

平成 20 年度 「取引実態調査」(第 3 回) 結果

概 要

1. 調査の項目

- 1. 販売先の不公正と思われる取引の存在
- 2. 販売先の不公正と思われる取引の具体的内容

2. 調査実施時期

平成 21 年 1 月～ 2 月

3. 調査方法

組合員卸への郵送によるアンケート調査

4. 回収結果

- (1) 送付組合員卸数 1 9 7 卸
- (2) 回答組合員卸数 1 2 0 卸
- (3) 回収率 6 0 . 9 %

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
- 2. 複数回答の設問は、棒グラフで表示
- 3. <取引先名>の後ろの()は、回答卸数
- 4. <販売先小売>は、大手スーパー、中小スーパー、百貨店、生協、ホームセンター、ドラッグストアの延回答卸数
- 5. <販売先実需>は、大手外食事業者、中小外食事業者、ベンダーの延回答卸数
- 6. 全販売先は、大手スーパー、中小スーパー、百貨店、生協、ホームセンター、ドラッグストア、大手外食事業者、中小外食事業者、ベンダーの延回答卸数

平成 21 年 5 月

全国米穀販売事業共済協同組合

【販売先の不公正と思われる取引について】

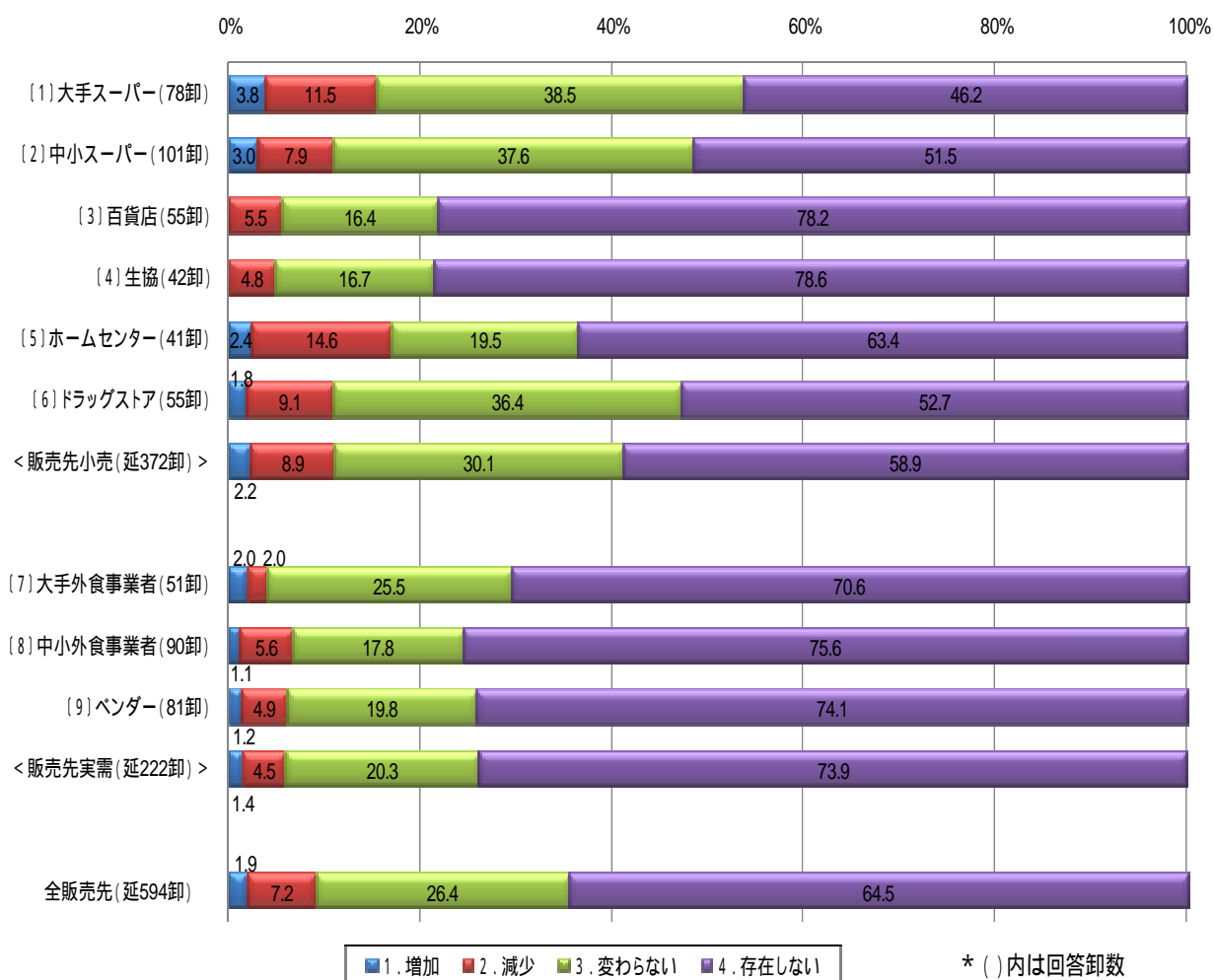
1. 販売先の不公正と思われる取引の存在

販売先との取引において不公正と思われる取引が存在するか、しないか、存在する場合、不公正と思われる取引は昨年に比べて「増加」、「減少」、「変わらない」のうちから販売先ごとに1つ選択

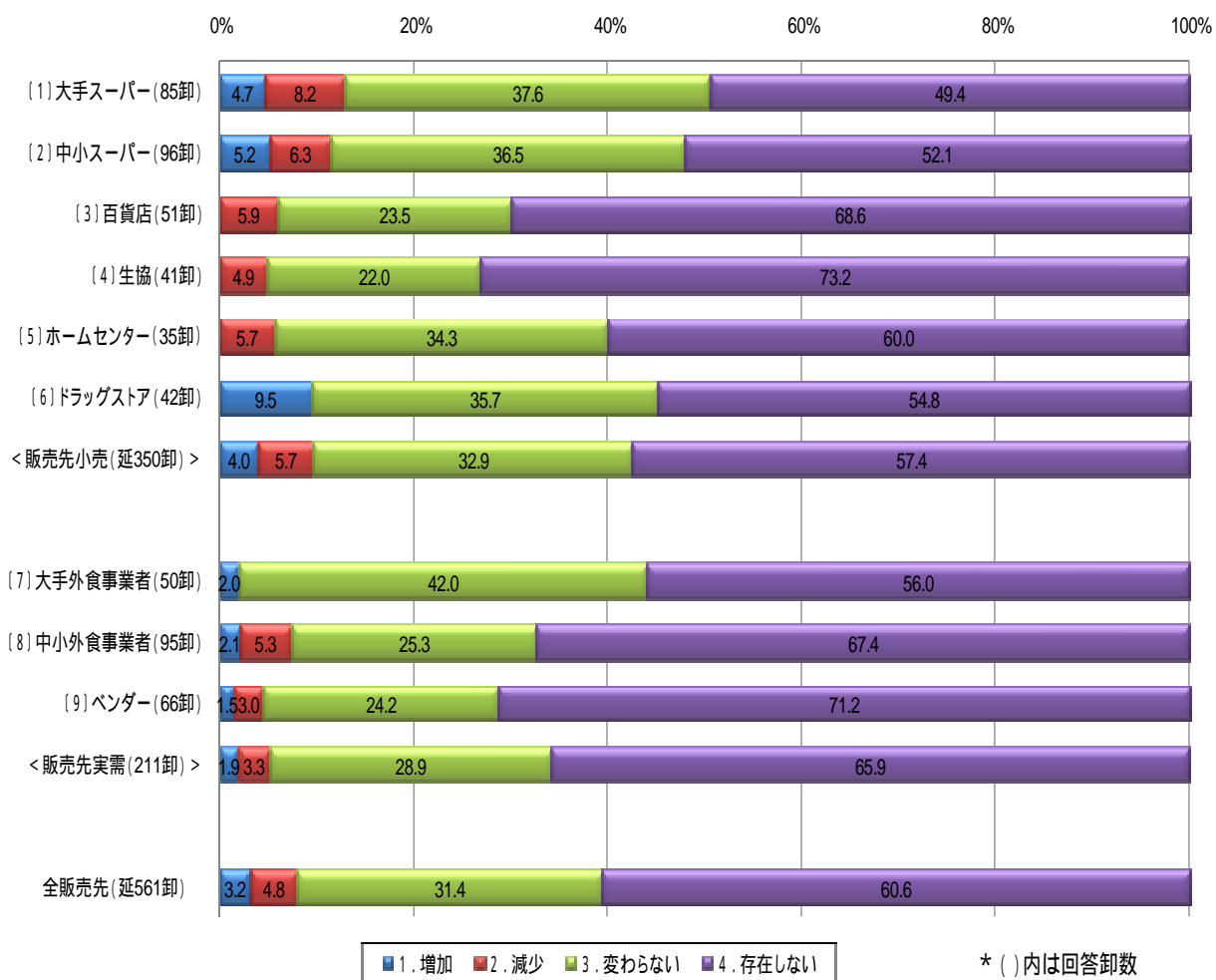
『存在しない』は、全販売先で昨年度 60.6%から今年度 64.5%と増加しており、若干ではあるが改善されている。なお、＜販売先小売＞と＜販売先実需＞では、いずれも改善されているが、＜販売先実需＞の改善幅が大きくなっている。

販売先別にみると、『存在しない』と『減少』を合わせると、すべての販売先で前年よりも増加しており、大手外食事業者（16.6%増）ホームセンター（12.3%増）百貨店（9.2%増）中小外食事業者（8.5%増）ドラッグストア（7.0%増）生協（5.3%増）ベンダー（4.8%増）中小スーパー（1.0%増）大手スーパー（0.1%増）となっている。

販売先の不公正と思われる取引の存在



販売先の不公正と思われる取引の存在(19年度)



2. 販売先の不公正と思われる取引の具体的内容

公正取引委員会の「大規模小売業告示」に則した不公正な取引方法ごとに、存在する不正と思われる取引の具体的内容を販売先ごとに選択（複数回答）

< 総 括 >

不公正と思われる取引として具体的に挙げられた内容が、不公正と思われる取引として挙げられた総数に対して何%となったかを昨年度調査と比べると、以下のようになっている。

全販売先 で特徴的なのは、『 8 不当な経済上の授受等』が昨年度 8.0%から今年度 19.0%と大幅に割合を高めた一方、『 1 不当な返品』が 30.2%から 23.3%と低くなったが、最も高い割合となっていることは変わらない。

< 販売先小売 > では、『 8 不当な経済上の利益の授受等』が 6.6%から 16.6%と大幅に高くなり、『 5 特別注文品の受領拒否』が 0.4%から 3.8%、『 9 要求拒否の場合の不利益な取扱い』が 6.6%から 7.4%、『 6 押し付け販売等』が 9.0%から 11.0%と高くなった一方、『 1 不当な返品』が昨年度 36.5%から今年度 24.0%と低くなったものの、項目のなかでは最も高い割合となっている。

< 販売先実需 > では、『 1 不当な返品』が 7.5%から 20.3%、『 8 不当な経済上の利益の授受等』が 13.4%から 27.8%と大幅に高くなったほか、昨年度は無かった『特別注文品の受領拒否』が見られる。なお、『 2 不当な値引き』が 19.4%から 7.5%、『 6 押し付け販売等』が 35.8%から 24.1%と大幅に低くなった。

販売先別の特徴は、大手スーパーでは、昨年度大きなウエイトを占めていた『 1 不当な返品』が 31.1%から 17.9%と大幅に低下したものの、逆に『 8 不当な経済上の利益の授受等』が 6.7%から 17.3%と 3 倍近い増加となり、昨年度は無かった『 5 特別注文品の受領拒否』が見られる。

中小スーパーでは、大手スーパーと同様に、『 1 不当な返品』37.8%から 24.0%と大幅に低下したものの、『 8 不当な経済上の利益の授受等』が 4.1%から 14.4%と 3 倍を超える増加となり、『 5 特別注文品の受領拒否』の増加も無視できない。

百貨店では、『 6 押し付け販売等』が 5.9%から 16.7%と高くなったほか、昨年度は無かった『 8 不当な経済上の利益の授受等』と『 5 特別注文品の受領拒否』が見られ、特に『 8 不当な経済上の利益の授受等』は 25%という高い割合となっている。逆に、『 1 不当な返品』が 47.1%から 33.3%、『 7 納入業者の従業員等の不当使用等』が 17.6%から 4.2%と低下した。

生協では、『 8 不当な経済上の利益の授受等』が 7.7%から 20.7%と 3 倍近く増加したほか、昨年度は無かった『 9 要求拒否の場合の不利益な取扱い』が見られる。逆に、『 1 不当な返品』が 30.8%から 20.7%、『 4 特売商品等の買ったたき』が 23.1%から 10.3%と低下した。

ホームセンターでは、『 7 納入業者の従業員等の不当使用等』が 9.5%から 21.4%、『 2 不当な値引き』が 9.5%から 14.3%と高くなったほか、『 8 不当な経済上の利益の授受等』の増加も無視できない。逆に、『 4 特売商品等の買ったたき』が 23.8%から 11.9%と大幅に

低下している。

ドラッグストアでは、『 8 不当な経済上の利益の授受等』が 10.3%から 16.0%と高くなったほか、『 4 特売商品等の買ったたき』の増加も無視できない。逆に、『 1 不当な返品』が 48.3%から 34.7%と大幅に低下している。

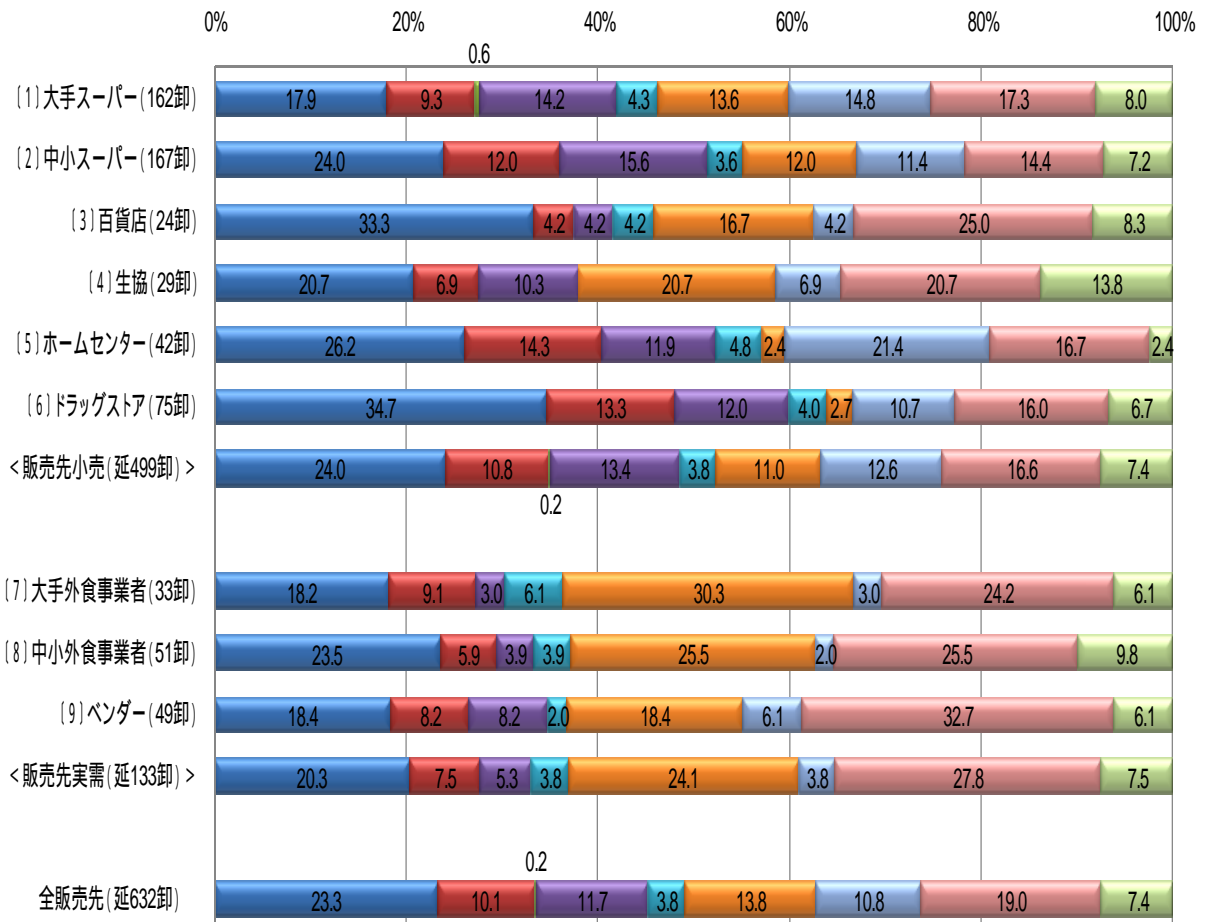
大手外食事業者では、『 1 不当な返品』が 5.6%から 18.2%と 3 倍を超える増加となり、『 8 不当な経済上の利益の授受等』も 16.7%から 24.2%と高くなったほか、昨年度無かった『 5 特別注文品の受領拒否』が見られる。

中小外食事業者では、『 1 不当な返品』が 9.4%から 23.5%、『 8 不当な経済上の利益の授受等』が 12.5%から 25.5%と 2 倍を超える増加となったほか、昨年度無かった『 4 特売商品等の買ったたき』と『 5 特別注文品の受領拒否』が見られる。逆に、『 2 不当な値引き』、『 6 押し付け販売等』は低下した。

ベンダーでは、『 1 不当な返品』が 5.9%から 18.4%、『 8 不当な経済上の利益の授受等』が 11.8%から 32.7%とおおよそ 3 倍に増加し、『 4 特売商品等の買ったたき』も 5.9%から 8.2%と増加したほか、昨年度無かった『 5 特別注文品の受領拒否』が見られる。逆に、『 2 不当な値引き』、『 6 押し付け販売等』は低下した。

以上の通り、販売先別で見ると、特徴的なのは、『 1 不当な返品』が小売では全て減少し、実需では逆に全て大幅に増加していることと、『 8 不当な経済上の利益の授受等』が全販売先で増加していることであるが、『 1 不当な返品』が実需で増加したのは、昨今の外食不況が影響した結果ではないかと思われる。また、『 8 不当な経済上の利益の授受等』が全販売先で増加したのは、昨今の不況を反映し、さまざまな形での要求が増加したことによるものと思われる。

不公正と思われる取引の内容



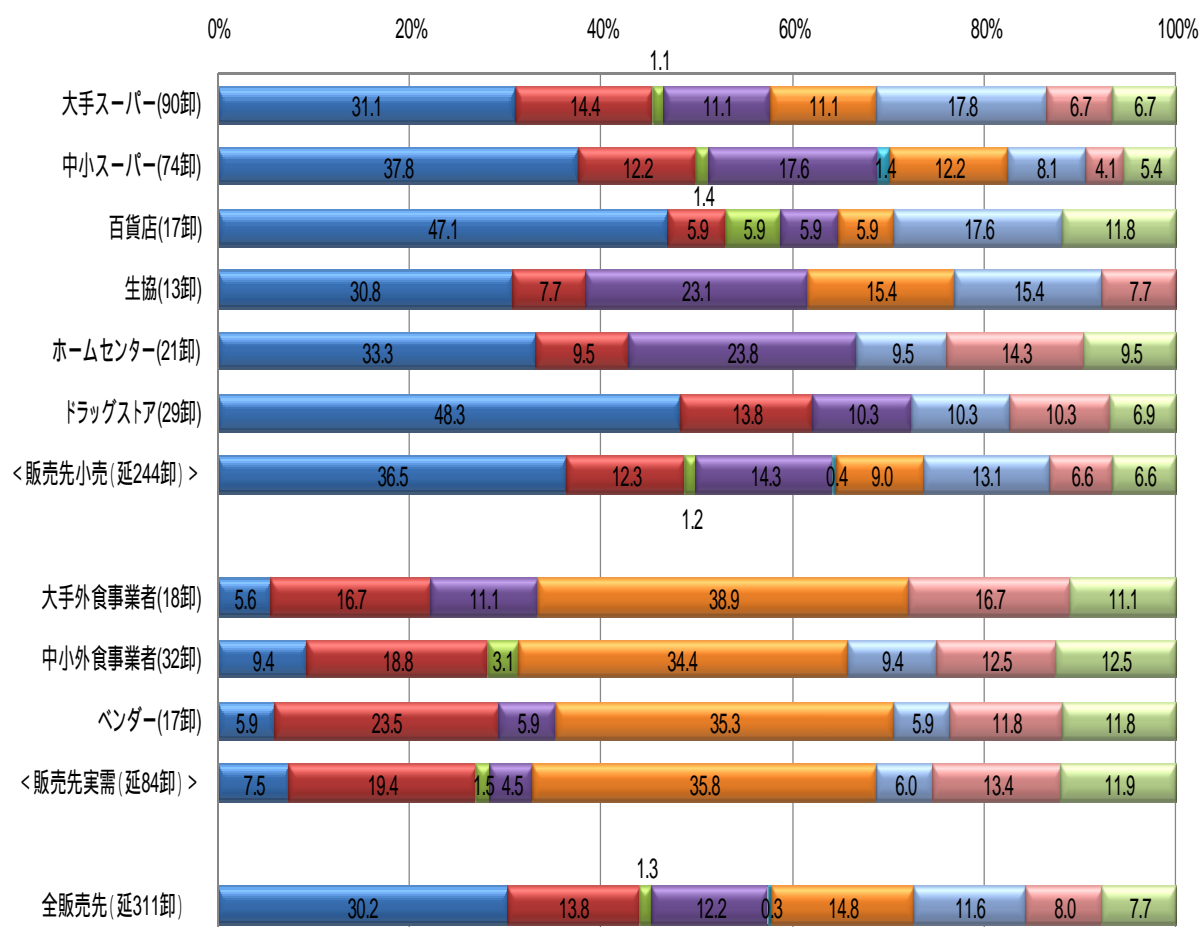
1 不当な返品	2 不当な値引き
3 不当な委託販売取引	4 特売商品等の買いたたき
5 特別注文品の受領拒否	6 押し付け販売等
7 納入業者の従業員等の不当使用等	8 不当な経済上の利益の授受等
9 要求拒否の場合の不利益な取扱い	10 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い(0店)

<上記グラフの数値表>

	(1)大手スーパー (162店)	(2)中小スーパー (167店)	(3)百貨店 (24店)	(4)生協 (29店)	(5)ホームセンター (42店)	(6)ドラッグストア (75店)	<販売先小売> (延499店)	(7)大手外食事業者 (33店)	(8)中小外食事業者 (51店)	(9)ベンダー (49店)	<販売先実需> (延133店)	全販売先 (延632店)
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
1 不当な返品	17.9	24.0	33.3	20.7	26.2	34.7	24.0	18.2	23.5	18.4	20.3	23.3
2 不当な値引き	9.3	12.0	4.2	6.9	14.3	13.3	10.8	9.1	5.9	8.2	7.5	10.1
3 不当な委託販売取引	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
4 特売商品等の買いたたき	14.2	15.6	4.2	10.3	11.9	12.0	13.4	3.0	3.9	8.2	5.3	11.7
5 特別注文品の受領拒否	4.3	3.6	4.2	0.0	4.8	4.0	3.8	6.1	3.9	2.0	3.8	3.8
6 押し付け販売等	13.6	12.0	16.7	20.7	2.4	2.7	11.0	30.3	25.5	18.4	24.1	13.8
7 納入業者の従業員等の不当使用等	14.8	11.4	4.2	6.9	21.4	10.7	12.6	3.0	2.0	6.1	3.8	10.8
8 不当な経済上の利益の授受等	17.3	14.4	25.0	20.7	16.7	16.0	16.6	24.2	25.5	32.7	27.8	19.0
9 要求拒否の場合の不利益な取扱い	8.0	7.2	8.3	13.8	2.4	6.7	7.4	6.1	9.8	6.1	7.5	7.4
10 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い(0店)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

* ()内は回答卸数

不公正と思われる取引の内容(19年度)



1 不当な返品	2 不当な値引き
3 不当な委託販売取引	4 特売商品等の買いたたき
5 特別注文品の受領拒否	6 押し付け販売等
7 納入業者の従業員等の不当使用等	8 不当な経済上の利益の授受等
9 要求拒否の場合の不利益な取扱い	10 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い(0卸)

<上記グラフの数値表>

	[1]大手スーパー (90卸)	[2]中小スーパー (74卸)	[3]百貨店 (17卸)	[4]生協 (13卸)	[5]ホームセンター (21卸)	[6]ドラッグストア (29卸)	<販売先小売> (延244卸)	[7]大手外食事業者 (18卸)	[8]中小外食事業者 (32卸)	[9]ベンダー (17卸)	<販売先実需> (延84卸)	全販売先 (延311卸)
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
1 不当な返品	31.1	37.8	47.1	30.8	33.3	48.3	36.5	5.6	9.4	5.9	7.5	30.2
2 不当な値引き	14.4	12.2	5.9	7.7	9.5	13.8	12.3	16.7	18.8	23.5	19.4	13.8
3 不当な委託販売取引	1.1	1.4	5.9	0.0	0.0	0.0	1.2	0.0	3.1	0.0	1.5	1.3
4 特売商品等の買いたたき	11.1	17.6	5.9	23.1	23.8	10.3	14.3	11.1	0.0	5.9	4.5	12.2
5 特別注文品の受領拒否	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3
6 押し付け販売等	11.1	12.2	5.9	15.4	0.0	0.0	9.0	38.9	34.4	35.3	35.8	14.8
7 納入業者の従業員等の不当使用等	17.8	8.1	17.6	15.4	9.5	10.3	13.1	0.0	9.4	5.9	6.0	11.6
8 不当な経済上の利益の授受等	6.7	4.1	0.0	7.7	14.3	10.3	6.6	16.7	12.5	11.8	13.4	8.0
9 要求拒否の場合の不利益な取扱い	6.7	5.4	11.8	0.0	9.5	6.9	6.6	11.1	12.5	11.8	11.9	7.7
10 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い(0卸)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

* ()内は回答卸数

1 不当な返品

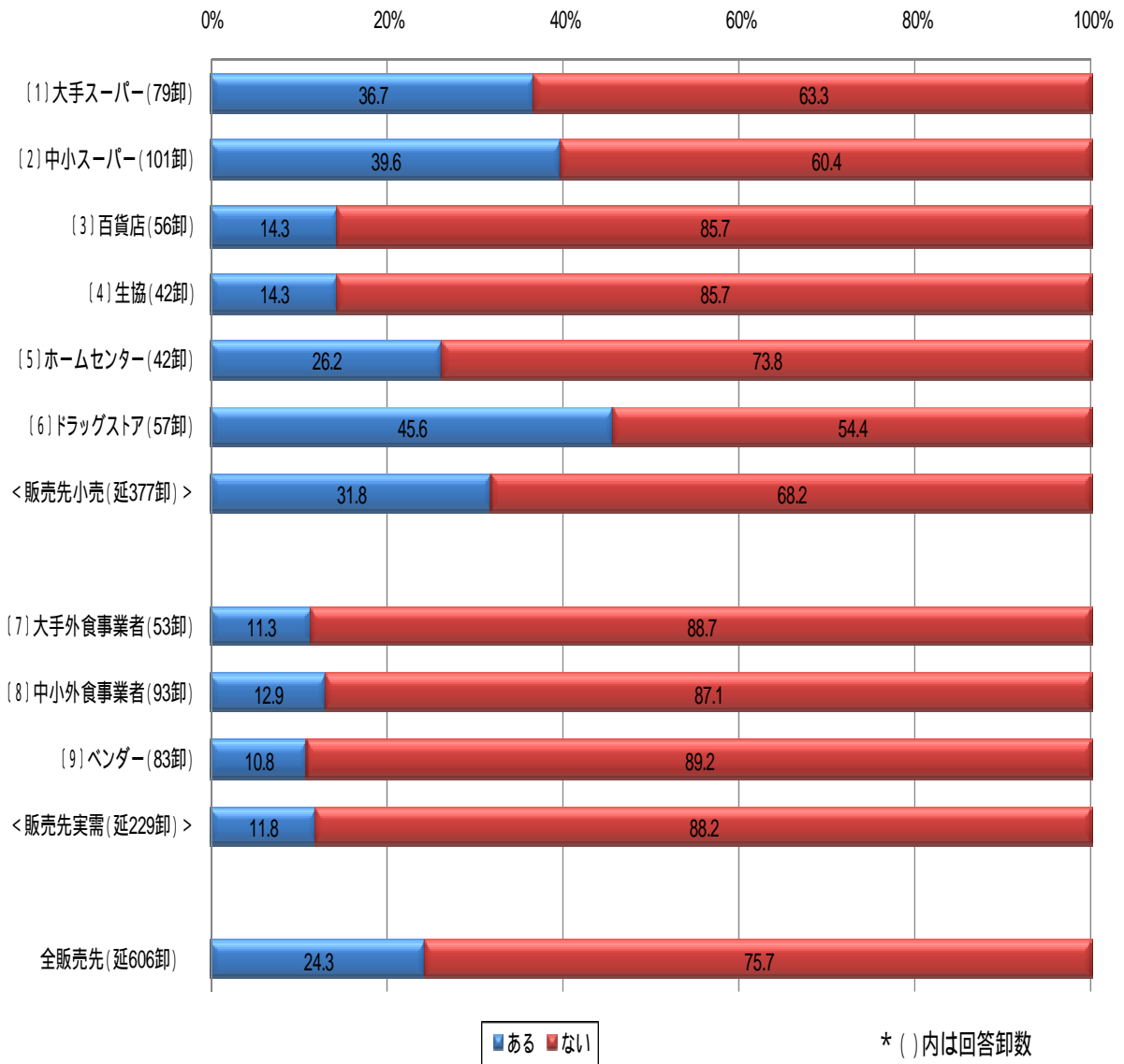
選択肢

1. 買い取りになっている契約を無視した返品
2. 契約書で取り決めている事由以外の一方的な返品
 - (1) 販売先が一方的に決めた販売期限を経過した場合の返品
 - (2) 発注数量の見込み誤りによる売れ残り品の返品
 - (3) 新米販売時の古米の返品
 - (4) 販売者の責任による破袋等の破損品の返品
 - (5) 顧客のクレーム、またはキャンセルによる強制的な返品
 - (6) その他

「不当な返品が存在がある」と回答した卸の割合は、全販売先で 24.3%となっており、＜販売先小売＞ 31.8%に対し、＜販売先実需＞ 11.8%と、小売が実需を大きく上回っている。

販売先別では、ドラッグストア(45.6%)、中小スーパー(39.6%)、大手スーパー(36.7%)が高い。

不当な返品が存在の有無



不当な返品で選択された具体的内容では、『2(4) 販売先の責任による破袋等の破損品の返品』が、全販売先（13.2%）＜販売先小売＞（19.4%）では最も高い割合になっているが、＜販売先実需＞では『2(5) 顧客のクレーム、またはキャンセルによる強制的な返品』（3.9%）が最も高くなっている。販売先別の『2(4) 販売先の責任による破袋等の破損品の返品』は、中小スーパーが25.7%、ドラッグストアが22.8%、大手スーパーが21.5%となっている。

その他では、『2(3) 新米販売時の古米の返品』が中小スーパー（21.8%）ドラッグストア（21.1%）が高く、『2(2) 発注数量の見込み誤りによる売れ残り品の返品』はドラッグストア（21.1%）中小スーパー（16.8%）大手スーパー（15.2%）が高い。

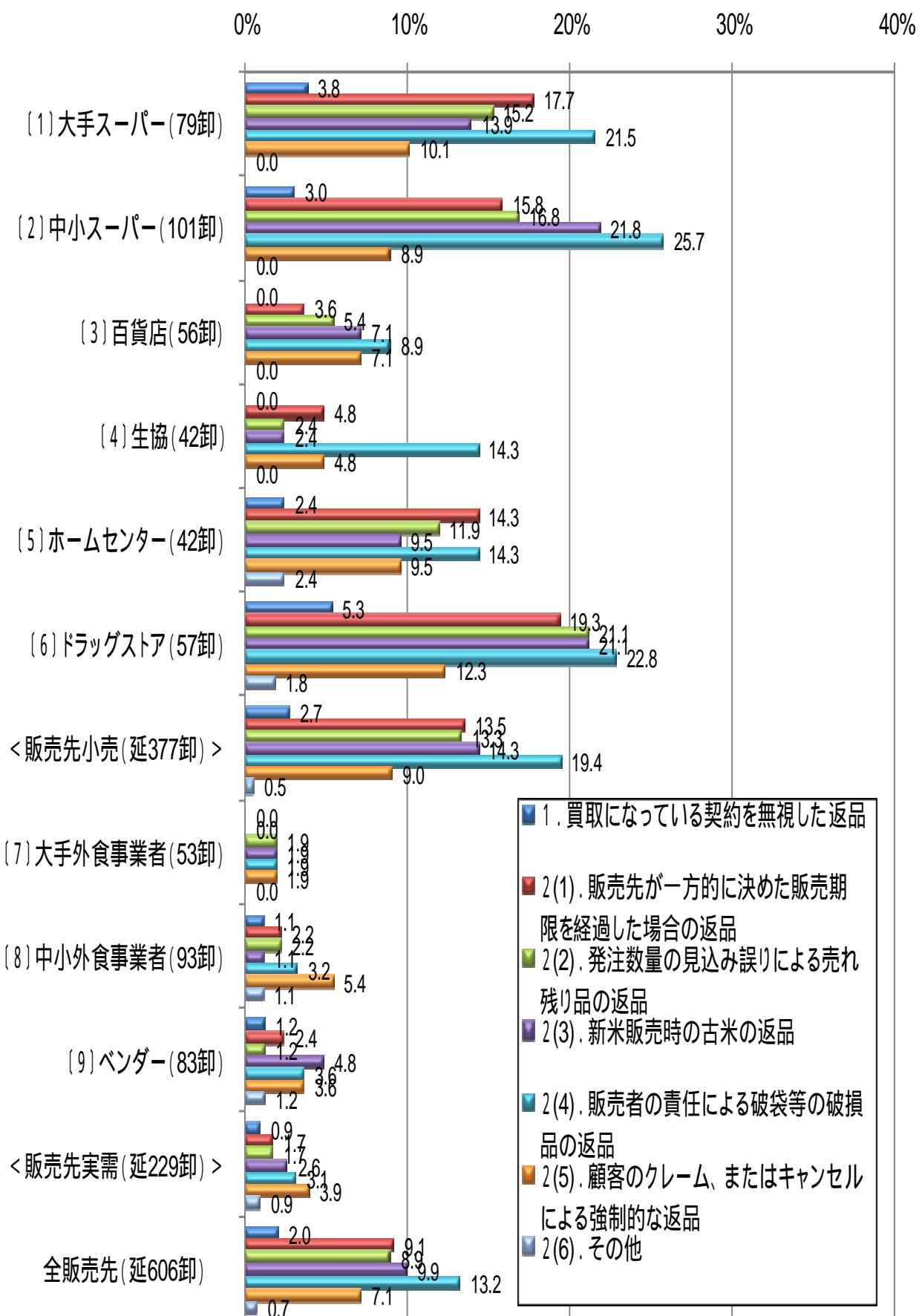
また、『2(1) 販売先が一方的に決めた販売期限を経過した場合の返品』は、ドラッグストア（19.3%）大手スーパー（17.7%）中小スーパー（15.8%）が高い。

＜次頁グラフの数値表＞

	(1)大手スーパー (79卸)	(2)中小スーパー (101卸)	(3)百貨店 (56卸)	(4)生協 (42卸)	(5)ホームセンター (42卸)	(6)ドラッグストア (57卸)	＜販売先小売＞ (延377卸)	(7)大手外食事業者 (53卸)	(8)中小外食事業者 (93卸)	(9)ベンダー (83卸)	＜販売先実需＞ (延229卸)	全販売先 (延606卸)
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. 買取になっている契約を無視した返品	3.8	3.0	0.0	0.0	2.4	5.3	2.7	0.0	1.1	1.2	0.9	2.0
2(1). 販売先が一方的に決めた販売期限を経過した場合の返品	17.7	15.8	3.6	4.8	14.3	19.3	13.5	0.0	2.2	2.4	1.7	9.1
2(2). 発注数量の見込み誤りによる売れ残り品の返品	15.2	16.8	5.4	2.4	11.9	21.1	13.3	1.9	2.2	1.2	1.7	8.9
2(3). 新米販売時の古米の返品	13.9	21.8	7.1	2.4	9.5	21.1	14.3	1.9	1.1	4.8	2.6	9.9
2(4). 販売先の責任による破袋等の破損品の返品	21.5	25.7	8.9	14.3	14.3	22.8	19.4	1.9	3.2	3.6	3.1	13.2
2(5). 顧客のクレーム、またはキャンセルによる強制的な返品	10.1	8.9	7.1	4.8	9.5	12.3	9.0	1.9	5.4	3.6	3.9	7.1
2(6). その他	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	1.8	0.5	0.0	1.1	1.2	0.9	0.7

* ()内は回答卸数

不当な返品(複数回答)



2 不当な値引き

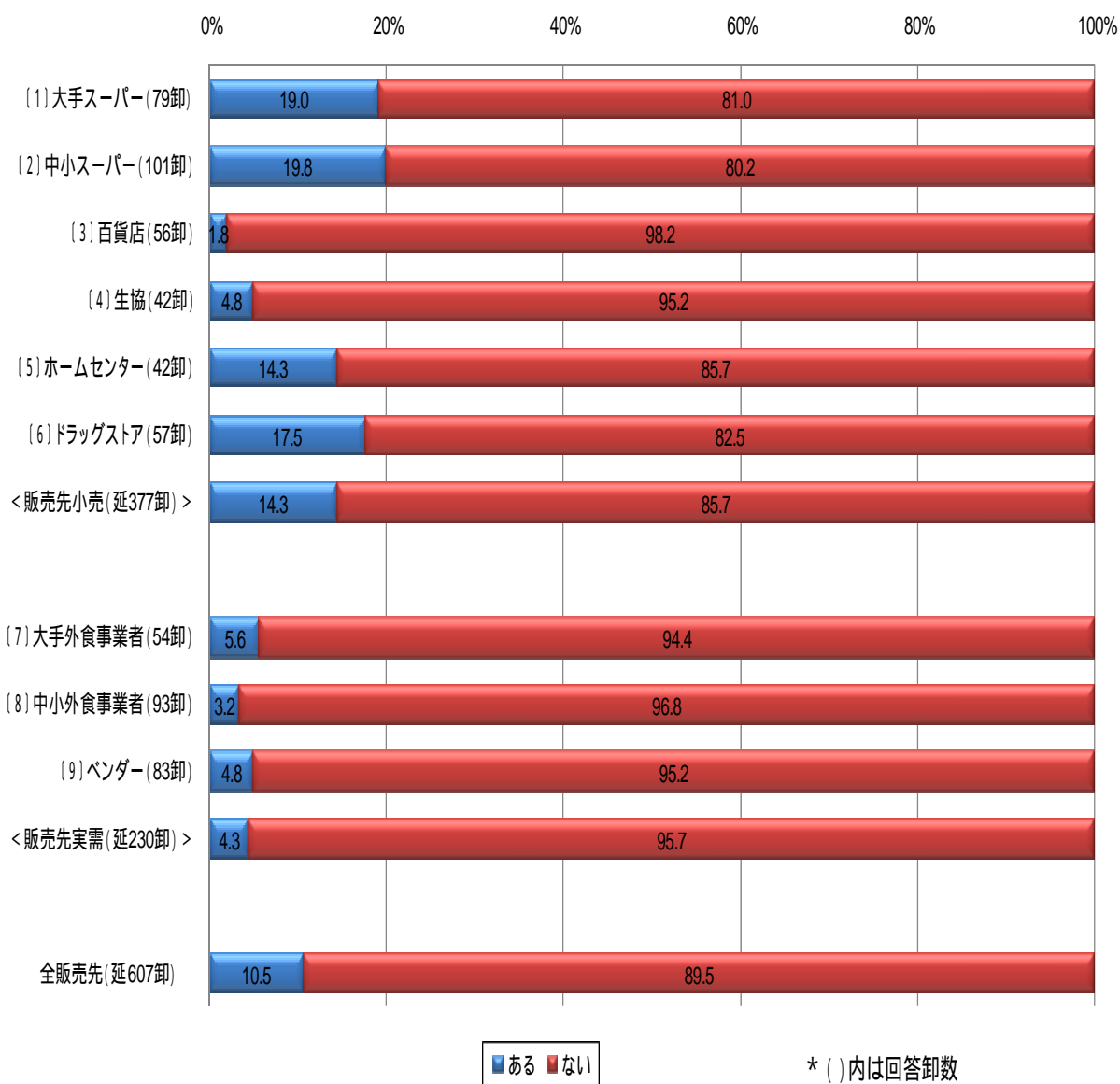
選択肢

1. 商品納入後のすでに決めた価格の値引き要求
2. 業績目標達成のための値引き要求
3. 支払時における一方的に値引いた金額の支払い
4. 同一商品が他店で安く売られていた場合の差額分の値引き要求
5. その他

「不当な値引きの存在がある」と回答した卸の割合は、全販売先で10.5%となっており、＜販売先小売＞14.3%に対し、＜販売先実需＞4.3%と、小売が実需を大きく上回っている。

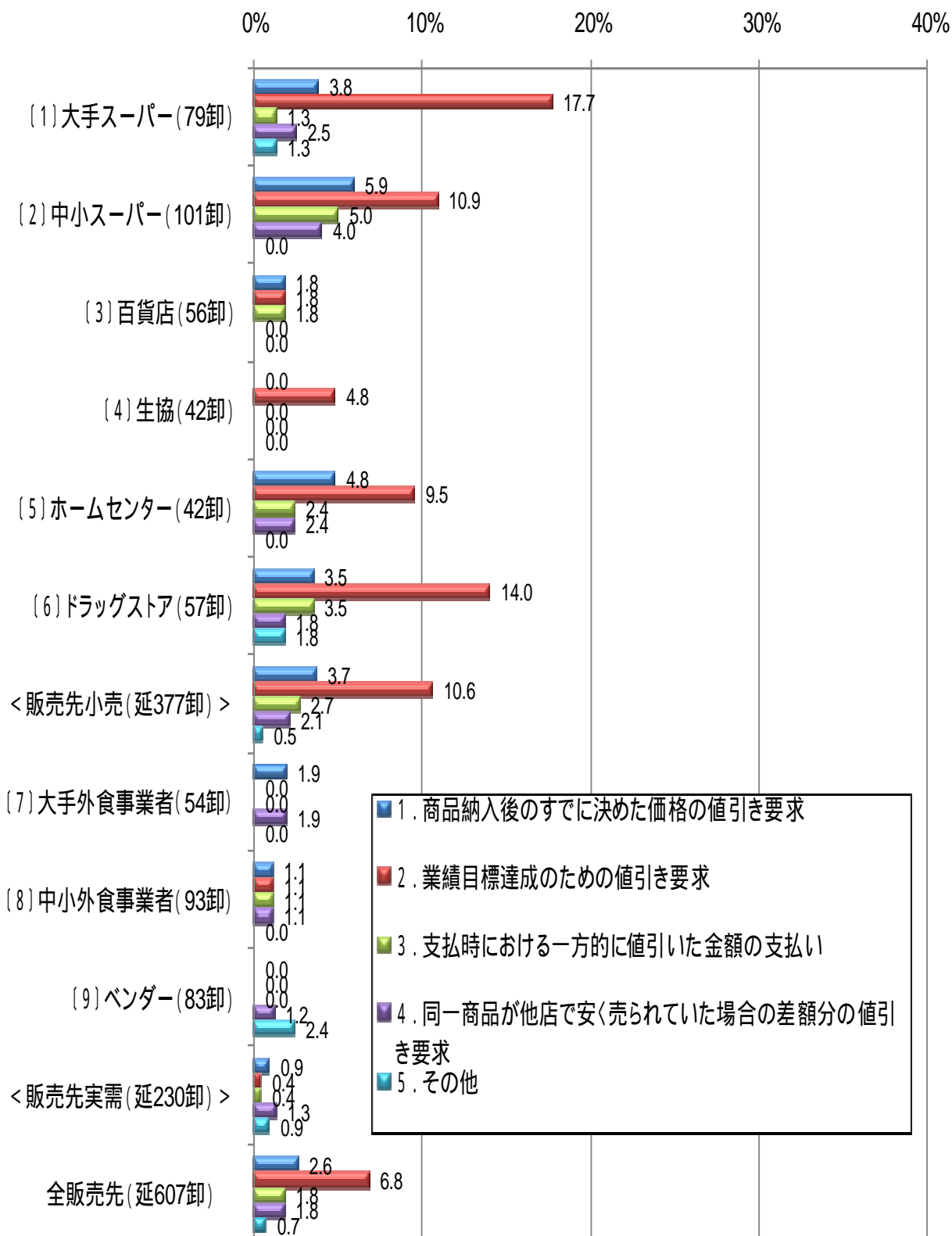
販売先別では、中小スーパー（19.8%）、大手スーパー（19.0%）が高い。

不当な値引きの有無



不当な値引きで選択された具体的内容では、『2．業績目標達成のための値引き要求』が最も割合が高く、全販売先 で 6.8%、＜販売先小売＞ 10.6%、＜販売先実需＞ 0.4% となっている。販売先別では、大手スーパー（17.7%）、ドラッグストア（14.0%）、中小スーパー（10.9%）が高い。

不当な値引き(複数回答)



<前頁グラフの数値表>

	(1)大手スーパー (79卸)	(2)中小スーパー (101卸)	(3)百貨店 (56卸)	(4)生協 (42卸)	(5)ホームセンター (42卸)	(6)ドラッグストア (57卸)	<販売先小売> (延377卸)	(7)大手外食事業者 (54卸)	(8)中小外食事業者 (93卸)	(9)パンダー (83卸)	<販売先業種> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. 商品納入後のすでに決めた価格の値引き要求	3.8	5.9	1.8		4.8	3.5	3.7	1.9	1.1	0.0	0.9	2.6
2. 業績目標達成のための値引き要求	17.7	10.9	1.8	4.8	9.5	14.0	10.6	0.0	1.1	0.0	0.4	6.8
3. 支払時における一方的に値引いた金額の支払い	1.3	5.0	1.8	0.0	2.4	3.5	2.7	0.0	1.1	0.0	0.4	1.8
4. 同一商品が他店で安く売られていた場合の差額分の値引き要求	2.5	4.0	0.0	0.0	2.4	1.8	2.1	1.9	1.1	1.2	1.3	1.8
5. その他	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	0.5	0.0	0.0	2.4	0.9	0.7

* ()内は回答卸数

3 不当な委託販売取引

「不当な委託販売取引が存在する」との回答はなし。

4 特売商品等の買いたたき

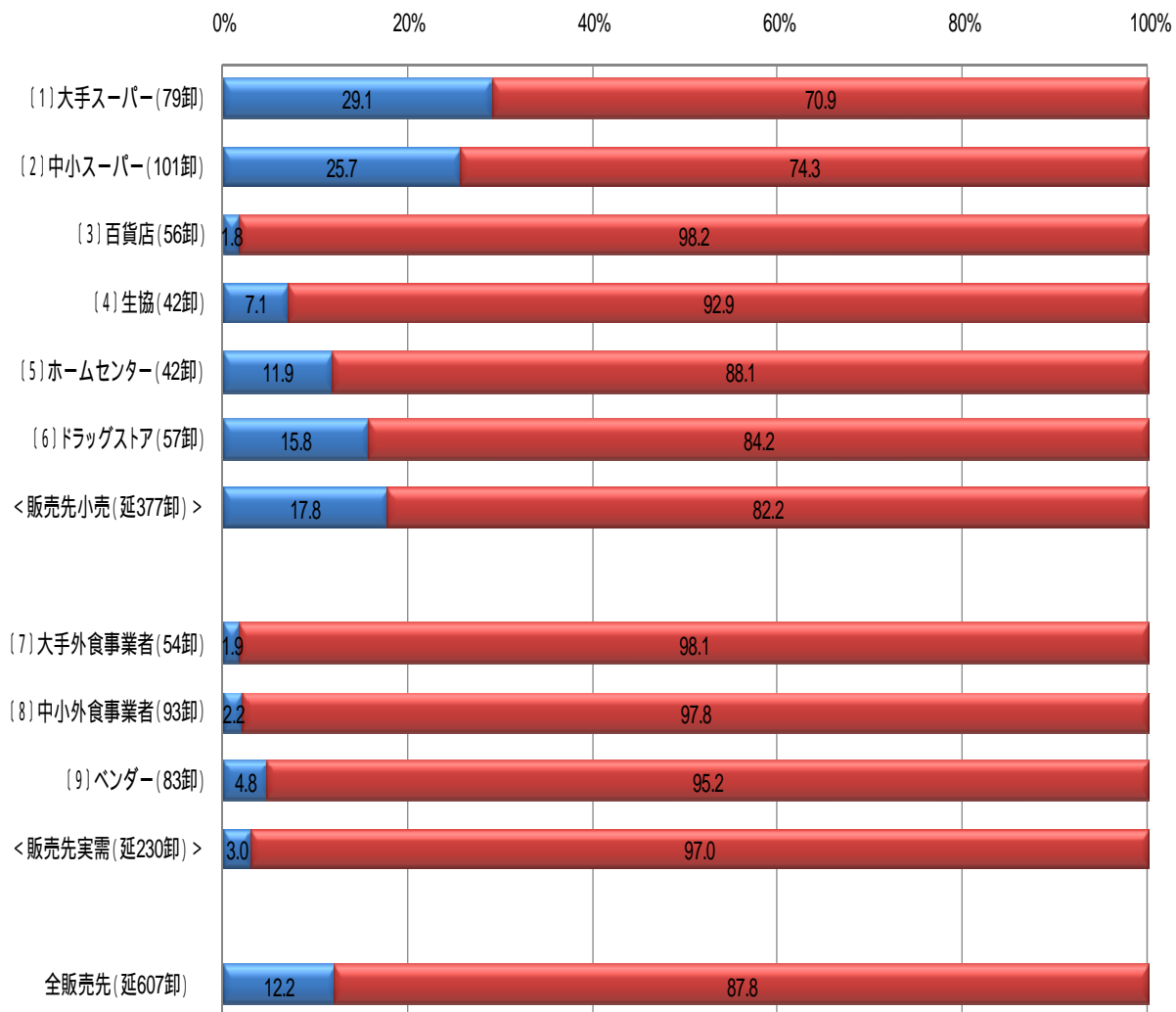
選択肢

1. 一方的な納入価格の決定
2. 新規オープン等での通常特売価格以下の値下げ要求
3. 事前相談もなく、一方的に広告売価を設定し、設定価格に合わせるよう要求
4. その他

「特売商品等の買いたたきの存在がある」と回答した卸の割合は、全販売先 で 12.2% となっており、＜販売先小売＞ 17.8% に対し、＜販売先実需＞ 3.0% と、小売が実需を大きく上回っている。

販売先別の小売では、大手スーパー（29.1%）、中小スーパー（25.7%）の高さと、逆に百貨店（1.8%）の低さが目立っている。実需では、最も高いベンダーでも 4.8% である。

特売商品等の買ったたきの有無



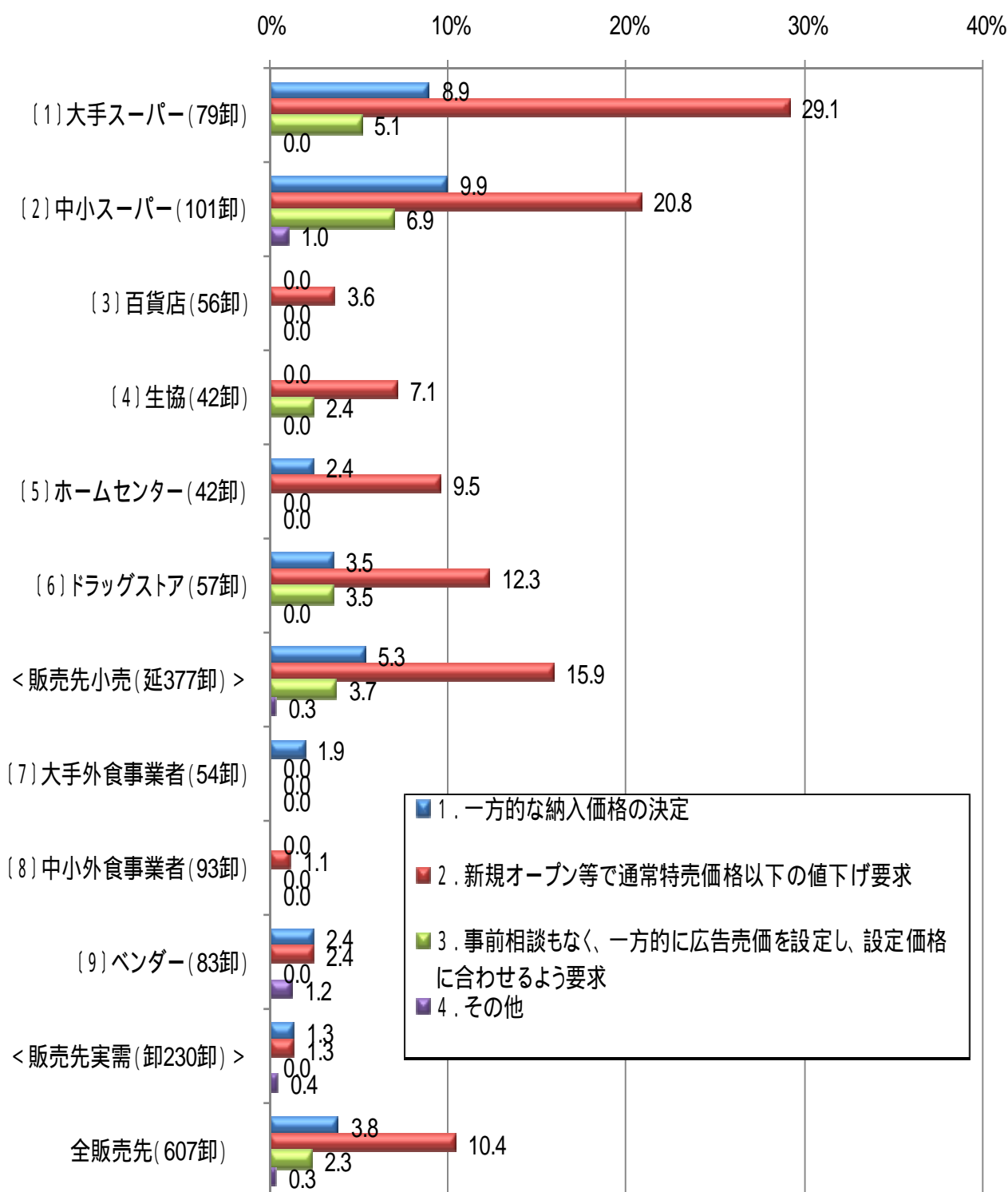
■ある ■ない

* ()内は回答卸数

特売商品等の買ったたきで選択された具体的内容では、『2. 新規オープン等での通常特売価格以下の値下げ要求』が最も割合が高く、全販売先で 10.4%、＜販売先小売＞ 15.9%、＜販売先実需＞ 1.3% となっている。販売先別では、大手スーパーが 29.1%、中小スーパーが 20.8% と高く、ドラッグストア（12.3%）が続いている。

その他では、『1. 一方的な納入価格の決定』が、他の販売先に比べ、中小スーパー（9.9%）、大手スーパー（8.9%）の高さが目立つ。

特売商品等の買ったたき（複数回答）



<前頁グラフの数値表>

	(1)大手スーパー (79卸)	(2)中小スーパー (101卸)	(3)百貨店 (56卸)	(4)生協 (42卸)	(5)ホームセンター (42卸)	(6)ドラッグストア (57卸)	<販売先小売> (延377卸)	(7)大手外食事業者 (54卸)	(8)中小外食事業者 (93卸)	(9)ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. 一方的な納入価格の決定	8.9	9.9	0.0	0.0	2.4	3.5	5.3	1.9	0.0	2.4	1.3	3.8
2. 新規オープン等で通常特売価格以下の値下げ要求	29.1	20.8	3.6	7.1	9.5	12.3	15.9	0.0	1.1	2.4	1.3	10.4
3. 事前相談もなく、一方的に広告売値を設定し、設定価格に合わせるよう要求	5.1	6.9	0.0	2.4	0.0	3.5	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3
4. その他	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	1.2	0.4	0.3

* ()内は回答卸数

5 特別注文品の受領拒否

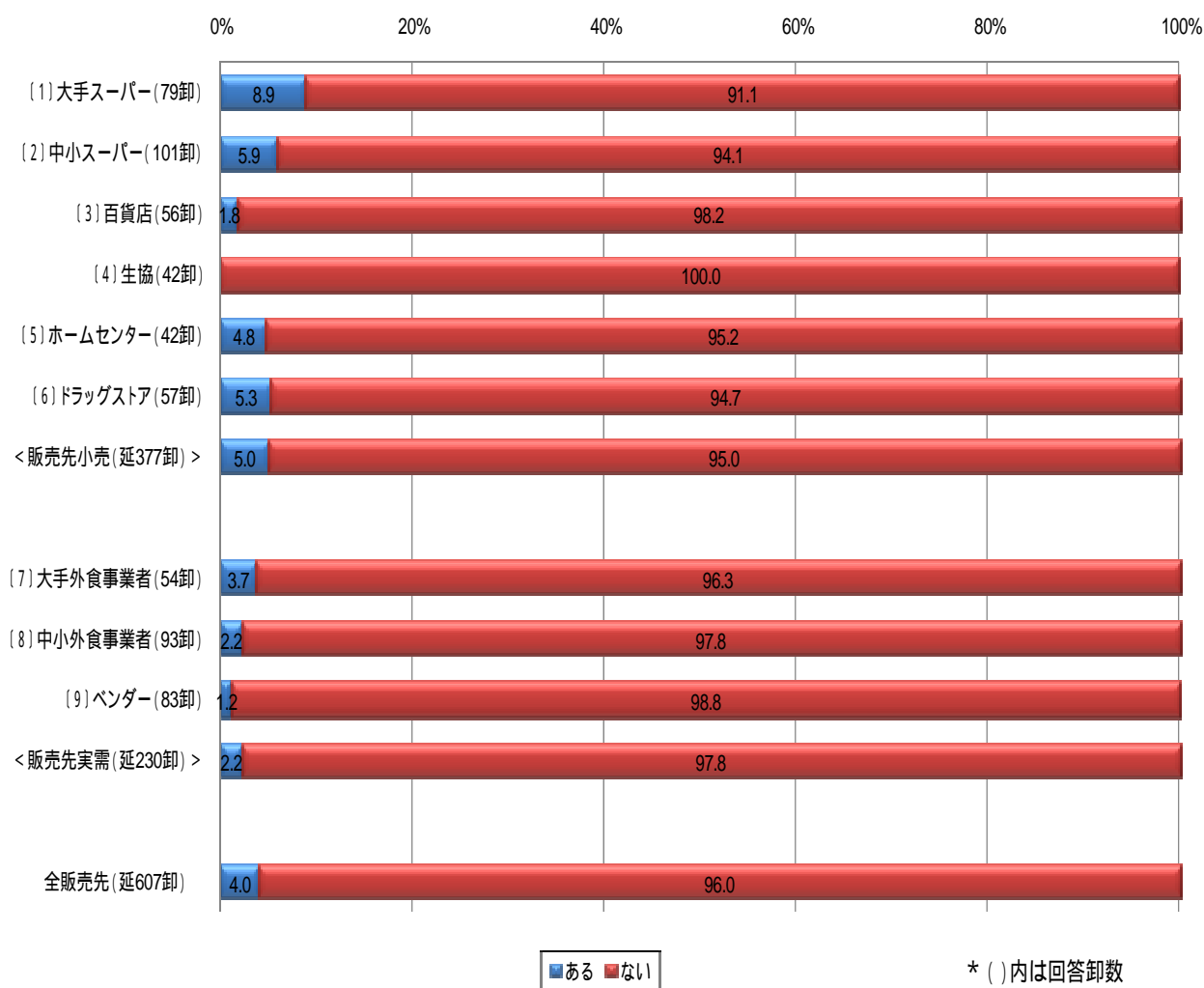
選択肢

1. 販売動向が鈍いことを理由にした約束した数量の引取拒否
2. 販売動向が鈍いことを理由にした指定した原料玄米の在庫の引取拒否
3. その他

「特別注文品の受領拒否の存在がある」と回答した卸の割合は、全販売先 で 4.0% となっており、＜販売先小売＞ 5.0% に対し、＜販売先実需＞ 2.2% と、小売の方が実需より高い。

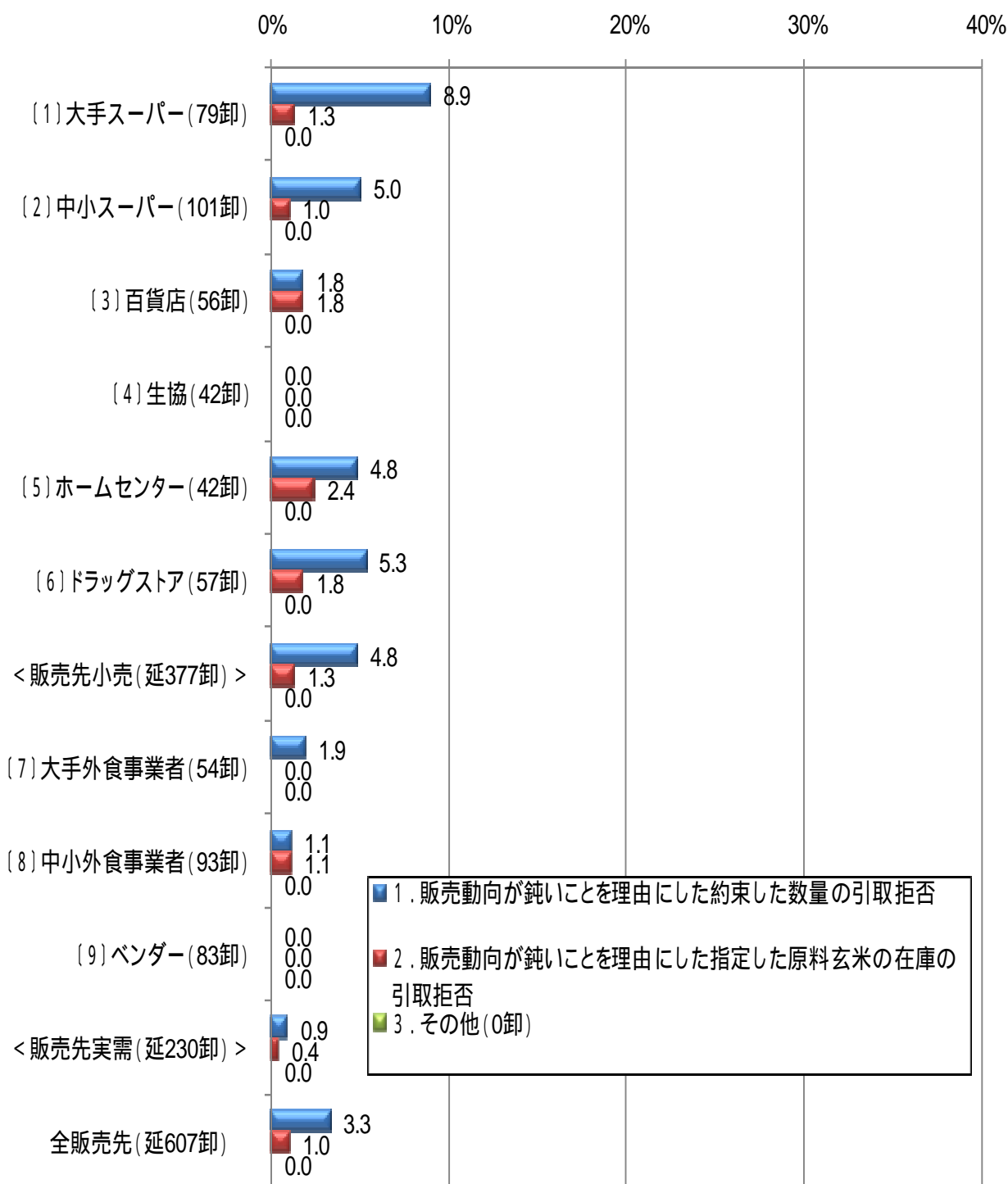
販売先別では、大手スーパー（8.9%）が最も高い。

特別注文品の受領拒否の有無



特別注文品の受領拒否で選択された具体的内容では、『1. 販売動向が鈍いことを理由にした約束した数量の引取拒否』が最も割合が高く、全販売先 で 3.3%、＜販売先小売＞ 4.8%、＜販売先実需＞ 0.9% となっている。販売先別では、大手スーパー（8.9%）が高い。

特別注文品の受領拒否(複数回答)



<上記グラフの数値表>

	(1)大手スーパー (79卸)	(2)中小スーパー (101卸)	(3)百貨店 (56卸)	(4)生協 (42卸)	(5)ホームセンター (42卸)	(6)ドラッグストア (57卸)	<販売先小売> (延377卸)	(7)大手外食事業者 (54卸)	(8)中小外食事業者 (93卸)	(9)ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
1. 販売動向が鈍いことを理由にした約束した数量の引取拒否	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2. 販売動向が鈍いことを理由にした指定した原料玄米の在庫の引取拒否	8.9	5.0	1.8	0.0	4.8	5.3	4.8	1.9	1.1	0.0	0.9	3.3
3. その他 (0件)	1.3	1.0	1.8	0.0	2.4	1.8	1.3	0.0	1.1	0.0	0.4	1.0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

* ()内は回答卸数

6 押し付け販売等

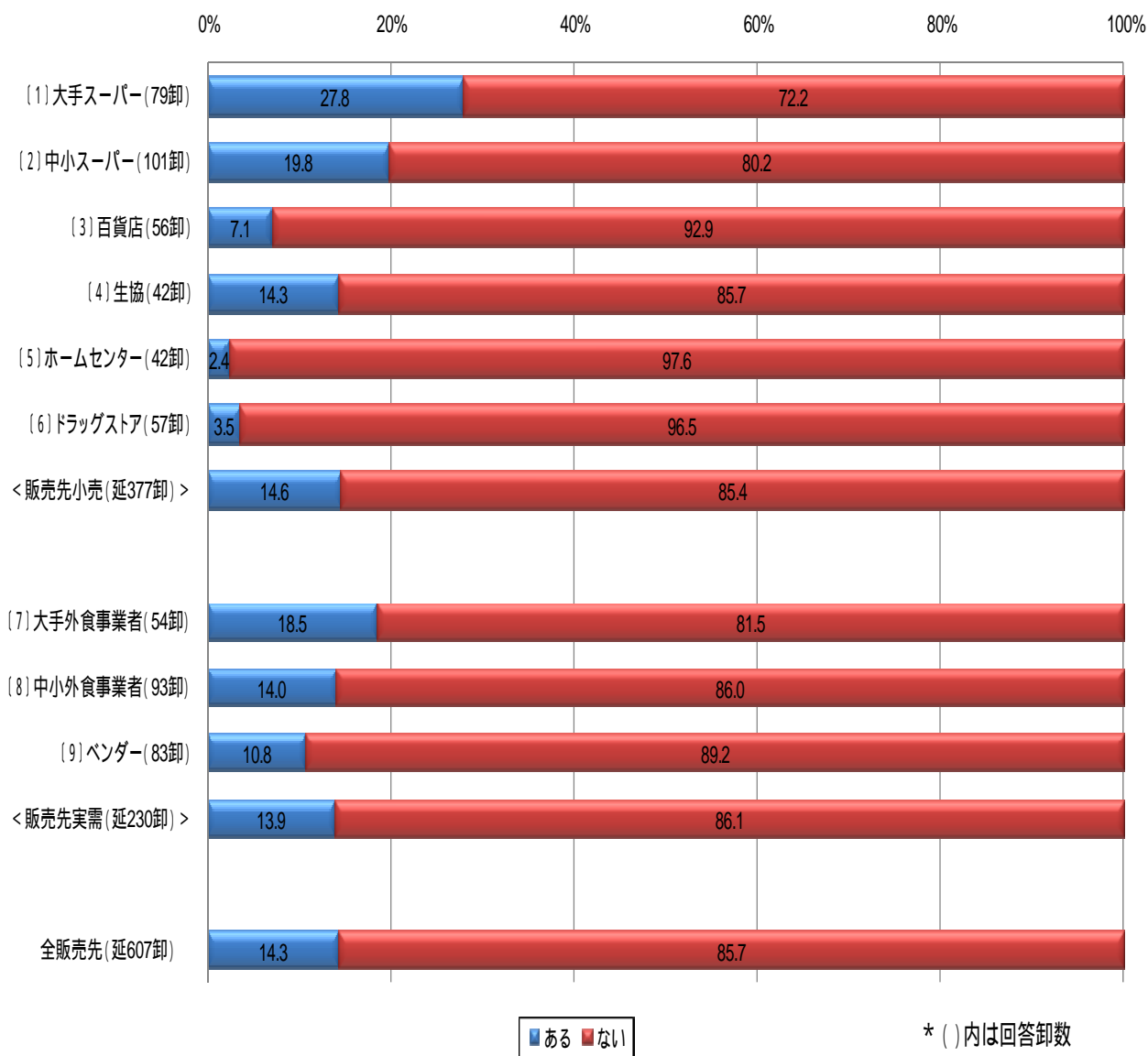
選択肢

1. 中元・歳暮、クリスマスケーキ、おせち料理、スーツ、宝飾品、酒類等の押付販売
2. その他

「押し付け販売等の存在がある」と回答した卸の割合は、全販売先で14.3%となっており、＜販売先小売＞14.6%に対し、＜販売先実需＞13.9%と、他の不公正な取引方法と異なり、小売と実需にほとんど差がない。

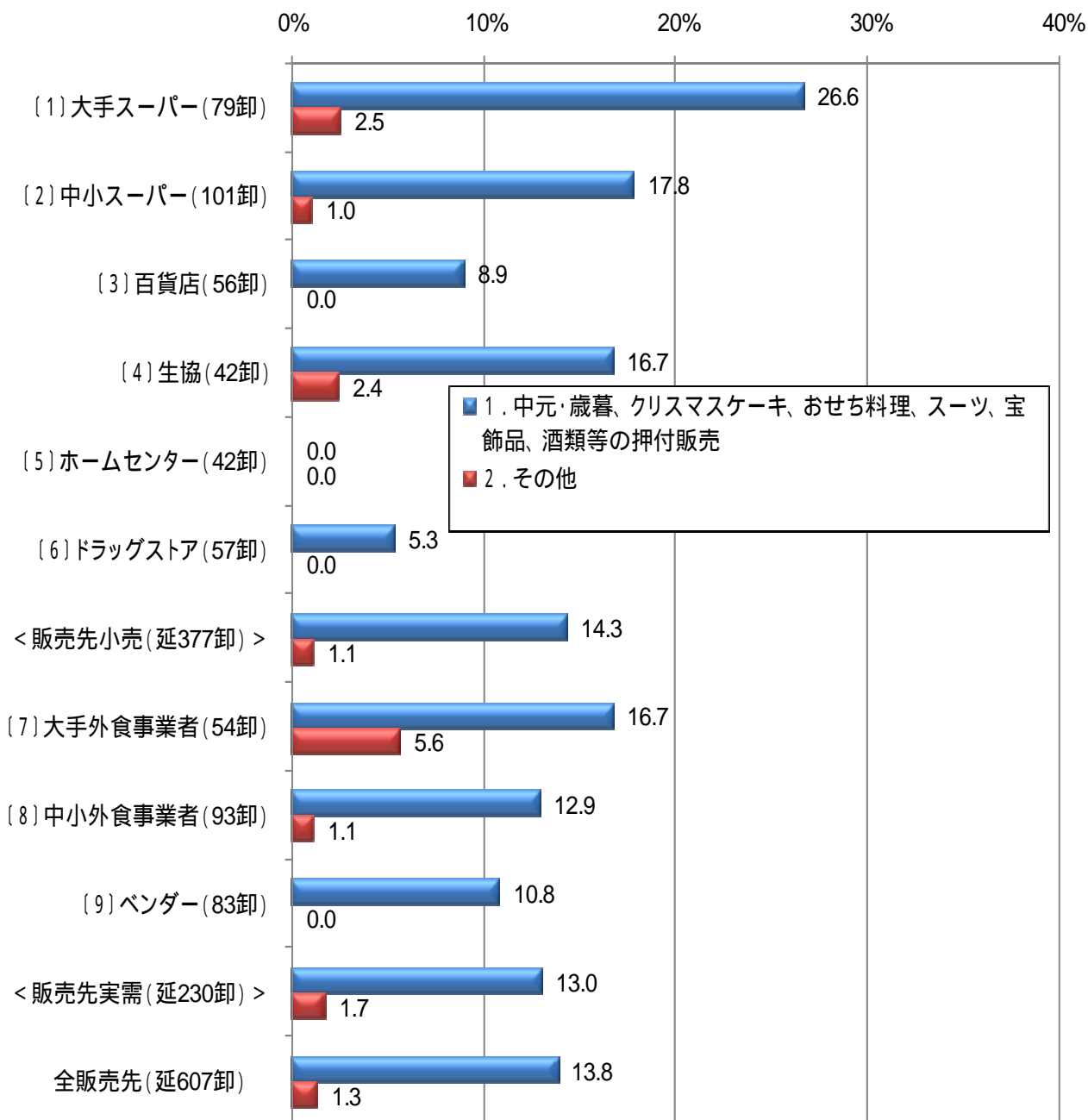
販売先別では、大手スーパー(27.8%)、大手外食事業者(18.5%)、中小スーパー(19.8%)が高く、逆にホームセンター(2.4%)、ドラッグストア(3.5%)が低い。

押し付け販売等の有無



押し付け販売等で選択された具体的内容では、『1. 中元・歳暮、クリスマスケーキ、おせち料理、スーツ、宝飾品、酒類等の押し付け販売』の割合が高く、全販売先で13.8%、<販売先小売>14.3%、<販売先実需>13.0%となっている。販売先別では、大手スーパーが29.6%と高く、中小スーパー（17.8%）、生協（16.7%）、大手外食事業者（16.7%）が続いている。

押し付け販売等(複数回答)



<上記グラフの数値表>

	(1)大手スーパー (79卸)	(2)中小スーパー (101卸)	(3)百貨店 (56卸)	(4)生協 (42卸)	(5)ホームセンター (42卸)	(6)ドラッグストア (57卸)	<販売先小売> (延377卸)	(7)大手外食事業者 (54卸)	(8)中小外食事業者 (93卸)	(9)ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
1. 中元・歳暮、クリスマスケーキ、おせち料理、スーツ、宝飾品、酒類等の押付販売	26.6	17.8	8.9	16.7	0.0	5.3	14.3	16.7	12.9	10.8	13.0	13.8
2. その他	2.5	1.0	0.0	2.4	0.0	0.0	1.1	5.6	1.1	0.0	1.7	1.3

* ()内は回答卸数

7 納入業者の従業員等の不当使用等

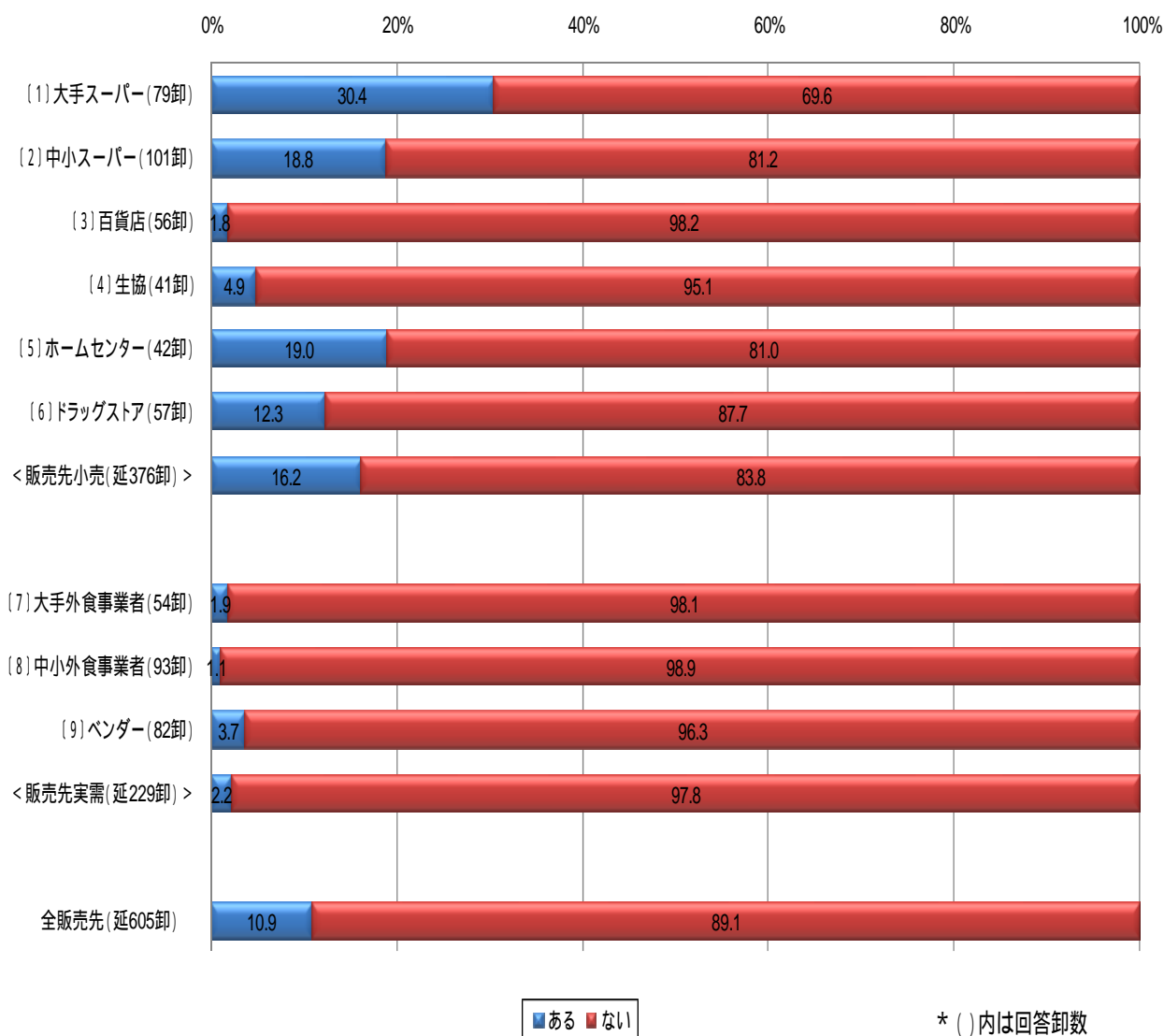
選択肢

1. 新店オープン、特売や棚卸時等の人的応援
2. 店舗フォロー(品出し、値札付、売場整理、清掃)
3. 米(納入品)以外の商品の販売の手伝い
4. 日当支払申請書等による形式的な請求案内(実態は申請していない)
5. その他

「納入業者の従業員等の不当使用等の存在がある」と回答した卸の割合は、全販売先で10.9%となっており、＜販売先小売＞16.2%、＜販売先実需＞2.2%と、小売がほとんどとなっている。

販売先別では、大手スーパーが30.4%と高く、中小スーパー（18.8%）、ホームセンター（19.0%）、ドラッグストア（12.3%）が続いている。

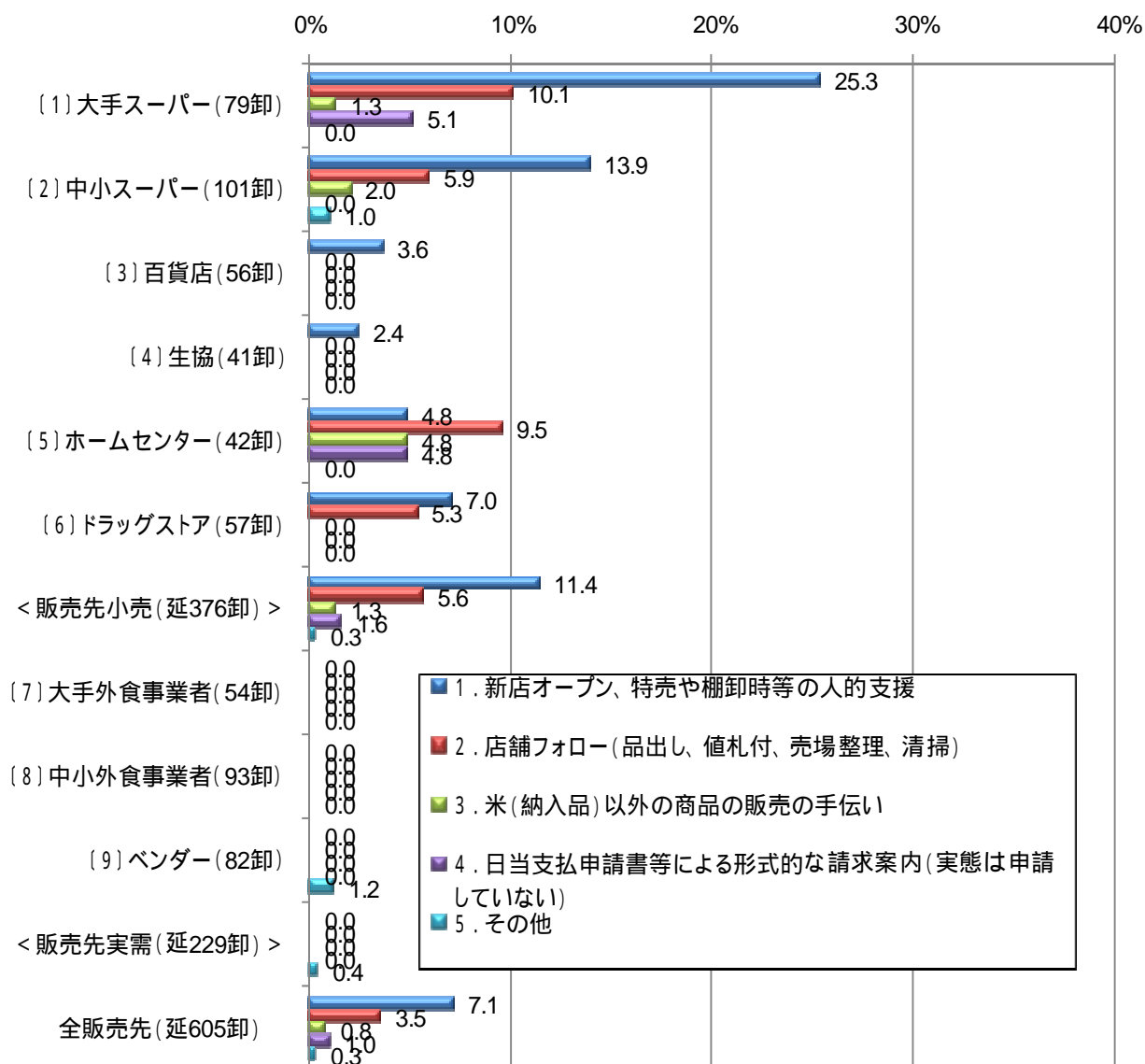
納入業者の従業員等の不当使用等の有無



納入業者の従業員等の不当使用等で選択された具体的内容では、『1. 新店オープン、特売や棚卸時等の人的応援』が最も割合が高く、＜販売先小売＞11.4%（＜販売先実需＞は0.0%）となっている。販売先別では、大手スーパー（25.3%） 中小スーパー（13.9%）が高い。

その他では、『2. 店舗フォロー（品出し、値札付け、売場整理、清掃）』が大手スーパー（10.1%） ホームセンター（9.5%）で高い。

納入業者の従業員等の不正使用等(複数回答)



＜前頁グラフの数値表＞

	(1) 大手スーパー (79卸)	(2) 中小スーパー (101卸)	(3) 百貨店 (56卸)	(4) 生協 (42卸)	(5) ホームセンター (42卸)	(6) ドラッグストア (57卸)	＜販売先小売＞ (延377卸)	(7) 大手外食事業者 (54卸)	(8) 中小外食事業者 (93卸)	(9) ベンダー (83卸)	＜販売先実需＞ (延230卸)	全販売先 (延607卸)
1. 新店オープン、特売や棚卸時等の人的支援	25.3	13.9	3.6	2.4	4.8	7.0	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1
2. 店舗フォロー(品出し、値札付、売場整理、清掃)	10.1	5.9	0.0	0.0	9.5	5.3	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	3.5
3. 米(納入品)以外の商品の販売の手伝い	1.3	2.0	0.0	0.0	4.8	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8
4. 日当支払申請書等による形式的な請求案内(実態は申請していない)	5.1	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0
5. その他	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	1.2	0.4	0.3

* ()内は回答卸数

8 不当な経済上の利益の収受等

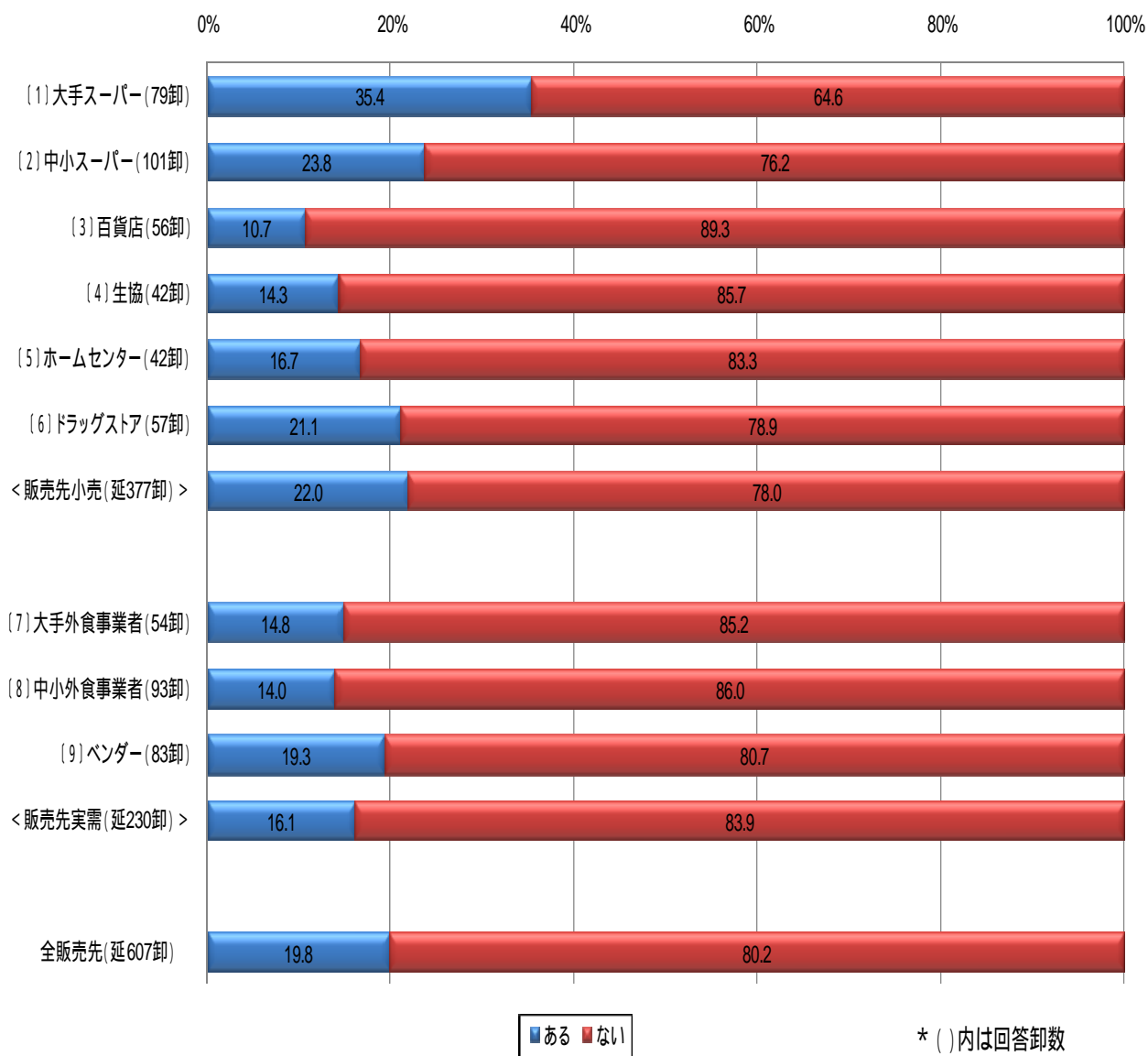
選択肢

1. 商品納入後のリベート要求
2. DNA 鑑定や残留農薬等の過度な試験検査の要求や一方的に行った試験検査費用の負担要求
3. 決算対策協賛金の要求
4. 各種協力金の要求
5. 販売先都合による欠品に係るペナルティ要求
6. 配送（物流）センター使用の要求
7. 多量のサンプル米、協力品の要求
8. 情報処理料の要求
9. 売場装飾費用の要求
10. 接待の要求
11. その他

「不当な経済上の利益の収受等の不当使用等の存在がある」と回答した卸の割合は、全販売先 で 19.8%となっており、＜販売先小売＞ 22.0%に対し、＜販売先実需＞ 16.1%と、小売の方が実需よりも高い。

販売先別では、大手スーパー(35.4%)、中小スーパー(23.8%)、ドラッグストア(21.1%)が高い。

不当な経済上の利益の収受等の有無



不当な経済上の利益の収受等で選択された具体的内容では、『3. 決算対策協賛金の要求』が最も割合が高く、全販売先で7.7%、＜販売先小売＞9.5%、＜販売先実需＞4.8%となっている。販売先別では、大手スーパーが16.5%と、他に比べ高いのが目立つ。

次に高い割合なのが、『6. 配送（物流）センター使用の要求』で大手スーパー21.5%が目立っている。

その他高いのは、『4. 各種協力金の要求』で、大手スーパー（12.7%）が他に比べ高い。

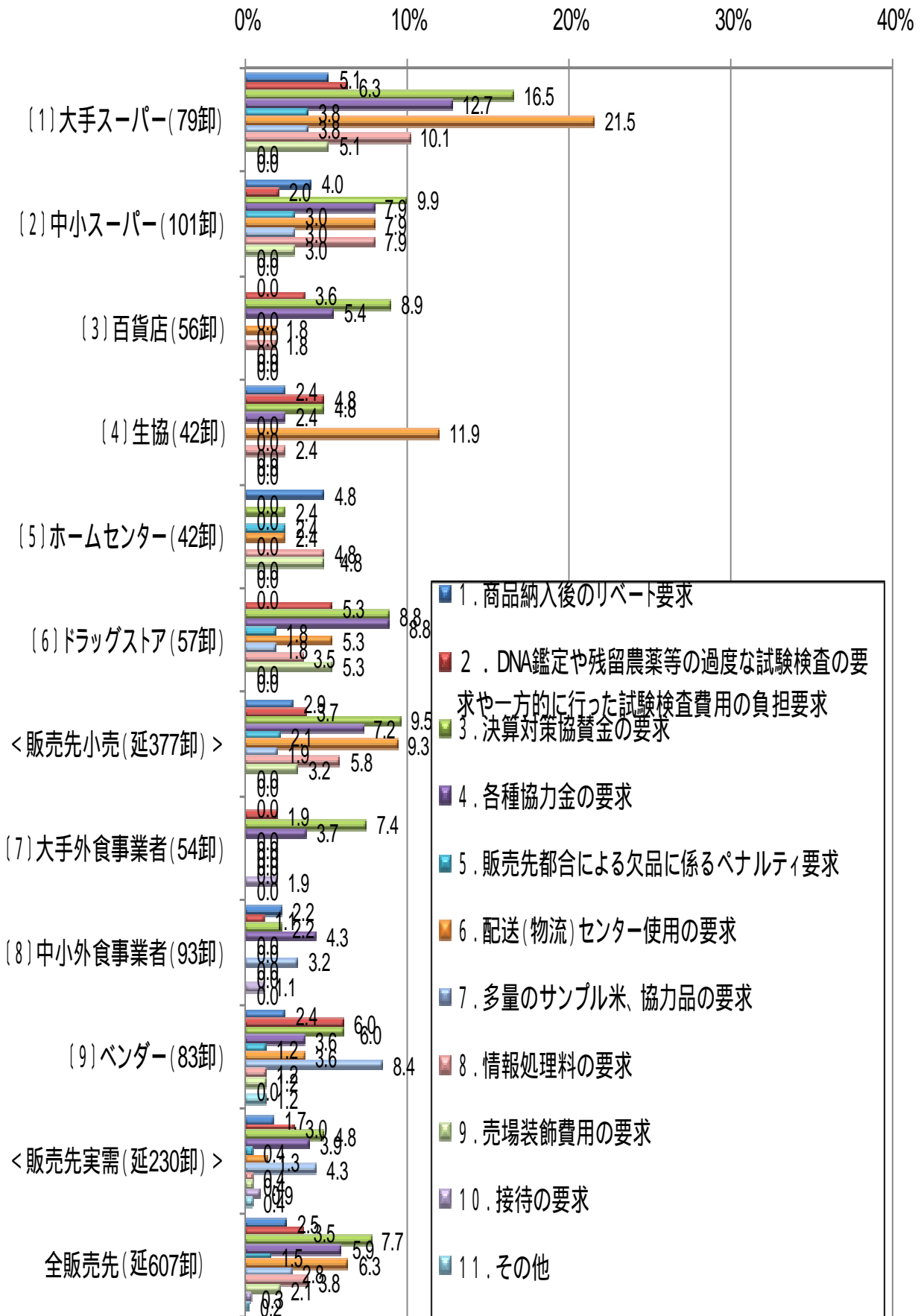
また、ベンダーの『7. 多量のサンプル米、協力品の要求』（8.4%）、大手スーパーの『8. 情報処理料の要求』（10.1%）が目立つ。

＜次頁グラフの数値表＞

	[1]大手スーパー (79卸)	[2]中小スーパー (101卸)	[3]百貨店 (56卸)	[4]生協 (42卸)	[5]ホームセンター (42卸)	[6]ドラッグストア (57卸)	＜販売先小売＞ (延377卸)	[7]大手外食事業者 (54卸)	[8]中小外食事業者 (93卸)	[9]ベンダー (83卸)	＜販売先実需＞ (延230卸)	全販売先 (延607卸)
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. 商品納入後のレポート要求	5.1	4.0	0.0	2.4	4.8	0.0	2.9	0.0	2.2	2.4	1.7	2.5
2. DNA鑑定や残留農薬等の過度な試験検査の要求や一方的に行った試験検査費用の負担要求	6.3	2.0	3.6	4.8	0.0	5.3	3.7	1.9	1.1	6.0	3.0	3.5
3. 決算対策協賛金の要求	16.5	9.9	8.9	4.8	2.4	8.8	9.5	7.4	2.2	6.0	4.8	7.7
4. 各種協力金の要求	12.7	7.9	5.4	2.4	0.0	8.8	7.2	3.7	4.3	3.6	3.9	5.9
5. 販売先都合による欠品に係るペナルティ要求	3.8	3.0	0.0	0.0	2.4	1.8	2.1	0.0	0.0	1.2	0.4	1.5
6. 配送（物流）センター使用の要求	21.5	7.9	1.8	11.9	2.4	5.3	9.3	0.0	0.0	3.6	1.3	6.3
7. 多量のサンプル米、協力品の要求	3.8	3.0	0.0	0.0	0.0	1.8	1.9	0.0	3.2	8.4	4.3	2.8
8. 情報処理料の要求	10.1	7.9	1.8	2.4	4.8	3.5	5.8	0.0	0.0	1.2	0.4	3.8
9. 売場装飾費用の要求	5.1	3.0	0.0	0.0	4.8	5.3	3.2	0.0	0.0	1.2	0.4	2.1
10. 接待の要求	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	1.1	0.0	0.9	0.3
11. その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	0.4	0.2

* ()内は回答卸数

不当な経済上の利益の收受等(複数回答)



9 要求拒否の場合の不利益な取扱い

選択肢

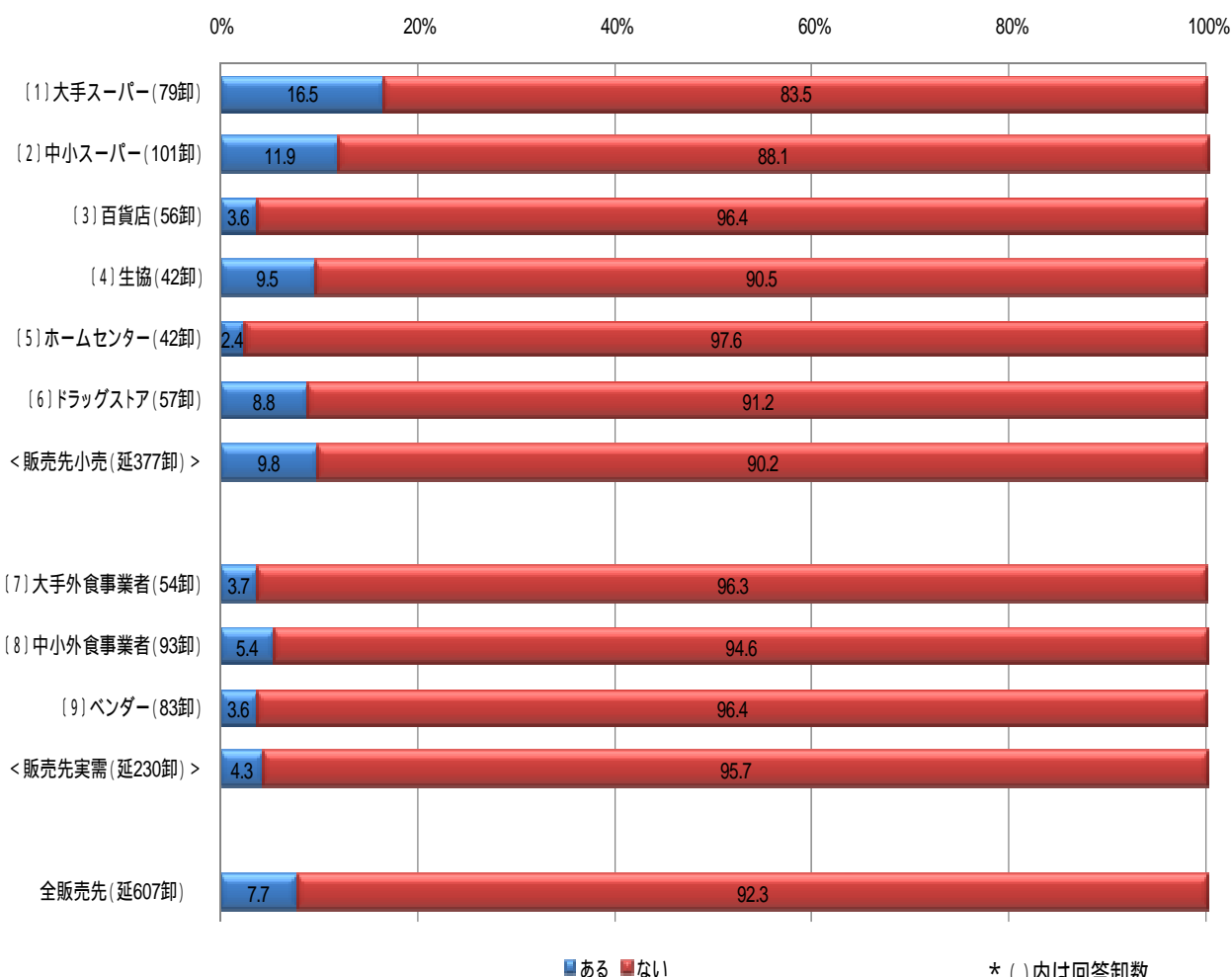
1. 取引の停止
2. 発注数量の減少
3. アイテム・スペースの縮小
4. チラシからの削除
5. その他

「要求拒否の場合の不利益な取扱いの存在がある」と回答した卸の割合は、全販売先で 7.7%となっているが、「要求拒否はできない（したことがない）ため、存在しない」との回答が多数あることから、要求される不公正な取引をすべて拒否した場合は、もっと高い割合になると想像される。

<販売先小売> 9.8%に対し、<販売先実需> 4.3%と、小売が実需を大きく上回っている。

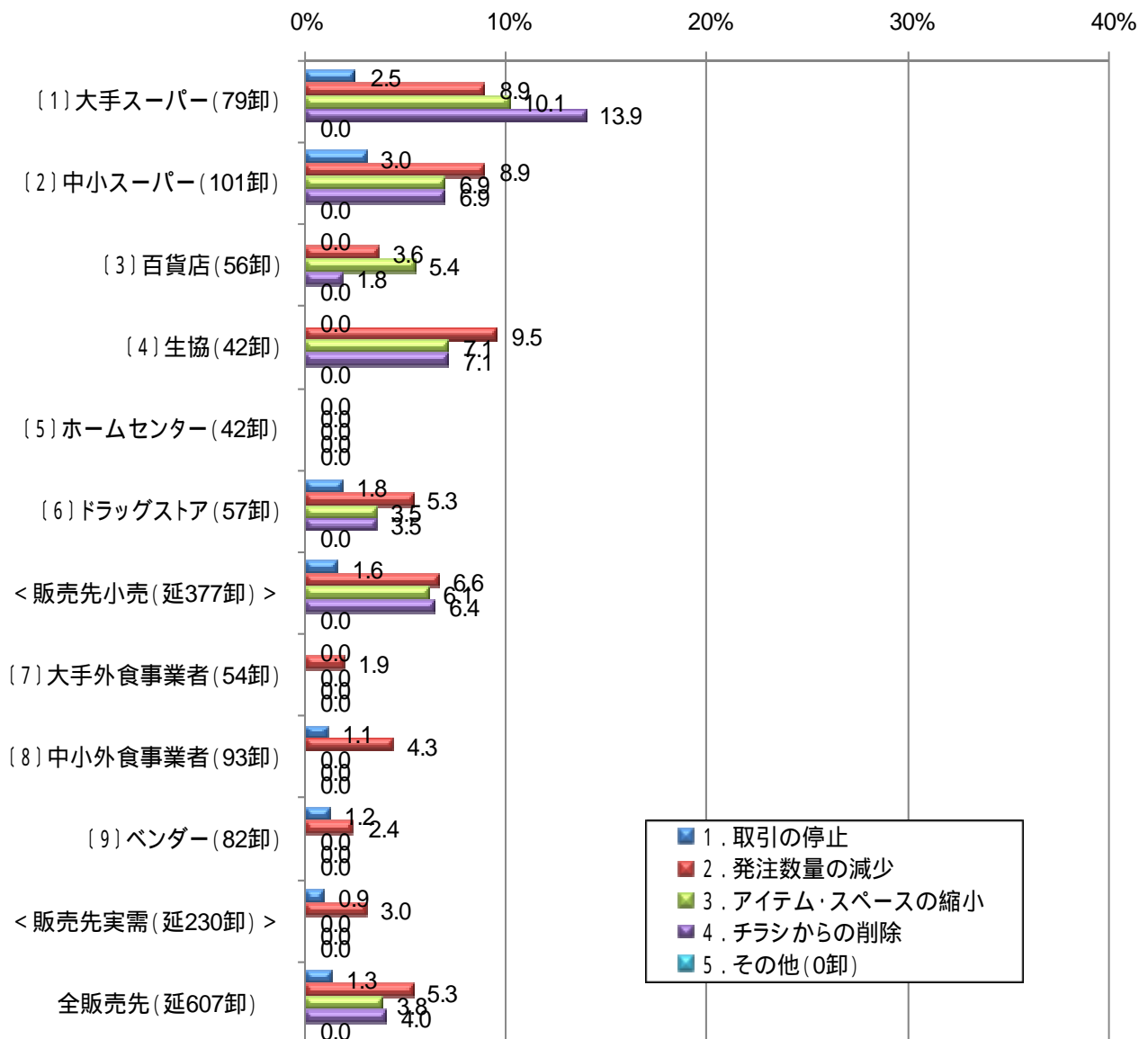
販売先別では、大手スーパー（16.5%）、中小スーパー（11.9%）、生協（9.5%）、ドラッグストア（8.8%）が高い。

要求拒否の場合の不利益な取扱いの有無



要求拒否の場合の不利益な取扱いで高い割合で選択された具体的内容は、『2．発注数量の減少』が生協 9.5%、『3．アイテムスペースの減少』が大手スーパー10.1%、『4．チラシからの削除』が大手スーパー13.9%となっている。

要求拒否の場合の不利益な取扱い(複数回答)



<上記グラフの数値表>

	(1) 大手スーパー (79卸)	(2) 中小スーパー (101卸)	(3) 百貨店 (56卸)	(4) 生協 (42卸)	(5) ホームセンター (42卸)	(6) ドラッグストア (57卸)	< 販売先小売 > (延377卸)	(7) 大手外食事業者 (54卸)	(8) 中小外食事業者 (93卸)	(9) ベンダー (82卸)	< 販売先実需 > (延230卸)	全販売先 (延607卸)
1. 取引の停止	2.5	3.0	0.0	0.0	0.0	1.8	1.6	0.0	1.1	1.2	0.9	1.3
2. 発注数量の減少	8.9	8.9	3.6	9.5	0.0	5.3	6.6	1.9	4.3	2.4	3.0	5.3
3. アイテム・スペースの縮小	10.1	6.9	5.4	7.1	0.0	3.5	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8
4. チラシからの削除	13.9	6.9	1.8	7.1	0.0	3.5	6.4	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0
5. その他(0卸)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

* () 内は回答卸数

10 公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い

公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱いが存在するとの回答はなし。