

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。

【基準等によらず、取引慣行等や近隣店舗の店頭価格を加味し、販売価格を設定していた事例】

- ・ 製造業者であるA社は、酒類の製造に係る費用を合理的に積算せず、過去からの取引慣行等により販売価格を設定していたため、一部の商品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。
当局は、事業者に対し「基準等」に基づき総販売原価を算定するとともに、今後は「基準等」を遵守し、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ 製造業者であるB社は、酒類の製造に係る費用を合理的に積算せず、代表者の感覚（経験則）で販売価格を設定していたため、一部の商品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。
当局は、事業者に対し「基準等」に基づき総販売原価を算定するとともに、今後は「基準等」を遵守し、総販売原価を下回らない価格を設定するよう改善を指導した。
- ・ 小売業者であるC社や料飲店への販売を主体とするD社は、積算した総販売原価に基づき販売価格を設定していたが、定期的に近隣店舗の店頭価格を調査し、例えば、近隣店舗のセール（特売）期間中は、自店も近隣店舗の店頭価格に合わせるなどしていた結果、全部又は一部の商品について、総販売原価を下回る価格での販売となっていた。
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。

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。

【自社都合や配賦計算の簡便性を優先したため、現実の費用実態と乖離していた事例】

- ・ 製造業者である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、人件費や賃貸料等の特定の費目について、「アイテム数比」により配賦していた。しかし、「アイテム数比」は、販売実績が100万本の商品であっても100本の商品であっても「1アイテム」としてカウントされるものであり、販売実績に応じた費用配賦がされず、均等に費用が配賦されることから、現実の費用実態と乖離しており、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。

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。

- ・ 小売業者である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、全ての費目を「販売点数比」により配賦していた。しかし、本部費や店舗共通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は、現実の費用実態と乖離しており、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。

- ・ 小売業者である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、酒類販売に従事する従業員等の人件費やカード手数料等の特定の費目について、売場面積比により配賦していた。しかし、これらの費用は、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く、現実の費用実態と乖離しており、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。

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、作業従事時間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。

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りべと類は廃止していく必要がある。

(ルール1)

【指針等によらず、取引慣行等や近隣店舗の店頭価格を加味し、販売価格を設定していた事例】

- ・ H社は、酒類の製造に係る費用を合理的に積算せず、過去からの取引慣行等により販売価格を設定していたため、一部の商品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。

- ・ I社は、総販売原価を積算していたが、近隣店舗の店頭価格も加味し販売価格を設定していたため、ビール類の一部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。

(ルール2)

【取引慣行や自己都合等により、取引先等の公正な取扱いがなされていなかった事例】

- ・ J社は、過去からの取引慣行により、特定の取引先（小売店）に対して、取引数量の相違等の正当なコスト差に基づかず、取引価格やその他取引条件について差別的な取扱いを行っていた。
- ・ 料飲店への販売が主体の地域の有力な酒類業者であるK社は、売上の維持・拡大を図るため、新規店舗をオープンさせた特定の取引先に対して、取引価格やその他取引条件について、合理的な理由なく差別的な取扱い※を行っていた。
※ 当該取引は総販売原価割れ販売にも該当したため、併せて指導を行っている。

(ルール3)

【自社の販売価格を維持するため値上げ交渉に応じず、公正な取引条件の設定が妨げられていた事例】

- ・ L社は、自社の販売価格を維持するため、酒類の仕入先である卸売業者からの値上げ交渉に長期間応じなかった。

(ルール4)

【長年にわたる取引慣行等を踏襲し、透明性・合理性を欠くりべートとなっていた事例】

- ・ M社は、特定の取引先に対しリベートを支出していたが、当該リベートは過去からの取引慣行により支出しているものであり、支出基準が明確ではなく透明性・合理性が認められなかった。
- ・ N社は、自社ガイドラインに基づきリベートを支出しているが、特定の小売業者（百貨店）に対するギフトカタログ作成費用の一部を補填するため支出したリベートについては、自社ガイドラインを策定しておらず、支払基準が明確であるとは認められなかった。
- ・ O社は、自社商品の売上拡大（フェア）を目的として支出するリベートについて、特定の料飲店で自社ガイドラインに定める年間実施回数を超過していた。さらに当該料飲店からの求めに応じ、他の料飲店よりも有利な支払い条件を設定（変更）していた。