



## 規制緩和時代に生きる

中小企業総合研究所 主席研究員 坂東輝夫

**左**党にとっては嬉しい話かも知れないが、9月から酒類販売が原則的に自由化された。つまり、酒屋さん以外でもお酒を買えるようになったということである。

ただ、左党にとって喜ばしいといっても、中小の酒類小売店にとっては、季節外れの大型台風到来といったところで、大変だろう。これまで免許制に守られてなんとかやってこれた商売が、9月以降は異業種の新規参入組を含めたライバルとの激しい競争にさらされることになるからである。

政府の進める規制緩和によって、中小酒販店の経営が大きく揺さぶられるわけで、それだけでなくお酒の売れ行きが頭打ちの様相を濃くしている時期だけに、酒販専門店にとっては正念場と言える。

もっとも、酒類販売の自由化はある日突然、やってきたのではない。これまでも酒販店の距離制限や人口制限が徐々に緩められてきており、完全自由化の日がいつかやってくることは十分予想できたはずである。手段が限られているとはいえ、自由化に備える時間はあったと思う。いまさら、自由化に打つ手がないと言っ

ても、それは通りにくい。

**た**だ、9月の自由化は厳密な意味では完全自由化とは言えない。政治的配慮から酒類販売の新規参入を1年間凍結するという「緊急調整地域（いわゆる逆特区）」が設けられたからである。それだけ、完全自由化は中小酒販店にとって、影響が大きすぎるということだろう。

しかも、最初の1年間（03年9月～04年8月）として922地域の逆特区が指定された。都内に限っても22地域が指定されている。この地域では1年間、酒販店の新規参入がストップされる。

指定地域の中小酒販店は1年間だけ猶予ができたことになり、ホッとしているかも知れない。しかしその分、自由化が不完全になったことになる（ここで逆特区の当否を論じるつもりはない）。しかも、猶予が認められたといっても、たった1年間だけである。これは長そうで、短い。中小酒販店としては、早急な自由化対策が必要なことには変わりない。

**で**は、不完全ながらも自由化された結果、どのような業種が酒類販売に名乗りをあげるのか。9月1日から全

国の税務署で酒類販売の免許申請の受け付けが始まったが、受け付けは9月いっぱい続くので、今の時点ではハッキリしたことは言えない。しかし、大手コンビニ各社はもちろん、ホームセンター、百元ショップ、宅配ピザ屋、花屋、レンタルビデオ店、惣菜・弁当店、宅配ずし屋、洋菓子店、ドラッグストアなど、アレッと思うような業種までもが、免許申請に走り出している。

これら各業種がお酒を扱うことによって、顧客の増加を狙っているのは、言うまでもない。しかし同時に、「お酒を楽しみながら映画を観て」（レンタルビデオ店）とか「花束と一緒にワインをプレゼントしては」（花屋）「焼きたてのピザに冷えたビールを」（宅配ピザ屋）というように、自社の本業を酒類販売と結びつけることによって拡大していこうとする狙いもある。

— う見てくると、酒類販売の自由化  
↳ はこれら業種にとっては新しい事業機会をもたらすものだと言えるのだろう。このチャンスをモノにしようと、これら各業種が張り切るのも無理あるまい。民間のある調査によると、全国に11万余ある酒飯店が自由化後には1万店増えるのではないかと推定している。お酒の販売競争が激化するの間違いはない。

受けて立つ酒飯店からすると、競争激化になる環境変化だが、別の業種から見れば商売を拡大するチャンスになるということだろう。酒類販売の自由化で「つまみ」の業界も勢いづいているというか

ら、立場が変われば規制緩和のもたらす意味が180度違ってくるのかも知れない（一方の「脅威」が他方の「機会」）。

さて、たまたま9月ということで、酒類販売の事例を取り上げたが、実は酒販の自由化は規制緩和の一例ではない。お米の販売自由化、薬の販売自由化など、規制で守られていた各分野で自由化が進みつつある。販売面以外での自由化も目白押しだ。政府が進める規制緩和は遅々としているように見えるが、確かにスピードは遅いが、世の中の流れが規制緩和の方向にあるのは確かだろう。

とするならば、規制緩和の対象になる事業分野に属する中小企業は、当然ながら規制緩和に備えて経営姿勢を転換させることが必要になる。仮に逆特区のような保護策が施行されたとしても、それは規制緩和を一時的にストップさせるだけで、規制緩和の流れを逆行させはしない。

悩ましいのは、その自由化対策を長引く不況のなかで行わなければならないことだろう。ただ、酒類販売の例でも見たように、規制緩和はある日、突然起こるのではない。規制緩和は政策だから、時間をかけて実行に移されるのが普通だ。

その時間をどう過ごしたか。その時間を有効な自由化対策を打ち立てるのに使ったかどうか。規制時代の甘えをいつまでも続けていると、新しい時代に生き残れない。酒飯店が直面する環境は、決してこの業界だけのものではない。