

百貨店法制定に関する研究

A Study on Department Store Law Enactment

城田 吉孝

Yoshitaka SHIROTA

戦後の流通政策を代表する大規模小売店舗法が2000年(平成12年)6月に廃止され、大規模小売店舗立地法が施行されている。大規模小売店舗立地法はいわゆる「まちづくり3法」の一翼を担っている。現代の流通政策を考える場合に、流通政策の原型とも言うべき昭和初期の第1次百貨店法と1956年(昭和31年)の第2次百貨店法の制定経過とその意義を流通調整政策の視点から考察する。

After the "Large-scale Retail Store Act," which represented the distribution policy of the Japanese government after the Second World War, was abolished in 2000, the new law called the "Large-scale Retail Store Location Act" has been enacted. This law forms a part of the "three acts of town refurbishing." In this paper the writer focuses on the enactment processes of the "First Department Store Act," which is said to be the origin of distribution policies in the early 1920's, and the "Second Department Store Act" in 1956, considering the importance of those acts from the viewpoint of distribution adjustment policies.

キーワード：競争政策，振興政策，調整政策，売場面積，独占禁止法

competitive policy, promotion policy, adjustment policy, sales space, monopoly prohibition act

はじめに

本稿は昭和初期において小売流通政策として運用された法律，すなわち1937(昭和12)年に制定された第1次百貨店法と1956(昭和31)年6月に制定された第2次百貨店法のそれぞれの法律の制定経過とその意義について流通調整政策の視点からレビューする。従って，中小小売商業振興法や特定商業集積法などの振興政策，再販制度に関する独占禁止法の運用，系列化政策に関わる競争政策については別の機会に譲る。

なぜ，昭和初期に遡るかといえば，第1次百貨店法には現代の流通政策の原型が見られるからである¹⁾。昭和初期の第1次百貨店法，第2次百貨店法の流通政策の過去を振り返ることは，その過去の諸事実を正しく

認識すれば，今後の流通問題の解決に役立つものと確信するからである。次号では，百貨店法以後，1973(昭和48)年10月1日に成立公布された大規模小売店舗法(1974(昭和49)年3月1日施行)と調整政策の転換となった大規模小売店舗立地法(1998(平成10)年6月3日公布，平成12年6月1日施行)の制定経過とその意義について考察することにする。

I. 流通政策の意義と内容

ここでの流通政策は商業政策を含む広い概念として用いている。流通政策は経済政策の1領域であり，経済政策の中の個別経済政策に属するものであって，商品とサービスの社会的な移転の過程に対する公権力の

介入である²⁾。この流通政策は、競争政策、振興政策（近代化政策）、調整政策に区分できる³⁾。また、(1) 一般的流通政策：流通基盤政策、競争秩序政策、流通近代化政策、出店調整政策、人材育成政策、(2) 商品別流通政策：卸売市場制度、食糧管理制度、酒類販売免許制度、薬局適正配置制度、揮発油販売業法にも分類できる⁴⁾。商品別に多くの流通規制があるのは、①競争よりも協調を尊ぶ社会風土があること、②政府主導の行政依存の風潮があること、③圧倒的な中小企業の存在、④ほかの法益保護の結果としての流通規制があることなどをあげることができる⁵⁾。ここでは、3区分にしたがって、その内容をまとめると次のようになる⁶⁾。

(1) 競争政策とは、小売段階で公正かつ自由な競争を維持・促進するために、競争制限的な行為を排除する政策である。この政策には独占禁止法が主に関わる。例えば、大規模小売商同志の合併、メーカーによるテリトリー制、再販売価格維持制の流通系列化政策、納入業者に対する優越的地位の濫用、不正競争防止法、不当表示などである。

(2) 振興政策とは、近代化政策とも呼ばれる。中小小売商の体力を強化し、体質を改善向上させて、競争力を増大させる政策である。主な法律は中小小売商業振興法、特定商業集積法、中心市街地活性化法である。中小小売商業振興法は1973（昭和48）年大店法の制定と同時に制定された。この法律は、中小商業者が商店街の整備（アーケード、街路灯、店舗の改装）、店舗の共同化（店舗集団化事業）等の事業の実施を円滑にし、中小小売商業者の経営の近代化を促進すること等により、中小小売商業の振興を図り、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的としている。

特定商業集積法は、大規模小売店舗法が1991（平成3）年に抜本的に改正されたときに制定された。この基本的枠組みは、通産省、建設省、自治省の3省庁による基本指針に基づき支援される。高度商業集積型（延床面積30,000㎡以上、承認状況は山口県下松市と13件）と地域商業活性化型（延床面積2500㎡以上、同新潟県小出町他38件）、中心市街地活性化型（12,000㎡以上、新潟県柏崎市で基本構想が承認済み）に区分される。特定商業集積とは、商業施設（店舗等）と商業基盤施設（コミュニティホール、イベント広場等）とが一体的に整備された複合体である。商業施設に入居する場合、中小小売商には巨額の建設資金の負担やテナント料が

重くのしかかり経営的にもリスクがともなうため、消極的である。この法律は2006（平成18）年6月7日廃止されている（平成18年6月7日号外法律第54号施行平成18年8月22日。http://hourei.ndl.go.jp/SearchSys/(2006年12月21日アクセス)。

「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」（以下、中心市街地活性化法という）は、大規模小売店舗法の廃止が1998（平成10）年5月の通常国会に上程されたのに呼応して、7月に施行された。中心市街地が空洞化し、魅力が減少し、都市機能が低下した中心市街地の活性化に取り組む市町村を強力に支援するために制定された。市町村の役割の重視と市街地の整備改善と商業等の活性化の一体的推進が特徴である。大店法の廃止に反対していた中小小売商業団体をなだめるためのアメの色彩が濃いとされている。

(3) 調整政策とは、大規模小売商と中小小売商とが全く自由な（全く同一条件で）競争をすると、大規模小売商が中小小売商を窮地に陥れる恐れがある。この調整政策は、大規模小売商の一定の事業活動（店舗面積、閉店時刻、休業日など）を規制して、小売商業全体の正常な発達を図ることを目的とした政策であるが、中小商業に対する保護的な色彩が濃い。これには、大規模小売店舗法が関わっている。この流通調整政策は90年代に入って、大規模小売店舗法の緩和が進められ、中小小売商業振興法の改正などによって振興政策が図られていた。しかしながら、振興政策の成果が現れることなく、大規模小売店舗法の規制緩和による大型店設置にともない、周辺住民から交通渋滞、騒音などの苦情が指摘されるようになった。こうした環境から、2000（平成12）年6月1日に大規模小売店舗法が廃止され大店立地法が施行されたこと、中小小売業の事業活動の確保からもその有効性が低下したことなどにより、振興政策と調整政策は「まちづくり」という方向に転換する。それがいわゆる「まちづくり3法」である。中心市街地活性化法、大店立地法、改正都市計画法がそれである。主な目的・特徴を示すと次の通りである⁷⁾。

中心市街地活性化法は振興政策のところで述べたように、1998（平成10）年7月施行され、目的は大型店舗の郊外出店などで駅前などの中心地の空洞化が進んでいる中心市街地の活性化をはかることである。特徴は関係8府省庁により、「市街地の整備改善」、「商

業等の活性化」を柱とする総合的・一体的な対策が実施される。市町村が独自に「中心市街地活性化基本計画」を策定し、国が認定する。また、地域においてTMO(タウン・マネージメント・オーガナイゼーション)を設立し、「基本計画」に沿った事業計画の策定、実施を行うことができる。

大店立地法は2000(平成12)年6月に施行され、大型店立地に際して、周辺住民の生活環境(交通、騒音、廃棄物など)への影響に配慮し、社会的な規制を実施することを目的とする。特徴は対象となるのは1000㎡超の大型店。地方自治体が個別ケースごとに地域の実情に応じた運用を行うことができる。調整対象事項は、交通渋滞、駐車・駐輪、騒音、廃棄物などの地域社会との調和・地域づくりに関する事項である。

改正都市計画法は1998(平成10)年11月施行され、目的は市町村がその総意のもと地域の住民の意向を踏まえて、地域の実情に応じたまちづくりを推進することができることである。特徴は特別用途地区等のゾーニング的手法により、大型店の出店の可否について判断する。法令により定められた特定用途地区の種類(11種類)の限定を廃止したことである。しかし、現在その成果が現れていないこともあって都市計画法、中心市街地活性化法の見直しが迫られている。

II. 流通政策略史

わが国における商業政策を眺めてみる⁹⁾。商業政策の源流は1918(大正7)年の公設小売市場といわれている。明治末期からの生鮮食料品の流通機構の改善として、公設の卸売市場と小売市場の開設が検討された。公設小売市場の充実が卸売市場の整備を促進し、1923(大正12)年中央卸売市場法が公布・施行された。昭和期に入って、1927(昭和2)年の金融恐慌、1929(昭和4)年の世界大恐慌によってわが国も昭和恐慌に陥った。中小小売商を救済するため1932(昭和7)年に商業組合法が公布・制定され、商店街商業組合という異業種組合も結成された。1936(昭和11)年に中小企業向けに商工組合中央金庫が設立された。これらは小売商業者に対する最初の振興策であった。1923(大正12)年9月1日の関東大震災により、百貨店が大衆化したことや百貨店の増加により中小小売商の経営が困難となり社会問題となった。その結果、第1次百貨店法が成立することになった。その後、第1次百貨店法は1947(昭和22)年に廃止された。百貨店を1,500㎡(指定都市では3,000㎡)以上と定義したこと、1956(昭

和31)年第2次百貨店法、1973(昭和48)年公布の大規模小売店舗法、大店立地法へと続いている。

III. 百貨店法の制定経過とその意義

百貨店法は、戦前1937(昭和12)年に成立した百貨店法を第1次百貨店法、戦後1956(昭和31)年に成立した百貨店法を第2次百貨店法と区別している。

本稿では、調整政策としての百貨店法の制定経過とその意義について考察する。流通政策における調整政策は、中小小売商の事業機会を確保するため、大規模小売業の事業活動を抑制して調整を図る政策である。しかしながら、調整政策は中小商業者を単に保護するだけが目的でない。振興政策の成果が出て来るまでの時間的経過を稼ぐことによって、中小小売商業者の健全な育成と経営の質的向上を狙っている⁹⁾。

1. 第1次百貨店法の制定経過と意義

(1) 第1次百貨店法の制定経過

第1次百貨店法は、1937(昭和12)年8月14日公布、1947(昭和22)年12月29日廃止された。

第1次百貨店法の制定における背景は、第1次世界大戦(1918:大正7年)によって輸出が増加し重工業が盛になっていたが、戦後たちまち過剰生産に陥った。1920(大正9)年は好況の反動による不況と、1923(大正12)年の関東大震災により被害を受け経済は悪化した。1927(昭和2)年に金融恐慌、1929(昭和4)年の世界恐慌は日本にも波及した。1931(昭和6)年は為替相場の安定と輸出の拡大による国内産業の活性化のために金の輸出禁止を解除した(金解禁)が、翌年31年に金輸出再禁止が実施された。金輸出再禁止で輸出が厳しくなったことから、大企業は労働強化・低賃金労働、合理化と生産性向上による低価格によって輸出を増加した。合理化により失業した労働者は農村に戻らず、逆に農村から都会に移動した。そのため都会は過剰労働の状況であった。その労働力を吸収していたのが商業やサービス業であった¹⁰⁾。

このような社会背景にあつて、中小商工業者の窮状救済、中小商工業者の没落は社会不安をきたすこと、関東大震災によって百貨店も生活必需品を扱うようになり中小小売商を圧迫するようになったことから百貨店の事業活動を規制し営業活動を自制することにより百貨店の競争手段を抑え中小小売商の活動を保護することを目的として百貨店法が制定された。

百貨店法案を貴族院に上程した吉野商工大臣の提案

理由（昭和12年7月27日、第71回帝国議会において貴族院に上程）は、（1）中小商業者の保護と、（2）百貨店経営の改善、合理化及び統制の2点である¹¹⁾。

商業学研究の第一人者である谷口吉彦は、百貨店法の制定について、世界恐慌、百貨店の拡張等により中小小売店が窮迫しているのを救済することは当然であるが、同時に進歩的な百貨店も抑制するから、小売店救済の立場からはこの法案を認められないとしている。また、百貨店の擁護の立場は消費者の利便を害するし、消費者保護立場を徹底すれば、百貨店も中小小売店も完全な自由競争の状態を要求する。それ故、国民経済の立場から、モノの社会的存在の根拠はそのモノの社会的機能にあると主張され、この立場から百貨店法の必要性を容認されている¹²⁾。この社会的機能の考え方は、時代がいかに変化しても社会的に必要なものは必ず残るし、国民経済システムとして組み込まれ、消費者に受け入れられる。逆に消費者や生活者から必要でないモノや組織は消滅する。とすれば、この考え方は普遍的ではないかと考える。

（2）第1次百貨店法の内容と意義

第1次百貨店法は全27条からなっている。第1条では百貨店の定義をしている。百貨店とは同一の店舗において、売場面積を有し衣食住に関する多種類の商品の小売業を営む者を言うとしている。多種類の商品とは、衣服、同用品、同付属品類、食料品類、住居用品、貴金属、工芸品、文房具、玩具、化粧品、図書その他類に属せざる雑貨類の小売業を営むものを言う。第2条では、売場面積を規定している。売場面積は百貨店法施行規則第1条において、売場面積は商工大臣の指定する区域においては3000㎡以上、その他の区域においては1500㎡以上と規定している。

こうして、第1次百貨店法の活用により小売商問題を調整してきた。ところが、1947（昭和22）年に「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」（独占禁止法）が制定され、百貨店法は独占禁止法に合致しているから独自の存在理由を失い、百貨店営業の自由競争が促進し消費者に利益をもたらすから廃止すると判断された。

2. 第2次百貨店法の成立経過とその特徴

（1）第2次百貨店法の成立経過

第2次百貨店法は1956（昭和31）年5月23日成立公布、1956（昭和31）年6月16日施行され、1974（昭和49）年

2月28日に大規模小売店舗法に変更された。

まず、第2次百貨店法の成立経過をまとめると次のようになる¹³⁾。

終戦から昭和22年代の前半、わが国の経済は生産の低下、悪性インフレにより商業活動は乏しかったが、後半には朝鮮動乱により経済は復興しつつあり、物資統制の撤廃により商業は活発化してきた。百貨店の新設については1948（昭和23）年における百貨店の店舗数116店、販売高272億円であったが、1953（昭和28）年には同店舗数158店、同販売高1,776億円と増加をした。1952（昭和27）年の小売商店数108万店、小売商従業員231万人が、1954（昭和29）年には同商店数119万店（10.1%）、小売従業者数272万人（17.7%）と不況にもかかわらず高い伸び率を示している。

こうした状況の中で、百貨店と中小小売商間の競争が激しくなり、中小小売業者から百貨店の新增設、休業日、営業時間に規制が必要であると要求されてきた。百貨店相互間の競争においても、百貨店の仕入れ先に対する手伝店員派遣、不当返品等の不公正な要請が問題化し、一部の問屋から公正取引委員会に苦情が申し込まれた。百貨店と仕入先問屋との問題については、公正取引委員会は、1954（昭和29）年12月不当返品、不当値引き、不当委託販売、不当な派遣店員等8項目について独占禁止法に基づく特殊指定を行った。

独占禁止法において商業活動を規定することには無理がある。百貨店は中小小売商と補完・共存し、縦の納入業者と相互依存・共存してゆくうえにおいて公正・明朗な商法を確立・展開してゆくことは不可欠の要件であり、企業の社会性の責務でもあって、独占禁止法の取引活動に関する諸規定はその場合における規範的意味を持つものである。

独占禁止法にもとづく特殊指定後も、中小商業者による百貨店法制定運動は継続され、政党もこの動きに関心を持ち始めた。

中小小売商業者の百貨店に対する営業活動の規制要請から、1955（昭和30）年社会党、民主党から百貨店法案が国会に提出された。政府も商業部会で検討し、1956（昭和31）年に百貨店法案が政府により国会に提出された。第2次百貨店法（以下百貨店法）の提案理由として、第24回国会 商工委員会（昭和31年3月3日）において通商産業大臣石橋湛山は次のように説明している¹⁴⁾。

百貨店業の間には、店舗の新設、拡張、営業時間の延長等により、無制限に事業活動の拡大傾向にあり、

販売方法においても競争が激甚している。この百貨店業者の競争は、小売業の過当競争を誘発し、中小商業者の事業活動を圧迫し、わが国の商業の正常な発達を阻む恐れがある。このような状況において、中小商業の健全な発達を期するためには、中小商業者の組織化とそのサービスの改善等の健全化とを促進し、中小商業者自身が経営努力することが要求される。百貨店業の急激な進出は、中小商業者の健全なる発達を図る余地を失う危険がある。これはわが国の労働人口等の実情から見逃せない問題である。また、百貨店業が一般消費者に与える便益を尊重すると同時に、百貨店業の事業活動の無制限の拡大を規制し、これによって中小規模商業者に適当な事業活動の機会を確保することが必要であると述べている。

(2) 第2次百貨店法の内容と特徴

この法律は全5章24条で構成され、第1次百貨店法をほぼ踏襲している。第1条では、百貨店業の事業活動を調整することにより、中小商業の事業活動の機会を確保し商業の正常な発達を図り、以って国民経済の健全な進展に資することを目的とする、と定めている。

第2条では、百貨店業の定義をしている。この法律で百貨店業とは、物品販売業（物品加工修理業も含む）、同一の店舗で床面積の合計が6大都市では3,000㎡以上、その他の都市では1,500㎡以上のものを百貨店業とする、と定義している。その他、新規開業の店舗新設、増床には通産大臣の許可、百貨店審議会、店舗所在の商工会議所の意見、閉店時刻、休業日数、百貨店業者の出張販売、顧客送迎等その他の営業に関する行為について必要な勧告ができる。合併、許可の取り消し、報告の徴収、聴聞、異議の申し立て、罰則に関し、所要の規定を設けている（本稿末の資料：第2次百貨店法の概要を参照）。

第2次百貨店法と第1次百貨店法の特徴を比較すると次のようになっている¹⁵⁾。

(1) 百貨店業は、第2条で物品販売業（物品加工修理業）を営むものであり、同一の店舗で売場面積の合計が6大都市では3,000㎡以上、その他の都市では1,500㎡以上のものを百貨店業すると定義している。このように第2次百貨店法では、第1次百貨店法における建物主義とされていたが、第2次百貨店法では企業単位とされた。(2) 第2次百貨店法は、第1次百貨店法と同様に、新規開業、増設、合併などには許可あるいは認可を必要とした。許可制については、第1次百貨店法と同様

である。(3) 閉店時刻及び休日の規制、百貨店業の開業、新增設、合併には、百貨店審議会（第1次百貨店法では百貨店委員会）の意見を聞かなければならないと第5条で規定されているが、百貨店審議会の委員は第1次百貨店法と異なり、学識経験者と定められている。(4) 百貨店審議会は地元の商工会議所・商工会に設けられた商業活動調整協議会（商調協）の意見を求めることが、第2次百貨店法に関連する通達において定められた。(5) 第1次百貨店法で規定されていた百貨店組合の条項が削除された。百貨店組合は取引条件の指導監督のために設けられたが、第2次百貨店法では独占禁止法に委ねられた。

以上から、第2次百貨店法の特徴として、企業単位、地元重視をあげることができる。しかし、第2次百貨店法により、中小小売商が保護されたため、近代化が遅れたとか、疑似百貨店を法の対象外にするのはおかしいとか、百貨店の発展を阻害した反面、寡占的地位を得たという評価なども考えられる。

3. 百貨店法から大規模小売店舗法

1956（昭和31）年に第2次百貨店法が制定された。昭和30年代はスーパーマーケットが急速に成長した。このスーパーマーケットが「疑似百貨店」問題を生み出した。スーパーは店舗の各階ごとに別会社のテナントを入れるなどして、企業単位ごとに審査対象にしていた百貨店法の規制の網をくぐる疑似百貨店の戦略を展開し、百貨店法による体制に影響をもたらした。そして、資本の完全自由化をひかえた1973（昭和48）年に第2次百貨店法が廃止され、大規模小売店舗法が制定された¹⁶⁾。

この法律は消費者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している。大規模小売店舗から周辺の中小小売業を保護することを狙いとしているため、大規模小売店舗の開店日、店舗面積、閉店時刻、休業日数を調整することができ、違反する場合は営業停止などの処分を下すことができた。さらに、この法律はスーパーにも法を適用させることが狙であり、百貨店法が店舗の新・増設が許可制、企業ごとに審査されていたが、大規模小売店舗法では事前審査付き届出制、個別店舗：店舗建物が対象になっ

た。この年、中小小売商業振興法も制定され振興政策も推進された。こうして、百貨店もスーパーも競争条件が同一となった。

まとめと課題

戦後のわが国流通政策を代表する大規模小売店舗法が廃止され、新しい目的を持った大規模小売店舗立地法、いわゆる「まちづくり3法」の一翼として施行されており、小売経営を巡る環境はドラスチックに進行している。こうした社会変化のなかで、わが国の流通政策の原点に立ち返り、小売流通政策の意義を検討してきた。昭和初期の第1次百貨店法制定の時代、昭和30年代の第2次百貨店法の時代のそれぞれの背景、社会構造は異なっている。

しかし、本稿では、それぞれの法律の制定経過を手繰ることはできたがそれをより社会構造や商業構造と関連づけて論及することはできなかったので今後の課題としたい。

注

1) 百貨店の発展については、鈴木安昭、昭和初期の小売商問題、日本経済新聞社、68-132 (1980) に詳しく論述されている。

鈴木安昭、日本の商業問題、有斐閣、173、(2001) において鈴木は百貨店法の成立経過において次のように述べている。

「大規模な小売業者に対して統制を加えようとする政策は新しいことではない。それを理解するには少なくとも昭和の初期、1920年代後半から30年代にかけて先進諸国における「小売商問題」にまでさかのぼる必要がある。第1次大戦後、特に1929年以降の世界的不況期に、消費購買力の低下するなかで、一方では百貨店等の大規模小売業者（わが国では百貨店のみ、欧米ではさらにチェーンストアとバラエティストア）が急速に発展し、他方では小・零細小売業者数が、行商・露天商を含め急増し、小売業者の経営環境が悪化して、経営に困難を生じ、社会的な問題として把握されるようになった。それに対応する政策として大規模小売業者を規制する立法が各国で制定された」。

筆者はこの稿を読み、まさに、流通政策の問題を解決したり、企業のマーケティング行動を考察するのに古典的であるが目新しく感じた。それで、平成18年6月28日豊橋創造大学に来校された機会に鈴木

教授と直接、流通を含めさまざまなご示唆を頂いた。

2) E. バッツァー, H. ラウマー, 鈴木武編, 現代流通の構造・競争・政策, 東洋経済新報社, 170,(1995).

流通政策の概念については、城田吉孝, 流通政策, 中部日本教育文化会, 25-26,(1996) を参照。

3) 鈴木武編, 現代の流通問題, 東洋経済新報社, 9-11,(1991), 鈴木武は流通政策を, 流通競争政策, 流通振興政策, 流通調整政策の区分にしている。

流通政策の類型については、城田吉孝, 流通政策, 中部日本教育文化会, 28-38,(1996) を参照。

4) E. バッツァー, H. ラウマー, 鈴木武編, 前掲書, 173-180.

5) 田島義博・流通経済研究所, 規制緩和, 日本放送出版協会, 14-16,(1995).

6) 松江宏, 大店立地法と街づくり, 日本商業学会中部部会での発表資料 (2000. 4. 8).

7) 渡辺達郎『流通政策入門』中央経済社, 171-172,(2003).

日本経済新聞2006年6月18日(朝刊)

経済産業省流通産業課「大店立地法の指針見直しの方向性について(案)

<http://www.meti.go.jp/committee/downloadfiles/g41112a30j.pdf> より2006年8月25日検索

8) 石原武政, 池尾恭一, 佐藤善信, 商業学, 有斐閣, 217-222,(1994).

9) 渡辺達郎, 前掲書, 138.

10) 有沢広巳監修, 日本産業百年史上, 日経新書, 256,(1981).

産業別人口を大正9年と昭和5年と比較する(単位万人)

	昭和5年	大正9年
第1次産業	1449	5
第2次産業	599	43
第3次産業	879	237
(うち商業)	411	146
サービス業	246	53)

11) 向井鹿松, 百貨店の過去現在及将来, 同文館, 188-189,(1941).

12) 中西寅雄編, 百貨店法に関する研究, 同文館, 51-64,(1938) 年, に詳しく論述されている。

谷口教授の百貨店法制定の分析については、城田吉孝, 第1次百貨店法の制定と廃止に関する研究, 日本消費者教育学会中部消費者教育論集, 第2号

日本消費者教育学会中部支部,44-45,(2006. 9. 30)を参照のこと。

13) 通商産業省企業局編, 流通革新下の小売商業—百貨店法改正の方向, 1-2,(1973).

14) <http://hourei.ndl.go.jp/SearchSys/>により2006年9月23日検索。日本法令索引, 第024回国会商工委員会第11号昭和31年3月3日神田博委員長により審議経過による。

永井勝次郎百貨店法案の提案理由

百貨店問題は百貨店対中小小売業者の問題でなく、卸売業者、メーカー、消費者にも深い問題となっている。戦前の百貨店は高級品を中心に扱っていたが、戦後は大衆商品も取り扱い中小小売業者と競合するようになったこと。売り場面積についても、戦前の昭和13年125万3000㎡であったが、昭和30年4月139万3000㎡に増加した。現在も百貨店の拡張工事は進み、放置すれば、一般中小業者の死活問題となり、社会問題として無視できないと述べている。この社会党の法案は審議未了となり、政府が百貨店法を提出した。

15) 鈴木安昭, 日本の商業問題, 有斐閣, 174-175,(2001).

加藤義忠, 佐々木保幸, 真部和義, 小売商業政策の展開, 同文館, 52-53,(2006).

渡辺達郎, 前掲書, 139-140.

16) 渡辺達郎, 前掲書, 142-143.

資料：第2次百貨店法（概要）

第1章 総則

第1条（目的）この法律は百貨店業の事業活動を調整することにより、中小商業の事業活動の機会を確保し商業の正常な発達を図り、以って国民経済の健全な進展に資することを目的とする。

第2条（定義）この法律で「百貨店業」とは、物品販売業（物品加工修理業を含む）であって、これを営むための店舗うちに、同一の店舗で床面積の合計が1,500㎡（都の特別区および地方自治法（昭和22年法律第67号）第252条の19第1項の指定都市の区域内においては、3,000㎡）以上のものをいう。

第2章 百貨店業

第3条（営業の許可）百貨店業を営もうとする者は、通商産業大臣の許可を受けなければならない。

第4条（許可の申請）①前条の許可を受けようとする者は、次の事項を記載した申請書を通商産業大臣に提出しなければならない。

1. 氏名又は名称及び住所並びに法人にあってはその代表者の氏名及び住所

2. 店舗の所在地及び床面積

②前項の申請書には、店舗の図面、店舗における営業の種類を記載した書類その他通商産業省令で定める書類を添附しなければならない。

第5条（許可の基準等）①通商産業大臣は、第3条の許可の申請があった場合において、その百貨店業の事業活動が中小商業の事業活動に影響を及ぼし、中小業者の利益を著しく害するおそれがあると認めるときは、同条の許可をしてはならない。

②通商産業大臣は、第3条の規定による処分をしようとするときは、百貨店審議会の意見をきかなければならない。

③百貨店審議会は、前項の場合において、その意見を定めようとするときは、その百貨店業を営むための店舗の所在地がその地区内にある商工会議所の意見並びに通商産業省令で定めるところにより申出をした利害関係のある事業者又はその団体及び参考人の意見をきかなければならない。

第6条：百貨店業を営む者は、店舗の新設、増床等する場合は通産大臣の許可をうける。

第7条：百貨店業者についての相続、合併のときは、相続人または合併後存続する法人などについては百貨店業者の地位を承継する。

第8条：開店時刻および休業日：百貨店業者は毎日、政令で定める時刻以降はその店舗において顧客に対して営業をしてならない。ただしその政令で定める時刻前から引き続き店舗内にいる顧客に対してはこの限りでない。

2. 百貨店業者は毎月、政令で定める日数はその店舗において顧客に対して営業をしてはならない。

第9条：勸告：①通産大臣は百貨店業の出張販売、顧客の送迎その他の営業に関する行為がその百貨店の事業活動を通じて中小商業の事業活動の影響を及ぼすおそれがある場合において、中小商業の維持育成を図り、商業の健全な発達に寄与するため特に必要があると認めるときは、その百貨店業者に対しその行為をしないように勧告することができる。

②通産大臣は、前項の規定による勧告をしたときは、その旨を公表しなければならない。

第10条：許可の取消等

第3章 百貨店審議会

：第11条設置, 第12条権限, 第13条組織, 第

14条任期, 第15条勤務, 第16条省令への委任
第4章雑則: 第17条報告の徴収, 第18条聴聞,
第19条異議の申し立て
第5章は罰則

参考文献

- 佐藤肇, 日本の流通機構, 有斐閣, (1973).
- 石原武政, 矢作敏行, 日本の流通100年, 有斐閣, (2004).
- 週刊朝日編, 戦後値段史年表, 朝日新聞社, (1995).
- 通商産業省産業政策局流通産業課, これからの大店法, 通商産業調査会, (1994).
- 通商産業省企業局編, 70年代における流通一産業構造審議会第9回中間答申, (1971. 10).
- 経済審議会中小企業流通問題研究委員会, 70年代の中小企業・流通, 大蔵省印刷局, (1970).
- 城田吉孝, 現代の流通経済, 中部日本教育文化会, (1997).
- 木元錦哉, 消費者保護と法律, 日本経済新聞社, (1979).
- 佐藤肇, 高丘, 現代の百貨店, 日本経済新聞社, (1972).
- 三輪芳朗, 西村清彦編, 日本の流通, 東京大学出版会, (1992).
- 日経流通新聞編, 流通現代史, 日本経済新聞社編, (1993).
- 久保村隆祐, 流通問題研究協会編, 21世紀の流通, 日本経済新聞社, (1989).
- 城田吉孝, わが国における流通政策の系譜: 戦後の小売業政策を中心に, 静岡精華短期大学紀要第4号, (1996).
- 城田吉孝, 流通政策, 中部日本教育文化会, (1996).
- 田島義博・流通経済研究所, 規制緩和, 日本放送出版協会, (1995).
- 田島義博編, 流通読本, 東洋経済, (1977).
- 久保村隆祐, 吉村壽編, 現代の流通政策, 千倉書房, (1989).
- 保田芳昭編, 日本と欧米の流通政策, 大月書店, (1995).
- 尾碕眞, 現代日本の流通近代化と中小商業の情報化, ナカニシヤ出版 (2002).
- 加藤勇夫, 高度成長期以降のわが国の流通政策, 前川知賢編, 東海の中小売商業問題, 昭森社, (1985).
- 日本消費者教育学会編, 消費生活思想の展開, 税務経理協会, (2005).
- 鈴木武編, 現代の流通問題, 東洋経済新報社, (1991).
- 通商産業省産業政策局中小企業庁編, 80年代の流通産業ビジョン, (1984).
- 中西寅雄編, 百貨店法に関する研究, 同文館, (1938).
- 向井鹿松, 百貨店の過去現在及将来, 同文館, (1941).
- 鈴木安昭, 日本の商業問題, 有斐閣, (2001. 2).
- 渡辺達郎, 流通政策入門, 中央経済社, (2003).
- 建野堅誠, 日本スーパー発達史年表, 創成社, (1997).
- 田中由多加編, 入門商業政策, 創成社, (1995).
- 田中由多加編, 現代商業政策論, 創成社, (1998).
- 専修大学商学研究所編, 現代商業政策, 中央経済社, (1970).
- 岡田千尋, 現代商業研究序説, ナカニシヤ出版, (1991).
- 萩原稔, 商業政策の基礎理論, 白桃書房, (1994).
- 加藤義忠, 佐々木保幸, 真部和義, 小売商業政策の展開, 同文館, (2006).
- 神田文人編, 昭和史年表, 小学館, (1990).
- 中村政則編, 昭和時代年表, 岩波書店, (1986).
- 通商産業省産業政策局・中小企業庁編, 21世紀に向けた流通ビジョンー我が国流通の現状と課題ー, (1995).
- 通商産業省商政課編, 90年代の流通ビジョン, (1989).
- 通商産業省産業政策局・中小企業庁編, 80年代の流通産業ビジョン, (1984).
- 通商産業省企業局編, 70年代における流通, (1973).
- 松江宏, 大店立地法と街づくり, 日本商業学会中部部会発表資料, (2000. 4. 8).
- 小原博, マーケティング生成史論, 税務経理協会, (1991).