

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

一般社団法人新日本スーパーマーケット協会

平成30年2月15日

背景・目的

小売業は、国民のより豊かな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、多様なお客様ニーズにも、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まいりました。

しかしながら、小売業をはじめとした製・配・販の各業界は、少子・高齢化、人口減少など、直面する課題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、新たな課題に対処することが重要です。また、物流、システム関連の企業・団体などとも、それぞれの得意な分野を生かし、最適な体制を構築することが求められます。多くの企業・団体との相互の信頼関係に基づく取り組みにより、国民生活の向上に資することが必要不可欠です。

こうした中、平成29年3月には、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～豆腐・油揚げ製造業～」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、われわれ一般社団法人新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まいりました。今般、経済産業大臣の掲げる「未来志向型の取引慣行にむけて」や、その一環として改正された下請代金支払遅延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。また、適正取引に向けての取り組み姿勢を効果的に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」を取りまとめることにいたしました。

この自主行動計画では、親事業者及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、コスト負担の在り方、支払い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などに対する、当協会の姿勢を示すこととしています。

小売業は、製造業、卸売業、物流業など幅広い業種との関わりで支えられ成り立つ産業であり、製・配・販それぞれが持続的に成長することが必要不可欠です。このため、親事業者と下請事業者の関係をはじめ、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す。また、小売業だけでなく製造や卸売、物流など各段階における投資、雇用等の促進に繋がるものと考えております。

この観点で、小売業はお取引様との製品共同開発に取り組むにあたっては、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っても継続して再生産価格を確保できるよう協力してまいります。また、お取引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。

当協会は、製・配・販をはじめ、関係する業界に適正取引が浸透するよう率先して取り組むため、本自主行動計画を作成いたしました。この遵守を通じて、流通業界の付加価値向上を図るとともに、業界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、コストの削減に寄与することを目指します。

1. 重点課題に対する取り組み

新日本スーパーマーケット協会は、会員企業が独占禁止法や下請法等の関連法令を遵守し、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んでまいります。

(1) 仕入価格の決定

お取引先様との価格決定に際しては、特に以下のことに配慮いたします。

- 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価格に反映します。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価格へ反映しないようにします。
- 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価格を決めることがないように注意します。

(2) コスト負担の適正化

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り、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。センターフィーやクレートのリース料などの負担については、下請け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の、合理的根拠に基づいた十分な協議を通じて決定いたします。

(3) 支払条件の改善

下請け事業者に対しては、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下請け事業者の申し込みがあれば、支払いサイトを短くするなど柔軟に検討します。
- ③手形による支払いサイトは60日を目標とします。

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）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扱い
- ⑩公正取引委員会への報告に対する不利益な扱い

(2) 食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン

問題視されやすい以下の行為について、新日本スーパーマーケット協会会員社は、下請け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の決定
- ⑤物流センター使用料等の負担
- 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

3. 取引先との協調・連携

製造委託あるいは共同開発する商品の付加価値向上を図るため、必要に応じ、取引先が開催する商品開発に向けた会議、事業所や工場の訪問、研究会などへも参加します。自身もそれらの会議を開催します。

4. 教育・人材育成の推進

- ①独占禁止法、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性な取引を浸透させるため、適正取引に関する講座や研修会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、協会及び会員各社、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もお伝えするように努めます。

(1) 企業による取り組み

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) 新日本スーパーマーケット協会の取り組み

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、会員企業やお取引先様への浸透を図ります。

6. 定期的なフォローアップの実施

自主行動計画が浸透するよう、新日本スーパーマーケット協会は、会員各社への定期的な周知に努めます。また、自主行動計画の浸透に対するフォローアップの為に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とともに、会員各社の適正取引の推進活動を後押しします。

7. 望ましい取引事例の収集・周知

新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り組み事例の収集を行い、適正取引ガイドラインにおける望ましい取引事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、経済産業省を始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