

## 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、事業上において、パソコンやスマートフォン等でインターネットを利用していますか。以下の1~4の中から1つ選んでお答えください。また、同様に事業上で電子メールを利用していますか。あてはまるものを以下の5~7の中から1つ選んでお答えください。

(単位: 件・%)

	インターネットの利用				電子メールの利用		
	1. 利用しており自社ホームページも開設	2. 利用しているが自社ホームページは未開設	3. 利用していないが今後利用したい	4. 利用することは考えていない	5. 利用している	6. 利用していないが今後利用したい	7. 利用することは考えていない
合計(構成比)	21.4	40.5	11.5	26.6	47.4	13.9	38.7
合計件数	37	70	20	46	82	24	67
製造	12	19	3	5	26	7	6
建設	8	21	5	8	24	8	10
卸売	0	4	1	2	5	0	2
小売	8	18	8	20	16	6	32
サービス	9	8	3	11	11	3	17

\*インターネットの利用は、62%の企業が利用し、今後利用したいを併せると7割以上が利用している、前回調査(平成18年)から4%増加している。ホームページの利用は21%で同5%増加している。電子メールの利用は、今後利用したいを併せると約6割以上の企業が利用、利用したいとしている。

問2. 最近、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)の利用が普及していますが、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以下の1~5の中から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、以下の6~10の中から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(ユーチューブなど)	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	10. 今後も利用しない
合計(構成比)	7.5	1.2	0.0	0.6	0.0	1.7	13.9	27.2	12.1	35.8
合計件数	13	2	0	1	0	3	24	47	21	62
製造	1	0	0	0	0	2	9	14	3	10
建設	0	2	0	0	0	1	6	14	5	14
卸売	1	0	0	0	0	0	1	0	1	4
小売	7	0	0	0	0	0	6	11	8	22
サービス	4	0	0	1	0	0	2	8	4	12

\*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9.3%で、前回調査(平成24年)から2.2%減少している。一方利用していない企業は90.7%と同2.2%増加している。今後利用予定・検討とする企業は15.6%となり前向きな姿勢も見られるも、今後利用しないとする企業は47.9%を占めている。

問3. 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1~0の中から3つ以内でお答えください。

(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	0. 特につい
合計(構成比)	27.2	42.8	31.8	18.5	13.3	54.9	10.4	17.9	2.9	11.0
合計件数	47	74	55	32	23	95	18	31	5	19
製造	9	20	11	5	4	31	5	8	1	2
建設	6	17	15	22	8	16	5	5	2	4
卸売	1	4	3	0	0	7	1	0	1	0
小売	19	23	14	2	8	31	2	12	1	7
サービス	12	10	12	3	3	10	5	6	0	6

\*事業展開上の情報収集に活用する媒体や機関については、「販売・仕入先」が54.9%と最も多く、以下、「新聞雑誌」42.8%、「インターネット」31.8%、「テレビ・ラジオ」27.2%、「国や自治体などの行政機関」18.5%と続いた。

問4. 貴社では、取引推進上（広告・宣伝、販売チャネルなど）、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1~0の中から3つ以内で選んでお答えください。

(複数回答) (単位: 件・%)

	1. テレビ・ラジオ(コミュニティ放送含む)	2. 新聞(折込み広告含む)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(選択肢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	0. 特につい
合計(構成比)	8.7	25.4	22.0	6.9	15.0	11.6	10.4	9.8	2.3	46.2
合計件数	15	44	38	12	26	20	18	17	4	80
製造	3	4	10	4	9	6	5	5	0	15
建設	3	9	7	2	4	3	1	2	1	26
卸売	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
小売	4	23	10	4	6	6	8	3	2	22
サービス	5	8	11	2	7	5	4	7	1	10

\*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」が46.2%と最も多く、以下、「新聞(折込み広告含む)雑誌」25.4%、「看板・ポスター」22.0%、「自社ホームページ(ブログ含む)」15.0%、「インターネット」11.6%と続いた。

問5. 貴社が、取引推進上（広告・宣伝、販売チャネルなど）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の中から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以下の6~0の中から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・%)

	期待する効果					効果の実現状況				
	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)	34.7	13.3	11.0	0.0	41.0	0.6	13.3	25.4	15.0	5.2
合計件数	60	23	19	0	71	1	23	44	26	9
製造	14	6	8	0	11	0	6	10	7	5
建設	8	5	5	0	24	0	4	12	2	0
卸売	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0
小売	20	10	4	0	20	1	9	13	9	3
サービス	18	2	2	0	9	0	4	9	8	1

\*取引推進上、活用している情報発信媒体に対する期待については、「新規顧客の獲得」が34.7%と他の選択肢を引き離れた。以下、「既存取引先との取引拡大・深耕」が13.3%、「知名度・信用力の向上」が11.0%と続いた。一方、「情報発信を行っていない」は41.0%となっている。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」の合計が13.9%となり、「あまり実現していない」「実現していない」の合計20.2%を下回った。

### ～調査員のコメントから～

- イカを原料に新商品を開発したが昨年は不漁、今年の水揚げに期待している。(製造業)
- 例年、この時季は停滞期となるが、新規取引先確保により忙しくなっている。(製造業)
- 熟練技能者の退職により、生産能力低下が懸念される。(製造業)
- 公共工事の発注が遅れている影響で、手持ち工事が減少している。(建設業)
- 公共・民間工事の動きが遅くなっているが、不動産部門での建売が好調。(建設業)
- 固定客以外の客へ配達等を行い、同業者との差別化を図り成功している。(小売業)
- 町内のイベント開催で来店客増え、5月は過去最高の売上となった。(小売業)
- 同業者の減少、宣伝効果もあり町内外からの来店客で業況安定している。(小売業)
- 新規採用で社内の人材力を強化した結果、販売部門の業績が好調。(サービス業)
- 町内出身者を多く採用、町内の利用者は増加傾向にある。(サービス業)