

# ミッションの特徴 チートシート

## 明確

ミッションは、社員が説明を必要とするような曖昧で分かりにくい文章であってははいけません。日々の業務に簡単に適用できる、ブランドの継続的な約束を明確に定義すべきです。

## 現在に基づく

ビジョンがブランドの未来の姿を表現できるのに対し、ミッションは現在に非常に焦点を当てる必要があります。もし憧れるような調子があれば、それはいつかの姿であって、現在の姿ではありません。

## 指針となる

日々の継続的な事業活動に適用されるため、経営陣の管理決定と一般社員の業務決定の両方において、決定や行動の指針となるべきです。

## 達成可能

明確さと共に、ミッションは達成可能であるべきです。これらは継続的で日々の約束なので、達成する能力は長期的なビジョンよりも確実である必要があります。

## 測定可能

経営陣は、ブランドの継続的な約束が一貫して果たされているかどうかを簡単に分析できるべきです。これには多くの場合、顧客の参加やフィードバックが必要です。

## 記憶に残る

ミッション・ステートメントは「まず内部向け」の文書ですが、全てのブランドの社員が素早く思い出せるくらい記憶に残るものであるべきです。記憶に残るものでなければ、ブランドの本質に根付かせることはできません。