



令和3年度取引条件改善状況調査 結果概要

令和4年4月
中小企業庁

目次

調査実施概要（P2）

調査結果抜粋（P4～）

I. 「未来志向型の取引慣行に向けて」重点課題（P5～）

1. 重点課題の改善状況
2. 価格決定方法の適正化
3. 支払条件の改善
4. 知的財産・ノウハウの保護
5. 働き方改革に伴うしわ寄せ防止

II. その他中小企業が直面している事項（P40～）

6. 取引環境の変化への対応 等
7. 発注方法
8. コロナ禍の影響
9. 各施策の認知状況
10. 相談窓口等

調査実施概要

- 中小企業・小規模事業者における事業者間取引の実態や取引条件改善状況の把握を目的に平成29年度から実施。
- 自主行動計画策定業種以外の業種も含む8万社超に対して幅広く実施し、回答があった企業は25,888社(回答率29.15%)。

調査対象

88,800社(受注側80,600社、発注側8,200社)

製造業、サービス業、卸小売業から、資本金規模や立地・地域を勘案して抽出したサンプル調査であり、過年度調査と対象企業は異なっている。

調査期間

2021年9月～10月

調査方法

郵送調査(WEB回答可)

回答企業数

25,888社(受注側23,450社、発注側2,438社)

回答率

29.15%(受注側29.09%、発注側29.73%)

調査内容

(1)「未来志向型の取引慣行に向けて」重点課題

- ・重点課題の改善状況
- ・価格決定方法の適正化、支払条件の改善 等

(2)その他中小企業が直面している事項

- ・取引環境の変化への対応、取引状況、発注方法 等

集計にあたって

- ・報告書本文及び図表の構成比は、各回答を選択した企業数が有効回答数に占める割合を示す。
- ・表示は小数点第2位を四捨五入しているため構成比の合計が100.0%とならない場合がある。
- ・報告書中の“n”は各設問の回答数を表す。
- ・業種別集計のうち、その他はn数が少なかったため、掲載を割愛する。

【参考】回答企業

受注側事業者

業種大分類	件数	業種中分類	件数
建設業	1,404	建設業	1,404
製造業	10,490	食料品製造業	1,118
		繊維産業	665
		紙・紙加工品産業	290
		印刷業	694
		石油・化学産業	235
		鉄鋼産業	298
		素形材産業	370
		建設機械産業	88
		産業機械産業	962
		工作機械産業	183
		半導体・半導体製造装置産業	167
		電機・情報通信機器産業	454
		自動車産業	837
		その他製造業	4,129
サービス業	8,154	放送・コンテンツ産業	214
		アニメーション制作業	19
		情報サービス産業	1,393
		トラック運送業・倉庫業	2,266
		広告産業	419
		技術サービス産業	1,510
		警備業	282
		その他サービス業	2,051
卸売業	1,986	卸売業	1,986
小売業	197	小売業	197
その他	879	その他	879
無回答	340	無回答	340
大分類合計	23,450	中分類合計	23,450

売上高規模	件数
5,000万円未満	924
5,000万円以上1億円未満	1,133
1億円以上5億円未満	6,354
5億円以上10億円未満	5,479
10億円以上50億円未満	7,383
50億円以上100億円未満	1,510
100億円以上	667
総計	23,450

地域	件数
北海道・東北	2,200
関東	8,033
中部	5,194
近畿	4,389
中国	1,309
四国	639
九州・沖縄	1,686
合計	23,450

発注側事業者

業種大分類	件数	業種中分類	件数
建設業	149	建設業	149
製造業	969	食料品製造業	68
		繊維産業	61
		紙・紙加工品産業	18
		印刷業	76
		石油・化学産業	29
		鉄鋼産業	33
		素形材産業	24
		建設機械産業	13
		産業機械産業	82
		工作機械産業	10
		半導体・半導体製造装置産業	27
		電機・情報通信機器産業	76
		自動車産業	123
		その他製造業	329
サービス業	923	放送・コンテンツ産業	15
		アニメーション制作業	2
		情報サービス産業	107
		トラック運送業・倉庫業	249
		広告産業	25
		技術サービス産業	249
		警備業	20
		その他サービス業	256
卸売業	80	卸売業	80
小売業	165	小売業	165
その他	89	その他	89
無回答	63	無回答	63
大分類合計	2,438	中分類合計	2,438

売上高規模	件数
5,000万円未満	7
5,000万円以上1億円未満	2
1億円以上5億円未満	239
5億円以上10億円未満	347
10億円以上50億円未満	595
50億円以上100億円未満	258
100億円以上	990
総計	2,438

地域	件数
北海道・東北	245
関東	1,008
中部	418
近畿	387
中国	149
四国	59
九州・沖縄	172
合計	2,438

(エリアの定義は以下のとおり。)

【北海道・東北】・・・北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、【関東・】・・・茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、
 【中部】・・・新潟県、石川県、富山県、福井県、山梨県、長野県、静岡県、愛知県、岐阜県、【近畿】・・・三重県、滋賀県、京都府、大阪府、奈良県、和歌山県、兵庫県、
 【中国】・・・鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、【四国】・・・香川県、徳島県、愛媛県、高知県、
 【九州・沖縄】・・・福岡県、佐賀県、長崎県、大分県、熊本県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

I. 「未来志向型の取引慣行に向けて」

1. 重点課題の改善状況

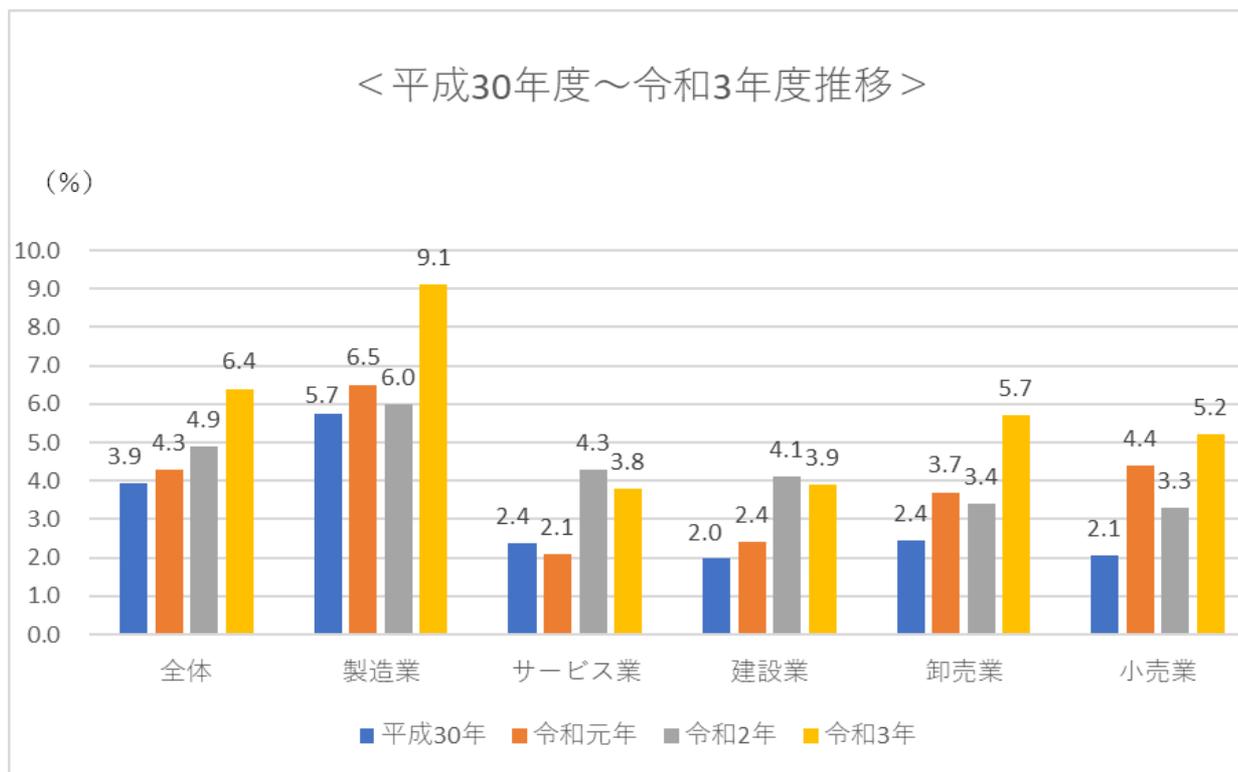
1. 重点課題の改善状況

① 不合理な原価低減要請の状況（平成30年度～令和3年度推移）

- 販売先から合理的な説明のない一方的な原価低減を「現在も要請されている」と回答した割合は、全体として平成30年度から横ばい傾向にある。

Q4-14 _合理的な説明のない原価低減要請について⇒「現在も要請されている」割合[単一回答]

受注側

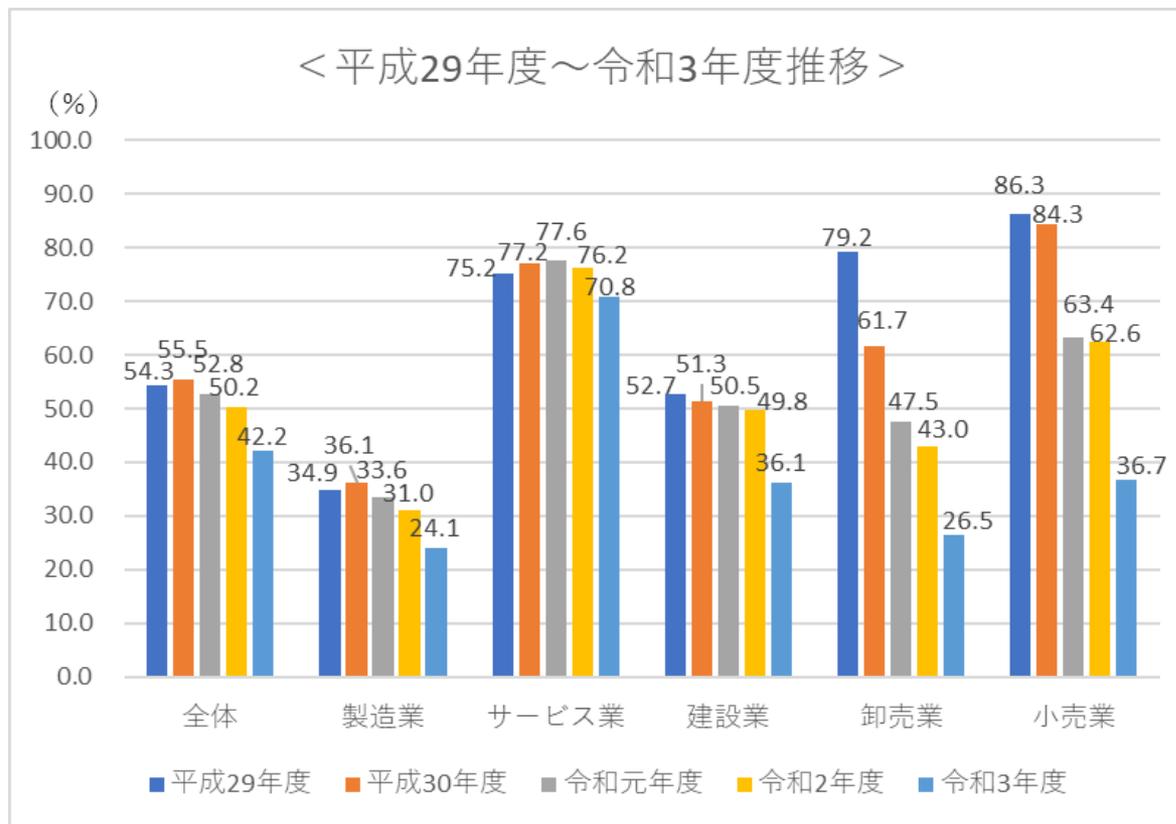


※平成29年度は、発注側事業者から定期的な原価低減を要請されている受注側事業者を対象とした設問であり、選択肢は「要請されている」「要請されていない」の2択。他年度の設問とは性質が異なるため未掲載。

1. 重点課題の改善状況 ②代金を手形等で受け取っている割合（平成29年度～令和3年度推移）

- 代金を手形等で受け取っている割合について、「すべて現金」の回答は、受注側は平成30年度から減少傾向にある。特に今年度は昨年度に比べて、全体で約10ポイント下がっている。
- 業種別では建設業、卸売業、小売業は昨年度から10ポイント以上の大きな低下をみせた。

Q5-5_代金を手形等で受け取っている割合について⇒「すべて現金」の割合[単一回答] 受注側



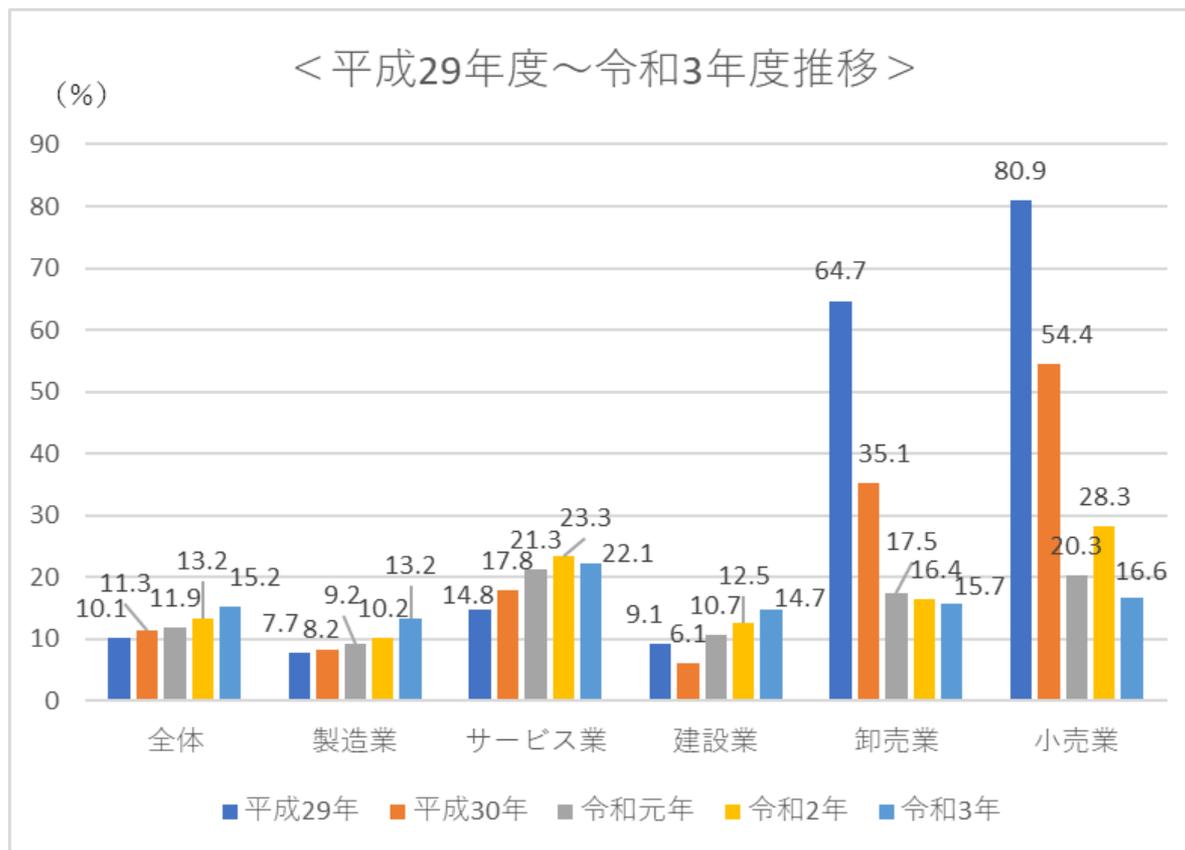
1. 重点課題の改善状況

③代金を手形等で受け取っている支払サイト(平成29年度～令和3年度推移)

- 手形等の支払サイトについて、「30日以内」および「60日以内」の割合を経年で比較すると、全体としては微増だが、業種毎では、平成30年度以降は横ばい傾向にある。

Q5-6_代金を手形等で受け取っている支払サイト⇒「30日以内」+「60日以内」の割合の推移 [単一回答]

受注側



I. 「未来志向型の取引慣行に向けて」

2. 価格決定方法の適正化

I. 未来志向型の取引慣行に向けて」重点課題

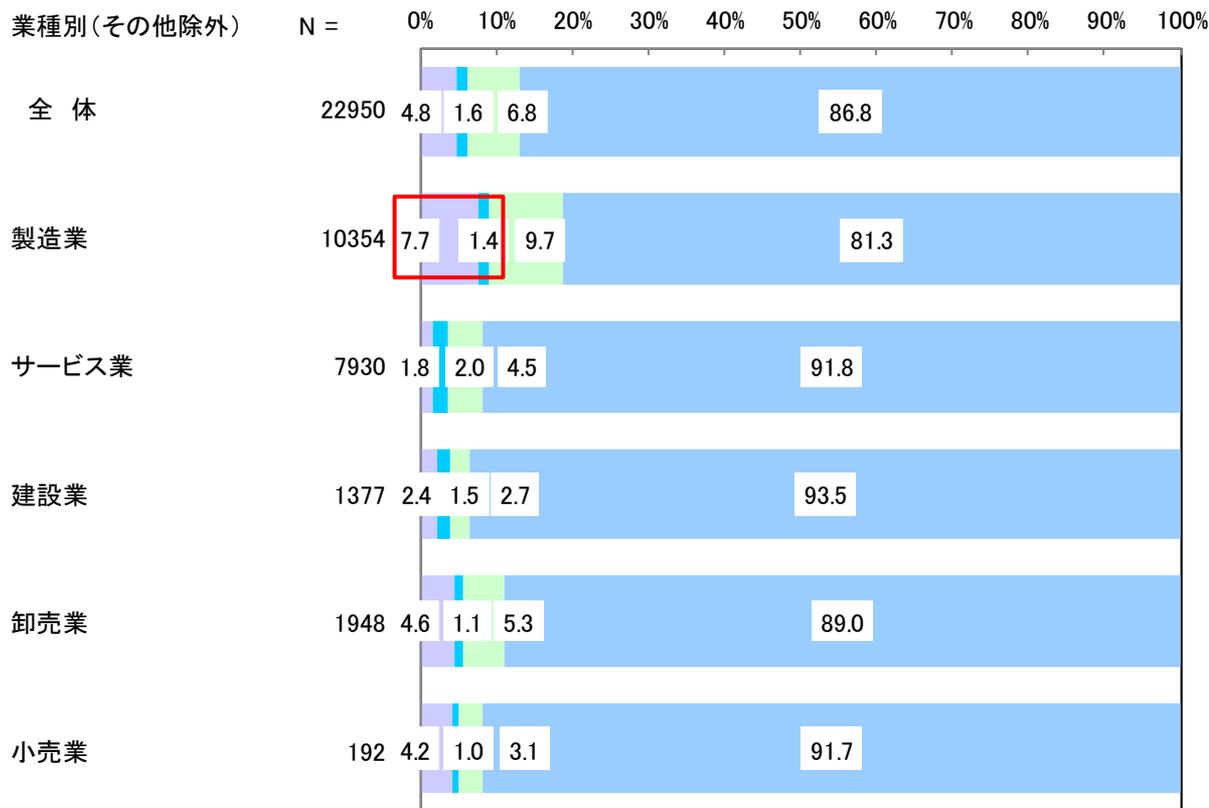
2. 価格決定方法の適正化

① 不合理な原価低減要請の状況

- 合理的な説明のない原価低減要請について、「現在も要請されている」と回答した割合が最も高い業種は製造業であった。

Q4-14 _合理的な説明のない原価低減要請について⇒「現在も要請されている」割合[単一回答]

受注側



- 新型コロナウイルス感染症拡大以前に要請されたことがあり、現在も要請されている
- 新型コロナウイルス感染症拡大以後に要請され、現在も要請されている
- 要請されたことがあるが、現在は改善された
- 要請されたことはない

I. 未来志向型の取引慣行に向けて」重点課題

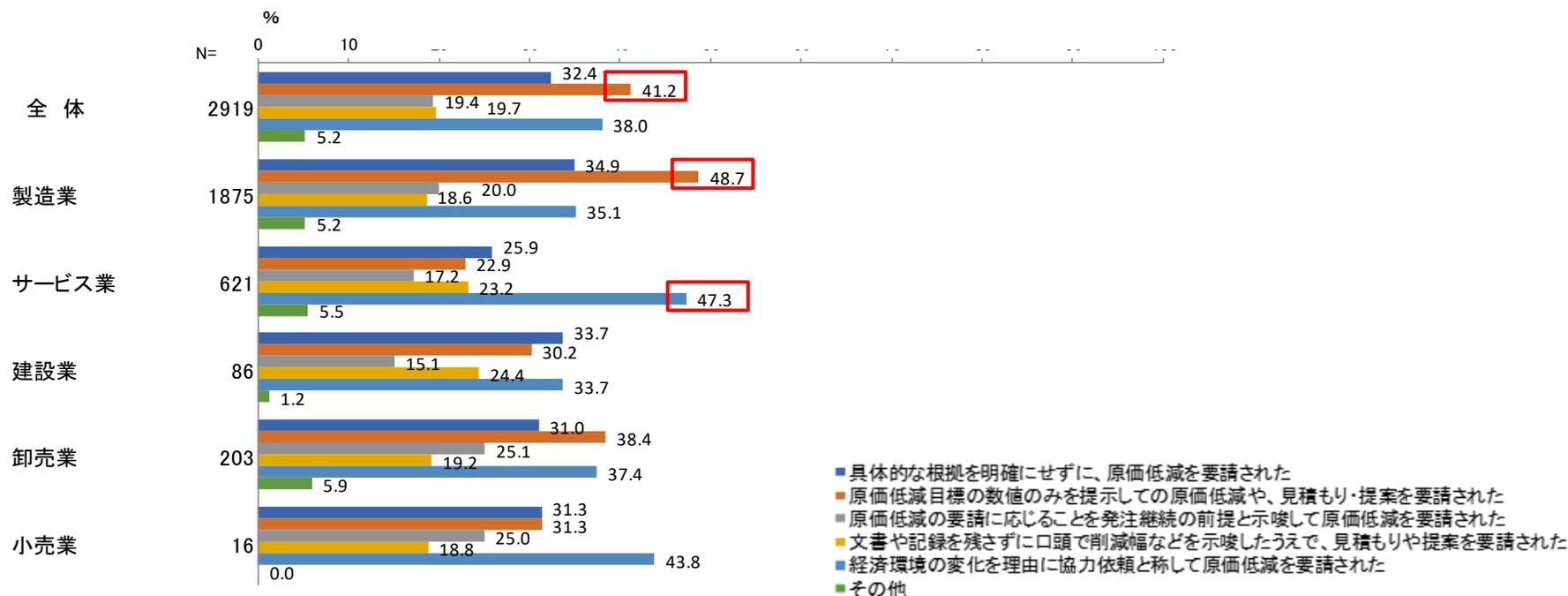
2. 価格決定方法の適正化

② 不合理な原価低減要請の要請方法

- 不合理な原価低減要請の要請方法について、全体では「原価低減目標の数値のみを提示しての原価低減や、見積もり・提案を要請された」が最も高くなった。
- 業種別にみると、製造業は「原価低減目標の数値のみを提示しての原価低減や、見積もり・提案を要請された」が、サービス業は「経済環境の変化を理由に協力依頼と称して原価低減を要請された」が約5割と高くなっている。

Q4-15_不合理な原価低減要請の方法[単一回答]

受注側



2. 価格決定方法の適正化

③コスト変動分の価格への転嫁状況

- コスト変動分の価格転嫁状況について、受発注の認識のずれを比較した。いずれのコストとも、発注側「反映した」より受注側「転嫁できた」が低い。転嫁状況について、発注側の認識よりも、受注側は「転嫁できていない」と感じている状況がわかる。
- サービス業のみ、受注側の「転嫁できた」認識が、発注側を上回っている（エネルギーコストを除く）。

Q4-21_コスト変動分の価格への転嫁状況[単一回答]

受注側

Q4-23_コスト変動分の価格への転嫁状況[単一回答]

発注側

①コスト全般	【受注側】転嫁できた	【発注側】反映した	【受注側】-【発注側】
全体	48.4	52.1	-3.7
1_製造業	50.9	64.9	-14.0
2_サービス業	41.3	35.1	6.2
3_建設業	61.2	68.8	-7.6
4_卸売業	56.9	68.0	-11.1
5_小売業	48.2	54.1	-5.9
②労務費	【受注側】転嫁できた	【発注側】反映した	【受注側】-【発注側】
全体	34.6	41.5	-6.9
1_製造業	30.3	45.7	-15.4
2_サービス業	37.4	33.0	4.4
3_建設業	52.6	63.2	-10.6
4_卸売業	32.1	46.1	-14.0
5_小売業	32.1	45.0	-12.9
③原材料・仕入価格	【受注側】転嫁できた	【発注側】反映した	【受注側】-【発注側】
全体	51.3	57.3	-6.0
1_製造業	59.6	75.2	-15.6
2_サービス業	35.0	32.7	2.3
3_建設業	61.0	74.4	-13.4
4_卸売業	69.0	78.0	-9.0
5_小売業	57.7	63.9	-6.2
④エネルギーコスト	【受注側】転嫁できた	【発注側】反映した	【受注側】-【発注側】
全体	28.9	41.4	-12.5
1_製造業	28.6	53.2	-24.6
2_サービス業	26.3	26.4	-0.1
3_建設業	42.8	58.3	-15.5
4_卸売業	30.0	48.1	-18.1
5_小売業	29.6	43.7	-14.1

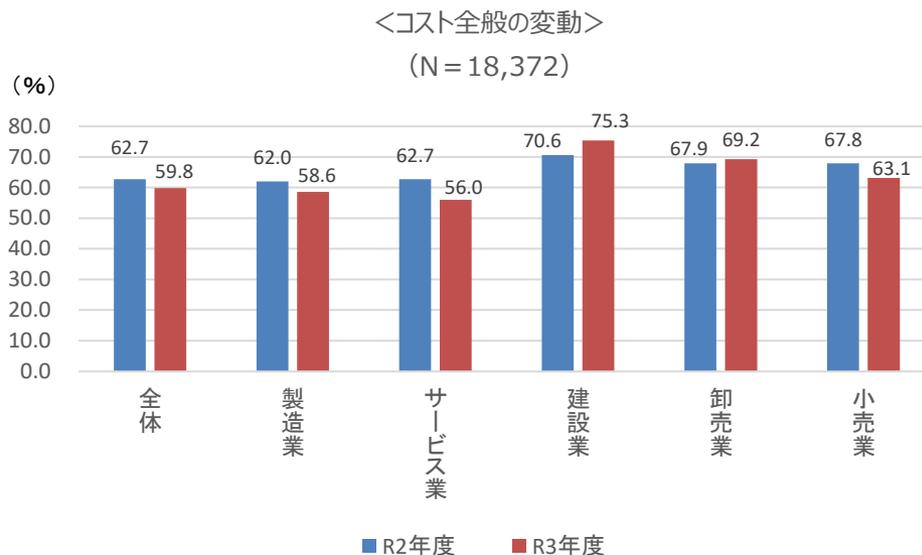
2. 価格決定方法の適正化

④コスト変動分の価格への転嫁状況

- コスト変動分の価格への転嫁状況について、製品等の価格へ、「概ね」または「一部」転嫁できた割合は、全体では、6割弱となった。業種別にみると、建設業は7割半ばと比較的高くなっている。
- 全体および各業種ともに昨年度との差は小さく、状況に大きな変化はない。

Q4-21_コスト変動分の価格への転嫁状況⇒製品等の価格へ「概ね」または「一部」転嫁できた割合[単一回答]

受注側



	【参考】R1年度	R2年度	今回調査	昨年度比較
全体	66.4	62.7	59.8	👉 -2.9ポイント
製造業	66.1	62.0	58.6	👉 -3.4ポイント
サービス業	66.0	62.7	56.0	👇 -6.7ポイント
建設業	73.2	70.6	75.3	👆 4.7ポイント
卸売業	71.4	67.9	69.2	👉 1.3ポイント
小売業	66.1	67.8	63.1	👇 -4.7ポイント

2. 価格決定方法の適正化

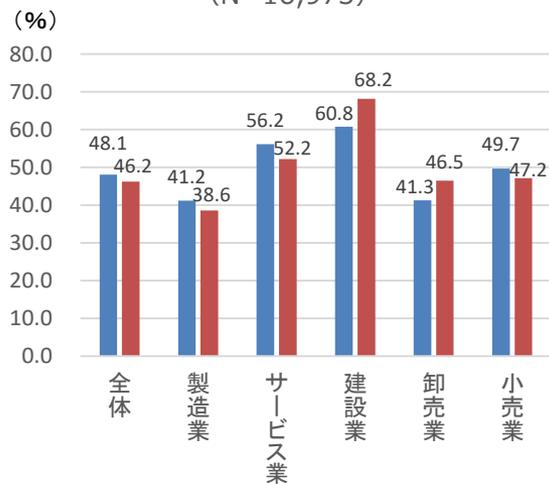
⑤コスト変動分の価格への転嫁状況

- コスト変動分の価格への転嫁状況について、製品等の価格へ、「概ね」または「一部」転嫁できた割合は、全体では、労務費が4割半ば、原材料価格は約6割、エネルギー価格は約4割となった。
- コスト全般の転嫁状況同様、全体および各業種ともに昨年度との差は小さく、状況に大きな変化はないものの、コストの種類により、業種毎に状況がやや異っている。

Q4-21_コスト変動分の価格への転嫁状況⇒製品等の価格へ「概ね」または「一部」転嫁できた割合[単一回答]

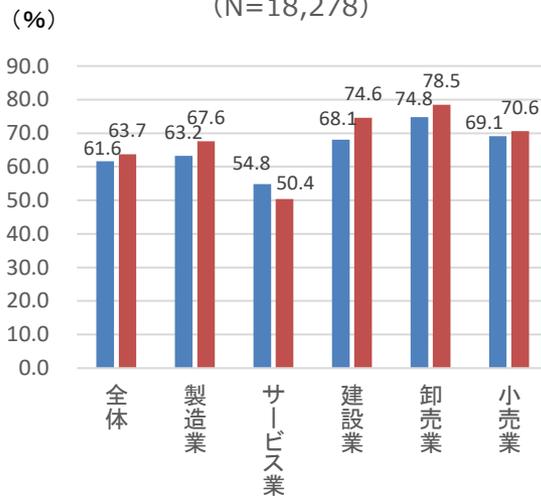
受注側

＜労務費の変動＞
(N=16,973)



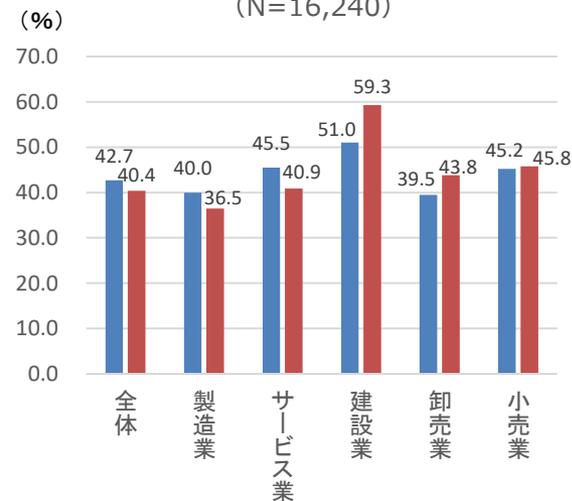
■ R2年度 ■ R3年度

＜原材料・仕入価格の変動＞
(N=18,278)



■ R2年度 ■ R3年度

＜エネルギーコストの変動＞
(N=16,240)



■ R2年度 ■ R3年度

	【参考】R1年度	R2年度	今回調査	昨年度比較
全体	51.6	48.1	46.2	↓ -1.9ポイント
製造業	44.6	41.2	38.6	↓ -2.6ポイント
サービス業	60.2	56.2	52.2	↓ -4.0ポイント
建設業	66.9	60.8	68.2	↑ 7.4ポイント
卸売業	47.7	41.3	46.5	↑ 5.2ポイント
小売業	45.3	49.7	47.2	↓ -2.5ポイント

	【参考】R1年度	R2年度	今回調査	昨年度比較
全体	64.1	61.6	63.7	⇒ 2.1ポイント
製造業	66.6	63.2	67.6	↑ 4.4ポイント
サービス業	57.3	54.8	50.4	↓ -4.4ポイント
建設業	70.5	68.1	74.6	↑ 6.5ポイント
卸売業	77.5	74.8	78.5	↑ 3.7ポイント
小売業	68.0	69.1	70.6	⇒ 1.5ポイント

	【参考】R1年度	R2年度	今回調査	昨年度比較
全体	43.4	42.7	40.4	↓ -2.3ポイント
製造業	40.7	40.0	36.5	↓ -3.5ポイント
サービス業	46.0	45.5	40.9	↓ -4.6ポイント
建設業	54.7	51.0	59.3	↑ 8.3ポイント
卸売業	42.6	39.5	43.8	⇒ 4.3ポイント
小売業	42.5	45.2	45.8	⇒ 0.6ポイント

※集計にあたっては「転嫁の必要がない」「その他」等の選択肢を除いて集計を行った

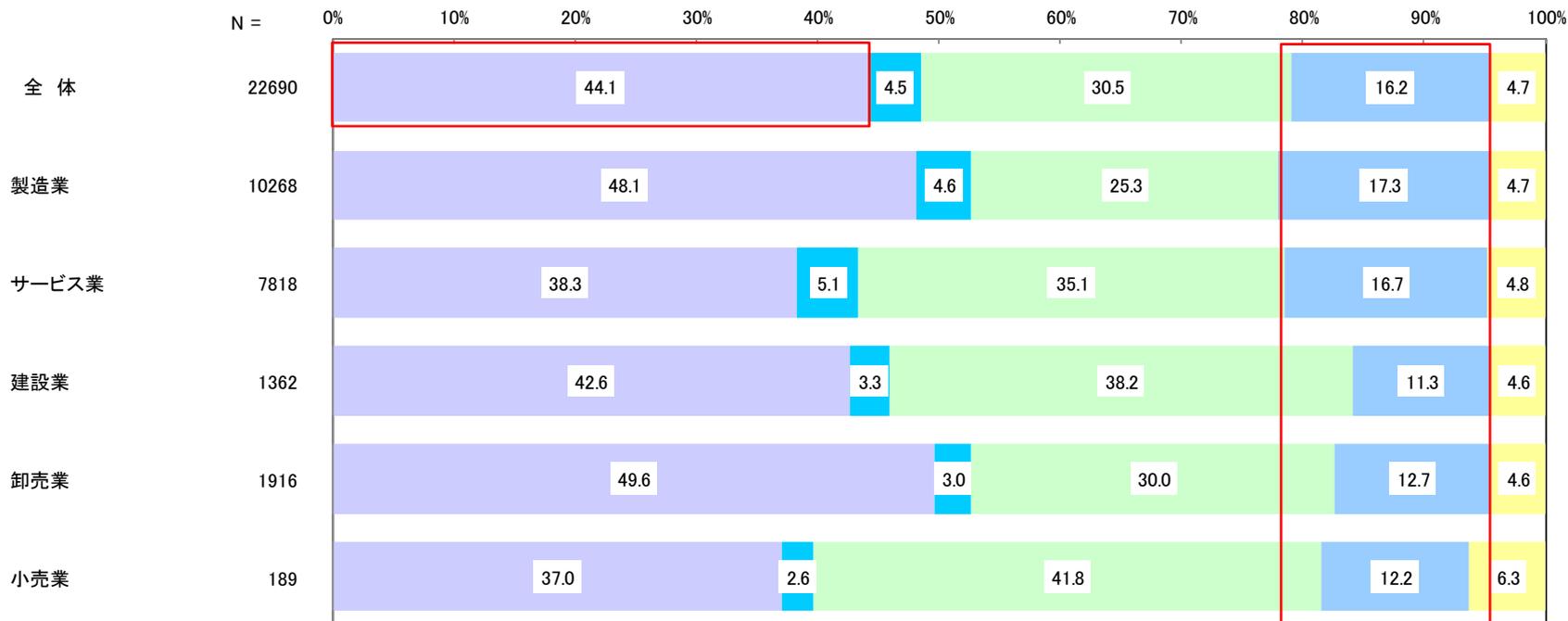
2. 価格決定方法の適正化

⑥取引先との価格見直しの協議の有無

- 取引先との価格見直しの協議について、全体では、「販売先に協議を申し入れ、協議を行うことができた」が4割半ばを占めている。
- 一方で、いずれの業種においても「販売先に協議を申し入れることができなかった」企業は1割半ばとなり、協議の申し入れ自体を断念しているケースもみられる。

Q4-24_取引先との価格見直しの協議の有無[単一回答]

受注側



- 販売先に協議を申し入れ、協議を行うことができた
- 販売先に協議を申し入れたが、協議を行うことができなかった
- 販売先に協議を申し入れる必要がなかった
- 販売先に協議を申し入れることができなかった
- その他

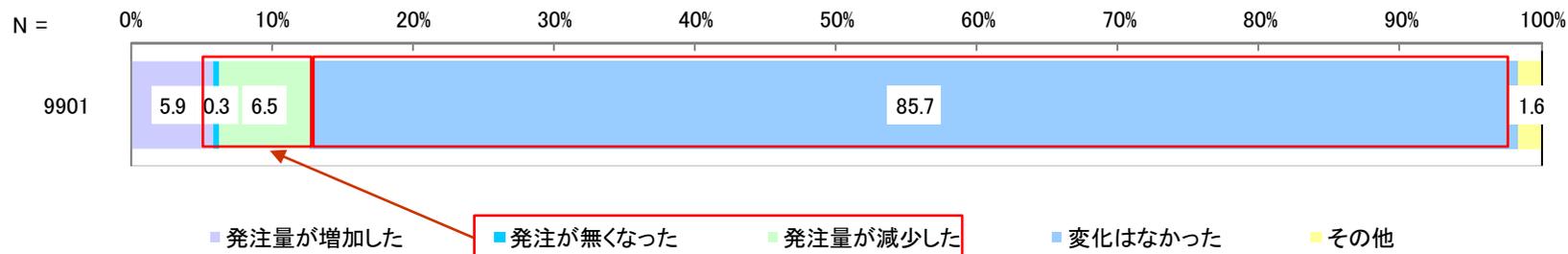
2. 価格決定方法の適正化

⑦ 協議を申し入れた後の取引先との関係の変化

- 協議を申し入れた後の取引先との関係の変化は、「変化はなかった」の割合が8割半ばと最も高い。
- 一方で、協議の申し入れをきっかけに、取引関係にマイナスの影響が発生した状況は、割合が少ないものの、「発注が無くなった」が0.3%、「発注量が減少した」が6.5%となっている。

Q4-27_協議を申し入れた後の取引先との関係の変化[単一回答]

受注側



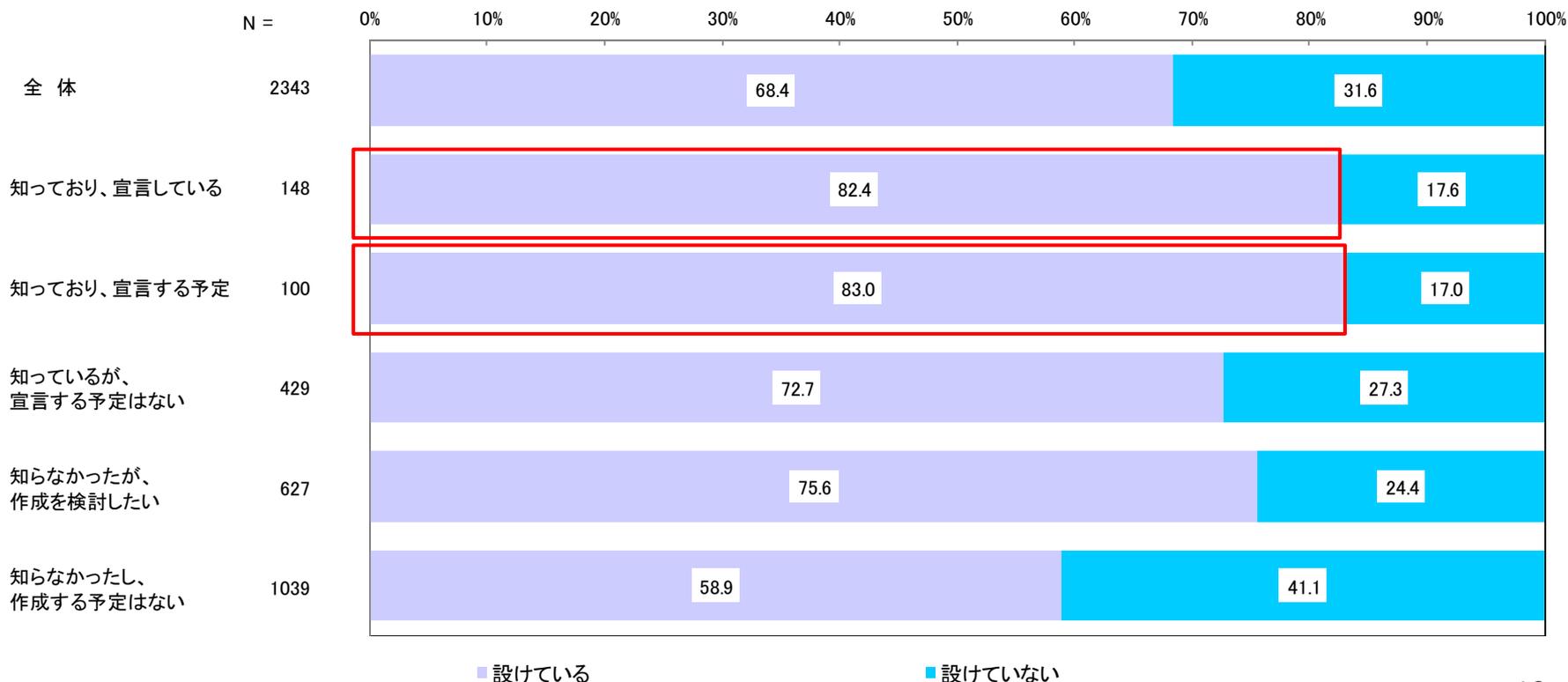
2. 価格決定方法の適正化

⑧ パートナーシップ構築宣言企業の価格協議の対応

- パートナーシップ構築宣言を知っており、宣言しているまたは宣言する予定の企業においては、仕入先（外注先）との価格協議の場を設けている割合が8割を超えており、全体に比べて15ポイント程度高い。

Q9-10_パートナーシップ構築宣言企業の価格協議の対応[単一回答]×
Q4-9_仕入先（外注先）との価格協議の場を設けているか[単一回答]

発注側



I. 「未来志向型の取引慣行に向けて」

3. 支払条件の改善

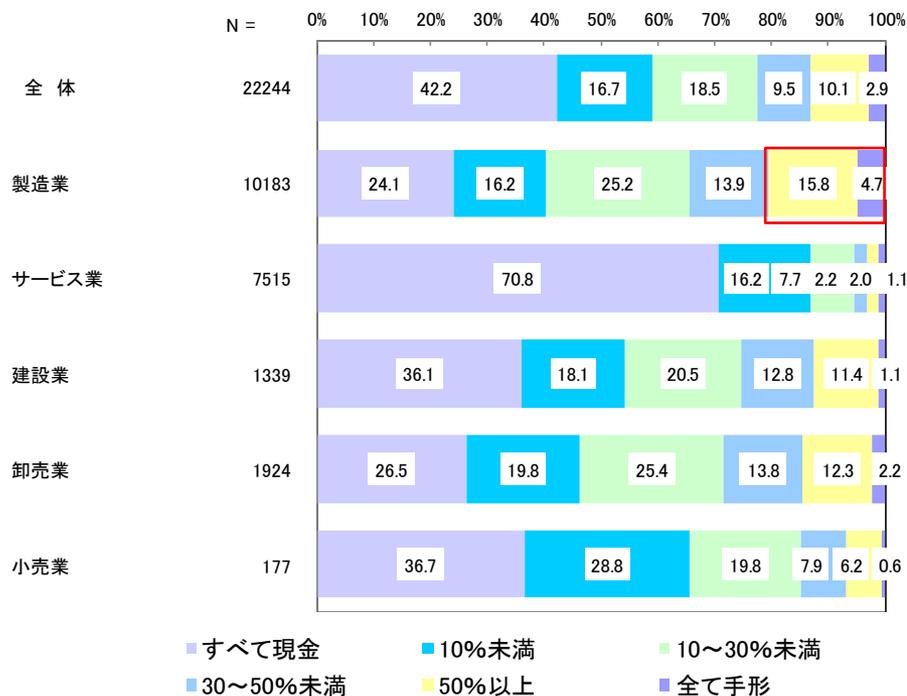
3. 支払条件の改善

①代金を手形等で受け取っている割合と支払サイト（受注側）

- 代金を手形等で受け取っている割合は製造業や卸売業で高く、特に製造業では「50%以上」または「全て手形」と回答した企業が2割を超えている。
- 代金を手形等で受け取っている場合の支払サイトは、製造業、建設業、卸売業で「120日以内」「120日超」が5割前後を占めている。

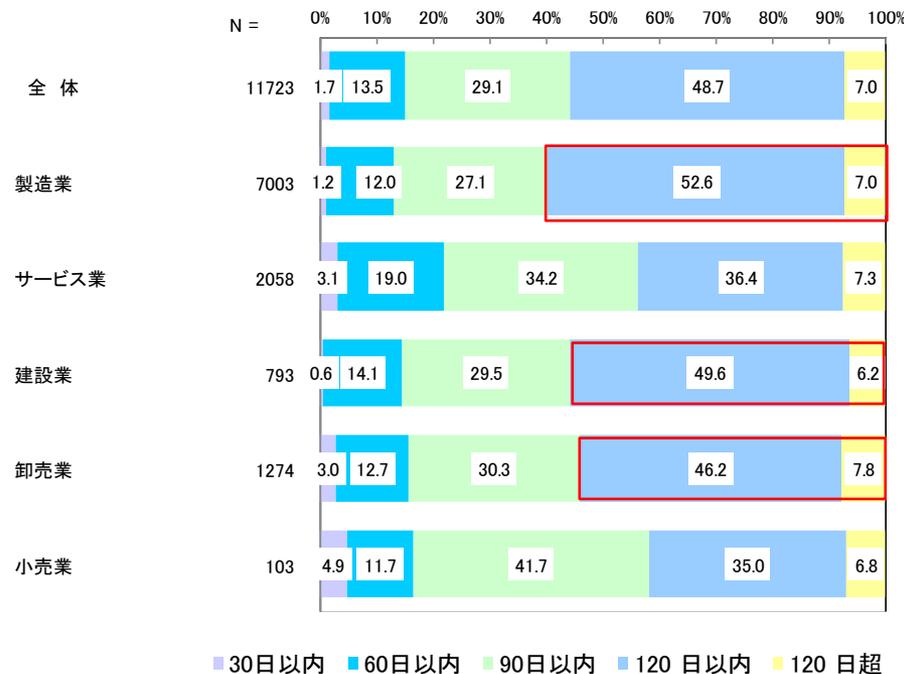
Q5-5_代金を手形等で受け取っている割合[単一回答]

受注側



Q5-6_現在の手形等の支払サイト[単一回答]

受注側



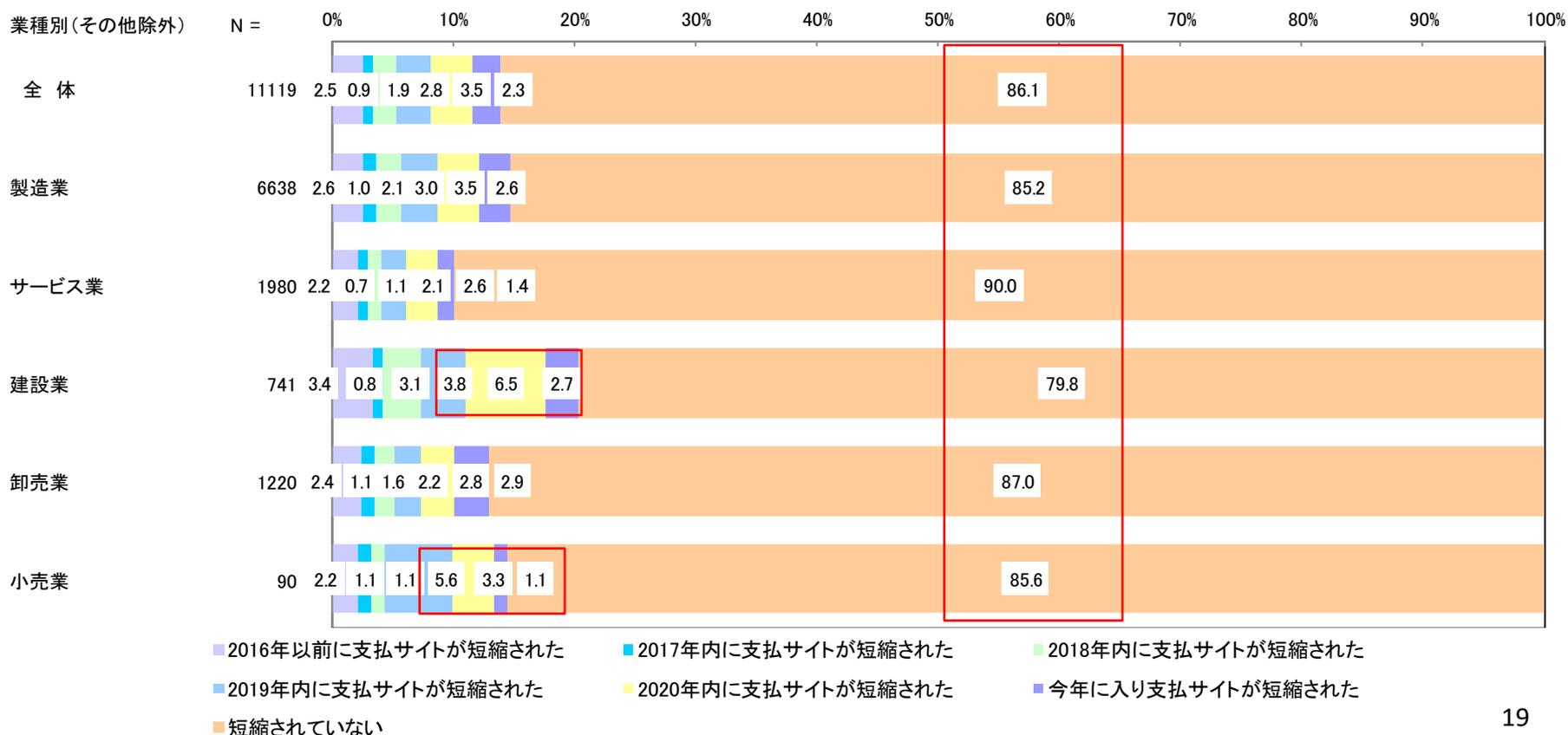
I. 未来志向型の取引慣行に向けて」重点課題

3. 支払条件の改善

② 支払サイトの改善状況

- 支払サイトの改善状況について、すべての業種で「短縮されていない」割合が約8～9割を占めている。
- 2019年以降に支払サイトが短縮された割合は、建設業で13.0%、小売業で10.0%と他の業種に比べてやや高い傾向がみられる。

Q5-7_支払サイトの改善状況[単一回答] **受注側**



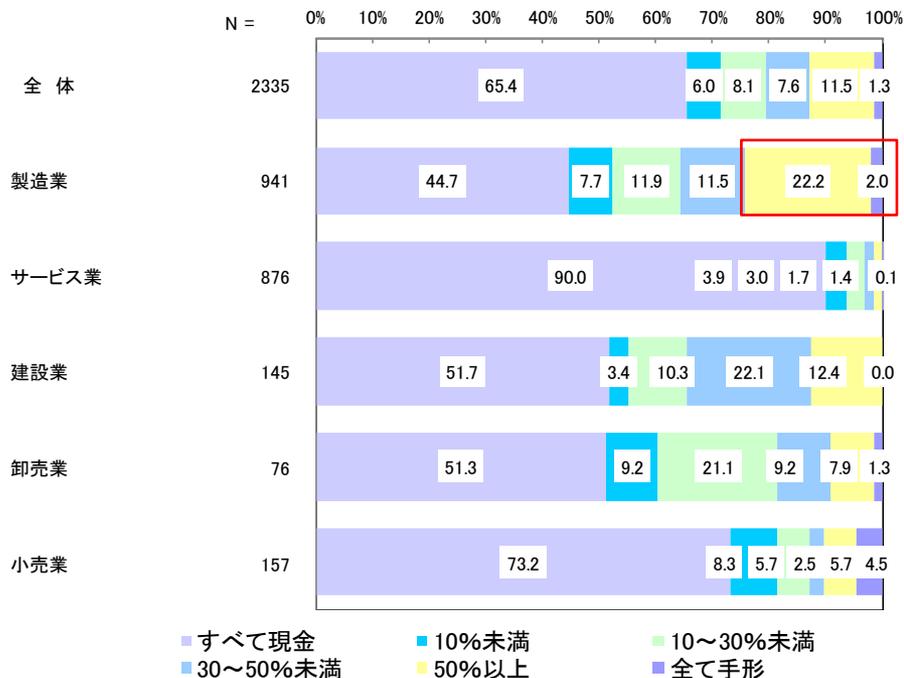
3. 支払条件の改善

③代金を手形等で支払っている割合と支払サイト（発注側）

- 発注側において、代金を手形等で支払っている割合は製造業、建設業、卸売業で特に高く、特に製造業では手形による支払が「50%以上」または「全て手形」の企業が2割を超えている。
- 代金を手形等で支払っている場合の支払サイトは、製造業、建設業が「120日以内」が5割を超えている。

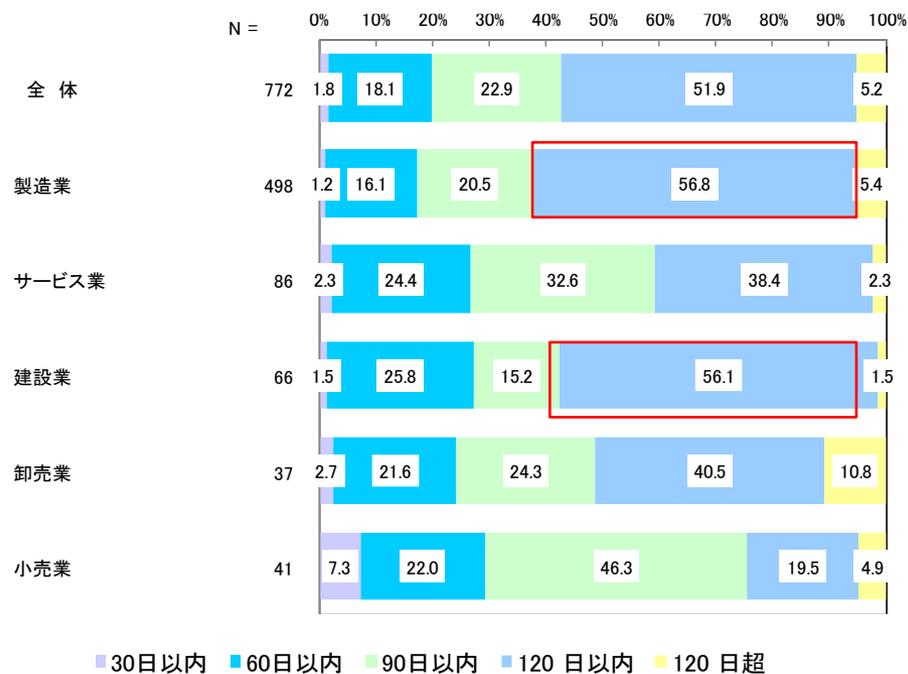
Q5-5_代金を手形等で支払っている割合[単一回答]

発注側



Q5-6_現在の手形等の支払サイト[単一回答]

発注側



I. 未来志向型の取引慣行に向けて」重点課題

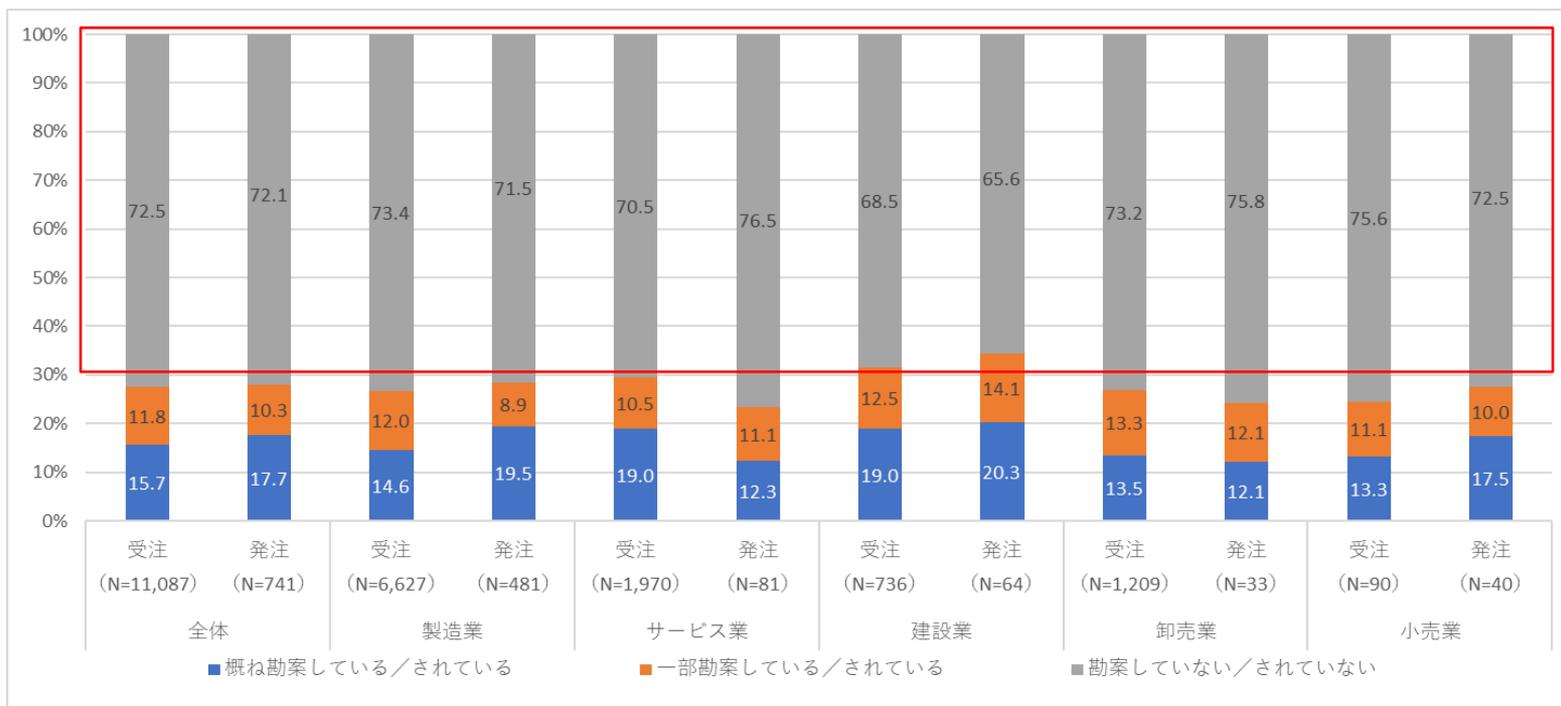
3. 支払条件の改善

④ 割引手数料の勘案

- 代金を手形等で支払っている場合の取引価格について、受発注ともに、いずれの業種も「勘案していない／されていない」割合が6割半ばから7割半ばと最も高くなっている。

Q5-8_割引手数料の勘案[単一回答] 受注側

Q5-8_割引手数料の勘案[単一回答] 発注側



3. 支払条件の改善

⑤ 手形サイトを60日以内とする方針の認知状況

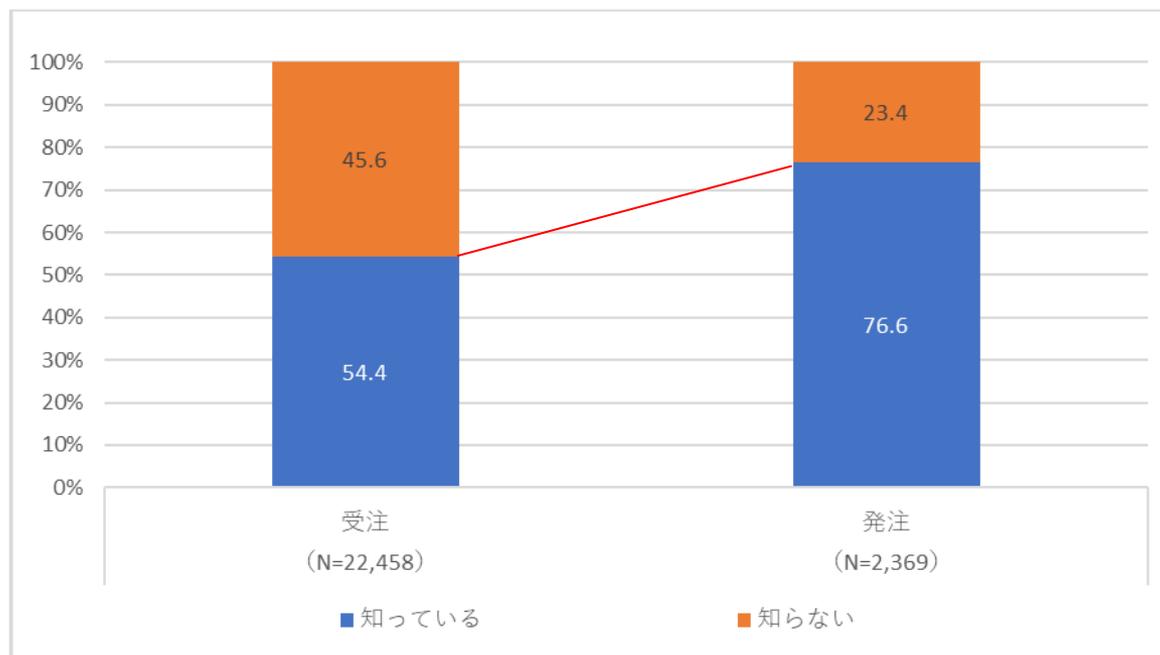
- 下請代金の支払に係る手形等のサイトについて、将来的には60日以内とするよう努めることが求められていることを「知っている」と回答した割合は、受注側で54.4%、発注側で76.6%であり、発注側の認知度がより高い状況。

Q5-9_手形サイトを60日以内とする方針の認知状況[単一回答]

受注側

Q5-9_手形サイトを60日以内とする方針の認知状況[単一回答]

発注側



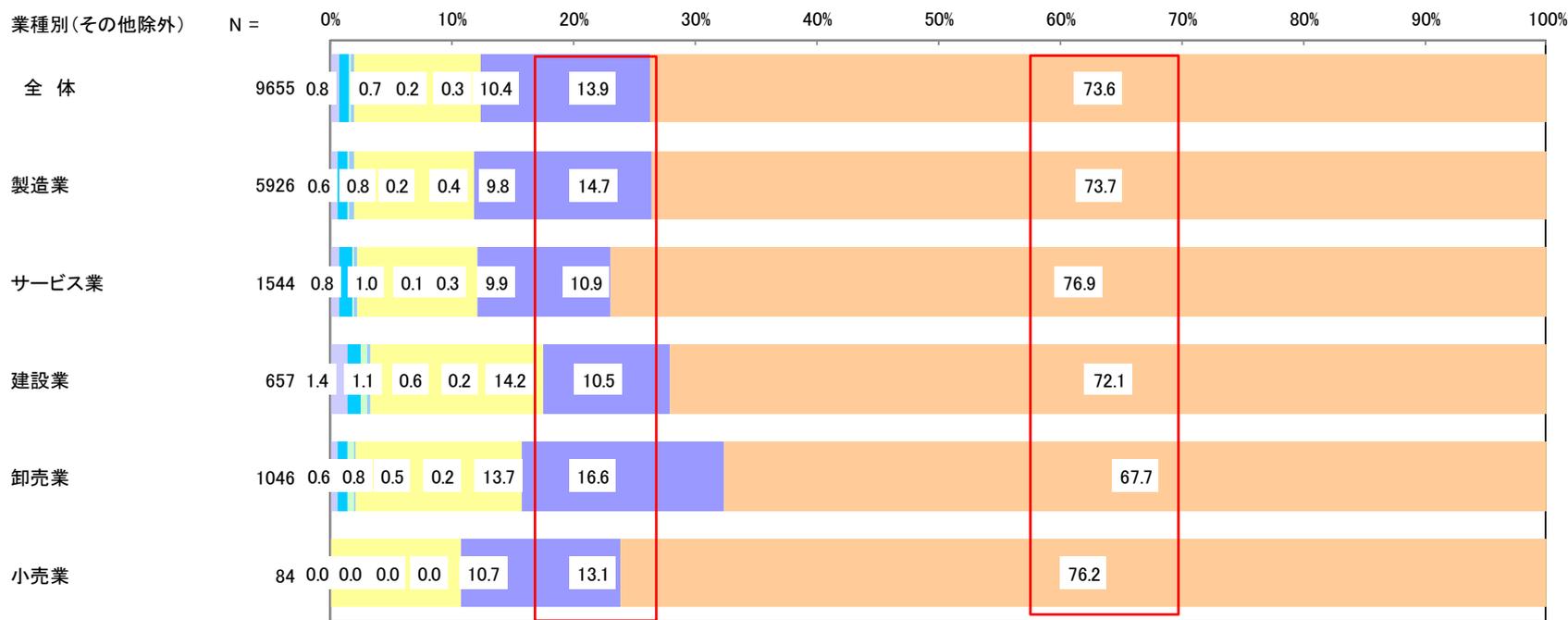
3. 支払条件の改善

⑥手形サイトの短縮予定（受注側）

- 手形サイトの短縮予定について、受注側のすべての業種において「わからない」と回答した割合が約7割で最も高い。手形サイトの短縮予定について、販売先から協議されていない状況がうかがえる。
- また、「短縮されない」の割合は、すべての業種で約1～2割となっている。

Q5-10_手形サイトの短縮予定[単一回答]

受注側



■ 2021年内までに短縮される予定
 ■ 2022年内までに短縮される予定
 ■ 2023年内までに短縮される予定
■ 2024年内までに短縮される予定
 ■ 短縮される予定だが、その時期は未定
 ■ 短縮されない
■ わからない

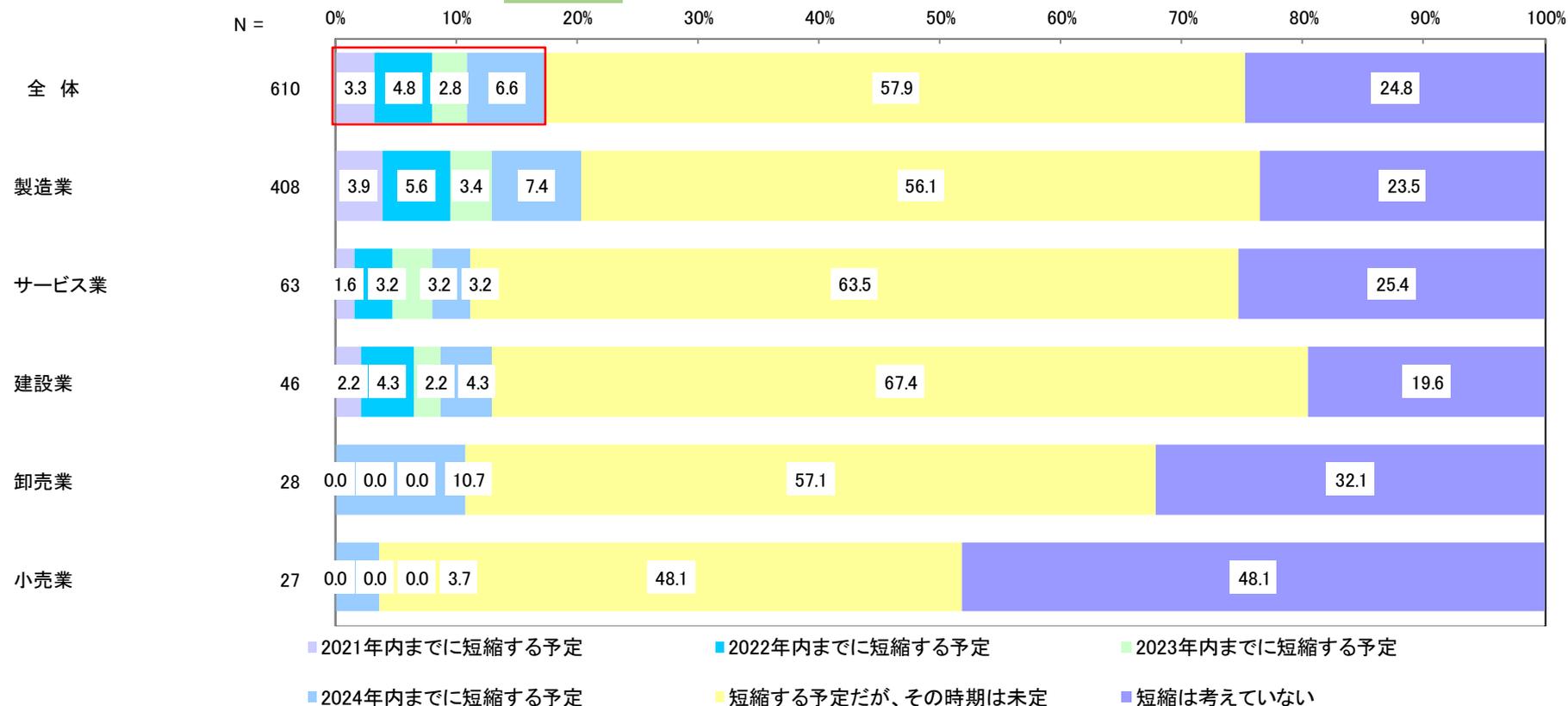
3. 支払条件の改善

⑦手形サイトの短縮予定（発注側）

- 手形サイトの短縮予定について、3年以内の実施を予定している割合は全体で2割未満。
- すべての業種において、「短縮する予定だが、その時期は未定」と回答した割合が最も高く、次に「短縮は考えていない」が続いている。

Q5-10_手形サイトの短縮予定[単一回答]

発注側



3. 支払条件の改善

⑧手形サイトを60日以内に短縮しない理由

- 手形等の支払サイトが60日を超える企業が、60日以内に短縮していない理由は、「貴社が受注側となる取引において手形等の支払サイトの短縮化の改善が進んでいないため」が最も高く、特に製造業や卸売業では4割弱。
- 建設業、卸売業、小売業では「商慣習・業界の構造的な問題があるため」が3割を超えており、手形等の支払サイト短縮の妨げとなっている問題は、業界によって異なる状況がうかがえる。

Q5-11_手形サイトを60日以内に短縮しない理由[複数回答可]

発注側

	社内の合 意が難しい ため	取引先金 融機関から の運転資 金調達が 難しいため	貴社が受 注側となる 取引におい て手形等の 支払サイト の短縮化の 改善が進ん でいないた め	大企業間 の取引では 手形等の 支払サイト の短縮化が 進んでいな いため、短 縮化するた めの資金の 確保や調 達が困難な ため	仕入先 (外注 先)が多 く、短縮化 に時間が掛 かっているた め	商慣習・業 界の構造 的な問題が あるため	その他
全体 (N=596)	14.8	8.9	35.7	22.5	13.1	25.2	21.0
1_製造業 (N=397)	17.6	8.8	38.8	25.2	14.6	21.7	19.6
2_サービス業 (N=60)	10.0	18.3	28.3	10.0	6.7	23.3	23.3
3_建設業 (N=47)	8.5	6.4	31.9	25.5	10.6	34.0	21.3
4_卸売業 (N=28)	7.1	0.0	39.3	21.4	17.9	46.4	14.3
5_小売業 (N=28)	3.6	7.1	3.6	14.3	7.1	46.4	35.7

3. 支払条件の改善

⑨ 約束手形の廃止に向けた取組の認知状況

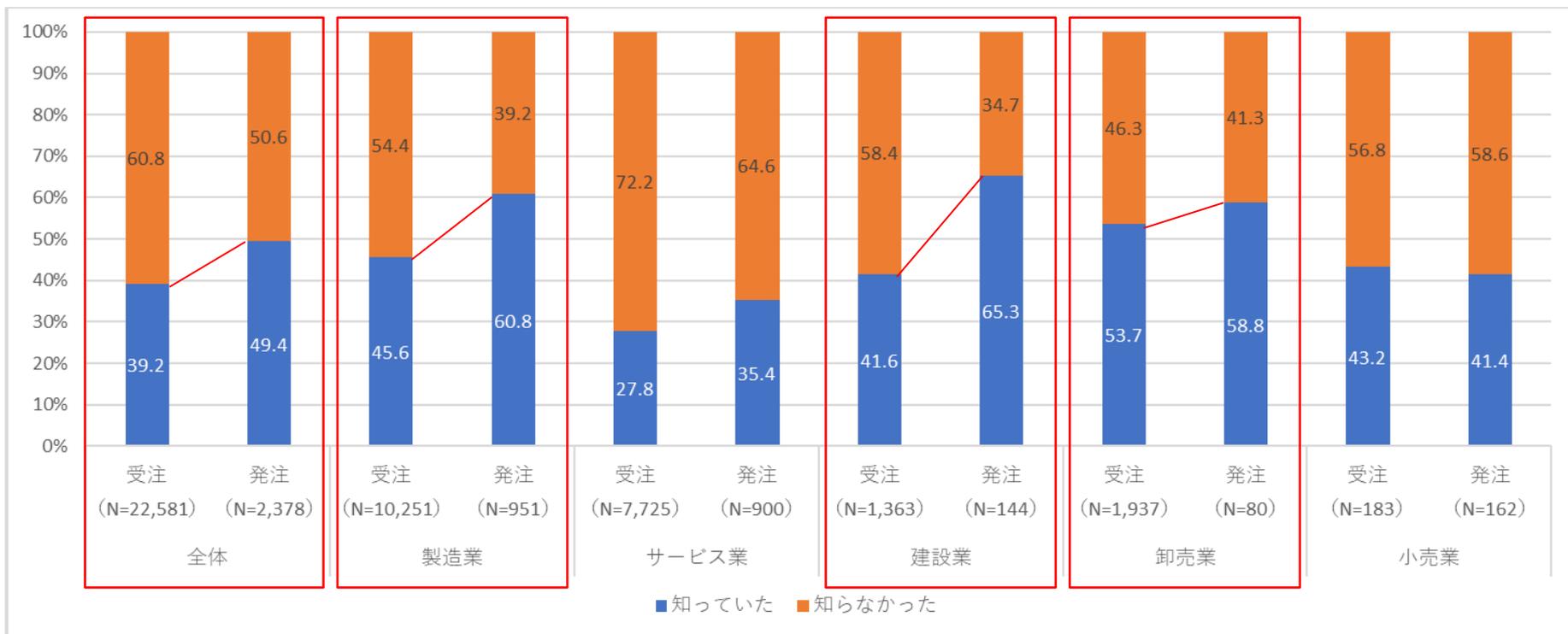
- 約束手形の廃止に向けた取組について、「知っていた」と回答した割合は受注側が39.2%、発注側が49.4%と約10ポイントの開きがある。
- 製造業、建設業、卸売業での認知度が高いが、いずれも発注側に比べて受注側の認知度が低い。

Q5-11_約束手形の廃止に向けた取組の認知状況[単一回答]

受注側

Q5-14_約束手形の廃止に向けた取組の認知状況[単一回答]

発注側



3. 支払条件の改善

⑩ 約束手形の廃止に向けた協議の状況

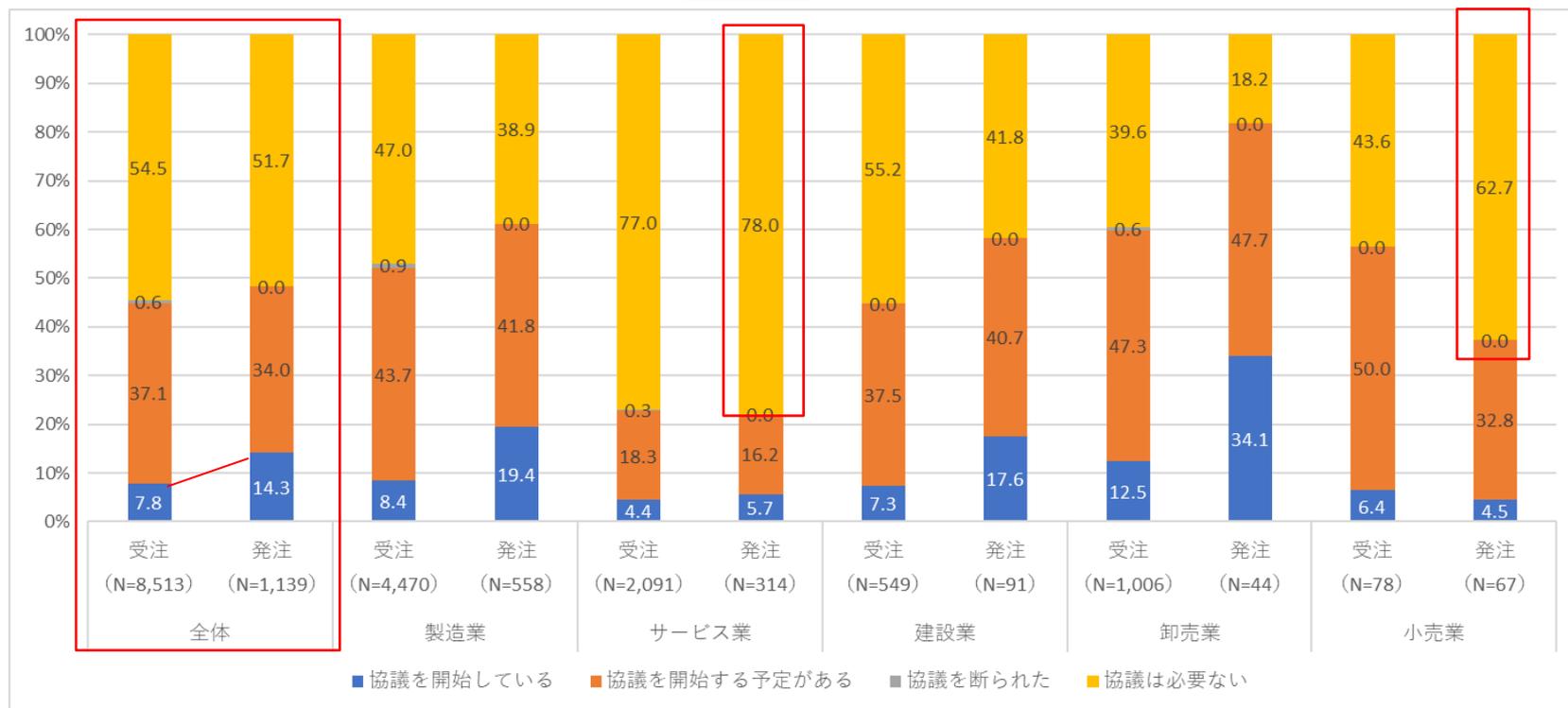
- 約束手形の廃止に向けた協議の状況について、全体として「協議を開始している」は受注側で7.8%、発注側で14.3%にとどまっている。
- 発注側では、サービス業、小売業が「協議は必要ない」の割合が6割超である。

Q5-12_約束手形の廃止に向けた協議の状況[単一回答]

受注側

Q5-15_約束手形の廃止に向けた協議の状況[単一回答]

発注側



I. 未来志向型の取引慣行に向けて」重点課題

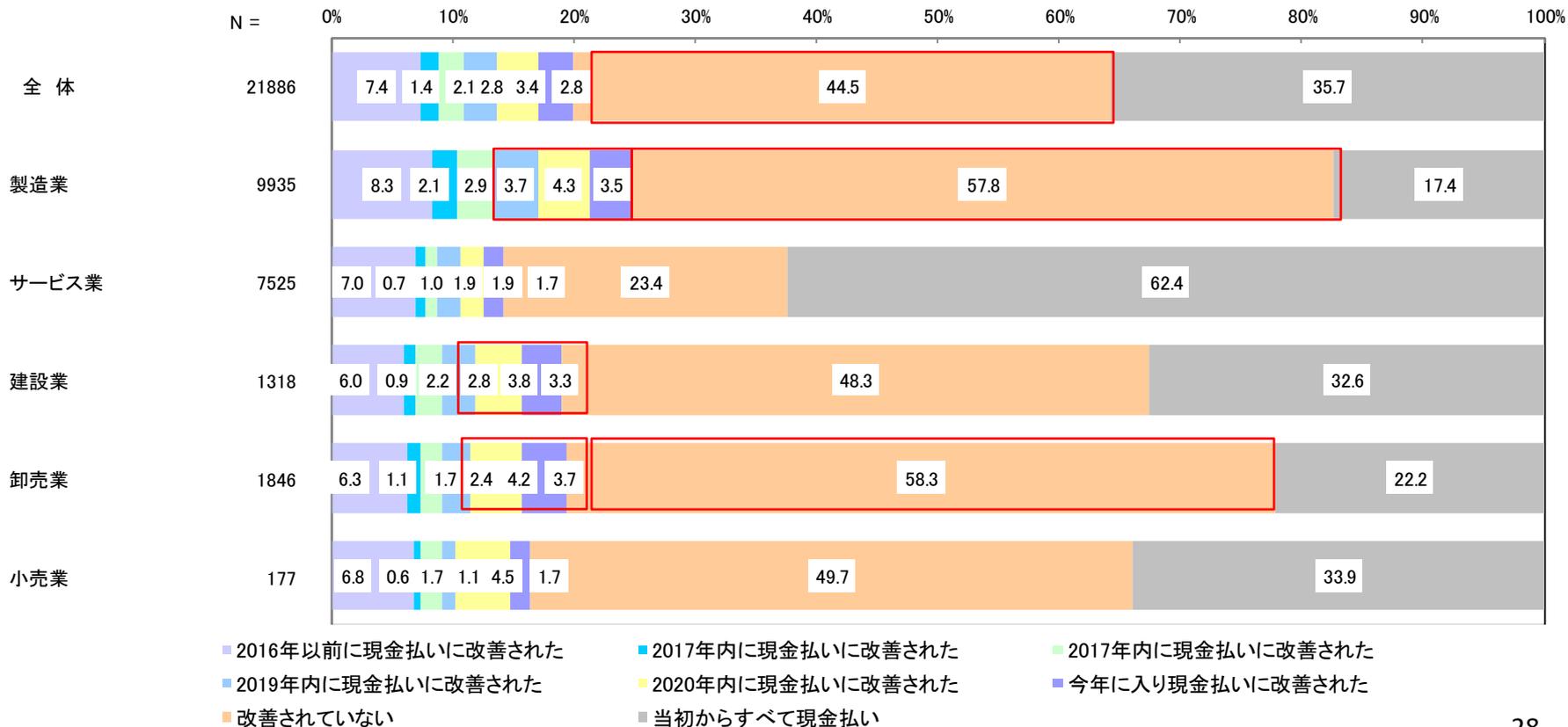
3. 支払条件の改善

⑪ 現金払いへの改善状況

- 手形等の支払いから現金払いへの改善状況について、全体では4割半ばが「改善されていない」と回答しており、特に製造業や卸売業では6割近くを占める。
- 2019年以降に現金払いに改善された割合が1割前後の業種の、製造業11.5%、建設業9.9%、卸売業10.3%については、更なる改善の余地がみえる。

Q5-13_現金払いへの改善状況[単一回答]

受注側



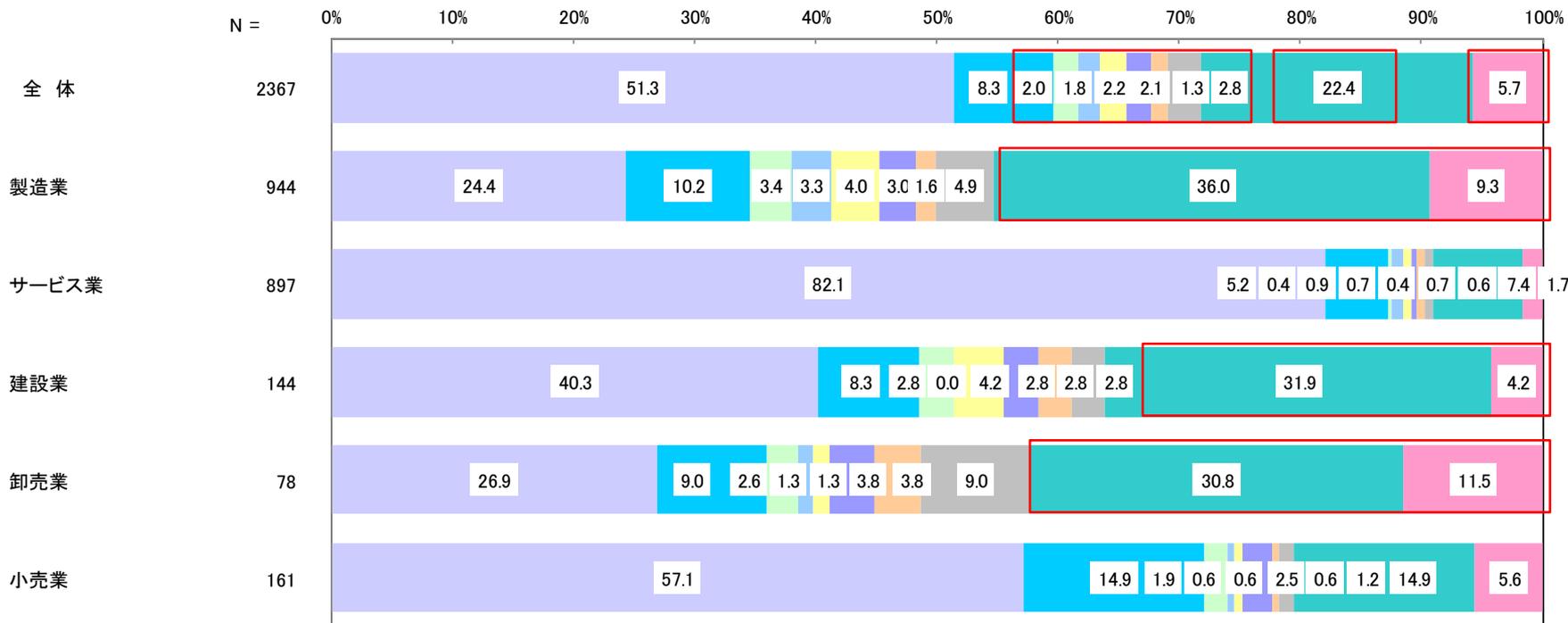
3. 支払条件の改善

⑫ 発注側事業者における支払条件の改善状況

- 発注側事業者における支払条件の改善状況について、2017年から令和4年の間に改善した/する予定の企業は12.2%となっている。一方で、「改善する予定だが、その時期は未定」が22.4%、「改善は考えていない」は5.7%と、具体的な予定がない割合も3割弱にのぼる。
- 製造業、建設業、卸売業では、3割を超える企業が「改善は考えていない」か「改善する予定だが、その時期は未定」としている。

Q5-16_支払条件の改善状況[単一回答]

発注側



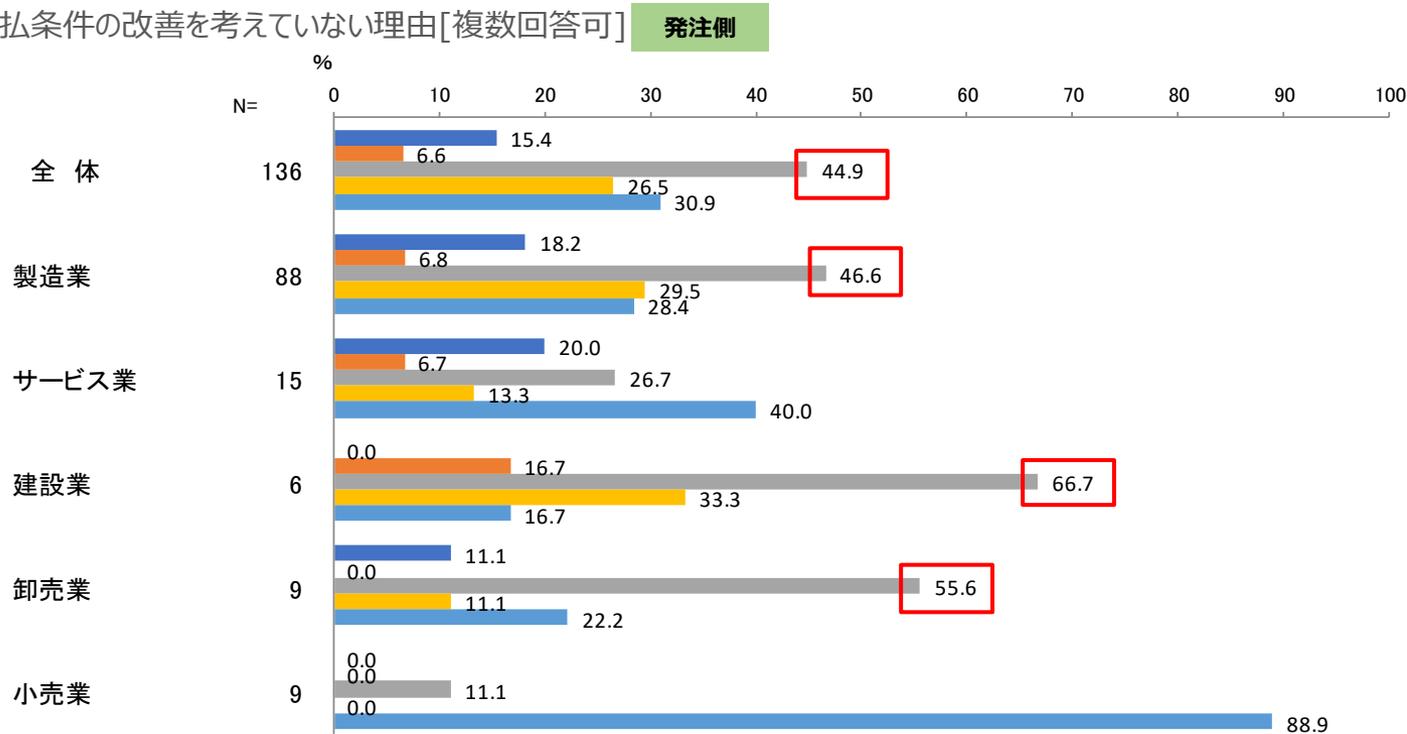
- 当初からすべて現金払
- 2016年以前に現金払いに改善した
- 2017年以内に現金払いに改善した
- 2018年以内に現金払いに改善した
- 2019年以内に現金払いに改善した
- 2020年以内に現金払いに改善した
- 今年に入り現金払いに改善した
- 今年から令和4年にかけて改善する予定
- 改善する予定だが、その時期は未定
- 改善は考えていない

3. 支払条件の改善

⑬ 支払条件の改善を考えていない理由

- 発注側が支払条件の改善を考えていない理由は、「貴社が受注側となる取引において支払条件の改善が進んでいないため」が4割半ばと最も高い。
- 製造業、建設業、卸売業では、いずれも「貴社が受注側となる取引において支払条件の改善が進んでいないため」が最も高く、特に建設業では6割を超えている。

Q5-17_支払条件の改善を考えていない理由[複数回答可]



- 社内の合意が難しいため
- 取引先金融機関からの運転資金調達が難しいため
- 貴社が受注側となる取引において支払条件の改善が進んでいないため
- 大企業間の取引では、手形払いが改善していないため、現金払いとするための資金の確保や調達が困難なため
- その他

I. 「未来志向型の取引慣行に向けて」

4. 知的財産・ノウハウの保護

4. 知的財産・ノウハウの保護

① 知的財産のガイドラインや契約書ひな形の認知状況

- 知的財産取引に関するガイドラインや契約書ひな形の認知状況について、受発注ともに「両方とも知らない」が最も高く、「契約書ひな形を知っている」が最も低い。
- また、全体的に発注側のほうが<知っている>割合は高くなっている。

Q6-5_知的財産のガイドラインや契約書ひな形の認知状況[複数回答可]

受注側

	知的財産取引に関するガイドラインを知っている	契約書ひな形を知っている	両方とも知らない
全体 (N=22,079)	18.2	9.2	76.2
1_製造業 (N=9,987)	19.4	8.8	75.2
2_サービス業 (N=7,602)	17.4	9.9	76.6
3_建設業 (N=1,334)	19.1	9.7	75.1
4_卸売業 (N=1,880)	16.1	8.3	78.5
5_小売業 (N=183)	14.2	6.0	82.0

Q6-1_知的財産のガイドラインや契約書ひな形の認知状況[複数回答可]

発注側

	知的財産取引に関するガイドラインを知っている	契約書ひな形を知っている	両方とも知らない
全体 (N=2,384)	32.8	13.8	61.9
1_製造業 (N=952)	42.5	16.7	52.4
2_サービス業 (N=904)	24.7	11.1	69.7
3_建設業 (N=145)	36.6	19.3	57.2
4_卸売業 (N=77)	28.6	11.7	64.9
5_小売業 (N=162)	25.3	11.1	71.6

※回答について業種ごとにヒートマップにて表示。「赤 = 割合が高い」～「青 = 割合が低い」となっている

4. 知的財産・ノウハウの保護

②ガイドラインに沿って取り組んでいること

- ガイドラインに沿って取り組んでいることについて、全体では「相手方の秘密情報を相手方の事前の承諾なく、取得、又は、開示を強要しない」が最も高く、9割を超えている。
- 業種別にみると、製造業と建設業ではいずれの項目も6割以上となっており、知的財産取引における意識が全般的に高いことがうかがえる。

Q6-2_ガイドラインに沿って取り組んでいる事[複数回答可]

発注側

	相手方の秘密情報を相手方の事前の承諾なく、取得、又は、開示を強要しない	相手方の意思に反して、秘密保持契約締結無しに、相手方の秘密を知り得る行為をしない	無償の技術指導・試作品製造等の強制をしない	承諾がない知的財産やノウハウ等の利用をしない	共同開発の成果は、技術やアイデアの貢献度によって決められることが原則、これと異なる場合は相当の対価を支払う	製造委託本来の目的に照らして、合理的に必要と考えられる範囲を超えて、相手方の技術情報等の提供を求めない。これを求める場合には相当の対価を支払う	製造委託の目的物とされていない、金型の設計図面、CADデータその他技術データの提供を当事者の意に反して強制しない	監査や品質保証等の観点から秘密情報の開示を受ける必要がある場合には、あらかじめ監査等を必要とする箇所を明確にし、その目的を超えた秘密情報の取得をしない	取引と直接関係のない、又は、独自に開発した成果について、出願等に干渉しない	相手方に帰属する知的財産権について、無償譲渡の強要や自社への単独帰属を強要しない。また相手方の知的財産権の無償実施を強制しない
全体 (N=759)	92.1	77.5	65.6	80.1	52.8	55.7	58.0	53.5	55.5	64.7
1_製造業 (N=397)	93.2	80.1	73.3	84.1	61.7	66.2	69.3	60.7	62.7	72.5
2_サービス業 (N=213)	87.8	70.4	54.5	73.7	39.9	39.9	40.8	41.8	44.1	54.0
3_建設業 (N=50)	98.0	82.0	74.0	86.0	66.0	64.0	66.0	60.0	66.0	66.0
4_卸売業 (N=22)	95.5	77.3	50.0	59.1	36.4	40.9	45.5	40.9	50.0	45.5
5_小売業 (N=39)	87.2	82.1	56.4	76.9	43.6	43.6	41.0	46.2	46.2	59.0

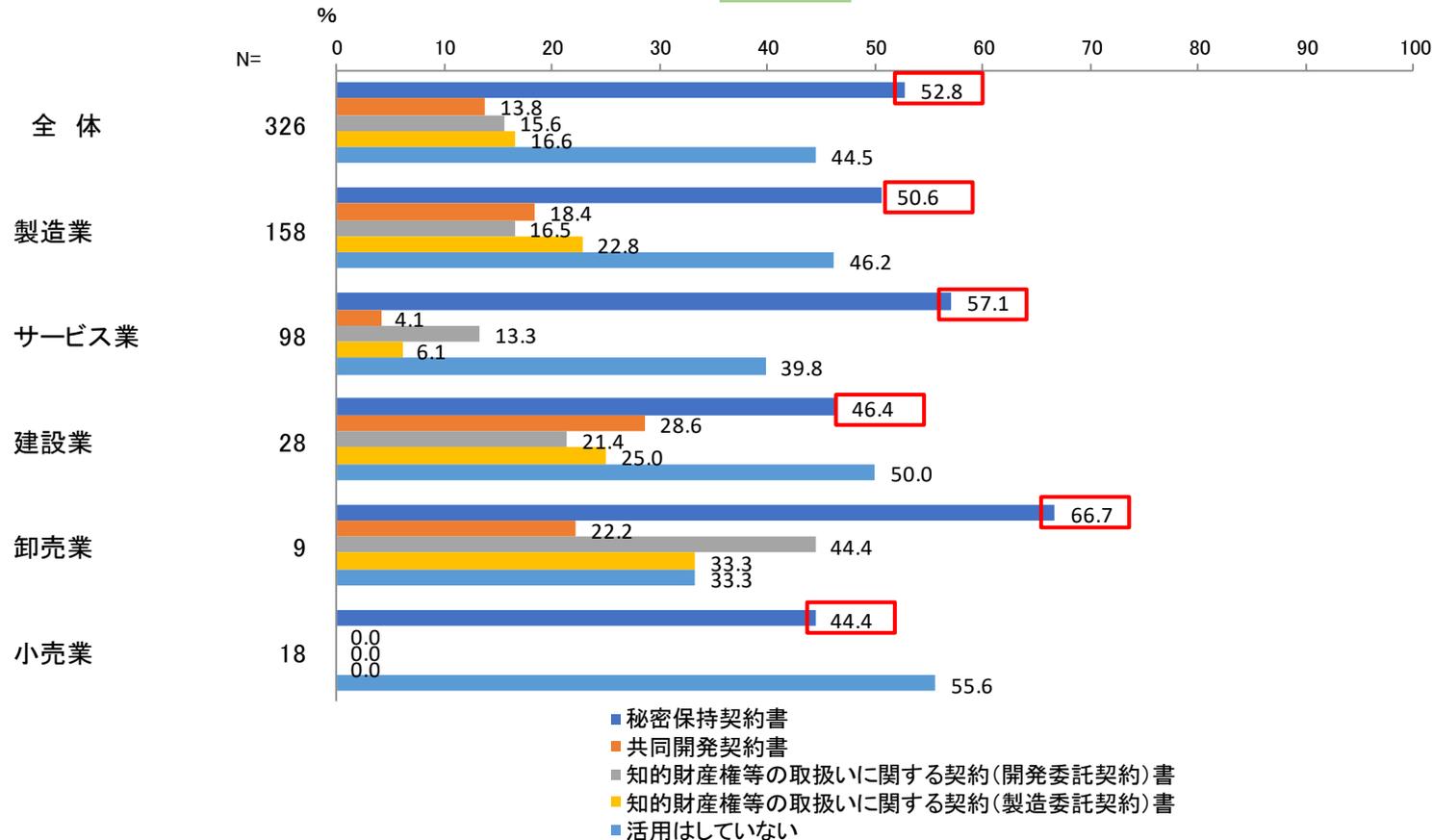
4. 知的財産・ノウハウの保護

③ 契約書作成の際、参考にした契約書ひな形

- 契約書作成の際、参考にした契約書ひな形は、全体では「秘密保持契約」が最も高く、5割強にのぼっている。業種別にみても、すべての業種で「秘密保持契約」が最も高くなっている。
- また、「活用はしていない」は、すべての業種で4割程度を占めている。

Q6-3_契約書作成の際、参考にした契約書ひな形[複数回答可]

発注側



4. 知的財産・ノウハウの保護 ④販売先から受けた行為

- 技術や営業上の情報等について、販売先から受けた行為は、全体では「販売先に模倣品を製造されたり、デザインを盗用された」が6.8%と最も高い。
- 業種別では、「販売先に模倣品を製造されたり、デザインを盗用された」は製造業や卸売業で他の業種に比べて高い。また、「営業秘密であるノウハウの開示等を強要された」は製造業で唯一5%を上回っている。

Q6-4_技術や営業上の情報等について、販売先から受けた行為[複数回答可]

受注側

	相手方の秘密は厳守する一方、自社の秘密は守られないという契約を締結させられた	営業秘密であるノウハウの開示等を強要された	著作権やノウハウが含まれる設計図面等を無償又は納得できない金額で提供させられた	販売先に模倣品を製造されたり、デザインを盗用された	技術指導や試作品製造等を無償で実施させられた	成果について不平等な共同研究開発契約を押し付けられた	自社が行う知的財産権取得の出願内容の報告・修正をさせられた	知的財産権に関する訴訟等のリスクを自社に押し付ける契約をさせられた	取引継続を前提に、自社の技術が含まれる型や製品等を提供したが、すぐに取引を停止された	その他
全体 (N=10,451)	3.2	3.8	2.9	6.8	4.5	0.4	0.3	0.8	0.6	82.2
1_製造業 (N=4,705)	3.5	5.9	3.9	9.8	6.8	0.7	0.4	1.0	1.0	76.0
2_サービス業 (N=3,586)	3.2	1.6	2.1	3.2	2.4	0.2	0.2	0.8	0.2	88.8
3_建設業 (N=635)	3.9	1.9	3.5	3.3	4.1	0.2	0.2	0.2	0.2	85.7
4_卸売業 (N=884)	1.9	3.1	0.7	8.3	3.3	0.3	0.3	0.5	0.3	84.2
5_小売業 (N=85)	2.4	1.2	1.2	7.1	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	85.9

I. 「未来志向型の取引慣行に向けて」

5. 働き方改革に伴うしわ寄せ防止

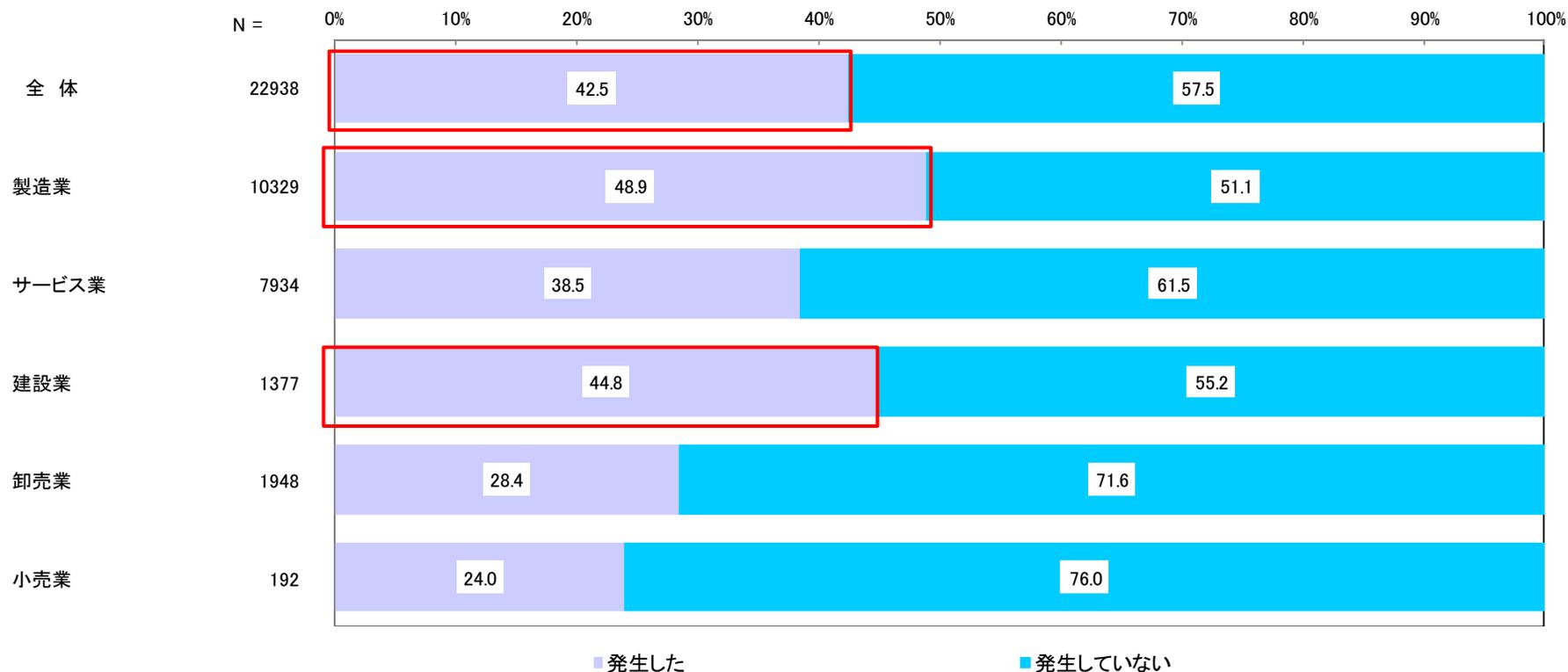
5. 働き方改革に伴うしわ寄せ防止

① 急な対応による残業発生の有無

- 急な対応による残業発生の有無について、全体では「発生した」が42.5%となっている。
- 業種別にみると、「発生した」割合は製造業、建設業で4割を超えている。小売業や卸売業では3割を下回っており、急な残業の「しわ寄せ」が発生する状況は、製造業、建設業が多い傾向がみられる。

Q7-1_急な対応による残業発生の有無[単一回答]

受注側



I. 未来志向型の取引慣行に向けて」重点課題

5. 働き方改革に伴うしわ寄せ防止 ②業界特有の課題

- 業界特有の課題について、受発注側いずれも「繁忙期対応」と回答した割合が最も高くなっている。特に発注側は、全体的にその割合が8割を超えており、課題として強く認識している傾向がみられる。
- 業種別にみると、サービス業と建設業は、受発注いずれも「業界全体が長時間労働（の体質）」と回答した割合が、他の業種に比べて高くなっている。長時間労働の慣習が根強い状況とみられる。

Q7-6_業界特有の課題[複数回答可]

受注側

	繁忙期対応 (年度末集中 など)	短納期(短い リードタイム)	多頻度納入	24時間対応が 求められる業務	待機時間(荷 降ろしの待ち時 間など)	業界全体が長 時間労働の体 質	頻繁な仕様変 更	勤務状態の管 理が難しい(顧 客先へ従業員 派遣が前提とな る職種)	特になし	その他
全体 (N=22,488)	46.0	24.5	9.4	7.6	12.2	19.9	10.4	5.0	28.3	2.9
1_製造業 (N=10,106)	42.0	35.6	13.6	3.8	7.1	9.5	11.1	1.3	30.6	2.9
2_サービス業 (N=7,819)	51.2	12.7	3.8	13.4	21.2	33.1	10.3	10.2	23.5	2.6
3_建設業 (N=1,360)	54.3	17.5	2.8	8.9	6.4	35.9	13.7	6.8	22.1	2.6
4_卸売業 (N=1,887)	43.1	23.6	15.5	3.8	8.5	12.0	6.6	2.4	34.4	3.4
5_小売業 (N=187)	45.5	15.5	11.8	6.4	9.1	9.1	4.8	5.3	36.9	2.1

Q7-4_業界特有の課題[複数回答可]

発注側

	繁忙期対応	短納期(短い リードタイム)	多頻度納入	24時間対応が 求められる業務	待機時間(荷 降ろしの待ち時 間など)	業界全体が長 時間労働	頻繁な仕様変 更	勤務状態の管 理が難しい(顧 客先への従業 員派遣が前提と なる職種)	その他
全体 (N=1,227)	80.8	30.8	9.7	18.7	17.7	36.8	17.3	5.2	5.7
1_製造業 (N=327)	79.8	53.5	14.1	15.9	5.8	14.4	25.7	1.5	2.8
2_サービス業 (N=621)	79.7	21.1	7.4	22.2	26.6	44.9	13.8	6.9	6.9
3_建設業 (N=114)	85.1	28.9	5.3	21.9	12.3	60.5	23.7	7.9	8.8
4_卸売業 (N=30)	80.0	50.0	33.3	6.7	13.3	30.0	10.0	6.7	3.3
5_小売業 (N=65)	90.8	3.1	7.7	9.2	7.7	36.9	4.6	3.1	3.1

※回答について業種ごとにヒートマップにて表示。「赤 = 割合が高い」～「青 = 割合が低い」となっている

5. 働き方改革に伴うしわ寄せ防止

③働き方改革の障害

- 働き方改革を進めるうえでの障害について、全体では「人手が足りない」が最も高く、次いで「受注量の波が激しく、生産の平準化ができない」と続いている。
- 業種別にみると、建設業、サービス業で「人手が足りない」が5～6割程度、製造業で「受注量の波が激しく、生産の平準化ができない」が4割と、業種によって障壁は異なり、各業種ごとに働き方改革への課題に向き合っていく必要性があるといえる。

Q7-7_働き方改革の障害[複数回答可]

受注側

	販売先の休日 異なる	販売先の発注が 短納期である	販売先への納入 頻度が多すぎる	販売先の発注 変更が頻繁である	受注量の波が激 しく、生産の平 準化ができない	販売先からの原 材料、半製 品、部品、資 材等の支給が遅 れる	販売先の業務 効率化（納品 の時間指定 等）	取引価格が低 すぎて労働時間 の短縮によるコ ストアップに 対応できない	自社の経営が 納入数量に 応じた出来高 制のため、受 注量が減少 すると経営 が悪化する	同業他社との 競争が激しく 、労働時間の 短縮により 仕事の機会 が失われる	労働時間短縮 のための 合理化投資 を行いたい が、資金面 で困難	人手が 足りない	生産・経 営面の 合理化 のノウハウ がない	海外から の短納 期発注	その他	障害は ない
全体 (N=21,857)	13.6	14.9	4.7	4.7	32.8	4.5	6.2	12.4	13.2	14.1	8.9	41.4	7.2	0.6	2.2	16.7
1 製造業 (N=9,857)	11.0	20.9	5.9	5.1	41.0	8.0	4.5	11.8	13.3	12.6	10.3	36.7	8.6	0.8	2.1	14.6
2 サービス業 (N=7,564)	15.1	7.6	2.0	4.4	27.1	1.0	8.1	15.3	15.0	14.6	8.4	47.5	5.4	0.1	2.4	17.8
3 建設業 (N=1,315)	16.7	13.7	1.2	5.2	33.5	2.4	2.7	8.9	13.2	16.9	5.7	59.1	6.5	0.2	2.1	13.0
4 卸売業 (N=1,844)	19.3	15.5	11.4	4.6	18.7	2.7	10.3	7.4	5.3	18.8	6.2	28.7	7.5	1.6	2.4	23.2
5 小売業 (N=184)	19.0	8.7	6.5	0.5	16.3	1.1	6.0	5.4	8.2	16.8	12.0	41.3	9.2	0.0	3.3	20.7

※回答について業種ごとにヒートマップにて表示。（「赤 = 割合が高い」～「青 = 割合が低い」となっている）

Ⅱ.その他中小企業が直面している事項

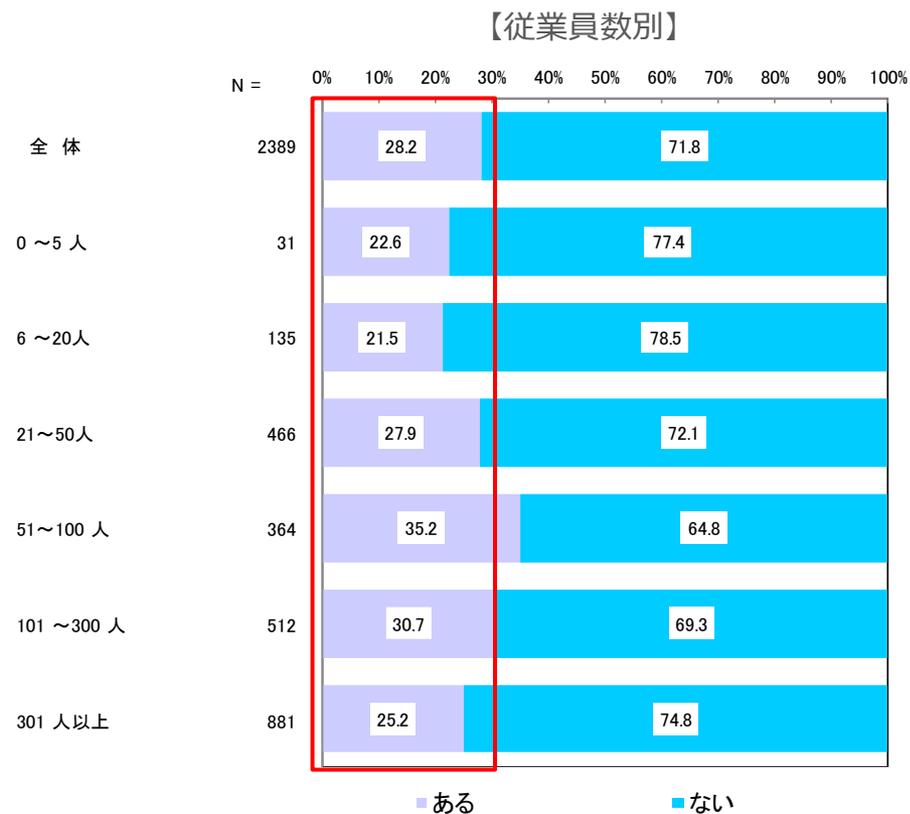
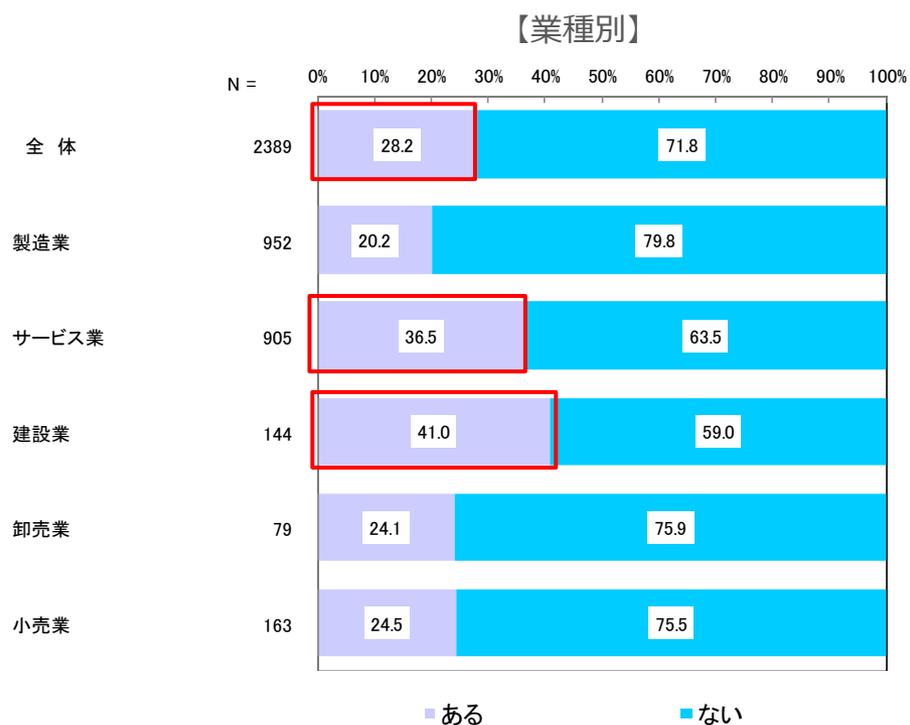
6. 取引環境の変化への対応等

①フリーランスとの取引、ガイドラインの認知状況

- フリーランスとの取引の有無について、全体では「ある」割合は3割弱となっている。
- 業種別では、建設業、サービス業で「ある」割合が3割を超えており、他の業種に比べて高い。
- 従業員数別では、すべての規模で2～3割程度であり、特段の差は見られなかった。

Q11-4_フリーランスとの取引の有無[単一回答]

発注側



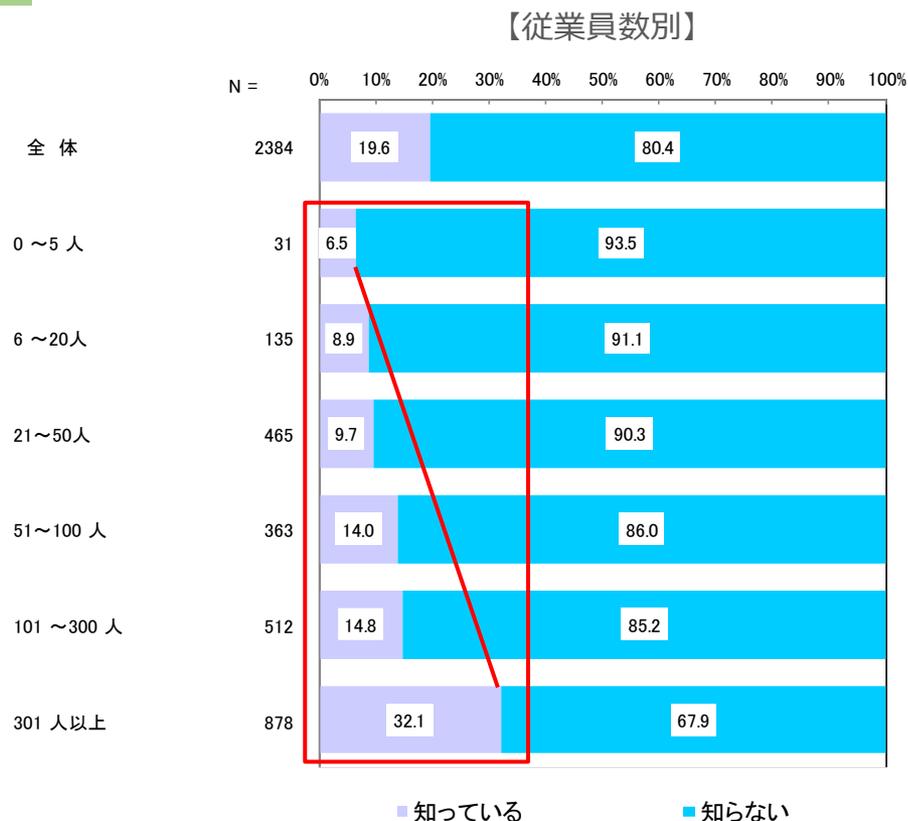
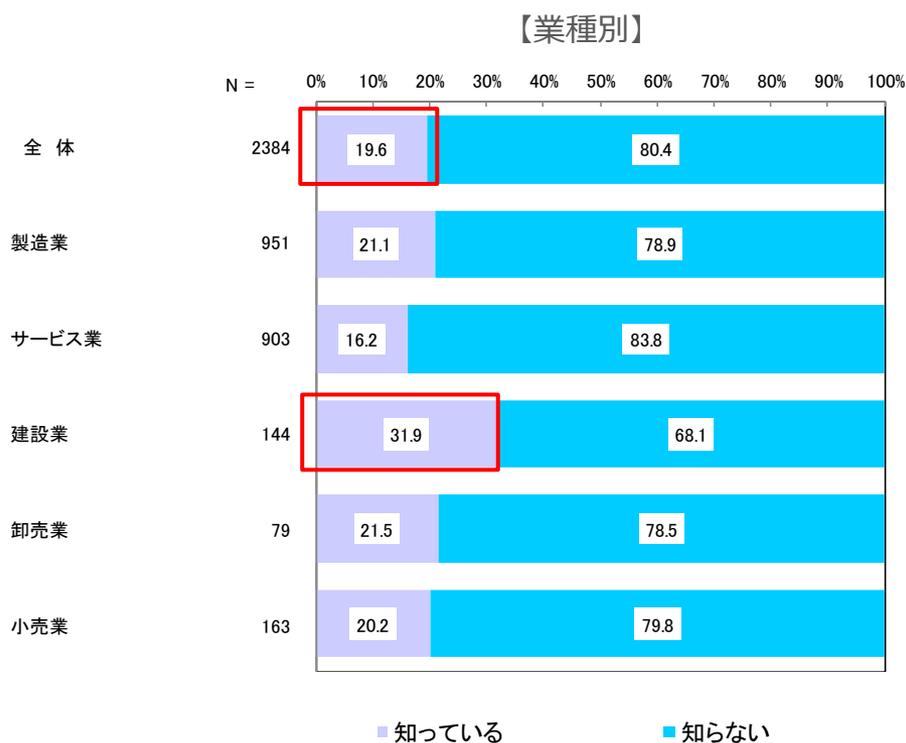
6. 取引環境の変化への対応等

②フリーランスとの取引、ガイドラインの認知状況

- 「フリーランスとして安心して働ける環境を整備するためのガイドライン」の認知状況について、全体では、「知っている」企業は約2割にとどまる。
- 業種別では、「知っている」割合は、建設業で唯一3割を超えており、他の業種に比べて高い。
- 従業員数別では、規模が大きいほど「知っている」割合が高く、301人以上の規模では3割を超える。

Q11-5_フリーランス勤務のガイドラインの認知度[単一回答]

発注側



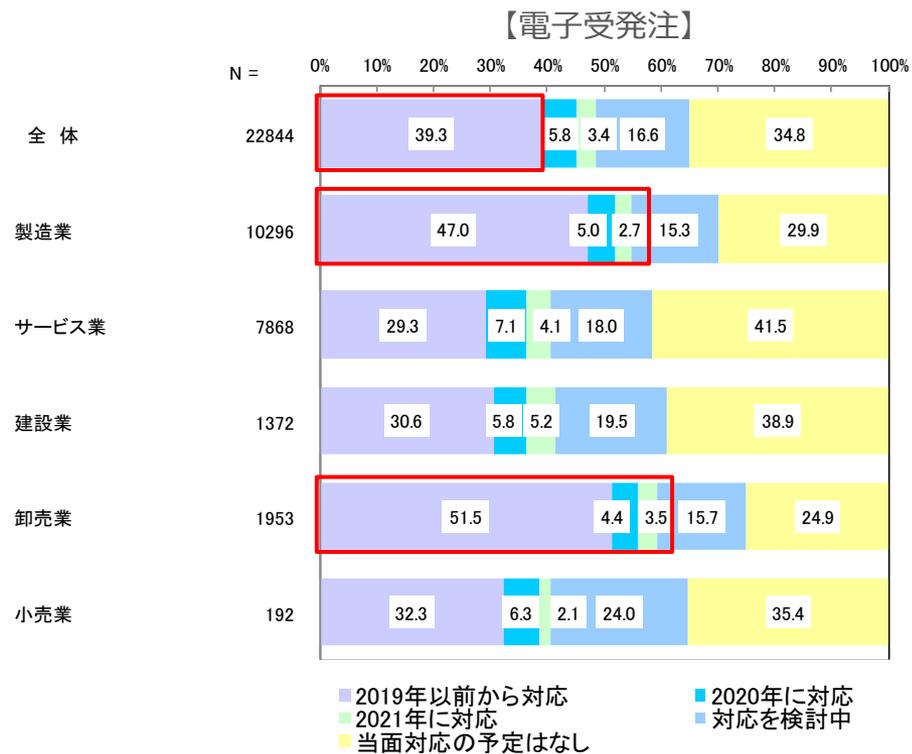
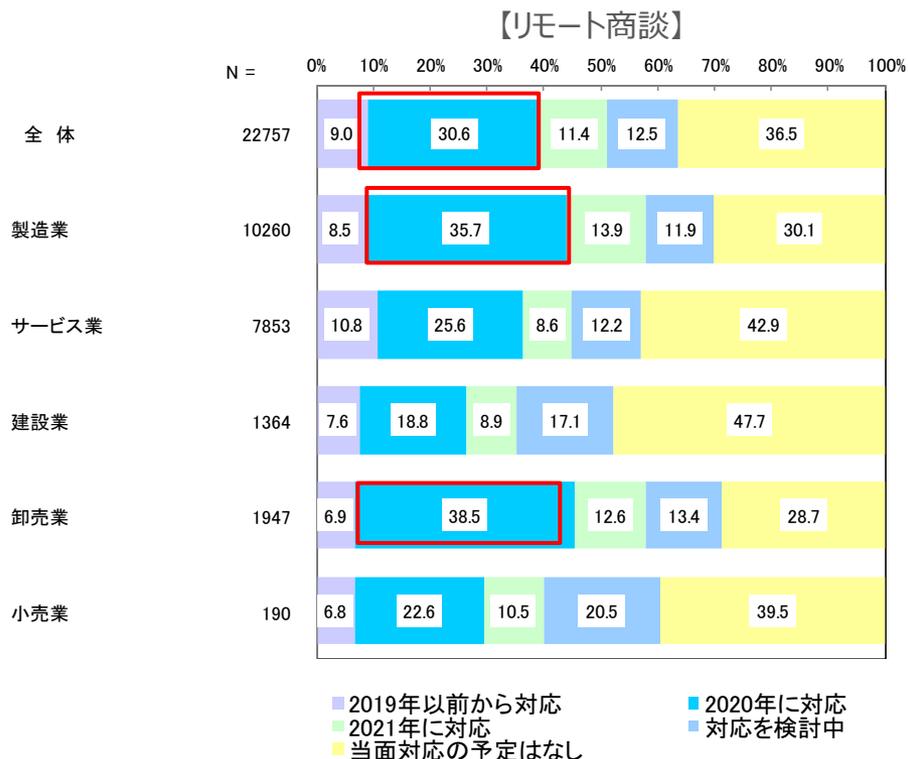
7. 発注方法

①デジタル化の対応状況（リモート商談・電子受発注）

- リモート商談への対応状況について、約3割の企業が「2020年に対応」しており、現在までに約半数の企業が対応済となっている。業種別では、製造業、卸売業で対応済の企業が多い傾向がみられる。
- 電子受発注への対応状況について、約4割の企業が「2019年以前から対応」しており、現在までに半数弱が対応済となっている。電子受発注についても製造業、卸売業で対応済の企業が多い。

Q3-14_デジタル化の対応状況（リモート商談・電子受発注）[単一回答]

受注側



7. 発注方法 ②デジタル化の対応理由（リモート商談・電子受発注）

- デジタル化の対応理由について、リモート商談、電子受発注いずれも「取引先からの要請」は高い割合となっており、発注側から要請を受けて対応しているケースが多い状況がみられる。
- 全体では、リモート商談は「感染症対策」が最も高く、次いで「取引先からの要請」「業務効率化」がづく。電子受発注は「取引先からの要請」が最も高く、次いで「業務効率化」が高くなっている。

Q3-15_デジタル化の対応理由（リモート商談・電子受発注） [複数回答可]

受注側

【リモート商談】

	業務効率化	感染症対策	取引先からの要請	社内からの要望	リモートワーク推進	コスト削減	人手不足の対応	生産性向上	所属団体の方針への対応	その他・リモート商談
全体 (N=10,815)	47.1	83.7	63.2	22.4	34.4	21.9	6.6	17.7	5.4	3.2
1_製造業 (N=5,581)	42.0	85.1	63.4	21.1	26.8	21.2	5.9	15.2	4.8	3.2
2_サービス業 (N=3,304)	55.1	81.2	63.7	23.2	45.6	23.5	7.7	21.6	5.7	2.7
3_建設業 (N=442)	53.4	78.5	60.0	21.5	35.5	22.6	9.0	18.1	10.4	4.1
4_卸売業 (N=1,042)	45.5	87.5	63.4	26.3	39.0	20.2	5.6	17.2	4.4	3.5
5_小売業 (N=64)	57.8	81.3	51.6	37.5	37.5	29.7	10.9	26.6	3.1	0.0

【電子受発注】

	業務効率化	感染症対策	取引先からの要請	社内からの要望	リモートワーク推進	コスト削減	人手不足の対応	生産性向上	所属団体の方針への対応	その他・電子受発注
全体 (N=10,066)	65.2	15.2	73.6	10.0	9.9	22.7	9.6	24.2	5.2	4.5
1_製造業 (N=5,143)	65.0	10.9	75.0	8.8	5.5	20.8	9.0	23.6	4.4	3.7
2_サービス業 (N=2,911)	66.8	23.1	71.9	11.9	17.8	25.1	9.7	25.1	5.7	5.2
3_建設業 (N=526)	56.7	14.8	76.4	5.9	8.0	27.4	8.6	17.7	11.2	6.5
4_卸売業 (N=1,041)	67.1	12.9	71.6	12.6	10.2	23.6	12.6	28.5	4.2	4.6
5_小売業 (N=65)	72.3	15.4	56.9	16.9	12.3	27.7	12.3	38.5	3.1	1.5

7. 発注方法

③デジタル化対応の効果（リモート商談・電子受発注）

- デジタル化対応の効果について、全体的に、リモート商談は「出張コストを減らすことができた」が最も高く、電子受発注は「生産性が向上した」が最も高い傾向がある。
- 前ページに掲載したデジタル化対応の理由において「業務効率化」が高い割合となっていたことから、全体的に、目的どおりの効果をあげている傾向がみられる。

Q3-16_デジタル化対応の効果（リモート商談・電子受発注）[複数回答可]

受注側

【リモート商談】

	自社従業員の出勤機会を減らすことができた	残業時間を減らすことができた	出張コストを減らすことができた	遠方の取引先との交渉が可能になった	業務の定型化・マニュアル化が可能になった	生産性が向上した	人手不足の解消に役立った	離職率が低下した	その他・リモート商談
全体 (N=10,561)	34.2	16.8	76.5	54.6	5.6	18.3	6.0	1.0	3.3
1_製造業 (N=5,445)	24.8	14.3	82.4	54.8	4.6	14.4	5.1	0.5	3.3
2_サービス業 (N=3,240)	48.2	20.1	67.4	54.2	7.2	24.6	7.2	1.7	3.1
3_建設業 (N=425)	40.2	21.6	67.8	56.2	6.4	20.9	9.4	1.9	2.8
4_卸売業 (N=1,017)	38.3	16.4	79.7	54.7	5.1	16.1	4.0	1.3	3.6
5_小売業 (N=67)	40.3	25.4	77.6	56.7	1.5	26.9	9.0	3.0	3.0

【電子受発注】

	自社従業員の出勤機会を減らすことができた	残業時間を減らすことができた	出張コストを減らすことができた	遠方の取引先との交渉が可能になった	業務の定型化・マニュアル化が可能になった	生産性が向上した	人手不足の解消に役立った	離職率が低下した	その他・電子受発注
全体 (N=8,645)	14.7	20.6	15.3	16.2	39.9	41.8	11.8	0.8	9.6
1_製造業 (N=4,334)	7.9	20.6	12.9	13.8	43.4	42.2	11.7	0.7	9.5
2_サービス業 (N=2,546)	25.7	19.7	19.6	20.5	35.6	41.0	11.5	0.9	8.9
3_建設業 (N=461)	18.0	16.7	19.3	19.1	31.5	31.2	11.3	0.9	14.1
4_卸売業 (N=927)	12.8	25.6	10.9	12.3	42.4	49.1	12.2	0.8	8.6
5_小売業 (N=57)	31.6	31.6	24.6	15.8	22.8	49.1	22.8	1.8	7.0

※回答について業種ごとにヒートマップにて表示。（「赤 = 割合が高い」～「青 = 割合が低い」となっている）

8. コロナ禍の影響

① 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響について、受注側はいずれの業種も「受注量」と回答した割合が最も高くなった。発注側においても「発注量」の割合が高いことから、取引量の減少がコロナ禍の大きな影響のひとつであることがうかがえる。
- 発注側においては、「自社における働き方改革の取組」の割合が最も高い業種が多い。同回答は受発注において全体的に30ポイント前後の差が出ていることから影響度合いの違いも大きい。

Q8-1_新型コロナウイルス感染症拡大の影響[複数回答可]

受注側

	販売先からの原価低減要請	受注価格	販売先からの支払条件	労務費、原材料価格等のコストの上昇	取引に関する協議の方法の変化	販売先の品質管理	販売先からの発注内容の変更	受注量	自社の人員	自社における働き方改革の取組
全体 (N=19,947)	3.9	5.7	1.0	22.3	11.1	3.1	10.1	58.6	20.1	22.1
1_製造業 (N=9,206)	3.7	5.2	0.7	29.4	9.3	2.8	9.2	66.5	18.2	16.3
2_サービス業 (N=6,761)	4.1	5.6	0.8	14.4	12.6	3.7	12.0	53.2	23.5	26.3
3_建設業 (N=1,148)	3.7	7.6	0.7	21.4	14.3	2.4	7.9	40.4	23.3	28.1
4_卸売業 (N=1,717)	3.7	7.2	3.1	18.6	13.2	2.8	8.4	55.2	14.4	31.1
5_小売業 (N=166)	4.8	11.4	4.2	20.5	12.0	1.8	4.8	54.8	23.5	25.3

Q8-1_新型コロナウイルス感染症拡大の影響[複数回答可]

発注側

	仕入先(外注先)への原価低減要請	発注価格	仕入先(外注先)への支払条件	仕入先(外注先)との取引に関する協議の方法の変化	品質管理	貴社からの発注内容の変更	発注量	自社における働き方改革の取組
全体 (N=2,140)	2.7	9.9	1.1	19.7	10.4	4.2	42.8	53.4
1_製造業 (N=874)	3.7	15.1	1.8	24.1	9.5	4.0	51.3	45.5
2_サービス業 (N=796)	2.1	3.9	0.6	14.6	10.2	4.3	33.0	60.6
3_建設業 (N=128)	1.6	12.5	0.0	25.0	17.2	2.3	28.9	57.8
4_卸売業 (N=72)	4.2	13.9	1.4	15.3	15.3	4.2	61.1	62.5
5_小売業 (N=148)	0.0	11.5	0.7	19.6	9.5	3.4	46.6	51.4

※回答について業種ごとにヒートマップにて表示。(「赤 = 割合が高い」～「青 = 割合が低い」となっている)

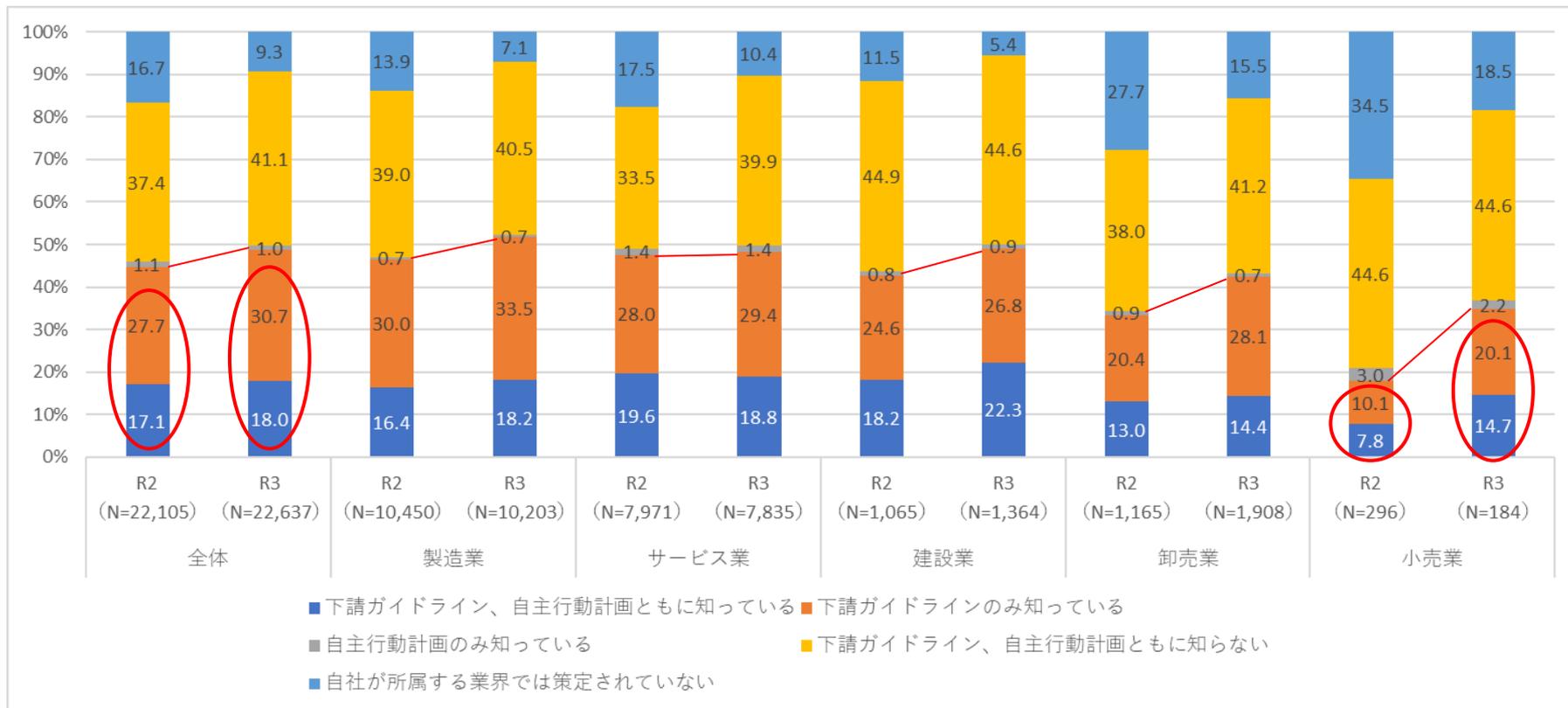
9. 各施策の認知状況

① 下請ガイドライン、自主行動計画の認知状況

- 下請ガイドライン、自主行動計画のいずれかを「知っている」企業は、受注側で45.9%、発注側で49.7%となっている。
- いずれの業種でも、下請ガイドライン、自主行動計画のいずれかを「知っている」割合は受注側に比べて発注側の方が高く、特に小売業では約16ポイントの差がみられる。

Q9-1_下請ガイドライン、自主行動計画の認知状況[単一回答]

受注側



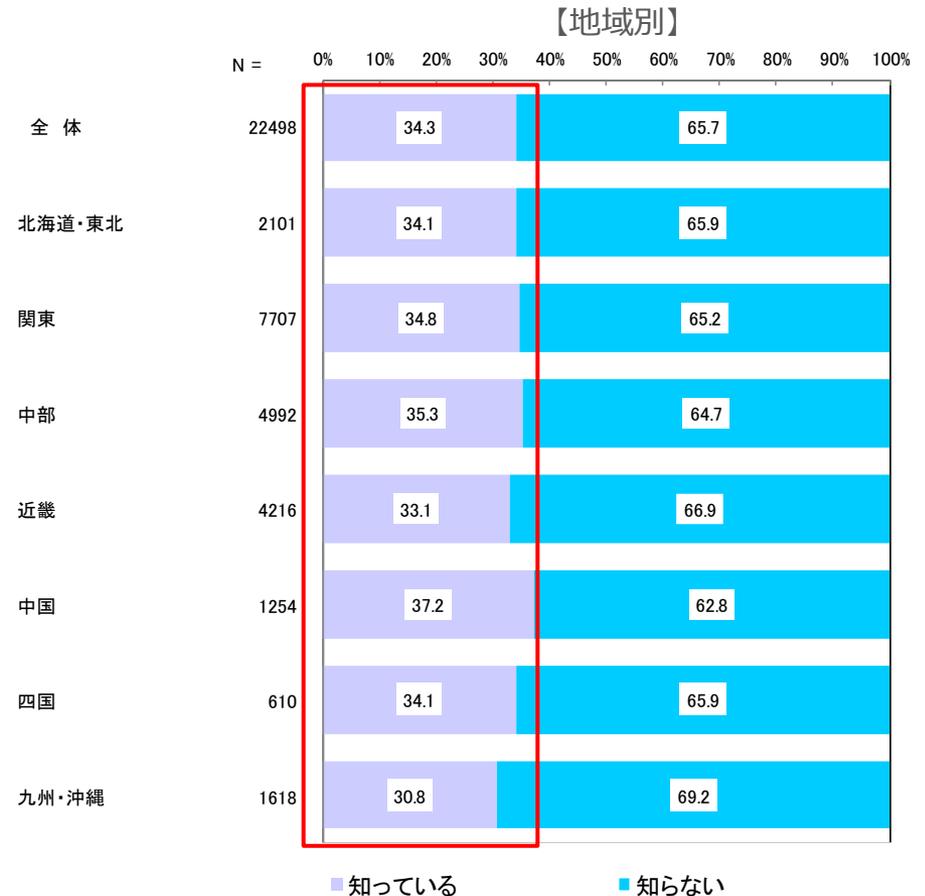
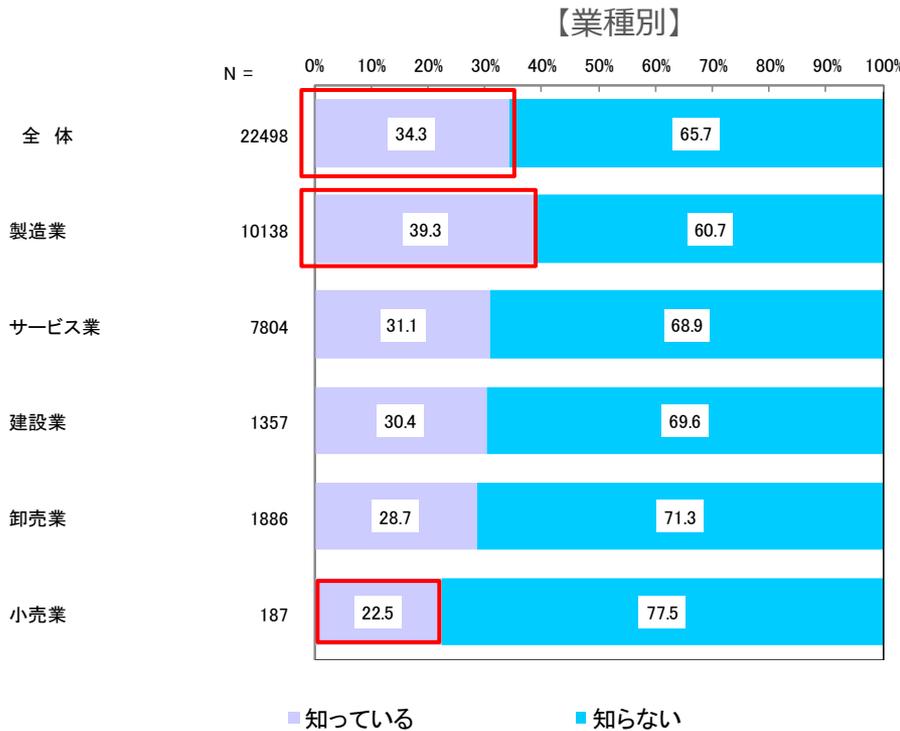
9. 各施策の認知状況

② 下請Gメンの認知状況

- 下請Gメンを「知っている」割合は、全体で3割半ばとなっている。
- 業種別では、製造業における認知度が約4割と高く、一方で小売業では2割弱にとどまる。
- 地域別では、すべての地域で認知度は3～4割程度となっている。

Q9-6_下請Gメンの認知状況[単一回答]

受注側



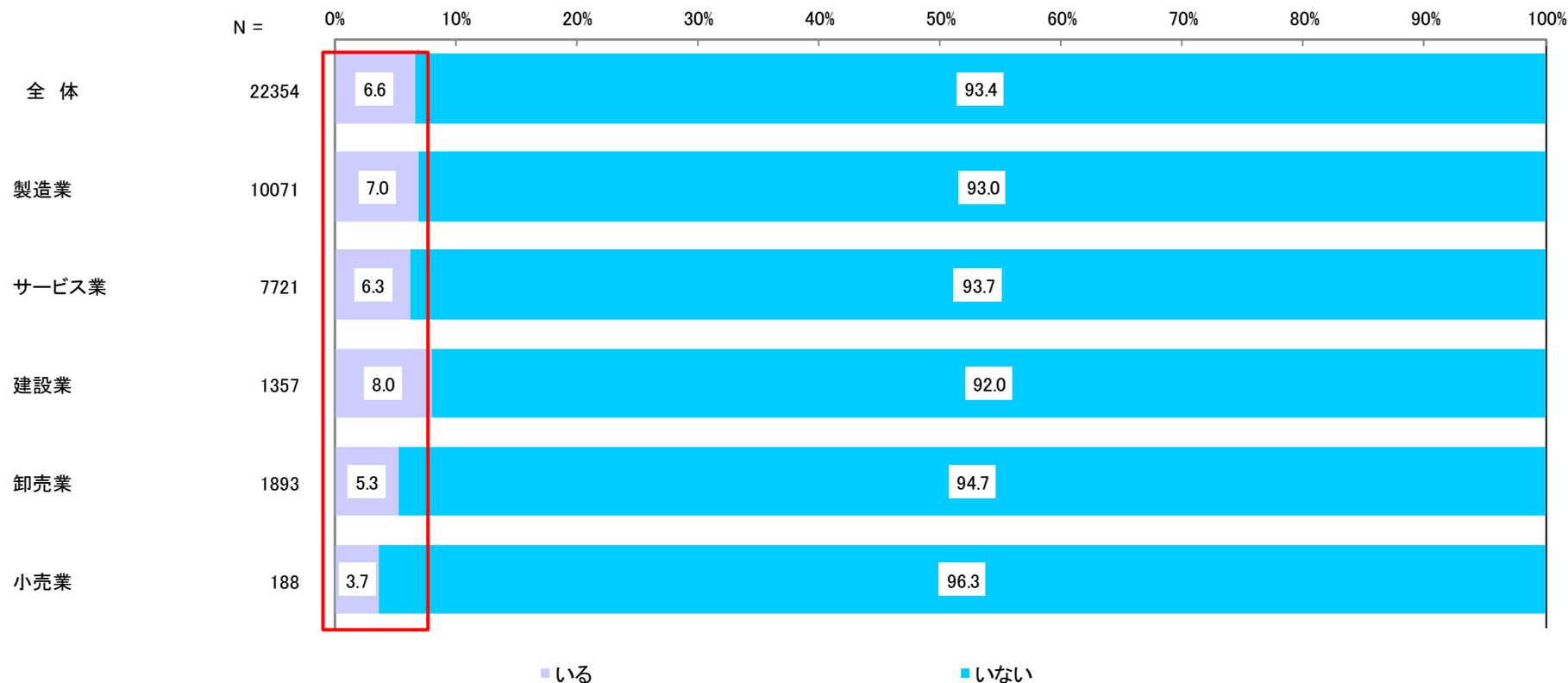
9. 各施策の認知状況

③ パートナーシップ構築宣言公表販売先の有無

- パートナーシップ構築宣言を公表している販売先が「いる」企業は、全体で6.6%にとどまる。
- 業種別にみても、すべての業種でパートナーシップ構築宣言を公表している販売先が「いる」企業は1割を下回る。

Q9-9_パートナーシップ構築宣言公表販売先の有無[単一回答]

受注側

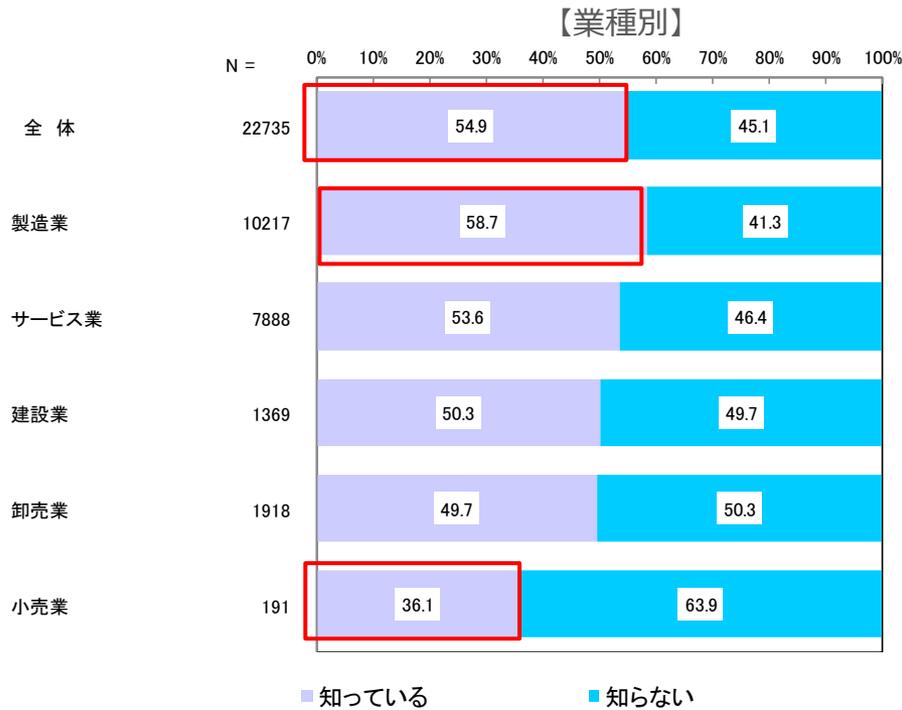


10. 相談窓口等 ① 下請法違反に関する相談窓口の認知状況

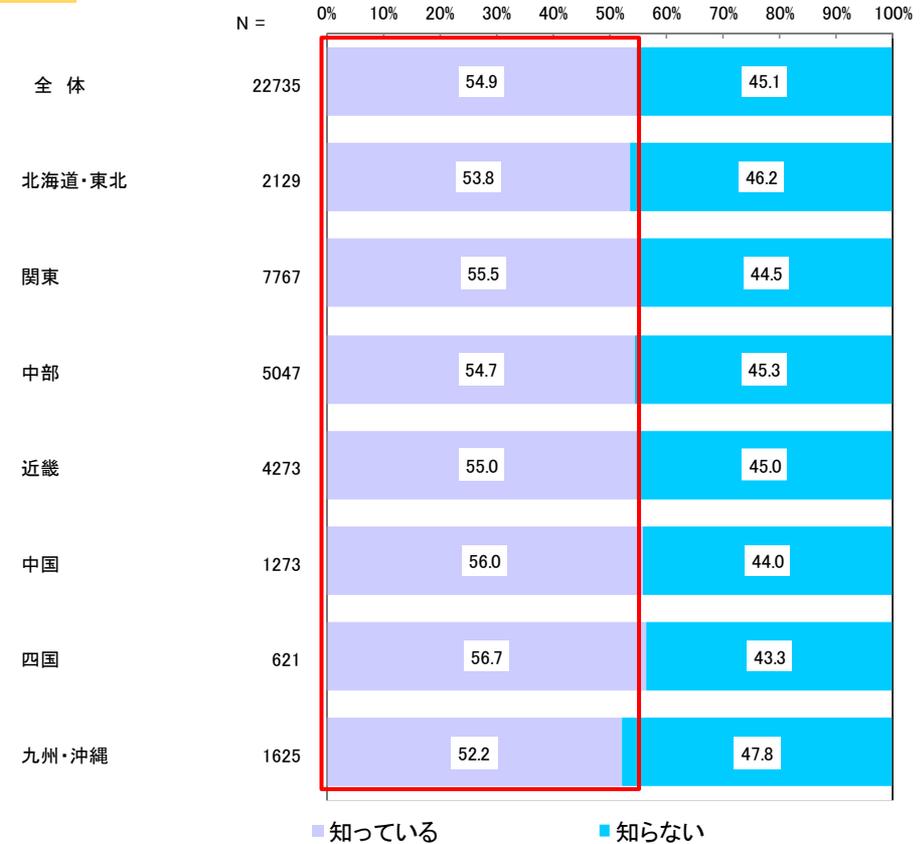
- 下請法違反に関する相談窓口を「知っている」割合は、全体で5割半ばとなっている。
- 業種別では、製造業における認知度が6割弱と高く、小売業における認知度が3割半ばと低い。
- 地域別では、すべての地域で認知度は5～6割となっている。

Q10-3_下請法違反に関する相談窓口の認知状況[単一回答]

受注側



【地域別】

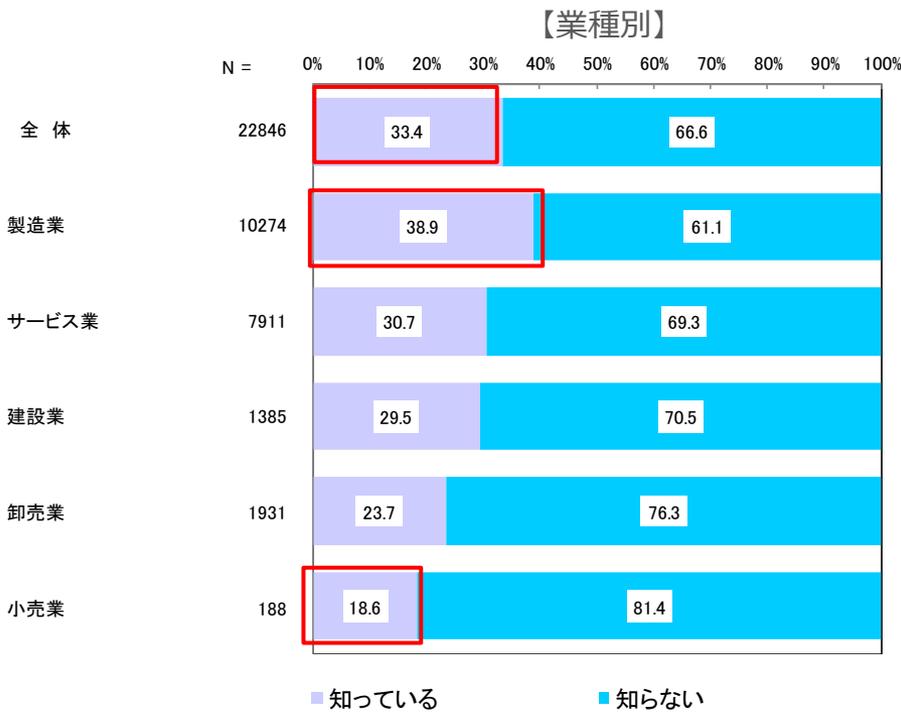


10. 相談窓口等 ② 下請かけこみ寺の認知状況

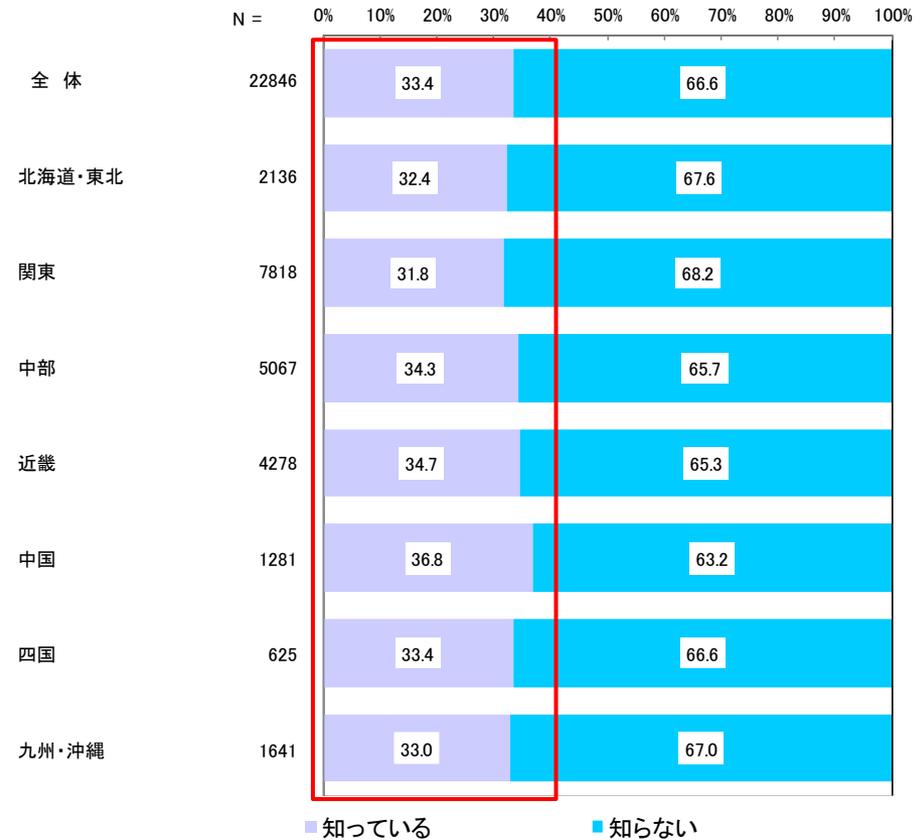
- 下請かけこみ寺を「知っている」割合は、全体で3割強となっている。
- 業種別では、製造業における認知度が4割弱と高く、小売業における認知度が2割弱と低い。
- 地域別では、すべての地域で認知度が3～4割となっている。

Q10-4_下請かけこみ寺の認知状況[単一回答]

受注側



【地域別】



10. 相談窓口等 ③ 下請かけこみ寺への相談意向の有無

- 下請かけこみ寺への相談意向について、全体で「相談員への相談」の利用意向が約4割と高い。一方で、「相談しないと思う」と回答した割合も4割強を占めている。
- 業種別では、すべての業種で「相談員への相談」を利用したいとする割合が3～4割台となっている。

Q10-5_下請かけこみ寺への相談意向の有無[複数回答可]

