

県内製造業の情報発信の現状と課題

一般財団法人群馬経済研究所

研究員 丸岡 美智世

～要 約～

1. 企業が自社製品の売り込みなどのために行う情報発信に関して、当研究所が県内製造業を対象にアンケート調査を実施したところ、重視する分野は、「企業情報」と「商品・サービス情報」に二分された。
2. 良く利用する情報発信手段では、「自社ホームページ」、「取引先の口コミ・紹介」、「見本市・展示会等への出展」などが多い。「自社ホームページ」に期待した効果では、「広範な地域に情報発信が可能」、「自社情報の閲覧・問い合わせ等の増加」、「情報の受発信のしやすさ」などが上位を占めた。
3. 今後の意向をみると、情報発信にかかる費用では、「横ばい」が半数以上を占め最多となった。力を入れたい分野では、「商品・サービス情報」が「企業情報」を上回り、充実させたい情報発信手段では、現状同様「自社ホームページ」が1位であった。
4. インターネットを活用した情報発信を行う上での課題には、「効果的なホームページ等の運営ノウハウの入手」や「リスク管理体制の整備（情報・セキュリティ関連）」等が上位に挙げられた。
5. 情報発信に関連した施策等の中では、県の展示商談会・見本市の認知度が高く、実際に利用した（予定企業を含む）企業も、他の項目に比べて多かった。
6. 今後の情報発信の効果を高めるために必要なことを自由回答方式で記入してもらったところ、ホームページや展示会の活用に関連した意見が多く見られた。
7. 企業は、部品調達の国際化など厳しい受注環境を背景に、販売地域広域化への対応を迫られているものと思われる。今後は、ホームページを中心に、展示会や見本市、自治体や民間のデータベースへの登録等、様々な情報発信手段を効果的に組み合わせることが重要になるとと思われる。