

≡ 概要版 ≡

令和元年度 「取引実態調査」(第14回)

結果報告書

令和2年9月

全国米穀販売事業共済協同組合

はじめに

組合員は米穀卸売業者として、米穀の安全や品質を確保し、消費者から信頼される製品を提供するよう取り組んでいます。その一環として、取引先との透明性・公正性・合理性ある取引を実現し、「不公正と思われる取引」の是正を図ることを目的として、全米販では、平成18年度より「取引実態調査」を実施し、その結果を以って、監督官庁である農林水産省をはじめ、公正取引委員会、経済産業省、中小企業庁のほか、量販店、ホームセンター、ドラッグストア等の取引先関連団体に対して、不公正と思われる取引の是正方を求めてまいりました。今回で14回目を迎えます。

「不公正と思われる取引」は、コンプライアンスの社会的浸透が進みつつあり、加えて、組合員皆様と本組合も是正へ取り組んできたところですが、今回の調査では、厳しい取引環境を反映して、昨年引き続き、大部分の調査項目で増加となりました。是正のためには何よりも継続した粘り強い取り組みが必要であると考えております。

今後とも組合員皆様のご協力をお願いいたします。

令和2年9月

全国米穀販売事業共済協同組合

I 調査方法等

1. 調査実施時期 令和2年2月

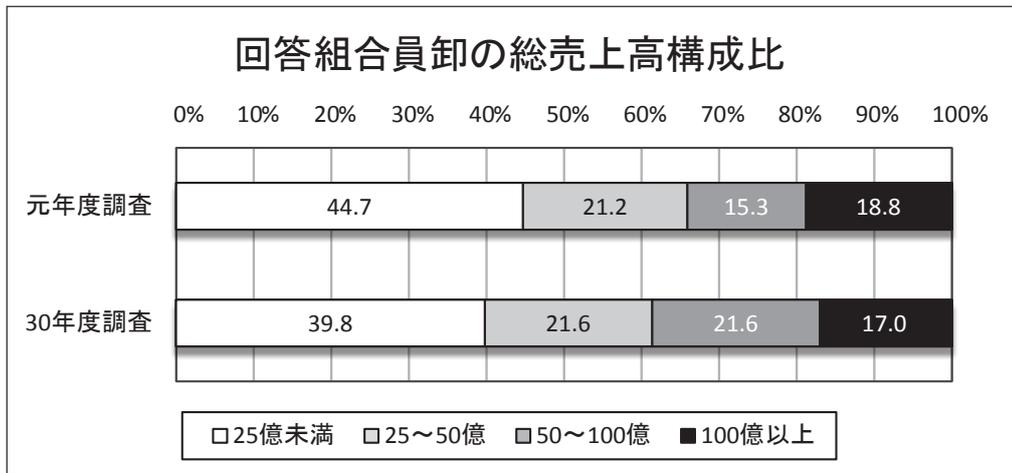
2. 調査方法 組合員卸への郵送によるアンケート調査

3. 回収結果	<今回調査>	30年度	29年度	28年度
(1) 送付組合員卸数	148卸	148卸	147卸	151卸
(2) 回答組合員卸数	85卸	88卸	100卸	103卸
(3) 回収率	57.4%	59.5%	68.0%	68.2%

4. 集計について

- (1) 「販売先の不公正と思われる取引」の調査における「販売先区分」については「販売先区分の定義」(付属資料別紙1 104ページ)による。
- (2) 問1～6の調査項目は「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方 第4 優越的地位の濫用となる行為類型」(付属資料別紙2 106ページ～)による。
- (3) 問8および問9の調査項目は「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」(付属資料別紙3 132ページ～)による。
- (4) 本調査においては、販売先区分ごとおよび仕入先区分ごとの状況を把握することを目的としている。そのため、各調査項目については、区分ごとに取引のある組合員卸数を集計しており、合計についてはこれらの合算による延数となっている。従って、調査結果の割合はこれら延数に対する割合であり、回答組合員卸数「85卸」に対する割合ではない。
- (5) その他留意点
 - ① 当てはまるもの1つを選ぶ設問の回答は、帯グラフで表示している。
 - ② 複数回答可の設問の回答は、棒グラフで表示している。
 - ③ <販売先区分>の後ろの()は、取引のある組合員卸数である。
 - ④ データテーブルは30年度調査(前回調査)と元年(H31)度調査(今回調査)の結果を記載しているが、前回調査、今回調査ともに選択されなかった項目については空欄としている。
 - ⑤ パーセンテージの合計については、ラウンドの関係で100%とならない場合がある。

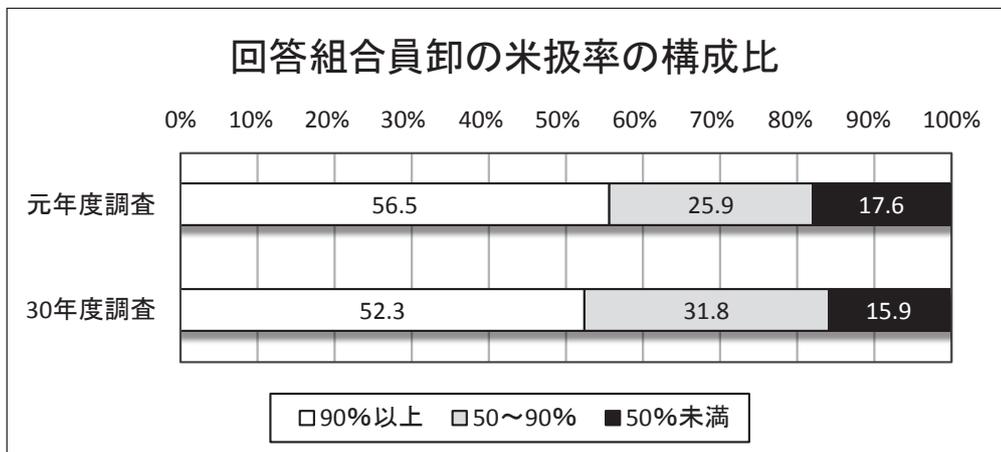
5. 回答組合員卸の総売上高構成比



総売上高 データテーブル

	25億未満	25~50億	50~100億	100億以上	合計
元年度調査	38 卸 44.7 %	18 卸 21.2 %	13 卸 15.3 %	16 卸 18.8 %	85 卸
30年度調査	35 卸 39.8 %	19 卸 21.6 %	19 卸 21.6 %	15 卸 17.0 %	88 卸
増減	3 卸 +4.9 ポイント	▲ 1 卸 ▲ 0.4 ポイント	▲ 6 卸 ▲ 6.3 ポイント	1 卸 +1.8 ポイント	▲ 3 卸

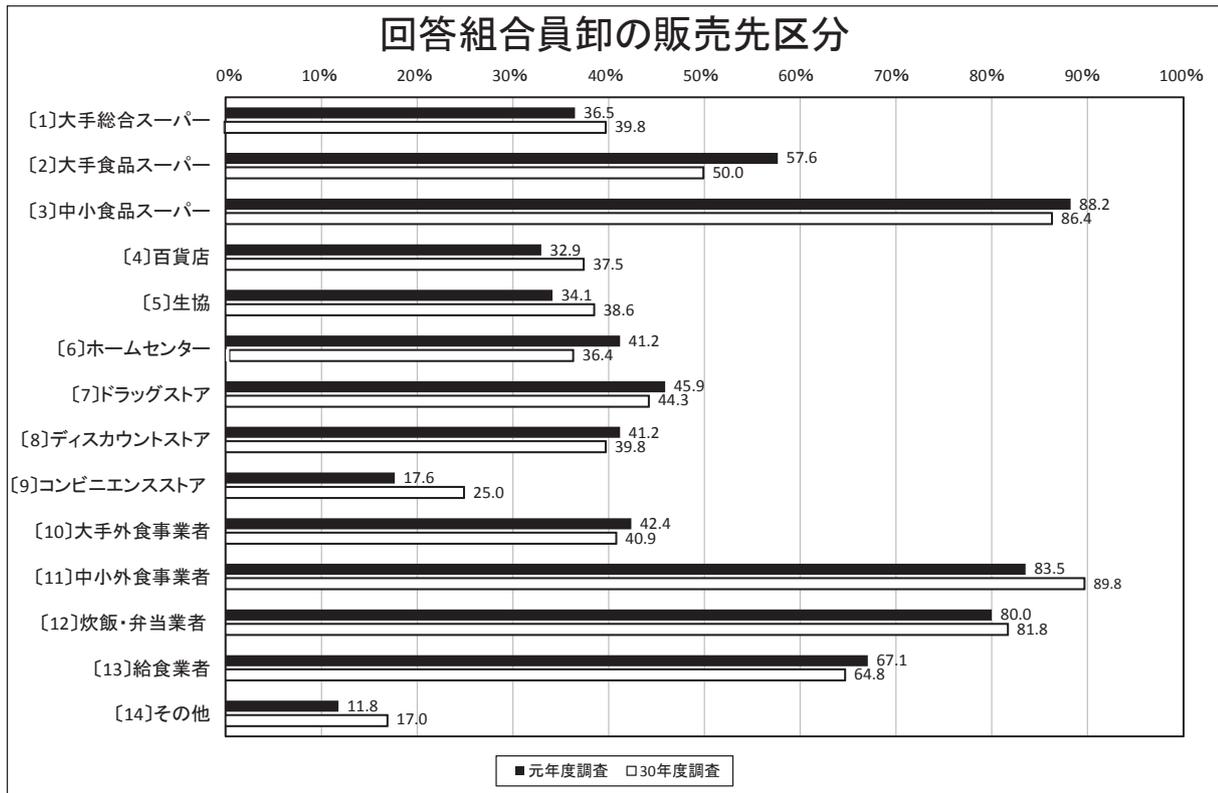
6. 回答組合員卸の米扱率（総売上高に占める米穀売上高の割合）構成比



米扱率 データテーブル

	90%以上	50~90%	50%未満	合計
元年度調査	48 卸 56.5 %	22 卸 25.9 %	15 卸 17.6 %	85 卸
30年度調査	46 卸 52.3 %	28 卸 31.8 %	14 卸 15.9 %	88 卸
増減	2 卸 +4.2 ポイント	▲ 6 卸 ▲ 5.9 ポイント	1 卸 +1.7 ポイント	▲ 3 卸

7. 回答組合員卸の販売先取引割合



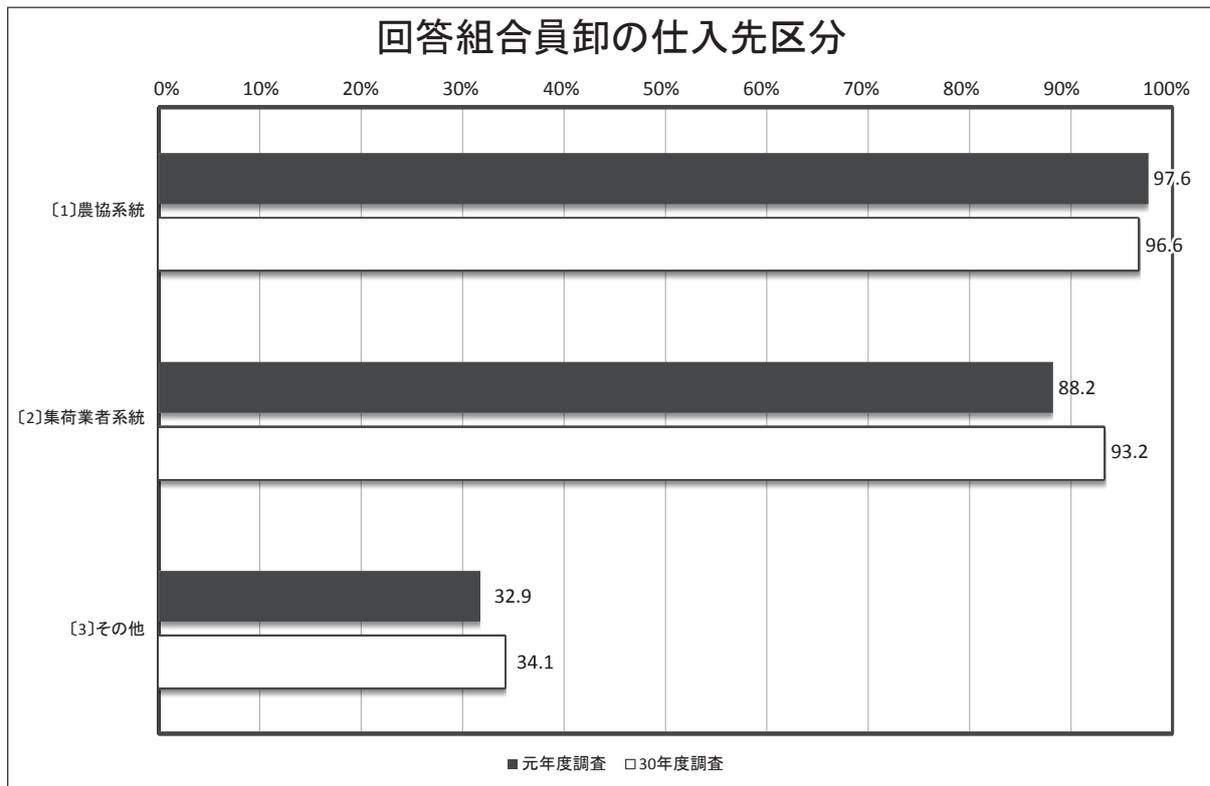
販売先区分 データテーブル

	[1]大手 総合スーパー	[2]大手 食品スーパー	[3]中小 食品スーパー	[4]百貨店	[5]生協	[6] ホームセンター	[7] ドラッグストア	
元年度調査	31 卸 36.5 %	49 卸 57.6 %	75 卸 88.2 %	28 卸 32.9 %	29 卸 34.1 %	35 卸 41.2 %	39 卸 45.9 %	
30年度調査	35 卸 39.8 %	44 卸 50.0 %	76 卸 86.4 %	33 卸 37.5 %	34 卸 38.6 %	32 卸 36.4 %	39 卸 44.3 %	
増減	▲ 4 卸 ▲ 3.3 ポイント	5 卸 +7.6 ポイント	▲ 1 卸 +1.9 ポイント	▲ 5 卸 ▲ 4.6 ポイント	▲ 5 卸 ▲ 4.5 ポイント	3 卸 +4.8 ポイント	0 卸 +1.6 ポイント	

	[8] ディスカウントストア	[9] コンビニエンスストア	[10]大手 外食事業者	[11]中小 外食事業者	[12]炊飯・ 弁当業者	[13]給食業者	[14]その他	《回答卸数》 合計
元年度調査	35 卸 41.2 %	15 卸 17.6 %	36 卸 42.4 %	71 卸 83.5 %	68 卸 80.0 %	57 卸 67.1 %	10 卸 11.8 %	85 卸
30年度調査	35 卸 39.8 %	22 卸 25.0 %	36 卸 40.9 %	79 卸 89.8 %	72 卸 81.8 %	57 卸 64.8 %	15 卸 17.0 %	88 卸
増減	0 卸 +1.4 ポイント	▲ 7 卸 ▲ 7.4 ポイント	0 卸 +1.4 ポイント	▲ 8 卸 ▲ 6.2 ポイント	▲ 4 卸 ▲ 1.8 ポイント	0 卸 +2.3 ポイント	▲ 5 卸 ▲ 5.3 ポイント	▲ 3 卸

- 最も取引のある販売先区分は、〔3〕中小食品スーパー（75 卸 88.2%（回答組合員卸数（85 卸）に対する割合。以下同じ。））であった。
- 以下、〔11〕中小外食事業者（71 卸 83.5%）、〔12〕炊飯・弁当業者（68 卸 80.0%）、〔13〕給食業者（57 卸 67.1%）および〔2〕大手食品スーパー（49 卸 57.6%）の順であった。
- 〔14〕その他の具体的事例は、「米穀（小売）専門店」、「病院」、「介護施設」、「葬祭業」、「ホテル」、「一般消費者」であった。

8. 回答組合員卸の仕入先取引割合



仕入先区分 データテーブル

	[1]農協系統	[2]集荷業者系統	[3]その他	合計
元年度調査	83 卸 97.6 %	75 卸 88.2 %	28 卸 32.9 %	85 卸
30年度調査	85 卸 96.6 %	82 卸 93.2 %	30 卸 34.1 %	88 卸
増減	▲ 18 卸 ▲ 17.8 ポイント	▲ 17 卸 ▲ 16.7 ポイント	▲ 2 卸 ▲ 1.2 ポイント	▲ 3 卸

- 最も取引のある仕入先区分は、前回調査同様、〔1〕農協系統（83 卸 97.6%（回答卸数（85 卸）に対する割合。）であった。
- 〔3〕その他の具体的仕入先は、「生産者」、「生産法人」、「卸間売買」、「仲介業者」であった。

Ⅱ 調査結果取りまとめ

[1] 販売編

販売先の不公正と思われる取引について

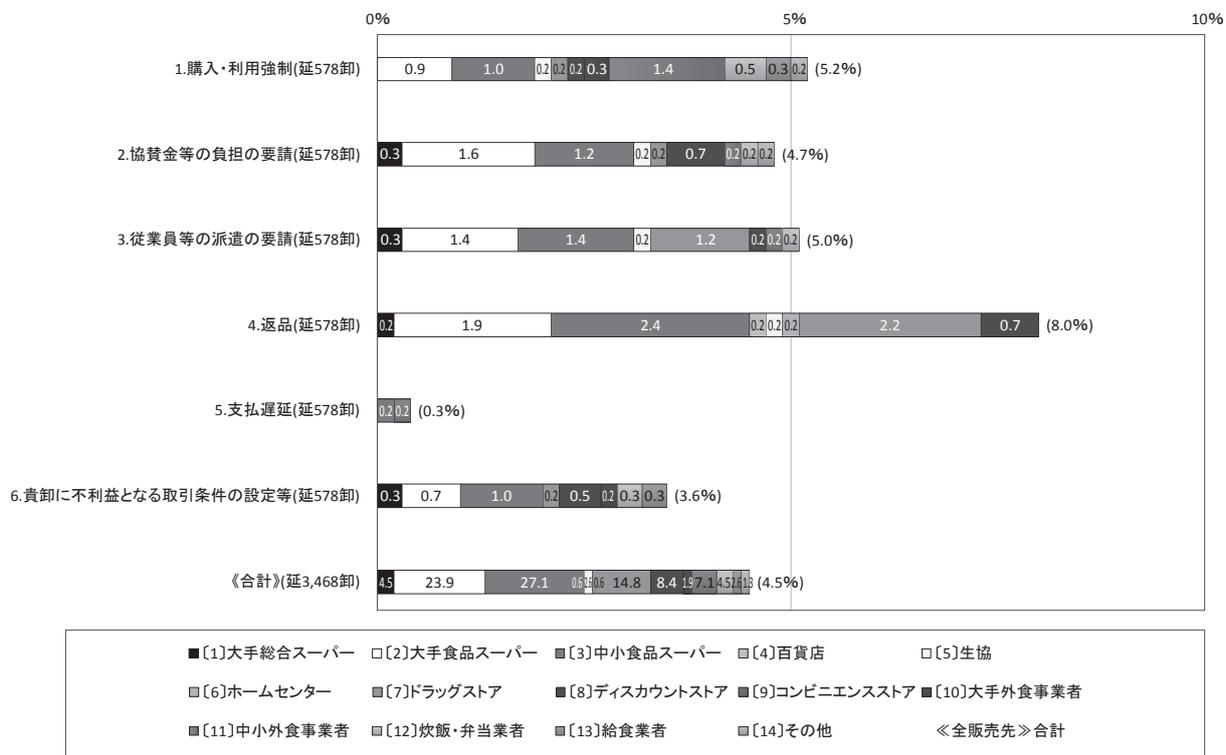
- 「販売先の不公正と思われる取引」が「存在する」と回答した卸の割合は、《全販売先》で前回調査の3.6%から4.5%に増加（前回調査比+0.9 ㊦）した。

① 行為類型別回答（存在する）

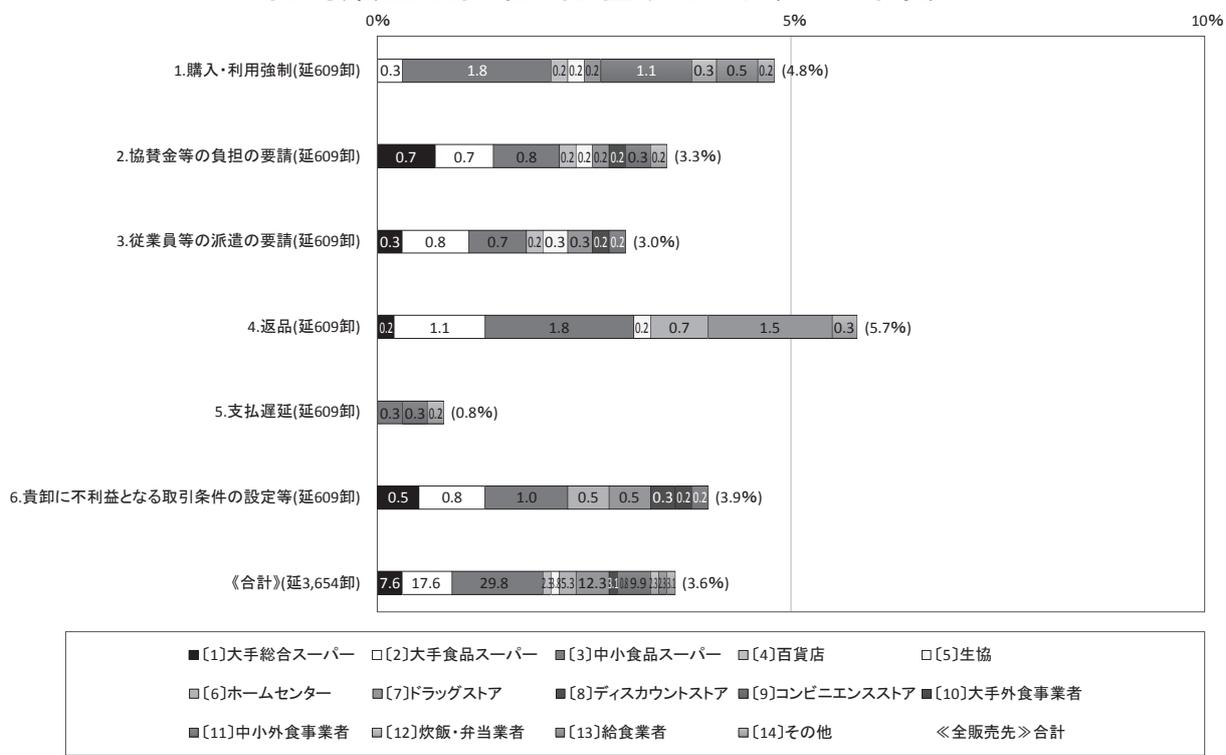
- 不公正と思われる取引が最も存在する行為類型は「4. 返品」であった。
 - 「1. 購入・利用強制」は前回調査の4.8%から5.2%に増加した。
 - 「2. 協賛金等の負担の要請」は前回調査の3.3%から4.7%に増加した。
 - 「3. 従業員の派遣の要請」は前回調査の3.0%から5.0%に増加した。
 - 「4. 返品」は前回調査の5.7%から8.0%に増加となり、最も不公正と思われる取引が存在する行為類型であった。
 - 「5. 支払遅延」は前回調査の0.8%から0.3%に減少した。
 - 「6. 貴卸に不利益となる取引条件の設定等」は前回調査の3.9%から3.6%に減少した。

※今回、前回の調査項目から「経済上の利益の提供の要請」、「受領拒否」、「減額」をはずした。

行為類型別回答(存在する)卸数



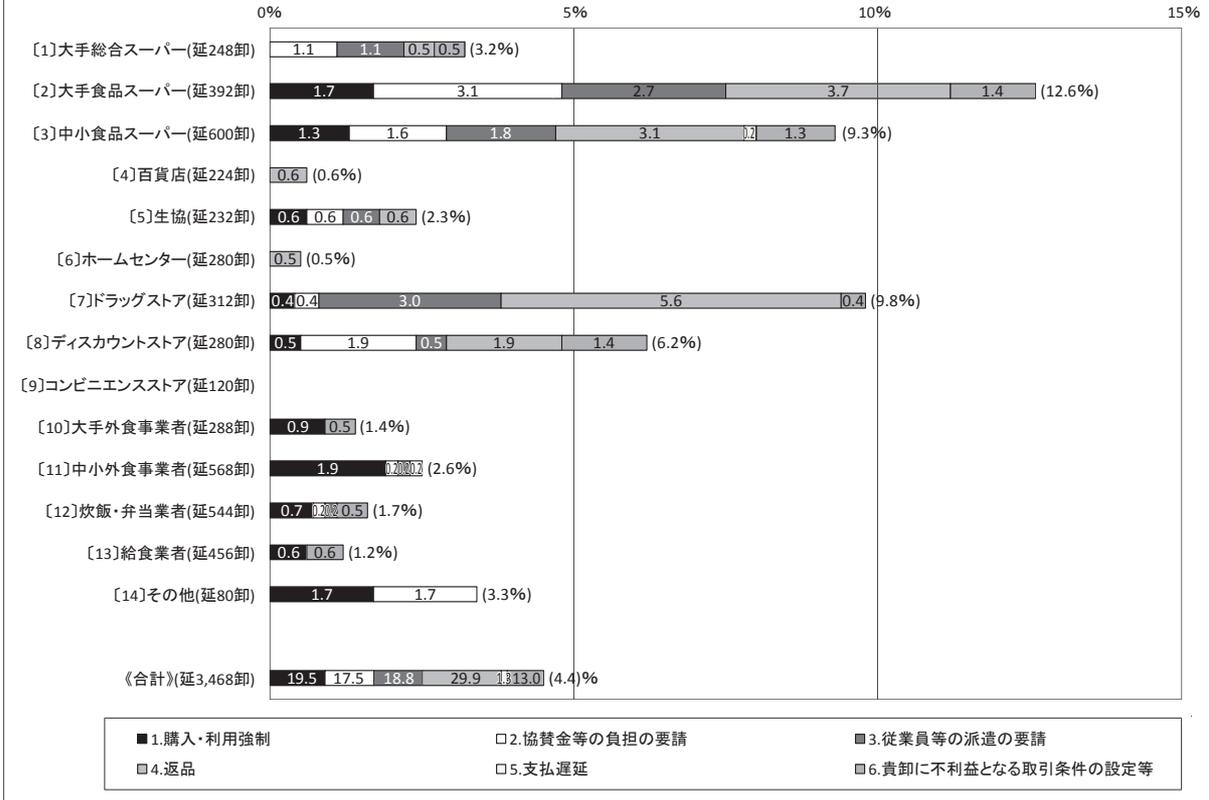
行為類型別回答(存在する)卸数(30年度)



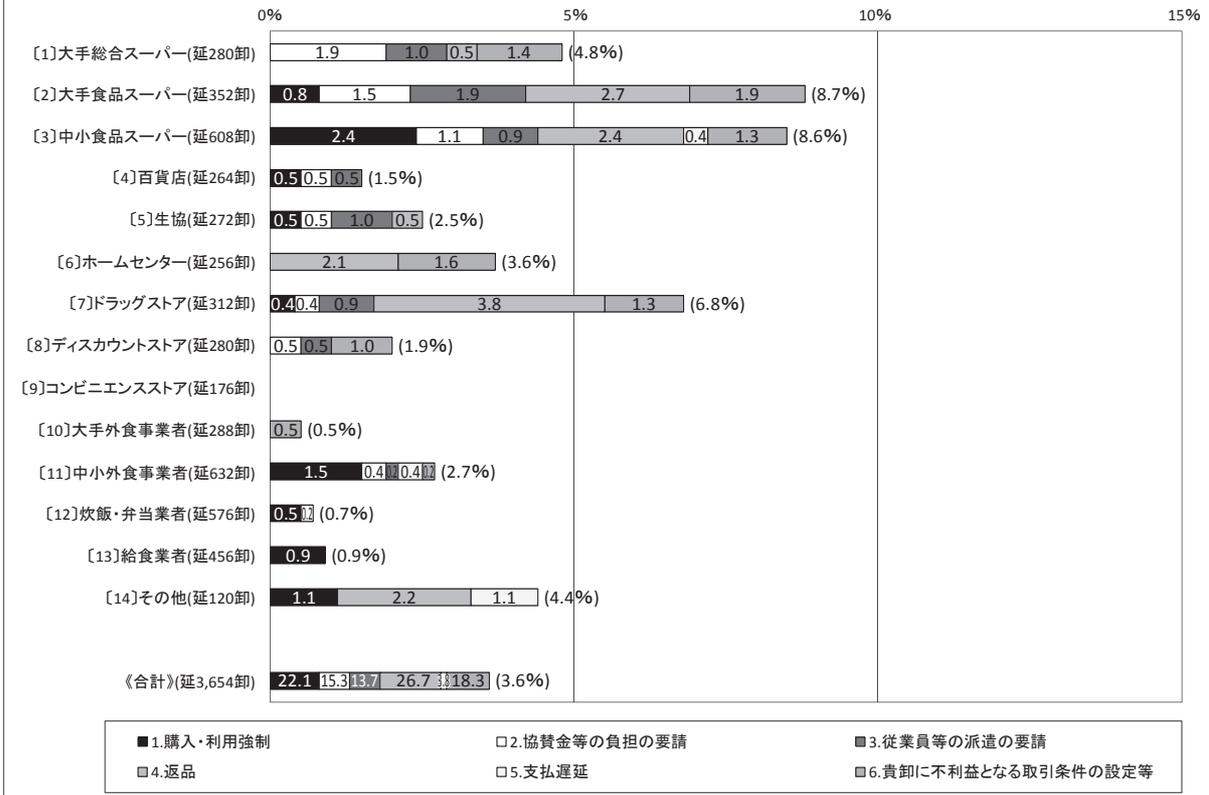
② 販売先別回答（存在する）

- 不公正と思われる取引が最も存在する販売先は、〔2〕大手食品スーパーであった。
 - 〔1〕大手総合スーパーは、前回調査の4.8%から3.2%に減少した。
 - 〔2〕大手食品スーパーは、前回調査の8.7%から12.6%に増加して、最も不公正と思われる取引が存在する販売先であった。
 - 〔3〕中小食品スーパーは、前回調査の8.6%から9.3%に増加した。
 - 〔4〕百貨店は、前回調査の1.5%から0.6%に減少した。
 - 〔5〕生協は、前回調査の2.5%から2.3%に減少した。
 - 〔6〕ホームセンターは、前回調査の3.6%から0.5%に減少した。
 - 〔7〕ドラッグストアは、前回調査の6.8%から9.8%に増加した。
 - 〔8〕ディスカウントストアは、前回調査の1.9%から6.2%に増加した。
 - 〔9〕コンビニエンスストアは、前回調査、今回調査ともに選択されなかった。
 - 〔10〕大手外食事業者は、前回調査の0.5%から1.4%に増加した。
 - 〔11〕中小外食事業者は、前回調査の2.7%から2.6%に減少した。
 - 〔12〕炊飯・弁当業者は、前回調査の0.7%から1.7%に増加した。
 - 〔13〕給食業者は、前回調査の0.9%から1.2%に増加した。
 - 〔14〕その他は、前回調査の4.4%から3.3%に減少した。

販売先別回答(存在する)卸数



販売先別回答(存在する)卸数(30年度)



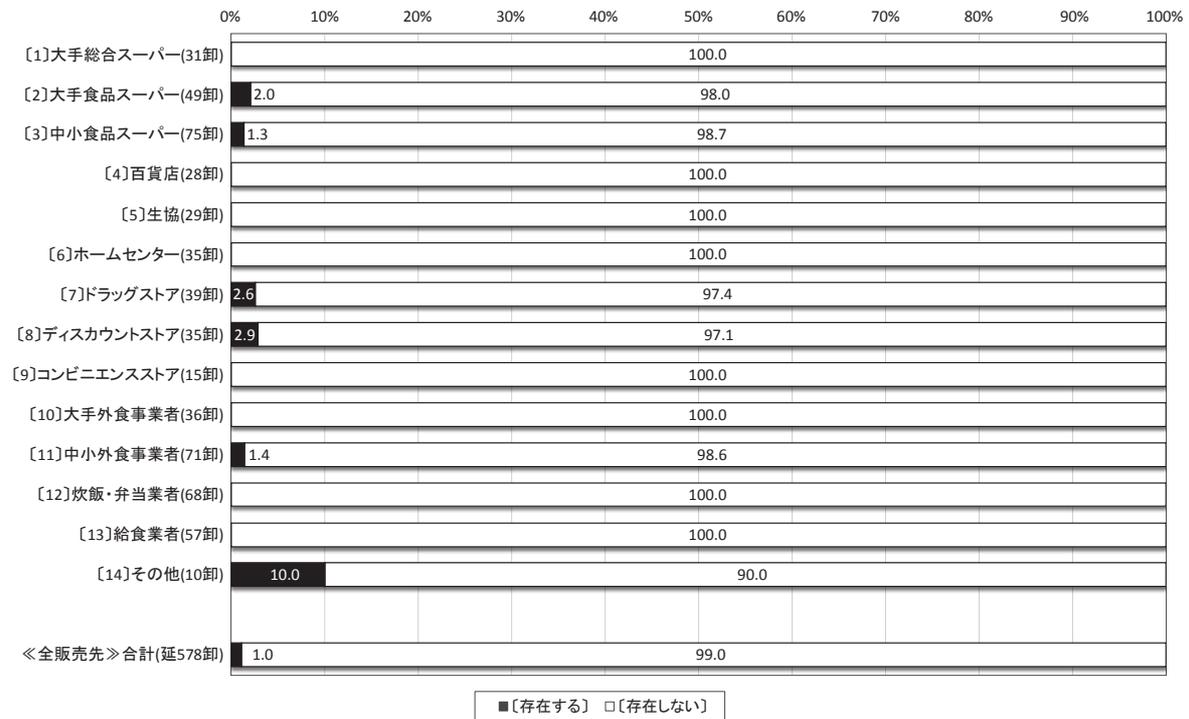
③ 不当廉売編

< 1. 継続して取引する相手方による（不当廉売） >

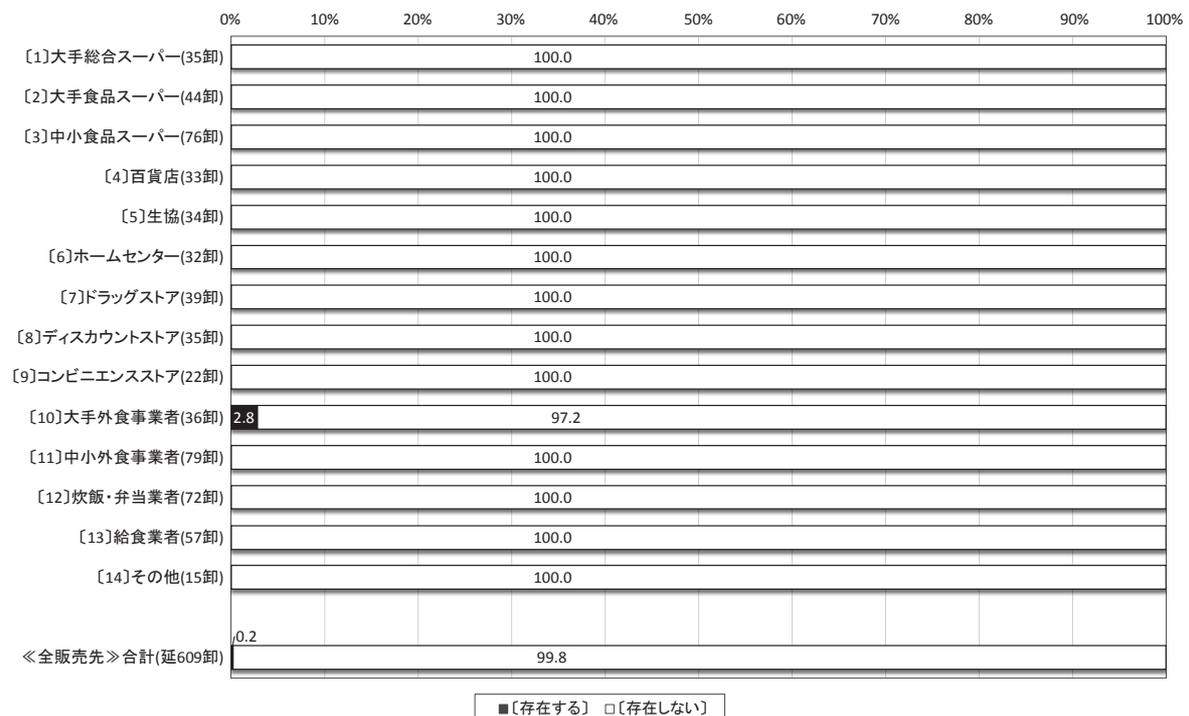
問 現在、継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む。）において正当な理由がなく仕入価格と必要経費分を下回る価格で消費者に継続して販売する「不当廉売」と思われる行為を行なう販売先が存在しますか。

- 「継続して取引する相手方による不当廉売」が「存在する」との回答は、《全販売先》で前回調査の0.2%（延1卸）から1.0%（延6卸）に増加（前回調査比+0.9^割）した。
- 「存在する」との回答があったのは、割合が高い順（上位5販売先）に、〔14〕その他10.0%、〔8〕ディスカウントストア2.9%、〔7〕ドラッグストア2.6%、〔2〕大手食品スーパー2.0%、〔11〕中小外食事業者1.4%で全て1卸によるものであった。
- 「存在する」との回答がなかったのは、〔1〕大手総合スーパー、〔4〕百貨店、〔5〕生協、〔6〕ホームセンター、〔9〕コンビニエンスストア、〔10〕大手外食事業者、〔12〕炊飯・弁当業者、〔13〕給食業者であった。

取引先による「不当廉売」の有無



取引先による「不当廉売」の有無(30年度)



< 2. 同業他社による（不当廉売） >

問 現在、継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む。）に対し同業他社が正当な理由がなく商品又は役務を低い対価で継続的に供給する「不当廉売」と思われる行為が存在しますか。

- 「同業他社による不当廉売」が「存在する」との回答は、《全同業他社》で前回調査の9.9%（延61卸）から8.4%（延50卸）に減少（前回調査比▲1.5ポイント）した。

データテーブル

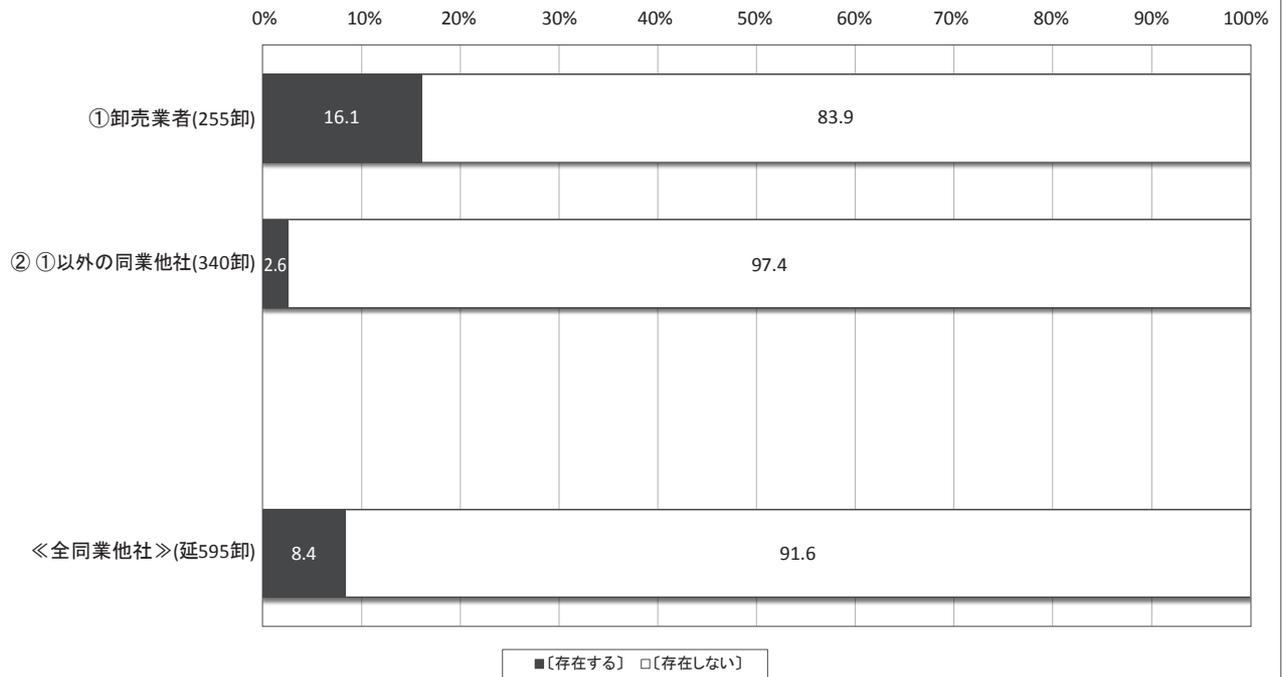
		①卸売業者	②①以外の同業他社	《全同業他社》 合計
〔存在する〕	元年度調査	41 卸 16.1 %	9 卸 2.6 %	延 50 卸 8.4 %
	30年度調査	49 卸 18.6 %	12 卸 3.4 %	延 61 卸 9.9 %
	増減	▲ 8 卸 ▲ 2.5 ポイント	▲ 3 卸 ▲ 0.8 ポイント	延 ▲ 11 卸 ▲ 1.5 ポイント
〔存在しない〕	元年度調査	214 卸 83.9 %	331 卸 97.4 %	延 545 卸 91.6 %
	30年度調査	215 卸 81.4 %	340 卸 96.6 %	延 555 卸 90.1 %
	増減	▲ 1 卸 2.5 ポイント	▲ 9 卸 0.8 ポイント	延 ▲ 10 卸 1.5 ポイント
取引卸数	元年度調査	255 卸	340 卸	延 595 卸
	30年度調査	264 卸	352 卸	延 616 卸
	増減	▲ 9 卸	▲ 12 卸	▲ 21 卸

（注）同業他社の区分は、以下の7区分とし、集計は、①卸売業者（〔1〕～〔3〕）、②①以外の同業他社にまとめている。

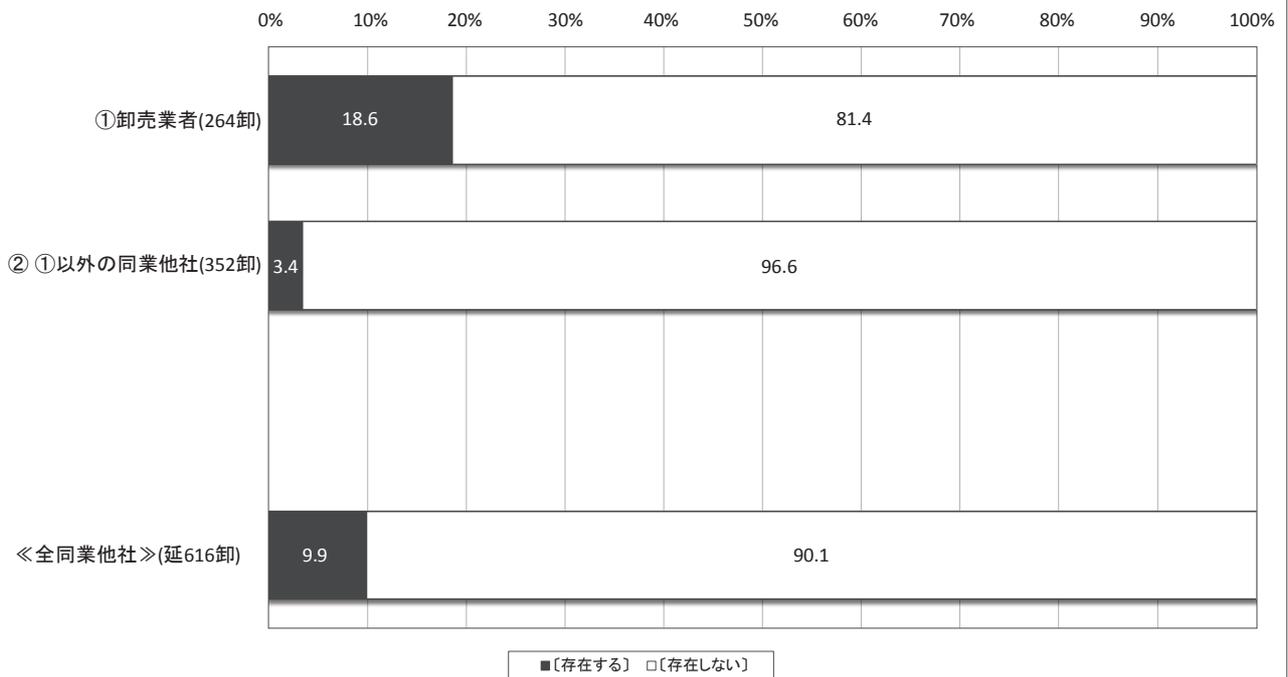
<同業他社区分>

〔1〕全米販の組合員、〔2〕パールライス、〔3〕〔1〕と〔2〕以外の販売業者、〔4〕農協、〔5〕農業法人、〔6〕商社、〔7〕その他

同業他社による「不当廉売」の有無



同業他社による「不当廉売」の有無(30年度)



[参考]

不公正と思われる取引の具体的な事例〔販売先別〕

〔1〕 大手総合スーパー

- センターフィーやリベート算出の根拠が不明確。
- クリスマスケーキや土用丑の日のうなぎ、おせち等が恒例として行われる。

〔2〕 大手食品スーパー

- センターフィー改定の一方的な知らせ。
- センターフィーやリベート算出の根拠が不明確。
- 中元、歳暮、クリスマスケーキ等の購入依頼。
- クリスマスケーキや土用丑の日のうなぎ、おせち等が恒例として行われる。

〔3〕 中小食品スーパー

- 商品の値下げ。
- お中元・お歳暮の購入依頼がある。
- センターフィーやリベート算出の根拠が不明確。
- クリスマスケーキや土用丑の日のうなぎ、おせち等が恒例として行われる。
- 売価から逆算し、先方の利益はある程度固定された上で、納入価格が決まる。

〔4〕 百貨店（具体的事例はなかった）

〔5〕 生協（具体的事例はなかった）

〔6〕 ホームセンター

- 不公正とは言い切れないが、汚損による返品が多い。

〔7〕 ドラッグストア

- 納品時に陳列作業、独自の販売期間設定による返品。
- クリスマスケーキや土用丑の日のうなぎ、おせち等が恒例として行われる。
- 棚替応援について覚書にて契約しているが、人件費、交通費が支払われない。
- 精米日より45日経過で一方的に返品。
- 年間の取扱数量の確約が出来ない状況で販売開始され、進捗状況により、取扱条件が変更される。
- 精米日1カ月経過品の返品。

〔8〕 ディスカウントストア

- クリスマスケーキや土用丑の日のうなぎ、おせち等が恒例として行われる。
- 先方売上、粗利が悪いの中で、値上げが許されない。日付切れによる返品がある。
- 周年祭やセール等にて、利益が確保できない価格にて、納品価格が設定される（年間利益の大幅減少）。

[9] コンビニエンスストア（具体的事例はなかった）

[10] 大手外食事業者

- クリスマスケーキや土用丑の日のうなぎ、おせち等が恒例として行われる。
- 市場価格（市場相場）を想定しない、納品希望価格の設定にて商談価格がベースになっている。

[11] 中小外食事業者

- おせちの購入要請。
- 決算時の協賛金。
- クリスマスケーキや土用丑の日のうなぎ、おせち等が恒例として行われる。

[12] 炊飯・弁当業者

- 新米切り替え時に毎回、約100kgのサンプルを提出させられる。折半して欲しいと要請するが受けてもらえない。
- クリスマスケーキや土用丑の日のうなぎ、おせち等が恒例として行われる。

[13] 給食業者（具体的事例はなかった）

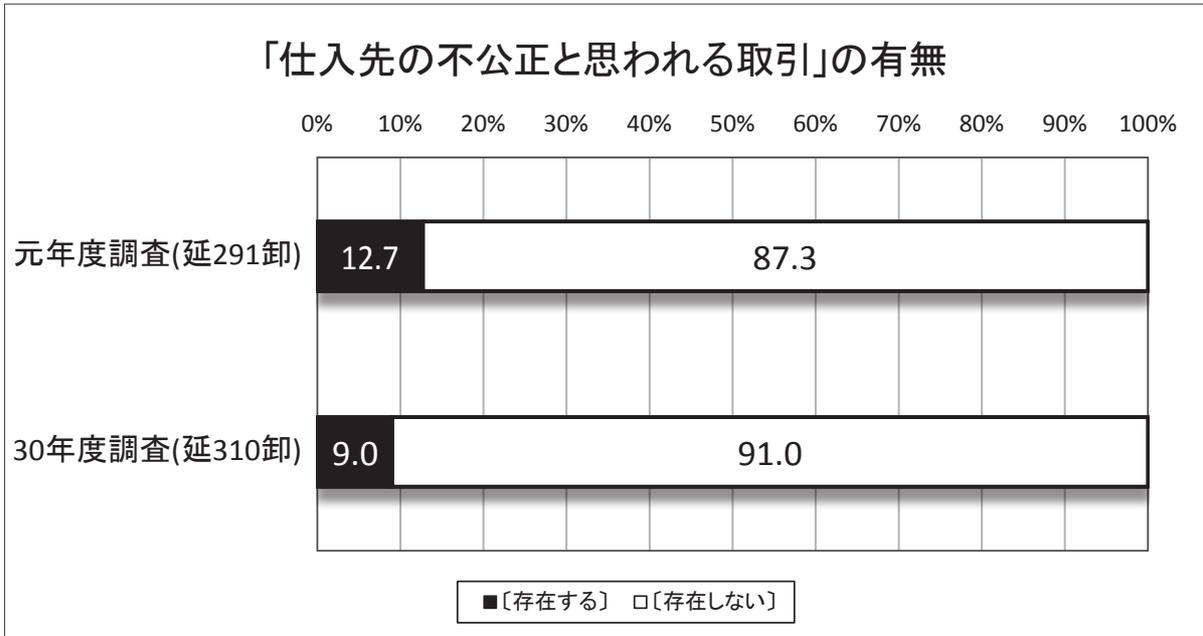
[14] その他

- 納入先店舗数のおせちが毎年、購入させられる。

[2] 仕入編

仕入先の不公正と思われる取引について

- 「仕入先の不公正と思われる取引」が「存在する」との回答は、前回調査の9.0%（延28卸）から12.7%（延37卸）と増加（前回調査比+3.7割）した。



「仕入先の不公正と思われる取引」の有無 データテーブル

	〔存在する〕	〔存在しない〕	取引卸数
元年度調査	延 37 卸 12.7 %	延 254 卸 87.3 %	延 291 卸
30年度調査	延 28 卸 9.0 %	延 282 卸 91.0 %	延 310 卸
増減	延+9 卸 +3.7 ポイント	延▲28 卸 ▲3.7 ポイント	延▲19 卸

令和元年度 「取引実態調査」(第14回) 結果報告書

令和2年9月 発行

編集 全国米穀販売事業共済協同組合 業務部

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町15-15

TEL (03)4334-2120 FAX (03)4334-2127

承諾なしに転載、転写およびデータベース、磁気媒体、
光ディスクなどへの入力を禁じます。