

# 令和7年度 食品等取引実態調査（要旨）

根拠：食品等の持続的な供給を実現するための食品等事業者による事業活動の促進及び食品等の取引の適正化に関する法律（平成3年法律第59号）

第34条 農林水産大臣は、食品等の取引の適正化のため、食品等の取引の状況、取引条件に関する協議の状況その他食品等の取引の実態に関する調査（以下「食品等取引実態調査」という。）を行うものとする。

## 令和7年度の調査について

- 調査内容：コストの把握、コストの上昇及び取引条件に関する協議の状況、価格転嫁の状況、商慣習の課題等
- 調査方法：①アンケート調査（2万者に郵送、WEB回答） ②ヒアリング調査（フードGメン等による対面調査）
- 調査対象：①有効回答数 3,844者（対象の取引と回答者数は左表）、②174者（業種詳細は右表）

BtoB 販売	BtoB 調達	BtoC 販売	農林漁業者	卸売市場関係者	食品製造事業者	食品卸事業者	小売事業者	外食・給食事業者	物流事業者
3,281	1,258	2,069	24	34	53	18	18	22	5

## 令和7年度の調査結果の概要

### 【BtoB 販売における価格交渉の状況】

- ・取引先へ価格交渉を申し入れ、速やかに協議が行われた割合は77.0%にとどまった。
- ・価格交渉において、値上げの根拠を提示して交渉を行った者は69.6%にとどまった。
- ・値上げ根拠を取引先に提示しない場合の価格転嫁率は56.8%であったが、提示した場合は68.1%と1割程度高かった。

### 【BtoB 調達における価格交渉の状況】

- ・「調達先から価格交渉の申し出があった」と回答したのは70.7%で、大多数の者が「申し入れに応じる形で価格交渉を行った」と回答した。また、「価格交渉の申し入れはなかったが、自ら価格交渉を申し出た」者も一部存在した。
- ・調達先から申し出があった値上げ分に対する反映率は69.6%であった。業種別の反映率では、外食・給食事業者が相対的に低い傾向であった。

### 【BtoC 販売における価格転嫁の状況】

- ・消費者への販売におけるコスト上昇分に対する価格転嫁率は40%未満との回答割合が23.8%であり、販売価格に転嫁できなかった理由として、売上又は数量の減少への懸念が60.7%と最も多かった。対策として、「段階的値上げによって消費者の心理的負担軽減を図っている」「値上げによる客数減のシミュレーションを行い対応している」等の声が寄せられた。

### 【取引上の商慣習における課題等】

- ・取引価格以外で、経営上の支障・過剰な負担となっていると感じている商慣習として、短いリードタイム（短納期発注）や厳しい納品期限（3分の1ルール等）の回答が多かった。最も負担が大きい商慣習の具体的な内容として、「当日受注、当日出荷を行う必要があるため、見込生産を進めるしかなく、ロスが発生する」「3分の1ルールにより、少ロットでの製造が必要になり、加工費が上昇する」という回答があり、コスト増の要因になっていることが窺われた。
- ・その他商慣習に係る声として、センターフィーについて「交渉が成立しないまま受け入れている」、返品について「責任の所在が不明な返品がある」、協賛金について「販促の原資として協賛金を頻繁に要求される」という声が寄せられた。

### 【その他（物流等に係る取組）】

- ・2024年問題を経て、パレット化や車建て運賃への切替え、トラック予約受付システムの活用など物流効率化の取組が進んでいる状況が寄せられた。一方で、輸送資材の規格・運用の標準化や納品日時の分散など、業界横断・サプライチェーン全体での協力・連携の必要性も指摘する声が寄せられた。
- ・生産性向上や技術継承、人手不足解消のためにデジタル化を進める事例が寄せられたが、主として食品卸事業者から「システムの導入には費用がかかり、メリットがないと変わらない」といった声もあり、デジタル化の効果に関する関係者間の認識共有が必要であることが窺われた。
- ・未利用食品をフードバンク等に寄贈する取組に関して、「転売が問題になったこともある」「輸送便を手配するのが難しい」という声が寄せられた。