



「パートナーシップ構築宣言」登録事業者向けアンケート 調査集計結果

2021年7月

公益財団法人全国中小企業振興機関協会

【目次】

アンケート調査概要	1
1. パートナーシップ構築宣言を知ったきっかけ	3
2. 宣言したことを取引先等関係先に周知・情報発信されているか	3
2-1. 周知・情報発信の方法について (MA)	4
3. 周知・情報発信されていない理由	4
4. 宣言を検討した際に、魅力となった項目 (MA)	5
5. 企業がより宣言しやすくなるために、宣言の仕組みにどんな魅力があるとよいか	5
6. 宣言を検討した際に、課題となった項目 (MA)	6
7. 検討段階で、社内で挙げた課題、意見等	6
8. 宣言をしたことにより取引先から具体的な改善要請、相談等があった項目 (MA)	7
8-1. 具体的な改善要請、相談等があった項目の対応	7
9. 宣言をしたことによる取引先からの評価について	8
9-1. 取引先からの具体的な声	8
10. 宣言内容の社内関係部署への周知徹底状況	9
10-1. 実施している場合の、具体的な周知方法	9
10-2. 実施していない理由	9
11. 現在の取引先との共存共栄・新たな連携への取り組み状況	10
11-1. すでに取り組んでいる、または計画中の取り組み (MA)	11
11-2. すでに取り組んでいる、または計画中の具体的な取り組み例	11
12. 宣言前と比べた「振興基準」遵守の意識変化について	12
13. 宣言後に改善した取引条件で該当するもの (MA)	13
13-1. 宣言後に改善した取引条件について具体的な取り組み例	13
14. 宣言をしたことによる下請事業者に対するしわ寄せの防止効果	14
14-1. 取引先からの具体的な声	14
14-2. 効果がない理由	14
15. 「パートナーシップ構築宣言」全般に関わるご意見・ご提案等	15
資料 アンケート調査票	16

アンケート調査概要

政府、経済界、労働組合が一体となり、企業がサプライチェーン全体の共存共栄を図り、親事業者と下請け事業者・取引先事業者との望ましい取引慣行の遵守に取り組むことを自主的に企業の代表者の名前で宣言する「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト運営開始から約1年が経過した。

今回、2020年6月の運営開始から2021年5月末までに登録公開している事業所を対象に、Webアンケートを実施した。

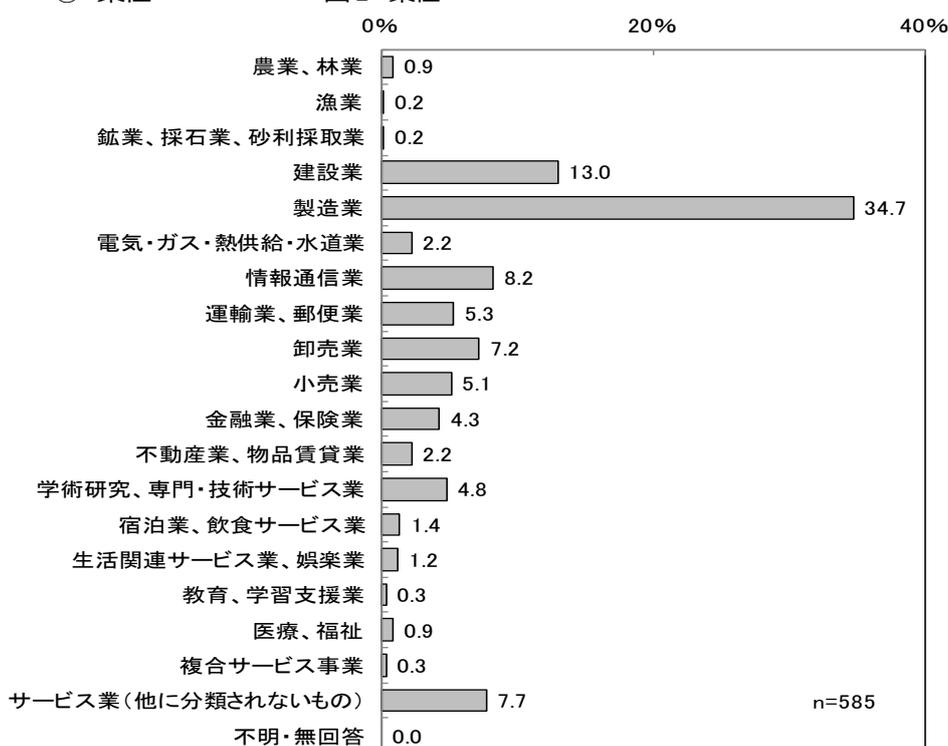
- (1) 実施時期 2021年6月1日～7月2日
- (2) 調査項目
 - ・宣言の周知・情報発信・魅力・課題
 - ・取引先からの要請・相談・声
 - ・取引先との共存共栄・新たな連携への取り組み状況
 - ・宣言前後の意識・取引条件の変化
 - ・宣言全般に関わる意見・提案
- (3) 回収状況 (web 回答)

	登録数 2021/5/31 現在	回答数 (回答率)
登録事業者	1,115 社	585 社 (52.5%)

- (4) その他
 - ・報告書に記載している構成比 (%) は、小数点第二位を四捨五入し、小数点第一位を表示しているため、構成比の合計が100%にならないことがある。
 - ・複数回答の場合、回答数を母数として構成比を求めているため、構成比の合計が100%を超える。
- (5) 回答企業の概要

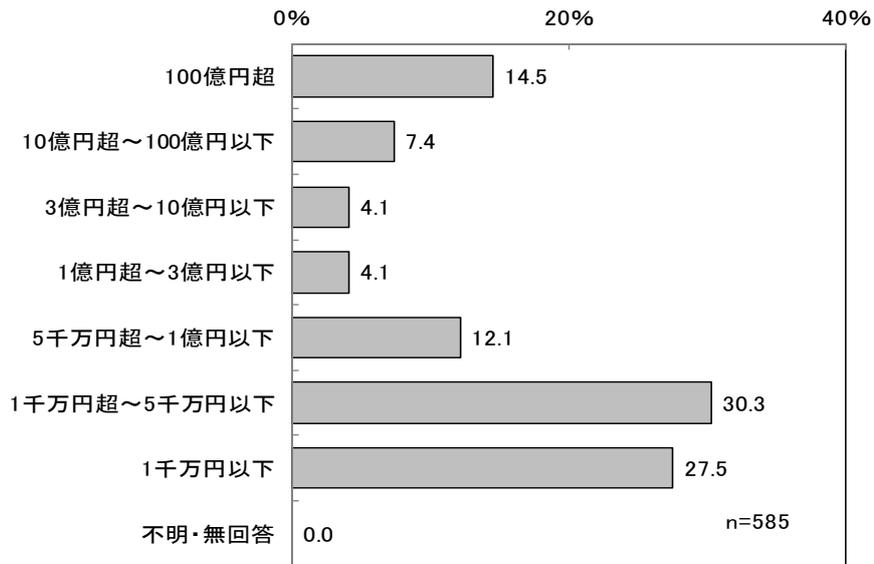
① 業種

図1 業種



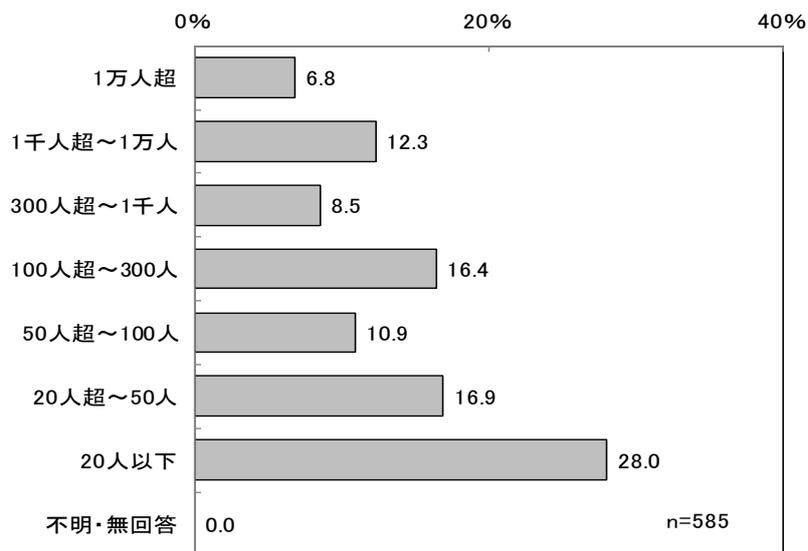
② 資本金

図2 資本金



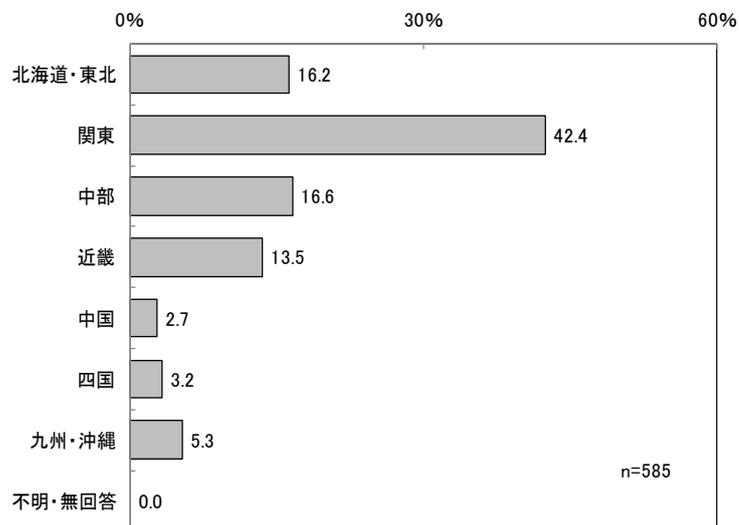
③ 従業員数

図3 従業員数



④ 本社地域

図4 本社地域

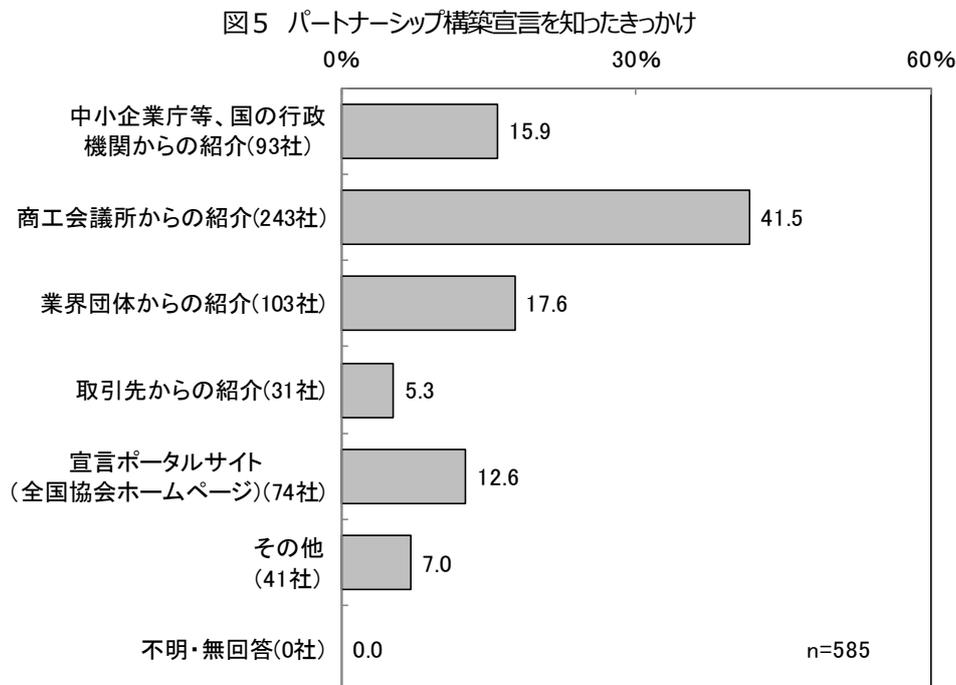


(全体)

1. パートナーシップ構築宣言を知ったきっかけ

○パートナーシップ構築宣言を知ったきっかけについて聞いたところ、「商工会議所からの紹介」が41.5%、「業界団体からの紹介」17.6%、「中小企業庁等、国の行政機関からの紹介」15.9%の順となっている。

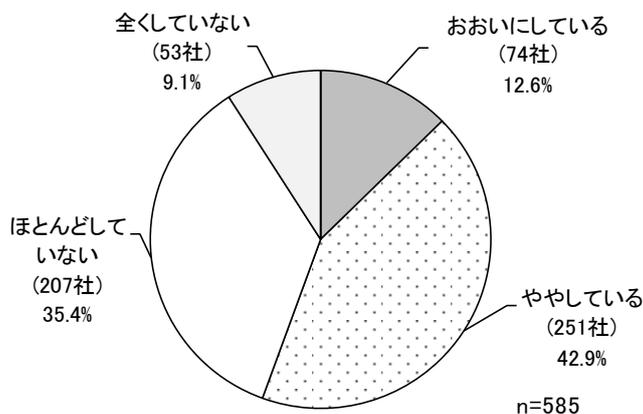
規模別にみると、資本金が10億円超、従業員数1千人超の企業で40～60%が「業界団体からの紹介」となっている。(図5参照)



2. 宣言したことを取引先等関係先に周知・情報発信されているか

○宣言したことを取引先等関係先に周知・情報発信されているか聞いたところ、周知・情報発信を「ややしている」が42.9%と最も多く、「ほとんどしていない」35.4%と続く。(図6参照)

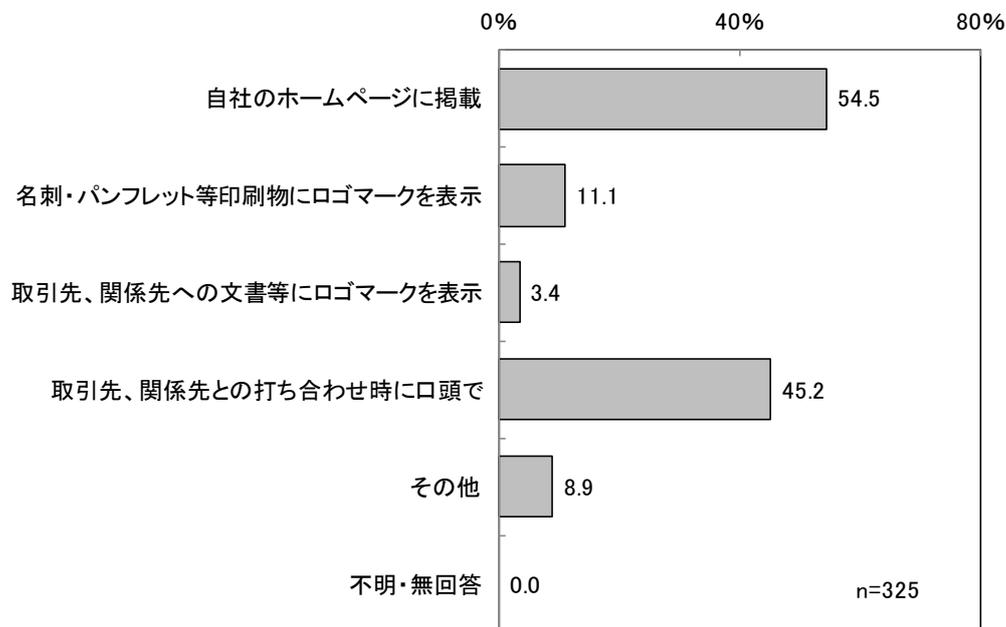
図6 取引先等関係先への周知・情報発信の状況



2-1. 周知・情報発信の方法について (MA)

○宣言したことの周知・情報発信を「おおいにしている」「ややしている」ところに、その方法について聞くと、「自社のホームページに掲載」が54.5%、「取引先、関係先との打ち合わせ時に口頭で」が45.2%、「名刺・パンフレット等印刷物にロゴマークを表示」11.1%の順となっている。(図7参照)

図7 周知・情報発信の方法 (MA)



3. 周知・情報発信されていない理由

○周知・情報発信を「ほとんどしていない」

回答件数

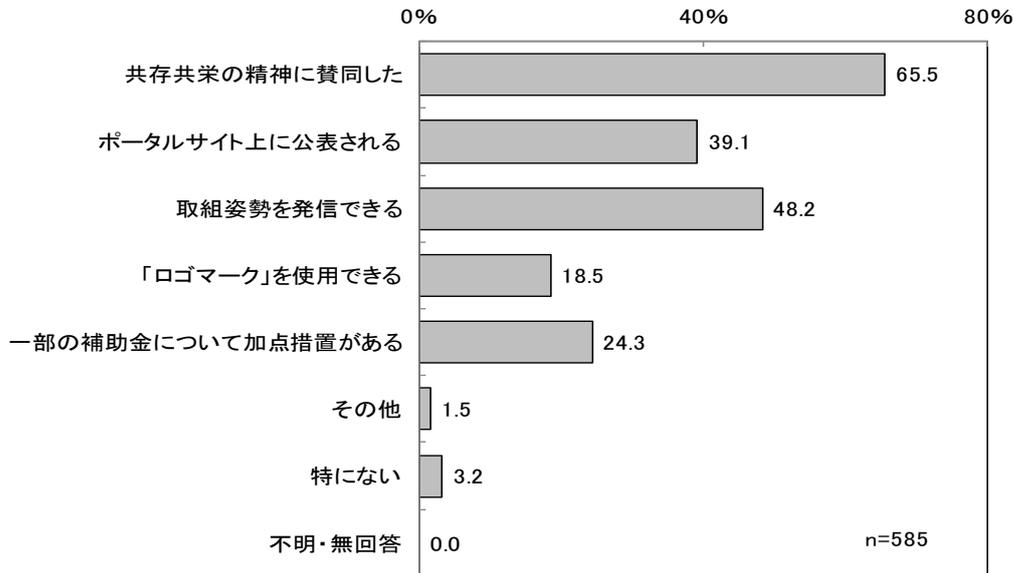
下請事業者に対しては、社内においても下請法の教育等、対応を徹底しており、下請事業者を尊重した取引内容の実践を以前より行っているため	24
コロナ禍により顧客との打ち合わせが減っているため	23
どのように情報発信をすべきか？具体的な手法・方法が分からない	18
SDGsなどと比べ情報発信するメリットがあまり感じられないため	15
「パートナーシップ構築宣言」の知名度があまりないため、発信しても周知されない	13
これからホームページに掲載予定	7
まだ堂々と発信するほどの自信がない、具体的にどのようにしようかと迷っている	3
HPには記載、それ以外では発信する機会があればする予定	1
メリットを活かし切れていない、同業内にてそういった話が上がらず話題を出す場がない	1
従来より、取引先との公正取引等については Web サイトや経営レポート等において情報発信しているため	1

4. 宣言を検討した際に、魅力となった項目（MA）

○宣言を検討した際に、魅力となった項目について聞いたところ、「共存共栄の精神に賛同した」が65.5%、次いで「取組姿勢を発信できる」48.2%、「ポータルサイト上に公表される」39.1%となった。

業種別にみると、情報通信業で「一部の補助金について加点措置がある」と回答した企業が54.2%と高くなっている。（図8参照）

図8 検討時、魅力となった項目（MA）



5. 企業がより宣言しやすくなるために、宣言の仕組みにどんな魅力があるとよいか

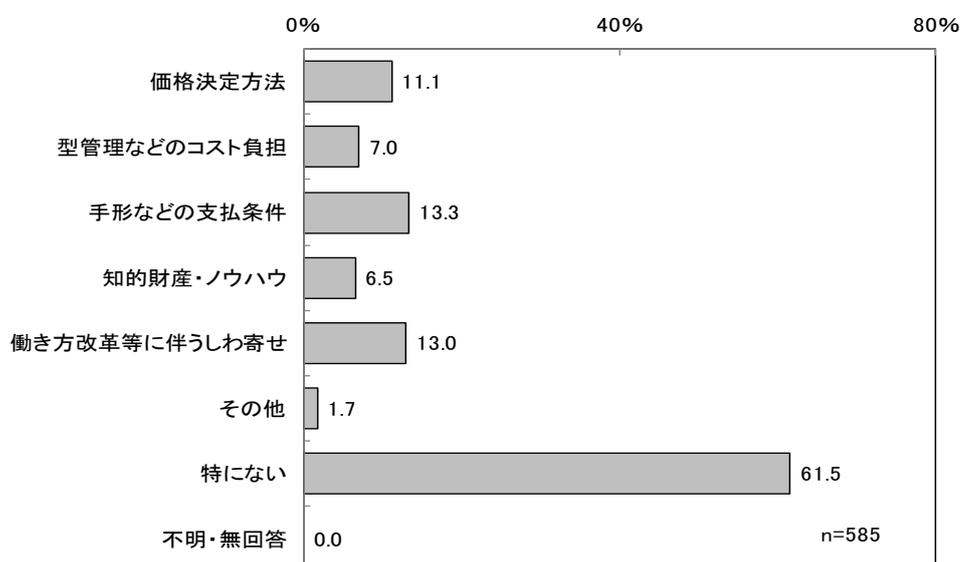
回答件数

「パートナーシップ構築宣言」の存在をもっと世間にアピールできれば、企業としても広報しやすくなるのではないか	57
さらなる補助金等の加点措置	25
「パートナーシップ構築宣言」の企業にとってのメリットをPRする	24
制度の認知度の向上と、法人税、融資等の優遇措置があれば魅力を感じる	22
宣言した企業間で連携できるような取り組み	12
取引先や各自治体から評価や認識される事があれば、より魅力を感じる	6
宣言そのもののブランディングがより進めばよいと思う	4
大手企業が積極的に加入していることと、その発信	4
SDGs や ESG 等の企業の社会的責任への関連付け	2
業界団体や中小企業の交流会などがもっと積極的に推進すべきと思う	2
宣言の趣旨に沿った具体的活動事例の紹介があれば参考としたい	2
『パートナーシップ構築宣言』自体がメディアで注目される取り組み（ESG 投資につながるような）があればよいと思う	1
ネーミングをもっとわかりやすいものにすることが必要	1
各社考え方は違うと思うので、加点措置等でひきつけるのはいかがでしょうかと思う	1
宣言紹介 HP で、登録企業へのアクセスや紹介など、営業活動にプラスになるような仕組みがあるとよい	1

6. 宣言を検討した際に、課題となった項目（MA）

○宣言を検討した際に、課題となった項目を聞いたところ、「特にない」が61.5%と6割以上を占め、「手形などの支払条件」13.3%、「働き方改革等に伴うしわ寄せ」13.0%と続く。（図9参照）

図9 検討時に課題となった項目（MA）



7. 検討段階で、社内で挙がった課題、意見等

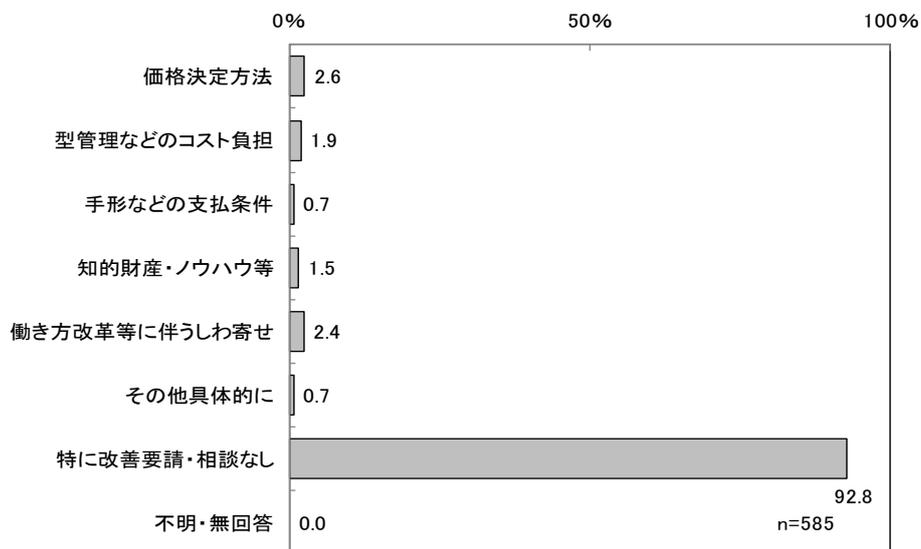
回答件数

課題、意見等	回答件数
支払方法に対するサイト短縮の考え方及び宣言書への記載方法	6
検討段階では型保管料についてのルールが決まっていなかった	3
宣言することで自社にどのようなメリットがあるか、自分たちの業界にこの宣言がふさわしいのかどうか	3
あらゆるレベルにおいて有効で説明責任のある透明性の高い企業に発展させる、社内全体の意識改革	2
市況の変動によるコストへの反映を自社主導で行いにくくなる、無理な外注製作依頼が出来にくくなる	1
パートナーシップ宣言自体業界にあまり知られていない	1
下請け企業の労務費上昇は理解できるが、価格に反映できるかどうか？	1
業界団体の自主行動計画との整合性	1
建設業界の働き方改革推進方法、下請け企業各社と一体となった具体的な取り組みについて	1
社内外への周知方法について	1
取引先会社に取り組みを理解してもらえるかどうか	1
手形などの支払条件は過去からの慣習や客先からの要請もあり、なかなか変更できない	1
知的財産やノウハウについての認識がまだ高くなかったためよく考える必要があった	1
当社独自の取り組みを反映してはどうかという意見があり、それを記載した	1
金型管理の問題は氷山の一角をメーカーが取り組んでいるだけで、実質的な問題解決に至っていない	1
現状支払手形での取引も有り、業界での取り組みをどのように進めていかに課題感があった	1
取引先の種別が多岐にわたっており、どこまで周知するか検討が必要であった	1
普段から振興基準を遵守しており、改めて宣言する意味があるのか、という意見があった	1
発注先には良い影響があるが、受注先が宣言しないと当社のプラスにならないという意見が出た	1
価格決定方法について、優越的地位による買いたたきになっていないかを考えた	1

8. 宣言をしたことにより取引先から具体的な改善要請、相談等があった項目 (MA)

○宣言をしたことにより取引先から具体的な改善要請、相談等があった項目について聞いたところ、「特に改善要請・相談なし」が92.8%と9割以上を占め、次いで「価格決定方法」2.6%、「働き方改革等に伴うしわ寄せ」2.4%、「型管理などのコスト負担」1.9%と続く。この傾向は、規模別（資本金・従業員数）に見ても変わらない。（図10参照）

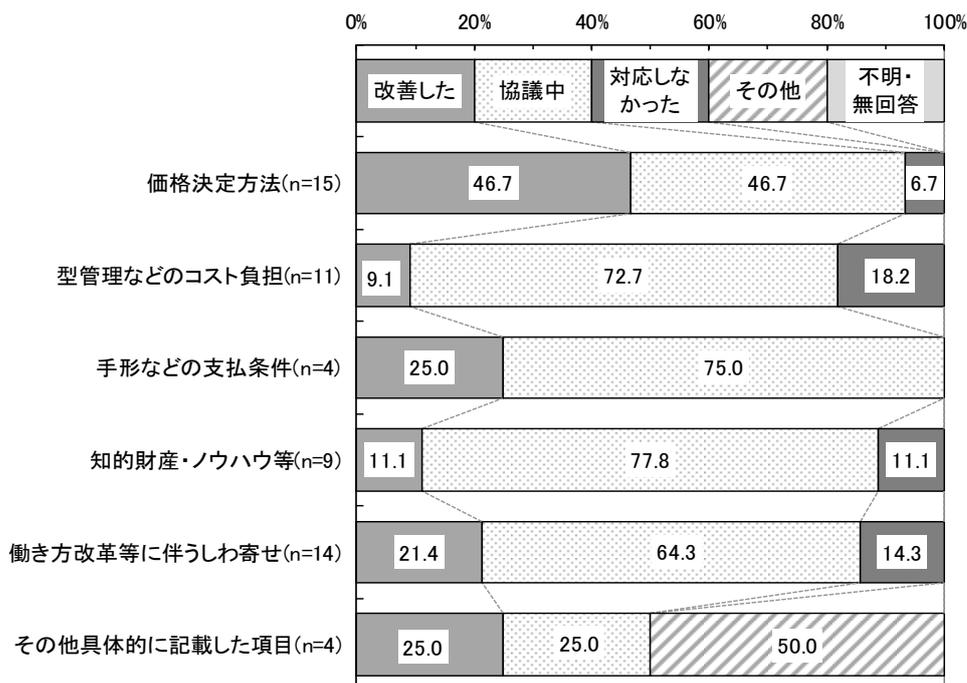
図10 取引先から具体的な改善要請、相談等があった項目 (MA)



8-1. 具体的な改善要請、相談等があった項目の対応

○具体的な改善要請、相談等があった項目の対応について聞いたところ、「価格決定方法」では「改善した」「協議中」が46.7%、「型管理などのコスト負担」、「手形などの支払条件」、「知的財産・ノウハウ等」では「協議中」が7割を超えた。「働き方改革等に伴うしわ寄せ」では「協議中」は6割以上となった。（図11参照）

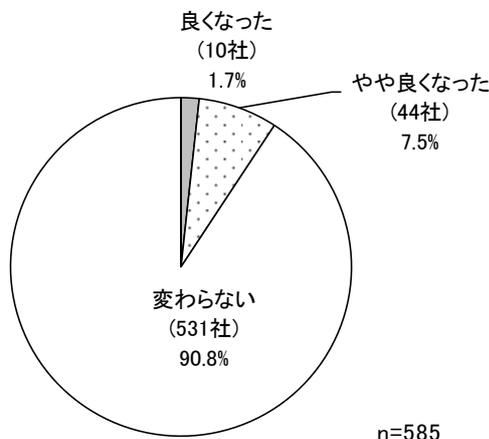
図11 具体的な改善要請、相談等があった項目



9. 宣言をしたことによる取引先からの評価について

○宣言をしたことによる取引先からの評価について聞いたところ、「変わらない」が最も多く90.8%と9割以上を占め、次いで「やや良くなった」7.5%、「良くなった」1.7%となっている。「やや悪くなった」「悪くなった」の回答はなかった。(図1.2参照)

図1.2 取引先の評価



9-1. 取引先からの具体的な声

○宣言をしたことによる取引先からの評価が「良くなった」・「やや良くなった」

回答件数

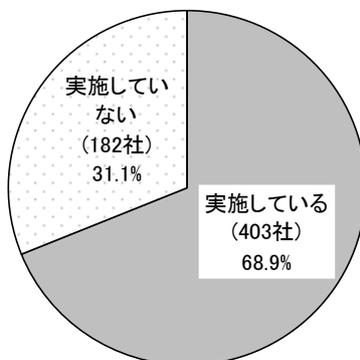
パートナー宣言を行ったことについて評価してもらえたこと	2
金型のコスト負担について、保管料の支払について、対象型についての支払いの打診があった、など	2
仕入先様とのコミュニケーションの頻度が高まり内容も深まった	1
パートナーとしての意識共有が改めて確認できた	1
取引先から見たよと言われ、話しがしやすくなった、自分中心ではなく、お互いのメリットを考えて話していることが伝わった	1
弊社は小規模事業者だが、大手企業との取引の際にパートナーシップ構築宣言を説明して、条件を見直して頂けた	1

○宣言をしたことによる取引先からの評価が「悪くなった」 ★該当なし

10. 宣言内容の社内関係部署への周知徹底状況

○宣言内容の社内関係部署への周知徹底状況について聞いたところ、「実施している」68.9%、「実施していない」31.1%となった。（図13参照）

図13 社内関係部署への周知徹底状況



n=585

10-1. 実施している場合の、具体的な周知方法

回答件数

経営会議、部内会議、コンプライアンス会議、他各種会議、ミーティングにより周知	82
回覧・社内報・掲示板により周知	62
朝礼・口頭により周知	43
社内メール・SNS・チャット・グループウェアにより周知	39
イントラネット、社内ネットワーク掲載により周知	38
ホームページ掲載により周知	11
ICT ツール、名刺にロゴ添付	3
適正取引推進をテーマにした社内 eラーニングで周知	2

10-2. 社内関係部署への周知徹底を実施していない理由

回答件数

社内周知の必要性を感じていないため	12
今までも宣言同様の取引をしていたため	5
以前から社内にパートナーシップの意識があったため	4
まだ具体的な取り組みをしていないため	3
活用を検討中のため	2

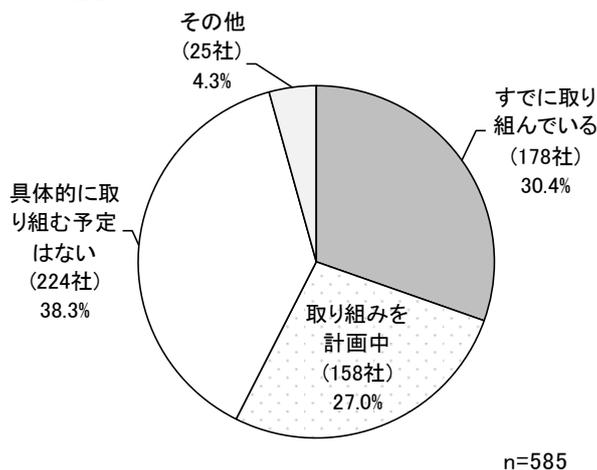
(サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携)

11. 現在の取引先との共存共栄・新たな連携への取り組み状況

○現在の取引先との共存共栄・新たな連携への取り組み状況を聞いたところ、「具体的に取り組む予定はない」が38.3%と最も多く、次いで、「すでに取り組んでいる」が30.4%、「取り組みを計画中」27.0%となっている。

規模別にみると、資本金100億円超、従業員数1万人超の大企業では、「すでに取り組んでいる」、「取り組みを計画中」が合わせて90%以上を占めている。(図14参照)

図14 共存共栄・新たな連携への取り組み状況

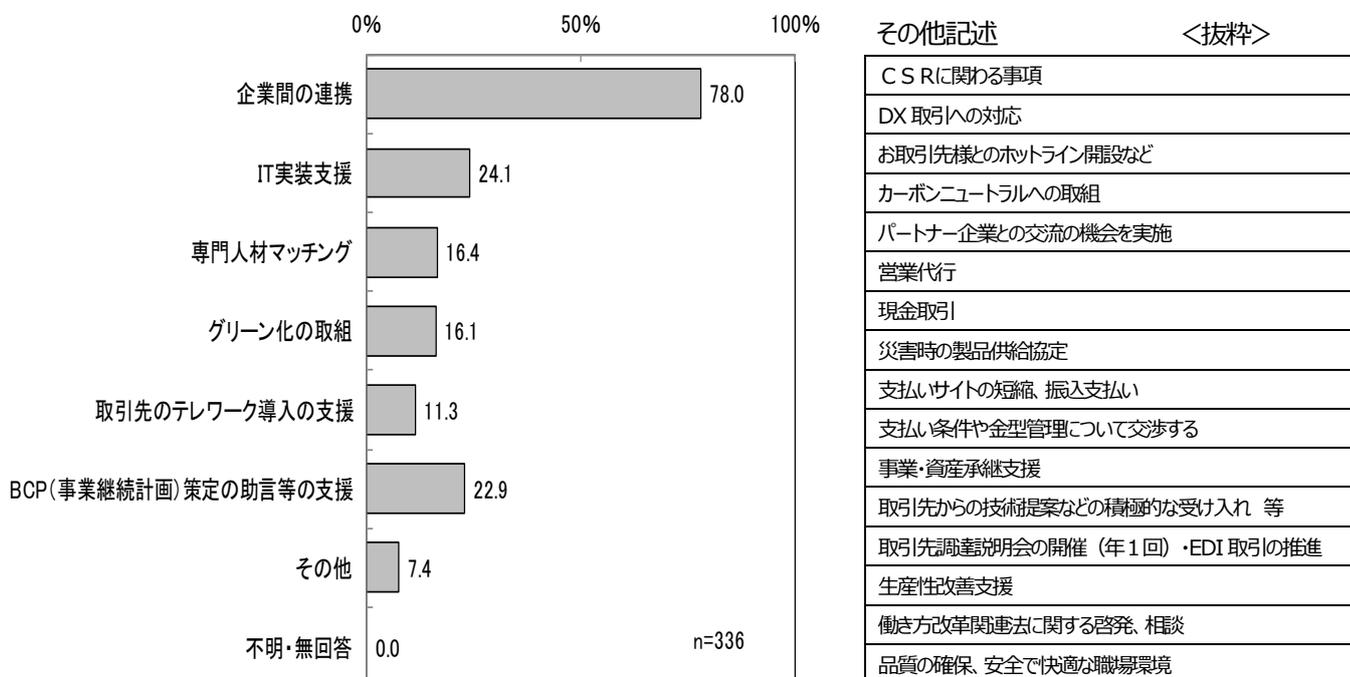


	合計	現在の取引先との共存共栄・新たな連携への取り組み状況				
		すでに取り組んでいる	取り組みを計画中	具体的に 取り組む予定 はない	その他	不明・無回答
全体	585	178	158	224	25	0
	100.0%	30.4%	27.0%	38.3%	4.3%	0.0%
資本金	85	64	13	6	2	0
100億円超	100.0%	75.3%	15.3%	7.1%	2.4%	0.0%
10億円超～100億円以下	43	17	9	14	3	0
	100.0%	39.5%	20.9%	32.6%	7.0%	0.0%
3億円超～10億円以下	24	5	7	11	1	0
	100.0%	20.8%	29.2%	45.8%	4.2%	0.0%
1億円超～3億円以下	24	7	5	11	1	0
	100.0%	29.2%	20.8%	45.8%	4.2%	0.0%
5千万円超～1億円以下	71	18	19	32	2	0
	100.0%	25.4%	26.8%	45.1%	2.8%	0.0%
1千万円超～5千万円以下	177	38	48	83	8	0
	100.0%	21.5%	27.1%	46.9%	4.5%	0.0%
1千万円以下	161	29	57	67	8	0
	100.0%	18.0%	35.4%	41.6%	5.0%	0.0%
従業員数	40	33	5	1	1	0
1万人超	100.0%	82.5%	12.5%	2.5%	2.5%	0.0%
1千人超～1万人	72	46	14	11	1	0
	100.0%	63.9%	19.4%	15.3%	1.4%	0.0%
300人超～1千人	50	14	12	19	5	0
	100.0%	28.0%	24.0%	38.0%	10.0%	0.0%
100人超～300人	96	19	27	48	2	0
	100.0%	19.8%	28.1%	50.0%	2.1%	0.0%
50人超～100人	64	15	12	34	3	0
	100.0%	23.4%	18.8%	53.1%	4.7%	0.0%
20人超～50人	99	15	30	48	6	0
	100.0%	15.2%	30.3%	48.5%	6.1%	0.0%
20人以下	164	36	58	63	7	0
	100.0%	22.0%	35.4%	38.4%	4.3%	0.0%

11-1. すでに取り組んでいる、または計画中の取組み (MA)

- すでに取り組んでいる、または計画中の取組みについて聞いたところ、「企業間の連携」78.0%、「IT実装支援」24.1%、「BCP(事業継続計画)策定の助言等の支援」22.9%と続く。(図15参照)

図15 取り組んでいる、計画中の取組み (MA)



11-2. すでに取り組んでいる、または計画中の具体的な取組み例

- 現在の取引先との共存共栄・新たな連携に「すでに取り組んでいる」

取組み	回答件数
IT実装支援	16
企業間連携、主要外注先に取引満足度調査を実施、改善項目対応	16
BCP策定支援	15
EDI(受発注に関わる取引情報交換システム)取引の実施、EDI導入支援	11
オープンイノベーションを活用した新規事業創出、共同製品・商品開発	9
人材の相互派遣、人材育成支援	7
専門人材マッチング	6
支払い条件改善、取引先フォロー	5
情報共有	5
共同事業(輸送)	4
ビジネスマッチング	4
機械貸与、技術支援	4
グリーン調達、資材調達方針の制定	3
環境配慮型資機材の推奨、プラスチック再資源化対応	2
取引先経営計画策定支援	2
CO2排出削減	2
仕入れ先へのCSRガイドラインの開示	1

○現在の取引先との共存共栄・新たな連携に「取り組みを計画中」

回答件数

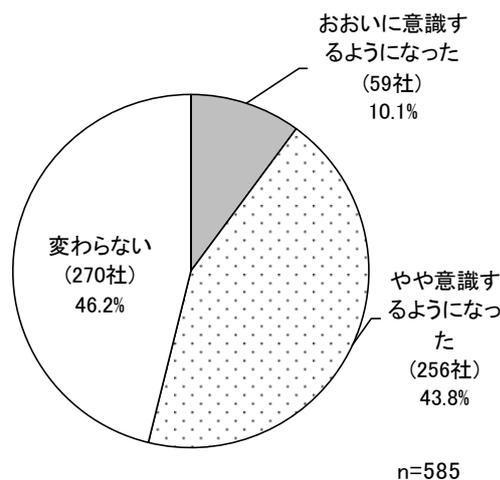
取引先との連携強化、製品開発、営業支援	24
EDI（受発注に関わる取引情報交換システム）取引の実施、EDI 導入支援	15
BCP 策定、策定支援	14
IT 実装支援 IT コンサルティング	13
下請け企業への支払い方法の変更、取引価格の調整	7
環境に配慮した製品、製造方法の提案、CO2 削減への取り組み	7
SDG s を絡めた企業間連携、理解浸透	5
情報共有	4
人材の相互派遣、人材育成支援	3
作業効率化のため同じ工作機械の導入、作業環境改善、設備・技術共有	3
グリーン調達推進	3
専門人材マッチング	2
オープンプラットフォームの構築	1
エリア版 MaaS 構想による地域支援体制構築	1
下請け先技術、アイデアの活用	1

（「振興基準」の遵守）

12. 宣言前と比べた「振興基準」遵守の意識変化について

○宣言前と比べた「振興基準」遵守の意識変化について聞いたところ、「変わらない」が46.2%、「やや意識するようになった」が43.8%、「おおいに意識するようになった」が10.1%となっている。（図16参照）

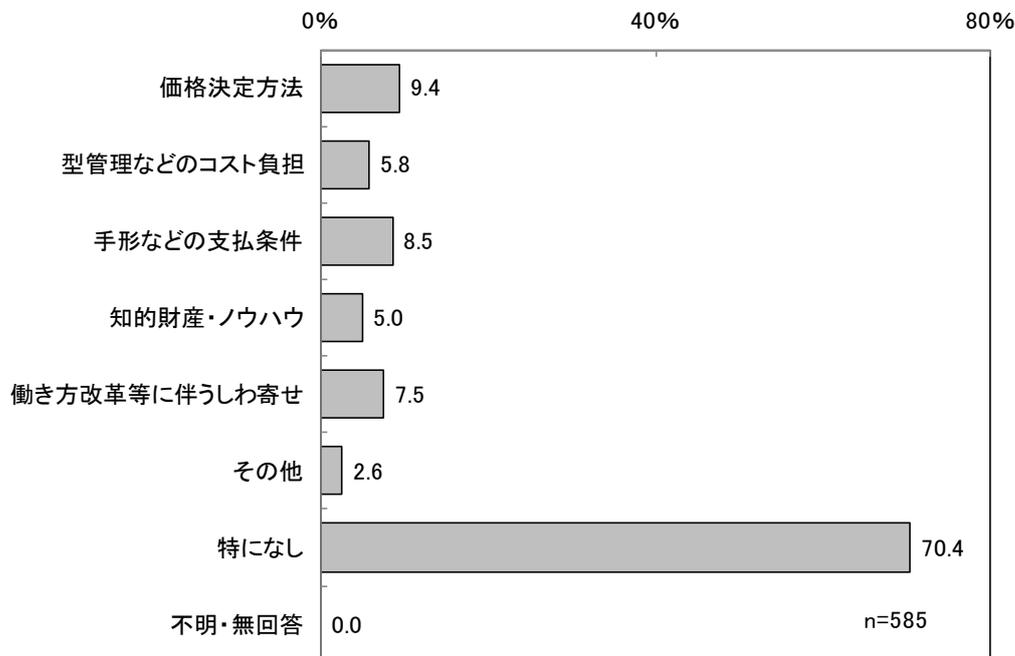
図16 「振興基準」遵守の意識変化



13. 宣言後に改善した取引条件で該当するもの (MA)

○宣言後に改善した取引条件で該当するものを聞いたところ、「特になし」70.4%と7割を占め、改善した点では、「価格決定方法」9.4%、「手形などの支払条件」8.5%、「働き方改革等に伴うしわ寄せ」7.5%と続く。(図17参照)

図17 宣言後に改善した取引条件 (MA)



13-1. 宣言後に改善した取引条件について具体的な取組み例

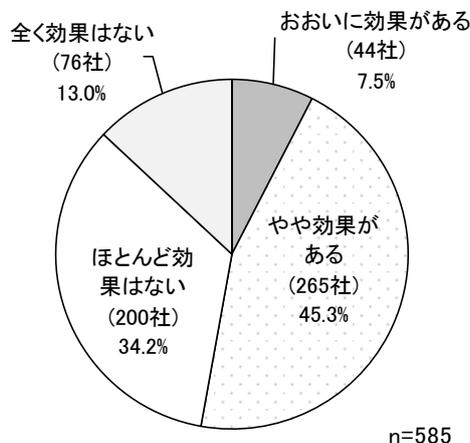
回答件数

具体的な取組み例	回答件数
支払手形サイトの短縮、決裁条件見直し、現金支払い割合増加	33
価格決定方法、取引条件の改定	20
金型保管費用の支払い、覚書締結、廃棄促進など計画的改善	14
知的財産面での関係改善	3
共同プロジェクトの増加、作業予定共有	2
コンプライアンス研修実施	1
受発注・請求方法のシステム化	1
配送効率化	1
秘密保持契約締結	1
品質管理の見直し	1

14. 宣言をしたことによる下請事業者に対するしわ寄せの防止効果

○宣言をしたことによる下請事業者に対するしわ寄せの防止効果を聞いたところ、「やや効果がある」45.3%、「ほとんど効果はない」34.2%、「全く効果はない」13.0%、「おおいに効果がある」7.5%の順となっている。(図18参照)

図18 下請事業者に対するしわ寄せの防止効果



14-1. 効果がある場合の、取引先からの具体的な声

回答件数

取組みに対する取引先の高評価、理解促進	7
手形支払いサイトの短縮、支払い条件改善、資金繰り改善	6
取引条件の設定が価格だけでなく品質も重視してくれた	1
発注方法のデジタル化による業務改善効果あり	1
エンドユーザーへの販売価格の相談増	1
ホームページへの宣言掲載で一層の責任感が発生	1
サプライチェーンの共存共栄に役立つ	1
できること、できないことが言いやすくなった	1
業務共同に向けて意欲が向上	1
建設業界で仕組みから意識改善している企業あり	1
愚痴・文句にとられていたことが意見として聞いてもらえるようになった	1
宣言内容に基づき取引を意識して行うようになった	1
生産計画が立てやすくなり取引安定化	1

14-2. 効果がない理由

回答件数

しわ寄せ防止に以前より取り組んでいるため	29
これまでの対応に問題はなく、しわ寄せはしていない	27
この制度が理解されてない、認知度が低い 周知不足	25
下請業者との取引がない	14
取引先がこの宣言を理解していない、知らない	6
まだ、具体的な効果は見えない	5
宣言に取り組む前にすべき課題が多い	4
下請け業者が宣言を知らない 適正価格の知識なし	3
川下企業の下請け及び仕入れ先への対応が未だ対等でない	3

コロナ禍で売上減少、取引先との関連減により実感しづらい	2
下ばかりでなく上とも同様の連携がないと実効性が感じられない	1
取引上の上下関係はあり、宣言していない同業他社で代替可能なため	1
パートナーシップ構築宣言前から取引先とは対等の立場で仕事を依頼	1
まだ浸透されていない、罰則がない	1
これまで一般的な商慣習の範囲でお互いに契約履行してきた	1
どのように役立つかわからない	1

15. 「パートナーシップ構築宣言」全般に関わるご意見・ご提案等

回答件数

宣言の意味や価値、経営者の意識すべき視点、制度の周知拡大、知名度を上げる工夫が必要	34
宣言によるメリットをアピールする必要がある、宣言による税制上の優遇措置、融資制度優遇などの特典が必要	7
どのように活用すればよいか教えてほしい、業種ごとの事例、企業間連携の事例などの紹介、企業間の意識づけ	6
特定の業界大手にはパートナーシップ構築の考えがない、元請け企業への意識づけ、監査が必要 大企業の場合担当者により意識・理解が違う	6
三方よしの環境が構築できるようにしたい、取引先と相互にメリットのある業務改善が必要	3
中小企業よりも先に大企業が宣言を行わないと自社が下請けに対し支払手形を廃止しても限界がある、大企業への働きかけをもっと積極的に行って欲しい	3
企業よりも、一般の方や学生や若者などに知られる事で就職、取引、サービス利用等の判断基準になれば、企業の取組も加速	2
ロゴマークのデザイン改良希望	2
宣言参加企業間の情報交流、横のつながりがパートナーシップ構築に必要	2
コロナによる時代変化の中、協力会社との共存共栄無しでは今後のサプライチェーン維持は難しいことを再認識	1
コロナの収束が見えない中、本件宣言の具体的実行のタイミングが難しい状況(外食産業向け営業)	1
パートナーシップ構築宣言を実施した企業間での情報交換等の取り組みを希望	1
パートナーシップ構築宣言をしたが、取引条件を変えるところまではいかない	1
宣言できない理由を他社からよく聞くので、宣言促進の為になぜできないのかのヒアリングが必要	1
パートナーシップ構築宣言は BCP の一環として、広域災害、パンデミック発生時の互助を目指しており、実際、役に立てば登録企業が増えるのでは	1
官公庁・自治体にも周知徹底が必要	1
共存共栄には親事業者や下請事業者との間で、密な協議が必要になると思うので長い目で見てほしい	1
元請企業が変わらない限りいくら下請けが頑張っても報われないので、下請け企業のインセンティブ条件などの適正化の確認を政府機関に希望	1
中小小規模事業者にとっても、パートナーシップ構築宣言は大手企業との取引の際に有用	1
中小零細規模への効果や成果の実感がない(相変わらず容赦ない入札や原価低減依頼が続く、共存共栄という方向性が実感できない)	1

【調査票】

タイトル

「パートナーシップ構築宣言」登録事業者向けアンケート

メッセージ

ご協力お願いいたします。

掲載文/ボタン

個人情報の取り扱いについて

「プライバシーポリシー」に従って適切に取り扱います。

【利用目的】

お預かりしている個人情報、本アンケートのお問い合わせと分析のために利用させていただきます。個々の調査票の結果やご回

回答する

全体

Q1. パートナーシップ構築宣言（以下「宣言」という。）を知ったきっかけをお聞きます。
*

- ① 中小企業庁等、国の行政機関からの紹介
- ② 商工会議所からの紹介
- ③ 業界団体からの紹介
- ④ 取引先からの紹介
- ⑤ 宣言ポータルサイト（全国協会ホームページ）
- ⑥ その他

Q2. 宣言したことを取引先等関係先に周知・情報発信されているかお聞きます。
*

- ① おおいにしている
- ② ややしている
- ③ ほとんどしていない
- ④ 全くしていない

この質問を表示する条件「Q2」で「① おおいにしている」を「選択した」[もしくは「Q2」で「② ややしている」を「選択した」]

Q3. Q2で①または②と回答された方に、周知・情報発信の方法についてお聞きます。
* (複数選択)

- ① 自社のホームページに掲載
- ② 名刺・パンフレット等印刷物にロゴマークを表示
- ③ 取引先、関係先への文書等にロゴマークを表示
- ④ 取引先、関係先との打ち合わせ時に口頭で
- ⑤ その他

この質問を表示する条件「Q2」で「③ ほとんどしていない」を「選択した」[もしくは「Q2」で「④ 全くしていない」を「選択した」]

Q4.

Q2で③または④と回答された方にお聞きます。周知・情報発信されていない理由を具体的に記載してください。

0文字

他の選択肢と同時に選べない選択肢「⑦ 特になし」

Q5. 宣言を検討した際に、魅力となった項目をお聞きます。
* (複数選択)

- ① 共存共栄の精神に賛同した
- ② ポータルサイト上に公表される
- ③ 取組姿勢を発信できる
- ④ 「ロゴマーク」を使用できる
- ⑤ 一部の補助金について加点措置がある
- ⑥ その他
- ⑦ 特になし

Q6.

企業がより宣言しやすくなるために、宣言の仕組みにどんな魅力があるとよいとお聞きます。

0文字

他の選択肢と同時に選べない選択肢「⑦ 特になし」

Q7. 宣言を検討した際に、課題となった項目があるかお聞きます。
* (複数選択)

- ① 価格決定方法
- ② 型管理などのコスト負担
- ③ 手形などの支払条件
- ④ 知的財産・ノウハウ
- ⑤ 働き方改革等に伴うしわ寄せ
- ⑥ その他
- ⑦ 特になし

Q8. 検討段階で、社内で学がった課題、意見等があれば具体的に記載してください。

0文字

他の選択肢と同時に選べない選択肢「⑦ 特に改善要請・相談なし」

Q9.

宣言をしたことにより取引先から具体的な改善要請、相談等があった項目についてお聞きます。

* (複数選択)

- ① 価格決定方法
- ② 型管理などのコスト負担
- ③ 手形などの支払条件
- ④ 知的財産・ノウハウ等
- ⑤ 働き方改革等に伴うしわ寄せ
- ⑥ その他具体的に
- ⑦ 特に改善要請・相談なし

Q10.

Q9で具体的な改善要請、相談等があった項目について、その対応についてお聞きます。

*

	① 改善した	② 協議中	③ 対応しなかった	④ その他
① 価格決定方法	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
② 型管理などのコスト負担	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
③ 手形などの支払条件	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
④ 知的財産・ノウハウ等	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑤ 働き方改革等に伴うしわ寄せ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
⑥ その他具体的に記載した項目	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q11. 宣言をしたことによる取引先からの評価についてお聞きします。
*

- ① 良くなった
- ② やや良くなった
- ③ 変わらない
- ④ やや悪くなった
- ⑤ 悪くなった

この質問を表示する条件 "Q11" で "① 良くなった" を "選択した" [もしくは] "Q11" で "② やや良くなった" を "選択した"

Q12.

Q11で①または②と回答された方で取引先からの具体的な声があれば記載してください。

0文字

この質問を表示する条件 "Q11" で "④ やや悪くなった" を "選択した" [もしくは] "Q11" で "⑤ 悪くなった" を "選択した"

Q13.

Q11で④または⑤と回答された方にお聞きします。評価が悪くなった理由を具体的に記載してください。

0文字

Q14. 宣言内容の社内関係部署への周知徹底状況についてお聞きします。
*

- ① 実施している
- ② 実施していない

この質問を表示する条件 "Q14" で "① 実施している" を "選択した"

Q15.

Q14で①と回答された方にお聞きします。具体的な周知方法について記載してください。

0文字

この質問を表示する条件 "Q14" で "② 実施していない" を "選択した"

Q16.

Q14で②と回答された方にお聞きします。実施していない理由を具体的に記載してください。

0文字

サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携

Q17. 現在の取引先との共存共栄・新たな連携への取り組み状況をお聞きします。
*

- ① すでに取り組んでいる
- ② 取り組みを計画中
- ③ 具体的に取り組む予定はない
- ④ その他

この質問を表示する条件 "Q17" で "① すでに取り組んでいる" を "選択した" [もしくは] "Q17" で "② 取り組みを計画中" を "選択した"

Q18.

Q17で①または②と回答された方にお聞きします。すでに取り組んでいる、または計画中の取組みについて、項目を選択してください。

* (複数選択)

- ① 企業間の連携
- ② IT実装支援
- ③ 専門人材マッチング
- ④ グリーン化の取組
- ⑤ 取引先のテレワーク導入の支援
- ⑥ BCP (事業継続計画) 策定の助言等の支援
- ⑦ その他

この質問を表示する条件 "Q17" で "① すでに取り組んでいる" を "選択した" [もしくは] "Q17" で "② 取り組みを計画中" を "選択した"

Q19. すでに取り組んでいる、または計画中の具体的な取組み例をご記載ください。

*

0文字

「振興基準」の遵守

Q20. 宣言前と比べて「振興基準」遵守の意識変化についてお聞きします。
*

- ① おおいに意識するようになった
- ② やや意識するようになった
- ③ 変わらない

他の選択肢と同時に選べない選択肢 "⑦ 特になし"

Q21. 宣言後に改善した取引条件で該当するものをお聞きします。
* (複数選択)

- ① 価格決定方法
- ② 型管理などのコスト負担
- ③ 手形などの支払条件
- ④ 知的財産・ノウハウ
- ⑤ 働き方改革等に伴うし寄せ
- ⑥ その他
- ⑦ 特になし

この質問を表示する条件 "Q21" で "⑦ 特になし" を "選択しなかった"

Q22. 宣言後に改善した取引条件について具体的な取組み例をご記載ください。

0文字

Q23.

宣言をしたことによる下請事業者に対するし寄せの防止効果についてお聞かせください。

*

- ① おおいに効果がある
- ② やや効果がある
- ③ ほとんど効果はない
- ④ 全く効果はない

この質問を表示する条件 "Q23" で "① おおいに効果がある" を "選択した" [もしくは] "Q23" で "② やや効果がある" を "選択した"

Q24.

Q23で①または②と回答された方で取引先からの具体的な声があれば記載してください。

0文字

この質問を表示する条件 "Q23" で "③ ほとんど効果はない" を "選択した" [もしくは] "Q23" で "④ 全く効果はない" を "選択した"

Q25.

Q23で③または④と回答された方にお聞きします。効果がない理由を具体的に記載してください。

0文字

Q26.

以上の他、「パートナーシップ構築宣言」全般に関わることでご意見・ご提案等を自由に記入してください。

0文字

企業データ

Q27. 企業名を記載してください。

*

0文字

Q28. 実際の本社機能を有する都道府県をお選びください。

*
選択してください

Q29. 業種をお選びください。

- *
 農業、林業
 漁業
 鉱業、採石業、砂利採取業
 建設業
 製造業
 電気・ガス・熱供給・水道業
 情報通信業
 運輸業、郵便業
 卸売業
 小売業
 金融業、保険業
 不動産業、物品賃貸業
 学術研究、専門・技術サービス業
 宿泊業、飲食サービス業
 生活関連サービス業、娯楽業
 教育、学習支援業
 医療、福祉
 複合サービス業
 サービス業（他に分類されないもの）

Q30. 資本金をお選びください。

- *
 100億円超
 10億円超～100億円以下
 3億円超～10億円以下
 1億円超～3億円以下
 5千万円超～1億円以下
 1千万円超～5千万円以下
 1千万円以下

Q31. 従業員数をお選びください。

- *
 1万人超
 1千人超～1万人
 300人超～1千人
 100人超～300人
 50人超～100人
 20人超～50人
 20人以下

回答者情報

Q32. 最後にお手数ですが、回答者の以下の項目をお書きください。

お名前 *

フリガナ *

部署

役職

電話番号 *

(半角数字)

メールアドレス

(E-mail)