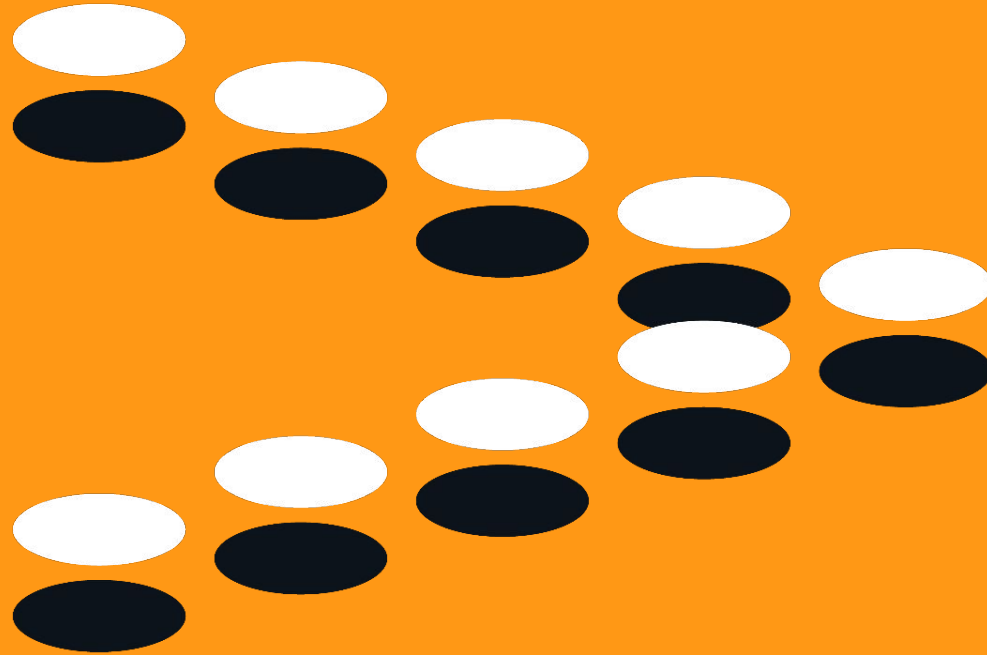


Vision

for

OrgCulture



# スパイラルアップ&ダウン式の

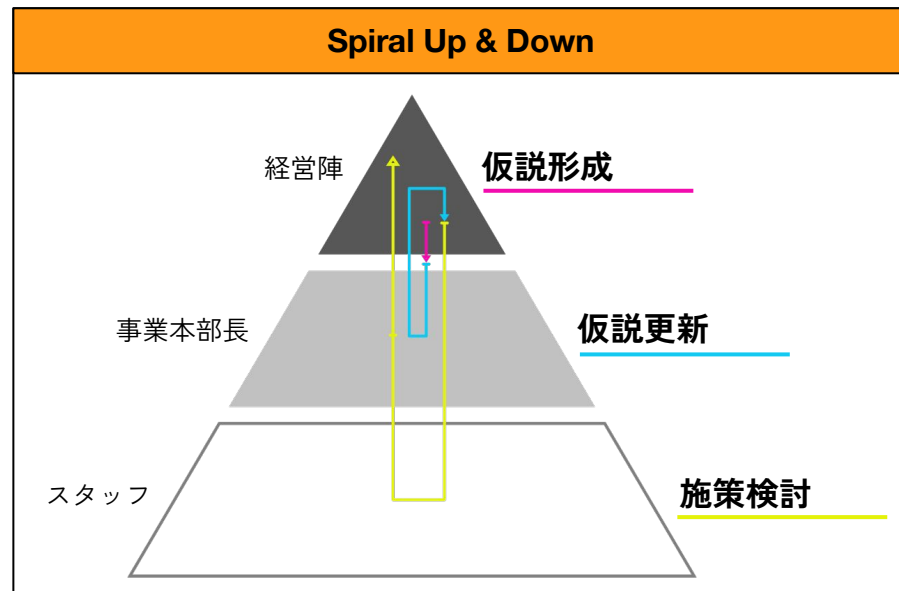
# ビジョンデザインを通して組織文化を醸成する

## Vision for OrgCulture

事業拡大や環境変化の中で、組織を貫く「独自価値（自社らしさ）」が希薄になり、成長が停滞する企業が増えています。打開策としてVMV（ビジョン・ミッション・バリュー）策定や組織文化の醸成に取り組むものの、それらを現場の判断基準として機能するレベルまで完遂することは、組織が大きければ大きいほど、極めて困難なのが実情です。

本プログラムでは、経営陣のビジョンと現場の声、そしてミドル層の考えをスパイラル状に吸い上げて統合させるスパイラルアップ&ダウン式のプロセスによって「組織のOS※」をアップデート。定義した独自価値（自社らしさ）を全社員が日々の判断基準として活用できる行動規範へと落とし込み、実行計画によって現場実装することで、企業の持続的な成長を支援します。

※組織OS=社員の基本的な思考・行動の基となっている、業務の作法やルール、ルーティン、思考・行動原則、価値観、理念などの総称



画像は成果物のサンプルです。

## プログラムの提供価値

# 組織を貫く「独自価値」を再定義し、豊かな組織文化を醸成する

事業拡大や事業変革、市場環境の変化といった不確かな状況下でも揺るがないビジョンを定め、組織全体で「独自価値（自社らしさ）」と判断基準を共有し、一体感をもって成長できる状態を目指します。

### 組織OS アップデート

採用・教育・評価の土台となる「組織OS」をアップデートすることにより、判断基準が明確になり、教育・採用コストが最適化され、接客や運営の質が均一化・向上します。

### 多様な人材を擁する 組織文化醸成

多様な人材が同じ方向を向くための「考え方」や「行動ルール」を整理・明文化。自発的に連携・行動・価値創出できるようになり、持続的に成長できる組織へと変化します。

### エンゲージメント向上で 組織の拡大へ

社員が自社の独自価値を理解し、エンゲージメントが向上。離職率の改善や採用後の定着、人材獲得力の強化につながります。

## ビジョンやVMV（ビジョン・ミッション・バリュー）等の策定における組織の課題

掲げたビジョンや理念が「抽象的なマインドセット」や「綺麗な言葉」で終わってしまい、顧客像や提供価値がズレたまま、組織の変化に伴ってアイデンティティが希薄化する

### トップダウンによる浸透の限界

企業が小さいうちはトップダウンで浸透させることが可能だが、一定の規模を超えると直接接触がない社員へ、ビジョンや熱量を届けることが難しい

まず経営層から世界観（ビジョン）を描き、それをミドル層で更新し、さらに現場でも検証するというスパイラル状のプロセスを経て、全社員の総意を得たビジョンを磨きます。

### ミドル層の目線（視座）の内向き化

部門内の目先の利益や現場の課題解決に目が向いているミドル層にとっては、視座の高い飛躍的なアイデアを発想することが困難

経営層が描いたビジョンと論点を叩くという発想しやすいエントリーから、現在から未来を往還して、視点を遠くに飛ばし、飛躍的なアイデアを誘発します。

### 多様な人材による価値観の分散（正義の多様化）

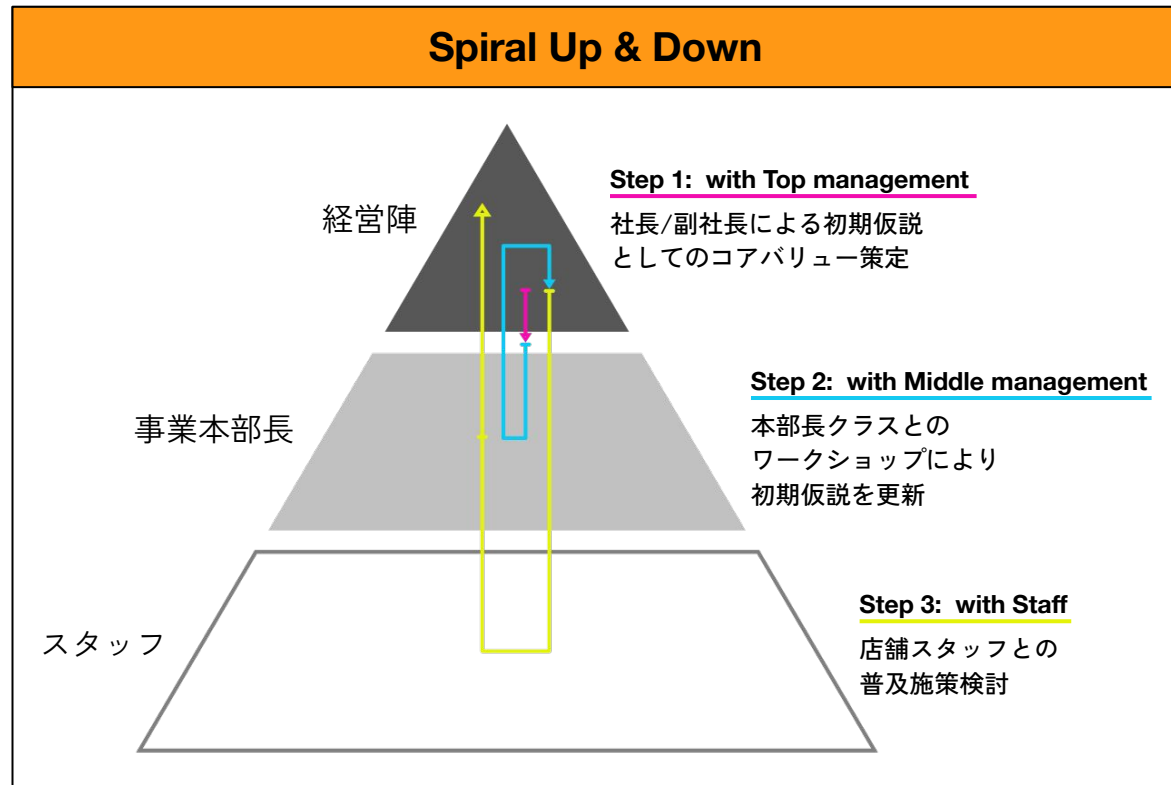
多様なスキル・立場の人材が働く企業において、人の数だけ正義が存在し、共通の価値観を抱きにくい

多様なステークホルダーから多層的なインサイトを収集してビジョンを形成します。なぜその価値が生まれたのか？ という本質的な理由を設計に組み込むことで組織浸透を促します。

## プログラムのステップ

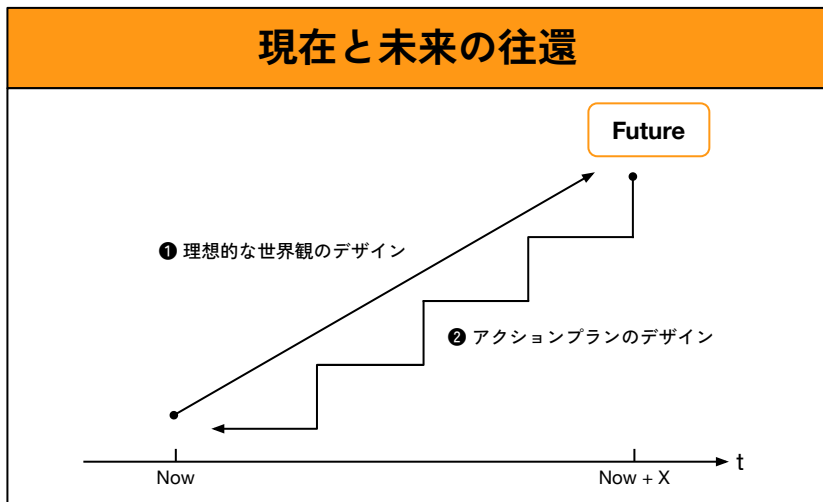
大企業や100名以上の組織における組織文化デザインでは、経営層のトップダウンだけでなく、上と下の現状をよく知るミドルマネジメントの意見を重用しながら進めることが重要です。

本プログラムでは経営層がまずビジョンを言語化・可視化した上でミドル層とのワークショップを行い、そこからフィードバックを得てスパイラルアップさせ、現場にも降ろして検証後マッシングアップさせる手法を採用。「決める→広める」を一気通貫で行うことで、組織文化の醸成と浸透を一体になって進める機運が高まります。



## プログラムのユニークネス

### 現在と未来の往還



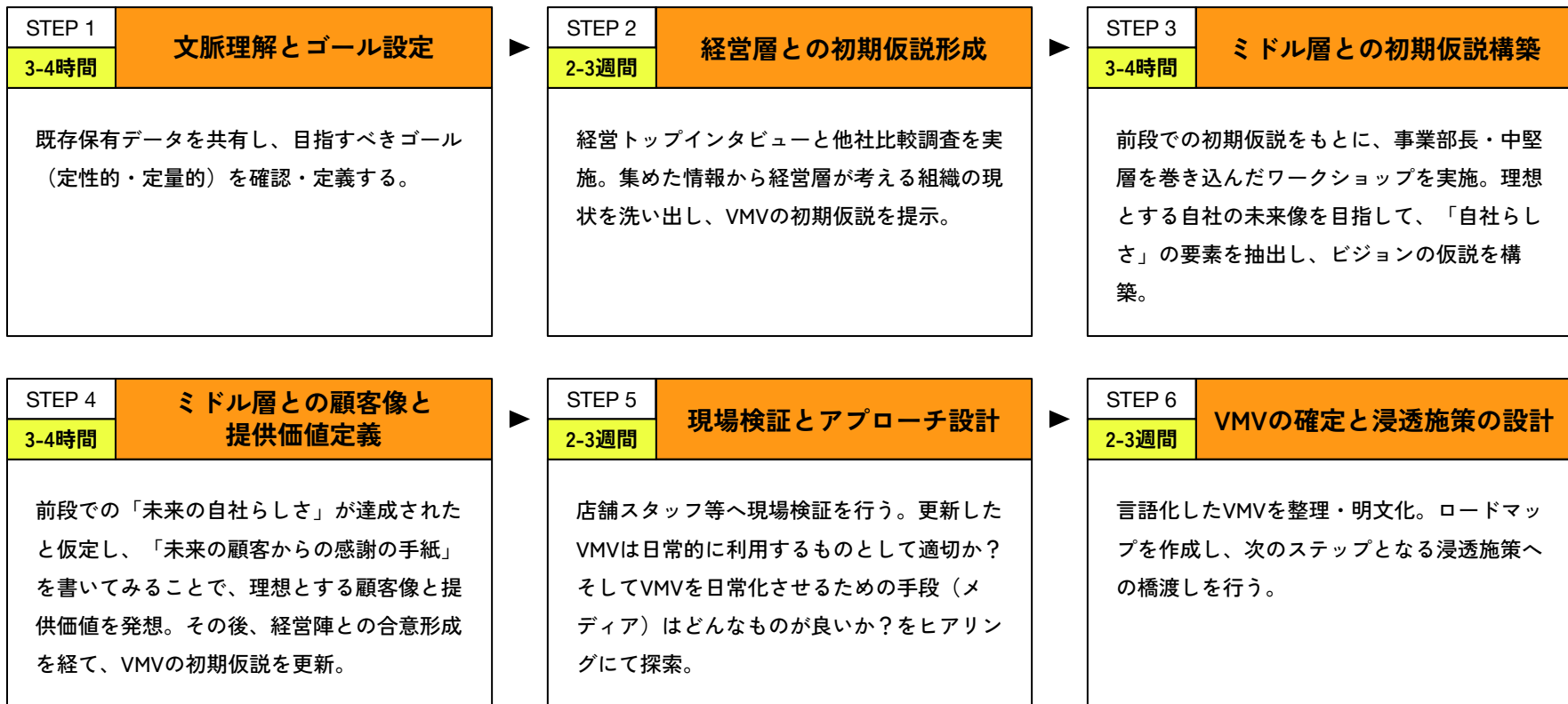
まず現在から未来へ向けて、アイデアや情報を広く集めながら理想的なビジョン（世界観）をデザインし、次に未来から現在に向かって具体的なアクションをデザインします。2段階での思考の切り替えを意識的に行い、広がりや現実味のある未来を見出します。

### 可視化と物質化



構想したビジョン（世界観）を起点として、「未来の顧客から現在の私たちへの感謝状を書いてみる」といった感情に訴えるワークショップ手法により、顧客像や提供価値（機能的価値・情緒的価値）がより具体的にイメージできます。

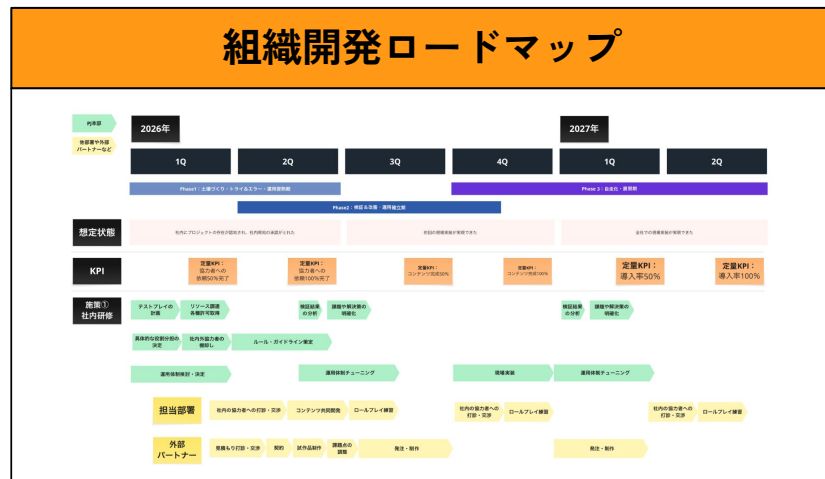
## プログラムのプロセス具体例（約3.5ヶ月） —VMV策定の場合—



## 成果物のサンプル



組織が目指す未来（ビジョン）や、その実現のために従業員が守るべき価値観を体系化し、意思決定や行動の基準となる明確な指針を示したもの。ミドル層とのセッションや経営層との対話からVMVの初期仮説を形成したうえで、さらに現場の問題意識やルーティンを収集し、従業員にとって齟齬のない形で明文化する。



離職率改善や浸透施策を盛り込んだ、中長期的な実行計画書。企業が目指すKGI、KPIと、どのようにそれを達成するのか、またそのための注力ポイントはどこなのかを整理し、3~5年後を見据えた、中長期的なロードマップを作成。

## 導入事例 ① カンロ パーパスブランディングプロジェクト

クライアント：カンロ株式会社 | 実施期間：3ヶ月

### 顧客の課題

最適なCX実現の達成要件のひとつとして、2022年に策定されたパーパス「Sweeten the Future 心がひとつぶ、大きくなる。」を表現するパーパスビジュアルのリニューアルを検討されていました。

### 実施概要

カンロとインフォバーンは、2024年2月から「CCXOコレクティブデザインプログラム」というプログラムを運用しています。定期的な議論の結果、このタイミングで改めてパーパスに込められた世界観を多くに知ってもらいたいと、ビジュアルや動画、音声と多岐にわたるコンテンツを制作。ワークショップを重ねながら、パーパスが実現させたい世界観を、様々な人々のリアルな日常やシーンを通じて表現しました。

### 成果物

パーパスビジュアルのリニューアルだけでなく、パーパスの世界観が表現された動画とCM用の動画、LP『カンロひとつぶ研究所』を制作。さらにニッポン放送で時報、CM、特別番組といった音声コンテンツを放送。



## 導入事例 ② SFプロトタイピングによるビジョン策定プロジェクト

クライアント：パナソニック オートモーティブシステムズ株式会社 | 実施期間：8ヶ月

### 顧客の課題

ライフスタイルの変化によりモビリティ領域が大変革を起こしている現代において、新たなモビリティ体験の創造や持続可能なモビリティ社会の実現を目指し、「移動の未来」のビジョンを必要とされていました。

### 実施概要

2045年の未来社会を想像したオリジナルの「SF小説」を企画・編集し、完成した作品を題材にアイデア発想を行うワークショップを実施しました。PASのメンバーから、今後起こりうる事象のヒントを収集し、作家へSFシナリオの作成を依頼。小説の制作を通じて未来洞察したうえで、その未来像を様々な角度から捉えて検討し、バックキャストによるアイデア発想を行いました。

### 成果物

純粋に作品として完成させるのではなく、未来社会に向けた「問い」を投げかけ、活発な議論を誘発するツールとして機能させることを目的として作られたSF小説作品。執筆はプロの作家に依頼。



## 実施内容に応じた料金サンプル

### 基本プラン

料金サンプル

お問い合わせください

内容

- 各種インタビュー
- リサーチ・分析
- ワークショップ設計・運営
- VMV明文化
- 組織開発ロードマップ作成
- プロジェクトレポート作成

期間

3ヶ月～

### オプション

料金サンプル

お問い合わせください

内容

- バリューブック
- クレドカード
- 映像制作
- イベント実施・・・etc.

貴社内へのスムーズな浸透のためのツール作成、伴走型のご支援などを提供いたします。（詳細は次頁）

期間

2ヶ月～

※上記はサンプルの価格感となります。目的や内容、ボリュームなどにより変動いたします

## Next Step : 持続的な「組織OS」の構築へ

策定されたビジョンや行動規範は、組織の隅々にまで浸透し、現場スタッフが迷った際の「判断基準」として機能してはじめて真の価値を発揮します。言葉を作るフェーズから、文化として定着させるフェーズへ。私たちは、進捗の継続的な観測と状況に応じた柔軟な追加施策を講じる「戦略的伴走」を通じて、組織が自律的に進化し続ける仕組み（組織OS）の実装を担います。

現場のリアリティに即した「体験設計」、行動を誘発する「ツールの開発」、そして変革を構造化する「制度のデザイン」、さらには浸透のための「メディア・イベントコンテンツの活用」などを横断的に実行し、貴社の「自走」を力強く後押しします。

1	<b>現場体験設計 (Experience Design)</b>	2	<b>浸透ツールの開発 (Medium / 乗り物)</b>	3	<b>制度・規定のデザイン (Structural Alignment)</b>
<p>新しい規範が「負担」ではなく、自然に「定着」するための体験を設計します。従業員の業務ルーティンや現場の制約をリサーチ（例：執務室の環境・バックヤードの広さ・接客の密度）。プロトタイプを用いた検証を繰り返し、現場のリアリティに即した浸透フローを構築します。</p>		<p>設計された体験に馴染む各種ツールを制作します（掲示物・配布物など）。鏡の横のステッカーや振り返りカード、バリューを深く腹落ちさせるブック、世界観を伝える動画など、ふと目に留まり、自然と行動が変わるリアルな仕掛けを実装します。</p> <p>さらに、社内外への発信やイベントを通じて、継続的な浸透・定着を図ります。</p>		<p>新ビジョンを単なる「掛け声」にせず、組織の背骨である採用・教育・評価制度へと統合します。求める人材像の再定義から、評価基準への落とし込み、教育プログラムのアップデートまで、制度面から「あるべき行動」をテコ入れし、文化を構造的に定着させます。</p>	

## FAQ よくあるご質問

**Q. このプログラムは企業ビジョンを策定することが目的ですか？**

- A. 本質はビジョンの策定ではなく、ビジョン駆動型の組織OSを構築することにあります。最終的なゴールは、ビジョンに向けた組織OSの設計と、コアバリューや行動指針など、現場で実行に落とし込むための要素を明確にすることに重点を置いています。
- 

**Q. ワークショップには、どのような社員を参加させるべきでしょうか？**

- A. 事業部長や中堅層など、現場を牽引するリーダー層の参加を想定しています。トップの想いだけでなく、ミドル層が考える「自社らしさ」を抽出することで、現場のリアリティを反映した価値要素を構築できます。
- 

**Q. プロジェクトの進行途中で、方向性を変更することは可能でしょうか？**

- A. 可能です。経営層との対話を重ねて進めるため、プロジェクト期間中であってもより本質的な方向性が見えた際には、柔軟に舵を切る「軍師型」の伴走スタイルで戦略的ピボットに対応いたします。
- 

**Q. 言語化された「行動規範」は、実務においてどのように活用できますか？**

- A. 迷った際の明確な判断基準となり、接客や運営の品質向上に繋がります。また、採用や教育の土台にもなり、オプションとして教育や評価の基準をマニュアルとして整理・制作することも可能です。
-

お問い合わせはこちら

<https://idl.infobahn.co.jp/contact/inquiry>



***Follow us***

idl@infobahn.co.jp

<http://www.idl.infobahn.co.jp>



@idlists



infobahndesignlab



infobahndesignlab



idl\_mag

## Company Profile 会社概要

法人名	株式会社インフォバーン
英文法人名	INFOBAHN Inc.
代表	代表取締役会長兼社長 CVO (Chief Visionary Officer) / 共同創業者 小林 弘人
役員	取締役 副社長：井登友一 取締役 共同創業者：今田 素子 取締役：三宅 綾 執行役員：羽村 悠己／関本 美帆／上野 菜美子／辻村 和正／河野 光宏
創業年月日	1998年10月30日 ※持株会社制移行につき、設立年月日は2015年7月1日
資本金	5,500万円 ※2019年5月末日時点
事業内容	<b>デザインコンサルティング事業</b> ビジョン策定支援／新規事業開発支援／製品・サービス開発／デザイン人材および組織開発 <b>ブランディング事業</b> ブランド戦略策定／コーポレートブランディング支援／インターナルブランディング支援 <b>コミュニケーションデザイン事業</b> コミュニケーションプランニング／オウンドメディア戦略・運用支援／コンテンツマーケティング支援／デジタルマーケティング支援 <b>コンテンツプロデュース事業</b> コンテンツ制作／クリエイティブ制作／Webサイト制作・Webキャンペーン／イベント企画・制作

**INFOBAHN**

<https://www.infobahn.co.jp>