

保存期間：10年

(平成38年末)

平成28年12月21日

資料	2 - 3
----	-------

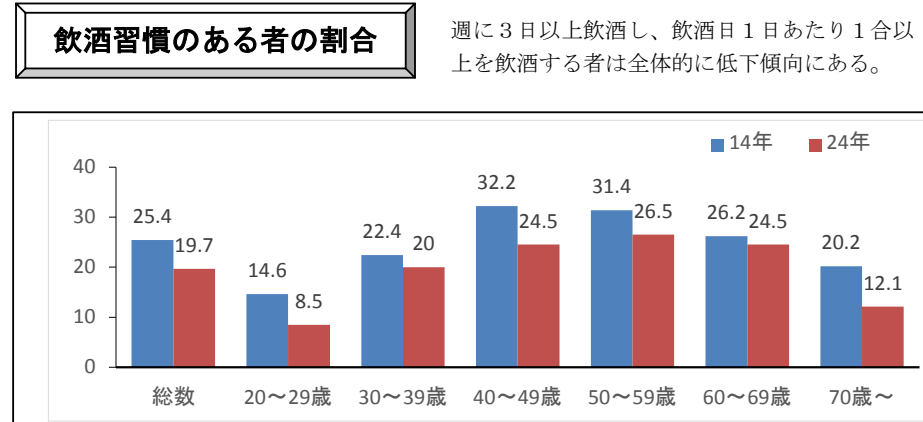
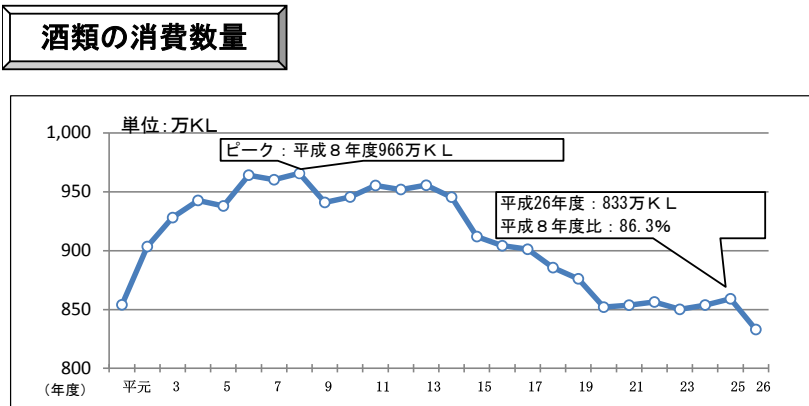
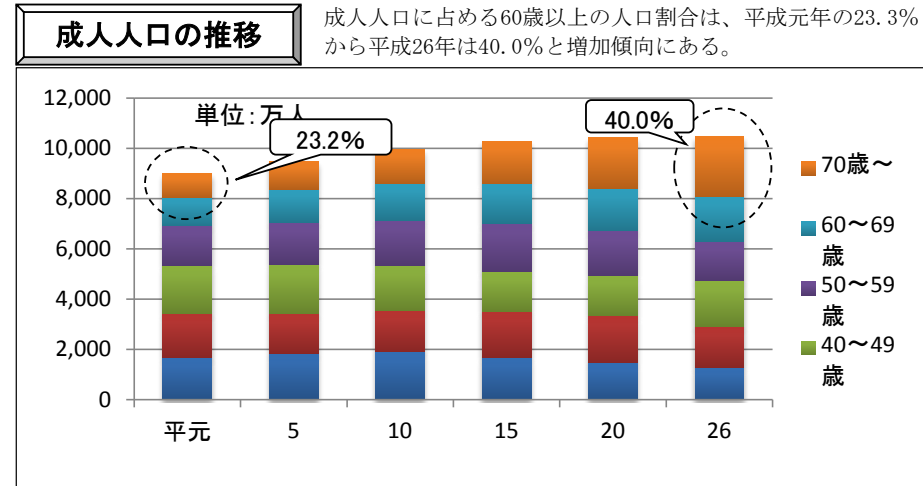
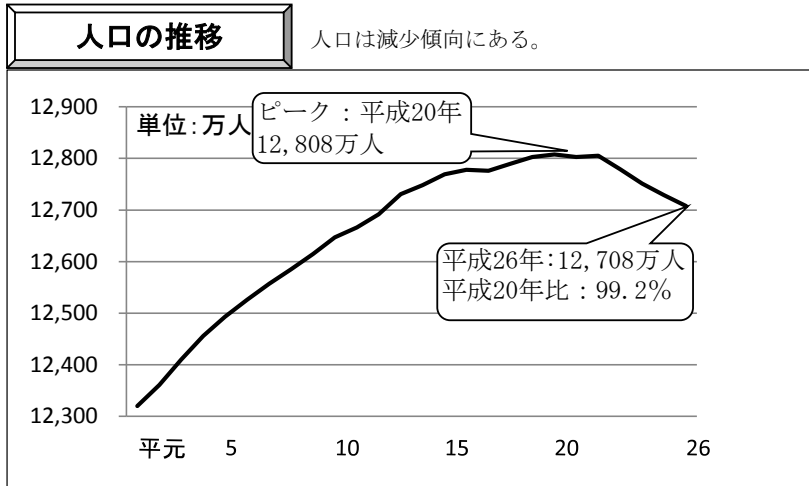
## 参考資料

## 目次

1. 酒類業を取り巻く概況	1
2. 酒税率の一覧表(平成 18 年 5 月 1 日～)	2
3. 酒税の課税実績(平成 26 年度)	3
4. 酒類課税数量と課税額の推移	4
5. 各酒類の課税数量(構成比率)の推移	5
6. 酒類製造業の推移(免許場数・免許者数)	6
7. 酒類卸売業の推移(免許場数・免許者数)	7
8. 酒類小売業の推移(免許場数・免許者数)	8
9. 「酒類小売業者の概況」の概要	9
10. 酒類の公正な取引	10
11. 酒類に関する公正な取引のための指針(概要)	14
12. 酒類に関する公正な取引のための指針	15
13. 酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について	20

# 1. 酒類業を取り巻く概況

○酒類業を取り巻く環境は、人口減少社会の到来、高齢化等に伴い変化している。



出典：国税庁 統計年報（長期時系列データ）。統計局 人口推計（長期時系列データ・各年次）。厚生労働省 国民健康・栄養調査（平成24年）

なお、平成22年度の酒類の消費数量は、東日本大震災の影響により基礎資料が未集計である仙台局における消費数量を昨年の数量と同数として作成している。

## 2. 酒税率一覧表(平成18年5月1日～)

### 1. 酒税法第23条関係

酒類の分類	アルコール分等	1 k l 当たり 税率
○発泡性酒類 (基本税率) 220,000円		
ビール		220,000円
発泡酒	麦芽比率50%以上又はアルコール分10度以上	220,000円
	麦芽比率25%以上 (アルコール分10度未満)	178,125円
	麦芽比率25%未満 (アルコール分10度未満)	134,250円
その他の発泡性酒類	ビール及び発泡酒以外の品目の酒類のうち、アルコール分が10度未満で発泡性を有するもの(※)	80,000円
○醸造酒類 (基本税率) 140,000円		
清酒		120,000円
果実酒		80,000円
その他の醸造酒		140,000円
○蒸留酒類 (基本税率)		
	21度以上 21度未満	200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円
連続式蒸留 しょうちゅう	21度以上 21度未満	200,000円に20度を超える1度ごとに10,000円加算 200,000円
単式蒸留 しょうちゅう		
原料用アルコール		
ウイスキー ブランデー スピリッツ	37度以上 37度未満	370,000円に37度を超える1度ごとに10,000円加算 370,000円
○混成酒類 (基本税率)		
	21度以上 21度未満	220,000円に20度を超える1度ごとに11,000円加算 220,000円
合成清酒		100,000円
みりん		20,000円
甘味果実酒 キユール	13度以上 13度未満	120,000円に12度を超える1度ごとに10,000円加算 120,000円
粉末酒		390,000円
雑酒	みりん類似 21度以上 21度未満	20,000円 220,000円に20度を超える1度ごとに11,000円加算 220,000円

- (※) ホップ等を原料の一部とした酒類で次に掲げるものは、その他の発泡性酒類に含まれる。
- 糖類、ホップ、水及び一定の物品(注)を原料として発酵させたものでエキス分2度以上のもの(その他の醸造酒)  
(注)「一定の物品」とは、次のものをいう。  
イ たんぱく質物分解物(大豆を原料とするもの)及び酵母エキス又はこれらとカラメル  
ロ たんぱく質物分解物(えんどうを原料とするもの)及びカラメル又はこれらと食物繊維  
ハ とうもろこし、たんぱく質物分解物(とうもろこしを原料とするもの)、酵母エキス、アルコール、食物繊維、香料、くえん酸三カリウム及びカラメル
  - 麦芽及びホップを原料の一部として発酵させた発泡酒(麦芽比率が50%未満のもの)に、大麦又は小麦を原料の一部として発酵させたアルコール含有物を蒸留したスピリッツを加えたものでエキス分2度以上のもの(リキュール)

### 2. 租税特別措置法第87条の2関係

次の品目のうち、発泡性のない酒類で、アルコール分13度未満のもの(リキュールについては12度未満のもの)については、1の表にかかわらず、次表の税率を適用する。

品目	アルコール分等	1 k l 当たり 税率
連続式蒸留しょうちゅう 単式蒸留しょうちゅう	9度以上13度未満	80,000円に8度を超える1度ごとに10,000円加算
ウイスキー ブランデー スピリッツ	9度未満	80,000円

### 3. 租税特別措置法第87条及び第87条の6関係

次の品目のうち、前年度の課税移出数量がそれぞれ1,300kl以下である者が、当年度に移出する酒類の200klまでのものについては、1の表により算出した酒税額を次表の割合で軽減した酒税額とする。なお、ビール以外の酒類は28年度～29年度について、ビールは27年度について、前年度の課税移出数量が1,000kl超～1,300kl以下の場合には上段の軽減割合、1,000kl以下の場合には下段の軽減割合を適用する。

品目	軽減割合				
	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度
清酒、連続式蒸留しょうちゅう、 単式蒸留しょうちゅう、果実酒 (注1)	20%	20%	20%	10%	10%
合成清酒、発泡酒(注1)	10%	10%	10%	5%	5%
				10%	10%
ビール(注2)	15%	15%	7.5%	新たに免許を受けた日から 5年間を経過する日の属する月の末日まで	
			15%		

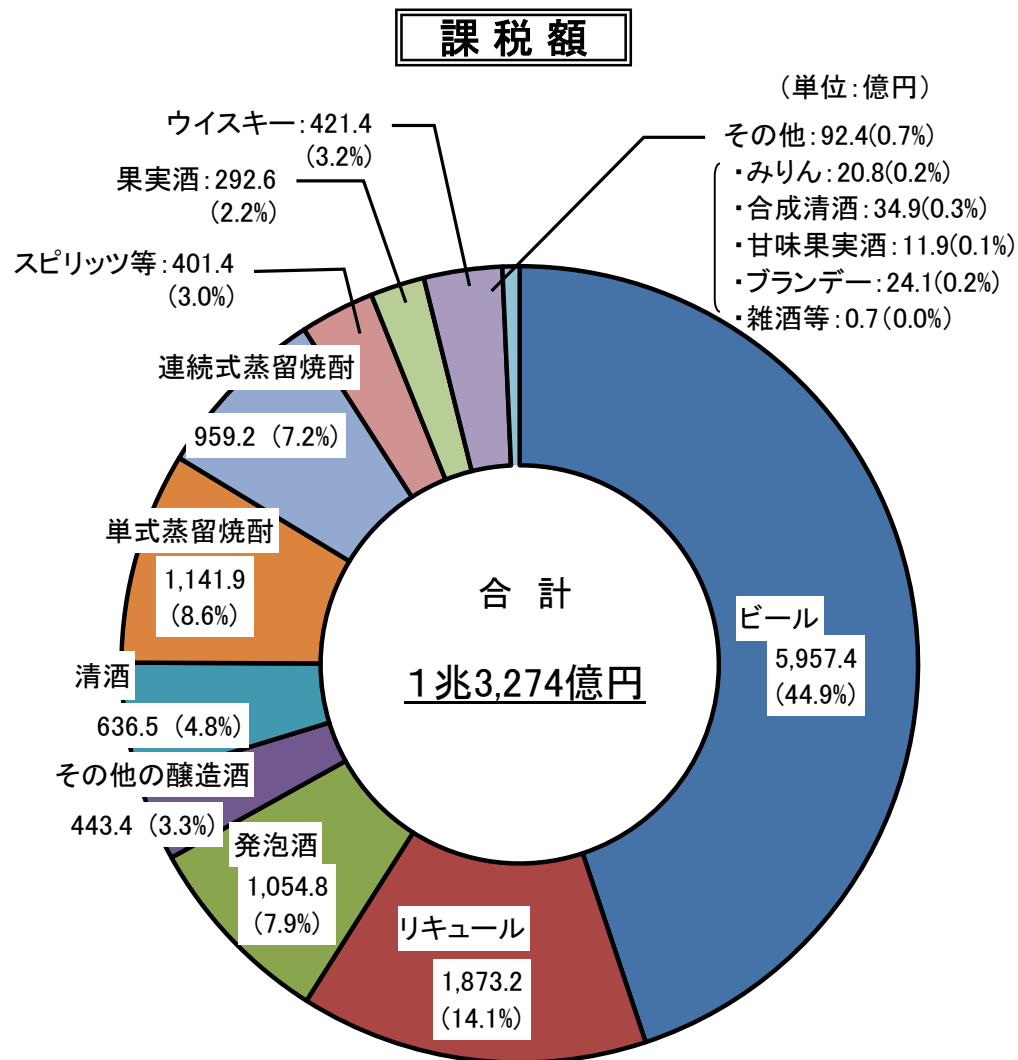
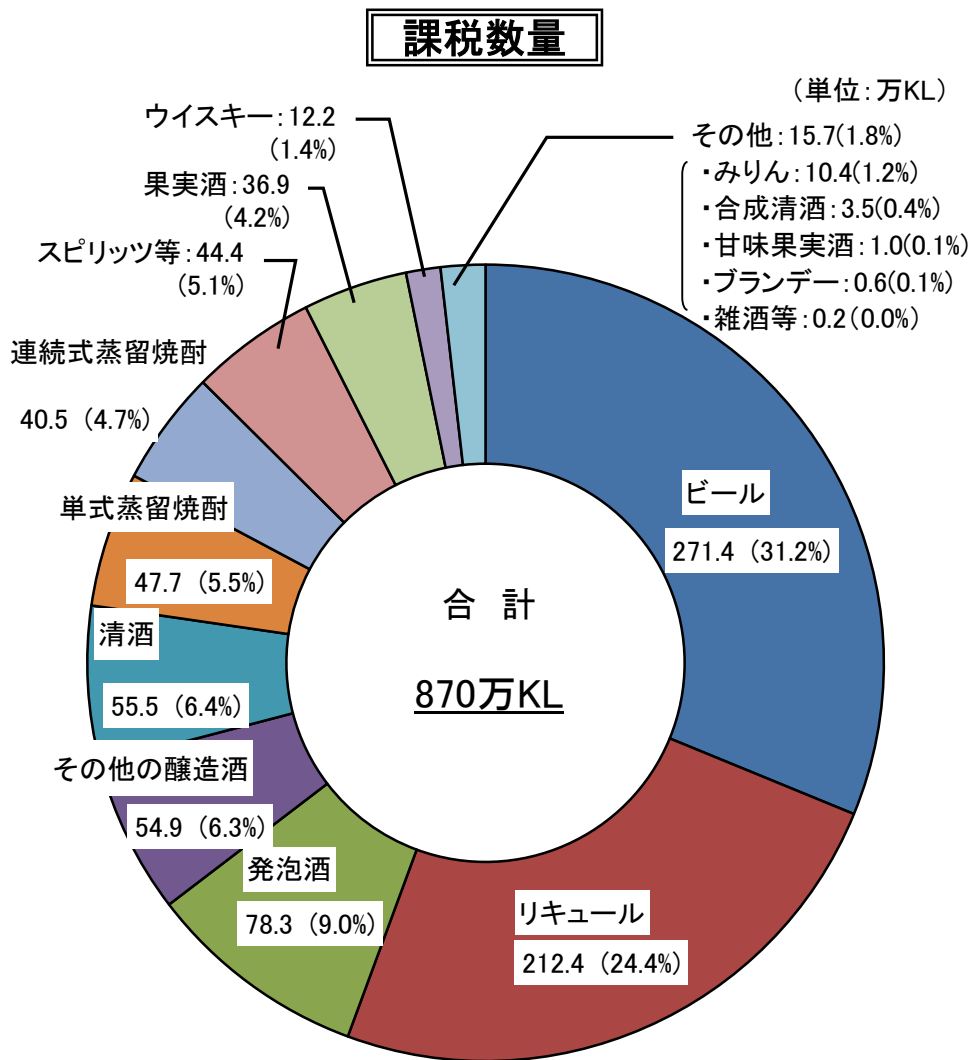
(注1) 東日本大震災により酒類の製造場に甚大な被害を受けたことについて国税庁長官の確認を受けた製造者は、上記の割合で軽減した酒税額を6.25%軽減した酒税額とする。(平成25～27年度)

(注2) 当該免許を受けた日から5年間を経過する日の属する月の末日までは経過措置が設けられており、下記に応じた軽減割合が適用される。

- 平成20年4月1日から平成22年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年間を経過する日の属する月の末日までは20%
- 平成22年4月1日から平成25年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年間を経過する日の属する月の末日までは15%
- 平成25年4月1日から平成28年3月31日までの間に初めてビールの製造免許を受けた者における軽減割合は、当該免許を受けた日から5年間を経過する日の属する月の末日までは15%(平成27年度以後は15%又は7.5%)

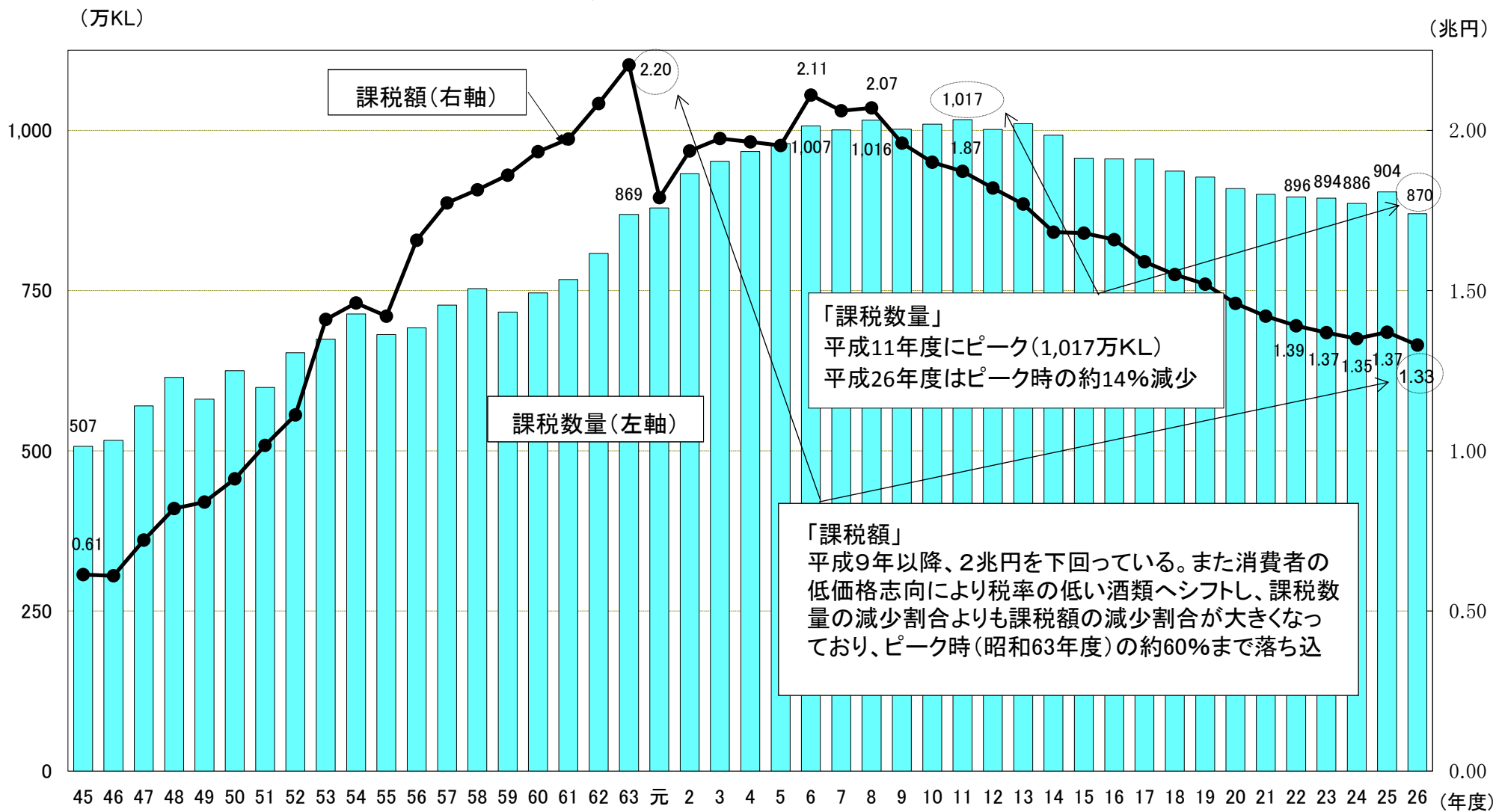
### 3. 酒税の課税実績(平成26年度)

○低アルコールの酒類が好まれており、ビール・リキュール・発泡酒・その他の醸造酒の合計は、課税数量、課税額ともに全体の6割超を占めている。



- (備考) 1. 国税庁調べ。  
 2. スピリッツ等には原料用アルコールを含み、雑酒等には粉末酒を含む。  
 3. ( )内は構成比。

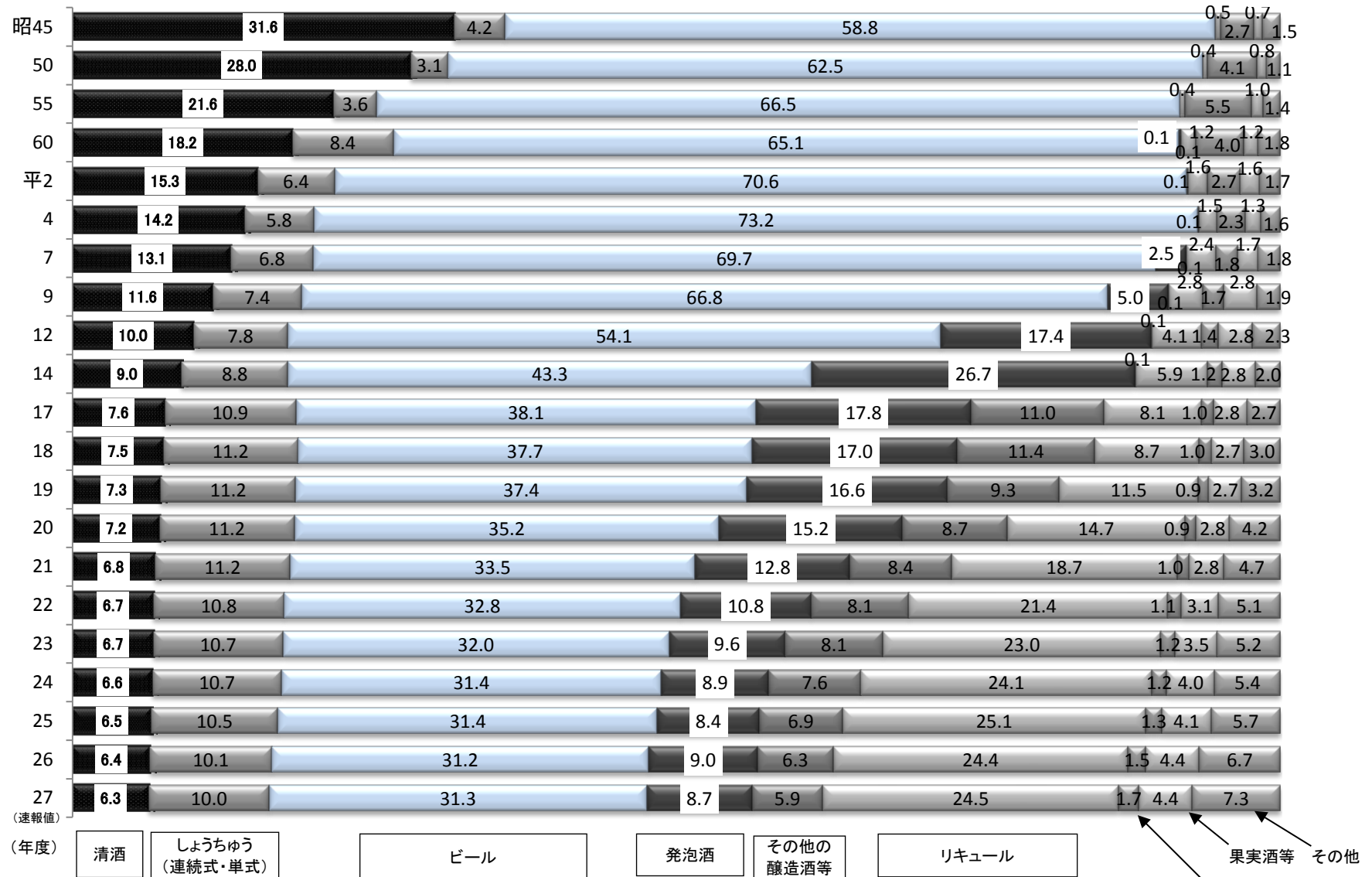
## 4. 酒類課税数量と課税額の推移



## 5. 各酒類の課税数量（構成比率）の推移

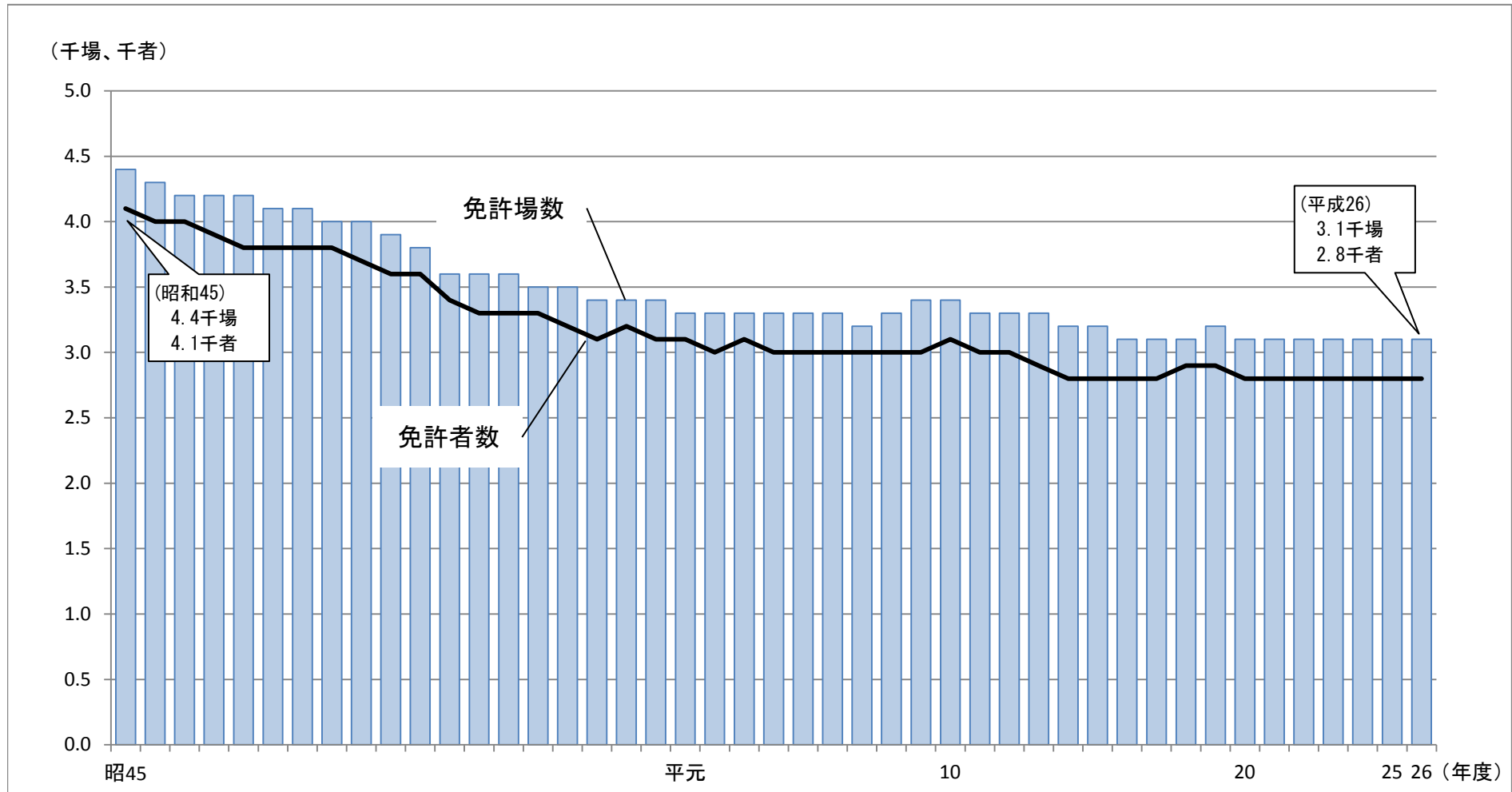
消費者の低アルコール・低価格志向もあり、飲まれる酒類の嗜好は変化している。  
特にビールについては、新ジャンル（その他の醸造酒やリキュール）に移行している状況がみられる。

(単位: %)



(注)1 「国税庁統計年報書」による。  
2 平成27年度は速報値である。

## 6. 酒類製造業の推移(免許場数・免許者数)

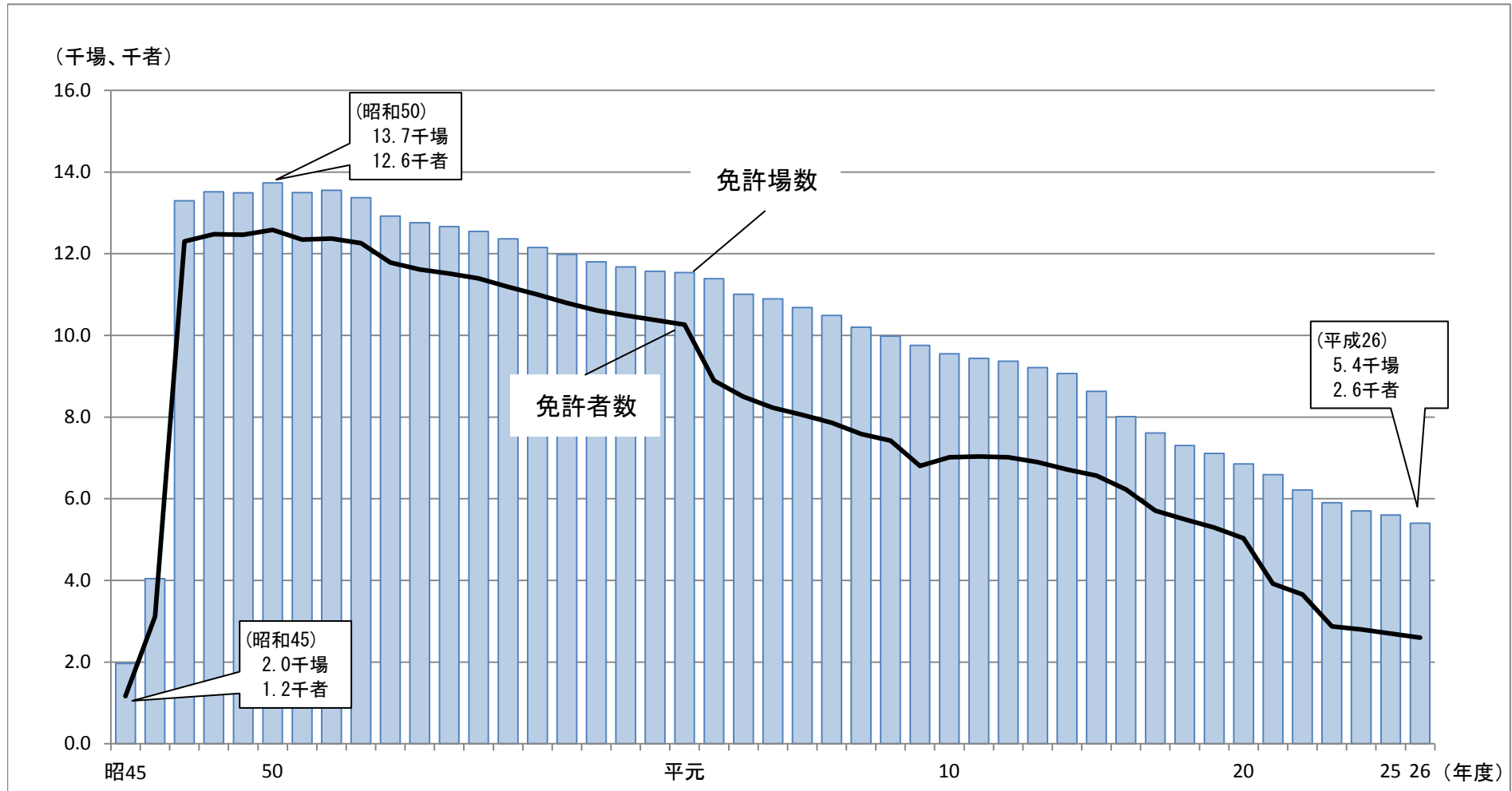


(出典) 国税庁「統計年報」

(注) 各酒類を通じたものを掲げた。



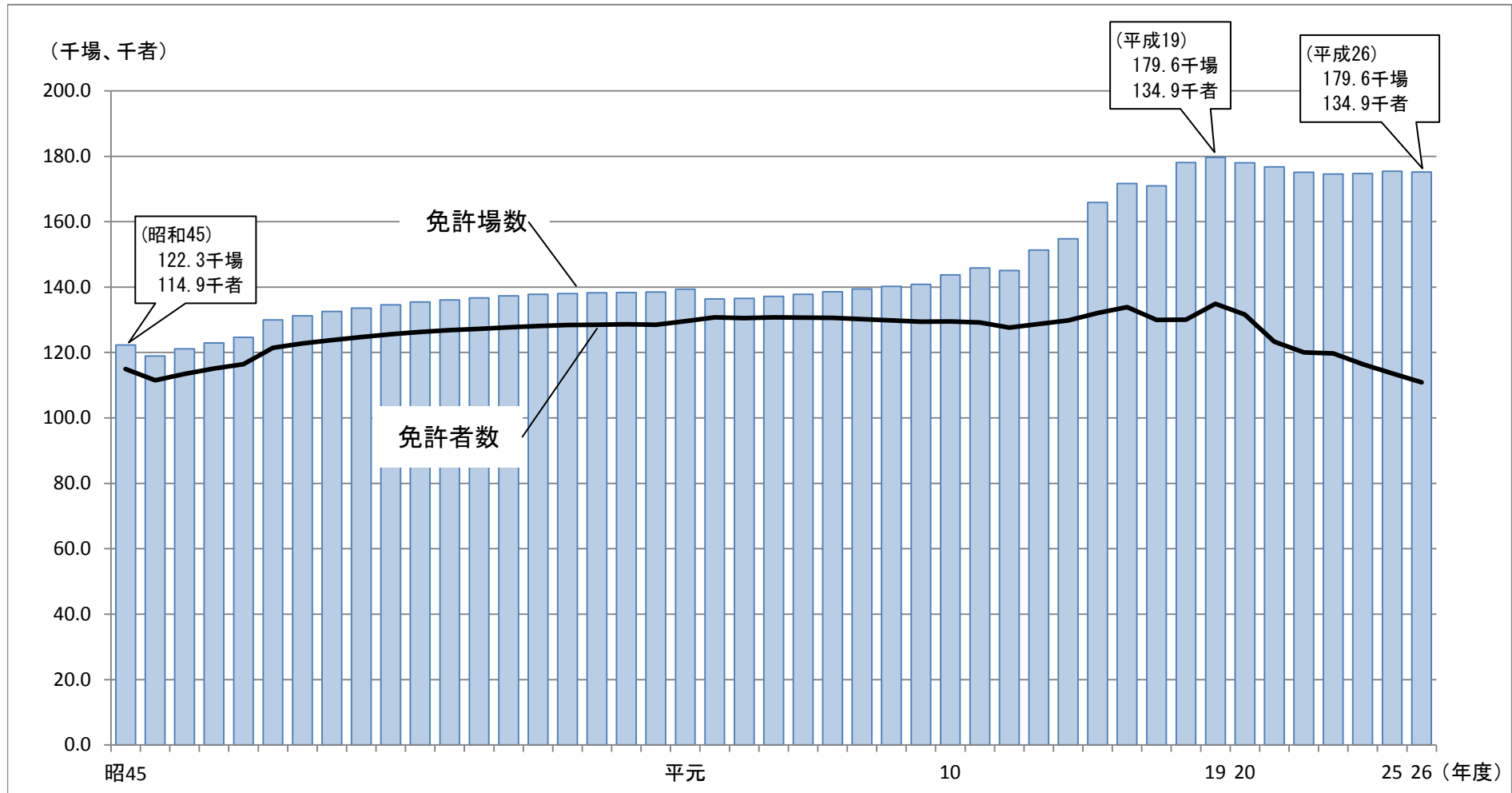
## 7. 酒類卸売業の推移(免許場数・免許者数)



(出典) 国税庁「統計年報」

(注) 販売できる酒類の範囲が全酒類の免許場数及び免許者数を掲げた。

## 8. 酒類小売業の推移(免許場数・免許者数)



(出典) 国税庁「統計年報」

(注) 販売できる酒類の範囲が全酒類の免許場数及び免許者数を掲げた。

## 9. 「酒類小売業者の概況」の概要

○業態別事業者数  
(小売業者の販売状況 (1)事業者数)

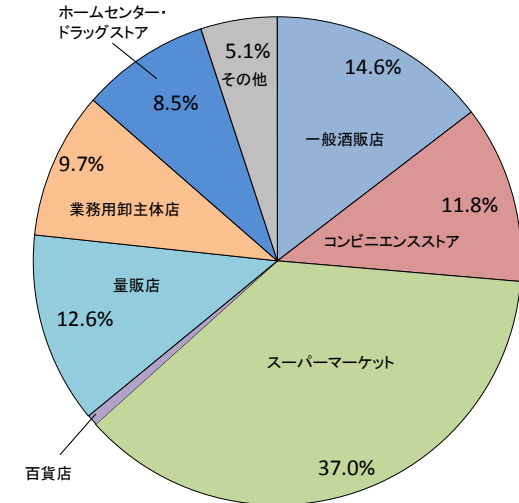
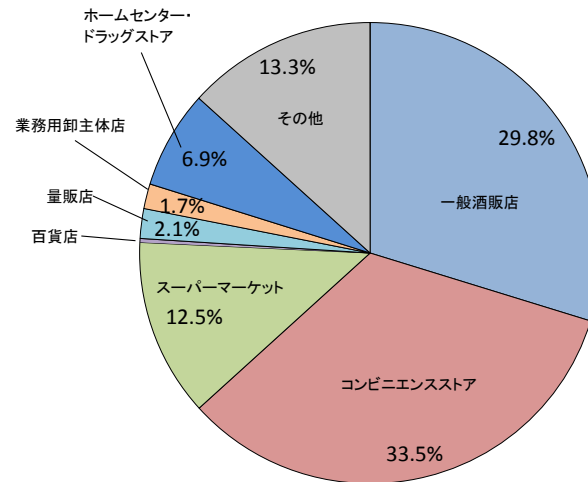
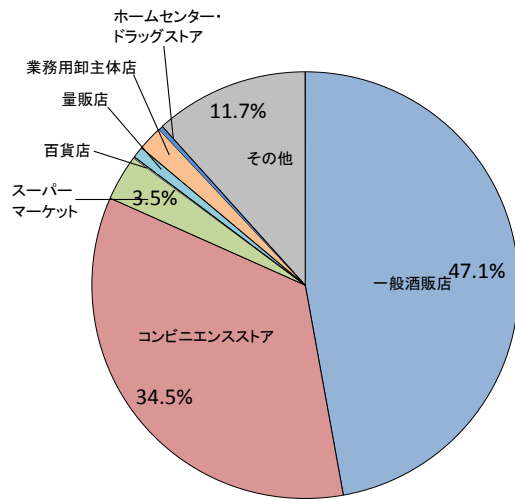
業態	区分	事業者数	構成比
		者	%
①一般酒販店		46,621	47.1
②コンビニエンスストア		34,161	34.5
③スーパーマーケット		3,430	3.5
④百貨店		102	0.1
⑤量販店(ディスカウントストア等)		850	0.9
⑥業務用卸主体店		1,880	1.9
⑦ホームセンター・ドラッグストア		330	0.3
⑧その他(農協、生協など)		11,527	11.7
合計		98,901	100.0

○業態別販売場数  
(小売業者の販売状況 (2)販売場数)

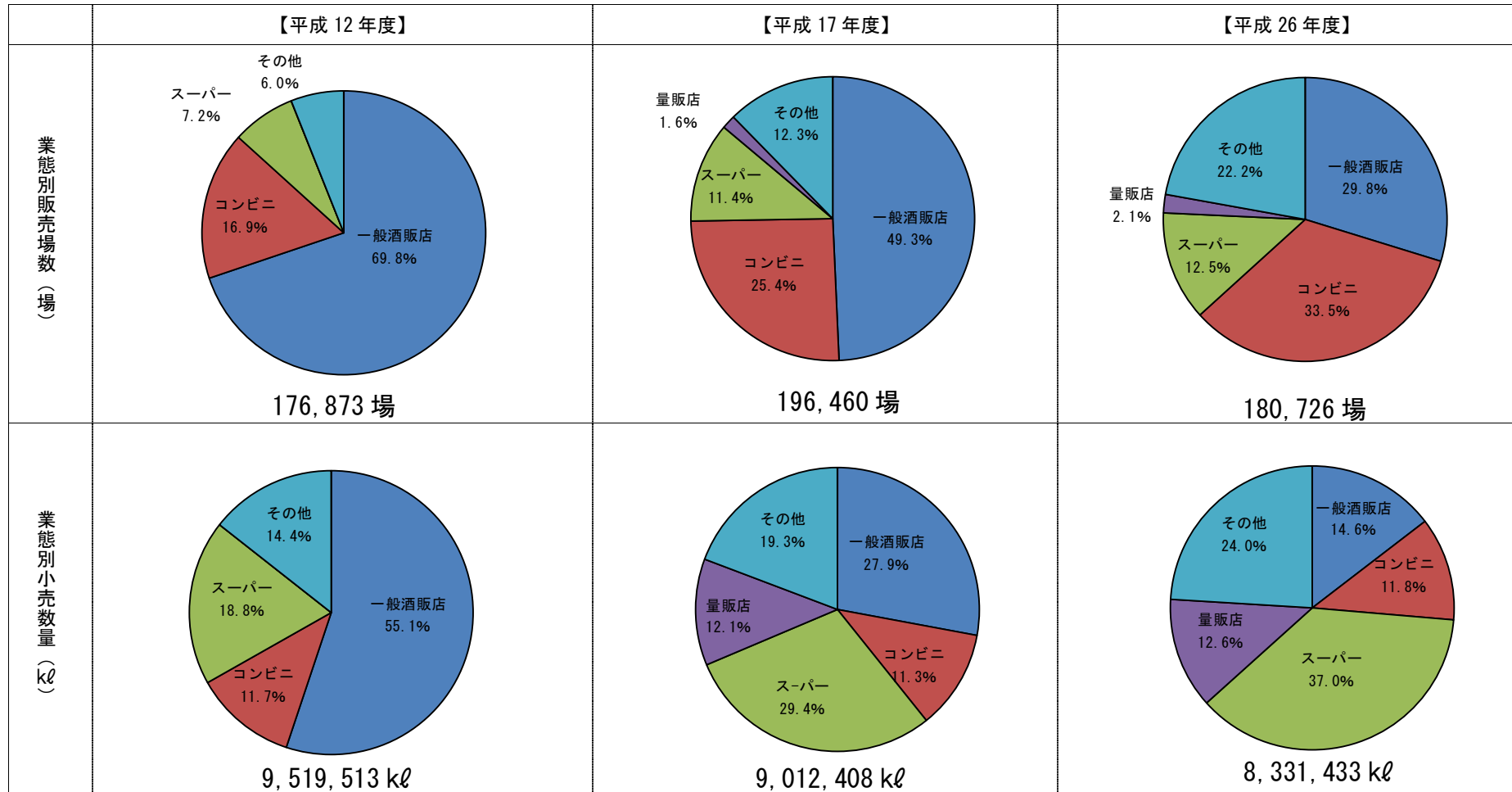
業態	区分	販売場数	構成比
		場	%
①一般酒販店		48,537	29.8
②コンビニエンスストア		54,645	33.5
③スーパーマーケット		20,330	12.5
④百貨店		443	0.3
⑤量販店(ディスカウントストア等)		3,397	2.1
⑥業務用卸主体店		2,845	1.7
⑦ホームセンター・ドラッグストア		11,181	6.9
⑧その他(農協、生協など)		21,697	13.3
合計		163,075	100.0

○業態別小売数量  
(小売業者の販売状況 (3)小売数量)

業態	区分	小売数量	構成比
		kl	%
①一般酒販店		1,177,861	14.6
②コンビニエンスストア		950,552	11.8
③スーパーマーケット		2,989,156	37.0
④百貨店		58,716	0.7
⑤量販店(ディスカウントストア等)		1,020,998	12.6
⑥業務用卸主体店		786,160	9.7
⑦ホームセンター・ドラッグストア		687,140	8.5
⑧その他(農協、生協など)		409,744	5.1
合計		8,080,327	100.0



## 9-2. 業態別販売場数及び小売数量の推移



注1 平成 12 年度及び平成 17 年度の各構成比は、「しっ皆調査」の結果を基に算出している（回収率は平成 12 年度 71.2%、平成 17 年度 55.6%であり、沖縄県に本店のある酒類販売業者は調査対象から除かれている）。

2 平成 26 年度の各構成比は、酒類小売業者からの報告（「酒類の販売数量等報告書」及び「『未成年者の飲酒防止に関する表示基準』の実施状況等報告書」）を基に算出している。

3 円グラフ下の各数値は、国税庁統計年報の「酒類販売業免許場数（小売に限る）」及び「酒類の販売（消費）数量」を記載している。

4 業態の「その他」は、業務用卸主体店、ホームセンター・ドラッグストア、百貨店等である。また、平成 12 年度については、「その他」に「量販店」が含まれている。

### 9-3. 酒類小売業者の概況

#### (1) 酒類小売業者の概況（一販売場平均）

区 分	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度
酒類小売数量 (kl)	50.5	50.3	51.0
酒類売場面積 (㎡)	38.6	36.6	38.4
平均営業時間 (時間)	14.9	15.0	15.2

#### (2) 一般酒販店の経営概況（一者平均）

(単位：万円、%)

区 分	金額・割合		
	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度
総売上高	6,104	6,125	6,670
うち酒類小売売上高	1,829	1,857	1,941
総売上高に占める割合	30.0	30.3	29.1
売上総利益	1,242	1,256	1,443
うち酒類小売売上総利益	314	321	345
税引前純利益	60	85	123
総売上高に占める割合	1.0	1.4	1.8

#### (3) 業態別の販売場数

(単位：場、%)

区 分	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度	
	構成比	構成比	構成比	構成比		
一 般 酒 販 店	57,129	34.7	54,901	33.1	51,014	31.3
コンビニエンスストア	50,578	30.7	52,195	31.5	53,095	32.6
スーパーマーケット	20,667	12.5	20,740	12.5	20,395	12.5
百 貨 店	432	0.3	443	0.3	424	0.3
量 販 店	3,572	2.2	3,615	2.2	3,416	2.1
業務用卸主体店	2,599	1.6	2,704	1.6	2,733	1.7
ホームセンター・ドラッグストア	9,105	5.5	10,116	6.1	10,485	6.4
そ の 他	20,677	12.5	21,165	12.8	21,220	13.0
合 計	164,759	100.0	165,879	100.0	162,782	100.0

(注) 構成比については、小数点2位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

#### (4) 業態別の販売数量

(単位：kl、%)

区 分	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度	
	構成比	構成比	構成比	構成比		
一 般 酒 販 店	1,373,441	16.5	1,299,286	15.6	1,225,690	14.8
コンビニエンスストア	924,312	11.1	937,960	11.2	919,447	11.1
スーパーマーケット	2,988,829	35.9	3,010,740	36.1	3,119,726	37.6
百 貨 店	59,539	0.7	63,082	0.8	61,734	0.7
量 販 店	1,238,787	14.9	1,177,084	14.1	1,082,796	13.0
業 務 用	774,626	9.3	840,395	10.1	811,799	9.8
ホームセンター・ドラッグストア	555,142	6.7	612,626	7.3	674,528	8.1
そ の 他	409,172	4.9	407,753	4.9	412,931	5.0
合 計	8,323,848	100.0	8,348,926	100.0	8,308,652	100.0

(注) 構成比については、小数点2位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

#### (5) 経営組織別事業者数

(単位：者、%)

区 分	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度	
	構成比	構成比	構成比	構成比		
個 人	61,507	57.2	59,558	56.5	56,352	55.7
法 人 ・ そ の 他	46,050	42.8	45,884	43.5	44,880	44.3
合 計	107,557	100.0	105,442	100.0	101,232	100.0

#### (6) 一般酒販店の売上規模別事業者数

(単位：者、%)

区 分	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度	
	構成比	構成比	構成比	構成比		
300万円以下	4,640	13.0	4,747	13.7	4,652	14.1
300万円超 500万円以下	3,041	8.5	3,136	9.1	3,137	9.5
500万円超 700万円以下	2,880	8.1	2,785	8.0	2,632	8.0
700万円超 1,000万円以下	3,732	10.5	3,670	10.6	3,503	10.6
1,000万円超 1,500万円以下	4,308	12.1	4,057	11.7	3,890	11.8
1,500万円超 2,000万円以下	3,111	8.7	2,999	8.7	2,781	8.4
2,000万円超 2,500万円以下	2,376	6.7	2,274	6.6	2,129	6.5
2,500万円超 3,000万円以下	1,859	5.2	1,741	5.0	1,543	4.7
3,000万円超 4,000万円以下	2,495	7.0	2,317	6.7	2,182	6.6
4,000万円超 5,000万円以下	1,622	4.5	1,513	4.4	1,415	4.3
5,000万円超 1億円以下	3,272	9.2	3,090	8.9	2,872	8.7
1億円超	2,318	6.5	2,273	6.6	2,260	6.9
合 計	35,654	100.0	34,602	100.0	32,996	100.0

(注) 構成比については、小数点2位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

酒類小売業者の概況については、国税庁ホームページに掲載している。  
(<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/kori/04.htm>)

## 9-4. 酒類卸売業者の概況

### (1) 酒類卸売業者の概況

区分	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度	
		1 企業平均		1 企業平均		1 企業平均
事業者数 (者)	1,433	-	1,422	-	1,412	-
酒類販売数量 (kl)	11,969,228	8,353	12,028,176	8,459	13,485,078	9,550
総売上高 (百万円)	32,252,164	22,507	34,933,077	24,566	31,791,487	22,515
うち酒類卸売上高	5,081,818	3,546	4,937,824	3,472	5,362,795	3,798
売上総利益 (百万円)	1,676,543	1,170	2,068,671	1,455	2,048,225	1,451
税引前純利益 (百万円)	577,473	403	775,139	545	488,965	346
総従事者数 (人)	126,373	88	137,859	97	139,309	99
うち酒卸売部門	19,760	14	19,222	14	21,137	15

### (2) 酒類卸売業者の企業規模

(単位: 者、%)

区分	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度			
		構成比		構成比		構成比		
協同組合	21	1.5	14	1.0	15	1.1		
1 億円超・100 人超の会社	77	5.4	85	6.0	84	5.9		
中小企業	会社	1 億円超・100 人以下	22	1.5	22	1.5	26	1.8
		1 億円以下・100 人超	65	4.5	82	5.8	88	6.2
		1 億円以下・100 人以下	1,157	80.7	1,130	79.5	1,127	79.8
	個人	91	6.4	89	6.3	72	5.1	
中小企業計	1,335	93.2	1,323	93.0	1,313	93.0		
企業数合計	1,433	100.0	1,422	100.0	1,412	100.0		

(注) 1 企業規模 (区分欄) の金額は資本金を、人数は従業員数を表す。

2 構成比については、小数点 2 位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

### (3) 税引前純利益金額別企業数

(単位: 者、%)

区分	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度	
		構成比		構成比		構成比
欠損	545	38.0	513	36.1	509	36.0
～50 万円未満	133	9.3	124	8.7	124	8.8
～500 万円未満	284	19.8	290	20.4	281	19.9
～3,000 万円未満	242	16.9	243	17.1	230	16.3
～1 億円未満	98	6.8	114	8.0	128	9.1
1 億円以上	131	9.1	138	9.7	140	9.9
合計	1,433	100.0	1,422	100.0	1,412	100.0

(注) 構成比については、小数点 2 位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

### (4) 販売先別販売数量

(単位: kl、%)

区分	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度	
		構成比		構成比		構成比
卸売業者	2,609,599	21.8	2,691,160	22.4	3,637,325	27.0
小売業者	8,185,092	68.4	8,170,762	67.9	8,519,234	63.2
消費者	1,174,538	9.8	1,166,253	9.7	1,328,519	9.9
合計	11,969,228	100.0	12,028,176	100.0	13,485,078	100.0

(注) 構成比については、小数点 2 位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

### (5) 品目別販売数量

(単位: kl、%)

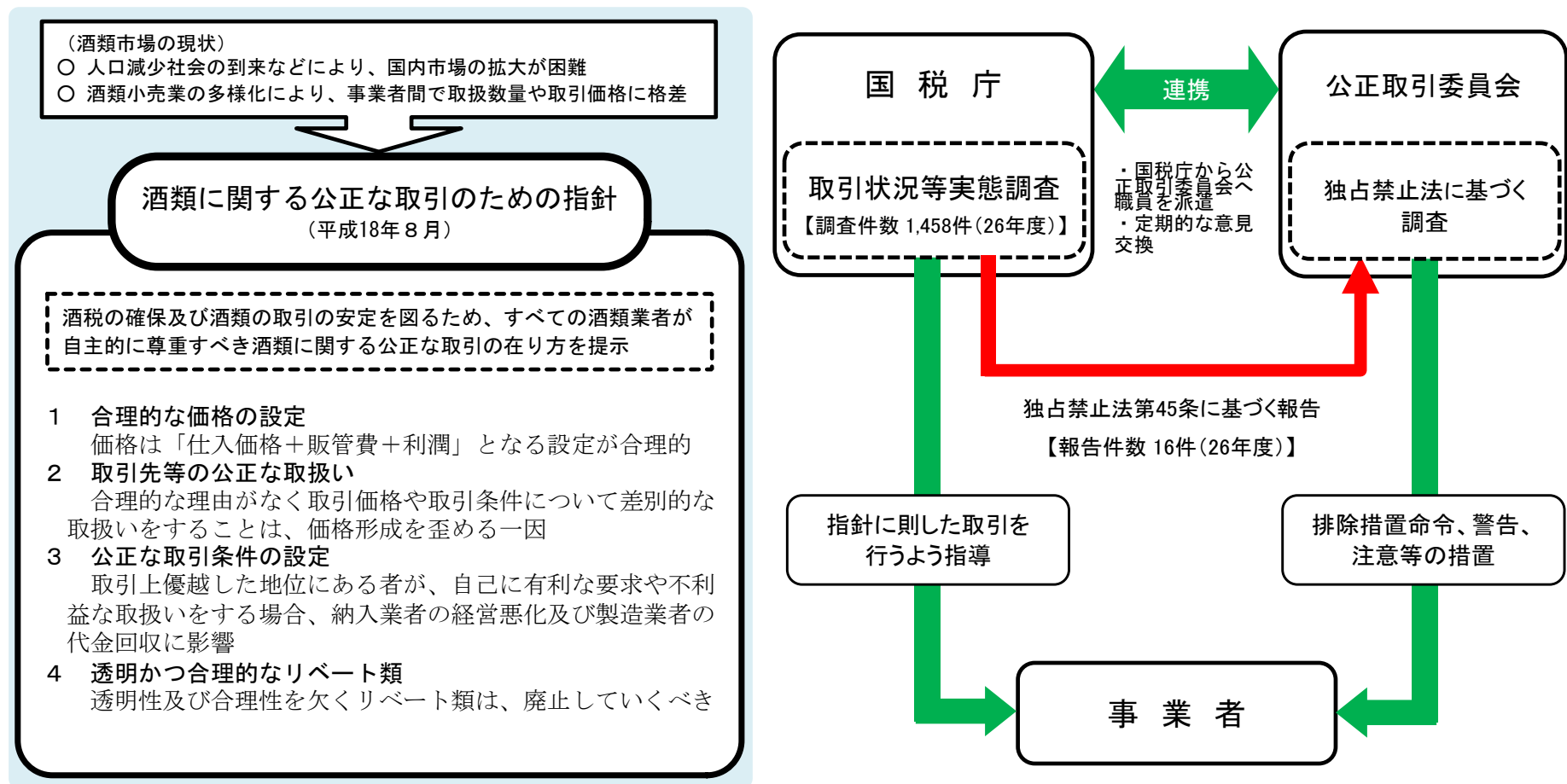
区分	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度	
		構成比		構成比		構成比
清酒	923,655	7.7	899,433	7.5	914,024	6.8
しょうちゅう	1,380,354	11.5	1,377,914	11.5	1,426,051	10.6
ビール	3,825,861	32.0	3,906,356	32.5	4,367,271	32.4
発泡酒	1,113,152	9.3	1,028,605	8.6	1,050,424	7.8
その他の醸造酒	966,675	8.1	893,222	7.4	890,284	6.6
スピリッツ・リキュール	2,935,526	24.5	3,053,707	25.4	3,889,677	28.8
その他	824,005	6.9	868,939	7.2	947,346	7.0
合計	11,969,228	100.0	12,028,176	100.0	13,485,078	100.0

(注) 構成比については、小数点 2 位以下を四捨五入しているため、合計とは一致しない場合がある。

- 「酒類卸売業者の概況」(酒類卸売業者実態調査の結果)については、国税庁ホームページに掲載している。  
(<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/oroshiuri/03.htm>)
- 調査表の回収率は、それぞれ 87.3% (平成 23 年度)、85.6% (平成 24 年度)、90.3% (平成 25 年度) である。
- 平成 23 年度から調査対象者を卸売酒販組合の組合員から、組合員以外の者にも拡充した。

## 10. 酒類の公正な取引

- 酒類業者の自主的な取組を促進するため、平成18年8月に「酒類に関する公正な取引のための指針」を公表するとともに、取引状況等実態調査を実施
- 酒類業者の取引に関し独占禁止法に違反する事実があると思料したときは、公正取引委員会に対しその事実を報告



## 11. 酒類に関する公正な取引のための指針（概要）

目的：酒税の確保及び酒類の取引の安定化（酒類業組合法1条）

指針に則した取引の実行⇒経営健全性と消費者利益の向上

酒類業の健全な発達

（はじめに）

- ① 近年の酒類市場 ⇒
  - ・ 経営環境の変化（人口減少社会の到来など）……………> 酒類全体では数量ベースでの国内市場の拡大困難
  - ・ 酒類小売業の多様化（コンビニ、スーパー、ドラッグストアなど）……………> 事業者間で取扱数量や取引価格に格差
- ② 酒類業の健全な発達に向けた課題 ⇒ 「量から質への転換」、「消費者の視点」、「販売管理」、「公正取引の確保」
- ③ 酒類業組合法第84条<<酒税保全のための勧告又は命令>>の適用の可能性を踏まえつつ、「酒類に関する公正な取引の在り方」、「公正取引委員会との連携方法等」を提示 ⇒ 公正取引の確保に向けた自主的な取組を促進

第1 酒類に関する公正な取引の在り方 （酒税保全の観点から酒類取引の在り方を提示）	第2 取引状況等実態調査の実施及び公正取引委員会との連携等 （国税庁の対応）
<p>1 合理的な価格の設定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 価格は「仕入価格＋販管費＋利潤」となる設定が合理的 また、酒類の特殊性から妥当なものであるべき。</li> <li>② 酒類の特殊性に鑑みれば、顧客誘引のための「おとり商品」として使用することは不適正な慣行であり改善していくべき。</li> <li>③ 的確な需給見通しに基づき、適正生産を行うべき。</li> </ul> <p>2 取引先等の公正な取扱い</p> <p>合理的な理由がなく取引先又は販売地域によって取引価格や取引条件について差別的な取扱いをすることは、価格形成を歪める一因</p> <p>3 公正な取引条件の設定</p> <p>スーパー等大きな販売力を持つ者が、自己都合返品、プライベートブランド商品の受領拒否、従業員等の派遣、協賛金や過大なセンターフィーの負担等の要求を一方的に行う場合、又はこれらの要求拒否を理由として不利益な取扱いをする場合は、納入業者の経営を悪化させ、製造業者の代金回収に影響し、酒税保全上の問題発生のおそれ。</p> <p>4 透明かつ合理的なリベート類</p> <p>透明性及び合理性を欠くリベート類は、廃止していくべき。</p>	<p>1 効果的な取引状況等実態調査の実施等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 市場への影響の大きな業者に対し重点的に調査を実施</li> <li>② 改善指導を行った業者についてはフォローアップ調査を実施</li> <li>③ 問題取引とその指導事績は可能な限り具体的に公表し、他の業者において同様の取引が行われないう啓発</li> </ul> <p>2 酒税保全措置</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 酒類業組合法第84条第1項に規定する過当競争の有無は、第1の「酒類に関する公正な取引の在り方」を参考に判定</li> <li>② 酒税保全措置が必要な事態があるときは、事態解消に必要な最小限の措置</li> </ul> <p>3 独占禁止法違反等への対応</p> <p>国税局長は、酒類業者の取引に関し独占禁止法に違反する事実があると思料したときは、公正取引委員会に対しその事実を報告</p> <p>4 公正取引委員会との連携等</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 国税庁は公正取引委員会と流通上の諸問題について協議</li> <li>② 国税局に市場問題の情報を一元的に管理する担当者を配置</li> </ul>



平成 18 年 8 月 31 日  
国 税 庁

## 12. 酒類に関する公正な取引のための指針

(はじめに)

近年の酒類市場は、人口減少社会の到来、販売業免許基準の緩和、ビール等の新取引制度など経営環境に大きな変化が見られる。酒類小売業の業態は、消費者の購買行動の変化を踏まえ、一般酒販店のほかコンビニエンスストア、スーパーマーケット、ドラッグストア等と多様化しており、業務用市場においては全国にチェーン展開する料理飲食店が出現し、事業者間で取扱数量や取引価格に格差も生じてきている。

このような中、今後、酒類全体では数量ベースでの国内市場の拡大を期待することは難しく、酒類業が健全に発達していくためには、「量から質への転換」を図っていく必要がある。製造業者は的確な経営戦略に基づき高品質・高付加価値の酒類を適正規模で製造し、卸売業者は小売業者へそうした酒類を適正に供給し、小売業者は個性ある品揃えなどの多様なサービスの提供等によって差別化を図りつつ未成年者飲酒防止などの社会的要請に対応するため販売管理に取り組んでいくことが求められる。料理飲食店では、未成年者飲酒防止に配慮することはもちろん、品質を損なうことなく酒類を提供していくことが期待されている。他方、単に酒類業界が高利益な酒類の提供等により高いマージンを確保することや販売管理に伴う過剰な負担を安易に消費者へ求めることも適切ではない。常に「消費者の視点」を意識し、酒類の供給者（業界）と実需者（消費者）の利益が最大化するようにすべきである。

国税庁は、酒類業組合の会合などあらゆる機会を通じて、「公正な競争による健全な酒類産業の発展のための指針（平成 10 年 4 月）」（以下「旧指針」という。）及び公正取引委員会の「酒類の流通における不当販売、差別対価等への対応について（平成 12 年 11 月）」等の周知・啓発を図ってきた。更に、公正取引委員会との連携の下、取引状況の実態調査を実施し、旧指針のルールに則していない取引が認められた場合には、その不合理さを指摘して合理的な取引が行われるよう改善指導し、公正取引についての自主的な取組を促してきた。しかしながら、旧指針のルールに則していない不合理な取引が見受けられる状況は現在も継続している。また、公正取引委員会においては、「大規模小売業者による納入業者との取引における特定の不正な取引方法（平成 17 年 5 月公正取引委員会告示）」を制定するなど「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」（昭和 22 年法律第 54 号。以下「独占禁止法」という。）上の不正な取引方法の規制についての新たな取組も行っている。

こうしたことから、国税庁は、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」（昭和 28 年法律第 7 号。以下「酒類業組合法」という。）第 84 条《酒税保全のための勸告又は命令》の適用の可能性を踏まえつつ、酒類業界の実情に即した酒類に関する公正な取引の在り方を提示する。また、併せて、公正取引委員会との連携方法を明らかにすることにより、一層、公正取引の確保に向けた自主的な取組を促進し、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図ることとする。このことは、酒類業の健全な発達にも資するものである。

### 第 1 酒類に関する公正な取引の在り方

国税庁は、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図るため、すべての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以下のとおり提示する。

(注) 本取引の在り方に抵触すると思料される個々の行為は、必ずしも独占禁止法第2条《定義》第9項に規定する不公正な取引方法に該当するというものではなく、不公正な取引方法に該当するか否かは、個別具体的な事案において、行為の意図・目的、取引価格、取引条件、取引形態、市場における競争秩序に与える影響等を総合的に勘案し、公正取引委員会において判断されるものである。

## 1 合理的な価格の設定

① 酒類の価格は、一般的には仕入価格（製造原価）、販売費及び一般管理費等の費用に利潤を加えたものになるはずであり、そうした価格設定が短期的にも中長期的にも合理的である。

一般に商品価格は、市場における事業者の公正かつ自由な競争を通じて形成されるものであるが、酒類は重要な財政物資であり、また、アルコール飲料として社会的配慮を必要とし、更には代表的な嗜好品として国民生活に深い関わりを持っていることから、酒類の価格については、こうした酒類の特殊性から生じる多様な要請に応え得る合理的かつ妥当なものであることが必要である。

② 酒類は国の重要な財政物資であること、致動性・依存性を有する社会的に配慮を要する財であること等その特殊性に鑑みれば、顧客誘引のための「おとり商品」として使用することは不適正な取引慣行であり改善していくべきである。

また、多種類の商品を取り扱っている小売業者が、酒類の供給に要する費用を下回る価格、言い換えれば他の商品の販売による利益その他の資金を投入しなければ困難な低価格を継続的に設定することによって競争事業者の顧客を獲得するという手段は、酒類販売による直接的な損失があつても来店客数、店舗全体の売上高の増加によって全体の利益を図ることのできる販売方法であるが、上記のような酒類の特殊性に鑑みても、他の商品と比べてそのような販売方法での弊害が大きいと考えられ、そのような不公正な取引慣行については改善していくべきである。

③ 今後、酒類全体における数量ベースでの国内市場の拡大が困難であることから、全事業者が独自の判断の下、的確な需給見通しに基づき、適正生産を行うことが必要である。酒類の著しい供給過剰は、取引の安定を阻害するおそれがある。

酒類業者が経営基盤の安定を図りつつ消費者ニーズに応じた酒類を的確に供給していくためには、企業努力による物流等の業務効率化を反映した競争をしつつ、個別の取引において適正な利潤を確保していくことが望まれる。

## 2 取引先等の公正な取扱い

酒類の価格は、取引数量の多寡、決済条件、配送条件等の相違を反映して差が設けられることもあるが、その差は、取引数量の相違等正当なコスト差に基づく合理的なものであるべきである。同様に、合理的な理由がないにもかかわらず取引先又は販売地域によって取引条件に差異を設けることは、公正な取扱いとはならない。

取引価格やその他の取引条件について、合理的な理由なく差別的な取扱いをすることは、酒類の価格形成を歪める大きな一因となる。

## 3 公正な取引条件の設定

① 百貨店、スーパーマーケット、ホームセンター、ドラッグストア等大きな販売力を持つ者（コンビニエンスストア本部等のフランチャイズチェーンの形態をとる事業者を含む。）が、その購買力を

背景に取引上優越した地位にある場合に、自己の都合による返品、商品購入後における納入価格の値引き、特売用商品の著しい低価納入、プライベート・ブランド商品の受領拒否、中元・歳暮などの押し付け販売、従業員等の派遣、協賛金や過大なセンターフリー等の負担、多頻度小口配送等の要求を一方的に行う場合、又はこれらの要求に応じないことを理由として不利益な取扱いをする場合には、公正な取引条件の設定が妨げられる。例えば、一方的な都合による返品や従業員等の派遣を強要した場合には、納入業者に経済上の不利益を及ぼすことになり、更に、納入業者の経営を悪化させたときには、製造業者の代金回収にも影響を及ぼし酒税の保全上の問題が生じるおそれもある。

② 製造業者等が市場調査、販売促進、宣伝等の市場活動等を通じて経済上の利益を供与する又は経済上の不利益を課すことにより、流通業者の取引条件等に不当に関与し影響を及ぼす場合には、流通業者の事業活動を制限することになるばかりでなく、消費者利益を損なうこともある。例えば、流通業者の販売価格、取扱商品、販売地域、取引先などに不当な影響を及ぼす場合には、流通業者間の競争を減少させ、流通業者の自由な事業活動を妨げ、消費者の商品選択を狭めることにもつながる。

#### 4 透明かつ合理的なリベート類

リベート類は、仕切価格の修正としての性格を持つもの、販売促進を目的としたもの、業務効率化への寄与度等に依りて支払われるもの等その態様は様々であるが、いかなる形態であれ透明性及び合理性が必要である。リベート類の透明性が確保されているとは、その支払基準及び支払時期等が明確にされているとともに、それらが取引先に事前に開示されていることをいう。合理性が確保されているとは、支払基準が取引数量に基づく場合には輸送コストの逓減効果によって決められるなど合理的に説明し得ることをいう。

透明性及び合理性を欠くリベート類は、廃止していく必要がある。

### 第2 取引状況等実態調査の実施及び公正取引委員会との連携等

国税庁は、酒類取引の実態把握に努め、公正取引委員会と連携して酒類の公正な取引が図られるよう以下のとおり対応することとする。

#### 1 効果的な取引状況等実態調査の実施等

(1) 市場への影響の大きな酒類業者に対する重点的な取引状況等実態調査の実施  
取引状況等実態調査は、市場に大きな影響を与える取引を行っていると思われる酒類業者に対して重点的に実施する。

なお、関連する事業場が広範にある酒類業者に対する調査は、関係国税局が連携して実施する。また、調査の結果、改善すべき事項が調査を受けた酒類業者の全部又は大部分の事業場に及ぶ場合は、本店に対して総括的な指導を行い、公正取引に向けた全社的な取組を促す。

(注) 取引状況等実態調査の実施に当たっては、事前通知を行い、調査の趣旨について「酒類業組合法第 84 条に基づき酒税保全措置が必要な事態が生じていないかどうかを判断するために同法第 91 条の質問検査権を行使して実施するものである。」旨を説明する。

#### (2) フォローアップ調査の実施

個別に改善指導を行った酒類業者については、フォローアップ調査を実施する。相当期間経過後

においても改善が認められない場合は、必要に応じて調査対象者への酒類納入業者に対し臨場するなど、更に深度ある調査を実施して、改善できなかった理由の解明等を行い、改善に向けた更なる指導等必要な措置を講ずる。

### (3) 取引状況等実態調査の実施状況の公表

取引状況等実態調査によって把握した問題取引とその指導実績については、可能な限り具体的に公表し、他の酒類業者において同様の取引が行われないよう啓発する。

## 2 酒税保全措置

酒類業組合法第84条《酒税保全のための勧告又は命令》第1項に規定する「酒類の販売の競争が正常の程度をこえて行なわれている」事態があるかどうかについては、第1の「酒類に関する公正な取引の在り方」（以下「酒類取引の在り方」という。）を参考とし、酒類取引の在り方からの逸脱の程度等により判定する。当該事態により、酒類の取引の円滑な運行が阻害され、更に、酒類製造業又は酒類販売業の経営が不健全となっている事態が現に生じており、又は将来生じるおそれがあり、その結果、酒税の滞納若しくは脱税が行われている事態が現に生じており又は生じるおそれがあるときは、これらの事態又はそのおそれを解消するために必要最小限の措置を講じるものとする。

## 3 独占禁止法違反等への対応

### (1) 国税局長による公正取引委員会への報告

国税局長（沖繩国税事務所長を含む。）は、取引状況等実態調査の実施等により、酒類業者の取引に関し、独占禁止法の規定に違反する事実があると思料したときは、公正取引委員会（地方事務所等を含む。）に対し、同法第45条《違反事実の報告・探知》第1項の規定に基づき、その事実を報告し、適当な措置をとるべきことを求める。

### (2) 酒類業者、業界団体、消費者団体等からの通報への対応

イ 酒類の取引に関し、酒類業者、業界団体、消費者団体等から、酒類取引の在り方に則していない疑いのある事例について通報があった場合は、取引状況等実態調査を実施するなど適切に対応する。

ロ 酒類業者、業界団体、消費者団体等から、独占禁止法に違反する疑いのある事例について、例えば、「独占禁止法の不当販売に該当するのではないか。」と相談があった場合は、必要に応じて、同法第45条に基づく公正取引委員会への報告手続について説明する。

（注）独占禁止法に違反する疑いのある事例に係る相談のうち、独占禁止法違反被疑事実に関する事業者に雇用されている労働者（当該事業者を派遣先とする派遣労働者を含む。）からのものである場合は、必要に応じて、公正取引委員会の公益通報者保護法（平成16年法律第122号）の通報受付窓口を教示する。

### (3) 排除措置命令等を受けた者への対応

排除措置命令又は警告など酒類業者に係る独占禁止法違反等の事実が公正取引委員会から公表された場合において、その違反等の行為が酒類取引の在り方に則していないと認められるときは、必要に応じて酒税保全の観点から関係酒類業者に対し酒類取引の在り方に則した取引を行うよう行政指導する。

#### 4 公正取引委員会との連携等

国税庁は、公正取引委員会と定期的に意見交換の機会を設け、酒類市場における流通上・取引慣行上の諸問題について協議する。

また、国税局（沖縄国税事務所を含む。）と公正取引委員会地方事務所等においては、それぞれ連携担当者を経て相互の連絡体制を確保し、緊密な連携を図る。この場合、国税局においては、酒類市場における流通上・取引慣行上の諸問題についての情報を一元的に管理する「公正取引担当者」を配置するものとし、公正取引委員会地方事務所等との連携強化及び取引状況等実態調査の充実を図る。

### 13. 酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について

平成26事務年度分（平成26年7月～平成27年6月）

表1 平成26事務年度の実実施場数等

	一般調査	フォローアップ調査	合 計	報告件数
調査場数	1,458 場	95 場	1,553 場	16 件

表2 一般調査実施場数の推移

	平成22 事務年度	平成23 事務年度	平成24 事務年度	平成25 事務年度	平成26 事務年度
調査場数	1,888 場	1,563 場	1,711 場	1,352 場	1,458 場

表3 一般調査の実施状況

調査対象者の業態等	調 査 場 数	「指針のルール1～4」に則していない取引が認められた場数 (注1) (注2)	「ルール1」合理的な価格の設定をしていないと認められたもの		「ルール2」取引先等の公正な取扱いが行われていないと認められたもの	「ルール3」公正な取引条件の設定がなされていないと認められたもの	「ルール4」リベート類の提供が透明かつ合理的でないとして認められたもの
			総販売原価を下回る価格での販売が認められたもの (注3)	仕入価格（製造原価）を下回る価格での販売が認められたもの			
小売業者	1,233 場	1,225 場	1,225 場	339 場	7 場	6 場	2 場
卸売業者	144 場	138 場	110 場	33 場	66 場	1 場	70 場
製造業者	81 場	78 場	66 場	20 場	68 場	1 場	68 場
合 計	1,458 場	1,441 場	1,401 場	392 場	141 場	8 場	140 場

(注1) 調査した取引の中に、1取引でも総販売原価を下回る価格での販売等が認められた場合について1場と数えている。  
 (注2) 複数の「指針のルール」に則していない取引が認められた場合には、それぞれの項目に1場として数えているため、『指針のルール1～4』に則していない取引が認められた場数』と各項目の合計は一致しない。  
 (注3) 総販売原価とは、仕入価格（製造原価）に販売費・一般管理費等を加えたものをいう。

表4 フォローアップ調査の実施状況

調査対象者の業態等	調査(確認)場数 (a)	指摘事項に改善が認められたもの		指摘事項に改善が認められなかったもの	
		(b)	割合 (b/a)	(c)	割合 (c/a)
	場	場	%	場	%
小売業者	66	63	95.5	3	4.5
卸売業者	10	10	100.0	0	0.0
製造業者	19	18	94.7	1	5.3
合 計	95	91	95.8	4	4.2