

国内消費力の活性化をともに考え、努力を重ねる年



挨拶する
國分勘兵衛会長

「酒類食料品業懇話会 新年賀詞交歓会」は、1月5日（月）東京都内のロイヤルパークホテルで恒例の新年賀詞交歓会を開催した。都内最大の業界新年会ということもあり、今年も卸、メーカーなど270社、約900人が参集し、晴れやかな雰囲気の中で新春の慶びを分かち合った。冒頭に参加者全員で「君が代」と「1月1日の歌」を斉唱。続いて同会の会長の國分勘兵衛氏（国分（株））が登壇し、「去年は消費増税があったが、増税分の転嫁も特に問題なく順調にいった。衆議院選挙では投票率は低かったものの与党が圧勝し、アベノミクスが評価された形だ。円安が進み外国人観光客が1300万人訪れるなど、日本経済に好影響を与えている。今年は戦後70年の節目の年にあたる。この間、わが国はいくつもの困難を乗り越えて発展してきたが、現在は成熟・飽和社会に移行している。量的成長が困難な酒類・食品業界ではあるが、今年は縮小する国内マーケットの中で消費力をいかに活性化するか皆様とともに考え、努力を重ねる年としたい」と挨拶し、業界ぐるみの需要創造を会場の業界幹部に呼びかけた。続いて年男を代表して松川隆志氏（日本酒類販売（株））が「新聞のコラムの“ひつじ”はだめだ、“おおかみ”になれという言葉に傷ついた。」と話し会場の笑いを誘った後、「今年は乙未（きのとひつじ） “きのと”は逆風や課題を克服して成果を残すこと。これは業界全体を示すのではないか。今年は逆風を乗り越えて成果を出す年にしよう」と力強く乾杯の発声を行った。中締めでは井上 彪氏（三菱食品（株））が世界の情勢から見た日本の現状について、「世界的に見ても一国ではどうしようもない集団協調体制の時代となっている。非常に複雑な状況に入り不安定な要素は多いが、前向きに捉えて従来通り知恵を駆使して乗り越えていこう」と述べ万歳三唱し閉会した。



挨拶する松川隆志氏



壇上に並ぶ年男の皆さん



交歓会会場

“運・純・根”で難局突破、関西から元気を発信

「大阪食品業界 新春名刺交換会」は、1月5日(月)大阪市の太閤園で日食協近畿支部と大阪府食品卸同業会との共催で行われ、190社、560人が集まり、新年の門出を祝った。主催者を代表して、日食協近畿支部長の星 秀一氏(伊藤忠食品(株))は、「今年の日本経済は、後半に景気回復が始まるといううれしい予測があったものの、原材料高騰による商品価格の値上げ、人件費・物流費のコストアップは当分続く。製配販の関係各社が一体となって、この課題に真摯に取り組む必要がある」「初詣で、“ぜひとも運の良い年にしたい”とお願いした。運について田原総一朗さんによると、近江商人の教えと言えは“三方よし”が有名だが、もう一つ“運・鈍・根”という言葉もあるようだ。“鈍”は鈍感、“根”は根気。ばかになって根気よくやる、失敗しても何度も挑戦する人に運が開けるという意味。かの松下幸之助さんも、“運の良い人”を採用・登用した。運の良い人はまず志を立て、人の縁を大切に、与えられた環境に最善を尽くす。今年も厳しいことが予想されるが“運・鈍・根”と“運の良い人”の心構えで、1年をスタートしたいと思う」と挨拶した。乾杯の音頭は、佐藤 晋氏(日清オイリオグループ(株))が発声。「私が調べたところ、食品業界では現在45社が今年の値上げを発表している。値上げが全てではないが、食品に携わるものが真の価値を伝えて、正しい価格で販売することがアベノミクスの一つの支えになる。製配販の三位一体による協力体制がこれから一層必要になるが、これにマスコミの“伝”も加えた、“製配販伝”の四位一体でこの難局をスタートから乗り切れば、4月以降の新年度はさらに勢いづく。われわれ食品業界がアベノミクスを引っ張るという気概をもって進めていこう」と高らかに杯を掲げた。中締めは大阪府食品卸同業会会長の大釜賢一氏(伊藤忠食品(株))が行い、「今年は未年。未は群れをなすことから家族の安泰と評されているが、食品業界はいつになれば安泰になるのか見通しがきかず、困難な課題が山積している。ある著名な経営者が“困難は解決策を連れてくる”と言ったそうで、逆に考えれば困難から逃げれば解決策からも逃げることになる。困難に真正面から向き合って、挑戦し続ける1年にしよう」と話し、食品流通業界の健全な発展を願って三本締めで締めた。

流通構造は変化真ただ中、メーカーとの連携を蜜に



挨拶する永津邦彦会長

東海エリアの食品業界は、1月5日(月)恒例の新春賀詞交歓会を中部食料品問屋連盟と中部缶詰製造協会の共催で名古屋観光ホテルで開催された。当日は2団体の会員企業、賛助会員のメーカー各社から610名が参加、中部地区食品業界の年頭を飾る恒例行事に相応しい盛大な催しとなった。開催にあたり中部食料品問屋連盟会長永津邦彦氏((株)トーカー)は「昨年はアベノミクスの3本の矢に始まる円安、株高も出てきたが、消費増税によって4月以降は消費が落ち込み、夏場の冷夏によって夏物消費が落ち込むなど大変厳しい1年であった。新しい年の基調も非常に厳しかった昨年同様であり、厳しい年になると考えられる。流通を取り巻く環境は大きく変化しようとして

いる。内食・中食・外食の3つのせめぎ合いに加え、流通3層の寡占化の進行は状況をより困難なものとしている。少子高齢化の影響もあり流通の構造は変革の真つ只中にある。今年は未年であり、ひつじは未の字をあてる。未完成や未来、未成熟などに使われるように揺らぐ年が想定されるが、我々は変化対応の先駆けとなり着実に次の手を打っていききたい。卸しとして消費者の要望に応える機能をメーカーとともに開発し、小売に示していく事が大事となる。オムニチャネルが話題になっているが、ネットとリアル店舗を結びつける流通は今後さらに市場が拡大し、17年度には50兆円規模になると予測されている。我々もこうした流通の変化に遅れることなくメーカーの皆様と手を組んでやっていきたい。」と挨拶。続いて、中部缶詰製造協会会長三輪克行氏(カゴメ(株))が挨拶と乾杯の発声行い懇親会が開幕した。宴半ばに中部食料品問屋連盟副会長青木昌博氏((株)名給)が中締めを行って散会した。



交歓会会場

製・配・販3層で知恵を出し合い、健全な関係築く



挨拶する
村山圭一支部長

日食協北海道支部は1月6日(火)、京王プラザホテル札幌に於いて平成27年加工食品業界新年交礼会を開催し、会員卸、賛助会員ら約300人が参加した。当日は日食協北海道支部長村山圭一氏(スハラ食品(株))が「昨年は増税、金融緩和、円安、株価上昇という4つのキーワードが挙げられる。今年に対する期待はあるが、30年にわたる少子化、20年にわたるデフレ克服には相当な覚悟が必要である。また地方活性化のためには自然、観光、農林水産業の活用が鍵となるが、北海道は最も恵まれている地域といえる。北海道食品業界全体が健全に発展するよう製・配・販3層が知恵を出し合って秩序ある企業活動を行い、WIN-WINの関係を築くことが必要だと思う」と挨拶した。続いて賛助会員世話人会を代表して久我章良氏(北海道味の素(株))は「2015年は生活者の消費



祝杯の挨拶をする
久我章良氏

回復、北海道新幹線開業による道南エリアを中心とした設備投資の活発化、観光関連事業者が引き続き好調など成長要素が期待されている。食品業界の中でその見込みを実行するのはわれわれであり、見込み以上に成長するために力をあわせ、知恵を絞り、需要創造、価値創造活動を行っていきたい」と述べ、祝杯を上げた。中締めは、副支部長の成田祐一氏（日本アクセス北海道（株））が行い、「製配販3層が手を取り合ってバリューチェーンに対して、しっかり取り組んでいくことが大事と

思う。われわれが提供していく商品、サービスの価値を売り場を通し、消費者にしっかり理解してもらい、支持いただけることが重要だと考える。今年もこれまで以上に会員の結束を強化して、希望にあふれた年に変えていきたい」と述べ、散会となった。



結びの挨拶をする
成田祐一氏



交礼会会場

加工食品卸業界の発展と存在価値の向上

日食協九州沖縄支部の「平成27年度新年交礼会」は1月5日（月）ホテル日航福岡で開催され、福岡県の主要卸はもとより、九州各地区卸同業会、メーカー幹部らが出席、新年の始まりを祝った。日食協九州沖縄支部長の本村道生氏（コゲツ産業（株））は「今年は戦後70年となっている。当時日本は大半が焼け野原になった。しかし、国民の努力によってその後、大きく急成長を遂げた。東西冷戦終結後、日本経済は最高潮に達したがグローバル化に遅れ、バブル崩壊も経験した。近年はアベノミクスによる景気回復機運もあるが、消費環境は厳しいものがある。食品業界は円安、原料高による逆風。地域によっては人口減が続き浮沈が激しい。昨年の消費増税は実施後には天候不順も加えて回復が遅れた。今年は消費上昇が見込まれながら価格改定が行われ、消費環境が整わない状況となっている。所得が上がり、消費が活性化することを望む。当協会の精神は加工食品卸

業界の発展、存在価値の向上を掲げている。この努力を続ける。ご理解とご支援をお願いする」と挨拶した。続いて賛助会員を代表して味の素九州支社長の深瀬成利氏が「昨年は消費増税後、消費の回復が待たれたが、天候不順も併せて厳しいものがあった。デフレ脱却といわれ、電機業界は好調に推移しているが、食品業界は円安、原料高で厳しく、今年からは価格改定が始まる。今年は地方創生がキーワードであり、家計、地方、中小企業を含めて日本全体に恩恵が行きわたることが望ましい。昨年は大ヒット商品がない1年であったがメーカーとして新しい価値の伴う商品開発が求められる。安全・安心、おいしさ、健康、時短、小容量化などヒットの鍵がある。市場活性化のため大型の新商品を上梓し、価格ではない価値の訴求を続けていきたい。その上で、卸さまとともに売り場作りを応援し、製配販の協調で九州食品業界の健全化、発展に力を注いでいきたい」と述べた。中締めは副支部長の田村哲丸氏(ヤマエ久野(株))が「厳しい環境ながら、勝機をどう見出すか。そこに自分の力を最大限集中し、九州食品業界の適正化を進めていきたい。この認識を共有しよう。今年から価格改定は大きなチャンスだ」と締めくくった。

品質の向上と消費拡大へ

缶詰・びん詰・レトルト食品業界の関連8団体は1月7日(水)、東京大手町の経団連会館で新年賀詞交歓会を開催した。主催8団体は、日本缶詰・びん詰・レトルト食品協会、日本加工食品卸協会、日本製罐協会、食品環境検査協会、日本鮪缶詰輸出水産業組合、日本水産缶詰輸出水産業組合、日本蜜柑缶詰工業組合、日本ジャム工業組合。

冒頭、主催者8団体を代表して日本缶詰・びん詰・レトルト食品協会会長の西 秀訓氏(カゴメ(株))は「協会の創立以来の理念である“消費者の利益は業界の利益となる”の考えの下、安全性の確保と品質向上に今年も取り組んでいく。消費者の不信感を払拭し、期待に応えるような活動を展開していきたい」と抱負を述べた。西会長は、業界活動に関し、「4つの基幹事業(普及啓発、調査・情報伝達、人材育成・相談、研究開発)を柱に、会員相互の扶助を目的とした活動に今後も取り組む」と挨拶。その中で「昨年は会長として秋葉原の防災の日イベントや技術大会などに参加したが、企業の枠組みを超えた業界活性化の取り組みとして、非常に有意義だと感じた」と所感を述べた。また業界の現状に関し、「災害や天候不順が相次ぐ中、社会的貢献を果たす分野であると思う。市場ではプレミアム缶詰に代表される購買目的が明確な商品が好調に推移しており、消費者の選別観も多様化している。メーカーもこの視点に立った付加価値提案を行う事が重要だ」と意欲を示した。来賓を代表して農林水産省食料産業局の岩瀬忠篤次長が祝辞を披露。新しい介護食品「スマイルケア食」の開発・普及に取り組んでいることや、地域で育まれた食品の名称を知的財産として登録・保護する「地理的表示保護制度」が今年半ばにスタートすることを紹介した。この後、恒例により関連8団体のトップが登壇し、日本加工食品卸協会の國分勘兵衛会長が音頭をとって乾杯し、会場は熱気と歓声に包まれた。中締めは、日本製罐協会の三木啓史会長の発声で3本締めを行い散会した。



関連 8 団体のトップが登壇

地方の景気回復実現

日本加工食品卸協会四国支部が後援する「四国地区食品業界名刺交換会」が1月6日(火)JRホテルクレメント高松で開催され卸・メーカーなど約160名が参加した。竹内康雄旭食品(株)副会長は挨拶し「景気回復基調から一服した感がある。急激な円安で輸出企業と内需型企業で明暗が分かれた。地方においても景気回復が実感できるような政策を期待している。旭食品としてはトモシアグループの一員として様々な課題に取り組んでおり、四国の経済と食の分野から盛り上げていきたい」と述べた。その後、竹内旭食品副会長、山下俊太西野金陵常務、吉川邦男四国国分社長による鏡開きを行った。続いて、福田博文味の素四国支店長が「今年の干支は未。未は群れをなす生き物で業界が一致団結して“メエー メエー”が力を発揮する年にしよう」と乾杯の発声で開宴した。中締めは芹澤雅明MS四国社長が「アベノミクスによる景気回復は一部では高級な商品が売れるなど効果が出ている。安倍(ABE)政権の成績は金融はA、財政はB、成長戦略はEで努力が必要だ。四国の経済についてもまだまだ努力が必要で、それぞれの個人の力により四国経済は発展するので頑張ろう」と述べ散会となった。

第37回 異業種交流委員会開催

－ 2月13日 －

第37回異業種交流委員会が、平成27年2月13日（金）午後3時から今回の幹事団体である全国米穀販売事業共済協同組合のある食糧会館の会議室で開催された。弊協会からは奥山専務理事と宇津宮事業部長が参加した。幹事団体事務局の石原常務理事の司会進行で議事が開始され、参加団体からそれぞれ提出議題について報告し、質疑応答を行った。今回は特に全国医療品卸商連合会から報告のあった社会現象化しているインバウンド対応策についての情報交換が興味深いテーマであった。各団体からの報告事項は以下のとおり。

①（一社）日本加工食品卸協会

- ・食プロ（食の6次産業化プロデューサー制度）について
- ・2015年食品業界の課題

②（一社）日本医薬品卸売業連合会

- ・平成25年度大衆薬卸部門経営効率調査について

③全国医療品卸商連合会

- ・消費税増税後の景況と景気回復についての情報交換
- ・インバウンド対応策（社会現象化）の情報交換

「物流問題を検討する会」開催

－ 物流問題研究会 －

物流問題研究会は、2月26日（木）（一社）日本即席食品工業協会（即食協）と共催で「物流問題を検討する会」を開催した。弊協会の今年度の事業方針として、現状加工食品卸業界は、大変厳しい経営環境にあるため、弊協会が主体となって食品流通システムの再構築を行って、業界インフラの整備強化を図り、業界のコスト合理化を実現して、いづれでも業界の同質競争の緩和に努めたいと活動を行っている。特に物流の合理化は、SCMに多くの原資があるものと考え、物流問題研究会は製・配・販連携協議会とも連携して、「納品時間の緩和」をテーマに精力的に取り組んできた。その活動の中で弊協会の賛助会員であるJPR（MHS機器標準化を進める会）の協力を得て、物流問題研究会の会員卸の汎用型物流拠点の運営実態についてアンケート調査を行った。その結果、物流拠点の課題として、即席ラーメン類は、バラ積み状態での配送であることから、配送納品する運転手がパレットへの荷下ろし、積み替え作業を行っているため、パレット積み配送納品に比べ、多大な時間を要していることが明確になった。この実態を踏まえ、物流問題研究会は、日本即席食品工業協会様に商品特性に合致し、輸送の合理化、品質保全を前提としたパレット積み配送のあり方についてご検討をお願いする文書を提出した。（平成19年も同様のお願い

文書を提出)さらに昨年9月には、即食協に属する大手即席麺メーカーの営業本部長クラスが委員となっている企画委員会にて実態を説明し改善をお願いした。物流環境は、物流人員の不足による物流費の高騰や国土交通省のトラック事業者との取引ガイドラインが見直され近々着荷主の役割も具体的に明記される新たなガイドラインが公表されるといった大きな変化があることを受け、今回お互いの物流実務者が環境認識を共有化して課題の解決に向けて前向きに話し合う検討会を設けるべく開催となった。

「物流問題を検討する会」参加団体・企業

- ・（一社）日本即席食品工業協会
- ・ エースコック（株）
- ・ サンヨー食品（株）
- ・ 東洋水産（株）
- ・ 日清食品（株）
- ・ ハウス食品（株）
- ・ 明星食品（株）
- ・（一社）日本加工食品卸協会
- ・ 伊藤忠食品（株）
- ・ 国分（株）
- ・（株）日本アクセス
- ・ 三井食品（株）
- ・ 三菱食品（株）



物流問題を検討する会

「物流問題を検討する会」の資料からの抜粋

即席麺業界の流通について

3. 即席麺業界の流通について

① 現状

即席麺業界においては、タッチポイント毎にバラ積みバラ降ろしがされています。
部分的にパレットを利用しているものの、各社独自のルールで運用されています。

（メーカー）

- ・ バラ積みによるバラ輸送がメイン
- ・ 会社サイズの異なる自社パレットを利用
- ・ 幹線輸送の車輛不足
- ・ 積載効率優先（車輛・自社パレット）

（物流事業者）

- ・ 小口多配送
- ・ 積み降ろし時間
- ・ 待機時間
- ・ 手荷役による汚損、破損

（卸・小売り）

- ・ 納品時間指定
- ・ 発注ロット/頻度や返品
- ・ バースの占有時間

（物流環境）

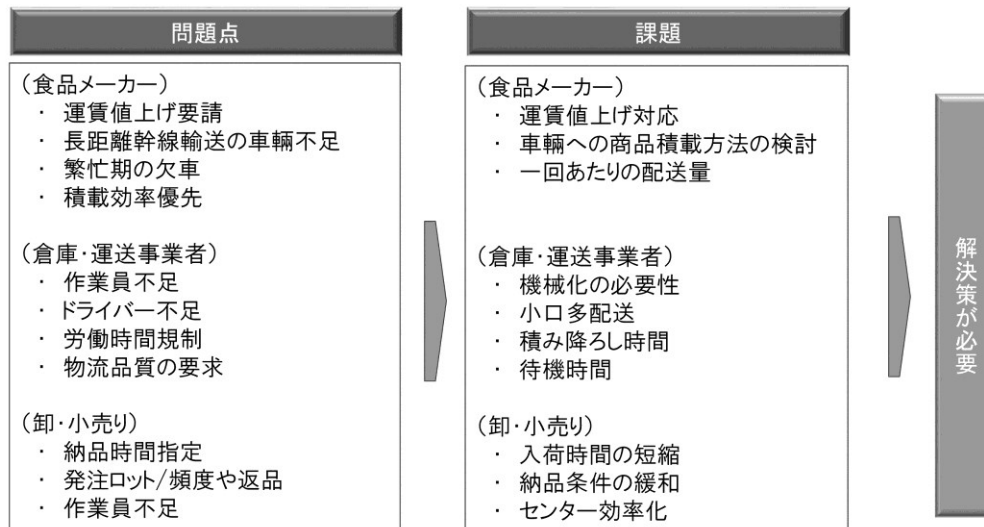
- ・ ドライバー不足
- ・ 作業員不足
- ・ 工場・センター等の周辺環境への配慮（待機車輛）



物流環境変化への対応が必要

② 問題と課題

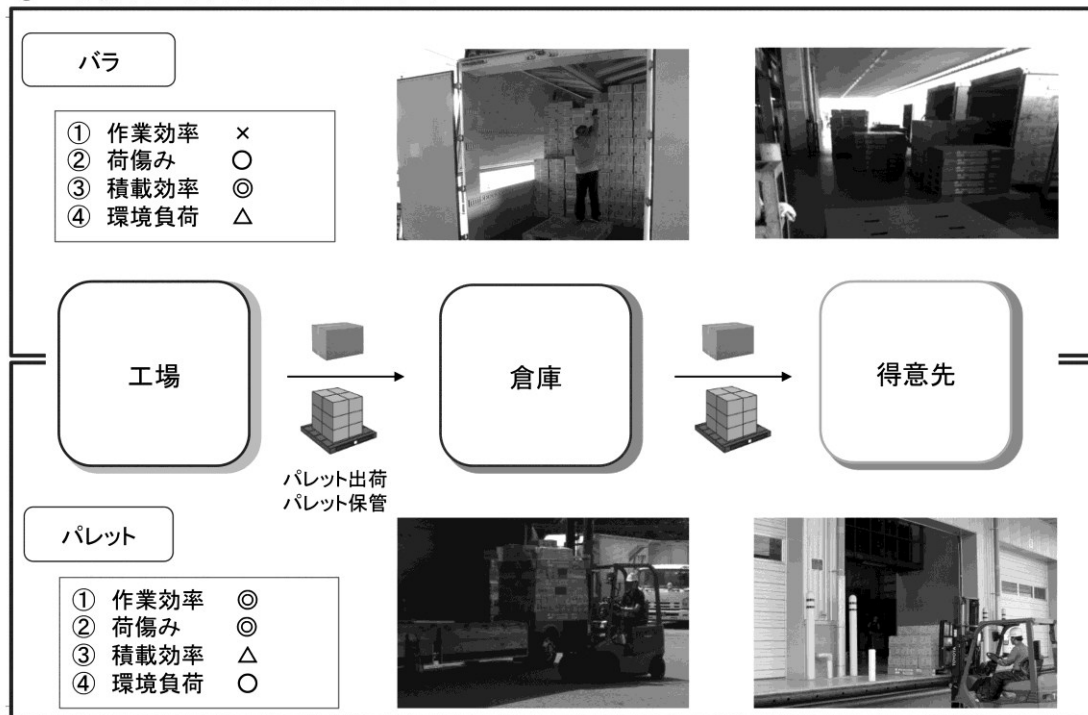
食品メーカー、倉庫事業者、運送事業者、卸、小売りそれぞれ課題を抱えています。



21

バラ積みとパレット積みの違いについて

① バラ積みとパレット積みの違いについて



23

② 作業効率について

バラ・手荷役

- ・ 積込み(10t車)
リフトマン・作業員 × 2.5時間
- ・ 荷降ろし(10t車)
リフトマン・作業員 × 2.5時間

パレット

- ・ 積込み(10t車)
リフトマン・作業員 × 20分
- ・ 荷降ろし(10t車)
リフトマン・作業員 × 20分

バラ積み



バラ降ろし



パレット積み



パレット降ろし



> パレット化による効果

- ・ 作業効率向上 → ピッキング、検品作業の軽減など、作業時間短縮
ドライバー拘束時間短縮と、誤配送防止
- ・ 人員削減 → 人手不足解消
- ・ 積込み時間、待機時間短縮 → 待機車輻問題軽減

24

③ 荷物の状況について

- ・ 「MHS機器標準化を進める会」の調査報告書によると、手荷役の場合、破損や汚損など、荷傷みのリスクが高くなります。
- ・ バラ卸し商品の荷卸しによって検品時の数量差異・事故が発生するという意見も少なくありません。



落下や接触での、荷傷みリスク増。



パレットで積み降ろしする事で、商品破損・廃棄ロス減少。



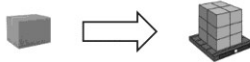
25

④ 積載効率について

- ・ バラ輸送に比べてパレット輸送になると、おおよそ15-20%の積載率ダウン。



・ バラ積み 10t車



・ パレット積み 10t車

例)サンヨー食品様『 サッポロ一番 しょうゆ味 (袋麺)』の場合

>バラ積み(現状)
10t車輛 / 850c/s積載。(3c/sひと纏まり)
積載時間 / 約2~4時間

>パレット積みの場合
10t車輛 / 750c/s積載。(3c/sひと纏まり)
積載時間 / 約20~30分

⇒ 約15.5%の積載効率ダウン。



26

⑤ 環境負荷について

- ・ 荷役時間の短縮は、待機時間の短縮に繋がり、アイドリング時間短縮による二酸化炭素排出量の削減効果が見込まれます。

バラ降ろしでは、荷降ろしの時間が余計に発生する事となり、センターへの入荷では通常よりも待機ロスが発生する可能性が高くなります。

更に、発荷主側はセンターでの作業時間のロスを勘案した配車計画を組む為、トラック台数の増加傾向となる。その結果、輸配送距離の増加によるCO₂排出量の増加につながると考えられます。



- ・ 環境負荷の低減だけでなく、燃料消費量も削減



27

法務研究会特別企画検討会開催 「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」 の改正(案)に対するパブリックコメントを検討

－ 法務研究会 －

公正取引委員会はこのほど、「流通・取引慣行に関する独占禁止法の指針」の一部改正(案)を公表し、パブリックコメントの募集を開始した。(3月6日まで受付)この改正案では、製品の販売方法等に関する拘束(垂直制限行為)の適法・違法の基準を初めてガイドラインとして示した。またこれまでの判例等を踏まえた規定が新設されている。垂直制限行為については、市場における競争を促進する効果がある場合は適法になり得るとしている。例えば、新規参入者がブランド力を獲得する過程で小売店での売り方を指定したり、高額商品を扱うメーカーが高品質な商品に見合うだけの接客対応をしている小売業者にだけ売ろう卸売業者に指示したりする行為(選択的流通)など価格以外の拘束は通常は問題としないと明記している。これらの改正内容を受けて法務研究会は、食品流通に及ぼす影響等、特に卸売業の立場から考察し、パブリックコメントの提出も含めて有志による検討会を開催した。当日は、昨年まで公正取引委員会に所属されていた外立総合法律事務所の高原慎一弁護士を招いて改正案の概要を解説していただき、卸売業として改正案が示す問題点についてのご指摘やパブリックコメントについてのご指導をいただいた。以下に弊協会が公正取引委員会に提出したパブリックコメントを掲載する。ポイントは、改正案はメーカーの流通業者に対する垂直的制限行為の適法・違法の判断基準が明確化されることとなるが、改正案は対象行為の適法・違法を示すにとどまるものであって、これに基づいてメーカーが流通業者に対してガイドラインの内容に沿って取引条件を変更する事を当然に求め得る根拠となるものではなく、取引条件はあくまでも当事者間で十分な協議を行って決定すべき旨をガイドライン上に明記すべきと要望した。

「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の一部改正（案）
に対する意見募集について

平成27年2月5日
公正取引委員会

公正取引委員会は、我が国の流通・取引慣行について、どのような行為が、公正かつ自由な競争を妨げ、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。以下「独占禁止法」といいます。）に違反するのかを明らかにすることによって、事業者及び事業者団体の独占禁止法違反行為の未然防止とその適切な活動の展開に役立てることを目的として、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」（平成3年7月11日公正取引委員会事務局。以下「流通・取引慣行ガイドライン」といいます。）を策定し、公表しています。

「流通・取引慣行ガイドラインの見直し等」について、「規制改革に関する第2次答申～加速する規制改革～」（平成26年6月13日規制改革会議）（参考1）を受けて「規制改革実施計画」（平成26年6月24日閣議決定）（参考2）が策定されました。公正取引委員会は、流通・取引慣行ガイドラインの第2部第1及び第2に関し「規制改革実施計画」において「平成26年度措置」とされた事項について、明確化を行うため、別紙のとおり、改正案を公表して、関係各方面から広く意見を募集することとしました。

つきましては、改正案について、下記のとおり関係各方面から広く意見を募集いたします。改正案により明確化する事項については、別添のとおりです。

なお、「規制改革実施計画」において「平成26年度検討開始」とされている、いわゆるセーフ・ハーバーに関する基準や要件等についての所要の検討については、速やかに着手することとしています。

記

1 資料入手方法

- (1) 電子政府の総合窓口（e-Gov）に掲載
- (2) 公正取引委員会のホームページに掲載
- (3) 公正取引委員会事務総局の本局経済取引局取引部取引企画課（東京都）、各地方事務所（札幌市、仙台市、名古屋市、大阪市及び福岡市）及び支所（広

問い合わせ先	公正取引委員会事務総局経済取引局取引部取引企画課
	電話 03-3581-3371（直通）
ホームページ	http://www.jftc.go.jp

島市及び高松市）並びに内閣府沖縄総合事務局総務部公正取引室（那覇市）
において供覧

2 意見提出方法

住所、氏名（ふりがな）、所属団体名又は会社名及び連絡先（電子メールアドレス、FAX番号又は電話番号）を明記の上、次のいずれかの方法により日本語にて提出してください。電話による意見は受理いたしかねますので、その旨御了承願います。

<電子メールの場合>

電子メールのファイル形式はテキスト形式としてください。

添付ファイルや URL へのリンクによる意見は受理いたしかねますので、その旨御了承願います。

電子メールアドレス：ryuutori-O-jftc.go.jp

（迷惑メール等防止のため、アドレス中の「@」を「-O-」としております。電子メールを送信される際は、「@」に置き換えて利用してください。）

（注）電子メールの件名を「改正案に対する意見」としてください。

<FAXの場合>

宛先を「取引企画課 流通・取引慣行ガイドライン担当」と明記してください。

宛先のない意見は受理いたしかねますので、その旨御了承願います。

FAX番号：03-3581-1948

（注）送信票の件名に「改正案に対する意見」と明記してください。

<郵送の場合>

〒100-8987 東京都千代田区霞が関1-1-1 中央合同庁舎第6号館B棟
公正取引委員会事務総局 経済取引局取引部取引企画課
流通・取引慣行ガイドライン担当 宛て

3 意見提出期限

平成27年3月6日（金）18：00必着

4 意見提出上の注意

寄せられた意見につきましては、氏名、住所、電話番号、FAX番号及び電子メールアドレスを除き、公表することがあります。また、意見に対して個別に回答はいたしかねますので、その旨御了承願います。

なお、御記入いただいた氏名、住所、電話番号、FAX番号及び電子メールアドレスは、御提出いただいた意見の内容に不明な点があった場合等の連絡のために利用します。

「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の改正案により明確化する事項

平成27年2月5日
公正取引委員会

「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」（以下「流通・取引慣行ガイドライン」といいます。）の改正案により明確化する事項は、次のとおりです。

第1 垂直的制限行為が競争に及ぼす影響についての基本的な考え方（流通・取引慣行ガイドライン第2部の2関係）

独占禁止法は、事業者が不公正な取引方法等の行為を行うことを禁止し、公正かつ自由な競争を促進することによって、一般消費者の利益を確保するとともに、国民経済の民主的で健全な発達を促進することを目的としている。

流通分野において公正かつ自由な競争が促進されるためには、各流通段階において公正かつ自由な競争が確保されていることが必要であり、メーカー間の競争と流通業者間の競争のいずれか一方が確保されていれば他方が減少・消滅したとしても実現できるというものではない。

メーカーが、自社商品を取り扱う卸売業者や小売業者といった流通業者の販売価格、取扱い商品、販売地域、取引先等の制限を行う行為（以下「垂直的制限行為」といい、垂直的制限行為には、契約によって制限をする場合のほか、メーカーが直接又は間接に要請することなどにより事実上制限する場合も含む。）は、その程度・態様等により、競争に様々な影響を及ぼす。また、垂直的制限行為は、競争に影響を及ぼす場合であっても、競争を阻害する効果を生じることもあれば、競争を促進する効果を生じることもある。

第2 垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準

1 垂直的制限行為に係る適法・違法性判断基準についての考え方（流通・取引慣行ガイドライン第2部の3(1)関係）

独占禁止法は、公正な競争を阻害するおそれがある行為を不公正な取引方法として禁止しているところ、垂直的制限行為に公正な競争を阻害するおそれがあるかどうかについては、次の事項を総合的に考慮して判断することとなる。この判断に当たっては、垂直的制限行為によって生じ得る流通業者間の競争やメーカー間の競争を阻害する効果に加え、競争を促進する効果も考慮する。この考慮に当たっては、各流通段階における潜在的競争者への影響も考慮する。

- ① いわゆるブランド間競争（メーカー間の競争及び異なるブランドの商品を取り扱う流通業者間の競争）の状況（市場集中度，商品特性，製品差別化の程度，流通経路，新規参入の難易性等）
- ② いわゆるブランド内競争（同一ブランドの商品を取り扱う流通業者間の競争）の状況（価格のバラツキの状況，当該商品を取り扱っている流通業者の業態等）
- ③ 垂直的制限を行うメーカーの市場における地位（市場シェア，順位，ブランド力等）
- ④ 垂直的制限の対象となる流通業者の事業活動に及ぼす影響（制限の程度・態様等）
- ⑤ 垂直的制限の対象となる流通業者の数及び市場における地位

2 垂直的制限行為によって生じ得る競争促進効果（流通・取引慣行ガイドライン第2部の3(2)関係）

垂直的制限行為によって，新商品の販売が促進される，新規参入が容易になる，品質やサービスが向上するなどの場合には，競争促進的な効果が認められ得る。この典型例としては，次のような場合がある。

- (1) 流通業者は，他の流通業者がメーカーの商品について販売前に実施する販売促進活動によって需要が喚起されている場合，自ら販売促進活動を行うことなく当該商品を販売することができる。このような場合に，いずれの流通業者も，自ら費用をかけて積極的な販売促進活動を行わなくなり，結果として，メーカーが期待した売上げを実現できなくなる。このようないわゆる「フリーライダー問題」が現実にかかる場合において，当該メーカーが，一定の地域を一流通業者のみに割り当てることなどが，フリーライダー問題を解消するために有効となり得る。
- (2) メーカーが，自社の新商品について高品質であるとの評判を確保する上で，高品質な商品を取り扱うという評判を有している小売業者に限定して当該新商品を供給することが，販売戦略上重要といえる場合がある。このような場合において，当該メーカーが取引先流通業者の販売先を当該小売業者に限定することが，当該新商品について高品質であるとの評判を確保する上で有効となり得る。
- (3) メーカーが新商品を発売するために，専用設備の設置等の特有の投資を取引先流通業者に求めることがある。このとき，他の取引先流通業者がそ

のような投資を行わずに当該新商品を販売することができるとなると、投資を行った取引先流通業者が当該投資を回収できず、結果として、そのような投資が行われなくなることがある。このような場合において、当該メーカーが、一定の地域を一流通業者のみに割り当てることが、特有の投資を取引先流通業者に求める上で有効となり得る。

- (4) メーカーが、自社商品に対する顧客の信頼（いわゆるブランドイメージ）を高めるために、当該商品の販売に係るサービスの統一性やサービスの質の標準化を図ろうとする場合がある。このような場合において、当該メーカーが、取引先流通業者の販売先を一定の水準を満たしている者に限定したり、小売業者の販売方法を制限したりすることが、当該商品の顧客に対する信頼を高める上で有効となり得る。

- 3 垂直的制限行為のうち流通業者の取扱い商品、販売地域、取引先等の制限を行う行為（以下「非価格制限行為」という。）は、「新規参入者や既存の競争者にとって代替的な流通経路を容易に確保することができなくなるおそれがある場合」や「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」に当たらない限り、通常、問題となるものではないが、再販売価格維持行為は、通常、競争阻害効果が大きいことに配慮する必要がある。

- 4 「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」（流通・取引慣行ガイドライン第2部（注7）関係）

「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」とは、非価格制限行為により流通業者間の競争が妨げられ、流通業者がその意思で価格をある程度自由に左右し、当該商品の価格を維持し又は引き上げることができるような状態をもたらすおそれが生じる場合をいい、このようなおそれを生じさせない行為については、通常、「当該商品の価格が維持されるおそれがある場合」とは認められない。例えば、メーカーによる流通業者の販売地域に関する制限においては、通信販売を行う事業者による当該地域における対象商品の販売や他の地域に所在する流通業者による販売が可能な場合には、これらの競争圧力の程度等も考慮する。

第3 「流通調査」（流通・取引慣行ガイドライン第2部第1の3関係）

メーカーが単に自社の商品を取り扱う流通業者の実際の販売価格、販売先等の調査（「流通調査」）を行うことは、当該メーカーの示した価格で販売しない場合に当該流通業者に対して出荷停止等の経済上の不利益を課し、又は

課す旨を通知・示唆する等の流通業者の販売価格に関する制限を伴うものでない限り、通常、問題とはならない。

第4 いわゆる「選択的流通」(流通・取引慣行ガイドライン第2部第2の5関係)

メーカーが自社の商品を取り扱う流通業者に関して一定の基準を設定し、当該基準を満たす流通業者に限定して商品を取り扱わせようとする場合、当該流通業者に対し、自社の商品の取扱いを認めた流通業者以外の流通業者への転売を禁止することがある。いわゆる「選択的流通」と呼ばれるものであり、上記第2の2のような競争促進効果を生じる場合があるが、商品を取り扱う流通業者に関して設定される基準が、当該商品の品質の保持、適切な使用の確保等、消費者にとっての利便性の観点からそれなりの合理的な理由に基づくものと認められ、かつ、他の取扱いを希望する流通業者に対しても同等の基準が適用される場合には、たとえメーカーが選択的流通を採用した結果として、特定の安売り業者が基準を満たさず、当該商品を取り扱うことができなかったとしても、通常、問題とはならない。

第5 再販売価格維持行為規制における「正当な理由」(流通・取引慣行ガイドライン第2部第1の2(1)及び(2)関係)

再販売価格の拘束は、流通業者間の価格競争を減少・消滅させることになりことから、通常、非価格制限行為に比べ競争阻害効果が大きく、原則として公正な競争を阻害するおそれのある行為である。このため、独占禁止法においては、メーカーが、流通業者に対して、「正当な理由」がないのに再販売価格の拘束を行うことは、不公正な取引方法として違法となると規定されている。換言すれば、再販売価格の拘束が行われる場合であっても、「正当な理由」がある場合には例外的に違法とはならない。

「正当な理由」は、メーカーによる自社商品の再販売価格の拘束によって実際に競争促進効果が生じてブランド間競争が促進され、それによって当該商品の需要が増大し、消費者の利益の増進が図られ、当該競争促進効果が、再販売価格の拘束以外のより競争阻害的でない他の方法によっては生じ得ないものである場合において、必要な範囲及び必要な期間に限り、認められる。

例えば、メーカーが再販売価格の拘束を行った場合に、当該再販売価格の拘束によって上記第2の2(1)に示されるような、いわゆる「フリーライダー問題」の解消等を通じ、実際に競争促進効果が生じてブランド間競争が促進され、それによって当該商品の需要が増大し、消費者の利益の増進が図られ、当該競争促進効果が、当該再販売価格の拘束以外のより競争阻害的でない他の方法によっては生じ得ないものである場合には、「正当な理由」があると認められる。

平成26年3月6日

公正取引委員会事務総局 経済取引局取引部取引企画課
流通・取引慣行ガイドライン担当 殿

「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」の一部改正（案）に対する意見

東京都中央区日本橋本町 2-3-4 江戸ビル 4 階

一般社団法人 日本加工食品卸協会

専務理事 奥山 則康

E-mail: n.okuyama@kpost.kokubu.co.jp

TEL 03-3241-6568 FAX 03-3241-1469

標記に関する当協会の意見は次の2点です。

- 1 ガイドラインはメーカーと流通業者との間の取引条件を定めるものではなく、取引条件は当事者間の十分な協議に基づいて決定されるものであることをガイドライン上に明示する必要があること
- 2 メーカーと流通業者との選択的流通にかかる交渉を行うに際しては、メーカーから流通業者に対して、設定する基準がブランド間競争の促進に資する合理的な理由と具体的な基準の内容とを明示した上で、両者の間で十分な協議を行うべきことをガイドライン上に明示する必要があること

以下において、それぞれの理由を述べます。

- 1 「ガイドラインはメーカーと流通業者との間の取引条件を定めるものではなく、取引条件は当事者間の十分な協議に基づいて決定されるものであることをガイドライン上に明示する必要があること」の理由

流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針（以下「ガイドライン」という。）の改正によりメーカーの流通業者に対する垂直的制限行為の適法・違法の判断基準が明確化されることとなるが、ガイドラインは対象行為の適法・違法の判断基準を示すにとどまるものであって、これに基づいてメーカーが流通業者に対してガイドラインの内容に沿って取引条件を変更することを当然に求め得る根拠となるものではなく、取引条件はあくまでも当事者間で十分な協議を行って決定すべき旨をガイドライン上に明記すべきである。

特に選択的流通については、①基準がそれなりの合理的な理由に基づくこと、及び②他の取扱いを希望する流通業者に対しても同等の基準が適用されることという要件を満たす場合には、「結果として、特定の安売り業者が基準を満たさず、当該商品を取り扱うことができなかったとしても、通常、問題とはならない。」旨が改正案に示されているが、選択的流通を採用することによって従来の商流が変更される場合があるところ、メーカーの意向により従来の商流が急激に変更されると市場や流通事業者の事業活動に大きな混乱をもたらし、円滑に商品の供給を受けられない、遠方まで買いに行かなければそれまで近隣で買うことがで

きた商品を手に入れない等になる等の形でかえって消費者にとっての利便性が損なわれる結果となるおそれもある。

とりわけ当協会の会員が取り扱っている商品は食品という日常の生活必需品であり、その性質上、上記のような事態が発生した場合の消費者等の不便は看過できないものである。

以上の次第であり、垂直的制限行為に競争促進効果が認め得るとしても、交渉過程においてメーカーが流通業者に対して垂直的制限行為を取引条件として設定（変更）できると一方的に主張することにより、市場の安定性や流通業者の事業活動、ひいては消費者にとっての利便性が不当に害されることのないよう、取引条件の決定は当事者間の十分な協議に基づいて行うべきことをガイドラインの総論として明示する必要がある。

2 「メーカーと流通業者との選択的流通にかかる交渉を行うに際しては、メーカーから流通業者に対して、設定する基準がブランド間競争の促進に資する合理的な理由と具体的な基準の内容とを明示した上で、両者の間で十分な協議を行うべきことをガイドライン上に明示する必要があること」の理由

改正案において、選択的流通について「たとえメーカーが選択的流通を採用した結果として、特定の安売り業者が基準を満たさず、当該商品を取り扱うことができなかったとしても、通常、問題とはならない。」とされるのは、垂直的制限行為の競争促進効果が発揮されることを前提としているものと考えられる。しかしながら、商品の特性によっては、品質等による差別化が難しくブランド間競争が必ずしも活発に行われていないものもある。そのような商品については、選択的流通がブランド間競争の活性化の手段としてではなく単なる安売り業者の排除、値上げ交渉の材料としてメーカーに利用されるおそれもあると考えられる。したがって、改正案の「消費者にとっての利便性の観点からそれなりの合理的な理由」との箇所を「消費者にとっての利便性を高める等の事情に基づき ブランド間競争を活性化させるという観点からそれなりの合理的な理由」と改める等、垂直的制限行為の競争促進効果が発揮されることが選択的流通を採用することの前提となる旨をガイドライン上に明示すべきである。

また、流通業者に関する一定の基準については、「他の取扱いを希望する流通業者に対しても同等の基準が適用される」ことが前提となっているが、交渉の場面において、メーカーから流通業者に対して取扱いを希望する全ての流通業者に対して適用される具体的な基準を明示した上で十分な協議が行われるのであれば、メーカーの意向に沿ってなし崩し的に選択的流通が採用される結果ともなりかねない。したがって、メーカーが流通業者との間で選択的流通にかかる交渉を行うに際しては、メーカーが設定する基準とブランド間競争の促進との合理的関連性を明らかにした上で具体的な基準の内容を流通業者に示し、これに基づいて十分な協議を行うべきことをガイドライン上に明示する必要がある。

以上