

国内55業界のパーパス浸透率をランキング化！ パーパス浸透深度が従業員の仕事への誇りに影響を与えることが判明 ～第三回『ASAKOインナーパーパススコア®調査』を実施～

株式会社朝日広告社（本社：東京都中央区／代表取締役 社長執行役員：福地 献一）は、「コミュニケーションサイエンスで、幸せが循環する未来をつくる。」をパーパスに掲げ、多くの企業のパーパスブランディングを支援しています。

その一環として昨年に引き続き、国内55業界のビジネスパーソンを対象とした、第三回『ASAKOインナーパーパススコア®調査』を実施。パーパス浸透率やパーパス浸透状況、成果につながる成功の要因を明らかにし、各業界・企業のパーパス推進活動を強化・改善するヒントにしていきます。

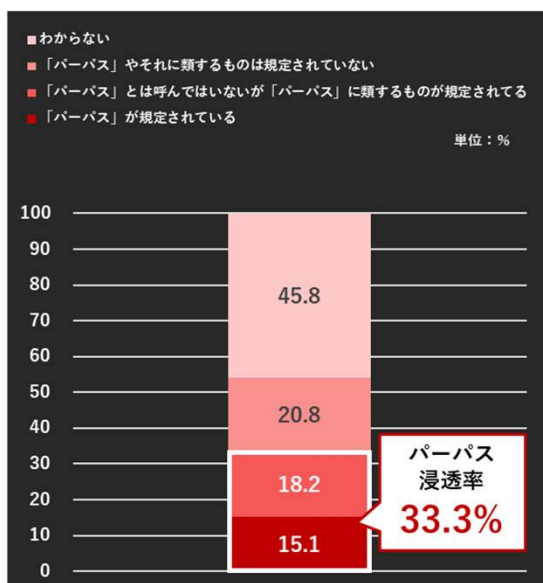
■調査結果サマリー

- ・国内企業のパーパス浸透率は33.3%。
業界別にパーパス浸透率をランキング化すると、1位は「情報通信機器」業界（58.3%）。
- ・仕事への誇りや達成感に最も寄与するのは、「社風・カルチャーのマッチ度」。
- ・従業員がパーパスに理解・納得・共感・共鳴するほど、継続した成果を生み出す傾向があります。
「自社パーパスに理解・納得・共感・共鳴できる」と回答した社員がいる企業の継続成果率は、そうではない企業の3倍超えのスコアとなりました。

◆国内企業のパーパス浸透率は33.3%

全体平均は前回よりも1.0ポイント増の33.3%。（前回32.3%）

業界別にパーパス浸透率をランキング化すると、1位は「情報通信機器」業界（58.3%）、2位は「通信」業界（53.4%）、3位は「証券・先物」業界（51.5%）。
「生活シーンに近い【消費財メーカー】や、ガバナンスが厳しい【金融】の各業界が上位。



【1位～20位】

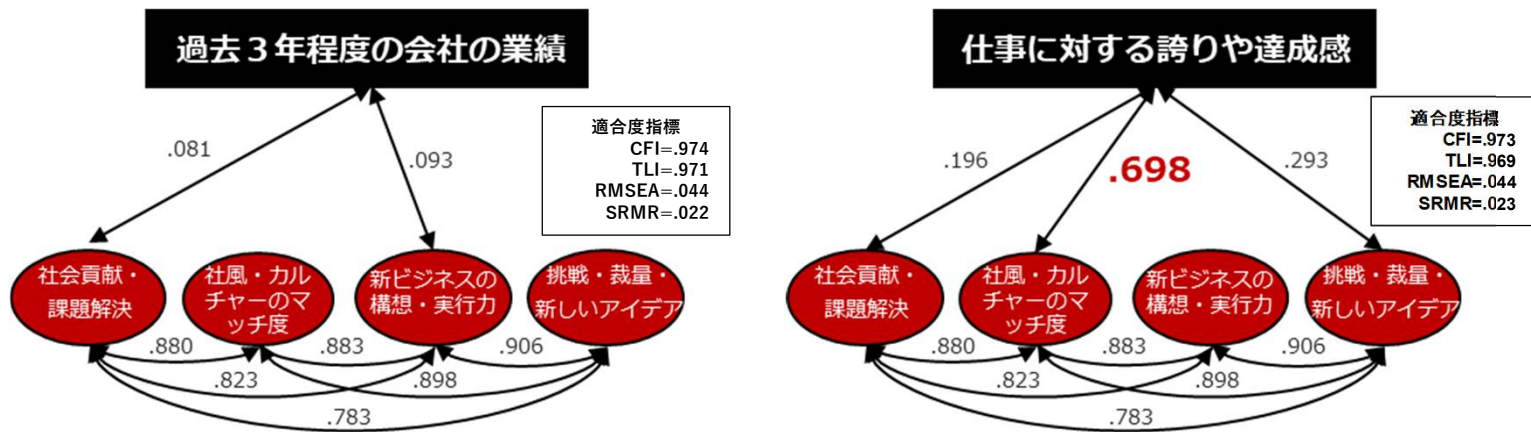


◆仕事への誇りや達成感に最も寄与するのは「社風・カルチャーのマッチ度」

共分散構造分析（SEM）を行い、各因子がどのように仕事に対する誇りや達成感と関係しているか明らかにしました。4つの因子の中で最も仕事への誇りや達成感に寄与するのは「社風・カルチャーのマッチ度」であることが分かりました。

また、社風やカルチャーのマッチ度は他の因子「社会貢献・課題解決」「新しいビジネスの構想・実行力」「挑戦・裁量・新しいアイデア」といった人々の仕事のあり方にも強い影響を与えます。

※共分散構造分析：各要素の因果関係の構造を明らかにする分析



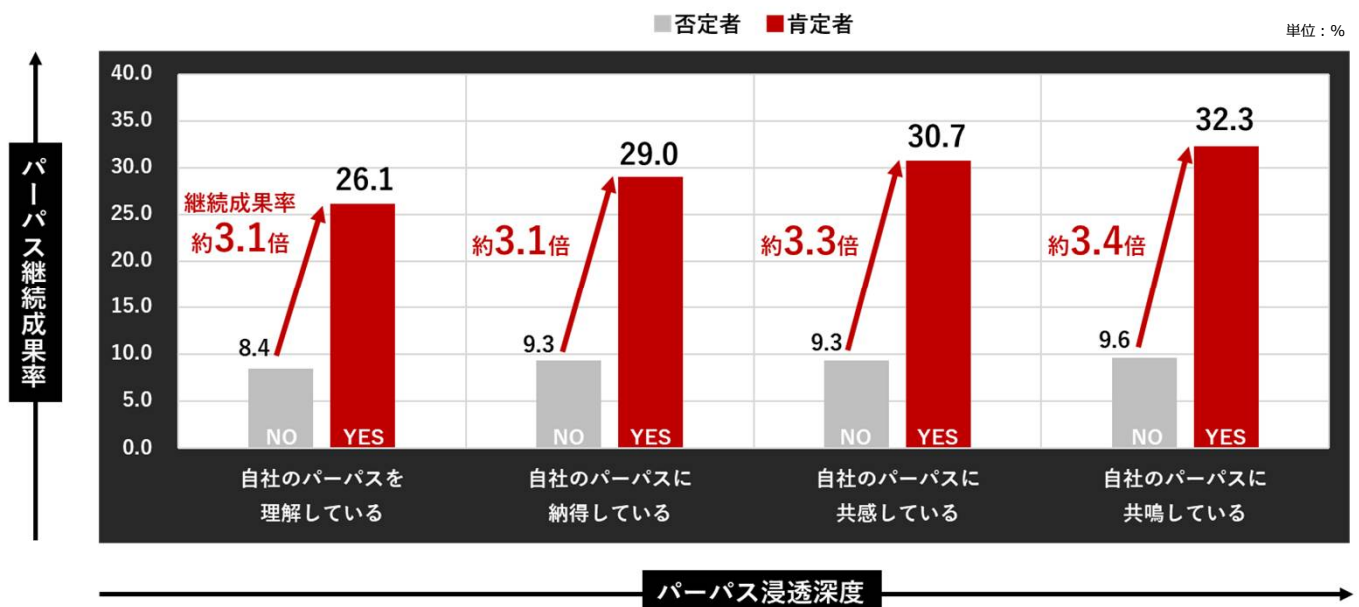
◆従業員がパーパスに理解・納得・共感・共鳴するほど継続した成果を生み出す傾向があります。

パーパス浸透深度と継続成果率の関係を見てみると、「自社のパーパスに理解・納得・共感・共鳴している」と回答した社員がいる企業の継続成果率（自社パーパスに基づいたアクションや成果が継続的に生まれている）は、そうでない企業の3倍超えのスコアとなりました。

特に「自社のパーパスに共鳴している」と回答した方の割合は、「自社パーパスに共鳴している」と回答した方と「自社パーパスに共鳴していない」と回答していない方では、約3.4倍の差がありました。

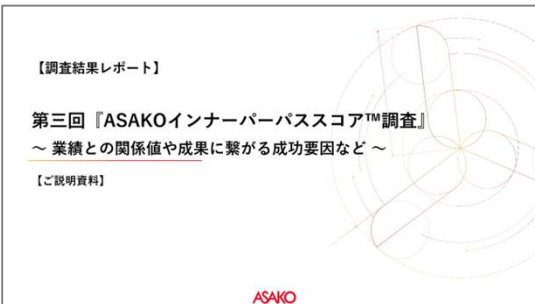
従業員が心から同意できるパーパスの設定が、継続した成果を生み出す可能性が高くなると考えられます。

【パーパス浸透深度と継続成果率の関係】



■【調査結果レポート】のご提供について

調査結果レポートに関しては、朝日広告社コーポレートサイト内「ASAKOが解決できること」から無償でダウンロードして頂けます。



1. 業界別『インナーパススコア®』ランキング

1. インナーパススコア®とは？
2. 業界横断 | インナーパススコア®
3. 55業界別・インナーパススコア® | パーパス浸透率ランキング

2. 第三回『ASAKOインナーパススコア®調査』 8つ主要なファインディングス

1. パーパス社内浸透（インナーブランディング）と企業業績の関係
2. パーパスの社内浸透（インナーブランディング）と継続成果率の関係
3. 継続的な成果につながるインナーブランディング手法
4. 役職別×パーパス情報源の特徴
5. アウターブランディングと継続成果率の関係
6. 所属部署別×アウターブランディング効果の自覚
7. 継続成果率が変わる条件
8. 仕事への誇り・達成感に寄与する要素

ダウンロードはこちらから

「ASAKOが解決できること」

<https://www.asakonet.co.jp/download/>

■調査概要：第三回『ASAKOインナーパススコア®調査』

- 調査目的：
国内55業界のパーパス浸透率やパーパス浸透状況、成果につなげるための成功要因を明らかにすることで、各業界・企業のパーパス推進活動を強化・改善するヒントにさせていただく。
- 対象者：
国内55業界に従事する20-59才のビジネスパーソン
- 調査エリア
日本全国
- サンプル数：
5,643サンプル
- 調査期間：
2025年1月24日（金）～ 2025年1月29日（水）
- 調査方法：
インターネット調査
- 調査主体
株式会社 朝日広告社

【本件に関するご相談・お問い合わせ先】

株式会社朝日広告社
ストラテジックプランニング第二部
桐山・アン
E-mail : asakoipp@m.asakonet.co.jp

[報道関係者様]お問い合わせ先
経営戦略本部：福田・川崎
Tel : 03-3547-5750
<https://www.asakonet.co.jp>