

フランスにおける 小売商業構造の変動とロワイエ法

佐々木 保 幸

目 次

はじめに

I. 小売商業構造の変動とロワイエ法の制定

II. ロワイエ法の内容

III. ロワイエ法の運用状況

むすびにかえて

はじめに

現在、わが国では大店法（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。以下、大店法と略称する）の再改正¹⁾を中心に流通規制緩和が進められている。再改正の主な内容は、①大型店の出店調整期間を最長1年に短縮する、②商業活動調整協議会（商調協）を廃止し、大型店の出店調整機能を公的機関の大規模小売店舗審議会（大店審）に一元化する、③自治体の独自規制を抑制する、④第1種大型店と第2種大型店との種別境界店舗面積を1,500m²（東京都の特別区および政令指定都市では3,000m²）から3,000m²（東京都の特別区および政令指定都市では6,000m²）に引き上げる、というものである。また、大店法再改正とともにいわゆる大店法関連法（輸入特例法の制定、中小小売商業振興法の改正、特定商業集積整備法の制定、民活法の改正）が整備された。

1) 1991年5月8日可決、1992年1月31日施行。

日米構造協議を受けて1990年5月から大店法の運用が緩和され、大型店の郊外を中心とした出店表明が激増した²⁾。その結果、市街地の商店街が衰退し、「街」そのものの地盤沈下が問題となっている。大店法の再改正はこの傾向をいっそう加速化させるものであり、それゆえ従来からの大型店対中小小売店という問題だけでなく、「街」そのものの変容をどのように考えるのが問われており、「街づくり」の視点を盛り込んだ新たな政策体系が求められている³⁾。そして、いわゆるゾーニング規制等の都市計画制度を備えた欧米の小売流通政策への関心が高まっている。

本稿でとりあげるフランスのロワイエ法 (*Loi n°73-1193 du décembre 1973 d'orientation du commerce et de l'artisanat*. 商業および手工業の方向づけに関する1973年12月27日の法律第73-1193号。以下、ロワイエ法と略称する) は大型店の出店規制を都市計画制度をふまえて行うだけでなく、社会保障制度も兼ね備え、総合的な法体系をなしている。すなわち、フランスではロワイエ法によって、流通近代化を前進せしめる流通経済政策的側面と中小小売商ら経済的弱者を保護する流通社会政策的側面をあわせもった多面的な小売流通政策がとられている。ロワイエ法と大店法は、ともに1960年代中頃から70年代初頭にかけての小売業における新業態の出現、普及といういわゆる流通革命の進展の下で、その影響を被った中小小売商らによる反大型店闘争の結果、制定に至るといった経緯をもち、基本的には、中小小売商の大型店規制要求に対処する一方で流通近代化をも重視しつつ大型店の出店を調整するものである。しかし、両法の間には政策基調や法体系そのもの、そして後にみていくように法の内容や運用にかなりの相違がみられる。

2) 1990年5月30日から1991年11月30日までの大型店の届出状況は、1,875件(第1種795件, 第2種1,080件)である。(角瀬保雄監修・労働運動総合研究所編『規制緩和問題と経済民主主義』新日本出版社, 1992年, 203ページ)。

3) 例えば、日本専門店会連盟(日専連)の「街づくり法」の提唱や全国商工団体連合会(全商連)の「国民の豊かな暮らしに貢献する90年代流通のありかた」における提言等がある。

中小とりわけ零細小売商の停滞，地域の商業構造の変動，街なみのあり方，真の意味での消費者利益の保護等の諸問題が山積しているわが国の現状を鑑みると，ロワイエ法に学ぶべき点は決して少なくない。それゆえ，本稿ではロワイエ法を検討し，フランス流通政策の一端をみていくことによって，あらためてロワイエ法に学ぶべき点をえぐりだしてみたい。また，このことは現代資本主義下での国家の流通への介入の1つの特殊な現象形態を明らかにすることにもなろう。

それでは，以下において，まずロワイエ法制定の時代的背景を追い，次にロワイエ法の内容，運用状況および問題点を検討し，ロワイエ法のもつ意義と限界に若干言及していくこととしよう。

I. 小売商業構造の変動とロワイエ法の制定

1. 小売商業構造の変動

(1) 小売商業をとりまく環境の変化

ロワイエ法制定を促した1960年代中頃から70年初頭にかけての小売商業構造の変動をみる前に，その基礎としての戦後フランスの経済的・社会的変化を素描しておこう。

戦前のフランス経済は，農業への依存度が高く，後進性を色濃く残し，産業近代化は大幅に遅れていた。人口も急激に増加することはなく，国内消費市場は依然として狭隘なものであった⁴⁾。商業の領域も，伝統的な多数の小規模零細小売商に担われていた。

しかし，1949年にはじまり石油危機まで持続した「フランスの奇跡」と呼

4) フランス経済については，長部重康編『現代フランス経済論』有斐閣選書，1983年，F・キャロン著・原輝史監訳『フランス現代経済史』早稲田大学出版部，1983年，原輝史『フランス資本主義研究序説』日本経済評論社，1979年，葉山滉『現代フランス経済論』日本評論社，1991年等を参照。

ばれる戦後の経済成長期において⁵⁾、経済・社会状況は大きく変化する。

まず第1に、19世紀初頭から長きにわたって停滞していた人口が急激に増加した。1930年代中頃まで4,000万人を超えることがなかった人口が、この時期、高い伸びを示し、1969年には5,000万人を突破した。これは死亡率の低下と出生率の上昇による自然増や海外植民地のあいつぐ独立、自治権の獲得により引揚者および外国人移住者が著しく増加したためである。さらに、1940年代中頃まで低下傾向を示していた20歳未満の人口も増加しはじめた。

第2に、農業人口と農村人口が激減し、かわって第2次、第3次産業就業人口および都市人口が増大した。産業部門別労働力人口構成比をみると、1936年に第1次部門37%、第2次部門30%、第3次部門33%であったものが、1954年にはそれぞれ28%、36%、36%となり、1975年には11%、37%、52%となっている。また、農村人口と都市人口の割合も1930年に農村48.0%、都市52.0%であったが、1954年に44.0%、56.0%、1968年では33.8%、66.2%となり⁶⁾、都市への人口集中が進んだ。しかも、フランスではそれまであらゆる面でパリへの一極集中が顕著であったが、1950年代後半から政府による工業分散化政策とあいまって地方都市への人口分散化が進展し、地方都市はめざましい発展をとげた⁷⁾。

第3に、このような都市化現象や都市の郊外化とも関連し、商業環境に影響を及ぼしたものとして自動車の普及があげられる。フランスでは他のヨーロッパ諸国と比べて、古くから自動車の普及率は高かったが、急速に普及

5) フランスにおける年平均経済成長率 (GDP)

1913-1929	1.5%	1950-1958	4.7%
1930-1938	-0.3%	1959-1973	5.5%
1939-1949	1.0%	1974-1988	2.2%

Denis Brand, Maurice Durousset, *La France histoire et politiques économiques depuis 1914*, Sirey, 1991, p. 68.

6) 長部重康編, 前掲書, 47ページ。

7) 例えば、人口5万人以上の都市は1954年に64市であったが、1962年には77市へと20%増加した。

し、一般化するのは1950年代以降であった。人口100人あたりの自家用車台数の推移をみると、1952年5.0台、1960年12.1台、1965年18.4台、1970年25.1台と⁸⁾、この時期に急速に自動車が進透していったことがわかる。

第4に、フランス国民の可処分所得が増大し、消費構造が変化した。1950年以降の高い賃金上昇に支えられ、国民の生活水準が全般的に向上し、それにともない家庭消費支出の構成に顕著な変化がみられるようになった。例えば、1959年から1970年にかけて飲食料への支出の割合は37.7%から30.5%に低下し、一方、住居、保健・衛生、交通・通信、文化・娯楽への支出の割合がそれぞれ16.4%から18.4%、9.5%から12.1%、7.6%から9.4%、6.9%から8.9%へと上昇した⁹⁾。これらの上昇した費目において、住居支出では電気冷蔵庫、電気掃除機、電気洗濯機、交通・通信支出では自家用車、文化・娯楽支出ではテレビ、ラジオ、カメラといった家庭用耐久消費財に対する支出が増加している点特徴的である。

第5に、女性の社会進出がより高まった。例えば、25歳から29歳の女性の就業率は、1960年49.5%、1968年52.8%、1975年62.6%と着実に上昇し¹⁰⁾、主要業種での女性就業者総数に占める既婚女性の比率も1968年には57.4%に達している。働く女性の増加は上述の消費構造の変化をいっそう促しただけでなく、ワンストップ・ショッピングの利便性をより強く求めることに寄与することにもなった。

また、この時期、EEC (1958年)、EC (1967年) の結成により、域内関税障壁の漸次撤廃、為替の自由化が行われ、フランスはそれまでの保護主義体

8) ジョン A. ドーソン著・前田重朗監訳『変貌するヨーロッパの流通』中央大学出版部、1984年、56ページ。

9) 林雄二郎編『フランス 経済の現実と展望』東洋経済新報社、1967年、157ページ、*Rapport general de la commission de commerce* (社団法人日本経済調査協議会『フランス 商業近代化委員会一般報告 (1966~1970)』1968年、2ページ)、Maurice Lévy-Leboyer, Jean-Claude Casanova, *Entre l'État et le marché*, Gallimard, 1991, pp. 432-433.

10) ジョン A. ドーソン著、前掲書、33ページ。

制から開放経済体制へ移行していった。

以上のような経済的・社会的変化が進行し、大量生産システムが確立され、いわゆる大衆消費社会が到来するようになると、それらに対応しうる大量流通システムの構築が社会的にも要請されるようになった。

それだけではない。大量流通システムを構築するための流通・商業の近代化は、フランスにおける支配的な資本とそれを支援する国家の要請としてあらわれたという点にも留意しなければならない。ドゴール政権下において、生産部門に比して遅れていた流通・商業部門を近代化し、生産過程、流通過程を統一的に集中化していくことの意味は、独占資本の国内的制覇を保証するだけでなく、EEC の結成以降、イギリスやアメリカ等からもたらされるであろうところの激烈な通商上の攻撃、貿易競争に対抗してフランスの商企業を強固にしていくための商業再編成の強い要求から出ており¹¹⁾、「流通・商業の近代化の真の目的は能率の悪い零細小売商業を廃除して、産業資本の膨大な生産商品を大量に引受け、能率的に販路を見出してくれる資本家の大商業をまます助長育成させていく」¹²⁾ ところであったのである。後にふれるように、実際、1950年代の終わり頃から国家による流通・商業関連立法や通達を中心とした介入がひんぱんに行われるようになってきているが、こういった政府の姿勢が直接的、間接的に流通革新の進行を支えていたのである。

次に、このようなドラスティックな環境の変化の下での小売商業構造の変質過程をみていこう。

(2) 小売商業構造の変動

戦前におけるフランスの小売商業は伝統的な小規模小売商を中心に、百貨店、バラエティ・ストア¹³⁾、消費者協同組合等によって担われていた。と

11) 12) 平実「フランスにおける商業集中化と商業使用人の問題」『経済学年報』21、大阪市立大学経済学会、1964年12月、8ページ。

13) 大衆百貨店 (magasin populaire) とも呼ばれ、廉価品を均一価格で販売する。売場面積は 500～2,000m² 程度であり、取扱商品は2,500～5,000品目で、主に食料品、日用雑貨、衣料品で占められている。

大衆百貨店の均一価格方式は、一般小売店の反発をまねき、政府は第2次大戦前

りわけ百貨店は世界最古の歴史をもっており、1852年のパリのオ・ボンマルシェ (**Au Bon Marché**) 設立以後¹⁴⁾、オ・ルーヴル (**Au Louvre** 1855年)、**B. H. V. (Bazar de l'Hôtel de Ville** 1856年)、オ・プランタン (**Au Printemps** 1865年)、サマリテース (**Samaritaine** 1870年)、ガルリー・ラファイエット (**Galerie Lafayette** 1895年) といった有力百貨店が次々と設立された。20世紀になると、廉価品を均一価格で販売する百貨店系のバラエティ・ストアが現れた。1927年のユニプリ (**Uniprix, Nouvelles Galeries** グループ) に続きプリジュニク (**Prisunic, Au Printemps-Prisunic** グループ)、モノプリ (**Monoprix, Galerie Lafayette** グループ) 等が出現したが、その後の小売業の近代化はあまり進展しなかった。

だが、戦後のフランス小売商業は前項で述べたような商業環境の急激な変化を受けて、スーパーマーケットおよびハイパーマーケット等セルフサービス方式の大規模小売商が台頭し、その構造を大きく変容せしめた。

フランスに初めてセルフサービス方式が導入されたのは、1948年のグーレ・チュルパン (**Goulet Turpin**) という食料品店であったといわれている。また、最初のスーパーマーケットは1958年のドックス・ド・フランス (**Docks de France**)、ハイパーマーケット第1号は1963年にパリ西部に開設されたカルフル (**Carrefour**) とされている¹⁵⁾。セルフサービス店はフランス・

の1935年10月30日にこのような均一価格店の新規出店を法的に禁止している (ラバル法, **le décret-loi Laval du 30 octobre 1935**, 坂井幸三郎, 堀歌子「消費者問題としての“流通近代化”へのアプローチ ロワイエ法下のフランス小売業に関する一考察」青山学院大学経営学会『青山経営論集』第20巻第1号, 1985年, 9ページ)。

14) フランスにおける百貨店の起源は、1826年のベル・ジャルディニエール (**Belle Jardinière**) ともいわれているが、一般的には1852年のオ・ボンマルシェに求められる。なお、主要百貨店の開設年次は Jacques Vigny, *La Distribution*, Sirey, 1990, pp. 40-41 によった。

15) *Ibid.*, p. 48, 新倉俊一・朝比奈誼・石井晴一・稲生永・弥生康夫・鈴木康司・富永明夫編集『事典現代のフランス (新版)』大修館書店, 1990年, 113-114ページ参照。

セルフサービス協会 (L'Institute de France Libre Service) によると、次の3つに区分されている。

スーパーレット (Superette) ……売場面積 120~400m²

スーパーマーケット (Supermarché) ……売場面積 400~2,500m²

ハイパーマーケット (Hypermarché) ……売場面積 2,500m² 以上

なお、ハイパーマーケットは売上高の60~70%を食料品が占め、ワン・フロアーの倉庫型で、主に郊外に立地し、しかも広い駐車場をもつものとされている¹⁶⁾。

表一1は、これらのセルフサービス店の発展を示したものである。スーパーレットは1960年に約200店、62年に約550店存在し¹⁷⁾、65年にはすでに1,413店を数え、スーパーマーケットやハイパーマーケットに比べて比較的早い時期から発展している。スーパーマーケットは1960年に約40店であったが、62年には約140店¹⁸⁾に増え、65年に600店、68年には早くも1,000店を突破し、1960年代中頃から急成長した。一方、ハイパーマーケットは70年代初頭から驚異的に増加しはじめた。1969年のわずか27店が71年に113店、73年には211店となり総売場面積も100万m²を超えるほどの成長を示した。スーパーマーケットもハイパーマーケットとともに、その登場から10年足らずの間にめざましく伸長したのであった。

このようなスーパーマーケットやハイパーマーケットの急成長は、商業構造の急激な変動をもたらすこととなった。とりわけ、ハイパーマーケットは大規模な売場面積(1973年で1店舗あたり平均売場面積は約6,000m²)をもち、主に郊外に進出し、広い駐車場を備え、しかも低価格での販売を行ったため、消費者の関心を集め、都心部に立地する伝統的な小売商らに大きな影

16) 竹林祐吉「フランスのハイパーマーケットについて」大阪経済大学 中小企業経営研究所所報『経営経済』25, 1989年, 2-4ページ, Jacques Vigny, *Petits commerces et grandes surfaces : la concurrence*, Presses Universitaires de Grenoble, 1978, p. 13 参照。

17) INSEE, *Annuaire Statistique de la France*, 1967, p. 589.

18) Ibid.

表一 1 セルフサービス店の発展 (売場面積の単位: 1,000m²)

	スーパーレット		スーパーマーケット				ハイパーマーケット			
	店舗数	売場面積	店舗数	年増加数	売場面積	年増加分	店舗数	年増加数	売場面積	年増加分
1965	1,413		600							
1966	1,756		733	133						
1967	2,095		887	154						
1968	2,519		1,032	145			11			
1969	3,013		1,242	210			27	16		
1970	3,512		1,556	314			71	44		
1971	3,942		1,807	251			113	42		
1972	4,431		2,063	256	1,508		143	30	844	
1973	4,903		2,324	261	1,728	224	211	68	1,253	409
1974	4,994		2,548	224	1,943	215	259	48	1,537	284
1975	4,984	986	2,733	149	2,059	116	291	32	1,742	205
1976	5,126	1,023	2,846	113	2,182	123	305	14	1,821	79
1977	5,454	1,095	3,157	311	2,459	274	339	34	2,005	184
1978	5,701	1,149	3,302	145	2,582	126	369	30	2,102	97
1979	5,845	1,179	3,492	190	2,779	197	387	18	2,209	107
1980	5,888	1,146	3,710	218	2,967	188	408	21	2,293	84
1981	5,589	1,142	3,962	252	3,163	196	427	19	2,371	78
1982	5,724	1,182	4,261	299	3,411	248	460	33	2,560	189
1983			4,656	395	3,734	323	493	33	2,692	132
1984			5,061	405	4,156	422	521	28	2,851	159
1985			5,440	379	4,498	342	549	28	2,967	116
1986			5,945	505	5,275	777	597	48	3,372	405
1987			6,178	233	5,626	351	648	51	3,653	281
1988			6,379	201	5,890	264	691	43	3,849	196
1989			6,533	154	6,132	242	752	61	4,127	278
1990			6,776	243	6,506	374	797	25	4,337	210

(出所) INSEE, *Annuaire Statistique de la France*, 1973, 1981, 1988, 1990 より作成。

響を及ぼした。

表一 2 にみられるように、1960年から75年の間に店舗数は 560,000 店から 513,000 店へと 8.4%減少した。これに対し、従業者数は 1,282,000 人から 1,517,400 人へと 18.4%増加し、売上高は 3 倍以上に増加している。このことから、力の弱い中小小売商の排除が進んだことや「独立小売業の大型化あるいは組織化・協業化がこの時期に進行」¹⁹⁾したことが推察される。このことは、従業者規模別の商業構成比の変化を追うことでいっそう明らかになる(表一 3)。従業員を雇用しない層は 1954年以降一貫して減少しており、しかも 1958年から著しい減少傾向を表している。常時従業者 1 人層は 1966年以後比率を下げている。これに対して、2 人以上の層は総じて増加傾向を示し、とりわけ 6～9 人層、10人以上層といった大型のものが著しく比率を増

表一 2 フランス小売商業の推移

	店 舗 数	従業者数	売上高(百万フラン)
1960	560,000	1,282,000	111,400
1971	538,000	1,465,000	239,600
1975	513,000	1,517,400	360,000

(出所) 白石善章「フランス小売商業政策の展開」福岡大学『商学論叢』第26巻第2号, 1981年9月, 122ページ。

表一 3 従業者規模別商業構成比の変化 (%)

規 模	1954年	1958年	1966年	1970年
0 人	64.4	61.2	50.0	43.2
1 人	19.9	21.6	22.7	19.0
2～5 人	11.9	12.8	19.1	19.7
6～9 人	2.2	2.4	3.9	8.1
10人以上	1.6	2.0	4.3	10.0

(出所) Fernand Bouquerel, *l'Étude des Marchés au Service des Entreprises 2*, Presses Universitaires de France, 1975 p. 754 より作成。

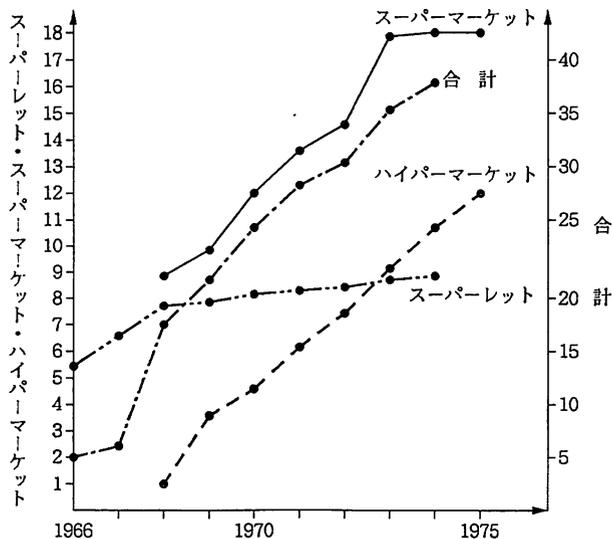
19) 結縄昭「フランスの流通機構とロワイエ法」, 鶴田俊正編著『世界と日本の流通政策』日本評論社, 1980年, 150ページ。

大させている。商業における集中化の進行をみてとることができよう。

1960年代初頭からの独立小規模小売商の減少傾向を表したものが表-4である。独立の小規模小売商は、全体で482,551店から386,818店へと19.8%減少した。特に、食料品専門店は43.0%と半分近くも減少し、次いで移動式店舗、製パン・製菓店、食肉店で軒並み高い減少率を示している。

またスーパーマーケットやハイパーマーケットが販売額シェアを着実に増加させている一方で、独立小売商は年々シェアを奪われている。表-5および図-1をみると、1960年代後半以降スーパーレットのシェアの伸びは鈍化するが、これにかわりスーパーマーケットとハイパーマーケットは驚異的にシェアを伸ばしている。1974年にはハイパーマーケットが10%を超え、スーパーマーケットが約18%を占め、3業態の合計では実に40%近くを占めるまでになっている。一方、小規模な独立小売商は1960年から70年の間に12.2%、

図-1 セルフサービス店の食料品市場占有率の推移 (%)



(出所) Fernard Bouquerel, *l'Étude des Marchés au Service des Entreprises 3*, Presses Universitaires de France, 1975, p. 1230.

表—4 業態・業種別小売店舗数の変化

	1961年	1973年	増減数	増減率 (%)
食料品チェーン	265	285	20	7.5
消費・企業協同組合	791	560	△ 231	△ 29.2
百貨店, 大衆百貨店, 通信販売店	479	668	189	39.5
小 計	1,535	1,513	△ 22	△ 1.4
食 肉 店	61,733	50,586	△ 11,147	△ 18.1
食料品専門店	122,275	69,705	△ 52,570	△ 43.0
非食料品専門店	167,182	158,377	△ 8,805	△ 5.3
薬 品 店	13,316	15,069	1,735	13.0
移動式店舗	66,317	50,864	△ 15,453	△ 23.3
製パン・製菓店	51,728	42,217	△ 9,511	△ 18.4
小 計	482,551	386,818	△ 95,733	△ 19.8
合 計	484,086	388,331	△ 95,755	△ 19.8

(出所) 社団法人日本経済調査協議会『フランスの第7次経済社会発展計画——1976～1980年——』1978年, 52ページより作成。

表—5 小売業の業態別売上高シェア動向 (単位 %)

	1950年	1960年	1970年	1975年
百貨店, バラエティ・ストア	3.5	4.8	6.6	5.4
チェーン・ストア	4.5	5.3	6.8	8.3
大規模専門店	0.9	2.1	8.7	8.5
カタログ, 訪問販売, テナント販売				5.8
消費者協同組合	1.7	2.2	2.3	2.4
ボランタリー・チェーン	0.3	2.0	3.7	6.4
小 計	10.9	16.4	28.1	36.8
バイイング・グループ	0.7	1.9	2.5	2.6
独立小売商	87.9	81.1	68.9	60.0
小 計	88.6	83.0	71.4	62.6
企業内協同組合	0.5	0.6	0.5	0.6
合 計	100	100	100	100

(出所) 結縄昭「フランスの流通機構とロワイエ法」鶴田俊正編著『世界と日本の流通政策』日本評論社, 1980年, 148ページ。

1970年から75年の間には約9%もシェアを低下させ、1960年まで8割以上あったシェアが、1975年にはかろうじて6割を保つ程度である。

以上のように、スーパーマーケットやハイパーマーケットの急成長は小売商業構造を大きく変容させ、中小小売商らに甚大な影響をおよぼした。そのため、中小小売商らはこういった事態に対して、新たな対応をとることを余儀なくされた。

2. 中小小売商の対応

大規模小売商の急成長によって破壊的な影響を被った中小小売商は、大別して2つの対抗手段をとることとなった。その1つが自らを強化してゆく組織化・共同化の方向であり、いま1つが反ハイパーマーケット運動である。

まず、組織化・共同化については共同仕入グループ、ボランタリー・チェーンの結成、ショッピング・センターの開設等が盛んであった。このような共同化は仕入れの集中化による利益のみでなく、販売技術や店舗の近代化、さらには金融機関からの融資を容易にした²⁰⁾。共同仕入グループの主なものにはUNA（加盟時2,700店）、UNICO（加盟時6,500店）、CODEC（1971年にUNAに吸収される）等の小売商業協同組合がある²¹⁾。ボランタリー・チェーンの主なものには、SÉGÉDES, SOPÉGROS, SAPAR, UGA-LUGA等があり²²⁾、国際的なものとしてSPAR, Végé, KERGAO, CENTRA等がある²³⁾。「独立小売商の約20%はこれら小売商業協同組合かボランタリー・チェーンのいずれかに参画している」²⁴⁾といわれている。また独立小売

20) 白石善章「現代フランスの小売商業政策」岡村明達・片桐誠士・保田芳昭編『現代日本の流通政策』大月書店、1984年、285ページ。

21) Fernand Bouquerel, *l'Étude des Marchés au Service des Entreprises 2*, Presses Universitaires de France, 1975, p. 761.

22) Ibid., pp. 762-763.

23) 竹林祐吉『ボランタリー・チェーンの研究』千倉書房、1981年、93ページ。

24) 25) 白石善章「フランスの小売商業政策の展開」福岡大学『商学論叢』第26巻第2号、1981年9月、127ページ。

商によるショッピング・センターの開設も積極的に行われていた。「この種ものは、1974年には62を数え、そのうちの21は5,000m²以上の総面積をもっていた」²⁵⁾。

しかしながら、こういった自らの体質強化のみではハイパーマーケット等の急成長に対抗することは困難であり、政治的対応としてジラル・ニクー(Gérard Nicoud)を中心とする反ハイパーマーケット運動が積極的に展開された。ニクーの運動以前に、1950年代初頭から課税の平等や社会保障の充実を求めて、プジャード運動と呼ばれるピエール・プジャード(Pierre Poujade)に率いられた小売商らの運動が活発に行われていた。彼らは1956年の選挙で52名の代議士を国民議会におくったが、これは運動の1つの成果であったといえることができる。それからおよそ15年後の1960年代後半に、再び小売商らは課税の平等と出産・健康保険、引退・老齢年金等の拡充といった要求を掲げ、闘争を開始し、運動は反ハイパーマーケット闘争へと発展していった²⁶⁾。それゆえ、ニクーを中心とする運動はフランス独立小売商権利擁護運動(CID)と称されている。1973年にリヨンでハイパーマーケット(カルフル)焼き打ち事件が起こる等、1970年頃から学生や左翼活動家が加わり運動は過激化していった。このように、「法をこえ暴力的となっていたニクーの運動やその流れの延長上にある騒動や暴力事件を体制内化することにロワイエ法制定の1つの目的があ」²⁷⁾り、ニクーらの運動がロワイエ法を制定せしめる原動力となったのである。

3. ロワイエ法以前の小売商業政策

フランスにおいて小売商業が政策対象化されるのは、1959年に定められた「優先都市化地帯」(Zone à Urbaniser en Priorité, ZUP)の設定以降の

26) Maurice Roy, *Les Commerçants*, Seuil, 1971, pp. 7-23, Josée Doyère, *Le Combat des Consommateurs*, Les Éditions du Cerf, 1975, pp. 95-99, 大阪府立商工経済研究所『フランスの中小商業』1972年等に詳しい。

27) 糸園辰雄『現代の中小商業問題』ミネルヴァ書房, 1987年, 16ページ。

ことである。これは、この地帯で開発を行う場合、500戸以上の住宅とそれに付随する施設として学校、保健施設、商業施設の設置が必要であるとするものである。

しかし、開発過程において商業施設の設置はほとんど無視されていたため、1961年に「フォンタネ通達」と呼ばれる「1961年8月24日付の省通達」が出された。これは、都市計画において必要最低限度の商業施設を確保することをねらったもので、ショッピング・センター建設に際し、建物面積、駐車場面積に1つの基準を設ける等、商業政策としての性格をより明確にあらわした最初のものであるといえよう²⁸⁾。だが、この通達には小売商業構造の変動や中小小売商のおかれた状況に対する配慮は、まだなされていなかった。これを受けて、第5次経済社会発展計画（1966～1970年）の商業委員会は商業構造の分析を開始し、住宅開発において商業施設が不足しているとの認識から、ショッピング・センターの建設推進を勧告した。そのため、大規模小売商の拡張をいっそう助長せしめる結果になったといえよう²⁹⁾。

1967年には、政府により国家・地方共同計画方式が提案され、国と地方公共団体とによって都市計画にかかわる商業の問題が扱われることとなった。

1969年には、「1969年7月29日付省通達」が出された。この通達は、商業施設の立地のあり方を都市計画上の観点から位置づけており³⁰⁾、さらに「消費者利益の見地はもとより、商業のあらゆる形態の共存をはかりつつ、有効競争を維持していくという理念が盛り込まれていたものと考えられる」³¹⁾。この基本理念は後のロワイエ法に受け継がれていく。次いで、1970年に「1970年5月27日付省通達」が出された。これによって、売場面積3,000m²以上の商業施設計画が商業都市計画委員会で審議されなければならないことが義務づけられた。

28) 白石善章「現代フランスの小売商業政策」287ページ。

29) 同上論文、288ページ。

30) 結縄昭、前掲論文、153ページ。

31) 白石善章、前掲論文、289ページ。

しかし、1970年から大型店とりわけハイパーマーケットが出店ラッシュを行ったため、前項でみたように中小小売商らの不満は高まり、反ハイパーマーケット運動が激化することとなった。それゆえ、1972年に「1972年7月13日法律72—657号」が制定され、老齢商店主等への助成政策がとられはじめた。これは大規模小売商への課税収入を基金とし、老齢商店主等が廃業する際に金銭的助成を行うものである。また、この年には経済大蔵省から商業・手工業省が独立し、商業・手工業大臣が設けられた。だが、これらの施策だけではハイパーマーケット等大型店が引き起こす問題に対応できなくなっており、新たな政策体系が求められた。

以上のような経緯をへて、さまざまな施策が集約されたものとしてのロワイエ法が1973年12月27日に制定されるに至った。なお、この法は、当時商業・手工業大臣であったジャン・ロワイエ (Jean Royer) によって法案が提出されたことから、ロワイエ法と通称されている³²⁾。

それでは、次にロワイエ法の内容をみていくこととしよう。

Ⅱ. ロワイエ法の内容

前節でみたきたように、ロワイエ法の制定は直接的にはハイパーマーケットやスーパーマーケットの急成長に対する中小小売商らの反対運動の成果であったが、それだけではなく、反ハイパー運動の前身となった1950年代初頭以来およそ20年にもおよぶ課税の平等、社会保障の充実等を求める中小小売商らの権利闘争の1つの帰結でもあったといえよう。それゆえ、ロワイエ法は従前の諸政策を集約し、次のように大型店規制のみにとどまらず、租税政策や社会保障規定等も包括した総合的な法体系をとっている。

第1編 政策原理

第1章 経済政策および職業訓練

第2章 租税政策

32) ロワイエは個人的事情としては、1974年の大統領選への出馬をはたそうとして、本法を強力に提進したといわれている。

第3章 社会保障政策

第2編 社会保障規定

第1章 補償的特別給付金

第2章 疾病・出産保険

第3章 老齢年金

第4章 家族手当

第3編 経済的規定

第1章 商工会議所および手工業会議所の役割に関する規定

第2章 商業施設および商業都市計画

第3章 競争条件の改善

第4章 企業の整備および近代化

第4編 職業教育および職業訓練

第5編 雑則

以下では、ロワイエ法のもつさまざまな内容を、同法の大型店規制法としての側面と社会保障等その他の側面とに大別してみていくこととしよう。

1. ロワイエ法の大型店規制法としての側面

ロワイエ法は全体で5編65条からなり³³⁾、第1編第1章で同法の基本理念が明記され、大規模小売商の出店調整に関しては第3編第1章第25条から第27条および第2章第28条から第36条に記されている。

ロワイエ法第1条では、経済的政策目標として「事業を行う自由および意思は……(中略)……明白かつ誠実な競争の枠内においてこれを行行使しなければならない」と公正競争の維持を掲げ、続いて「商業および手工業は、生活の質の改善、都市生活および農村生活の再生に貢献し、かつ、国民経済の競争力を増大させなければならない」と商工業の役割を記し、「公権力は、商業および手工業の発展が、独立した企業であると集団化または統合化された

33) ロワイエ法の条文については、奥島孝康「商業・手工業基本法」『外国の立法』19巻6号、国立国会図書館調査立法考査局、1980年11月に全面的に依拠した。

企業であることを問わず、すべての企業形態の成長を可能ならしめるよう配慮しなければならない。この場合には、流通の新しい形態の発達が小規模企業の倒産および商業設備の過剰を招くことを阻止しなければならない」とハイパーマーケット等の急激な成長によって経営を圧迫された中小小売商らへの配慮が示されている。これを受けて、第3条では、商人や職人の新規開業および転業に対する公権力の技術的・財政的支援、さらに第4条では、商業・手工業企業の集団化や共同事業化を促進していく上での公権力の役割が明記されている。これら第1条、第3条、第4条における政策原理は、以下で述べる大規模小売商の出店調整を行う際の基本的指針となる。それでは、ロワイエ法の出店調整システムを順を追ってみていこう。

大規模小売店舗の建設計画については、第28条において次のように規制基準が定められており、このいずれかに該当する場合は、商業都市計画委員会の許可を得なければならない。

- ① 内部床面積が 3,000m² または売場面積が 1,500m² 以上（人口 4 万人未満の地域ではそれぞれ 2,000m², 1,000m² 以上）の小売店舗の新設計画。
- ② ①の規模をもつ既存店舗の拡張計画、または①の規模を超えると否とを問わず売場面積を 200m² 以上拡張する場合、その拡張計画。
- ③ ①の規模をもつ既存店舗の改築計画。

商業都市計画委員会は、県レベルと国家レベルの2段階制がとられている。第29条に該当し提出された許可申請は、まず県商業都市計画委員会(CDUC、以下、県委員会と略称する)で審査される。県委員会は第1条、第3条、第4条に定める原則に従い、商業や手工業の構造状況、当該県および隣接地域における商業施設の発展、都市および農村の中・長期の活動方針、さまざまな商業形態の間の望ましい均衡等を考慮して判定を行う(第28条)。その際、商工会議所、手工業会議所、県の取引物価局等が作成した報告書を明文をもって引用しなければならない(第31条)。商工会議所および手工業会議所の役割は第25条から第27条に規定されている。両会議所は市街地整備計画、都市

計画，農村整備計画に参加し，イニシアティブをもって調査を行い，報告書を作成するように明記されている。

県委員会は許可申請に対して，あらゆる方法を用いて，各申請を受理した日から3カ月以内に全員一致の結論を出さねばならない。なお，3カ月を経過した案件には許可が与えられたものとされる（第31条，第32条）。

県委員会は知事が主宰し，その構成は以下のようになっている（第30条）。

- 計画地域における市町村長および地方議員…… 9人
- 県商工会議所等任命の商業および手工業者…… 9人
 - 百貨店，バラエティストア代表…………… 1人
 - チェーンストア，消費者協同組合代表…… 1人
 - 自営中小小売商代表…………… 6人
 - 手工業者代表…………… 1人
- 県知事任命の消費者団体代表…………… 2人

この構成をみると，商業および手工業者委員の9人のうち自営中小小売商代表と手工業者代表を合わせた7名は通常，大型店出店反対の立場をとり，大型店サイドは百貨店，バラエティストア，チェーンストア代表の2名となり，消費者代表を加えても4名にすぎない。ハイパーマーケット等大型店の出店には非常に厳しいものであるといえよう。それゆえ，市町村長および地方議員といった政治家委員がいかなる政党に属し，どのような政治的スタンスにあるかが，決定状況に大きな影響を及ぼすものと考えられる。

県委員の判定に不服がある場合，知事，委員の3分の1（7人）以上または申請者のいずれかが，決定から2カ月以内に商業・手工業大臣に提訴することができる。商業・手工業大臣は諮問機関である³⁴⁾国家商業都市計画委員会（CNUC，以下，国家委員会と略称する）の答申を得た後，3カ月以内に決定を下す（第32条）。

国家委員会は商業・手工業大臣が主宰し，以下の委員で構成されている

34) すなわち，県商業都市計画委員会が決定権限をもつものに対して，国家商業都市計画委員会には決定権限が与えられていない。

(第33条)。

計画地域選出の国民議会（下院）5人、元老院（上院）4人……9人
 商業および手工業の代表……………9人
 最も代表的な消費者団体が指名する消費者代表……………2人

以上がロワイエ法における出店調整システムである。なお、申請者は同じ内容の案件を何度でも申請することができるので、手続き上同じ案件を最大年4回申請できることとなる。実際、そうした例は少なくないといわれている³⁵⁾。

ここまでで特筆すべきロワイエ法の制度的特徴をいくつか列挙しておこう。まず第1に、大型店出店調整を都市計画の枠内で行い、小売流通政策と都市計画とに整合性をもたせていることである。県委員会には県の都市計画局の調査報告書が提出され、判断基準の1つになっている³⁶⁾。第2に、商工会議所の役割が明確に定められており、都市計画への参加や県・国家委員会への報告書の提示、さらには各委員会に自ら8名の委員を任命し送り込める等、地域に密着した組織が行政に対して強い影響力を行使しうることである。第3に、2段階審査システムが採用され、県委員会に決定権限が付与されている。しかも、審査過程においては、全国一律に適用される定量的基準のようなものはなく、当該地域のさまざまな状況に応じて判定がなされる³⁷⁾。すなわち、ロワイエ法では大規模小売商が引き起こすコンフリクトを地域で調整していくシステムが法制上、明確に規定されているのである。第4に、調整が最長でも8カ月という比較的短期間に済むことである。これは、わが国の事前（事事前）商調協のような事前調整がほとんど行われず、また店舗面積の削減等の条件闘争も基本的には存在せず、各委員会の審議が

35) 片桐誠士「戦後フランスの小売商業政策」日本流通学会年報『流通』No. 5, 日本流通学会編・発行, 1992年, 109ページ。

36) 渡辺達朗「フランスにおける出店調整と都市計画(下)」『流通情報』No. 265, 財団法人流通経済研究所, 1991年6月, 33ページ。

37) 渡辺達朗「フランスにおける出店調整と都市計画(上)」『流通情報』No. 262, 財団法人流通経済研究所, 1991年3月, 23ページ。

規定に従って機械的に行われているためであろう³⁸⁾。

次に、ロワイエ法の出店調整制度以外の側面をみていこう。

2. ロワイエ法のその他の側面

ロワイエ法第3編第3章第37条から第46条では、同法第1条で掲げている「明白かつ誠実な競争」を維持するために、大型店の出店を調整するだけでなく、大規模小売商と中小小売商との間の競争条件を改善する措置として、以下のようなものがあげられている。

- ① 差別的取り扱い（差別的価格または条件）の禁止（第37条）。
- ② 直接販売および欠陥商品の流通の規制（第39条）。
- ③ 不当廉売および景品付販売を一部の場合を除いて禁止（第40条）。
- ④ 腐敗しやすい食料品の代金の支払い期間を品物を引き渡した日の月末から30日以内とする（第41条）。
- ⑤ 虚偽広告の禁止（第44条）。

そして、第42条、44条、45条、46条でこれらの条項の違反行為の訴追・処罰等の罰則規定が設けられ、大規模小売商の優越的地位の濫用等が厳しく規制されている。なお、各種協同組合に対しても、組合員以外へ販売すると営利企業と同一の課税を負担しなければならないといった厳しい措置がとられている（第43条）。

このように、ロワイエ法は大型店の出店調整を行い、大規模小売商の優越的地位の濫用を規制することによって、公正な競争環境を整備し、経済的弱者である中小小売商らを保護しているのだが、他方で彼らを育成、近代化していくためにさまざまな措置も講じている。

ロワイエ法第3条および第4条には、商人・職人の開業、転業、組織化に際しての公権力の役割が記されている。この原則にもとづき、第3編第4章第47条から第52条で、中小小売商らの近代化に対して優先的貸付等の助成策

38) 同上論文、26ページ。

が示されている。例えば、転業を意図する商人やこれから開業しようとしている若者には、経済社会発展基金、地域開発公社から特恵的条件で貸付が受けられるというものである（第47条）。

また、第4編第53条から第61条では、第2条の理念にそって³⁹⁾若者の職業教育・職業訓練のために、次のような制度が設けられている。

- ① 職業実習期間・見習期間の営業税の免除（第53条）。
- ② 職業実習期間・見習期間の手当の支給（第54条）。
- ③ これらの期間の終了後最大限3カ月までは、これらの期間と同額の手当を受けられる。
- ④ 定時制高校を含む中間教育課程に在籍する生徒は義務教育年限の最後の2年間、見習・実習教育を受けることができる（第56条、第57条）。
- ⑤ 実習生受け入れ企業主に対する奨励金の交付（第58条）。
- ⑥ 訓練保障基金の創設（第60条）。

このような若年層を中心とした助成政策や職業教育等は、新規開業を活発にし、流通の活性化および近代化に資するものであるが、それだけではない。フランスでは石油ショック前後から失業問題が重要な課題となり、とりわけこれは若年層において深刻であった⁴⁰⁾。それゆえ、これらの施策はむし

39) ロワイエ法第2条では、公権力は学校教育、大学教育、見習教育において、商業・手工業に従事しようとする者の初歩的訓練を計画しなければならず、さらに競争力および提供される役務の向上を内容とする商人・職人の継続的養成に協力しなければならないと規定している。

40) フランスにおける男女別年齢階層別失業率の推移 (％)

	1975	1976	1977	1978	1979	1970	1981	1982	1983	1984	1985
男子											
15-29歳	6.7	7.5	8.7	8.7	10.1	10.6	12.9	15.6	17.0	22.1	24.5
25-49歳	2.0	2.3	2.2	2.5	3.0	2.8	3.5	4.2	4.4	5.6	6.2
50歳以上	2.1	2.5	2.9	3.2	3.5	3.5	4.0	4.6	4.9	5.2	5.9
女子											
15-24歳	10.1	14.1	15.1	15.0	18.3	21.7	23.5	25.2	25.5	30.2	30.5
25-49歳	4.5	5.1	5.5	5.5	5.8	6.5	7.3	7.8	7.9	8.9	9.7
50歳以上	3.0	3.6	4.2	3.7	4.3	5.5	5.7	5.9	6.4	7.0	7.1
計	3.8	4.5	4.8	4.9	5.6	6.1	6.9	7.8	8.1	9.5	10.2

(出所) Denis Brand, Maurice Durousset, op. cit., p. 114. より作成。

ろ失業対策として重要なものであり、実際、第7次経済社会発展計画（1976年～1980年）においても雇用機会創出のために、中小企業・家内工業を進展させることや若年層の職業訓練、助成制度の拡充等が優先計画に選定されている⁴¹⁾。

社会保障制度は第1編第3章第9条、第10条および第2編第11条から第24条に記されている。戦後フランスの社会保障制度は「家族給付はほぼ全国民を対象とするものになっていたが、社会保険は労働者保険としての性格を残しており、農業、自営業者等は対象とされていなかった」⁴²⁾。とりわけ、制度の適用が大きく遅れていた中小小売商らは、前述のごとく2度にわたる権利闘争を全国的に展開し、その集大成としてロワイエ法には補償的特別給付金（第1章第11条～第13条）、疾病・出産保険（第2章第14条～第20条）、老齢年金（第3章第21条～第23条）、家族手当（第4章第24条）に関する規定が設けられている。

ここで注目したいのは補償的特別給付金制度である。これは、コンセイユ・デタ（Conseil d'Etat, 国務院）の命令に定める条件に従い、60歳を超える商人等でその総収入が国家連帯基金の定める限度額の1.5倍から2倍の者に、逡減的に給付金を支給するというものである（第11条）。また、自己の活動を遂行できなくなった商人らにも年齢にかかわらず給付金が支給される（第12条）。この制度によって、老齢商店主らの廃業が比較的スムーズに行われ、前述の若年層への新規開業援助策等とあわせもって小売商業における新陳代謝が活発となり、一定の流通近代化がもたらされることになるものと思われる⁴³⁾。

41) 社団法人日本経済調査協議会『フランスの第7次経済社会発展計画——1976年～1980年——』1978年、103～122ページ。

42) 社会保障研究所編『フランスの社会保障』東京大学出版会、1989年、96ページ。

43) だが、社会保障は希望する商人・手工業者に全面的に適用されるわけではない。1973年から1978年までの累計では、社会保障援助は商人59%、手工業者43%、社会契約援助は商人43%、手工業者59%という適用率である。（糸園辰雄、前掲書、25ページ）。

以上のように、ロワイエ法は大型店規制、バイイング・パワー規制、若年層の育成および社会保障制度等法体系の異なるさまざまな制度を同一法内に包含している。そこでは、制度相互間の調整にいくつかの矛盾をかかえながらも⁴⁴⁾、全体的には中小小売商ら経済的弱者を保護・救済しつつ、同時に緩やかではあるが流通近代化をも促進せしめるよう配慮されているのである。フランスにおいて中小小売商らを積極的に保護していく背景には、彼らの政治的影響力の大きさもさることながら、「大規模のより効率的な小売商が発展することによって、小規模な効率性の低い中小小売商が市場から消滅すれば、小売店舗密度が低下し、結果として、消費者利便がそこなわれることになる」⁴⁵⁾という認識の下に、あらゆる形態の小売業が併存する複合的な流通機構の構築を意図する政策基調があると考えられる。

それでは最後に、ロワイエ法が施行後実際にどのように運用されてきたかを、資料等の関係上ここでは大型店規制の側面に限定してみていくこととしたい。

Ⅲ. ロワイエ法の運用状況

ロワイエ法施行後から最近までの県商業都市計画委員会および国家商業都市計画委員会の諮問にもとづく商業・手工業大臣の申請案件に対する裁定状況をまとめたものが、表一6と表一7である。

まず、申請件数をみてみよう⁴⁶⁾。県委員会への申請件数は、法施行時の

44) 例えば、J. ヴィニーは過度の大型店規制が中小小売商の近代化への対応をいっそう遅らせるよう作用しているのではないかと批判している。(Jacques Vigny, *op. cit.*, pp. 81-88)。また、P. メセルランは大型店規制によってどれほどの雇用機会が喪失されたかを試算し、ロワイエ法の雇用効果へのマイナス面を指摘している。

(Patrick Messerlin, *La Revolution Commerciale*, Bonnel, 1982, pp. 246-257)。

45) 白石善章, 前掲論文, 294ページ。

46) 申請件数が1979年に減少し、80年にめだって増加している。これは部分的には、1979年に数多くの委員会が開かれたのに、その結果が80年まで報告されなかったということにも依拠するものと思われる。(ジョン・A. ドーソン, 前掲書, 226ページ)。

表－6 県商業都市計画委員会（CDUC）の決定状況

年 度	申請 件数	許可 件数	却下 件数	却下 率%	申請売場 面積 m ²	許 可 m ²	却 下 m ²	却下 率%
1974	472	285	187	39.6	2,197,100	938,529	1,258,552	57.3
1975	302	180	121	40.1	1,172,700	617,366	555,345	47.4
1976	311	173	138	44.4	1,130,100	466,196	663,945	58.8
1977	284	121	163	57.4	1,157,313	345,626	811,678	70.1
1978	258	105	153	59.3	1,153,684	296,157	857,527	74.3
1979	204	84	120	58.8	835,130	196,094	639,036	76.5
1980	400	158	242	60.5	1,622,296	516,369	1,105,927	68.2
1981	342	143	199	58.2	1,400,599	440,467	960,132	68.6
1982	304	127	177	58.2	1,312,315	402,592	909,786	69.3
1983	361	139	222	61.5	1,363,062	405,457	957,605	70.3
1984	368	136	232	63.0	1,317,501	397,633	919,868	69.8
1985	321	127	194	60.4	1,139,961	405,059	734,902	64.5
1986	413	179	234	56.7	1,380,496	499,223	881,273	63.8
1987	549	280	269	49.0	1,967,496	948,174	1,019,322	51.8
1988	710	370	340	47.9	2,311,318	1,124,962	1,186,356	51.3
1989	867	449	418	48.2	2,543,863	1,174,744	1,369,119	53.8

（出所） *Libre Service Actualités* n°612, 655, 699, 743, 835, 878, 921, 970, 1011, 1059, 1107, 1155, 1192 および渡辺達朗「フランスにおける出店調整と都市計画(上)」『流通情報』No. 262, 財流通経済研究所, 1991年3月, 25ページより作成。

1974年から76年には年平均約360件にものぼったが、1977年から79年においては300件を超えることがなかった。しかし、1980年代に入ると、常時300件を超えるようになり、1986年以降は87年549件、88年710件、89年867件と連続して過去最高の申請を記録する等、急激に増加している。国家委員会への申請件数も80年代初頭から増加傾向をとり、86年には200件を超えるに至った。80年代とりわけ後半の申請の急増には、フランス経済が回復傾向を示したこともあるが、この時期に大規模な都市再開発プロジェクトが増加し、商業施設の建設計画が活発化したという背景があった。したがって、申請売場面積も80年代後半にめだって増加している。県レベルでは施行年の1974年を除いて70年代は110万 m² 程度であったが、80年代には130万 m² を超え

表-7 国家商業都市計画委員会 (CNUC) および商業・手工業大臣の決定状況

年 度	不服申 立件数	許可 件数	却下 件数	却下 率%	不服申立 面積 m ²	許 可 m ²	却 下 m ²	却下 率%
1976	83	40	43	51.8	464,219	115,984	348,235	75.0
1977	101	42	59	58.4	471,073	116,508	354,565	75.3
1978	117	45	72	61.5	639,910	174,482	475,429	74.3
1979	153	84	69	45.1	699,330	250,592	448,738	64.2
1980	205	67	138	67.3	1,166,735	242,254	924,481	79.2
1981	154	32	122	79.2	684,464	128,221	556,243	81.3
1982	148	43	105	70.9	795,747	219,801	575,946	72.4
1983	167	76	91	54.5	694,488	254,406	440,082	63.4
1984	173	85	88	50.9	760,687	277,226	483,461	63.6
1985	193	83	110	57.0	753,763	344,610	409,153	54.3
1986	237	105	132	55.7	873,702	340,260	531,442	60.8
1987	214	80	134	62.6	898,927	282,906	616,021	68.5
1988	269	124	143	53.6	1,203,722	626,166	577,556	48.0
1989	228	88	114	50.0	919,537	273,313	686,220	74.6

(出所) 表-6と同じ。

る状態がほぼ恒常化し、87年に190万 m²となり88年には200万 m² を突破した。国家レベルでも、1978年から85年の申請面積は年平均約72万 m² であったが、86年以降急増し、88年には100万 m² を超えている。

次に、県委員会および国家委員会における申請件数、売場面積の却下率の推移をみよう。まず、県委員会の申請件数に対する却下率であるが、1974年から76年までは許可率の方が高かったが、77年に却下率が許可率を上回るようになり、以後86年までは多少の増減はあるものの常に60%前後の却下率を保ち、法施行直後に比べ厳しく運用されてきた。しかし、87年、88年、89年には再び許可率と却下率が逆転した。国家委員会の却下率は1979年を除き、50%を下回る年はみられない。ただし、80年代初頭に70%以上もあった却下率は83年以降年平均54%程度になっている。

申請売場面積に対する裁定はロワイエ法の運用上、非常に重要であり、かなり厳しく運用されている。そして、実際ロワイエ法の運用を許価する基準

として、政府は売場面積ベースの許可率の推移を重視しているのである⁴⁷⁾。さて、県レベルの却下率は1977年以後70%前後で推移していたが、84年から徐々に低下傾向を示し、87年、88年には51%台へと急激に低下した。国家レベルでもほぼ同様の傾向がみられ、88年には施行後初めて却下率と許可率が逆転した。以上、県委員会と国家委員会の決定状況を概観してきた。ロワイエ法は83年頃から徐々にではあるが運用を緩和させてはいるものの、70年代後半から80年代後半にかけて総じて厳しく運用されてきたといえよう。しかし、87年以降急速に緩和されている。このような近年の急速な運用緩和にはいかなる背景があったのであろうか。第1に、第2次石油ショック以後不況に悩まされていたフランス経済が、80年代中頃から回復に転じたことである。第2に、前述のごとく80年代とりわけ後半に大規模な都市開発計画が頻繁に行われるようになったことがあげられる。すなわち、ロワイエ法では出店申請案件を審査するにあたって都市計画との整合性を重視するために、都市計画の枠内にあるものはかえって許可されやすいという現象が生じた結果と考えられる⁴⁸⁾。第3に、自治体が企業税と雇用機会を増やそうとして大型店の誘致に走ったことである⁴⁹⁾。この点は、後にふれるロワイエ法の改正に大きくかわることとなる。

次に、両委員会の裁定において申請ベースよりも面積ベースで却下率が高いことから、より大型の案件に対して厳しい審査が行われていると推測できるが、このことを業態別の決定状況から、より具体的にみてみよう。

表一8から、次のような傾向がよみとれる。第1に、やはり全体的に件数よりも面積に対する却下率の方が高くなっている。第2に、店舗の新設は増床と比べて認められにくい。第3に、許可率をみると大衆百貨店、百貨店は許可されやすく、ハイパーマーケットが許可を得ることはかなり困難である

47) 渡辺達朗「フランスにおける出店調整と都市計画(下)」28ページ。

48) 白石善章「フランス——ロワイエ法による規制」日本経済新聞社編『大店法が消える日』日本経済新聞社、1990年、240ページ。

49) 『日経流通新聞』1991年4月9日付。

表— 8 1974年から1989年までのロワイエ法による出店調整の累計結果

(面積単位：平方メートル)

業 態		CDUC における審査				商業・手工業大臣の決定後の最終審査			
		許可案件の平均面積	却下案件の平均面積	許可率(%)		許可案件の平均面積	却下案件の平均面積	許可率(%)	
				件数	面積			件数	面積
スーパーマーケット	新設増床合計	967	1,028	49.3 35.2 39.3	38.0	964	1,069	58.7 50.7 53.0	50.5
ハイパーマーケット	新設増床合計	3,904	4,714	24.3 43.2 29.6	25.8	3,658	4,920	27.6 54.8 35.2	28.8
百貨店	新設増床合計	4,204	4,504	49.0 80.0 61.6	60.0	4,039	4,870	51.0 88.6 66.3	62.0
大衆百貨店	新設増床合計	1,233	1,598	61.1 83.0 76.6	71.7	1,639	2,193	75.0 86.2 81.9	77.2
専門大型店	新設増床合計	4,740	7,723	50.5 71.5 57.3	45.2	5,452	8,294	51.0 74.7 58.3	47.9
商業集積				42.4					45.2
合 計		3,035	2,262	31.7	38.3	2,764	4,812	55.8	42.0

(資料) *Rapport sur L'exection de la Loi D'orientation du Commerce et de L'artisanat*, 1990.

(出所) 渡辺達朗「フランスにおける出店調整と都市計画(中)」『流通情報』No. 264, (財)流通経済研究所, 1991年5月, 28ページ。

ことがわかる。ハイパーの許可率は県レベルで件数、面積ともに30%に満たず、国家委員会を経た最終決定でも件数35.2%、面積28.8%と全業態中最低である。スーパーマーケットは県レベルでは件数、面積ともに40%以下とかなり厳しく扱われているが、最終決定では50%以上が認められている。専門大型店は件数では比較的許可されやすいが、面積で却下率が上回っている。

第4に、許可案件の平均面積をみると、百貨店や専門大型店で4,000m²以上となっているが、ハイパーは県レベル、最終決定ともに3,000m²である。すなわち、ロワイエ法は売場面積の大きい案件を全て厳しく規制しているのではなく、ハイパーマーケットに対して厳しく運用されてきたといえよう。しかしながら、80年代後半の規制緩和期にはハイパーに対する規制も緩やかになっている。1989年の許可率は県、最終決定ともに件数で40%を超え、面積でも30%を超えるに至った⁵⁰⁾。

ところで、規制緩和の進んだ87年から89年の3年間に約440万 m²の売場面積が許可され、年平均52店のハイパーマーケットが出店している。これは、82年から86年の5年間に許可された売場面積をはるかに上回るものである。それゆえ、中小小売商らは甚大な被害を被ることになり、空洞化したともいえるロワイエ法の強化を求める声が高まった。さらに、ロワイエ法の規制基準面積をわずかに下回る規模の店舗の出店増が、このような事態に拍車をかけることになった。法の盲点をついた基準以下の店舗は、主に同一企業が特定地域に複数の店舗を開業したり、ハイパー等既存大型店の周辺に集中的に出店したために、実質的に大型の商業集積が形成される結果となった。これら基準以下の店舗の合計面積は新規開業店舗総面積の30%を占め、許可不要のスーパーマーケットは1990年の上半期だけで156店開業し、総売場面積は実に144,046m²にも達した⁵¹⁾。

こうした問題に対処するために、ロワイエ法は1990年12月31日に改正されることとなった。この改正法は10条からなり、規制基準をわずかに下回る店舗の出店規制、前述の自治体による過剰な大型店誘致の沈静化、商業者等の社会保障制度の拡充という3つの問題に対応するものである。ここでは、社会保障制度の改善を除いた2つの改正点についてふれるだけにしたい⁵²⁾。ま

50) 渡辺達朗「フランスにおける出店調整と都市計画(上)」27ページ。

51) 堀歌子「消費者・小売業・商業政策」日本消費経済学会年報第13集『90年代における消費経済の展望と課題』1991年、28ページ。

52) 改正ロワイエ法については、堀歌子「1990年12月31日付ロワイエ法改正」作新学院大学『作新経営論集』第1号、1992年3月参照。

ず、同一商業集積内に出店する場合には、その店舗の売場面積が1,000m²以下（人口4万人以上の都市では1,500m²）であってもロワイエ法第29条に従って、審査を受けなければならないとした。そして、大型店から得られた企業税は周辺の自治体へ人口に応じて配分するように、新たな規定が設けられた。また、90年の法改正に先立ち、規制緩和が進められていた80年代後半に注目すべき2つの行政措置が出されている。第1に、1988年2月24日付の政令⁵³⁾である。これは、それまで委員会裁定において棄権票が許可扱いされていたが、以後棄権票を除いて票決を行うというものである。第2に、1989年6月26日付の省令⁵⁴⁾である。これは、申請を行う際に出店にともなう雇用効果や周辺商店街への影響等を記載した調査書の添付を義務づけたものである。このような法改正や一連の措置はロワイエ法の運用強化に結びつくものと思われるが、その効果をみるには今後の委員会裁定および出店状況の推移を見守らなければならない。

とまれ、ロワイエ法は法施行後から80年代中頃にかけてハイパーマーケット等大型店を総じて厳しく規制してきたといえよう。ハイパーは1970年から74年にかけて年平均およそ40店のペースで出店していたが、75年から85年にかけては年平均約30店となり40店を超える年はみられない。むろん、この出店ペースの鈍化はロワイエ法による規制のみによって現出したわけではない。石油ショック後の不況、用地難、信用供与制限、諸経費の高騰等の要因も大きく作用したのである。

たしかに、1960年代後半から70年代初頭の商業構造の劇的なまでの変化は、法施行後緩やかにはなっているが、中小小売商の店舗数および販売額シェアの減少傾向に歯止めかけることはできなかった。表一9にみられるように、法施行後も大型店は着実にシェアを増加させている一方で、中小小売商のシェアは年々低下している。この傾向は独立小規模食料品店や食肉店で顕著である。とりわけ、独立小規模食料品店は1975年から87年の12年間にシェ

53) *Decret no 88-84.*

54) *Arrete du 26 juin 1989.*

表—9 大型店と中小小売商の販売額シェア (%)

	1975	77	79	81	83	85	87
大 型 店	28.3	30.0	31.1	33.4	36.2	38.1	40.1
中 小 小 売 商	71.7	70.0	68.9	66.6	63.8	61.9	59.9
独立小規模食料品店	9.8	9.2	8.2	7.0	5.5	5.3	4.7
食 肉 店	9.3	9.4	8.9	8.6	7.0	6.5	5.9

(出所) 白石善章「フランス—ロワイエ法による規制」日本経済新聞社編『大店法が消える日』日本経済新聞社, 1990年, 244ページより作成。

アをほぼ半減させているのである。商業・手工業省は、ロワイエ法の運用を評価する際に、中小小売商の販売額シェアを最大の評価基準としており、その動向に急激な変化がみられないことをもって、現時点では法運用に肯定的な評価を下している⁵⁵⁾。しかしながら、中小小売商の地位の低下は着実に進行しているのであり、決して楽観視することはできない。今後、ロワイエ法に求められる1つの課題となろう。

むすびにかえて

ロワイエ法は施行時から80年代中頃にかけて、ハイパーマーケット等大型店の出店を総じて厳しく制限してきた。このことは、本法の主たる目的が商業構造の変動の速度を緩やかにし、かつ流通寡占化を抑制することにおかれていたためと考えられる。

ロワイエ法の制定によって、それまでのスケール・メリット重視の流通近代化—辺倒の路線が変更を余儀なくされ、かなり後退した。このことは、中小小売商の重要性がある程度再認識されたことを意味する。戦後フランスでは物価問題が最優先課題であり、その対策としての第4次(1962年~65年)と第5次(1965年~70年)の経済社会発展計画において流通近代化が重視され、その結果中小小売商が減少することはむしろ望ましいことと考えられて

55) 渡辺達朗「フランスにおける出店調整と都市計画(下)」28ページ。

いた。それゆえ、流通近代化路線の後退はまさに中小小売商らの生存権をかけた闘争の結果であるといえることができる。

しかしながら、ロワイエ法において流通近代化政策は放棄されたわけではない。このことは、ロワイエ法の第3編第4章や老齢商店主らの退出を容易にさせる社会保障規定等からもよみとることができる。流通近代化政策の主要な目的が支配的資本の価値実現を容易にする流通機構の整備にあるとすれば、ロワイエ法もこのような性格を少なからず内包していることをみのがしてはならない。

たしかに、商業構造の変化は緩やかになっているであろうが、法施行後もハイパーマーケットは年平均約30店、スーパーマーケットは年平均約250店と着実に増加しており、中小小売商は一貫して減少傾向をたどり、かつその販売額シェアをハイパーやスーパーに侵食されている。中小小売商の保護ということを一義的に考えた場合、ロワイエ法の果たしてきた役割を過大評価するわけにはいかないであろう。

だが、総じてロワイエ法にはみるべき点が多い。第1に、都市計画との整合性を重視して行われる大型店出店調整システム。第2に、商工会議所等地域における組織の役割の重視と明確化。第3に、商業都市計画委員会の2段階制と県委員会への決定権限付与。第4に、社会保障規定や助成制度、職業訓練をも含む総合的な法体系。わが国では、ロワイエ法は本店法のモデルとされたともいわれているが、このような点はまさに対称的でさえある。中小小売商の減少傾向が明らかになり、「街」のもつ有機的構成の喪失が叫ばれている今日こそ、真にロワイエ法をモデルとすべき時ではなからうか。

社会保障や助成制度の適用状況、職業訓練の現状、地方都市や郊外におけるロワイエ法の運用状況等を明らかにすれば、ロワイエ法の独自性や特質がより明確になったであろうが、本稿ではなしえなかった。今後の課題としたい。

（付記）

本稿の作成にあたって、本学の保田芳昭先生、小樽商科大学の片桐誠士先生、作新学院大学の堀歌子先生、京都産業大学の三浦信先生には貴重な資料を多数提供していただいただけでなく、多くのご示唆をいただいた。この場をかりて、厚く御礼申しあげたい。

また、本稿は日本流通学会中部・関西・中国・四国部会第15回例会（於関西大学，1991年9月21日）での報告「フランス小売流通制度についての一考察～ロワイエ法を中心に～」をもとに加筆，修正したものである。当日参加いただき，ご教授して下さった諸先生方に，記して御礼申しあげたい。