



# 理念をどう浸透するか？

- パナソニック（旧松下電器）は新入社員を対象とした2週間の**理念・ビジョン教育を実施**しているが、30年前はこれを「3ヶ月間」も実施していた。
- 果たして「毎日3ヶ月も理念・ビジョンだけで教えることがあるのか？」という疑問を持ってしまおうが、これは**良い意味での「洗脳」**といえる。
- 価値観に共鳴できないまま入社してしまうと、はじめの時間が不幸で苦痛なものになってしまう。
- 理念の浸透は簡単にできるものではないが、**企業が永続発展するための永遠のテーマ**である。

## <ポイント>

- ◆ 理念は、作成・唱和することが目的ではない。
- ◆ いか**に浸透させ、行動指針として定着していくか**が重要か。
- ◆ **包括的**な表現だからこそ、折に触れて**経営者自らが職員に説明する**必要がある。

- **包括的な概念**のため、理念に反対する人はそういない。
- ただし包括的ゆえに言葉一つひとつに**経営者が息を吹き込んでいく**必要がある。