

令和4年3月14日

各卸（売）酒販組合
組合員企業の皆様へ

全国卸売酒販組合中央会
事務局

**酒類の取引状況等実態調査実施状況（令和2事務年度分）の
公表（嚴重注意を行った事例等）について**

平素は中央会の運営にご理解とご協力を賜り御礼申し上げます。

「令和2事務年度分(令和2年7月～令和3年6月)の酒類の取引状況等
実態調査実施状況」については、国税庁ホームページに令和3年10月に
公表されていますが、今般、追加情報として、以下のものが公表されま
したので、お知らせいたします。

記

- 「基準」に違反するおそれがあるとして「嚴重指導」を行った事例
【別添3】 8件（卸売業者の事例なし）

- 「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
【別添4】 9件（「ルール2（差別対価）」：卸売業者の事例あり）

【国税庁ホームページ】

<https://www.nta.go.jp/taxes/sake/koseitorihiki/210831/index.htm>

以上

令和3年10月4日
(令和4年3月10日更新)
国税庁

酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について 令和2事務年度分（令和2年7月から令和3年6月）

令和2事務年度に実施した酒類の取引状況等実態調査実施状況は別添のとおりです。

別添1 酒類の取引状況等実態調査の実施状況

別添2 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

別添3 「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（令和4年3月追加）

別添4 「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（令和4年3月追加）

【問い合わせ先】

国税庁 課税部 酒税課 団体企業係
電話（代） 03-3581-4161（内線 3394）

「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。

【酒類事業に係る費用を計算せず、競合他店の価格を参考に販売価格を設定していた事例】

- ・ ディスカウントストアであるAは、同一グループである卸売業者から、価格競争でその周辺事業者に優位に立てるよう低い販売価格で仕入れた酒類について、具体的に酒類事業に係る費用を計算せず、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同一グループの卸売業者のみならず、Aらにおいても総販売原価を下回る価格での販売を継続していた。
- ・ ディスカウントストアであるBは、具体的な根拠に基づいた計算によらず、経験に基づいて酒類事業に係る費用を算定し、販売価格については、競合する他社の価格を参考に設定していた結果、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。

【自社製品のシェア維持・向上のため、取引条件を見直さなかった事例】

- ・ 製造業者であるCは、自社製品のシェア維持・向上のため、長年にわたって取引条件を見直さないまま、全国展開しているスーパーマーケットやドラッグストアなど特定の取引先に対し低い価格での販売を行っていたほか、ディスカウントストアに対し現品付き販売を行っていた結果、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。

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。

【仕入れに係る値引きとみなすリベートの対象酒類が誤っていた事例】

- ・ ディスカウントストアであるDは、取引先（仕入先）から支払いを受けたリベートの対象酒類を取り違えた結果、リベートの支払を受けていない酒類の仕入価格から、値引きの額として控除が行われていた。

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。

【一律に販売点数比を適用していた事例】

- ・ ディスカウントストアであるE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「販売点数比」により配賦していた。しかし、必ずしも販売点数に連動しない本部費等の費用について、販売点数比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。

【計算根拠が不明であった事例】

- ・ スーパーマーケットであるFは、酒類事業と他の事業に共通する人件費の配賦に当たり、経験則と称する割合を用いて配賦していた。当該割合は具体的な根拠に基づいた計算が行われておらず、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。

【費用の配賦漏れがあった事例】

- ・ ディスカウントストア等を営むGは、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、役員報酬の全額を費用配賦の対象に含めておらず、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。
- ・ ディスカウントストアであるHは、酒類事業と他の事業に共通する費用の配賦に当たり、会社そのものの広告宣伝に係ると認められる広告宣伝費を費用配賦の対象に含めておらず、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。

「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りべと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Iは、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ていたにもかかわらず、一部の商品についてレジへ設定している販売価格の変更を失念したため、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Jは、店舗担当者が特売リベートを原資に特売価格を設定できる期間を誤認し、期間外であるにもかかわらず特売価格での販売を行っていたため、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。

(ルール2)

【価格差が取引数量の相違等の正当なコスト差によっていなかった事例】

- ・ 製造業者であるKは、特定の地域の小売業者と取引をしている卸売業者に対してのみ、契約上、取引先である卸売業者が行う小売業者との間の製品配送や空容器回収に係る運賃の一部を負担するためのリベートを支払っていたが、そのリベートの支払条件の差は、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。
- ・ 卸売業者であるLは、販売先の業態（スーパーマーケットや業務用主体店など）の別に応じた価格設定を行っていたが、その価格差について明確な基準がなく、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。
- ・ 卸売業者であるMは、メーカー直送や店頭引取などの取引形態に応じた販売価格を設定していたが、特定の取引先に対しては、取引維持を図るため、相手方の求めに応じた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。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。
- ・ 製造業者であるNは、全国展開しているスーパーマーケットやディスカウントストアでの自社製品のシェア維持・向上のため、特定の取引先に対してのみ、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が、その価格差や取扱いの差は、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3)

【公正な取引条件の設定が妨げられていた事例】

- ・ 小売業者であるOは、新規店舗オープン時に商品陳列作業等に従事させるため、仕入先等に対して対価を支払う旨を示した上で、仕入先等の従業員に対し、商品陳列作業等への従事を一方的に要求した。また、請求のない仕入先等にはその対価の支払いを行っていなかった。

(ルール4)

【自社基準を遵守しなかった事例】

- ・ 製造業者であるPは、自社基準の改定を行ったにもかかわらず、特定の取引先との取引維持を図るため、取引条件を見直さなかったことから、改定後の自社基準で定める上限額を超えるリベートを支出しており、透明性・合理性が認められなかった。

【長年にわたる取引慣行を踏襲し、透明性・合理性を欠くリベートとなっていた事例】

- ・ 製造業者であるQは、特定の取引先に対して、過去からの取引慣行に基づき取引先からの求めに応じたリベートを支出していたが、支出基準が明確でなく、透明性・合理性が認められなかった。

令和3年10月4日
国 税 庁

酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について

令和2事務年度分（令和2年7月から令和3年6月）

令和2事務年度に実施した酒類の取引状況等実態調査の実施状況は、別添のとおりです。

- ▷ 別添1 酒類の取引状況等実態調査の実施状況
- ▷ 別添2 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

【問い合わせ先】

国税庁 課税部 酒税課

団体企業係

電話(代) 03-3581-4161

(内線 3394)

酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について 令和2事務年度分（令和2年7月～令和3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2事務年度（令和2年7月～令和3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139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14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。

(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139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、18件については、直ちに「指示」には至りませんでした。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、「厳重指導」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104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、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）」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（「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。

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 (111)	5 (2)	17 (12)
卸売業者	21 (23)	1 (2)	0 (1)
製造業者	7 (8)	1 (3)	1 (0)
合計	139 (142)	7 (7)	18 (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 各欄のかっこ書きの数字は、令和元事務年度分（令和元年7月～令和2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
小売業者	83 (87)	1 (3)	1 (0)	0 (0)
卸売業者	17 (18)	5 (5)	0 (0)	2 (3)
製造業者	4 (4)	4 (2)	0 (0)	4 (3)
合計	104 (109)	10 (10)	1 (0)	6 (6)

- (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（104件）には、表1の指示件数（7件）及び厳重指導の件数（18件）は含まない。
 3 各欄のかっこ書きの数字は、令和元事務年度分（令和元年7月～令和2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、14件中全て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 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	7 (13)	7 (13)	100 (100)
卸売業者	5 (6)	5 (5)	100 (83.3)
製造業者	2 (3)	2 (3)	100 (100)
合 計	14 (22)	14 (21)	100 (95.4)

(注) 各欄のかっこ書きの数字は、令和元事務年度分（令和元年7月～令和2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
大阪局	2
広島局	1
福岡局	3
熊本局	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	2
業務用酒飯店	3
合 計	5

(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	令和 2
一般調査	136	147	142	139
指 示	4	8	7	7
厳重指導	15	17	13	18

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)

- ▶ 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。
 - 調査対象者（製造業者A）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、会社全体で利益を出していれば問題ないと誤認し、自社商品のシェア拡大を目的に、大手小売業者に対しては、算出した販売管理費率（以下「販管費率」という。）を用いずに、競合他社よりも低い販売価格を設定していた。
- ▶ 調査対象者の行為が、競合する製造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B、小売業者C及び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B、小売業者C及びD）は、同一グループ法人である。BはC及びDを含むグループ内の小売業者に対してのみ酒類の卸売を行っており、それら小売業者が、価格競争でその周辺事業者に優位に立てるよう、低い販売価格を設定することとし、販管費率の計算も行っていなかった。
 - また、C及びDも販管費率の計算を行わず、周辺小売業者の店頭価格を参考に販売価格を決定していた。
 - そのため、B、C及びDに対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を算出する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。
- ▶ 同一グループ内での総販売原価を下回る価格による一連の販売行為が、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（小売業者E）は、シェア獲得を図るため、ビールメーカーからの多額のリベートについて、対象酒類の仕入れと密接に関連せず、当該酒類の仕入れに係る値引きに該当しないリベートを含め値引き等原資とし、取引先飲食店に対し、安価な見積りを行って、競合他社よりも低い販売価格を設定していた。〕
- ▷ 調査対象者の行為が、競合する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）は、シェア獲得を図るため、ビールメーカーからの多額のリベートについて、対象酒類の仕入れと密接に関連せず、当該酒類の仕入れに係る値引きに該当しないリベートを含め値引き等原資とし、取引先飲食店に対し、採算を度外視した見積価格の提示をし、競合他社が対抗できないような販売価格の設定を行っていた。〕
- ▷ 調査対象者の行為が、競合する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）は酒類の販管費率の計算を行わずに、周辺の競合他社の店頭価格を参考に販売価格を設定していた。
そのため、Gに対し、販管費率の算定方法（費用の配賦方法）を算出する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。
調査の状況を踏まえ、酒類の販売に係る人件費や地代家賃など、販売点数や売場面積の多寡が費用の増減に影響を与える程度が大きいと考えられた費用については、「販売点数比」及び「売場面積比」を、その他の共通費用については、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、競合する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。