

2023 年度商品取引慣行実態調査

令和6年6月19日

令和5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5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6年2月
2. 調査対象：食品製造業
3. 有効回答：446社（前回比+114）
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6年6月19日（水）15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（9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。
- ・令和5年度本調査報告書は、ホームページで公開する予定なので、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。

今回の調査報告書のポイントは以下のとおり。

(1) 本年度の調査では、回答企業数を増やすため、小売業との取引がある企業がより増えるような対象選定を実施することで、小規模事業者の割合が大幅に減少し、アンケート調査の回収数は増えたが、前回調査と比較して、売上高10億円～500億円の企業層が厚くなった影響により、これまでの傾向が変化している可能性がある。

調査項目への要求・要請については、前回調査と比較して、下記の6項目全て増えていた。近年、減少傾向が続いていたが、今回調査では回答社数が増えるとともに、小規模事業者の構成が減少したことが影響した可能性がある。

項目	協賛金	センター フィー	従業員派遣	不当な 値引き	買ったとき	過度の 情報開示
スコア	23.6%	37.8%	22.3%	6.7%	8.2%	12.0%
前回比	+1.5ポイント	+8.2ポイント	+5.6ポイント	+0.6ポイント	+2.2ポイント	+1.1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、買ったときでは【応じる計】スコアが減少している。一方、不当な値引き、過度の情報開示に【応じる計】スコアは増加している。

センターフィーに【応じる計】スコアは、他の項目の応じる計より突出して高い。

項目	協賛金	センター フィー	従業員派遣	不当な 値引き	買ったとき	過度の 情報開示
応じる計	42.4%	64.6%	21.3%	17.1%	17.0%	24.7%
前回比	-2.3ポイント	-3.6ポイント	-0.1ポイント	+5.7ポイント	-2.2ポイント	+7.0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86.1%（+6.0ポイント）とかなり増加した。価格転嫁を要請した企業においては、「全て転嫁できた」（55.1%、-0.8ポイント）が前回調査とほぼ同じであったが、およそ半分の企業は依然として全てを転嫁できていない。「7割～9割程度転嫁できた」（34.1%、+3.7ポイント）はやや増加、「1割～6割程度転嫁できた」（9.9%、-2.9ポイント）とわずかに減少した。

「要請したが全く転嫁できなかった」とする回答は全体で0.9%（16件）あり、前回調査と同程度の割合で見られた。

価格転嫁を要請しなかった理由として、全体では「原材料費、エネルギーコスト、労務費等の上昇分を自社努力で吸収している」との回答が80.7%と最も多かったが、これは要請しなかった理由ではなく、要請しなかった結果として回答された可能性がある。次回以降、調査項目を精査し丁寧に分析したい。

価格転嫁に向けた協議の場の有無については、全体では「小売業者から場が設けられた」との回答（34.4%）、「帳合卸業者から場が設けられた」（34.1%）、「協議の場は設けられていない」（31.5%）とほぼ3分の1ずつに分かれている。

(4) 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」について、過去2年の調査結果ではばらつきが大きかったが、今回調査ではわずかに増加(11.9%、+2.8ポイント)し、依然として根強く残っていると考えられる。

(5) 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」との回答は前回調査からやや増えた。(65.6%、+4.8ポイント)

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増えた(12.0%、+3.1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である、「リードタイムが短く、無理な注文」(24.0%、-13.9ポイント)、「包材の代金を負担してもらえない。」(22.0%、-5.6ポイント)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。

(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、前回調査とほぼ同じだった(88.8%、+0.3ポイント)。小売側の改善が認められる傾向は続いていると見られる。

「大規模小売業告知」に示されている禁止行為(合理的であると認められる範囲を超えた協賛金・センターフィー・従業員派遣、不当な値引き、特売商品等の買ったたき)については、近年減少傾向だったが、本年度調査では全項目増加に転じた。

また、近年公表された「適正取引推進ガイドライン」「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」を踏まえて、「製品への適正な価格転嫁」に関する設問を増やすことで、政府が後押ししている適正な価格転嫁に関する食品製造業の状況について参考となる知見を得ることができた。

不当な返品、商慣行見直し、バイイングパワーの不当な行使に関連する自由記述では、前回調査比150%の回答数が寄せられ、様々な食品製造業者の意見を記載している。改善されている意見も寄せられたが、まだ様々な課題が食品産業では残っていると確認できた。

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はあり、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。

(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/unyoukijun/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/yuutsutekichii.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」

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

* 「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」

https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2023/nov/231129_roumuhitenka.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>

以上