

# アンケート調査報告書

## 労働関連トラブルに関する相談実態調査

～情報収集経路・相談先選定基準・解決実態・不満要素の分析～

### 1. 調査概要

調査方法	インターネットによるアンケート調査
調査対象	労働関連のトラブルで専門家へ相談した経験がある全国の20～60代男女
調査期間	2026年4月
有効サンプル数	500名
サンプル割付	弁護士・社労士へ相談経験あり：250名 それ以外の専門家へ相談経験あり：250名
調査実施機関	株式会社ネオマーケティング

#### ■ サンプル割付

区分	n	相談先詳細
弁護士・社労士へ相談経験あり	250名	弁護士 / 社労士
それ以外の専門家へ相談経験あり	250名	公的機関 / 労働組合・ユニオン / 転職エージェント・キャリア相談 / カウンセリング・メンタルヘルス相談 / 退職代行サービス / その他

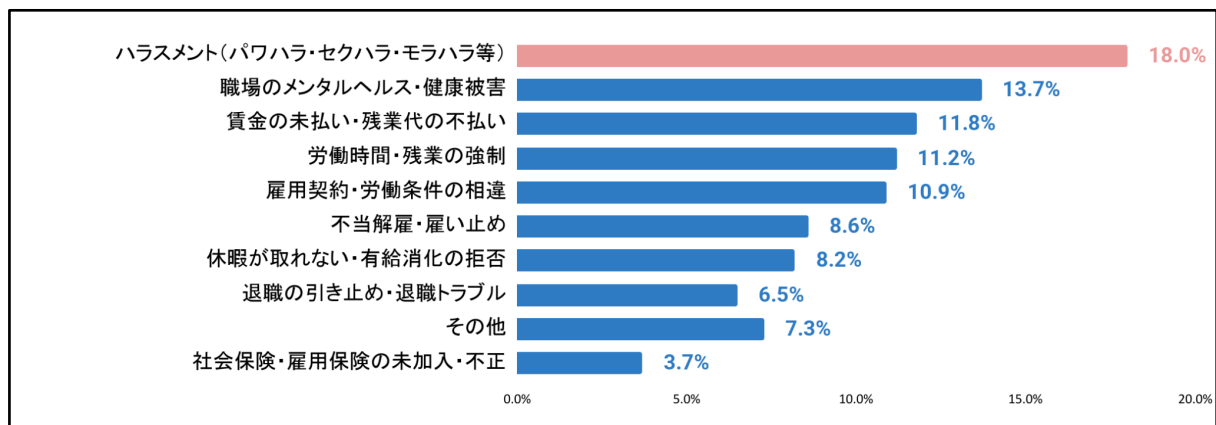
## 2. 設問別結果

MA：複数回答（％は選択数合計を分母） SA：単一回答（％は回答者数を分母） FA：自由回答

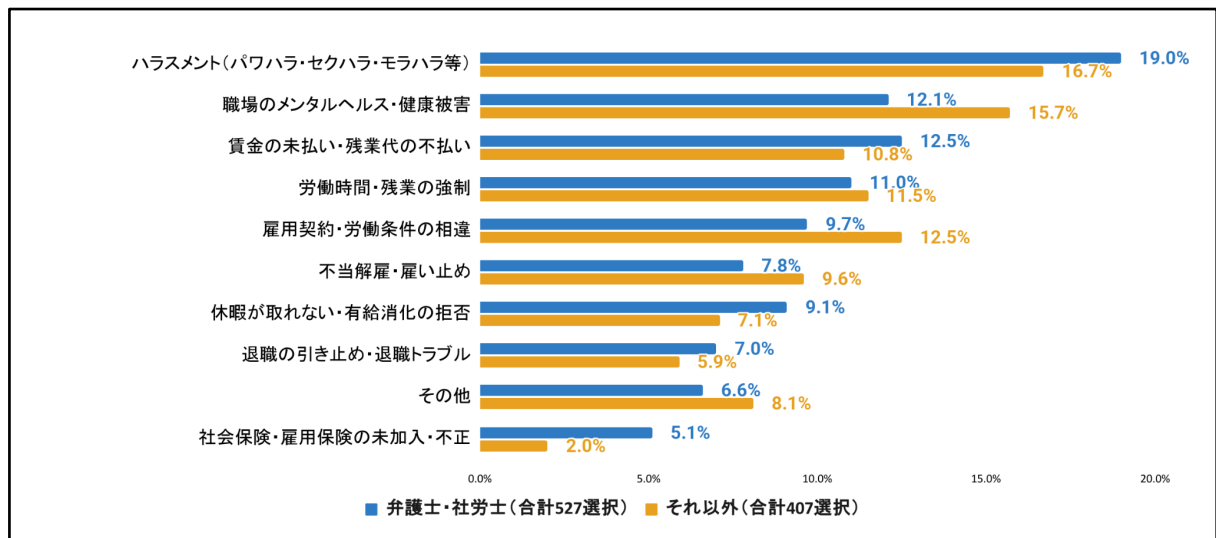
### Q1 どのような労働環境に関する問題がありましたか

(n=500 / 選択数合計 934, MA)

#### ■ 全体グラフ



#### ■ 群別比較（弁護士・社労士 / それ以外の専門家）



**概要：**全体の選択数合計 934 のうち、「ハラスメント（パワハラ・セクハラ・モラハラ等）」が 168 選択（18.0%）で最多。次いで「職場のメンタルヘルス・健康被害」128 選択（13.7%）、「賃金の未払い・残業代の不払い」110 選択（11.8%）となりました。

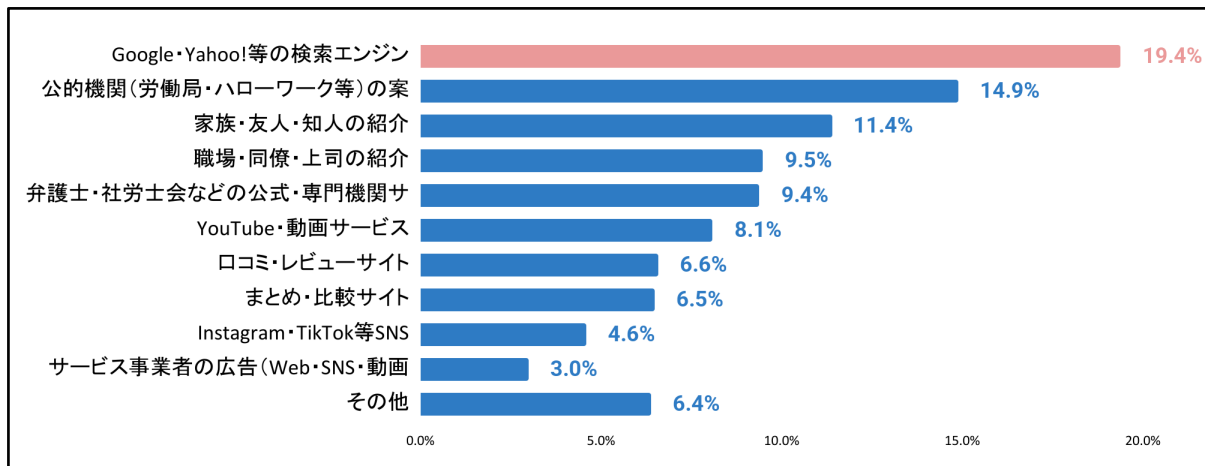
**考察：**弁護士・社労士群（選択合計 527）では「ハラスメント」100 選択（19.0%）、「賃金の未払い」66 選択（12.5%）が相対的に高く、法的対応が必要な問題で士業を選ぶ傾向が見られます。それ以外の

群（選択合計 407）では「職場のメンタルヘルス・健康被害」64 選択（15.7%）が両群同水準ですが、「公的機関」や「カウンセリング」への相談につながりやすい問題タイプの比率が高い傾向があります。

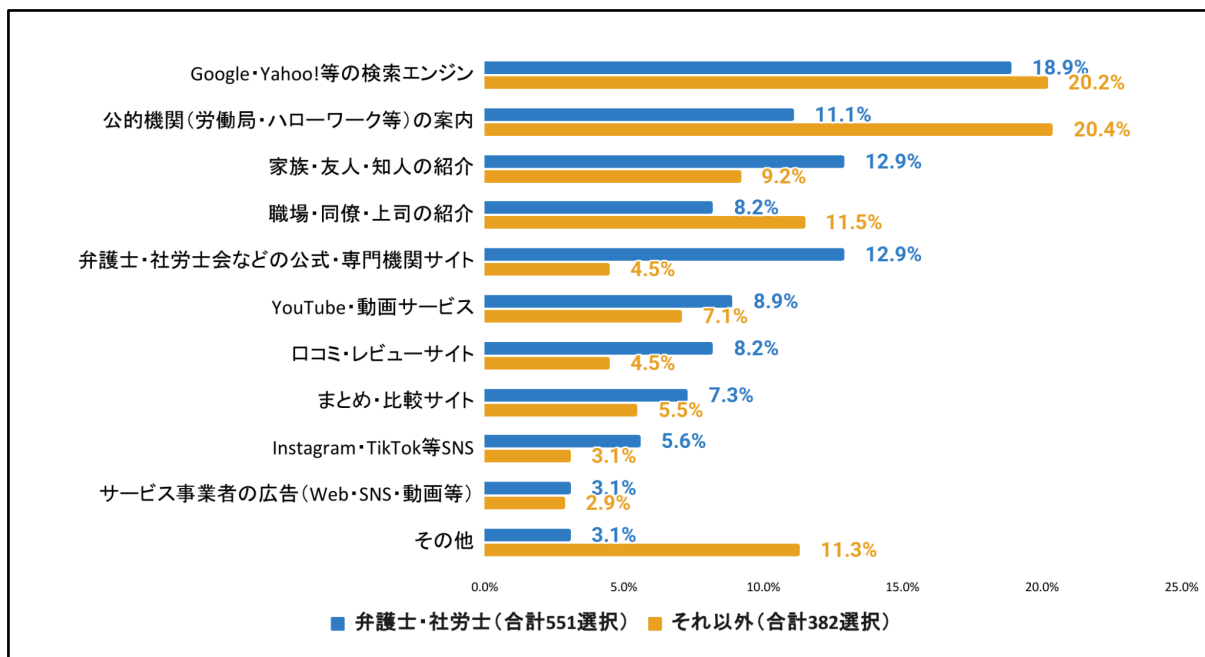
## Q2 相談先をどのように調べましたか

(n=500 / 選択数合計 933, MA)

### ■ 全体グラフ



### ■ 群別比較



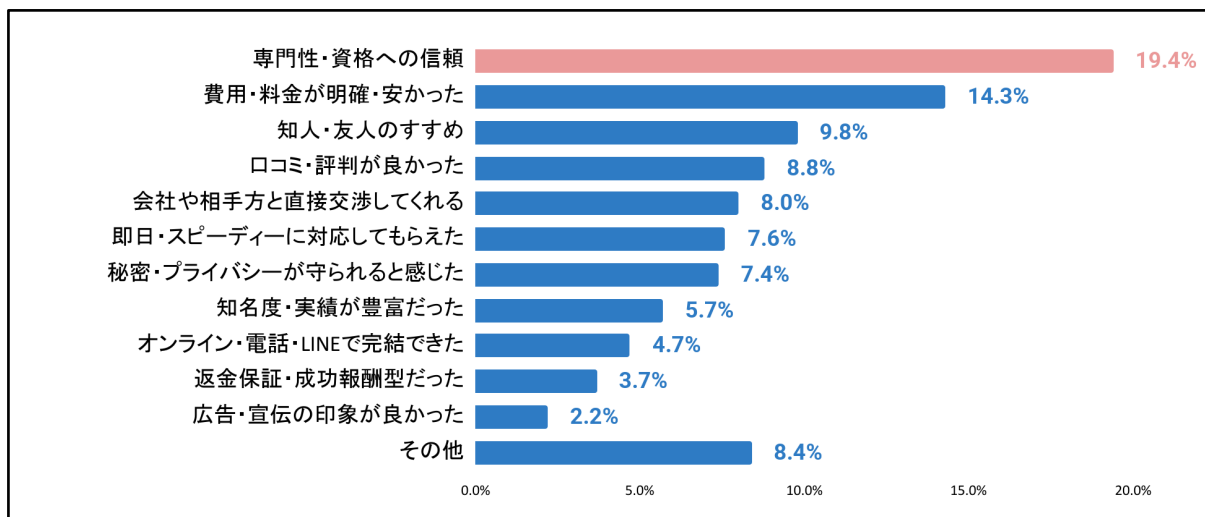
**概要**：全体選択合計 933 のうち「Google・Yahoo!等の検索エンジン」が 181 選択（19.4%）で最多。次いで「公的機関（労働局・ハローワーク等）の案内」139 選択（14.9%）、「家族・友人・知人の紹介」106 選択（11.4%）となりました。

**考察：**弁護士・社労士群（選択合計 551）では「弁護士・社労士会などの公式・専門機関サイト」71 選択（12.9%）や「家族・友人の紹介」71 選択（12.9%）が高く、信頼性重視の情報収集スタイルが見られます。それ以外の群（選択合計 382）では「公的機関の案内」78 選択（20.4%）が突出しており、公的ルートから非土業サービスへ流れる経路が示唆されます。サービス事業者の広告（Web・SNS 等）は全体で 28 選択（3.0%）にとどまり、広告の情報収集への影響は限定的です。

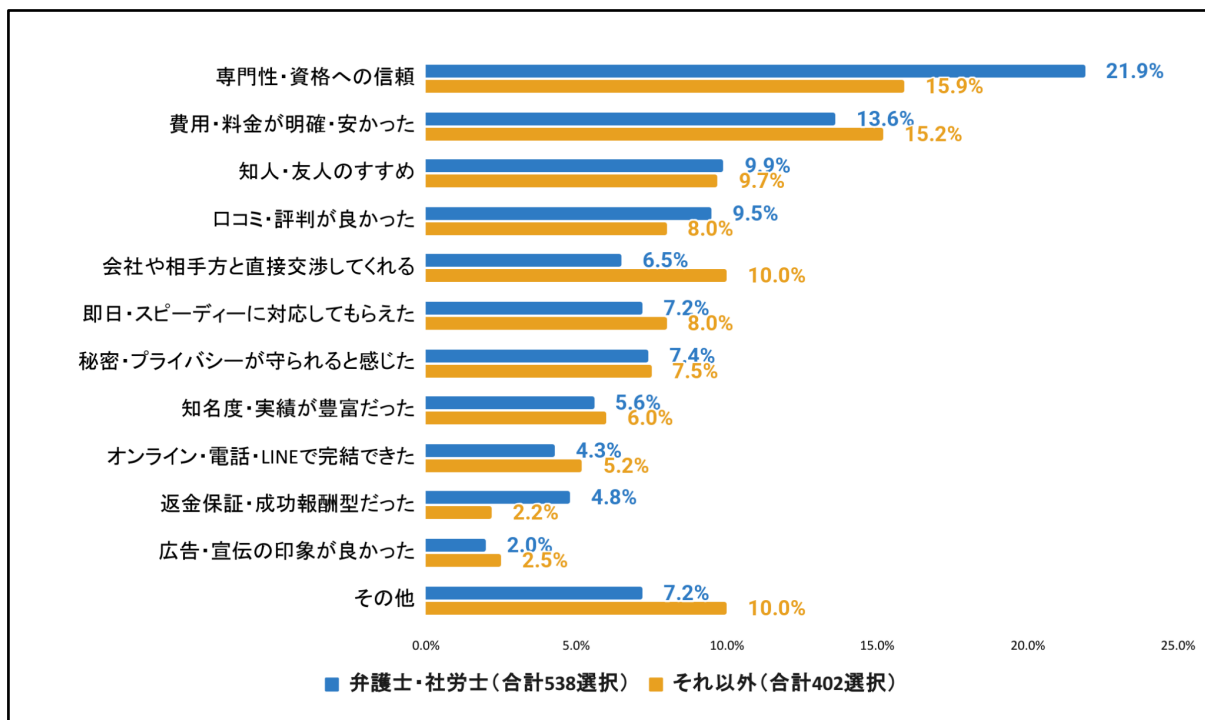
### Q3 相談先を決めた理由として当てはまるものをすべて教えてください

(n=500 / 選択数合計 940, MASA)

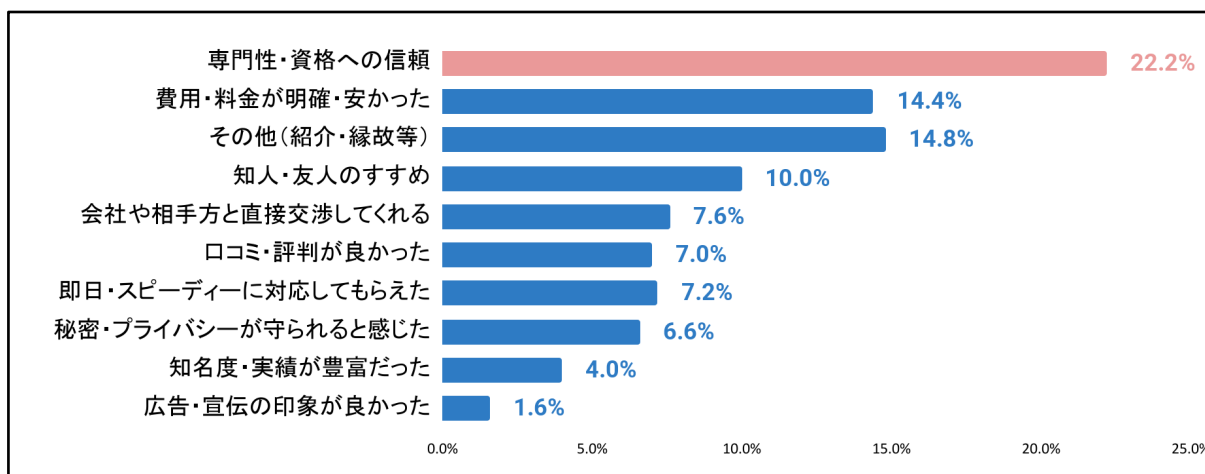
#### ■ Q3S1 相談先を決めた理由（全体・複数選択）



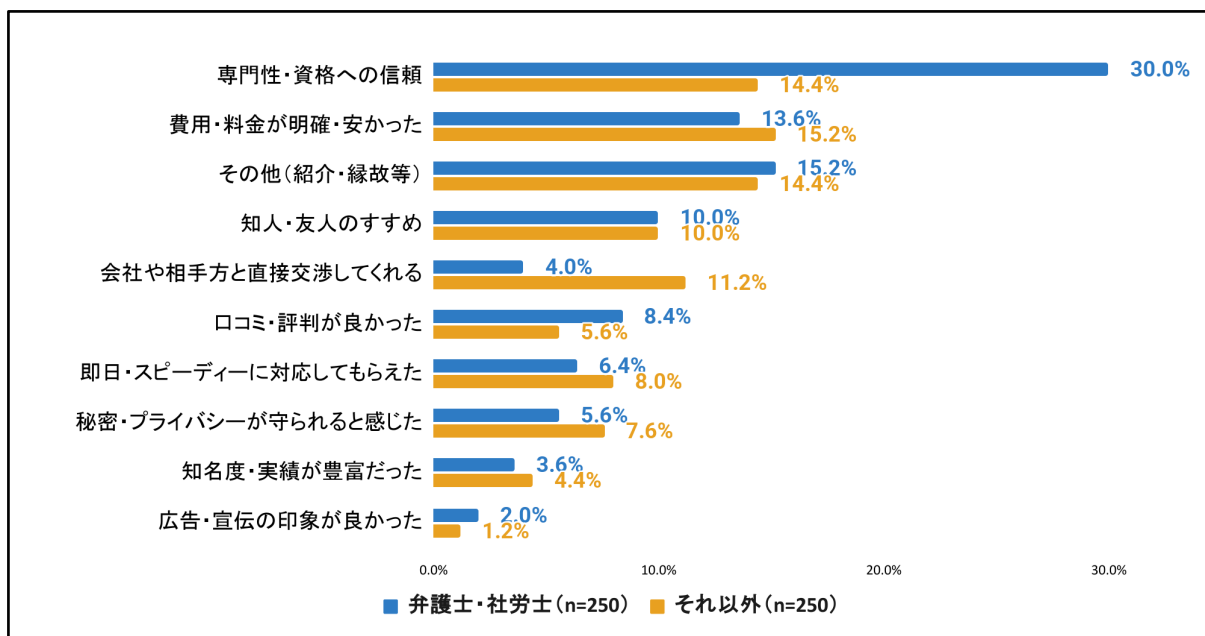
#### ■ Q3S1 群別比較（士業 選択合計 538 / それ以外 選択合計 402）



■ Q3S2 最も決め手になったもの（全体 n=500, SA）



■ Q3S2 群別比較（士業 250 / その他例外 250, SA）



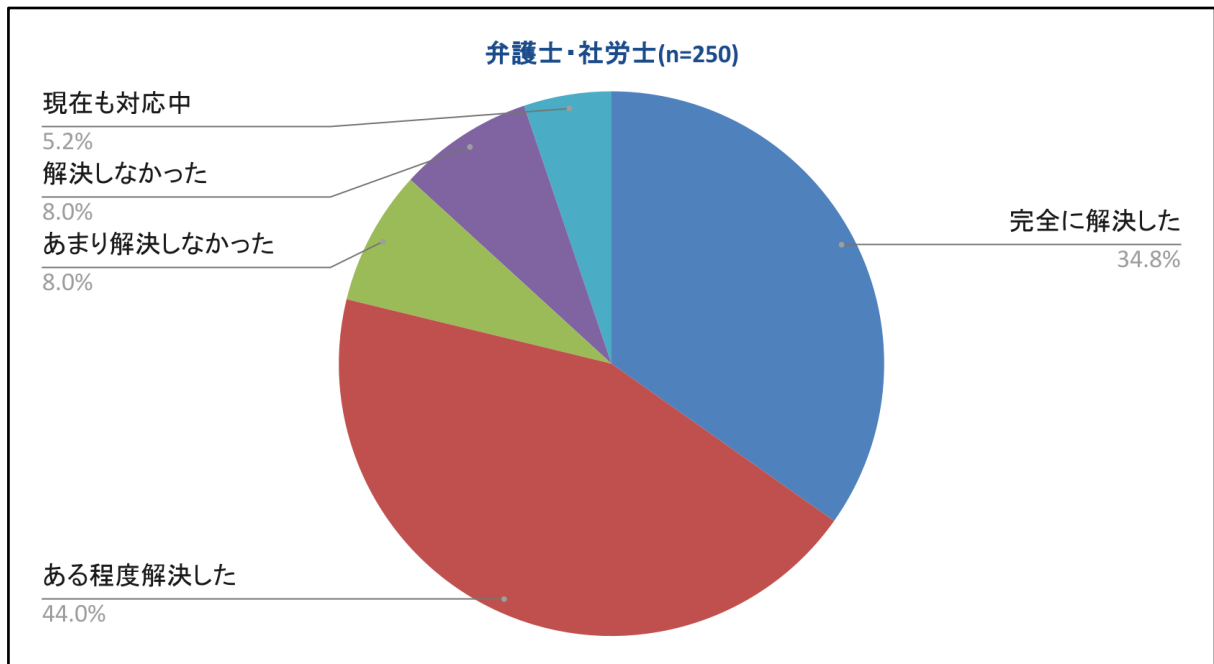
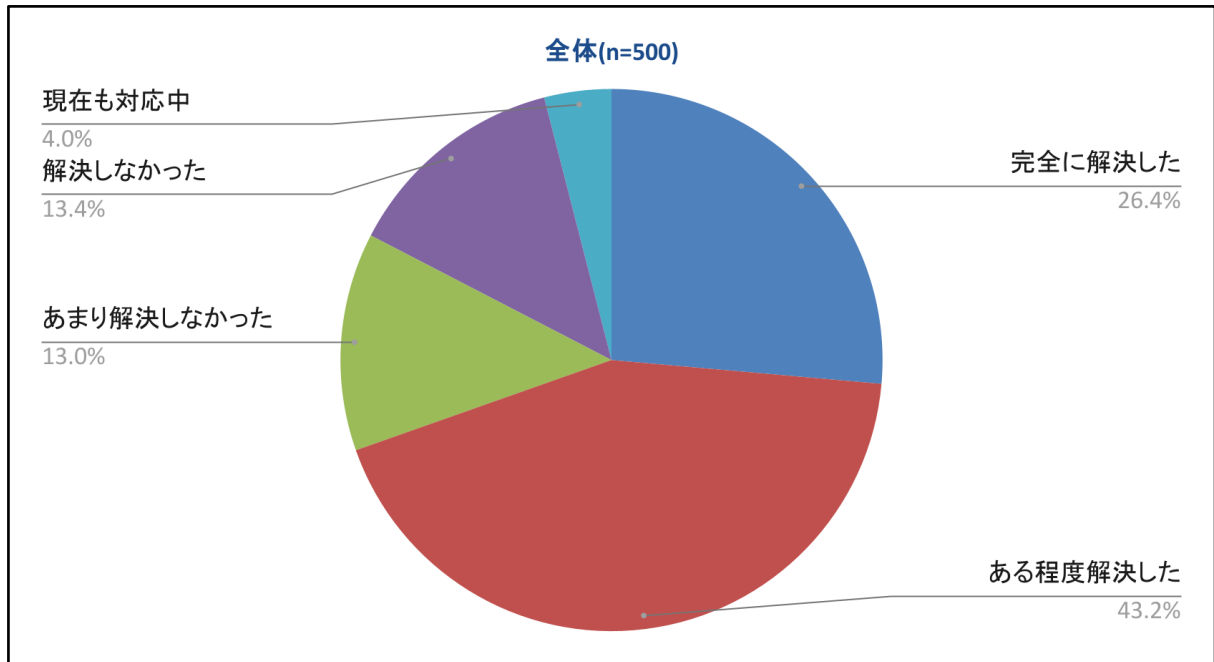
概要：Q3S1（選択合計 940）では「専門性・資格への信頼」182 選択（19.4%）が最多。次いで「費用・料金が明確・安かった」134 選択（14.3%）、「知人・友人のすすめ」92 選択（9.8%）となりました。Q3S2（最終決め手 n=500）では「専門性・資格への信頼」111 人（22.2%）、「費用・料金が明確・安かった」72 人（14.4%）、「その他（紹介・縁故等）」74 人（14.8%）が上位です。

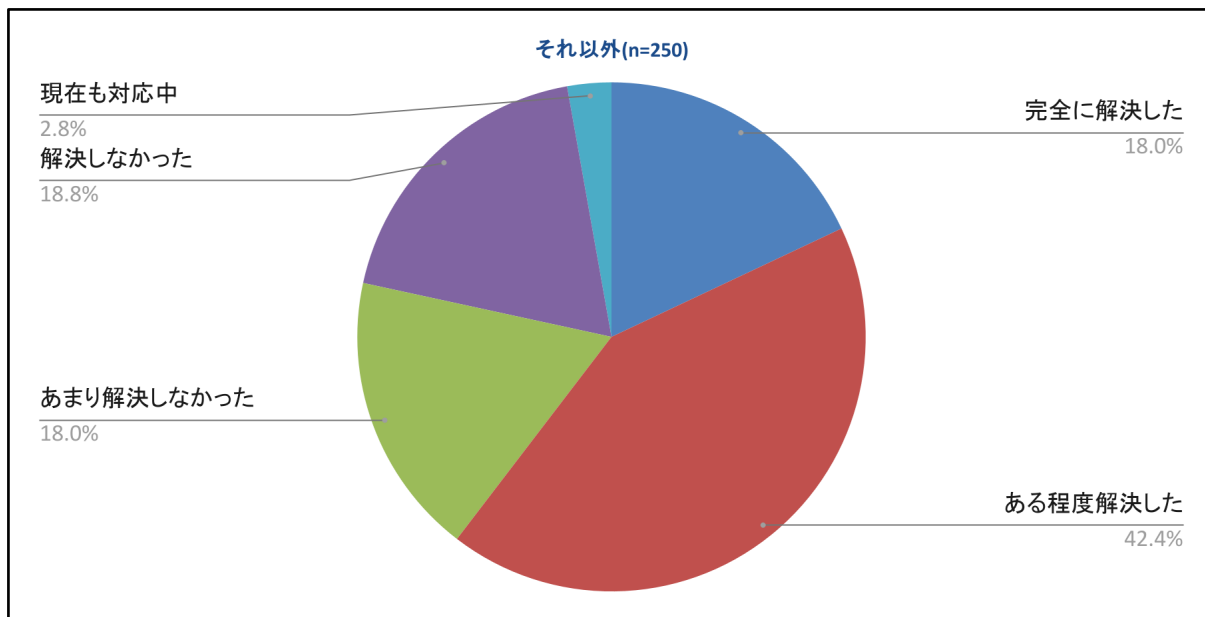
考察：弁護士・社労士群（選択合計 538）では「専門性・資格への信頼」118 選択（21.9%）が突出しており、資格・実績への信頼が選定の核心となっています。それ以外の群（選択合計 402）では「費用・料金が明確・安かった」61 選択（15.2%）が相対的に高く、費用の手頃さが重要な動機となっています。「広告・宣伝の印象が良かった」は全体 21 選択（2.2%）と低く、広告が最終的な選定に直結するケースは少数です。

### Q4 相談・依頼した結果、問題は解決しましたか

(n=500, SA)

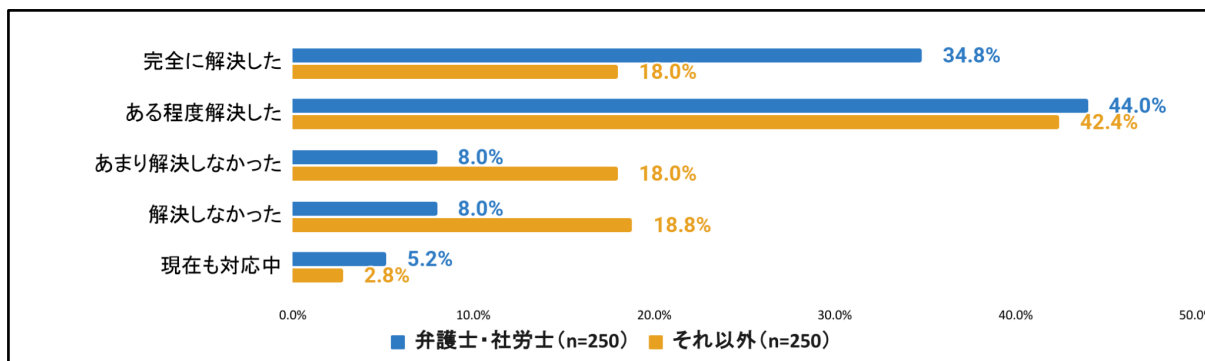
■ 全体・群別（円グラフ）





区分	完全に解決した	ある程度解決した	解決計	未解決計
全体 (n=500)	132人 26.4%	216人 43.2%	79.6% (348人)	16.8% (132人)
弁護士・社労士 (n=250)	87人 34.8%	110人 44.0%	78.8% (197人)	16.0% (40人)
それ以外の専門家 (n=250)	45人 18.0%	106人 42.4%	60.4% (151人)	18.8% (47人+45人)

■ 群別比較 (横棒グラフ)



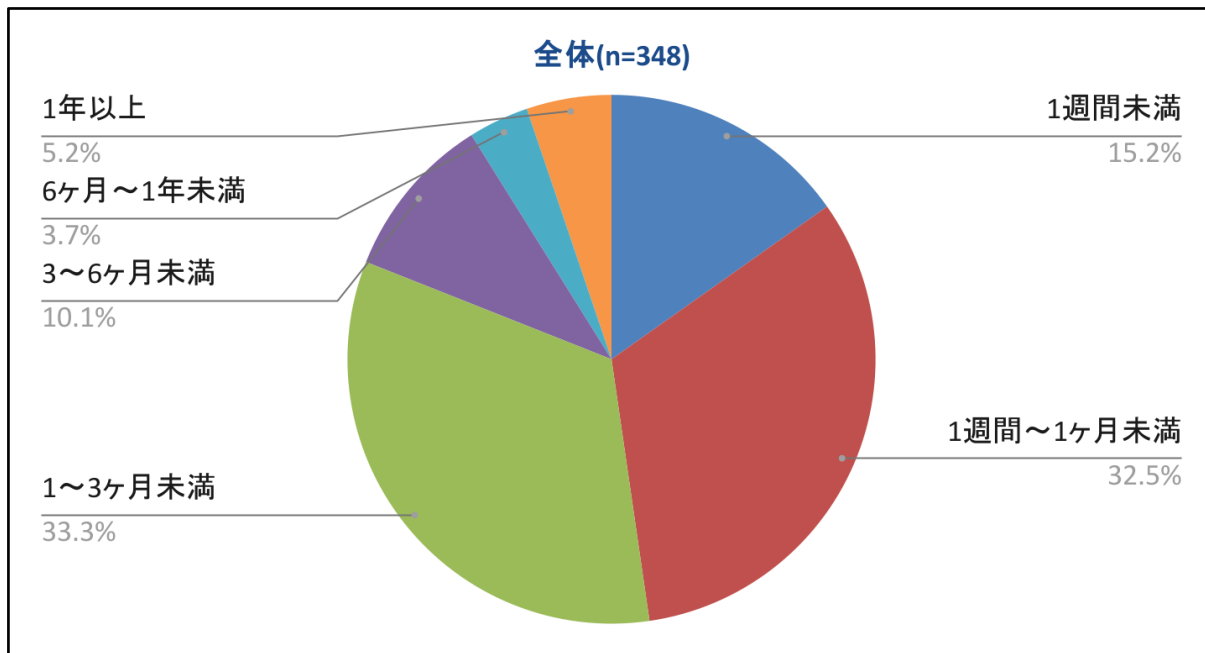
**概要：**全体の「完全に解決した」は132人（26.4%）、「ある程度解決した」216人（43.2%）で、解決計は348人（69.6%）。弁護士・社労士群の解決計は197人（78.8%）に対し、それ以外の群は151人（60.4%）と18.4ポイントの差がありました。

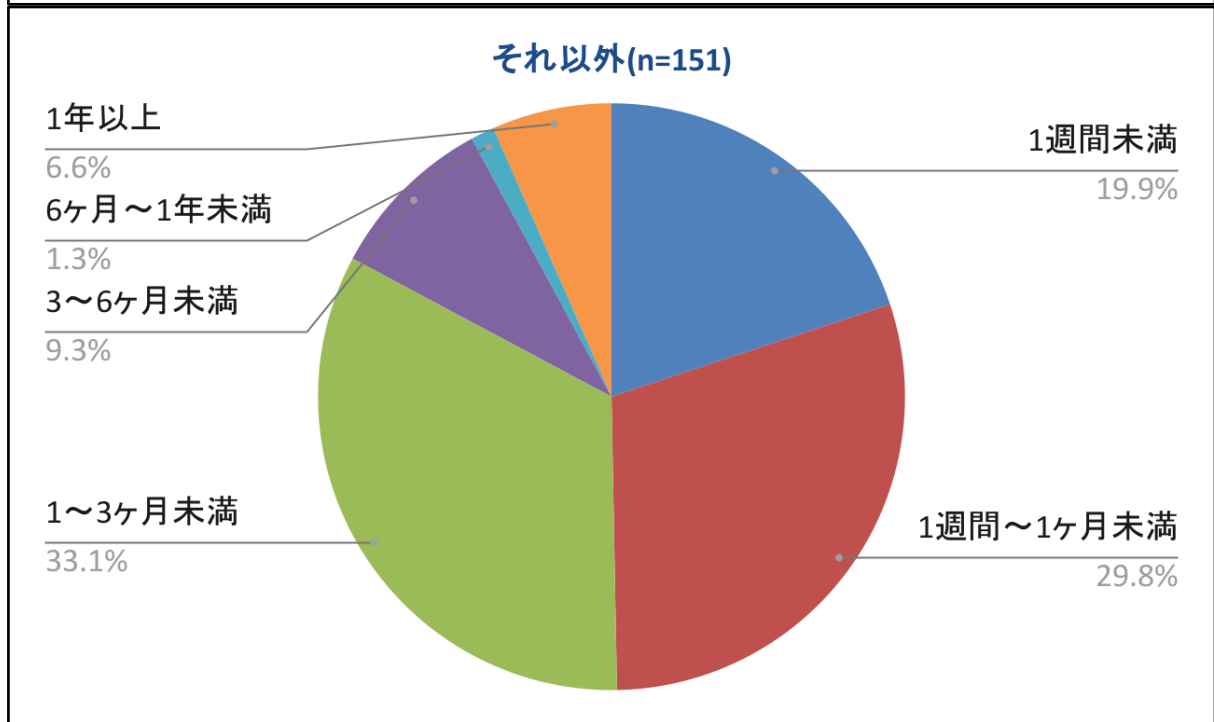
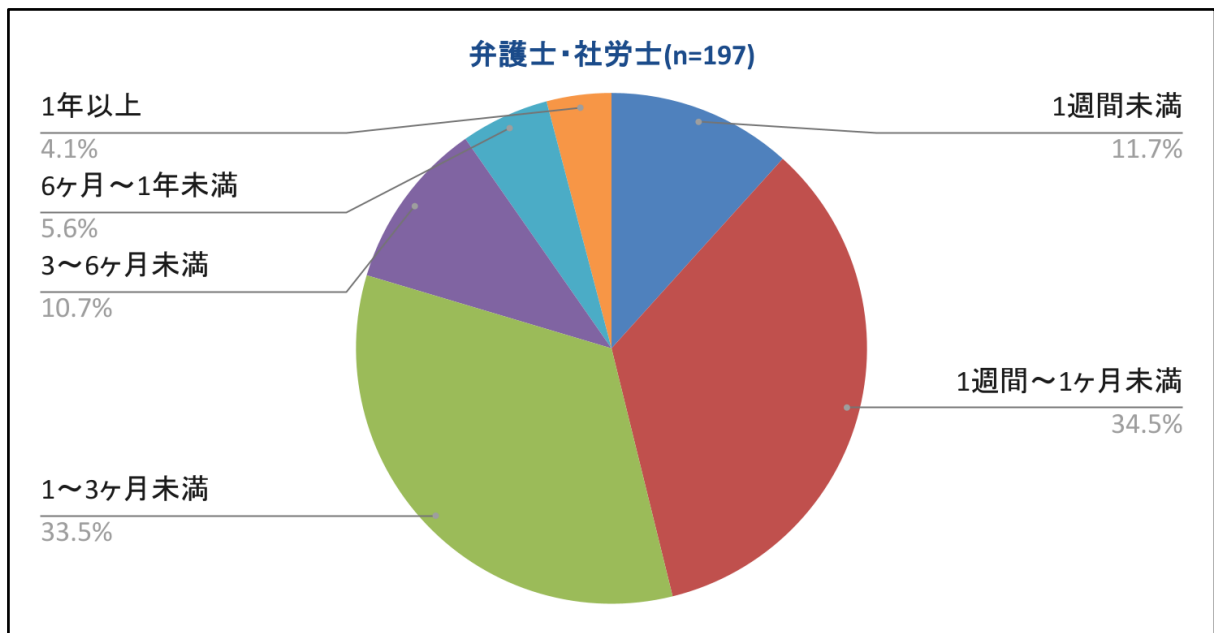
**考察：**弁護士・社労士群は「完全に解決した」87人（34.8%）がそれ以外の群45人（18.0%）の約2倍。法的権限を持つ専門家への相談が根本的解決に繋がりやすいことが示されています。それ以外の群では「解決しなかった」47人（18.8%）・「あまり解決しなかった」45人（18.0%）の合計が36.8%に達し、解決力への期待と実態のギャップが課題です。

### Q5 相談を開始してから問題が解決するまでにどのくらいの期間がかかりましたか

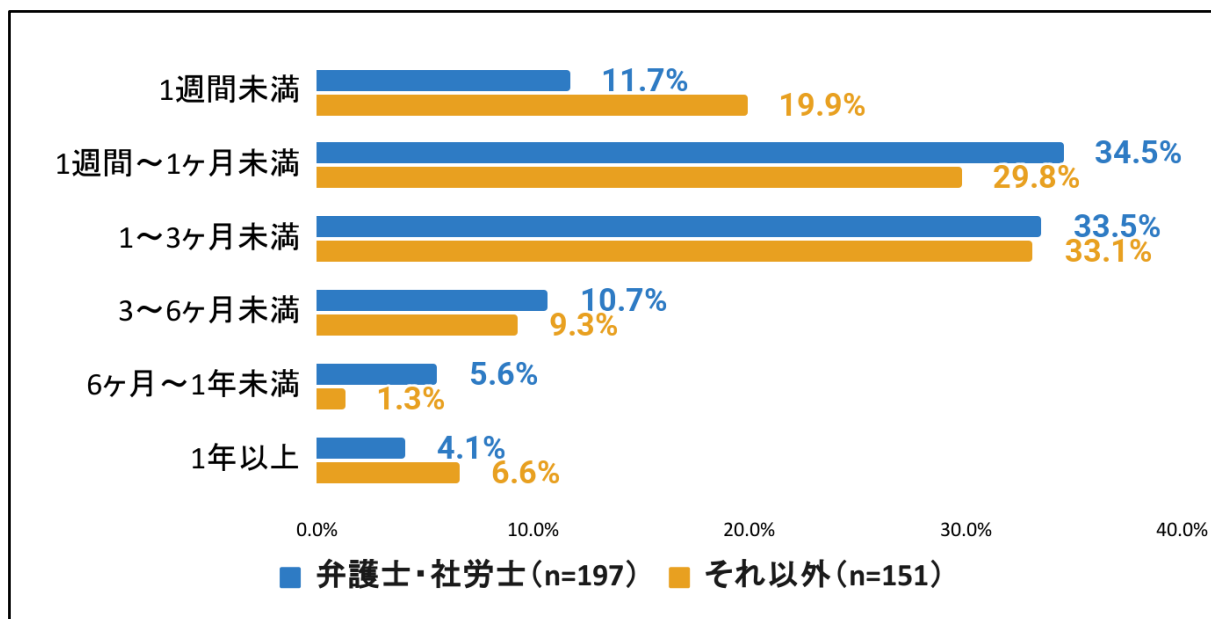
(n=348 (解決した方のみ) , SA)

■ 全体・群別 (円グラフ)





■ 群別比較（横棒グラフ）



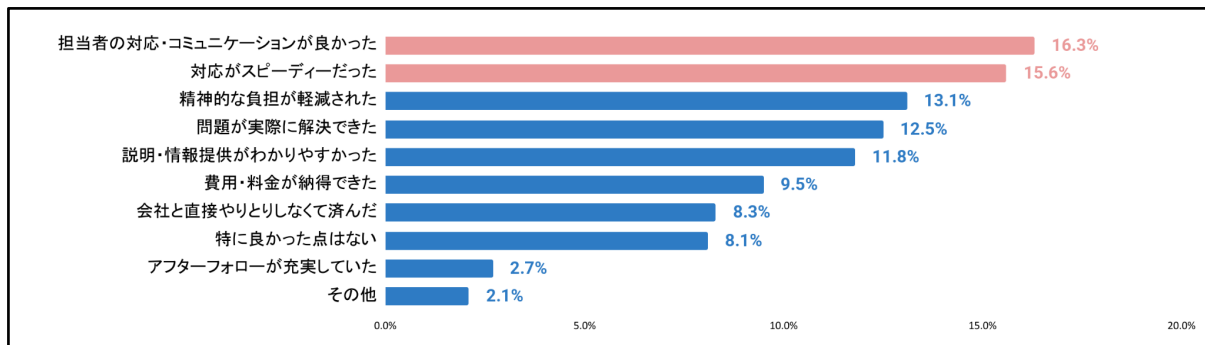
**概要：**解決した348人のうち「1～3ヶ月未満」が116人（33.3%）と最多。次いで「1週間～1ヶ月未満」113人（32.5%）で、3ヶ月以内の解決が65.8%を占めました。

**考察：**弁護士・社労士群（n=197）とそれ以外の群（n=151）で解決期間に大きな差は見られませんでした。ただし「1週間未満」の短期解決はそれ以外群30人（19.9%）が士業群23人（11.7%）を上回り、スピーディーな対応がそれ以外の専門家の強みの一つと言えます。

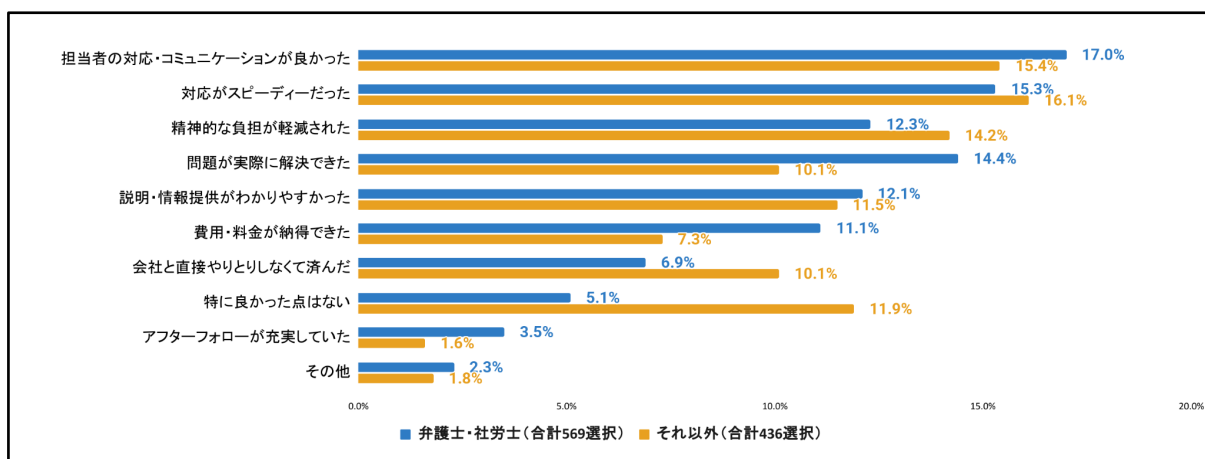
## Q6 相談・依頼して良かったと感じた点をすべて教えてください

(n=500 / 選択数合計 1005, MA)

### ■ 全体グラフ



### ■ 群別比較（士業 選択合計 569 / それ以外 選択合計 436）



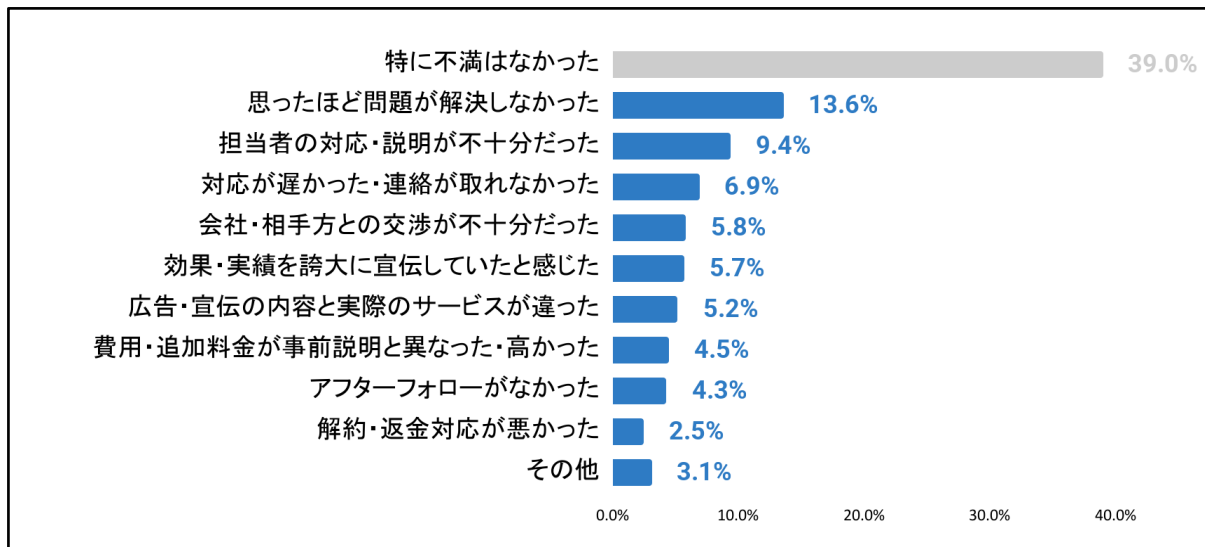
**概要：** 全体選択合計 1005 のうち「担当者の対応・コミュニケーションが良かった」164 選択（16.3%）が最多。次いで「対応がスピーディーだった」157 選択（15.6%）、「精神的な負担が軽減された」132 選択（13.1%）となりました。

**考察：** 弁護士・社労士群（選択合計 569）では「問題が実際に解決できた」82 選択（14.4%）が、それ以外の群 44 選択（10.1%）を大きく上回ります。一方「特に良かった点はない」はそれ以外の群 52 選択（11.9%）が士業群 29 選択（5.1%）より高く、非士業サービスでの期待外れが相対的に多いことが示されています。

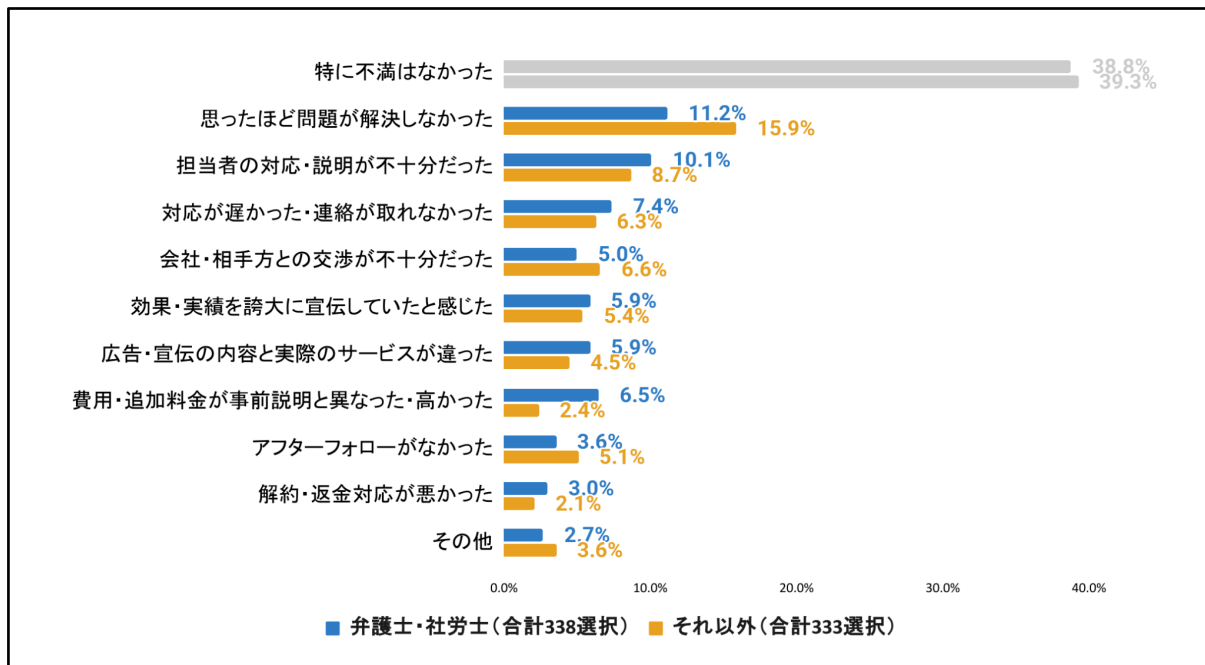
## Q7 相談・依頼して不満を感じた点をすべて教えてください

(n=500 / 選択数合計 671, MA)

### ■ 全体グラフ



### ■ 群別比較 (士業 選択合計 338 / それ以外 選択合計 333)



**概要：**全体選択合計 671 のうち「特に不満はなかった」が 262 選択（39.0%）と最多。不満がある場合は「思ったほど問題が解決しなかった」91 選択（13.6%）が最多で、「担当者の対応・説明が不十分だった」63 選択（9.4%）が続きました。

**考察：**弁護士・社労士群（選択合計 338）では「費用・追加料金が事前説明と異なった・高かった」22 選択（6.5%）がそれ以外の群 8 選択（2.4%）を大きく上回り、費用の透明性向上が課題です。それ以外の群（選択合計 333）では「思ったほど問題が解決しなかった」53 選択（15.9%）が高く、解決力への不満が主因となっています。

## Q8 不満に感じた具体的な場面や理由（自由回答）

(n=263)

---

**概要：**263名が回答。最多テーマは「解決しなかった・不十分」（約55件）、「対応・コミュニケーション不満」（約35件）、「費用・料金トラブル」（約25件）。

### 【自由回答の声】

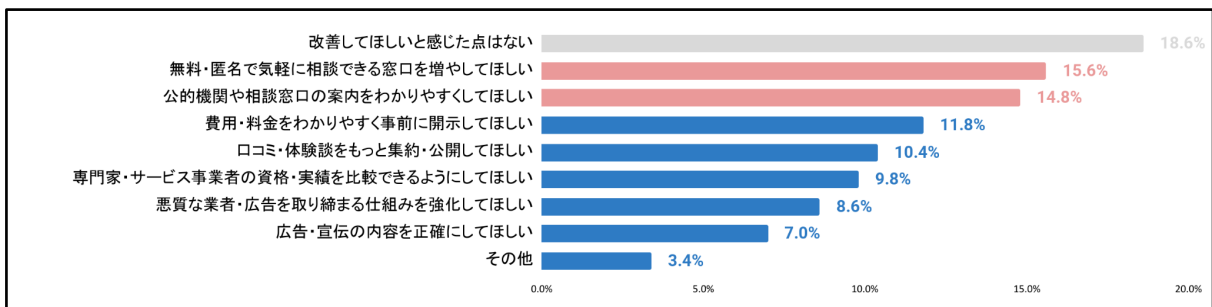
- 費用対効果が良くないと感じました。
- 最初の説明では「〇〇円だけ」とのことでしたが、追加料金がありました。
- 弁護士なのに、労働法規をよく理解していない事があり、実際に解決にならない事もあった。
- 社労士の説明や対応に誠実さが感じられず、形式的・事務的に処理されている印象が強かった。
- 担当者がめんどくさそうに対応してきたので、相談する気がうせた。
- 会社の肩を持つ意見に終始されたため、あまり意味がなかった。

**考察：**期待通りに解決しないことへの失望が最多。土業固有の不満として「専門知識不足」や「費用の事後追加」が複数見られ、資格保有だけでなく丁寧な対応と明確な費用説明が信頼確保の鍵となります。

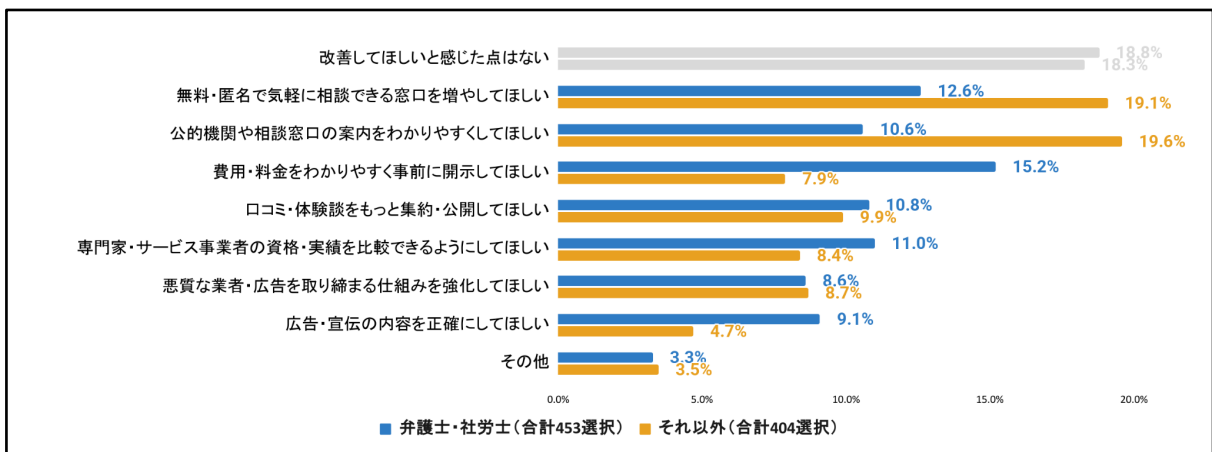
## Q9 相談先の選び方や情報収集において、改善してほしいと感じた点をすべて教えてください

(n=500 / 選択数合計 857, MA)

### ■ 全体グラフ



### ■ 群別比較（士業 選択合計 453 / それ以外 選択合計 404）



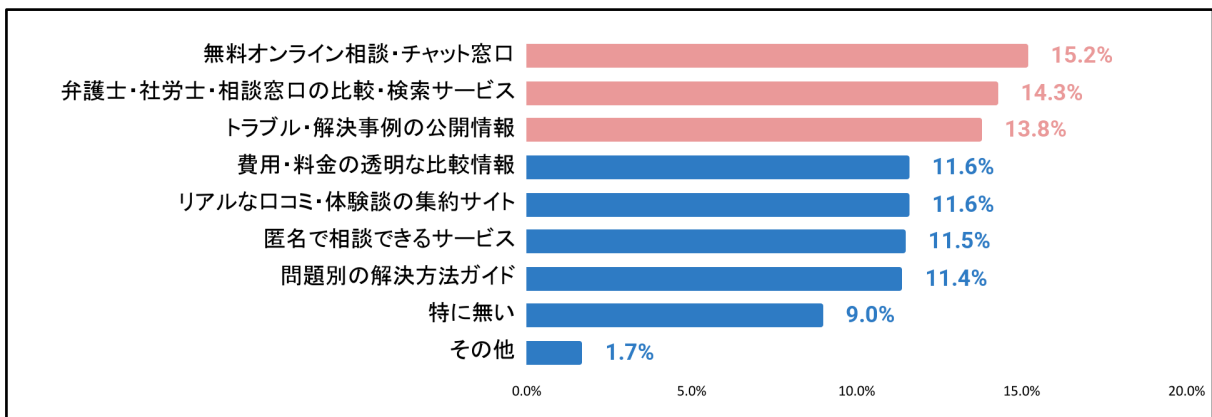
**概要：**全体選択合計 857 のうち「改善してほしいと感じた点はない」159 選択（18.6%）が最多。改善要望では「無料・匿名で気軽に相談できる窓口を増やしてほしい」134 選択（15.6%）、「公的機関や相談窓口の案内をわかりやすくしてほしい」127 選択（14.8%）が上位でした。

**考察：**弁護士・社労士群（選択合計 453）では「費用・料金をわかりやすく事前に開示してほしい」69 選択（15.2%）が最大の改善要望。それ以外の群（選択合計 404）では「公的機関の案内をわかりやすく」79 選択（19.6%）と「無料・匿名窓口の拡充」77 選択（19.1%）が高く、アクセスしやすさへのニーズが強く現れています。

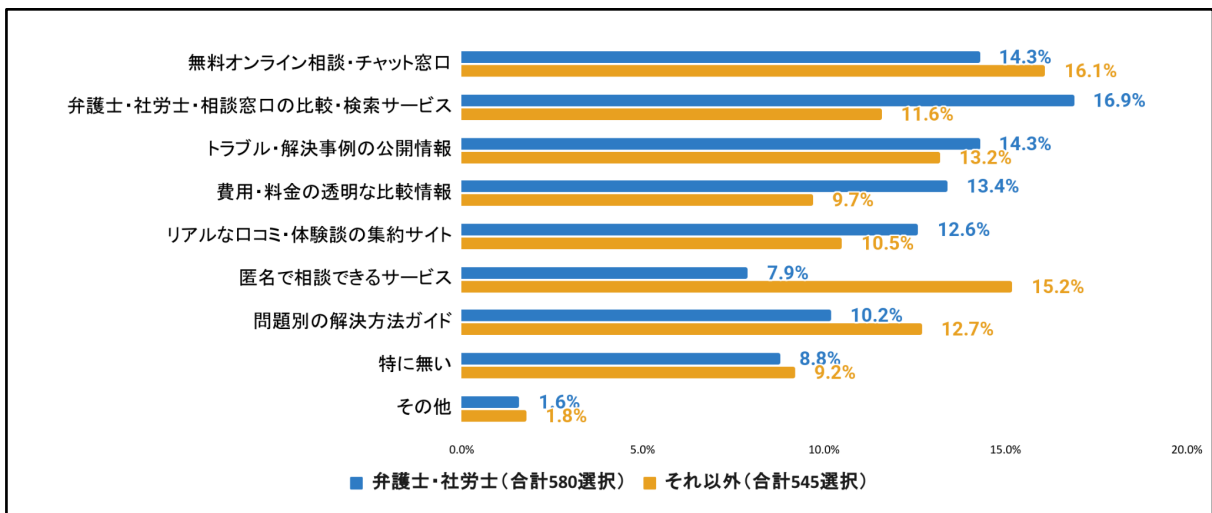
## Q10 労働・職場の困りごとに関して、今後あると便利だと思う情報・サービスをすべて教えてください

(n=500 / 選択数合計 1125, MA)

### ■ 全体グラフ



### ■ 群別比較（士業 選択合計 580 / それ以外 選択合計 545）



**概要：**全体選択合計 1125 のうち「無料オンライン相談・チャット窓口」171 選択（15.2%）が最多。次いで「弁護士・社労士・相談窓口の比較・検索サービス」161 選択（14.3%）、「トラブル・解決事例の公開情報」155 選択（13.8%）となりました。

**考察：**弁護士・社労士群（選択合計 580）では「弁護士・社労士・相談窓口の比較・検索サービス」98 選択（16.9%）が最多であり、費用・実績が比較できる仕組みへのニーズが強い。それ以外の群（選択合

計 545) では「匿名で相談できるサービス」83 選択 (15.2%) が「比較・検索サービス」63 選択 (11.6%) を上回り、心理的ハードルを下げる匿名性への需要が際立ちます。

### 3. 総合まとめ

本調査は、労働関連トラブルで専門家への相談経験がある 500 名（弁護士・社労士群 250 名・それ以外の専門家群 250 名）を対象に実施しました。

相談先と解決率の関係では、弁護士・社労士群の解決計 78.8%に対しそれ以外の群は 60.4%と 18.4 ポイントの差が見られ、「完全に解決した」の比率も約 2 倍の開きがあることから、法的権限を持つ専門家への相談が根本解決に繋がりやすい傾向がうかがえます。

情報収集・選定においては、検索エンジンや口コミが主流であり、広告経由は情報収集で 3.0%、選定の決め手では 2.2%にとどまっています。広告が認知のきっかけとして機能することはあっても、意思決定の軸にはなりにくい構造が読み取れます。

不満・改善要望の面では、士業群で「費用・追加料金が事前説明と異なった」（6.5%）が目立ち、改善要望でも「費用の事前開示」（15.2%）が最多となっています。それ以外の群では「無料・匿名相談窓口の拡充」（19.1%）へのニーズが高く、両群でアクセスのしやすさに対する課題感が異なる点が示唆されます。

今後のニーズとしては「無料オンライン相談」「比較・検索サービス」「解決事例の公開」が両群共通で上位に挙がっており、デジタルチャネルを通じた情報整備が相談ハードルの低減につながる可能性があると考えられます。