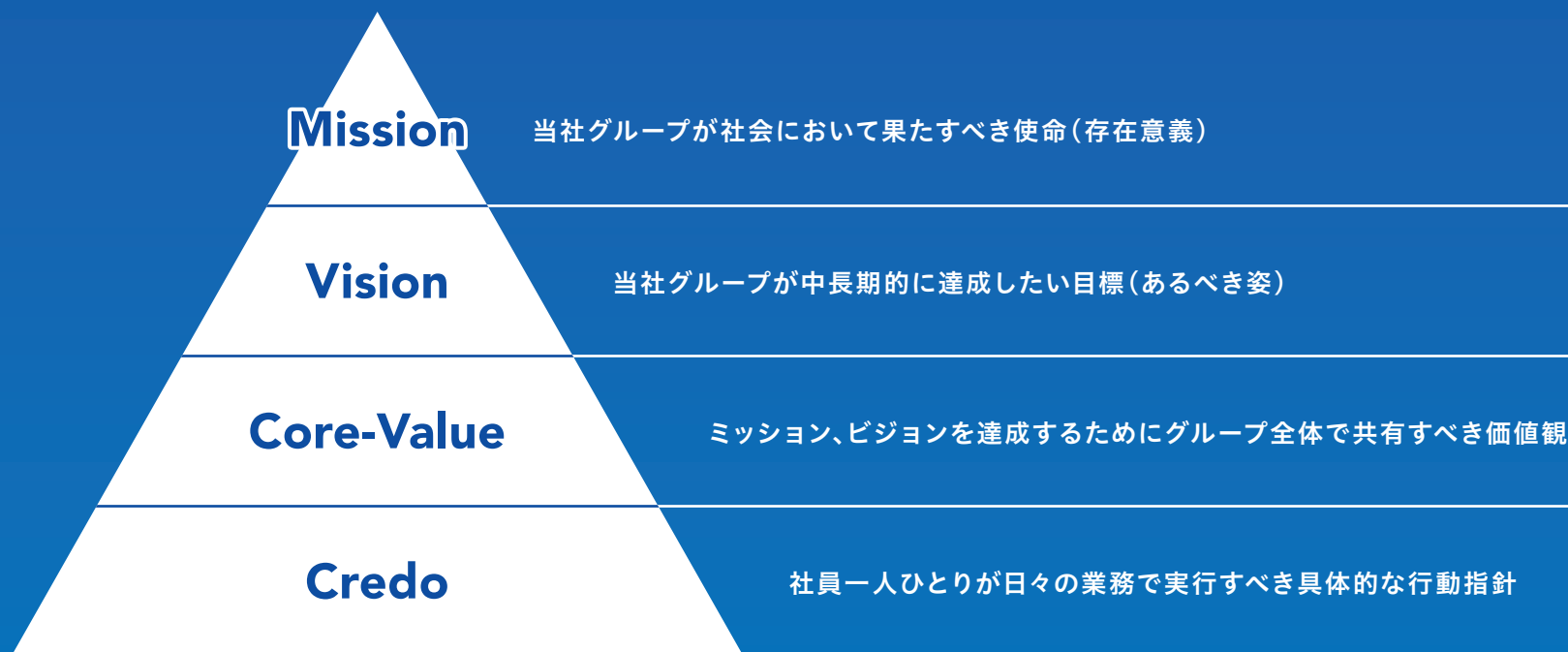


レオパレス21の企業理念体系

レオパレス21の企業理念は、企業として存続し、持続的に発展していくための普遍的な考え方であるミッション「新しい価値の創造と笑顔あふれる暮らしの想造」を頂点に、ビジョン、バリュー、クレドを加えたMVVCとして体系化されています。



レオパレス21は、社員が自ら考え、自覚と責任をもって行動する「社員が主役」の会社を目指し、昨年、社員たちが主体となって、新生レオパレス21の進むべき道標となるMVVCを制定しました。

Mission

新しい価値の創造と 笑顔あふれる暮らしの想造^{※1}

※1 「想像」と「創造」を掛け合わせた造語。入居者・オーナー・法人顧客など様々なステークホルダーに寄り添い、その人々にとっての笑顔あふれる暮らしを具体的に想い描くことで、新しい商品・サービス・事業を創出し、想い描いた笑顔あふれる暮らしを、一つ一つ、世の中に創造し続けることこそが私たちの使命であることを、この言葉は含意しています。

Vision

“住”自在^{※2}に、人・企業・地域をつなぎ、 あらゆる人の人生を輝かせる 「ひとり暮らし」の未来をデザインする

※2 独自の資産「住のインフラ」(全国に広がる単身賃貸住宅)が持つポテンシャルを未来へ解き放つことによって生まれる自由自在さを表現。

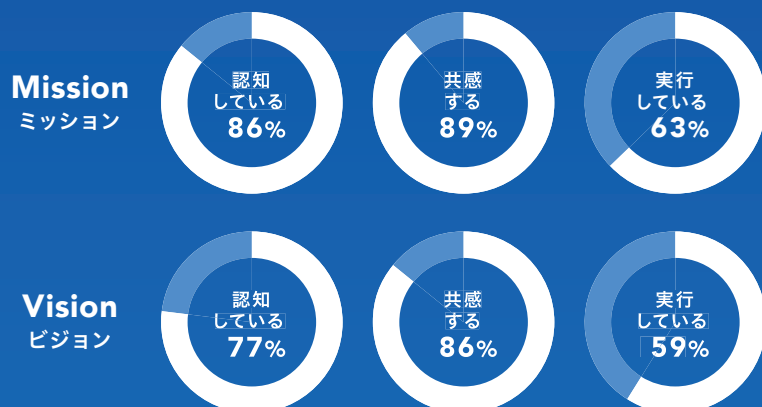
Core-Value (普遍的DNA)Credo (行動指針)

- 1 誰かの指示を待たない。
私たちは、自ら考え、自ら動く。
- 2 ただ「こなす」を仕事にしない。
私たちは、ワクワクしながら目指す姿を追い求める。
- 3 会社目線に陥らない。
私たちは、徹底的に顧客に向き合い、課題を解決しつづける。
- 4 社内の常識にとらわれない。
私たちは、社会や市場の変化を捉え、自らを進化させつづける。
- 5 情報の宝を眠らせない。
私たちは、関わるあらゆる人、社会のために、情報を最大限活用する。
- 6 「やりっぱなし」にしない。
私たちは、行動の結果を評価し、改善しつづける。
- 7 会社は一つのチーム。
私たちは、互いに、立場を尊重し合い、感謝し合い、協力し合い、高め合う。
- 8 公明正大。
私たちは、胸を張り、堂々と正しいことを行う。

MVVC制定から1年。社員は、どう変わったか？

社員たちが主体となって創りあげたMVVC制定から1年。これまで、社員たちの意識や行動にどのような変化があったのか、その一部をご紹介します。これからも、MVVCの浸透と定着を図り、真の「社員が主役」の会社へと変革していきます。

【認知・共感と意識の変化】



制定から1年後の調査では、MVVCそのものへの納得感はある程度形成されていますが、行動変容にまでは結びついていません。

※2026年5月に実施した「企業文化調査」結果

【自分が変わったと思うか？】



過去2回、MVVC制定による自分自身の変化について聞いたところ、「自信を持って変わったと言える」との回答が着実に伸びてきていることが確認されました。一方、「まだ足りない」との回答は約6割に及んでおり、その理由として「目の前の仕事に精一杯で余裕がない」「数字目標達成を優先している」「行動が評価されない」などが挙げられ、定着には課題が残されています。

※「MVVCアンケート」結果から。1回目は制定から約6カ月後の2025年12月に、2回目は約1年後の2026年5月に実施。

【行動の変化】

ミッション、ビジョンを達成するために、行動指針であるクレドを日々の業務に取り入れている事例をご紹介します。



首都圏第1開発営業部
家持 友徳

Case 1

常に意識するため、印刷したクレドをデスクに置く

目に入るところにあれば、日々の仕事で「これはクレドの何番にあたるな」と考えられます。デスクから社内外に連絡する時は自然と意識が向き、自分自身はもちろん、相手の行動もクレドと合っているか気にしています。



首都圏第2プロパティ
マネジメント部
田口 治信

Case 2

支店内のミーティングでクレド紹介の時間

支店の地名である川越に因み、「今日のCOEDO」と題したクレド紹介の時間をつくっています。突然指名したり、みんなの気づきを共有したりしながら、自然にクレドに触れられる場になっています。

【浸透に向けた取り組み】

- 社長から全社員へMVVCについてのメッセージ配信
- MVVC特設サイトの開設（社内専用）
- WEB社内報「私の好きなCredo」配信
- オーナー様や取引先が利用する通路にMVVCを掲出
- MVVCアンケートの実施
- 企業文化調査の実施

今後、MVVCを“掲げる理念”から社員一人ひとりの日常判断基準として定着させるための施策を計画しています。

