

MVVの策定 要点まとめ



※当資料に従うことで、法令違反がないことを保証する資料ではありません。
※あくまで参考としてご利用いただくことを想定している資料です。実際の制度内容は国の資料等をご確認ください。
※当資料は、2025年5月時点の内容となっております。最新の情報は国の資料等をご確認ください。

MVV（ミッション・ビジョン・バリュー）は、企業の存在意義・将来像・価値観を言語化した枠組みです。明確なMVVは、経営のブレを防ぎ、社内外に一貫したメッセージを発信する軸になります。

要素	意味・役割
ミッション	企業が社会で果たしたい使命や目的、存在意義
ビジョン	ミッションが実現したときの将来像や中長期目標
バリュー	ミッション・ビジョン実現のための価値観や行動指針

MVVが注目される理由とメリット

MVVは、企業の存在意義や社会的責任を明確にするうえで重要です。近年は、環境配慮や多様性などへの姿勢も企業評価の対象となり、ESG投資や人的資本の開示が進むなか、MVVの重要性が増しています。

- ・ **従業員のモチベーション向上**：目指す方向が明確になり、組織への一体感が生まれます。
- ・ **採用の質向上とミスマッチ防止**：価値観に共感する人材が集まりやすくなります。
- ・ **広報・ブランディングの一貫性強化**：企業のメッセージがぶれずに伝わります。
- ・ **迅速な意思決定**：MVVを共通指針とすることで、判断のスピードが上がります。

■ MVV設計の進め方

MVVを形にするには、以下のステップを順を追って進めることが重要です。

1. 自社の事業と根本思想の整理:

経営陣や事業に深い理解を持つメンバーで、創業の想いや事業の目的を深く議論し、事業内容や市場のニーズ、社会情勢を整理・分析します。

2. シンプルで明確な表現に落とし込む:

整理した内容を、短く的確なフレーズで表現します。ミッションは主観的（自分たちは何のために存在するのか）に、ビジョンは客観的かつ具体的なゴール、バリューは日々の行動指針を短いキーワードで明確にします。

3. 社内からの合意形成:

策定したMVVを社内に発表し、意見を募ります。従業員の共感が不可欠なため、フィードバックを基に再検討することも考慮します。

4. 社外への影響を考慮:

発表前に、市場や株主、投資家など社外の人々からの見え方を検討し、ポジティブな印象を与えるか、リスクはないかを確認します。

5. 評価制度に組み込む:

特にバリューは行動指針として従業員に共有し、これに沿った実績を評価制度に組み込むことで、MVVの実現を促進します。

6. 経営者からの発信:

策定したMVVは、経営者自身がウェブサイトや株主総会など、影響力の大きな場で積極的に発信し、社内外への浸透を図ります。