

企業の社会的責任に関する日本の大学生の主観的 認識とその類型分析*

－Q方法論を中心に－

安兌嫻**
thahn@changwon.ac.kr

＜目次＞

1. はじめに	3.2 Pサンプル
2. 理論的考察	3.3 Q分類とサンプリング
2.1 CSRの概念	4. 分析結果
2.2 Q方法論の適用	4.1 類型の抽出
3. 研究方法	4.2 類型別分析
3.1 Qサンプル	5. おわりに

主題語: 企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility : CSR)、Q方法論(Q-methodology)、主観的認識類型(Subjective Recognition Type)、事業経営(Business Management)、社会的貢献(Social Service)

1. はじめに

昨今の国際社会ではCSR (Corporate Social Responsibility) に高い関心が向けられており、UNのグローバル・コンパクトやGRI (Global Reporting Initiative)、ISO26000のような主要な国際組織が相次いで独自の基準を示している。それゆえ、今日では取引先との利害関係および自社に関わる社会問題に対するリスク対応といった取り組みがCSRのきっかけになることが多い。しかし、CSRというのは法律や基準などで定められたことを遵守すればよいということではなく、社会の期待に応える事業活動を行っているかどうか、社会的に責任ある事業活動であるかどうかが問われているものとして捉えるべきであろう。

そこで本研究では、CSRに関する日本の大学生の認識とその類型を分析するために、Qサンプルを通じて人の主観性が得られるQ方法論 (Q-methodology) を実施する。近年、CSR

* This research is financially supported by Changwon National University in 2015-2016.

** 昌原大学校 文化テクノ学科 助教授

に関する多くの研究が定量的なR技法の研究であるが、それは主観的な認識を示すには限界があるという点から、本研究ではQ方法論を通じてCSRに関する利用者の主観的な見解を明らかにしてみたい。それは、当然限られた範囲における研究ではあるが、CSRに関して日本の女子大学生が持っている認識をある程度代弁する要因になると考える。また、CSRに関するこれからの事業の方向性を提示するのに活用可能な根拠にもなるといえよう。

そこで本稿ではまず、CSRの概念とQ方法論に関する文献をもとに理論的考察をする。その後、本研究の理論的考察に基づき、Qサンプル、Pサンプル、Q分類とサンプリングといったQ方法論研究の研究方法を提示する。そして、その分析結果として、類型を抽出し、類型別に分析することによって、CSRに関する大学生の主観的な見解を明らかにしたい。したがって、本稿の目的はCSRに関する大学生の主観的な認識を明らかにすることにある。

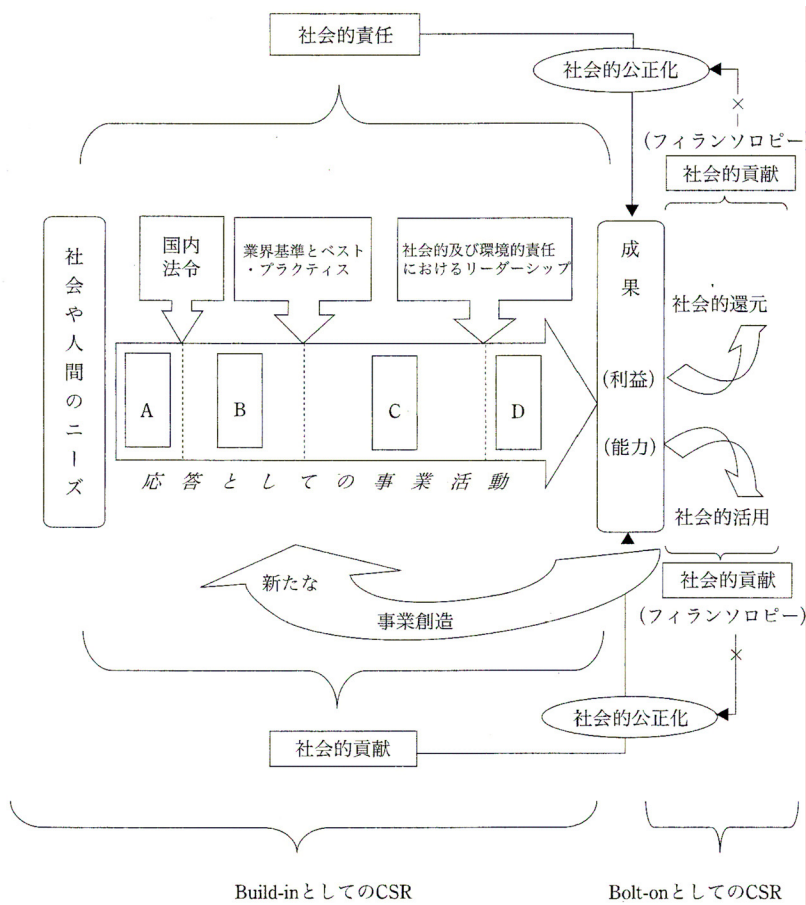
2. 理論的考察

2.1 CSRの概念

CSRに関する理論的な枠組みはこれまで多くの論者から提示されているが、多様な概念が乱立しており、必ずしも共有された概念規定には至っていないようである。CSRをどのように把握するかは、それぞれの視点によって異なるからであろう。しかし重要なのは、そもそもCSR論というのは経営学上の理論的課題であるため、経営学の形成史において早くから原理的課題であったということである。本研究の理論的前提となるCSR概念は、谷口(2009b; 2011; 2012)による『『事業経営へのCSR』の概念的構成』論に基づく「事業の社会性」をその基盤とする。谷口は、「事業を営むことの本質の問題」が「真の社会や生活者のニーズに応答できているか否かの問題」であると、し、「社会や人間のニーズの広がりや深みに応答する」事業を目指すものこそ、CSRの本質であるという(谷口, 2009b)。では、その概念的構成について概観してみよう。

Wallによる「企業の社会的責任の連続体」の場合、(1)「国内法令」、(2)「業界基準とベストプラクティス」、(3)「社会のおよび環境的責任におけるリーダーシップ」から成る(Wall, 2008)。これは、企業が事業を営む際、それらへの応答がなされるか否か、また応答が

より積極的であるか否かなど、その応答可能性の程度と成熟度を矢印(A→B→C→D)で表しているものである<図1参照>。



A: 無責任な企業 B: 順応型企業 C: プロアクティブな企業 D: 責任的企業

(出所 1)谷口(2011)、153頁から修正して作成。

(出所 2)Wall(2008)、7頁、谷口(2009b)、174-175頁、谷口(2012)、56-57頁。

<図 1>「事業経営へのCSR」の概念的構成

しかし、谷口はWallによる「企業の社会的責任の連続体」には、事業活動の本質が表現されていないと指摘し、事業活動の本質と応答可能性を説明するのに必要な概念(「社会や人間のニーズ」、「応答としての事業活動」、「成果」、「新たな事業創造」、「社会的責任」、「社

会的貢献)、「社会的公正化)を取り組み、それらの関連を明らかにしている。それが『事業経営へのCSR』の概念的構成となるものである。

まず、「社会的責任」の発展とは、「無責任な企業(A)」から「責任的な企業(D)」への成熟化へのプロセスであり、それこそ、「応答可能性を拓くこと」の成熟化にほかならないという。つまり、「社会的責任」とは、漸進的に「国内法令」を遵守し、「業界基準」への適合性と「ベストプラクティス」を実現し、「社会のおよび環境的責任におけるリーダーシップ」を発揮することである。したがって、CSRはこのプロセスを契機にして「社会や人間のニーズ」への「応答としての事業活動」の応答可能性を拓き、「成果」である「利益」や「能力」を実現することであると解釈できるという。このようなことは、組織に創り込まれていくという意味から、「Built-inとしてのCSR」と示している。

次に、CSRの概念的構成を明らかにするためには、「社会的責任」と「社会的貢献」を対比することが重要であるという。なぜならば、一般的にはそれぞれの意味をよく分からないまま、CSRが議論されることが多いからであり、実践的にはフィランソロピーのみをCSRとして捉えることが多いのである。

谷口は「社会的貢献」をまず、二種類に区別することが必要であるという。それは、上記の「社会的責任」を伴った事業活動による「(i)社会的貢献」と、「成果」である「利益」の社会還元や「能力」の社会的活用による「(ii)社会的貢献」である。また、後者の「(ii)社会的貢献」にも、「成果」である「利益」や「能力」を活用した「新たな事業創造」の実践による「(ii-i)社会的貢献」と、慈善活動のような「フィランソロピー」による「(ii-ii)社会的貢献」の二種類があるという。「(ii-i)社会的貢献」の場合、基本的に「(i)社会的貢献」の範疇に入ることになり、「Built-inとしてのCSR」として、その「成果」は初めて社会的に正当化されることになるという。一方で、「フィランソロピー」による「(ii-ii)社会的貢献」の場合、社会状況、あるいは組織が置かれている状況によってその実践が左右される性質をもっているため、取り外しが可能であるという意味で、「Bolt-onとしてのCSR」と示している。つまり、「Bolt-onとしてのCSR」としての「社会的貢献」は、「成果」を社会的に正当化することが決して健全なことだとはいえないという。

以上のような『事業経営へのCSR』の概念的構成論は学問的にも、実践的にもCSRということの本質を把握するのに有用であると考えられる。本研究では基本的にこのような理論に基づいて、CSRに関する日本の女子大学生の認識とその類型を分析してみたい。

2.2 Q方法論の適用

Q方法論とは、基本的に人間の態度、信念、確信といった価値観を中心とする主観的な領域の研究・分析方法である(金, 2008)。関連テーマに関する30-50項目の設問を1項目につき1カードとして30-50枚のカードを作成し、それに書かれた設問を最も同意するものから最も同意しないものまでを価値観同士を比較しながら並び替えるというものである。

Stephensonは1935年に寄稿した科学誌ネイチャーの論文を通じて、年齢、性別、身長、体重、知能、数学能力等、人間に関する各種の背景的な変数間の因子分析では人間の行動や観点を探索および説明することができないと伝統的なR方法論の問題点を指摘した。その伝統的なR方法論の代案として、人間の背景的な変数間の相関関係ではなく、人間間の相関関係に基づく因子分析が求められるとした。その後、Stephenson(1953)を通じて、R方法論とQ方法論の違いについて理論的に示すことになる。Stephenson(1953)によれば、R方法論とQ方法論の大きな違いは、R方法論は説明変数と被説明変数を区別しない従来の因子分析と同じような相互従属分析(interdependency analysis)であり、Q方法論はそれらを区別する従属分析(dependency analysis)であるという点である。また、その手法においても差異があり、検査間の相関係数を分析するR方法論に対して、個人間の相関係数を分析対象としたQ方法論は、個人が重視するものを分析することとなるという(岡本, 2011)。

Q方法論に立脚して因子分析を行うためには個人内のデータを測定する必要があるが、その精緻で客観的なデータを収集するために考案されたのがQ分類法である。それは、強制選択法(forced-choice method)であり、個人に対して数十の項目を提示してプラスの意味でも、マイナスの意味でも重大で同意するものを選出し、カテゴリ化するのである(岡本, 2011)。

したがって、Q方法論の適用は、既存の文献を検討して抽出した評価基準に基づいてQ設問を作成し、各利害関係者を中心に抽出されたPサンプルに対して設問調査を実施し、評価基準に対する利害関係者の認識の構造と違いを明らかにする(Kim, 2007)。マスコミュニケーション分野で初めて導入されたQ方法論は現在、政治学、心理学、看護学、観光学といった多くの分野で適用されている。最近では、Sim, Yeom, Jeon, Park(2012)、Lee, Kim(2015)など、CSRや企業倫理や社会的企業などに関連したテーマをQ方法論に基づいて分析する研究が行われているが、まだその数が比較的少ない状況である。本研究では、CSRに関する認識を大学生がどのように認知し、どのように認識しているのかについて客観的なデータを持って明らかにするという点で、CSRに対する社会的概況をある程度反映したものと見ることができるとはなからうか。

3. 研究方法

3.1 Qサンプル

Qサンプルは、Q populationから抽出された項目を意味しており、Qサンプルの選定はコンコースが完成する段階までの行為を指す。Qサンプルの数は通常30~50の範囲で使われている(Kim, 2007)。そもそもQ方法論は個人内の重要度の違いを扱うため、サンプルの数はそれほど制限されない。本研究では、CSRに関する先行研究を通じてまず40項目を抽出した。その後、先行研究と専門家2名の諮問に基づいて抽出した項目を修正・補完し、最終的には29項目のQサンプルを選定した。

3.2 Pサンプル

Pサンプルは、Q populationから抽出され、実際にQ分類に参加することになる応答者を指す。言及したように、Q方法論は個人間の違いではなく、個人内の重要度の違いを扱うため、サンプルの数はそれほど制限されない。また、Q方法論はサンプルの特徴からpopulationの特性を推論するものではないので、Pサンプルの選定も確率的標集方法に従わない。一般的にPサンプルの数は20~30内外が適当であるという(Kerlinger, 1986)。本研究は、CSRに対する消費者、顧客、一般市民の側面からCSRをどのように認識しているのかを把握するための出発点として、まず37名の日本の女子大学生たちをPサンプルとして選定した。

3.3 Q分類とサンプリング

本研究は、2016年4月7日~12日にわたって東京に所在しているある女子大学の大学生を対象にQ設問紙を配布し回収したものをもとに実施されている。

CSRに対する認識を調べるためにQサンプルとして選定された29項目を各同じサイズのカードとして作成し<図2参照>、Pサンプルとして選定された対象者に強制選択法(forced-choice method)に基づいてカードを分類するようにした。

実際に使われた応答順序は次のようである。

1段階：総29項目の質問に対し、「同意する」項目を8枚、「同意しない」項目を8枚、「よく分からない」項目を13枚に別々に分類してください。

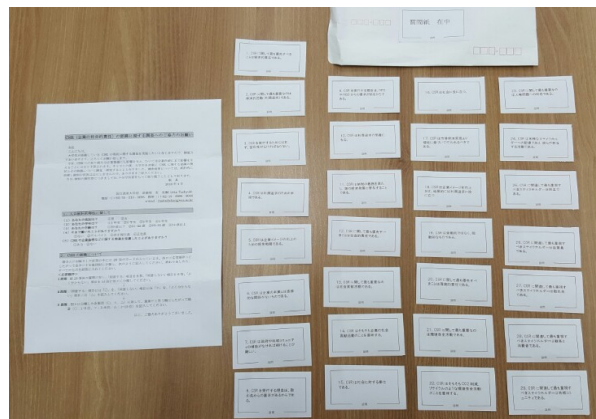


2段階：「同意する」項目には「○」を、「同意しない」項目には「×」を、「よく分からない」項目には「△」を記入してください。



3段階：別々に分類した各集団(○、×、△)に対して、重要だと思う順にしたがって順番(○：1~8位、×：1~8位、△：1~13位)を記入してください。

そして、このようにして使われたQサンプルに基づくカードの分類は<図3>のようである。



<図2> 本研究で使われたQサンプル

同意しない		よく分からない					同意する	
-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4
(2)								(2)
	(3)	(3)				(3)	(3)	
			(4)		(4)			
				(5)				

<図3> Q設問紙の分類

本研究は、以上のように実施され、分類されたものを統計プログラムであるPQ Method (2.35)を利用して分析した。そして、主成分分析を通じて因子分析を実施し、バリマックス回転による因子分析によって、因子を抽出した。

4. 分析結果

4.1 類型の抽出

Q方法論を通じて因子分析を実施した結果、人口統計学的特性は<表 1>のような結果が出た。

<表 1> Pサンプルの人口統計学的特性

NO.	学年	職場経験	CSRに関する授業可否	NO.	学年	職場経験	CSRに関する授業可否
1	1年生	アルバイト	ない	20	2年生	アルバイト	ある
2	1年生	アルバイト	ない	21	2年生	アルバイト	ある
3	1年生	アルバイト	ない	22	2年生	アルバイト	ある
4	1年生	ない	ない	23	2年生	アルバイト	ある
5	1年生	アルバイト	ない	24	1年生	アルバイト	ない
6	1年生	アルバイト	ない	25	2年生	アルバイト	ある
7	1年生	アルバイト	ない	26	2年生	ない	ある
8	1年生	ない	ない	27	2年生	アルバイト	ある
9	1年生	ない	ない	28	1年生	アルバイト	ない
10	1年生	ない	ない	29	2年生	ない	ある
11	2年生	アルバイト	ある	30	1年生	アルバイト	ない
12	1年生	ない	ない	31	1年生	ない	ない
13	1年生	ない	ない	32	1年生	ない	ない
14	1年生	ない	ない	33	2年生	アルバイト	ある
15	1年生	アルバイト	ない	34	1年生	アルバイト	ない
16	1年生	アルバイト	ない	35	1年生	ない	ない
17	1年生	ない	ない	36	1年生	ない	ない
18	1年生	ない	ない	37	1年生	アルバイト	ない
19	1年生	アルバイト	ない				

そして、その認識および類型は4つに観察された。<表 2>ではアイゲン値と変量が確認できるが、アイゲン値は8.7221~2.5448の順、説明変量の比率は24~7の順に示されており、4つの類型は全体的変量の52%を説明していることがわかった。

また、抽出された4つの類型間の相関関係の場合、第1類型と第4類型が .4976、第1類型と第3類型が .3988として相関関係が相対的に高いということがわかった。一方、第1類型と第2類型が .0795、第2類型と第3類型が .1687として相関関係が相対的に低いということがわかった<表 3参照>。

<表 2> アイゲンの値(eigenvalue)および説明変量

	第1類型	第2類型	第3類型	第4類型
アイゲン値	8.7221	4.7230	2.9132	2.5448
変量比率(%)	24	13	8	7
累積比率(%)	24	37	45	52

<表 3> 類型間の相関係数

	第1類型	第2類型	第3類型	第4類型
第1類型	1			
第2類型	.0795	1		
第3類型	.3988	.1687	1	
第4類型	.4976	.2292	.2264	1

Q方法論から算出されたQ因子は特定テーマに関して類似判断の人々の集団である(Kim, 1997)。類似判断の集団を示すQ因子は、主に該当因子の中で+4、+3、-4、-3の設問で解釈できる<表4参照>。

<表 4> 設問紙の因子

NO.	Statement	Factor Arrays			
		1	2	3	4
1.	CSRに関して最も優先すべきことは経済的責任である	0	2	-2	-3
2.	CSRに関して最も重要なのは経済的活動(利潤追求)である	-4	4	-3	0
3.	CSRを実行するためにはまず、営利性がなければならない	-2	0	2	-3
4.	CSRは利潤追求のための手段である	-3	3	-1	1
5.	CSRは企業イメージの向上のための経営戦略である	-2	4	3	1
6.	CSRは企業の本業とは直接的な関係がないものである	-3	-2	1	-3
7.	CSRは政府や地域コミュニティの補助がなければ続けることが難しい	1	1	0	0
8.	CSRを実行する理由は、取引先からの要求があるからである	-4	-4	-4	-4
9.	CSRを実行する理由は、NPOやNGOからの要求があるからである	-3	-1	-2	0
10.	CSRは利潤追求の邪魔になる	-2	-3	-3	-4
11.	CSRは納税の義務を果たし、国の経済発展に寄与することである	1	2	-1	-1
12.	CSRに関して最も優先すべきことは社会的責任である	-1	-1	4	-2
13.	CSRに関して最も重要なのは社会貢献活動である	3	0	3	4
14.	CSRはそもそも企業の社会貢献活動のことを意味する	3	-2	0	3
15.	CSRは社会に対する奉仕である	4	1	2	0
16.	CSRは社会に役に立つ	3	1	4	4
17.	CSRは市場経済原理より福祉に基づいて行われるべきである	1	-2	-1	2
18.	CSRは企業イメージを向上させ、結果的には利潤追求に役に立つ	2	3	3	-1
19.	CSRは受動的ではなく、能動的なものである	4	3	1	2
20.	CSRに関して最も優先すべきことは環境的責任である	0	-3	2	-2
21.	CSRに関して最も重要なのは環境保全活動である	0	-3	0	-1
22.	CSRはそもそもCO2削減のような環境保全活動のことを意味する	-1	-4	1	2
23.	CSRに関して最も重要なのは人権問題への対応である	2	0	-4	1
24.	CSRはステイクホルダーへの配慮であり、彼らが参与する活動である	0	0	0	-2
25.	CSRに関して最も重視すべきステイクホルダーは株主である	-1	0	-1	0
26.	CSRに関して最も重視すべきステイクホルダーは従業員である	1	1	-3	-1
27.	CSRに関して最も重視すべきステイクホルダーは取引先である	-1	-1	-2	3
28.	CSRに関して最も重視すべきステイクホルダーは顧客と消費者である	2	2	1	1
29.	CSRに関して最も重視すべきステイクホルダーは地域コミュニティである	0	-1	0	3

4.2 類型別分析

4.2.1 第1類型 (「社会的責任」を伴った「事業活動」による「社会的貢献」型)

第1類型の場合、「CSRは受動的ではなく、能動的なものである」という設問が最も同意するものとして示されており、その後は「CSRは社会に対する奉仕である」、「CSRに関して最も重要なのは社会貢献活動である」、「CSRは社会に役に立つ」の順に示された。一方、「CSRに関して最も重要なのは経済的活動(利潤追求)である」という設問が最も同意しないものとして示されており、その後は「CSRを実行する理由は、取引先からの要求があるからである」、「CSRを実行する理由は、NPOやNGOからの要求があるからである」、「CSRは企業の本業とは直接的な関係がないものである」、「CSRは利潤追求のための手段である」、「CSRは利潤追求の邪魔になる」、「CSRは企業イメージの向上のための経営戦略である」の順に示された<表5参照>。

<表 5> 第1類型

NO.	設問紙	標準点数
19	CSRは受動的ではなく、能動的なものである	1.898
15	CSRは社会に対する奉仕である	1.464
13	CSRに関して最も重要なのは社会貢献活動である	1.375
16	CSRは社会に役に立つ	1.257
5	CSRは企業イメージの向上のための経営戦略である	-1.118
10	CSRは利潤追求の邪魔になる	-1.186
4	CSRは利潤追求のための手段である	-1.222
6	CSRは企業の本業とは直接的な関係がないものである	-1.378
9	CSRを実行する理由は、NPOやNGOからの要求があるからである	-1.442
8	CSRを実行する理由は、取引先からの要求があるからである	-1.576
2	CSRに関して最も重要なのは経済的活動(利潤追求)である	-1.833

したがって、第1類型を谷口(2009b; 2011; 2012)の『「事業経営へのCSR」の概念的構成』論に基づいて推論すれば、最も「Built-inとしてのCSR」概念に近いと考えられる。つまり、「国内法令」を遵守し、「業界基準」への適合性と「ベストプラクティス」を実現し、「社会および環境的責任におけるリーダーシップ」を発揮するようなプロセスを通じて、「社会や人間のニーズ」への応答可能性を拓き、「利益」や「能力」を実現することを指す。それこそ、「事

業の社会性」を基盤としたCSRにほかならない。したがって、第1類型は谷口の理論に基づき、『『社会的責任』を伴った『事業活動』による『社会的貢献』型』として名付けた。

4.2.2 第2類型 (経営戦略・経済的責任優先型)

第2類型では、「CSRに関して最も重要なのは経済的活動(利潤追求)である」という設問が最も同意するものとして示されており、その後は「CSRは企業イメージの向上のための経営戦略である」、「CSRは企業イメージを向上させ、結果的には利潤追求に役に立つ」、「CSRは受動的ではなく、能動的なものである」、「CSRは利潤追求のための手段である」の順に示された。一方、「CSRはそもそもCO2削減のような環境保全活動のことを意味する」という設問が最も同意しないものとして示されており、その後は「CSRを実行する理由は、取引先からの要求があるからである」、「CSRは利潤追求の邪魔になる」、「CSRに関して最も優先すべきことは環境的責任である」、「CSRに関して最も重要なのは環境保全活動である」の順に示された<表6参照>。

<表 6> 第2類型

NO.	設問紙	標準点数
2	CSRに関して最も重要なのは経済的活動(利潤追求)である	2.111
5	CSRは企業イメージの向上のための経営戦略である	1.939
18	CSRは企業イメージを向上させ、結果的には利潤追求に役に立つ	1.921
19	CSRは受動的ではなく、能動的なものである	1.301
4	CSRは利潤追求のための手段である	1.178
21	CSRに関して最も重要なのは環境保全活動である	-1.035
20	CSRに関して最も優先すべきことは環境的責任である	-1.048
10	CSRは利潤追求の邪魔になる	-1.073
8	CSRを実行する理由は、取引先からの要求があるからである	-1.253
22	CSRはそもそもCO2削減のような環境保全活動のことを意味する	-1.507

第2類型の場合、企業が社会に対して財・サービスを生産し、それを販売・提供することで利益を獲得するような経済的責任のことが最も優先すべきであり、重要であるというところに重点をおいていると推論できる。Carroll(1993)の「ピラミッド構造モデル」論からみれば、「法的責任」、「倫理的責任」、「フィランソロピー的責任」に先立つもので、最初に行わなければならないものである。それは、ミルトン・フリードマン(Milton Friedman)が株主の

利益に反するような社会的責任の概念を排除しようとしたものと関連性が高いが、つまり、経営者は株主から資本を委託され、利潤最大化のみを目指して働く存在であるという考え方が根底にあるものと捉えられる。したがって、第2類型は、そもそも社会的責任というのは経済的責任を果たすのに必要な手段にすぎないという意味から、「経営戦略・経済的責任優先型」として名付けた。

4.2.3 第3類型 (「新たな事業創造」の実践による「社会的貢献型」)

第3類型の場合、「CSRに関して最も優先すべきことは社会的責任である」という設問が最も同意するものとして示されており、その後は「CSRは社会に役に立つ」、「CSRは企業イメージを向上させ、結果的には利潤追求に役に立つ」、「CSRに関して最も重要なのは社会貢献活動である」、「CSRは企業イメージの向上のための経営戦略である」、「CSRを実行するためにはまず、営利性がなければならない」の順に示された。一方、「CSRを実行する理由は、取引先からの要求があるからである」という設問が最も同意しないものとして示されており、その後は「CSRに関して最も重要なのは人権問題への対応である」、「CSRは利潤追求の邪魔になる」、「CSRに関して最も重要なのは経済的活動(利潤追求)である」、「CSRに関して最も重視すべきステイクホルダーは従業員である」、「CSRを実行する理由は、NPOやNGOからの要求があるからである」の順に示された<表 7参照>。

<表 7> 第3類型

NO.	設問紙	標準点数
12	CSRに関して最も優先すべきことは社会的責任である	1.797
16	CSRは社会に役に立つ	1.722
18	CSRは企業イメージを向上させ、結果的には利潤追求に役に立つ	1.482
13	CSRに関して最も重要なのは社会貢献活動である	1.421
5	CSRは企業イメージの向上のための経営戦略である	1.330
3	CSRを実行するためにはまず、営利性がなければならない	1.114
9	CSRを実行する理由は、NPOやNGOからの要求があるからである	-1.008
26	CSRに関して最も重視すべきステイクホルダーは従業員である	-1.028
2	CSRに関して最も重要なのは経済的活動(利潤追求)である	-1.061
10	CSRは利潤追求の邪魔になる	-1.230
23	CSRに関して最も重要なのは人権問題への対応である	-1.277
8	CSRを実行する理由は、取引先からの要求があるからである	-1.473

したがって、第3類型を谷口(2009b; 2011; 2012)の『『事業経営へのCSR』の概念的構成』論に基づいて推論すれば、「成果」である「利益」や「能力」を活用した「新たな事業創造」の実践による「社会的貢献」であると推論できる。谷口によれば、このような「社会的貢献」の場合、基本的に第1類型で名付けられた『『社会的責任』を伴った『事業活動』による『社会的貢献』』の範疇に入ることになり、「Built-inとしてのCSR」として、その「成果」は初めて社会的に正当化されることになるという。したがって、第3類型は谷口の理論に基づき、『『新たな事業創造』の実践による『社会的貢献』型』として名付けた。

4.2.4 第4類型 (「フィランソロピー」による「社会的貢献」型)

第4類型の場合、「CSRに関して最も重要なのは社会貢献活動である」という設問が最も同意するものとして示されており、その後は「CSRは社会に役に立つ」、「CSRはそもそも企業の社会貢献活動のことを意味する」、「CSRに関して最も重視すべきステイクホルダーは取引先である」の順に示された。一方、「CSRは利潤追求の邪魔になる」という設問が最も同意しないものとして示されており、その後は「CSRを実行する理由は、取引先からの要求があるからである」、「CSRは企業の本業とは直接的な関係がないものである」の順に示された<表8参照>。

<表 8> 第4類型

NO.	設問紙	標準点数
13	CSRに関して最も重要なのは社会貢献活動である	1.716
16	CSRは社会に役に立つ	1.205
14	CSRはそもそも企業の社会貢献活動のことを意味する	1.178
27	CSRに関して最も重視すべきステイクホルダーは取引先である	1.178
6	CSRは企業の本業とは直接的な関係がないものである	-1.786
8	CSRを実行する理由は、取引先からの要求があるからである	-1.977
10	CSRは利潤追求の邪魔になる	-2.576

したがって、第4類型を谷口(2009b; 2011; 2012)の『『事業経営へのCSR』の概念的構成』論に基づいて推論すれば、最も「Bolt-onとしてのCSR」概念に近いと考えられる。谷口によれば、「フィランソロピー」による「社会的貢献」の場合、社会状況、あるいは組織が置かれている状況によってその実践が左右される性質をもっているため、取り外しが可能であると

いう意味で、「Bolt-on としてのCSR」と示すことができるという。それゆえ、「Bolt-on としてのCSR」としての「社会的貢献」においては、「成果」を社会的に正当化することが決して健全なことであるとはいえないという。したがって、第4類型は谷口の理論に基づき、『フィランソロピー』による『社会的貢献』型として名付けた。

5. おわりに

本研究では、一般市民としての大学生の側面からCSRをどのように認識しているのかといった主観的認識を類型化し、その類型別特性を把握するような探索的研究を実施した。

その第1類型は、『社会的責任』を伴った『事業活動』による『社会的貢献』型として、「事業の社会性」に基づき、社会や人間のニーズへの応答可能性を拓くことによって利益の実現を目指すというCSRの本質を擁護する立場であるといえよう。

第2類型は、「経営戦略・経済的責任優先型」として、企業は社会に対して財・サービスを生産し、それを販売・提供することで利潤最大化を目指すという市場経済原理を擁護する立場であるといえよう。この立場におけるCSRというのは当然ながら利潤追求のための手段と考えられる。

第3類型は、『新たな事業創造』の実践による『社会的貢献』型として、CSRは利益や能力を活用した新たな事業を創造し実践することによって社会的に正当化されるものであるという立場であるといえよう。つまり、事業の社会性を基盤とする第1類型の場合と違って、利益や能力などを利用して事業の社会性を創造するということであるといえよう。

第4類型は、『フィランソロピー』による『社会的貢献』型として、CSRはそのときの社会状況、または組織が置かれている状況によって実践が左右されるものであるという立場であるといえよう。つまり、CSRは一般的に理解される企業の社会貢献活動や慈善活動を指しており、本業とは関係のないものであるということであろう。

このように、限られた範囲ではあるが、Q方法論に基づくCSRの認識をある程度把握したことによって、CSRに関するこれからの事業の方向性を提示するのに有意義な研究成果が得られたと考える。以上のような類型別分析の結果を踏まえて、CSRに対する政策を提示してみる。それは、①CSRに関する概念を定立すること、②トップだけではなく、ミドル・マネジメントも含めたCSR教育を積極的かつ体系的に実施すること、③CSR報告書を

通じて経営に関するさまざまな情報を今までよりももっと率直に公開すること、④CSRの制度化を推進することである。

本研究は、CSRに関する教育が行われている大学の学生を対象に分析をするものであるが、それが今回は女子大学生に限定されている。また、より就業活動に積極的な3, 4年生を対象に分析を行うことがもっと望ましいといえよう。したがって、少数の日本の女子大学生を対象にその主観性に焦点を合わせているので、その分析結果を一般化するには無理がある。なので、さらなるPサンプルの選定と分析が求められると思うし、今回の分析結果をもとにR方法論に基づく実証研究も求められるといえよう。また、Qサンプルの選定・作成においても更なる工夫が求められるのであろう。もっとも本研究は複数の未検討事項を内包しており、それについての更なる考察は今後の研究課題としたい。

【参考文献】

- 김미정·유형숙(2015)「템플스테이 체험 참가자들의 주관성 연구- Q방법론을 중심으로」『관광학연구』39(8), pp.277-290
- 김순은(2007)『Q방법론과 사회과학』금정
- _____ (2010)「Q방법론의 이론과 철학」『한국사회와 행정연구』20(4), pp.1-25
- 김홍규(2008)『Q방법론: 과학철학, 이론, 분석 그리고 적용』커뮤니케이션북스
- 심미영·염동문·전재명·박정배 (2012)「사회적 기업에 대한 이용자의 주관적 인식유형 연구-Q방법론적 접근을 중심으로」『사회과학연구』28(4), pp.231-255
- 이도희·김서운(2015)『윤리경영의 인식에 대한 주관성 연구』pp.481-505
- 岡本伊織(2011)「Q分類法による価値観の測定-いかに捉えづらいものを捉えるか-」『赤門マネジメント・レビュー』10巻12号、東京大学大学院経済学研究科
- 小笠原英司(2004)『経営哲学研究序説-経営学的経営哲学の構想-』文眞堂
- _____ (2008)「経営学の方法と現代経営学の諸問題」経営学史学会年報第15輯『現代経営学の新潮流-方法、CSR・HRM・NPO-』文眞堂
- _____ (2010)「事業経営の公共性-その原理的接近-」『経営論集』第57巻 第1・2号、明治大学経営学研究所
- 郭智雄(2016)「日本におけるCSR活動の変遷と課題に関する一考察-日本企業の社会貢献活動を事例に-」『日本近代学研究』第52号
- 谷口照三(2009a)『責任経営の学』としての経営学への視座-経営学の組織倫理的転回-」『環太平洋圏経営研究』第10号、桃山学院大学
- _____ (2009b)「第9章 企業倫理とCSR」亀田速穂・高橋敏朗・下崎千代子編(2009)『環境変化と企業変革-その理論と実践-』白桃書房
- _____ (2011)「事業経営の本質と科学技術連関-事業経営としてのCSRの可能性の探究-」『社会と倫理』第25号、南山大学社会倫理研究所
- _____ (2012)「『内省的近代化』を文脈とするCSR解釈の試み-CSRの可能性を展望する-」『桃山学院大学総合研究所紀要』第37巻 第3号、桃山学院大学総合研究所

崔勝昊(2012)「女子大学生が認知するWLBとCSRに関する日韓比較研究」『日本近代学研究』第35号

山本安次郎(1964)『経営学要論』ミネルヴァ書房

山本安次郎・加藤勝康編(1982)『経営学原論』文眞堂

Carroll, A. B. (1993) *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, South-Western Publishing.

Kerlinger, F. N. (1986) *Foundations of behavioral research*, New York: CBS College Publishing.

Porter, M. E. and Kramer, M. R. (2011) Creating Social Value, *Harvard Business Review*, 89(1/2).

Stephenson, W. (1953) *The study of behavior: Q-technique and its methodology*, Chicago: University of Chicago Press.

Wall, C. (2008) *Buried Treasure: Discovering and Implementing the Value of Corporate Social Responsibility*, Greenleaf Publishing.

논문투고일 : 2016년 06월 30일

심사개시일 : 2016년 07월 17일

1차 수정일 : 2016년 08월 03일

2차 수정일 : 2016년 08월 03일

게재확정일 : 2016년 08월 15일

 <要旨>

企業の社会的責任に関する日本の大学生の主観的認識とその類型分析

- Q方法論を中心に -

安兒 憐

CSRに関する日本の女子大学生の認識とその類型を分析するために、Qサンプルを通じて人の主観性が得られるQ方法論(Q-methodology)を実施する。本稿の目的はCSRに関する大学生の主観的な認識を明らかにすることにあるが、その実状を調査するというよりも、あくまでもCSRを理論的に考察することにある。

研究分析の結果、利用者の主観的認識は4つの類型に分類された。第1類型は、「事業の社会性」を基盤としたCSRに焦点が合わせられており、谷口の理論に基づいて『社会的責任』を伴った『事業活動』による『社会的貢献』型として名付けた。第2類型は、そもそも社会的責任というのは経済的責任を果たすのに必要な手段にすぎないという意味から、「経営戦略・経済的責任優先型」として名付けた。第3類型は、「成果」である「利益」や「能力」を活用した「新たな事業創造」の実践による『社会的貢献』がCSRであるという意味から、谷口の理論に基づいて『新たな事業創造』の実践による『社会的貢献』型として名付けた。第4類型は、CSRというのは、社会状況、あるいは組織が置かれている状況によってその実践が左右される性質をもつという意味から、谷口の理論に基づいて『フィランソビー』による『社会的貢献』型として名付けた。

本研究は、当然限られた範囲における研究ではあるが、CSRに関して大学生が持っている認識をある程度代弁する要因になるということから、今後、CSRの概念の定立やCSRに関する事業の方向性を提示するのに活用可能な根拠にもなるといえよう。

A Study on Subjective Recognition Types of College Students in Japan on Corporate Social Responsibility

- Focused on the Q methodology -

Ahn, Tae-Hyuk

In this study, in order to analyze the subjective recognition types of the collegiate woman in Japan related to CSR, to implement the Q methodology subjectivity of people is obtained through Q sample. This study is an exploratory study seek to establish a conception of CSR and the plan of the sustainability.

From the study, the subjective recognition of CSR was classified into four types. Type I is 'social service by business activities come with social responsibility.' In this type, they recognize it as the CSR that develop of business based on sociality and the position based on theoretical essence of CSR. Type II is 'management strategy based on economic responsibility.' In this type, they recognize it as the CSR that the means for profit seeking and the position based on the principle of market economy. Type III is 'social service by the creation and practice of new business.' In this type, they recognize it as the CSR that the creation of sociality through the use of profitability and ability. Type IV is 'social service by the philanthropy.' In this type, they recognize it as the CSR that philanthropy and charity of unrelated to the basic business.

The results of this study provide the meaning for exploratory study on the recognition of CSR based on college student subjectivity and each analyzed type would suggest the standards and direction of the concept for CSR and furthermore would be considered to be contributed to invigoration of CSR.