

ビジネスパーソンの67.6%が、パーパスの策定が売上げにつながると回答 むすび調べ、「パーパスに関する意識・実態調査」

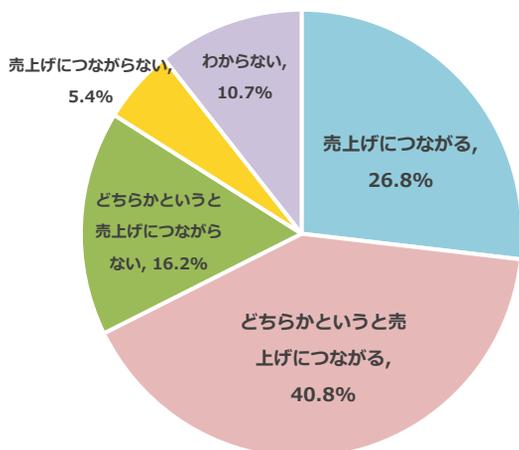
- ・パーパスを策定している企業は4割越え
- ・ビジネスパーソンの84.9%が自社のパーパスに共感している

ブランド構築の理論を応用してコンサルティングとクリエイティブを行う、むすび株式会社（本社：東京都目黒区、代表：深澤了）は、全国のビジネスパーソン850名を対象に、「パーパスに関する意識・実態調査」を実施いたしました。

むすび調べ「パーパスに関する意識・実態調査」結果概要

- ・ビジネスパーソンの**67.6%**が、パーパスの策定が売上げにつながると回答
- ・パーパスの策定で実際に売上が上がった会社は**31.3%**
- ・パーパスの効果、最多回答に「企画」「マーケティング」が並ぶ
- ・パーパスを策定している企業は**4割越え**
- ・ビジネスパーソンの**84.9%**が自社のパーパスに共感している
- ・パーパスの役割TOP3、「企業の存在目的」「企業の存在意義」「使命」
- ・パーパスの社員への浸透度は**78.4%**
- ・**72.9%**が採用時にパーパスを訴求している
- ・新入社員の約**7割**がパーパスに共感して入社
- ・パーパスに共感して入社した社員の**84.8%**が活躍していると回答

【Topics】あなたはパーパスの策定が売上げにつながると感じますか？（n=850・単一回答方式）



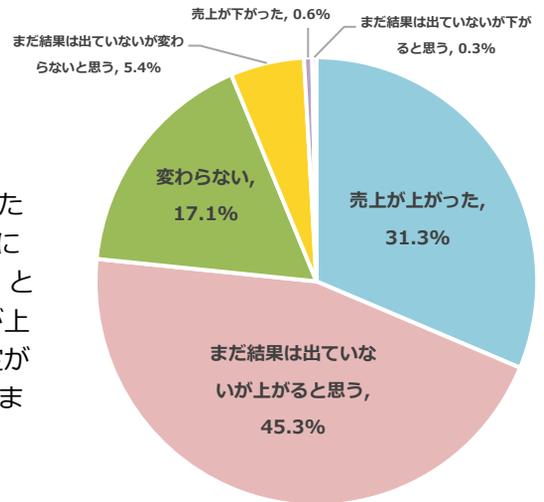
ビジネスパーソンの**67.6%**が、 パーパスの策定が売上げにつながると回答

全国のビジネスパーソン850名を対象に、パーパスの策定が売上げにつながるか質問したところ、**67.6%**が「売上げにつながる」（売上げにつながる：26.8%、どちらかというと売上げにつながる：40.8%）と回答しました。

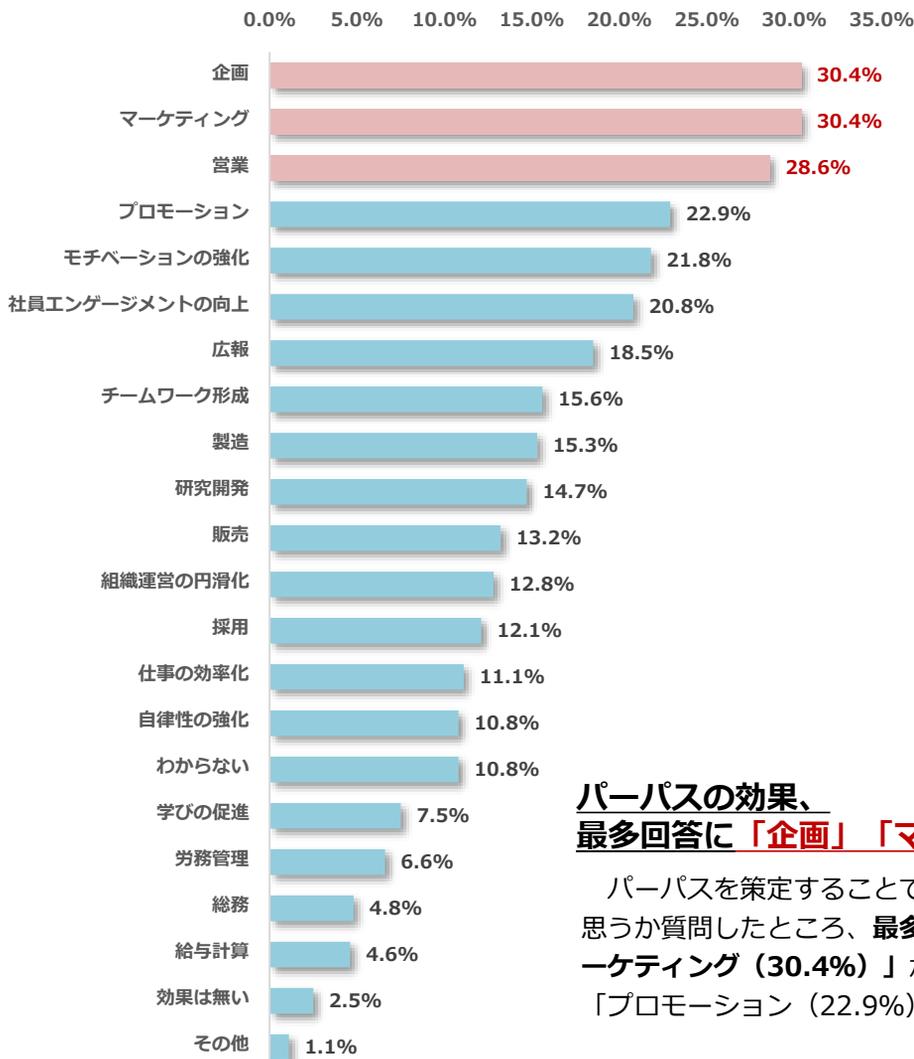
Q1.あなたが所属する会社では、パーパスを策定したことで、売上に寄与しましたか？ (n=351・単一回答方式)

パーパスの策定で実際に 売上が上がった会社は**31.3%**

次に、所属する会社でパーパスを策定していると回答した351名を対象に、パーパスを策定したことで、実際に売上に寄与したか質問したところ、**31.3%が「売上が上がった」と**回答しました。また、45.3%が「まだ結果は出ていないが上がると思う」と回答、あわせると76.6%がパーパスの策定が会社の売上げに好影響を与えていると感じていくことが分かりました。



Q2.あなたはパーパスの策定は、具体的に企業経営のどの点に効果があると思いますか？ (n=850・複数回答方式)

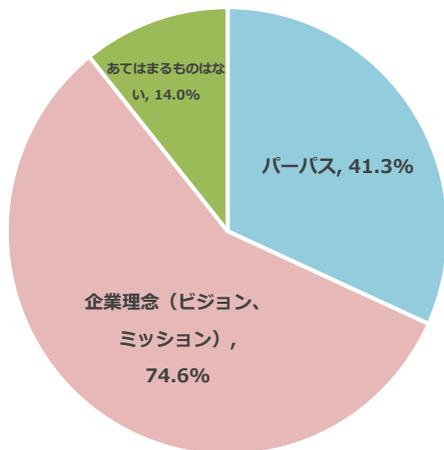


パーパスの効果、 最多回答に「企画」「マーケティング」が並ぶ

パーパスを策定することで、企業経営のどの点に効果があると思うか質問したところ、**最多回答が「企画 (30.4%)」、「マーケティング (30.4%)」**が並び、次に「営業 (28.6%)」、「プロモーション (22.9%)」と続きました。

Q3.あなたが所属している会社で策定（言語化）されているものをお選びください。

(n=850・単一回答方式)



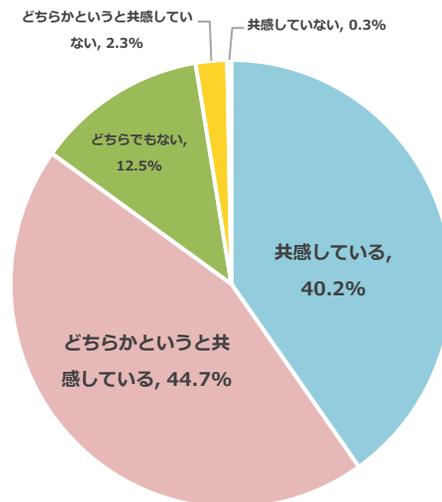
パーパスを策定している企業は4割越え

所属している会社で策定（言語化）しているものを質問したところ、「パーパス」が41.3%、「企業理念（ビジョン・ミッション）」が74.6%、「あてはまるものがない」が14.0%という結果になりました。

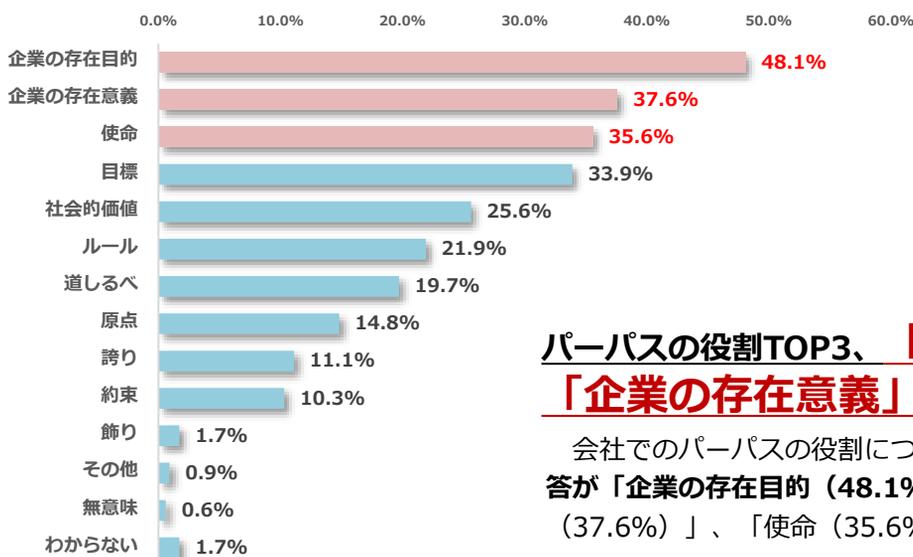
Q4.あなたは所属する会社のパーパスに共感していますか？ (n=351・単一回答方式)

ビジネスパーソンの84.9%が自社のパーパスに共感している

所属する会社でパーパスを策定していると回答した351名を対象に、自身の会社のパーパスに共感しているか質問したところ、84.9%が「共感している」（共感している：40.2%、どちらかという共感している：44.7%）と回答しました。



Q5.あなたが所属する会社にて、パーパスはどのような役割ですか？ (n=351・複数回答方式)

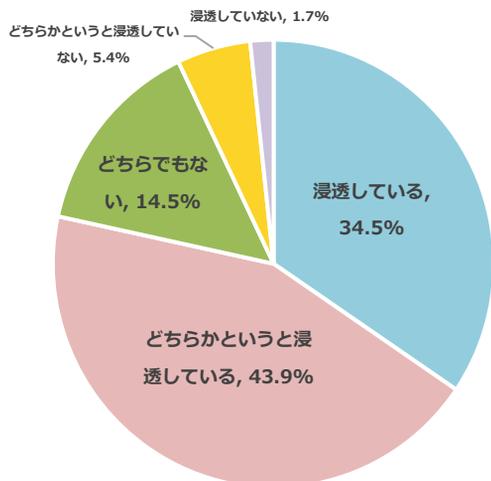


パーパスの役割TOP3、「企業の存在目的」「企業の存在意義」「使命」

会社でのパーパスの役割について質問したところ、最多回答が「企業の存在目的（48.1%）」、次に「企業の存在意義（37.6%）」、「使命（35.6%）」と続きました。

Q6.あなたが所属する会社のパーパスは社員に浸透していると思いますか？

(n=351・複数回答方式)



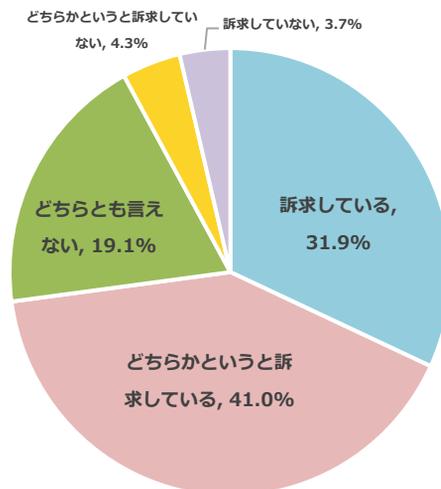
パーパスの社員への浸透度は**78.4%**

パーパスが社員間で浸透しているか質問したところ、**78.4%**が「浸透している」（浸透している：34.5%、どちらかという浸透している：43.9%）と回答しました。

Q7.あなたが所属する会社では、パーパスを採用時に訴求していますか？ (n=351・単一回答方式)

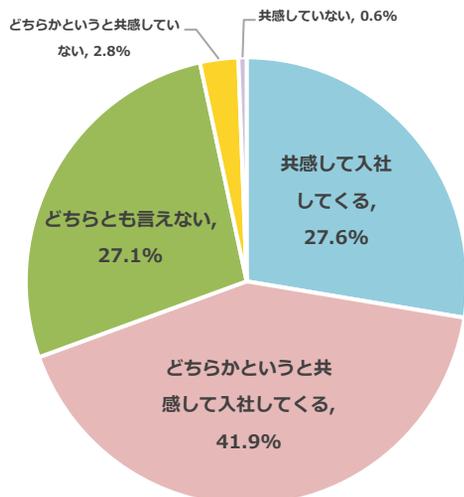
72.9%が採用時にパーパスを訴求している

次に、パーパスを採用時に訴求しているか質問したところ、**72.9%**が「訴求している」（訴求している：31.9%、どちらかという訴求している：41.0%）と回答しました。



Q8.あなたが所属する会社に入社する社員は、会社のパーパスに共感していますか？

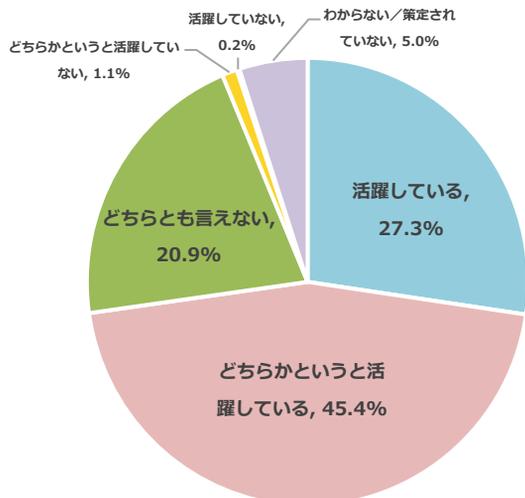
(n=351・単一回答方式)



新入社員の**約7割**がパーパスに共感して入社

新入社員はパーパスに共感して入社しているか質問したところ、**69.5%**が「共感して入社してくる」（共感して入社してくる：16.2%、どちらかという共感して入社してくる：38.5%）と回答しました。

Q9.入社した社員は活躍をしていますか？ (n=351・単一回答方式)



パーパスに共感して入社した社員の**84.8%**が活躍していると回答

新入社員はパーパスに共感して入社してくると回答した244名を対象に、パーパスに共感して入社した社員は活躍をしているか質問したところ、**84.8%**が「活躍している」（活躍している：38.5%、どちらかという活躍している：46.3%）と回答しました。

<調査概要>

調査対象 ・所属する会社の従業員数が30名以上
・役職が課長以上
・「パーパス」を知っていると回答したビジネスパーソン

有効回答数 850名
調査期間 2023年1月20日～2023年1月23日
調査方法 インターネットリサーチ

※本リリースによる調査結果をご利用いただく際は、「むすび調べ」と付記のうえご使用くださいませようお願い申し上げます。

<会社概要>

社名 むすび株式会社
代表者 代表取締役 深澤 了
所在地 〒153-0063 東京都目黒区目黒2-11-3 印刷工場2F_d
資本金 636万円
設立日 2015年4月6日
事業内容 企業・商品/サービス・採用市場におけるブランドの開発・育成
URL <http://www.musubi-inc.co.jp>

 **Musubi**
brand theory & creative

【本プレスリリースに関する報道関係者からのお問い合わせ先】

むすび株式会社 担当：横内
TEL : 03-5437-0667 FAX : 03-5437-0668 Email : info@musubi-inc.co.jp