

MVVとは？作り方や浸透方法、企業成長に欠かせない実践を徹底解説

「MVV(ミッションの・ビジョンの・バリュー)」は、企業の成長や組織の一体感を高める上で欠かせません。

本記事では、MVVの基本的な意味から具体的な作り方、社内外への浸透方法、さらに実践事例までをわかりやすく解説します。

経営の軸を築きたい方、自社の価値観を明文化したい方にとって、MVV策定のヒントが詰まった内容です。

MVVとは何か？意味と背景



参照: [photo AC](#)

MVVとは、企業の「**存在意義(ミッション)**」「**目指す理想像(ビジョン)**」「**行動指針(バリュー)**」を明文化したもので、経営の軸として組織の方向性や文化を定める重要な要素です。

MVVの定義と役割

MVVとは、「Mission(ミッション)」「Vision(ビジョン)」「Value(バリュー)」の頭文字をとった概念で、企業の経営方針や価値観を明文化する枠組みです。

- ・ミッションは、企業の存在意義や社会的使命を示します。
- ・ビジョンは、使命を達成したときの理想像や目標を描きます。
- ・バリューは、ビジョン達成に向けて社員が日々実践すべき行動指針や価値観を示します。

MVVは、企業の方向性を明確にし、組織内外の共通理解と連携を深めるための重要な役割を担います。

企業理念、経営理念、行動指針、パーパスとの違い

MVVは、企業理念や経営理念、行動指針、パーパスといった概念と重なりながらも、それらを整理し、一貫性を持たせるための枠組みなのです。

「何のために(ミッション)」「どこを目指すか(ビジョン)」「どう行動するか(バリュー)」を明確に示すことで、組織の方向性をより具体化できるでしょう。

企業理念や経営理念は抽象的な価値観を示し、行動指針は日々の判断や行動の基準となります。

パーパスは、特にミッションに近い「存在意義」を表すものといえるでしょう。

MVVが注目される背景

近年MVVが注目されるのは、働き方や価値観の多様化により、企業文化の統一と社員の意識改革が求められているためです。

ミッションやビジョンの明文化は、従業員のエンゲージメントやモチベーションを高め、採用時のミスマッチも防ぎます。

また、サステナビリティや社会的責任への関心が高まる中で、企業の存在意義を示す手段としてもMVVの重要性は増しています。

MVVを策定するメリットとタイミング



参照: [photo AC](#)

MVVを策定することで、企業にさまざまなメリットが生まれます。

また、時代や事業環境の変化に応じて定期的な見直しも重要で、その効果と適切なタイミングを整理します。

MVV策定による具体的メリット

・従業員の一体感向上

MVVがあると、仕事の目的や社会的意義が明確になり、やりがいやモチベーションが高まります。

共通認識ができることで、組織の一体感やエンゲージメントも向上します。

・企業ブランドの強化

ミッションやビジョンが社外にも伝わることで、企業の価値や姿勢が明確になり、信頼性やブランド力がアップします。

・採用のミスマッチ防止

MVVに共感した人材が集まりやすくなり、入社後のギャップや早期離職を防げます。

価値観が合う人材は戦力化も早く、長く活躍してくれます。

・広報、意思決定の明確化

MVVを判断軸にすることで、経営判断がぶれにくくなり、社内外へのメッセージも統一されます。

迅速で一貫性のある対応が可能になり、競争力も強化されます。

策定の見直しに適したタイミング

策定見直しのタイミングは、大きく次の3つです。

1.創業、起業時

MVVは企業の指針であり、起業時に策定するのが理想です。

企業がなぜ存在し、何をを目指すのかを明確にすることで、立ち上げ時からぶれない経営方針と行動軸を持つことができます。

2.組織変革、経営体制変更時

社長の交代、M&A、上場、周年記念など、企業の方向性や経営体制に大きな変化が生じたときは、MVVを見直す好機です。

新たな価値観や目標を反映させることで、全社的な再統一が図れます。

3.中長期戦略の変更時、成長フェーズの転換時

市場環境の変化や新事業の開始など、企業が次の成長フェーズに進もうとする際も、MVVの再策定が効果的です。

ビジョンを達成したタイミングでの見直しも、次の指針を明確にするために重要です。

MVVの作り方とフレームワーク



参照: [photo AC](#)

MVVの策定には、企業の状況に応じた型の選択と、段階的な手順が必要です。

代表的な構成パターンと、効果的な作成ステップを紹介します。

代表的な構成パターン

構成要素は同じですが、2種類の型がありその順番が異なります。

MVV型:

「**ミッション** → **ビジョン** → **バリュー**」の順に策定する型です。

企業の存在意義や社会的使命(ミッション)を土台に、目指す姿(ビジョン)と行動指針(バリュー)を定めます。

社会貢献を軸に、企業全体の方向性を明確にしやすいのが特徴です。

VMV型:

「**ビジョン** → **ミッション** → **バリュー**」の順に策定する型です。

特に新規事業や組織改革時に適しています。

理想の将来像(ビジョン)を起点に、企業の使命(ミッション)と行動基準(バリュー)を導き出すことで、社員の意識を統一しやすくなります。

作成手順

作成手順として、次のSTEP5を行いましょう。

STEP1. 企業理念、現状の整理

まずは、自社の事業内容や存在意義を経営陣で整理します。

創業時の想いや、どんな価値を社会に提供しているかなどを明確にし、企業としての土台を固めましょう。

STEP2. 社会的意義と目標の設定

社会や市場の状況、顧客や競合の動向を分析し、自社が社会にどう貢献できるかを考えます。

これにより、**目指す未来像(ビジョン)**や**企業の使命(ミッション)**が見えてきます。

STEP3. 社員やステークホルダーの巻き込み

MVVを浸透させるためには、現場の声を反映させることが重要です。

ワークショップやアンケートなどを通じて社員の意見を取り入れ、全員が共感できるMVVを目指します。

STEP4. わかりやすく共感される言葉の選択

MVVは社内外に伝わりやすい言葉で作ることが大切です。

シンプルで覚えやすく、誰もが理解できる表現を心がけましょう。

社員が自然と口にできる“合言葉”のような形が理想です。

STEP5. 組織に即した評価制度、運用方針の設計

作ったMVVは、評価制度や社内活動に活かしてこそ意味があります。

目標設定や行動指針に組み込み、社内ポスターやクレドカードなどで自然に定着させましょう。

定期的に見直して、企業の軸として常に機能させましょう。

MVVの浸透と定着の方法



参照: [photo AC](#)

MVVを社内外に浸透させるには、発信手段や工夫が重要です。

以下では、社内外への浸透策とその効果的なポイントを紹介します。

社内への浸透策

MVVを社内に定着させるには、日常的なコミュニケーションを通じた繰り返しの発信が重要です。

まずは社内報での定期発信、クレドカードによる携帯ツール化、1on1面談での対話を活用しましょう。

さらに、評価制度に連動させることで、日々の行動にMVVを結びつけます。

社外への発信策

MVVは社外へのブランド発信にも効果的です。

企業サイトや採用ページ、SNSを通じてMVVを明示し、企業の理念や価値観を広く発信しましょう。

これにより、求職者や顧客との信頼構築に繋がります。

浸透のためのポイント

MVV浸透のポイントは、社員の行動につながる導線づくりと視覚的な工夫です。

社員の行動と結びつける仕組みを整え、スローガンやビジュアルで印象づけることが大切です。

また、経営層からの継続的な発信が、社員の理解と共感を深める鍵となります。

MVVの成功への実践方法



参照: [photo AC](#)

MVVは策定するだけでなく、実際に活用、浸透させることが重要です。

実践に役立つポイントや、各社の工夫、自社に合ったMVVを作るためのヒントを紹介します。

実践のポイント

MVVの策定・浸透には、経営層と社員全体が一体となって取り組むことが重要です。

策定した**MVV**は、単に掲げるだけでは意味がなく、日常の業務に活用されて初めて効果を発揮します。

各社の事例からは、MVVを現場に根付かせるための評価制度やコミュニケーション施策、ビジュアル活用の工夫など、多角的な実践方法が見られます。

各社の工夫

各社の工夫として、言葉選び、視覚表現、評価制度連動を紹介します。

・言葉選びの工夫：

ソフトバンクやグッドパッチのように、短く直感的に伝わる言葉を使用する。

社員にとって覚えやすく、日常の中で意識しやすい設計がされています。

・視覚表現：

博報堂やメフォスのように、ポスターやコンセプトムービーなどでMVVを視覚的に表現する。

感情に訴えかける伝え方が社員の共感を呼びます。

・評価制度との連動：

ローソンやデジタル庁は、MVVを評価制度に組み込み、社員の行動指針として定着を図っています。

MVVに基づいた行動を正に評価することで、社員のモチベーション向上にもつながります。

自社に合ったMVVの策定に向けたヒント

MVVの策定に向けたヒントは次の4つです。

1.一貫性を意識する

ミッション・ビジョン・バリューの間にストーリー性を持たせ、**社員が日々の業務にどう結びつけるかを明確にします。**

2.従業員と共に作る

現場の声を積極的に取り入れ、**社員の共感と納得を得ることが、MVVの実効性を高めます。**

3.社会との接点を考慮する

企業の存在意義や社会課題との関係性を明確にすることで、**MVVの社会的価値も高まります。**

4.策定後の運用まで設計する

発信計画や評価制度との連動、クレドカードなどのツール化をあらかじめ構想しておくことで、スムーズな浸透が可能になります。

まとめ



参照: [photo AC](#)

MVVは、企業の軸となる「理念」を具体的に示す強力なツールです。

ミッション・ビジョン・バリューを明確にすることで、組織の方向性が定まり、社員の一体感や行動基準が生まれます。

策定にあたっては、一貫性・共感性・実行性が重要であり、策定後は日常業務や制度と結びつけて浸透を図ることが欠かせません。

変化の激しい時代において、自社の存在意義や目指す姿を再確認し、社内外に誠実に発信していくMVVの取り組みは、企業の持続的な成長と社会的信頼の土台となります。