

“理念浸透”研修

～企業理念が組織を強くする～



理念を明日からの行動に変える実践型プログラム

効果・効用

- 理念の理解と共感が深まる
「企業理念・ビジョン・パーパス」は企業の理想の姿
そのような抽象的な意味・意義を深く理解できる
- 行動指針の明確化
社員が日々の業務と結び付けて、「企業理念・
ビジョン・パーパス」を実行できる
- 組織のマインドセットの一体化
社員間に共通言語が生まれるので、
ベクトルを合わせ心を1つにできる

波及効果

- コミュニケーションの効用
社員間で本音のコミュニケーションを行うことで、
社員の悩みも解決できる
- 思考力強化
頭を柔らかくし発散・収束を繰り返すことで、社員の
思考力が圧倒的に高まる
- 自律型社員育成
社員が自分軸を確立し会社や仕事への取り組み方も定まるので、
自律型社員を輩出できる

ビジョン社研修概要

★経営課題・解決型研修

企業のニーズを見極め徹底的にカスタマイズします！

特徴 : ワークショップ中心 / 行動変容を促す

形式 : 対面 / オンライン (Zoom) 選択・併用可 / 1回 3～4時間

回数 / 期間 : 月 1～2回 × 全 2回～8回 ※単回受講も可能

実施までの流れ : 企画打合せ → カスタマイズ提案 → 実施 (講師派遣) → 事後レポート送付

I 「企業理念・ビジョン・パーパス」が既にあるケース 「管理職育成・理念浸透研修」

研修内容： 4時間 / 回

	科目	概要
第1回	リーダーシップとは	管理職としての質の高いコミュニケーション力も駆使し、リーダーシップを実践する手法を体得し、明日からのアクションプランを考える
第2回	自社理念の浸透	自社理念である「企業理念・ビジョン・パーパス」を理解し、インナーブランディングの手法で、それらと日々の業務の関係性を明確化し、具体的なアクションプランをつくる

■研修対象者

- ・管理職
- ・次世代リーダー候補者

■研修概要

- ・1回4時間（全8時間）
- ・対象人数： 25名様 / 回

建設業 A社

管理職100名を4グループに分けて実施（全8回）

★研修の効果・効用など：

社員1人1人の成果（強さ）が企業の強さに直結し、
売上・利益ともに大幅に伸長した

専門商社 B社

海外駐在員を含めた管理職20名に、国内で対面研修を行い、
同時に海外にも配信し実施（全2回）

★研修の効果・効用など：

創業90周年の機会に本研修を実施し、会社と管理職のベクトルを統合、強化した

【受講生の声】



- ・グループでリーダーの概念や自社の課題を議論できたことがよかった
- ・ワークショップ主体で意見交換を積極的に行い有意義な研修になったと思う
- ・リーダーシップへの理解が深まり、部門を越えてのディスカッションが有意義だった
- ・自社理念を考える上で他部門の方といろいろな話ができて、まだまだ向上できると認識できた
- ・自社理念について、具体的に日常業務レベルに落とし込むことができ、非常に腹落ちした

Ⅱ 「企業理念・ビジョン・パーパス」を新作するケース 「パーパス策定プログラム」

1. パーパス策定

研修内容： 4時間 / 回

	科目	概要
第1回	・社史確認 ・パーパス（事業目的）の発散・収束	・自社を客観視し棚卸しする（過去・現在） ・パーパス（理想像）をゼロベースで考える
第2回	・自社の理論（パーパスのステップ化）の構築 ・ミッション・バリューの策定	・パーパスに至るプロセスを言語化する ・ミッション・バリューを言語化する
第3回	・コアコンピタンス（強み）の発散・収束 ・事業との整合	・中核となる能力（強み）を考える ・事業計画との整合性を考える
第4回	・パーパスストーリーの作成	・パーパスストーリーを仕上げる

2. パーパスの共有・掘下げ

研修内容： 4時間 / 回

	科目	概要
第5回	リーダーシップとは	管理職として質の高いコミュニケーション力も駆使し、リーダーシップを実践する手法を体得し、明日からのアクションプランを考える
第6回	パーパス共有（理念共有）	自社のパーパス（理念）の本質を理解するうえで、ブランディングの手法も学び、ワークショップで日々の業務との関係性を明確化し、具体的なアクションプランをつくる
第7回	パーパス掘下げ（理念検証）	パーパスが自社の「理想の事業目的」としてふさわしいものか、パーパスやコアコンピタンスを深掘りし、社員が心を1つにできるかなどを考え、本質的なパーパス浸透を図る

運送業 C社

- ・経営幹部5名にて「パーパス策定・ストーリー作成」を行った（全4回）
- ・そのうえで、管理職30名にて「パーパスの共有・掘下げ」を通して、理念浸透を図った（全3回）

★研修の効果・効用など：

創業75周年の機会に、パーパス策定により
経営幹部・管理職のベクトルを1つにできた