

2026年7月28日（火）

報道関係者各位

株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい

【経営者・役員400名に調査】

企業の情報発信は二極化

3割超が情報発信未経験、上場企業の7割が"ネタ不足"

企業にとって情報発信は、認知拡大や採用強化、営業機会の創出など、経営戦略の一つとして重要性を増しています。一方で、SNSやオウンドメディア、プレスリリースなど発信手段が多様化する中、「何を発信すればよいのか」「継続的に発信できる話題がない」といった課題を抱える企業も少なくありません。

そこで、株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい（本社：東京都新宿区、代表取締役：菅原隆太）は、自社の広報活動の内容や成果を把握している経営者・役員400名を対象に、「企業の情報発信」に関する実態調査を実施しました。

調査の結果、6割弱の企業が何らかの情報発信を行っている一方、3割超は「情報発信を行ったことがない」と回答しました。また、上場企業の7割が「発信するネタが不足している」と回答するなど、企業規模によって情報発信の実施状況や課題、今後強化したい施策に大きな違いが見られました。



■ 調査概要

調査期間：2026年7月17日～18日

調査手法：インターネット調査

調査対象：自社の広報活動の内容や成果を把握している経営者・役員

有効回答者数：400名（企業規模ごとに各100名の均等割付）

調査機関：Freeasy

※本リリースの調査結果をご利用いただく際は、「株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい 調べ」と必ずご明記ください。

本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい

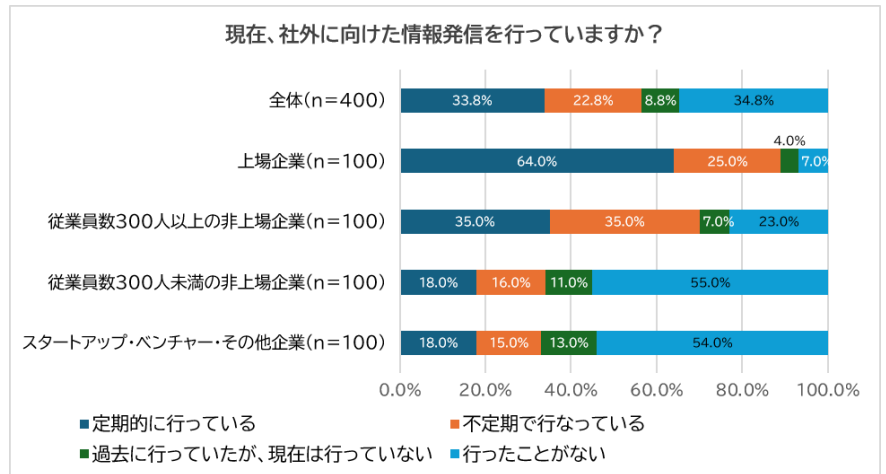
担当：木村 E-mail：kimura@ebichoco.com

NEWS RELEASE

■ 調査結果

1. 3割超が「情報発信未経験」。企業規模で広がる情報発信格差

自社の広報活動の内容や成果を把握している上場企業、従業員数300人以上の非上場企業、従業員数300人未満の非上場企業、スタートアップ・ベンチャー・その他企業の経営者・役員400名を対象に、「現在の情報発信の実施状況」を尋ねたところ、全体では「定期的に行っている」（33.8%）と「不定期で行っている」（22.8%）を合わせた56.6%が、何らかの形で情報発信を行っていることがわかりました。



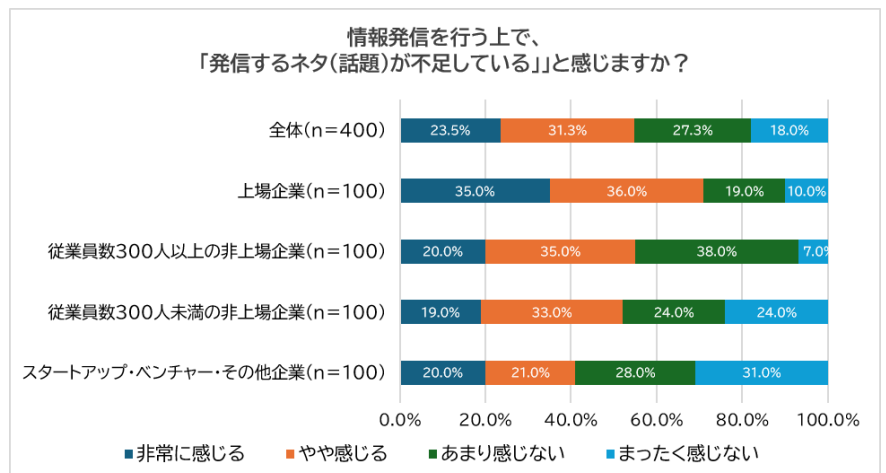
一方で、「行ったことがない」は全体で34.8%に上り、企業規模による差も顕著でした。上場企業では64.0%が「定期的に行っている」と回答した一方、従業員300人未満の非上場企業（55.0%）とスタートアップ・ベンチャー・その他企業（54.0%）では、「行ったことがない」が半数を超えました。

情報発信の実施状況には企業規模による格差が見られ、企業規模が小さいほど情報発信に着手できていない実態が明らかになりました。

2. 上場企業の7割が「ネタ不足」。情報発信の“継続”が新たな課題に

「情報発信を行う上で、『発信するネタ（話題）が不足している』と感じるか」を尋ねたところ、全体では「非常に感じる」（23.5%）、「やや感じる」（31.3%）となり、半数以上（54.8%）の企業がネタ不足を感じていることがわかりました。

特に上場企業では、「非常に感じる」（35.0%）と「やや感じる」（36.0%）を合わせると、7割強（71.0%）がネタ不足を実感していました。



情報発信に積極的な企業ほど、継続的に発信し続けるための話題づくりが新たな課題となっていることがわかりました。

3. 上場企業は「データ不足」、中小企業は「アイデア不足」に悩む

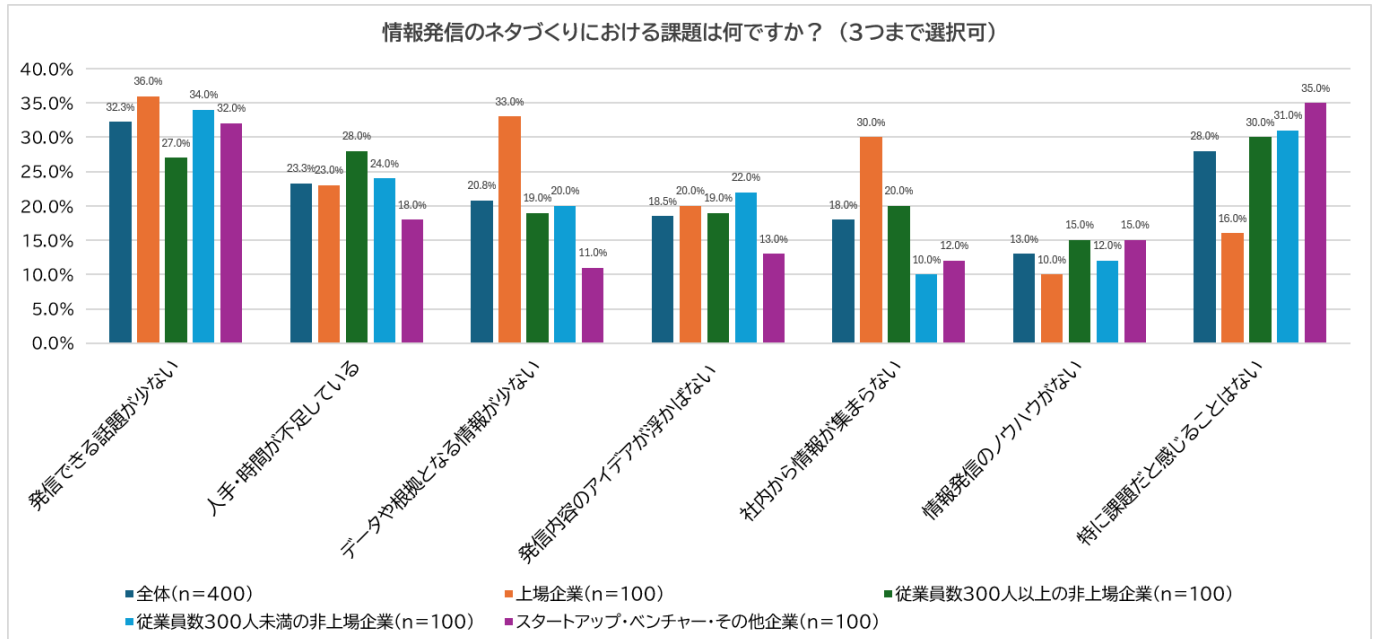
「情報発信のネタづくりにおける課題」を尋ねたところ、全体で最も多かったのは「発信できる話題が少ない」（32.3%）で、以下「人手・時間が不足している」（23.3%）、「データや根拠となる情報が少ない」（20.8%）と続きました。

特に上場企業では、「データや根拠となる情報が少ない」（33.0%）、「社内から情報が集まらない」（30.0%）が全体平均を大きく上回りました。

本リリースに関するお問い合わせ先
株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい
担当：木村 E-mail : kimura@ebichoco.com

NEWS RELEASE

一方、従業員300人未満の非上場企業では「発信内容のアイデアが浮かばない」（22.0%）が比較的高く、企業規模によって抱える課題が異なることが明らかになりました。

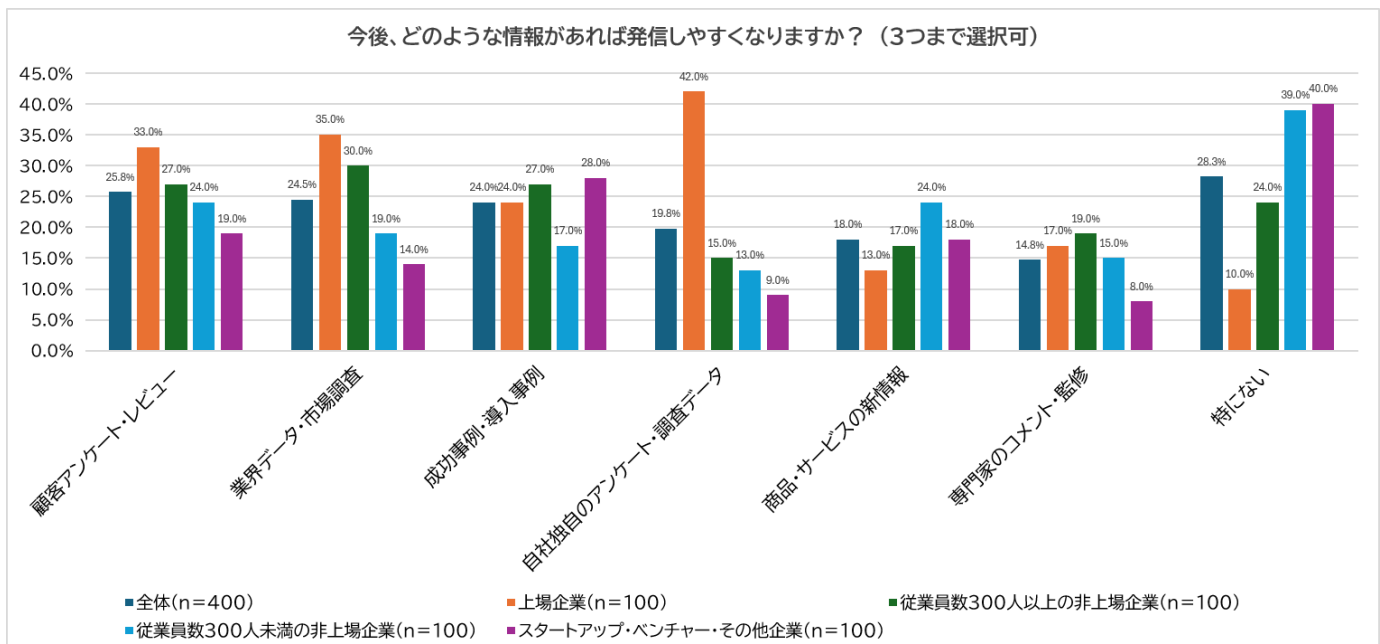


4. 上場企業の4割超が「独自調査データ」を情報発信に求める。“根拠ある情報発信”を重視

「今後、どのような情報があれば発信しやすくなるか」を尋ねたところ、全体では「顧客アンケート・レビュー」（25.8%）が最も多く、「業界データ・市場調査」（24.5%）、「成功事例・導入事例」（24.0%）と続きました。

また、上場企業では「自社独自のアンケート・調査データ」（42.0%）が突出しており、他の企業形態と比較しても非常に高い結果となりました。

企業規模が大きいほど、客観的なデータやエビデンスを活用した“根拠ある情報発信”へのニーズが高まっていることがうかがえました。



本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい

担当：木村 E-mail：kimura@ebichoco.com

NEWS RELEASE

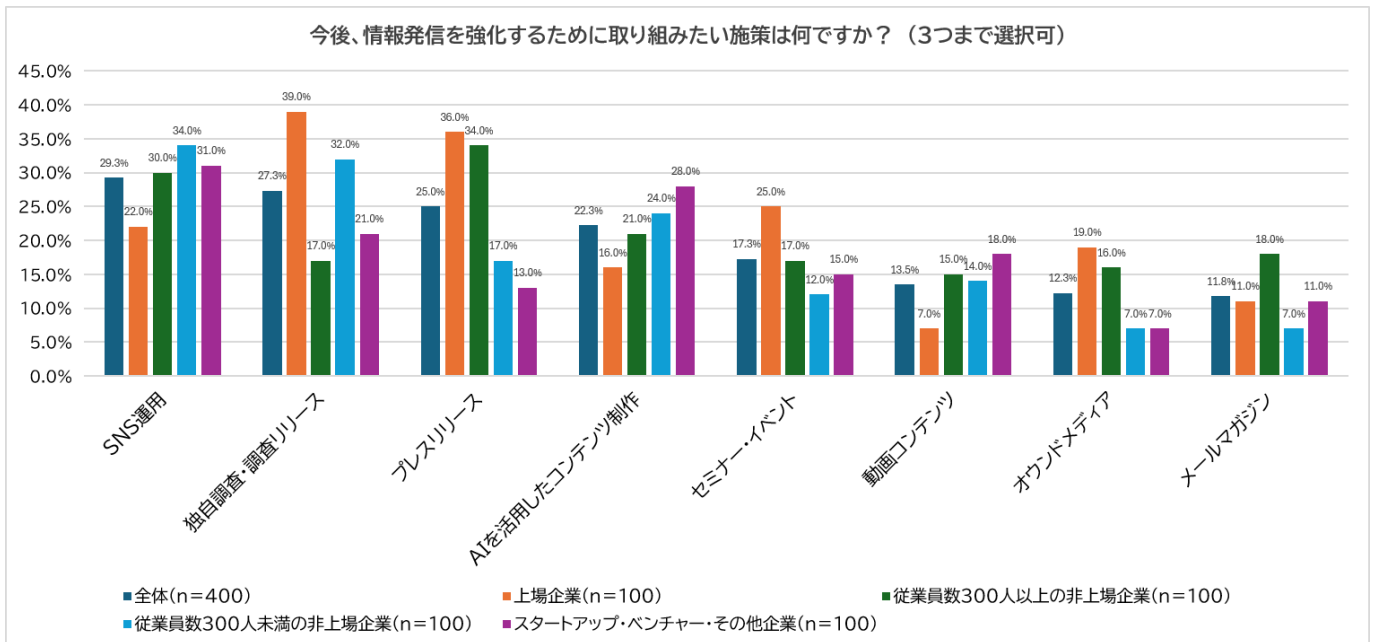
5. 情報発信戦略は二極化。中小企業はSNS、上場企業は調査リリースへ

「今後、情報発信を強化するために取り組みたい施策」を尋ねたところ、全体では「SNS運用」（29.3%）が最も多く、「独自調査・調査リリース」（27.3%）、「プレスリリース」（25.0%）と続きました。

企業規模別に見ると、上場企業では「独自調査・調査リリース」（39.0%）が最も高く、「プレスリリース」（36.0%）も高水準となりました。

一方、従業員300人未満の非上場企業やスタートアップ・ベンチャー・その他企業では、「SNS運用」が最多となり、「AIを活用したコンテンツ制作」への関心も比較的高い結果となりました。

企業規模によって、情報発信で重視する手法は大きく異なっており、上場企業は「信頼性を高める情報発信」、中小企業やスタートアップは「拡散力や効率を重視した情報発信」へと戦略が二極化していることが明らかになりました。



■ 総評

今回の調査では、企業の情報発信の実施状況が企業規模によって大きく分かれる結果となりました。

全体の56.6%が何らかの情報発信を行う一方、34.8%は「行ったことがない」と回答。上場企業では64.0%が定期的に発信しているのに対し、従業員300人未満の非上場企業（55.0%）とスタートアップ・ベンチャー・その他企業（54.0%）では未経験が半数を超え、規模による実施率の差が明確に表れました。

発信を行っている企業に共通する課題は「ネタ不足」で、全体の54.8%が不足を感じています。特に上場企業では71.0%に達し、発信頻度が高い企業ほど継続的な話題づくりに課題を抱える傾向が見られました。

その課題の中身も規模によって異なります。上場企業は「データや根拠となる情報が少ない」「社内から情報が集まらない」が全体平均を上回り、中小企業では「発信内容のアイデアが浮かばない」（22.0%）が相対的に高い結果でした。今後求める情報についても、上場企業は「自社独自のアンケート・調査データ」（42.0%）が突出しています。

強化したい施策では、全体では「SNS運用」（29.3%）が最多となる一方、上場企業では「独自調査・調査リリース」（39.0%）が最も高く、規模による戦略の違いが数値上も確認されました。信頼性を軸とする発信と、拡散力・効率を軸とする発信という二つの方向性が併存している点が、本調査から読み取れる特徴と言えます。

本調査が示すように、多くの企業が「発信できる話題が少ない」というネタ不足の壁に直面しています。こうした状況を打開する有効な手段の一つが「調査リリース」です。自社でアンケートや実態調査を行い、その結果を発信すれば、継続的に話題を生み出せる

本リリースに関するお問い合わせ先
株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい
担当：木村 E-mail：kimura@ebichoco.com

NEWS RELEASE



だけでなく、客観的なデータに裏付けられた根拠ある情報発信が可能になります。

ネタ不足に悩む企業こそ、まずは自社ならではの調査リリースから発信の一步を踏み出してみたいはいかがでしょうか。

(株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい 代表取締役 菅原 隆太)

■ 会社概要

株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたいは、「お客様第一主義」「経営戦略」「メディア戦略」を軸に、小規模市場で高い占有率を目指して事業を展開してまいりました。価値観の多様化により顧客接点が複雑化する中、その流れを読み解き導くことが役割です。業界の常識を俯瞰し、時代に合わせて見直すことで革新を生みます。今後も「クライアント様の未来を拓く。」を使命に、期待を超える成果を創出してまいります。

商号：株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい

所在地：東京都新宿区西新宿7-7-26 ワコレ新宿第一ビル1109

代表者：代表取締役 菅原 隆太

設立年月日：2020年11月

事業内容：イベント・セミナー等の企画・制作・実施・運営および管理、チケット等の販売、広告および宣伝業、広報・PR代行業

URL：<https://ebichoco.com/>

本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社えびラーメンとチョコレートモンブランが食べたい

担当：木村 E-mail：kimura@ebichoco.com