

【要約】

ハン・サンジン、シム・ヨンヒ、パク・セスル「企業の社会的責任と株主-被雇用者パートナーシップ：経験的分析」

HAN, Sang-Jin, SHIM, Young-Hee, PARK, Sae-Seul, “Corporate Social Responsibility and Stockowner-Employee Partnership: An Empirical Analysis”

北海道大学大学院経済学研究科地域研究センターREBN Seminar 2016/11/25

互酬が成り立つためには、次のような正義の規範が必要である。言論機会の公平な配分、人々を包摂して参加させる仕組み、積極的に話したり聞いたりする態度、コミュニケーションにおいて競合する諸視点への平等な配慮、対話を通じた自己変容、共通の目標や価値についての自発的な合意の調達、等の規範である。こうした規範の上に成り立つ互酬関係は、社会における葛藤や多様性や複雑性を包摂するのであり、ともに共有して生きるという感覚を育むためのすぐれた能力を発展させることに資する。このような関心から本報告では、(1)株主が企業の社会的責任を支持するようになるという最近の価値観の変化を互酬と正義の観点から解釈し、(2)古典的な自由主義が「責任を引き受けるリベラリズム」と私たちが呼ぶものへ変容しうることを、「株主-被雇用者パートナーシップ」の観点から探求する。また、(3)互酬の規範が、企業と社会のあいだの関係において、あるいは「責任ある資本主義文化」において、いかに反映されるのかを経験分析によって示したい。データは2012年、韓国の双竜マテリアル株式会社から集計されたものである。

株主と被雇用者の連帯について論じた研究は少ないが、被雇用者が企業組織に有意義な仕方に参加することが彼らのモチベーションを上げて組織の生産性を高めるのだとすれば、株主と被雇用者のよき関係は、企業の長期的利益にかなうであろう。企業の社会的責任に関する従来の議論では、株主の役割は除外されてきた。その一方で株主アクティヴィズムは増加している(Activist Insight, 2012)。会社の利益がますます株主に配当されていることを考えると、「株主の社会的責任」は高まっているとみるべきであろう。経験的にみて、被雇用者の満足度は、株主の配当と相関するとの報告がある。また社会的責任を重視する株主たちは、低い収益でも満足するかもしれない。そのような株主たちによって運営される「ヒューマニズムに基づく資本主義」を構想することができる。株主には経済的な役割と社会的な役割があるが、この二つの役割は独立のものではなく、株主が「社会的責任投資 SRI」をすれば、結果として企業収益が高まる可能性がある。Edmans (2011)はその可能性を示している。

被雇用者についても、組織に対して社会貢献することが、自身の幸福にとって重要な事柄になっているとの報告がある。被雇用者は、社会的に貢献する企業で働くことを通じて、自尊心(プライドの感覚)を得ることができる。帰属感を得たり、仕事のやりがいを得ることもある。企業の社会的責任において重要な要素は、フィランソロピーよりもむしろ、倫理的な労働実践すなわち被雇用者に対するコミットメントであるとの調査報告がアメリカである。中国では、株主の利益が増加するにつれて企業のパフォーマンスが悪化するとの報告もある。

「株主-被雇用者パートナーシップ」は、企業組織の内部でシナジーを上げることに関心を寄せている。パートナーシップによって、被雇用者は株主と同じ地位にたつ。株主が自発的にその利益の一部を被雇用者に分配するのは、慈善というよりもむしろ、被雇用者の貢献を承認するためであり、パートナーシップを結ぶためである。これは、企業拠出による従業員に対する退職時雇用者株式給付制度や、ストック・オプションなどの制度とは異なる考え方に基づく。「株主-被雇用者パートナーシップ」は、ノブリス・オブリージュの概念によって整合的に説明することができる。株主は儲かるという理由からではなく、地位ある者の義務という観点から、これを行うべき理由をもつのである。

以下では経験的な分析を行うが、私たちの仮説は次のようなものである。すなわち、互酬の規範を共有し、パートナーシップや連帯の感覚を發展させた人々は、企業の社会的責任や株主の責任という理念に対していっそう敏感であり、企業と社会の互酬的關係と同様に、株主と社会のあいだの互酬的關係も支持するだろう。

データは 2012 年 6 月に実施された、上記企業に勤める被雇用者へのアンケート調査（280 人が回答）である。株主は、30 万ドル相当の株を被雇用者の福利のために献じた。さらに株主は、同額相当の株を、283 人の被雇用者に分割して譲渡した。表 1 は、被雇用者の特徴の内訳である。アンケート調査は三つの次元からなる。第一の次元は、次の三つの質問から把握される。(1)「私は株に投資した経験がある。」(2)「私は現在、株に投資している。」(3)「私は自分の会社の被雇用者株主協会のメンバーの一人である。」すべてに「はい」と答えた場合の総計を 100 点に換算すると、平均は 52.9 点となった。280 人中 162 人 (57.9%)は、51 点以上であり、かれらはパートナーシップに適していると考えられる。第二の次元は、次の三つの質問から把握される。(1)「株主たちは共同（シェアリング）の精神を実践している。」(2)「株主たちは社会発展に貢献している。」(3)「株主たちは被雇用者たちの状況を理解している。」いずれも五段階で回答してもらった。満点を 100 点とすると、平均は 38.1 点であり、42 人(15.0%)が 51 点を上回った（パートナーシップに適していると考えられる）。第三の次元は、「被雇用者は株価の上昇から利益を得ている」という一つの質問によって把握される。100 点満点に換算すると平均は 45.8 点であり、80 人(28.6%)が 51 点を上回った。以上のアンケートから株主とのパートナーシップに関する被雇用者の意識を、「不可能／やや不可能／やや可能／可能」の四つに分類してみると、「やや可能／可能」に分類される被雇用者は、23.2%であり、残りの 76.8%は「不可能／やや不可能」に分類された。他方で、株主と企業間のパートナーシップが可能であるとみなす被雇用者は多く、80.4%になった。表 2 は、株主-企業パートナーシップに関する被雇用者の意識と、株主-被雇用者パートナーシップに関する被雇用者の意識を、組み合わせて分類したものである。

ところで企業の社会的責任という場合の「社会」の内実は、いろいろある。ここでは 15 の項目に分けて、「株主-被雇用者パートナーシップ」に積極的な人と消極的な人が、それぞれの項目をどのように評価しているのかを分析した（表 3 参照）。

ここで、企業の社会的責任と株主の社会的責任のあいだには、内的な転換（コンバート）可能性があることを指摘したい。(1)株主は CSR を実行する企業に対して社会的関心を示そうと努力する。(2)「互酬的感受性」が媒介変数として作用する。高い互酬的感受性をもった人は、「株主-被雇用者パートナーシップ」に対してより前向きに考えるようになる。(3)高い「互酬的感受性」をもった人は、企業社会の互酬的パートナーシップを積極的に考えるようになる。(4)「株主-被雇用者間のパートナーシップ」意識は、企業社会のパートナーシップ意識と刺激しあいながら相互に転換しうるものとなる。(5)シナジー効果は職場における被雇用者たちの自尊心を支援する。それはまた、責任ある資本主義という文化を形成する。

ではいったい、以上の質問で高い感受性を示した 23.2%の被雇用者とは、どのような人々なのか。図 2 は、世代別の感受性である。図 3 は、CEO や上司や同僚たちとのコミュニケーション関係について分析したものである。図 4 は、高い感受性を示した人（また弱い感受性を示した人）が、一般に他者をどの程度信頼するのかを示したものである。図 5 は、高い感受性を示した人と弱い感受性を示した人が、企業の社会的責任をそれぞれどのように評価しているのかを示したものである。興味深いのは、高い感受性を示した人々は、企業の社会的責任から得られる経済的利益を約 10%高く見積もっている点であり、また社会的利益については 15-20%高く見積もっている点である。（以上、橋本努作成）