

## 加盟店との取引適正化に関する件

当社は、2020年9月1日、公正取引委員会よりコンビニチェーン本部各社に対して実施されました「加盟店との取引の適正化」要請に記載される、加盟店実態調査に基づく加盟店募集時における勧誘方法及びフランチャイズ契約締結後の加盟店との取引についてその内容の確認ならびに改善について、以下のとおり報告いたします。

### 1. 情報の共有と状況把握の方法

当社では、「CVS 実態調査報告書」および「当社版の実態調査報告書」について、役員並びに業務執行責任者へ共有するとともに全地区本部責任者へ配信を実施いたしました。

次に、「仕入数量の強制」「年中無休、24時間営業問題」「見切り販売」「開示時の説明」のそれぞれについて責任者へのヒアリングを実施し、発生している事象の把握とその対策についてまとめました。

尚、「ドミナント出店」に関しては社内調査の結果、対象がないことを確認しております。

### 2. 状況と対策

#### ① 仕入数量の強制等

当社のフランチャイズパッケージの特徴の一つでもある「売上ロイヤリティ」制度は、レジを通過したものにのみロイヤリティチャージする仕組みであるため、当社の推奨商品以外に加盟店が独自調達する商品についても販売を広く容認してまいりました。

しかし、これの弊害として店舗ごとに商品構成が違うという現象が発生しました。

また、近年は新規出店を比較的小規模な施設内に特化したことで、これまでの標準サイズの店舗と小規模店の割合は約50：50になりました。

このような背景のなか、仕入数量の強制について当社営業担当者からの聞き取り調査を実施したところ、特に施設内店舗において、全社統一で実施してきた値引き販促や商品無料引き換え券が当たる販促などで、普段取り扱いが無い商品を販促のために発注しなければならなくなり、営業担当者が対象商品の発注をお願いする場面があることを確認いたしました。

これを仕入れの強制と認識される可能性があるかと判断し、今後は全社統一の販促の方法について店舗事情を考慮し、加盟店へ負荷をかけない形へと販促形態を変更していくことといたします。

また、廃棄を恐れて弱気な発注になり、結果として売り切れ、売り逃しとなっている加盟店に対し、売上向上を目的に本部から発注数量増加を提案、廃棄ロスが増加した場合は、本部が増加した廃棄ロス原価を負担する仕組みを運用しております。

発注数量の上積みに関しては、営業担当者と加盟店で協議のうえ決定するわけですが、説明不足により加盟店側に誤解を与えている可能性もあることから、これまで以上に丁寧な説明を行うとともにスーパーバイザーへの指導を徹底することといたしました。

#### ② 年中無休・24時間営業問題

当社は商圈環境に応じて営業時間や営業日を設定するようしており、24時間営業や年中無休が加盟の必須条件ではありません。

24時間営業は、2020年8月末時点で加盟店の14.7%、休日あり店舗の割合も加盟店の46.3%となっております。

また、深夜帯の集客が見込めない既存24時間営業店舗などについて加盟店からの要望や収支の状況から時短営業への移行を実施してきておりました。

このような状況であることから当社で24時間問題は無いと認識しておりましたが、アンケート結果を踏まえ当社営業担当者からの聞き取り調査を実施したところ、24時間営業をやめたいと考える加盟店が、その意思表示がしにくい雰囲気があるのではないかとこの意見がございました。

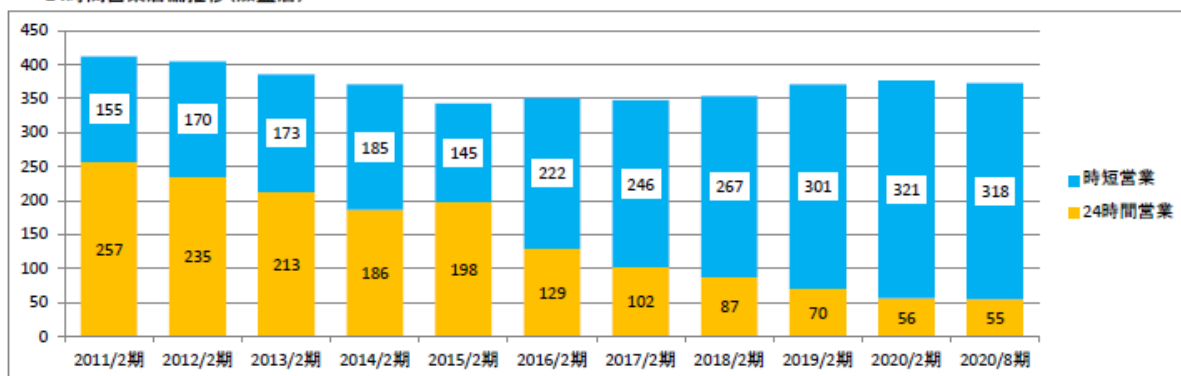
これまで、営業担当者には24時間営業の取りやめに伴う加盟店収支への影響を十分に説明をした上で判断するよう指導してまいりましたが、そのことが誤解を生じさせる要因になっていた可能性もあることから、今後は加盟店の意思を尊重するとともに、より丁寧な説明を行うよう指導することといたしました。

尚、当社加盟店における24時間営業、休日有り店舗の推移は下記のとおりです。

### 【24時間営業店舗の推移】

	2016/2期	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2020/8期
24時間営業	129	102	87	70	56	55
非24時間営業	222	246	267	301	321	318
24時間営業割合	36.6%	29.3%	24.6%	18.9%	14.8%	14.7%

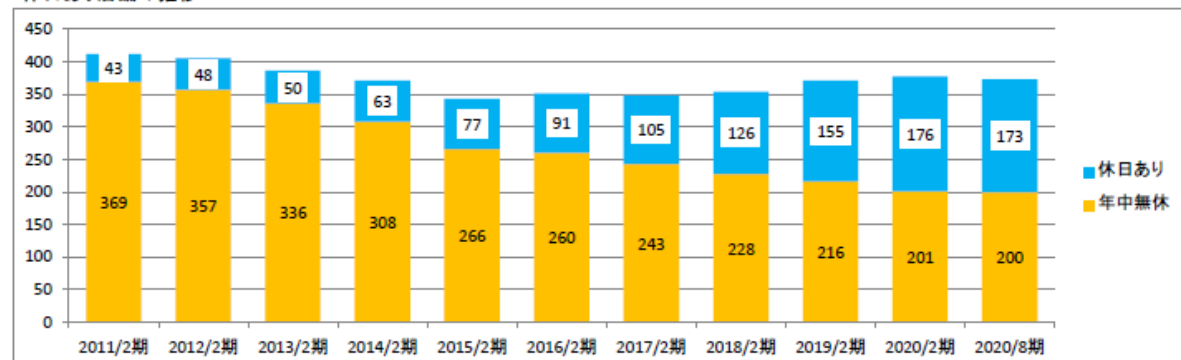
24時間営業店舗推移(加盟店)



### 【休日あり店舗の推移】

	2016/2期	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2020/8期
年中無休店舗	260	243	228	216	201	200
休日あり店舗	91	105	126	155	176	173
休日あり店舗割合	26.0%	30.2%	35.6%	41.8%	46.6%	46.3%

休日あり店舗の推移



### ③ 見切り販売について

当社は2019年3月、加盟店に対し中食などの日配品を中心に見切り販売を推奨する案内を行い、見切り販売の制限を撤廃いたしました。

ただし、24時間営業店舗について、値引き販売のガイドラインを提示することが出来ていなかったことから24時間営業店では認められていないのではないか、見切り販売制度への認識が浅い加盟店においては実施できていなかったのではないかと、営業担当者から意見があったことから、改めて見切り販売を推奨する旨の案内とガイドラインの提示を実施することといたしました。

また、菓子、乳製品等については、賞味期限とは別に店頭で販売できる期限を設けており、商品によっては賞味期限まで、1日から2週間程度を残して、陳列棚から撤去するルールとしておりますが、これら商品に関して、スマホのクーポンアプリ「No Food Loss」を活用して販売する仕組みを2019年2月より導入し、本来廃棄する商品を半額等で販売することで加盟店利益の改善を進めています。

これに関しても、加盟店の利用率が伸び悩んでいることから、再度仕組みの説明を含めた案内を行い周知するとともに、従前から実施の値引きシールによる販売に関しても案内を実施することといたします。

尚、2019年3月下旬より製造工程の見直しにより弁当・おむすびの消費期限を3時間延長、また、当社の主力商品である「ポップ弁」は、岡山工場管轄が2019年3月から、広島工場管轄が2019年12月からチルド化を実施、店頭での販売時間を大幅に拡大することでの根本的な廃棄の抑制にも取り組んでおり、今後も賞味期限のさらなる見直しの可能性について研究してまいります。

### ④ 開示時の説明

フランチャイズ加盟に関しては、ガイドラインに則り、契約の要点と概説に関する説明を行うことに加えて、事前にフランチャイズ契約書の内容の詳細説明を行い、十分に考慮いただける時間を置いたうえで、本契約を締結することとしております。

また、加盟者の意思決定のための資料として当社では、店舗商圏の分析に加え既存の同様に立地店舗の実績を提示し事業性を判断いただくようにしておりますが、今後は加盟者様がより冷静に判断いただけるよう、より丁寧な説明を行うとともに、提案から契約まで十分な時間をとるように改善してまいります。

### ⑤ ドミナント出店

当社は、新規出店について施設内に特化する方向で展開しております。

施設内店舗は、基本入居する施設内の人員をターゲットしているため、ドミナント出店による自社競合が起きにくいという利点があります。

路面店舗に関しても、関東から九州北部に230店舗（2020年8月末時点）が点在している状況であり、今回改めて個別店舗の立地を認足しましたが、自社競合による既存店舗への影響はございませんでした。

## 3. 当社のフランチャイズパッケージについて

従来より当社のフランチャイズ契約は他チェーンと大きく異なり、契約期間は5年間と短く、6ヶ月前告知でいつでも解約可能としております。また、その際の違約金はゼロであり実質契約期間の縛りはございませんし、他チェーンのように、多額の違約金が発生するため解約することが出来ないといった事象は発生しません。

当社は、これ以上の契約内容の緩和は困難であると考え、今後も現行契約条件を継続してまいります。