

2022 年度商品取引慣行実態調査

令和 5 年 6 月 2 9 日

令和 4 年度食品産業における取引慣行の実態調査について

一般財団法人 食品産業センター
企画・渉外部

食品産業センターでは、平成 7 年からほぼ毎年食品産業における取引慣行の実態調査を行っている。令和 4 年度においても、本年 2 月に、食品製造事業者へのアンケートによって、食品産業における取引慣行の実態調査を実施した。

1. 調査期間：令和 5 年 2 月
2. 調査対象：食品製造業 2,000 社
(株式会社東京商工リサーチデータより抽出)
3. 有効回答：332 社 (有効回答率 16.6%)
4. 調査項目：(1) 協賛金負担の要請について
(2) センターフィー負担の要請について
(3) 従業員派遣の要請について
(4) 不当な値引き・特売商品等の買ったたき等について
(5) 製品への適正な価格転嫁について
(6) 過度の情報開示の要求について
(7) プライベート・ブランド (PB) 商品に関する要請について
(8) 全体を通じて
5. 公表日時：令和 5 年 6 月 2 9 日 (木) 1 5 時

・報告書の内容について、農林水産省、公正取引委員会、経済産業省および流通関係団体（8 団体）に説明を行うとともに、優越的地位の濫用による取引慣行の改善について指導・協力要請を行いました。

・本調査報告書は、ホームページでも公開いたしますので、ご活用ください。

食品産業センターホームページ：<https://www.shokusan.or.jp/>

・なお、本調査報告書では、回答企業から寄せられた意見をほぼそのまま紹介しており、それぞれの回答企業が流通からの要請をどのように受け止めているのかという視点でお読みいただくと幸いです。

(参考：公正取引委員会による関連資料)

* 公正取引委員会ホームページ

<https://www.jftc.go.jp/>

* 『大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不公正な取引方法』の運用基準（平成23年6月改正）

https://www.jftc.go.jp/dk/guideline/unyouki_jun/daikibokouri.html

* 「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成29年6月改正）

https://www.jftc.go.jp/hourei_files/yuuetsutekichii.pdf

* 「パートナーシップによる価値創造のための価格転嫁パッケージ」

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

* 「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」に関する公正取引委員会の取組

https://www.jftc.go.jp/partnership_package/index.html

(参考：農林水産省による関連資料)

* 「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律に基づく『食品等流通調査』について」

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/ryutu/kouzou_kaizen/ryutsu_chosa.html

* 「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン」

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

* 令和4年度原材料等の価格上昇に伴う取引価格への転嫁等状況及び適正取引推進ガイドラインの活用状況調査委託事業 報告書

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kikaku/attach/pdf/tekiseitorihiki-1.pdf>

以 上

令和5年6月29日

令和4年度食品産業における取引慣行の実態調査報告書のポイント

一般財団法人 食品産業センター
企画・渉外部

今回の調査報告書のポイントは以下のとおりです。

1. 調査項目への要求・要請については、前回調査と比較して、協賛金、センターフィー、従業員派遣では減少した。過度の情報開示、不当な値引きでは増加した。下記6項目の要求・要請は年々減少傾向であったが、不当な値引きは2年連続でわずかに増加し、過度の情報開示は増加に転じた。

項目	協賛金	センターフィー	従業員派遣	不当な値引き	買ったたき	過度の情報開示
スコア	22.1%	29.6%	16.7%	6.1%	6.0%	10.9%
前回比	-4.2ポイント	-3.8ポイント	-1.8ポイント	+1.3ポイント	-0.9ポイント	+4.7ポイント

2. 要求、要請への対応については、【応じる計】（「全て応じざるを得ない」+「ほとんど応じている」）で見ると、協賛金、センターフィー、買ったたきではスコアが増加している。

センターフィーの【応じる計】スコアは、他の項目のスコアより突出して高い。

項目	協賛金	センターフィー	従業員派遣	不当な値引き	買ったたき	過度の情報開示
応じる計	44.7%	68.1%	21.2%	11.4%	19.2%	17.7%
前回比	+11.1ポイント	+3.8ポイント	-5.0ポイント	-16.2ポイント	+10.8ポイント	-17.0ポイント

3. 製品への適正な価格転嫁については、「価格転嫁を要請した」とする回答は、全体では80.1%となった。

価格転嫁を要請した企業においては、「全て転嫁できた」（55.9%）、「7割～9割程度転嫁できた」（30.4%）、それ以下13.7%となっている。

また、小売業態別に「全て転嫁できた」割合をみると、ドラッグストア（38.8%）、ディスカウントストア（48.3%）、大型総合スーパー（50.7%）が平均55.9%を下回り、食品スーパー（56.5%）、生協（56.6%）と業態間でかなり差があった。

資本金1億円未満の中小規模の企業では1/4程度が「全く要請していない」と回答した。

「要請したが全く転嫁できなかった」とする回答は、価格転嫁を要請した企業のなかの9件から寄せられたが、全て資本金3,000万円未満の企業であった。

4. (1) 協賛金負担に関する項目では、協賛金の種類では「チラシ協賛金」「新製品導入協力協賛金」「その他独自の協賛金」が多かった。なお、禁止行為とされる「決算対策の協賛金」のスコアは過去2年間連続で増加していたが、今回の調査では大幅に減少した(9.1%、-14.3ポイント)。前回と今回の調査結果についてはバラつきが大きいいため、今後に注視しつつ、今回は参考値として扱われたい。

5. (7) P B商品に関する要請では、小売業のP B商品の製造受託が「あった」との回答は60.8%で、前回調査と同じだった。

その受託に関して、小売業からの不当であると感じる要請等が「あった」との回答は前回よりやや減った(8.9%、-4.6ポイント)。不当な要請の内容は「NB商品より低い価格要請」「生産ロットに関する要請」などが多かった。

また、適正取引推進ガイドラインの「問題となり得る事例」に挙げられている事例「リードタイムが短く、無理な注文」(37.9%)、「包材の代金を負担してもらえない。」(27.6%)にも一定の回答が寄せられた。

6. 事業者の資本金規模別分析では、(1) 協賛金負担の要請、(2) センターフィー負担の要請、(3) 従業員派遣の要請について、例年の調査と同様に大規模事業者ほど各項目の要請を受ける割合が多く、逆に小規模事業者は要請を受ける割合は少ないものの、要請を受けた場合は応じざるを得ない実態が確認された。

※ 今回の回答いただいた事業者は、資本金、従業員数、売上規模において小規模事業者の割合が前回調査より増えており、一部の調査項目ではその影響が出ている可能性に留意する必要がある。

(まとめ)

取引慣行における小売側の改善(かなりの改善+ある程度の改善)は、前回調査よりかなり増えた(88.5%、+6.9ポイント)。このスコアは過去10年間で最も高かった。

個々の事象については、注視し続けなければならないケースも散見されるものの、「大規模小売業告示」に示されている禁止行為(協賛金、センターフィー、従業員派遣、不当な値引き、特売商品等の買いたたき)については概ね減少傾向と言える。ただし「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」で問題とされる「過度な情報開示要請」については、今回のスコアがやや増加しているので引き続き注視していく。(価格改定交渉の場が増えたことが要因のひとつと考えられる)

今回は、農林水産省から令和3年12月に公表された「適正取引推進ガイドライン」を踏まえて、「問題となり得る事例」13例を全て設問内で網羅することとし、「製品への適正な価格転嫁」やP B商品の製造における「短納期での発注、発注キャンセル」「包材(フィルム等)の費用負担」に関する調査も実施した。これらの事例においても、今回の定量、定性の調査によって一定の課題が発見できたと考える。

特に、「製品への適正な価格転嫁」では、価格転嫁の要請有無について、企業の資本金別規模によって回答に差が見られた。また価格転嫁を要請した企業のなかで「全て転嫁できた」とする回答では小売業態間での差があった。

原材料価格、エネルギーコスト等が上昇しているなかで、転嫁を「全く要請していない」という回答が一定数あること、また自由回答において実際に転嫁できるまでのタイムラグや価格を上げても数量を減らす等の対応を取られていることが報告されていることから、国内産業の価格転嫁の実態はまだまだ道半ばであると認識しており、今後も調査項目を精査しながら、動向を注視していく。

いずれにせよ、食品製造業者と小売業者を取り巻く環境も大きく変化するなかであり、従来の商慣習にとらわれることなく、本調査結果等を活用しつつ、商談や事前協議・説明の徹底等関係者全員の一層の努力により、更なる改善が必要と考える。