

【小論文タイトル】

若者とパーパスでつながる中小企業の人事戦略
～企業と学生とのパーパスの共創実験を通じて～

明治大学 3 年 高岸真央 羽太友梨恵 大和夕麻

【要 約(800 字以内)】(文字数 760 字)

Z 世代がこれまで過ごしてきた時代は、東日本大震災などの大規模災害や新型コロナウィルスの拡大により生活環境は大きく変化した。これにより環境問題や人権、貧富の差などの社会的な課題への関心は高まり、それに伴い企業の事業活動においては持続可能性が求められるようになった。また、最近「ワークライフバランス」「副業」「転職」など若者の働き方の変化が見受けられる。筆者らは、こうした若者の価値観の変化に中小企業の人事戦略は対応しきれていないのではないかという問題意識がある。

本稿では、こうした問題意識のもと、企業の価値観を軸に会社の経営を行う「パーパス経営」に焦点を当て、人手不足が深刻化する中小企業に対し、若者の価値観の変化に対応するためのパーパスを使った新たな人事戦略を提案する。第 2 章では、現代の若者世代の働き方に対する価値観がワークライフバランスのライフ優先な思考であることを述べる。次に、中小企業において人手不足問題が深刻化している実態を述べる。第 3 章では、パーパスの意義を確認し、パーパスが人事戦略においてどう有効なのか述べる。次にパーパス策定で問題になる不一致について紹介し、問題を解消するためのパーパス策定方法を二つ提案する。第一に全員参加型でパーパスを決めること、第二にはパーパスを行動に刻み込み、社内に浸透させることである。

第 4 章では、第 3 章までに示した現状をもとに、筆者らが実際に行った実験事例をもとに、新しい「SDGs/ESG 時代の人事戦略」を提案する。筆者らは、所属するゼミナールの学生が中小企業の方と企業のパーパスを共創する実験を行った。この実験を通して学生と企業の価値観のミスマッチを減らすのに有効であることが証明された。インターンシップでパーパス共創を採り入れることで、持続可能な雇用関係の実現を図る。

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

【本文(文字数 9,500～10,500 字)】(文字数 9,889 字)

1. はじめに：問題意識とその背景

筆者たちは、大学のゼミナールにおいて、東京都、神奈川県、福島県、福井県など、郊外や地方の活性化に向けた取組に関する実証的研究をしている。そこでは、いかに地域の課題を知り、地域の魅力を引き出すかを実践しながら学んでいる。ゼミがフィールドとしている地域はいずれも地域産業の担い手不足に悩んでおり、とくに中小企業の人手不足は深刻な状況である。

一方、1996 年から 2015 年の間に生まれた Z 世代と呼ばれる世代がこれまで過ごしてきた時代は、日本国内のみならず、世界中で数多くの社会問題が発生した時代でもある。東日本大震災などの大規模災害だけではなく、新型コロナウイルスの拡大により生活環境は大きく変化した。これにより環境問題や人権、貧富の格差などの社会的な課題への関心は高まった。それに伴って企業の事業活動においては持続可能性が求められるようになった。この先の企業活動や消費者の中心となる世代も企業に求める価値観が変わってきている。こうしたことから、筆者たちを含む Z 世代は、企業には経済的な成果だけでなく、社会的な責任や SDGs 達成への貢献が不可欠であると意識的あるいは無意識に考えている。また、最近「ワークライフバランス」「副業」「転職」などの言葉をよく耳にするようになった。しかし、筆者たちの親世代のときは終身雇用制度で生涯同じ会社に勤めることが多く、転職することは珍しかった。そのため価値観の変化にギャップを感じているのも事実である。こうした価値観の変化に中小企業の人事戦略は対応しきれていないのではないかとの問題意識もある。

中小企業の人手不足や人事戦略における変化への未対応の要因は多様であるが、その大きな一つの要因に、求人活動を行う中小企業と就職活動を行う若者との相互理解を促進させるような仕組みがほとんど存在せず、中小企業の経営における価値観と、若者の多様化する価値観との間には、大きなギャップが生じているのではないかと考える。もしここに大きなギャップがあるとすれば、「何のために働くのか」といった若者自身の仕事観と、企業が「自社の存在意義」すなわちパーパスをすり合わせて、相互理解を促進していくことが必要である。

そこで本稿では、まず企業の価値観は若者の多様化する価値観に対応できているのかを検討し、企業と若者のミスマッチの状況を提示する。その後、パーパス経営の意義と中小企業の人事戦略を分析する。そして中小企業と学生のパーパス共創の実験事例を踏まえ、「パーパスでつながる中小企業の人事戦略」すなわち、中小企業の人事戦略に学生とのパーパスを媒介とした相互理解の仕組みの具体策を提案する。

2. 変わる若者世代の価値観と働き方、変わらない中小企業の人事戦略

2.1 若者世代の価値観と働き方

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

まず、実際に若者の価値観はどのように変わってきているのかを確認したい。株式会社マイナビ「マイナビ 2023 年卒大学生のライフスタイル調査」によると、理想とする将来の自分像として、「愛する人と結婚して子供ができ幸せに暮らす」「一生食べていける安定した仕事を持つ」「自分の好きな仕事を一生続ける」が上位 3 位までを占める結果が続いている。仕事だけではなく、プライベートの方を充実させる働き方を求めているのだ。しかし働くことに時間を使わせるような働き方をしている会社はまだある。また労働基準法の改正により、4 月から中小企業でも「月 60 時間を超える時間外労働の割増賃金率引き上げ」が開始した。コロナ禍によって働き方も大きく変動しテレワークの普及が加速した。働き方が変化するように残業のあり方や考え方も変化する中で、仕事とプライベートのバランス、いわゆる“ワークライフバランス”の在り方も注目されている。社会の中で自立し活躍するには、就労を通して経済的な基盤を築くことが大きな要素となるが、就労は、単に収入を得るための手段というだけではなく、その人と社会をつなぎ、自己実現を図るためのものでもあるなど、「働き方」は「暮らし方」そのものであると考えられる。こういったワークライフバランスのライフ優先な思考に会社が対応できているのであろうか。

2.2 変わらない中小企業の人事

次に、中小企業の人事戦略についてである。中小企業人事の大きな課題として、人手不足が挙げられる。また、厚生労働省が 2022 年 10 月に発表した「2019 年 3 月に卒業した新規学卒就職者の離職状況報告書」では、3 年以内の離職率が「事業所規模 1000 人以上」の大企業の場合、高卒者 24.9%・大卒者 25.3%なのに対して、「事業所規模 30~99 人」の中小企業の場合は、高卒者 43.4%・大卒者 39.4%と高卒者と大卒者いずれも、大企業を大きく下回っている。しかし、採用活動当初から中小企業への就職希望が少ないというわけではない。株式会社マイナビ「マイナビ 2023 年卒大学生就職意識調査」によれば、2023 年卒学生の中堅・中小企業志向比率（「中堅・中小企業がよい」と「やりがいのある仕事であれば中堅・中小企業でもよい」を選んだ学生）は 47.8%だった。これは、前年 2022 年卒生の調査結果より 2.9pt 増加している。志望する学生は年々増加している半面、採用した学生の 3 年間以上の就職率が低く、中小企業では重要視されている人材育成さえできず、人手不足が起きているのだ。ここから、就職した学生が企業側に求めていたものと企業との間に何らかのずれがあることがわかる。そこで、本稿では、大手企業よりも就職社会において厳しい立場にある中小企業が力を入れるべく人事戦略の一つとして、パーパス制定を提案する。朝日広告社が実施した『ASAKO インナーパーパス™調査』によると、国内のパーパス浸透率は、全体の 35.9%であり、4 割未満であり高いと言える数値ではなかった。これらの数値は大企業も含めた数値であり、大企業の場合はパーパス採用やリファラル採用など人事戦略としてさまざまな工夫を取り入れつつある。一方、中小企業は人事の取組の工夫は十分でないし、工夫をしている企業も学生に認知されるチャンスは少ないのが現状である。

3. パーパスと人事戦略

3.1 パーパスとその効果

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

パーパスとは「社会的存在意義」と捉えるものである。「企業が社会的な責任を果たすうえで求められる『存在意義』は何か、企業は何のために存在するのか」を明確に示すものである。近年、企業経営において企業の社会的存在意義を意味する「パーパス」を基軸とした「パーパス経営」への注目が高まっている。

パーパスがもたらす効果を人事戦略の面からみると、次の三点を挙げることができる。

第一に、パーパスは若い人材を惹きつけることである。リーナ・ナイールほか(2022)によると、各種調査では、若い世代は仕事において、パーパスを重視していることが一貫して示されているという。多くの若手従業員が、自分の価値観やミッションと一致する仕事をするためなら、職員や報酬の面で譲歩しても良いと答えているという結果を示しており、パーパスは価値観の一致する若い人材を呼び込むことが期待できる。

第二に、パーパスは難しい判断の際の指針になりうることである。グローバル化やインターネットの普及により、「従業員」や「顧客」は多種多様になった。多様化したステイクホルダーとの関係の中で利害対立が生じたとき、パーパスは自社が取るべき行動を示す役割を担うといわれている。

第三に、社員の雇用契約の指針となり、企業と社員との持続的な関係を築く接着剤のような役割を果たすことである。今日、労働者が雇用主を選ぶ際、持続的な関係に対する会社のコミットメントの重要性が指摘される（リーナ・ナイールほか 2022）。パーパスを仲介とした雇用契約を結ぶことで、企業と社員との間のミスマッチを減らすことが期待できる。また、デジタル化の進行が進む今日、働くうえで必要されるスキルは従来よりもはるかに高い頻度で更新しなければならない。従業員のスキルを常に最新に保つことが求められるため、雇用主と労働者の価値観の合致はより重要な要素になっている。企業がパーパスを掲げて経営することで絶えず変化する社会においても持続可能な雇用関係を築くことが期待できる。

このようにパーパス経営は、経営指針に一貫性を持たせることを可能にし、従業員のエンゲージメントを向上させる。また、雇用の際には会社と労働者の価値観をすり合わせるきっかけとなり、離職率の低下が期待され、持続可能な雇用関係が実現するのである。ウォンテッドリー株式会社が 1,340 人を対象に行った調査では、入社時にパーパスを「かなり重視した」人は年々増加し、直近 5 年間で倍増。これからパーパスを重視して就職・転職したいと 85%の人が回答した。また、126 人の採用担当者のうちの 63%がパーパスへの共感性を重視して採用した人の特徴として「仕事に対するモチベーションが高い」と回答した。パーパスへの関心は高まっており、大企業を中心にパーパス経営に踏み出す企業が増えている。

3.2 パーパス策定の問題点

パーパスの策定は、経済全体や一般社会における自社の役割を鮮明にすることであり、これには上記に述べたような多くのプラス面があるが、リスクもある。パーパスは最近注目を集めており、流行化の弊害も目立つ。

ジョナサン・ノウルズほか(2022)によれば、パーパスに関して企業が直面する問題の多くは、企業が宣言したパーパスの内容と実際の行動とが一致していないことから生じる。パーパス主導を唄えば社員にも顧客にも受けが良いが、その宣言が役に立つのは、嘘偽りがなく社内的に首尾一貫していると示せる場合だけである。また、ここではパーパスに関する不一致には 3 種

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

類挙げられる。自社に事業の性質と自社が掲げるパーパスとの間にはっきりとしたつながりがないこと、顧客への価値創造には成功しているが労働者に対してパーパスを達成できていないこと、企業文化とパーパスとの断絶が起きていることである。この不一致を解消するためには、以下の二点が必要であるとしている。

一つ目は、全員参加型でパーパスを決めることである。ただし、実際に全員参加でパーパスを策定することは難しいため、パーパスに利害関係を持つ社内グループを見極め、そのグループから次世代を担う若手も含めて代表を抽出してパーパスを策定することが有効だと考える。

二つ目は、パーパスを行動に刻み込むことである。パーパスを顧客や社員、パートナー企業、自社を取り巻くコミュニティなどの視点から見ると、日々の経験から生じる嘘偽りのなさや一体感、エンゲージメントがパーパスによってより強く感じられることが重要なのである。これを達成するためにはパーパスを社内で浸透させ、社員の評価と昇進、新規採用、経営判断、さらには広範な企業文化全体にも反映されなければならない。パーパス、それからそれを軸にした経営戦略を定期的に見直し、その整合性を保つことが必要であると考ええる。

4. 中小企業と学生とのパーパス共創実験

筆者が所属するゼミナールでは、業績も良く魅力的な中小企業と学生との相互理解の促進を図るとともに、学生にとってのパーパス経営・パーパス採用の実践的学習と、学生側が中小企業の価値観に触れる機会をつくるため、人事戦略としては若者の価値観に寄り添った方針や取組をしているもののパーパスは未策定である都内優良中小企業2社の協力のもと、中小企業と学生とが、企業のパーパスを協力して策定するという実験を行った。

4.1 共創実験の概要

(1) 共創実験の対象企業とその選定方法

対象企業：エス・エー・エス株式会社、株式会社佐藤製作所の2社（ともに本社：東京都）

選定方法：東京都中小企業振興公社から協力可能な優良企業2社の紹介を受け、協力依頼をしたところ、快く引き受けていただいた。

(2) 実験期間

2022年7月～2023年1月

(3) 共創実験の体制（参加者）

企業側：経営者、人事担当者、若手社員等 5人程度

学生側：明治大学政治経済学部奥山雅之ゼミナール2年・3年（1社5～8名）

(4) 実証実験プロセス

事前準備（学生側の企業研究、仮のパーパス作成）→webでの打ち合わせ→企業訪問、社員と学生とのワークショップ（エス・エー・エス株式会社は2022年12月7日、株式会社佐藤製作所は2022年12月14日）→学生によるパーパス案策定→調整・修正（web会議）→発表・意見交換（2023年1月12日）

4.2 事例1：エス・エー・エス株式会社

(1) 会社の概要

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

同社は 1995 年 10 月 4 日に設立された、金融流通クレジット業務を中心としたシステム構築およびコンサルティングや、バックオフィス業務支援のクラウドサービスなどの提供およびコンサルティングを行う IT サービス企業である。会社全体で SDGs など社会問題に積極的に取り組んでおり、PRIDE 指標「ゴールド」を 2019 年から 3 年連続で獲得し、2021 年には「日本でいちばん大切にしたい会社大賞」審査員会特別賞など多数の受賞歴がある。

経営理念・ビジョンとして「すべては笑顔のために」という氏名を掲げ、「常に質の高いサービスを提供し会社のスキルアップを通じて SAS 全メンバーの生活水準の向上を図るとともに社会の笑顔に貢献していく」という経営理念を持つ。同社関係者全員の笑顔が絶えず、ともに成長し続ける会社であり続けることをめざしている。また、メンバーの笑顔のために、福利厚生やイベントはメンバーの家族も対象にしており、家族も含めたメンバーの幸福を願っているのだという。このように「社会の笑顔の貢献」という理念を持つ同社は、「笑顔」の大好きなメンバー間で理念を共有しながら働くことをめざしている。

(2) 企業訪問、社員と学生とのワークショップ

まず、社長による企業の概要を知る説明会・質問会を通して、事業内容、経営方針の理解を深めた。さらに社長が経営理念になぜ「笑顔」を掲げているのか、過去のエピソードをもとに教えていただき、社長の「思い」に触れることができた。次に若手社員を含む、社員の方々との座談会を経て、入社決め手や、実際の会社の雰囲気などを聞き出した。そして、学生 4 人と社員 1~2 人を 1 グループとし、2 グループに別れてパーパス作成グループワークを行った。グループワークではここまで得た情報をもとに学生と社員の方で一緒にパーパスについて意見交換を行った。そのキーワードをもとにパーパス案をグループごとに作成・発表し企業訪問を終えた。その後は学生でパーパス・パーパスステートメントの構成を参考にしながらパーパス作成を進めた。会社の事業内容や雰囲気、学生が訪問で感じたことなども組み込みながら、内容は簡潔に、企業の事業内容に言及しつつ、会社の将来を見越したパーパスを作成することを心がけた。学生が考えた案を会社の社長、社員と打ち合わせをし、内容に相違点はないか、企業側の意見も取り入れながらパーパスを完成させた。同時期にパーパスの共創を行った佐藤製作所の社員と担当したゼミナールの学生と合同でパーパス発表会を開催した。

(3) 作成したパーパス

作成したパーパスは、「Smiles and Sustainability: すべては笑顔のために。一瞬の笑顔ではなく、未来を照らす笑顔が続くために」である。このパーパスに加え、パーパスステートメントも作成した。パーパスステートメントの前半には、笑顔が社会に必要である理由、中盤には会社が存在することによって誰の笑顔をつくり、どのような社会へ変えていきたいか、後半にはどんな未来を構築するかを表現した。

(4) 参加した企業側の感想

社会的に注目を集めるパーパス経営の重要性を認識し、今後の経営に活用したいという声をいただいた。また、学生の考えたパーパスについて「創造性豊かな言葉」といい、社外からの学生の視点も取り入れたパーパスとして評価していただいた。

(5) 参加した学生の感想

パーパスを作成するにあたり、企業理解が必要不可欠であり、企業分析や会社訪問の際の説明会で深く理解することができた。企業理念を深掘りし、社長の「思い」の原点まで知ること

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

ができ、会社の指針を明確に理解し、事業内容や社員に対する支援や福利厚生に対しても納得できた。パーパスをつくる工程で会社の経営方針を深く知るきっかけになり、就職する際に自分と会社とのミスマッチを減らすことに有効であった。

4.3 事例 2：株式会社佐藤製作所

(1) 会社の概要

同社は、1958 年に設立された金属加工の企業である。希少価値の高い銀ロウ付けという珍しい溶接を強みとしており、機械で量産するのではなく、難しく価値の高いモノを一つ一つ時間をかけてつくる企業として知られている。商店街の中にあるという立地を生かし個人向けの金属修理も行っている。

同社は、経営理念として「若手の人間的成長」「地域や街との関わり」「会社環境の改善」「お客様が喜んでくれること」「子供や学生への教育」「社内コミュニケーション」の 6 つを掲げている。SNS や HP、手作りのお便りなどを活用して取組などを積極的に発信し、顧客の支持を得てきている。採用においては、早期離職の大きな原因となる企業と学生のミスマッチを減らすために、インターンシップを実施している。ネット上にある情報ではなく、会社のありのままを見てもらうことを目的としている。また、業界全体における大きな課題である熟練職人の技術継承問題に取り組むために、若手採用・育成に力を入れている。こうしたことから、従業員の平均年齢は 37 歳と、同業の中小企業と比べてもかなり低い。

(2) 企業訪問、社員と学生とのワークショップ

指導教員とゼミナール生 4 人で佐藤製作所に企業訪問を行った。当日は、「企業説明」「銀ロウ付け体験」「インタビュー」「パーパス作成ワークショップ」の 4 ステップで進められた。企業説明に加え行われた銀ロウ付け体験は、同社の業務内容を理解することに役立つ体験であったと考える。次に、若手社員 3 名に対し、同社の魅力や強みについてインタビューを行った。ここでは、経営理念・ビジョンの中にもある「自分で考え、行動すること」を自分たちが業務の中で実行するという、「ビジョンと行動の一致」をみることができた。これらを踏まえ、パーパス作成ワークショップを行った。社員の方と、大手企業がすでに制定しているパーパスをもとに必要な要素の理解一致をし、同社の場合、パーパスに入れるべきキーワードを付箋にそれぞれ書きだした。キーワードは、主に技術継承や若者とベテランの関係性、会社の立地を生かした強みなどが含まれた。企業説明やインタビューを踏まえたうえでのワークだったため、社員と学生が書きだす内容に多くの類似点を見ることができた。最後に、社員からパーパスを通してえたいメッセージを学生が受け取り、企業訪問を終えた。後日、企業訪問を踏まえ学生のみでパーパスの作成に取り組んだ。仮作成後、社員とともにオンラインミーティングを行い、認識のずれ、企業の考えが反映されているか確認し、佐藤製作所のパーパスが完成した。

(3) 作成したパーパス

作成したパーパスは「新時代の町工場として、確かな金属加工技術で人々の困りごとに貢献します」である。上記のパーパスに加え、伝統的な職人の力で、人々が求める豊かさ、個々のニーズの実現に応える会社であることをより伝えることを目的として、「会社の強み」「顧客のニーズと会社とのつながり」「社会における役割」「めざす未来」の 4 つを含めたバックストーリーまで作成した。

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

(4) 参加した企業側の感想

学生と一緒に、実践を通してパーパス経営の理解を深めることができたなどの感想とともに、『入れてほしい言葉や、佐藤製作所になりたい姿、パッと見て佐藤製作所だとわかるような表現や言葉などを抽出しパーパスの作成をお願いした結果、想像以上の「パーパス」ができ上がった。』と高評価をいただいた。

(5) 参加した学生の感想

普段、ネット上や企業説明会にて企業の情報を収集することが多かった。この形式は、企業が提示する情報を一方的に受け取るのみの企業理解しかすることができない不便さを感じていた。しかし、今回の共創実験では実際に企業に訪問をし、社員とコミュニケーションをとることで自分が入社した場合、どのような業務内容でどのような社会貢献ができるのかをいう具体的なイメージを持つことができた。

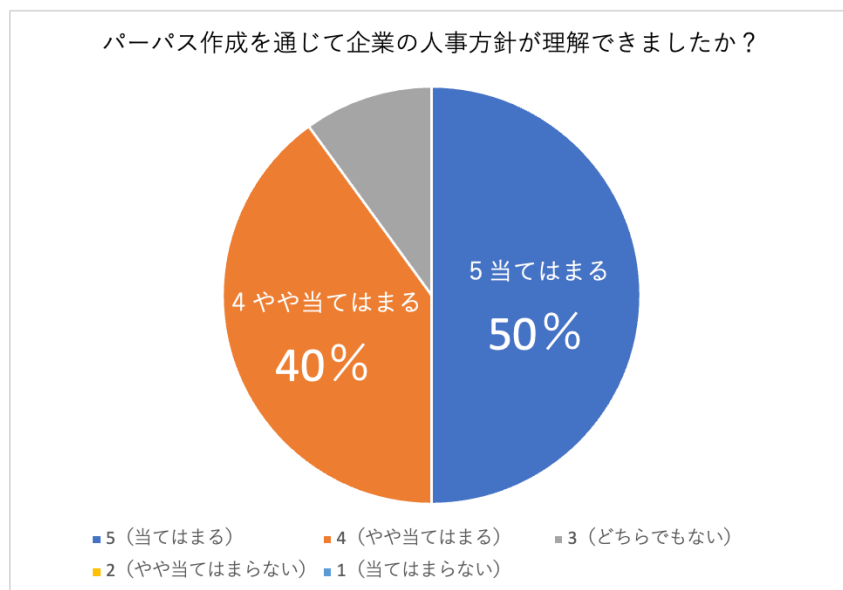
4.4 効果測定

今回の実験の効果測定として、企業とのパーパス共創実験に参加した奥山雅之ゼミナールの学生 10 名にアンケート調査を行った。質問に対して、1 は「当てはまらない」、5 は「当てはまる」とし、5 段階から程度を選択するものである。

まず、「パーパス作成を通じて企業の人事方針が理解できましたか？」という質問に対し、5「当てはまる」と答えた学生は 50%、4「やや当てはまる」と答えた学生は 40%と、合計 90%の学生が企業の人事に関する価値観を理解することができたと答えている（図表 1）。次に、「パーパス作成を通じて企業の特徴が理解できましたか？」という質問に対し、5「当てはまる」と答えた学生は 90%、4「やや当てはまる」と答えた学生は 10%と、全員の学生が企業の特徴を理解できたと回答しており、ほとんどの学生が 5 段階評価のうち最も高い水準で理解できたと答えている（図表 2）。また、「パーパス作成を通じて、入社後のキャリアパスがより明確になりましたか？」という質問に対し、4「やや当てはまる」と答えた学生は 70%と大半の学生は、訪問した会社に入社した場合の働くイメージを持てたことが伺える（図表 3）。

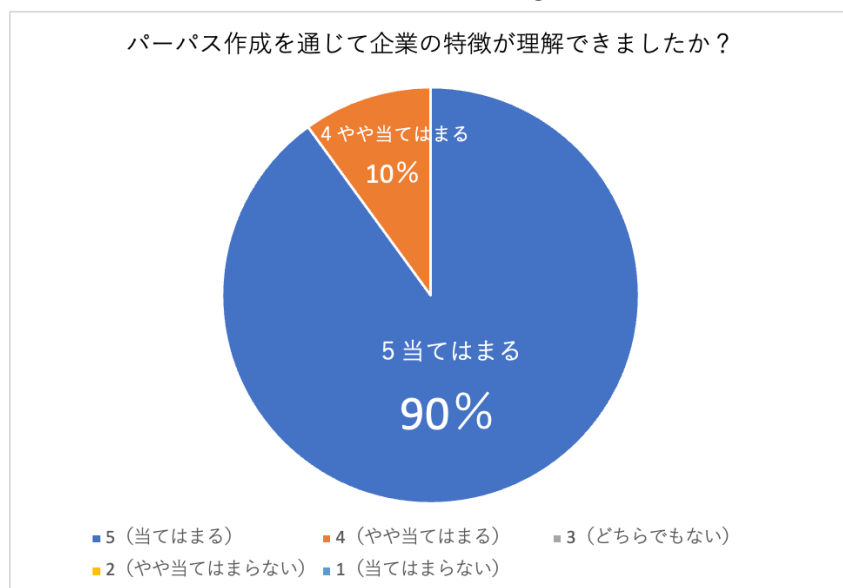
図表 1 効果測定①

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。



(資料)筆者作成。

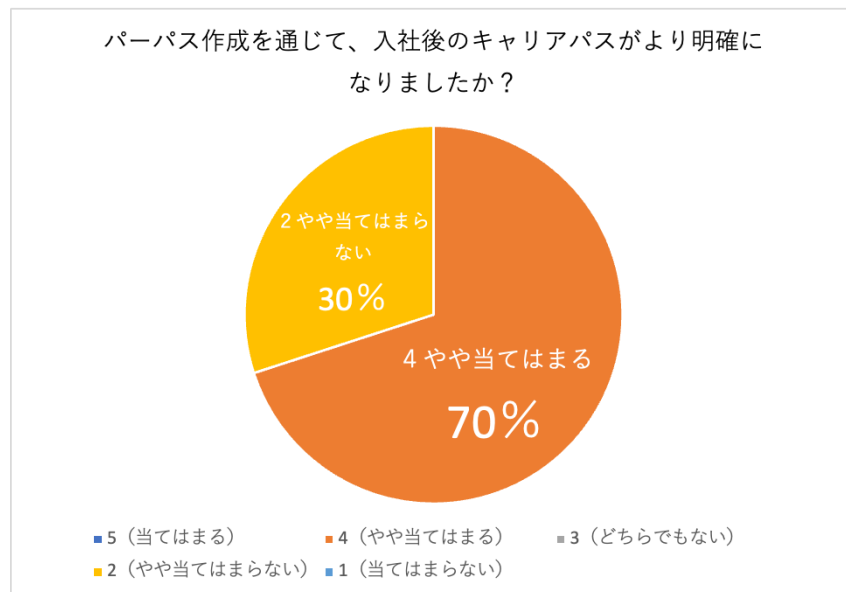
図表 2 効果測定②



(資料)筆者作成。

図表 3 効果測定③

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。



(資料)筆者作成。

以上の結果から、学生は企業とパーパスを共創することにより、企業理解を深め、企業の価値観により深く触れることができると言える。また、企業に入社した後のイメージを持つことも可能になり、企業と学生との間のミスマッチを減少させることも期待できる。

5. 結論と提案

著者たちは、中小企業の人事戦略として、学生と企業のパーパス共創をインターンシップに取り入れることを提案した。就職を考えている学生と雇用主である企業がパーパスを共創することが両者にメリットがあることを2社の実験によって示した。

学生にとっては、企業理解を深め、会社の方針に触れる機会となり、価値観のすり合わせが可能になり、入社後のミスマッチを防ぐ効果がある。一般的な会社説明会やインターンでは会社の事業内容や仕事内容の説明・理解が主になり、企業の経営方針や「思い」について触れる機会が少ない。就職を考えている人が自ら会社の社会的存在意義(パーパス)をつくることになれば、会社の事業内容を理解するだけではなく、会社の雰囲気、社長や社員が何のために社会に商品・サービスを提供しているのか深掘りする必要があり、それらを理解するきっかけをつくることができる。

企業にとっては、学生に企業理解、経営方針を深く理解してもらうことができ、価値観が合致する人材を惹きつけることができる。また、ワークを通して学生の自社に対する意欲の高さを見極める場にもなり得る。そうすることで、入社後の企業と社員のミスマッチを防ぎ、社員の高いエンゲージメントが期待でき、入社後の社員と会社のミスマッチによる退職を防ぐ効果がある。また、パーパス作成ワークショップには既存社員も参加させることで、従業員が自社の社会的存在意義を再認識し、働く目的を明確化する機会になる。パーパスに若手やさまざまな部署の従業員を参加させることによって、社内の声を広く取り入れることが可能になり、社内への浸透も期待できる。

第9回 SDGs 学生小論文アワード by 住友理工
字数の参考: 1行あたり 40 文字、1ページあたり 1400 文字です。

以上のように、学生と企業のパーパス共創には多くのメリットがみられた。これらに加え、経済産業省が掲げるインターンシップの意義において、大学生等および学生にとっては、「キャリア教育・専門教育としての意義」「高い職業意識の育成」が期待できる。企業等においては、「実践的な人材の育成」「企業等に対する理解の促進、魅力発信」「採用選考時に参照し得る学生の評価材料の取得」が期待できる。今後は、さらなる実践を通じて、パーパス共創のメリットを追求していきたい。

<参考文献> 著者五十音順

- ・ ウォンテッドリー「企業のパーパスと採用に関する調査結果」
(https://www.wantedly.com/hiringeek/recruit/pr_purpose/) 2023 年 7 月 1 日閲覧。
- ・ 河村直樹 (2022) 「経営者の交代と経営理念の継承」 明治大学大学院『商学研究論集』57 巻、p. 47-58。
- ・ 厚生労働省 (2022) 「2019 年 3 月に卒業した新規学卒就職者の離職状況報告書」
- ・ ジョナサン・ノウルズ、B.トム・ハンサカー、ハンナ・グローブ、アリソン・ジェームズ (2022) 「嘘偽りはないか、実用的か パーパス策定の原則」 DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー編集部編訳『パーパス経営』ダイヤモンド社、pp.27-39。
- ・ Job 総研「2023 年 ワークライフ実態調査」 (<https://job-q.me/articles/15103>) 2023 年 6 月 3 日閲覧。
- ・ 鈴木貴大 (2022) 「企業のパーパスとコーポレート・ガバナンスの関係ー持続可能な発展のための意義と課題ー」 明治大学商学研究所『明大商学論叢』第 104 巻第 3 号、pp.77-89。
- ・ 中小企業庁 (2022) 「2022 年版中小企業白書」。
- ・ マイナビ (2022) 「マイナビ 2023 年卒大学生のライフスタイル調査」 (https://career-research.mynavi.jp/research/20220221_23181/) 2023 年 6 月 10 日閲覧。
- ・ マイナビ (2022) 「マイナビ 2023 年卒大学生就職意識調査」 (https://career-research.mynavi.jp/research/20220426_27155/) 2023 年 6 月 10 日閲覧。
- ・ リーナ・ナイール、ニック・ダルトン、パトリック・ハル、ウィリアム・R・カー (2022) 「ユニリーバの人材マネジメントに学ぶ パーパス主導で職場変革を実現する方法」 DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー編集部編訳『パーパス経営』ダイヤモンド社、pp.55-61。