

31 酒類の公正な取引に関する基準

平成 29 年 3 月 31 日
国 税 庁 告 示 第 2 号

(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の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。

32 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

国 税 庁

(平成 29 年 3 月 31 日改定)

酒類に関する公正な取引のための指針(事務運営指針)

(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 年国税庁告示第 2 号。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 8 6 条の 3《公正な取引の基準》第 4 項及び第 8 6 条の 4《公正な取引の基準に関する命令》の適用の可能性を踏まえつつ、酒類業界の実情に即した酒類に関する公正な取引の在り方を提示する。また、併せて、公正取引委員会との連携方法等を明らかにすることにより、一層、公正取引の確保に向けた自主的な取組を促進し、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図ることとする。このことは、酒類業の健全な発達にも資するものである。

第 1 酒類に関する公正な取引の在り方

国税庁は、酒税の確保及び酒類の取引の安定を図るため、全ての酒類業者が自主的に尊重すべき酒類に関する公正な取引の在り方を以下のとおり提示する。

(注) 本取引の在り方に抵触すると思料される個々の行為は、必ずしも取引基準第 2 項《公正な取引の基準》に違反する行為や、「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」(昭和 22 年法律第 54 号。以下「独占禁止法」という。)第 2 条《定義》第 9 項に規定する不公正な取引方法に

該当するというものではなく、個別具体的な事案において、行為の意図・目的、取引価格、取引条件、取引形態、酒類事業に与える影響、市場における競争秩序に与える影響等を総合的に勘案し、取引基準違反に該当するかどうかは国税庁、独占禁止法上の不公正な取引方法に該当するかどうかは公正取引委員会において、それぞれ判断されるものである。

1 合理的な価格の設定

- ① 酒類の価格に関しては、取引基準において、(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円す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逡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) 市場に影響を与える取引を行っている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、過去における取引状況等実態調査の事績、各種資料情報等を検討した結果、酒類に関する公正な取引の在り方に照らして問題があると疑われ、かつ、市場に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」に則していないと認められる取引を把握した場合には、改善指導を実施する。

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

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

3 独占禁止法違反等への対応

(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、適切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。

33 酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について

平成29事務年度分（平成29年7月～平成30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

平成29事務年度（平成29年7月～平成30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136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12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）の不正な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。

調査の実施件数は、表1のとおりです。

表1 調査等の実施件数

【件(者)】

	一般調査	フォローアップ調査	指示件数
調査件数	136件	12件	4件 〔小売業者2件 卸売業者1件 製造業者1件〕

(注) 「指示件数」は、「酒類の公正な取引に関する基準（告示）」に基づき、平成29事務年度において指示をした件数を表す。

なお、当該4件については、「酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律」第94条第4項の規定に基づき、公正取引委員会に報告済。

(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認められました（表2参照。）。

取引上の主な問題は、総販売原価（仕入価格（又は製造原価）に販売費・一般管理費等を加えたもの）を下回る価格で継続して販売するなど、「指針」で示している「合理的な価格の設定をしていないと認められたもの」であり、136件中101件において改善を指導しました。

更にこのうち4件については、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。また、15件については、直ちに「指示」には至りませんでした。今後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改善を指導しました。

その他、特定の取引先に対してのみ合理的な理由なく差別的な取扱いをするなど「取引先等の公正な取扱いが行われていないと認められたもの」が6件、取引上優位にある者が取引先に対して一方的な要求を行うなど「公正な取引条件の設定がなされていないと認められたもの」が1件、支払基準が不明確なリベートを支払うなど「リベート類の提供が透明かつ合理的でない」と認められたものが7件認められました。これら「指針」のルールに則していない取引を行っていた酒類業者に対しては、「指針」の趣旨を説明し、「指針」のルールに則した取引を行うよう改善を指導しました。

表2 一般調査の実施状況

【件(者)】

調査対象者の業態等	調査件数 注1	指針の「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2		「ルール2」 取引先等の公正な取扱いが行われていないと認められたもの	「ルール3」 公正な取引条件の設定がなされていないと認められたもの	「ルール4」 リベート類の提供が透明かつ合理的でない と認められたもの	
		総販売原価を下回る価格での販売が認められたもの 注3	酒類の公正な取引に関する基準(告示)				
			指示 注4				指導 注5
小売業者	109	75	2	14	0	0	
卸売業者	21	20	1	1	2	0	
製造業者	6	6	1	0	4	1	
合計	136	101	4	15	6	1	

(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 「指針」のルール1～4に則していない取引が認められた場合には、それぞれの項目に1件として数えている。

3 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が認められた場合について1件と数えている。

総販売原価を下回る価格での販売が認められた101件のうち、19件（小売業者：13件、卸売業者：2件、製造業者：4件）は、仕入価格（製造原価）を下回る価格での販売が認められた。

4 「基準」において、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し、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取引を行ってはならないとされており、これに違反したとして基準に従うよう「指示」を行った件数を表す。

5 直ちに「指示」には至らなかったが、今後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改善を指導した件数を表す。

ロ フォローアップ調査

フォローアップ調査の結果、12件中11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

【件(者)】

調査対象者の業態等	調査(確認)件数 (a)	指摘事項に改善が認められたもの		指摘事項に改善が認められなかったもの	
		(b)	割合 (b/a)	(c)	割合 (c/a)
	件	件	%	件	%
小売業者	11	10	90.9	1	9.1
卸売業者	0	0	-	0	-
製造業者	1	1	100.0	0	-
合計	12	11	91.7	1	8.3

34 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

酒類の公正な取引に関する基準

(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【総販売原価】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

(製造業者)

- ▷ 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。
- ▷ 調査対象者の行為が、
 - ・ 競合する製造業者の価格決定（競合者の価格の引上げを結果的に制約）等に影響
 - ・ リバートの多寡により取引先（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も影響を与え、これらが公正な取引を阻害する一因となっている事実から、他の事業者には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)

- ▷ ビール類を含む酒類について、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。
 - 〔 特定の取引について、個別の販売管理費率（以下「販管費率」という。）を算定していたが、費用の一部に配賦漏れがあり、事業の実態に即していない販管費率となっていた。 〕
- ▷ 調査対象者の行為が、他の卸売業者の売上金額や販売数量の減少（取引先変更の事実）、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者には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)

- ▷ 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。
 - 〔 酒類事業と他の事業との共通経費（一部）の配賦方法について、調査対象者から合理的な説明がなされず、調査対象者が選択した配賦方法は、事業の実情に即した合理的な理由に基づくものとは認めら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」により販管費率の算定を行った。 〕
- ▷ 調査対象者は、酒類事業だけでなく事業全体でも営業赤字を計上しており、自己の酒類事業に相当程度の影響があると認められた。
- ▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額や販売数量の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者には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)

▷ ビールや単式蒸留焼酎について、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。

酒類事業と他の事業との共通経費について、本社経費の配賦が行われていないほか、一部の配賦方法は、合理的な理由に基づくものとは認められなかった。このため、調査対象者からの申出により、事業の実情に即した合理的な理由に基づく配賦方法に見直した上、販管費率の算定を行った。

▷ 調査対象者の行為が、周辺小売業者の売上金額や顧客の減少、価格決定（調査対象者の価格に合わせざるを得ない）等に影響を与えている事実から、他の事業者には相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認められた。

販売価格の設定について

- 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のが合理的である。
- 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。

- ・ A社は、酒類に係る販売管理費を合理的に積算せず、役員の感覚（経験則）で販売価格を設定していた。このため一般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」により販売管理費率の算定を行った。
当局は、事業者に対し「基準等」の趣旨や考え方等を改めて説明するとともに、今後は事業の実情に即した合理的な販売管理費の算出を行い、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ B社は、積算した総販売原価を考慮せず、競合店の価格に合わせて販売価格を設定していた。
当局は、事業者に対し「基準等」の趣旨や考え方等を改めて説明するとともに、今後は「基準等」を遵守し、総販売原価を下回らない価格で販売を行うよう改善を指導した。
- ・ 料飲店への販売を主体とするC社は、一部取引について総販売原価を下回る価格での取引となっていることを認識していたが、取引先料飲店と価格交渉中などの理由で、当該取引を継続して行っていた。
当局は、事業者に対し「基準等」の趣旨や考え方等を改めて説明するとともに、今後は「基準等」を遵守し、総販売原価を下回らない価格で販売を行うよう改善を指導した。

売上原価の算定方法について

（売上原価の算定方法）

- 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。
- 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。

- ・ 小売業者であるD社は、取引先（仕入先）である卸売業者を介さず酒類製造業者から直接リベートを受領した。D社では受領した当該リベートを仕入れに係る値引きとして総販売原価を算定し、これに基づき販売価格を設定していた。取引先等の関係者に確認したところ、当該リベートは「基準」等に定める要件を満たしていない（取引の相手方である卸売業者にはリベートの支払基準や内容が事前に示されていない）ため、仕入れに係る値引きとは認められなかった。
当局は、事業者及び取引関係者に対し「基準」等に定めるリベートの取扱い等を改めて説明するとともに、今後は「基準等」を遵守した取引を行うよう改善を指導した。

費用配賦の方法について

(費用配賦の方法)

- 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。

- ・ 卸売業者であるE社は、酒類に係る販売管理費を会社全体の売上高に対する販売管理費の割合（損益計算書上の販売管理費率（例：5.0%））を用いて算出している。ただし、「メーカー直送の取引」については配送費（例：1.5%）と保管費（例：0.5%）を要しないとして、全体の販売管理費率（5.0%）からこれらの割合（2.0%）を控除した率を「メーカー直送の取引」に係る販売管理費率（3.0%）として適用していた。しかし、控除したメーカー直送取引に対応する「配送費及び保管費」（2.0%）の再配賦を行っておらず、配賦漏れとなっていた（当該配賦漏れ（2.0%）部分を「メーカー直送以外の取引」に再配賦した上で販売管理費率を再計算する必要があった。）。
当局は、事業者に対し合理的な費用の配賦を行うとともに、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ 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、全ての費目を「販売点数比」により配賦していた。しかし、本社の役員報酬や建物設備に係る費用など販売点数の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない共通費用について一律に販売点数比を使用し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。
当局は、事業者に対し共通費用の配賦に当たっては、費用の性質に応じて、売上高比等の事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行うとともに、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ G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、全ての費目を「売場面積比」により配賦していた。しかし、運賃、委託費など売場面積の多寡が費用の増減に影響を与える程度が少ない共通費用について一律に売場面積比を使用し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。
当局は、事業者に対し、共通費用の配賦に当たっては、費用の性質に応じて売上高比等の事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行うとともに、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ H社及び同社の関連会社であるI社は、それぞれの損益計算書から売上高比を用いて販売管理費率を算出していたが、2社の平均値をそれぞれの販売管理費率として費用配賦を行っていた。両社は別法人で業態も異なっており、両者の平均値を用いる合理的な理由が認められなかった。
当局は、事業者に対し、それぞれの社ごとに販売管理費を計算するよう指導するとともに、共通費用の配賦に当たっては、各社の事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行い、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ J社は酒類小売業と酒類卸売業を営む法人であるが、酒類に係る販売管理費の算出に当たっては、会社全体の売上高に対する販売管理費率を用いて配賦していた。しかし、小売部門と卸売部門別で費用実態を確認したところ、小売部門と卸売部門とで販売管理費率が大きく異なっていたことから、会社全体の販売管理費率を用いることは、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。
当局は、事業者に対し、小売部門と卸売部門別に販売管理費を算出するよう指導するとともに、算出に当たっては、事業の性質に応じて売上高比、作業従事時間数比等で費用を合理的に按分する等、事業の実情に即した合理的な配賦方法に見直しを行い、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。

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。

指針のルールに即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面的に行う場合、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)

- ・ K社は、取引先との間で仕入条件（数量）を満たした場合にリベートを受け取る契約を結び、当該リベートを仕入値引として仕入価格から控除して販売価格を設定していたが、条件を満たさなかったため、リベートを受けることができなかった。しかし、条件を満たさないことが判明して以降も販売価格の修正を行わず、仕入価格を下回る販売価格となっていた。

(ルール2)

- ・ L社は、従前からの取引先との取引の維持を図るため、取引数量の相違など正当なコスト差によることなく、特定の取引先4社に対して、過去（少なくとも10年以上前）に作成した「値引単価リスト」に定める値引単価をそのまま用いて取引を行っていた。
- ・ M社では、過去からの慣習を断ち切ることができず、特定の取引先7社に対し、取引数量の相違など正当なコスト差によることなく、毎年同じ条件で契約を更新し、取引数量1.8ℓ瓶1本当たり30円（1件のみ10円）の謝礼金を支出していた。

(ルール4)

- ・ N社は、取引の維持を図るため、特定の取引先2社に対して「特別値引」と称し、通常値引に加え50円の追加値引を行っていたが、支払基準が明確でなく、透明性・合理性が認められない支出であった。
- ・ O社は、自社ガイドラインに規定していればリベート類の支出は可能であるとの安易な認識によって、支出ありきの容易に達成可能な条件を設定するなど、リベート類の支払基準に透明性・合理性が認められなかった。
- ・ P社は、販売促進のため店舗陳列に係る奨励金を支出していたが、特定の小売業者に対してのみ当該奨励金を支出しており、透明性・合理性が認められない支出であった。
- ・ Q社は、繁忙期の配送を平準化するため協力金を支出していたが、特定の小売業者に対してのみ当該協力金を支出しており、透明性・合理性が認められない支出であった。
- ・ R社は、特定の取引先に対し、過去からの取引習慣を見直すことなく、販売促進のためのリベート（例：連続式蒸留焼酎4L 40円/本）を支出していたが、支払基準が明確でなく、透明性・合理性が認められない支出であった。