

地方経済情報 Weekly No. 303

ひょうちょう 表徴するウェルビーイング経営 (シリーズ2)

～持続可能な企業経営のための支援～

1. ウェルビーイングを掲げる企業が表徴

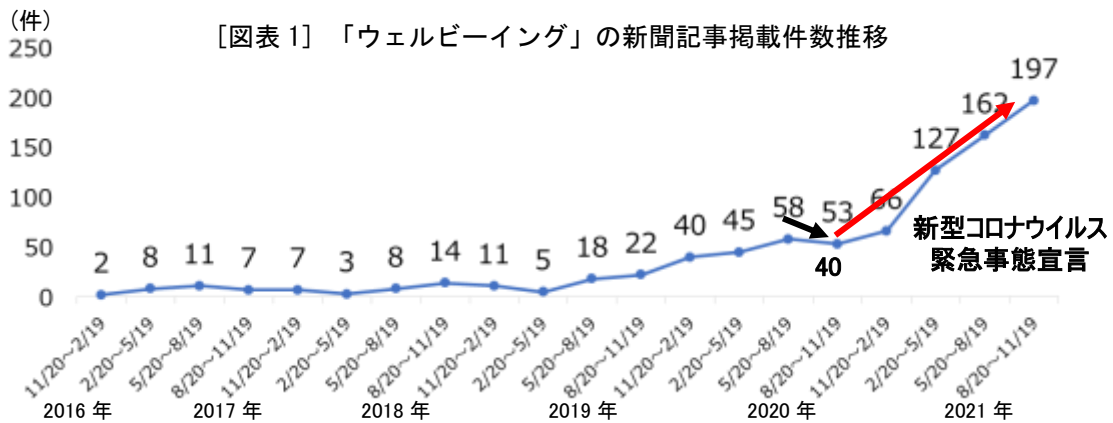
トヨタ自動車の豊田社長は、2020年11月の中間決算で「100年に一度の大変革の時代にあり、ミッションを幸せの量産と定義する」を発表しました。積水ハウスは「わが家を世界一幸せな場所にする」というグローバルビジョンを示しました。またポーラは2021年4月に「幸せ研究所」を設立するなど、現在ウェルビーイングを掲げる企業が表徴しています。

2. ウェルビーイングの新聞記事掲載件数は急増

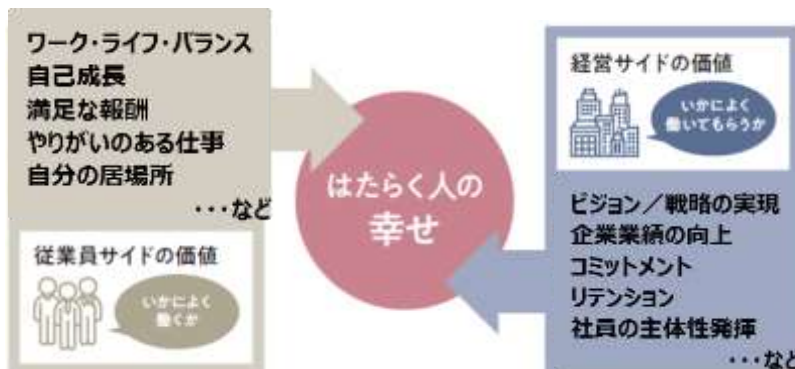
新聞記事による「ウェルビーイング」の掲載件数は、緊急事態宣言を機に増加しています(図表1)。パースル総合研究所は、ウェルビーイング経営を「従業員の多様な働く目的と持続可能な組織の成長を整合させるマネジメント」と定義しています(図表2)。

3. 持続可能な企業経営のための支援

人材不足が深刻化し働き方改革を推進する日本企業において、ウェルビーイング経営は今後取り組まなければならない課題となります。言い換えれば、ウェルビーイングの視点で経営変革を行う機会とも捉えることができます。当研究所は持続可能な企業経営のために経営者様や担当者様に寄り添い、ウェルビーイング経営の伴走支援を行います。



[図表2] 従業員と企業の想いを整合させる経営



資料：パースル総合研究所「これからのwell-being経営」

お問い合わせ先：



sdgs@dik.or.jp

担当：主任研究員 松永