酒類販売管理研修

第１編　酒類販売管理者等

このテキストは、平成 28 年６月に一部改正された「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」の改正内容を反映しています。

平成２９年４月
国税庁課税部酒税課

目　　次

【第１編　酒類販売管理者等】

第１章　酒類販売管理者

１　酒類の特性‥‥‥

第４節　未成年者飲酒禁止法等…… 55
１　未成年者飲酒禁止法…… 56
２　未成年者の飲酒防止に向けた条例…… 57
３　酒類の自動販売機の撤廃に向けた取組等…… 58
４　未成年者の飲酒防止に資するため等の表示に関する自主基準…… 60
５　アルコール健康障害対策基本法…… 61
【参考１】未成年者飲酒禁止法違反による罰則適用者の免許取消事例…… 63
【参考２】未成年者の飲酒行動等…… 64
【参考３】未成年者飲酒防止に向けた取組…… 65
【参考４】未成年者の飲酒防止等に関する取組等…… 66
【参考５】未成年者飲酒防止啓発ポスター…… 70
【参考６】『未成年者飲酒防止への取組』７か条 …… 71
【参考７】地方公共団体における条例（神奈川県）…… 72

第５節　独占禁止法等…… 74
１　私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）…… 75
２　不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）…… 80
３　酒類市場の公正な競争に関する国税庁の考え方…… 85
【参考１】酒類の公正な取引に関する基準…… 87
【参考２】酒類の公正な取引に関する基準の取扱いについて…… 89
【参考３】酒類に関する公正な取引のための指針…… 93
【参考４】取引実態調査の実施状況…… 98

第６節　環境関係法…… 106
１　資源の有効な利用の促進に関する法律（資源有効利用促進法）…… 107
２　容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律（容器包装リサイクル法）…… 108
３　食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律（食品リサイクル法）…… 113
【参考１】主な環境法令等…… 114
【参考２】特定事業者判定のためのフロー図（酒類業者用）…… 117
【参考３】再商品化の対象となる容器包装…… 118
【参考４】特定事業者の帳簿の記載事項…… 120

（法令等編）

Ⅰ　酒税法……　123

Ⅱ　酒類業組合法
1　酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律……　127
2　未成年者の飲酒防止に関する表示基準……　132

Ⅲ　米トレーサビリティ法（米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律）‥　134

Ⅳ　未成年者飲酒禁止法関係
1　未成年者飲酒禁止法……　136
2　酒類小売業における酒類の表示に関する公正競争規約……　137
3　アルコール健康障害対策基本法……　138

Ⅴ　独占禁止法関係
1　私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）……　140
2　不公正な取引方法……　143
3　不当廉売に関する独占禁止法上の考え方……　145
4　酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について……　153
5　優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方……　160
6　不当景品類及び不当表示防止法……　182
7　一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限……　183
8　懸賞による景品類の提供に関する事項の制限……　184
9　商品の原産国に関する不当な表示……　185
10　おとり広告に関する表示……　186

Ⅵ　環境関係法
1　資源の有効な利用の促進に関する法律……　187
2　容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律……　187
3　食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律……　189

第１章　酒類販売管理者

この章では、酒類の特性及びそれを踏まえた酒類業に対する社会的要請に触れ、酒類販売管理者に求められている役割などについて説明しています。

酒類の特性

酒類の特性を踏まえた社会的要請への取組が酒類業に求められています。

酒類販売管理者の選任

酒類の小売販売場ごとに、酒類販売管理研修を過去３年以内に受けた者のうちから、酒類販売管理者を選任しなければなりません。

酒類販売管理者の役割

酒類の販売業務に関する法令の規定を遵守した業務が行われるよう酒類小売業者に助言し、又は従業員等に指導しなければなりません。

責任者の指名・配置

酒類販売管理者が長時間不在となるときなどは、酒類販売管理者に代わる責任者を指名し、配置することが求められています。



１　酒類の特性

○　代表的な嗜好品であること

酒類は代表的な嗜好品の一つです。現在の食生活においては多様な飲食料品が消費されるようになり、酒類以外にも様々な嗜好品がありますが、酒類はその中でも多くの消費者に選択されているものということができます。また、昔から「酒は百薬の長」とも言われています。飲酒の効用として、ストレスや疲れの解消、人間関係の潤滑油、仲間との連帯感の醸成等が挙げられます。

○　文化・伝統性を有すること

酒類はその国の「食文化」と関わりの深い飲料です。

しかし、近年、食べながら飲むことや地酒（その地域で造られた酒類）と地域の食文化とのつながりが深いといったことへの認識が希薄化しているように思われます。外国で日本食と清酒がセットでブームになっていると聞いて「なるほど」と思われる人も少なくないと思いますが、国内ではあまり認識されていないのではないでしょうか。

今日、社会経済がボーダーレス化する中で、酒の文化（食と共に）や伝統性（種類や飲み方）を国民や諸外国に対して、どのように訴え得るかが課題となっていますが、そうした視点はまだ弱いようです。

生活水準の向上に伴い、酒類は日常的な飲料となり、これまでのような食との繋がりや家庭内で飲むといったスタイルだけではなくなってきています。酒類業者をはじめ社会一般において、改めて酒類のメリットを活かしデメリットを十分認識した飲み方を啓発するといった飲酒教育の必要性が高まってきているといえるのではないでしょうか。

地域社会の有り様にも関わりますが、かつては地域毎に特色のある酒類が生産され、祭りやハレの日に飲むことで「飲酒文化」が育ち、かつ、「飲酒教育」が行われていました。今後においてもそうした文化・伝統を認識することで、無茶飲みやイッキ飲み、アルコール依存症等の問題を抑止する効果が期待できるのではないでしょうか。

○　アルコール飲料（致酔性、習慣性を有する）であること

酒類は致酔性飲料であり、これまでにも過度の飲酒や致酔性に配慮しない販売姿勢等は事件、事故、トラブルの原因として事が起きるたびに問題視されてきました。

過度の飲酒を助長することが、アルコール依存症などにつながり、健康への影響（生活習慣病の発症）が医療費等を通じた社会的コストの増加に繋がることを認識する必要があります。

酒類は大人の飲み物として未成年者の興味を引きやすい飲料です。

しかし、未成年者の飲酒は、身体の成長を妨げる、学校生活に悪影響を及ぼし成績の低下につながる、大人に比べて依存がより早期に形成される、違法薬物へと進む入り口となるほか、飲酒開始年齢が若いほど後に飲酒にまつわる危険な行動をとりやすいことが指摘されているなど、多大な悪影響を及ぼします。

近年における酒類の一般商品化、購入アクセスの容易化は、未成年者の飲酒問題、健康への影響の問題等に対する配慮の必要性を拡大させています。

酒類を飲む場が家庭内から家庭外、職場関係から仲間内になり、また、前ページの「文化・伝統性を有すること」でも述べているとおり、酒類の飲み方の文化も大きく変様しています。その中で、人々の生活と地域社会との関わりも希薄になり、未成年者飲酒問題をはじめ様々な問題を拡大させています。

過度の飲酒が問題視されるのは、飲酒した本人にとどまらず、その周辺の者や全く関係のない第三者にまで影響を与える場合があるためです。

２　酒類業に対する社会的要請

これまで、酒類業者の責任は、酒類が高率な酒税を課されている財政物品であること、つまり、酒税を円滑に確保するということに集約して考えられてきました。

しかし、近年は、これに加えて、「１　酒類の特性」等を踏まえ、様々な観点から広く次のような社会的要請への取組が酒類業に求められています。

（注）ここでいう「社会的要請」については、経済的な側面からの要請も含むより広い意味合いで使われています。

① 消費者ニーズに応えた商品（安全で品質の高い酒類）の供給と、適正な表示（消費者に分かりやすい表示）を含めた酒類に関する情報の消費者への積極的な提供

② マナー広告の実施など飲酒教育及び啓発

③ 公正な競争の確保のための国税庁の酒類の公正な取引に関する基準や指針、不当廉売や差別対価等への対応についての公正取引委員会の酒類ガイドラインの遵守等による自由かつ公正な取引の確保

④ 生産の効率化、流通コストの縮減等効率的な事業経営と酒税の確保への貢献

⑤ 未成年者の飲酒防止

⑥ 飲酒に起因する各種の事件、事故、トラブル、健康障害の発生防止

⑦ リサイクルに関する責任の遂行

３　酒類販売管理者

(1) 酒類販売管理者の制度が設けられた経緯

平成 15 年９月１日をもって酒類小売業免許の人口基準が廃止されたこと等、酒類小売業免許に係る規制緩和が進展する中で、酒類業を巡る環境の変化を見据え、①酒類業免許の人的要件を整備するとともに、②未成年者飲酒防止等の社会的要請の高まりに応え、販売場において法令を遵守した酒類の適正な販売管理を確保するための体制の整備を図る等、所要の措置を講ずる必要があるとして、平成 15 年の通常国会において酒税法及び酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（酒類業組合法）の一部が改正され、酒類小売業者は、酒類の小売販売場ごとに酒類販売管理者を選任しなければならないこととされました。

（注）「酒類の小売販売場」とは、酒類製造業者及び酒類販売業者以外の者に酒類を販売する場所をいいます。
また、酒類小売業者には、酒類製造者又は酒類卸売業者であって、酒類製造者及び酒類販売業者以外の者に販売する者を含みます。

(2) 酒類販売管理研修

研修実施団体が行う酒類の販売業務に関する法令に係る研修を、酒類販売管理研修といいます。これは酒類販売管理者が、未成年者と思われる者に対する年齢確認の実施及び酒類陳列場所における表示など酒類の販売業務を行うに当たって遵守すべき法令に関する事項のほか、アルコール飲料としての酒類の特性や酒類の商品知識等を修得することにより、その資質の向上を図り、もって販売場における酒類の適正な販売管理の確保等について実効性を高めることを目的として実施されるものです。

酒類販売管理研修が義務化されました

酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（酒類業組合法）が一部改正となりました

近年、酒類販売を取り巻く環境が大きく変化する中で、未成年者飲酒防止をはじめとした酒類販売に対する社会的要請は一層高まっています。これらに適切に対応するためには、酒類販売管理者の果たす社会的役割が非常に重要となります。

平成 28 年６月に酒類業組合法が一部改正され、酒類小売業者は、酒類販売管理研修を過去３年以内に受けた者のうちから、酒類販売管理者を選任しなければなりません。

また、常に新たな知識を修得していただく必要があることから、酒類小売業者は、酒類販売管理者に、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。

(3) 標識の掲示

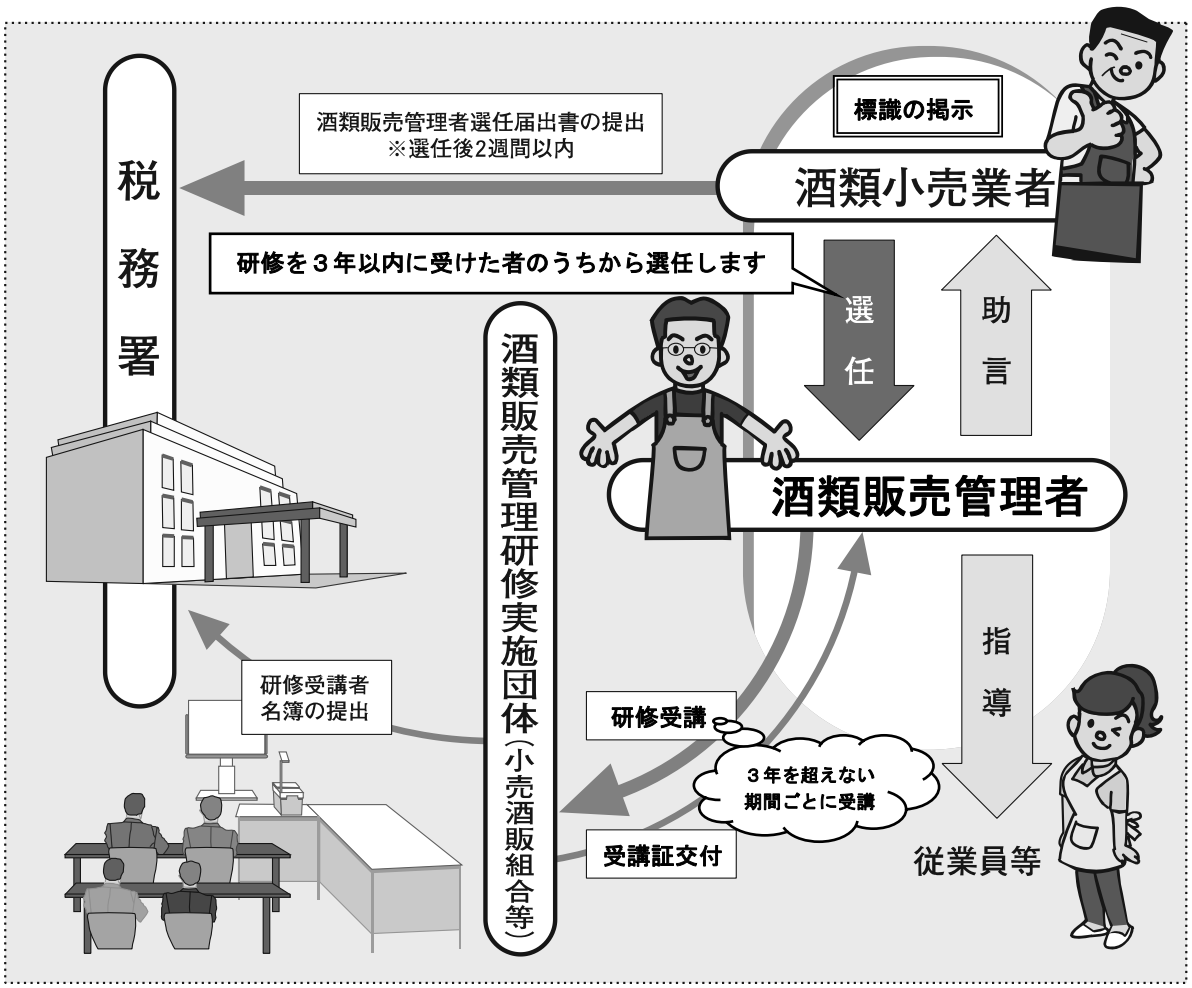
酒類小売業者は、酒類の小売販売場ごとに、公衆の見やすい場所に、酒類販売管理者の氏名や酒類販売管理者研修の受講事績等を記載した標識を掲げなければなりません。

販売場に掲げる「標識」のイメージ

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29年4月1日
次回研修の受講期限	平成32年3月31日
研修実施団体名	霞が関小売酒販組合

標識の様式例については、国税庁のホームページからダウンロードすることができます。

カタログ等（インターネット等によるものを含む）を利用した通信販売を行う場合、カタログ等に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の表示が必要です。カタログ等の見やすい場所に表示をお願いします。



《ポイント》

○　酒類小売業者が遵守すべき事項

＜酒類販売管理者の選任＞

１　酒類小売業者は、その販売場において酒類の販売業務を開始するときまでに酒類販売管理者を選任する必要があります。

２　酒類販売管理者は、酒類の販売業務に従事する者で酒類販売管理研修を過去３年以内に受けた者のうち、次に掲げる者から選任してください。

①　引き続き６か月以上の期間継続して雇用を予定している者

②　他の販売場で酒類販売管理者に選任されていない者

３　酒類販売管理者を選任（または解任）したときは、２週間以内に「酒類販売管理者選任（解任）届出書」を販売場の所在地を所轄する税務署に提出する必要があります。

４　未成年者であるなど、一定の要件（酒類業組合法第 86 条の９第２項）に該当する者は酒類販売管理者に選任できません。

５　酒類販売管理者として選任した者が欠けた場合は、速やかに新しい酒類販売管理者を選任しなければなりません。

＜酒類販売管理研修の受講・標識掲示＞

１　酒類小売業者は、酒類販売管理者に、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。

２　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、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げなければなりません。

＜罰則＞

１　酒類販売管理者を選任しなかった場合には 50 万円以下の罰金に処されることがあります。

２　「酒類販売管理者選任（解任）届出書」を税務署に提出しなかった場合には、10 万円以下の過料に処されることがあります。

３　酒類販売管理者に、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い場合、勧告、命令を経て 50 万円以下の罰金に処されることがあります。

※　罰金刑に処された場合には、酒類販売業免許の取消要件に該当します。

(4) 酒類販売管理者の役割

酒類の小売販売における社会的要請への取組としては、法令上の義務の履行から、消費者の利便性確保等のための自主的取組まで様々なものが考えられますが、酒類は国民の生活に大変関わりの深い飲料であり、個々の販売場においては、これらの要請にしっかりと応えていく必要があります。

その中で、酒類販売管理者は、その選任された酒類の小売販売場において、酒類小売業者又は酒類の販売業務等に従事する者に対し、これらの者が酒類の販売業務に関する法令の規定を遵守してその業務を実施するために必要な助言又は指導を行います。

具体的な指導内容を例示すると、次のとおりです。

① 酒類と他の商品との明確な区分陳列

② 酒類の陳列場所における「酒類の売場である」又は「酒類の陳列場所である」旨及び「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の適正な表示

③ 酒類自動販売機の適切な管理及び表示基準に基づく適正な表示

④ ポスターの掲示、店内放送などによる未成年者飲酒防止及び適正飲酒等の注意喚起

⑤ 未成年者と思われる者に対する年齢確認の実施

⑥ 酒類の特性、商品管理等の知識の普及

⑦ その他酒類の販売業務に関する法令の知識の普及

なお、これら酒類販売管理者が行う助言や指導について、酒類小売業者は税務署に報告することが求められています。

《ポイント》

○　酒類小売業者の報告義務

①から⑦に掲げる事項の税務署への報告については、「『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」を販売場の所在地を所轄する税務署に提出することにより行います。

毎年４月末日（４月末日が土曜日、日曜日、休日の場合は翌週の月曜日またはその翌日）が提出期限となっていますので、提出漏れのないようご注意ください。

(5) 酒類販売管理者に代わる責任者

酒類の適正な販売管理の実効性を確保するために、酒類販売管理者が、その選任された販売場に長時間不在となるときなど、次の①～⑦に掲げるいずれかに該当する場合には、その販売場において酒類の販売業務に従事する者の中から酒類販売管理者に代わる者を「責任者」として必要な人数を指名し、配置するよう国税当局から指導が行われています。

この責任者は、成年者を指名することが望ましく、特に夜間（23 時～翌日５時）においては成年者を指名し、配置するよう指導が行われています。

（注）満 18 歳未満の者を午後 10 時から午前５時までの間業務に従事させた場合、労働基準法違反に該当し、懲役又は罰金の刑に処される場合があります。

○　酒類販売管理者に代わる責任者の指名の基準

① 夜間において、酒類の販売を行う場合

② 酒類販売管理者が常態として、その選任された販売場に長時間（２～３時間以上）不在となることがある場合

③ 酒類売場の面積が著しく大きい場合（100 平方メートル以上の場合）

この場合、100 ㎡を超えるごとに、１名以上の責任者を指名することが求められています。

④ 同一建物内において酒類売場を設置している階が複数ある場合

この場合、酒類販売管理者のいない各階ごとに、１名以上の責任者を指名することが求められています。ただし、レジスター等により代金決済をする場所が各階になく１か所にしかない場合で、かつ、酒類販売管理者のみで酒類の適正な販売管理が確保できると認められる場合は、酒類販売管理者に代わる責任者を指名しなくても差し支えないものとされています。

⑤ 同一の階にある複数の酒類売場が著しく離れている場合（20 メートル以上離れている場合）

⑥ 複数の酒類売場が著しく離れていない場合であっても、同一の階において酒類売場の点在が著しい場合（３か所以上ある場合）

⑦ その他酒類販売管理者のみでは酒類の適正な販売管理の確保が困難と認められる場合

【参考１】主要酒類の酒税等負担率表

（平成 28 年 12 月現在）

区分／品目	容量	アルコール分	代表的なものの小売価格（税込み）①	酒税額 ②	消費税額 ③	酒税等負担率 (②＋③)／①
	ml	%	円	円	円	%
清酒	1,800	15.0	2,017	216.00	149.41	18.1
果実酒	720	11.0	615	57.60	45.56	16.8
連続式蒸留しょうちゅう	1,800	25.0	1,482	450.00	109.78	37.8
単式蒸留しょうちゅう	1,800	25.0	1,844	450.00	136.59	31.8
ウイスキー	700	43.0	2,030	301.00	150.37	22.2
ビール	633	5.0	355	139.26	26.30	46.6
	350	5.0	221	77.00	16.37	42.2
発泡酒（麦芽比率 25%未満のもの）	350	5.5	164	46.98	12.15	36.1
その他の醸造酒（発泡性）①	350	5.0	143	28.00	10.59	27.0
リキュール（発泡性）①	350	5.0	143	28.00	10.59	27.0

（注）１　清酒、果実酒、連続式蒸留しょうちゅう、単式蒸留しょうちゅう及びウイスキーの小売価格（税込み）は、大手主要銘柄のメーカー参考小売価格を基に算出した。

また、ビール、発泡酒、その他の醸造酒及びリキュールはオープン価格であるため、大手コンビニエンスストアチェーンにおける代表的な小売価格を掲げた。

なお、ビール（633ml）には容器保証金（５円）が含まれている。

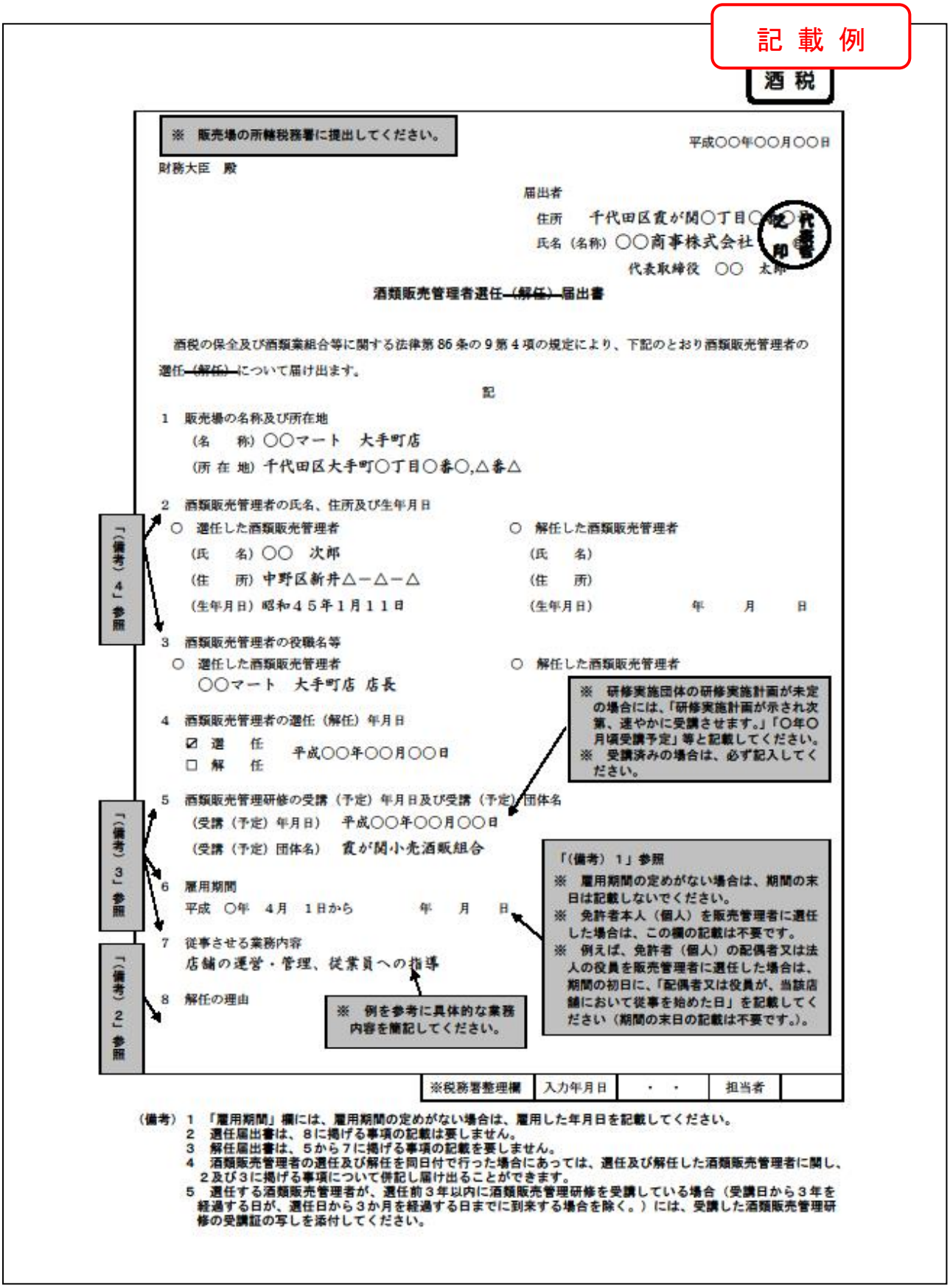
２　その他の醸造酒（発泡性）①及びリキュール（発泡性）①とは、ホップ又は財務省令で定める苦味料を原料の一部とした酒類で酒税法第 23 条第２項第３号イ又はロに該当するものをいう。

３　消費税率は８％で計算している。

【参考２】酒類販売管理者選任（解任）届出書様式及びその記載例

届出書は国税庁ホームページでダウンロードできます。

(http://www.nta.go.jp/tetsuzuki/shinsei/annai/hambai/annai/pdf/3011_1_1.pdf)



記　載　例

酒税

※　販売場の所轄税務署に提出してください。

平成○○年○○月○○日

財務大臣　殿

届出者

住所　千代田区霞が関○丁目○番○号

氏名（名称）○○商事株式会社　代表者印

代表取締役　○○　太郎

酒類販売管理者選任~~（解任）~~届出書

酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律第86条の9第4項の規定により、下記のとおり酒類販売管理者の選任~~（解任）~~について届け出ます。

記

1　販売場の名称及び所在地

（名　　称）○○マート　大手町店

（所 在 地）千代田区大手町○丁目○番○,△番△

2　酒類販売管理者の氏名、住所及び生年月日

「（備考）4」参照

○　選任した酒類販売管理者

（氏　　名）○○　次郎

（住　　所）中野区新井△－△－△

（生年月日）昭和４５年１月１１日

○　解任した酒類販売管理者

（氏　　名）

（住　　所）

（生年月日）　　年　　月　　日

3　酒類販売管理者の役職名等

○　選任した酒類販売管理者

○○マート　大手町店 店長

○　解任した酒類販売管理者

※　研修実施団体の研修実施計画が未定の場合には、「研修実施計画が示され次第、速やかに受講させます。」「○年○月頃受講予定」等と記載してください。
※　受講済みの場合は、必ず記入してください。

4　酒類販売管理者の選任（解任）年月日

☑ 選　任　　平成○○年○○月○○日

☐ 解　任

「（備考）3」参照

5　酒類販売管理研修の受講（予定）年月日及び受講（予定）団体名

（受講（予定）年月日）　平成○○年○○月○○日

（受講（予定）団体名）　霞が関小売酒販組合

6　雇用期間

平成　○年　4月　1日から　　年　　月　　日

「（備考）1」参照
※　雇用期間の定めがない場合は、期間の末日は記載しないでください。
※　免許者本人（個人）を販売管理者に選任した場合は、この欄の記載は不要です。
※　例えば、免許者（個人）の配偶者又は法人の役員を販売管理者に選任した場合は、期間の初日に、「配偶者又は役員が、当該店舗において従事を始めた日」を記載してください（期間の末日の記載は不要です。）。

「（備考）2」参照

7　従事させる業務内容

店舗の運営・管理、従業員への指導

8　解任の理由

※　例を参考に具体的な業務内容を簡記してください。

※税務署整理欄	入力年月日	・　・	担当者	

（備考）1　「雇用期間」欄には、雇用期間の定めがない場合は、雇用した年月日を記載してください。
2　選任届出書は、8に掲げる事項の記載は要しません。
3　解任届出書は、5から7に掲げる事項の記載を要しません。
4　酒類販売管理者の選任及び解任を同日付で行った場合にあっては、選任及び解任した酒類販売管理者に関し、2及び3に掲げる事項について併記し届け出ることができます。
5　選任する酒類販売管理者が、選任前3年以内に酒類販売管理研修を受講している場合（受講日から3年を経過する日が、選任日から3か月を経過する日までに到来する場合を除く。）には、受講した酒類販売管理研修の受講証の写しを添付してください。

【参考３】「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様式

報告書は国税庁ホームページでダウンロードできます。

(http://www.nta.go.jp/tetsuzuki/shinsei/annai/hambai/annai/pdf/3007.pdf)

CC1-3007

「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

酒税

1面

収受印

※税務署整理欄	局署番号		整理番号	

平成　年　月　日

税務署長　殿

報告者

（住所）

（電話）　局　番

（氏名又は名称及び代表者氏名）　㊞

（酒類小売販売場の所在地及び名称）

（酒類販売管理者の氏名及び年齢）
（　歳）

（酒類販売管理者選任届出書）
提出済　□
未提出　□

（酒類販売管理者に代わる責任者の人数）
101 総数：　名
（注）責任者を指名している場合は、２面の「酒類販売管理者関係」の《酒類販売管理者に代わる責任者の氏名・指名の基準》にも記載してください。

104（店舗全体の面積）　㎡

105（酒類売場の面積）　㎡

106（営業時間）
時　分～　時　分・24時間
（定休：　）
（注）24時間表記で記載してください。

102（免許条件）
１：製造　２：小売業（卸小売兼業を含む）　３：期限付小売業（免許期間：平成　年　月　日～　年　月　日）

103（酒類小売販売場の業態等の区分）
１：一般酒販店（酒屋、酒類専門店等）　２：コンビニエンスストア　３：スーパーマーケット　４：百貨店
５：１～４以外の量販店（ディスカウントストア等）　６Ⓐ：業務用卸主体店、６Ⓑ：ホームセンター・ドラッグストア
６Ⓒ：その他（生活協同組合、農業協同組合、ギフトショップ、ピザ宅配店、弁当・惣菜店、果物店、生花店、菓子店等）

107　平成　年４月１日現在、酒類の販売（売場のみではなく、通信販売等すべての酒類販売）を行っていない場合は、酒類の販売を行っていない理由に○印を付し、１及び２については、年月を記入してください。
酒類の販売を行っていない場合は、101、105及び108以降の項目については記載不要です。
１：平成　年　月以降販売予定　２：平成　年　月まで販売していたが現在販売していない　３：その他

平成　年４月１日現在（期限付酒類小売業免許を受けた者は上記の免許期間）における未成年者の飲酒防止に関する表示基準（以下「表示基準」という。）の実施状況、酒類販売管理者が行う助言等及び経営に関する情報について、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律第91条及び同法施行規則第11条の16の規定により報告します。また、酒類の適正な販売管理の確保のための取組状況及び自動販売機の設置状況等について併せて報告します。

	項目	区分	※税務署整理欄（実態確認状況）	
表示基準の実施状況等	1　酒類の陳列場所を設けて販売している。 「いいえ」に「○」を付した方は、次の(1)及び(2)の記載は不要です。	は　い・いいえ	108	□ 適 □ 不適
	(1) 酒類の陳列場所に、表示基準に則って「酒類の売場である」又は「酒類の陳列場所である」旨及び「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示を行っている。	は　い・いいえ	109	□ 適 □ 不適
	(2) 酒類の陳列場所が壁等により他の商品の陳列場所と明確に分離されていない場合は、明確に区分するための表示（「陳列されている商品が酒類である」旨及び「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示）を行っている。	は　い・いいえ	110	□ 適 □ 不適
	2　酒類の通信販売（インターネットを含む）を行っている。 （注）１　この表示基準でいう「通信販売」とは、「通信販売酒類小売業免許」を付与されて行うものに限らず、一般酒類小売業者が免許条件の範囲内で行う通信販売を含み、商品の内容・価格などをカタログ、新聞折込チラシなどで提示し、郵便、電話、ファックスなどの方法で注文を受けて行う販売をいいます。 ２　「いいえ」に「○」を付した方は、次の項目の記載は不要です。	は　い・いいえ	111	□ 適 □ 不適
	インターネットで酒類の販売を行っている。	は　い・いいえ	112	□ 適 □ 不適
	酒類の通信販売（インターネットを含む）における広告、カタログ、申込書、納品書等に、表示基準に則って「未成年者に対しては酒類を販売しない」旨の表示を行っている。	は　い・いいえ	113	□ 適 □ 不適
	酒類の購入申込書等に年齢記載欄を設けている。	は　い・いいえ	114	□ 適 □ 不適
	3　酒類の自動販売機を設置している。 （注）酒類の自動販売機を設置している場合は、３面の《酒類の自動販売機に対する表示基準の実施状況等》にも記載してください。	は　い・いいえ	115	□ 適 □ 不適

※税務署整理欄	入力年月日		担当者印	

2面

助言等の状況	1　酒類販売管理者は、酒類小売業者に対し、酒類の販売業務を行うに当たって遵守すべき法令（表示基準の遵守、未成年者飲酒防止等）に基づいた適正な販売管理の確保を図るための措置及び酒類の販売業務に従事する従業員等に対する指導が徹底されるための体制の整備に関する事項を助言している。	は い・いいえ	116	□ 適 □ 不適
	2　酒類販売管理者は、酒類の販売業務に従事する従業員等に対し、酒類の販売業務を行うに当たって遵守すべき法令（表示基準の遵守、未成年者飲酒防止等）に関する事項について指導を行っている。	は い・いいえ	117	□ 適 □ 不適

《酒類の適正な販売管理の確保のための取組状況》※任意記載事項ですが、記載していただくようお願いいたします。

項目		区分		※税務署整理欄（実態確認状況）
未成年者の飲酒防止関係	1　未成年と思われる者に対して、年齢確認を行っている。	は い・いいえ	118	□ 有 □ 無
	2　未成年者の飲酒防止を啓発するための店内放送、店頭・売場等への表示、ポスターの掲示等を行っている。	は い・いいえ	119	□ 有 □ 無
飲酒運転防止関係	1　酒類の陳列場所、店頭、レジ等に「飲酒運転は禁止されている」旨の表示又は飲酒運転の防止に関するポスターの掲示を行っている等、飲酒運転防止のための取組を行っている。	は い・いいえ	120	□ 有 □ 無
	2　自動車等で来店したと思われる者に対して「飲酒運転をしないように」といった一声運動を行っている。	は い・いいえ	121	□ 有 □ 無
酒類容器リサイクル関係	1　リターナブルびんを使った酒類を販売している。	は い・いいえ	122	□ 有 □ 無
	2　リターナブルびんの回収を行っている。	は い・いいえ	123	□ 有 □ 無
	3　消費者が販売場に容器を持参した場合の回収マニュアルを定めており、これに基づき酒類容器のリサイクルに積極的に取り組んでいる。	は い・いいえ	124	□ 有 □ 無
	4　酒類の陳列場所、店頭、レジ等に「リターナブルびんの回収を行っている」旨の表示を行っている。	は い・いいえ	125	□ 有 □ 無
適正飲酒関係	適正飲酒を啓発するための店内放送、店頭・売場等への表示、ポスターの掲示等を行っている。	は い・いいえ	126	□ 有 □ 無
酒類販売管理者関係	酒類販売管理研修を受講している。（右の区分で「はい」の場合は直近の受講年月日　平成　年　月　日）	は い・いいえ	127	□ 有 □ 無

《酒類販売管理者に代わる責任者の氏名・指名の基準》

氏名（年齢）	指名の基準（注）	氏名（年齢）	指名の基準（注）
（　歳）		（　歳）	
（　歳）		（　歳）	
（　歳）		（　歳）	
（　歳）		（　歳）	

（注）「指名の基準」欄には、次の《責任者の指名の基準》のいずれかに該当する番号を記載してください。

《責任者の指名の基準》

番号	基準
1	夜間（23時から翌日５時）に
2	酒類販売管理者が常態として ある場合
3	酒類売場の面積が著しく大き
4	同一建物内において酒類売場 １名以上の責任者を指名）
5	同一の階にある複数の酒類売場が著しく離れている場合（20メートル以上離れている場合）
6	複数の酒類売場が著しく離れていない場合であっても、同一の階において酒類売場の点在が著しい場合（３箇所以上ある場合）
7	その他酒類販売管理者のみでは酒類の適正な販売管理の確保が困難と認められる場合

責任者を指名している場合は、記載漏れのないようお願いします。

3面

※　酒類の自動販売機を設置している場合は、次の項目にも記載してください。設置していない場合には記載する必要はありません。　→次ページ４面《経営に関する情報》へ進んでください。

《酒類の自動販売機に対する表示基準の実施状況等》

順　　号		301	401	501	601		※税務署整理欄（実態確認状況）
自動販売機の設置年月		昭平　年　月	昭平　年　月	昭平　年　月	昭平　年　月	2	
自動販売機の種類		改良型・改良型以外	改良型・改良型以外	改良型・改良型以外	改良型・改良型以外	3	
自動販売機の設置位置		店内 ・ 店外	店内 ・ 店外	店内 ・ 店外	店内 ・ 店外	4	
酒類自動販売機に係る表示基準の実施状況等	未成年者の飲酒は禁止されている旨	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	5	□適 □不適
	免許者の氏名又は名称	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	6	□適 □不適
	酒類販売管理者の氏名	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	7	□適 □不適
	連絡先の所在地及び電話番号	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	8	□適 □不適
	販売停止時間	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	9	□適 □不適
店外の改良型以外の酒類自動販売機の撤廃予定の状況等	(1) 撤廃の予定等を次から１つ選択し記号を○で囲んでください。 （イ 早急に撤廃予定　ロ 早急に改良型に切替予定　ハ 稼動させていない　ニ 撤廃する予定はない）	イ・ロ・ハ・ニ	イ・ロ・ハ・ニ	イ・ロ・ハ・ニ	イ・ロ・ハ・ニ	10	
	(2) (1)で「イ」又は「ロ」を選択した場合には撤廃予定日又は改良型への切替予定日を記載してください。	撤廃等予定年月日 年　月　日	撤廃等予定年月日 年　月　日	撤廃等予定年月日 年　月　日	撤廃等予定年月日 年　月　日	11	
	(3) (1)で「ニ」を選択した場合には撤廃しない具体的な理由を右欄から選択し記号を○で囲んでください。	a　経済的な理由（売上高の減少、撤廃・改良型切替の費用負担困難） b　周辺地域の酒販店が撤去していない c　その他〔具体的に：　　〕				12	
表示基準を遵守しない理由	(1) 表示基準を遵守しない場合その理由を次から１つ選択し記号を○で囲んでください。 （イ 基準を知らなかった　ロ 基準を理解していなかった　ハ 表示し忘れていた　ニ 消えていたことに気付かなかった）	イ・ロ・ハ・ニ	イ・ロ・ハ・ニ	イ・ロ・ハ・ニ	イ・ロ・ハ・ニ	13	
	(2) 表示基準を遵守した表示を行う予定日を記載してください。	表示予定年月日 年　月　日	表示予定年月日 年　月　日	表示予定年月日 年　月　日	表示予定年月日 年　月　日	14	
販売停止等のためのタイマーの設置の有無		有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	15	□適 □不適
セレクトボタン部分への酒類である旨の表示の有無		有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	有 ・ 無	16	□適 □不適

→次ページ４面《経営に関する情報》へ進んでください。

※　税務署整理欄

酒類の自動販売機を設置している場合は、
記載漏れのないようお願いします。

４面

《経営に関する情報》

この欄は、酒類小売販売場単位の売上高等ではなく、個人または法人で行っている事業全体の売上高等を記入してください。

２以上の酒類小売販売場を有する場合には、次の酒類小売販売場から提出する報告書のみに記入してください。

①　本店所在地（所得税又は法人税の納税地）と所在地が同一の酒類小売販売場
②　①に該当しない場合　本店所在地の管轄税務署内のいずれかの酒類小売販売場
③　①及び②に該当しない場合　本店所在地の都道府県内のいずれかの酒類小売販売場
④　①、②及び③に該当しない場合　報告書を提出するいずれかの酒類小売販売場

個人事業者の方は平成　　年分、法人の方は平成　　年１月１日～平成　　年12月31日の間に終了した事業年度について、損益項目を記載してください（千円未満四捨五入、マイナスの場合は数字の前に△を付けてください）。また、従業員数については、事業年度末の従業員数を記載してください。

なお、期限付小売業の方、酒類の卸売業と小売業を兼業している方で酒類の販売数量に占める小売数量の割合が50%に満たない場合は、記載不要です。

損益項目等	従業員数（201）	人	販売場ごとではなく、全ての従業員数（パート含む）	
	総売上高（202）	0 0 0 円	個人（青色申告）：青色申告決算書の①売上金額 個人（白色申告）：収支内訳書の④収入金額の計 法人：損益計算書の売上高	
	内酒類小売による売上高（203）	0 0 0 円	「総売上高（202）」の内、酒類を販売した金額	
	売上総利益（204）	0 0 0 円	個人（青色申告）：青色申告決算書の⑦差引金額 個人（白色申告）：収支内訳書の⑩差引金額 法人：損益計算書の売上総利益	
	内酒類小売による売上総利益（205）	0 0 0 円	「売上総利益（204）」の内、酒類を販売した金額に係る売上総利益	
	営業利益（206）	0 0 0 円	個人（青色申告）：青色申告決算書の㊽差引金額 個人（白色申告）：収支内訳書の⑲専従者控除前の所得金額 法人：損益計算書の営業利益	
	税引前純利益（207）	0 0 0 円	個人：所得税の確定申告書Ｂ（第一表）の⑨所得金額合計 法人：損益計算書の税引前純利益	
	酒類に係る受取リベート（208）	0 0 0 円		

【記　載　要　領】

１　酒類小売業者の方は、酒類小売販売場ごとにこの報告書を作成し
後から１週間以内）に販売場を所轄する税務署に提出してくださ

２　該当する「番号」、「はい」・「いいえ」、「有」・「無」等に○印を

３　「※　税務署整理欄」には、何も記載しないでください。

３面関係

４　「自動販売機の種類」欄は、設置している自動販売機が改良型自
販売機である場合は「改良型以外」を○で囲んでください。

【注】　改良型自動販売機とは、対面交付した磁気カードや運転免
者による酒類の購入を防止することが可能と認められる自動
転免許証の読み取り装置等を装着することにより、同様の機

５　「自動販売機の設置位置」欄は、設置している酒類の自動販売機
とができない状態となっている場合には「店内」を、それ以外の場
であっても屋外に設置されている場合には「店外」となります。）。

６　「店外の改良型以外の酒類自動販売機の撤廃予定の状況等」欄
いる場合に、その撤廃予定の状況等をイからニのうちの一つを選

【参考】　全国小売酒販組合中央会は、平成７年５月に、平成12年５月を
ても、平成７年７月に「酒類自動販売機に係る取扱指針」を制定し、
合においては、改良型自動販売機以外は設置しない、また改良型自動販売機
動販売機への切換え」を行うよう必要な助言を行ってきています。

７　「表示基準を遵守しない理由」欄の(1)は、「未成年者の飲酒防止に関する表示基準」を遵守していない場合に、その理由をイからニのうちの一つを選択し、記載欄の該当箇所を○で囲んでください。
また、今後、表示をする予定日を(2)の記載欄に記載してください。

ご注意ください！

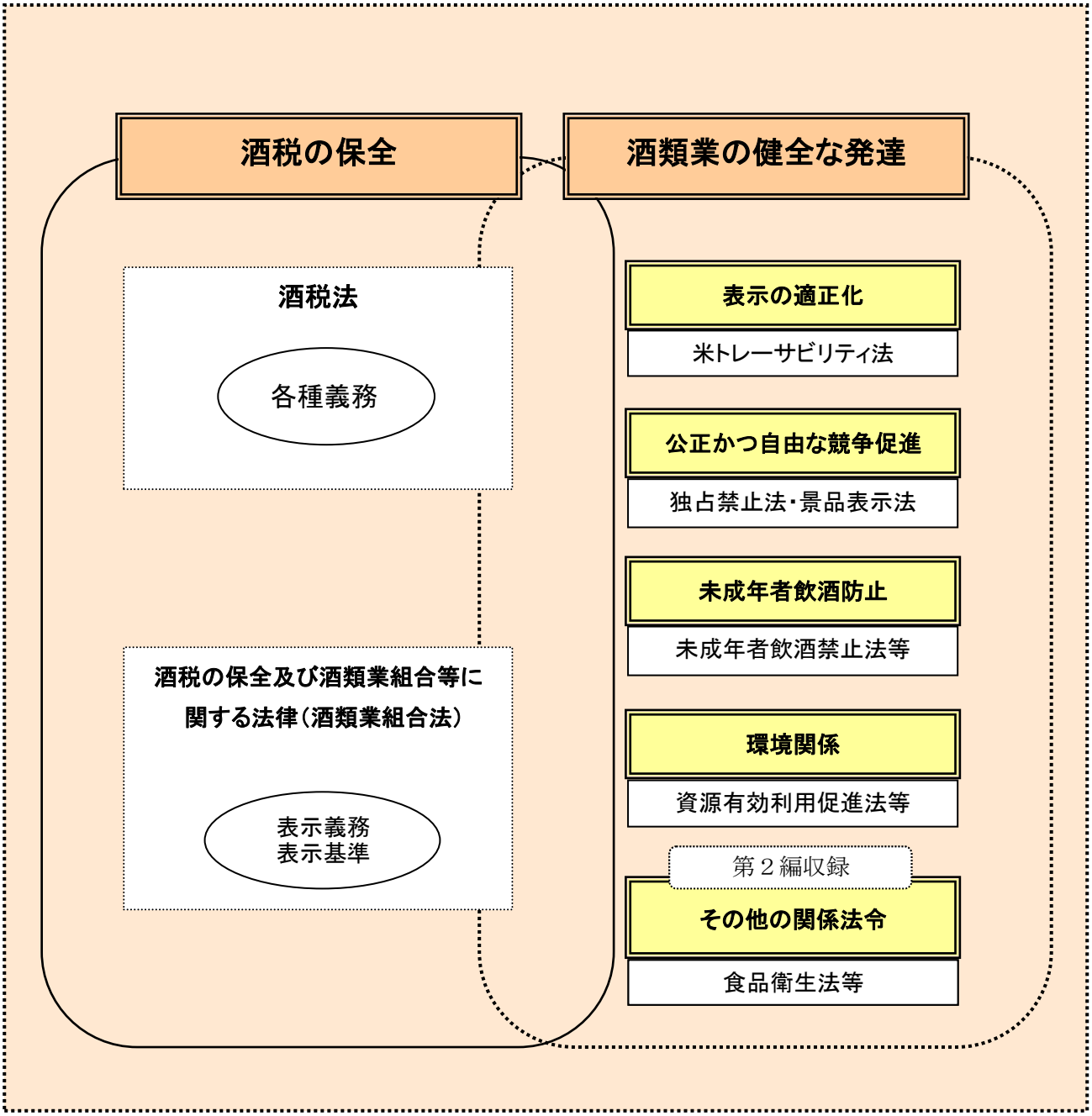
複数の販売場をお持ちの場合は、**いずれか１つの販売場（本店又は任意の販売場）の報告書にのみ記載してください。**（全ての販売場の報告書に記載する必要はありません。）

記載は**千円単位**ですので、桁誤りのないようお願いします。

【メ　モ】

第２章　酒類小売業者等が酒類の販売業務に関して遵守しなければならない法令

この章では、次の法令・項目を中心に説明しています。

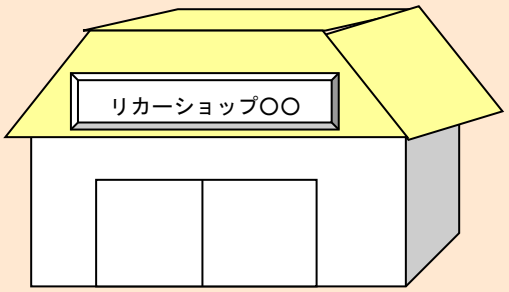


第１節　酒税法

この節では、次の項目について説明しています。

○　仕入・販売に関する記帳義務

○　密造酒類の所持等の禁止



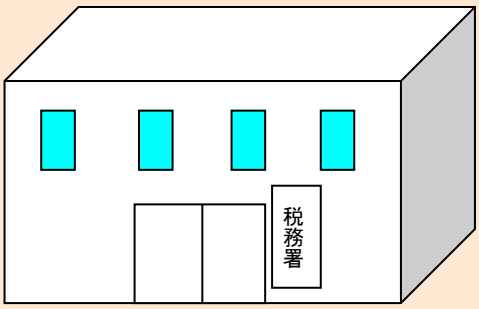


○　酒類を詰め替えるときの届出義務

○　休止申告や販売数量等の申告義務

○　承認を受ける義務

○　販売業免許に関する申請等



１ 記帳義務

酒類小売業者は、酒類の仕入、販売について、次の事項を帳簿に記帳する必要があります。

また、帳簿は販売場に備え付け、帳簿閉鎖後５年間保存する必要があります。

帳簿の記載を怠り、若しくは偽り、又は隠匿した場合には、１年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金に処せられます。

なお、酒税法の規定に違反し、これらの刑に処せられた場合、酒類販売業免許等の取消事由となります。

(1) 仕入に関する事項

酒類の品目、税率の適用区分別に、仕入数量、仕入価格、仕入年月日、仕入先の住所及び氏名又は名称

(2) 販売に関する事項

酒類の品目、税率の適用区分別に、販売数量、販売価格、販売年月日、販売先の住所及び氏名又は名称

※１　販売先の住所及び氏名又は名称は省略することができます。

２　次に掲げる事項を厳守する場合には、卸売したもの以外に限り、販売数量、販売年月日について、３か月を超えない期間中の合計数量により一括して記帳しても差し支えないこととされています（仕入に関する事項については、その都度記帳しなければなりません。）。

(1) 仕入れた酒類の全部について、仕入の都度、仕入先から上記の仕入に関する事項が全て記載された伝票の交付を受け、それを５年以上保存しておくこと。

(2) ３か月を超えない月の月中（その月が会計年度の最終月に当たる場合はその月末）に酒類の実地棚卸しを行うこと。

３　酒類製造者及び酒類卸売業者の固有の義務は別に定められています。

４　個別間接税であるたばこ税及び揮発油税についても記帳義務が課されています。

（酒類の受払に関する帳簿様式及び記載例）

酒　類　受　払　帳

酒類別・容器別：　ビール・633MLびん

21年		摘　要	受入高					販売高			残高		
月	日		個数	容量		単価	合計	個数	容量		個数	容量	
				L	ML	円	円		L	ML		L	ML
4	1	（前月繰越）	300	189	900						300	189	900
	7	●●酒販（▲▲市）	650	411	450	○○	○○○						
	14	■■商店（××市）	870	550	710	○○	○○○						
	21	★★商事（◇◇市）	580	367	140	○○	○○○						
	30	4月売上					○○○	1,977	1,251	441	423	267	759

仕入の事実は、その都度記帳してください。

売上の事績は、３か月の範囲内で合計して記帳しても差し支えありません。
（この例の場合では、１か月合計で記載しています。）

２ 申告義務

酒類小売業者は、次の事項について申告する必要があります。

(1) 酒類の販売業を休止する又は再開する旨

「酒類販売業休止・開始申告書」により、遅滞なく申告してください。

（注）申告を怠った場合には、１年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金に処せられます。

(2) 会計年度（４月から翌年３月まで）ごとに酒類の品目別販売数量の合計数量及び３月末の在庫数量

「酒類の販売数量等報告書」により、翌会計年度の４月末までに提出してください。

(3) 住所及び氏名又は名称、個人番号並びに販売場の所在地及び名称に異動があった旨

「異動申告書」により、直ちに申告してください。

（注）１　「販売場の所在地に異動」とは、土地区画整理等による地名や地番の呼称変更をいいます。

２　同一の建物内若しくは施設内において販売場を異動する場合については、酒類小売業者により販売場が確実に管理されているときは、申告を省略することができます。

(4) 免許を受けた販売場と異なる場所に、酒類を貯蔵するための倉庫等を設ける又はその倉庫等を廃止する旨

「酒類蔵置所設置・廃止報告書」により、あらかじめ提出してください。

(5) 酒類の販売先（酒場、料理店など）の住所、氏名又は名称

税務署長から報告を求められた場合には、「酒類の販売先等報告書」により、税務署長が別途定める日までに提出してください。

３ 届出義務

酒類小売業者が、酒類を詰め替えようとする場合には、詰め替えを行う２日前までに「酒類の詰替え届出書」により、所轄税務署長に届け出る必要があります。

届出を怠った者は、１年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金に処せられます。

※　「酒類の詰め替え」とは、例えば、酒類小売業者が、樽等の大型容器で仕入れた酒類を、あらかじめ他の小型の容器に小分け等して販売する場合をいいます。

店頭に置いた樽詰め酒類を客の求めに応じ、客が持参した容器に希望する量だけ詰めて販売する、いわゆる「量り売り」とは異なります（「量り売り」の場合は税務署への届出は必要ありません。）。

４ 承認を受ける義務

酒類小売業者が、酒類に水又は酒類を混和しようとする場合（新たに酒類を製造したこととなる場合を除きます。）には所轄税務署長の承認を受けなければなりません。

承認を受けずに混和した者は、１年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金に処せられます。

（注）１　現在、この承認は原則として与えないこととなっています。

２　新たな酒類を製造したこととなる場合で、新たに製造したこととなる酒類の製造免許を取得していないときは、無免許製造となります。

５ 密造酒類の所持等の禁止

いかなる者も、密造又は密輸入酒類を所持し、譲り渡し、又は譲り受けてはいけないことになっています。

違反した者は、１年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金に処せられます。

（注）「密造酒類」とは、免許を受けない者の製造した酒類をいい、「密輸入酒類」とは、輸入の許可を受けない者の輸入した酒類をいいます。

６ 酒類の販売業免許

(1) 酒類の販売業免許

酒類を継続的に販売しようとする者は、販売場ごとにその販売場の所在地を所轄する税務署長から販売業免許を受けなければなりません。ただし、①酒類製造者がその製造免許を受けた品目の酒類をその製造場において販売する場合、②酒場、料理店その他酒類を専ら自己の営業場において飲用に提供する業を行う場合については、販売業免許を受ける必要はありません。

(2) 販売場の移転

酒類販売業者は、販売場を移転しようとするときは、移転先の販売場の所在地を所轄する税務署長の許可を受けなければなりません。

(3) 酒類販売業の廃止等

酒類販売業を廃止しようとするときには、販売場ごとにその販売場の所在地を所轄する税務署長に販売業免許の取消しを申請しなければなりません。

なお、販売業免許は、次の場合には自然消滅することとなります。

(ｲ)　販売業免許に付された期限が経過した場合

(ﾛ)　酒類販売業者が死亡した場合

※　相続人が一定の手続をしたときには、その相続人は、被相続人が受けていた販売業免許を受けたものとみなされます（(5)参照）。

(ﾊ)　法人が合併又は清算結了若しくは破産手続が終結した場合

(4) 販売業免許の「強制取消」

販売業免許の強制取消とは、販売業免許を受けた者からの申請によらず、税務署長が酒税法の規定により販売業免許を取り消すことをいいます。

次に掲げる場合のうちいずれかに該当するときは、税務署長は販売業免許を取り消すことができます。

イ　偽りその他不正の行為により販売業免許を受けた場合

ロ　酒税法第 10 条第３号・第４号・第５号・第７号・第７号の２・第８号に規定する者に該当することとなった場合

ハ　２年以上引き続き酒類販売業をしない場合

(5) 酒類販売業の相続

酒類販売業者が死亡した場合において、引き続き酒類販売業をしようとする相続人は、遅滞なく、その販売場の所在地を所轄する税務署長に申告しなければなりません。

(6) 酒類販売業者の法人成り等

個人で販売業免許を受けた者が主体となって法人を設立し、その法人で酒類販売業を継続しようとする場合等には、所轄税務署長に対し改めて免許申請を行い、販売業免許を取得しなければ酒類販売業を継続することができません。

この法人成り等には、法人の合併、会社分割や営業の承継も含まれます。

【参考１】

酒類販売業免許の拒否要件の概要

次の各号のいずれかに該当するときは、免許を与えないことができる（酒税法第 10 条）。

第 10 条		免 許 の 拒 否 要 件
人的要件	１号	・酒税法の免許又はアルコール事業法の許可を取り消された日から３年を経過していない場合（酒類不製造等又は不販売によるものを除く）
	２号	・法人の免許取消し等前１年内にその法人の業務執行役員であった者で、当該取消処分の日から３年を経過していない場合
	３号	・未成年者等の法定代理人が欠格事由（１、２、７～８号）に該当する場合
	４号	・申請者等が法人の場合で、その役員が欠格事由（１、２、７～８号）に該当する場合
	５号	・販売場の支配人が欠格事由（１、２、７～８号）に該当する場合
	６号	・免許の申請前２年内に、国税又は地方税の滞納処分を受けている場合
	７号	・国税・地方税に関する法令、酒類業組合法若しくはアルコール事業法の規定により罰金刑に処せられ、又は国税犯則取締法等の規定により通告処分を受け、その刑の執行を終わった日等から３年を経過していない場合
	７号の２	・**未成年者飲酒禁止法**、風俗営業等適正化法（未成年者に対する酒類の提供に係る部分に限る）、暴力団員不当行為防止法、刑法（傷害、現場助勢、暴行、凶器準備集合及び結集、脅迫、背任に限る）、暴力行為等処罰法により、罰金刑に処せられ、その刑の執行を終わった日等から３年を経過していない場合
	８号	・禁錮以上の刑に処せられ、刑の執行を終わった日等から３年を経過していない場合
	10 号	・破産者で復権を得ていない場合
場所的要件	９号	・正当な理由なく取締上不適当と認められる場所に販売場を設置する場合 （酒類の製造場又は販売場、酒場、料理店等と同一の場所等）
経営基礎要件	10 号	・経営の基礎が薄弱であると認められる場合 （国税・地方税の滞納、銀行取引停止処分、繰越損失の資本金超過、酒類の適正な販売管理体制の構築が明らかでない等）
需給調整要件	11 号	・酒税の保全上酒類の需給の均衡を維持する必要があるため免許を与えることが適当でないと認められる場合

（注）１　網掛け部分（３号、４号、５号、７号、７号の２及び８号）は、免許の強制取消要件に該当するものです（酒税法第 14 条第２号）。

２　未成年者飲酒禁止法違反による免許取消事例は 63 ページにあります。

【参考２】休止・開始申告書様式及び記載例

不要な文字を抹消してください。

酒 税

酒　類
~~酒　母~~
~~もろみ~~

~~製　造~~　休止
販売業　~~開始~~

~~（異動）~~申 告 書

収受印

整理番号	※

平成●年●月●日 ●●　税務署長　殿	申告者	（住所）〒１２３－４５６７ 千代田区霞が関３丁目１番１号	（電話） ８７６５局 ４３２１番
		（氏名又は名称及び代表者氏名） （ふりがな） 国税商事（こくぜいしょうじ）　株式会社 代表取締役　国税（こくぜい）　太郎（たろう）　㊞	
		（法人番号）	

酒税法第 47 条~~第 1 項・~~第 3 項の規定により、

~~製造を休止する（申告事項に異動が生じた）ので、~~

~~酒税法施行令第 53 条第 4 項・第 54 条~~

販売業を~~開始（~~休止~~）~~したので、

下記のとおり申告します。

記

~~製造場（~~販売場~~）~~の所在地	千代田区霞が関３丁目１番１号
休止~~（開始）~~する酒類等及び業態	一般酒類小売業免許（全酒類小売） 業　態：一般酒販店
休止する期間又は開始期日	平成●年●月●日から平成●年●月●日
休止の理由	店内改装のため　休止する理由を記載してください
摘要	

【参考２】から【参考５】までは、e－Tax による申告・報告ができます。詳しくは e－Tax ホームページ（http://www.e-tax.nta.go.jp/）をご覧いただくか、お近くの税務署にお問い合わせください。



※ 税務署処理欄	番号確認

【参考３】異動申告書様式及び記載例

酒 税

異　動　申　告　書

収受印

整理番号	※

平成●年●月●日

●●　税務署長　殿

申告者

（住所）〒１２３－４５６７
千代田区霞が関３丁目１番１号

（電話）
９８７６　局
５４３２　番

（氏名又は名称及び代表者氏名）
（ふりがな）こくぜいしょうじかぶしきがいしゃ　　こくぜいたろう
国税商事株式会社　　代表取締役　国税　太郎　　㊞

（個人番号又は法人番号）

↓　個人番号の記載に当たっては、左端を空欄とし、ここから記載してください。

1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3

酒税法施行令第 17 条・第 54 条の規定により下記のとおり申告します。

記

異動事項	住所		前	
			後	
	氏名又は名称・個人番号		前	
			後	
	製造場又は販売場	所在地	前	
			後	
		名称	前	国　税　酒　店
			後	リカーショップ国税
	法定代理人、役員及び販売場の支配人		前	
			後	
異動理由				販売場名称変更のため
摘要				異動年月日　平成　　年　　月　　日 本店又は住所地を所轄する税務署管内における販売場の有無（　有　・　無　）

「異動事項」欄は、異動のあった項目について記載してください。

※　税務署処理欄

番号確認	身元確認	確認書類 個人番号カード／通知カード・運転免許証 その他（　　）	入力・確認	年　月　日	担当者印
	□ 済 □ 未済			・　・	

【参考４】酒類蔵置所設置・廃止報告書様式及び記載例

不要な文字を抹消してください。

設　置
酒類蔵置所　　報告書
~~廃　止~~

収受印

整理番号	※

平成●●年●●月●●日 ●●税務署長　殿	報告者	（住所）〒１２３－４５６７ 千代田区霞が関３丁目１番１号	（電話） ９８７６局 ５４３２番
		（氏名又は名称及び代表者氏名） （ふりがな）かすみさけてん　かすみじろう 株式会社霞酒店　代表取締役　霞　次郎　㊞	
		（法人番号） １ ２ ３ ４ ５ ６ ７ ８ ９ ０ １ ２ ３	

酒税法施行令第54条の２第１号の規定により下記のとおり報告します。

記

設置する 蔵置所を　製造場又は ~~廃止した~~ 販売場の所在地及び名称	（所在地） 千代田区霞が関３丁目１番１号 （名称） 霞酒店		（電話） ９８７６局 ５４３２番
設置する 蔵置所の所在地及び名称 ~~廃止した~~	（所在地） 中央区築地５丁目３番１号 （名称） 霞酒店築地倉庫		
設置 ~~廃止~~　年　月　日	平成●●年●●月●●日		
設置する期間	上記「設置年月日」から　平成　年　月　日までの間		
蔵置する酒類の範囲 （品目等）	清酒、ビール		
蔵置能力	約５０KL	製造場又は販売場からの距離及び所要時間	距　離：約２ｋｍ 所要時間：約１０分
設置の目的又は廃止の理由	販売場の倉庫が狭あいであるため。		
その他の参考事項			

※税務署処理欄	番号確認		入力年月日		担当者印	
			送付年月日		担当者印	

【参考５】酒類の販売数量等報告書様式及び記載例

CC1-5604

提出用

酒　類　の　販　売　数　量　等　報　告　書

（平成　　年４月１日～平成　　年３月31日分）

税務署整理欄	

平成　年　月　日 税務署長　殿	報告者	（住所）〒 （氏名又は名称及び代表者氏名）　㊞ （電話）（　　）　－　　（法人番号）
販売場の所在地及び名称		（電話）（　　）　－

酒税法第47条第４項の規定により下記のとおり報告します。

記

区　分	卸売販売数量（免許者に対する販売）		小売販売数量	3月末在庫数量
	卸売業者（単位：ℓ）	小売業者（単位：ℓ）	（単位：ℓ）	（単位：ℓ）
①清酒				
②合成清酒				
③連続式蒸留しょうちゅう				
④単式蒸留しょうちゅう				
⑤みりん				
⑥ビール				
⑦果実酒				
⑧甘味果実酒				
⑨ウイスキー				
⑩ブランデー				
⑪原料用アルコール				
⑫発泡酒				
⑬その他の醸造酒				
⑭スピリッツ				
⑮リキュール				
⑯雑酒				
合計（①～⑯の計）				
粉末酒（グラム）				

小売業者の方は「小売販売数量」欄及び「３月末在庫数量」欄を記載してください。
単位は「リットル」ですので、誤りのないようお願いします。

摘要（酒類販売場の業態区分）	□①一般酒販店（酒屋、酒類専門店等）、□②コンビニエンスストア、□③スーパーマーケット、□④百貨店、□⑤①から④以外の量販店（ディスカウントストア等）、□⑥その他（□Ⓐ業務用卸主体店、□Ⓑホームセンター・ドラッグストア、□Ⓒその他）

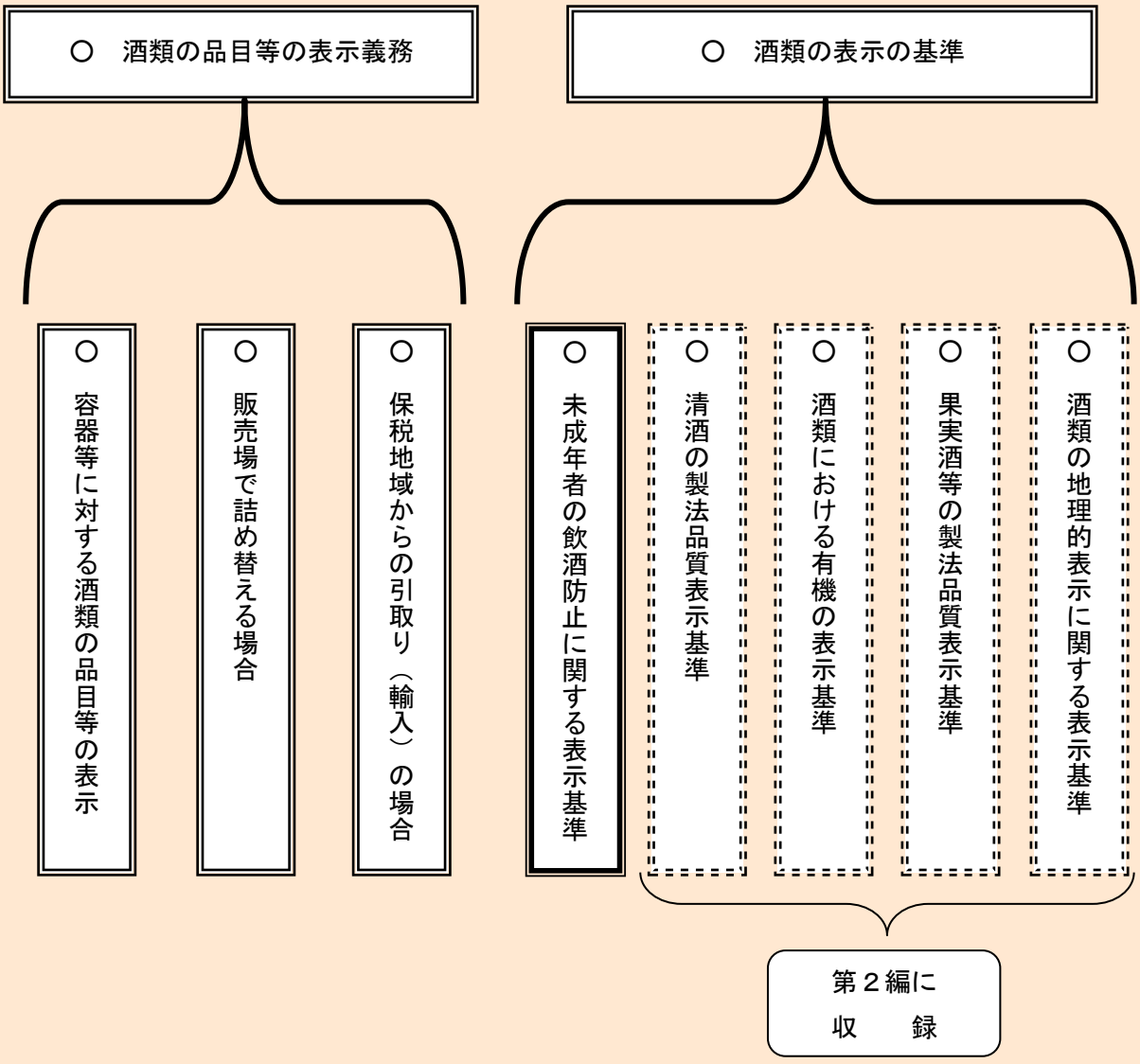
（注）「卸売販売数量」欄の「卸売業者」欄には、酒類の販売業者が、他の酒類製造者又は卸売業者に販売した数量を、「小売業者」欄には、酒類の販売業者が、他の酒類小売業者に販売した数量を、それぞれ記載してください。

処理年月日	年　月　日	確認印		通信日付印	年　月　日	確認印	

「摘要」欄の記載漏れが無いようにお願いします。
（自店に当てはまる業態を１つ選択してください。）

第２節　酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（酒類業組合法）

この節では、表示義務、各種の表示基準について説明しています。また、表示しない場合の罰則についてもあわせて説明しています。



１　酒類の品目等の表示義務

(1) 酒類の品目等の表示義務

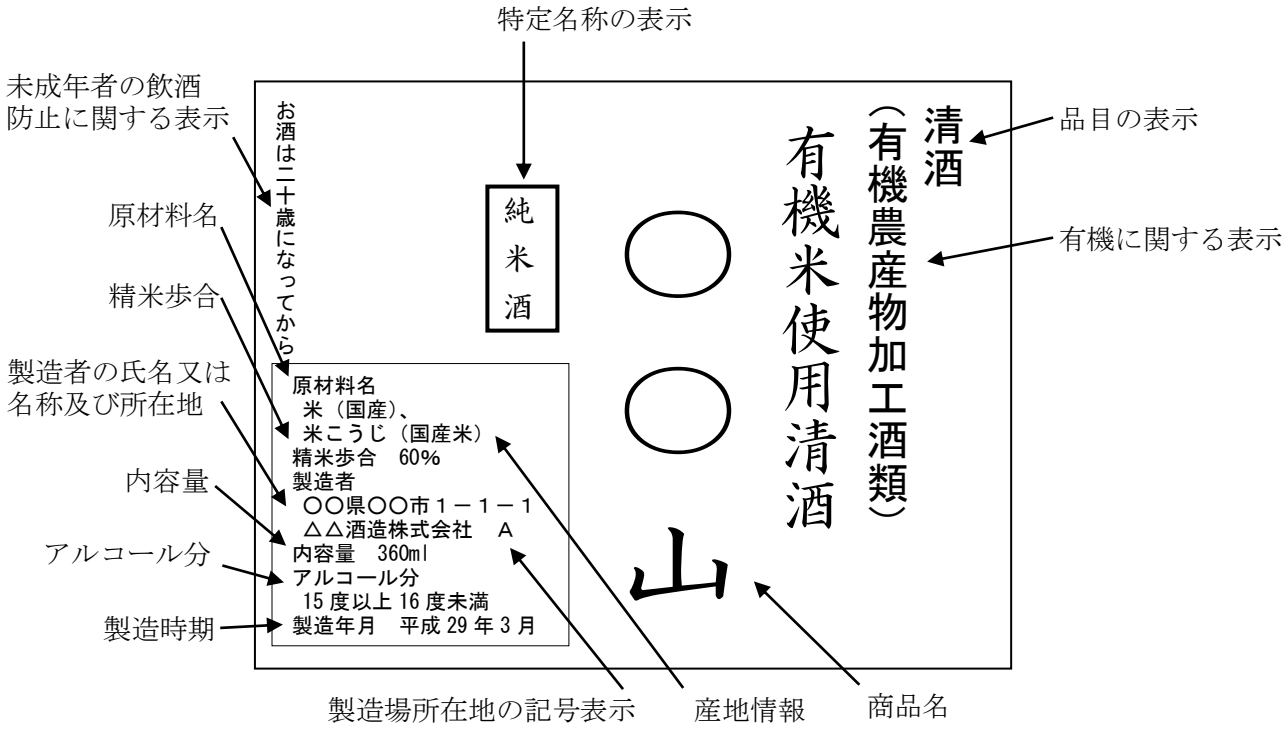
国内で流通する酒類には、酒類製造業者又は酒類販売業者（以下「酒類業者」といいます。）の氏名又は名称、製造場等の所在地、容器の容量、酒類の品目等の事項を、その容器又は包装の見やすい箇所に表示しなければならないこととなっています。

また、酒類業者は、「表示方法届出書」を提出する必要がありますが、届出書の提出義務者、提出（表示）時期及び提出先は流通する酒類の態様に応じて下表のとおりとなっています。

態　　様	提出義務者	提出（表示）時期	提出先
酒類製造場から移出される酒類	酒類製造業者	製造場から移出する時まで	製造場の所轄税務署長
保税地域から引取られる酒類（輸入酒類）	保税地域から引取る酒類販売業者	保税地域から引取る時まで	保税地域の所轄税関長
販売場で詰替えられた酒類	詰替えた酒類販売業者	販売場から搬出する時まで	販売場の所轄税務署長

（注）酒類を販売場で詰め替えようとする場合には、「表示方法届出書」のほか、「酒類の詰替え届出書」により詰め替えをする旨の届け出をする必要があります。

《参考》酒類の表示例（清酒）



(2) 酒類小売業者に係る酒類の品目等の表示義務

イ　酒類小売業者が、酒類を保税地域から引き取る（輸入する）場合又は酒類を販売場で詰め替える場合には、それらの酒類の容器又は包装に次の事項を表示しなければならないこととなります。

① 住所
② 氏名又は名称
③ 引取先又は詰替の場所の所在地
④ 容器の容量
⑤ 酒類の品目
⑥ アルコール分
⑦ 税率の適用区分を表す事項（発泡酒、その他の発泡性酒類、雑酒に限られます。）
⑧ 発泡性を有する酒類である旨（その他の発泡性酒類に限られます。）

（注）酒類を詰め替えた容器には、①から⑧のほか、酒類業組合法第 86 条の６（酒類の表示の基準）に基づき定められた告示の「表示基準」の規定による表示が必要です。

ロ　酒類の引取先又は詰め替えの場所の所在地の表示については、あらかじめ、財務大臣に届けた「記号表示」により表示することができます。「記号表示」については、「記号表示届出書」を酒類小売業者の住所地若しくは酒類販売場の所在地の所轄税務署長又は保税地域の所轄税関長に提出することになります。

なお、「記号表示」は、１つの販売場につき１つの記号のみとなりますので、商品ごとに記号を変えることはできません。

ハ　相続、合併その他の理由で（直ちに）表示義務事項の表示をすることが困難な場合については、財務大臣の承認を受けて表示事項の一部を省略し又は異なる表示をすることができます。

なお、表示事項省略又は異なる表示については、「表示事項省略（異なる表示）承認申請書」を酒類小売業者の住所地若しくは酒類販売場の所在地の所轄税務署長又は保税地域の所轄税関長に提出して承認を受けることになります。

ニ　上記の酒類の品目等の表示義務の規定に違反した者は、50 万円以下の罰金に処せられます。この罰則が課されると、酒類の製造免許又は販売業免許が取り消されることがあります。

２ 酒類の表示の基準

酒類業者は、酒類の品目等の表示義務のほか、財務大臣が定める酒類の表示の基準を遵守することが義務づけられています。

現在、定められている表示の基準は次のとおりです。

(1)未成年者の飲酒防止に関する表示基準
- イ　酒類の容器又は包装に対する表示
- ロ　酒類の陳列場所における表示
- ハ　酒類の自動販売機に対する表示
- ニ　酒類の通信販売における表示

(2)清酒の製法品質表示基準
(3)酒類における有機の表示基準
(4)果実酒等の製法品質表示基準
(5)酒類の地理的表示に関する表示基準

(2)～(5)は第２編に収録しています。

財務大臣は、上記の基準を遵守しない酒類業者に対して、その基準を遵守するよう指示することができ、また、指示に従わない場合にはその旨を公表することができるとされています。

さらに、上記の基準のうち、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため、特に表示の適正化を図る必要があるものは「重要基準」として定められています。財務大臣は、重要基準に違反している酒類業者に対して、その基準を遵守するよう命令することができ、その命令に違反する者は50万円以下の罰金の刑に処せられます。この罰則が課されると、酒類の製造免許又は販売業免許が取り消されることがあります。

（注）重要基準については、「酒類の表示の基準における重要基準を定める件」（平成15年12月19日 国税庁告示第15号）により定められています。

○　未成年者の飲酒防止に関する表示基準（平成元年11月22日 国税庁告示第９号）

未成年者の飲酒防止に資するため、酒類の①容器・包装、②陳列場所、③自動販売機及び④通信販売における表示すべき事項について、「未成年者の飲酒防止に関する表示基準」が定められています。

イ　酒類の容器又は包装に対する表示

酒類の容器又は包装には、その見やすい所に「未成年者の飲酒は法律で禁じられています」、「飲酒は20歳になってから」等の未成年者の飲酒防止に資する文言を明瞭に表示しなければなりません。ただし、専ら酒場、料理店向けの商品、ミニチュアボトル（内容量が50ml以下のもの）、調味料として用いられること又は薬用であることが明らかなものについては、表示を省略することができます。

ロ　酒類の陳列場所における表示

酒類小売業者は、酒類の陳列場所の見やすいところに、「酒類の売場である」又は

「酒類の陳列場所である」旨の表示と「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の２つの表示をしなければなりません。

この場合において、酒類の陳列場所が壁等により他の商品の陳列場所と明確に分離されていない場合については、陳列されている商品が酒類であることを購入者が容易に認識できる方法（例えば、酒類を他の商品と陳列棚又は陳列ケース等により明確に区分した上で表示するなどの方法）により表示するものとされています。

ハ　酒類の自動販売機に対する表示

酒類の自動販売機には、次の事項をその自動販売機の前面の見やすい所に、夜間でも判読できるように明瞭に表示しなければなりません。

(ｲ) 未成年者の飲酒は法律で禁止されていること
(ﾛ) 免許者の氏名又は名称、酒類販売管理者の氏名、並びに連絡先の所在地及び電話番号
(ﾊ) 販売停止時間（「午後 11 時から翌日午前５時まで販売を停止している」旨）

ニ　酒類の通信販売における表示

酒類の通信販売を行う場合には、次の区分に応じた表示を行わなければなりません。

(ｲ) 酒類に関する広告又はカタログ等（インターネット等によるものを含む）
「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」又は「未成年者に対しては酒類を販売しない」旨の表示
「酒類の販売管理者の氏名や酒類販売管理研修の事績等」の表示
(ﾛ) 酒類の購入申込者が記載する申込書等の書類（インターネット等により申し込みを受ける場合には申込に関する画面）
申込者の年齢記載欄を設けた上で、その近接する場所に「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」又は「未成年者に対しては酒類を販売しない」旨の表示
(ﾊ) 酒類の購入者に交付する納品書等の書類（インターネット等による通知を含む）
「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示

【重要基準】
酒類は、致酔性のある飲料であり、様々な社会的要請に的確に対応する必要があることから、「未成年者の飲酒防止に関する表示基準」のうち、①製造・流通の各段階で酒類業者にその遵守を義務付けている酒類の容器又は包装に対する表示の基準、②酒類の陳列場所における表示の基準、③酒類の自動販売機に対する表示の基準、④酒類の通信販売における表示の基準を、重要基準として定めています。

【参考１】酒類の陳列場所における表示（「お酒の適正な販売管理に向けて」より抜粋。）

「お酒の適正な販売管理に向けて」（下図）は、国税庁ホームページよりダウンロードできます。
【掲載ページ】
http://www.nta.go.jp/shiraberu/ippanjoho/pamph/sake/hambaikanri/01.htm



酒類の陳列場所等における表示

酒類の陳列場所には、「酒類の売場である」又は「酒類の陳列場所である」旨及び「２０歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨(※１)を表示しなければなりません。

■これらの表示は、100ポイントの活字以上の大きさの日本文字で明りょうに表示しなければなりません。

なお、100ポイントは最低限のものですので、酒類の売場の面積、陳列棚の大きさ等を踏まえてできるだけ大きな文字で、目立つように表示していただくようお願いします。

■酒類の陳列場所が壁等により他の商品の陳列場所と明確に分離（※2）されていない場合については、酒類を他の商品と陳列棚等により明確に区分（※3）した上で表示するなど、陳列されている商品が酒類であることを購入者が容易に認識できる方法により表示します。

※1　「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示とは

「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示とは、例えば、「成年者と確認できない場合は酒類を販売しません」、「年齢確認実施中、未成年者には酒類を販売しません」又は「年齢を確認の上、成人のみに酒類を販売します」等の年齢確認を実施している旨及び未成年者には酒類を販売しない旨の文言が一体的に表示されているものをいいます。

※2　「明確に分離」とは

「明確に分離」とは、酒類の陳列場所を壁若しくは間仕切り等で囲うことにより、又は酒類をレジカウンターの内側等に陳列して購入者が酒類に触れられない状態とする等により、酒類と他の商品の陳列場所を物理的に分離し、又は酒類の陳列場所を独立させることをいいます。

※3　「明確に区分」とは

「明確に区分」とは、例えば、酒類を他の商品と混在しないように区分して陳列し、酒類の陳列箇所を明らかにする等、陳列されている商品が酒類であること及び酒類の陳列箇所を購入者が容易に認識できるようにしていることをいいます。

なお、陳列棚等に酒類が陳列されているときは、右の①～③に掲げる場合に、「明確に区分」されているものとして取り扱われます。

❶ 陳列棚等に陳列されている商品の全部が酒類である場合

陳列棚等（扉がある場合には扉を含む）の見やすい位置に、「陳列されている商品が酒類である」旨及び「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨を表示します。

冷蔵ケースのように扉がある場合には、扉を閉じた状態又は開いた状態のいずれの場合でも認識できるように表示します。

❷ 陳列棚等に陳列されている商品の一部が酒類である場合

①陳列棚等（扉がある場合には扉を含む）の見やすい位置及び②酒類と他の商品を区分している棚板又は仕切り板等の両方に、「陳列されている商品が酒類である」旨及び「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨を表示します。

冷蔵ケースのように扉がある場合には、扉を閉じた状態又は開いた状態のいずれの場合でも認識できるように表示します。

❸ 床に箱又はケースに入った商品を積上げている場合

積上げている商品の全部が酒類であるか、一部が酒類であるかに応じ、①又は②の方法に準じて、「陳列されている商品が酒類である」旨及び「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨を表示します。

①から③の表示には文字の大きさ（ポイント数）の定めはありません。表示する箇所の状況に応じた大きさで表示しましょう。

酒類の陳列場所等における表示

＜酒類の陳列場所における表示例＞

■表示①　「酒類の売場である」旨等の表示

お酒コーナー
20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません

お酒コーナー
20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません

■文字の大きさは100ポイント以上の大きさにしてください。

■100ポイントは最低基準です。売場に合わせてできるだけ大きな文字で表示しましょう。

100ポイント実物大 ▶ お酒

■表示②　「明確に区分」するための表示（文字の大きさの定めはありません。）

これはお酒です。20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。

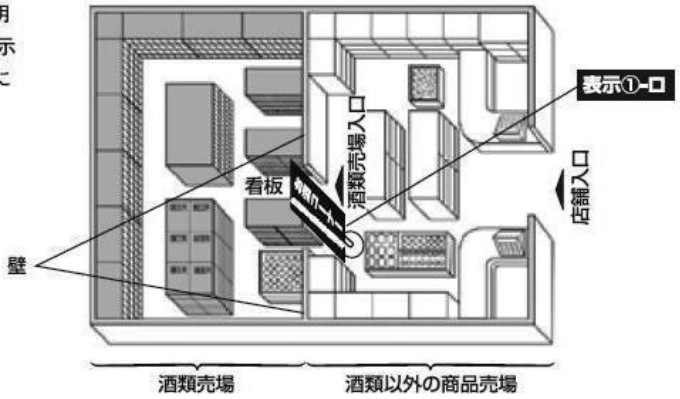
これはお酒です。20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。

酒類の適正な販売管理が確保されるためには、

■酒類と他の商品を明確に分離して陳列されることが望まれます。しかし、陳列することが難しい場合もあると思われます。このような場合には、酒類

1. 酒類と他の商品の陳列場所が壁等により明確に分離されている場合の表示例

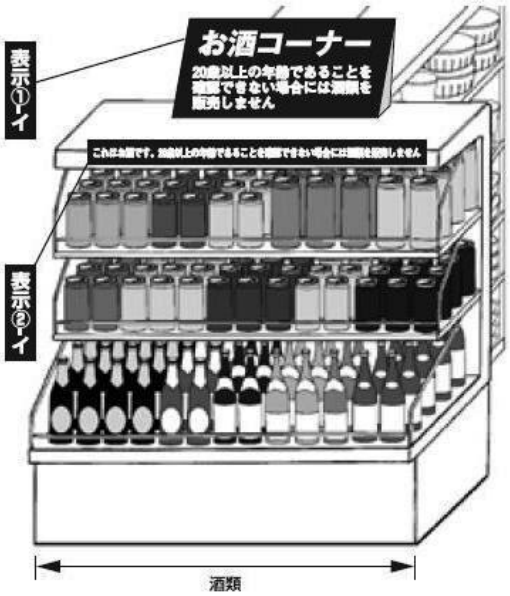
酒類の陳列場所が壁等により他の商品の陳列場所と明確に分離されている場合には、「お酒コーナー」等の表示（表示①）を酒類売場の入口付近などの見やすい場所に表示します。

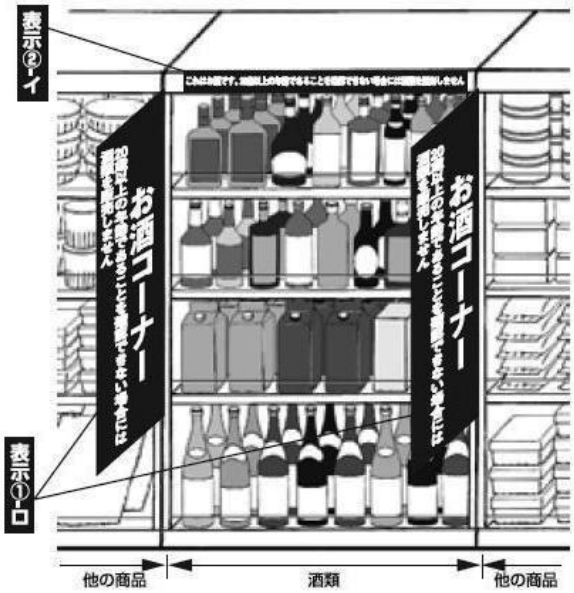


2. 酒類と他の商品の陳列場所が壁等により明確に分離されていない場合の表示例

酒類の陳列場所が壁等により他の商品の陳列場所と明確に分離されていない場合には、酒類を他の商品と陳列棚等により明確に区分した上で表示するなど、陳列されている商品が酒類であることを購入者が容易に認識できる方法で表示します。

2-1. 陳列棚等に陳列されている商品の全部が酒類である場合



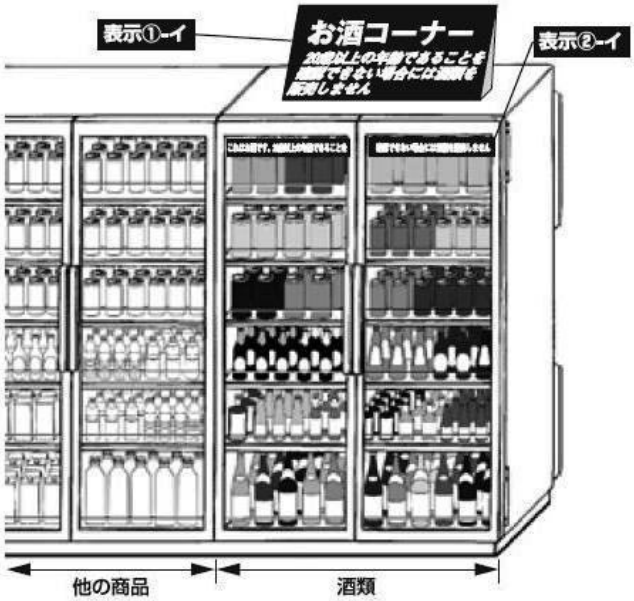


■まず、陳列棚等の見やすい箇所に酒類を「明確に区分」するための表示をします。

表示②-イ	これはお酒です。20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。
表示②-ロ	[illegible]

酒類の陳列場所等における表示

店舗の広さや売場レイアウトの関係で、酒類と他の商品を明確に分離して
と他の商品を明確に区分し、確実に表示しましょう。





調味料売場にみりんを陳列している場合

みりんを他の調味料と区分して陳列し、その陳列箇所に「陳列されている商品がみりんである」旨又は「みりん」の文言を明りょうに表示していれば、「酒類の陳列場所における表示」をしなくても差し支えありません。

「ワインコーナー」などと表示する場合

清酒やワインなどの特定の種類の酒類だけを陳列する専門のコーナーが設けられている場合には、「お酒コーナー」等の表示に代えて、「清酒コーナー」や「ワインコーナー」等の表示をしても差し支えありません。

商品見本用の酒類を陳列している場合

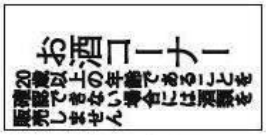
酒類を商品見本として、あるいは売場のディスプレイとして陳列している場合には、「見本」等の表示をしていただければ「酒類の陳列場所における表示」をしなくても差し支えありません。

■さらに酒類の陳列場所に「酒類の売場である」旨等の表示をしてください。

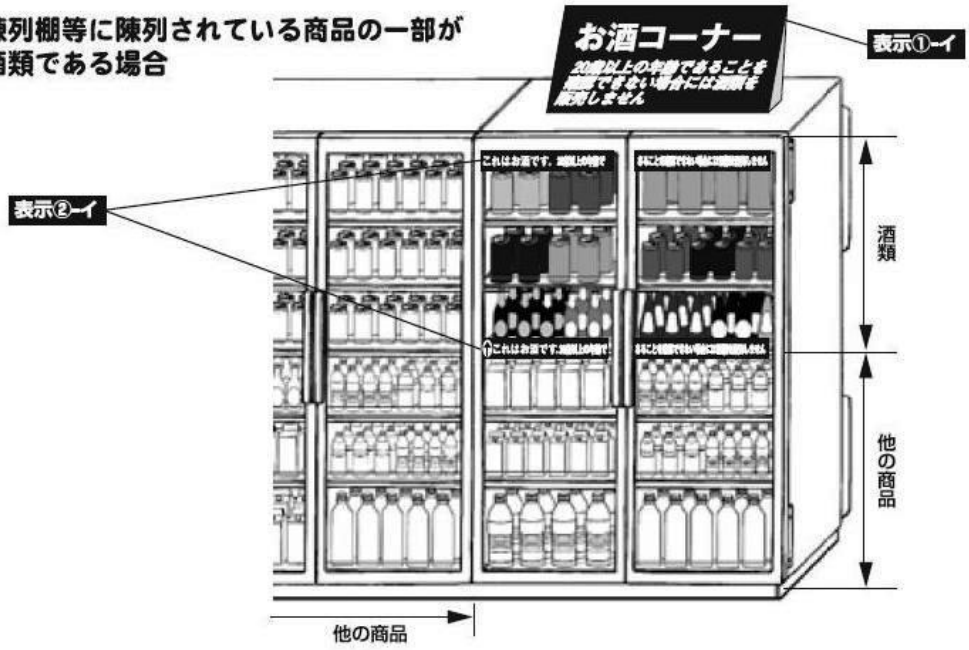
表示①-イ

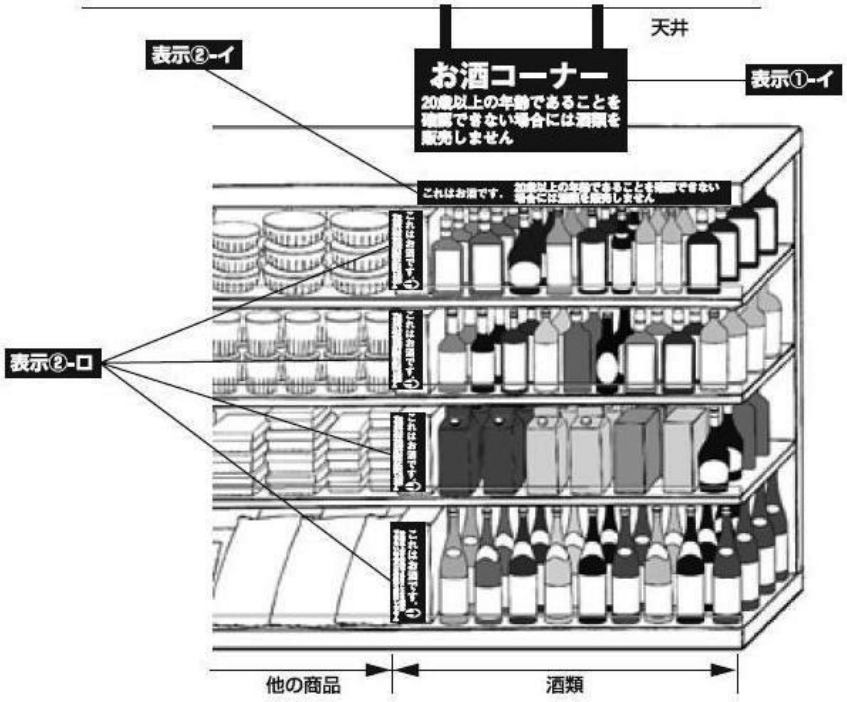
お酒コーナー
20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません

表示①-ロ



2-2. 陳列棚等に陳列されている商品の一部が酒類である場合

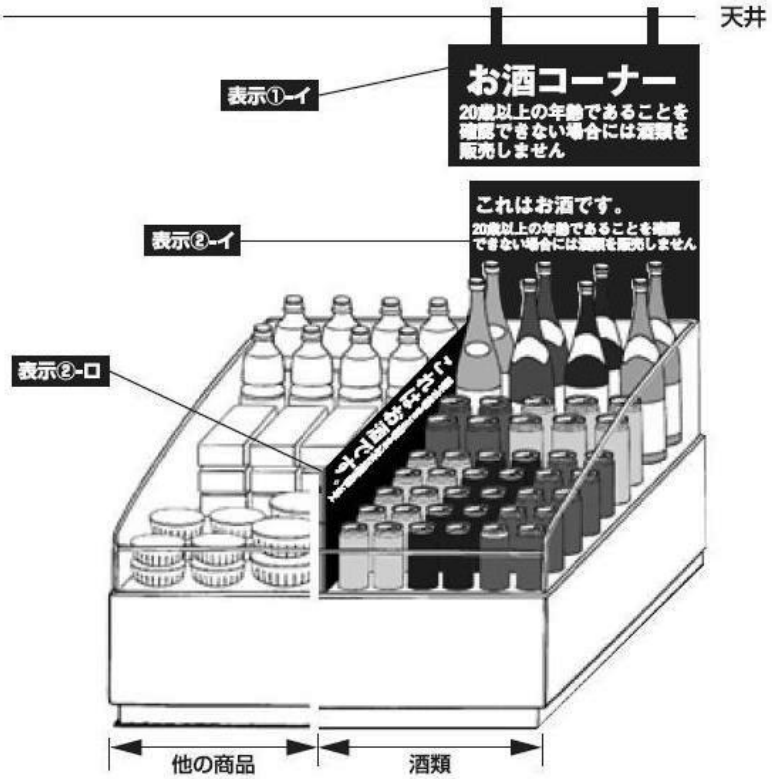




■まず①陳列棚等の見やすい位置及び②酒類と他の商品を区分している棚板又は仕切り板の両方に「明確に区分」するための表示をします。

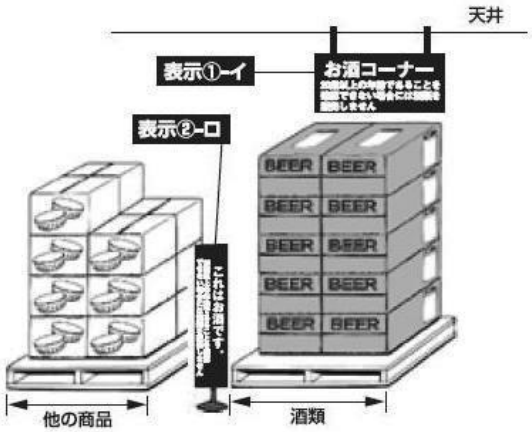
表示②-イ	これはお酒です。20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。
表示②-ロ	ｺﾚﾊｵｻｹﾃﾞｽ。20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。

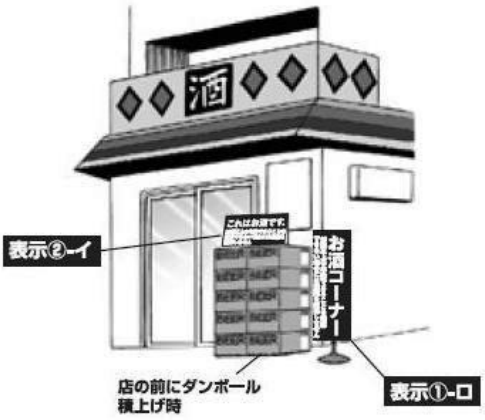
酒類の陳列場所等における表示



2-3. 床に箱又はケースに入った商品を積上げている場合

積上げている商品の全部が酒類であるか、一部が酒類であるかに応じ、前記（2―1）、（2―2）に準じて表示してください。



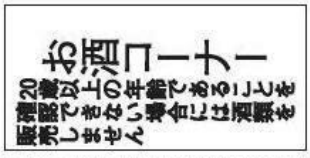


■さらに酒類の陳列場所に「酒類の売場である」旨等の表示をしてください。

表示①-イ

お酒コーナー
20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません

表示①-ロ



酒類の陳列場所等における表示

酒類の通信販売又は酒類の自動販売機については、それぞれ次のとおり表示しなければなりません。

酒類の通信販売における表示

■販売場において酒類の通信販売を行う場合には、次の１～３に応じ、それぞれに掲げる事項を表示しなければなりません。

１．酒類に関する広告又はカタログ等（インターネット等によるものを含む。）

「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」又は「未成年者に対しては酒類を販売しない」旨

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

２．酒類の購入申込者が記載する申込書等の書類（インターネット等により申込みを受ける場合には申込みに関する画面）

申込者の年齢記載欄を設けた上で、その近接する場所に「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」又は「未成年者に対しては酒類を販売しない」旨

３．酒類の購入者に交付する納品書等の書類（インターネット等による通知を含む。）

「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨

■表示義務が課される通信販売とは、商品の内容、販売価格その他の条件を提示し、郵便、電話その他の方法により売買契約の申込みを受けて当該提示した条件に従って行う商品の販売をいい、具体的には次のようなものが該当します。

①カタログやホームページ・電子メールを利用した通信販売

②新聞の折込チラシ等に「電話（FAX）いただければお届けいたします」等の表示をし、注文に応じて酒類を配達するもの。

■左記に掲げる事項は、10 ポイントの活字（インターネット等による場合には酒類の価格表示に使用している文字）以上の大きさの統一のとれた日本文字で明りょうに表示しなければなりません。

【ホームページにおける表示例】



酒類の自動販売機における表示

■酒類の自動販売機に対する表示については、「未成年者の飲酒は法律で禁じられている」旨、免許者の氏名又は名称、酒類販売管理者の氏名、並びに連絡先の所在地、電話番号及び「午後 11 時から翌日午前５時まで販売を停止している」旨を表示しなければなりません。

【酒類の自動販売機における表示例】

未成年者の飲酒は法律で禁止されています

免許者の氏名又は名称	株式会社　○○酒店
酒類販売管理者の氏名	○○一郎
連絡先の所在地及び電話番号	東京都千代田区霞ヶ関X-X-X 03−3581−XXXX

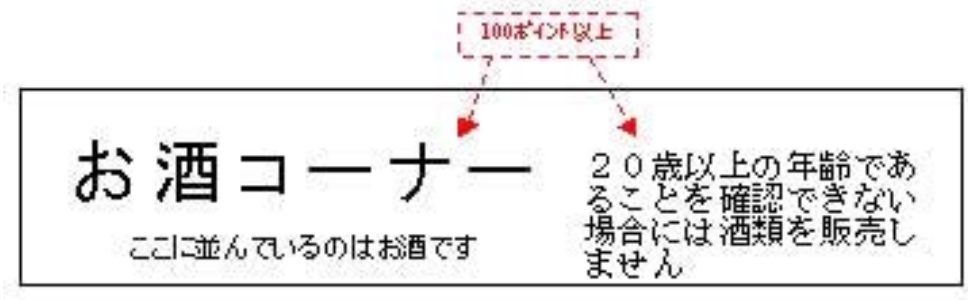
午後11時から翌日午前5時までは販売を停止しています

【参考２】酒類の陳列場所等における表示に関するＱ＆Ａ

【Q1】

（「酒類の売場である」旨等の表示と「明確に区分」するための表示を一つのボードに表示することの可否）

Q.　図のように、「酒類の売場である」旨等の表示と「明確に区分」するための表示を合わせたボードを作り、酒類のみを陳列している陳列棚の上部に貼り付ける方法により表示している場合、表示基準に則った表示をしていることになりますか。



A.　陳列棚等に陳列されている商品の全部が酒類である場合に、当該陳列棚にご質問のような方法で表示していれば、表示基準に則った表示がされているものと認められます。

　なお、陳列棚等に陳列されている商品の一部が酒類である場合には、当該陳列棚にこのような方法で表示をするほかに、酒類と他の商品を棚板又は仕切り板等で区分した上で、当該棚板又は仕切り板等に「明確に区分」するための表示をしていただく必要がありますので、ご注意ください。

（参考）　酒税法及び酒類行政関係法令等解釈通達の第 86 条の６「酒類の表示の基準」の４「未成年者の飲酒防止に関する表示基準の取扱い」の(7)「「明確に区分」の意義等」（抄）

（「明確に区分」するための表示のうち）「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示に使用されている文字が表示基準５に規定するポイント（100 ポイント）の活字以上の大きさであるときは、表示基準４に規定する「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示が行われているものとして取り扱う。

【Q2】

（製菓用品売場に酒類を陳列する場合の表示）

Q.　製菓用品売場に、製菓用品売場用として小容量の容器に詰められている酒類を陳列している場合にも、その陳列場所に「お酒コーナー」等の表示をする必要がありますか。

A.　製菓用品売場に、製菓用品売場用として小容量の容器に詰められている酒類が陳列されており、かつ、その酒類の陳列箇所に「これはお酒です」等の表示が、例えば、当該酒類と他の商品を区分する仕切り板等に表示されている（表示例１）、あるいは当該酒類を陳列している箇所の全面に渡って棚板等に表示されている（表示例2）など、陳列されている商品が酒類であることを購入者が容易に認識できるよう、明瞭に表示されている場合には、「お酒コーナー」等の酒類の陳列場所における表示を省略しても差し支えありません。

なお、製菓用品売場に製菓用と称して酒類が陳列されていても、その酒類が通常は飲用に供されるものである場合には、表示基準4に定める酒類の陳列場所における表示をしなければなりません。

（表示例1）



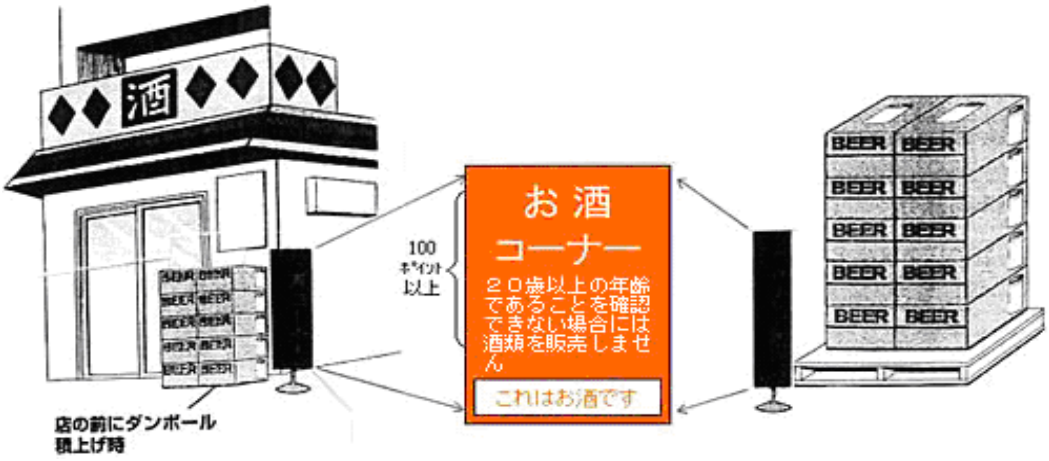
（表示例2）



【Q3】

（ケースに入っている商品を積み上げている場合の表示）

Q.　ケースに入った商品を積み上げている場合において（積み上げている商品の全部が酒類である）、図のように、「酒類の売場である」旨等の表示と「明確に区分」するための表示を合わせたボードを作り、例えば積み上げている商品のそばに立て看板のようにして表示していれば、表示基準に則った表示をしていることになりますか。



（表示例）



A.　ケースに入った商品を積み上げている場合において（積み上げている商品の全部が酒類である）、当該積み上げられている商品のそばにご質問のような方法で表示していれば、表示基準に則った表示がされたものと認められます。

なお、積み上げられている商品の一部が酒類である場合には、当該積み上げられている商品にこのような方法で表示をするほかに、酒類と他の商品を仕切り板等で区分した上で、当該仕切り板等に「明確に区分」するための表示をしていただく必要がありますので、ご注意ください。

（参考）　酒税法及び酒類行政関係法令等解釈通達の第 86 条の６「酒類の表示の基準」の４「未成年者の飲酒防止に関する表示基準の取扱い」の(7)「「明確に区分」の意義等」（抄）

（「明確に区分」するための表示のうち）「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示に使用されている文字が表示基準５に規定するポイント（100 ポイント）の活字以上の大きさであるときは、表示基準４に規定する「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示が行われているものとして取り扱う。

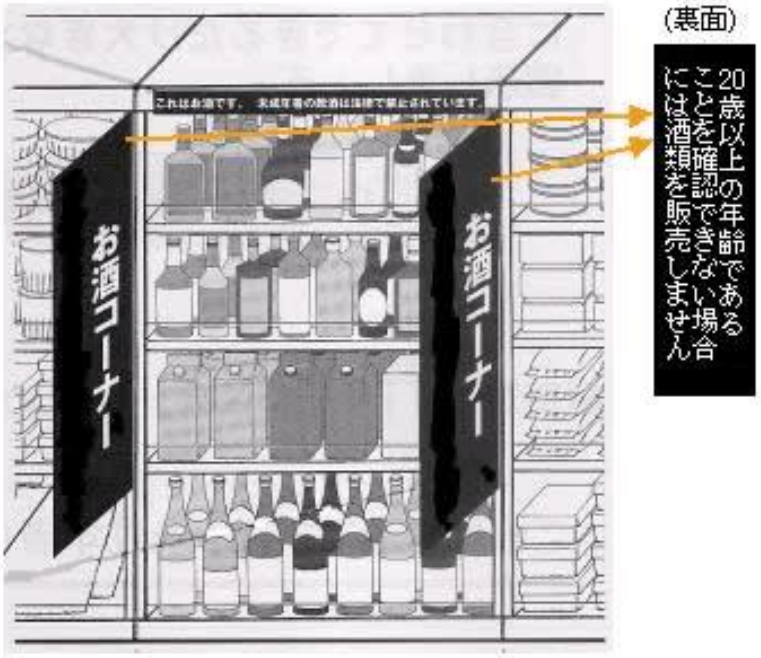
【Q4】

（ボードの一方の面に「お酒コーナー」と、他の面に「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。」と表示する場合）

Q.　お酒の陳列場所に「酒類の売場である」旨等の表示をする際に、天井からボードを吊り下げたり、あるいは陳列棚の上部に表示することができないため、縦型（縦書）のボードを作成し陳列棚の両脇の枠から張り出すような形で表示することとしています。

　この場合、ボードの張り出しを少なくするため、片面に「お酒コーナー」と、他の面に「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。」と書かれたボードを陳列棚の両脇に向かい合わせに設置し、酒類の陳列場所に立つ酒類の購入者が、両側のボードの表示を見ることによって両方の表示を認識できるよう表示したいと考えていますが、こうした表示方法で、表示基準４（酒類の陳列場所における表示）に則った表示をしたことになりますか。

（表示例）



A.　ご質問の方法で表示することにより、酒類の陳列場所に立つ酒類の購入者において、「お酒コーナー」の表示及び「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。」の表示の、両方の表示を認識できると認められますので、表示基準４に則った表示がされていると認められます。

　なお、例えば、①ボードを設置する陳列棚の幅が広い場合、②連なる陳列棚の両端に当該表示をする場合などで、酒類の購入者において「お酒コーナー」の表示及び「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。」の表示の両方の表示を容易に認識することができない場合には、①陳列棚の中ほどにも表示する、②連なる陳列棚のそれぞれの陳列棚に表示するなどの方法により表示していただく必要があります。

【Q5】

（みりん・料理酒を陳列する際の表示方法）

Q.　調味料コーナーにみりんや料理酒（調味料として用いられることが明らかなもの）を少量陳列し、その陳列箇所に、「みりん」等の文言を表示することに代えて、「これはお酒です」、「料理酒」、「料理用酒類」、「酒類調味料」と表示する場合に、表示基準４（酒類の陳列場所における表示）に定める表示を省略してよろしいでしょうか。

　また、「みりん」等又は「これはお酒です」、「料理酒」、「料理用酒類」、「酒類調味料」と表示する場合において、表示例のように、商品の名称や価格が記載されている POP に一緒に表示してもよろしいでしょうか。

（表示例１）



（表示例２）



A.　ご質問のように、調味料コーナーにみりんや料理酒（調味料として用いられることが明らかなものに限る）を少量陳列し、その陳列箇所に「これはお酒です」、「料理酒」、「料理用酒類」、「酒類調味料」と表示することにより、購入者において、陳列されている商品が酒類であると認識できると認められることから、「陳列されている商品がみりん等である」旨又は「みりん」等の文言に代えて、これらの文言を明瞭に表示した場合にも、表示基準4に規定する表示を行わないこととして差し支えありません。

　また、「みりん」等の文言、又は「これはお酒です」、「料理酒」、「料理用酒類」、「酒類調味料」の文言を、表示例のように、商品の名称や価格が記載されている POP に一緒に表示する方法によることとして差し支えありません。

なお、表示例2の場合には、「これはお酒です」等の文言を、消費者が容易に認識できるよう、文字の大きさや字体、色などを工夫することが望まれます。

（参考）　酒税法及び酒類行政関係法令等解釈通達の第 86 条の６「酒類の表示の基準」の４「未成年者の飲酒防止に関する表示基準の取扱い」の(5)ロ（抄）

なお、次に掲げる酒類の陳列場所については、表示基準４に規定する表示を行わないこととして差し支えない。

（ロ）　表示基準３の(3)に掲げる酒類（以下この（ロ）において「みりん等」という。）の陳列場所のうち、他の酒類と別の陳列棚、陳列ケースその他の商品を陳列するための設備に陳列され、かつ、当該陳列棚等に陳列されているみりん等の陳列箇所に「陳列されている商品がみりん等である」旨又は「みりん」等の文言の表示が明瞭に行われている場合

（注）　陳列棚等に陳列されている商品の全部がみりん等である場合には、当該陳列棚等に「陳列されている商品がみりん等である」旨又は「みりん」等の文言の表示を行うこととして差し支えない。

【Q6】

（棚板の両端に「明確に区分」するための表示をする場合）

Q.　陳列棚の棚板部分に「明確に区分」するための表示をすることに代えて、図１のように「これはお酒です。20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。」と印刷した紙を、図２のように中心線で折り曲げて、酒類を陳列しているそれぞれの棚の棚板の両端に貼付ける（又は棚板のレールに差込む）ことにより表示したいと思いますが、この方法で「明確に区分」するための表示をしたことになるでしょうか。

〈図1〉



〈図2〉



A.　ご質問の方法によって表示することにより、「明確に区分」するための表示がされたと認められます。

なお、当該陳列棚等の幅が広い場合には、当該陳列棚等の中ほどにも表示することが望まれます。

また、棚板のレールに差し込んで表示を行う場合には、消費者が接触して本来の表示場所から移動しないよう、しっかりと固定していただくようお願いします。

【Q7】

（「100 ポイントの活字以上の大きさ」の考え方）

Q.　酒類の陳列場所における「お酒コーナー」、「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」等の表示に使用する文字に、デザイン等の理由により、いわゆる「長体」や「平体」の活字を使用する場合、表示基準5に規定する「100 ポイントの活字以上の大きさ」はどのように判定すればよいのですか。

（注）　印刷業界において「長体」とは、正方形の文字（以下「正体」という。）の幅を縮めた形の変形文字をいい、「平体」とは、正体の高さを縮めた形の変形文字をいいます。

A.　酒類の陳列場所における表示に使用する文字に「長体」や「平体」の活字を使用する場合は、その活字の縦横いずれも100 ポイント以上の大きさである場合に、表示基準5に規定する「100 ポイントの活字以上の大きさ」であると認められます。

【Q8】

（「ノンアルコールビール」の陳列方法）

Q.　アルコールの全く入っていないノンアルコールビールは、酒類ではないものの、味がビール風味であることから、未成年者の飲酒につながらないようにするために、酒類の陳列場所に陳列したいと考えていますが、この場合どのように表示すればよいですか。

A.　アルコールの全く入っていないノンアルコールビールは酒類ではありませんので、酒類の陳列場所に陳列する場合には、酒類と誤って購入することのないよう、酒類と明確に区分して陳列する必要があります。

ノンアルコールビールと酒類は明確に区分して陳列し、テキスト 35 ページから 38 ページを参考に、陳列方法に合った表示をしてください。

【参考３】酒類販売管理協力員制度の概要

酒類販売管理協力員について

国税庁では、酒類の販売管理の徹底を期するため、酒類小売販売場に個別臨場して、未成年者飲酒防止に関する表示の遵守状況等の確認をし、是正指導等（以下「販売管理調査」といいます。）を行っています。

販売管理調査の一層の効果的な実施を図ること等を目的に、酒類小売販売場における未成年者飲酒防止に関する表示や店頭価格の状況を確認し、税務署に連絡していただく「酒類販売管理協力員」制度を平成 18 年度から開始し、各国税局において一般消費者を中心として酒類販売管理協力員の委嘱を行っています。

○　酒類販売管理協力員の活動内容

酒類小売販売場における未成年者飲酒防止に関する表示や店頭価格の状況を確認していただき、その内容を所定の用紙に記載して、所轄税務署へ提出していただいています。

（酒類販売管理協力員は、適正・公平な業務を行っていただく観点から、氏名等は公表しておらず、確認方法も買い物等の機会に、覆面調査の方法により行っています。）

○　酒類販売管理協力員の選定基準

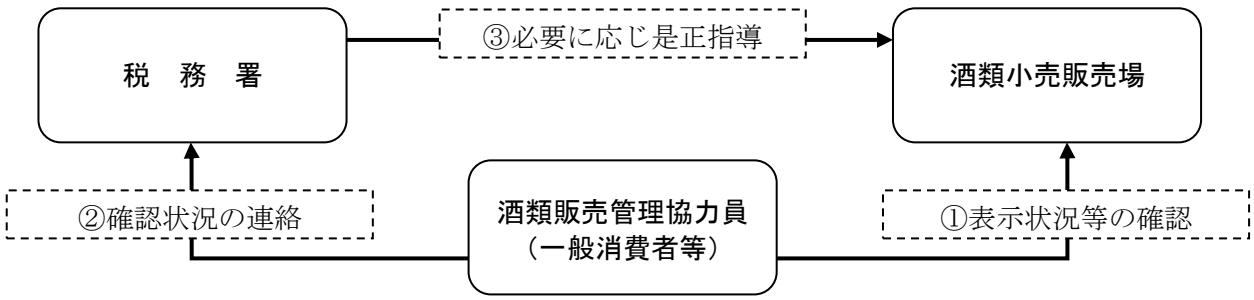
(1)　20 歳以上である者
(2)　日常生活において酒類の陳列場所や価格情報に接する機会のある者
(3)　中立・公平性が期待できる者
(4)　業務の適正な実施が期待できる者
(5)　来署等することにより、確認先店舗の調整や署との間での報告・ヒアリングを容易に行うことができる者
(6)　業務の説明会に参加できる者

○　酒類販売管理協力員の委嘱人数

全国で 2,000 名程度を委嘱しています。

酒類販売管理協力員については、毎年度公募を行っています。
詳しくは国税庁ホームページをご覧ください。

（酒類販売管理協力員の業務の流れ）



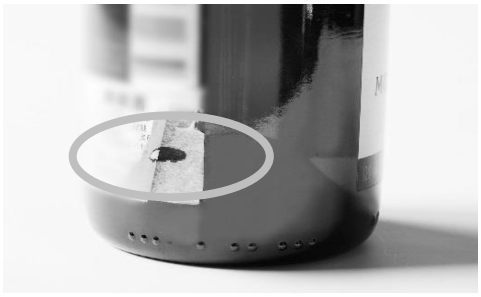
【参考４】ロット番号が削除等された輸入酒類

ロット番号が削除等された輸入酒類について

製品の製造の時期及び場所を特定するための番号（以下「ロット番号」という。）は、食品の安全性の観点から、問題がある食品（以下「問題食品」という。）の早期の特定、排除に役立つほか、問題食品の回収の範囲を限定することができるなど有用な情報であること等から、諸外国においては多くの国がその表示を義務付けています。

また、国内においては、「食品衛生法第１条の３第２項の規定に基づく食品等事業者の記録の作成及び保存に係る指針（ガイドライン）」において、飲食に起因する衛生上の危害の発生の防止等の観点から、ロット確認が可能な情報（年月日表示又はロット番号）は、可能な限り記録の作成保存に努めるべき事項とされており、法令等による表示の義務付けはないものの、ロット番号の有用性を踏まえて、多くの製造者が採用している状況にあります。

このような状況の下、海外において表示が義務付けられているロット番号が削除等された輸入酒類が国内で流通している事例が散見されています。こうした事態は消費者の酒類に対する信頼性に疑念を与える可能性があり、望ましくないものと考えられることから、国税庁から業界団体を通じて、ロット番号表示に関する意識の醸成に努めるよう周知を行っています。

ロット番号　削除前	ロット番号　削除後
果実酒（発泡性） 	削って着色し、その上にシールを貼付 
果実酒（発泡性） 	削って着色 
果実酒（発泡性） 	削ってその上にラベルを貼付 
ウイスキー 	削って着色 
ウイスキー 	キャップを着色し、ボトルを削って着色 

第３節　米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律（米トレーサビリティ法）

この節では、法律の概要及び酒類小売業者に義務付けられる事項について説明しています。







○　対象酒類の入出荷の記録・保存
（平成22年10月1日施行）

○　産地情報の伝達
（平成23年7月1日施行）

１　法律の概要等

(1) 制定の経緯と内容

平成 20 年に発生した事故米の不正規流通問題により、米穀の流通に対する消費者の信頼が損なわれ、関連する業界も大きな影響を受けました。

この問題を受けて、米穀等に関し、適正な表示及び情報提供の促進等により国民の健康の保護、消費者の利益の増進等を図ることを目的として、「米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律」（米トレーサビリティ法）が制定されました。

この法律は大きく２つの内容から構成されています。１つは指定米穀等を取引したとき等にその内容について記録を作成・保存すること、もう１つは、消費者が産地情報を入手できるように、一定の指定米穀等を取引する際に、その米穀自体や原料に用いられている米穀の産地を相手に伝達することです。

生産者、製造業者、流通業者、小売業者、外食業者など、指定米穀等を取扱う幅広い事業者がこの法律の適用対象となります。

(2) 指定米穀等とは

この法律の対象となる「指定米穀等」には、米穀（玄米、精米等）のほか、米穀を加工した飲食料品（米飯、米菓、酒類等）が含まれており、酒類では、清酒、単式蒸留焼酎、みりんが対象となります。

２　取引等の記録の作成・保存

平成22年10月１日以降、米穀事業者が指定米穀等の取引等を行った場合には、以下の項目について記録の作成及び原則として３年間（賞味期限がないものは５年間）の保存が必要になります。

①　名称
②　産地（商品に産地が表示されている場合は不要）
③　数量
④　搬入又は搬出した年月日
⑤　取引の相手方の氏名、又は名称
⑥　譲受けに伴って搬入を行った場合には、搬入をした場所
　（譲渡しに伴って搬出を行った場合には、搬出をした場所）
⑦　用途限定されている米穀については、その用途

（注）「米穀事業者」とは、米穀等の販売、輸入、加工、製造又は提供の事業を行う者をいいます。

３　産地情報の伝達

米穀事業者が指定米穀等を消費者に販売する場合には、指定米穀等の産地を伝達する必要があります。

（注）酒類については、平成23年７月１日以降に流通する指定米穀等を使用して製造したものが対象となります。

主な伝達方法には、

① 商品の容器又は包装に産地情報を記載する
② 配布チラシ、店舗入口等、消費者の目につきやすい場所に産地情報を記載する
③ 商品にホームページアドレスを記載し、ホームページに産地を記載する
④ 商品に産地情報を問い合わせるための連絡先（相談窓口等）を記載する
⑤ 店頭で産地情報を伝達する

があります。

このうち、④及び⑤については、産地情報を消費者に正しく伝達できているか検証できるように、対応マニュアルの作成、従業員研修等を行い、その履歴を記録しておく必要があります。

第４節　未成年者飲酒禁止法等

この節では、未成年者飲酒禁止法を中心に未成年者の飲酒防止に関する取組について説明しています。

○　未成年者飲酒禁止法

未成年者が飲むことを知って酒類を販売することは禁止されており、違反者は罰金に処せられます。

○　表示に関する自主基準

いわゆるチューハイなどの表示について、業界は自主基準を設けて未成年者飲酒防止に取り組んでいます。



○　酒類自動販売機の撤廃等

酒類自販機の撤廃、同自販機による深夜販売の自粛など、業界として自主的に取り組んでいます。

○　アルコール健康障害対策基本法

アルコール健康障害対策を推進することを目的として、平成 26 年６月に施行されました。

１　未成年者飲酒禁止法

(1) 未成年者の飲酒は未成年者飲酒禁止法で禁じられています。

(2) 親権者等は、その子供が飲酒していることを知った場合には、これを制止しなければならず、制止しない場合には、科料に処せられます。

(3) 事業者は、未成年者の飲酒防止に資するため、年齢の確認その他の必要な措置を講じなければなりません。

この規定は酒類の購入者の年齢を確認する法的根拠となっています。

なお、「年齢確認その他の必要な措置」としては、例えば、以下のようなものが考えられます。

イ　未成年者と思われる者に対する年齢確認の徹底

ロ　特に夜間における未成年者の酒類購入を責任を持って防止できる者を配置するなど販売体制の整備

ハ　未成年者が酒類を清涼飲料水と誤認して購入しないよう、酒類（特に清涼飲料的な酒類）と清涼飲料水との分離陳列の実施

ニ　未成年者のアクセスを防止するよう改良された酒類自動販売機（以下「改良型酒類自動販売機」という。）以外の酒類自動販売機の撤廃及び設置した改良型酒類自動販売機の適切な管理

ホ　カタログ販売やインターネット販売等の通信販売形態で酒類を取り扱う場合における未成年者飲酒防止の注意喚起及び申込者の年齢記載・年齢確認の徹底

ヘ　ポスターの掲示などによる未成年者飲酒防止の注意喚起

ト　アルコール飲料としての酒類の特性、特に未成年者の心身に対する悪影響及び未成年者と思われる者に対する年齢確認の実施方法などの従業員研修等の実施

(4) 未成年者が飲用することを知って酒類を販売又は供与した場合には、50 万円以下の罰金に処せられます。

（注）１　未成年者飲酒禁止法の規定に違反し罰金の刑に処せられた場合、酒税法の規定により酒類販売業免許等の取消事由になります。

２　飲食店経営者等が未成年者に酒類を提供したときは、この「未成年者飲酒禁止法」ではなく、「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」の規定により罰せられます。

《ポイント》

- 未成年者と思われる者に対しては、身分証明書（個人番号カード（マイナンバーカード）、運転免許証、健康保険証、パスポート等）を確認するなど、適切に年齢確認を実施してください。
- 従業員が未成年者に酒類を販売した場合には、従業員のみならず、免許者も処罰の対象となりますので、従業員に対して適切に年齢確認を実施するよう指導を行ってください。
- 未成年者に対して酒類を販売した場合、未成年者がその購入した酒類を飲用していなくても未成年者飲酒禁止法における処罰の対象となることがあります。
- 年齢確認を行わないと、未成年者間で「あの店なら酒を売ってくれる」といった風評が立ち、事件となるおそれがありますので、適切、かつ、毅然とした態度による年齢確認を実施してください。

２ 未成年者の飲酒防止に向けた条例

(1) 未成年者の飲酒防止に関する都道府県条例

地方公共団体の中には、未成年者に飲酒等を勧めることの禁止や、未成年者の飲酒等の防止に努めなければならないことを条例で制定しているところがあります。また、青少年の保護育成を図ることを目的として、未成年者が飲酒することを知って、場所を提供し、又は周旋することを条例で禁止している地方公共団体もあります。

これらの条例の中には、違反行為に対して罰則が設けられている場合もあります。

(2) 酒類の自動販売機の設置禁止条例等

地方公共団体の中には、酒類の自動販売機の撤去や設置する場合の適切な管理などの条例を制定しているところがあります。

主　な　条　例　の　内　容
○　酒類自動販売機を撤去すること
○　酒類は対面販売を行うこと
○　酒類の自動販売機を屋内その他適切な管理が行える場所に設置すること
○　屋外に設置する自動販売機による酒類の販売を午前５時から午後 11 時までとすること

３ 酒類の自動販売機の撤廃に向けた取組等

酒類の自動販売機については、未成年者の飲酒防止を図る観点等から、様々な措置が法的、自主的に講じられています。

(1) 自動販売機のみによる酒類小売業免許

昭和 48 年以降、自動販売機のみによる酒類小売業免許は未成年者飲酒防止及び交通事故防止の観点から付与しないこととして取り扱われています。

(2) 自動販売機による深夜販売の自粛

全国小売酒販組合中央会では、昭和 52 年以降、自動販売機での酒類の深夜販売（23 時から翌日５時までの販売）の自粛に取り組んでいます。

(3) 表示に関する公正競争規約による表示

昭和 55 年に制定された「酒類小売業における酒類の表示に関する公正競争規約」において、酒類の自動販売機に対する表示事項等が定められました。

(4) 未成年者の飲酒防止に関する表示基準

酒類業組合法第 86 条の６の規定に基づき、平成元年に制定された「未成年者の飲酒防止に関する表示基準」（国税庁告示）において、酒類の自動販売機に対する表示が義務付けられています。

【表示義務事項】

イ　未成年者の飲酒は法律で禁止されている旨

ロ　免許者の氏名又は名称、酒類販売管理者の氏名、並びに連絡先の所在地及び電話番号

ハ　販売停止時間　「午後 11 時から翌日午前５時まで販売を停止している」旨

(5) 全国小売酒販組合中央会による自動販売機の撤廃決議

全国小売酒販組合中央会では、中央酒類審議会の報告を受け、平成７年５月の総会において、「より良い飲酒環境を形成し未成年者飲酒防止の観点から、現行酒類の屋外自動販売機は、平成 12 年５月を期限として撤廃する。」旨の決議をしています。

(6) 自動販売機の撤廃に向けた国税庁の今後の取組

国税庁では、引き続き従来型機の撤廃について適切な指導を行うとともに、やむを得ず酒類自動販売機を設置する場合には、改良型機を設置し適切な管理を行うよう指導を徹底することとしています。

また、今後、全国小売酒販組合中央会とも連携し、従来型機の撤廃、改良型機への移行、より長期的には全ての酒類自動販売機の撤廃に向けた取組についての検討を進めていくこととしています。

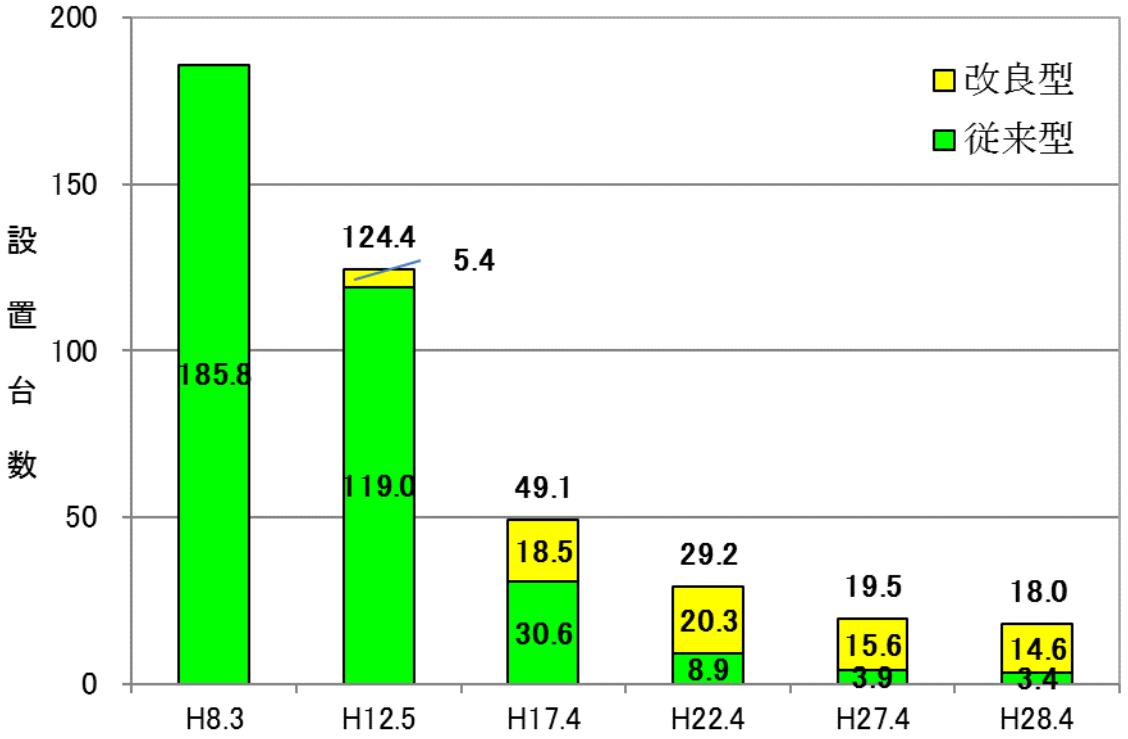
《参考》酒類の自動販売機の設置状況

平成 28 年４月１日現在、全国の従来型機の設置台数は、3,437 台です。

全国小売酒販組合中央会が撤廃決議した直後（平成８年３月 31 日現在）の全国の従来型機設置台数 185,829 台の 1.8%にまで減少してきています。

酒類の自動販売機の設置台数の推移

（単位：千台）



４ 未成年者の飲酒防止に資するため等の表示に関する自主基準

酒類業組合の中央団体等で組織する酒類業中央団体連絡協議会において、未成年者の飲酒防止に資する等の観点から、酒類容器等の表示に関する自主基準を(1)のとおり定めています。

また、酒類業組合の１つである日本洋酒酒造組合において、同様の観点から、いわゆるチューハイなどの表示に関する自主基準を(2)及び(3)のとおり定めています。

(1) 酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準
（飲酒に関する連絡協議会：酒類業中央団体連絡協議会の８団体で構成）

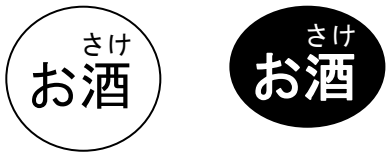
（昭和 63 年 12 月 9 日制定、最終改正：平成 24 年 11 月 1 日）

清涼飲料等との誤認防止に関する事項として、以下のことなどを定めています。

イ　酒類の容器又は包装の表示に際しては、清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料と誤認されないよう、色彩、絵柄等に配意する。

ロ　アルコール分 10 度未満の酒類のうち、全ての缶容器及び 300 ミリリットル以下の缶以外の容器には、酒マークを表示する。

酒マークの表示例



(2) 低アルコールリキュールの原材料表示に関する自主基準（日本洋酒酒造組合）

（平成 13 年 7 月 25 日制定、最終改正：平成 18 年 11 月 16 日）

一般消費者の適正な商品選択を保護し、不当な顧客の誘引を防止し、公正な競争を確保することを目的として、低アルコールリキュールの取引について行う表示のうち、原材料の表示に関する事項を定めています。

（注）「低アルコールリキュール」とは、リキュールのうち、アルコール分が 10 度未満のものをいいます。

(3) 低アルコールリキュールの特定の事項の表示に関する自主基準（日本洋酒酒造組合）

（平成 14 年 4 月 23 日制定、最終改正：平成 26 年 10 月 10 日）

一般消費者の適正な商品選択を保護し、不当な顧客の誘引を防止し、公正な競争を確保することを目的として、低アルコールリキュールの取引について行う表示のうち、果汁の使用割合、商品名等の表示に関する事項を定めています。

（注）「低アルコールリキュール」については、(2)の（注）と同様です。

５　アルコール健康障害対策基本法

(1) 法律の目的等

酒類は国民の生活に豊かさと潤いを与えるものであり、その伝統と文化は国民の生活に深く浸透しています。その一方で、不適切な飲酒はアルコール健康障害の原因となります。そして、アルコール健康障害は、本人の健康の問題であるだけでなく、その家族に深刻な影響を与えたり重大な社会問題を生じさせたりするおそれがあります。

このため、アルコール健康障害対策を総合的かつ計画的に推進して、国民の健康を保護し、安心して暮らすことのできる社会の実現に寄与することを目的として、アルコール健康障害対策基本法が制定され、平成 26 年６月１日に施行されました。

（注）アルコール健康障害とは、アルコール依存症その他の多量の飲酒、未成年者の飲酒、妊婦の飲酒等の不適切な飲酒の影響による心身の健康障害をいいます。

(2) 事業者の責務

酒類の製造又は販売を行う事業者は、国及び地方公共団体が実施するアルコール健康障害対策に協力するとともに、事業活動を行うに当たって、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に配慮するよう努めることとされています。

(3) アルコール関連問題啓発週間

国民の間に広くアルコール関連問題に関する関心と理解を深めるため、毎年 11 月 10 日から 16 日までを「アルコール関連問題啓発週間」と定めています。

(4) アルコール健康障害対策推進基本計画等

平成 28 年５月 31 日に、アルコール健康障害対策推進基本計画が閣議決定され、アルコール健康障害対策を総合的かつ計画的に推進していくこととしています。

また、都道府県は、国の計画を基本とし、各地の実情に即したアルコール健康障害対策推進計画を策定するよう努めることとされています。



アルコール関連問題啓発週間ポスター

(5) 基本計画等に定める基本的施策

国及び地方公共団体は、以下の基本的施策（地方公共団体については、ロを除く。）を講じることとされています。

イ　教育の振興等

家庭、学校、職場等におけるアルコール関連問題についての教育と学習を振興し、また、広報活動等を通じて知識の普及を図る。

ロ　不適切な飲酒の誘引の防止

酒類の表示、広告その他販売の方法について、酒類の製造又は販売を行う事業者の自主的な取組を尊重しつつ、アルコール健康障害を発生させるような不適切な飲酒を誘引することとならないようにする。

ハ　健康診断及び保健指導

健康診断・保健指導において、アルコール健康障害の発見及び飲酒についての指導等が適切に行われるようにする。

ニ　アルコール健康障害に係る医療の充実等

アルコール健康障害の進行防止や、アルコール依存症の専門的な治療・リハビリテーションを受けることについての指導を充実させるとともに、これらの治療・リハビリテーションの充実を図る。

また、治療・リハビリテーションを行う医療機関とその他の医療機関との連携を確保する。

ホ　飲酒運転等をした者に対する指導等

アルコール健康障害に関連して飲酒運転・暴力行為・虐待・自殺未遂等をした者に対し、状況に応じた指導、助言、支援等を推進する。

ヘ　相談支援等

アルコール健康障害を有している、又は有していた者及びその家族に対する相談支援等を推進する。

ト　社会復帰の支援

アルコール依存症にかかった者の円滑な社会復帰に資するよう、就労等の支援を推進する。

チ　民間団体の活動に対する支援

自助グループ等の民間団体が行うアルコール健康障害対策に関する自発的な活動を支援する。

リ　人材の確保等

医療・保健・福祉・教育・矯正等のアルコール関連問題に関する業務に従事する者について、十分な知識を有する人材の確保・養成及び資質の向上を図る。

ヌ　調査研究の推進等

アルコール健康障害の発生・進行・再発の防止並びに治療法に関する研究、アルコール関連問題に関する実態調査等の調査研究を推進する。

【参考１】未成年者飲酒禁止法違反による罰則適用者の免許取消事例

事例１

酒類小売業を営むＡ店において、免許者の不在時に従業員が来店した未成年者Ｂに対して、未成年者と知りつつ、Ｂの来店時に多忙であったことを理由に年齢確認を実施せずに酒類の販売を行った。

酒類を購入したＢは、購入後友人と酒盛りを行い、一緒に酒盛りをしていた未成年者Ｃが急性アルコール中毒により意識不明となり、病院に搬送されたことから事件が発覚した。

その後、免許者及び従業員は、未成年者飲酒禁止法違反により罰金の刑に処され、酒税法の規定により、酒類販売業免許を取り消された。

事例２

酒類小売業を営むＡ店において、店主Ｂ（免許者）は来店した未成年者数人に対して、未成年者と思いながら酒類の販売を行った。

酒類を購入した未成年者は、友人宅へ向かう途中に警察官に職務質問され、Ａ店において酒類を購入した事実を認め、Ｂは未成年者飲酒禁止法違反により起訴された。

その後、罰金刑が確定し、酒税法の規定により、酒類販売業免許を取り消された。

なお、酒類の購入をした未成年者は、Ａ店で酒類を購入する前に、他店での酒類の購入を試みたが、その際には購入を断られている。

事例３

酒類小売業を営むＡ店において、免許者の不在時に従業員Ｂが来店した未成年者Ｃ及びＤの２名に対し、年齢確認を実施せずに酒類の販売を行った。

酒類を購入した２名は、バイクの２人乗りをして店舗敷地外へ出ようとしたところを警察官に補導され、購入酒類を所持していたことから事件が発覚した。

当初、Ｂは酒類を購入したＣ及びＤが未成年者とは認識できなかったと主張していたが、未成年者両名はＡ店において酒類を購入する前に、①Ｃについては過去、他店で酒類の購入を試みたが断られた、②他の証言者からＣ及びＤの風貌は明らかに成年者とは認識できないとの証言があった、等の事由から、Ｂの主張は退けられた。

その後、未成年者飲酒禁止法違反により免許者は罰金の刑に処され、酒税法の規定により、酒類販売業免許を取り消された。

なお、Ｃは事件前もＡ店で酒類を購入した事実があり、Ｃの友人間ではＡ店は未成年者でも酒類を販売してくれるとの風評が立っていた。

事例４

酒類小売業を営むＡ店において、店長Ｂが来店した未成年者Ｃ及びＤの２名に対して、これら２名が未成年者であり、自らが飲用することと知りつつ酒類の販売を行った。

Ｃ及びＤと共に飲酒した未成年者Ｅが警察官から職務質問を受け、購入酒類を所持していたことから事件が発覚した。

その後、未成年者飲酒禁止法違反により免許者は罰金の刑に処され、酒税法の規定により、酒類販売業免許を取り消された。

事例５

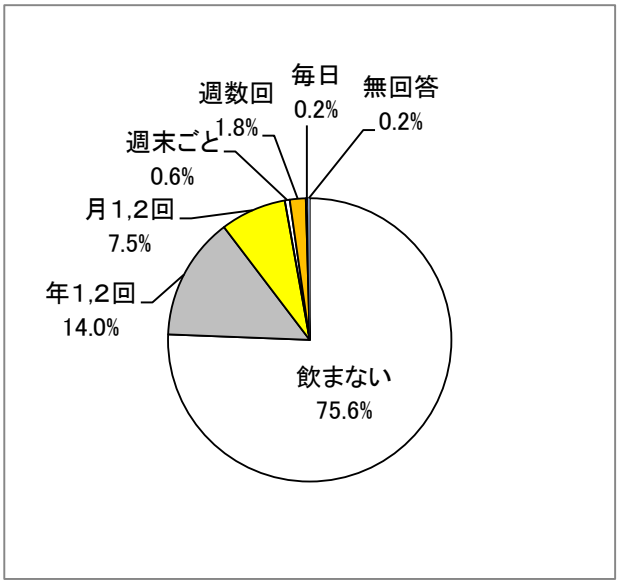
酒類小売業を営むＡ店において、店長Ｂ（免許者）が来店した未成年者３名に対して、これら３名が未成年者であり、自ら飲用に供することを知りながらたばこととともに酒類を販売した。

酒類を購入した３名は、飲酒するために自転車の２人乗りをして友人宅へ向かっていたところ、警ら中に警察官から自転車２人乗りに関する交通指導のために停止を求められ、職務質問を受け、酒類及びたばこを所持していたことから事件が発覚した。

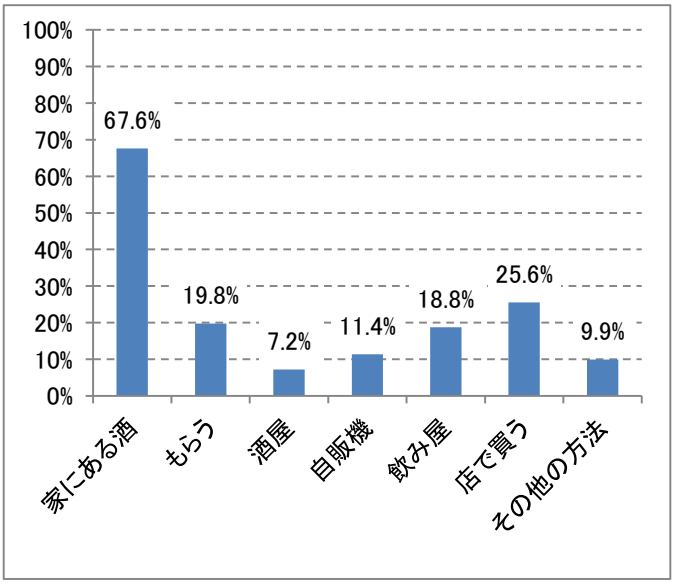
その後、免許者は、未成年者飲酒禁止法違反及び未成年者喫煙禁止法違反で起訴され、罰金 30 万円の略式命令を受け、酒税法の規定により、酒類販売業免許を取り消された。

【参考２】未成年者の飲酒行動等

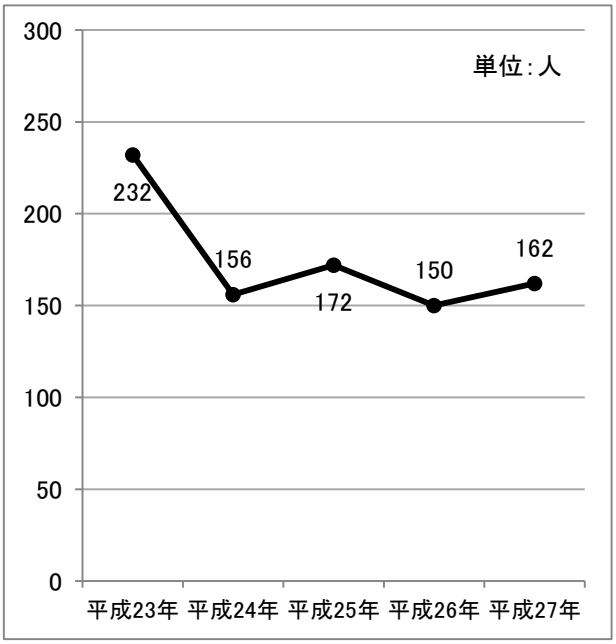
１　飲酒頻度（中高生計）



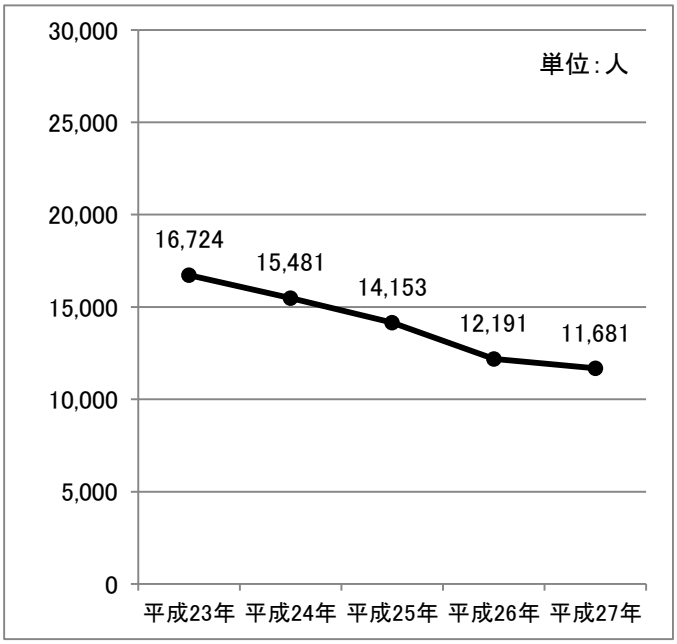
２　お酒の主な入手方法（複数回答）



３　未成年者飲酒禁止法違反による検挙人員



４　飲酒による補導人員



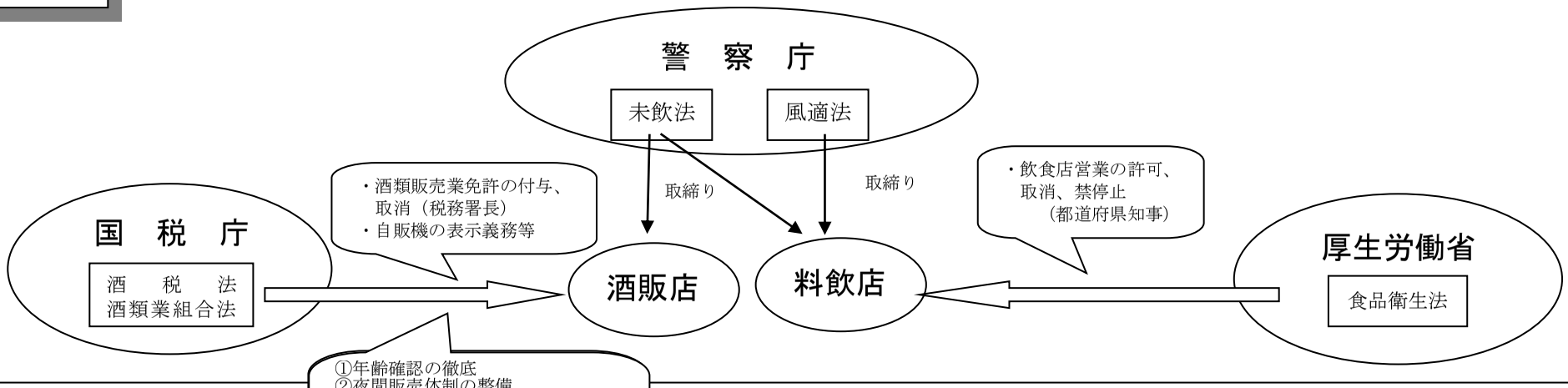
出典　：　１及び２については、平成24年度「未成年者の喫煙・飲酒状況に関する実態調査研究」
（厚生労働科学研究費補助金　循環器疾患･糖尿病等生活習慣病対策総合研究事業
研究者代表者　大井田　隆）
３及び４については、「平成27年中における少年の補導及び保護の概況」（警察庁）

《未成年者飲酒禁止法違反による検挙事例》

コンビニのアルバイト店員は、午前３時に来店した女子高校生２名（いずれも15歳）に対して、服装や態度等から２人は明らかに未成年であり、また、来店の時間帯や２人の様子等から、同人らが飲酒するために購入しようとしていることを知りながら、販売を断ってトラブルになることを嫌い、なんら注意をすることなく缶ビール等を販売した。

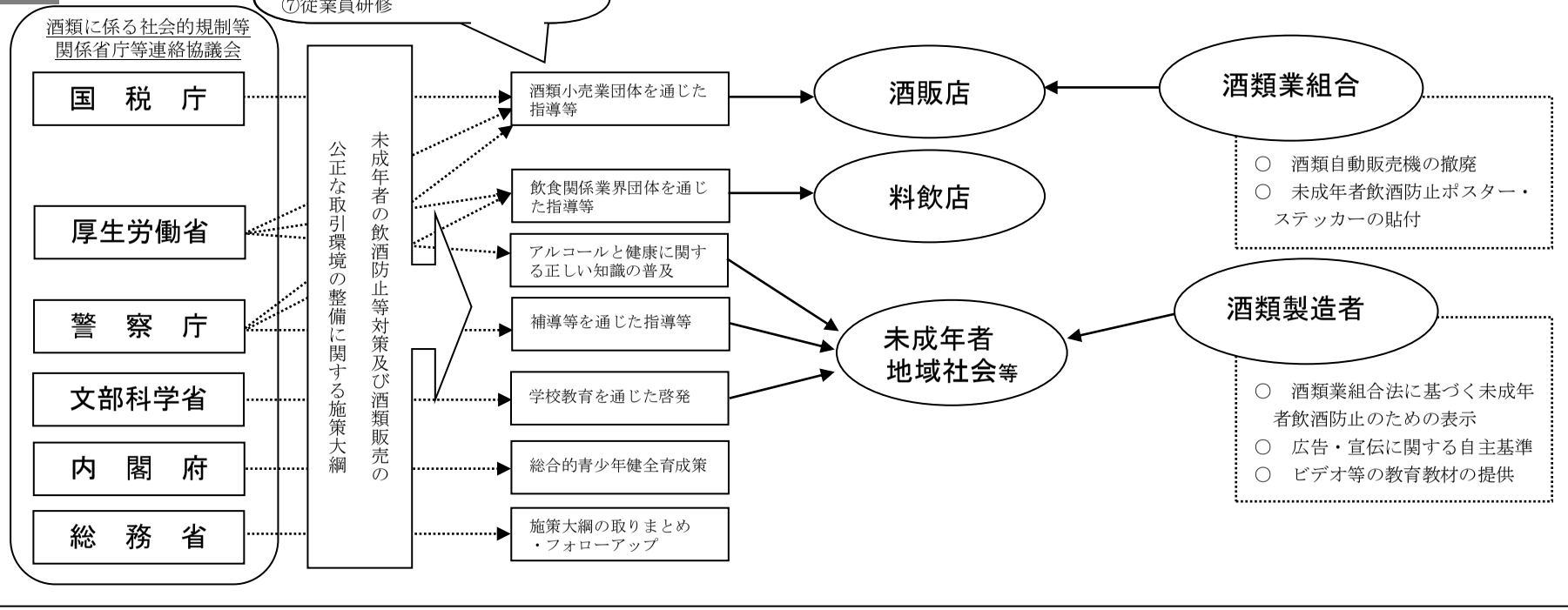
未成年者飲酒防止に向けた取組

取締等



指　導

①年齢確認の徹底
②夜間販売体制の整備
③分離陳列
④従来型自販機の撤廃
⑤通信販売における年齢確認の徹底
⑥ポスター掲示等による注意喚起
⑦従業員研修



【参考４】未成年者の飲酒防止等に関する取組等

国税庁においては、アルコール飲料としての酒類の特性に鑑み、より良い飲酒環境を形成して、消費者利益と酒類業の健全な発達を期する観点から、従来から、酒類業界に対し未成年者飲酒防止に配意した販売や広告、宣伝を行うよう要請するなど所要の措置を講じてきています。

また、酒類に係る社会的規制等関係省庁等連絡協議会（内閣府、警察庁、総務省、公正取引委員会、国税庁、文部科学省及び厚生労働省）において、平成 12 年８月に決定された「未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱」を踏まえ、関係省庁と連携しつつ、その施策の実施を図っています。

平成 15 年５月に酒類業組合法が改正され、同年９月からは、酒類小売販売場における適正な販売管理の確保を図るため、酒類小売業者に対し、販売場ごとに酒類販売管理者の選任を義務付け、従業員が酒類の販売業務に関する法令の規定を遵守して業務を実施するために必要な助言・指導を行わせるとともに、当該販売管理者に酒類販売管理研修を受講させるよう努めなければならないこととし、更に平成 28 年６月の改正により、酒類販売管理研修の受講等が義務化されました。

《自動販売機》

１　自動販売機のみの酒類小売業免許は付与しないよう措置（昭和 48 年～）

２　自動販売機による酒類の深夜販売（23 時 00 分～翌日５時 00 分）の自粛を指導（昭和 52 年～）

３　酒類自動販売機に次の事項を表示することを義務付け（平成元年～）

(1) 未成年者の飲酒は法律で禁止されている旨

(2) 管理責任者の氏名、連絡先の住所及び電話番号（平成 15 年９月以降は、免許者の氏名又は名称、酒類販売管理者の氏名並びに連絡先の所在地及び電話番号を表示するよう改正）

(3) 販売停止時間

４　平成６年 10 月の中央酒類審議会の中間報告「アルコール飲料としての酒類の販売等の在り方について」等を踏まえて、全国小売酒販組合中央会が現行の酒類自動販売機を平成 12 年５月までに撤廃することを決議（平成７年５月）したことを受け、「酒類自動販売機に係る取扱指針」を制定し、現行の酒類自動販売機の平成 12 年５月を目途とした撤去及び新たに設置する場合には改良型自動販売機以外は設置しないよう指導（平成７年～）

５　新たに酒類小売業免許を付与する場合には、酒類自動販売機を設置しないよう指導（平成 11 年度～）

６　現行の酒類自動販売機の撤廃について改めて指導するとともに（平成 12 年５月）、酒類自動販売機の撤廃状況を調査し、その結果を毎年公表（平成 12 年９月～）

７　平成 13 年 12 月の未成年者飲酒禁止法の一部改正を受けて、関係省庁（警察庁及び厚生労働省）と共同して、酒類小売業界に対して、「未成年者のアクセスを防止するよう改良された酒類自動販売機以外の酒類自動販売機の撤廃及び設置した改良型酒類自動販売機の適切な管理」をはじめとする７項目の取組を指導（平成 13 年 12 月）

８　未成年者飲酒禁止法が改正された平成 13 年当時に比して同法違反の検挙件数が増加し、高水準で推移していることに鑑み、関係省庁（警察庁及び厚生労働省）と共同して、酒類小売業界等に対して「酒類自動販売機の適正な管理」をはじめとする４項目の取組を要請（平成 22 年７月）

《対面販売》

１　対面販売の励行などに関し必要な助言と指導を実施（平成９年３月～）

２　未成年者が酒類を清涼飲料と誤認して酒類を購入しないよう、酒類と清涼飲料との分離陳列の実施を指導（平成９年３月～）

３　未成年者への販売を防止するため、酒類を販売する場合には未成年者と思われる者に対して年齢確認を実施するよう必要な助言と指導を実施（平成 10 年４月～）

４　未成年者が夜間に酒類を購入することを防止するため、未成年者の酒類の購入を責任を持って防止できる者を配置し、夜間における酒類の販売体制を整備するよう必要な助言と指導を実施（平成 10 年４月～）

５　年齢確認の実施をはじめとする取組を推進していくためには、酒類販売に従事する者が酒類の特性を理解することが必要であることから、小売酒販組合等に対して、傘下組合員等を対象とした「酒類の販売方法等に関する研修」の実施について必要な助言と指導を実施（平成 10 年４月～）

６　警察庁及び厚生労働省と共同で、各業界団体に対し、未成年者飲酒防止のための取組を推進するよう要請（平成 12 年 12 月～）

７　販売責任者が「未成年者飲酒防止に係る誓約書」を酒類販売場の所轄税務署長に提出するよう指導（平成 13 年４月～）（平成 15 年９月以降は、酒類小売業者は酒類販売管理者を選任し、所轄税務署長に「酒類販売管理者選任届出書」を提出するよう改正）

《容器等への注意表示》

１　酒類に対する適正な表示などを実施するため，次の事項を指導（昭和 59 年～）

(1) 容器には酒類であることが明瞭に判読することができる方法で表示

(2) 酒類を店頭及び自動販売機に陳列する際には，酒類である旨の表示を前面にするよう配意

(3) 自動販売機による販売に当たっては、酒類と清涼飲料とを混在しないよう配意

２　酒類の容器に「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を義務付け（平成９年７月～）

３　日本洋酒酒造組合において、容器又は包装への注意表示に関する自主基準を設定（平成 12 年６月～）

(1) 低アルコール度リキュール類等と清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料との誤認を防止するため、「酒マーク」を表示すること

(2) 低アルコール度リキュール類等の容器又は包装の表示に際しては、清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料と誤認されないように、色彩、絵柄等に配慮すること

４　酒類の陳列場所に「酒類の売場である」旨及び「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を義務付け（平成 15 年９月～）

５　酒類の陳列場所における表示について、より確実に未成年者の酒類の購入を防止するため、「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を「20 歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨の表示に改正（平成 17 年 10 月～）

６　酒類業界（飲酒に関する連絡協議会）において、清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料との誤認を防止するため、容器又は包装の表示の色彩、絵柄等に配慮することや、アルコール度 10 度未満の酒類の容器に、「酒マーク」を表示することについての自主基準を制定（平成 23 年６月～）

【参考】酒マークのイメージ図（一例）
３５０ml 未満（20 ポイント活字）

(1) 円　形



(2) 楕円形



7　酒類業界（飲酒に関する連絡協議会）において、ノンアルコール飲料（アルコール度数 0.00%で、味わいが酒類に類似しており、満 20 歳以上の成人の飲用を想定・推奨しているもの）の容器について、20 歳以上を対象としている旨を表示し、既存のアルコール飲料と同一のブランド名及び誤認を招くような類似する意匠を使用しないこととし、自主基準を改正（平成 24 年 11 月～）

《啓発活動》

1　警察庁と協力して、未成年者の飲酒が禁止されている旨のステッカーを全国の酒販店の店頭に貼付するなどを指導（平成４年３月～）

2　社団法人アルコール健康医学協会、厚生労働省、内閣府、警察庁、文部科学省及び総務省と共同で未成年者飲酒禁止啓発ポスターを作成し、酒販店の店頭のほか、公共施設等に掲示（平成８年９月～）

3　平成 14 年以降毎年４月が「未成年者飲酒防止強調月間」とされたことを受け、関係省庁及び各業界団体と協力して、酒販店の店頭のほか、中学校、高等学校、保健所、警察署及び税務署等に広報ポスターを掲示するなどの広報活動を推進（平成 14 年４月～）

4　平成 16 年以降「未成年がお酒を飲んではいけない５つの理由」「お酒について知っておきたいこと」を作成し、教育機関等に配付（平成 16 年２月～）

5　ビール酒造組合において、「未成年者飲酒防止ポスター・スローガン・学校賞募集キャンペーン」を実施（平成 14 年～）

6　全国小売酒販組合中央会において、「未成年者飲酒防止・飲酒運転撲滅全国統一キャンペーン」を毎年４月に開催（平成 21 年４月～）

7　全国小売酒販青年協議会において、小売酒販店向け「年齢確認ハンドブック」を作成（平成 16 年～）

《広告宣伝》

酒類業界（飲酒に関する連絡協議会）において、「酒類の広告・宣伝及び酒類容器の表示に関する自主基準」を制定（昭和 63 年 12 月制定、平成 24 年 11 月最終改正）

1　酒類の広告宣伝に関する項目

(1) 新聞、雑誌、ポスター、テレビ、ラジオ、インターネット、消費者向けチラシ（パンフレット類を含む。）を媒体とする広告宣伝に関し、「お酒は二十歳になってから」などの注意表示を行う。

(2) 未成年者の飲酒を推奨、連想、誘引する表現は行わない。

(3) 未成年者を対象としたテレビ番組、ラジオ番組、新聞、雑誌、インターネット、チラシには広告を行わない。

(4) 未成年者や、主として未成年者にアピールするキャラクター・タレントを広告のモデルに使用しない。

(5) 酒類を清涼飲料と誤認させる表現は行わない。

(6) 未成年者を対象としたキャンペーンは行わない。

(7) 公共交通機関には、車体広告、車内独占広告等の広告は行わない。

(8) 小学校、中学校、高等学校の周辺 100m以内に、屋外の張替式大型商品広告板は設置しない。

(9) 過度な飲酒、「イッキ飲み」等飲酒の無理強いにつながる表現、スポーツ時や入浴時の飲酒を推奨誘発する表現を使用しない。

(10) 次の時間帯にはテレビ広告を行わない。

５時 00 分～18 時 00 分まで

２　ノンアルコール飲料の広告宣伝に関する項目（平成 24 年 11 月追加）

(1) 未成年者や、主として未成年者にアピールするキャラクター・タレントを広告のモデルに使用しない。

(2) 未成年者の飲用を推奨、連想、誘引する表現は行わない。

(3) 未成年者を対象としたテレビ番組、ラジオ番組、新聞、雑誌、インターネット、チラシには広告を行わない。

(4) 酒類と誤認させる表現は行わない。

(5) 未成年者を対象としたキャンペーンは行わない。

(6) テレビ及びラジオのスポンサーは、視聴者の 70%以上が成人であるという企画のもとに製作されたことが確認できた提供番組において、広告を行うよう配慮する。

(7) 小学校、中学校、高等学校の周辺 100m以内に、屋外の張替式大型商品広告板は設置しない。

【参考５】未成年者飲酒防止啓発ポスター

＜酒販店掲示用＞



＜公共施設等掲示用＞



ポスターは国税庁ホームページからダウンロードできます。

(http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/miseinen/mokuji.htm)

【参考６】『未成年者飲酒防止への取組』７か条

『未成年者飲酒防止への取組』７か条

酒類は、致酔性、依存性、慢性影響による臓器障害及び発育・発達段階にある未成年者の心身に対する悪影響等の特性を有しており、酒類を販売する際には、このような酒類の特性を理解している者が購入者を確認した上で販売することが必要です。

酒類小売業者及び酒類販売管理者のみなさまにおかれましては、未成年者飲酒防止のため、次の事項について積極的に取り組んでください。

1. 未成年と思われるお客様には**年齢確認**を実施し、未成年者には酒類を販売しないようにしましょう。
2. 夜間に酒類を販売する場合には、未成年者の酒類購入を責任をもって防止できる者を配置するなど**販売体制の整備**をしましょう。
3. 未成年者が酒類を清涼飲料と誤認して購入しないよう、酒類(特に清涼飲料的な酒類)と清涼飲料との**分離陳列の実施**をしましょう。
4. 未成年者のアクセスを防止するよう改良された酒類自動販売機(改良型酒類自動販売機)以外の**酒類自動販売機の撤廃**及び設置した**改良型酒類自動販売機の適切な管理**をしましょう。
5. カタログ販売やインターネット販売等の通信販売形態で酒類を取り扱う場合には、**未成年者飲酒防止の注意喚起**及び**申込者の年齢記載・年齢確認の徹底**をしましょう。
6. **ポスター掲示などによる未成年者飲酒防止の注意喚起**をしましょう。
7. アルコール飲料としての酒類の特性、特に未成年者の心身に対する悪影響及び未成年者と思われる者に対する年齢確認の実施方法などの**従業員研修を実施**しましょう。

【参考７】地方公共団体における条例（神奈川県）

神奈川県青少年喫煙飲酒防止条例

（平成18年12月28日公布 神奈川県条例第66号）

（目的）

第１条　この条例は、青少年の喫煙及び飲酒が青少年の健全な育成に重大な影響を与えるものであることにかんがみ、青少年の喫煙及び飲酒の防止に関し、県、保護者、事業者及び県民の責務を明らかにするとともに、青少年の喫煙及び飲酒の防止に関する施策の実施について必要な事項を定めることにより、青少年の喫煙及び飲酒を防止するための社会環境を整備することを目的とする。

（定義）

第２条　この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

(1) 青少年　満20歳に達するまでの者をいう。

(2) 保護者　親権を行う者、未成年後見人、児童福祉法（昭和22年法律第164号）第７条第１項に規定する児童福祉施設の長その他の者で青少年を現に監督保護する者をいう。

(3) たばこ　たばこ事業法（昭和59年法律第68号）第２条第３号に規定する製造たばこをいう。

(4) 酒類　酒税法（昭和28年法律第６号）第２条第１項に規定する酒類をいう。

(5) 販売業者　未成年者喫煙禁止法（明治33年法律第33号）第４条に規定する煙草又ハ器具ヲ販売スル者並びに未成年者飲酒禁止法（大正11年法律第20号）第１条第３項及び第４項に規定する営業者ニシテ其ノ業態上酒類ヲ販売スル者をいう。

(6) 飲食店等営業者　未成年者飲酒禁止法第１条第３項及び第４項に規定する営業者ニシテ其ノ業態上酒類ヲ供与スル者をいう。

(7) 事業者　販売業者及び飲食店等営業者をいう。

（県の責務）

第３条　県は、青少年の喫煙及び飲酒を防止するための社会環境の整備に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

２　県は、前項の施策について、市町村その他関係機関及び関係団体と連携し、及び協力して実施するよう努めるものとする。

（保護者の責務）

第４条　保護者は、その監督保護に係る青少年の喫煙及び飲酒を未然に防止するよう努めなければならない。

（事業者の責務）

第５条　事業者は、その事業活動を行うに当たっては、青少年の喫煙及び飲酒を防止するための社会環境の整備に自主的かつ積極的に取り組むとともに、県が実施する青少年の喫煙及び飲酒の防止に関する施策に協力するよう努めなければならない。

（県民の責務）

第６条　県民は、青少年が喫煙及び飲酒をしないようその善導に努めるとともに、県が実施する青少年の喫煙及び飲酒の防止に関する施策に協力するよう努めなければならない。

（禁止行為）

第７条　何人も、青少年に対し、喫煙又は飲酒を勧め、又はそのための場所を提供し、若しくは周旋してはならない。

２　何人も、青少年に対し、みだりにたばこ又は酒類の購入を依頼してはならない。

（購入者等の年齢確認）

第８条　販売業者は、たばこ又は酒類を購入しようとする者が青少年であると思料するときは、その者の年齢又は生年月日を確認するために必要な書類で規則で定めるもの（次項において「証明書等」という。）の提示を求め、その者の年齢を確認しなければならない。

２　飲食店等営業者は、酒類の供与又はたばこの購入を依頼する者が青少年であると思料するときは、証明書等の提示を求め、その者の年齢を確認しなければならない。

（自動販売機による購入者の年齢確認）

第９条　販売業者は、自動販売機によりたばこ又は酒類を販売するときは、規則で定めるところにより、当該自動販売機によりたばこ又は酒類を購入しようとする者の年齢を確認するために必要な措置を講じなければならない。

（立入調査等）

第 10 条　知事は、前２条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、購入者等の年齢確認の実施状況について報告若しくは資料の提出を求め、又はその指定した職員に、事業者の店舗その他の場所に立ち入り、施設、帳簿書類その他の物件を調査させ、若しくは関係人に質問させることができる。

２　前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人に提示しなければならない。

３　第１項の規定による立入調査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解してはならない。

（指導及び勧告）

第 11 条　知事は、事業者が第８条及び第９条の規定に違反していると認めるときは、その事業者に対し、必要な措置を講ずべきことを指導し、又は勧告することができる。

（公表）

第 12 条　知事は、必要があると認めるときは、次の各号のいずれかに該当する者の氏名、違反の事実その他の規則で定める事項を公表することができる。

(1) 第 10 条第１項の規定による報告若しくは資料の提出をせず、若しくは虚偽の報告若しくは資料の提出をし、又は同項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して答弁せず、若しくは虚偽の答弁をした事業者

(2) 前条の規定による勧告に従わない事業者

２　知事は、前項の規定により公表しようとするときは、あらかじめ当該事業者に意見を述べる機会を与えなければならない。

（委任）

第 13 条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

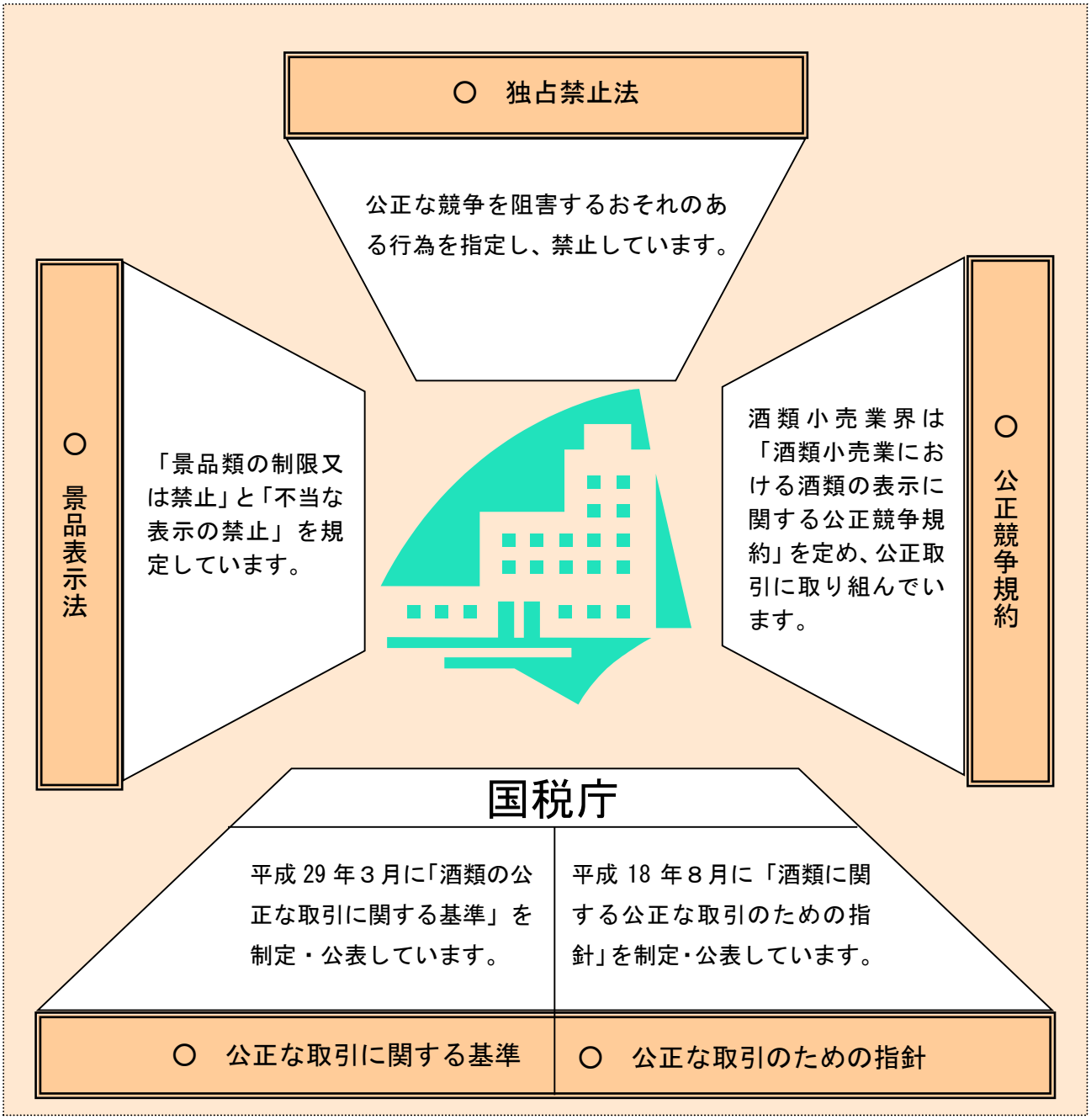
附 則

１ この条例は、平成 19 年７月１日から施行する。ただし、第９条の規定は、平成 20 年７月１日から施行する。

２ 知事は、この条例の施行の日から起算して５年を経過するごとに、この条例の施行の状況について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

第５節　独占禁止法等

この節では、独占禁止法、景品表示法を中心に説明しています。



１ 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）

(1) 法律の趣旨

市場の活性化のためには、事業者が互いに競争相手より良質・廉価な商品を提供しようと公正な競争を行うことが大切です。このため、独占禁止法は、自由な競争の制限につながるような行為、競争の基盤を侵害するような行為を「不公正な取引方法」として禁止しています。

(2) 不公正な取引方法

独占禁止法において「不公正な取引方法」とは、同法第２条第９項第１号から第５号に規定されているもの及び同項第６号に基づき公正取引委員会が指定するものをいいます。

これらは、その行為が直ちに違法となるのではなく、それが不当なとき（公正な競争を阻害するおそれがあるとき）に違法となります。

(3) 酒類小売業者として特に留意すべき事項

イ　差別対価

有力な事業者（メーカー、卸売業者）が同一の商品について、取引価格等について合理的な理由なく差別的な取扱いをし、差別を受ける相手方の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼすことにより公正な競争秩序に悪影響を与える場合は、独占禁止法上問題となります。

ロ　不当廉売

正当な理由なく商品をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して販売し、競争者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合には違法となります。例えば、酒類小売業の場合には、総販売原価を下回る価格で、相当期間にわたって継続して販売する行為は、正常な価格競争とはいえません。ただし、きず物、季節商品などを処分するような場合は、総販売原価を下回る価格で販売しても不当廉売とならない場合があります。

ハ　優越的地位の濫用

取引関係において優越した地位にある事業者が、取引の相手方に対して不当に不利益を与えることは、違法となります。例えば、取引関係において優越した地位にある有力な酒類小売業者が酒類を納入している酒類卸売業者に対し、購買力を濫用して行き過ぎた低価格での納入を強要したり、売場の改装費用を負担させたりすることなどが該当します。

《参考》課徴金制度

課徴金とは、法令違反行為の防止のため、行政庁が違反事業者等に対して課す金銭的不利益のことをいいます。

公正取引委員会は、独占禁止法違反行為を行った事業者に対して、一定の算式に従って計算された金額を課徴金として国庫に納めるよう命じます。

○　課徴金の対象となる行為

- 不当な取引制限（カルテル、入札談合等）
- 支配型私的独占
- 排除型私的独占
- 共同の取引拒絶、差別対価、不当廉売、再販売価格の拘束
  （10 年以内に同一の違反行為を繰り返した場合）
- 優越的地位の濫用（継続して行われた場合）

○　課徴金の算定方法

課徴金額は、違反行為に係る期間中（最長３年間）の対象商品の売上額を基に、事業者の規模や業種ごとに決められた算定率を掛けて算定します。

課徴金額 ＝ 違反行為に係る期間中の対象商品の売上額 × 課徴金算定率

※　課徴金算定率

（ ）内は中小企業の場合

	製造業等	小売業	卸売業
不当な取引制限	10%（4%）	3%（1.2%）	2%（1%）
支配型私的独占	10%	3%	2%
排除型私的独占	6%	2%	1%
共同の取引拒絶	3%	2%	1%
差別対価			
不当廉売			
再販売価格の拘束			
優越的地位の濫用	1%		

なお、不当な取引制限に対する課徴金算定率については、違反行為の繰返しの有無や違反行為において果たした役割等によって、加減算要素が規定されています。

○　課徴金減免制度

事業者が自ら関与したカルテル・入札談合について、その違反内容を公正取引委員会に自主的に報告した場合、課徴金が減免される制度です。

(4) 不当廉売等についての公正取引委員会の考え方

公正取引委員会は、平成 21 年６月の独占禁止法の改正により不当廉売が課徴金納付命令の対象となったことから、不当廉売の要件に関する公正取引委員会の解釈をさらに明確化すること等により、法運用の透明性を一層確保し、事業者の予見可能性をより向上させるため、平成 21 年 12 月 18 日付で「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方（一般不当廉売ガイドライン）」を改定しました。

併せて、「不当廉売」及び「差別対価」等に関して酒類の取引実態に即した考え方を取りまとめた「酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について」（酒類ガイドライン）を改定しました。

「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」の概要

１　不当廉売の考え方の明確化

(1) 独占禁止法が禁止する「不当廉売」について

「供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給すること」又は「その他不当に低い対価で供給すること」により、「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」がある場合、不当廉売に該当する。

(2) 「供給に要する費用を著しく下回る対価」の考え方

- ○　「供給に要する費用」とは「総販売原価（仕入原価に販売費及び一般管理費を加えたもの）」である。
- ○　廉売対象商品を供給しなければ発生しない費用（「可変的性質を持つ費用」）を下回る価格は「供給に要する費用を著しく下回る対価」であると推定される。
- ○　「可変的性質を持つ費用」は、廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用（変動費など）か、廉売対象商品の供給と密接な関係を有する費用（仕入れに付随する諸経費など）かという観点から判断される。

(3) 「継続して」の考え方

- ○　毎週末等の日を定めて行う廉売であっても、需要者の購買状況によっては「継続して」供給しているとみることができる場合がある。

(4) 「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」の考え方

①　次の事項等を総合的に考慮して判断する。

- ○　他の事業者の実際の状況
- ○　廉売行為者の事業の規模及び態様
- ○　廉売対象商品の数量・廉売期間
- ○　広告宣伝の状況
- ○　廉売対象商品の特性
- ○　廉売行為者の意図・目的

②　需給関係から廉売対象商品の販売価格が低落している場合において、商品や原材料の市況に対応して低い価格を設定したときなど、廉売を正当化する特段の事情があれば、不当廉売に該当しない。

「酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について」の概要

１　酒類の取引実態を踏まえた不当廉売の考え方の明確化

(1)「供給に要する費用を著しく下回る対価」の考え方

○　大規模小売業者が設置した物流センターの使用料（センターフィー）は、特段の事情がない限り、酒類卸売業者の「可変的性質を持つ費用」であると推定される。

○　実質的仕入価格の判断において、次のものは、仕入価格の引下げ(値引き等)として考慮しない。

・　仕入れの際に添付される他の商品(食料品、廉売対象商品以外の酒類等)

・　年度末等に事後的に額が判明するリベート

・　メーカー又は卸売業者によって広告費や販売活動の補助として供与されるチラシ協賛金、出店協賛金、販売員等

○　ポイントの提供は、利用する消費者の割合、提供条件、利用条件といった要素を勘案し、値引きと同等の機能を有すると認められる場合は「対価」の実質的な値引きと判断される。

(2)「継続して」の考え方

○　週末ごとに行う廉売や、対象となる銘柄が期間により異なる廉売であっても、「継続して」販売しているとみることができる。

(3)「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」の考え方

①　次の事項を総合的に考慮して判断する。

○　廉売行為者の事業の規模及び態様（事業規模の大きさ、多店舗展開の状況、総合量販店であるか等）

○　廉売対象商品の数量・廉売期間（廉売対象となっている酒類の品目数、販売数量、箱売り等の販売単位等）

○　広告宣伝の状況（新聞折込広告で広範囲に広告しているか等）

○　廉売対象商品の特性（廉売対象となっている酒類の銘柄等）

○　廉売行為者の意図・目的

○　周辺の酒類販売業者の状況（事業規模の大きさ、事業に占める廉売対象商品の販売割合、廉売行為者と周辺の酒類販売業者との販売価格差の程度、他の廉売業者の有無、廉売対象商品の売上高の減少の程度等）

②　ビールについては、酒類販売において売上高に占める割合が大きいことから、大規模な事業者が実質的仕入価格を下回る価格で継続して販売する場合や、実質的仕入価格を下回る価格での販売を繰り返し実施する場合には、特段の事情がない限り、周辺の酒類販売業者の事業活動に対する影響は大きいと考えられる。

(4)「その他不当に低い対価で供給」の考え方

可変的性質を持つ費用以上の価格（総販売原価を下回ることが前提）で販売する場合や、可変的性質を持つ費用を下回る価格で短期間販売する場合についても、周辺の酒類販売業者の事業活動を困難にさせるおそれが生じ、公正な競争秩序に悪影響を与えるときは、不当廉売として規制される。

２　不当廉売に関する公正取引委員会の対応

(1) 申告事案に対する迅速処理

申告のあった事案に関しては、処理結果を通知するまでの目標処理期間を原則２か月以内として、迅速に処理する。

(2) 不当廉売事案に対する厳正な対処

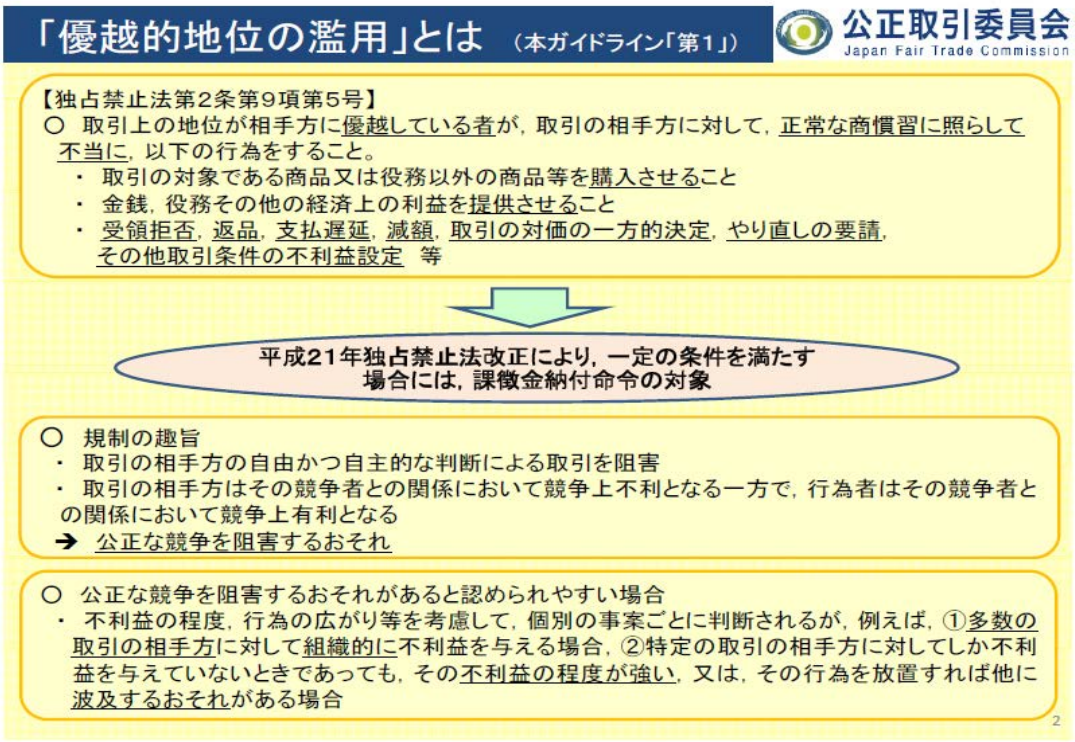
大規模な事業者による不当廉売事案又は繰り返し行われている不当廉売事案で、周辺の酒類販売業者に対する影響が大きいと考えられるものについては、周辺の酒類販売業者の事業活動への影響等について個別に調査を行い、問題のみられる事案については排除措置命令や警告に至らない場合であっても責任者を招致するなどした上で、文書で注意を行うなど、厳正に対処する。

(3) 価格動向のフォローアップ

警告、注意等を行った事業者に対しては、再発防止、違反行為の未然防止等の観点から、その後の価格動向について情報収集を行う。

(5) 優越的地位の濫用についての公正取引委員会の考え方

公正取引委員会は、平成 21 年６月の独占禁止法の改正により、優越的地位の濫用が課徴金納付命令の対象となったことから、優越的地位の濫用規制の考え方を明確化すること等により、法運用の透明性を一層確保し、事業者の予見可能性をより向上させるため、平成 22 年 11 月 30 日付で「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」を策定しました。



出典：公正取引委員会ホームページ（http://www.jftc.go.jp）

２ 不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）

(1) 法律の趣旨等

不当な顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為を制限又は禁止することにより、一般消費者の利益を保護することを目的としています。内容は、大きく分けて「景品類の制限及び禁止」と「不当な表示の禁止」の２つです。

(2) 景品類の制限及び禁止（法第３条関係）

不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため、必要と認められる場合には、内閣総理大臣が景品類の価額の最高額、総額、種類、提供の方法等について制限し、又は景品類の提供を禁止できることとされています。一般的なものは次のとおりです。

イ　一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限（昭和 52 年公正取引委員会告示第５号）

〔概要〕

○　総付景品の最高額の制限

（取引価額）		（景品類の最高額）
1,000 円未満	→	200 円
1,000 円以上	→	取引価額の２/10

※　総付景品とは、懸賞により提供されるものではなく、商品の購入者、店舗への入店者等全員に対して提供されるものをいいます。

ロ　懸賞による景品類の提供に関する事項の制限（昭和 52 年公正取引委員会告示第３号）

〔概要〕

○　一般懸賞による景品類の最高額及び総額の制限

取引の価額	①景品の最高額	②景品の総額
5,000 円未満	取引価額の 20 倍	懸　賞　に　係　る
5,000 円以上	10 万円	売上予定総額の２％

※　①及び②両方の限度内でなければなりません。

○　共同懸賞による景品類の最高額及び総額の制限

①景品の最高額	②景品の総額
取引価額にかかわらず 30 万円	懸賞に係る売上予定総額の３％

※　①及び②両方の限度内でなければなりません。

共同懸賞とは、次のような場合で、事業者が共同して景品類を提供するものをいいます。

- 一定の地域の小売業者等の相当多数が共同して行う場合
- 商店街等で相当多数の商店等が共同して行うもので、中元、年末等の時期に、年３回、年間通算して 70 日間を限度として行う場合
- 一定の地域の一定の種類の事業を行う事業者が相当多数共同して行う場合

(3) 不当な表示の禁止（法第４条関係）

①商品又は役務の品質、規格その他の内容が、実際のもの又は他の事業者の類似のものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認される表示（優良誤認表示）、②商品又は役務の価格その他の取引条件が実際のもの又は他の事業者の類似のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示（有利誤認表示）、及び③商品又は役務の取引に関する事項について、一般消費者に誤認されるおそれがある表示であって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認めて内閣総理大臣が指定する表示を禁止しています。

③については次の表示が定められています。

イ　「無果汁の清涼飲料水等についての表示」（昭和 48 年公正取引委員会告示第４号）

ロ　「商品の原産国に関する不当な表示」（昭和 48 年公正取引委員会告示第 34 号）

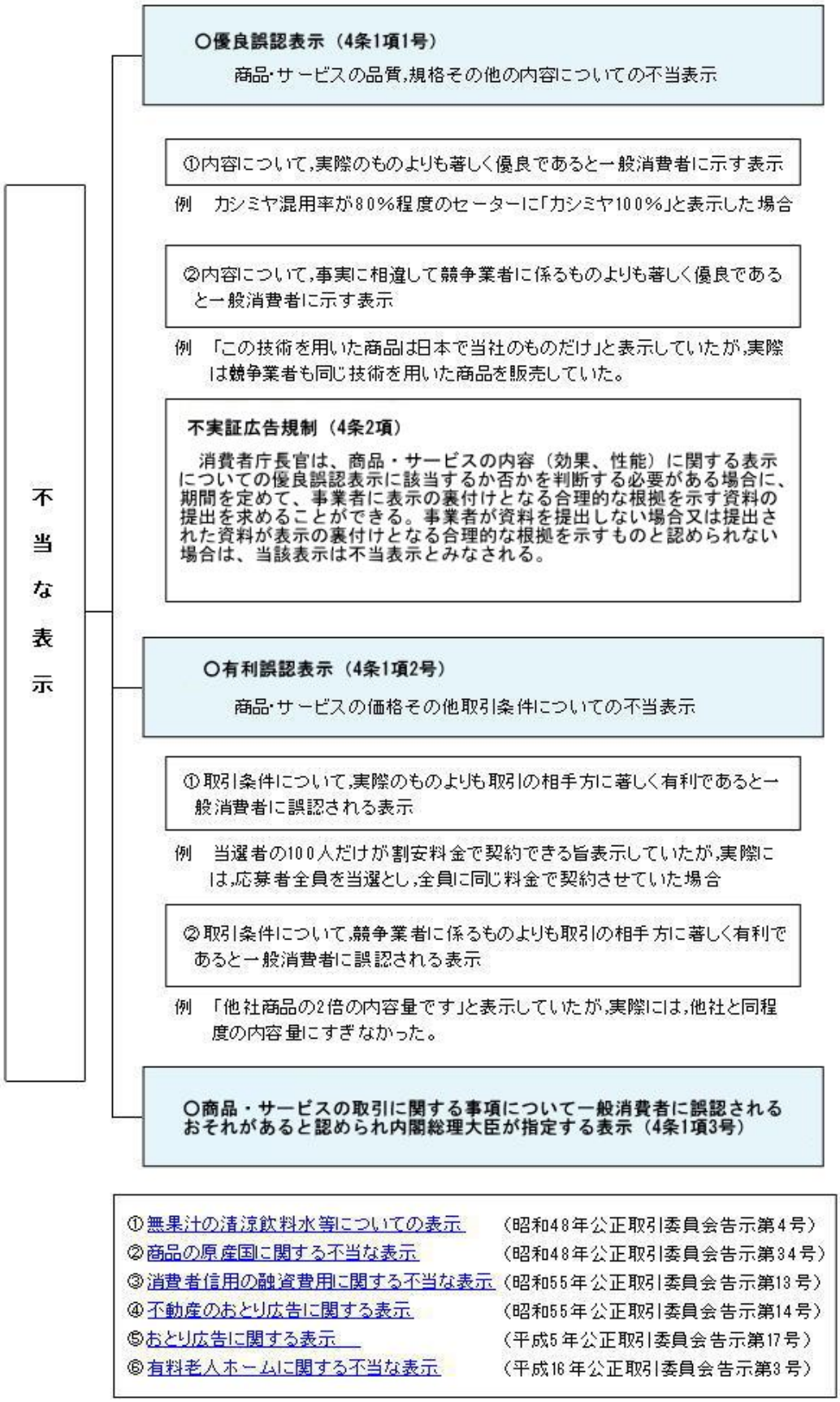
ハ　「消費者信用の融資費用に関する不当な表示」（昭和 55 年公正取引委員会告示第 13 号）

ニ　「不動産のおとり広告に関する表示」（昭和 55 年公正取引委員会告示第 14 号）

ホ　「おとり広告に関する表示」（平成５年公正取引委員会告示第 17 号）

ヘ　「有料老人ホームに関する不当な表示」（平成 16 年公正取引委員会告示第３号）

《参考》景品表示法による表示規制の概要



出典：消費者庁ホームページ（http://www.caa.go.jp）

《参考》景品表示法の改正

景品表示法については、平成 26 年６月に改正法が成立・公布され、改正事項のうち、課徴金制度の整備についての検討及び必要な措置については、平成 26 年７月より施行されました（その他の規定については、平成 26 年 12 月より施行）。これを受け、課徴金制度の導入に関する改正法が平成 26 年 11 月に成立・公布されています（平成 28 年４月１日施行）。

○　平成 26 年６月改正内容

１　事業者に表示等の管理上の措置を講じるよう義務付け
２　消費者団体への情報提供、関係者相互の密接な連携の確保
３　国・地方の行政機関による監視指導態勢の強化
４　課徴金制度の導入の検討
５　その他所要の改正

○　平成 26 年 11 月改正内容

１　不当表示を行った事業者に対する課徴金制度の導入
２　自主申告による課徴金額の減額
３　所定の手続に沿った自主返金の実施による課徴金額の減額等
４　その他所要の改正

(4) 酒類小売業における公正競争規約

公正競争規約とは、景品表示法第 11 条の規定により、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けて、景品の提供や広告・表示の内容などに関して、事業者又は事業者団体が自主的に定める業界のルールです。

酒類小売業においては、酒類の取引について行う表示に関して、「酒類小売業における酒類の表示に関する公正競争規約」（昭和 55 年公正取引委員会告示第７号）が定められており、全国小売酒販組合中央会が規約の実施機関となっています。

酒類小売業における酒類の表示に関する公正競争規約（概要）

１　必要な表示事項

(1) 店舗に関する表示事項

店舗（免許者）の名称、店舗の所在地、営業時間及び休日、未成年者及び自動車運転者の飲酒禁止

(2) 陳列酒類に関する表示事項

酒類の種類（品目別）、販売価格

(3) 酒類自動販売機

自販機による販売停止時間、自販機の管理責任者等、未成年者及び自動車運転者の飲酒禁止

２　比較表示

実売価格に他の価格を比較対照するとき（単に値引率又は値引額を表示するときを含む。）は、自店通常価格以外の価格を比較対照してはならない。

※　「自店通常価格」とは、その酒類について表示しようとするとき以前３か月間のうち、大部分の期間に実際に販売されていた価格とされています。

３　不当表示の禁止

次のような表示は禁止されています。

①　酒類の品位を傷つけ、又はそのおそれがある表示
②　過度の廉売を連想させ不当に顧客を誘引するおそれがある表示
③　虚偽又は誇大に類する表示
④　他の事業者等を中傷し、又はひぼうする表示
⑤　過大な懸賞、賞品、景品等の射幸心をあおる表示
⑥　現品付販売に係る表示
⑦　その他、消費者に酒類の種類(品目)、品質等を誤認されるおそれがある表示

４　不参加事業者に対する措置

公正競争規約で定められたルールは、規約に参加していない事業者には適用されませんが、規約の実施機関である全国小売酒販組合中央会は、不参加事業者による行為が規約の円滑な実施に支障をきたすと認めるときは、その旨を消費者庁に報告する等の措置をとることができます。

※　酒類小売業についての景品類の提供の制限に関する公正競争規約は定められていません。

３ 酒類市場の公正な競争に関する国税庁の考え方

(1) 国税庁では、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、その特殊性に鑑み、「酒類の公正な取引に関する基準」（平成 29 年３月 31 日）を制定・公表しております。同基準では、公正な取引の基準や公正取引委員会との連携方法等について、以下のような考え方を明らかにしています。

「酒類の公正な取引に関する基準」の概要

１　公正な取引の基準

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。

①　正当な理由なく、酒類を総販売原価（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を行うこと

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行うこと

２　売上原価の算定方法

①　製造した酒類　　酒類の製造原価の額

②　仕入れた酒類　　酒類の仕入価格（その付随費用を含む）－　値引き額

③　リベートの取扱い　　次のいずれにも該当するものに限り、仕入に係る値引きとみなし、仕入価格から控除する。

イ．基準が明確に定められており、取引の当事者間において事前に共有されているもの

ロ．酒類の仕入と密接に関連するもの

３　費用配賦の方法

酒類事業と他の事業に共通する経費がある場合には、合理的な方法により各事業に配賦する。

４　販売価格の算定方法

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。

５　指示

国税庁長官は、公正な取引の基準に違反する行為があると認める場合において指示するときは、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。

６　命令

前記５の規定は、国税庁長官が、命令をする場合に準用する。

７　質問検査権

国税庁長官は、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。

８　公正取引委員会との連携

国税庁長官は、①公正な取引の基準に違反する事実があると思慮され、公正取引委員会から、その事実の報告を受ける時②不公正な取引に該当する事実があると思慮し、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。

(2) 前記(1)の他、国税庁では、人口減少・高齢化社会などによる経営環境の変化や酒類小売業の多様化などによる適正な販売管理や公正取引の確保など、酒類業の健全な発達に向けた課題を受け、「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）を制定・公表しています。同指針では、近年の酒類市場に即した公正な取引の在り方や公正取引委員会との連携方法等について、以下のような考え方を明らかにしています。

「酒類に関する公正な取引のための指針」の概要

第１　酒類に関する公正な取引の在り方

１　合理的な価格の設定

①　価格に関しては、公正な取引の基準を遵守していない行為を行ってはならないこととしている。

②　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。

③　合理性を欠く価格設定については改善していくべき。

④　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。

⑤　的確な需給見通しに基づき、適正生産を行うべき。

２　取引先等の公正な取扱い

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であり、改善していくべき。

３　公正な取引条件の設定

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・ブランド商品の発注後の受領拒否、従業員等の派遣、不透明又は過大な協賛金やセンターフィー、カタログ製作費の負担等の要求を一方的に行う場合、若しく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又はコスト上昇分の価格転嫁の必要性を背景とした取引条件の見直しの申し入れ等を一方的に拒否する場合は、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がある。したがって、こうした不利益な取り扱いは改善していくべき。

４　透明かつ合理的なリベート類

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り、リベート類を支払う業者が、自主基準を策定することは有効である。

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

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業者に対し重点的に調査を実施

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

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よう啓発

２　取引基準との関係

取引状況等実態調査を実施した結果、第１の「酒類に関する公正な取引の在り方」に則していないと認められる取引を把握した場合には、改善指導を実施する。

さらに、当該取引が公正な取引の基準を遵守していないと思料される場合には、所要の調査を実施する。当該調査の結果、公正な取引の基準を遵守していないと認められる場合には、指示を検討する。

３　独占禁止法違反等への対応

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する。

４　質問検査権

取引状況等実態調査の実施に関し、酒類業者（調査対象者以外の酒類業者を含む。）及びその事業に関して関係のある事業者に対して、必要な事項について報告を求めるなど、適切に対応する。

５　公正取引委員会との連携等

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・情報共有

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

【参考１】酒類の公正な取引に関する基準

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、平成二十九年六月一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）第十一条の規定に基づき告示する。

平成29年３月31日

国税庁長官　迫田　英典

（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。

⑴　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

⑵　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⑴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っては、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っては、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。

（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。

【参考２】酒類の公正な取引に関する基準の取扱いについて（法令解釈通達）

酒税の保全及び酒類業組合法等に関する法律（昭和 28 年法律第７号。以下「法」という。）第 86 条の３第１項の規定に基づく酒類の公正な取引に関する基準（平成 29 年３月国税庁告示。以下「取引基準」という。）の取扱いを別冊「酒類の公正な取引に関する基準の取扱い」のとおり定めたから、平成 29 年６月１日からこれによられたい。

（理由）
法第 86 条の３第１項の規定に基づく取引基準の制定に伴い、その取扱いの明確化を図るため。

別冊

酒類の公正な取引に関する基準の取扱い

１　取引基準２（公正な取引の基準）について

⑴　酒類製造業者又は酒類販売業者（以下「酒類業者」という。）は、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（以下「総販売原価」という。）を下回る価格で継続して販売すること、及び、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のいずれにも該当する行為を行ってはならない。

なお、①及び②のいずれか一方の行為のみでは取引基準２に違反することにはならないが、この場合であっても、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で酒類を販売することや、取引先に対して合理的な理由なくその取引価格等について、差別的な取扱いをすること等は、「酒類に関する公正な取引のための指針（平成 18 年８月）」に則していない取引に該当する。

⑵　総販売原価のうち、酒類に係る販売費及び一般管理費の額については、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。ただし、取り扱う酒類の銘柄等ごとで販売に要する費用の額が著しく異なる場合を除き、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など、合理的な方法を用いていると認められる場合には、これを酒類に係る販売費及び一般管理費の額として差し支えない。

⑶　酒類を総販売原価を下回る価格で販売する場合における「正当な理由」に関し、例えば、次に掲げる酒類について、通常の価格では販売することが困難であると認められる場合であって、相応の低い価格を設定せざるを得ず、結果として総販売原価を下回る価格で販売する場合には「正当な理由」があると認められる。

イ　季節限定商品などで通常その販売が見込まれる時期を過ぎたもの
ロ　賞味期限までの期間が短いもの
ハ　ラベルや容器等に損傷等があるもの　等

⑷　「継続して販売する」とは、相当期間にわたって繰り返して販売することをいい、毎日継続して販売することや酒類について同一の銘柄等を販売することを必ずしも要しない。

なお、毎週・毎月又は隔週・隔月で、週末や特定の日等に限って、商品・銘柄等を変えて販売する場合であっても、これを一連の販売行為としてとらえ、当該販売行為が繰り返して行われていると認められる場合は、「継続して販売する」に該当する。

⑸　「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」かどうかについては、次の事項を総合的に考慮して判定するものとする。

イ　酒類の総販売原価割れ販売（以下「廉売」という。）を行っている酒類業者（以下この項において「廉売業者」という。）の酒類の公正取引に係る過去の改善指導の状況及びその後の具体的な改善状況等

ロ　廉売業者の酒類事業の規模（酒類の販売数量、売上高、販売地域におけるシェアなど）

（注）「酒類事業の規模」は、廉売業者の商圏に応じて、都道府県や市区町村又は税務署管轄区域などの単位で判断する。

ハ　廉売業者の廉売の態様（総販売原価割れの程度の大きさ、廉売の数量の多寡、廉売の期間の長さ、廉売の頻度、廉売の対象銘柄数の多寡、当該廉売業者における廉売対象酒類の通常の販売価格との価格差、廉売商品の特性など）

ニ　廉売商品を目玉商品（おとり商品）とした広告の展開状況（チラシや電子メール等による広告の配布・配信件数など）

ホ　廉売業者の酒類事業に対する廉売の影響（酒類事業又は廉売対象若しくはこれに類する酒類の売上高の減少や利益率の低下など）

ヘ　周辺の酒類業者の酒類事業に対する廉売の影響（周辺の酒類業者の酒類事業又は廉売対象若しくはこれに類する酒類の売上高の減少や利益率の低下、酒類の販売数量の減少、販売地域におけるシェアの低下、廉売業者の行った廉売に対抗するために周辺の酒類業者が行う廉売の状況など）

（注）「周辺の酒類業者」とは、廉売業者の商圏に応じて、都道府県や市区町村又は税務署管轄区域などの単位で域内の酒類業者（製造・卸・小売を問わない。）のうち、廉売の影響を受けていると考えられる酒類業者をいう。なお、必要に応じて、廉売業者の販売場の態様（都心型か郊外型か）、販売の態様（店頭販売のみか通信販売を行っているか又は業務用販売か家庭向け販売か）、チラシ広告の配布地域などを考慮して、廉売の影響を判断する。

２　取引基準３及び取引基準４（売上原価の算定方法）について

⑴　酒類の売上原価の額は、酒類の銘柄等の製造又は仕入れごとに算定するものとし、酒類業者が取り扱う酒類全て又はビールや発泡酒といった酒類の品目ごとに合算して算定しないものとする。

⑵　酒類製造業者又は酒類卸売業者が酒類業者に支払うリベートは、酒類の売上原価の額の算定に当たり、原則として次の要件を全て満たすリベートに限り、当該酒類の仕入れに係る値引きとみなすものとする。

イ　リベートに関する基準が明確に定められていること

ロ　当該基準が取引の相手方に事前に示されていること

（注）「当該基準が取引の相手方に事前に示されていること」とは、当該基準の内容が取引の相手方に対して、実際の販売に先立って書面等で示される必要があるほか、当該取引の相手方を対象とするリベートについては、その全体像が示される必要がある。

ハ　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

⑶　⑵に照らして、リベートのうち、次のようなものについては、酒類業者の実質的仕入価格の判断において、当該酒類の仕入れに係る値引きとはみなさない。

イ　年度末等に事後的に額が判明するリベート

（注）事後的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等から当該リベ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、仕入れに係る値引きとみなして差し支えない。

ロ　裁量的に支払われるリベート

ハ　酒類の仕入れの際に添付される他の商品（食料品、仕入れに係る酒類以外の酒類等）

ニ　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、出店協賛金等

ホ　取引の一方の当事者の認識がないまま取引の当事者以外の者から他方の当事者に支払われるもの

3　取引基準５（費用配賦の方法）について

⑴　酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に係る「当該酒類業者が選択した合理的な配賦方法」とは、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場合における当該配賦方法をいう。

なお、当該酒類業者が通常用いる会計処理の方法と異なる方法による場合であっても、その理由に合理性がある場合には、その配賦方法を用いることとして差し支えない（(2)において同じ。）。

⑵　複数の酒類の銘柄等に共通する費用（これらの酒類に係る広告宣伝費、倉庫費、センターフィー、運送費や本社部門の人件費や通信費など）である販売費及び一般管理費等については、酒類の銘柄等ごとの売上高比や仕入高比、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により配賦を行った上で、それぞれの酒類の総販売原価を算定する。

⑶　研究開発費や酒類製造業者が料理飲食店に支払う契約料など、一括して計上される費用については、酒類業者が事業の実情に即して合理的な期間において当該費用を回収することとしていると認められる場合には、当該期間にわたって費用の配賦を行った上で、総販売原価を算定する。

4　取引基準６（販売価格の算定方法）について

酒類業者が、酒類の販売につき行う値引きに類する行為とは、販売価格の実質的な値引きと判断される行為をいう。

（例）

酒類小売業者が、酒類を販売する際に、販売価格の一部又は全部の減額に充当できるポイント等を提供する場合であって、当該ポイント等の提供が値引きと同等の機能を有すると認められる場合における当該ポイント等の提供

なお、当該ポイント等の提供が値引きと同等の機能を有するかどうかについては、①ポイント等を利用する消費者の割合、②ポイント等の提供条件（購入額の多寡に関わらず提供されるものか、一定金額の購入を条件として提供されるものか等）、③ポイント等の利用条件（ポイント等が利用可能となるタイミング、ポイント等の有効期限、利用に当たっての最低ポイント等数の設定の有無等）といった要素を勘案し判断される。

5　取引基準７（指示）について

⑴　法第 86 条の３第４項に規定する「公正な取引の基準を遵守すべき旨の指示」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ものとする。

⑵　指示に従わない酒類業者について、法第 86 条の３第５項の規定に基づき公表を行う場合は、問題取引の内容及びこれに対する指示の内容について、可能な限り具体的に公表することとし、他の酒類業者において同様の取引が行われないよう注意を促すものとする。

6　取引基準８（命令）について

⑴　法第 86 条の４に規定する「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」とは、酒類業者が、総販売原価を著しく下回る価格で継続して販売し、自己又は他の酒類業者の酒類事業の収支が悪化するなど、その経営内容に悪影響が生じている事実が客観的に認められ、当該事態が継続すれば、将来的に酒類の円滑な取引の運行が阻害され、ひいては酒税の保全に影響を及ぼすおそれが大きいと認めるときをいう。

⑵　５⑴は、法第 86 条の４の規定による命令をする場合において準用する。

7　取引基準９（質問検査権）について

法第 91 条に規定する「酒類製造業者」又は「酒類販売業者」には、調査対象である酒類業者のほか当該対象者以外の酒類業者が、「その事業に関して関係のある事業者」には、当該酒類業者の持株会社や取引のある金融機関、運送業者、料理飲食店などが含まれる。

なお、取引基準２に規定する「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」かどうかを判断するために同条の質問検査権を行使する場合は、その判断のために必要な限度において行うものとする。

8　取引基準 10（公正取引委員会との連携）について

⑴　法第 94 条第３項の規定により、公正取引委員会から報告を受ける場合は、問題取引に係る事実認定の内容等について、公正取引委員会と十分な情報共有と協議を行った上で、適当な措置を講ずるものとする。

⑵　法第 94 条第４項の規定により、公正取引委員会に報告する場合は、問題取引に係る事実認定の内容等について、公正取引委員会と十分な情報共有と協議を行った上で、適当な措置を講ずることを求めるものとする。

【参考３】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
（平成 29 年３月 31 日改定）

（はじめに）

近年の酒類市場は、人口減少・高齢化社会の到来、健康や安全性に対する国民の意識の高まり、生活様式の多様化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意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、「酒類に関する公正な取引のための指針（平成 18 年８月）」（以下「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廉売、差別対価等への対応について（平成 21 年 11 月）」等の周知・啓発を図ってきた。さらに、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、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、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。

こうした状況の下、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図るため、平成 28 年法律第 57 号により、「酒税法」（昭和 28 年法律第６号）及び「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。）が改正された。

また、改正された酒類業組合法に基づき、「酒類の公正な取引に関する基準（平成 29 年国税庁告示。以下「取引基準」という。）」を定めた。

こうしたことから、国税庁は、酒類業組合法第８６条の３《公正な取引の基準》第４項及び第８６条の４《公正な取引の基準に関する命令》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等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、全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、必ずしも取引基準第２項《公正

な取引の基準》に違反する行為や、「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。）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、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、酒類事業に与える影響、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、取引基準違反に該当するかどうかは国税庁、独占禁止法上の不公正な取引方法に該当するかどうかは公正取引委員会において、それぞれ判断されるものである。

１　合理的な価格の設定

①　酒類の価格に関しては、取引基準において、⑴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、⑵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、のいずれにも該当する行為を行ってはならないこととしている。

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こと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、酒類は財政上重要な物品であり、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。

酒類の合理的な価格設定は、酒類に関する公正な取引の在り方の根幹をなすものであり、取引基準に違反する行為には該当しない場合であっても、合理性を欠く価格設定については改善していく必要がある。

②　酒類は国の財政上重要な物品であること、致酔性・習慣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っても来店客数、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、酒税の適正な転嫁の観点や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。

（注）　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と考えられ、そのような取扱いについては改善していくべきである。

３　公正な取引条件の設定

① 大きな販売力を有する百貨店、スーパーマーケット、ホームセンター、ドラッグストア、料理飲食店等（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・ブランド商品の発注後の受領拒否、中元・歳暮などの押し付け販売、従業員等の派遣、不透明又は過大な協賛金やセンターフィー、カタログ製作費等の負担、自己が負担すべき費用のつけ回し、多頻度小口配送等の要求を一方的に行う場合、若しく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、又はコスト上昇分の価格転嫁の必要性を背景とした取引条件の見直しの申入れ等を一方的に拒否する場合には、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。したがって、こうした不利益な取扱いについては、改善していくべきである。

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。したがって、製造業者等はこうした不当な影響が生じないように十分に配慮する必要がある。

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応じ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、それらが取引の当事者間において事前に共有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等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。例えば、支払基準が事前に明確に示されていないもの、取引の一方の当事者の認識がないまま取引の当事者以外の者から他方の当事者に支払われるもの、支払基準が著しく累進的であり取引先の公正な取扱いとならないものなどは、透明性及び合理性を欠くリベート類に該当する。

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が、リベート類を支払う酒類業者が、こうした点を踏まえた自主基準を策定することは、酒類の公正な取引環境の整備を進める観点から有効である。

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

⑴　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認めら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８６条の３に基づく酒類の公正な取引に関する基準の内容を含む酒類に関する公正な取引の在り方が遵守されている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。

⑵　フォローアップ調査の実施

個別に改善指導等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。

⑶　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事績については、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　取引基準との関係

取引状況等実態調査を実施した結果、第１の「酒類に関する公正な取引の在り方」に則していないと認められる取引を把握した場合には、改善指導を実施する。

さらに、当該取引が取引基準を遵守していないと思料される場合には、「酒類の公正な取引に関する基準の取扱いについて（法令解釈通達）」を踏まえ、所要の調査を実施する。

当該調査の結果、取引基準を遵守していないと認められる場合には、酒類業組合法第８６条の３《公正な取引の基準》第４項の規定に基づく指示を検討するものとする。

３　独占禁止法違反等への対応

⑴　国税局長による公正取引委員会への報告

国税局（沖縄国税事務所を含む。以下同じ。）の長は、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。以下同じ。）に対し、酒類業組合法第９４条《公正取引委員会との関係》第４項の規定に基づく報告を行い、適当な措置をとるべきことを求める。

⑵　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、又は取引基準を遵守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、「独占禁止法の不当廉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、同法第４５条《違反事実の報告･探知》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係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、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。

⑶　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的確に指導するほか、取引基準を遵守していないと認められるときは、酒類業組合法第８６条の３《公正な取引の基準》第４項の規定に基づく指示を行うなど適切に対応する。

４　質問検査権

取引状況等実態調査の実施に関し、酒類業者（調査対象者以外の酒類業者を含む。）及び当該酒類業者の持株会社や取引のある金融機関、運送業者、料理飲食店など、その事業に関して関係のある事業者に対して、酒類業組合法第９１条《質問検査権》の規定に基づき、必要な事項について報告を求めるなど、適切に対応する。

５　公正取引委員会との連携等

国税庁は、公正取引委員会とあらゆる機会を通じて、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・情報共有を行う。

また、国税局と公正取引委員会においては、それぞれ連絡担当者を設け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、公正取引委員会との連携強化及び取引状況等実態調査の充実を図る。

【参考４】取引実態調査の実施状況

平成27事務年度分（平成27年７月～平成28年６月）

１　調査・指導の目的

国税庁では、酒類の公正な取引環境を整備するため、平成４事務年度（平成４年７月～平成５年６月）から酒類の取引状況等実態調査（以下「調査」といいます。）を実施しています。

この調査により、「酒類に関する公正な取引のための指針」（以下「指針」といいます。）に則していない取引が認められた場合には合理的な価格設定や公正な取引条件の設定等を行うよう改善指導するなどして、公正取引の確保に向けた酒類業者の自主的な取組を促しています。

（注）「指針」は国税庁ホームページ（以下のホームページアドレス）に掲載しています。

ホームページアドレス　http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/koseitorihiki/jimu-unei060831/index.htm

２　調査の概要

(1) 調査の実施状況

平成27事務年度（平成27年７月～平成28年６月）においては、約20万場の酒類販売場等のうち、チラシ広告などの情報から「指針」に則していない取引があると考えられた酒類販売場等に対して、取引等の実態を把握するための調査（以下「一般調査」といいます。）を1,429場に対して実施しました。

また、過去に一般調査により改善を指導した酒類販売場等のうち、特に再度改善状況を確認する必要があると考えられた酒類販売場等に対する調査（以下「フォローアップ調査」といいます。）を56場に対して実施しました。

なお、いずれの調査においても、市場に大きな影響を与える取引を行っていると認められる酒類業者を優先的に選定しました。

このほか、調査を実施した酒類販売場等のうち、独占禁止法（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律）の規定に違反する事実があると思料された取引等については、同法第45条第１項に基づき、公正取引委員会に対して報告を行いました。

調査の実施場数等は表１及び表２のとおりです。

表１　平成27事務年度の実施場数等

	一般調査	フォローアップ調査	合　　計	報告件数
調査場数	1,429　場	56　場	1,485　場	3　件

表２　一般調査実施場数の推移　（場）

	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	平成 27 事務年度
調査場数	1,563	1,711	1,352	1,458	1,429

(2) 調査結果

イ　一般調査

一般調査の結果、「指針」に示された公正なルールに則していない取引が多数認められました。

取引上の主な問題は、総販売原価（仕入価格（又は製造原価）に販売費・一般管理費等を加えたもの）を下回る価格で販売するなど「合理的な価格の設定をしていないと認められたもの」であり、1,429場中1,406場において認められました。

その他、特定の取引先に対してのみ合理的な理由なく差別的な取扱いをするなど「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」が60場、取引上優位にある者が取引先に対して一方的な要求を行うなど「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」が５場、支払基準が不明確なリベートを支払うなど「リベート類の提供が透明かつ合理的でないと認められたもの」が70場認められました。

これら「指針」のルールに則していない取引を行っていた酒類業者に対しては、「指針」の趣旨を説明し、「指針」のルールに則した取引を行うよう改善指導を行いました。

一般調査の実施状況は表３のとおりです。

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			
	場	場	場	場	場	場	場
小売業者	1,284	1,269	1,268	355	0	5	1
卸売業者	109	108	108	38	37	0	43
製造業者	36	36	30	16	23	0	26
合　計	1,429	1,413	1,406	409	60	5	70

（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。

なお、「指針」に示された公正なルールに則していない主な事例は、別紙のとおりです。

ロ　フォローアップ調査

フォローアップ調査の結果、56場全ての調査場において問題取引の改善が認められました。

なお、フォローアップ調査においても、「指針」のルールに則していない取引が認められた酒類業者に対しては、「指針」のルールに則した取引を行うよう改めて改善指導を行うとともに、その後の改善状況の確認を行うこととしております。

フォローアップ調査の実施状況は表４のとおりです。

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 (b)	割合 (b/a)	指摘事項に改善が認められなかったもの (c)	割合 (c/a)
	場	場	%	場	%
小売業者	32	32	100.0	0	0.0
卸売業者	6	6	100.0	0	0.0
製造業者	18	18	100.0	0	0.0
合　計	56	56	100.0	0	0.0

（別紙）

「指針」に示された公正なルールに則していない主な事例

「指針」のルール1　合理的な価格の設定

酒類の価格は、一般的には仕入価格（製造原価）＋販売費・一般管理費等＋利潤になるはずであり、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。

国の重要な財政物資であること、致酔性・依存性を有すること等、酒類の特殊性に鑑みれば、顧客誘引を目的とした「おとり商品」としての使用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、他の商品の販売による利益やその他の資金を投入しなければ設定できないような低価格を継続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、他の商品に比べて弊害が大きいと考えられるため、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。

今後、数量ベースでの国内市場の拡大は困難であり、著しい供給過剰は取引の安定を阻害するおそれがあることから、全事業者が適正生産を行うことが必要である。

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。

【「指針」のルール１に則していない事例に対する指導事項等】

総販売原価(注)を下回る価格で販売を継続する場合には、当該事業者において将来にわたって健全な経営を維持することが困難となるおそれがあることから、指針に沿った合理的な価格設定を行うよう改善指導した。

（注）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。

（卸売業者）

１　Ａ社は、対象酒類の仕入と密接に関連しない受取リベートを加味して価格設定していたため、ビール系飲料、連続式蒸留しょうちゅう及び清酒の一部について、仕入価格を下回る価格（例えば、ビールの一部商品については、１パック（350ml×６本）当たり仕入価格を14.19円（仕入価格の1.5%）下回る価格）で販売していた。

２　Ａ社は、取引先に対して、新商品（ビール）を導入させるため、１ケース（350ml×24本）当たり仕入価格を346.16円（仕入価格の9.1%）下回る価格で販売していた。

（小売業者）

３　Ａ社は、ビール系飲料をケース売りする際に、同じ銘柄が梱包されている、ケース甲（バラ２４本入り）とケース乙（６缶パック×４）を同じ値段に設定していたが、仕入価格に差異があり、ケース甲について、仕入価格を下回る価格での販売となっていた。

「指針」のルール２　取引先等の公正な取扱い

酒類の価格差は、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り、合理的な理由なく取引先又は販売地域によって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等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、価格形成を歪める大きな一因となる。

【「指針」のルール２に則していない事例に対する指導事項等】

取引先によって取引条件に差異を設ける場合には、合理的な理由に基づくものとするよう改善指導した。

（製造業者）

１　Ａ社は、年間の取引数量に応じた達成謝礼金を支出していたが、取引の維持を図るため、特定の取引先に対してのみ、本社と支社と重複して達成謝礼の契約を結んでおり、合理的な理由なく差別的な取扱いを行っていた。

２　Ａ社は、取引の維持を図るため、合理的な理由なく、特定の取引先に対してのみ、10ケースあたり1ケースの現品供与を行っていた。

（卸売業者）

３　Ａ社は、取引先（フランチャイズ加盟店）に対し、直接取引（フランチャイズ本部を介さない取引）に係る協力金を支出していたが、その支払いは合理的な理由なく、特定の取引先（フランチャイズ加盟店）に限って行われているものであった。

「指針」のルール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ィー等の負担、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。

(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、流通業者間の競争を減少させ、流通業者の自由な事業活動を妨げることになるばかりでなく、消費者の商品選択を狭めるなど消費者利益を損なうこともある。

【「指針」のルール３に則していない事例に対する指導事項等】

優越的な地位にある者が、従業員等の派遣や協賛金の要求を一方的に行うことは、公正な取引条件の設定が妨げられることから、是正するよう指導した。

（小売業者）

１　Ａ社は、卸売業者に対し、春と秋に行う棚替え時に、清酒等について半値導入させた上、派遣費用を負担せず従業員の派遣を要求していた。

取引先である卸売業者は、Ａ社が主要な取引先であったため、今後の取引に与える影響等を考慮して要求を受け入れたと考えられる。

「指針」のルール４　透明かつ合理的なリベート類

リベート類には、いかなる形態であれ透明性（支払基準・支払時期等の明確化、取引先への事前開示）及び合理性（支払基準が合理的に説明し得る）が必要である。

【「指針」のルール４に則していない事例に対する指導事項等】

リベート等の透明性・合理性を確保するよう改善指導した。

（製造業者）

１　Ａ社は、取引先に対し拡売費を支払っていたが、その額は、取引数量の多寡・決済条件等の明確な支払基準が定まっておらず、透明性・合理性が認められない支出であった。

２　Ａ社は、達成謝礼金（リベート）に関する契約を交わし、達成謝礼金を支出していたが、その契約内容は、目標販売数量に満たない場合でも、支払いを補償した内容となっており、支払基準に合理性が認められない支出であった。

（卸売業者）

３　Ａ社は、特定の取引先に対して、新規店舗開店に伴う協賛金及び自社商品陳列のためにリベートを支出していたが、これらの額について支払基準が明確でなく、透明性・合理性が認められない支出であった。

４　Ａ社は、取引先と「仕入代金の割戻しに関する契約書」を交わし、仕入代金の割戻しとして支出を行っていたが、その契約内容は、割戻しの計算によるものでもなく、「仕入金額に関わらず 2,500,000 円の割戻し」となっており、支払基準に合理性が認められない支出であった。

【メ　モ】

第６節　環境関係法

この節では、環境関係法のうち、酒類販売業者が遵守すべきリサイクルに関する法令を中心に説明しています。

○ 資源有効利用促進法

酒類をレジ袋等に入れて販売する場合などは、無地の場合を除き、レジ袋等への材質識別表示が義務付けられています。

○ 容器包装リサイクル法等

利用したＰＥＴボトルやプラスチック製容器包装等の量に応じて、リサイクルする義務が課せられています。



○ 自主的な取組

酒類小売業界には、容器包装の使用の合理化や排出抑制に関する取組の促進が求められています。

1 資源の有効な利用の促進に関する法律（資源有効利用促進法）

(1) 法律の趣旨

資源有効利用促進法は、循環型社会の構築を目指して、廃棄物の発生抑制（リデュース)、部品等の再使用（リユース)、使用済物品等の原材料としての再生利用（リサイクル）を総合的に推進するための枠組みを整備するため制定されました。

(2) 事業者の責務

資源有効利用促進法により、事業者には次の事項について努めることが求められています。

イ　原材料の使用の合理化、再生資源・再生部品の利用

ロ　その事業に係る使用済物品、副産物の再生資源・再生部品としての利用の促進

(3) 再生資源の利用を促進するための表示義務

消費者による分別排出を容易にし、市町村の分別収集を促進することを目的として、飲料・酒類用のスチール缶及びアルミ缶、飲料・酒類・特定調味料（しょうゆ、食酢等）用のＰＥＴボトル、プラスチック製容器包装及び紙製容器包装については、分別回収をするための表示（いわゆる「識別表示」）が義務化されています。

これらの容器包装を製造する事業者又は利用する事業者などは、「指定表示事業者」として、主務省令に定めるところにより識別表示を行わなければならないこととされています。ただし、無地や表示不可能なものには、表示を省略することができます。

酒類小売業者も、次のような場合には「指定表示事業者」として識別表示の義務が課されますので、注意が必要です。

○　酒類の販売時に利用されるレジ袋又は酒類の販売用として使用する包装紙

→　レジ袋又は包装紙への材質識別表示

○　酒類を輸入販売する場合

→　酒類容器への材質識別表示

（注）小規模事業者であっても、容器包装リサイクル法に基づく再商品化義務（後述）と異なり、識別表示義務は免除されません。

《参考》

○　紙製容器包装及びプラスチック製容器包装の識別マーク



○　酒類業界が表示している識別マークの例



あき缶はリサイクル　　あき缶はリサイクル

2 容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律（容器包装リサイクル法）

(1) 法律の趣旨

昭和50年代から平成の初め頃にかけて、主として家庭から排出されるごみ（一般廃棄物）の量が増大し、最終処分場の処理能力のひっ迫をもたらすとともに、一般廃棄物のリサイクル率が約10%にとどまっていたことから、一般廃棄物の排出量の低減とリサイクルの推進を急がなければなりませんでした。

こうした状況から、一般廃棄物の容積の約60%を占める容器包装廃棄物の減量化を図り、廃棄物の発生をできるだけ抑えるとともに、廃棄物として排出されたものをごみにするのではなく、再利用できる資源とするために、平成７年に容器包装リサイクル法が制定されました。

(2) 消費者、市町村及び事業者の役割

容器包装リサイクル法の特徴は、従来は市町村だけが全面的に責任を担っていた容器包装廃棄物の処理を、消費者は分別して排出し、市町村が分別収集し、事業者（容器の製造事業者・容器包装を用いて中身の商品を販売する事業者）は再商品化（リサイクル）するという、３者の役割分担を決め、３者が一体となって容器包装廃棄物の削減に取り組むことを義務付けていることです。

これにより、廃棄物を減らせば経済的なメリットが、逆に廃棄物を増やせば経済的なデメリットが生じることになります。

イ　消費者の役割「分別排出」

消費者には、市町村が定める分別ルールに従ってごみを排出することが求められています。そうすることで、リサイクルしやすく、資源として再利用できる質の良い廃棄物が得られます。

また、市町村の定める容器包装廃棄物の分別収集基準に従って徹底した分別排出に努めるだけでなく、マイバッグを持参してレジ袋をもらわない、簡易包装の商品を選択する、リターナブル容器を積極的に使うなどして、ごみを出さないように努めることも求められています。

ロ　市町村の役割「分別収集」

家庭から排出される容器包装廃棄物を分別収集し、リサイクルを行う事業者に引き渡します。また、容器包装廃棄物の分別収集に関する５か年計画に基づき、地域における容器包装廃棄物の分別収集・分別排出の徹底を進めるほか、事業者・市民との連携により、地域における容器包装廃棄物の排出抑制の促進する役割を担います。

ハ　事業者の役割「リサイクル」

事業者はその事業において用いた、又は製造・輸入した量の容器包装について、リサイクルを行う義務を負います。実際には、容器包装リサイクル法に基づく指定法人にリサイクルを委託し、その費用を負担することによって義務を果たすことになります。

また、リサイクルを行うだけでなく、容器包装の薄肉化・軽量化、量り売り、レジ袋の有料化等により、容器包装廃棄物の排出抑制に努める必要があります。

(3) 事業者に対する排出抑制を促進するための措置

事業者における排出の抑制を促進するための措置として、レジ袋等の容器包装を多く用いる小売業者は、国が定める判断の基準に基づき、容器包装の使用合理化のための目標の設定、容器包装の有償化、マイバッグの配布等の排出の抑制の促進等の取組が求められています。

また、容器包装を年間50トン以上用いる多量利用事業者には、毎年取組状況等について国に報告を行うことが義務付けられています。

【小売業者・消費者にできること】

アクション１　買い物袋を持参しよう！

レジ袋は１年間に約300億枚（１人１日約１枚）が消費されていると言われています。レジ袋など容器包装廃棄物を削減するため、マイバッグやふろしきを持参して買い物に行くことを啓発し、消費者の一つの楽しみにしてみませんか。

アクション２　過剰包装を断ろう

買い物して気付くことは、ラッピングされた商品やフィルムに包まれた食品など、私たちの生活の身近にどれほど多くの容器包装があるかということです。レジ袋だけでなく、過剰に包装された商品はそれだけ容器包装ごみが多く出ることになります。私達の生活に本当に必要な容器包装は何かを考え、簡易包装化された商品や、昔ながらの包装を用いない量り売りの商品を訴求し、消費者に提案してみませんか。



(4) 再商品化義務

特定事業者には、自らが利用した特定容器及び特定包装又は自らが製造等した特定容器の量（kg）に応じて、再商品化（リサイクル）する義務が課せられています。

イ　特定事業者

対象となる事業者は次の３つに区分されており、「特定事業者」と総称されています。特定事業者に該当する場合は再商品化義務を負うこととなります。

(ｲ) 特定容器利用事業者　：　販売する商品を、特定容器に入れて販売する事業者

(ﾛ) 特定容器製造等事業者　：　特定容器の製造等を行う事業者

(ﾊ) 特定包装利用事業者　：　販売する商品を、特定包装で包んで販売する事業者

(ｲ)から(ﾊ)には、輸入事業者及び他の者に委託した者を含むこととされています。

（注）輸入事業者は、特定容器の輸入が特定容器の製造とされることから、特定容器製造等事業者に該当し、更に、当該特定容器を利用した商品を販売することから、特定容器利用事業者にも該当します。

なお、次に掲げる事業者は「小規模事業者」と称され、再商品化義務を負いません（法第２条第11項第４号）。

	会　社　・　個　人　・　組　合　等			民法第34条に規定する法人、学校法人、宗教法人等
	製造業等	卸売業	小売業・サービス業	
常時使用する従業員の数	20人以下 かつ ２億４千万円以下	５人以下 かつ ７千万円以下		20人以下 かつ ２億４千万円以下
すべての売上高の総額				

《参考》「常時使用する従業員」の解釈

「常時使用する従業員」の解釈は、中小企業基本法のものと同一となります。すなわち、事業主又は法人と雇用関係にある者で、その雇用契約の内容に常勤である旨が積極ないし消極に示されている者をいいます。

したがって、事実上業務に従事している者であっても、

(1) 事業主、法人の役員（委任契約に基づく関係となる）

(2) 臨時の従業員

は含まれません。

この場合、(2)の「臨時の従業員」については、労働基準法第21条の規定に該当する者を臨時の従業員と判断することとしています。

したがって、アルバイトであっても２か月を超えて雇用される者、杜氏であっても４か月を超えて雇用される者は、常時使用される従業員に該当することとなります。

○　労働基準法第21条の規定

1　日々雇い入れられる者（ただし、１か月を越えて引き続き使用されるに至った場合を除く。）

2　２か月以内の期間を定めて使用される者（ただし、２か月を超えて引き続き使用されるに至った場合を除く。）

3　季節的業務に４か月以内の期間を定めて使用される者（ただし、４か月を超えて引き続き使用されるに至った場合を除く。）

4　試の使用期間中の者（ただし、14日を超えて引き続き使用されるに至った場合を除く。）

ロ　特定容器及び特定包装

商品の容器及び包装であって、その商品が費消された場合やその商品と分離された場合に不要になるものは「容器包装」とされており、それらのうち、ガラス製容器、ＰＥＴボトル、紙製容器包装及びプラスチック製容器包装については「特定容器」及び「特定包装」として、再商品化義務の対象とされています。

この「容器包装」にはレジ袋や贈答用の箱（同時に購入する商品を入れるためのものとして提供されるもの）も無償・有償を問わず対象とされています。

（注）マイバッグ、かばん等は、商品を入れ又は包むものとして提供されるものでないため、再商品化義務の対象となる容器又は包装に該当しません。

ハ　再商品化義務の履行方法

次の３つの方法から選択することとされています。

(ｲ) 指定法人ルート（指定法人に再商品化を委託する方法）

特定事業者は、指定法人（公益財団法人日本容器包装リサイクル協会）に再商品化を委託する再商品化委託契約を締結し、これに基づき委託料金を支払うことで、再商品化義務を履行したものとみなされます。

(ﾛ) 自主回収ルート（自ら又は委託により自主回収する方法）

Ａ　酒類等の容器のうちビールびんや一升びん等のように自主回収される容器は、基本的に市町村に対しごみとして排出されないことから、廃棄物の減量化といった容器包装リサイクル法の基本的な目標を達成するためには大変効果的です。

容器包装リサイクル法第18条において、特定事業者は、その用いる特定容器、その製造等をする特定容器又は用いる特定包装を自ら又は他の者に委託して回収する場合に、その回収の方法が一定の回収率を達成するために適切なものである旨の主務大臣の認定（自主回収の認定）を受けることができると規定されています。

この自主回収の認定を受けると、当該認定を受けた特定容器（又は特定包装）の全てを自主回収したものとして扱われ、再商品化義務が免除されます。

Ｂ　自主回収の認定は、特定容器（又は特定包装）の種類ごと（色、素材、重量、容量、用途又は形状が異なる特定容器（又は特定包装）ごと）に、当該特定容器（又は特定包装）の回収方法が、「回収率おおむね90％」を達成するために適切なものであると認められることが必要です。

「回収率おおむね90％」には、現状の回収率が80％以上であり、その回収の方法から判断して、おおむね90％の回収率を達成するために適切なものであると認められる場合を含みます。

(ﾊ) 独自ルート（自ら又は委託により再商品化する方法）

主務大臣の認定を受けた場合に、特定事業者は再商品化義務量の全部又は一部について、自ら又は委託により再商品化する方法です。

ニ　リサイクル義務を果たさない事業者（ただ乗り事業者）等に対する罰則の強化

特定事業者であってリサイクル義務を負っているにもかかわらず、リサイクル義務をきちんと果たしていない（リサイクル費用を払っていない、過少に払っている）事業者のことを「ただ乗り事業者」といいます。

この「ただ乗り事業者」対策を強化するため、主務大臣からの命令があったにもかかわらず、リサイクル義務の履行を適切に果たさない場合の罰金が、50万円以下から100万円以下に引き上げられました（平成18年）。

このほか、容器包装多量利用事業者による排出抑制促進の違反について50万円以下の罰金が、事業者による定期報告・報告徴収の義務違反について20万円以下の罰金が新たに罰則として設けられました。

(5) 帳簿の記載義務

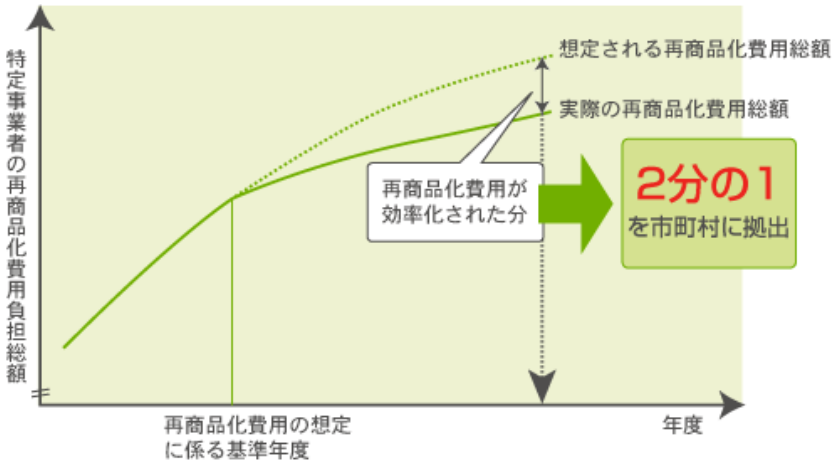
特定事業者は、再商品化義務量や排出見込量など主務省令で定める事項を帳簿に記載し、これを１年ごとに閉鎖し、閉鎖後５年間保存しなければなりません。

(6) 事業者が市町村に資金を拠出する仕組み

容器包装廃棄物の分別収集は市町村が行い、リサイクルは事業者が行っていますが、市町村が質の高い分別収集（異物の除去、消費者への適正な分別排出の徹底等）を実施した場合、リサイクルに要する費用が低減され、当初想定していた費用（想定額）を下回ることとなります。

このように、容器包装廃棄物のリサイクルに係る社会的コストの効率化を図るため、実際に要したリサイクル費用が想定額を下回った部分のうち、市町村の分別収集によるリサイクルの合理化への寄与の程度を勘案して、平成 18 年に、事業者が市町村に資金を拠出する仕組みが創設されました。

各市町村への資金の拠出については、より効果的・効率的に容器包装に係る３Ｒを推進する観点から、市町村ごとの分別基準適合物の質やこれによるリサイクル費用の低減額等に着目して行われます。



参考：よくある質問

Q. 容器包装リサイクル法に規定される再商品化義務については、指定法人に再商品化を委託し履行していますが、そのほかに事業活動に伴い生じた廃棄物（一般廃棄物）の処理を処理業者に委託して行っています。リサイクル費用の負担は二重となっていませんか？

A. 容器包装リサイクル法は、事業活動に伴い生じたもの以外の一般廃棄物（いわゆる家庭ゴミ）のうち、容器包装を対象として、その容器包装の製造等事業者及び利用事業者に再商品化義務を課しているものです。

ご質問の廃棄物については、事業活動に伴い生じたものですから、容器包装リサイクル法の対象ではなく、廃棄物の処理及び清掃に関する法律の規定により、それを排出する事業者自らの責任において適正に処理することが義務付けられています。

したがって、リサイクル費用の負担は二重になっていることはありません。

３ 食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律（食品リサイクル法）

(1) 法律の趣旨

食品リサイクル法においては、食品の売れ残り・食べ残しや食品の製造過程において発生する食品廃棄物について、最終的に処分される量を減少させることを目的として、食品関連事業者（食品の製造業者、販売業者など）に対して、食品廃棄物等の発生の抑制、飼料や肥料等への再生利用及び減量化等を図ることを義務付けています。

(2) 消費者及び事業者の役割

「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針」（平成27年７月31日告示）において、「消費者は、自らの食生活に起因する環境への負荷に対する理解を深め、食品を購入・消費する各場面において食品廃棄物等の発生の抑制に努めるとともに、食品関連事業者による食品循環資源の再生利用等についての積極的な取組への理解を深め、その取組への協力に努めるものとする。」とされています。

他方、食品関連業者については、「その事業活動に伴い食品廃棄物等を排出する者として、食品循環資源の再生利用等の促進に当たっての主導的な役割を担う責務があり、…（中略）…食品廃棄物等の分別、適正な管理等を行いつつ、計画的に食品循環資源の再生利用等に取り組むものとする。」とされています。

また、食品の小売業を含む食品関連事業者は、食品循環資源の再生利用等を実施すべき量を、平成31年度までに全体で55％に向上させることを目標とすることとされました。

(3) 報告義務

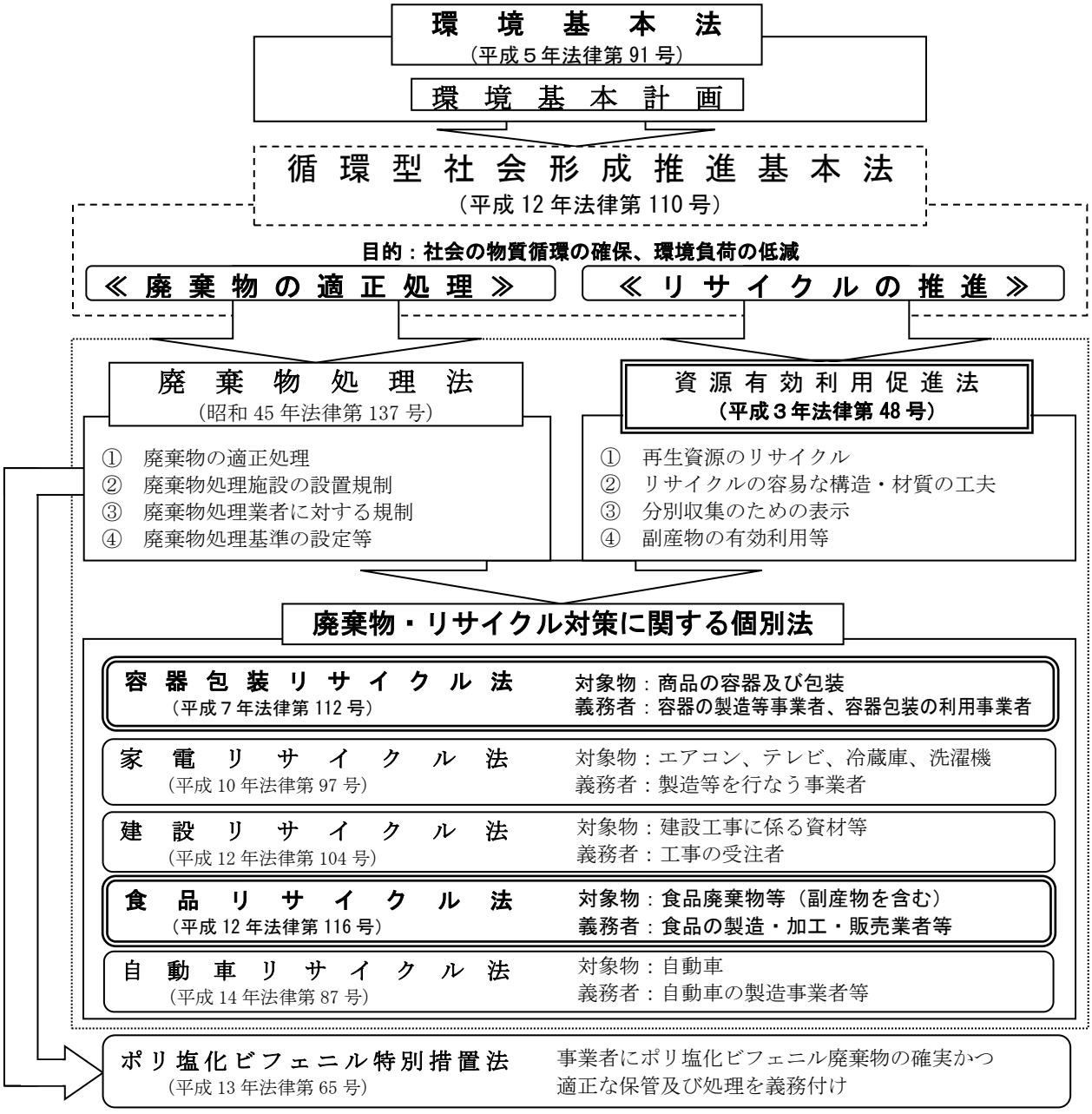
前年度（前年４月から翌年３月末まで）において、食品廃棄物等の発生量が年間100トン以上の食品関連事業者は、前年度の事業活動より生じた食品廃棄物等の発生量やその発生抑制・再生利用等の実施量などを毎年６月末までに農林水産大臣、環境大臣及び事業所管大臣へ報告することとされています。

報告書は、本店所在地を所轄する地方農政局へまとめて提出することになりますが、酒類業者の場合は国税局に提出することができます。

報告をしなかったり、虚偽の報告を行ったりした場合は、20万円以下の罰金に処せられます。

【参考１】主な環境法令等

(1) 循環型社会関係法令



(2) 公害対策関係法令

ＰＲＴＲ法 （平成 11 年法律第 86 号）	事業者に化学物質の排出量等の届出を義務付け
自動車ＮＯｘ・ＰＭ法 （平成４年法律第 70 号）	事業者に自動車排出窒素酸化物等の排出抑制のための計画の作成・報告等を義務付け

(3) その他の法令

省エネ法 （昭和 54 年法律第 49 号）	事業者にエネルギーの使用を合理化するための中長期的な計画の作成等を義務付け
温対法 （平成 10 年法律第 117 号）	温室効果ガスの排出量把握のため、事業者に温室効果ガス算定排出量の報告を義務付け
フロン排出抑制法 （平成 13 年法律第 64 号）	フロン類の排出抑制のため、事業者に特定製品の点検等や漏えい量の報告を義務付け

○　環境基本法

環境行政の憲法とされる法律。政策の基本方針を定めた環境基本計画の策定、フォローアップを行うことを規定している（平成５年 11 月 19 日施行）。

○　循環型社会形成推進基本法

循環型社会の形成の推進を目的として、循環型社会の形成に関する基本原則の明確化、国・地方公共団体・事業者・国民の責務の明確化、国等が講ずべき施策の基本的事項等を規定するもので、主な内容として、リサイクル対策の優先順位を、①発生抑制、②再使用、③再生利用、④熱回収、⑤適正処分とし、生産者に対し、物質循環の確保、天然資源消費の抑制、環境負荷の低減などの責任を課している（平成 12 年６月２日施行）。

○　廃棄物処理法（廃棄物の処理及び清掃に関する法律）

産業廃棄物の減量化を促進し、廃棄物を適正かつ安全に処理することを目的として、多量排出事業者に対する減量に関する計画作成の義務付け、産業廃棄物管理票（マニフェスト）制度を導入し、事業者の排出責任をより厳しく規定している（昭和 46 年９月 24 日施行）。

◎　資源有効利用促進法（資源の有効な利用の促進に関する法律）

「経済社会システムにおける物質循環」の持続的な発展を目的として、廃棄物の発生抑制、部品等の再使用、使用済み製品等の原材料としての再利用を総合的に推進するための枠組みとして、10 業種、69 品目を対象に、製品や素材の省資源、再使用、再利用などを事業者に義務付けている。

酒類業界に関連するものとしては、分別回収のための表示（識別表示）が義務付けられる「指定表示製品」として、従来のスチール製及びアルミニウム製の缶とＰＥＴボトルに、平成 13 年４月から、紙製及びプラスチック製容器包装が加えられている（平成３年 10 月 25 日施行）。

◎　容器包装リサイクル法（容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律）

埋立地等の最終処分場の残余容量が逼迫する状況に鑑み、家庭から排出されるごみの容積の約60％を占める容器包装廃棄物の減量化、資源の有効利用を図ることを目的として、効率的なリサイクルシステムを構築するため、容器を製造する事業者、容器包装を利用する事業者に対して、容器包装廃棄物の再商品化（容器包装廃棄物を自ら再利用、有償又は無償で譲渡できる状態にする）を行うことを義務付けるとともに、消費者には分別排出、市町村には分別収集という役割を課している（平成７年 12 月 15 日施行）。

○　家電リサイクル法（特定家庭用機器再商品化法）

家庭から排出される使用済みの家電製品の効果的なリサイクルと廃棄物の減量化を図ることを目的として、テレビ、エアコン、洗濯機、冷蔵庫の再資源化を製造者等の事業者に義務付けている。

消費者は、リサイクル料金（国が認可）、収集・運搬費用（各事業者が設定）を負担する（平成 10 年 12 月１日施行）。

○　建設リサイクル法（建設工事に係る資材の再資源化等に関する法律）

建築物等の分別解体及び建設資材のリサイクルを促進することを目的として、一定規模以上の建築物や土木工作物の解体工事、新築工事等において、受注者等に、分別解体を行い、それにより生じたコンクリート廃材、アスファルト廃材、廃木材の再資源化を行なうことを義務付ける（平成 14 年５月 30 日施行）。

◎　食品リサイクル法（食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律）

食品の売れ残り・食べ残しや食品の製造過程において発生する食品廃棄物について、最終的に処分される量を減少させることを目的として、食品関連事業者（製造、流通、外食等）に、食品廃棄物等の発生抑制、飼料や肥料等への再生利用及び減量化等を図ることを義務付けている（平成 13 年５月１日施行）。

○　自動車リサイクル法（使用済自動車の再資源化等に関する法律）

使用済自動車のリサイクル・適正処理を図ることを目的に、自動車製造業者及び輸入業者に対して、使用済自動車の処理工程で発生するフロン類、エアバック類及びシュレッダーダストの３品目について引き取り及びリサイクルを義務付けている。

自動車の所有者は、自動車の所有時にリサイクル料をあらかじめ資金管理法人に預託する（平成 15 年１月 11 日施行)。

○　ポリ塩化ビフェニル特別措置法(ポリ塩化ビフェニル廃棄物の適正な処理の推進に関する特別措置法)

人体や生態系に有害なおそれのあるポリ塩化ビフェニル廃棄物の適正な保管及び処分を目的として、事業者に、当該廃棄物の保管及び処分状況の都道府県への届出を義務付ける（平成 13 年７月 15 日施行)。

○　ＰＲＴＲ法（特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律）

人体や生態系に有害なおそれのある「化学物質」の発生抑制を目的とし、事業者に、工場等から排出する化学物質（462 物質）の排出状況を把握し、都道府県へ報告することを義務付け、国は報告データや推計に基づき、排出量・移動量を推計し、公表することとしている（平成 12 年３月 30 日施行)。

○　自動車ＮＯｘ・ＰＭ法（自動車から排出される窒素酸化物及び粒子状物質の特定地域における総量の削減等に関する特別措置法）

大気汚染の防止を図るため、自動車から排出される窒素酸化物及び粒子状物質の削減を目的とし、対策地域（東京都ほか７府県）において車種規制（排出される窒素酸化物等の量が一定の基準を超える自動車については、新たに自動車登録を認めないとするもの）を行うほか、特定事業者（対策地域内に使用の本拠の位置を有する対象自動車（軽自動車及び大型特殊自動車以外の自動車）を 30 台以上有する事業者）に対して、窒素酸化物等の排出の抑制のための計画の作成・提出、定期報告を義務付ける（平成４年 12 月１日施行)。

○　省エネ法（エネルギーの使用の合理化等に関する法律）

燃料資源の有効な利用の確保に資することを目的として、特定事業者、特定連鎖化事業者及び特定荷主にエネルギー使用量削減を目標とする計画の作成・提出、エネルギーの使用状況等の報告を義務付ける（昭和 54 年 10 月１日施行)。

○　温対法（地球温暖化対策の推進に関する法律）

大気中の温室効果ガスの濃度を安定化させ地球温暖化を防止することを目的として、特定排出者に対し、温室効果ガスの算定排出量の報告を義務付ける（平成 10 年 10 月９日施行)。

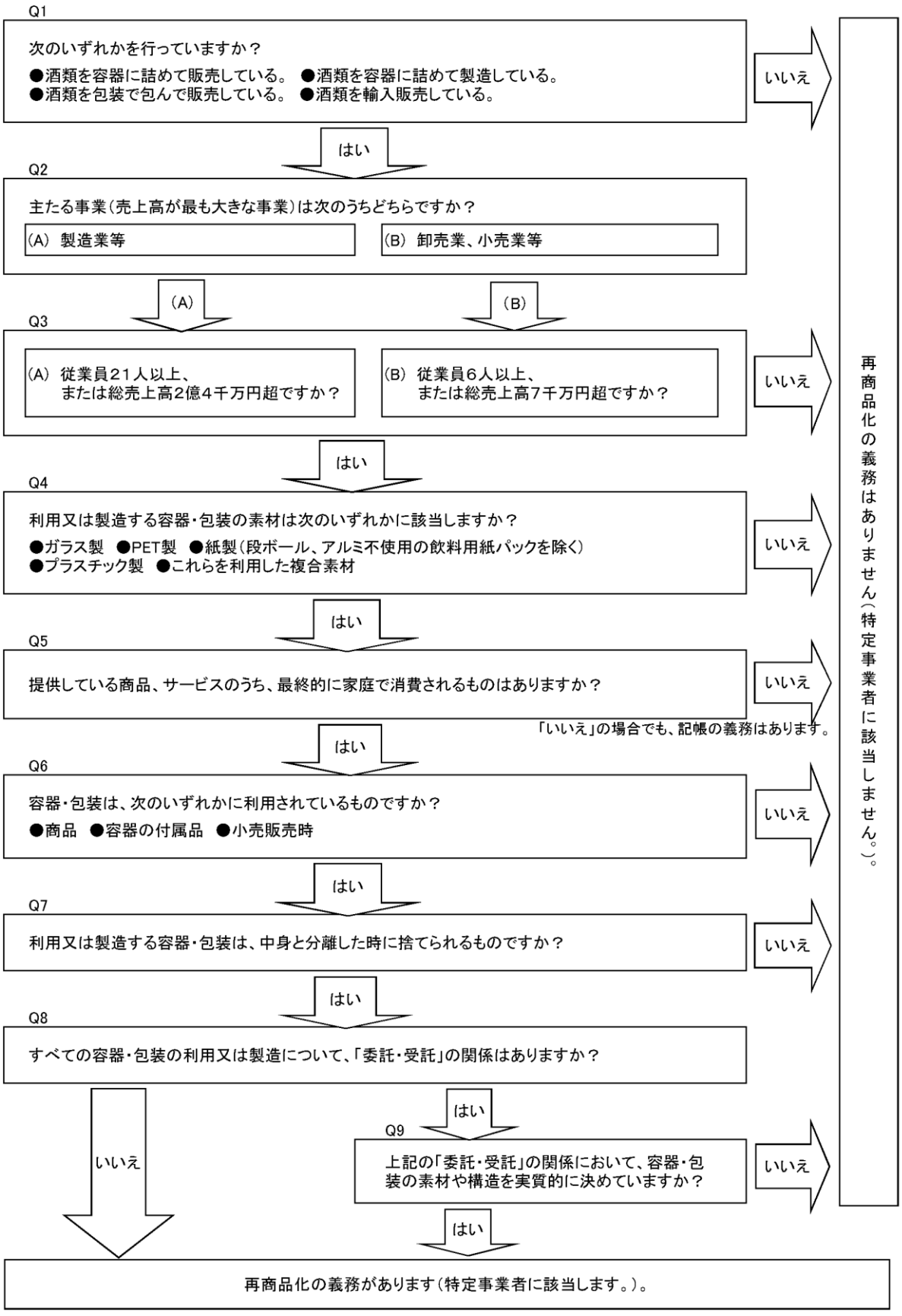
○　フロン排出抑制法（フロン類の使用の合理化及び管理の適正化に関する法律）

地球温暖化に深刻な影響をもたらすフロン類の大気中への排出を抑制することを目的として、第一種特定製品の管理者に点検等を義務付けるほか、特定漏えい者（フロン類算定漏えい量が二酸化炭素換算で 1,000 トン以上である管理者）に対し、フロン類算定漏えい量の報告を義務付ける（平成 27 年４月１日施行)。

（注）◎印：酒類業者として関係するもの。○印：事業者として関係するもの。

【参考２】特定事業者判定のためのフロー図（酒類業者用）

《容器包装リサイクル法①》



【参考３】再商品化の対象となる容器包装

《容器包装リサイクル法②》

(1)　対象となる容器包装

容器包装リサイクル法における「容器包装」とは、同法第２条第１項において、「商品の容器及び包装であって、当該商品が費消され、又は当該商品と分離された場合に不要になるもの」と規定されており、基本的には、ここでいう容器とは商品を入れる「もの」であり（袋も容器に含まれます。）、包装とは商品を包む「もの」です。

容器包装の区分	対象	具体的な対象物等
ガラス製容器	○	**◇商品の容器のうち、主としてガラス製のもの（ほうけい酸ガラス製のもの及び乳白ガラス製のものを除く。）であって次に掲げるもの**【特定容器】 （１）　瓶／（２）　カップ形の容器及びコップ／（３）　皿 （４）　（１）から（３）までに掲げるものに準ずる構造、形状等を有する容器 （５）　容器の栓、ふた、キャップその他これらに類するもの
ペットボトル	○	**◇商品の容器のうち、主としてポリエチレンテレフタレート製のものであって次に掲げるもののうち、飲料又はしょうゆその他主務大臣が定める商品を充てんするためのもの**【特定容器】 （１）　瓶 （２）　（１）に掲げるものに準ずる構造、形状等を有する容器
紙製容器包装	○	**◇商品の容器のうち、主として紙製のものであって、次に掲げるもの**【特定容器】**（主として段ボール製の容器包装及び主として紙製の飲料用容器でアルミニウムが使用されていないものを除く）** （１）　箱及びケース／（２）　カップ形の容器及びコップ／（３）　皿／（４）　袋 （５）　（１）から（４）までに掲げるものに準ずる構造、形状等を有する容器 （６）　容器の栓、ふた、キャップその他これらに類するもの （７）　容器に入れられた商品の保護又は固定のために、加工、当該商品への接着等がされ、当該容器の一部として使用される容器 **◇容器包装のうち、上記以外のもの**【特定包装】
	×	（１）　**主として段ボール製の容器包装** （２）　**主として紙製の飲料用容器**（いわゆる紙パック） **（原材料としてアルミニウムが利用されているものを除く。）**
プラスチック製容器包装	○	**◇商品の容器のうち、主としてプラスチック製のものであって、次に掲げるもの**【特定容器】 （１）　箱及びケース／（２）　瓶／（３）　たる及びおけ／（４）　カップ形の容器及びコップ／（５）　皿／（６）　くぼみを有するシート状の容器／（７）　チューブ状の容器／（８）　袋 （９）　（１）から（８）までに掲げるものに準ずる構造、形状等を有する容器 （10）　容器の栓、ふた、キャップその他これらに類するもの （11）　容器に入れられた商品の保護又は固定のために、加工、当該容器への接着等がされ、当該容器の一部として使用される容器 **◇容器包装のうち、上記以外のもの【特定包装】**
主として鋼、アルミ製容器包装	×	**分別収集されれば有償又は無償で譲渡できることが明らかであるため、再商品化義務の対象とはなりません。**

（注）再商品化義務の対象物（○：対象となるもの、×：対象とならないもの）は、上表のとおり、主な素材によって分類されますので、複数の素材からなり、かつ、それらが容易に分離できない容器包装については、容器包装を構成する素材のうち重量ベースでもっとも比率が大きいものに分類されます。

(2)　酒類業界において利用されているものの区分　（例示）

対　象　と　な　る　も　の	対象とならないもの
主に製造者 **【容器の例】** ・一升びん、ビールびん等のガラスびん ・ペットボトル ・プラスチック製容器 ・酒パックのうちアルミを用いたもの ・酒パックやペットボトルのプラスチック製のキャップ ・ブランデー等のガラス製のせん ・カップ酒のプラスチック製の外ぶた ・酒パックのシュリンクパック ・缶ビール（６本）用の袋 ・ペットボトルに付されているシュリンクラベルのうち分離が容易でないもの ・発泡スチロール製の保冷箱 ・酒パックに付いているストローの袋 ・化粧箱等と一体として使用される緩衝材 **【包装の例】** ・缶ビール（６本）のプラスチック製又は紙製マルチパック ・贈答用酒類の木製化粧箱の外側の筒状板紙	**主に製造者** **【容器の例】** ・木箱 ・Ｐ箱 ・木製、陶器製、磁器製の容器 ・スチール缶 ・アルミ缶 ・酒パックのうちアルミを用いていないもの（セラミック蒸着パック） ・段ボール製の箱（上ぶたを含む） ・スチール製のふた（ビールの王冠など） ・アルミ製のふた（カップ酒の中ぶた） **【容器以外の例】** ・ラベル、ネックラベル ・キャップシール、ワインの金属製シール ・酒パックに付いているストロー ・薬用酒の計量カップ ・ウイスキーのポケットびんに付いているコップ ・景品のグラス・プラスチック製のコップ及びその容器包装 ・びんに施されているリボン ・飾り紐 ・説明書
主に販売業者 **【容器の例】** ・紙袋やレジ袋 ・保冷バック ・有料の贈答用の箱（同時に購入する商品を入れるためのものとして提供されるもの） **【包装の例】** ・贈答用酒類の化粧紙 ・緩衝材（商品を包むもの）	**主に販売業者** **【容器以外の例】** ・のし袋（包装紙と兼用でないもの） ・保冷剤 ・景品を入れる袋や包み紙 ・ビール券、清酒券等の有価証券を入れる袋や箱 ・マイバッグ、カバン ・有料の贈答用の箱（同時に購入する商品を入れるためではなく、その箱の購入者が別に用意したものを入れるためのものとして、販売されるもの）

【参考４】特定事業者の帳簿の記載事項

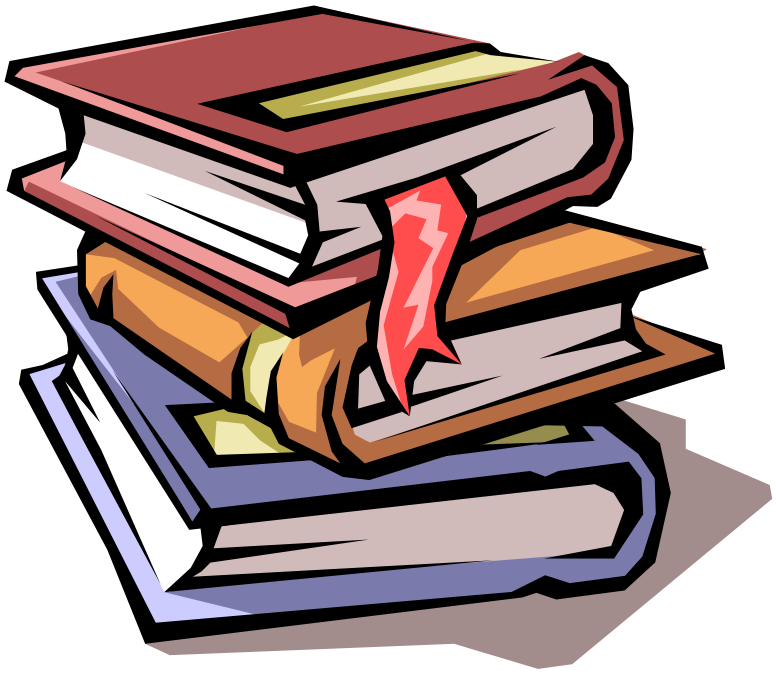
《容器包装リサイクル法③》

1	再商品化義務量		
2	（１）　再商品化義務量を算定する際に用いた排出見込量 （２）　自ら回収又は他者への委託により回収する特定容器（又は特定包装）で主務大臣が定めるところにより算出される量 （３）　容器包装廃棄物として排出されない特定容器（又は特定包装）の量として主務大臣が定めるところにより算出される量 （４）　自ら回収した特定容器（又は特定包装）の種類、回収方法 （５）　他の者に委託した特定容器（又は特定包装）の種類、回収方法 ※　（２）から（５）は排出見込量を自主算定した場合		
3	利用事業者	当該年度の特定容器（又は特定包装）の利用見込量	（１）　販売した商品に用いた特定容器（又は特定包装）の量 （２）　販売する商品に用いる特定容器（又は特定包装）の見込量 ※　特定容器（又は特定包装）の利用を開始する時又は終了する時 （３）　（初年度に商品を用いた特定容器（又は特定包装）の量／初年度商品販売月数）×12 ※　特定容器（又は特定包装）の利用を開始した年度の次年度の場合又は次々年度において次年度の実績量が確定していない場合
	製造等事業者	当該年度の特定容器の販売見込量	（１）　販売した特定容器の量 （２）　販売する特定容器の見込量 ※　特定容器の製造等を開始する時又は終了する時 （３）　（初年度に販売した特定容器の量／初年販売月数）×12 ※　特定容器の製造等を開始した年度の次年度の場合又は次々年度において次年度の実績量が確定していない場合
4	利用事業者	特定容器（又は特定包装）を用いた商品を輸出している場合	（１）　特定容器（又は特定包装）の種類 （２）　特定容器（又は特定包装）の量 （３）　特定容器（又は特定包装）を用いた商品の輸出先
	製造等事業者	特定容器を輸出している場合	（１）　特定容器の種類 （２）　特定容器の量 （３）　特定容器の輸出先
5	自主回収の認定を受けている場合		（１）　認定を受けた特定容器（又は特定包装）の種類 （２）　認定を受けた特定容器（又は特定包装）の量 （３）　認定を受けた特定容器（又は特定包装）の回収方法
6	自ら又は他者への委託により回収する特定容器（又は特定包装）の量を算定する場合		（１）　特定容器（又は特定包装）の種類 （２）　特定容器（又は特定包装）の量 （３）　特定容器（又は特定包装）の回収方法
7	指定法人と再商品化契約を締結する場合の再商品化契約事項		（１）　再商品化契約を締結した年月日 （２）　再商品化契約に係る再商品化をされる特定分別基準適合物の量 （３）　再商品化契約に係る委託に係る料金の支払い期限及びこれを支払った年月日

（注）容器包装リサイクル法第15条の認定（独自ルートの認定）を受けている場合には、上記の他にも記帳しなければならない事項があります。

【メ　モ】

法 令 等 編



Ⅰ　酒税法（抄）

（酒類の販売業免許）

第九条　酒類の販売業又は販売の代理業若しくは媒介業（以下「販売業」と総称する。）をしようとする者は、政令で定める手続により、販売場（継続して販売業をする場所をいう。以下同じ。）ごとにその販売場の所在地（販売場を設けない場合には、住所地）の所轄税務署長の免許（以下「販売業免許」という。）を受けなければならない。ただし、酒類製造者がその製造免許を受けた製造場においてする酒類（当該製造場について第七条第一項の規定により製造免許を受けた酒類と同一の品目の酒類及び第四十四条第一項の承認を受けた酒類に限る。）の販売業及び酒場、料理店その他酒類をもつぱら自己の営業場において飲用に供する業については、この限りでない。

２～３　（略）

（酒類の販売業免許の取消し）

第十四条　酒類販売業者が次の各号のいずれかに該当する場合には、税務署長は、酒類の販売業免許を取り消すことができる。

一　偽りその他不正の行為により酒類の販売業免許を受けた場合

二　第十条第三号から第五号まで又は第七号から第八号までに規定する者に該当することとなつた場合

三　二年以上引き続き酒類の販売業をしない場合

四　酒類業組合法第八十四条第三項（酒税保全のための勧告又は命令）又は第八十六条の四（公正な取引の基準に関する命令）の規定による命令に違反した場合

（製造場又は販売場の移転の許可）

第十六条　酒類製造者、酒母等の製造者又は酒類販売業者は、その酒類、酒母若しくはもろみの製造場又は酒類の販売場を移転しようとするときは、政令で定める手続により、移転先の所轄税務署長の許可を受けなければならない。

（製造又は販売業の廃止）

第十七条　（略）

２　酒類販売業者がその販売業を廃止しようとするとき（その販売場の全部又は一部を廃止しようとするときを含む。）は、政令で定める手続により、酒類の販売業免許の取消しを申請しなければならない。

（製造業又は販売業の相続）

第十九条　酒類製造者、酒母等の製造者又は酒類販売業者につき相続（包括遺贈を含む。以下同じ。）があつた場合において、引き続きその製造業又は販売業をしようとする相続人（包括受遺者を含む。以下同じ。）は、政令で定める手続により、遅滞なく、

その旨をその製造場の所在地又はその販売場の所在地（販売場がない場合には、相続人の住所地）の所轄税務署長に申告しなければならない。

（引取りに係る酒類についての課税標準及び税額の申告等）

第三十条の三　関税法第六条の二第一項第一号（税額の確定の方式）に規定する申告納税方式が適用される酒類を保税地域から引き取ろうとする者は、当該引取りに係る酒税を免除されるべき場合を除き、（略）申告書を、その保税地域の所在地の所轄税関長に提出しなければならない。

【関係法令】

○　酒税法施行令

（引取りに係る酒類についての課税標準及び税額の申告等）

第四十条　法第三十条の三第一項に規定する申告書には、同項第一号から第五号までに掲げる事項のほか、次に掲げる事項を記載しなければならない。

一　申告者の住所及び氏名又は名称

二　引取りに係る保税地域の所在地及び名称

三　当該酒類の仕出国名

四　その他参考となるべき事項

２　法第三十条の三第二項に規定する政令で定める事項は、前項各号に掲げる事項とする。

３　前条第三項から第五項までの規定は、法第三十条の三第一項に規定する申告書（同条第三項の場合に限る。）を提出する義務がある者が当該申告書の提出期限前に当該申告書を提出しないで死亡した場合について準用する。この場合において、前条第三項第一号中「氏名、個人番号」とあるのは「氏名」と、「価額（個人番号を有しない者にあつては、住所、氏名、被相続人との続柄、同法第九百条から第九百二条までの規定による相続分及び相続によつて得た財産の価額）」とあるのは「価額」と読み替えるものとする。

（納期限の延長）

第三十条の六　（略）

２　酒類を保税地域から引き取ろうとする者（その引取りに係る酒類につき関税法第七条の二第二項（特例申告）に規定する特例申告を行う者を除く。）が、第三十条の三第一項の規定による申告書を提出した場合において、納期限の延長についての申請書を同項の税関長に提出し、かつ、当該申告書に記載した同項第四号に掲げる酒税額の全部又は一部に相当する担保を当該税関長に提供したときは、当該税関長は、一月以内（酒類の販売代金の回収に相当期間を要することその他これに類する事由により当該担保の額に相当する酒税を一月以内に納付することが著しく困難であると認められる場合にあつては、二月以内）、当該担保の額に相当する酒税の納期限を延長することができる。

３　酒類を保税地域から引き取ろうとする者（その引取りに係る酒類につき関税法第七条の二第二項に規定する特例申告を行う者に限る。以下「特例輸入者」という。）が、第三十条の三第一項の規定による申告書を同条第三項の提出期限内に提出した場合において、前条第一項の納期限内に納期限の延長についての申請書を第三十条の三第一項の税関長に提出し、かつ、当該申告書に記載した同項第四号に掲げる酒税額の全部又は一部に相当する担保を当該税関長に提供したときは、当該税関長は、当該特例

輸入者が酒類の販売代金の回収に相当期間を要することその他これに類する事由により当該担保の額に相当する酒税を当該納期限内に納付することが著しく困難であると認められる場合に限り、一月以内、当該担保の額に相当する酒税の納期限を延長することができる。

（密造酒類の所持等の禁止）

第四十五条　何人も、法令において認められる場合のほか、製造免許を受けない者の製造した酒類、酒母若しくはもろみ又は輸入したこれらのもので関税法第六十七条の規定による輸入の許可を受けないものを所持し、譲り渡し、又は譲り受けてはならない。

（記帳義務）

第四十六条　酒類製造者、酒母若しくはもろみの製造者、酒類の販売業者又は特例輸入者は、政令で定めるところにより、製造、貯蔵、販売（販売の代理又は媒介を含む。以下同じ。）又は保税地域からの引取りに関する事実を帳簿に記載しなければならない。

（申告義務）

第四十七条　（略）

２　（略）

３　酒類販売業者は、その販売業を休止又は開始したときは、遅滞なく、その旨をその販売場の所在地（販売場を設けていない場合には、住所地）の所轄税務署長に申告しなければならない。

４　税務署長は、酒税の取締上必要があると認めるときは、酒類の販売業者に対し、その購入若しくは販売をした酒類又は所持する酒類の数量その他政令で定める事項について、報告を求めることができる。

【関係法令】

○　酒税法施行令

（異動申告）

第五十四条　酒類製造者、酒母若しくはもろみの製造者又は酒類販売業者は、その住所及び氏名又は名称、個人番号、製造場又は販売場の所在地及び名称並びにこれらの事項以外の事項で前条第一項から第四項までの規定により申告した事項（財務省令で定めるものを除く。）につき異動を生じたとき（製造場又は販売場の移転に伴い異動を生じたときを除く。）は、直ちに、その旨を、その製造場又は販売場の所在地（販売場を設けていない場合には、住所地）の所轄税務署長に申告しなければならない。

（蔵置所の設置等の申告、販売先の報告）

第五十四条の二　法第四十七条第四項に規定する政令で定める事項は、次に掲げる事項とする。

一　酒類の販売業者が販売の目的で所持する酒類を貯蔵する場所（保税地域に該当する場所及び酒類の販売業免許を受けた販売場を除く。）の所在地及び名称

二　酒類の販売業者が酒類を他の酒類の販売業者に払い出した場合における当該他の酒類の販売業者の住所及び氏名又は名称並びに当該酒類の受取先の所在地及び名称

（承認を受ける義務）

第五十条　酒類製造者又は酒類販売業者は、次に掲げる場合（酒類販売業者については、第五号及び第七号に掲げる場合に限る。）においては、政令で定めるところにより、その製造場又は販売場の所在地（酒類販売業者が販売場を設けていない場合には、住所地）の所轄税務署長の承認を受けなければならない。ただし、第四十三条第一項第六号の承認を受けるべき場合には、この限りでない。

一～四　（略）

五　酒類に水その他の物品（酒類を含む。）を混和しようとするときで政令で定める場合。ただし、前各号のいずれかに該当する場合を除く。

六・七　（略）

２　（略）

（届出義務）

第五十条の二　前条第一項各号のいずれかに該当する場合を除き、酒類製造者又は酒類販売業者は、酒類に関し次に掲げる行為をしようとする場合には、政令で定めるところにより、その旨を当該行為をしようとする場所の所在地の所轄税務署長に届け出なければならない。

一　酒類製造者又は酒類販売業者が、酒類の製造場又は保税地域以外の場所で酒類を詰め替える行為

二　（略）

（罰則）

第五十六条　次の各号のいずれかに該当する者は、一年以下の懲役又は五十万円以下の罰金に処する

一～四　（略）

五　第四十五条の規定に違反した者

六・七　（略）

第五十八条　次の各号のいずれかに該当する者は、一年以下の懲役又は五十万円以下の罰金に処する。

一～八　（略）

九　第四十六条の規定による帳簿の記載をせず、若しくは偽り、又は帳簿を隠匿した者

十　第四十七条第一項から第三項までの規定による申告をせず、又は偽つた者

十一　（略）

十二　第五十条の二第一項又は第二項の規定による届出をせず、又は偽つた者

Ⅱ　酒類業組合法（抄）

１　酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（酒類業組合法）

（公正な取引の基準）

第八十六条の三　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、酒類に関する公正な取引につき、酒類製造業者又は酒類販売業者が遵守すべき必要な基準（以下「公正な取引の基準」という。）を定めるものとする。

２　財務大臣は、公正な取引の基準を定めるに当たつては、酒類製造業者又は酒類販売業者の適切な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に留意しなければならない。

３　財務大臣は、第一項の規定により公正な取引の基準を定めたときは、遅滞なく、これを告示しなければならない。

４　財務大臣は、公正な取引の基準を遵守しない酒類製造業者又は酒類販売業者があるときは、その者に対し、当該公正な取引の基準を遵守すべき旨の指示をすることができる。

５　財務大臣は、前項の指示に従わない酒類製造業者又は酒類販売業者があるときは、その旨を公表することができる。

６　財務大臣は、おおむね五年ごとに公正な取引の基準に再検討を加え、必要があると認めるときは、これを改正するものとする。この場合においては、第二項及び第三項の規定を準用する。

（公正な取引の基準に関する命令）

第八十六条の四　財務大臣は、前条第四項の指示を受けた者がその指示に従わなかつた場合において、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は、その者に対し、当該指示に係る公正な取引の基準を遵守すべきことを命令することができる。

（酒類の品目等の表示義務）

第八十六条の五　酒類製造業者又は酒類販売業者は、政令で定めるところにより、酒類の品目その他の政令で定める事項を、容易に識別することができる方法で、その製造場から移出し、若しくは保税地域（関税法（昭和二十九年法律第六十一号）第二十九条に規定する保税地域をいう。）から引き取る酒類（酒税法第二十八条第一項、第二十八条の三第一項又は第二十九条第一項の規定の適用を受けるものを除く。）又はその販売場から搬出する酒類の容器又は包装の見やすい所に表示しなければならない。

（酒類の表示の基準）

第八十六条の六　財務大臣は、前条に規定するもののほか、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため酒類の表示の適正化を図る必要があると認めるときは、酒類

の製法、品質その他の政令で定める事項の表示につき、酒類製造業者又は酒類販売業者が遵守すべき必要な基準を定めることができる。

2　財務大臣は、前項の規定により酒類の表示の基準を定めたときは、遅滞なく、これを告示しなければならない。

3　財務大臣は、第一項の規定により定められた酒類の表示の基準を遵守しない酒類製造業者又は酒類販売業者があるときは、その者に対し、その基準を遵守すべき旨の指示をすることができる。

4　財務大臣は、前項の指示に従わない酒類製造業者又は酒類販売業者があるときは、その旨を公表することができる。

（酒類の表示に関する命令）

第八十六条の七　財務大臣は、前条第三項の指示を受けた者がその指示に従わなかつた場合において、その遵守しなかつた表示の基準が、同条第一項の表示の基準のうち、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため特に表示の適正化を図る必要があるものとして財務大臣が定めるもの（以下「重要基準」という。）に該当するものであるときは、その者に対し、当該重要基準を遵守すべきことを命令することができる。

（酒類販売管理者）

第八十六条の九　酒類小売業者（酒類製造業者又は酒類卸売業者であつて酒類製造業者及び酒類販売業者以外の者に酒類を販売する者を含む。以下この条において同じ。）は、販売場ごとに、財務省令で定めるところにより、当該販売場において酒類の販売業務に従事する者であつて、酒類の販売業務に関する法令（酒税法、この法律、未成年者飲酒禁止法（大正十一年法律第二十号）、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和二十二年法律第五十四号。第九十三条において「私的独占禁止法」という。）、アルコール健康障害対策基本法（平成二十五年法律第百九号）その他の財務省令で定める法令をいう。以下この条において同じ。）に係る研修（小売酒販組合、小売酒販組合連合会又は小売酒販組合中央会その他の法人その他の団体であつて、財務大臣が、財務省令で定めるところにより、酒類の販売業務に関する法令の知識が十分であり、かつ、当該研修を適正かつ確実に行うことができると認めて指定したものが行うものをいう。第六項及び第九項において単に「酒類の販売業務に関する法令に係る研修」という。）を受けたもののうちから酒類販売管理者を選任し、その者に、当該酒類小売業者又は当該販売場において酒類の販売業務に従事する使用人その他の従業者に対し、これらの者が酒類の販売業務に関する法令の規定を遵守してその業務を実施するために必要な助言又は指導を行わせなければならない。

2　酒類小売業者は、酒類販売管理者に選任しようとする者が次の各号のいずれかに該当する場合には、その者を酒類販売管理者に選任することができない。

一　未成年者又は成年被後見人若しくは被保佐人である場合

二　酒税法第十条第一号、第二号又は第七号から第八号までに規定する者に該当する場合

3　酒類小売業者は、酒類販売管理者が行う第一項の助言を尊重しなければならず、当該

販売場において酒類の販売業務に従事する使用人その他の従業者は、酒類販売管理者が行う同項の指導に従わなければならない。

4　酒類小売業者は、酒類販売管理者を選任し、又は解任したときは、財務省令で定めるところにより、二週間以内に、その旨を財務大臣に届け出なければならない。

5　財務大臣は、酒類販売管理者が第二項各号のいずれかに該当すると認めたとき、又はその者がその職務に関し酒類の販売業務に関する法令の規定に違反した場合においてその情状により酒類販売管理者として不適当であると認めたときは、酒類小売業者に対し、当該酒類販売管理者の解任を勧告することができる。

6　酒類小売業者は、第一項の規定により選任した酒類販売管理者に、財務省令で定める期間ごとに、酒類の販売業務に関する法令に係る研修を受けさせなければならない。

7　財務大臣は、酒類小売業者が前項の規定を遵守していないと認めるときは、その者に対し、期限を定めて、必要な措置をとるべきことを勧告することができる。

8　財務大臣は、前項の規定による勧告を受けた者がその勧告に従わないときは、その者に対し、期限を定めて、その勧告に係る措置をとるべきことを命令することができる。

9　酒類小売業者は、財務省令で定めるところにより、その販売場ごとに、公衆の見やすい場所に、酒類販売管理者の氏名及び当該酒類販売管理者が最後に酒類の販売業務に関する法令に係る研修を受けた日その他の財務省令で定める事項を記載した標識を掲げなければならない。

第九十八条　次の各号のいずれかに該当する者は、五十万円以下の罰金に処する。

一　第八十六条の四の規定に違反した者

一の二　第八十六条の五の規定に違反した者

二　第八十六条の七の規定による命令に違反した者

二の二　第八十六条の九第一項の規定に違反して酒類販売管理者を選任しなかつた者

二の三　第八十六条の九第八項の規定による命令に違反した者

三　（略）

第百一条　次の各号のいずれかに該当する場合においては、酒類業組合等の発起人、理事、監事若しくは清算人又は酒類製造業者若しくは酒類販売業者は、十万円以下の過料に処する。

一～十一　（略）

十二　第四十三条第三項（第八十三条において準用する場合を含む。）、第四十六条第二項（第八十三条において準用する場合を含む。）、第八十六条の九第四項又は第八十七条の規定による届出を怠つたとき。

十三～十八　（略）

【関係法令】

○　酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律施行令

（表示の基準）

第八条の四　法第八十六条の六第一項に規定する政令で定める事項は、次に掲げる事項とする。

一　酒類の製法、品質その他これらに類する事項

二　未成年者の飲酒防止に関する事項

三　酒類の消費と健康との関係に関する事項

○　酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律施行規則

（酒類販売管理者の選任）

第十一条の八　法第八十六条の九第一項の規定による酒類販売管理者の選任は、次に定めるところにより行わなければならない。

一　その販売場において酒類の販売業務を開始するときまでに選任すること。

二　酒類販売管理者として選任した者が欠けるに至つたときは、速やかに選任すること。

三　酒類小売業者に引き続き六月以上の期間継続して雇用されることが予定されている者（酒類小売業者と生計を一にする親族を含む。）のうちから選任すること。ただし、酒類小売業者（法人であるときは、その役員）がその販売場において酒類の販売業務に従事するときは、自ら酒類販売管理者となることを妨げない。

四　他の販売場において酒類販売管理者に選任されていない者を選任すること。

五　過去三年以内に法第八十六条の九第一項又は第六項に規定する酒類の販売業務に関する法令に係る研修（以下「酒類販売管理研修」という。）を受けた者を選任すること。

（酒類販売管理者の選任）

第十一条の九　法第八十六条の九第一項に規定する財務省令で定める法令は、次のとおりとする。

一　酒税法

二　法

三　未成年者飲酒禁止法（大正十一年法律第二十号）

四　私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和二十二年法律第五十四号）

五　不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）

六　資源の有効な利用の促進に関する法律（平成三年法律第四十八号）

七　容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律（平成七年法律第百十二号）

八　食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律（平成十二年法律第百十六号）

九　米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律（平成二十一年

法律第二十六号）

十　アルコール健康障害対策基本法（平成二十五年法律第百九号）

（酒類販売管理研修の受講）

第十一条の十　酒類販売管理研修を受けさせようとする者は、別紙様式第十一の五による受講申込書を法第八十六条の九第一項の規定により指定を受けたもの（以下「研修実施団体」という。）に提出しなければならない。

２　研修実施団体は、酒類販売管理研修を受講した者に対して、別紙様式第十一の六による研修受講証を交付しなければならない。

（酒類販売管理者の届出）

第十一条の十六　法第八十六条の九第四項の規定により酒類販売管理者の選任又は解任の届出をしようとする者は、販売場ごとに、別紙様式第十一の九による届出書を、財務大臣に提出しなければならない。

（法第八十六条の九第六項の財務省令で定める期間）

第十一条の十七　法第八十六条の九第六項に規定する財務省令で定める期間は、同項に規定する酒類販売管理者が最後に酒類販売管理研修を受けた日から起算して三年を超えない期間とする。

（標識の掲示）

第十一条の十八　法第八十六条の九第九項の規定により掲げる標識は、同条第一項の規定により酒類販売管理者を選任した後速やかに、当該酒類販売管理者の氏名及び次項に規定する事項を記載した標識をその販売場の公衆の見やすい場所に掲示する方法（当該酒類小売業者が通信販売（不特定かつ多数の者に商品の内容、販売価格その他の条件を提示し、インターネットその他の方法により売買契約の申込みを受けて当該提示した条件に従つて行う商品の販売をいう。）をしようとするときは、インターネットその他の公衆の閲覧に供する方法）により行わなければならない。

２　法第八十六条の九第九項に規定する財務省令で定める事項は、次に掲げる事項とする。

一　販売場の名称及び所在地

二　酒類販売管理者が最後に酒類販売管理研修を受けた年月日及び当該酒類販売管理者の実施団体名

三　酒類小売業者が酒類販売管理者に受けさせなければならない次回の酒類販売管理研修の期限

２　未成年者の飲酒防止に関する表示基準

（酒類の容器又は包装に対する表示）

１　酒類の容器又は包装（以下「容器等」という。）には、「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨を表示するものとする。

２　前項に規定する表示は、容器等の見やすい所に明りょうに表示するものとし、表示に使用する文字は、６ポイント（日本工業規格Z8305（1962）に規定するポイントをいう。以下同じ。）の活字以上の大きさの統一のとれた日本文字とする。ただし、容量360ml以下の容器にあっては、5.5ポイントの活字以上の大きさとして差し支えない。

３　第１項に規定する表示は、次の各号に掲げる酒類の容器等については、表示を省略しても差し支えない。

(1) 専ら酒場、料理店等に対する引渡しに用いられるもの

(2) 内容量が50ml以下であるもの

(3) 調味料として用いられること又は薬用であることが明らかであるもの

（酒類の陳列場所における表示）

４　酒類小売販売場（酒類製造業者及び酒類販売業者以外の者に酒類を販売する場所をいう。以下同じ。）においては、酒類の陳列場所の見やすい箇所に、「酒類の売場である」又は「酒類の陳列場所である」旨及び「20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しない」旨を表示するものとする。

この場合において、酒類の陳列場所が壁等により他の商品の陳列場所と明確に分離されていない場合については、例えば、酒類を他の商品と陳列棚又は陳列ケース等により明確に区分した上で表示するなど、陳列されている商品が酒類であることを購入者が容易に認識できる方法により表示するものとする。

５　前項に規定する表示は、酒類の陳列場所に明りょうに表示するものとし、表示に使用する文字は、100ポイントの活字以上の大きさの日本文字とする。

（酒類の自動販売機に対する表示）

６　酒類小売販売場に設置している酒類の自動販売機には、次の各号に掲げる事項をそれぞれ当該各号に掲げるところにより、当該自動販売機の前面の見やすい所に、夜間でも判読できるよう明りょうに表示するものとする。

(1) 未成年者の飲酒は法律で禁止されていること。

表示に使用する文字は、57ポイントの活字以上の大きさの統一のとれたゴシック体の日本文字とし、「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨を表示する。

(2) 免許者（酒類の製造免許又は酒類の販売業免許を受けた者をいう。）の氏名又は名称、酒類販売管理者の氏名、並びに連絡先の所在地及び電話番号

表示に使用する文字は、20ポイントの活字以上の大きさの統一のとれた日本文字

とする。

(3) 販売停止時間

表示に使用する文字は、42ポイントの活字以上の大きさの統一のとれたゴシック体の日本文字とし、「午後11時から翌日午前５時まで販売を停止している」旨を表示する。

（酒類の通信販売における表示）

7　酒類小売販売場において酒類の通信販売（商品の内容、販売価格その他の条件を提示し、郵便、電話その他の方法により売買契約の申込みを受けて当該提示した条件に従って行う商品の販売をいう。）を行う場合には、次の各号に掲げる区分に応じ、当該各号に定める事項を表示するものとする。

(1) 酒類に関する広告又はカタログ等（インターネット等によるものを含む。）

「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」又は「未成年者に対しては酒類を販売しない」旨

(2) 酒類の購入申込者が記載する申込書等の書類（インターネット等により申込みを受ける場合には申込みに関する画面）

申込者の年齢記載欄を設けた上で、その近接する場所に「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」又は「未成年者に対しては酒類を販売しない」旨

(3) 酒類の購入者に交付する納品書等の書類（インターネット等による通知を含む。）

「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨

8　前項に掲げる事項は、明瞭に表示するものとし、表示に使用する文字は、10ポイントの活字（インターネット等による場合には酒類の価格表示に使用している文字）以上の大きさの統一のとれた日本文字とする。

Ⅲ　米トレーサビリティ法（抄）
（米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律）

（定義）

第二条　この法律において「米穀等」とは、米穀及び米穀を原材料とする飲食料品（米穀並びに薬事法（昭和三十五年法律第百四十五号）に規定する医薬品及び医薬部外品を除き、料理を含む。以下同じ。）であって政令で定めるものをいう。

２　この法律において「米穀事業者」とは、米穀等の販売、輸入、加工、製造又は提供の事業を行う者をいう。

３・４　（略）

【関係法令】

○　米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律施行令

（米穀を原料とする飲食料品）

第一条　米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律（以下「法」という。）第二条第一項の政令で定める飲食料品は、次に掲げるものとする。

一～六　（略）

七　米こうじ

八　清酒

九　単式蒸留しょうちゅう

十　みりん

（取引等の記録の作成）

第三条　米穀事業者は、米穀等について譲受け又は他の米穀事業者への譲渡しをしたときは、主務省令で定めるところにより、その名称（指定米穀等にあっては、その名称及び産地）、数量、年月日、相手方の氏名又は名称、搬入又は搬出をした場所その他の主務省令で定める事項に関する記録を作成しなければならない。

２　（略）

（記録の保存）

第六条　米穀事業者は、第三条第一項及び前条の規定による記録を、当該記録を作成した日から主務省令で定める期間保存しなければならない。

【関係法令】

○　米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律施行令

（記録の保存期間）

第七条　法第六条の主務省令で定める期間は、三年間とする。（以下略）

一　（略）

二　記録を作成した日から賞味期限（定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日をいう。）までの期間が三年を超える米穀等　五年間

（一般消費者に対する産地情報の伝達）

第八条　米穀事業者（他の米穀事業者に委託をして指定米穀等の販売又は提供をする場合における当該委託をする米穀事業者を除く。）は、指定米穀等について一般消費者への販売又は提供をするときは、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（昭和二十五年法律第百七十五号）第十九条の十三第一項から第三項までの規定により定められた品質に関する表示の基準又は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）第八十六条の六第一項の規定により定められた酒類の表示の基準に従って当該指定米穀等の産地を表示しなければならない場合を除き、主務省令で定めるところにより、その包装又は容器への表示その他の方法により、当該指定米穀等の産地を、当該一般消費者に伝達しなければならない。

２・３　（略）

Ⅳ　未成年者飲酒禁止法関係

１　未成年者飲酒禁止法

（未成年者に対する飲酒の禁止）

第一条　満二十年ニ至ラサル者ハ酒類ヲ飲用スルコトヲ得ス

２　未成年者ニ対シテ親権ヲ行フ者若ハ親権者ニ代リテ之ヲ監督スル者未成年者ノ飲酒ヲ知リタルトキハ之ヲ制止スヘシ

３　営業者ニシテ其ノ業態上酒類ヲ販売又ハ供与スル者ハ満二十年ニ至ラサル者ノ飲用ニ供スルコトヲ知リテ酒類ヲ販売又ハ供与スルコトヲ得ス

４　営業者ニシテ其ノ業態上酒類ヲ販売又ハ供与スル者ハ満二十年ニ至ラザル者ノ飲酒ノ防止ニ資スル為年齢ノ確認其ノ他ノ必要ナル措置ヲ講ズルモノトス

（酒類及び器具の没収・廃き等の処分）

第二条　満二十年ニ至ラサル者カ其ノ飲用ニ供スル目的ヲ以テ所有又ハ所持スル酒類及其ノ器具ハ行政ノ処分ヲ以テ之ヲ没収シ又ハ廃棄其ノ他ノ必要ナル処置ヲ為サシムルコトヲ得

（罰則）

第三条　第一条第三項ノ規定ニ違反シタル者ハ五十万円以下ノ罰金ニ処ス

２　第一条第二項ノ規定ニ違反シタル者ハ科料ニ処ス

第四条　法人ノ代表者又ハ法人若ハ人ノ代理人、使用人其ノ他ノ従業者ガ其ノ法人又ハ人ノ業務ニ関シ前条第一項ノ違反行為ヲ為シタルトキハ行為者ヲ罰スルノ外其ノ法人又ハ人ニ対シ同項ノ刑ヲ科ス

２　酒類小売業における酒類の表示に関する公正競争規約（公正取引委員会告示）（抄）

（必要な表示事項）

第４条

１・２　（略）

３　事業者は、酒類自動販売機（以下「自販機」という。）を設置している場合は、次に掲げる事項を、自販機の見やすい箇所に邦文で明りょうに表示しなければならない。

(1) 自販機による販売停止時間

(2) 自販機の管理責任者等

(3) 未成年者及び自動車運転者の飲酒禁止

４　事業者は、前項第１号の販売時間を厳守しなければならない。

【関係法令等】

○　酒類小売業における酒類の表示に関する公正競争規約施行規則

（必要な表示事項）

第２条

１　（略）

２　規約第４条第３項第１号の「自動販売機による販売停止時間」及び第２号の「自販機の管理責任者等」は、「未成年者の飲酒防止に関する表示基準」（平成元年 11 月 22 日国税庁告示第９号）により表示するものとする。

３　アルコール健康障害対策基本法（抄）

第一章　総則

（目的）

第一条　この法律は、酒類が国民の生活に豊かさと潤いを与えるものであるとともに、酒類に関する伝統と文化が国民の生活に深く浸透している一方で、不適切な飲酒はアルコール健康障害の原因となり、アルコール健康障害は、本人の健康の問題であるのみならず、その家族への深刻な影響や重大な社会問題を生じさせる危険性が高いことに鑑み、アルコール健康障害対策に関し、基本理念を定め、及び国、地方公共団体等の責務を明らかにするとともに、アルコール健康障害対策の基本となる事項を定めること等により、アルコール健康障害対策を総合的かつ計画的に推進して、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止を図り、あわせてアルコール健康障害を有する者等に対する支援の充実を図り、もって国民の健康を保護するとともに、安心して暮らすことのできる社会の実現に寄与することを目的とする。

（定義）

第二条　この法律において「アルコール健康障害」とは、アルコール依存症その他の多量の飲酒、未成年者の飲酒、妊婦の飲酒等の不適切な飲酒の影響による心身の健康障害をいう。

（基本理念）

第三条　アルコール健康障害対策は、次に掲げる事項を基本理念として行われなければならない。

一　アルコール健康障害の発生、進行及び再発の各段階に応じた防止対策を適切に実施するとともに、アルコール健康障害を有し、又は有していた者とその家族が日常生活及び社会生活を円滑に営むことができるように支援すること。

二　アルコール健康障害対策を実施するに当たっては、アルコール健康障害が、飲酒運転、暴力、虐待、自殺等の問題に密接に関連することに鑑み、アルコール健康障害に関連して生ずるこれらの問題の根本的な解決に資するため、これらの問題に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされるものとすること。

（国の責務）

第四条　国は、前条の基本理念にのっとり、アルコール健康障害対策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

（地方公共団体の責務）

第五条　地方公共団体は、第三条の基本理念にのっとり、アルコール健康障害対策に関し、国との連携を図りつつ、その地域の状況に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

（事業者の責務）

第六条　酒類の製造又は販売（飲用に供することを含む。以下同じ。）を行う事業者は、国及び地方公共団体が実施するアルコール健康障害対策に協力するとともに、その事業活動を行うに当たって、アルコール健康障害の発生、進行及び再発の防止に配慮するよう努めるものとする。

（アルコール関連問題啓発週間）

第十条　国民の間に広くアルコール関連問題に関する関心と理解を深めるため、アルコール関連問題啓発週間を設ける。

２　アルコール関連問題啓発週間は、十一月十日から同月十六日までとする。

第二章　アルコール健康障害対策推進基本計画等

（アルコール健康障害対策推進基本計画）

第十二条　政府は、この法律の施行後二年以内に、アルコール健康障害対策の総合的かつ計画的な推進を図るため、アルコール健康障害対策の推進に関する基本的な計画（以下「アルコール健康障害対策推進基本計画」という。）を策定しなければならない。

第三章　基本的施策

（不適切な飲酒の誘引の防止）

第十六条　国は、酒類の表示、広告その他販売の方法について、酒類の製造又は販売を行う事業者の自主的な取組を尊重しつつ、アルコール健康障害を発生させるような不適切な飲酒を誘引することとならないようにするために必要な施策を講ずるものとする。

Ⅴ　独占禁止法関係（抄）

１　私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（独占禁止法）

（定義）

第二条

１～８　（略）

９　この法律において「不公正な取引方法」とは、次の各号のいずれかに該当する行為をいう。

一　正当な理由がないのに、競争者と共同して、次のいずれかに該当する行為をすること。

イ　ある事業者に対し、供給を拒絶し、又は供給に係る商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限すること。

ロ　他の事業者に、ある事業者に対する供給を拒絶させ、又は供給に係る商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限させること。

二　不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもつて、商品又は役務を継続して供給することであつて、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの

三　正当な理由がないのに、商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給することであつて、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの

四　自己の供給する商品を購入する相手方に、正当な理由がないのに、次のいずれかに掲げる拘束の条件を付けて、当該商品を供給すること。

イ　相手方に対しその販売する当該商品の販売価格を定めてこれを維持させることその他相手方の当該商品の販売価格の自由な決定を拘束すること。

ロ　相手方の販売する当該商品を購入する事業者の当該商品の販売価格を定めて相手方をして当該事業者にこれを維持させることその他相手方をして当該事業者の当該商品の販売価格の自由な決定を拘束させること。

五　自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に、次のいずれかに該当する行為をすること。

イ　継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。）に対して、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。

ロ　継続して取引する相手方に対して、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること。

ハ　取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること。

六　前各号に掲げるもののほか、次のいずれかに該当する行為であつて、公正な競争を阻害するおそれがあるもののうち、公正取引委員会が指定するもの

イ　不当に他の事業者を差別的に取り扱うこと。
ロ　不当な対価をもつて取引すること。
ハ　不当に競争者の顧客を自己と取引するように誘引し、又は強制すること。
ニ　相手方の事業活動を不当に拘束する条件をもつて取引すること。
ホ　自己の取引上の地位を不当に利用して相手方と取引すること。
ヘ　自己又は自己が株主若しくは役員である会社と国内において競争関係にある他の事業者とその取引の相手方との取引を不当に妨害し、又は当該事業者が会社である場合において、その会社の株主若しくは役員をその会社の不利益となる行為をするように、不当に誘引し、唆し、若しくは強制すること。

（不公正な取引方法の禁止）
第十九条　事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない。

（課徴金）
第二十条の三　事業者が、次の各号のいずれかに該当する者であつて、第十九条の規定に違反する行為（第二条第九項第二号に該当するものに限る。）をしたときは、公正取引委員会は、第八章第二節に規定する手続に従い、当該事業者に対し、当該行為をした日から当該行為がなくなる日までの期間（当該期間が三年を超えるときは、当該行為がなくなる日からさかのぼつて三年間とする。）における、当該行為において当該事業者が供給した同号に規定する商品又は役務の政令で定める方法により算定した売上額に百分の三（当該事業者が小売業を営む場合は百分の二、卸売業を営む場合は百分の一とする。）を乗じて得た額に相当する額の課徴金を国庫に納付することを命じなければならない。ただし、当該事業者が当該行為に係る行為について第七条の二第一項若しくは第四項若しくは次条の規定による命令（当該命令が確定している場合に限る。）、第七条の二第十八項若しくは第二十一項の規定による通知若しくは第五十一条第二項の規定による審決を受けたとき、又はこの条の規定による課徴金の額が百万円未満であるときは、その納付を命ずることができない。
一　調査開始日からさかのぼり十年以内に、第二十条の規定による命令（第二条第九項第二号に係るものに限る。次号において同じ。）若しくはこの条の規定による命令を受けたことがある者（当該命令が確定している場合に限る。次号において同じ。）又は第六十六条第四項の規定による審決（原処分の全部を取り消す場合における第二条第九項第二号に係るものに限る。次号において同じ。）を受けたことがある者（当該審決が確定している場合に限る。次号において同じ。）
二　第四十七条第一項第四号に掲げる処分が行われなかつた場合において、当該事業者が当該違反行為について事前通知を受けた日からさかのぼり十年以内に、第二十条の規定による命令若しくはこの条の規定による命令を受けたことがある者又は第六十六条第四項の規定による審決を受けたことがある者

第二十条の四　事業者が、次の各号のいずれかに該当する者であつて、第十九条の規定に違反する行為（第二条第九項第三号に該当するものに限る。）をしたときは、公

正取引委員会は、第八章第二節に規定する手続に従い、当該事業者に対し、当該行為をした日から当該行為がなくなる日までの期間（当該期間が三年を超えるときは、当該行為がなくなる日からさかのぼつて三年間とする。）における、当該行為において当該事業者が供給した同号に規定する商品又は役務の政令で定める方法により算定した売上額に百分の三（当該事業者が小売業を営む場合は百分の二、卸売業を営む場合は百分の一とする。）を乗じて得た額に相当する額の課徴金を国庫に納付することを命じなければならない。ただし、当該事業者が当該行為に係る行為について第七条の二第一項若しくは第四項の規定による命令、同条第十八項若しくは第二十一項の規定による通知若しくは第五十一条第二項の規定による審決を受けたとき、又はこの条の規定による課徴金の額が百万円未満であるときは、その納付を命ずることができない。

一　調査開始日からさかのぼり十年以内に、第二十条の規定による命令（第二条第九項第三号に係るものに限る。次号において同じ。）若しくはこの条の規定による命令を受けたことがある者（当該命令が確定している場合に限る。次号において同じ。）又は第六十六条第四項の規定による審決（原処分の全部を取り消す場合における第二条第九項第三号に係るものに限る。次号において同じ。）を受けたことがある者（当該審決が確定している場合に限る。次号において同じ。）

二　第四十七条第一項第四号に掲げる処分が行われなかつた場合において、当該事業者が当該違反行為について事前通知を受けた日からさかのぼり十年以内に、第二十条の規定による命令若しくはこの条の規定による命令を受けたことがある者又は第六十六条第四項の規定による審決を受けたことがある者

第二十条の六　事業者が、第十九条の規定に違反する行為（第二条第九項第五号に該当するものであつて、継続してするものに限る。）をしたときは、公正取引委員会は、第八章第二節に規定する手続に従い、当該事業者に対し、当該行為をした日から当該行為がなくなる日までの期間（当該期間が三年を超えるときは、当該行為がなくなる日からさかのぼつて三年間とする。）における、当該行為の相手方との間における政令で定める方法により算定した売上額（当該行為が商品又は役務の供給を受ける相手方に対するものである場合は当該行為の相手方との間における政令で定める方法により算定した購入額とし、当該行為の相手方が複数ある場合は当該行為のそれぞれの相手方との間における政令で定める方法により算定した売上額又は購入額の合計額とする。）に百分の一を乗じて得た額に相当する額の課徴金を国庫に納付することを命じなければならない。ただし、その額が百万円未満であるときは、その納付を命ずることができない。

2　不公正な取引方法

（昭和 57 年 6 月 18 日　公正取引委員会告示第 15 号）
改正　平成 21 年 10 月 28 日　公正取引委員会告示第 18 号

（共同の取引拒絶）

1　正当な理由がないのに、自己と競争関係にある他の事業者(以下「競争者」という。)と共同して、次の各号のいずれかに掲げる行為をすること。

一　ある事業者から商品若しくは役務の供給を受けることを拒絶し、又は供給を受ける商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限すること。

二　他の事業者に、ある事業者から商品若しくは役務の供給を受けることを拒絶させ、又は供給を受ける商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限させること。

（その他の取引拒絶）

2　不当に、ある事業者に対し取引を拒絶し若しくは取引に係る商品若しくは役務の数量若しくは内容を制限し、又は他の事業者にこれらに該当する行為をさせること。

（差別対価）

3　私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和二十二年法律第五十四号。以下「法」という。）第二条第九項第二号に該当する行為のほか、不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもつて、商品若しくは役務を供給し、又はこれらの供給を受けること。

（取引条件等の差別取扱い）

4　不当に、ある事業者に対し取引の条件又は実施について有利な又は不利な取扱いをすること。

（事業者団体における差別取扱い等）

5　事業者団体若しくは共同行為からある事業者を不当に排斥し、又は事業者団体の内部若しくは共同行為においてある事業者を不当に差別的に取り扱い、その事業者の事業活動を困難にさせること。

（不当廉売）

6　法第二条第九項第三号に該当する行為のほか、不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。

（不当高価購入）

7　不当に商品又は役務を高い対価で購入し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。

（ぎまん的顧客誘引）

8　自己の供給する商品又は役務の内容又は取引条件その他これらの取引に関する事項について、実際のもの又は競争者に係るものよりも著しく優良又は有利であると顧客に誤認させることにより、競争者の顧客を自己と取引するように不当に誘引すること。

（不当な利益による顧客誘引）

9　正常な商慣習に照らして不当な利益をもつて、競争者の顧客を自己と取引するように誘引すること。

（抱き合わせ販売等）

10　相手方に対し、不当に、商品又は役務の供給に併せて他の商品又は役務を自己又は自己の指定する事業者から購入させ、その他自己又は自己の指定する事業者と取引するように強制すること。

（排他条件付取引）

11　不当に、相手方が競争者と取引しないことを条件として当該相手方と取引し、競争者の取引の機会を減少させるおそれがあること。

（拘束条件付取引）

12　法第二条第九項第四号又は前項に該当する行為のほか、相手方とその取引の相手方との取引その他相手方の事業活動を不当に拘束する条件をつけて、当該相手方と取引すること。

（取引の相手方の役員選任への不当干渉）

13　自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に、取引の相手方である会社に対し、当該会社の役員（法第二条第三項の役員をいう。以下同じ。）の選任についてあらかじめ自己の指示に従わせ、又は自己の承認を受けさせること。

（競争者に対する取引妨害）

14　自己又は自己が株主若しくは役員である会社と国内において競争関係にある他の事業者とその取引の相手方との取引について、契約の成立の阻止、契約の不履行の誘引その他いかなる方法をもつてするかを問わず、その取引を不当に妨害すること。

（競争会社に対する内部干渉）

15　自己又は自己が株主若しくは役員である会社と国内において競争関係にある会社の株主又は役員に対し、株主権の行使、株式の譲渡、秘密の漏えいその他いかなる方法をもつてするかを問わず、その会社の不利益となる行為をするように、不当に誘引し、そそのかし、又は強制すること。

3　不当廉売に関する独占禁止法上の考え方

（平成21年12月18日　公正取引委員会）
改正　平成23年６月23日

1 はじめに

不当廉売は、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。）において、不公正な取引方法の一つとして禁止されている。不当廉売の規定は、平成21年法律第51号及び不公正な取引方法（昭和57年公正取引委員会告示第15号）の改正によって、次のようになった。

①　独占禁止法第２条第９項第３号

正当な理由がないのに、商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給することであつて、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの

②　不公正な取引方法第６項

法第２条第９項第３号に該当する行為のほか、不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。

このうち、独占禁止法第２条第９項第３号に規定する不当廉売（以下「法定不当廉売」という。）を行った事業者が、過去10年以内に法定不当廉売を行ったとして行政処分を受けたことがあるなど一定の条件を満たす場合には、課徴金の納付が命じられることになった（注１）。このため、不当廉売に係る法運用の透明性、事業者の予見可能性を向上させる観点から、公正取引委員会は、法定不当廉売の要件のうち、特に「供給に要する費用を著しく下回る対価」に重点を置いて、不当廉売に関する独占禁止法上の考え方を従前よりも明確化するため、「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」（昭和59年11月20日公正取引委員会事務局）を一部改定することとした。

なお、これは不当廉売の規定の適用に当たり、留意すべき事項を示したものであり、具体的なケースについては、個々の事案ごとに判断を要するものであることはいうまでもない。

（注１）　法定不当廉売に該当する行為に対しては、独占禁止法第２条第９項第３号の規定だけを適用すれば足りるので、当該行為に不公正な取引方法第６項の規定が適用されることはない。

2 不当廉売規制の目的

独占禁止法の目的は、いうまでもなく公正かつ自由な競争を維持・促進することにあり、事業者が創意により良質・廉価な商品又は役務（以下単に「商品」という。）を供給しようとする努力を助長しようとするものである。この中でも、企業努力による価格競争は、本来、競争政策が維持促進しようとする能率競争（良質・廉価な商品を提供して顧客を獲得する競争をいう。）の中核をなすものである。この意味で、価格の安さ自体を不当視するものではないことは当然であるが、逆に価格の安さを常に正当視するものでもない。企業の効率性によって達成した低価格で商品を提供するのではなく、採算を度外視した低価格によって顧客を獲得しようとするのは、独

占禁止法の目的からみて問題がある場合があり、そのような場合には、規制の必要がある。正当な理由がないのにコストを下回る価格、いいかえれば他の商品の供給による利益その他の資金を投入するのでなければ供給を継続することができないような低価格を設定することによって競争者の顧客を獲得することは、企業努力又は正常な競争過程を反映せず、廉売を行っている事業者（以下「廉売行為者」という。）自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあり、公正な競争秩序に影響を及ぼすおそれがある場合もあるからである。

3 独占禁止法第２条第９項第３号の規定

独占禁止法第２条第９項第３号の規定は、次のとおりである。

三　正当な理由がないのに、商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給することであつて、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの

同号の要件は、①廉売の態様（価格・費用基準及び継続性）、②「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」、③正当な理由の三つの面からとらえることができる。

(1) 廉売の態様

ア 価格・費用基準

(ｱ) 価格・費用基準すなわち「供給に要する費用を著しく下回る対価」という要件は、前記２の不当廉売規制の目的に即して解釈すべきである。

(ｲ) すなわち、不当廉売規制の目的の一つは、廉売行為者自らと同等又はそれ以上に効率的な事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるような廉売を規制することにある。仮に、廉売行為者自らと同等に効率的な事業者、例えば、廉売行為者と同じ費用で商品を供給することができる事業者が存在し、又は参入を検討していたとしても、商品の供給が増大するにつれ損失が拡大するような価格でしか供給することができないのであれば、むしろ、供給をしない方が費用の負担を免れることができることから、供給を継続せずに撤退し、又は参入を断念する方がよいことになる。つまり、廉売行為者自身がその費用すら下回る価格で供給を行えば、他の事業者も廉売行為者と同じ価格で供給せざるを得なくなり、仮に、他の事業者が同じ費用で供給することができたとしても、早晩、撤退又は参入断念を余儀なくされることを意味する。このように、廉売行為者自らと同等に効率的な事業者の事業の継続等に係る判断に影響を与える価格であるかどうかは、それが当該廉売行為者自身にとって直ちに損失をもたらす水準にあるかどうかに左右されることになる。したがって、「供給に要する費用」とは、廉売行為者の「供給に要する費用」であり、業界一般の「供給に要する費用」又は現実に存在する特定の競争者の費用ではない。

(ｳ) 前記２の不当廉売規制の目的からみて、事業者が自らの企業努力又は正常な競争過程を反映した価格設定を行うことは妨げられていない。例えば、商品の価格が「供給に要する費用」、すなわち総販売原価（注２）を下回っていても、供給を継続した方が当該商品の供給に係る損失が小さくなるときは、当該価格で供給することは合理的である。このような観点から、価格・費用基準は、廉売行為者にとって明らかに経済合理性のない価格設定であるかを判断することができるものとすることが適切である。この点、商品の供給が増大するにつれ損失が拡大するような価格設定行動は、特段の事情がない限り、経済合理性のないものであるということができる。したがって、価格設定についての経済合理性の有無は、廉売の対象となった商品（以下「廉売対象商品」という。）を供給することによっ

て発生する費用と価格との比較により判断することが適当である（注３）。これにより、事業者が採算に合うと考えて設定した価格が違法とされることを懸念し事業活動に影響が生じる可能性をできるだけ少なくすることができる。

（注２） 総販売原価とは、廉売対象商品の供給に要するすべての費用を合計したものであり、通常の製造業では、製造原価に販売費及び一般管理費を加えたもの、通常の販売業では、仕入原価に販売費及び一般管理費を加えたものである。

ここでの「製造原価」とは、当期の製造活動によって完成した全製品の製造に要した費用の合計である製造原価報告書上の当期製品製造原価ではなく、当該廉売によって販売された製品の製造に要した費用の合計額のことである。仕入原価、販売費及び一般管理費についても同様であり、当該廉売によって販売された製品の仕入れ、販売及び管理に要した費用の合計額のことである。

販売費及び一般管理費のように複数の事業に共通する費用については、これが各事業にどのように配賦されるかが問題となるところ、企業会計上は、当該費用の発生により各事業が便益を受ける程度等に応じ、各事業者が実情に即して合理的に選択した配賦基準に従って配賦されることが一般的である。複数の事業に共通する費用の配賦基準については、このほかにも様々な方法があるが、廉売行為者が実情に即して合理的に選択した配賦基準を用いていると認められる場合には、当該配賦基準に基づき各事業に費用の配賦を行った上で、総販売原価の算定を行うものとする。その上で、複数の商品に共通する費用についても、実情に即して合理的に配賦することにより、廉売対象商品の総販売原価の算定を行うものとする。

また、研究開発費等のように一括して計上される費用については、廉売行為者が実情に即して合理的な期間において当該費用を回収することとしていると認められる場合には、当該期間にわたって費用の配賦を行った上で、廉売対象商品の総販売原価の算定を行うものとする。

（注３） 経済合理性があるかどうかについては、概念的には、設定された価格が平均回避可能費用（廉売行為者が廉売対象商品の追加供給をやめた場合に生じなくなる廉売対象商品固有の固定費用及び可変費用を合算した費用を追加供給量で除することによって得られる廉売対象商品一単位当たりの費用をいう。）を回収することができるかどうかによって判断される。実務上は、これに相当するものとして、後記(ｴ)に示した考え方を用いる。

(ｴ) 総販売原価を著しく下回る価格であるかどうかは、廉売対象商品を供給することによって発生する費用を下回る収入しか得られないような価格であるかどうかという観点から、事案に即して算定されることになる。この算定に当たっては、次の点に留意する。

ａ 供給に要する費用には、廉売対象商品を供給しなければ発生しない費用（以下「可変的性質を持つ費用」という。）とそれ以外の費用とがある。可変的性質を持つ費用でさえ回収できないような低い価格を設定すれば、廉売対象商品の供給が増大するにつれ損失が拡大する。したがって、可変的性質を持つ費用を下回る価格は、「供給に要する費用を著しく下回る対価」であると推定される（他方、可変的性質を持つ費用以上の価格は「供給に

要する費用を著しく下回る対価」ではないので、その価格での供給は、法定不当廉売に該当することはない。）。

b　可変的性質を持つ費用に該当する費用かどうかについては、廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用か、廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用かという観点から評価する。

(a) 変動費（操業度に応じて総額において比例的に増減する原価をいう。）は、可変的性質を持つ費用となる。また、明確に変動費であると認められなくても、費用の性格上、廉売対象商品の供給量の変化に応じてある程度増減するとみられる費用は、特段の事情（注４）がない限り、可変的性質を持つ費用と推定される。例えば、変動費としては製品の製造に直接用いられる材料費や仕入価格が挙げられ、費用の性格上廉売対象商品の供給量の変化に応じてある程度増減する費用としては運送費、検収費等の商品仕入れに付随する諸経費が挙げられる。

さらに、費用の性格からそのように推定するまでは至らないものであっても、個別の事案において、廉売期間中、供給量の変化に応じて増減している費用は、原則として、可変的性質を持つ費用として取り扱われる。

（注４）　継続的な廉売ではあるものの、廉売期間が比較的短く、期間中の廉売対象商品の供給によってはその費用が増減し得ないといった事情は、特段の事情に該当する事由である。

(b) 企業会計上の各種費用項目のうち、廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用項目は、以下に示すように、可変的性質を持つ費用となる又は推定される場合がある。

(i) 製造原価

製造原価は製造業者が廉売を行うことにより販売した当該製品の「売上原価」を構成する重要な一要素である。製造原価は、製造業者が、ある製品について廉売を行った場合に、当該製品の供給と密接な関連性を有するものとして算定される費用項目であり、その性格上、特段の事情（注５）がない限り、可変的性質を持つ費用と推定される。製造原価のうち製造直接費（直接材料費、直接労務費及び直接経費）は、可変的性質を持つ費用となる。

（注５）　特段の事情に該当する事由としては、製造原価の中に、明らかに当該製品の供給と関連性のない費用項目があるといった事情（例えば、当該製品を製造する工場敷地内にある福利厚生施設（テニスコート、プール等）の減価償却費が製造原価に含まれている場合）が挙げられる。

（ii）仕入原価

仕入原価とは、仕入価格（注６）と、運送費、検収費等の仕入れに付随する諸経費との合計額である。仕入原価は、販売業者が、ある製品について廉売を行った場合に、当該製品の供給と密接な関連性を有するものとして算定される費用項目であり、その性格上、特段の事情がない限り、可変的性質を持つ費用と推定される。仕入原価のうち仕入価格は、可変的性質を持つ費用となる。

（注６） ここでの「仕入価格」とは、名目上の仕入価格ではなく、実際の取引において当該製品に関して値引き、リベート、現品添付等が行われている場合には、これらを考慮に入れた実質的な仕入価格をいう。

（ⅲ）営業費

営業費は、販売費及び一般管理費から構成されるところ、これに含まれる費用項目のうち、廉売対象商品の注文の履行に要する費用である倉庫費、運送費及び掛売販売集金費は、事業者が、ある商品について廉売を行った場合に、廉売対象商品の供給と密接な関連性を有するものとして算定される費用項目であり、その性格上、可変的性質を持つ費用となる。

（c）廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用か、廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用かという観点から、費用の性格上、特段の事情がない限り可変的性質を持つ費用には該当しないと推定される費用（注７）又は可変的性質を持つ費用とはならない費用（注８）がある。

（注７） 廉売対象商品の注文の獲得に要する費用（例えば、広告費、市場調査費、接待費）は、特段の事情がない限り、可変的性質を持つ費用には該当しないと推定される。特段の事情に該当する事由としては、廉売対象商品の供給を開始又は継続するために不可避的に発生した費用であるといった事情が挙げられる。

例えば、廉売対象商品の需要創出のために発売開始前に集中的に支出した宣伝広告費については、その費用の支出なくして廉売対象商品の供給自体が行われなかったと認められる場合があり得る。このような廉売対象商品の供給を開始又は継続するために不可避的に発生した費用であるといった事情があれば、当該費用は、廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用であり、廉売対象商品を供給しなければ発生しなかったものとして、可変的性質を持つ費用とされる。

（注８） 本社組織である人事部や経理部における人件費、交通費及び通信費は、費用の性格上、廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用ではなく、廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用でもないので、可変的性質を持つ費用とはならない。

イ 継続性

前記２のとおり、不当廉売に該当するためには、廉売が廉売行為者自らと同等に効率的な事業者の事業の継続等に係る判断に影響を与え得るものである必要がある。したがって、不当廉売となるのは、一般的には、廉売がある程度「継続して」行われる場合である。このため、独占禁止法第２条第９項第３号の規定は、「供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給すること」と規定している。

「継続して」とは、相当期間にわたって繰り返して廉売を行い、又は廉売を行っている事業者の営業方針等から客観的にそれが予測されることであるが、毎日継続して行われること

を必ずしも要しない。例えば、毎週末等の日を定めて行う廉売であっても、需要者の購買状況によっては継続して供給しているとみることができる場合がある。

(2) 「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」

ア 「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある」にいうところの「他の事業者」とは、通常の場合、廉売対象商品について当該廉売を行っている者と競争関係にある者を指すが、廉売の態様によっては、競争関係にない者が含まれる場合もあり得る。例えば、卸売・小売業者による廉売によって製造業者等の競争関係に影響が及ぶ場合であれば、「他の事業者」に、廉売対象商品と同種の商品を供給する製造業者等が含まれる場合もある。

イ 「事業活動を困難にさせるおそれがある」とは、現に事業活動が困難になることは必要なく、諸般の状況からそのような結果が招来される具体的な可能性が認められる場合（注９）を含む趣旨である。このような可能性の有無は、他の事業者の実際の状況のほか、廉売行為者の事業の規模及び態様、廉売対象商品の数量、廉売期間、広告宣伝の状況、廉売対象商品の特性、廉売行為者の意図・目的等を総合的に考慮して、個別具体的に判断される。

（注９） 例えば、有力な事業者が、他の事業者を排除する意図の下に、可変的性質を持つ費用を下回る価格で廉売を行い、その結果、急激に販売数量が増加し、当該市場において販売数量で首位に至るような場合には、個々の事業者の事業活動が現に困難になっているとまでは認められなくとも、「事業活動を困難にさせるおそれがある」に該当する。

(3) 正当な理由

前記(1)及び(2)の要件に当たるものであっても、廉売を正当化する特段の事情があれば、公正な競争を阻害するおそれがあるものとはいえず、不当廉売とはならない。例えば、需給関係から廉売対象商品の販売価格が低落している場合、廉売対象商品の原材料の再調達価格が取得原価より低くなっている場合において、商品や原材料の市況に対応して低い価格を設定したとき、商品の価格を決定した後に原材料を調達する取引において、想定しがたい原材料価格の高騰により結果として供給に要する費用を著しく下回ることとなったときは、「正当な理由」があるものと考えられる（注10）。

（注10） 生鮮食料品のようにその品質が急速に低下するおそれがあるものや季節商品のようにその販売の最盛期を過ぎたものについて、見切り販売をする必要がある場合は、可変的性質を持つ費用を下回るような低い価格を設定することに「正当な理由」があるものと考えられる。きず物、はんぱ物その他の瑕疵のある商品について相応の低い価格を設定する場合も同様に考えられる。

4 不公正な取引方法第６項の規定

(1) 不公正な取引方法第６項の規定は、次のとおりである。

（不当廉売）

６ 法第２条第９項第３号に該当する行為のほか、不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。

法定不当廉売の要件である価格・費用基準及び継続性のいずれか又は両方を満たさない場合、すなわち、廉売行為者が可変的性質を持つ費用以上の価格（総販売原価を下回ることが前提）で供給する場合や、可変的性質を持つ費用を下回る価格で単発的に供給する場合であっても、廉売対象商品の特性、廉売行為者の意図・目的、廉売の効果、市場全体の状況等からみて、公正な競争秩序に悪影響を与えるときは、不公正な取引方法第６項の規定に該当し、不当廉売として規制される。

(2) 「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」の有無については、前記３(2)イに掲げる事項を総合的に考慮して、個別事案ごとに判断することとなるが、例えば、市場シェアの高い事業者が、継続して、かつ、大量に廉売する場合、又はこのような事業者が、他の事業者にとって経営上重要な商品を集中的に廉売する場合は、一般的には、他の事業者の事業活動に影響を与えると考えられるので、可変的性質を持つ費用以上の価格での供給であっても、不公正な取引方法第６項の規定に該当する場合がある。この場合には、廉売対象商品の供給と関連のある費用（製造原価又は仕入原価及び販売費）を下回っているかどうかを考慮する。

5 廉売問題に関連するその他の規制

廉売問題に関連する独占禁止法上の規制のうち、主要なものを挙げると次のとおりである。

(1) 差別対価、取引条件等の差別取扱い

ア 独占禁止法が禁止する差別対価等

差別対価については、独占禁止法第２条第９項第２号において「不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもつて、商品又は役務を継続して供給することであつて、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの」と（注11）、不公正な取引方法第３項において「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第２条第９項第２号に該当する行為のほか、不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもつて、商品若しくは役務を供給し、又はこれらの供給を受けること。」と規定されている。独占禁止法第２条第９項第２号は、商品を供給するケースに限られ、供給を受ける行為は含まれていないことに留意する必要がある。

また、取引条件等の差別取扱いについては、不公正な取引方法第４項において、「不当に、ある事業者に対し取引の条件又は実施について有利又は不利な取扱いをすること。」と規定されている。

（注11） 独占禁止法第２条第９項第２号に規定する差別対価を行った事業者が、過去10年以内に同号に規定する差別対価を行ったとして行政処分を受けたことがあるなど一定の条件を満たす場合には、課徴金の納付が命じられる。

独占禁止法第２条第９項第２号に規定する差別対価に該当する行為に対しては、同号の規定だけを適用すれば足りるので、当該行為に不公正な取引方法第３項の規定が適用されることはない。

イ 差別対価等の規制の基本的な考え方

(ｱ) 経済活動において、取引数量の多寡、決済条件、配送条件等の相違を反映して取引価格に差が設けられることは、広く一般にみられることである。また、地域による需給関係の

相違を反映して取引価格に差異が設けられることも通常である。

このような観点からすれば、取引価格や取引条件に差異が設けられても、それが取引数量の相違等正当なコスト差に基づくものである場合や、商品の需給関係を反映したものである場合等においては、本質的に公正な競争を阻害するおそれがあるとはいえないものと考えられる。

しかし、例えば、有力な事業者が、競争者を排除するため、当該競争者と競合する販売地域又は顧客に限って廉売を行い、公正な競争秩序に悪影響を与える場合は、独占禁止法上問題となる。

また、有力な事業者が同一の商品について、取引価格やその他の取引条件等について、合理的な理由なく差別的な取扱いをし、差別を受ける相手方の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼすことにより公正な競争秩序に悪影響を与える場合にも、独占禁止法上問題となる。

(ｲ) 個々の行為がどのような場合に独占禁止法上の差別対価等に該当するかは、個別具体的な事案において、行為者の意図・目的、取引価格・取引条件の格差の程度、供給に要する費用と価格との関係、行為者及び競争者の市場における地位、取引の相手方の状況、商品の特性、取引形態等を総合的に勘案し、市場における競争秩序に与える影響を勘案した上で判断されるものである。

(2) 優越的地位の濫用行為

自己の取引上の地位が相手方に優越している事業者が、その地位を利用して、取引の相手方に対し、自己に対する低価格での納入や自己の決算対策のための協賛金の支払いを強要すること等は、独占禁止法第２条第９項第５号（優越的地位の濫用）に該当するおそれがある。

公正取引委員会は、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」（平成３年７月11日公正取引委員会事務局）、「役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針（平成10年３月17日公正取引委員会）、「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公正な取引方法」の運用基準（平成17年事務総長通達第９号）、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成22年11月30日公正取引委員会）で明らかにした考え方等を踏まえ、厳正に対処する（注12）。

（注12） 独占禁止法第２条第９項第５号に規定される優越的地位の濫用を行った事業者に対しては、当該行為が継続してするものであるなど一定の条件を満たす場合には、課徴金の納付が命じられる。

４　酒類の流通における不当廉売、差別対価等への対応について

（平成21年12月18日　公正取引委員会）
改正　平成23年６月23日

第１　不当廉売への対応について

１　不当廉売の規制の内容

(1) 独占禁止法が禁止する不当廉売

不当廉売については、独占禁止法第２条第９項第３号において「正当な理由がないのに、商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給することであつて、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの」と規定され、同項第６号に基づく不公正な取引方法（昭和57年公正取引委員会告示第15号）第６項において「法第２条第９項第３号に該当する行為のほか、不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。」と規定されている。

また、公正取引委員会では、不当廉売の規制の考え方を明らかにした「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」（平成21年12月18日公正取引委員会。以下「一般不当廉売ガイドライン」という。）を発出している。

(2) 酒類の取引実態を踏まえた考え方

問題となる廉売の態様としては、「正当な理由がないのに、供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給」する場合（独占禁止法第２条第９項第３号）と、「不当に低い対価で供給」する場合（不公正な取引方法第６項）の２つがあり、このような廉売によって、「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」がある場合に不当廉売に該当する。

この不当廉売の規制基準に関し、酒類の取引実態に即した考え方は、次のとおりである。

ア　「供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給」する場合

(ｱ)　「供給に要する費用を著しく下回る対価」の考え方

ａ　一般不当廉売ガイドラインでは、「供給に要する費用を著しく下回る対価」にいう「供給に要する費用」とは、総販売原価であるとし、通常の販売業における総販売原価とは、仕入原価に販売費及び一般管理費を加えたものであるとしている（注１）。また、廉売対象商品を供給しなければ発生しない費用（以下「可変的性質を持つ費用」という。）を下回る価格は、「供給に要する費用を著しく下回る対価」であると推定されるとしている。

（注１）ここでの「総販売原価」とは、当期の販売活動全体に要した費用のことではなく、廉売対象商品の販売に要した費用の合計額のことである。

販売費及び一般管理費のように複数の事業に共通する費用については、これが各事業にどのように配賦されるかが問題となるところ、企業会計上は、当該費用の発生により各事業が便益を受ける程度等に応じ、各事業者が実情に即して合理的に選

択した配賦基準に従って配賦されることが一般的である。複数の事業に共通する費用の配賦基準については、このほかにも様々な方法があるが、廉売行為者が実情に即して合理的に選択した配賦基準を用いていると認められる場合には、当該配賦基準に基づき各事業に費用の配賦を行った上で、総販売原価の算定を行うものとする。その上で、複数の商品に共通する費用についても、実情に即して合理的に配賦することにより、廉売対象商品の総販売原価の算定を行うものとする。

b　どのような費用が可変的性質を持つ費用となるかについては、廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用か、廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用かという観点から評価される。

c　廉売対象商品の供給量の変化に応じて増減する費用かという観点からは、変動費（操業度に応じて総額において比例的に増減する原価をいう。）は、可変的性質を持つ費用となる。また、明確に変動費であると認められなくても、費用の性格上、廉売対象商品の供給量の変化に応じてある程度増減するとみられる費用は、特段の事情がない限り、可変的性質を持つ費用と推定される（注２）。さらに、費用の性格からそのように推定するまでは至らないものであっても、個別の事案において、廉売期間中、供給量の変化に応じて増減している費用は、原則として、可変的性質を持つ費用として取り扱われる。

（注２）大規模な小売業者は、物流センターを設置し、酒類卸売業者に対して、当該物流センターへの納入を求めるとともに、当該物流センターの使用料（センターフィー）を徴収していることがある。酒類卸売業者が物流センターの使用料として納入金額に比例して支払うセンターフィーは、費用の性格上、廉売対象商品の供給量の変化に応じてある程度増減するとみられる費用であるので、特段の事情がない限り、酒類卸売業者の可変的性質を持つ費用と推定される。

d　廉売対象商品の供給と密接な関連性を有する費用かという観点からは、仕入れに係る費用項目のうち、仕入原価は、特段の事情がない限り、可変的性質を持つ費用と推定され、仕入原価のうち仕入価格は、可変的性質を持つ費用となる。また、販売費のうち、運送費等の廉売対象商品の注文の履行に要する費用は、可変的性質を持つ費用となる。

(a) 仕入原価とは、仕入価格と運送費等の仕入れに付随する諸経費との合計額である。

(b) 仕入価格については、名目上の仕入価格ではなく、廉売対象商品に関する値引き等（実質的な値引きと認められるリベートを含む。）を考慮に入れた実質的仕入価格で判断することとしている。酒類の仕入価格は、小売業者により様々であり、メーカー又は卸売業者から多種多様なリベートが供与されたり、金銭でなく商品が添付されることがあるが、こうしたリベート等のうち、例えば、次のようなものについては、廉売対象商品についての実質的仕入価格の判断において仕入価格の引下げ（値引き等）として考慮しないこととする。

○　廉売対象商品の仕入れの際に添付される他の商品（食料品、廉売対象商品以外の酒類等）

○　年度末等に事後的に額が判明するリベート

○　メーカー又は卸売業者によって広告費や販売活動の補助として供与されるチラシ協賛金、出店協賛金、販売員等

(c) 小売業者は、商品を販売する際に、消費者に対し販売価格の一部又は全部の減額に充当できるポイント（１ポイントを一定の率で金額に換算するなどの方法による。）を提供する場合がある。

酒類についてのこのようなポイントの提供については、①ポイントを利用する消費者の割合、②ポイントの提供条件（購入額の多寡にかかわらず提供されるものか、一定金額の購入を条件として提供されるものか等）、③ポイントの利用条件（ポイントが利用可能となるタイミング、ポイントの有効期限、利用に当たっての最低ポイント数の設定の有無等）といった要素を勘案し、ポイントの提供が値引きと同等の機能を有すると認められる場合は、「対価」の実質的な値引きと判断される。

(ｲ) 「継続して」の考え方

「継続して」とは、相当期間にわたって繰り返し廉売を行い、又は廉売を行っている事業者の営業方針等から客観的にそれが予測されることであるが、毎日継続して行われることを必ずしも要しない。例えば、ビール・発泡酒等については、ある程度買置きが可能であり、週末に24缶入りの箱又は６缶パックなどでまとめて購入するケースも多くなっている。このような週末に消費者の購入が多い酒類については、週末ごとに行う廉売であっても、継続して供給しているとみることができる。また、ビール・発泡酒等の廉売において日替わり・週替わりでその銘柄を変える場合があるが、このように廉売対象となる酒類について、その銘柄が異なる場合であっても一連の行為としてとらえることができる。

イ 「他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ」の考え方

(ｱ) 廉売によって他の酒類販売業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるかどうかについては、次の事項等を総合的に考慮して判断することとなる。

○　廉売を行っている事業者（以下「廉売行為者」という。）の事業の規模及び態様（事業規模の大きさ、多店舗展開の状況、総合量販店であるかなど）

○　廉売対象商品の数量、廉売期間（廉売対象となっている酒類の品目数、販売数量、箱売り等の販売単位、廉売期間の長さ等）

○　広告宣伝の状況（新聞折込広告で広範囲に広告しているかなど）

○　廉売対象商品の特性（廉売対象となっている酒類の銘柄等）

○　廉売行為者の意図・目的

○　周辺の酒類販売業者の状況（事業規模の大きさ、事業に占める廉売対象商品の販売割合、廉売行為者と周辺の酒類販売業者との販売価格差の程度、他の廉売業者の有無、廉売対象商品の売上高の減少の程度等）

(ｲ) 例えば、ビール・発泡酒等については、酒類販売において売上高の大きな割合を占めること、実質的仕入価格に格差が生じていることから、周辺の酒類販売業者よりも安く仕入れている酒類販売業者がその実質的仕入価格を下回る価格で継続して販売する場合には、一般的には、周辺の酒類販売業者の事業活動に影響し、特に、大規模な事業者が

実施する場合や繰り返し実施する場合には、特段の事情がない限り、周辺の酒類販売業者の事業活動に対する影響が大きいと考えられる。

ウ 「不当に低い対価で供給」する場合

(ｱ) 「不当に低い対価で供給」する場合に該当し得る行為態様としては、酒類販売業者が可変的性質を持つ費用以上の価格（総販売原価を下回ることが前提）で販売する場合や、可変的性質を持つ費用を下回る価格で短期間販売する場合がある。このような場合であっても、廉売対象商品の特性、廉売行為者の意図・目的、廉売の効果、市場全体の状況等からみて、周辺の酒類販売業者の事業活動を困難にさせるおそれが生じ、公正な競争秩序に悪影響を与えるときは、不公正な取引方法第６項の規定に該当し、不当廉売として規制される。

(ｲ) 周辺の酒類販売業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるかどうかについては、前記イ(ｱ)に掲げる事項を総合的に考慮して、個別事案ごとに判断することとなるが、例えば、周辺の酒類販売業者の経営上ビールが重要な商品である場合において、多店舗展開を行っている大規模な事業者、一定の商圏において市場シェアの高い事業者等が、ビールを集中的に廉売する場合は、一般的には、周辺の酒類販売業者の事業活動に影響を与えると考えられるので、可変的性質を持つ費用以上の価格での販売であっても、不公正な取引方法第６項の規定に該当する場合がある。この場合には、廉売対象商品の供給と関連のある費用（仕入原価及び販売費）を下回っているかどうかを考慮する。

(3) なお、前記(2)の考え方は、複数の酒類販売業者が相互に対抗して廉売を繰り返す、いわゆる対抗廉売の場合にも該当する。

2 公正取引委員会の対応

公正取引委員会は、前記１の考え方を踏まえて、酒類の不当廉売事案に関して、次のような対応を行うこととする。

(1) 申告のあった事案に関しては、処理結果を通知するまでの目標処理期間を原則２か月以内として、迅速に処理を行う。その際、過去に注意を受けたがなお再び注意を受けるような事業者に対しては、事案に応じて、①責任者を招致した上で直接注意を行うほか、②周辺の酒類販売業者に対する影響が大きいと考えられる場合には、簡易迅速な処理によるのではなく、次の(2)により、厳正に対処する。

(2) 大規模な事業者による不当廉売事案又は繰り返し行われている不当廉売事案であって、周辺の酒類販売業者に対する影響が大きいと考えられるものについては、周辺の酒類販売業者の事業活動への影響等についても調査を行い、問題のみられる事案については厳正に対処し、排除措置命令や警告に至らない場合であっても、責任者を招致するなどした上で、文書により厳重に注意する。

(3) 具体的な事実を摘示して行われた不当廉売事案の申告については、当該申告をした者に調査結果を通知するとともに、通知を受けた申告者から当該通知の内容について問い合わせがあった場合には、事業者の秘密や今後の審査活動に支障を及ぼす事項を除き、可能な範囲で説明する。

(4) 警告、注意等を行った事業者に対しては、再発防止、違反行為の未然防止等の観点から、その後の価格動向について情報収集を行う。

第２ 差別対価等への対応について

１ 差別対価等の規制の内容

(1) 独占禁止法が禁止する差別対価等

差別対価については、独占禁止法第２条第９項第２号において「不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもつて、商品又は役務を継続して供給することであつて、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあるもの」と規定され、不公正な取引方法第３項において「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律第２条第９項第２号に該当する行為のほか、不当に、地域又は相手方により差別的な対価をもつて、商品若しくは役務を供給し、又はこれらの供給を受けること。」と規定されている。

また、取引条件等の差別取扱いについては、不公正な取引方法第４項において「不当に、ある事業者に対し取引の条件又は実施について有利又は不利な取扱いをすること。」と規定されている。

(2) 差別対価等の規制の基本的な考え方

経済活動において、取引数量の多寡、決済条件、配送条件等の相違を反映して取引価格に差が設けられることは、広く一般にみられることである。また、地域による需給関係の相違を反映して取引価格に差異が設けられることも通常である。

このような観点からすれば、取引価格や取引条件に差異が設けられても、それが取引数量の相違等正当なコスト差に基づくものである場合や、商品の需給関係を反映したものである場合等においては、本質的に公正な競争を阻害するおそれがあるとはいえないものと考えられる。

しかし、例えば、有力な事業者が、競争者を排除するため、当該競争者と競合する販売地域又は顧客に限って廉売を行い、公正な競争秩序に悪影響を与える場合等は、独占禁止法上問題となる。

また、有力な事業者が同一の商品について、取引価格やその他の取引条件等について、合理的な理由なく差別的な取扱いをし、差別を受ける相手方の競争機能に直接かつ重大な影響を及ぼすことにより公正な競争秩序に悪影響を与える場合にも、独占禁止法上問題となる。

個々の行為がどのような場合に独占禁止法上の差別対価等に該当するかは、個別具体的な事案において、行為者の意図・目的、取引価格・取引条件の格差の程度、供給に要する費用と価格との関係、行為者及び競争者の市場における地位、取引の相手方の状況、取引形態等を総合的に勘案し、市場における競争秩序に与える影響を勘案した上で判断されるものである。

２ 公正取引委員会の対応

(1) 調査開始基準の明確化

不当廉売事案の調査結果等によれば、酒類の取引においては、小売業者間において、仕入価格に格差が生じている状況がみられる。また、メーカーや卸売業者が供与するリベートについては、その供与の基準が不明確なものが存在している状況もみられる。

公正取引委員会としては、酒類の取引における差別対価等の問題については、申告の疎明資料等により、次のような事実があると思料する場合には、必要な調査を開始し、前記１の考え方に照らし判断することとする。

ア メーカー・卸関係

(ｱ) メーカーＡ社と継続的な取引関係にある卸売業者甲社及び乙社が同一の商圏内に所在している場合において、Ａ社と甲社及び乙社との同一商品の取引内容（取引高、決済条件、受発注条件、配送条件、容器の種類等。以下同じ。）が同等とみられるにもかかわらず、Ａ社の甲社及び乙社に対する実質的な販売価格（リベート等を考慮したもの。以下同じ。）に著しい相違がみられる疑いがある場合

(ｲ) メーカーＡ社と継続的な取引関係にある卸売業者甲社及び乙社が同一の商圏内に所在している場合において、Ａ社と甲社及び乙社との同一商品の取引内容が同等とはみられないものの、Ａ社の甲社及び乙社に対する実質的な販売価格にその取引内容の相違を超えた著しい相違がみられる疑いがある場合

(ｳ) その他メーカーＡ社の卸売業者甲社及び乙社に対する同一商品の取引条件について、前記(ｱ)又は(ｲ)に類似する著しい相違がみられる疑いがある場合

イ 卸売（小売業者と直接の取引がある卸売業者を指す。）・小売関係（注３）

(ｱ) 卸売業者Ａ社と継続的な取引関係にある小売業者甲社及び乙社が同一の商圏内に所在している場合において、Ａ社と甲社及び乙社との同一商品の取引内容が同等とみられるにもかかわらず、Ａ社の甲社又は乙社に対する実質的な販売価格に著しい相違がみられる疑いがある場合

(ｲ) 卸売業者Ａ社と継続的な取引関係にある小売業者甲社及び乙社が同一の商圏内に所在している場合において、Ａ社と甲社及び乙社との同一商品の取引内容が同等とはみられないものの、Ａ社の甲社又は乙社に対する実質的な販売価格にその取引内容の相違を超えた著しい相違がみられる疑いがある場合

(ｳ) その他卸売業者Ａ社の小売業者甲社及び乙社に対する同一商品の取引条件について、前記(ｱ)又は(ｲ)に類似する著しい相違がみられる疑いがある場合

（注３）卸売業者から小売業者へのリベートの供与等について差別対価等に該当するか否かを判断するに際しては、メーカーから小売業者に対して供与されているリベート等の状況を考慮に入れる必要がある。

また、メーカーから小売業者に対して供与されているリベート等が前記イ(ｱ)から(ｳ)までと同様に著しく相違する疑いがあるときは、メーカーによる取引条件等の差別取扱いに該当するおそれもある。ただし、その判断に際しては、卸売業者から小売業者に対するリベートの供与等の状況についても考慮に入れる必要がある。

(2) リベート等の供与基準の明確化

供与基準の不明確なリベートが裁量的に提供される場合、特にそうした不透明なリベートが取引の相手方のマージンにおいて大きな割合を占めている場合には、独占禁止法に違反する取引条件等の差別取扱いが生じたり、取引の相手方の事業活動を制限するおそれがある。

このため、メーカー又は卸売業者が供与するリベート等については、独占禁止法に違反する行為の未然防止という観点からは、供与の基準を明確にし、これを取引の相手方に示すことが望ましい。

第３ 廉売問題に関連するその他の規制

有力な小売業者が卸売業者又はメーカーに対し、購買力を濫用して行き過ぎた低価格での納入を強要することや、不当に不利益を与えることとなるような協賛金の負担を要請すること等は、独占禁止法第２条第９項第５号（優越的地位の濫用）に該当するおそれがある。

公正取引委員会は、有力な小売業者による卸売業者に対する優越的地位の濫用行為に対し、「流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針」（平成３年７月11日公正取引委員会事務局）、「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公正な取引方法」の運用基準（平成17年事務総長通達第９号）、「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（平成22年11月30日公正取引委員会）で明らかにした考え方等を踏まえ、厳正に対処することとする。

５　優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方

平成22年11月30日　公正取引委員会

はじめに

優越的地位の濫用は、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。）において、不公正な取引方法の一つとして禁止されている。優越的地位の濫用の規定は、独占禁止法の一部を改正する法律（平成21年法律第51号。以下「独占禁止法改正法」という。）によって、独占禁止法第２条第９項第５号として法定化された（注１）。

（注１）独占禁止法第２条第９項第５号のほか、同項第６号の規定により公正取引委員会が指定する、①すべての業種に適用される「不公正な取引方法」（昭和57年公正取引委員会告示第15号）第13項（取引の相手方の役員選任への不当干渉）、及び②特定業種にのみ適用される不公正な取引方法（以下「特殊指定」という。）にも、優越的地位の濫用の規定が置かれている。

なお、優越的地位の濫用の規定がある特殊指定は次のとおりである。

○ 新聞業における特定の不公正な取引方法
（平成11年公正取引委員会告示第９号）

○ 特定荷主が物品の運送又は保管を委託する場合の特定の不公正な取引方法
（平成16年公正取引委員会告示第１号）

○ 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公正な取引方法
（平成17年公正取引委員会告示第11号）

独占禁止法第２条第９項第５号の規定は、次のとおりである。

自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に、次のいずれかに該当する行為をすること。

イ　継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。）に対して、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。

ロ　継続して取引する相手方に対して、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること。

ハ　取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること。

独占禁止法改正法が成立したことにより、独占禁止法第２条第９項第５号に該当する優越的地位の濫用であって、一定の条件を満たすものについて、公正取引委員会は、課徴金の納付を命じ

なければならないこととなった（注２）。そこで、優越的地位の濫用に係る法運用の透明性、事業者の予見可能性を向上させる観点から、公正取引委員会は、独占禁止法第２条第９項第５号に該当する優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方を明確化するため、この「優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」を策定する（注３）（注４）。

（注２）独占禁止法第２条第９項第５号に該当する優越的地位の濫用に対しては、同号の規定のみを適用すれば足りるので、当該行為に独占禁止法第２条第９項第６号の規定により指定する優越的地位の濫用の規定が適用されることはない。

（注３）公正取引委員会は、特定の業種等における優越的地位の濫用等の独占禁止法違反行為の未然防止を図るため、次のガイドライン等を策定・公表してきている。

＜優越的地位の濫用に係る主なガイドライン等＞

○ 「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公正な取引方法」の運用基準（平成17年事務総長通達第９号）

○ フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について（平成14年４月24日公正取引委員会）

○ 役務の委託取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の指針（平成10年３月17日公正取引委員会）

（注４）以下、第１から第４までにおける「優越的地位の濫用」とは、独占禁止法第２条第９項第５号に該当する優越的地位の濫用を指す。

第１　優越的地位の濫用規制についての基本的考え方

１　事業者がどのような条件で取引するかについては、基本的に、取引当事者間の自主的な判断に委ねられるものである。取引当事者間における自由な交渉の結果、いずれか一方の当事者の取引条件が相手方に比べて又は従前に比べて不利となることは、あらゆる取引において当然に起こり得る。

しかし、自己の取引上の地位が相手方に優越している一方の当事者が、取引の相手方に対し、その地位を利用して、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることは、当該取引の相手方の自由かつ自主的な判断による取引を阻害するとともに、当該取引の相手方はその競争者との関係において競争上不利となる一方で、行為者はその競争者との関係において競争上有利となるおそれがあるものである。このような行為は、公正な競争を阻害するおそれがあることから、不公正な取引方法の一つである優越的地位の濫用として、独占禁止法により規制される（注５）。

どのような場合に公正な競争を阻害するおそれがあると認められるのかについては、問題となる不利益の程度、行為の広がり等を考慮して、個別の事案ごとに判断することになる。例えば、①行為者が多数の取引の相手方に対して組織的に不利益を与える場合、②特定の取引の相手方に対してしか不利益を与えていないときであっても、その不利益の程度が強い、又はその行為を放置すれば他に波及するおそれがある場合には、公正な競争を阻害するおそれがあると認められやすい。

（注５）当事者間の取引が、下請代金支払遅延等防止法（昭和31年法律第120号。以下「下請

法」という。）にいう親事業者と下請事業者の取引に該当する場合であって、下請法に規定する①製造委託、②修理委託、③情報成果物作成委託、④役務提供委託に該当する場合には、下請法の規制の対象となる。下請法に関しては、運用に当たっての基本的な考え方を定めた「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」（平成15年事務総長通達第18号）を策定・公表している。

2　優越的地位の濫用として問題となる行為とは、「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に」行われる、独占禁止法第２条第９項第５号イからハまでのいずれかに該当する行為である。

そこで、以下、第２及び第３において、この「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に」の考え方を示した上で、次に、第４において、独占禁止法第２条第９項第５号イからハまでのそれぞれに該当する行為の態様ごとに、優越的地位の濫用の考え方を示す。

また、第２以下において、どのような行為が優越的地位の濫用に該当するのかについて具体的に理解することを助けるために、「具体例」及び「想定例」を掲げている。「具体例」とは、過去の審決又は排除措置命令において問題となった行為等の例である。また、「想定例」とは、あくまでも問題となり得る仮定の行為の例であり、ここに掲げられた行為が独占禁止法第２条第９項第５号に該当すれば、優越的地位の濫用として問題となる。

なお、ここに示されていないものを含め、具体的な行為が優越的地位の濫用として問題となるかどうかは、独占禁止法の規定に照らして個別の事案ごとに判断されるものであることはいうまでもない（注６）。

（注６）親子会社間の取引が優越的地位の濫用として規制の対象となるかについては、流通・取引慣行に関する独占禁止法上の指針（平成３年７月11日公正取引委員会事務局）の「（付）親子会社間の取引」記載のとおりである。

第２　「自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して」の考え方

1　取引の一方の当事者（甲）が他方の当事者（乙）に対し、取引上の地位が優越しているというためには、市場支配的な地位又はそれに準ずる絶対的に優越した地位である必要はなく、取引の相手方との関係で相対的に優越した地位であれば足りると解される。甲が取引先である乙に対して優越した地位にあるとは、乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すため、甲が乙にとって著しく不利益な要請等を行っても、乙がこれを受け入れざるを得ないような場合である。

2　この判断に当たっては、乙の甲に対する取引依存度、甲の市場における地位、乙にとっての取引先変更の可能性、その他甲と取引することの必要性を示す具体的事実を総合的に考慮する（注７）。

（注７）甲が乙に対し、取引上の地位が優越しているかどうかは、次の(1)から(4)までに記載された具体的事実を総合的に考慮して判断するので、大企業と中小企業との取引だけで

なく、大企業同士、中小企業同士の取引においても、取引の一方当事者が他方の当事者に対し、取引上の地位が優越していると認められる場合があることに留意する必要がある。

(1) 乙の甲に対する取引依存度

乙の甲に対する取引依存度とは、一般に、乙が甲に商品又は役務を供給する取引の場合には、乙の甲に対する売上高を乙全体の売上高で除して算出される。乙の甲に対する取引依存度が大きい場合には、乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため、乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すことになりやすい。

(2) 甲の市場における地位

甲の市場における地位としては、甲の市場におけるシェアの大きさ、その順位等が考慮される。甲のシェアが大きい場合又はその順位が高い場合には、甲と取引することで乙の取引数量や取引額の増加が期待でき、乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため、乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すことになりやすい。

(3) 乙にとっての取引先変更の可能性

乙にとっての取引先変更の可能性としては、他の事業者との取引開始や取引拡大の可能性、甲との取引に関連して行った投資等が考慮される。他の事業者との取引を開始若しくは拡大することが困難である場合又は甲との取引に関連して多額の投資を行っている場合には、乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため、乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すことになりやすい。

(4) その他甲と取引することの必要性を示す具体的事実

その他甲と取引することの必要性を示す具体的事実としては、甲との取引の額、甲の今後の成長可能性、取引の対象となる商品又は役務を取り扱うことの重要性、甲と取引することによる乙の信用の確保、甲と乙の事業規模の相違等が考慮される。甲との取引の額が大きい、甲の事業規模が拡大している、甲が乙に対して商品又は役務を供給する取引において当該商品又は役務が強いブランド力を有する、甲と取引することで乙の取り扱う商品又は役務の信用が向上する、又は甲の事業規模が乙のそれよりも著しく大きい場合には、乙は甲と取引を行う必要性が高くなるため、乙にとって甲との取引の継続が困難になることが事業経営上大きな支障を来すことになりやすい。

＜具体例＞

① Ｘ社は、チェーン店を全国に6,649店展開しており、その店舗数は我が国におけるコンビニエンス・ストア・チェーン業界において第２位の地位にある。Ｘ社のチェーン店の年間売上高の合計は約１兆1,000億円であり、これは、コンビニエンス・ストア・チェーン業界においては第２位、小売業界全体においては第５位の地位を占めている。Ｘ社チェーン店の店舗数及び売上高は、毎年増加している。また、Ｘ社のチェーン店は、消費者から需要の多い商品をそろえているものとして高い信用を得ている。

Ｘ社は、全国的に店舗を展開し、それらの売上高が多く、Ｘ社チェーン店が取り扱う日用雑貨品の製造販売業者又は卸売業者（以下「日用品納入業者」という。）にとって極めて有力な取引先であるとともに、日用品納入業者は、自己の販売する商品がチェーン店において取り扱われることにより当該商品に対する消費者の信用度が高まること等から、Ｘ社との納入取引の継続を強く望んでいる状況にある。このため、Ｘ社と継続的な取引関係にある日用品納入業者の大部分は、Ｘ社との納入取引を継続する上で、納入する商品の品質、納入価格等の取引条件とは別に、Ｘ社からの種々の要請に従わざるを得ない立場にある（平成10年７月30日勧告審決・平成10年（勧）第18号）。

② Ｘ銀行は、その年度末の総資産額が約91兆円であり、総資産額につき我が国の銀行業界において第１位の地位にある。

Ｘ銀行と融資取引を行っている事業者、特に中小事業者の中には、

- 金融機関からの借入れのうち、主としてＸ銀行からの借入れによって資金需要を充足している
- Ｘ銀行からの借入れについて、直ちに他の金融機関から借り換えることが困難である
- 事業のための土地や設備の購入に当たってＸ銀行からの融資を受けられる旨が示唆された後、当該土地や設備の購入契約を進めたことから、当該融資を受けることができなければ他の方法による資金調達が困難である

など、当面、Ｘ銀行からの融資に代えて、Ｘ銀行以外の金融機関からの融資等によって資金手当てをすることが困難な事業者（以下「融資先事業者」という。）が存在する。融資先事業者は、Ｘ銀行から融資を受けることができなくなると事業活動に支障を来すこととなるため、融資取引を継続する上で、融資の取引条件とは別に、Ｘ銀行からの種々の要請に従わざるを得ない立場にあり、その取引上の地位はＸ銀行に対して劣っている（平成17年12月26日勧告審決・平成17年（勧）第20号）。

③ Ｘ社が自ら経営するコンビニエンスストア（以下「直営店」という。）及びＸ社のフランチャイズ・チェーンに加盟する事業者（以下「加盟者」という。）が経営するコンビニエンスストア（以下「加盟店」という。）は、一部の地域を除き全国に所在している。店舗数は、直営店が約800店、加盟店が約１万1,200店の合計約１万2,000店であり、年間売上額は、直営店が約1,500億円、加盟店が約２兆4,200億円の合計約２兆5,700億円であるところ、Ｘ社は、店舗数及び売上額のいずれについても、我が国においてコンビニエンスストアに係るフランチャイズ事業を営む者の中で最大手の事業者である。これに対し、加盟者は、ほとんどすべてが中小の小売業者である。

Ｘ社は、加盟者との間で、加盟店基本契約を締結しているところ、同契約においては、加盟店基本契約の終了後少なくとも１年間は、コンビニエンスストアに係るフランチャイズ事業を営むＸ社以外の事業者のフランチャイズ・チェーンに加盟することができないこととされている。

Ｘ社は、加盟店基本契約に基づき、加盟店で販売することを推奨する商品（以下「推奨商品」という。）及びその仕入先を加盟者に提示している。加盟者が当該仕入先から推奨商品を仕入れる場合はＸ社のシステムを用いて発注、仕入れ、代金決済等の手続を簡便に

行うことができるなどの理由により、加盟店で販売される商品のほとんどすべては推奨商品となっている。

X社は、加盟店が所在する地区に経営相談員を配置し、加盟店基本契約に基づき、経営相談員を通じて、加盟者に対し、加盟店の経営に関する指導、援助等を行っているところ、加盟者は、それらの内容に従って経営を行っている。

以上の事情等により、加盟者にとっては、X社との取引を継続することができなくなれば事業経営上大きな支障を来すこととなり、このため、加盟者は、X社からの要請に従わざるを得ない立場にある。したがって、X社の取引上の地位は、加盟者に対し優越している（平成21年６月22日排除措置命令・平成21年（措）第８号）。

３　また、優越的地位にある行為者が、相手方に対して不当に不利益を課して取引を行えば、通常、「利用して」行われた行為であると認められる。

第３　「正常な商慣習に照らして不当に」の考え方

「正常な商慣習に照らして不当に」という要件は、優越的地位の濫用の有無が、公正な競争秩序の維持・促進の観点から個別の事案ごとに判断されることを示すものである。

ここで、「正常な商慣習」とは、公正な競争秩序の維持・促進の立場から是認されるものをいう。したがって、現に存在する商慣習に合致しているからといって、直ちにその行為が正当化されることにはならない。

第４　優越的地位の濫用となる行為類型

ここでは、優越的地位の濫用につながり得る行為であることが、独占禁止法第２条第９項第５号イからハまでの規定から明らかな行為を中心に、行為類型ごとに、優越的地位の濫用の考え方について明らかにする。

なお、優越的地位の濫用として問題となるのは、これらの行為類型に限られるものではない。優越的地位の濫用として問題となる種々の行為を未然に防止するためには、取引の対象となる商品又は役務の具体的内容や品質に係る評価の基準、納期、代金の額、支払期日、支払方法等について、取引当事者間であらかじめ明確にし、書面で確認するなどの対応をしておくことが望ましい。

１　独占禁止法第２条第９項第５号イ（購入・利用強制）

独占禁止法第２条第９項第５号イの規定は、次のとおりである。

> イ　継続して取引する相手方（新たに継続して取引しようとする相手方を含む。ロにおいて同じ。）に対して、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務を購入させること。

この規定における「当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務」には、自己の供給する商品又は役務だけでなく、自己の指定する事業者が供給する商品又は役務が含まれる。

また、「購入させる」には、その購入を取引の条件とする場合や、その購入をしないことに対して不利益を与える場合だけではなく、事実上、購入を余儀なくさせていると認められる場

合も含まれる（注８）。

（注８）独占禁止法第２条第９項第５号ロにおける「提供させる」の考え方も、これと同様である。

(1) 取引上の地位が相手方に優越している事業者が、取引の相手方に対し、当該取引に係る商品又は役務以外の商品又は役務の購入を要請する場合であって、当該取引の相手方が、それが事業遂行上必要としない商品若しくは役務であり、又はその購入を希望していないときであったとしても、今後の取引に与える影響を懸念して当該要請を受け入れざるを得ない場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる。

(2) 他方、取引の相手方に対し、特定の仕様を指示して商品の製造又は役務の提供を発注する際に、当該商品若しくは役務の内容を均質にするため又はその改善を図るため必要があるなど合理的な必要性から、当該取引の相手方に対して当該商品の製造に必要な原材料や当該役務の提供に必要な設備を購入させる場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 購入しなければ相手方との取引を打ち切る、取引数量を削減するなど、今後の取引に影響すると受け取られるような要請をすることにより、購入させること。

② 購買担当者等取引の相手方との取引関係に影響を及ぼし得る者が購入を要請することにより、購入させること。

③ 取引の相手方に対して、組織的又は計画的に購入を要請することにより、購入させること。

④ 取引の相手方から購入する意思がないとの表明があった場合、又はその表明がなくとも明らかに購入する意思がないと認められる場合に、重ねて購入を要請することにより、又は商品を一方的に送付することにより、購入させること。

⑤ 自己が部品の加工を発注する取引の相手方に対し、自己の取引先であるメーカーの製品の販売先を紹介するよう要請し、販売先を紹介することができなかった取引の相手方に対して、当該製品を購入させること。

⑥ 取引の受発注を電子化するに当たって、取引の相手方はその電子化に対応し得るインターネットサービスを既に別の事業者と契約しその提供を受けているため、新たに同サービスの提供を受ける必要がないにもかかわらず、今後取引を継続しないことを示唆しながら、自己の指定するより高価なインターネットサービスを提供する事業者を利用することを要請し、当該事業者から利用させること。

＜具体例＞

① Ｘ社は、道内６ホテルにおいて、閑散期における稼働率の向上及び収益確保を目的として、一定期間に限り当該ホテルで使用できる宿泊券について、納入業者等に対し、あ

らかじめ納入業者等ごとに購入を要請する枚数を設定し

・　文書で宿泊券の購入を要請し、購入の申込みが無いなどの場合には、事業部長ら納入取引等に影響を及ぼし得る者から購入するよう重ねて要請する

・　宿泊券の購入を要請する文書とともに購入を要請する枚数の宿泊券を納入取引等に影響を及ぼし得る者から手渡す

等の方法により宿泊券を購入するよう要請している。これらの要請を受けた納入業者等の多くは、X社との納入取引等を継続して行う立場上、その要請に応じることを余儀なくされている（平成16年11月18日勧告審決・平成16年（勧）第31号）。

② X銀行は、融資先事業者から新規の融資の申込み又は既存の融資の更新の申込みを受けた場合に、融資に係る手続を進める過程において、融資先事業者に対し、金利スワップの購入を提案し、融資先事業者が同提案に応じない場合に

・　金利スワップの購入が融資を行うことの条件である旨、又は金利スワップを購入しなければ融資に関して通常設定される融資の条件よりも不利な取扱いをする旨明示する

・　担当者に管理職である上司を帯同させて重ねて購入を要請するなどにより、金利スワップの購入が融資を行うことの条件である旨、又は金利スワップを購入しなければ融資に関して通常設定される融資の条件よりも不利な取扱いをする旨示唆する

ことにより金利スワップの購入を要請し、融資先事業者に金利スワップの購入を余儀なくさせる行為を行っている（平成17年12月26日勧告審決・平成17年（勧）第20号）。

③ X社は、Y店及びZ店において、毎年開催する販売企画を約１か月間実施するに際し、あらかじめ店舗ごとに設定した販売目標金額を達成するため、Y店及びZ店の仕入担当者から、Y店又はZ店において販売される商品の納入業者及び当該納入業者の従業員に対し、電気製品、衣料品等を購入するよう要請していた。この要請を受けた納入業者及び当該納入業者の従業員の多くは、納入業者がX社との取引を継続して行う立場上、こうした要請に応じざるを得ない状況にあり、当該商品を購入していた（平成21年３月５日排除措置命令・平成21年（措）第３号）。

2　独占禁止法第２条第９項第５号ロ

独占禁止法第２条第９項第５号ロの規定は、次のとおりである。

ロ　継続して取引する相手方に対して、自己のために金銭、役務その他の経済上の利益を提供させること。

この規定における「経済上の利益」の提供とは、協賛金、協力金等の名目のいかんを問わず行われる金銭の提供、作業への労務の提供等をいう。

(1) 協賛金等の負担の要請

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が、取引の相手方に対し、協賛金等の名目

による金銭の負担を要請する場合であって、当該協賛金等の負担額及びその算出根拠、使途等について、当該取引の相手方との間で明確になっておらず、当該取引の相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合や、当該取引の相手方が得る直接の利益（注９）等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えた負担となり、当該取引の相手方に不利益を与えることとなる場合（注10）には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる。

（注９）「直接の利益」とは、例えば、広告に取引の相手方の納入する商品を掲載するため、広告を作成・配布する費用の一部を協賛金として負担させることが、取引の相手方にとってその納入する商品の販売促進につながる場合など実際に生じる利益をいい、協賛金を負担することにより将来の取引が有利になるというような間接的な利益を含まない。

（注10）この場合は、協賛金等の負担の条件について取引の相手方との間で明確になっていても優越的地位の濫用として問題となる。

イ　事業者が、催事、広告等を行うに当たり、取引の相手方に対し、その費用の一部として協賛金等の負担を要請することがある。このような要請は、流通業者によって行われることが多いが、流通業者が商品の納入業者に協賛金等の負担を要請する場合には、当該費用を負担することが納入商品の販売促進につながるなど当該納入業者にとっても直接の利益となることがある。協賛金等が、それを負担することによって得ることとなる直接の利益の範囲内であるものとして、取引の相手方の自由な意思により提供される場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

①　取引の相手方の商品又は役務の販売促進に直接寄与しない催事、売場の改装、広告等のための協賛金等を要請し、これを負担させること。

②　決算対策のための協賛金を要請し、取引の相手方にこれを負担させること。

③　自己の店舗の新規オープン又は改装オープンに際し、当該店舗の利益を確保するため、事前に負担額、算出根拠、目的等について明確にすることなく、一定期間にわたり、取引の相手方からの当該店舗に対する納入金額の一定割合に相当する額を協賛金として負担させること。

④　一定期間に一定の販売量を達成した場合にリベートの提供を受けることをあらかじめ定めていた場合において、当該販売量を達成しないのに当該リベートを要請し、負担させること。

⑤　自己の店舗の新規オープンセール又は改装オープンセールにおける広告について、当該広告を行うために実際に要する費用を超える額の協賛金を取引の相手方に要請し、負担させること。

⑥　物流センター等の流通業務用の施設の使用料（センターフィー）について、その額や算出根拠等について納入業者と十分協議することなく一方的に負担を要請し、当該施設

の利用量等に応じた合理的な負担分を超える額を負担させること。

⑦　継続して行ってきた取引について、専ら「新規導入協賛金」という名目で金銭を得るために、商品の納入の受入れをいったん取りやめた後、同一の商品につき納入を再開させることにより、取引の相手方に金銭の提供を要請し、これを負担させること。

＜具体例＞

Ｘ社は、自社及び子会社３社の店舗の開店に際し、惣菜等の各仕入部門に係る納入業者に対し、当該店舗の粗利益を確保するため、事前に算出根拠、目的等について明確に説明することなく、「即引き」と称して、開店に当たって当該納入業者に納入させる商品のうち特定のものについて、その納入価格を通常の納入価格に一定割合を乗じた価格等通常の納入価格より低い価格とすることにより、当該価格と通常の納入価格との差額に相当する経済上の利益の提供を要請していた。この要請を受けた納入業者の多くは、Ｘ社との納入取引を継続して行う立場上、その要請に応じることを余儀なくされ、経済上の利益を提供していた（平成20年６月23日排除措置命令・平成20年（措）第15号）。

(2) 従業員等の派遣の要請

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が、取引の相手方に対し、従業員等（注11）の派遣を要請する場合であって、どのような場合に、どのような条件で従業員等を派遣するかについて、当該取引の相手方との間で明確になっておらず、当該取引の相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合や、従業員等の派遣を通じて当該取引の相手方が得る直接の利益（注12）等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えた負担となり、当該取引の相手方に不利益を与えることとなる場合（注13）には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる。

取引の相手方に対し、従業員等の派遣に代えて、これに相当する人件費を負担させる場合も、これと同様である。

（注11）「従業員等」には、当該取引の相手方が当該要請に応じるために雇用したアルバイトや派遣労働者等が含まれる。

（注12）「直接の利益」とは、例えば、取引の相手方の従業員等を小売店に派遣して消費者に販売させることが、取引の相手方が納入する商品の売上げ増加、取引の相手方による消費者ニーズの動向の直接把握につながる場合など実際に生じる利益をいい、従業員等の派遣をすることにより将来の取引が有利になるというような間接的な利益を含まない。

（注13）この場合は、従業員等の派遣の条件について取引の相手方との間で明確になっていても優越的地位の濫用として問題となる。

イ　メーカーや卸売業者が百貨店、スーパー等の小売業者からの要請を受け、自己が製造した商品又は自己が納入した商品の販売等のためにその従業員等を派遣する場合がある。こうした従業員等の派遣は、メーカーや卸売業者にとって消費者ニーズの動向を直接把握できる、小売業者にとって専門的な商品知識の不足が補われる等の利点を有している場合が

ある。従業員等の派遣が、それによって得ることとなる直接の利益の範囲内であるものとして、取引の相手方の自由な意思により行われる場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。また、従業員等の派遣の条件についてあらかじめ当該取引の相手方と合意（注14）し、かつ、派遣のために通常必要な費用を自己が負担する場合も、これと同様である。

（注14）「合意」とは、当事者の実質的な意思が合致していることであって、取引の相手方との十分な協議の上に当該取引の相手方が納得して合意しているという趣旨である。「返品」（第４の３(2)）における「合意」の考え方も、これと同様である。

＜想定例＞

① 取引の相手方に対し、派遣費用を負担することなく、自己の利益にしかならない業務を行うよう取引の相手方に要請し、その従業員等を派遣させること。

② 自己の店舗の新規オープンセール又は改装オープンセールに際し、販売業務に従事させるために納入業者の従業員を派遣させ、当該納入業者の納入に係る商品の販売業務に併せて他の納入業者の商品の販売業務にもその従業員を従事させることにより、その従業員を派遣した納入業者に対して、直接の利益等を勘案して合理的であると認められる範囲を超えた負担をさせること。

③ 取引の相手方が従業員等を派遣するための費用を自己が負担するとしながら、派遣費用として一律に日当の額を定めるのみであって、個々の取引の相手方の事情により交通費、宿泊費等の費用が発生するにもかかわらず、当該費用を負担することなく、従業員等を派遣させること。

④ 取引の相手方が従業員等を派遣するための費用を自己が負担する場合において、日当、交通費、宿泊費等の費用を負担するとしながら、日当については、当該従業員等の給与や当該派遣に係る業務の内容に見合った適正な額を下回る額に一律に定めること。

⑤ 自己の棚卸業務のために雇用したアルバイトの賃金を取引の相手方に負担させること。

⑥ 契約上、取引の相手方が自己の倉庫まで運送することのみが契約内容とされている場合において、当該取引の相手方に対して、あらかじめ契約で定められていない自己の倉庫内における荷役等の業務について、無償で従事させること。

＜具体例＞

Ｘ社は、店舗の新規オープン及び改装オープンに際し、納入業者に対し、当該納入業者の納入に係る商品であるか否かを問わず、当該店舗における商品の陳列、商品の補充、接客等の作業（以下「オープン作業」という。）を行わせることとし、あらかじめ当該納入業者との間でその従業員等の派遣の条件について合意することなく、オープン作業を行わせるためにその従業員等の派遣を受けることを必要とする店舗、日時等を連絡し、その従業員等を派遣するよう要請している。この要請を受けた納入業者の多くは、Ｘ社との納入取引を継続して行う立場上、その要請に応じることを余儀なくされ、その従業員等を派遣しており、Ｘ社は、当該派遣のために通常必要な費用を負担していない（平成20年６月30

日排除措置命令・平成20年（措）第16号）。

(3) その他経済上の利益の提供の要請

ア　協賛金等の負担の要請や従業員等の派遣の要請以外であっても、取引上の地位が相手方に優越している事業者が、正当な理由がないのに、取引の相手方に対し、発注内容に含まれていない、金型（木型その他金型に類するものを含む。以下同じ。）等の設計図面、特許権等の知的財産権、従業員等の派遣以外の役務提供その他経済上の利益の無償提供を要請する場合であって、当該取引の相手方が今後の取引に与える影響を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる（注15）。

（注15）無償で提供させる場合だけでなく、取引上の地位が優越している事業者が、取引の相手方に対し、正常な商慣習に照らして不当に低い対価で提供させる場合には、優越的地位の濫用として問題となる。この判断に当たっては、「取引の対価の一方的決定」（第４の３(5)ア）に記載された考え方が適用される。

イ　一方、前記アに列記した経済上の利益が無償で提供される場合であっても、当該経済上の利益が、ある商品の販売に付随して当然に提供されるものであって、当該商品の価格にそもそも反映されているようなときは、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 取引に伴い、取引の相手方に著作権、特許権等の権利が発生・帰属する場合に、これらの権利が自己との取引の過程で得られたことを理由に、一方的に、作成の目的たる使用の範囲を超えて当該権利を自己に譲渡させること。

② 発注内容に金型の設計図面を提供することが含まれていないにもかかわらず、取引の相手方に対し、金型の設計図面を無償で提供させること。

③ 補修用部品、金型等自己が保管すべきものについて、自己の一方的な都合により、取引の相手方に無償で保管させ、また、保管に伴うメンテナンス等をさせること。

④ 自己が支給した部品・原材料の不具合、自己が行った設計の不備等自己に責任があるにもかかわらず、最終ユーザーからクレームがあった際、自己は一切責任を負わず、取引の相手方に最終ユーザーに対する損害賠償を含むクレーム対応を無償ですべて行わせること。

⑤ 商品を納入するに当たって、取引の相手方と十分協議することなく一方的に、当該取引の相手方が回収する義務のない産業廃棄物や他の事業者の輸送用具等を取引の相手方に無償で回収させること。

3　独占禁止法第２条第９項第５号ハ

独占禁止法第２条第９項第５号ハの規定は、次のとおりである。

ハ　取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること。

この独占禁止法第２条第９項第５号ハには、「受領拒否」、「返品」、「支払遅延」及び「減額」が優越的地位の濫用につながり得る行為の例示として掲げられているが、それ以外にも、取引の相手方に不利益を与える様々な行為が含まれる。

(1) 受領拒否

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が、取引の相手方から商品を購入する契約をした後において、正当な理由がないのに、当該商品の全部又は一部の受領を拒む場合（注16）であって、当該取引の相手方が、今後の取引に与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる（注17）。

（注16）「受領を拒む」とは、商品を納期に受け取らないことである。納期を一方的に延期すること又は発注を一方的に取り消すことにより納期に商品の全部又は一部を受け取らない場合も、これに含まれる。

（注17）取引の相手方から役務の提供を受ける契約をした後において、正当な理由がないのに、当該役務提供の全部又は一部の受取りを拒む場合については、独占禁止法第２条第９項第５号ハ「その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を（中略）変更し、又は取引を実施すること」として優越的地位の濫用の問題となり得る（第４の３(5)ウ参照）。

イ　他方、①当該取引の相手方から購入した商品に瑕疵がある場合、注文した商品と異なる商品が納入された場合、納期に間に合わなかったために販売目的が達成できなかった場合等、当該取引の相手方側の責めに帰すべき事由がある場合、②商品の購入に当たって当該取引の相手方との合意により受領しない場合の条件を定め、その条件に従って受領しない場合（注18）、③あらかじめ当該取引の相手方の同意を得て（注19）、かつ、商品の受領を拒むことによって当該取引の相手方に通常生ずべき損失（注20）を負担する場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。

（注18）当該商品について、正常な商慣習の範囲内で受領を拒む条件を定める場合に限る。

（注19）「同意を得て」とは、了承という意思表示を得ることであって、取引の相手方が納得して同意しているという趣旨である。「返品」（第４の３(2)）、「支払遅延」（第４の３(3)）及び「やり直しの要請」（第４の３(5)イ）における「同意を得て」の考え方も、これと同様である。

（注20）「通常生ずべき損失」とは、受領拒否により発生する相当因果関係の範囲内の損失

をいう。例えば、①商品の市況の下落、時間の経過による商品の使用期限の短縮に伴う価値の減少等に相当する費用、②物流に要する費用、③商品の廃棄処分費用が挙げられる。「返品」（第４の３(2)）、「支払遅延」（第４の３(3)）及び「やり直しの要請」（第４の３(5)イ）における「通常生ずべき損失」の考え方も、これと同様である。

＜想定例＞

① 取引の相手方が、発注に基づき商品を製造し、当該商品を納入しようとしたところ、売行き不振又は売場の改装や棚替えに伴い当該商品が不要になったことを理由に、当該商品の受領を拒否すること。

② あらかじめ定められた検査基準を恣意的に厳しくして、発注内容と異なること又は瑕疵があることを理由に、当該商品の受領を拒否すること。

③ 特定の仕様を指示して商品の製造を発注した後であるにもかかわらず、自己の顧客から当該商品の注文が取り消されたことや、自己の販売計画を変更したことを理由に、当該商品の受領を拒否すること。

④ 取引の相手方が仕様の明確化を求めたにもかかわらず、正当な理由なく仕様を明確にしないまま、取引の相手方に継続して作業を行わせ、その後、取引の相手方が商品を納入しようとしたときになって、発注内容と異なることを理由に、当該商品の受領を拒否すること。

⑤ 発注した後になって、あらかじめ合意した納期を、取引の相手方の事情を考慮せず一方的に短く変更し、その納期までに納入が間に合わなかったとして商品の受領を拒否すること。

⑥ ロット単位で商品の検査を行い、不良品があったロットのみ受領しない契約であるにもかかわらず、あるロットで不良品が見つかった際、他のロットの検査をせず、すべてのロットの受領を拒否すること。

⑦ 取引の相手方に対し、特定の仕様を指示して継続的に部品の製造を発注しているところ、従来の納入時には仕様を満たしているとして検査に合格させていた部品と同水準の部品について、自己の一方的な都合により不要になったことから、耐久性、耐靭性等の部品の性能に全く影響を及ぼさない微細な傷、打痕等を理由に、当該部品の受領を拒否すること。

(2) 返品

ア 取引上の地位が相手方に優越している事業者が、取引の相手方に対し、当該取引の相手方から受領した商品を返品する場合であって、どのような場合に、どのような条件で返品するかについて、当該取引の相手方との間で明確になっておらず、当該取引の相手方にあらかじめ計算できない不利益を与えることとなる場合、その他正当な理由がないのに、当該取引の相手方から受領した商品を返品する場合であって、当該取引の相手方が、今後の取引に与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる。

イ　他方、①当該取引の相手方から購入した商品に瑕疵がある場合、注文した商品と異なる商品が納入された場合、納期に間に合わなかったために販売目的が達成できなかった場合等、当該取引の相手方側の責めに帰すべき事由により、当該商品を受領した日から相当の期間内に、当該事由を勘案して相当と認められる数量の範囲内（注21）で返品する場合、②商品の購入に当たって当該取引の相手方との合意により返品の条件を定め、その条件に従って返品する場合（注22）、③あらかじめ当該取引の相手方の同意を得て、かつ、商品の返品によって当該取引の相手方に通常生ずべき損失を自己が負担する場合、④当該取引の相手方から商品の返品を受けたい旨の申出があり、かつ、当該取引の相手方が当該商品を処分することが当該取引の相手方の直接の利益（注23）となる場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。

（注21）「相当の期間」については、個々の事情により判断されるべきであるが、例えば、直ちに発見できる瑕疵がある場合や注文品と異なっている場合には、商品の受領後、検品に要する標準的な期間内に速やかに返品する必要がある。「減額」（第４の３(4)）における「相当の期間」の考え方も、これと同様である。

　また、相当の期間内に返品する場合であっても、無制限に返品することは認められない。例えば、瑕疵のある商品や注文と異なる商品であれば、その商品を返品することは認められるが、これに併せて他の商品も（セットでなければ販売の用をなさないものを除く。）返品することは、「相当と認められる数量の範囲内」の返品とは認められない。

（注22）当該商品について、その受領の日から一定の期間内における一定の数量の範囲内での返品又は受領した商品の総量に対して一定の数量の範囲内での返品が、正常な商慣習となっており、かつ、当該商慣習の範囲内で返品の条件を定める場合に限る。

（注23）「直接の利益」とは、例えば、取引の相手方の納入した旧商品であって取引先の店舗で売れ残っているものを回収して、新商品を納入した方が取引の相手方の売上げ増加となるような場合など実際に生じる利益をいい、返品を受けることにより将来の取引が有利になるというような間接的な利益を含まない。

＜想定例＞

①　展示に用いたために汚損した商品を返品すること。

②　小売用の値札が貼られており、商品を傷めることなくはがすことが困難な商品を返品すること。

③　メーカーの定めた賞味期限とは別に独自にこれより短い販売期限を一方的に定める場合において、この販売期限が経過したことを理由に返品すること。

④　自己のプライベート・ブランド商品を返品すること。

⑤　月末又は期末の在庫調整のために返品すること。

⑥　自己の独自の判断に基づく店舗又は売り場の改装や棚替えを理由に返品すること。

⑦　セール終了後に売れ残ったことを理由に返品すること。

⑧　単に購入客から返品されたことを理由に返品すること。

⑨　直ちに発見できる瑕疵であったにもかかわらず、検品に要する標準的な期間をはるか

に経過した後になって、瑕疵があることを理由に取引の相手方に返品すること。

＜具体例＞

Ｘ社は、店舗の閉店又は改装に際し、当該店舗の商品のうち、当該店舗及び他の店舗において販売しないこととした商品について、当該商品の納入業者に対し、当該納入業者の責めに帰すべき事由がなく、あらかじめ当該納入業者との合意により返品の条件を定めておらず、かつ、当該商品の返品を受けることが当該納入業者の直接の利益とならないにもかかわらず、当該商品の返品に応じるよう要請している。この要請を受けた納入業者の多くは、Ｘ社との取引を継続して行う立場上、その要請に応じることを余儀なくされ、当該商品の返品を受け入れており、Ｘ社は、当該商品の返品によって当該納入業者に通常生ずべき損失を負担していない（平成21年６月19日排除措置命令・平成21年（措）第７号）。

(3) 支払遅延

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が、正当な理由がないのに、契約で定めた支払期日に対価を支払わない場合であって、当該取引の相手方が、今後の取引に与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる。

また、契約で定めた支払期日より遅れて対価を支払う場合だけでなく、取引上の地位が優越している事業者が、一方的に対価の支払期日を遅く設定する場合や、支払期日の到来を恣意的に遅らせる場合にも、当該取引の相手方に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなりやすく、優越的地位の濫用として問題となりやすい。

イ　他方、あらかじめ当該取引の相手方の同意を得て、かつ、対価の支払の遅延によって当該取引の相手方に通常生ずべき損失を自己が負担する場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 社内の支払手続の遅延、製品の設計や仕様の変更などを理由として、自己の一方的な都合により、契約で定めた支払期日に対価を支払わないこと。

② 分割して納入を受ける取引において、初期納入分の提供を受けた後に対価を支払うこととされているにもかかわらず、一方的に支払条件を変更し、すべてが納入されていないことを理由として対価の支払を遅らせること。

③ 商品の提供が終わっているにもかかわらず、その検収を恣意的に遅らせることなどにより、契約で定めた支払期日に対価を支払わないこと。

④ 取引に係る商品又は役務を自己が実際に使用した後に対価を支払うこととされている場合に、自己の一方的な都合によりその使用時期を当初の予定より大幅に遅らせ、これを理由として対価の支払を遅らせること。

⑤ 非常に高額な製品・部品等の納入を受けている場合において、当初、契約で一括払いとしたにもかかわらず、支払の段階になって自己の一方的な都合により数年にわたる分割払いとし、一括払いに応じないこと。

(4) 減額

ア　取引上の地位が相手方に優越している事業者が、商品又は役務を購入した後において、正当な理由がないのに、契約で定めた対価を減額する場合であって、当該取引の相手方が、今後の取引に与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる。

契約で定めた対価を変更することなく、商品又は役務の仕様を変更するなど対価を実質的に減額する場合も、これと同様である。

イ　他方、①当該取引の相手方から購入した商品又は提供された役務に瑕疵がある場合、注文内容と異なる商品が納入され又は役務が提供された場合、納期に間に合わなかったために販売目的が達成できなかった場合等、当該取引の相手方側の責めに帰すべき事由により、当該商品が納入され又は当該役務が提供された日から相当の期間内に、当該事由を勘案して相当と認められる金額の範囲内（注24）で対価を減額する場合、②対価を減額するための要請が対価に係る交渉の一環として行われ、その額が需給関係を反映したものであると認められる場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。

（注24）相当の期間内に対価を減額する場合であっても、無制限に対価を減額することは認められない。例えば、商品に瑕疵がある場合であれば、その瑕疵の程度に応じて正当に評価される金額の範囲内で減額を行う必要があるが、これを超えて減額を行うことは、「相当と認められる金額の範囲内」の対価の減額とは認められない。

＜想定例＞

①　商品又は役務の提供を受けた後であるにもかかわらず、業績悪化、予算不足、顧客からのキャンセル等自己の一方的な都合により、契約で定めた対価の減額を行うこと。

②　あらかじめ定められた検査基準を恣意的に厳しくして、発注内容と異なる又は瑕疵があることを理由に、納入価格の値引きをさせること。

③　自己の一方的な都合により取引の対象となる商品若しくは役務の仕様等の変更、やり直し又は追加的な提供を要請した結果、取引の相手方の作業量が大幅に増加することとなるため、当該作業量増加分に係る対価の支払を約したにもかかわらず、当初の契約で定めた対価しか支払わないこと。

④　セールで値引販売したことを理由に、又は当該値引販売に伴う利益の減少に対処するために、値引販売した額に相当する額を取引の相手方に値引きさせること。

⑤　毎月、一定の利益率を確保するため、当該利益率の確保に必要な金額を計算して、それに相当する額を取引の相手方に値引きさせること。

⑥　商品の製造を発注した後であるにもかかわらず、自社で策定したコスト削減目標を達成するために必要な金額を計算して、それに相当する額を取引の相手方に値引きさせること。

⑦　自己の要請に基づいて設備投資や人員の手配を行うなど、取引の相手方が自己に対する商品又は役務の提供の準備のための費用を負担しているにもかかわらず、自己の一方

的な都合により、当該商品又は役務の一部の取引を取りやめ、契約で定めた対価から取引の減少分に係る対価の減額を行うこと。

⑧　同一商品が他店で安く販売されていることを理由に、納入業者と協議することなく、自店と他店の販売価格の差額分を納入価格から差し引いた対価しか支払わないこと。

⑨　消費税・地方消費税相当額を支払わないことにより、又は支払時に端数切捨てを行うことにより、契約で定めた対価の減額を行うこと。

⑩　自己の一方的な都合による設計変更、図面提供の遅延等があったにもかかわらず、取引の相手方の納期延長を認めず、納期遅れのペナルティの額を差し引いた対価しか支払わないこと。

＜具体例＞

Ｘ社は、食品、菓子及び雑貨の各仕入部門が取り扱っている商品について、商品回転率が低いこと、店舗を閉店することとしたこと、季節商品の販売時期が終了したこと又は陳列棚からの落下等により商品が破損したことを理由として、商品の割引販売を行うこととし、割引販売を行うこととした商品の納入業者に対し、その納入価格から当該割引販売前の価格に100分の50を乗じるなどの方法により算出した額の値引きをするよう要請していた。この要請を受けた納入業者の多くは、Ｘ社との納入取引を継続して行う立場上、その要請に応じることを余儀なくされ、値引きをしていた（平成20年５月23日排除措置命令・平成20年（措）第11号）。

(5) その他取引の相手方に不利益となる取引条件の設定等

前記第４の１、第４の２及び第４の３(1)から(4)までの行為類型に該当しない場合であっても、取引上の地位が優越している事業者が、取引の相手方に正常な商慣習に照らして不当に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施する場合には、優越的地位の濫用として問題となる。

一般に取引の条件等に係る交渉が十分に行われないときには、取引の相手方は、取引の条件等が一方的に決定されたものと認識しがちである。よって、取引上優越した地位にある事業者は、取引の条件等を取引の相手方に提示する際、当該条件等を提示した理由について、当該取引の相手方へ十分に説明することが望ましい。

ア　取引の対価の一方的決定

(ｱ)　取引上の地位が相手方に優越している事業者が、取引の相手方に対し、一方的に、著しく低い対価又は著しく高い対価での取引を要請する場合であって、当該取引の相手方が、今後の取引に与える影響等を懸念して当該要請を受け入れざるを得ない場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる（注25）。

この判断に当たっては、対価の決定に当たり取引の相手方と十分な協議が行われたかどうか等の対価の決定方法のほか、他の取引の相手方の対価と比べて差別的であるかどうか、取引の相手方の仕入価格を下回るものであるかどうか、通常の購入価格又は販売価格との乖離の状況、取引の対象となる商品又は役務の需給関係等を勘案して総合的に

判断する。

（注25）取引の対価の一方的決定は、独占禁止法第２条第９項第５号ハの「取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定（中略）すること。」に該当する。

(ｲ)　他方、①要請のあった対価で取引を行おうとする同業者が他に存在すること等を理由として、低い対価又は高い対価で取引するように要請することが、対価に係る交渉の一環として行われるものであって、その額が需給関係を反映したものであると認められる場合、②ある品目について、セール等を行うために通常よりも大量に仕入れる目的で、通常の購入価格よりも低い価格で購入する場合（いわゆるボリュームディスカウント）など取引条件の違いを正当に反映したものであると認められる場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

①　多量の発注を前提として取引の相手方から提示された単価を、少量しか発注しない場合の単価として一方的に定めること。

②　納期までの期間が短い発注を行ったため、取引の相手方の人件費等のコストが大幅に増加したにもかかわらず、通常の納期で発注した場合の単価と同一の単価を一方的に定めること。

③　通常の発注内容にない特別の仕様を指示したり、配送頻度の変更を指示したりするなどしたため、取引の相手方の作業量が増加し、当該取引の相手方の人件費等のコストが大幅に増加したにもかかわらず、通常の発注内容の場合の単価と同一の単価を一方的に定めること。

④　自己の予算単価のみを基準として、一方的に通常の価格より著しく低い又は著しく高い単価を定めること。

⑤　一部の取引の相手方と協議して決めた単価若しくは不合理な基準で算定した単価を他の取引の相手方との単価改定に用いること、又は取引の相手方のコスト減少を理由としない定期的な単価改定を行うことにより、一律に一定比率で単価を引き下げ若しくは引き上げて、一方的に通常の価格より著しく低い若しくは著しく高い単価を定めること。

⑥　発注量、配送方法、決済方法、返品の可否等の取引条件に照らして合理的な理由がないにもかかわらず特定の取引の相手方を差別して取り扱い、他の取引の相手方より著しく低い又は著しく高い対価の額を一方的に定めること。

⑦　セールに供する商品について、納入業者と協議することなく、納入業者の仕入価格を下回る納入価格を定め、その価格で納入するよう一方的に指示して、自己の通常の納入価格に比べて著しく低い価格をもって納入させること。

⑧　原材料等の値上がりや部品の品質改良等に伴う研究開発費の増加、環境規制への対策などにより、取引の相手方のコストが大幅に増加したにもかかわらず、従来の単価と同一の単価を一方的に定めること。

⑨　ある店舗の新規オープンセールを行う場合に、当該店舗への納入価格のみならず、

自己が全国展開している全店舗への納入価格についても、著しく低い納入価格を一方的に定めること。

⑩　取引の相手方から、社外秘である製造原価計算資料、労務管理関係資料等を提出させ、当該資料を分析し、「利益率が高いので値下げに応じられるはず」などと主張し、著しく低い納入価格を一方的に定めること。

＜具体例＞

Ｘ社は、年２回行われる特別感謝セール及び年間約50回行われる火曜特売セールに際し、一部の店舗において、売上げ増加等を図るため、当該店舗の仕入担当者から、仲卸業者に対し、当該セールの用に供する青果物について、あらかじめ仲卸業者との間で納入価格について協議することなく、例えば、火曜特売セールの前日等に、チラシに掲載する大根、きゅうり、トマト等の目玉商品を連絡し、同商品について仲卸業者の仕入価格を下回る価格で納入するよう一方的に指示する等して、当該セールの用に供する青果物と等級、産地等からみて同種の商品の一般の卸売価格に比べて著しく低い価格をもって通常時に比べ多量に納入するよう要請している。この要請を受けた仲卸業者の多くは、Ｘ社との納入取引を継続して行う立場上、その要請に応じることを余儀なくされている（平成17年１月７日勧告審決・平成16年（勧）第34号）。

イ　やり直しの要請

(ｱ) 取引上の地位が相手方に優越している事業者が、正当な理由がないのに、当該取引の相手方から商品を受領した後又は役務の提供を受けた後に、取引の相手方に対し、やり直しを要請する場合であって、当該取引の相手方が、今後の取引に与える影響等を懸念してそれを受け入れざるを得ない場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなり、優越的地位の濫用として問題となる（注26）（注27）。

（注26）「やり直し」は、独占禁止法第２条第９項第５号ハの「取引の相手方に不利益となるように取引の条件を（中略）変更し、又は取引を実施すること。」に該当する。

（注27）取引の相手方から商品を受領する前又は役務の提供を受ける前に、給付内容を変更し、当初の給付内容とは異なる作業をさせる場合については、「減額」（第４の３(4)参照）又は「その他取引の相手方に不利益となる取引条件の設定等」（第４の３(5)ウ参照）として優越的地位の濫用の問題となり得る。

(ｲ) 他方、①商品又は役務の内容が発注時点で取り決めた条件に満たない場合、②あらかじめ当該取引の相手方の同意を得て、かつ、やり直しによって当該取引の相手方に通常生ずべき損失を自己が負担する場合、③具体的な仕様を確定させるために試作品を作製することを含む取引において、当該試作品につきやり直しを要請し、かつ当該やり直しに係る費用が当初の対価に含まれていると認められる場合には、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとならず、優越的地位の濫用の問題とはならない。

＜想定例＞

① 商品又は役務の受領前に、自己の一方的な都合により、あらかじめ定めた商品又は役務の仕様を変更したにもかかわらず、その旨を取引の相手方に伝えないまま、取引の相手方に継続して作業を行わせ、納入時に仕様に合致していないとして、取引の相手方にやり直しをさせること。

② 委託内容について取引の相手方に確認を求められて了承したため、取引の相手方がその委託内容に基づき製造等を行ったにもかかわらず、給付内容が委託内容と異なるとして取引の相手方にやり直しをさせること。

③ あらかじめ定められた検査基準を恣意的に厳しくして、発注内容と異なること又は瑕疵があることを理由に、やり直しをさせること。

④ 取引の相手方が仕様の明確化を求めたにもかかわらず、正当な理由なく仕様を明確にしないまま、取引の相手方に継続して作業を行わせ、その後、取引の相手方が商品を納入したところ、発注内容と異なることを理由に、やり直しをさせること。

ウ その他

(ｱ) 前記第４の３(1)から(4)まで並びに第４の３(5)ア及びイの行為類型に該当しない場合であっても、取引上の地位が優越している事業者が、一方的に、取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施する場合に、当該取引の相手方に正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることとなるときは、優越的地位の濫用として問題となる。

(ｲ) 次に掲げる想定例は、通常、これまでに述べた行為類型のいずれにも当てはまらないものと考えられるが、独占禁止法第２条第９項第５号ハに該当すれば、優越的地位の濫用として問題となる。

＜想定例＞

① 取引の相手方が取引に係る商品を実際に使用し、又は役務の提供を実際に受けた後に対価の支払を受けることとされている場合において、自己の一方的な都合により、当該取引の相手方がまだ実際に商品を使用していない又はまだ役務の提供を実際に受けていないにもかかわらず、当該取引の相手方に対価を前倒しして支払わせること。

② 特定の仕様を指示して部品の製造を発注し、これを受けて取引の相手方が既に原材料等を調達しているにもかかわらず、自己の一方的な都合により、当該取引の相手方が当該調達に要した費用を支払うことなく、部品の発注を取り消すこと。

③ 取引の相手方に対し、新たな機械設備の導入を指示し、当該機械設備の導入後直ちに一定数量を発注することを説明して発注を確約し、当該取引の相手方が当該機械設備の導入等の取引の実現に向けた行動を採っているのを黙認していたにもかかわらず、自己の一方的な都合により、発注数量を著しく減少する又は発注を取り消すこと。

④ 取引の相手方に対し、債務超過等業績が不振な会社の振り出した手形、手形サイトが著しく長い手形等の支払期日までに一般の金融機関による割引を受けることが困難な手形を交付し、通常よりも割高な割引料を負担させること。

⑤ 取引の相手方に対し掛け売りに伴う債権保全のために必要な金額を超えた、著しく

高額な保証金を一方的に定め、当該保証金を預託させること。

⑥　取引の相手方が納期までに納品できなかった場合又は取引の相手方が納入した商品に瑕疵があった場合に、当該取引の相手方に対して課すペナルティについて、その額や算出根拠等について当該取引の相手方と十分協議することなく一方的に定め、納品されて販売していれば得られた利益相当額又は当該瑕疵がなければ得られた利益相当額を超える額を負担させること。

(ｳ) なお、次のとおり、フランチャイズ・チェーンの本部が、加盟者に対し、見切り販売の取りやめを余儀なくさせ、加盟者が自らの合理的な経営判断に基づいて自己の負担を軽減する機会を失わせている行為が、優越的地位の濫用として問題となったことがある（注28）。

（注28）このような行為も、独占禁止法第２条第９項第５号ハに該当する行為である。なお、フランチャイズ取引における優越的地位の濫用についての考え方の詳細については、「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について（平成14年４月24日公正取引委員会）」を参照されたい。

＜具体例＞

Ｘ社は、自己のフランチャイズ・チェーンの加盟者が経営するコンビニエンスストアで廃棄された商品の原価相当額の全額が加盟者の負担となる仕組みの下で、

ア　経営相談員は、加盟者がデイリー商品（品質が劣化しやすい食品及び飲料であって、原則として毎日店舗に商品が納入されるものをいう。以下同じ。）の見切り販売を行おうとしていることを知ったときは、当該加盟者に対し、見切り販売を行わないようにさせる

イ　経営相談員は、加盟者が見切り販売を行ったことを知ったときは、当該加盟者に対し、見切り販売を再び行わないようにさせる

ウ　加盟者が前記ア又はイにもかかわらず見切り販売を取りやめないときは、経営相談員の上司に当たる従業員らは、当該加盟者に対し、加盟店基本契約の解除等の不利益な取扱いをする旨を示唆するなどして、見切り販売を行わないよう又は再び行わないようにさせる

など、見切り販売を行おうとし、又は行っている加盟者に対し、見切り販売の取りやめを余儀なくさせ、もって、加盟者が自らの合理的な経営判断に基づいて廃棄に係るデイリー商品の原価相当額の負担を軽減する機会を失わせている（平成21年６月22日排除措置命令・平成21年（措）第８号）。

６　不当景品類及び不当表示防止法（抄）

（景品類の制限及び禁止）

第三条　内閣総理大臣は、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するため必要があると認めるときは、景品類の価額の最高額若しくは総額、種類若しくは提供の方法その他景品類の提供に関する事項を制限し、又は景品類の提供を禁止することができる。

（不当な表示の禁止）

第四条　事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

一　商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実に相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

二　商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

三　前二号に掲げるもののほか、商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認めて内閣総理大臣が指定するもの

２　内閣総理大臣は、事業者がした表示が前項第一号に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、第六条の規定の適用については、当該表示は同号に該当する表示とみなす。

（協定又は規約）

第十一条　事業者又は事業者団体は、内閣府令で定めるところにより、景品類又は表示に関する事項について、内閣総理大臣及び公正取引委員会の認定を受けて、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保するための協定又は規約を締結し、又は設定することができる。これを変更しようとするときも、同様とする。

7　一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限

（昭和 52 年３月１日　公正取引委員会告示第５号）
改正　平成８年２月 16 日　公正取引委員会告示第２号
平成 19 年３月７日　公正取引委員会告示第９号

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）第三条の規定に基づき、一般消費者に対する景品類の提供に関する事項の制限を次のように定め、昭和五十二年四月一日から施行する。

１　一般消費者に対して懸賞（「懸賞による景品類の提供に関する事項の制限」（昭和五十二年公正取引委員会告示第三号）第一項に規定する懸賞をいう。）によらないで提供する景品類の価額は、景品類の提供に係る取引の価額の十分の二の金額（当該金額が二百円未満の場合にあつては、二百円）の範囲内であつて、正常な商慣習に照らして適当と認められる限度を超えてはならない。

２　次に掲げる経済上の利益については、景品類に該当する場合であつても、前項の規定を適用しない。

一　商品の販売若しくは使用のため又は役務の提供のため必要な物品又はサービスであって、正常な商慣習に照らして適当と認められるもの

二　見本その他宣伝用の物品又はサービスであつて、正常な商慣習に照らして適当と認められるもの

三　自己の供給する商品又は役務の取引において用いられる割引券その他割引を約する証票であつて、正常な商慣習に照らして適当と認められるもの

四　開店披露、創業記念等の行事に際して提供する物品又はサービスであつて、正常な商慣習に照らして適当と認められるもの

備考　不当景品類及び不当表示防止法第三条の規定に基づく特定の種類の事業における景品類の提供に関する事項の制限の告示で定める事項については、当該告示の定めるところによる。

８　懸賞による景品類の提供に関する事項の制限

（昭和 52 年３月１日　公正取引委員会告示第３号）
改正　昭和 56 年６月６日　公正取引委員会告示第 13 号
平成８年２月 16 日　公正取引委員会告示第１号

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）第三条の規定に基づき、懸賞による景品類の提供に関する事項の制限（昭和三十七年公正取引委員会告示第五号）の全部を次のように改正する。

１　この告示において「懸賞」とは、次に掲げる方法によつて景品類の提供の相手方又は提供する景品類の価額を定めることをいう。

一　くじその他偶然性を利用して定める方法

二　特定の行為の優劣又は正誤によつて定める方法

２　懸賞により提供する景品類の最高額は、懸賞に係る取引の価額の二十倍の金額（当該金額が十万円を超える場合にあつては、十万円）を超えてはならない。

３　懸賞により提供する景品類の総額は、当該懸賞に係る取引の予定総額の百分の二を超えてはならない。

４　前二項の規定にかかわらず、次の各号に掲げる場合において、懸賞により景品類を提供するときは、景品類の最高額は三十万円を超えない額、景品類の総額は懸賞に係る取引の予定総額の百分の三を超えない額とすることができる。ただし、他の事業者の参加を不当に制限する場合は、この限りでない。

一　一定の地域における小売業者又はサービス業者の相当多数が共同して行う場合

二　一の商店街に属する小売業者又はサービス業者の相当多数が共同して行う場合。ただし、中元、年末等の時期において、年三回を限度とし、かつ、年間通算して七十日の期間内で行う場合に限る。

三　一定の地域において一定の種類の事業を行う事業者の相当多数が共同して行う場合

５　前三項の規定にかかわらず、二以上の種類の文字、絵、符号等を表示した符票のうち、異なる種類の符票の特定の組合せを提示させる方法を用いた懸賞による景品類の提供は、してはならない。

９　商品の原産国に関する不当な表示

昭和 48 年 10 月 16 日　公正取引委員会告示第 34 号

（　不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）第四条第三号の規定により、商品の原産国に関する不当な表示を次のように指定し、昭和四十九年五月一日から施行する。）

１　国内で生産された商品についての次の各号の一に掲げる表示であつて、その商品が国内で生産されたものであることを一般消費者が判別することが困難であると認められるもの

一　外国の国名、地名、国旗、紋章その他これらに類するものの表示

二　外国の事業者又はデザイナーの氏名、名称又は商標の表示

三　文字による表示の全部又は主要部分が外国の文字で示されている表示

２　外国で生産された商品についての次の各号の一に掲げる表示であつて、その商品がその原産国で生産されたものであることを一般消費者が判別することが困難であると認められるもの

一　その商品の原産国以外の国の国名、地名、国旗、紋章その他これらに類するものの表示

二　その商品の原産国以外の国の事業者又はデザイナーの氏名、名称又は商標の表示

三　文字による表示の全部又は主要部分が和文で示されている表示

備考

１　この告示で「原産国」とは、その商品の内容について実質的な変更をもたらす行為が行なわれた国をいう。

２　商品の原産地が一般に国名よりも地名で知られているため、その商品の原産地を国名で表示することが適切でない場合は、その原産地を原産国とみなして、この告示を適用する。

10　おとり広告に関する表示

（平成５年４月 28 日　公正取引委員会告示第 17 号）
制定　　昭和 57 年６月 10 日　公正取引委員会告示第 13 号
全部変更　平成５年４月 28 日　公正取引委員会告示第 17 号

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）第四条第三号の規定に基づき、おとり広告に関する表示（昭和五十七年公正取引委員会告示第十三号）の全部を次のように変更し、平成五年五月十五日から施行する。

一般消費者に商品を販売し、又は役務を提供することを業とする者が、自己の供給する商品又は役務の取引（不動産に関する取引を除く。）に顧客を誘引する手段として行う次の各号の一に掲げる表示

一　取引の申出に係る商品又は役務について、取引を行うための準備がなされていない場合その他実際には取引に応じることができない場合のその商品又は役務についての表示

二　取引の申出に係る商品又は役務の供給量が著しく限定されているにもかかわらず、その限定の内容が明瞭に記載されていない場合のその商品又は役務についての表示

三　取引の申出に係る商品又は役務の供給期間、供給の相手方又は顧客一人当たりの供給量が限定されているにもかかわらず、その限定の内容が明瞭に記載されていない場合のその商品又は役務についての表示

四　取引の申出に係る商品又は役務について、合理的理由がないのに取引の成立を妨げる行為が行われる場合その他実際には取引する意思がない場合のその商品又は役務についての表示

Ⅵ　環境関係法（抄）

１　資源の有効な利用の促進に関する法律

（事業者等の責務）

第四条　工場若しくは事業場（建設工事に係るものを含む。以下同じ。）において事業を行う者及び物品の販売の事業を行う者（以下「事業者」という。）又は建設工事の発注者は、その事業又はその建設工事の発注を行うに際して原材料等の使用の合理化を行うとともに、再生資源及び再生部品を利用するよう努めなければならない。

２　事業者又は建設工事の発注者は、その事業に係る製品が長期間使用されることを促進するよう努めるとともに、その事業に係る製品が一度使用され、若しくは使用されずに収集され、若しくは廃棄された後その全部若しくは一部を再生資源若しくは再生部品として利用することを促進し、又はその事業若しくはその建設工事に係る副産物の全部若しくは一部を再生資源として利用することを促進するよう努めなければならない。

（指定表示事業者の表示の標準となるべき事項）

第二十四条　主務大臣は、指定表示製品に係る再生資源の利用を促進するため、主務省令で、指定表示製品ごとに、次に掲げる事項につき表示の標準となるべき事項を定めるものとする。

一　材質又は成分その他の分別回収に関し表示すべき事項

二　表示の方法その他前号に掲げる事項の表示に際して指定表示製品の製造、加工又は販売の事業を行う者（その事業の用に供するために指定表示製品の製造を発注する事業者を含む。以下「指定表示事業者」という。）が遵守すべき事項

２　（略）

２　容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律（抄）

（定義）

第二条　この法律において「容器包装」とは、商品の容器及び包装（商品の容器及び包装自体が有償である場合を含む。）であって、当該商品が費消され、又は当該商品と分離された場合に不要になるものをいう。

２　この法律において「特定容器」とは、容器包装のうち、商品の容器（商品の容器自体が有償である場合を含む。）であるものとして主務省令で定めるものをいう。

３　この法律において「特定包装」とは、容器包装のうち、特定容器以外のものをいう。

４～10　（略）

11　この法律において「特定容器利用事業者」とは、その事業（収益事業であって主務省令で定めるものに限る。以下同じ。）において、その販売する商品について、特定容器を用いる事業者であって、次に掲げる者以外の者をいう。

一　国

二　地方公共団体

三　特別の法律により特別の設立行為をもって設立された法人又は特別の法律により設立され、かつ、その設立に関し行政庁の認可を要する法人のうち、政令で定めるもの

四　中小企業基本法（昭和三十八年法律第百五十四号）第二条第五項に規定する小規模企業者その他の政令で定める者であって、その事業年度（その期間が一年を超える場合は、当該期間をその開始の日以後一年ごとに区分した各期間）における政令で定める売上高が政令で定める金額以下である者

12　この法律において「特定容器製造等事業者」とは、特定容器の製造等の事業を行う者であって、前項各号に掲げる者以外の者をいう。

13　この法律において「特定包装利用事業者」とは、その事業において、その販売する商品について、特定包装を用いる事業者であって、第十一項各号に掲げる者以外の者をいう。

（特定容器利用事業者の再商品化義務）

第十一条　特定容器利用事業者は、毎年度、主務省令で定めるところにより、その事業において用いる特定容器（第十八条第一項の認定に係る特定容器及び本邦から輸出される商品に係る特定容器を除く。次項第二号ロを除き、以下この条において同じ。）が属する容器包装区分に係る特定分別基準適合物について、再商品化義務量の再商品化をしなければならない。

２・３　（略）

（特定容器製造等事業者の再商品化義務）

第十二条　特定容器製造等事業者は、毎年度、主務省令で定めるところにより、その製造等をする特定容器（第十八条第一項の認定に係る特定容器及び本邦から輸出される特定容器を除く。以下この条において同じ。）が属する容器包装区分に係る特定分別基準適合物について、再商品化義務量の再商品化をしなければならない。

２　（略）

（特定包装利用事業者の再商品化義務）

第十三条　特定包装利用事業者は、毎年度、主務省令で定めるところにより、その事業において用いる特定包装（第十八条第一項の認定に係る特定包装及び本邦から輸出される商品に係る特定包装を除く。以下この条において同じ。）が属する容器包装区分に係る特定分別基準適合物について、再商品化義務量の再商品化をしなければならない。

２　（略）

（再商品化したものとみなされる場合）

第十四条　特定事業者が、前三条に規定する再商品化義務量の全部又は一部の再商品化について指定法人と第二十三条第一項に規定する再商品化契約を締結し、当該契約に基づく自らの債務を履行したときは、当該特定事業者は、その委託した量に相当する当該特定分別基準適合物の量について再商品化をしたものとみなす。

（自主回収の認定）

第十八条　特定事業者は、その用いる特定容器、その製造等をする特定容器又はその用いる特定包装を自ら回収し、又は他の者に委託して回収するときは、主務大臣に申し出て、その行う特定容器又は特定包装の回収の方法が主務省令で定める回収率を達成するために適切なものである旨の認定を受けることができる。

２～５　（略）

【関係法令】

○　容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律施行規則

（自主回収率）

第二十条　法第十八条第一項の主務省令で定める回収率は、おおむね百分の九十とする。

（帳簿）

第三十八条　特定容器利用事業者、特定容器製造等事業者及び特定包装利用事業者は、主務省令で定めるところにより、帳簿を備え、特定容器を用いた商品の販売、特定容器の製造等又は特定包装を用いた商品の販売及び分別基準適合物の再商品化に関し主務省令で定める事項を記載し、これを保存しなければならない。

３　食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律（抄）

（目的）

第一条　この法律は、食品循環資源の再生利用及び熱回収並びに食品廃棄物等の発生の抑制及び減量に関し基本的な事項を定めるとともに、食品関連事業者による食品循環資源の再生利用を促進するための措置を講ずることにより、食品に係る資源の有効な利用の確保及び食品に係る廃棄物の排出の抑制を図るとともに、食品の製造等の事業の健全な発展を促進し、もって生活環境の保全及び国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

（基本方針）

第三条　主務大臣は、食品循環資源の再生利用及び熱回収並びに食品廃棄物等の発生の抑制及び減量（以下「食品循環資源の再生利用等」という。）を総合的かつ計画的に推進するため、政令で定めるところにより、食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針（以下「基本方針」という。）を定めるものとする。

２～４　（略）

（事業者及び消費者の責務）

第四条　事業者及び消費者は、食品の購入又は調理の方法の改善により食品廃棄物等の発生の抑制に努めるとともに、食品循環資源の再生利用により得られた製品の利用により食品循環資源の再生利用を促進するよう努めなければならない。

【メ　モ】

酒類販売管理研修モデルテキスト

（平成 29 年４月）

酒類販売管理研修

第２編　酒類の商品知識等

このテキストは、平成 28 年６月に一部改正された「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」の改正内容を反映しています。

平成２９年４月
国税庁課税部酒税課

目　　次

【第２編　酒類の商品知識等】

第１章　酒類の商品知識等

第１節　酒類の分類‥‥‥

【参考１】酒類の製造工程図…… 46
【参考２】光による劣化（着色）…… 53

第４節　きき酒の方法…… 54
１　清酒…… 54
２　単式蒸留焼酎…… 55
３　ビール…… 55
４　ワイン…… 56
５　ウイスキー…… 56
６　ブランデー…… 57
【参考１】きき酒用語…… 58
【参考２】清酒のフレーバホイール…… 61
【参考３】清酒の甘口辛口…… 62

第２章　酒類と健康等

１　酒類の効用と健康に与える影響…… 65
２　未成年者への飲酒による影響…… 70
【参考】エタノールパッチテストの方法…… 71

第３章　参考法令

１　食品衛生法…… 73
２　流通食品への毒物の混入等の防止等に関する特別措置法…… 74
３　製造物責任法…… 74
４　計量法…… 76
５　道路交通法…… 77
６　配偶者からの暴力の防止及び被害者の保護に関する法律等…… 77
７　道路法…… 78
８　労働基準法…… 78
９　酒に酔って公衆に迷惑をかける行為の防止等に関する法律…… 78
10　特定商取引に関する法律…… 78
【参考】飲酒運転の根絶に向けて…… 80

【参考資料】

1　酒税収入の累年比較……87
2　酒類の課税数量の推移……88
3　酒税の課税額の推移……89
4　酒類をめぐる法体系……90
5　日本酒ラベルの用語事典……91
6　酒類業組合等構成図表……107
7　酒販組合の事業……108
8　国税局及び酒類指導官設置署等一覧表……109
9　独立行政法人酒類総合研究所の概要……114
10　酒類総合研究所から発信される情報……116

【酒類の品質管理等に関するチェック表】……120

○　解説……123

第１章　酒類の商品知識等

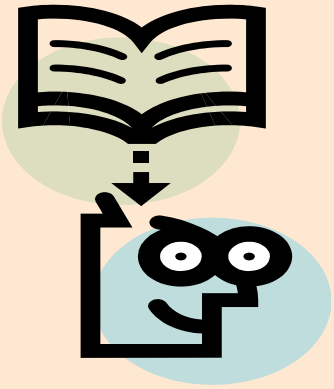
この章では、酒類の分類、酒類の歴史、製造・保存方法、酒類の表示、きき酒の方法等について説明しています。

○　酒類の分類

「酒類の分類」には、大きく分けて「製造方法による分類」と「酒税法による分類」の２つがあります。

○　酒類の製造・保存方法等

多くの酒類の保存に当たっては、日光に当てないこと、高温の場所に置かないことに注意すべきです。



○　きき酒の方法

科学技術が発達した現代においても、きき酒は最も優れた判定方法です。また、きき酒能力は訓練によって上達します。

○　酒類の表示

酒類の表示は、表示基準等の法令に基づく表示事項と業界の取組としての自主基準による表示があります。

第１節　酒類の分類

１ 製造方法による酒類の分類

酒類は、アルコールの製造方法によって次のとおり分類されます。

(1) 醸造酒

原料をそのまま、あるいは糖化した上で、アルコール発酵をさせて造った酒類で次の３つに細分されます。

イ　単発酵酒

糖分を含む原料をそのまま発酵させた酒類。具体的にはワイン等が該当します。

ロ　単行複発酵酒

原料を糖化した後に発酵させた酒類。具体的にはビールや発泡酒等が該当します。

ハ　並行複発酵酒

原料の糖化と発酵の両作用を同時に進行（並行）させた酒類。具体的には清酒が該当します。

(2) 蒸留酒

醸造酒、その半製品、醸造酒の副産物（粕）及びその他アルコール含有物を蒸留して造った酒類。具体的には焼酎、ウイスキー、ブランデー及びウオッカ等が該当します。

(3) 混成酒（再製酒）

醸造酒、その半製品、蒸留酒等をもとに、これらを互いに混合したり、糖類や香味料、色素等を加えた酒類。具体的には、合成清酒、みりん、リキュール等が該当します。

２ 酒税法による酒類の分類

酒税法においては、酒類を原料や製造方法により、課税上の分類として、４つの「種類」に分類しています。また、酒類の区分として17の「品目」を定義しています。

酒類の分類（種類）	該当する酒類（品目）	酒類の分類（種類）	該当する酒類（品目）
１　発泡性酒類	①　ビール ②　発泡酒 【その他の発泡性酒類】 （品目ではありません。） ※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 10 度未満で発泡性のある酒類	３　蒸留酒類（注）	⑥　連続式蒸留焼酎 ⑦　単式蒸留焼酎 ⑧　ウイスキー ⑨　ブランデー ⑩　原料用アルコール ⑪　スピリッツ
２　醸造酒類（注）	③　清酒 ④　果実酒 ⑤　その他の醸造酒	４　混成酒類（注）	⑫　合成清酒 ⑬　みりん ⑭　甘味果実酒 ⑮　リキュール ⑯　粉末酒 ⑰　雑酒

（注）その他の発泡性酒類に該当するものは除かれます。

【参考１】酒税法における酒類の定義

酒類（定義-アルコール分１度以上の飲料をいう。（酒税法第２条））

品　目	定義の概要
清酒	＊米、米こうじ及び水を原料として発酵させてこしたもの（アルコール分が 22 度未満のもの） ＊米、米こうじ、水及び清酒かすその他政令で定める物品を原料として発酵させてこしたもの（アルコール分が 22 度未満のもの）
合成清酒	＊アルコール、焼酎又は清酒とぶどう糖その他政令で定める物品を原料として製造した酒類で清酒に類似するもの（アルコール分が 16 度未満でエキス分が５度以上等のもの）
連続式蒸留焼酎	＊アルコール含有物を連続式蒸留機により蒸留したもの（アルコール分が 36 度未満のもの）
単式蒸留焼酎	＊アルコール含有物を連続式蒸留機以外の蒸留機により蒸留したもの（アルコール分が 45 度以下のもの）
みりん	＊米、米こうじに焼酎又はアルコール、その他政令で定める物品を加えてこしたもの（アルコール分が 15 度未満でエキス分が 40 度以上等のもの）
ビール	＊麦芽、ホップ及び水を原料として発酵させたもの（アルコール分が 20 度未満のもの） ＊麦芽、ホップ、水及び麦その他政令で定める物品を原料として発酵させたもの（アルコール分が 20 度未満のもの）
果実酒	＊果実を原料として発酵させたもの（アルコール分が 20 度未満のもの） ＊果実に糖類を加えて発酵させたもの（アルコール分が 15 度未満のもの）
甘味果実酒	＊果実酒に糖類又はブランデー等を混和したもの
ウイスキー	＊発芽させた穀類及び水を原料として糖化させて発酵させたアルコール含有物を蒸留したもの
ブランデー	＊果実若しくは果実及び水を原料として発酵させたアルコール含有物を蒸留したもの
原料用アルコール	＊アルコール含有物を蒸留したもの（アルコール分が 45 度を超えるもの）
発泡酒	＊麦芽又は麦を原料の一部とした酒類で発泡性を有するもの（アルコール分が 20 度未満のもの）
その他の醸造酒	＊穀類、糖類等を原料として発酵させたもの（アルコール分が 20 度未満でエキス分が２度以上等のもの）
スピリッツ	＊上記のいずれにも該当しない酒類でエキス分が２度未満のもの
リキュール	＊酒類と糖類等を原料とした酒類でエキス分が２度以上のもの
粉末酒	＊溶解してアルコール分１度以上の飲料とすることができる粉末状のもの
雑酒	＊上記のいずれにも該当しない酒類

【参考２】酒税率一覧表及び酒税の転嫁と保全のスキーム

１　酒税法第23条関係

酒類の区分	アルコール分等	１KL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
連続式蒸留焼酎 単式蒸留焼酎 原料用アルコール	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
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 リキュール	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

（注）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。

１　糖類、ホップ、水及び一定の物品※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）

※　「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、香味料、くえん酸三カリウム及びカラメル

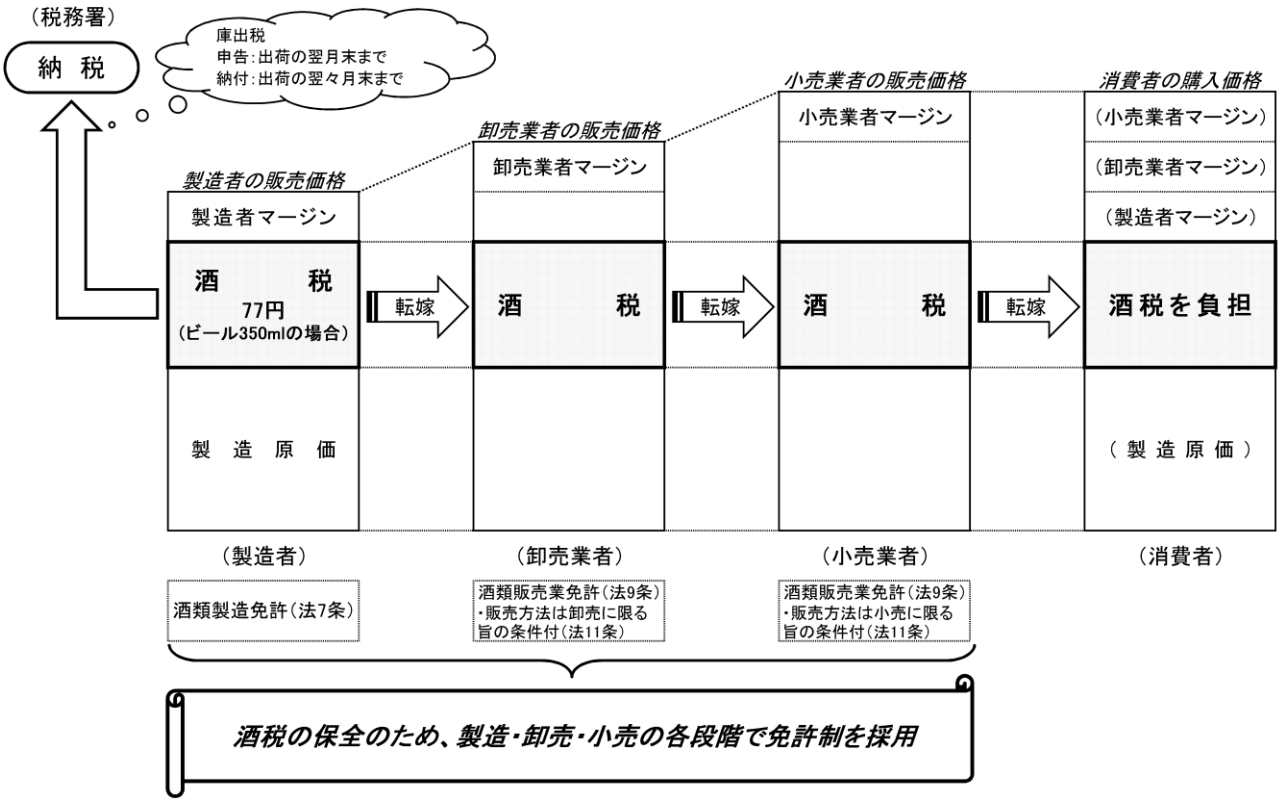
２　麦芽及びホップを原料の一部として発酵させた発泡酒（麦芽比率が50%未満のもの）に、大麦又は小麦を原料の一部として発酵させたアルコール含有物を蒸留したスピリッツを加えたものでエキス分２度以上のもの（リキュール）

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。

品　　目	アルコール分等	１KL当たり税率
連続式蒸留焼酎	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
単式蒸留焼酎		
ウイスキー		
ブランデー	９度未満	80,000円
スピリッツ		
リキュール		

３　酒税の転嫁と保全のスキーム



第２節　酒類の表示基準

１　酒類の表示の基準

酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（酒類業組合法）第 86 条の６第１項に掲げる財務大臣が定める表示の基準は次のとおりとなっています。

①　未成年者の飲酒防止に関する表示基準（注）
②　清酒の製法品質表示基準
③　酒類における有機の表示基準
④　果実酒等の製法品質表示基準
⑤　酒類の地理的表示に関する表示基準

（注）上記①については、第１編「酒類販売管理者等」第２章第２節の２「酒類の表示の基準」に収録されています。

財務大臣は、上記の基準を遵守しない酒類業者に対して、その基準を遵守するよう指示することができ、また、指示に従わない場合にはその旨を公表することができるとされています。

さらに、上記の基準のうち、酒類の取引の円滑な運行及び消費者の利益に資するため、特に表示の適正化を図る必要があるものを「重要基準」として定め(注)、指示に従わない酒類業者に対して、その基準を遵守するよう命令することができるとされています。命令に違反した者は 50 万円以下の罰金に処せられます。なお、罰金の刑に処せられた場合、酒類の製造免許及び販売業免許が取り消されることがあります。

（注）重要基準は、「酒類の表示の基準における重要基準を定める件」（平成 15 年 12 月 19 日 国税庁告示第 15 号）により定められています。

(1) 清酒の製法品質表示基準（平成元年 11 月 22 日 国税庁告示第８号）

イ　清酒については、吟醸酒、純米酒などの表示に統一された基準がなく、消費者からどのような品質のものかよく分からないという声が高まったことから、平成元年11月に「清酒の製法品質表示基準」が定められ、平成２年４月から適用されています。

清酒の製法品質表示基準では、清酒の容器又は包装等への表示に関し、次の事項が定められています。

①　「吟醸酒」、「純米酒」、「本醸造酒」といった特定名称を表示する場合の基準
②　表示しなければならない事項
③　特定の事項を任意に表示する場合の基準
④　表示してはならない事項

ロ　醸造設備の開発、製造技術の進歩等により、例えば、純米酒の製法品質の要件であった「精米歩合 70%以下」の要件に該当しない白米、米こうじ及び水を原料として製造した清酒（いわゆる「米だけの酒」）であっても、純米酒の品質に匹敵す

るものが製造できるようになりました。

このため、市場においては、いずれも米、米こうじ及び水を原料とした「純米酒」と「米だけの酒」が並存することとなり、その内容の違いが消費者にとって分かりにくい状況となっており、また、製造者においても、その特徴について客観的な説明をすることが困難な状況となっていること等から、平成 15 年 10 月に次のような改正が行われ、平成 16 年１月から適用されています。

(ｲ) 「米だけの酒」を「純米酒」に包含し、「純米酒」の範囲を拡大するとともに、「純米酒」の多様化を図るため、「純米酒」の製法品質の要件となっている「精米歩合」の要件が廃止されました。

(ﾛ) 特定名称酒について、一定の品質の確保を図るため、特定名称酒の製法品質の要件に「こうじ米の使用割合」が追加されました。

(ﾊ) 精米歩合が消費者の商品選択の判断基準の一つとなっていることを踏まえ、特定名称酒について、原材料名の表示と近接する場所に「精米歩合」の表示が義務付けられました。

(ﾆ) 消費者の適切な商品選択に資する観点から、特定名称酒以外の清酒の容器又は包装に「特定名称の清酒以外の清酒について特定名称に類似する用語」を表示してはならないこととされました。ただし、この用語の表示の近接する場所に、原則として８ポイントの活字以上の大きさで、特定名称の清酒に該当しないことが明確に分かる説明表示がされている場合には、「特定名称に類似する用語」が表示できることとされています。

※　製造場から移出する清酒のほか、保税地域から引き取る清酒（輸入清酒）又は酒類販売場で詰め替えた清酒にも「清酒の製法品質表示基準」が適用されます。

【重要基準】

「清酒の製法品質表示基準」に基づかない表示等をすることは、消費者に不利益を与えたり、清酒の表示や製法、品質に対する信頼を損ねる恐れがあることから、「清酒の製法品質表示基準」のうち、①吟醸酒などの特定名称を表示する場合の基準、②原材料名など容器等に表示しなければならない事項の基準、③最上級を意味する用語など容器等に表示してはならない禁止事項の基準を、重要基準として定めています。

(2) 酒類における有機の表示基準（平成 12 年 12 月 26 日 国税庁告示第７号）

「酒類における有機の表示基準」（平成 12 年 12 月国税庁告示第７号。以下「表示基準」といいます。）は、有機米使用清酒、オーガニックビール等といった「有機等」の表示を行っている酒類が市場に流通していることから、消費者の適切な商品選択に資するため、中央酒類審議会の答申を受け、平成 12 年 12 月に定め、平成 13 年４月から適用しています。

この表示基準は、有機農産物、有機加工食品、有機畜産物、有機農畜産物加工酒類及び有機加工食品として格付けされた食品添加物（以下「有機農畜産物等」といいま

す。）を原料として製造した酒類における「有機」又は「オーガニック」（以下「有機等」といいます。）の表示について、「有機加工食品の日本農林規格（ＪＡＳ規格）」（平成 17 年 10 月農林水産省告示第 1606 号）に倣い定めています。

※　製造場から移出する酒類のほか、保税地域から引き取る酒類（輸入酒類）又は酒類販売場で詰め替えた酒類にも「酒類における有機の表示基準」が適用されます。

【重要基準】

「酒類における有機の表示基準」については、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」（いわゆる「ＪＡＳ法」）との整合性を図る必要があり、また、酒類の安全性の確保に適切に対応し、消費者の商品選択に資する必要があることから、「酒類における有機の表示基準」のうち、①有機農畜産物加工酒類における有機等の表示の基準、②有機農畜産物加工酒類の製造方法等の基準、③有機農畜産物加工酒類の名称等の表示の基準、④有機農畜産物等を原材料に使用した酒類における有機農畜産物等の使用表示の基準を、重要基準として定めています。

(3) 果実酒等の製法品質表示基準（平成 27 年 10 月 30 日 国税庁告示第 18 号）

従来、一般的に「国産ワイン」と呼ばれていたものには、国産ぶどうのみを原料とした「日本ワイン」のほか、輸入濃縮果汁や輸入ワインを原料としたものも混在し、「日本ワイン」とそれ以外のワインの違いがラベル表示だけでは分かりにくいという問題が存在していました。そのため、消費者の方が適切に商品選択を行えるよう、表示を分かりやすくすることなどを目的として、平成 27 年 10 月に「果実酒等の製法品質表示基準」が定められ、平成 30 年 10 月から適用されます。

果実酒等の製法品質表示基準では、果実酒等が次のように区分されています。

イ　「日本ワイン」：国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造された果実酒をいいます。
ロ　「国内製造ワイン」：日本ワインを含む、日本国内で製造された果実酒及び甘味果実酒をいいます。
ハ　「輸入ワイン」：海外から輸入された果実酒及び甘味果実酒をいいます。

また、容器又は包装への表示に関し、次の事項が定められています。

イ　日本ワインへの「日本ワイン」の表示
ロ　地名の表示ルール
ハ　ぶどうの品種名の表示ルール
ニ　ぶどうの収穫年の表示ルール
ホ　原材料名及びその原産地名の表示
ヘ　特定の原材料を使用した旨の表示
ト　輸入ワインの原産国名の表示

※　製造場から移出する果実酒等のほか、保税地域から引き取る果実酒等（輸入ワイン）又は酒類販売場から搬出される果実酒等にも「果実酒等の製法品質表示基準」が適用されます。

【重要基準】

「果実酒等の製法品質表示基準」に基づかない表示等をすることは、消費者に不利益を与えたり、果実酒等の表示や製法、品質に対する信頼を損ねる恐れがあることから、「果実酒等の製法品質表示基準」のうち、①記載事項の表示に関する基準、②特定の原材料を使用した旨の表示に関する基準、③地名の表示に関する基準、④ぶどうの品種名及び収穫年の表示に関する基準を、重要基準として定めています。

(4) 酒類の地理的表示に関する表示基準（平成 27 年 10 月 30 日 国税庁告示第 19 号）

地理的表示制度は、酒類や農産品において、その確立した品質、社会的評価又はその他の特性が当該商品の地理的な産地に主として帰せられる場合において、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です。

ＷＴＯ（世界貿易機関）協定の附属書であるＴＲＩＰＳ協定（知的所有権の貿易関連の側面に関する協定）により、加盟国はぶどう酒及び蒸留酒の地理的表示を保護するための法的手段を確保することが義務付けられました（平成７年１月発効）。

この法的手段の確保は行政上の措置により実施することが認められており、上記協定の国内担保措置として、平成６年 12 月に「地理的表示に関する表示基準」（平成６年 12 月国税庁告示第４号。以下「旧表示基準」といいます。）が制定されました。

しかし、旧表示基準では地理的表示の指定の要件が具体的に示されていないこともあり、十分な活用が進まなかったという状況を踏まえ、日本産酒類のブランド価値の向上や輸出促進の観点から、地理的表示の指定を受けるための基準の明確化、消費者に分かりやすい統一的な表示のルール化等の制度の体系化のため、平成 27 年 10 月に旧表示基準の全部が改正され、全ての酒類を対象とした「酒類の地理的表示に関する表示基準」（以下「新表示基準」といいます。）が定められました。

イ　地理的表示の保護

地理的表示の名称は、当該地理的表示の産地以外を産地とする酒類及び当該地理的表示に係る生産基準を満たさない酒類について使用することができません。

また、当該酒類の真正の産地として使用する場合又は地理的表示の名称が翻訳された上で使用される場合若しくは「種類」、「型」、「様式」、「模造品」等の表現を伴い使用される場合においても、同様に使用することはできません（例えば、長崎県壱岐市以外で製造された焼酎の容器又は包装に「壱岐焼酎（○○産）」（○○は真正の産地）、「壱岐風焼酎」などと表示することはできません。）。

ここでいう「使用」とは、酒類製造業者が酒類の容器又は包装に地理的表示を表示することはもとより、酒類販売業者が酒類の容器又は包装に地理的表示を表示したものを販売等することや、酒類に関する広告等（例えば、販売場のＰＯＰ表示な

ど）として地理的表示を表示することも該当します。

ロ　地理的表示を明らかにする表示（平成 29 年 10 月 30 日以降に使用する地理的表示から適用）

消費者が、酒類のラベル表示から地理的表示制度に基づいた酒類であるかどうかを区別できるよう、消費者に分かりやすい統一的な表示のルールとして、酒類の容器又は包装に地理的表示を使用する場合は、使用した地理的表示の名称のいずれか一箇所以上に「地理的表示」、「Geographical Indication」又は「ＧＩ」の文字を併せて使用することとされています。なお、地理的表示を使用していない酒類には、「地理的表示」等の文字を使用することはできません。

※　国内における酒類の地理的表示としては、旧表示基準において、平成７年６月に「壱岐」、「球磨」及び「琉球」が、平成 17 年 12 月に「薩摩」及び「白山」が、平成 25 年７月には「山梨」が指定されています。さらに新表示基準に基づいて、平成 27 年 12 月に国レベルの地理的表示として「日本酒」が、平成 28 年 12 月に「山形」が指定されています。

【重要基準】

地理的表示の保護について、今後とも適切に対応していくことが国際的に必要であることから、「酒類の地理的表示に関する表示基準」のうち、地理的表示の保護に関する事項の基準を、重要基準として定めています。

※　地理的表示の詳細な情報（パンフレット等）は、国税庁ホームページに掲載しています。
ホームページアドレス　http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/hyoji/mokuji.htm

２　業界における取組

酒類業界においては次のような酒類の表示に関する公正競争規約が定められています（括弧内は各規約の実施機関の名称です。）。

① ビールの表示に関する公正競争規約（ビール酒造組合）
② 輸入ビールの表示に関する公正競争規約（日本洋酒輸入協会）
③ ウイスキーの表示に関する公正競争規約（日本洋酒酒造組合）
④ 輸入ウイスキーの表示に関する公正競争規約（日本洋酒輸入協会）
⑤ 単式蒸留しょうちゅうの表示に関する公正競争規約（日本酒造組合中央会）
⑥ 泡盛の表示に関する公正競争規約（日本酒造組合中央会）

また、日本酒造組合中央会等においては、酒類の表示に関して、主に次のような基準を定めています（括弧内は各自主基準の作成団体の名称です。）。

① みりんの表示に関する基準（日本酒造組合中央会、全国味淋協会）
② 合成清酒の原材料表示（日本蒸留酒酒造組合）
③ 国産ワインの表示に関する基準（ワイン表示問題検討協議会：日本ワイナリー協会、山梨県ワイン酒造組合、山形県果実酒酒造組合、長野県ワイン協会、道産ワイン懇談会）
④ 単式蒸留しょうちゅうと連続式蒸留しょうちゅうを混和した酒類の表示に関する自主基準（日本酒造組合中央会、日本蒸留酒酒造組合）
⑤ 梅酒の特定の事項の表示に関する自主基準（日本洋酒酒造組合）

【参考１】 酒類に関する表示事項の適用関係（概要）

法令等 ＼ 表示事項		食品表示法			酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律		
		旧法	権限	第4条 食品表示基準	第86条の5 令第8条の3	第86条の6 令第8条の4 清酒の製法品質表示基準	第86条の6 令第8条の4 果実酒の製法品質表示基準
一般用加工食品に適用	名称（品目）	J・衛	内・財	○	○		
	保存の方法	J・衛	内	※1		○	
	消費期限又は賞味期限	J・衛	内	※1			
	原材料名	J	－	※2		○	○
	添加物	衛	内	○			
	内容量（容器の容量）	J	財	○	○		
	栄養成分（たんぱく質、脂質、炭水化物、ナトリウム）の量及び熱量	健	内	※1			
	食品関連事業者の氏名又は名称	J	財	○			
	食品関連事業者の住所	J	財	○			
	製造所の所在地	衛	内	○	○		
	製造者の氏名又は名称	衛	内	○	○		
該当する加工食品に適用	アレルゲンを含む食品	衛	－	※2			
	L-フェニルアラニン化合物を含む食品	衛	内	○			
	特保・機能性・乳児用	衛・健	－	※3			
	遺伝子組換えに関する事項	J・衛	内・財	○			
	原料原産地名	J	－	※3		（注）	○
	原産国名	J	－	※2		○	○
組合法固有	アルコール分				○		
	発泡性を有する旨				○		
	税率適用区分				○		

【酒類に関する表示事項の適用関係（概要） 注釈】

※1 省略可（食品表示基準3①、3③）

※2 表示不要（食品表示基準3①、3②、5①）

※3 対象外（食品表示基準3②）

【旧法】
J⇒JAS法、衛⇒食品衛生法、健⇒健康増進法
【権限】
内⇒内閣総理大臣のみに指示等の権限あり
財⇒内閣総理大臣及び財務大臣に指示等の権限あり

（注）米穀については、米トレサ法に基づく表示義務がある。

【参考２】酒類の表示例

びんビール



（注）（1）表示事項は、表ラベル、裏ラベル、王冠または肩貼りなどに記載されています。
ただし、「ビール」である旨とアルコール分については表ラベルに記載しなければなりません。
（2）※印は任意の表示事項です。
（3）賞味期限、製造年月旬の年の表示は西暦の下2桁を記載しています。

出典：ビール百科（ビール酒造組合発行）

缶ビール



出典：ビール百科（ビール酒造組合発行）

【参考３】清酒の製法品質表示基準（概要）

１　特定名称の清酒の表示

特定名称の清酒とは、吟醸酒、純米酒、本醸造酒をいい、それぞれ所定の要件に該当するものにその名称を表示することができます。

なお、特別名称は、原料、製造方法等の違いによって８種類に分類されます。

特定名称	使用原料	精米歩合	こうじ米使用割合	香味等の要件
ぎんじょうしゅ 吟醸酒	米、米こうじ、醸造アルコール	60%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香味、色沢が良好
だいぎんじょうしゅ 大吟醸酒	米、米こうじ、醸造アルコール	50%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香味、色沢が特に良好
じゅんまいしゅ 純米酒	米、米こうじ	－	15%以上	香味、色沢が良好
じゅんまいぎんじょうしゅ 純米吟醸酒	米、米こうじ	60%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香味、色沢が良好
じゅんまいだいぎんじょうしゅ 純米大吟醸酒	米、米こうじ	50%以下	15%以上	吟醸造り、固有の香味、色沢が特に良好
とくべつじゅんまいしゅ 特別純米酒	米、米こうじ	60%以下又は特別な製造方法（要説明表示）	15%以上	香味、色沢が特に良好
ほんじょうぞうしゅ 本醸造酒	米、米こうじ、醸造アルコール	70%以下	15%以上	香味、色沢が良好
とくべつほんじょうぞうしゅ 特別本醸造酒	米、米こうじ、醸造アルコール	60%以下又は特別な製造方法（要説明表示）	15%以上	香味、色沢が特に良好

精米歩合とは

精米歩合とは、白米のその玄米に対する重量の割合をいいます。精米歩合 60%というときには、玄米の表層部を 40%削り取ることをいいます。

米の胚芽や表層部には、たんぱく質、脂肪、灰分、ビタミンなどが多く含まれ、これらの成分は、清酒の製造に必要な成分ですが、多過ぎると清酒の香りや味を悪くしますので、米を清酒の原料として使うときは、精米によってこれらの成分を少なくした白米を使います。ちなみに、一般家庭で食べている米は、精米歩合 92%程度の白米（玄米の表層部を８%程度削り取ります。）ですが、清酒の原料とする米は、精米歩合 75%以下の白米が多く用いられています。特に、特定名称の清酒に使用する白米は、農産物検査法によって、３等以上に格付けされた玄米又はこれに相当する玄米を精米したものに限られています。

こうじ米とは

こうじ米とは、米こうじ（白米にこうじ菌を繁殖させたもので、白米のでんぷんを糖化させることができるもの）の製造に使用する白米をいいます。

なお、特定名称の清酒は、こうじ米の使用割合（白米の重量に対するこうじ米の重量の割合をいいます。）が、15%以上のものに限られています。

醸造アルコールとは

醸造アルコールとは、でんぷん質物や含糖質物を原料として発酵させて蒸留したアルコールをいいます。

もろみにアルコールを適量添加すると、香りが高く、「スッキリした味」となります。さらに、アルコールの添加には、清酒の香味を劣化させる乳酸菌（火落菌）の増殖を防止するという効果もあります。

吟醸酒や本醸造酒に使用できる醸造アルコールの重量（アルコール分 95 度換算の重量によります。）は、白米の重量の 10%以下に制限されています。

吟醸造りとは

吟醸造りとは、吟味して醸造することをいい、伝統的に、よりよく精米した白米を低温でゆっくり発酵させ、かすの割合を高くして、特有な芳香（吟香）を有するように醸造することをいいます。

吟醸酒は、吟醸造り専用の優良酵母、原料米の処理、発酵の管理からびん詰・出荷に至るまでの高度に完成された吟醸造り技術の開発普及により商品化が可能となったものです。

2　必要記載事項の表示

清酒には、次の事項を、原則として８ポイントの活字以上の大きさの日本文字で表示することになっています。

(1) 原材料名

使用した原材料を使用量の多い順に記載します。

なお、特定名称を表示する清酒については、原材料名の表示の近接する場所に精米歩合を併せて表示します。

例えば、本醸造酒であれば次のように記載します。

原材料名　米（国産）、米こうじ（国産米）、醸造アルコール 精米歩合　68%

(2) 製造時期

次のいずれかの方法で記載します。

製造年月　平成 24 年 10 月	製造年月　24.10
製造年月　2012.10	製造年月　12.10

なお、保税地域から引き取る清酒で製造時期が不明なものについては、製造時期に代えて輸入年月を「輸入年月」の文字の後に表示してもよいことになっています。

また、容器の容量が 300ml 以下の場合には、「年月」の文字を省略してもよいことになっています。

(3) 保存又は飲用上の注意事項

生酒のように製成後一切加熱処理をしないで出荷する清酒には、保存若しくは飲用上の注意事項を記載します。

（参考）生酒、生貯蔵酒以外の清酒は、通常、製成後、貯蔵する前と出荷する前の２回加熱処理をしています。

(4) 原産国名

輸入品の場合に記載します。

(5) 外国産清酒を使用したものの表示

国内において、国内産清酒と外国産清酒の両方を使用して製造した清酒については、その外国産清酒の原産国名及び使用割合を記載します。

なお、使用割合については、10%の幅をもって記載してもよいことになっています。

以上のほか、次の事項も必ず表示するよう清酒製造者に表示義務が課されています。

○　製造者の氏名又は名称

○　製造場の所在地（記号で表示してもよいことになっています。）

○　容器の容量

○　清酒（原料の米に国内産米のみを使い、かつ、日本国内で製造された清酒の場合、「日本酒」と表示してもよいことになっています。）

○　アルコール分

３　任意記載事項の表示

次に掲げる事項は、それぞれの要件に該当する場合に表示することができます。

(1) 原料米の品種名

表示しようとする原料米の使用割合が 50%を超えている場合に、使用割合と併せて、例えば、山田錦 100%と表示できます。

(2) 清酒の産地名

その清酒の全部がその産地で醸造されたものである場合に表示できます。したがって、産地が異なるものをブレンドした清酒には産地名を表示できません。

(3) 貯蔵年数

１年以上貯蔵した清酒に、１年未満の端数を切り捨てた年数を表示できます。

(4) 原酒

製成後、水を加えてアルコール分などを調整しない清酒に表示できます。

なお、仕込みごとに若干異なるアルコール分を調整するため、アルコール分１%未満の範囲内で加水調整することは、差し支えないことになっています。

(5) 生酒

製成後、一切加熱処理をしない清酒に表示できます。

(6) 生貯蔵酒

製成後、加熱処理をしないで貯蔵し、出荷の際に加熱処理した清酒に表示できます。

(7) 生一本

ひとつの製造場だけで醸造した純米酒に表示できます。

(8) 樽酒

木製の樽で貯蔵し、木香のついた清酒に表示できます。

なお、販売する時点で、木製の容器に収容されているかは問いません。

(9) 「極上」、「優良」、「高級」等品質が優れている印象を与える用語

自社に同一の種別又は銘柄の清酒が複数ある場合に、品質が優れているものに表示できます（使用原材料等から客観的に説明できる場合に限ります。）。

なお、これらの用語は、自社の清酒のランク付けとして使用できるもので、他社の清酒と比較するために使用することはできません。

(10) 受賞の記述

国、地方公共団体等公的機関から受賞した場合に、その清酒に表示できます。

上記以外の事項については、事実に基づき別途説明表示する場合に限り表示しても差し支えないことになっています。

4　表示禁止事項

次に掲げる事項は、これを清酒の容器又は包装に表示してはいけません。

(1) 清酒の製法、品質等が業界において「最高」、「第一」、「代表」等最上級を意味する用語

(2) 官公庁御用達又はこれに類似する用語

(3) 特定名称酒以外の清酒について特定名称に類似する用語

ただし、特定名称に類似する用語の表示の近接する場所に、原則として８ポイントの活字以上の大きさで、特定名称の清酒に該当しないことが明確に分かる説明表示がされている場合には、表示することとして差し支えありません。

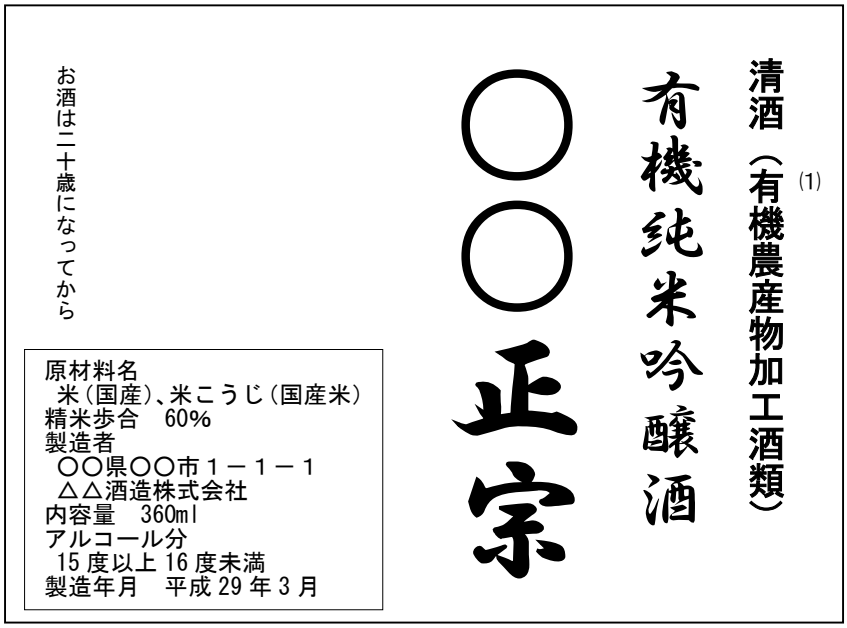
なお、この説明表示は、消費者の商品選択に資するために設けられたものですので、８ポイントの活字以上の大きさで表示してあればそれでよいということではなく、特定名称に類似する用語の表示とバランスのとれた大きさの文字とするなど、消費者の方が特定名称の清酒に該当しないと明確に分かる大きさの文字とする必要があります。

例えば、純米酒の製法品質の要件に該当しない清酒に、純米酒に類似する用語(例：「米だけの酒」)を表示する場合には、次のように純米酒に該当しないことが明確に分かる説明表示をしなければなりません。



【参考4】酒類における有機の表示例

1　有機農産物加工酒類の場合



【製造等の要件】

（原材料）

有機ＪＡＳ格付の有機農産物等を 95%以上使用

（添加物）

製造に必要な最小限度量

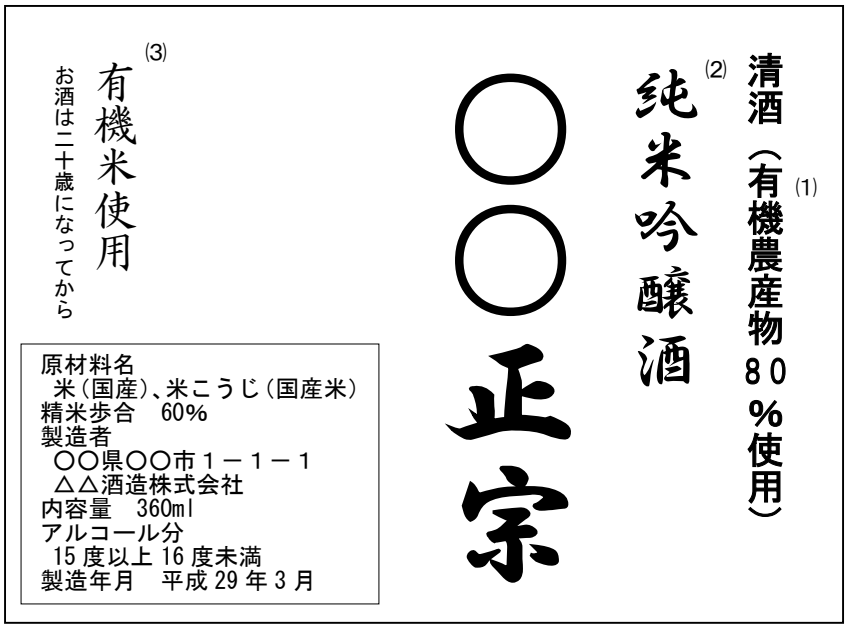
（製造工程管理）

物理的又は生物の機能を利用した製造の方法による等の一定の条件を満たす

【表示の要件】

⑴　品目表示に併せて「(有機農産物加工酒類)」と表示されていること。

2　有機農産物等を原材料に使用している場合（有機農産物等の使用表示）



【製造等の要件】

（原材料）

有機ＪＡＳ格付の有機農産物等を使用

【表示の要件】

⑴　品目表示に併せて「(有機農産物 80%使用)」と表示されていること。

⑵　「有機米使用」の文字が、酒類の一般的な名称（純米吟醸酒）又は商品名（○○正宗）と一体的でないこと。

⑶　有機農産物等の使用割合が 50%以上であるので、「有機米使用」の文字の活字のポイントが、商品名の文字の活字のポイントよりも小さいものであること。

・　有機農産物等の使用割合が 50%未満である場合は、「有機米使用」の文字の活字のポイントが、未成年者飲酒防止に関する表示等の文字の活字のポイントを超えないようにする必要があります。

【参考５】果実酒等の製法品質表示基準（概要）

平成 28 年２月
税　務　署

果実酒等の製法品質表示基準について
（ワインのラベル表示のルール）

平成 27 年 10 月 30 日に酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律第 86 条の６第１項の規定に基づく「果実酒等の製法品質表示基準」（平成 27 年国税庁告示第 18 号。以下「表示基準」といいます。）を定めました。この表示基準は、国が定める初めてのワインのラベル表示のルールとなります。

酒類販売業者及び酒類販売管理者の皆様におかれましては、表示基準の目的や内容についてご理解いただき、表示基準の適用開始後※はその趣旨を踏まえて、消費者の誤認を招くような表示をしないようご協力をお願いいたします。

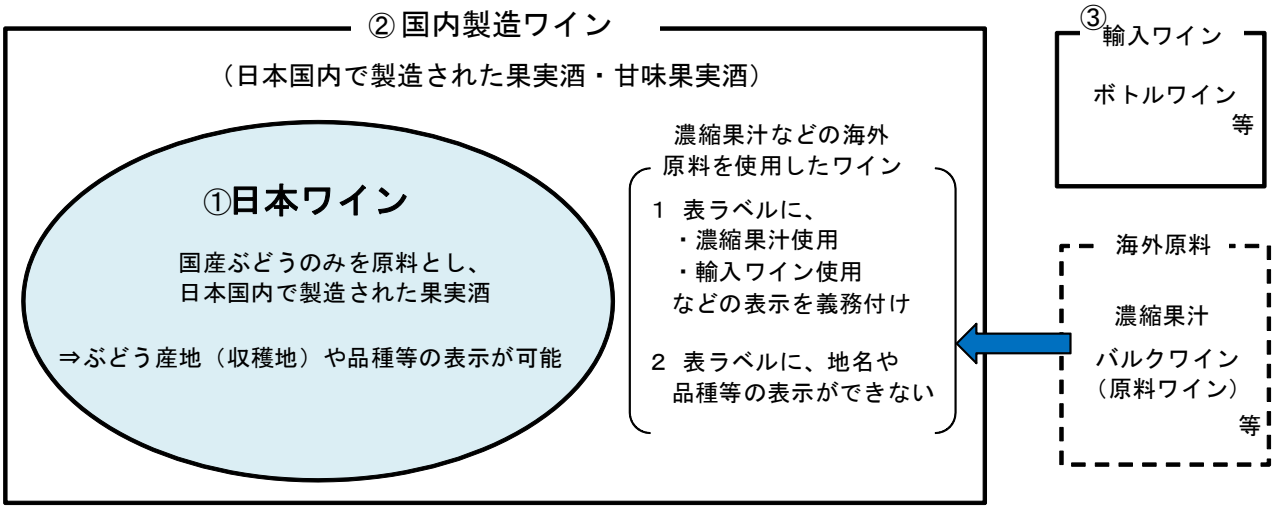
※　表示基準の適用開始の日は平成 30 年 10 月 30 日です。ただし、適用開始以前にも表示基準に則ったワインが流通することがあります。

１　表示基準の概要

（１）表示基準制定の目的

従来、一般的に「国産ワイン」と呼ばれていたものには、国産ぶどうのみを原料とした「日本ワイン」のほか、輸入濃縮果汁や輸入ワインを原料としたものも混在し、「日本ワイン」とそれ以外のワインの違いがラベル表示だけでは分かりにくいという問題が存在していました。そのため、消費者の方が適切に商品選択を行えるよう、表示を分かりやすくすることなどを目的として、表示基準を定めました。

（２）日本ワイン・国内製造ワイン・輸入ワインの区分



①「日本ワイン」　：国産ぶどうのみを原料とし、日本国内で製造された果実酒をいいます。
②「国内製造ワイン」：日本ワインを含む、日本国内で製造された果実酒及び甘味果実酒をいいます。
③「輸入ワイン」　：海外から輸入された果実酒及び甘味果実酒をいいます。

２　ラベル表示事項

（１）日本ワインの表示事項

○　日本ワインに限り、商品名を表示する側のラベル（表ラベル）に①「日本ワイン」という表示ができるほか、次のルールにより、そのラベルに②地名、③ぶどうの品種名、④ぶどうの収穫年を表示できます。

地名を表示できる場合

□　ワインの産地名（「東京ワイン」、「東京」　等）の表示

⇒地名が示す範囲内にぶどう収穫地（85%以上使用）と醸造地がある場合

□　ぶどうの収穫地名（「東京産ぶどう使用」　等）の表示

⇒地名が示す範囲内にぶどう収穫地（85%以上使用）がある場合

□　醸造地名（「東京醸造ワイン」　等）の表示

⇒地名が示す範囲に醸造地がある場合（併せて「東京は原料として使用したぶどうの収穫地ではありません」等の表示が必要）

ぶどうの品種名を表示できる場合

□　単一品種の表示

⇒単一品種を 85%以上使用した場合

□　二品種の表示

⇒二品種合計で 85%以上使用し、量の多い順に表示する場合

□　三品種以上の表示

⇒表示する品種を合計 85%以上使用し、それぞれの品種の使用量の割合と併せて、使用量の多い順に表示する場合

ぶどうの収穫年を表示できる場合

⇒同一収穫年のぶどうを 85%以上使用した場合

日本ワインの表ラベル表示例

【ワインの産地名が表示できる場合】	【ぶどうの収穫地名が表示できる場合】	【醸造地名が表示できる場合】
①日本ワイン  ②東京ワイン ③シャルドネ ④2016	①日本ワイン  ②東京産ぶどう使用 ③シャルドネ ④2016	①日本ワイン  ②東京醸造ワイン 東京は原料として使用したぶどうの収穫地ではありません。 ④2016
東京都で収穫したぶどうを85%以上使用して、東京都で醸造したワイン	東京都で収穫したぶどうを85%以上使用したワイン	東京都以外で収穫されたぶどうを使用して、東京都で醸造したワイン

○　記載が必要な事項をまとめて表示した欄を「一括表示欄」といいます。

○　日本ワインの一括表示欄には「日本ワイン」と表示されるほか、原材料名及びその原産地名が表示されます。

日本ワインの一括表示欄表示例

日本ワイン
品目　果実酒
原材料名　ぶどう（日本産）※
　　/酸化防止剤（亜硫酸塩）
製造者　国税株式会社
　　東京都千代田区霞が関３－１－１
内容量　720ml
アルコール分　12%

※　「日本産」に代えて地域名（「東京都産」　等）を表示することもできます。

（２）国内製造ワインの表示事項

○　濃縮果汁又は輸入ワインを原料としたワインの表ラベルには、その旨が表示されます。

○　国内製造ワインの一括表示欄には、原材料名及びその原産地名が表示されます。

日本ワイン以外の国内製造ワインの表ラベル表示例



まろやかワイン
輸入ワイン・濃縮果汁使用

日本ワイン以外の国内製造ワインの一括表示欄表示例

品目　果実酒
原材料名　輸入ワイン（外国産）、
　　濃縮還元ぶどう果汁（外国産）、
　　ぶどう（日本産）※１、※２
　　/酸化防止剤（亜硫酸塩）
製造者　国税株式会社
　　東京都千代田区霞が関３－１－１
内容量　720ml
アルコール分　12%

※１　原材料として使用した果実（ぶどう）、濃縮果汁（濃縮還元ぶどう果汁）、輸入ワインが使用量の多い順に表示されます。

※２　「日本産」に代えて地域名（「東京都産」　等）、「外国産」に代えて原産国名を表示することもできます。

（３）輸入ワインの表示事項

○　輸入ワインの一括表示欄には原産国名が表示されます。

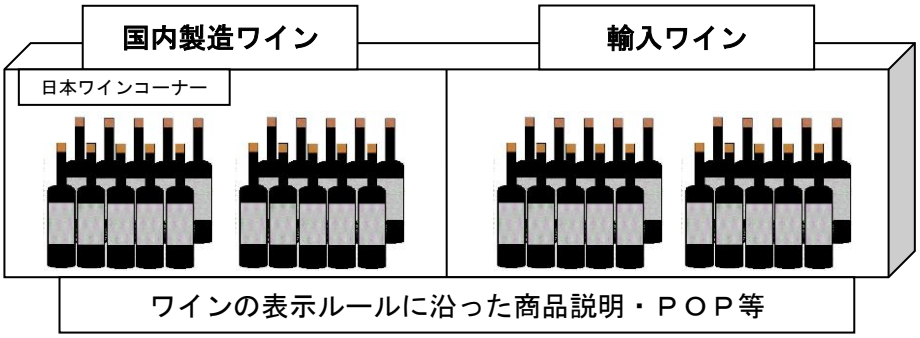
（注）　輸入ワインの表ラベルに関する表示事項の規定はありません。

輸入ワインの一括表示欄表示例

品目　果実酒
輸入者　国税株式会社
所在地・引取先　東京都千代田区霞が関３－１－１
内容量　750ml
アルコール分　12%
原産国名　　○○

（参考）

消費者の誤認を招かないような売場の表示（イメージ）



酒類販売業者及び酒類販売管理者の皆様におかれましても、表示基準の適用開始（平成30年10月30日）後は、消費者の方が適切に商品選択を行えるようにするという表示ルールの趣旨を踏まえ、売場における商品説明やＰＯＰ等について消費者の誤認を招くような表示をしないようご協力をお願いいたします。

◎　このリーフレットに関するご質問、ご不明な点がございましたら、所轄の税務署を担当する酒類指導官にお問い合わせください。

なお、酒類指導官が設置されている税務署及び担当税務署については、国税庁ホームページ（http://www.nta.go.jp）にてご確認いただくか、所轄の税務署へお問い合わせください。

【参考６】酒類の地理的表示一覧

１　表示基準において指定した地理的表示（※１）

指定した日	名称	産地の範囲	酒類区分
平成 27 年 12 月 25 日	日本酒	日本国	清酒
平成 28 年 12 月 16 日	山形	山形県	清酒

２　旧表示基準において指定した地理的表示（※１、※２）

指定した日	名称	産地の範囲	酒類区分
平成７年６月 30 日	壱岐	長崎県壱岐市	蒸留酒（単式蒸留焼酎）
平成７年６月 30 日	球磨	熊本県球磨郡及び人吉市	蒸留酒（単式蒸留焼酎）
平成７年６月 30 日	琉球	沖縄県	蒸留酒（単式蒸留焼酎）
平成 17 年 12 月 22 日	薩摩	鹿児島県（奄美市及び大島郡を除く。）	蒸留酒（単式蒸留焼酎）
平成 17 年 12 月 22 日	白山	石川県白山市	清酒
平成 25 年７月 16 日	山梨	山梨県	ぶどう酒

３　保護に当たって交渉等を通じて確認した日本国以外のＷＴＯ加盟国の地理的表示

名称	産地の範囲	酒類区分	確認した方法
テキーラ/Tequila	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する日本国とメキシコ合衆国との間の協定
メスカル/Mezcal	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する日本国とメキシコ合衆国との間の協定
ソトール/Sotol	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する日本国とメキシコ合衆国との間の協定
バカノラ /Bacanora	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する日本国とメキシコ合衆国との間の協定
チャランダ /Charanda	メキシコ合衆国	蒸留酒	経済上の連携の強化に関する日本国とメキシコ合衆国との間の協定
チリ産ピスコ /Pisco Chilieno (Chilean Pisco)	チリ共和国	蒸留酒	戦略的な経済上の連携に関する日本国とチリ共和国との間の協定
ピスコ・ペルー /Pisco Perú (Pisco Peru)	ペルー共和国	蒸留酒	経済上の連携に関する日本国とペルー共和国との間の協定

※１ 最新の地理的表示一覧及び各地域の生産基準は、国税庁ホームページに掲載しています。
ホームページアドレス　http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/hyoji/chiri/ichiran.htm

※２ 旧表示基準において指定された地理的表示は、新表示基準において指定を受けたものとみなされます。

第３節　酒類の歴史、製造方法と保存管理上の注意等

１ 清酒

(1) 歴史

紀元前４世紀頃の縄文時代末期から弥生時代初期に稲作が日本に伝わりましたが、それに伴い米を原料とする酒造りが始まったのではないかといわれています。

その後、技術改良が行われ、奈良、平安時代には、宮廷に造酒司（さけのつかさ）という組織が置かれ、宮廷の各種行事に麹を使用した米の酒が供されていたようです。

鎌倉から室町時代にかけて、寺院や酒造業者による醸造が盛んになり、室町幕府は課税源として清酒を重視しました。

16 世紀後半の戦国時代には、諸白（もろはく）造りという、現在と同じ精米した米による清酒造りが始まり、火入れ（加熱殺菌）も行われるようになりました。

江戸時代には、寒造り、柱焼酎（アルコール添加）等、現在の酒造技術の基礎が築かれ、江戸、大阪の大都市へ出荷する大規模な酒造業が出現しました。

明治以後、酒造機械の導入、優良微生物の使用、高度精米技術の開発により酒質は飛躍的に向上し、現在に至っています。

(2) 製造方法

イ　原料

(ｲ) 醸造用水

醸造用水は良質であることが必要であり、水道水よりも厳しい基準が要求されます。特に清酒の品質を劣化させる鉄分等は、少ないことが条件となります。

また、水質の違いは、醸造工程中の微生物の働きなどに関係し、酒質に影響します。

(ﾛ) 原料米

清酒に使用される原料米は、酒造好適米と呼ばれる大粒で、心白と呼ばれる米の中心に白色不透明の部分がある醸造専用の品種と、それ以外の一般米（飯米は一般米です。）と呼ばれる品種があります。高級酒には酒造好適米が、一般酒には一般米が使用されることが多いようです。

酒造好適米の代表的な品種としては、山田錦、五百万石、美山錦、雄町等があります。

(ﾊ) 副原料

清酒の製造には、一定の制限のもとに醸造アルコール、糖類、酸味料等を副原料に使用することが認められています。

ロ　原料処理

(ｲ) 精米

酒質を劣化させる原因となるたんぱく質、脂質、ミネラル等の成分の多い部分

（玄米の外層部）を削り取り、白米にする工程です。この削り方の度合いを次の精米歩合という割合で表示します。

精米歩合（%）＝白米重量／玄米重量×100

一般酒の精米歩合は70%程度ですが、大吟醸酒になると精米歩合40%以下まで精米することもあります（飯米の精米歩合は90%程度）。

(ﾛ) 洗米、浸漬、蒸し

精米した白米は、一定期間貯蔵後、表面についている米ぬかを水で洗い流してから、水に漬けて適度に水分を吸わせて、蒸します。

ハ　醸造工程

(ｲ) 米麹（こめこうじ）

蒸米に麹菌の胞子をふりかけて、麹室（こうじむろ）と呼ばれる暖房をした30℃前後の部屋で造ります。胞子が発芽して、約２日間で、蒸米は麹菌の菌糸に覆われた状態になります。この状態になったものを米麹といい、これには、米のでん粉をぶどう糖に変える酵素等がたくさん含まれています。

(ﾛ) 酒母（しゅぼ）

アルコール発酵を行う酵母を培養する工程で、小さいタンクに蒸米、米麹、水、乳酸及び酵母を仕込み、２週間ほど温度管理をしながら酵母の培養を行う速醸酒母が一般的です。また、蔵によっては、乳酸菌によって乳酸を生成させる生もとや山廃酒母を造っています。

なお、酒母を省略して直接もろみに必要な量の酵母を添加する酵母仕込みという方法もあります。

(ﾊ) もろみ

大きいタンクに、蒸米、麹、水、酒母（１回目の仕込みのみ）を４日間かけて３回に分けて仕込んだものをもろみといいます。なぜ３回に分けて仕込むかというと、１回に全量仕込んでしまうと酵母が薄まってしまい、雑菌に汚染されてしまう可能性が高くなるからです。

もろみは低温で発酵させます。もろみの中では、麹の酵素が蒸米のでん粉をぶどう糖に変えるとともに、生成したぶどう糖を酵母がアルコールに変えます。このように糖化とアルコール発酵が同時に起こる（並行複発酵）ことにより、もろみのアルコール分は18%程度となります。このあと、本醸造酒などでは、もろみ末期に醸造アルコールの添加などを行います。

ニ　製成、貯蔵、出荷工程

もろみは、圧搾機により清酒と酒粕に分けます。もろみを搾ったばかりの清酒は、そのままでは品質が変化し易く香味も荒いので、活性炭で処理し、それをろ過した後、火入れ（加熱殺菌）します。これをタンクで数か月間、貯蔵熟成後、調合、ろ過、加水等の工程を経て、びん詰め殺菌し製品とします。

(3) 種類

イ　特定名称の清酒

「清酒の製法品質表示基準」（国税庁告示）で製法と表示の基準が定められている特定名称の清酒には、以下のようなタイプがあります。

(ｲ) 吟醸酒

精米歩合 60%以下の白米を使用し、醸造アルコールの使用量が白米の重量の10%以下で、低温長期発酵等のいわゆる吟醸造りを行った清酒をいい、果実様の華やかな香りと、淡麗でなめらかな味が特徴です。精米歩合 50%以下の白米を使用した吟醸酒は、大吟醸酒の表示ができます。

(ﾛ) 純米酒

醸造アルコールを一切使用しない清酒をいい、こくのある味わいが特徴のものと、精米歩合を吟醸酒並にした吟醸酒タイプの香りの高いものとがあります。

(ﾊ) 本醸造酒

精米歩合 70%以下の白米を使用し、醸造アルコールの使用量が白米の重量の10%以下の清酒をいいます。適度なアルコールの添加によるすっきりとした味わいが特徴です。

ロ　生酒・生貯蔵酒

生酒は加熱殺菌を一切行っていない清酒で、フレッシュで軽快な香りと味わいが特徴ですが、常に低温貯蔵しておかないと、香味の劣化が早く、あまり流通期間を長く取ることができません。

生貯蔵酒は、生酒の状態で貯蔵した後、出荷前に１回だけ加熱殺菌した酒で、生酒に似た味わいがあります。出荷後の香味変化は生酒よりも少なくなります。

ハ　活性清酒・にごり酒

活性清酒は清酒もろみを目の粗い布等でこした清酒で、にごり酒とも呼ばれています。固形分を含むので、味が濃く、独特の風味があります。

また、活性清酒は、常温では発酵して炭酸ガスが発生することがあるので、冷蔵庫に保管する等の注意が必要です。

ニ　ソフトタイプ清酒

アルコール度数を低くした口当たりのソフトなタイプの清酒です。甘味、酸味を強調したもの等いろいろなタイプがあります。品質が変化しやすいので、冷蔵庫で保管します。

(4) 保存管理上の注意

びん詰めされた清酒も長時間経つと味や香りが少しずつ変化します。製造場ではちょうど飲み頃の清酒を出荷していますので、酒販店ではできるだけ酒質の変化が少ないように管理する必要があります。

イ　日光に当てない

清酒を透明びんに入れ日光に当てると、１～２時間で着色します。また、日光臭と呼ばれる異臭が付くこともあります。茶褐色や緑色の着色びんに詰められたものは、日光の影響が少なくなっていますが、透明びんでは、室内の照明でも徐々に着色します。

ロ　高温の場所に置かない

清酒を１年以上置いておくと色が濃くなり、老香（ひねか）と呼ばれる独特の臭いがつき、雑味と呼ばれる味に変わってきます。この変化は温度による影響が大きく、温度が高いほど速く進みます。酒販店の売場の室温は、真夏を除き 25℃以上になることはないでしょうから、極端に心配することはありません。しかし、木造の冷房のない倉庫など室温が 40℃近くになる場所での保管は品質を劣化させますので、十分な注意が必要です。

ハ　生酒、生貯蔵酒、ソフトタイプ清酒は冷蔵庫で保管

生酒などの清酒は、製造場においても低温で貯蔵熟成されているのが普通です。これらの酒は、低温で保存することによって品質が保たれますので、冷蔵庫で保管するのがよいでしょう。

ニ　先入れ、先出しを心がける

清酒は、通常はびん詰めしてから６か月は品質が十分保てるといわれています。しかし、時間が経てば経つほどびん詰め時の品質からは変化していきます。酒販店では、先に仕入れた清酒は先に販売することを心掛けることが、品質面からも重要です。

２ 合成清酒

(1) 歴史

米が不足していた明治から大正にかけて、米を使わずに清酒に似た酒類を造る試みが行われましたが、清酒のような香りをつくることは困難でした。

大正の終わり頃に鈴木梅太郎氏が糖液にアラニンというアミノ酸を加えて発酵させると清酒様の香りが生じることを発見し、「理研酒」として合成清酒が実用化されました。

1940 年に酒税法の改正で合成清酒の名称が制定され、現在に至っています。

(2) 製造方法等

アルコール、糖類、有機酸、アミノ酸、無機塩類、色素等を混合し、更に、清酒様の風味を付けるための香味液を加えます。香味液は、清酒と同様に米を原料として製造します。

なお、合成清酒に使用できる米の重量は制限されています。

(3) 保存管理上の注意

注意点は、清酒と同様です。

３ 連続式蒸留焼酎

(1) 歴史

連続式蒸留機（連続的に蒸留操作を行う蒸留機）は、1830 年にアイルランドで開発されました。

日本で初めて連続式蒸留焼酎が製造されたのは 1900 年頃といわれています。以来、使用する原料に適した製造方法の開発や優れた酵母の発見、蒸留機の改良などを経て、今日の連続式蒸留焼酎が製造されるようになりました。

(2) 製造方法

糖質原料から造る場合は、糖質物にお湯を加えて原料液とし、殺菌をします。

この原料液の一部を培養タンクに移し、これに酵母を少し入れて、除菌した空気を送りながら酵母を増やします。

酵母が十分増殖したら、大きなタンクに移し、残りの原料液を加え３～４日間、アルコール発酵させます。

発酵が終了した液を連続式蒸留機にかけ、精留し、アルコール分が 96%程度の原料用アルコールを得ます。これに加水して、アルコール分を 36 度未満に下げます。

現在では、糖蜜や穀類を原料として製造したアルコール分 95%程度の粗留アルコールを輸入して、これを国内の連続式蒸留機で精留して原料用アルコールを製造し、加水する場合が多いようです。

(3) 種類

アルコール分が 25%、20%の製品が多くなっていますが、梅酒などをつくる際には 35%のものが使われています。

また、香味の多様化を目的に、蒸留方法等を工夫して、アルコール以外の成分をわずかに含ませた製品や樽貯蔵の製品等も造られています。

(4) 保存管理上の注意

酒類の中で最も酒質の変化が少ない酒類で、長期の保存に耐えられます。

しかし、直射日光に長時間当たるとアルコールが酸化されて刺激的な臭いがすることがあります。直射日光を避け、室温で管理します。

４ 単式蒸留焼酎

(1) 歴史

単式蒸留焼酎が初めて日本に登場したのは 15 世紀中頃の沖縄といわれています。

当時、東南アジアと交易の盛んだった琉球王国にシャム国（現在のタイ国）から伝

来したというのが定説です。

16 世紀になると鹿児島に上陸し、次第に九州を北へと伝播し、江戸時代になると壱岐や伊豆諸島でも単式蒸留焼酎が造られるようになりました。その後、長い年月を経て、醸造技術、蒸留技術等が進歩し、全国各地で現在のような単式蒸留焼酎が製造されるようになりました。

⑵ 製造方法

イ　醸造工程

㈠ 麹（こうじ）

麹を製造するための原料は、主に米又は大麦が使用されます。清酒の麹（黄麹菌）とは異なる白麹菌又は黒麹菌（主に泡盛）というクエン酸を多く造る種類の麹菌を使用します。これらの麹菌の胞子を蒸した米又は大麦にふりかけて、２日間かけて菌糸を繁殖させ麹を造ります。

㈡ 一次もろみ

麹、水、酵母により、酵母の増殖を図るためのもろみのことを一次もろみといいます。仕込み温度は 25℃程度と高いため、１週間程度で酵母の増殖が終わります。麹の生産した酸で一次もろみは強い酸性となるため、雑菌に汚染されることはありません。

㈢ 二次もろみ

酵母の増殖が終了した一次もろみに主原料（蒸した麦、米、そば、さつまいも等の原料）と水を加えて二次もろみとします。二次もろみは２週間ほどアルコール発酵させます。この二次もろみの主原料によって、麦焼酎、米焼酎、そば焼酎、芋焼酎等と呼ばれます。

なお、泡盛には二次もろみはありません。

ロ　蒸留工程

単式蒸留焼酎は、単式蒸留機を用いて蒸留を行って製造します。

単式蒸留機には、常圧蒸留機と減圧蒸留機の２種類があります。常圧蒸留では、地上と同じ１気圧でもろみを沸騰させるため、蒸留液にも多くの香味成分が移行し、原料由来の風味が豊かな焼酎ができます。これに対して、減圧蒸留は蒸留機内部の圧力を 0.1 気圧程度まで下げてもろみを低温で沸騰させるため、原料の風味が穏やかな焼酎ができます。

ハ　製成・貯蔵・出荷工程

蒸留直後の焼酎には、ガス成分、油成分等が含まれていますので、貯蔵、冷却、ろ過工程によりこれらの成分を除き、加水してアルコール分を市販酒規格にした後、びん詰め出荷します。

最近では長期間貯蔵する焼酎も多くなってきました。

(3) 種類

イ　米焼酎

米を主原料とした焼酎で、熊本県人吉地方の球磨焼酎をはじめ各地で製造されています。減圧蒸留による香味が穏やかなものから常圧蒸留による香味が豊かなものまでいろいろなタイプがあります。

ロ　麦焼酎

大麦を主原料とした焼酎で、長崎県（壱岐焼酎）や大分県をはじめ全国各地で生産されています。最近は、減圧蒸留を行った香味が軽いタイプのものが主流です。そのほかにも麦に由来する香りが豊かな常圧蒸留したものや樽貯蔵をしたものもあります。

ハ　そば焼酎

そばを原料とした焼酎で、宮崎県高千穂地方をはじめ、各地で製造されています。そば固有の風味があります。

ニ　芋焼酎

さつまいもを主原料とする焼酎で、さつまいもの香りとほのかな甘味があります。鹿児島県と宮崎県南部が主産地です。常圧蒸留した香味が豊かなものが主流ですが、減圧蒸留した香味の軽いタイプのものもあります。

ホ　黒糖焼酎

鹿児島県の奄美諸島のみで生産されている焼酎で、黒糖を主原料にした焼酎です。黒糖の甘い香りがします。常圧蒸留したものが主流ですが、減圧蒸留したものや長期貯蔵したものもあります。

ヘ　泡盛

沖縄県の伝統的な焼酎で、黒麹菌で造った米麹のみを原料としているため、香味成分が多く濃醇な味わいがあります。長期貯蔵（３年以上）したものは、クース（古酒）と呼ばれています。

ト　その他

じゃがいも、里芋、山芋、栗、とうもろこし、酒粕、米糠等いろいろな原料を使用したものがあります。

(4) 保存管理上の注意

単式蒸留焼酎は蒸留酒で清酒等の醸造酒ほど気を使う必要はありませんが、以下の注意が必要です。

イ　日光に当てない

透明びんに詰められた単式蒸留焼酎が直射日光に長期間当たると、成分に化学変化が起こり、酒質が変化して劣化します。

ロ　高温の場所や極端に低温の場所に置かない

高温の場所に長く置いておくと成分の化学変化が起こり、油臭（あぶらしゅう）と呼ばれる臭いなどが付き、香味を損なうことがあります。また、極端に低温の状態に置かれると白く濁ることがあり、商品価値を低下させます。これは、焼酎の油性成分が溶けきれなくなって生じるもので、常温に戻せば透明に戻ります。

５ みりん

(1) 歴史

みりんの原料には焼酎が使われていますので、みりんが造られるようになったのは焼酎が造られるようになった室町時代末期の戦国時代頃ではないかといわれています。最初は、甘味飲料として飲まれていたようですが、江戸時代の後期から次第に調味料として使われるようになり、現在に至っています。

(2) 製造方法等

みりんの麹は精米歩合 80～85%程度のうるち米を使い、清酒用の麹より高めの温度経過で２日間ほどかけて造られます。麹と蒸したもち米と焼酎を仕込み（みりんもろみ)、40～60 日間かけてみりんに仕上げます。このもろみ期間に、麹の酵素により米のでん粉やたんぱく質が糖分とアミノ酸等に変化し、焼酎臭さも消え、みりん独特の風味が出てきます。もろみが熟成したらもろみ圧搾機でみりんとみりん粕に分けます。

(3) 保存管理上の注意

日光に当てない、高温や低温の環境にさらさないように注意することが必要です。日光に当たると香りが変化します。また、みりんは高温の場所に長期間保存すると着色が著しく増し、香りも変化します。反対に、冷蔵庫のような低温で保存すると糖分が結晶となって白い塊ができる場合があります。

（注）１　みりんに類似した酒類に、地酒（ジシュ、鹿児島県)、赤酒（アカザケ、熊本県)、地伝酒（ジデンシュ、島根県）がありますが、これらの酒類は「雑酒」に該当します。

２　みりんに類似した商品のうち、「みりん風調味料」はアルコール分が１度未満のため、「発酵調味料」はアルコール分が１度以上ですが一定量以上の食塩を含むため、いずれも酒類には該当しません。

６ ビール

(1) 歴史

ビールの歴史は大変に古く、紀元前 4000 年頃のメソポタミア時代にまで遡ります。紀元前 2500 年頃の古代エジプトではかなり盛んにビール造りが行われたようです。当時のビールは各種の薬草や香草を加えて飲む習慣がありました。これは 15 世紀まで続きましたが、ホップがビールの苦味付けの素材として使用されるようになると次第に今日のビールに近い姿になってきました。

15 世紀末にドイツのバイエルン地方において低温で発酵する酵母を使用した「下面発酵方式」が開発されると、味がまろやかで香りもよく、また腐敗も少ない醸造が可

能となりました。

19 世紀中頃にチェコのピルゼンで醸造された淡色の下面発酵ビールは、ホップのさわやかな苦味と黄金色の輝きを持ち、洗練された味であったので全世界に広まりました。その後、酵母の純粋培養法、冷凍機が発明されるとともに物流も盛んになり、現在のような大規模な産業としてビール醸造業は発展しました。

我が国でビールの醸造が始まったのは明治になってからです。

(2) 製造方法

イ　原料

(ｲ) 麦芽

麦芽は大麦などの穀類を発芽させたものです。国産の大麦から製造した麦芽も使用されていますが、大半は北アメリカ、オーストラリア、ドイツ、フランス産の大麦麦芽が使用されています。一部のビールでは、小麦麦芽を使用する場合もあります。

(ﾛ) ホップ

ホップはつる性の植物で、ビール醸造には苦味や香りの成分が多く含まれている未受精の雌花が使用されます。国内でも生産されていますが、現在では主にドイツ、チェコ産のものが多く使用されています。ホップには、苦味や香りをビールに与える他に、ビールの泡持ちを良くしたり、腐敗を防いだり、濁りを取り除いたりする効果があります。

(ﾊ) 副原料

我が国のビールには、麦芽以外に麦、米、とうもろこし、でん粉等を副原料として使用することが認められています。

ロ　製麦（せいばく）

麦芽を製造する工程です。麦を精選し、タンク内で吸水させ、発芽装置で４～５日かけて発芽させた後、熱風で乾燥させます。このときの乾燥度合いにより、麦芽の色と香ばしい香りの付き方が異なります。これがビールの色や味に反映されます。最後に根を除去します。

ハ　醸造・出荷工程

(ｲ) 糖化

麦芽を粉砕し、温水を加え徐々に加温しながら、麦芽の酵素によりでん粉を糖分に変えます。米などの副原料を使用する場合は別の糖化釜で煮てあらかじめ糖化し易くしてから糖化釜に加えます。糖化が終了したらろ過して、麦汁とビール粕に分けます。

(ﾛ) 麦汁煮沸、沈殿、冷却

麦汁を麦汁煮沸釜に入れ、ホップを加えて煮沸します。ホップの香りと苦味を抽出したらホップ粕を除き、麦汁を沈殿槽に移し、沈殿物を除去し、冷却、ろ過

を行います。

(ﾊ) 主発酵

主発酵タンクに麦汁を移し、ビール酵母を加えて、５～10℃で約１週間主発酵させます。この主発酵が終わったビールを若ビールといいます。

(ﾆ) 後発酵

若ビールを後発酵タンクに移し、０℃付近で 30～50 日、後発酵を行います。後発酵タンクは適度に加圧されているため、後発酵中に発生した炭酸ガスがビールに溶け込みます。また、未熟な香りが取り除かれます。

(ﾎ) ろ過・出荷工程

後発酵の終わったビールは、炭酸ガスを含んだまま低温でろ過し酵母を取り除きます。出荷前に更に精密なろ過を行い、びん詰めして出荷されます。また、一部のビールは出荷前に加熱殺菌するものもあります。

(3) 種類

イ　使用酵母の種類による分類

使用酵母の種類により大きく分けて下面発酵ビール（発酵が進むにつれて酵母が沈殿するビール）と上面発酵ビール（発酵中に酵母が泡とともに液の表面に浮かんでくるビール）に分けられます。

ロ　色による分類

色の濃淡によって、淡色ビール、中濃色ビール、濃色ビールに大きく分けられます。このビールの色の大部分は、麦芽を乾燥させたときに付いた麦芽の色によるものです。

ハ　原料による分類

麦芽、ホップ及び水だけで醸造したビールと麦、米、とうもろこし、でん粉等の副原料を使用したビールに分けられます。麦芽のみで醸造されたビールは、麦の香味が強いコクのあるものになります。また、副原料を使用すると味が軽快になります。

ニ　出荷時の処理方法による分類

出荷時に加熱処理されていない生ビールと加熱処理を行ったビールに分けられます。

（注）ラガービールとは、低温熟成させたビールのことをいいますので、ラガービールには生ビールと加熱処理したビールの両方があります。

(4) 保存管理上の注意

ビールは炭酸ガスを含む酒類で、びんの中は室温で約２気圧の圧力がかかっています。品質を保つ以外に破びんにも注意が必要です。

イ　日光に当てない

日光に当たると日光臭という嫌な臭いが発生します。配達する場合は、極力日光に当てないようカバーを掛けるなどの注意が必要です。

ロ　高温にさらさない

保管温度が高いとビールの劣化のスピードが速まり、色が濃くなったり香味の劣化が早くなります。また、びんや缶内の圧力が高くなり破裂する危険が増加します。

ハ　冷やし過ぎない

ビールを冷やし過ぎると寒冷混濁といって白く濁ることがあります。保管温度は５℃前後が適当です。ビールのアルコール分は５％程度で、マイナス５℃程度で凍結します。凍結したビールの品質は低下します。急激に冷やしたいと冷凍庫などに入れるのは、ビールが凍ってびんが割れるなど大変危険です。

ニ　衝撃を与えない

振動を与えると開栓した時に泡が激しく噴き出したり、びんが破損したりする危険があります。

《参考》ビールの種類

発　酵　法	色	名　　称	特　　徴	原 産 国
上面発酵ビール （上面発酵酵母使用 常温発酵）	淡色	ペールエール	ホップを効かせた赤褐色の上面発酵ビール フレッシュな香り	イギリス
		ヴァイツェン	小麦麦芽を使用した苦味の弱いビール ヴァイツェン酵母による華やかな香り 泡立ちが良い	ドイツ
		ケルシュ	琥珀色のまろやかな味のビール アルトよりも香味が華やかで苦味が少ない	ドイツ
	褐色	アルト	苦味の効いた赤紫かかった褐色のビール すっきりした味わい	ドイツ
	濃色	スタウト	香ばしい香りと濃厚で、やや酸味のある黒色ビール	イギリス
下面発酵ビール （下面発酵酵母使用 低温発酵）	淡色	ピルスナー	世界の主流になっている淡い黄金色でホップの効いた 爽快なビール	チェコ
		アメリカビール	苦味が弱く軽快な味の炭酸ガス含量の高いビール	アメリカ
		ドルトムンダー	苦味が弱くアルコール分の高いビール	ドイツ
	褐色	メルツェン	琥珀色でピルスナーよりアルコール分が高めの麦芽の 香味がある味のまろやかなビール	ドイツ
	濃色	デュンケル	甘く香ばしい麦芽の香り 濃褐色のビール	ドイツ
		ボック	ホップの効いた濃厚でアルコール度数の高いビール 最近は淡色のものもある	ドイツ
自然発酵ビール		ランビック	小麦を使用し培養酵母を添加せず自然の酵母で発酵させた酸味の強い複雑な香味のあるビール	ベルギー

7 果実酒

(1) 歴史

果実酒は、果実を原料にして発酵させた酒類で、ぶどうを原料にしたワインが代表的です。

ワインは人類の歴史の中でも最も古い酒類の一つで、紀元前 6000 年頃には既にぶどうの栽培やワインの醸造が始められていたようです。メソポタミアやエジプトの古代文明からギリシャ・ローマ時代に至るまで、ワイン造りの記録が数多く見つかっています。

ゲルマン民族の大移動やイスラム教のヨーロッパへの進入は一時的にワイン造りを衰退させたものの、中世には、修道院や教会でワイン造りが盛んになりました。

その後、15～16 世紀にヨーロッパ人が開拓した植民地（南アフリカ、オーストラリア、南北アメリカ等）にもワイン造りが広まり、17 世紀にはガラスびんやコルク栓の使用が始まって世界中でワインが飲まれるようになりました。

その後、発泡性ワインやアルコール強化ワイン（シェリー、ポート等の甘味果実酒）も製造されるようになり、20 世紀になると、ぶどうの栽培や醸造の技術が著しく発展し現在に至っています。

我が国には戦国時代にワインが入ってきた記録がありますが、本格的に醸造が始まったのは明治以後で、消費が伸び始めたのは昭和 40 年代からです。

(2) 製造方法

イ　原料

赤ワインに使用されるぶどうは、果皮が濃い紫色をした黒色系ぶどうで、代表的な品種としてはカベルネ・ソーヴィニヨン、メルロー、ピノ・ノワール、マスカット・ベリーＡ等の品種があります。

また、白ワイン用のぶどう品種は、薄緑色をした白色系ぶどうが多く、シャルドネ、リースリング、セミヨン、甲州、デラウェア等の品種があります。

ロ　赤ワインの製造工程

(ｲ) 除梗・破砕

ぶどうの果梗を取り除き、種を潰すことなく果実を破砕し、皮と種を含んだ果汁を取り出すために行う作業です。破砕後にごく少量の亜硫酸を添加し、破砕ぶどうの酸化と有害な微生物による汚染を防止します。

(ﾛ) かもし発酵

発酵タンクに、果皮と種を含んだ果汁を入れ、必要に応じて糖分を加えてから酵母を添加します。25℃程度で１週間くらい発酵させ、果皮や種から色素とタンニンを十分に溶出させ、赤ワイン特有の色と渋味を出します。

(ﾊ) 圧搾・後発酵

かもし発酵の終了した発酵液を圧搾機にかけて、圧搾液とワイン粕を分離します。圧搾液にはまだ糖分が残っていますので、糖分がなくなるまで発酵させます。

(ﾆ) おり引き

発酵が終了すると、酵母や酒石（しゅせき）が「おり（澱）」として沈殿します。おり引きとはこの沈殿物を分離する作業のことです。

(ﾎ) 樽熟成及びタンク貯蔵

おり引きをしたばかりのワインは味も荒く未熟なため、オーク樽などに移して１～３年間熟成させます。この間に数回のおり引きと欠減したワインの補給を行います。樽熟成中にワインの香味や色調が向上します。なお、樽貯蔵を行わず、タンク貯蔵だけを行うものもあります。

(ﾍ) びん詰め・出荷

樽貯蔵を終えた赤ワインは、ろ過を行った後にびん詰めを行い、適熟と判断されたところで出荷します。

ハ　白ワインの製造工程

(ｲ) 除梗・破砕

ぶどうの果梗を取り除き、果実を破砕します。破砕後にごく少量の亜硫酸を添加し、果汁の酸化と有害な微生物による汚染を防止します。

(ﾛ) 圧搾

破砕したぶどうの果実を圧搾機で搾り、果汁を調製します。

(ﾊ) 発酵

果汁に必要に応じて糖分を加えた後に酵母を添加し、アルコール発酵させます。赤ワインより低温の 15～20℃くらいで発酵させます。甘口の白ワインを造る場合は、亜硫酸の添加や冷却、酵母除去などの方法により発酵を途中で停止させて、糖分を多めに残すようにします。

(ﾆ) おり引き

赤ワインと同様ですが、白ワインの場合は早めにおり引きを行います。なお、特有の香味を付けるため、あえており引きを遅らせる場合もあります。

(ﾎ) 樽熟成又はタンク貯蔵

樽熟成期間は６か月～１年程度ですが、中には全く樽熟成を行わずにタンクで貯蔵するものもあります。

(ﾍ) びん詰め・出荷

ろ過後にびん詰めを行い、香味が整ったところで出荷されます。白ワインは赤ワインに比べてびん貯蔵の期間が短めとなっています。

(3) 種類

イ　発泡性の有無による分類

(ｲ) スティルワイン（非発泡性ワイン）

赤ワインや白ワインのような発泡性のない通常のワインのことをいいます。

(ﾛ) スパークリングワイン（発泡性ワイン）

炭酸ガスを含む発泡性ワインです。フランスのシャンパン、スペインのカバ、イタリアのスプマンテなどがこれに相当します。

ロ　色による分類

赤ワイン、白ワイン、ロゼワインといった分類方法が一般的です。

ロゼワインは赤ワインと同様にかもし発酵を行い、適度に色付いたところで圧搾して果汁を発酵させて造ります。また、黒色系ぶどうと白色系ぶどうの混醸や赤ワインと白ワインをブレンドして造る方法もあります。

ハ　味による分類

一般的に白ワインは甘辛で分類し、赤ワインはボディ（味の濃さ）でフルボディ～ライトボディに分類します。

ニ　飲用時期による分類

食前酒（アペリティフ)、食中酒（テーブルワイン)、食後酒（デザートワイン）の３つに分けられます。食前酒には辛口の白ワインやスパークリングワインが、食後酒には甘口の白ワインが一般的です。

ホ　フルーツワイン

ぶどう以外の果実から造られる果実酒のことをフルーツワインといい、りんご酒、さくらんぼ酒、キウイ酒などいろいろな種類があります。

(4) 保存管理上の注意

ワインは清酒やビールと同じ醸造酒で、長時間経つと少しずつ味や香りが変化します。保管・管理が悪いと酸化が進んだりして品質が劣化してしまいます。

イ　横に寝かせて保存し、コルクを乾燥させない

多くの果実酒はコルク栓にキャップシールをした状態で販売されていますが、立てておくとコルクが乾いて空気が入り酸化を進める恐れがあります。品質を保持するには、空気は大敵です。

ロ　日光に当てない

日光は、日光臭を発生させて品質を低下させますので、暗い場所で保管する必要があります。

ハ　高温の場所に置かない

温度が高いと劣化が促進されます。一般に保管に適した温度は 15℃程度、湿度は 75%程度とされています。

ニ　振動を与えない

振動を与えると熟成したワインの香味のバランスが崩れるといわれています。

ホ　冷やし過ぎない

低温で保管すると酒石と呼ばれる結晶が出る場合があります。本来、ワインに含まれているものですが、味がその分変わることになるので、冷やし過ぎないようにします。

８ 甘味果実酒

フォーティファイドワイン（アルコール強化ワイン）の多くや、薬草、香料、色素などを原料の一部としたアロマタイズドワイン（フレーバードワイン、混成ワイン）は、酒税法上、果実酒ではなく甘味果実酒に分類されます。その代表的な種類について説明します。

（注）１　フォーティファイドワインのうち、一部、果実酒に分類されるものもあります。
　　２　保存管理上の注意は、果実酒と同様です。

(1) フォーティファイドワイン

イ　シェリー

スペインで造られるフォーティファイドワインです。シェリーには甘口から辛口まで様々なタイプがありますが、基本的にはフィノとオロロソの２タイプに分けられます。

フィノは、白ワインを「ワインの蒸留液と新酒の白ワインを混和したもの」（グレープスピリッツ）で酒精強化した後に、ソレラシステムと呼ばれる独特の樽貯蔵システムでワインの表面に皮膜を造る酵母（シェリー酵母）を繁殖させた状態で貯蔵し、シェリー独特の香りを付けたものです。

オロロソは、ブランデーをフィノより多く添加し、シェリー酵母を繁殖させないで樽貯蔵したものです。オロロソに濃縮果汁を添加した甘口のクリームシェリーもあります。

ロ　ポート

ポルトガルで造られるフォーティファイドワインです。赤のポートは、黒色系ぶどうを赤ワインと同様に仕込み､発酵途中の糖分が多い状態でブランデーを添加して発酵を停止させ、圧搾後、樽貯蔵した甘口のワインです。

ハ　マディラ

大西洋上のポルトガル領マディラ島で、白ワインと同様の仕込みを行い、発酵中にブランデーを添加し発酵を停止する方法で造られます（ブランデー添加時期により甘口から辛口まで様々なタイプがあります。）が、50℃程度で数か月間貯蔵させるため、加温によって生じた強い熟成香が特徴です。

(2) アロマタイズドワイン（フレーバードワイン、混成ワイン）

イ　ベルモット

熟成した白ワインに、にがよもぎなど数十種類の薬草を漬け込んだもので、フラ

ンス産のものは淡色辛口、イタリア産のものは濃色甘口のものが多くなっています。
赤のベルモットもありますが、これはカラメルなどで着色したものです。

ロ　スイート・ワイン

我が国で飲まれている、ワインに糖類、蜂蜜、香料、色素、水等を加えて造った甘味果実酒のことです。昭和 40 年代頃までは、ワインというとスイート・ワインを連想する人も多くいました。

９ ウイスキー

(1) 歴史

12 世紀末のアイルランドで、穀物を原料とした蒸留酒があったという記録があります。スコットランドでは 15 世紀末に麦芽を原料とした蒸留酒が造られていた記録もあります。この頃は、樽で貯蔵しない無色透明のお酒だったようです。

18 世紀にスコットランドがイングランドに併合されると、ウイスキーに対して過酷な課税が行われることとなりましたが、このとき密造者たちが、麦芽のみを使用したり、麦芽の乾燥にピート（泥炭）を使用したり、樫樽に長期貯蔵したりする現在のモルトウイスキーの製造法を行うようになったといわれています。

19 世紀に連続式蒸留機（パテントスチル）が発明されると、麦やとうもろこしなどの穀物（グレーン）を原料とし、くせのないグレーンウイスキーが造られるようになりました。その後、モルトウイスキーとグレーンウイスキーをブレンドしたブレンデッドウイスキーがウイスキーの主流となって現在に至っています。

一方、アメリカに渡ったウイスキー造りの技術は、18 世紀後半から産業として発達し、とうもろこしを主原料としたバーボンウイスキーに発展していきました。19 世紀後半になるとアメリカでも、パテントスチルの導入が始まり、バーボンウイスキーの蒸留には単式蒸留機（ポットスチル）はほとんど使われなくなっていきました。

（注）「パテントスチル」とは、若干の香味成分をアルコールに残存させるように設計された連続式蒸留機をいいます。

(2) 製造方法

イ　モルトウイスキーの製造工程

(ｲ) 製麦

二条大麦から麦芽を造り、乾燥させます。乾燥するときの燃料の一部にピートを使用し、この煙で独特の香り（ピーティーフレーバー）を麦芽に付けます。

(ﾛ) 糖化、発酵

乾燥麦芽を粉砕し、約４倍の量の水を加えて 60～65℃で糖化してろ過をし、麦汁を分けます。この麦汁を発酵タンクに入れ、酵母を加えて 25～30℃で３日間ほど発酵させます。

(ﾊ) 蒸留

発酵液をポットスチルと呼ばれる銅製の単式蒸留機で２回蒸留します。最終的にアルコール分 65%程度のウイスキーが得られます。

(ﾆ) 貯蔵

アルコール分を 60%弱に調整し、ホワイトオークの樽に貯蔵します。

ロ　グレーンウイスキーの製造工程

(ｲ) 糖化・発酵・蒸留

とうもろこし、小麦、ライ麦等の穀類を煮沸釜で煮た後、糖化槽に移し、麦芽を加えて糖化します。これをろ過して発酵タンクに入れ、酵母を加えて 25～30℃で３日間ほど発酵させます。発酵終了後、パテントスチルで蒸留しアルコール分 93～94%の蒸留液を得ます。

(ﾛ) 貯蔵

モルトウイスキーと同様に貯蔵されます。

ハ　調合

熟成した原酒は樽ごとに違った香味になるので、各原酒のタイプごとに一定の品質になるように調合を行い、更に、モルトウイスキーとグレーンウイスキーの調合を行います。調合後のウイスキーは、アルコール分を調整し更に樽熟成後、ろ過、びん詰め工程等を経て、出荷されます。

(3) 種類

イ　スコッチウイスキー

(ｲ) モルトウイスキー

麦芽 100%を原料に、ポットスチルで２回蒸留し３年以上樽で貯蔵したウイスキーのことをいいます。単一蒸留所のモルトウイスキーのみのものは、シングルモルトウイスキーといいます。個性の強いタイプが多くなっています。

(ﾛ) ブレンデッドウイスキー

モルトウイスキーとグレーンウイスキー（樽熟成３年以上のもの）をブレンドしたウイスキーで、多くのスコッチウイスキーがこのタイプです。

ロ　アイリッシュウイスキー

原料に麦芽のほか、大麦、とうもろこし、ライ麦、えん麦等を使用したものでイギリス領北アイルランド州及びアイルランド共和国で造られています。グレーンウイスキーをブレンドした風味の穏やかなタイプのものが多くなっています。

ハ　アメリカンウイスキー

とうもろこしを主原料にしてライ麦、小麦、大麦麦芽等を使用したもので、内側を焦がしたオークの新樽で貯蔵したバーボンウイスキーが代表的です。樽由来の強い香りと濃い赤褐色がこのウイスキーの特徴です。

ニ　日本のウイスキー

基本的には、スコッチタイプで、日本人の嗜好に合わせてマイルドなタイプのものが多くなっています。

(4) 保存管理上の注意

ウイスキーは蒸留酒で品質の変化はあまりありません。しかし、直射日光に当たると、色が退色したり濁りが生じたりする場合があり、品質が低下します。直射日光を避け、室温で保管・管理します。商品管理の面からも、長期間の棚ざらしは避けましょう。

10 ブランデー

(1) 歴史

イタリア、スペイン、南フランスの各地でワインを蒸留した蒸留酒が造られるようになったのは、12～14 世紀頃です。この頃は樽貯蔵も行われず、透明な酒で、飲み物というよりは薬として使用されていたようです。

17～18 世紀にフランスのコニャック地方においてブランデーの生産がはじまり、19 世紀に本格的な樽熟成が始まると、一躍、ブランデーの銘醸地として世界的に有名になりました。

また、ぶどうの搾り粕やぶどう以外の果実を原料とするブランデーも各地で製造されるようになり、我が国でも昭和 30 年代頃からブランデーの生産が本格的に行われるようになりました。

(2) 製造方法

イ　原料

コニャックでは、サンテミリオン種という酸味の強いぶどうが主に使用されているように、ブランデー原料としては、酸度の高いぶどうの方が適しています。

ロ　ワイン醸造

通常の白ワインと同じ方法で原料ワインを醸造します。ただし、亜硫酸の添加やおり引きは行わないのが普通です。

ハ　蒸留

コニャックではカブト釜の上にたまねぎの形の部分がある独特の形をしたシャラント型と呼ばれる銅製の単式蒸留機で２回蒸留します。

連続式蒸留機や他の独特な蒸留機を使用する場合もあります。

ニ　貯蔵・熟成

一般的には、200～400 リットル程度の容量のオーク樽に貯蔵されます。年月の経過とともにブランデーの色が暗褐色になっていきます。

ホ　調合・出荷

樽ごとのきき酒を行い、一定の品質や規格になるようブレンドし再度樽で貯蔵後、ろ過、びん詰め工程等を経て出荷されます。

(3) 種類

イ　グレープブランデー（ぶどうブランデー）

(ｲ) コニャック

フランス南西部のボルドー地方北のコニャック地方で造られています。樽熟成による華やかな香りとまろやかな味を特徴とする、世界で最も多く飲まれているブランデーです。

(ﾛ) アルマニャック

フランス南西部のボルドー地方南のアルマニャック地方で造られます。伝統的な半連続式蒸留機による１回蒸留のものはやや重く強い味がします。

(ﾊ) その他

ヨーロッパ、南北アメリカ、オーストラリア、南アフリカ、日本の各国で特徴あるグレープブランデーが製造されています。

ロ　粕とりブランデー

赤ワインもろみの搾り粕や白ワイン用ブドウの搾り粕に水と糖分を加えて発酵させたものを蒸留して粕とりブランデーを造ります。フランスではマール、イタリアではグラッパと呼んでいます。ぶどう果実の香味豊かなブランデーです。

ハ　フルーツブランデー（ぶどう以外の果実から造るブランデー）

(ｲ) アップルブランデー

フランスのノルマンディー地方カルバドス県で造られるカルバドスが有名です。

(ﾛ) さくらんぼブランデー

有名なものにドイツのキルシュワッサーがあります。フランス、スイス、オランダ、デンマーク、ポーランド、アメリカ等でも造られています。

(ﾊ) プラムブランデー

フランス、ドイツ、中央ヨーロッパ等で造られています。

(ﾆ) その他

西洋なし、木いちご、みかん、メロン等を原料とするブランデーが造られています。

(4) 保存管理上の注意

ウイスキーと同じく蒸留酒で品質の変化の少ない酒類です。ウイスキーと異なり、ぶどうの品種、蒸留方法、熟成年数などが違う色々な香りのものがあります。日光に当てない、高温や低温を避け温度変化の少ない室温で管理します。

11 発泡酒

我が国の酒税法では、麦芽又は麦を原料の一部とした発泡性を有する酒類で、米、コーンスターチ等の副原料重量の合計が麦芽重量の 100 分の 50 を超えるものは、ビールではなく発泡酒になります。

また、ベルギーなどにみられるビールに果汁を添加して製造した酸味のある酒類も発泡酒に該当します。

12 その他の醸造酒

中国の紹興酒の一部や、いわゆる「新ジャンル」と呼ばれているビール風味のアルコール飲料の一部などがこれに分類されます。「新ジャンル」のうち麦も麦芽も一切使用しないで糖類と豆やとうもろこし由来のタンパク質を使用して製造したものがその他の醸造酒に該当します。

13 スピリッツ

ジン、ラム、ウオッカ等が有名です。

（注）保存・管理上の注意は、焼酎、ウイスキー等の蒸留酒と同様です。

(1) ジン

穀類を麦芽で糖化・発酵させ、連続式蒸留機により蒸留したものに水を加えてアルコール分を 60%にした後、ジンヘッドを持ったポットスチルで蒸留することにより製造するロンドン・ジンと呼ばれるタイプが主流です。ジンヘッドには杜松（ねず）の実が載せられ、蒸留によってここをアルコールの蒸気が通るときにその杜松の香気成分が抽出されます。爽快感のある軽い香味のお酒です。

（注）「杜松」とは、北半球に広く分布するヒノキ科の植物で、この果実を乾かすと、特有の甘く、すえたようなヤニ様の芳香がでます。ラム、チキン、ビーフなどの肉料理のスパイスとしても使われています。

(2) ラム

ラムは砂糖を造る過程にできる糖蜜を水で薄めた後、酵母と蒸留残液等の栄養分を添加して発酵させ、蒸留を行い、樽貯蔵をして製造します。風味の異なる３つのタイプがあり、ライトタイプは連続式蒸留機で蒸留した軽快なタイプ、ヘビータイプは単式蒸留機で蒸留した香味の強いタイプ、ミディアムタイプはヘビーとライトの中間的なタイプとなっています。

(3) ウオッカ

とうもろこし、小麦、大麦などの穀類を主原料として糖化、発酵後、連続式蒸留機を用いて蒸留し、それを白樺炭でろ過したものがウオッカです。無色でほとんど無味無臭のためカクテルベースとして多く使われます。ヨーロッパやロシアにはハーブや香料などのいろいろな香味を付けたフレーバードウオッカもあります。

(4) テキーラ

８～10 年かけて栽培されたリュウゼツランの葉を切り落とし、残ったパイナップル様の茎の部分を蒸して搾った甘い液を発酵させ、単式蒸留機で２回蒸留した蒸留酒のうち、メキシコ高原北部にあるテキーラ村付近で造られた酒をテキーラといいます。樽（バーボン樽が多い）貯蔵の程度により、様々な色調のものがあります。ストレートで飲用されるほか、カクテルのベースとしても用いられます。

14 リキュール

リキュールは酒類に主として植物性の香味成分を配し、甘味料や着色料を加えて造る酒で、日本の梅酒もリキュールに相当します。

原料植物をアルコールやブランデー等の酒に漬け込むか、漬けた液を蒸留して香味液を製造し、この香味液と酒類、砂糖、蜂蜜、果汁、有機酸、香料、色素、水等の原料を調合し、熟成・びん詰めする方法が一般的なリキュールの製造方法ですが、用いる酒類や原料によって様々な製造方法があります。

また、いわゆる「新ジャンル」のうち発泡酒に麦芽又は麦を原料の一部としたスピリッツを添加して製造したお酒や酎ハイ等のカクテルも酒税法上はリキュールに該当します。

（注）保存管理上の注意は、基本的には果実酒と同様ですが、リキュールのタイプによって性質が類似する酒類のものを参考にしてください。

15 粉末酒

酒類にデキストリンというでん粉の分解物を混合し噴霧乾燥すると、デキストリンの中にアルコールが閉じ込められた粉末ができます。これが粉末酒です。粉末酒はこのような製造方法のため、水に溶解してお酒に戻したときにデキストリン分により、ややとろみを感じることがあります。

現在は、水分が含まれていると添加しにくい粉末スープ、から揚げ粉あるいは菓子などに使用されています。

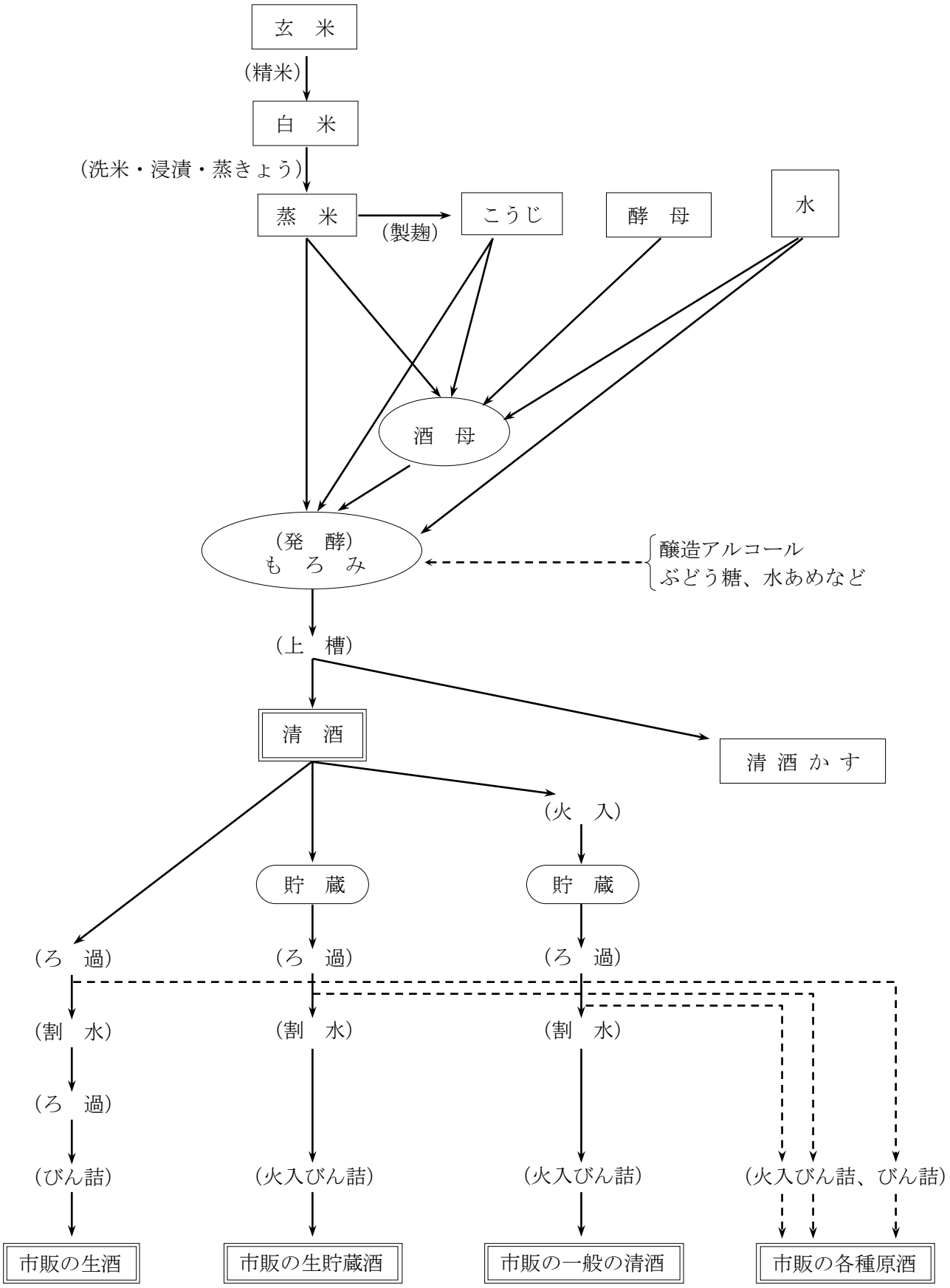
16 雑酒

これまでに説明した酒類以外の酒類が雑酒となります。原料に木灰を使った灰持酒（あくもちざけ）が、一般には雑酒に該当します。これには肥後の赤酒（あかざけ）、薩摩の地酒（じしゅ）、出雲の地伝酒（じでんしゅ）などがあります。

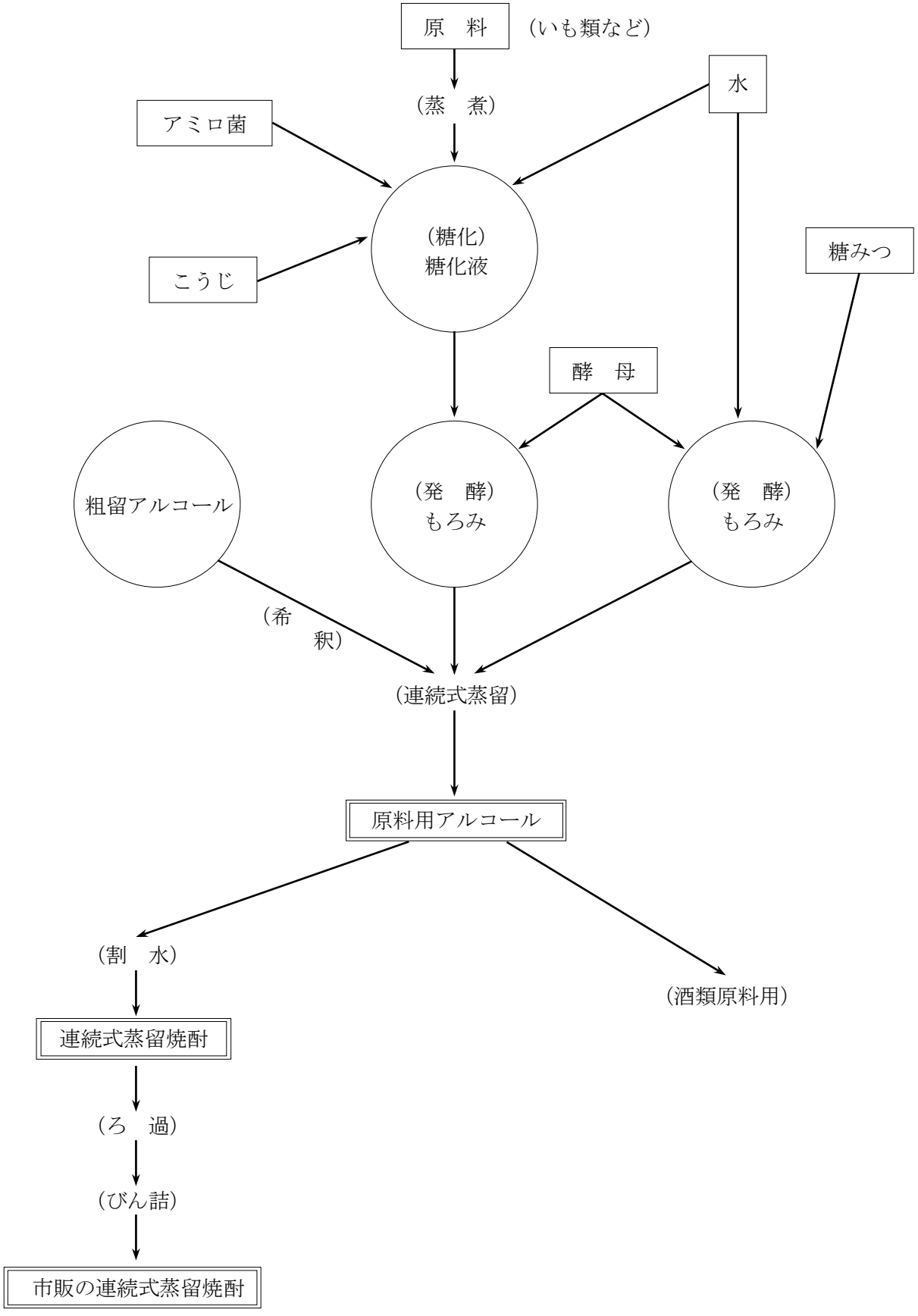
また、中国の紹興酒のうち、善醸酒、香雪酒など、原料の一部に酒類を用いるものは雑酒に該当します。

【参考１】酒類の製造工程図

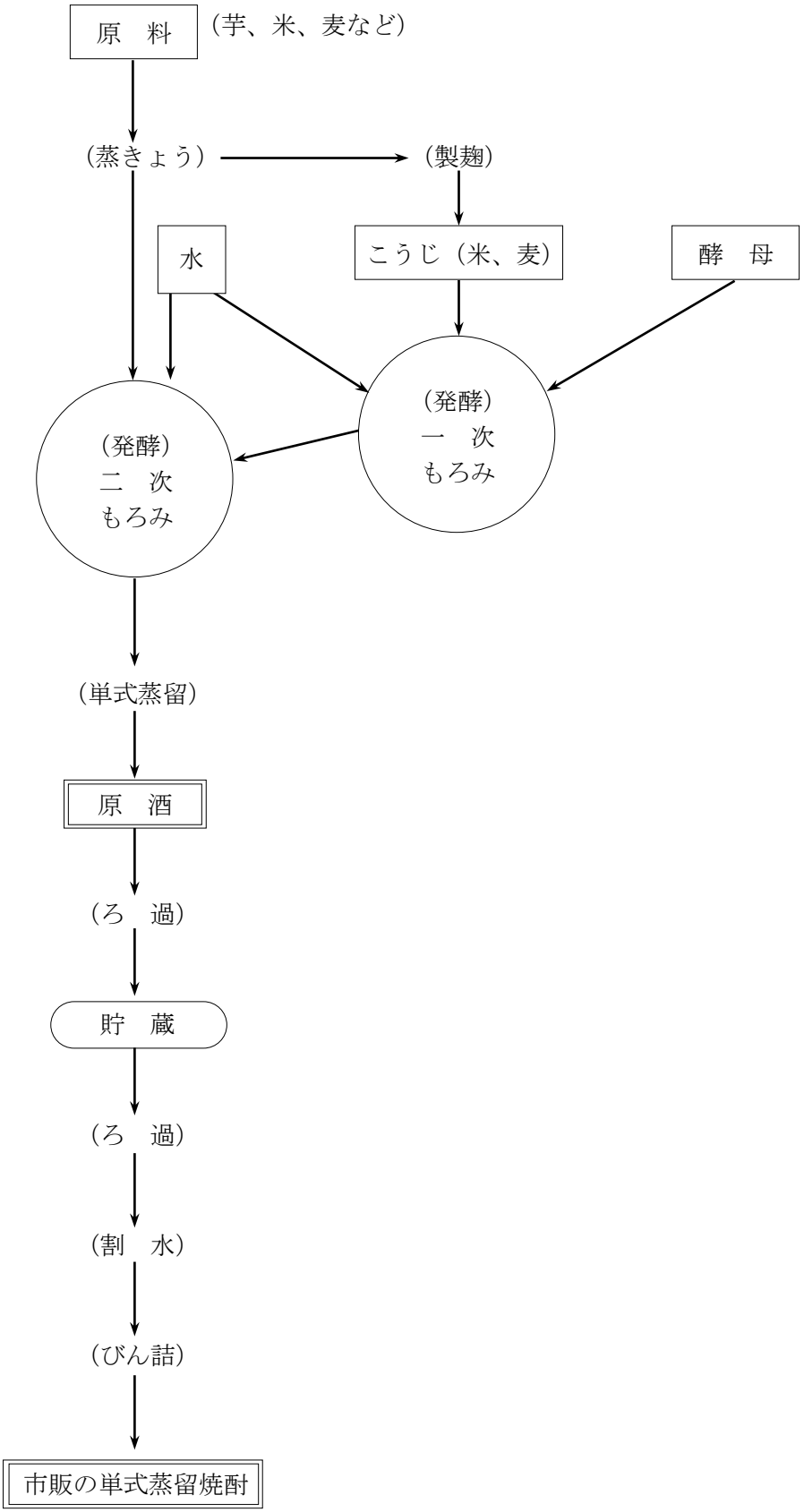
⑴　清　　酒



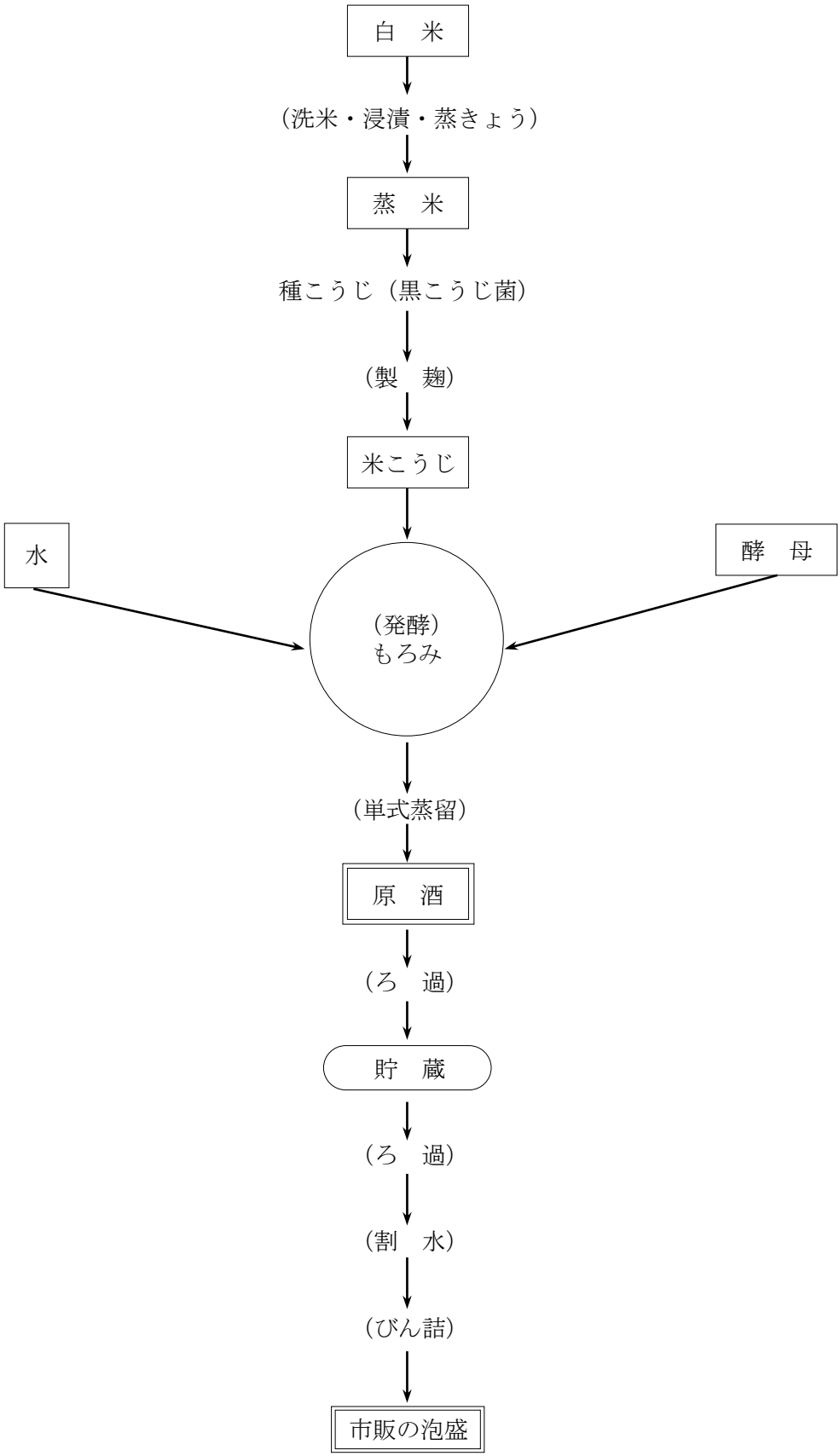
⑵　連続式蒸留焼酎・原料用アルコール



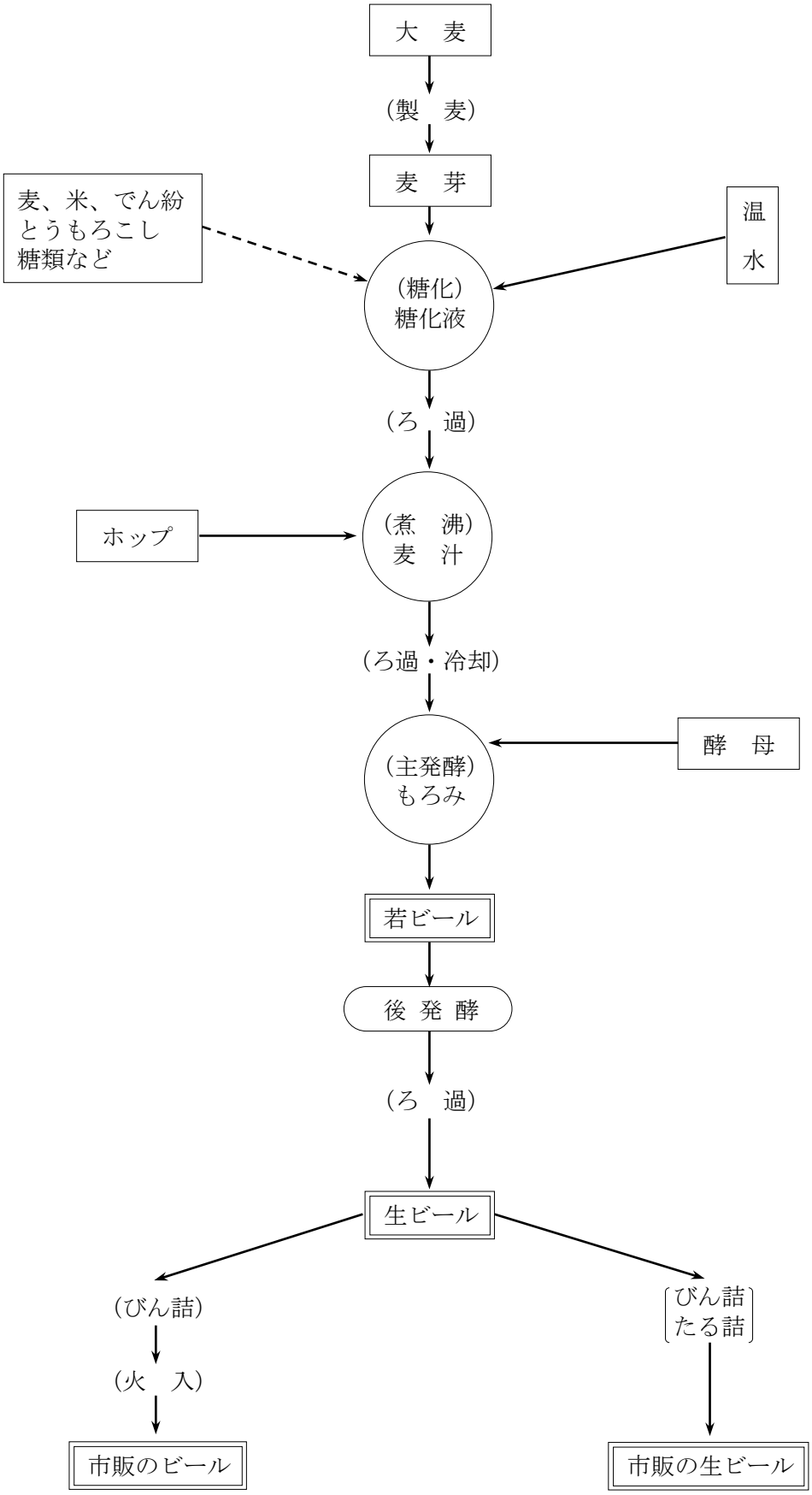
⑶　単式蒸留焼酎


原　料
（芋、米、麦など）
（蒸きょう）
（製麹）
水
こうじ（米、麦）
酵　母
（発酵）
一　次
もろみ
（発酵）
二　次
もろみ
（単式蒸留）
原　酒
（ろ　過）
貯　蔵
（ろ　過）
（割　水）
（びん詰）
市販の単式蒸留焼酎

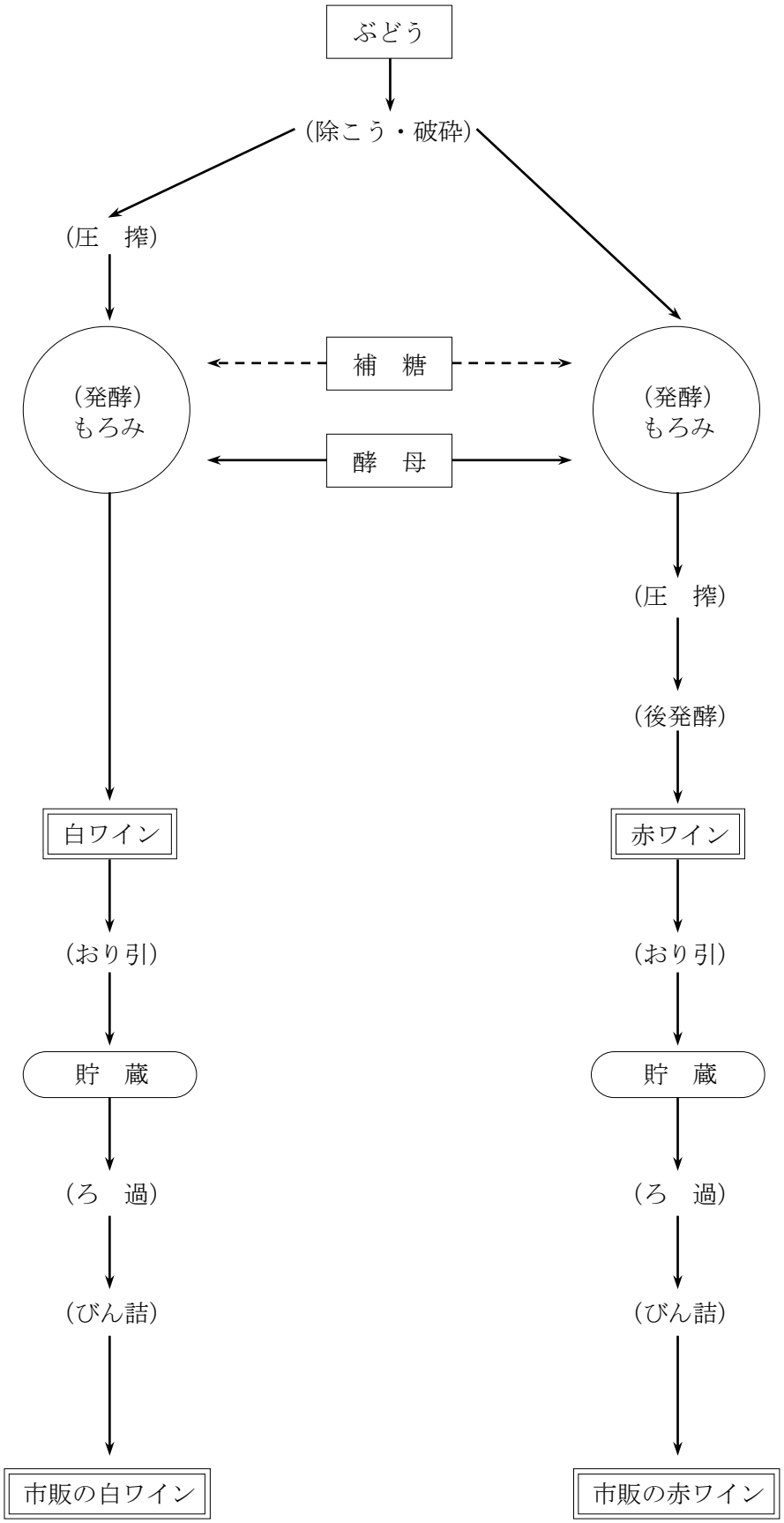
⑷　単式蒸留焼酎（泡盛）


白　米
（洗米・浸漬・蒸きょう）
蒸　米
種こうじ（黒こうじ菌）
（製　麹）
米こうじ
水
酵　母
（発酵）
もろみ
（単式蒸留）
原　酒
（ろ　過）
貯　蔵
（ろ　過）
（割　水）
（びん詰）
市販の泡盛

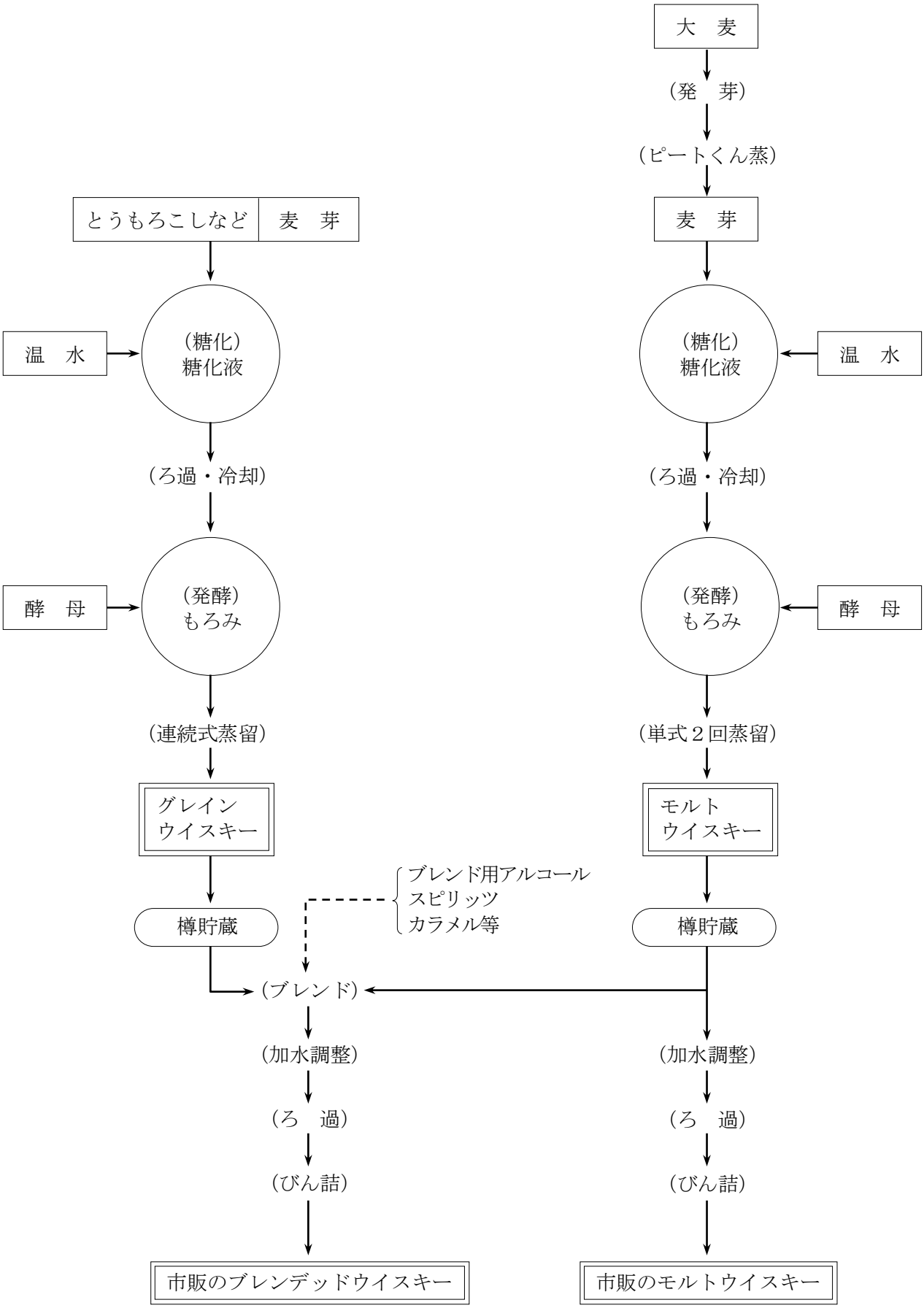
(5)　ビール


大　麦
(製　麦)
麦　芽
麦、米、でん紛
とうもろこし
糖類など
温
水
(糖化)
糖化液
(ろ　過)
ホップ
(煮　沸)
麦　汁
(ろ過・冷却)
酵　母
(主発酵)
もろみ
若ビール
後 発 酵
(ろ　過)
生ビール
(びん詰)
(火　入)
市販のビール
びん詰
たる詰
市販の生ビール

⑹　ワイン


ぶどう
（除こう・破砕）
（圧　搾）
（発酵）
もろみ
補　糖
酵　母
（発酵）
もろみ
（圧　搾）
（後発酵）
白ワイン
赤ワイン
（おり引）
（おり引）
貯　蔵
貯　蔵
（ろ　過）
（ろ　過）
（びん詰）
（びん詰）
市販の白ワイン
市販の赤ワイン

⑺　ウイスキー


大　麦
（発　芽）
（ピートくん蒸）
麦　芽
とうもろこしなど
麦　芽
（糖化）
糖化液
温　水
温　水
（ろ過・冷却）
（ろ過・冷却）
（発酵）
もろみ
酵　母
酵　母
（連続式蒸留）
（単式２回蒸留）
グレイン
ウイスキー
モルト
ウイスキー
ブレンド用アルコール
スピリッツ
カラメル等
樽貯蔵
樽貯蔵
（ブレンド）
（加水調整）
（加水調整）
（ろ　過）
（ろ　過）
（びん詰）
（びん詰）
市販のブレンデッドウイスキー
市販のモルトウイスキー

【参考２】光による劣化（着色）

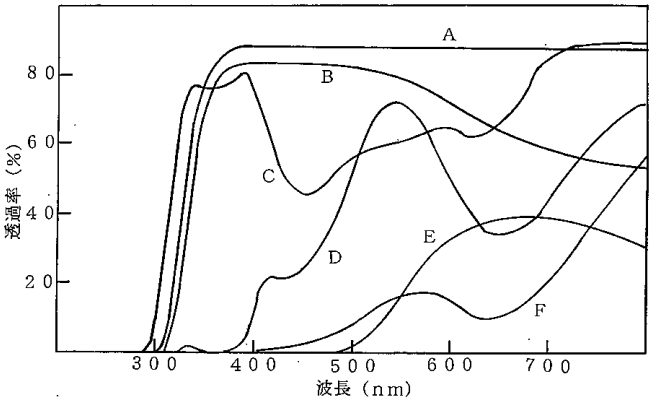
日光や蛍光灯の光は酒類を劣化させます。特に清酒をはじめとする醸造酒は、光や温度による影響を受けやすいとされています。

酒類総合研究所の研究結果では、440ｎｍより長波長の光では清酒は着色しませんが、紫外線ばかりでなく 440ｎｍより短波長の可視光線でも清酒が着色することが分かりました。

１　清酒容器

清酒はいわゆる茶瓶のほか、商品イメージにあわせ、無色透明瓶、青瓶、グリーン瓶、モスグリーン瓶、濃モスグリーン瓶などに詰められ販売されています。図１のようにＡ～Ｄの瓶は440ｎｍ以下の光を通すため、品質劣化に対する管理が必要です。

また、最近では１升瓶、４合瓶のほか小型の瓶やカップ酒などの少量容器も数多くなってきています。特に少量容器は大容量容器に比べ、内容量に対し表面積が大きいため光や温度の影響を受けやすい形状であることに注意すべきです。

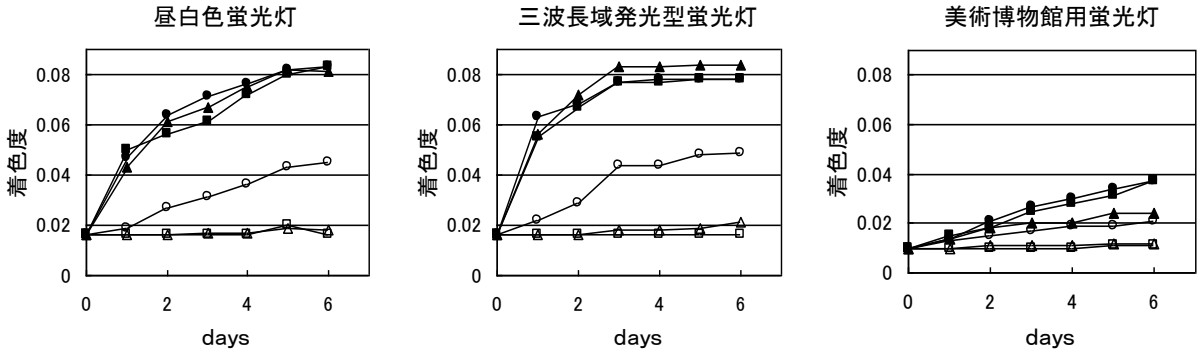


Ａ 無色透明瓶，Ｂ 青瓶，Ｃ モスグリーン瓶，
Ｄ グリーン瓶，Ｅ 茶瓶，Ｆ 濃モスグリーン瓶

図1　瓶のガラスの透過スペクトル

２　蛍光灯による変色

店舗でよく使用される昼白色蛍光灯及び三波長域発光型蛍光灯の下では、図２のように清酒の着色は増加し、品質劣化が起きていることを示します。



●無色透明瓶，■青瓶，▲モスグリーン瓶，〇グリーン瓶，□茶瓶，△濃モスグリーン瓶

図2　蛍光灯による清酒の着色の経時変化

美術博物館用蛍光灯（紫外線を抑えた蛍光灯）でさえ 440ｎｍより短波長の光が放射されるため茶瓶，濃モスグリーン瓶以外の瓶では着色が起きています。回転の遅い商品の陳列は、見本品だけにする、箱に入れるなど光をカットする工夫が必要です。一方、ＬＥＤ照明は一般に紫外線が少ないといわれており、清酒の品質劣化は比較的起きにくいと考えられます。

第４節　きき酒の方法

酒類の品質やタイプを判定するには、きき酒という方法が採られます。科学技術が発達している現代において、人間の感覚に頼ることは非科学的だと感じられるかもしれませんが、酒類の香味成分は分析可能なものだけでも数百種類におよび、さらに、これらの成分の微妙な組合せによって酒類の複雑な香味が成り立っています。

したがって、科学分析値だけでは、嗜好品である酒類の品質を表現することは難しく、人間の感覚によるきき酒という方法が最も優れているとされています。

きき酒能力は訓練によって上達しますが、その際、次の点に注意すると上達が早いでしょう。

○　きき酒用語を覚える（きき酒用語とは酒類の香り、味、外観等を表現する用語です。）。

○　きき酒結果を記録する。

○　きき酒の堪能な人の指導を受ける。

○　頭の中に、酒質に関する尺度を作る（甘い、辛い、濃い、淡い等）。

○　心身とも集中した状態できき酒を行う。

１　清酒

(1) きき酒の容器

白磁製で底に青い蛇の目模様の入った、容量 180ml 程度の「きき猪口」（ききちょこ）を使うのが一般的です。この容器に７～８分目の清酒を入れてきき酒します。

蛇の目模様は、お酒の色調や透明度の具合をみるためのものです。

(2) 清酒の温度

15～20℃が適当です。

(3) 手順

①　目で良く観察し、色調、透明度、浮遊物の有無についてチェックします。

②　きき猪口を鼻に近づけ、軽く回して香りの特徴や強さをみます（上立ち香）。

③　少量（３～５ml）を口に含み、すするようにして清酒を舌の上に広げ味をみます。同時に口から鼻に抜ける香りもチェックします（含み香）。

（注）清酒を口に含む量は常に一定にし、口中に止めておく時間は２～５秒くらいが適当です。

④　清酒を吐き出し、後味をチェックします。

⑤　香り、味、外観等を総合評価した点数、酒質の特徴、長所、短所等を記録します。

（参考）

１　採点方法

総合評価は５点法又は３点法で点数を付けるのが一般的です。

様々なタイプの清酒がありますが、いずれにしても香味、色沢の良好な清酒に良い点を付けます。

［５点法］１ 優　２ やや優　３ 普通　４ やや劣る　５ 劣る
［３点法］１ 優　２ 普通　　３ 劣る

２　きき酒用語

	（良い評価）	（悪い評価）
色沢に関するもの		異常着色、濁り
香りに関するもの	新酒香、吟醸香、熟成香、樽香	老香、生老香、ジアセチル臭、ろ過臭、酢エチ臭、カビ臭、酸臭
味に関するもの	淡麗、なめらか、切れが良い、旨味ある、濃醇	うすい、雑味、渋味、苦味、酸うく

２　単式蒸留焼酎

(1) きき酒の容器

胴太の透明グラスに７分目位入れます。

(2) 手順

①　視覚により色、照り等の外観の具合を見ます。

②　グラスを軽く回して上立ち香を嗅ぎます。

③　焼酎を口に含み、含んだ瞬間の引き込み香をかぎ、更に、焼酎を舌の全面に広げて味をみると同時に、吸気を鼻に通して香りをチェックします。

④　焼酎を吐き出し、後味と残り香をチェックします。

(参考)

製品は大きく分けて、濃醇タイプと淡麗タイプがありますが、きき酒により、製品のタイプと原料特性の強さ等を判定できます。

３ ビール

(1) 容器

普通のコップでも良いのですが、先がややすぼまった縦長のチューリップ型のグラスを用いると香りの判定がしやすくなります。グラスの７分目がビール、３分目が泡になるよう始めは緩やかに、次第に早く注ぎ、泡が出始めたらまたゆっくりと注ぎます。

(2) ビールの温度

８℃くらいが適当です。

(3) 手順

①　グラスを目の高さに持ち上げて、泡立ちと泡のきめ細やかさ、色調、濁り具合を見ます。

② グラスを鼻に近づけ、香りを確かめ、口に少量含み味を確かめます。

③ きき酒点数が少ない場合は、そのまま飲み込み後味や喉ごしを確認しますが、点数が多い場合は吐き出して後味だけをチェックします。

(参考)

一般的なピルスナータイプのビールの場合、次のようなものが良いあるいはおいしいといわれています。

- 琥珀色で透明である
- 清涼感、爽快感がある
- フレッシュな香りがある
- 心地よいほろ苦さがある
- きめ細かい白い泡がある
- 飲んでこくを感じるが、喉ごしがよい

４ ワイン

(1) きき酒の容器

脚付きの細長いチューリップ型のグラスが用いられます。お湯で良く洗い、逆さにしないで風乾させます。この時に、グラスの口をラップで軽く被っておくと良いでしょう。

グラスの匂いを嗅いで異常がないことを確認してから、グラスに３分の１程度ワインを注ぎます。

(2) ワインの温度

赤ワインでは 20℃、白ワインでは 15℃程度が適当とされています。

(注) 実際に飲むのに適した温度とは異なります。

(3) 手順

① グラスの脚か底を持ち、ワインを温めないように注意しながら、グラスを傾け、色調と透明度を見ます。

② グラスを持って、上立ち香を嗅ぎます。次に３～４回まわしながら、香りを深く吸い込みます。

③ 少量のワインを口に含み、舌の上で空気を混ぜるようにして転がしながら口中香と味をみます。

(参考)

ワインの審査会では、香り、味、外観（色調等）のそれぞれに得点を付け、その総合計で評価する場合があります。この場合、得点の多い方が良い評価となります。

５ ウイスキー

(1) 容器

ワイングラスやブランデーグラスのようなチューリップ型のグラスを用います。グラスの３分の１程度ウイスキーを注ぎます。

(2) 手順

① グラスを持ち上げて、色調、光沢、濁り等を見ます。

② グラスを回して上立ち香を確認します。

③ 少量を口に含み、口中に広げて味と、鼻に抜ける香りをチェックした後、吐き出し、後味をみます。

(参考)

ウイスキーは、香りの調和・豊かさ・重厚さ・個性、味の調和・濃さ・まろやかさの７点を総合的に評価します。樽香や燻煙の香りがウイスキーの大きな特徴です。

ウイスキーやブランデー等のアルコール度数の高い酒類については、試料１点につきグラスを２個用意し、一方はそのまま、他方に加水をしたものを並列してきき酒することもあります。

６ ブランデー

(1) きき酒の容器

グラスは先端のすぼまったチューリップ型のブランデーグラスを用いますが、普通のワイングラスなど無色透明で薄手のものを使っても構いません。

(2) 手順

① グラスを取り色調や光沢、濁りの有無を観察します。

② グラスを軽く回して上立ち香を嗅ぎます。

③ グラスを強く回して香りを深く吸い込み、熟成香などの重い香りを調べます。

④ 少量を口に含み、口中に広げるようにして味をきき、口から鼻に抜ける香りの特徴をチェックします。

(参考)

ブランデーはストレートで飲んでその豊かな香味を楽しむお酒なので、香の調和・華やかさ・重厚さ・熟成の程度と、味の調和・濃さ・まろやかさの７点を総合的に評価します。

【参考１】きき酒用語

(1) 清酒

区分	評価	用　　語	内　　容
色沢	悪い	色濃い	加熱・過熟により度を越えて着色している状態。
		濁り	明澄さがない状態。
香り	良い	新酒香	新酒特有の若い香り、麹ばなともいう。
		吟醸香	吟醸酒にみられる華やかな果実様の香り。
		熟成香	熟成したバランスの良い香り。
		樽香	木製容器貯蔵により生じる良い香り。
		調和	上立ち香と含み香の調和がよい。
	悪い	老香	酸化、劣化した臭い。
		生老香	生酒の劣化した臭い。
		アセトアルデヒド臭	アセトアルデヒドの刺激的な臭い。
		ジアセチル臭	ジアセチル(ダイアセチル)の臭い。
		炭臭	多量の炭の使用又は炭漏れによるくせ。
		ろ過臭	ろ材又はろ過助剤に起因する等ろ過工程でついたと思われる異臭。紙臭を含む。
		酢エチ臭	酢酸エチルの刺激を伴う臭い。セメダイン様の臭い。
		カビ臭	カビの臭い。
		酸臭	酢酸、酪酸等の揮発性有機酸の臭い。
味	良い	淡麗	すっきりして、味の調和がよい。
		なめらか	口当たりがなめらかである。角がない。
		切れが良い	あと味のキレが良い。
		旨味ある	旨味がある。
		濃醇	味が濃く、よく調和している。
	悪い	うすい	味がうすく物足りない。
		雑味	味が多すぎて上品さに欠ける。
		渋味	渋味が残る。
		苦味	苦味が残る。
		酸うく	酸味が浮き、目立つ。
		甘うく	甘味が強く不調和である。酸味がうすく、甘味が浮いて味にしまりがない。

(2) 単式蒸留焼酎

区分	評価	用　　語	内　　容
香り	良い	熟成香	熟成によるバニラ香。
		樽香	木製容器貯蔵により生じる良い香り。
		華やか	減圧蒸留による華やかなエステル類の香りが豊かである。
		芳醇	常圧蒸留による原料由来の芳ばしいエステル類の香りが豊かである。
		上品	香りがおだやかで整っている。
	悪い	ガス臭	常圧蒸留等で蒸留直後に感じられる硫化臭様の特有の臭い。
		初留臭	初留に多く出るアセトアルデヒド、エステルを主とする低沸点成分の臭い。
		末だれ臭	蒸留の末期に出てくる臭い。蒸留の際に炭水化物の加熱分解により製成するフルフラール等が蒸留方法・操作の不適正さによって過剰に製成されることによる欠点。
		油臭	油性物質が酸化した臭い。
		コゲ臭	焦げた臭い。
		酸臭	酢酸、酪酸等の揮発性有機酸の臭い。
		ゴム臭	ゴムの移り香、又はゴムと思われる臭い。
		ろ過臭	ろ紙、ろ材又はろ過助剤に起因する臭い。又はろ過工程でついたと思われる異臭。
		アルコール臭	アルコール成分そのものの臭いが目立つ。香り成分が少ないときに多い。
		エステル臭	過度なエステルの臭い。
		ジアセチル臭	ジアセチル(ダイアセチル)の臭い。
		ヤニ臭	芋のヤニに起因する臭い。
		原料不良	低品質の原料に由来する臭い。
		容器臭	樹脂容器、不良の木樽に起因する臭い。
		アルデヒド臭	主にアセトアルデヒドの刺激的な臭い。
		カビ臭	カビの臭い。
味	良い	きれい	味が上品であり、キレが良い、軽快な味。
		なめらか	味の調和がとれていてバランスが良い。角がない。
		濃醇	味が濃く、調和している。後味が力強く好ましい。
		適度な甘味	ほのかに感じる甘味が味に丸みを与え良い。
	悪い	うすい	味がうすく物足りない。
		辛い	味の辛味が目立つ。
		渋味	渋味が残る。
		苦味	苦味が残る。
		雑味	味が多すぎて上品さに欠ける。
		重い	味が鈍重ですっきりしない。

(3) ワイン

区分	評価	用　　語	内　　容
色沢	良い	鮮やか	色が鮮やかできれい。
		明澄な	濁りがなく透き通った状態。
		光沢ある	テリがよい。
	悪い	くすんだ	透明度が悪く、曇った状態。
		濁り	澱のような浮遊物が見える状態。
		褐変	酸化により褐色に変化した色。
香り	良い	アロマ	ぶどうに由来する香り。
		ブーケ	発酵中及び発酵後の熟成中に生成する香り。
	悪い	くき臭	ぶどうの茎(梗)に起因する臭い、赤ワインに多い。
		亜硫酸臭	過剰な亜硫酸量による、つんと鼻を刺す臭い。
		硫黄臭	ゆで卵のような硫化水素の刺激臭。
		酵母臭	酵母が自己消化した不快な臭い。
		酸臭	酢酸、酪酸の揮発性有機酸の臭い。
		ジアセチル臭	ジアセチル(ダイアセチル)の臭い。
		産膜臭	産膜酵母が産生する不快な臭い。汚染の初期にはアルデヒド臭、汚染の進行に伴い酢エチ臭となる。
		酸化臭	酸化により、生成する不快な臭い。
		コルク臭	不良コルクから由来するカビ臭又は木香とほこり臭の混じった臭い。
		樽くせ	手入れの悪い樽を使用した時に付く臭い。
		アルデヒド臭	主にアセトアルデヒドの刺激的な臭い。
味	良い	なめらか	舌触りがソフト又はなめらかで、心地良い。
		調和	味の調和がとれていてバランスがよい。
	悪い	うすい	味がうすく物足りない。
		単調	味が平凡で物足りない。
		酸不足	酸が少なすぎるため、平板でしまりのない味。
		甘うく	甘味が浮き、目立つ。
		酸うく	酸味が浮き、目立つ。
		渋味うく	渋味が浮き、目立つ。
		苦味	苦味が残る。

【参考２】清酒のフレーバホイール

「清酒のフレーバホイール」とは、官能評価法の一つであるプロファイル法で使用する香味評価用語を統一、整理するために酒類総合研究所が作成したものです。

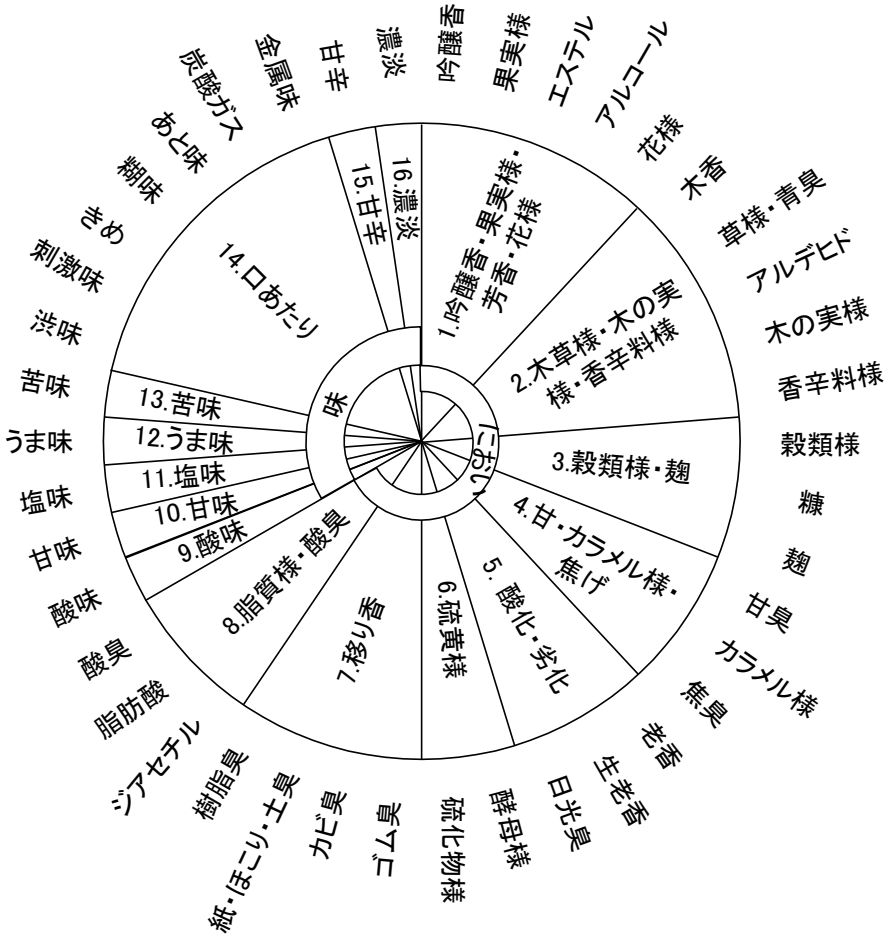
プロファイル法は、個々の酒類の色、香り、味などの特徴を捉えるための官能評価法の一つです。甘辛、濃淡、吟醸香などの香味の特徴を個別に評価します。

1　清酒のフレーバホイールの内容

清酒の香味特性を表す 86 の用語を 16 のクラスに分類し、①一般的な用語又は物質名を示す 42 の用語（第１層）及び②より分析的な用語又は標準見本のある物質名を示す 44 の用語（第２層）に分類しました。また、43 の用語に対して標準見本を定め、評価を行う人が共通認識できるようにしました。

16 のクラスと第１層の各用語の関係をわかりやすく表したものが清酒のフレーバホイールです。関係の深い用語を隣接して配置しています。

2　清酒のフレーバホイール



【参考３】清酒の甘口辛口

清酒を選ぶ基準の一つに「甘口、辛口」があります。清酒を飲んだときに“甘い”とか“辛い”と感じるのには清酒の中の成分、特に糖分と酸の多少が大きく関与しています。

１　日本酒度

通常、清酒の甘辛は「日本酒度」で表しています。日本酒度とは本来、清酒の比重を表す単位で、マイナス（－）になるほど比重が重く、プラス（＋）になるほど比重が軽いことを示しています。比重が重いということはエキス分、つまり糖分が多く甘口の清酒となり、逆に比重が軽いということは糖分が少なく辛口の清酒となります。測定が簡単なので清酒の甘辛の表示には日本酒度が利用されています。



日本酒度の測定の様子

２　糖分と酸との関係

これとは別に、糖分が同量であっても酸味が強いと辛く感じ、酸味が少ないと甘く感じます。吟醸酒などでは、日本酒度はプラスですが酸が少ないため甘く感じます。

３　新たな甘辛表示

一方、消費者へ情報提供するために、最近では裏ラベルなどに甘辛の区分表示をした製品が多くなってきていますが、各社が独自の区分表示をしているため他社製品との比較ができないのが現状です。

そこで、酒類総合研究所と日本酒造組合中央会は共同で、新しい清酒の甘辛表示の基準を提案しています。

これは清酒の甘味に寄与するブドウ糖の量と酸の量（酸度）から次の式で得られた数値によって四段階の甘辛表示をするというものです。

この区分によれば、消費者が清酒を飲んだときに感じる“甘い”、“辛い”の程度とほぼ一致しています。

(計算式)

甘辛推定値Ｙ＝Ｓ－Ａ

（Ｓ：ブドウ糖含量（g/100ml）　Ａ：酸度）

例えば、同じブドウ糖含量 3.0g/100ml の清酒でも、酸度が 1.1 だと

Ｙ＝3.0－1.1＝1.9　で「甘口」に、

酸度が 2.0 だと

Ｙ＝3.0－2.0＝1.0　となり、「やや辛口」になります。

甘辛区分	Ｙの値
甘口	1.9 以上
やや甘口	1.1～1.8
やや辛口	0.3～1.0
辛口	0.2 以下

【メ　モ】

第２章　酒類と健康等

この章では、酒類の効用と健康に与える影響、未成年者の飲酒による影響を説明しています。

○　酒類の効用

適度な飲酒は、心臓病の発病を予防する効果があると様々な研究で指摘されています。

○　健康に与える影響

大量飲酒は急性アルコール中毒、また、慢性影響による障害として中枢神経障害、肝障害等、様々な病気を引き起こします。



○　未成年者へ与える影響

未成年者が飲酒をしてはいけない理由として、急性アルコール中毒を起こしやすいことや体の成長を妨げること等が挙げられます。

１　酒類の効用と健康に与える影響

酒類の効用と健康に与える影響については様々な研究や報告がなされています。

(1) 効用

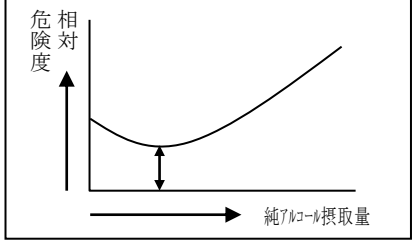
アルコールが人に及ぼす影響の中で良く知られているものの一つに社交性を増すことがあげられ、一昔前までノミニュケーションなどと呼ばれていたように我が国の社会でもアルコールはコミュニケーションの潤滑油のような使われ方をしますが、実際に飲酒場面で会話量が増えることが観察され報告されています。

一方、大量飲酒はアルコール性肝障害や食道がん、アルコール依存症などの原因となり、悪影響があることが知られています。他方、適度な飲酒が虚血性心疾患（心筋梗塞等）の発病を予防する効果があることが、さまざまな疫学研究で指摘されています。

世界各国で行われた大規模なコホート研究から、飲酒と循環器疾患全体の死亡率との間にはＪ－字型曲線の相関があると報告されています。

全く飲酒しないより、適量の飲酒をする方が、リスクが低くなる可能性があります。一方で、飲酒しない者の死亡率が高いのは、元来酒が飲めない程身体が弱い者が含まれているからという見解もあります。右図にあるＪ－字型の右側のリスクが上昇しはじめる部分の飲酒量は、調査によって異なりますが、一日当たりビール 350～500ml くらいに相当するアルコール量です。飲酒に関するコホート調査の多くは欧米で行われていますが、日本でも同様の効果が確認されています。

図　Ｊ－字型曲線の模式図



出典：Holman CD et al. Meta-analysis of alcohol and all-cause mortality. MJA. 1996.

このような効果は男女ともにみられますが、女性では男性の 1/2～2/3 程度が適量と報告されています。アルコール飲料の種類によるリスク低下の効果の違いを検討したものでは、ワイン、ビール、蒸留酒で比較していますが、あるタイプが他のものに比べて効果が強いという明確な証拠は存在しません。したがって、このような効果の実質的な部分はアルコールそのものによると言えます。

飲酒の循環器疾患予防効果は、飲酒の好ましい面として受け入れられています。しかし、この効果はあくまでも適量を守った場合の効果であり、大量に飲酒すればマイナス面が現れてきます。

このようにアルコールは少量程度であれば積極的に体を壊すものというものではありませんし、会話を増して社交性を向上させるといった好ましい面をもっています。要は、いかに適量にとどめるかということです。いずれの研究も調査時点で飲んでいる人、飲んでいない人という分類をしています。それまでに飲酒する経験のなかった

人に飲酒を始めさせ健康に及ぼす効果をみたという調査はありません。したがって、飲酒経験のない人が飲酒を始めた場合にここで紹介したような心臓病予防効果があるという証拠はどこにもありません。

（注）１　「コホート研究」とは、ある一定の集団を数年または十年以上にわたって追跡調査し、飲酒などが生死、健康にどのように影響したかを調べる研究をいいます。
２　純アルコール量は、容量×アルコール分によって求められます。
例えばビール２缶（アルコール分５％、350ml）の場合
350ml×２缶×５％＝35ml
また、アルコール量を重さで表す場合には、さらにアルコールの比重（0.8）をかけます。
35ml×0.8＝28g

(2) 健康に与える影響

適量の飲酒なら健康を損なう心配はあまりありませんが、飲みすぎると事情は変わってきます。急性アルコール中毒や神経障害その他の障害を招くおそれがあります。

（注）飲酒が未成年者に与える影響については、次の「２　未成年者への飲酒による影響」で説明します。

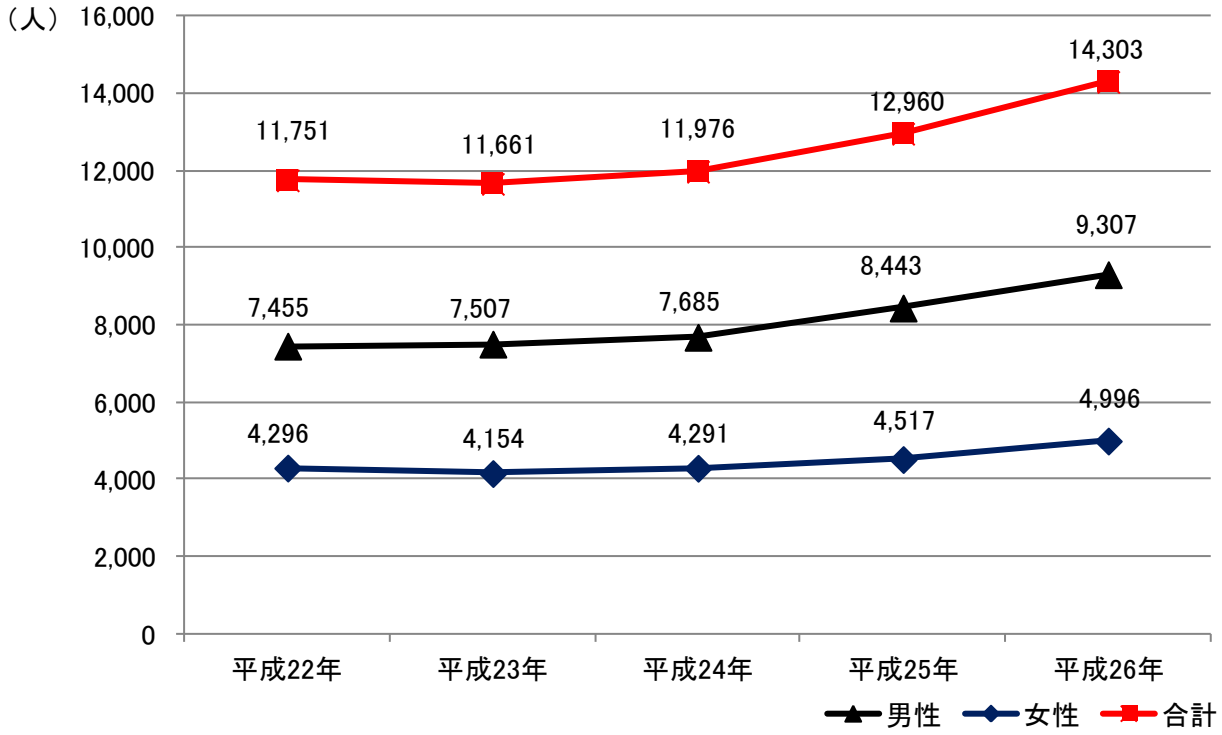
イ　急性アルコール中毒

口から飲んだお酒（アルコール）は、胃や小腸から吸収され、血液中に入り全身に行き渡ります。飲酒によって血液中のアルコール濃度が最高に達するまでには通常 30 分～１時間かかります。この時酩酊度（酔いの深さ）は最も深くなります。ゆっくり飲んでいれば「酔い」という身体の警告サインを感じながら進めますが、イッキに飲めばこの警告を感じる前にお酒は全身にまわっており、気づいた時は予想以上の深酔いをしていることになります。

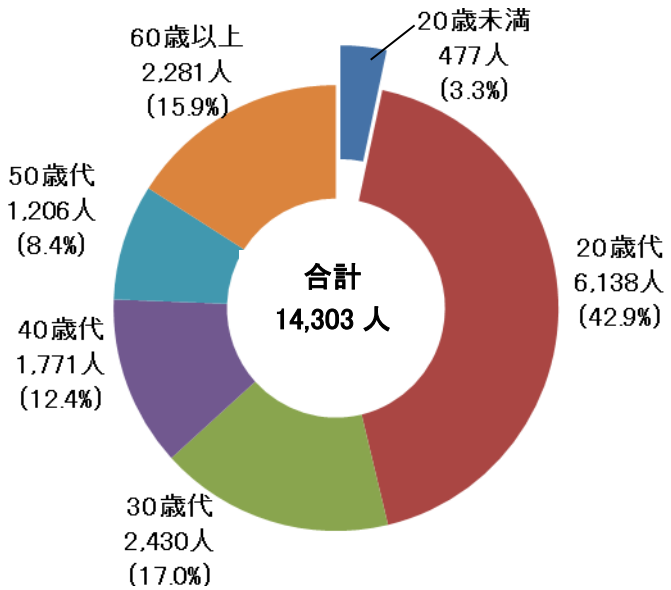
「酔い」、それはお酒による麻酔効果の現れです。飲むほどにその酔いは深くなり最後は昏睡（こんすい）へと進みます。ゆっくり飲んでいればその深さを自覚できますが、イッキに飲んだ時はアッという間に昏睡状態へ進み、全身麻酔と同じ状態になります。それがさらに進むと呼吸も麻痺して死に至ります。また、酩酊状態で嘔吐物がのどに詰まり、窒息して死に至ることもあります。何人もの人がこの急性アルコール中毒で亡くなっています。

〔資料〕東京消防庁管内における急性アルコール中毒による搬送者数（東京消防庁調べ）

○　急性アルコール中毒による搬送人数の推移



○　平成 26 年中の急性アルコール中毒による搬送人数の年齢別表



ロ　慢性影響による障害

過度の飲酒を続けた結果肝臓を痛めたとか、長年の酒好きが遂にアルコール依存症になったなどという話は珍しくありません。アルコールという物質は摂取されると速やかに全身に行き渡ります。したがって、過度に摂取されたアルコールは全身に様々な病気を引き起こします。肝臓や膵臓の障害はよく知られていると思いますが、「脳の萎縮」や糖尿病も珍しくありません。飲み過ぎによって起こるこれらの病気についての知識を身につける必要があります。

(ｲ) 中枢神経障害

アルコールによって脳細胞は直接破壊されます。大脳皮質が萎縮し記憶力や創造力が低下したり、感情の障害が出ることもあります。不適切な飲酒を続けていると脳が縮んでしまい、若くしてアルツハイマー病（認知症）と同じような脳になることがあります。

(ﾛ) 肝障害

アルコールは体内に入ると大部分は肝臓で分解処理されます。当然飲み過ぎは肝臓の負担を重くします。アルコールを分解する過程で脂肪が合成されますが、これが溜まってしまったのが脂肪肝です。脂肪肝のまま過度な飲酒を続けるとアルコール性肝炎となり、行き着く先は肝硬変です。

肝硬変になると、黄疸が出たり、腹水がたまったり、血液が固まりづらくなったり、進行すると意識障害を起こしたりします。また、肝硬変は肝臓がんを合併しやすく、特に、肝炎ウィルスに感染している場合には肝臓がんのリスクが非常に高くなります。

(ﾊ) 膵炎

多量の飲酒は、急性膵炎や慢性膵炎の原因となります。重症の急性膵炎は死亡する場合もある恐ろしい病気です。治療が奏功しても、再び不適切な飲酒を続けていると発作を繰り返し、その結果膵臓が破壊され慢性膵炎となります。発作を繰り返す背景には、アルコール依存症がある場合が少なくありません。

(ﾆ) 消化管の障害

消化管はお酒の最初の通り道であり、色々な病気が起こってきます。食道は濃いアルコールを飲むことによって食道がんが発生しやすくなることが知られています。胃潰瘍や急性胃粘膜病変もお酒の飲み過ぎで起こる一般的な病気です。

(ﾎ) 循環器疾患、糖尿病

過度の飲酒は高血圧を起こしたり、不整脈の結果として突然死を起こすこともあります。また、アルコール性心筋症から、心不全になることもあります。

長期に大量のお酒を飲んでいると、膵臓に炎症を起こすばかりでなく、インスリンというホルモンを分泌する機能にも障害を起こしてきます。血糖値が高くなって喉が渇いたり、尿中に糖が出てきたりするようになります（アルコールによる糖尿病）。

ハ　アルコールによる社会的影響

アルコールによる影響は健康問題に限りません。無断欠勤により職を失う、家庭内でいざこざが絶えなくなり家庭内不和や家庭内暴力、子供への虐待や不適切な養育、飲酒運転で取り返しのつかない事故等々、不適切な飲酒はこのような悲しみをももたらすのです。

《参考》

１　アルコールを代謝する能力は、人によって異なることが知られています。体内に入ったアルコールは主に肝臓で、まずアルコール脱水素酵素（ＡＤＨ）によりアセトアルデヒドに、さらにアセトアルデヒドは２型アルデヒド脱水素酵素（ＡＬＤＨ２）によって酢酸（さくさん）に酸化されます。この過程に関与する酵素は他に何種類かありますが、通常の飲酒ではその大半が上記の経路で酸化されます。酢酸はさらに、複雑な代謝過程を経て、最終的に炭酸ガスと水に分解されます。

上記のＡＬＤＨ２には遺伝によって決まっている３タイプがあります。すなわち、普通に働くタイプと少ししか働かないタイプ及び全く働かないタイプです。後２者のタイプは、少量の飲酒でもアセトアルデヒドがなかなか分解できないために血液中のアセトアルデヒド濃度が上がり、顔面紅潮、動悸、頭痛などの症状を引き起こします。このために、このような人達はアルコールをたくさん飲めません。また、これらの人達のアルコールそのものの分解も、普通に働くＡＬＤＨ２を持った人（飲酒後に顔の赤くならない人）に比べて遅いことがわかっています。この体質の違いは、遺伝子分析で正確に判定できますが、より簡便な「エタノールパッチテスト」という方法でも、ある程度は判別できます。

２　適正飲酒の 10 か条

（公社）アルコール健康医学協会は、過度の飲酒を未然に防ぎ、健康な体で楽しく飲酒できるよう「適正飲酒の 10 か条」を定め、様々な広報活動を通じ啓発を行っています。

①　談笑し　楽しく飲むのが基本です
②　食べながら　適量範囲でゆっくりと
③　強い酒　薄めて飲むのがオススメです
④　つくろうよ　週に二日は休肝日
⑤　やめようよ　きりなく長い飲み続け
⑥　許さない　他人（ひと）への無理強い・イッキ飲み
⑦　アルコール　薬と一緒は危険です
⑧　飲まないで　妊娠中と授乳期は
⑨　飲酒後の運動・入浴　要注意
⑩　肝臓など　定期検査を忘れずに



２　未成年者への飲酒による影響

アルコールには脳の働きを抑える作用があり、それ自体成長期には悪いものです。また、内臓にも悪い影響を及ぼします。例えば肝臓を悪くしたり激しい腹痛を訴える膵炎を起こしたり、十二指腸潰瘍や糖尿病を併発します。さらに心臓の筋肉にも障害を起こします。性腺も萎縮して不妊やインポテンツの原因となる可能性もあります。

未成年者が飲酒してはいけない理由を整理すると次のようになります。

① 未成年者は酒に対する自分の体質を知らない上に、周囲の雰囲気に影響される傾向が強いため、無理に飲酒することも多く、急性アルコール中毒を起こしやすい。

② 酒が体に及ぼす影響を大人に比べて受けやすい。すなわち、成長期にある体と成長を終えた体ではアルコールが及ぼす影響が異なり、大人より短期間でアルコールによる悪影響が生じる。

③ 子供の飲酒は、体の成長を妨げる。その他、性成長への影響もみられ、女子の場合では生理が不順になったり止まったりする。

④ 飲酒が判断を誤らせる原因になる。例えば、飲酒運転によるバイク事故やエイズ感染のおそれのある危険なセックスなどの原因となる。

⑤ 学校生活への悪影響、成績の低下、友人との交流への影響。

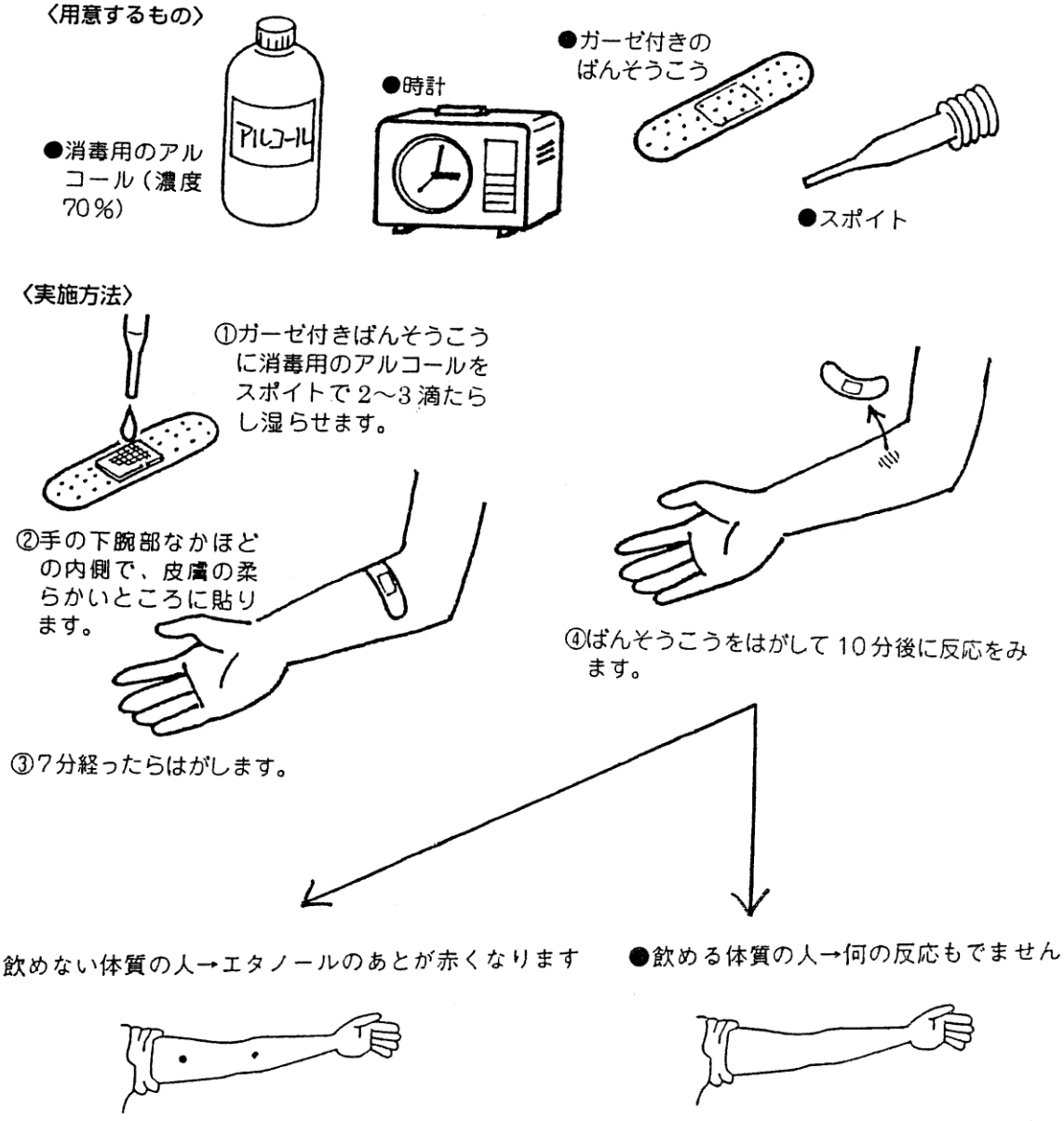
⑥ 大人に比べ依存がより早期に形成される。

⑦ ゲートウェイ・ドラッグになる。現在注目されている違法薬物を使用する人達のほとんどは、いきなりこのような薬物を使用するようになったのではなく、飲酒や喫煙から始めることがほとんどである。

（注）ゲートウェイ・ドラッグとは、薬物へ通じる入り口をいいます。

⑧ 法律で禁止されている。未成年者飲酒禁止法の軽視は、飲酒に限らず法律そのものに対する子供の法律軽視につながることが危惧される。

【参考】エタノールパッチテストの方法



a．ばんそうこうをはがした直後に赤くなっている人はＡＬＤＨ２不活性型でお酒が飲めない体質です。

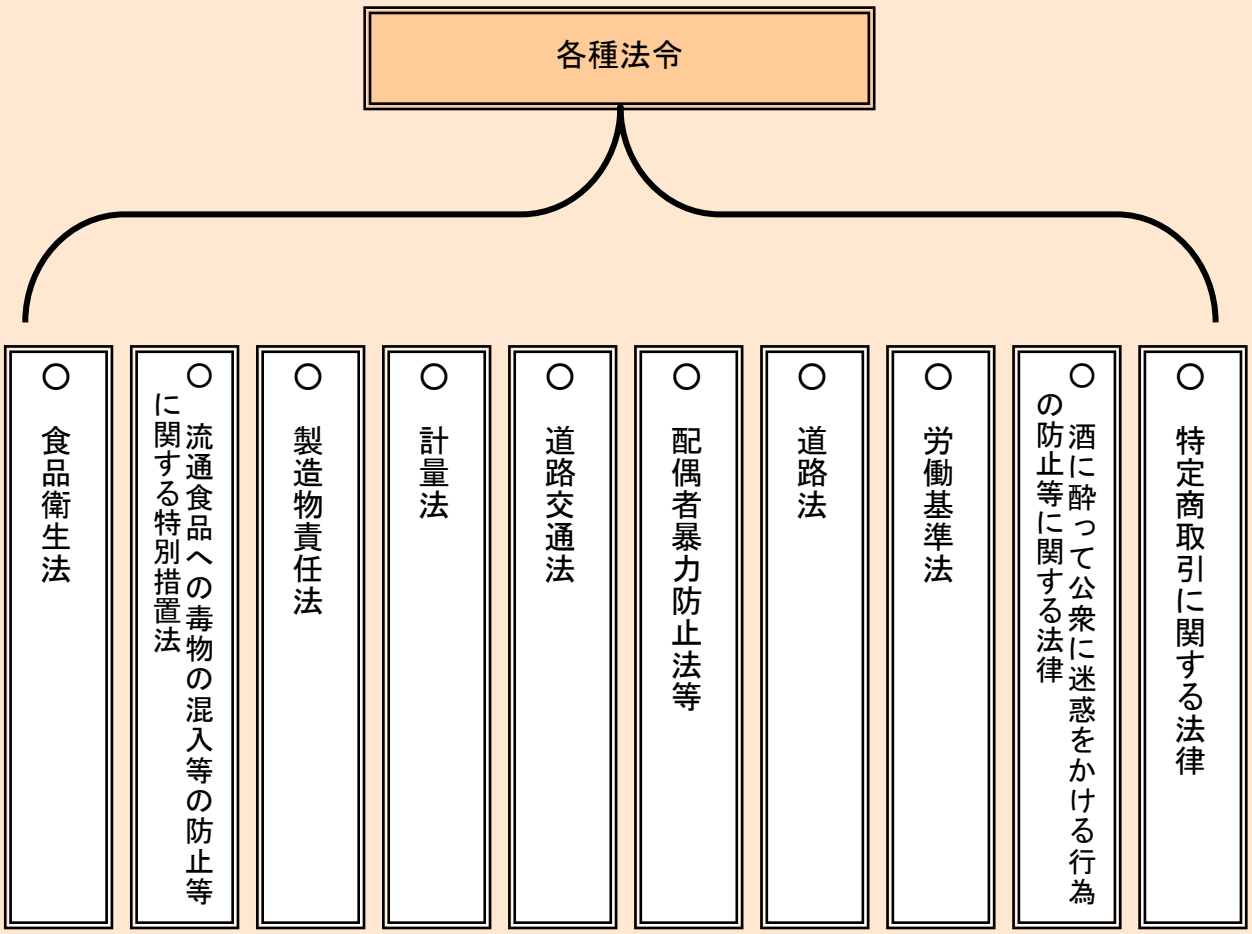
b．ばんそうこうをはがした直後は赤くなっていなかったが、10分後には赤くなっている人はＡＬＤＨ２低活性型でお酒に弱い体質です。

c．ばんそうこうをはがした10分後、肌の色に変化がない人はＡＬＤH2活性型でお酒に強い体質です。飲みすぎに注意して下さい。このパッチテスト形式の体質判定テストは個人のアルコールに対する体質を知らせる事ができるだけでなく、①アルコール依存症やアルコール関連疾患、急性アルコール中毒のリスク②妊娠中の飲酒のリスク③女性や高齢者は害を受けやすい事④健康日本２１での飲酒の目安としての１単位の紹介等についても住民に注意を喚起する方法として効果的です。

（出典）保健指導マニュアル作成検討会報告（平成14年3月・厚生労働省健康局）

第３章　参考法令

この章では、酒類販売に関連して、知っておいていただきたい各種法令について説明しています。



１ 食品衛生法

(1) 販売等に関する一般的な規制

イ　食品の安全衛生を確保するためには、食品自体が清潔かつ衛生的であることはもちろんのこと、食品の生産から流通、消費に至るすべての過程で、食品に接触する物や食品に対する取扱いが清潔かつ衛生的でなければなりません。そこで、食品衛生法第５条では、食品の「清潔で衛生的」な取扱いを食品営業者に義務付けています。

なお、食品衛生法は食品全般に適用されますので、酒類についても食品衛生法の適用を受けることになります。

ロ　本来、不衛生な食品は廃棄すべきものであり、不衛生な食品を製造し販売することは絶対に行ってはいけません。食品衛生法第６条では、人の健康を損なうおそれがある食品等を規定し、それらの販売（不特定又は多数の者に授与する販売以外の場合を含みます。）、製造、輸入、加工等を禁止しています。食品衛生法第６条において販売等が禁止されている食品とは次の４つのものです。

① 腐敗したり変敗したもの又は未熟であるもの。ただし、一般に人の健康を損なうおそれがなく飲食に適すると認められているものは除かれています。このただし書きには発酵させて製造された、くさや、納豆、みそ、酒などがあります。

② 有毒な物質や有害な物質が含まれたり、付着したり、又はこれらの疑いがあるもの。ただし、人の健康を損なうおそれがない場合として、厚生労働大臣が定める場合は除きます。

③ 病原微生物により汚染され、又はその疑いがあり、人の健康を損なうおそれがあるもの。細菌性食中毒の原因食品は典型的な例といえます。

④ 不潔、異物の混入又は添加その他の事由により、人の健康を損なうおそれがあるもの。

なお、食品営業者が不衛生な食品を販売したり、販売の用に供するため製造、輸入、使用等を行った場合、食品衛生法第 54 条、第 55 条及び第 56 条の規定により、当該食品の廃棄、許可の取消し、営業の禁停止等の行政処分を命じられることがあります。

(2) 事業者の責務

食品衛生法第３条の規定に基づき、食品等事業者は自らの責任においてその食品等の安全性を確保するため、

① 食品等の安全性の確保に係る知識及び技術の習得

② 原材料の安全性の確保及び自主検査の実施

③ 仕入元等の記録の作成・保存

等を行うこととされています。

これらの事業者の責務は努力義務であり、直ちに罰則が適用されるものではありませんが、食品の安全確保のために事業者の自主的な取組を求めるものであり、必要に応じて保健所等から指導等が行われます。

２ 流通食品への毒物の混入等の防止等に関する特別措置法

公衆に販売される飲食物（以下「流通食品」といいます。）の製造（採取及び加工を含みます。）、輸入又は販売を業とする者は、流通食品に毒物が故意に混入、添加、塗布されること及び毒物が混入、添加、塗布された飲食物が故意に他の流通食品と混在させられることの防止に努めるとともに、毒物の混入等があったことを知ったときは、直ちにその旨を警察官等に届け出なければならないこととされています。

また、国又は地方公共団体が講ずる流通食品への毒物の混入等の防止に関する施策に対しても協力することが求められています。

３ 製造物責任法

(1) 法律の趣旨等

イ　製品関連事故における被害者の円滑かつ適切な救済という観点から、損害賠償に関するルールを民法一般原則である「過失」責任から「欠陥」責任に転換することにより、被害者の立証負担を軽減することを目的として製造物責任法が制定されました。

（注）製造物責任法は、故意又は過失を責任要件とする不法行為（民法第 709 条）の特則として、欠陥を責任要件とする損害賠償責任を規定したものです。

ロ　製品の欠陥に起因する事故が発生した場合の被害救済については、同法により、製造者等が自ら製造、加工、輸入し、又は一定の表示をし、引き渡した製造物の欠陥によって、人の生命、身体又は財産に被害が生じたときは、原則として、過失の有無にかかわらず、これによって生じた損害を賠償する責めに任ずるものとされています。

ハ　一般に製造物の欠陥は、その発生過程に応じて、①製造上の欠陥、②設計上の欠陥、③指示・警告表示上の欠陥、の三類型に分類されることから、製品そのものの欠陥だけでなく、酒類の容器・包装に適切な指示・警告表示をしなかった場合にも製造物責任法上の賠償責任が問われる場合があります。

(2) 酒類の指示・警告表示の在り方

酒類の指示・警告表示の在り方については、「酒類の指示・警告表示の在り方について（中間報告）」（平成７年６月中央酒類審議会表示部会）において、基本的考え方及び記載事項について次のように提言されています。

（注）中央酒類審議会は国税庁に設置されていたものであり、他の審議会とともに、平成 13 年に国税審議会に統合されています。

イ　基本的考え方

酒類は致酔性を有する飲料であり、飲酒についての通常の危険を指示・警告表示していないからといって、必ずしも製造物責任法上の指示・警告上の欠陥に該当するとは限りません。

しかし、酒類の指示・警告表示が欠陥に該当し、これにより人の生命、身体又は財産を侵害した場合には、過失の有無にかかわらず、酒類製造業者等はこれにより生じた損害を賠償する責任を負うことになります。

（注）「飲酒についての通常の危険」の指示・警告の例：過度の飲酒は健康上問題がある旨、依存性がある旨、一時大量摂取により急性アルコール中毒になる旨等

ロ　指示・警告表示をした方が望ましい記載事項

(ｲ) 酒類であることの表示

清涼飲料と見間違う絵・図柄等がデザインされた酒類については、酒類の容器の前面に当該商品が「酒」であることを大きく、見やすく表示するとともに、子供にも理解しやすいように漢字にはふりがなを付す等の工夫をすることが望ましい。また、アルコール分の表示については、文字を大きく、かつ、容器の前面に表示することが望ましい。

(ﾛ) 未成年者飲酒防止のための表示

「未成年者の飲酒は禁じられています。」、「お酒は 20 歳になってから」等の表示を、業務用等の特殊容器を除く容器に表示することが望ましい。

（注）「未成年者の飲酒防止に関する表示基準」（国税庁告示）により、平成９年７月以降、酒類の容器及び包装には、「未成年者の飲酒は法律で禁じられています」、「お酒は 20 歳になってから」等の表示をすることとされています。

(ﾊ) その他の表示

○　お燗機能付きの酒類については、お燗の仕方等の注意事項を文章で表示するとともに、分かりやすく図解により説明することが望ましい。

○　電子レンジ等でお燗をすることが想定される酒類については、キャップをはずしてからお燗する等その取扱いについて表示することが望ましい。

○　品質保存のため冷蔵保存することが必要な酒類については、「要冷蔵」等の保存方法を表示することが望ましい。

○　スパークリングワイン等の高圧の炭酸ガス入りの酒類については、開栓時の注意事項を表示することが望ましい。

○　1.8L びんの二重王冠の酒類については、開封時の注意事項を表示することが望ましい。

《参考》製造物責任法の制定後、初めて製造物責任を肯定した裁判例

名古屋地裁（平成 11 年６月 30 日）

Ｘは、Ｙが経営するファースト・フード店でハンバーガー、フライド・ポテト、オレンジジュースを購入し飲食したが、オレンジジュースを飲んだ後吐血した。Ｘは、オレンジジュースに異物が混入しており、この異物によって負傷したと主張したものである。

この事例における判決は、オレンジジュースの製造工程、販売、飲食の経過を詳細に認定した上で、「オレンジジュースに異物が混入する可能性は否定できない」とし、「オレンジジュースが通常

有すべき安全性を欠いていたことから、オレンジジュースには製造物責任法上の「欠陥」があると認められる」と判断し、Ｙに慰謝料等の支払いを命じた。

４ 計量法

(1) 特定商品の計量

酒類ほか政令で指定されている 29 品目（「特定商品」といいます。）の販売業者は、物象の状態の量（以下「特定物象量」といい、特定商品ごとに政令で定められています。酒類の場合は体積。）を法定計量単位（酒類の場合はリットル又はミリリットル）で示して販売するときは、政令で定める誤差（「量目公差」といいます。）を超えないように計量しなければならないとされています。

（参考）政令で定める誤差

表　示　量	誤　　差
５ミリリットル以上 50 ミリリットル以下	４パーセント
50 ミリリットルを超え 100 ミリリットル以下	２ミリリットル
100 ミリリットルを超え 500 ミリリットル以下	２パーセント
500 ミリリットルを超え１リットル以下	10 ミリリットル
１リットルを超え 25 リットル以下	１パーセント

（注）酒類については、５ミリリットルから５リットルまでの範囲内で量目公差が適用されます。

(2) 密封をした特定商品に係る特定物象量の表記

酒類ほか政令で定める特定商品の販売の事業を行う者は、その特定商品を密封するときは、量目公差を超えないようにその特定物象量の計量をして、その容器又は包装に経済産業省令で定めるところによりこれを表記しなければならないこととされています。

（注）密封するとは、容器又は包装又はこれらに付した封紙を破棄しなければ量を増加、又は減少することができないようにすることをいいます。いわゆるラップ包装では、皿をストレッチフイルム等で覆い、フイルム自体又はフイルムと皿とが融着しているもの又は包装する者が特別に作成したテープで止めているものをいいます。

(3) 輸入した特定商品に係る特定物象量の表記

酒類のほか政令で定める特定商品の輸入事業者は、密封をされた特定商品を輸入して販売するときは、量目公差を超えないように計量をされた特定物象量が経済産業省令で定めるところにより、その容器又は包装に表記されたものを販売しなければならないこととされています。

(4) 勧告等

(1)から(3)の規定が遵守されないため、その特定商品を購入する者に不利益を与えるおそれがあると認められるときは、都道府県知事又は特定市町村の長は、これらの者に対し、必要な措置をとるべきことを勧告することができ、その勧告に従わない場合には、その旨を公表することができるとされています。更に、その勧告を受けた者が、正当な理由がなくその勧告に係る措置をとらなかった場合には、その者に対し、

その勧告に係る措置をとるべきことを命ずることができ、違反した者は 50 万円以下の罰金刑に処せられます。

(5) 特定計量器の定期検査

検定証印や基準適合証印のついた正確なはかりも、使用しているうちに誤差が生じる場合があります。

そこで、商店などで取引又は証明に使用されているはかりは、２年に１度、定期検査を受けることが義務付けられています。

この定期検査は、主に都道府県、特定市等が行いますが、国家資格をもった計量士も行っています。

定期検査に合格したはかりには合格した年月が表示された「定期検査済証印」が貼られます。この証印（ステッカー）が貼られていないはかりや定期検査に合格した年月から２年が経過したはかりは、取引又は証明に使用できません。

定期検査を受けないで、はかりを取引又は証明に使用した場合には、50 万円以下の罰金に処せられます。

５　道路交通法

(1) 酒気を帯びて車両等を運転することは道路交通法で禁止されています。

（注）１　身体に道路交通法施行令で定める程度以上にアルコールを保有している状態で車両等を運転した場合については、酒気帯び運転として処罰されます。
　道路交通法施行令で定める身体に保有するアルコールの程度は、血液１ミリリットルにつき 0.3 ミリグラム以上又は呼気１リットルにつき 0.15 ミリグラム以上となっています。

２　酒に酔った状態（アルコールの影響により正常な運転ができないおそれがある状態）で車両等を運転した場合については酒酔い運転として処罰されます。

(2) 酒気帯び運転をした者は、３年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金に処されます。

また、酒酔い運転をした者は、５年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金に処されます。

(3) 酒気を帯びて車両等を運転するおそれのある者に対して酒類を提供すること、飲酒を勧めることは道路交通法で禁じられています。

（注）飲酒運転同乗者及び酒類提供行為者のうち、運転者が酒気帯びの場合には、２年以下の懲役又は 30 万円以下の罰金、運転者が酒酔いの場合には、３年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金に処されます。また、車両提供者の場合は、運転者が酒気帯びの場合には、３年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金、運転者が酒酔いの場合には、５年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金に処されます。

６　配偶者からの暴力の防止及び被害者の保護等に関する法律等

配偶者からの暴力（いわゆるＤＶ＝Domestic Violence）や児童虐待の背景には、成育歴や経済問題等の様々な要素があると指摘されていますが、アルコール問題もその背景因子の一つであると考えられています。

一方、配偶者からの暴力を受けている者を発見した者は、「配偶者からの暴力の防止及び被害者の保護等に関する法律」（いわゆる「配偶者暴力防止法」）の規定に基づき、

その旨を配偶者暴力相談支援センター又は警察官に通報するよう努めなければならないことが、国民一般の努力義務として定められています。また、児童虐待を受けたと思われる子供を発見した者は、「児童虐待の防止等に関する法律」の規定に基づき、速やかに児童相談所等に通告しなければならないことが、国民一般の義務として定められています。

アルコールが配偶者からの暴力や児童虐待に及ぼし得る影響を鑑みて、酒類小売業者においても、日頃から、これらの通告に対する意識を高めていく必要があります。

７　道路法

商品置場等を継続して道路（道路予定区域を含む。）に設けようとする場合には、道路管理者の許可を受けなければならないとされています（道路占用許可）。

道路管理者の許可を受けずにこれらの物件を道路上に設けた場合には、道路管理者から除却命令等の監督処分を受け、又は罰せられることがあります。

（注）道路占用許可は、道路の敷地外に余裕がなくやむを得ないものについて、道路の構造や交通への影響の有無等を踏まえて判断されるものとされています。

８　労働基準法

(1) 満 18 歳に満たない者を深夜業（午後 10 時から午前５時まで）に従事させることは法律で禁じられています。

(2) この禁止規定に違反した者は、６か月以下の懲役又は 30 万円以下の罰金に処されます。

（注）税務署においては、酒類の適正な販売管理の確保の観点から、酒類販売管理者がその選任された小売販売場に長時間不在となるときは、酒類の販売業務に従事する者の中から酒類販売管理者に代わる者を責任者として指名（成年者を指名することが望ましい）し、配置させるよう指導することとしており、特に夜間（23 時～翌日５時）については成年者とするよう指導することとしています。

９　酒に酔って公衆に迷惑をかける行為の防止等に関する法律

この法律では、「すべて国民は、飲酒を強要する等の悪習を排除し、飲酒についての節度を保つように努めなければならない。」とされています。

10　特定商取引に関する法律

酒類を通信販売により販売する場合には、「特定商取引に関する法律」により規制されます。

（注）通信販売とは、例えば新聞や雑誌、テレビ、インターネット上のホームページ（インターネット・オークションサイトを含む。）などによる広告や、ダイレクトメール、チラシ等を見た消費者が、郵便や電話、ファクシミリ、インターネット等で購入の申し込みを行う取引方法をいいます。

(1) 通信販売についての広告義務（法第 11 条）

「通信販売」を行う事業者は、その広告の中に以下の事項を表示する義務があります。

① 販売価格（送料についても表示が必要）
② 代金（対価）の支払い時期、方法
③ 商品の引渡時期
④ 商品の売買契約の申し込みの撤回又は解除に関する事項（返品の特約がある場合はその旨含む。）
⑤ 事業者の氏名（名称）、住所、電話番号
⑥ 事業者が法人であって、電子情報処理組織を利用する方法により広告をする場合には、当該事業者の代表者又は通信販売に関する業務の責任者の氏名
⑦ 申込みの有効期限があるときには、その期限
⑧ 販売価格、送料等以外に購入者等が負担すべき金銭があるときには、その内容及びその額
⑨ 商品に隠れた瑕疵がある場合に、販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容
⑩ 商品の販売数量の制限等、特別な販売条件があるときには、その内容
⑪ 請求によりカタログ等を別途送付する場合、それが有料であるときには、その金額
⑫ 電子メールにより商業広告を送る場合には、事業者の電子メールアドレス

(2) 誇大広告等の禁止（法第 12 条）

「通信販売」を行う事業者は、商品の提供条件について広告をするときは、商品の品質や商品の原産地などについて、著しく事実に相違する又は実際のものよりも著しく優良と誤認させる表示（誇大広告等）をすることが禁じられています。

(3) 未承諾者に対する電子メール広告の提供の禁止等（法第 12 条の３）

特定商取引法は、消費者があらかじめ承諾しない限り、事業者が電子メール広告を送信することを原則禁止しています。電子メール広告の提供について、消費者から承諾や請求を受けた場合は、最後に電子メール広告を送信した日から３年間、その承諾や請求があった記録を保存することが必要です。以下のような場合は、規制の対象外となります。

① 「契約の成立」「注文確認」「発送通知」などに付随した広告
② メールマガジンに付随した広告
③ フリーメール等に付随した広告

(4) 承諾等の通知（法第 13 条）

「通信販売」を行う事業者は、商品の売買契約の申込みを受け、かつ、代金の全部又は一部を受領したときは、遅滞なく、申込みを承諾する旨又はしない旨を書面、相手方の承諾を得たときは電子メール等により通知しなければいけません（遅滞なく商品を送付したときはこの限りでありません。）。

【参考】みんなで守る「飲酒運転を絶対にしない、させない」（警察庁ホームページより）
（http://www.npa.go.jp/koutsuu/kikaku/insyuunten/index.htm）

飲酒運転による交通事故は、平成 18 年８月に福岡県で幼児３人が死亡する重大事故が発生するなど大きな社会問題となりました。その後、各方面の取組や、平成 19 年の飲酒運転厳罰化、平成 21 年の行政処分強化などにより、飲酒運転事故は年々減少しているものの、近年では下げ止まり傾向にあり、依然として飲酒運転による悲惨な事故は後を絶ちません。

飲酒運転は極めて悪質・危険な犯罪です。

国民の皆さん一人一人が「飲酒運転を絶対にしない、させない」という強い意志を持ち、飲酒運転を根絶しましょう。

○　飲酒運転には厳しい行政処分と罰則が！

【行政処分】

酒酔い運転

（「酒酔い」とは、「アルコールの影響により車両等の正常な運転ができない状態」をいう。）

・　基礎点数 35 点
　免許取消し 欠格期間３年(※)

酒気帯び運転

・　呼気中アルコール濃度 0.15mg/l 以上 0.25mg/l 未満
　基礎点数 13 点
　免許停止 期間 90 日(※)

・　呼気中アルコール濃度 0.25mg/l 以上
　基礎点数 25 点
　免許取消し 欠格期間２年(※)

（※）前歴及びその他の累積点数がない場合

（※）欠格期間とは、運転免許が取り消された場合、運転免許を受けることができない期間

【罰則】

車両を運転した者

・　酒酔い運転をした場合
　５年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金

・　酒気帯び運転をした場合
　３年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金

車両を提供した者

・　（運転者が）酒酔い運転をした場合
　５年以下の懲役又は 100 万円以下の罰金

・　（運転者が）酒気帯び運転をした場合
　３年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金

<u>酒類を提供した者、飲酒をすすめた者又は同乗した者</u>

・　（運転者が）酒酔い運転をした場合
　３年以下の懲役又は 50 万円以下の罰金

・　（運転者が）酒気帯び運転をした場合
　２年以下の懲役又は 30 万円以下の罰金



○　飲酒運転はなぜ危険か？

～飲酒運転の死亡事故率（※）は飲酒なしの 7.8 倍（平成 27 年中）～

アルコールは“少量”でも脳の機能を麻痺させます！

飲酒運転は、ビールや日本酒などの酒類やアルコールを含む飲食物を摂取し、アルコール分を体内に保有した状態で運転する行為です。

アルコールには麻痺(まひ)作用があり、脳の働きを麻痺させます。一般に「酔う」とは、血中のアルコール濃度が高くなることにより、大脳皮質(理性や判断を司る部分)の活動をコントロールしている大脳下部の「網様体」が麻痺した状態を言います。お酒に酔うと、顔が赤くなる、多弁になる、視力が低下するなどの変化が現れ始め、さらに知覚や運転能力を司る部分が抑制されることにより、同じ話を繰り返したり、足元がふらついたりします。

このように、飲酒時には、安全な運転に必要な情報処理能力、注意力、判断力などが低下している状態になります。具体的には、「気が大きくなり速度超過などの危険な運転をする」、「車間距離の判断を誤る」、「危険の察知が遅れたり、危険を察知してからブレーキペダルを踏むまでの時間が長くなる」など、飲酒運転は事故に結びつく危険性を高めます。

また、酒に弱いと言われる人だけではなく、酒に強いと言われる人であっても低濃度のアルコールで運転操作等に影響を及ぼすことが各種調査研究により明らかになっていますので、

飲酒したら絶対に自動車を運転してはいけません！

（※）死亡事故率＝死亡事故件数÷交通事故件数×100

【参考資料】

- 「低濃度のアルコールが運転操作等に与える影響に関する調査研究」
  科学警察研究所交通安全研究室
- 「アルコールが運転に与える影響の調査研究」
  公益財団法人交通事故総合分析センター

○ 飲酒運転による交通事故の発生件数等

1．飲酒運転による死亡事故の発生状況

～飲酒運転による死亡事故は減少するも下げ止まり傾向～

飲酒運転による死亡事故は、201 件（構成率 5.6%、前年比－26 件、－11.5%）で、15 年連続の減少となりました。飲酒運転による死亡事故は、平成 14 年以降、累次の飲酒運転の厳罰化、飲酒運転根絶に対する社会的気運の高まり等により大幅に減少してきましたが、平成 20 年以降は減少幅が縮小し、下げ止まり傾向にあります。

2．飲酒運転による交通事故の発生状況

～飲酒運転による交通事故は減少するも下げ止まり傾向～

飲酒運転による交通事故は、3,864 件（構成率 0.8%）で、前年と比べて減少（前年比－291 件、－7.0%）しましたが、飲酒運転による死亡事故と同様に、平成 20 年以降は減少幅が縮小し、下げ止まり傾向にあります。

死亡事故率を飲酒有無別に見ると、

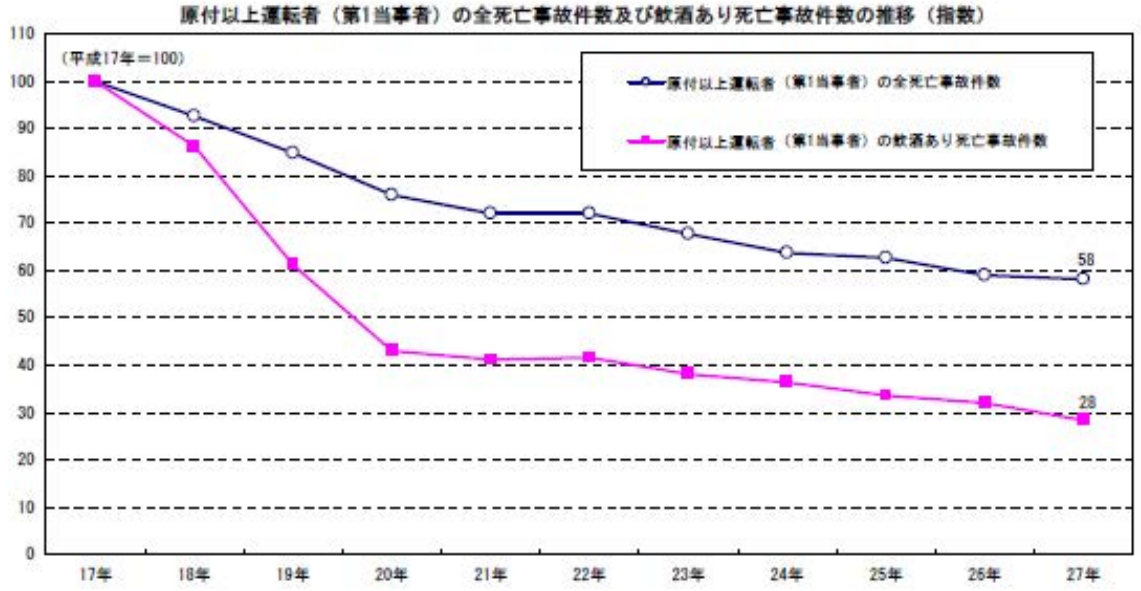
●飲酒運転の死亡事故率は飲酒なしの約 7.8 倍

●酒酔い運転の死亡事故率は飲酒なしの約 18.3 倍

と極めて高く、飲酒運転による交通事故は死亡事故につながる危険性が高いことが分かります。

- 飲酒運転による交通事故関連統計（平成 27 年中）

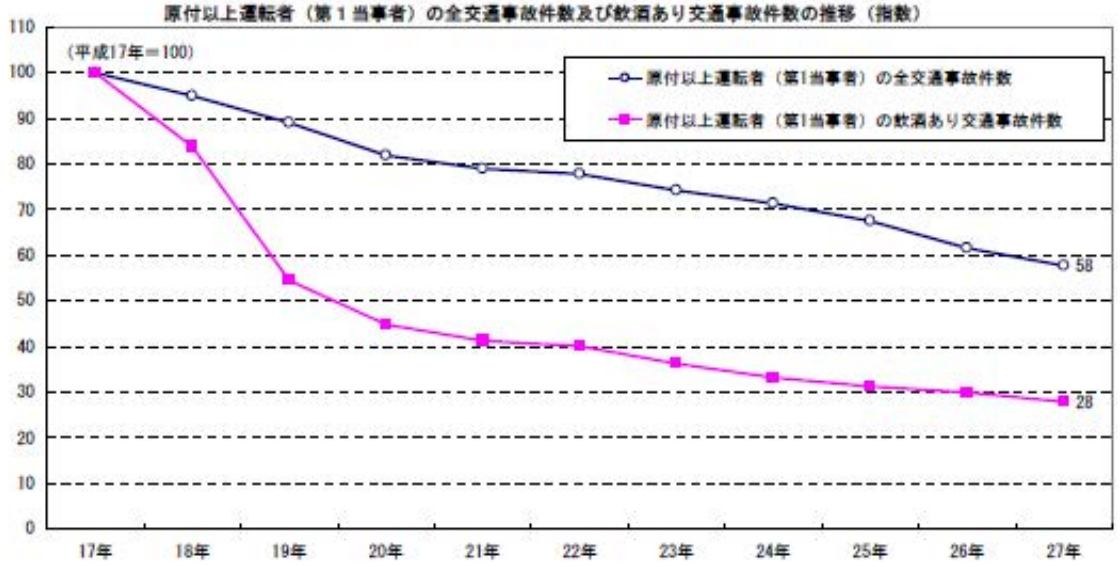
◎　原付以上運転者（第1当事者）の飲酒別死亡事故件数の推移



飲酒別 ＼ 年		17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年	26年	27年	増減数	増減率	構成率	指数
飲酒あり	酒酔い	146	129	82	54	57	35	44	36	25	31	21	−10	−32.3	0.6	14
	酒気帯び(0.25以上)	301	275	230	167	171	171	143	146	151	120	105	−15	−12.5	2.9	35
	酒気帯び(0.25未満)	77	54	41	30	19	25	21	21	14	25	24	−1	−4.0	0.7	31
	基準以下	78	82	38	23	23	31	36	27	20	30	32	2	6.7	0.9	41
	検知不能	107	72	43	31	22	33	26	28	28	21	19	−2	−9.5	0.5	18
	小計	709	612	434	305	292	295	270	258	238	227	201	−26	−11.5	5.6	28
	飲酒あり構成率	11.5	10.7	8.3	6.5	6.6	6.6	6.5	6.6	6.2	6.2	5.6	−	−	−	49
飲酒なし		5,338	5,014	4,728	4,327	4,103	4,109	3,860	3,635	3,593	3,378	3,356	−22	−0.7	93.6	63
調査不能		118	87	69	54	47	40	48	38	34	34	28	−6	−17.6	0.8	24
全飲酒別		6,165	5,713	5,231	4,686	4,442	4,444	4,178	3,931	3,865	3,639	3,585	−54	−1.5	100.0	58

注1　増減数（率）は、平成26年と比較した値である。
　2　指数は、平成17年を100とした場合の平成27年の値である。
　3　「原付以上運転者」とは、自動車、自動二輪車及び原動機付自転車の運転者をいう。
　4　「第1当事者」とは、事故当事者のうち最も過失の重い者をいう。
　5　「酒酔い」の件数は、交通事故に最も影響を与えている法令違反別の分類による件数とは一致しない。

◎　原付以上運転者（第1当事者）の飲酒別交通事故件数の推移



飲酒別＼年		17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年	26年	27年	増減数	増減率	構成率	指数
飲酒あり	酒酔い	657	565	396	336	304	254	250	240	212	270	238	-32	-11.9	0.0	36
	酒気帯び(0.25以上)	7,235	6,055	3,959	3,351	3,191	3,185	2,786	2,655	2,528	2,421	2,189	-232	-9.6	0.4	30
	酒気帯び(0.25未満)	2,087	1,743	1,248	1,019	943	892	826	703	636	571	565	-6	-1.1	0.1	27
	基準以下	2,631	2,369	1,432	1,188	1,024	1,025	961	835	787	722	697	-25	-3.5	0.1	26
	検知不能	1,268	895	527	325	264	205	207	172	171	171	175	4	2.3	0.0	14
	小計	13,878	11,627	7,562	6,219	5,726	5,561	5,030	4,605	4,334	4,155	3,864	-291	-7.0	0.8	28
	飲酒あり構成率	1.6	1.4	1.0	0.9	0.8	0.6	0.8	0.7	0.7	0.8	0.8	－	－	－	48
飲酒なし		868,594	826,490	778,888	716,794	691,859	681,835	650,477	625,648	591,915	539,753	505,882	-33,871	-6.3	99.2	58
調査不能		1,258	975	781	600	544	515	460	472	409	371	304	-67	-18.1	0.1	24
全飲酒別		883,730	839,092	787,231	723,613	698,129	687,911	655,967	630,725	596,658	544,279	510,050	-34,229	-6.3	100.0	58

注１　増減数（率）は、平成26年と比較した値である。
　２　指数は、平成17年を100とした場合の平成27年の値である。
　３　「原付以上運転者」とは、自動車、自動二輪車及び原動機付自転車の運転者をいう。
　４　「第1当事者」とは、事故当事者のうち最も過失の重い者をいう。
　５　「酒酔い」の件数は、交通事故に最も影響を与えている法令違反別の分類による件数とは一致しない。

○　飲酒運転の根絶に向けた取組の広がり

警察では、飲酒運転の取締りを強力に行うとともに、飲酒運転の危険性及び交通事故実態について積極的に広報するほか、飲酒が運転等に与える影響について理解を深めるため、運転シミュレーターや飲酒体験ゴーグルを活用した参加・体験・実践型の交通安全教育を推進しています。

また、酒類の製造・販売業、酒類提供飲食業等の業界に対して飲酒運転を抑止するための取組を要請するほか、（一財）全日本交通安全協会等が推進している「ハンドルキーパー運動」への参加を国民に呼び掛けるなど、関係機関・団体等と連携して「飲酒運転を許さない社会環境づくり」に取り組んでいます。

・「ハンドルキーパー運動」にご協力下さい！

「ハンドルキーパー運動」とは、「グループが自動車で飲食店などに行き飲食する場合、グループの中でお酒を飲まない人（ハンドルキーパー）を決め、その人はお酒を飲まずに、飲食後、仲間を安全に自宅まで送り届ける。」という飲酒運転防止運動です。



参考資料

1　酒税収入の累年比較

年度	国税収入		酒税収入			間接税
	総額	対前年比	収入額	対前年比	対国税収入	比率
昭和	億円	%	億円	%	%	%
50	145,042	92.1	9,140	108.7	6.3	30.7
55	283,688	113.7	14,243	97.5	5.0	28.9
56	304,551	107.4	16,639	116.8	5.5	29.9
57	320,031	105.1	17,713	106.5	5.5	29.2
58	341,621	106.7	18,126	102.3	5.3	29.0
59	367,748	107.6	18,600	102.6	5.1	28.5
60	391,502	106.5	19,315	103.8	4.9	27.2
61	428,510	109.5	19,725	102.1	4.6	26.9
62	478,068	111.6	20,815	105.5	4.4	26.7
63	521,938	109.2	22,021	105.8	4.2	26.8
平成元	571,361	109.5	17,861	81.1	3.1	25.8
2	627,798	109.9	19,350	108.3	3.1	26.3
3	632,110	100.7	19,742	102.0	3.1	26.7
4	573,964	90.8	19,610	99.3	3.4	29.3
5	571,142	99.5	19,524	99.6	3.4	30.6
6	540,007	94.5	21,127	108.2	3.9	33.4
7	549,630	101.8	20,610	97.6	3.8	33.9
8	552,261	100.5	20,707	100.5	3.7	34.7
9	556,007	100.7	19,619	94.7	3.5	36.6
10	511,977	92.1	18,983	96.8	3.7	40.7
11	492,139	96.1	18,717	98.6	3.8	42.8
12	527,209	107.1	18,164	97.0	3.4	38.7
13	499,684	94.8	17,654	97.2	3.5	40.5
14	458,442	91.7	16,804	95.2	3.7	43.7
15	453,694	99.0	16,842	100.2	3.7	43.9
16	481,029	106.0	16,599	98.6	3.5	41.8
17	522,905	108.7	15,853	95.5	3.0	39.7
18	541,169	103.5	15,473	97.6	2.9	38.1
19	526,558	97.3	15,242	98.5	2.9	38.6
20	458,309	87.0	14,614	95.9	3.2	42.3
21	402,433	87.8	14,168	96.9	3.5	47.1
22	437,074	108.6	13,893	98.1	3.2	43.7
23	451,754	103.4	13,693	98.6	3.0	42.8
24	470,492	104.1	13,496	98.6	2.9	41.3
25	512,274	108.9	13,709	101.6	2.7	39.2
26	578,492	112.9	13,276	96.8	2.3	43.2
27	599,694	103.7	13,380	100.8	2.2	44.0
28	593,159	98.9	13,590	101.6	2.3	43.2

（注）国税には、特別会計分を含み、平成27年度までは決算額、平成28年度は補正後予算額である。

2 酒類課税数量の推移(国税局分及び税関分の合計)

年度 / 品目	平17	22	25	26	27			
						対17年度比	対22年度比	対前年度比
	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	kℓ	%	%	%
清酒	729,785	602,715	587,461	554,857	554,029	75.9	91.9	99.9
合成清酒	65,174	44,074	37,792	35,107	34,147	52.4	77.5	97.3
連続式蒸留焼酎	504,606	462,241	439,393	404,969	399,691	79.2	86.5	98.7
単式蒸留焼酎	539,284	508,139	511,976	476,967	485,539	90.0	95.6	101.8
みりん	111,747	107,213	105,659	104,141	107,956	96.6	100.7	103.7
ビール	3,641,921	2,942,565	2,841,702	2,713,719	2,764,195	75.9	93.9	101.9
果実酒	256,680	274,049	364,260	369,326	378,979	147.6	138.3	102.6
甘味果実酒	7,271	6,707	8,854	9,996	8,526	117.3	127.1	85.3
ウイスキー	83,753	95,792	109,575	121,522	142,154	169.7	148.4	117.0
ブランデー	10,299	6,860	6,366	6,267	6,194	60.1	90.3	98.8
発泡酒	1,698,770	966,500	761,486	782,642	767,184	45.2	79.4	98.0
リキュール	769,738	1,916,996	2,267,690	2,123,897	2,165,698	281.4	113.0	102.0
スピリッツ等	82,510	302,684	374,789	444,198	500,321	606.4	165.3	112.6
その他の醸造酒等	1,047,486	726,031	622,557	550,167	521,806	49.8	71.9	94.8
合計	9,549,028	8,962,580	9,039,565	8,697,779	8,836,409	92.5	98.6	101.6

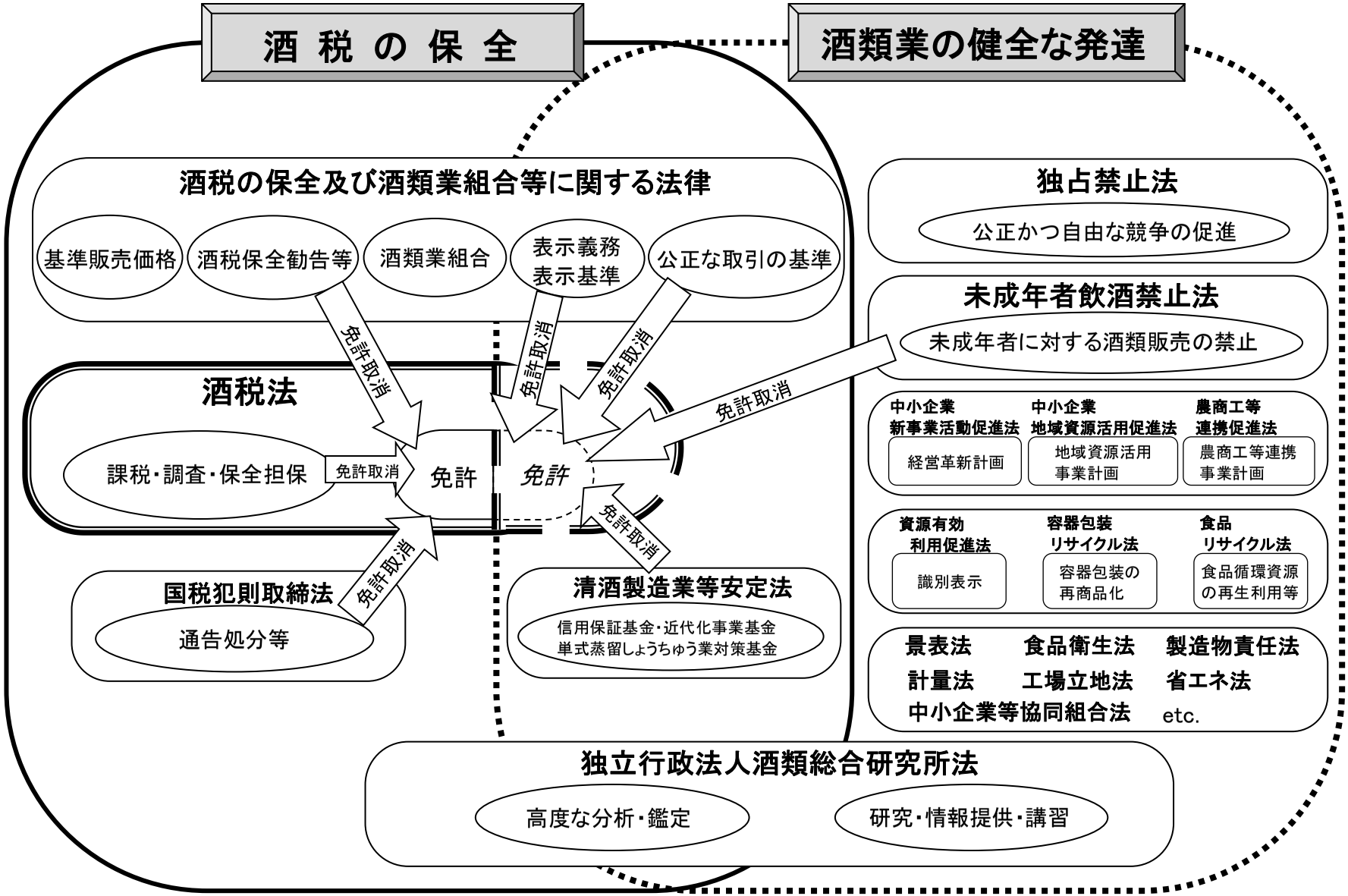
(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報書」(4月～翌年3月)によった。
2 品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
3 平成17年度以前の品目別課税数量は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の課税数量である。
4 スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

3　酒税課税額の推移(国税局分及び税関分の合計)

品目＼年度	平17	22	25	26	27			
						対17年度比	対22年度比	対前年度比
	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	%	%	%
清酒	91,771	68,845	67,543	63,646	63,489	69.2	92.2	99.8
合成清酒	5,014	4,344	3,760	3,491	3,392	67.7	78.1	97.2
連続式蒸留焼酎	118,501	109,536	104,163	95,915	94,613	79.8	86.4	98.6
単式蒸留焼酎	127,415	121,255	122,707	114,189	116,093	91.1	95.7	101.7
みりん	2,376	2,145	2,111	2,082	2,159	90.9	100.7	103.7
ビール	806,775	646,281	623,910	595,739	606,792	75.2	93.9	101.9
果実酒	16,951	21,721	28,893	29,256	30,089	177.5	138.5	102.8
甘味果実酒	852	863	1,071	1,187	1,052	123.5	121.9	88.6
ウイスキー	31,752	35,817	39,210	42,144	49,049	154.5	136.9	116.4
ブランデー	4,103	2,645	2,454	2,411	2,387	58.2	90.2	99.0
発泡酒	228,100	129,672	102,399	105,477	103,441	45.3	79.8	98.1
リキュール	67,364	159,047	187,607	187,321	178,582	265.1	112.3	95.3
スピリッツ等	10,871	28,433	34,793	40,135	44,610	410.4	156.9	111.1
その他の醸造酒等	73,052	58,514	50,213	44,407	42,102	57.6	72.0	94.8
合計	1,584,895	1,389,117	1,370,836	1,327,401	1,337,849	84.4	96.3	100.8

(注)　1　本表は、主として「国税庁統計年報書」（４月～翌年３月）によった。
　　2　品目は、平成18年度改正後の酒税法の品目によった。
　　3　平成17年度以前の品目別課税額は、現行の品目に対応する平成18年度改正前の酒税法の種類又は品目の課税額である。
　　4　スピリッツ等には原料用アルコールを含み、その他の醸造酒等には粉末酒及び雑酒を含む。

4　酒類をめぐる法体系


酒 税 の 保 全
酒類業の健全な発達
酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律
基準販売価格
酒税保全勧告等
酒類業組合
表示義務
表示基準
公正な取引の基準
免許取消
免許取消
免許取消
免許取消
酒税法
課税・調査・保全担保
免許取消
免許
免許
免許取消
免許取消
国税犯則取締法
通告処分等
清酒製造業等安定法
信用保証基金・近代化事業基金
単式蒸留しょうちゅう業対策基金
独占禁止法
公正かつ自由な競争の促進
未成年者飲酒禁止法
未成年者に対する酒類販売の禁止
中小企業
新事業活動促進法
経営革新計画
中小企業
地域資源活用促進法
地域資源活用
事業計画
農商工等
連携促進法
農商工等連携
事業計画
資源有効
利用促進法
識別表示
容器包装
リサイクル法
容器包装の
再商品化
食品
リサイクル法
食品循環資源
の再生利用等
景表法
食品衛生法
製造物責任法
計量法
工場立地法
省エネ法
中小企業等協同組合法
etc.
独立行政法人酒類総合研究所法
高度な分析・鑑定
研究・情報提供・講習

日本酒ラベルの用語事典

おいしい日本酒を
選ぶために



日本酒ラベルには何が書いてあるのでしょう？

❶から❽は実は法令等で表示が義務づけられているのです。
この他、生酒の保存・飲用上の注意、外国産清酒などの表示も義務づけられています。



❶ **アルコール分**

❷ **原材料名**
（水は書かないことになっている）

❸ **精米歩合**
（特定名称酒の場合のみ）

❹ **品目**
（「日本酒」と書くことも可）

❺ **内容量**

❻ **製造時期**

❼ **製造者の名称及び製造場所在地**

❽ **未成年者飲酒防止の注意**

❾ **特定名称**
（吟醸、純米、本醸造）

❿ **原料米の品種**

❾から⓬は法令等で決められた要件を満たすときだけ表示できます。
他に貯蔵年数、品質優良をうたう語、有機米使用なども表示の要件が定められています。



⓫ **産地名**

⓬ **酒の特徴を示す語句**
（原酒、生酒、生貯蔵酒、生一本、樽酒）

⓭ **メーカーの独自格付け区分**
（メーカーが任意で表示する語句）

裏ラベル(ビンの裏側に貼ってあるのでこういいます)を貼った製品もよく見られます。主にその製品についての説明や品質を知る上で参考となる各種データが書いてあります。

製品の特徴
- 酒造好適米を贅沢に使いました
- 伝統の生もとを採用、手造りにこだわりました
- 旨味に富んだ辛口本醸造酒です

原料米	山田錦	精米歩合	60%
使用酵母	協会７０１号		

成分	日本酒度	＋5
	酸度	1.6
	アミノ酸度	1.6

甘辛

甘口	やや甘口	やや辛口	辛口

おすすめの飲み方

冷やして	室温	ぬる燗	熱燗
△	○	◎	○

酒類総合研究所
広島県東広島市鏡山3−7−1

用語事典 目次

原材料 …… 3
米：酒造好適米／心白／山田錦／五百万石／美山錦／雄町／精米歩合／麹米／掛米／高精白／高度精米
米こうじ／醸造アルコール／糖類／酸味料

製造年月 …… 5

成分 …… 5
アルコール分／日本酒度／酸度
アミノ酸度

特定名称 …… 7
特定名称／吟醸酒／純米酒／本醸造酒

格付け名称 …… 7
上撰

タイプ・呼称 …… 7
新酒／古酒／長期貯蔵酒／原酒
手造り／生酒／生貯蔵酒／生詰め酒／
貴醸酒／生一本／低アルコール酒／樽酒
冷やおろし／活性清酒

酒造用語 …… 11
酒母／生酛／山廃酛／速醸酛／酵母
協会酵母／家付酵母／もろみ／粕歩合
滓下げ
【その他の語】
活性炭／あらばしり／鑑評会／全国新酒鑑評会

商品ラベルを読んでお好みの日本酒を見つけていただく時の参考にと、ラベルに比較的よく使われる用語をピックアップしてこの用語事典をつくりました。

原材料

酒造好適米 しゅぞうこうてきまい 米

日本酒造りに適した性質をもつ酒造専用米品種の総称。食糧法では醸造用玄米という。ごはんで食べる米より大粒で心白があるものが多い。山田錦をはじめとした有名品種のほか、最近では各地で優秀な新品種が開発され、また、古い品種の復活もあって、日本酒のバラエティーを豊かにしている。全国で少なくとも96品種(平成23年)が栽培されている。

心白 しんぱく 米

米の中心部が白く不透明に見える状態またその部分をこう呼ぶ。心白があるのは酒造好適米にとって好ましい性質とされている。



山田錦 やまだにしき 米

代表的な酒造好適米品種。香りの高い大吟醸酒用として特に人気がある。昭和11年命名。

五百万石 ごひゃくまんごく 米

新潟、北陸中心に栽培されている酒造好適米の有名品種。昭和32年命名。

美山錦 みやまにしき 米

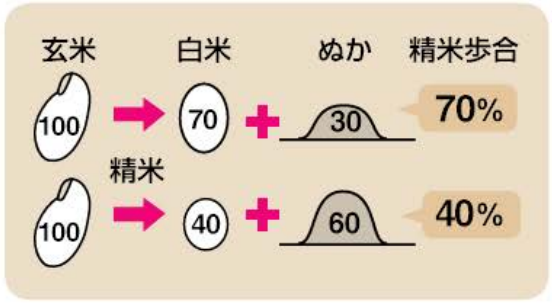
比較的耐冷性が強いので北日本で多く栽培されている酒造好適米。昭和53年命名。

雄町 おまち 米

酒造好適米の主要品種のなかでも古い品種。独特の「ふくらみ」をもつ酒になるので根強い人気がある。大正13年命名。

精米歩合 せいまいぶあい 米

精米工程で米をどれだけ精米したかを元の玄米の重量に対する白米重量の割合で示す数字。たとえば、精米歩合40%といえば、100kgの玄米を精米して40kgの白米にしたことを示す。



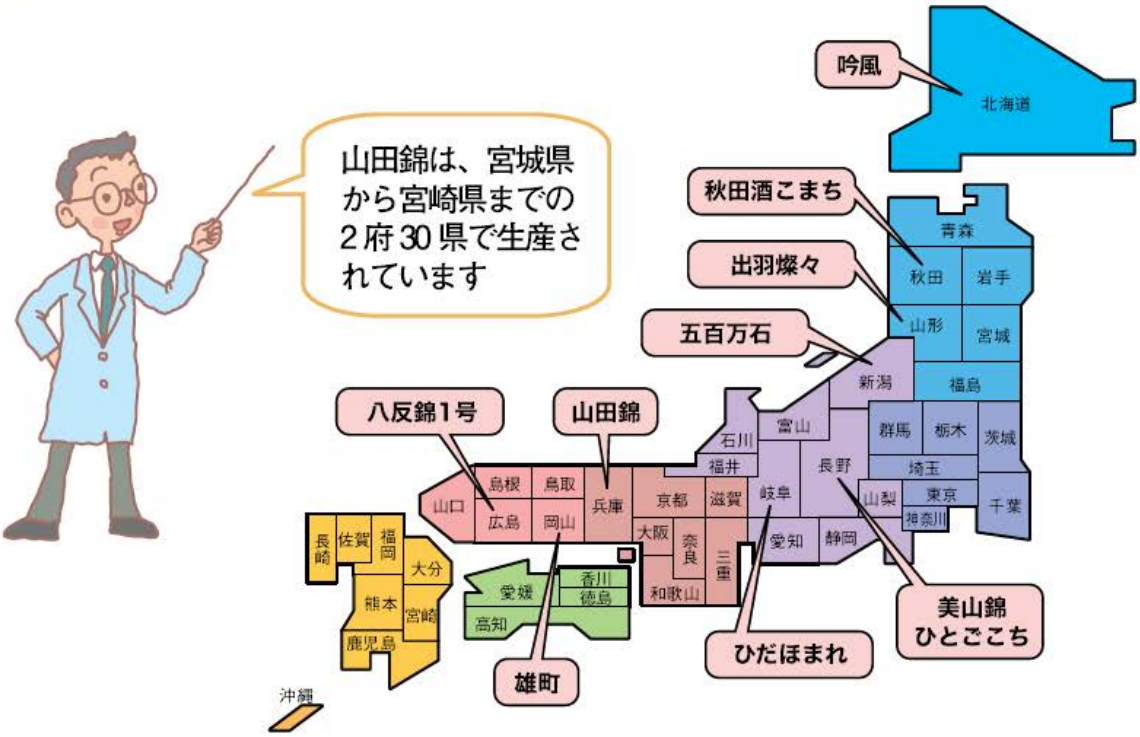


左から玄米、精米歩合70%、40%の白米

麹米 こうじまい 米

麹造りに使う原料米のこと。

酒造好適米の主な産地



酒造好適米の検査量　品種別ベスト3

	品種	主な産地	検査数量（トン）
1	山田錦	兵庫・岡山・福岡・徳島など	21,158
2	五百万石	新潟・富山・福井など	18,345
3	美山錦	長野・秋田・山形など	6,049

出典：平成24年度産（平成24年4月～25年3月）米の農作物検査結果（農林水産省・速報値）

Q 購入したあとの保存で注意する点は？



A 生酒は冷蔵庫に入れなるべく早く飲むこと。加熱殺菌(火入)した酒でもなるべく暗く涼しいところで保管したいものです。開栓したあとはお酒が空気に触れて次第に酸化して品質が落ちていきます。できれば冷蔵庫に入れておくことをおすすめします。



掛米 かけまい
米

麹米と対になる言葉で、こちらは蒸して酒母、もろみに掛ける（加える）米。

高精白 こうせいはく
米

高度に精米して米を白く磨いたという意味。したがって、精米歩合で表せば逆に低くなっているということになる。業界では良く使うことばだが、高精白＝低精米歩合というなんとも紛らわしい関係だ。

高度精米 こうどせいまい
米

高精白と同じ意味

米こうじ（米麹）
麹

米に麹菌を生やしたもの。麹菌がつくった酵素の働きで米を溶かしデンプンをブドウ糖に変えて酵母が食べられるようにする役割を持っている。



醸造アルコール
アルコール

サトウキビの糖蜜や穀類を醗酵、蒸留してつくられる。日本酒の香味を調整するために使われる。



糖類 とうるい
糖類

味の調整のために加える水飴やブドウ糖のこと。加えると原材料名に表示される。

酸味料 さんみりょう
酸味料

味を整えるために加える乳酸、コハク酸などのこと。加えると原材料名に表示される。

製造年月

清酒では原則として製品容器に詰めた年月を「製造年月」として表示することになっている。

成分

アルコール分

酒100ミリリットルに含まれるアルコールのミリリットル数。「度」で表す。

日本酒度 にほんしゅど

日本酒の比重を示す指標。（＋）になるほど糖分が少なく、（－）になるほど糖分が多い。

酸度 さんど

酸の量を示す指標。酸度が高いと味が濃く感じられる。また、甘みが隠されるため辛口になる。日本酒度とならんで日本酒の味を決める大事な成分指標だ。

アミノ酸度 あみのさんど

アミノ酸の量を示す指標。多ければ旨味の多い酒、少なければ淡いタイプといえる。

日本酒度と甘辛



日本酒度は清酒の比重を示すのに便利なように工夫された独特の尺度で、計量法という法律にも入っている由緒正しい単位です。15℃で測定し、4℃の水と同じ比重を日本酒度０として、それよりも軽いものはプラスの値、重いものはマイナスの値をとります。

糖分が多い酒は比重が重いので日本酒度はマイナスになります。反対に糖分が少ないと比重が軽いので日本酒度はプラスになります。しかし、酒の比重はアルコール分によっても大きく変わってしまうので、アルコール分が同じくらいの酒同士でないと日本酒度で糖分の多少の比較はできません。また、酸味があるとその分舌に感じる甘みが隠されてしまうため、糖分が同じでも酸味のつよい酒はより辛口になります。

日本酒の甘口、辛口は、糖分と酸のバランスで決まります。そのため、日本酒度だけで日本酒の甘辛を正確にあらわすことはちょっとむずかしいのです。日本酒度と酸度、または酒に含まれるぶどう糖の量と酸度から計算した数値を使って日本酒の甘辛の指標とすることもあります。

日本酒度＝（(1／比重)－1）×1443

ただし、比重は日本酒度を知りたい酒の比重（15℃/4℃）。

日本酒の成分（平均値）

	一般酒	吟醸酒	純米酒	本醸造酒
分析した試料数	538	532	500	473
アルコール分	15.5	16.0	15.5	15.5
日本酒度	+4.0	+4.2	+4.1	+5.2
酸度	1.2	1.3	1.5	1.3
アミノ酸度	1.3	1.3	1.5	1.4

国税庁・平成 22 年度全国市販酒類調査より

特定名称

特定名称 とくていめいしょう

国税庁が告示した「清酒の製法品質表示基準」に「特定名称」というものがある。10頁の表の各要件を満たしていればそれぞれの特定名称を表示できる。これはいわば国が決めた規格といえる。

吟醸酒 ぎんじょうしゅ

米を磨いて低温でじっくり醸造するいわゆる吟醸造りをした酒。むかしは品評会のために杜氏が技術の粋を尽くしてつくるもので、ほとんど市場に出ず酒の芸術品といわれた。最大の特徴は吟醸香と呼ばれる繊細でフルーティーな香り。吟醸香の高いものは、温めると香を損なうので普通は燗酒では飲まない。

純米酒 じゅんまいしゅ

米と米麹だけで造る酒。ふくよかな旨味のある酒が多い。味がしっかりしているので、お燗から冷や、オンザロック、お湯割りなどいろいろ楽しめる。

本醸造酒 ほんじょうぞうしゅ

いろいろなタイプがある。もろみを搾る前に少量のアルコールを加えて適度に味を調整しているのでお燗で軽快に飲めるものが多い。



格付け名称

上撰 じょうせん

以前の一級酒に相当するレベルの酒の呼称としてよく使われている語。

タイプ・呼称

新酒 しんしゅ

その年に造った酒のこと。フレッシュな味や香りが楽しめる。

古酒 こしゅ

前の年度か、さらに以前にできた酒をこう呼ぶ。熟成香となめらかな味わいが特長になる。

長期貯蔵酒 ちょうきちょぞうしゅ

長期間貯蔵し熟成させた酒。昔は日本酒は長期の熟成には向かないといわれていたが、製法の進歩などで、おいしく熟成させた日本酒が多くなった。吟醸酒タイプから味の濃いものまで、バラエティー豊か。○年貯蔵酒、秘蔵酒、大古酒などの名前で売られている。

原酒 げんしゅ

しぼってから水を加えていない酒。加水していないのでアルコール分が高く味が濃いものが多い。お湯や水で好みの濃さに割ってもおいしく飲める。

昔は級別制度で日本酒は特級、一級、二級にランク分けされていたが、平成4年にその制度が廃止になった。そのため、消費者が品選びで混乱しないようにメーカーがそれに代わる呼称として考え出したもので、各種ある。いちばん多いのは　特撰ー上撰ー佳撰という呼称で、それぞれ特級、一級、二級クラスに相当する。とくに一級クラスの製品には「上撰」と表示されていることが多い。ほかに、金○ー銀○、黒○ー青○など各メーカーが工夫した様々な独自の格付けがある。

日本酒度の測定

右の図のような浮き秤（日本酒度計）を15℃に温度調整した酒に浮かべて目盛りを読みます。



Q 日本酒はラベルに製造年月が書いてありますが、買うときにはやはりなるべく新しいものを選んだほうがいいのでしょうね？





A いえ、それほど神経質になる必要はありません。生酒はビールと同じようになるべく新しいものが良いといえますが、加熱殺菌（火入）をした製品ではよほど保管条件が悪くない限り2～3ヶ月で品質が劣化するようなことはありません。

タイプ
呼称

手造り てづくり

甑(こしき)で米を蒸し小蓋(こぶた)または箱で麹をつくり、酒母は生酛・山廃酛または速醸酛を使うなど伝統的な製法でつくられた純米酒あるいは本醸造酒。

生酒 なましゅ・なまざけ
生貯蔵酒 なまちょぞうしゅ
生詰め酒 なまづめしゅ

清酒はふつう出荷までに2回加熱殺菌(火入)をするが、この火入を一度もしていない酒を生酒といい、瓶詰め時1回火入をした酒を生貯蔵酒、貯蔵前の火入はするが瓶詰め時にしない酒を生詰酒と呼んで区別している。一般に熱をかけていない分フレッシュな香味の酒である。冷やして飲むのがよい。



貴醸酒 きじょうしゅ

酒類総合研究所の前身である醸造試験所で考案された、甘く独特のとろみのある酒。古文書「延喜式」にある古い酒の仕込み法「しおり」をヒントに、仕込み水の一部を清酒に代えて仕込むというユニークな製法が特徴。長期熟成酒、生酒などのバリエーションがある。

生一本 きいっぽん

自社の単一の製造場で醸造された純米酒であることを示す語。

低アルコール酒

アルコール度数の低い清酒のこと。消費者のライト志向にあわせて多くの商品が出ている。発泡性のもの、酸味や甘みに特徴を持たせたもの、にごり酒、樽酒など実にバラエティーに富んでいる。今後の注目商品のひとつだ。

樽酒 たるざけ

いったん杉樽に入れて樽の香をつけた酒。杉の香りが日本酒に合う。

冷やおろし ひやおろし

むかし、寒中に仕込んだ酒を貯蔵し、秋になって味が整ったところを火入せず冷やのまま樽詰め出荷したことからこのようにいわれる。近頃季節商品として復活した。生詰めでいたみやすいので店では冷蔵されることが多いが、常温からぬる燗で香味を楽しめるものが多い。

活性清酒 かっせいせいしゅ

清酒もろみを目の粗い布などで軽く漉しただけの濁った酒。にごり酒ともいう。もともとは酵母が生きており、ビン内で醗酵が続いているという意味でこの名が付いたが、今は酒質を安定させるため火入をしたものが多い。火入をしていないものは取り扱いに注意が必要なので、商品ラベルの説明をよく読んでほしい。

特定名称とその要件

特定名称	使用原料※1※2	精米歩合※3	こうじ米使用割合	香味等の要件※4
吟醸酒	米、米こうじ 醸造アルコール	60％以下	15％以上	吟醸造り、固有の香味、 色沢が良好
大吟醸酒	米、米こうじ 醸造アルコール	50％以下	15％以上	吟醸造り、固有の香味、 色沢が特に良好
純米酒	米、米こうじ	—	15％以上	香味、色沢が良好
純米吟醸酒	米、米こうじ	60％以下	15％以上	吟醸造り、固有の香味、 色沢が良好
純米大吟醸酒	米、米こうじ	50％以下	15％以上	吟醸造り、固有の香味、 色沢が特に良好
特別純米酒	米、米こうじ	60％以下または 特別な製造方法	15％以上	香味、色沢が 特に良好
本醸造酒	米、米こうじ 醸造アルコール	70％以下	15％以上	香味、色沢が良好
特別本醸造酒	米、米こうじ 醸造アルコール	60％以下または 特別な製造方法	15％以上	香味、色沢が 特に良好

※1 原料米は農産物検査法で3等以上に格付けされるかこれに相当する品質のものでなければならない。

※2 醸造アルコールの使用量は白米の重量の10％以下に制限されている。

※3 精米歩合を表示することが義務づけられている。

※4 「吟醸造り」に明確な定義はないが、精米歩合の低い白米を用い、低温で醗酵させることにより独特の「吟醸香」を引き出す製法をいう。



Q なぜ高価な大吟醸酒でも原料にアルコールを使っているのですか？



A 吟醸酒や本醸造酒にアルコールを使うのは、香味のバランスを整える効果があるからです。とくに吟醸酒ではアルコールを使うほうが吟醸香が引き立つ傾向のあることが広く知られています。ちなみに、平成23酒造年度全国新酒鑑評会に出品された吟醸酒876点のうち約91％に当たる794点がアルコールを使用したものでした。

酒造用語

酒母 しゅぼ

文字通り酒の母。酛(もと)ともいう。米、麹、水で栄養豊富なもろみ状のものをつくり、酵母を増殖させたもの。清酒もろみと酒母の決定的な違いはその「酸っぱさ」にある。実は酵母が酸に強いのに対してほとんどの有害菌は酸に弱いので、酸の多い酒母のなかでは酵母だけがどんどん増えるというわけ。

生酛 きもと

伝統的な酒母のつくりかたの完成型。時間と人手を掛け、自然の乳酸菌が出す乳酸で有害菌を抑えて酵母を増やす。できあがりはアミノ酸が多い。この方法で育った酵母は強健で、どちらかというと味のある辛口酒をつくるのに向いている。

山廃酛 やまはいもと

明治時代に開発された、生酛の省力版。生酛製造でいちばん手間の掛かる「山卸(酛摺り)」とよばれる作業工程を廃止合理化したため、「山卸廃止」略して「山廃」という名前がついた。できあがりや酵母の性質は生酛と変わらない。

速醸酛 そくじょうもと

こちらも明治時代に考案された。乳酸菌に乳酸をつくらせる生酛や山廃酛に対して、速醸酛では仕込む際に乳酸を加えるので、乳酸菌を生やして乳酸を蓄積する時間が省け速くできる。そこから「速醸」と名付けられた。酛の中で最も普及している。どんなタイプの酒もつくれる万能型の酒母といえる。
乳酸を使用する酒母はほかに高温糖化酛などいろいろ開発されている。

酵母 こうぼ

糖からアルコールをつくるサッカロマイセス・セレビシエとその仲間の菌類の総称。分類上は700種類以上いてアルコール醗酵には無縁のものが多い。名前の由来となった“醗酵の母”セレビシエは大きさ5〜10ミクロンとヒトの体でいえば赤血球くらいの大きさの乳白色卵形の菌。酒やパンの製造など食品工業で活躍しているのは人の手で改良され、いわば家畜化したセレビシエ達だ。

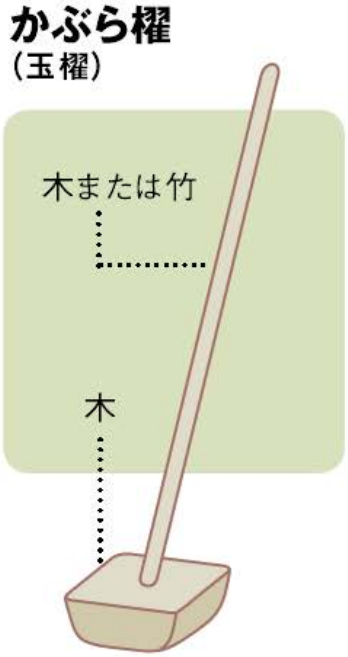
協会酵母 きょうかいこうぼ

財団法人日本醸造協会が頒布している酵母をこう呼ぶ。明治時代に協会酵母が頒布されるようになって、それまで良い「家付き酵母」に恵まれなかった各地の蔵元の酒質が非常に向上した。



山卸（やまおろし）とは？

生酛ではまず、蒸米、麹、水を「半切桶」（はんぎりおけ）という、たらいのような浅い桶６～８枚に分けて仕込みます。これを時々混ぜながら自然に冷やして、仕込みから15～20時間後、普通夜中から早朝にかけて約３時間おきに３回、半切桶ひとつに２～３人がかりで、かぶら櫂（かい）という道具を使い、水を吸ってふくれあがった米粒がこなれるまで丁寧にすりつぶしていきます。このすりつぶす作業を「山卸」または「もと摺り」といいますが、非常に根気のいる作業で、しかも夜中、寒気のなかですから、蔵人たちにとってつらい仕事だったわけです。





家付き酵母 いえつきこうぼ

酒蔵に棲みついている酵母。むかしは酒母の工程中に自然にその蔵の「家付き酵母」が繁殖して酒ができていたので、「家付き酵母」の性質の優劣が酒の良し悪しに直結していた。今は銘醸蔵から選抜したり、研究者が育種した優良酵母を使うのが一般的だが自社の「家付き酵母」を分離保存して使っている蔵もある。

もろみ

できあがった酒母と米麹、蒸米、水をタンクに仕込んだものをこう呼ぶ。
ここで麹による蒸米の溶解糖化と酵母によるアルコール醗酵が同時に進む。醗酵が十分に進んだものを漉せば清酒となる。

粕歩合 かすぶあい

もろみから清酒を取ったしぼり粕（酒粕）の多少を示す。仕込んだ白米に対する粕の率であらわす。たとえば、100kgの白米を仕込んで25kgの酒粕が残れば、粕歩合は25％である。粕歩合は上撰クラスでは30％以下が普通だが、大吟醸酒では50～60％というものもある。

滓下げ おりさげ

酒は貯蔵しているうちに透明度が落ちてくることがある。これは酒の中に溶けているタンパク質が変化して不溶化するためである。そこで柿渋などの「滓下げ剤」を使ってにごりの原因となるタンパク質を沈殿、除去する。これを滓下げという。ほかの醸造酒でもよく行う方法だ。

その他の語

活性炭 かっせいたん

日本酒では酒質を整えるために粉末活性炭を使うことが多い。使用法は普通、酒に少量の活性炭を分散させて雑味成分などを吸着させてから濾過するという簡単なもの。この活性炭の使い方も個性を出すポイントなのでメーカーそれぞれの工夫がある。

あらばしり

もろみをしぼるとき、最初に出てくる酒を「あらばしり（荒走り）」とよぶ。その後は「なかだれ（中垂れ）」、最後に加圧して出てくるお酒は「せめ（責め）」という。しぼりたてのお酒は、少し炭酸ガスを含み、醗酵中に酵母が生成するフルーティな香りや麹の香りが豊かである。

また、その年の新米で造られたお酒を「あらばしり（新走り）」とよぶ。

鑑評会 かんぴょうかい

酒を鑑定、評価する会ということから造られた語。審査で優劣をつけるのが主目的の品評会とちがい、鑑評会では出品された個々の酒に対する専門家の評価を製造者に示して技術向上に役立ててもらうことを第一の目的にしている。

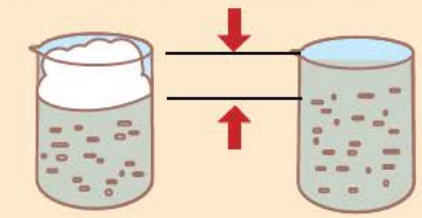
全国新酒鑑評会

酒類総合研究所が開催（平成19年から日本酒造組合中央会と共催）する、清酒を対象にした鑑評会。その年度の新酒の吟醸酒を対象にしている。第1回開催が明治44年という伝統ある鑑評会である。毎年ここでの金賞受賞を目指して全国の蔵元から多数の出品がある。

主な協会酵母（清酒用）の種類と特徴

種類		特徴
泡あり酵母	6号	醗酵力が強く、香りはやや低くまろやか、淡麗な酒質に最適
	7号	華やかな香りで広く吟醸用及び普通醸造用に適す
	9号	短期もろみで華やかな香りと吟醸香が高い
	10号	低温長期もろみで酸が少なく吟醸香が高い
	11号	もろみが長期になっても切れが良く、アミノ酸が少ない
	14号	（金沢酵母）酸が少なく低温中期型もろみの経過をとり特定名称清酒に適す
泡なし酵母	601号	特徴は6号と同じ
	701号	特徴は7号と同じ
	901号	特徴は9号と同じ
	1001号	特徴は10号と同じ
	1401号	特徴は14号と同じ
	1501号	（秋田流・花酵母 AK-1）低温長期型もろみ経過をとり、酸が少なく、吟醸香の高い特定名称清酒に適す
	1801号	まろやかな味わいと華やかな香りが特徴で特定名称酒に適す





泡なし酵母

清酒酵母は普通、もろみを仕込んで4日目から10日目くらいまで、もろみに蓋をするようにこんもりと泡の層を形成します。泡なし酵母はこの泡をつくらないように改良された酵母です。泡がなくなって何が良いかといいますと、まず、蔵人さんが泡のついたタンク壁を清掃する「泡掃除」という作業から開放されます。醗酵旺盛で泡が吹きこぼれてしまう事故の心配もありません。それと、泡が上がらない分、同じタンクにたくさんもろみを仕込めるようになります。なお、泡なし酵母は酒類総合研究所の前身である醸造試験所が開発、実用化したものです。

1 この冊子は独立行政法人酒類総合研究所が「価格及び商品ラベルに関する研究」の知見等をもとに、消費者の皆様が清酒の商品ラベルを読む際の参考にしていただくために作成したものです。

2 この冊子の電子ファイル(pdf 形式)が当研究所ホームページからダウンロードできます。

3 電子ファイルをもとに冊子を作成する際にはホームページ上の注意点等をお読みください。

日本酒ラベルの用語事典

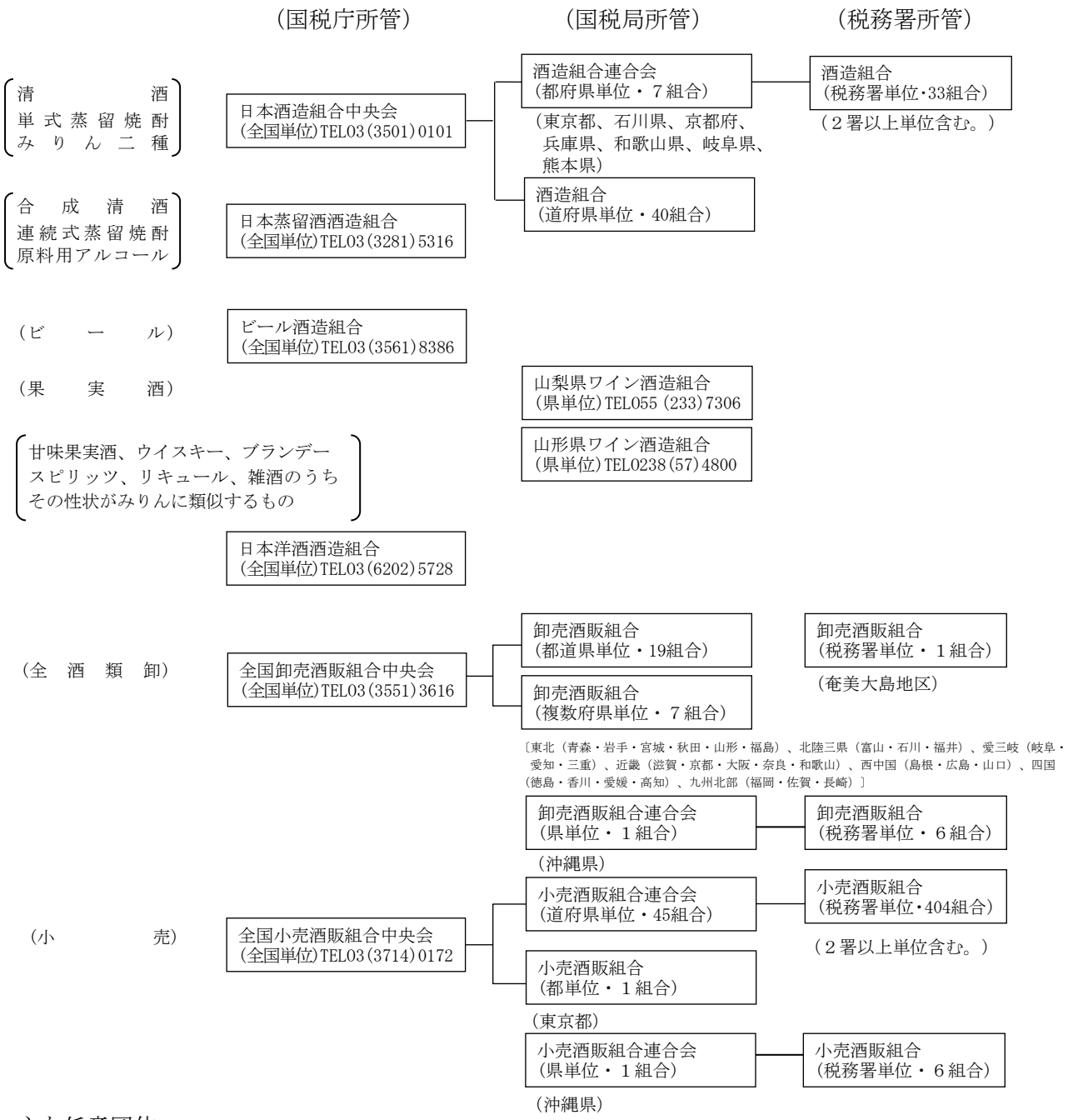
独立行政法人酒類総合研究所　編
〒736-0046 広島県東広島市鏡山3-7-1
TEL:082-420-0800 FAX:082-420-0802
http://www.nrib.go.jp/ E-mail:info@nrib.go.jp

平成16年３月　初版発行
平成25年10月　第3版発行

日本語版のほか、各国語版（PDF）が酒類総合研究所ホームページに掲載されています。
【利用条件】をご確認の上ご利用ください。

6 酒類業組合等構成図表

(1) 酒類業組合法に基づく組合



(2) 主な任意団体

（みりん一種）	全国味淋協会 (全国単位) TEL03(3281)5316	（果実酒）	長野県ワイン協会 (県単位) TEL0263(52)0174
（みりん二種）	全国旧式みりん協議会 (全国単位) TEL052(451)8211	（果実酒）	大阪ワイナリー協会 (府単位) TEL06(6624)8555
（ビール）	全国地ビール醸造者協議会 (全国単位) TEL03(5909)8929	（洋酒輸入）	日本洋酒輸入協会 (全国単位) TEL03(3503)6505
（果実酒）	日本ワイナリー協会 (全国単位) TEL03(6202)5728	（業務用卸）	全国酒類業務用卸連合会 (全国単位) TEL03(3661)3055
（果実酒）	道産ワイン懇談会 (道単位) TEL015(572)2467		

（平成29年1月現在）

7　酒販組合の事業

酒類販売業者は、酒税の保全に協力し、共同の利益を増進するため、酒販組合を組織し、酒類業組合法第 42 条に規定されている事業を行うことができることとされています。

○　酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律

（酒類業組合）

第三条　酒類製造業者又は酒類販売業者は、酒税の保全に協力し、及び共同の利益を増進するため、それぞれ酒造組合又は酒販組合（以下「酒類業組合」と総称する。）を組織することができる。

（事業）

第四十二条　酒類業組合は、次に掲げる事業を行うことができる。

一　酒税法の規定により組合員が提出する申告書等の取りまとめ

二　国が組合員に対して発する通知の組合員への伝達

三　前二号に掲げるもののほか、国の行う酒税の保全に関する措置に対する協力

四　酒税法違反の自発的予防

五　原価の引下げ、能率の増進その他組合員の酒類製造業又は酒類販売業の経営の合理化（酒類の取引の円滑な運行及び消費者の保護に資するために必要なものを含む。）を遂行するため特に必要がある場合において、酒類の販売のための施設に関する規制、酒類の容器に関する規制その他の組合員が販売する酒類の販売方法に関する規制（当該規制に係る酒類の価格又は数量に不当に影響を与えるものを除く。）を行うこと。

六　組合員の製造し、移出し又は販売する酒類の原材料その他その製造、移出又は販売に要する物品の購入のあつせん及び組合員の販売する酒類の販売のあつせん

七　組合員の資金借入のあつせん（あつせんに代えてする資金の借入及びその借り入れた資金の組合員に対する貸付を含む。）

八　組合員の福利厚生に関する施設

九　組合員の事業に関する経営の合理化、技術の改善向上又は知識の普及を図るための教育及び情報の提供に関する施設

十　組合員の販売する酒類の販売増進等のための広報宣伝

十一　前各号に掲げる事業を行うために必要な調査、研究、検査その他の事業

（注）酒類業組合法第 42 条第５号に規定する「販売のための施設」とは、店舗や倉庫等の建物、陳列ケース、販売のための設備、自動販売機その他の有形施設に限り、同条第８号に規定する「福利厚生に関する施設」並びに同条第９号に規定する「教育及び情報の提供に関する施設」とは、有形施設のほか、講演会、講習会、研修会又は研究会等の無形施設を含みます。

8 国税局及び酒類指導官設置署等一覧表(平成28年7月10日現在)

【国税局・国税事務所及び酒類業調整官派遣先税務署】

局・所名	郵便番号	所在地	電話番号	酒類業調整官 派遣先税務署
札幌国税局	060-0042	札幌市中央区大通西10丁目 札幌第2合同庁舎	011-231-5011	札幌北、旭川中
仙台国税局	980-8430	仙台市青葉区本町3丁目3番1号 仙台合同庁舎A棟	022-263-1111	青森、盛岡、秋田南、 山形、福島
関東信越国税局	330-9719	さいたま市中央区新都心1番地1 さいたま新都心合同庁舎1号館	048-600-3111	水戸、宇都宮、前橋、 熊谷、浦和、新潟、 長野
東京国税局	104-8449	中央区築地5丁目3番1号	03-3542-2111	千葉東、神田、豊島、 横浜中、甲府
金沢国税局	920-8586	金沢市広坂2丁目2番60号 金沢広坂合同庁舎	076-231-2131	富山、金沢、福井
名古屋国税局	460-8520	名古屋市中区三の丸3丁目3番2号 名古屋国税総合庁舎	052-951-3511	岐阜北、静岡、 名古屋中、津
大阪国税局	540-8541	大阪市中央区大手前1丁目5番63号 大阪合同庁舎第3号館	06-6941-5331	大津、伏見、南、 西宮、奈良、和歌山
広島国税局	730-8521	広島市中区上八丁堀6番30号 広島合同庁舎1号館	082-221-9211	米子、松江、岡山東、 山口
高松国税局	760-0018	高松市天神前2番10号 高松国税総合庁舎	087-831-3111	徳島、高松、松山、 高知
福岡国税局	812-8547	福岡市博多区博多駅東2丁目11番1号 福岡合同庁舎	092-411-0031	博多、佐賀、長崎
熊本国税局	860-8603	熊本市西区春日2丁目10番1号 熊本地方合同庁舎B棟	096-354-6171	大分、宮崎、鹿児島
沖縄国税事務所	900-8554	那覇市旭町9番地 沖縄国税総合庁舎	098-867-3601	―

酒類指導官設置税務署一覧

【札幌国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
札幌北	札幌中、札幌南、札幌西、 札幌東、小樽、室蘭、 岩見沢、苫小牧、倶知安、 余市、浦河	001-0031	札幌市北区北31条西７丁目３番１号	011-707-5111
函館	八雲、江差	040-0014	函館市中島町37番１号	0138-31-3171
旭川中	旭川東、留萌、稚内、名寄、 滝川、深川、富良野	078-8504	旭川市宮前１条３丁目３番15号　旭川合同庁舎	0166-90-1451
帯広	釧路、根室、十勝池田	080-0015	帯広市西５条南６丁目１番地	0155-24-2161
北見	網走、紋別	090-0018	北見市青葉町３番１号	0157-23-7151

【仙台国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
青森	弘前、八戸、黒石、 五所川原、十和田、むつ	030-0861	青森市長島１丁目３番５号　青森第二合同庁舎	017-776-4241
盛岡	宮古、花巻、久慈、二戸	020-8677	盛岡市本町通３丁目８番37号	019-622-6141
一関	大船渡、水沢、釜石	021-0877	一関市城内３番２号　一関合同庁舎	0191-23-4205
仙台北	仙台中、仙台南、石巻、 塩釜、大河原	980-8402	仙台市青葉区上杉１丁目１番１号	022-222-8121
古川	気仙沼、築館、佐沼	989-6185	大崎市古川旭６丁目２番15号	0229-22-1711
秋田南	秋田北、能代、横手、大館、 本荘、湯沢、大曲	010-8622	秋田市中通５丁目５番２号	018-832-4121
山形	米沢、新庄、寒河江、村山、 長井	990-8606	山形市大手町１番23号	023-622-1611
鶴岡	酒田	997-0033	鶴岡市泉町５番70号	0235-22-1401
福島	相馬、二本松	960-8620	福島市森合町16番６号	024-534-3121
会津若松	喜多方、田島	965-8686	会津若松市城前１番82号	0242-27-4311
郡山	いわき、白河、須賀川	963-8655	郡山市堂前町20番11号	024-932-2041

【関東信越国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
水戸	日立、土浦、古河、下館、 竜ケ崎、太田、潮来	310-8666	水戸市北見町１番17号	029-231-4211
宇都宮	足利、栃木、佐野、鹿沼、 真岡、大田原、氏家	320-8655	宇都宮市昭和２丁目１番７号	028-621-2151
前橋	高崎、桐生、伊勢崎、沼田、 館林、藤岡、富岡、中之条	371-8686	前橋市大手町２丁目３番１号　前橋地方合同庁舎	027-224-4371
熊谷	川越、行田、秩父、所沢、 本庄、東松山	360-8620	熊谷市仲町41番地	048-521-2905
浦和	川口、西川口、大宮、 春日部、上尾、越谷、朝霞	330-9590	さいたま市中央区新都心１番地１ さいたま新都心合同庁舎１号館	048-600-5400
新潟	新津、巻、新発田、村上、 佐渡	951-8685	新潟市中央区西大畑町5191番地	025-229-2151
長岡	三条、柏崎、小千谷、 十日町、糸魚川、高田	940-8654	長岡市千歳１丁目３番88号　長岡地方合同庁舎	0258-35-2070
長野	上田、信濃中野、佐久	380-8612	長野市西後町608番地の２	026-234-0111
松本	飯田、諏訪、伊那、大町、 木曽	390-8710	松本市城西２丁目１番20号	0263-32-2790

【東京国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
千葉東	千葉南、千葉西、館山、 木更津、茂原	260-8577	千葉市中央区祐光１丁目１番１号	043-225-6811
松戸	市川、船橋、柏	271-8533	松戸市小根本53番地の３	047-363-1171
成田	銚子、佐原、東金	286-8501	成田市加良部１丁目15番地	0476-28-5151
神田	麹町、日本橋、京橋、芝、 麻布、江東西、江東東、 江戸川北、江戸川南	101-8464	千代田区神田錦町３丁目３番地	03-3294-4811
品川	荏原、目黒、大森、雪谷、 蒲田、世田谷、北沢、玉川、 渋谷	108-8622	港区高輪３丁目13番22号	03-3443-4171
東京上野	小石川、本郷、浅草、本所、 向島、王子、荒川、足立、 西新井、葛飾	110-8607	台東区池之端１丁目２番22号　上野合同庁舎	03-3821-9001
豊島	四谷、新宿、中野、杉並、 荻窪、板橋、練馬東、練馬西	171-8521	豊島区西池袋３丁目33番22号	03-3984-2171
立川	八王子、武蔵野、青梅、 武蔵府中、町田、日野、 東村山	190-8565	立川市緑町４番地の２　立川地方合同庁舎	042-523-1181
横浜中	保土ケ谷、横浜南、戸塚、 横須賀、鎌倉	231-8550	横浜市中区山下町37番地９号 横浜地方合同庁舎	045-651-1321
川崎北	鶴見、神奈川、緑、川崎南、 川崎西	213-8503	川崎市高津区久本２丁目４番３号	044-852-3221
厚木	平塚、藤沢、小田原、 相模原、大和	243-8577	厚木市水引１丁目10番７号	046-221-3261
甲府	山梨、大月、鰍沢	400-8584	甲府市丸の内１丁目１番18号　甲府合同庁舎	055-254-6105

【金沢国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
富山	高岡、魚津、砺波	930-8530	富山市丸の内１丁目５番13号 富山丸の内合同庁舎	076-432-4191
金沢	七尾、小松、輪島、松任	920-8505	金沢市西念３丁目４番１号　金沢駅西合同庁舎	076-261-3221
福井	敦賀、武生、小浜、大野、 三国	910-8566	福井市春山１丁目１番54号　福井春山合同庁舎	0776-23-2690

【名古屋国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
岐阜北	岐阜南、大垣、高山、 多治見、関、中津川	500-8711	岐阜市千石町１丁目４番地	058-262-6131
静岡	清水、沼津、熱海、三島、 島田、富士、藤枝、下田	420-8606	静岡市葵区追手町10番88号	054-252-8111
浜松西	浜松東、磐田、掛川	430-8585	浜松市中区中央１丁目12番４号　浜松合同庁舎	053-555-7111
名古屋中村	名古屋西、中川、一宮、 半田、津島	453-8686	名古屋市中村区太閤３丁目４番１号	052-451-1441
名古屋中	千種、名古屋東、名古屋北、 昭和、尾張瀬戸、小牧	460-8522	名古屋市中区三の丸３丁目３番２号 名古屋国税総合庁舎	052-962-3131
熱田	豊橋、岡崎、刈谷、豊田、 西尾、新城	456-8711	名古屋市熱田区花表町７番17号	052-881-1541
津	四日市、伊勢、松阪、桑名、 上野、鈴鹿、尾鷲	514-8545	津市桜橋２丁目99番地	059-228-3131

【大阪国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
大津	彦根、長浜、近江八幡、 草津、水口、今津	520-8510	大津市京町３丁目１番１号 大津びわ湖合同庁舎	077-524-1111
上京	左京、中京、東山、下京、 右京、園部	602-8555	京都市上京区一条通西洞院東入元真如堂町358	075-441-9171
伏見	宇治	612-0084	京都市伏見区鑓屋町	075-641-5111
福知山	舞鶴、宮津、峰山、豊岡、 和田山、柏原	620-0055	福知山市篠尾新町１丁目37番地	0773-22-3121
東	大阪福島、西淀川、東成、 旭、城東、東淀川、北、 大淀、枚方、門真	540-8557	大阪市中央区大手前１丁目５番63号 大阪合同庁舎第３号館	06-6942-1101
南	西、港、天王寺、浪速、 生野、阿倍野、住吉、 東住吉、西成	542-8586	大阪市中央区谷町７丁目５番23号	06-6768-4881
堺	岸和田、泉大津、泉佐野	590-8550	堺市堺区南瓦町２番29号　堺地方合同庁舎	072-238-5551
茨木	豊能、吹田	567-8565	茨木市上中条１丁目９番21号	072-623-1131
東大阪	八尾、富田林	577-8666	東大阪市永和２丁目３番８号	06-6724-0001
神戸	兵庫、長田、須磨、洲本	650-8511	神戸市中央区中山手通２丁目２番20号	078-391-7161
姫路	相生、龍野	670-8543	姫路市北条１丁目250番地	079-282-1135
明石	加古川、西脇、三木、社	673-8555	明石市田町１丁目12番１号	078-921-2261
西宮	灘、尼崎、芦屋、伊丹	662-8585	西宮市江上町３番35号	0798-34-3930
奈良	葛城、桜井、吉野	630-8567	奈良市登大路町81　奈良合同庁舎	0742-26-1201
和歌山	海南、御坊、田辺、新宮、 粉河、湯浅	640-8520	和歌山市湊通丁北１丁目１	073-424-2131

【広島国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
鳥取	米子、倉吉	680-8541	鳥取市富安２丁目89番地４ 鳥取第一地方合同庁舎	0857-22-2141
松江	浜田、出雲、益田、 石見大田、大東、西郷	690-8505	松江市向島町134番10　松江地方合同庁舎	0852-21-7711
岡山東	岡山西、西大寺、児島、 倉敷、玉島、津山、玉野、 笠岡、高梁、新見、瀬戸、 久世	700-8655	岡山市北区天神町３番23号	086-225-3141
広島東	広島南、広島西、広島北、 三原、尾道、福山、府中、 三次、庄原、廿日市、吉田	730-0012	広島市中区上八丁堀３番19号	082-227-1155
西条	呉、竹原、海田	739-8615	東広島市西条昭和町16番８号	082-422-2191
山口	下関、宇部、萩、徳山、 防府、岩国、光、長門、 柳井、厚狭	753-8509	山口市中河原町６番16号 山口地方合同庁舎２号館	083-922-1340

【高松国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
徳島	鳴門、阿南、川島、脇町、 池田	770-0847	徳島市幸町３丁目54番地	088-622-4131
高松	丸亀、坂出、観音寺、長尾、 土庄	760-0018	高松市天神前２番10号　高松国税総合庁舎	087-861-4121
松山	今治、宇和島、八幡浜、 新居浜、伊予西条、大洲、 伊予三島	790-0808	松山市若草町４番地３　松山若草合同庁舎	089-941-9121
高知	安芸、南国、須崎、中村、 伊野	780-0061	高知市栄田町２丁目２番10号 高知よさこい咲都合同庁舎	088-822-1123

【福岡国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
小倉	門司、若松、八幡、行橋	803-8602	北九州市小倉北区大手町13番17号	093-583-1331
博多	香椎、福岡、西福岡、直方、飯塚、田川、筑紫、壱岐、厳原	812-8706	福岡市東区馬出１丁目８番１号	092-641-8131
久留米	大牟田、甘木、八女、大川	830-8688	久留米市諏訪野町2401の10	0942-32-4461
佐賀	唐津、鳥栖、伊万里、武雄	840-8611	佐賀市駅前中央３丁目３番20号 佐賀第二合同庁舎	0952-32-7511
長崎	佐世保、島原、諫早、福江、平戸	850-8678	長崎市松が枝町６番26号	095-822-4231

【熊本国税局管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
熊本西	熊本東、八代、人吉、玉名、天草、山鹿、菊池、宇土、阿蘇	860-8624	熊本市西区春日２丁目10番１号 熊本地方合同庁舎Ｂ棟	096-355-1181
大分	別府、中津、日田、佐伯、臼杵、竹田、宇佐、三重	870-8616	大分市中島西１丁目１番32号	097-532-4171
宮崎	都城、延岡、日南、小林、高鍋	880-8666	宮崎市広島１丁目10番１号	0985-29-2151
鹿児島	川内、鹿屋、出水、指宿、種子島、知覧、伊集院、加治木、大隅	890-8691	鹿児島市荒田１丁目24番４号	099-255-8111
大島	－	894-8677	奄美市名瀬長浜町１番１号　名瀬地方合同庁舎	0997-52-4321

【沖縄国税事務所管内】

設置税務署	管轄している税務署	郵便番号	所在地	電話番号
那覇	宮古島、石垣、北那覇、名護、沖縄	900-8543	那覇市旭町９番地　沖縄国税総合庁舎	098-867-3101

９　独立行政法人酒類総合研究所の概要

【名　称】

独立行政法人酒類総合研究所（ホームページ http://www.nrib.go.jp）

【所在地】

広島県東広島市鏡山３－７－１

TEL　082-420-0800(代表)　FAX　082-420-0802(総務課)

【目　的】

酒類に関する高度な分析及び鑑定を行い、並びに酒類及び酒類業に関する研究、調査及び情報提供等を行うことにより、酒税の適正かつ公平な賦課の実現に資するとともに、酒類業の健全な発達を図り、あわせて酒類に対する国民の認識を高めることを目的としています。

【主な業務】

１　酒類の高度な分析及び鑑定（これらに伴う手法の開発を含む。）
２　酒類の品質に関する評価
３　酒類及び酒類業に関する研究及び調査
４　１から３に係る成果の普及
５　酒類及び酒類業に関する情報の収集、整理及び提供
６　酒類及び酒類業に関する講習
７　上記の業務に附帯する業務

【各部門の業務】

○　業務統括部門

└ 地域ブランド支援担当

研究関係業務の総括・企画・連絡調整・報道対応、中期計画・年度計画の作成、業務の実績評価に関する事務、知的財産に関する事務、地域ブランド支援に関する事務、酒類製造業者に対する講習（庶務）

○　広報・産業技術支援部門

└ 広報担当

研究関係業務・酒類に関する広報（情報発信）、酒類の高度な分析・鑑定、酒類・酒類業に関する情報の収集・整理・提供、酒類・酒類業に対する講習・セミナー

○　成分解析研究部門

酒類関連成分の解析に関する研究・開発、酒類原料の特性・利用に関する研究・開発、酒類の高度な分析・鑑定に伴う手法の開発及び研究

○　品質・評価研究部門

酒類の品質・評価に関する研究・開発、酒類・醸造副産物の理化学的特性・生理機能に関する研究・開発、酒類の品質評価

○　醸造技術研究部門

酒類の醸造技術に関する研究・開発、酒類の安全性の確保に関する研究・開発

○　醸造微生物研究部門

醸造関連微生物の特性・利用に関する研究・開発、醸造関連微生物遺伝子の機能・利用に関する研究・開発、醸造関連微生物の収集・分類・保存

【沿　革】

独立行政法人酒類総合研究所の前身である国税庁醸造研究所は、明治 37 年（1904 年)、酒類の醸造技術を科学的に研究する国立研究機関として設置され、平成 13 年４月に独立行政法人酒類総合研究所に移行しました。

100 年以上に及ぶ歴史の中で蓄積された酒類に関する知見を活かすとともに、国税庁、酒類業界、大学、公設試験研究機関等の皆様とのより一層の連携強化を図ることで、当研究所が酒類に関するナショナルセンターとしての役割を果たしていくよう努めています。

10　酒類総合研究所から発信される情報

酒類販売に従事される方（特に酒類販売管理者）は、日頃から法令改正や酒類販売管理に関する情報を収集して、酒類の適正な販売管理に努めていただく必要があります。

酒類総合研究所では酒類に関するさまざま情報を提供しています。酒類販売管理にもご利用ください。

これまでに発行している情報誌等

・日本酒を紹介するリーフレット
・日本酒ラベルの用語事典
・お酒のはなし（情報誌）
・エヌリブ（酒類総合研究所広報誌）
・醸造に学ぼう　発見！微生物の力
・酒販サポートニュース（平成 28 年３月まで）

※　いずれも、研究所ホームページよりファイルをダウンロードして使用できます。
http://www.nrib.go.jp/sake/sakeinfo.htm

メールマガジンのご案内

タイムリーな情報は、時期を逃してしまうと役に立たなくなってしまうことがあります。そこで、酒類総合研究所から刊行物の発行情報やイベント情報などをお知らせするため、メールマガジンを配信しています。

【メールマガジンの登録方法】

パソコン又はスマートフォンから以下のアドレスあてに空メールを送信してください。

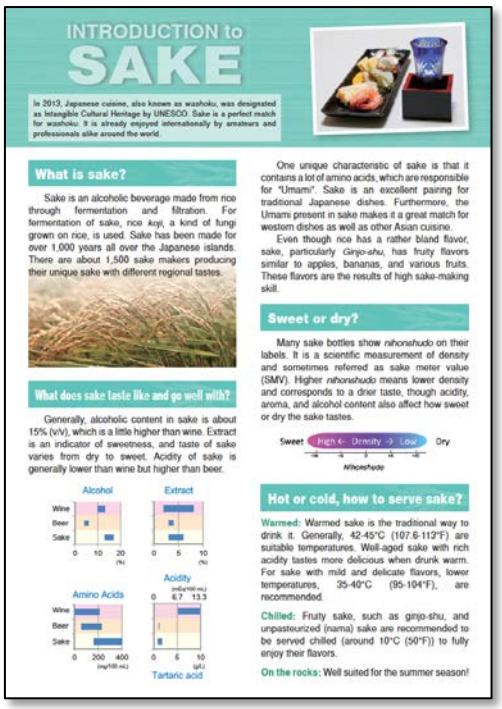
登録先アドレス　ssn@m.nrib.go.jp

※「**仮登録のお知らせ**」の受信後に、「**本登録**」を行ってください。

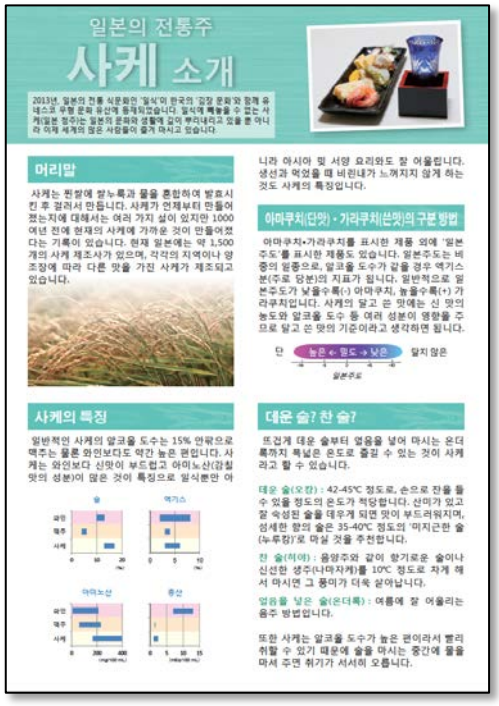
日本酒を紹介するリーフレット（A5 サイズ両面刷 1 枚）

海外の消費者に日本酒をわかりやすく紹介するために作成しました。

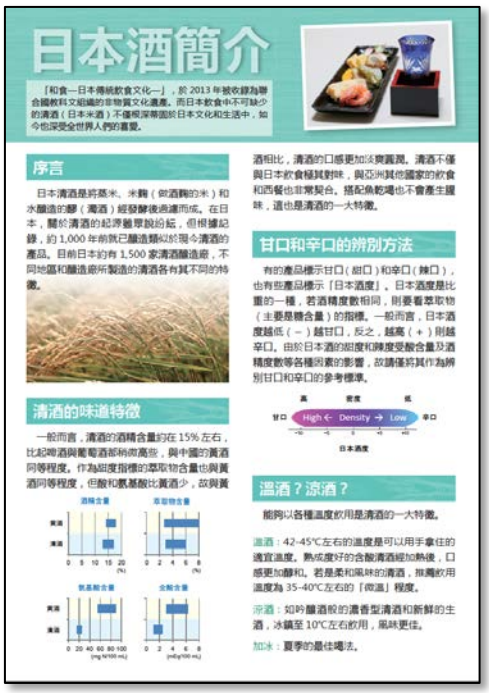
（英語版）



（韓国語版）



（中国語（繁体字）版）



（中国語（簡体字）版）



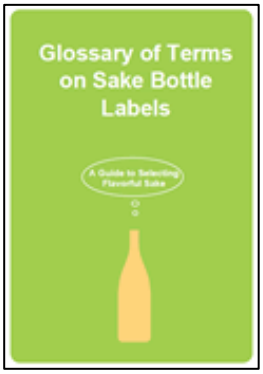
日本酒ラベルの用語事典（A6 サイズ）

お酒のラベルに書かれている、いろいろな専門用語をわかりやすく解説しています。

日本語版



英語版



中国語（繁体字）版



中国語（簡体字）版



韓国語版



フランス語版



ドイツ語版



イタリア語版



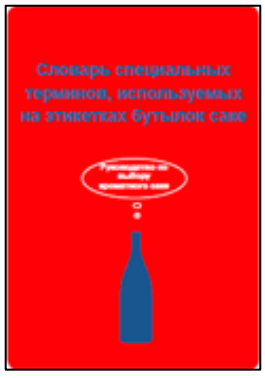
スペイン語版



ポルトガル語版



ロシア語版



タイ語版



お酒のはなし（情報誌）（A4 サイズ）

様々なお酒の特徴や製造法、歴史などをわかりやすく解説しています。



エヌリブ（酒類総合研究所広報誌）（A4 サイズ）

研究所の研究成果やお酒についての技術的な情報等をわかりやすく解説しています。



醸造に学ぼう　発見！微生物の力（A5 サイズ）

日本の食文化に深くかかわっている「醸造」の科学に興味を持っていただけるよう、醸造に関する知識をわかりやすく解説しています。



酒類の品質管理等に関するチェック表

小売酒販店用

酒類の品質管理等に関するチェック表

１－１　清酒と合成清酒、連続式蒸留焼酎と単式蒸留焼酎、ビールと発泡酒と新ジャンル、ウイスキーとブランデー等の違いについて説明できますか。

概ね説明できる	５	少しは説明できる	３	あまり説明できない	０

１－２　清酒の特定名称酒（吟醸、純米、本醸造）の違いを説明できますか。

概ね説明できる	５	少しは説明できる	３	あまり説明できない	０

１－３　例えば清酒や焼酎等について、来店者から商品選択の助言を求められたときに主な銘柄について違いの説明ができますか。

概ね説明できる	５	少しは説明できる	３	あまり説明できない	０

１－４　「１－１」から「１－３」のいずれかで「少しは説明できる」又は「あまり説明できない」という方に伺います。今後説明できるようになりたいと思いますか。

幅広く説明できるようになりたい	２	少しは説明できるようになりたい	１	説明できるようになりたいとは思わない	０

２　酒類の陳列・保管に際して、日光が当らないように配慮していますか。

常に配慮している	５	一部は配慮している	３	配慮していない	０

３－１　酒類の陳列・保管に際して、冷蔵、定温、常温などの配慮を商品別にしていますか。（定温とは、常時（24 時間）一定温度で管理されている店舗（室）内に陳列されていることです。）

配慮している	５	全く配慮していない	０

３－２－１　「３－１」で「配慮している」方に伺います。具体的に、「清酒の大吟醸酒、生（貯蔵）酒」を冷蔵陳列ケースや冷蔵庫に陳列・保管していますか。

全商品について入荷時から販売まで冷蔵している	３	一部商品については入荷時から販売まで冷蔵している	２	店頭又は倉庫のいずれかしか冷蔵していない	１	全くしていない	０

３－２－２　「３－１」で「配慮している」方に伺います。具体的に、「ワイン」を定温で陳列・保管するなど温度管理を行っていますか。

全商品について入荷時から温度管理している	３	一部商品については入荷時から温度管理している	２	店頭又は倉庫のいずれかしか温度管理していない	１	全くしていない	０

３－２－３　「３－１」で「配慮している」方に伺います。陳列・保存方法が明らかでない商品については、仕入先等に確認していますか。

不明な場合は常に確認している	２	一部は確認している	１	確認していない	０

３－２－４　「３－１」で「配慮している」方に伺います。得意先の料飲店に対して、酒類提供までの保管方法、お燗器やビールサーバーなどの衛生管理などについて助言していますか。

常に助言している	２	一部は助言している	１	助言していない（料飲店の得意先はない）	０

３－２－５　「３－１」で「配慮している」方に伺います。知識が不足していると思われる消費者に販売する際には、酒類の保管方法や飲用方法について助言していますか。

常に助言している	２	一部は助言している	１	助言していない	０

３－３　「３－１」で「配慮していない」方に伺います。今後は冷蔵、定温、常温などの配慮を商品別にしていきますか。

全商品について配慮したい	２	一部商品については配慮したい	１	配慮するつもりはない	０

４　陳列・保管している商品について、製造年月や仕入年月などをチェックしていますか。

１か月に１度以上は定期的にチェックしている	５	年に何回かはチェックしている	３	ほとんどチェックしていない	０

５　最後に酒類の販売管理について伺います。酒税法の記帳義務や酒類業組合法の表示義務などの酒類販売に関連する法令を遵守していますか。

すべて遵守している	10	遵守していない事項が一部ある	０

総　合　得　点	
作　　成　　日	
酒販店の所在地	
酒販店の名称	
酒類販売管理者名	

小売酒販店用

酒類の品質管理等に関するチェック表

【解説】

【チェック項目1】 酒類の商品知識について

酒類の商品知識を得るためには、日々の地道な積み重ねが重要です。できる限り試飲して、自分の感想を言えるようにしましょう。

1　種類等

酒類は、原料・製造方法などで**4種類（分類）17 品目に区分**されています。**これらは商品説明の基本です**ので、少なくともチェック表の問に挙げたものについては、その違いを**概ね説明**できるように、**販売管理研修テキスト等で必ず覚えましょう。**

2　清酒の特定名称酒（吟醸、純米、本醸造）

清酒の品揃えを主体とする店舗では、特定名称酒は看板商品であるので消費者に説明できるようにしましょう。また、その**違いを認識して仕入れや陳列・商品管理を行うことは店舗のステータスを高め、消費者から信頼されることに繋がります。**

3　来店者への助言

個別銘柄の違いやそれぞれの特徴については、仕入先や製造者から情報収集を行って勉強することが必要です。**質問を受けて一言も説明できないようでは、**優れた品質の品揃えをしていても**消費者の信頼は得られません。**

【チェック項目2】 酒類の陳列・保管と日光

酒類は日光（特に紫外線）に当てると早く品質が劣化します。特に、清酒やワイン、ビールなどの醸造酒は気をつけましょう。清酒の場合には、日光臭と呼ばれる異臭が強く出て、本来の品質を大きく損なうことになります。品質が変わりにくい蒸留酒も含め、**全ての酒類に共通する最低限の品質管理が、日光に当てないことです。**消費者に酒類についての知識が少しあれば、**日光の当たる所に陳列されているだけで店の信用を失ってしまいます。**また、店内でも、できるだけ蛍光灯の傍に陳列することはやめましょう。店舗のレイアウト上、どうしても蛍光灯のそばに陳列する場合には**「紫外線をカットした蛍光灯」を使用**しましょう。

【チェック項目3】 酒類の陳列・保管と温度管理

商品の温度管理をしっかり行うことは、顧客に対する最低限のマナーと考えましょう。どんなに優れた品揃えをしても、**温度管理が適切でない場合には、逆に信頼を大きく損なうことになりかねません。**

1　商品別の温度管理

清酒やワイン、ビールなどの醸造酒は、できるだけ一定の温度で管理しましょう。極端な温度（品温）変化が重大な悪影響を及ぼす場合がありますので気をつけましょう。また、商品によっては**冷蔵保管が必要なものがあります。**

２　ワインなどの管理

１のとおりですが、大きな品温変化が劣化につながる恐れがあるので注意する必要があります。また、**長期貯蔵を前提としたビンテージワインの場合には、15℃程度の温度で保管することが理想**で、専門店を指向する酒販店では商品管理における温度の知識が必須となります。

３　仕入先等への確認

仕入先やメーカー等から商品の情報を収集することは大切なことです。不明な点を常に確認する姿勢をとれば、仕入先から先に情報提供をしてくれる関係を構築できますし、消費者からの信頼も高まります。

４　得意先の料飲店への助言

得意先の料飲店との目先の関係悪化などを気にして**何も言わないことは、長い目でみれば信頼関係を損なうことにもなります。**また、料飲店自身の客離れの原因ともなりかねません。**必要な助言をタイムリーに行う良好な信頼関係を構築しましょう。**

５　消費者への助言

求められてもいないのに、あまり口出しをするのも如何かという方もいらっしゃるでしょうが、特に**高額な商品を買っていただいた場合には、品質劣化の原因が自宅での保管にあったとしても、酒販店の信頼を一方的に失うことにもなりかねません。**ＰＯＰや簡単なチラシを渡すなど、文字による説明を組み合わせるなどの工夫をしましょう。**メーカーと消費者の橋渡し**をすることも酒販店の重要な使命です。

【チェック項目4】 製造年月や仕入年月などのチェック

清酒、ワイン及びビールなどの醸造酒については、温度管理をしっかり行っていれば品質の変化は予防できますが、それでも**期間の経過とともに品質が変わります。**例えば清酒の場合には、熟成とは異なる老香（ひねか）と呼ばれる臭いが強くなったり、徐々に黄色味を帯び、さらには褐色に着色することがあります。**仕入先や製造者の助言を得て、製造時期や仕入時期からの経過期間もしっかり管理しましょう。**

【チェック項目5】 関連法令の遵守

酒税法の記帳義務や酒類業組合法の表示義務などの酒類販売に関連する**法令は、確実に遵守しなければいけません。販売管理研修テキスト等で確認しましょう。**

各自でチェックし、総合点にかかわらず実行できていない項目については解説をよく読み実行するように努めましょう。

酒類販売管理研修モデルテキスト

（平成 29 年４月）