

参 考 資 料

【議題3関係】

5－1	酒類の販売業免許の区分及び種類とその意義	・・・	P1
5－2	酒類販売業免許場数の推移	・・・	P2
5－3	酒類課税数量の推移	・・・	P3
5－4	日本再生戦略（抄）	・・・	P4
5－5	国税庁における日本産酒類の輸出環境の整備	・・・	P5
5－6	酒類卸売業者に対する警告等について	・・・	P6
5－7	酒類の取引状況等実態調査実施状況の公表について	・・・	P8
5－8	独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針（抄）	・・・	P16

酒類の販売業免許の区分及び種類とその意義

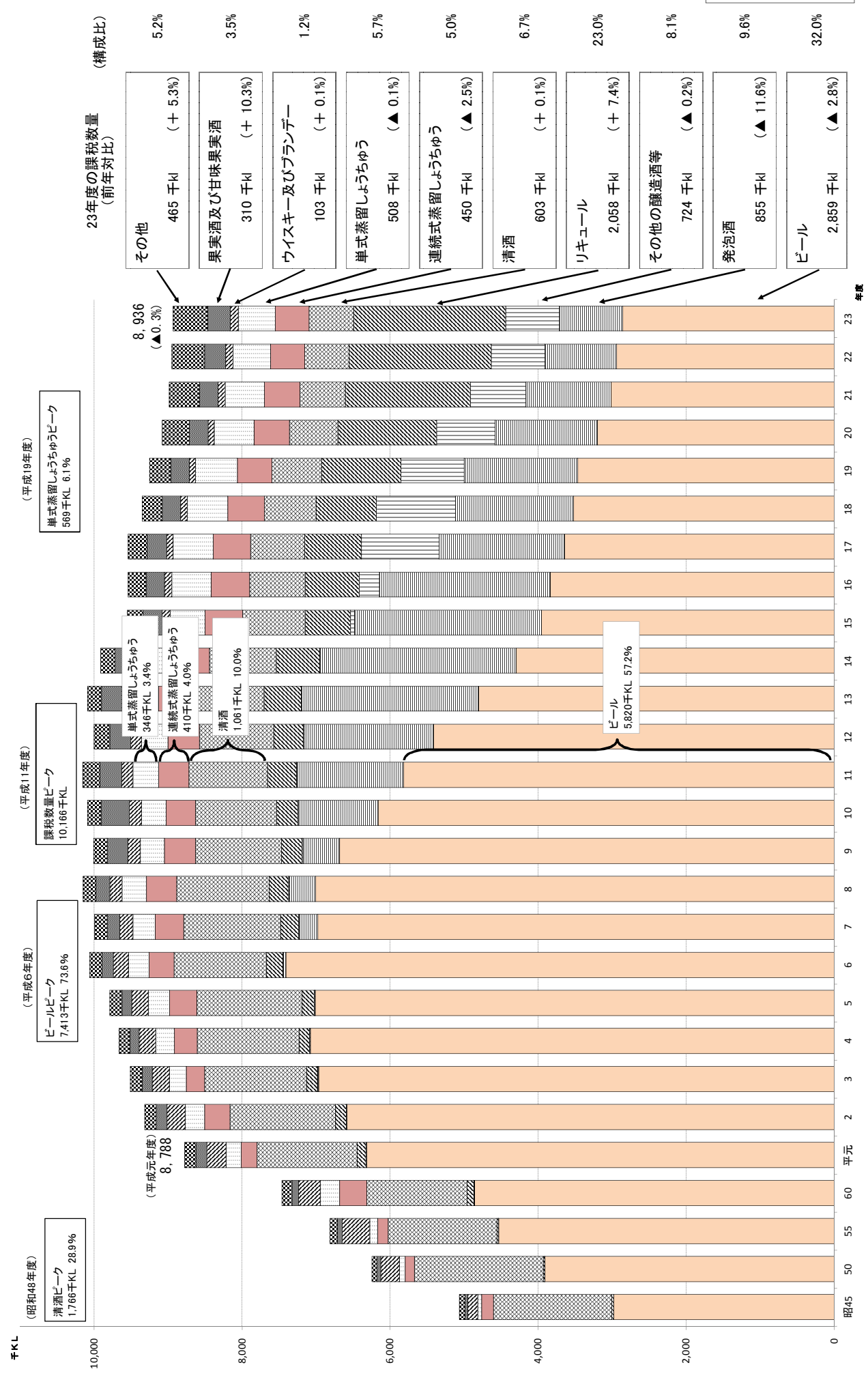
区 分 と そ の 意 義	種 類 と そ の 意 義
<p data-bbox="161 568 352 607">酒類販売業免許</p> <p data-bbox="148 633 379 884">酒類を継続的に販売すること（営利を目的とするかどうか又は特定若しくは不特定の者に販売するかどうかは問わない。）を認められる免許</p> <p data-bbox="475 421 667 459">酒類小売業免許</p> <p data-bbox="448 477 695 629">消費者、料飲店業者又は菓子等製造業者に対し、酒類を継続的に販売することを認められる酒類販売業免許</p> <p data-bbox="475 1216 667 1254">酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="448 1272 695 1424">酒類販売業者又は酒類製造者に対して酒類を継続的に販売することを認められる酒類販売業免許</p>	<p data-bbox="762 315 930 376">一般酒類小売業免許</p> <p data-bbox="954 315 1473 376">販売場において、原則としてすべての品目の酒類を販売することができる酒類小売業免許</p> <p data-bbox="762 409 930 470">通信販売酒類小売業免許</p> <p data-bbox="954 409 1473 577">2都道府県以上の広範な地域の消費者を対象として、商品の内容、販売価格その他の条件をカタログを送付する等により提示し、郵便、電話その他の通信手段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酒類を小売することができる免許</p> <p data-bbox="762 611 930 672">特殊酒類小売業免許等</p> <p data-bbox="954 611 1473 689">酒類の消費者等の特別の必要に応ずるため、酒類を販売することを認められる酒類小売業免許（期限付酒類小売業免許等）</p> <p data-bbox="762 757 930 817">全酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="954 757 1473 817">原則としてすべての品目の酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="762 873 930 934">ビール卸売業免許</p> <p data-bbox="954 873 1473 934">ビールを卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="762 990 930 1050">洋酒卸売業免許</p> <p data-bbox="954 990 1473 1135">果実酒、甘味果実酒、ウイスキー、ブランデー、発泡酒、その他の醸造酒、スピリッツ、リキュール、粉末酒及び雑酒のすべて又はこれらの酒類の品目の1以上の酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="762 1169 930 1229">輸出入酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="954 1169 1473 1247">輸出される酒類、輸入される酒類又は輸出される酒類及び輸入される酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="762 1281 930 1341">店頭販売酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="954 1281 1473 1393">自己の会員である酒類販売業者に対し店頭において酒類を直接引き渡し、当該酒類を会員が持ち帰る方法により酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="762 1426 930 1487">協同組合員間酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="954 1426 1473 1487">自己が加入する事業協同組合の組合員に対して酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="762 1543 930 1603">自己商標酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="954 1543 1473 1603">自らが開発した商標又は銘柄の酒類を卸売することができる酒類卸売業免許</p> <p data-bbox="762 1659 930 1720">特殊酒類卸売業免許等</p> <p data-bbox="954 1659 1473 1720">酒類事業者の特別の必要に応ずるため酒類を卸売することを認められる酒類卸売業免許</p> <ul data-bbox="850 1742 1473 1921" style="list-style-type: none"> ・ 酒類製造者の本支店、出張所等に対する酒類卸売業免許 ・ 酒類製造者の企業合同に伴う酒類卸売業免許 ・ 酒類製造者の共同販売機関に対する酒類卸売業免許 ・ 期限付酒類卸売業免許
<p data-bbox="161 1962 392 2000">酒類販売代理業免許</p> <p data-bbox="427 1962 1473 2018">酒類製造者又は酒類販売業者の酒類の販売に関する取引を継続的に代理すること（営利を目的とするかどうかは問わない。）を認められる酒類の販売業免許</p> <p data-bbox="161 2051 392 2089">酒類販売媒介業免許</p> <p data-bbox="427 2051 1473 2130">他人間の酒類の売買取引を継続的に媒介すること（取引の相手方の紹介、意思の伝達又は取引内容の折衝等その取引成立のためにする補助行為をいい、営利を目的とするかどうかは問わない。）を認められる酒類の販売業免許</p>	

酒類販売業免許場数の推移

年月日	卸		業 売		小 売		業 計		合 計	備 考
	全 酒 類	そ の 他	全 酒 類	そ の 他	全 酒 類	そ の 他	全 酒 類	そ の 他		
昭和 46. 3. 31 現在	1,965	外 1,316	外 1,316	4,352	外 1,198	外 147	外 1,345	143,047	147,399	13.3 酒類販売業免許制度発足
51. 3. 31	13,738	2,387	-	16,469	-	20,756	外 14,321	150,832	167,301	
56. 3. 31	12,761	2,731	-	15,371	-	20,856	外 13,364	156,751	172,122	
61. 3. 31	11,980	2,610	-	14,656	-	21,294	外 12,617	159,888	174,544	63.12 「規制緩和推進要綱」(酒類小売業免許の免許要件に係る運用基準の簡素化・明確化等)の閣議決定
平成 2. 3. 31	11,540	2,676	-	15,027	-	21,832	外 12,594	161,523	176,550	元 6 人口基準、抽選制の導入
3. 3. 31	11,389	3,487	-	18,510	-	22,127	外 16,044	158,443	176,953	
4. 3. 31	11,006	7,121	-	18,308	-	22,059	外 15,822	158,636	176,944	
5. 3. 31	10,896	7,302	-	18,221	-	22,091	外 15,786	159,300	177,521	
6. 3. 31	10,682	7,325	-	18,014	-	22,162	外 15,542	160,112	178,126	
7. 3. 31	10,487	7,332	-	17,818	-	22,335	外 15,286	161,338	179,156	
8. 3. 31	10,200	7,331	-	17,474	-	22,770	外 14,913	162,406	179,880	
9. 3. 31	9,980	7,274	-	17,117	-	23,003	外 14,652	166,883	184,000	
10. 3. 31	9,757	7,137	-	16,847	-	26,703	外 14,946	171,848	188,695	10. 3 「規制緩和推進3か年計画」(酒類小売業免許に係る調剤調整規制の廃止)の閣議決定
11. 3. 31	9,546	7,090	-	16,627	-	31,012	外 14,061	175,095	191,722	
12. 3. 31	9,436	7,081	-	16,489	-	31,377	外 13,923	177,482	193,971	
13. 3. 31	9,365	7,053	-	16,250	-	31,641	外 13,630	176,873	193,123	13. 1 酒類小売業免許の距離基準の廃止
14. 3. 31	9,210	6,885	-	15,983	-	31,820	外 13,395	182,022	198,005	
15. 3. 31	9,070	6,773	-	15,756	-	30,679	外 13,451	184,599	200,355	15. 5 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」公布
16. 3. 31	8,630	6,686	-	15,099	-	27,311	外 13,180	193,226	208,325	15. 9 酒類小売業免許の人口基準の廃止
17. 3. 31	8,011	6,469	-	14,417	-	25,737	外 12,597	197,411	211,828	17. 8 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」の一部を改正する法律」公布
18. 3. 31	7,608	6,406	-	13,992	-	25,485	外 12,199	196,460	210,452	18. 8 「酒類小売業者の経営の改善等に関する緊急措置法」による緊急調剤地域の指定実施
19. 3. 31	7,303	6,384	-	13,633	-	23,148	外 11,871	201,272	214,905	
20. 3. 31	7,111	6,330	-	13,373	-	22,250	外 11,683	201,874	215,247	
21. 3. 31	6,855	6,262	-	12,945	-	21,350	外 11,346	199,366	212,311	
22. 3. 31	6,589	6,090	-	12,498	-	7,299	外 10,966	184,072	196,570	
23. 3. 31	6,212	5,909	-	12,062	-	6,557	外 10,488	181,689	193,751	23. 4 「規制・制度改革に係る方針」(酒類販売業免許の要件緩和)の閣議決定
24. 3. 31	5,899	5,850	-	11,685	-	6,237	外 10,251	180,781	192,466	24. 9 酒類販売業免許の要件緩和等の適用を開始

(注) 1 本表は、主として「国税庁統計年報書」(4月～翌年3月)に基づいた。
 2 昭和46. 3. 31現在の外書きは、卸小売業者の扱たる販売業免許場数を、昭和51. 3. 31現在以降の外書きは、卸小売業者のうちで小売もできる販売業免許場数を掲げた。
 3 「卸売業」及び「小売業」の「その他」の欄は、販売できる酒類の範囲について条件の付いている販売業免許場数を掲げた。

酒類課税数量の推移



(注) 1 「その他」は、合成清酒、みりん、スピリッツ及び原料用アルコールの合計である。
 2 「その他の醸造酒等」は、その他の醸造酒、純酒及び粉茶酒の合計である。

日本再生戦略（抄）

IV. 日本再生のための具体策

2. 「共創の国」への具体的な取組 ～11の成長戦略と38の重点施策～

- (1) 更なる成長力強化のための取組
- ⑤ 経済連携の推進と世界の成長力の取り込み

[アジア太平洋経済戦略]

(中略)

(重点施策：農林水産物等の輸出促進と國酒など我が国「食」の海外市場拡大)

原発事故の影響等で落ち込んだ農林水産物・食品の輸出額を2020年までに1兆円水準とするため、諸外国の輸入規制緩和の働きかけ、国家戦略的なマーケティング体制の構築、検疫協議の加速化、海外での日本の食文化の発信など、農林水産物・食品の輸出促進の取組の強化を図る。

さらに、国内だけでなく海外の需要も視野に入れたグローバルマーケティングによる市場開拓のモデル的取組の一つとして、國酒を始めとした日本産酒類について、輸入規制の撤廃・緩和、関税の引下げ、在外公館やJETRO等を活用した海外での売り込み強化など、官民連携の下で輸出促進のための総合的な環境整備に取り組む。

以上のような取組による成功例の積み上げ・活用等を通じて、我が国の「食」の海外市場の拡大を図る。

国税庁における日本産酒類の輸出環境の整備

(平成25年1月末現在)

【国際交渉による輸出障壁の解消】

- EPA交渉による関税の撤廃(例:メキシコ、チリ、フィリピン、スイス、ベトナム、ペルーなどにおいて清酒の関税撤廃)
- 二国間交渉による非関税障壁の撤廃・緩和
(例:福島第一原子力発電所の事故を踏まえた各国の輸入規制の撤廃・緩和の働きかけ(EUにおける酒類の規制解除、ブラジルにおける規制緩和))

【輸出支援のための制度の整備】

- 福島第一原子力発電所の事故を受け、輸食用酒類に関する証明書(生産日、産地、放射能分析)の発行体制を整備
(平成23年4月から平成25年1月末までに5,180件発行)
- 酒類の輸出に必要な体制の整備
 - ◆ ブラジルへ輸出する酒類に添付する原産地証明書の発行体制の整備(平成24年2月)
 - ◆ EUへ輸出する果実酒に原料ぶどう品種名を表示するための、外国機関へのぶどう品種名登録体制の整備(平成22年4月から独立行政法人酒類総合研究所において実施)
 - ◆ 台湾、EUへ輸出する酒類に添付する成分等に関する証明書等の発行体制の整備(平成17年12月、平成19年11月から独立行政法人酒類総合研究所において実施)
- 地域ブランドの確立の観点から、地理的表示制度を改正し、対象品目に「清酒」を追加(平成17年10月)
(現在指定されている地理的表示・・・単式蒸留しよちゅう:「壱岐」、「琉球」、及び「薩摩」 清酒:「白山」)

【その他の輸出環境整備】

- 国際会議のレセプション等各種政府行事等に日本産酒類を使用するよう働きかけ(例:ダボス会議・ジャパンナイト、在外公館における各種レセプション等)
- 外務省主催の研修や日本産酒類セミナー等への国税庁職員の講師派遣(例:ブラジルにおける日本産酒類普及事業、新任大使等に対する日本酒研修)
- 酒類に関する輸出統計資料、酒類の輸出免税等の手続についてのマニュアルをウェブページに公表
- 清酒ラベルの用語辞典の英語、仏語、独語、中国語(繁体字・簡体字)、ハンガール語の各版の公表・配布(独立行政法人酒類総合研究所において実施)
- 在外公館や海外見本市における農産品輸出促進イベント等の情報提供

【上記活動を推進するための連携体制】

- 関係府省・機関等との連携(外務省、農林水産省、経済産業省、特許庁、中小企業庁、観光庁、日本貿易振興機構(ジェトロ)、地方公共団体など)

酒類卸売業者に対する警告等について

平成 24 年 8 月 1 日
公正取引委員会

公正取引委員会は、酒類卸売業者に対し、独占禁止法に基づいて審査を行ってきたところ、後記第 1 のとおり、同法第 2 条第 9 項第 3 号（不当廉売）^{（注 1）}に該当し同法第 19 条の規定に違反するおそれがある行為を行っているとして、本日、警告を行った。

また、前記行為に関し、本日、ビール類^{（注 2）}製造業者等^{（注 3）}及び特定の酒類小売業者に対し、後記第 2 のとおり、要請した。

（注 1） 私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律の一部を改正する法律（平成 21 年法律第 51 号）の施行日である平成 22 年 1 月 1 日前においては平成 21 年公正取引委員会告示第 18 号による改正前の不公正な取引方法の第 6 項。以下同じ。

（注 2） 「ビール類」とは、ビール、発泡酒並びに「第三のビール」、「新ジャンル」等と称されるその他の醸造酒及びリキュールをいう。

（注 3） 製造業者の子会社である販売会社を含む。

第 1 酒類卸売業者に対する警告について

1 関係人

事業者名	本店の所在地	代表者
三菱食品株式会社	東京都大田区平和島六丁目 1 番 1 号	代表取締役 井上 彪
伊藤忠食品株式会社	大阪府中央区城見二丁目 2 番 2 2 号	代表取締役 濱口 泰三
日本酒類販売株式会社	東京都中央区新川一丁目 2 5 番 4 号	代表取締役 松川 隆志

2 警告の概要

- (1) 前記 1 の酒類卸売業者 3 社（以下「卸売業者 3 社」という。）は、遅くとも平成 21 年 1 月以降、それぞれ、特定の酒類小売業者に対し、ビール類のうち一部の商品とその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により、当該酒類小売業者が運営する各店舗の周辺地域に所在する他の酒類小売業者の事業活動を困難にさせるおそれを生じさせている疑いがある。

問い合わせ先	公正取引委員会事務総局審査局第二審査首席
	電話 03-3581-3335（直通）
ホームページ	http://www.jftc.go.jp/

- (2) 卸売業者3社が行っていた行為は、それぞれ、独占禁止法第2条第9項第3号(不当廉売)に該当し同法第19条の規定に違反するおそれがあることから、公正取引委員会は、卸売業者3社に対し、前記(1)の行為を取りやめ、今後、このような行為を行わないよう警告した。

第2 ビール類製造業者等及び特定の酒類小売業者に対する要請について

- 1 前記第1の2(1)の一部の行為について、ビール類製造業者が、「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)等に基づく国税庁の指導を踏まえてビール類の販売に関するリベートを見直した結果、酒類小売業者向けリベートを削減したこと及び酒類卸売業者が削減されたリベートの相当額を特定の酒類小売業者への納入価格に反映することができていなかったこと^(注4)が、その原因の一つとなっていたものと認められた。

(注4) ビール類製造業者等は、一定の基準を満たす酒類小売業者向けリベートをその納入元である酒類卸売業者に一旦支払い、酒類卸売業者は、通常、当該酒類小売業者への納入価格を値引くことにより当該リベートを供与している。

- 2 公正取引委員会は、ビール類製造業者等及び特定の酒類小売業者に対し、それぞれ、酒類卸売業者により不当廉売となる行為が行われることのないよう、酒類卸売業者から取引条件の変更について申入れがあった場合には、十分な協議を行うことを要請した。

平成24年12月
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
平成23事務年度分（平成23年7月～平成24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合理的な価格設定や公正な取引条件の設定等を行うよう改善指導するなどして、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。（注）「指針」は国税庁ホームページ（以下のホームページアドレス）に掲載しています。

ホームページアドレス <http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/koseitorihiki/jimu-unei060831/index.htm>

2 調査の概要

(1) 調査の実施状況

平成23事務年度（平成23年7月～平成24年6月）においては、約20万場の酒類販売場等のうち、チラシ広告などの情報から「指針」に則していない取引があると考えられた酒類販売場等に対して、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1,563場に対して実施しました。

また、過去に一般調査により改善を指導した酒類販売場等のうち、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販売場等に対する調査（以下「フォローアップ調査」といいます。）を236場に対して実施しました。

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販売場等のうち、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）の規定に違反する事実があると思料された取引等については、同法第45条第1項に基づき、公正取引委員会に対して報告を行いました。

調査の実施場数等は表1及び表2のとおりです。

表1 平成23事務年度の実実施場数等

	一般調査	フォローアップ調査	合 計	報告件数
調査場数	1,563 場	236 場	1,799 場	43 件

表2 一般調査実施場数の推移

(場)

	平成19 事務年度	平成20 事務年度	平成21 事務年度	平成22 事務年度	平成23 事務年度
調査場数	2,031	3,095	2,962	1,888	1,563

(2) 調査結果

イ 一般調査

一般調査の結果、「指針」に示された公正なルールに則していない取引が多数認められました。

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・一般管理費等を加味した価格）を下回る価格で販売するなど「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、1,563場中1,527場において認められました。

その他、特定の取引先に対して合理的な理由のないリベートを支払うなど「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137場、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4場、支払基準が不明確なり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170場認められました。

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指導を行いました。

一般調査の実施状況は表3のとおりです。

表3 一般調査の実施状況

調査対象者の業態等	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		「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)	仕入価格（製造原価）を下回る価格での販売が認められたもの			
小売業者	1,310	1,305	1,305	405	9	4	27
卸売業者	146	142	138	60	47	0	50
製造業者	107	103	84	24	81	0	93
合計	1,563	1,550	1,527	489	137	4	170

(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。

なお、「指針」に示された公正なルールに則していない主な事例は、別紙のとおりです。

ロ フォローアップ調査

フォローアップ調査の結果、改善を指導した問題取引については、236場のうち207場において改善が認められました。

なお、依然として「指針」のルールに則していない取引が認められた酒類業者に対しては、「指針」のルールに則した取引を行うよう改めて改善指導を行いました。

フォローアップ調査の実施状況は表4のとおりです。

表4 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(確認)場数 (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)
小売業者	189 場	166 場	87.8 %	23 場	12.2 %
卸売業者	26	20	76.9	6	23.1
製造業者	21	21	100.0	0	0.0
合計	236	207	87.7	29	12.3

「指針」に示された公正なルールに則していない主な事例

「指針」のルール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・一般管理費等＋利潤になるはずであり、そうした価格設定が短期的にも中長期的にも合理的である。

国の重要な財政物資であること、致酔性・依存性を有すること等、酒類の特殊性に鑑みれば、顧客誘引を目的とした「おとり商品」としての使用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、他の商品の販売による利益やその他の資金を投入しなければ設定できないような低価格を継続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、他の商品に比べて弊害が大きいと考えられるため、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。

今後、数量ベースでの国内市場の拡大は困難であり、著しい供給過剰は取引の安定を阻害するおそれがあることから、全事業者が適正生産を行うことが必要である。

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。

【「指針」のルール1に則していない事例に対する指導事項等】

総販売原価^(注)を下回る価格で販売を継続する場合には、当該事業者において将来にわたって健全な経営を維持することが困難となるおそれがあることから、指針に沿った合理的な価格設定を行うよう改善指導した。

なお、下記の事例1、2、3及び5については、独占禁止法第45条第1項に基づき、公正取引委員会に報告を行っている。

(注) 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。

(小売業者)

1 スーパーマーケットを営むA社とB社は、互いの店に対抗して販売価格を設定していたため、ビール系飲料及び清酒の一部商品について仕入価格を下回る価格で販売していた。

特に、新ジャンルの一部商品（1ケース（350ml×24本））については、A社では仕入価格を169円（仕入価格の7.2%）、B社では仕入価格を31円（仕入価格の1.4%）下回る価格で販売していた。

2 ホームセンターを営むA社は、本社バイヤーが競合店と同一の販売価格にするよう店舗に指示していたことなどにより、ビール系飲料の一部について仕入価格を下回る価格で販売していた。

特に、新ジャンルの一部商品については、1ケース（350ml×24本）当たり仕入価格を20円（仕入価格の0.7%）下回る価格で販売していた。

3 ドラッグストアを営むA社は、競合店の販売価格に対抗するため、複数の店舗において、ビール系飲料の一部商品について仕入価格を下回る価格で販売していた。

特に、ビールの一部商品については、1ケース（350ml×24本）当たり仕入価格を110円（仕入価格の2.6%）下回る価格で販売していた。

4 スーパーマーケットを営むA社は、商品の購入代金の一定割合のポイントを付与し、次回の購入代金からそのポイント分を減額（ポイントにより還元）することができることとしているが、一部の店舗では、通常よりポイントを多く付与するセールを実施するに当たり販売価格を変更しなかったため、ポイントによる還元額を考慮すると、ビール系飲料及び焼酎の一部商品について仕入価格を下回る価格での販売となっていた。

特に、新ジャンルの一部商品（350ml×6本）については、仕入価格を40円（仕入価格の7.3%）下回る価格での販売となっていた。

5 インターネット上で仮想店舗を運営しているA社は、ビール系飲料について仕入価格を下回る価格で販売していた。

特に、新ジャンルの一部商品については、1ケース（350ml×24本）当たり仕入価格を60円（仕入価格の2.4%）下回る価格で販売していた。

「指針」のルール2 取引先等の公正な取扱い

酒類の価格差は、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り、合理的な理由なく取引先又は販売地域によって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等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、価格形成を歪める大きな一因となる。

【「指針」のルール2に則していない事例に対する指導事項等】

取引先によって取引条件に差異を設ける場合には、合理的な理由に基づくものとするよう改善指導した。

(製造業者)

- 1 A社では、特定の製品を発注した取引先に奨励金を支払っていたが、全ての取引先に支払うと膨大な金額になってしまうため、一部の取引先に限定して支払っていた。更に、この奨励金は、A社の自社基準には規定されていないものであった。
- 2 A社は、取引先であるB社への売上増加を期待して、費用対効果を具体的に検討することなく、B社のチラシに対してのみ前年通りの多額の協賛金を支出していた。
- 3 A社は、競合する地元の製造業者に対抗し、自社製品の販売数量の拡大を図るため、一部の取引先のみに対して、製品1本当たり同製品1本を付ける現品付き販売を行っていた。

(卸売業者)

- 4 A社は、自社製品の販売数量の拡大を図るため、取引先であるB社に対してのみ、自社倉庫からB社が指定した目的地までの運賃を支払っていた。
また、取引先であるC社に対してのみ、自社製品の欠品に伴う利益補填として金銭を支出していた。

「指針」のルール3 公正な取引条件の設定

- (1) 百貨店、スーパーマーケット、ホームセンター、ドラッグストア等大きな販売力を持つ者が、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・ブランド商品の受領拒否、中元・歳暮などの押し付け販売、従業員等の派遣、協賛金や過大なセンターフィー等の負担、多頻度小口配送等の要求を一方的に行う場合、又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には、公正な取引条件の設定が妨げられる。
- (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、流通業者間の競争を減少させ、流通業者の自由な事業活動を妨げることになるばかりでなく、消費者の商品選択を狭めるなど消費者利益を損なうこともある。

【「指針」のルール3に則していない事例に対する指導事項等】

優越的な地位にある者が、協賛金の要求を一行的に行うことは、公正な取引条件の設定が妨げられることから、是正するよう指導した。

なお、下記の事例については、独占禁止法第45条第1項に基づき、公正取引委員会に報告を行っている。

(小売業者)

- 1 スーパーマーケットを営むA社は、自己の経営する店舗においてセールを実施するに当たり、セールに参加した協賛企業に対して、算出根拠を明確にしないまま、値引きの原資やチラシ作成費等の経費負担と称して、実際に要する費用を大きく上回る金額の協賛金を要求していた。

「指針」のルール4 透明かつ合理的なリベート類

リベート類には、いかなる形態であれ透明性（支払基準・支払時期等の明確化、取引先への事前開示）及び合理性（支払基準が合理的に説明し得る）が必要である。

【「指針」のルール4に則していない事例に対する指導事項等】

リベート等の透明性・合理性を確保するよう改善指導した。

（製造業者）

- 1 A社B支社は、料飲店等に対する協賛について、自社基準を作成しているにもかかわらず、シェアの拡大を目的として、自社基準に反したルールを適用することにより自社製品の半額フェア等の協賛を実施していた。
- 2 A社は、自社の商品を取扱う飲食店について、その飲食店が負担すべき空瓶の廃棄費用を負担し、産業廃棄物処理業者に支払っていた。

（卸売業者）

- 3 A社B支社は、売上割戻しに関する明確な自社基準がなく、個々の取引先との商談の過程で売上割戻しによる概算利益を計算し、純利益率がマイナスになっていなければ売上割戻しを行っていた。
- 4 A社は、取引先であるB社に対して、帳合変更に伴う変更料として、自社基準に規定されていないリベート（販売価格の1.5%）を支出していた。

平成 22 年 12 月 7 日
閣 議 決 定

独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針（抄）

I 独立行政法人の抜本的見直しの背景

…本基本方針の着実な実施とともに、改革の第二段階として、同方針を踏まえた独立行政法人の制度・組織の見直しの検討を今後進めることとする。

（以下省略）

II 事務・事業の見直しについて

独立行政法人のすべての事務・事業について、以下の基本的な考え方に基づき点検作業を進めてきており、各独立行政法人の事務・事業について講ずべき措置は、別表のとおりである。

（以下省略）

【別表】

財務省	酒類総合研究所
-----	---------

【事務・事業の見直し】

事務・事業		講ずべき措置	実施時期	具体的内容
01	分析・鑑定	税務行政に直結する業務として重点化	23年度から実施	税務行政に直結する業務として重点化する。制度的見直しの中で、国の判断・責任の下での実施を検討する。
02	品質評価	民間による単独実施へ移行	23年度から実施	民間による単独実施への移行を視野に、民間との共催化を更に推進する。民間との共催化が困難な場合は廃止を検討する。
03	講習			
04	研究・調査	研究内容の重点化	23年度から実施	分析・鑑定業務の理論的裏付けとなる研究・分析手法の開発に重点化する。制度的見直しの中で、国の判断・責任の下での実施を検討する。 また、民間機関・大学等との共同研究を推進する。

【資産・運営等の見直し】

		講ずべき措置	実施時期	具体的内容
05	事務所等の見直し	東京事務所の在り方の検討	23年度以降実施	施設の文化的価値にも配慮した上で、在り方を検討する。