

令和6年度食品等流通調査に関する報告書

**令和7年3月
農林水産省**

令和6年度 食品等流通調査（要旨）

根拠：食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成3年法律第59号）

第27条 農林水産大臣は、食品等の取引の適正化のため、食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査（以下「食品等流通調査」という。）を行うものとする。

令和6年度の調査について

- 主な調査項目 ① 価格転嫁 ② 物流 ③ 商慣習の見直し及びデジタル化 ④ 環境配慮
⑤ 「卸売市場の仲卸業者等と小売業者との間における生鮮食料品等の取引の適正化に関するガイドライン」（生鮮取引適正化ガイドライン）のフォローアップ

■ 調査の実施方法

① アンケート調査

食品製造事業者	食品卸売事業者	小売事業者	仲卸業者	合計
207	122	73	192	594

② ヒアリング調査

農業団体 農業法人	卸売市場 関係者	食品製造 事業者	食品卸売 事業者	小売事業者	外食・給食 事業者	物流事業者	合計
9	17	22	16	16	15	10	105

令和6年度の調査結果の概要

【①価格転嫁】

- 原材料費の高騰や物流費の上昇を理由とする価格転嫁が着実に進展している様子がうかがわれたが、労務費上昇を理由とする価格転嫁については、原材料費や物流費ほどは進捗していない状況が確認された。
- また、小売事業者等に加工食品を納品する食品製造事業者からは、「値上げするなら棚に置かないと小売から示唆された」「値上げにより取扱店舗を70%減らされた」といった適正とは言い難い事例も聞かれた。
- 生鮮食料品を取り扱う農業団体等や卸売市場関係者からは、「最近の経費高騰で価格交渉は聞いてもらやすい」「量販店から値上げの声がけをされるようになった」等、取引環境の変化を示唆する声が聞かれた。

【②物流】

- パレット導入の進展や効果を評価する声が聞かれた一方、導入コストや積替作業の負担を指摘する声も聞かれた。
- トラック予約システムの導入は着実に進展、「3～4時間の荷待ちが30分未満に短縮された」との声も聞かれた。
- 物流効率化については、共同配送に加え、本年度は配送頻度の低減による積載効率向上の取組が数多く聞かれた。

【③商慣習の見直し及びデジタル化】

- 店舗納品期限については、小売事業者の2割が「全ての商品が1/2ルール」と回答する等、取組の進展も見られたものの、多くの事業者において1/2ルールの商品と1/3ルールの商品が混在しており、更なる取組の必要性が確認された。
- 納品リードタイムの延長、検品作業の簡素化、納品伝票の電子化等については、取組が着実に進展している様子がうかがわれた。賞味期限の大括り化や日付逆転納品についても検討を進めていくべきとの声が聞かれた。
- 小売事業者の物流センターの使用料（センターフィー）については、本年度は「十分な説明を受けている」と評価する声も聞かれたが、昨年同様「用途の説明がないまま、一方的に料率を上げられた」等の適正とは言い難い事例も聞かれた。

【④環境配慮】

- 多くの事業者がプラスチックの使用量や廃棄量の削減に取り組む必要性は認識しているものの、代替資材への転換によるコスト上昇への懸念等により、取組が十分に進んでいるとは言い難い状況にあることが確認された。
- 食品ロスの削減に向けた「未利用食品の寄附」については、約4割の事業者から「取り組んでいる」との回答があったが、「未利用食品を有しているが寄附を行っていない」との回答も2割程度を占めた。

【⑤生鮮取引適正化ガイドラインのフォローアップ】

- 本ガイドラインを小売事業者の7割が認知していたが、仲卸業者では4割にとどまった。一方で、仲卸業者の7割が「取引が改善した」としたのに対し、小売事業者は7割が「改善が必要な取引はない」としており、認識に乖離が見られた。

<今後の課題>

- 引き続き、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」等を踏まえた価格転嫁の取組を推進する必要。
- 一過性ではなく構造的な課題である物流問題に関係者一体となって中長期的視点をもって取り組んでいく必要。
- 引き続き、1/2ルール対象品目の拡大、センターフィーの透明性確保、納品伝票の電子化等に取り組んでいく必要。
- 資源循環への国内外の関心も踏まえ、プラスチック使用量削減、食品寄附、食品リサイクル等に取り組んでいく必要。
- 生鮮食料品等の取引における様々な課題の改善に向け、ガイドラインの一層の周知と活用に取り組んでいく必要。

目 次

I	食品等流通調査について	2
II	令和6年度調査について	2
III	令和6年度調査の概要	
1	価格転嫁	5
2	物流	9
3	商慣習の見直し及びデジタル化	13
4	環境配慮	17
5	生鮮取引適正化ガイドラインのフォローアップ	21
IV	令和6年度調査の総括	25
V	参考	
1	価格転嫁	29
2	物流	33
3	適正取引	37
4	環境配慮	39

I 食品等流通調査について

農林水産省では、平成 30 年 10 月施行の「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成 3 年法律第 59 号。以下「食品等流通法」という。）」に基づき、食品等の取引の適正化のため、食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査（以下「食品等流通調査」という。）を実施している。

食品等流通調査は、食品等の流通段階で生じている課題等を明らかにし、食品等流通事業者その他の関係事業者の取引をより望ましい関係へと改善すること等を目的としている。

調査の結果に基づき、食品等流通事業者に対する指導・助言、施策の見直しその他の必要な措置を講ずるほか、食品等の取引に関し、不公正な取引方法に該当する事実があると考えられる場合は、公正取引委員会に対し、その事実を通知することとされている。

○ 食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律（平成 3 年法律第 59 号）抄

（食品等流通調査）

第 27 条 農林水産大臣は、食品等の取引の適正化のため、食品等の取引の状況その他食品等の流通に関する調査（以下「食品等流通調査」という。）を行うものとする。

2 （略）

3 農林水産大臣は、食品等流通調査を行うため必要があると認めるときは、関係行政機関及び食品等流通事業者その他の関係事業者に対し、必要な協力を求めることができる。

4 関係行政機関及び食品等流通事業者その他の関係事業者は、前項の規定により協力を求められたときは、その求めに応ずるよう努めるものとする。

（食品等流通調査に基づく措置）

第 28 条 農林水産大臣は、食品等の取引の適正化のため、食品等流通調査の結果に基づき、食品等流通事業者に対する指導及び助言、食品等の流通に関する施策の見直しその他の必要な措置を講ずるものとする。

（公正取引委員会への通知）

第 29 条 農林水産大臣は、食品等の取引に関し、不公正な取引方法に該当する事実があると思料するときは、公正取引委員会に対し、その事実を通知するものとする。

II 令和 6 年度調査について

1 調査趣旨

令和 6 年度の食品等流通調査（以下「令和 6 年度調査」という。）は、原材料価格やエネルギーコストの高騰、人手不足の影響、物流の 2024 年問題、プラスチック使用に対する規制を設ける動き、食品ロスの削減、食品リサイクルの推進といった現下の課題を踏まえ、

- ① 食品等の流通における労務費、原材料費、エネルギーコスト、物流費の上昇分の転嫁状況や課題
- ② 物流の 2024 年問題への取組状況や課題
- ③ 食品等の流通における商慣習の現状と課題、デジタル化に関する状況
- ④ プラスチックの使用規制等に関する国際的なルール化の動きに対する影響・懸念、プラスチック削減・資源循環に関する現状や食品ロスの削減や食品リサイクルの取組状況

等を把握することを目的として実施することとした。

また、小売業者と仲卸業者等との間に交渉力の差がある中で、仲卸業者等から「小売業者との間における生鮮食料品等の取引において適正化を図るべき事例が存在しているのではないか」との意見が出されたことを踏まえ、令和 5 年度の食品等流通調査の結果に基づき令和 6 年 3 月 27 日に策定・公表した「卸売市場の仲卸業者等と小売業者との間における生鮮食料品等の取引の適正化に関するガイドライン」（以下「生鮮取引適正化ガイドライン」という。）のフォローアップ調査を併せて実施することとした。

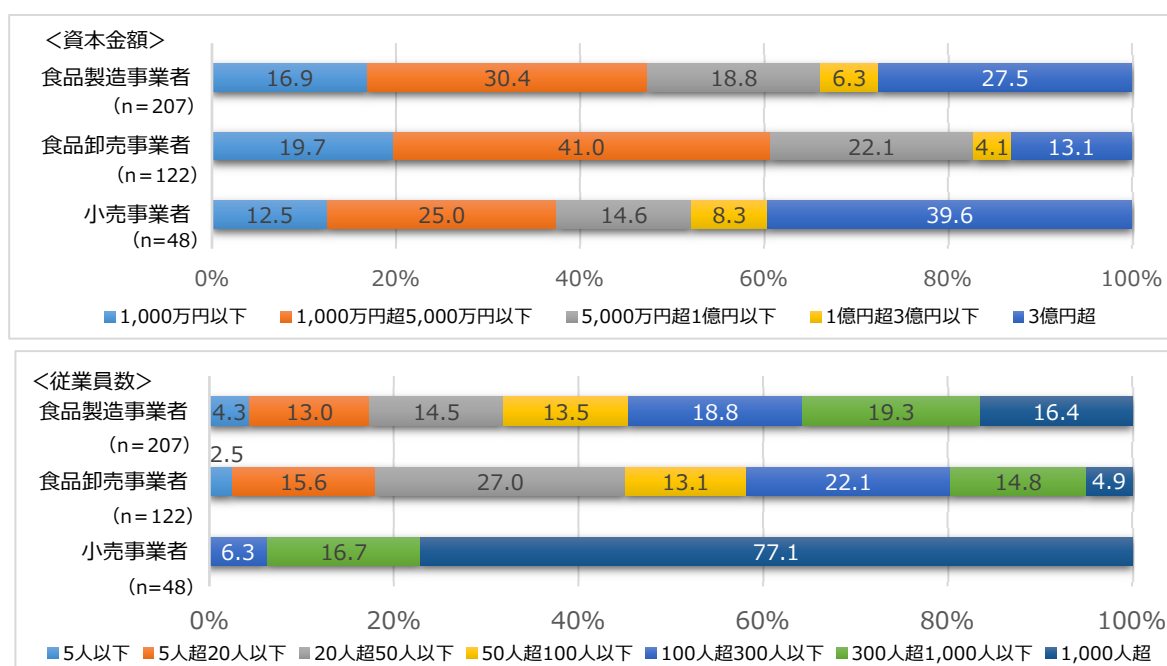
2 調査の実施方法

(1) アンケート調査

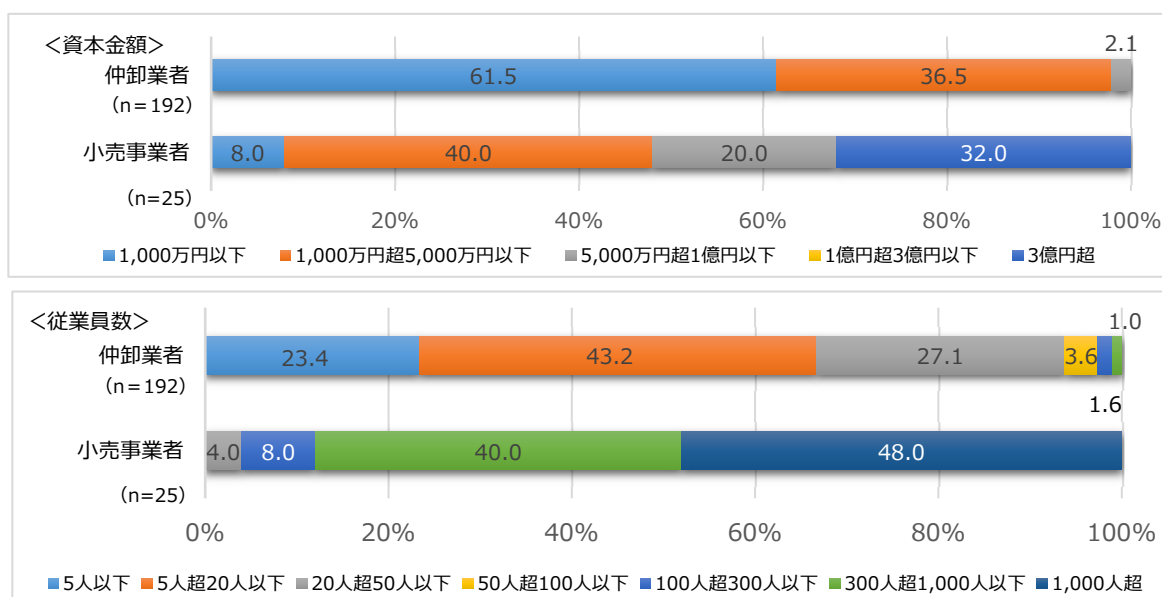
食品製造事業者、食品卸売事業者、小売事業者を対象として、食品等の取引の状況に関する調査（以下「取引状況調査」という。）を実施（令和6年9月～11月）。また、小売事業者及び卸売市場の仲卸業者を対象として、生鮮取引適正化ガイドラインのフォローアップ調査を実施（令和6年11月～12月）。

事業者区分	食品製造事業者	食品卸売事業者	小売事業者	仲卸業者	合計
取引状況調査	207	122	48	－	377
フォローアップ調査	－	－	25	192	217
対象者数合計	207	122	73	192	594

(参考1) 取引状況調査の対象者の資本金額、従業員数



(参考2) 生鮮取引適正化ガイドラインのフォローアップ調査の対象者の資本金額、従業員数

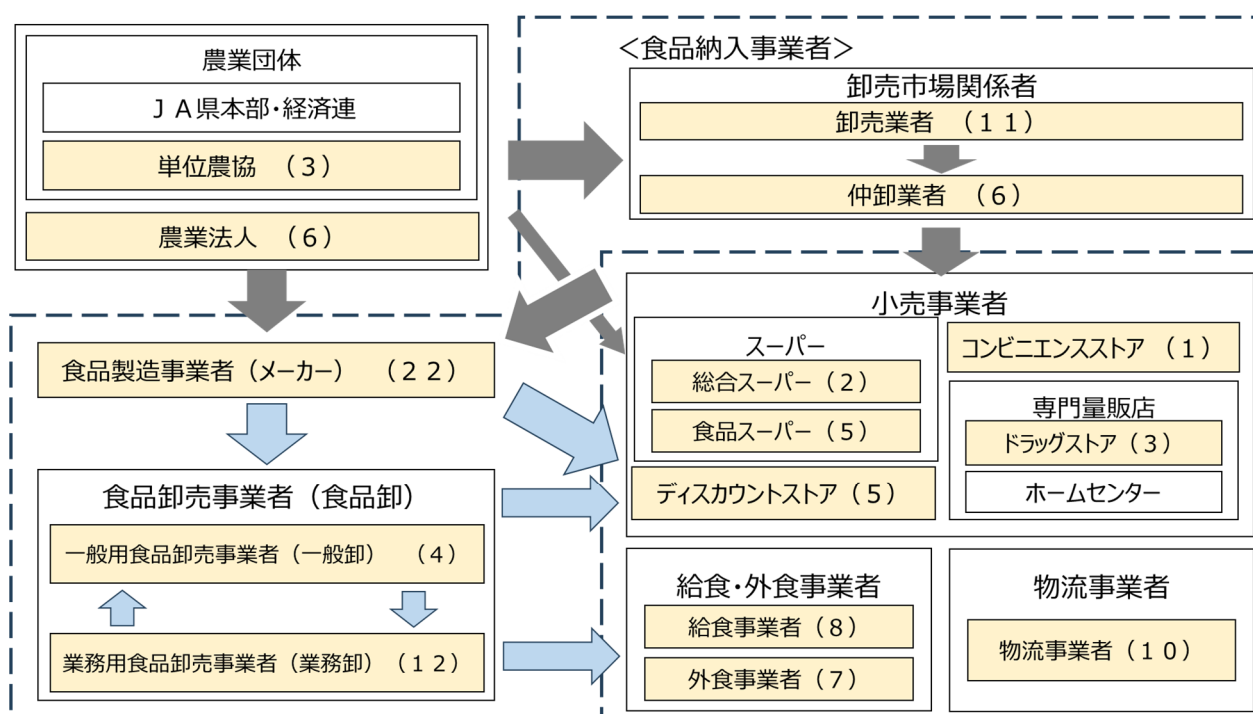


(2) ヒアリング調査

農業団体・農業法人、卸売市場関係者（卸売業者、仲卸業者）、食品製造事業者、食品卸売事業者、小売事業者、外食・給食事業者、物流事業者を対象として、食品等の取引の状況に関するヒアリング調査を実施（令和6年6月～12月）。

事業者 区分	農業団体・ 農業法人	卸売市場 関係者	食品製造 事業者	食品卸売 事業者	小売 事業者	外食・給食 事業者	物流 事業者	合計
対象者数	9	17	22	16	16	15	10	105

（参考）ヒアリング調査対象者の相互関係（主な流通ルート）



※ () 内の数字は令和6年度調査のヒアリング調査の対象者数

※ : 生鮮食料品の流通過程

: 加工食品の流通過程

(3) 留意事項

令和5年度の食品等流通調査（以下「令和5年度調査」という。）における食品製造事業者、食品卸売事業者を対象とするアンケート調査では、最初に各事業者には「取引シェア第1位の会社との間の取引における課題」を最大3つ特定してもらい、当該課題に関連した質問項目について回答してもらう方式としていた。

一方、令和6年度調査では、原則として、全ての事業者に対し、全ての質問項目に回答してもらう方式としている。

このため、同じ質問項目であっても、令和5年度調査の結果と令和6年度調査の結果については、単純比較することはできないことに御留意願いたい。

Ⅲ 令和6年度調査の概要

令和6年度調査の主な調査項目である「価格転嫁」「物流」「商慣習の見直し及びデジタル化」「環境配慮」「生鮮取引適正化ガイドラインのフォローアップ」の5つについて、

(1) アンケート調査で得られた全体状況

(2) ヒアリング調査で得られた取組事例や課題

を整理すると以下のとおりである。

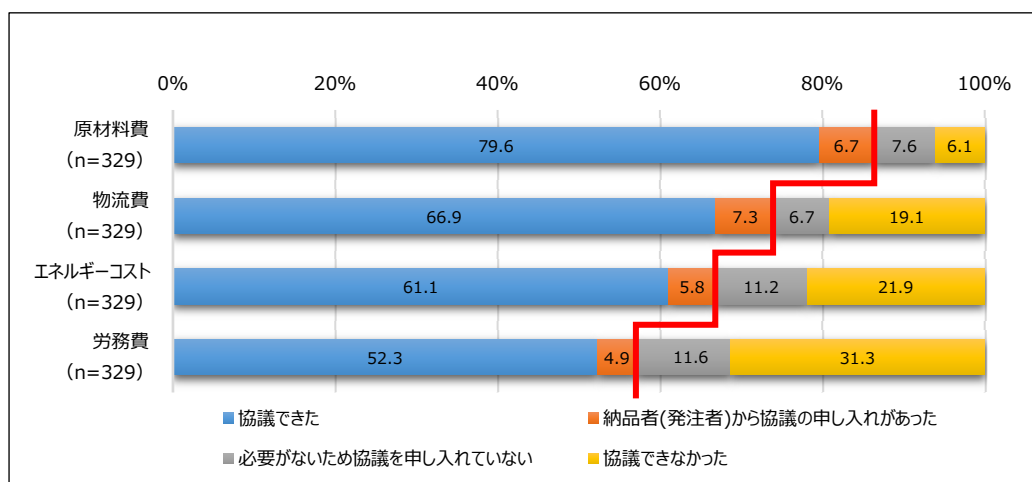
1 価格転嫁

(1) アンケート調査で得られた全体状況

ア 協議状況

食品製造事業者・食品卸売事業者に対し、価格転嫁の協議状況について質問したところ、「協議ができた」理由としては、

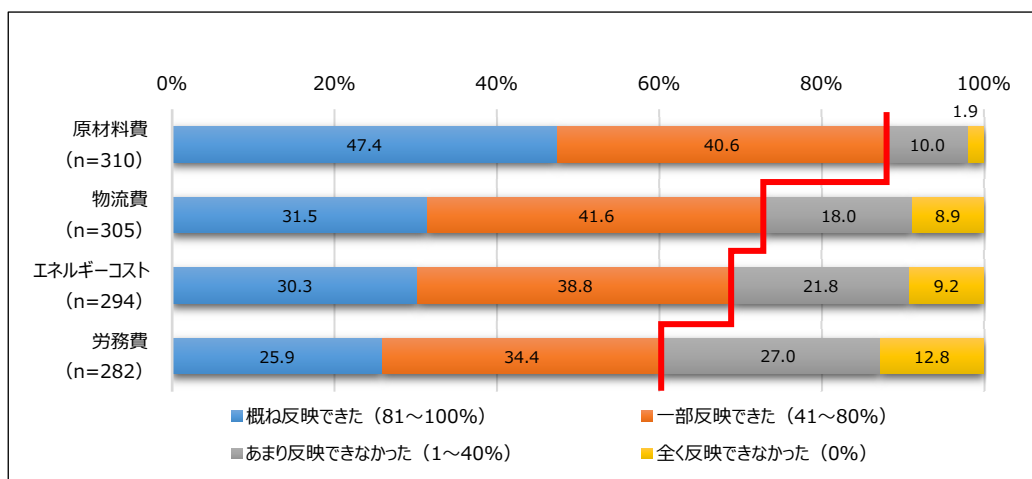
- ・ 原材料費、物流費、エネルギーコストの順で高く、
- ・ 労務費を理由とする協議ができた割合は約6割にとどまった。



イ 反映状況

食品製造事業者・食品卸売事業者に対し、どの程度、価格転嫁ができたかを質問したところ、これについても、

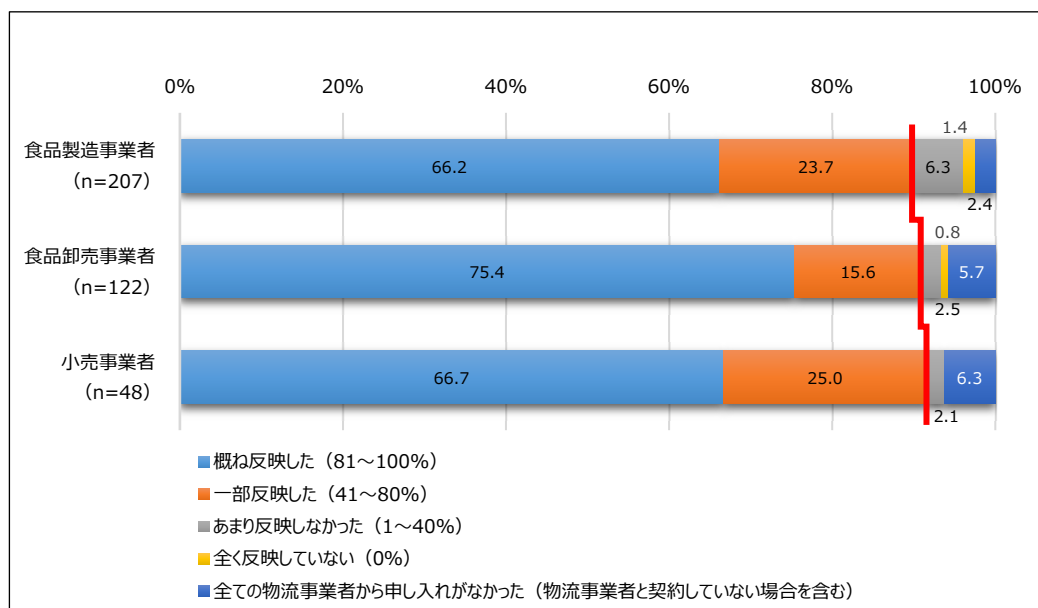
- ・ 原材料費、物流費、エネルギーコストの順で高く、
- ・ 労務費を理由とする協議においては、「概ね反映できた」との回答は3割未満であり、「一部反映できた」との回答まで含めても約6割にとどまった。



ウ 物流事業者への対応状況

食品製造事業者・食品卸売事業者・小売事業者に対し、物流事業者からの運賃値上げに関する要請への対応状況について質問したところ、いずれの業者においても、

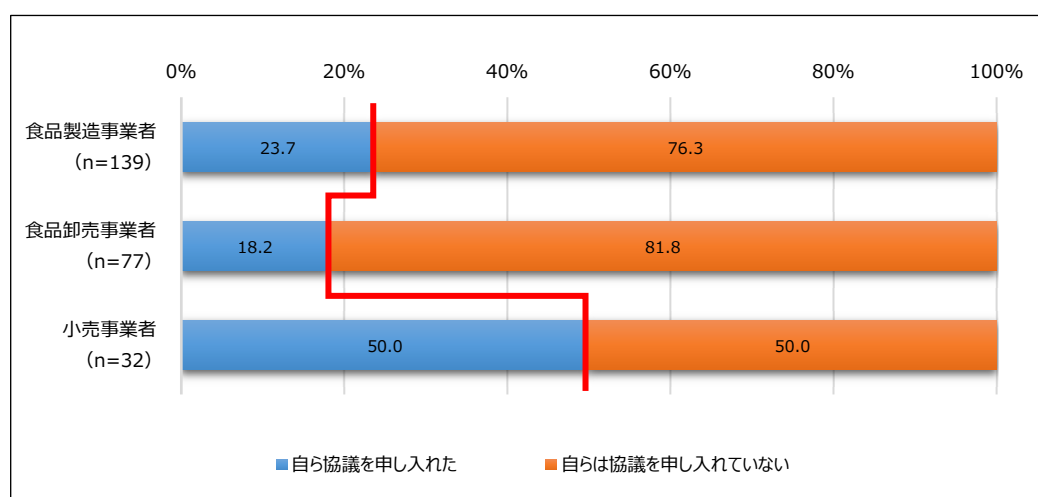
- ・ 「概ね反映した」との回答が約7割となっており、
- ・ 「一部反映した」との回答まで含めれば、9割以上の対応状況となっていた。



エ 運賃値上げに関する要請のなかった物流事業者への対応状況

食品製造事業者・食品卸売事業者・小売事業者に対し、運賃の値上げの申し入れがなかった物流事業者への対応について質問したところ、

- ・ 食品製造事業者・食品卸売事業者の約2割から「自ら協議を申し入れた」と回答があったほか、
- ・ 小売事業者では5割の事業者から「自ら協議を申し入れた」との回答があった。



(2) ヒアリング調査で得られた取組事例や課題 <価格転嫁>

● 農業団体・農業法人

- ・ 値上げ交渉は卸売市場側も協力的。比較的高く買ってくれるところへ売っている。
- ・ 最近の経費高騰の影響で価格交渉は聞いてもらいやすく、お互い根拠をもって対応している。
- ・ 経費抑制のため、中身の数量削減、コンテナ出荷、加工品向け出荷割合の増加等を行っている。
- ・ 価格交渉はしやすくなったが、労務費を理由とした交渉は難しく、提示額の半分ほどしか反映されない。
- ・ 近年は気候変動で不作が続き、契約時に決めた数量を納められていないため、価格交渉がしづらい。
- ・ 契約販売の方が価格転嫁しやすいが、収穫量減少のため契約数量通りに納品できるか危惧している。
- ・ 価格転嫁を受け入れてくれる事業者取引を絞り込み、値上げ交渉を断るところとは取引をやめた。
- ・ 生産者からコストを反映した価格で買い取り、EC サイトで販売。産地のブランド力もあり売れている。
- ・ 市場相場が低い時は出荷せず、冷凍して加工品の原料にしたり、直売所へのお荷を増やしたりしている。

● 卸売市場関係者

- ・ ここ最近値上げ交渉が増えており、コストの比較表を提示する等、お互いにエビデンスをもって行っている。
- ・ 量販店の意識が変わり、販売価格の値上げについて声がけをされるようになったので驚いている。
- ・ 小売に対して「特売はしない」とはっきり断っている。他社に乗り換えるという脅しめいたものもない。
- ・ 青果物や鮮魚は相場で値が決まるので、価格転嫁を行うのは難しい。
- ・ 冷蔵保存が必要な水産物の場合、保存期間延長によるコスト増に関する転嫁交渉は難しい。
- ・ 労務費を理由とした交渉では、企業努力で頑張してほしいという雰囲気があり、いまだ価格転嫁が厳しい。
- ・ コストを含んだ価格でなければ販売できないと交渉し、できないところとは取引をやめるようにしている。
- ・ 量販店より個人商店や料理店のほうが価格転嫁に柔軟に対応してくれる。
- ・ 価格ではなく中身で勝負できるよう、新商品の開発等の工夫をしている。

● 食品製造事業者

- ・ 取引先の食品卸も価格を上げたいので、価格交渉には協力的な事業者が多い。
- ・ 価格転嫁の準備や交渉を重ねており、反映が遅れるといったタイムラグの問題にはなりにくい。
- ・ 原材料費の高騰以外の理由で価格改定交渉を行ったが、根拠を十分に提示することで理解が得られた。
- ・ 本来は更に値上げしたいが、これ以上の値上げは消費者に買ってもらえなくなってしまう。
- ・ 「値上げするなら棚に商品を置かない」と示唆されたり、値上げ後に取扱店舗を 70%減らされたりした。
- ・ 値上げによる販売数量の減少で売上が下がることを小売のバイヤーは懸念している。
- ・ 冷凍カット野菜は製造から 1 年かけて出荷することになるが、その間の保管料などの価格転嫁は難しい。
- ・ カット野菜は基本価格が固定されるため値上げが難しく、採算が取れなくなると撤退せざるを得ない。
- ・ 今後は原材料費の高騰以外の理由による価格転嫁に対してもしっかりと対峙することが必要である。

● 食品卸売事業者

- ・ 物流の 2024 年問題が浸透したおかげで、得意先に配送コスト増加分の価格転嫁を受け入れてもらえた。
- ・ 値上げの根拠として原材料費の高騰は必須ではなく、労務費等を理由とした場合でも価格転嫁を受けている。
- ・ 値上げと同時に内容量を増やすことで、消費者からの理解が得られ、売上を拡大した商品もある。
- ・ 地方では中小小売店は先に値上げできないので、大手小売店に率先して値上げをしてほしい。
- ・ 給食提供事業者との交渉では、年 2 回のメニュー改定の時期を逃すと最長で半年我慢しなければならない。
- ・ 学校給食は一般入札方式が多く、価格転嫁すると競合他社が落札してしまうので、値上げが難しい。
- ・ 外食産業はメニューや価格の変更を行いやすいため、価格転嫁しやすい。
- ・ 学校給食では、食材の高騰によりデザートにまで材料費が回らず、フルーツ缶詰の需要が減った。
- ・ 仕入先から大量に値上げの要請があり、納品価格への反映が間に合わず、自社で吸収した。

● 小売事業者

- ・ メーカー、食品卸からの値上げ要請に対して、しっかり対応するよう、社内周知している。
- ・ 値上げの相談のない商品については、メーカーからの値上げ要請を食品卸が断っていないかを確認している。
- ・ メーカーから価格転嫁は言い出しにくいのではないかと推察し、自らメーカーに商談を持ち掛けている。
- ・ 競合店の価格に対抗するためには売価を据え置きせざるを得ない。
- ・ 価格を据え置くために価格改定の直前に大量仕入れを行う小売と、それを許容するメーカーがいる。
- ・ 値上げ要請のないメーカーや食品卸に対して、自社からの働きかけは行っていない。
- ・ 物流センター内で加工して製造コストを下げることで、値上げしにくい青果物で利益を確保している。
- ・ エネルギーコスト、労務費等による自社コストの増加分は、節電、業務効率化等の自社努力で対応している。
- ・ これまでは全店ワンプライスだったが、エリア別の売価設定に変更し、収益構造の改善を図っている。

● 外食・給食事業者

- ・ 原材料費の値上げ頻度が著しいため、次回改定までの値上がり分を予測した上で、価格設定している。
- ・ 原材料価格が高騰した場合でも、外食業界の一般的な原価率 30%になるように価格を設定している。
- ・ 運賃値上げは、ドライバー不足、労働基準法改正、利益の確保を踏まえつつ、数年前から徐々に行ってきた。
- ・ 原材料の仕入価格は上がっているが、納入先に価格転嫁できていないので、自社の負担が大きい。
- ・ メインメニューの価格は据え置き、サイドメニューやトッピングを値上げした（外食事業者）。
- ・ 学校給食は、調達価格が安すぎるため、入札が不調に終わることが増えた。
- ・ 病院や介護施設への値上げを相談すると、診療報酬や介護報酬の改定を待ってくれと言われる。
- ・ 配達給食弁当の値上げは、福利厚生費の非課税枠上限を理由に渋られることがある。
- ・ 値上げを行った結果、ビジネス利用が約 6 割に減り、家族利用やランチ利用が増えた（外食事業者）。

● 物流事業者

- ・ 運賃値上げ交渉では、ゼロ回答はほとんどなく、8 割の事業者が満額回答してくれた。
- ・ 協力会社との運賃交渉におけるコスト削減の過程で物流や商慣習の見直しを行い、業務効率化を図れた。
- ・ 運賃交渉において荷待ち・荷役にかかる課題についても話しやすくなった。ようやく土俵に上がってくれた。
- ・ 地域ごとの相場運賃に即しており、国土交通省の定める標準的な運賃よりかなり安く運んでいると思う。
- ・ 標準的な運賃を示して運賃交渉をしたところ、他社にさらに安い運賃で仕事を持っていかれた。
- ・ 運賃交渉を継続しているが、取引先もその先への価格転嫁ができていないため、受入れが難しいと言われる。
- ・ 物流費の上昇等により、ノンアセット型^{※1}事業者の中で事業継続が困難な者が増加している。
- ・ 地域によって運賃コストが異なるため、「標準的な運賃」のような一律の基準では適正価格の判断が難しい。
- ・ 繁忙期は荷物を運びきれないので、日程変更等で対応しているが、競合他社に仕事を取られてしまう。

※1 ノンアセット型：（物流システムの提案等を行う）3PL 事業のうち、自社で物流倉庫、車両等を使用しない業態（対義語：アセット型）。

2 物流

(1) アンケート調査で得られた全体状況

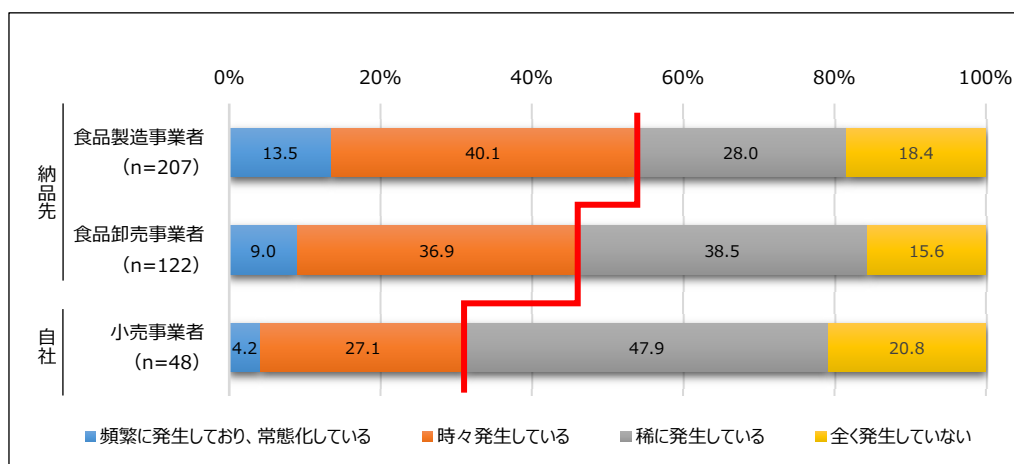
ア 物流費、運賃の価格転嫁の協議状況

p. 5、6 を参照願いたい。

イ 荷待ちの発生状況

食品製造事業者・食品卸売事業者に対し、納品先での荷待ち状況について質問したところ、「常態化している」「時々発生している」との回答は約 5 割であり、単純比較はできないものの、令和 5 年度調査に比べ減少傾向となっていた。

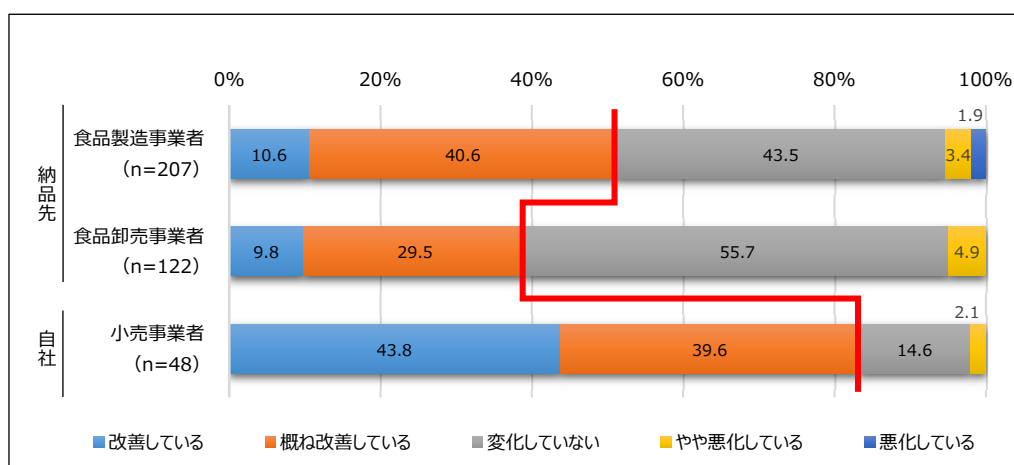
また、これらの事業者の納品先である小売事業者に対し、荷待ち発生状況に対する自己評価を質問したところ、「時々発生している」まで含めても約 3 割であり、「常態化している」との回答は 1 割未満であった。



ウ 荷待ちの改善状況

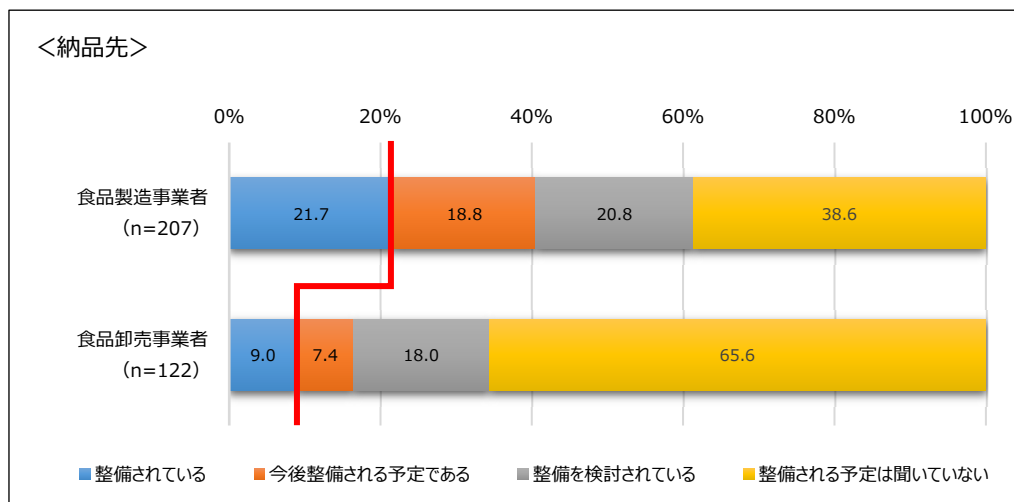
食品製造事業者・食品卸売事業者に対し、納品先での荷待ちの改善状況について質問したところ、「改善している」「概ね改善している」との回答が食品製造事業者では 5 割を超え、食品卸売事業者では約 4 割を占めていた。

また、これら事業者の納品先である小売事業者に対し、改善状況に対する自己評価を質問したところ、「改善している」との回答が 4 割を占め、「概ね改善している」まで含めると 8 割以上となっていた。

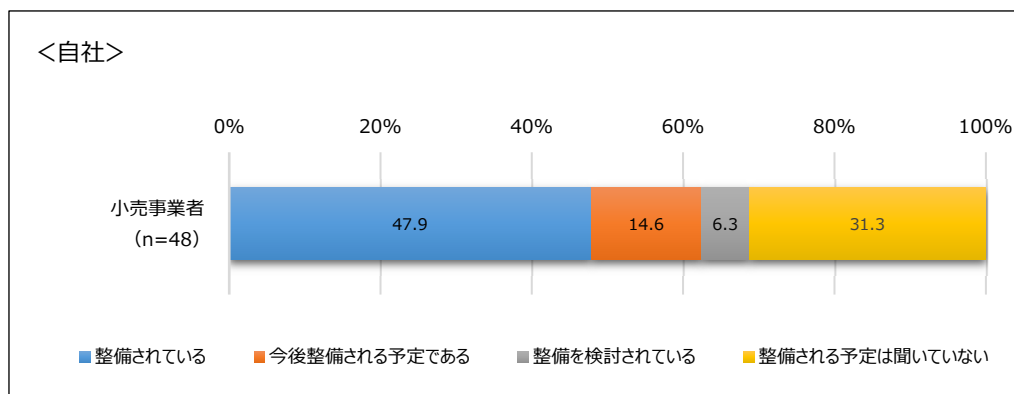


エ トラック予約システムの整備状況

食品製造事業者・食品卸売事業者に対し、納品先におけるトラック予約システムの整備状況について質問したところ、「整備されている」との回答は食品製造事業者で約2割、食品卸売事業者で約1割となっており、令和5年度調査からの大きな変化は見られなかった。



他方、これら事業者の納品先である小売業者に質問したところ、「整備されている」との回答が約5割、「今後整備予定」との回答まで含めると6割以上となっており、単純比較はできないものの、令和5年度から更に取組が進んでいる様子がうかがわれた。



(2) ヒアリング調査で得られた取組事例や課題〈物流〉

● 農業団体・農業法人

- ・ 標準仕様パレット（11 型）に合わせるために外装サイズを変える等、できることから始めている。
- ・ パレット化したことで外装（段ボール箱）が汚れにくくなり、小売からの返品やクレームが減少した。
- ・ 物流の取組により 3 日目から 4 日目販売になったが、予冷車運送で品質劣化をカバーし、影響は出ていない。
- ・ 標準仕様パレットにすることで積載効率が落ちたが、輸送形態が変わる中では仕方ないと思う。
- ・ 標準仕様パレット用に外装サイズ変更の相談があるが、費用は自社負担のため、物価高の現状では厳しい。
- ・ 運賃は直近の数か月で上昇しており、一部地域との取引も運賃上昇を理由に中止した。
- ・ 最寄りの JA に運送の相談をしたところ、包装等を一切変えず輸送できると提案いただき、お願いしている。
- ・ 以前は集荷～運送まで同一の便だったが、現在は集荷便と運送便に分かれ、集荷便は別料金になった。
- ・ 近隣市場以外への運賃が近隣向けに比べ 7 倍以上高い。新しい取引先を開拓する際、送料がネックになる。

● 卸売市場関係者

- ・ 市場専用のパレットを産地に持って行ってもらい、パレットに積んでもらって、市場内で積み替えている。
- ・ 通常の卸売場とは別の場所にパレット優先の荷降ろし場所を確保することでパレット化を進めている。
- ・ 一部産地とは共通パレットで市場間輸送を行っている。市場内は市場用パレットで効率化を行っている。
- ・ パレット回収率向上のための積替えやパレットの廃棄などに負担が掛かっている。
- ・ 各社の冷凍庫によって利用可能なパレットサイズが異なるので、積替えが発生して負担になっている。
- ・ 中継等により輸送日数がプラス 1 ～ 2 日かかり、鮮魚の鮮度が低下してしまう。
- ・ 高単価の品目（ホタテ、いちご等）を運ぶ際、トラック輸送を航空便に切り替えたら輸送時間が短くなった。
- ・ 運送会社からフォークリフトオペレーター※²の配置の相談があり、費用面を踏まえ調整している。
- ・ 他市場の荷も降ろされるので、それも管理しているが、管理費等を誰が負担するか整理する必要がある。

※ 2 フォークリフトオペレーター：倉庫や工場内でフォークリフトを運転し、荷物の運搬や積み込みを行う作業員。

● 食品製造事業者

- ・ トラック予約システムの導入により、3 ～ 4 時間の荷待ちが 30 分未満に短縮された。
- ・ 自社配送のトラックが稼働していない時間帯に小売の商品を配送し、車両の有効活用を図っている。
- ・ 積載効率の低い路線は、配送頻度を下げて台数を減らすことで積載効率の改善を図っている。
- ・ JR 貨物を利用しているが、冷凍コンテナが少ないため、今後の利用拡大は厳しい。
- ・ 悪天候で鉄道が止まると後発のトラック輸送品と賞味期限の日付逆転が生じ、受取拒否される場合がある。
- ・ パレットを鉄道・船舶用のコンテナ内に押し込む機能が未整備のため、現状では原則バラ積みである。
- ・ パレットの紛失が問題となっており、毎年多額の損害が出ている。
- ・ 物流事業者の撤退により、路線便で配送できなくなったエリアがある。
- ・ 予約システムが導入されたが、早い者勝ちで予約が取れない。時間通りに行っても作業員不足で待たされる。
- ・ 船員の不足・働き方改革が問題という意味で「船舶の 2024 年問題」も想定している。
- ・ 工場で製造した製品を工場から比較的近い消費地に届ける加工食品の「地産地消」に取り組んでいる。
- ・ 遠方への納品、荷物の引き取りにはフェリーを使用しており、冷凍庫の電源供給設備が完備されている。

● 食品卸売事業者

- ・ 検品作業は納品トラックを帰した後に行っており、ドライバーの待機は必要ない。
- ・ 得意先（外食等）への配送頻度を週5回から週2～3回に減らすことで効率化を図っている。
- ・ メーカーからリードタイム延長やロットをまとめるよう要望が来ているので協力している。
- ・ 首都圏や都市部では、物流事業者から人手不足を理由に新規ルート of 配送を断られることが多くなった。
- ・ 共同配送を試みたが、集荷場所、配送先、価格が相手企業にばれてしまう等の問題があり、断念した。
- ・ 往路の積載率は約7割で、帰り便はほぼ空なので、積載効率は4割未満である。
- ・ 遠距離輸送される青果物は、中継輸送が行われるようになり、輸送日数が1～2日延びている。
- ・ 離島への配送は船賃が高いため、メーカー、小売、当社で1/3ずつ出し合っている。
- ・ 雪の影響を受ける地域の学校給食は通行止め等で当日納品できない日もあるため、前日納品が当たり前。

● 小売事業者

- ・ 食品卸の協働を働きかけており、互いの物流センターが近い場合は共同配送をお願いしている。
- ・ 商品カテゴリー、店舗別の配送計画の見直しで多頻度納品を減らし、減便と日差変動の縮小を実現した。
- ・ 荷待ちが3時間以上の場合もあったが、トラック予約システムの導入で30分程度に短縮できた。
- ・ 物流の2024年問題の影響で集荷してくれる者が減り、青果が集まりにくくなっている。
- ・ 着荷主がトラックの予約時間を変更したことで荷待ちが発生しても、着荷主側は荷待ちゼロとみなしている。
- ・ 同業他社との共同物流を進めるためには、他社や物流事業者取引価格を知られない仕組みが必要。
- ・ 物流の2024年問題で遠方産地からの青果物輸送が困難になる可能性があり、近隣での調達を検討中。
- ・ トラックバスの予約時間が重なった場合、受付時間を延長するなど現場で対応している。
- ・ 商品カテゴリーを従来より細かく分類し、それらを店舗配送する曜日を分散させ、物量の平準化を行った。

● 外食・給食事業者

- ・ トラック予約システムを導入し、予約を時間割で整理することで納品予定時間をコントロールしている。
- ・ トラック予約システムの導入によって、倉庫での荷待ちが30分程度から10分以内に改善した。
- ・ セントラルキッチン^{※3}への納品で荷待ちが多かったが、納品先を近くの倉庫に変更することで解決した。
- ・ ドライバー不足で繁忙期に荷物が運びきれない場合は、2日に分けて配送をお願いしている。
- ・ 店舗配送の減便により一回の配送量が増えたことで、賞味期限内に使い切れずに、食品ロスが増加している。
- ・ 学校の給食室の冷凍庫は容量に限りがあるため、数日分を納品されても保管できない。
- ・ 倉庫で荷待ちが発生すると、次回以降の納入時間をドライバー相互で調整している。
- ・ 輸入品は12型パレットを使用しているので、12型パレットが主流となっている。
- ・ 食品卸から女性ドライバーでも運べるように、ビール樽を小さいサイズで発注してほしいと要望があった。

※3 セントラルキッチン：複数の飲食店や施設（レストラン、学校、病院等）向けに、料理や食材の調理・加工を専門に行う施設。

● 物流事業者

- ・ 積載効率は100%。取引先は片道単価。各所に出先があるので、そこで復荷の手配をしている。
- ・ 委託先の物流事業者を1社ずつ回り、高速利用を推進し、時間外労働の上限を超えないよう促している。
- ・ 11型パレットに合わせてケースのサイズを標準化しているメーカーがあり、物流会社として歓迎している。
- ・ 二次下請以降の事業者の状況については直接把握できていない。業界全体としても把握は難しいと思う。
- ・ 農産品輸送において協力会社（二次請以降）に超過労働の懸念があり、潜在的なリスクとなっている。
- ・ トラック予約システムを導入しても、予約時間前に周辺で待機しているため、実質の待機時間は変わらない。
- ・ 納品先がレンタルパレット未利用のため、パレットの積替えやバラ降ろしが発生している。
- ・ 植物油のタンクローリー輸送を効率化するため、荷受側で移送用ポンプの設置に取り組んでほしい。
- ・ 関東は輸送量が多いため、荷主にお断りしなくてもロットがまとまる。

3 商慣習の見直し及びデジタル化

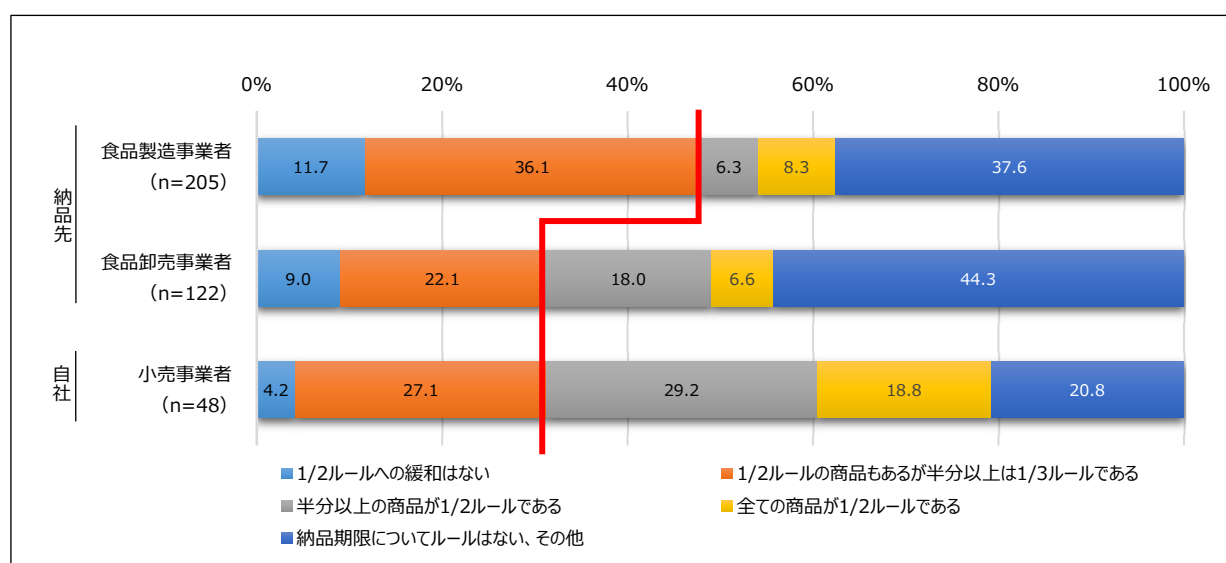
(1) アンケート調査で得られた全体状況

ア 納品期限の状況

食品製造事業者・食品卸売事業者に対し、納品先から指定される納品期限について質問したところ、

- ・ 「1/2ルールへの緩和はない」との回答は1割程度であったが、
- ・ 「1/2ルールの商品もあるが半分以上は1/3ルール※⁴」との回答が最も多く、
- ・ 「全ての商品が1/2ルール」との回答は1割未満にとどまった。

他方、小売事業者に対し、納品期限ルールの設定状況を質問したところ、「全ての商品が1/2ルール」との回答が約2割、「半分以上の商品が1/2ルール」との回答が約3割を占めており、食品製造事業者・食品卸売事業者の回答とは乖離が見られた。



イ 納品リードタイムの状況

小売事業者に対し、食品卸売事業者等への発注から小売の店舗納品までのリードタイム（以下「LT」という。）について質問したところ、

- ・ 令和5年度調査同様、LT1（翌日納品）が5割以上となっていたものの、
- ・ 日配品、冷凍食品において、LT2（翌々日納品）の割合がそれぞれ約5%増加するなど、LT延長の取組が着実に進められている様子が見られた。

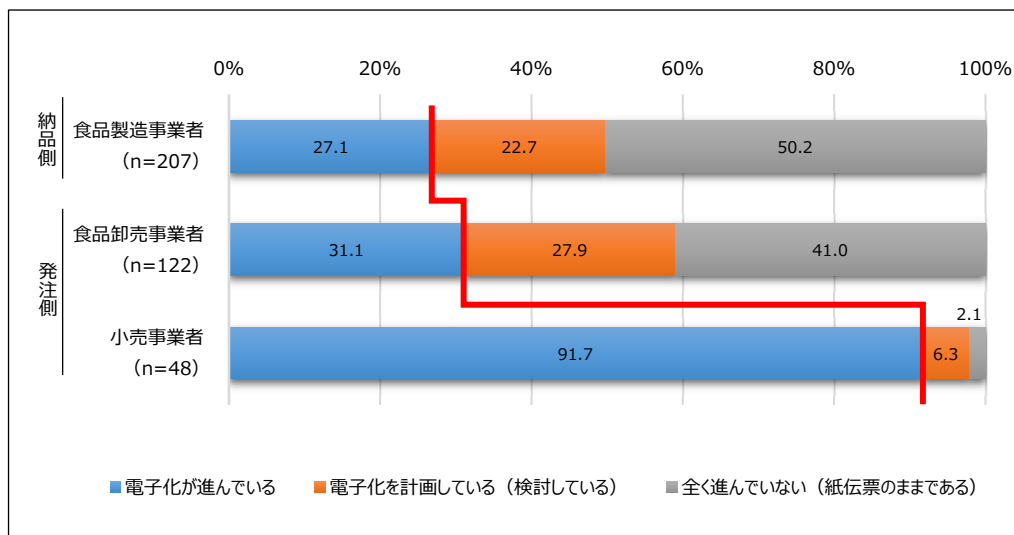
	ドライ品 (常温品)	日配品 (チルド品)	冷凍食品	店舗直送品 (パン等)
リードタイム0日 (当日納品)	13.5	8.3	11.1	6.1
リードタイム1日 (翌日納品)	56.8	55.6	58.3	54.5
リードタイム2日 (翌々日)	24.3	36.1	30.6	39.4
リードタイム3日 (中2日)	2.7	0.0	0.0	0.0
リードタイム4日以降	2.7	0.0	0.0	0.0
リードタイムはない	0.0	0.0	0.0	0.0

(n=37)

ウ 納品伝票の電子化の状況

納品伝票の電子化の状況について質問したところ、

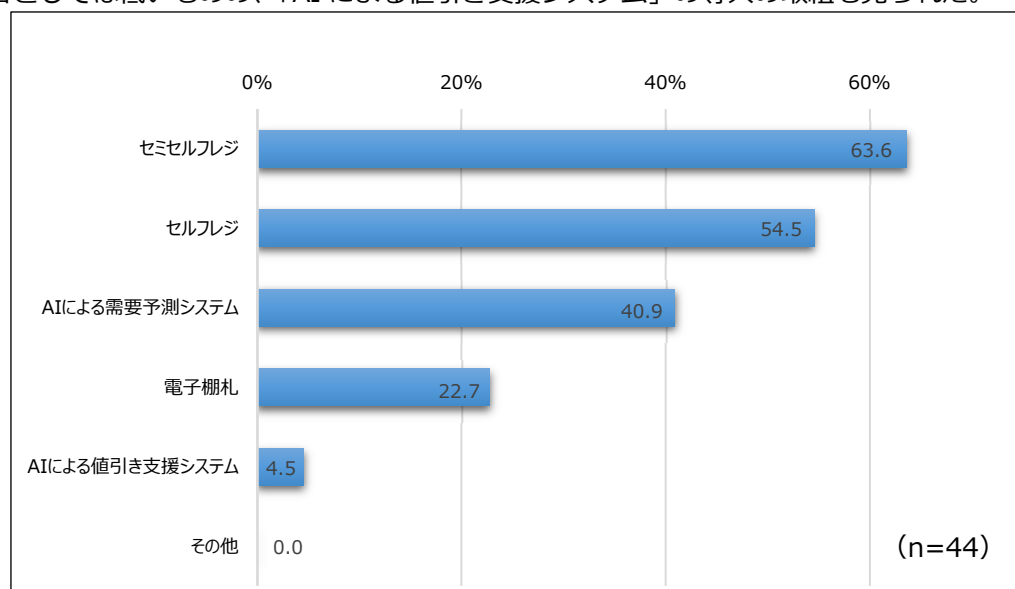
- ・ 食品製造事業者（納品側）、食品卸売事業者（発注側）では、「電子化が進んでいる」との回答が約3割にとどまっていたことに對し、
- ・ 今回のアンケートにおいて比較的大規模な企業が多かった小売事業者（発注側）では9割以上が「電子化が進んでいる」と回答していた。



エ 小売事業者の DX 化の取組状況

小売事業者に対し、DX 化の取組状況について質問したところ、

- ・ 割合としては、「セミセルフレジ※⁵」、「セルフレジ※⁶」の順で多かったが、
- ・ 「AI による需要予測システム」も約4割を占め、単純比較はできないものの、令和5年度調査に比べ1割程度増加していたほか、
- ・ 割合としては低いものの、「AI による値引き支援システム」の導入の取組も見られた。



※4 3分の1（1/3）ルール：サプライチェーンにおいて存在する、賞味期間の3分の1以内で小売店舗に納品する慣例。このルールのもとでは、賞味期限を基準とした厳しい納品期限を取引先より設定される場合がある。

※5 セミセルフレジ：店舗の会計時に、商品のスキャンは店員が行い、会計のみを顧客自身が行うシステム。

※6 セルフレジ：店舗の会計時に、商品のバーコード読み取りから会計までを顧客自身が行うシステム。

(2) ヒアリング調査で得られた取組事例や課題〈商慣習の見直し及びデジタル化〉

● 農業団体・農業法人

- ・ 返品の際は必ず商品の状態が分かるように写真を送ってもらっている。
- ・ 働き手は主にパートや技能実習生である。技能実習生は待遇を良くしているため毎年来てくれている。
- ・ 量販店との商談で言葉遣い等に気を遣ってくれている雰囲気があり、良い方向で改善している実感がある。
- ・ 大手取引先のシステム改修により、入金時期が急に変更されたことがあった。
- ・ 納品先のセンターの横持ち時に商品を傷めており、クレームが急増していた。
- ・ リードタイムを LT2（翌々日納品）にしたいが、注文が来なくなるので現状は LT1 のままである。
- ・ 支払事務効率化のため試験的に nimar^{※7} を使ったところ負担が減り、生産者から好評だった。
- ・ 全農のシステムへの手入力や、FAX でのやり取りが負担になっている（単位農協）。
- ・ 卸売市場と休日がずれており、繁忙期は日曜出荷もあるため社員の負担になっている（単位農協）。

※7 nimar：出荷者との業務連絡や取引業務を効率化するためのサービス。出荷者との集荷・販売連絡、送り状・販売原票の作成、資材の受発注等のサービスがある。

● 卸売市場関係者

- ・ 返品の際は、商品の写真等を送付してもらい、該当する商品のみ返品を受け、値引きしている。
- ・ 量販店から「新入社員やバイヤーに返品方法を教えてほしい」との依頼があり、研修を実施した。
- ・ センターフィー^{※8}について、システム利用料も含め細かく明細をもらっているため、不透明感はない。
- ・ セリ時刻を早朝から前日の夜に変更することで、深夜・早朝勤務が減少し、社員が辞めなくなった。
- ・ オンラインセリへの移行で人員を8割減らすことができ、営業や相対取引に人員を回せるようになった。
- ・ 不良品は1個だけなのに全部返品された。現物や画像もなくクレーム票のみ送られ、赤伝^{※9}を切らされた。
- ・ センターフィーの用途の説明がないまま、一方的に料率を上げる通知が来た。
- ・ センターフィーの値上げは、契約を打ち切られるおそれがあるので、提示されたら受け入れざるを得ない。
- ・ 従来は留守番電話が多かったが、FAX や LINE でお願いするようにしたところ、幾分対応しやすくなった。
- ・ SNS ツールによる受発注システムを導入しており、時間を問わず注文が入るが、時間外対応はない。
- ・ コロナ禍でセリをやめて電子入札に変えたところ、入札にかかる省人化ができるという新たな発見があった。

※8 センターフィー：小売事業者等が納入事業者に請求する物流センター等の流通業務用施設の使用料。

※9 赤伝：すでに処理された伝票を取り消すために発行される伝票。「赤伝を切る」ことで元の伝票と相殺され、取引を取り消す。

● 食品製造事業者

- ・ 食品卸との契約時にセンターフィーの設定根拠の説明があり、不当な要求はされていない。
- ・ 新たな運送契約締結の際に附帯作業を追加記載しており、既存事業者との契約の見直しも随時行っている。
- ・ 納品先における附帯作業・荷役作業の有無は物流事業者から聞き取って把握し、別途料金を支払っている。
- ・ 工場の人手不足解消のために、全自動フォークリフト、自動棚入機等を導入し、省力化を図った。
- ・ 納品期限の緩和に協力的な小売もいるが、厳しい事業者に合わせている必要があり、1/3 ルールのままである。
- ・ 納品期限は1/3 ルールが主流で、一部の小売は1/4 ルール等更に厳しいルールを求めている。
- ・ 小売に対してリードタイムの延長を希望すると、納品時間の前倒しを要求される。
- ・ 賞味期限を大括り化すると、商品回収が発生した場合に、回収対象の範囲が拡大してしまう。
- ・ 賞味期限の日付逆転（ロット逆転）納品を認めてほしい。
- ・ センターフィーの透明化について強く働きかけてほしい。

● 食品卸売事業者

- ・ 学校給食の食材納品時における附帯業務（段ボール回収）は教育委員会へ相談し、完全に廃止された。
- ・ リードタイムの延長について理解してもらいやすい環境になっている。
- ・ 発注は電子化を進めており、OCR^{※10}の導入、SNS ツールを用いた受注等を実施している。

- ・ 学校給食納品時の附帯作業（棚入れ等）をやめたいが、契約を打ち切られるのが怖くて言い出せない。
- ・ 学校給食では、同じ時間帯に納品時間を指定されるため、複数台の車両で配送しなければならない。
- ・ 台風による休校で学校給食が中止になると、配送途中でも納品済商品の回収や返品を受けている。
- ・ 完全なデジタル化はハードルが高い。一部でも紙の使用が残るのなら、デジタル化する意味があるのか疑問。
- ・ 営業活動の一環として配送をしている側面があるため、荷降ろし等の附帯業務を引き続き行っている。
- ・ 自社配送の場合、附帯業務をしながら取引先の状況を把握でき、新たな提案や営業につなげている。
- ・ 初任給上昇で既存社員との給与格差が発生。直近は新規採用を停止し既存社員の賃金向上に取り組んでいる。

※10 OCR：文字などを画像データとして取り込み、編集可能な文字データに変換する技術。光学文字認識。

● 小売事業者

- ・ センターフィーの設定根拠について、中身の費用、運送費用まで分解して示しており、文章で提示している。
- ・ スーパーで1/2ルールを採用したところ、食品廃棄量や返品が減り、メリットがあった。
- ・ 数年前にRPA^{※11}を導入。商品の売価変更のプロセスを自動化している。
- ・ ドラッグストアは食品の在庫回転が悪いので、食品スーパー等の納品期限緩和の動きに追随するのは困難。
- ・ 賞味期限の日付逆転は、消費者に不利益を与えることになるので、許容することができない。
- ・ メーカー・食品卸からASN^{※12}が送られてくるが、物流センターでは納品時の検品レスには至っていない。
- ・ 賞味期限の大括り化については検討した方が良いと思う。店での管理が楽になる。
- ・ コンビニエンスストアは在庫回転がかなり速いため、1/2ルールでも問題ない。
- ・ 大規模小売店舗立地法（大店法）^{※13}で深夜・早朝の納品が制限されており、規定時間外の納品が難しい。

※11 RPA：ロボットによる業務の自動化。パソコンやシステム上で行われる手作業を自動化するためのソフトウェアをRPAツールという。

※12 ASN：納入業者が物流センター側に出荷情報を事前に通知すること。事前出荷情報。

※13 大規模小売店舗立地法（大店法）：大型店の出店による地域への影響を調整する法律。法律が定める指針において、騒音や交通渋滞などを引き起こす可能性のある深夜・早朝の納品は十分な配慮が求められる。

● 外食・給食事業者

- ・ 外装損傷のある輸入品は返品せずにテープ補修等で使用するようになっている。
- ・ 置き納品ルールを定めており、ドライバーが帰った後に検品を実施している。
- ・ BtoBプラットフォームによる発注のデジタル化により、店舗納品時の検品が不要になった。
- ・ 外食店舗における自動発注は、頻繁なメニュー変更、生鮮食材の使用が多い等の理由から現状では難しい。
- ・ 小さな個人商店や学校給食などは、発注者が年配である等の理由からFAXや電話での発注のままである。
- ・ 納品期限について、賞味期限が切れていなければ問題なく使用している（給食事業者）。
- ・ ホールとキッチンの両方に対応できる人材の育成に取り組んでいる（外食事業者）。
- ・ 当日に休校が決まった場合、納品済みの学校給食用食材の取扱いが取り決めが明確化されていない。

● 物流事業者

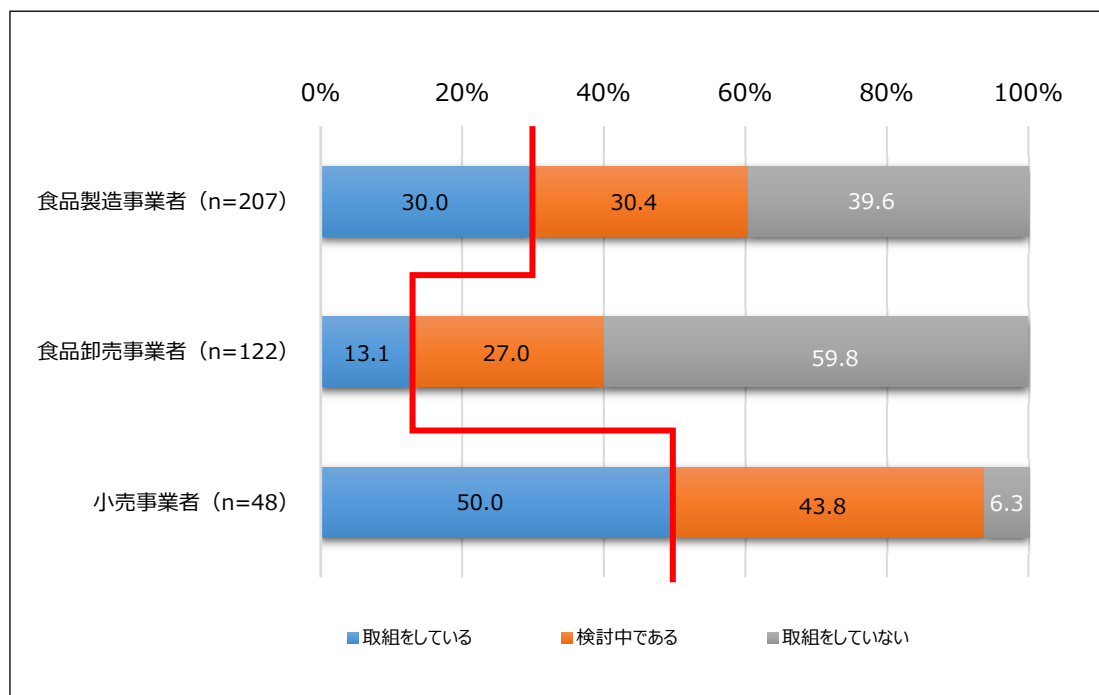
- ・ 発注者情報には価格情報が含まれていないので、共同配送時に卸価格が他の納品先に知られる心配はない。
- ・ AIの自動配車により、属人化していた配車作業を誰でもできるようになった。
- ・ 直近1～2年、倉庫・食品卸のセンター間では情報（ASN）を事前に共有し、納品時の検品は行っていない。
- ・ 負担の大きい附帯作業を納品先でやってもらえれば女性ドライバーがもっと活躍できる。
- ・ 人材不足が懸念されているが、低賃金のため残業時間を減らすと転職されてしまい、負のスパイラルに陥る。
- ・ 後継者不足による廃業が増えている。M&Aの相談も来るが、「平均年齢60代」と言われると厳しい。
- ・ 若手確保に向けた取組として、高校生を対象にした県トラック協会主催の見学会を実施している。
- ・ 会社公認のYouTube配信などを通し、会社の日常業務を知ってもらった結果、若手の入社希望が増えた。
- ・ 運転免許取得費用は全額会社負担である。

4 環境配慮

(1) アンケート調査で得られた全体状況

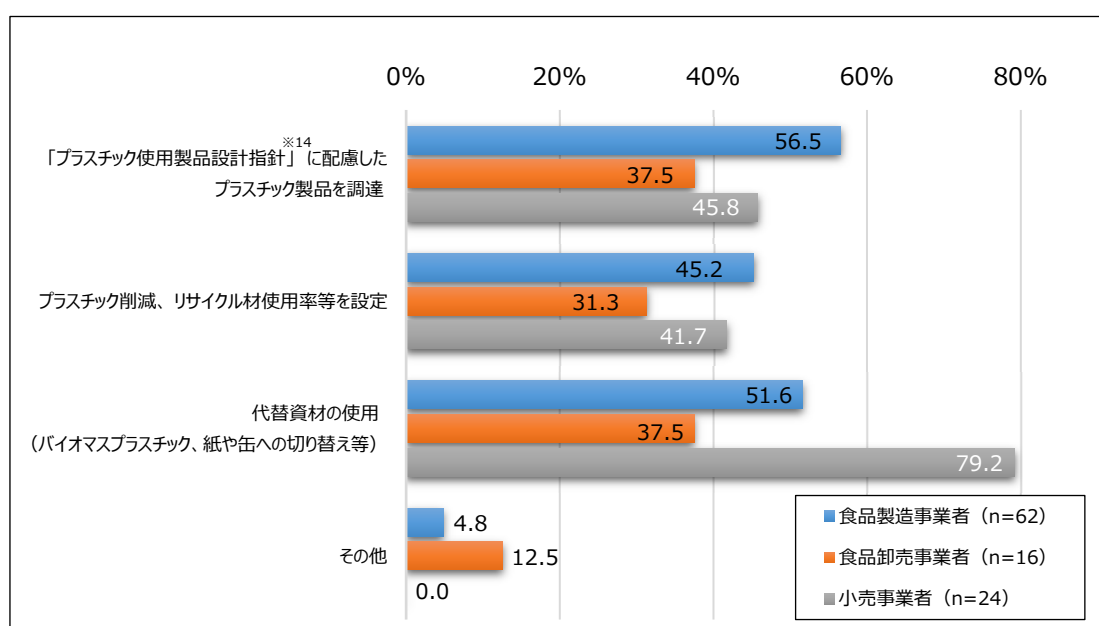
ア プラスチック排出削減への取組状況

現状において「プラスチック排出削減に向けた取組を行っている」のは、食品製造事業者の3割、食品卸売事業者の1割、小売事業者の5割にとどまっていた。



イ プラスチック排出削減に向けた取組

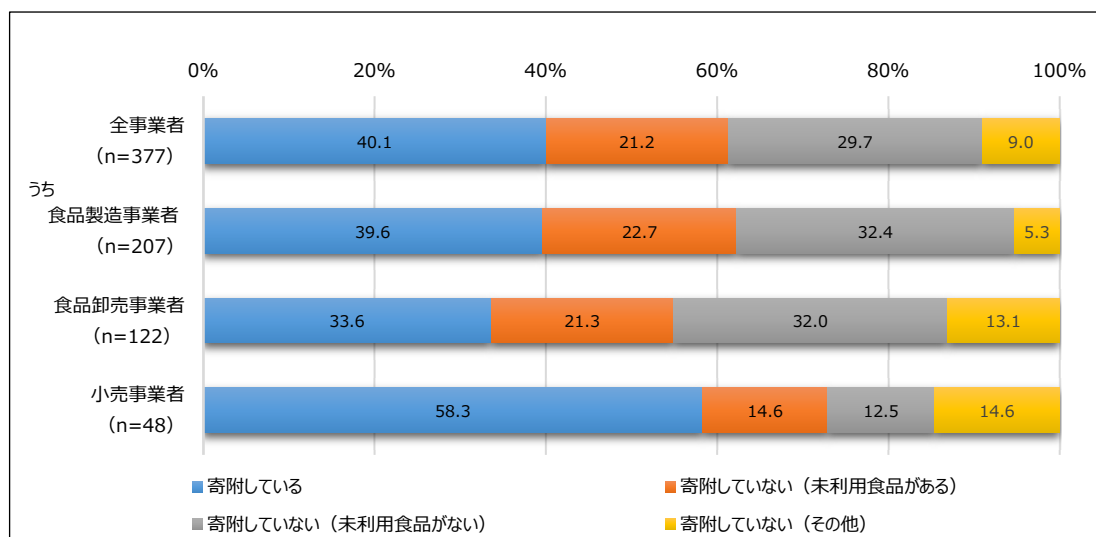
上記アの質問で、プラスチックの排出削減に取り組んでいると回答した事業者に、具体的な取組内容を質問したところ、「代替資材の使用」については、小売事業者の約8割から「取り組んでいる」との回答があった。



※14：プラスチック使用製品設計指針：プラスチック使用製品の設計に当たって、プラスチック使用製品製造事業者等が取り組むべき事項及び配慮すべき事項。構造については、プラスチックの減量化、包装の簡素化、単一素材化等が挙げられる。

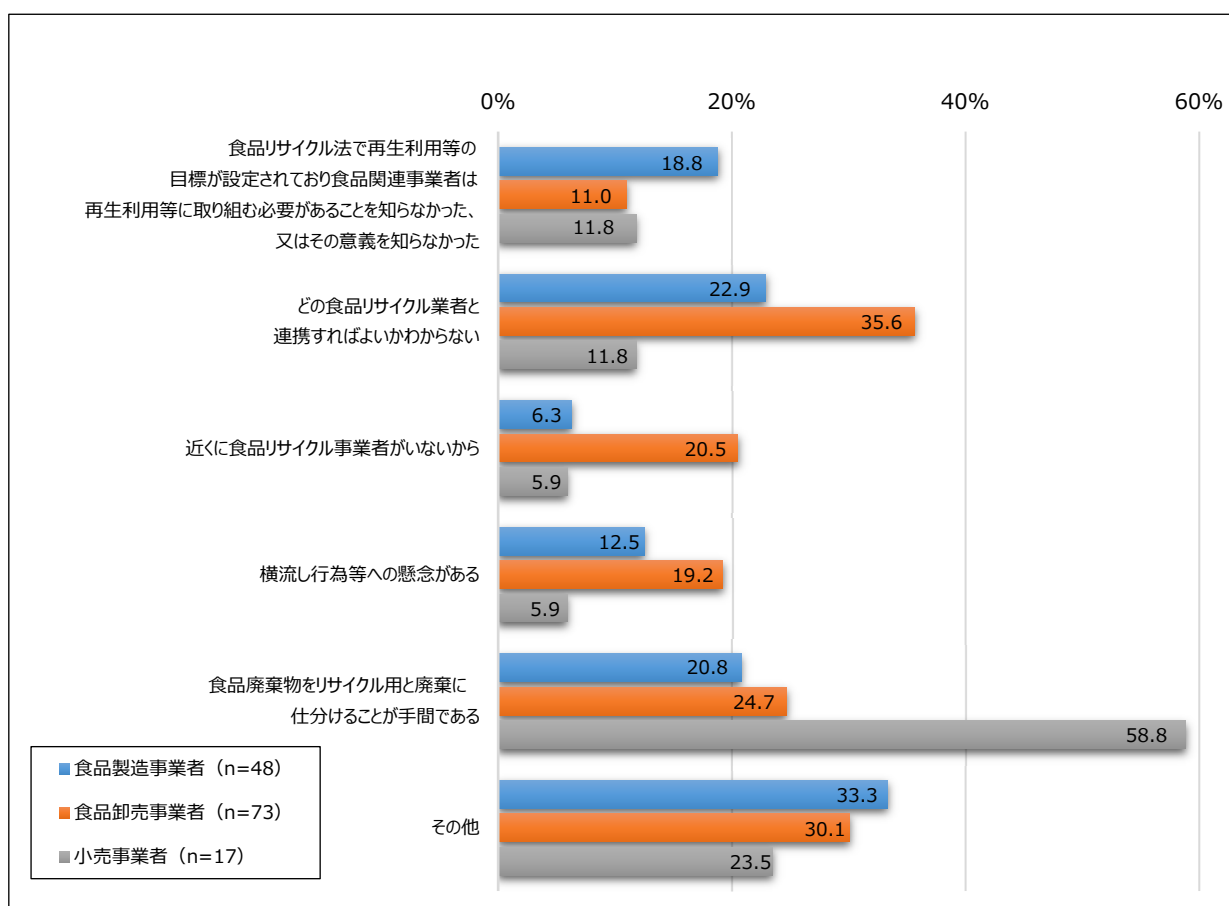
ウ 未利用食品の寄附状況

未利用食品のフードバンク・こども食堂等への寄附状況について質問したところ、全事業者の約4割が「寄附している」との回答であった。一方、未利用食品があるものの「寄附していない」との回答も2割強を占めていた。



エ 食品リサイクルに取り組まない理由

食品廃棄物の再生利用等（肥料や家畜の飼料等へのリサイクル等）に「取り組んでいない」と回答した事業者に理由（課題や問題点）を質問したところ、食品卸売事業者では「どのリサイクル業者と連携すればわからないから」との回答が4割弱であり、小売事業者では「食品廃棄物をリサイクル用と廃棄に仕分けることが手間である」との回答が6割弱と多かった。



(2) ヒアリング調査で得られた取組事例や課題〈環境配慮〉

● 農業団体・農業法人

- ・ 梱包材の強度が出ないといった課題もあるが、経費削減という面も含め、一部を薄くして販売している。
- ・ 規格外品の野菜は直売所で販売。市場相場が悪い場合や余剰分は冷凍・加工して付加価値をつけて販売。
- ・ 野菜の廃棄していた部位や規格外品を使用した自社商品を開発したり、メーカーへ販売したりしている。
- ・ 排気ガス対策として、トラクターにはアドブルー装置^{※15}を入れている。
- ・ 環境配慮の取組が重要であることは認識しているが、そこまで手が回らないのが現状である。
- ・ 食品ロス対策を検討しているが、フードバンクへの提供に経費が掛かるので、昨今の状況では厳しい。

※15 アドブルー装置：廃棄ガス中の有毒な窒素酸化物（NOx）を無害な窒素で水に分解する装置。

● 卸売市場関係者

- ・ プラスチック排出削減のため、客の了承をもらって輸送用の発泡スチロールを回収して再利用している。
- ・ 再利用できない発泡スチロールは、市場内でインゴット^{※16}加工する設備が整っている。
- ・ 食品ロスがでないよう社内管理体制を徹底し、仕入れから3～4日以内に売り捌くようルール化している。
- ・ マグロの骨やアラを餌やサプリメントの原料（魚粉、魚油）にリサイクルする事業者へ販売している。
- ・ 荷崩れ防止のラップはリサイクルできないため、処理費用や時間のほか、環境問題にも影響がある。
- ・ 食品ロス対応として何かしたいが、取り組むにしても経費が掛かるので、現状厳しい。
- ・ フードバンクに何度か提供したが、運賃等負担が大きく、継続的に行うのは難しい。

※16 インゴット：溶融・減容化し、再利用しやすい塊状に加工したもの。ポリスチレン製品の原料等として再利用できる。

● 食品製造事業者

- ・ プラスチック使用量の削減として、包装フィルムの薄肉化等に取り組んでいる。
- ・ ペットボトルの水平リサイクル^{※17}について、同業他社と共同で声明を出して取り組んでいる。
- ・ 外装損傷等の理由で販売できなくなった商品は、フードバンクに寄附している。
- ・ 日本の質の良いリサイクルペットボトルを海外企業が買い取ろうとしており、危惧している。
- ・ 海外にフレーク^{※18}が流出すると国内でプラスチック資源の循環ができなくなる。
- ・ フードバンクから寄附の要請はあるが、全国に商品が分散しているため、提供が難しい。
- ・ フードバンクの指定納品場所へ運ぶ必要があり、運賃が廃棄費用よりも高くなる。
- ・ フードバンク経由では（冷凍食品の）管理状況が不明で安全性を担保できず直接こども食堂に提供している。

※17 水平リサイクル：使用済みの製品を原料として、再び同じ種類の製品を製造するリサイクルのこと。

※18 フレーク：使用済みプラスチック製品を細かく破碎・洗浄・乾燥したもの。

● 食品卸売事業者

- ・ ホタテ貝由来のバイオマスプラスチックを使ったチルド・冷凍弁当の容器を使用している。
- ・ 賞味期限が短くなり店頭販売できない商品は、近隣の幼稚園やこども食堂に寄附することもある。
- ・ こども食堂へ資金の寄附を行っている。メーカーと協力して年1回売上の一部を寄附している。
- ・ 保管設備の余力を活用し、欲しい商品や日時を決めて取りに来てもらうフードバンク事業を実施している。
- ・ レジ袋はバイオマス含有率が高くなると価格が高くなる。得意先からのレジ袋の注文は価格優先である。
- ・ フードバンクから協力の依頼があったが元々の廃棄率が低く提供できる食品がほとんどないためお断りした。
- ・ 食品を寄附できるようにしているが、賞味期限の残りが短い場合、先方の受け入れ条件に合わない。
- ・ 規格外野菜を原材料とした加工食品は、消費者が「規格外なのに価格が普通の商品と同じ」と納得しない。

● 小売事業者

- ・ プラスチック使用量削減のため、バイオマス含有のレジ袋の利用や有料化、カトラリーの木製化等を実施。
- ・ 値引きのタイミングを在庫と販売予測から支援するAIシステムを導入し、食品ロスを削減している。
- ・ フードバンクの要望に応じ、賞味期限が1か月以上残っている加工食品や菓子などを寄附している。
- ・ フードバンクへは、食品だけではなく、ペットフードも寄附を行っている。
- ・ 生鮮食品等について、食中毒等の免責事項を合意した上で、支援団体に直接取りに来てもらっている。
- ・ レジ袋のバイオマスプラスチック含有率が高いと高価になるので、含有率は下げざるを得ない。
- ・ 全店舗合計での食品廃棄量は多いが、各店舗の廃棄量は少なく、リサイクルの仕組みを確立するのが難しい。

● 外食・給食事業者

- ・ 使い終わった学校給食用プラスチック食器は学校給食用トレーの原料としてリサイクルされている。
- ・ 以前は来客予測をもとに調理していたが、受注後に商品を作るシステムに変更し、食品ロスを削減した。
- ・ 外食での食品廃棄は食べ残しがメインで、持ち帰り用の容器としてドギーバッグ^{※19}を提供している。
- ・ 外食で発生する不揃い肉をフードパントリー^{※20}を通してこども食堂へ寄附している。
- ・ 自治体の食品ロス削減事業に加盟している店舗もある。
- ・ 提供するストローをバイオマスプラスチック100%に変更したが、価格が1.5倍になった。
- ・ 食中毒の危険性があるため、ドギーバッグによる持ち帰りは推奨していない。
- ・ 学校給食の食べ残しには、醤油やストローの袋などのごみが混じっているため、リサイクルは難しい。

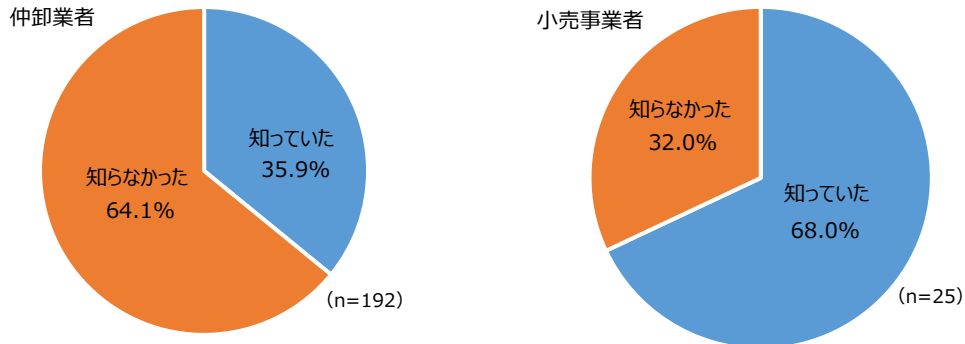
※19 ドギーバッグ：飲食店等で食べ残した料理を持ち帰るための容器。

※20 フードパントリー：経済的な困難を抱える人に、食料を無償で提供する活動やその場所。

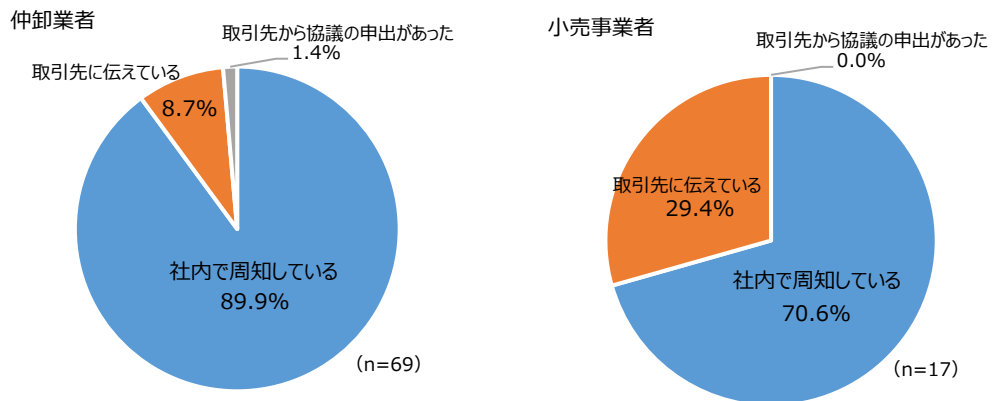
5 生鮮取引適正化ガイドラインのフォローアップ調査の概要

ア 生鮮取引適正化ガイドラインの認知・活用状況

仲卸業者・小売事業者に対し本ガイドラインを知っているか質問したところ、「知っていた」との回答は、仲卸業者で4割、小売事業者で7割であった。



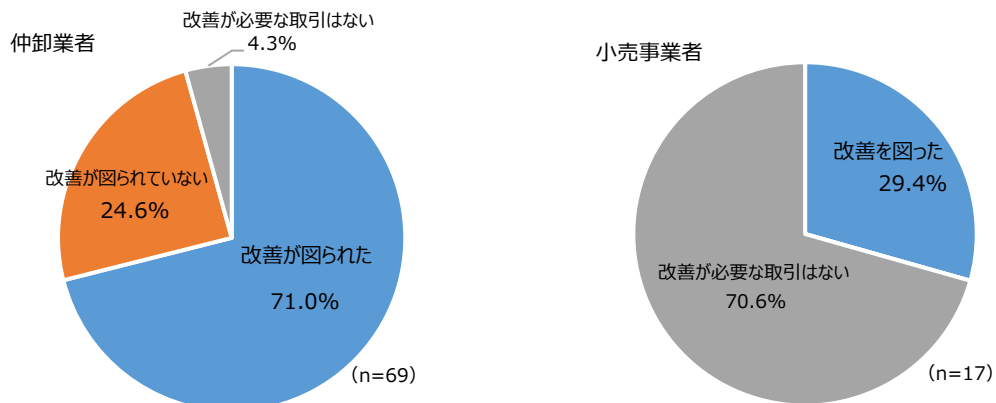
本ガイドラインを「知っていた」と回答した事業者に対し、活用状況について質問したところ、仲卸業者の9割、小売事業者の7割が「社内で周知している」との回答であり、「取引先に伝えている」のは、仲卸業者の1割、小売事業者の3割にとどまった。



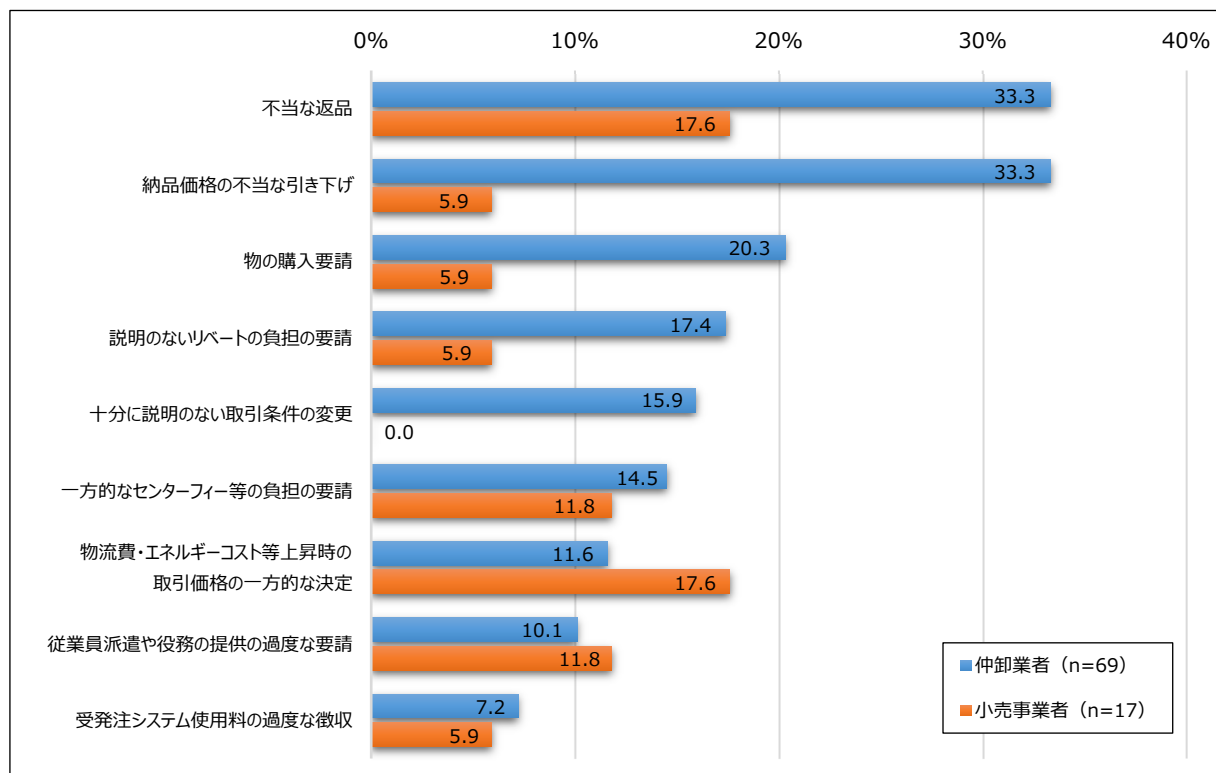
イ 取引の改善状況

取引の改善状況を質問したところ、仲卸業者の7割、小売事業者の3割が本ガイドライン等により何らかの「改善が図られた」と認識していた。

一方、小売事業者の7割が「改善が必要な取引はない」と認識しており、仲卸業者と小売事業者の認識には乖離が見られた。



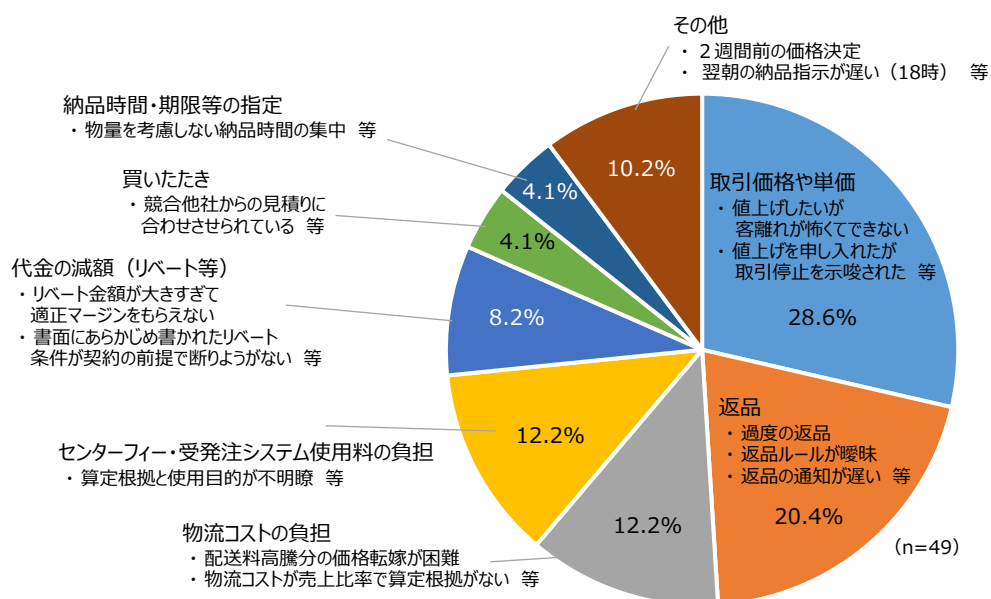
改善が図られた項目として、仲卸業者では「不当な返品」や「納品価格の不当な引き下げ」で多く、小売事業者では「不当な返品」のほか、「物流費・エネルギーコスト等上昇時の取引価格の一時的な決定」で改善を図ったとの回答が多かった。



ウ 今後の課題

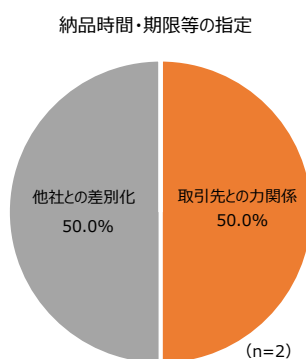
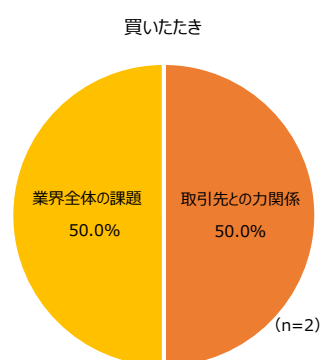
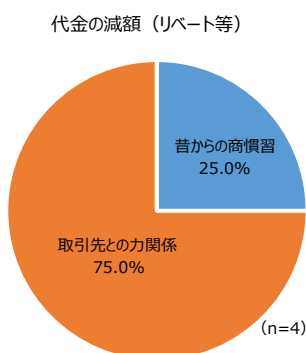
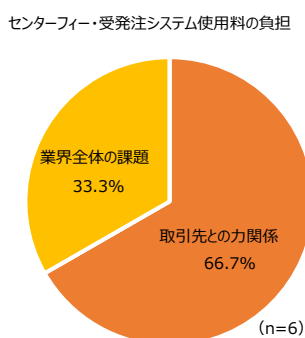
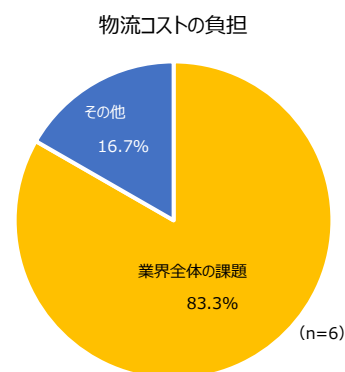
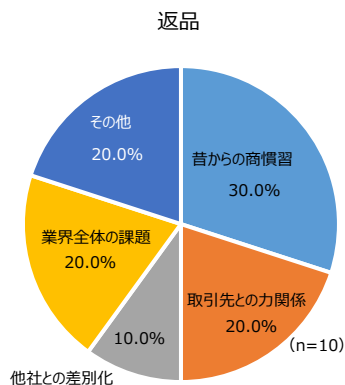
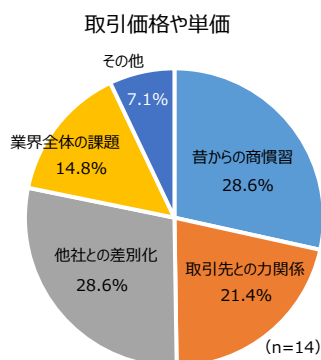
最も取引の多い会社との間における課題の有無について質問したところ、仲卸業者の 25.5%が「課題あり」と回答した。一方、小売事業者の 96%が課題なしと認識していた。

仲卸業者に具体的な課題の内容を質問したところ、「取引価格や単価」と「返品」がおおよそ半数を占め、次いで、「物流コストの負担」「センターフィー・受発注システム使用料の負担」「代金の減額（リベート等）」のコストに関する課題が挙げられた。



課題を改善できない要因について、「取引価格や単価」「返品」については、「昔からの商慣習」や「取引先との力関係」が挙げられたが、仲卸業者自身が「他社との差別化」のために自ら取引価格を引き下げたり、返品に応じたりしているとの回答もあった。一方、「物流コストの負担」については、物流の2024年問題の影響等もあり、「業界全体の課題」であるとの認識が多かった。

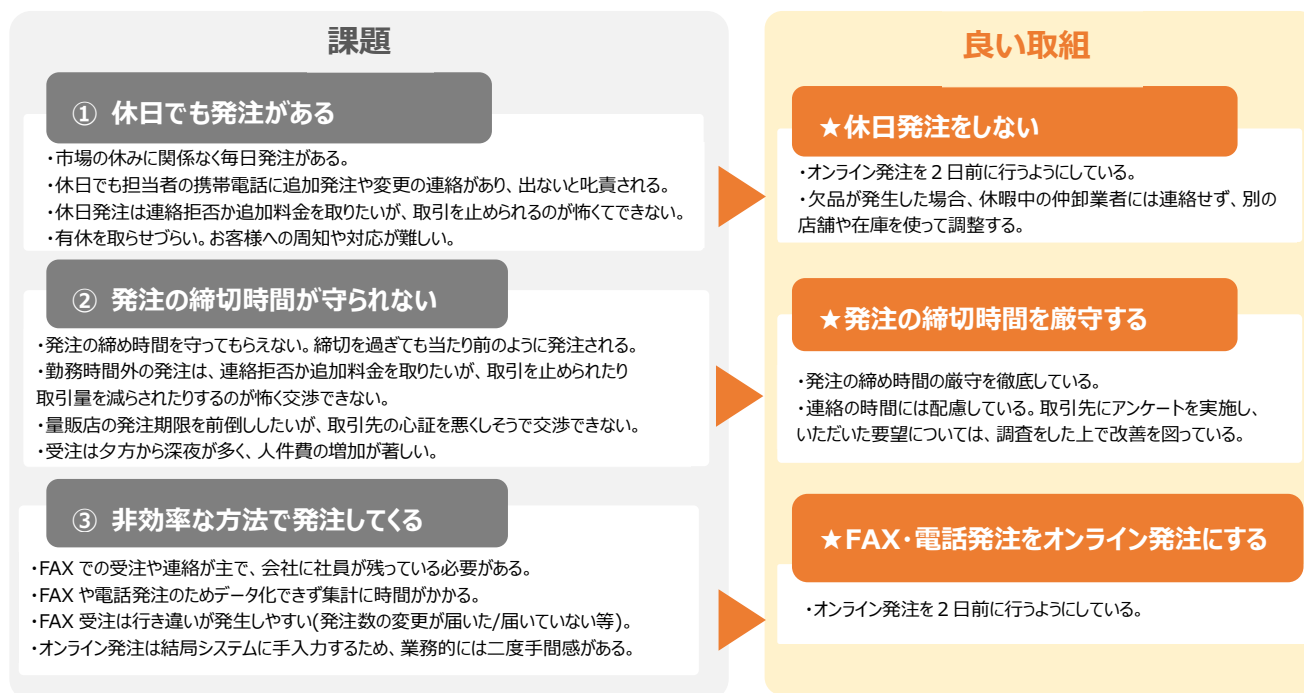
「センターフィー・受発注システム使用料の負担」「代金の減額（リベート等）」「買ったたき」「納品時間・期限等の指定」については、いずれも「取引先との力関係」が大きな要因として挙げられた。



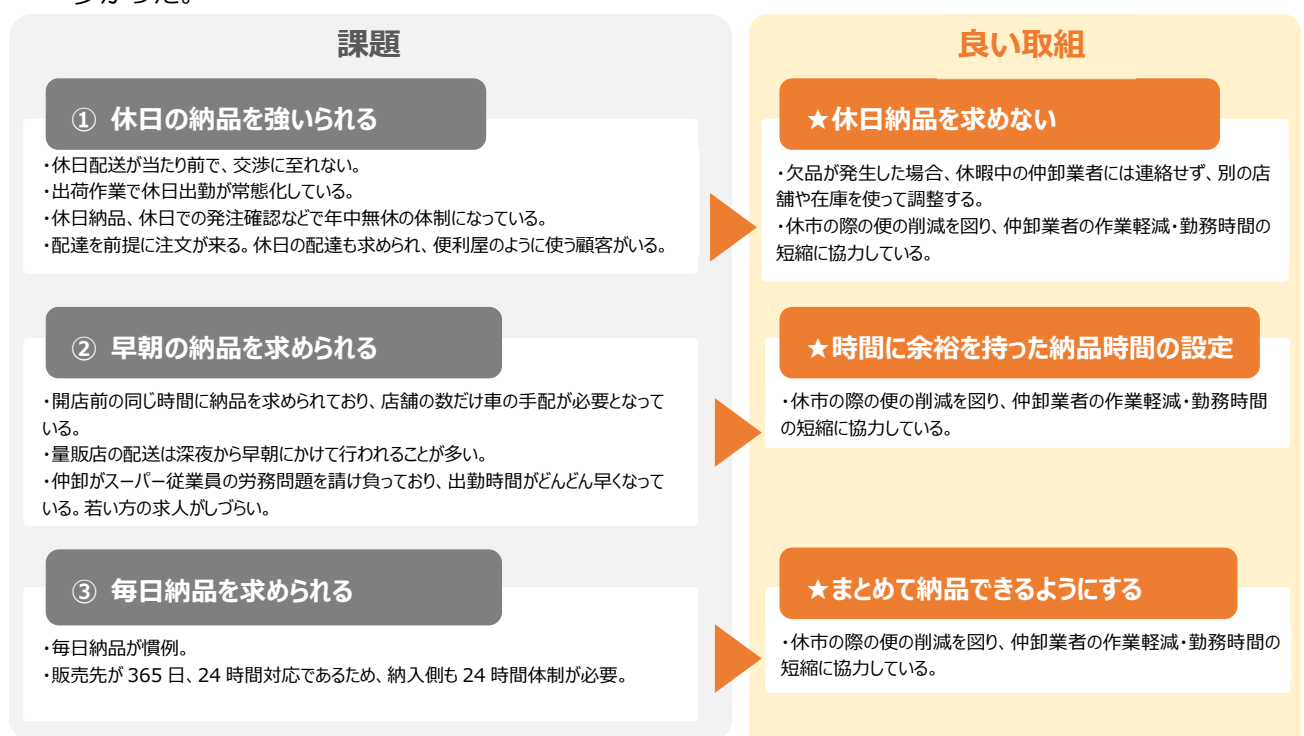
エ その他：商慣行の「働き方」への影響

今回のフォローアップ調査の機会を活用し、商慣行が従業員の「働き方」に与える影響について、自由記載方式でアンケート調査を行ったところ、発注業務と納品業務に関するコメントが多かった。

発注業務については、仲卸業者からは、「休日でも発注がある」「発注の締め時間が守られない」といった課題が多数寄せられたほか、FAX や電話等による「非効率的な手法での発注」が課題であるとの指摘も多かった。一方、小売事業者からは、「仲卸業者の休業日に発注しない工夫」「発注締め時間を厳守」「オンライン発注を実施」などの前向きな取組についての声が多かった。



納品業務についても、仲卸業者からは、「休日の納品を強いられる」「早朝の納品を求められる」「毎日納品を求められる」といった課題が挙げられ、一方、小売事業者からは、「仲卸業者に休日納品を求めない工夫」「幅を持たせた納品時間の設定」「まとめて発注する工夫」などの前向きな取組についての声が多かった。



Ⅳ 令和 6 年度調査の総括

<全体総括>

- ・ 食品等流通調査は、本年度で 6 回目である。
- ・ 令和 6 年度は、物価高が継続する中、引き続き、持続的・構造的賃上げに向けた価格転嫁等の取引適正化が課題となっており、政府全体として、価格交渉促進月間における価格交渉・価格転嫁の要請等や、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」の周知徹底等が進められた。
- ・ また、4 月 1 日からトラックドライバーに時間外労働の上限規制（年 960 時間）の適用が開始され、このことによる輸送力不足の発生が懸念されていた（物流の 2024 年問題）。
- ・ さらに、環境配慮について、食品ロス削減、食品リサイクル推進に加え、近年はプラスチックごみによる海洋汚染が国際的な課題となっており、プラスチック使用に対して規制を設ける動きにも関心が高まった。
- ・ このような状況の中、令和 6 年度の食品等流通調査では、上記のような課題について、377 者に対するアンケート調査と 105 者に対するヒアリング調査を実施。また、令和 6 年 3 月に策定した「卸売市場の仲卸業者等と小売業者との間における生鮮食料品等の取引の適正化に関するガイドライン」のフォローアップのために 217 者に対するアンケート調査を実施。これらを通じて把握できた全体的な傾向は以下のとおりである。

<①価格転嫁>

- ・ 全体として、**原材料費**の高騰や物流費の上昇を理由とする価格転嫁は着実に進んでいる様子がうかがわれた。
- ・ 特に**物流費**については、ヒアリング調査において「物流の 2024 年問題が浸透したおかげで価格転嫁を受け入れてもらった」との声が聞かれたほか、アンケート調査においても約 7 割の事業者が物流事業者からの運賃値上げ要請を「概ね反映した」と回答するなど、積極的に対応している様子がうかがわれた。
- ・ 他方、**労務費**の上昇を理由とする価格転嫁については、原材料費や物流費ほどは進捗しておらず、ヒアリング調査でも「企業努力で頑張っしてほしいという雰囲気がある」「提示額の半分ほどしか反映されない」といった声が聞かれており、**引き続き「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」等を踏まえた取組を促進していく必要がある。**
- ・ また、小売事業者等に**加工食品**を納品する**食品製造事業者**からは、ヒアリング調査において「価格交渉には協力的な事業者が多い」等の声も聞かれたものの、「値上げするのなら棚に置かないと小売から示唆された」「値上げにより取扱店舗を 70%減らされた」といった適正とは言い難い事例も聞かれており、引き続き、実態把握を進めるとともに、取引の適正化を推進していく必要がある。
- ・ **生鮮食料品等**を取り扱う**農業団体・農業法人**や卸売市場関係者からは、ヒアリング調査において、「最近の経費高騰の影響で価格交渉は聞いてもらいやすい」「量販店の意識が変わり、値上げについて声がけをされるようになり驚いている」など、取引環境の変化を感じさせる発言が多く聞かれた。
- ・ 他方、昨年度の調査では「価格転嫁しやすい」と評価されていた**契約型取引**について、本年度は「不作により契約時の数量を納められていないため価格交渉しづらい」「カット野菜は基本価格が固定されるため値上げが難しい」という声が聞かれるなど、価格転嫁に苦戦している様子がうかがわれた。
- ・ 同様に、学校給食や病院・介護施設への納品などを行っている**食品卸売事業者**や**給食事業者**からも、納品先の予算や調達価格の制約の中で、一般入札方式によることも多く、値上げが難しいとの声が聞かれた。
- ・ 全体的傾向として、価格転嫁に成功している事業者は、「価格ではなく中身で勝負できるよう新商品の開発等を行っている」「値上げと同時に内容量を増やすことで消費者からの理解が得られた」「メインメニューの価格は据え置き、サイドメニューやトッピングを値上げした」等の工夫を行っていた。引き続き、**消費者の理解を得ながら、労務費等の更なる価格転嫁を進めていくためにも、食品流通に携わる各事業者が連携して創意工夫を行い、価格に見合う価値を伴った商品の提供に取り組んでいく必要がある。**

<②物流>

- ・ **パレット輸送**について、ヒアリング調査では、**農業団体・農業法人**や卸売市場関係者から「標準仕様パレットに合わせるため外装サイズを変えた」「卸売場でパレット優先の荷降ろし場所を確保している」など、パレット導入の進展や定着をうかがわせる声が聞かれた。また、「パレット化により外装（段ボール箱）が汚れにくくなり、小売からの返品やクレームが減少した」という荷役時間削減以外のメリットも聞かれた。
- ・ 他方、引き続き「標準仕様パレット用の外装サイズ変更は費用が自社負担であり、物価高の現状では厳しい」「パレットの積替えや廃棄などに負担が掛かっている」等の声も聞かれており、**更なるパレット輸送の推進のためには、**

パレット導入の効果と負担について、関係者間で協議し、認識を共有しながら進めていく必要がある。

- ・ **トラック予約システム**についても、アンケート調査において、5割の小売事業者が整備済み、今後整備予定まで含めると6割以上となるなど、令和5年度から更に取組が進んでいる様子がうかがわれた。ヒアリング調査でも、食品製造事業者から「3～4時間の荷待ちが30分未満に短縮された」など、その効果を評価する声が聞かれた。
- ・ 他方、食品製造事業者から「早い者勝ちで予約が取れない」「時間通りに行っても作業員不足で待たされる」といった声も聞かれたほか、物流事業者から「予約時間前に周辺で待機しているため、実質の待機時間は変わらない」といった声も挙がるなど、トラック予約システムの導入だけでは不十分であり、その後の荷主と物流事業者との間の情報共有や綿密なコミュニケーションを通じ、予約時間の分散や受付時間帯の延長など運用の改善に努めていく必要がある。
- ・ **物流効率化**に向けた取組としては、本年度は、配送頻度を下げることによる積載効率向上の取組が数多く聞かれた。昨年度に多数の取組が聞かれた共同配送についても、継続的に取り組まれている様子ではあったが、ヒアリング調査において小売事業者や食品卸売事業者から「他社や物流事業者取引価格を知られない仕組みが必要」との指摘があるなど、更なる拡大のためには商流面を含めた課題解決の必要性がうかがわれた。
- ・ **モーダルシフト**については、卸売市場関係者から「高単価の品目（ホタテ、いちご等）を航空便に切り替えたら輸送時間が短くなった」との声が聞かれるなど積極的な取組が見られた一方で、食品製造事業者から「冷凍コンテナが少なくJR貨物の利用拡大は厳しい」といった声も聞かれるなど、引き続き課題も多いことが確認された。
- ・ **長距離輸送**については、物流の2024年問題への対処として、集荷・配送と幹線輸送の分離、中継輸送、納品リードタイム延長等への取組が数多くみられたほか、一部では、近隣からの生鮮品の調達や加工食品の「地産地消」など、運送距離そのものを減らそうとする取組もみられた。**物流問題は、一過性の課題ではなく、構造的な課題であることから、引き続き、関係者が一体となって中長期的視点をもって取り組んでいく必要がある。**

＜③商慣習の見直し及びデジタル化＞

- ・ **店舗納品期限**の「1/3ルール」から「1/2ルール」への緩和については、アンケート調査において、「1/2ルールへの緩和はない」との回答こそ約1割にとどまったものの、食品製造事業者・食品卸売事業者の多くが「半分以上は1/3ルール」と回答するなど、現状では1/2ルールと1/3ルールが混在している様子がうかがわれた。
- ・ 他方、現状において、小売事業者は主として賞味期限180日以上の商品について納品期限の緩和に取り組んでいるが、小売事業者からは、「半分以上の商品が1/2ルール」との回答が3割と最も多く、「全ての商品が1/2ルール」との回答も2割を占める等、事業者ごとに状況は異なるものの、取組が進展している様子がうかがわれ、ヒアリング調査においても「1/2ルールを採用したところ、食品廃棄量や返品が減るメリットがあった」との肯定的な声が聞かれた。
- ・ 小売事業者と異なり、食品製造事業者・食品卸売事業者において「半分以上は1/3ルール」との回答が多かった背景事情の一つとしては、納品先の中に「1/2ルール」の者と「1/3ルール」の者の両方が存在していた場合、物流センターのオペレーションとしては、「1/3ルール」の方に揃えざるを得ないということが影響していると考えられる。実際、ヒアリング調査においても、食品製造事業者から「緩和に協力的な小売もいるが、厳しい事業者に合わせて必要があり、1/3ルールのままである」との回答があった。
- ・ 今後、更なる物流効率化や食品ロス削減を一層進めていくためには、**「1/2ルール」を適用する品目を拡大し、物流センターでのオペレーションレベルでも「1/2ルール」の方に揃えることが可能な状態を創出することを目指して取り組んでいく必要がある。**
- ・ その他の商慣習のうち、**納品リードタイム**については、小売事業者に対するアンケート調査によると、全品目翌日納品（LT1）が主流ではあったが、日配品・冷凍品・店舗直送品においては翌々日納品（LT2）が3～4割を占めるなど、取組が着実に進んでいる様子がうかがわれた。**検品**についても、ヒアリング調査において、給食・外食事業者や物流事業者から、置き納品ルールの設定、事前出荷情報（ASN）の活用等により、作業の簡素化や検品レスに取り組んでいる事例が聞かれた。
- ・ 他方、**賞味期限**の大括り化（年月表示）や日付逆転納品（ロット逆転）の許容について、食品ロス削減、物流センターや店舗における業務効率化の観点から、これらを許容すべきとの声が聞かれた一方で、「大括り化すると、商品回収が発生した場合の回収対象が拡大する」「賞味期限の逆転は消費者に不利益を与える」との声も聞かれたところであり、これらの効果や課題については、引き続き関係者間での議論を重ねていく必要があると考えられる。
- ・ 小売事業者等が納入事業者に請求するセンターフィー（物流センターの使用料）については、本年度は、卸売市場関係者や食品製造事業者から「システム利用料を含め明細をもらっている」「契約時に設定根拠の説明があり、

不当な要求はされていない」などの評価も聞かれたが、他方、本年度も「用途の説明がないまま、一方的に料率を上げられた」などの適正とは言い難い事例が聞かれたところであり、引き続き、小売事業者等においては、センターフィーの設定根拠の提示や説明、書面での合意等を通じた透明性確保に努めていく必要があると考えられる。

- ・ 納品伝票の電子化については、アンケート調査の結果によると、食品製造事業者・食品卸売事業者のいずれにおいても令和5年度より取組が進展しており、特に9割以上の小売事業者が電子化しているとの回答であった。電子取引等の電子化は、一定のコスト負担は生じるものの、業務の効率化が期待でき、また、更なる物流効率化や商慣習の改善につながることを期待できるものであることから、取引関係者間で協力・連携したうえで目的意識を明確にしつつ、一層の導入や活用に取り組んでいく必要がある。
- ・ 全体的な傾向として、本年度のヒアリング調査では、労働力不足への対応の観点から商慣習の見直しに取り組んでいる事例が数多く聞かれた。「セリ時刻を早朝から前日夜に変更することで、深夜・早朝勤務が減少し、社員が辞めなくなった」との先駆的な取組や「負担の大きい附帯作業を納品先でやってもらえれば女性ドライバーがもっと活躍できる」といった積極的な提案も踏まえつつ、引き続き、関係者一体となって商慣習の見直しに取り組んでいく必要があると考えられる。

<④環境配慮>

- ・ プラスチック条約交渉が進み、国際的にプラスチックの生産から廃棄に至るルール化の動きが見込まれる中、多くの事業者がプラスチックの使用量や廃棄量の削減に取り組む必要性については認識しているものの、代替包装や包材切替に伴う設備導入によるコスト上昇等の懸念があり、取組が十分に進んでいるとは言い難い状況にあることが確認された。実際、ヒアリング調査においても、小売事業者から「レジ袋のバイオマスプラスチック含有率が高いと高価になるので、含有率は下げざるを得ない」といった声が聞かれた。
- ・ 一方で、ヒアリング調査においては、卸売市場関係者による「輸送用の発泡スチロールの回収・再利用」、食品製造事業者による「包装フィルムの薄肉化」、食品卸売事業者による「ホタテ貝由来のバイオプラスチックを使った弁当容器」、小売事業者による「カトラリーの木製化」、給食事業者による「学校給食用プラスチック食器をトレーの原料としてリサイクル」など、業界ごとの実情に即した取組も聞かれた。
- ・ さらに、食品製造事業者からは、同業他社との共同でのペットボトルの水平リサイクルという高いレベルの取組も聞かれた。他方、懸念事項として「日本の質の良いペットボトルを海外企業が買い取ろうとしており、危惧している」との懸念の声も聞かれており、国内のプラスチック資源循環体制の構築が重要であることがうかがわれた。
- ・ 以上のように、国内外においてプラスチックに係る資源循環への関心が高まる中、各事業者においては、プラスチック製品の使用に際し、環境配慮製品の選択や特定プラスチック使用製品の使用の合理化について、更なる検討・取組を進めていく必要がある。
- ・ 食品ロスの削減に向けた取組については、ヒアリング調査において、農業団体・農業法人から「規格外品の野菜を使用した自社商品を開発」、卸売市場関係者から「仕入れから3～4日以内に売り捌くよう社内ルール化」、外食・給食事業者から「注文後に商品を作るシステムに変更」といった取組が聞かれたほか、小売事業者からは「値引きのタイミングを在庫と販売予測から支援する AI システムを導入して食品ロスを削減した」との先駆的な取組も聞かれた。
- ・ 未利用食品の寄附については、アンケート調査において、全事業者の約4割から「寄附を行っている」との回答が得られた一方で、約2割の事業者からは「未利用食品を有しているが寄附を行っていない」との回答があり、その理由として、ヒアリング調査においては、卸売市場関係者から「運賃等の負担が大きい」、冷凍食品を取り扱う食品製造事業者から「フードバンク経由では食品の管理状況が分からず安全性を担保できない」などの声が聞かれた。
- ・ 一方で、食品卸売事業者においては「保管設備の余力を活用し、商品や日時を決めて取りに来てもらう事業を実施している」、小売事業者においては「食中毒等の免責事項を合意した上で、支援団体に提供している」などの取組も見られたところであり、引き続き、関係省庁の協力を得て消費者庁が事務局を担う「食品寄附等に関する官民協議会」にて令和6年12月に策定された「食品寄附ガイドライン～食品寄附の信頼性向上に向けて～」等も参考にしつつ、食品寄附の取組を一層推進する必要がある。
- ・ 食品リサイクルについては、ヒアリング調査において、卸売市場関係者から「マグロの骨やアラをサプリメント等の原料にリサイクルする事業者に販売」といった取組が聞かれた一方、外食・給食事業者からは、「学校給食の食べ残しには、醤油やストローの袋などのごみが混じっているためリサイクルは難しい」といった課題を指摘する声が聞かれた。

- ・ 食品循環資源の再生利用等の取組は、輸入に依存する農業資材（肥飼料）やその原料について国内資源への代替転換を推進する観点からも重要であることから、各事業者においては、引き続き食品リサイクルに取り組んでいく必要がある。

＜⑤生鮮取引適正化ガイドラインのフォローアップ調査＞

- ・ 生鮮取引適正化ガイドラインの認知状況については、アンケート調査によると、約 7 割の小売事業者が「知っていた」と回答した一方で、卸売市場の仲卸業者による認知割合は約 4 割にとどまった。
- ・ 活用状況については、本ガイドラインを認知していた仲卸業者の約 9 割、小売事業者の約 7 割が「社内で周知」との回答であり、「取引先に伝えている」との回答は仲卸業者の約 1 割、小売事業者の約 3 割にとどまった。
- ・ 取引の改善状況については、本ガイドラインを認知していた約 7 割の仲卸業者、約 3 割の小売事業者が、本ガイドラインにより何らかの改善が図られたとの認識をもっていた。一方、約 7 割の小売事業者は「改善が必要な取引はない」と回答しており、仲卸業者と小売事業者の認識には乖離が見られた。
- ・ 改善が図られた項目としては、仲卸業者からは「不当な返品」や「納品価格の引き下げ」が多く挙げられ、一方、小売事業者からは「不当な返品」や「物流費・エネルギーコスト等上昇時の取引価格の一時的な決定」との回答が多かった。
- ・ 取引上の課題については、約 1 / 4 の仲卸業者が、最も取引の多い会社との間における取引において「課題がある」と回答した一方、小売事業者のほとんどが「課題なし」と回答しており、この点でも認識の乖離が見られた。
- ・ 仲卸業者が考える課題の具体的な内容としては、「取引価格や単価」「返品」でおよそ半数を占め、次いで「物流コストの負担」「センターフィー・受発注システム使用料の負担」が挙げられた。
- ・ 課題を改善できない理由としては、「取引価格や単価」「返品」については、「昔からの商慣習」や「取引先との力関係」が多く挙げられていたが、一方で、他社との差別化のために仲卸業者が自ら取引価格を下げたり、返品に応じたりする場合もあることが確認された。
- ・ また、「物流コストの負担」については、物流の 2024 年問題の影響もあり、「業界全体の課題」との認識が強く、「センターフィー・受発注システム使用料の負担」については、「取引先との力関係」を指摘する声が多かった。
- ・ 働き方改革については、仲卸業者からは「休日でも発注がある」「発注の締め時間が守られない」「非効率的な方法で発注してくる」といった発注の課題や「休日の納品を求められる」「早朝の納品を求められる」「毎日納品を求められる」といった納品の課題が挙げられた。
- ・ 一方、小売事業者からは「仲卸業者の休業日に発注しない工夫」「発注の締め時間の厳守」「オンライン発注の活用」といった取組や「仲卸業者に休日納品を求めない工夫」「幅を持たせた納品時間の設定」「まとめて発注する工夫」等、仲卸業者の課題に対応する良い取組が挙げられており、以上のような取組を推進し、働き方改革を進めていく必要がある。
- ・ 仲卸業者と小売事業者との間における生鮮食料品等の取引における課題は様々であり、また、改善できない理由についても課題や事業者ごとに異なっていることから、引き続き、本ガイドラインの認知度を上げるための周知活動を進め、各事業者の改善に向けた取組を推進していく必要がある。

＜今後の対応＞

- ・ 令和 6 年度調査結果については、食品等流通事業者が日々の取引方法や商慣習を改めて見直し、サプライチェーン全体において、より適切な取引環境の整備がなされるきっかけとなるよう、業界団体等を通じて広く周知を図る。
- ・ 令和 7 年度調査については、現在、「食品等の流通の合理化及び取引の適正化に関する法律及び卸売市場法の一部を改正する法律案」が国会に提出され、その中で、現行の「食品等流通調査」を「食品等取引実態調査」に拡充することを想定している。国会での法案審議も踏まえ、令和 7 年度においては、令和 6 年度調査で明らかになった様々な課題について、アンケート調査の質的・量的拡充や、農林水産省本省と地方支分部局との連携による重層的なヒアリング調査の実施等により、その実態をより詳細に把握していくこととしている。