

大店法問題と競争政策

- 一 はじめに
- 二 大店法の沿革と構造
 - (1) 百貨店法の経緯
 - (2) 大店法による屈出手続
- 三 商調協の変容と問題点
 - (1) 正式商調協
 - (2) 非公式手続
- 四 規制緩和の動き
- 五 大店法をめぐる諸見解の検討
 - (1) 規制緩和理念の徹底
 - (2) 諸見解の検討
- 六 おわりに

馬
川
千
里

一 はじめに

百貨店やスーパーなど大型小売店の進出が、各地で問題になっている。それは、こうした大型小売店の進出が地元
の中小小売業者を圧迫するという理由からである。それを象徴する一例が、ダイエーの熊本進出反対の事例である。¹⁾

正式の届出が出る前の昭和五〇年三月に、熊本市商調協（熊本市商業活動調整協議会）に売場面積約四万四、〇〇〇平方メートルの出店計画を提出したダイエーに対し、第一に、売場面積一、五〇〇平方メートル以上の店舗を対象として調整を行うことを明示した大店法（正式には「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律」（昭四八法一〇九）をいう）に基づいて、売場面積は一、五〇〇平方メートル以上は認めないという事実上のゼロ回答を再三にわたって出している。第二に、ダイエーから通産省に正式な届出（大店法五条）が出る前に商調協が開かれ、結論が出されている。このダイエー問題は、ついに大店審（大規模小売店舗審議会）に持ち込まれた。しかし、ここでも答申はななく地元にし返し、五三年一月、またもや四度目のゼロ回答がだされた。この異常な事態は、五三年一二月にようやく大店審から「売場面積二万三、〇〇〇平方メートル（削減率七〇パーセント）、開店日は五五年三月一日以降とする」との答申が出されて結着をみた。なぜ、このような公正さを欠き不透明な問題が出てくるのか、それがこれからの検討内容の第一歩である。

（一） 詳細は、地域流通研究会「熊本市商調協」『季刊中央公論』昭和五四年秋季増刊号一五四頁、草野厚『大店法経済規制の構造』（一九九二、日本経済新聞社）六九頁など参照。

二 大店法の沿革と構造

(1) 百貨店法の経緯

大規模小売店（百貨店）と中小小売店との紛争は古くから問題になり、すでに戦前において、両者の対立を調整するために旧百貨店法が昭和一二年に制定されたが、戦後、経済民主化措置の一環として廃止され、百貨店の競争制限的行為は独占禁止法（昭三三法五四）によって規制されることになった。しかし、企業として合理化が大きく立ち遅れている中小小売店と、次第に成長してきた百貨店との間に大きな効率性の格差が顕著になるにつれ、中小小売業への徹底的な合理化対策を打ち出さないまま百貨店の営業活動を規制する百貨店法（昭三二法一一六）が、中小小売商の各団体の活動により再び制定された⁽²⁾。公正で自由な競争を促進させることが国民経済の発展をもたらすという独占禁止法と、公正で自由な競争でも中小小売業に不利益を与える場合には抑制せざるを得ないとする百貨店法との間には目的に大きな差がある。そして、これは戦後の産業政策における中小企業保護育成政策であり、中小企業庁が設立された時期に本格化したことに留意すべきである⁽³⁾。ともあれ、この百貨店法は一口にいえば、百貨店の進出について許可制をとり、一店で一、五〇〇平方メートル以上の床面積を占める場合には通産省の許可を必要とした。換言すれば、百貨店法は一定規模以上の企業を規制対象としていた。ところが、百貨店法の制定以後、わが国の小売商業界に起った最大の構造的変化はスーパーの急成長である。スーパーの経営者のほとんどは、大資本のバックアップを持っていない中小商業者に過ぎなかった。皮肉にも、百貨店法は中小商業の保護を目的として、かえってその経営合理化の意欲を害し、結果として既存百貨店を保護し、その積極性を奪い、小売商業の革新の担い手を、スーパーという百貨店とは全く別のところから生み出すことになってしまったのである⁽⁴⁾。

（2） 大店法による届出手続

スーパーの急成長は当然店舗の大型化をとめない、一店で一、五〇〇平方メートル以下の寄合いで一つの建物に入り、結局、百貨店法の規制する営業面積をこえて展開していったため、早くからスーパーは疑似百貨店と非難され、その規制がいわれた。そのため、昭和四八年、百貨店法に代って大店法が登場することになった。大店法の目的は、百貨店法の目的にはなかった「消費者の利益の保護に配慮しつつ」という文言を入れ、「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」（一条）と規定した。大店法は消費者の利益を守るという冒頭で述べながら、他方では大型店の出店を規制（調整とは規制にはならない）しつつ中小小売業者の利益を確保するという、同時に達成不可能に近い「もともとあいまいな、あるいは玉虫色の法律として制定された⁵⁾」のである。それが昭和五三年に規制強化の観点から改正された後、五七年には改正に至らなかったが行政指導で強化、その後には逆に、平成二年、平成三年、平成六年の緩和改正と、その方針そのものが大きく転換したことは後述の通りである。

百貨店法は、一定規模以上の企業を規制対象としていた。それに対し、大店法は「店舗」すなわち「建物」を規制対象としているところに特色がある。そして百貨店法は通産省の許可制であったのに対し、大店法は届出制に緩和されたが実態は後述するように、その運用実態の不透明性・非効率性・不公正性を生み出すことになった。

この法律において届出を必要とする大規模小売店舗（以下「大型店」という）は、二つに分類される（二条）。①店舗の使用する一つの建物の店舗面積の合計が一、五〇〇平方メートル（都の特別区及び政令指定都市三、〇〇〇平方メートル）を超える場合（第一種大規模小売店舗。以下「第一種大型店」という）、②一、五〇〇〓五〇〇平方メートル（都の特別区及び政令指定都市三、〇〇〇〓五〇〇平方メートル）の場合（第二種大規模小売店舗。以下「第二種大型店」という）である。こ

の第二種大型店は、大店法の規制強化を受けて昭和五三年の改正により設けられたものである。更に条例により、それ以上の規制強化が行なわれる地域も出てきた。中小小売業の保護が一層強化されてきた証拠でもある（なお、平成三年の改正緩和で第一種大型店の面積は、これまでの二倍の三、〇〇〇平方メートル（都の特別区及び政令指定都市六、〇〇〇平方メートル）となったが（三条一項）、結果的には第二種大型店の調整という形で都道府県に押し付けられることになる）。

イ 三条届出

第一種大型店の新設者（建物設置者）は、その届出を都道府県知事を経由して通産大臣に店舗面積等を届出なければならない。また、第二種大型店の新設者も、店舗面積等を都道府県知事に届出なければならない（三条一項。以下「三条届出」という）。

通産大臣は届出があると、当該建物内の小売業の事業活動につき調整が行われることがある旨を官報（第二種は都道府県の広報）で公示する（三条二項）。そして、公示後七ヵ月を経過しなければ、新たに小売業を営むことはできない建前であった（四条一項）。この三条届出が大型店の新規開店手続きの第一関門である。

ロ 五条届出

大型店舗内で小売業を営もうとするものは、営業開始の五ヵ月前までに、通産大臣に所在地、開店日、店舗面積等を届出なければならない（五条一項。以下「五条届出」という）。この五条届出が大型店の新規開店手続きの第二関門である。

通産大臣は、この五条届出をうけて、当該大型店舗がその周辺の中小小売業の事業活動に相当程度の影響を及ぼす「おそれ」があるかどうかを審査する（七条一項前段）。そして、通産大臣は審査の結果、その周辺の中小小売業の事業活動に相当程度の影響を及ぼすおそれがあると認めるときは、五条による届出後四ヵ月以内に、届出者に対して開店日の繰下げまたは店舗面積の縮小を勧告する。その場合、公正を期するために、通産大臣は諮問機関である大店審

に、出店による周辺地域への影響の度合について諮問しなければならない（七条一項後段）。

大店審は通産大臣の諮問機関であるが、日本全国の都市の事情に精通しているわけではない。そのため、大店審は五条届出が提出された都市の商工会議所ないし商工会に必要な検討を委任することになる。商工会議所は大店審に意見書を行うことになるが、それには地元の小売業者や消費者の意見を集約することが必要になる。實際上、出店に反対する小売業者と、適正規模なら出店を促進すべきとする消費者の意見の対立が起き、議論は際限なく続くからである。そのため、地元の意見集約の仕組みが、商工会議所会頭の諮問機関である会議所内部に設けられた商調協である。商調協のメンバーは、小売業者の代表、消費者の代表および学識経験者によって構成されることになっているが、商工会議所が人選するから必ずしも公正ではない。学識経験者にも考え方の違いがある。

五条届出を受けて、商調協の意見を聴くのが「正式商調協」である。そして、ここでの結論は会議所会頭へ報告され、会議所内部の了承を取り付けた後、大店審に具申され、そして通産大臣へ答申される。商調協が当該大型店舗の開店の影響はさほど重要ではないと判断する場合には、その主旨の答申が商工会議所ないし商工会から大店審へ通産大臣という順で、結局のところ通産大臣は当該大型店舗の開店を異議なく承認することになる。それに対して、商調協が当該大型店舗の開店の影響は相当程度以上となる「おそれ」があると判断する場合には、通産大臣は当該大型店舗の開店計画に対して、店舗面積の縮小、開店日の繰下げなど、影響の程度を緩和する主旨の勧告をすることになる。この勧告によって当初の計画に修正が加えられることはあっても、建前としての大店法は大型店舗の新設を通産大臣が拒否する権限を付与してはいない。大店法に基づく公式の参入規制は届出制度であって、許可制度ではないからである。問題は、商調協が大店法制定後に度重なる変容を遂げたことである。

（2）新飯田宏「流通と競争」蔵下史郎ほか編『日本経済——競争・規制・自由化——』（一九九二、有斐閣）一二頁。

（3）有賀健「慣性のシステムからの脱却」有賀健編著『日本の流通の経済学』（一九九三、日本経済新聞社）二六二頁。

(4) 根岸哲『規制産業の経済法研究Ⅰ』（昭五九、成文堂）二三六頁。

(5) 正田彬「現代における中小企業と法3」『法律時報』四九卷五号（昭五二）一三一頁。

三 商調協の変容と問題点

(1) 正式商調協

通産大臣（または都道府県知事）は、五条届出を受けて変更勧告等を出す場合には、大店審（または都道府県大規模小売店舗審議会）の意見を聴かなければならない（七条一項後段）。大店審は意見を決めるに際しては、地元の商工会議所または商工会の意見、その他小売業者や消費者および申出者の意見を聴かなければならない（七条二項）。これが大店法に基づく正規の手続である。そうすると、地元の小売業者および消費者の意見をそれぞれ反映させ集約することが必要になる。地元の商工会議所または商工会は、これらの関係者の意見の集約をはかる仕組みが必要になり、そのための仕組みが商調協である。そして五条届出を受けて、商調協の意見を聴くのが「正式商調協」である。

正式商調協は、大店法によって規定されている。特に直接の利害関係者は排除されているし、商調協のメンバーは地元の商工会議所が選定するが、小売業者の代表、消費者の代表、学識経験者によって構成されることになっている。また、商調協における審議期間には明確な上限が課されていて、審議のいたずらな長期化に対する歯止めが用意されている。しかし問題は、商調協が大店法制定後に度重なる変容を遂げて、大店法とその運用実態の不透明性・非効率性・不公正性を生み出す主役になったことである。次に、鈴木教授の論著によって跡づけよう。⁽⁶⁾

（2）非公式手続

イ 事前商調協

商調協の変容の最初の一步は「事前商調協」である。大店法に基づく調整をめぐって、実際上は、出店に反対する小売業者代表と消費者代表や学識経験者の意見の対立が起きる。しかし、通産省は商調協の意見の取纏めについて、各委員の意見の相違点の併記を嫌い、商調協意見の全員一致を指導してきた。そのため大店法に基づく調整は、実質的に各地の商調協において行わざるを得ない仕組みが出来上がった。通産省は権限だけを取り、その手続きは地方の商調協に任せているが、規制方式としても極めて異例である。五条届出を受けて商調協の意見を聴くのが正式商調協であるが、実際上は、三条届出があった後に開く非公式な仕組みとして「事前商調協」という制度が持ち込まれた。事前商調協は、二つの点で正式商調協とはその性格を異にする。

第一は、その構成員である。非公式な仕組みであるだけに、事前商調協の構成にはなんらの制度的制約も課されていない。従って、事前商調協は直接の利害関係者が主体として実施され、調整の内容も補償や妥協を大型店舗の設置者から引き出そうとする場となって、消費者や学識経験者の出る幕は消えたのである。規制が実質的には競争相手を主体として実施されているという特徴をもっており、日本の他の経済的規制と比較しても異例であり、他の先進国のそれと比較しても異例である。⁽¹⁾

第二は、その調整期間に対する歯止めがなくなったことである。三条届出と五条届出の間に位置するだけに、事前商調協における調整協議には全くなんの時間的制約も課されない。この仕組みによって大型店舗の新設をめぐって調整が一举に不透明化・長期化した。このような状況を改善するために、通産省は昭和五四年の行政指導によって三条届出と五条届出の間に最長八ヵ月という上限を設けた。この行政指導によって調整の無制限な遅延に歯止めがかかった結果、補償や妥協を求める調整の場合はさらに時間的に繰り上げられ、事々前商調協の場に移されることになった。

□ 事々前商調協

調整を円滑に進めようとすれば、出店者は三条届出を突然提出するのにも問題であるから、三条届出以前に地元へ挨拶しておく必要が生まれる。通産省も地元への事前説明を指導しているが、三条届出以前に開く商調協が「事々前商調協」である。事前説明の場が事々前商調協とも呼ぶべき調整協議と補償交渉の場へと転化した。もともと事前説明は大店法に基づく調整が開始される以前の非公式な手続きであるから、この場が実質的な交渉の舞台となってしまう⁽⁸⁾ということとは、大型店舗の新設をめぐって調整が従来にもまして不透明化・長期化することを意味する。直接の利害関係者が主体として実施される調整からは、最大限の補償を引き出す交渉技術だけが優先されがちになり、調整期間も長期化する。大型店の新設が実現した場合でも一三年の調整期間を要したイズミヤの京都白梅町への開店があり、ジャスコの宮城県石巻市への出店計画は一〇年を要ししかも断念した事例であり、イトーヨーカ堂静岡店は開店まで一〇年を要し、おまけに届出面積の削減率は実に七〇パーセント強に達した⁽⁹⁾。そして地方によっては、大型店が商店会などに商店街協力金、開発負担金などの名目の金を支払うこともある。例えば、ダイエーは藤の森（京都）の出店に際して、深草商店街振興組合に二、五〇〇万円を支払ったといわれている。このような事実は公になることは少ない。しかし、それがかなり広範囲にわたって行われていることは、寄付金要求を制度化しようとする動きが出てきたこと⁽¹¹⁾によって推察できる。また、既存の大型店が資金を出して反対させたり、逆に、資金を出して賛成にまわらせることもある。このような審議は非民主的であるとともに、公正さや消費者利益に対する配慮を欠くという見解は当然である。地域民主主義とか調整という名称が使われることがあっても、それは事業者の自主調整（カルテル）と通産省の混合によるカルテルであり、独占禁止法の立法精神とは真っ向から対立するものである。商調協に象徴される調整メカニズムの不合理さと不透明さは、同様のシステムを他の産業の一定規模の新規参入について適用したらどうなるかを考えるだけでも明白である。設備投資は、企業成長の命運を握るものである。このような設備投資は企業の独

自の判断にゆだねられ、そのリスクは企業が全て担っていくことになり、半面、その決定が正しければ、設備投資のもたらす成果は全て企業に帰着することになるのが、自由主義経済の基本的なルールである。⁽¹³⁾ しかも、大店法による調整では、現実には法律に根拠のない事々前商調協で調整するケースが大半を占める。結局、それ以後の正式商調協は無意味となってしまうので、「かくして、正式商調協は商業調整を実質的に審議する機関としては機能しなくなり、事前商調協や事々前商調協での話合いの結果をたんに形式的に承認する機関として形骸化した⁽¹⁴⁾」のである。規制の主体は実質的には規制官庁にはないに等しいが、これも規制方式としては異例である。⁽¹⁵⁾

(6) この点は、鈴木興太郎「競争・規制・自由」伊丹敬之ほか編『日本の企業システム（第四巻企業と市場）』（一九九三、有斐閣）一三三頁以下参照。

(7) 植草益・佐々木実雄「流通業における公的規制」三輪芳朗・西村清彦編『日本の流通』（一九九一、東京大学出版会）二六六頁。

(8) 鈴木・前掲注(6) 一三四頁。

(9) 草野・前掲注(1) 三二頁以下参照。

(10) 鶴田俊正・矢作敏行「大店法システムとその形骸化」三輪芳朗・西村清彦編『日本の流通』（一九九一、東京大学出版会）三〇二頁。

(11) 田村正紀『現代の流通システムと消費者行動』（昭五五、日本経済新聞社）一五一頁。

(12) 植草・佐々木・前掲注(7) でも、「カルテル的調整を行わせようとしてきた典型が大店法であるといつて過言でない」（二七四頁）と指摘している。

(13) 鶴田俊正「国際化時代の大店法はどうあるべきか」『エコノミスト』一九八八年二月一三日号五〇頁。

(14) 田村正紀『大型店問題』（昭五六、千倉書房）八頁。

(15) 植草・佐々木・前掲注(7) 二六六頁。

四 規制緩和の動き

不透明性・不公正性のもとでなければ出店できない大型店にとっては、協賛金のような出費や遊休資産の資金負担は、出店後商品価格に上乘せするという形で、結局は消費者に負担を転嫁することは想像に難くない。日米構造協議を契機に、わが国の流通政策は市場解放と競争促進をめざす方向へと転換を遂げ、大店法をはじめとする政府規制は緩和の方向へ、独占禁止法を中心とした競争政策は強化の方向へと旋回していった。

それと前後して、昭和六三年一二月の新行革審も、「流通業には、大店法、酒税法、食糧管理法等による規制が存在している。流通業が今後一層ダイナミックな変革を求められている現在、新たな消費者ニーズにこたえ、産業の活性化を進める観点から、これら規制全般にわたる見直しを急ぐべきである。規制の見直しに当たっては、自由な競争原理のメリットを最大限にいかすことを基本とし、供給側の参入に対する制約を緩和することにより消費者の選択の幅を拡大すること、競争を活性化させ生産性の向上を図ること、これらを通じて価格水準の低下を促進することに重点を置く必要がある。……また、地方公共団体によっても様々な規制がなされているが、これがときとして地域の特性等に応じた必要性を超えて行き過ぎ、流通の合理化や消費者の利益を損なう場合もある。国による規制の緩和と併せて、これらについても積極的な見直しの努力が払われるべきである」と提言している⁽¹⁶⁾。また、平成元年、公正取引委員会の政府規制等と競争政策に関する研究会（座長・鶴田俊正教授）は、「大店法等については、競争政策の観点から、小売業界の活力を発揮させ消費者利益を確保するため、将来的には大規模店の出店を自由化する方向で見直すことが望ましい⁽¹⁷⁾」としている。さらに同年、経済企画庁の規制緩和の経済理論研究会（座長・南部鶴彦教授）も、「中期的には出店を原則自由化する方向で大型店出店調整制度自体について見直しを進めるとともに、小売市場における有効競争を確保することが重要である。見直しに当たっては、広く中小小売業全般を保護するという競争制限的な調整が、

流通業を取り巻く環境変化の中で、その妥当性を失っているという点に留意する必要がある⁽¹⁸⁾と提言している。

このような内外の批判を背景に平成二年以降、三段階にわたる規制緩和が行われてきた。第一段階は、平成二年の日米構造協議中間報告の翌五月の本店法施行規則と通達により施行された運用適正化措置である。この運用適正化措置は、法改正を伴わない行政指導によって法運用を適正化しようとしたものである。その内容は、出店表明から事前説明終了、事前商調協の審議、正式商調協の審議から勧告の各手続きに要する期間の合計を一年半以内とする「出店調整期間の一年半への短縮」などである。

第二段階は、第一段階が法改正を伴わない行政指導によるのとは対照的に、本店法そのものの改正を伴っていた。平成三年に改正（平三法八〇）され、平成四年一月から施行された。その主要内容は、次のようになる。

①省令などの規則改正により、出店調整期間を最長一年間に短縮し、本店法七条による最長調整期間八カ月の前段階を最長四ヵ月とする。

②従来の実質的な調整機関であった商調協の廃止と本店審での調査審議への一元化。

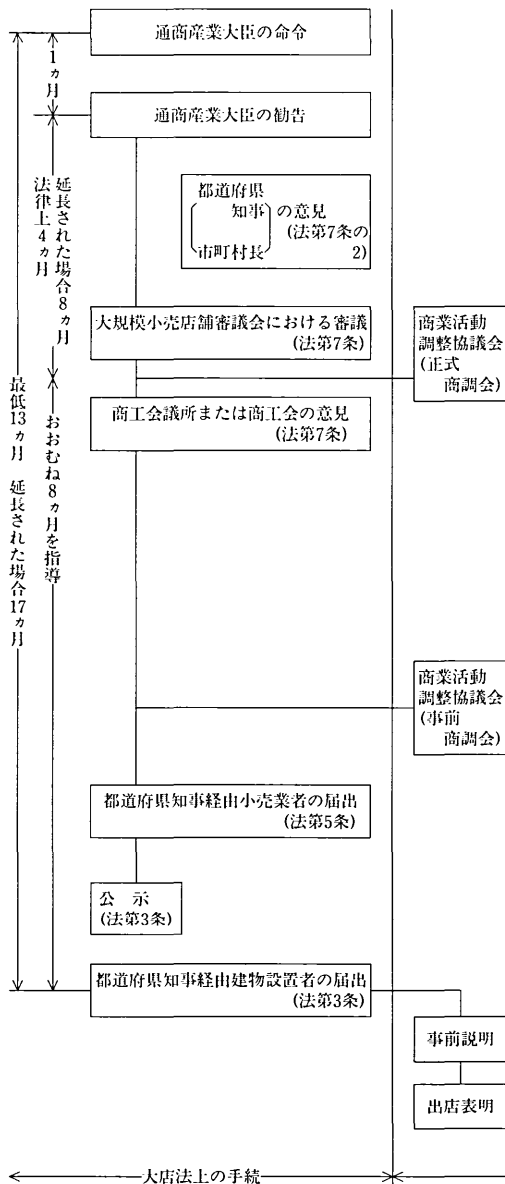
③第一種大型店と第二種大型店の種別境界面積を二倍に引き上げ、三、〇〇〇平方メートル以上（都の特別区及び政令指定都市六、〇〇〇平方メートル以上）を第一種大型店とした（三条一項）。

④地方公共団体の独自規制の抑制（「本店法の趣旨を尊重して行う」と明記（二五条の五））。

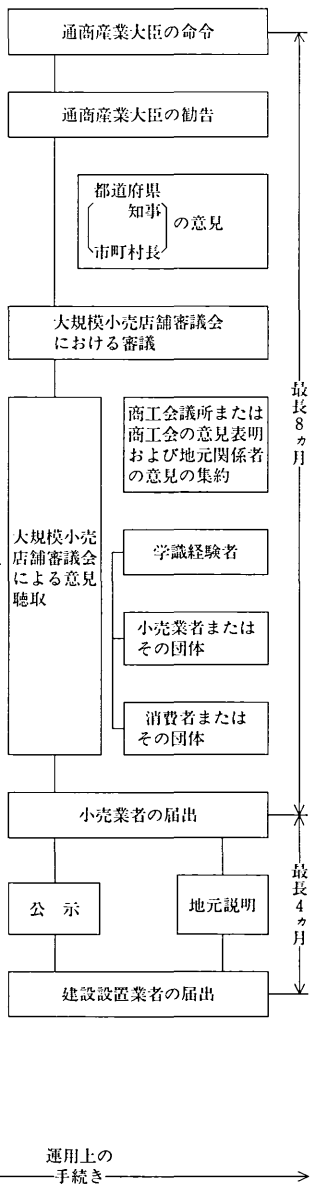
⑤改正法施行後二年以内に、その実施状況などについて検討を加え、見直しを行うことを明記（附則二条）。

第三段階は、平成三年に改正された本店法は、その施行後二年以内に見直しを行うことを明記していた。それで平成六年四月に関係省令の改正が行われ、五月一日より実施されることになった。その主要内容は、①五〇〇平方メートル以下、②平方メートル未満の店舗については調整不要、届出のみ（出店の原則自由化）、③中小テナント（五〇〇平方メートル以下）だけで構成される店舗は調整不要、届出のみ、④閉店時刻・休業日数の届出不要基準の緩和

[a] 82年運用強化措置以降



[b] 91年改正以降



(出所) 通産省流通産業課編『これからの大店法』(1994年)127頁より作成。

（閉店時刻の基準を午後七時から午後八時に延長、休業日数の基準を年間四四日から二四日に変更）などである。詳細は、紙面の制約上省略せざるを得ないが、出店調整手続きは図表に示すように、当初に比べて簡略化されたことになった。

しかし、大店法をめぐることは、いろんな立場からの見解がある。経済憲法といわれる独占禁止法の存在にも関わらず、そして政府規制の緩和がいわれながら、こと大店法に関する限り競争制限的な参入規制を支持しようとする立場が少なくないことである。大店法「廃止」にまで行けなかったのも、廃止を求める声は比較的少数であるとの認識によるものであろう。⁽¹⁹⁾ 論を進めて考察する。

- （16） 臨時行政改革推進審議会事務局『規制緩和——新行革審提言——』（昭六三、ぎょうせい）一五頁。
- （17） 鶴田俊正編『政府規制の緩和と競争政策』（平元、ぎょうせい）二六九頁。
- （18） 経済企画庁総合計画局編『規制緩和の経済理論』（平二、大蔵省印刷局）一八五頁。
- （19） 通産省流通産業課『これからの大店法』（一九九四、通商産業調査会）一三頁以下参照。

五 大店法をめぐる諸見解の検討

（1） 規制緩和理念の徹底

経済憲法といわれる独占禁止法の存在にも関わらず、そして政府規制の緩和がいわれながら、こと大店法に関する限り競争制限的な参入規制を支持する立場が少なくないのが現状である。しかし、今日の国際経済社会に共通する理念は「自由市場経済」である。ところが、日本の戦後経済システムは多くの面で自由な市場原理を制限してきた。官民協調による産業振興、業界団体によるカルテル的競争制限行為などである。この背景には戦時中からの統制経済の遺産も少なくない。総じて競争に対する評価の弱いことである。また、最高裁の憲法判例理論を考察すると、競争政

策に対する基本的な考え方との間には大きな隔たりがあるように考えられることである。⁽²⁰⁾ 一口に言えば、憲法の判例理論は、政府規制に対しては極めて寛大である。小売市場事件判決⁽²¹⁾は、「本法所定の小売市場の許可規制は、国が社会経済の調和的發展を企図するという観点から中小企業保護政策の一方策としてとった措置ということができ、その目的において、一応の合理性を認めることができないうけではなく、また、その規制の手段・態様においても、それが著しく不合理であることが明白であると認められない」として、積極的規制（経済的規制）には憲法二二条の「公共の福祉」による制約を緩く解すという「明白の原則」（合理性の基準）を採用した。これでは批判の対象になっている政府規制は、まさに判例理論によって正当化されることになる。

更に、積極的規制として憲法学者がいわれているものから代表的なものをいくつか挙げてみると、それは、生存権、勤労権、労働基本権の保障に対応した、いわゆる社会経済的弱者の保護のために行われる制約に限られるとする見解、大店法（旧百貨店法）により小売業の保護育成のための百貨店営業などを規制する見解などがある。⁽²²⁾ 経済学者の奥野教授の言葉借りれば、わが国には検討すべき「過当競争」と「弱者保護」という二つの「固定観念」があると指摘されているが、⁽²³⁾「過当競争」の防止を根拠とする「弱者保護」が憲法理論の上でも現れているのは偶然の符合とはいえないであろう。しかも重要なことは、「弱者保護」を目的にした保護政策が競争制限的規制を展開したため、競争政策そのものが十分に進まないという矛盾した結果になっていることである。「営業の自由」は憲法二二条によって保障された基本的人権であり、その積極的規制（経済的規制）は「公共の福祉」による場合に限り、例外的に行われるべきものである。憲法学者からも「これまでの憲法学が、これらの問題に対して、単に経済的弱者の保護といった、素朴で機能しない判断基準しか示すことができなかったことは、反省されねばならない」という指摘は、傾聴に値する。憲法二二条の「公共の福祉」は、「市場の失敗」から消費者（国民）の利益を守るためでなければならない。⁽²⁵⁾ 公正取引委員会の政府規制等と競争政策に関する研究会（座長・鶴田俊正教授）も、平成七年六月二一日の「流通分野に

おける政府規制の見直しについて」の報告で、「我が国経済の活性化、国際化への対応、生活者・消費者重視の観点からは、自由経済体制の基本に立ち、民間の経済活動は原則として自由にすべきであり、規制は自由な経済活動に任せておいては達成できない政策的必要性がある場合に限り、例外的に行われるべきものである。したがって、政府規制の見直しを行う際には、その規制の政策的効果が競争によってもたらされる利益よりも優先されると判断される場合でない限り、その規制の存続は認められるべきではない」としている。⁽²⁶⁾「市場の失敗」の理論を踏まえて考察することが必要不可欠であろう。大店法をめぐっては、地域主義論、総量規制論、生存権論、公正な競争秩序説、緊急避難論などの理論の展開になっている。⁽²⁷⁾次に論を進めて諸見解を検討する。

(2) 諸見解の検討

イ 地域主義論

地域主義論は、地域計画の策定に大店法を活用する考え方である。大型店と中小小売店の利害調整は単なる商業問題ないしは流通問題をこえた地域住民のトータルな生活に関わる問題であり、無秩序な都市化の拡大は、過密化、交通混雑等の都市問題を引き起こす。また、地域計画の策定には一定の時間を要する。それゆえ、大型店の進出に対して経過措置として歯止めを掛けるため、大店法を活用するという見解である。⁽²⁸⁾

土地問題や環境問題には、市場の失敗の場合としての外部効果（外部不経済）に関連するものが多い。そして、この分野では政府による介入が必要になる。しかし、そのための政府規制は、市場メカニズムへの公的介入というよりも市場を外部からルールづけるものとして捉えることができる。その規制が客観的で明確な基準によるルールとして各企業に公平に示される限り、市場メカニズムにゆがみを生じさせることはないし、競争政策との衝突という問題も生じない。⁽²⁹⁾言い換えれば、地域を指定して、その内部での商業活動については営業時間等の点で必要な制限を加える

という類いの計画と策定であるのと、細部にまでわたって都市の将来像をつくって、その枠に当てはまるように経済活動を策定するのでは意味あいが全く異なる。土地の利用を全面的に価格メカニズムに任せることが適当ではないとしても、それが直ちに土地の利用を全面的に政府の規制のもとに置くべきであるという主張に結びつくものではない。計画の内容は、将来像を描くことによって予想される方向を示すことと、例えばゾーニング、建築基準、緑化基準等の形で土地の利用に関する一般的なルールをつくることに限られるべきであり、その限りでは競争政策との衝突という問題も生じにくい。そして、その枠内で土地利用は価格メカニズムに任せるのが適当なことである。³⁰⁾

都市問題に対処するのに、いわゆる商業・流通問題に対処するための法である大店法を用いるのは適切ではなく、都市計画法、土地利用法、環境保全法などを活用すべきであることは多くの学者によって指摘されている。この問題は、他の業種の企業の進出についても多かれ少なかれいえることであり、同時に、両者は明確に区別されていることである。大店法問題について、大店法には関係のない都市問題を判断基準にする調整は、結局は認めないための口実になる場合が多い。大型店はできるだけ遠くへという姿勢は中小商店街の空洞化をまねき、返って地域経済を疲弊させることになる。欧米における大型店の規制は、わが国の大店法による規制とは異なりほとんど都市計画、土地利用、環境保全等の地域環境との調和の観点からであるのは当然である。³¹⁾

□ 総量規制論

総量規制論は、ある地域の商圏人口を前提とすると、その商圏人口に適切な小売店舗面積の総量があり、この適性小売店舗面積を一定の割合で中小小売店と大型店に割当て、大型店の進出をその限度で許容し、限度以上は制限するというものである。³²⁾

総量規制論の前提とする、ある地域における商圏人口に見合った小売店舗面積の「適正な総量」は、はたして簡単に算出できるものであろうか。また、総量規制論は、一定の地域における大型店と中小小売店の共存共栄論で一種の

カルテル論であり、市場経済の原則に対する根本的な否定で、重大な問題として捉えるべきである。⁽³³⁾ 総量規制論は一定地域において大型店と中小小売店のシェアを固定する結果となり、また大型店であると中小小売店であるとを問わず、既存企業の退出がない限り新規参入を認めないという結果になる。参入規制の最大の問題点は、新規参入企業がより効率的な生産技術等々を持っていたとしても、それを市場で試す機会を与えられないことにある。⁽³⁴⁾ これは、一方では公正性を損なうが、他方、経済的には効率性を阻害する結果を導くことであり、それは取りも直さず消費者の利益を阻害することである。既存の大型店は既得権の上に眠ることになり、小売業界に革新と効率化をもたらすよりは、むしろ停滞をもたらす公算が強いことである。⁽³⁵⁾

ハ 生存権論

生存権論は、中小企業には生存権ないし生業権が認められるべきであり、大企業の市場参入によって事業機会を奪われないよう、大店法によって中小企業の生存権または生業権を守るために活用されるべきであるとする考え方である。⁽³⁶⁾ 換言すれば、「弱者保護論」である。

「社会的弱者」の保護は中小小売店のみ問題ではなく、経済の全ての分野についていえることである。新しい企業が参入し、既存の企業の存立を脅かすのは市場経済では常に起こることであり、そのような意味で新規参入企業と既存企業の利害が対立するのは自明のことである。⁽³⁷⁾ また、生業権ないし生存権は「個人」にはあるとしても、「企業」にそれがあるかは問題である。⁽³⁸⁾ 経済学者の野口教授の言葉を借りれば、非効率な企業や消費者の要求を満たさない企業に「共生」されては、困るのである。経済的条件の変化に対応して古い企業に代わり、新しい企業の誕生に道を開くことが、市場経済のダイナミズムの源泉である。⁽³⁹⁾ しかし、ここで誤解のないように強調しておきたい。それは、中小小売業の経営者を救済することと、その従業員を救済することとは区別すべきであり、また、倒産する事業者や労働者の救済の必要なことも当然であり、同時に所得再配分、生活保護、社会保障の施策をする必要があることが前提

なのである。⁽⁴⁰⁾それゆえ、資源分配をゆがめる競争制限的な産業政策を使うべきではなく、独占禁止法の強化、情報公開など市場メカニズムを機能させるために力を注ぐべきであろう。

日本では従業員一、二名の零細店は現在でも八〇数万店といわれる。店舗数のシェアで見ると、日本（九一年）は従業員一〜四人までの零細店舗が七九・四パーセントを占めるのに対し、アメリカ（八九年）は四四・七パーセントを占めるに過ぎない。同様に、従業員数シェアでは四〇・一パーセントに対し六・七パーセント、販売額では二七・二パーセントに対し八・〇パーセントである。そのうちかなりの数は、跡継ぎのない高齢者によるものである。新規参入規制による保護政策は、所得再分配政策として機能するが、零細店舗がセルフサービスのスーパーやコンビニエンス・ストアに変われば、労働生産性ははるかに高くなるはずである。従って、それによる税収の増加で、廃業する高齢商店経営者の補償は十分に可能であろう。少数の高齢者の生き甲斐のために、それ以外の多数の国民が流通部門の低い生産性を甘受しなければならない道理はない。⁽⁴¹⁾競争制限的な保護政策による所得再分配よりも、競争により効率性を高めその中から税制や社会福祉制度を利用して分配を達成する方が同じ所得再分配を、社会的厚生により少ない犠牲ものゝとに達成することができるのである。⁽⁴²⁾小売業の分野で特に「市場の失敗」は考えられないのに、大型店を抑制するということは、明らかに非効率性をもたらす。結局、この規制の一番の被害者は消費者である。奥野教授の指摘によれば、「中小小売業の保護をやめることで、従業員規模五〇人未満の小売業の労働生産性が米国なみに改善されれば、消費者価格が低下するなどの効果によって、消費者の実質所得は年間三兆八〇〇億円〜五兆二〇〇億円程度増加する。いいかえれば、この試算の仮定が正しければ、消費者が中小小売業者の保護のために毎年負担している額は、一世帯当たり九万九〇〇〇円〜一三万七〇〇〇円に上る」⁽⁴³⁾のである。また、大店法廃止の効果としては、「供給者から消費者への便益の移転分は約七・八兆円、価格低下で需要が増大することによる便益の純増分は約三千九百億円と推定される。合計でおよそ八・二兆円も消費者便益が増大すると推計されるように、経済効果は大変大き

い」⁽⁴⁴⁾のである。しかも、弱者保護という形での保護政策は、事態の改善にならない場合が少なくない。中小小売業を考察する上で、奥野教授の次の発言は極めて興味深い。奥野教授は、その論文において、「中小小売業者に對する保護行政の果たした役割は無視できない。保護政策にもかかわらず、中小小売業者の生産性が低く、社会的弱者であり続けているのは、彼らを保護する政策があったからこそなのである」⁽⁴⁵⁾と指摘している。

二 公正な競争秩序説

公正な競争秩序説は、大規模小売店舗・中規模小売店舗あるいは大企業者・大規模小売企業の店舗の進出・拡張が認められるかは、すべて当該地域小売市場において公正な競争秩序が維持されるか否かを基準とする主張である。したがって、中小小売業者に保障されるべき基本的な権利も公正な競争秩序が維持された状態において事業活動を営むことであって、既存の中小小売業者の保護それ自体が目的ではない。⁽⁴⁶⁾この立場については、一般論としては異論のないところであろう。また、競争政策の見地からも当然のことである。しかし、この説の問題点は、「中小企業の権利と消費者の権利とが対立することなく保障されるための手掛かりとしての自由かつ公正な競争秩序」に関してであり、具体的な問題として捉えようとするとき解釈上の問題が少なくない。

大店法による参入規制が公正な競争秩序を維持するというのは、むしろ極めて稀な場合である。⁽⁴⁷⁾競争により消費者利益を擁護する独占禁止法の目的と中小小売業を保護するという目的とは、必ずしも整合的であるとはいえず、しばしば反目し合う。⁽⁴⁸⁾大店法は消費者の利益を守ると冒頭で述べながら、他方では大型店の出店を規制（調整とは規制にはかならない）しつつ中小小売業者の利益を確保するという、同時に達成不可能に近い「もともとあいまいな、あるいは玉虫色の法律として制定された」⁽⁴⁹⁾のである。中小企業のカルテルや競争制限的行為が独占禁止法違反に問われていることから明らかである。大店法による参入規制が公正な競争秩序を維持するといえるかの問題は、弱者保護のための競争制限的行為が独占禁止法の目的と両立するかという問題であるが、この見解をめぐっては従来からも論議さ

れてきたところであり、松下教授も指摘のように、現行法の解釈論として展開するのには困難がある⁽⁵⁰⁾。

大型店の新規参入とは直接関係ないが、視点をかえて小売業の競争制限的な合併の場合に目を向けてみよう。独占禁止法による大型店の合併規制は、独占禁止法一五条により「競争を実質的に制限することとなる場合」である。九州地区で全小売業者中売上高第二位のユニードと、わが国で売上高第一位の量販店であるダイエーの一〇〇パーセント子会社である九州ダイエーの合併により、九州全域における売上高の市場占拠率は二二・五パーセントで第一位となり、第二位（同一五・八パーセント）との格差が四分の一以上とかなりのものとなった。しかし、公正取引委員会は、他の競争事業者の競争力を勘案すれば独占禁止法一五条に違反しないとして、この両社の合併を認めた⁽⁵²⁾。それに反し、大型店や量販店の新規参入の場合はどうであろうか。独占禁止法によっては規制されることのない新規参入が、大店法によれば大型店や量販店の新規参入については厳しい調整が行われる。大店法は、一方では、百貨店、大型店、量販店の存在を認めながら、他方では、それと競争しようとする大型店や量販店の新規参入については、その規模がはるかに小さくても厳しく規制する。すでに存在する大型店は手厚く保護され、それと競争しようとするものは厳しく規制されるシステムがわが国の大店法制度である。かりに、大型店の新規参入によって、「公正かつ自由な競争秩序の維持されていた市場から、市場支配力を持つ市場へと転化するおそれのある場合」⁽⁵³⁾が考えられるとすれば、それは独占禁止法によって規制すべきで、そのために大店法制度を維持する必要性はないであろう。

ホ 緊急避難論

緊急避難論は、大店法を緊急避難的措置を定めたものと解する立場である。経済秩序の根本が市場機構と競争原理であるとの立場をとれば、原則として大型店の参入も自由なはずであるが、市場機構を完全な形で貫徹させる場合には、社会的摩擦が生ずることがある。大型店の参入によって大量の失業者や倒産が生ずるのは好ましくなく、当該中小小売業に対しては体質改善措置を講ずるか、または、他業種に転換するための各種の援助措置を実施すべきであり、

それが効力を發揮するまでの間の緊急避難措置として大店法を活用すべきであろうとする。⁽⁵⁴⁾

大量の失業者や倒産が生ずる場合は、「市場の失敗」として是正措置が考えられるべきであり、また、価値実現型規制としては認められる場合もある。たしかに、中小小売業者が大型店の参入によって「大量」の失業者や倒産が生ずるといった状況を挙げて、「大量」の失業者や倒産を「承認する」か「否定する」かという二者択一を迫られれば、恐らく多くの人は答えに窮する。このような窮状を目にすれば、多くのひとは彼らに対して何らかの保護の必要性を認めるものと思われるからである。しかし、このような理由でこの制度を肯定する根拠にはならない。その理由の一つは、大型店の参入によって「大量」の失業者や倒産が生ずるといえるであろうか。一方が廃業しても、その需要を吸収した他方は効率化した分、目減りはするが雇用を増やすことになる。また、近距離の買い物を楽しまたい消費者が存在する限り、中小の商店も価値が認められ競争力を持つであろう。とすれば、過大に「大量」の失業者の保護の必要をいうべきではない。⁽⁵⁵⁾ また、一握りの経営者の保護と従業員との保護とは区別すべきであろう。極めて稀な場合を一般化して、このような制度を肯定するのは、全ての事業分野にわたって同様な競争制限的規制を肯定することになりかねない。第二は、大店法は「大量」の失業者や倒産に適切な焦点を合わせた調整メカニズムになっているということには明らかに無理がある。ということとは、「大量」の失業者や倒産が生ずる場合以外にも適用され、規制範囲は包括的になる公算が極めて強い。「大量」の失業者や倒産が生ずる場合の規制であれば、そのような場合に限定される法内容にすべきであろう。

(20) 馬川千里「経済活動の自由と競争政策——判例理論の序論的考察——」『法学研究』六五巻一二号（平四）、馬川千里「規制緩和と憲法の経済活動の自由」『駿河台法学』八巻一号（平六）参照。

(21) 最高裁昭和四七年十一月二日大法廷判決、刑集二六巻九号五八六頁。

(22) 馬川・前掲注(20)駿河台法学一四頁以下参照。

(23) 奥野正寛「日本の政治経済システムを問ひ直す」現代経済研究グループ編『日本の政治経済システム』（一九九〇、日本

経済新聞社) 三頁以下参照。

(24) 平松毅「経済的自由」大須賀明編『憲法(現代法講義)』(一九八三、三省堂)二三三頁。

(25) 馬川・前掲注(20)駿河台法学一七頁以下参照。

(26) 『公正取引特報』一三四七号(平七)六頁。

(27) 諸学説について述べた最近の研究では、土田和博「大規模小売業者と小売市場」金子晃ほか『流通産業と法(現代経済法講座6)』(一九九三、三省堂)八三頁以下、屋宮憲夫「大店法と行政による経営コントロール」蓮井良憲先生・今井宏先生古稀記念『企業監査とリスク管理の法構造』(平六、法律文化社)五六一頁がある。

(28) 清成忠男「地域形成と流通効率化」『季刊消費と流通』一八号(昭五七)一五頁、清成忠男「中小企業問題——大規模小売店舗の進出問題——」『ジュリスト』六二八号(昭五二)六四頁、杉岡碩夫「地域主義のすすめ」(昭五一、東洋経済新報社)一九五頁以下参照。

(29) 滝川敏明「産業規制と競争政策」『公正取引』三一六号(昭五二)二八頁。

(30) 三輪芳朗「大店店規制は有効か」『季刊消費と流通』五号(昭五三)六二頁。

(31) 植草・佐々木・前掲注(7)二六七頁参照。

(32) 船井幸雄「大店店『総量規制』原則的賛成論」『季刊消費と流通』四号(昭五三)五九頁以下。

(33) 野口悠紀雄「日本経済改革の構図」(一九九三、東洋経済新報社)一一三頁。

(34) 伊藤隆敏「消費者重視の経済学」(一九九二、日本経済新聞社)三二頁。

(35) 松下満雄「経済法概説」(一九八六、東京大学出版会)二七六頁、川越憲治「法律論からみた大店店対中小商店」『季刊消費と流通』七号(昭五四)二八頁。

(36) 本間重紀「スーパー進出と地域住民・小売業者」『経済法』二三号(一九七九)二二頁以下。なお、最近の論文では、同「規制緩和の基本的考え方」『ジュリスト』一〇四四号(一九九四)二八頁以下がある。

(37) 有賀・前掲注(3)二七三頁、中条潮「規制破壊——公共性の幻想を斬る——」(一九九五、東洋経済新報社)一八頁参照。

(38) 松下・前掲注(35)二七〇頁、川越・前掲注(35)三一頁など参照。

(39) 野口・前掲注(33)一一六頁。

(40) 馬川・前掲注(20)法学研究二四三頁、松下・前掲注(35)二七〇頁。

- (41) 山本繁緯『日本型政策の誤算』（平五、同文館）二一九頁。
- (42) 岩田規久男『ミクロ経済学入門』（一九九三、日本経済新聞社）四二〇頁。同旨、屋宮・前掲注（27）五六二頁。
- (43) 奥野・前掲注（23）一〇頁。
- (44) 「規制改革への挑戦（21）」『日本経済新聞』一九九五年七月一九日号参照。
- (45) 奥野・前掲注（23）九頁。
- (46) 正田彬・木元錦哉『産業・中小企業条例（条例研究叢書6）』（昭六〇、学陽書房）一六八頁以下（正田執筆）、正田彬「大規模小売業者と競争秩序」『公正取引』四四八号（一九八八）八頁。
- (47) 土田・前掲注（27）九一頁。
- (48) 鶴田・矢作・前掲注（10）二八六頁参照。
- (49) 正田・前掲注（5）一三一頁。
- (50) 来生新『経済活動と法——市場における自由の確保と法規制——』（昭六二、日本放送出版協会）五〇頁以下、丹宗暁信ほか『論争独占禁止法』（一九九四、風行社）一五頁（来生新執筆）参照。
- (51) 松下・前掲注（35）二六九頁。同旨か、根岸哲『規制産業の経済法研究Ⅱ』（昭六一、成文堂）一九九頁。
- (52) 『昭和五十七年版公正取引委員会年次報告』一三七頁。
- (53) 正田・前掲注（46）公正取引一〇頁。
- (54) 松下・前掲注（35）二七一、二七七頁。
- (55) 「規制緩和と行革（25）」『日本経済新聞』一九九四年八月九日号。

六 おわりに

わが国の流通構造は、小規模店舗が多数存在する零細性、稠密性が指摘されてきた。そして小売商業分野の合理化の遅れが消費者物価の上昇に大きな影響を与えていることから、その効率化、近代化に注意が向けられてきた。昭和三五年に入ってから、わが国の流通政策は大きく変化してきた。昭和三八年には、中小企業近代化促進法（昭三八法

六四）ならびに中小企業基本法（昭三八法一五四）が制定され、中小企業の近代化・合理化や国際競争力の強化を背景に、単に中小事業者を保護するための政策から自助努力・自己革新を促進する機運が生み出されてきた（中小企業基本法二条参照）。この中小商業近代化政策は、中小小売商業振興法（昭四八法一〇一）において示され、その内容は、①商店街整備計画、②店舗共同化計画、③連鎖化事業計画などである。そのために財政面、金融面、税制面等の助成措置などが利用できるようになった。中小商業の近代化は、中小小売商業振興法による「中小商業振興策をはじめとする政府の施策を有効に活用し、積極的に合理化、近代化努力を行っていくことが肝要」⁵⁶⁾であり、中小小売業者を結集して小売市場の設立を促進することも、そのための方法である。しかし、他方では中小小売業者の保護を目的とした保護行政を展開してきたため、流通業の近代化・効率化の構築そのものが十分に進まないという矛盾した結果になっている。⁵⁷⁾競争政策と競争制限的な保護政策の組合わせは、かえって両方の効果を半減させる一例である。大店法をめぐる諸見解に目を向けてみると、いずれも大店法の存在を正当化しようとするものである。しかし、近年、大店法についても批判の声が出てきたことは前述の通りである。

弱者保護は、世論のバックアップを受け、それに反対する人は、非人間的で、「正義」に反するようにみられ、政治家は世論や正義にかかわることには黙っていない。政治家は、弱者保護の代弁者になり、激しいプレッシャーをかける。これが、わが国で保護政策が広く行われてきた原因である。⁵⁸⁾税制等による所得の再分配は、必然的に、社会構成員の一部に現実金銭的負担増という形でコストの支払いを迫るものである。それゆえ、政治的には税制等の改革は実現しがたく、それに比較するならば、社会的弱者保護の政策は国民の支持を得やすい。そのために、所得の再分配政策を実現する手段としては、現実には、政治的に容易な、資源配分の効率性の確保を犠牲にする部分的利益の保護政策が採用されることが多い。⁵⁹⁾しかし、競争制限的な保護政策による所得再分配よりも、競争により効率性を高めその中から税制や社会福祉制度を利用して分配を達成する方が同じ所得再分配を、社会的厚生より少ない犠牲のも

とに達成することができるのである。⁽⁶⁰⁾従って、公平性の実現は、社会保障制度の充実によるべきであり、部分的利益の保護政策で公平な所得再分配を実現しようとすることは、かえって不公平を生むことになりかねない。それゆえ、どうしても市場メカニズムに介入することが必要とされる場合には、その規制がもたらすと考えられる社会的便益と、その規制が反競争的效果を持つことによって生ずる経済効率上の損失を比較考量して、前者の便益が後者の損失よりも大きいと合理的に判断される場合にのみ規制を採用すべきである。⁽⁶¹⁾前述のように、公正取引委員会の政府規制等と競争政策に関する研究会の報告も、同様な内容を指摘していた。言い換えれば、効率性を考えそれだけでは不平等などの問題が発生し社会的にその状態が許容されないというような問題がある場合に限り、第二段階として考えるべきである。効率性の問題を省略して、単に「弱者保護」ないし「福祉国家」といった曖昧な概念で公平性のための規制を正当化するのには極めて危険であり、自由市場理念の放棄である。⁽⁶²⁾

現行の保護政策が非効率であればあるほど、従って政策の変更が必要であればあるほど、皮肉なことは被規制者に政策の変更を阻止するインセンティブが働くことである。⁽⁶³⁾大店法が基準とする建物の店舗面積一、五〇〇平方メートル（政令指定都市三、〇〇〇平方メートル）を超える場合というのは、昭和一二年の旧百貨店法が設けた面積基準と全く同じものである。だれでも容易に気が付くように、その間におけるわが国の経済規模そのものの拡大、また小売企業そのものの成長発展を考え合わせると、五〇年以上も昔の古い基準が今日そっくりそのまま適用されるということは、全く時代錯誤といわなければならない。繰返し述べれば、わが国の中小小売業に対する政策は、中小小売業者の保護を目的とした保護行政を展開してきたため、流通業の近代化・効率化の構築そのものが十分に進まないという矛盾した結果になっている。その結果は、その主唱者たちの意図に反して、中小小売商における後継者難を引き起こしつつある。中小小売商において後継者難を引き起すのは、若者にとって魅力のない分野になっているからである。大型店は若い人の職場として人気があり、青年層の雇用を提供する役割を果たしているのである。⁽⁶⁴⁾ちなみに、弱者とし

ての「消費者の利益」の確保はどうであろうか。規制緩和と表裏一体の関係にある独占禁止法は「公正且つ自由な競争の促進」によることを明言しているのである。

- (56) 経済企画庁総合計画局編・前掲注(18) 一八六頁、松下・前掲注(35) 二七〇頁、木元錦哉「流通と行政介入」『ジュリスト』四六七号七二頁参照。
- (57) 植草・佐々木・前掲注(7) 二七五頁参照。
- (58) 竹内宏「保護と統制が農業を弱める」『エコノミスト』昭和五七年一月一六日号六二頁。
- (59) 来生新「適用除外カルテルの性格と限界」今村成和ほか『カルテルと法』(一九九二、三省堂) 二六三頁以下。
- (60) 岩田・前掲注(42) 二〇三頁、四二〇頁参照。
- (61) 滝川・前掲注(29) 三〇頁。同旨、来生・前掲注(50) 二四頁。
- (62) 経済企画庁総合計画局編・前掲注(18) 三六頁。
- (63) 植草・佐々木・前掲注(7) 二六六頁参照。
- (64) 中条・前掲注(37) 一八頁。

(一九九五・九・一〇)