

# 「市場中心の経済システム」にむけた業界団体の役割 — 自立し開かれた小さな業界団体を目指して —

1997年6月25日  
社団法人 経済同友会

## 1. はじめに

構造改革が、ようやく動き出した。これは、戦後50年間にわたり、わが国の社会・経済システムを規定してきた様々な制度を、「市場」と「グローバル」という2つのコンセプトを基本に、再構築するものである。そして、その中心は、規制撤廃・緩和、官民の明確な役割分担、情報公開という手法を用いて、橋本政権が掲げる「6つの改革」を推し進めることである。しかし、こういった取り組みは、官主導から民主体の経済を構築するための官の役割の見直しが目的であり、民間部門の構造改革を直接的に取り扱うものではない。

経済同友会では、本年、「市場主義宣言」を発表し、構造改革の基本的取り組み課題と経営者の役割を強調した。今後の課題は、制度改革を中心に動きはじめた構造改革に対応して、民間部門の改革を推進することである。

民間部門の改革には、大別して2つの課題が存在する。一つは、構造改革後を見据えた企業経営改革であり、もう一つは、企業間関係に根差す構造の改革である。前者は個別企業の問題であり、その評価は市場がおこなう。すなわち、改革に成功した企業は、さらなる成長を図ることができ、失敗した企業は、市場で淘汰されるであろう。

それに対し、企業間関係に、市場を歪めるものが存在するのであれば、それを改革しなければならない。この問題は、いわゆる「業界」、「企業系列」、「市場慣行」など、様々な角度から取り上げることが可能である。本提言では、これらに関する改革論議の第一歩として、ともすれば、わが国独特の機能を有すると指摘されることがある「業界団体」について取り上げ、今後の改革の方向性について検討をすることとした。もとより、業界の活動の中に、公正な競争を阻害し独禁法に抵触するものがあれば、それは、公正取引委員会により糺されることになるであろう。また、独禁法上の問題はないにしろ、業界の諸活動の中に、自由で公正な競争を妨げるという疑問を持たれるようなものがあれば、業界団体がその問題を取り上げ、積極的に改めるべきである。これは、それぞれの業界団体が、独自に取り組むべき問題である。本提言は、いわゆる「工業会」など、業界全体の発展を目的に設立されている業界団体を対象とし、それらの業界団体が、構造改革を踏まえて、より効率的で意味のある公的な役割を果たしうよう、改革の視点を整理しようというものである。

本提言の取り纏めにあたっては、アンケートやヒアリングなどの形で、24の業界団体と、それぞれの業界団体を担当する企業スタッフの方30名にご協力を戴いた。約三千ともいわれる業界団体に関する調査としては、数は少ないが、わが国の産業の約半数の業種をカバーしており、業界団体に共通の課題を整理し、今後のあるべき姿や見直しの方向を検討するには、不可欠の作業であった。ここに、あらためてご協力を戴いた方にお礼を申し上げたい。

## 2. 業界団体の現状と課題

### (1) 行政との関係

これまで行政は、法律や政策の立案・周知・指導の実効性をあげるために、所管の業界団体と双方向の情報交換を行うなど、主に業界団体を活用してきた。一方、民間企業は業界団体を通じて、個別企業では対応できない、政策に対する要望や政策立案過程での協議などを行ってきた。これらが、これまでの日本経済の成長に寄与してきたといえる一面もある。しかしながら、数ある業界団体の中には、「天下り」と「補助金」が、官民の役割をあいまいにしていることも否めない。

現在進行する構造改革は、こういった行政のあり方を根本的に変える作業である。したがって、それに見合って、業界団体の機能と役割も変化することが望まれている。

業界団体への「天下り」は、社団法人として公益法人に認可された後から始まっている場合が多いようであり、行政が業界団体とのコミュニケーションを円滑に展開する目的から定着した仕組みといえる。キャリア官僚にとっては、法案を成立させることと、公益法人を作ることが、功績として評価されるという見方もある。

一方、主に産業の保護・育成を目的としてスタートした「補助金」は、時代の変化にともなって、その必要性が弱まったにもかかわらず、継続して交付されているやに見受けられる一面もある。また、「補助金」が「天下り」の受け入れと関連しているのではないかという見方もある。

### (2) 業界団体の役割と活動

業界団体の設立経緯は、大きく2つに分類される。一つは、戦後の各統制会の廃止に伴う設立であり、もう一つは高度成長期から今日までの産業構造の変化の中で、新たに設立されたものである。そして、ほとんどの団体の役割は、当該業界の発展となっている。こういった設立の背景が、現在三千ともいわれる業界団体の数の多さにつながっている。すなわち、業際化が進む中で、新しい業界団体が設立される一方、古い業界団体はそのまま残ってしまうという現象が見られる。

業界間の境界が不明確になっており、結果として類似の活動を行っている団体が数多く存在すること、更には、各団体が個別に活動していることから、業界団体の会員企業にとっては、非効率的な活動となっているとの認識がある。

一方、各業界団体の活動については、委員会の多層化と形式化など運営上の無駄を指摘するむきもある。業界団体の活動は、テーマ別の委員会活動の他、業界の売上高や輸出入等に関する統計資料の作成、業界に関する資料・情報の収集、行政からの情報の伝達、行政に対する意見・要望の伝達、規格・標準化、環境問題への取り組み、広報活動など多岐にわたっている。こういった活動について、例えば、担当者会、常務会、社長会など会議が多層化しているのである。また、これらの活動については、従来の慣習堅持にとらわれ、活動に無駄が生じる場合もみられる。

### 3. 今後の見直しの方向

個別企業と業界の利益だけでなく、消費者、コミュニティー、地球環境など、社会の多様な利益との調和を目指す、より公的な存在としての業界団体となり得るよう、役割のウエイトを見直すことが必要である。このような観点から組織を見直すことは、結果として、昨年8月に閣議決定されている「公益法人の設立許可及び指導監督基準」にも沿うこととなろう。

加えて、市場中心の経済システムにあつては、業界団体にも、自己責任に基づく活動が求められる。

また、グローバル・スタンダードの観点からも、欧米からも指摘されているように、業界団体の透明性を高めていくことが求められる。

#### (1) 小さく効率的な業界団体

業界団体の活動は、各企業ごとではできないこと、及び各企業が個別に取り組むよりも、業界全体で取り組む方が、より大きな効果を期待できることにとどめるべきである。そして、個別企業と業界の利益だけではなく、社会の多様な利益を考慮した活動とすべきであり、それが業界としての社会的責任を果たすことにつながる。例えば、環境問題への取り組みや標準化にかかわる国際活動などである。

加えて、業界団体が社会的認知を得続けるためには、経済・社会の変化に対応して、その活動内容を常に見直すことが必要である。一つひとつの活動を開始するにあたり、予め活動期間を設定するとか、所定の役割を果たし終えたと判断される活動は速やかに終了するなど、一つひとつの活動内容を絶えず見直すことが望ましい。今後の業界団体に対しては、会員からみて会費に見合った効果のある活動が期待されている。

また、産業構造が大きく変わり、業種区分が多様化しつつある今日、類似団体の統廃合についても、議論を開始すべきであろう。

## (2)透明で開かれた業界団体

まず重要なことは、業界活動に関して積極的な情報公開を行うことである。単に広報活動としての情報公開ではなく、業界団体が社会の信頼を得るように、必要に応じて、あらゆる情報を公開すべきである。特に、現在「補助金」を受けている業界団体は、その種類、テーマ、収支、使途などについての、全ての情報を公開すべきである。

加えて、業界団体の透明性確保のためには、メンバーシップが開かれていなければならない。会員資格を見直し、立場の異なる会員の参画を得ることが必要である。例えば、グローバルな競争の時代を迎えて、今や日本企業と外国企業の仕分けが無意味になり、外資系企業の積極的参画が求められている。外資系企業の参画は、業界団体における議論に幅を持たせることとなるだろう。外資系企業の参加を積極的に推進することは、日本企業の国際化をより一層推進することになるものと思われる。

また、理事の構成を見直し、学識経験者や有識者などの業界外の第三者を、理事に加える方向での改革も検討すべきではなかろうか。

さらに、業界団体における意思決定が、参加企業全員の自主性と公平性に基づいて民主的に決定されていることが、明確にされなければならない。

## (3)自立した業界団体

行政や政治からの自立を目指す努力が必要である。行政の受け皿的な機能があるのなら、本来、行政に帰属すべきものとして返上すべきである。

また、「天下り」の受け入れのあり方を見直し、幹部の人選については、民間からの登用を含めた幅広い分野に人材を求めることが必要である。

原則として「補助金」の交付は受けないとともに、自らのことは自らで行うという姿勢が必要であり、自主自立の団体運営が求められる。

## 4. 業界団体の新たな役割

業界の諸活動の中に、いわゆる「民規制」といわれるものを含め、自由で公正な競争を妨げるという疑問を持たれるようなものがあれば、業界団体がその問題を取り上げ、積極的に改めるべきである。

民が主体の経済構造への改革は、「市場」と「グローバル」という2つのコンセプトに基づいて進められている。今後の業界団体のあり方についても、これらから離れては考えられない。

## <「市場」の観点から>

### (1)自由で競争的な市場の構築・維持

公的規制に上乗せして定めているような自主規制があれば、それが及ぼす効果や影響を見直し、自由で競争的な市場を構築するうえで支障があるものについては、廃止すべきである。

業界団体は、それぞれの業種において、グローバル・スタンダードに適合した市場中心の経済システムを構築し維持するために、その妨げになるような規制を撤廃するように、行政に積極的に働きかける役割を担うことが求められる。同時に、消費者の利益に反するような、業界としての既得権の保護を求めてはならない。

また、国家間、あるいは地域間における自由で公正な通商関係を構築し維持するために、必要があれば、業界団体が、行政に国際的なアクションをとるように働きかけ、その活動を支援することも必要である。

自由で競争的な市場においては、様々な分野で、市場への新規参入が活発化することが予想される。業界団体が、業界全体の広報活動に加えて、積極的に情報を発信し、新規参入者に対する業界情報提供の窓口としての役割を果たすことが望まれる。

### (2)消費者重視の活動への取り組み

これまで、業界団体では、企業と行政と政治という枠組みの中で、その活動が展開されてきた面が強い。今後は、これまで以上に消費者の視点を取り入れることが必要である。

その意味では、現在一部の業界団体では、操作パネルの絵文字やマーク表示、カタログ上の表現などの統一に努めたり、消費者相談窓口を設置している。このような活動はもとより、単なるクレーム対応だけでなく、より一歩進んだ形として、業界団体の活動により一層消費者の意見を反映させるような仕組みを講ずることも検討に値しよう。

## <「グローバル」な観点から>

### (3)地球環境問題への取り組み

地球環境問題は、企業活動を考える上で、重要な課題である。この問題は、単にコスト増加などの企業活動への制約要因として捉えるべきではなく、地球市民の一人として企業が積極的に対応しなければならない分野である。しかし、効果や効率の観点からは、各企業ごとの取り組みには限界がある。リサイクルの推進や省エネなどに関して、企業の利潤動機を超えた積極的対応策を検討することが、業界団体の今後の役割として期待されている。また、こういった課題に対しては、関連する業界が協力して取り組むことも必要である。

#### (4)標準化にかかわる国際活動

近年、グローバル経済の進展に伴い、技術の国際的な標準化の重要性が高まってきている。いわゆるデファクト・スタンダードが国際的に論議されているが、一方では、各国・各企業が競争力の維持・向上を目指して、自らの技術を国際標準とするために活発な活動を行っている。また、標準の決定が早ければ早いほど、消費者にとってもプラスになる面もあり、そういった問題に対しては、業界団体が一定の役割を担うことも必要である。

## 5. おわりに

構造改革は、既得権を手放すことから始まる。民間部門の改革も同様である。これまでの業界団体は、官と民との密接な協力関係の構築や、会員企業間の仲間意識による閉鎖的な体質の形成に寄与してきた存在でもあった。そこには、ある意味で既得権が発生していた面があることも否定できない。ここに、業界団体を中心とする業界活動を見直す必要性がある。

自由で開かれた社会の実現が課題となっている今日、業界団体のあり方が問われている。中でも大切なことは、業界団体活動に対する、それぞれの企業の参加姿勢である。改革を推し進める力の源泉は、業界団体を構成する企業経営者のリーダーシップであり、各業界団体の活動内容や機能を絶えず問い続けるという姿勢である。行政から自立し、開かれた小さく効率的な業界団体を創造することは、経営者に求められている責務であろう。

以上