

〈伊藤忠丸紅鉄鋼〉理念浸透活動の自走に成功、その秘訣とは。
揚羽、プロジェクト対談記事〈後編〉を公開。

株式会社揚羽（東京都中央区 代表取締役社長：湊 剛宏 証券コード：9330 以下「弊社」）は、2020年より伊藤忠丸紅鉄鋼株式会社（東京都中央区 代表取締役社長：石谷 誠 以下「同社」）の理念体系の策定とその浸透活動に伴走しています。2024年5月22日、弊社コーポレートサイトにて、本プロジェクトの紹介記事の後編として「理念浸透編」を公開したことをお知らせします。

[\(https://www.ageha.tv/works/benichu-5/\)](https://www.ageha.tv/works/benichu-5/)



■対談概要

伊藤忠商事株式会社と丸紅株式会社の鉄鋼部門が統合して誕生した伊藤忠丸紅鉄鋼株式会社。同社は2021年10月に創立20周年を迎えるにあたり、2020年の4月より企業理念の策定に着手。当時、会社案内パンフレットやコーポレートサイトの制作でお付き合いがあった弊社にご相談をいただき、理念体系の策定をご支援。その後は、浸透活動に伴走しています。

今回は、理念プロジェクトの過程と成果について、同社のご担当者様と弊社のプロジェクトメンバーとで対談。後編となる「理念浸透編」では、社員への理念浸透を担う「企業理念をみんなで共感し合うプロジェクト」の具体的な取り組みをご紹介します。

▼対談記事、前編「理念策定編」はこちらからご覧いただけます。

<https://www.ageha.tv/works/benichu-4/>

■浸透プロジェクト始動の背景

ブランドスローガン、ビジョン・ミッション・バリュー、行動指針を策定した後、新たに理念浸透のためのプロジェクトが始動。理念策定の担当メンバーを一部入れ替え、新たなタスクフォースが組まれました。

策定した理念体系に対する全社アンケートの結果、過去の経験から紡いだ行動指針に対する認知、理解、共感度は高い一方で、未来を示すビジョン・ミッション・バリューについては具体的なイメージが沸きづらいという状況でした。そこで、言葉を「認知」させ、正しい「理解」を促し、「共感」を生み、「行動」を日常化させるための浸透活動を検討していきました。

■浸透活動の自走に向けた支援

同社内で自走できるよう、弊社から理念浸透の考え方やフレームワークなどの手法をお伝えしました。組織階層ごとに分けて目標を定める方法や、具体的な打ち手をお伝えしながら、実践に向けた枠組みを整理しました。

■社員を巻き込む浸透活動

浸透活動2年目以降は、同社内で自走されています。取り組みのポイントは以下の通りです。

- 理念浸透の考え方、フレームに沿って計画・振り返りを実施。
- まずは「触れる」「見る」「聞く」「語る」という機会を増やす。
- 決定した施策はマイルストーンをしっかりと設定し、着実に実行する。
- アウトプットの機会をつくり、言葉の意味を考えてもらうきっかけにする。
- 既にあるイベントと掛け合わせる。
- タスクフォースメンバーを定期的に入れ替えることで、新たな意見を得る。また、元タスクフォースメンバーは現場社員への理念浸透の旗振り役として重要な存在になる。

対談記事ではさらに具体的なプロセス、施策をご紹介します。ぜひ以下よりご覧ください。

<対談記事：自社のアイデンティティと未来の行動を策定するインナーブランディング【理念浸透編】>

<https://www.ageha.tv/works/benichu-5/>

【会社概要】

会社名：株式会社揚羽

市場：東京証券取引所グロース市場（証券コード：9330）

資本金：2億7899万円（2023年9月30日時点）

所在地：〒104-0032 東京都中央区八丁堀2丁目12-7 ユニデンビル3F

設立：2001年8月

代表者：代表取締役社長 湊 剛宏

ミッション：一社でも多くの企業のブランディングに伴走し、日本のビジネスシーンを熱く楽しくする！

事業内容：ブランディング支援全般

支援領域：コーポレートブランディング／パーパスブランディング／サステナビリティブランディング

採用ブランディング／インナーブランディング／アウターブランディング

製品・商品・サービスブランディング 等

ブランディングにおけるコンサルテーション、クリエイティブ、ソリューションまで一気通貫できるパートナーとしてご支援をしております。

URL：<https://www.ageha.tv/>

【本件に関するお問い合わせ先】 株式会社揚羽 広報担当

TEL：03-6280-3336 Email：pr@ageha.tv