

5 流通

【問題意識】

企業の生産と家計の消費との間に存在する「流通」は、消費生活の充実を図り、国民生活の質の向上を図る上で、極めて重要な機能である。また、その主たる担い手たる流通企業は、特に小売企業を中心に、地域性・社会性の高い存在となっており、地域における経済活動や雇用の受皿としても重要な役割を担っている。

近年、消費者ニーズの高度化・多様化が進み、情報化等が進展する中、流通機能の担い手も商品ごとに、又は地域ごとに、多様化・複雑化してきている。流通が円滑に機能し、あくまでも消費者本位の流通サービスが提供されるようにするためには、流通企業間の競争を阻害する要因を排除することはもちろん、情報開示等の競争促進のためのより強固なルールを迅速かつ適切に整備していく必要がある。

【具体的施策】

(1) フランチャイズ・システムに関する制度整備

「フランチャイズ・システム」は、本部経営者（フランチャイザー）にとっては、他人の資本・人材を活用して迅速な事業展開が可能となり、他方、加盟者（フランチャイジー）にとっては、本部の様々なサービスを活用して独立・開業が可能となるため、小売・外食・サービス業などの広範な産業分野における新規産業・雇用の創出に大きく貢献するシステムである。（社）日本フランチャイズチェーン協会の調べによれば、平成12年度では、売上高は17兆8千億円（対前年比3.3%増）、チェーン数は約1,000、店舗数は約20万店、雇用者数は約200万人に上っている。

フランチャイズ・システムが円滑に機能するためには、フランチャイザーとフランチャイジーとの連携・協力が重要であるが、このためには、両者間の契約（フランチャイズ契約）が公正・的確に締結される必要がある。このため、政府としては、以下の2点において、契約の適正化のための措置を講じているところである。

(a) 中小小売商業振興法（昭和48年法律第101号）

中小小売商業振興の観点から、特に、コンビニエンスストア等の小売業におけるフランチャイズ契約締結の際に、フランチャイザーが加盟希望者に対して、省令で定められた一定の事項に関する契約内容の開示、事前説明を義務付けたもの。

(b) フランチャイズ・システムに関する「フランチャイズ・システムに関する独占禁止法上の考え方について」（フランチャイズ・ガイドライン）（昭和58年制定）

フランチャイズ契約については、その特徴を踏まえ、独占禁止法上の不公正な取引方法（欺瞞的顧客誘引、優越的地位の濫用等）の観点から、問題となる事項を例示し

たもの。

ア 本部経営者による加盟希望者への情報開示事項の充実とフランチャイズ・ガイドラインの見直し【平成 13 年度中に措置（直ちに実施）】

中小小売商業振興法の情報開示の対象となる事項は、国際的に見ても限定的なものとなっている。また、現行のフランチャイズ・ガイドラインにおける不公正な取引方法に該当するフランチャイザーの行為に係る記述は、明確性に欠ける部分がある上、近年のフランチャイズ産業の実態を必ずしも的確に反映していないものとなっている。

このため、現在中小小売商業振興法施行規則において定められている本部経営者による加盟希望者に対する「フランチャイズ契約締結時の書面記載及び事前説明義務」の対象となる個別事項について、当該制度が経済社会全体に持つ費用対効果の分析を含め、早急な実態把握を行うとともに、それに基づいた制度面での対応を図るべきである。また、フランチャイズ・ガイドラインについては、公正な情報開示・取引が一層促進されるよう、現在のフランチャイズ・システムにおける新たな問題の発生も踏まえて、見直すべきである。

イ サービス業など小売業以外のフランチャイズに関する実態把握と情報開示を含めた制度の在り方の検討【実態把握については平成 14 年度中に措置、制度の在り方については当該実態把握を踏まえ早急に検討】

近年、フランチャイズ・システムを採用する企業群は、小売業だけでなく、サービス業などの幅広い産業分野に広がっているが、前述の中小小売商業振興法は、中小小売商業の振興を目的とした法律であるため、同法に定める契約締結の際の情報開示、説明義務は、小売業以外の産業分野には適用されない。

したがって、近年、小売業以外のフランチャイズ産業のウェイトが高まっている実態にもかんがみ、フランチャイズ・チェーンシステムの普及促進等による中小企業・ベンチャー企業の健全な発展を図るため、サービス業などの小売業以外のフランチャイズについては、その実態把握を十分に行い、上記の現行法制上のルールに加え、契約締結時の情報開示を含めた制度の在り方について、早急に検討するべきである。

(2) 大規模小売店舗立地法の適切な運用

平成 12 年 6 月から施行されている大規模小売店舗立地法（平成 10 年法律第 91 号）（以下、「大店立地法」とする。）は、大型店の出店に際して周辺的生活環境の保持のために合理的な範囲内での対応を求めることを目的としているが、本法が施行されてから本年 9 月末までの 16 か月間で、379 件の新規出店届出がなされるなど、本法の施行状況はおおむね順調であると評価できる。

ア 大規模小売店舗立地法の趣旨の徹底【逐次実施】

しかしながら、一部の小売企業から、都道府県等の運用方法等に対し、その改善を求める声があることも事実である。大店立地法の運用については、自治事務として都道府県等にゆだねられており、国が個別案件について積極的に関与することはできないが、大店立地法第 13 条の趣旨（地方公共団体の施策における本法の趣旨の徹底）にのっとり、本法の適正な運用が確保され、地方公共団体による上乗せ規制や恣意的な運用がなされないようにすることは重要である。

したがって、経済産業省及び各経済産業局は、部内に設置された「大店立地法相談室」などを通じ、地方公共団体に対し必要に応じて法の解釈を示すとともに、法第 13 条の趣旨に反する事例が生じた場合には、速やかに地方自治法（昭和 22 年法律第 67 号）に基づく技術的助言・勧告を行うべきである。

イ 大規模小売店舗立地法の指針の見直し【逐次実施】

また、大店立地法第 4 条に基づき定められ、設置者が配慮すべき基本的な事項や、駐車需要の充足、騒音の発生への対応等の店舗施設の配置及び運営方法に関して配慮すべき具体的な事項を内容とする「指針」については、産業構造審議会・中小企業政策審議会の中間答申（平成 11 年 5 月）を踏まえ、大店立地法の施行後 5 年以内（平成 17 年 6 月 1 日まで）に必要な見直しを行うとされているところである。

しかしながら、既に策定後 2 年以上、法施行後 1 年以上を経過し、本法の施行状況に対する評価もより明確になりつつあるため、本「指針」について、平成 16 年度中を目途とする見直しに向けた調査等を早急に行うべきである。