

中小企業診断士の視点

第72回
不確実な時代にごそ考えたい「パーパス経営」



中小企業診断士 小林 健了
(一社)埼玉県中小企業診断協会

社会情勢の変化を背景に、企業自らの存在意義を明確化し、中長期で持続的に企業価値を向上する「パーパス経営」が注目されています。

昨今では、新型コロナウイルス感染症の流行、半導体などの供給不足やウクライナ情勢などによる物流への影響や物価上昇など、経営環境の不確実性はさらなる高まりを見せています。企業が存続するためには、目の前の変化に対応するだけでなく、不変の経営判断の軸を持つことも重要になります。他方、SDGs（持続可能な開発目標）への対応などの社会的な要請として、企業が社会に価値を与える存在であることを明確化することも求められています。

「パーパス」(Purpose)とは、「目的」を意味します。「パーパス経営」とは、企業自らの存在意義のことであり、過去・現在・未来を通して変わらない自社固有の価値観のことをいいます。「自社は、社会に価値を提供するために、こういった存在でありたい」ということを定義し、これを基に経営を進める手法です。日本の場合は多くの企業で既に「企業理念」「社是」「社訓」が定められていることが多く、これらとの親和性は高いものになります。

パーパス経営に取り組むことは、社内外にメリットがあります。社内においては、「パーパス」「企業理念」「社是」「社訓」を中心として社会に価値を与えることを基にしたモチベーション向上や一体感を得られるといえます。また、日本では既存の「企業理念」を基に取り組みやすいというメリットもあります。社外においては、経営者の顔や考え方が見えることによる、企業への安心感の創出、パーパスを基にした長期的な取引関係等の構築などのメリットがあります。パーパス経営への取り組みにより、事業の社会的意義が明確になり、経営上の持続性も得られるようになります。

パーパス経営に取り組むにあたっては、既に存在する「企業理念」を基にパーパスを定義するところから始めるとよいでしょう。定義したパーパスは、社内外に発信し、従業員、顧客、社会などの関係者に伝え、浸透を図ります。発信に当たっては、経営者自らが取り組むことで、さらなる効果を望むことができます。また発信だけでなく、従業員、顧客、社会の声を聴くことも有効です。その後、社内外に自社のパーパスが浸透しているか、パーパス経営で目指した内容や「企業理念」「社是」「社訓」の実現度合いを検証し、取り組み内容を見直していくことも重要です。

経営理念の明確化、パーパス経営の取り入れに当たっての目標設定、実際に進める段階にあつての課題解決などについては、中小企業診断士がサポートしますので、お気軽にご相談ください。

【問い合わせ先】

(一社)埼玉県中小企業診断協会
ホームページ：<https://sai-smeca.com/>
電話：048-762-3350
Eメール：rmcsai@nifty.com