

効率と信頼を目指して ―市場を中心とした経済社会の構築―

1997 年 6 月 24 日
社団法人 経済同友会

はじめに

～ いまこそ市場を中心にした経済システムに転換すべきである

21 世紀を間近に控えた現在、日本の経済システムは大きな転換の必要性に迫られている。戦後 50 年を経て、日本経済はキャッチアップの時代からフロントランナーの時代へと成熟した状態を迎えている。さらに、グローバル化、情報化といった新しい時代の大きな流れが急速に進展し、メガ・コンペティションの時代に突入している。その中で、1940 年体制といわれるように戦時体制の中でその原形が生まれた日本の戦後経済システム（政府と企業の緊密な関係、メインバンク・系列などの企業間システム、長期安定雇用を中心とした人的マネジメント・システム等）のプラス面が十分に機能を果たせなくなり、逆にマイナス面が経済活動を阻害するようになってきた。

一方、グローバル化という視点で考えた場合、日本は世界の GDP の 18% を占める経済大国であり、その資源配分を一国の中でのみ考えれば良い時代は過ぎ去っている。日本経済が今後発展し、世界経済の拡大に寄与するためにも、グローバルな動きに対応できるオープンで効率的な経済システムに再構築する必要がある。

戦後経済システムの特徴として、官が主導した特定産業の保護・育成策が挙げられる。これは、資源配分を市場に委ねるのではなく、人為的に資源配分をコントロールしようとするものであった。キャッチアップの時代にはそれが有効に機能したが、現在ではそれがくびきとなり非効率性をもたらし、日本の高コスト構造の温床となっている。このままでは、企業活動のみならず人・金の空洞化がますます進展し、国際市場からは投資魅力に欠く国となる。

国民の多くは中流意識を持つものの、経済規模に相応しいだけの豊かさを実感できないでいる。また、今後急速に進展する高齢化にともなう国民負担率の上昇なども考えると、市場を活性化しなければ将来的に国民活力がそがれかねない。

いまこそ、市場を中心に据え、より効率的な資源配分を実現するとともに、信頼できる経済社会を構築することにより、多くの人々が集う豊かで魅力ある社会へと変革を遂げる必要がある。

第1章. 市場の基本認識

1. 国際社会の動き

先進諸国の財政収支は、1970 年代後半より赤字化した。また、今後高齢社会を迎えるにあたり、現行の制度、税制のままでは財政赤字の拡大が避けられず、各国は財政赤字削減の取り組みを始めている。このような中、欧米社会では競争の促進によって経済を活性化しようという観点から、1970 年代後半以降、民営化や規制緩和が進められてきた。

アメリカでは 1970 年代後半の民主党政権時代から、運輸、エネルギー、金融部門等で規制緩和が進められ、1980 年代のレーガン政権下で規制緩和は一層進展した。イギリスではサッチャー政権下、1979 年のブリティッシュ・ペトロリアムの民営化を始めに、電力、電気通信、水道など公共性の高いものを含め 20 以上の公的機関が民営化された。

このように、アメリカ、イギリスなど構造改革を実現した国々の経済は 1990 年代に入り力強い回復を見せている。さらに、アメリカは 2002 年に財政均衡を目標に定め、ヨーロッパは 2002 年までに通貨統合を完了させるという壮大な取り組みを進めている。

「企業が国を選ぶ時代」と言われるように、世界は市場の魅力度を競う時代に入っているが、同時にこれは市場とは国境にとらわれないオープンなものであることも意味している。日本はGDPの規模では世界第二位の地位を獲得しているが、直接投資の受入額は世界の総額のわずか 0.4% (1994 年度 8.9 億ドル) に過ぎず、「市場」の魅力度に関する国際評価はその経済規模に見合ったものとなっていない。

2. 現在の日本の市場をどう捉えるか

～ 効率性を妨げる3つの競争制限

市場が市場として機能しているとは、さまざまな参加者が集い、創意工夫をこらした競争を行ない、その結果を市場が正しく判断し、効率的な資源配分が行なわれている状態である。しかし、現在、このような市場の効率性を妨げる多くの競争制限が存在しており、市場の機能が十分に発揮されているとは言えない状態である。効率性を妨げる競争制限として以下の3つが挙げられる。

a) 官業による競争制限

郵政三事業などの特別会計事業、住宅金融公庫などの政府関係機関、大半の特殊法人は、政府が全額または大部分の出資を行ない事業主体となっている官業である。

これらの官業は、民間との競争を排除しながら事業活動を行っており、効率化のインセンティブに欠けている。

b) 公的規制による競争制限

金融、運輸などさまざまな産業で、免許・許可・認可などの参入に関する規制、料金などの許可・届出などの価格規制、設備・数量規制などの公的規制が行なわれている。このうちの政府規制によって競争が制限された市場はGDPの約4割(*1)占めているといわれる。また、社会的規制ともいわれる安全面・衛生面などに関する規制が本来の目的を離れ、実質的な競争制限になっているケースも見られる。これらの規制によって、競争が制限され非効率性が温存されている。

(*1)公正取引委員会の試算によると 1995 年3月末現在で、GDPに占める政府規制分野のウェイトは 42.3%である。ブルッキングス研究所のC. ウINSTON氏の試算によるとアメリカのGNPに占める規制産業のウェイトは 1988 年で 6.6%である。

c) 民民規制による競争制限

事業者団体や業界関連組織が、業界基準の作成、製品認定などの公的規制を代行するような「非公式な業界管理」の問題が指摘されている。さらに、「秩序ある競争」を大義名分とし、業界独自に価格、手数料、リベート、広告、表示等を制限する多くの民民規制がある。このような民民規制も公的規制と同様に効率的な活動を阻害するものである。

これらの3つの競争制限は多くの場合、同じ産業に重層的に存在しており、その産業の非効率性、後進性を根深いものとしている。また、これらの産業の非効率性が競争制限のない自由な競争市場にも高コストの影響を与えている。

一方、競争制限が存在しない市場では、民間が自由な活動を行なっている。日本の市場のおよそ半分がこの自由な競争の下にあり、グローバル・マーケットという巨大な市場にも開かれている。この市場では、間断なきイノベーションを通じて、生産効率、商品開発の創造性などの面で厳しい自由競争が展開されており、ダイナミックな活動が繰り広げられている。

第2章. 自由競争市場を中心に据えた経済社会の実現に向けて

われわれは活力に溢れ、しかも安心して生活できる社会を構築するべきと考えている。その中心となるのが市場であり、市場の持つダイナミズムを最大限に活かして、その効率的な資源配分に委ねることを社会の基本とするべきである。

そのうえで、市場が実現した資源配分の結果が社会全体の公正さ、安心さ、安定性などを含めた信頼性を著しく損なうことがないように、市場を支えるシステムにも十分に配慮する必要がある。具体的な問題として、弱者と敗者の問題などが考えられる。

つまり、市場に関する振り子は思い切って自由な方向に振るが、その振り子が社会そのものの土台を揺るがすことがないように、信頼性という視点も合わせた総合的な検討を行なう必要があると考える。

1. 自由競争市場の範囲を広げる

市場の効率性を高める源泉は競争である。自由競争を勝ち抜いている日本企業は、ダイナミック・ジャパンといわれるように国際的にも高い評価を得ている。このような活力ある活動を行なえる参加者が日本のさまざまな分野から輩出することにより、市場は活力を帯び、より魅力溢れる商品・サービスが提供されるようになる。そのためには、市場から競争制限を取り除き、自由な競争が行なわれる市場の範囲を広げる必要がある。

(1)官業の縮小

～ 市場メカニズムを導入し、民営化できるものは早急に実現を

官業については、①民間に任せられない業務であるのか、②市場メカニズムに委ねられない理由が本当に存在するのか、抜本的な見直しを行なう必要がある。

例えば、民間の宅配便が始まったことにより、郵便事業のサービスは格段に向上した。これは、郵便事業が十分に市場メカニズムが働くものであることを証明している。財投の問題に関しても、当会がこれまで述べてきたように、出口機関による市場からの直接資金調達(財投機関債)、郵便貯金・簡易保険については独自の判断による資金運用を拡大することにより市場メカニズムを導入することが可能である(*2)。このように、官業についても市場の判断に委ねることにより、効率化が可能となり、民営化すべきもの、廃止すべきもの、政府事業として行なうべきものなどの振り分けが可能となる。

これらの検討の前提となるのが情報開示である。官業については、その効率性、有効性を測定するために、民間以上の情報開示の充実・徹底を図るべきである(*2)。

(*2)公的金融・財政投融资に関する当会の提言として、『公的金融・財政投融资の課題と見直しの方向』(1995年7月)、『公的金融・財政投融资の改革に向けて』(1996年7月)がある。

(2)規制の縮小

～ 規制撤廃・緩和は確実に効果をあげている

参入・退出に関する制限、価格に関する制限、数量・設備に関する制限などの規制は早急に撤廃すべきである。これらの規制が、効率化を妨げ、また不透明な裁量・介入が入り込む余地を作っている。

金融システムの改革に先立って、1998 年4月に改正外国為替法が施行されるが、これにより日本の金融市場に大きな風穴が開き、グローバル・マーケットの大きなうねりが日本に押し寄せてくると予想される。また、本年3月に発表された規制緩和推進計画の再改正では運輸分野に関する需給調整条項の撤廃が盛り込まれている。このように、日本経済に影響を与えていた規制市場にも改革が始まろうとしている。

経済企画庁が 1997 年4月に公表した規制緩和の定量的効果を測定した試算によると、需要拡大効果は本店法緩和による効果を筆頭に年平均で 7.9 兆円、対名目GDP比 1.68%であり、利用者の負担減は年平均で 4.62 兆円、対名目GDP比 0.98%であった。このように、これまで進められてきた規制撤廃・緩和の動きが確実に成果を上げていることを十分に認識しなければならない。

2. 自由競争を支える市場基盤を整える

われわれは、市場メカニズムに委ねるためには自由な競争市場の範囲を広げるとともに、税制、企業法制、市場運営ルール、情報開示、モニタリング・システムなどの“市場を支える基盤”を整備することも合わせて行なわなければならないと認識している。このような基盤が整うことにより、はじめて各自の創意と自己責任に基づいた自由な競争が可能となる。

(1)国際的に通用する市場基盤

～ 基盤整備は整合性を持って進められなければならない

グローバル・マーケットの一翼を担う市場を形成するためには、経済活動の基盤となるルール、制度について、国際的な整合性を保つ必要がある。国際社会から見て、コスト高であること、使い勝手の悪いものであることは、国内企業の行動を制約するだけでなく、国内外からの投資や優秀な人材の獲得が困難になることを意味する。

日本と同様に先進諸国の中で法人税の実効税率が極めて高いドイツでも、法人税の基本税率を 45%から 35%に引き下げる見直しが進められている。法人の実効税率を早急に引き下げていかなければ、企業立地に関する日本の条件はより一層悪化してしまう。

また、各基盤は相互の関連性が高いだけに、整合性を持って整備することが重要である。優先順位を付けることは必要であるが、その場合でも全体のプログラムを明確にし、早期の実現を目指さなければならない。特に、税制、企業法制などの経済インフラとも

いえる制度と他の市場基盤との間に整合性が取れていなければ、弊害を招いたり、実効性に欠けることになる。

外国為替法の改正とともに有価証券取引税、株式委託売買手数料などの見直しを行なうべきである。また、事業形態によって税制上の不利益が生ずることがあってはならず、純粋持株会社の解禁とともに連結納税制度の導入が欠かせない。

(2)裁量、介入などの不透明な市場運営基準の排除

～ 明確なルールを定め、その中で自己責任原則を徹底する

自由競争市場では、各参加者の自己責任において経済活動の自由が保証されている。しかし、その自由な活動が他の参加者の経済活動の自由を阻害または侵害することがないようにルールを明確に定める必要がある。そして、そのルールは国会における立法によって定められなければならない。したがって、行政機関の活動は、法律に根拠がある場合に限るべきであって、裁量による執行・介入などの手法は排除されなければならない。

(3)情報開示

～ グローバル・スタンダードへの対応

市場基盤の中で、これから重要度をますます高めるのが“情報開示”である(*3)。正しい情報があって、初めて市場は正しい判断を下すことができる。

企業経営の内容を正しく伝達するための会計基準を国際的に統一しようとするものが国際会計基準(IAS)であるが、欧米諸国はこれをグローバル・スタンダードとして受け入れようとしている。日本の会計基準が国際的に通用する透明性を確保するためにもIASに準拠する方向で見直しを急ぐべきである。この際に税制、企業法制もこれに整合性のあるものにしていく必要がある。

市場を重視するためには、消費者が適切な選択を行なえるような仕組みを整備する必要がある。供給者と消費者の関係を考えた場合、多くの情報を持っているのは供給者側であり、十分な情報を持たない消費者に適切な情報を伝えるような仕組みを考えなければならない。そのためには、多くの情報を適切に分析し、市場にわかりやすく伝達するアナリスト、コンシューマーズレポートなどの情報仲介者の役割が重要となる。

(*3)経営者の47.1%は、市場基盤の中で情報開示が最も重要であると考えている。次いで、競争政策などのルールを挙げる者が32.6%、市場への参加者の意識を挙げる者が22.1%であった。

(4)重層的なモニタリング・システム

～ 監視機関は独立性を確保し、機能を十分に果たせる環境を整えるべき

自由競争市場では、入口のチェック(事前規制)はなくなる。従って、市場の中で公正な競争が行なわれているかをチェックするモニタリング・システムの役割が重要となる。

各主体は、まず自らの行動をチェックするモニタリング機能を整備する必要がある。そして、その行動はまず市場によって判断されることになる。

そのうえで、公正な競争を歪める行為が市場に発生した場合は、そのルールを管轄する独立した第三者機関に判断を求める必要がある。独占禁止法を運営し、公正な競争が実現しているかを監視する公正取引委員会の役割は今以上に重要となる。公正取引委員会の事務局体制が強化された現在、より積極的に勧告等の法的措置を取るべきである。また、1998年7月までに発足することが決定した金融監督庁については、独立性の確保が望まれる。

さらに、当会がこれまで繰り返し述べてきたように、チェックの最終的な防波堤となるのは司法である(*4)。司法による損害賠償や差し止めが機動的に機能しなければ自由競争市場の根底が覆される。迅速な司法処理システムの確立が望まれる。

(*4)司法改革に関する当会の提言として、『現代日本社会の病理と処方』(1994年6月)、『グローバル化に対応する企業法制の整備を目指して』(1997年1月)がある。

3. 敗者は復活、弱者は自立させる

自由競争市場の基本は競争を通じた効率的な資源配分を行なうことである。そこからは従来以上に、競争に敗れるもの(敗者)が発生してくると思われる。また、何らかのハンディキャップを持つために機会を十分に活用できないもの、そもそも機会を得ることが極めて困難なもの(弱者)もいる。

われわれはすべての問題が市場で解決されるとは考えていない。特に、弱者の問題については、その峻別を確実にしない、より重点的な施策を講じる必要がある。

従来行なわれていた農業、中小企業、高齢者などの特定集団に対する規制、補助金、税制などの一律の保護政策は、①その集団の中に存在する敗者でも弱者でもない、十分に競争力を備えた者に対象が及んでいる、②本来、敗者として淘汰されるものを弱者として救済している、③弱者の自立に向けての努力が促進されていない、などの矛盾を含んだものであった。このような施策は、効率性に欠け、社会的コストを増大させるだけでなく、既得権益を生み出し、自立できるはずの弱者にその機会を失わせることにもなっている。

(1)敗者は再び市場に挑戦すべき

～ 敗者復活のための環境整備が重要

自由競争市場では、市場メカニズムを通じて、劣ったものが淘汰され、優れたもののみが勝ち残ることが原則であり、この結果、市場が効率的なものとなる。

競争の結果生まれる敗者に救済は必要ない。敗者は再び市場へ挑戦する機会を獲得し、自らの能力を活かせるような適所を見出すべきである。しかし、現在、資本市場であれ、労働市場であれ、敗者が復活できるような環境が十分に備わっているとはいえず、その整備が急務である。

日本では一度事業に失敗すると、社会的信用が失墜し、資金調達などの面で大きな障害を持つことになる。個人の能力、事業の企画を正當に評価するシステム・風土の形成、リスクマネー供給の環境整備が欠かせない。

競争の中から生まれる失業者については、一定期間失業保険を給付することは当然であるが、雇用の流動化を促進するような施策(職業紹介事業の民営化、教育制度の充実等)を講じ、速やかに再就職の場を提供できるような環境整備が必要である。

(2)弱者の自助努力を促す

～ 弱者が自立できるよう援助を行なうべき

市場には多くの機会が溢れている。しかし、何等かのハンディキャップを持つためにその機会を十分に活かせない人々がいる。われわれが施策を講じるべきと考える弱者とはそのような人々である。

弱者に対する支援の目的は、そのような弱者に自らの力で市場に参加し、できるだけ自立できるようにすることである。あくまでも自助努力を前提とし、競争上のハンディキャップを取り除くこと、新たな機会を提供することなどを支援の中心に据えるべきである。

そのうえで、市場に参加する機会が得られない重度の心身障害者、要介護の老人などの人々に対しては、公的保障として十分な施策を講じるべきである。(*5)

(*5)社会保障全般に関する当会の提言として『安心して生活できる社会を求めて』(1997年4月)がある。

第3章 企業に与えられた課題

第2章ではわれわれの考える市場を中心とした経済社会の姿を整理した。これまで述べてきたように、われわれは経済システムの転換を求めている。そして、改革にはスピードが求められており 2000 年を目処にした制度基盤の整備が必要であると考えている。

このような変革の時期に当り、市場の創造的活動の担い手である企業、企業経営者には、市場を拠り所にした経営を行ない、また、市場を支えていくためにも自らの変革を遂げることが要求されている。

※文中使用の経営者の考え方を示す数値は、特に断りが無い場合、1997 年4月 22 日～5月9日の期間実施した「21 世紀初頭の市場の姿」と題したアンケートの集計結果を使用したものである。

1. 市場を魅力的なものにする

(1)改革の推進

経済同友会では、規制は基本的には撤廃し、アメリカ並に政府規制の割合を1割以下にすべきとの主張を行ってきた。しかし、経営者の大半は、現在GDPの4割といわれる政府規制の範囲が5年後でも3～2割程度にしか減らないと予想している(*6)。改革のテンポは十分なものとはいえない。

政府は、経済構造改革を含めた六大改革の実現に向けて取り組みを始めている。われわれもまた改革の動きをさらに促進するよう行動しなければならない。規制の中で活動を行っていた企業、民営規制といわれる業界内の自主ルールによって制限された競争を行っていた企業は、自由な競争市場で闘う覚悟を決めなければならない。規制に安住すれば、国際競争力を弱め、自らの存続を危うくすることを理解する必要がある。

(*6)5 年後には政府規制のGDPに占める割合が3割程度になるという予想が 48%、2割程度になるという予想が 44%であった。

(2)市場の創造

われわれが経済システムを変えなければならないと考える理由の一つは、創造性溢れるニュービジネスが登場することにより、経済を本当の意味で活性化することにある。

しかし、現在、日本の開業率は5%弱であり、アメリカと比べると三分の一に過ぎない状態である。規制撤廃・緩和がニュービジネス台頭のための重要な条件であることは間違いないが、それでも経営者は、5年後の開業率がさほど大きく上昇するとは予想していない(*7)。

ここ数年で、店頭登録特則銘柄制度の新設、新規企業に対するストックオプション制度の導入、エンジェル税制創設の決定などベンチャー企業を支援する制度が整備されてきた。さらなる制度の拡充を行なうと同時に、市場の先駆者、成功者が投資、評価、アドバイスなどの面で適切な協力を行なうことにより、これらの制度を活かし、ベンチャービジネスを育む環境作りを行なわなければならない(*8)。

(*7)5年後の開業率に関する経営者の予想は、5～8%とするものが57%と最も多かった。8～12%と現在の倍以上になるという予想は27%であった。

(*8)ベンチャービジネスに関する当会の提言として『企業家精神復活』(1995年6月)がある。

既存企業の役割も大きなものがある。人材、技術、ノウハウを蓄積しているのは圧倒的に既存企業である。現在2極化の進展といわれるように、業種間、業種内で優劣が明確になりつつある。その中で勝ち残るために、蓄積してきた経営資源を選択・集中することにより、たくましい企業へと生まれ変わる必要がある。市場を魅力的なものにする源泉はイノベーションであり、そのために企業は組織を活性化し、人材を活かし、技術革新の促進を怠ってはならない。

2. 市場の評価と企業経営

(1)雇用と収益

これまで日本企業はステークホルダーズの中では主として従業員を重視した経営を行ってきた。しかし、市場が機能することにより、株主に対して従来よりも大きな責任を果たすことが企業に要求されるようになる。株主の評価を勝ち得るためには、利益を追求することを企業の重要な目標としなければならない。各企業はROE(株主資本利益率)またはROEに準ずる指標を重要な経営指標と定め、投資に見合った収益が確保できる企業体質へと転換を図るべきである。

現在の日本企業の平均ROEは4%程度といわれているが、この程度で市場の評価が得られるとはいえない。単なる分母の調整ではなく、効率を重視した質の高い経営を行ない、ROEを向上させなければならない(*9)。

ただし、最終的にどの程度のROEを目標とするのかは、あくまでも、それぞれの経営環境に基づき、各経営者が独自の判断を下さなければならない問題である。短期的視点で判断するのか、中長期的視点で判断するのか、成長性をどのように判断するのか、雇用の問題をどうするか、などさまざまな判断が重なることによって目指すべきROEが異なってくる。特に雇用の問題についていえば、短期的なROEの向上を至上命題とするならば雇用を犠牲にすることもあるだろうが、長期的なROEの向上を目指すのであれば

ば、雇用を決しておろそかにすることはできないはずである。重要なことは、その評価はあくまでも市場を通じた判断によってのみ下されることである。

(※9)5年後のROEに関する経営者の予想は、現状並(1995年上場企業を対象にした調査では3.4%)とするものが24%。5%程度とするものが57%。8%程度とするものが19%であった。これは決して十分な水準であるとは言えない。ただし、長期金利、法人税等の環境の違いを考慮した場合、ROEを欧米諸国と単純に比較するべきではない。

(2)環境、安全性の問題

環境面、安全面に関して、定められたルールを厳守することは当然のことであり、社会の重要な構成員である各企業は環境、安全性に関して自主的にその取り組みを強化していくことが重要である。

経営者の大半は、自由競争市場においても環境、安全性がおろそかにされることはないと考えており、その最大の理由として、消費者、取引先からの要望がこれまで以上に厳しくなることを挙げている(※10)。つまり、これからは環境、安全性への配慮が重要な競争条件の一つとなることを意味している。

(※10)競争が厳しくなると環境、安全性への対策がおろそかになると考える経営者が34%、ならないと考える経営者が66%であった。環境、安全面がおろそかにならないと考える理由として、91%が消費者、取引先の要望が厳しくなることを挙げている。

3. 自己責任原則に基づく経営を行なう

(1)自己責任による企業経営

企業にまつわる不祥事が絶えない。市場を介した不正行為、虚偽の報告などは市場をないがしろにする行為であり、市場の信頼性を著しく損なうものである。市場を支えていくものの義務として、各経営者、従業員はまず自らの責任でその行動を律することが第一である。そのうえで、企業として責任ある活動を行なうために社内のチェック・システムを再度確認する必要がある。

市場の持つ自浄作用とは、不正な行為に対して市場が厳しい評価を下し、排除していくような動きをとることである。コーポレート・ガバナンスが機能しない企業は市場では生き残れなくなる。

当会の「企業経営委員会」が実施したアンケートによれば、大半の経営者は、民間主導の経済を実現するためには企業が自らを厳しく律していく必要があり、経営者・社員の行動に対する包括的な企業行動規範を策定する必要があると考えている。また、実際に企業行動規範を策定している企業も多い(※11)。

さらに、企業における戦略決定、業務執行、業務チェックの3つの機能が有機的・有効的に働くように取締役会、監査役(会)のあり方を検討するべきである。その際に、業務チェックに関して、社外取締役の採用、監査役の独立性の確保、社外監査役の充実などの検討も行なわれるべきである(*12)。

(*11)企業行動規範に関する、『企業行動規範関連アンケート調査』(企業経営委員会1997年4月)によれば、企業行動規範を策定している企業が48%、策定を検討している企業が24%。企業行動規範が必要であるとする経営者が61%、策定が望ましいと考える経営者が28%であった。

(*12)取締役会、監査役の機能強化に関する当会の提言として、『新たな時代における日本企業の意思決定のあり方』(1996年4月)、『第12回企業白書』(1996年5月)がある。

(2)透明性の向上

積極的に投資家の評価を得ようとするならば、連結財務諸表の作成は当然のこととして、連結による経営目標の設定など連結決算を重視した経営、時価情報の積極的開示など独自の判断でより透明度の高い情報を開示していく必要がある。

制度で定められた情報開示は、企業活動の一面を示すに過ぎない。その画一性を補いソフト面を含めて企業活動の実態を伝えるのがIR(インベスター・リレーションズ)活動であり、今後この重要性がますます高まる。IR活動は、自らの判断と責任で開示するものであり、トップ・マネジメントの理解と参加が欠かせない。

消費者の支持を獲得するために具体的なスペック、使用方法などに関する情報提供の努力が競われている。これからは、例えばペイオフの対象となる商品であるか否か、サービスの対象とならない範囲は何かなどを明確にすることにより、消費者が自己責任において選択できるような透明性を確保していく必要がある。

おわりに

われわれは適切な環境が整備されさえすれば、市場は効率的な資源配分を達成できると考えている。その適切な環境を整備するために、競争制限を取り除くこと、市場基盤を整備することを述べてきた。

同時に、市場を中心とした社会とは、市場の効率性を追求するだけでなく、社会全体の信頼性も保持したものでなければならないとも考えている。これまで、自由競争市場の中で評価を勝ち得ていくことと、環境・安全性を重視すること、雇用を重視することが相反するものではないと述べてきた。また、社会全体の問題として弱者への配慮が重

要であることを述べてきた。このように市場を支える基盤をしっかりと整備することによって、社会の信頼性が高まる。

われわれの目指す社会の実現に向けて、企業に課せられた課題にも大きなものがある。市場の参加者の一人として、市場をより魅力的なものにすること、社会に対する責任、自己責任の問題などの重要性を述べてきた。しかし、これらの問題にどう対処するかは各経営者の判断に委ねられているのであり、あくまでも市場を通じた評価によってその是非が問われることを理解しなければならない。

われわれは、市場にニュービジネスやたくましい企業、創造性溢れる人々といった花が咲くことができるよう、魅力ある市場を構築することを目指している。21 世紀の日本市場にさまざまな色や形の美しい花が一面に咲き誇り、グローバル市場の中で鮮やかな彩りを発することがわれわれの願いである。

以 上