

Miro、日本の企業経営幹部と知識労働者がイノベーションへの 対応に不安を抱いている結果を示す新しい調査を発表

企業経営幹部や知識労働者のほとんどが生き残りにイノベーションが 必須だと認識しつつも、3つの課題に苦戦

イノベーションを実現させるビジュアルワークスペース [Miro®](#)（本社：米国カリフォルニア州、日本法人：東京都千代田区、日本法人代表執行役社長：五十嵐 光喜）は、新しい調査結果で、日本の企業経営層と知識労働者のほぼ全員がビジネスの成功にはイノベーションが緊急の課題である、との認識を持っていることが明らかになりました¹。しかし、不安定な経済情勢や、恐怖心、時代遅れの慣行などにより、イノベーションがもたらす可能性を活かしている企業はわずかに留まっている実情も明らかになりました。

今回の調査において、ほぼすべての経営幹部（98%）と知識労働者の79%が、イノベーション（設計、開発、新製品/サービスの発表と定義）が、企業の規模や業界を問わず緊急に必要な理由として、経営幹部の84%と知識労働者の72%が「競争に勝つため」と回答しました。また、経営幹部の68%は、イノベーションがなければ5年以内に企業の生存が脅かされるとも回答しています。

イノベーションの必要性を広く認識しているにも関わらず、半数近く（49%）は、イノベーションは進んでいないと回答しました。これはなぜでしょう？

- **不安定な経済情勢**：経営幹部の半数以上（55%）は、イノベーションが望ましいと思いつつも現状では不要と考えており、知識労働者の40%も同じ考えでいます。また、経済がもう少し安定するまで自社のイノベーションを保留したほうが良いと考える日本の企業経営幹部は

¹ Miro は、2023年7月、オンラインで CAWI 調査を実施し、企業トップ、バイスプレジデント、最高責任者レベルを含む経営幹部 1,792 人、および製品、設計、エンジニアリング、UX、プロジェクト管理、企業での製品開発に携わるその他のフルタイムの知識労働者 8,261 人が回答しました。回答した経営幹部と知識労働者は、オーストラリア、ドイツ、フランス、日本、オランダ、英国、米国の世界7市場に住んでいます。

半数以上（53%）、リスクを冒してまで画期的なイノベーションを優先しないという経営幹部も半数以上（54%）にのぼります。興味深いことに、日本の企業経営幹部は、競合他社の画期的なイノベーション（34%）よりも、漸進的なイノベーション（48%）の方が脅威であると回答しています。このデータは、画期的なイノベーションを常に最大の脅威と考える世界的トレンド（Miro のレポートで発表）と異なる傾向にあります。

- **恐怖心**：経営幹部の過半数（69%）は、恐怖心がイノベーションの推進を妨げていると考え、61%はイノベーションを優先することを自社が恐れていると回答しました。個人的な恐怖心もありますが、経営幹部の3分の1近くは、イノベーションのプロジェクトが失敗した場合にキャリアが頓挫する、あるいは自分の評価が落ちると考え、知識労働者の49%は自社がイノベーションに失敗した場合に、自分が職を失うことを心配しています。
- **時代遅れの技術と部門の壁を越えた協力**：経営幹部も知識労働者も、イノベーションを妨げる最大の壁が技術的な困難（レガシーのツールなど）、および戦略的な課題、特に部門の壁を越えた協力などにあるという点で一致しています。経営幹部の34%は技術的な問題、25%は戦略的な問題と回答しました。同様に、知識労働者28%は技術的な問題、29%は戦略的な問題と回答しました。

Miro の最高マーケティング責任者（CMO）である Paul D'Arcy は次のように述べています。「今日の企業の存続はイノベーションにかかっています。失敗した企業はあっという間に消え去ります。幸運にもこのデータは、新しい製品やサービスの市場化において、企業が直面する問題を明らかにすると同時に、それらにどう対処すべきかのアイデアも与えてくれます。そのような解決策を優先すれば、企業は生き残るだけでなく、世代を超えた成功に向けて前進できます。」

企業がイノベーションの危機を乗り越えるには

調査結果によれば、企業は、大規模や画期的なレベルでのイノベーションを実現できていません。

Miro は、企業がイノベーションの危機を乗り越えるために、以下が必要だと考えます。

- 明確な戦略を策定し、組織全体に伝える
- 多様なポートフォリオを展開し、画期的な製品やサービスにも安心して力を注ぐ
- 部門の壁を越えて製品開発を合理的に進め、スピードと顧客中心主義を重視する
- 恐怖心の原因に対処し、失敗は早めに数多く乗り越えるよう努める

Miro の使命は、次の大きなものを作り上げる力をチームに与えることです。Miro は、2011 年に先駆的なビジュアルコラボレーションスペースを発表して以来、180,000 社以上のお客様のイノベー

ションをサポートしてきました。現在、世界の革新的な企業トップ 10 社のうち 7 社²が Miro を利用し、組織内でイノベーションの速度と影響力を高めています。

Miro の最高業務責任者（COO）である Varun Parmar は次のように述べています。「Miro は、最初からイノベーションを促進することを目的とし、チームがアイデアをまとめ、共同で作業し、プロジェクトを管理する方法を改善するように設計されています。Miro は、日々 Miro を使用する製品/サービス開発チームのフィードバックに基づいて、単なるオンラインホワイトボードとしての役割だけでなく、戦略と計画、お客様を中心に考えた製品設計、反復的な製品開発などに役立つ共有ワークスペースへと進化を遂げました。利用企業の 81%が Miro がプロジェクトのスピードアップに役立った、85%が作業全体のクオリティを高めたと回答しています。」

Miro は、新しい製品やサービスを日々市場に導入しているチームのための主要機能を備えた企業グレードのプラットフォームを提供することで、イノベーションに向けた共同作業の標準ツールとなりました。イノベーションに向けたすべての段階に対応するツールとして、以下の 6 つの機能が含まれます。

- [製品開発とワークフロー](#)
- [作図とプロセスマッピング](#)
- [ワークショップと非同期型コラボレーション](#)
- [Miro アシスト](#)
- [コンテンツとデータの可視化](#)
- [視覚的なプロジェクト管理](#)

6 つの機能がオープンなプラットフォームに組み合わせられることで、企業の具体的なニーズに合わせて Miro を統合させたり、アプリケーションとして利用したり、テンプレートとして使用したりなどできます。また、データは保護されており、組織全体で簡単に Miro を管理するためのセキュリティとコンプライアンスを備えた基盤でサポートされています。

企業イノベーションに関する Miro の調査の詳細は、[こちら](#)をご覧ください。

Miro について

² 2023 BCG Most Innovative Companies in the World（2023 年 BCG イノベーション企業ランキングトップ 50）、Boston Consulting Group



Miro は、イノベーションを可能にするオンラインワークスペースで、拠点を 1 つにしないあらゆる規模のチームが、未来を共に思い描き、そして実現することを可能にします。Miro のプラットフォームがもたらす無限のキャンバス上で、チームは魅力的なワークショップや会議の開催、商品の設計、ブレインストーミングなど、使い方はさまざまです。サンフランシスコとアムステルダムに拠点を置く Miro には、全世界に 6,000 万人を超えるユーザーがおり、その中には Fortune 100 に数えられる企業の 99%が含まれています。Miro は、2011 年に創業し、現在では全世界 12 の事業所で 1,800 人を超える従業員を擁しています。詳細はウェブサイトをご覧ください。

<https://miro.com>

お問い合わせ : press@miro.com | <https://miro.com/ja/>

詳細は [Miro のブログ](#) をご覧ください。

<報道関係お問合せ先>

ミロ・ジャパン合同会社

Head of Marketing

溝口 宗太郎

Email: sotaro@miro.com

株式会社井之上パブリックリレーションズ

ミロ・ジャパン PR 担当 : 佐々木、重松、石森

Email: miro-japan-pr@inoue-pr.com