

特 別 調 査 「中小企業における事業上の情報収集・発信について」

問 1. 貴社では、主に事業展開上（市場動向把握、各種経営情報の取得など）の情報収集にあたって、どのような媒体や機関を活用していますか。活用度合いの大きいものを以下の1～9より最大3つまでお答えください。なお、特にないという方は、0を選択してください。

(複数回答) (単位: 件・%)										
	1. テレビ・ラジオ	2. 新聞・雑誌	3. インターネット	4. 国や自治体などの行政機関	5. 金融機関	6. 販売・仕入先	7. 専門家(税理士・技術士等)	8. 組合や商議所等のコミュニティ	9. その他	10. 特にない
合計(構成比)	31.0	50.6	31.0	10.9	5.7	51.7	6.3	17.2	2.3	14.4
合計件数	54	88	54	19	10	90	11	30	4	25
製 造	11	15	9	2	1	29	1	7	1	4
建 設	8	23	16	15	3	12	3	8	0	6
卸 売	1	5	2	0	1	4	2	0	0	0
小 売	23	31	16	1	4	32	4	8	3	7
サービス	11	14	11	1	1	13	1	7	0	8

※事業展開上の情報収集に活用している媒体・機関については「販売・仕入先」の回答割合が51.7%と最も高く、次に「新聞・雑誌」が50.6%、「テレビ・ラジオ」、「インターネット」が同値の31.0%で続いている。

問 2. 貴社では、取引推進上（広告・宣伝、販売チャンネルなど）、どのような情報発信媒体を活用していますか。活用度合いの大きいものを以下の1～9より最大3つまでお答えください。なお、特にないという方は、0を選択してください。

(複数回答) (単位: 件・%)										
	1. テレビ・ラジオ(コミュニティ放送を含む)	2. 新聞(折込広告含む)・雑誌	3. 看板・ポスター	4. 地域特有の発行物(コミュニティ誌等)	5. 自社ホームページ(ブログ含む)	6. インターネット(選取肢5を除く)	7. ダイレクトメール	8. 電話・ファクシミリ	9. その他	10. 特にない
合計(構成比)	8.6	28.2	15.5	5.7	13.2	9.8	12.1	10.9	5.2	45.4
合計件数	15	49	27	10	23	17	21	19	9	79
製 造	5	6	4	6	8	4	3	8	4	11
建 設	2	8	2	3	5	3	1	5	1	27
卸 売	0	0	0	0	0	0	0	1	0	6
小 売	6	23	14	1	6	4	11	3	2	21
サービス	2	12	7	0	4	6	6	2	2	14

※取引推進上活用している情報発信媒体については、「特にない」の回答割合が45.4%で最も高い回答割合となった。「新聞(折込広告含む)・雑誌」の回答割合は28.2%あった。一方、「自社ホームページ(ブログ含む)」13.2%、「インターネット」9.8%となっており、パソコン等の活用も確認された。

問3. 貴社が、取引推進上（広告・宣伝、販売チャンネルなど）活用している情報発信媒体には、主にどのような効果を期待していますか。以下の1～5より1つお答えください。また、期待する効果の実現状況について6～0より1つお答えください。なお、「期待する効果」について、選択肢5「取引推進上の情報発信を行っていない」と回答された方は、「効果の実現状況」をお答えいただく必要はありません。

（単位：件・％）

	1. 新規顧客の獲得	2. 既存取引先との取引拡大・深耕	3. 知名度・信用力の向上	4. その他	5. 取引推進上の情報発信を行っていない	6. 期待以上に実現している	7. おおむね実現している	8. どちらともいえない	9. あまり実現していない	0. 実現していない
合計(構成比)	28.7	23.6	14.9	0.0	32.8	2.3	17.8	24.1	16.1	6.9
合計件数	50	41	26	0	57	4	31	42	28	12
製造	12	13	6	0	8		10	12	8	1
建設	8	9	8	0	18	1	4	7	7	6
卸売	0	1	0	0	6	0	0	0	0	1
小売	19	16	8	0	11	1	13	17	9	4
サービス	11	2	4	0	14	2	4	6	4	0

＊情報発信媒体に期待する主な効果の回答割合は、「新規顧客の獲得」28.7%、「既存先との取引拡大・深耕」が23.6%、「知名度・信用力の向上」が14.9%となった。一方で、「情報発信を行っていない」の回答割合が32.8%を占めた。期待する効果の実現状況については、「期待以上に実現している」「おおむね実現している」の回答割合の合計が20.1%となり、「あまり実現していない」「実現していない」の回答割合の合計23%を下回った。

問4. 近年、ソーシャルメディア（SNS、ブログなど、インターネットを利用してコミュニケーションを促進するサービス）の利用が広がっていますが、貴社では、ソーシャルメディアを事業上の情報収集・発信に利用していますか。利用している場合は、最も利用している媒体を1～5より1つお答えください。また、利用していない場合は、今後の方針について、6～0より1つお答えください。

（単位：件・％）

	利用している(媒体)					利用していない(今後の方針)				
	1. SNS (フェイスブックなど)	2. ブログ (アメーバブログなど)	3. ミニブログ (ツイッターなど)	4. 動画・情報共有サイト (YouTubeなど)	5. その他	6. 利用を開始する予定	7. 利用を検討したい	8. どちらともいえない	9. あまり利用したくない	0. 今後も利用しない
合計(構成比)	4.0	3.4	0.6	2.9	0.6	1.1	10.9	30.5	8.0	38.0
合計件数	7	6	1	5	1	2	19	53	14	66
製造	0	0	1	1	1	1	7	13	1	14
建設	0	1	0	1	0	0	5	12	3	21
卸売	0	0	0	1	0	0	0	2	1	3
小売	5	2	0	2	0	1	3	18	5	18
サービス	2	3	0	0	0	0	4	8	4	10

＊事業上の情報収集・発信にソーシャルメディア（SNS、ブログなど、インターネットを利用してコミュニケーションを促進するサービス）を利用している企業は、11.5%（1～5の合計）となった。一方利用していない企業のうち、「今後も利用しない」の回答割合が38.0%を占めたが、「利用を検討したい」が10.9%を占め今後の活用に前向きな姿勢も見られた。

問5. 貴社では、事業上の情報収集・発信においてインターネット（ソーシャルメディアを含む）を利用する際にどのような課題を感じていますか。あてはまるものを以下の1～9より最大3つまでお答えください。なお、特にないという方は、0を選択してください。

(複数回答) (単位：件・%)

	1. セキュリティ確保の不安	2. コスト負担が大きい	3. インターネットの利用に長けた人材の不足	4. 有効に活用するノウハウがない	5. 利用による効果が検証できない	6. 業務繁忙で取り組む余裕がない	7. 必要性を感じない	8. インターネットを利用できる環境がない	9. その他	0. 特にない
合計(構成比)	17.8	9.8	16.7	19.0	14.9	9.8	11.5	2.9	1.7	42.5
合計件数	31	17	29	33	26	17	20	5	3	74
製造	5	7	9	6	4	6	5	0	0	15
建設	10	3	9	6	10	2	4	1	0	20
卸売	1	1	3	1	1	1	2	1	0	2
小売	11	6	4	14	6	7	7	2	1	20
サービス	4	0	4	6	5	1	2	1	2	17

※事業上の情報収集・発信にインターネットを利用する際の課題については、「有効に活用するノウハウがない」19.0%、「セキュリティ確保への不安」17.8%、「インターネットの利用に長けた人材の不足」が16.7%あった。また、「特にない」の回答割合は高く、42.5%となった。

～調査員のコメントから～

- 今年は、昨年に比べ昆布採取日が多く、売上増加期待できる。(製造業)
- イカ漁で港は賑わっている。(製造業)
- 秋サケの水揚げは前年より鈍い状況にある。(製造業)
- 公共工事中心に稼働、請負価格が下降し、収益は減少している。(建設業)
- 電力会社の配線工事により稼働。売上も増加している。(建設業)
- 売上、収益ともに減少傾向にある。(卸売業)
- 取引先の減少により売上は低下傾向にある。(卸売業)
- 大型店へ客足が流れ、売上減少している。(小売業)
- 人口の減少とともに、売上は減少している。(小売業)
- 大型店及び、チェーン店との競争により、売上増加は厳しい。(小売業)
- 宿泊者数は減少している。ホームページ等で宣伝している。(サービス業)
- 石油等、原材料価格の高騰により苦しい状況にある。(サービス業)