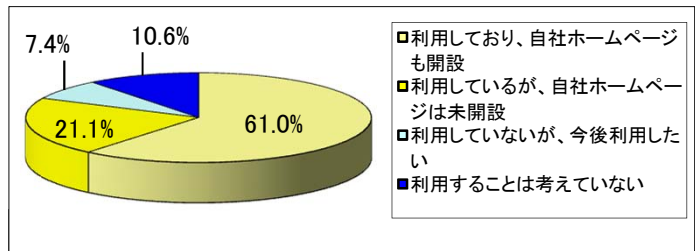


特別調査「中小企業における事業上の情報収集・発信について」

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つ選んでお答え下さい。

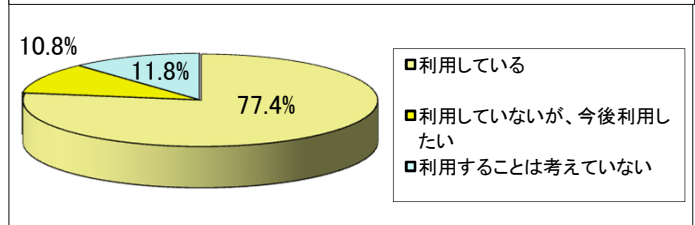
インターネットの利用

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



電子メールの利用

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

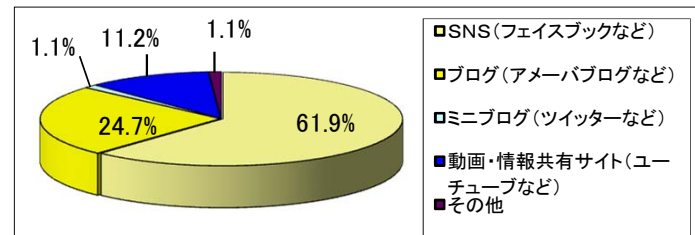


インターネットの利用について、最も多い回答は「利用しており、自社ホームページも開設」61%、次いで「利用しているが、自社ホームページは未開設」21.1%という結果になりました。電子メールの利用について、最も多い回答は「利用している」77.4%、次いで「利用することは考えていない」11.8%という結果になりました。

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6～0の中から1つお答えください。

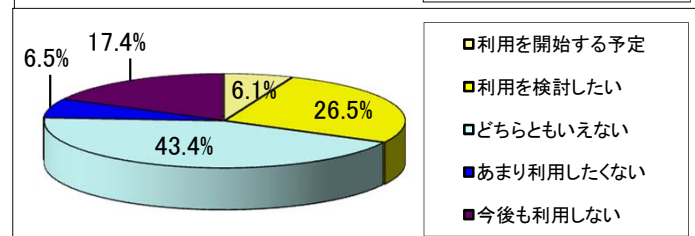
利用している（媒体）

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



利用していない（今後の方針）

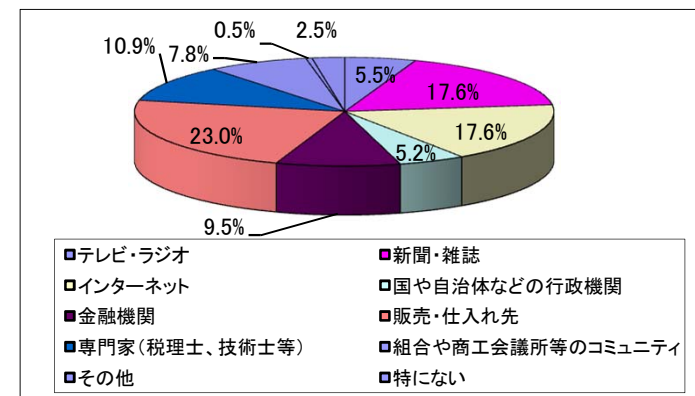
6. 利用を開始する予定
7. 利用を検討したい
8. どちらともいえない
9. あまり利用したくない
0. 今後も利用しない



ソーシャルメディアを事業上の情報収集・発信に利用している場合、最も利用している媒体は、「SNS」61.9%、次いで「ブログ」24.7%という結果になりました。また、利用していない場合の今後の方針について最も多いのは、「どちらともいえない」43.4%、次いで「利用を検討したい」26.5%という結果になりました。

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つ以内でお答え下さい。

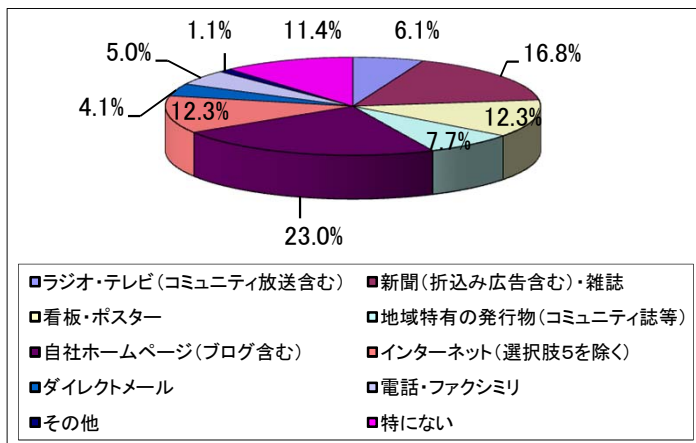
1. テレビ・ラジオ
2. 新聞・雑誌
3. インターネット
4. 国や自治体などの行政機関
5. 金融機関
6. 販売・仕入れ先
7. 専門家（税理士、技術士等）
8. 組合や商工会議所等のコミュニティ
9. その他
0. 特になし



主に事業展開上の情報収集にあたって活用している媒体や機関について、最も活用度合いが大きいのは「販売・仕入れ先」23%、次いで「新聞・雑誌」「インターネット」17.6%という結果になりました。

問4 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1～0の中から3つ以内で選んでお答え下さい。

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. 特になし



取引推進上どのような情報発信媒体を活用しているかについて、最も活用度合いの大きいものは「自社ホームページ」23%、次いで「新聞・雑誌」16.8%という結果となりました。

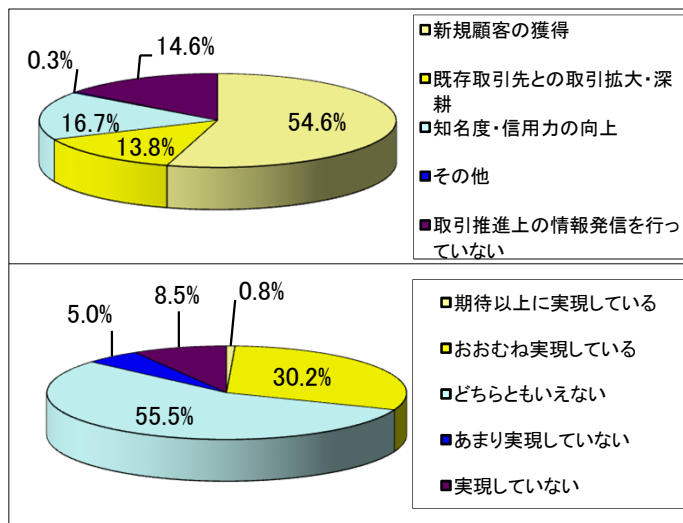
問5 貴社が、取引推進上（広告・宣伝・販売チャンネルなど）活用している情報発信媒体には、主にどのような効果を期待していますか。以下の1～5の中から1つお答えください。また、期待する効果の実現状況について以下の6～0の中から1つお答えください。なお、「期待する効果」について、選択肢5「取引推進上の情報発信を行っていない」と回答された方は、「効果の実現状況」をお答えいただく必要はありません。

期待する効果

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

効果の実現状況

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



取引推進上活用している情報発信媒体に期待する効果について、最も多い回答は「新規顧客の獲得」54.6%、次いで「知名度・信用力の向上」16.7%という結果になりました。また、効果の実現状況について、最も多い回答は「どちらともいえない」55.5%、次いで「おおむね実現している」30.2%という結果になりました。