

小売業の盛衰と国家の流通政策 (Ⅱ)

馬 場 雅 昭

- I 大規模小売店舗法
- II 中小零細小売業とスーパー・マーケット
- III 小売商業の特質

以上——前号

以下——本号

IV 小売業の盛衰と国家の流通政策

- 1. 小売業の盛衰
- 2. 小売業の盛衰と国家の流通政策
- 3. 大店法と中小零細小売業 (1)——
その関連——
- 4. 大店法と中小零細小売業 (2)——
大店法の「有効性」をめぐって——

結びにかえて

IV 小売業の盛衰と国家の流通政策

日本の小売業は、高度経済成長終焉後も変化、発展を続けて来た。ところが、1982年調査時点をピークに商店数は減少に転じた。

1) 商店数の減少は、零細層、個人商店で生じたこと、個人商店の中でも「常時雇用従業者を使用していない個人商店」で生じたこと、2) 小売商店の減少率は業種によって違うこと、商店数を増加させている業種もあることなどについては「日本における小売商店数の減少について¹⁾」(I, II)において明らかになった。

「日本における小売商店数の減少・補論²⁾」において、「店主の高齢化」とりわけ「雇人のない業主の高齢化」、「雇人のない業主」における壮年層の減少と「商品購入先別割合」におけるスーパー・マーケットの増加、1984年以降にお

けるコンビニエンス・ストア、ディスカウント・ストア、通信販売等の新しい業態の伸びと一般小売商のシェア低下等が明白になった。

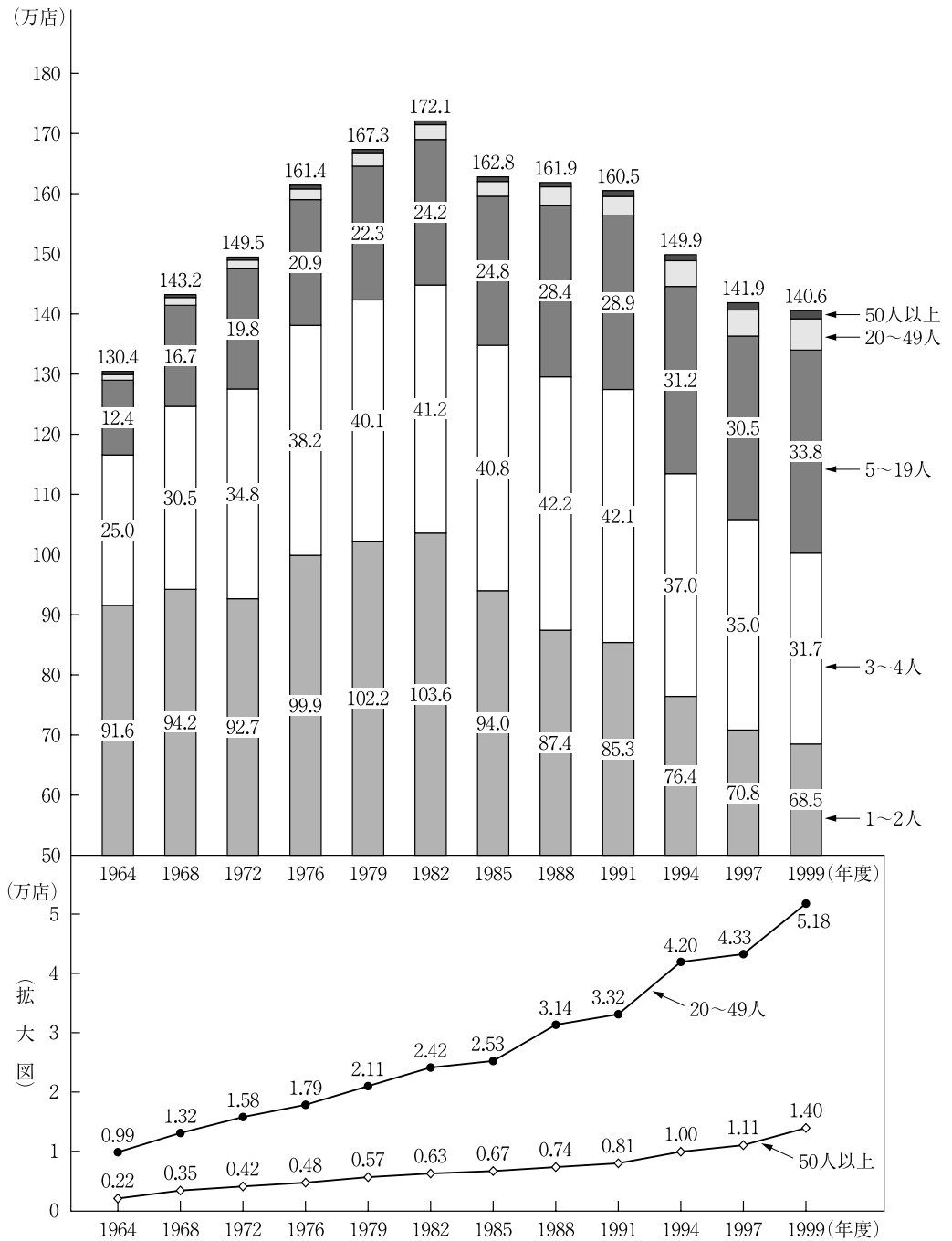
個人商店における商店数減少については、「日本における小売商店数の減少について」(I, II)において明らかになったことを基礎に、商店数減少の原因・理由の一つが個人商店の新規参入減・新規開設店数減にあることが「日本における中小小売業の変化³⁾」で明らかになった。

1. 小売業の盛衰

高度経済成長以降における日本の小売業全般、商店数、従業者数、年間販売額、売場面積の推移については、「日本における小売商店数の減少について」(I)の表1において、従業者規模別・売場面積規模別・年間販売額規模別商店数の推移については、表5、図1、図2、表7、表9で明らかになった。また「常時雇用従業者を使用していない個人商店」の減少については、同上論文(II)図9で明確になった。

「常時雇用従業者を使用していない個人商店」は、1966年の約106万店をピークに増減を繰り返しながら、1982年の約101万店から激減している。同上論文(I)図1によれば、1~2人規模層も1982年までは緩やかな商店数増加を経験したものの、その後激減、3~4人層も1988年までは緩やかな増減の後、減少に転じている。同上論文(I)表5、図1、図2で明らかになったことは、1976年以降における商店数の増減率である。さらに早い時期からの規模別商店数の推移を確認しておくことにしよう。図1

図1 従業者規模別小売商店数の推移



出所) 通産省『商業統計表』各年版 第1巻より作成。

がそれである。

図1によれば、1～2人規模層は1968年から1972年までの4年間に約1.5万店の減少を経験したものの、1982年までは概ね緩やかな伸びで推移している。1964年から1982年までの18年間の増加率は13.1%、年平均0.7%の微増⁴⁾。ところが、1982年から1999年までの17年間に103.6万店から68.5万店へと34%、年平均約2%の激減である。

他方、零細層の中でも3～4人層はどうであろうか。この層における商店数が最高に達したものは1988年のことである。1964年から1988年までの24年間に、商店数は25.0万店から42.2万店へ68.8%増加しており、年平均増加率は約2.9%である。その後の11年間に、42.2万店から31.7万店へと約25%減少しており、この間の年平均減少率は約2.3%である。1964年から1999年までのやや長期的傾向を見ると、1～2人規模層は25.2%減、3～4人規模層は26.8%増となっている⁵⁾。

5～19人層⁶⁾は、35年間に12.4万店から33.8万店へ、約2.7倍になっている。この間に、20～49人層は約1万店から5.18万店へ、50人以上の大規模層は約2.3千店から1.4万店へ、それぞれ約5倍、約6.1倍増となっている。1964年から35年間の商店数増減率は、以下のとおりである(カッコ内は1982～1999年の増減率)。

1～2人	△25.2% (△33.9%)
3～4人	26.8% (△23.1%)
5～19人	2.7倍 (39.7%)
20～49人	5.2倍 (2.2倍)
50人以上	6.1倍 (2.2倍)

我々はここに、高度経済成長本格化以降における零細小売商問題深刻化の一端を見ることが出来る。次に、高度経済成長期以降における零細小売商業の社会的役割、社会的地位の変化についても見ておくことにしよう。

図2は、従業者規模別に見た商店数構成比の推移である。まず第1に、従業者1～2人規模層の小売商店は、1960年からの39年間に、構成

比を71.0%から48.7%へと22.3ポイントも低下させている。零細小売層の中でも3～4人層は、19.2%から22.5%へ3.3ポイント高めている。5～9人層以上はいずれも構成比を高めている。

次に、従業者規模別に見た年間販売額構成比の推移について見てみよう。図3によれば、1～2人層はこの間に23.9%から7.5%へ16.4ポイントも激減、3～4人層も23.1%から10.8%へ12.3ポイント激減、5～9人層は22.6%から18.3%へ4.3ポイント減少している。10～19人層以上はいずれも構成比を着実に増加しており、100人以上層は10.7%から17.8%へ7.1ポイントも高めている。

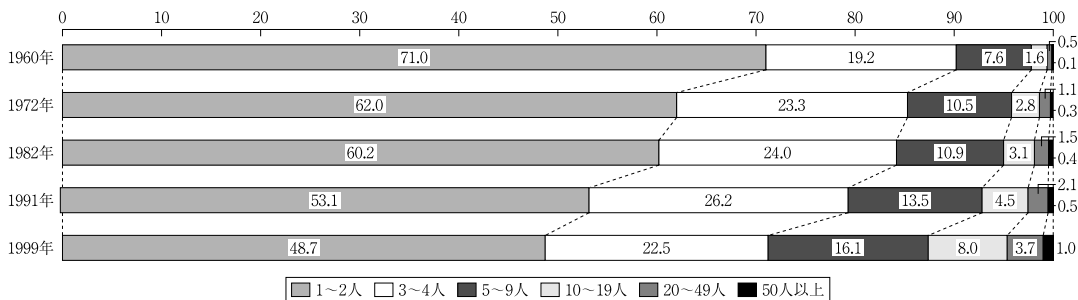
従業者規模別に見た小売商店の社会的役割・社会的地位の変化は、商店数構成比においては2人と3人の間が、販売額構成比においては9人と10人の間が境界になっており、零細小売商の社会的役割・地位は明らかに低下している。

第3に、従業者規模別に商店数構成比と販売額構成比の関連を見てみよう。1960年当時、1～2人層は71%の商店数で約24%の販売額、1999年になると約49%の商店数で7.5%の販売額しかしていない。3～4人層は19.2%の商店数で23.1%の販売額が、22.5%の商店数で10.8%の販売額へ。他方、従業者50人以上規模層の動向はどうであろうか。1960年当時、商店数に占める割合は0.1%、販売額に占める割合は13.1%であったものが、1999年には商店数構成比で1.0%、販売額構成比で26.7%へと成長している。我々はここに、高度成長期以降における零細小売商の衰退、零落と大規模小売商の発展を見ることが出来る。

第4に、1999年について見れば、1～2人の零細層は48.7%の商店数で7.5%の販売額、100人以上の大規模店は0.3%の商店数で17.8%の販売額という社会的役割、社会的地位の差を見せている。

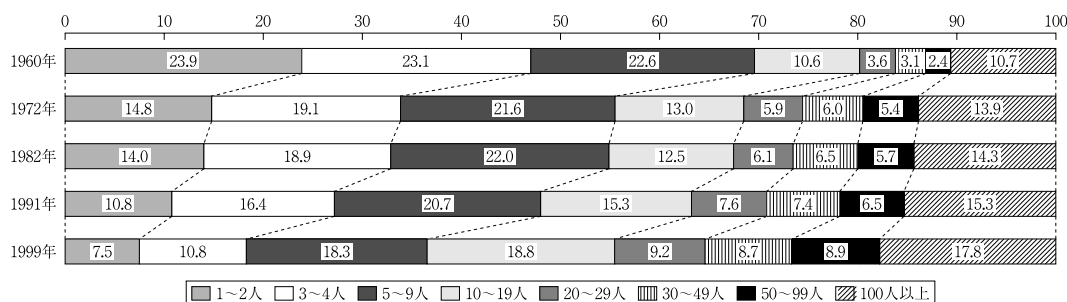
すでに見たように、「零細小売商が得意とする業種と大型店が得意とする業種はまったく異なる……零細小売商と大型店はそれぞれの存立

図2 従業者規模別商店数構成比の推移



出所) 通産省『商業統計表』第1巻, 各年巻より作成。

図3 従業者規模別年間販売額構成比の推移



出所) 通産省『商業統計表』第1巻, 各年版より作成。

をかけて激しく競争するような業種を共有しない⁷⁾」と田村正紀氏は言うのであるが、どうであろうか。田村氏の論文は、1978年発表のものである。当時の状況のみておくことにしよう。

図4によれば、零細で生業的な性格の店舗が圧倒的多数を占める一般小売店のマーケット・シェアは、1964年には72.4%であったが、1974年には62.0%へと10年間で約10ポイントもシェアを下げている。これに対して、出現間もないスーパー・マーケットは、この間8.2%から20.0%へと2.4倍も急上昇している。百貨店は9.8%から9.9%へ微増したにすぎない。このことから明らかなように、「スーパーは、主として直接の競争相手であった一般小売店のシェアを侵蝕することによって驚異的成長をとげたのである。⁸⁾」

中小零細小売商の競争相手たるスーパー・マ

ーケットの発展について確認しておくことにしよう。日本では、スーパー・マーケット形態はほぼ1950年代後半から導入されはじめ、初期発展期に入る。

「従来の慣行にとらわれない画期的な価格設定方式が採用された。それによる大幅な価格切下げ、高回転＝高収益の実現がスーパー形態の原点をなす。それをサポートするのがセルフサービス方式、単純労働への依拠による人件費の大幅切下げ、一般小売店にくらべての単位店舗の大規模化であり、さらには大規模＝多店舗化した段階におけるチェーンの効率的な管理方式および組織の開発である。

こうしてスーパーは、その低価格訴求を基軸に急速な普及・拡大をはじめた。だが、低価格→高回転→高収益のメカニズムが円滑に作動するためには、巨大な市場規模をもつ商品、

つまり大量需要の生活必需品に主たるターゲットを設定しなくてはならない。それは百貨店ではなく、一般小売店を主要な競争相手とすることを意味する。現実でもそのように進化した。⁹⁾」

個別企業レベルでは、スーパー・チェーンの発展は1960年代中ごろまでは比較的緩慢¹⁰⁾であった。たとえば、ダイエーでも年2、3店の出店テンポにとどまっていた。ところが、1960年代後半に入り、本格的発展期を迎えると、単位店舗規模は3000、4000m²へと急速に大型化する¹¹⁾ようになる。それは必然的に取扱商品の「フルライン」化を要求した¹²⁾。

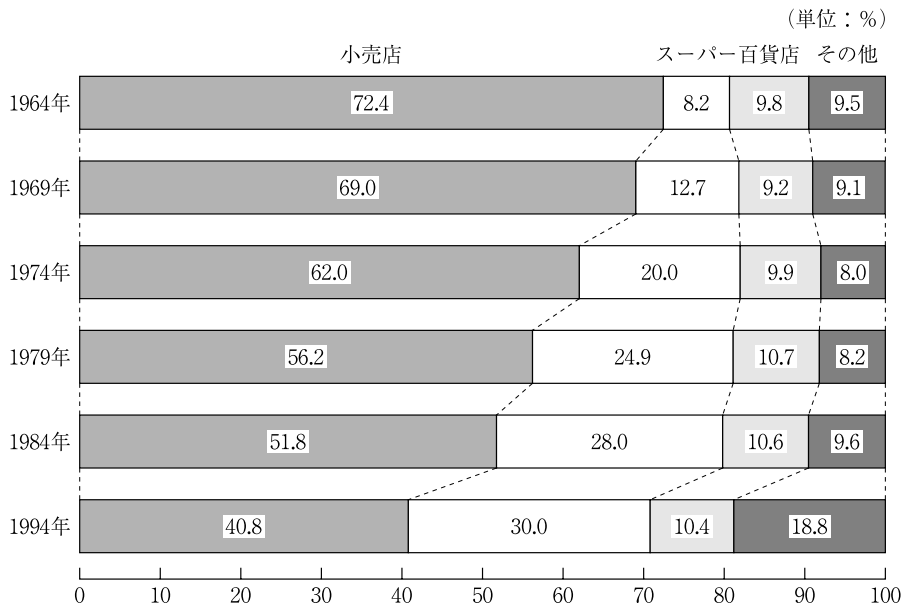
百貨店は買回品を主とした対面販売方式の業態であるのに対し、スーパー・マーケットは最寄品を中心としたセルフ・サービス方式の業態である。前者は大都市の都心部、副都心部、中都市に立地し、後者は主に都市郊外部、小都市、町村部にも立地している。百貨店の競争相手は、少数の買回品小売商であるのに対し、ス

ーパー・マーケットのそれは、零細で多数の最寄品小売商——中でも飲食料品小売業は1970年代前半までは商店数の45%以上¹³⁾を占める業種であった——である。

「スーパーは、主として直接の競争相手であった一般小売店のシェアを侵蝕することによって驚異的發展をとげた」（中野）と言われる所以である。スーパー・マーケットの全国的チェーン展開は、その裏側では中小零細小売商業問題の全面化、全国的拡がりを引起こすにいたる。

スーパー・マーケットによる一般小売店シェア侵蝕の重大さがそれほど表面化しなかったのは、国民所得の伸び、小売業全体における販売額が飛躍的に増加したためである。1960年から1972年までに小売全体の年間販売額は6.6倍にもなっている¹⁴⁾。それだけに、低成長期に入ると矛盾は増幅され、尖鋭な形で一挙に噴出することとなった。

図4 商品購入先別割合（都市部）



注) 当調査は5年ごとに実施されているが、1989年に実施された調査では、商品の購入先別割合については調査されていない。

出所) 総理府統計局『全国消費実態調査報告』品目編 各年版より作成。

「総合スーパー・チェーンは、高度成長後期のいっそうの急成長により、早くも1970年代初頭には、小売業における大規模・近代的経営形態として、百貨店とならぶ支配的地位を確立した。72年、ダイエーの売上高が百貨店1位の三越をついに上回ったことはその象徴とあってよい。同年には大規模小売業ベストテンに、トップのダイエー以下西友ストア（5位）、ジャスコ（7位）、ニチイ（9位）、ユニー（10位）の五社が入った¹⁵⁾。」「ここに都市百貨店を中核とした百貨店の戦前からの長期にわたる単一支配体制は終わりを告げた。それに代わって既成のイスタプリッシュメントの外部に生成し、わずかに数十年のうちに巨大企業化したスーパーとの双頭ないし二元的支配体制が確立した。これこそは流通業編成の戦後段階を特徴づけるものである。¹⁶⁾」

このようにして、日本の巨大小売業でも1970年代初頭には、それまでの百貨店という単一業態の支配体制は終りを告げ、百貨店とスーパー・マーケットとの二業態支配体制が成立する¹⁷⁾ようになる。それと同時に、小売業界における基本的対立＝競争関係も百貨店対スーパー対中小零細商という三極構造へと移行した。

1973年秋の第1次石油危機を契機とする高度成長の終焉＝低成長経済への移行は、小売流通環境を急変させ、所得と消費支出の伸びを著しく低下¹⁸⁾させた。一挙に低成長経済へ移行したため、競争は厳しさを増すことになった。高度成長期には、消費市場（パイ）の急速な拡大のため、スーパー、一般小売店という業態間の競争はある程度緩和されたが、低成長期になると状況は一変する。

「相変わらず売上高成長志向の強いスーパーと一般小売店との競争は、標的とする市場層がほぼ同一であるだけにいちだんと激化した。すでに高度成長期末期から資金調達力をいっそう強化し、出店テンポを早めたスーパーによっていっそう存続の脅威にさらされはじめていた一般小売商は、安定成長期に入ると大型店進出への反対姿勢をいっそう強化する。小売業の複合

編成下に固有のこの対立の調整はさしあたり、1973年10月に制定（1974年3月施行）された大店法にゆだねられる¹⁹⁾。」

大店法が施行された、第1次石油危機直後の1974年までのスーパー・マーケットの発展と一般小売商のシェア低下については、すでに確認した。1974年以後の動向についても見ておくことにしよう。

図4によれば、一般小売店は1974年の62%から1984年には51.8%へ、さらに1994年には40.8%へとそれぞれの10年間に、約10ポイントずつ低下させており、一般小売店の経営の厳しさがうかがえる。スーパー・マーケットは1974年には20%、1984年には28%、1994年には30%へとそれぞれの10年間に、8ポイント、2ポイント増加させている。百貨店は9.9%、10.6%、10.4%で推移している。さらに、1984年以降になると、一般小売店、スーパー、百貨店以外の「その他」の業態、具体的には、コンビニエンス・ストア、生協・購買、ディスカウント・ストア、通信販売等の業態のシェアが、9.6%から18.8%へと10年間で約9ポイントも伸び、一般小売商はこれらの新しい業態にシェアをさらに奪われ、低下している。

コンビニエンス・ストア、ディスカウント・ストア、通信販売といった新しい業態は、1994年になってはじめて『全国消費実態調査報告』の調査対象となった業態であるから、1984年までとそれ以降について小括しておくことにしよう。

1964年から1984年までの20年間について。百貨店は9.2%から10.7%までの間を推移している。「その他」も8.0%から9.6%の間を推移。一般小売店は72.4%から51.8%へ20.6ポイント減。スーパー・マーケットは8.2%から28.0%へ19.8ポイント増。それ故、一般小売店のシェア減は、スーパー・マーケットのシェア増の結果とみなしてよい。

1984年から1994年までについて。百貨店はほぼ横ばい。スーパー・マーケットは2ポイント増。「その他」は9.2ポイント増。一般小売店の

11ポイント減は、「その他」の9.2ポイント増、スーパー・マーケットの2ポイント増の結果である。

「中小小売商のよって立つ存立基盤が何らかの理由で変動し、それに対応して中小小売商の対立者が出現してその存在をおびやかすにいたったとき、そこに中小小売商問題が発生する。²⁰⁾」それ故、高度経済成長期以降における中小零細小売商問題の原因は、新しいタイプの大型小売企業であるスーパー・マーケットの発生、成長、発展、1984年以降については、コンビニエンス・ストア、ディスカウント・ストア、通信販売といった新しい業態の登場、発展にあると看なければならない。

スーパー・マーケットの飛躍的發展は、同時にその裏側では、中小零細小売商業問題の全国的展開を引き起こすにいたった。スーパー・マーケットの進出反対運動は、放置出来ない状態へと発展し、既存百貨店の激しい突上げもあって、1974年には「大規模小売店舗法」が施行され、同時に、1956年に施行された第2次百貨店法は廃止された。

2. 小売業の盛衰と国家の流通政策

日本の小売業は、高度経済成長終焉後も引続き変化、発展を続けていた。とりわけ、高度成長期に誕生したスーパー・マーケットはそうである。図1で確認したように、従業者1～2人、3～4人規模の零細層においてもそうであった。ところが、1982年調査時点をピークに、1～2人、3～4人の零細規模層は、商店数減少に見舞われるようになった。この間、国家の政策が全然なされなかったのかと言えば、必ずしもそうではない。この間の事情を見ておくことにしよう。

表1は、『商業統計表』に基づく業態別年間販売額構成比の推移である。統計が開始された1964年におけるセルフ・サービス店＝スーパー・マーケットのシェアは、僅か4.7%にすぎず、ちょうど百貨店の半分であった。ところが、8年後には8.7%になり逆転している。

販売額構成比でスーパー・マーケットが百貨店を凌駕した2年後の1974年に「大規模小売店舗法」が施行され、同時に第2次百貨店法は廃止された。このことは、中小零細小売商業「保護」政策の対象が、百貨店からスーパー・マーケットに移行したことを象徴的に表わしている。第2に、「一般小売店」のシェアは一貫して低下している。大店法が施行されてからの25年間に20ポイントも低下しており、大店法の「実効性」が疑問視される所以である。

高度成長期以降における国家の政策について概観しておこう。我国の商業政策は、昭和30年代の末に大きく方向を変えたと言われている。それは「保護政策から淘汰政策」への転換、「商業政策から流通政策」への移行である。まず、前者について。

「わが国の商業政策は昭和30年代の末を転期に大きく方向を変えた。……これまでのわが国内商業政策は中小商業とくに中小小売商の保護に終始してきた。それは中小小売商の温存を目ざすものであった。ところがいまやそれは『後向き』の政策であり、これを『前向き』の構えになおさなければならないとする考え方が支配的になりつつある。その方向をいち早く打ちだしたのが昭和38年の中小企業基本法であるが、商業問題にかぎっていえば政府の産業構造審議会流通部会の意見がこの方向を代表している。²¹⁾

では、「前向き」の構え、「前向き」の政策とは何か。経営情報システムの導入、セルフ・サービス化、コールド・チェーン化、ボランティア・チェーン化、集配センターの整備などである。

「要するところ商業経営の近代化、組織化、大規模化の必要をとき、その方向で在来業者を指導、助成するとともに、商業部門を自由な競争の場として大資本にも開放すべきであるというのが趣旨である。ここで経営の近代化の促進がもはや単なる中小小売商の保護にとどまるものでないことに留意すべきである。²²⁾

そこで示されている具体的施策は、明らかに

表1 業態別年間販売額構成比の推移

	1964	'66	'68	'70	'72	'74	'76	'79	'82	'85	'88	'91	'94	'97	'99
小 売 業 計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
セルフサービス*	4.7	5.4	7.6	9.0	8.7	10.6	12.0	14.9	19.7	18.9	18.3	18.4	21.3	27.3	28.5
百貨店**	9.4	9.1	9.4	9.9	8.5	8.8	8.2	7.7	7.8	7.6	7.9	8.0	7.4	7.2	6.7
コンビニエンス・ストア									2.3	3.3	4.4	4.9	5.8	3.5	4.3
一般小売店	85.9	85.5	83.0	81.1	82.8	80.6	79.8	77.4	70.2	70.2	69.4	68.7	65.5	62.0	60.5

* 「売場面積100m²以上の小売商店のうち、売場面積の50%以上でセルフサービス方式を採用しているものをスーパー店に該当するもの」とみなした。(『わが国の商業 1965』73ページ)

** 百貨店とは百貨店法に該当する商店。

注) セルフサービス店は、1982年統計からスーパーに変更。

出所) 1994年までは『我が国の商業』, '97, '99年は『商業統計速報』による。

實際上、中小零細小売商を助成対象から除外している。これはもはや中小小売商「保護政策」ではなく、むしろ「淘汰政策」である²³⁾と言うべきであろう。

この当時の商業政策が「保護政策」から「淘汰政策」へ大きく転換したといわれることについて。ここでは、「自助努力」するものに対しては手をさしのべるが、そうでないものには手をさしのべないという政策方針のもとに、全体的には、大型化と企業化への方向が示された。つまり、零細小売業は、まずは小規模小売業へ、中小小売業は大規模化へ、そしてすべて経営の「近代化」へという方向へ振興政策が示されていった²⁴⁾。

次に、「商業政策から流通政策への移行」について。

戦前から1960年ごろまでの流通部門にたいする政策は、流通部門の一角である商業のみを対象とする政策で、さらにその内容は、中小商業の「保護」に終始してきたと言ってよいであろう。しかし、1960年代以降に登場した流通革命論議を契機として、過剰で効率の低い中小商業の温存たる「商業政策」は、もはや「後向きの政策」であり、これを「前向きの政策」に軌道修正しなければならないという政策思想が支配的となった。ここに流通部門の合理化、近代化を目的とする「流通政策」が、経済政策ないし産業政策の一環として登場することになった²⁵⁾のである。

こうした「商業政策から流通政策への移行」は、たんにその対象ないし政策領域を拡大しただけではなく、「社会政策的視点に立脚してきた商業政策」が、「経済合理性の政策的実現を意図する流通政策」に転換した²⁶⁾ことを意味する。その後展開された流通政策は、「流通近代化」から「流通システム化」へと移行²⁷⁾する。

さらに敷衍しよう。1960年代中期以降の小売流通政策は、産業構造審議会流通部会の答申によって基本的な方向性を与えられた流通政策の一部として展開されてきた。流通部会は、1964年の発足以来、短期間に伝統的「商業政策」から「流通近代化」政策への転換を志向する答申を行なった。

『流通近代化』政策は、高度経済成長の本格化にともなう経済・社会構造の変化を背景として、日本の『遅れた』流通機構を『近代化』させる産業政策として登場した。その直接的な契機となったのは、消費者物価の上昇、資本自由化、という政策課題の発生であった。しかし、『近代化』を課題とする流通政策の登場は、『中小企業近代化促進法』(1963年3月)、『中小企業基本法』(63年7月)の公布による中小企業『近代化=高度化』政策の開始と軌を一にするものであり、その本質は産業構造政策である。²⁸⁾

「技術革新をテコとし、生産規模の拡大、生産性の上昇をはかる、というのが通産省の産業政策を支える1つの思想である。『流通革命論』は、この論理をそのまま流通機構に適用した

『論』である。そうであるならば、流通政策の政策主体である通産省が『流通革命論』を取り入れることにはなんの障害もない。²⁹⁾」

『80年代流通ビジョン』（「80年代の流通産業と政策の基本方向」1983年12月）によれば、「これまでの流通ビジョンにおける基本的テーマであった流通近代化とは、生産性の向上を図るとともに消費者ニーズに的確に対応する経済効率的な流通システムを追求するもの³⁰⁾」であった。

さらに「流通近代化は流通産業の基本的使命であり、今後も引き続き追求されるべき方向³¹⁾」である。「ここに端的にみられるように、『流通近代化』政策の思想的背景をなしているのは、『流通革命論』である。そしてまた『流通近代化』政策は、60年代中期以降今日にいたる、日本の小売商業政策を根本において規定した基本政策である。³²⁾」

時代の潮流からみれば、大店法第1条の目的「消費者の利益の保護に配慮しつつ、大規模小売店舗における小売業の事業活動を調整することにより、その周辺の中小小売業の事業活動を適正に確保し、小売業の正常な発達を図り、もって国民経済の健全な進展に資することを目的とする」は、本稿Ⅰ「大規模小売店法」で論じたように、「国民経済の健全な進展に資すること」にあると解すべきであろう。少なくとも、「中小小売業の事業活動を適正に確保」することと「小売業の正常な発達を図（る）」ことに同等の重み、価値があるとは解し難い。

何故なら、大店法の根底にあるのは「流通近代化政策」であること、「流通近代化とは、生産性の向上を図るとともに消費者ニーズに的確に対応する経済効率的な流通システムを追求するもの」（『80年代流通ビジョン』）であること、流通近代化政策は「日本の『遅れた』流通機構を『近代化』させる産業政策として登場した」こと、「その直接的な契機となったのは、消費者物価の上昇、資本自由化、という政策課題の発生であった」（杉本説）こと等を勘案すれば、両者に同等の価値、重みがあるとは解し難い³³⁾

のである。

大店法制定前後の状況について概観しておくことにしよう。

1960年代後半になると、スーパーの進出テンポはいっそう早まり³⁴⁾、また大規模・広域的になっていった。それにつれ高度成長の恩恵に浴することが出来なくなってきた一般小売商も急速に増え、その危機意識も一層高まった。1968年4月には、東京で小売諸団体による大型スーパー規制を要求する決起集会が開かれ、以後ますますこの種の運動は盛り上がっていく³⁵⁾ようになる。

「しかもこれに加えて、スーパーの旺盛な成長志向、そのGMS化による競合の可能性がますます高まることを警戒した百貨店が、急速にスーパーへの懸念を高める。このような姿勢は、百貨店だけが百貨店法によって規制され、ハンディキャップを負わされた競争を強いられていることに対する不満とも結びついていた。こうして1970年5月には、日本百貨店協会は『疑似百貨店問題について』の決議を行い、百貨店法の規制を逃れるスーパーに対する実効性のある強力措置を要望するようになった。かくして百貨店と一般小売店の諸団体が手を結んで、ともにスーパーの規制を要求するようになったわけである。それはやがて73年10月の大店法制定(1974年3月実施)となって結実した。³⁶⁾」

このようにして、中小零細小売商と百貨店による政治運動の結果、大店法は制定されたのである。

大店法制定を求めたグループは中小零細小売商と百貨店であること、その運動の目的は「大規模小売店舗における小売業の事業活動を調整することにより、その周辺の中小小売業の事業活動の機会を適正に確保し、小売業の正常な発達を図（る）」ことであり、事実そのように条文化されるにいたったのである。中小零細小売商の立場からは、そのように理解することが出来る。

ところが、大店法制定に応じた側の意図³⁷⁾もそうであろうか。

政策の根底にあったのは「流通近代化政策」であったこと、「流通近代化とは……消費者ニーズに的確に対応する経済効率的な流通システムを追求するもの」(『80年代流通ビジョン』)であったこと、流通近代化政策は「日本の『遅れた』流通機構を『近代化』させる産業政策として登場した」(杉本説)ことは、既に確認したというのである。

高度成長期の商業、流通政策が「保護政策」から「淘汰政策」に大転換したといわれる。ここでは「『自助努力』するものに対しては手をさしのべるがそうでないものには手をさしのべない」(出家説)ということである。このような政策転換の意味するところは明らかである。

「中小小売商を温存する必要がなくなったというだけでなく、それは一層の経済成長を阻害する要因に転化した³⁸⁾」というのが、政策主体の基本認識であろう。

このようなことを勘案すると、大店法の性格は中野安氏のように総括するほうが自然であろう。

「大店法は本来、いわば社会政策的観点から一般小売店を強く保護しようとする性格のものではない。そうした保護政策は、体制の存続にかかわるような深刻な経済的危機における一時的なそれとしてならともかく、現状ではある種の特権的保護を要求するものとして説得力はないし、そこに想定されている経済社会像そのもののリアリティや他の諸政策との整合性が問われるだろう。同法はあくまで経済計算単位として存在する限りでの一般小売店を前提とし(生業層の保護の否定)、しかも彼らが一定水準以上の経済的機能を果たすものとして経済的に存在理由をもつ限りにおいて、その地域への大型店進出のあり方を調整の対象とする。³⁹⁾」

3. 大店法と中小零細小売業 (1) ——その関連——

既設百貨店と中小零細業者の運動の結果、1974年に施行された大店法は、紆余曲折⁴⁰⁾を経て、2000年に廃止され、新法・「大店立地法」

が施行されるにいたった。以下は、大店法施行から廃止にいたるポイントを列挙⁴¹⁾したものである。

1974年 3月：大店法施行

1979年 5月：改正大店法の施行(規制強化)

1982年 2月：行政指導による出店規制(規制強化)

1984年 3月：行政指導継続確認

1987年 6月：大店審会長談話「事前説明の適正化・調整期間の短縮」

1989～90年：日米構造協議

1990年 5月：通産省による運用適正化の新通達(規制緩和)

1992年 1月：再改正大店法施行(規制緩和)

1994年 5月：運用基準見直し(規制緩和)

1997年 3月：出店手続き簡素化(規制緩和)

2000年 6月：大店法廃止、大店立地法施行

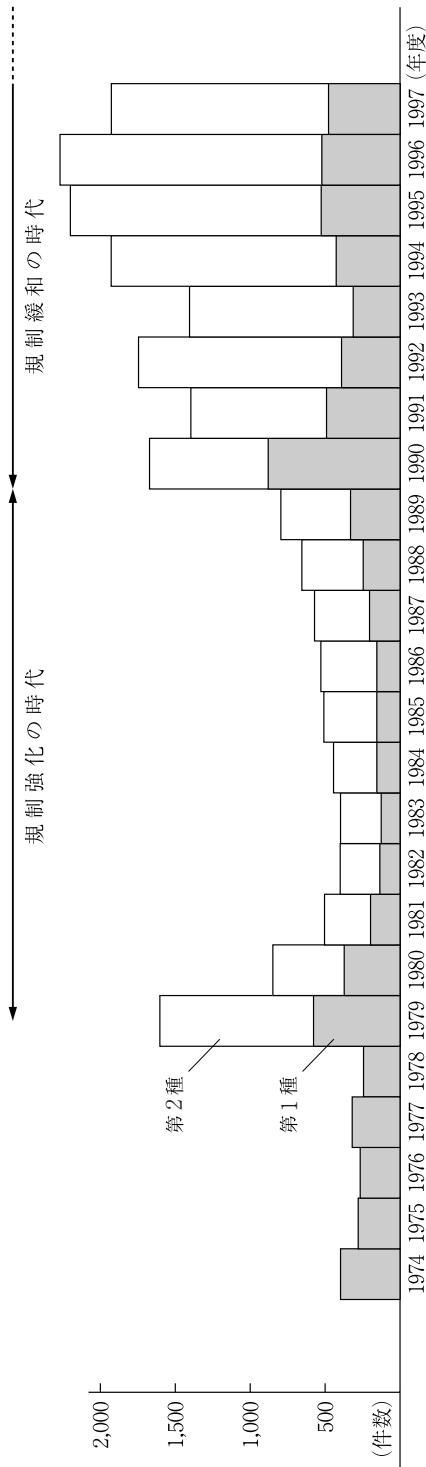
大店法に基づく日本の小売業調整政策の流れは、1979年5月から1990年5月までの「規制強化の時期」と1990年5月からの「規制緩和の時期」に区分出来るであろう。

大店法施行当時から1990年代後半にいたる大規模小売店舗の出店届出状況は、図表1のとうりである。1979年から1989年までの「規制強化の時期」には、出店届出件数は低く押えられている。ところが、1990年以降の「規制緩和の時期」には、届出件数が着実に増加している。とりわけ、第2種大規模店(売場面積500～3,000m²——東京の特別区と政令指定都市では500～6,000m²)の届出件数が急増している。大型店開設の届出件数は大店法の規制強化、緩和と関連性を有していること、大店法による規制強化は大型店の新規出店を制限するという効果を有していることを図表1は示している。

「大規模小売店舗における小売業の事業活動を調整する」ことにより、「中小小売業の事業活動の機会を適正に確保」しようとする大店法は、新規出店に対しては規制出来たとしても、既存の大規模小売店の活動に対して規制すると

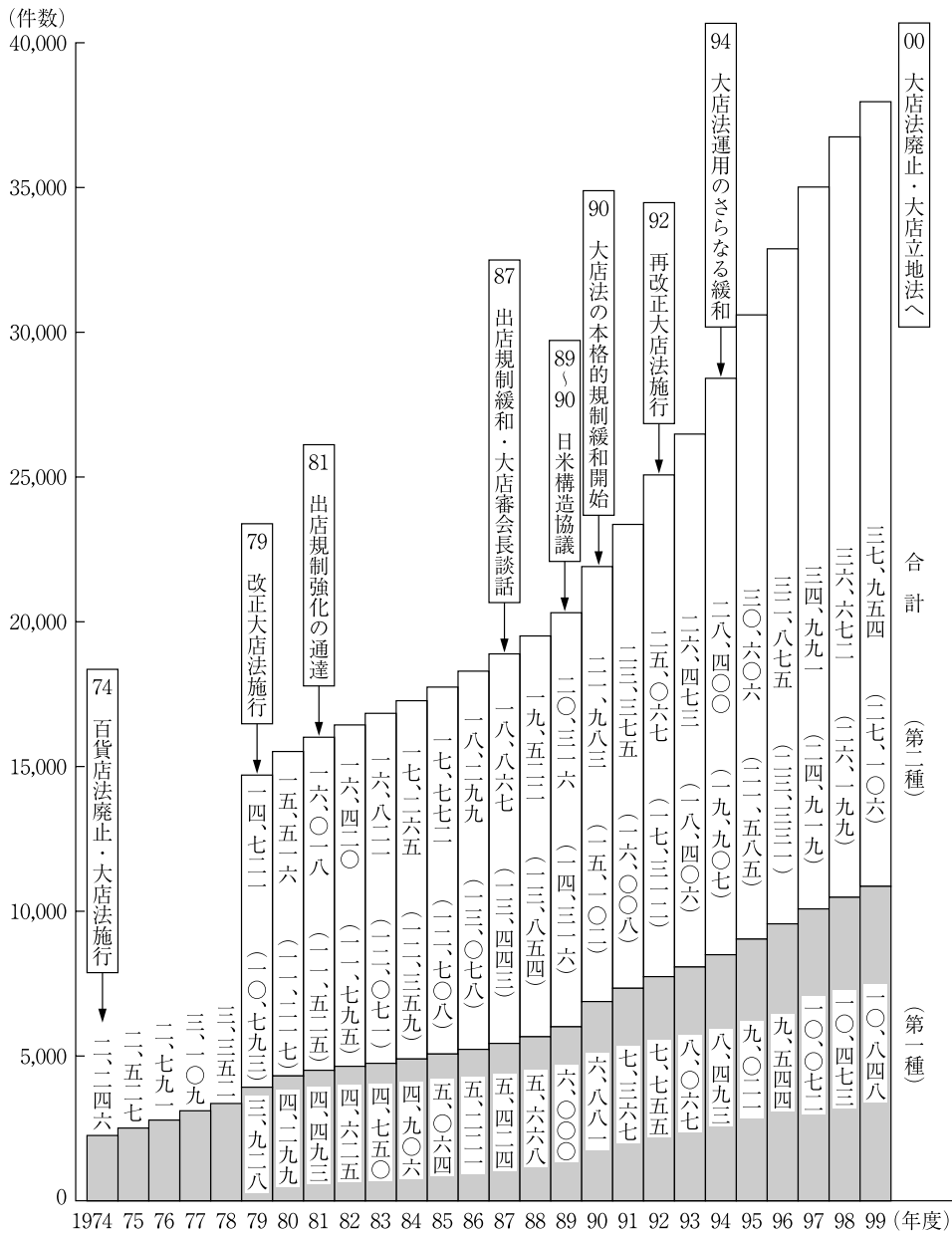
図表1 大規模小売店舗の届出状況 (年度別届出件数)

	既存店舗 の 届出件数	新設の届出																	合計						
		1974 年度	1975 年度	1976 年度	1977 年度	1978 年度	1979 年度	1980 年度	1981 年度	1982 年度	1983 年度	1984 年度	1985 年度	1986 年度	1987 年度	1988 年度	1989 年度	1990 年度		1991 年度	1992 年度	1993 年度	1994 年度	1995 年度	1996 年度
第1種	1,847	399	281	264	318	243	576	371	194	132	125	156	158	157	203	244	332	881	486	388	312	426	528	523	478
第2種	9,764					1,029	424	308	270	276	288	349	370	365	411	462	786	906	1,304	1,692	1,406	1,501	1,678	1,746	1,450
合計	11,611	399	281	264	318	1,605	795	502	402	401	444	507	527	568	655	794	1,667	1,392	1,692	1,406	1,927	2,206	2,269	1,928	34,803



注) ・1997年度は1998年2月までの届出件数。
 ・1994年と1997年は第1種は店舗面積3,000m²以上(都の特別区と政令指定都市では6,000m²以上)、第2種は店舗面積500m²以上3,000m²未満(都の特別区と政令指定都市では500m²以上6,000m²未満)の小売店舗数である。番場博之「大店法の実効性と零細小売業」『千葉商大論叢』第37巻第1号、1999年、132-133ページ。
 通商産業庁。

図5 大規模小売店舗出店届出件数の累計 (1974~99年度)
—大店法下の届出状況—



注) 1. 法施行以前の既存の届出件数をふくむ (第一種1,847件)。2. 改正大店法施行 (1979年 5月) による第2種新設。既存の届出件数9,764件をふくむ。3. 再改正大店法施行 (1992年 1月) により種別境界面積 2倍となる。4. 1999年度は99年 4月から2000年 1月迄の届出件数。

出所) 通産省調べにより保田氏が作成。

「日本の流通政策に何が問われるか 保田芳昭さんに聞く」『経済』2001年, 8月号, 13ページ。

いう直接の実効性を持ってはいない⁴²⁾。つまり、規制が強化されても、新規出店が続けば、トータルとしての大型店の店舗数は増加していくことになる。このことを図5は表わしている。1979年から1990年にいたる「規制強化の時期」にも、第1種大型店は3,928店から6,881店へ75%、第2種大型店は10,793店から21,983店へ約2倍に増加している。本格的規制緩和が開始された1990年以降の事態については、論ずるまでもないであろう。

零細小売商店数の動向について見ておくことにしよう。個人経営の小売商店は、1974年から1997年までの23年間に、販売額シェアを約17ポイントも激減⁴³⁾(商店数構成比も約20ポイント減少)させている。周知のとおり、1974年という年は、第1次石油ショックの翌年であり、大店法が施行され、中小零細小売店の新たな「保護」が始まった年でもある。大店法の「保護」の下で、23年間に17ポイントも激減したことに留意したい。

従業者1～2人規模店は、1982年調査をピークにその後一貫して減少しており、図1によれば、1999年までの17年間に103.6万店から68.5万店へ約34%減少している。図3によれば、この規模の対全小売商店数に占める割合は、1972年には62.0%であったものが、1999年には48.7%にまで低下している。このことについて番場博之氏は次のように言う。

「この実数・構成比における変化の傾向を大店法の規制強度の変化の傾向と重ね合わせてみてもそこになんら相関関係をみいだすことはできない⁴⁴⁾。」したがって「大店法の規制強化では零細小売業の商店数減少はくい止めることができなかつた⁴⁵⁾」ということであり、「大店法は……零細小売業保護にとって実効性をもつものではなかつた⁴⁶⁾」ということである。

4. 大店法と中小零細小売業(2)——大店法の「有効性」をめぐる——

前節では、大店法と中小零細小売業の関係を大店法による規制強化、緩和と商店数減少に

おいて検討した。そこでの結論は、「大店法の規制強化では零細小売業の商店数減少はくい止めることができなかつた」、したがって「大店法は……零細小売業保護にとって実効性をもつものではなかつた」ということである。

本節では、これまでの議論を踏まえ、大店法の有効性の有無、その意義と限界について検討してみたい。

まず事実の確認から。従業者4人以下の零細小売商業は、図1で明らかになったように、1982年までは店舗数が増加し続け、144.8万店になっている。改正大店法が施行されたのは1979年、行政指導による出店規制強化の通達は1982年のことである(年表、および図5参照)。規制が強化された1982年以降、店舗数を急減させている。このことから、少なくとも大店法の規制強化と零細小売商店数との間には、直接有為な関係を認めることは出来ない⁴⁷⁾とみるべきである。

ところで、大店法による出店調整政策は、もともと中小零細小売商業を「保護」「育成」するものであろうか。前者と小売商店数減少は何らかの関係を有するものであろうか。論者の主張を見ることにしよう⁴⁸⁾。

中小零細小売業は小売流通部門において「毛細血管的役割」を果たし、国民経済においても重要な社会的役割を果たしているという認識に基づき、経済的弱者として「保護」される立場にあるものの、規制緩和以降、大規模小売店の出店の多さと零細小売商業の商店数減少を関係づける主張が散見される。その主張が最も明確なのは保田芳昭氏である。保田芳昭氏は言う。

「87年から大店法の運用緩和がはじまり、日米構造協議の90年から大店法再改正という改悪を含めた3回に及ぶ本格的規制緩和が強行された。……こうして大型店の出店件数は激増することになる。82～86年度平均は456件であったが、90年度には1667件、96年度には2269件へとかつての5倍にもなった。その陰では、商店数の減少が進行した。82年に172万店あったが、94年には150万店に減少し、とくに4人以下の

零細小売店はこの間に144万店から113万店へと31万店も激減した⁴⁹⁾』とあって、規制緩和以降の大規模小売店舗の出店の多さと、零細小売業の商店数減少を関連づけている。そしてつづけて、

「長年、日本の商業は零細で遅れており、近代化が必要だと主張されてきた⁵⁰⁾」が、「人体にたとえるならば、これら小売商は毛細血管的役割を果たし、全国の消費者、つまり細胞に酸素や栄養分を供給してきた⁵¹⁾」わけで、その点で「欧米では真似のできない進んだ流通ネットワークである⁵²⁾」と、このシステムを高く評価し、「流通近代化政策により毛細血管が全国各地で切断され、血を吹いている。……経済的弱者切り捨ての赤い痕跡である⁵³⁾」主張している。

さらに、「高齢者社会を前にして、……大店法の強化改正や商業分野への思い切った公共投資、実効ある個店対策等々が必要⁵⁴⁾」であると論じている。さらに共産党の提案した「大店法を許可制にし、目的に良好な都市環境の形成と地域社会の健全な発展を盛り込むなど強化改正案⁵⁵⁾」を「大筋で賛同できる⁵⁶⁾」と言うのである。

坂本秀夫氏も同じ様な論理でいう。

「零細店減少の理由や背景としては、大店法規制緩和の影響、後継者難、単独店であること、品ぞろえの弱さ、総合品ぞろえ型業態との商品競合、顧客対応力の低さなどさまざまな要因を挙げることができるが、最大の要因は大店法規制緩和の影響であろう⁵⁷⁾』とあって、それを裏づけるものとして、規制緩和後の大型店の出店数の多さを指摘する。

坂本氏は、必ずしも競争を否定しているわけではないが、「競争が保護かというのは二律背反的であるが、いずれを重視するかということであれば、これはスタンスの相違に帰着する⁵⁸⁾』とあって、「経済的弱者、社会的弱者、国民本位の立場に立つのであれば、保護の方がより重視されて然るべきである⁵⁹⁾』として、「大店法の規制緩和または廃止は、当然反対である⁶⁰⁾』と主張されている。

保田氏、坂本氏の認識は、中小零細小売商は

「毛細血管的役割を果たし、全国の消費者、つまり細胞に酸素や栄養分を供給してきた」ということ、「経済的弱者、社会的弱者、国民本位の立場に立つのであれば、(零細小売商は——引用者)保護の方がより重視されて然るべき」で、大型店に対する規制によって、零細小売商業は保護出来るという主張である。

このような認識は保田氏、坂本氏にかぎったことではない。鈴木武氏も次のように述べている。大店法で「非効率的な中小小売店を温存・保護することになり、消費者利益を著しく侵害するものとなっている。……これらの中小小売店は、大規模小売店との価格競争を回避しながら、みずからの存立を維持することができたのである。⁶¹⁾」

はたしてそのように断言してよいものであろうか。大店法は中小零細商業の保護を果たしたのであろうか、果たしうるものだったのであろうか。保田氏、坂本氏の主張は1998年、1997年、鈴木氏のそれは1989年のことである。

大店法の「規制緩和反対論」「規制強化論」が規制緩和による大規模小売店舗出店の多さと零細小売商店数減少を関係づけて論じているのに対し、反論も登場する。大店法の規制強化が最も強められた時期に商店数が減少しはじめたことから、規制強化は零細小売業の「保護」に役立っていない、と大店法による規制「効果」に疑問を呈したのである。

石原武政氏はいう。

「1985(昭和60)年はひとつの転機であった。かねてから、わが国の小売業は過小・過多といわれつづけながら、戦後一貫して小売商の数は増えてきた。それが、1985年実施の商業統計調査で、はじめて小売商は減少をみたのである。前回調査の1982(昭和57)年といえば、大規模小売店舗法の運用を強化した年であった。それにもかかわらず、3年間に、約9万3000店(5.4%)の小売商が減少したのである。しかも、そのほとんどは中小零細規模の小売商であった。そうだとすれば、大規模小売店舗法は中小小売商の健全な維持・育成を図るという役割を果た

していないのではないか。中小小売商は大型店の競争を抑制しても、例えば後継者難といった内的要因によって、減少しているのではないか。だとすれば、こうした競争制限的施策を導入する根拠は極めて薄くなるのではないか⁶²⁾」と論じて、「大店法」の中小小売商の健全な維持・育成を図るという役割は相関関係が結果的になく、「大店法」の規制が効果的に機能していないと主張した。

田村正紀氏も同じ様な内容を主張し、これは正に「大店法イデオロギー」の破綻を意味するまでという。

「……大店法によって過去十数年の間、大型店の出店が抑制されてきたにもかかわらず、生業型小売商を中心に商店数が地滑りの的に減少しつつあるという事実である。大店法イデオロギーの従来主張によれば、中小小売商の存続を脅かすのは大型店との競争である。この競争を各地で激化させる大型店の出店規制にもかかわらず、中小小売店が5、6年来、減少を続けているという事実は、何を物語っているのだろうか。この皮肉な事実のうちに、大店法イデオロギーのきわめて深刻な社会的影響が潜んでいる⁶³⁾」という。

田村正紀氏は、すでに本稿Ⅱ「中小零細小売業とスーパー・マーケット」で見たように、はじめから零細小売業の「保護」に対して厳しい見解をもっていたから、そのような主張は当然かもしれない。

「零細小売商が得意とする業種と大型店が得意とする業種はまったく異なる……零細小売商と大型店はそれぞれの存立をかけて激しく競争するような業種を共有しない」「大型店進出は業種的にみても地域的にみても零細小売商の存立と何らの統計的関連をもたない。大型店進出が零細小売商を圧迫するという見解は実証的にみると一つの幻想にすぎない。大型店と零細小売商はまったく異なる環境条件下で存立している」と言い、大店法による規制にきわめて批判的であった。

また、西岡俊哲氏も次のように言う。

「……『大店法』の根底にあるのは単純な論理である。すなわち、大規模小売店舗における小売業（以下、大型店）には生来的に中小小売業に対する競争優位性があり、その優位性＝事業活動を『調整』すれば中小小売業の『経営不振』を招来せずすむ（事業活動の機会を適正に確保）ということである。⁶⁴⁾」といて、渡辺達朗氏、福島久一氏、鈴木武氏の所説を引用しながら次のように言う。

「問題はこの『調整』をどのように解するかであって、『競争政策に対する補完的位置づけ以上に、あたかも恒久的な中小小売業保護政策であるかのような《存在感》を示してきた』というのが大方の抱えかたであったといえる。そしてその『存在感』は、『大店法』が『中小小売業の事業活動を確保するのに一定の役割を果たしてきた』、あるいは『大店法』によって中小小売業は、『大規模小売店との価格競争を回避しながら、自らの存立を維持することができた』という評価に結びつくのである。しかし、本当に『大店法』は中小小売業保護の機能を果たしたのであるか、あるいは果たしうるものであったのであるか⁶⁵⁾」と問い、『商業統計表』を分析して、次のような結論を下す。

「……『大店法』の規制と中小小売業の店舗数増減との間には、何らかの有為な関係を認めることはできない。⁶⁶⁾」結論は、『大店法』による規制はそれをいかに強化しようとも、中小小売業の店舗数減少を止めることはできなかったということである。それは『大店法』における、『大規模小売業の事業活動を調整』することによって、『中小小売業の事業活動を適正に確保』できるとする基本スキームあるいは認識それ自体が根本的に成り立ちえないことを意味している。そうであるとすれば、『大店法』は存在することに意味がないことになる。しかし、『大店法』はそのレーゾンデートルそのものが当初より根拠のないものだったのであり、その意味で……早急に廃止されねばならなかったのである。⁶⁷⁾」

以上検討した主張のなかで、保田氏と坂本氏

は、大店法の運用緩和、規制緩和によって「商店数の減少が進行した」（保田）と主張。西岡氏は両者の間には「有為な関係を認めることはできない」といい、石原氏は「大規模小売店舗法は中小小売商の健全な維持・育成を図るという役割を果たしていないのではないか。中小小売商は大型店の競争を抑制しても、例えば後継者難といった内的要因によって、減少しているのではないか」と言う。さらに、田村氏は大店法の存在自体を「現時点において、中小小売商の広範な残存を保証するもっとも重要な制度的装置の1つである⁶⁸⁾」とまで言うのである。

以上で、規制緩和と零細小売商店数の減少は関係あるという保田説、坂本説、関係ないという石原説、田村説、西岡説を概観⁶⁹⁾した。大店法の有効性、大店法存続の意義と限界について考察する前に、これまでの拙稿を確認しておくことにしよう。

第1に、小売業全体の開業率は1968～1970年以降低下傾向にあること。その廃業率は、1974～1976年以降上昇傾向にあること。個人商店の開業にかぎって見れば、1982年商業統計時点から1997年統計時点までの間に61%減少している⁷⁰⁾こと。

次に「常時雇用従業者を使用していない個人商店」の店主である「雇人のない業主」は、1975年当時、60歳以上が26.8%、65歳以上が15.8%にもおよび、すでに高齢化が始まっていた⁷¹⁾こと。さらに、高齢化の進行を窺わせるものとして、最大多数の業種たる飲食料品小売業における昭和20年代開設店の減少があげられること。1960年に約29万店あった昭和20年代開設店が、1988年には約9万店へと1/3に減少⁷²⁾していること。

第3に、個人商店全体の商店数のピークは1979年の129.3万店、1982年が128.5万店でその後減少、「常時雇用従業者を使用していない個人商店」の商店数は、1982年の101.1万店から1997年には52.8万店へ51%減少している⁷³⁾こと。「常時雇用従業者を使用していない」パパ・ママ・ストアの商店数は、大店法成立以前の

1966年頃から減少→停滞を繰り返している⁷⁴⁾こと。

第4に、本稿IV-3でも指摘したように、個人商店の販売額シェアが、1974年から1997年までに17ポイント減少したこと。大店法成立前について言えば、1968年から1974年までに約4ポイント低下⁷⁵⁾したこと。

第5に、本稿図2、3で指摘したように、1～2人層における地位低下が大店法成立のはるか以前から始まっていたこと。

第6に、中小零細小売業における高齢化の進行、開業資金の高額化と新規参入者の「高齢化」の進行、および後継者難⁷⁶⁾。

第7に、1988年当時1～2人規模層には全小売従業者の21.0%が投入されながらも、その成果たる年間販売額に占める割合は11.2%にすぎなかったこと。1988年における1～2人規模層の従業者1人当たりの販売効率は平均の53.3%、売場面積1m²当たりの売場効率は平均の52.3%であったこと。因みに3～4人層は、全従業者の20.8%で全販売額の16.8%、販売労働効率は平均の80%、売場効率は平均の88%⁷⁷⁾であったこと。このことは、1976年においてもほとんど変わらない⁷⁸⁾ものであった。

以上列举した項目は、いずれも大店法の存在、その規制緩和と直接関係あるとは考え難いものであり、零細小売業自体の問題、零細小売自体に内在し、零細小売層を弱体化へといたらしめる要因であると思われるものである。これらの中でとりわけ重要なのは、第7点目である。

一般的には、労働生産性とも言われる販売労働効率低い、売場効率低い——1～2人規模の小売店⁷⁹⁾においては平均の53.3%と52.3%、3～4人規模層で平均の80%と88%——「経営体」は、3年5年間は維持出来たととしても、いずれは「経営」困難、「経営」危機へ、やがては廃業・閉店へといたるであろう（1～2人層の小売商店は、1988年当時、全体の54%を占める多数層である）。さらに、第6のことに起因する廃業増、開業減少傾向⁸⁰⁾は、やがては、商

店数減少へといたるものと推測される。

1991年以降、商店数減少に拍車がかかっている。その理由の一つとして、大店法規制緩和の影響⁸¹⁾があるのは認められるが、坂本秀夫氏のように、「零細店減少の理由や背景としては……さまざまな要因を挙げることができるが、最大の要因は大店法規制緩和の影響であろう⁸²⁾」と断言して良いものであろうか。それこそ、「こう言いきれぬ大胆さには評価の言葉を失ってしまう⁸³⁾」と批判されよう。

1990年という年は、大店法の規制緩和が開始された年である。ところが、「常時雇用従業員を使用していない個人商店」の店主たる「雇人のない業主」の60歳以上層の割合は、1975年から1990年までに26.8%から35.9%へと9ポイント上昇し、65歳以上層は15.8%から28.5%⁸⁴⁾へとほぼ2倍になっている。また、「雇人のある業主」の高齢化も進行している。65歳以上のそれは、1975年の10.2%から1990年には15.1%⁸⁵⁾へと1.5倍になっているのである。

大店法が施行された後の1975年から緩和された1990年までの15年間に「雇人のない業主」の高齢化も、「雇人のある業主」の高齢化も進行したことに留意したい。

これまで述べたことは、どれもが零細小売業に内在し、零細小売業を弱体化へといたらしめる内的要因である。これらの内的要因は、大店法の緩和という外的要因に誘発されながら、弱体化を速め、廃業・閉店、商店数減少へといたったと理解する方が良さそうである。外的要因は内的要因を通じて作用しただけのことであり、内的要因が最も大きな要因⁸⁶⁾だと看すべきであろう。それ故、大店法の緩和は、小売商店数減少の直接的な原因というより、商店数減少を加速させた要因と見るべきであろう。

大店法の「有効性」の議論に戻ることにしよう。

零細商店数の減少が大店法の存在、その緩和とは直接関係ない⁸⁷⁾としても、大店法の存在自体は零細小売業にとって無意味なもの⁸⁸⁾だったのであろうか。

大店法は、1974年から1985年頃までは「規制のはじまり、規制強化の時期」、1990年から「規制緩和の時期」に区分される。

1～4人規模の年間販売額割合の推移を図3で見よう。

1972年の年間販売額割合：	33.9%
1982年 " " " "：	32.9%
その差：1ポイント、年平均0.1ポイント減	
1991年の年間販売額割合：	27.2%
1999年 " " " "：	18.3%
その差：8.9ポイント、年平均1.1ポイント減	

因みに、1960年から、スーパー・マーケットが急成長して小売業の頂点に立った1972年（表1参照）までの12年間の1～4人層の販売額割合の推移も見よう。

1960年の年間販売額割合：	47.0%
1972年 " " " "：	33.9%
その差：13.1ポイント、年平均1.1ポイント減	

1960年から1972年までの1～4人という零細小売業の販売額シェアの年平均低下は1.1ポイント、

1972年から1982年までのそれは0.1ポイント、1991年から1999年までは1.1ポイントである。

大店法の存在、その強化にもかかわらず、零細小売商はその数を減少させた。それ故、商店数減少に大店法の存続、強化は「有効性」を十分に発揮したとは言えない。だからと言って、大店法は、無意味だったということにはなるまい。大店法は意義と限界⁸⁹⁾——それは、あくまでも零細小売商にとって——を有した法律であったと認識したい。

注

- 1) 馬場雅昭『阪南論集 社会科学編』第35巻第4号、第36巻第1号、2000年3月、7月。
- 2) 同上、第38巻第1号、2002年10月。

- 3) 馬場雅昭, 日本流通学会年報『流通』第16号, 2003年。
- 4) 1964年から1982年までの1～2人規模層における商店数増加率は、年平均0.7%であるが、個人商店だけに限った西岡俊哲氏の研究によれば、もっと低い。一部を紹介すれば、次のとおりである。

2人以下の個人商店数推移

年	店数(千店)	1964年を100とした時の指数
1964	878	100.0
1970	883	100.6
1976	933	106.3
1982	936	106.6
1988	768	87.5
1994	648	73.8
1997	590	67.2

西岡俊哲「わが国における小売業の長期的変化に関する一試論」関西大学『商学論集』第47巻2・3合併号, 175ページ。
出所)『商業統計表』各年版より作成。

田村正紀氏は「高度経済発展をとげた後でも、なぜ日本に非効率な生業店や零細店舗が多数存在しうのか」と問い、次のような結論を出している。

「高度経済成長が開始される時点において、大型店の発展水準が他の高度経済発展国と比較してきわめて低い水準にあった。この初期条件のために、その後の高い成長率にもかかわらず、大型店発展度の絶対水準は他の高度経済発展国に比べてかなり低い水準で推移しただけでなく、その発展の地域不均等性を生み出した。これによって生業店や零細店舗への大型店発展の影響がより小さくとどまったのである。

ところが一方、経済成長率はかなりの長期にわたって異常な高さを保ってきた。これによって市場スラックが発生し、相対的生産性の低い個人商店にも存続の機会を与えることになった。市場スラックは過剰性、零細性、生業性を再生産するメカニズムとして作用してきたのである。」(『日本型流通システム』千倉書房, 1986年, 65-66ページ)

田村説については、他日を期したい。

- 5) 従業者4人までの小売商店を一応「零細小売商」と呼ぶことにした(「日本における小売商店数の減

少について」〈I〉33ページ, 注1)が、厳密には1～2人層と3～4人層は、「第1種零細小売商(層)」、「第2種小売商(層)」というように区別すべきであろう。

「零細小売店」、「小規模零細な店舗」「零細商業」等、個々の論者の使い方については、西岡俊哲「わが国における小売業の長期的変化に関する一試論」、172-173ページ参照のこと。

因みに、中野安氏は1～2人層を「零細層」、3～9人層を「小規模層」としている。(「小売業」産業学会編『戦後日本産業史』東洋経済新報社, 1995年, 678ページ)

- 6) 5～19人層は、『商業統計表』では5～9人層, 10～19人層から構成されている。本稿では作図の関係上まとめて5～19人層としたが、この間の商店数増加率では際立った違いを見せている(「日本における小売商店数の減少について」〈I〉表1, 図1参照)。

5～9人層を小規模小売層とすべきかもしれない。

- 7) 本稿II章 注3)参照。

田村正紀「零細小売商の存立条件」一橋大学産業経営研究所『ビジネス レビュー』VoL.26, No. 1, 1978年。田村正紀『大型店問題』123ページ。

- 8) 中野安「小売業」664-665ページ。中野氏は引続き次のように述べている。「一般小売店は、その歴史上初めて価格切下げ型態に直面し、それへの『抗体』がいまだ形成されていなかっただけに、スーパーの発展は無人の野を行くがごとくであった。」中野安「現代日本資本主義と流通機構」糸園・中野・前田・山中編『現代日本の流通機構 講座 現代日本の流通経済 3』大月書店, 1983年, 11-12ページも参照。

- 9) 中野安「現代日本資本主義と流通機構」、13-14ページ。

- 10) 中野安, 同上論文, 15-16ページ。

「このような初期スーパーの群生は、たとえていえば、シティ・マラソンのスタートのようなものであった。彼らはいずれも、多かれ少なかれ組織的な低マージン=低価格設定をテコとして、大量販売・高回転→高収益を実現しようとし、また大企業への成長転化を夢みた。だが当然ながら、そ

- の経営者としての資質には大きな違いがあり、10キロ地点を過ぎないうちに早くも大量脱落があった(「スーと出てパーと消える」と揶揄される)。こうして1960年代に入ると早くも、先頭集団がはつきりしはじめる。とはいえ個別企業レベルでの発展、つまりそのチェーン展開は60年代中ごろまでは比較的緩慢であった。」(中野安「小売業」, 663ページ)
- 11) 12) 中野安「現代日本資本主義と流通機構」, 15-16ページ。
- 13) 馬場雅昭「日本における小売商店数の減少について」(II) 図10参照。
 飲食品小売業におけるマーケット・シェアの推移については、同上論文(II)表15参照。または、馬場『日本中小小売業の構造変化』同文館出版, 1993年, 178ページ参照。
- 14) 同上論文(Ⅰ)表1参照。
- 15) 16) 中野安, 前掲論文, 16ページ。
- 17) 中野安「小売業」, 658ページ。
 年間販売額でセルフサービス店が百貨店を凌駕したのは、『1972年 商業統計表』においてである。年間販売額構成比で見るとセルフサービス店は、1972年の8.7%へ、百貨店は8.4%へと推移している(本稿における表1参照。通産省『わが国の商業1973』通商産業調査会, 1974年, 44ページ)。1972年にダイエーの売上高が百貨店1位の三越をついに上回ったことはその象徴といつてよい。本章の注15)参照。
- 18) 馬場雅昭『日本中小小売業の構造変化』44ページ。「日本における中小小売業の変化」日本流通学会『流通』第16号, 2003年, 表4参照。
- 19) 中野安「小売業」, 670ページ。
- 20) 森下二次也「中小小売商問題の展開と商業政策」大阪経済大学中小企業経営研究所『経営経済』第8号, 1972年, 1ページ。『流通組織の動態』千倉書房, 1995年, 86ページ所収。
- 21) 22) 23) 森下, 同上論文, 12-13ページ。同上書, 99-100ページ。傍線——引用者。「(戦前の——引用者)中小小売商問題に対応する政策は中小小売商保護政策であった。……この時期に中小小売商の保護をいうことは、裏をかえせば中小小売商を存立せしめていた特殊経済構造的な諸要因を温存するということにほかならなかつた。そしてこの特殊な諸要因の温存がわが国独占資本主義の成立、発展にとって不可欠の条件をなしたものであつたかぎり……」(森下, 同上論文, 7ページ。同上書, 92-93ページ。傍線——引用者)
- 24) 出家健治『零細小売商業研究』ミネルヴァ書房, 2002年, 28ページ。
- 25) 26) 片桐誠士「流通近代化の政策と論理」岡村・片桐・保田編『現代日本の流通政策 講座 現代日本の流通経済 4』大月書店, 1984年, 37-38ページ。
 本稿II章「中小零細小売業とスーパー・マーケット」で引用した保田説、西村説は「社会政策的視点に立脚した商業政策」、田村説、小谷説、鈴木説は「経済合理性の政策的実現を意図する流通政策」と区別することが出来るであろう。
- 27) 片桐誠士, 同上論文, 38ページ。
- 28) 29) 杉本修「大型店と小売商業政策の展開」『小売業 転換期の流通経済 1』大月書店, 1989年, 167-168ページ。
- 30) 31) 通産省・中小企業庁編『80年代の流通産業ビジョン』通商産業調査会, 1984年, 18-19ページ。
- 32) 杉本修, 前掲論文, 168ページ。
- 33) ところが、保田氏は「この2つの部分こそ目的である」(『国際化時代の流通政策』ミネルヴァ書房, 1993年, 196ページ)と主張している。
- 34) 1960年代末からスーパーの発展テンポが加速するようになった理由は何か。
 第1に、高度成長期に一層著しくなった地価の上昇をテコにした特異な蓄積＝資金調達方法。第2に、総合商社との提携によるスーパーの拡大。第3に、高度成長期後半になると資金調達先に大きい変化が生まれたこと。有力金融機関がスーパーに急速接近したこと。中野氏によれば、「この時に成立した両者の緊密な関係と巨額の融資こそは、60年代末からの大規模スーパー・チェーンの高蓄積を支えた最も重要な要因である」(中野安「小売業」, 664ページ)。
- 35) 36) 中野安, 同上論文, 666-667ページ。
- 37) 出家健治氏は次のように述べている。

「……高度成長経済に入ると状況は一変した。……『大量生産体制』と『大量消費体制』をつなぐ『大量販売体制』の問題が生じ、理論的には『流通革命論』が登場することになる。『流通革命論』は古い封建的な諸関係を一扫して純粋に『近代的』な『資本主義的流通システム』を構築する理論であった。非資本主義的な流通を一扫して、『細くて長い流通システム』から『太くて短い流通システム』への転換を……めざしていたということが出来る。

この転換は流通サイドの固有の問題というわけではなかった。この当時の政府は明らかに経済構造における産業構造の『二重構造』を解消する方向に動いており、その意味でも経済構造全体を『プロシャ型』から『アメリカ型』へ転換させようとしたことが政策的にみられた。中小企業の近代化が俎上にのぼり、『中小企業基本法』が制定され、その一環で中小商業の近代化も推し進められた。このような政策の方向をみるかぎり、政府は経済システム全体の効率化を志向したということができ、古い封建的な諸関係を利用しながら資本主義的な発展をめざすのではなく、古い封建的な諸関係を一扫した純粋な『アメリカ型』の資本主義的発展をめざすこと（ママ）政策目標に掲げていたと推定できる。『流通革命』の主張はまさにその流通版であった。『流通革命論』の主張を理想的な資本主義的な流通システムとみなした政府は、経済システム全体の効率化の確立を願って、『大量生産体制』と『大量消費体制』をつなぐ『大量販売体制』の構築を政策目標として設定し、『流通近代化』の政策を推し進めた。」（出家健治「大規模小売店舗法の規制『効果』と零細小売業について——『規制強化』論と『規制強化』批判の関連において——」福岡大学『商学論叢』第46巻第3・4号、2002年、405-406ページ）

- 38) 森下二次也、前掲論文、13ページ。前掲書、100ページ。
- 39) 中野安、前掲論文、674ページ。傍線——引用者。
- 40) とりあえずは以下の論文、著書を参照されたい。

日本経済新聞社編『大店法が消える日』第4章「大型店VS中小商店の15年戦争」、鈴木安昭、第6章「大店法——存続か、廃止か——」第2節「公共政

策としての大店法」第3項「大店法の成立」、参考資料2「『大店法』関連年表、1990年、日本経済新聞社。

川野訓志「大規模小売店舗法の変遷への一考察」大阪市立大学『経営研究』第41巻第4号、1990年。
加藤義忠「大規模小売店舗法の特徴」「大店法改正とその後の規制強化」「最近の流通規制緩和の展開」関西大学『商学論集』第34巻第6号、第35巻第2号、第5号、いずれも1990年。加藤・佐々木・真部『小売商業政策の展開』第3～6章、同文館出版、1996年所収。「大店法の廃止と大店立地法の制定」（I、II）関西大学『商学論集』第43巻第6号、第44巻第1号、1999年。

西岡俊哲「大店法廃止と流通政策」関西大学『商学論集』第43巻第2号、1998年。

坂本秀夫『現代日本の中小商業問題——新しい競争の時代を迎えて——』信山社、第5～8章、1999年。

番場博之「大店法の実効性と零細小売業——小売業政策と小売業構造の連動性に関する序論——」『千葉商大論叢』第37巻第1号、1999年。

「日本の流通政策に何が問われるか、保田芳昭さんに聞く」、佐藤喬「大店法から大店立地法へ——90年代以降の流通政策の変遷——」、番場博之「大店法の実効性とテナント問題」いずれも『経済』2001年8月号。

出家健治『零細小売業研究』第1～2章、ミネルヴァ書房、2002年、「大規模小売店舗法の規制『効果』と零細小売業について——『規制強化』論と『規制強化』論批判の関連において——」

- 41) 年表作成にあたり次の論文を参考にした。番場博之「大店法の実効性と零細小売業」、129ページ。坂本秀夫、前掲書、69ページ。
- 42) 番場博之、同上論文、133ページ。
- 43) 馬場雅昭「日本における小売商店数の減少について」（II）『阪南論集 社会科学編』第36巻第1号、57ページ、図8参照、2000年。このことを最初に指摘したのは1990年のことである。

「個人経営の小売店は、昭和49年から63年までの14年間で、販売額シェアを10ポイントも激減させている。……大店法の『保護』の下で、14年間で10

ポイントも激減したということは、大店法が廃止されると、さらなる10ポイントの減少は、……14年間を要しないであろう。」(「小売商店数の減少と小売業の構造変化」『阪南論集 社会科学編』第26巻第1号, 1990年, 120-121ページ。『日本中小小売業の構造変化』, 52-54ページ所収。

個人商店の中でも、「常時雇用従業者を使用していない個人商店」の商店数, 年間販売額の激減については, 馬場, 「日本における小売商店数の減少について」(II) 58-59ページ, 図9, 表8参照。

また, 従業者2人以下の個人商店数の推移については, 本章における注4を参照されたい。

- 44) 番場博之, 前掲論文, 135ページ。
- 45) 番場博之, 前掲論文, 138ページ。
- 46) 番場博之, 前掲論文, 140ページ。
- 47) 西岡俊哲, 前掲論文, 30ページ。
- 48) 以下のことは出家健治氏の研究に学んだ。前掲論文, 388-397ページ。
- 49~53) 保田芳昭「大店法廃止『答申』を考える」全商連付属中小商工業研究所『中小商工業研究』第55号, 1998年, 6ページ。
- 54~56) 保田芳昭, 同上論文, 9ページ。
- 57) 坂本秀夫「流通規制緩和と批判」富士短期大学『フジ・ビジネス・レビュー』第13号, 1997年, 74ページ。
- 58) ~60) 坂本秀夫, 同上論文, 78ページ。坂本秀夫氏の論文は, 前掲書, 第7章に所収されている。
- 61) 鈴木武「日本型流通システムの問題点とその改善の方向」福岡大学『商学論叢』第33巻第4号, 1989年, 816ページ。詳しくは, 本稿II章注7)参照。
- 62) 石原武政「流通調整政策」鈴木武『現代の流通問題——政策と課題——』東洋経済新報社, 1991年, 90-91ページ。
- 63) 田村正紀「大店法イデオロギーの終焉」日本経済新聞社編『大店法が消える日』, 186-187ページ。
- 64) 65) 西岡俊哲, 前掲論文, 28-29ページ。
- 66) 西岡俊哲, 前掲論文, 30ページ。
- 67) 西岡俊哲, 前掲論文, 32ページ。
- 68) 田村正紀, 『日本型流通システム』, 389ページ。
- 69) 以上のことは, 出家健治氏の研究に学んだ。前掲

論文, 389-397ページ。

- 70) 馬場雅昭「日本における中小小売業の変化」日本流通学会年報『流通』第16号, 2003年, 83, 79ページ, 図2, 表1。
1971~1973年における個人商店の開業店数は135,057店である(『商業統計表』1974年版, 第1巻, 376ページ)。1971~1973年から1994~1997年にいたる23年間に開業数は63.3%減少していることになる。
- 71) 馬場雅昭「日本における小売商店数の減少・補論」『阪南論集 社会科学編』第38巻第1号, 2002年, 43, 41ページ, 表5, 表2。全商店数に占める「常時雇用従業者を使用していない個人商店」の割合は, 1976年当時63.6%であった。「日本における小売商店数の減少について」(II)『阪南論集 社会科学編』第36巻第1号, 2000年, 58ページ, 図9。
- 72) 馬場雅昭「小売商店数の減少と小売業の構造変化」『阪南論集 社会科学編』第26巻第1号, 1990年, 第13図, 124ページ。『日本中小小売業の構造変化』, 57ページ。図2-13参照。小売業全体に占める飲食料点小売業のシェアについては, 同上論文, 122ページ, 同上書54ページ。
- 73) 74) 馬場雅昭, 「日本における小売商店数の減少について」(II), 58ページ, 図9。
- 75) 馬場雅昭「小売商店数の減少と小売業の構造変化」, 第10図, 121ページ, 同上書, 53ページ, 図2-10。
- 76) 馬場雅昭「中小小売経営体の変化」『阪南論集 社会科学編』第28巻第1号, 79-93ページ。同上書, 113-131ページ。
開業資金の高額化については, 別稿で詳しく論ずることとした。
- 77) 馬場雅昭「日本における中小零細小売業の存在形態」『阪南論集 社会科学編』1990年, 206-207ページ, 第1表, 第2表。同上書, 2-4ページ, 表1-1, 表1-2。
- 78) 糸園辰雄『日本中小商業の構造 改訂版』ミネルヴァ書房, 1981年, 71-72ページ。
- 79) 1988年における従業者規模1~2人層には, 87.4万店の小売店があったものの, その内の87.8%・76.8万店は個人商店であった(注77参照)。

この規模層は「明確な経済計算原則のうえに立つ近代経営的性格の店舗」ではなく、「経済計算原則の世界の外にある店舗」(中野安「小売業」, 678ページ)であろう。

これらの「生業店は経営学でいう企業概念で把握しえない小売商である。その特質を要約的にのべれば、第1に、その事業規模がきわめて小さく、副業化、兼業化しているものが多く、第2に、その経営目的は事業主の家族の生計費の維持にむけられ……第4に、経営と家計が未分化であり、事業に投下される資金は資本として機能しない。」(田村正紀『日本型流通システム』, 41ページ)

それ故、「経営」効率の53.3%、52.3%を過大視してはならないものの、無視、軽視しては、「経営」「事業」が存続出来るものではない。

- 80) 中野安氏は、小売業衰退の原因を参入・退出条件の変化という側面からとらえ、参入面では、「競争の激化＝収益性の悪化、労働条件の劣悪化、その他により、参入インセンティブが低下している」(「1980年代日本の小売業」糸園辰雄編『現代資本主義と流通』ミネルヴァ書房, 1989年, 4ページ)と看なしている。
- 81) 坂本秀夫「流通規制緩和批判」, 74ページ。『現代日本の中小商業問題』, 112-113ページ。詳しくは、本稿IV-4における注57)参照。「日本の流通に何が問われるか 保田芳昭さんに聞く」『経済』2001年8月号, 14-15ページ。共産党『赤旗』2000年6月13日付。
- 82) 坂本秀夫, 同上論文, 74ページ。同上書, 112-113ページ。
- 83) 西岡俊哲, 前掲論文, 33ページ。
- 84) 85) 馬場雅昭「日本における小売商店数の減少・再論」『阪南論集 社会科学編』第38巻第1号, 2002年, 43, 41ページ, 表5, 表2。
- 86) 「唯物弁証法は、外部の原因を排除するものだろうか。……唯物弁証法は、外部の原因は変化の条件であり、内部の原因は変化の根拠であって、外部の原因は内部の原因を通じて作用すると考える。鶏の卵は適当な温度をあたえられると鶏に変化するが、しかし温度は石を鶏にかえることはできない。両者の根拠がちがうからである。」(毛沢東『実

踐論・矛盾論』, 岩波文庫, 37ページ。傍線——引用者)

- 87) 鈴木安昭氏は次のように述べている。

「『大店法がありながら、中小小売業者が減少している。これは大規模小売店舗法が存在意義を失っていることを示している』というような意味の意見が聞かれることがある。この種の意見は大店法の意義を誤解ないし過大評価している。それは、大店法が中小小売業を『保護』する法律であるといわれることからの短絡的な理解にすぎない(法律には保護するとは書かれていない)。中小小売業の存続を規定する要因は多数ある。確かに大型店の影響はそのなかにあつて重要な要因であるが、あくまでも諸要因の一つに過ぎない。」(「公共政策としての大店法——『中小小売商』存続との関連——」日本経済新聞社編『大店法が消える日』, 215-216ページ)

- 88) 西岡俊哲, 前掲論文, 32ページ。注67)参照。

- 89) 番場博之氏は次のように言う。

「……零細小売業にとって大店法は長期的には病気の進行を遅らせる効果をもち、そこでの規制強化は短期的に症状を押えるという効果をもっていたが、根本的に病気を治癒させてくれる特効薬ではなかったということである。

……大規模小売店舗の新規出店を押さえるという大店法の手法では零細小売業の商店数減少はくい止めることができず、零細小売業の地位低下を遅らせることしかできないということである。」(番場博之, 前掲論文, 138-139ページ)

「もちろん、大店法により大規模小売店舗の出店が抑制されていなければ、零細小売業の商店数減少・地位低下という病気は進行し、症状はより悪化していたであろう。しかし、大店法の規制の強弱とは関係なく零細小売業がその地位を低下させていったということは、その低下の根本要因は別にあるということである。」(番場博之, 前掲論文, 141ページ)

出家健治, 前掲論文, 397-402ページ参照。

結びにかえて

日本の小売商店数は、1982（昭和57）年調査をピークに減少し続けており、1999（平成11）年までの17年間で約18%減少した。1～2人規模層にかぎって見れば、その減少率は約40%である。小売商業政策、とりわけ中小零細小売商業政策が全くなかったのかと言えば、そうではない。1974年には中小零細小売商業者と百貨店との運動の結果、大店法が施行されたのである。零細小売商業は大店法の「保護」を受けながらも、商店数を減少させたのであるから、大店法の「有効性」をめぐる活発な議論が行なわれるのは自然のことである。本稿の最終目的は大店法の有効性、大店法の意義と限界を見つけることにあった。そのための準備作業として、Ⅰ章、Ⅱ章、Ⅲ章を置いた。

Ⅰ章では、大店法の基本的性格を吟味した。

Ⅱ章では、零細小売店の持つ「毛細血管的役割説」（保田説、西村説）と「零細小売商と大型店はそれぞれの存立をかけて激しく競争するような業種を共有しない」（田村説）を中心に検討した。

「100ポンドで10度の購入をすれば、1,000ポンドで1度の購入をするのに比し、10倍だけの時間を要する。10人の小商人と通信すれば、1人の大商人と通信するのに比し、10倍だけの通信、用紙、郵税を要する。」「大規模に行われても小規模に行われても同一機能は同等量の労働時間を要するということが、商業では産業でよりも遙かに甚だしい」（いずれも『資本論』青木文庫版、第9分冊 422ページ。傍点——原文イタリック体）という理論は、卸売商業に固有の理論ではない。問題は、この理論だけで小売商業のあり方をすべて説明出来るものでもないという所にある。

『資本論』におけるこの商業経済論を基礎にⅢ章を展開した。小売は個人的な最終消費者にたいする販売であるが、その個人的消費は本来小規模で、分散的かつ個性的なものである。こ

のような個人的消費の小規模性、分散性に対応して、小売商はおのずから小規模で多数に分散することにならざるを得ないという小売商業の固有性がある。

小売は「生産された商品が最終需要者（消費者）の手にわたって使用価値になる汀に位置している。製造者の側からは資本の論理が、消費者の側からは人間の論理がはたらきかけてくる」（堤説）と言われる所以である。後者に着目するかぎりにおいて、Ⅱ章で吟味した零細小売商＝「毛細血管的役割」説も完全な誤謬とまでは言えないであろう。問題は「経営」としてゴーイング・コンサーンたり得るかということである。

Ⅳ章は、3つの節から成り立っている。第1節では、やや長いスパンで小売業の消長を確認しようと試みた。そこでは、高度経済成長が軌道にのり、「流通革命論」が展開された1964年以降の大規模小売店、スーパー・マーケットの成長と零細小売商の停滞、衰退、零落の確認である。1～2人層の1964～1982年の商店数増加率は13.1%、年平均0.7%の増加、1982～1999年の減少率は34%、年平均2%の減少である。50人以上層の大規模店は、35年間で商店数を6.2倍に増やしている。

さらに、1～2人層、3～4人層における地位低下を図2、図3で検証し、引き続き、図4で商品購入先割合における一般小売商の低下は、スーパー・マーケットの増加とリンクしていることを確認した。その後で、スーパー・マーケットの全国的展開をやや詳しく見た。日本経済は、1973年には石油危機に遭遇し、高度経済成長は終焉をむかえる。ちょうどこのような経済状況の中で、大店法が成立、施行されたのである。

Ⅳ章2節のテーマは「小売業の盛衰と国家の流通政策」である。まずはじめに、業態別年間販売額構成比の推移を表1で確認した。それによると、1964年におけるセルフ・サービス店のシェアは4.7%、百貨店のそれは9.4%であったものが、1972年には前者が8.7%、後者が8.5%

へと逆転し、その2年後の1974年に大店法が施行された。このことは、中小零細小売商業「保護」政策の対象が、百貨店からスーパー・マーケットへ移行したことを象徴している。

日本の商業政策は、昭和30年代の末に大きく方向転換したと言われている。それは、中小零細商業の「保護政策から淘汰政策」への転換、「商業政策から流通政策」への転換である。前者は、「自助努力」するものには支援するが、そうでないものには支援しないという政策である。後者は、中小零細商業「保護」政策から経済政策、産業政策の一環としての流通政策への転換、流通近代化政策への転換であった。

大店法はこのような経緯の中で成立、施行されたのであるから、その目的は「中小小売業の事業活動を適正に確保」することと「小売業の正常な発達を図(る)」ことに同等の重み、価値があるとは理解し難いというのがIV章2節での結論である。

IV章3節。大店法は大型店の出店規制一本槍で運用されたわけではない。図表1がこのことを実証している。大店法は大型店の新規出店に対しては一定程度規制出来るとしても、既存店の活動に対して規制するという直接的実効性まで持つものではない(図5参照)。したがって、「大店法の規制強化では零細小売業の商店数減少はくい止めることができなかった」ということであり、大店法は「零細小売業保護にとって実効性をもつものではなかった」(いずれも番場説)ということである。

IV章4節は本稿の結論である。大店法は「零細小売業の保護にとって実効性をもつものではなかった」(番場)としても、大店法の存在それ自体、無意味なものだったのであろうか。まず、大店法による規制の緩和と商店数減少の関係の有無についての議論をフォローし、次に、

これまで発表した拙稿の結論部分を7点にわたって整理した。

最も重要なことは、第7点目、つまり、1～2人層における1人当たりの販売効率の低さ、売場効率の低さである。零細層における販売労働効率の低さ、売場効率の低さは、1988年に特有のことではなく、1976年当時においてもそうであった。このことからすれば、零細層における低効率性は、早晩、「経営」困難、「経営」危機、閉店、廃業へといたることは明らかである。

指摘した7つの事実は、相互に関連を有しながら、どれもが零細小売層を弱体化へといたらしめる内的要因である。これらの内的要因は、大店法の緩和という外的要因に誘発されつつ、弱体化を促進し、商店数減少という形で顕在化したというのが結論である。零細商店数の減少が大店法の存在、緩和とは直接関係ないとしても、大店法の存在自体が零細小売層にとって無意味であったことを意味するものではない。それは、1974年～1982年(規制のはじまり、規制強化の時期)における1～4人層の年間販売額構成比の年平均低下は0.1ポイント減であるのに対し、1991年～1999年(規制緩和の時期)のそれは1.1ポイント減、1960年～1972年(大店法施行前)におけるそれは1.1ポイント減であるという事実、大店法の「存在意義」はあった。しかし、限界も同時に持っていたと認識しなければならない。

〔付 記〕

本稿は、日本流通学会プロジェクト「日本における中小零細小売業問題」活動結果の一部である。記して感謝の意を表したい。

(2003年10月10日受付)

(2003年12月19日掲載決定)