

令和 5 年度食品等流通調査に関する報告書

**令和 6 年 5 月
農林水産省**

目 次

○ 令和5年度食品等流通調査（要旨）	1
I 食品等流通調査について	2
II 令和5年度調査について	2
III 令和5年度調査の概要	4
1 価格転嫁	4
2 物流	8
3 商慣習	12
4 電子取引等	16
IV 令和5年度調査の総括	20
V 参考	
1 価格転嫁	23
2 物流	26
3 適正取引	29
(別添)	
過去（令和元～4年度）の食品等流通調査の概要	31

令和5年度 食品等流通調査（要旨）

根拠：食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成3年法律第59号）

第27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その他食品等の流通に関する調査（以下「食品等流通調査」という。）を行うものとする。

令和5年度の調査について

- 調査の目的 ① 食品等流通における労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇分の価格状況や課題の把握
② 各事業者の「物流の2024年問題」への取組状況や課題の把握

- 主な調査項目 ①価格転嫁 ②物流 ③商慣習 ④電子取引等

■調査の実施方法

① アンケート調査

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	合計
445	292	59	57	853

② ヒアリング調査

農業者団体 農業法人	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	合計
32	65	40	27	39	203

令和5年度の調査結果の概要

【①価格転嫁】

- 主として加工食品を取り扱う食品製造事業者・食品卸事業者においては、原材料費の高騰分を中心に昨年度と比べ価格転嫁が進展していたが、労務費やエネルギーコストの上昇分の価格転嫁は十分進んでいるとは言い難い。
- また、食品製造事業者・食品卸事業者からは、製造・卸段階での値上げが店頭価格に反映されるまでのタイムラグを指摘する声が多く、中には「小売事業者から旧価格との差額補填を要請された」という適切とは言い難い事例もあった。
- 主として生鮮食料品を取り扱う農業者団体等や卸売市場関係者からは、加工用や飲食店向け納品等について「価格転嫁できている」という声と、スーパーへの納品等について「価格転嫁できていない」という声の両方が聞かれた。

【②物流】

- トラック予約システム導入により荷待ち等の状況が大きく改善されたとの声が数多く聞かれた。
- パレット導入の進展や効果を評価する声が聞かれた一方で、コスト負担等の課題により進んでいないとの声も聞かれた。
- 物流効率化に向けた取組としては、共同配送等を通じた積載率向上への取組が数多く聞かれた。

【③商慣習】

- 店舗納品期限については、未だに1/3ルールが業界に根付いている様子がうかがわれたものの、小売事業者において、一部又は全ての商品について1/2ルールに緩和しているとの回答が5割を占める等、緩和に向けた動きも見られた。
- 納品リードタイムについては、未だ翌日納品が主流ではあるものの、品目によっては翌々日納品が5割近くを占める等、延長に向けた動きも見られた。他方、小売事業者の物流センターの使用料（センターフィー）については、卸売市場関係者・食品製造事業者・食品卸事業者の全てから設定根拠の不透明性等を指摘する声が数多く聞かれた。

【④電子取引等】

- 小売事業者の発注業務はオンライン化が進んでいるが、食品製造事業者・食品卸事業者においては、オンライン受注が進んでいる者とFAXによる受注が大半を占める者とに二分される傾向にあることが、ヒアリング調査により明らかになった。
- 小売事業者においては自動発注システムの導入が進んでおり、AI需要予測システムの活用も増加傾向にあるが、ロス率低下や発注作業の負担軽減効果を評価する声がある一方で、まだ精度が十分に確立していないとの声が聞かれた。

<今後の課題>

- ① 労務費やエネルギーコストの価格転嫁を更に進めることが必要。
- ② 小売事業者における価格転嫁の店頭価格への速やかな反映等、取引の適正化に取り組んでいくことが必要。
- ③ トラック予約システム導入後の運用改善や、複数システム間の相互連携に関する検討等が必要。
- ④ パレット導入について、関係者間で効果とコストについて認識を共有しながら、更に進めていくことが必要。
- ⑤ 納品期限について、1/2ルールに統一しやすい商品カテゴリーから取り組む等、関係者間で協議しながら進める必要。
- ⑥ 物流センターのセンターフィーについて、小売事業者において設定根拠の提示等、透明性確保に努めることが必要。
- ⑦ 電子取引等について、取引関係者間で協力・連携し、一層の導入や活用に取り組むことが必要。

I 食品等流通調査について

1 調査の目的

農林水産省では、2018年10月に施行した「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成30年法律第59号。以下「食品等流通法」という。）」に基づき、食品等の取引の適正化を図るため、食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査（以下「食品等流通調査」という。）を実施している。

食品等流通調査は、食品等の流通段階で生じている課題等を明らかにし、食品等流通の合理化に繋がるよう、食品関係事業者の取引をより望ましい関係へと改善すること等を目的としている。

調査の結果に基づき、食品等流通事業者に対する指導・助言、施策の見直しその他の必要な措置を講ずるほか、食品等の取引に関し、不公正な取引方法に該当する事実があると考えられる場合は、公正取引委員会に対し、その事実を通知することとされている。

2 関係法令

○ 食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成30年法律第59号）抄（食品等流通調査）

第二十七条 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その他食品等の流通に関する調査（以下「食品等流通調査」という。）を行うものとする。

2 （略）

3 農林水産大臣は、食品等流通調査を行うため必要があると認めるときは、関係行政機関及び食品等流通事業者その他の関係事業者に対し、必要な協力を求めることができる。

4 関係行政機関及び食品等流通事業者その他の関係事業者は、前項の規定により協力を求められたときは、その求めに応ずるよう努めるものとする。

（食品等流通調査に基づく措置）

第二十八条 農林水産大臣は、食品等の取引の適正化のため、食品等流通調査の結果に基づき、食品等流通事業者に対する指導及び助言、食品等の流通に関する施策の見直しその他の必要な措置を講ずるものとする。

（公正取引委員会への通知）

第二十九条 農林水産大臣は、食品等の取引に関し、不公正な取引方法に該当する事実があると思料するときは、公正取引委員会に対し、その事実を通知するものとする。

II 令和5年度調査について

1 調査趣旨

令和5年度は、5月8日に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類感染症に移行したことを受け、社会経済活動の正常化が進みつつある一方で、原材料価格高騰や人手不足の影響等により、依然として厳しい状況に置かれている事業者も存在している。また、トラックドライバーの長時間労働是正のため、令和6年度からトラックドライバーに時間外労働の上限規制（年960時間）が適用されることとなっているが、その結果、物流効率化に取り組まなかった場合には、コロナ前の2019年比で最大14.2%の輸送能力不足が起こるといふ、いわゆる「物流の2024年問題」に直面している。

また、令和4年度の食品等流通調査でも、

- ・ 原材料費は一部価格転嫁ができたことが確認されたものの、労務費、エネルギーコスト等は、価格転嫁が進まず、各事業者の企業努力で対応しているとの声があったほか、
- ・ 特に、物流事業者において、エネルギーコストの高騰に伴う価格転嫁について荷主の理解は進みつつあるものの、運賃の値上げはできていないとの回答が多かった。

以上を踏まえ、令和5年度の食品等流通調査は、

- ① 令和4年度に引き続き、食品等の流通における労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇分の転嫁状況や課題を把握することを目的とするとともに、
- ② 各事業者の「物流の2024年問題」への取組状況や課題について把握することを目的として実施することとした。

2 調査の実施方法

令和5年度調査は以下の方法で実施した。

(1) アンケート調査（令和5年4月～12月）

卸売市場関係者、食品製造事業者、食品卸事業者を対象として、納入先（小売事業者等）との取引における課題についてアンケート調査を実施した。

また、小売事業者を対象として、物流に関するアンケート調査を実施した。

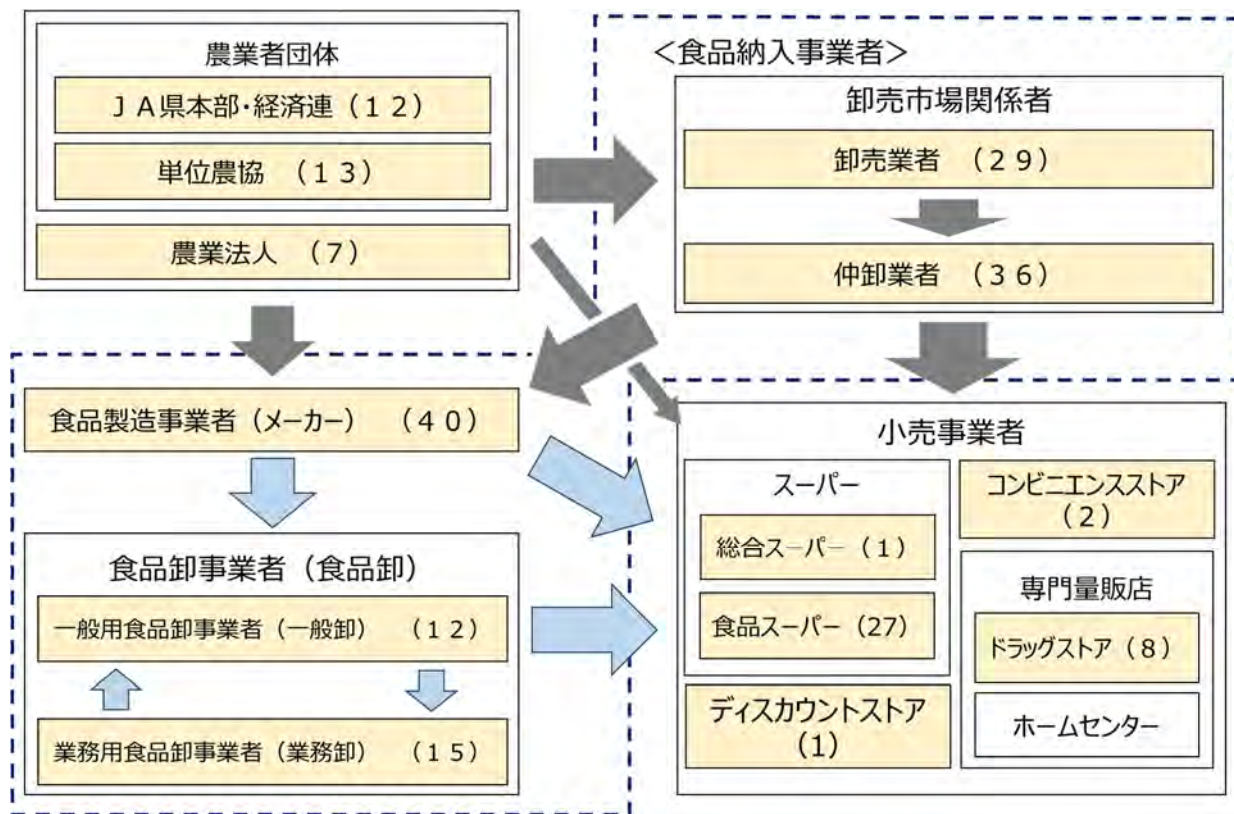
事業者 区分	農業者団体 農業法人	卸売市場 関係者	食品製造 事業者	食品卸事業者	小売事業者	合計
回答者数	－	445	292	59	57	853

(2) ヒアリング調査（令和5年6月～12月）

農業者団体、農業法人、卸売市場関係者、食品製造事業者、食品卸事業者、小売事業者を対象として①価格転嫁、②物流、③商慣習、④電子取引等の状況や課題についてヒアリング調査を実施した。

事業者 区分	農業者団体 農業法人	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	合計
対象者数	32	65	40	27	39	203

<参考：主な調査対象者とその相互関係>



※ () 内の数字は令和5年度ヒアリング調査の対象者数

Ⅲ 令和5年度調査の概要

令和5年度調査の主な調査項目である「価格転嫁」「物流」「商慣習」「電子取引等」の4つについて、

- (1) アンケート調査で得られた全体状況
- (2) ヒアリング調査で得られた個別の取組事例や課題
- (3) 解説（用語の意味、関連情報等）

を整理すると以下のとおりである。

1 価格転嫁

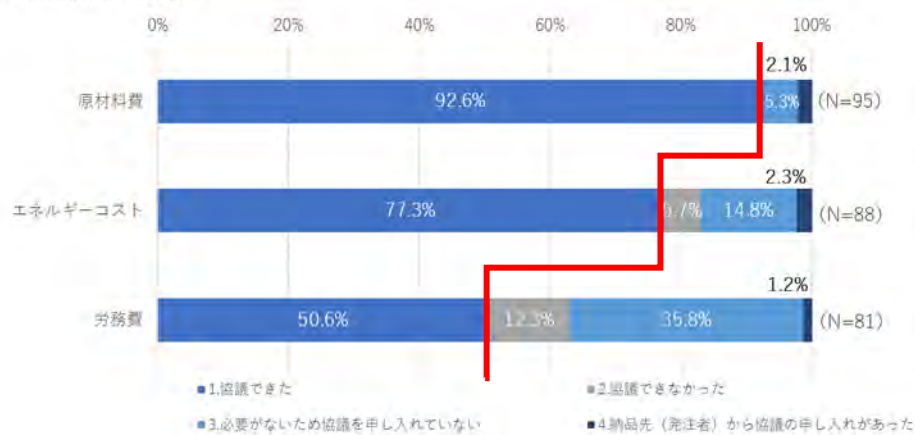
(1) アンケート調査で得られた全体状況

ア 原材料費、エネルギーコスト、労務費の価格転嫁の協議状況

「代金の減額や買ったたきが課題」と回答した食品製造事業者・食品卸事業者のうち、

- ① 原材料費の高騰を理由とした場合には9割以上の事業者が「協議できた」と回答しているが、
- ② エネルギーコストを理由として「協議できた」と回答した事業者は8割、労務費を理由として「協議できた」と回答した事業者は5割にとどまった。

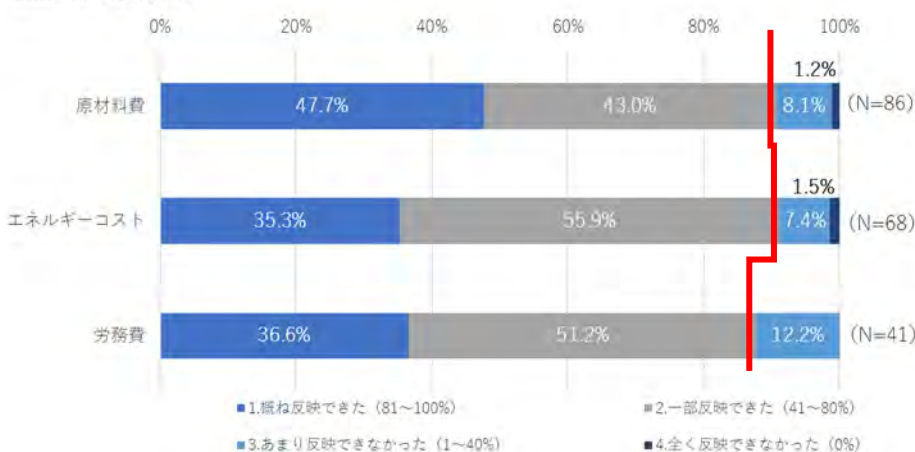
<価格転嫁の協議状況>



「協議できた」と回答した事業者に対し、価格転嫁の反映状況を質問したところ、

- ① 「一部反映できた」との回答まで含めると9割前後の事業者が価格転嫁できたことになるが、
- ② 「概ね反映できた」との回答に限れば、原材料費を理由とした場合の5割に対し、エネルギーコストや労務費を理由とした場合には4割と、後者の方が低位になっている。

<価格転嫁の反映状況>

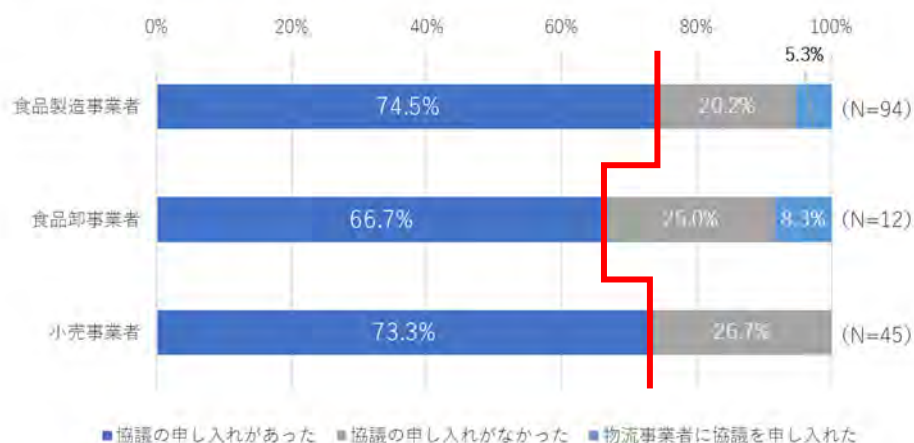


イ 物流費の価格転嫁の協議の状況

「物流コストの負担が課題」と回答した食品製造事業者・食品卸事業者のうち、7割が「物流事業者からエネルギーコスト等上昇分の価格転嫁に関する協議の申し入れがあった」としていたほか、1割未満ではあるものの自ら「物流事業者に協議を申し入れた」とする事業者も存在していた。

また、小売事業者（自社で物流センターを利用し、店舗配送を物流事業者に委託している小売事業者）においても、その7割から「協議の申し入れがあった」との回答が得られた。

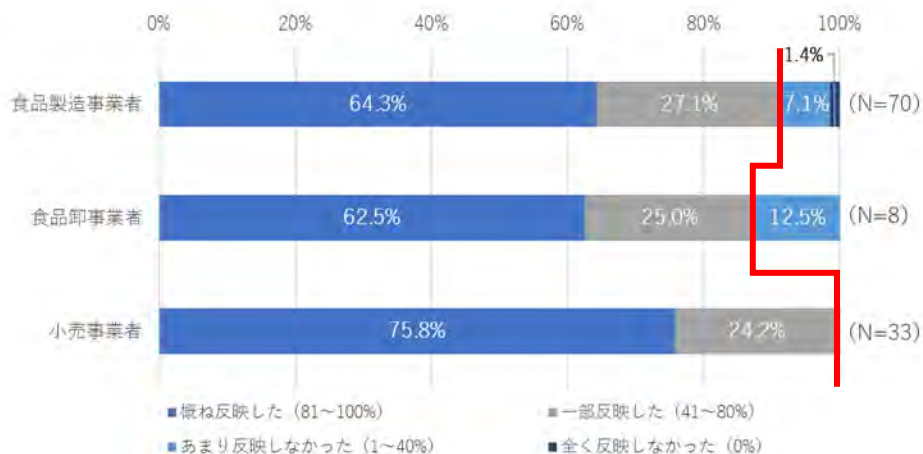
<物流事業者からのエネルギーコスト等上昇分の価格転嫁に関する協議状況>



上記の質問で「協議の申し入れがあった」と回答した食品製造事業者・食品卸事業者に対し、価格転嫁の反映状況を質問したところ、「概ね反映した」との回答が6割以上であり、「一部反映した」まで含めれば9割以上の事業者が価格転嫁に応じている。

さらに、小売事業者においては「概ね反映した」との回答が7割以上であり、「一部反映した」まで含めれば全ての事業者が価格転嫁に応じている。

<物流事業者からのエネルギーコスト等上昇分の価格転嫁の反映状況>



(2) ヒアリング調査で得られた個別の取組事例や課題〈価格転嫁〉

● 農業者団体・農業法人

- ・ 加工用は我々が価格を決めることができるので、しっかり価格を転嫁できている。
- ・ シーズン値決めは再生産価格をベースに構築。当然生産資材の値上がりがあった場合は価格に反映される。
- ・ 市場の卸売業者や仲卸業者に対して、生産資材などのコスト高を説明し、価格転嫁のお願いをしている。
- ・ 販売先に生産コスト高騰を説明すると「わかりました。努力します。」と言ってくれるが、そこで終わり。
- ・ 重油が高くなっており、掛かったコストを反映したいが、なかなか難しい。
- ・ 包装資材、段ボールが値上げされており、仕入れ単価が上がっているが、価格転嫁は全くできていない。
- ・ ステルス値上げ※¹は、トラックの積載効率が悪くなるという別の弊害がある。
- ・ 価格転嫁も重要であるが、まずできることは単収を上げることとロスの削減。そのための新技術を導入。
- ・ 規格の簡素化によって労務費などのコスト削減になり、農家の手取りを増やすことにつながる。

※¹ ステルス値上げ：商品の価格は変えずに内容量を減らすこと。

● 卸売市場関係者

- ・ 販売単価が上がっており、特に果物が上がっている。消費者の意識が変わり高級品が売れるようになった。
- ・ 納品価格には品物代に加え、労務費、物流コスト、保管料、入在庫料など付随する経費分は反映できている。
- ・ スーパーへの納品価格への反映は不十分であるが、飲食店向けは価格を反映させやすい。
- ・ 労務費、エネルギーコスト等の上昇分の反映については、市場間取引では反映されていないと感じる。
- ・ 加工食品が軒並み値上げされる中、せめて生鮮品の売価は抑えたい小売サイドの思いが強い。
- ・ 値段を上げると競合他社に取られてしまうという恐怖心があり、納品価格を抑制してしまう。
- ・ 「物流の2024年問題」による運賃増加など、商品や原料以外のコストをどう価格転嫁していけるかが課題。
- ・ 小売側から要請される小分け、パッキングなどに掛かる経費が増大し、市場関係者の利益は圧縮される傾向。
- ・ 電気代、重油価格の高騰により冬場の生産を縮小、辞めてしまっている産地があり、生産量が減少している。

● 食品製造事業者

- ・ 業界大手が率先して早めの値上げ案内を行ってくれたので、便乗した形でやり易かった。
- ・ 全メーカーが値上げしたので抵抗はなく、卸も単価を上げたいという意向があり、非常に協力的だった。
- ・ 原材料・包材、エネルギーコスト（人件費を含めない）の上昇分の85-90%は価格に反映できている。
- ・ 値上げで販売数量が15%ぐらい減った。もっと値上げしたいが、上げても売れなかったら仕方がない。
- ・ 改定依頼が多すぎて、物理的に反映するのに時間が掛かるので、待ってほしいと言われるようになった。
- ・ 小売で値上げの時間稼ぎをされ、店頭価格に反映されるまで食品卸から旧価格との差額補填を要求された。
- ・ コストアップの根拠を示して商談の回数を重ねていくうちに納得してくれるようになった。
- ・ 労務費やエネルギーコストが上昇しており、卸や小売も粗利の改善を行った。
- ・ 値上げに集中するため、新商品の発売を中止した。

● 食品卸事業者

- ・ 報道が追い風になって、得意先や消費者に値上げを認めてもらいやすくなった。
- ・ 納品先の理解が進んでおり、改定から1ヵ月以内には卸価格が変更されている。
- ・ 仕入れ先に価格改定時期を集約してもらい、納品先への価格転嫁の反映が統一的に早くできた。
- ・ 価格を上げるタイミングの決定権は小売にあるため、反映に非常に時間を要している。
- ・ 小売の商品マスタの変更作業が追いついていないことを理由に値上げが遅れるケースがあった。
- ・ 給食事業は年間予算で動いており、年間契約なので、年度の途中で値段を変えることができない。
- ・ コストを乗せることで利益が確保できるのであれば、1-2ヵ月ぐらいの反映の遅れは問題にならない。
- ・ 小売のバイヤーが改定作業に追われ、チラシ企画など、売場を作っていくことに手が回らなくなった。
- ・ 好決算の要因は、最大コストである物流費が商品の値上げ率ほど上がっていないことだと分析している。

● 小売事業者

- ・ 消費者の理解が進み、価格改定しても売上が維持できるようになり、一旦価格を上げるという流れになった。
- ・ 金曜日に価格改定するので、1週間の猶予を含め、おおよそ10日以内には店頭価格に反映される。
- ・ カテゴリーで価格改定のタイミングを集約するという話もあったが、価格転嫁が遅れてしまうため断念した。
- ・ 光熱費や労務費を価格改定時に上乗せすることは、他店との競合があるのでできない。
- ・ 競合店を見て価格の据え置きは自腹でやっており、食品卸やメーカーに差額補填は請求していない。
- ・ PB品^{※2}は、価格改定もしくは仕様変更して商品構成を変更するため、価格転嫁はNB品^{※3}に比べると遅い。
- ・ 粗利率は前年比で0.5%強ぐらい改善している。値入の改善より売価の改善の方が、粗利改善効果が大い。
- ・ 良い野菜をより安く買うことができると、肉や魚の購買に繋がるという考えで、粗利予算を低く設定。
- ・ 業種が異なるドラッグストアなど、特定の商品をかなり安く売り続ける店に価格対抗しても意味がない。

※2 PB品：プライベートブランド。小売や食品卸が企画し、メーカーや工場に製造を委託した商品。

※3 NB品：ナショナルブランド。メーカーが開発し、販売される商品。

(3) 解説

【食品製造事業者・小売業者間における適正取引推進ガイドライン】

「原材料価格、労務費、物流費等の値上がりに伴うコスト増に対応するため、経費動向などを踏まえた明確な算出根拠に基づいて、製造業者と小売業者が十分に協議を行い、合理的な製品単価を設定することが望ましく、委託の場合にはあらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。また、合意がない事項については外的要因によるコスト増加が一時的で対応可能なものであるかについて検討を行った上で、適切な転嫁がなされるよう製造業者と小売業者が十分に協議を行うことが望ましい。」とされている。

【パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ】

「労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇を取引価格に反映しない取引は、下請代金法上の「買いたたき」に該当するおそれがあることを、公正取引委員会は以下の方向で明確化する。」とされている（令和4年2月16日に明確化した。）。

- ・ 労務費、原材料費、エネルギーコスト等のコストの上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格の交渉の場において明示的に協議することなく、従来どおりの取引価格に据え置くこと。
- ・ 労務費、原材料費、エネルギーコスト等のコストが上昇したため、下請事業者が取引価格の引上げを求めたにもかかわらず、価格転嫁をしない理由を文書や電子メールなどで下請事業者回答することなく、従来どおりの取引価格に据え置くこと。

「下請代金支払遅延等防止法（昭和31年法律第120号）の適用対象とならない取引についても、労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇を取引価格に反映しない取引は、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号）の「優越的地位の濫用」に該当するおそれがあることを公正取引委員会は明確化し、周知徹底する。」とされている。

2 物流

(1) アンケート調査で得られた全体状況

ア 物流費の価格転嫁の協議の状況

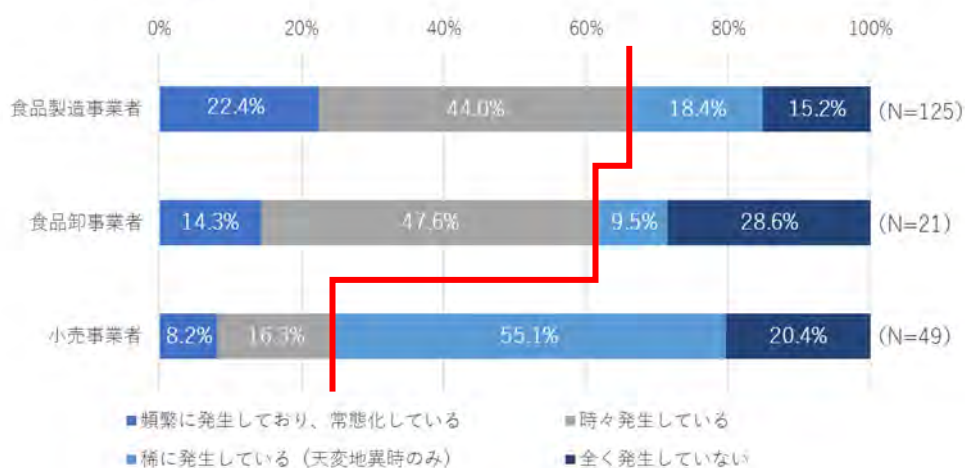
p.5 を参照願いたい。

イ 荷待ちの発生状況

「物流コストの負担が課題」と回答した食品製造事業者・食品卸事業者に対し、納品先での荷待ちの発生状況を質問したところ、1～2割が「頻繁に発生している」との回答であり、「時々発生している」まで含めると、6割以上となっていた。

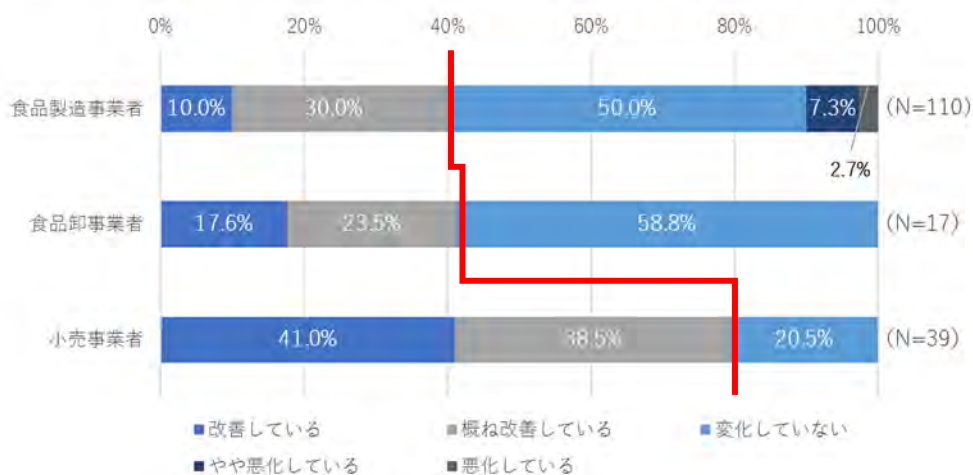
他方、(自社の物流センターを利用している)小売事業者の場合は、「頻繁に発生している」は1割未満であり、「時々発生している」まで含めても2割にとどまった。

< 荷待ちの発生状況 >



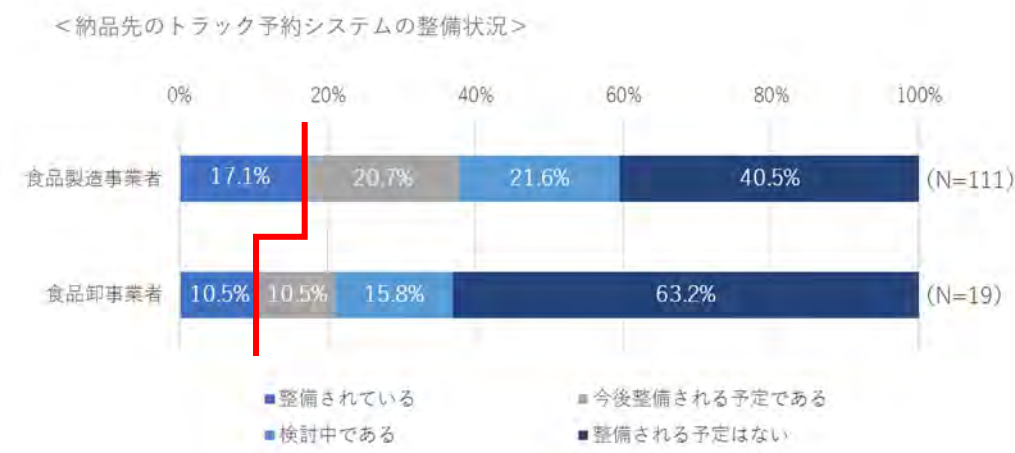
上記質問で「荷待ちが発生している」と回答した食品製造事業者・食品卸事業者に対し、改善状況について質問したところ、改善している（又は概ね改善している）との回答は約4割にとどまった。一方、小売事業者に対し同じ質問を行ったところ、8割の事業者から改善している（又は概ね改善している）との回答が得られた。

< 荷待ちの改善状況 >

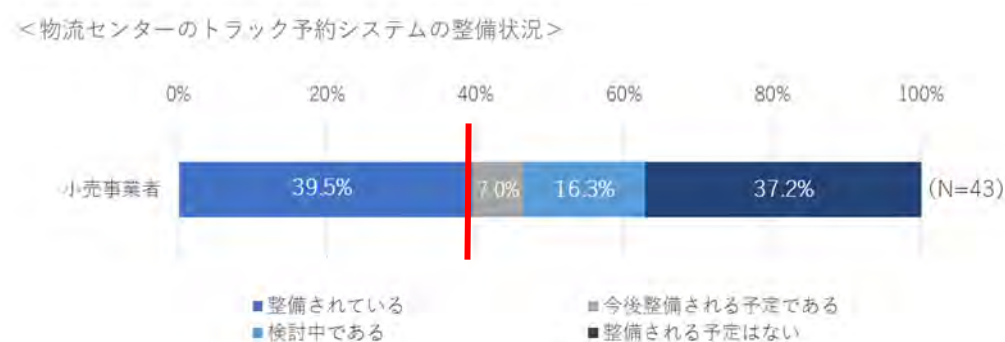


ウ トラック予約システムの整備状況

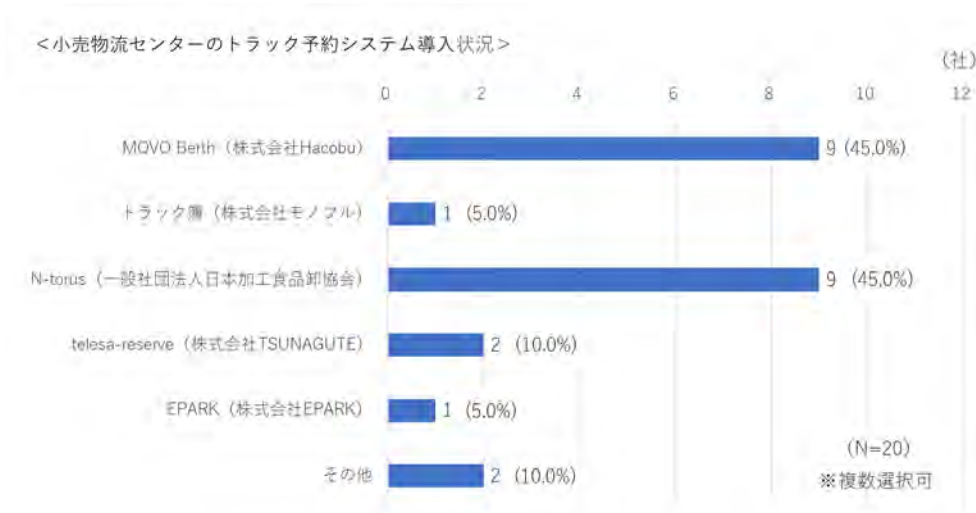
「物流コストの負担が課題」と回答した食品製造事業者・食品卸事業者に対し、納品先のトラック予約システムの整備状況を質問したところ、現時点で「整備されている」と回答したのは2割未満であった。



一方、小売事業者に対し、自社の物流センターのトラック予約システムの整備状況を質問したところ、4割から既に「整備されている」との回答が得られた。



(参考) アンケート調査対象の小売事業者が導入しているトラック予約システム



(2) ヒアリング調査で得られた個別の取組事例や課題〈物流〉

● 農業者団体・農業法人

- ・パレット化の取組によって、3-4 時間の待機時間があつた市場が、現状は良くなってきている。
- ・一部市場ではトラック予約システム^{※4}が導入されており、ドライバーからの評価も高い。
- ・出荷する市場を絞ることで、積載率を上げて配送効率が向上するように取り組んでいる。
- ・選果場が改修のタイミングでないので、統一規格パレットに適合した外装サイズへの変更は進んでいない。
- ・市場にトラック予約システムが導入されていても、下ろすスペースがないので、並んでしまう。
- ・卸売市場が運送業者に分荷を指示しており、ドライバーは仕事がなくなると困るので、引き受けている。
- ・毎年3月に路線便のケース単価を決めており、運賃は昨年から15%ほど上がっている。
- ・輸送コストが高い中継拠点を使用するしかなく、運賃を値上げしてきた経緯があり、生産者の負担が増える。
- ・JR 貨物はリードタイム^{※5}が長く、時間調整のために停車する駅が多いので、品質面への影響が心配である。

※4 トラック予約システム：トラックドライバー等が倉庫への到着時刻を携帯端末から事前に予約することができるシステム。荷待ち時間の削減等が期待できる。

※5 リードタイム：発注を受けてから納品に至るまでのピッキングや輸送等にかかる時間のこと。リードタイムが短いことが夜間作業の増加や非効率な物流の原因になる場合もある。

● 卸売市場関係者

- ・市場に入荷する荷物の約7割がパレット化されており、規格統一や運用方法の整備が徐々に進んでいる。
- ・パレット化によって荷降し業務にかかる時間は短縮している。
- ・量販店に出荷する際、当市場の卸売業者と共同配送をしている。
- ・レンタルパレットでパレチゼーション^{※6}したいが、紛失してしまうので、木製パレットに積み替えている。
- ・荷受け業務の増員を行うことで待機時間の軽減に努めているが、夜間の人材確保に苦慮している。
- ・スーパーへの納品は運送会社への委託だが運送契約に燃料サーチャージ^{※7}、附帯作業等は明記していない。
- ・既にパレット輸送を実施・検討中の産地が大半で、対応するコストをどこが負担するかが課題となっている。
- ・「物流の2024年問題」の対応で、輸送日数が延びる可能性があり、品質の維持が課題となっている。
- ・伝票管理やコード体系の標準化は、業界を横断してのシステム統一が必要であり、ハードルが高い。

※6 パレチゼーション：物品や包装貨物をパレットに積み、パレット単位で物流を行うこと。

※7 燃料サーチャージ：燃料価格の上昇・下落によるコストの増減分を別建ての運賃として設定する制度のこと。

● 食品製造事業者

- ・出荷時に待機時間が発生した場合には待機料を支払っている。
- ・営業部から得意先にお願いして、月150件だった附帯作業を月20件に減らすことができた。
- ・大口受注した際にJR貨物を利用している。送る地域にもよるが、トラック輸送より割安になる。
- ・燃料サーチャージ、附帯作業料を含めて運賃に反映させてほしいという物流会社が8割以上である。
- ・検品レスは将来的に進めていきたいが、現状ではシステムが追いついていない。
- ・モーダルシフト^{※8}（鉄道、フェリー）はトラックより安価だが、揺れの影響を大きく受ける商品には不向き。
- ・トラック予約システムの予約確定連絡が来るのが遅く、大きく時間が変更になる場合は組直しが必要になる。
- ・食品卸でトラック予約システムを導入しているが、一番の問題点は様々なシステムが乱立していること。
- ・タンクローリーのような車のドライバーが圧倒的に不足しており、リードタイムを長くしてもらっている。

※8 モーダルシフト：トラックから鉄道や内航海運に貨物輸送を転換すること。

● 食品卸事業者

- ・ 非効率なコースは毎日納品から週3日納品に変更するなど、積載率や実車率を上げる交渉をしている。
- ・ トラック予約システムが1年前に導入されて、大きく改善された。
- ・ オンライン受注の店舗納品については伝票レスと同時に検品レスになっている。
- ・ 業態的には即席麺、冷凍食品が積載効率向上を目的としたバラ積みが多い。
- ・ 国公立の納品先（国立病院など）から附帯業務の依頼が多い。
- ・ 仕入れ側は納品伝票で検品を実施、検品レスへの動きはない。
- ・ 仕入れに関し、共同配送の推進でトラックサイズが大きくなり、狭い道を走るの、近所から苦情がある。
- ・ 運賃の値上げの話があるごとに便数の見直しを行っている。
- ・ 最近、一部のメーカーが自社パレットを導入するなど、業界でパレットの統一化が進んでいない。

● 小売事業者

- ・ トラック予約システムを導入し、導入後の待機時間は大半が30分以内、9割が1時間以内に収まっている。
- ・ 当社に納品する商品については、青果物を含めてバラ積みを禁止にした。
- ・ センター着、店舗着の両方で賞味期限情報を含むASN※⁹による検品レスを導入している。
- ・ 小売業にはどうしても繁忙期があるので、その時期は多少荷待ち時間が発生している。
- ・ パレット納品を推奨しているが、積載効率が悪くなるのでバラ納品が多く残っている。
- ・ ドライバーに荷降しを全部やってもらっている。人手が足りないの、物流センター側も手伝えない。
- ・ 月1回運送会社と協議を行い、適宜運賃改定し、国交省の標準運賃に近い金額になっていると考えている。
- ・ 店舗配送で開店前の配送の一部を開店後に変更し、この分を遅出として残業時間の削減を図っている。
- ・ 発注明細の行数減を取組指標にして物流負荷の低減を図り、様々な業務負荷軽減と労務費を削減している。

※9 ASN：納入業者が物流センター側に出荷情報を事前に通知すること。「事前出荷情報」とも呼ばれる。

（3）解説

【標準的な運賃について】

国土交通省は、令和2年にトラック運送業に係る「標準的な運賃」を告示した。その後、「物流の2024年問題」を踏まえ、ドライバーの賃上げの原資となる適正運賃を収受できる環境の整備が急務であるため、令和5年6月の「物流革新に向けた政策パッケージ」において、トラックの標準的運賃について、荷主等への周知・徹底を強化するとともに、荷待ち・荷役に係る費用、燃料高騰分、下請けに発注する際の手数料等も含めて、荷主等に適正に転嫁できるよう、所要の見直しを図ることとされた。

国土交通省において、令和5年8月より「標準的な運賃・標準運送約款の見直しに向けた検討会」を計3回開催し、同年12月、①荷主等への適正な転嫁、②多重下請構造の是正等、③多様な運賃・料金設定等の見直し方針を公表し、運輸審議会への諮問等を経て令和6年3月22日に新たな運賃を告示した。

【トラックGメンについて】

発荷主企業のみならず、着荷主企業も含め、適正な取引を阻害する疑いのある荷主企業・元請事業者の監視を強化するため、国土交通省では令和5年7月21日に「トラックGメン」を創設し、緊急に体制を整備するとともに、当該「トラックGメン」による調査結果を貨物自動車運送事業法に基づく荷主企業・元請事業者への「働きかけ」「要請」等に活用し、実効性を確保することとした。

【契約の書面化について】

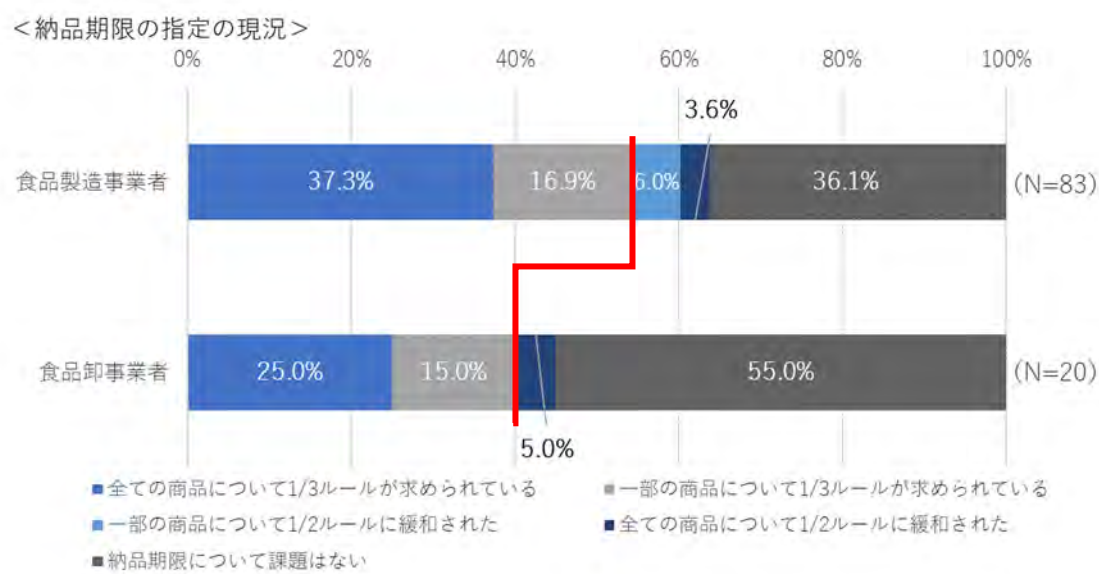
国土交通省が策定しているトラック運送業における書面化推進ガイドラインにおいて、「契約にない附帯業務の防止等、現場でのトラブルを回避することができる」ことや「事前に積込・取卸料や附帯業務料等を明確にすることで適正な運賃・料金を収受することができる」こと等が契約の書面化によって期待される効果とされる。

3 商慣習

(1) アンケート調査で得られた全体状況

ア 納品期限の状況

「納品時間・期限等の指定が課題」と回答した食品製造事業者・食品卸事業者に対し、納品期限の指定状況を質問したところ、全部又は一部の商品に「3分の1ルール^{※10}が求められている」との回答が4～5割を占めた。

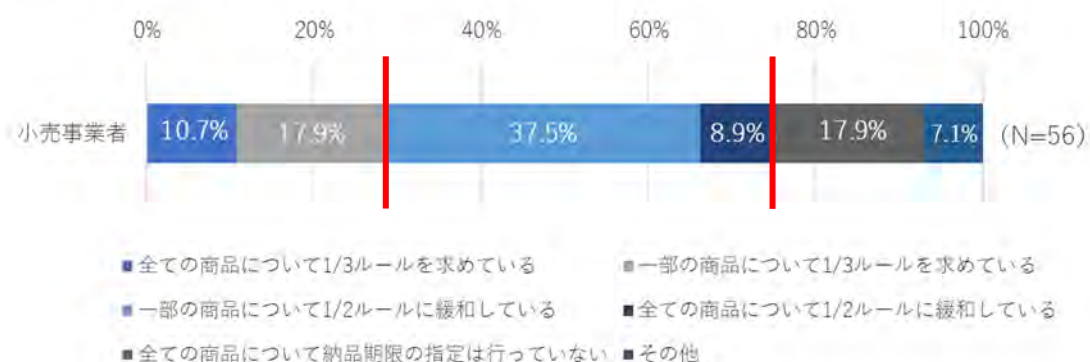


※10 3分の1ルール：賞味期間の3分の1以内で小売店舗に納品する慣例のこと。このルールのもとでは、賞味期間の3分の1以内で納品できなかったものは、賞味期限まで多くの日数を残すにもかかわらず行き場がなくなり廃棄となる可能性があるということで、このルール（慣例）を緩和することが課題となっている。

他方、小売事業者に納品期限の現況を質問したところ、

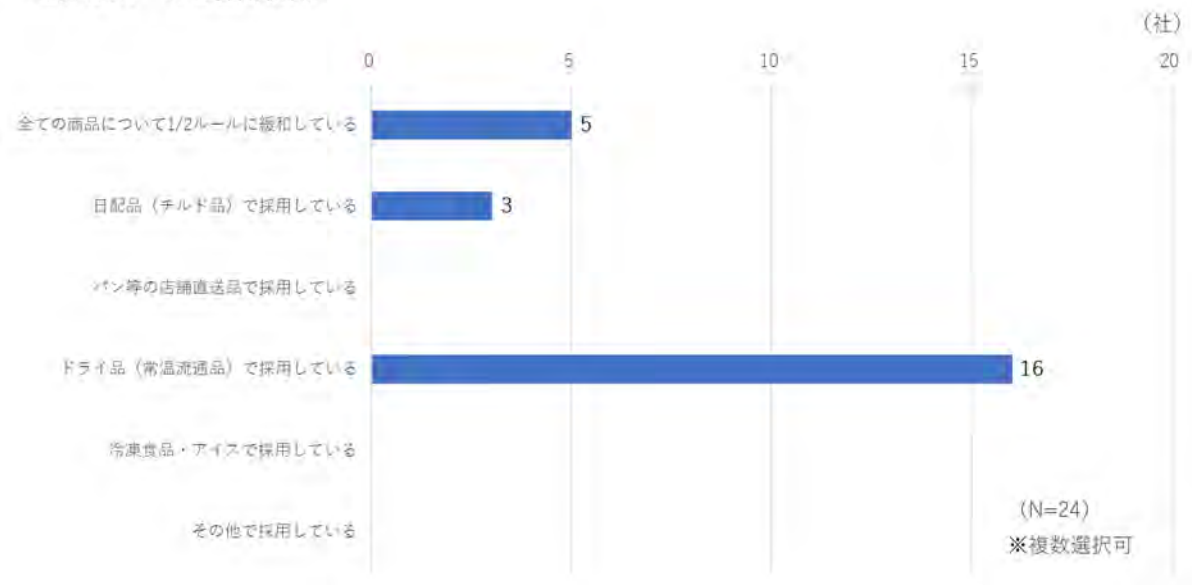
- ① 全て又は一部の商品に「3分の1ルールを求めている」との回答は3割未満であり、
- ② 一部又は全ての商品について「2分の1ルールに緩和している」との回答が5割を占める等、食品製造事業者・食品卸事業者の回答との乖離が見られた。

<小売事業者における納品期限の現況>



全て又は一部の商品について「2分の1ルールに緩和している」と回答した小売事業者に対し、どのカテゴリーの品目で緩和しているか質問したところ、ドライ品（常温品）との回答が最多であった。

<2分の1ルールの採用状況>



イ リードタイムの状況

小売事業者に対し、発注から店舗納品までのリードタイム（LT）を質問したところ、全体としては「LT1（翌日納品）」が主流であったが、1日長い「LT2（翌々日納品）」も、パン等の店舗直送品で5割、日配品（チルド品）及びドライ品（常温品）で3割程度、それぞれ採用されていた。

	構成比（％）			
	日配品 （チルド品）	ドライ品 （常温品）	パン等の 店舗直送品	冷食食品・アイス
LT0（当日納品）	0.0	12.3	1.8	1.8
LT1（翌日納品）	70.2	57.9	47.4	64.9
LT2（翌々日納品）	29.8	28.1	49.1	22.8
LT3（中2日）以上	0.0	1.8	1.8	1.8
設定なし	0.0	0.0	0.0	8.8
合計	100.0	100.0	100.0	100.0

(2) ヒアリング調査で得られた個別の取組事例や課題〈商慣習〉

● 農業者団体・農業法人

- ・ 小売からのクレームは市場経由の場合、市場で処理され、返品はほとんどない。
- ・ 遠方の市場にはリードタイムを延長してもらい、卸売業者の集約により納品先を減らす取組を行っている。
- ・ リードタイム延長で商品によっては品質の低下が懸念されるため、比較的運賃の高い冷蔵車を用意する必要。

● 卸売市場関係者

- ・ 天候の影響で欠品した場合には「ごめんなさい」で済んでおり、小売から補償金は請求されていない。
- ・ 労務提供の応援要請は、事前に申請形式で対応し、調整している。
- ・ 最前線にしておくため、自ら新規開店の店舗に手伝いに行っていたが、最近は応援の御遠慮通知がくる。
- ・ 全国的な生産量の減少で荷集めが難しくなり、欠品も多く発生するようになった。
- ・ 前々日注文は配車計画上良いように見えるが、2日後の在庫を見通すのが難しく、誤差が生じやすい。
- ・ センターフィー^{※11}の設定料率は交渉余地がなく、売上の半数を占めている納品先なので基本断れない。

※11 センターフィー：小売事業者等が納入事業者に請求する物流センターの使用料のこと。

● 食品製造事業者

- ・ リードタイムの延長を推進しており、約半数の食品卸は承諾してくれている。
- ・ 納品期限を2分の1に変更する小売は増えている。
- ・ 昔は陳列応援など地域によっては協力していたが、今はあまり聞かなくなった。
- ・ 欠品ペナルティは全国的にあり、売価補填と商品カットが多い。
- ・ リードタイムを延長することで、保管施設を増やす費用や余った場合の保証を請求してくる食品卸がいる。
- ・ ホワイト物流宣言など2分の1を宣言している小売が実際には3分の1を求めてくるケースがある。
- ・ 2分の1ルールへの変更は正直メーカー主体では難しく、国として2分の1ルールを推進してほしい。
- ・ リードタイム延長は、仮に1日延ばす場合も全部の商品をやらなければ意味がないと聞いている。
- ・ 小売の物流センターがプロフィットセンター（利益源）になっており、センターフィーが適正ではない。

● 食品卸事業者

- ・ 日配品ではメーカーからの強い要望によってリードタイムが延長され、LT2が主流になっている。
- ・ 定期的に小売と様々な課題について話をしており、納品期限の2分の1ルールに統一などを進めている。
- ・ 労務提供を行った場合は基本的に対価を頂いており、しっかりした小売は毎年覚書を交わしている。
- ・ 納品先が混在する汎用センターの場合、一番納品期限が厳しい小売に合わせざるを得ない。
- ・ ドラッグストアの納品期限はまだまだ3分の1ルールが主流である。
- ・ 一部の小売で、メーカーに労務提供を依頼しているにもかかわらず、対価が支払われていないケースがある。
- ・ ある小売の物流センターでは、箱が濡れていたり、凹んでいたりすると受け取りを拒否される。
- ・ 賞味期限の大括り表示は増えてきたが、ある企業は商品を追跡できないことを理由に変更していない。
- ・ センターフィーの設定料率の根拠をメーカーに文書で示していない。

● 小売事業者

- ・ 5 年前にリードタイムを LT2 に延長したところ、TC^{※12}に納品するメーカーにはメリットがあった。
- ・ 納品期限は数年前に一括で 2 分の 1 ルールに変更した。特に混乱はなく、返品が 9 割ぐらい激減した。
- ・ センターフィーの根拠を聞かれた場合は、外装容積と取引単価とのバランスで決定していると説明。
- ・ 小売側から積極的にリードタイムを延ばすとは言いにくい。
- ・ 入庫時の検品で、賞味期限の逆転や納品期限を逸脱した商品については、受入れがストップする。
- ・ センターフィーの設定料率は社内でも教えてもらえない。
- ・ ドライ商品の賞味期限については年月表示の方が、運用が楽である。社会的にもそういう傾向にある。
- ・ 消費者は開店時に商品がないことはあり得ないという考えがあり、朝に品揃えが悪いと怒られてしまう。
- ・ 欠品については消費者がどう判断するかで、日本は消費者に寄り添い過ぎている。

※12 TC：通過型流通センター。商品の保管はせず物流の中間地点として仕分けや積替えだけを行う施設のこと。
一方、DC（在庫型流通センター）は、商品を倉庫内にストックして小売店等に出荷を行う施設のこと。

（3）解説

【フードサプライチェーン・サステナビリティプロジェクト（FSP）について】

フードサプライチェーン全体の使命である「生活者への途切れることのない食品供給」を将来にわたり維持発展させるために、まずは喫緊の課題である「物流」課題の発掘とその解決策を製（製造業）、配（卸売業）、販（小売業）の三層でそれぞれの立場および個社の事情を超えて議論し、社会実装することを目的とした「フードサプライチェーン・サステナビリティプロジェクト」が令和 4 年 4 月に設立された。具体的な取組としては、以下のとおり。

- ① 店舗納品期限「2 分の 1 残し」への統一化と、それを前提としたメーカー・卸間納品期限のルール化
- ② 3 層間の最適連携を目指す、小売・卸間、卸・メーカー間の定番発注締めめの時間調整
- ③ 特売・新商品の確定数量化を可能にする、適正納品リードタイムの確保

【説明資料（加工食品分野の物流の適正化・生産性向上に向けた取組の情報連絡会から）】

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/ryutu/attach/pdf/buturyu-378.pdf>

【首都圏 SM 物流研究会について】

令和 5 年 3 月 16 日に、首都圏に店舗を展開する小売事業者 4 社による「持続可能な食品物流に向けた取り組みに関する記者発表会」が行われ、「物流の 2024 年問題」をはじめとする物流危機を回避し、地域の生活を支える社会インフラとしての責務を継続して果たすため、物流分野を各企業間の「競争領域」ではなく「協力領域」と捉えて、各社の協力による物流効率化策を研究・検討することを目的とした首都圏 SM 物流研究会の発足が発表された。研究会への新規加入条件として、上記 4 つの取組の実施、もしくは実施予定があることを最低限の条件とし、経営層の理解（トップのコミットメント）を必須条件として求めており、5 月に 2 社、10 月に 4 社、令和 6 年 3 月に 5 社が加わり、同月末時点で合計 15 社に拡大している。

物流課題解決に向けた取組として、以下 4 つの取組を宣言している。

- ① 加工食品における定番商品の発注時間の見直し
- ② 特売品・新商品における発注・納品リードタイムの確保
- ③ 納品期限の緩和（1/2 ルールの採用）
- ④ 流通 BMS による業務効率化

【説明資料（加工食品分野の物流の適正化・生産性向上に向けた取組の情報連絡会から）】

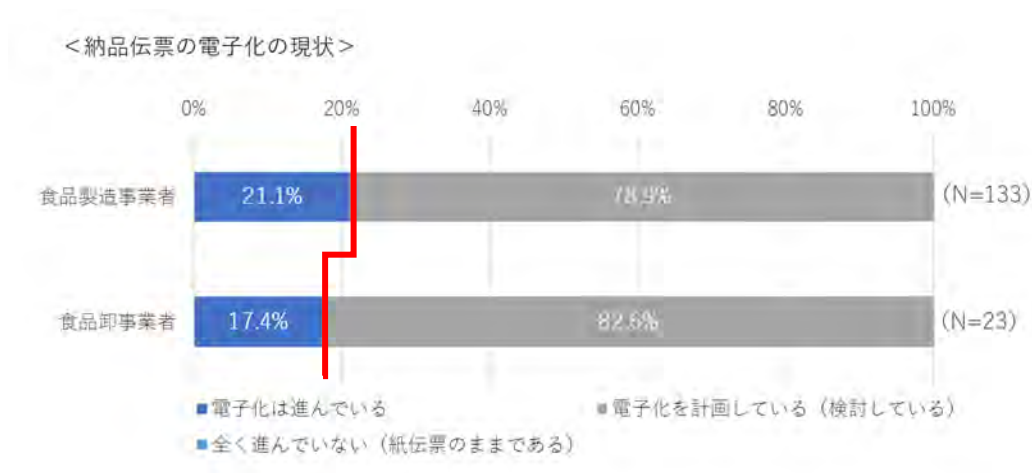
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/ryutu/attach/pdf/buturyu-378.pdf>

4 電子取引等

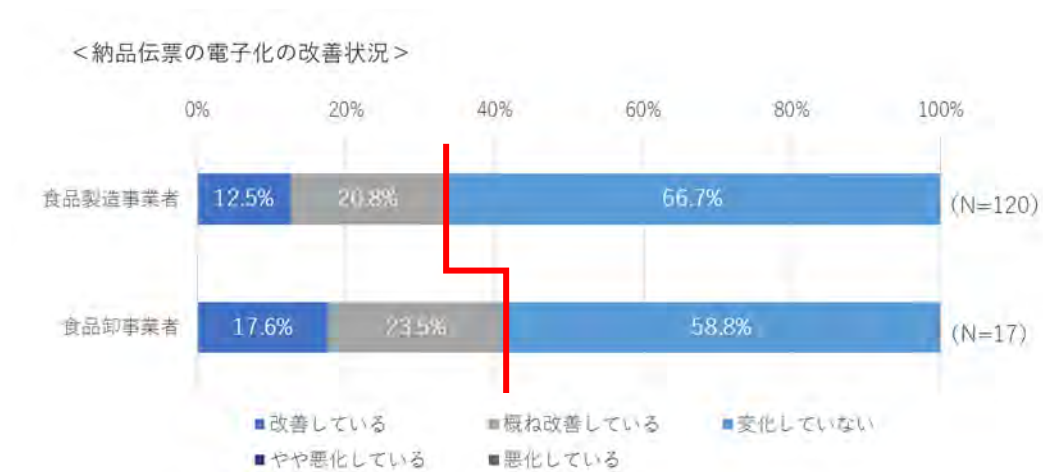
(1) アンケート調査で得られた全体状況

ア 納品伝票の電子化の状況

「物流コストの負担が課題」と回答した食品製造事業者・食品卸事業者に納品伝票の電子化の状況について質問したところ、全ての事業者が計画（検討）はしているものの、現時点で「電子化は進んでいる」と回答したのは2割にとどまった。



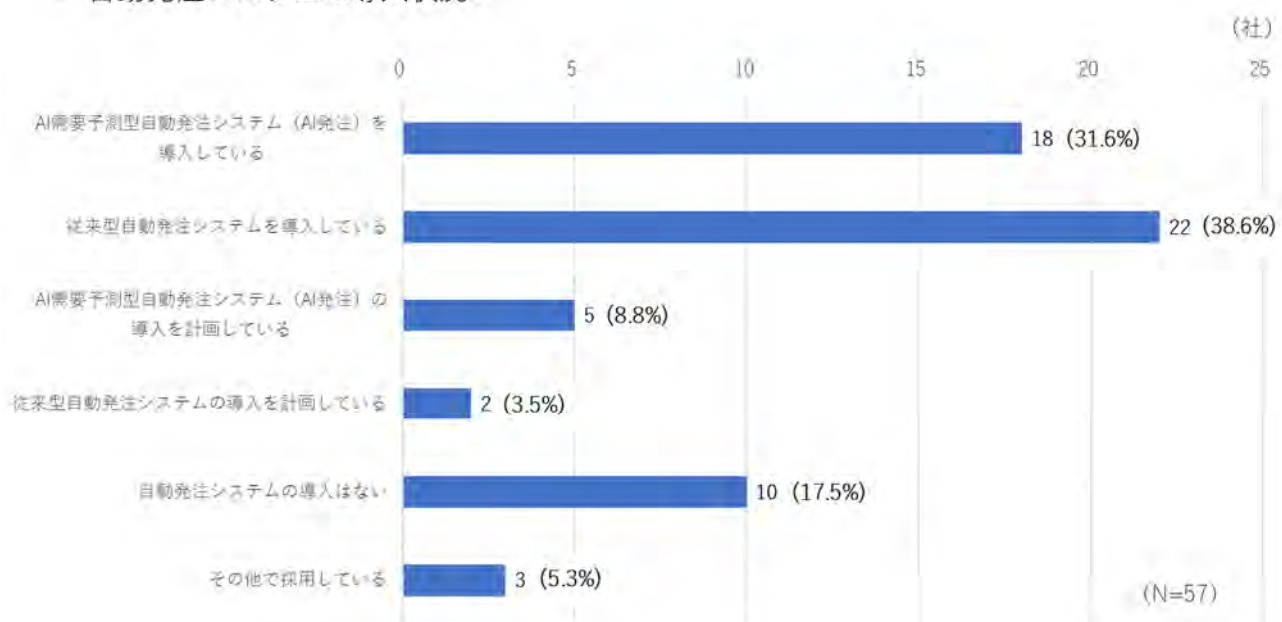
改善状況について質問したところ、「改善している」又は「概ね改善している」との回答は3～4割であり、6～7割が「変化していない」との回答であった。



イ 自動発注システムの導入状況

小売事業者に自動発注システムの導入状況を質問したところ、約7割が導入済みとの回答であり、その内訳は「従来型システム」が4割、「AI 需要予測型システム（AI 発注）」が3割であった。このほか、1割の事業者から「AI 需要予測型システムの導入を計画している」との回答があった。

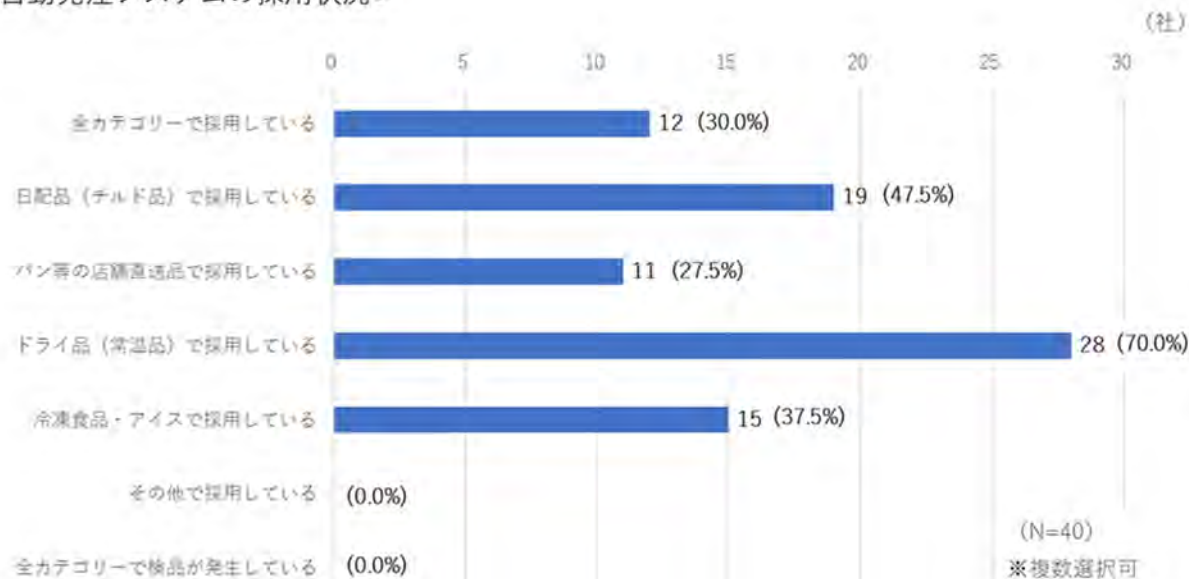
<自動発注システムの導入状況>



自動発注システムを導入済みの小売事業者に対し、対象となる商品カテゴリーについて質問したところ、「全カテゴリーで採用している」と回答した事業者は3割にとどまった。

カテゴリー別にみた場合、ドライ品（常温品）での採用が最も多く、自動発注システム導入済みの事業者の7割を占めた。

<自動発注システムの採用状況>



(2) ヒアリング調査で得られた個別の取組事例や課題 <電子取引>

● 農業者団体・農業法人

- ・ 担当者は LINE で情報のやりとりをしているが、市場側がオンライン対応しておらず、発注は FAX である。
- ・ 一部単協で nimiru（株式会社 kikitori）※13 を導入し、本部からの情報共有ツールとして利用している。
- ・ 川上から川下まで情報共有できるようになればよいと思う。

※13 nimiru：株式会社 kikitori による、出荷者との業務連絡や取引業務を効率化するためのサービスのこと。出荷者との集荷・販売連絡、送り状・販売原票の作成、資材の受発注等のサービスがある。

● 卸売市場関係者

- ・ スーパーとの取引については流通 BMS に移行している。
- ・ EDI※14を通して相場情報（納品価格）を送り、得意先が了承すれば、注文がもらえる。
- ・ 他市場と共通で利用している EC※15用取引プラットフォームがある。
- ・ 流通 BMS においては、システムを変更する費用が持出しとなっている。
- ・ システム導入されている得意先はほんの一部で、電話・FAX が今でも主流である。
- ・ OCR※16で FAX の読取りを行っているが、読取りが出来ないものは手入力になっている。

※14 EDI：ネットワークを介して、書類でやり取っていた業務をオンラインで行うこと。電子データ交換。

※15 EC：電子商取引、E コマースとも呼ぶ。インターネット上で行われる商品やサービスに関する取引・決済を指す。

※16 OCR：文字などを画像データとして取り込み、編集可能な文字データに変換する技術のこと。光学文字認識。

● 食品製造事業者

- ・ 受注の 99%はファイネット※17だが、伝票の電子化は進んでいない。
- ・ 受発注は 8 割近くがオンラインで、e-お菓子ネット※18が多い。
- ・ オンライン化を進めており、基本的には流通 BMS などのシステムを使用している。FAX は 10%程度。
- ・ FAX が 7～8 割。少量しか発注しない食品卸はわざわざシステムを導入する必要性を感じていない。
- ・ FAX はまだいい方で、いまだに電話で御用聞きしているユーザーが何十件もある。
- ・ FAX を自動で読み取る OCR は意外とコストがかかるので、もっと EDI を推進したい。
- ・ 個別の WEB-EDI は当社システムと連携できていないので、印刷して手入力する手間が生じている。
- ・ 伝票の電子化は進んでおらず、納品伝票は 5 枚複写の紙に印刷して発行している。
- ・ まずは検品レスを実現させてから、その次に伝票レスを行いたい。

※17 ファイネット：酒類・加工食品業界で最大規模の EDI サービスのこと。

※18 e-お菓子ネット：お菓子業界で最大規模の EDI サービスのこと。

● 食品卸事業者

- ・ 小売からの注文の 8 割がオンラインで、得意先の流通 BMS などへのシステム変更に合わせて対応している。
- ・ 請求書は得意先からの要望で、徐々にデータ化され、紙の発行から電子請求書発行システムに移行した。
- ・ 仕入は自社販売管理システムによる自動発注で、発注数を計算して、自動で入荷日を決めている。
- ・ 学校給食や中小企業では FAX による発注は依然として多く 6 割以上を占めている。
- ・ 病院・老人ホームは規模の大小に関係なく受発注のデジタル化が進んでいない。
- ・ 仕入先からの請求書が紙の山になっている。帳票が異なっているので照合するのに苦労している。
- ・ カスタマイズした EC 用パッケージソフトを利用して保育園から WEB 発注を受けており、省人化ができた。
- ・ 小売から、リードタイムを確保して発注するので、自動発注システムに連動した納品を要望する声がある。
- ・ 自治体（学校給食）が一番アナログである。民間にはできるのに、なぜ自治体はできないのかと感じる。

● 小売事業者

- ・ 流通 BMS で 100%に近いぐらい発注している。青果物は汎用ソフトによる WEB で発注している。
- ・ ドライ品^{※19}の通常発注は設定在庫を切ると、自動発注される発注支援システムを導入している。
- ・ ドライ品はセルワン・バイワン^{※20}方式で、ほぼ全部が自動発注の対象となっている。
- ・ AI 需要予測システムを 10 年くらい使用している。発注にかかる時間が減ってきている。
- ・ AI 発注はまだ精度が確立していないので、今後のデータ蓄積が重要である。
- ・ ポイント〇倍等の販促施策で売数が大きく変化するので、なかなか AI 需要予測できない。
- ・ 自動発注の導入で、日配品^{※21}のロス率が下がった。
- ・ 自動発注の影響で、発注単位が細くなりすぎている。
- ・ AI 需要予測システムはリードタイムを延長するとその時点から学習がリセットされる。

※19 ドライ品：加工食品やお菓子、調味料等の常温食品のこと。

※20 セルワン・バイワン方式：自動発注方式のひとつ。売れた分を発注するという考えの下、販売数の基準点を設け、販売数が基準を超えると自動発注がかかる。

※21 日配品：牛乳や豆腐、漬物等の冷蔵が必要で日持ちのしない食品のこと。

(3) 解説

【流通 BMS】

流通ビジネスメッセージ標準[®]運用ガイドラインでは、「各社独自のメッセージフォーマットが存在することで、企業間、業界間で無駄なシステム投資、非効率な業務対応が発生している。」「生鮮商材では、電話・FAX による受発注がまだ多く、EDI 化による取引業務の効率化が望まれる。」ことが課題として挙げられており、「小売業を取り巻く電子商取引の方式を整備・標準化し、製・配・販 3 層一連での業務効率の向上を図る。」ことが求められている。

また、加工食品卸事業者が加盟する業界団体である（一社）日本加工食品卸協会の 2021 年度の事業計画では「メーカー・卸間は業界 VAN が機能し、効率化が実現されているが、卸・小売間では多数の EDI が存在し、通信手段、フォーマットを含めた標準化が遅れている」ことが課題とされ、EDI の共通プラットフォームの構築を進めるとしている。共通プラットフォームの構築により個社毎のシステム開発を減らす等、多種多量の商品を扱う食品業界において、情報処理に係るコストの削減を協調領域として取り組むことが重要な課題となっている。

【AI 需要予測システム】

需要予測システムは過去の販売実績データにもとづき、季節や曜日・気象情報・企画情報・イベント情報など様々な要素を考慮して商品の需要を予測することで、それをもとに適切な発注量を自動的に算出する仕組みである。発注業務の削減、在庫数の最適化などの効果が期待できる。

【自動発注システム】

自動発注システムは自動で発注数を算出する仕組みで、在庫数がしきい値（発注点）に到達した時点で自動的に発注を行う発注点方式や売れた分を発注する販売数補充方式（セルワン・バイワン方式）などがある。発注業務の削減、欠品リスクの低減などの効果が期待できる。

Ⅳ 令和5年度調査の総括

＜全体総括＞

- ・ 食品等流通調査は、本年度で5回目である。
- ・ 令和5年度は、5月に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に移行し、社会経済活動の正常化が進んだ一方で、国際的な原材料価格の上昇や円安を背景とする物価高騰や人口減少・高齢化を背景とする人手不足は継続し、食品関連事業者は引き続き厳しい環境下に置かれ続けた。
- ・ また、令和5年度は、いわゆる「物流の2024年問題」を1年後に控え、各事業者における物流効率化に向けた対応が急務となっていた。
- ・ このような状況の中、令和5年度の食品等流通調査では853者に対するアンケート調査と203者に対するヒアリング調査を実施、これらを通じて把握できた全体的な傾向は以下のとおりである。

＜①価格転嫁＞

- ・ 調査を通じ、加工食品の価格転嫁は、原材料費の高騰に伴う価格転嫁を中心に昨年度と比較して進んでいることが明らかになった。一方で、**労務費やエネルギーコストの上昇分の価格転嫁については、進んでいるが、十分とは言えず、引き続き、これらの適切な価格転嫁に向けて取り組んでいく必要がある**と考えられる。
- ・ 物流事業者のエネルギーコスト上昇分の価格転嫁については、アンケート調査によると、食品製造事業者・食品卸事業者・小売事業者の7割以上が物流事業者と協議を行い、6割以上が「概ね反映した」と回答する等、物流の2024年問題を翌年に控える中、一定程度価格転嫁が進んでいる可能性がうかがわれた。
- ・ 小売事業者等に加工食品を納品する食品製造事業者・食品卸事業者からは、ヒアリング調査において「業界大手が率先して値上げをしたのでやり易かった」「得意先や消費者に値上げを認めてもらいやすくなった」等の声が多く聞かれる等、相当程度、価格転嫁が進展している様子が伺われた。
- ・ 他方、製造・卸段階での値上げが実際に小売の店頭価格に反映されるまでのタイムラグを指摘する声も多く、中には**「値上げに時間稼ぎをされ、店頭価格に反映されるまで旧価格との差額補填を要求された」という適正とは言いがたい事例もあり、引き続き、実態把握を進めるとともに、取引の適正化に取り組んでいく必要がある。**
- ・ 主として生鮮食料品を取り扱う農業者団体等や卸売市場関係者からは、ヒアリング調査において、価格転嫁が「できている」という回答と「できていない」という回答の両方があり、前者の回答は加工用やシーズン値決め等の契約型取引や飲食店向けの納品について、後者の回答は市場取引や仲卸業者からスーパーへの納品等について、それぞれ言及される傾向にあった。他方、「まずは単収向上やロス削減」「規格の簡素化で労務費コスト削減」等、価格転嫁以外の取組で手取りを増やしていこうとする声も聞かれた。
- ・ 全体的傾向として、加工食品は価格転嫁の進展が確認できた一方で、生鮮食料品は、特に、スーパーへの納品において価格転嫁が進んでいない状況が確認できた。行政機関としても、引き続き、適切な価格転嫁を推進するとともに、取引状況の実態把握に努めていく必要がある。

＜②物流＞

- ・ 令和5年度調査では、ヒアリング調査において「トラック予約システムが導入されて（荷待ち時間等の状況が）大きく改善された」といった声が数多く聞かれた。実際、アンケート調査においても、トラック予約システムの導入割合が相対的に高かった小売事業者の方が食品製造事業者・食品卸事業者に比べ「荷待ちの状況が改善している」と回答した割合が高く、トラック予約システムが物流効率化に大きく寄与している可能性が伺われた。
- ・ 一方で、「予約確定連絡が来るのが遅い」「一番の問題は様々なシステムが乱立していること」等の声も聞かれており、更なる効率化のためには**「トラック予約システムの導入のみならず、導入後の運用改善や、将来的なシステム間の相互連携等についても検討していく必要がある**と考えられる。
- ・ パレットについても、ヒアリング調査において、農業者団体等や卸売市場関係者から「市場に入荷する荷物の約7割がパレット化されている」「パレット化により荷卸し業務の時間が短縮している」等、導入の進展具合や効果を評価する声が聞かれた。
- ・ 一方で、「選果場の改修のタイミングでないので、外装サイズ（段ボール箱の大きさ）の変更が進まない」「（プラスチック製の）レンタルパレットが紛失しないよう木製パレットに積み替えている」「積載効率が悪くなるのでバラ納品が多く残っている」等の声も聞かれており、**「更なるパレット輸送推進のためには、パレット導入の効果とコスト負担について、関係者間で協議し、認識を共有しながら検討を進めていく必要がある**と考えられる。

- ・ 物流効率化に向けた取組としては、共同配送等を通じた積載率向上への取組が数多く聞かれた。鉄道輸送については、トラック輸送と比べた場合の価格面での優位性を指摘する声もあったが、同時に、リードタイムの長さや振動による農産物等の品質面への影響を指摘する声もあり、更なるモーダルシフトを進めていくためには、輸送技術面での課題を解決していく必要があると考えられる。
- ・ 納品時等の「検品」については、食品卸事業者や小売事業者の一部からは、既に「検品レス」となっているとの声も聞かれたが、そのような事業者は、オンライン受注、ASN（事前出荷情報）の送信、納品伝票の電子化等を行っており、「検品レス」を進めるためには、デジタル化やデータ連携が不可欠であることが改めて確認された。

＜③商慣習＞

- ・ 店舗納品期限に関する、いわゆる「3分の1ルール」については、アンケート調査において食品製造事業者の4割、食品卸事業者の3割が「全ての商品について3分の1ルールが求められている」と回答するなど、未だに業界に根付いている様子がうかがわれた。他方、小売事業者に対するアンケートでは「全て3分の1ルール」との回答は1割にとどまり、一部又は全ての商品について「2分の1ルールに緩和」との回答が5割を占めた。
- ・ 小売事業者に比べ、食品製造事業者・食品卸事業者において「全て3分の1ルール」との回答（認識）が多かった背景事情の一つとしては、納品先の中に「2分の1ルール」の者と「3分の1ルール」の者の両方が存在している場合、物流センターのオペレーションとしては「3分の1ルール」の方に揃えざるを得ないということが考えられる。したがって、更なる物流効率化や食品ロスの削減のためにも、今後、同じ物流センターを活用している関係者間で協議し、例えば、まずは全カテゴリーではなく取り組みやすい商品カテゴリーから「2分の1ルール」に緩和していくなど、更なる納品期限の緩和に向けた取組を進めていく必要があると考えられる。
- ・ その他の商慣習のうち、納品リードタイムについては、小売事業者に対するアンケート調査によると、翌日納品（LT1）が主流ではあったが、品目によっては翌々日納品（LT2）が5割近くを占めている等、リードタイム延長に向けた動きが確認できた。また、労務提供についても、ヒアリング調査において、食品製造事業者・食品卸事業者から「最近あまり聞かなくなった」「基本的に対価を頂いている」「毎年覚書を交わしている」等の声が聞かれるなど、総じて改善傾向にあることが確認された。
- ・ 他方、小売事業者が納入事業者に請求する物流センターの使用料（センターフィー）については、卸売市場関係者・食品製造事業者・食品卸事業者の全てから「設定料率に交渉余地がなく、断れない」「設定料率の根拠が文書で示されていない」「センターフィーが適正ではなく、小売のプロフィットセンター（利益源）となっている」等の声が聞かれており、更なる取引適正化のためには小売事業者において、センターフィーの設定根拠の提示や説明、書面での合意等を通じた透明性確保に努めていく必要があると考えられる。

＜④電子取引等＞

- ・ 納品伝票の電子化については、食品製造事業者・食品卸事業者のうち、アンケート調査において「電子化が進んでいる」と回答したのは2割にとどまるなど、電子化が遅れていることが改めて確認された。
- ・ 他方、発注業務の電子化については、今回のヒアリング調査においては対象者ごとに回答の傾向が異なり、小売事業者はそのほとんどがオンライン発注となっていたが、食品製造事業者・食品卸事業者においては、オンライン受注が進んでいる者とFAXによる受注が大半を占める者と大きく二分される傾向にあった。
- ・ FAXで受注している業者の中にはOCR（光学式文字読取）の導入に取り組んでいる者もいたが、ヒアリング調査においては「意外とコストが掛かる」「読取ができないものは手入力になる」との回答も聞かれており、抜本解決とは言い難いことが再確認された。
- ・ 自動発注システムについては、アンケート調査の対象となった小売事業者の約7割が導入済みであり、現状では従来型のシステムが多いものの、AI需要予測型システムの活用も増加傾向にあることが確認された。ただし、AI需要予測型システムについては、ヒアリング調査において「日配品のロス率が下がった」等の評価がある一方で、「まだ精度が確立しておらず、今後のデータ蓄積が重要」という声も聞かれる等、現時点での評価は様々であった。
- ・ 電子取引等は、一定のコスト負担は生じるものの、業務効率化の効果が期待でき、また、更なる物流効率化や商慣習改善につながっていくことも期待できるものであることから、取引関係者間で協力・連携し、どのようなシステムを導入して何をを目指すかの目的意識を明確にしつつ、一層の導入や活用に取り組んでいく必要がある。

＜今後の対応＞

- ・ 本調査結果については、食品等流通事業者が日々の取引方法や商慣習を改めて見直し、サプライチェーン全体において、より適切な取引環境の整備がなされるきっかけとなるよう、業界団体等を通じて広く周知を図る。
- ・ 令和6年度についても、食品関連事業者が直面している課題等の把握を目的として、各事業者に対して WEB 形式のアンケート調査を実施する予定である。また、詳細な取引状況を把握するため、全国でのヒアリング調査（対面・WEB 形式）についても、継続して実施する予定である。
- ・ 本年度の調査結果を踏まえ、引き続き、労務費やエネルギーコストの上昇分の価格転嫁の状況等、取引の実態把握を行い、取引の適正化を図っていく。また、令和6年4月1日からトラックドライバーに時間外労働の上限規制の適用が開始される中（物流の2024年問題）、食品関連事業者において物流面でどのような課題が生じ、どのような対応を行っているか等について実態把握を行い、物流の確保及び効率化を図っていく。

V 参考

1 価格転嫁

<公正取引委員会の動き>

a. 独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に係るコスト上昇分の価格転嫁円滑化の取組に関する特別調査

公正取引委員会は、適正な価格転嫁の実現に向けて、事業者間取引において、公正取引委員会のウェブサイトに掲載している「よくある質問コーナー（独占禁止法）」のQ & A（以下「独占禁止法 Q & A」という。）の下記①又は②に該当する行為が疑われる事案に関する実態を把握するため、独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に関する緊急調査（以下「令和4年緊急調査」という。）を実施し、令和4年12月27日に調査結果を公表した。

- ① 労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストの上昇分の取引価格への反映の必要性について、価格の交渉の場において明示的に協議することなく、従来どおりに取引価格を据え置くこと
- ② 労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストが上昇したため、取引の相手方が取引価格の引上げを求めたにもかかわらず、価格転嫁をしない理由を書面、電子メール等で取引の相手方に回答することなく、従来どおりに取引価格を据え置くこと

【令和4年緊急調査の結果について】

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/dec/221227_kinkyuchosakekka.html

公正取引委員会は、令和4年緊急調査等を踏まえ、また、注意喚起対象4,030名及び事業者名公表13名の価格転嫁円滑化に関する取組に関するフォローアップのため、令和5年度「独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に係るコスト上昇分の価格転嫁円滑化の取組に関する特別調査」（以下「特別調査」という。）を実施し、その結果を令和5年12月27日に公表した。

特別調査の手法：書面調査、立入調査、令和4年緊急調査における注意喚起対象4,030名及び事業者名公表13名に対するフォローアップ調査。

特別調査の結果は以下のとおり。

1. 書面調査の結果、独占禁止法 Q & A に該当する行為が認められた合計 8,175 名の発注者に対し、優越的地位の濫用の未然防止の観点から、具体的な懸念事項を明示した注意喚起文書を送付した。
2. 今般の特別調査の結果、コスト別の転嫁率を中央値でみると、原材料価格（80.0%）やエネルギーコスト（50.0%）と比べ、労務費（30.0%）は低く、労務費の転嫁は進んでいない、という結果であった。平均値で見ても、原材料価格（67.9%）やエネルギーコスト（52.1%）と比べ、労務費（45.1%）は低く、同様の結果であった。
3. 事業者名公表 13 名は、フォローアップ調査の期間中における価格転嫁に関する取組により、全体としては価格転嫁円滑化を相当程度進めているものと認められる。一方で、その取組の現場への浸透が不十分な事業者も認められるところ、そのような事業者にあつては、経営トップから価格協議を担当する各部門の担当者までの事業者全体としての価格転嫁円滑化に関する方針の徹底（ガバナンスの改善）が求められる。

【独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に係るコスト上昇分の価格転嫁円滑化の取組に関する特別調査の結果について】

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/dec/231227_tokubetucyosakekka.html

b. 労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針

公正取引委員会は、特別調査の結果を踏まえ、労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストのうち、労務費の転嫁に係る価格交渉について、発注者及び受注者それぞれが採るべき行動／求められる行動を12の行動指針としてとりまとめ、令和5年11月29日に公表した。

<本指針の性格>

- ・ 労務費の転嫁に関する事業者の発注者・受注者の双方の立場からの行動指針
- ・ 労務費の適切な転嫁のため、発注者及び受注者がこの行動指針に沿った行為を行うことが必要
- ・ 本指針に記載の12の行動指針に沿わないような行為をすることにより、公正な競争を阻害するおそれがある場合には、公正取引委員会において独占禁止法及び下請代金法に基づき厳正に対処することを明記
- ・ 他方で、記載された発注者としての行動を全て適切に行っている場合、通常は独占禁止法及び下請代金法上の問題が生じない旨記載

1. 発注者として採るべき行動／求められる行動

- ① 本社（経営トップ）の関与
- ② 発注者側からの定期的な協議の実施
- ③ 説明・資料を求める場合は公表資料とすること
- ④ サプライチェーン全体での適切な価格転嫁を行うこと
- ⑤ 要請があれば協議のテーブルにつくこと
- ⑥ 必要に応じ考え方を提案すること

2. 受注者として採るべき行動／求められる行動

- ① 相談窓口の活用
- ② 根拠とする資料
- ③ 値上げ要請のタイミング
- ④ 発注者から価格を提示されるのを待たずに自ら希望する額を提示

3. 発注者・受注者の双方が採るべき行動／求められる行動

- ① 定期的なコミュニケーション
- ② 交渉記録の作成、発注者と受注者の双方での保管

【「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」の公表について】

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/nov/231129_roumuhtenka.html

＜中小企業庁の動き＞

中小企業が原材料費、エネルギーコスト、労務費の上昇分を適切に価格転嫁できる環境を整備するため、令和3年9月から、9月と3月の年2回を「価格交渉促進月間」と定め、価格交渉及び価格転嫁の促進に取り組んでいる。具体的には、約1,700の業界団体を通じて、親事業者に価格転嫁への積極的な対応を要請している。さらに「月間」後には、その実効性をあげるため、中小企業30万社に対するアンケート調査や、下請Gメンによる2千社へのヒアリングなどのフォローアップ調査を実施し、価格交渉及び価格転嫁についての状況を調査している。これらの結果は、

- ① 業界ごとの「価格転嫁率」や「価格交渉の状況」に関するランキングの算出・公表
 - ② 「中小企業10社以上から回答のあった発注側事業者約220社の価格交渉・価格転嫁状況のリスト」の公表
 - ③ 交渉と転嫁の状況の芳しくない親事業者への「指導・助言」の実施（下請中小企業振興法に基づき実施）
- など、価格転嫁の実効性向上に向けた取組に活用している。

こうした価格転嫁を推進するものとして、下請事業者及び親事業者のよるべき一般的な基準である下請中小企業振興法第3条第1項の規定に基づき定められる振興基準について、令和4年7月29日、更なる下請中小企業の振興を目的に、価格交渉や価格転嫁しやすい取引環境整備などに関する事項などについて改正している。また、価格転嫁率が低い労務費の上昇分を適切に転嫁できる環境を作ることが重要との背景から、内閣官房及び公正取引委員会において、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」（令和5年11月29日）が取りまとめられたこと等を受け、下請取引の価格交渉・価格転嫁の現場において本指針の活用を促進することや、原材料費やエネルギーコストの高騰があった場合には、適切なコスト増加分の全額転嫁を目指すことに関して、令和6年3月25日、振興基準の改正を行った。

さらに、中小企業庁では、中小企業に取引実態をヒアリングする下請Gメン（取引調査員）を全国に配置し、業界ごと・企業ごとの取引実態の把握に努めている。下請Gメンについては、令和5年1月から300名に体制強化を行ったところであるが、さらに令和6年4月からは330名へと体制強化を行った。これにより、中小企業の取引実態の把握機能と、業種ごとの課題の把握・分析機能を強化した。下請Gメンが把握・分析した業種特有の課題については、各業界団体の自主行動計画の改定等に反映するよう要請し、取引適正化のプロセスの体系化・強化に繋げていくこととしている。

その他に、サプライチェーン全体の共存共栄を目指す「パートナーシップ構築宣言」の宣言企業数拡大と宣言の実効性向上に取り組んでいる。

【中小企業庁：価格交渉促進月間（2023年9月）フォローアップ調査の結果について】

https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/follow-up/dl/202309/result_01.pdf

【中小企業庁：取引適正化に向けた取組状況について】

<https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/torihikimondai/019/dl/003.pdf>

【中小企業庁：振興基準】

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/shinkoukijyun.html>

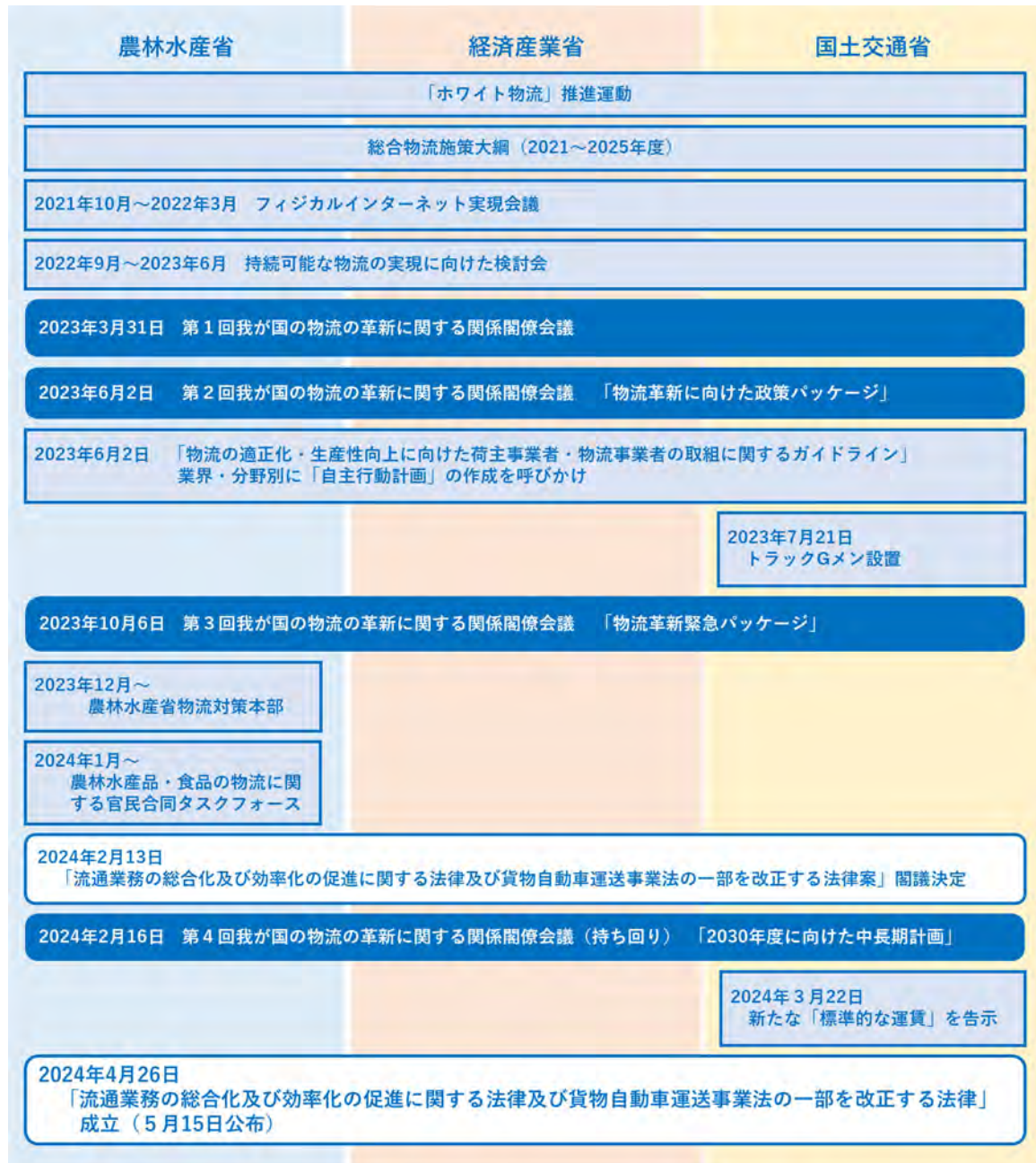
【内閣府、中小企業庁、農林水産省等：パートナーシップ構築宣言】

<https://www.biz-partnership.jp/>

2 物流

＜政府の動き＞

最近の物流に関する政府の主な取組をいくつか例示すると下図のとおり。



【内閣官房：我が国の物流の革新に関する関係閣僚会議】

https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/buturyu_kakushin/index.html

【農林水産省：農林水産省物流対策本部、農林水産品・食品の物流に関する官民合同タスクフォース】

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/ryutu/buturyu.html>

<「物流の2024年問題」について>

トラックドライバーの長時間労働是正のため、2024年4月から自動車運転者に時間外労働の上限規制（年960時間）が適用され、物流効率化に取り組みなかった場合、労働力不足による物流需給がさらにひっ迫するおそれがあり、その結果、輸送能力不足がさらに深刻化する可能性がある。

「自動車運転者の労働時間等の改善のための基準」（改善基準告示）は、自動車運転者について、その業務の特性を踏まえ、一律に適用される労働基準法では規制が難しい拘束時間等の基準を定めたものであり、上記の時間外労働の上限規制を受け、2022年12月に改正され、2024年4月から新たな基準が適用される。具体的には、1年間の拘束時間を3,300時間（原則）、1か月の拘束時間を284時間（原則）、1日の休息期間について継続11時間以上を基本とし、9時間を下限とするなどである。

トラックドライバーの働き方改革

法律・内容	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
労働基準法							
時間外労働の上限規制（年720時間）の適用【一般用】		大企業に適用	中小企業に適用				
時間外労働の上限規制（年960時間）の適用【自動車運転業務】							適用
月60時間超の時間外労働増賃金引き上げ（25%→50%）の中小企業への適用						適用	
改善基準告示（抄）							
年間拘束時間		3,516時間					3,300時間（原則）
1か月の拘束時間		293時間					284時間（原則）
1日の拘束時間		13時間					13時間以内（上限15時間、14時間超は週2回までが目安）
1日の休息時間		継続8時間以上					継続11時間を基本とし、9時間下限

「物流の2024年問題」の影響により 不足する輸送能力試算（NX総合研究所）

○2024年度

不足する輸送能力の割合（不足する営業用トラックの輸送トン数）
14.2%（4.0億トン）

※コロナ前の2019年比

○2030年度

不足する輸送能力の割合（不足する営業用トラックの輸送トン数）
34.1%（9.4億トン）

※コロナ前の2019年比

<物流革新に向けた政策パッケージ>

政府一体となって総合的な検討を行うため、2023年3月31日に「我が国の物流の革新に関する関係閣僚会議」を設置、第2回が開催された6月2日に、①商慣行の見直し、②物流の効率化、③荷主・消費者の行動変容について抜本的・総合的な対策をまとめた「物流革新に向けた政策パッケージ」を決定した。

「物流革新に向けた政策パッケージ」のポイント

（我が国の物流の革新に関する関係閣僚会議）

- 物流は国民生活や経済を支える社会インフラであるが、担い手不足、カーボンニュートラルへの対応など様々な課題。さらに、物流産業を魅力ある職場とするため、トラックドライバーの働き方改革に関する法律が2024年4月から適用される一方、物流の停滞が懸念される2024年問題に直面。
- 何らかの対策を講じなければ、2024年度には14%、2030年度には34%の輸送能力不足の可能性。
- 荷主企業、物流事業者（運送・倉庫等）、一般消費者が協力して我が国の物流を支えるための環境整備に向けて、①商慣行の見直し、②物流の効率化、③荷主・消費者の行動変容について、抜本的・総合的な対策を「政策パッケージ」として策定。

→ 中長期的に継続して取り組むための枠組みを、次期通常国会での法制化（※）も含め確実に整備。

1. 具体的な施策

(1) 商慣行の見直し

① 荷主・物流事業者間における物流負担の軽減（荷待ち、荷役時間の削減等）に向けた規制措置等の導入（※）

② 納品時間（3分の1ルール、短・短・短タイム）、物流コスト込み取引価格等の見直し

③ 物流事業者における多量下請構造の是正に向けた規制措置等の導入（※）

④ 荷主・元請の意識強化、結果の公表、継続的なフォロー及びその他の体制強化（トラックGX（※））

⑤ 物流の担い手の賃金水準向上等に向けた適正賃金収受・価格転嫁円滑化等の取組み（※）

⑥ トラックの「標準的な運賃」制度の拡充・徹底

(2) 物流の効率化

① 即時性のある設備投資の促進（バス予約システム、フォークリフト導入、自動化・機械化等）

② 「物流GX」の推進（鉄道・内航航運の輸送力増強等によるモーダルシフト、車道・船舶・物流施設・港湾等の効率化等）

③ 「物流DX」の推進（自動運転、ドローン物流、自動配給ロボット、港湾AIターミナル、サイバーポート、フィンテック・インターネット等）

④ 「物流標準化」の推進（パレットやコンテナの規格統一化等）

⑤ 道路・港湾等の物流拠点（中継輸送拠点）に係る機能強化・土地利用最適化や物流ネットワークの形成支援

⑥ 高速道路のトラック速度規制（80km/h）の引上げ

⑦ 労働生産性向上に向けた利用しやすい高速道路料金の実現

⑧ 特殊車両通行規制に関する見直し・利便性向上

⑨ タバコ運搬トラックの導入促進

⑩ 食料品配達の車両に係る駐車規制の見直し

⑪ 地域物流等における共同輸送の促進（※）

⑫ 軽トラック事業の適正運営や輸送の安全確保に向けた荷主・元請事業者等を通じた取組強化（※）

⑬ 女性や若者等の多様な人材の活用・育成

(3) 荷主・消費者の行動変容

① 荷主の経営意識の改善等・行動変容を促す規制措置等の導入（※）

② 荷主・物流事業者の物流改善を評価・公表する仕組みの創設

③ 消費者の意識改善・行動変容を促す取組み

④ 再配達率削減に向けた取組み（再配達率「半減」に向けた対価割れ）

⑤ 物流に係る広報の推進

2. 施策の効果（2024年度分）

	（施策なし）	（施策あり）	（効果）
荷待ち・荷役の削減	3時間	→ 2時間×達成率3割	4.5ポイント
積載効率の向上	38%	→ 50%×達成率2割	6.3ポイント
モーダルシフト	3.5億トン	→ 3.6億トン	0.5ポイント
再配達率向上	12%	→ 6%	3.0ポイント
合計			14.3ポイント

2030年度分についても、2023年2月に中長期計画を策定

3. 当面の進め方

2024年初	・ 通常国会での法制化も含めた規制措置の具体化
2023年末まで	・ トラック輸送に係る契約内容の見直しに向けた「標準運送約款」「標準的な運賃」の改正等 ・ 再配達率「半減」に向けた対策 ・ 2024年度に向けた業界・分野別の自主行動計画の作成・公表 ・ 2030年度に向けた政府の中長期計画の策定・公表
速やかに実施	・ 2024年における規制措置の具体化に前倒したガイドラインの作成・公表等

2024年初に政策パッケージ全体のフォローアップ

<物流革新緊急パッケージ>

2023年10月6日に第3回「我が国の物流の革新に関する関係閣僚会議」が開催され、2030年度の輸送力不足の解消に向け、可能な施策の前倒しを図る「物流革新緊急パッケージ」を決定した。

「物流革新緊急パッケージ」のポイント

令和5年10月6日
第3回我が国の物流の革新に関する関係閣僚会議

1. 物流の効率化

- 即効性のある設備投資・物流DXの推進
 - ・物流事業者や荷主企業の物流施設の自動化・機械化の推進、効率化・省人化やドローンを
用いた配送により人手不足へ対応
 - ・港湾物流効率化に向けた「ヒト」を支援するAIターミナルの深化や港湾物流手続等を電子化する
「サイバーポート」を推進等
 - ・高速道路での自動運転トラックを対象とした路車協調システム等の実証実験等
- モーダルシフトの推進
 - ・鉄道（コンテナ貨物）、内航（フェリー・RO-RO船等）の輸送量・輸送分担率を今後10年
程度で倍増
 - ・31ftコンテナの利用拡大を優先的に促進しつつ、中長期的に40ftコンテナの利用拡大も促進
- トラック運転手の労働負担の軽減、担い手の多様性の推進
 - ・荷役作業の負担軽減や輸送効率化に資する機器・システムの導入等により、快適で働きやすい
職場環境の整備を促進
 - ・労働生産性の向上に資する車両を運転するための免許の取得等のトラック運転手のスキルアップ
を支援
- 物流拠点の機能強化や物流ネットワークの形成支援
 - ・農産品等の流通網の強化（中継輸送等の推進）
 - ・物流施設の非常用電源設備の導入促進等による物流施設の災害対応能力の強化等の推進
 - ・モーダルシフト等に対応するための港湾施設の整備等を推進
 - ・高規格道路整備や渋滞対策、IC・空港・港湾等へのアクセス道路の整備に対する支援による
物流ネットワークの強化
 - ・トラックドライバーの確実な休憩機会の確保のため、SA・PAにおける大型車駐車マスの拡充や
駐車マスコスト削減の導入などの 取り組みの推進
- 標準仕様のパレット導入や物流データの標準化・連携の促進
- 燃油価格高騰等を踏まえた物流GXの推進（物流拠点の脱炭素化、車両のEV化等）
- 高速道路料金の大口・多頻度割引の拡充措置の継続
- 道路情報の電子化の推進等による特殊車両通行制度の利便性向上

2. 荷主消費者の行動変容

- 宅配の再配達率を半減する緊急的な取組
 - ・ポイント還元を通じ、コンビニ受取等柔軟な受取方法の取り持った配達日時指定等を
促す仕組みの社会実装に向けた実証事業を実施
- 政府広報やメディアを通じた意識改革・行動変容の促進強化

3. 商慣行の見直し

- トラックGMによる荷主・元請事業者の監視体制の強化（「集中監視月間」
（11～12月）の創設）
 - ・荷主による違反原因行為の調査を踏まえた「要請」等の集中実施、
国土交通省及び 荷主所管・法執行行政機関による連携強化
- 現下の物価動向の反映や荷待ち・荷役の対価等の加算による
「標準的な運賃」の引き上げ（年内に対応予定）
- 適正な運賃の受取、賃上げ等に向け、次期通常国会での法制化を推進
 - ・大手荷主・物流事業者の荷待ちや荷役時間の短縮に向けた計画作成の義務付け、
主務大臣による指導・勧告・命令等
 - ・大手荷主に対する物流経営責任者の選任の義務付け
 - ・トラック事業における多重下請け構造の是正に向け下請状況を明らかにする
実運送体制管理簿の作成、契約時の（電子）書面交付の義務付け

<自主行動計画>

2023年6月2日に決定された「物流革新に向けた政策パッケージ」に基づき、業界・分野別に、物流の適正化・生産性向上に関する「自主行動計画」を団体・事業者が作成、政府として公表している。

2024年度に向けた業界・分野別の自主行動計画の作成状況【令和6年1月24日時点】



【内閣官房：自主行動計画】

https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/buturyu_kakushin/index.html

3 適正取引

a. 卸売市場の仲卸業者等と小売業者との間における生鮮食料品等の取引の適正化に関するガイドライン

「卸売市場の仲卸業者等と小売業者との間における生鮮食料品等の取引の適正化に関するガイドライン」は小売業者と仲卸業者等との間に交渉力の差がある中で、仲卸業者等から「小売業者との間における生鮮食料品等の取引において適正化を図るべき事例が存在しているのではないか」との意見が出されたことを踏まえ、卸売市場関係者を対象に食品等流通調査を実施。

調査の結果、不当な返品など独占禁止法等の観点から問題となり得る事例が明らかになったことから、食品等流通法に基づく措置として本ガイドラインを策定し、令和6年3月27日に公表。

https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/ryutu/240327_26.html

小売業者から仲卸業者等への不当な返品 ×【問題となりえる事例】 - 一部の品質が悪いとの理由で全部返品された。 - バーコードを貼って陳列してから返品された。 - 納品して1週間後に品質が悪いと返品された。 生鮮品を1週間も経過して返品なんて… 事前に条件を決めて合意していると安心！ ○【望ましい取引事例】 - 傷んだ品だけ除去して販売してもらった。 - 返品前に必ず写真を送信してもらうことで改善した。 - 店舗担当者でなく、本社/バイヤーに相談して改善してもらった。 - 申出期限など返品条件を事前に書面で交わした。	客寄せのための納品価格の不当な引き下げ ×【問題となりえる事例】 - セール時に一律で半額に値引きを要請された。 - 別の取引先の価格を引き合いに値下げを一方的に要求された。 絶対赤字…でも取引を続けるには仕方ない… 赤字なのでその価格では取引できません！ ○【望ましい取引事例】 - 納価割れ販売の実態を説明し、納得を得た。 - 安売りばかりする小売業者との取引を見直した。	物流費、エネルギーコスト等上昇時の取引価格の一方的な決定 ×【問題となりえる事例】 - 労務費、物流費等の高騰で資料を基に値上げ要請をしたが、販売価格を一方的に値上げされた。 - 季節商品の値上げ要請をしたが、すぐ取り合ってもらえず、時期が終わってしまった。 データに基づいた協議で合意になりました！ ○【望ましい取引事例】 - 価格上昇を数字に基づいて説明し、取引価格の向上につなげた。 - 物流費等の上昇を継続的に交渉し、価格改定につなげた。 ※「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針（令和5年11月29日閣内閣府・公正取引委員会）」により、農産物等の小売業者には、定期的に労務費の転嫁について協議する場を設け、協議することが求められている。また、公正取引委員会では、「よくある質問コーナー（独占禁止法）」のQ&A及び「下流代金支払遅延等防止法に関する運用指針」で、労務費、原材料価格、エネルギーコスト等のコストの上昇分を取引価格に反映せず、従来どおりに取引価格を据え置くことは、独占禁止法上の優遇的処遇又は下流業者の買いたたきとして問題となる可能性があることを明確化している。
説明のない協賛金(リポート)の負担の要請 ×【問題となりえる事例】 - 協賛金、物流費など使途不明で算定根拠を全く説明されない。 - 新事業のための会費を支払うよう要求され、断ると取引を打ち切られた。 社内ルールや書面合意を怠りたくない根拠！ ○【望ましい取引事例】 - 十分に協議し、算定根拠とともに協賛金を決定し、書面合意する。 - 一方的な要請には応じないよう社内ルールを決めている。	一方的な物流センター使用料(センターフィー)等の負担の要請 ×【問題となりえる事例】 - 明確な説明がないままセンターフィーの設定料率を上げられた。 原価+労務費+利益+センターフィー等=販売価格 センターフィー分まで商品原価に組み込むことで損失なし！ ○【望ましい取引事例】 - 採算が合わない場合はセンターフィーの改定を申し入れている。 - センターフィーは商品原価に組み込む形で交渉し、実質値下げには応じない。 - 直接店舗配送の効率性をデータで説明し、センター経由と使い分けしている。	受発注に関するシステム使用料等の過度な徴収 ×【問題となりえる事例】 - 小売業者から取引を開始する条件として、仲卸業者等の利益となることと示されることがなく、オンラインシステムの開発費用や月次の使用料の負担を求められる。 説明を受けて双方合意した内容だけ対応します！ ○【望ましい取引事例】 - システム使用料に関し、取引開始段階で双方合意した内容のみ対応している。 - システム使用料と取引高を比較検討し、不利益になる場合には取引自体を断った。
物の購入強制 ×【問題となりえる事例】 - 恵方巻などシーズンイベントごとに商品購入の催促があり、達成できない場合、取引商品を外すと報復があるように匂わせてくる。 今後の取引を断られそうで購入してしまっ… ○【望ましい取引事例】 - 小売業者が一方的な斜交をなくし、仲卸業者等側から希望があった場合に限り購入を案内している。	従業員の派遣や役務の提供の過度な要請 ×【問題となりえる事例】 - 小売業者の新規開店の際、従業員の派遣や人件費の負担を要請された。 - 新規開店の際、バックヤードで寿司を作るよう要請された。 従業員派遣に人件費負担なんてありません！ ○【望ましい取引事例】 - 小売業者は仲卸業者等に対し取引商品の販売業務に係る応援要請をした際、当該応援要請を受けられるかについて、日当や宿泊費、交通費、弁当など派遣に必要な費用を支払うとしたうえで、曜日の選択などを十分に協議した上で決定した。	十分に説明のない取引条件の変更等 ×【問題となりえる事例】 - 新店舗へ急遽サービスで配送するよう依頼された。 - 色むらを実験指摘され、商品価格を引き下げられた。 - いつもと産地が異なるだけで返品になった。 ○【望ましい取引事例】 - 商品の条件や配送のパターンを明確にし、合意内容を書面で交わした。

b. 食品製造事業者・小売業者間における適正取引推進ガイドライン

令和3年12月に策定された「食品製造事業者・小売業者間における適正取引推進ガイドライン」は、食品製造業者と小売業者との取引関係において問題となり得る事例を提示し、できるだけわかりやすい形で独占禁止法や下請法の考え方を示すことにより、取引上の法令違反を未然防止することを目的としている。

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/tekiseitorihiki.html>

原材料価格等の上昇時の取引価格改定 ＜問題となり得る事例＞ × 大幅な原材料価格高騰に当たり、資料を基に値上げ要請をしたが、販売価格を一方的に据え置かれた。 ↓ こんなにコストが上がっているのに……。作れば作るほど、赤字。。 ＜望ましい取引事例＞ ○ 原材料価格の大幅な変動に当たり、製品の原材料比率などの根拠を示して交渉した結果、価格転嫁が認められた。 〔※ 加えて、あらかじめ算定の手法等についても合意しておくことが望ましい。〕	短納期での発注、発注キャンセル ＜問題となり得る事例＞ × PB※商品製造について、リードタイムが短く無理な注文に応えることが余儀なくされている。結果として見込生産による余剰が発生。 ※ PB商品：プライベート・ブランド商品 ↓ 明日朝までに、〇〇ケース頼むよ！ ＜望ましい取引事例＞ ○ 小売業者と緊密に連絡を取り合い、リードタイムや予定数量などについて打ち合わせを行うことで生産量を調整し、廃棄処分が減少した。
合理的な根拠のない価格決定 ＜問題となり得る事例＞ × 小売業者の特売期間に対応した通常より大幅に低い価格を、特売期間終了後も継続を求められ、一方的にその価格を押し付けられた。 ↓ セール 値段据え置き 毎日お買い得 ＜望ましい取引事例＞ ○ 原価、物流費等の内訳を基に価格決定し、合意内容をあらかじめ書面で取り交わした。	客寄せのための納品価格の不当な引下げ ＜問題となり得る事例＞ × 小売業者Aが、納品価格を下回る価格で商品を販売※。別の小売業者Bから、これを引き合いに、同種の商品の納品価格を引き下げよう一方的に要求され、断ることができない。 ※納価割れ販売を継続的に行い、他の事業者の活動を困難にするおそれがある場合は、独占禁止法上の「不当廉売」となります。 ↓ 目玉商品 毎日特別価格 ＜望ましい取引事例＞ ○ 小売業者Aに対して、恒常的な納価割れ販売は問題であることを説明し、改善された。 ○ 小売業者Bに対して、小売業者Aによる納価割れ販売の実態を説明することで、取引価格を維持することで合意した。

(別添)

過去（令和元～4年度）の食品等流通調査の概要

＜令和元年度・２年度＞

●アンケート調査（令和元年・２年度）

■調査実施概要

食品を取扱う小売事業者と取引を行っていると思われる食品等流通事業者のうち令和元年度は 6,300 事業者、令和２年度は 6,000 事業者を無作為に抽出し、郵送でアンケート調査票を送付した。

＜調査期間＞

・令和元年 6 月～同年 7 月 ・令和 2 年 9 月～同年 11 月

区分	令和元年度	令和２年度
アンケート発送数(A)	6,300	6,000
アンケート回収者数(B) (回答率 B/A)	3,167 (50.3%)	3,007 (50.1%)
食品小売事業者と取引があると回答した者(C) (回収率 C/A)	1,347 (21.4%)	1,677 (27.6%)

■納入事業者の基本情報

＜令和元年度 納入事業者の主な取引先＞

納入事業者の主な取引先（上位３社）の業態については、「総合スーパー」が 570 件と最も多く、次いで「食品スーパー」が 398 件、「生協」が 193 件であった。なお、令和元年度調査については、設問中に「食品スーパー」の項目がなく、回答等から類推して集計した。

区分	百貨店	総合スーパー	食品スーパー	コンビニエンスストア	ディスカウントストア
回答数	170	570	398	68	170
区分	ドラッグストア	生協	ホームセンター	その他（※）	合計
回答数	106	193	19	909	2,603

※回答者は、主な取引先（上位３社）の業態を選択

＜令和２年度 納入事業者の主な取引先＞

納入事業者の主な取引先（上位３社）の業態については、「食品スーパー」が 1,044 件と最も多く、次いで「総合スーパー」が 330 件、「生協」が 201 件であった。

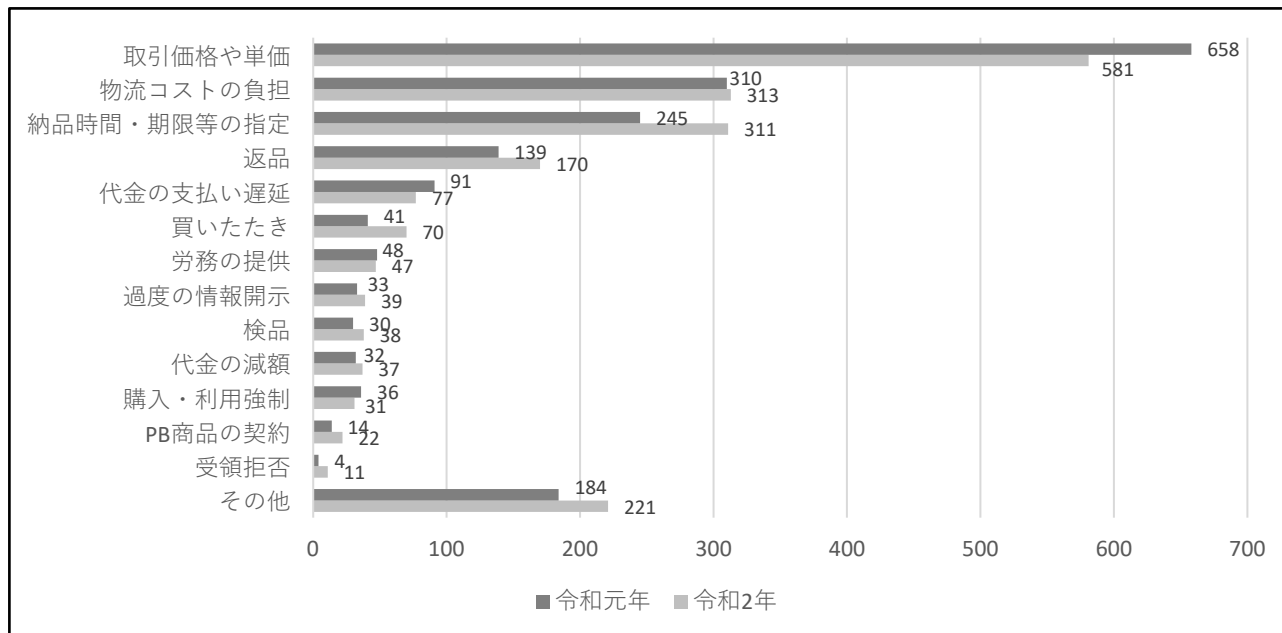
区分	百貨店	総合スーパー	食品スーパー	コンビニエンスストア	ディスカウントストア
回答数	143	330	1,044	61	104
区分	ドラッグストア	生協	ホームセンター	その他（※）	合計
回答数	99	201	17	1,020	3,019

※回答者は、主な取引先（上位３社）の業態を選択

■取引先上の課題について

取引先との課題について上記の各選択項目を設け、アンケートを行ったところ、以下の結果となった。令和元年度と2年度のいずれも、「取引価格や単価」が最も多く、次いで「物流コストの負担」、「納品時間・期限等の指定」の順であった。これら3つの課題はどの業態でも多く見られる課題である。また、「返品」や「過度な情報開示」が課題として多く挙げられる業態もあった。

【納入事業者の取引上の課題】 ※回答者は上位3つまでの課題を選択

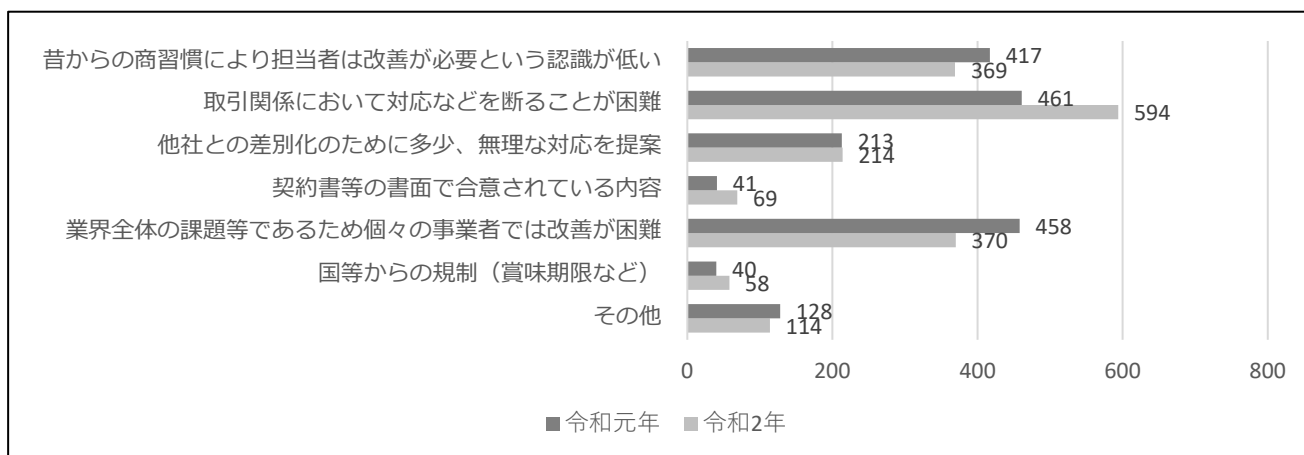


【納入事業者の取引上の課題ランキング（業態別）】

		1 位	2 位	3 位
百貨店	令和元年度	取引価格や単価	物流コストの負担	納品時間・期限等の指定 返品
	令和2年度	取引価格や単価	物流コストの負担	納品時間・期限等の指定
総合スーパー	令和元年度	取引価格や単価	物流コストの負担 納品時間・期限等の指定	-
	令和2年度	取引価格や単価	物流コストの負担	納品時間・期限等の指定
食品スーパー	令和元年度	取引価格や単価	物流コストの負担	納品時間・期限等の指定
	令和2年度	取引価格や単価	物流コストの負担	納品時間・期限等の指定
コンビニ	令和元年度	取引価格や単価	納品時間・期限等の指定	物流コストの負担
	令和2年度	取引価格や単価	納品時間・期限等の指定	物流コストの負担
ディスカウント	令和元年度	取引価格や単価	物流コストの負担	買ったたき
	令和2年度	取引価格や単価	物流コストの負担	納品時間・期限等の指定
ドラッグストア	令和元年度	取引価格や単価	返品	物流コストの負担
	令和2年度	取引価格や単価	物流コストの負担	納品時間・期限等の指定
生協	令和元年度	納品時間・期限等の指定	取引価格や単価	過度の情報開示
	令和2年度	取引価格や単価	納品時間・期限等の指定	過度の情報開示
ホームセンター	令和元年度	取引価格や単価	物流コストの負担	-
	令和2年度	取引価格や単価	-	-

<取引先との課題の発生要因>

取引事業者との課題等の要因は、令和元年度と令和2年度のいずれも、「取引関係において対応などを断ることが困難」が最も多く、次いで「業界全体の課題等であるため個々の事業者では改善が困難」、「昔からの商習慣により担当者は改善が必要という認識が低い」の順であった。



※ 1つの取引課題につき1つを選択

<取引先との課題の発生要因（課題別）>

令和元年度、2年度の調査ともに、回答数の多かった上位3課題（「取引価格や単価」、「納品時間・期限等の指定」、「物流コストの負担」）においては「取引関係において対応を断ることが困難」、「業界全体の課題等であるため、個々の事業者では改善が困難」の2要因がいずれも回答数1位、2位に入っており、個々の納入業者の立場では改善しがたい状況がうかがえる。

		第1位	第2位	第3位
取引価格や単価	令和元年度	業界全体の課題等であるため、個々の事業者では改善が困難	取引関係において対応を断ることが困難	他者との差別化のため、無理な対応を提案
	令和2年度	取引関係において対応を断ることが困難	業界全体の課題等であるため、個々の事業者では改善が困難	他者との差別化のため、無理な対応を提案
納品時間・期限等の指定	令和元年度	業界全体の課題等であるため、個々の事業者では改善が困難	取引関係において対応を断ることが困難	昔からの商習慣により担当者は改善が必要という認識が低い
	令和2年度	取引関係において対応を断ることが困難	業界全体の課題等であるため、個々の事業者では改善が困難	昔からの商習慣により担当者は改善が必要という認識が低い
物流コストの負担	令和元年度	業界全体の課題等であるため、個々の事業者では改善が困難	取引関係において対応を断ることが困難	昔からの商習慣により担当者は改善が必要という認識が低い
	令和2年度	取引関係において対応を断ることが困難	業界全体の課題等であるため、個々の事業者では改善が困難	昔からの商習慣により担当者は改善が必要という認識が低い

■令和元年度及び2年度のアンケート調査結果における共通課題の小括

- 有効回答のうち、半数以上の事業者が小売事業者との取引で課題があると回答した。
- 取引先との課題については、「取引価格や単価」、「物流コストの負担」、「納品時間・期限等の指定」が特に多い課題であった。
- 課題の要因については、「取引関係において対応を断ることが困難」、「業界全体の課題等であるため、個々の事業者では改善が困難」、「昔からの商習慣により担当者は改善が必要という認識が低い」といった回答が多く、買い手優位で、売り手の理解をなかなか得られない状況が伺えた。
- 業界全体の課題、昔からの商習慣といったことは当事者間での改善は難しいため、このような調査を含め、サプライチェーン全体で課題の共有がなされることが一つの重要なポイントである。
- 自由記載欄であった課題の理由、悩み、要望等においても具体的事例が多く寄せられたが、納入事業者は小売事業者の都合で様々な課題を抱えていることが多く、「買ってもらう側」の立場として取引環境改善に向けて交渉する難しさが伺えた。
- 取引先の業態による大きな違いについては今回の調査では見受けられず、同様の課題を持っていることが把握できた。
- 物流費や人件費、原材料費等の高騰を取引価格に反映させるのが難しいという回答も多く見られ、小売事業者も他社との競争の中で「売価」を特に重視している傾向が多く見受けられた。

●ヒアリング調査(令和2年度)

■ヒアリング実施状況

製造事業者 11 社、卸売事業者 17 社、小売事業者 9 社、物流事業者 2 社に対してヒアリングを行った。ヒアリングが難しい事業者からは文書で回答をいただいた（5 社）。

製造事業者	卸売事業者	小売事業者	物流事業者
11	17(2)	9(3)	2

■令和2年度ヒアリング調査小括

- 1 / 3 ルール¹やリードタイム²等といった食品業界における商習慣に係る課題については、納入事業者、小売事業者共に課題として認識しており、今後は課題解決のため、より一層納入事業者と小売事業者とが連携し、サプライチェーン全体の最適化に取り組むことが必要と考えられる。
- 価格決定やセンターフィー³について納入事業者と小売事業者との間に認識の違いがみられた。
- コンプライアンス意識の高まりにより、以前よりもサプライチェーン全体の取引環境の改善がみられるとの意見もあったが、売り手と買い手の関係は依然として買い手優位である傾向が見られた。また、都市部や大手企業においては買い手優位の力関係は改善傾向である一方、地方や中小企業では新規開店や棚卸し等に対する労務提供や、協賛金等の支払強制、一方的な返品、欠品時のペナルティなどといった課題が依然として多く残っている傾向が見られた。
- 物流については、課題としている事業者が多く、2024 年度からトラックドライバーに対して時間外労働の上限規制が適用されることもあり、変革が必要である。また、物流費の負担が契約上あいまい、または商品単価に乘せられないなどの実態もあり小売事業者や消費者にも物流の課題についての共通認識を高める必要がある。

¹ サプライチェーンにおいて存在する、賞味期間の 3 分の 1 以内で小売店舗に納品する慣例。このルールのもとでは、賞味期限を基準とした厳しい納品期限を取引先より設定される場合がある。

² 発注を受けてから納品に至るまでのピッキングや輸送等にかかる時間のこと。リードタイムが短いことが夜間作業の増加や非効率な物流の原因にもなっている。

³ 小売事業者が納入事業者に請求する物流センターの使用料。

<令和3年度>

1 調査実施概要

令和元年度及び2年度に実施した事業者へのアンケート調査では、商品の納入時の「取引価格や単価の決定」、「納品時間・期限の指定」、「物流コストの負担」などが主な取引上の課題としてあげられた。

また、令和2年度のヒアリング調査において物流に関する課題を多く伺ったことから、令和3年度の調査では納入事業者（農業者団体・製造事業者・卸売事業者）、小売事業者の事業間の取引課題だけでなく、それらに関わる物流事業者へのアプローチも加えサプライチェーンに係る食品関連事業者等に対して幅広くヒアリングを行い、更なる食品流通の課題抽出、実態等を明らかにし、課題解決の検討資料とすることを目的とした。

2 ヒアリング実施状況

農業者団体・製造事業者等3社・団体、卸売事業者18社、小売事業者9社、物流事業者11社の合計41の事業者に対してヒアリングを行った。

ヒアリングが難しい事業者からは文書での回答（3社）をいただいた。

【ヒアリング調査を行った業態（括弧内は文書回答数で内数）】

農業者団体・製造事業者等	卸売事業者	小売事業者	物流事業者
3	18(3)	9	11

3 ヒアリング調査小括

- 食品等取引における事業者間の価格決定について、買い手有利の一方的な価格決定については減少傾向だが、原材料費、物流費等の高騰を理由とした価格転嫁への対応については課題が残っている。
- 価格転嫁については店頭での商品価格の上昇につながることから消費者への理解促進を図るために、適切な情報発信を行うことが重要である。
- 1／3ルール⁴やリードタイム⁵等といった食品業界における商習慣の課題について、サプライチェーン全体としてコンプライアンス意識が高まり改善傾向にあるが、センターフィー⁶の料率設定など一部の取引においては依然、買い手と売り手の立場は対等ではなく買い手優位という状況となっている。これは、大手事業者より、中規模以下の事業者に顕著に表れており、双方で古き商習慣にとらわれ、特に売り手側は買い手の不興を買いたくないという意識が働き不適切な要求を受け入れている状況が見られる。
- 物流については、厳しい時間指定での納品、対価のない附帯作業など荷主側から不適切な要求であっても、物流事業者は対応せざるを得ない状況であり、また燃料費等の高騰なども含めてコストに見合った適切な運賃を請求できていない実態が存在している。2024年度からトラックドライバーに対して時間外労働の上限規制の適用など、物流現場では今までの当たり前が大きく崩れつつある状況に対して変革が急務であり、荷主側の意識改革も必要である。一方、ここ数年で物流事業者の立場が強くなり、値上げ交渉など受け入れざるを得ないとの意見も多く上がっており、物流に関する危機感を持った荷主も見受けられた。

⁴ サプライチェーンにおいて存在する、賞味期間の3分の1以内で小売店舗に納品する慣例。このルールのもとでは、賞味期限を基準とした厳しい納品期限を取引先より設定される場合がある。

⁵ 発注を受けてから納品に至るまでのピッキングや輸送等にかかる時間のこと。リードタイムが短いことが夜間作業の増加や非効率な物流の原因にもなっている。

⁶ 物流センターを運営する小売事業者等が納入事業者に請求する物流センターの使用料。

4 令和3年度ヒアリング調査の結果に基づく協力要請について

昨年（令和4年）4月、当省は食品等流通法第28条の規定に基づく措置として、食品製造業、卸売業、小売業の関係団体に対し、令和3年度食品等流通調査の結果を踏まえ、食品等の取引の適正化に向けた協力要請の通知を发出した。

具体的には、令和3年度のヒアリング調査において、ヒアリング対象者のうち、特に納入事業者において、商品の原材料費、物流費等の高騰を理由とした価格転嫁について事業者間で継続的に交渉は行っているものの、難航していると回答する事業者が多くみられたことを紹介し、その上で現在、原油価格がおおよそ7年ぶりの水準まで値上がりしており、昨今の為替相場における円安傾向や世界情勢等から、原油をはじめとするエネルギーコストや原材料価格の更なる上昇が懸念されること、こうした状況にあって、取引事業者全体のパートナーシップにより、労務費、原材料費及びエネルギーコストの上昇分を適切に転嫁することは重要であることに触れ、関係団体及び傘下の関係者に対して、労務費、原材料費及びエネルギーコストの上昇分が取引価格に適正に反映されるよう、御協力いただきたいとの要請を大臣名で行った。

4 新食第256号 令和4年4月28日 各団体の長 殿 農林水産大臣 食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査の結果に基づく協力要請について 食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成33年法律第59号。以下「法」という。）第27条第1項の規定に基づき、食品等の取引の適正化のため、令和3年度食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査（以下「令和3年度食品等流通調査」という。）を行い、当該調査の結果を踏まえ、法第28条の規定に基づき、協力要請を行うこととしたので、下記の内容について、十分に御了解いただくとともに、食品等の取引の適正化に向けた一層の御協力をお願いする。 なお、このことについては、貴殿から傘下の関係者に対して周知願いたい。 記 1. 令和3年度食品等流通調査の結果について 令和3年度食品等流通調査では、令和3年7月から同年11月にかけて、納入事業者（農業者団体、製造事業者、卸売事業者等）、小売事業者及び物流事業者にヒアリングを実施したところである。 当該ヒアリングの結果、ヒアリング対象者のうち、特に納入事業者において、商品の原材料費、物流費等の高騰を理由とした価格転嫁について事業者間で継続的に交渉は行っているものの、難航していると回答する事業者が多くみられたところである。 なお、令和3年度食品等流通調査の結果の詳細については、別添の「令和3年度食品等流通調査に関する報告書」を御参照いただきたい。	2. 令和3年度食品等流通調査の結果に基づく協力要請について 現在、原油価格がおおよそ7年ぶりの水準まで値上がりしており、昨今の為替相場における円安傾向や世界情勢等から、原油をはじめとするエネルギーコストや原材料価格の更なる上昇が懸念される。 こうした状況にあって、取引事業者全体のパートナーシップにより、労務費、原材料費及びエネルギーコストの上昇分を適切に転嫁することは重要である。 ついては、商品の原材料費、物流費等の高騰を理由とした価格転嫁についての交渉は難航していると回答する事業者が多くみられた上記の調査結果も踏まえ、貴団体及び傘下の関係者においては、労務費、原材料費及びエネルギーコストの上昇分が取引価格に適正に反映されるよう、御協力いただきたい。 《参考》 中小企業等が賃上げの原資を確保できるよう、取引事業者全体のパートナーシップにより、労務費、原材料費及びエネルギーコストの上昇分を適切に転嫁できる環境を整備するため、令和3年12月27日に「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」に従って取り組むことが閣議了解されたところである。 また、内閣府、経済産業省、農林水産省等では、「パートナーシップ構築宣言」の拡大に取り組んでおり、2020年6月以降、7,000社を超える企業が宣言をされているところである。 【参考URL】 ・パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/pdf/partnership_package_set.pdf ・「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト https://www.biz-partnership.jp/
--	--

■【参考】パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ（令和3年12月27日）

令和3年12月27日、内閣官房、消費者庁、厚生労働省、経済産業省、国土交通省及び公正取引委員会において、「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」が取りまとめられた。

中小企業等が労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇分を適切に転嫁できるよう、政府横断的な転嫁対策に取り組んでいる。

<令和4年度>

1 調査実施概要

令和3年度食品等流通調査の「原材料費、物流費等の高騰を理由とした価格転嫁への対応については課題が残っている。」という調査結果を踏まえ、令和4年度は特に、「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」に基づき、原油をはじめとするエネルギーコストや原材料価格の上昇分の転嫁の取引実態の把握を中心に行った。

調査対象として、農業者団体、食品製造事業者、卸売市場関係者（卸売業者・仲卸業者）、食品卸事業者、小売事業者、物流事業者に加え新たに**包装資材事業者を対象**とし、令和3年度まではサプライチェーン全体を対象としながらも、小売事業者と納入事業者（農業者団体・食品製造事業者・卸売業者・仲卸業者・食品卸事業者）という切り口で調査を行っていたが、他の行政機関との意見交換も踏まえ、**納入事業者間の取引や包装資材事業者と納入事業者との取引**におけるパートナーシップについても調査を行った。

2 ヒアリング実施状況

農業者団体8団体、食品製造事業者13社、市場関係者（卸売業者10社、仲卸業者9社）、食品卸事業者15社、小売事業者（ドラッグストア含む。）25社、物流事業者6社、包装資材製造事業者4社の合計90の事業者に対して調査を行った。

調査方法としては対面及びWEBでのヒアリング調査（80社）、ヒアリングが難しい事業者からは文書での回答（10社）をいただいた。

【ヒアリング調査を行った業態（括弧内は文書回答数で内数）】

農業者団体	食品製造事業者	卸売業者	仲卸業者	食品卸事業者
8	13(2)	10	9	15

小売事業者	物流事業者	包装資材製造事業者
25 (4)	6 (4)	4

3 ヒアリング調査小括

- ・ 新型コロナウイルス感染症による国民生活や経済への影響が依然として続いている中で、ロシアによるウクライナ侵攻等による世界情勢の変化や円安の進行等の影響で原材料価格やエネルギーコスト、生産コスト等が高い水準で推移し、食品関連事業者にとっては、厳しい年となった。
- ・ このような状況の中で、特に、原油をはじめとするエネルギーコスト及び労務費、原材料費等の上昇分が適切に価格転嫁されているか、さらには適正な取引が行われているか商習慣等についてヒアリング調査を行い、以下の傾向を確認することができた。
- ・ また、物流の2024年問題等を見据え、食品等流通事業者の物流への意識についてヒアリング調査を行い、各流通段階でどのような課題があるか、どの程度の危機感を持っているかを確認することができた。

【価格転嫁】

- ・ 原材料費の高騰に伴う価格転嫁については、国内で様々な商品が値上がりしていることから、このような原材料費等の高騰が話題となる以前と比べれば、**取引先の理解が進んでおり一定程度受け入れられやすい環境になっている**と回答する事業者が多かった。
- ・ 包装資材製造事業者においては、今まではナフサ価格が高騰しても食品製造事業者側の理解が得られず値上げは難しかったが、現在は**比較的食品製造事業者側の理解が進み、値上げが受け入れられやすい環境となった**と回答する事業者が多かった。
- ・ 一方で、労務費や電気代等のエネルギーコストに関しては**どの流通段階においても価格転嫁が進まず、企業努力で対応している**と回答する事業者が多い傾向にあった。
- ・ また、生鮮食料品においては、市場取引だけでなく相対取引においても市場の需給に応じて価格（相場）が決定されるため、肥料等の**生産コストの上昇分の価格転嫁が難しい状況**と回答する事業者が多かった。
- ・ 今後多くの食品が値上げされることが予想されるので、**引き続き価格転嫁の状況等の実態把握を進める**とともに、**取引の適正化に取り組んでいく必要がある**。

【商慣習】

- ・ 食品業界の3分の1ルール¹については、未だ業界として根付いているものの、**賞味期限が比較的に長い商品における2分の1ルールへの緩和の動き**が各方面でみられ、取引環境改善への意識が感じられた。
- ・ 2分の1ルールへの変更、賞味期限の年月表示等の実現については、**消費者の理解も重要である**との意見が多くあった。
- ・ 日配品などのリードタイム²は短く設定されることが多く、受注締切り時間の前倒しや納品日の後ろ倒し等で**余裕をもったリードタイムに見直す**事業者も少なからずあった。

【物流】

- ・ エネルギーコストの高騰に伴う運賃の値上げについて、荷主の理解は進みつつあるものの、**交渉が難航している**物流事業者が多く、価格転嫁ができていないと回答する事業者が多かった。
- ・ 運送業界の現状を考え、パレット化を進めることで配送の効率化を図っている事業者もあり、**物流業界における喫緊の課題に対する前向きな姿勢が見受けられた**。一方で、パレット化による積載効率の低下や導入コスト面等がネックとなり、やむなくバラ積みを継続する事業者もあった。
- ・ 附帯作業については、**契約に含めて依頼している事業者が増加傾向**にある中で、**これまでの慣習で無償依頼している又は請け負っている事業者も多く残っていた**。
- ・ 適正な物流費（運賃）については、**発荷主、着荷主及び消費者の理解が重要である**との意見が多くあった。

¹ サプライチェーンにおいて存在する、賞味期間の3分の1以内で小売店舗に納品する慣例。このルールのもとでは、賞味期限を基準とした厳しい納品期限を取引先より設定される場合がある。

² 発注を受けてから納品に至るまでのピッキングや輸送などにかかる時間のこと。リードタイムが短いことが夜間作業の増加や非効率な物流の原因にもなっている。

4 令和4年度ヒアリング調査の結果に基づく協力要請について

令和5年4月、食品等流通法第28条の規定に基づく措置として、市場関係者及び食品製造業、卸売業、小売業の関係団体に対し、令和4年度の食品等流通調査の結果を踏まえ、食品等の取引の適正化に向けた協力要請の通知を発出した。

具体的には、令和4年度のヒアリング調査において、「原材料費は一部価格転嫁ができたことが確認されたものの、労務費、エネルギーコスト等は、価格転嫁が進まず、各事業者の企業努力で対応している」との声が多く、特に物流事業者において、「エネルギーコストの高騰に伴う運賃の値上げはできていない」との回答が多かったことを紹介し、その上で、現在も新型コロナウイルス感染症による国民生活や経済への影響が続いている中、世界情勢の変化、円安などの影響により原材料費及びエネルギーコスト等が高い水準で推移している状況にあって、特に物流事業者から運賃に価格転嫁できていないと回答のあったエネルギーコストをはじめとして、価格転嫁が難しいと回答の多かった労務費、エネルギーコスト等について、これらの上昇分が取引価格に適切に反映されるよう、御協力いただきたいとの要請を農林水産大臣名で行った。

■【参考】パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ（令和3年12月27日）

令和3年12月27日、内閣官房、消費者庁、厚生労働省、経済産業省、国土交通省及び公正取引委員会において、「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」が取りまとめられた。

中小企業等が労務費、原材料費、エネルギーコストの上昇分を適切に転嫁できるよう、政府横断的な転嫁対策に取り組んでいる。

各団体の長 殿

農林水産大臣

食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査の結果に基づく協力
要請について

食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成30年法律第99号。以下「法」という。）第27条第1項の規定に基づき、食品等の取引の適正化のため、令和4年度食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査（以下「令和4年度食品等流通調査」という。）を行ったところ、当該調査の結果を踏まえ、法第28条の規定に基づき、協力要請を行うこととしたので、下記の内容について、十分に御了知いただくとともに、食品等の取引の適正化に向けた一層の御協力をお願いする。
なお、このことについて、貴殿から傘下の関係者に対して周知願いたい。

格に適切に反映されるよう、貴団体及び傘下の関係者の格段の御協力をいただきたい。

3 その他

政府では、引き続き「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」（令和3年12月27日閣議了解）に基づく取組を進めているところである。

このため、公正取引委員会においては、先般、独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に関する緊急調査を実施し、注意喚起文書の発出、企業名の公表等が行われている。

また、中小企業庁においては、毎年3月・9月の価格交渉促進月間後に行われるフォローアップ調査の結果について、企業名を含めた価格転嫁・交渉の状況の公表や下請中小企業振興法に基づく事業所管大臣による指導・助言が行われている。

食品関連事業者においても、改めて適正な取引に向け御協力いただきたい。

《参考》

・「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」

中小企業等が買上げの原資を確保できるよう、取引事業者全体のパートナーシップにより、労務費、原材料費及びエネルギーコストの上昇分を適切に転嫁できる環境を整備するため、令和3年12月27日に「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」に従って取り組むことが閣議了解されたところである。

https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/pdf/partnership_pac_kage_set.pdf

・「パートナーシップ構築宣言」ポータルサイト

内閣府、経済産業省、農林水産省等では、「パートナーシップ構築宣言」の拡大に取り組んでおり、2020年6月開始以来、19,000社を超える企業が宣言をされているところである。

<https://www.biz-partnership.jp/>

・公正取引委員会：独占禁止法上の「優越的地位の濫用」に関する緊急調査の結果について

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/dec/221227_kinkyuchosakka.html

1. 令和4年度食品等流通調査の結果について

令和4年度食品等流通調査では、令和4年7月から令和5年3月にかけて、農業者団体、食品製造事業者、卸売市場関係者（卸売業者・仲卸業者）、食品卸事業者、小売事業者、包装資材事業者及び物流事業者にヒアリングを実施したところである。

世界情勢の変化、円安等による原材料費等の高騰に伴う価格転嫁については、総じて言えば、原材料費は一部価格転嫁ができたことが確認されたものの、労務費、エネルギーコスト等は、価格転嫁が進まず、各事業者の企業努力で対応しているとの声があった。

特に、物流事業者において、エネルギーコストの高騰に伴う価格転嫁について荷主の理解は進みつつあるものの、運賃の値上げはできていないとの回答が多かった。

加工食品では、このような原材料費等の高騰が転嫁となる以前と比べれば、

- ・食品製造事業者において、取引先である食品卸事業者及び小売事業者の理解が得られつつあり、

- ・食品卸事業者において、取引先である小売事業者の理解が得られつつあり、いずれも一定程度受け入れられているとの回答が多かった。

また、包装資材事業者において、取引先である食品製造事業者の理解が進んでおり、値上げが受け入れやすい環境となったとの回答が多かった。

一方、生鮮食料品では、

- ・農業者団体において、市場取引の場合、需給に応じた価格形成がなされるため、また、相対取引の場合でも、市場価格を参考に価格形成がなされるため、

- ・卸売業者及び仲卸業者において、需給に応じた価格形成がなされるため、

いずれも価格転嫁が難しいとの回答が多かった。

なお、令和4年度食品等流通調査の結果の詳細については、別添の「令和4年度食品等流通調査に関する報告書」を御参照いただきたい。

2. 令和4年度食品等流通調査の結果に基づく協力要請について

現在も新型コロナウイルス感染症による国民生活や経済への影響が続いている中、世界情勢の変化、円安等の影響により原材料費及びエネルギーコスト等が高水準で推移しており、食品関連事業者においては、原材料費に加え、労務費、エネルギーコスト等も適切に価格転嫁することが重要である。

については、本調査結果を踏まえ、特に、物流事業者から運賃に価格転嫁ができていないと回答のあったエネルギーコストをはじめとして、価格転嫁が難しいと回答の多かった労務費、エネルギーコスト等について、これらの上昇分が取引価

・円滑な価格転嫁の実現に向けた関係事業者団体向け要請文書について

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/mar/230315_youseibunsho.html

・中小企業庁：価格交渉促進月間（2022年9月）フォローアップ調査の結果について

<https://www.meti.go.jp/press/2022/12/20221223005/20221223005-1.pdf>

・食品製造業者・小売業者間における適正取引推進ガイドライン

食品製造業者と小売業者との取引関係において、問題となり得る事例を提示し、できるだけわかりやすい形で下請法や独占禁止法の考え方を示すことにより、取引上の法令違反を未然防止する観点から、「食品製造業者・小売業者間における適正取引推進ガイドライン」を策定しています。

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/tekiseitorihiki.html>