

説明資料

平成28年酒税法等一部改正法関係

平成29年4月 国税庁酒税課

議員立法に至るこれまでの経緯

- 平成15年9月1日 酒類小売業免許に係る規制の緩和(人口基準の廃止)
※酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法(議員立法)が成立(平成15年7月7日施行、18年8月31日失効)。
- 18年8月31日 国税庁が「酒類に関する公正な取引のための指針」を公表
- 26年6月20日 「健全な飲酒環境の整備に関する請願」採択・内閣送付
- 28年5月12日 衆議院にて可決(全会一致)
※5月10日、衆議院財務金融委員長が提案。
- 5月27日 参議院にて可決(反対1議員)、成立(6月3日公布)
※本一部改正法は、公布の日から起算して1年を超えない範囲において政令で定める日から施行。
- 平成29年6月1日 一部改正法施行

酒類の取引状況等実態調査の実施状況について

一般調査の実施状況(平成27事務年度分)

調査場数	「指針のルール1～4」に則していない取引が認められた場数 (注1) (注2)	「ルール1」合理的な価格の設定をしていないと認められたもの (注3)	「ルール2」取引先等の公正な取扱いが行われていないと認められたもの	「ルール3」公正な取引条件の設定がなされていないと認められたもの	「ルール4」リベート類の提供が透明かつ合理的でないとして認められたもの
1,429場	1,413場	1,406場	60場	5場	70場

(注1) 調査した取引の中に、1取引でも総販売原価を下回る価格での販売等が認められた場合について1場と数えている。

(注2) 複数の「指針のルール」に則していない取引が認められた場合には、それぞれの項目に1場として数えているため、「『指針のルール1～4』に則していない取引が認められた場数」と各項目の合計は一致しない。

(注3) 総販売原価を下回る価格での販売が認められた場数。総販売原価とは、仕入価格(製造原価)に販売費・一般管理費等を加えたものをいう。

【参考】「ルール1」違反が認められた販売場数の推移

事務年度	H23	H24	H25	H26	H27
「ルール1」違反が認められた販売場数	1,527場	1,685場	1,320場	1,401場	1,406場
調査場数	1,563場	1,711場	1,352場	1,458場	1,429場

酒税法及び酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律 の一部を改正する法律の趣旨説明（抜粋）

本起草案の趣旨及び概要を御説明申し上げます。

酒類は、国の重要な財政物資であり、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図る必要があります。また、酒類は、アルコール飲料として致酔性・依存性を有し社会的に配慮を要するものであります。

このような特殊性を有する酒類の取引の現状を見ますと、平成二十六年度における公正取引委員会による不当廉売に係る注意件数のうち、酒類に係るものは全商品の中で一番多く、国税庁による平成十八年の「酒類に関する公正な取引のための指針」制定後も、酒類の不当廉売に係る注意件数は指針制定前と比較して増加しております。

また、平成二十二年にWHO、世界保健機関において「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」が採択されましたが、その後、我が国ではアルコール健康障害対策基本法が制定され、平成二十六年六月に施行されております。同法には、酒類の製造又は販売を行う事業者はアルコール健康障害の発生等の防止に配慮するよう努める責務を有する旨が定められておりますが、現在、販売場ごとに選任される酒類販売管理者に対する酒類の販売業務に関する法令に係る研修は、法令上、努力義務にとどまっております、更に、定期的な研修受講は任意であるため、初回の受講率は約九割であるものの、再受講率は約三割となっております。

本起草案は、このような状況に鑑み、また、四十万八千九百三十名に及ぶ国会請願を踏まえ、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図るとともに、酒類の適正な販売管理の確保を図るため、所要の改正を行おうとするもので、その主な内容は次のとおりであります。

（以下省略）

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

「酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行」及び「酒類の適正な販売管理の確保」を図ることを目的とした、酒税法等の一部改正法が平成28年5月27日に成立し、同年6月3日に公布。
改正法の施行日は、平成29年6月1日となっており、概要は下記のとおり。

1. 酒類の公正な取引の基準の制定

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

2. 酒類販売管理研修の義務化

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

- 目的
- 公正な取引の基準
- 売上原価の算定方法
- 費用配賦の方法
- 販売価格の算定方法
- 指示・命令・質問検査権
- 公正取引委員会との連携

【目的】

- 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。

酒類の特殊性を踏まえ、

- 議員立法の趣旨説明で示された考え方及び「指針」に示された基本的な考え方を明記するとともに、
- 基準の目的を明記し、これまでの取組みの継続性を確保する。

【公正な取引の基準（以下「基準」）】

○ 酒類業者は、(1)正当な理由なく、酒類を総販売原価を下回る価格で継続して販売する取引であって、かつ、(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ってはならない。

⇒ (1)と(2)の双方の要件に該当する場合は、「基準」を遵守していないこととなる。

『正当な理由』とは
季節限定商品でその期間が過ぎたものや、ラベルに汚損がある等の理由で通常の価格で販売することが困難であると認められる場合をいう。

『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、例えば、毎週・毎月、週末や特定の日等に限って、銘柄等を変えて販売する場合であってもこれに該当する。

「酒類の公正な取引に関する基準」のポイント②

○ 『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

- 1 廉売業者の過去の改善指導の状況等【反復性】
- 2 廉売業者の酒類事業の規模(酒類の取扱数量や地域シェア等)【事業者の影響力】
- 3 総販売原価割れの程度、廉売数量・期間・品目数等【廉売の程度・特性】
- 4 廉売商品を目玉商品(おとり商品)とした広告の状況等【広範性】
- 5 廉売を行った酒類業者の酒類事業の経営状況【当該酒類業者への影響度】
- 6 周辺の酒類業者※の酒類事業に対する廉売の影響(廉売対象酒類の売上高の減少、利益率の低下、対抗廉売の実施等)【他の酒類業者への影響度】

※ 対象とする酒類業者については、単に地理的・距離的な範囲だけでなく、店舗の態様(都心型か郊外型か)や販売の態様(店頭かインターネットか)、チラシの配付地域などを勘案し、個別に判断する。

⇒ 上記1～6は通達で規定する。なお、各項目に係る具体的な判断については案件毎に個別に行い、それぞれの項目に係る判断の結果を総合的に勘案し、「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。

原価の計算方法の明確化①

- 「総販売原価」＝「売上原価」＋「販売費及び一般管理費」
- 「売上原価」(販売業においては仕入価格(その付随費用を含む。)をいい、製造業においては製造原価をいう。)の計算は、酒類の銘柄等の仕入れ(製造)ごとに行う
- 酒類の仕入れに係る値引きがあった場合は、値引きの額を仕入価格から控除する
- リベートの支払いを受けた時は、(1)支払いの基準が明確に定められ、(2)当該基準が取引の相手方に事前に示されており、(3)対象酒類の仕入と密接に関連するリベートに限り、値引きとみなし仕入価格から控除可能
- 次のようなリベートは、仕入に係る値引きとみなさない(＝仕入価格から控除不可)
 - ✓ 広告費や販売活動費の補助として支払われるチラシ協賛金
 - ✓ 酒類の仕入れの際に添付される別の商品(食料品や対象商品以外の酒類など)
 - ✓ 年度末等の事後的に額が判明するリベート(その額が合理的に見込まれるものを除く。)
 - ✓ 支払いの基準が事前に示されておらず、裁量的に提供されるリベート
 - ✓ 酒類小売業者の仕入先である酒類卸売業者の認識がないまま、酒類製造業者から当該酒類小売業者に支払われるリベート

※ なお、一般的な商行為であるリベート自体を禁止するものではない。

原価の計算方法の明確化②

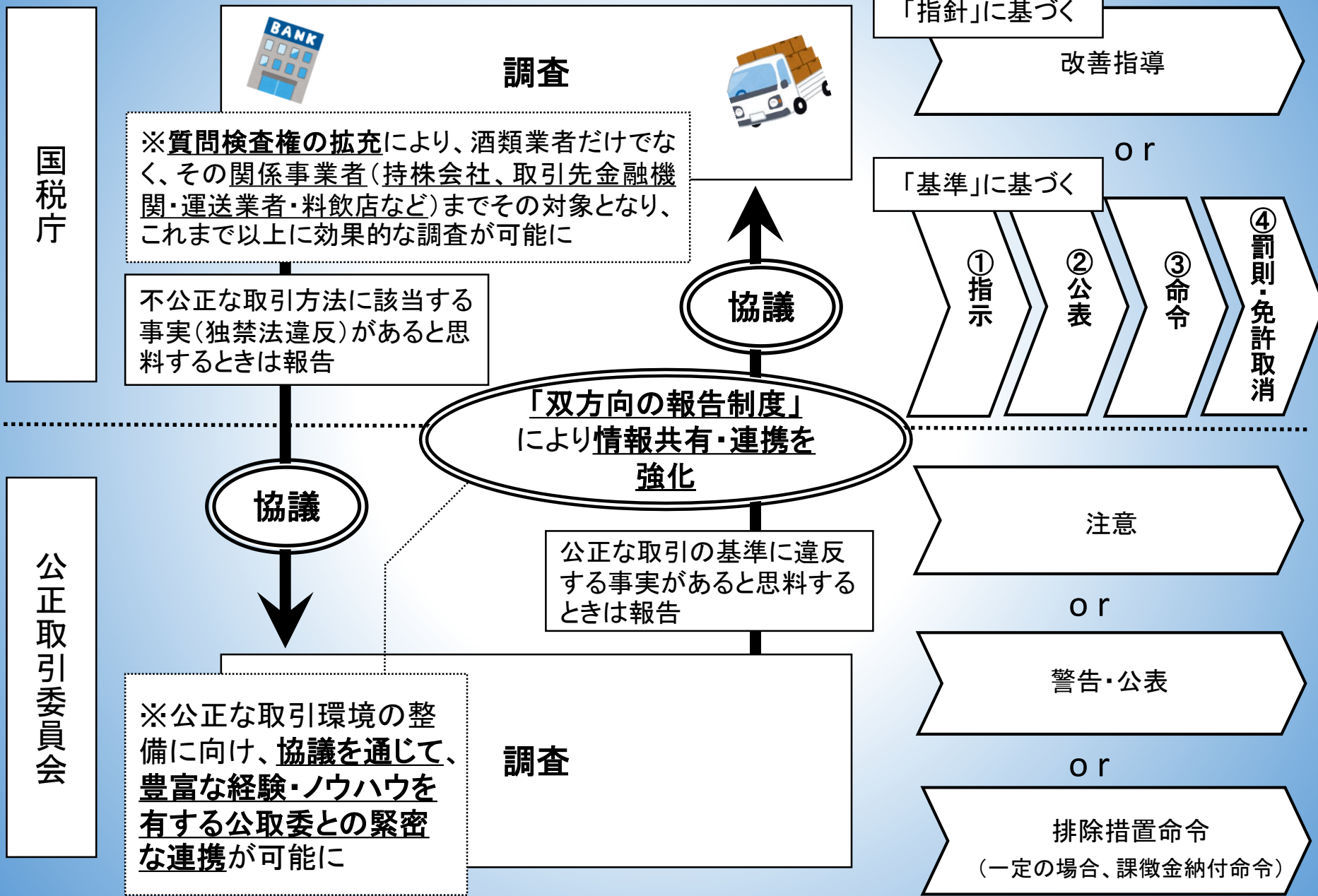
- 「販売費及び一般管理費」(販管費)の計算は、酒類の販売活動において直接要した費用(販売手数料、販売促進費・広告費など)と間接的に要した費用(本社人件費、光熱費、家賃など)を酒類の銘柄ごとに積算して算出
(ただし、一定の場合には、前年度等の酒類全体の販管費の同期間における酒類全体の売上げに対する割合(販管費率)を用いて個別の酒類の銘柄等の販管費の額を算出することも可能)

【小売業者Aが販管費率を用いて販管費を算定する場合の例】

20X1年度 小売業者A 酒類事業全体		20X2年度 小売業者A 甲支店	
売上	(A)100,000	ビール: 銘柄B(350ml缶)	
売上原価	70,000	販売価格	230円
売上総利益	30,000	仕入原価	180円
販管費	(B)20,000	販管費	230円 × 【販管費率】20% (20,000(B)/100,000(A)) = 46円
営業利益	10,000	利益	4円

- 酒類事業と酒類事業以外(食品や日用品の販売など)の事業に共通する費用については、売上高比、仕入高比、売場面積比、作業従事時間数比などの「酒類業者が選択した合理的な配賦方法」を用いて、当該費用を配賦

国税庁と公正取引委員会との連携のイメージ



酒類販売管理研修の義務化①

改正前

酒類販売管理者を選任後、3か月以内に研修を受講させるよう努めなければならない。（組合法第86条の9⑤による努力義務）

一定期間（おおむね3年）ごとに、酒類販売管理者に研修を受講させることが望ましい。（事務運営指針による指導）

酒類販売管理者の氏名、研修受講事績等を、販売場に掲示することが望ましい。（事務運営指針による指導）

改正後

①研修の義務化

過去3年以内に研修を受講した者の中から酒類販売管理者を選任しなければならない。（選任した酒類販売管理者は、選任後2週間以内に税務署に届け出る必要。）

②定期受講の義務化

3年を超えない期間ごとに、酒類販売管理者に研修（定期研修）を受講させなければならない。

③標識掲示の義務化

販売場ごとに、販売場の見やすい場所に酒類販売管理者の氏名、研修受講事績等を記載した標識を掲示しなければならない。

- (注) 1 酒類販売管理研修の義務化の対象は、全ての酒類小売業者（小売をしている製造・卸売業者を含む。）。
- 2 平成29年6月1日以降は、3年以内に酒類販売管理研修を受講した者の中から酒類販売管理者を選任しなければならないが、経過措置として、同年5月31日までに酒類販売管理者を選任し届け出ている場合には、初回研修は同年8月31日までに、定期研修は同年11月30日までに受講させれば差し支えないとされている。
- 3 上記の義務に違反した場合は、（「定期研修」の受講義務違反については「勧告」及び「命令」を経て）「罰則」の対象となり、「免許取消」となる場合がある。

酒類販売管理研修の義務化②

【販売場に掲げる「標識」の記載例】

酒 類 販 売 管 理 者 標 識

販売場の名称及び所在地	国税酒店 千代田区霞が関3-1-1
酒類販売管理者の氏名	国税 太郎
酒類販売管理研修受講年月日	平成29年4月1日
次回研修の受講期限	平成32年3月31日
研修実施団体名	霞が関小売酒販組合

※ 標識の様式については、国税庁のHPからダウンロードすることができます。

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

【参考】質疑応答事例（基準関係）①

Q1 どうして酒類の「公正な取引の基準」(以下「基準」。)が定められたのですか。また、「基準」はいつから適用されるのですか。

A 酒類は、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や習慣性を有するなど社会的に配慮を要するものです。こうした特殊性を有する酒類について、酒税の保全及び酒類の取引の円滑な運行を図る観点から、議員立法による法改正が行われ、「公正な取引の基準」が定められることになりました。この「基準」は、平成29年6月1日以降の酒類の取引から適用されます。

Q2 「基準」の内容はどのようなものですか。

A 「基準」では、①酒類を正当な理由なく継続して総販売原価を下回る価格で販売し、かつ、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ってはならないこととされています。したがって、これら①及び②双方の要件に合致している場合には「基準」を遵守していないこととなり、法令上の「指示」の対象となる場合があります。

Q3 総販売原価とは何ですか。

A 「総販売原価」とは、「売上原価の額と販売費及び一般管理費の額の合計額」をいいます。例えば、酒類小売業者の場合、「売上原価」とは、酒類の仕入価格(運送費等の付随費用を含む。)をいい、「販売費及び一般管理費」とは、酒類の販売活動に直接要した費用(販売担当者の人件費、販売促進費・広告費、倉庫費、センターフィーなど)や間接的に要した費用(家賃、光熱費、通信費、減価償却費、本社人件費など)をいいます。

【参考】質疑応答事例（基準関係）②

Q4 なぜ、酒類については、総販売原価を下回る価格で販売してはいけないのですか。

A 酒類には酒税が課されており、その酒税はコストとして酒類の価格に織り込まれて転嫁され、最終的に消費者が負担することが予定されています。こうした酒類を「総販売原価を下回る価格で販売」することは、酒類の販売に要するコストすら賄っていないこととなり、酒税の適正・円滑な転嫁や酒税の保全等の観点から適当ではありません。なお、「基準」の制定以前から、同様の考え方にに基づき、酒類の公正な取引環境の整備に向けた取組みが進められています。

Q5 「基準」を遵守しないとどうなりますか。

A 「基準」を遵守しない酒類業者は、法改正により新たに設けられた「指示」の対象となる場合があります。これまでも酒類の公正な取引が図られるよう、必要に応じて酒類業者に対して「改善指導」が行われてきましたが、これは行政処分を伴わない指導（行政指導）である一方、「指示」を受けた場合で、「指示」に従わない場合は「公表」、更に酒税の円滑かつ適正な転嫁が阻害される（おそれがある）と認められる場合は「命令」、「命令」に違反した場合には「罰則」又は「免許取消」の対象となりますので、これまでになく重い法令上の処分（行政処分）が科せられる可能性があります。

Q6 「基準」の施行後は、酒類の販売価格を変更しなければなりませんか。

A 「基準」の施行に伴い、酒類の販売価格を必ずしも変更する必要はありません。ただし、「基準」では、酒類業者は酒類を総販売原価を下回る価格で販売してはならないこと等が求められておりますので、総販売原価を下回る価格で酒類を販売している場合は、公正な取引上、問題があることから、販売に伴うコスト又は販売価格の見直しを検討するなど、改善に努める必要があります。

【参考】質疑応答事例（基準関係）③

Q7 どのような場合に、「酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれ」があると判断されるのですか。

A 「酒類事業に相当程度の影響を及ぼすおそれ」の有無については、個別の取引実態を踏まえ、総販売原価割れの程度や廉売の数量・期間のほか、廉売業者の酒類事業の規模、過去の改善指導の状況、他の酒類業者の酒類事業に対する廉売の影響といった要素を総合的に勘案して判断されることとなります。したがって、定量的又は一律の基準を設けることは困難です。

Q8 「基準」に基づく国税庁の措置と独占禁止法に基づく公正取引委員会の措置の違いは何ですか。

A 「基準」に基づく措置は、酒税の確保及び酒類の取引の安定の観点から国税庁が判断してその内容を決定しますが、独占禁止法に基づく措置は、公正かつ自由な競争を促進する観点から公正取引委員会が判断してその内容を決定するものであり、仮に同一の問題取引に対して双方が措置を行う場合であっても、それぞれの根拠法や措置の目的、措置の内容等は異なります。

Q9 「基準」制定後は、「酒類に関する公正な取引のための指針」(以下「指針」。)は廃止又はその取扱いに変更されるのでしょうか。

A 「指針」は、酒税の確保及び酒類の取引の安定の観点から、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示したものであり、平成18年に国税庁通達として公表されています。この「指針」は、「基準」の制定後も廃止されず、所要の見直しを行った上で引き続き存置されますので、今後も「指針」に即していない問題取引を把握した場合には、改善を指導するなど適切な措置が取られることとなります。

【参考】 質疑応答事例（販売管理研修関係）

Q1 どうして酒類販売管理研修は義務化されたのですか。

A 酒類は、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や習慣性を有するなど社会的に配慮を要するものであること及びアルコール健康障害の発生等の防止への配慮を求める国内外の動き等を踏まえ、これまで以上に酒類の適正な販売管理の確保を図る観点から、議員立法による法改正が行われ、酒類販売管理研修の義務化等が定められることになりました。

Q2 現在、酒類販売管理研修を未受講又は前回研修の受講から3年を経過している酒類販売管理者には、いつまでに研修を受講させなければなりませんか。

A 酒類販売管理研修の義務化を含む改正法の施行は平成29年6月1日ですが、猶予期間が設けられており、平成29年5月31日までに選任・届出した酒類販売管理者の初回研修の受講期限は同年8月31日、前回研修の受講から3年を経過している者の再研修の受講期限は同年11月30日とされています。なお、販売場における「標識」の掲示については法施行日（6月1日）に義務化されますので、国税庁ホームページ等を利用して「標識」を作成し、掲示する必要があります。

Q3 酒類小売業者が、酒類販売管理者に酒類販売管理研修を受講させない場合、どうなりますか。

A 平成29年6月1日以降は、過去3年以内に酒類販売管理研修を受講していない者を酒類販売管理者に選任することはできません。仮に、過去3年以内に研修を受講していない者を酒類販売管理者に選任した場合は、「選任義務違反」となり、罰則を経て免許取消の対象となる場合があります。

また、酒類販売管理者に定期的（3年ごと）に酒類販売管理研修を受講させていない場合は、勧告を経て命令の対象となり、更に、命令違反の場合には罰則を経て免許取消となる場合があります。