

24 未成年者の飲酒防止等に関する取組等

国税庁においては、アルコール飲料としての酒類の特性に鑑み、より良い飲酒環境を形成して、消費者利益と酒類産業の健全な発展を期する観点から、従来から、酒類業界に対し未成年者飲酒防止に配慮した販売や広告、宣伝を行うよう要請するなど所要の措置を講じてきています。

また、酒類に係る社会的規制等関係省庁等連絡協議会（内閣府、警察庁、総務省、公正取引委員会、国税庁、文部科学省、厚生労働省）において、平成 12 年 8 月に決定された「未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱」（58 ページ参照）を踏まえ、関係省庁と連携しつつ、その施策の実施を図っています。

さらに、平成 13 年 12 月 12 日に未成年者飲酒禁止法が改正され、「営業者であってその業態上酒類を販売又は供与する者は、未成年者の飲酒の防止に資するため、年齢の確認その他の必要な措置を講じるものとする」旨の規定が追加されたことを受け、警察庁及び厚生労働省と共同して、各関係団体に対して、その周知及び強力な推進を指導しました。

《自動販売機》

1. 自動販売機のみ酒類小売業免許は付与しないよう措置（昭和 48 年～）
2. 自動販売機による酒類の深夜販売（23 時 00 分～翌日 5 時 00 分）の自粛を指導（昭和 52 年～）
3. 酒類自動販売機に次の事項を表示することを義務づけ（平成元年～） 45 ページ参照
 - (1) 未成年者の飲酒は法律で禁止されている旨
 - (2) 管理責任者の氏名、連絡先の住所及び電話番号
 - (3) 販売停止時間
4. 平成 6 年 10 月の中央酒類審議会の中間報告「アルコール飲料としての酒類の販売等の在り方について」（56 ページ参照）等を踏まえて、全国小売酒販組合中央会が現行の酒類自動販売機を平成 12 年 5 月までに撤廃することを決議（平成 7 年 5 月）したことを受け、「酒類自動販売機に係る取扱指針」を制定し、現行の酒類自動販売機の平成 12 年 5 月を目途とした撤去及び新たに設置する場合には改良型自動販売機以外は設置しないよう指導（平成 7 年～）
5. 新たに酒類小売業免許を付与する場合には、酒類自動販売機を設置しないように指導（平成 11 年度～）
6. 現行の酒類自動販売機の撤廃について改めて指導するとともに（平成 12 年 5 月）、酒類自動販売機の撤廃状況を調査し、その結果を公表（平成 12 年 9 月～） 62 ページ参照
7. 平成 13 年 12 月の未成年者飲酒禁止法の一部改正を受けて、関係省庁（警察庁及び厚生労働省）と共同して、酒類小売業界に対して、「未成年者のアクセスを防止するよう改良された酒類自動販売機以外の酒類自動販売機の撤廃及び設置した改良型酒類自動販売機の適切な管理」をはじめとする 7 項目の取組を指導（平成 13 年 12 月） 64 ページ参照

《対面販売》

1. 対面販売の励行などに関し必要な指導と助言を実施（平成 9 年 3 月～）
2. 未成年者が酒類と清涼飲料とを誤認して酒類を購入しないよう、酒類、特に清涼飲料的酒類と清涼飲料とを分離して陳列するなどの指導を実施（平成 9 年 3 月～）
3. 未成年者への販売を防止するため、酒類を販売する場合には未成年者と思われる者に対して年齢確認を実施するよう必要な助言と指導を実施（平成 10 年 4 月～）
4. 未成年者が夜間に酒類を購入することを防止するため、未成年者の酒類の購入を責任を持って防止できる者を配置し、夜間における酒類の販売体制を整備するよう必要な助言と指導を実施（平成 10 年 4 月～）

- 5．年齢確認の実施をはじめとする取組を推進していくためには、酒類販売に従事する者が酒類の特性を理解することが必要であることから、小売酒販組合等に対して、傘下組合員等を対象とした「酒類の販売方法等に関する研修」の実施について必要な助言と指導を実施（平成 10 年 4 月～）
- 6．警察庁及び厚生省と共同で、各業界団体に対し、未成年者飲酒防止に係る取組について強力に推進するよう要請（平成 12 年 12 月～）
- 7．販売責任者が「未成年者飲酒防止に係る誓約書」を酒類販売場の所轄税務署長に提出するよう指導（平成 13 年 4 月～）
- 8．未成年者飲酒禁止法の一部改正を受け、警察庁及び厚生労働省と共同で、各業界団体に対し、未成年者飲酒防止に資するため年齢の確認その他の必要な措置を強力に推進するよう指導（平成 13 年 12 月～） 64 ページ参照

《容器への注意表示》

- 1．酒類に対する適正な表示などを実施するため、次の事項を指導（昭和 59 年～）
 - (1) 容器には酒類であることが明瞭に判読することができる方法で表示
 - (2) 酒類を店頭及び自動販売機に陳列する際には、酒類である旨の表示を前面にするよう配慮
 - (3) 自動販売機による販売に当たっては、酒類と清涼飲料とを混在しないよう配慮
- 2．酒類の容器に「未成年者の飲酒は法律で禁止されている」旨の表示を義務づけ（平成 9 年 7 月～）
45 ページ参照
- 3．日本洋酒酒造組合において、容器への注意表示に関する自主基準を設定（平成 12 年 6 月～）
 - (1) 低アルコール度リキュール類等と清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料との誤認を防止するため、「酒マーク」を表示すること
 - (2) 低アルコール度リキュール類等の容器又は包装の表示に際しては、清涼飲料、果実飲料等の酒類以外の飲料と誤認されないように、色彩、絵柄等に配慮すること

《啓発活動》

- 1．警察庁と協力して、未成年者の飲酒が禁止されている旨のステッカーを全国の酒飯店の店頭に掲付するなどを指導（平成 4 年 3 月～）
- 2．社団法人アルコール健康医学協会、厚生労働省、内閣府、警察庁、文部科学省及び総務省と共同で未成年者飲酒禁止啓発ポスターを作成し、酒飯店の店頭のほか、公共施設等に掲示（平成 8 年 9 月～）
- 3．平成 14 年以降毎年 4 月が「未成年者飲酒防止強調月間」とされたことを受け、関係省庁及び各業界団体と協力して、酒飯店の店頭のほか、中学校、高校、保健所、警察署及び税務署等に広報ポスターを掲示するなどの広報活動を推進（平成 14 年 4 月～） 60 ページ、61 ページ参照

《広告宣伝》

酒類業界（飲酒に関する連絡協議会）において、酒類の広告宣伝に関して次のような自主基準を設定（平成元年 1 月～、平成 12 年 12 月最終改正）

- (1) 新聞、雑誌、ポスター、テレビ、インターネット及び消費者向けチラシ（パンフレット類を含む）を媒体とする広告宣伝に関し、「お酒は二十歳になってから」などの注意表示を使用
- (2) 未成年者を対象とした雑誌や TV 番組又はその前後での広告の自粛
- (3) 未成年者は広告のメインモデルとしないこと
- (4) 未成年者向け商品のために作られたキャラクターは使用しないこと
- (5) 広告に当たっては、次のような表現は行なわないこと
 - イ 過度の飲酒を勧めるような表現
 - ロ 社会的良識に反する飲酒の表現
- (6) 原則として次の時間帯にはテレビ広告を行なわないこと
 - 土曜日、日曜日、祝祭日、国民の休日、振替休日、1 月 2～3 日：5 時 00 分～12 時 00 分まで
 - 月曜日～金曜日：5 時 00 分～18 時 00 分まで

25 「アルコール飲料としての酒類の販売等の在り方について

(中間報告)のポイント(平成6年10月17日 中央酒類審議会)

1. 社会における酒類の効用と飲酒環境の変化

「酒は百薬の長」と言われ、効用が指摘されている反面、過度の飲酒は健康上問題。

近年、自動販売機やセルフサービス方式による酒類販売の普及等により、酒類の入手が容易化する一方、未成年者飲酒問題の発生等が指摘され、飲酒環境の悪化が懸念。

2. より良い飲酒環境の形成

(1) 基本的考え方

より良い飲酒環境の形成のため、消費者、事業者及び行政が各々の責任・役割を踏まえ、一致協力して適正飲酒を推進することが効果的。

(2) 酒類関連情報の消費者等への周知・啓蒙

未成年者飲酒は、家庭のしつけによる防止を基本とするものの、酒類業界はあらゆる機会を捉え酒類関連情報の提供、周知・啓蒙に努力することが必要(補助教材の作成、配布等による教育への協力や成人に対する周知・啓蒙による家庭のしつけの充実と成人自体の適正飲酒の推進等)。

(3) より良い飲酒環境形成のための推進体制

(社)アルコール健康医学協会のような第三者的な機関を活用し、適正飲酒の周知・啓蒙を図ることも必要。

未成年者飲酒防止や適正飲酒に関し、料飲業界と酒類業界が協力して施策を推進することが効果的。酒類の販売規制は、保健衛生上の問題に係る社会的規制としても大きな役割。

3. 酒類の社会的管理についての基本的考え方

近年、未成年者飲酒問題や空容器問題等の社会的コストの増加が指摘されるが、社会的コストは、市場メカニズムだけでは解決が困難。国民の健康や環境の面で将来世代にコストを残す可能性があることから、酒類販売には適切な社会的管理が必要。それに伴い、必要な範囲において、消費者も一定の利便低下を容認する必要。

4. 未成年者飲酒防止等の観点からの酒類販売の在り方

(1) 対面販売

酒類の販売形態

酒類の販売は、酒類の特性を理解した者が対面により販売相手を識別し、未成年者等を排除できる「対面販売」が、現時点では有効。

セルフサービス方式等による酒類販売

近年の酒類販売は、対面販売の形態はとりつつも、酒類の特性を理解した者が必ずしもレジにいるわけではないこと、短時間に多数の顧客に対応せざるを得ないことなどから、未成年者か否か等

の確認が不十分な場合もあり、改善が必要。例えば、セルフサービス方式による酒類の販売については、従業員教育、ステッカーやポスターによる啓蒙等を含め、以下の点を参考とした対面販売の趣旨の徹底が必要。

イ．親等のために購入すると未成年者が主張した場合、住所と氏名の記入等による確認。

ロ．酒類とソフトドリンクの分離、未成年者飲酒禁止のステッカー等の掲示・貼付。

ハ．短時間に多数の顧客に対応せざるを得ない場合、酒類専用レジを設置。

また、通信販売による酒類販売は、対面販売の趣旨の徹底の観点から、少なくとも現在以上の緩和については慎重に検討されるべき。

自動販売機による酒類販売

消費者の利便、零細酒販店の省力化及び経営の合理化等の観点を踏まえて総合的に検討し、対面販売の趣旨の徹底が困難な現行の屋外自販機は撤廃の方向で検討がなされるべきであり、技術的改良により未成年者のアクセス防止可能な自販機の設置は認められるべきとの結論。

例えば、暗証番号設定等の配慮がなされた上で対面交付した磁気カードのみ自販機を稼働可能とする等により未成年者の使用を防止。全国小売酒販組合中央会が将来の方向として現行の自販機の撤廃を確認していることから、酒類業界における自主的かつ早急な検討が適当。撤廃に当たり、一定の移行期間が必要。その間も酒類の自販機である旨を明確に識別する表示を行う等、未成年者の酒類購入を防止する対策の検討が必要。

(2) 酒類容器への注意表示等

清涼飲料と誤認しやすい識別表示や、未成年者の飲酒は禁じられている旨の表示の全酒類への拡大等について、国税庁において具体的な表示基準の検討が必要。

(3) 酒類の宣伝・広告

未成年者、アルコール依存症者等への影響等に鑑み、酒類の宣伝・広告については、広告量の抑制を含めた過剰な広告・宣伝競争の自粛や、「お酒は20歳を過ぎてから」等の表示の明確化について、酒類業界において検討が必要。

(4) 酒類の販売規制

諸外国の酒類販売規制の現状

諸外国では、例えば、アメリカにおける免許制又は専売制など、酒類の販売については厳格な管理を実施。また、フランスのエヴァン法の制定やアメリカの法定飲酒年齢の引き上げなど世界的には酒類に関する規制を強化する傾向。

酒類の販売規制の性格

酒類の販売規制は社会的規制としても重要な機能。酒類の商品特性やそれに対する諸外国の現状及び医療関係者の指摘等を踏まえると、酒類の販売規制の在り方については、他の一般商品と同列に論じるのは不適切。

5．今後の対応について

国税庁に対しては、今後とも、酒類の財政物資としての特性に加えて、アルコール飲料としての商品特性を踏まえ、酒類の社会的な管理にも十分配慮した酒類行政の適切な展開を期待。

26 未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱

〔平成12年8月30日〕
〔酒類に係る社会的規制等〕
〔関係省庁等連絡協議会決定〕

酒類販売に係る需給調整規制の廃止に伴い、未成年者の飲酒防止等のための社会的規制及び酒類販売の公正な取引環境の整備が強く要請されていることにかんがみ、関係省庁においては、既に着手している施策の徹底を図るとともに、下記のとおり、新たな施策に速やかに取り組み、その徹底を図ることとする。

記

1 未成年者の飲酒防止等対策

(1) 販売体制、販売方法等

未成年者飲酒防止に関する関係業界の取組状況等についてフォローアップ調査を実施する。

酒飯店等に対し、未成年者飲酒防止について、関係省庁が連携して指導を行う。

酒飯店等に対し、酒類販売業免許の付与後においても、定期的（1年ごと）に販売責任者を把握し、適切に酒類の販売を行うよう指導する。

なお、酒類小売業免許の審査に当たり、申請者が実質的経営者であるかどうかの点を含め、その資格要件についての審査の徹底を図るものとする。

酒類の深夜販売の体制の改善・整備について関係業界に検討を要請する。

これに関連し、深夜における年齢確認の励行等の徹底方策の充実についても関係業界に検討を要請し、かつ、関係省庁による積極的な指導を行う。

酒飯店等の経営者、従業員等に対する新たな研修システムについて関係業界に検討を要請する。

平成7年5月の全国小売酒販組合中央会の酒類自動販売機の撤廃決議が遵守されるよう、同中央会を指導するとともに、酒類自動販売機の撤廃状況等について実態調査を行い、結果を公表する。

平成10年4月に国税庁が要請した年齢確認の徹底などの具体的な取組に関し、国税局及び税務署を通じて積極的な指導を行う。

酒類と清涼飲料の明確な分離陳列の徹底を図ることとし、特に清涼飲料的な酒類については、関係業界に対し特段の配慮を要請する。

酒類と清涼飲料との誤認を防止する観点から、関係業界に対し表示の適正化を要請する。

広告宣伝に関する自主規制のフォローアップと内容強化の検討を関係業界に対し要請する。

(2) 取締りの強化等

未成年者飲酒禁止法（大正11年法律第20号）、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）及び青少年保護育成条例に基づき厳正な取締りを行う。

警察、教師、少年補導委員、少年警察ボランティア等による補導体制の強化を図る。

地域のボランティア活動等における効果的な飲酒防止活動のための活動プログラムを策定する。

飲食店営業者団体等に対し、法令遵守の徹底を要請する。

(3) 意識啓発の推進

平成12年度からの学習指導要領の移行措置期間においても、小学校の体育科で、新たに、低年齢からの飲酒は特に害が大きいことや、未成年の飲酒は法律によって禁止されていることなどを盛り込み、飲酒防止に関する内容が指導されるよう教育委員会等に要請する。

各学校に対し児童生徒に対する飲酒防止に関する指導の強化を要請する。

各学校におけるアルコールと健康についての教材用ビデオの活用を推進する。

喫煙、飲酒及び薬物乱用防止に関する指導用ビデオを作成し、全国の小学校、中学校及び高等学校に配付する。

飲酒防止に関する指導について、教師と保護者の懇談の場を通じて保護者への働きかけを行う。

児童生徒の喫煙、飲酒及び薬物に対する意識調査並びに喫煙、飲酒及び薬物乱用防止に関する指導状況調査を実施する。

未成年者飲酒防止に関する知識の啓発を図る観点から、未成年者飲酒禁止啓発ポスターを作成配付する。

アルコールと健康に関する正しい知識の普及を図るため、ポスター及びパンフレットの作成・配付を行うとともに、インターネット（厚生労働省ホームページ等）を用いた情報提供を行う。

アルコールがもたらす未成年者への健康影響について、正しい知識を普及啓発し、未成年者飲酒の防止を呼びかけるためのシンポジウムを開催する。

未成年者飲酒防止強調月間を設け、全国的な広報啓発活動を行う。

公民館等において地域住民を対象とする定期的な講習会等を実施する。

未成年者飲酒防止に関し、青少年対策推進会議を通じた取組を強化する。

(4) 地域レベルでの総合的な取組

未成年者の飲酒防止に向け、地域レベルの関係機関（税務署、警察署、保健所、教育委員会・学校、自治体等）における組織的な取組体制を確立する。また、飲酒等不良行為に対処するため、特に、家庭、学校及び警察を軸とする連携を強化する。

上記の取組体制の下に、補導委員、相談委員、保護司、地元有志等による地域連絡網を編成し、相互に連携を図りながら未成年者保護育成活動を行う。

(5) 医学的及び精神保健的取組の強化

保健所及び精神保健福祉センターにおいて、青少年の心の問題として、相談者の匿名性及び利便性に配慮しながら、未成年者の飲酒に関する相談を行う等相談サービスを充実する。

未成年者を含む飲酒実態及び飲酒による健康影響についての調査研究を行い、その予防のための方策を検討する。

2 酒類販売の公正な取引環境の整備

(1) ガイドライン等の基準の明確化等

公正かつ自由な取引を確保する観点から、酒類の取引実態調査の充実強化を図り、酒類の取引実態に即して中小事業者等に不当な不利益を与える不当廉売、優越的地位の濫用等の不公正な取引方法に関する考え方の一層の明確化を図る。これに伴うガイドライン等の基準の明確化に関しては（編注：平成12年）9月中にこれを実現する。

合理的な価格の設定、取引先等の公正な取扱、公正な取引条件の設定、透明かつ合理的なリベート類のルールを規定する、平成10年4月の「公正な競争による健全な酒類産業の発展のための指針（国税庁長官通達）」による取組を更に徹底・促進し、合理的とは認められない取引の改善に向けて積極的な指導を行う。

酒類販売の公正な取引のガイドライン等の基準について酒類業団体に対する説明会を実施する。

(2) 取締りの強化等

小売業における不当廉売は、周辺の中事業者等に対する影響が大きいことから、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）に基づく報告に対しては、「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方（昭和59年11月20日公正取引委員会事務局）」に基づいて、その審査の充実強化を図り、問題があると認められた場合には厳正に対処する。

現在、発出の都度行われている警告の内容公表について、引き続きこれを励行するとともに、注意の公表内容について、更に具体性を高める。

(3) 民事的救済制度の整備

不公正な取引方法を用いた事業者等に対する差止請求を行うことができる制度の導入等私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律違反行為に対する民事的救済制度について、その周知徹底を図る。

(4) 酒類の取引実態調査の充実

酒類の取引実態調査について、調査結果を公表し、改善に向けた業界の取組を促すとともに、その調査件数を増加させ、取引の改善を指導した業者に対してはフォローアップ調査を行う。

(5) 関係行政機関の連携強化等

酒類に係る不当廉売事案などの不公正な取引方法への対応の強化に資するため、国税庁から公正取引委員会へ職員を派遣する。

酒類市場における流通・取引慣行等の問題点について、国税庁と公正取引委員会との間で、一層の連携強化を図る。

3 与党において未成年者飲酒禁止法及び酒税法の一部改正案の国会提出が検討されている状況を受けて、同一部改正案が国会に提出され、その成立をみた上は、同改正法の的確な施行に取り組むものとする。

4 フォローアップ

以上の新たな施策については、1年後に実施状況のフォローアップを行い、公表する。

「未成年者飲酒防止強調月間」の決定について

〔平成13年10月5日
酒類に係る社会的規制等
関係省庁連絡協議会幹事会決定〕

「未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱」(平成12年8月30日酒類に係る社会的規制等関係省庁等連絡協議会決定)記の1(3)に基づき、下記のとおり未成年者飲酒防止強調月間を設ける。

記

- 1 平成14年以降毎年4月(4月1日から同月30日までの1か月間)を未成年者飲酒防止強調月間とする。
- 2 未成年者飲酒防止強調月間においては、関係省庁は全国的な広報啓発活動を行い、国民の未成年者飲酒防止に関する意識の高揚等を図る。
- 3 同月間に併せ、関係省庁は「未成年者の飲酒防止等対策及び酒類販売の公正な取引環境の整備に関する施策大綱」に盛り込まれた施策を始めとする未成年者の飲酒防止対策を集中的に実施する。

未成年者飲酒防止啓発ポスター

B 2 版（官公庁用）

未成年者の飲酒は法律で禁止されています。



コンビニ、スーパー等では、酒類の販売に際し、年齢確認を実施しています。
年齢確認実施中

4月は未成年者飲酒防止強調月間です。

国税庁/厚生労働省/内閣府/警察庁/文部科学省/総務省/社団法人アルコール健康医学協会/全国小売酒販組合中央会
日本チェーンストア協会/社団法人日本フランチャイズチェーン協会/社団法人日本ボランティア・チェーン協会

A 4 版（店舗用）

未成年者の飲酒は法律で禁止されています。



未成年者にお酒は販売していません。
年齢確認実施中

4月は未成年者飲酒防止強調月間です。

国税庁/厚生労働省/内閣府/警察庁/文部科学省/総務省/社団法人アルコール健康医学協会/全国小売酒販組合中央会
日本チェーンストア協会/社団法人日本フランチャイズチェーン協会/社団法人日本ボランティア・チェーン協会

27 酒類自動販売機の設置状況について

〔平成 14 年 9 月〕
国 税 庁

1 酒類自動販売機の撤廃に係るこれまでの経緯

(1) 中央酒類審議会報告

国税庁は、平成 6 年 10 月に中央酒類審議会の「アルコール飲料としての酒類の販売等の在り方について（中間報告）」において、「屋外に設置された現行の酒類自動販売機については、関係各方面より、対面販売の趣旨の徹底が未だ不十分であるとの強い指摘がなされていることから、消費者の利便、零細な小売酒販店の省力化及び経営の合理化等の観点を踏まえて総合的に検討を行ったところである。その結果、対面販売の趣旨の徹底が困難な現行の屋外酒類自動販売機は撤廃の方向で検討がなされるべきであり、酒類自動販売機に技術的改良がなされ、未成年者のアクセス防止が可能となる場合には、設置が認められるべきとの結論に達したところである。」との内容の報告を受けました。

(2) 全国小売酒販組合中央会及び国税庁の取組

この報告を踏まえ、全国小売酒販組合中央会（以下「小売中央会」という。）は、平成 7 年 5 月の総会において、「より良い飲酒環境を形成し未成年者飲酒防止の観点から、現行酒類の屋外自動販売機は、平成 12 年 5 月を期限として撤廃する。」旨の決議を自主的に行いました。

国税庁としても、平成 7 年 7 月、各国税局（沖縄国税事務所を含む。以下同じ。）に対し、現行の酒類自動販売機（以下「従来型機」という。）の撤廃等を指導する旨の長官通達「酒類自動販売機に係る取扱指針」を発出し、新たに酒類自動販売機を設置する場合には購入者の年齢を確認できるように改良された酒類自動販売機（以下「改良型機」という。）以外の酒類自動販売機は設置しないよう指導すること等を指示し、小売中央会の取組を支援してまいりました。

(3) 平成 12 年 5 月（撤廃期限直前）における取組

その後、従来型機の撤廃期限直前の平成 12 年 5 月に、小売中央会においては、「酒自販機撤廃啓蒙ステッカー」等を組合員に対して配付し、取組の徹底を図りました。

また、同月、小売中央会からの要請を踏まえ、国税庁から各国税局に対し改めて長官通達を発出し、引き続き、従来型機の撤廃及び改良型機への切り換えの指導の徹底を指示するとともに、小売中央会に対し総会決議の完全な履行に向け徹底を図るよう要請するなどしてきたところです。

(4) 平成 12 年 6 月以降における取組

平成 12 年 6 月 1 日現在（撤廃期限直後）における酒類自動販売機の設置状況を調査し、その結果を平成 12 年 9 月 29 日に公表しました。

〔公表内容（概要）〕

小売中央会の撤廃決議直後の平成 8 年 3 月 31 日現在の全国の従来型機の設置台数 186 千台に対し、平成 12 年 6 月 1 日における従来型機の設置台数は 119 千台であり、従来型機の残存率（平成 8 年 3 月 31 日現在の設置台数を 100%とした場合）は 64%となっている。

この調査において、相当数の従来型機の設置が見られたことから、これらの酒類自動販売機を設置している酒類業者に対して、未成年者飲酒防止について理解を求め、完全な撤廃を図るべく指導を行ってきたところです。

また、酒類自動販売機の設置状況の推移を継続して把握するとともに、酒類業者に対する適切な指導に資するため、平成 13 年 4 月 1 日現在における酒類自動販売機の設置状況を調査し、平成 13 年

8月21日に公表しました。

公表内容（概要）

小売中央会の撤廃決議直後の平成8年3月31日現在の全国の従来型機の設置台数186千台に対し、平成13年4月1日における従来型機の設置台数は80千台であり、従来型機の残存率（平成8年3月31日現在の設置台数を100%とした場合）は43%となっている。

2 平成14年4月1日における酒類自動販売機の設置状況

小売中央会の撤廃決議直後の平成8年3月31日現在の全国の従来型機の設置台数186千台に対し、平成14年4月1日における従来型機の設置台数は64千台です。

したがって、従来型機の残存率（平成8年3月31日現在の設置台数を100%とした場合）は35%となっています。

平成14年4月1日における従来型機の設置台数（64千台）のうち、今後、撤廃予定等のものは21千台です。

なお、従来型機を撤廃していない主な理由としては、「酒類売上に占める酒類自販機による売上の割合が大きい」、「撤廃又は改良型機への切り換えに係る費用負担が難しい」及び「周辺地域の酒販店が撤廃していない」などがあげられています。

平成14年4月1日における酒類自動販売機の設置状況は、別表のとおり。

3 国税庁としての今後の取組方針

平成8年3月31日から平成14年4月1日までの間に、約3分の2の従来型機が撤廃されたものの、依然として相当数の設置があることから、引き続き酒類自動販売機の撤去を指導するとともに、やむを得ず酒類自動販売機を設置する場合は、改良型機を設置し適切な管理を行なうよう指導を徹底することとしています。

別表

平成14年4月1日現在における酒類自動販売機の設置状況

	撤廃決議直後の設置台数 (H8.3.31現在) (A)	設置台数 (改良型以外)		撤廃予定等の状況				撤廃予定等の台数を勘案した場合の		改良型酒類自動販売機の設置状況
		(B)	残存率(C) (B)÷(A)	撤廃予定(D)	改良予定(E)	稼働していない(F)	計(G) (D+E+F)	設置台数(H) (B-G)	残存率(I) (H)÷(A)	
全 国 計	185.8	64.0	34.5	6.8	12.0	2.6	21.4	42.6	22.9	12.3
札幌局管内	4.0	0.3	7.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.2	3.8	0.3
仙台局管内	12.1	1.3	10.8	0.2	0.2	0.2	0.6	0.7	5.9	1.2
関信局管内	23.1	7.3	31.5	1.0	1.5	0.5	2.9	4.3	18.8	2.0
東京局管内	30.5	8.2	26.9	1.2	1.7	0.4	3.3	4.9	16.1	1.8
金沢局管内	5.8	0.6	9.8	0.1	0.1	0.1	0.3	0.3	5.4	0.7
名古屋局管内	19.7	7.4	37.3	0.9	1.0	0.3	2.2	5.2	26.2	0.9
大阪局管内	41.0	22.7	55.2	1.9	5.1	0.4	7.4	15.3	37.2	2.2
広島局管内	18.6	5.0	26.9	0.4	0.8	0.2	1.4	3.6	19.4	1.7
高松局管内	10.6	4.8	44.7	0.4	0.7	0.1	1.2	3.5	33.2	0.5
福岡局管内	11.5	4.2	36.7	0.5	0.6	0.2	1.2	3.0	25.9	0.5
熊本局管内	8.8	2.4	27.7	0.2	0.4	0.2	0.8	1.7	19.2	0.5
沖縄所管内	0.2	-	0.0	-	-	-	-	-	0.0	0.02

(注) 台数の表示に当たっては百台未満を四捨五入している。なお、(C)、(G)、(H)及び(I)欄の計算は1台単位で行っている。

『未成年者飲酒防止への取組』

7か条

酒類は、致酔性、依存性、慢性影響による臓器障害及び発育・発達段階にある未成年者の心身に対する悪影響等の特性を有しており、酒類を販売する際には、このような酒類の特性を理解している者が購入者を確認した上で販売を行うことが必要です。

酒類小売販売場の経営者及び従業員みなさまにおかれましては、未成年者飲酒防止のため、次の事項について積極的に取り組んでください。

1 未成年と思われるお客様には**年齢確認**を実施し、未成年者には酒類を販売しないようにしましょう。

2 夜間に酒類を販売する場合には、未成年者の酒類購入を責任をもって防止できる者を配置するなど**販売体制の整備**をしましょう。

3 未成年者が酒類を清涼飲料と誤認して購入しないよう、酒類(特に清涼飲料的な酒類)と清涼飲料との**分離陳列の実施**をしましょう。

4 未成年者のアクセスを防止するよう改良された酒類自動販売機(改良型酒類自動販売機)以外の**酒類自動販売機の撤廃**及び設置した**改良型酒類自動販売機の適切な管理**をしましょう。

5 カタログ販売やインターネット販売等の通信販売形態で酒類を取り扱う場合には、**未成年者飲酒防止の注意喚起**及び**申込者の年齢記載・年齢確認の徹底**をしましょう。

6 ポスター掲示などによる**未成年者飲酒防止の注意喚起**をしましょう。

7 アルコール飲料としての酒類の特性、特に未成年者の心身に対する悪影響及び未成年者と思われる者に対する**年齢確認の実施方法**などの**従業員研修を実施**しましょう。