

### Ⅲ 新型コロナウイルス感染症拡大による影響、食品等の取引における商習慣上の悩み、課題や国への要望等

アンケート調査票最終項に自由記載欄を作成し、新型コロナウイルス感染症拡大による影響、食品等の取引における商習慣上の悩み、課題や国への要望等について回答いただいた。

〔表 24〕 新型コロナウイルス感染症拡大による影響、食品等の取引における商慣習上の悩み、課題や国への要望等  
(自由回答)

| 課題等の内容   | 回答内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 取引価格や単価  | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 過度な価格競争を行うために粗利は低くなる。</li> <li>➤ 小売店は、メーカーサイドに対し、「食品安全は当然」という前提の元、価格の安さのみを実質的に求めてくる。きちんとした仕入基準を持っているのかどうか怪しい。SDGs の考え方を小売にも浸透させるべき。</li> <li>➤ 供給過剰な状況が長く続き、小売店には人件費、物流費等の価格交渉が出来ずにいる。</li> <li>➤ 鶏卵は物価の優等生と云われ、適正な価格での販売が難しい。未だにスーパー特売での目玉商品とされる事も多く、国産農畜産物の安定供給のためにも価格の適性化が望ましい。</li> <li>➤ 資材、容器等包装資材の原料値上げによる高騰及び物流コストの増により当社負担が増加した。売価に転換できない状況が続き消費税の増税でさらに利益を確保するのが困難となる原因が年々増加している。</li> <li>➤ 流通業界全体的に必要なコストを売価に転嫁しにくい状況。店頭では、商品が安くないと「売れなくなる」という理由でなかなか転嫁できていないのではないかと思う。これは、業界のみの枠組み、取引関係を考察して解決できることではなく、経済全体の中で、消費行動が上向くような施策を打ち出していただきたい。</li> <li>➤ 他の小売店で 1 件安い所が出ると「〇〇〇円出てる」と比較され品質、サイズにかかわらず、値段を言われる。</li> </ul> |
| 代金の減額    | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ チラシ掲載料で異常なほど料金を取られる。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 代金の支払い遅延 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 支払期日はあって無いようなもの。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 買いたたき    | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 競合店をたてに価格交渉に応じず、その競合店が価格変更しているのに交渉に応じない。優越的立場を自認し、納入業者の社会的地位を下位クラスに位置づけている。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

| 課題等の内容      | 回答内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 納品時間・期限等の指定 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 納品時間の指定が増えたり、厳しくなったりしている。売価に反映することもできず、増便対応も難しい。取引先の働き方改革や職場環境改善のしわ寄せがきている感がある。</li> <li>➤ 休日でも、電話等連絡が有れば配達せざるを得ない。</li> <li>➤ 受注から納品までがますます短縮される傾向が強くなっている。</li> <li>➤ 米卸をしているが、流通各チェーンに対する納品期限が精米日から5日前後と短く定められており、先方の販売期限も20日～1ヵ月程度と鮮度を売りにするケースが見受けられる為、卸としては、製品の在庫が多く持てず、有事の際は製造キャパオーバーや配送が混乱し、結果供給停止せざるを得ない状況となってしまう。</li> <li>➤ 大手量販店等は注文に対しての納期日を指定し、検品などで間に合わない場合等ペナルティ等商品の対価補償等請求される。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 物流コストの負担    | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ ここ近年の大きな課題は送料が大幅に上がったことである。この送料分の負担は製造業者にとっても販売業者にとっても消費者にとっても大きな負担になっている。</li> <li>➤ 商流の中で物流コストの負担が大きく、単価に上乗せが難しい。</li> <li>➤ 物流面でも大消費地（東京―大阪）への運賃コストの上昇、天候リスク、品質劣化のリスク等、年々増大している。国策として食品の自給率を上げるなら、これら諸問題の解決が望まれる。</li> <li>➤ ECの市場規模が拡大されていく中、取引において重要な部分になる、物流業界の現状や課題解決のための施策をお願いしたい。</li> <li>➤ 我々の業界では物流コストの負担をどちらがどこまでのサービスを行っていくかは明確になってなくてあいまいな部分が多い。契約書等で相応の確認をとりつけたら良いではあるが、旧態からの取引では今のところ変革は難しい。</li> <li>➤ 現在のコストの一番負担が大きく感じられるのは物流費だと思われる。人件費があがったため多少は仕方ないと思うが、この負担分をそのまま製品価格へ反映できるかというところでもない。流通業者も人手が不足し大変だと思うが、運賃が上がった割に規約が多く、サービスは低下しているように感じる。食品流通に関しては人手不足の解消（どの業種も同じであるが）が第一だと思う。</li> <li>➤ 物流コストが増加しているが、値上げ交渉は難しく自社での配送が増えている。</li> <li>➤ 多くの商品を少量多種で物流を行っており、それらは委託の形態を取っているが、本当に採算ベースに合っているのか分からない。荷受けの要望に振り回され、このままでは当社の利益が残らなくなるのではないかと感じている。</li> <li>➤ 小口（3,000g以下）は配送料200円をいただくようにした。徴収を始めたところかなりのお客様がいなくなった。また、新規のお客様もこの件を話すと取引が成立しない。</li> <li>➤ 人件費、資材費、物流費等々すべての面で高くなっており、人手不足、後継者不足などでコストを下げる要因はない。その中でも物流費は国策でもっと効率化できると考える。食品、農産物の物流はほとんどトラック物流に頼っているが、鉄道、航空、海運などをもっと活用できないかと思う。トラック会社も人手不足、高齢化にあえいでいる昨今、もっと迅速に政府は物流改革を行うべきである。食品(加工・生鮮問わず)のような単価の低い商品における物流費のウエイトは大きすぎる。</li> </ul> |

| 課題等の内容   | 回答内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 物流コストの負担 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 町から個人商店が消えている。地域の活性化には商店街が必要だが、配送コスト値上げで卸単価もスーパーに卸すより高くなりやすく、個人商店が生き延びるのは困難になっている。</li> <li>➤ 卸売市場全体の話だが、エリアによって市場休の日が違うことがよくある。配送や倉庫等の営業日もバラバラになって、市場への集荷のタイミングもバラバラである。全市場の休業日を統一する事で営業のメリハリもつく事と、配送コストを下げられると考える。最近、東西の流通も活発なので、より効果を上げられると思う。</li> <li>➤ 沖縄県はかねてより他都道府県に比べ物流費用が高い。近年物流会社各社から一斉値上げにより物流費が 1.5 倍に増えたが、青果物の価格は、ここ 10 年程度変わらない事で経営を圧迫している。</li> </ul>                                  |
| 検品       | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 検品の簡素化が急務である。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 返品       | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 買取条件に関わらず、1/3 ルールによる返品が常態化している。</li> <li>➤ 駅中売店、空港売店、高速サービスエリア売店等のいわゆる土産販売業界は業界的に返品が前提の商習慣になっている。売れる場所でもある事もあり、返品拒否では取引が出来ない業界である。国からのコンプライアンス指導の強化等をお願いしたい。</li> <li>➤ スポーツ大型量販店やドラッグストアは賞味期限切れ後の返品が当たり前になってしまっている業態である。</li> <li>➤ 特にデパートや生協の場合、諸事情で納期に遅れたり、箱に少しの傷がある場合など返品やペナルティとなり、薄い利益の中でのペナルティはとても厳しい状況である。</li> <li>➤ 食品スーパーに卸しているが、商品が悪いとして一方的に返品伝票が来る事がある。また、伝票だけ来て商品が返ってこないものもある。</li> </ul> |
| 受領拒否     | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 賞味期限の 1/3 を過ぎたものは受け入れないというところが常に問題となっている。またここ 5 年くらいの中で、スーパーや問屋のセンターでの荷受け基準が厳しくなり、少し外箱が凹んでいるから、納品時間を数分過ぎて届いたから、荷物にバーコードの記載が無いから等の理由で荷受け拒否され、また出荷元に戻され、再度改めて出荷するということがあり、運賃が 2 倍、3 倍かかり、また事務作業員や運送業者の手間が増加することが増えている。</li> </ul>                                                                                                                                                                        |
| 労務の提供    | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 店頭販売は半強制的に行われている。</li> <li>➤ 水産物卸をしているが、最近はスーパーから販促シールを入れて欲しいという声がある。実際、コスト上のせは難しく、経費がかかるばかりである。スーパー等での対応は難しいものなのか。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 購入・利用強制  | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ おせち、うなぎ、クリスマスケーキ等毎年半強制的購入要請が繰り返される。購入を断ると取引停止をほのめかされる。</li> <li>➤ おせち等の季節商品を業者に強制購入させる慣習はおかしい。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

| 課題等の内容    | 回答内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| センターフィー関係 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 根拠を示さない高いセンターフィー設定があり、利益を圧迫している。また、センターフィーの改定通知に従わないと取引停止されてしまう。</li> <li>➤ 量販店等との取引の際に必要な物流センターフィーの率根拠が明確でない。</li> <li>➤ 総合スーパー、食品スーパーのセンター運営における適正なセンターフィーのあり方、情報開示が求められる。</li> <li>➤ 食品スーパーのセンター稼働によりフィーの発生、返品増加、歩戻し(センター稼働前と同じ)上記で約10%近い金額を差し引かれる為、青果物では経営が困難である。</li> <li>➤ 店舗への直接納品からセンター納品になることが増え、センターフィー等の諸経費を追加で取られることになり利益圧縮の原因となっている。中小の企業は大なり小なり金額を上乗せした再見積書は提出しづらいのではないと思われる。</li> </ul> |
| リベート関係    | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ バックマージンや販促協力等、非価格面での協力要請が多い。力関係上、断ることはできない。</li> <li>➤ スーパーは当たり前のようにリベートがある。優越的地位の乱用になると思うが、取引のことを考えれば改善の依頼をすることができない。法で「リベートの禁止」にしてもらいたい。</li> <li>➤ 商品値引(リベート)の依頼が常態化しているため取引上での大きな課題であり利益を圧縮している要因となっている。</li> </ul>                                                                                                                                                                                |
| 欠品関係      | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 小売事業者は欠品がないことを重視しているので卸の在庫が多くならざるを得ない。</li> <li>➤ 輸入食材を多く扱っている。輸入品は発注から納品までのリードタイムがどうしても必要となるが、少しでも欠品が出ると小売からお叱りやペナルティを受けるので困る。</li> <li>➤ 近年、台風や異常気象の関係で、農産物が高騰し、安定供給が難しくなっているが、通信販売などカタログ通販の場合は欠品などが不可のため厳しい状況である。</li> <li>➤ 天候不順により、契約産地、契約生産者が予定以下しか収穫が出来ない場合、多くの取引先は理解してある程度の条件を緩和していただけるが会社によってはとにかく数を守れというところもある。</li> </ul>                                                                   |
| 受発注関係     | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 受注方法のシステム化に伴い、納品情報のデータ化など、中間卸売業の作業量が増大しており負担となっている。流通チェーンごとにシステム仕様に違いがあることから、流通チェーンごと設備投資する必要があり、膨大な費用が発生してしまう。</li> <li>➤ 小規模企業であるため、スーパーに納品をするためのEDIシステム等設備投資の負担がかなり大きい。これらの設備投資への助成があると助かる。</li> </ul>                                                                                                                                                                                              |
| 働き方改革関係   | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 働き方改革の影響もあり、配送曜日の変更を交渉しても応じてくれない。</li> <li>➤ 最近の働き方改革で、製造メーカー、運送業者の年末年始、GW、お盆などの長期休暇がとて長くなっており、その分の発注を早く出せと言われる。当然小売業者は営業しており、我々卸売業も通常通り営業せざるを得ない。1ヶ月先の発注を出せと言われても難しく、欠品、日切れの商品が出てくる。もちろん、メーカーにその口上の負担はない。我々卸売業者が全て負担している。長期休暇の前の受注〆切は毎年早まっている。小売業とメーカーの休日のギャップを縮めてほしい。</li> </ul>                                                                                                                     |

| 課題等の内容         | 回答内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 軽減税率制度関係       | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 軽減税率の導入により、ソフトの入替等の経費の増加が事務の煩雑化している。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 食品衛生法関係        | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ HACCP を義務化するにあたって、国から補助を出すべきである。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 表示関係           | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 食品表示に不必要な項目が多いのではないかと。また、改定の回数も多すぎる。包材シール等かなり余ってしまう。</li> <li>➤ 食品の表示が頻繁に変わり過ぎて毎回対応するのが困難である。</li> <li>➤ 産地表示が生産地域ごとに統一されていない。県又は国名を箱のどこに表示するか、統一していただきたい。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 賞味期限・1/3 ルール関係 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 賞味期限がまだ切れていない商品を破棄するのは、食品の世界事情を鑑みると矛盾しているので、慣習を変えて欲しい。</li> <li>➤ 賞味期限、消費期限の管理が大変である。取引先によっては同一日の期限を指定されることもあり、必要量以上に仕入れ、在庫することとなり、その後の状況によっては廃棄となることがある。年月日表示から年月表示への切替を進めてほしい。</li> <li>➤ フードロスへも直結するので小売業の納品基準緩和へ向けた支援をして欲しい。</li> <li>➤ 食品製造メーカーへの賞味期限年月表示化への支援をして欲しい。</li> <li>➤ 賞味期限表示の年月がまだまだ拡がらない。より多くの商品で年月表示への切り替えをして欲しい。</li> <li>➤ 1/3 ルールに関しては行政指導等で強制力を行使し、改善して欲しい。</li> </ul>                                                                                                                                                                                          |
| 新型コロナウイルス関連    | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ コロナウイルス感染拡大により取引先が臨時休業となった際の商品の保管費用を取引先の売価に転嫁できず自社負担となっている。長期間になったり、量が大きかったりすると、倉庫のスペースを占有してしまい通常業務の妨げにもなる。</li> <li>➤ コロナの影響でスーパーでの試食、試飲販売が出来ず、百貨店での催事も中止になり、売上にかなり影響している。</li> <li>➤ コロナの影響で地元の食品業者への取引が減っている。そのため関東圏をはじめ他県へ販路を拡大したが、物流費が高いのでその点が悩みである。</li> <li>➤ コロナの影響を大きく受けている得意先が多く、売れないので仕入を見直す動きがある所に、同業他社も売り上げが欲しいので安価で売り込みに来ている。長い取引があっても、背に腹は変えられない様で安い価格に飛びついてしまうケースが多い。</li> <li>➤ コロナの対応として、少しでも接触を減らすため、自社での配送を運送会社に切り替えているが、取引先によっては拒否される場合がある。</li> <li>➤ コロナ禍の4月、5月、旅館、ドライブイン、SA・PA等の売店は予約キャンセル等の来客減で、店頭の商品を強制返品され、処理に困った。老人ホームや授産所等へ寄付もしたが、大半は焼却処分をした。</li> </ul> |



| 課題等の内容      | 回答内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 新型コロナウイルス関連 | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 外食チェーンがコロナウイルスの影響により、出荷が激減しており、地鶏肉などの高付加価値な商品の在庫があまっている。こちらとしても、仕入れを減らしたいが、生産している農家の収入が減ってしまう為、簡単には減らせない。したがって、スーパーなどに売り込みを実施しているが、消費者のニーズがデフレ志向にある為、なかなか受け入れてもらえない。</li> <li>➤ コロナ禍による自粛要請、五輪の延期により、「廃棄せざるを得ない在庫」が発生しており、それについては仕入れた企業が全額自己負担を強いられている。その為に仕入れを新しくすることも資金の都合上難しい会社もあり、倒産を増やす一因になっている。</li> <li>➤ 小売店はコロナの影響で他業種からスライドした売上げ、利益は全てリスクの中で店頭で売り切った我々（小売業）のおかげであるといった強気な姿勢、態度となり、共に宣言中を乗り切った直後に追加の協賛金請求といった強行に踏み切った。</li> <li>➤ コロナ禍で予想をはるかに超える受注を頂戴している。何とか受注に間に合わせるよう対応しているが、働き方改革等従業員の働く環境も考えなければならず、やりくりに困っている。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| その他         | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 仕入先やメーカーから債権管理のため取引保証金(月取引額の2～3ヶ月分)を要求される。その分の資金は、企業の資産として計上されていても、実質運用出来ないので限度額のようなものを設定していただきたい。</li> <li>➤ トラック輸送にて県外へ出荷しているが、輸送を委託している業者から聞こえてくるのはドライバー不足のうえに労基の問題が重くのしかかり、地方から運ぶのには実態に合っていないので非常に大変だということ。生鮮品であるため、なるべく早く届けないといけないが、出荷する方も人手不足で製品化率が低下ぎみで出荷時間が遅く時間が遅くなることが多いため、いかに欠品せずに取引先の要望に答えることができるのか、地方からの出荷に何か良い手だてがないものか日々悩んでいる。</li> <li>➤ 取引先に優越的言動が見え、対案の要請を提出しても担当部長や重役の多忙を理由に日延びを繰り返す。</li> <li>➤ 小売業の張合変更が頻繁に行われ、突然の取引停止がある。長年(20年近く)取引をしていても通告後、1ヶ月後に取引停止となるケースがあった。</li> <li>➤ 自社センター及び帳合ベンダーに在庫されている商品を簡単にカットという言葉で済ませ、小売は全く責任を取らない。</li> <li>➤ 食品の卸売業は小売業界のコスト削減の煽りから「中間業者」排除の傾向にある。一つの動向としても当初は卸売業から納入と情報を得て途中から卸売業を飛びこす「中抜き」といった悪習慣を正当化する要因となっている。</li> <li>➤ 市場相場（青果物）の乱高下がはげしくなっており、当社は、シーズン値決めで販売できているが、それでも荷物の動きが左右され、原料の保管、撰果を計画的にするのが困難になっている。</li> <li>➤ メーカー商品の重量について、現行の各メーカー商品重量は依然として変わらず重く、配送時腰を痛める人が多くリタイヤされる。この解消策として商品重量の軽減をお願いしたい。</li> </ul> |

| 課題等の内容 | 回答内容                                                                                                                                                                          |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| その他    | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 以前より量販店や問屋の取引マナーは向上、理不尽な要求は減少しており、行政の監視の成果だと思う。</li> <li>➤ ここ最近は買い手側の要望・要求なども強制的なものは少なくなり、お互いに常識の範囲内で取引できるようになってきたと感じている。</li> </ul> |

## Ⅳ 令和元年度調査結果（参考）

P31 の調査趣旨で前述したように、令和２年度調査は令和元年度と同じ手法により調査を実施したが、令和２年度調査において回答者数のうち食品小売業者と取引があると回答した者の比率が上がり、また、取引シェアの高い３業態（百貨店、総合スーパー、食品スーパー）について食品スーパーの数値が高くなっていることから、令和元年と令和２年の取引先を区分した回答に関する年次比較は行わないこととした。

また、取引依存度については、令和２年度調査と令和元年度調査で定義付けが異なるため年次比較は行わないこととしている。

このことにより、P33 以降のⅡ 調査結果において「取引先を区分した回答」及び「取引依存度」の令和元年度調査のデータは記載していないが、参考として本項目で提示する。

### 1 納入事業者と取引シェアの高い上位３業態との取引状況

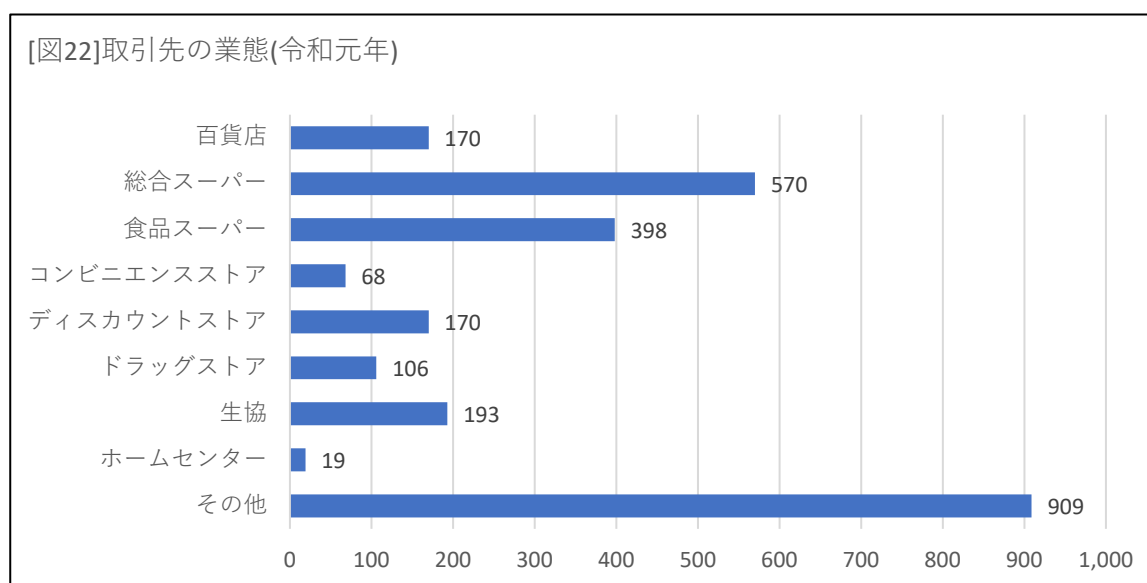
#### （１）取引先シェアの高い取引先の業態

- 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。
- 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、問２の回答等から類推して集計した。

〔表 25〕取引先の業態（令和元年）

| 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      |

〔図22〕取引先の業態(令和元年)





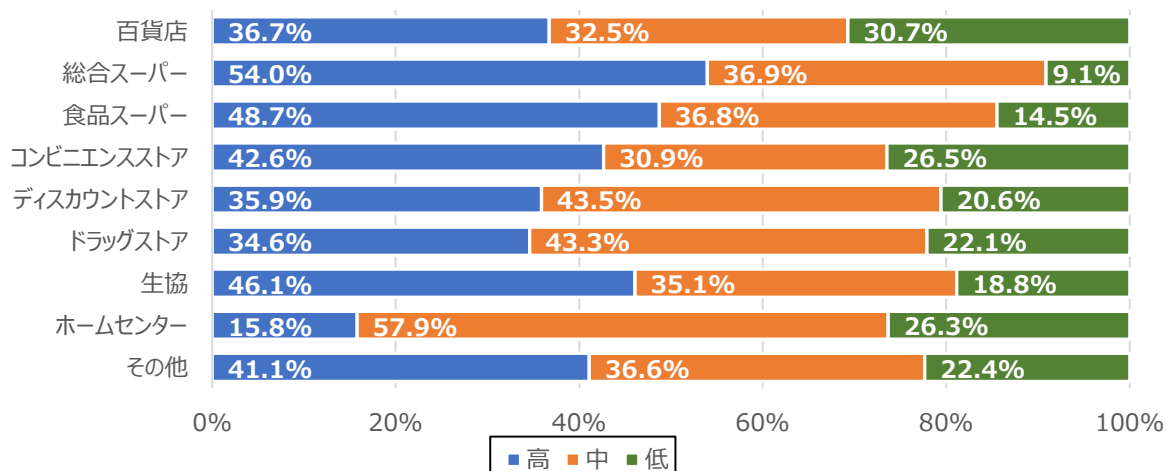
## (2) 取引シェアの高い取引先との取引依存度

- 取引シェアの高い取引先との取引依存度については、「高」とする業態は、総合スーパーが 54.0%と最も多く、次いで、食品スーパーが 48.7%、生協が 46.1%であった。
- ※ 令和元年調査では依存度を定義していなかったが、令和 2 年調査では取引依存度について、売上高に対して 50%以上を占める業態については「高」、20%以上 50%未満の業態については「中」、20%未満の業態については「低」と定義している。

[表 26] 取引シェアの高い取引先との取引依存度（令和元年）

| 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 |       |       |
|-----|--------|------------|-------|-------|---------|-------|-------|--------|-------|-------|------------|-------|-------|
|     |        | 高い         | 中     | 低い    | 高い      | 中     | 低い    | 高い     | 中     | 低い    | 高い         | 中     | 低い    |
| 回答数 | 合計     | 61         | 54    | 51    | 307     | 210   | 52    | 192    | 145   | 57    | 29         | 21    | 18    |
|     | うち大企業  | 3          | 2     | 1     | 33      | 11    | 4     | 16     | 12    | 2     | 6          | 5     | 3     |
|     | うち中小企業 | 58         | 52    | 50    | 274     | 199   | 48    | 176    | 133   | 55    | 23         | 16    | 15    |
| 構成比 | 合計     | 36.7%      | 32.5% | 30.7% | 54.0%   | 36.9% | 9.1%  | 48.7%  | 36.8% | 14.5% | 42.6%      | 30.9% | 26.5% |
|     | うち大企業  | 50.0%      | 33.3% | 16.7% | 68.8%   | 22.9% | 8.3%  | 53.3%  | 40.0% | 6.7%  | 42.9%      | 35.7% | 21.4% |
|     | うち中小企業 | 36.3%      | 32.5% | 31.3% | 52.6%   | 38.2% | 9.2%  | 48.4%  | 36.5% | 15.1% | 42.6%      | 29.6% | 27.8% |
| 区分  |        | 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    |       |       |
|     |        | 高い         | 中     | 低い    | 高い      | 中     | 低い    | 高い     | 中     | 低い    | 高い         | 中     | 低い    |
| 回答数 | 合計     | 61         | 74    | 35    | 36      | 45    | 23    | 88     | 67    | 36    | 3          | 11    | 5     |
|     | うち大企業  | 5          | 9     | 2     | 9       | 7     | 1     | 10     | 7     | 6     | 0          | 1     | 0     |
|     | うち中小企業 | 56         | 65    | 33    | 27      | 38    | 22    | 78     | 60    | 30    | 3          | 10    | 5     |
| 構成比 | 合計     | 35.9%      | 43.5% | 20.6% | 34.6%   | 43.3% | 22.1% | 46.1%  | 35.1% | 18.8% | 15.8%      | 57.9% | 26.3% |
|     | うち大企業  | 31.3%      | 56.3% | 12.5% | 52.9%   | 41.2% | 5.9%  | 43.5%  | 30.4% | 26.1% | —          | 100%  | —     |
|     | うち中小企業 | 36.4%      | 42.2% | 21.4% | 31.0%   | 43.7% | 25.3% | 46.4%  | 35.7% | 17.9% | 16.7%      | 55.6% | 27.8% |
| 区分  |        | その他        |       |       | 全体      |       |       |        |       |       |            |       |       |
|     |        | 高い         | 中     | 低い    | 高い      | 中     | 低い    |        |       |       |            |       |       |
| 回答数 | 合計     | 353        | 314   | 192   | 1,130   | 941   | 469   |        |       |       |            |       |       |
|     | うち大企業  | 11         | 13    | 9     | 93      | 67    | 28    |        |       |       |            |       |       |
|     | うち中小企業 | 342        | 301   | 183   | 1,037   | 874   | 441   |        |       |       |            |       |       |
| 構成比 | 合計     | 41.1%      | 36.6% | 22.4% | 44.5%   | 37.0% | 18.5% |        |       |       |            |       |       |
|     | うち大企業  | 33.3%      | 39.4% | 27.3% | 49.5%   | 35.6% | 14.9% |        |       |       |            |       |       |
|     | うち中小企業 | 41.4%      | 36.4% | 22.2% | 44.1%   | 37.2% | 18.8% |        |       |       |            |       |       |

[図23] 取引先シェアの高い取引先との取引依存度（納入事業者全体）（令和元年）



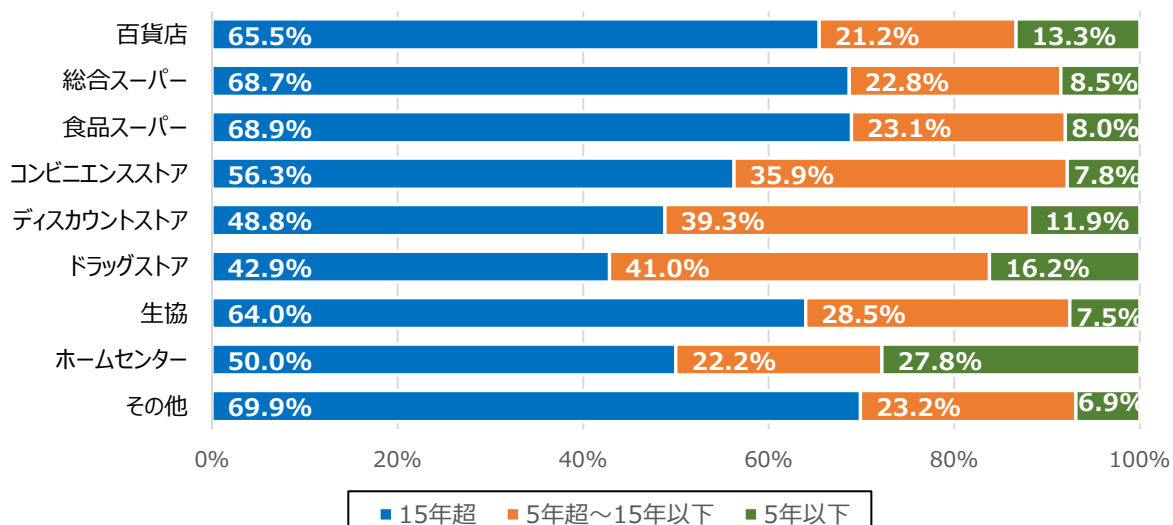
### (3) 取引シェアの高い取引先との取引年数

- 取引シェアの高い取引先との取引年数については、「15 年超」の割合が最も高い業態が多い。
- コンビニエンスストア、ディスカウントストア、ドラッグストアは令和元年調査に引き続き、スーパー、生協に比べると取引年数が長い割合が少ない。

[表 27] 取引シェアの高い取引先との取引年数（令和元年）

| 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 |           |       |
|-----|--------|------------|-----------|-------|---------|-----------|-------|--------|-----------|-------|------------|-----------|-------|
|     |        | 15年超       | 5年超～15年以下 | 5年以下  | 15年超    | 5年超～15年以下 | 5年以下  | 15年超   | 5年超～15年以下 | 5年以下  | 15年超       | 5年超～15年以下 | 5年以下  |
| 回答数 | 合計     | 108        | 35        | 22    | 388     | 129       | 48    | 266    | 89        | 31    | 36         | 23        | 5     |
|     | うち大企業  | 5          | 0         | 0     | 38      | 5         | 4     | 25     | 4         | 2     | 8          | 3         | 2     |
|     | うち中小企業 | 103        | 35        | 22    | 350     | 124       | 44    | 241    | 85        | 29    | 28         | 20        | 3     |
| 構成比 | 合計     | 65.5%      | 21.2%     | 13.3% | 68.7%   | 22.8%     | 8.5%  | 68.9%  | 23.1%     | 8.0%  | 56.3%      | 35.9%     | 7.8%  |
|     | うち大企業  | 100.0%     | 0.0%      | 0.0%  | 80.9%   | 10.6%     | 8.5%  | 80.6%  | 12.9%     | 6.5%  | 61.5%      | 23.1%     | 15.4% |
|     | うち中小企業 | 64.4%      | 21.9%     | 13.8% | 67.6%   | 23.9%     | 8.5%  | 67.9%  | 23.9%     | 8.2%  | 54.9%      | 39.2%     | 5.9%  |
| 区分  |        | 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    |           |       |
|     |        | 15年超       | 5年超～15年以下 | 5年以下  | 15年超    | 5年超～15年以下 | 5年以下  | 15年超   | 5年超～15年以下 | 5年以下  | 15年超       | 5年超～15年以下 | 5年以下  |
| 回答数 | 合計     | 82         | 66        | 20    | 45      | 43        | 17    | 119    | 53        | 14    | 9          | 4         | 5     |
|     | うち大企業  | 8          | 5         | 2     | 11      | 5         | 1     | 14     | 4         | 4     | 1          | 0         | 0     |
|     | うち中小企業 | 74         | 61        | 18    | 34      | 38        | 16    | 105    | 49        | 10    | 8          | 4         | 5     |
| 構成比 | 合計     | 48.8%      | 39.3%     | 11.9% | 42.9%   | 41.0%     | 16.2% | 64.0%  | 28.5%     | 7.5%  | 50.0%      | 22.2%     | 27.8% |
|     | うち大企業  | 53.3%      | 33.3%     | 13.3% | 64.7%   | 29.4%     | 5.9%  | 63.6%  | 18.2%     | 18.2% | 100.0%     | 0%        | 0.0%  |
|     | うち中小企業 | 48.4%      | 39.9%     | 11.8% | 38.6%   | 43.2%     | 18.2% | 64.0%  | 29.9%     | 6.1%  | 47.1%      | 23.5%     | 29.4% |
| 区分  |        | その他        |           |       | 全体      |           |       |        |           |       |            |           |       |
|     |        | 15年超       | 5年超～15年以下 | 5年以下  | 15年超    | 5年超～15年以下 | 5年以下  |        |           |       |            |           |       |
| 回答数 | 合計     | 590        | 196       | 58    | 1,643   | 638       | 220   |        |           |       |            |           |       |
|     | うち大企業  | 20         | 9         | 1     | 130     | 35        | 16    |        |           |       |            |           |       |
|     | うち中小企業 | 570        | 187       | 57    | 1,513   | 603       | 204   |        |           |       |            |           |       |
| 構成比 | 合計     | 69.9%      | 23.2%     | 6.9%  | 65.7%   | 25.5%     | 8.8%  |        |           |       |            |           |       |
|     | うち大企業  | 66.7%      | 30.0%     | 3.3%  | 71.8%   | 19.3%     | 8.8%  |        |           |       |            |           |       |
|     | うち中小企業 | 70.0%      | 23.0%     | 7.0%  | 65.2%   | 26.0%     | 8.8%  |        |           |       |            |           |       |

[図24] 取引先シェアの高い取引先との取引年数（納入事業者全体）（令和元年）



## 2 取引先との課題等の状況

### 2-1 第1位から第3位の課題等

#### (1) 課題等の内容（上位3つの課題等）

- 「生協」を除く全ての業態において、最も多く挙げられた課題は「取引価格や単価」である。
- 「物流コストの負担」、「納品時間・期限等の指定」も同様にどの業態でも多く見られる課題である。

〔表 28〕 取引先との課題等の状況（上位3つの課題等）（令和元年）

| 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 | 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     | 20  | 127    | 141    | 10         | 50         | 19      | 26 | 7       | 110 |
| 代金の減額       | 2   | 5      | 4      | 1          | 2          | 2       | 1  | 0       | 8   |
| 代金の支払い遅延    | 1   | 4      | 8      | 1          | 0          | 1       | 0  | 0       | 44  |
| 買いたたき       | 0   | 3      | 12     | 1          | 7          | 2       | 0  | 1       | 7   |
| 納品時間・期限等の指定 | 11  | 54     | 51     | 7          | 6          | 7       | 29 | 0       | 28  |
| 物流コストの負担    | 17  | 54     | 89     | 6          | 17         | 8       | 10 | 4       | 50  |
| 検品          | 4   | 3      | 5      | 3          | 3          | 0       | 2  | 0       | 4   |
| 返品          | 11  | 18     | 33     | 5          | 5          | 16      | 7  | 0       | 23  |
| 受領拒否        | 0   | 0      | 0      | 0          | 1          | 0       | 0  | 0       | 1   |
| 過度の情報開示     | 3   | 2      | 2      | 3          | 1          | 1       | 11 | 0       | 5   |
| PB商品の契約     | 1   | 3      | 2      | 1          | 1          | 1       | 0  | 0       | 3   |
| 労務の提供       | 8   | 6      | 14     | 3          | 4          | 5       | 3  | 0       | 3   |
| 購入・利用強制     | 0   | 2      | 6      | 0          | 2          | 0       | 0  | 1       | 12  |
| その他         | 15  | 31     | 21     | 4          | 7          | 7       | 8  | 2       | 47  |
| 課題別合計       | 93  | 312    | 388    | 45         | 106        | 69      | 97 | 15      | 345 |

#### (2) 課題等のある取引先への取引依存度（上位3つの課題等）

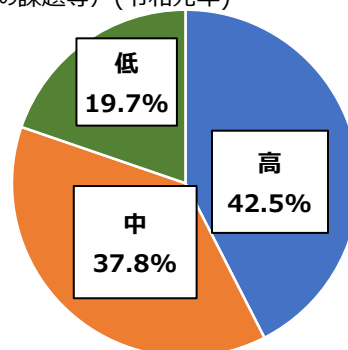
- 課題等のある取引先への依存度については、「中」が41.2%と最も多く、次いで、「高」が32.0%、「低」が26.8%であった。

※ 令和元年調査では依存度を定義していなかったが、令和2年調査では取引依存度について、売上高に対して50%以上を占める業態については「高」、20%以上50%未満の業態については「中」、20%未満の業態については「低」と定義している。

〔図25〕 課題等のある取引先への取引依存度  
（上位3つの課題等）（令和元年）

〔表 29〕 課題等のある取引先への取引依存度  
（上位3つの課題等）（令和元年）

| 区分  | 高     | 中     | 低     | 合計     |
|-----|-------|-------|-------|--------|
| 回答数 | 921   | 819   | 428   | 2,168  |
| 構成比 | 42.5% | 37.8% | 19.7% | 100.0% |





**【問2】取引事業者との取引関係で「困っていること、課題等となっていること」等の中で、貴社が主な課題とお考えの3つについて御回答ください。**

御回答については、P.3以降のアンケート調査票の該当する□にチェック（✓）を入れてください。

注1：「課題等の内容」は、以下の＜選択項目の概要＞を参考に選択してください。

注2：「理由」は、（ ）内に**課題等となっている理由**を可能な範囲で具体的に記入してください。

注3：「要因」は、**課題等を改善することが出来ない要因**を選択してください。

注4：各項目で「その他」を選択した場合、（ ）内に可能な範囲で具体的に記入してください。

＜選択項目の概要＞

|            | 選択項目          | 概 要                                                          |
|------------|---------------|--------------------------------------------------------------|
| 課題等の<br>内容 | ● 取引価格や単価     | → 原料相場が高騰しているが納品する商品価格は据え置きされ、価格の交渉ができない など                  |
|            | ● 代金の減額       | → 当方の責めに帰すべき理由もなく、先方の都合により、あらかじめ定めた代金が減額される など               |
|            | ● 代金の支払遅延     | → 商品を受領後に定められた支払期日までに代金が支払われない など                            |
|            | ● 買ったとき       | → 類似商品の価格や流通している市場価格に比べ著しく低い代金を定められる など                      |
|            | ● 納品時間・期限等の指定 | → 指定時間が限定的かつ短い、又は賞味期限に関する1／3ルール等を踏まえた過剰な納品期限を設定した納品を求められる など |
|            | ● 物流コストの負担    | → トラックドライバー不足等により配送コストが増加しているが値上げ交渉を拒まれ、自社でコスト増加分を負担している など  |
|            | ● 検品          | → 過剰な条件等による検品を求められる など                                       |
|            | ● 返品          | → 商品を受領後、当方に責任のある不良品等以外のものを返品される など                          |
|            | ● 受領拒否        | → 先方の指示等により注文された商品について当方に責任がないのに受領を拒まれる など                   |
|            | ● 過度の情報開示     | → 先方から納品する商品等に関する詳細な情報開示を求められる など                            |
|            | ● PB商品の契約     | → 契約に基づく生産ロットを守らない、見積もり時の大ロット製造ではなく小ロット対応を求められる など           |
|            | ● 労務の提供       | → 先方の業務等に対し当方の従業員派遣など労務の提供を求められる など                          |
|            | ● 購入・利用強制     | → 先方が指定する物品や役務を強制的に購入又は利用することを求められる など                       |

<上位3つの課題等について御回答ください>

**第1位の課題等**

該当する業態を選択し、その業態との取引関係における課題等について御回答ください。

- ☐ 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（具体的に記入してください：                      ）

|     | 項 目 （1つ選択してください）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 内 容 | <div> <input type="checkbox"/> 取引価格や単価      <input type="checkbox"/> 代金の減額                      <input type="checkbox"/> 代金の支払遅延<br/> <input type="checkbox"/> 買ったたき          <input type="checkbox"/> 納品時間・期限等の指定      <input type="checkbox"/> 物流コストの負担<br/> <input type="checkbox"/> 検品                      <input type="checkbox"/> 返品                                  <input type="checkbox"/> 受領拒否<br/> <input type="checkbox"/> 過度の情報開示      <input type="checkbox"/> PB商品の契約                  <input type="checkbox"/> 労務の提供<br/> <input type="checkbox"/> 購入・利用強制      <input type="checkbox"/> その他<br/>                     &lt;その他の場合、具体的に記入してください&gt;<br/>                     → { }                 </div> |
| 頻 度 | <div> <input type="checkbox"/> しばしば（同じ事が何度も重なって行われる）<br/> <input type="checkbox"/> ときどき（ある時間を置いて繰り返される）<br/> <input type="checkbox"/> まれに（非常に少ない）<br/> <input type="checkbox"/> その他<br/>                     &lt;その他の場合、具体的に記入してください&gt;<br/>                     → { }                 </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 理 由 | <div>                     &lt;具体的に記入してください&gt;<br/>                     → { }                 </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 要 因 | <div> <input type="checkbox"/> 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<br/> <input type="checkbox"/> 取引関係において対応等を断ることが困難<br/> <input type="checkbox"/> 他社との差別化のために多少、無理な対応を提案<br/> <input type="checkbox"/> 契約書等の書面で合意されている内容<br/> <input type="checkbox"/> 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<br/> <input type="checkbox"/> 国等からの規制（賞味期限など）<br/> <input type="checkbox"/> その他<br/>                     &lt;その他の場合、具体的に記入してください&gt;<br/>                     → { }                 </div>                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 範 囲 | <div> <input type="checkbox"/> 当社のみ                  <input type="checkbox"/> 当社の営業エリア内（一部地域）                  <input type="checkbox"/> 全国の業界内<br/> <input type="checkbox"/> その他<br/>                     &lt;その他の場合、具体的に記入してください&gt;<br/>                     → { }                 </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 依 存 | <div> <input type="checkbox"/> 高      <input type="checkbox"/> 中      <input type="checkbox"/> 低                 </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 年 数 | <div> <input type="checkbox"/> 5年以下      <input type="checkbox"/> 5年超～15年以下      <input type="checkbox"/> 15年超                 </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |



## 第2位の課題等

該当する業態を選択し、その業態との取引関係における課題等について御回答ください。

- |                                                   |                                     |                                  |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 百貨店                      | <input type="checkbox"/> 総合スーパー     | <input type="checkbox"/> 食品スーパー  |
| <input type="checkbox"/> コンビニエンスストア               | <input type="checkbox"/> ディスカウントストア | <input type="checkbox"/> ドラッグストア |
| <input type="checkbox"/> 生協                       | <input type="checkbox"/> ホームセンター    |                                  |
| <input type="checkbox"/> その他（具体的に記入してください： _____） |                                     |                                  |

|     | 項 目 （1つ選択してください）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 内 容 | <input type="checkbox"/> 取引価格や単価 <input type="checkbox"/> 代金の減額 <input type="checkbox"/> 代金の支払遅延<br><input type="checkbox"/> 買ったたき <input type="checkbox"/> 納品時間・期限等の指定 <input type="checkbox"/> 物流コストの負担<br><input type="checkbox"/> 検品 <input type="checkbox"/> 返品 <input type="checkbox"/> 受領拒否<br><input type="checkbox"/> 過度の情報開示 <input type="checkbox"/> PB商品の契約 <input type="checkbox"/> 労務の提供<br><input type="checkbox"/> 購入・利用強制 <input type="checkbox"/> その他<br><その他の場合、具体的に記入してください><br>[ _____ ] |
| 頻 度 | <input type="checkbox"/> しばしば（同じ事が何度も重なって行われる）<br><input type="checkbox"/> ときどき（ある時間を置いて繰り返される）<br><input type="checkbox"/> まれに（非常に少ない）<br><input type="checkbox"/> その他<br><その他の場合、具体的に記入してください><br>→ [ _____ ]                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 理 由 | <具体的に記入してください><br>→ [ _____ ]                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 要 因 | <input type="checkbox"/> 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<br><input type="checkbox"/> 取引関係において対応等を断ることが困難<br><input type="checkbox"/> 他社との差別化のために多少、無理な対応を提案<br><input type="checkbox"/> 契約書等の書面で合意されている内容<br><input type="checkbox"/> 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<br><input type="checkbox"/> 国等からの規制（賞味期限など）<br><input type="checkbox"/> その他<br><その他の場合、具体的に記入してください><br>→ [ _____ ]                                                                                                                              |
| 範 囲 | <input type="checkbox"/> 当社のみ <input type="checkbox"/> 当社の営業エリア内（一部地域） <input type="checkbox"/> 全国の業界内<br><input type="checkbox"/> その他<br><その他の場合、具体的に記入してください><br>→ [ _____ ]                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 依 存 | <input type="checkbox"/> 高 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 低                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 年 数 | <input type="checkbox"/> 5年以下 <input type="checkbox"/> 5年超～15年以下 <input type="checkbox"/> 15年超                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

### 第3位の課題等

該当する業態を選択し、その業態との取引関係における課題等について御回答ください。

- |                                                   |                                     |                                  |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 百貨店                      | <input type="checkbox"/> 総合スーパー     | <input type="checkbox"/> 食品スーパー  |
| <input type="checkbox"/> コンビニエンスストア               | <input type="checkbox"/> ディスカウントストア | <input type="checkbox"/> ドラッグストア |
| <input type="checkbox"/> 生協                       | <input type="checkbox"/> ホームセンター    |                                  |
| <input type="checkbox"/> その他（具体的に記入してください： _____） |                                     |                                  |

|     | 項 目 （1つ選択してください）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 内 容 | <input type="checkbox"/> 取引価格や単価 <input type="checkbox"/> 代金の減額 <input type="checkbox"/> 代金の支払遅延<br><input type="checkbox"/> 買ったたき <input type="checkbox"/> 納品時間・期限等の指定 <input type="checkbox"/> 物流コストの負担<br><input type="checkbox"/> 検品 <input type="checkbox"/> 返品 <input type="checkbox"/> 受領拒否<br><input type="checkbox"/> 過度の情報開示 <input type="checkbox"/> PB商品の契約 <input type="checkbox"/> 労務の提供<br><input type="checkbox"/> 購入・利用強制 <input type="checkbox"/> その他<br><その他の場合、具体的に記入してください><br>→ { _____ } |
| 頻 度 | <input type="checkbox"/> しばしば（同じ事が何度も重なって行われる）<br><input type="checkbox"/> ときどき（ある時間を置いて繰り返される）<br><input type="checkbox"/> まれに（非常に少ない）<br><input type="checkbox"/> その他<br><その他の場合、具体的に記入してください><br>→ { _____ }                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 理 由 | <具体的に記入してください><br>→ { _____ }                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 要 因 | <input type="checkbox"/> 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<br><input type="checkbox"/> 取引関係において対応等を断ることが困難<br><input type="checkbox"/> 他社との差別化のために多少、無理な対応を提案<br><input type="checkbox"/> 契約書等の書面で合意されている内容<br><input type="checkbox"/> 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<br><input type="checkbox"/> 国等からの規制（賞味期限など）<br><input type="checkbox"/> その他<br><その他の場合、具体的に記入してください><br>→ { _____ }                                                                                                                                |
| 範 囲 | <input type="checkbox"/> 当社のみ <input type="checkbox"/> 当社の営業エリア内（一部地域） <input type="checkbox"/> 全国の業界内<br><input type="checkbox"/> その他<br><その他の場合、具体的に記入してください><br>→ { _____ }                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 依 存 | <input type="checkbox"/> 高 <input type="checkbox"/> 中 <input type="checkbox"/> 低                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 年 数 | <input type="checkbox"/> 5年以下 <input type="checkbox"/> 5年超～15年以下 <input type="checkbox"/> 15年超                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

- ◎ その他、新型コロナウイルス感染症拡大による影響、食品等の取引における商習慣（関係法に基づく禁止事項を含む）上の悩み、課題や国への要望等がありましたら是非、御記入ください。

また、取引における商習慣上の悩み等については、小売事業者のみではなく、他の業態の事業者との取引関係における悩みや課題でも結構です。

・・・・・・・・ 本アンケート調査に御協力をいただきまして、ありがとうございました。 ・・・・・・・・