

保存期間：10年
(平成39年末)
平成29年3月14日

資料	2
----	---

酒税行政の現状

目次

1	酒税の保全と酒類業の健全な発達	1
2	酒類の課税数量の推移	2
3	最近の日本産酒類の輸出動向について	3
4	日本産酒類の輸出促進に向けた国税庁の取組等について	4
5	日本産酒類を巡る最近の動向	5
6	地理的表示(GI)制度について	6
7	清酒の地理的表示「山形」の指定	7
8	酒類の公正な取引に関する基準(案)	8
9	社会的要請への取組	16
	(参考資料)平成29年度税制改正(案)について	19

酒税の保全と酒類業の健全な発達

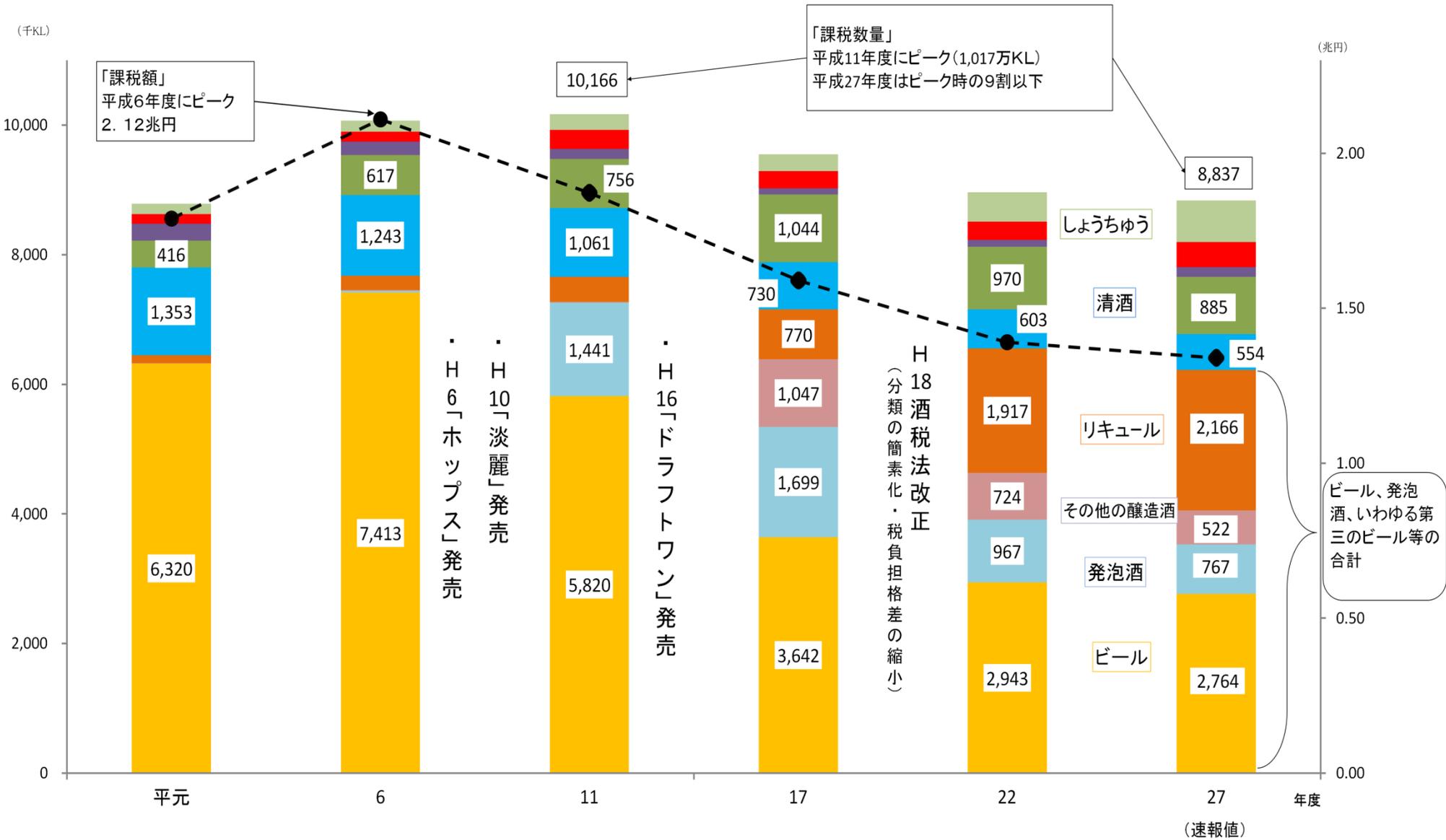
酒税の保全と酒類業の健全な発達を図るため、様々な取組を実施

- 酒税の保全を図る観点から、酒類の製造及び販売業については、免許制度が採用されており、これを適正に運用
- 酒類業の所管省庁として、酒税の保全と酒類業の健全な発達を図るため、消費者や酒類産業全体を展望した総合的な視点から、様々な取組を実施

主な取組

- 日本産酒類の振興
(輸出促進に向けた取組、ワインの表示ルールの策定、日本産酒類のブランド力向上のための地理的表示の活用促進 等)
- 酒類の公正な取引環境の整備
(利益を度外視した廉売など不公正取引の防止等を目的とした取引実態調査や改善指導 等)
- 適正飲酒や環境への配慮などの社会的要請への対応
(未成年者飲酒防止への取組、酒類容器のリサイクル制度の周知 等)
- 酒類の表示の適正化
(酒類業者に対する適切な表示に関する指導、調査 等)
- 酒類の安全性の確保と品質水準の向上
(酒造メーカーに対する技術指導、放射性物質などの安全性に関する調査 等)

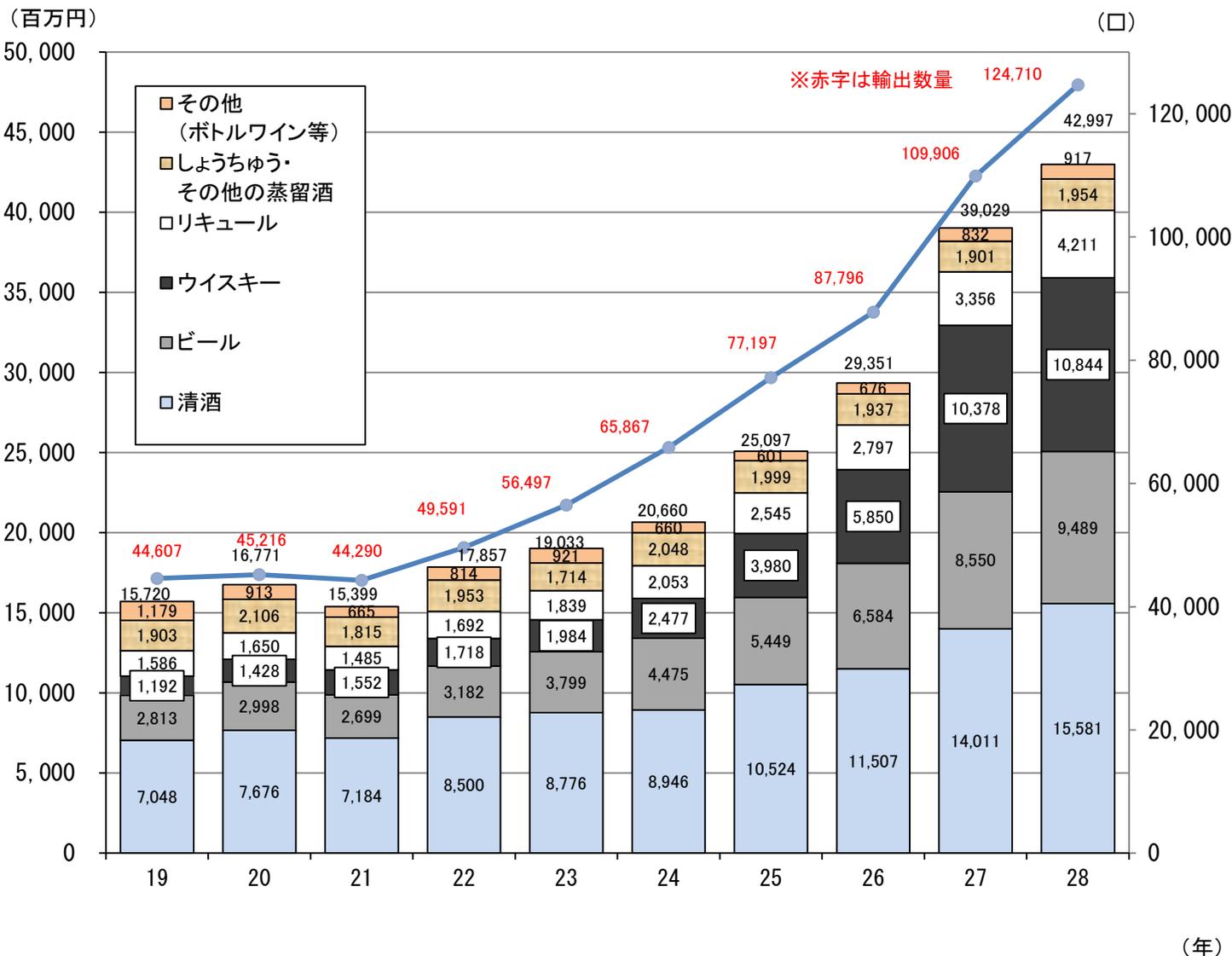
酒類の課税数量の推移



資料：国税庁統計年報

最近の日本産酒類の輸出動向について

○ 平成28年の輸出金額は約430億円(対前年対比110.2%)となり、5年連続で過去最高を記録。
 ○ 平成28年の清酒の輸出金額は約156億円(対前年比111.2%)、輸出数量は約19.737kl(一升瓶換算で約1,100万本、対前年比108.6%)となり、共に7年連続過去最高を記録。また、ウイスキーの輸出金額は3年連続で過去最高を記録したほか、ビールの輸出金額は7年連続増加。



○品目別輸出金額 (単位:百万円)

品目	H28	対前年比
清酒	15,581	111.2%
ビール	9,489	111.0%
ウイスキー	10,844	104.5%
リキュール	4,211	125.5%
しょうちゅう等	1,954	102.8%
その他 (ボトルワイン等)	917	110.2%
輸出金額合計	42,997	110.2%

○品目別輸出数量 (単位:口)

品目	H28	対前年比
清酒	19,737	108.6%
ビール	82,926	112.4%
ウイスキー	4,939	105.2%
リキュール	10,196	139.0%
しょうちゅう等	3,834	105.0%
その他 (ボトルワイン等)	3,078	134.7%
輸出数量合計	124,710	113.5%

日本産酒類の輸出促進に向けた国税庁の取組等について

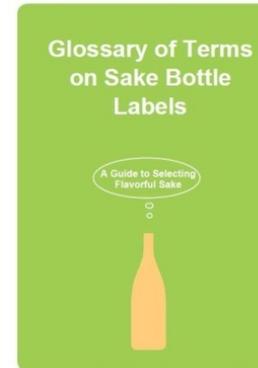
○国内外における日本産酒類の情報発信の強化

【主な取組】

- ・伊勢志摩サミットやリオ・オリンピック・パラリンピックなどの機会に合わせ、日本産酒類PRブースを出展し、国税庁職員を派遣するなど、各国要人・プレスが集まる機会を活用し、日本産酒類のPRを実施
- ・海外に日本酒の魅力をPRするための冊子を酒類総合研究所にて作成、在外公館や国際会議におけるレセプション等でも活用

【今後の課題・取組】

- ・引き続き、在外公館やジャパンハウスを日本産酒類の情報発信拠点として活用
- ・清酒を外国人に販売する際に活用するため、酒類総合研究所にて「清酒の専門用語の標準的英語表現リスト」を作成。今後も改訂し、幅広く活用予定



リオ・ジャパンハウスにおける
日本産酒類PRの様様

○発信力のある者に対する日本産酒類の知識の啓発

【主な取組】

- ・駐日外交官酒蔵ツアーの企画
- ・国際的に権威ある酒類教育機関における外国人の日本酒専門家養成の支援

【今後の課題・取組】

- ・（独）酒類総合研究所における講習などを通じた、国外の日本産酒類専門家の育成



駐日外交官酒蔵ツアーの様様

○輸出環境整備

【主な取組】

- ・東日本大震災後に導入された輸入規制の解除及び米国、EUにおける蒸留酒の容量規制見直しへの働きかけ
- ・ブランド価値向上に有効な表示ルール（地理的表示「日本酒」等）の活用促進を図るための一般向けセミナー、シンポジウムなどの開催

【今後の課題・取組】

- ・各国とのEPA交渉などを通じた、諸外国に対する日本の地理的表示の保護の働きかけ
- ・輸出先国・地域での展示会や商談会等の開催による、意欲ある事業者へのビジネスマッチングの機会の提供等
- ・主要輸出相手国における酒類販売規制等に関する情報の収集

日本産酒類を巡る最近の動向

清酒



- 清酒全体は低落傾向が続いているが、純米酒、吟醸酒は堅調
- 地方では新進気鋭の酒造経営者が斬新な魅力ある酒造り
新しい需要を開拓する動き
 - ※ 地元産米重視(新政(秋田酒こまち)、朝日山(越淡麗)、喜多屋(山田錦))
 - ※ 伝統的手法へのこだわり(自然の乳酸菌を活用した生もと造り等)
 - ※ スパークリング清酒、長期熟成酒等の新たな分野への展開
- 日本産米のみを用い、日本国内で製造した清酒について、
地理的表示「日本酒」として指定(H27.12.25)
- 清酒の地理的表示「山形」を指定(H28.12.16)
- 日本酒の日(10月1日)に全国で約7万6千人が一斉乾杯(平成28年)
※ 「日本酒で乾杯推進会議」地方大会を広島で開催(H28.10.7)
- 地域振興の観点から乾杯条例制定
 - ※ 京都市での施行(H25.1)を始め、佐賀県鹿島市、福岡県遠賀町等
全国で100以上の自治体で制定

ワイン



- 国内消費が拡大している成長産業
- 国産ぶどうのみを用いた「日本ワイン」が、国際的コンテストで受賞
 - ※ 中央葡萄酒(甲州市)の「甲州プライベートリザーブ」等が「デキャンタ2016」
(英国の世界最大規模ワインコンクール)でプラチナ賞受賞(日本ワイン初)
- 産官学が連携した地方創生の取組み
- 新興ワイナリー設立も相次ぐ(特に北海道、長野県)
- ワインの表示ルールを策定し、「日本ワイン」を定義(H27.10.30)

ウイスキー



- ジャパニーズ・ウイスキーは世界の5大ウイスキーの一角
国際的な評価の高まり(近年は国際的コンテストで毎年入賞)
 - ※ サントリーの「山崎」が英国の著名なガイド本「ウイスキー・バイブル
2015」で世界最高得点を獲得
- シングルモルトを始めとする人気商品は品薄、プレミアム化
- 小規模蒸留所(イチローズモルト等)が特色あるウイスキーを製造

ビール



- 日本のビールの品質は海外においても高い評価
 - ※ 「World beer cup」(米国の世界最大規模ビールコンクール)において
2014年にはアサヒの「スーパー・ドライ」が、2016年には那須高原ビール
など5業者の地ビールが金賞受賞
- クラフト・ビール等、個性のあるビールへの関心の高まり

焼酎



- 焼酎の需要は安定し消費が定着
- 新たな地域原料の特性を生かした焼酎の製造
(はだか麦、紫芋、オレンジ芋など)
- 多様な原料と伝統・文化に根差した地域ブランド化の動き
(地理的表示「壱岐」「球磨」「薩摩」「琉球」)

地理的表示(GI)制度について

- 地理的表示(Geographical Indication:GI)制度は、酒類や農産品において、ある特定の産地に特徴的な原料や製法などによって作られた商品だけが、その産地名(地域ブランド)を独占的に名乗ることができる制度。

※ 海外の地理的表示としてはボルドー(ワイン)、パルマ(ハム)などが有名。

地理的表示の導入効果

- 1 「地域ブランド」による他の製品との差別化
製造された酒類とその地域の繋がりを明確にすることにより、「地域ブランド」の構築や付加価値の向上が期待でき、他の製品との差別化を図ることができる。
- 2 消費者の信頼性の向上
品質審査等により一定の品質が確保されることにより、消費者の信頼性向上につながる。
- 3 日本の特産品として輸出拡大へ寄与
地理的表示が浸透しているヨーロッパ等においては、信頼できる特産品として扱われるなど、海外への輸出を後押しすることが期待できる(クールジャパンの振興にも寄与)。
- 4 「地域ブランド」の保護効果
行政の取締により「地域ブランド」が保護される。
似たような表示も禁止されるため、努力して築き上げた「地域ブランド」への「ただ乗り」を防止できる。

我が国における酒類の地理的表示に関する取組

- 1 酒類の地理的表示については、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」第86条の6に基づく「酒類の地理的表示に関する表示基準」(平成27年国税庁告示第19号)により、国税庁長官が指定することとしている。

※ これまで、「壱岐」、「球磨」、「琉球」、「薩摩」(以上焼酎)、「日本酒」、「白山」(以上清酒)、「山梨」(ワイン)の7つを指定。
- 2 更なる地理的表示制度の活用を図るため、平成7年から実施している制度について、指定要件を明確化するなどの見直しを平成27年10月に実施。
- 3 今後、我が国の地理的表示については、国際交渉を通じて、外国に対しても保護を求めていく。

清酒の地理的表示「山形」の指定

山形県酒造組合より、指定要望のあった清酒の地理的表示「山形」については、パブリックコメント等の所要の手続が完了したので、平成28年12月16日付で指定した。

【地理的表示「山形」生産基準】

1 酒類の産地に主として帰せられる酒類の特性に関する事項

(1) 酒類の特性について

総じて、やわらかくて透明感のある酒質

純米酒・本醸造酒 : 酸味や旨味が調和した、ふくよかで巾のあるやわらかな味わいを有している

純米吟醸酒・吟醸酒 : やわらかな口あたりと果実様の香りとの調和により、透明感がさらに感じられる

(2) 酒類の特性が酒類の産地に主として帰せられることについて

イ 自然的要因

- ・鉄分の少ない清冽な軟水を仕込み水とすることにより、「透明感のある」酒質が形成
- ・冬の厳寒が低温長期発酵に適し、仕込み水とあいまって「やわらかな」酒質が形成

ロ 人的要因

- ・官民、地域一体となった人材育成と醸造技術の向上の取組等により、山形らしい清酒の特性が形成

2 酒類の原料及び製法に関する事項

国内産米及び山形県内で採水した水又はこれらとアルコールを原料(糖類等は使用不可)とし、かつ、山形県内で製造・貯蔵・容器詰めを行っているもの

酒税法及び酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律 の一部を改正する法律の概要(議員立法)

「過度な価格競争の防止等を目的」とした酒税法等の一部改正法が平成28年5月27日に成立し、同年6月3日に公布。改正法の施行日は、公布後1年以内とされている。概要は下記のとおり。

1. 酒類の公正な取引の基準の制定

- ① 財務大臣は、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図るため、「公正な取引の基準」を定め、告示
- ② 公正な取引の基準を定めようとするときは国税審議会へ諮問
- ③ 基準の策定にあたっては、酒類業者の経営努力による事業活動を阻害して消費者の利益を損なうことのないよう留意
- ④ 基準を遵守しない酒類業者に対し、「指示」、「公表」、「命令」及び「罰則」（さらに酒税法に基づき「免許の取消し」）
- ⑤ 質問検査権の拡充（取引先等を対象に追加）
- ⑥ 財務大臣と公正取引委員会との間の相互報告制度の創設による連携強化

2. 酒類販売管理研修の義務化

- ① 酒類小売業者に対し、その選任する酒類販売管理者に関して、以下の事項を義務化
 - ・ 酒類販売管理研修の受講者から酒類販売管理者を選任
 - ・ 一定期間（3年）ごとの酒類販売管理研修の受講
- ② 酒類販売管理研修の再受講義務違反に対する勧告、命令及び罰則
- ③ 酒類販売管理者の氏名、研修の受講事績等を記載した標識の販売場ごとの掲示の義務化

酒類の公正な取引に関する基準(案)①

(パブリックコメント期間:平成28年12月27日～平成29年2月3日)

酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律(昭和二十八年法律第七号。以下「法」という。)第八十六条の三第一項の規定に基づき、公正な取引の基準(同項に規定する公正な取引の基準をいう。以下同じ。)を次のように定め、平成二十九年●月●日以後に酒類製造業者又は酒類販売業者(以下「酒類業者」という。)が行う酒類の取引に適用することとしたので、同条第三項及び酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律施行規則(昭和二十八年大蔵省令第十一号)第●条の規定に基づき告示する。

平成●年●月●日

国税庁長官 ●

酒類の公正な取引に関する基準

(目的)

- 1 この基準は、酒類が、酒税の課される財政上重要な物品であるとともに、致酔性及び習慣性を有する等、社会的に配慮を要するものであるというその特殊性に鑑み、酒類の販売価格は、一般的にはその販売に要する費用に利潤を加えたものとなることが合理的であるとの考え方の下、酒類の公正な取引に関し必要な事項を定め、酒類業者がこれを遵守することにより、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図ることを目的とする。

(公正な取引の基準)

- 2 酒類業者は、次のいずれにも該当する行為を行ってはならないものとする。
 - (1) 正当な理由なく、酒類を当該酒類に係る売上原価の額と販売費及び一般管理費の額との合計額を下回る価格で継続して販売すること
 - (2) 自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがある取引をすること

(売上原価の算定方法)

- 3 前項(1)の売上原価の額は、酒類製造業者の製造した酒類の販売にあつては、当該酒類の販売に対応する酒類の製造原価の額とし、酒類業者の仕入れた酒類の販売にあつては、当該酒類の販売に対応する酒類の仕入価格(その付随費用を含む。)から当該酒類の仕入れに係る値引きの額を控除して算出した額とする。
- 4 酒類業者が、酒類製造業者及び酒類卸売業者から酒類の取引数量又は業務効率化その他これに類するものへの寄与に応じて金銭等の支払い(この項において「リベート」という。)を受けた場合において、リベートに関する基準が明確に定められており、かつ、取引の当事者間において事前に共有されているときは、当該リベートの受取り(当該リベートの受取りの対象となる酒類の仕入れと密接に関連するものに限る。)を当該酒類の仕入れに係る値引きとみなして、前項の規定を適用する。

酒類の公正な取引に関する基準(案)②

(費用配賦の方法)

- 5 酒類業者が、酒類事業と他の事業を併せ行っている場合において、これらの事業に共通する費用が発生するときは、当該費用については、当該酒類業者が選択した合理的な配賦方法に従って、酒類の売上原価又はその販売に係る販売費及び一般管理費に配賦するものとする。

(販売価格の算定方法)

- 6 酒類業者が、酒類の販売につき値引き（これに類する行為を含む。）をした場合には、当該酒類の販売価格は、当該値引きの額を控除して算出するものとする。

(指示)

- 7 国税庁長官は、酒類業者に第二項の規定に違反する行為があると認める場合において、当該酒類業者に対して法第八十六条の三第四項の規定による指示をするときは、当該行為を取り止めること又は当該行為を再び行わないことその他必要な事項を指示するものとする。

(命令)

- 8 前項の規定は、国税庁長官が、法第八十六条の四の規定による命令をする場合について準用する。

(質問検査権)

- 9 国税庁長官は、法第九十一条の規定により、酒類業者又はこれらの者とその事業に関して関係のある事業者に対し、売上原価の算定、酒類事業の状況その他公正な取引の基準の実施に関し必要な事項について報告を求めることができる。

(公正取引委員会との連携)

- 10 国税庁長官は、法第九十四条第三項又は第四項の規定により、公正取引委員会から報告を受け、又は公正取引委員会に対し報告をするときは、その内容その他必要な事項について、公正取引委員会と十分に協議するものとする。
- 11 国税庁長官は、法第八十六条の三第四項の規定による指示をしようとするときは、必要に応じ、公正取引委員会に対し、第二項の規定に違反する行為があると認められる事実を報告し、当該事実の認定方法その他の必要な事項について意見を求めることができる。

「酒類の公正な取引の基準案」に対する意見募集（パブリックコメント）の概要

実施の概要

- 国税審議会（昨年12月21日）で了承された基準案及び販売管理研修の義務化に係る省令改正案についてパブリックコメントを実施
- 平成28年12月27日（火）～平成29年2月3日（金）の期間（39日間）で意見を募集

意見の提出状況

- 意見の提出件数は合計86件
- 小売組合・小売業者からの意見提出が67件で全体の8割程度
- 卸・製造関係からの意見提出が13件で全体の1割強
- 一般消費者・その他の団体からの意見提出は6件で全体の1割弱

提出者の業種等	件数
小売組合	59
卸売組合	4
小売業者・団体	8
卸売業者	5
製造業者	4
その他の団体	1
一般消費者	5
合計	86

パブリックコメントに寄せられた主な御意見(1/3)

区分	御意見の概要	御意見に対する国税庁の考え方
総論	<p>基準の内容に賛成。適切な運用をお願いしたい。(小売組合、卸売組合、製造業者、一般消費者:52件※)</p>	<p>今般策定される酒類の公正な取引の基準を適切に運用し、実効性のあるものにしてまいります。</p>
	<p>罰則の新設により、業者が委縮し、健全な価格競争を妨げられるのではないか。最終的に消費者の財布に影響するので納得できない。(一般消費者:1件)</p>	<p>本基準案においては、総販売原価を下回らない限り指示等の対象とはならず、酒類業者の適切な経営努力で実現した安値販売は規制の対象となりません。また、価格のみならず、酒類事業への影響についても考慮することとしており、酒類業者を過度に委縮させ健全な価格競争を妨げるものではないと考えております。</p>
	<p>目的に記載されている①酒税の財政上の重要性及び②酒類の致酔性及び習慣性と、「酒類の販売価格が販売に要する費用に利潤を加えたものとなることが合理的である」ということとの間の論理的関係が不明。(その他の団体:1件)</p>	<p>酒類に課される酒税は、価格に織り込まれて流通段階で転嫁され、最終的に消費者が負担することが予定されています。そのため、酒税の保全を図るためには適正な転嫁が可能な価格設定が必要です。また、昨年5月に政府が策定した「アルコール健康障害対策推進基本計画」でも、酒類の特殊性を踏まえた販売価格の設定が望まれています。こうした酒類の特殊性から生じる多様な要請に応えるためには、販売に要する費用に利潤を加えた価格を設定する必要があると考えております。また、目的の内容は国税庁の「酒類の公正な取引の指針」を基本的に踏襲したものであり、酒類業者にも広く認知されているものと考えております。</p>
価格の設定	<p>販売価格が総販売原価を下回った場合には直ちに基準違反としてほしい。(小売組合、卸売業者:2件)</p>	<p>酒類業者の健全な経営努力を阻害し、消費者利益を損なうことのないよう求める改正法の趣旨を踏まえれば、単に販売価格がいわゆる総販売原価を下回った場合にこれを基準違反の対象とすることは、酒類業者が過度に委縮することにより、消費者の利益を損なうおそれがあることから、基準案においては、酒類事業への影響についても考慮することとしております。</p>

※ 1件の意見に複数の項目が含まれている場合があるため、各項目の合計件数は提出件数の合計とは一致しない。 12

パブリックコメントに寄せられた主な御意見(2/3)

区分	御意見の概要	御意見に対する国税庁の考え方
販管費の算定	<p>販売費及び一般管理費について、どのような積算根拠で販売価格に反映させるのか判断が難しい。(小売組合、卸売業者、小売業者、一般消費者:5件)</p>	<p>通達において、酒類に係る販売費及び一般管理費の額は、原則として、それぞれの酒類の販売ごとに直接又は間接的に要した販売費及び一般管理費の額を積算して算出することとしております。ただし、一定の場合には、個別に積算するのではなく、一定の月、年又は年度等の期間における酒類に係る販売費及び一般管理費の額の酒類の売上高に対する割合を算出し、この割合を用いて販売費及び一般管理費の額を算出することとして差し支えない旨規定することとしております。</p>
継続性の判定	<p>「継続して販売する」の意義を明文化すべき。(小売組合、小売業者:2件)</p>	<p>「継続して販売する」とは、単に何日間という基準ではなく、相当期間にわたって繰り返し販売することをいう旨通達に規定いたします。例えば、毎週・毎月又は隔週・隔月で、週末や特定の日に限って、品目や銘柄を変えて販売を行うような場合であっても、これを一連の販売行為ととらえ、対象期間内にその販売行為が繰り返し行われていると認められる場合には「継続して販売する」に当たります。</p>
影響度の判定	<p>「相当程度の影響を及ぼすおそれ」とあるが、「おそれ」の判断は主観的にならざるを得ず、主観で取引に規制をかけることは、自由競争の原理に反する。(卸売組合、卸売業者、製造業者:5件)</p>	<p>通達において、「相当程度の影響を及ぼすおそれ」の有無の判断は、販売事業者の規模、販売の態様、広告の状況等の客観的な事実を踏まえ、酒類業者の酒類事業に与える影響を判断する旨規定いたします。</p>
リベートの取扱い	<ul style="list-style-type: none"> ・仕入原価から控除できるリベートを限定することには賛成。(卸売組合、小売業者:2件) ・仕入原価から控除できるリベートを事前に公表して欲しい。(小売組合、卸売組合、卸売業者:3件) ・リベートを総販売原価の計算上控除することを認めると、企業間の格差の拡大につながる。(小売業者:1件) 	<p>リベートは一般的な商行為であり、これを禁止することは営業活動への過度な規制と考えます。他方で、基準案においては、仕入原価から控除できるリベートを、原則として、①リベートに関する基準が明確に定められていること、②当該基準が取引の相手方に事前に示されていること、③対象酒類の仕入れと密接に関連するリベートであること、の全てを満たすものに限定することにより、リベートを透明化し、その額の算定を明確化しております。</p> <p>これに基づけば、年度末等に事後的に額が判明するリベートや、裁量的に支払われるリベート、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は仕入原価から控除できないこととなります。この点は、通達においても明記いたします。</p>

パブリックコメントに寄せられた主な御意見(3/3)

区分	御意見の概要	御意見に対する国税庁の考え方
費用配賦の方法	<p>各酒類業者が共通費の配賦方法を選択できることとすると、酒類業者間で公平性が担保されないのではないか。 (製造業者:1件)</p>	<p>通達において、共通費の配賦に当たっては、当該酒類業者が通常用いる会計処理の方法を用いることとしており、当該会計処理の方法が合理的な配賦方法と認められる場合は、各事業ごとの売上高比、仕入高比、売場面積比、作業従事時間数比など、酒類業者が事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法を用いていると認められるときに限られる旨規定しております。 また、各酒類業者が選択した合理的な配賦方法については、原則として継続して同じ方法を用いるなど、恣意的な配賦方法を容認することにならないよう運用してまいります。</p>
基準の運用	<p>指示に基づく措置の完了までに猶予期間を設けるとともに、仕入先メーカーや販売先にも真摯に交渉に臨むように指導して欲しい。 (小売組合、卸売組合、卸売業者:4件)</p> <p>過度な調査や指導で事業者の適切な経営努力を阻害することがないようにお願いしたい。(小売業者:1件)</p>	<p>通達において、指示に当たっては、具体的な指示事項やその履行までの期間等について、当該指示の対象となる酒類業者の事業規模や取引の相手方との関係、取引条件など、事業や取引の実態を十分に踏まえるべき旨規定しております。 また、ご意見を踏まえて、酒類製造業者等がコスト上昇分の価格転嫁等の合理的な理由による取引条件の見直しの申し入れに対し、これを一方的に拒否する場合には、適切に指導してまいります。</p> <p>改正法においては、基準の策定に当たっては、酒類業者の経営努力を阻害し、消費者の利益を損なうことのないよう留意することとされているところ、基準の運用に当たってもその趣旨を踏まえ適切に取り組んでまいります。</p>

今後のスケジュール

時期	公正な取引の基準・省令
28年12月	27日:意見募集開始
29年1月	<div data-bbox="1524 234 1943 429" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> パンフレットや 事務マニュアル 等の作成 </div>
2月	
3月	↓
	<div data-bbox="486 605 1808 686" style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;"> 3月14日(水) 国税審議会 酒類分科会 </div>
3月	↓
	<div data-bbox="623 791 1633 982" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・公正取引委員会との協議 ・「公正な取引の基準」の告示、省令の公布 ・パブリックコメント結果の公示 </div>
4月・5月	<ul style="list-style-type: none"> ・職員に対する基準・通達等に係る研修 ・酒類業者に対する広報・周知(説明会の開催等) 【全酒類業者(約20万場)が対象】
6月	<div data-bbox="1099 1268 1340 1339" style="font-size: 2em; font-weight: bold;"> 施 行 </div>

※なお、1月30日～2月28日の期間で通達案及び指針の改正案についても意見募集を実施。

社会的要請への取組 ～地球温暖化対策に係る低炭素社会実行計画～

○地球温暖化対策計画（抄） 平成28年5月13日閣議決定

A. 産業部門（製造事業者等）の取組

(a) 産業界における自主的取組の推進

2013年度以降の取組として産業界の各業種が策定する温室効果ガス排出削減計画（産業、業務その他、運輸、エネルギー転換の各部門において、経団連加盟の個別業種や経団連に加盟していない個別業種が策定する温室効果ガス排出削減計画のことを指す。以下これらの個別業種単位の計画を「低炭素社会実行計画」という。）の目標、内容については、その自主性に委ねることによるメリットも踏まえつつ、社会的要請に応えるため、産業界は以下の観点に留意して計画を策定・実施し、定期的な評価・検証等を踏まえて随時見直しを行うこととする。

- ① 低炭素社会実行計画を策定していない業種においては、新規に策定するよう積極的に検討する。
- ② 低炭素社会実行計画における目標設定においては、不断の見直しを行う。
- ③ 低炭素社会実行計画では、実効性・透明性・信頼性を確保するため、これまで同様P D C Aサイクルを推進する。
- ④ 低炭素製品・サービスの提供を通じて、関連業種とも連携しながらCO₂排出量の削減に貢献する。
- ⑤ 各業種は、世界規模での排出削減、技術・ノウハウの移転や、国際的な連携活動の強化等に積極的に取り組むとともに、事業分野に応じた取組による削減貢献を示していく。
- ⑥ 各業種は、2030年以降も見据えた中長期的視点で、革新的技術の開発・実用化に積極的に取り組む。
- ⑦ 低炭素社会実行計画に基づく取組について、積極的な対外発信を行う。

上記①～⑦の観点に基づき、政府は、各業種により策定された低炭素社会実行計画及び2030年に向けた低炭素社会実行計画に基づいて実施する取組について、関係審議会等による厳格かつ定期的な評価・検証を実施する。

（注1）ビール酒造組合は、「地球温暖化対策計画」の前身である「京都議定書目標達成計画」（平成17年4月28日閣議決定）に記載の経団連による環境自主行動計画の策定の際に自主行動計画を策定し、現在の「低炭素社会実行計画」として引き継がれている。

（注2）低炭素社会実行計画は、酒類業界においてはビール酒造組合が策定しているものであるが、他の酒類においても温室効果ガス削減の取組がそれぞれ自主的に進められている。

社会的要請への取組 ～アルコール健康障害対策推進基本計画～

○アルコール健康障害対策推進基本計画（抄） 平成28年5月31日閣議決定

IV 基本的施策

2. 不適切な飲酒の誘引の防止

（現状等）

アルコール健康障害の発生を防止するためには、不適切な飲酒を誘引しない社会を形成していくことが必要であり、これまでも、未成年者への酒類販売・供与・提供の禁止の周知や、違反者に対する指導・取締りを行ってきた。また、酒類業界において、商品の広告や表示に関する自主基準を策定するなどの取組を進めている。

酒類関係事業者には、基本法を踏まえ、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に資するための自主基準の改定等の取組を講ずることが望まれる。

（目標）

国、地方公共団体及び酒類関係事業者が連携し、社会全体で、不適切な飲酒の誘引を防止することを目標として以下の施策を実施する。

（1）広告

○酒類業界は、未成年者や妊産婦などの、飲酒すべきではない者の飲酒の誘引防止及びアルコール依存症の当事者への配慮の観点から、不適切な飲酒を誘引することのないよう広告・宣伝に関する自主基準を改正し、テレビ広告における起用人物の年齢の引上げ及び飲酒の際の効果音・描写方法の見直しを行う。

（2）表示

○酒類業界は、未成年者の飲酒防止の観点から、酒類と清涼飲料との誤認による不適切な飲酒を誘引することのないよう、低アルコール飲料の酒類の容器に表示している「酒マーク」の認知向上策等について検討する。

（3）販売

○酒類業者に対し、未成年者への販売の禁止の周知を徹底するとともに、酒類の特殊性とリスクについての知識の習得を含め、適正な販売管理の確保が図られるよう、酒類販売管理研修の定期的な受講を強く促す。

なお、酒類業者には、致酔性、依存性等の酒類の特殊性を踏まえた販売価格を設定することが望まれる。

○酒類を販売又は供与する営業者による未成年者への酒類販売・供与について、指導・取締りの強化を図る。

国税庁におけるアルコール健康障害対策に向けた取組

○ 未成年者飲酒防止強調月間

平成 13 年 10 月 5 日付「『未成年者飲酒防止強調月間』の決定について」(酒類に係る社会的規制等関係省庁等連絡協議会幹事会決定)において、毎年 4 月を未成年者飲酒防止強調月間と定め、国税庁において「未成年者飲酒防止啓発ポスター」を作成し、関係省庁等に掲示を依頼するとともに、全酒販店に配付している。

また、酒販店に未成年者飲酒防止に向けた取組のパンフレットを配付し、未成年者飲酒防止に向けた取組の徹底を指導している。



○ 租税教室や新規免許付与時などの機会における周知

租税教室や新規免許付与時などのあらゆる機会を活用し、不適切な飲酒が引き起こす問題等を未成年者や酒類業者等に認識させて不適切な飲酒の誘引が防止されるよう周知を図っている。

周知に当たっては、国税庁で作成した「お酒について知っておきたいこと」など、視覚的にも分かりやすい冊子を配付している。



(参考資料) 平成29年度税制改正 (案) について

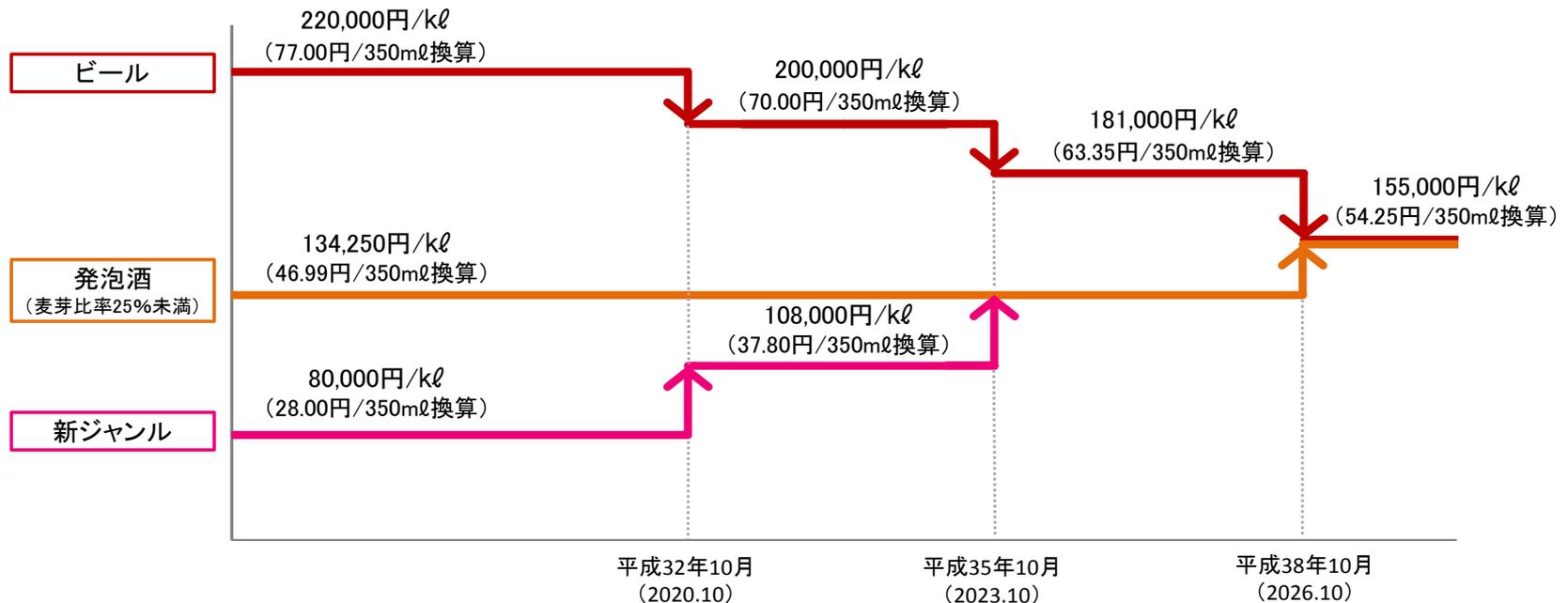
酒税改革(案)について

- 類似する酒類間の税率格差が商品開発や販売数量に影響を与えている状況を改め、酒類間の税負担の公平性を回復する等の観点から、ビール系飲料や醸造酒類の税率格差の解消、ビールの定義拡大など、酒税改革に取り組む。
- この改革は、厳しい財政状況や財政物資としての酒類の位置付け等を踏まえ、収収中立で行う。
- 税率の見直しに当たっては、消費者や酒類製造者への影響に配慮して、十分な経過期間を確保しつつ段階的に進める。
税率の段階的な見直しについては、その都度、経済状況を踏まえ、酒税の負担の変動が家計に与える影響等を勘案して検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。
- 今回の酒税改革により、酒類製造者が消費者にとって真に魅力ある商品の開発に経営資源をシフトすることや、地域の特色を活かした魅力ある商品の開発が進み、地方創生の牽引役となることが期待される。
さらに、国際的にも評価される商品の開発が進み、日本産酒類のブランド価値の向上や、日本の酒類産業の国際競争力の強化にもつながる。

税率構造の見直し(ビール系飲料)(案)

ビール系飲料

- ビール系飲料の税率については、平成38年10月に、1kℓ当たり155,000円(350ml換算54.25円)に一本化する。
- 消費者の負担が急激に変動することにならないよう、税率見直しは3段階に分けて行い、第1段階は平成32年10月に、第2段階は平成35年10月に実施する。



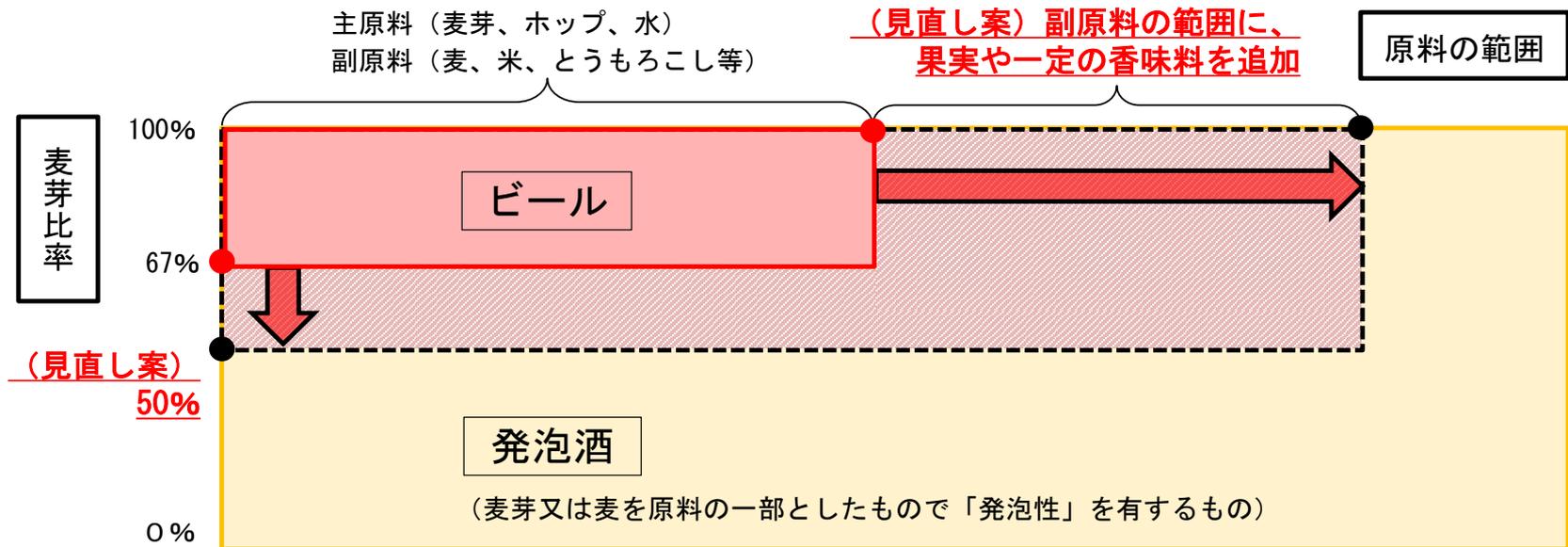
(※1) 「発泡酒(麦芽比率25%以上50%未満)」の税率(現行:178,125円/kℓ)は、第1段階(平成32年10月)に167,125円/kℓ、第2段階(平成35年10月)に155,000円/kℓとする。

(※2) 混成酒類の基本税率(現行:1kℓ当たり220,000円(アルコール分21度以上の場合は加算あり))は、他の酒類のうち最も高い発泡性酒類の基本税率(=ビールの税率)並びで設定しているが、今回、ビールの税率を引き下げることから、平成32年10月より、蒸留酒類の基本税率(1kℓ当たり200,000円(アルコール分21度以上の場合は加算あり))並びとする。

ビールの定義の拡大(案)

ビール系飲料

- 地域の特産品を用いた地ビールの開発を後押しする観点や、外国産ビールの実態を踏まえ、平成30年4月に、麦芽比率50%以上の商品や、副原料として果実(果肉・果皮)や一定の香味料を少量用いている商品を、ビールの定義に追加する。



(※) 上記見直しの際、ビール及び果実酒の製法の緩和も行う。

ビール：主発酵後に、ホップや今回追加する副原料(果実や一定の香味料)を添加することを、可能とする。
(現行では、主発酵後に原料を添加するとビールの定義に該当せず、『発泡酒』に分類される。)

果実酒：果実酒にオークチップを浸してその成分を浸出させることを、可能とする。

(現行では、果実酒に植物を浸してその成分を浸出させた商品は、果実酒ではなく『甘味果実酒』に分類される。)

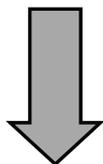
ビール系飲料の範囲拡大(案)

ビール系飲料

- ビール系飲料の税率一本化に向けて、新ジャンルのほか、将来的に開発されうる類似商品も含めてその対象に取り込めるよう、ホップを原料の一部とする商品や、色度や苦味価が一定以上の商品を発泡酒の定義に追加することとし、ビール系飲料の第2段階の税率見直しとあわせて、平成35年10月より実施する。

税率(350ml換算)

現行	ビール	<ul style="list-style-type: none"> ✓麦芽・ホップ・水・法定副原料のみ使用 ✓麦芽比率67%以上 	77.00円
	発泡酒	<ul style="list-style-type: none"> ✓麦芽を使用 	46.99円
	新ジャンル	<ul style="list-style-type: none"> ✓エンドウたんぱく・ホップ等を使用 ✓発泡酒(ホップ使用)に麦スピリッツを混和 	28.00円
	その他の発泡性酒類	<ul style="list-style-type: none"> ✓その他(チューハイ等) 	



(※1) 新ジャンル以外でホップを使用する発泡性酒類の税率は、ビール並びとされている。

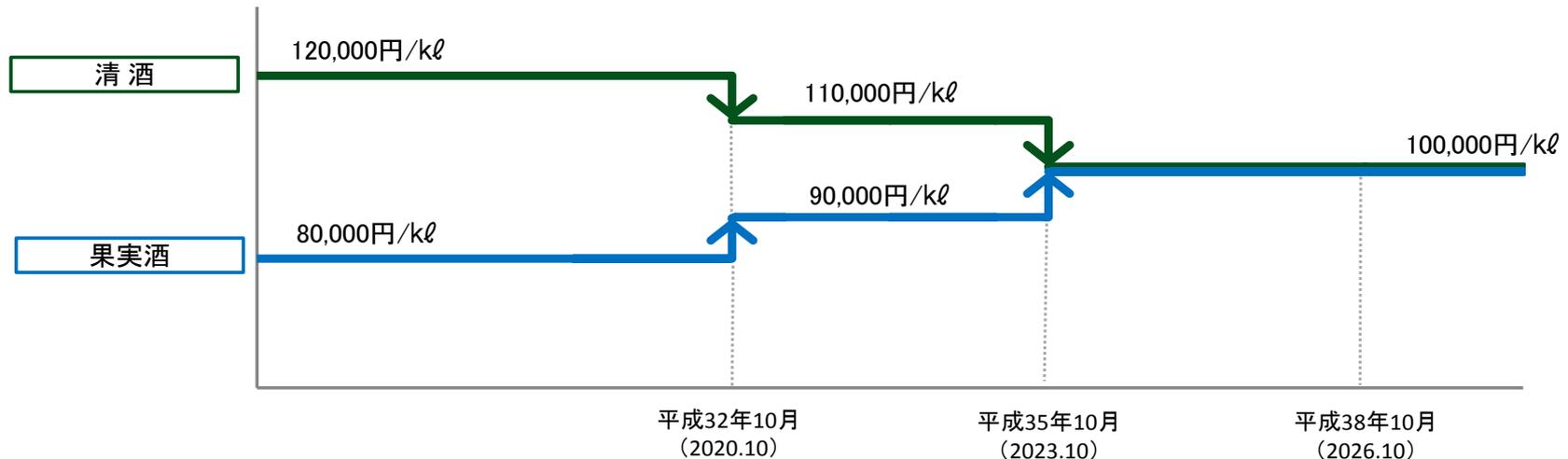
改革完成後	ビール	<ul style="list-style-type: none"> ✓麦芽・ホップ・水・<u>法定副原料(一部拡大)</u>のみ使用 ✓麦芽比率<u>50%</u>以上 	<u>54.25円</u>
	発泡酒	<ul style="list-style-type: none"> ✓麦芽を使用 ✓<u>ホップを使用</u>(※現行の新ジャンルは全て該当) ✓<u>その他のビール類似商品(苦味価・色度一定以上)</u> 	<u>54.25円</u>
	その他の発泡性酒類	<ul style="list-style-type: none"> ✓その他(チューハイ等) 	<u>35.00円</u>

(※2) 税率見直しの第2段階では、新たに発泡酒に追加される酒類(新ジャンル以外)の税率は、ビール並びとする。

税率構造の見直し(醸造酒類)(案)

醸造酒類

- 醸造酒類については、清酒と果実酒との間の税率格差を解消することとし、平成35年10月に、税率を1kℓ当たり100,000円に一本化する。
税率見直しは2段階に分けて行い、第1段階は平成32年10月に実施する。
- なお、果実酒の税率引上げに当たっては、小規模な果実酒製造者に対する措置を検討する。

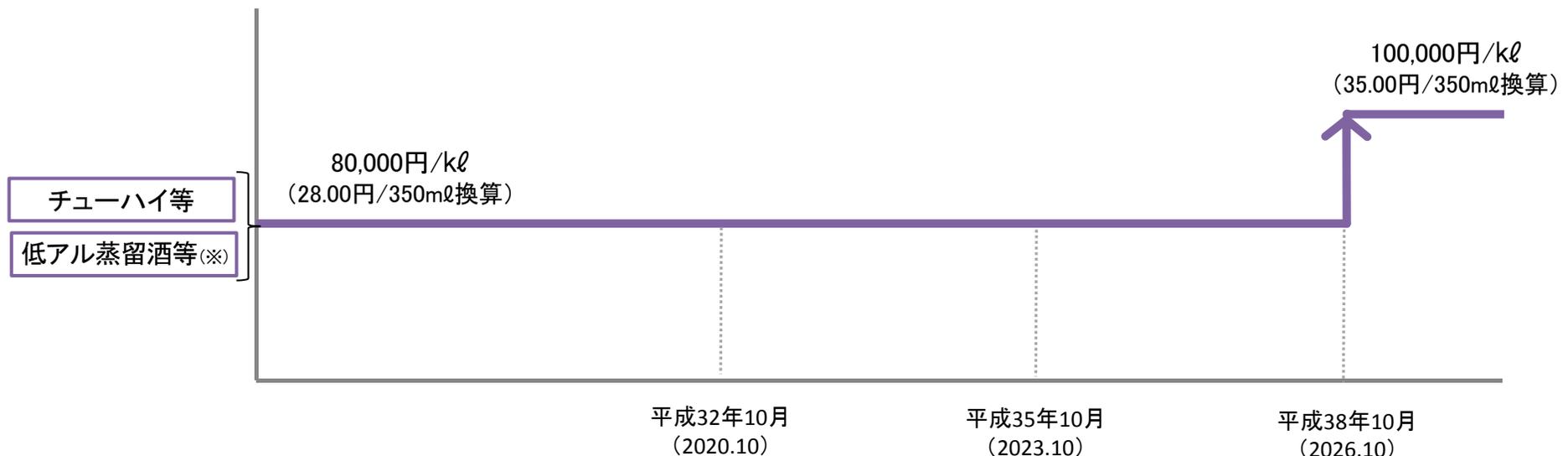


(※) 醸造酒類の基本税率(清酒・果実酒以外。現行:140,000円/kℓ)は、第1段階(平成32年10月)に120,000円/kℓ、第2段階(平成35年10月)に100,000円/kℓとする。

税率構造の見直し(チューハイ等)(案)

チューハイ等

- ビール系飲料以外の「その他の発泡性酒類」(チューハイ等)の税率は、果実酒など他の酒類の税率とのバランスや、アルコール健康障害対策基本法の下での不適切飲酒の誘引防止の取組も踏まえ、1kℓ当たり100,000円(350ml換算35円)に引き上げることとし、平成38年10月に実施する。
- これにあわせて、低アルコール分の蒸留酒類及びリキュールに係る特例税率についても、平成38年10月に引き上げる。
(現行) 1kℓ当たり 80,000円(350ml換算28円)、アルコール分 9度以上の場合は加算あり
(案) 1kℓ当たり100,000円(350ml換算35円)、アルコール分11度以上の場合は加算あり



(※) 低アルコール分の蒸留酒類及びリキュールに係る特例税率(下限税率)

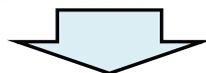
税率構造の見直しの全体像(案)

現 行

区 分	税 率 (1kℓ当たり)	アルコール分 1度当たりの加算額
発泡性酒類(ビール、発泡酒(麦芽比率50%以上)等)	220,000円	—
発泡酒(麦芽比率25%以上50%未満)	178,125円	—
発泡酒(麦芽比率25%未満)	134,250円	—
その他の発泡性酒類(新ジャンル、チューハイ等)	80,000円	—
醸造酒類	140,000円	—
清酒	120,000円	—
果実酒	80,000円	—
蒸留酒類	(21度未満) 200,000円	(21度以上) 10,000円
ウイスキー、ブランデー、スピリッツ	(38度未満) 370,000円	(38度以上) 10,000円
混成酒類	(21度未満) 220,000円	(21度以上) 11,000円
合成清酒	100,000円	—
みりん、雑酒(みりん類似)	20,000円	—
甘味果実酒、リキュール	(13度未満) 120,000円	(13度以上) 10,000円
粉末酒	390,000円	—

* 低アルコール分の蒸留酒類及びリキュールに係る特例税率(下限税率) 1kℓ当たり80,000円、アルコール分9度以上の場合は加算あり

税率構造の見直しの完成後(平成38年10月)



区 分	税 率 (1kℓ当たり)	アルコール分 1度当たりの加算額
発泡性酒類(ビール、発泡酒)	155,000円	—
その他の発泡性酒類(チューハイ等)	100,000円	—
醸造酒類	100,000円	—
蒸留酒類	(21度未満) 200,000円	(21度以上) 10,000円
ウイスキー、ブランデー、スピリッツ	(38度未満) 370,000円	(38度以上) 10,000円
混成酒類	(21度未満) 200,000円	(21度以上) 10,000円
合成清酒	100,000円	—
みりん、雑酒(みりん類似)	20,000円	—
甘味果実酒、リキュール	(13度未満) 120,000円	(13度以上) 10,000円
粉末酒	390,000円	—

* 低アルコール分の蒸留酒類及びリキュールに係る特例税率(下限税率) 1kℓ当たり100,000円、アルコール分11度以上の場合は加算あり

酒蔵ツーリズムにおける輸出酒類販売場制度の創設(案)

- 酒類製造者が輸出酒類販売場の許可を受けた酒類の製造場において、自ら製造した酒類を訪日外国人旅行者等に対し、一定の手続の下で販売した場合には、消費税に加えて酒税を免除する。

