキャラクターを始めとして、その他にも独創的な多数のオリジナルキャラクターが知られており、そのキャラクター達を使用したゲームは世界中の多くの人に遊ばれ人気となっている。また任天堂独自で開発した「ファミコン」を筆頭に多数の据え置き型&携帯ゲーム器も世界中で認知されている。	男性20代
3	任天堂	画期的なゲームを開発しているから	男性30代
3	任天堂	ゲームの元祖だから	男性30代
3	任天堂	世界で一番のゲーム会社だと思うので	男性30代
3	任天堂	ゲームの世界は全て独創性から生まれる。	男性30代
3	任天堂	常に挑戦している	男性30代
3	任天堂	ゲームが素晴らしい	男性40代
3	任天堂	独自の世界観のゲームを開発してる	男性40代
3	任天堂	世界で知られている	男性40代
3	任天堂	独自のゲーム	男性40代
3	任天堂	ゲーム業界も日本が世界一技術力があると思う	男性40代
3	任天堂	世界的ゲーム機のハード&ソフト&キャラクターメーカー	男性50代
3	任天堂	ゲーム	男性50代
3	任天堂	なんとなくゲームの世界の中でも独自路線のような気がする	男性50代
3	任天堂	デンシゲームのさきがけ	男性50代
3	任天堂	新商品の開発力	男性60代
3	任天堂	開発力がある	男性60代
3	任天堂	ゲーム分野はダントツ	男性60代
3	任天堂	マリオを初めとするキャラクターとゲームの世界観を作り上げたことがすごい。	女性20代
3	任天堂	面白いゲームを出しているから	女性20代
3	任天堂	ゲームで有名な企業だから	女性20代
3	任天堂	思い付かないような面白いおもちゃを販売してるから	女性20代
3	任天堂	いろいろなゲームを作っているから	女性20代
3	任天堂	昔からゲームでは有名	女性30代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
3	任天堂	昔からゲームでは有名	女性30代
3	任天堂	独創的な発想のゲームを作られていると思うので。	女性30代
3	任天堂	日本のゲームは海外でも人気と聞くので	女性30代
3	任天堂	色々なソフトや機種が出ている為。	女性40代
3	任天堂	ゲームの種類の多さや、それを基にした展開がある	女性40代
3	任天堂	家庭用ゲーム機を変えた	女性40代
3	任天堂	世界的に有名	女性40代
3	任天堂	オリジナル商品を開発しているから	女性40代
3	任天堂	次々と新企画を考えれる	女性50代
3	任天堂	全てのコンピュータゲームの祖	女性50代
3	任天堂	ゲーム機の認知度が高い	女性50代
3	任天堂	すばらしい	女性50代
3	任天堂	最初にTVゲームを作ったから	女性50代
3	任天堂	ゲームなどすごいと思う	女性50代
3	任天堂	世界でも人気の高いゲームを作っているから	女性60代
3	任天堂	ゲーム業界を変えた。	女性60代
3	任天堂	夢が詰まった企業	女性60代
3	任天堂	日本のゲーム業界をけん引してるから	女性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	独創性のある技術力を持っていたから世界でも安定した壊れない車を産み出すことができた。	男性20代
4	本田技研工業(ホンダ)	先をいくから	男性20代
4	本田技研工業(ホンダ)	バイクから飛行機、ロボットまで生産している	男性30代
4	本田技研工業(ホンダ)	規模を追わず、アイデア勝負	男性30代
4	本田技研工業(ホンダ)	他車メーカーと違った路線で技術力を争っている様子	男性30代
4	本田技研工業(ホンダ)	創業者の思想が受け継がれているような気がします。	男性40代
4	本田技研工業(ホンダ)	個性的	男性40代
4	本田技研工業(ホンダ)	企業理念	男性40代
4	本田技研工業(ホンダ)	業界をリードしている	男性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	技術力	男性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	技術者集団	男性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	独自路線、ホンダのこだわり	男性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	ホンダの技術力	男性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	信念に基づいて開発する姿勢がある	男性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	あらゆる分野に前向きに挑戦している。	男性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	独自の技術力	男性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	エンジンならホンダ	男性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	他社にない車のデザイン、エンジンの開発とモビリティ分野で先導している。	男性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	ジェット機やロボットなど、車と関係ない部分でも、積極的に技術開発を行っている	男性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	小型ジェットの開発	男性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	二輪車、自動車、ジェット機、農機具など多方面に技術開発を行い、貢献している	男性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	自動車、バイク、ジェット機、ロボットなど、他社にない独創性を感じる。	男性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	物まねでない技術力。	男性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	ロボット技術に秀でているから。	女性30代
4	本田技研工業(ホンダ)	ホンダ車は独特だと思うから	女性40代
4	本田技研工業(ホンダ)	イメージ	女性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	技術力等	女性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	故本田社長の創った社風	女性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	常に進化している	女性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	技術力	女性50代
4	本田技研工業(ホンダ)	ユニークさがある	女性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	ユニークな発想	女性60代
4	本田技研工業(ホンダ)	安心感がある	女性60代
5	タニタ	今までにない感じ	男性30代
5	タニタ	アイデアがすごい	男性40代
5	タニタ	体重計のメーカーだった会社の社員食堂が食品分野で脚光を浴び、事業の一環として成立した点	男性40代
5	タニタ	ダイエットに関して専門的な知識を持っている！	男性50代
5	タニタ	メタボに力をいれている	男性60代
5	タニタ	健康管理に特化した会社だ	男性60代
5	タニタ	体重計の開発。	男性60代
5	タニタ	独自のアイデアに優れている	男性60代
5	タニタ	体重計のメーカーだったのに、低カロリーの食事についての監修などもやっているから	女性20代
5	タニタ	体に良い	女性20代
5	タニタ	健康志向	女性20代
5	タニタ	食堂が話題になり、そういう方面にも進出しているから	女性20代
5	タニタ	健康を考えて食堂を会社に併設している	女性20代
5	タニタ	ダイエット食など健康面などに着目している企業だから	女性20代
5	タニタ	社員の健康管理までできている	女性30代
5	タニタ	体重計の技術やレストランなど幅広い経営	女性30代
5	タニタ	健康に注目して、特化した商品作りをしているから	女性40代
5	タニタ	日本人の健康観を変えた	女性40代
5	タニタ	社員から健康に	女性40代
5	タニタ	幅広い分野	女性50代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
5	タニタ	会社が素晴らしい	女性50代
5	タニタ	独自の発想、技術がある感じ	女性50代
5	タニタ	本業に絡めた新しい分野を拓いていっているイメージがある。	女性60代
5	タニタ	歳をとり病気になるやすいから 若いうちから気を付けられれば良いと思うからです。	女性60代
5	タニタ	体に良いと思われる事を、しっかり提唱してる	女性60代
5	タニタ	健康を考えている	女性60代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	安いから	男性20代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	自社製品が優れているから	男性30代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	洋服の多さ	男性40代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	日本のアパレル会社歴史を変えた	男性50代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	安くて品質が良い	男性60代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	さまざまな洋服がうっているから	女性20代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	会社独自のサービス	女性20代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	機能性肌着というジャンルを確立し、肌着に対するイメージを刷新した	女性20代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	低価格で品質の良い衣料品を提供しているから	女性20代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	店舗の展開のしかた	女性20代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	今や海外にたくさん店舗がある	女性30代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	日本のファストファッションのバイオニアだと思うから。	女性30代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	外国人の採用や社員の教育、商品の質など全てがしっかりしている。	女性30代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	発想が豊かだから	女性30代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	ここまで急成長して魅力ある製品を送り出している	女性40代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	次々と商品を開発する	女性40代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	今までになかった企業だと思う	女性40代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	次々に機能性に優れた商品を開発するから。	女性50代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	世界進出を成功させたこと。新素材のヒートテック下着など、その都度新しいものを開発している	女性50代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	高機能性と安価、海外への展開力。	女性50代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	衣料品の商品展開	女性50代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	安かろう悪かろうを一変した	女性60代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	独自の経営理念が有ると思います。	女性60代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	製品の縫製、品質、耐久性などに対して安い価格で網羅している	女性60代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	機能性が良い	女性60代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	日本で見たら安い商品だが。機能性にとんでいる商品を開発していると感じる	女性60代
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	一貫性がある	女性60代
7	富士フィルム	フィルムのみならず、医薬品でも世界を驚かせる技術があるから	男性20代
7	富士フィルム	医療機器	男性30代
7	富士フィルム	写真の技術を活用し、化粧品など他の分野の製品も作っているから。	男性30代
7	富士フィルム	低迷するフィルム事業から、うまく転換に成功した事は素晴らしい	男性30代
7	富士フィルム	偉大なる開発や特許	男性40代
7	富士フィルム	デジカメ時代に成ってもお家芸を発展させて生き残っているところが素晴らしい	男性40代
7	富士フィルム	独自技術	男性40代
7	富士フィルム	いろいろな分野に取り組んでいる	男性50代
7	富士フィルム	技術力	男性50代
7	富士フィルム	フィルム製造の技術を他へ応用した製品づくり	男性60代
7	富士フィルム	医療機器の希望、夢がある。	男性60代
7	富士フィルム	チエキなどの、独創的な物	男性60代
7	富士フィルム	化粧品まで作ったことに驚いたため	女性20代
7	富士フィルム	多分野で成長中	女性20代
7	富士フィルム	技術力があるから	女性30代
7	富士フィルム	色々なことを研究している	女性30代
7	富士フィルム	多角経営が素晴らしい	女性30代
7	富士フィルム	フィルムの会社だが、化粧品などにも開発を進めているから	女性40代
7	富士フィルム	化粧品など、クチコミから評判がいいことから、独創性を感じるから	女性40代
7	富士フィルム	新しい方向性	女性50代
7	富士フィルム	フィルム分野のニーズが変化していく中で、既存のノウハウを応用した化粧品開発などをしてる。	女性50代
7	富士フィルム	化粧品を作り始めたので。	女性50代
7	富士フィルム	写真のフィルムの技術を活かして化粧品を作った	女性50代
7	富士フィルム	デジタルカメラの普及とともにフィルムの需要が減ったにもかかわらず、それまでに蓄積してきた技術で新分野に進出し成功している。	女性60代
7	富士フィルム	フィルム会社なのに、最近では薬や化粧品等、通常考えられない製品を出している。	女性60代
7	富士フィルム	優れた製品を作っている	女性60代
8	TOTO	トイレの事ならTOTO	男性20代
8	TOTO	トイレを安息の空間にしたから	男性20代
8	TOTO	技術開発や創造性が豊かだし世界にも受け入れられていると思う。	男性30代
8	TOTO	日本のトイレは凄い	男性30代
8	TOTO	細やかな設計	男性40代
8	TOTO	独自の製品開発をしている。	男性40代
8	TOTO	なんといってもウォシュレット	男性40代
8	TOTO	製品が日本独自の清潔感を軸に工夫されている。	男性60代
8	TOTO	シャワートイレがジャパニーズトイレとしての認知度を高めた	男性60代
8	TOTO	世界最先端の技術を発している	女性30代
8	TOTO	ウォシュレットなどが日本独自の進化をしたため	女性30代
8	TOTO	ウォシュレットの凄さ。	女性30代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
8	TOTO	トイレに使われるもの全般海外ではみかけないもの	女性40代
8	TOTO	トイレ事情が世界的にみても抜きん出ているから	女性40代
8	TOTO	日本人ならではの、きめ細やかな発想	女性50代
8	TOTO	日本のトイレの品質の高さはTOTOが支えていると思うから。	女性50代
8	TOTO	ウォシュレットがすごいから	女性50代
8	TOTO	トイレを知り尽くしている	女性50代
8	TOTO	ウォシュレット開発などすごい	女性50代
8	TOTO	トイレは日本が一番きれいで技術的に進んでいると思うので	女性50代
8	TOTO	海外の人がお土産に便器を買っていくくらい、日本の便器は獨創性に優れている	女性60代
8	TOTO	製品の開発は世界に先駆け獨創的だとおもいます	女性60代
8	TOTO	便利、清潔感、を追及している	女性60代
8	TOTO	あったかい便座と使用量を減らした水洗の開発	女性60代
8	TOTO	日本のトイレの進化は世界的に有名であり、その先端を行くのがTOTOと思う。	女性60代
8	TOTO	きめ細やかな製品	女性60代
8	TOTO	便器の改良	女性60代
8	TOTO	うおしゅれっと	女性60代
9	日清食品	インスタント麺における商品開発および商品展開がすごいと思うから。	男性20代
9	日清食品	新商品が多数	男性30代
9	日清食品	商品もCMもほかにはないから	男性30代
9	日清食品	インスタント食品の草分け	男性40代
9	日清食品	カップ麺、インスタント麺の開発、普及。	男性50代
9	日清食品	チキンラーメン、カップヌードル	男性50代
9	日清食品	最も新しい企業だから	男性60代
9	日清食品	食品の先駆者	男性60代
9	日清食品	カップラーメンはすばらしいと思わないかい	男性60代
9	日清食品	開発力。貧困を救える。	男性60代
9	日清食品	カップラーメンの発明者。	男性60代
9	日清食品	即席麺の開発力	男性60代
9	日清食品	いろいろなアイデアを生み出しているから。	女性30代
9	日清食品	広告に話題性がある。	女性40代
9	日清食品	カップ麺販売が優れている。宣伝の仕方や新商品も工夫していて、面白いから。	女性60代
9	日清食品	研究していると思う	女性60代
9	キャノン	自分の会社だから	男性20代
9	キャノン	技術	男性50代
9	キャノン	プリンターだけにとどまらず、いろんな分野へ乗り出しているところがすごい	男性60代
9	キャノン	新技術にチャレンジしている。	男性60代
9	セブン-イレブン	コンビニでありながら商品の素材にこだわっているから	男性20代
9	セブン-イレブン	過去の成功体験を否定してチャレンジする姿勢	男性30代
9	セブン-イレブン	推進力	男性50代
9	セブン-イレブン	アメリカの本家をしのぐ勢いで、独自に発展してきた	男性50代
9	セブン-イレブン	常に成長をすること	男性50代
9	セブン-イレブン	ビジネスモデルの構築	男性50代
9	セブン-イレブン	独自のシステム	男性60代
9	セブン-イレブン	ならではあるから	女性20代
9	セブン-イレブン	イトーヨーカドーと提携して、スーパーでも、コンビニの商品が買えるところ。	女性20代
9	セブン-イレブン	弁当など工夫しているから	女性20代
9	セブン-イレブン	何でも対応できるから。	女性30代
9	セブン-イレブン	日本でも独走していると思うから	女性30代
9	セブン-イレブン	商品力がある。しかもおいしく安い。	女性40代
9	セブン-イレブン	日本のコンビニシステムは世界的にみても珍しいので	女性40代
9	セブン-イレブン	日本企業特有な細やかなサービス	女性50代
9	セブン-イレブン	業界に先駆けチャレンジし成功している	女性50代
9	セブン-イレブン	日本独特のきめの細かいお客様の要望を日々研究して実行しているので。	女性60代
9	セブン-イレブン	コンビニの創始者	女性60代
12	サンリオ	企画力。	男性20代
12	サンリオ	昔から考えがぶれていない	男性20代
12	サンリオ	かわいいを作っている	男性20代
12	サンリオ	キャラクター	男性30代
12	サンリオ	キャラクターから始めてマルチ展開に成功	男性50代
12	サンリオ	かわいいキャラクターが世界中の人に愛されている。	女性20代
12	サンリオ	日本のキャラクターを確立していて、海外でも有名だから。	女性20代
12	サンリオ	キャラクターが多く、その多くのものが世界的に人気だと思うから	女性20代
12	サンリオ	キャラクターデザインがいい	女性30代
12	サンリオ	キャラクタービジネスだけでここまで成功している企業は他にないから	女性30代
12	サンリオ	可愛いキャラクターが多い。	女性30代
12	サンリオ	サンリオのような企業を他に知らないのだから	女性40代
12	サンリオ	キティちゃんなど有名なキャラクターが多いから。	女性40代
12	サンリオ	オリジナルキャラの認知度をワールドワイドにした	女性40代
12	サンリオ	キャラクターがよい	女性40代
12	サンリオ	キャラクター開発がうまい	女性40代
12	サンリオ	日本のオリジナルだから。	女性40代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
12	サンリオ	キャラクターが他国でも認知されている	女性40代
12	サンリオ	キャラクターで収益をあげていること	女性40代
12	サンリオ	日本のカワイイ文化だから	女性50代
12	サンリオ	キティが世界に出ている	女性50代
12	サンリオ	サンリオのキャラクターは独創的	女性60代
12	サンリオ	キャラクターが優れている	女性60代
12	サンリオ	オリジナルなキャラクターが沢山あって長く愛されている	女性60代
13	パナソニック	家電製品を女性向けにターゲットを絞って「パナソニックビューティー」を構築し支持されているから。	男性20代
13	パナソニック	手広い	男性30代
13	パナソニック	技術力	男性40代
13	パナソニック	世界に誇れる	男性50代
13	パナソニック	たくさんの製品があるから	女性20代
13	パナソニック	パナソニック商品は、目新しい変化が多いと感じるから。パナソニックビューティの商品など売れているし。	女性20代
13	パナソニック	テレビ	女性40代
13	パナソニック	いろいろな商品がある	女性40代
13	パナソニック	ワクワクする	女性40代
13	パナソニック	技術が優れているので、独創性あるアイデアを持つ会社だと思う	女性40代
13	パナソニック	知名度	女性50代
13	パナソニック	すぐれた性能の家電を数多く開発している	女性60代
13	パナソニック	発展途上と言われる国でもコンコンのカメラが一番いいという人が多く、新しい機種が出るたびにきてくれとたのまれる家電商品が次々と開発され、ますます便利になっているから	女性60代
14	ヤマト運輸	宅配便ビジネスをいち早く立ち上げることができた。	男性40代
14	ヤマト運輸	物流に関しては世界に例を見ない	男性40代
14	ヤマト運輸	なんでも運びますってのはすごい	男性50代
14	ヤマト運輸	コンシューマー向け運送サービスを創った視点・事業アイデアと事業内容が秀逸。発展性も高い。	男性50代
14	ヤマト運輸	新しい宅配サービスを開発したから	男性60代
14	ヤマト運輸	独自のサービス	女性30代
14	ヤマト運輸	宅配便が始まったとき、すごく便利だ！と思ったので	女性30代
14	ヤマト運輸	日本ならではの正確、迅速な配送。	女性50代
14	ヤマト運輸	配達の正確さ速さ丁寧さ	女性60代
14	ヤマト運輸	早く確実に届くので。	女性60代
14	ヤマト運輸	より誠実に確実にサービスを提供しているようにおもいます。	女性60代
14	ヤマト運輸	日本の便利を世界に広げようとしている。	女性60代
14	ヤマト運輸	宅配サービスのシステム	女性60代
15	味の素	アミノ酸に特化している強みがあるから。	男性30代
15	味の素	味の素を作ったから	男性40代
15	味の素	うまみに関する具現化。	男性50代
15	味の素	発酵産業で正解で独自の味の素を作った	男性50代
15	味の素	他国にない商品を開発しているから	男性50代
15	味の素	調味料の先発会社だ	男性60代
15	味の素	食に対して色々工夫をしてりうから	女性50代
15	味の素	ここでしか出せない味で世界に通用している	女性60代
16	楽天	色々な策を起こしてるから	男性20代
16	楽天	ネットビジネスからクレジットなどと幅広く運営している	男性20代
16	楽天	個性的だから	男性20代
16	楽天	各種分野で事業を展開	男性60代
16	楽天	いろんなことに挑戦しているイメージがあったので	女性20代
16	楽天	魅力を感じる	女性20代
16	楽天	様々なサービスを展開している	女性20代
16	楽天	代表的ベンチャー	女性20代
16	楽天	洗練されている	女性20代
16	楽天	ネットビジネスの先駆者であり、銀行、保険など様々な分野において成長かわめざましい。	女性30代
16	楽天	事業展開	女性30代
16	楽天	いい感じの内容が多い	女性30代
16	楽天	事業があたらしい	女性30代
16	楽天	多くのジャンルを手がけているから	女性30代
16	楽天	知らない人はいないから	女性40代
16	楽天	数年で顧客をつかみ、知らない人がいないくらい浸透してきたから	女性40代
16	楽天	サービス	女性50代
16	楽天	おもしろい会社だから	女性50代
17	日産自動車	技術が他の自動車メーカーと違う。	男性30代
17	日産自動車	先進的な機能を持った車を開発する努力をしているから	男性60代
17	日産自動車	車に今までに無い機能が付いたり、びっくりする発想だから。	女性50代
18	ソフトバンク	常に新しいことにチャレンジしているイメージ	男性30代
18	ソフトバンク	先端を行っている	男性30代
18	ソフトバンク	発想がすごい	男性30代
18	ソフトバンク	携帯会社として面白い	男性40代
18	ソフトバンク	先進性	男性40代
18	ソフトバンク	世の中に先駆けてNWやモバイル通信のマーケットを開拓したように感じるため	男性40代
18	ソフトバンク	前例にとらわれず、スピード感があるため。	男性40代
18	ソフトバンク	事業領域の先進性	男性60代
18	ソフトバンク	民間の発想が民営とちがう刺激がある	男性60代

順位	企業名	選んだ理由	性別年代
18	ソフトバンク	社長の先見性でしょうか。	男性60代
18	ソフトバンク	真新しいキャンペーン	女性20代
18	ソフトバンク	一步先を見据えている感じがする	女性20代
18	ソフトバンク	CMが印象的	女性30代
18	ソフトバンク	いろいろな視点からアイデアを出すところ	女性40代
18	ソフトバンク	追求心を感じる	女性40代
18	ソフトバンク	孫正義さんの手腕	女性60代
19	ヤクルト	菌の研究を熱心しているから。	男性20代
19	ヤクルト	類似企業を思いつかない	男性40代
19	ヤクルト	他にはない	男性50代
19	ヤクルト	健康を第一に 世界に伸びる	男性50代
19	ヤクルト	販売方法	男性60代
19	ヤクルト	化粧品も作っているから	女性20代
19	ヤクルト	ヤクルトが風邪対策になるとか、商品がすごい	女性20代
19	ヤクルト	企業理念	女性30代
19	ヤクルト	世界で飲まれているのを知ったから	女性30代
19	ヤクルト	その会社独自のものを売ってるから	女性30代
19	ヤクルト	乳酸菌にこだわり続けるから	女性40代
19	ヤクルト	メキシコやシドニーのホテルの朝食にあって驚いた乳酸菌飲料	女性50代
20	サントリー	みじかでしたしみがあるので	男性30代
20	サントリー	絶えず先読みしていく精神、ユニークさ	男性60代
20	サントリー	製品のアピール力	女性30代
20	サントリー	環境問題に取り組んでいる	女性40代
20	サントリー	社風	女性50代
20	サントリー	サントリーのビールはととても美味しいから	女性60代

図表E 第4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	49.4	53.2	▲3.8Pt.
2	2	→(0)	商品・サービスのデザイン	32.5	32.7	▲0.2Pt.
3	3	→(0)	ビジネスモデル	24.1	24.9	▲0.8Pt.
4	6	↑(2)	商品名・サービス名	19.7	16.9	+2.8Pt.
5	4	↓(-1)	経営理念・姿勢	19.4	23.8	▲4.4Pt.
6	5	↓(-1)	販売方法・手法	18.4	20.1	▲1.7Pt.
7	7	→(0)	商品・サービスの価格	15.7	16.2	▲0.5Pt.
8	8	→(0)	顧客対応	11.8	12.6	▲0.8Pt.
9	9	→(0)	経営者	9.8	10.3	▲0.5Pt.
10	10	→(0)	施設	5.6	4.8	+0.8Pt.
11	11	→(0)	その他	4.9	3.9	+1.0Pt.
12	12	→(0)	人事	3.4	2.7	+0.7Pt.

図表F 第4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(2015年)

順位	企業名	業種	件数
1	トヨタ自動車	自動車製造業	4,078
2	ソニー	電気機器製造業	1,060
3	任天堂	娯楽用具・がん具製造業	180
4	本田技研工業(ホンダ)	自動車製造業	1,790
5	タニタ	業務用機械器具製造業	17
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	衣料品小売業	2
7	富士フイルム	化学工業	1,827
8	TOTO	衛生陶器・住宅設備製造業	274
9	日清食品	食料品製造業	1
9	キヤノン	業務用機械器具製造業	3,728
9	セブン-イレブン	食料品小売業	0
12	サンリオ	がん具製造業	0
13	パナソニック	電気機器製造業	263
14	ヤマト運輸	道路貨物運送業	1
15	味の素	食料品製造業	93
16	楽天	ポータルサイト運營業	192
17	日産自動車	自動車製造業	842
18	ソフトバンク	通信サービス業	0
19	ヤクルト	飲料品等製造業	13
20	サントリー(サントリーホールディングス)	飲料品等製造業	64

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4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(2015年)

順位	企業名	業種	件数
1	トヨタ自動車	自動車製造業	4,078
2	キヤノン	業務用機械器具製造業	3,728
3	三菱電機	電気機器製造業	3,341
4	東芝	電気機器製造業	2,622
5	富士通	情報通信機械器具製造業	2,291
6	セイコーエプソン	業務用機械器具製造業	2,193
7	リコー	業務用機械器具製造業	2,049
8	パナソニックIPマネジメント	専門サービス業	1,953
9	富士フイルム	化学工業	1,827
10	本田技研工業(ホンダ)	自動車製造業	1,790
11	デンソー	自動車部品製造業	1,734
12	コニカミノルタ	業務用機械器具製造業	1,524
13	日本電信電話(NTT)	通信業	1,454
14	クウアルコム	電気機器製造業	1,406
15	日本電気(NEC)	情報通信機械器具製造業	1,379
16	大日本印刷	印刷業	1,310
17	日立製作所	電気機器製造業	1,240
18	三共	業務用機械器具製造業	1,219
19	シャープ	電気機器製造業	1,190
20	京セラ	窯業・土石製品製造業	1,186

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4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
6	ファーストリテイリング(ユニクロ)	衣料品小売業
9	セブン-イレブン	食料品小売業
14	ヤマト運輸	道路貨物運送業
16	楽天	ポータルサイト運營業
18	ソフトバンク	通信サービス業
23	クックパッド	ポータルサイト運營業
34	オリエンタルランド	娯楽業
36	ヤフー	ポータルサイト運營業
38	ニトリ	家具小売業
43	しまむら	衣料品小売業
43	帝国ホテル	宿泊業
50	東海旅客鉄道(JR東海)	鉄道業
58	NTTドコモ	通信サービス業
62	東日本旅客鉄道(JR東日本)	鉄道業
62	全日本空輸(ANA)	航空運輸業
65	日本航空(JAL)	航空運輸業
69	イオン	食料品小売業
73	日本通運(日通)	道路貨物運送業
73	マツモトキヨシ	その他小売業
73	ダスキン	リネンサプライ業
77	ローソン	食料品小売業
83	ディー・エヌ・エー(DeNA)	情報提供サービス業
83	西日本旅客鉄道(JR西日本)	鉄道業
89	リクルート	職業紹介業
89	電通	広告業
89	エイチ・アイ・エス(HIS)	旅行業
94	三菱商事	各種商品卸売業