

食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査(食品等流通調査)の概要

調査の趣旨

- 食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（食品等流通法）第27条に基づく調査。
- 食品等の流通段階で生じている取引上の課題等を明らかにし、食品等の取引の適正化に繋げていくことを目的とする。
- 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ときは、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。

調査結果小括と今後の対応

- 食品等流通法に基づく初めての調査であり、納入事業者の小売事業者との取引関係や課題に係る意識等について、一定の傾向を確認することができた。

＜確認された傾向＞

- 納入事業者は中小事業者が大多数を占める。
 - 納入事業者と主な取引先（小売事業者）との取引関係は、多くが長期にわたる。
 - 納入事業者は、小売事業者との取引において、
 - ① 取引価格や単価 ② 納品時間・期限等の指定 ③ 物流コストの負担 ④ 返品を主な取引上の課題と認識している。その順位は、取引先の業態によって異なる傾向がみられた。
 - これらの取引上の課題について、その要因・影響とも、個々の取引関係にとどまらない傾向がみられ、課題解決には業界全体での取組が必要と考えられる。
 - これらの取引上の課題について、ヒアリングでは、一部(価格決定等)で両者の間に認識の違いがみられた。なお、コンプライアンスの意識が高まり、以前よりも取引環境の改善がみられるとの意見もあった。
 - 今後の課題の明確化には、業態ごとのさらなる調査が必要と考えられる。
- など。

- 本調査結果については、食品等流通事業者が日頃の取引方法や商習慣を改めて見直し、サプライチェーン全体においてより適正な取引環境の整備がなされる契機となるよう、業界団体等を通じて各段階の食品等流通事業者に広く周知を図る。
- また、本調査結果を踏まえ、流通段階での取引上の課題等をさらに明らかにするための調査を継続して行うとともに、必要に応じ、指導・助言、施策の見直しその他の措置を講ずることにより、引き続き食品等の取引の適正化を図っていく。

アンケート調査の結果概要①

＜納入事業者の基本情報＞

① 事業規模

- 従業員数が99人以下の事業者の割合が92.1%であり、納入事業者の大部分が、中小規模事業者であった。

【納入事業者の従業員数】

従業員数	回答数	割合
4人以下	316	24.6%
5人～9人	261	20.3%
10人～20人	362	28.2%
30人～40人	145	11.3%
50人～99人	99	7.7%
100人～299人	70	5.5%
300人以上	30	2.3%
合計	1,283	100.0%

92.1%

② 主な取引先

- 各納入事業者の主な取引先（上位3社）を業態別に合計すると、「総合スーパー」が16.9%、「食品スーパー」が11.6%、「生協」が5.7%であった。

【納入事業者の主な取引先】 ※ 回答者は、主な取引先（上位3社）の業態を選択

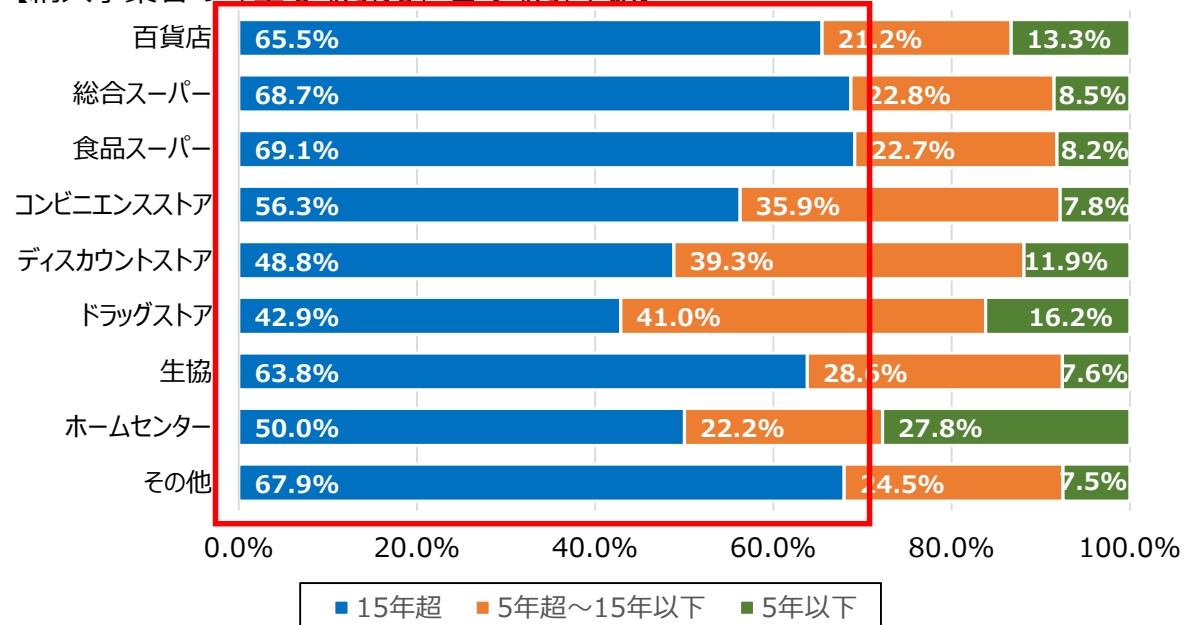
取引先業態	回答数	割合
百貨店	170	5.1%
総合スーパー	570	16.9%
食品スーパー	391	11.6%
コンビニエンスストア	68	2.0%
ディスカウントストア	170	5.1%
ドラッグストア	108	3.2%
生協	192	5.7%
ホームセンター	19	0.6%
その他（※）	1,675	49.8%
合計	3,363	100.0%

（※）各種商品小売業者、専門小売業者等

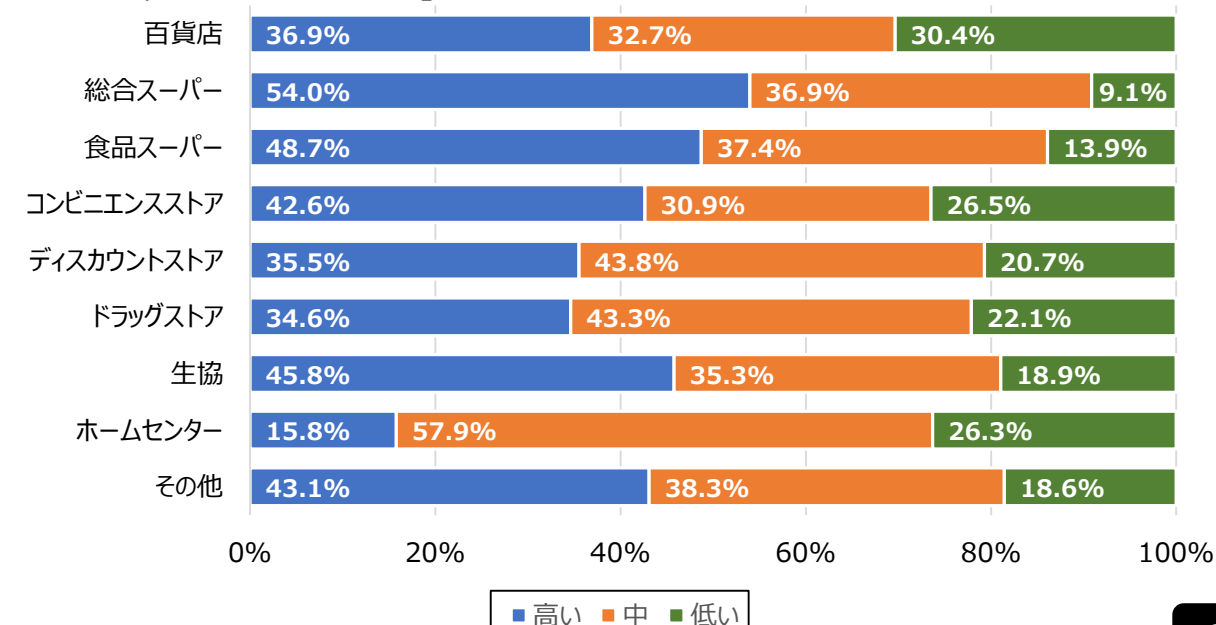
③ 主な取引先との関係

- 食品スーパーを主な取引先としている納入事業者の69.1%、総合スーパーを主な取引先としている納入事業者の68.7%が、当該取引先との取引年数が15年以上の関係にあり、主な取引先との関係は長期にわたるもので、納入事業者の依存度も高い。
- 一方、百貨店を主な取引先としている納入業者については、取引年数については同様の傾向だが、依存度については、スーパーよりも低い。

【納入事業者の「主な取引先」との取引年数】



【納入事業者の「主な取引先」に対する依存度】



＜主な取引課題＞

④ 取引上の主な課題

- 回答のあった1,347の事業者のうち、1,323事業者（98.2%）が、取引上の課題があると回答。
- 各納入業者が挙げた取引上の主な課題（最大3つまで）を合計すると、
上位3位は、「取引価格や単価」（35.3%）、「物流コストの負担」（16.6%）、「納品時間・期限等の指定」（13.1%）であった。
- 取引先の業態別にみると、ほとんどの業態で「取引価格や単価」が多かったが、その割合や2位以下の順位は、業態別に異なっていた。
「百貨店」「食品スーパー」「ディスカウントストア」「ホームセンター」-----「取引価格や単価」「物流コストの負担」
「総合スーパー」-----「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」
「コンビニエンスストア」「生協」-----「取引価格や単価」「納品時間・期限等の指定」
「ドラッグストア」-----「取引価格や単価」「返品」
「生協」-----「納品時間・期限等の指定」「取引価格や単価」

【取引上の課題】（業態別）

※ 回答者は、最大3つまで選択

【取引上の課題】（内容別）

※ 回答者は、最大3つまで選択

課題の内容	回答数	割合
取引価格や単価	658	35.3%
物流コストの負担	310	16.6%
納品時間・期限等の指定	245	13.1%
返品	139	7.5%
代金の支払い遅延	91	4.9%
労務の提供	48	2.6%
買ったたき	41	2.2%
購入・利用強制	36	1.9%
過度の情報開示	33	1.8%
代金の減額	32	1.7%
検品	30	1.6%
PB商品の契約	14	0.8%
受領拒否	4	0.2%
その他	184	9.9%
合計	1,865	100.0%

業態 課題等の内容	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	ドラッグストア	生協	ホームセンター	その他
取引価格や単価	21.5%	40.7%	36.3%	22.2%	47.2%	27.5%	26.8%	46.7%	31.9%
物流コストの負担	18.3%	17.3%	22.9%	13.3%	16.0%	11.6%	10.3%	26.7%	14.5%
納品時間・期限等の指定	11.8%	17.3%	13.1%	15.6%	5.7%	10.1%	29.9%	0.0%	8.1%
返品	11.8%	5.8%	8.5%	11.1%	4.7%	23.2%	7.2%	0.0%	6.7%
代金の支払い遅延	1.1%	1.3%	2.1%	2.2%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	12.8%
労務の提供	8.6%	1.9%	3.6%	6.7%	3.8%	7.2%	3.1%	0.0%	0.9%
買ったたき	0.0%	1.0%	3.1%	2.2%	6.6%	2.9%	0.0%	6.7%	2.0%
購入・利用強制	0.0%	0.6%	1.5%	0.0%	1.9%	0.0%	0.0%	6.7%	3.5%
過度の情報開示	3.2%	0.6%	0.5%	6.7%	0.9%	1.4%	11.3%	0.0%	1.4%
代金の減額	2.2%	1.6%	1.0%	2.2%	1.9%	2.9%	1.0%	0.0%	2.3%
検品	4.3%	1.0%	1.3%	6.7%	2.8%	0.0%	2.1%	0.0%	1.2%
PB商品の契約	1.1%	1.0%	0.5%	2.2%	0.9%	1.4%	0.0%	0.0%	0.9%
受領拒否	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
その他	16.1%	9.9%	5.4%	8.9%	6.6%	10.1%	8.2%	13.3%	13.6%
合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	93	312	388	45	106	69	97	15	345

※ 合計行の各欄下段は回答数

⑤ 取引上の主な課題の影響範囲・要因

- 取引上の主な課題の影響範囲としては、「全国の業界内」が50.2%と半数を占め、「当社のみ」は16.7%にとどまった。
- 主な課題の発生要因としては、「取引関係において対応などを断ることが困難」が26.3%、「業界全体の課題」が26.1%、「昔からの商習慣」が23.8%であった。

【取引上の主な課題の影響範囲】

※ 1つの取引課題につき1つ選択

影響範囲	全体	
	回答数	割合
全国の業界内	888	50.2%
当社の営業エリア内	499	28.2%
当社のみ	296	16.7%
その他	87	4.9%
合計	1,770	100.0%

【取引上の主な課題の発生要因】

※ 1つの取引課題につき1つ選択

発生要因	全体	
	回答数	割合
取引関係において対応などを断ることが困難	461	26.3%
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	458	26.1%
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	417	23.8%
他社との差別化のために多少、無理な対応を提案	213	12.1%
契約書等の書面で合意されている内容	41	2.3%
国等からの規制（賞味期限など）	40	2.3%
その他	124	7.1%
合計	1,754	100.0%

ヒアリング調査の結果概要

- アンケート調査において納入事業者が挙げた「取引上の主な課題」について、納入事業者と小売事業者の双方にヒアリングした結果、以下の回答があった。なお、ヒアリングを行った納入業者と小売業者の間に直接の取引関係はない。

	納入事業者	小売事業者
取引価格や単価	- 数社から見積りを取って決められている。 <u>生産コストを理解していないバイヤーが価格を決定している。当方に価格決定権がない。</u>	<u>納入事業者と小売事業者の双方が取引価格を示し、調整する方法を基本としている。</u> <u>原料価格等を踏まえ、コストを分析し商品単価を算出した上で商談している。</u>
納品時期・期限等の指定	<u>短時間のリードタイム</u>のため、見込生産を行い、対応している。 - 余剰分は自社で在庫となるが賞味期限が短いため在庫管理に苦慮している。	日配品は翌日納品、加工品は翌々日納品を依頼している。 / <u>全ての商品について翌々日納品を基本</u>にしている。
物流コストの負担	- 働き方改革や物流業界の人手不足に伴う物流費上昇分の値上げが難しいため、コスト増をどのように吸収するか課題。 - 休日の配送も求められるため、職員の休日出勤や配送費の負担が大きい。 - 急な追加発注への配送コストが負担。	- 配送を受けてもらえる事業者を見つけることが難しくなっている。配送事業者の立場が強くなっており調整が難しくなっていると納入事業者から聴いている。 - 店舗までの配送は専門の配送事業者に委託している。
返品	基本的に返品はされていない。 / ギフト商品は返品されることがある。	- 基本的に返品は行っていない。 - 商品に明確な瑕疵が無い限り、基本的に返品は行っていない。 - 早めに値下げ販売等を行い、売残り等の削減に取り組むなどしており、返品は行われていない。
その他	小売事業者との間の取引内容について、コンプライアンスの意識等が高まり、以前よりも取引環境は改善されてきていると感じている。	コンプライアンスについて神経質になっている。

- このほか、「食品等の取引に関する相談ダイヤル、相談サイト」への相談に関し、実態把握のためのヒアリングを実施。

調査実施概要

アンケート調査

- 食品等の納入事業者（食品卸売事業者、食品製造事業者）に対し、食品小売事業者との取引実態や課題について、アンケートを実施。
 - ・・・納入事業者のうち6,300社を無作為抽出し、調査票を送付。1,347事業者から有効回答を得た。

ヒアリング調査

- 食品等流通事業者に対し、取引実態その他アンケート調査で把握した課題等について、ヒアリングを実施。
 - ・・・食品卸売事業者及び食品製造事業者計6社、食品小売事業者5社。
- 農林水産省内に設置された「食品等の取引に関する相談窓口」への相談内容について、実態を把握。
 - ・・・相談1件について、相談事業者及びその取引先の双方にヒアリング。

○ 食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成三年法律第五十九号）抄

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。

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。

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。