

中小企業にこそ必要な

現場で、 使える！ MVV

作って終わりの
お飾りブランディングじゃない
現場で機能する
ビジネスブランディングの第一歩



株式会社 モグ

「作ったMVVが活用されていない」という現実

多くの企業がMVV（ミッション・ビジョン・バリュー）を策定していますが、実際に経営や現場で活用されているケースは多くありません。

〔よくある課題〕

抽象的すぎて、
日々の業務や意思決定に
結びつかない

経営者の想いだけで終わり、
従業員やステークホルダーに
浸透しない

策定後に更新されず、
時代や事業の変化に
対応できていない

社内向けの理念に留まり、
顧客や取引先への訴求に
活用されていない

従来のMVV策定は「作ること」が目的化し、
「使うこと」「機能させること」が設計されていませんでした。

本来MVVは、採用力向上、営業力強化、組織の意思決定速度向上など、経営全体に影響を与える重要な資産です。
活用されないMVVは、大きな機会損失を生んでいます。

現場で機能する「使えるMVV」への転換

私たちは、MVVを「理念」ではなく「経営インフラ」として設計します。
日々の業務で参照され、判断基準として機能するMVVを構築します。

[従来型MVV]

装飾的な理念

抽象的で美しい言葉
オフィスの壁に飾られる
策定がゴール
経営者の想いの表現



[機能型MVV]

実装可能なシステム

具体的な行動基準
日々の業務で参照される
運用がスタート
組織全体で共有される判断軸

Mission

自社の社会的役割を伝える

P.3

存在意義を明確化し、
社会との関係性を示します。

Vision

ステークホルダーとの目標の共有

P.4

ステークホルダーとともに達成したい
中長期の目標を共有し、
協働を促し、方向性を統一します。

Value

自社の提供価値を認知させる

P.5

自社が選ばれる理由を明示し、
業務基準を設定します。

Mission

自社の社会的役割を伝える

ミッションは、企業の存在意義を明確にし、「なぜこの事業を行うのか」「社会にどんな価値を提供するのか」を示します。

従業員には働く誇りを、顧客には信頼の根拠を、社会には存在を受け入れる理由を提供します。

[活用シーン]

採用活動

求職者への
企業理念の説明

営業活動

取引先への
信頼性訴求

社内浸透

従業員の
エンゲージメント向上

広報・PR

社会への
存在価値の発信

[期待効果]

企業の
アイデンティティが
明確になり、
ブランド認知が向上

従業員の働く
意義が明確になり、
離職率が低下

社会的信頼が
構築され、
取引先・顧客との
関係が強化

Vision

ステークホルダーとの目標の共有

ビジョンは、企業が目指す未来の姿を描き、ステークホルダー全員が共有できる目標として機能します。
「どこに向かうのか」を明確にすることで、組織内外の協働を促し、一体感を生み出します。



働く意義

自分の成長が企業の未来に
繋がることを実感



信頼の根拠

長期的な価値を認識



協働の方向性

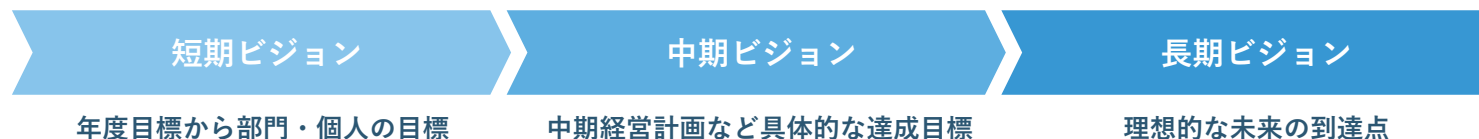
共に成長する
ビジネス関係を構築



地域・業界への貢献

社会的責任と期待、
存在価値

ビジョンは時間軸でも策定できます。



Value

自社の提供価値を認知させる

バリューは、企業が提供する独自の価値を明確にし、「なぜ選ばれるのか」を示します。

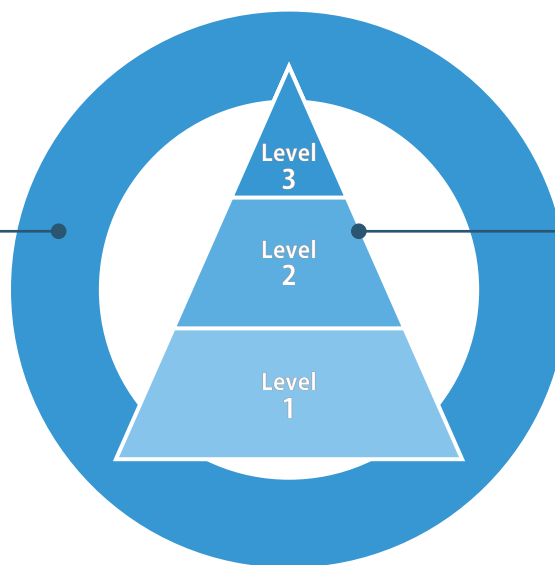
同時に、従業員の行動基準、製品・サービスの品質基準としても機能し、組織全体の一貫性を保つ役割を果たします。

バリューは、目的に応じて2つの形式で設計します。

両方を組み合わせることで、対外的な訴求と内部の実装基準を両立させます。

統合型バリュー

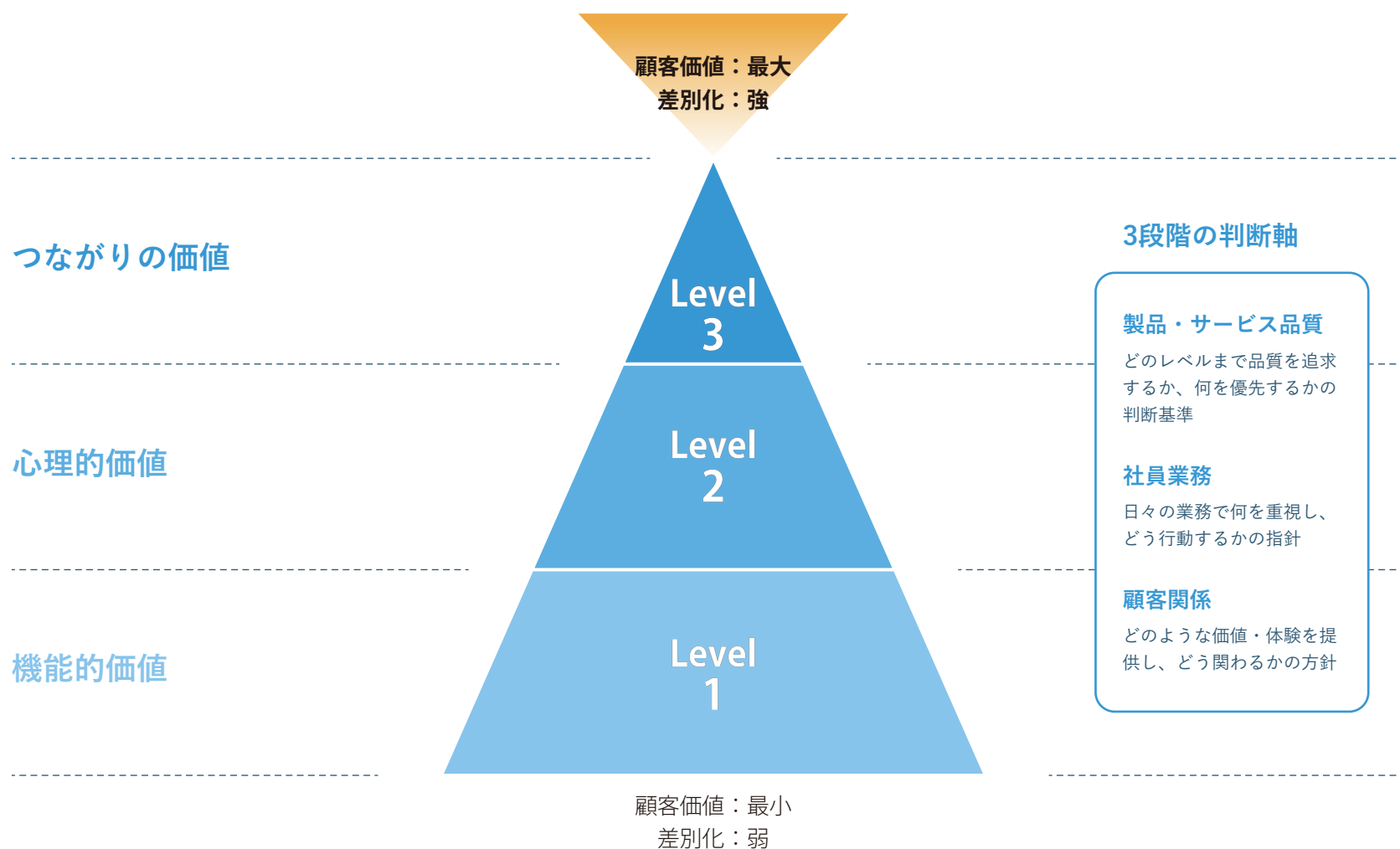
企業全体の提供価値を包括的に表現します。顧客や取引先に対して「私たちが提供できること」を分かりやすく伝え、差別化要素として機能します。ブランドメッセージとしての役割を重視した設計です。



バリューピラミッド

階層構造で価値を設計します。最上層につながるの価値、中層に心理的価値、基層に機能的価値を配置。この構造により、理念が日々の行動基準に直結し、現場で実際に使える判断軸として機能します。

業務基準として活用することで、バリューが組織全体の「品質の標準化」を実現し、
一貫したブランド体験を生み出します。



MVVを現場で機能させる、活用ポイントをお伝えします。

外部発信型

ミッション + 長期ビジョン + 統合型バリュー

「私たちは何者か」を社外ステークホルダーに伝えます。

展開例／活用シーン

- 会社案内・販促ツール／新規取引先への初回訪問、展示会・商談会での配布
- Webサイト（コーポレート・採用）／採用活動、取引先などの企業調査
- 営業資料・提案書／大手企業への新規営業、アライアンス提案
- プレスリリース・メディア対応／新商品発表、メディア取材時の基本情報提供

戦略共有型

ミッション + 中期ビジョン

「今後3-5年で何を成し遂げるか」を具体的な目標を共有します。

展開例／活用シーン

- 中期経営計画書／全社員向け説明会、金融機関への融資・増資交渉
- 人事マネジメント／目標設定面談、中間レビュー・フィードバック
- 業務提携・共同開発・契約交渉／業務提携先への提案、サプライヤーとの交渉
- 提案依頼書／ベンダー・外注先・委託先への依頼

行動実践型

中期・短期ビジョン + バリューピラミッド

「何をすべきか」を現場レベルの行動指標に落とし込みます。

展開例／活用シーン

- 営業戦略・CRM／戦略共有、顧客分類・アプローチ設計、担当者の行動評価
- マーケティング・MD／商品企画会議、プロモーション計画
- 製品開発・製造／製品企画の趣旨説明（ブリーフ）、製造工程改善
- 業務マニュアル・手順書／新人研修、品質チェック、人事評価判定
- 労務費計算・コスト管理／見積もり作成、予算編成、部門別損益管理

変革推進型

ミッション + 長期ビジョン

新事業・新規プロジェクトの方向性を明確にします。

展開例／活用シーン

- 新事業ミッションと全社ミッションとの整合性／事業・プロジェクト構想
- 新事業・プロジェクト計画書／経営承認プレゼンテーション
- 長期・短期ビジョン策定／新事業の達成目標と、今すぐやる目標設定
- チームビルディング／メンバーの選出、ビジョン共有

MVV策定まで、4ステップで進行いたします。

Step.1

キックオフ・ ヒアリング

経営者や役員からヒアリングを行い
事業の理解を深めます。

Step.2

分析・設計

事業モデル・市場分析を行い、
MVVドラフト案を作成します。

Step.3

ブラッシュアップ

貴社からのフィードバックを反映し
最終形に仕上げます。

Step.4

実装設計

ステークホルダーごとの
コミュニケーション設計や
バリューピラミッドを構築し
運用に備えます。

＼ 運用支援もいたします！ ／

MVV 使って成長！

MVV策定後の資料作成やツール制作、社内展開など
別途、伴走型で運用支援いたします。

お気軽にお問い合わせください！



https://m-o-g.jp/#top_contact