

2026 年 7 月 28 日

朝日新聞社
〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

〈報道関係のみなさま〉

パーパス浸透企業、モチベーション・イノベーションを実感

日常業務に利用する企業は業績・売上効果が強い傾向 パーパス経営実態調査

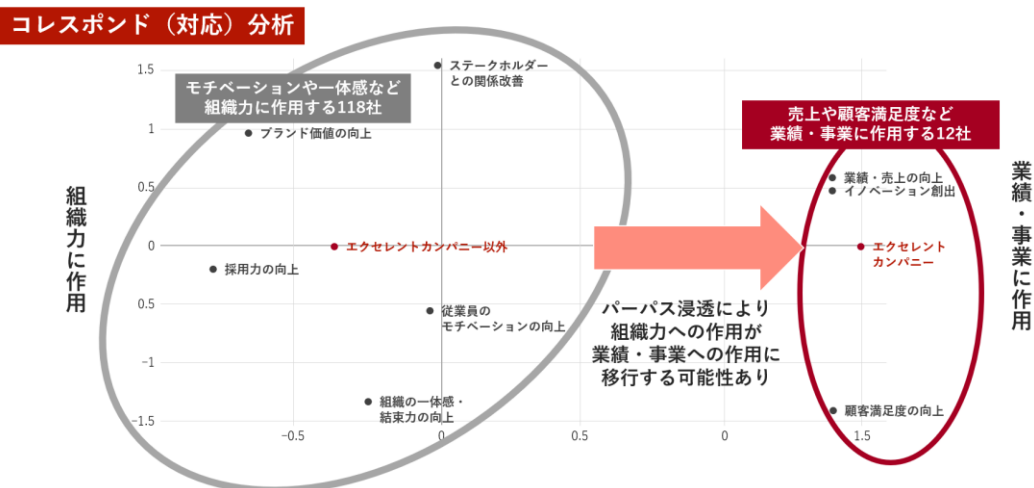
株式会社朝日新聞社（代表取締役社長：角田克）は、国内の上場企業を対象に実施した「パーパス経営実態調査」の分析結果を 7 月 28 日、発表しました。回答企業 130 社のうち、12 社はパーパス経営が業績に強くつながっていると確認されました。また、パーパス浸透の効果はモチベーションなどの「組織力」から売上や顧客満足といった「業績・事業」にシフトしていく可能性があることが分かりました。さらにパーパスを日々の行動に活用した企業は、売上とイノベーション、顧客満足度向上などを実感していることも分かりました。

詳細は 9 月 10 日開催のウェビナーでも解説します。

■調査報告ウェビナー申込 URL：https://mb-lp.asahi.com/event/purpose_202609

1. 多くの企業が組織力への効果を実感 浸透企業は業績・事業向上を認識

118 社の浸透途上の企業は、組織力との関係性を実感していました。特に採用力向上やモチベーション向上に強い傾向がありました。12 社の浸透企業(エクセレントカンパニー)では、業績・事業に作用する結果となりました。



2. 人的資本経営への活用

従業員が日常業務においてパーパスを重要な行動指針として活用した場合、従業員のモチベー

お問い合わせ

朝日新聞社 ビジネスソリューション部（担当：本間）
E-mail asahi-survey@asahi.com

2026 年 7 月 28 日

朝日新聞社
〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

ションが向上するという強い相関(0.61)が見られました。それ以外にもイノベーションの創出は(0.58)、顧客満足度の向上は(0.50)、業績・売上の向上は(0.50)となりました。また、人的資本データを経営の意思決定に利用すると、イノベーションの創出は(0.52)、採用力の向上(0.50)という相関がありました。

活用項目	期待される結果	相関係数	相関係数	相関の強さ
従業員は日常業務において パーパスを重要な行動指針として活用（Q22）	従業員のモチベーション向上	0.61	0.8以上	非常に強い相関
	イノベーション創出	0.58		
	組織の一体感・結束力向上	0.56	0.6～0.79	強い相関
	ステークホルダーとの関係改善	0.52		
	顧客満足度向上	0.50	0.4～0.59	正の相関
	業績・売上の向上	0.50		
従業員エンゲージメントやスキルデータなどの 人的資本データを経営意思決定に活用（Q30）	イノベーションの創出	0.52	0.2～0.39	弱い相関
	従業員のモチベーション向上	0.51		
	採用力の向上	0.50		
	個々の従業員が説明できる	0.50		
経営層が中期経営計画作成やマテリアリティ策定の際 にパーパスを重要な意思決定基準として利用（Q21）	SXを指針として実効している	0.59		
	イノベーションの創出	0.55		

■調査報告ウェビナー開催

本調査結果の詳細なデータ解説と、パーパス浸透を具現化している先進企業のリアルな取り組みを学べるウェビナーを開催します。

タイトル：事業に効くパーパス経営 130 社調査と先進事例から紐解く実装プロセス

日時：2026 年 9 月 10 日（木）14:00～15:00

開催方法：オンライン（Zoom）

参加費：無料

主催：朝日新聞社アカウントソリューション本部

申込 URL：https://mb-lp.asahi.com/event/purpose_202609

登壇者：【ゲスト】 ユニ・チャーム株式会社 ESG 本部 ESG 推進部長 辰巳研一様

【解説】朝日新聞社 ビジネスソリューション部 次長 アカンパニスト 竹原大祐

■参加者特典：自社の「現在地」がわかる簡易診断

ウェビナーにご参加いただいた方には、本調査の設問をもとに自社のパーパス浸透度・事業反映度を確認できる無料の「簡易診断」をご案内します。「エクセレントカンパニー」と自社の差はどこにあるのか、気軽に把握いただけます。

お問い合わせ

朝日新聞社 ビジネスソリューション部（担当：本間）
E-mail asahi-survey@asahi.com

2026 年 7 月 28 日

朝日新聞社
〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

パーパスの社内浸透やサステナビリティ推進に課題を感じている経営企画、広報、CSR、サステナビリティ部門の方は、ぜひこの機会にご参加ください。

—パーパス経営実態調査 調査概要—

調査名 : パーパス経営実態調査

調査期間 : 2025 年 9 月 10 日～10 月 24 日

調査方法 : WEB アンケート

東証プライム上場、スタンダード上場企業の中から、国内企業で MWV（ミッション・ビジョン・バリュー）やパーパスの策定・運用に関わる部署の役職者・担当者 130 人からアンケート回答を得た。

【エクセレントカンパニーの定義】

下記二つの質問に満点(4 ポイント)の回答をした 12 社をエクセレントカンパニーと定義。

Q. あなたの会社のパーパス策定・浸透状況についてお聞かせください？

回答 : 策定されており、全社に浸透している

Q. パーパスは事業戦略にどの程度反映されていますか？

回答 : 完全に反映されている

お問い合わせ

朝日新聞社 ビジネスソリューション部（担当：本間）
E-mail asahi-survey@asahi.com