

合理的な費用を考慮した価格形成について (豆腐・納豆WG)

MAFF

Ministry of Agriculture,
Forestry and Fisheries

農林水産省

2025年4月16日
新事業・食品産業部

目次

- 1 法案におけるコスト指標の位置づけ 2
- 2 法案に基づくコスト指標について..... 10
- 3 ご議論いただきたいこと..... 20

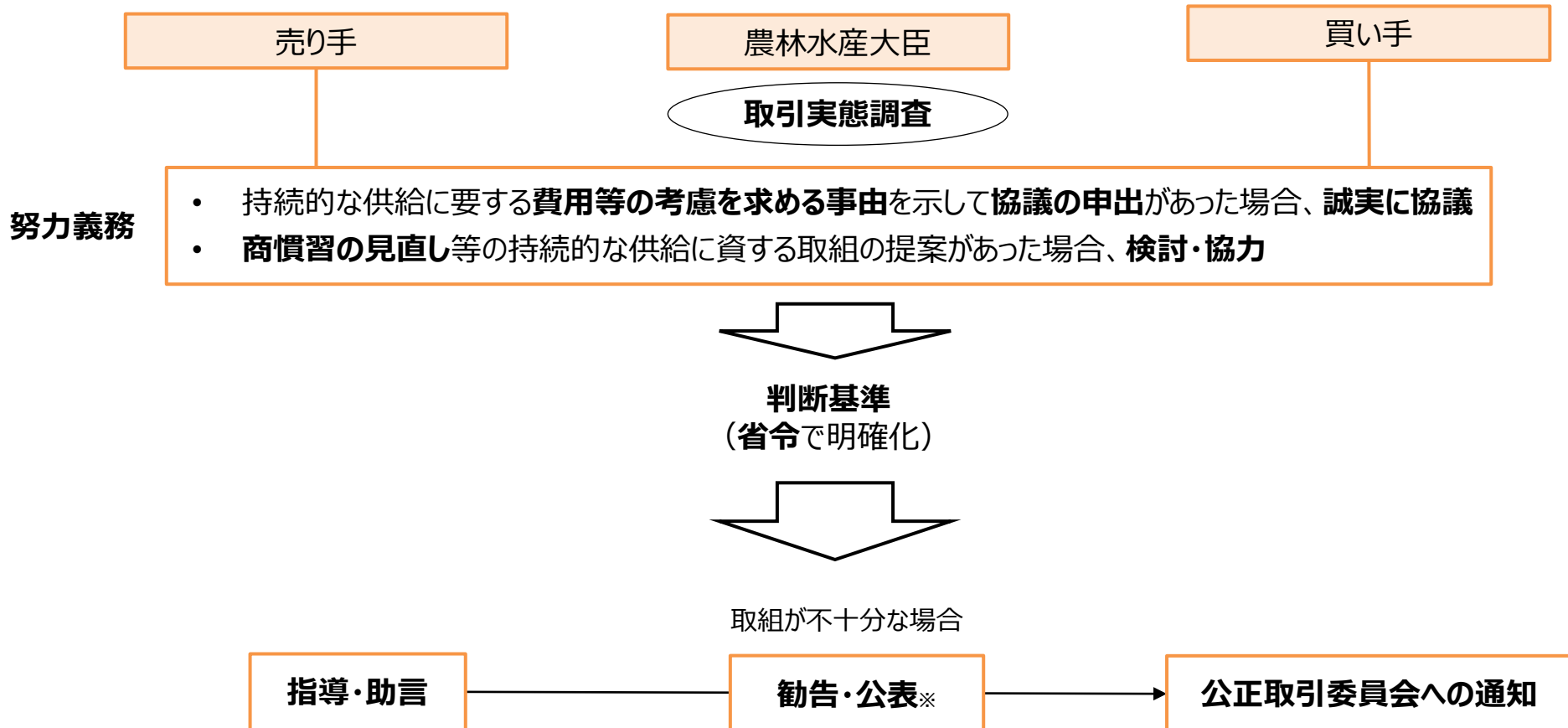
1 法案におけるコスト指標の位置づけ



規制措置（全体像）

- 最終的な取引条件は**当事者間で決定**という自由主義の前提を維持した上で、飲食料品等事業者等の「**努力義務**」を明確化。
 - ① 持続的な供給に要する**費用等の考慮を求める事由**を示して**協議の申出**があった場合、**誠実に協議**
 - ② **商慣習の見直し**等の持続的な供給に資する取組の提案があった場合、**検討・協力**
- 農林水産大臣が、努力義務に対応した「**行動規範**」（**判断基準**）を省令で明確化。取組が不十分な場合等は、**指導・勧告**等。

【新たな仕組み】 需給や品質を基本としつつ、**合理的な費用を「考慮」** ～規制措置の導入～



※ 勧告に必要な限度において、報告徴収・立入検査（罰則あり）を実施。 3



飲食料品事業者等の努力義務に係る規定（第36条）

- ✓「取引の相手方から、その取り扱う当該飲食料品等の持続的な供給に要する費用その他特に当該持続的な供給を図るために考慮を求める事由を示して、取引条件に関する協議の申出がされた場合には、誠実に当該協議に応ずること。」
- ✓「取引の相手方から、その取り扱う当該飲食料品等の持続的な供給に資する取組の提案がされた場合には、必要な検討及び協力を行うこと。」

飲食料品事業者等の判断基準に係る規定（第37条）

- ✓「農林水産大臣は、基本方針に基づき、農林水産省令で、前条各号に掲げる措置に関し、飲食料品等事業者等の判断の基準となるべき事項を定めるものとする。」
- ✓「基本方針に基づき、前項に規定する判断の基準となるべき事項は、飲食料品等の品質、その生産、製造、加工、流通又は販売の各段階での取扱いの状況、その取引の実態その他の事情を勘案して定めるものとし、これらの事情の変動に応じて必要な改定をするものとする。」



コスト指標に係る規定（第42条第1項第1号）

- ✓「指定飲食料品等の指定飲食料品等事業者等間の売買その他の取引においてその持続的な供給に要する費用に関して参照すべき指標」

コスト指標作成団体に係る規定（第42条第1項・第4項、第50条）

- ✓ 農林水産大臣は、（略）指定飲食料品等ごとに、（略）その申請により、次に掲げる業務（※指標作成等業務）を行う者として認定することができる。
- ✓「指標の作成に当たっては、（略）生産、製造、加工、流通又は販売の各段階のうち農林水産省令で定める2以上の段階について各段階を代表すると認められる者を参画」
- ✓「認定指標作成等団体の役員若しくは職員又はこれらの職員にあった者は、第42条第1項第1号に掲げる業務に掲げる業務に関して知り得た秘密を漏らしてはならない。」



- **労務費指針（※）に掲げられている採るべき行動/求められる行動等を始めとする既存の取組**に関し、構成員の皆様の業界や会員企業における**実際の運用状況や社内体制等**について、ご教示いただきたい。

※「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」（令和5年11月29日 内閣官房・公正取引委員会）



<主な発言>

- **労務費指針の内容は**、大半の関係者・各業界において既に取り組んでいることであり、**努力義務として対応は十分に可能ではないか。**（生産）
- 労務費指針について対応可能か疑問だったが、**官民挙げて取組に対する意識が醸成されてきた。**（製造）
- **定期的な協議の実施、説明は公表資料を使うこと等**が考えられる。（製造）
- **労務費指針にある発注者としての行動は十分に取り組んでいる。**（小売）
- **協議のテーブルにつくというのは最も重要なこと。**（小売）
- **原材料費の急激な変動の際に交渉できるようにしてほしい。**（小売）

(参考) 労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針①

本指針 の性格

- ✓ 労務費の転嫁に関する事業者の**発注者・受注者の双方の立場からの行動指針**。
- ✓ 労務費の適切な転嫁のため、発注者及び受注者がこの行動指針に沿った行為を行うことが必要。
- ✓ 本指針に記載の12の行動指針に沿わないような行為をすることにより、**公正な競争を阻害するおそれがある場合には、公正取引委員会において独占禁止法及び下請代金法に基づき厳正に対処**することを明記。
- ✓ 他方で、**記載された発注者としての行動を全て適切に行っている場合、通常は独占禁止法及び下請代金法上の問題が生じない旨**を明記。

発注者として採るべき行動／求められる行動

★行動①：本社（経営トップ）の関与

①労務費の上昇分について取引価格への転嫁を受け入れる**取組方針を具体的に経営トップまで上げて決定すること**、②経営トップが同方針又はその要旨などを書面等の形に残る方法で**社内外に示すこと**、③その後の**取組状況を定期的に経営トップに報告し**、必要に応じ、経営トップが更なる対応方針を示すこと。

★行動②：発注者側からの定期的な協議の実施

受注者から労務費の上昇分に係る取引価格の引上げを求められていなくても、業界の慣行に応じて1年に1回や半年に1回など**定期的に労務費の転嫁について発注者から協議の場を設けること**。特に**長年価格が据え置かれてきた取引や、スポット取引と称して長年同じ価格で更新されているような取引**においては協議が必要であることに**留意が必要**である。

協議することなく長年価格を据え置くことや、スポット取引とはいえないにもかかわらずスポット取引であることを理由に協議することなく価格を据え置くことは、独占禁止法上の優越的地位の濫用又は下請代金法上の買いたたきとして問題となるおそれがある。

★行動③：説明・資料を求める場合は公表資料とすること

労務費上昇の理由の説明や根拠資料の提出を受注者に求める場合は、**公表資料（最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率など）に基づくものとし、受注者が公表資料を用いて提示して希望する価格については、これを合理的な根拠のあるものとして尊重すること**。

★行動④：サプライチェーン全体での適切な価格転嫁を行うこと

労務費をはじめとする価格転嫁に係る交渉においては、**サプライチェーン全体での適切な価格転嫁による適正な価格設定を行うため、直接の取引先である受注者がその先の取引先との取引価格を適正化すべき立場に在ることを常に意識して、そのことを受注者からの要請額の妥当性の判断に反映させること**。

★行動⑤：要請があれば協議のテーブルにつくこと

受注者から労務費の上昇を理由に**取引価格の引上げを求められた場合には、協議のテーブルにつくこと**。労務費の転嫁を求められたことを理由として、**取引を停止するなど不利益な取扱いをしないこと**。

★行動⑥：必要に応じ考え方を提案すること

受注者からの申入れの巧拙にかかわらず受注者と協議を行い、**必要に応じ労務費上昇分の価格転嫁に係る考え方を提案すること**。

(参考) 労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針②

受注者として採るべき行動／求められる行動

★行動①：相談窓口の活用

労務費上昇分の価格転嫁の交渉の仕方について、国・地方公共団体の相談窓口、中小企業の支援機関（全国の商工会議所・商工会等）の相談窓口などに相談するなどして積極的に情報を収集して交渉に臨むこと。

発注者に対して労務費の転嫁の交渉を申し込む際、一例として、**6頁の様式**を活用することも考えられる。

★行動②：根拠とする資料

発注者との価格交渉において使用する根拠資料としては、最低賃金の上昇率、春季労使交渉の妥結額やその上昇率などの公表資料を用いること。

★行動③：値上げ要請のタイミング

労務費上昇分の価格転嫁の交渉は、業界の慣行に応じて1年に1回や半年に1回などの定期的に行われる発注者との価格交渉のタイミング、業界の定期的な価格交渉の時期など受注者が価格交渉を申し出やすいタイミング、発注者の業務の繁忙期など受注者の交渉力が比較的優位なタイミングなどの機会を活用して行うこと。

★行動④：発注者から価格を提示されるのを待たずに自ら希望する額を提示

発注者から価格を提示されるのを待たずに受注者側からも希望する価格を発注者に提示すること。発注者に提示する価格の設定においては、自社の労務費だけでなく、自社の発注先やその先の取引先における労務費も考慮すること。

発注者・受注者の双方が採るべき行動／求められる行動

★行動①：定期的なコミュニケーション

定期的にコミュニケーションをとること。

★行動②：交渉記録の作成、発注者と受注者の双方での保管

価格交渉の記録を作成し、発注者と受注者と双方で保管すること。

今後の対応

- 内閣官房は、各府省庁・産業界・労働界等の協力を得て、今後、労務費の上昇を理由とした価格転嫁が進んでいない業種や労務費の上昇を理由とした価格転嫁の申出を諦めている傾向にある業種を中心に、**本指針の周知活動**を実施する。
- 公正取引委員会は、発注者が本指針に記載の12の採るべき行動／求められる行動に沿わないような行為をすることにより、**公正な競争を阻害するおそれがある場合には、独占禁止法及び下請代金法に基づき厳正に対処**していく。

また、受注者が匿名で労務費という理由で価格転嫁の協議のテーブルにつかない事業者等に関する**情報を提供できるフォームを設置**し、第三者に情報提供者が特定されない形で、**各種調査において活用**していく。

2 法案に基づくコスト指標について



豆腐のコスト調査結果



(円/1P(300g))

【調査の概要】

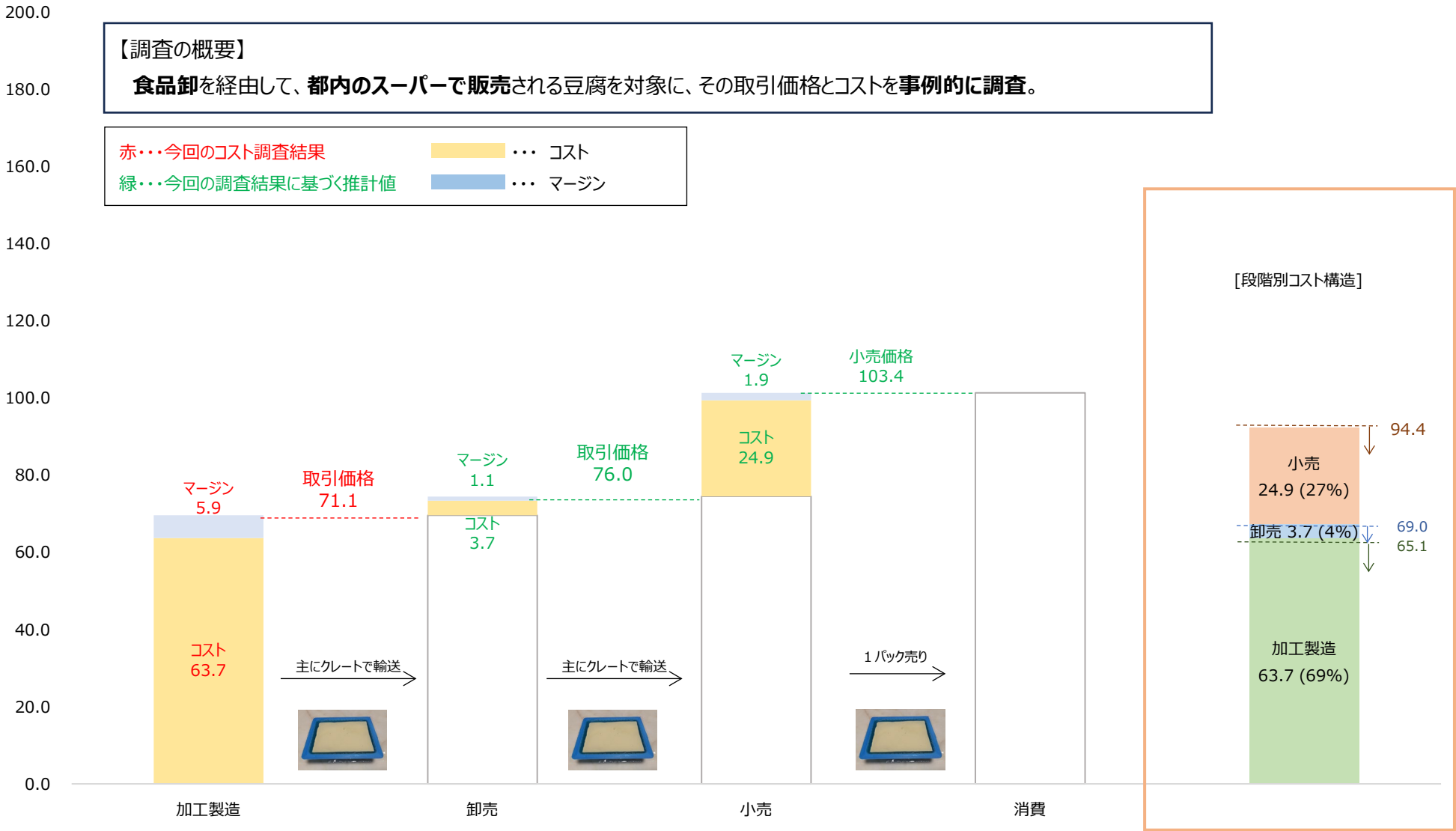
食品卸を経由して、都内のスーパーで販売される豆腐を対象に、その取引価格とコストを事例的に調査。

赤・・・今回のコスト調査結果

・・・コスト

緑・・・今回の調査結果に基づく推計値

・・・マージン



資料：各段階のコストの数値は、「令和5年度適正取引推進に向けた調査（コスト等に関する調査）」（農林水産省委託事業）を基に作成。当該調査では、首都圏向けに流通するもののコスト構造を事例的に調査。
注1：製造段階は豆腐製造業者を対象としたアンケート調査、卸売段階は首都圏を商圏とする食品卸事業者のIR情報から低温食品のコスト・マージンを推計、小売段階は都内を商圏とする小売事業者を対象としたアンケート調査結果を基にコスト・マージンを推計した。
注2：四捨五入の関係で、合計しても合わないことがある。

豆腐のコスト構造の各段階内訳



【調査の概要】

- 食品卸を経由して、都内のスーパーで販売される豆腐を対象に、その取引価格とコストを事例的に調査。

【留意事項】

- 製造段階は豆腐製造業者を対象としたアンケート調査、卸売段階は首都圏を商圏とする食品卸事業者のIR情報から低温食品のコスト・マージンを推計、小売段階は都内を商圏とする小売事業者を対象としたアンケート調査結果を基にコスト・マージンを推計した。

(単位) 円/1P(300g)

加工製造		卸売		小売	
製造原価(比例費)	27.5	物流費	1.9	輸送費	2.3
うち原材料費	13.3	人件費	1.0	人件費	11.1
副材料費	2.5	その他の経費	0.9	水道光熱費	1.4
包装材料費	5.7			その他の経費	10.1
燃料費	2.7				
電力費	1.8				
水道費	0.5				
その他製造（比例）費	1.1				
製造原価(固定費)	12.2				
うち人件費	6.2				
減価償却費	2.4				
修繕費	0.8				
一般経費	1.2				
その他製造（固定）費	1.6				
販売管理費(比例費)	17.4				
うち物流費	13.3				
物流加工費	0.6				
販売手数料	1.4				
広告宣伝費	0.2				
販売促進費	1.9				
販売管理費(固定費)	6.6				
うち人件費	4.5				
減価償却費	0.1				
一般経費	0.3				
その他販売管理(固定)費	1.7				
合計	63.7	合計	3.7	合計	24.9

※ 四捨五入の関係で小計と内訳は必ずしも一致しない。

納豆のコスト調査結果



(円/120g
(40g×3個))
200.0

【調査の概要】

食品卸を経由して、**都内のスーパー**で販売される納豆を対象に、その取引価格とコストを事例的に調査。

赤・・・今回のコスト調査結果

・・・コスト

緑・・・今回の調査結果に基づく推計値

・・・マージン

160.0

140.0

120.0

100.0

80.0

60.0

40.0

20.0

0.0

加工製造

卸売

小売

消費

マージン
1.2

コスト
92.6

主にクレートで輸送



取引価格
93.8

マージン
1.5

コスト
5.0

主にクレートで輸送



取引価格
100.4※

マージン
2.5

コスト
32.6

3個パック売り



小売価格
135.4※

[段階別コスト構造]

小売
32.6 (25%)

卸売 5.0 (4%)

加工製造
92.6 (71%)

130.2

97.7
92.6

注1：各段階のコストの数値は、「令和5年度適正取引推進に向けた調査（コスト等に関する調査）」（農林水産省委託事業）を基に作成。当該調査では、首都圏向けに流通するもののコスト構造を事例的に調査。

注1：製造段階は納豆製造業者を対象としたアンケート調査、卸売段階は首都圏を商圏とする食品卸事業者のIR情報から低温食品のコスト・マージンを推計、小売段階は都内を商圏とする小売事業者を対象としたアンケート調査結果を基にコスト・マージンを推計した。

注2：四捨五入の関係で、合計しても合わないことがある。

納豆のコスト構造の各段階内訳



【調査の概要】

- 食品卸を経由して、都内のスーパーで販売される納豆を対象に、その取引価格とコストを事例的に調査。

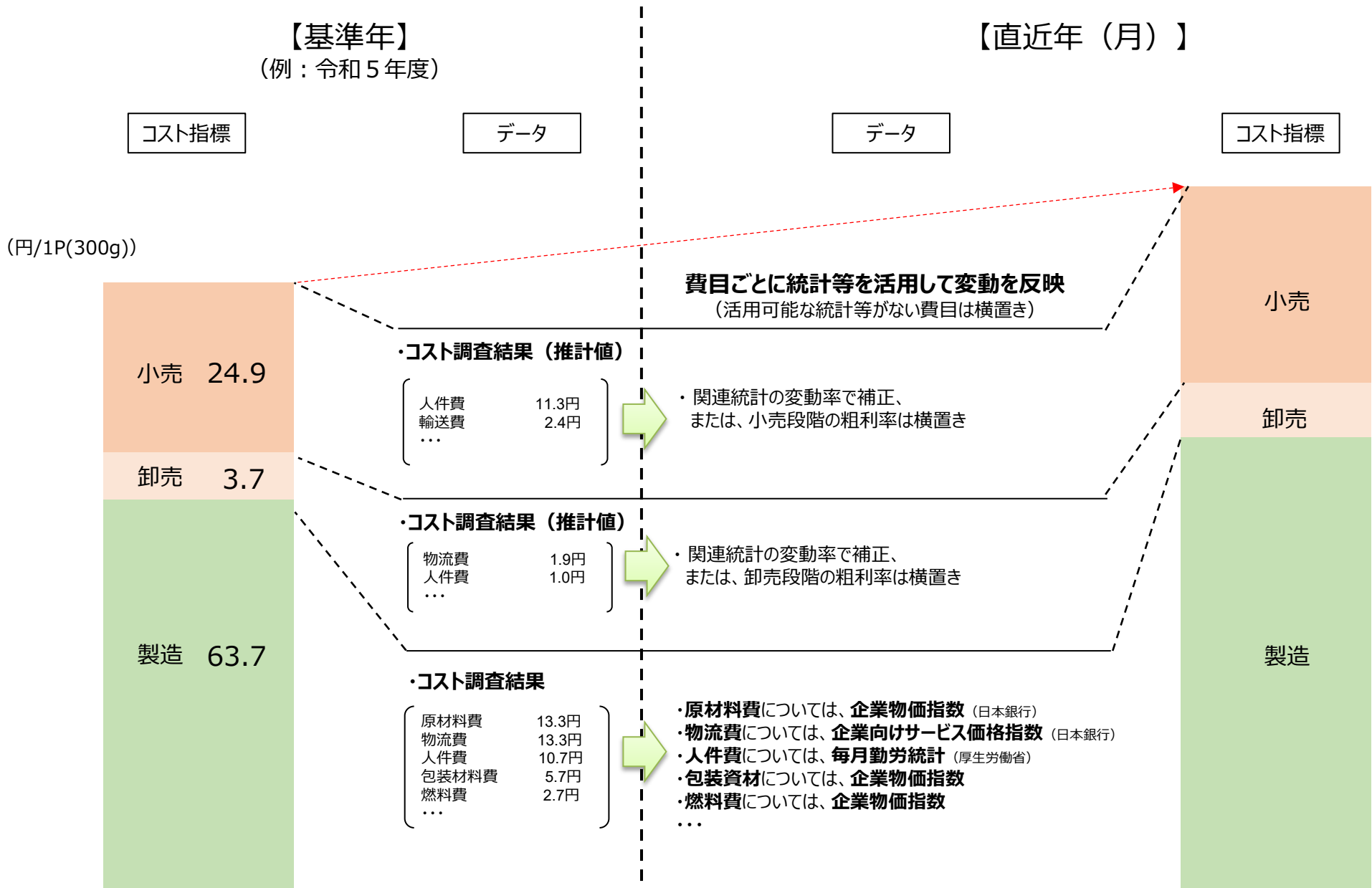
【留意事項】

- 製造段階は納豆製造業者を対象としたアンケート調査、卸売段階は首都圏を商圈とする食品卸事業者のIR情報から低温食品のコスト・マージンを推計、小売段階は都内を商圈とする小売事業者を対象としたアンケート調査結果を基にコスト・マージンを推計した。

(単位) 円/kg

加工製造		卸売		小売	
製造原価(比例費)	33.1	物流費	2.5	輸送費	3.1
原材料費	23.8	人件費	1.4	人件費	14.5
副材料費	0.0	その他の経費	1.2	水道光熱費	1.9
外・カン費	2.6			その他の経費	13.2
包装材料費	5.0				
燃料費	0.5				
電力費	1.0				
水道費	0.2				
その他製造（比例）費	0.0				
製造原価(固定費)	27.2				
人件費	18.5				
減価償却費	4.5				
修繕費	2.0				
一般経費	1.6				
その他製造（固定）費	0.7				
販売管理費(比例費)	17.7				
物流費	14.5				
物流加工費	0.1				
販売手数料	3.0				
広告宣伝費	0.2				
販売促進費	0.0				
販売管理費(固定費)	14.5				
人件費	9.2				
減価償却費	1.2				
一般経費	4.1				
合計	92.6	合計	5.0	合計	32.6

豆腐におけるコスト指標のイメージ



(注) 上記はコスト指標のイメージであり、コスト指標の詳細は今後検討。



取引における活用イメージ（生産～製造間・製造～小売間）

①コストの変動の説明にあたり活用

例) コスト指標で原材料価格が、全体として
+ 25%の変動を示していた場合



売り手

(自らの原材料価格○円) $\times 1.25 = \triangle$ 円
この数値を価格交渉に活用

②交渉開始のトリガーとして活用



売り手

コスト指標が大きく変動した
ので、価格交渉に応じてもら
えませんか？



買い手

分かりました。

コストデータの収集上の課題と、今回実施したコスト調査での対応（豆腐・納豆）



コストデータの収集上の課題	R 6 年度に国が実施したコスト調査での対応
製造地及び最終仕向地によって輸送費が変動する。	○ 最もモデル的な流通ルートとして、都内のスーパーで小売販売される流通経路（製造→卸売→小売）を前提に調査。
特に流通段階以降では、品目ごとのコスト管理が行われていない。	○ 品目毎にコスト管理を行っていない場合、カテゴリ別（例：青果、チルド）の粗利や決算書に基づく全社等の利益率や、品目ごとのコスト・マージンを推計。
個社のコストデータは企業秘密であり、収集や集計に当たって一定の配慮が必要。	○ データの秘匿性に配慮し、個別の企業のデータがそのまま公表されないよう、基本的に複数の企業データを収集。
豆腐・納豆の製造コストは、会社の規模の違いや、製造方法（手作り、機械製造）によって、コストの多寡やコスト構造が異なる。	○ 回答のあった複数社の平均値（算術平均）で算定。

豆腐のコスト調査の仕様



	製造	卸売	小売
調査対象	5 社	4 社	5 社
調査方法	豆腐メーカーへのアンケート調査	食品卸へのアンケート調査 及びIR情報探索	小売へのアンケート調査 及びIR情報探索
具体的 内容	●（一財）全国豆腐連合会及び日本豆腐協会の協力の下、豆腐メーカーに調査票を配布。 ● 各社が製造する代表的な豆腐商品の 1 商品（1 丁）当たりの製造コスト及び出荷量/出荷額を調査。 ● 1 商品（1 丁）当たりの製造コストが不明な会社においては、豆腐商品全体の製造コスト及び出荷量/出荷額を調査した上で、1 丁当たりのコスト・取引価格に按分。 ● 基本単位は、1 丁 300g に換算。	● アンケート調査及びIR情報から、低温食品の粗利率やコストの内訳（物流費、人件費、その他）に関するデータを調査。 ● 左記の豆腐メーカーの 1 丁当たり販売価格に粗利率を乗じることにより、卸売段階の粗利益を算出。 ● コストの内訳及びマージンについては、アンケート調査及びIR資料から入手した情報から算出。 ● メーカーの販売価格に、卸売段階のコスト・マージンを加えることで、卸売⇔小売の取引価格を算出。	● アンケート調査により、豆腐の粗利率を入手。 ● 左記の卸売段階の 1 丁当たり販売価格に粗利率を乗じることにより、小売段階の粗利益を算出。 ● コストの内訳及びマージンについては、IR 資料から入手した情報をから算出。 ● 卸売⇔小売の取引価格に、小売段階のコスト・マージンを加えることで、小売価格相当の額を算出。
		● 卸売以降では対象品目に特化した形でコストを算出できないため、品目共通のコストを算出。	

納豆のコスト調査の仕様



	製造	卸売	小売
調査対象	3社	4社	5社
調査方法	納豆メーカーへのアンケート調査	食品卸へのアンケート調査 及びIR情報探索	小売へのアンケート調査 及びIR情報探索
具体的内容	● 全国納豆協同組合連合会の協力の下、納豆メーカーに調査票を配布。 ● 各社が製造する代表的な納豆商品の1商品当たりの製造コスト及び出荷量/出荷額を調査。 ● 1商品当たりの製造コストが不明な会社においては、納豆商品全体の製造コスト及び出荷量/出荷額を調査した上で、1商品当たりのコスト・取引価格に按分。 ● 基本単位は、40g 3個パックに換算。	● アンケート調査及びIR情報から、低温食品の粗利率やコストの内訳（物流費、人件費、その他）に関するデータを調査。 ● 左記の納豆メーカーの1商品当たりの販売価格に粗利率を乗じることにより、卸売段階の粗利益を算出。 ● コストの内訳及びマージンについては、アンケート調査及びIR資料から入手した情報から算出。 ● メーカーの販売価格に、卸売段階のコスト・マージンを加えることで、卸売⇔小売の取引価格を算出。	● アンケート調査により、納豆の粗利率を入手。 ● 左記の卸売段階の1商品当たり販売価格に粗利率を乗じることにより、小売段階の粗利益を算出。 ● コストの内訳及びマージンについては、IR資料から入手した情報をから算出。 ● 卸売⇔小売の取引価格に、小売段階のコスト・マージンを加えることで、小売価格相当の額を算出。
		● 卸売以降では対象品目に特化した形でコストを算出できないため、品目共通のコストを算出。	

3 ご議論いただきたいこと



ご議論いただきたいこと

＜前提 1＞

- ✓ 本法案において導入される規制的措置（努力義務等）は、**最終的な取引条件（取引価格等）は当事者間で決定**する自由主義の前提を維持するもの。
- ✓ したがって、例えば、コスト指標から機械的に算定される価格をもって直ちに当事者間の取引価格とするよう指導するといった運用は想定していない。
- ✓ 本法案においては、「**費用等の考慮を求める事由を示して、取引条件に関する協議の申出がされた場合には、誠実に協議に応ずるよう努めなければならない**」こととされているが、本法案において導入される**コスト指標は、こうした協議の申出の際に活用**されることを想定。
- ✓ なお、労務費指針では、受注者が労務費上昇の理由説明や根拠資料に公表資料を用いる場合、発注者はこれを合理的な根拠があるものとして尊重することとされている。コスト指標も、こうした公表資料の 1 つとして考えられるのではないか。

＜前提 2＞

- ✓ コスト指標の**作成主体は、国が認定したコスト指標作成団体**であるが、当該団体の役職員には、業務上知り得た秘密に対する秘密保持義務（罰則付き）が課される。
- ✓ コスト指標は、公的統計やその他の公表資料（国のコスト調査を含む。）の活用、必要に応じ事業者からの聞き取り、さらには一定の推計などを行って作成することとなるが、限られたリソースの中で**実施可能な調査手法を選択していく必要**。



豆腐及び納豆のコスト指標について、公表資料を活用したり、R6 年度に国が実施した**コスト調査（委託事業により実施）と同様の実施手法で作成**とした場合、どのような課題・留意点があるか、（構成員として作成に協力可能か、作成主体にデータ提供は可能か）、ご意見いただきたい。