

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報告書（概要）

第1 調査の趣旨・方法等

■調査の趣旨

- ・ 大規模小売業者の間では、消費者のニーズに対応するための競争が活発に行われている一方で、公正取引委員会は、優越的地位の濫用行為（独占禁止法第2条第9項第5号）について、平成25年以降、毎年20件前後の注意を小売業者（スーパーマーケット、ドラッグストア等）に対して行っている。
- ・ この状況を踏まえ、優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が行われていないかを調査

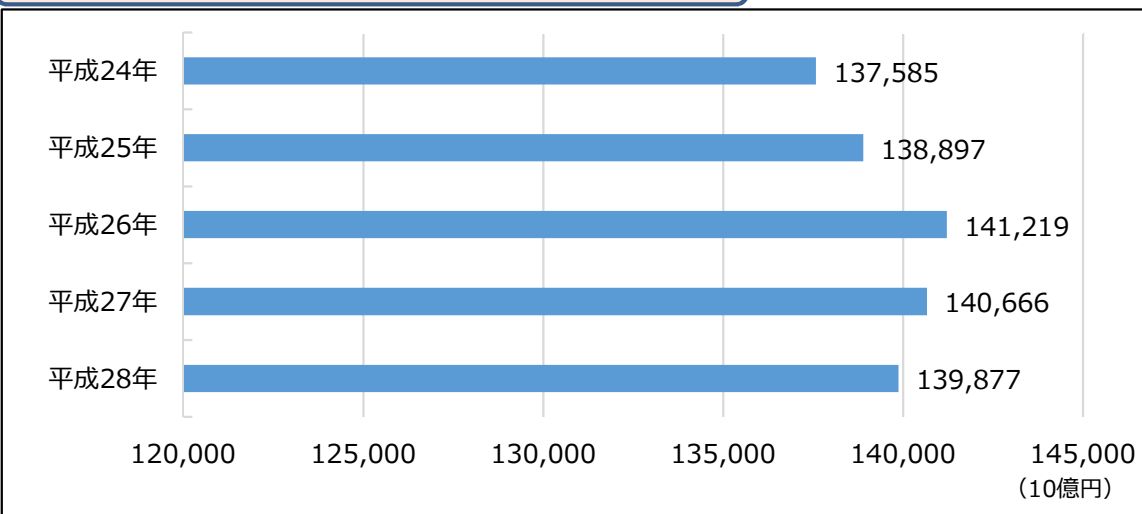
■調査の方法等

発送数（A）	回答者数（B） （回答率 B／A）	大規模小売業者との取引が あると回答した者（C） （回答率 C／A）
31,955	11,233（35.2%）	8,201（25.7%）

※ 調査対象期間：平成28年7月1日～平成29年6月30日

- ・ 売上高70億円以上の大規模小売業者との取引があると思われる納入業者31,955名に調査票を送付
- ・ それぞれ取引高が大きい大規模小売業者上位3社（以下「主要取引先」）との取引について、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（以下「優越ガイドライン」）の内容に沿って、アンケート形式により問題となり得る行為等を調査
- ・ 8,201名の延べ取引数は、19,289取引（以下「集計対象取引」）

第2 小売業界の動向



- ・ 平成28年の国内小売業販売額は約140兆円であり、2年連続減少している。

※ 経済産業省「商業動態統計」

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報告書（概要）

第3 調査結果①（納入業者の概要）

(1) 資本金の額

- 納入業者の資本金の額は、
- ・「1000万円以下」が44.6%
- ・「1000万円超5000万円以下」が34.6%

資本金区分	回答者数	割合(%)
1000万円以下	3,591	44.6
1000万円超5000万円以下	2,787	34.6
5000万円超 1 億円以下	1,078	13.4
1 億円超 3 億円以下	167	2.1
3 億円超	422	5.2
合計	8,045	100.0

（無回答156名）

(2) 主要取引先への取引依存度

- 主要取引先への取引依存度（納入業者の売上高に対する主要取引先の売上割合）は、
- ・「10%以下」が60.3%
- ・「10%超30%以下」が27.3%

取引依存度	取引数	割合(%)
10%以下	10,874	60.3
10%超30%以下	4,924	27.3
30%超50%以下	1,062	5.9
50%超	1,163	6.5
合計	18,023	100.0

（無回答1,266名）

(3) 主要取引先との取引年数

- 主要取引先との取引年数は、
- ・「20年超」が35.1%
- ・「5年超10年以下」が19.3%

取引年数	取引数	割合(%)
5年以下	2,405	14.4
5年超10年以下	3,225	19.3
10年超15年以下	2,419	14.4
15年超20年以下	2,818	16.8
20年超	5,879	35.1
合計	16,746	100.0

（無回答2,543名）

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報告書（概要）

第3 調査結果②（大規模小売業者と納入業者との取引の状況）

(1) 問題となり得る行為がみられた取引数及び割合（行為類型別）

- 問題となり得る行為がみられた取引の上位3行為類型
 - ・「協賛金等の負担の要請」
 - ・「返品」
 - ・「取引の対価の一方的決定（買ったたき）」
- 問題となり得る行為が一つ以上みられた取引は、集計対象取引全体の15.9%（3,063取引）

行為類型	問題となり得る行為がみられた取引数	集計対象取引（注）に占める割合
協賛金等の負担の要請	1,302	6.7%
返品	1,232	6.4%
取引の対価の一方的決定（買ったたき）	693	3.6%
購入・利用の要請	657	3.4%
従業員等の派遣の要請	522	2.7%
減額	370	1.9%
受領拒否	214	1.1%
支払遅延	180	0.9%
合計（上記行為が1つ以上みられた取引数）	3,063	15.9%

（注）集計対象取引は、19,289取引である。

(2) 主要取引先の業態における問題となり得る各行為類型の割合

- 他の業態と比較し、特に割合が大きいもの
 - ・「ドラッグストア」による「返品」
 - ・「ホームセンター」による「協賛金等の負担の要請」
 - ・「ディスカウントストア」による「従業員等の派遣の要請」
 - ・「ドラッグストア」「ディスカウントストア」「100円ショップ」による「買ったたき」

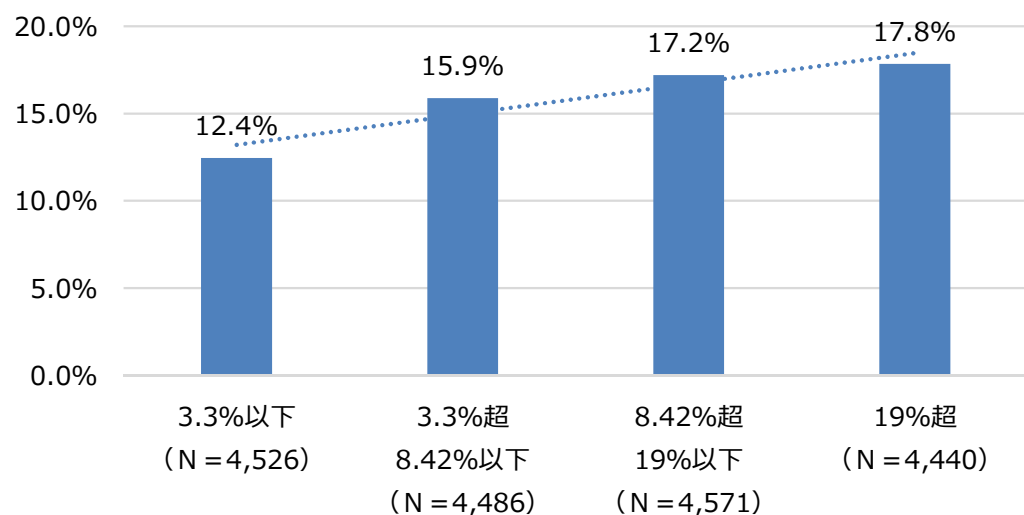
	購入・利用の要請	協賛金等の負担の要請	従業員等の派遣の要請	受領拒否	返品	支払遅延	減額	買ったたき
ドラッグストア（N＝410）	2.9%	11.7%	6.6%	1.2%	17.3%	0.2%	4.4%	7.6%
ホームセンター（N＝1,170）	1.4%	13.8%	6.8%	1.6%	9.7%	1.1%	2.4%	4.1%
ディスカウントストア（N＝375）	4.0%	10.9%	8.5%	1.9%	7.7%	0.5%	4.0%	7.5%
専門量販店（N＝1,968）	2.0%	8.3%	2.9%	1.5%	7.7%	1.4%	3.3%	3.4%
食品スーパー（N＝2,971）	5.7%	8.2%	2.5%	1.0%	4.0%	0.6%	1.3%	4.2%
百貨店（N＝1,927）	3.6%	4.9%	5.8%	0.6%	7.6%	1.8%	2.1%	2.6%
コンビニエンスストア（N＝320）	3.4%	7.2%	1.6%	0.9%	5.9%	0.3%	1.9%	5.0%
総合スーパー（N＝2,176）	3.5%	6.3%	1.4%	1.0%	4.6%	0.7%	1.1%	4.0%
農協（N＝902）	5.2%	2.9%	1.2%	1.0%	6.2%	0.9%	2.8%	2.7%
通販業者（N＝882）	1.2%	4.4%	0.3%	1.2%	7.4%	0.9%	1.0%	1.9%
生協（N＝802）	2.5%	6.5%	0.6%	1.4%	4.2%	0.0%	0.6%	2.9%
100円ショップ（N＝126）	1.6%	2.4%	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%	0.8%	7.1%
その他（N＝1,771）	3.5%	3.7%	0.6%	1.1%	5.0%	0.6%	1.5%	2.5%

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報告書（概要）

第3 調査結果③ 計量分析

(1) 取引依存度との関係

- 優越ガイドライン上の優越的地位の判断の考慮要素である「取引依存度」と問題となり得る行為がみられた取引の関係について分析
- 取引依存度を基準として、取引数を4分割し、各グループで問題となり得る行為がみられた取引が行われる割合を求めたところ、取引依存度が高いグループほど、当該取引が行われる割合が大きい

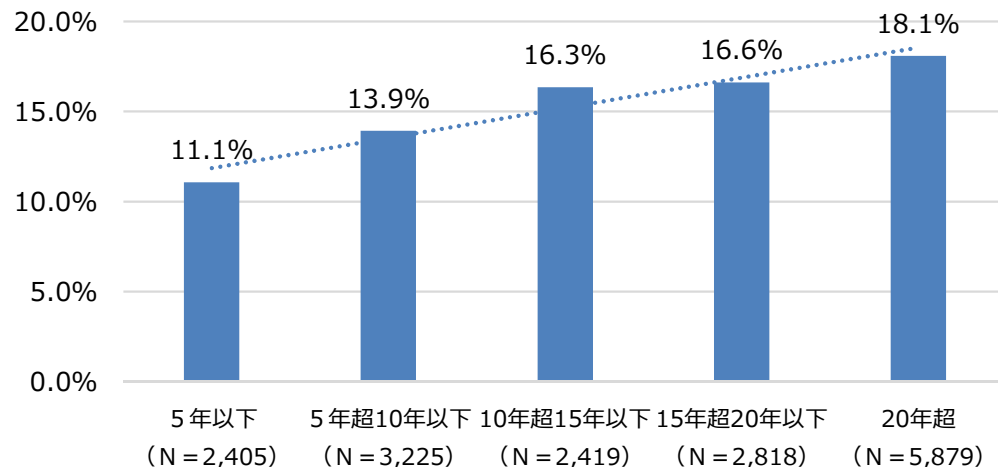


■ 計量分析の結果

- **取引依存度が高いほど問題となり得る行為がみられた取引が行われる確率が高まる傾向**

(2) 取引年数との関係

- 優越ガイドライン上の優越的地位の判断の考慮要素である取引先変更の可能性、また、取引することの必要性が、取引年数に影響していると考えられるため、「取引年数」と問題となり得る行為がみられた取引の関係について分析
- 取引年数が長いグループほど、問題となり得る行為がみられた取引が行われる割合が大きい



■ 計量分析の結果

- **取引年数が長いほど問題となり得る行為がみられた取引が行われる確率が高まる傾向**

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報告書（概要）

第3 調査結果④ 計量分析

(1) 取引継続理由との関係

- 問題となり得る行為を受けているにもかかわらず、取引を継続している状況がうかがわれたため、取引を継続している理由を、売上げの減少を防ぐためという「消極的な理由」と売上げの増加のためという「積極的な理由」に分けて分析

区分	主要取引先と取引を継続している理由	問題となり得る行為がみられた取引数	当該継続理由による取引に占める割合
消極的な理由	取引依存度が高いことから、取引を継続しないと売上げが大幅に減少するため。	1,467	23.7% (1,467/6,198)
	新たな取引先小売業者との新規の取引契約を交わすことは容易ではなく、他の取引先小売業者との取引を拡大することは困難であるため。	995	22.5% (995/4,427)
	取引額が多いことから、取引を継続しないと売上げが大幅に減少するため。	1,918	21.6% (1,918/8,900)
	取引契約を解除する際には多額の違約金の支払が必要となるため。	8	15.1% (8/ 53)
積極的な理由	取引先小売業者は事業規模が拡大していることから、取引を継続することが自己の事業規模の拡大につながるため。	824	16.2% (824/5,076)
	市場におけるシェアが高く有力な業者であることから、将来の売上増加が期待できるため。	1,377	15.2% (1,377/9,057)
	取引を行うことが自己の信用力の確保になるため。	896	14.4% (896/6,227)

■ 計量分析の結果

- 消極的な理由により取引を継続している方が問題となり得る行為がみられた取引が行われる確率が高まる傾向

(2) 主要取引先の業態との関係

- ドラッグストアは他の業態より、問題となり得る行為がみられた取引の割合が大きかったため、傾向を分析

主要取引先の業態	問題となり得る行為がみられた取引数	当該業態との取引に占める割合
ドラッグストア	118	28.8% (118/ 410)
ホームセンター	265	22.6% (265/1,170)
ディスカウントストア	77	20.5% (77/ 375)
専門量販店	356	18.1% (356/1,968)
食品スーパー	490	16.5% (490/2,971)
百貨店	315	16.3% (315/1,927)
コンビニエンスストア	47	14.7% (47/ 320)
総合スーパー	317	14.6% (317/2,176)
農協	123	13.6% (123/ 902)
通販業者	113	12.8% (113/ 882)
生協	96	12.0% (96/ 802)
100円ショップ	13	10.3% (13/ 126)
その他（サービスエリア、駅ビル 等）	209	11.8% (209/1,771)

■ 計量分析の結果

- 他の業態に比べてドラッグストアについて、問題となり得る行為がみられた取引が行われる確率が高まる傾向

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報告書（概要）

第4 調査結果の評価①（問題となり得る行為の状況）

■問題となり得る行為がみられた取引において回答が多かった行為類型の具体的要請，事例等

○ 協賛金等の負担の要請

⇒「大規模小売業者から，事前に負担額，算出根拠及び目的の3つについて明確にすることなく，一定額又は貴社（納入業者）からの納入金額の一定割合に相当する額の協賛金等の要請」との回答が最も多く，次いで「センターフィー（注）について，貴社の事業経営上のメリットに応じた合理的な負担分を超える額の要請」が多かった。

（注）物流センターを運営している小売業者が，当該センターに商品を納入している卸売業者又は製造業者に対して，当該センターの利用料等の名目で支払を要請しているもの。以下同じ。

○ 返品

⇒「売れ残り，売場の改装等を理由とした返品」との回答が最も多く，次いで「大規模小売業者が破損・汚損したことを理由とした返品」が多かった。

○ 取引の対価の一方的決定

⇒「セールで販売することを理由に，通常時の取引価格を下回る価格を一方的に定めた。」との回答が最も多かった。

	協賛金等の負担の要請	返品	取引の対価の一方的決定
ヒアリングで聞かれた内容 納入業者に対する	ホームセンターは，顧客に対するポイント還元等のイベントごとに販売応援という名目だけで，その 算出根拠を明示することなく ，負担させる。	専門量販店は，返品について 事前 に 取決めはない ので，明確に返品を求められるということではなく，「どうしようか。」という言い方をしてくる。しかし，これは返品を求めているので，今後の取引を考えて返品を受け入れている。	農協は，セールを行うという理由で 一方的に価格を引き下げ ，その後セール終了後も価格を据え置いて元の価格に戻してくれない。価格交渉においては，「おまえのところで取引を行わない。」と言われるので引き下がるしかない状況である。
	総合スーパーからは，取引を行うために物流センターの利用が必要であると言われており，使わないという選択はできない。物流センターの使用に際してはセンターフィーを支払う必要があるが，その 算定根拠は示されことなく ，料金を提示されるだけで交渉の余地はない。	食品スーパー等から，納入している青果物のうち一つの商品でも傷んでいれば，それ以外は問題のない同じ棚に乗っている商品を全て店頭から撤去して返品される。 事前 に 相談されることなく ，返品される商品と返品伝票を渡されるだけである。	100円ショップとの取引において，一定の納入数量を前提として納入する価格を決定したにもかかわらず，それに満たない納入数量の発注でも 同じ価格を押し付けられる 。

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報告書（概要）

第4 調査結果の評価②（問題となり得る行為を行っている大規模小売業者の状況）

- **ドラッグストア**では、「返品」が他の業態に比べて著しく多い
⇒ ドラッグストアは**医薬品の商慣習を他の商品にも適用している**との話が聞かれたが、返品を行うのであれば、商品の購入に当たって**納入業者との合意により返品条件を定め、その条件に従って返品する**などといった対応が求められる。
- **ホームセンター**では、「協賛金等の負担の要請」が他の業態に比べて多い
⇒ 「商品が無償で提供するように求めてくる。」との話が聞かれたが、要請内容が**物品であっても、経済上の利益の提供要請として問題となり得る**ため、注意を要する。
- **ディスカウントストア**では、「従業員等の派遣の要請」が他の業態に比べて多い
⇒ 「費用についてはディスカウントストアの負担は全くない。」との話が聞かれたが、従業員等の派遣の要請を行う場合は、その条件についてあらかじめ納入業者と合意し、かつ、**派遣のために通常必要な費用を負担する**といった対応が求められる。

	ドラッグストア	ホームセンター	ディスカウントストア
ヒアリングで聞かれた内容 納入業者に対する	○ ドラッグストアは、売れ残りを理由として商品を返品してくる。多く仕入れておいて、売れ残ったら返品すればよいという考え方で普通に返品してくる。返品されると損失になることから受け入れたくはないが、他社の話では、返品を断ったら店舗で商品を陳列する場所が減らされたということで受け入れざるを得ない。 ○ ドラッグストアからの返品が日常的に発生している。医薬品業界に返品の慣習があるようなので、その慣習を医薬品以外の商品に適用していると思う。	○ ホームセンターは販促活動として顧客に景品を提供するために、商品を無償で提供するように求めてくる。新規店舗の開店、正月の売出しを行う店舗が示され、これらの店舗用に無償提供を行ってほしいという要請が行われる。当社には直接のメリットはないけれども、取引上の付き合いで応じざるを得ない。	○ ディスカウントストアの店舗で商品の入替え作業をさせられている。納入業者が集められ、必要であれば宿泊もしながら1年間で全店舗において商品の入替え作業を行っている。この作業によって発生する費用についてはディスカウントストアの負担は全くない。作業は朝から夜まで商品の陳列、補充、清掃、倉庫整理を行うこととなる。

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報告書（概要）

第5 公正取引委員会の対応

- 本調査の結果，大規模小売業者と納入業者の一部の取引において，大規模小売業者による優越的地位の濫用規制上問題となり得る行為が行われている状況が認められた。
- 違反行為の未然防止及び取引の公正化の観点から，本調査結果を公表するとともに，以下の対応を行う。
 - 1 ① 大規模小売業者の関係事業者団体に対して，優越的地位の濫用規制の内容を傘下会員に周知徹底するなど，**業界における取引の公正化に向けた取組を要請**
 - ② 大規模小売業者を対象とする**講習会を実施**（本調査結果及び優越的地位の濫用規制の内容を説明）
 - ③ 大規模小売業者及び納入業者に対し，ホームページ，ツイッター，フェイスブック等を通じ，**各種講習会への参加，講習用動画の活用等を広く呼びかけ**
- 2 今後とも，本調査結果を踏まえ，大規模小売業者と納入業者の**取引実態を注視**し，優越的地位の濫用規制上問題となるおそれのある**行為の把握**に努めるとともに，これに違反する行為に対しては，**厳正に対処**