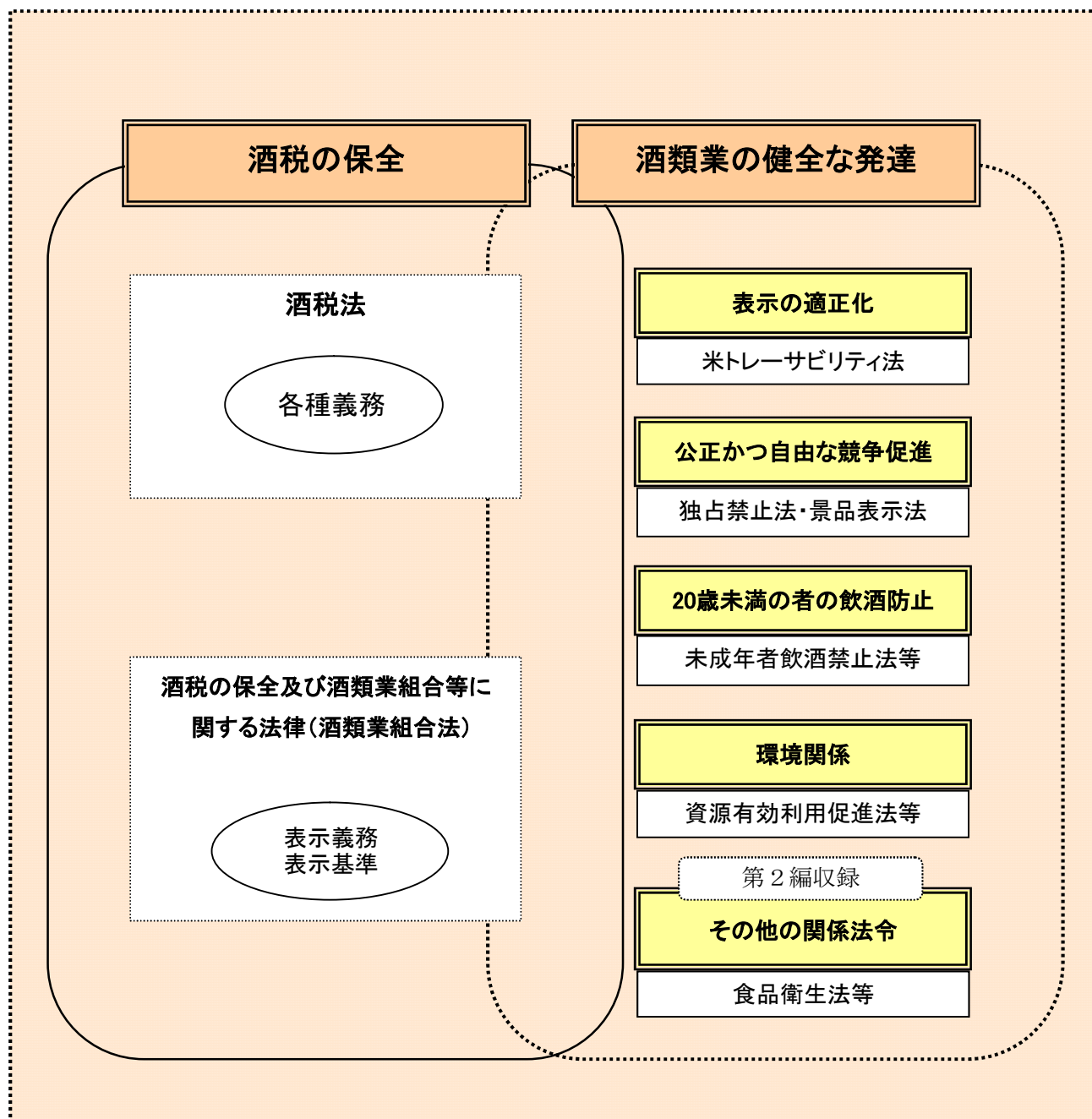


第2章 酒類小売業者等が酒類の販売業務に関して遵守しなければならない法令

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

リカーショップ〇〇

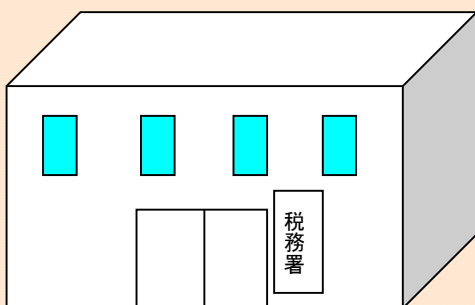


○ 酒類を詰め替えるときの届出義務

○ 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年間は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、卸売したもの以外のものに限り、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	〇〇	〇〇〇	仕入の事実は、その都度記帳してください。					
	14	■●商店(××市)	870	550	710	〇〇	〇〇〇						
	21	★★商事(◇◇市)	580	367	140	〇〇	〇〇〇						
	30	4月売上					〇〇〇	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、次の事項について販売場の所在地の所轄税務署長に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、詰め替えをしようとする場所の所在地の所轄税務署長に届け出る必要があります。

届出を怠った場合には、1年以下の懲役又は50万円以下の罰金に処せられます。

※ 「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、販売場の所在地の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、又は譲り受けることは禁止されています。

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終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) 酒類販売業の事業承継

個人の酒類販売業者が販売業免許に係る販売業の全部の譲渡を行った場合において、引き続き酒類販売業をしようとする譲受者は、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。

(7) 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、法人の合併や会社分割も含まれます。

【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年以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年以内に、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	・ <u>未成年者飲酒禁止法</u> 、風俗営業等適正化法（20歳未満の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	・破産手続開始の決定を受けて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64ページにあります。

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

不要な文字を抹消してください。

酒 税

【参考2】 休止・開始申告書様式及び記載例

酒 類 酒 母 もろみ		製 造 休 止 (異動) 申 告 書 販 売 業 開 始	
収受印		整理番号	※
令和●●年●●月●●日	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
●● 税務署長 殿		(フリガナ) (氏名又は名称及び代表者氏名) コクゼイショウジ 国税商事 株式会社 代表取締役 国税 太郎	
		(法人番号) 個人の方は、個人番号の記載は不要です。 	
酒税法第47条第1項・第3項 製造を休止する（申告事項に異動が生じた）ので、 の規定により、 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：一般酒飯店		
休止する期間又は 開始期日	令和●●年●●月●●日から令和●●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 (https://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		※		
令和●●年●●月●●日 ●● 税務署長 殿		(住所) 〒 1 2 3 - 4 5 6 7 千代田区霞が関3丁目1番1号		(電話) 9 8 7 6 局 5 4 3 2 番		
申 告 者		(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		平成 異動年月日 年 月 日 令和 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
	☐ 済 ☐ 未済			・ ・	

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

【参考4】酒類蔵置所設置・廃止報告書様式及び記載例

酒 税

不要な文字を抹消してください。

収受印		設 置 酒 類 蔵 置 所 報 告 書 廃 止		整理番号	※
令和●●年●●月●●日 ●●税務署長 殿	報 告 者	(住所) 〒 1 2 3 - 4 5 6 7 千代田区霞が関3丁目1番1号			(電話) 9 8 7 6 局 5 4 3 2 番
		(フリガナ) (氏名又は名称及び代表者氏名) カスミサケテン カスミ ジロウ 株式会社霞酒店 代表取締役 霞 次郎			
		(法人番号) 個人の方は、個人番号の記載は不要です。 1234567890123			
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) 9 8 7 6 局 5 4 3 2 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		令和●●年●●月●●日			
設 置 す る 期 間		上記「設置年月日」から 令和 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	
			送 付 年 月 日		担 当 者	

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

【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)

収受印

税 務 署
整 理 欄

令和 年 月 日	(住所) 〒		
報 告 者 税務署長 殿	(フリガナ) (氏名又は名称及び代表者氏名)		
	(電話) () - ()	(法人番号) 個人の方は、個人番号 の記載は不要です。	
	(電話) () - ()		
販売場の所在地及び名称			

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。

区 分	卸売販売数量 (免許者に対する販売)		小売販売数量 (単位: 0)	3月末在庫数量 (単位: 0)
	卸売業者 (単位: 0)	小売業者 (単位: 0)		
① 清 酒				
② 合 成 清 酒				
③ 連 続 式 蒸 留 酎				
④ 単 式 蒸 留 酎				
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 ビ リ ッ ツ				
⑮ リ キ ュ ー ル				
⑯ 雑 酒				
合 計 (①～⑯の計)				
粉 末 酒 (ダラム)				

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」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。)

摘 要 (酒類販売場の業態区分)

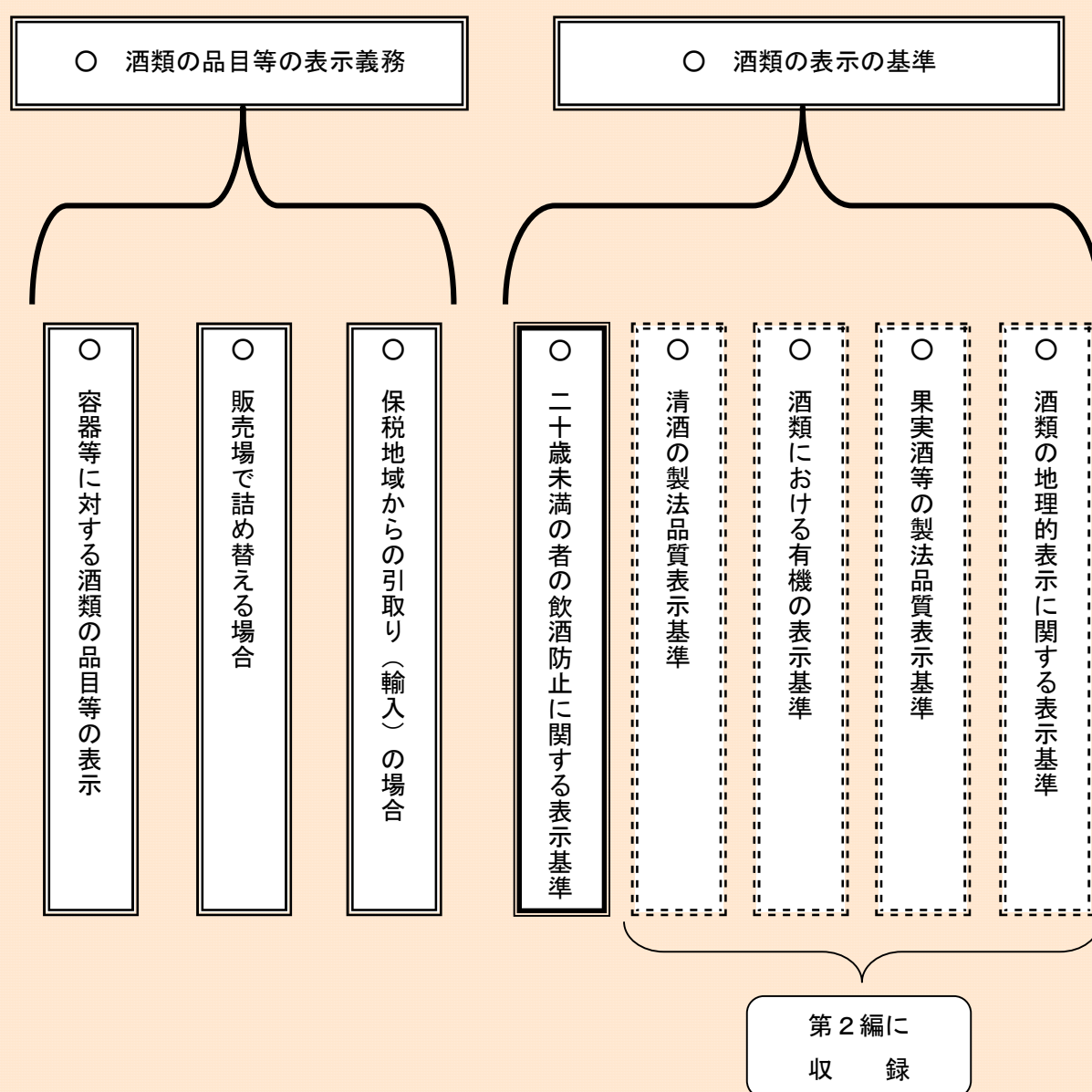
☐①一般酒販店(酒屋、酒類専門店等)、☐②コンビニエンスストア、☐③スーパーマーケット、☐④百貨店、☐⑤①から④以外の量販店(ディスカウントストア等)、☐⑥その他(☐⑦業務用卸主体店、☐⑧ホームセンター・ドラッグストア、☐⑨その他)

(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	確 認 印	通 信 日 付 印	年 月 日	確 認 印
---------------	-------	-------------	-------------	-----------------------	-------	-------------

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

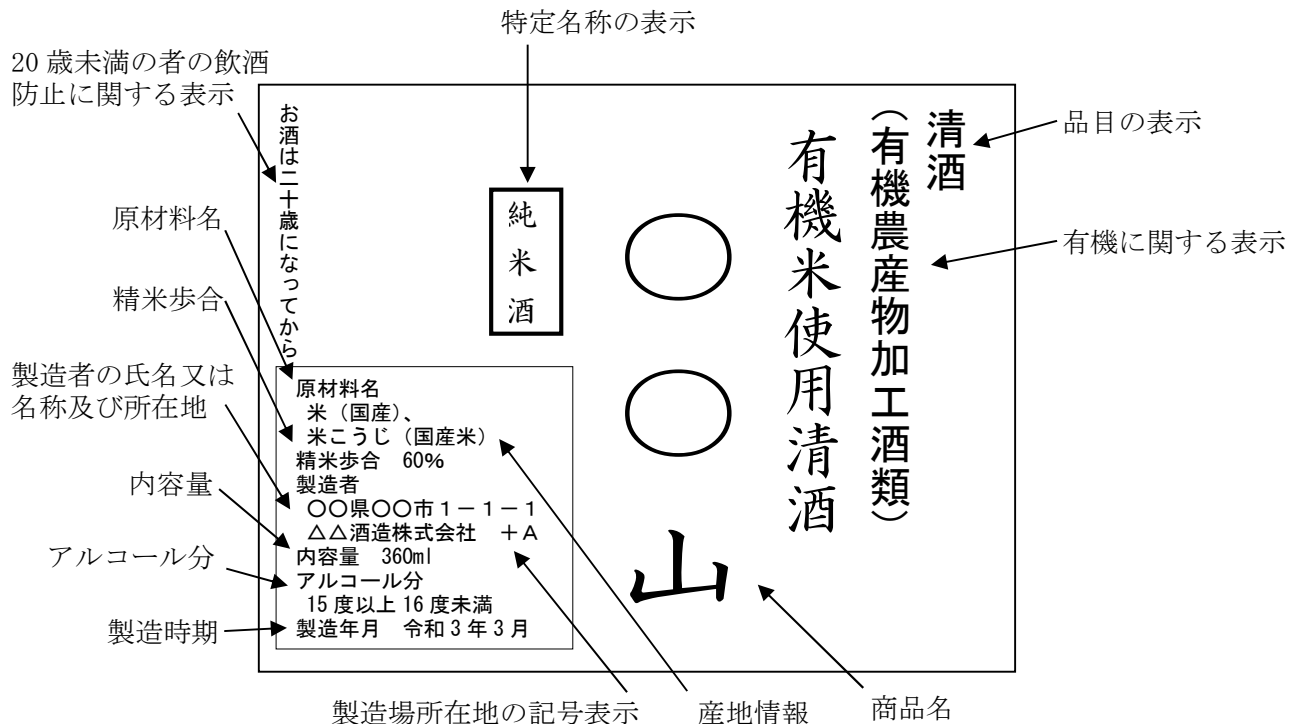
国内で流通する酒類には、酒類製造業者又は酒類販売業者（以下「酒類業者」といいます。）の氏名又は名称、製造場等の所在地、内容量、酒類の品目等の事項を、その容器又は包装の見やすい箇所に表示しなければならないこととなっています。

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
保税地域から引き取られる酒類（輸入酒類）	保税地域から引き取る酒類販売業者	保税地域から引き取る時まで	保税地域の所轄税関長
販売場で詰め替えられた酒類	詰め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 内容量
- 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となります。

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) 清酒の製法品質表示基準
- (2) 果実酒等の製法品質表示基準
- (3) 酒類における有機の表示基準
- (4) 酒類の地理的表示に関する表示基準
- (5) 二十歳未満の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

(1) ~ (4) 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。

○ 二十歳未満の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)

20 歳未満の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、「二十歳未満の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「20 歳未満の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 20 歳未満の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) 20歳未満の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）
 - 「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」又は「20歳未満の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「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」又は「20歳未満の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）
 - 「20歳未満の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、「二十歳未満の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。



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

20歳

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。

酒類の陳列の仕方によって表示の方法が異なりますので、7～10ページを参照し売場に合わせた表示を行ってください。

○酒類の陳列場所における表示例については、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。

<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hyoji/miseinen/sampuru/01.htm>

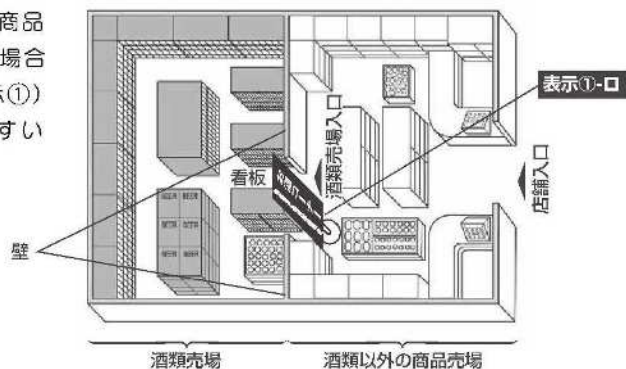
[ホーム / 税の情報・手続・用紙 / お酒に関する情報 / 酒類の表示 / 「酒類の陳列場所における表示」のサンプル]

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、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、酒類と他の商品を明確に区分し、確実に表示しましょう。

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。



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」の文言を明瞭に表示していれば、「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。



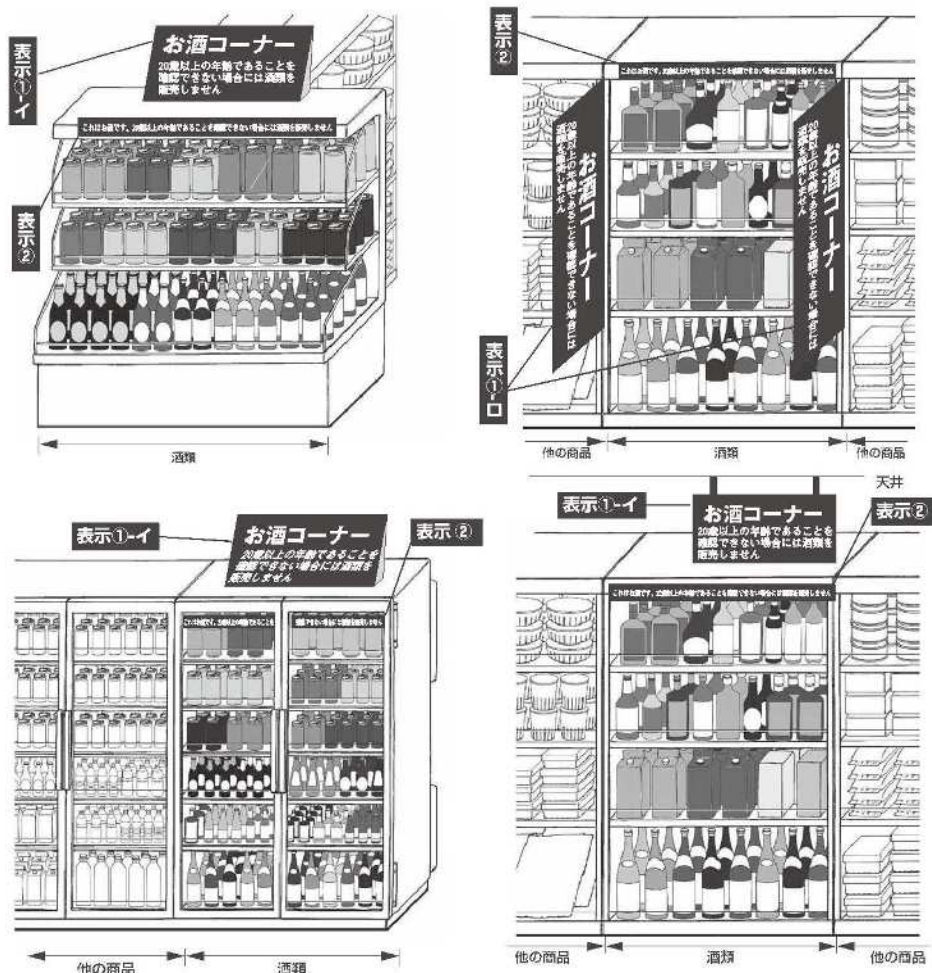
商品見本用の 酒類を陳列 している場合

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。

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、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。

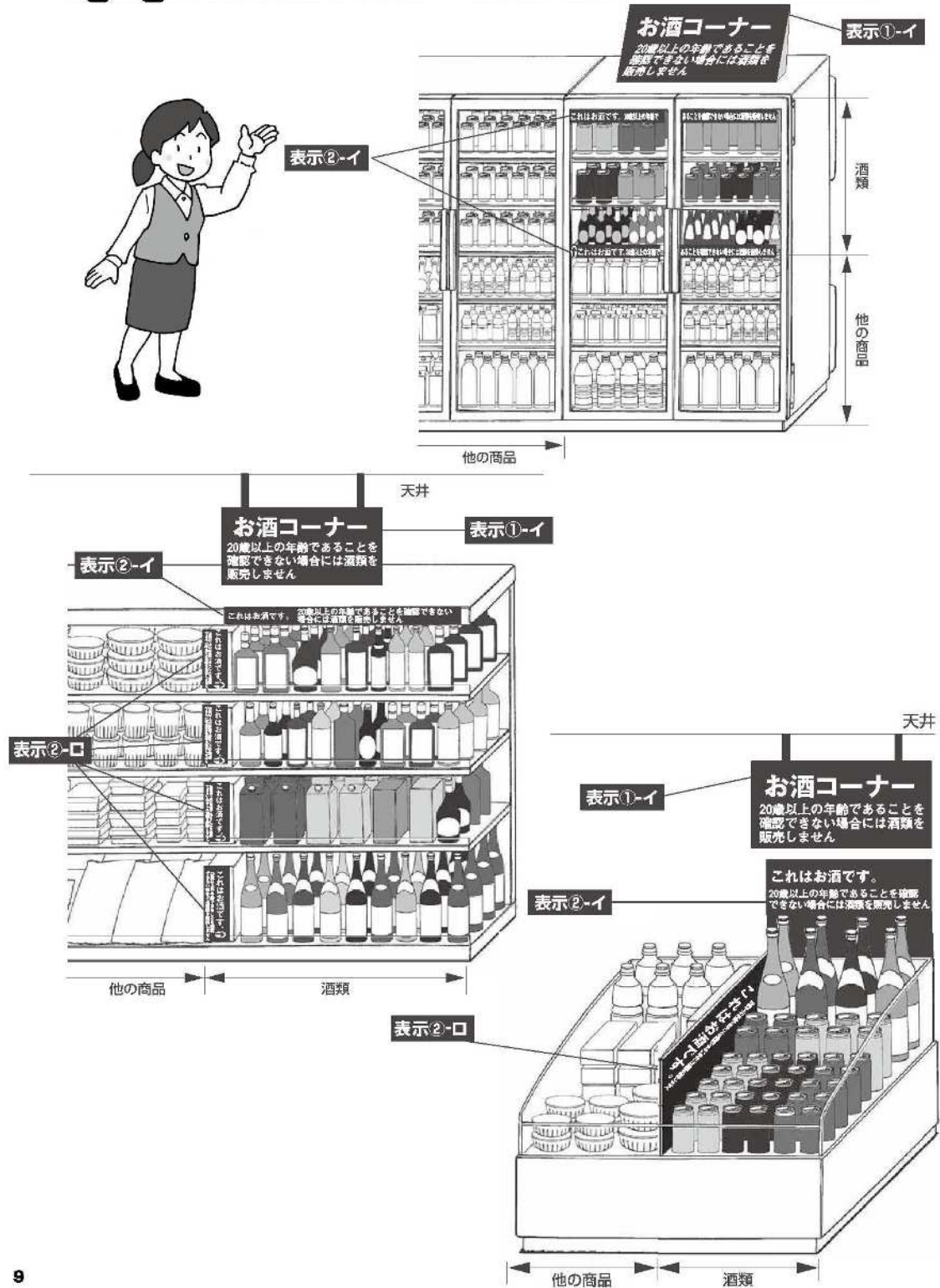
表示①-イ お酒コーナー
20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません

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

- さらに、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。

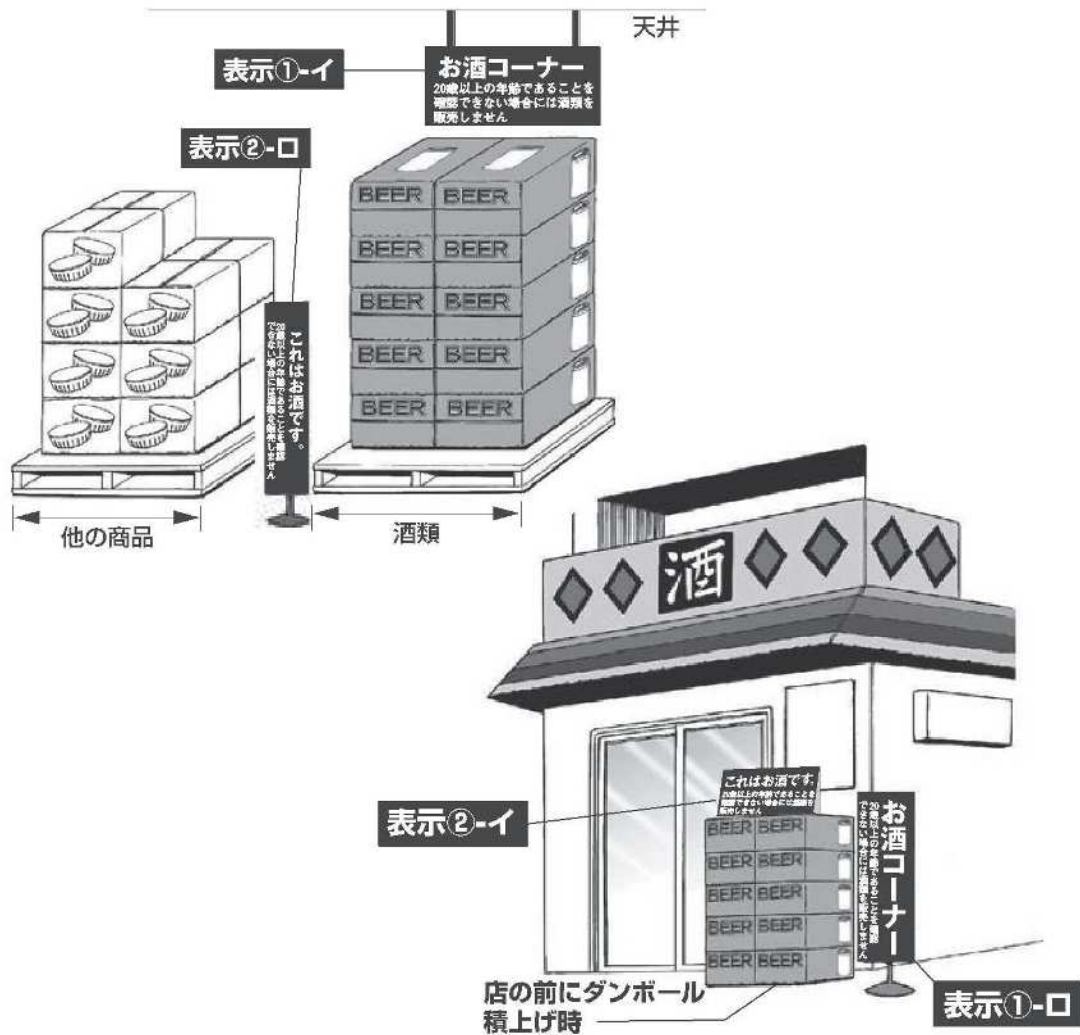
表示② これはお酒です。20歳以上の年齢であることを確認できない場合には酒類を販売しません。

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



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。



■ まず、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

■ さらに、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

「これは酒類です。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。」

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	令和2年4月1日
次回研修の受講期限	令和5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。
<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/hambai/mokuji.htm>
 [ホーム / 税の情報・手続・用紙 / お酒に関する情報 / 酒類の販売管理]

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、「20歳未満の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

20歳未満の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 国税酒店
酒類販売管理者の氏名	国税太郎
連絡先の所在地及び電話番号	東京都千代田区霞が関3-1-1 03-3581-XXXX
午後11時から翌日午前5時まで販売を停止しています	

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。)
 - ・「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」又は「20歳未満の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(11ページ「標識の掲示」をご覧ください。)
 - 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「20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されている」又は「20歳未満の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。)
 - 「20歳未満の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atalog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瞭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

(ホームページ)



(商品購入画面)

申込者情報入力フォーム

氏 名	姓	名
住 所		
電 話 番 号	- -	
生 年 月 日	年 月 日 (歳) (20歳未満の者の飲酒は法律で禁止されています。)	

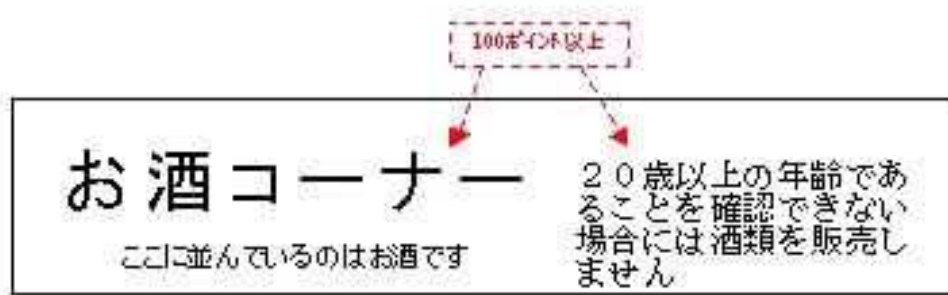
確認画面へ

【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6「二十歳未満の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)



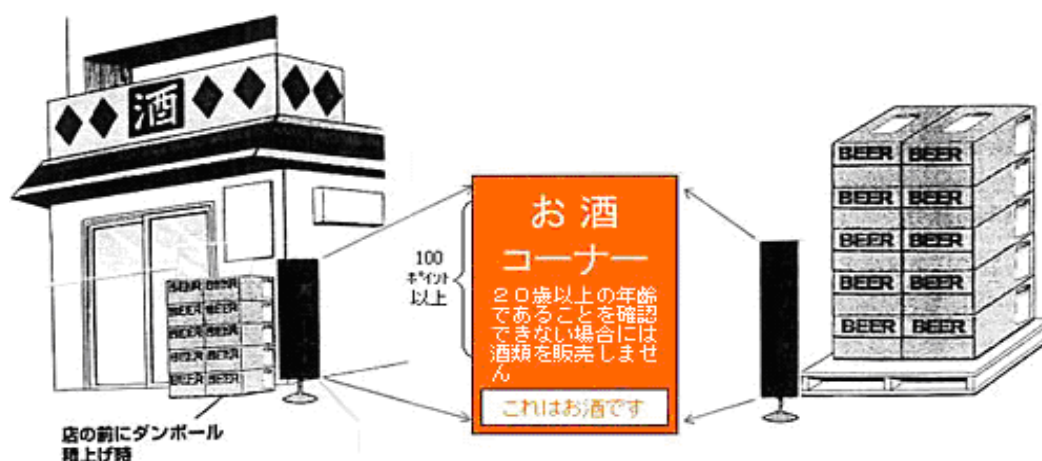
(表示例2)



【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6「二十歳未満の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。

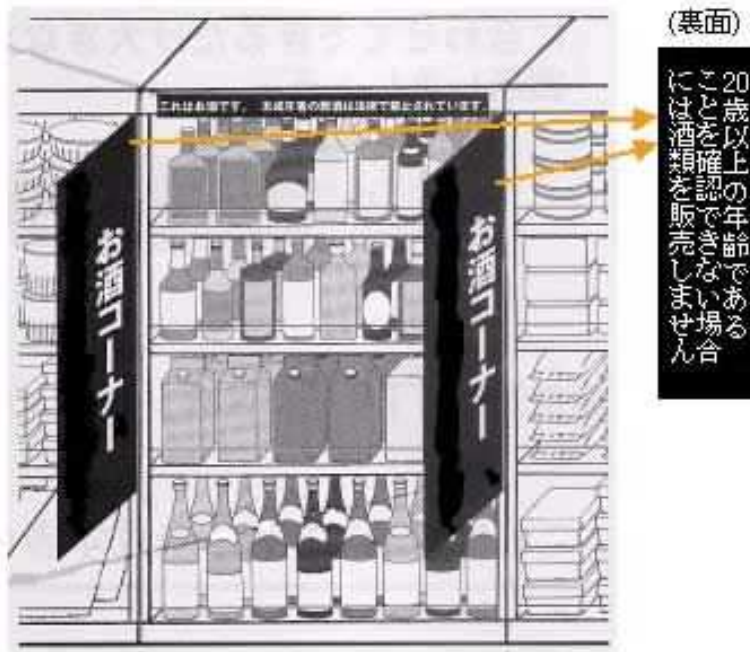
【Q4】

(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、「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。

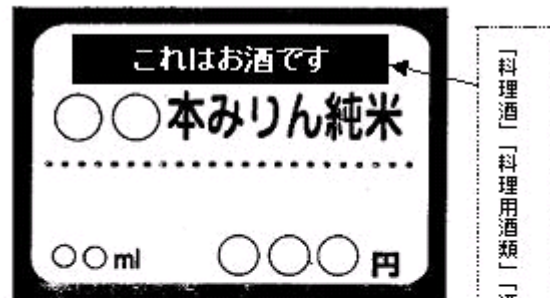
〈表示例1〉



「料理酒」「料理用酒類」「酒類調味料」



〈表示例2〉



「料理酒」「料理用酒類」「酒類調味料」



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「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6「二十歳未満の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

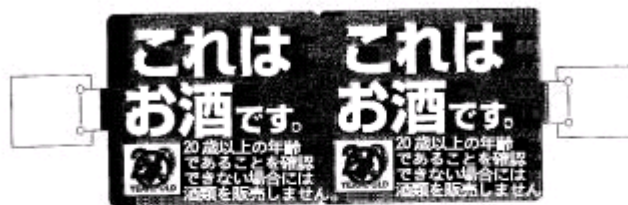
(注) 陳列棚等に陳列されている商品の全部がみりん等である場合には、当該陳列棚等に「陳列されている商品がみりん等である」旨又は「みりん」等の文言の表示を行うこととして差し支えない。

【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」と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、20歳未満の者の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20歳未満の者の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20歳未満の者の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

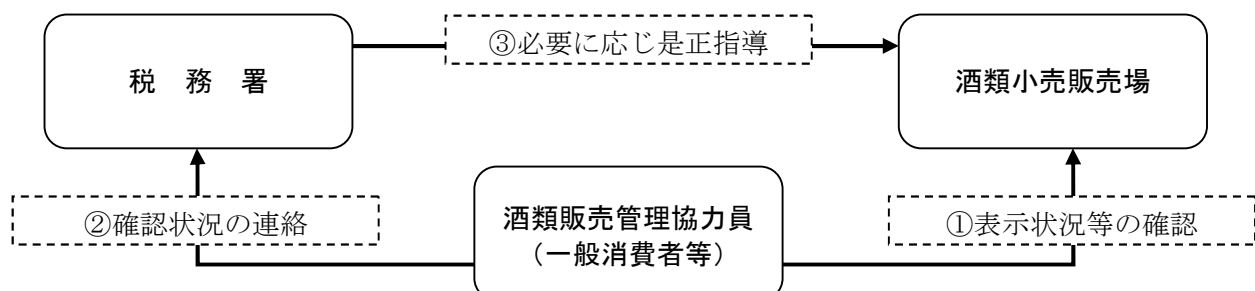
- (1) 20歳以上である者
- (2) 日常生活において酒類の陳列場所や価格情報に接する機会のある者
- (3) 中立・公平性が期待できる者
- (4) 業務の適正な実施が期待できる者
- (5) 来署等することにより、確認先店舗の調整や署との間での報告・ヒアリングを容易に行うことができる者
- (6) 業務の説明会に参加できる者

○ 酒類販売管理協力員の委嘱人数

全国で1,300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。

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。

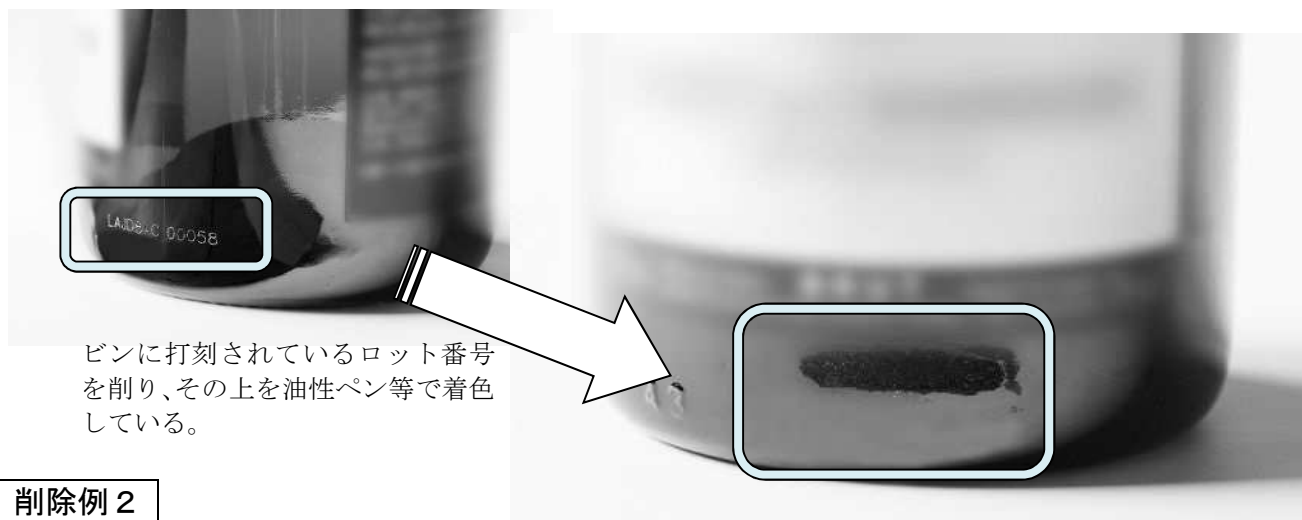
このような状況の下、海外において表示が義務付けられているロット番号が削除等された輸入酒類が国内で流通している事例が散見されています。こうした事態は消費者の酒類に対する信頼性に疑念を与える可能性があり、望ましくないものと考えられることから、国税庁から酒類業団体を通じて、ロット番号表示に関する意識の醸成に努めるよう周知を行っています。

また、酒類業団体以外のお酒を取り扱う団体（日本ソムリエ協会、日本バーテンドー協会など）についても、所管する関係省庁から周知を行ない、政府全体でこの問題に取り組んでいます。

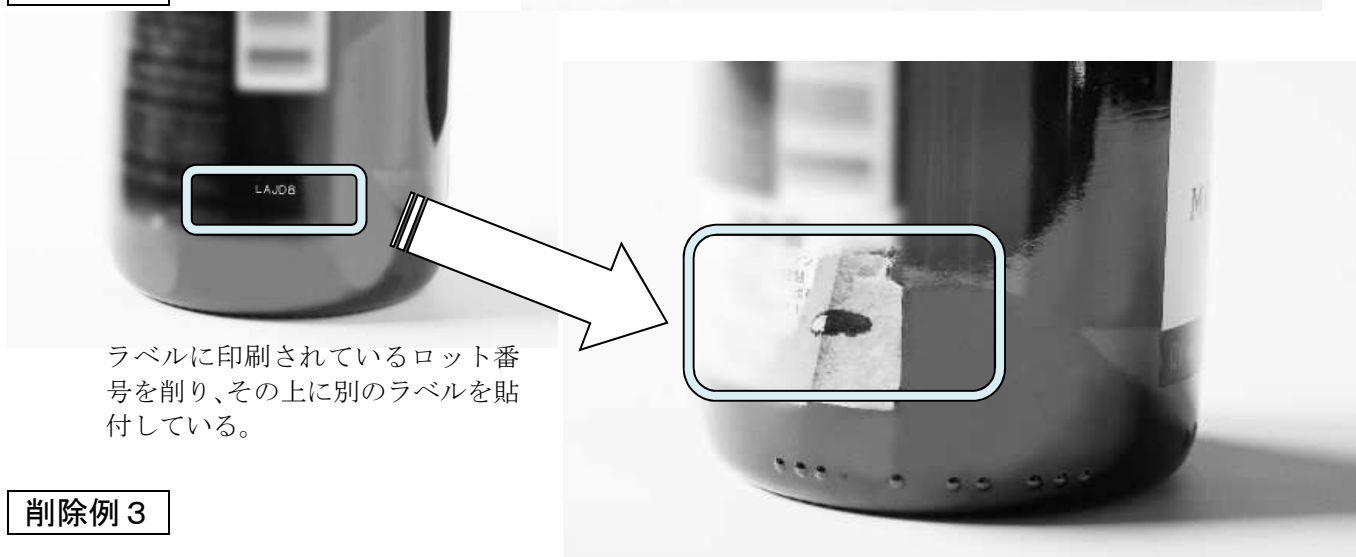
ロット番号削除の代表的な例

○果実酒(発泡性)

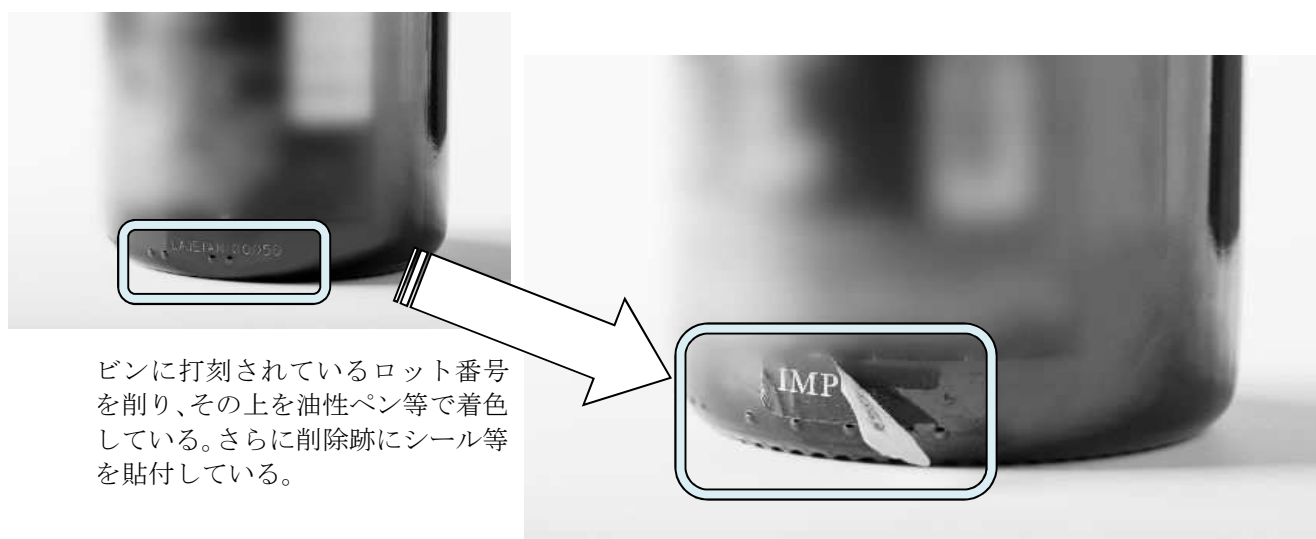
削除例 1



削除例 2

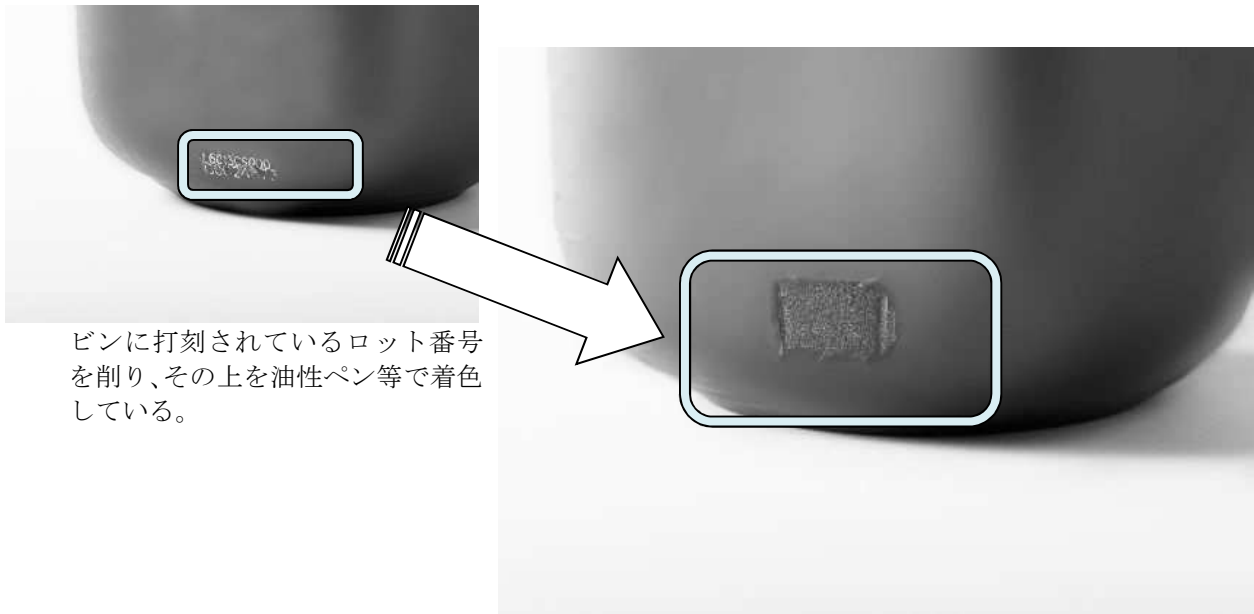


削除例 3



○ウイスキー

削除例 1

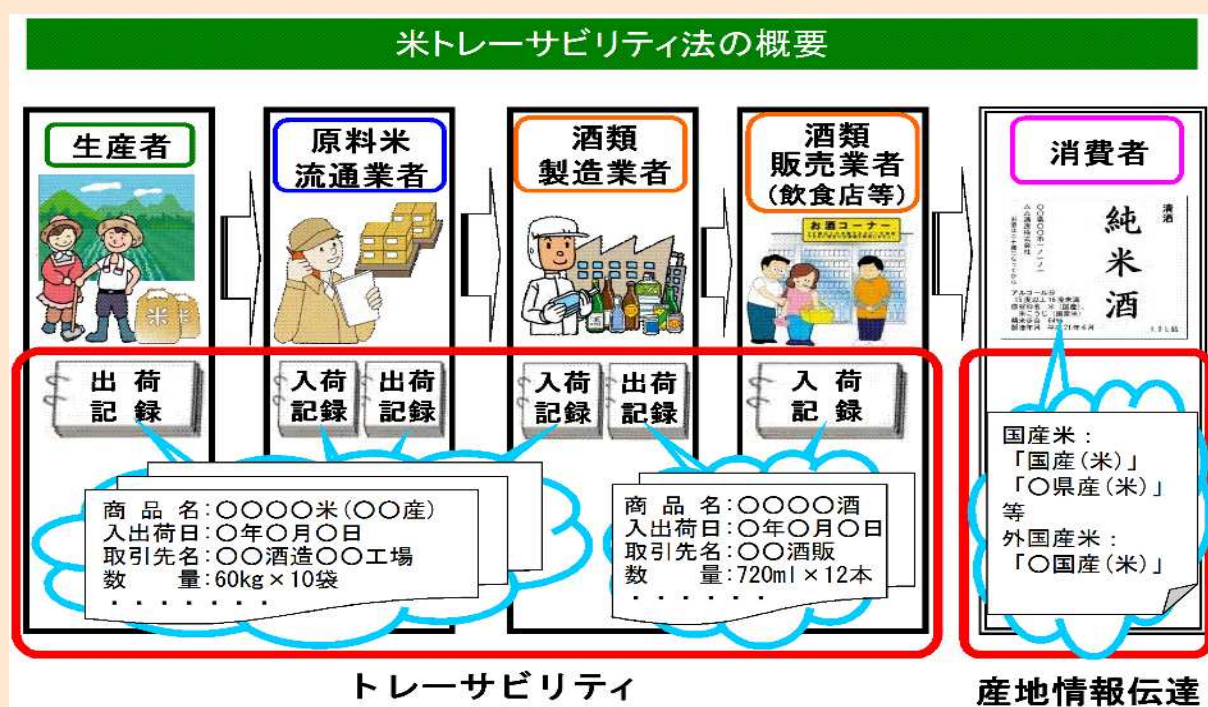


削除例 2



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20歳未満の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

20歳未満の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

業界は酒類の表示や広告・宣伝についての自主基準を設け、20歳未満の者の飲酒防止や不適切な飲酒の誘因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。

○ アルコール健康障害対策基本法

1 未成年者飲酒禁止法

- (1) 20 歳未満の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、20 歳未満の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 20 歳未満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 20 歳未満の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 20 歳未満の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 20 歳未満の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atalog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 20 歳未満の者の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 20 歳未満の者の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 20 歳未満の者の心身に対する悪影響及び 20 歳未満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) 20 歳未満の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 20 歳未満の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》

- ・ 20歳未満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20歳未満の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。
- ・ 20歳未満の者に対して酒類を販売した場合、20歳未満の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、20歳未満の者の間で「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。

《参考》民法の一部を改正する法律（成年年齢関係）について

平成30年6月13日、民法の成年年齢を20歳から18歳に引き下げることを内容とする民法の一部を改正する法律が成立し、令和4年4月1日から施行されます。

飲酒に関する年齢制限については20歳未満のまま維持されるため、未成年者飲酒禁止法については、民法の改正に合わせて「二十歳未満ノ者ノ飲酒ノ禁止ニ関スル法律」と名称変更されます。

2 20歳未満の者の飲酒防止に向けた条例

(1) 20歳未満の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、20歳未満の者に飲酒等を勧めることの禁止や、20歳未満の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、20歳未満の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 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、20歳未満の者の飲酒、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、第1期のアルコール健康障害対策推進基本計画が閣議決定されました。令和3年4月から令和8年3月までの5年間は、令和3年3月に閣議決定された第2期の基本計画に基づき、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。

(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

アルコール健康問題を有している、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。

4 20歳未満の者の飲酒防止に対する各種取組等

(1) 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、20歳未満の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。

イ 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20歳未満の者の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。

ロ 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。

ハ 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。

二 二十歳未満の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「二十歳未満の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) 20歳未満の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

ホ 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20歳未満の者の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。

へ 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。

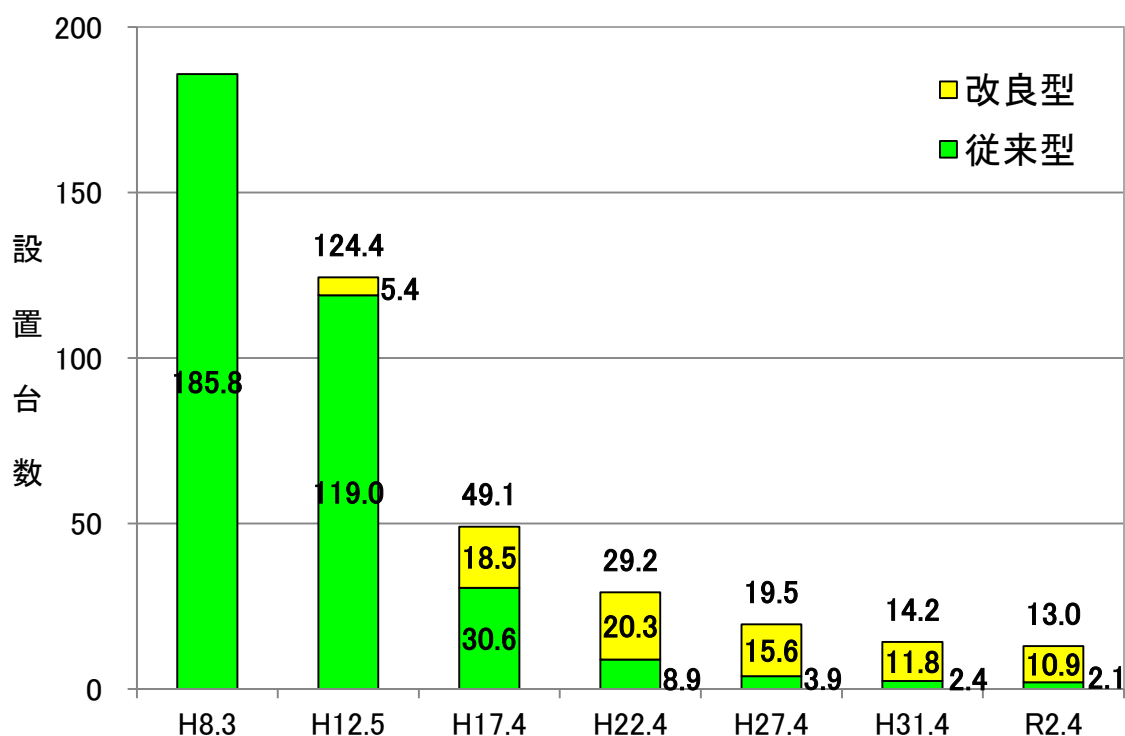
《参考》酒類の自動販売機の設置状況

令和2年4月1日現在、全国の従来型機の設置台数は、2,114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1.1%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）



(2) 表示に関する業界自主基準

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、20歳未満の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イ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ロ及びハのとおり定めています。

イ 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9団体で構成)

(昭和63年12月9日制定、最終改正：令和元年7月1日)

酒類の製造販売に携わる事業者として、20歳未満の者の飲酒や飲酒運転など不適切な飲酒を防止し、適正な飲酒環境を醸成するなどの社会的責任を果たしていくため、酒類の広告・宣伝や酒類容器の表示に関する事項を定めています。

また、策定した自主基準の遵守状況の確認のため、第三者機関である酒類の広告審査委員会において、テレビ・新聞・雑誌等の酒類の広告を審査しています。

ロ 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。

ハ 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29年9月19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、ロの(注)と同様です。

(3) アルコール健康障害対策推進基本計画における酒類業界の取組

第2期アルコール健康障害対策推進基本計画においては、酒類業界における「不適切な飲酒の誘引の防止」に関する基本的施策が次のように定められています。

(現状等)

アルコール健康障害の発生を防止するためには、不適切な飲酒を誘引しない社会を形成していくことが必要であり、これまでも、20歳未満の者への酒類販売・供与・提供の禁止の周知や、違反者に対する指導・取締りを行ってきた。また、酒類業界において、商品の広告や表示に関する自主基準を遵守し、その取組を進めている。

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

(目標)

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

(1) 広告

- 酒類業界は、不適切な飲酒を誘引することのないよう、テレビ広告における起用人物の年齢や飲酒の際の効果音・描写方法にも配慮した広告・宣伝に関する自主基準の遵守を継続するとともに、状況に応じて自主基準の改定等を行う。

また、20歳未満の者の飲酒の誘引防止の観点から、企業のホームページにおいて、年齢認証等の導入に努めていく。

さらに、電子広告などの新たな広告媒体においても、20歳未満の者や妊産婦などの飲酒すべきでない者及びアルコール依存症の当事者に対して飲酒を誘引しないよう特段の配慮を行う。

- 国は、広告等が依存症である者にどのような影響を与えるかについて科学的知見の集積を図り、酒類業界は、知見を踏まえて必要な取組を検討する。

(2) 表示

- 酒類業界は、20歳未満の者の飲酒防止の観点から、酒類と清涼飲料との誤認による不適切飲酒を誘引することのないよう、引き続き、低アルコール飲料の酒類の容器に表示している「酒マーク」の認知向上を図る。

- 酒類業界は、いわゆるストロング系アルコール飲料の普及が進んでいることや、「飲酒ガイドライン」(※)の内容、活用・周知の状況も踏まえつつ、酒類の容器にアルコール量を表示することについて速やかに検討を行う。

※ 国(厚生労働省)は、国民のそれぞれの状況に応じた適切な飲酒量・飲酒行動の判断に資するよう、飲酒量をはじめ、飲酒形態、年齢、性別、体質等によってどのようなリスクがあるのか等、具体的で分かりやすい「飲酒ガイドライン」を作成することとされている。

(3) 販売

- 酒類業者に対し、20歳未満の者への販売の禁止の周知を徹底するとともに、酒類の特殊性とリスクについての知識の習得を含め、適正な販売管理の確保が図られるよう、酒類販売管理研修の定期的な受講を引き続き強く促す。

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

【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20歳未満の者Bに対して、20歳未満の者と知りつつ、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20歳未満の者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20歳未満の者数人に対して、20歳未満の者と思いながら酒類の販売を行った。

酒類を購入した20歳未満の者は、友人宅へ向かう途中で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20歳未満の者は、A店で酒類を購入する前に、他店で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20歳未満の者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20歳未満の者とは認識できなかったと主張していたが、20歳未満の者両名は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20歳以上の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20歳未満の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20歳未満の者C及びDの2名に対して、これら2名が20歳未満の者であり、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20歳未満の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

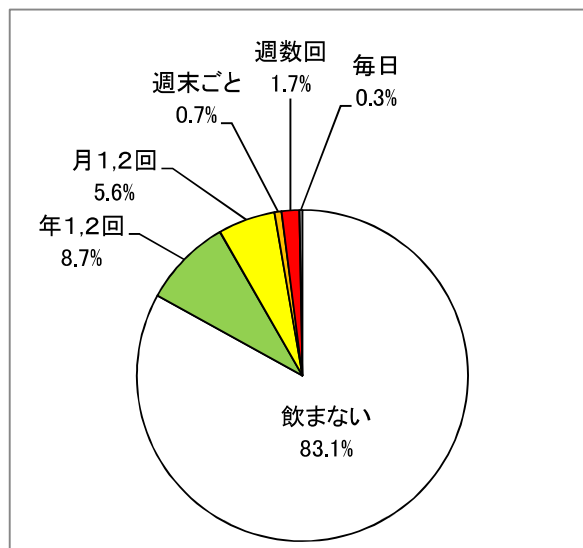
酒類小売業を営むA店において、店長B（免許者）が来店した20歳未満の者3名に対して、これら3名が20歳未満の者であり、自ら飲用に供することを知らずとも酒類を販売した。

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、警ら中の警察官から自転車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。

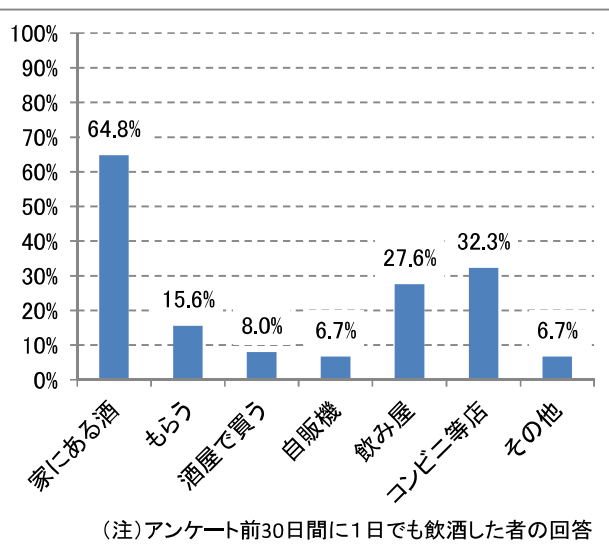
その後、免許者は、未成年者飲酒禁止法違反及び未成年者喫煙禁止法違反で起訴され、罰金30万円の略式命令を受け、酒税法の規定により、酒類販売業免許を取り消された。

【参考 2】20歳未満の者の飲酒行動等

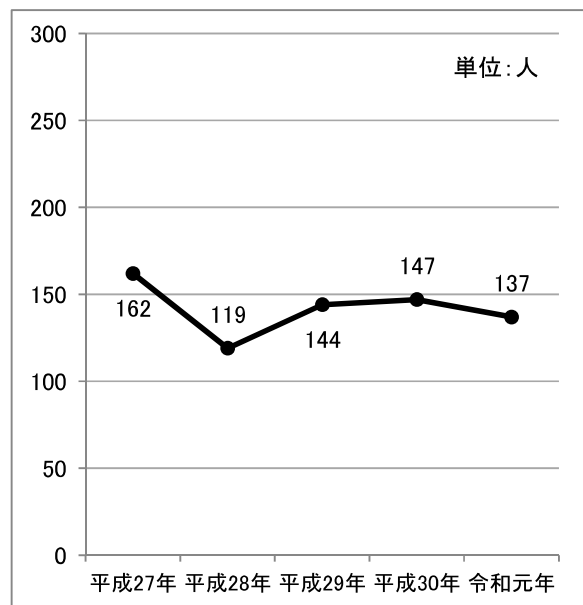
1 飲酒頻度(高校3年生)



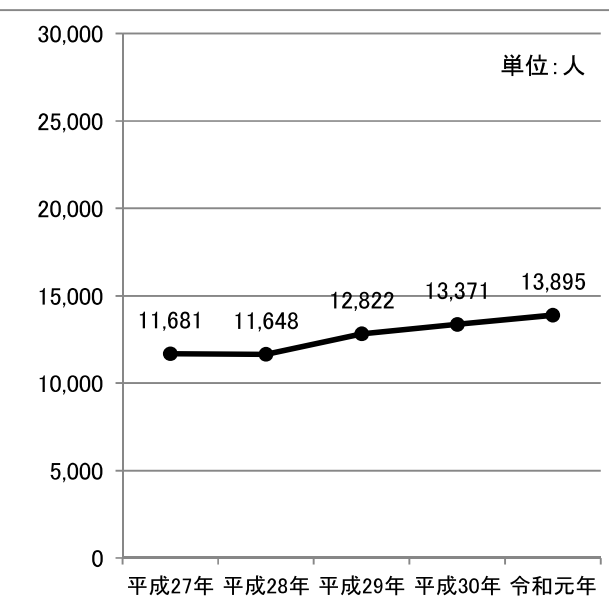
2 お酒の主な入手方法(高校3年生、複数回答)



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29年度「飲酒や喫煙等の実態調査と生活習慣病予防のための減酒の効果的な介入方法の開発に関する研究」

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 尾崎 米厚

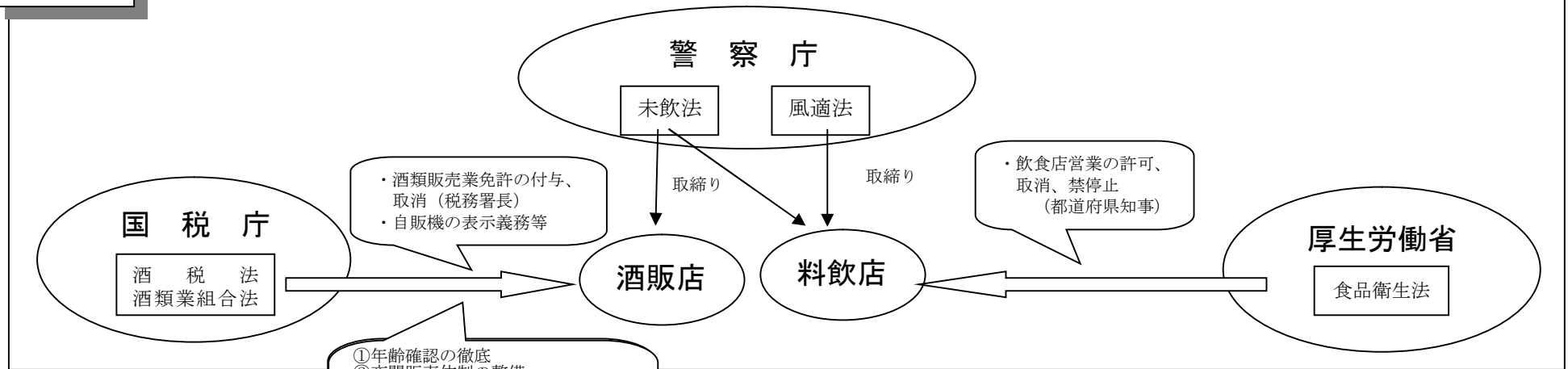
3及び4については、「令和元年中における少年の補導及び保護の概況」(警察庁)

《未成年者飲酒禁止法違反による検挙事例》

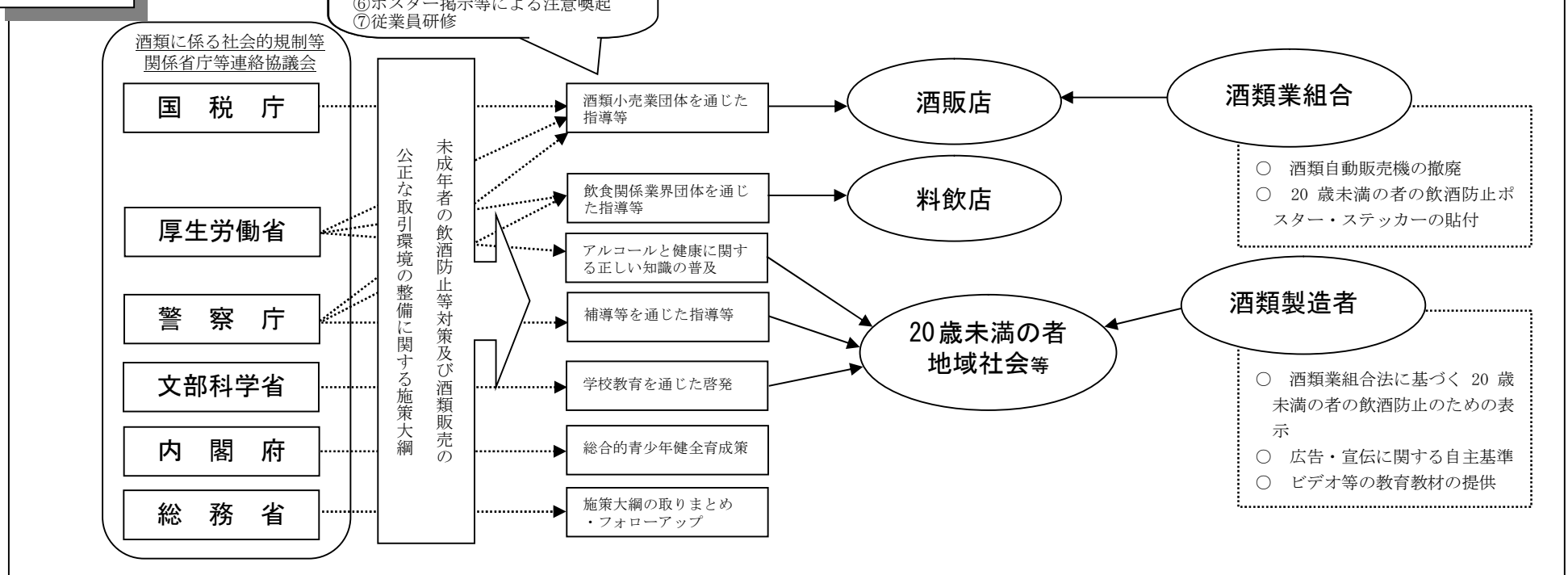
コンビニのアルバイト店員は、午前3時に来店した女子高校生2名(いずれも15歳)に対して、服装や態度等から2人は明らかに20歳未満の者であり、また、来店の時間帯や2人の様子等から、同人らが飲酒するために購入しようとしていることを知りながら、販売を断ってトラブルになることを嫌い、なんら注意をすることなく缶ビール等を販売した。

20 歳未満の者の飲酒防止に向けた取組

取締等



指導



【参考 3】 20 歳未満の者の飲酒防止に向けた取組

【参考4】20歳未満の者の飲酒防止等に関する取組等

国税庁では、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20歳未満の者の飲酒防止に配慮した販売や広告、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ました。

この酒類販売管理研修については、平成28年6月に改正された酒類業組合法により義務化が図られ、平成29年6月からは、酒類小売業者は、過去3年以内に酒類販売管理研修を受けた者のうちから酒類販売管理者を選任するとともに、当該販売管理者に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らないこととなりました。

《業界団体への要請等》

- 1 警察庁及び厚生労働省と共同で、酒類小売業界に対し、20歳未満の者の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）
- 2 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・要請（平成13年12月）
- 3 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）
- 4 「アルコール健康障害対策基本法」が施行され、同法に基づき、「アルコール健康障害対策推進基本計画（平成28年5月31日閣議決定）」が策定されたことを受け、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20歳未満の者の飲酒防止のための取組を徹底するよう要請（平成28年7月）
- 5 平成30年6月の「民法の一部を改正する法律」により成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることとなったが、飲酒禁止年齢については引き続き20歳未満とされたことを踏まえ、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20歳未満の者の飲酒防止のための取組を徹底するよう要請（平成31年3月）

《自動販売機》

- 1 自動販売機のみ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) 20歳未満の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～）

《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 20歳未満の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 20歳未満の者への販売を防止するため、酒類を販売する場合には20歳未満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 20歳未満の者が夜間に酒類を購入することを防止するため、20歳未満の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 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慮
 - (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慮
- 2 酒類の容器に「20歳未満の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、低アルコールリキュール等と清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料との誤認を防止するため、容器又は包装の表示に「酒マーク」を表示することや、色彩、絵柄等に配慮すること等の自主基準を制定（平成12年6月～）

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

- 4 酒類の陳列場所に「酒類の売場である」旨及び「20 歳未満の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 20 歳未満の者の酒類の購入を防止するため、「20 歳未満の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～）
- 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～）

【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



《啓発活動》

- 1 警察庁と協力して、20 歳未満の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 20 歳未満の者の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「20 歳未満飲酒防止強調月間」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「20 歳未満の者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、20 歳未満飲酒防止教育学校コンクール（平成 28 年までは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、「20 歳未満飲酒防止・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》

- 1 酒類業界（飲酒に関する連絡協議会）において、酒類の広告宣伝に関して次のような自主基準を制定（昭和 63 年 12 月制定：最終改正：平成 28 年 7 月）。
 - (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) 20 歳未満の者の飲酒を推奨、連想、誘引する表現は行わない。
 - (3) 20 歳未満の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) テレビ広告において、25 歳未満の者を広告のモデルに使用しない。また、25 歳以上であっても、25 歳未満に見えるような表現は行わない。
- (5) 酒類を清涼飲料と誤認させる表現は行わない。
- (6) 20 歳未満の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、テレビ広告での喉元を通る「ゴクゴク」等の効果音やお酒を飲むシーンについて喉元アップの描写はしない。
- (10) 5 時 00 分～18 時 00 分までの時間帯にはテレビ広告を行わない。

【参考5】20歳未満の者の飲酒防止啓発ポスター

＜店舗掲示用＞

年齢確認などの実施は法律で定められています。
当店で20歳以上の年齢であることを確認できない場合にはお酒を販売しません。

年齢確認にご協力ください。

20歳未満の者の飲酒は法律で禁じられています。

4月は20歳未満飲酒防止強調月間です。
20歳未満の者の飲酒を防止するため、酒類小売店では年齢確認を実施しています。

2022年4月から民法の成年年齢は18歳に引き下げられますが、お酒に関する年齢制限については20歳のまま維持されます。

国税庁、厚生労働省、内閣府、警察庁、文部科学省、公益社団法人アルコール健康医学協会、全国小売酒販組合中央会、日本チェーンストア協会、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会、一般社団法人日本ボランティアチェーン協会、一般社団法人全国スーパーマーケット協会

リサイクル推進 5
2022年4月1日より実施

＜官公庁等掲示用＞

20歳未満の飲酒は、NO

20歳未満の者がお酒を飲んではいけない5つの理由

- ① 脳の機能を低下させます。
- ② 肝臓をはじめとする臓器に障害を起こす可能性があります。
- ③ 性ホルモンの分泌に異常が起きるおそれがあります。
- ④ アルコール依存症になりやすくなります。
- ⑤ 20歳未満の者の飲酒を禁ずる法律があります。

4月は20歳未満飲酒防止強調月間です。
2022年4月から民法の成年年齢は18歳に引き下げられますが、飲酒に関する年齢制限は20歳のまま維持されます。

20歳未満の者の飲酒は法律で禁じられています。
20歳未満の者の飲酒を防止するため、酒類小売店では法律に基づき年齢確認を実施しています。

警察庁、厚生労働省、内閣府、警察庁、文部科学省、公益社団法人アルコール健康医学協会、全国小売酒販組合中央会、日本チェーンストア協会、一般社団法人日本ボランティアチェーン協会、一般社団法人全国スーパーマーケット協会

リサイクル推進 5
2022年4月1日より実施

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。

【参考6】『20歳未満の者の飲酒防止への取組』7か条

『20歳未満の者の飲酒防止への取組』

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20歳未満の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、20歳未満の者の飲酒防止のため、次の事項について積極的に取り組んでください。

1 20歳未満と思われるお客様には**年齢確認**を実施し、20歳未満の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、20歳未満の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 20歳未満の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 20歳未満の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、**20歳未満の者の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**20歳未満の者の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20歳未満の者の心身に対する悪影響及び20歳未満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。

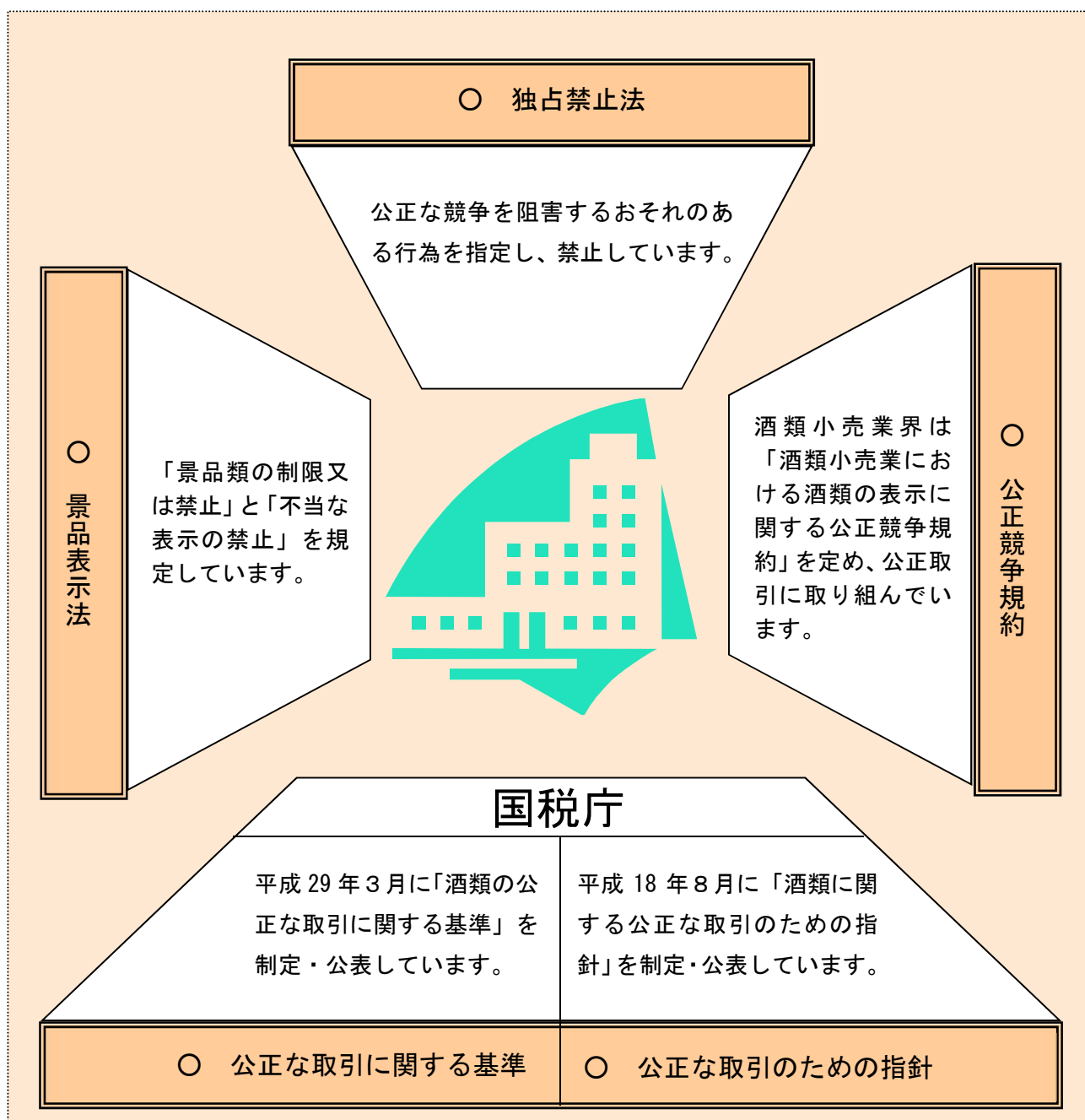
附 則

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

課徴金とは、カルテル・入札談合等の違反行為防止という行政目的を達成するため、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、事業者又は事業者団体が課徴金の対象となる独占禁止法違反行為を行っていた場合、当該違反事業者等に対して、課徴金を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について排除措置命令又は課徴金納付命令等を受けたことがある場合）
- ・ 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（始期は調査開始日から最長10年前まで遡及）の対象商品又は役務の売上額又は購入額に事業者の規模に応じた算定率を掛けて算定します。

また、不当な取引制限及び支配型私的独占の場合は、対象商品又は役務の売上額又は購入額に密接関連業務の対価の額を加えて算定率が掛けられるとともに、財産上の利益（談合金等）に相当する額と合算されます。

$$\begin{array}{|c|} \hline \text{課徴金額} \\ \hline \end{array} = \begin{array}{|c|} \hline \text{違反行為に係る期間中の} \\ \hline \begin{array}{|c|} \hline \text{対象商品又は} \\ \text{役務の売上額} \\ \text{又は購入額} \\ \hline \end{array} + \begin{array}{|c|} \hline \text{密接関連業務} \\ \text{の対価の額} \\ \hline \end{array} \\ \hline \end{array} \times \begin{array}{|c|} \hline \text{課徴金} \\ \text{算定率} \\ \hline \end{array} + \begin{array}{|c|} \hline \text{違反行為に係る期} \\ \text{間中の財産上の利} \\ \text{益（談合金等）に相} \\ \text{当する額} \\ \hline \end{array}$$

※ 課徴金算定率

（ ）内は違反事業者及びそのグループ会社が全て中小企業の場合

不当な取引制限	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	優越的地位の濫用
10%（4%）	10%	6%	3%	1%

○ 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」と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」と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

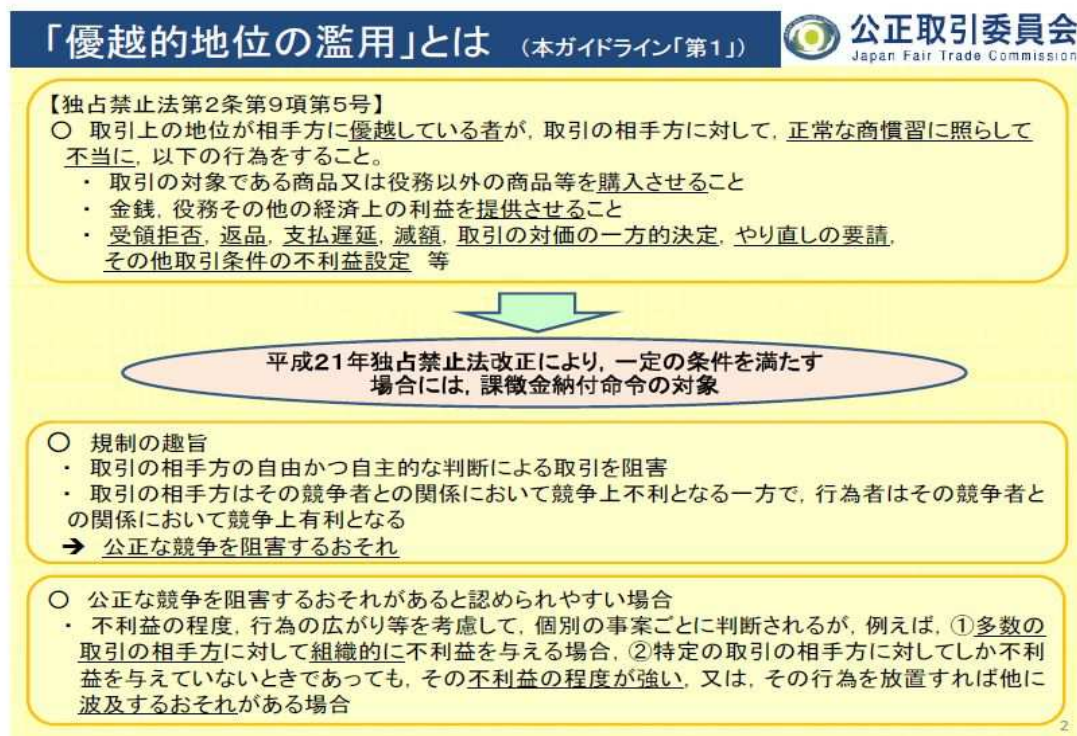
大規模な事業者による不当廉売事案又は繰り返し行われている不当廉売事案で、周辺の酒類販売業者に対する影響が大きいと考えられるものについては、周辺の酒類販売業者の事業活動への影響等について個別に調査を行い、問題のみられる事案については排除措置命令や警告に至らない場合であっても責任者を招致するなどした上で、文書で注意を行うなど、厳正に対処する。

(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4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 売上予定総額の2%
5,000円以上	10万円	

※ 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

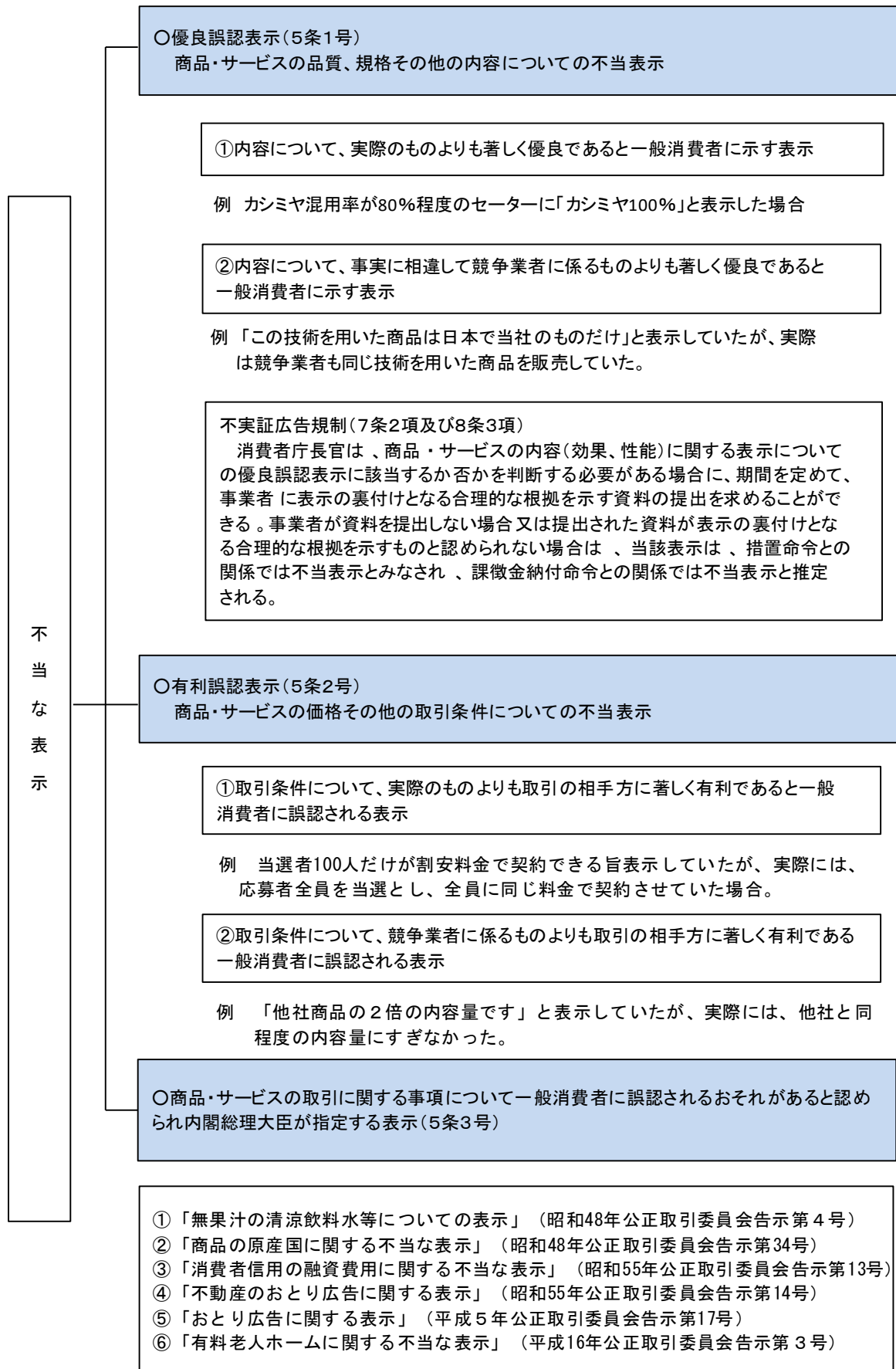
(3) 不当な表示の禁止 (法第 5 条関係)

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



《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 他の事業者等の中傷し、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、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・公表しています。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．対象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、平成29年3月31日改定）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、取引上優越した地位にある場合に、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実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。
 - (1) 正当な理由なく、酒類を当該酒類に係る売上原価の額と販売費及び一般管理費の額との合計額を下回る価格で継続して販売すること
 - (2) 自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがある取引をすること

（売上原価の算定方法）

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

（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日からこれによらるたい。

（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

- (1) 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。

- (2) 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。

- (3) 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

- (4) 「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。

- (5) 「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、廉売業者の商圈に応じて、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、廉売業者の商圈に応じて、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

- (1) 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。

- (2) 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

- (3) (2)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レポートの受取りが見込まれる場合には、当該期間中の販売に対応する額を上限に、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レポート

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

(1) 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。）。

(2) 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。

(3) 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

(1) 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。

- (2) 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う注意を促すものとする。

6 取引基準8（命令）について

- (1) 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大きいと認めるときをいう。
- (2) 5(1)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

- (1) 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、適切な措置を講ずるものとする。
- (2) 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、適切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慮することはもちろん、品質を損なうことなく酒類を提供していくことが期待されている。他方、単に酒類業界が高利益な酒類の提供等により高いマージンを確保することや販売管理に伴う過剰な負担を安易に消費者へ求めることも適切ではない。常に「消費者の視点」を意識し、酒類の供給者（業界）と実需者（消費者）の利益が最大化するようにすべきである。

国税庁は、酒類業組合の会合などあらゆる機会を通じて、「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、(1)正当な理由なく、酒類を当該酒類に係る売上原価の額と販売費及び一般管理費の額との合計額を下回る価格で継続して販売すること、(2)自己又は他の酒類業者の酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれがある取引をすること、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

(1) 市場への影響の大きな酒類業者に対する重点的な取引状況等実態調査の実施

取引状況等実態調査は、市場に大きな影響を与える取引を行っていると思われる酒類業者に対して重点的に実施する。

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

(注) 取引状況等実態調査の実施に当たっては、事前通知を行い、調査の趣旨について「酒類業組合法第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。

(2) 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。

(3) 取引状況等実態調査の実施状況の公表

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

2 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」に則していないと思わ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思われる場合には、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

(1) 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。

(2) 酒類業者、業界団体、消費者団体等からの通報への対応

イ 酒類の取引に関し、酒類業者、業界団体、消費者団体等から、酒類取引の在り方に則していない疑いのある事例、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は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。

(3) 排除措置命令等を受けた者への対応

排除措置命令又は警告など酒類業者に係る独占禁止法違反等の事実が公正取引委員会から公表された場合において、その違反等の行為が酒類取引の在り方に則していないと認められるときは、必要に応じ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

令和元事務年度分（令和元年7月～令和2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、「酒類の公正な取引に関する基準」（以下「基準」といいます。）及び「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、「基準」又は「指針」（以下「基準等」といいます。）を遵守すべき旨の「指示」や改善指導を行うなどして、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。

2 調査の概要

(1) 調査の実施状況

令和元事務年度（令和元年7月～令和2年6月）においては、チラシ広告などの情報から基準等に則していない取引の可能性があると考えられた酒類業者等に対して、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142件実施しました。

また、過去に一般調査により改善を指導した酒類業者のうち、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業者に対する調査（以下「フォローアップ調査」といいます。）を22件実施しました。

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思わ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業者が行っていた取引のうち、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）の不正取引方法に該当する事実があると思料された取引については、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律（以下「酒類業組合法」といいます。）第94条第4項の規定に基づき、公正取引委員会に対して報告を行いました。

(2) 調査結果

イ 一般調査

一般調査の結果、基準等に則していない取引が142件中129件認められました。

このうち7件については、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）を下回る価格で継続して販売し、かつ、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と認められたため、「基準」に基づく「指示」を行いました（表1参照）。

また、13件については、直ちに「指示」には至りませんでしたが、今後も同様の行為が行われると「基準」に違反するおそれがあるとして、「嚴重指導」を行いました（表1参照）。

更に、「指針」で示している「合理的な価格の設定（「指針」ルール1）」に則していない取引（総販売原価割れ販売）が109件、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（「指針」ルール2）」が10件、支払基準が不明確なりペートを支払うなど「リペ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（「指針」ルール4）」が6件認められまし

た（表2参照）。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を指導しました。

なお、本年調査においては、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（「指針」ルール3）」については確認されませんでした。

表1 「基準」に基づき指示・厳重指導をした件数

調査対象者の業態等	一般調査	指示件数	厳重指導の件数
小売業者	111 (120)	2 (6)	12 (11)
卸売業者	23 (20)	2 (1)	1 (1)
製造業者	8 (7)	3 (1)	0 (5)
合 計	142 (147)	7 (8)	13 (17)

- (注) 1 1の酒類業者の複数の販売場に対し取引状況等実態調査を行った場合であっても1件と数えている。
2 各欄のかっこ書きの数字は、平成30事務年度分（平成30年7月～令和元年6月）の件数である。

表2 「指針」に基づき改善を指導した件数

調査対象者の業態等	「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」 リポ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
小売業者	87 (96)	3 (5)	0 (4)	0 (4)
卸売業者	18 (17)	5 (2)	0 (0)	3 (5)
製造業者	4 (1)	2 (4)	0 (0)	3 (4)
合 計	109 (114)	10 (11)	0 (4)	6 (13)

- (注) 1 1の酒類業者の複数の販売場に対し取引状況等実態調査を行った場合であっても1件と数えている。
2 調査した取引の中に、1取引でもルール1～4に則していない取引が認められた場合には、それぞれの項目ごとに1件と数えている。
なお、ルール1に則していない取引の件数（109件）には、表1の指示件数（7件）及び厳重指導の件数（13件）は含まない。
3 各欄のかっこ書きの数字は、平成30事務年度分（平成30年7月～令和元年6月）の件数である。

ロ フォローアップ調査

フォローアップ調査の結果、22件中21件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、指摘事項に改善が認められなかった酒類業者に対しては、改めて改善を指導する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3のとおりです。

表3 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 件 数 (a)	指摘事項に改善が認められたもの	
		(b)	割合 (b/a)
	件	件	%
小売業者	13 (5)	13 (5)	100 (100)
卸売業者	6 (3)	5 (3)	83.3 (100)
製造業者	3 (0)	3 (0)	100 (-)
合 計	22 (8)	21 (8)	95.4 (100)

(注) 各欄のかっこ書きの数字は、平成30事務年度分(平成30年7月～令和元年6月)の件数である。

(参考1) 国税局別の指示件数

国税局	指示件数
○関信局、●札幌局	1
◎大阪局、仙台局、東京局、 名古屋局、福岡局	1
◎大阪局、金沢局、 名古屋局、広島局、 高松局、福岡局、熊本局	1
大阪局	2
広島局	1
福岡局	1
合 計	7

酒類小売業の業態別の指示件数

小売業者の業態別	指示件数
ディスカウントストア	1
ドラッグストア	1
合 計	2

(注) 国税局別の指示件数のうち、複数の国税局による連携調査を実施した場合は、全ての国税局を掲げている(「○」は事案の取りまとめを行った国税局、「●」は指示を行った国税局、「◎」は、事案の取りまとめ及び指示を行った国税局を示す)。

(参考2)

過去の調査の状況

【件】

事務年度	平成 29	平成 30	令和元
一般調査	136	147	142
指 示	4	8	7
厳重指導	15	17	13

【参考5】酒類の公正な取引に関する基準に基づき「指示」をした事例

（製造業者A）

- ▷ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
- 調査対象者（製造業者A社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社の価格や条件（リベート等）によって得意先の喪失が経常的に発生している状況から、競合他社の価格を参考に販売価格を設定していた。

さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、関係会社に対して支払ったブランド使用料の配賦漏れが生じていたため、A社に対し、販売管理費率（以下「販管費率」という。）の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、A社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▷ 調査対象者の行為が、
- ・ 競合する製造業者の販売価格や取引条件の決定に影響
 - ・ リベートの多寡により卸売業者間において販売価格差が生じ、更には最終販売先の小売業者の販売価格に影響
- を与え、これらが公正な取引を阻害する一因となっていることから、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と認められた。

（製造業者B）

- ▷ ビールについて、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。
- 調査対象者（製造業者B社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社の価格や条件（リベート等）によって得意先の喪失が経常的に発生している状況から、競合他社の価格を参考に販売価格を設定していた。

さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、取扱飲食店との契約に付随して支払った費用の配賦漏れが生じていたため、B社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、B社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▷ 調査対象者の行為が、競合する製造業者の販売価格や取引条件の決定に影響を与え、公正な取引を阻害する一因となっていることから、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と認められた。
- また、調査対象者は、当該製品についての総販売原価を下回る程度が多額となっており、自己の酒類事業にも相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

（製造業者C）

- ▷ 大容量パック清酒について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（製造業者C社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、競合他社に比べブランド力が低く、価格訴求する営業方針が必要であるとの認識から、大手小売業者等に対し店頭販売価格引下げのために多額のリベートを支出していた。

さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、業務委託費の配賦漏れが生じていたため、C社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、C社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、競合する製造業者の価格決定や販売数量・シェアにも影響を与えており、公正な取引を阻害する一因となっていることから、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と認められた。

（卸売業者D）

- ▷ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（卸売業者D社）は、当該製品の一部について総販売原価割れの事実を認識していたが、販売シェア獲得等のため、大手小売業者及び大手料飲業者に対し、多額のリベートを支出していた。

さらに、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、関係会社に対して支払ったブランド使用料の配賦漏れが生じていたため、D社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、D社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。

- ▷ 調査対象者の行為が、当該大手小売業者等の廉価販売に繋がり、周辺小売業者の価格決定等に影響を与えている事実から、他の事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と認められた。

また、調査対象者は、当該製品についての総販売原価を下回る程度が多額となっており、自己の酒類事業にも相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

(卸売業者E)

- ▷ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（卸売業者E社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、支店・課別（取引先別）損益計算書に基づき販管費率を算出し、当該販管費率を用いて算出した総販売原価を上回る価格設定をすることとしていたが、確定した法人決算による本社経費の異動額（予算と決算の差額）を支店・課別損益計算書に反映させていなかったため、本社経費の配賦漏れが生じていた。

そのため、E社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう指導した結果、E社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▷ 調査対象者の行為が、競合する卸売業者の売上や価格決定等に影響を与えている事実から、他の事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と認められた。

(小売業者F)

- ▷ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者F社）は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、費用の配賦漏れがあったほか、共通費用の配賦方法について、主に作業従事時間比率を用いて算出していたが、当該比率の算出根拠が不十分であり、当該比率を用いて費用配賦することは事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

そのため、F社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を見直すよう繰り返し指導するも、事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示されなかったことから、一般的に合理的と考えられ、かつ、当局において確認し得る「売上高比」により販管費の算定を行った。
- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量等に影響を与えている事実から、他の事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と認められた。

(小売業者G)

- ▷ ビール系飲料について、正当な理由なく、総販売原価を下回る価格で継続して販売していた。

調査対象者（小売業者G社）は、酒類の販管費率を具体的に計算して算出しておらず、担当者の経験則から感覚的に販管費率を設定し、競合する他店の価格を参考にしながら販売価格を決定していた。

そのため、G社に対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）について指導した結果、G社から事業の実情に即した合理的な理由に基づく販管費率（配賦方法）が提示され、当該販管費率に基づき、販管費の算定を行った。
- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額及び販売数量、価格決定等に影響を与えている事実から、他の事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と認められた。

【参考6】「基準」に違反するおそれがあるとして「嚴重指導」を行った主な事例

販売価格の設定について

- 酒類業者は、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【総販売原価】を下回る価格で継続して販売してはならない。

【取引停止になることをおそれ、値上げを行わなかった事例】

- ・ 卸売業者であるA社は、特定の取引先に対して販売する商品の一部について、総販売原価割れの事実を認識していたが、値上げを行うことにより取引停止となることをおそれ、価格を改定せずに販売を継続していた。

【競合他店の価格を参考に販売価格を設定していた事例】

- ・ 業務用卸を主体とするB社は、取引先の維持及び競合他社から取引先を獲得することを目的に、従来の販売価格や競合する他社の価格を参考にしながら販売価格を設定していた結果、販売する商品の一部について総販売原価を下回る価格での販売を継続していた。
- ・ 業務用卸を主体とするC社は、酒類の販売管理費率（以下「販管費率」という。）を具体的に計算して算出することなく、競合する他店の価格を参考にしながら販売価格を設定していた結果、販売する商品の大部分について、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。
さらに、一部の店舗においては、特定の顧客がまとめ買いする際に、総販売原価を下回る店頭表示価格から更なる値引きをして販売していた。
- ・ ディスカウントストアであるD社は、酒類の販管費率を具体的に計算して算出していたが、販売する商品の一部については、算出した販管費率を用いずに競合する他店の価格を参考にしながらより低い販売価格を設定していた結果、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

費用配賦の方法について

- 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。

【一律に売場面積比を適用していた事例】

- ・ ディスカウントストアであるE社は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、全ての費用を一律に売場面積比を用いて配賦していた。しかし、売場面積に必ずしも連動しない人件費等の費用について売場面積比を用いて配賦することは、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

【算出した売場面積比が恣意的であった事例】

- ・ ドラッグストアであるF社は、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、地代家賃等の費用を売場面積比を用いて配賦していたが、当該売場面積比の算出に用いたサンプル店舗の平均値は、サンプル店舗数が非常に少なく、またサンプル店舗の抽出基準に合理性が認められないなどの結果、実際の事業実態と大きく乖離しており、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

【計算根拠の不明、費用の配賦漏れがあった事例】

- ・ 小売業者であるG社は、スーパーマーケット及びディスカウントの2つの形態で営業を行っており、各業態に共通する経費については、長年同様の割合であん分していたが、その割合の計算根拠が不明であるにもかかわらず見直しを行っていなかったほか、決算書上の販管費の一部に配賦漏れがあり、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法とは認められなかった。

【参考7】「指針」に示された公正なルール等に則していない主な事例

酒類に関する公正な取引のための指針について

指針では、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図るため、以下のように酒類に関する公正な取引の在り方を提示し、全ての酒類業者が自主的に尊重することを求めています。

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います。

(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長期的にも合理的であり、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。

(ルール2 取引先等の公正な取扱い)

取引数量の相違等正当なコスト差に基づく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酒類の価格及び取引条件に差異を設けることは、公正な取扱いとならず、改善していくべきである。

(ルール3 公正な取引条件の設定)

大きな販売力を有するスーパーマーケット等が、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、カタログ制作費等の負担、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ため、改善していくべきである。

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ため、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。

(ルール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り、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。

(ルール1)

【販売価格の設定誤りなどがあった事例】

- ・ 小売業者であるH社は、仕入先からの特売リベートを原資に値下げを行った特売期間が終了した後において、一部商品の販売価格の変更を失念し、特売価格での販売を行っていたため、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

- ・ 小売業者であるI社は、一部の店舗において、特売リベート受領のための取引条件を満たしていないにもかかわらず、本部と店舗との連絡ミスにより、特売リベートの受領を前提とした特売価格での販売を行っていたため、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。

(ルール2)

【取引条件の見直しを行わなかった事例】

- ・ 卸売業者であるJ社は、特定の取引先との取引において、相手方の求めに応じ値引きを行うことで、他の取引先よりも低い価格設定を行っていたが、その価格差は、取引数量の相違等の正当なコスト差に基づくものではなかった。

【自社基準を遵守しなかった事例】

- ・ 卸売業者であるK社は、策定した自社基準に基づき取引条件を設定することとしていたが、特定の取引先との取引において、取引先が示した価格となるよう自社基準を超える値引きを行うことで、他の取引先よりも低い価格設定を行っており、その価格差は、取引数量の相違等の正当なコスト差に基づくものではなかった。

(ルール4)

【取引条件の見直しを行わなかった事例】

- ・ 卸売業者であるL社は、特定の取引先との取引において、長年の慣習により、相手方の求めに応じ本部フィーという名目でのリベートを支払っていたが、支払い基準がなく、透明性・合理性が認められなかった。

【自社基準を遵守しなかった事例】

- ・ 製造業者であるM社は、特定の取引先に対して、取引の維持を図ることを目的に、自社基準に基づく算出額を超えるリベートを支出していたほか、競合する酒類メーカーの商品と店頭販売価格を同一にさせることを目的に、自社基準に定めのない項目のリベートを支出しており、いずれも透明性・合理性が認められなかった。
- ・ 製造業者であるN社の営業担当者は自らのノルマを達成を図ることを目的に、取引先からの注文を超える仕入れを依頼し、これに応じた見返りとしてリベートを支出していたほか、倉庫料補助という名目でのリベートを支出していたが、いずれも自社基準に定めのないものであり、透明性・合理性が認められなかった。
- ・ 酒類メーカーの関連会社である卸売業者のO社は、特定の取引先である小売業者に対して、他の酒類メーカーの競合する商品と同一の店頭販売価格を設定させることを目的に、価格差を補填するリベートを支出していたが、自社基準に定めのないものであり、透明性・合理性が認められなかった。

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

《参考》

袋又は酒類の販売用として使用する包装紙

○ 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

→ 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

○ 酒類業界が表示している識別マークの例

(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。



あき缶はリサイクル



あき缶はリサイクル



PET

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、2020年（令和2年）7月から義務化されたレジ袋の有料化や容器包装の薄肉化・軽量化、量り売り等により、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、レジ袋の有料化義務化、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！

海洋プラスチックごみ問題を含めた環境問題が深刻さを増しています。レジ袋などプラスチック製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			一般社団法人等
	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	5人以下 かつ		20人以下 かつ
すべての売上高の総額	2億4千万円以下	7千万円以下		2億4千万円以下

《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じとなります。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。）

□ 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。

(d) 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。

(h) 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。

二 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

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」対策として、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には、100万円以下の罰金が適用されます。

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適用されます。

(5) 帳簿の記載義務

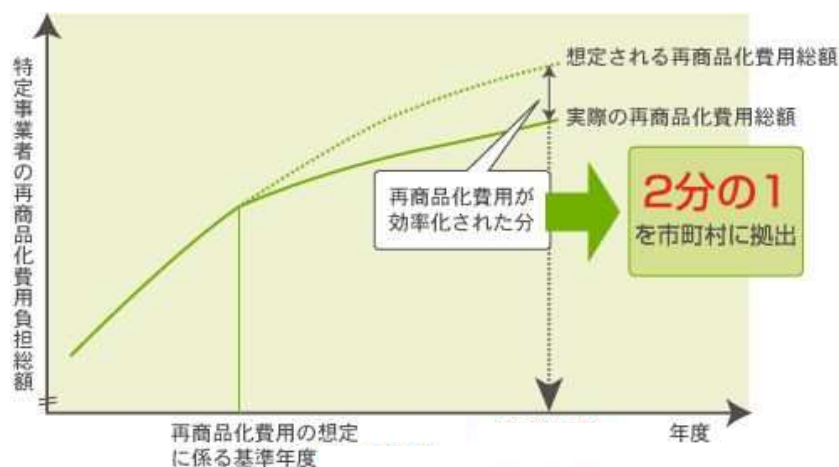
特定事業者は、再商品化義務量や排出見込量など主務省令で定める事項を帳簿に記載し、これを1年ごとに閉鎖し、閉鎖後5年間保存しなければなりません。

(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、事業者が市町村に資金を拠出することとされています。

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注目して行われます。



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になっていませんか？

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熱回収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」（令和元年7月12日告示）において、「消費者は自らの食生活に起因する地域及び地球規模での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、「食品ロスの削減をはじめ、家庭からの食品廃棄物の発生の抑制に努めるもの」とされ、さらに「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」とされています。

他方、食品関連事業者については、「その事業活動に伴い食品廃棄物等を排出する者として、その適正な処理に係る責任を有しているのみならず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ることを認識した上で、…（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」とされています。なお、「食品循環資源の再生利用等だけでなく、その適正な処理についても排出事業者として責任を有していることを強く認識した上で再生利用等に取り組む必要がある。また、特に、食品ロスの削減は、食品廃棄物の削減という環境的側面からの便益のみならず、食品関連事業者の経営的側面からの便益にもつながるものであることを念頭に、…（中略）…積極的にこれに取り組むもの」とされています。なお、事業系食品ロスの削減については、2000年度比で、2030年度までに半減させることを目標としています。

また、食品循環資源の再生利用等を実施すべき量は、令和6年度までに、食品小売業全体で60%に向上させることを目標としています。

(3) 報告義務

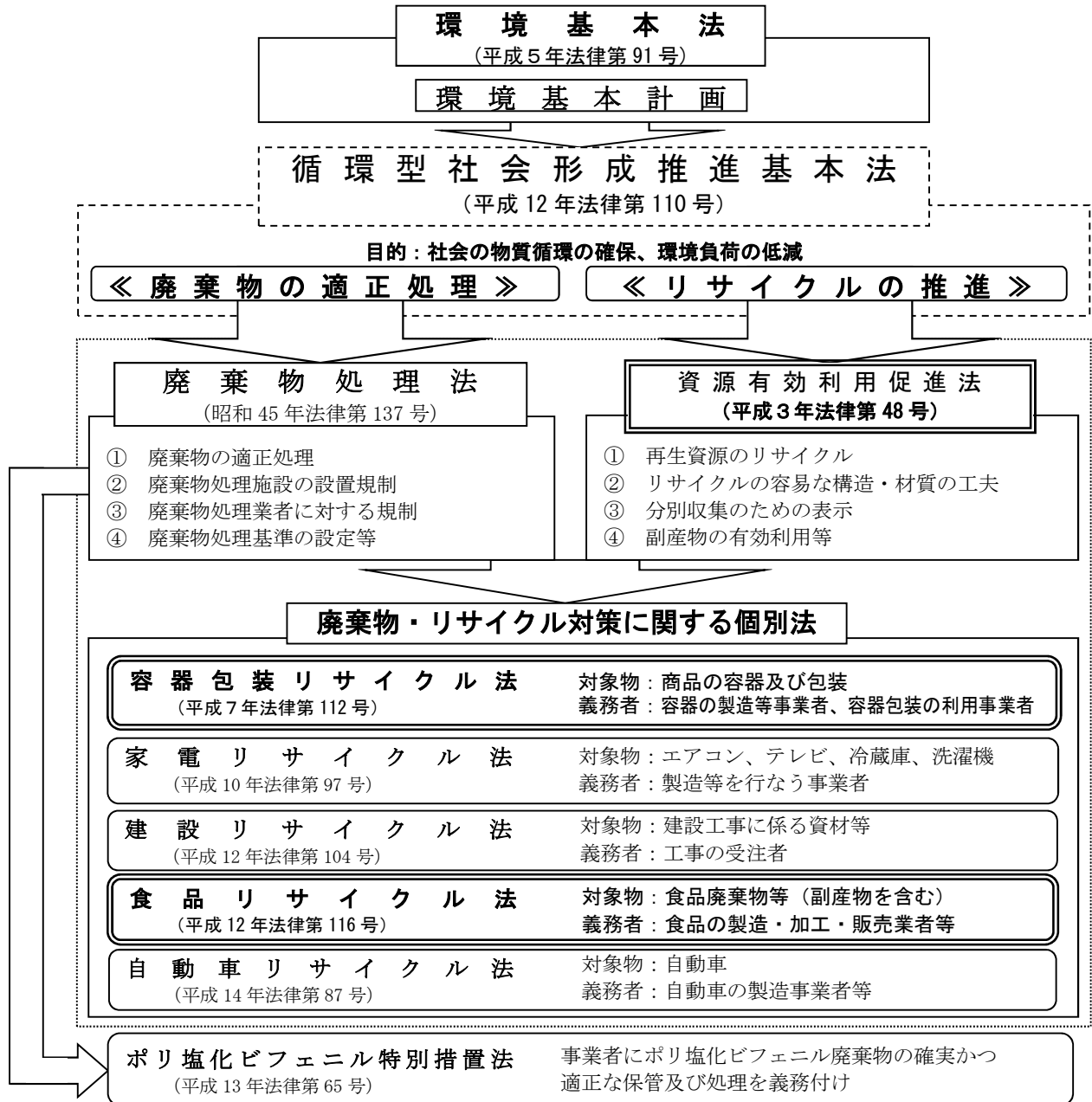
前年度（前年4月から翌年3月末まで）において、食品廃棄物等の発生量が年間100トン以上の食品関連事業者は、前年度の事業活動より生じた食品廃棄物等の発生量やその発生抑制・再生利用等の実施量などを毎年6月末までに農林水産大臣、環境大臣及び事業所管大臣へ報告することとされています。

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

P R T R 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 N O x ・ P M 法 (平成4年法律第70号)	事業者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は義務付けている。

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、飲料・酒類用のスチール製及びアルミニウム製の缶、飲料・酒類・特定調味料用のPETボトル、紙製及びプラスチック製容器包装が対象となっている（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は義務付けている。

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ターダストの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、事業者は、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、事業者は、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NO_x・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）。

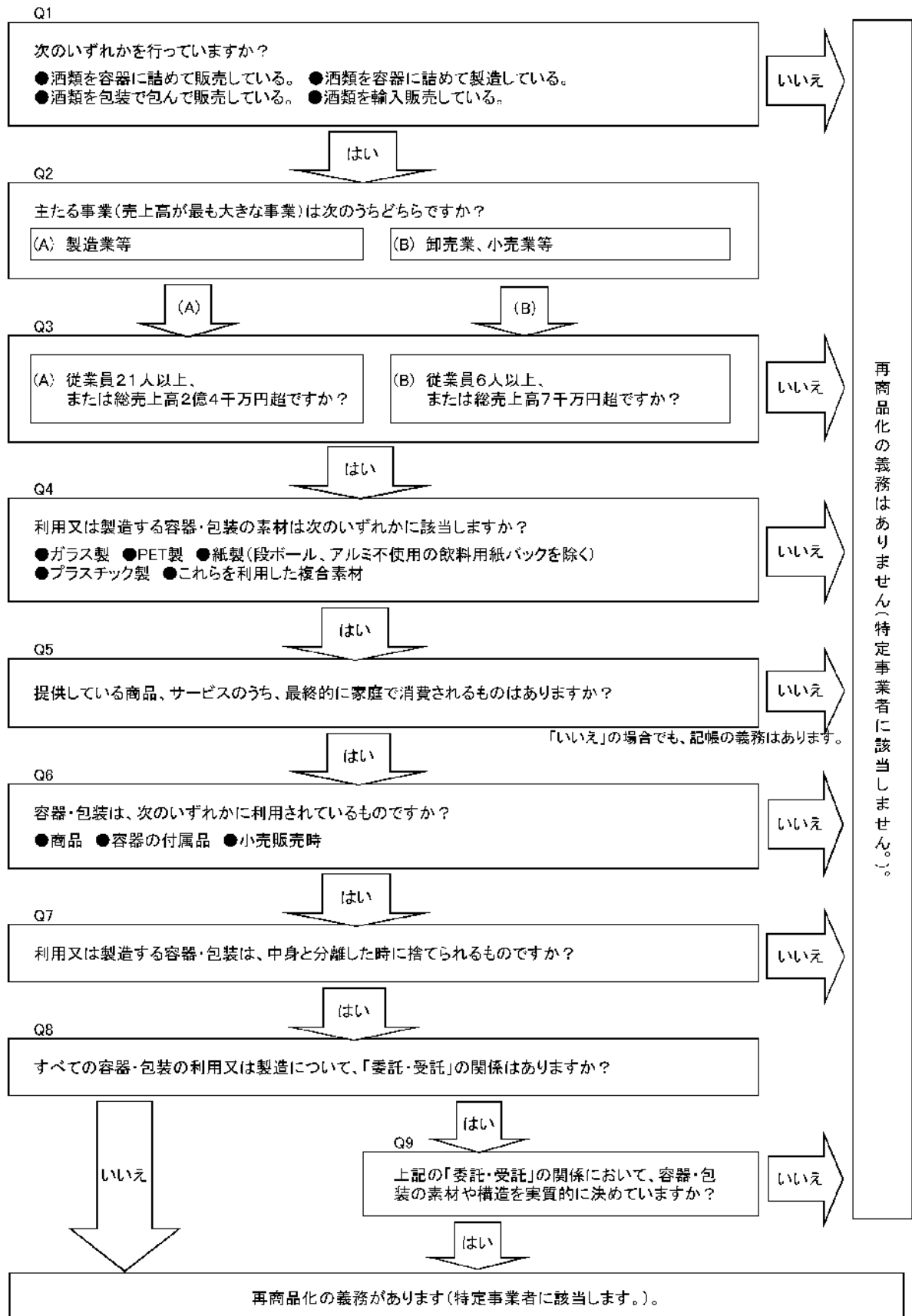
○ **フロン排出抑制法**（フロン類の使用の合理化及び管理の適正化に関する法律）

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、ここである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と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】
主として銅、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。

【参考5】レジ袋有料化（周知用チラシ）







海洋プラスチックごみ問題を含めた環境問題が深刻さを増しています。



政府では環境問題解決に向けて様々な施策を実施、検討しています。



“レジ袋削減”もその一環です。

できるだけ無駄なレジ袋を少なくし、環境問題解決の一步になるよう、皆様のご協力を賜りたく、よろしくお願い申し上げます。

レジ袋有料化 2020年7月1日スタート



ただし、前倒しで有料化することを推奨しています。

売値については各事業者様のご判断にお任せします。

環境性能が認められる以下の袋への転換にご協力をお願いします。

以下の3点については、法令に基づく有料化の対象とはなりませんが、あらゆるレジ袋を有料化することにより過剰な使用を抑制していくことが基本です。

プラスチックの
フィルムの厚さが
50マイクロメートル以上のもの

繰り返し使用が可能であることから、プラスチック製買物袋の過剰な使用抑制に寄与するためです



海洋生分解性プラスチックの
配合率が100%のもの

微生物によって海洋で分解されるプラスチック製買物袋は、海洋プラスチックごみ問題対策に寄与するためです



バイオマス素材の配合率が
25%以上のもの

植物由来がCO₂総量を変えない素材であり、地球温暖化対策に寄与するためです



消費者向け

レジ袋有料化お問合せ窓口
☎0570-080180

事業者向け

レジ袋有料化お問合せ窓口
☎0570-000930

経済産業省
レジ袋有料化に関するHP



<https://www.met.go.jp/policy/sustainable/plastic-bag/plastic-bag.html>



財務省



厚生労働省
Ministry of Health, Labour and Welfare



農林水産省
MAFF



経済産業省



環境省
Ministry of the Environment

【メモ】