

食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に関する実態調査報告書(概略図)

第1 調査内容

1 調査票の発送数及び回答者数等

対象事業者	発送数(A)	回答者数(B) (B/A)	PB商品の取引を行っている事業者(C) (C/B)
小売業者等	500名	334名 (66.8%)	238名 (71.3%)
製造業者等	3,000名	940名 (31.3%)	570名 (60.6%)

2 調査対象期間等

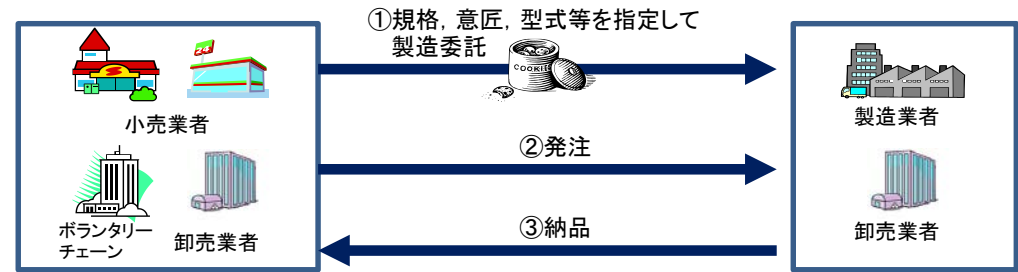
調査票発送日：平成26年2月21日

回答期限：平成26年3月20日

調査対象期間：平成25年1月1日から平成25年12月31日

3 調査方法

食品のプライベート・ブランド商品(以下「PB商品」という。)について、製造委託又は発注を行う小売業者等と製造を請け負ったPB商品の納入取引を行っている製造業者等との間の取引を対象とした。それぞれに対し、PB商品に係る取引高上位5社との取引について回答を求めたところ、小売業者等から**978取引**、製造業者等から**1,835取引**について回答があった。



第2 調査結果①

1 優越的地位の濫用となり得る行為の状況

(1) PB商品の取引条件の設定等に係る行為

小売業者等からPB商品の取引条件の設定等に係る優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと製造業者等が回答した取引

…1,835取引のうち**198取引**^注(**10.8%**)

【回答が多かった行為の内容①】

原価構成や製造工程に係る情報など、開示することにより価格交渉等において不利な立場に立つこととなる情報の開示を取引条件として設定するもの

…製造業者等：1,835取引のうち**156取引**(**8.4%**)

【具体的回答事例1】

PB商品の取引を開始する際、商品の安全に関わる使用原材料等の情報とともに、当社の原材料の調達費用、原価構成といった項目についても開示を求められる。そして、当社が開示した情報を基に、価格交渉において、納入価格の引下げを要請されている。

【具体的回答事例2】

取引先から開示を求められる当社の製品の原料の使用割合に関する情報は、取引先との間でいくら守秘義務契約を結んでいたとしても、一度外部に出してしまえば他の製造業者等に同様の商品を製造されてしまうおそれがあるが、今後の取引のことを考えると、こうした情報の開示を拒むことはできない。

注 1つの取引で、小売業者等から複数の行為を受けたものの重複を排除している。以下同じ。

【回答が多かった行為の内容②】

ナショナル・ブランド商品(以下「NB商品」という。)と同水準の原材料の使用を求めるにもかかわらず、取引価格についてはNB商品より著しく低い価格での取引を要請するもの

…製造業者等：1,835取引のうち**90取引**(**4.9%**)

【具体的回答事例】

当社が取引しているPB商品は、元々NB商品として取引している商品のうち、売行きの良い商品について、包材だけを変えてPB商品として取引している場合が多い。この場合、当社の製造原価は変わらないが、PB商品となる際には3割程度納入単価を引き下げるように求められている。

【回答が多かった行為の内容③】

利益率が低い等により、PB商品の製造委託の要請を断ろうとしたところ、NB商品の取引の中止、取引数量の減少をちらつかせ、製造委託に応じるように要請するもの

…製造業者等：1,835取引のうち**39取引**(**2.1%**)

【具体的回答事例】

NB商品の取引を行っていた総合スーパーと新たにPB商品の取引を行うこととなり、その取引条件を交渉していた際、要求されるPB商品の水準に比べて納入価格が低く設定されていたため、「提示された条件では取引できません。」と断ろうとしたことがある。その際、総合スーパーの営業担当者から、「今回のPB商品の製造委託に応じてくれないのであれば、NB商品も扱わないよ。」と言われ、実際に、NB商品の一部の取引が停止された。

食品分野におけるプライベート・ブランド商品の取引に関する実態調査報告書(概略図)

第2 調査結果②

(2) PB商品の取引に係るその他の行為

小売業者等から前記(1)以外の優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと製造業者等が回答した取引

…1, 835取引のうち**162取引(8.8%)**

【回答が多かった行為類型①】

協賛金等の負担の要請…製造業者等：1, 835取引のうち**67取引(3.7%)**

【具体的回答事例】

コンビニエンスストアにPB商品を納入する際、新商品については、「初回導入費」と称し、通常の納入金額より低い価格で納入し、通常の納入金額との差額分を当社が負担するように要請されている。

大体1商品当たり5円から15円の値下げを平均的な納入数量である15万個について要請されるので、1回当たりの負担は100万円を超える金額になる。

【回答が多かった行為類型②】

その他不利益となる要請…製造業者等：1, 835取引のうち**40取引(2.2%)**

【具体的回答事例】

食品スーパーとの取引では、取引条件として検査費用に係る項目は設定されていないが、この食品スーパーが指定した業者で検査を受けなければ商品を受領してもらえない。

また、近年の消費者の安全志向の高まりを受け、この食品スーパーから要求される検査項目や検査基準は年々厳しくなり、必要以上と思われる検査を受けるように求められるようになってきている。PB商品の場合、本来は、商品の安全を確保するための検査費用については、小売業者等が一部は負担すべきと考えているが、こうした検査に係る費用は全て製造業者等の負担となっている。

2 消費税の転嫁拒否等の行為

製造業者等からの回答1, 835取引のうち、PB商品の取引に関して、

「転嫁拒否等の行為を受けたことはない。」…**1, 756取引(95.7%)**

「転嫁拒否等の行為を受けたことがある。」…**22取引(1.2%)**

(うち転嫁拒否等の行為を受け入れたのは、**9取引**)

第3 PB商品の取引を行う上での問題点

1 PB商品の取引において優越的地位の濫用となり得る行為が行われる際の特徴

(1) 今回の調査では、PB商品の取引を開始する際に、小売業者等から取引条件の設定に係る優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと製造業者等が回答した取引が相対的に多くなっていた。

製造業者等からの回答として最も多かった行為の内容は、原価構成や製造工程に係る情報など、開示することにより価格交渉等において製造業者等が不利な立場に立つこととなる情報の開示を取引条件として設定されているものであった。こうした取引では、取引の開始後にも、取引の対価の一方的決定、減額等の他の行為類型に該当する行為が行われる割合が相対的に高くなっていたところであり、公正取引委員会として、上記のような情報の開示を取引条件として設定すること自体についても注視していく必要がある。

(2) 製造業者等が、小売業者等からの取引条件の設定に係る要請を受け入れている理由の一つに、NB商品の取引への影響を懸念していることが考えられる。PB商品とともにNB商品の取引も行っているような取引においては、製造業者等は、PB商品の取引に関する要請を断ると、NB商品の取引にも影響があると考え、自社に不利益となる要請であっても受け入れざるを得ないものとして受け入れている場合があると考えられる。

(3) 上記1(1)のような結果となった原因の一つとしては、小売業者等の側において、製造業者等との間で取引条件を設定する行為が、その態様によっては優越的地位の濫用となり得ることが意識されにくいためではないかと考えられる。

公正取引委員会としても、今後、違反行為の未然防止の観点から、こうした点について一層の周知を図っていく必要がある。

2 優越的地位の濫用となり得る行為を行った小売業者等の業態

製造業者等が、1つ以上優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答した290取引の内訳(上位5業態)

総合スーパー…**67取引(23.1%)** 生協…**53取引(18.3%)**

卸売業者…**47取引(16.2%)** コンビニエンスストア…**34取引(11.7%)**

食品スーパー…**31取引(10.7%)**

3 優越的地位の濫用となり得る行為がみられた取引の傾向

①小売業者等とのPB商品に係る年間取引高が大きい取引、及び②資本金が大きい小売業者等との取引において、製造業者等が小売業者等から優越的地位の濫用となり得る行為を受けたと回答する割合が高くなるという傾向がみられた。