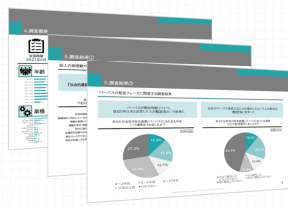


パーパス(存在意義)を有する企業で働くビジネスパーソンを対象に調査 レポートを公開／「会社のパーパスが働く理由になっている」6割超える



日本企業を対象とした初の大規模調査



パーパスに関する 実態調査結果

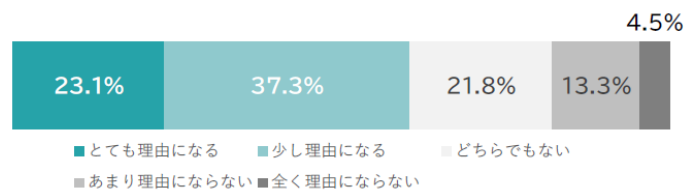
パーパスの取り組みに関する課題や可能性が明らかになる。

アイディール・リーダーズ株式会社は、パーパス(Purpose 存在意義)を策定した企業の従業員を対象に、パーパスが行動や意識に与える影響、課題について実態調査を行い、レポートとして公開いたしました。

今、ビジネス業界では「パーパス」という言葉が注目を集めています。パーパスとは「なぜその企業がこの世に存在するのか」の答えとなる、企業の存在意義を意味するものです。組織としての一貫性のある戦略や一体感を得るため、パーパスを策定・実践する企業が増えています。パーパスに関する調査は海外が先行しており、日本国内を対象とした調査がほとんど存在しないことから「パーパスに係るアンケート調査」を実施しました。

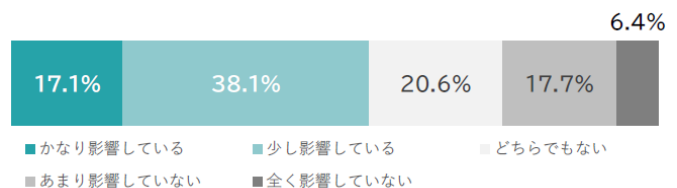
■会社のパーパスが働く理由となっていると回答した人 約60% (回答数 854名)

あなたの会社の存在意義(パーパス)は、
あなたがこの会社で働く理由にどの程度なっていますか？



■会社のパーパスが自分の思考や行動に影響を与えていると回答した人 約55% (回答数 854名)

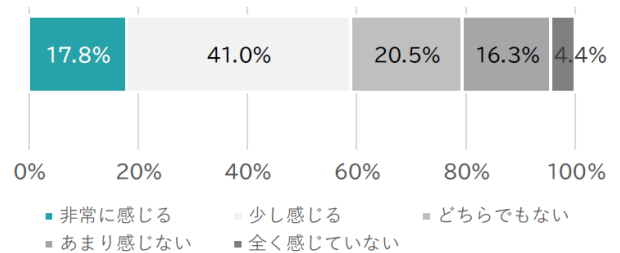
会社のパーパスが自分の思考や行動に
どの程度影響を与えていますか？



■ パーパスを理解・自分事化する取り組みには改善の余地あり

パーパスドリブンな企業になるためには、単にパーパスを策定するだけでなく、社員に対して自社のパーパスを自分事化する機会を設計することが重要だと考えられる。

一方で、「自社のパーパスに関して十分に理解・自分事化する機会を得られているとどの程度感じますか?」という質問に対して、「非常に感じる」と答えたのはわずか約 18%にとどまる結果となった。パーパスを理解・自分事化する取り組みには改善の余地があると言える。



■ 考察: 一般的な言葉のパーパスでは社員の違和感が大きい。「ワクワクを感じない」

自社のパーパスに対する違和感について質問したところ、「表現が一般的過ぎてどの会社の存在意義にも当てはまる」という回答が最も多かった。またその次に多かった回答が「ワクワクを感じない」となっている。

パーパス策定を策定する際には、一般的な言葉に落とし込むのではなく、自社の存在意義が凝縮され、より良く表現される形となっているか、社員の心に響くかという観点が必要になる可能性がある。

■ 実態調査の概要

対象: 日本国内のパーパスを有する企業に勤める従業員(有効回答者数 824 人、男性 65.4%・女性 34.6%)

手法: インターネット調査

実施時期: 2021年6月

■ 調査結果の詳細については以下をご覧ください

https://ideal-leaders.co.jp/20210902151118_7400

【会社概要】

会社名: Ideal leaders(アイディール・リーダーズ株式会社)

代表取締役: 永井恒男

所在地: 東京都千代田区丸の内 2-2-1 岸本ビルディング 6F

設立: 2015年4月

URL: <https://ideal-leaders.co.jp/>

事業内容: 経営コンサルティング(パーパス・マネジメント・コンサルティング、エグゼクティブコーチング): 組織の Purpose・ビジョン構築、展開/経営・事業チームの合意形成支援/組織風土の変革支援/中長期経営計画・戦略策定、実行支援/次世代リーダー育成/リーダーシップ開発、人材育成/働き方改革コンサルティング/イノベーション支援コンサルティング/CSVコンサルティング/CHO(Chief Happiness Officer)プログラム/1on1プログラム/Executive Coaching 等