

適正取引の推進と生産性・付加価値向上に 向けた自主行動計画

一般社団法人日本スーパーマーケット協会

2018年 3月14日制定

2021年11月17日改訂

2023年 2月24日改訂

2023年 9月13日改訂

背景・目的

食品スーパーマーケットは、国民のより豊かな食生活の実現に寄与するとともに、多くの雇用を抱える日本経済を支える重要な産業であり、災害時には地域のライフラインとしての機能も期待されています。また、近年の多様なお客様のニーズにも、生産・製造から流通に関わるお取引先様などとの連携により対応してきました。

しかしながら、小売を始めとした製・配・販の各業界が直面する課題は、少子・高齢化、人口減少と、環境が大きく変化しており、取り巻く環境は非常に厳しくなっています。このような状況下では、製・配・販が適切に連携して、新たな課題に対処することが重要になります。流通業界や物流、システム関係の企業などとも得意な分野を生かしつつ、最適な態勢を構築することが求められ、製造、卸売、物流をはじめとして多くの企業との相互の信頼関係に基づく取り組みが必要不可欠だと考えています。

こうした中、農林水産省において「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン」が作成され、当業界においても本ガイドラインの周知徹底に努めてきました。

また、一般社団法人日本スーパーマーケット協会においては、これまで、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下、独禁法）の遵守をはじめ、各種法令の遵守を会員企業に徹底してきました。今般、経済産業大臣の掲げる「未来志向型の取引慣行に向けて」や、その一環として改正された下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準（以下、運用基準）、下請中小企業振興法に基づく振興基準（以下、振興基準）、下請代金の支払手段に関する通達等を踏まえ、特に中小企業に対して配慮した適正取引をさらに一歩進めることが求められています。そのため適正取引に向けての取り組み、姿勢を効果的に製・配・販の各層での取引に浸透させることも含め、ここに「適正取引の推進と生産性・付加価値の向上に向けた自主行動計画」をとりまとめることにしました。この自主行動計画では、親事業者および下請事業者双方の「適正取引」や「付加価値向上」につながる望ましい取

引慣行を普及・定着させる観点から、価格決定方法、コスト負担のあり方、支払方法といった政府が掲げる重点課題や、食品製造業・小売業の適正取引ガイドラインに対する一般社団法人日本スーパーマーケット協会の姿勢を示すこととしています。

小売業は、幅広い業種との関わりで支えられ成り立つ産業であり、特に製・配・販がそれぞれ持続的に成長することが重要であると考えます。このため、親事業者と下請事業者の関係を始め、それぞれのお取引先様との信頼関係を強固なものとし、付加価値を高め、競争力を強化していくことが重要であります。そのことが小売業だけでなく製造や卸売、運送の関係業界の投資、雇用の促進に繋がるものと考えております。この観点で、小売業はお取引先様との製品共同開発に取り組むに当たっては、消費者の志向や購買動向などの情報を生かした付加価値向上を図り、厳しい競争環境にある中であっても継続して再生産価格を確保できるよう協力をして参ります。また、お取引先様と分担すべき経費については、合理的な根拠に基づいた協議を通じて、双方納得の上で決定していくことを浸透させていく必要があります。

一般社団法人日本スーパーマーケット協会は本自主行動計画を策定し、その遵守を通じて製・配・販の付加価値向上を図るとともに、流通全体の効率化を実現すべく、可能な限り標準化を進め、合理的な取引関係を構築するなど、コストの削減にも寄与したいと考えています。そして、製・配・販を含め関係する業界に適正取引が浸透するように、率先して取り組むため自主行動計画を定めます。

1. 重点課題に対する取り組み

会員企業が独占禁止法や下請法を遵守し公正な取引環境を実現するとともに、適正取引や付加価値向上につながる望ましい取引慣行を普及定着させるため、製・配・販全体にわたる取引環境の改善や、変化する顧客ニーズに対応して投資ができる環境の整備に向け取り組みます。

(1) 仕入価格の決定

製・配・販各層の競争力強化のため、お取引先様と会員企業の双方が生産性の向上による原価低減に取り組む必要があります。適宜、価格転嫁に向けた協議の場を設けていくことも必要であり、その上で、取引価格決定に当たっては、運用基準、振興基準改正を踏まえ、取引数量、納期、品質などの条件やコストの変動などを考慮し、お取引先様と十分に協議を行って決定します。お取引先様との価格の決定に際しては、特に、以下のことに配慮します

- ①お取引先様との合理的な根拠に基づいた、十分な協議を通じて決定します
- ②書面による交渉など、双方が確認できる体制の構築を推進します
- ③材料費・人件費などの大幅な変動などにより、取引価格の見直しに関する協議の申し入れがあった場合は、十分な協議を行います
- ④コスト削減効果を十分に確認して取引対価に反映します。また、お取引先様の努力によるコスト削減効果を一方的に取引対価へ反映しないよう配慮します。
- ⑤大量発注を前提とした割安な単価の見積もりを、その後の少ない発注数量の取引単価として一方的に取引対価を決めることがないよう注意します。
- ⑥荷主としてトラック運送業者が適正な運賃水準となるように配慮します。

(2) コスト負担の適正化

近年、店舗網の拡大への対応や物流の効率化を図るため、物流センターを利用した配送が主流になりつつあります。物流センターはお取引先様と小売業者の双方の配送効率化によるコスト削減に資するものであることから、その費用を物流センター使用料（センターフィー）として相互で負担するものとしています。物流センター使用料やクレートのリース料などの負担については、下請代金の本体価格と混同しないように、別に料率を決定するなど、合理的な根拠に基づいた十分な協議を通じて決定します。

(3) 支払条件の改善

下請事業者に対しては、支払方法もお取引先様の事業活動に大きな影響を与えることに配慮した支払条件となるよう、以下のことを実施します。

- ①現金による支払を基本とします

- ②下請事業者の申し入れがあれば、支払いサイトを短くするなど柔軟に検討します
- ③やむを得ず約束手形による支払を行う場合のサイトは60日を目標とします。また、手形に係わる割引料等のコストについては下請代金の額と分けて示します
- ④2026年の約束手形利用廃止に向けた取組を進めます

2. 国の定める告示、ガイドラインの遵守

(1) 大規模小売業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（以下、大規模小売業告示）

大規模小売業告示に掲げられている以下の行為がなされないよう徹底し、遵守に向けて周知徹底を図ります。

- ①不当な返品
- ②不当な値引き
- ③不当な委託販売取引
- ④特売商品等の買ったたき
- ⑤特別注文品の受領拒否
- ⑥押し付け販売
- 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收受等
- 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

(2) 食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン

下請取引適正化のため策定された「食品製造業・小売業ガイドライン」で掲げられている問題視されやすい以下の行為について、協会会員社は下請事業者と十分に協議して対応します。

- ①前提が異なる場合の同一単価による発注
- ②PB商品の包材（フィルム等）に関する費用負担
- ③合理的な根拠のない価格決定
- ④原材料価格や労務費の上昇時の取引価格決定
- ⑤物流センター使用料（センターフィー）等の負担
- ⑥協賛金（リベート）の負担
- ⑦店舗到着後の破損処理
- ⑧短納期での発注、発注のキャンセル
- ⑨受発注等に関するシステム使用料等の徴収
- ⑩物の購入強制

- ⑪従業員の派遣、役務の提供
- ⑫過度な鮮度要求による短納期発注 等

3. 取引先との協調・連携

製造委託や共同開発する商品の付加価値向上を図るため、取引先が開催する商品開発に向けた会議や、事業所・工場の訪問などを実施し、各種取引上の課題について定期的な協議に応じられる環境の整備に努めていきます。

4. 教育・人材育成の推進

- ①独禁法、下請法、大規模小売業告示、食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン、知的財産取引に係わるガイドラインなど、適正取引を定めた法令の周知を行います。
- ②仕入れ業務に関係する部署を中心に、所属する団体などが開催する講習会にも、必要に応じて参加します
- ③関係法令の遵守や適正な取引を浸透させるため、適正取引に関する講座や研修の実施などを通じて人材を育成します

5. 普及啓発活動

製・配・販の流通全体における適正取引は、協会および会員各社、関係業界が連携して普及啓発に取り組むことが重要です。そのため、自らの適正取引を実行するとともに、お取引先様に対しても、自社が取り組む適正取引の内容についてお伝えするように努めます。

(1) 企業における取り組み

サプライチェーン全体に適正取引の考え方を浸透させるため、業界団体などが開催する適正取引に関するセミナーや研究会に積極的に参加し、自らの理解を深め、様々な場を通じて周知徹底を図ります。

(2) 一般社団法人日本スーパーマーケット協会の取組

独禁法、下請法、大規模小売業告示、食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドラインなど、適正取引に関するセミナーの開催やホームページを通じた周知により、会員企業を始め、同業他社やお取引先様への浸透を図ります。

また、会員企業におけるパートナーシップ構築宣言の実施を促進するため、会員企業に向けて周知啓蒙と宣言の要請を行うこととします。

6. 定期的なフォローアップの実施

自主行動計画が着実に浸透するよう、一般社団法人日本スーパーマーケット協会は、本計画を会員各社へ定期的な周知するとともにフォローアップをすることとします。その際、公正取引委員会の実施した「大規模小売業者との取引に関する納入業者に対する実態調査」（平成30年1月末公表）の結果や食品関連団体の実施する取引慣行実態調査などの結果を積極的に活用すること等を通じて、適正取引の推進活動を後押ししていきます。

7. 望ましい取引事例の収集・周知

一般社団法人日本スーパーマーケット協会は会員各社から適正な取引慣行の醸成およびお取引先様との価値の共創を促進する取組事例の収集を行うとともに、食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドラインにおける望ましい取引実例を広く活用するため、会員企業向けセミナーの実施などを通じて、会員企業に周知を図ります。

さらに、経済産業省をはじめとする関係省庁や各流通業界団体等と連携して、小売・流通業以外でも取引事例のベストプラクティスの共有を進めます。

以上