

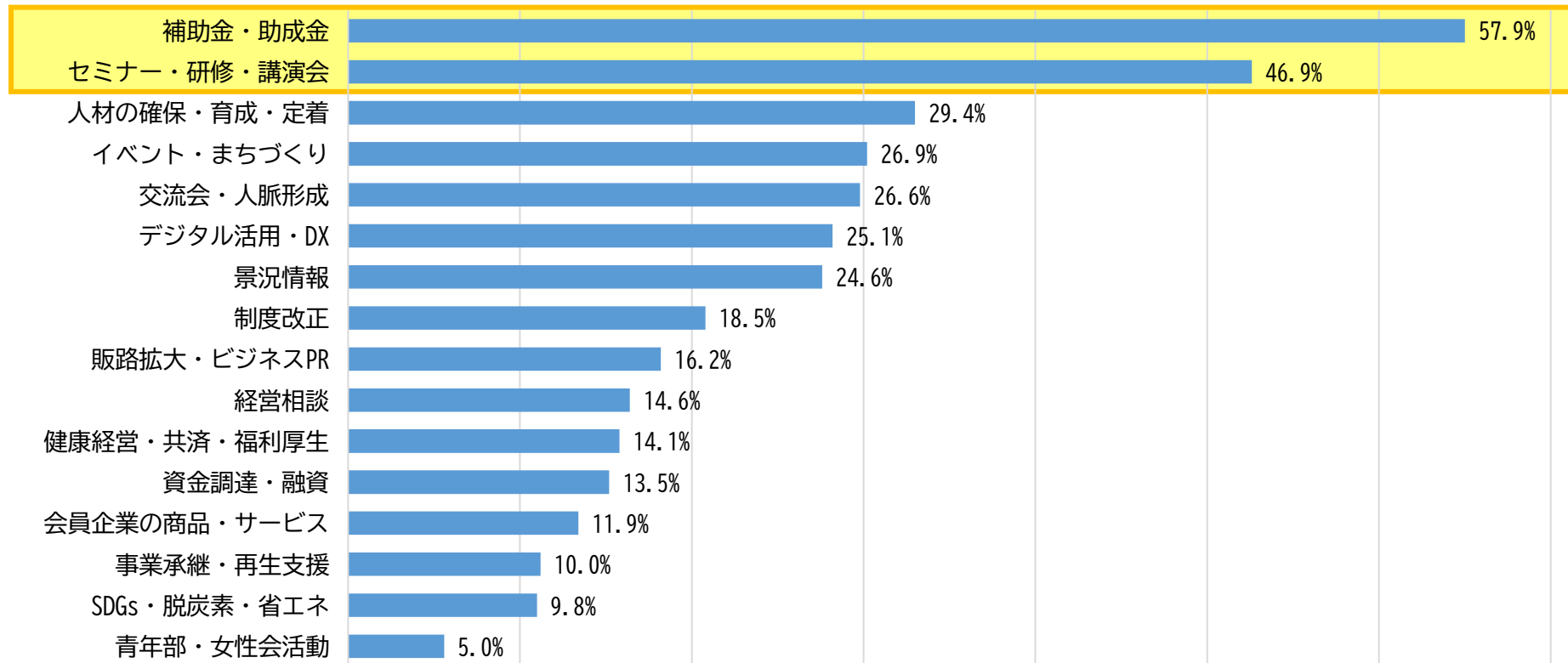
令和7年度 長岡商工会議所の「広報」に関する会員アンケート調査 集計結果

調査概要

- (1) 目的 会員事業所への広報・情報提供をより良くするため、当所広報について評価及びニーズを調査。
- (2) 調査対象 当所会員事業所2,537事業所（／全2,629事業所） ※未送付先92件（メール&FAX拒否事業所）
- (3) 発送日 令和7年11月26日(水)
＜依頼方法＞ 一斉メール 及び 一斉FAX
- (4) 回答〆切 令和7年12月12日(金)
＜回収方法＞ FAX 及び WEB (Google Forms)
- (5) 回収数 600件 (23.6%) 【内訳】 FAX 100件 (16.7%)
WEB 500件 (83.3%)

1. 当所から積極的に発信して欲しい情報を教えてください。【複数回答可】

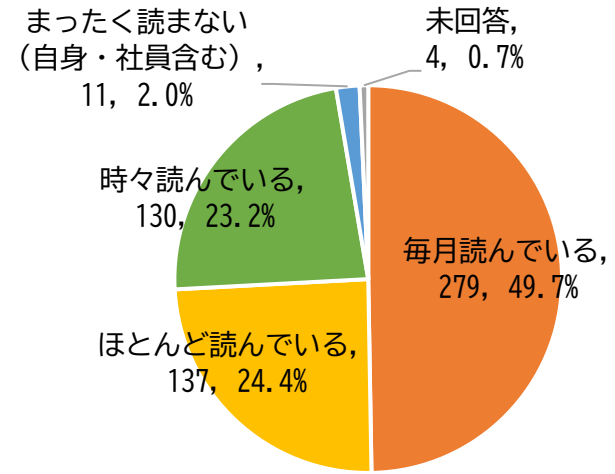
関心のある情報コンテンツとして「補助金・助成金」（57.9%）と「セミナー・研修・講演会」（46.9%）について約半数が回答した。次点には具体的な課題として「人材の確保・育成・定着」（26.9%）、20ポイント台の回答としては「イベント・まちづくり」（26.9%）、「交流会・人脈形成」（26.6%）、「デジタル活用・DX」（25.1%）、「景況情報」（24.6%）となった。



2. 会報について（毎月発行）

（1）当所発行の会報は読まれていますか。【単一回答】

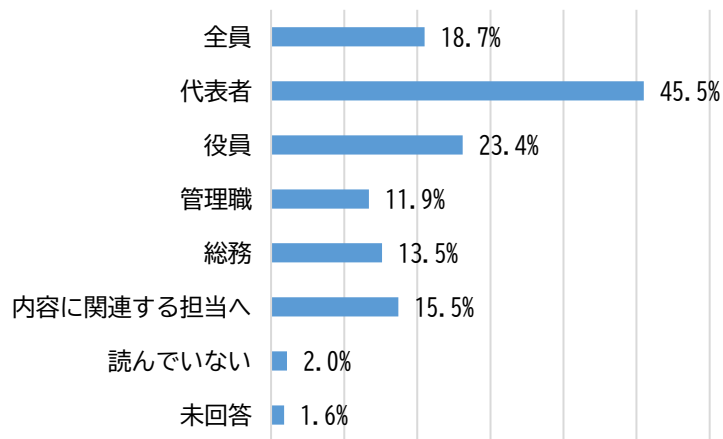
定期的な閲覧者（「毎月読んでいる」、「ほとんど読んでいる」）が74.1%、「時々読んでいる」を含めると97.3%に達し、会報が重要な情報源として読まれていることがうかがえる。



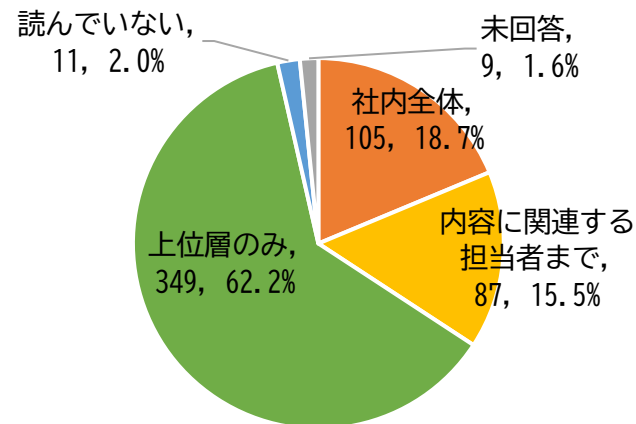
（2）社内の回覧状況（情報共有）についてお聞かせください。

6割以上が「上位層（経営層・役員・管理職）」まで回覧している一方で、実務担当者への情報到達が34.2%（社内全体を含む）となっている。従業員規模別で経路を見ると、人数が少ない方が「社内全体」に回覧し、中規模では「担当者まで」回覧する割合が高く出ている。

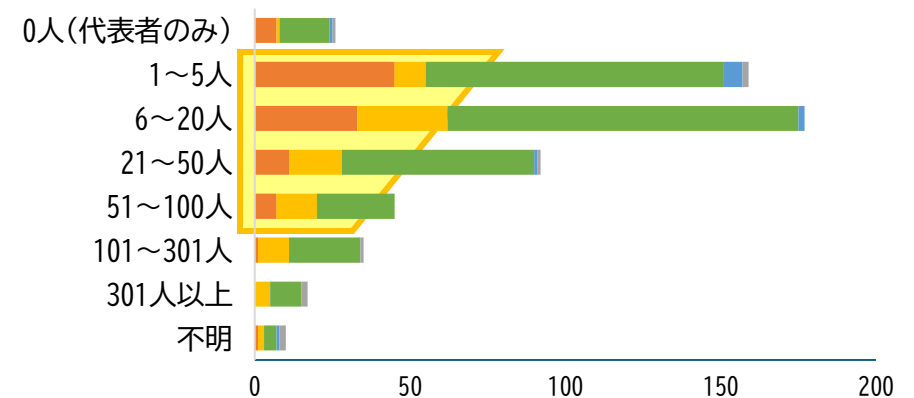
単純集計【複数回答】



経路を集計



経路×従業員規模（クロス集計）

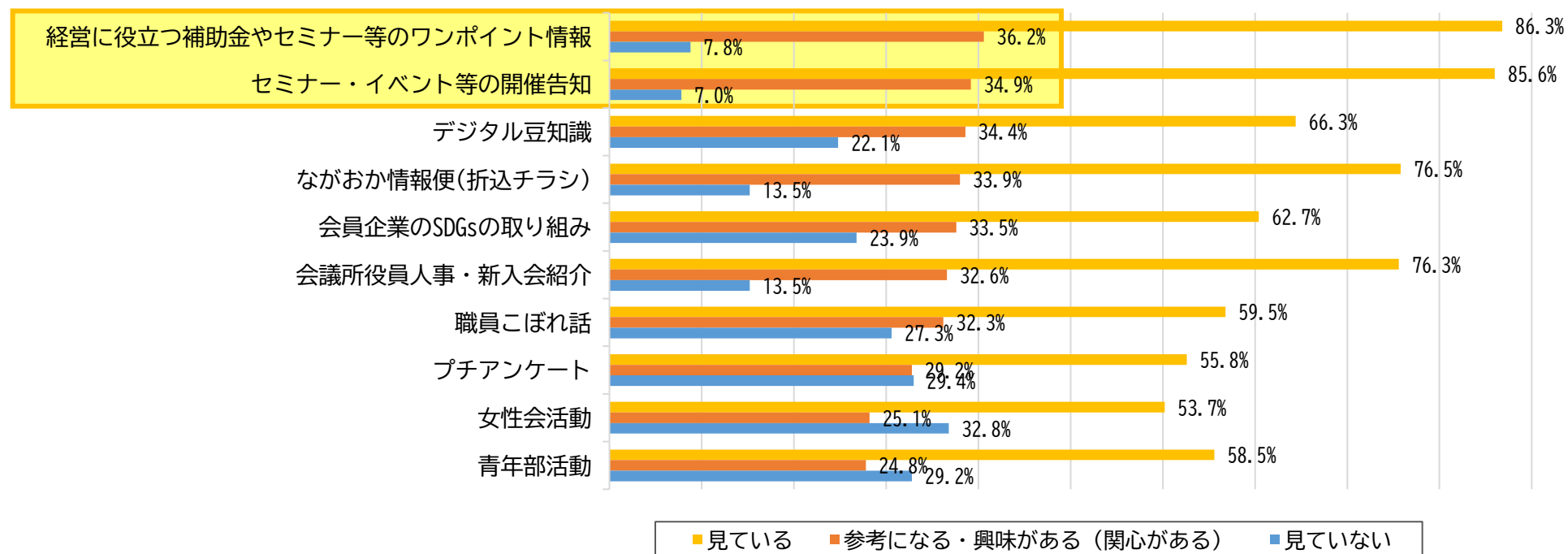


■社内全体 ■内容に関連する担当者まで ■上位層のみ ■読んでいない ■未回答

(3) コンテンツ（情報の内容）の関心度についてお聞かせください。【複数回答可】

「参考になる・興味がある」と回答した項目を見ると、『経営お役立ち情報』として令和6年度より掲載スタートした「補助金・セミナー等のワンポイント情報」に関心を示す回答が36.2%あり、実際の業務や組織運営の参考になる情報への関心が伺えた。他、上位として「セミナー・イベント開催告知」（34.9%）、「デジタル豆知識」（34.4%）、「ながおか情報便（折込チラシ）」（33.9%）が挙げられた。

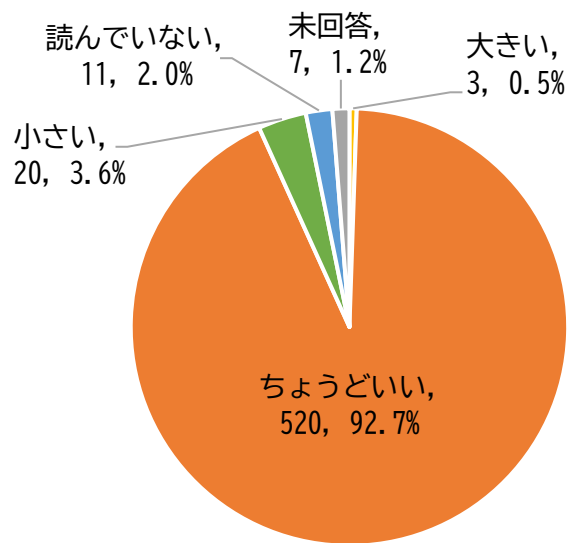
会員アンケート調査では関心の向上が見られないSDGsであるが、令和5年10月より取材記事を掲載している『SDGsに取り組む企業紹介』（令和8年1月号でPart16）は、33.5%が「参考になる、興味がある」と回答しており、啓発事業として役立っていることが確認できた。



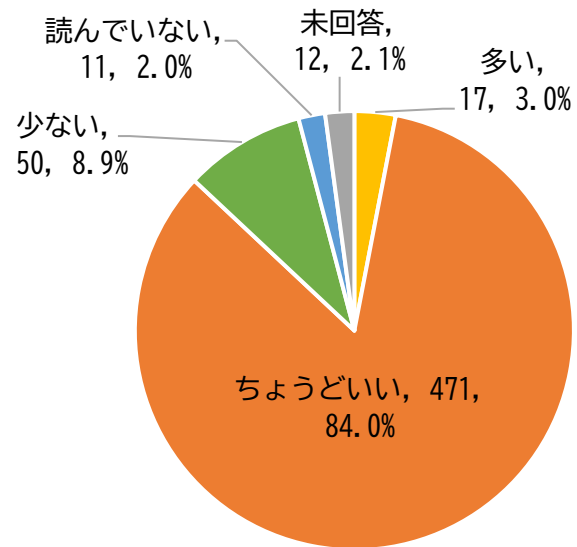
(4) デザインについて【単一回答】

会報のデザインについては、「文字の大きさ」は92.7%、「情報量」は84.0%「見やすさ（普通を含む）」は93.2%と高評価の回答であった。
なお、会報は令和7年度にリニューアルし、「報告や告知」主体から「経営に役立つ情報」主体に変更し、見やすさ向上のために全体レイアウトも刷新した。

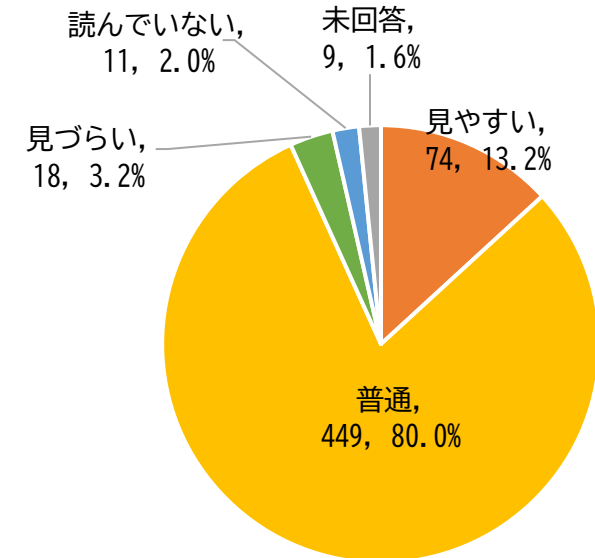
①文字の大きさ



②情報量



③見やすさ



3. メール配信について

(1) セミナー等の**単独のご案内（随時配信）**について

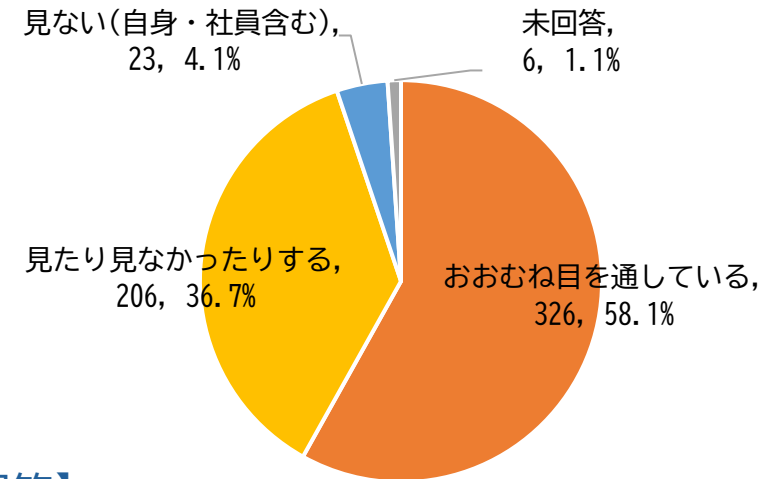
セミナーや交流会などの単体の事業案内は、実施の3週間前を目途にメールにて配信している。（実施時期に合わせて不定期配信）

「概ね見ている」が58.3%、「見たり見なかったりする」が36.7%、合計すると回答者の95.0%から閲覧いただいていることが分かった。

なお、「概ね見ている」では、単体メールの方がメルマガより14.4ポイント高い閲覧率を示しており、単体配信の方が効果的なことがうかがえる。

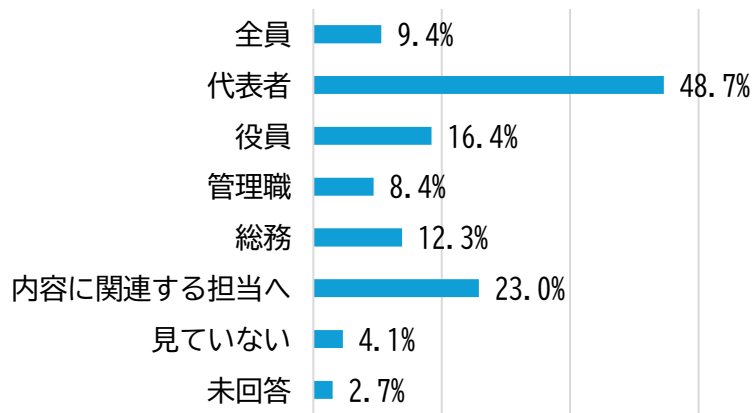
なお、経路については、「担当者まで」が会報は15.5%だったのに対し、単体メールは23.0%の回答があり、社内への展開がしやすい状況がうかがえた。

①メール配信を見ていますか。【単一回答】

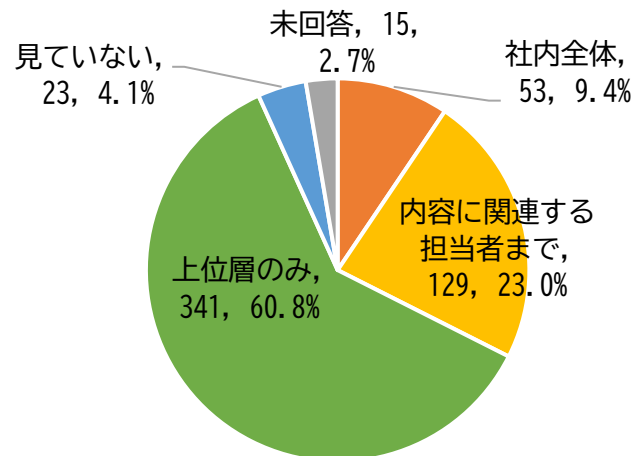


②社内の回覧状況（情報共有）についてお聞かせください。【単一回答】

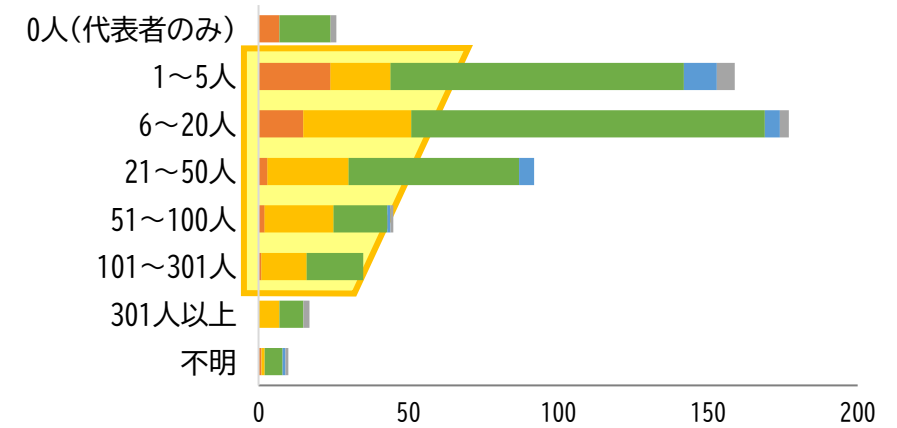
単純集計【複数回答】



経路を集計



経路×従業員規模（クロス集計）

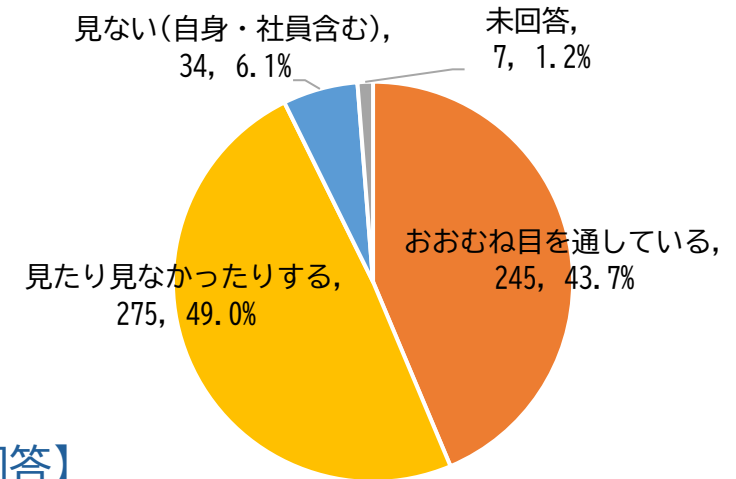


■社内全体 ■内容に関連する担当者まで ■上位層のみ ■読んでいない ■未回答

(2) メールマガ (毎週木曜に配信) について

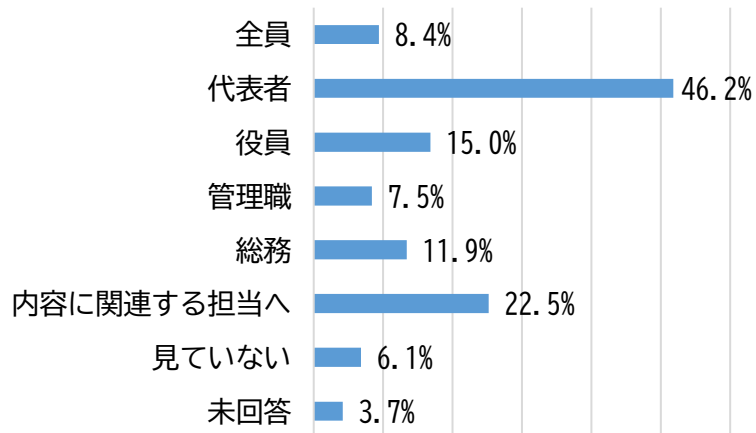
メールマガジン (セミナー、交流会、関係機関からのお知らせなどの概要を一覧紹介し、詳細はホームページにリンク) は、毎週木曜日にメール配信している。「概ね見ている」が43.7%、「見たり見なかったり」が49.0%、合計すると回答者の92.7%から閲覧いただいていることが分かった。単体メールと比べて回答が全て少ない傾向にあるが、微々たる差であり、単体メールと同様に読んでいただいていることが分かった。

①メール配信を見えていますか。【単一回答】

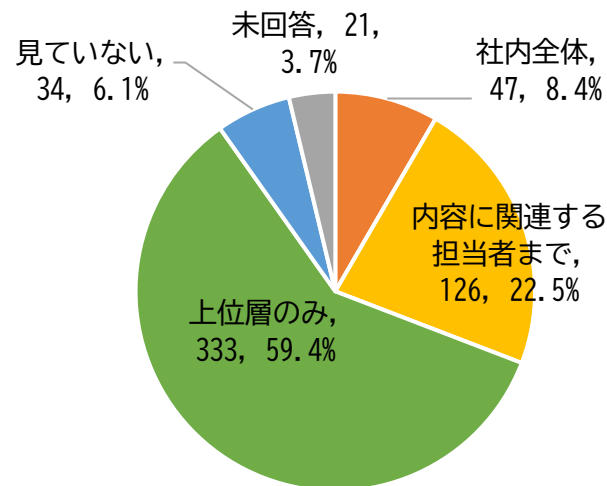


②社内の回覧状況 (情報共有) についてお聞かせください。【単一回答】

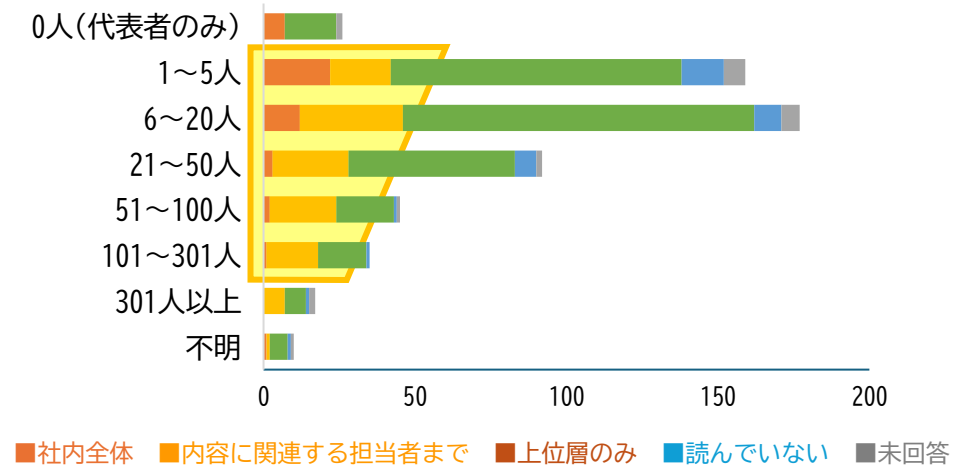
単純集計【複数回答】



経路を集計



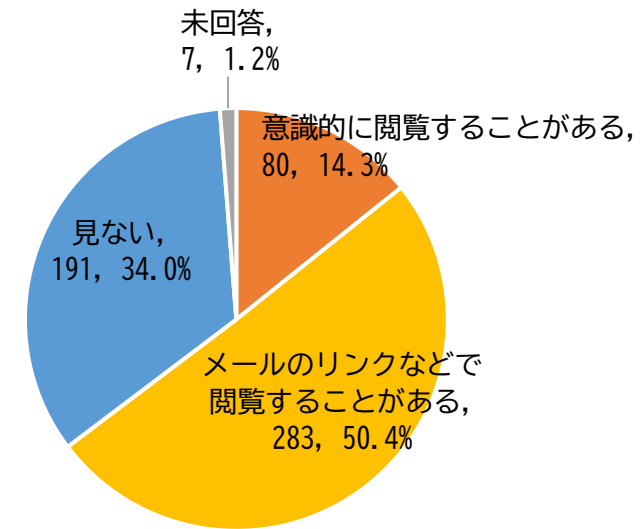
経路×従業員規模 (クロス集計)



4. ホームページについて

(1) 当所ホームページを閲覧しますか。【単一回答】

能動的な情報発信手段（ユーザーが探しに行く）であるホームページは、「意識的に閲覧する」が14.3%、一方で「メールのリンク等で閲覧」が50.4%であった。令和6年度の会員アンケート調査では、ホームページを「よく見る」が3.2%、「時々見る」が30.4%であったことから、受動的な情報発信手段（メール、LINE、Instagram、ツキロク）がホームページへの誘導に効果的に働いていると想定される。



この度は、長岡商工会議所の「広報」に関するアンケートにご協力賜り、誠にありがとうございました。皆様から頂いたご意見を参考に、来年度以降の広報活動をより良いものにできるよう努めてまいります。令和8年度も、引き続き当所活動にご協力いただけますと幸いです。

■ 本アンケート調査に関するお問合せ

長岡商工会議所 デジタル化推進グループ