

酒類の適正な販売のルールについて

平成29年4月
税 務 署

～ 酒類業者のみなさまへ ～

「酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行」及び「酒類の適正な販売管理の確保」を図ることを目的とした酒税法等の一部改正法が平成28年6月3日に公布され、これに基づき、平成29年3月31日に、「酒類の公正な取引に関する基準」（国税庁長官告示）が策定されました。

この基準を含む一部改正法は、平成29年6月1日から施行されます。

1 酒類の公正な取引に関する基準関係

(1) 基準の対象	平成29年6月1日以降に酒類業者（製造・卸・小売）が行う酒類の取引
(2) 基準の概要	酒類業者は、 <u>次のいずれにも該当する行為を行ってはけません。</u> ① 正当な理由なく、酒類を <u>総販売原価を下回る価格で継続して販売</u> すること ② 自己又は他の酒類業者の <u>酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがある取引</u> をすること
(3) 用語の意味	
「正当な理由」	季節限定品でその期間が過ぎたものや、ラベルに汚損がある等の理由で、通常の価格で販売することが困難であると認められる場合をいいます。
「継続して販売」	相当期間にわたって繰り返して販売することをいいます。例えば、毎週・毎月、週末や特定の日等に限って、銘柄等を変えて販売する場合であっても、「継続して販売」することに該当します。
「相当程度の影響」	酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがあるかどうかについては、以下の①～⑥の事項を <u>総合的に考慮して判定</u> します。 ① 酒類の総販売原価割れ販売を行っている酒類業者（以下「 <u>廉売業者</u> 」といいます。）の公正取引に係る過去の改善指導の状況等 ② 廉売業者の酒類事業の規模（酒類の販売数量・売上高、シェア等） ③ 廉売業者の廉売の態様（総販売原価割れの程度、廉売数量・期間、廉売の頻度・銘柄数等） ④ 廉売業者の廉売商品に係る広告の展開状況 ⑤ 廉売業者の酒類事業に対する廉売の影響 ⑥ 周辺の酒類業者の酒類事業に対する廉売の影響

《 酒類の適正な販売のルールに関するお問合せ先 》

○ 分かりにくい点や、更に詳しくお知りになりたいことがありましたら、税務署の酒類指導官又は国税局の酒類業調整官にお尋ねください。酒類指導官設置税務署及び国税局・沖縄国税事務所の連絡先は国税庁のホームページで確認できます。

<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shidokan/index.htm>

○ お酒に関する情報は、<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/sake.htm> です。

○ 国税庁のホームページのトップページのアドレスは、<http://www.nta.go.jp/>です。

総販売原価の算定について

(1) 総販売原価	売上原価の額と販売費及び一般管理費の額の合計額をいいます。																								
<p>(2) 売上原価の額</p> <p>注：酒類製造業においてはその製造原価、酒類販売業においてはその仕入価格（運送費等の付随費用を含む。）をいいます。</p>	<p>① 酒類の売上原価の額は、酒類の銘柄等の仕入れ（製造）ごとに算定します。酒類全体や酒類の品目（ビール、発泡酒、清酒など）ごとに合算して算定することはできません。</p> <p>② 酒類の仕入れに係る値引きがあった場合には、当該値引きの額を仕入価格から控除します。また、酒類製造業者又は酒類卸売業者からリポートを受領した場合には、<u>以下の要件を全て満たすリポートに限り、当該酒類の仕入れに係る値引きとみなします。</u></p> <table border="1" data-bbox="400 539 1444 703"> <tr> <td>・ リポートに関する<u>基準が明確に定められていること</u></td> </tr> <tr> <td>・ 当該基準が取引の<u>相手方に事前に示されていること</u></td> </tr> <tr> <td>・ 対象酒類の<u>仕入れと密接に関連するリポート</u>であること</td> </tr> </table> <p>③ <u>次のようなリポートについては、酒類の仕入れに係る値引きとはみなしません</u>（なお、一般的な商行為であるリポート自体を禁止するものではありません。）。</p> <table border="1" data-bbox="400 808 1444 1294"> <tr> <td>・ 年度末等の事後に額が判明するリポート ※ 事後に額が判明する場合であっても、取引期間中の販売状況や過去の販売実績からリポートの受取りが見込まれる場合には、当該期間中の販売に対応する額を上限に、酒類の仕入れに係る値引きとみなすことができます。</td> </tr> <tr> <td>・ 裁量的に支払われるリポート</td> </tr> <tr> <td>・ 酒類の仕入れの際に添付される別の商品（食料品や仕入れた酒類以外の酒類等）</td> </tr> <tr> <td>・ 広告費や販売活動の補助として支払われるチラシ協賛金等</td> </tr> <tr> <td>・ 酒類小売業者の仕入先である酒類卸売業者の認識がないまま酒類製造業者から当該酒類小売業者に支払われるリポート</td> </tr> </table>	・ リポートに関する <u>基準が明確に定められていること</u>	・ 当該基準が取引の <u>相手方に事前に示されていること</u>	・ 対象酒類の <u>仕入れと密接に関連するリポート</u> であること	・ 年度末等の事後に額が判明するリポート ※ 事後に額が判明する場合であっても、取引期間中の販売状況や過去の販売実績からリポートの受取りが見込まれる場合には、当該期間中の販売に対応する額を上限に、酒類の仕入れに係る値引きとみなすことができます。	・ 裁量的に支払われるリポート	・ 酒類の仕入れの際に添付される別の商品（食料品や仕入れた酒類以外の酒類等）	・ 広告費や販売活動の補助として支払われるチラシ協賛金等	・ 酒類小売業者の仕入先である酒類卸売業者の認識がないまま酒類製造業者から当該酒類小売業者に支払われるリポート																
・ リポートに関する <u>基準が明確に定められていること</u>																									
・ 当該基準が取引の <u>相手方に事前に示されていること</u>																									
・ 対象酒類の <u>仕入れと密接に関連するリポート</u> であること																									
・ 年度末等の事後に額が判明するリポート ※ 事後に額が判明する場合であっても、取引期間中の販売状況や過去の販売実績からリポートの受取りが見込まれる場合には、当該期間中の販売に対応する額を上限に、酒類の仕入れに係る値引きとみなすことができます。																									
・ 裁量的に支払われるリポート																									
・ 酒類の仕入れの際に添付される別の商品（食料品や仕入れた酒類以外の酒類等）																									
・ 広告費や販売活動の補助として支払われるチラシ協賛金等																									
・ 酒類小売業者の仕入先である酒類卸売業者の認識がないまま酒類製造業者から当該酒類小売業者に支払われるリポート																									
<p>(3) 販売費及び一般管理費</p>	<p>① 販売費及び一般管理費（販管費）とは、酒類の販売活動において直接要した費用（例：販売手数料、販売促進費・広告費、倉庫費、センターフィー、運送費等）のほか、間接的に要した費用（例：本社人件費、光熱費、家賃、通信費、減価償却費等）をいいます。</p> <p>② 個別の酒類の銘柄等の販管費の額は、原則として、それぞれの酒類の販売に要した全ての販管費を積算して算出します。ただし、前年度等の酒類全体の販管費の同期間における酒類全体の売上げに対する割合（販管費率）を用いて、個別の酒類の銘柄等の販管費の額を算出することも認められます（各年度等の酒類の銘柄等ごとの販管費の額が著しく異なる場合を除きます。）。</p> <p>【小売業者が販管費率を用いて販売費及び一般管理費を算定する場合の例】</p> <table border="1" data-bbox="360 1783 1358 2134"> <thead> <tr> <th colspan="2">(20X1 年度 酒類事業全体)</th> <th colspan="2">(20X2 年度 ビール: 銘柄A【350 ml缶】)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>売上</td> <td>(A) 100,000</td> <td colspan="2">ビール(銘柄 A【350 ml缶】)</td> </tr> <tr> <td>売上原価</td> <td>70,000</td> <td>販売価格</td> <td>230 円</td> </tr> <tr> <td>売上総利益</td> <td>30,000</td> <td>仕入価格</td> <td>180 円</td> </tr> <tr> <td>販売費及び一般管理費</td> <td>(B) 20,000</td> <td>販売費及び一般管理費</td> <td>46 円</td> </tr> <tr> <td>営業利益</td> <td>10,000</td> <td>利益</td> <td>4 円</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;"> $230 \text{ 円} \times 20\% \text{【販管費率】}$ $(20,000(B)/100,000(A))$ </p>	(20X1 年度 酒類事業全体)		(20X2 年度 ビール: 銘柄A【350 ml缶】)		売上	(A) 100,000	ビール(銘柄 A【350 ml缶】)		売上原価	70,000	販売価格	230 円	売上総利益	30,000	仕入価格	180 円	販売費及び一般管理費	(B) 20,000	販売費及び一般管理費	46 円	営業利益	10,000	利益	4 円
(20X1 年度 酒類事業全体)		(20X2 年度 ビール: 銘柄A【350 ml缶】)																							
売上	(A) 100,000	ビール(銘柄 A【350 ml缶】)																							
売上原価	70,000	販売価格	230 円																						
売上総利益	30,000	仕入価格	180 円																						
販売費及び一般管理費	(B) 20,000	販売費及び一般管理費	46 円																						
営業利益	10,000	利益	4 円																						

(4) 共通経費の配賦等	① 酒類業者が酒類事業とそれ以外の事業を行っている場合で、これらの事業に共通する費用がある場合は、各事業の売上高比、仕入高比、売場面積比、作業従事時間数比などの「酒類業者が選択した合理的な配賦方法」を用いて、当該費用を配賦する必要があります。
	② 酒類業者が複数の酒類の銘柄等を取り扱っている場合で、これらの酒類の銘柄等に共通する費用がある場合は、各銘柄等の売上高比、仕入高比、売場面積比、作業従事時間数比などの「酒類業者が選択した合理的な配賦方法」を用いて、当該費用を配賦する必要があります((3)②のただし書きにある「販管費率」を用いて販管費の額を算出する場合には、酒類の銘柄等ごとに販管費の配賦を行う必要はありません。)
	③ 研究開発費などの一括して計上される費用については、酒類業者が当該費用を回収することとしている合理的な期間にわたって配賦する必要があります。
	【酒類事業と食品事業を行っている小売業者の共通経費(本社経費)の配賦の例】

事業	本社経費(事業合計)	本社経費(酒類事業)	売上高(配賦基準)
酒類事業	5,000	5,000	(A) 100,000
食品事業	80,000	0	900,000
酒類・食品事業共通	15,000	1,500	
			15,000 × 10% (100,000(A)/1,000,000(B))
合計	100,000	6,500	(B) 1,000,000

その他の「基準」に関する改正

(1) 基準を遵守していない場合の措置	基準を遵守していない酒類業者に対して「 <u>指示</u> 」、これに従わない場合には「 <u>公表</u> 」。更に、一定の場合(※)には「 <u>命令</u> 」、命令に従わない場合には「 <u>罰則</u> 」の適用や「 <u>免許取消</u> 」となる場合があります。 ※ 「一定の場合」とは、「酒税の円滑かつ適正な転嫁が阻害され、又は阻害されるおそれがあると認めるとき」をいいます。
(2) 質問検査権の拡充	質問検査権の対象に、酒類業者等の <u>関係事業者(持株会社、取引先金融機関、運送業者、料理飲食店等)</u> が追加されました。
(3) 公正取引委員会との連携強化	国税庁と公正取引委員会との間の「 <u>相互報告制度</u> 」の創設により、双方が十分な情報共有と協議を行うなど、連携強化が図られました。

酒類の公正な取引に係る環境整備のための取組について

酒類の公正な取引に係る環境整備を推進するためのルールとして、「酒類の公正な取引に関する基準」(平成 29 年国税庁告示第 2 号:「基準」)を策定するとともに、酒類業者が自主的に尊重すべき酒類に関する公正な取引の在り方を示した「酒類に関する公正な取引のための指針」(平成 18 年 8 月 31 日付国税庁事務運営指針:「指針」)についても所要の見直しを行っています。

「基準」の遵守に向けた取組とともに、引き続き、「指針」に則していない取引があると認められた場合は、「改善指導」を行い、酒類の公正な取引に向けた環境整備を図っていきます。

2 酒類販売管理研修の義務化関係

酒類販売管理研修の受講義務違反とならないよう、期限までに必ず研修を受講させましょう。

<p>(1) 酒類販売管理研修(初回研修)の受講の義務化</p> <p>※ 改正前: 酒類販売管理者を選任後、3か月以内に研修を受講(努力義務)</p>	<p>酒類小売業者(小売を行う製造業者及び卸売業者を含みます。以下同じ。)は、酒類の小売販売場ごとに、<u>酒類販売管理研修を過去3年以内に受けた者の中から酒類販売管理者を選任しなければなりません</u>(酒類販売管理者を選任しない場合や研修を受講していない者等を選任した場合は、「選任義務違反」となります。)</p>
<p>(2) 3年ごとの酒類販売管理研修(定期研修)の受講の義務化</p> <p>※ 改正前: 定期的な研修受講が望ましい</p>	<p>酒類小売業者は、酒類販売管理者に、<u>前回の受講から3年を超えない期間ごとに酒類販売管理研修を受講させなければなりません</u>(定期研修を受講させない場合には「<u>勧告</u>」、「<u>勧告</u>」に従わない場合には「<u>命令</u>」の対象となる場合があります。)</p>
<p>(3) 標識掲示の義務化</p> <p>※ 改正前: 研修受講事績等を掲示することが望ましい</p>	<p>酒類小売業者は、酒類の小売販売場ごとに、公衆の見やすい場所に、<u>酒類販売管理者の氏名や酒類販売管理研修の受講事績等を記載した標識を掲示しなければなりません</u>。</p>

(注) 1 上記に違反した場合には、「罰則」の対象となり、「免許取消」となる場合があります。

2 平成 29 年 6 月 1 日以降は、酒類販売管理研修を受講した者の中から酒類販売管理者を選任しなければなりません。

ただし、同年 5 月 31 日までに酒類販売管理者を選任し届け出ている場合は、初回研修は、平成 29 年 8 月 31 日までに、前回の受講から3年を経過している者の定期研修は、平成 29 年 11 月 30 日までに受講させる必要があります。

3 酒類販売管理研修は、小売酒販組合などの国税庁長官又は国税局長が指定した団体が実施します。研修実施団体の指定状況及び酒類販売管理研修の実施予定については、国税庁のホームページで確認できます。

<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/hambai/kenshuyotei/01.htm>

4 標識については、国税庁のホームページでも作成することができます。

<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/hambai/mokuji.htm>

【販売場に掲げる「標識」の記載例】

酒 類 販 売 管 理 者 標 識	
販売場の名称及び所在地	国 税 酒 店 千 代 田 区 霞 が 関 3 - 1 - 1
酒類販売管理者の氏名	国 税 太 郎
酒類販売管理研修受講年月日	平 成 2 9 年 4 月 1 日
次回研修の受講期限	平 成 3 2 年 3 月 3 1 日
研修実施団体名	霞 が 関 小 売 酒 販 組 合