

# 食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚製造業～

平成29年6月

農林水産省  
食料産業局

# 食品関係で初めてとなる下請ガイドライン策定

- 本連絡会議で策定の指示を受けた食品と小売業との間の下請ガイドラインについて、食品関係では初めて、本年3月に豆腐・油揚げ製造業について策定・公表。

## 策定に係る経緯

### 【平成28年】

9月：豆腐製造業界より、ガイドライン策定の要望

「いわゆる日配品で日持ちがせず、また、特売の対象ともなりやすいことから、苦しい取引の状況が説明された」

10月：関係府省連絡会議において、年度内の策定に向けて取組を進めることを決定

10月～3月：豆腐製造業者に対するヒアリング(18社)、アンケート調査(145社から回答)

### 【平成29年】

2月～3月：農林水産省、経済産業省、公正取引委員会が連携し、スーパーマーケット、ドラッグストアの業界団体の協力も得ながら事案を整理

3月：ガイドライン策定・公表  
「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～」

## 本ガイドラインの特徴

### ○ 食品関係で初めてとなるガイドライン

#### 【これまでの策定業種】

①素形材、②自動車、③産業機械・航空機等、④繊維、⑤情報通信機器、⑥情報サービス・ソフトウェア、⑦広告、⑧建設業、⑨建材・住宅設備産業、⑩トラック運送業、⑪放送コンテンツ、⑫金属、⑬化学、⑭紙・加工品、⑮印刷、⑯アニメーション制作業

### ○ 「包材(フィルム等)の費用負担」や「物の購入強制」など、食品製造業者とスーパーやドラッグストアといった小売業者との間の取引で問題となりやすい事例、11項目を掲載

○ 製造・小売双方にできるだけわかりやすく周知するため、パンフレットや解説動画を作成・公開。さらに、業界団体に対し、農林水産省、経済産業省、公正取引委員会が揃って一体となって説明

○ また、仮に問題が発生した場合に備え、パンフレットに「下請かけこみ寺」や「公正取引委員会」の連絡先を明記し、策定後も関係省庁一体となって対応



# 食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン ～豆腐・油揚製造業～ ができました



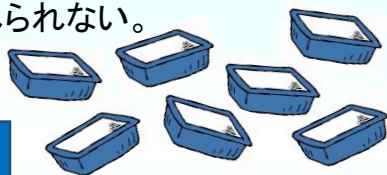
ガイドライン  
周知用資料  
〔業界団体に配付〕  
HPIにも掲載

- 豆腐製造業を対象とした食品製造業と小売業との適正取引の推進を目指した「食品製造業・小売業の適正取引推進ガイドライン～豆腐・油揚製造業～」を策定しました。
- 昨今、問題となる事例は減少傾向にありますが、本ガイドラインは、独占禁止法や下請法に関して、問題となり得る事例と望ましい取引実例11項目をわかりやすく掲載し、トラブルの未然防止を図っています。ぜひ、ご活用ください。

## 包材(フィルム等)の費用負担

### <問題となり得る事例>

○PB商品の販売打ち切りにより、一括購入した包装フィルムの購入費を小売業者に求めたが、受け入れられない。



こんなに余ってる……。  
どうしよう……。

### <望ましい取引実例>

○ あらかじめ十分な協議を行い、フィルム購入に要した費用を小売業者が負担することを契約書に明記。

## 合理的な根拠のない価格決定

### <問題となり得る事例>

○ 小売店が「円高還元セール」を実施するため、取引価格引き下げを通知され、一方的に価格を決められた。



### <望ましい取引実例>

○ 一方的な取引が行われないうち、原価、物流費等の内訳を基に価格決定し、合意内容を書面で取り交わした。

## 物の購入強制

### <問題となり得る事例>

○ 小売業者の営業担当者から、前年実績を引き合いに出しつつ、季節商品の購入数量の報告を求められ、断れない。



### <望ましい取引実例>

○ 小売業者からの一方的な斡旋をなくした。

## 派遣、役務の提供

### <問題となり得る事例>

○ 小売業者の要請で、特売期間中の店舗での商品陳列のため従業員を派遣したが、派遣費用の支払いがなかった。



### <望ましい取引実例>

○ 小売業者が要請を行う際、派遣費用の支払いはもとより、曜日の選択など要請を受けられるか十分協議の上で決定。



### <下請かけこみ寺相談窓口>

取引が改善されない場合は、  
匿名でも相談できます。

フリーダイヤル  
0120-418-618

(最寄りの「下請かけこみ寺」につながります)

### <詳しいガイドライン>

農林水産省HPで、ご覧になれます。

豆腐 適正取引 検索

### <ガイドラインの紹介動画>

YouTubeに掲載しています。

QRコードからアクセスできます!



# ガイドラインの浸透を通じた適正取引の推進

- ガイドライン浸透のためには、小売業の取組はもとより、豆腐製造業への浸透を図りつつ、消費者の理解も得ていく必要。
- このため、農林水産省、経済産業省、公正取引委員会が一体となって周知と説明に努めるほか、豆腐製造業者自らも生産性向上等に向けて取組。

## 小売業界

- ・ 農林水産省と経済産業省との連名で、スーパーマーケット、ドラッグストアの業界団体に通知し、会員企業延べ600社に対し、ガイドライン策定の旨を周知【4月上旬】
- ・ 経済産業省より、小売業界10団体との意見交換会において、ガイドラインの趣旨説明及び法令遵守の徹底を要請【4月上旬】
- ・ 農林水産省、公正取引委員会、経済産業省の3者が連携し、スーパーマーケットのコンプライアンス担当者等に対して直接説明し、ガイドラインに沿った取引条件の適正化を働きかけ【6月上旬】

今後とも関係省庁が連携して取組

## 豆腐製造業界

- ・ 業界団体会員約1,000社にガイドライン、チラシを印刷の上、郵送。解説動画も作成・公開【4月上旬】
- ・ 農林水産省、経済産業省、公正取引委員会の3者が連携し、全国豆腐連合会会員向け説明会において、ガイドラインの積極的な活用を働きかけ【5月下旬】
- ・ 問題事例があった場合の連絡先も紹介
- ・ 消費者の理解も得るため、適正な取引の必要性などについて、本ガイドラインをマスコミなどに丁寧に説明【4~6月】

## 生産性向上等に向けた業界の取組

- ・ 製造業界独自の生産性向上のための動きとして、保存コストや廃棄ロスの削減のため、常温保存可能な商品を開発。現行の食品衛生法に基づく保存基準(現行は冷蔵等が必要)の改正を要望し、厚生労働省において対応中
- ・ 日本の豆腐の製造技術と品質の更なる向上を目指し、全国豆腐品評会(農林水産省後援)を開催。【9月下旬】