

IV テーマ別調査結果

テーマ別調査結果

—ビジネスに関する情報の収集に関する実態調査—

Facebook（フェイスブック）やTwitter（ツイッター）などのSNS利用が拡大するなか、中小企業がどのようにして経営に役立つ情報を収集しているかの実態を調査し、どのような情報発信がより効果的か検討する基礎資料とする。

【テーマ別調査回答数】

	標本数	有効回答数	従業者規模区分			回収率
			4人以下	5人～19人	20人以上	
総数	2,000	1,038	309	328	401	51.9%
製造業	333	231	65	75	91	69.4%
非製造業	1,667	807	244	253	310	48.4%
建設業	333	198	58	71	69	59.5%
運輸・通信業	333	133	24	40	69	39.9%
卸・小売業	334	152	39	41	72	45.5%
飲食・宿泊業	333	109	47	31	31	32.7%
サービス業	334	215	76	70	69	64.4%

【テーマ別調査結果の概要】

[1. 属性把握]

- 経営者の年齢について尋ねたところ、「60代」が36.3%と最も高く、次いで「50代」が24.2%、「40代」が17.4%となっている。
- 情報収集の積極性について尋ねたところ、「積極的に情報収集している」が41.3%、「どちらともいえない」が30.6%、「あまり積極的ではない」が23.2%となっている。

[2. 経営に役立つ情報の収集について]

- ビジネスに関する情報を誰から得るか（複数回答）について尋ねたところ、「取引先・顧客」が突出して高く、以下「同業者」、「自分自身で調べる」となっている。
- ビジネスに関する情報の入手メディア（複数回答）について尋ねたところ、「新聞」が突出して高く、以下「ホームページ」、「テレビ」となっている。

[3. 支援施策情報の収集について]

- 市や国の公的機関の支援の活用有無について尋ねたところ、「利用したことがある」が39.2%、「利用したことがない」が56.4%となっている。
- 公的機関の支援を初めて知ったきっかけについて尋ねたところ、「金融機関からの紹介」が25.1%と最も高く、次いで「公的機関からの紹介」が23.6%、「商工団体からの紹介」が11.8%となっている。
- 公的機関を利用したことがない理由について尋ねたところ、「どういう支援があるかわからないから」が30.6%と最も高く、次いで「特に支援を必要としていないから」が27.2%、「支援の対象に該当しないから」が11.3%となっている。
- 公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか（複数回答）について尋ねたところ、「公的機関の広報誌」が最も高く、次いで「新聞・雑誌」、「ホームページ」となっている。

1. 属性把握

(1) 経営者の年齢

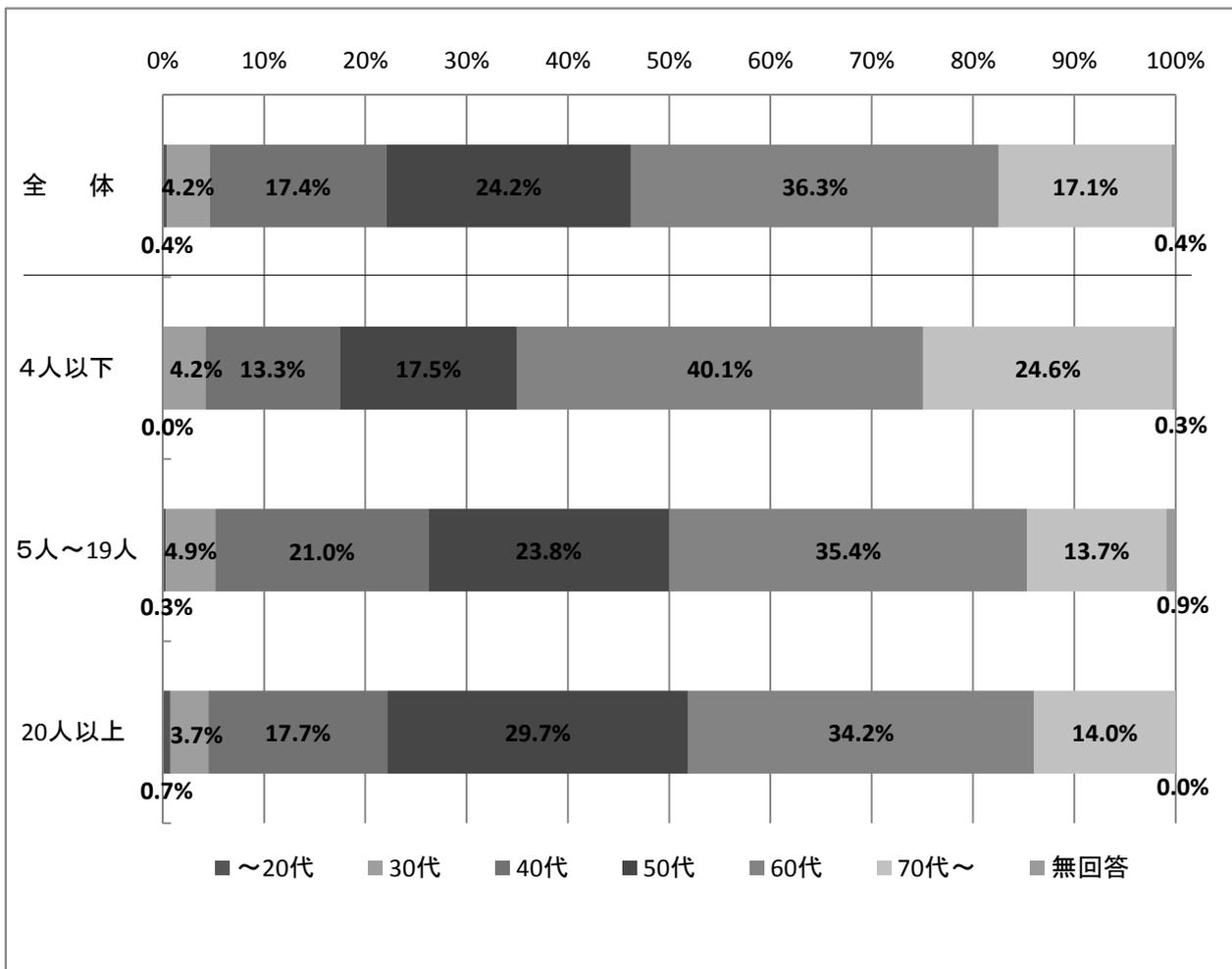
ポイント

- 経営者の年齢について尋ねたところ、「60代」の割合が36.3%と最も高く、以下「50代」(24.2%)、「40代」(17.4%)となっている。
- 従業員規模別にみると、従業員規模が小さいほど<60代以上>の割合が高くなっており、『4人以下』では6割を超えている。
- 業種別にみると、『製造業』と『非製造業』では、<40代以下>の割合が、いずれの年代も『非製造業』の方が高くなっている。

経営者の年齢について尋ねたところ、「60代」の割合が36.3%と最も高く、次いで「50代」が24.2%、「40代」が17.4%となっている。

従業員規模別にみると、従業員規模が小さいほど<60代以上>の割合が高くなっており、『4人以下』では64.7%、『5～19人』では49.1%、『20人以上』では48.2%となっている。

図1-1 経営者の年齢（従業員規模別 回答割合）



業種別にみると、『製造業』では、<50代以上>の各年代の割合が高くなっている。一方、<40代以下>の各年代の割合は、『非製造業』の方が高くなっている。
『非製造業』の個別業種についてみると、<40代以下>の合計割合は、『飲食・宿泊業』で40.4%と特に高くなっている。

図1-2 経営者の年齢(業種別 回答割合)

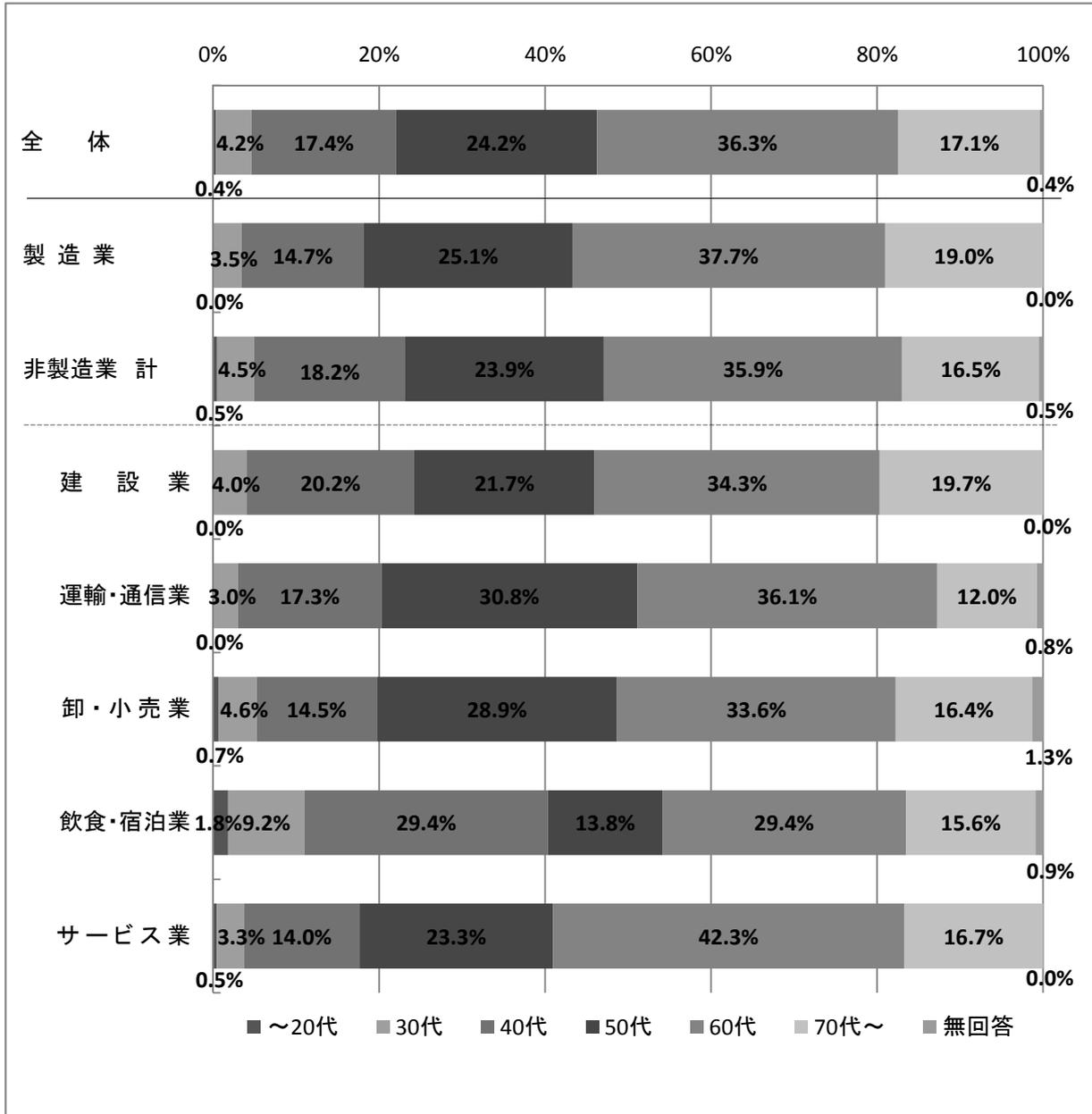


表1-1 経営者の年齢（従業者規模別・業種別 回答割合）

	回答事業所数	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～	無回答
全 体	1,038	0.4%	4.2%	17.4%	24.2%	36.3%	17.1%	0.4%
【従業者規模別】								
4人以下	309	0.0%	4.2%	13.3%	17.5%	40.1%	24.6%	0.3%
5人～19人	328	0.3%	4.9%	21.0%	23.8%	35.4%	13.7%	0.9%
20人以上	401	0.7%	3.7%	17.7%	29.7%	34.2%	14.0%	0.0%
【業種別】								
製造業	231	0.0%	3.5%	14.7%	25.1%	37.7%	19.0%	0.0%
非製造業計	807	0.5%	4.5%	18.2%	23.9%	35.9%	16.5%	0.5%
建設業	198	0.0%	4.0%	20.2%	21.7%	34.3%	19.7%	0.0%
運輸・通信業	133	0.0%	3.0%	17.3%	30.8%	36.1%	12.0%	0.8%
卸・小売業	152	0.7%	4.6%	14.5%	28.9%	33.6%	16.4%	1.3%
飲食・宿泊業	109	1.8%	9.2%	29.4%	13.8%	29.4%	15.6%	0.9%
サービス業	215	0.5%	3.3%	14.0%	23.3%	42.3%	16.7%	0.0%

表1-2 経営者の年齢（従業者規模別・業種別 回答数）

	回答事業所数	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～	無回答
全 体	1,038	4	44	181	251	377	177	4
【従業者規模別】								
4人以下	309	0	13	41	54	124	76	1
5人～19人	328	1	16	69	78	116	45	3
20人以上	401	3	15	71	119	137	56	0
【業種別】								
製造業	231	0	8	34	58	87	44	0
非製造業計	807	4	36	147	193	290	133	4
建設業	198	0	8	40	43	68	39	0
運輸・通信業	133	0	4	23	41	48	16	1
卸・小売業	152	1	7	22	44	51	25	2
飲食・宿泊業	109	2	10	32	15	32	17	1
サービス業	215	1	7	30	50	91	36	0

(2)情報収集の積極性

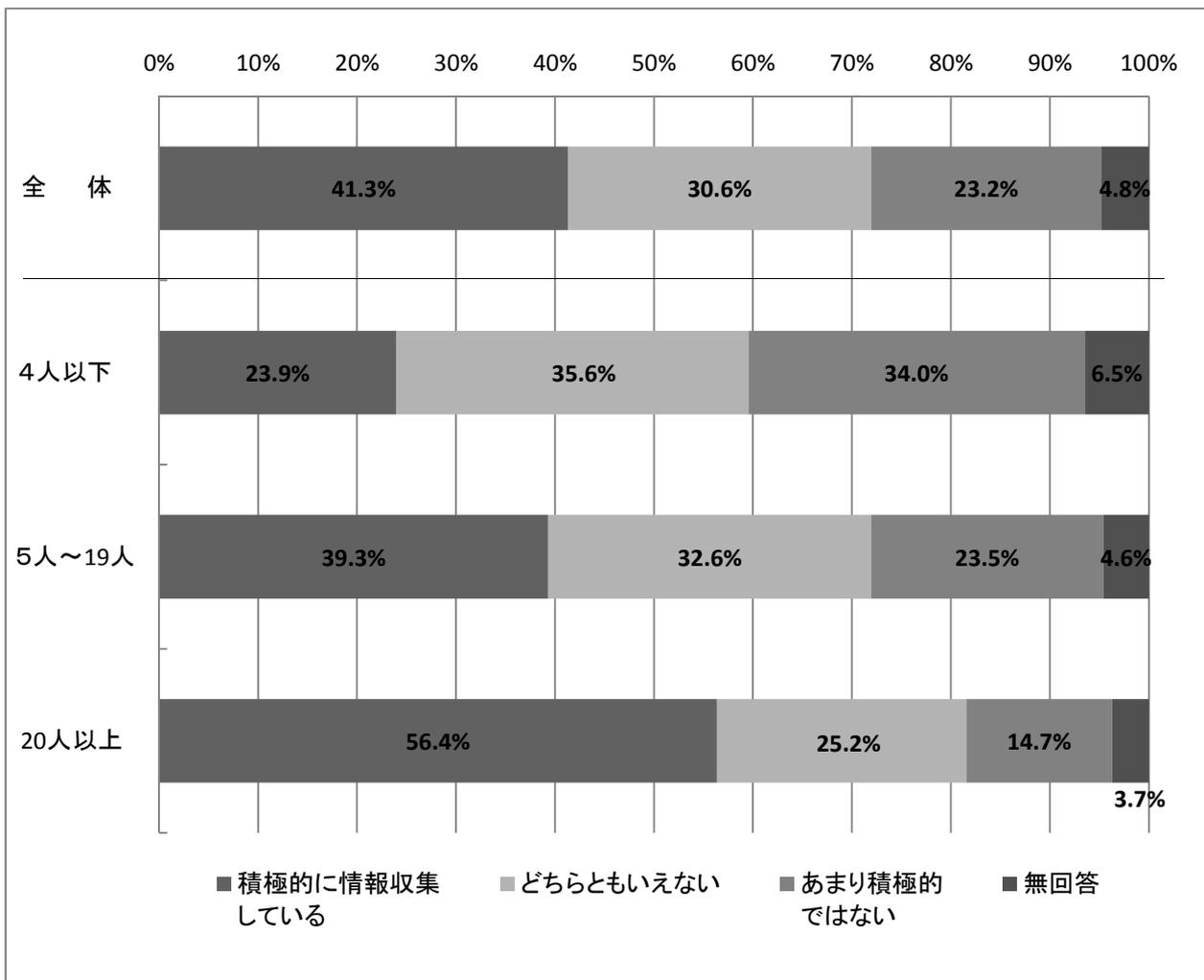
ポイント

- 情報収集の積極性について尋ねたところ、「積極的に情報収集している」が41.3%、「どちらともいえない」が30.6%、「あまり積極的ではない」が23.2%となっている。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が大きいほど「積極的に情報収集している」の割合が高くなっており、『20人以上』では5割を超えている。
- 業種別にみると、『非製造業』は『製造業』に比べて「積極的に情報収集している」の割合が高くなっている。

情報収集の積極性について尋ねたところ、「積極的に情報収集している」の割合が41.3%と最も高く、次いで「どちらともいえない」が30.6%、「あまり積極的ではない」が23.2%となっている。

従業者規模別にみると、「積極的に情報収集している」の割合は『4人以下』では23.9%、『5人～19人』では39.3%、『20人以上』では56.4%と従業者規模が大きいほど割合が高くなっている。

図1-3 情報収集の積極性（従業者規模別 回答割合）



業種別にみると、『非製造業』では「積極的に情報収集している」(42.6%)の割合が、『製造業』(36.8%)よりも高くなっている。

『非製造業』の個別業種についてみると、「積極的に情報収集している」の割合は『卸・小売業』(55.9%)が最も高く、次いで『運輸・通信業』(46.6%)、『建設業』(42.9%)となっている。

図1-4 情報収集の積極性 (業種別 回答割合)

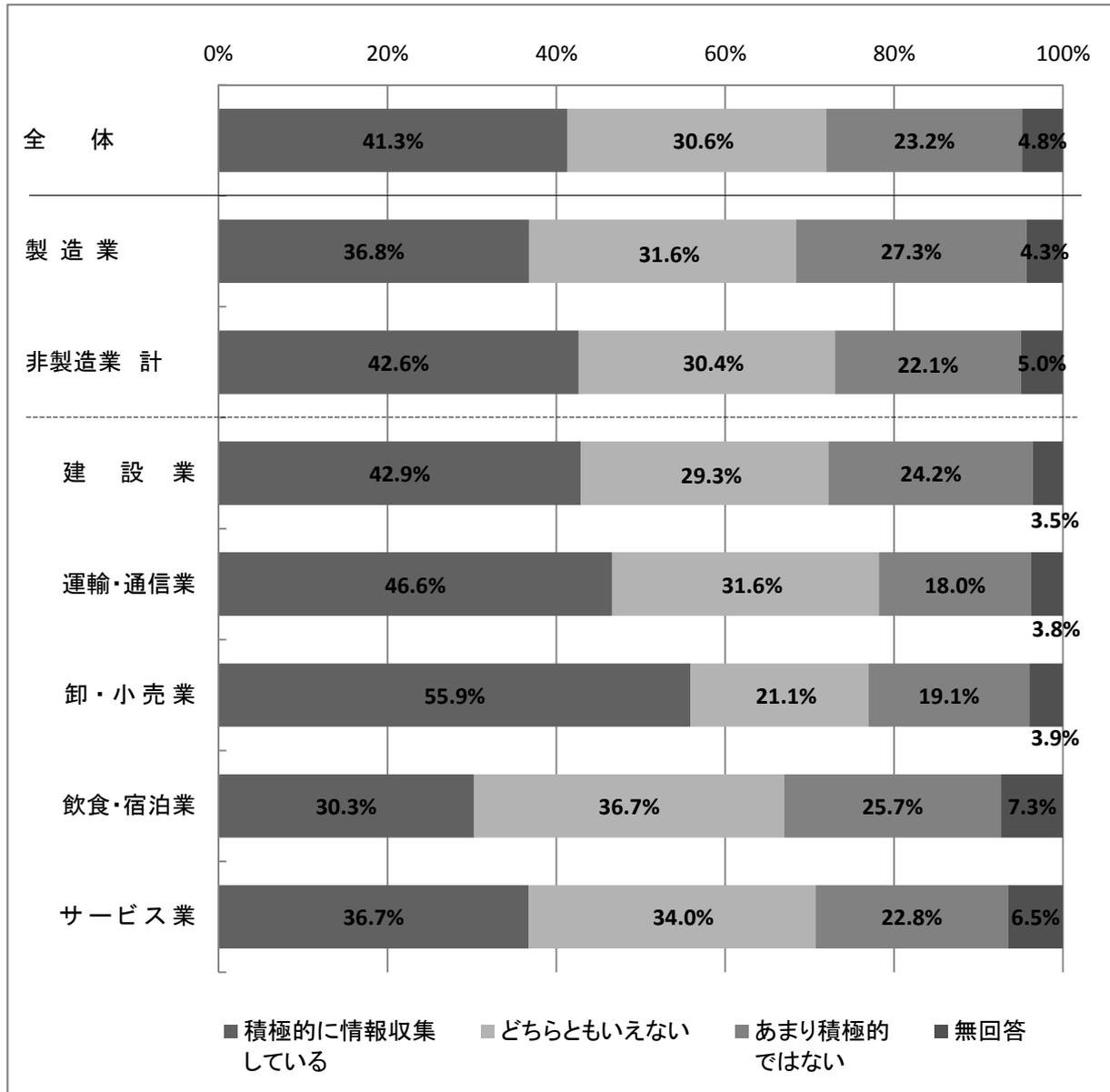


表1-3 情報収集の積極性（従業者規模別・業種別 回答割合）

	回答事業所数	積極的に情報収集している	どちらともいえない	あまり積極的ではない	無回答
全 体	1,038	41.3%	30.6%	23.2%	4.8%
【従業者規模別】					
4人以下	309	23.9%	35.6%	34.0%	6.5%
5人～19人	328	39.3%	32.6%	23.5%	4.6%
20人以上	401	56.4%	25.2%	14.7%	3.7%
【業種別】					
製造業	231	36.8%	31.6%	27.3%	4.3%
非製造業計	807	42.6%	30.4%	22.1%	5.0%
建設業	198	42.9%	29.3%	24.2%	3.5%
運輸・通信業	133	46.6%	31.6%	18.0%	3.8%
卸・小売業	152	55.9%	21.1%	19.1%	3.9%
飲食・宿泊業	109	30.3%	36.7%	25.7%	7.3%
サービス業	215	36.7%	34.0%	22.8%	6.5%

表1-4 情報収集の積極性（従業者規模別・業種別 回答数）

	回答事業所数	積極的に情報収集している	どちらともいえない	あまり積極的ではない	無回答
全 体	1,038	429	318	241	50
【従業者規模別】					
4人以下	309	74	110	105	20
5人～19人	328	129	107	77	15
20人以上	401	226	101	59	15
【業種別】					
製造業	231	85	73	63	10
非製造業計	807	344	245	178	40
建設業	198	85	58	48	7
運輸・通信業	133	62	42	24	5
卸・小売業	152	85	32	29	6
飲食・宿泊業	109	33	40	28	8
サービス業	215	79	73	49	14

2. 経営に役立つ情報の収集について

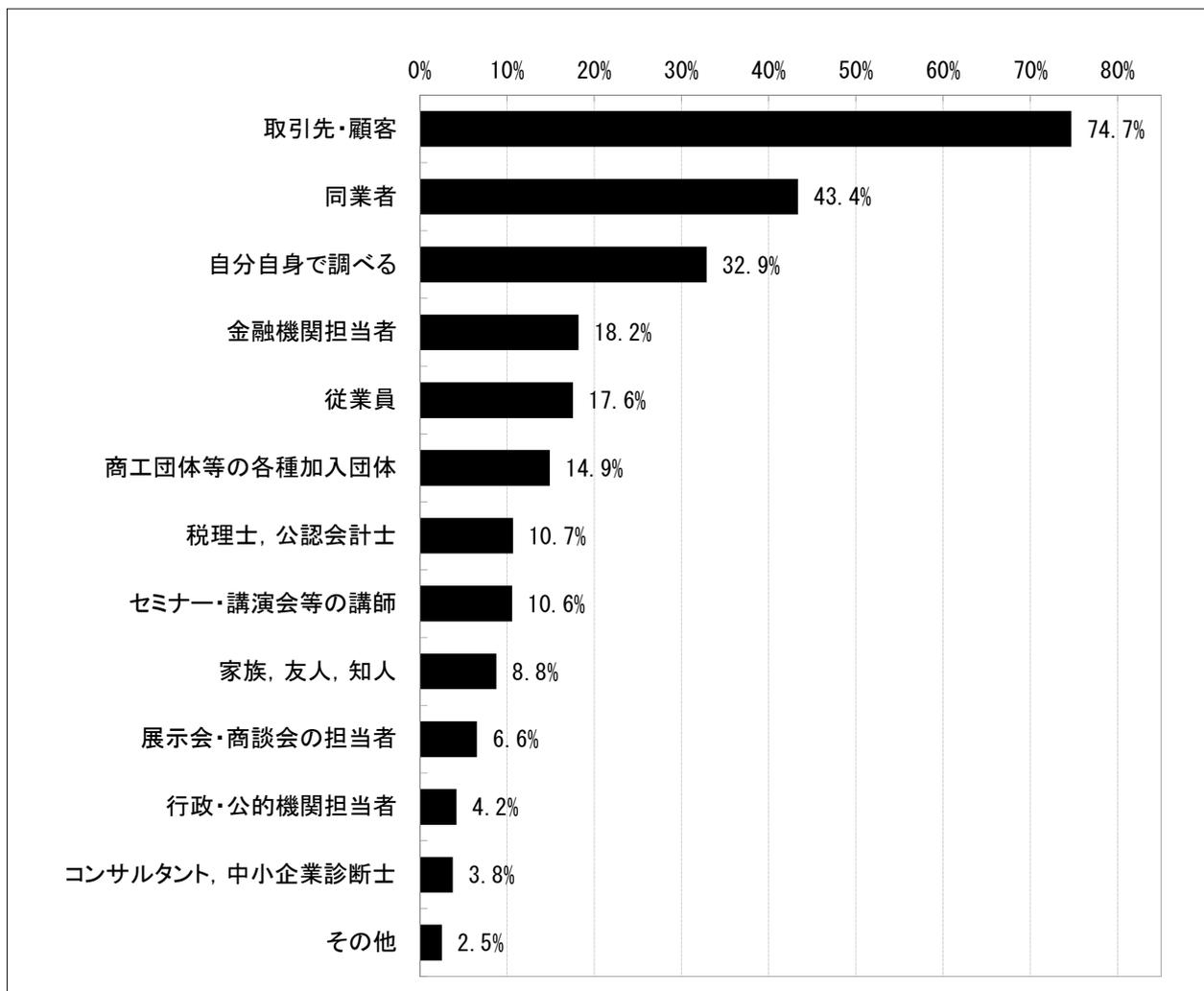
(1) ビジネスに関する情報を誰から得るか

ポイント

- ビジネスに関する情報を誰から得るか（複数回答）について尋ねたところ、「取引先・顧客」が突出して高く、以下「同業者」、「自分自身で調べる」となっている。
- 従業者規模別にみると、全ての従業者規模において「取引先・顧客」が最も高くなっている。
- 業種別にみると、『製造業』、『非製造業』ともに「取引先・顧客」が最も高くなっている。

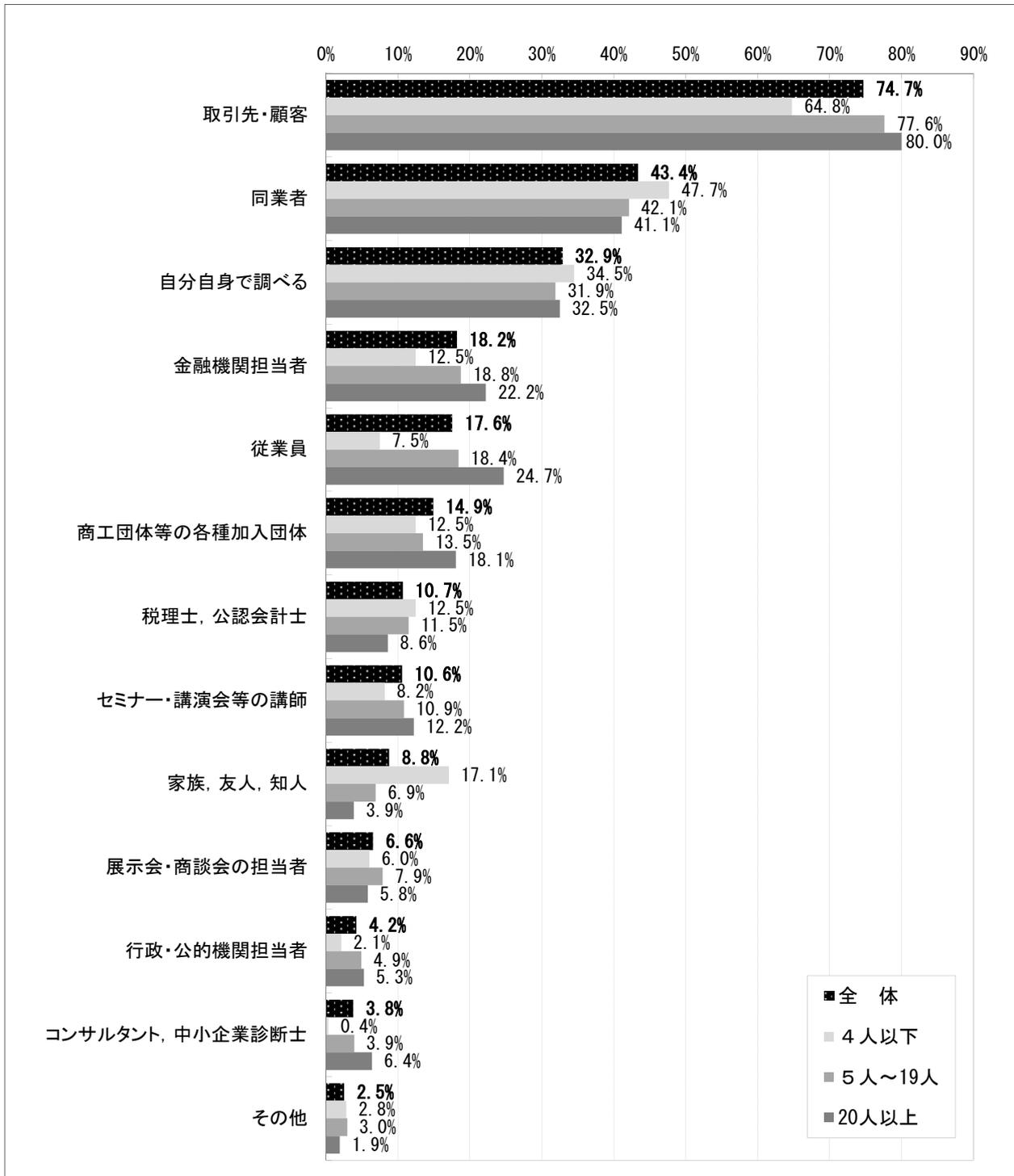
ビジネスに関する情報を誰から得るか（複数回答）を尋ねたところ、「取引先・顧客」が74.7%と最も高く、以下「同業者」（43.4%）、「自分自身で調べる」（32.9%）となっている。

図2-1 ビジネスに関する情報を誰から得るか〈複数回答〉(全体 回答割合[無回答を除く])



従業員規模別にみると、全ての従業員規模において「取引先・顧客」が最も高く、以下「同業者」、「自分自身で調べる」となり、上位3項目は同じ項目となっている。
 「取引先・顧客」の割合は従業員規模が大きくなるほど高くなり、一方、「同業者」の割合は従業員規模が小さくなるほど高くなっている。

図2-2 ビジネスに関する情報を誰から得るか(複数回答)(従業員規模別 回答割合[無回答を除く])



業種別にみると、『製造業』、『非製造業』ともに「取引先・顧客」が最も高く、以下「同業者」、「自分自身で調べる」となり、上位3項目は同じ項目となっている。
「取引先・顧客」では『製造業』が『非製造業』より高く、「同業者」、「自分自身で調べる」では『非製造業』が『製造業』より高くなっている。

図2-3 ビジネスに関する情報を誰から得るか(複数回答)(業種別 回答割合[無回答を除く])

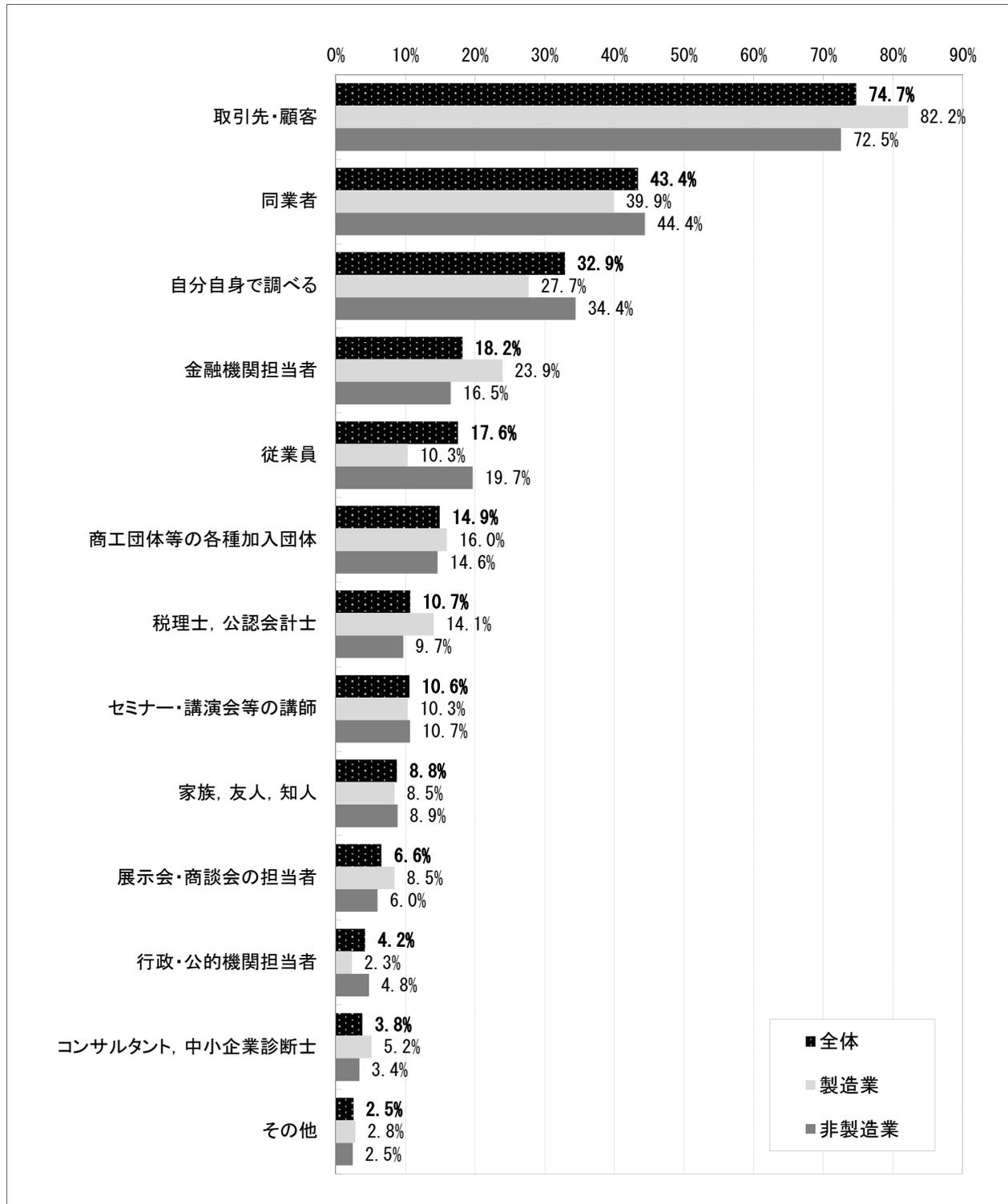


表2-1 ビジネスに関する情報を誰から得るか(複数回答)(従業者規模別・業種別 回答割合[無回答を除く])

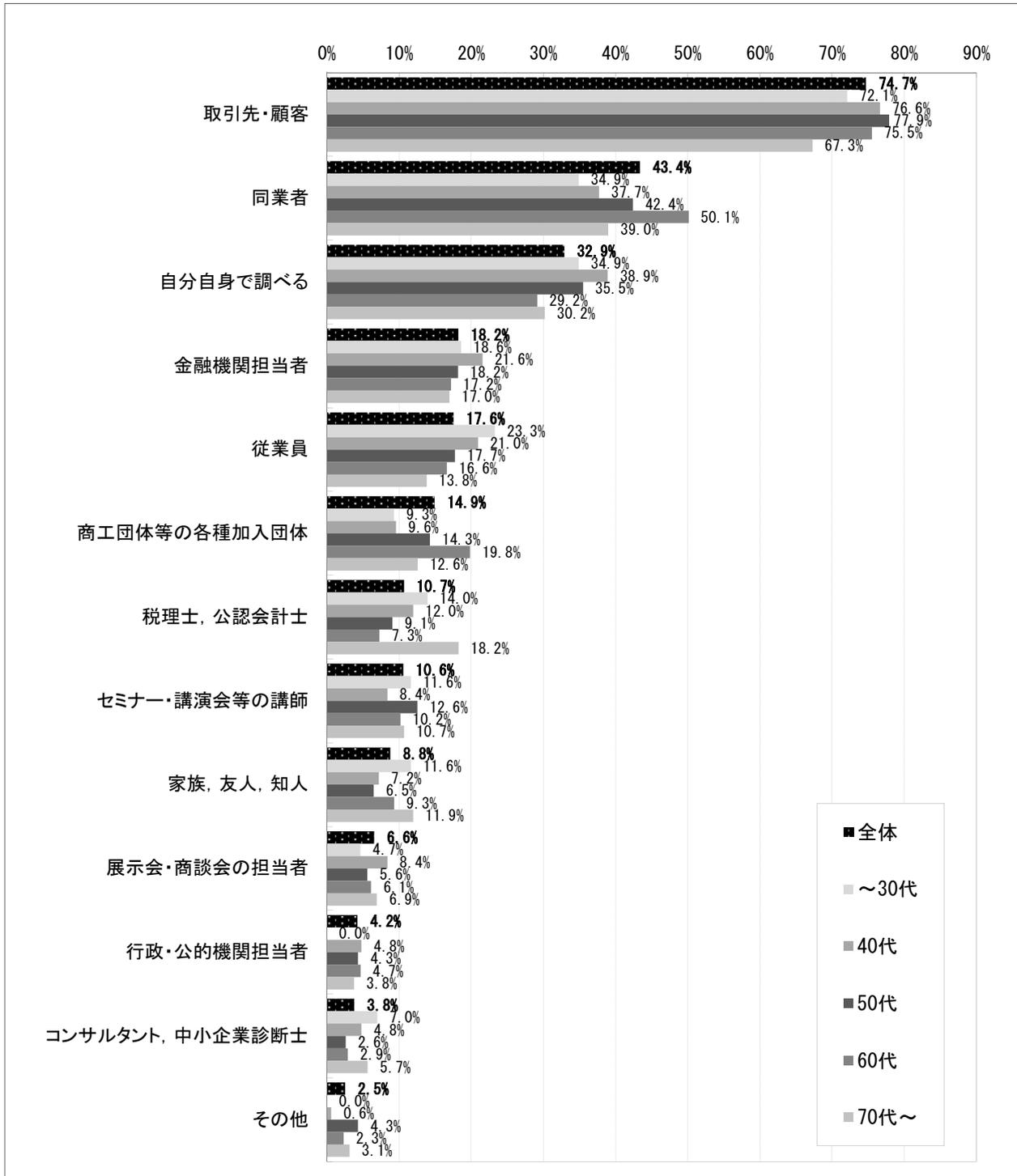
	回答事業所数	取引先・顧客	同業者	自分自身で調べる	金融機関担当者	従業員	商工団体等の各種加入団体	税理士、公認会計士	セミナー・講演会等の講師	家族、友人、知人	展示会・商談会の担当者	行政・公的機関担当者	コンサルタント、中小企業診断士	その他
全体	945	74.7%	43.4%	32.9%	18.2%	17.6%	14.9%	10.7%	10.6%	8.8%	6.6%	4.2%	3.8%	2.5%
【従業者規模別】														
4人以下	281	64.8%	47.7%	34.5%	12.5%	7.5%	12.5%	12.5%	8.2%	17.1%	6.0%	2.1%	0.4%	2.8%
5人～19人	304	77.6%	42.1%	31.9%	18.8%	18.4%	13.5%	11.5%	10.9%	6.9%	7.9%	4.9%	3.9%	3.0%
20人以上	360	80.0%	41.1%	32.5%	22.2%	24.7%	18.1%	8.6%	12.2%	3.9%	5.8%	5.3%	6.4%	1.9%
【業種別】														
製造業	213	82.2%	39.9%	27.7%	23.9%	10.3%	16.0%	14.1%	10.3%	8.5%	8.5%	2.3%	5.2%	2.8%
非製造業計	732	72.5%	44.4%	34.4%	16.5%	19.7%	14.6%	9.7%	10.7%	8.9%	6.0%	4.8%	3.4%	2.5%
建設業	181	74.6%	50.3%	28.2%	25.4%	11.0%	18.8%	10.5%	8.8%	8.8%	5.5%	7.2%	2.2%	1.7%
運輸・通信業	128	78.9%	46.9%	28.9%	7.8%	25.8%	15.6%	5.5%	9.4%	4.7%	0.8%	4.7%	3.9%	2.3%
卸・小売業	139	78.4%	43.2%	35.3%	18.0%	29.5%	9.4%	11.5%	14.4%	8.6%	13.7%	2.9%	5.0%	2.9%
飲食・宿泊業	95	66.3%	32.6%	45.3%	20.0%	16.8%	14.7%	12.6%	5.3%	17.9%	4.2%	0.0%	5.3%	1.1%
サービス業	189	65.1%	43.9%	38.1%	11.1%	18.0%	13.8%	9.0%	13.2%	7.4%	5.3%	6.3%	2.1%	3.7%

表2-2 ビジネスに関する情報を誰から得るか(複数回答)(従業者規模別・業種別 回答数[無回答を除く])

	回答事業所数	取引先・顧客	同業者	自分自身で調べる	金融機関担当者	従業員	商工団体等の各種加入団体	税理士、公認会計士	セミナー・講演会等の講師	家族、友人、知人	展示会・商談会の担当者	行政・公的機関担当者	コンサルタント、中小企業診断士	その他
全体	945	706	410	311	172	166	141	101	100	83	62	40	36	24
【従業者規模別】														
4人以下	281	182	134	97	35	21	35	35	23	48	17	6	1	8
5人～19人	304	236	128	97	57	56	41	35	33	21	24	15	12	9
20人以上	360	288	148	117	80	89	65	31	44	14	21	19	23	7
【業種別】														
製造業	213	175	85	59	51	22	34	30	22	18	18	5	11	6
非製造業計	732	531	325	252	121	144	107	71	78	65	44	35	25	18
建設業	181	135	91	51	46	20	34	19	16	16	10	13	4	3
運輸・通信業	128	101	60	37	10	33	20	7	12	6	1	6	5	3
卸・小売業	139	109	60	49	25	41	13	16	20	12	19	4	7	4
飲食・宿泊業	95	63	31	43	19	16	14	12	5	17	4	0	5	1
サービス業	189	123	83	72	21	34	26	17	25	14	10	12	4	7

経営者の年齢別にみると、『～30代』では、「取引先・顧客」が最も高く、「同業者」と「自分自身で調べる」が同率で2位となっている。『40代』では、「取引先・顧客」が最も高く、以下「自分自身で調べる」、「同業者」となっている。『50代』、『60代』、『70代～』では、いずれも「取引先・顧客」が最も高く、以下「同業者」、「自分自身で調べる」となっている。
 全ての年代で、上位3位までの項目が「取引先・顧客」、「同業者」、「自分自身で調べる」となっている。

図2-4 ビジネスに関する情報を誰から得るか(複数回答)(経営者の年齢別 回答割合[無回答を除く])



情報収集の積極性別にみると、いずれも「取引先・顧客」が最も高く、以下「同業者」、「自分自身で調べる」となり、上位3位項目は同じ項目となっている。

図2-5 ビジネスに関する情報を誰から得るか(複数回答)(情報収集の積極性別 回答割合[無回答を除く])

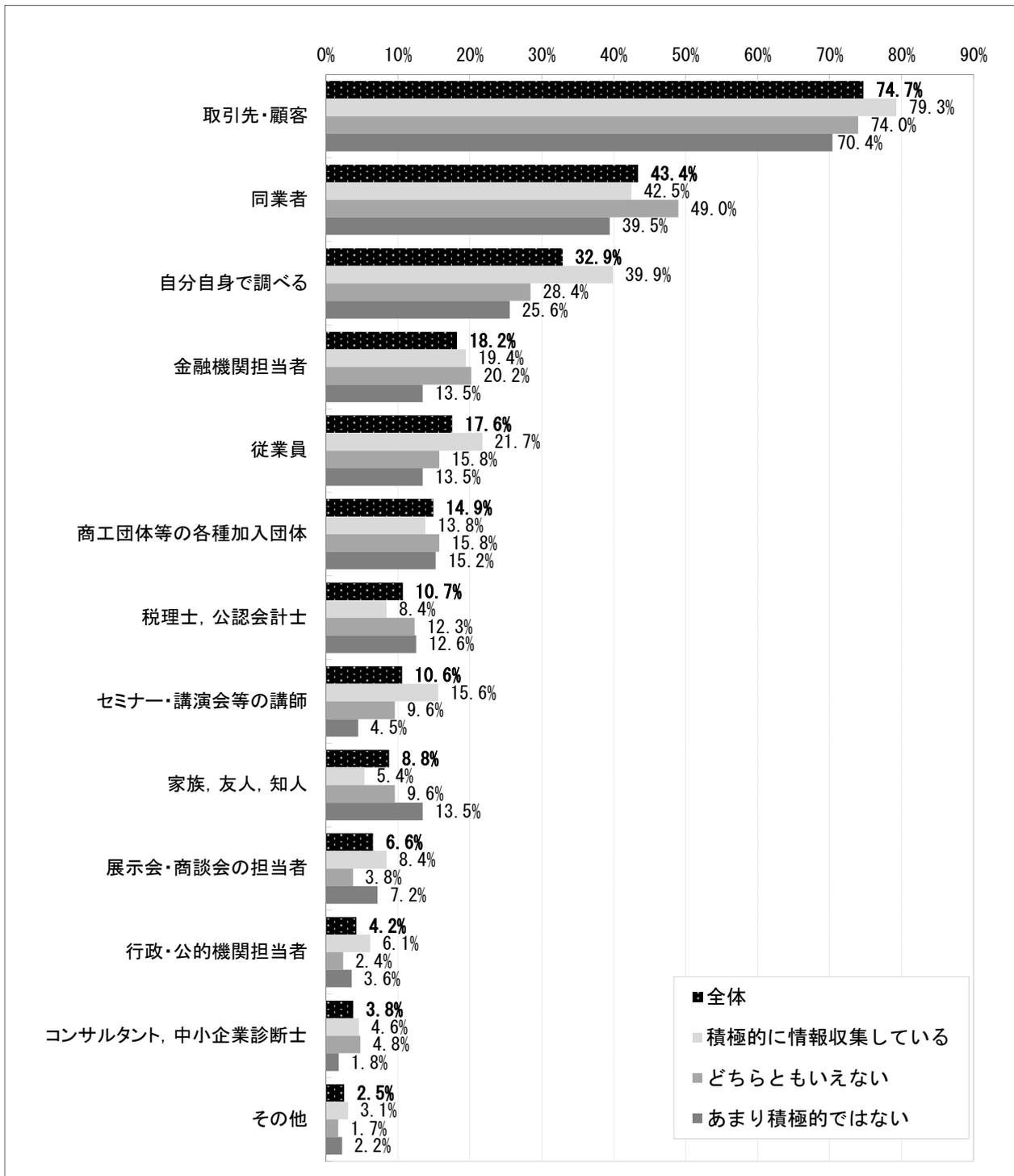


表2-3 ビジネスに関する情報を誰から得るか(複数回答)(経営者の年齢別・情報収集の積極性別 回答割合[無回答を除く])

	回答 事業所数	取引先・ 顧客	同業者	自分自身 で調べる	金融機関 担当者	従業員	商工団体 等の各種 加入団体	税理士、 公認会計 士	セミ ナー・講 演会等の 講師	家族、友 人、知人	展示会・ 商談会 の担当者	行政・公 的機関担 当者	コンサル タント、 中小企業 診断士	その他
全 体	945	74.7%	43.4%	32.9%	18.2%	17.6%	14.9%	10.7%	10.6%	8.8%	6.6%	4.2%	3.8%	2.5%
【経営者の年齢別】														
～30代	43	72.1%	34.9%	34.9%	18.6%	23.3%	9.3%	14.0%	11.6%	11.6%	4.7%	0.0%	7.0%	0.0%
40代	167	76.6%	37.7%	38.9%	21.6%	21.0%	9.6%	12.0%	8.4%	7.2%	8.4%	4.8%	4.8%	0.6%
50代	231	77.9%	42.4%	35.5%	18.2%	17.7%	14.3%	9.1%	12.6%	6.5%	5.6%	4.3%	2.6%	4.3%
60代	343	75.5%	50.1%	29.2%	17.2%	16.6%	19.8%	7.3%	10.2%	9.3%	6.1%	4.7%	2.9%	2.3%
70代～	159	67.3%	39.0%	30.2%	17.0%	13.8%	12.6%	18.2%	10.7%	11.9%	6.9%	3.8%	5.7%	3.1%
【情報収集の積極性別】														
積極的に情報収集している	391	79.3%	42.5%	39.9%	19.4%	21.7%	13.8%	8.4%	15.6%	5.4%	8.4%	6.1%	4.6%	3.1%
どちらともいえない	292	74.0%	49.0%	28.4%	20.2%	15.8%	15.8%	12.3%	9.6%	9.6%	3.8%	2.4%	4.8%	1.7%
あまり積極的ではない	223	70.4%	39.5%	25.6%	13.5%	13.5%	15.2%	12.6%	4.5%	13.5%	7.2%	3.6%	1.8%	2.2%

表2-4 ビジネスに関する情報を誰から得るか(複数回答)(経営者の年齢別・情報収集の積極性別 回答数[無回答を除く])

	回答 事業所数	取引先・ 顧客	同業者	自分自身 で調べる	金融機関 担当者	従業員	商工団体 等の各種 加入団体	税理士、 公認会計 士	セミ ナー・講 演会等の 講師	家族、友 人、知人	展示会・ 商談会 の担当者	行政・公 的機関担 当者	コンサル タント、 中小企業 診断士	その他
全 体	945	706	410	311	172	166	141	101	100	83	62	40	36	24
【経営者の年齢別】														
～30代	43	31	15	15	8	10	4	6	5	5	2	0	3	0
40代	167	128	63	65	36	35	16	20	14	12	14	8	8	1
50代	231	180	98	82	42	41	33	21	29	15	13	10	6	10
60代	343	259	172	100	59	57	68	25	35	32	21	16	10	8
70代～	159	107	62	48	27	22	20	29	17	19	11	6	9	5
【情報収集の積極性別】														
積極的に情報収集している	391	310	166	156	76	85	54	33	61	21	33	24	18	12
どちらともいえない	292	216	143	83	59	46	46	36	28	28	11	7	14	5
あまり積極的ではない	223	157	88	57	30	30	34	28	10	30	16	8	4	5

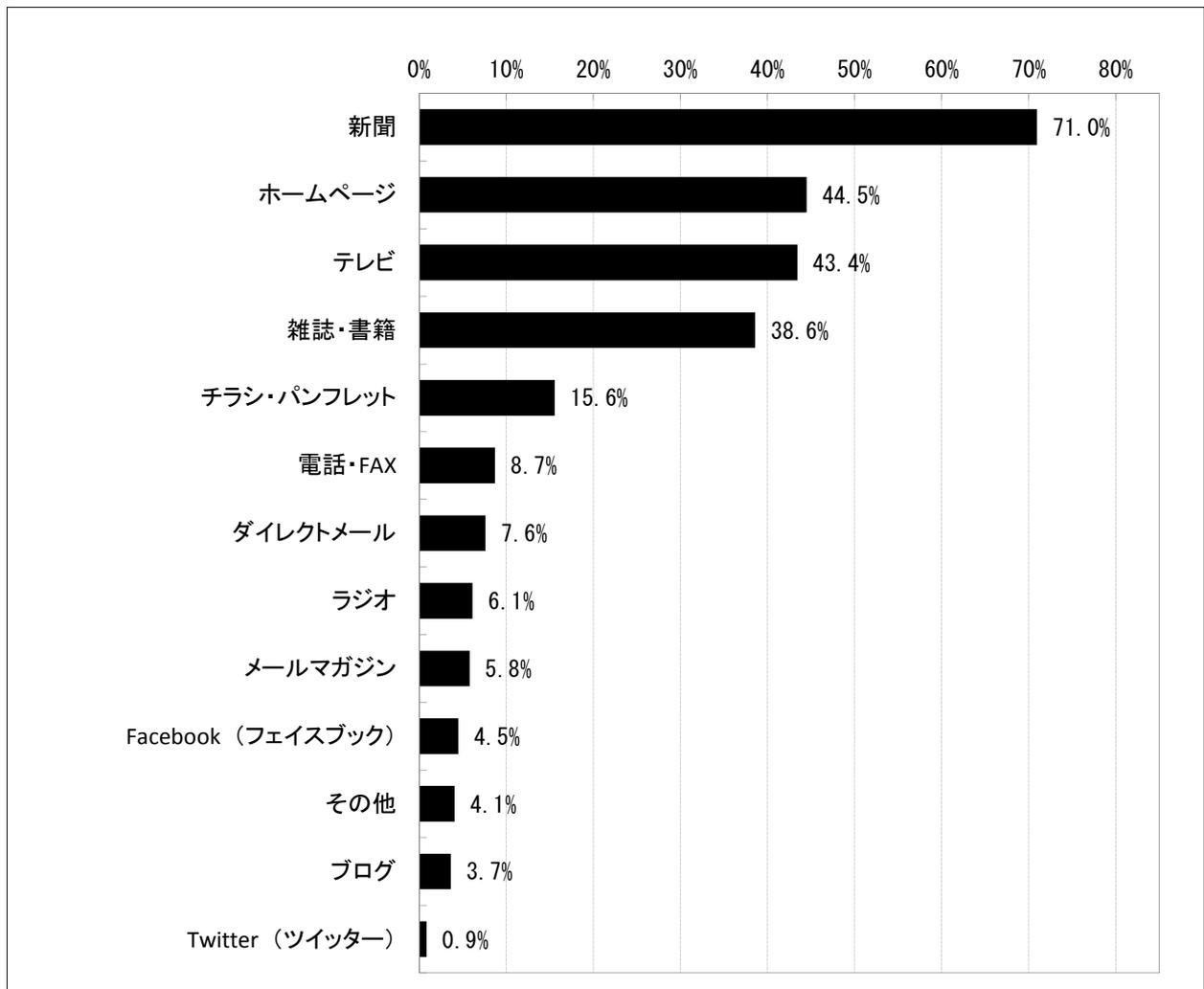
(2)ビジネスに関する情報の入手メディア

ポイント

- ビジネスに関する情報の入手メディア（複数回答）について尋ねたところ、「新聞」が突出して高く、以下「ホームページ」、「テレビ」となっている。
- 従業者規模別にみると、全ての従業者規模において「新聞」が最も高くなっている。
- 業種別にみると、『製造業』で「ホームページ」と「テレビ」が同率2位となっていることを除き、『製造業』、『非製造業』とも上位5項目の順位が全体と同様となっている。

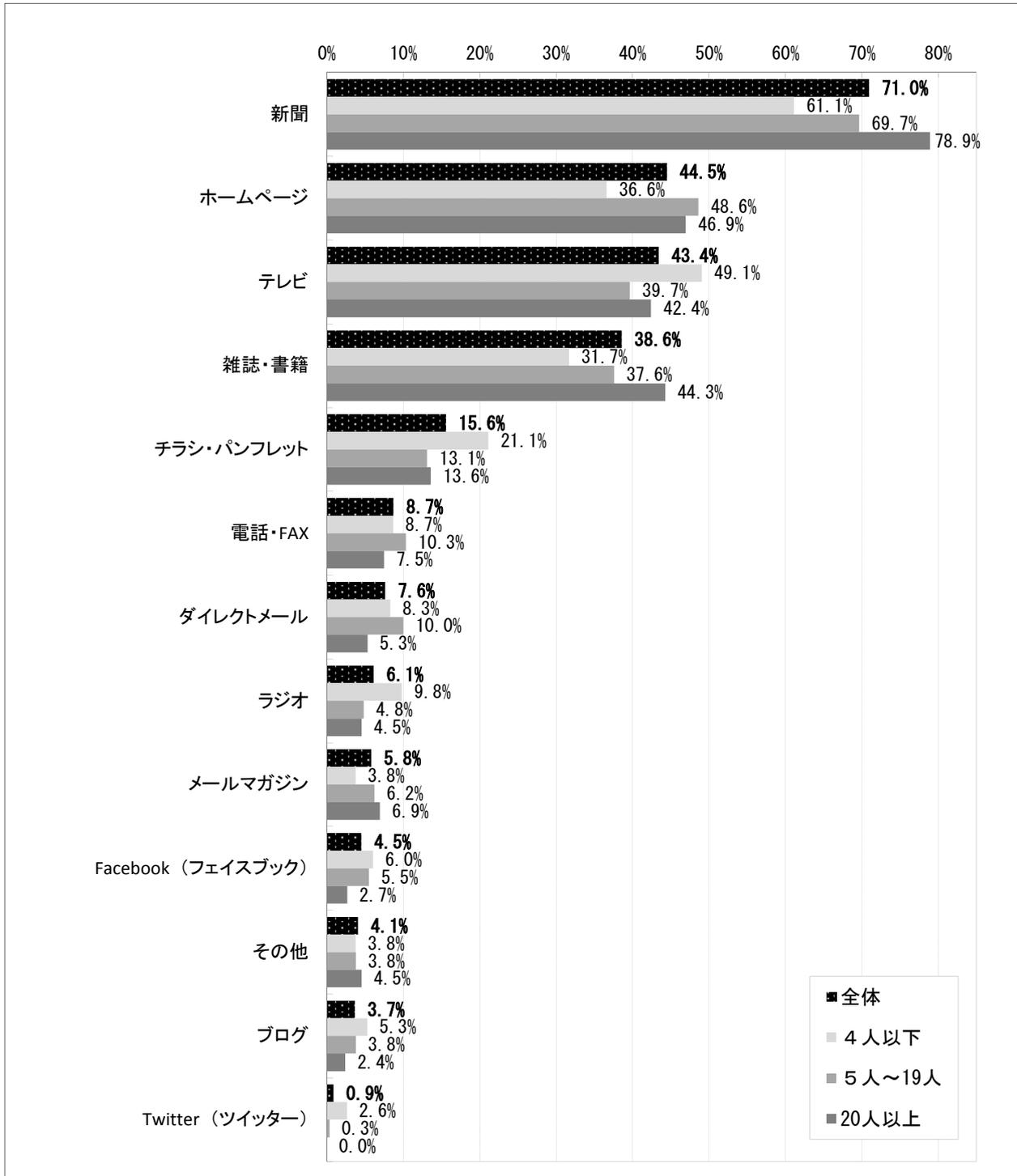
ビジネスに関する情報の入手メディア（複数回答）について尋ねたところ、「新聞」の割合が71.0%と突出して高く、以下「ホームページ」が（44.5%）、「テレビ」が（43.4%）となっている。

図2-6 ビジネスに関する情報の入手メディア〈複数回答〉(全体 回答割合[無回答を除く])



従業者規模別にみると、全ての従業者規模において「新聞」が最も高くなっている。
 2位以下をみると、『4人以下』では「テレビ」が2位、「ホームページ」が3位となっている。『5人～19人』では「ホームページ」が2位、「テレビ」が3位となっている。『20人以上』では「ホームページ」が2位、「雑誌・書籍」が3位となっている。
 「新聞」、「雑誌・書籍」の<紙媒体>の項目割合は、従業者規模が大きくなるほど高くなっている。

図2-7 ビジネスに関する情報の入手メディア<複数回答>(従業者規模別 回答割合[無回答を除く])



業種別にみると、『製造業』で「ホームページ」と「テレビ」が同率2位となっていることを除き、『製造業』，『非製造業』ともに上位5項目の順位が同様となっている。
 「新聞」では『製造業』が『非製造業』より比較的高く，「雑誌・書籍」では『非製造業』が『製造業』よりも比較的高くなっているが，その他項目に大きな違いはみられない。

図2-8 ビジネスに関する情報の入手メディア(複数回答)(業種別 回答割合[無回答を除く])

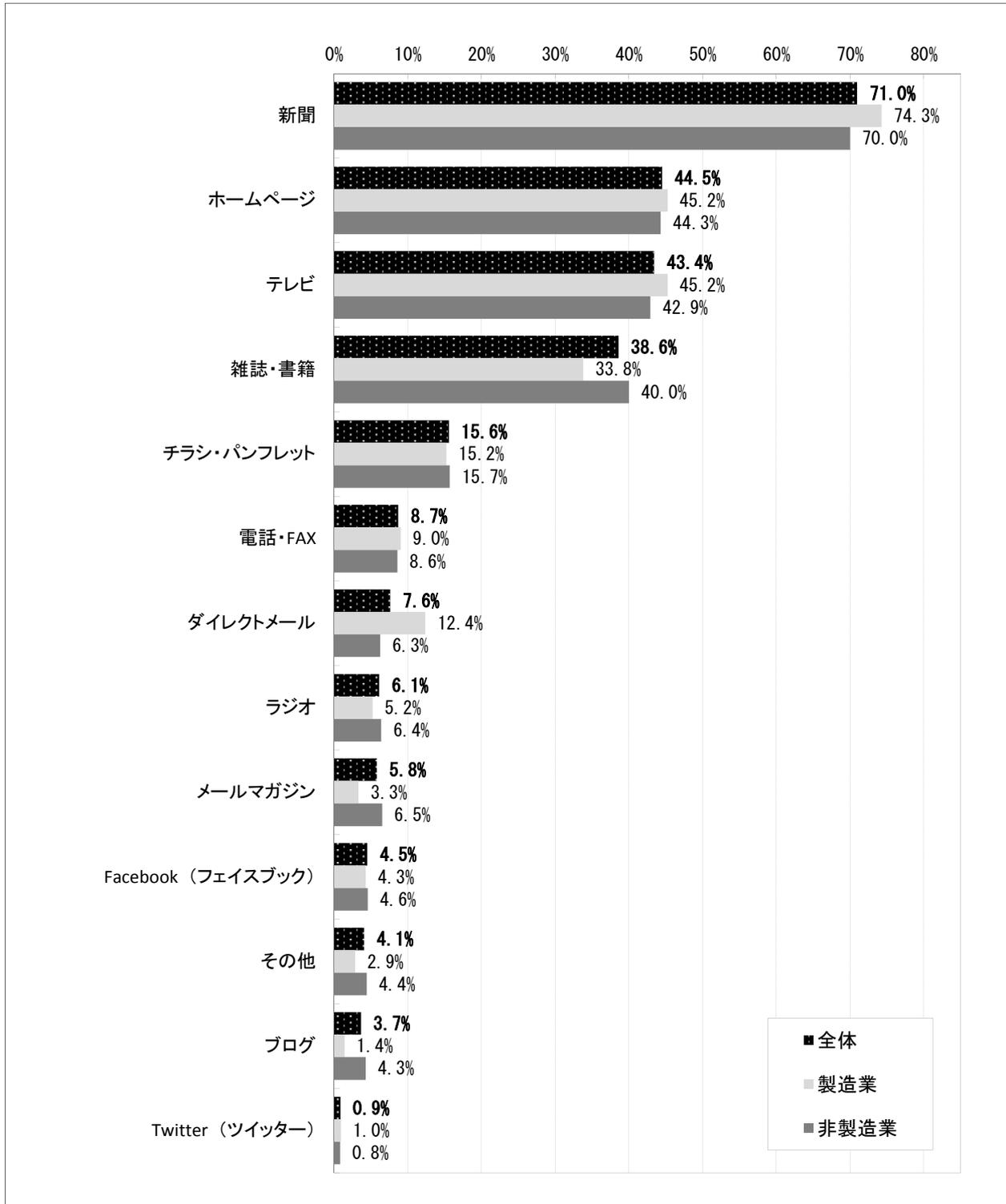


表2-5 ビジネスに関する情報の入手メディア(複数回答)(従業者規模別・業種別 回答割合[無回答を除く])

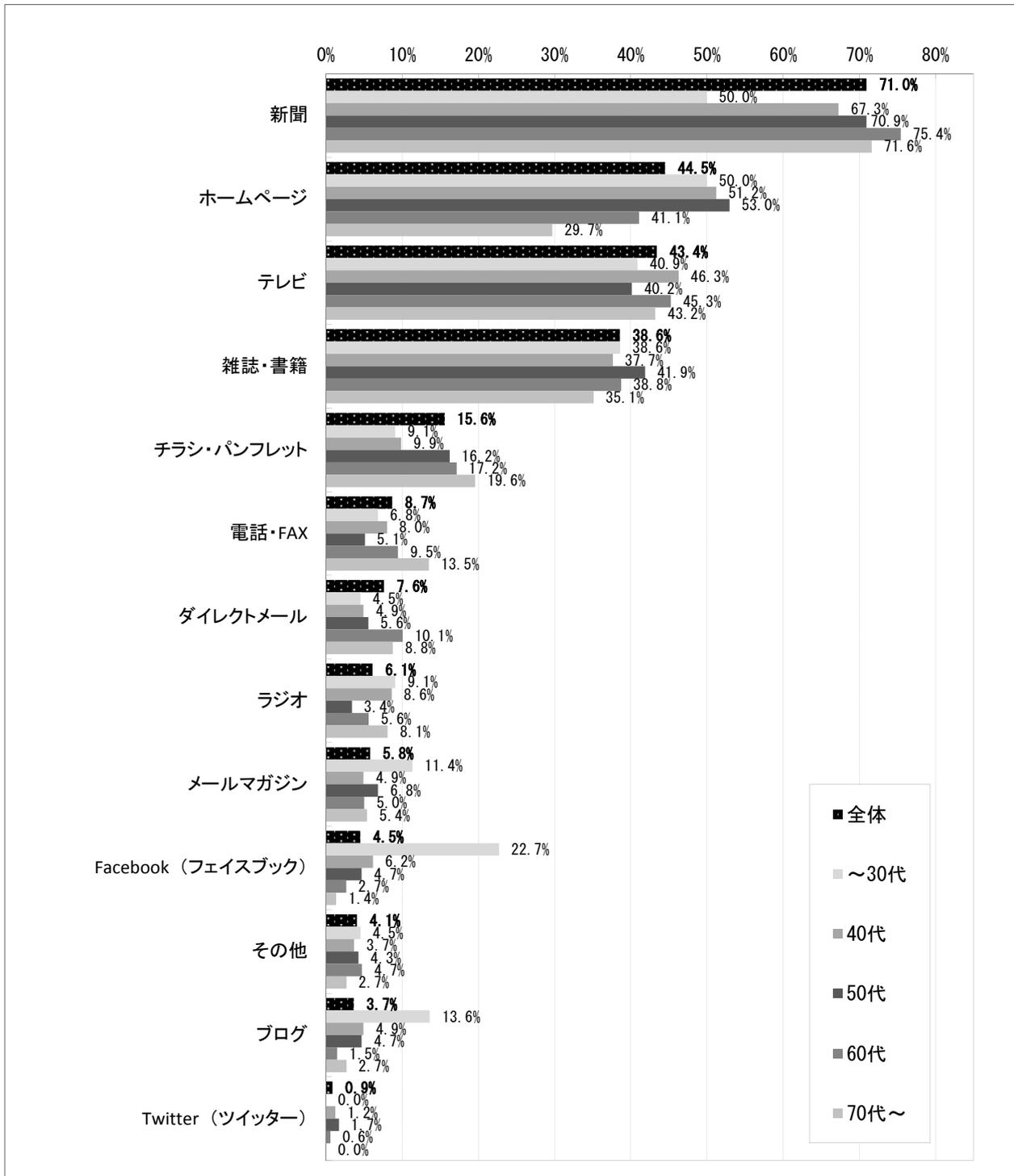
	回答事業所数	新聞	ホームページ	テレビ	雑誌・書籍	チラシ・パンフレット	電話・FAX	ダイレクトメール	ラジオ	メールマガジン	Facebook(フェイスブック)	その他	ブログ	Twitter(ツイッター)	
全体	930	71.0%	44.5%	43.4%	38.6%	15.6%	8.7%	7.6%	6.1%	5.8%	4.5%	4.1%	3.7%	0.9%	
【従業者規模別】															
4人以下	265	61.1%	36.6%	49.1%	31.7%	21.1%	8.7%	8.3%	9.8%	3.8%	6.0%	3.8%	5.3%	2.6%	
5人～19人	290	69.7%	48.6%	39.7%	37.6%	13.1%	10.3%	10.0%	4.8%	6.2%	5.5%	3.8%	3.8%	0.3%	
20人以上	375	78.9%	46.9%	42.4%	44.3%	13.6%	7.5%	5.3%	4.5%	6.9%	2.7%	4.5%	2.4%	0.0%	
【業種別】															
製造業	210	74.3%	45.2%	45.2%	33.8%	15.2%	9.0%	12.4%	5.2%	3.3%	4.3%	2.9%	1.4%	1.0%	
非製造業計	720	70.0%	44.3%	42.9%	40.0%	15.7%	8.6%	6.3%	6.4%	6.5%	4.6%	4.4%	4.3%	0.8%	
建設業	169	68.6%	45.6%	37.9%	35.5%	20.7%	16.0%	8.3%	5.3%	10.1%	3.0%	2.4%	1.8%	0.0%	
運輸・通信業	128	78.9%	46.1%	43.8%	31.3%	8.6%	4.7%	4.7%	8.6%	7.0%	1.6%	4.7%	2.3%	0.8%	
卸・小売業	140	74.3%	46.4%	50.7%	45.7%	14.3%	5.7%	7.1%	5.0%	7.1%	2.9%	6.4%	6.4%	1.4%	
飲食・宿泊業	96	61.5%	35.4%	51.0%	45.8%	21.9%	4.2%	3.1%	10.4%	6.3%	12.5%	1.0%	5.2%	2.1%	
サービス業	187	66.3%	44.9%	36.9%	42.8%	13.9%	9.1%	6.4%	4.8%	2.7%	5.3%	6.4%	5.9%	0.5%	

表2-6 ビジネスに関する情報の入手メディア(複数回答)(従業者規模別・業種別 回答数[無回答を除く])

	回答事業所数	新聞	ホームページ	テレビ	雑誌・書籍	チラシ・パンフレット	電話・FAX	ダイレクトメール	ラジオ	メールマガジン	Facebook(フェイスブック)	その他	ブログ	Twitter(ツイッター)	
全体	930	660	414	404	359	145	81	71	57	54	42	38	34	8	
【従業者規模別】															
4人以下	265	162	97	130	84	56	23	22	26	10	16	10	14	7	
5人～19人	290	202	141	115	109	38	30	29	14	18	16	11	11	1	
20人以上	375	296	176	159	166	51	28	20	17	26	10	17	9	0	
【業種別】															
製造業	210	156	95	95	71	32	19	26	11	7	9	6	3	2	
非製造業計	720	504	319	309	288	113	62	45	46	47	33	32	31	6	
建設業	169	116	77	64	60	35	27	14	9	17	5	4	3	0	
運輸・通信業	128	101	59	56	40	11	6	6	11	9	2	6	3	1	
卸・小売業	140	104	65	71	64	20	8	10	7	10	4	9	9	2	
飲食・宿泊業	96	59	34	49	44	21	4	3	10	6	12	1	5	2	
サービス業	187	124	84	69	80	26	17	12	9	5	10	12	11	1	

経営者の年齢別にみると、全ての年代で「新聞」が最も高くなっている（『～30代』は「ホームページ」と同率）。「ホームページ」は『50代』以下の各年代で5割超と比較的高くなり、さらに、「Facebook（フェイスブック）」、「ブログ」の＜WEBを介したメディア＞の割合は、年代が若くなるほど高くなって、『～30代』では突出している。

図2-9 ビジネスに関する情報の入手メディア(複数回答)(経営者の年齢別 回答割合[無回答を除く])



情報収集の積極性別にみると、『積極的に情報収集している』では「新聞」の割合が72.8%で1位、「ホームページ」が53.5%で2位、「雑誌・書籍」が45.8%で3位となっている。『あまり積極的ではない』では「新聞」が67.8%で1位、「テレビ」が47.9%で2位、「雑誌・書籍」が32.7%で3位となっている。

『積極的に情報収集している』では、「ホームページ」や「雑誌・書籍」などの<自発的な情報収集としてのメディア>の割合が比較的高くなっている。

図2-10 ビジネスに関する情報の入手メディア(複数回答)(情報収集の積極性別 回答割合[無回答を除く])

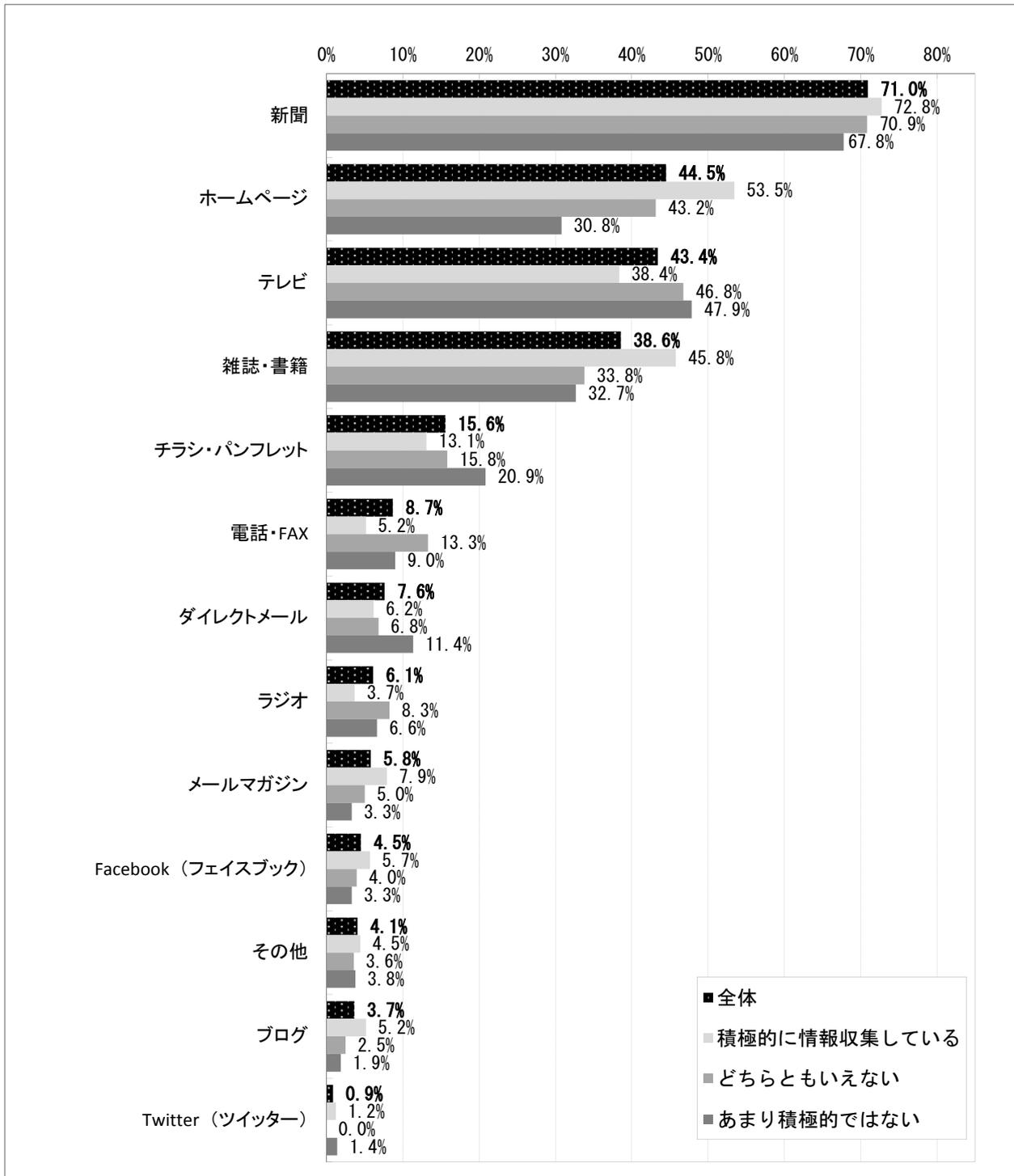


表2-7 ビジネスに関する情報の入手メディア(複数回答)(経営者の年齢別 回答割合[無回答を除く])

	回答 事業所数	新聞	ホーム ページ	テレビ	雑誌・書 籍	チラシ・ パンフ レット	電話・ FAX	ダイレク トメール	ラジオ	メールマ ガジン	Facebook (フェイ スブック)	その他	ブログ	Twitter (ツイッ ター)
全 体	930	71.0%	44.5%	43.4%	38.6%	15.6%	8.7%	7.6%	6.1%	5.8%	4.5%	4.1%	3.7%	0.9%
【経営者の年齢別】														
～30代	44	50.0%	50.0%	40.9%	38.6%	9.1%	6.8%	4.5%	9.1%	11.4%	22.7%	4.5%	13.6%	0.0%
40代	162	67.3%	51.2%	46.3%	37.7%	9.9%	8.0%	4.9%	8.6%	4.9%	6.2%	3.7%	4.9%	1.2%
50代	234	70.9%	53.0%	40.2%	41.9%	16.2%	5.1%	5.6%	3.4%	6.8%	4.7%	4.3%	4.7%	1.7%
60代	338	75.4%	41.1%	45.3%	38.8%	17.2%	9.5%	10.1%	5.6%	5.0%	2.7%	4.7%	1.5%	0.6%
70代～	148	71.6%	29.7%	43.2%	35.1%	19.6%	13.5%	8.8%	8.1%	5.4%	1.4%	2.7%	2.7%	0.0%
【情報収集の積極性別】														
積極的に情報収集している	404	72.8%	53.5%	38.4%	45.8%	13.1%	5.2%	6.2%	3.7%	7.9%	5.7%	4.5%	5.2%	1.2%
どちらともいえない	278	70.9%	43.2%	46.8%	33.8%	15.8%	13.3%	6.8%	8.3%	5.0%	4.0%	3.6%	2.5%	0.0%
あまり積極的ではない	211	67.8%	30.8%	47.9%	32.7%	20.9%	9.0%	11.4%	6.6%	3.3%	3.3%	3.8%	1.9%	1.4%

表2-8 ビジネスに関する情報の入手メディア(複数回答)(経営者の年齢別 回答割合[無回答を除く])

	回答 事業所数	新聞	ホーム ページ	テレビ	雑誌・書 籍	チラシ・ パンフ レット	電話・ FAX	ダイレク トメール	ラジオ	メールマ ガジン	Facebook (フェイ スブック)	その他	ブログ	Twitter (ツイッ ター)
全 体	930	660	414	404	359	145	81	71	57	54	42	38	34	8
【経営者の年齢別】														
～30代	44	22	22	18	17	4	3	2	4	5	10	2	6	0
40代	162	109	83	75	61	16	13	8	14	8	10	6	8	2
50代	234	166	124	94	98	38	12	13	8	16	11	10	11	4
60代	338	255	139	153	131	58	32	34	19	17	9	16	5	2
70代～	148	106	44	64	52	29	20	13	12	8	2	4	4	0
【情報収集の積極性別】														
積極的に情報収集している	404	294	216	155	185	53	21	25	15	32	23	18	21	5
どちらともいえない	278	197	120	130	94	44	37	19	23	14	11	10	7	0
あまり積極的ではない	211	143	65	101	69	44	19	24	14	7	7	8	4	3

3. 支援施策情報の収集について

(1) 市や国・県などの公的機関の支援の活用有無

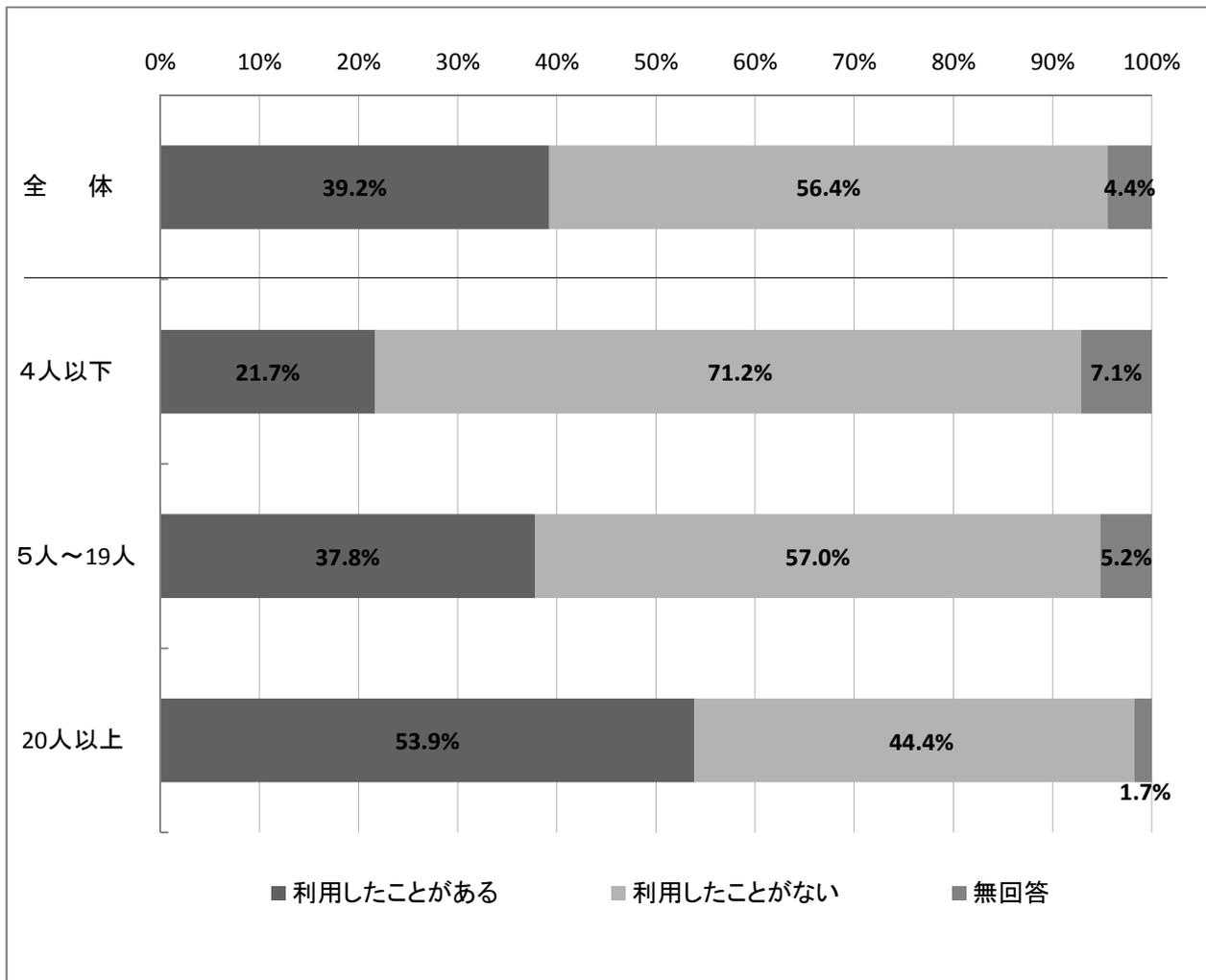
ポイント

- 市や国・県などの公的機関の支援の活用有無について尋ねたところ、「利用したことがある」が39.2%、「利用したことがない」が56.4%となっている。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が大きいほど「利用したことがある」の割合が高くなっており、『20人以上』では5割を超えた。
- 業種別にみると、「利用したことがある」の割合は『製造業』では55.4%、『非製造業』では34.6%となっている。

市や国・県などの公的機関の支援の活用有無について尋ねたところ、「利用したことがある」の割合が39.2%、「利用したことがない」の割合が56.4%となり、「利用したことがない」方が多くなっている。

従業者規模別にみると、「利用したことがある」の割合は『4人以下』では21.7%、『5人～19人』では37.8%、『20人以上』では53.9%と、従業者規模が大きくなるほど割合が高くなっている。

図3-1 市や国・県などの公的機関の支援の活用有無（従業者規模別 回答割合）



業種別にみると、「利用したことがある」の割合は『製造業』では55.4%、『非製造業』では34.6%となっている。

『非製造業』の個別業種についてみると、「利用したことがある」の割合は『建設業』で40.9%と最も高く、次いで『運輸・通信業』(38.3%)、『卸・小売業』(33.6%)となっている。また、『飲食・宿泊業』では22.0%と特に低くなっている。

図3-2 市や国・県などの公的機関の支援の活用有無（業種別 回答割合）

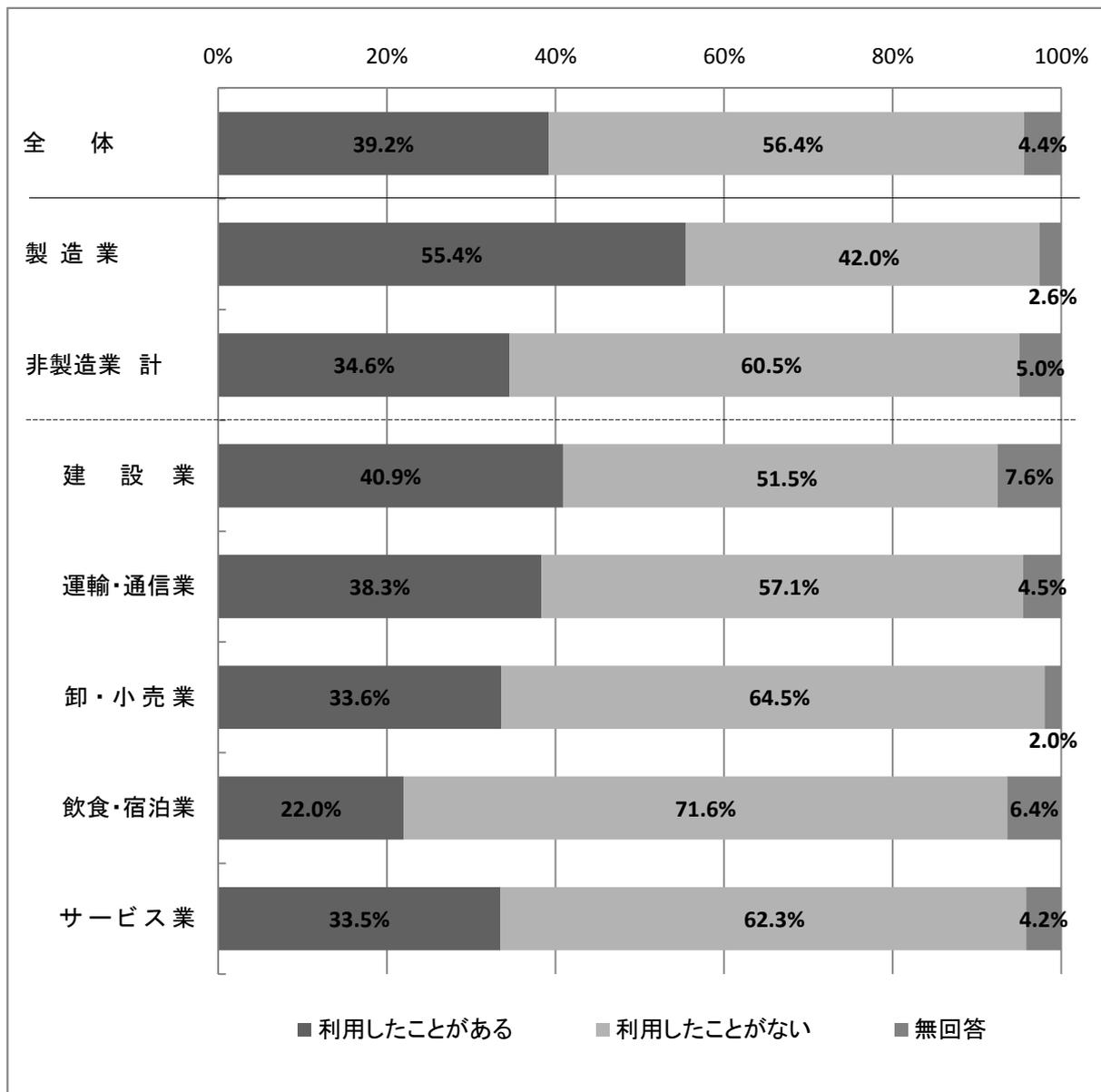


表3-1 市や国・県などの公的機関の支援の活用有無（従業者規模別・業種別 回答割合）

	回答事業所数	利用したことがある	利用したことがない	無回答
全 体	1,038	39.2%	56.4%	4.4%
【従業者規模別】				
4人以下	309	21.7%	71.2%	7.1%
5人～19人	328	37.8%	57.0%	5.2%
20人以上	401	53.9%	44.4%	1.7%
【業種別】				
製造業	231	55.4%	42.0%	2.6%
非製造業計	807	34.6%	60.5%	5.0%
建設業	198	40.9%	51.5%	7.6%
運輸・通信業	133	38.3%	57.1%	4.5%
卸・小売業	152	33.6%	64.5%	2.0%
飲食・宿泊業	109	22.0%	71.6%	6.4%
サービス業	215	33.5%	62.3%	4.2%

表3-2 市や国・県などの公的機関の支援の活用有無（従業者規模別・業種別 回答数）

	回答事業所数	利用したことがある	利用したことがない	無回答
全 体	1,038	407	585	46
【従業者規模別】				
4人以下	309	67	220	22
5人～19人	328	124	187	17
20人以上	401	216	178	7
【業種別】				
製造業	231	128	97	6
非製造業計	807	279	488	40
建設業	198	81	102	15
運輸・通信業	133	51	76	6
卸・小売業	152	51	98	3
飲食・宿泊業	109	24	78	7
サービス業	215	72	134	9

(2) 公的機関の支援を初めて知ったきっかけ

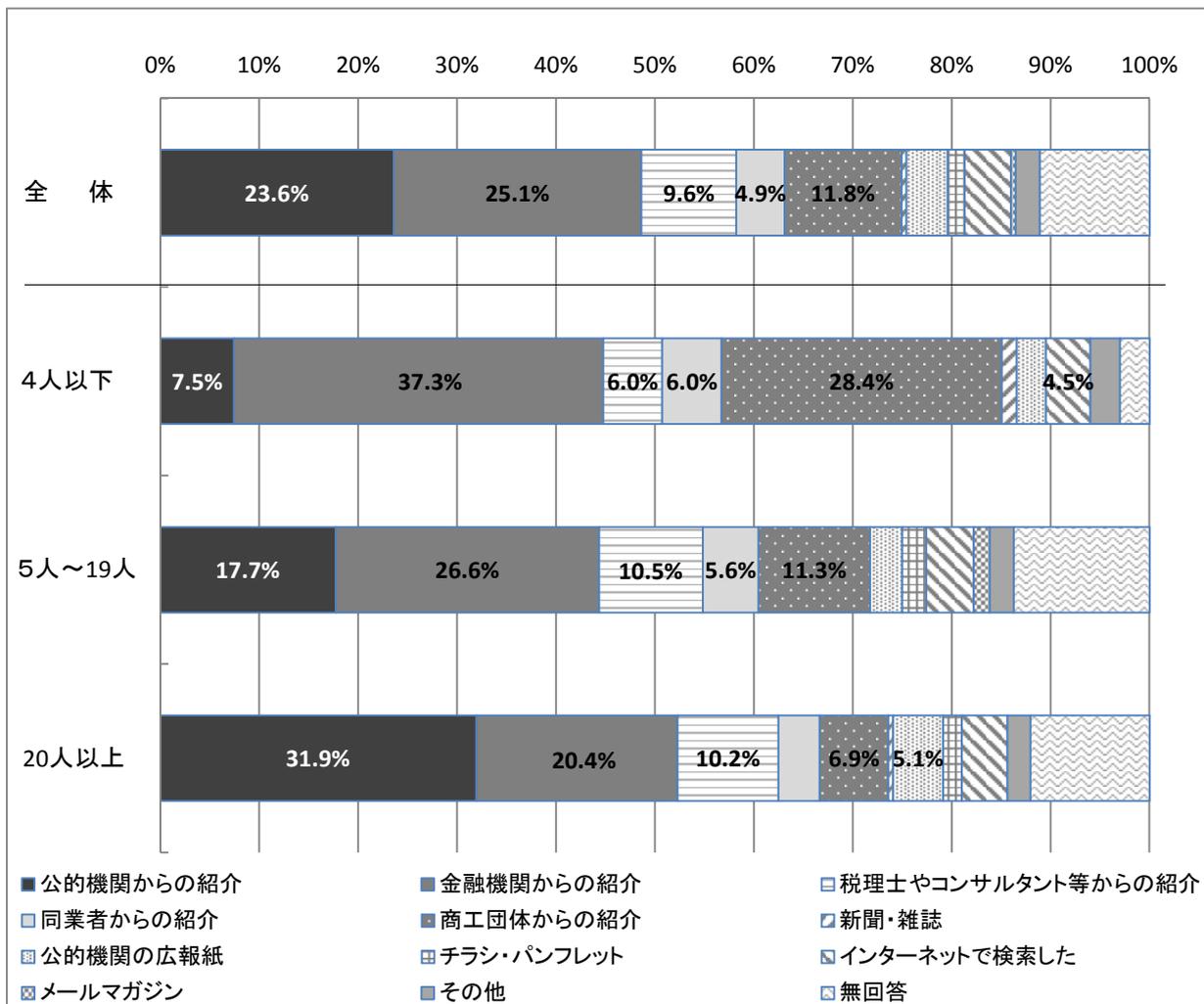
ポイント

- 公的機関の支援を初めて知ったきっかけについて尋ねたところ、「金融機関からの紹介」が25.1%と最も高く、次いで「公的機関からの紹介」が23.6%、「商工団体からの紹介」が11.8%となっている。
- 従業者規模別にみると、「金融機関からの紹介」、「商工団体からの紹介」の割合は従業者規模が小さいほど高くなっており、一方、「公的機関からの紹介」の割合は従業者規模が大きいほど高くなってきている。
- 業種別にみると、「金融機関からの紹介」の割合は、『製造業』（35.2%）が『非製造業』（20.4%）より大きくなってきている。

「3.(1) 公的機関の支援の活用有無」において「利用したことがある」と回答した事業所407社に対し、公的機関の支援を初めて知ったきっかけを尋ねたところ、「金融機関からの紹介」の割合が25.1%と最も高く、次いで「公的機関からの紹介」（23.6%）、「商工団体からの紹介」（11.8%）となっている。

従業者規模別にみると、「金融機関からの紹介」の割合は、『4人以下』では37.3%、『5人～19人』では26.6%、『20人以上』では20.4%となり、「商工団体からの紹介」の割合は、『4人以下』では28.4%、『5人～19人』では11.3%、『20人以上』では6.9%となって、いずれも従業者規模が小さいほど高くなっている。一方、「公的機関からの紹介」の割合は、『4人以下』では7.5%、『5人～19人』では17.7%、『20人以上』では31.9%となり、従業者規模が大きいほど高くなっている。

図3-3 公的機関の支援を初めて知ったきっかけ（従業者規模別 回答割合）



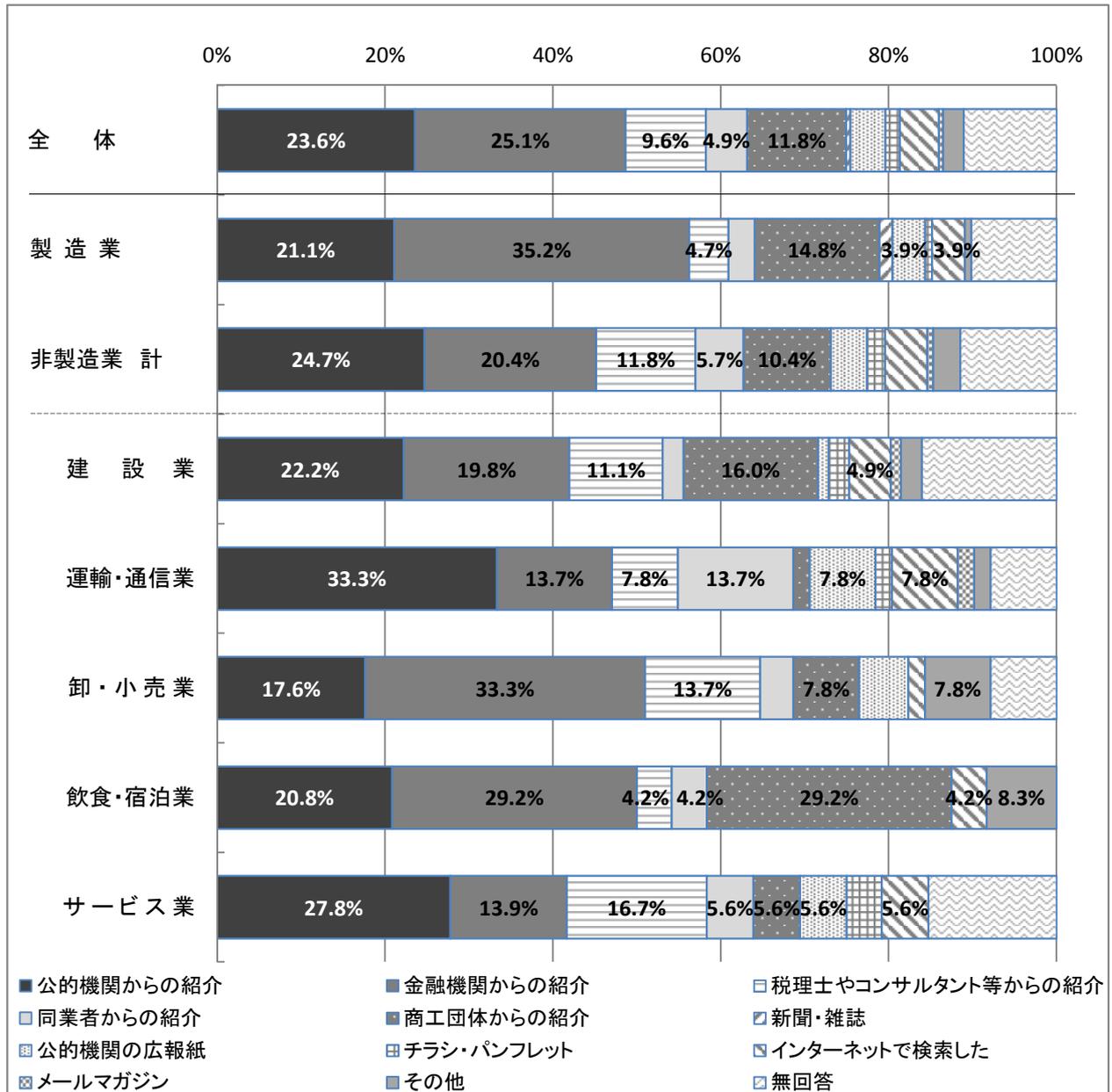
※割合の数値表示は、上位5位までの項目のみとしている。

「SNS（フェイスブックなど）」の選択肢に対する回答はなかったため、グラフ中には表示していない。

『製造業』と『非製造業』では、「金融機関からの紹介」の割合は、『製造業』(35.2%)が『非製造業』(20.4%)より大きくなっている。

『非製造業』の個別業種についてみると、「金融機関からの紹介」の割合は『卸・小売業』で33.3%と最も高く、次いで『飲食・宿泊業』(29.2%)となっている。「公的機関からの紹介」の割合は、『運輸・通信業』で33.3%と最も高く、次いで『サービス業』(27.8%)となっている。

図3-4 公的機関の支援を初めて知ったきっかけ (業種別 回答割合)



※割合の数値表示は、上位5位までの項目のみとしている。

「SNS(フェイスブックなど)」の選択肢に対する回答はなかったため、グラフ中には表示していない。

表3-3 公的機関の支援を初めて知ったきっかけ（従業者規模別・業種別 回答割合）

	回答事業所数	公的機関からの紹介	金融機関からの紹介	税理士やコンサルタント等からの紹介	同業者からの紹介	商工団体からの紹介	新聞・雑誌	公的機関の広報紙	チラシ・パンフレット	インターネットで検索した	メールマガジン	SNS（フェイスブックなど）	その他	無回答
全体	407	23.6%	25.1%	9.6%	4.9%	11.8%	0.5%	4.2%	1.7%	4.7%	0.5%	0.0%	2.5%	11.1%
【従業者規模別】														
4人以下	67	7.5%	37.3%	6.0%	6.0%	28.4%	1.5%	3.0%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	3.0%	3.0%
5人～19人	124	17.7%	26.6%	10.5%	5.6%	11.3%	0.0%	3.2%	2.4%	4.8%	1.6%	0.0%	2.4%	13.7%
20人以上	216	31.9%	20.4%	10.2%	4.2%	6.9%	0.5%	5.1%	1.9%	4.6%	0.0%	0.0%	2.3%	12.0%
【業種別】														
製造業	128	21.1%	35.2%	4.7%	3.1%	14.8%	1.6%	3.9%	0.8%	3.9%	0.0%	0.0%	0.8%	10.2%
非製造業計	279	24.7%	20.4%	11.8%	5.7%	10.4%	0.0%	4.3%	2.2%	5.0%	0.7%	0.0%	3.2%	11.5%
建設業	81	22.2%	19.8%	11.1%	2.5%	16.0%	0.0%	1.2%	2.5%	4.9%	1.2%	0.0%	2.5%	16.0%
運輸・通信業	51	33.3%	13.7%	7.8%	13.7%	2.0%	0.0%	7.8%	2.0%	7.8%	2.0%	0.0%	2.0%	7.8%
卸・小売業	51	17.6%	33.3%	13.7%	3.9%	7.8%	0.0%	5.9%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%	7.8%	7.8%
飲食・宿泊業	24	20.8%	29.2%	4.2%	4.2%	29.2%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%
サービス業	72	27.8%	13.9%	16.7%	5.6%	5.6%	0.0%	5.6%	4.2%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	15.3%

表3-4 公的機関の支援を初めて知ったきっかけ（従業者規模別・業種別 回答数）

	回答事業所数	公的機関からの紹介	金融機関からの紹介	税理士やコンサルタント等からの紹介	同業者からの紹介	商工団体からの紹介	新聞・雑誌	公的機関の広報紙	チラシ・パンフレット	インターネットで検索した	メールマガジン	SNS（フェイスブックなど）	その他	無回答
全体	407	96	102	39	20	48	2	17	7	19	2	0	10	45
【従業者規模別】														
4人以下	67	5	25	4	4	19	1	2	0	3	0	0	2	2
5人～19人	124	22	33	13	7	14	0	4	3	6	2	0	3	17
20人以上	216	69	44	22	9	15	1	11	4	10	0	0	5	26
【業種別】														
製造業	128	27	45	6	4	19	2	5	1	5	0	0	1	13
非製造業計	279	69	57	33	16	29	0	12	6	14	2	0	9	32
建設業	81	18	16	9	2	13	0	1	2	4	1	0	2	13
運輸・通信業	51	17	7	4	7	1	0	4	1	4	1	0	1	4
卸・小売業	51	9	17	7	2	4	0	3	0	1	0	0	4	4
飲食・宿泊業	24	5	7	1	1	7	0	0	0	1	0	0	2	0
サービス業	72	20	10	12	4	4	0	4	3	4	0	0	0	11

(3) 公的機関を利用したことがない理由

ポイント

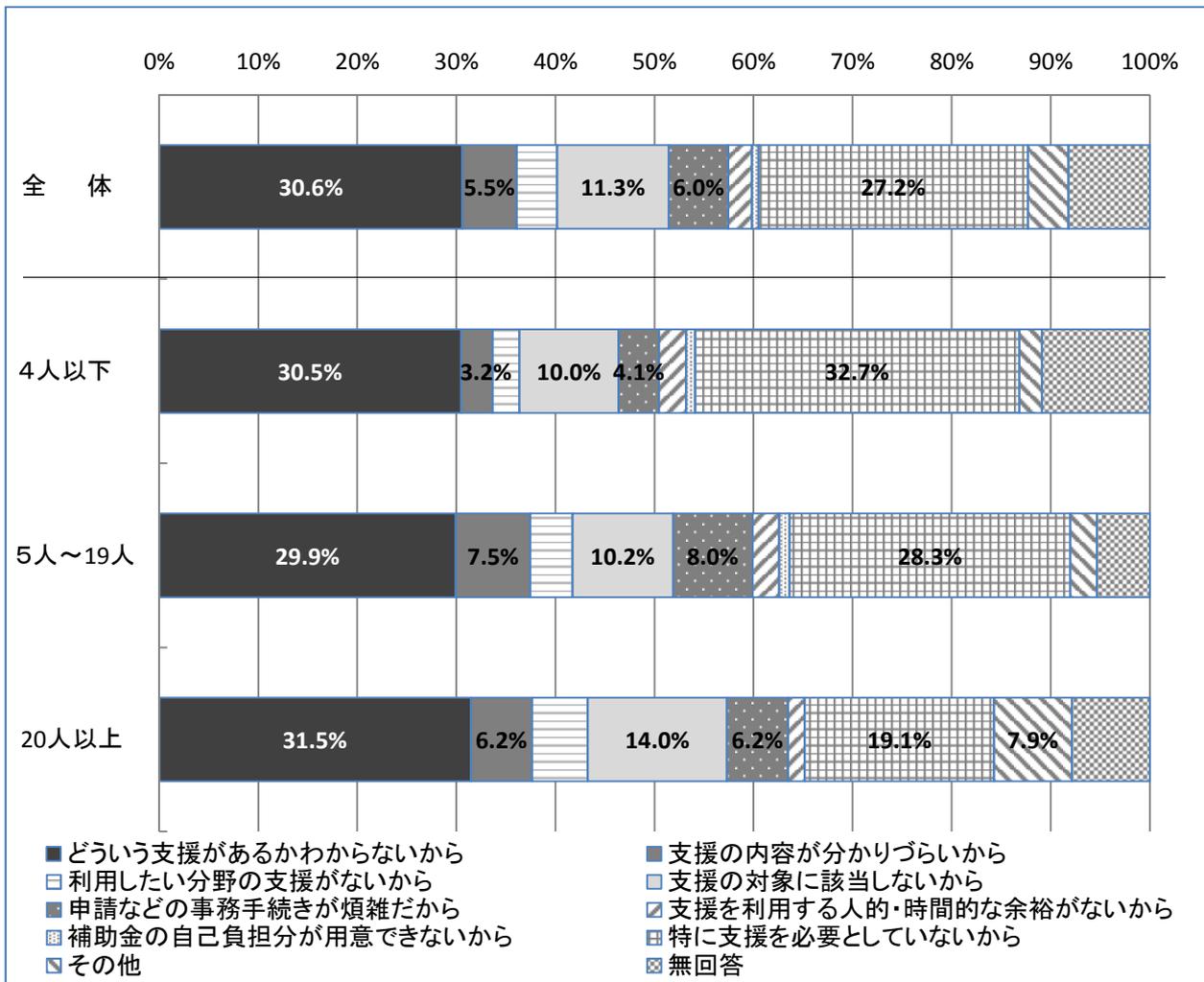
- 公的機関を利用したことがない理由について尋ねたところ、「**「どういう支援があるかわからないから」**が30.6%と最も高く、次いで「**特に支援を必要としていないから**」が27.2%、「**支援の対象に該当しないから**」が11.3%となっている。
- 従業者規模別にみると、「**特に支援を必要としていないから**」の割合は、従業者規模が小さいほど高くなっており、『4人以下』では32.7%となっている。
- 業種別にみると、「**どういう支援があるかわからないから**」の割合は、『非製造業』(31.6%)が『製造業』(25.8%)よりも大きくなっている。

「3.(1)公的機関の支援の活用有無」において「利用したことがない」と回答した事業所585社に対し、公的機関を利用したことがない理由について尋ねたところ、「**「どういう支援があるかわからないから」**の割合が30.6%と最も高く、次いで「**特に支援を必要としていないから**」(27.2%)、「**支援の対象に該当しないから**」(11.3%)となっている。

従業者規模別にみると、全ての従業者規模で上位3項目が同じ項目となり、順位も『4人以下』で「**特に支援を必要としていないから**」が1位、「**どういう支援があるかわからないから**」が2位となっていることを除き、同様となっている。

また、「**特に支援を必要としていないから**」の割合は、従業者規模が小さいほど高くなっており、『4人以下』では32.7%となっている。

図3-5 公的機関を利用したことがない理由（従業者規模別 回答割合）

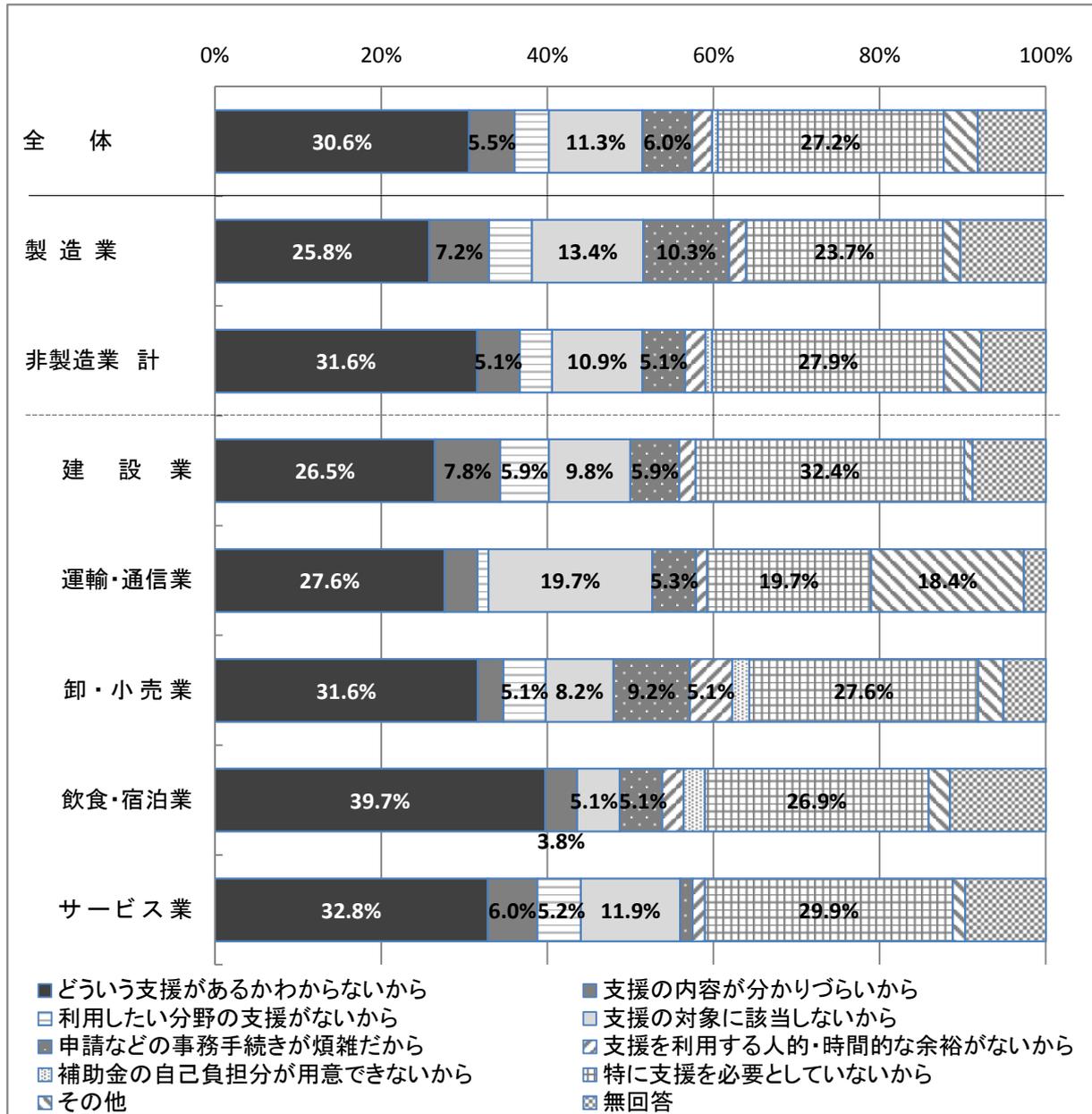


※割合の数値表示は、上位5位までの項目のみとしている。

『製造業』と『非製造業』では、「どういう支援があるかわからないから」の割合は、『非製造業』(31.6%)が『製造業』(25.8%)よりも大きくなっている。

『非製造業』の個別業種についてみると、「どういう支援があるかわからないから」の割合は『飲食・宿泊業』で39.7%と最も高く、次いで『サービス業』(32.8%)、『卸・小売業』(31.6%)となっている。また、『運輸・通信業』では、「支援の対象に該当しないから」の割合が他の業種と比べ高くなっている。

図3-6 公的機関を利用したことがない理由(業種別 回答割合)



※割合の数値表示は、上位5位までの項目のみとしている。

表3-5 公的機関を利用したことがない理由（従業者規模別・業種別 回答割合）

	回答事業 所数	どうい う支 援が あ る か わ か ら な い か ら	支 援 の 内 容 が 分 か り づ ら い か ら	利 用 し た い 分 野 の 支 援 が な い か ら	支 援 の 対 象 に 該 当 し な い か ら	申 請 な ど の 事 務 手 続 き が 煩 雑 だ か ら	支 援 を 利 用 す る 人 的 ・ 時 間 的 な 余 裕 が な い か ら	補 助 金 の 自 己 負 担 分 が 用 意 で き な い か ら	特 に 支 援 を 必 要 と し て い な い か ら	そ の 他	無 回 答
全 体	585	30.6%	5.5%	4.1%	11.3%	6.0%	2.4%	0.7%	27.2%	4.1%	8.2%
【従業者規模別】											
4人以下	220	30.5%	3.2%	2.7%	10.0%	4.1%	2.7%	0.9%	32.7%	2.3%	10.9%
5人～19人	187	29.9%	7.5%	4.3%	10.2%	8.0%	2.7%	1.1%	28.3%	2.7%	5.3%
20人以上	178	31.5%	6.2%	5.6%	14.0%	6.2%	1.7%	0.0%	19.1%	7.9%	7.9%
【業種別】											
製造業	97	25.8%	7.2%	5.2%	13.4%	10.3%	2.1%	0.0%	23.7%	2.1%	10.3%
非製造業計	488	31.6%	5.1%	3.9%	10.9%	5.1%	2.5%	0.8%	27.9%	4.5%	7.8%
建設業	102	26.5%	7.8%	5.9%	9.8%	5.9%	2.0%	0.0%	32.4%	1.0%	8.8%
運輸・通信業	76	27.6%	3.9%	1.3%	19.7%	5.3%	1.3%	0.0%	19.7%	18.4%	2.6%
卸・小売業	98	31.6%	3.1%	5.1%	8.2%	9.2%	5.1%	2.0%	27.6%	3.1%	5.1%
飲食・宿泊業	78	39.7%	3.8%	0.0%	5.1%	5.1%	2.6%	2.6%	26.9%	2.6%	11.5%
サービス業	134	32.8%	6.0%	5.2%	11.9%	1.5%	1.5%	0.0%	29.9%	1.5%	9.7%
【情報収集の積極性別】											
積極的に情報収集している	217	31.3%	2.8%	6.0%	12.4%	7.8%	1.4%	0.5%	24.4%	6.5%	6.9%
どちらともいえない	180	31.7%	11.1%	3.3%	10.6%	4.4%	2.8%	0.0%	27.2%	2.2%	6.7%
あまり積極的ではない	161	29.8%	2.5%	2.5%	8.7%	6.2%	2.5%	1.2%	32.3%	3.7%	10.6%

表3-6 公的機関を利用したことがない理由（従業者規模別・業種別 回答数）

	回答事業 所数	どうい う支 援が あ る か わ か ら な い か ら	支 援 の 内 容 が 分 か り づ ら い か ら	利 用 し た い 分 野 の 支 援 が な い か ら	支 援 の 対 象 に 該 当 し な い か ら	申 請 な ど の 事 務 手 続 き が 煩 雑 だ か ら	支 援 を 利 用 す る 人 的 ・ 時 間 的 な 余 裕 が な い か ら	補 助 金 の 自 己 負 担 分 が 用 意 で き な い か ら	特 に 支 援 を 必 要 と し て い な い か ら	そ の 他	無 回 答
全 体	585	179	32	24	66	35	14	4	159	24	48
【従業者規模別】											
4人以下	220	67	7	6	22	9	6	2	72	5	24
5人～19人	187	56	14	8	19	15	5	2	53	5	10
20人以上	178	56	11	10	25	11	3	0	34	14	14
【業種別】											
製造業	97	25	7	5	13	10	2	0	23	2	10
非製造業計	488	154	25	19	53	25	12	4	136	22	38
建設業	102	27	8	6	10	6	2	0	33	1	9
運輸・通信業	76	21	3	1	15	4	1	0	15	14	2
卸・小売業	98	31	3	5	8	9	5	2	27	3	5
飲食・宿泊業	78	31	3	0	4	4	2	2	21	2	9
サービス業	134	44	8	7	16	2	2	0	40	2	13
【情報収集の積極性別】											
積極的に情報収集している	217	68	6	13	27	17	3	1	53	14	15
どちらともいえない	180	57	20	6	19	8	5	0	49	4	12
あまり積極的ではない	161	48	4	4	14	10	4	2	52	6	17

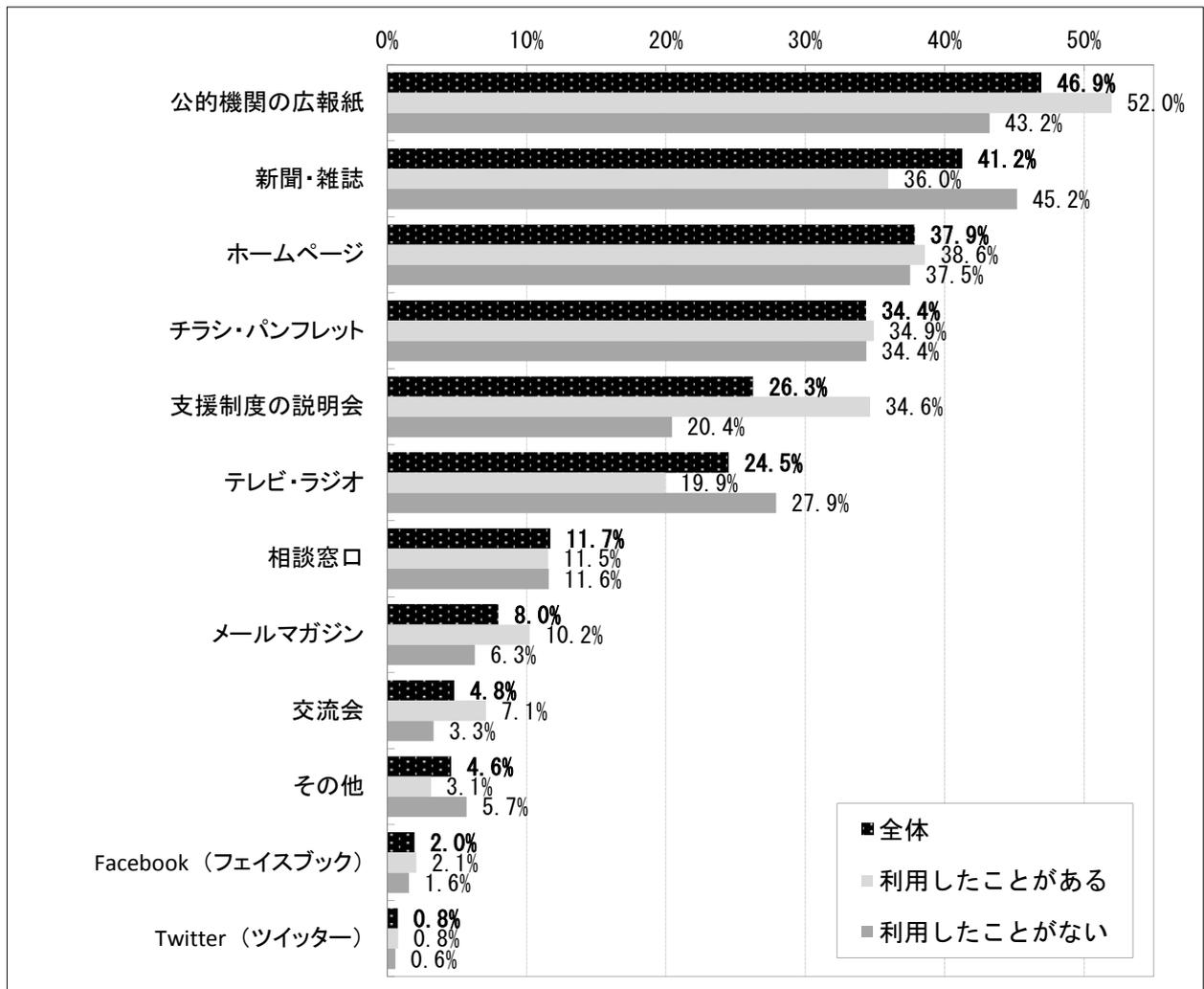
(4) 公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか

- ポイント**
- 公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか（複数回答）について尋ねたところ、「公的機関の広報誌」が最も高く、次いで「新聞・雑誌」、「ホームページ」となっている。
 - 従業者規模別にみると、全ての従業者規模において「公的機関の広報誌」が最も高くなっている。
 - 業種別にみると、『製造業』、『非製造業』では、各項目の割合に大きな違いはみられなかった。

公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか（複数回答）について尋ねたところ、「公的機関の広報誌」が46.9%と最も高く、次いで「新聞・雑誌」が41.2%、「ホームページ」が37.9%となっている。

公的機関の支援の利用有無別にみると、『利用したことがある』では「公的機関の広報誌」が最も高く、次いで「ホームページ」、「新聞・雑誌」となっている。『利用したことがない』では「新聞・雑誌」が最も高く、次いで「公的機関の広報誌」、「ホームページ」となっている。

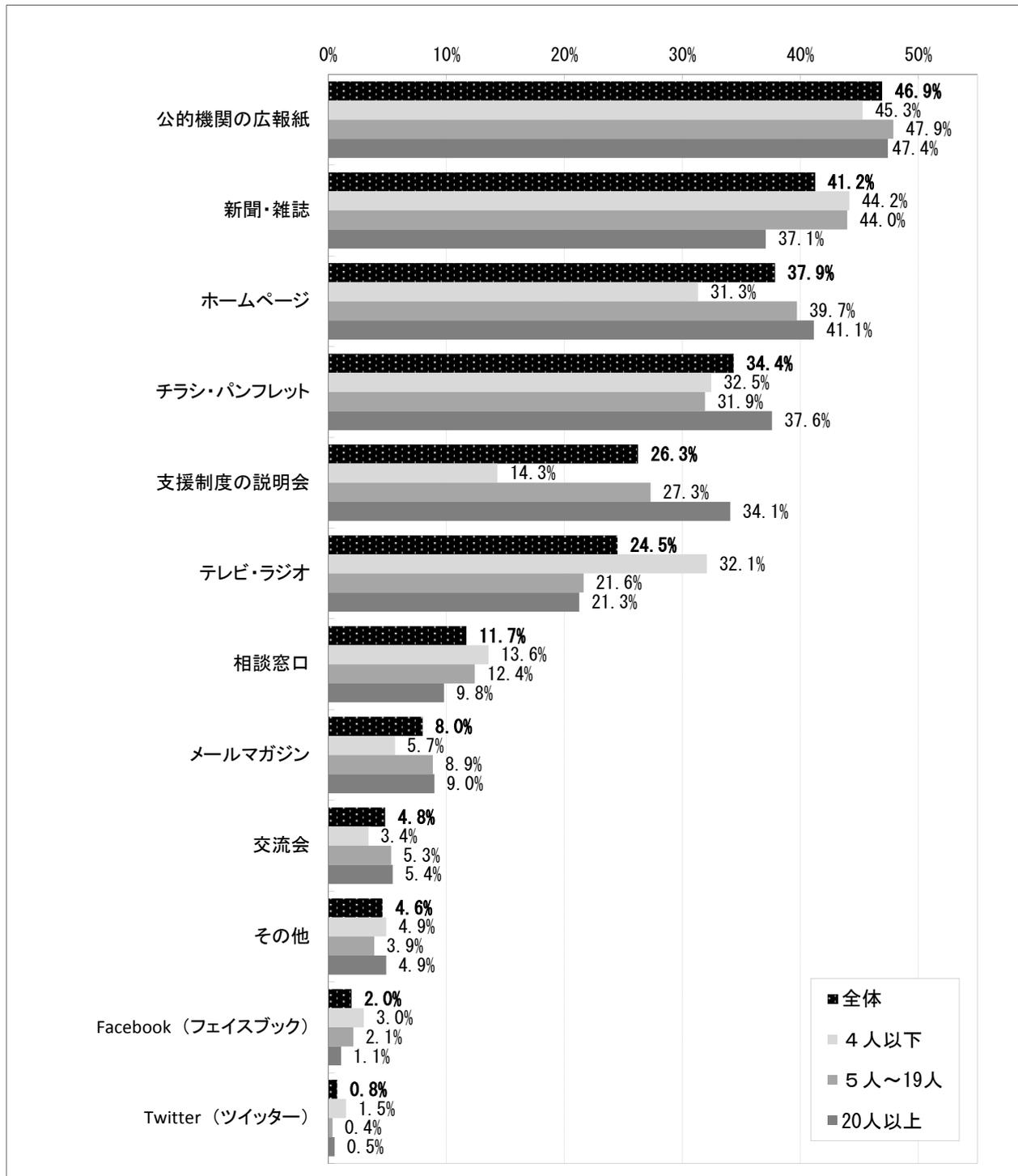
図3-7 公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか(複数回答)
(公的機関の支援の利用有無別 回答割合[無回答を除く])



従業者規模別にみると、全ての従業者規模において「公的機関の広報誌」が最も高くなっている。2位以下をみると、『4人以下』では「新聞・雑誌」が2位、「チラシ・パンフレット」が3位となっている。『5人～19人』では「新聞・雑誌」が2位、「ホームページ」が3位となっている。『20人以上』では「ホームページ」が2位、「チラシ・パンフレット」が3位となっている。

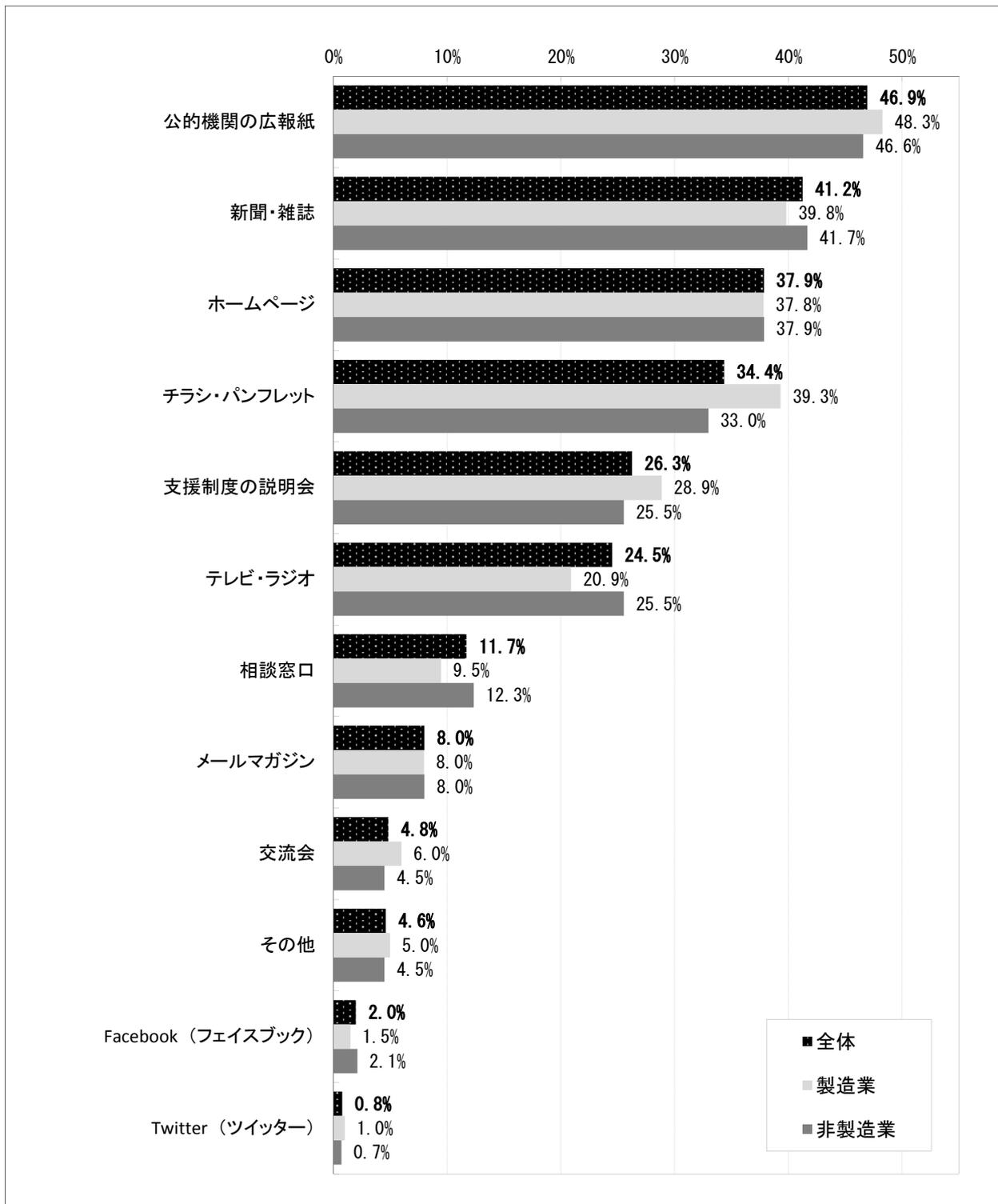
また、「ホームページ」と「支援制度の説明会」の割合は、従業者規模が大きいくほど高く、「新聞・雑誌」の割合は従業者規模が小さいほど高くなっている。

図3-8 公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか(複数回答)
(従業者規模別 回答割合[無回答を除く])



業種別にみると、『製造業』と『非製造業』では、「チラシ・パンフレット」で『製造業』が比較的高くなっていることを除き、大きな違いはみられなかった。

図3-9 公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか<複数回答>
(業種別 回答割合[無回答を除く])



情報収集の積極性別にみると、『積極的に情報収集している』では「公的機関の広報紙」と「ホームページ」が47.3%で同率1位、「新聞・雑誌」が38.4%で3位となっている。『あまり積極的ではない』では「公的機関の広報紙」が45.4%で1位、「新聞・雑誌」が43.0%で2位、「チラシ・パンフレット」が31.4%で3位となっている。

『積極的に情報収集している』では、「ホームページ」や「支援制度の説明会」などの＜能動的な情報収集手段＞の割合が比較的高くなっている。

図3-10 公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか(複数回答)
(情報収集の積極性別 回答割合[無回答を除く])

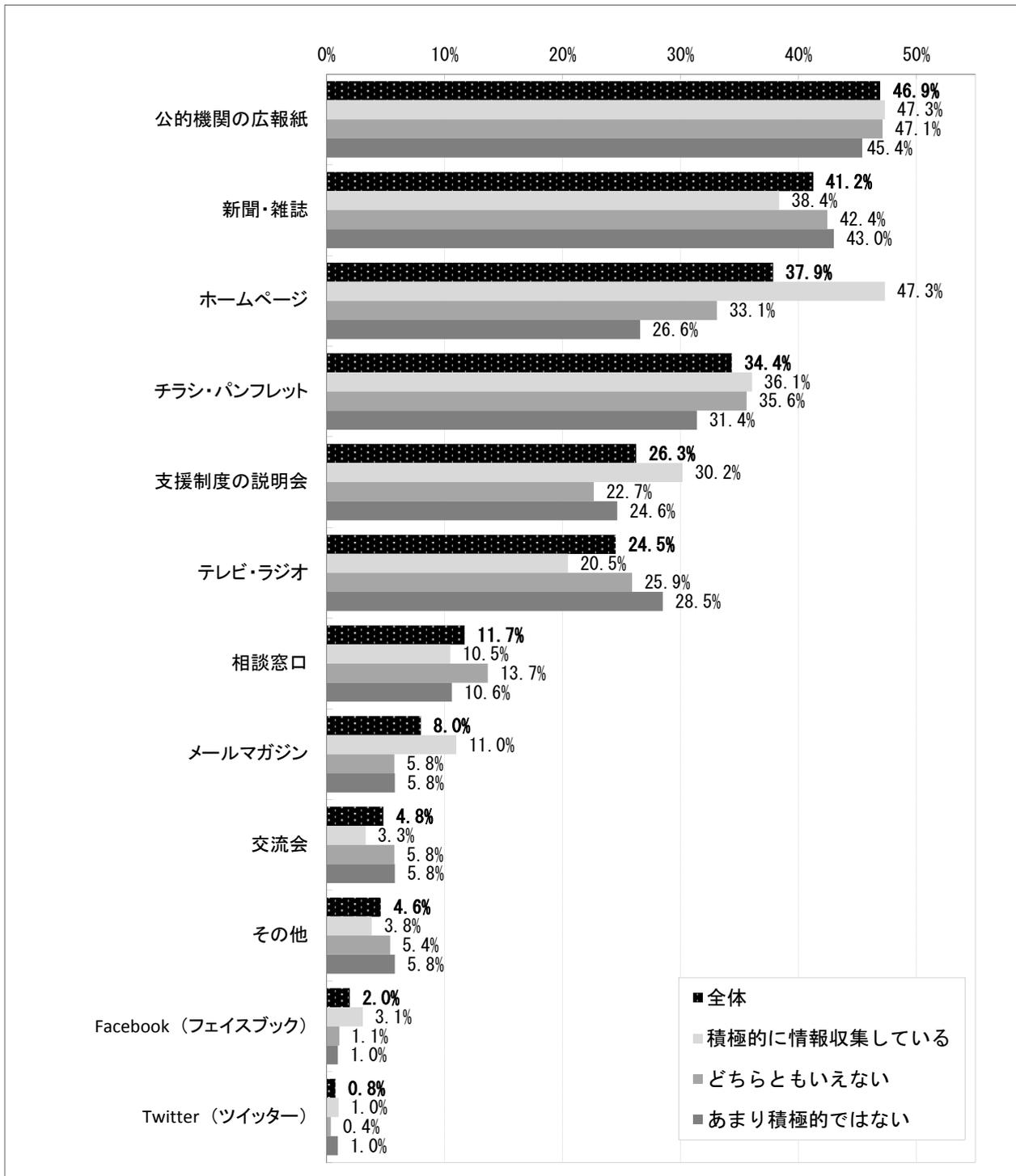


表3-7 公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか(複数回答)(従業者規模別・業種別 回答割合[無回答を除く])

	回答 事業所数	公的機関の 広報紙	新聞・雑誌	ホームペー ジ	チラシ・パ ンフレット	支援制度の 説明会	テレビ・ラ ジオ	相談窓口	メールマガ ジン	交流会	その他	Facebook (フェイス ブック)	Twitter (ツイッ ター)
全 体	914	46.9%	41.2%	37.9%	34.4%	26.3%	24.5%	11.7%	8.0%	4.8%	4.6%	2.0%	0.8%
【従業者規模別】													
4人以下	265	45.3%	44.2%	31.3%	32.5%	14.3%	32.1%	13.6%	5.7%	3.4%	4.9%	3.0%	1.5%
5人～19人	282	47.9%	44.0%	39.7%	31.9%	27.3%	21.6%	12.4%	8.9%	5.3%	3.9%	2.1%	0.4%
20人以上	367	47.4%	37.1%	41.1%	37.6%	34.1%	21.3%	9.8%	9.0%	5.4%	4.9%	1.1%	0.5%
【業種別】													
製造業	201	48.3%	39.8%	37.8%	39.3%	28.9%	20.9%	9.5%	8.0%	6.0%	5.0%	1.5%	1.0%
非製造業計	713	46.6%	41.7%	37.9%	33.0%	25.5%	25.5%	12.3%	8.0%	4.5%	4.5%	2.1%	0.7%
建設業	166	42.2%	41.0%	43.4%	34.9%	33.1%	21.7%	13.3%	6.6%	3.0%	1.8%	0.6%	0.0%
運輸・通信業	125	50.4%	40.0%	37.6%	23.2%	26.4%	20.8%	9.6%	7.2%	8.8%	11.2%	1.6%	0.0%
卸・小売業	142	51.4%	46.5%	36.6%	39.4%	21.8%	27.5%	10.6%	9.9%	3.5%	2.8%	3.5%	0.7%
飲食・宿泊業	94	38.3%	48.9%	31.9%	31.9%	17.0%	36.2%	13.8%	6.4%	5.3%	3.2%	3.2%	3.2%
サービス業	186	48.4%	36.0%	37.1%	33.3%	25.3%	25.3%	14.0%	9.1%	3.2%	4.3%	2.2%	0.5%
【情報収集の積極性別】													
積極的に情報収集している	391	47.3%	38.4%	47.3%	36.1%	30.2%	20.5%	10.5%	11.0%	3.3%	3.8%	3.1%	1.0%
どちらともいえない	278	47.1%	42.4%	33.1%	35.6%	22.7%	25.9%	13.7%	5.8%	5.8%	5.4%	1.1%	0.4%
あまり積極的ではない	207	45.4%	43.0%	26.6%	31.4%	24.6%	28.5%	10.6%	5.8%	5.8%	5.8%	1.0%	1.0%
【公的機関の支援の利用有無別】													
利用したことがある	381	52.0%	36.0%	38.6%	34.9%	34.6%	19.9%	11.5%	10.2%	7.1%	3.1%	2.1%	0.8%
利用したことがない	509	43.2%	45.2%	37.5%	34.4%	20.4%	27.9%	11.6%	6.3%	3.3%	5.7%	1.6%	0.6%

表3-8 公的機関の支援情報を収集する場合、どのような方法を希望するか(複数回答)(従業者規模別・業種別 回答数[無回答を除く])

	回答 事業所数	公的機関の 広報紙	新聞・雑誌	ホームペー ジ	チラシ・パ ンフレット	支援制度の 説明会	テレビ・ラ ジオ	相談窓口	メールマガ ジン	交流会	その他	Facebook (フェイス ブック)	Twitter (ツイッ ター)
全 体	914	429	377	346	314	240	224	107	73	44	42	18	7
【従業者規模別】													
4人以下	265	120	117	83	86	38	85	36	15	9	13	8	4
5人～19人	282	135	124	112	90	77	61	35	25	15	11	6	1
20人以上	367	174	136	151	138	125	78	36	33	20	18	4	2
【業種別】													
製造業	201	97	80	76	79	58	42	19	16	12	10	3	2
非製造業計	713	332	297	270	235	182	182	88	57	32	32	15	5
建設業	166	70	68	72	58	55	36	22	11	5	3	1	0
運輸・通信業	125	63	50	47	29	33	26	12	9	11	14	2	0
卸・小売業	142	73	66	52	56	31	39	15	14	5	4	5	1
飲食・宿泊業	94	36	46	30	30	16	34	13	6	5	3	3	3
サービス業	186	90	67	69	62	47	47	26	17	6	8	4	1
【情報収集の積極性別】													
積極的に情報収集している	391	185	150	185	141	118	80	41	43	13	15	12	4
どちらともいえない	278	131	118	92	99	63	72	38	16	16	15	3	1
あまり積極的ではない	207	94	89	55	65	51	59	22	12	12	12	2	2
【公的機関の支援の利用有無別】													
利用したことがある	381	198	137	147	133	132	76	44	39	27	12	8	3
利用したことがない	509	220	230	191	175	104	142	59	32	17	29	8	3