

平成 21 年度 「取引実態調査」(第 4 回) 結果

平成 22 年 4 月

全国米穀販売事業共済協同組合

平成21年度 「取引実態調査」(第4回)の概要

1. 調査の項目

＜取引のある販売先区分＞	問 1
＜告示第 1 項「不当な返品」について＞	問 2 ～ 問 5
＜告示第 2 項「不当な値引」について＞	問 6 ～ 問 9
＜告示第 3 項「不当な委託販売取引」について＞	問 10 ～ 問 12
＜告示第 4 項「特売商品等の買ったたき」について＞	問 13 ～ 問 16
＜告示第 5 項「特別注文品の受領拒否」について＞	問 17 ～ 問 20
＜告示第 6 項「押し付け販売等」について＞	問 21 ～ 問 24
＜告示第 7 項「納入業者の従業員等の不当使用」について＞	問 25 ～ 問 28
＜告示第 8 項「不当な経済上の利益の授受等」について＞	問 29 ～ 問 32
＜告示第 9 項「要求拒否の場合の不利益な取扱い」について＞	問 33 ～ 問 36
＜告示第 10 項「公正取引委員会への報告に対する 不利益な取扱い」について＞	問 37 ～ 問 39
＜その他＞	問 40

2. 調査実施時期

平成22年1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 3 卸 |
| (2) 回答組合員卸数 | 1 3 0 卸 |
| (3) 回収率 | 6 7 . 4 % |

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. ＜販売先区分名＞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

<取引のある販売先区分>

問1 現在、取引のある販売先区分を以下の中から選んで下さい。

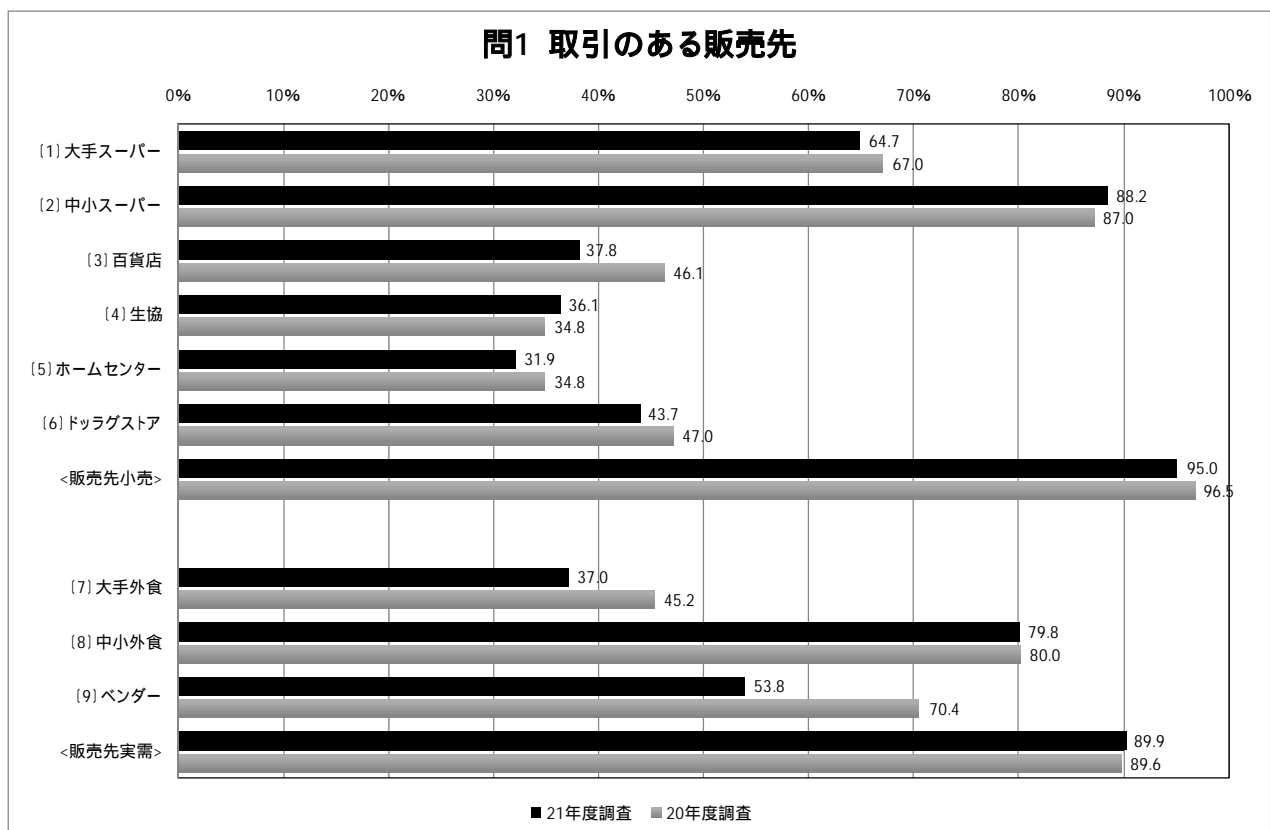
現在取引のある販売先を下記の販売先区分より選択。該当する区分のない場合は、「該当なし」を選択。

[1] 大手スーパー	[2] 中小スーパー	[3] 百貨店	[4] 生協
[5] ホームセンター	[6] ドラッグストア	[7] 大手外食事業者	[8] 中小外食事業者
[9] ベンダー	[10] 該当なし		

回答組合員 130 卸のうち販売先区分〔1〕～〔9〕のいずれかと取引のある回答組合員は 119 卸であった。

最も取引のある販売先区分は、中小スーパー（105 卸 88.2%（取引のある組合員 119 卸に対する割合。以下同じ））であり、以下中小外食（95 卸 79.8%）、大手スーパー（77 卸 64.7%）、ベンダー（64 卸 53.8%）の順である。

昨年と比べ、取引のある卸数、割合は、百貨店（今年 45 卸 37.8%、昨年 53 卸 46.1%）と大手外食（今年 44 卸 37.0%、昨年 52 卸 45.2%）は大きく減っているが、その他の販売先区分はほぼ横ばいである。



<告示第1項「不当な返品について」>

問2 現在、販売先との取引において「不当な返品」と思われる取引が存在しますか。

「不当な返品が存在する」と回答した卸の割合は、《全販売先》30.0%（昨年比+5.7㊦）、＜販売先小売＞で38.8%（同+7.0㊦）、＜販売先実需＞14.1%（同+2.3㊦）と、昨年よりも増加し、特に＜販売先小売＞の増加が大きい。

販売先区別で見ると、「存在する」と回答した卸の割合は、ドラッグストアが55.8%（同+10.2㊦）、ホームセンターが51.4%（同+25.2㊦）、中小スーパーが42.3%（同+2.7㊦）、大手スーパーが39.0%（同+2.3㊦）、生協が20.9%（同+6.6㊦）、百貨店が17.8%（同+3.5㊦）、ベンダーが17.5%（同+6.7㊦）、中小外食が13.0%（同+0.1㊦）、大手外食が11.6%（同+0.3㊦）と全ての販売先で増加した。特に、ドラッグストアとホームセンターは、存在すると回答した卸の割合が50%を超えており、また、昨年比も他の販売先に比べ非常に大きく増加した。

なお、中小スーパー、ドラッグストア、大手スーパー、ホームセンターでは、「増加した」よりも「減少した」の方が多かった。

問2 <次頁グラフの数値表>

	[1] 大手スーパー (77卸)	[2] 中小スーパー (104卸)	[3] 百貨店 (45卸)	[4] 生協 (43卸)	[5] ホームセンター (37卸)	[6] ドラッグストア (52卸)	<販売先小売> (延358卸)	[7] 大手外食 (43卸)	[8] 中小外食 (92卸)	[9] ベンダー (63卸)	<販売先実需> (延198卸)	全販売先 (延556卸)
存在する・増加した	2.6 %	1.9 %	0.0 %	0.0 %	10.8 %	5.8 %	3.1 %	0.0 %	0.0 %	1.6 %	0.5 %	2.2 %
存在する・減少した	9.1 %	13.5 %	4.4 %	2.3 %	8.1 %	9.6 %	8.9 %	4.7 %	2.2 %	3.2 %	3.0 %	6.8 %
存在する・変わらない	27.3 %	26.9 %	13.3 %	18.6 %	32.4 %	40.4 %	26.8 %	7.0 %	10.9 %	12.7 %	10.6 %	21.0 %
[存在する]	39.0 %	42.3 %	17.8 %	20.9 %	51.4 %	55.8 %	38.8 %	11.6 %	13.0 %	17.5 %	14.1 %	30.0 %
存在しない・今年からない	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
存在しない・昨年以前もない	61.0 %	57.7 %	82.2 %	79.1 %	48.6 %	44.2 %	61.2 %	88.4 %	87.0 %	82.5 %	85.9 %	70.0 %
[存在しない]	61.0 %	57.7 %	82.2 %	79.1 %	48.6 %	44.2 %	61.2 %	88.4 %	87.0 %	82.5 %	85.9 %	70.0 %

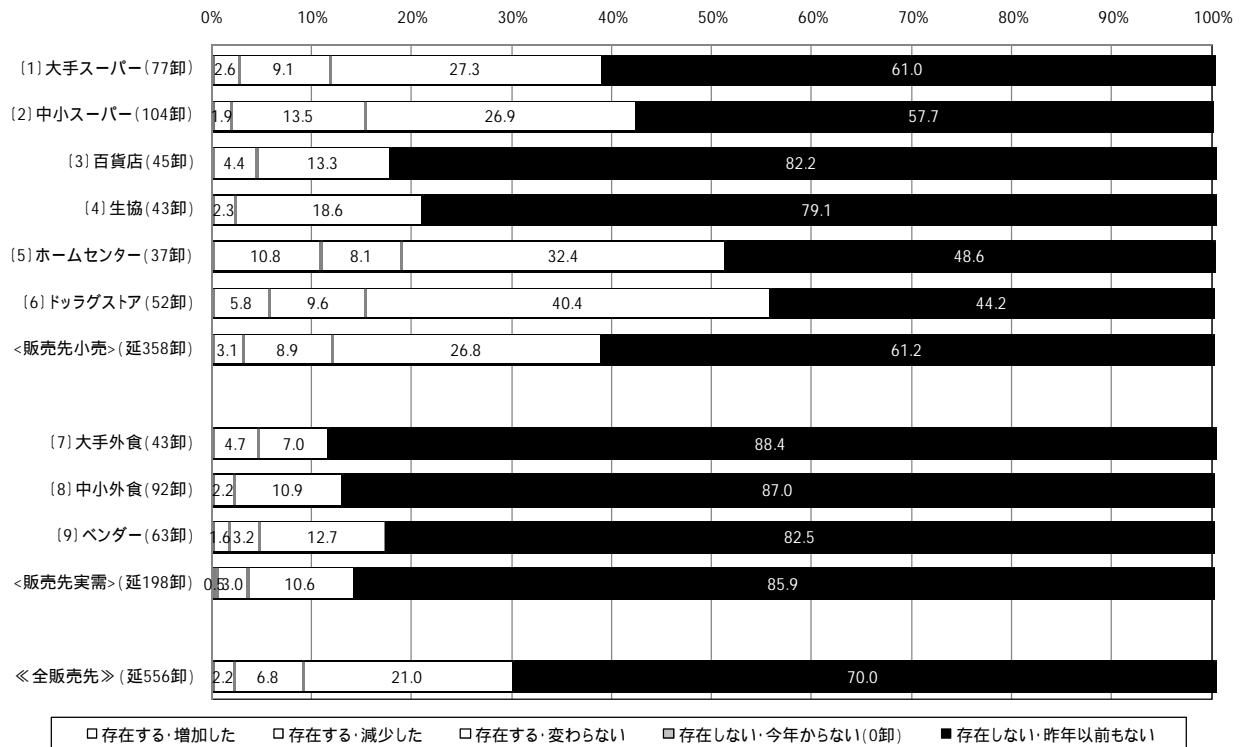
(20年度調査)

	[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 (53卸)	[8] 中小外食 (93卸)	[9] ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延229卸)	全販売先 (延606卸)
[存在する]	36.7 %	39.6 %	14.3 %	14.3 %	26.2 %	45.6 %	31.8 %	11.3 %	12.9 %	10.8 %	11.8 %	24.3 %
[存在しない]	63.3 %	60.4 %	85.7 %	85.7 %	73.8 %	54.4 %	68.2 %	88.7 %	87.1 %	89.2 %	88.2 %	75.7 %

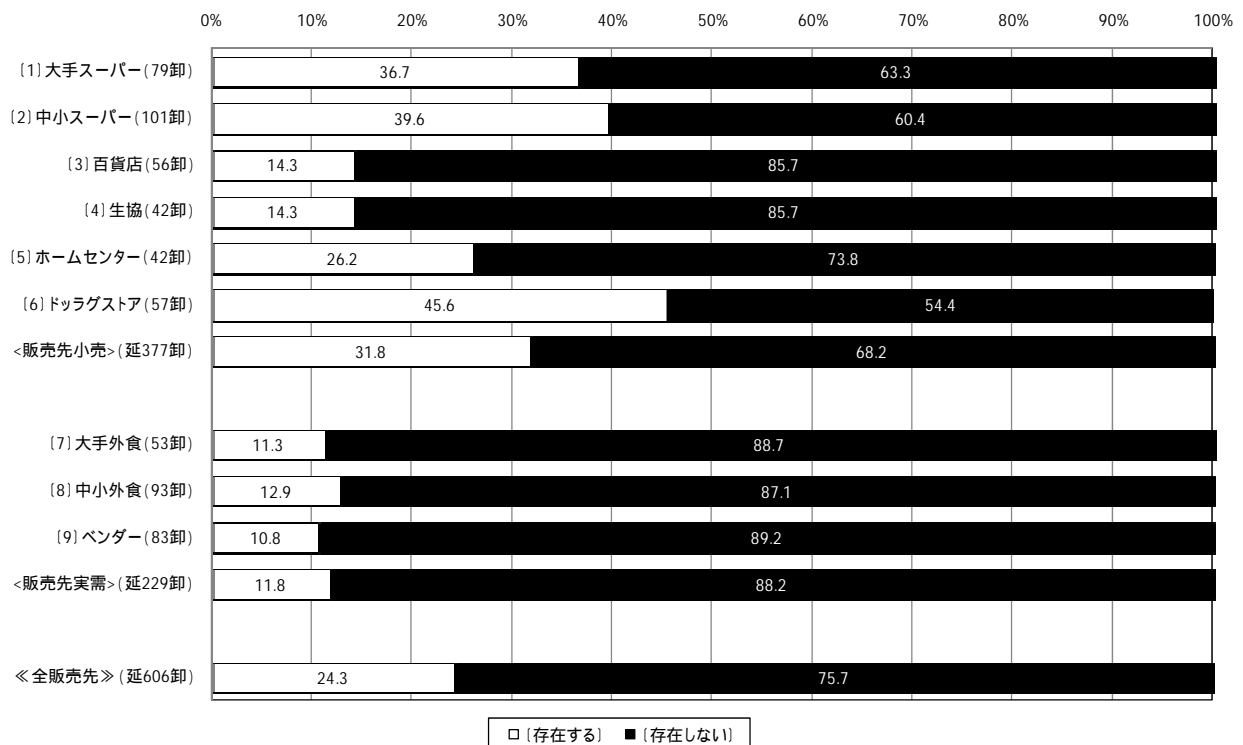
* ラウンドの関係で「存在する」、「存在しない」は内訳と一致しない場合がある

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

問2 「不当な返品」の有無



「不当な返品」の有無(20年度調査)



問 3 前問で「存在する」に○を付した方に伺います。存在する「不当な返品」と思われる取引の具体的内容は何か。

選択肢

1. 販売期限を経過したとする返品
2. 売れ残ったとする返品
3. 新米販売時の古米の返品
4. 販売者の責任による破損品の返品
5. 顧客のクレーム、またはキャンセルによる返品
6. その他

最も多く選択されたのは、《全販売先》では「1. 販売期限を経過したとする返品」(17.2% (昨年比+8.1 ㊦)) で、＜販売先小売＞でも同様となった (25.7% (同+12.2 ㊦))。また、昨年比でも最も大きく増加した。

販売先区分別で見ても、全ての販売先で昨年に比べ増加しており、なかでもドラッグストアが 46.0% (同+26.7 ㊦) と突出して高く、昨年比も大きく増加した。以下、中小スーパーが 28.8% (同+13.0 ㊦)、大手スーパーが 25.0% (同+7.3 ㊦)、ホームセンターが 25.0% (同+10.7 ㊦)、生協が 14.0% (同+9.2 ㊦)、百貨店が 8.9% (同+5.3 ㊦) となった。

なお、＜販売先実需＞では、「5. 顧客のクレーム、またはキャンセルによる返品」が、5.3% (同+1.4 ㊦) で最も高い。

昨年調査で最も高い割合であった「4. 販売者の責任による破損品の返品」は、《全販売先》と＜販売先小売＞で、それぞれ、12.5% (同▲0.7 ㊦)、17.8% (同▲1.6 ㊦) と、昨年に比べて減少し、選択の割合は 2 番目であった。販売先区分別に見ると、大手スーパーの 22.4% (同+0.9 ㊦)、ドラッグストアの 22.0% (同▲0.8 ㊦)、中小スーパーの 20.2% (同▲5.5 ㊦)、ホームセンターの 19.4% (同+5.1 ㊦) が高い。

3 番目である「3. 新米販売時の古米の返品」は、《全販売先》と＜販売先小売＞で、それぞれ、12.2% (同+2.3 ㊦)、17.5% (同+3.2 ㊦) と、昨年に比べて増加した。販売先区分別に見ると、中小スーパーの 24.0% (同+2.2 ㊦)、大手スーパーの 21.1% (同+7.2 ㊦)、ドラッグストアの 20.0% (同▲1.1 ㊦)、ホームセンターの 19.4% (同+9.9 ㊦) が高い。

問3 <次頁グラフの数値表>

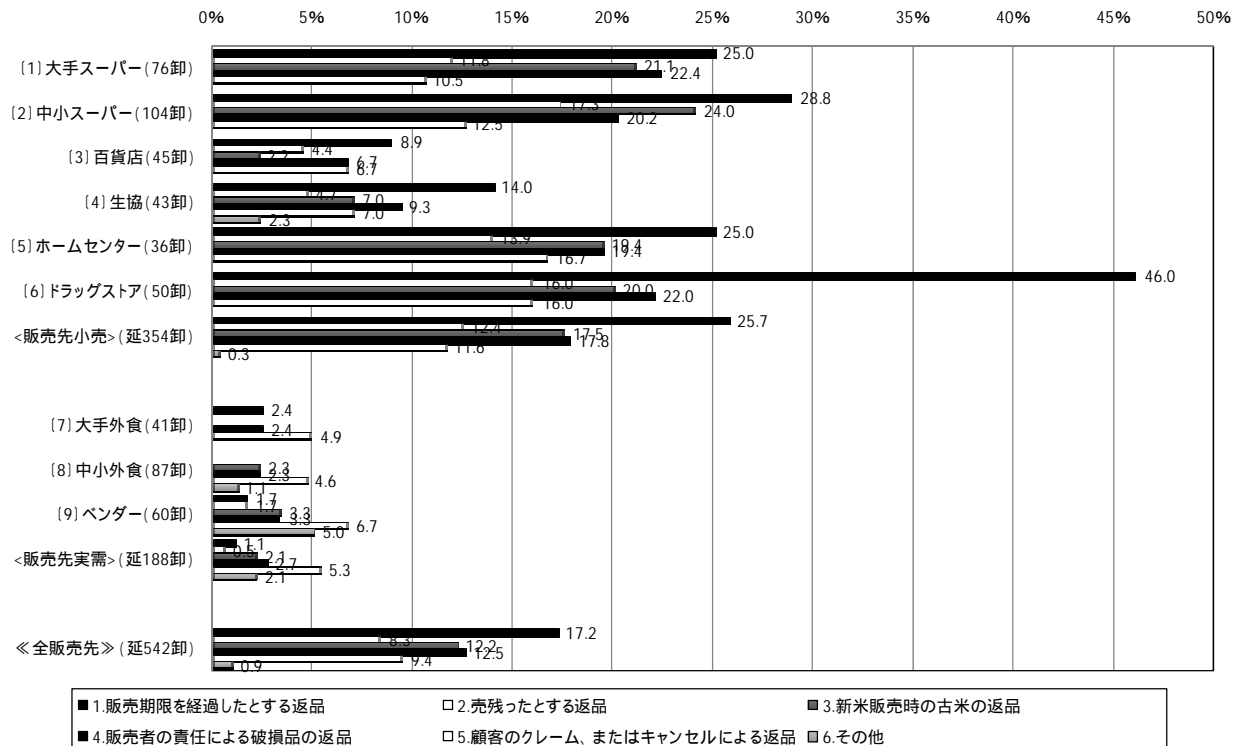
	[1] 大手スーパー (76卸)	[2] 中小スーパー (104卸)	[3] 百貨店 (45卸)	[4] 生協 (43卸)	[5] ホームセンター (36卸)	[6] ドラッグストア (50卸)	<販売先小売> (延354卸)	[7] 大手外食 (41卸)	[8] 中小外食 (87卸)	[9] ベンダー (60卸)	<販売先実需> (延188卸)	全販売先 (延542卸)
1.販売期限を経過したとする返品	25.0 %	28.8 %	8.9 %	14.0 %	25.0 %	46.0 %	25.7 %	2.4 %	0.0 %	1.7 %	1.1 %	17.2 %
2.売残ったとする返品	11.8 %	17.3 %	4.4 %	4.7 %	13.9 %	16.0 %	12.4 %	0.0 %	0.0 %	1.7 %	0.5 %	8.3 %
3.新米販売時の古米の返品	21.1 %	24.0 %	2.2 %	7.0 %	19.4 %	20.0 %	17.5 %	0.0 %	2.3 %	3.3 %	2.1 %	12.2 %
4.販売者の責任による破損品の返品	22.4 %	20.2 %	6.7 %	9.3 %	19.4 %	22.0 %	17.8 %	2.4 %	2.3 %	3.3 %	2.7 %	12.5 %
5.顧客のクレーム、またはキャンセルによる返品	10.5 %	12.5 %	6.7 %	7.0 %	16.7 %	16.0 %	11.6 %	4.9 %	4.6 %	6.7 %	5.3 %	9.4 %
6.その他	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.3 %	0.0 %	0.0 %	0.3 %	0.0 %	1.1 %	5.0 %	2.1 %	0.9 %

(20年度調査)

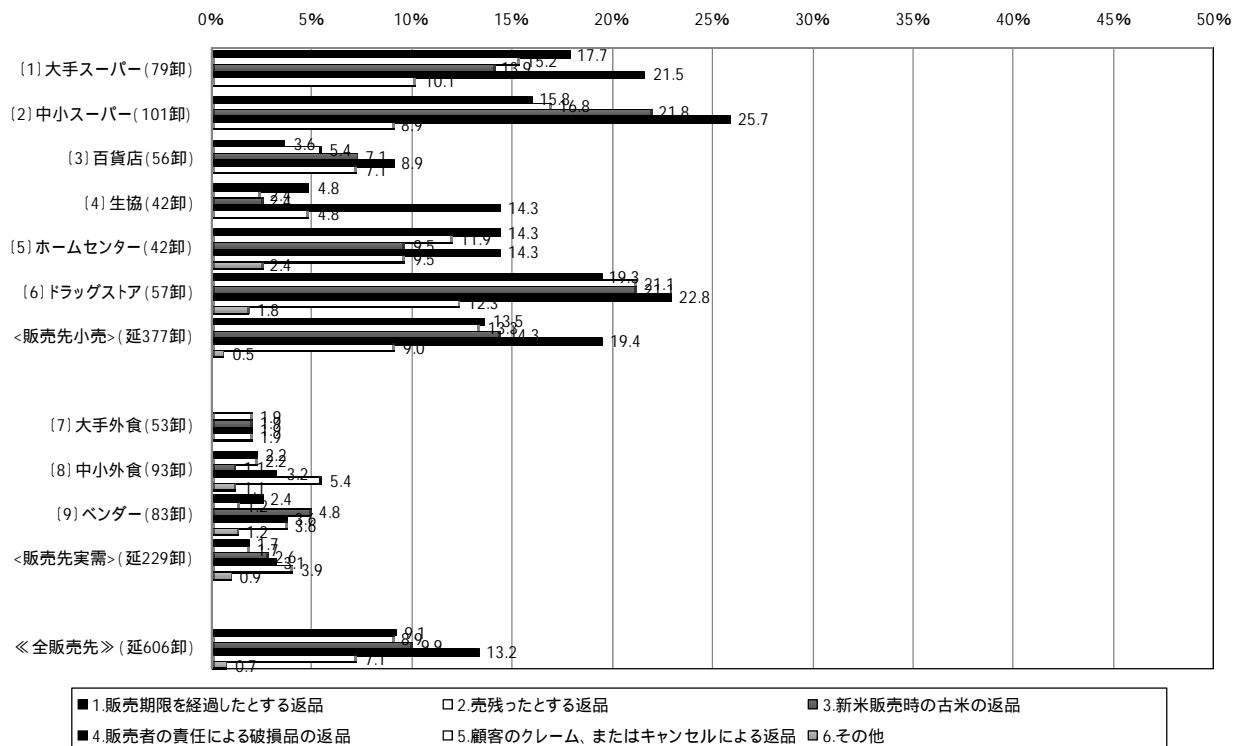
	[1] 大手スーパー (79卸)	[2] 中小スーパー (101卸)	[3] 百貨店 (56卸)	[4] 生協 (42卸)	[5] ホームセンター (42卸)	[6] ドラッグストア (57卸)	<販売先小売> (延377卸)	[7] 大手外食 (53卸)	[8] 中小外食 (93卸)	[9] ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延229卸)	全販売先 (延606卸)
1.販売期限を経過したとする返品	17.7 %	15.8 %	3.6 %	4.8 %	14.3 %	19.3 %	13.5 %	0.0 %	2.2 %	2.4 %	1.7 %	9.1 %
2.売残ったとする返品	15.2 %	16.8 %	5.4 %	2.4 %	11.9 %	21.1 %	13.3 %	1.9 %	2.2 %	1.2 %	1.7 %	8.9 %
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 %
4.販売者の責任による破損品の返品	21.5 %	25.7 %	8.9 %	14.3 %	14.3 %	22.8 %	19.4 %	1.9 %	3.2 %	3.6 %	3.1 %	13.2 %
5.顧客のクレーム、またはキャンセルによる返品	10.1 %	8.9 %	7.1 %	4.8 %	9.5 %	12.3 %	9.0 %	1.9 %	5.4 %	3.6 %	3.9 %	7.1 %
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 %

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

問3 「不当な返品」の具体的内容



「不当な返品」の具体的内容 (20年度調査)



問 4 前問で○を付した具体的内容項目の貴卸の実例をご記入下さい。

(略)

問 5 昨年に比べて、「不当な返品」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

- 店舗ごとの売場のチェックを行うようにした
- 販売先のモラルが向上した
- 適正発注数の分析をして、**適正発注**をお願いした
- 取引先の**適正な在庫の把握**に努めた
- **キャンペーンの規模を縮小**させた
- **数値（返品数、返品率）をバイヤーに提示**し、相手方にとって不利益であることを理解してもらった
- **発注を小ロット**にしてもらった
- 取扱い**アイテムを減**らした

<告示第2項「不当な値引」について>

問6 現在、販売先との取引において「不当な値引」と思われる取引が存在しますか。

「不当な値引が存在する」と回答した卸の割合は、《全販売先》12.2%（昨年比+1.7 ㊦）と、昨年よりも若干の増加であったが、＜販売先小売＞14.0%（同▲0.3 ㊦）と、昨年比微減であるのに対し、＜販売先実需＞8.8%（同+4.5 ㊦）と増加した。

販売先区分別で見ると、＜販売先小売＞で、「存在する」と回答した卸の割合が最も高かったのは、大手スーパーの21.1%（同+2.1 ㊦）、次いでドラッグストアの20.4%（同+2.9 ㊦）、ホームセンターの15.8%（同+1.5 ㊦）であった。しかし、これら販売先は、回答割合では昨年比増加したものの、取引をする卸数が減少（それぞれ昨年比▲3 卸、▲8 卸、▲4 卸の減少）したため、回答卸数は、それぞれ、昨年比+1 卸、同±0 卸、同±0 卸とほぼ横這いであった。なお、他の＜販売先小売＞は、中小スーパーが14.9%（同▲4.9 ㊦）、百貨店が4.5%（同+2.7 ㊦）、生協が0.0%（同▲4.8 ㊦）となっており、＜販売先小売＞の回答卸数は昨年比▲5 卸であった。

＜販売先実需＞は、大手外食が14.6%（同+9.0 ㊦）、中小外食が7.8%（同+4.6 ㊦）、ベンダーが6.5%（同+1.7 ㊦）と増加した。また、回答卸数も昨年比+7 卸であった。

問6 <次頁グラフの数値表>

	[1] 大手スーパー (76卸)	[2] 中小スーパー (101卸)	[3] 百貨店 (44卸)	[4] 生協 (41卸)	[5] ホームセンター (38卸)	[6] ドラッグストア (49卸)	<販売先小売> (延349卸)	[7] 大手外食 (41卸)	[8] 中小外食 (90卸)	[9] ベンダー (62卸)	<販売先実需> (延193卸)	全販売先 (延542卸)
存在する・増加した	6.6 %	2.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	4.1 %	2.6 %	4.9 %	1.1 %	3.2 %	2.6 %	2.6 %
存在する・減少した	1.3 %	2.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	1.1 %	0.0 %	2.2 %	1.6 %	1.6 %	1.3 %
存在する・変わらない	13.2 %	10.9 %	4.5 %	0.0 %	15.8 %	14.3 %	10.3 %	9.8 %	4.4 %	1.6 %	4.7 %	8.3 %
〔存在する〕	21.1 %	14.9 %	4.5 %	0.0 %	15.8 %	20.4 %	14.0 %	14.6 %	7.8 %	6.5 %	8.8 %	12.2 %
存在しない・今年からない	0.0 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.3 %	0.0 %	0.0 %	1.6 %	0.5 %	0.4 %
存在しない・昨年以前もない	78.9 %	84.2 %	95.5 %	100.0 %	84.2 %	79.6 %	85.7 %	85.4 %	92.2 %	91.9 %	90.7 %	87.5 %
〔存在しない〕	78.9 %	85.1 %	95.5 %	100.0 %	84.2 %	79.6 %	86.0 %	85.4 %	92.2 %	93.5 %	91.2 %	87.8 %

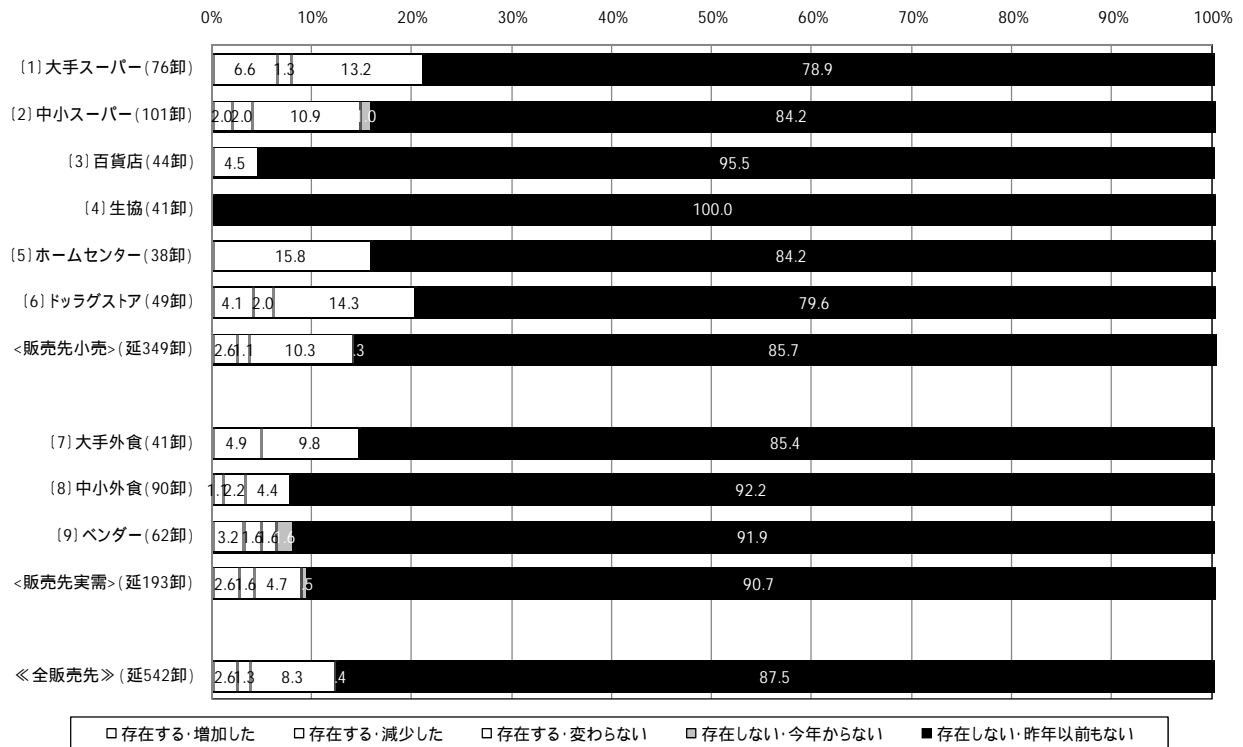
(20年度調査)

	[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 (54卸)	[8] 中小外食 (93卸)	[9] ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
〔存在する〕	19.0 %	19.8 %	1.8 %	4.8 %	14.3 %	17.5 %	14.3 %	5.6 %	3.2 %	4.8 %	4.3 %	10.5 %
〔存在しない〕	81.0 %	80.2 %	98.2 %	95.2 %	85.7 %	82.5 %	85.7 %	94.4 %	96.8 %	95.2 %	95.7 %	89.5 %

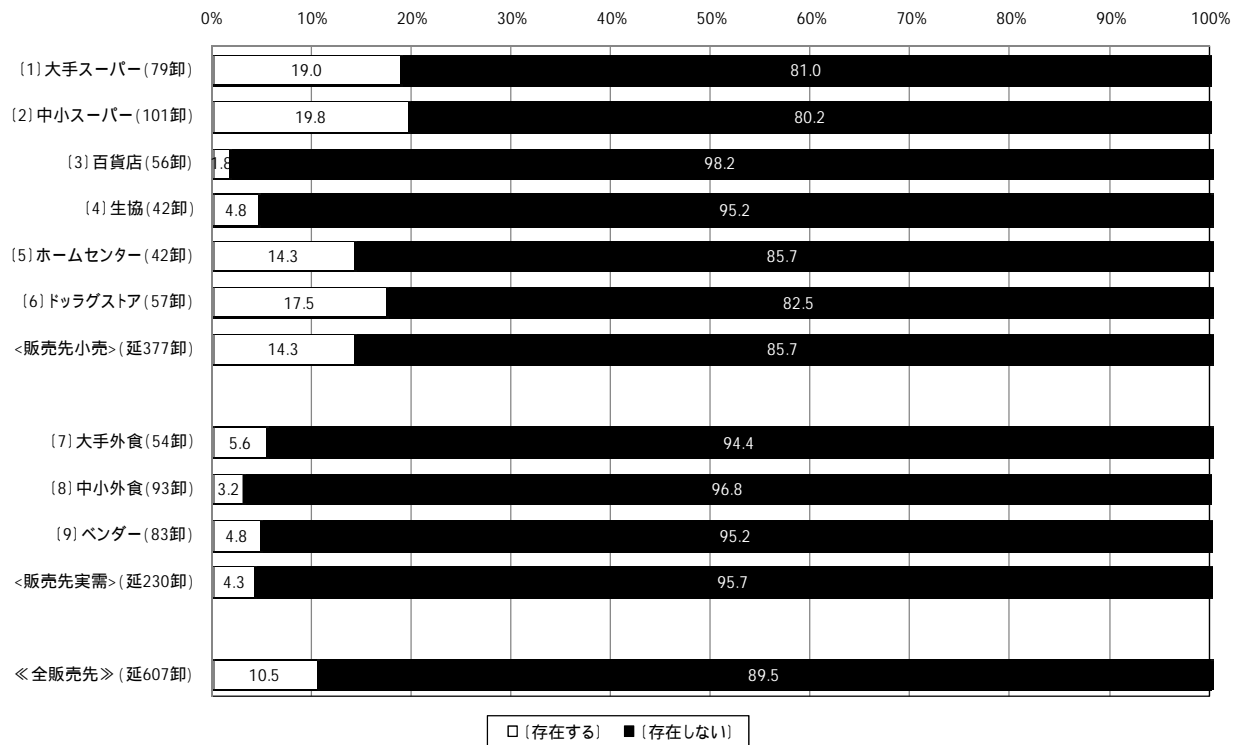
* ラウンドの関係で〔存在する〕、〔存在しない〕は内訳と一致しない場合がある

* () 内は取引があり、かつ、回答した卸数

問6 「不当な値引」の有無



「不当な値引」の有無(20年度調査)



問 7 前問で「存在する」に○を付した方に伺います。存在する「不当な値引」と思われる取引の具体的内容は何か。

選択肢

1. 販売先が一方的に決めた条件を理由に値引き要求
2. 業績目標達成のための値引き要求
3. 他店との価格を比較しての値引き要求
4. その他

最も多く選択されたのは、《全販売先》では、「3. 他店との価格を比較しての値引き要求」(4.2% (昨年比+2.4 ㊦)) で、次いで、「1. 販売先が一方的に決めた条件を理由に値引き要求」が 3.4% (同+0.8 ㊦)、昨年最も多かった「2. 業績目標達成のための値引き要求」は 0.8% (同▲6.0 ㊦) と、3 番目になり、値引要求の理由が大きく入れ替った。

＜販売先小売＞でも「3. 他店との価格を比較しての値引き要求」が 5.3% (同+3.2 ㊦) と、最も高くなった。なかでも大手スーパーが 10.8% (同+8.3 ㊦) と高く、以下、中小スーパーが 6.1% (同+2.1 ㊦)、ホームセンターが 5.6% (同+3.2 ㊦)、ドラッグストアが 4.3% (同+2.4 ㊦) と、昨年に比べ増加した。なお、生協は、全て「不当な値引は存在しない」との回答であった。

なお、「2. 業績目標達成のための値引き要求」が 1.2% (同▲9.4 ㊦) と、大きく減少した。販売先区分別でも、大手スーパーが 1.4% (同▲16.3 ㊦)、中小スーパーが 2.0% (同▲8.9 ㊦)、ホームセンターが 0.0% (同▲9.5 ㊦)、ドラッグストアが 2.2% (同▲14.0 ㊦) と、どの販売先も大きく減少した。

＜販売先実需＞では、「2. 業績目標達成のための値引き要求」については、回答がなかった。

問7 <次頁グラフの数値表>

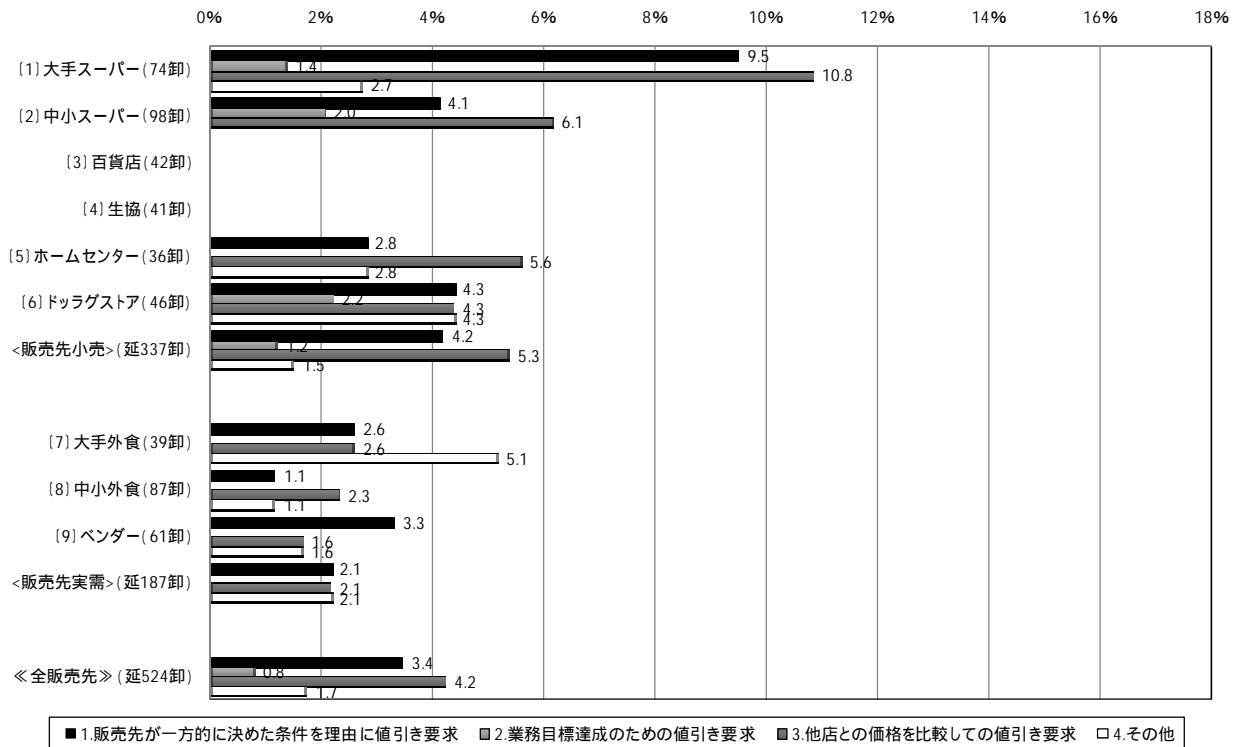
	(1) 大手スーパー (74卸)	(2) 中小スーパー (98卸)	(3) 百貨店 (42卸)	(4) 生協 (41卸)	(5) ホームセンター (36卸)	(6) ドラッグストア (46卸)	<販売先小売> (延337卸)	(7) 大手外食 (39卸)	(8) 中小外食 (87卸)	(9) ベンダー (61卸)	<販売先実需> (延187卸)	全販売先 (延524卸)
1.販売先が一方的に決めた条件を理由に値引き要求	9.5 %	4.1 %	0.0 %	0.0 %	2.8 %	4.3 %	4.2 %	2.6 %	1.1 %	3.3 %	2.1 %	3.4 %
2.業績目標達成のための値引き要求	1.4 %	2.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.2 %	1.2 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.8 %
3.他店との価格を比較しての値引き要求	10.8 %	6.1 %	0.0 %	0.0 %	5.6 %	4.3 %	5.3 %	2.6 %	2.3 %	1.6 %	2.1 %	4.2 %
4.その他	2.7 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.8 %	4.3 %	1.5 %	5.1 %	1.1 %	1.6 %	2.1 %	1.7 %

(20年度調査)

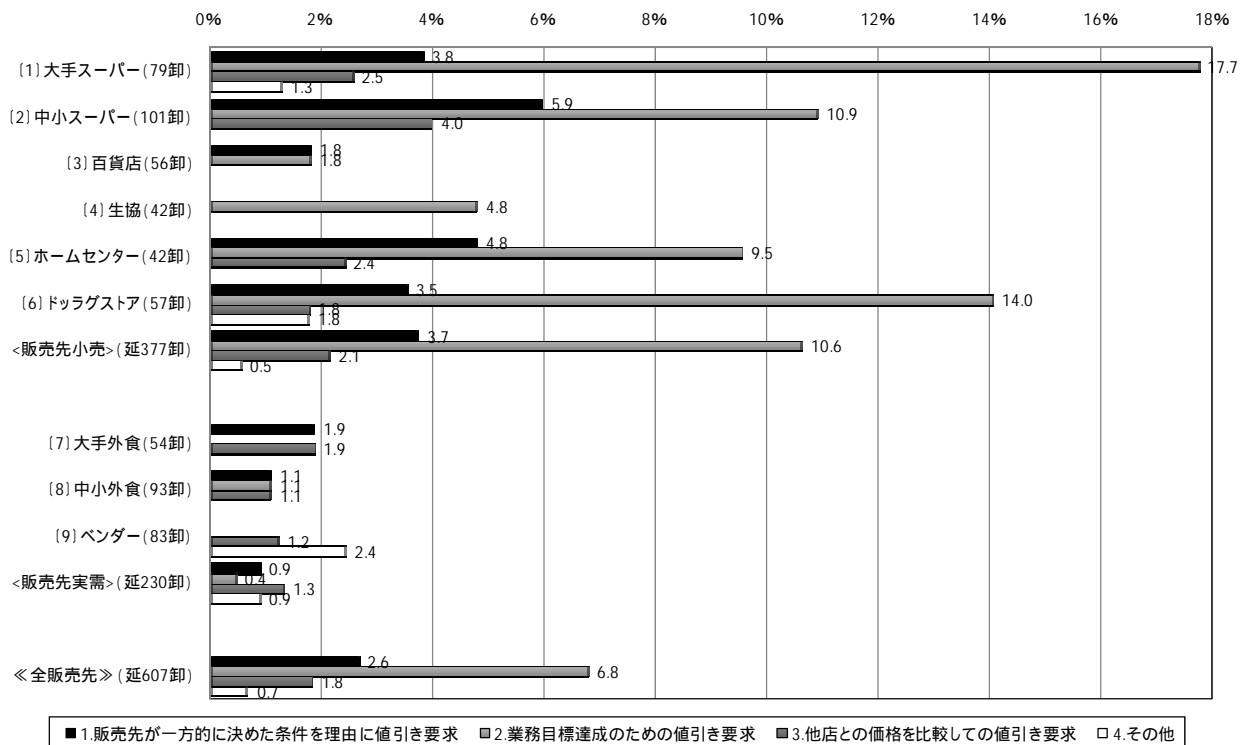
	(1) 大手スーパー (79卸)	(2) 中小スーパー (101卸)	(3) 百貨店 (56卸)	(4) 生協 (42卸)	(5) ホームセンター (42卸)	(6) ドラッグストア (57卸)	<販売先小売> (延377卸)	(7) 大手外食 (54卸)	(8) 中小外食 (93卸)	(9) ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
1.販売先が一方的に決めた条件を理由に値引き要求	3.8 %	5.9 %	1.8 %	0.0 %	4.8 %	3.5 %	3.7 %	1.9 %	1.1 %	0.0 %	0.9 %	2.6 %
2.業績目標達成のための値引き要求	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.他店との価格を比較しての値引き要求	2.5 %	4.0 %	0.0 %	0.0 %	2.4 %	1.8 %	2.1 %	1.9 %	1.1 %	1.2 %	1.3 %	1.8 %
4.その他	1.3 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %		1.8 %	0.5 %	0.0 %	0.0 %	2.4 %	0.9 %	0.7 %

* () 内は取引があり、かつ、回答した卸数

問7 「不当な値引」の具体的内容



「不当な値引」の具体的内容(20年度調査)



問 8 前問で○を付した具体的内容項目の貴卸の実例をご記入下さい。

(略)

問 9 昨年に比べて、「不当な値引」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

- 販売先のモラルが向上した

<告示第3項「不当な委託販売取引」について>

問10 現在、販売先との取引において「不当な委託販売取引」と思われる取引が存在しますか。

「不当な委託販売取引が存在する」と回答した卸は昨年調査では無かったが、今年は、中小スーパー、大手外食、中小外食で各1卸が存在するとした。

問10 <次頁グラフの数値表>

	[1] 大手スーパー (72卸)	[2] 中小スーパー (99卸)	[3] 百貨店 (42卸)	[4] 生協 (42卸)	[5] ホームセンター (36卸)	[6] ドラッグストア (49卸)	<販売先小売> (延340卸)	[7] 大手外食 (41卸)	[8] 中小外食 (88卸)	[9] ベンダー (60卸)	<販売先実需> (延189卸)	全販売先 (延529卸)
存在する・増加した	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
存在する・減少した	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
存在する・変わらない	0.0 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.3 %	2.4 %	1.1 %	0.0 %	1.1 %	0.6 %
〔存在する〕	0.0 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.3 %	2.4 %	1.1 %	0.0 %	1.1 %	0.6 %
存在しない・今年からない	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
存在しない・昨年以前もない	100.0 %	99.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	99.7 %	97.6 %	98.9 %	100.0 %	98.9 %	99.4 %
〔存在しない〕	100.0 %	99.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	99.7 %	97.6 %	98.9 %	100.0 %	98.9 %	99.4 %

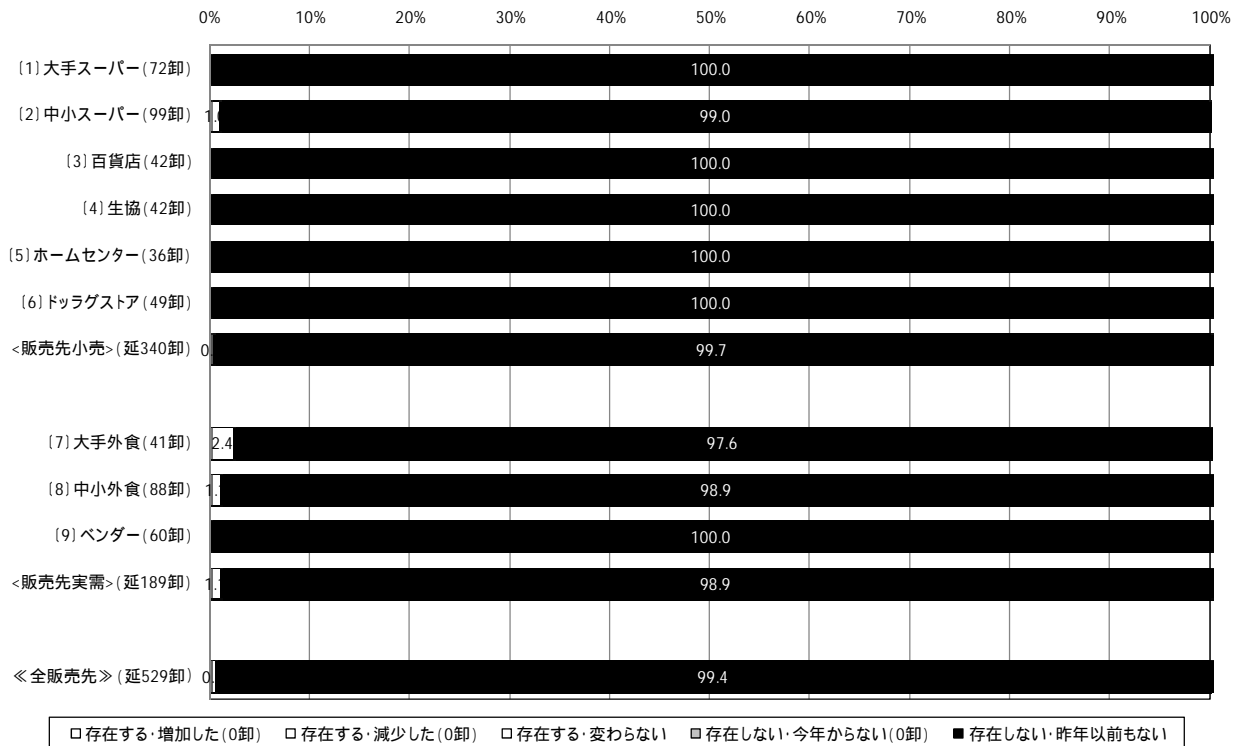
(20年度調査)

	[1] 大手スーパー (78卸)	[2] 中小スーパー (100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375卸)	[7] 大手外食 (54卸)	[8] 中小外食 (92卸)	[9] ベンダー (82卸)	<販売先実需> (延228卸)	全販売先 (延603卸)
〔存在する〕	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
〔存在しない〕	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

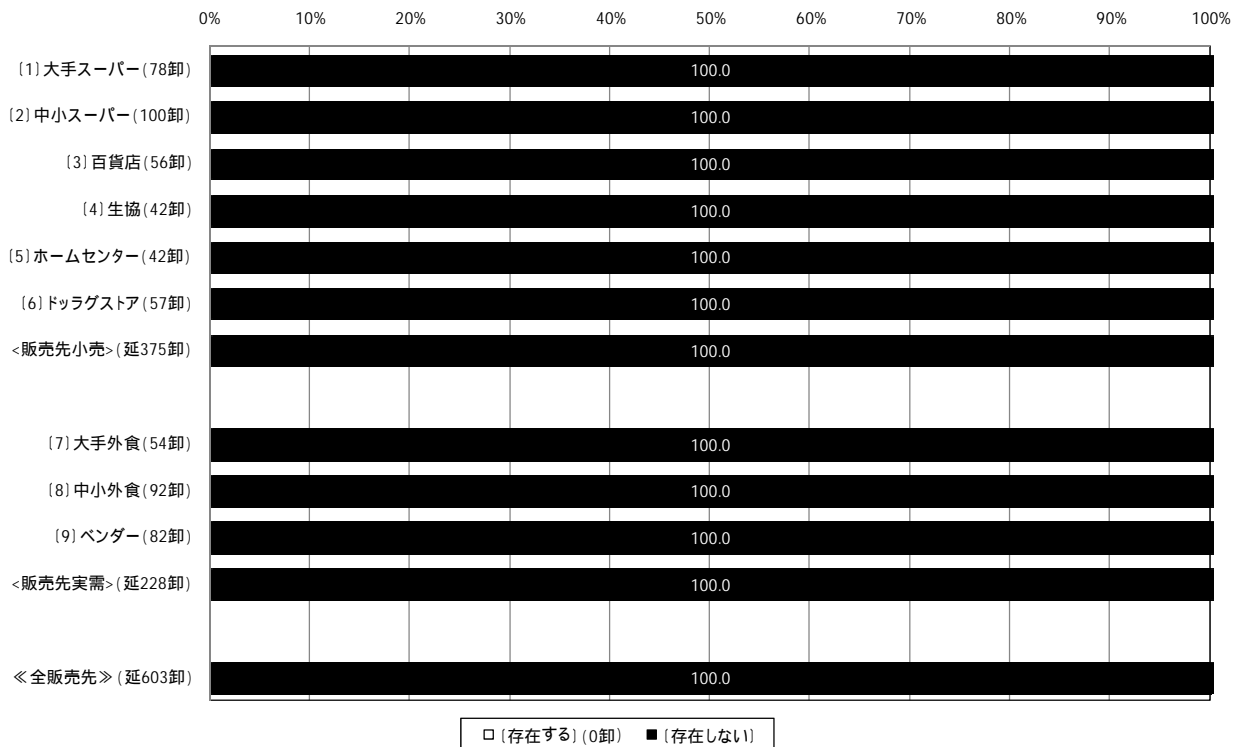
* ラウンドの関係で〔存在する〕、〔存在しない〕は内訳と一致しない場合がある

* () 内は取引があり、かつ、回答した卸数

問10 「不当な委託販売取引」の有無



「不当な委託販売取引」の有無(20年度調査)



問 11 前問で「存在する」に○を付した方に伺います。存在する「不当な委託販売取引」と思われる存在する取引の具体的内容は何ですか。貴卸の実例をご記入下さい。

記載なし

問 12 昨年に比べて、「不当な委託販売取引」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

記載なし

<告示第4項「特売商品等の買ったたき」について>

問13 現在、販売先との取引において「特売商品等の買ったたき」と思われる取引が存在しますか。

「特売商品等の買ったたきが存在する」と回答した卸の割合は、《全販売先》12.8%（昨年比+0.6㊦）と、若干増加したが、＜販売先小売＞16.9%（同▲0.9%）と、若干減少し、＜販売先実需＞5.2%（同+2.2㊦）と、増加した。

販売先区別で見ると、大手スーパーが23.7%（同▲5.4㊦）、中小スーパーが21.6%（同▲4.1㊦）、生協が4.8%（同▲2.3㊦）と昨年比減少し、ドラッグストアが18.4%（同+2.6㊦）、ホームセンターが16.2%（同+4.3%）、大手外食が7.3%（同+5.4㊦）、中小外食が4.4%（同+2.2㊦）、ベンダーが4.9%（同+0.1㊦）と昨年比増加した。

問13 <次頁グラフの数値表>

	[1] 大手スーパー (76卸)	[2] 中小スーパー (102卸)	[3] 百貨店 (43卸)	[4] 生協 (42卸)	[5] ホームセンター (37卸)	[6] ドラッグストア (49卸)	<販売先小売> (延349卸)	[7] 大手外食 (41卸)	[8] 中小外食 (90卸)	[9] ベンダー (61卸)	<販売先実需> (延192卸)	全販売先 (延541卸)
存在する・増加した	5.3 %	4.9 %	0.0 %	0.0 %	2.7 %	4.1 %	3.4 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.2 %
存在する・減少した	2.6 %	2.9 %	0.0 %	0.0 %	2.7 %	2.0 %	2.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.3 %
存在する・変わらない	15.8 %	13.7 %	4.7 %	4.8 %	10.8 %	12.2 %	11.5 %	7.3 %	4.4 %	4.9 %	5.2 %	9.2 %
〔存在する〕	23.7 %	21.6 %	4.7 %	4.8 %	16.2 %	18.4 %	16.9 %	7.3 %	4.4 %	4.9 %	5.2 %	12.8 %
存在しない・今年からない	1.3 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	0.9 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.6 %
存在しない・昨年以前もない	75.0 %	77.5 %	95.3 %	95.2 %	83.8 %	79.6 %	82.2 %	92.7 %	95.6 %	95.1 %	94.8 %	86.7 %
〔存在しない〕	76.3 %	78.4 %	95.3 %	95.2 %	83.8 %	81.6 %	83.1 %	92.7 %	95.6 %	95.1 %	94.8 %	87.2 %

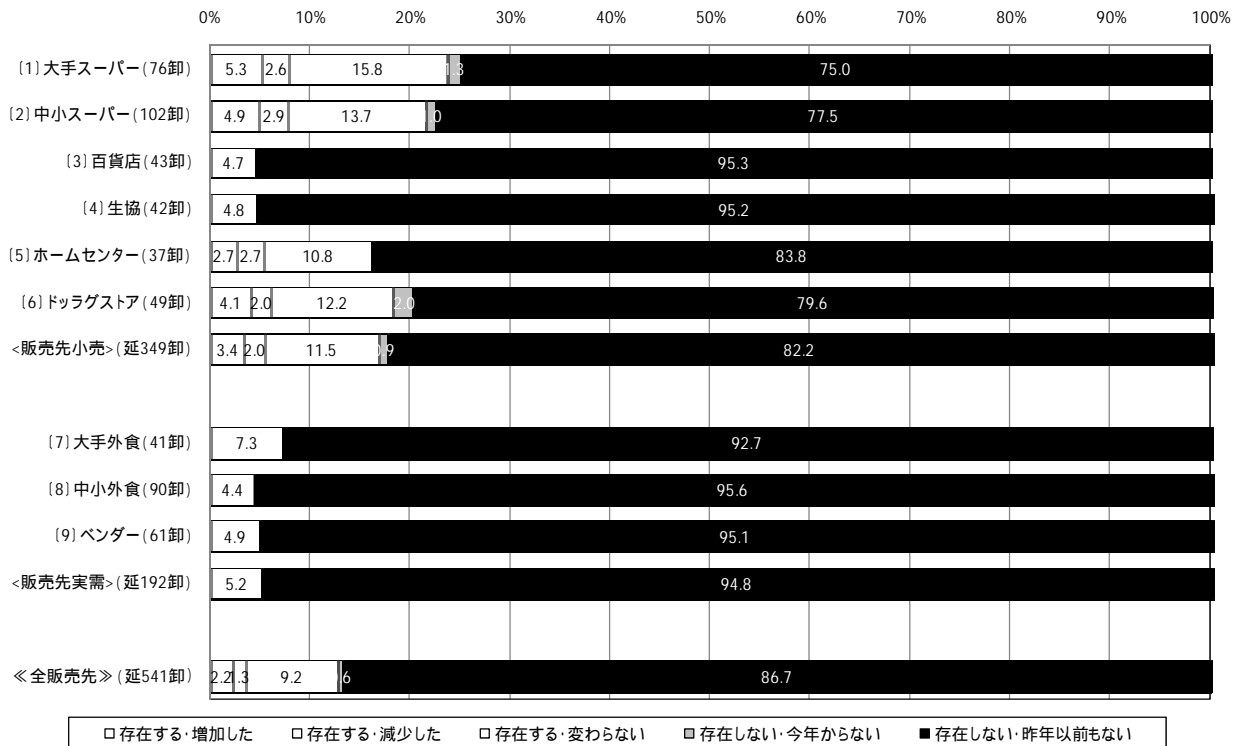
(20年度調査)

	[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 (54卸)	[8] 中小外食 (93卸)	[9] ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (607卸)
〔存在する〕	29.1 %	25.7 %	1.8 %	7.1 %	11.9 %	15.8 %	17.8 %	1.9 %	2.2 %	4.8 %	3.0 %	12.2 %
〔存在しない〕	70.9 %	74.3 %	98.2 %	92.9 %	88.1 %	84.2 %	82.2 %	98.1 %	97.8 %	95.2 %	97.0 %	87.8 %

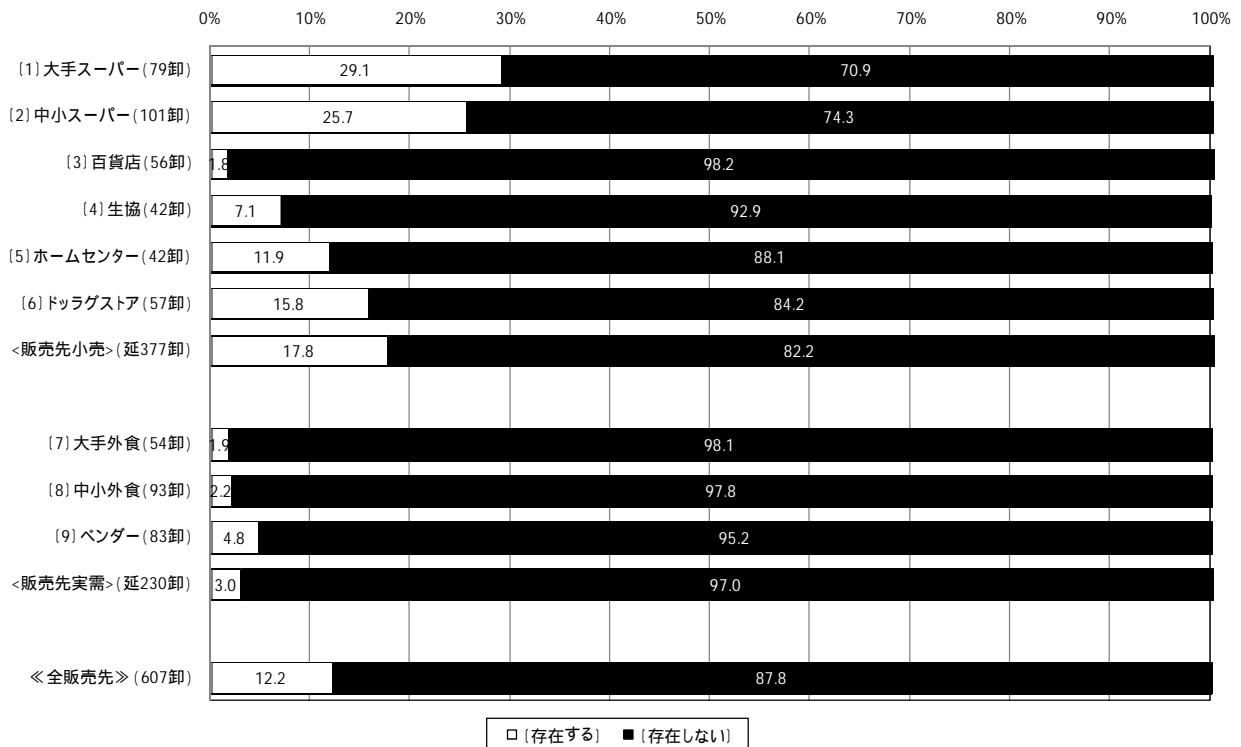
* ラウンドの関係で〔存在する〕、〔存在しない〕は内訳と一致しない場合がある

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

問13 「特売商品等の買ったたき」の有無



「特売商品等の買ったたき」の有無(20年度調査)



問14 前問で「存在する」に○を付した方に伺います。存在する「特売商品等の買ったとき」と思われる取引の具体的内容は何か。

選択肢

1. 販売先が一方的に納入価格を決定
2. 新店オープン等で著しく低い納入価格を要求
3. その他

最も多く選択されたのは、全ての区分で「2. 新店オープン等で著しく低い納入価格を要求」で、《全販売先》9.2%（昨年比▲1.2 ㇿ）、＜販売先小売＞13.0%（同▲2.9 ㇿ）、＜販売先実需＞2.1%（同▲0.8 ㇿ）となった。

販売先区分別で見ると、大手スーパーが 17.6%（同▲11.5 ㇿ）、中小スーパーが 15.7%（同▲5.1 ㇿ）、生協が 2.4%（同▲4.7 ㇿ）、百貨店が 2.4%（同▲1.2 ㇿ）と減少し、ホームセンターが 16.2%（同+6.7 ㇿ）、ドラッグストアが 16.3%（同+4.0 ㇿ）、ベンダーが 3.3%（同+0.9 ㇿ）、大手外食が 2.5%（同+2.5 ㇿ）と増加した。なお、中小外食は、1.1%で昨年比変わらずであった。

また、「1. 販売先が一方的に納入価格を決定」も、《全販売先》が 4.3%（昨年比▲1.8 ㇿ）と昨年比減少した。販売先区分別で見ると、中小スーパーが 11.8%（同▲5.0 ㇿ）、大手スーパーが 6.8%（同▲7.1 ㇿ）、ドラッグストアが 6.1%（同▲0.9 ㇿ）、ベンダーが 1.6%（同▲0.8 ㇿ）、生協が 0.0%（同▲2.4 ㇿ）、大手外食が 0.0%（同▲1.9 ㇿ）と減少し、ホームセンターが 2.7%（同+0.3 ㇿ）、中小外食が 1.1%（同+1.1 ㇿ）と、この2つの販売先のみ増加した。

「3. その他」が、《全販売先》で 1.9%（同+1.6 ㇿ）と増加した。具体的に挙げられた内容は、「特売商品として数量を約束したにも関わらず追加を要求された」「売上不振による販売対策として通常特売時納入価格の値引きを要求」等であった。

問14 <次頁グラフの数値表>

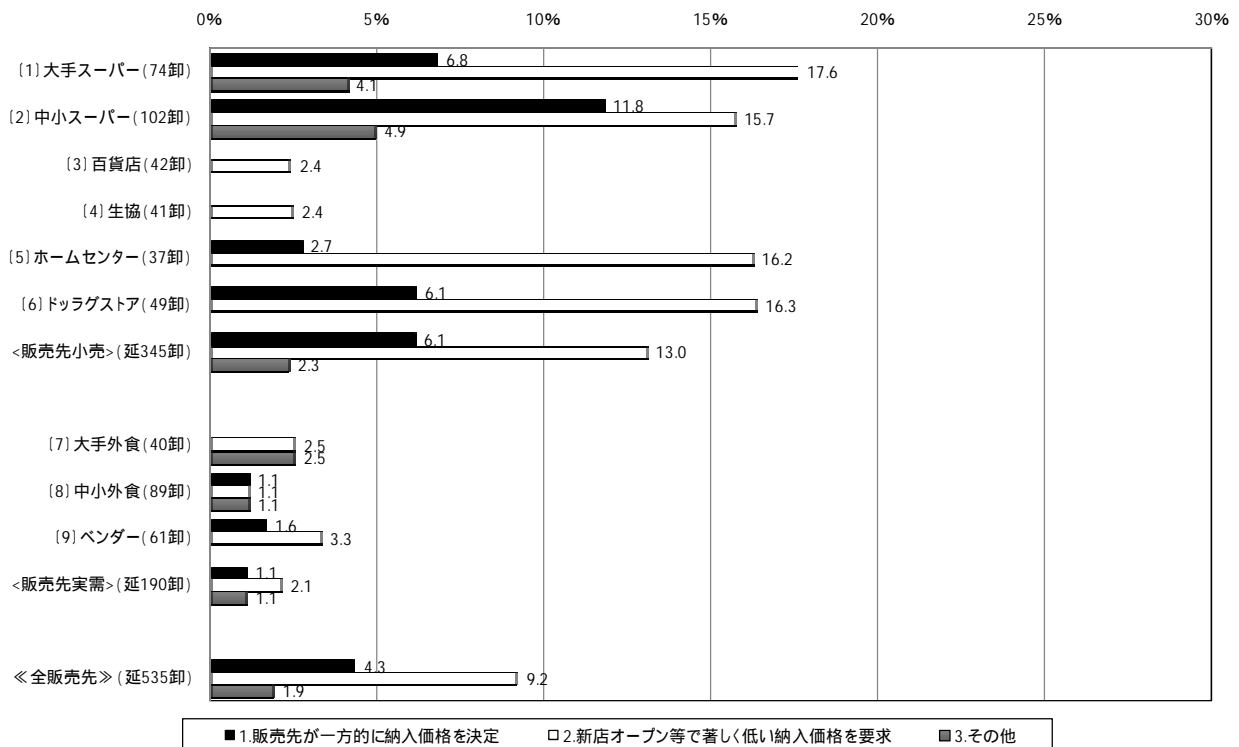
	[1] 大手スーパー (74ㇿ)	[2] 中小スーパー (102ㇿ)	[3] 百貨店 (42ㇿ)	[4] 生協 (41ㇿ)	[5] ホームセンター (37ㇿ)	[6] ドラッグストア (49ㇿ)	<販売先小売> (延345ㇿ)	[7] 大手外食 (40ㇿ)	[8] 中小外食 (89ㇿ)	[9] ベンダー (61ㇿ)	<販売先実需> (延190ㇿ)	全販売先 (延535ㇿ)
1.販売先が一方的に納入価格を決定	6.8 %	11.8 %	0.0 %	0.0 %	2.7 %	6.1 %	6.1 %	0.0 %	1.1 %	1.6 %	1.1 %	4.3 %
2.新店オープン等で著しく低い納入価格を要求	17.6 %	15.7 %	2.4 %	2.4 %	16.2 %	16.3 %	13.0 %	2.5 %	1.1 %	3.3 %	2.1 %	9.2 %
3.その他	4.1 %	4.9 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.3 %	2.5 %	1.1 %	0.0 %	1.1 %	1.9 %

(20年度調査)

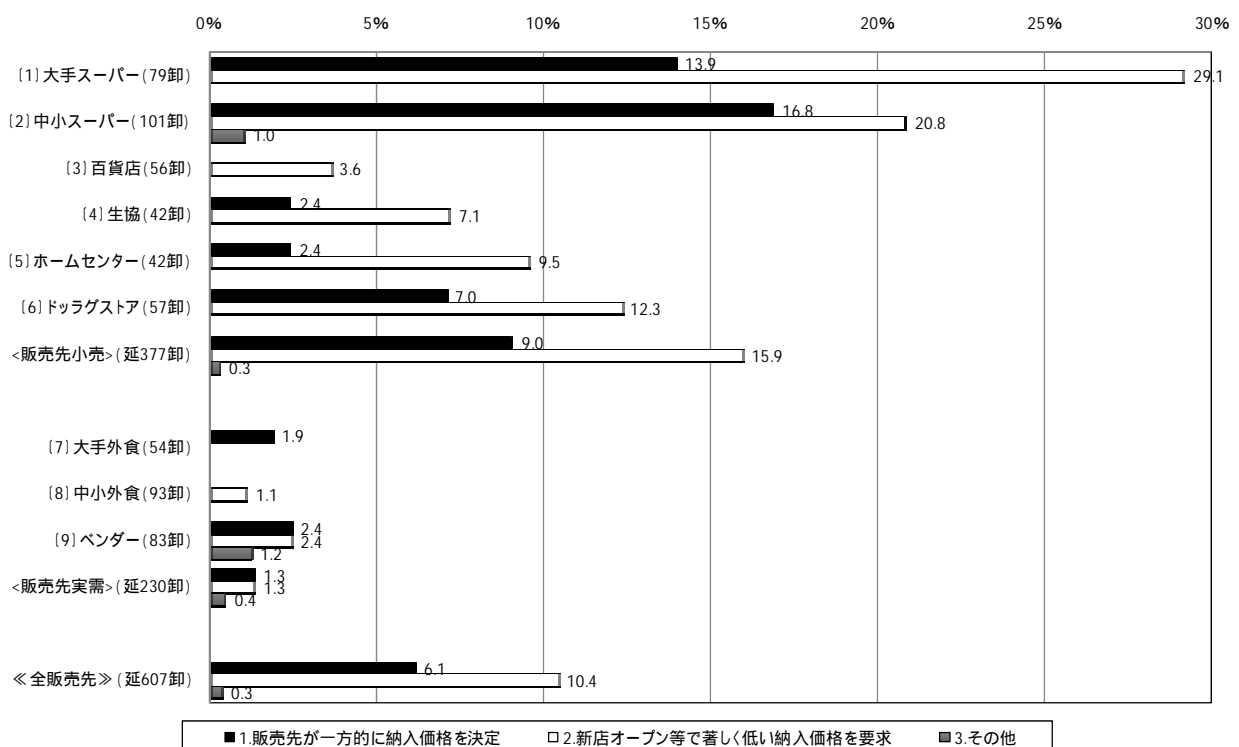
	[1] 大手スーパー (79ㇿ)	[2] 中小スーパー (101ㇿ)	[3] 百貨店 (56ㇿ)	[4] 生協 (42ㇿ)	[5] ホームセンター (42ㇿ)	[6] ドラッグストア (57ㇿ)	<販売先小売> (延377ㇿ)	[7] 大手外食 (54ㇿ)	[8] 中小外食 (93ㇿ)	[9] ベンダー (83ㇿ)	<販売先実需> (延230ㇿ)	全販売先 (延607ㇿ)
1.販売先が一方的に納入価格を決定	13.9 %	16.8 %	0.0 %	2.4 %	2.4 %	7.0 %	9.0 %	1.9 %	0.0 %	2.4 %	1.3 %	6.1 %
2.新店オープン等で著しく低い納入価格を要求	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.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 %

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

問14 「特売商品の買いたたき」の具体的内容



「特売商品の買いたたき」の具体的内容 (20年度調査)



問 15 前問で○を付した具体的内容項目の貴卸の実例をご記入下さい。

(略)

問 16 昨年に比べて、「特売商品等の買ったたき」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

- 販売先のモラルが向上した
- 販売先と協議を行い、理解を求めた
- 極端な価格に応じない

<告示第5項「特別注文品の受領拒否」について>

問17 現在、販売先との取引において「特別注文品の受領拒否」と思われる取引が存在しますか。

「特別注文品の受領拒否が存在する」と回答した卸の割合は、《全販売先》1.7%・延9卸（実質4卸）のみと、昨年の4.0%・延24卸から大きく減少した。

販売先区分別に見ると、大手スーパーが5.4%・延4卸（昨年比▲3.5㊦・▲3卸）、中小スーパーが2.9%・延3卸（同▲3.0㊦・▲3卸）、百貨店が2.3%・1卸（同+0.5㊦・±0卸）、ドラッグストアが2.0%・1卸（同▲3.3㊦・▲2卸）であった。生協、ホームセンター、大手外食、中小外食、ペンダーでは「存在する」との回答はなかった。

問17 <次頁グラフの数値表>

	[1] 大手スーパー (74卸)	[2] 中小スーパー (102卸)	[3] 百貨店 (43卸)	[4] 生協 (43卸)	[5] ホームセンター (38卸)	[6] ドラッグストア (50卸)	<販売先小売> (延350卸)	[7] 大手外食 (42卸)	[8] 中小外食 (90卸)	[9] ペンダー (62卸)	<販売先実需> (延194卸)	全販売先 (延544卸)
存在する・増加した	1.4 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.4 %
存在する・減少した	2.7 %	1.0 %	2.3 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.1 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.7 %
存在する・変わらない	1.4 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	0.9 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.6 %
〔存在する〕	5.4 %	2.9 %	2.3 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	2.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.7 %
存在しない・今年からない	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
存在しない・昨年以前もない	94.6 %	97.1 %	97.7 %	100.0 %	100.0 %	98.0 %	97.4 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	98.3 %
〔存在しない〕	94.6 %	97.1 %	97.7 %	100.0 %	100.0 %	98.0 %	97.4 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	98.3 %

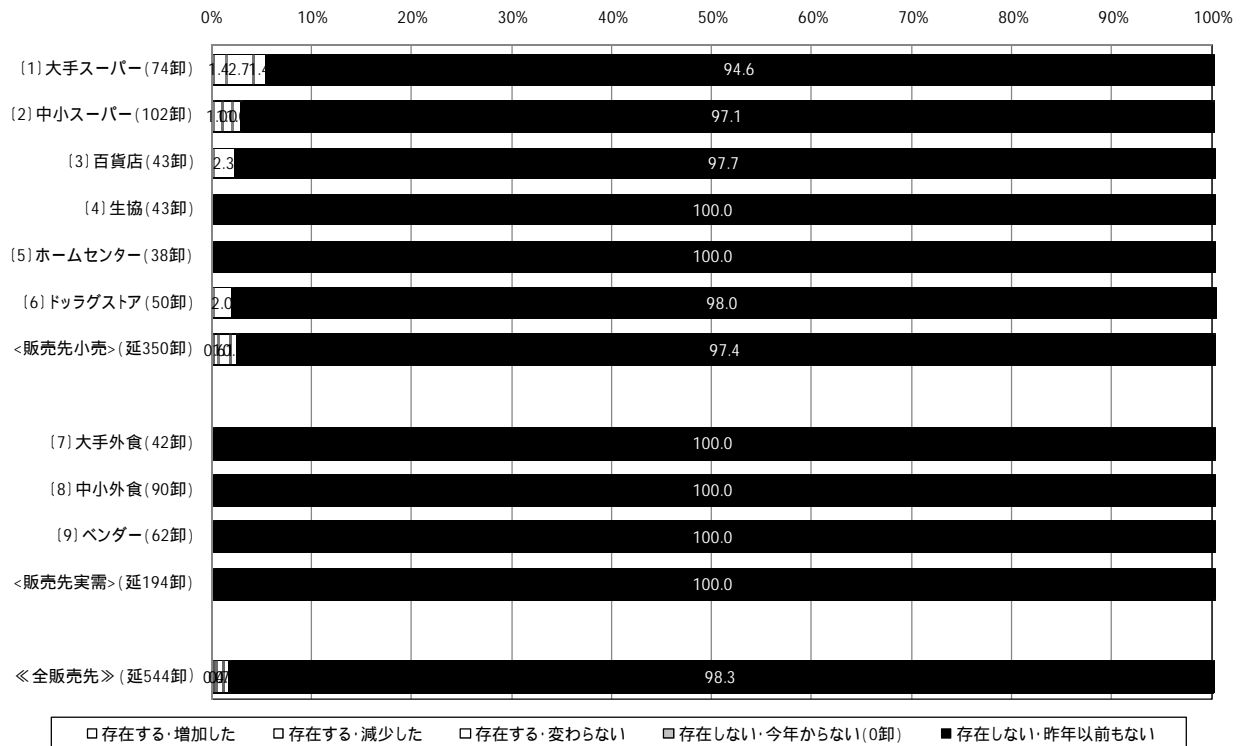
(20年度調査)

	[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 (54卸)	[8] 中小外食 (93卸)	[9] ペンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
〔存在する〕	8.9 %	5.9 %	1.8 %	0.0 %	4.8 %	5.3 %	5.0 %	3.7 %	2.2 %	1.2 %	2.2 %	4.0 %
〔存在しない〕	91.1 %	94.1 %	98.2 %	100.0 %	95.2 %	94.7 %	95.0 %	96.3 %	97.8 %	98.8 %	97.8 %	96.0 %

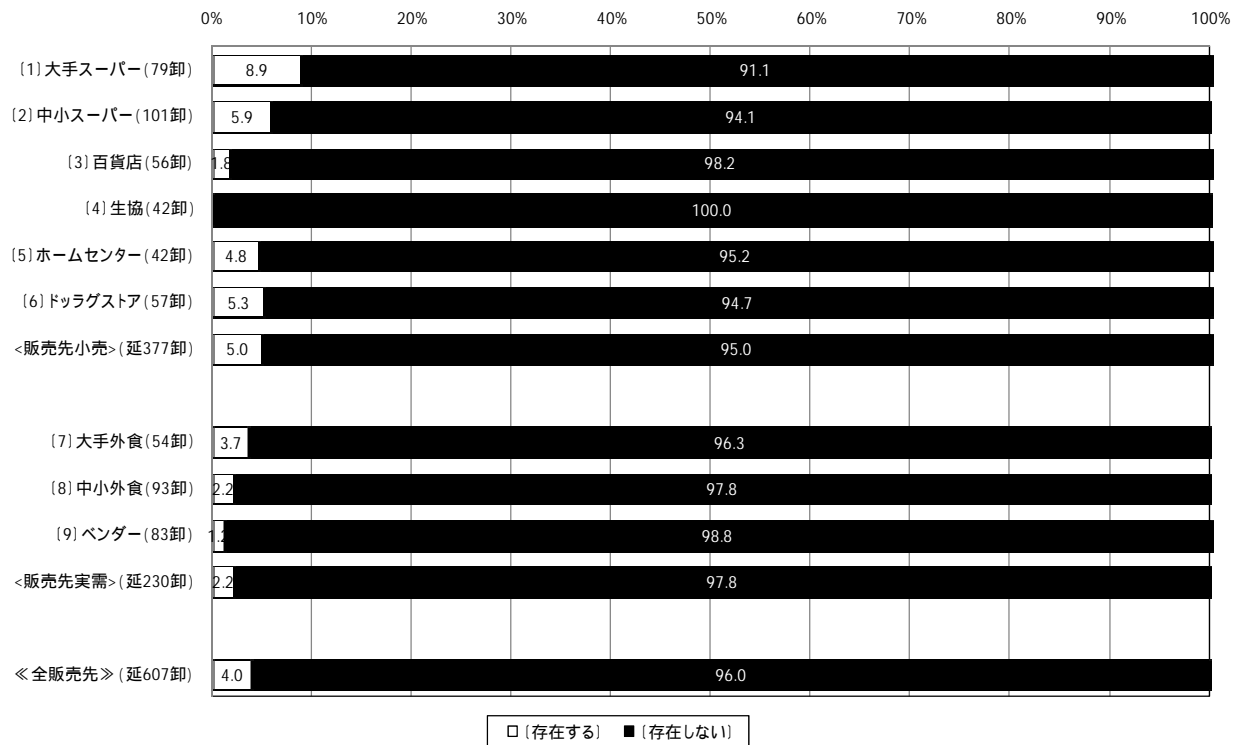
* ラウンドの関係で〔存在する〕、〔存在しない〕は内訳と一致しない場合がある

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

問17 「特別注文品の受領拒否」の有無



「特別注文品の受領拒否」の有無(20年度調査)



問 18 前問で「存在する」に○を付した方に伺います。存在する「特別注文品の受領拒否」と思われる取引の具体的内容は何ですか。

販売先区分ごとに「特別注文品の受領拒否」と思われる取引の具体的内容を下記より選択。

1. 特別注文品の受領拒否
2. 特別の規格品(原料玄米等)の受領拒否
3. その他

最も多く選択されたのは、《全販売先》および＜販売先小売＞で「2. 特別の規格品(原料玄米等)の受領拒否」となっているが、大手スーパーが2 卸、中小スーパー、百貨店、ドラッグストアが各1 卸とわずかで、「1. 特別注文品の受領拒否」についても、大手スーパー、中小スーパーでそれぞれ1 卸が挙げただけである。両内容とも、販売不振を理由に受領拒否されている。

「3. その他」では、「企画が決定し、原料・米袋等を全て準備していたが、他社が安いという理由で受領拒否された」「担当バイヤーが変わって受領拒否された」等が挙げられた。

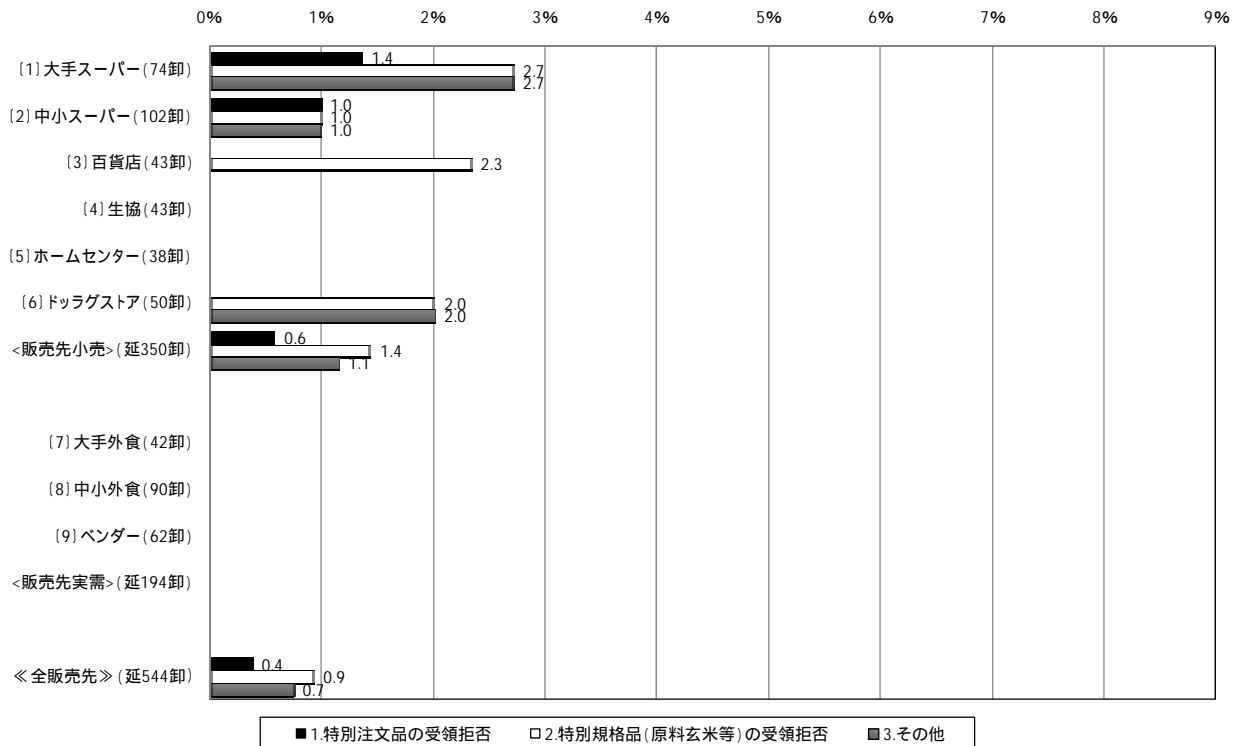
問18 <次頁グラフの数値表>

	(1) 大手スーパー (74卸)	(2) 中小スーパー (102卸)	(3) 百貨店 (43卸)	(4) 生協 (43卸)	(5) ホームセンター (38卸)	(6) ドラッグストア (50卸)	<販売先小売> (延350卸)	(7) 大手外食 (42卸)	(8) 中小外食 (90卸)	(9) ベンダー (62卸)	<販売先実需> (延194卸)	全販売先 (延544卸)
1.特別注文品の受領拒否	1.4 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.4 %
2.特別規格品(原料玄米等)の受領拒否	2.7 %	1.0 %	2.3 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	1.4 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.9 %
3.その他	2.7 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	1.1 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.7 %

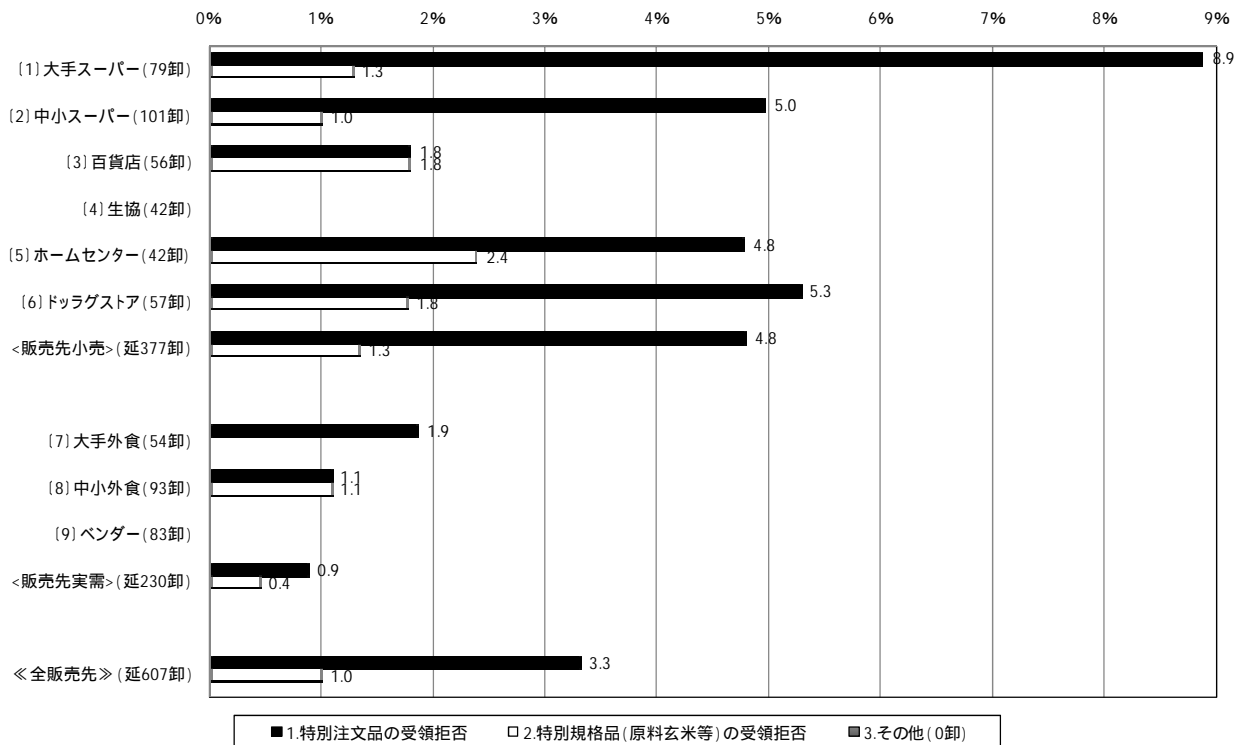
	(1) 大手スーパー (79卸)	(2) 中小スーパー (101卸)	(3) 百貨店 (56卸)	(4) 生協 (42卸)	(5) ホームセンター (42卸)	(6) ドラッグストア (57卸)	<販売先小売> (延377卸)	(7) 大手外食 (54卸)	(8) 中小外食 (93卸)	(9) ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
1.特別注文品の受領拒否	8.9 %	5.0 %	1.8 %	0.0 %	4.8 %	5.3 %	4.8 %	1.9 %	1.1 %	0.0 %	0.9 %	3.3 %
2.特別規格品(原料玄米等)の受領拒否	1.3 %	1.0 %	1.8 %	0.0 %	2.4 %	1.8 %	1.3 %	0.0 %	1.1 %	0.0 %	0.4 %	1.0 %
3.その他	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

問18 「特別注文品の受領拒否」の具体的内容



「特別注文品の受領拒否」の具体的内容(20年度調査)



問 19 前問で○を付した具体的内容項目の貴卸の実例をご記入下さい。

記載なし

問 20 昨年に比べて、「特別注文品の受領拒否」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

- 事前に協議し、受領拒否がないように計画販売を促した

<告示第6項「押し付け販売等」について>

問21 現在、販売先との取引において「押し付け販売等」と思われる取引が存在しますか。

「押し付け販売等が存在する」と回答した卸の割合は、《全販売先》15.6%（昨年比+1.3 ㊦）と若干増加、＜販売先小売＞14.8%（同+0.2 ㊦）の微増であったのに対し、＜販売先実需＞16.9%（同+3.0 ㊦）と、増加となり、今年は昨年と違い、＜販売先実需＞が＜販売先小売＞よりも高くなった。

販売先区分別で見ると、大手スーパーが22.1%（同▲5.7 ㊦）、生協が11.6%（▲2.7 ㊦）、ペンダーが8.2%（同▲2.6 ㊦）とこの3つの販売先のみ昨年比減少した。その他の販売先は、大手外食が26.2%（同+7.7 ㊦）、中小スーパーが20.6%（同+0.8 ㊦）、中小外食18.5%（同+4.5 ㊦）、百貨店が14.0%（同+6.9 ㊦）、ドラッグストアが4.1%（同+0.6 ㊦）、ホームセンターが2.7%（同+0.3 ㊦）と全て増加した。

しかし、昨年に比べ「存在が増加した」は、《全販売先》が0.4%、＜販売先小売＞が0.0%、＜販売先実需＞が1.0%であるのに対し、「存在するが減少した」は、《全販売先》が2.2%、＜販売先小売＞が2.8%、＜販売先実需＞が1.0%となっており、＜販売先小売＞では、存在するものの減少の傾向であるものと推測される。

問21 <次頁グラフの数値表>

	[1] 大手スーパー (77卸)	[2] 中小スーパー (102卸)	[3] 百貨店 (43卸)	[4] 生協 (43卸)	[5] ホームセンター (37卸)	[6] ドラッグストア (49卸)	<販売先小売> (延351卸)	[7] 大手外食 (42卸)	[8] 中小外食 (92卸)	[9] ペンダー (61卸)	<販売先実需> (延195卸)	全販売先 (延546卸)
存在する・増加した	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.4 %	1.1 %	0.0 %	1.0 %	0.4 %
存在する・減少した	2.6 %	4.9 %	4.7 %	2.3 %	0.0 %	0.0 %	2.8 %	2.4 %	1.1 %	0.0 %	1.0 %	2.2 %
存在する・変わらない	19.5 %	15.7 %	9.3 %	9.3 %	2.7 %	4.1 %	12.0 %	21.4 %	16.3 %	8.2 %	14.9 %	13.0 %
〔存在する〕	22.1 %	20.6 %	14.0 %	11.6 %	2.7 %	4.1 %	14.8 %	26.2 %	18.5 %	8.2 %	16.9 %	15.6 %
存在しない・今年からない	0.0 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	0.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.4 %
存在しない・昨年以前もない	77.9 %	78.4 %	86.0 %	88.4 %	97.3 %	93.9 %	84.6 %	73.8 %	81.5 %	91.8 %	83.1 %	84.1 %
〔存在しない〕	77.9 %	79.4 %	86.0 %	88.4 %	97.3 %	95.9 %	85.2 %	73.8 %	81.5 %	91.8 %	83.1 %	84.4 %

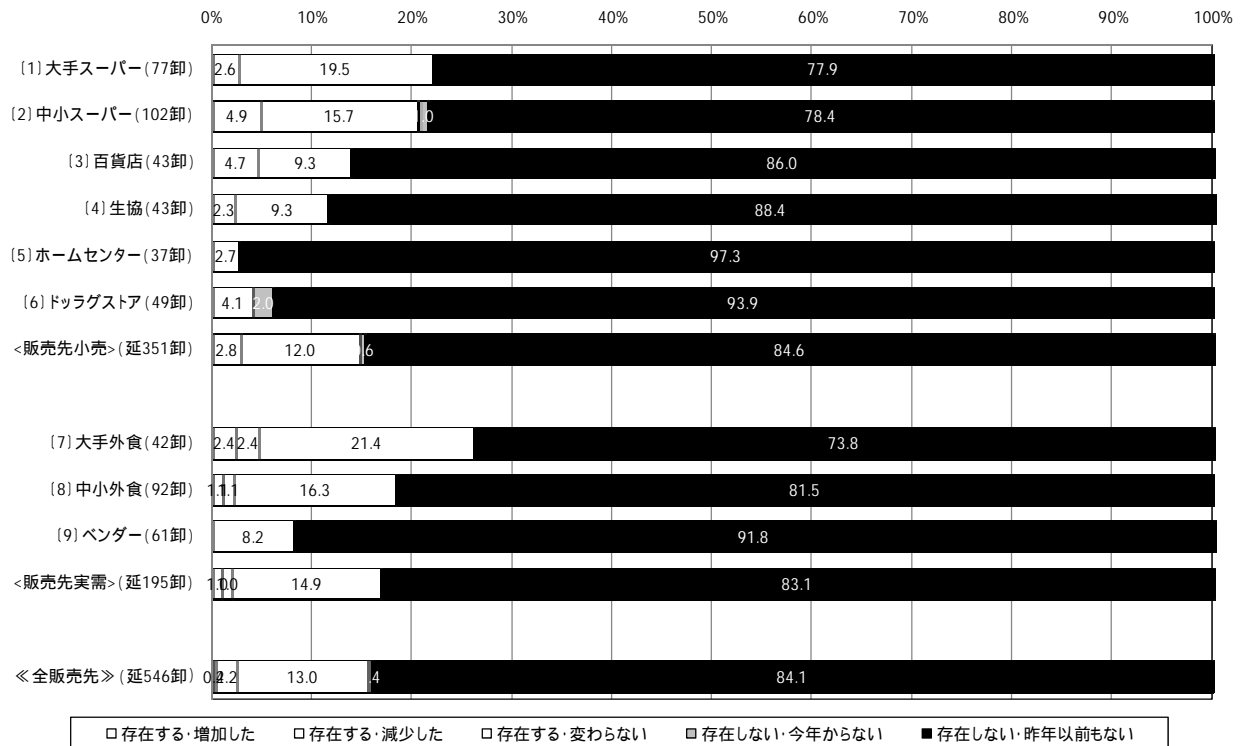
(20年度調査)

	[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 (54卸)	[8] 中小外食 (93卸)	[9] ペンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
〔存在する〕	27.8 %	19.8 %	7.1 %	14.3 %	2.4 %	3.5 %	14.6 %	18.5 %	14.0 %	10.8 %	13.9 %	14.3 %
〔存在しない〕	72.2 %	80.2 %	92.9 %	85.7 %	97.6 %	96.5 %	85.4 %	81.5 %	86.0 %	89.2 %	86.1 %	85.7 %

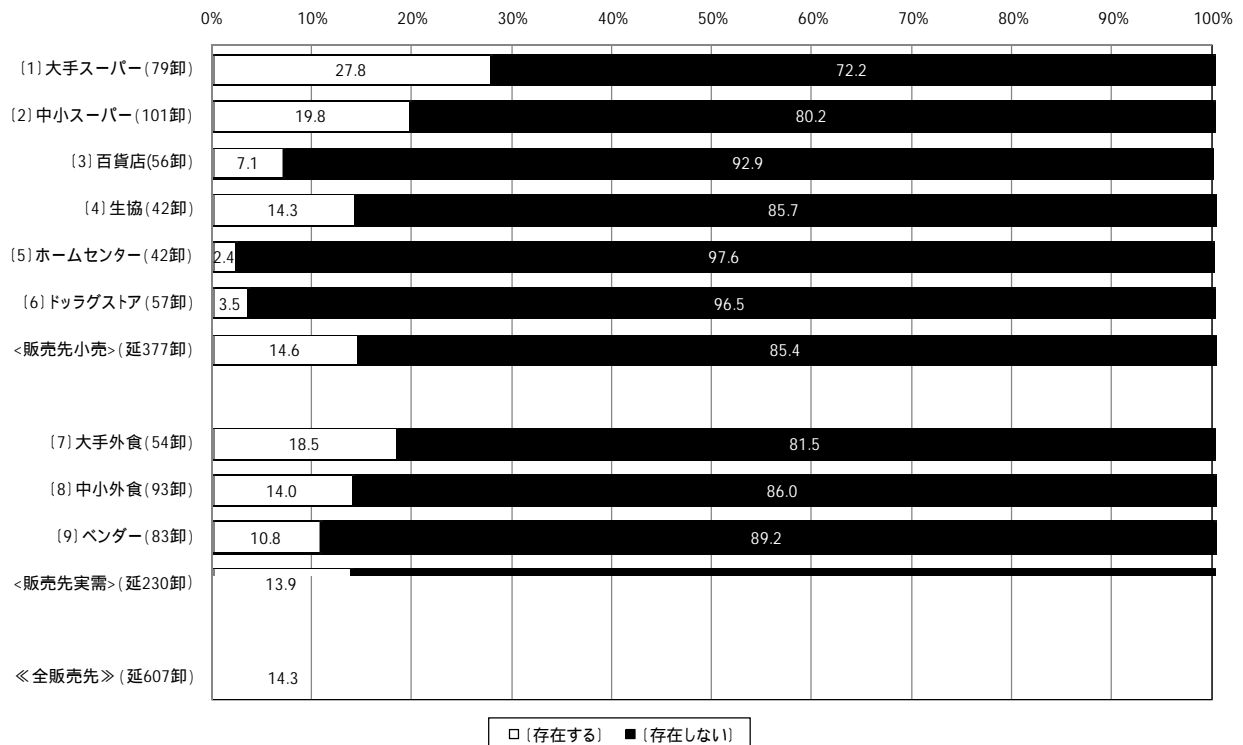
* ラウンドの関係で〔存在する〕、〔存在しない〕は内訳と一致しない場合がある

* () 内は取引があり、かつ、回答した卸数

問21 「押付販売等」の有無



「押付販売等」の有無(20年度調査)



問 22 前問で「存在する」に○を付した方に伺います。存在する「押し付け販売等」と思われる取引の具体的内容は何か。

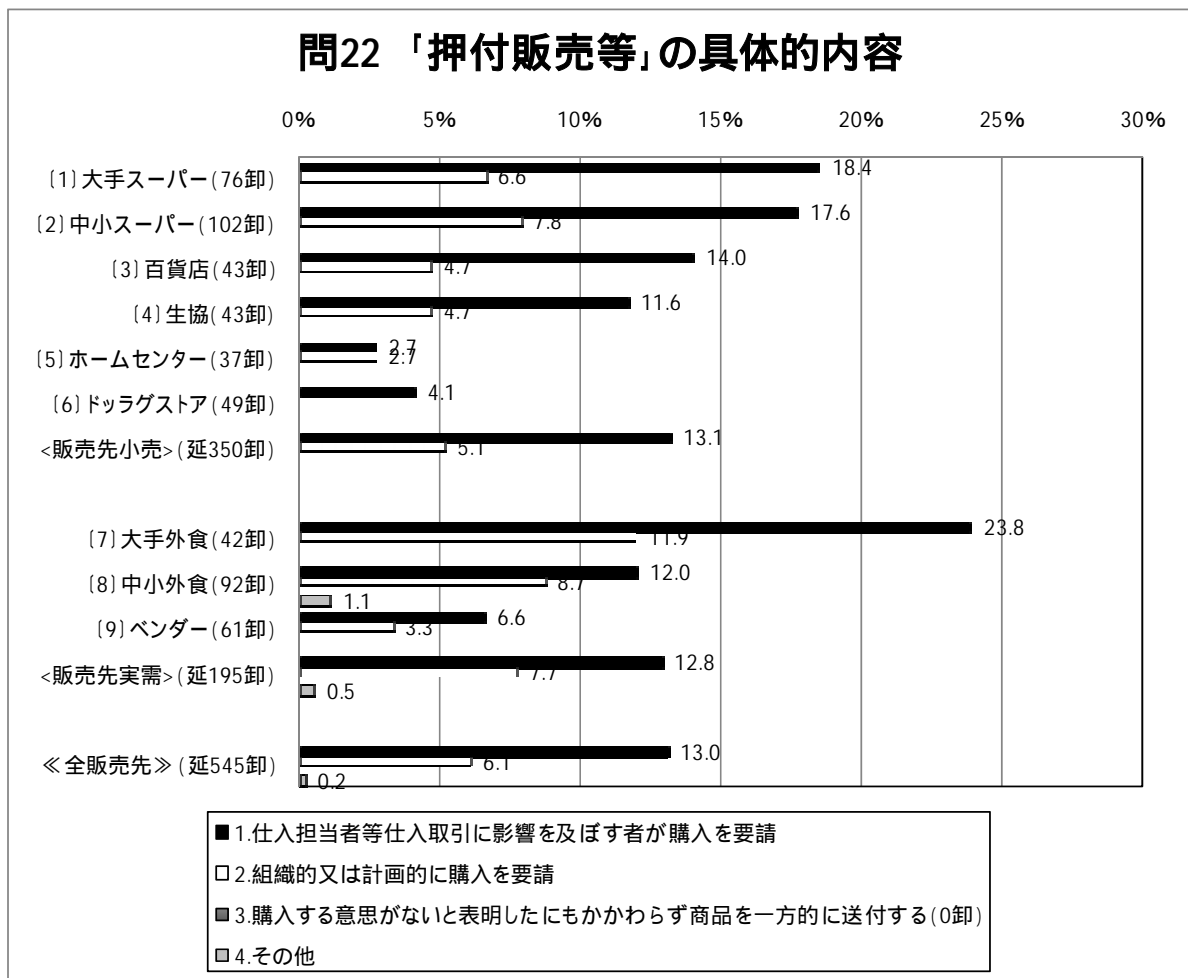
販売先区分ごとに「押し付け販売等」と思われる取引の具体的内容を下記より選択。

1. 仕入担当者等仕入取引に影響を及ぼす者が購入を要請
2. 組織的又は計画的に購入を要請
3. 購入する意思がないと表明したにもかかわらず商品を一方的に送付する
4. その他

最も多く選択されたのは、《全販売先》では「1. 仕入担当者等仕入取引に影響を及ぼす者が購入を要請」で、販売先区分別で見ても、最も多い。次いで多いのが、「2. 組織的又は計画的に購入を要請」で、《全販売先》で 6.1%となった。これは、組織的又は計画的に購入を要請することは限りなく不公正取引に近いと、仕入担当者等の要請という形が取られているためと思われる。

「3. 購入する意思がないと表明したにもかかわらず商品を一方的に送付する」は選択がなかった。

(※ 当問は、昨年とは別の選択肢で質問したため、昨年との比較はできなかった。)



問 23 前問で○を付した具体的内容項目の貴卸の実例をご記入下さい。

(略)

問 24 昨年に比べて、「押し付け販売等」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

- 押し付け販売で、同業者が勧告、命令を受けた為
- スーパーの自主規制による
- 要請を断った

問22 <前頁グラフの数値表>

	[1] 大手スーパー (76卸)	[2] 中小スーパー (102卸)	[3] 百貨店 (43卸)	[4] 生協 (43卸)	[5] ホームセンター (37卸)	[6] ドラッグストア (49卸)	<販売先小売> (延350卸)	[7] 大手外食 (42卸)	[8] 中小外食 (92卸)	[9] ベンダー (61卸)	<販売先実需> (延195卸)	全販売先 (延545卸)
1.仕入担当者等仕入取引に影響を及ぼす者が購入を要請	18.4 %	17.6 %	14.0 %	11.6 %	2.7 %	4.1 %	13.1 %	23.8 %	12.0 %	6.6 %	12.8 %	13.0 %
2.組織的又は計画的に購入を要請	6.6 %	7.8 %	4.7 %	4.7 %	2.7 %		5.1 %	11.9 %	8.7 %	3.3 %	7.7 %	6.1 %
3.購入する意思がないと表明したにもかかわらず商品を一方向的に送付する	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
4.その他	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.1 %	0.0 %	0.5 %	0.2 %

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

<告示第7項「納入業者の従業員等の不当使用等」について>

問 25 現在、販売先との取引において「納入業者の従業員等の不当使用等」と思われる取引が存在しますか。

「納入業者の従業員等の不当使用等が存在する」と回答した卸の割合は、《全販売先》12.0%（昨年比+1.1 ㊦）、＜販売先小売＞17.2%（同+1.0 ㊦）、＜販売先実需＞2.5%（同+0.3 ㊦）と、若干の増加であった。

販売先区別で見ると、大手スーパーが 32.5%（同+2.1 ㊦）と、昨年同様、突出して高く、以下、中小スーパーが 17.6%（同▲1.2 ㊦）、ホームセンターが 13.2%（同▲5.8 ㊦）、百貨店が 11.6%（同+9.9 ㊦）、ドラッグストアが 9.8%（同▲2.5 ㊦）、生協が 7.0%（同+2.1 ㊦）、中小外食が 3.2%（同+2.1 ㊦）、大手外食が 2.3%（同+0.4 ㊦）、ベンダーが 1.6%（同▲2.1 ㊦）、となった。

なお、昨年に比べての増減を見ると、百貨店の増加（同+9.9 ㊦）とホームセンター（同▲5.8 ㊦）の減少が目立つ。

問25 <次頁グラフの数値表>

	(1) 大手スーパー (77卸)	(2) 中小スーパー (102卸)	(3) 百貨店 (43卸)	(4) 生協 (43卸)	(5) ホームセンター (38卸)	(6) ドラッグストア (51卸)	<販売先小売> (延354卸)	(7) 大手外食 (43卸)	(8) 中小外食 (93卸)	(9) ベンダー (62卸)	<販売先実需> (延198卸)	全販売先 (延552卸)
存在する・増加した	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
存在する・減少した	6.5 %	5.9 %	4.7 %	2.3 %	5.3 %	2.0 %	4.8 %	0.0 %	1.1 %	0.0 %	0.5 %	3.3 %
存在する・変わらない	26.0 %	11.8 %	7.0 %	4.7 %	7.9 %	7.8 %	12.4 %	2.3 %	2.2 %	1.6 %	2.0 %	8.7 %
〔存在する〕	32.5 %	17.6 %	11.6 %	7.0 %	13.2 %	9.8 %	17.2 %	2.3 %	3.2 %	1.6 %	2.5 %	12.0 %
存在しない・今年からない	1.3 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	2.6 %	0.0 %	0.8 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.5 %
存在しない・昨年以前もない	66.2 %	81.4 %	88.4 %	93.0 %	84.2 %	90.2 %	81.9 %	97.7 %	96.8 %	98.4 %	97.5 %	87.5 %
〔存在しない〕	67.5 %	82.4 %	88.4 %	93.0 %	86.8 %	90.2 %	82.8 %	97.7 %	96.8 %	98.4 %	97.5 %	88.0 %

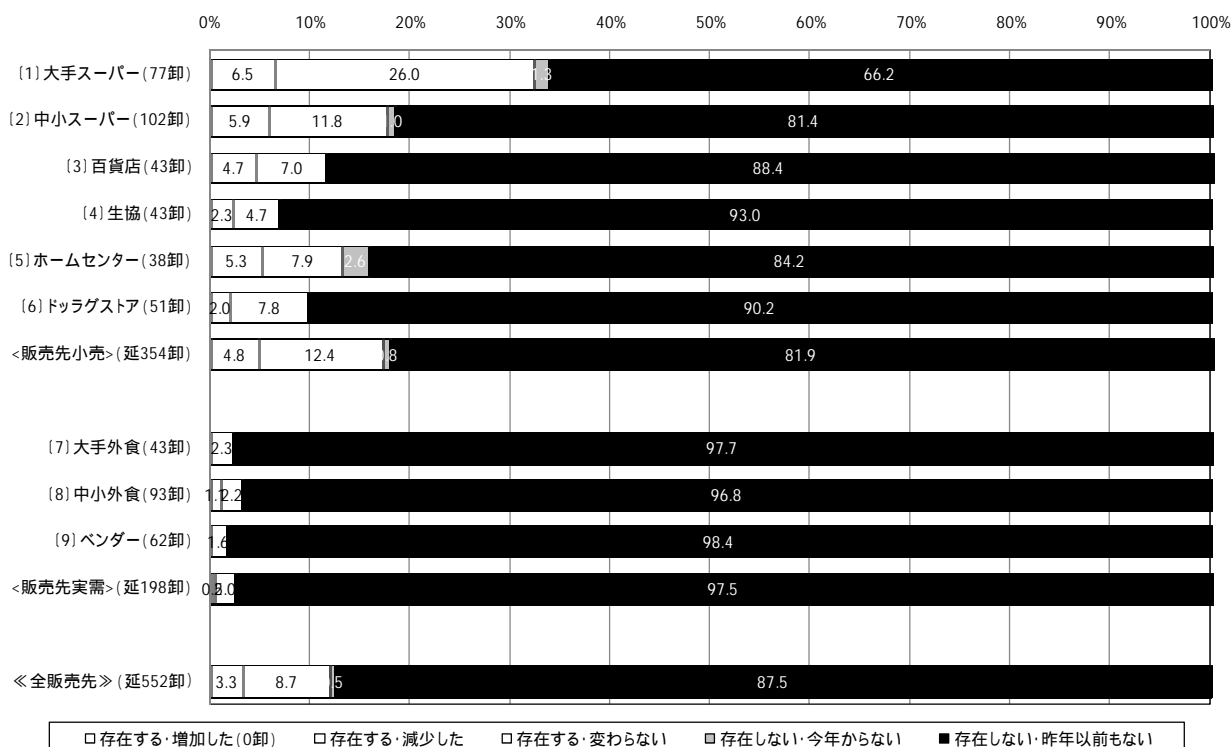
(20年度調査)

	(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 (41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376卸)	(7) 大手外食 (54卸)	(8) 中小外食 (93卸)	(9) ベンダー (82卸)	<販売先実需> (延229卸)	全販売先 (延605卸)
〔存在する〕	30.4 %	18.8 %	1.8 %	4.9 %	19.0 %	12.3 %	16.2 %	1.9 %	1.1 %	3.7 %	2.2 %	10.9 %
〔存在しない〕	69.6 %	81.2 %	98.2 %	95.1 %	81.0 %	87.7 %	83.8 %	98.1 %	98.9 %	96.3 %	97.8 %	89.1 %

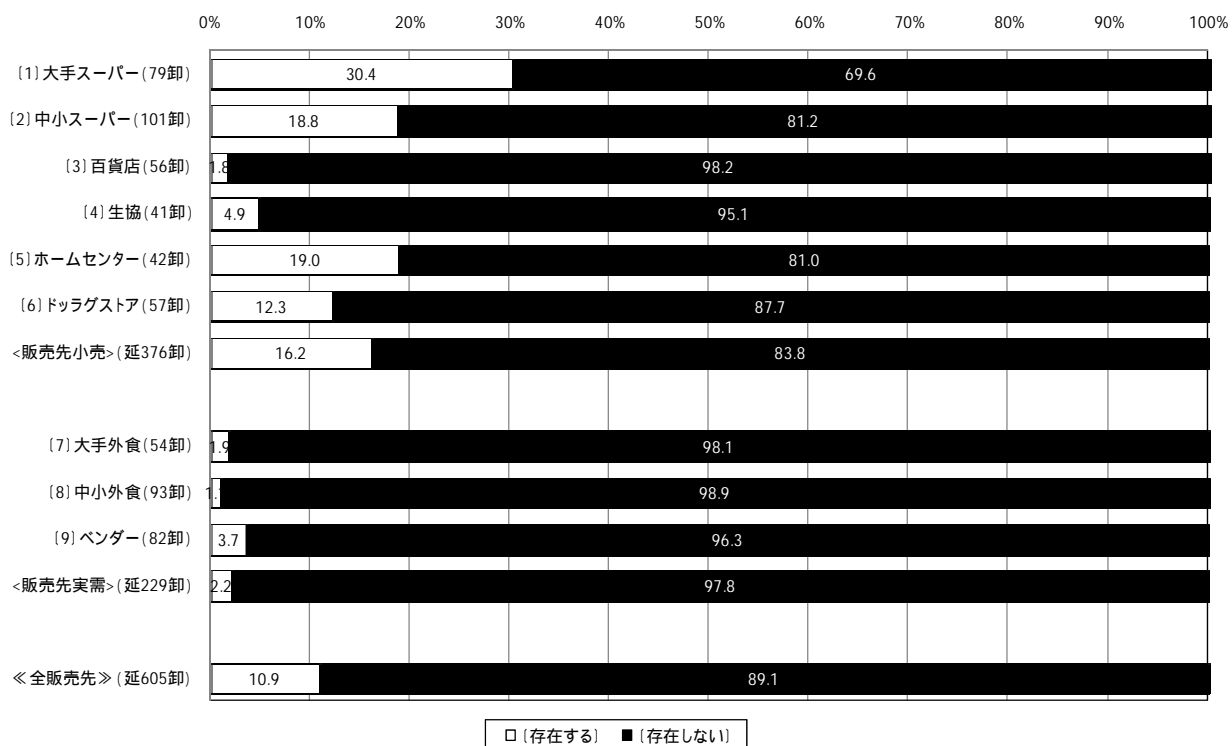
* ラウンドの関係で〔存在する〕、〔存在しない〕は内訳と一致しない場合がある

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

問25 「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」の有無(20年度調査)



問 26 前問で「存在する」に○を付した方に伺います。存在する「納入業者の従業員等の不当使用等」と思われる取引の具体的内容は何ですか。

選択肢

1. 新店オープン、特売や棚卸時の人的応援
2. 店舗フォロー の要請
3. 納入商品以外の商品の販売の手伝い
4. 従業員等の派遣のために通常必要な費用を負担しない
5. その他

最も多く選択されたのは、《全販売先》および＜販売先小売＞では、「1. 新店オープン、特売や棚卸時の人的応援」で、突出しており、《全販売先》が 11.1%（昨年比+4.0 ㊦）、＜販売先小売＞が 16.7%（同+5.3 ㊦）となっている。

販売先区分別で見ると、大手スーパーが 31.2%（同+5.9 ㊦）、中小スーパーが 17.6%（同+3.7 ㊦）、百貨店が 11.6%（同+8.0 ㊦）、ホームセンターが 10.5%（同+5.7 ㊦）、ドラッグストアが 9.8%（同 2.8 ㊦）、生協が 7.0%（同+4.6 ㊦）となっており、特に、百貨店の増加が目立つ。

その他の内容では、「2. 店舗フォロー の要請」の、大手スーパーが 7.8%（同▲2.3 ㊦）、中小スーパーが 5.9%（同±0.0 ㊦）が目立つ。

問26 <次頁グラフの数値表>

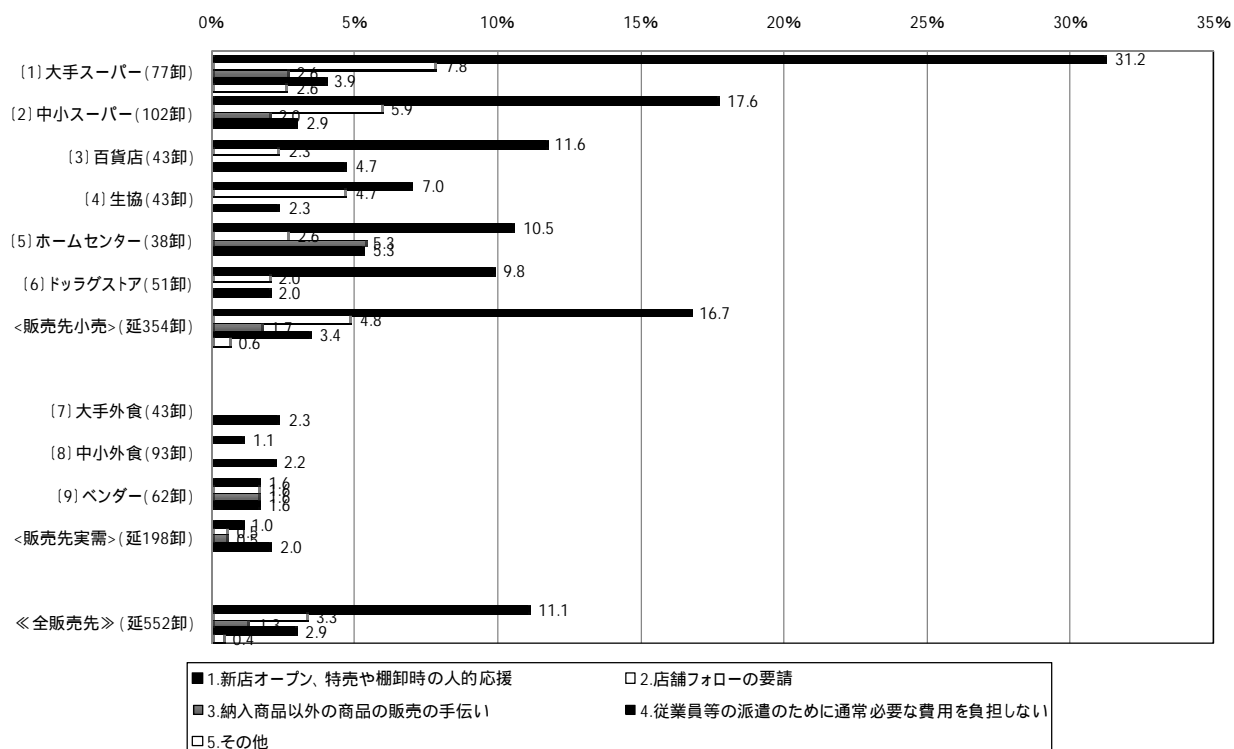
	(1)大手スーパー (77卸)	(2)中小スーパー (102卸)	(3)百貨店 (43卸)	(4)生協 (43卸)	(5)ホームセンター (38卸)	(6)ドラッグストア (51卸)	<販売先小売> (延354卸)	(7)大手外食 (43卸)	(8)中小外食 (93卸)	(9)ベンダー (62卸)	<販売先実需> (延198卸)	全販売先 (延552卸)
1.新店オープン、 特売や棚卸時の人的 応援	31.2 %	17.6 %	11.6 %	7.0 %	10.5 %	9.8 %	16.7 %	0.0 %	1.1 %	1.6 %	1.0 %	11.1 %
2.店舗フォローの 要請	7.8 %	5.9 %	2.3 %	4.7 %	2.6 %	2.0 %	4.8 %	0.0 %	0.0 %	1.6 %	0.5 %	3.3 %
3.納入商品以外の 商品の販売の手伝い	2.6 %	2.0 %	0.0 %	0.0 %	5.3 %	0.0 %	1.7 %	0.0 %	0.0 %	1.6 %	0.5 %	1.3 %
4.従業員等の派遣 のために通常必要 な費用を負担しない	3.9 %	2.9 %	4.7 %	2.3 %	5.3 %	2.0 %	3.4 %	2.3 %	2.2 %	1.6 %	2.0 %	2.9 %
5.その他	2.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.4 %

(20年度調査)

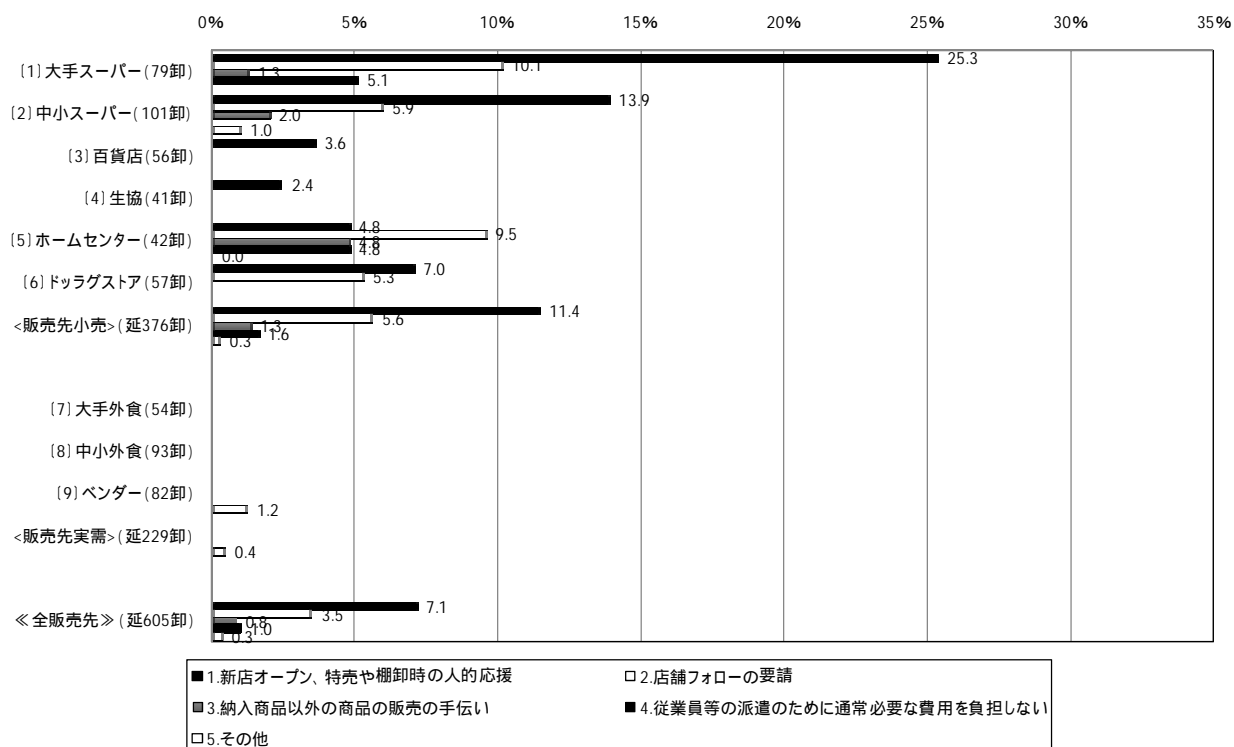
	(1)大手スーパー (79卸)	(2)中小スーパー (101卸)	(3)百貨店 (56卸)	(4)生協 (41卸)	(5)ホームセンター (42卸)	(6)ドラッグストア (57卸)	<販売先小売> (延376卸)	(7)大手外食 (54卸)	(8)中小外食 (93卸)	(9)ベンダー (82卸)	<販売先実需> (延229卸)	全販売先 (延605卸)
1.新店オープン、 特売や棚卸時の人的 応援	25.3 %	13.9 %	3.6 %	2.4 %	4.8 %	7.0 %	11.4 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	7.1 %
2.店舗フォローの 要請	10.1 %	5.9 %	0.0 %	0.0 %	9.5 %	5.3 %	5.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	3.5 %
3.納入商品以外の 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.従業員等の派遣 のために通常必要 な費用を負担しない	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 %

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

問26 「納入業者の従業員等の不当使用等」の具体的内容



「納入業者の従業員等の不当使用等」の具体的内容(20年度調査)



問 27 前問で○を付した具体的内容項目の貴卸の実例をご記入下さい。

(略)

問 28 昨年に比べて、「納入業者の従業員等の不当使用等」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

- 担当バイヤーと協議し、理解を求めた
- 販売先が費用を負担するシステムに改善した
- 公正取引委員会の介入を受けた
- 他のスーパーが勧告、命令を受けた

<告示第8項「不当な経済上の利益の収受等」について>

問 29 現在、販売先との取引において「不当な経済上の利益の収受等」と思われる取引が存在しますか。

「不当な経済上の利益の収受等が存在する」と回答した卸の割合は、《全販売先》10.0%（昨年比▲9.8 ㊦）、＜販売先小売＞10.6%（同▲11.4 ㊦）、＜販売先実需＞8.8%（▲7.3 ㊦）と、大きく減少した。

販売先区分別に見ると、大手スーパーが 17.3%（同▲18.1 ㊦）、中小スーパーが 11.8%（同▲12.0 ㊦）、百貨店が 9.1%（同▲1.6 ㊦）、生協が 4.8%（同▲9.5 ㊦）、ホームセンターが 5.6%（同▲11.1 ㊦）、ドラッグストアが 8.2%（同▲12.9 ㊦）、大手外食が 9.5%（同▲5.3 ㊦）、中小外食が 9.9%（同▲4.1 ㊦）、ベンダーが 6.6%（同▲12.7 ㊦）と**全ての販売先で減少し、特に、大手スーパーの減少が目立つ。**

問29 <次頁グラフの数値表>

	(1) 大手スーパー (75卸)	(2) 中小スーパー (102卸)	(3) 百貨店 (44卸)	(4) 生協 (42卸)	(5) ホームセンター (36卸)	(6) ドラッグストア (49卸)	<販売先小売> (延348卸)	(7) 大手外食 (42卸)	(8) 中小外食 (91卸)	(9) ベンダー (61卸)	<販売先実需> (延194卸)	全販売先 (延542卸)
存在する・増加した	1.3 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.4 %
存在する・減少した	1.3 %	1.0 %	0.0 %	2.4 %	0.0 %	0.0 %	0.9 %	2.4 %	0.0 %	1.6 %	1.0 %	0.9 %
存在する・変わらない	14.7 %	9.8 %	9.1 %	2.4 %	5.6 %	8.2 %	9.2 %	7.1 %	9.9 %	4.9 %	7.7 %	8.7 %
〔存在する〕	17.3 %	11.8 %	9.1 %	4.8 %	5.6 %	8.2 %	10.6 %	9.5 %	9.9 %	6.6 %	8.8 %	10.0 %
存在しない・今年からない	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
存在しない・昨年以前もない	82.7 %	88.2 %	90.9 %	95.2 %	94.4 %	91.8 %	89.4 %	90.5 %	90.1 %	93.4 %	91.2 %	90.0 %
〔存在しない〕	82.7 %	88.2 %	90.9 %	95.2 %	94.4 %	91.8 %	89.4 %	90.5 %	90.1 %	93.4 %	91.2 %	90.0 %

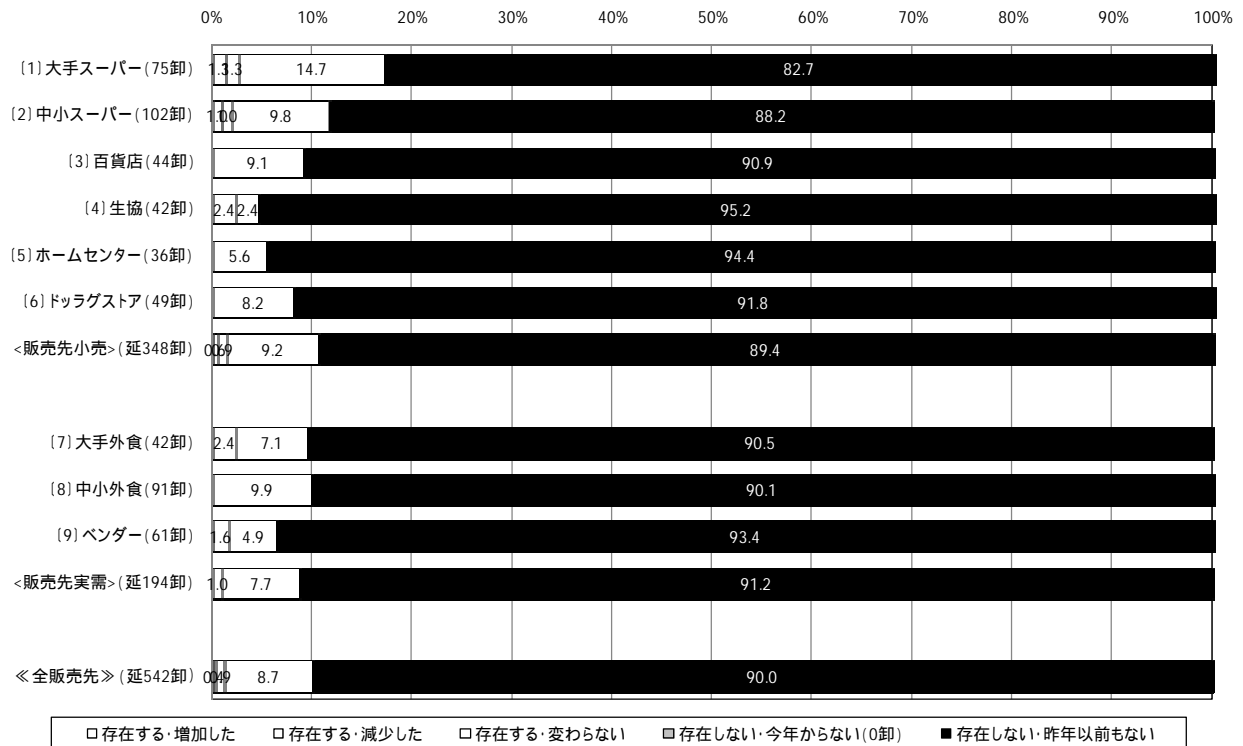
(20年度調査)

	(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 (54卸)	(8) 中小外食 (93卸)	(9) ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
〔存在する〕	35.4 %	23.8 %	10.7 %	14.3 %	16.7 %	21.1 %	22.0 %	14.8 %	14.0 %	19.3 %	16.1 %	19.8 %
〔存在しない〕	64.6 %	76.2 %	89.3 %	85.7 %	83.3 %	78.9 %	78.0 %	85.2 %	86.0 %	80.7 %	83.9 %	80.2 %

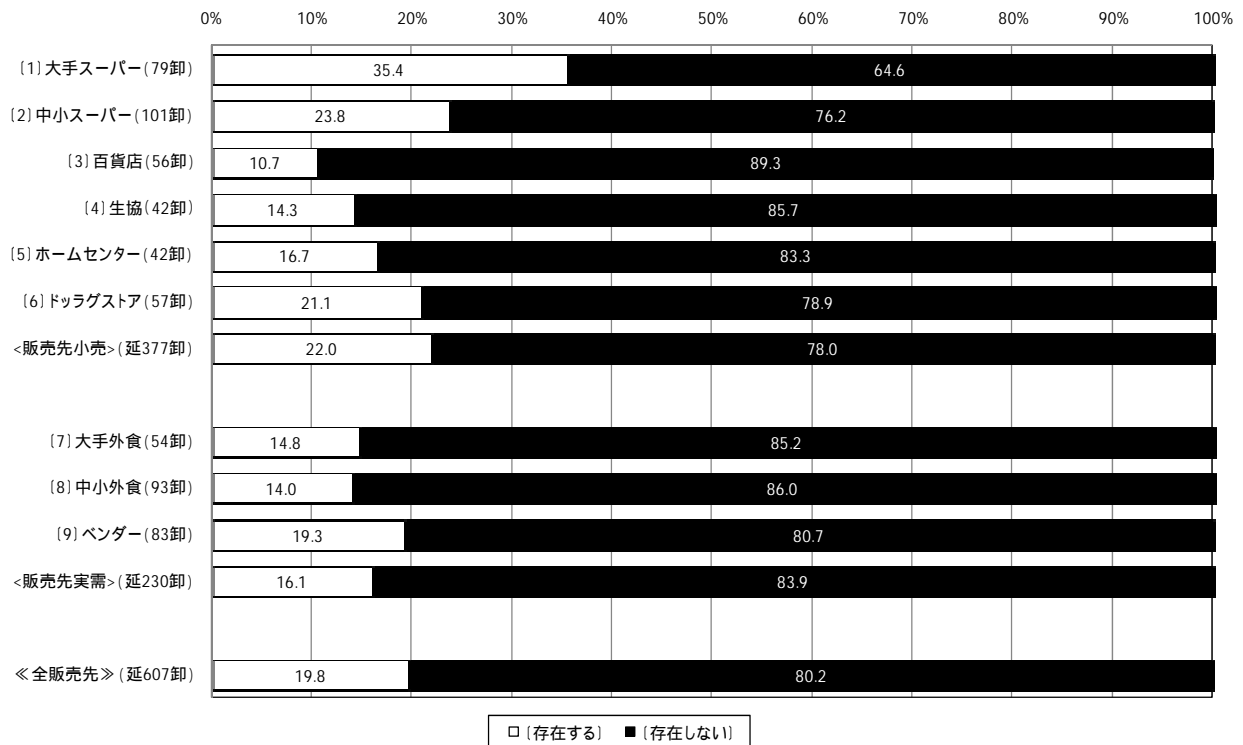
* ラウンドの関係で〔存在する〕、〔存在しない〕は内訳と一致しない場合がある

* ()内は取引があり、かつ、回答した卸数

問29 「不当な経済上の利益の收受等」の有無



「不当な経済上の利益の收受等」の有無(20年度)



問 30 前問で「存在する」に○を付した方に伺います。存在する「不当な経済上の利益の收受等」と思われる取引の具体的内容は何ですか。

選択肢

1. 商品納入後にリベートを要求
2. DNA鑑定等の過度な試験検査の要求や一方的に行った検査費用の要求
3. 決算対策協賛金の要求
4. 過度の協賛金の要求
5. 合理的な負担分を超える物流(配送)センターフィーの要求
6. 高額な情報処理料の要求
7. 売場装飾費用の要求
8. その他

最も多く選択されたのは、全ての区分で「4. 過度の協賛金の要求」となっており、《全販売先》3.8%（昨年比▲2.1 ㊦）、＜販売先小売＞4.1%（同▲3.1 ㊦）、＜販売先実需＞3.2%（同▲0.7 ㊦）となったが、昨年と比べると、全てで減少した。

昨年、「4. 過度の協賛金の要求」よりも高かった「3. 決算対策協賛金の要求」、「5. 合理的な負担分を超える物流(配送)センターフィーの要求」は、《全販売先》で「3. 決算対策協賛金の要求」が2.4%（同▲5.3 ㊦）、「5. 合理的な負担分を超える物流(配送)センターフィーの要求」が1.5%（同▲4.8 ㊦）と、大きく減少した。

販売先区分別で見ると、昨年、大手スーパーで高かった、「5. 合理的な負担分を超える物流(配送)センターフィーの要求」が5.5%（同▲16.0 ㊦）、「3. 決算対策協賛金の要求」が6.8%（同▲9.7 ㊦）、「4. 過度の協賛金の要求」が8.2%（同▲4.5 ㊦）、「5. 高額な情報処理料の要求」が0.0%（同▲10.1 ㊦）と、大きく減少しているのが目立つ。

その他では、生協の「5. 合理的な負担分を超える物流(配送)センターフィーの要求」と百貨店の「3. 決算対策協賛金の要求」が、昨年の、それぞれ11.9%、8.9%が今年は0.0%になったのが目立つ。

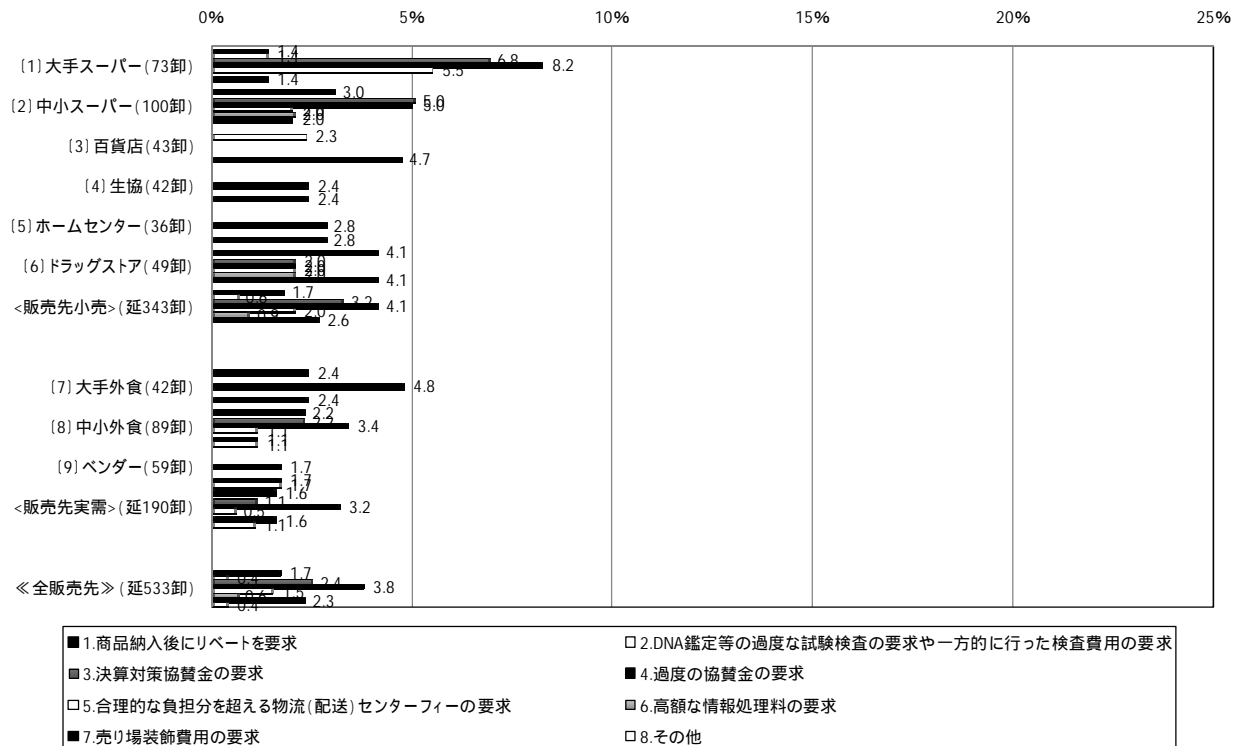
問30 <次頁グラフの数値表>

	(1)大手スーパー (73卸)	(2)中小スーパー (100卸)	(3)百貨店 (43卸)	(4)生協 (42卸)	(5)ホームセンター (36卸)	(6)ドラッグストア (49卸)	<販売先小売> (延343卸)	(7)大手外食 (42卸)	(8)中小外食 (89卸)	(9)ベンダー (59卸)	<販売先実需> (延190卸)	全販売先 (延533卸)
1.商品納入後にリ ベートを要求	1.4 %	3.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	4.1 %	1.7 %	2.4 %	2.2 %	0.0 %	1.6 %	1.7 %
2.DNA鑑定等の過 度な試験検査の要 求や一方的に行っ た検査費用の要求	1.4 %	0.0 %	2.3 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.4 %
3.決算対策協賛金 の要求	6.8 %	5.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	3.2 %	0.0 %	2.2 %	0.0 %	1.1 %	2.4 %
4.過度の協賛金の 要求	8.2 %	5.0 %		2.4 %	2.8 %	2.0 %	4.1 %	4.8 %	3.4 %	1.7 %	3.2 %	3.8 %
5.合理的な負担分 を超える物流(配 送)センターフィー の要求	5.5 %	2.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	2.0 %	0.0 %	1.1 %	0.0 %	0.5 %	1.5 %
6.高額な情報処理 料の要求	0.0 %	2.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.0 %	0.9 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.6 %
7.売り場装飾費用 の要求	1.4 %	2.0 %	4.7 %	2.4 %	2.8 %	4.1 %	2.6 %	2.4 %	1.1 %	1.7 %	1.6 %	2.3 %
8.その他	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.1 %	1.7 %	1.1 %	0.4 %

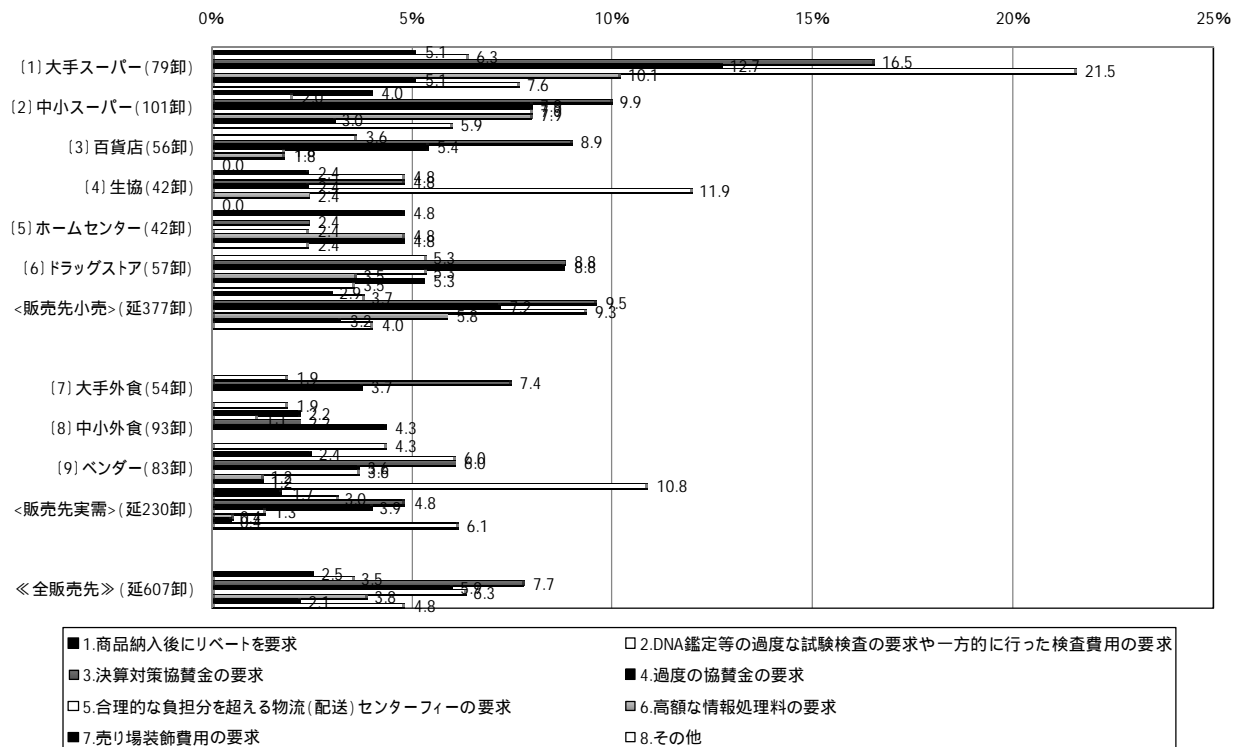
(20年度調査)

	(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 (54卸)	(8)中小外食 (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.商品納入後にリ ベートを要求	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鑑定等の過 度な試験検査の要 求や一方的に行っ た検査費用の要求	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.過度の協賛金の 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.合理的な負担分 を超える物流(配 送)センターフィー 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 %
6.高額な情報処理 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 %
7.売り場装飾費用 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 %
8.その他	7.6 %	5.9 %	0.0 %	0.0 %	2.4 %	3.5 %	4.0 %	1.9 %	4.3 %	10.8 %	6.1 %	4.8 %

問30 「不当な経済上の利益の収受等」の具体的内容



「不当な経済上の利益の収受等」の具体的内容(20年度調査)



問 31 前問で○を付した具体的内容項目の貴卸の実例をご記入下さい。

(略)

問 32 昨年に比べて、「不当な経済上の利益の收受等」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

記載なし

<告示第9項「要求拒否の場合の不利益な取扱い」について>

問33 現在、販売先との取引において「要求拒否の場合の不利益な取扱い」と思われる取引が存在しますか。

「要求拒否の場合の不利益な取扱いが存在する」と回答した卸の割合は、《全販売先》4.5%（昨年比▲3.2 ㊦）、＜販売先小売＞5.4%（同▲4.4 ㊦）、＜販売先実需＞3.0%（同▲1.3 ㊦）と昨年に比べ減少した。

販売先区別で見ると、大手スーパーが9.1%（同▲7.4 ㊦）と、昨年同様、最も高いが、昨年に比べると大幅に減少している。

次いで、高い販売先は、ドラッグストアの5.9%（同▲2.9 ㊦）、中小スーパーの5.8%（同▲6.1 ㊦）であるが、減少幅の大きいのは、生協の2.3%（同▲7.2 ㊦）であった。

問33 <次頁グラフの数値表>

	(1) 大手スーパー (77卸)	(2) 中小スーパー (103卸)	(3) 百貨店 (44卸)	(4) 生協 (43卸)	(5) ホームセンター (37卸)	(6) ドラッグストア (51卸)	<販売先小売> (延355卸)	(7) 大手外食 (43卸)	(8) 中小外食 (92卸)	(9) ベンダー (62卸)	<販売先実需> (延197卸)	全販売先 (延552卸)
存在する・増加した	1.3 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.3 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.2 %
存在する・減少した	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.1 %	1.6 %	1.0 %	0.4 %
存在する・変わらない	7.8 %	5.8 %	2.3 %	2.3 %	2.7 %	5.9 %	5.1 %	2.3 %	2.2 %	1.6 %	2.0 %	4.0 %
〔存在する〕	9.1 %	5.8 %	2.3 %	2.3 %	2.7 %	5.9 %	5.4 %	2.3 %	3.3 %	3.2 %	3.0 %	4.5 %
存在しない・今年からない	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
存在しない・昨年以前もない	90.9 %	94.2 %	97.7 %	97.7 %	97.3 %	94.1 %	94.6 %	97.7 %	96.7 %	96.8 %	97.0 %	95.5 %
〔存在しない〕	90.9 %	94.2 %	97.7 %	97.7 %	97.3 %	94.1 %	94.6 %	97.7 %	96.7 %	96.8 %	97.0 %	95.5 %

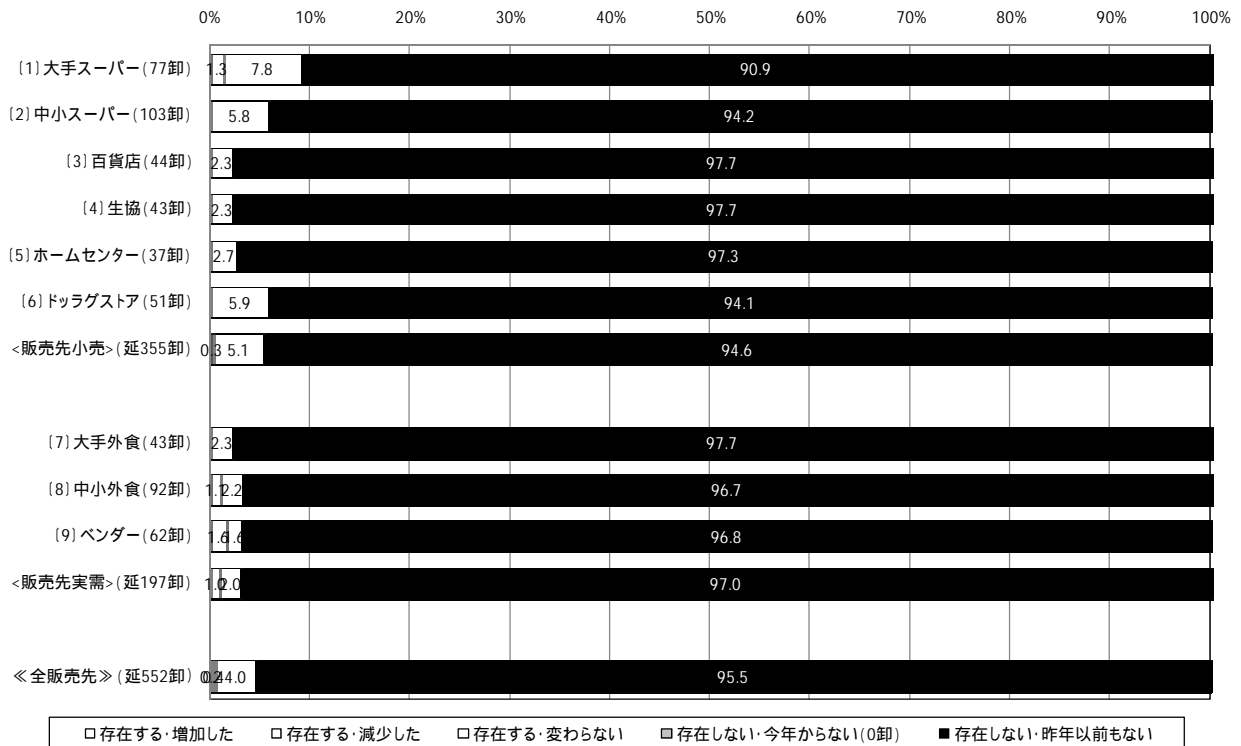
(20年度調査)

	(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 (54卸)	(8) 中小外食 (93卸)	(9) ベンダー (83卸)	<販売先実需> (延230卸)	全販売先 (延607卸)
〔存在する〕	16.5 %	11.9 %	3.6 %	9.5 %	2.4 %	8.8 %	9.8 %	3.7 %	5.4 %	3.6 %	4.3 %	7.7 %
〔存在しない〕	83.5 %	88.1 %	96.4 %	90.5 %	97.6 %	91.2 %	90.2 %	96.3 %	94.6 %	96.4 %	95.7 %	92.3 %

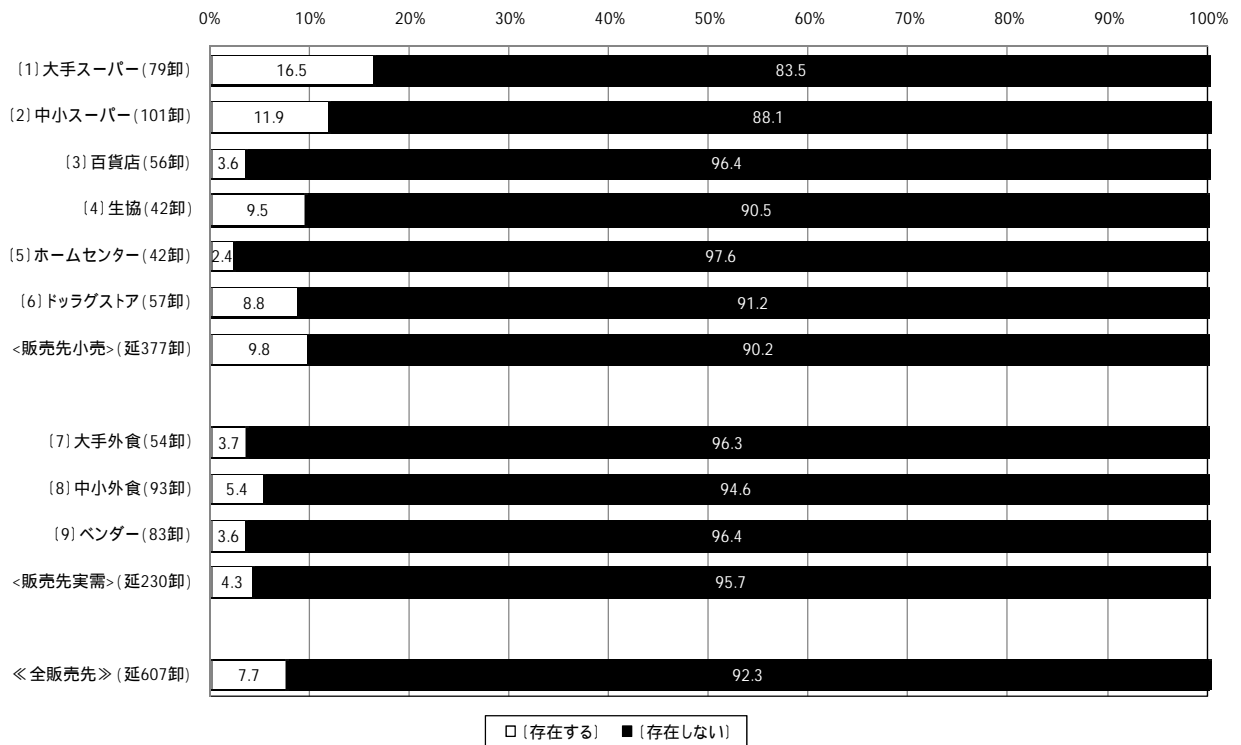
* ラウンドの関係で〔存在する〕、〔存在しない〕は内訳と一致しない場合がある

* () 内は取引があり、かつ、回答した卸数

問33 「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」の有無 (20年度調査)



問 34 前問で「存在する」に○を付した方に伺います。存在する「要求拒否の場合の不利益な取扱い」と思われる取引の具体的内容は何ですか。

選択枝

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

最も多く選択されたのは、《全販売先》では、「2. 発注数量の減少」で、＜販売先小売＞では「4. チラシからの削除」となっている。

全般的には、昨年よりも減少しており、なかでも、大手スーパーの「3. アイテム・スペースの縮小」の1.3%（同▲8.8ポイント）、「4. チラシからの削除」の5.2%（同▲8.7ポイント）、生協の「2. 発注数量の減少」の2.3%（同▲7.2ポイント）の減少が大きいのが目立つ。

問34 <次頁グラフの数値表>

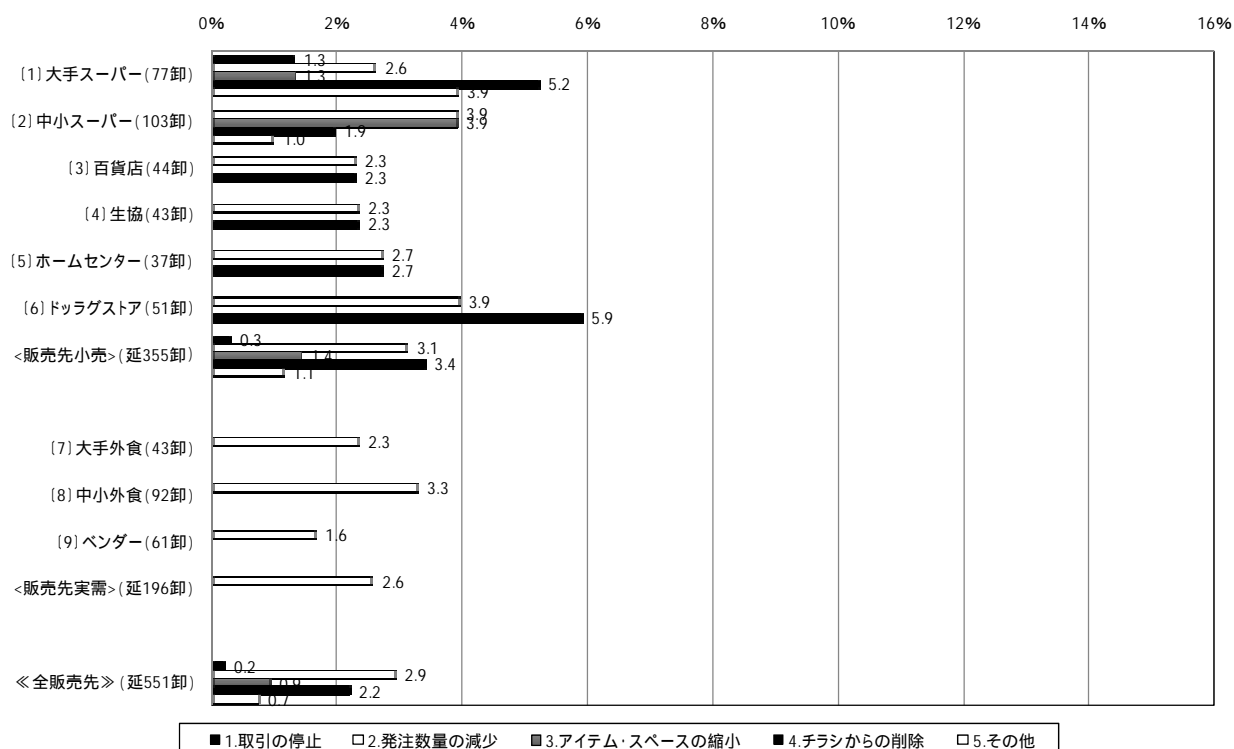
	(1) 大手スーパー (77卸)	(2) 中小スーパー (103卸)	(3) 百貨店 (44卸)	(4) 生協 (43卸)	(5) ホームセンター (37卸)	(6) ドラッグストア (51卸)	<販売先小売> (延355卸)	(7) 大手外食 (43卸)	(8) 中小外食 (92卸)	(9) ベンダー (61卸)	<販売先実需> (延196卸)	全販売先 (延551卸)
1.取引の停止	1.3 %	0.0 %		0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.3 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.2 %
2.発注数量の減少	2.6 %	3.9 %	2.3 %	2.3 %	2.7 %	3.9 %	3.1 %	2.3 %	3.3 %	1.6 %	2.6 %	2.9 %
3.アイテム・スペースの縮小	1.3 %	3.9 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.4 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.9 %
4.チラシからの削除	5.2 %	1.9 %	2.3 %	2.3 %	2.7 %	5.9 %	3.4 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	2.2 %
5.その他	3.9 %	1.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.1 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.7 %

(20年度調査)

	(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 (54卸)	(8) 中小外食 (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.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	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %

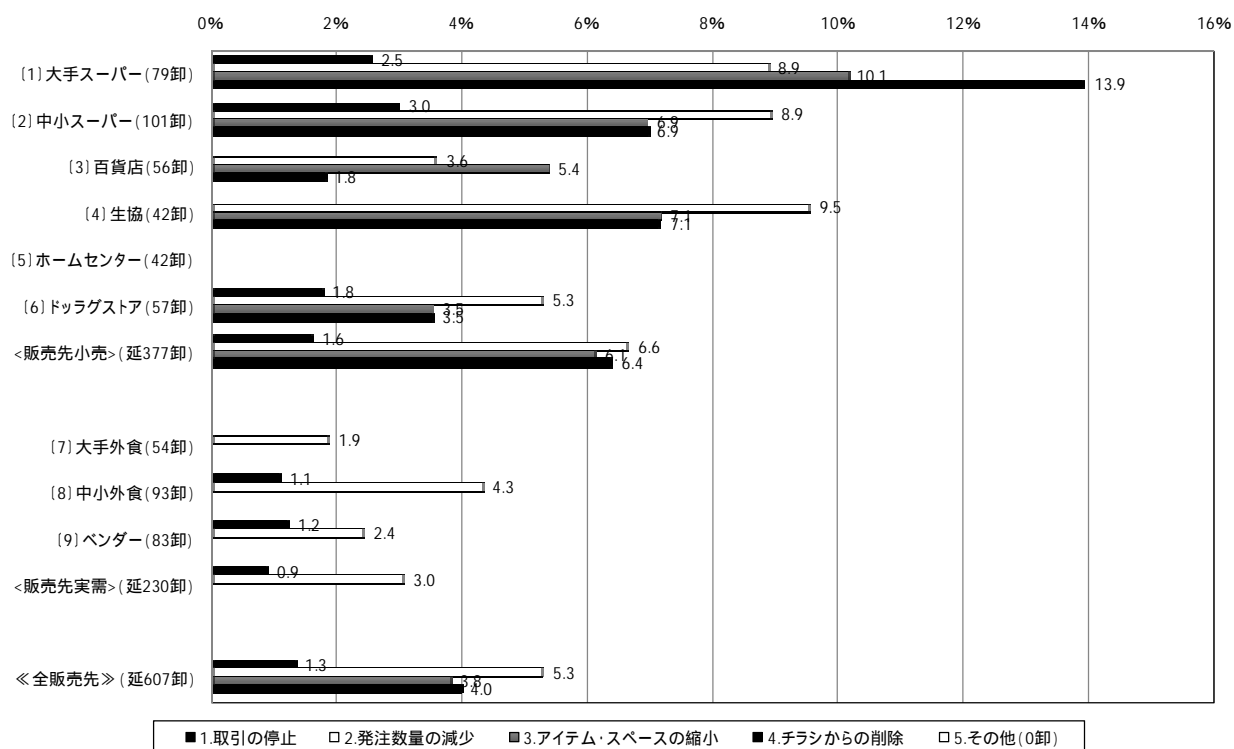
* () 内は取引があり、かつ、回答した卸数

問34 「要求拒否の場合の不利益な取扱い」の具体的内容



■ 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」の具体的内容(20年度調査)



■ 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(0卸)

問 35 前問で○を付した具体的内容項目の貴卸の実例をご記入下さい。

(略)

問 36 昨年に比べて、「不当な経済上の利益の收受等」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

記載なし

＜告示第 10 項「公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い」について＞

問 37 現在、販売先との取引において「公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い」と思われる取引が存在しますか。

昨年同様、存在するとの回答はない。

問 38 前問で○を付した具体的内容項目の貴卸の実例をご記入下さい。

存在するとの回答がないため記載なし。

問 39 昨年に比べて、「公正取引委員会への報告に対する不利益な取扱い」と思われる取引が減少した・存在しなくなった理由（改善策等）をご記入下さい。

昨年も存在するとの回答がなかったため記載なし。

＜その他＞

問 40 その他ご意見があればご記入下さい。

(略)