情報提供

報道関係者各位

OTOBANK

2026年 11月 11日
株式会社オトバンク

企業の「中の人」の発信、深く届ける媒体ほど購買行動に寄与
「ブログ」「新聞・雑誌」「ポッドキャスト」が９割超

直接的な商品説明より「企業の取り組み」や「ビジョン」への共感が購入を後押し
【「企業で働く人」が発信する情報と消費者の反応に関する調査 ②】

株式会社オトバンク（本社：東京都文京区、代表取締役社長：久保田裕也）が運営するポッドキャスト制作事業「PitPa」は、企業の経営者や社員など「企業で働く人」が発信する情報について、消費者がどのように受け止め、行動したのかを調べました。第２弾では、過去１年に企業の「中の人」の情報発信と接触した経験のある 20～69 歳の男女 500 人を対象に、「接触した内容」「発信者」「媒体」と、その後の購買行動や企業イメージ変化との関係性を分析しました。



■情報があふれる時代、企業の「中の人」の発信が消費者に与える影響を調査

SNS や動画、音声など、企業が消費者に情報を届ける手段が広がる一方、情報があふれるなかで、自社の商品・サービスの魅力を伝え、興味や購買行動につなげることが課題となっています。
こうしたなか、企業の経営者や社員など「中の人」による発信は、商品・サービスの特徴に加え、企業の考え方や人柄を伝える手段の一つです。そこでオトバンクのポッドキャスト制作事業「PitPa」は、消費者がこうした発信をどのように受け止め、商品への興味や購入・利用、企業イメージにどのような反応を示したのかを調査しました。

【調査ハイライト】

- 「企業の取り組み・社会貢献」を見聞きした人の 91.3%、「専門的な知識・解説」を見聞きした人の 87.8%が購買関連行動を経験。
- 購買関連行動を経験した割合は、「ブログ・note」91.7%、「新聞・雑誌」90.8%、「ポッドキャスト等の音声」90.5%と、いずれも９割超。
- 企業イメージの向上には、「経営者の考えやビジョン」90.1%、「専門的な知識・解説」88.4%、「社員インタビュー」87.2%が上位。

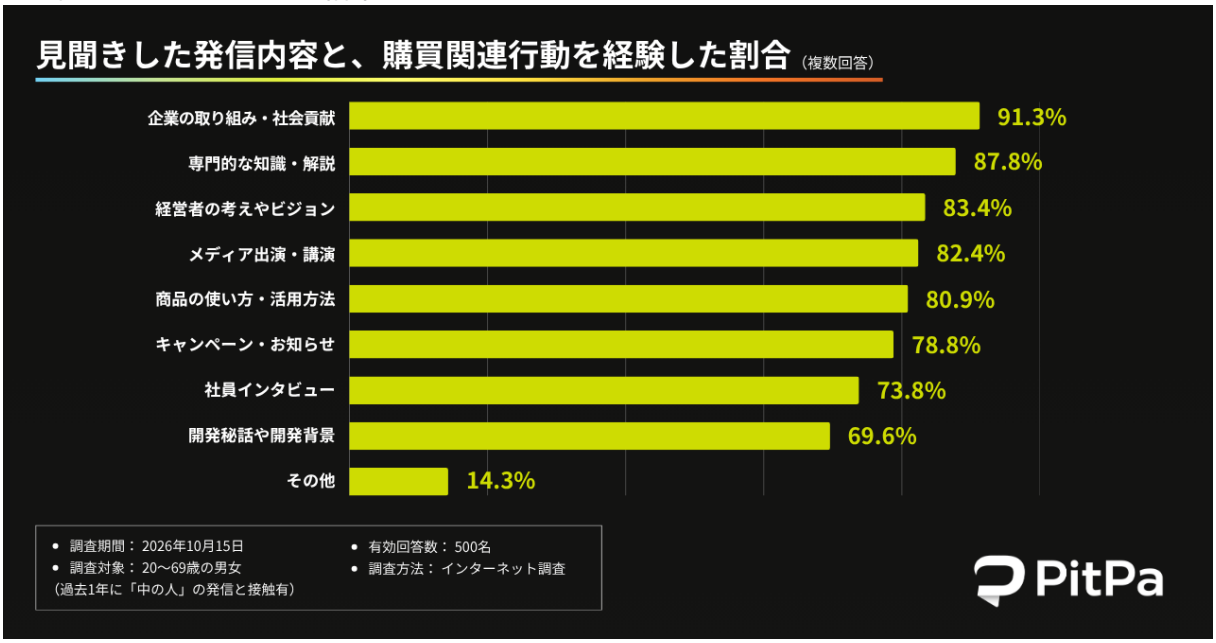
■ 本件に対するお問い合わせ
株式会社オトバンク　広報担当　佐伯・篠田
東京都文京区本郷 3-4-6　御茶ノ水エビヌマビル 8 階
TEL：070-8813-4436（篠田） FAX：03-5805-2917　Email：pr@otobank.co.jp

- 購買関連行動を経験した割合は、経営者 77.3%に対し、開発担当者 82.2%、営業担当者 80.3%と、現場社員が上回る結果に。

■「企業の取り組み」や「専門知識」など、商品説明以外の情報も購買関連行動と関係

過去 1 年に企業の「中の人」の情報発信と接触した経験のある 20～69 歳の男女 500 人に、見聞きした内容を尋ね、その内容が購買関連行動とどのような関係があるかを調査しました。なお、ここでの「購買関連行動」とは、商品への興味・情報収集・購入検討・実際の購入や利用のうち、少なくとも一つを経験したことを指します。

「企業の取り組み・社会貢献」を見聞きした人のうち、91.3%が商品への興味を抱いたり、実際の購入検討などを経験するなどの購買関連行動を経験したと回答しました。さらに「専門的な知識・解説」では 87.8%、「経営者の考えやビジョン」では 83.4%が購買関連行動を経験したと回答。商品の使い方といった直接的な説明以上に、企業の「中の人」が直接企業の姿勢や考え方を伝えることが、消費者の購買関連行動と関連しているという結果となりました。



■「ブログ・note」「新聞・雑誌」「ポッドキャスト等の音声」で 9 割超が購買関連行動を経験

企業の「中の人」による情報発信に接触した媒体と、その後の購買関連行動との関係を調査しました。その結果、「ブログ・note」が 91.7%、「新聞・雑誌」が 90.8%、「ポッドキャスト等の音声」が 90.5%となり、いずれも 9 割を超えました。

これらの媒体は、文章や音声を通じて情報を詳しく伝えられるという特徴があります。商品・サービスの情報だけでなく、企業の考え方や背景、働く人の専門性などを伝えることも、消費者との接点を深めるうえで一つの可能性と考えられます。

なお、同じ人が複数の媒体に接触しているため、これらの数値は媒体そのものの優劣を示すものではありません。

■ 本件に対するお問い合わせ

株式会社オトバンク　広報担当　佐伯・篠田

東京都文京区本郷 3-4-6　御茶ノ水エビヌマビル 8 階

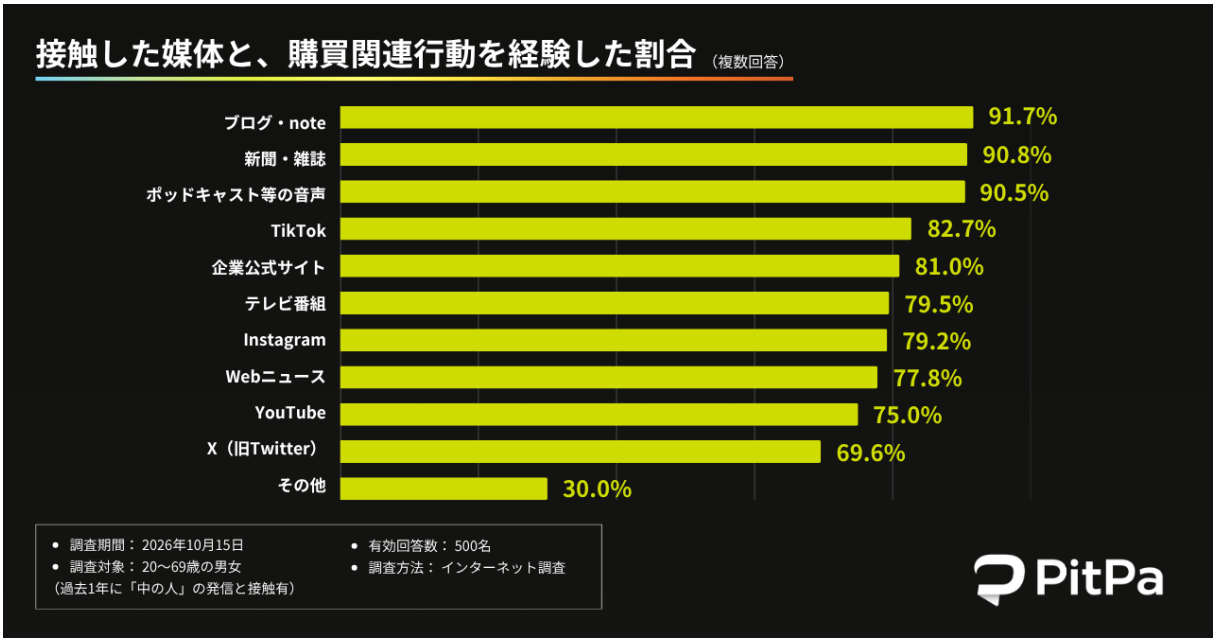
TEL：070-8813-4436（篠田） FAX：03-5805-2917　Email：pr@otobank.co.jp

情報提供

報道関係者各位

OTOBANK

2026年 11月 11日
株式会社オトバンク



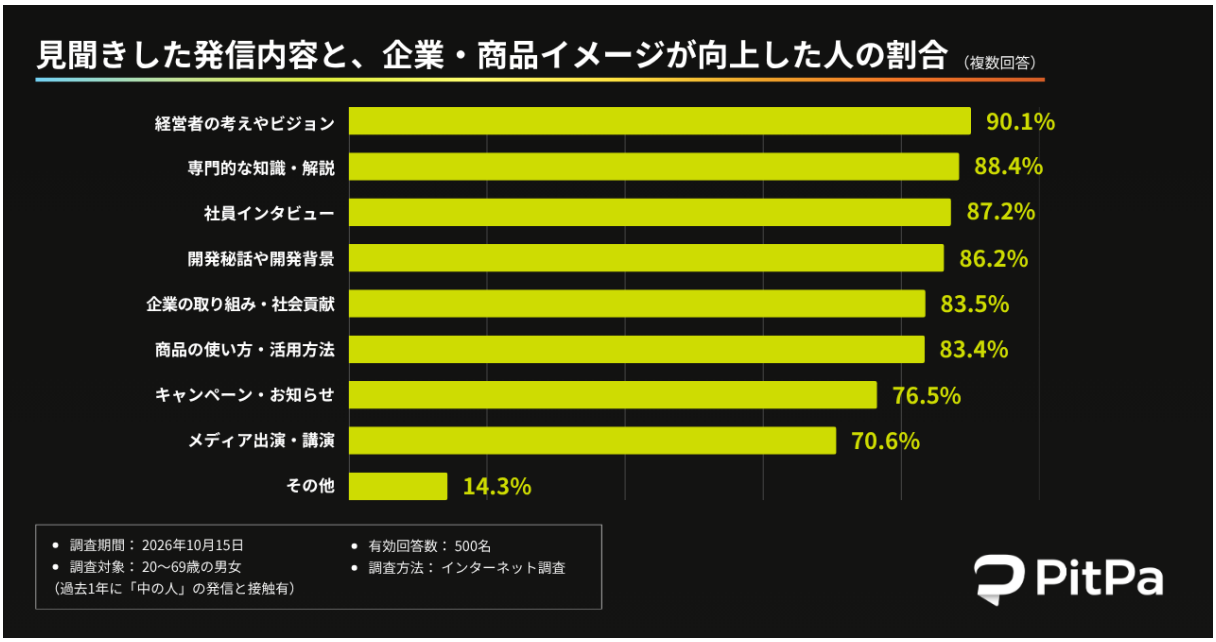
■「経営者のビジョン」や「専門知識」「社員インタビュー」など人柄や思想が見える発信が好印象に

企業の「中の人」による情報発信に接触したことで、企業や商品のイメージが良くなったと回答した人について、どのような情報を見聞きしていたかを調査しました。

その結果、「経営者の考えやビジョン」が 90.1%と最も高く、続いて「専門的な知識・解説」が 88.4%、「社員インタビュー」が 87.2%となりました。

購買関連行動では「企業の取り組み・社会貢献」が上位だった一方、企業イメージの向上では、経営者の考えや社員の専門性・人柄など、企業で働く人の姿が見える情報が上位となりました。

商品の機能やサービス内容に加え、どのような思いで事業に取り組んでいるのか、どのような人たちが商品・サービスを生み出しているのかを伝えることが、企業への理解や好意的なイメージにつながっている可能性がうかがえます。



■ 本件に対するお問い合わせ

株式会社オトバンク　広報担当　佐伯・篠田

東京都文京区本郷 3-4-6　御茶ノ水エビヌマビル 8 階

TEL：070-8813-4436（篠田） FAX：03-5805-2917　Email：pr@otobank.co.jp

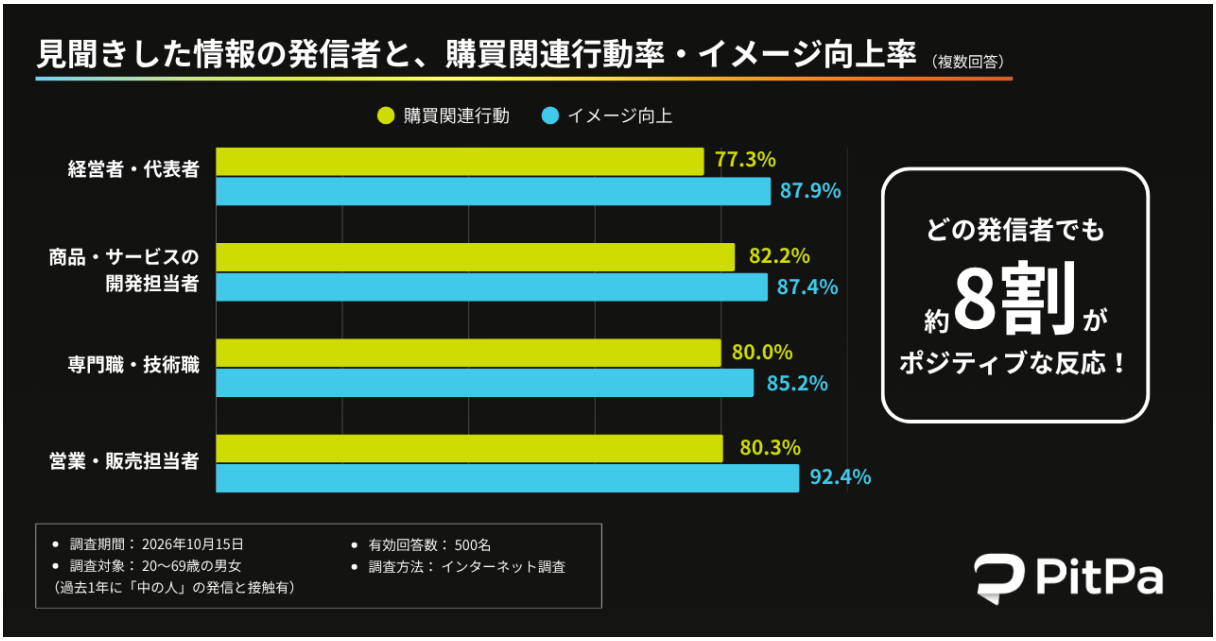
情報提供

報道関係者各位

2026年 11月 11日
株式会社オトバンク

■経営者だけでなく、開発・営業など現場社員の発信も購買関連行動と関係

誰が情報を発信していたかによって、購買関連行動や企業イメージにどのような違いがあるのかも調査しました。
経営者だけでなく、開発・専門職・営業担当者の発信に接した人でも、購買関連行動は約 8 割、イメージ向上は 8〜9 割台でした。
開発や営業など、商品・サービスに関する専門知識や現場での経験を持つ社員の発信も、消費者の興味や購買関連行動と関係していることがうかがえます。
企業の情報発信においては、経営者だけでなく、テーマに詳しい社員それぞれの知識や経験を生かすことも、有効な選択肢の一つと考えられます。



■オトバンク執行役員 ポッドキャスト事業 PitPa 責任者 富山真明のコメント



企業の情報発信というと、商品やサービスの特徴・価格・機能などを伝えることが中心になりがちです。しかし、私はそれと同じくらい、その企業がどのような考え方で事業に取り組み、どのような人たちが商品やサービスを生み出しているのかを伝えることが重要だと考えています。

今回の調査で興味深かったのは、企業の取り組みや経営者のビジョン、社員の専門知識といった情報が、購買関連行動や企業イメージの向上に大きく影響していたことです。これは、商品そのものの情報だけでなく、その背景にある企業の姿勢や人の存在が、消費者にとって重要な判断材料になっていることを示していると捉えています。

10 月 31 日に刊行した拙著『ポッドキャスト導入ハンドブック』でも、企業の中に眠る知識や経験、人柄そのものが、情報発信の大きな資産になると紹介しています。経営者には経営者にしか語れないことがあり、開発担当者や営業担当者にも、それぞれの立場だからこそ伝えられる情報があります。
企業の情報発信は、広報やマーケティング部門だけで完結させるものではありません。自社にはどのような人がいて、どのような経験や知識を持っているのか。そうした視点から情報発信を考えることが、消費者との関係を深めるうえで重要になると思います。

■ 本件に対するお問い合わせ

株式会社オトバンク　広報担当　佐伯・篠田
東京都文京区本郷 3-4-6　御茶ノ水エビヌマビル 8 階
TEL：070-8813-4436（篠田） FAX：03-5805-2917　Email：pr@otobank.co.jp

情報提供

報道関係者各位

2026年 11月 11日
株式会社オトバンク

■『声の力でビジネスを変える ポッドキャスト導入ハンドブック』好評発売中



今回の調査では、企業の商品・サービスに関する情報だけでなく、企業の取り組みや経営者の考え、社員の専門知識などを伝えることも、消費者との関係を深めるうえで重要であることがうかがえました。

『声の力でビジネスを変える ポッドキャスト導入ハンドブック』では、こうした企業の中にある知識や経験、人柄を音声で届けるポッドキャストのビジネス活用法を解説しています。
ブランディングやマーケティング、採用、社内コミュニケーションにおける音声コンテンツの可能性から、番組の企画・制作・配信、リスナーを広げる方法まで、企業番組の制作事例を交えて紹介しています。

【書籍概要】
書名：『声の力でビジネスを変える ポッドキャスト導入ハンドブック』
著者：富山真明
発売日：2026 年 10 月 31 日
発行：株式会社 BOW&PARTNERS
発売：中央経済グループパブリッシング
書籍紹介ページ：https://pitpa.jp/book/Podcast-handbook

■アンケート調査概要
調査期間： 2026 年 10 月 15 日
調査対象： 20～69 歳の男女（過去 1 年に「中の人」の発信と接触有り）
有効回答数： 500 名
調査方法： インターネットによるアンケート調査（Freeasy を利用）
※グラフの割合は、それぞれの設問に回答した人を母数にしています。複数回答の項目は合計が 100%になりません。また、各情報発信への接触と購入・印象の関係は、因果関係を証明するものではありません。

【これまでの結果レポート】
第 1 弾：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000658.000034798.html

■次回予告
第 3 弾では、こうした「中の人」の情報を、文章だけでなく実際の声で聞いた場合、親近感や企業イメージにどのような違いが見られるのかを紹介します。

【本件に関するご取材・お問い合わせ】
取材・掲載のご相談は下記までお気軽にご連絡ください。
・株式会社オトバンク 広報室　メール：　pr@otobank.co.jp
・その他お問い合わせはこちらまで：　https://www.otobank.co.jp/contact/

■ 本件に対するお問い合わせ
株式会社オトバンク　広報担当　佐伯・篠田
東京都文京区本郷 3-4-6　御茶ノ水エビヌマビル 8 階
TEL：070-8813-4436（篠田） FAX：03-5805-2917　Email：pr@otobank.co.jp

情報提供

報道関係者各位

2026年 11月 11日
株式会社オトバンク

■ポッドキャスト制作事業「PitPa」

PitPa は、音声コンテンツの制作・配信およびデータ分析を掛け合わせ、ポッドキャストを活用したビジネス・マーケティング・PR を支援する事業です。
脚本家やサウンドエンジニアなど、音声番組制作のプロフェッショナルが、音声番組のコンセプトづくりからレポーティング、コミュニティ形成までを支援しています。

【PitPa に関するお問い合わせ】
PitPa 公式サイト： https://pitpa.jp/
お問い合わせフォーム： https://pitpa.jp/contact

■株式会社オトバンク（本社：東京都文京区、代表取締役社長：久保田裕也）

「聞き入る文化の創造」を掲げ、2004 年に創業した音声プラットフォーム企業です。日本最大級のオーディオブック配信サービス「audiobook.jp」を運営し、数万点に及ぶオーディオブックの制作・配信を展開しています。創業の原点は、創業者・上田の祖父が緑内障を患った経験から、耳でも読書が楽しめる世の中にしたいと考えたことにあります。現在は、企業のブランド価値を高めるポッドキャストの企画・制作や、人材育成を支援する法人向け音声サービスなども展開。読書バリアフリーの推進や「耳活」という新たなライフスタイル提案を通じて、音声が生み出す豊かな社会の実現を目指しています。https://www.otobank.co.jp/

■ 本件に対するお問い合わせ
株式会社オトバンク　広報担当　佐伯・篠田
東京都文京区本郷 3-4-6　御茶ノ水エビヌマビル 8 階
TEL：070-8813-4436（篠田） FAX：03-5805-2917　Email：pr@otobank.co.jp