

会社の成長に企業理念が重要と**76.6%**が回答

ビジネスパーソンの「企業理念」に関する意識調査 PART1

ビジネスパーソンの**2人に1人**は、会社の「企業理念」に共感している！

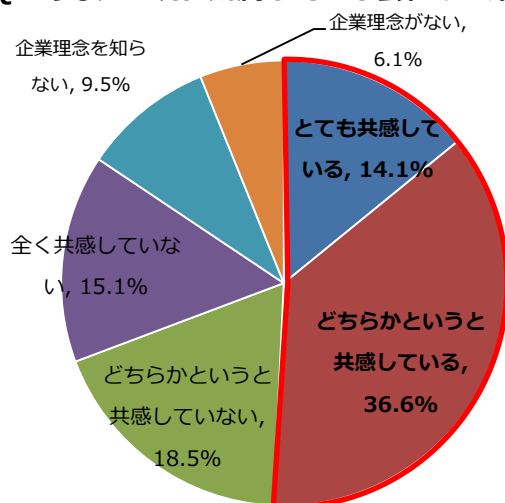
企業理念に対しての共感度が高い社員が所属する会社ほど業績は上がっている！？

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男女410名を対象に、「企業理念」に関する意識調査を実施いたしました。

「ビジネスパーソンの企業理念に関する意識調査 PART1」結果概要

- ・社員の間で企業理念が浸透している会社は**52.6%**
- ・企業理念が社内で浸透すると仕事の効率が上がると**7割**が回答
- ・企業理念の役割とは？ **第1位**は「ビジョン」、**第2位**は「目標」
- ・**約6割**のビジネスパーソンが日々の業務に「企業理念が影響する」と回答

Q1 あなたは現在所属している会社の企業理念に共感していますか？（n=410・単一回答方式）



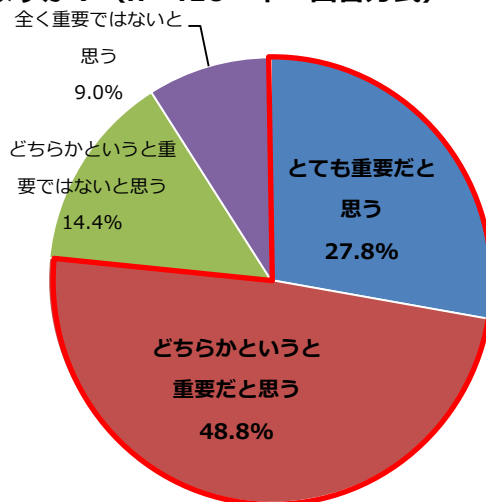
ビジネスパーソンの2人に1人は、会社の「企業理念」に共感している！

全国のビジネスパーソン男女410名を対象に、現在所属している会社の企業理念に共感しているか聞いたところ、「とても共感している（14.1%）」、「どちらかという共感している（36.6%）」合わせて50.7%と、ビジネスパーソンの2人に1人が所属している会社の「企業理念」に共感していることがわかりました。一方で、「全く共感していない（15.1%）」、「どちらかという共感していない（18.5%）」と合わせて**33.6%のビジネスパーソンは「企業理念」に共感できない会社に所属していることがわかりました。**

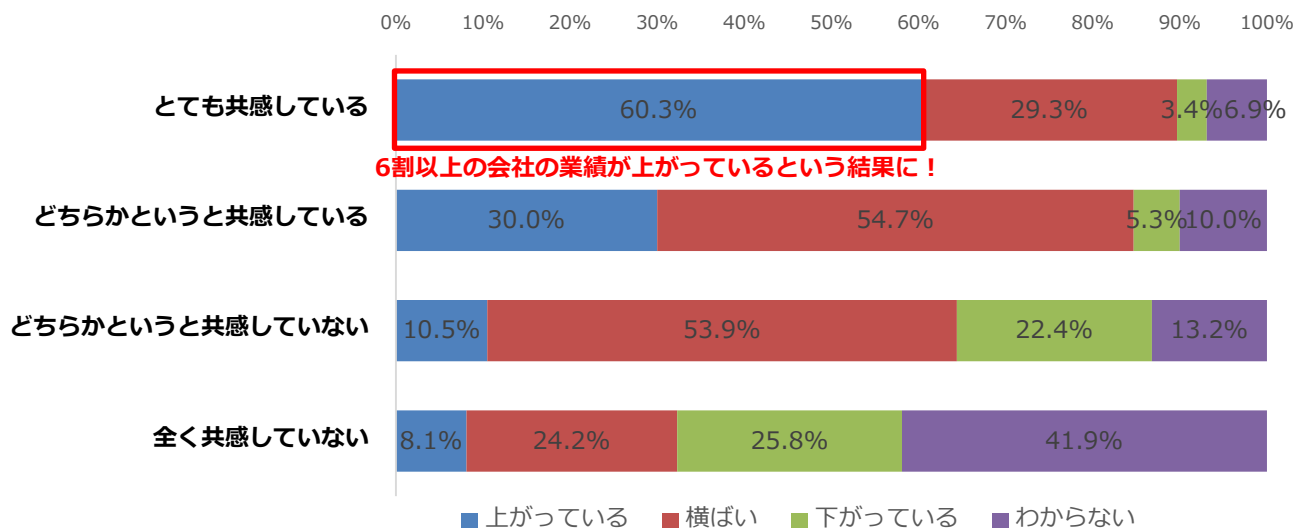
Q2 あなたは会社の成長には企業理念が重要であると思いますか？（n=410・単一回答方式）

ビジネスパーソンの76.6%が会社の成長に「企業理念」は重要と回答

会社の成長には企業理念が重要であると思うか聞いたところ、「とても重要だと思う（27.8%）」、「どちらかという重要だと思う（48.8%）」と合わせて**76.6%のビジネスパーソンが、会社の成長には企業理念が重要と考えていることがわかりました。**



<参考調査> 「企業理念への共感度合い」と「会社の業績」との関連性 (n=346・単一回答方式)

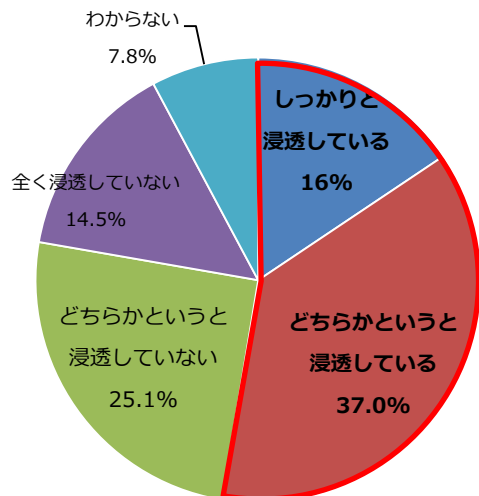


企業理念に対しての共感度合いが高い社員が所属する会社は、業績が上がっている！？

「企業理念を知らない」、「企業理念がない」と回答した方を除く346名のビジネスパーソンを対象に、「企業理念への共感度合い」に合わせて所属している「会社の業績」を聞いてみたところ、会社の業績が上がっていると回答した方の割合は、**「企業理念にとても共感している」で60.3%**、「どちらかという共感している」で30.0%、「どちらかという共感していない」で10.5%、「全く共感していない」で8.1%と、**企業理念に対しての共感度合いが高い社員が所属する会社ほど、業績が上がっていることが分かりました。**尚、当社が独自に行った調査では「**企業理念の浸透度**」と「**所属する会社の業績**」には**相関関係がある**ことが分かりました。

Q3 あなたが現在所属している会社では社員の間で企業理念が浸透していますか？

(n=346・単一回答方式)



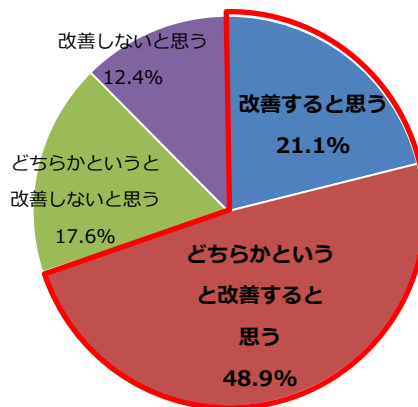
社員の間で企業理念が浸透している会社は52.6%

「企業理念を知らない」、「企業理念がない」と回答した方を除く346名のビジネスパーソンを対象に、自身が所属する会社では社員の間で企業理念が浸透しているか聞いたところ、「しっかりと浸透している（15.6%）」、「どちらかというと浸透している（37.0%）」と合わせて**52.6%の会社では社員の間で企業理念が浸透している**ことが分かりました。一方で、「全く浸透していない（14.5%）」、「どちらかというと浸透していない（25.1%）」と合わせて39.6%、**約4割の会社では社員の間で企業理念が浸透していない**ことが分かりました。

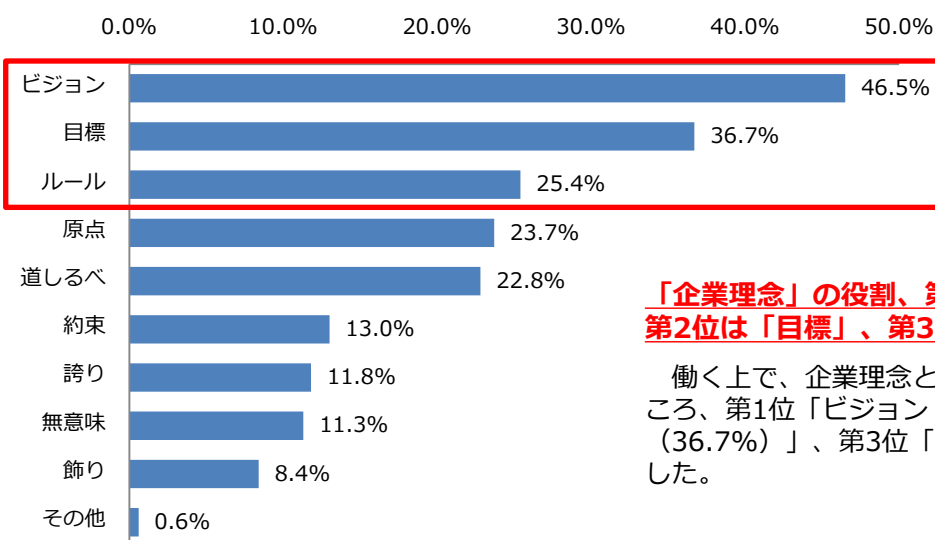
Q4 所属する会社の企業理念が社内に浸透することで、仕事の効率や社員間のコミュニケーションなどが改善すると思いますか？（n=346・単一回答方式）

**7割のビジネスパーソンが回答、
「企業理念」が社内で浸透すると仕事の効率上がる！**

次に、企業理念が社内に浸透することで、仕事の効率や社員間のコミュニケーションなどが改善すると思うか聞いたところ、「改善すると思う（21.1%）」、「どちらかという改善すると思う（48.9%）」と合わせて**70.0%のビジネスパーソンが企業理念の浸透により、業務効率や社員間のコミュニケーションが改善すると思っている**ことが分かりました。



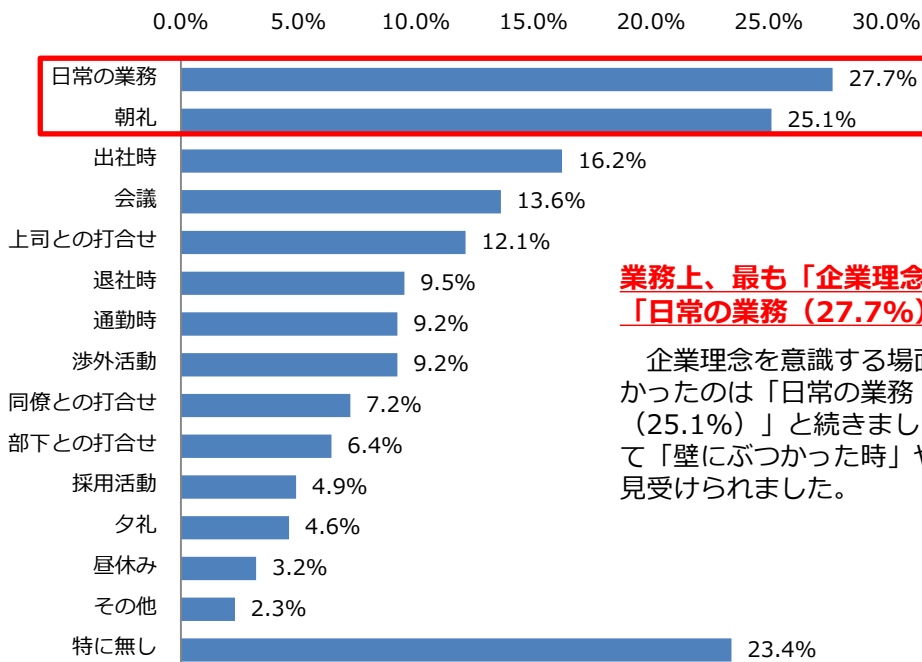
Q5 あなたにとって、働く上で、企業理念とはどのような役割ですか？（n=346・複数回答方式）



**「企業理念」の役割、第1位は「ビジョン」、
第2位は「目標」、第3位は「ルール」**

働く上で、企業理念とはどのような役割か聞いたところ、第1位「ビジョン（46.5%）」、第2位「目標（36.7%）」、第3位「ルール（25.4%）」と続きました。

Q6 あなたが、働く上で企業理念を意識する場面はいつですか？（n=346・複数回答方式）



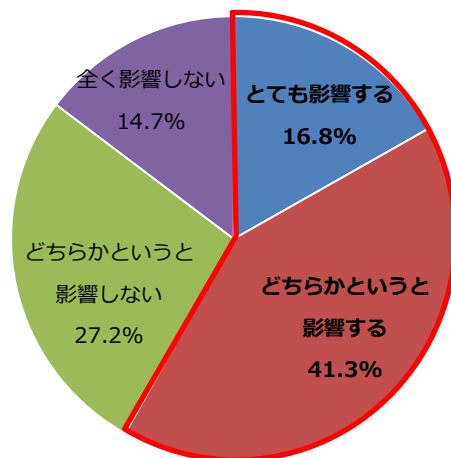
**業務上、最も「企業理念」を意識する場面は
「日常の業務（27.7%）」**

企業理念を意識する場面を聞いたところ、最も多かったのは「日常の業務（27.7%）」、次に「朝礼（25.1%）」と続きました。また、その他の意見として「壁にぶつかった時」や「新規案件参画時」なども見受けられました。

Q7 あなたの日々の業務効率に企業理念が影響することはありますか？（n=346・単一回答方式）

約6割のビジネスパーソンが日々の業務に 「企業理念が影響する」と回答

最後に、日々の業務に企業理念が影響することはあるか聞いたところ、「とても影響する（16.8%）」、「どちらかというに影響する（41.3%）」と合わせて**58.1%のビジネスパーソンが、日々の業務に企業理念が影響している**と回答しました。



<調査概要>

有効回答数 全国のビジネスパーソン男女410名
調査期間 2018年11月9日～2018年11月16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す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 550万円
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