

各単組委員長、担当者 様

日本食品関連産業労働組合総連合会
 事務局長 山本 健二
 政策局長 栗田 博

フード連合／政策情報 No.14

フード連合「営業担当者情報交換会」が 全国4カ所で開催されました！

フード連合は、営業部門担当者が抱える課題の情報交換を通じ共有するとともに、公正取引委員会への働きかけなど、フード連合の活動や取り組みを知り理解を深め、自らが地域・単組での組合活動へ参加できるきっかけの場とすることを目的に7月から8月にかけて全国4カ所（札幌・福岡・東京・大阪）で営業担当者情報交換会を開催しました。

<参加者概要>

会 場	開 催 日	参加人員（事務局含む）
札幌会場（かでの 2.7）	7月11日（金）	28名 9組合
福岡会場（アスクビル）	7月12日（土）	15名 8組合
東京会場（専売ビル 3F 会議室）	7月23日（水）	30名 14組合
大阪会場（エル・おおさか）	8月1日（金）	28名 16組合

<札幌会場>



<福岡会場>



<東京会場>



<大阪会場>



4会場とも同様に、はじめに開会挨拶の後に、参加者から自己紹介を行いました。

続いて栗田政策局長からフード連合「取引慣行に関する実態調査」についての報告を行いました。この調査は、フード連合とUAゼンセンが共同で、取引慣行の実態を把握するために、営業担当者を対象に、2013年8月～9月に実施した調査です。取引現場における優越的地位の濫用事例を集約し、現場の声として公正取引委員会等へ伝え、改善を求めることを目的としています。

1. 「取引慣行に関する実態調査」についての報告を行いました！

調査結果についての主な傾向（概要）。 「取引慣行に関する実態調査」より抜粋。

- (1) 押し付け販売、労務提供など「優越的地位の濫用行為」を受けたことがありますか？という問いに対して、

“①たくさんある”と“②何度かある”を併せて30%以上となっている！

30%以上が頻繁に「優越的地位の濫用行為」を受けています。

- (4) 優越的地位の濫用（業態）については、

“②食品スーパー”と“①総合スーパー”を併せて60%以上となっている！

業態としては、“②食品スーパー”と“①総合スーパー”が多く、併せて60%以上となっています。

- (5) 優越的地位の濫用（名称）については、

“⑦労務提供”と“⑥押し付け販売”を併せて60%以上となっている！

名称については、“⑦労務提供”と“⑥押し付け販売”が多く、併せて60%以上となっています。

- (6) 優越的地位の濫用の具体的事例については、

今回のアンケート調査では、労務提供、押し付け販売等、優越的地位の濫用事例に主要な大規模小売店等の企業名が挙がっています。さらに、全国展開している大手コンビニエンスストアやディスカウントストアでは、お中元、お歳暮、クリスマス時期等の押し付け販売の事例が多数報告されています。

- (7) ①「押し付け販売」（金額）については、

件数が多い“②食品スーパー”で最高額はMAXで300,000円となっている！

- ③「押し付け販売」（負担）については、

“ほぼ自己負担”が60%以上となっている！

- (8) ①「労務提供」（時間帯）

約30%が早朝／深夜にも労務提供を要請されている！

- ③「労務提供」（曜日）については、

約25%が休日にも労務提供を要請されている！

- (9) あなたは大規模小売業告示の内容を知っていましたか？

“④あまり知らない”と“⑤まったく知らない”で約40%となっている！

大規模小売業告示の内容が組合員に周知されていないことが懸念されます。

以上

2. 大規模小売業告示の説明を行いました！

調査結果から大規模小売業告示について、“あまり知らない”と“まったく知らない”の回答が併せて約40%となっていることから、フード連合作成の「大規模小売業告示」って知っていますか？の説明を行い、営業担当者（組合員）への周知を図りました。

「大規模小売業告示」って知っていますか？

大規模小売業者による優越的地位の濫用行為を規制するルール（10の禁止項目）のことです（2005年11月施行）。
1～10の項目が禁止行為です！

1 不当な返品

・納入業者から購入した商品を返品すること

【具体例】
セール終了後に売れ残った商品を返品すること

予定した販売数は売って欲しいよね、どうしようあの返品…

◎次の場合を除く
・納入業者の求めに応ずべき事由がある場合
・一度に納品した商品が全数返品された場合
・納入業者の同意を経て、通常仕入る機会を大規模小売業者が負った場合
・納入業者からの返品が申し出があり、かつ、当該返品が納入業者の利益となる場合

2 不当な値引き

・商品納入後に納入価格の値引きをさせること

【具体例】
商品購入後に月末の在庫調整等のために更に値引きを要求すること

売れない分を値引きしろって言われても…これ以上は無理ですよ。

◎納入業者の求めに応ずべき事由がある場合を除く

3 不当な委託販売取引

・正常な商慣習に照らして著しく不利益となるような条件で、自己等と委託販売取引をさせること

【具体例】
従来、甲商品の粗利をA円として買取仕入れにより仕入れてきたところ、突然、仕入れ方法を買取仕入れから委託仕入れに変更し、他の取引条件等が変わらないにも関わらず、委託仕入れにおける委託手数料を従前の粗利と同じA円とすること

利益0円

4 特売商品等の買ったたき

・特売等の用に供する商品について、自己等に対する通常の納入価格と比べて著しく低い価格を定めて納入させること

【具体例】
セール用の商品について、一方的に納入業者の仕入価格を下回る価格で納入させること

聞いてないよ

5 特別注文品の受領拒否

・プライベート・ブランド商品（PB商品）など、特別の規格等を指定して注文した後で、その商品の受領を拒むこと

【具体例】
PB商品を発注後、売れ行き不振を理由に同商品の受領を拒否すること

PB商品だから回りがきかないよ

◎納入業者の求めに応ずべき事由がある場合を除く
・納入業者の同意を経て、通常仕入る機会を大規模小売業者が負った場合を除く

6 押し付け販売等

・正当な理由がある場合を除き、納入業者が希望しないにも関わらず、自己の指定する商品を購入させ、又は役員を利用させること

【具体例】
購入しないと今後の納入取引に影響すると受け取られるような要請をすること

いくらお客様とはいえ、スーツを5着も無理だよ。

◎納入業者の求めに応ずべき事由がある場合を除く

7 納入業者の従業員等の不当使用等

・自己等の業務に従事させるため、納入業者の従業員等を派遣させ、又は自己等が雇用の従業員等の人件費を負担させること

【具体例】
棚卸業務に従事させるため、派遣に必要となる費用を負担することなく、納入業者に従業員を派遣させること（いわゆる販売応援等）

本業の業務をやっているわけじゃないから、食料代とかは自分たちでまわすよ。

◎あらかじめ納入業者の同意を得る、派遣条件についてあらかじめ納入業者と、納入業者の納入価格の算定を考慮し、かつ、派遣に必要となる費用を納入業者が負担する条件を除く

8 不当な経済上の利益の収益等

・納入業者が本来提供する必要のない金銭等を提供させること

・納入業者の得る利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えて金銭等を提供させること

【具体例】
広告費用として、実際に要した費用を超えて協賛金を提供させること

〇〇社（豆粒大）

9 要求拒否の場合の不利益な取り扱い

・納入業者が上記1～8の要求に応じないことを理由に不利益な取扱いをすることを禁止

言うこときかないなら金払わん。もう出入り禁止！

10 公正取引委員会への報告に対する不利益な取り扱い

・納入業者が上記1～9の事実を公正取引委員会に知らせ、又は知らせようとしたことを理由に、不利益な取扱いをすることを禁止

詳細については下記ホームページ（公正取引委員会：大規模小売業告示の概要とポイント）をご覧ください。
<http://www.jftc.go.jp/daikibo.pdf>
（電子ベースの場合は左の本をClick!）

みんなで作ろう、公正な取引！



3. 班毎に意見交換を行いました！

(1) 参加者の取引慣行に関する体験等 (2) 公正取引委員会、小売業者に求めたいこと、自社・自身ができること等 (3) 消費税引き上げ後の価格転嫁等の状況について (4) その他（営業活動・組合活動・労働条件等の課題）をテーマに班毎に意見交換を行いました。その後、各班の代表者から意見交換した内容の感想を報告してもらいました。

4. アンケート集約（要約）

情報交換会後のアンケートでは、以下のような意見・感想がありました。

フード連合「営業担当者情報交換会」アンケート集約（要約）

1. フード連合「取引慣行に関する実態調査」報告についての意見・感想。
（主な意見）

- ・アンケート結果は現場の生々しい声が多くあり、まだまだ改善が必要だと感じました。
- ・優越的地位の濫用行為については小売とメーカー等の長年の慣行があると思いますが、是正していけるように取り組んでいきたいと思えます。
- ・優越的地位の濫用行為について、営業担当者としては、その行為自体を不当なものと感じるケースが全てではなく、自主的に行っている場合もあるため、線引きを行うことは難しいと感じました。
- ・詳細にまとめられていて具体的事例も掲載されており、わかりやすい資料だと思います。

以上のような意見がありました。全体としては、「改善は進んでいるようであるが、まだまだ厳しい実態があるので、引き続き取り組んでいきたい。」という趣旨の意見・感想が多く見られました。また、「優越的地位の濫用行為については、相手との距離感にもよるため、受け手の受け取り方により線引きが難しい。」という趣旨の意見・感想も見られました。

2. 次年度、意見交換の場で取り上げたいテーマについて意見・感想。
（主な意見）

- ・営業担当者の労働時間管理について。
- ・消費税引き上げに伴う価格改定への対応。
- ・営業担当者の組合活動への参加について。
- ・P B受託における優越的地位の濫用事例。

以上のような意見がありました。全体としては、みなし労働時間制、サービス残業等「営業担当者の労働時間管理」についてをテーマに議論したいという意見・感想が多く見られました。また、「来年の消費税引き上げに伴う価格改定への対応」や組合活動に参加できていない営業担当者に対する「組合活動への参加の取り組み」等をテーマにしたいという意見・感想も見られました。

3. 全体を通しての意見・感想。

(主な意見)

- ・他業界の方との意見交換が勉強になりました。
- ・フード連合加盟の食品業界の仲間と意見交換、情報交換ができ、大変勉強になりました。
- ・本日、学んだことを踏まえて、これからの営業に活かしていくとともに、もし、濫用行為等と感じた時は、上司に相談していこうと思います。
- ・営業担当者が正しい知識を持つこと。声を出していくことが大事であると思います。
- ・それぞれの担当者が今後どのように改善して行けばよいのかを話し合う場があればもっと素晴らしい会にできると思います。

以上のような意見がありました。全体としては、「営業担当者が抱えている問題等について、各組合と情報交換ができ、とても有意義な議論ができた。今後の活動に活かしていきたい。」という趣旨の意見・感想が多くみられました。

以上