

酒 販 通 信

令和8年（2026）
3月25日発行

第694号

発行所 ■ 全国小売酒販組合中央会 〒153-8640東京都目黒区中目黒2-1-27 Tel.03(3714)0172 Fax.050(3730)1064
 発行人 ■ 全国小売酒販組合中央会代表者 吉田 精孝
 編集・制作 ■ 全国小売酒販組合中央会 Tel.03(3714)0172
 定価 ■ 100円（税込）

全国小売酒販組合中央会

アルコール健康障害対策推進基本計画（第3期）

無人店舗での酒類販売を行わない方針を明記

アルコール健康障害対策基本計画案

2. 不適切な飲酒の誘引の防止【一部抜粋】

（1）公告

○酒類業界は、不適切な飲酒を誘引することのないよう、広告・宣伝に関する自主基準について、業界内での周知徹底を図り、遵守を継続するとともに、酒類の交通広告については、特段の配慮を行い、状況に応じて自主基準の見直しを行う。また、20歳未満の者の飲酒の誘引防止の観点から、企業のホームページにおいて、年齢認証等の導入に努めていく。さらに、電子広告などの新たな広告媒体においても、20歳未満の者や妊産婦などの飲酒すべきでない者及びアルコール依存症の当事者に対して飲酒を誘引しないよう特段の配慮を行う。

【国税庁】

○国は、広告等が依存症である者にどのような影響を与えるのかについて科学的知見の集積を図り、酒類業界は、知見を踏まえて必要な取組を検討する。【厚生労働省、国税庁】

（2）表示

○酒類業界は、20歳未満の者の飲酒防止の観点から、酒類と清涼飲料との誤認による不適切な飲酒を誘引することのないよう、引き続き、低アルコール飲料の酒類の容器に表示している「酒マーク」の認知向上を図る。【国税庁】

○酒類業界は、いわゆるストロング系アルコール飲料の普及状況や、飲酒ガイドラインの内容、活用・周知の状況や業界内での合意事項も踏まえ、酒類の容器へのアルコール量の表示の取組を推進する。【国税庁】

（3）販売

○酒類業者に対し、20歳未満の者への販売の禁止の周知を徹底するとともに、酒類の特殊性とリスクについての知識の習得を含め、適正な販売管理の確保が図られるよう、酒類販売管理研修の定期的な受講を引き続き強く促す。また、20歳未満の者の飲酒防止、飲酒に起因する各種の事件、事故、トラブルの防止や、泥酔者等への酒類販売防止等の社会的要請への対応が困難な無人店舗での酒類販売を行わないよう、酒類業者への指導を継続する。なお、酒類業者には、致酔性、依存性等の酒類の特殊性を踏まえた「酒類の公正な取引に関する基準」等により販売価格を設定することが望まれる。【国税庁】

○酒類を販売又は供与する営業者による20歳未満の者への酒類販売・供与について、指導・取締りを徹底する。【警察庁】

（4）提供（略）



アルコール健康障害対策関係者会議の様子
（令和7年12月22日撮影）

令和7年12月22日、第37回アルコール健康障害対策関係者会議（以下、関係者会議）が開催され、「アルコール健康障害対策推進基本計画（第3期）（以下、基本計画）案」が取り纏められました。

関係者会議の委員として、全国小売酒販組合中央会（以下、中央会）鈴木副会長が参画し、酒類小売業の現状や課題、また酒類小売業者の立場から意見を述べてまいりました。

基本計画の「2. 不適切な飲酒の誘引の防止」には、新たに「20歳未満の者の飲酒防止等の社会的要請への対応が困難な無人店舗での酒類の販売を行わないよう、酒類業者へ指導を継続する」こと、

鈴木委員（中央会副会長）が、完全無人店舗での酒類の販売を求める要望等が複数の団体から出ている現状を説明、問題提起し、各委員の賛同を得て新たに盛り込まれた。

第1期基本計画（平成28年）策定時に、坂田委員（中央会会長）※が酒類販売管理研修の定期受講と酒類小売業界の価格対策を盛り込むことを提案し、酒類販売管理研修の定期受講や「特殊性を踏まえた販売価格を設定すること」が加えられた。第3期では「酒類の公正な取引に関する基準等」とされた。

※役職は当時

「酒類の公正な取引に関する基準」等により販売価格を設定することが望まれる」と盛り込まれたほか、「酒類販売管理研修の定期受講」が継続して記載されています。

パブリックコメントを経て、令和8年3月中に閣議決定される見込みです。

「基本計画」とは？
 「政府としてやること」。基本計画の策定により国・自治体・医療・福祉・教育・民間等が、同じ地図を見て動くようになるイメージです。今般の基本計画では、令和8年から5年間の基本計画が策定されます。

酒中連構成団体

日本酒造組合中央会
 日本蒸留酒酒造組合
 ビール酒造組合
 日本洋酒酒造組合
 全国卸売酒販組合中央会
 全国小売酒販組合中央会
 日本ワイナリー協会
 日本洋酒輸入協会
 (一社)全国地ビール醸造者協議会
 (公社)アルコール健康医学協会

左の酒中連構成団体のうち、酒類業組合法に基づき設立された上の6つの団体が順番に幹事を務めており、中央会が幹事を務めるのは令和2年以來6年ぶりとなります。

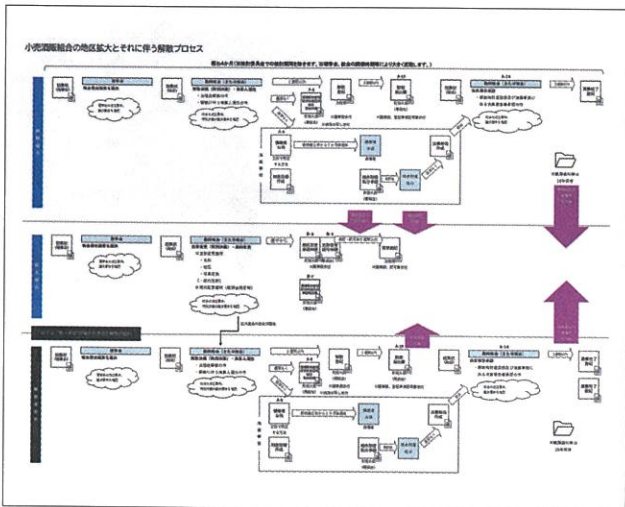
換等を行っています。また、酒類業組合法に基づき設立された上の6つの団体が順番に幹事を務めており、中央会が幹事を務めるのは令和2年以來6年ぶりとなります。



生販三層の取り纏め役 酒中連幹事組合に

令和8年1月より1年間、中央会は酒類業中央団体連絡協議会(酒中連)の幹事組合を務めます。酒中連では、月に1度、生販三層の各団体の代表者から成る副会長・専務理事等会議(以下、酒中連会議)を開催し、酒類業界としての統一的な要望書の作成と関係各所への要望、アルコール健康障害対策や働き方改革等の課題に対する意見の取り纏め、国税庁からの報告、酒類に関する国際的な動きを含む様々な情報の共有と意見交換等を行っています。

「小売酒販組合の地区拡大とそれに伴う解散のためのマニュアル」について



組合員数減少への対応や小売酒販組合の業務効率化の一環として行われる統合に際しての、一般的な検討事項や事務の流れを記載した「小売酒販組合の統合とそれに伴う解散のためのマニュアル(以下、マニュアル)」を作成しました。

このマニュアルは昨年、近畿支部並びに各地のブロック会議等にて、「中央会で、統合(県一本化を含む)や解散のマニュアルを整備してほしい」旨の要望を受けて、中央会役員会で検討、国税庁に相談し、作成したものです。

また、マニュアル作成に際しては、平成27年に県下6つの小売酒販組合のうち、5つの小売酒販組合を解散し、さらに県庁所在地にある小売酒販組合の地区拡大と組合の名称変更

項目	解散組合	拡大組合
1. 解散の目的	業務効率化、組合員数減少への対応、地域密着型サービスの提供	業務効率化、組合員数減少への対応、地域密着型サービスの提供
2. 解散の準備	解散の意思決定、解散の承認、解散の届出	解散の意思決定、解散の承認、解散の届出
3. 解散の執行	解散の届出の受理、解散の完了	解散の届出の受理、解散の完了
4. 解散の完了	解散の完了の届出、解散の完了の届出	解散の完了の届出、解散の完了の届出

上) 小売酒販組合の地区拡大とそれに伴う解散プロセス
 下) 解散組合・拡大組合 検討事項

その他、地区拡大と解散以外の選択肢や、地区拡大と解散に際し行政に提出する資料等のひな型、既に統合を行った小売酒販組合の事例などをフォルダに格納しています。また、今後随時内容を追加していく予定です。

を行い、県一本化した香川県小売酒販組合の資料等を参考にしました。マニュアル並びに香川県等の統合事例については、1月27日に連合会へメールにて送付しています。マニュアルを確認されたい場合は、連合会または中央会にお問合せください。

中央会LINEの開設



不定期配信の「FAX旬報」「酒政連だより」のほか、年に4回発行の「酒販通信」の一部をLINEで受信することができます。下のQRコードより、「友だち追加」をお願いいたします。

※LINEの運用は、試験的に実施しているため、予告なく内容を変更する場合があります。
 ※中央会LINEにメッセージを送ることはできません。



特定商品仕入価格アンケート



令和7年12月18日開催の中央会役員会において、全国の組合員(主に一般酒販店)の酒類市場の現状を把握するとともに、行政・政治への要望や今後の対応を検討するため「特定商品仕入価格アンケート(以下、アンケート)」を実施することが決議されました。

アンケートの実施は、四国支部からの提案を受けて検討されたものです。四国支部(香川県・愛媛県・徳島県・高知県)では、昨年10月に同アンケートを実施。その結果を受けて「拡大する価格差により、一般酒販店は、消費者が納得できる店頭価格を示せなくなる。既存の一般酒販店はもち

ろん、新規免許者は、オープン時から差別的境遇に立たされる状況にある。」とまとめ、同時に、全国での同様のアンケートの実施について中央会へ要望がありました。

これを受けて、四国支部でのアンケートを参考に、アサヒスーパードライ(SD)、クリアアサヒ(CA)、サントリー金麦(KM)における組合員仕入価格(税抜)について、46都道府県連合会(沖縄県を除く)へ1連合会あたり10件を目安に協力を依頼。同時に、いくつかの地域における一般酒販店以外の事業者(大手組織小売業者、量販店、ドラッグストア)の店頭価格をチラシ等で調査しました。

アンケート結果は、今後、中央会(・政治連盟)で取り纏める各種要望や事業計画等の検討に際し参考とする予定です。

自由記載欄に寄せられた主なご意見等

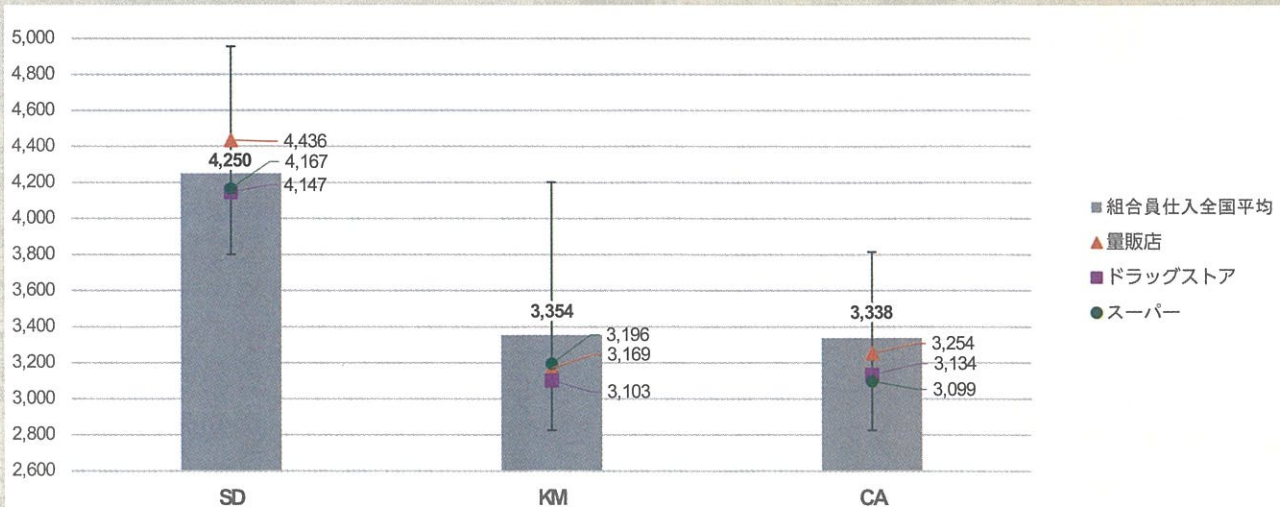
- 新店オープンの多いドラッグストアでは、ビールやRTDが目玉商品になっていることがある。クレジットカード等の手数料を考えると、我々一般酒販店では競争ができない。
- ドラッグストアの出店が増えている。酒類の品揃えに驚くほどだ。
- 配送コストや人件費、月間仕入が卸の基準を下回り、商品仕入に苦慮。場合によっては閉店せざるを得ない店が出てきている(小売酒販組合の組合員数減少の理由の一つにもなっている)。
- 酒類の公正な取引に関する基準が厳正に守られているのか疑問に思うほど、大手組織小売業者の店頭価格が安い。
- 取引数量の違いから仕入価格が安く、取引基準に違反しないことは承知しているが、ドラッグストア、スーパー等のチラシを見ると、我々一般酒販店の仕入価格以下で売られている状態が常態化している。アルコール健康障害等の観点からも酒類の価格について改めて検討すべきではないか。
- ビールでは競争ができないため、取扱いを止めることを検討している(止めた)。

【図1】 支部別の組合員仕入価格(平均) 単位(円)※税抜

	東京支部	関信越支部	近畿支部	北海道支部	東北支部	北陸支部	東海支部	中国支部	四国支部	北九州支部	南九州支部
SD	4,311	4,206	4,246	4,292	4,225	4,267	4,223	4,264	4,296	4,226	4,235
KM	3,417	3,354	3,336	3,425	3,360	3,329	3,346	3,365	3,346	3,319	3,303
CA	3,406	3,342	3,329	3,372	3,282	3,321	3,344	3,350	3,358	3,307	3,301

【図2】 組合員仕入価格と各業態の店頭価格

単位(円)※税抜

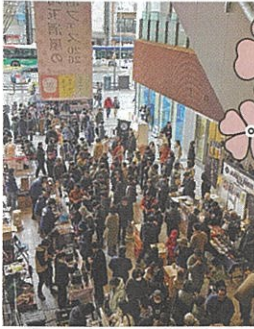


期 間 : 令和8年1月21日~2月16日
 対 象 : 46都道府県(沖縄県を除く)の組合員店舗における次の商品の350ml1ケースの仕入価格(税抜)
 アサヒスーパードライ(SD) / サントリー金麦(KM) / クリアアサヒ(CA)
 有効回答 : 325件 *1 (41都道府県)

【注】・太字は組合員仕入価格の全国平均値
 ・組合員仕入価格の上下のひげは、組合員仕入最高額と組合員仕入最低額の誤差範囲

*1 香川県、愛媛県、徳島県についてはR7.10月実施の四国でのアンケート結果(県別「一般平均卸価格」)を参照したため、今回調査の有効回答数には3県の回答数は含まれない。

埼玉県連ではじめての 酒フェス開催!



フォトブースも設置されていました

2月7日(土) 12時~16時に埼玉県大宮市の複合商業施設にて、埼玉県小売酒販組合連合会(以下、埼玉県連)が主催、関東信越国税局が後援する「埼玉酒屋の酒フェス2026」が開催されました。

はじめての開催となる本イベントは、県内にある7組合の組合員店舗が出品。事前購入チケットによる試飲と販売が行われ、約500名が来場しました(※)。

各店には地酒やクラフトビール、ワイン等が並び、出店者は味わいの違いや造り手の想いを伝えながら、選び抜いたこだわりの一本を紹介していました。



「伝統的造り」と小売酒販組合の活動を紹介するパネルも



この日は、雪の降る寒い日にもかかわらず、会場は多くの人でにぎわい、一部の商品には「完売」や「入荷待ち」の表示も。

また会場では、お酒を飲む人も飲まない人も楽しめる催しとして、麴を学ぶ「塩麴ワークショップ」やお米があたる日本酒クイズが開催され、参加者は思い思いに時間を楽しんでいました。

「声が聞けてよかった」との声

本イベントは、関東信越国税局より開催の提案があり、実施されたものです。イベントに出店した組合員等からは「たくさんの方が来てくれて、また直接感想が聞けてよかった」「少しでも小売酒販組合の活性化につながってほしい」との声が聞かれました。

※事前チケット購入者並びにチケットなしで酒類を購入した者の合計

リピーター多数 酒屋角打ちフェス



2月6日から8日の3日間、上野恩賜公園にて「酒屋角打ちフェス」(主催・東京小売酒販組合、TOKYO酒屋魂実行委員会)が開催されました。今回の開催で12回目となります。

各ブースでの酒類の販売やご当地おつまみメニューの販売、来場者参加型の利き酒ブース、音楽や踊りを披露するステージショーなど口・目・耳で参加者を楽しませていました。

7、8日は雪が舞い散る中での開催となりましたが、約1万3000名の参加者が来場するなどイベントは大盛況となりました。

初出店の全清酒会員も

出店者には、このイベントをきっかけに新規加入した方、全国小売酒販青年協議会(以下、青年会)の賛助会員に加入した方もいます。

出店した組合員からは、「はじめは東京小売酒販組合青年会に誘われて出店したが、会を重ねるごとにイベントが洗練されていっている。これからも出店したい」「今回で7回目の出店、当初に比べてブースの数も増えていて盛り上がりを感じる」といったコメントがありました。

2026年 お中元のご案内

毎年好評いただいております“お中元ギフト商品”について、店置きギフトでは、市場で堅調な飲料ギフト、定番の素麺、油製品、もらってうれしいギフトとして存在感を増しているコーヒギフト、猛暑対策・健康志向商品などを取り揃え、また1個からお客様のもとへお届けでき、年々需要が増えてきている宅配ギフトもご案内をさせていただきますので、引き続き拡売のご協力をお願いいたします。

★店置き商品

- ・高割引商品のご提案
- ・割引商品を増加しご提案

★宅配ギフト

- ・果実を使用した涼感スイーツ
ギフトや自分へのご褒美に旬のフルーツを使用した味にも見た目にもこだわったスイーツ
- ・健康ギフト
酷暑を乗り切る、もらってうれしい健康ギフト



商品カタログにつきましては、5月中旬ごろに所属の協同組合へまとめて送付する予定ですので、組合員の皆様には、カタログがお手元に届きましたら、ぜひお客様におすすめ願います。

PB 商品「杜氏の醤油」・「酒屋さんの味付のり」のご紹介



全酒協 PB「杜氏の醤油」(株式会社中村醸造元)は、酒造技能検定一級の資格を持つ元清酒杜氏が吟選六段仕込みによって造り上げた、塩カドの無いまろやかな生醤油と、北海道産天然昆布の旨みをバランスよく合わせることにより生まれた塩分13%のうす塩仕上げ、素材の味を活かす美味しいお醤油です。

お酒のお供をさらに美味しくさせる醤油として、お酒の良き相棒となる PB 商品です。



全酒協 PB「酒屋さんの味付のり」(朝日海苔本舗株式会社)は、12切5枚の1食分の海苔が個包装され、50袋入ったお徳用味付海苔です。

有明海産の海苔をこだわりのタレで味付しています。お酒のおつまみ、ご飯のお供によく合います。

プラスチック容器に入っているため見た目もよく、ちょっとした御礼の品物にも最適です。

お問い合わせは事業課 商品係まで (03-3714-0174)

令和8年度は認可より77年、組合員と共に歩んでまいりました。

家計にやさしく
「もしも…」に備えませんか？




▲ 火災により焼けた建物



▲ 豪雨により浸水した店内

火災共済

火災等




最高保障額
4400万円^{※1}
(40口加入の場合)

火災




破裂・爆発


風水害等




豪雨・暴風雨




高潮・高波



台風・突風



降雪・降ひょう



落雷

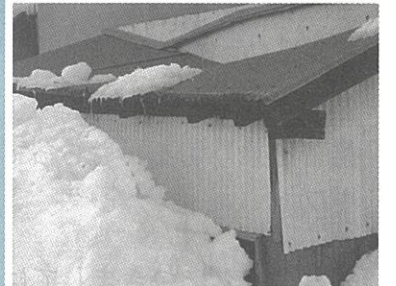
最高保障額
400万円^{※2}^{※3}
(40口加入の場合)

年間掛金
1口あたり**2000**円

(最高40口まで掛けられます)
[生活動産のみの場合は20口まで]




▲ 台風によらばされた屋根




▲ 雪の重みでつぶれた屋根

生命共済



最高保障額
100万円
(40口加入の場合)

共済契約者の普通死亡



最高保障額
12万円

共済契約者とその配偶者・子供の火災・交通事故死亡

最高保障額**100万円**

共済契約者とその配偶者・子供の火災・交通事故入院 ^{※4}

最高保障額**12万円**

もっと風水害の保障を手厚くしたい方は

地震災害見舞金

最高支給額
10万円
(20口以上加入の場合)



地震・津波

車輦飛込見舞金

最高支給額
8万円
(40口加入の場合)



車輦飛込み

年間掛金
1口500円

風水害特約共済

酒販共済と同口数での加入となります

最高保障額
1000万円(40口加入の場合)

風水害など


暴風雨



突風・旋風
(竜巻含む)


台風


高波・高潮


洪水


豪雨・長雨


雪崩


降雪


降ひょう

※1. 火災等は、焼失割合等によって共済金をお支払いします。表示額には、臨時費用10%が含まれています。
 ※2. 風水害等(特約を含む)は、損壊の割合に応じて共済金をお支払いします。
 ※3. 建物に付属している従物(庇・樋・ベランダ等)のみの損壊は1口あたり91万円、
 落雷による家電・電気製品のみ損壊は1口あたり6千円を限度として共済金をお支払いします。
 ※4. 火災・交通事故入院見舞金は、5日以上継続した入院に対してお支払いします。

詳しくは、酒販共済
パンフレットをご参照下さい。

保障期間 : 2026年4月1日から1年間
(掛金が割引される中途加入も随時受付けております)

お申込み・お問合せ : 所属の組合または、全国酒販生活協同組合
☎ 03-3714-0175 まで

組合員の皆様へ 氏名や住所に変更が生じた場合は、至急、所属の組合または全国酒販生活協同組合までご連絡ください。

アフラックより **新登場**



- アフラックの医療保険をお持ちの方でも
- 他社の医療保険をお持ちの方でも
- 未だ医療の備えを全くお持ちでない方でも

ご契約中の医療保険も活かして、**ほしい保障だけピンポイントでムダなく備えられる**



あんしんパレット

ほしいところだけ医療

特約1つからムダなく備える



特長

- ◆ 16種類からほしい保障だけ選んで備えられます
- ◆ ご契約後「ダックの頼れるサービス」をご活用いただけます

- ダックの頼れるサービスはアフラックの医療保険のお客様に向けて、アフラックが紹介する提携企業のサービスの総称です。
- ダックの頼れるサービスの内容は、2026年2月現在のものであり、将来変更される場合があります。
- 各サービスの詳細はアフラックオフィシャルホームページ (<https://www.aflac.co.jp/keiyaku/tayoreruservice.html>) をご確認ください。

※<あんしんパレット>は、「普通保険約款」に保険契約の共通事項を定め、1つ以上の「特約」(保障)を付加することで成立する保険です。アフラック所定の条件により、単独加入できない特約や組み合わせがあります。

— 商品の詳細は「契約概要」等をご確認ください —

資料のご請求はお気軽に **0120-4888-42** AM9:00~PM5:00 (月~金)

資料請求いただいたお客様の個人情報の当代理店における利用目的は、アフラックの各種商品やサービスの案内・提供・維持管理となります。

お問合せ先 **全国酒販生活協同組合担当 募集代理店 株式会社 川口**
 〒153-0061 東京都目黒区中目黒2-1-27 全国酒販生活協同組合内
 TEL: 03-3714-0292 FAX: 03-3710-8230 E-mail kawaguchi555@ak.wakwak.com

引受保険会社 **Aflac アフラック** 東京第一総合支社
 〒163-0456 東京都新宿区西新宿2-1-1 新宿三井ビル TEL: 03-6757-2603
 アフラックホームページアドレス <https://www.aflac.co.jp/>

衆院選

自民党街酒議連所属衆議院議員124名全員当選！新規加入も続々



街酒議連田中和徳会長(神奈川10区)の応援には神奈川県支部佐藤支部長が、坂本哲志幹事長(熊本3区)の応援には熊本県支部谷崎支部長、宮崎理事長(山鹿)、芹川理事長(菊池)がかけつけてくださいました。

2月8日投開票がされた第51回衆議院議員総選挙で、自由民主党(以下、自民党)は小選挙区249議席、比例代表67議席を獲得。酒販店の応援団である自民党「街の酒屋さんを守る国会議員の会(街酒議連)」所属の衆議院議員124名全員が当選されました。

酒政連では、街酒幹部や地元選出議員の応援で各地を訪問し、激励いたしました。

また、今回の選挙戦を経て、新たに多くの自民党議員が当選されました。選挙直後より、酒政連本部役員が中心となり、先生方へ街酒議連加入のお願いをし、数名の先生が新たに加入されました。

酒類小売業界並びに小売酒販組合を取り巻く様々な課題の解決、要望の実現のためにも、街酒議連をはじめとする議員連盟の維持と拡大は引き続き重要です。

組合員の皆様の中には、地元選出議員との関係が深い方も多くいらっしゃいます。地元選出議員が議員連盟に未加入である場合には、ぜひお声をかけていただきますようお願いいたします。

新たにご加入いただいた先生方

※順不同となります。
※衆院選以降3月13日までに街酒議連に加入いただいた先生方となります。

- ・若宮 健嗣 衆議院議員 (東京5区)
- ・今岡 植 衆議院議員 (東京26区)
- ・生稻 晃子 参議院議員 (東京)
- ・高橋 祐介 衆議院議員 (北海道2区)

FOODEX JAPAN2026

国際食品・飲料展

3月10日から13日に東京ビッグサイトにてFOODEX JAPAN 2026が開催されました。FOODEXは日本・アジア最大級の食品・飲料展示会で今年は、76か国、3,238社(国内1,112社、海外2,125社)が出展、4日間で約73,842人が来場※しました。

酒類関係では、ワインに特化したスペシャルゾーンが設けられ、マリージュ体験として、ワイン×和惣菜(唐揚げなど)や日本酒(大吟醸、貴醸酒など)×洋食(パテ・ド・カンパーニュ、フォアグラのムースなど)のマリージュをソムリエの解説で楽しめるエリア、各国の未輸入ワインやウイスキーのブースが数多く出展されていました。

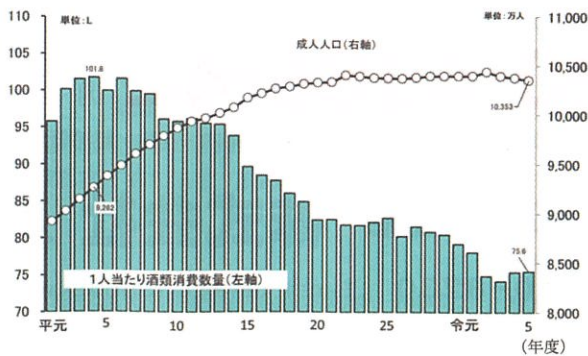
また、トップソムリエ、各国のワイン協会、日本酒の造り手などが登壇し、酒類業界の様々な分野における最前線的话题をテーマとするトークイベントも連日開催。あるトークイベントでは「持続可能な酒類業界の実現に向けた成長戦略」と題し、今後の酒類市場の状況や人口減少・ライフスタイルの変化を見据えた取組みとして、既存の配達網を活かした新たなサービスへの挑戦などについて説明がなされ、多くの参加者が真剣に耳を傾けていました。

食品では「未来の食」として、例えば、こんにゃく(粉)を主成分としヨーグルトやサーモンに味わいや見た目を近づけたものや、「Swicy(スウィーシー)」と呼ばれる甘さと辛さを融合させた様々な調味料も注目を集めていました。

※FOODEX JAPAN HPより



酒類市場の状況としてセミナーで引用された 1人当たり酒類消費数量と成人人口の推移



資料：成人人口(20歳未満の者は除く)は、国勢調査結果・人口推計(総務省統計局)による。
(注) 1人当たり酒類消費数量(左軸)に沖縄分は含まない。