

『日経統合報告書アワード2022』参加企業を対象とする調査レポート

パーパスを掲げる企業は、全体の3割に。

前年度（2021年度）から倍増

私たちは、企業の社会への想いが語られている『統合報告書』に注目し、『日経統合報告書アワード』参加企業を対象として企業のパーパス表明の進捗状況を定点調査しています。アワードへの参加企業は毎年増加しており、2022年度は前年度の290社から387社へ増大しましたので、2022年度に統合報告書を発行した企業約900社の中のおおよそ4割にあたる報告書を調査しました。このレポートを、皆様の「より良い社会実現のための活動」にお役に立ていただければ幸いです。



パーパス（存在意義）を掲げる企業数は、3割に倍増

2021年度	参加企業290社中	39社	1.3割
2022年度	参加企業387社中	117社	3割

パーパスは普遍的で似ている。自分の声で厚く語れるかが信望の鍵

117社のパーパスをAIでテキストマイニングすると、下記のような文脈のパターンが見えてきました。パーパスは「どのような社会を実現したいのかの想い」を表明し社会から共感やコンセンサスを得ることを目的とするので、その企業らしさは必要なものの、唯一無比の差別性よりも普遍性が求められます。故に、下記のようなセンテンスで構成される似たパーパスが頻出することとなります。

「私たちは、創業から受け継ぐ〇〇〇を活かして、」「世界の人々の」「健康で豊かな・安心安全な生活を提供し」「新たな価値を創造し」「地球の未来を拓く」「〇〇〇な世界を実現する」「社会に貢献する」

パーパス自体は、凡庸なメッセージになりがちだからこそ、その企業が実現したい未来社会のビジョンを、どれだけ解像度高く描いて見せているか、経営者や社員が、自身の声でどれだけ厚くパッションを込めて語っているか、その企業とこれからの時代を共生することを寛容できるかどうかの信望に関わると考えます。



約3割の企業が、パーパスを伝える企業広告を始めている

日経広告研究所が、広告主128社を対象に実施した調査（2023年）によると、「広告宣伝費のうち企業広告の比率は17.8%」で上昇傾向にあり、企業広告の訴求内容で最も高いのは前年同様に、「主力の商品・ブランドを中心に据えて企業姿勢や技術力を紹介する広告」43.0%であったが、昨年度だった「経営理念を紹介する広告」41.0%は、本年度に26.6%に大きく減退した。変わって高まっているのが

「自社の社会との有意義な関係性（パーパス）を伝える広告」32.0%

抽象的な概念よりも具体的な事象を取り上げて、企業姿勢を伝える傾向が強くなっていると見られる。

出所 | 日経広告研究所『広告主動態調査2023年版』



SDGs取り組みには偏りが。【経済は強いが、開発は弱い】

17の目標に対する企業の関与（コミットメント%）は、それぞれ昨年より高まっていますが、昨年同様に、17の目標全てを掲げる企業が全体の1割以上ありました。

国連は17の目標を「開発・経済・地球」3つのテーマと枠組みに分けています。下記は、日本企業がどの課題に取り組むか（%）の調査結果で、取り組むテーマには偏りが見られます。

経済に関心が高いが開発への意識が低い 状況は昨年から変わっていません。
「貧困・飢餓・水」などの社会問題に取り組む企業が少ないことは今後の課題と感じます。

日本企業が取り組みを表明するSDGsの課題（%）一覧



SDGsウエディングケーキモデル

上の右図『SDGsウエディングケーキモデル』は、“SDGsの概念”を表す構造モデルです。3つの階層「経済圏・社会圏・生物圏」により構成されており、階層の並び方には意味があります。

「経済」の発展は、生活や教育などの社会環境によって成り立ち、その「社会」は「生物圏」つまりは、自然環境によって支えられている関係性を示しています。

日本企業の「経済に強く開発が弱い意識」は活動の場所が「経済圏（市場経済）」に留まっており、社会圏（人間社会）でのソーシャルな対話活動を、さらに進捗していく必要性を物語っているに思えます。

パーパスの進捗に関する調査研究レポートと 学生が素晴らしいと共感したパーパスの情報はこちらで！



→ 『ベストパーパス
プラクティクス2022』
投票結果



→ 2022年度に公開した
「統合報告書」調査
研究レポート



小々馬ゼミは、α・Z世代の価値観と行動研究を通じて「未来社会の姿とあるべきマーケティングの進化」について社会に提言しています。多くの企業様と連携する調査研究活動をホームページ・SNS・学会・セミナーなどの機会を通じて公開しています。AWAsiaに毎年参加し『学生が選ぶ、素晴らしいパーパス：ベストパーパス・プラクティクス2022』の企画運営・受賞社の取材に携わらせていただきました。

本レポートに関するお問い合わせはこちらをお願いします
産業能率大学 小々馬研究室 mail: brand-m@hj.sanno.ac.jp