

人的資本

戦略目標を実現するために重要なジョブとそれに求められるスキルやナレッジ

情報資本

戦略目標を実現するために重要なアプリケーションとそれに求められる機能と品質

戦略目標を実現するために重要なデータとそれに求められる品質とセキュリティ

戦略目標を実現するために重要なIT基盤とそれに求められる品質とセキュリティ

組織資本

戦略目標を実現するために求められるメンバーやパートナーの価値観

戦略マップの実践

- 財務の視点の考え方
- 顧客の視点の考え方
- 内部プロセスの視点の考え方
- 学習と成長の視点の考え方

戦略マップの実践

- 財務の視点の考え方
- 顧客の視点の考え方
- 内部プロセスの視点の考え方
- 学習と成長の視点の考え方

戦略マップ

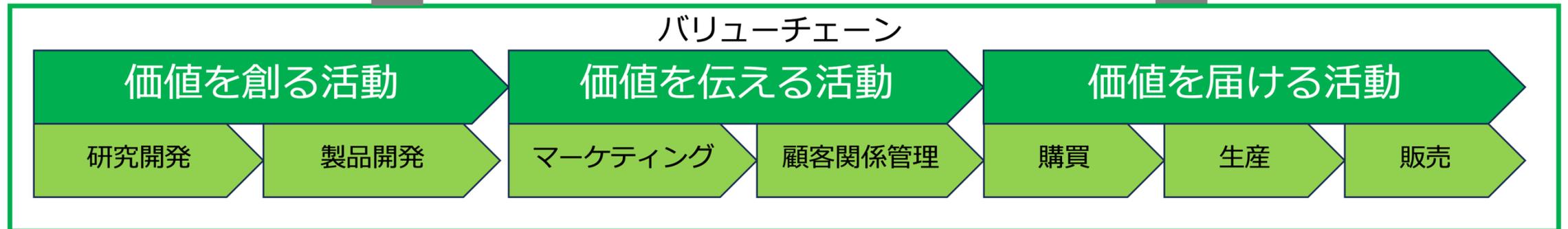
財務の視点



顧客の視点



内部プロセスの視点



学習と成長の視点



戦略マップ

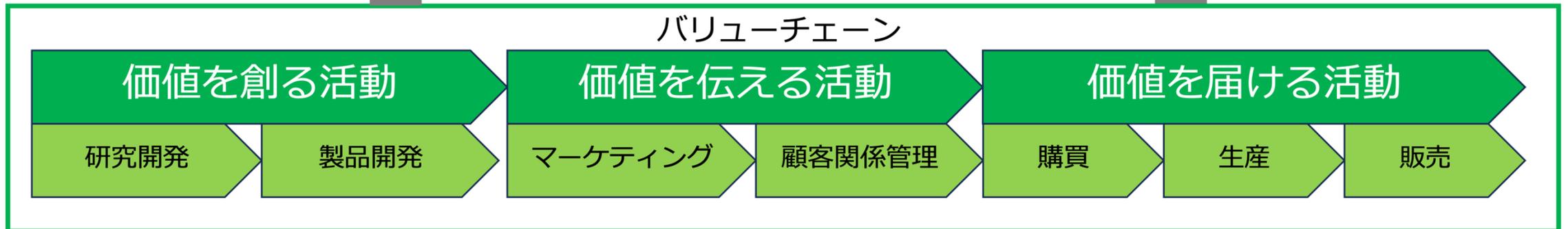
財務の視点



顧客の視点



内部プロセスの視点



学習と成長の視点



企業価値

フリーキャッシュフロー（FCF） / 資本コスト

※一定のフリーキャッシュフローが永続する場合

フリーキャッシュフロー（FCF）

- 本来の営業活動によって生み出されたキャッシュフロー
- 会社が自由に使えるキャッシュフロー
- 税引後営業利益 + 減価償却費 - 投資 - 運転資本の増加

フリーキャッシュフロー（FCF）

- 本来の営業活動によって生み出されたキャッシュフロー
- 会社が自由に使えるキャッシュフロー
- 税引後営業利益 + 減価償却費 - 投資 - 運転資本の増加

フリーキャッシュフロー（FCF）

- 本来の営業活動によって生み出されたキャッシュフロー
- 会社が自由に使えるキャッシュフロー
- 税引後営業利益 + 減価償却費 - 投資 - 運転資本の増加

資本コスト

- 負債コスト

借入で資本を調達する場合のコスト。

銀行など投資家に支払う利息の割合（利子率）。

- 株主資本コスト

株式で資本を調達する場合のコスト。

株主が期待するリターンの割合。

資本コスト

- 負債コスト

借入で資本を調達する場合のコスト。

銀行など投資家に支払う利息の割合（利子率）。

- 株主資本コスト

株式で資本を調達する場合のコスト。

株主が期待するリターンの割合。

資本コスト

- 負債コスト

借入で資本を調達する場合のコスト。

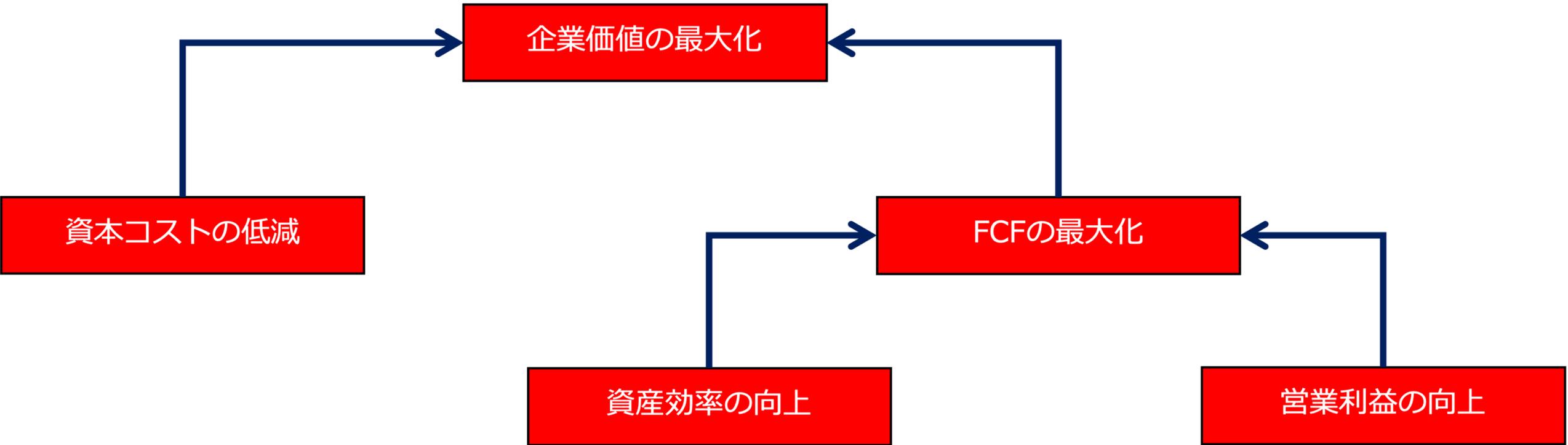
銀行など投資家に支払う利息の割合（利子率）。

- 株主資本コスト

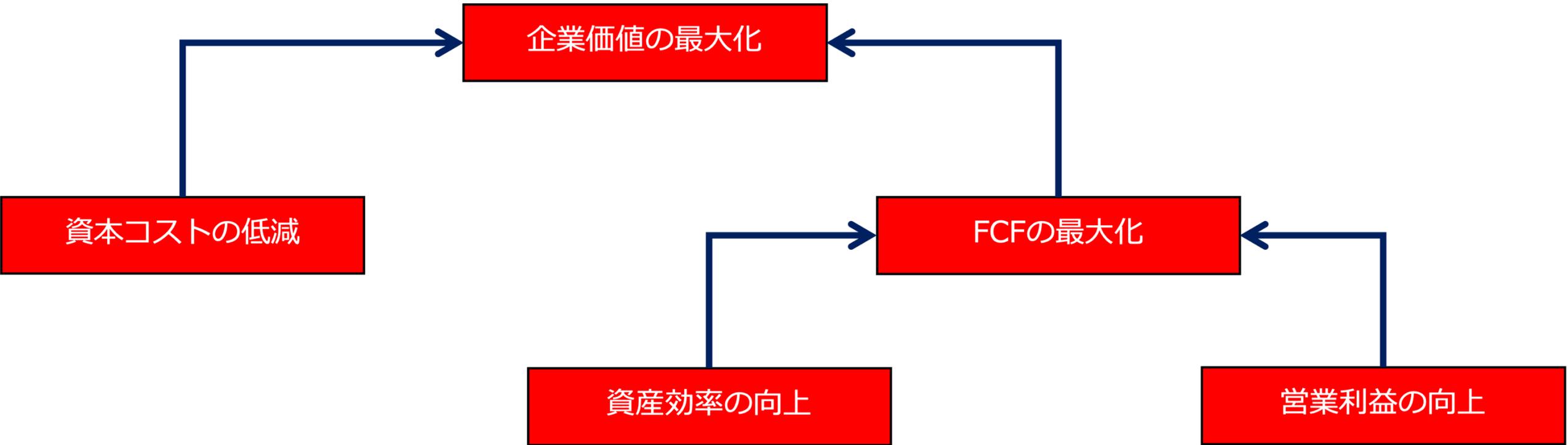
株式で資本を調達する場合のコスト。

株主が期待するリターンの割合。

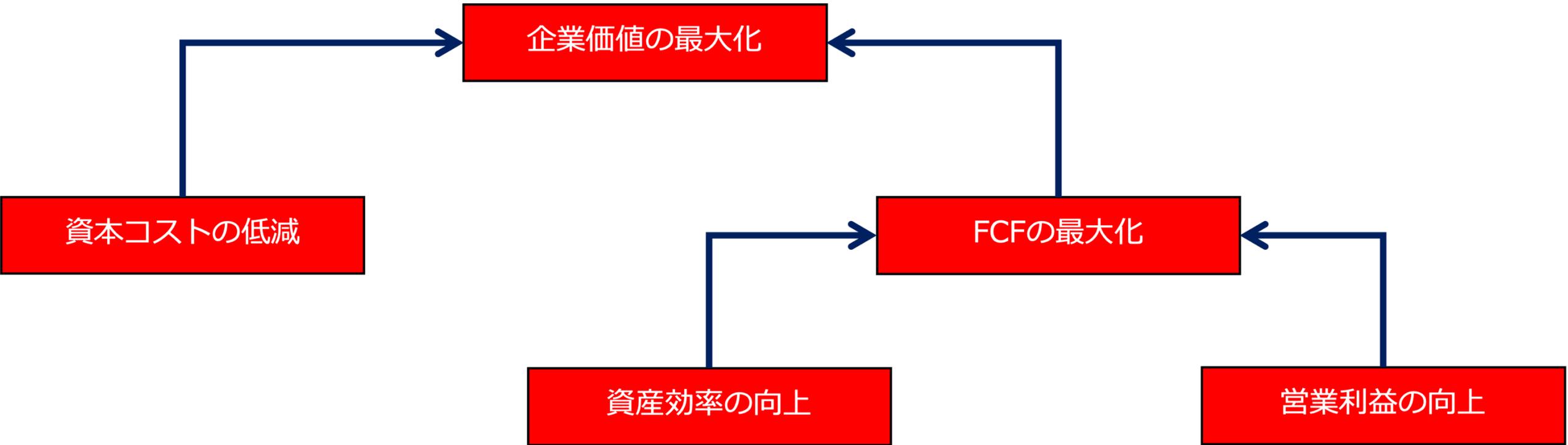
財務目標の因果関係



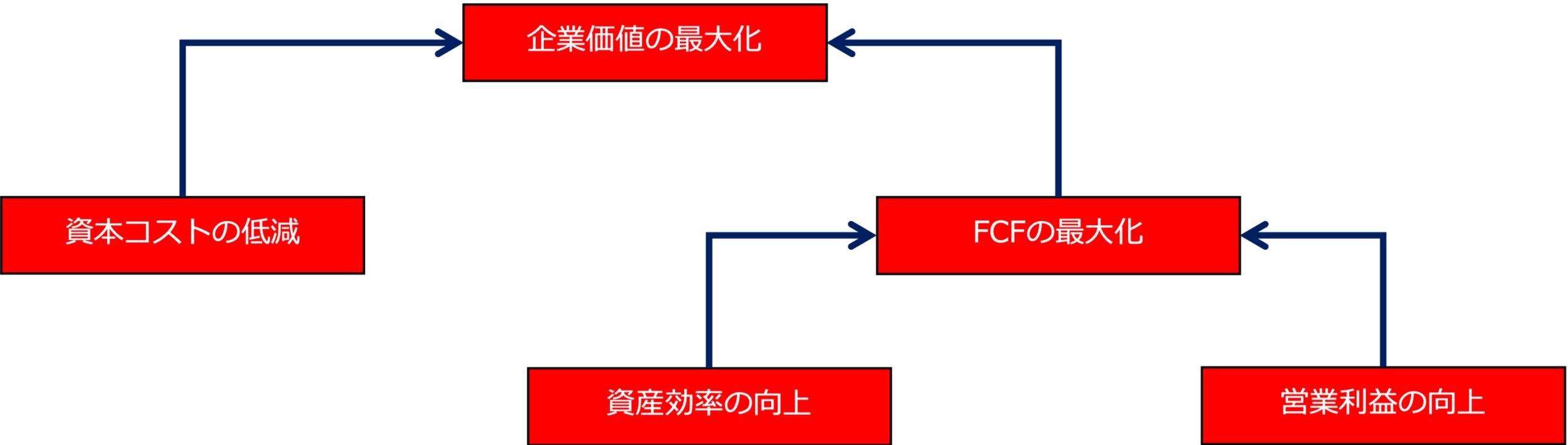
財務目標の因果関係



財務目標の因果関係



財務目標の因果関係



財務目標の因果関係



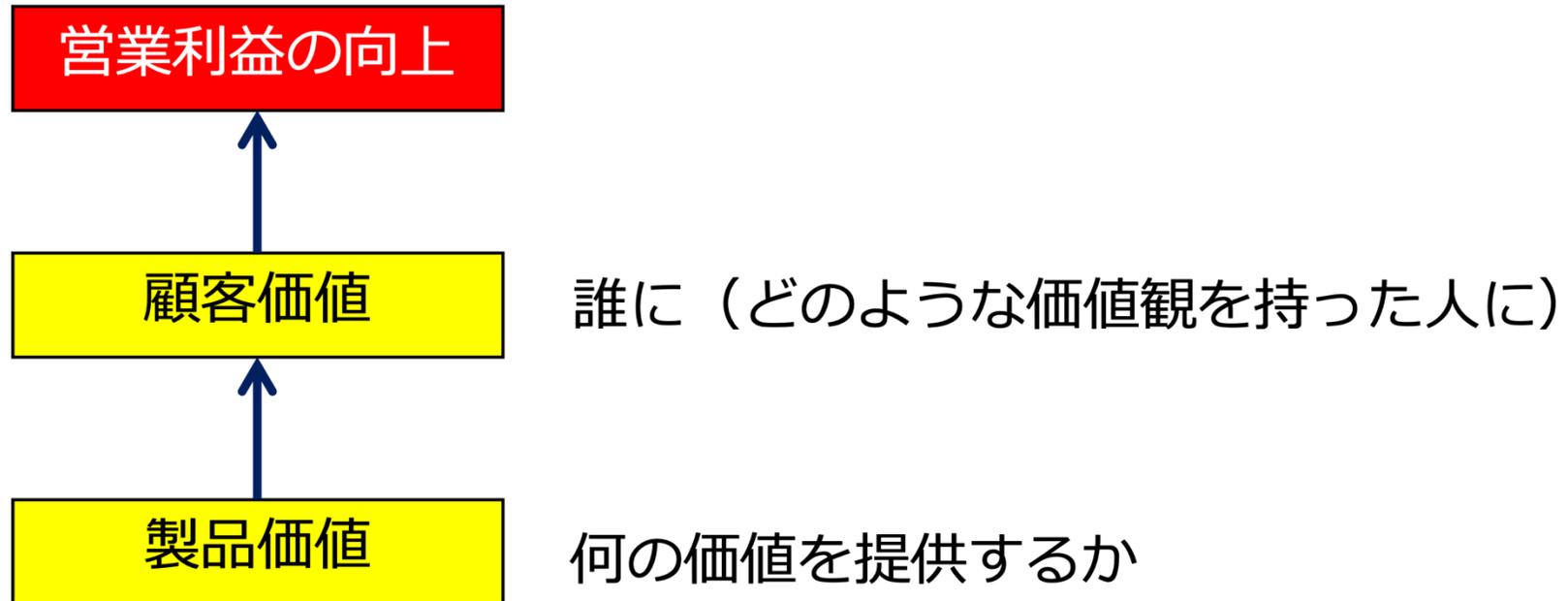
戦略マップの実践

- 財務の視点の考え方
- 顧客の視点の考え方
- 内部プロセスの視点の考え方
- 学習と成長の視点の考え方

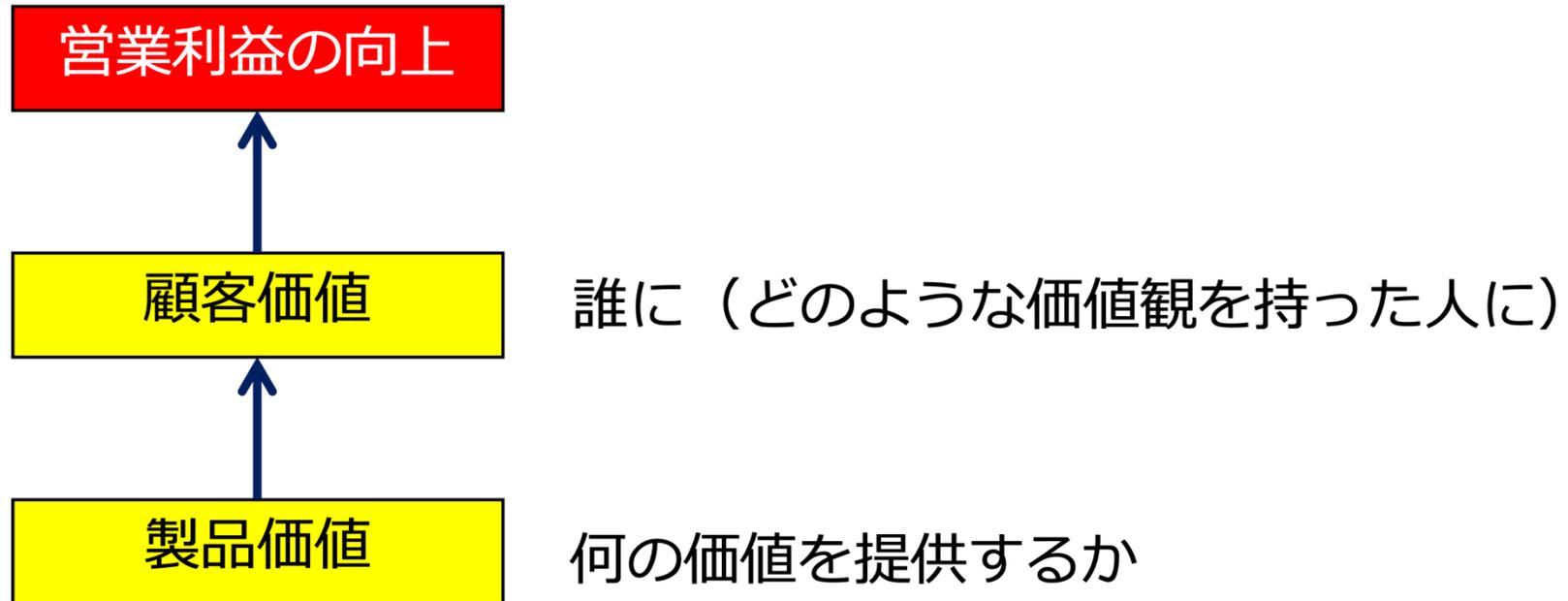
財務目標の因果関係



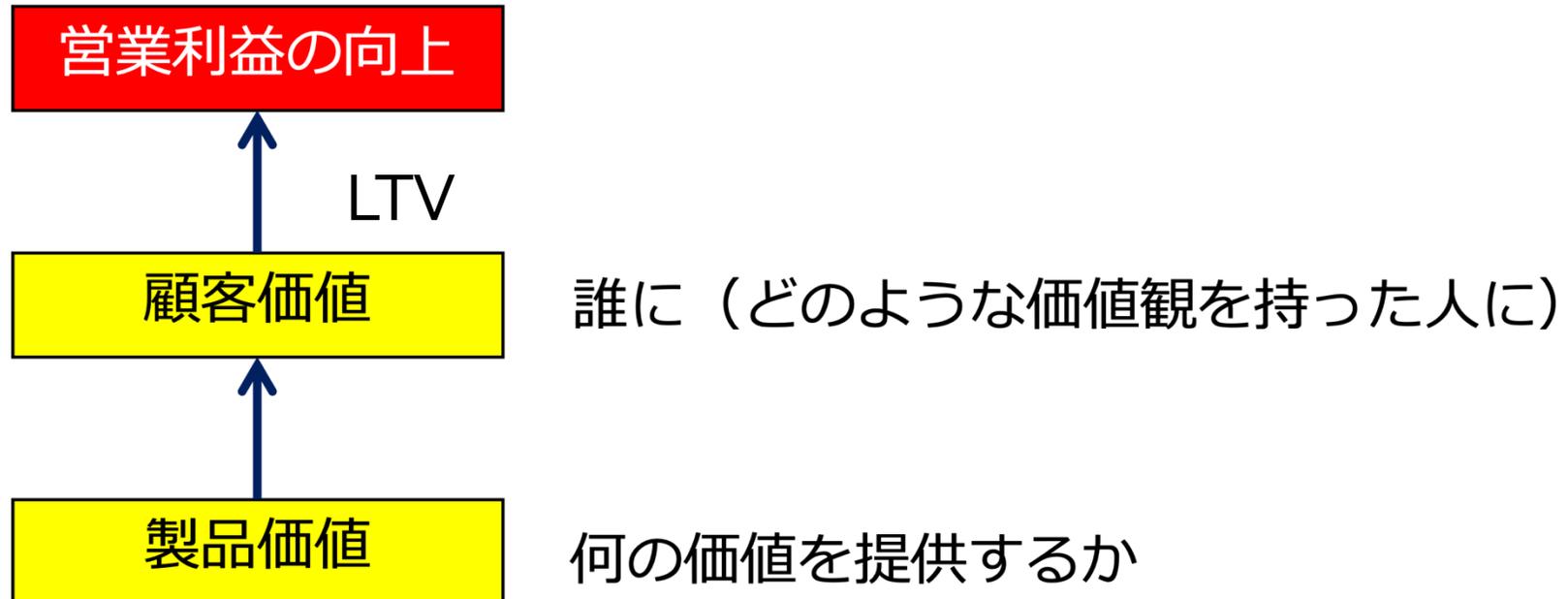
顧客価値と製品価値の定義



顧客価値と製品価値の定義



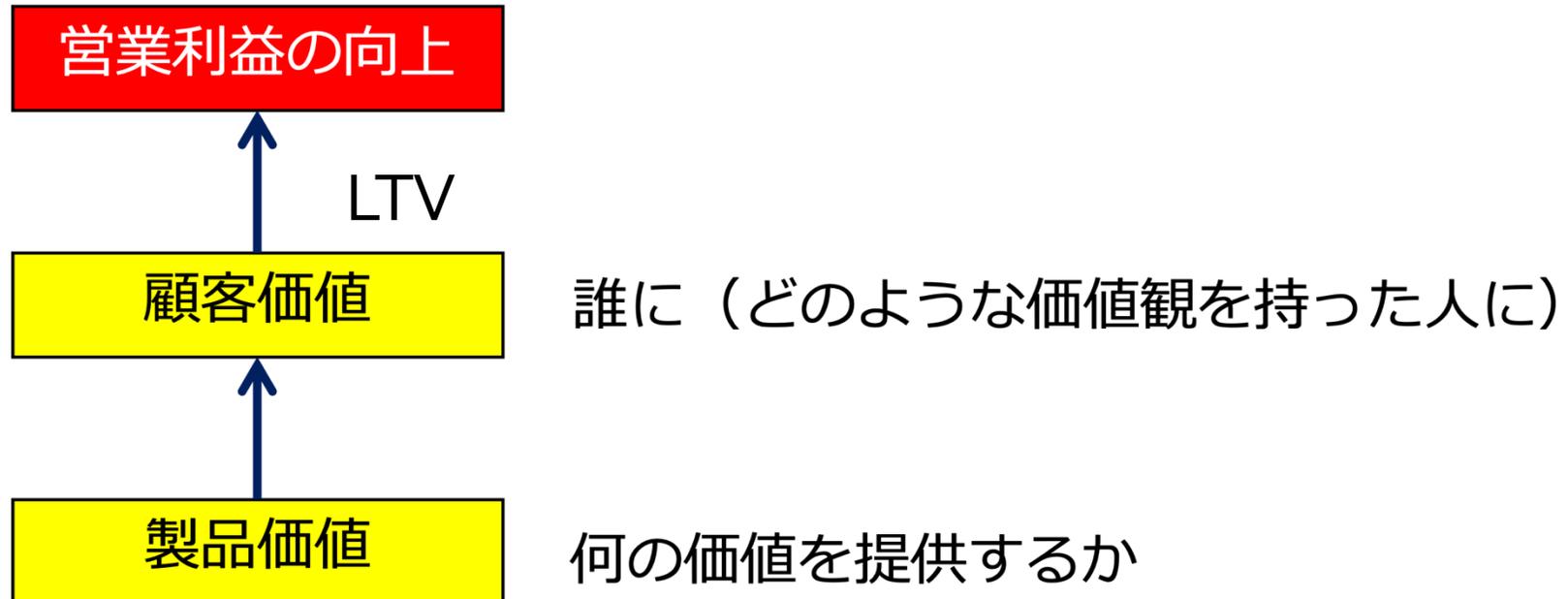
顧客価値と製品価値の定義



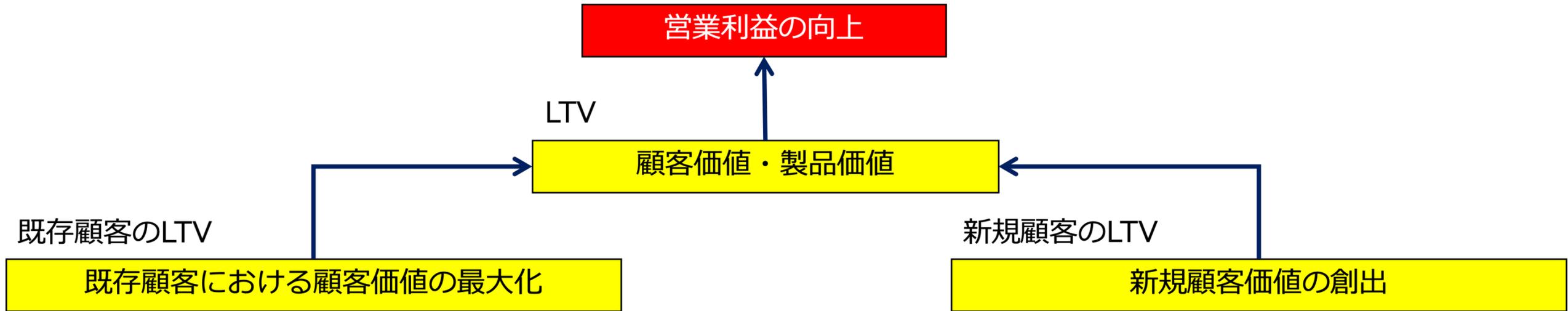
LTV (Life Time Value : 顧客生涯価値)

ある顧客が企業と取引を開始してから終了するまでの期間に、企業がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標。

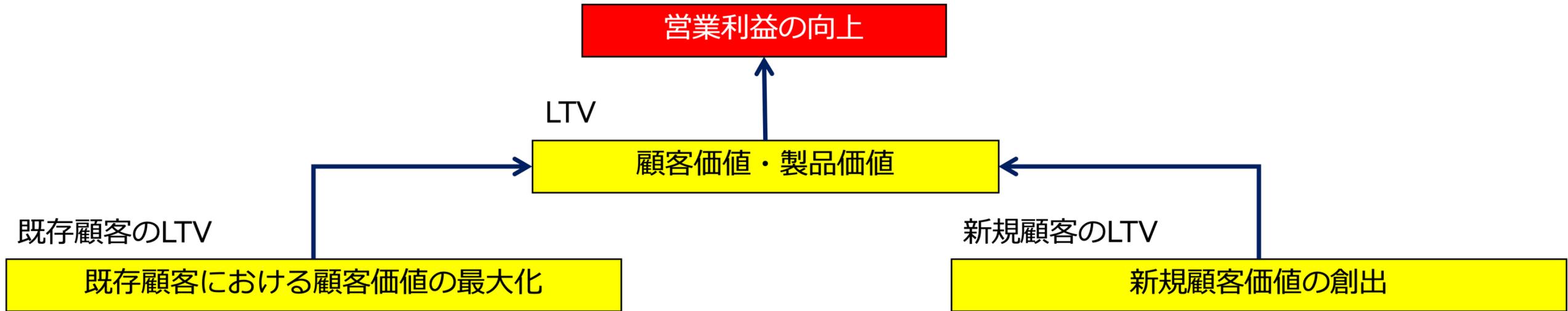
顧客価値と製品価値の定義



顧客の視点の因果関係



顧客の視点の因果関係



事業ライフサイクル

事業パーパス (顧客価値×製品価値)



戦略サイクル

戦略目標→ビジョン

設計

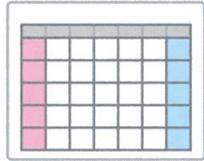
戦略

構築

運用

戦略マップ

BSC/アクションプラン



マネジメントサイクル (PDCA)

戦略目標→ビジョン

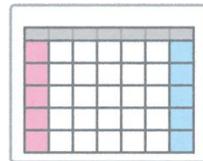
設計

戦略

構築

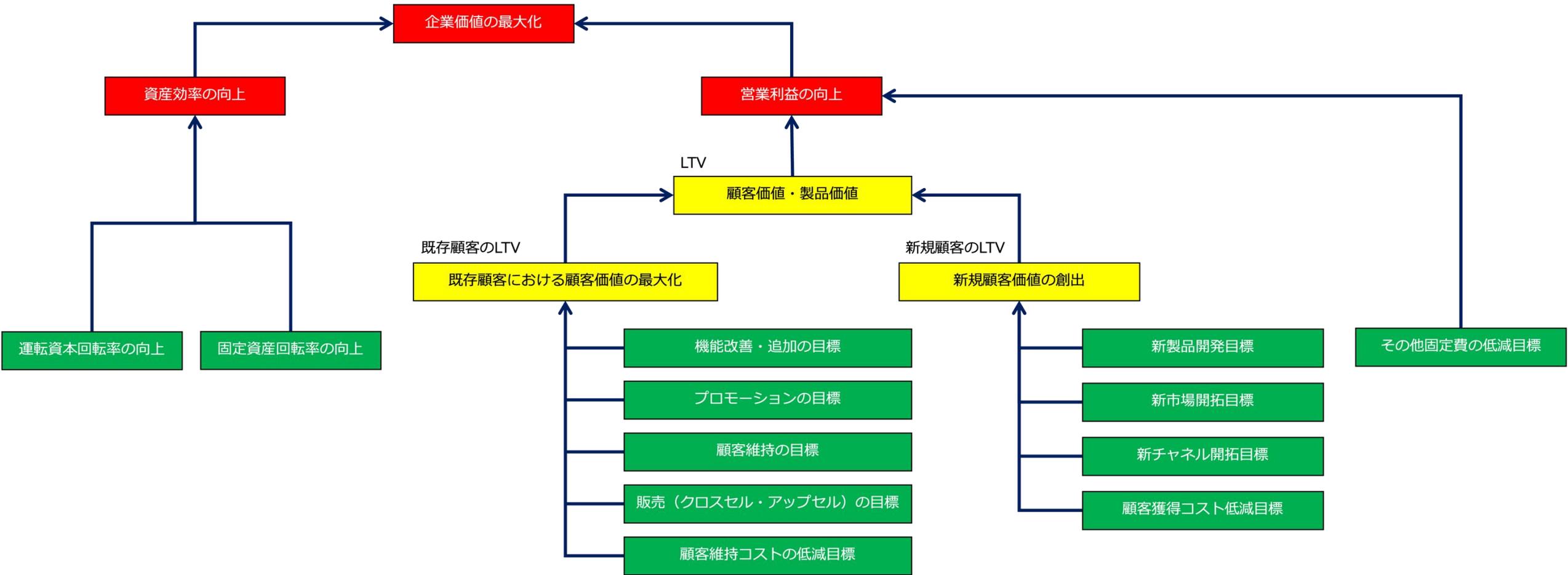
運用

戦略マップ BSC/アクションプラン



戦略マップの実践

- 財務の視点の考え方
- 顧客の視点の考え方
- 内部プロセスの視点の考え方
- 学習と成長の視点の考え方



人的資本

戦略目標を実現するために重要なジョブとそれに求められるスキルやナレッジ

情報資本

戦略目標を実現するために重要なアプリケーションとそれに求められる機能と品質

戦略目標を実現するために重要なデータとそれに求められる品質とセキュリティ

戦略目標を実現するために重要なIT基盤とそれに求められる品質とセキュリティ

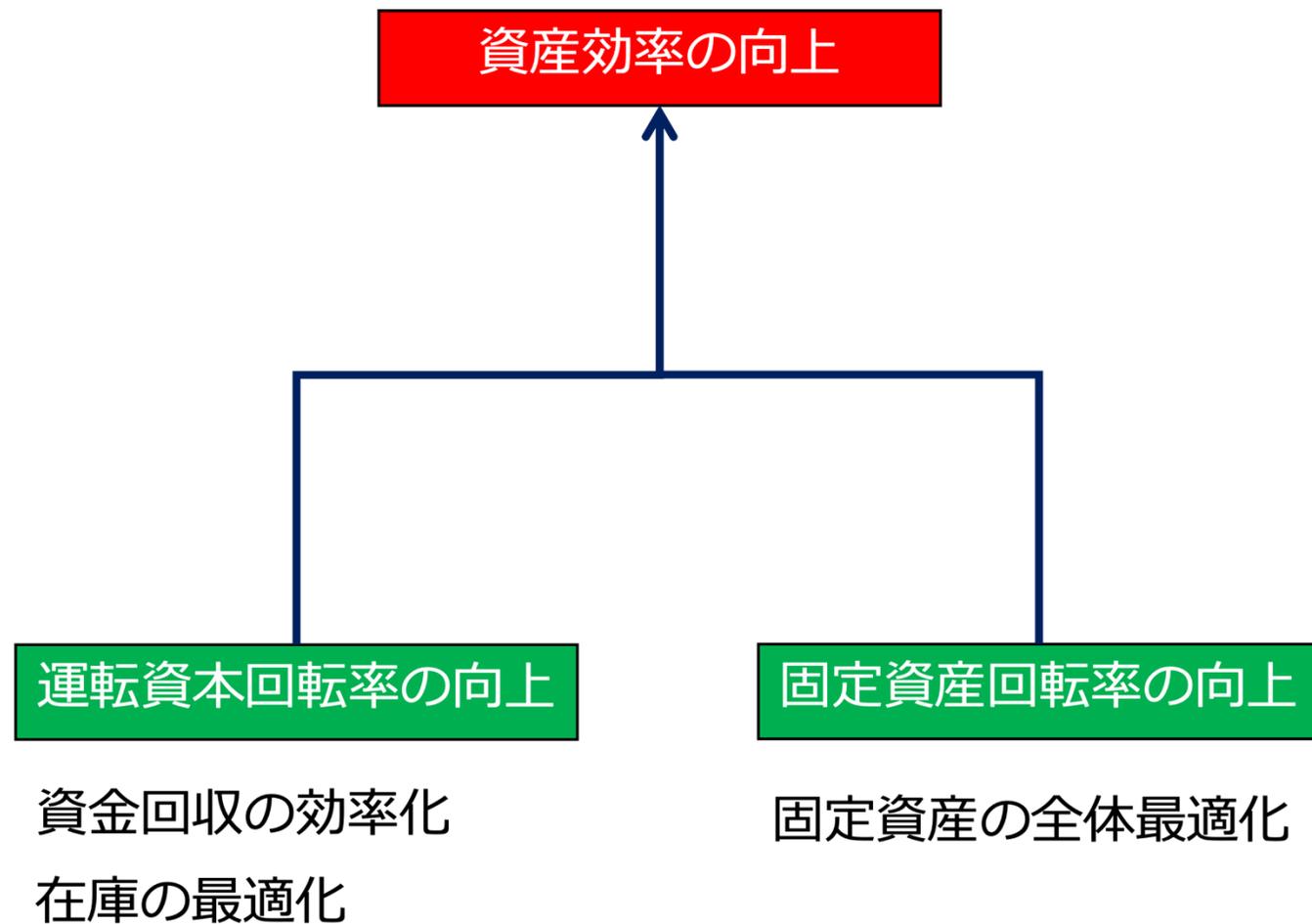
組織資本

戦略目標を実現するために求められるメンバーやパートナーの価値観

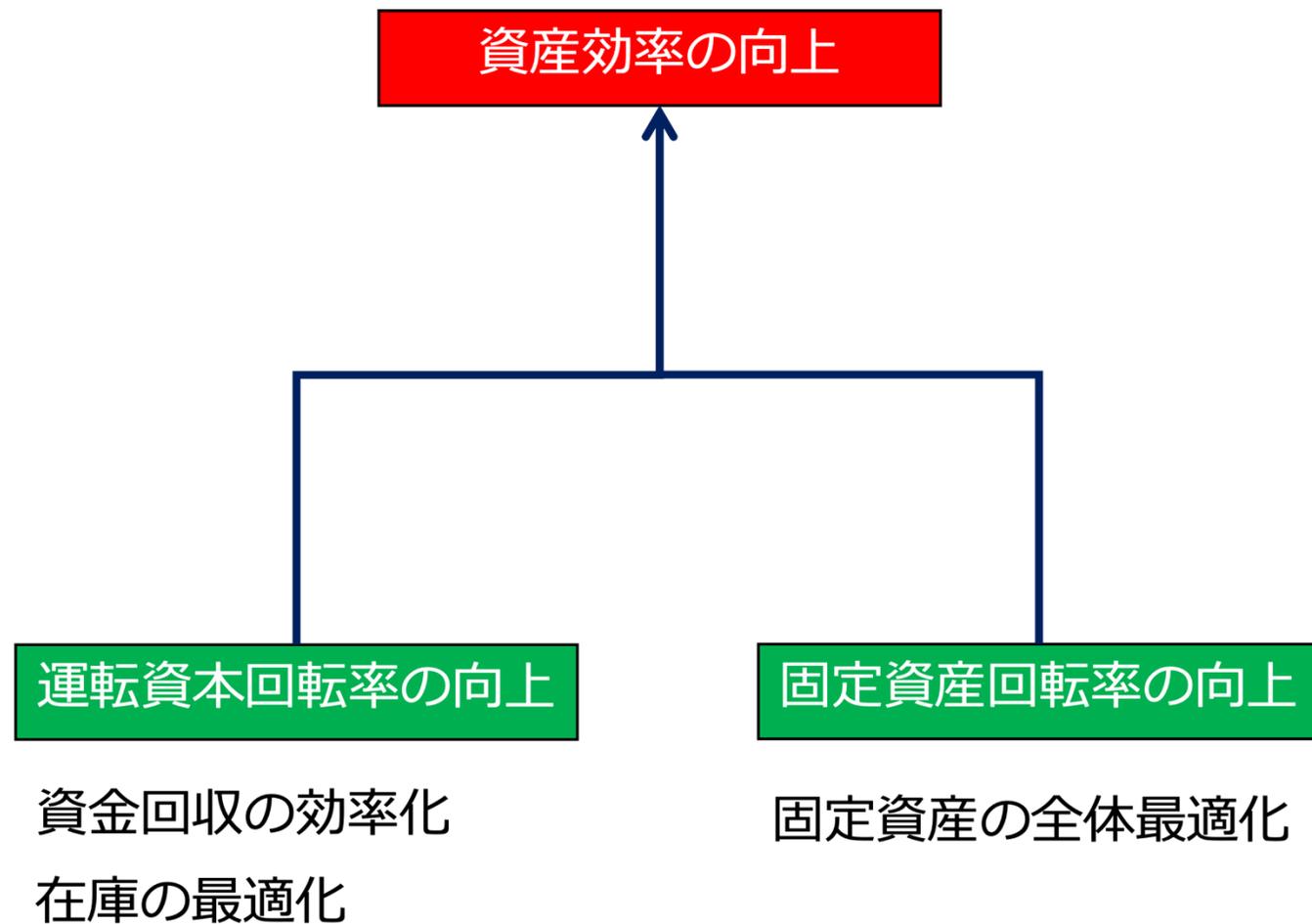
財務目標の因果関係



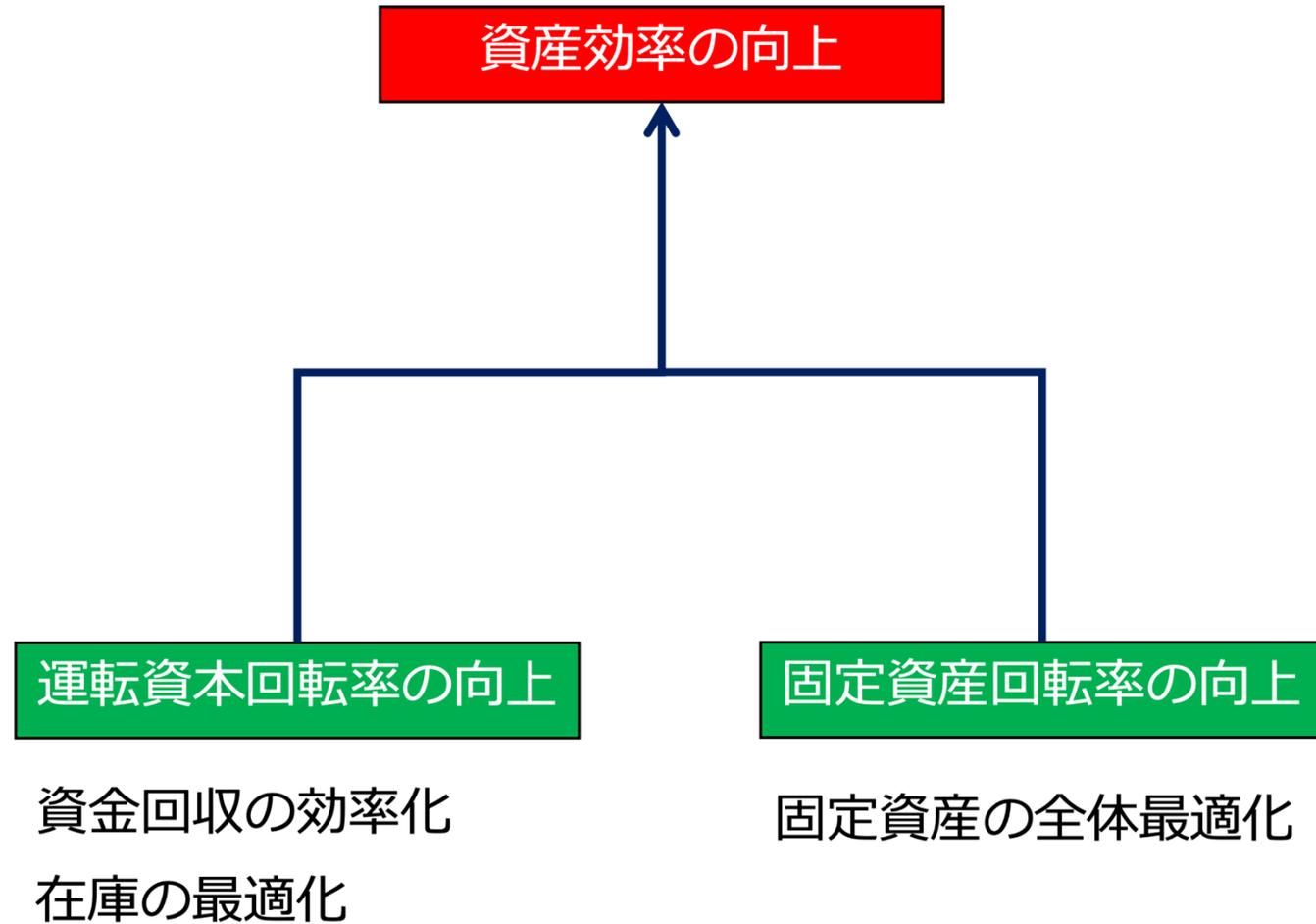
資産効率を上げるための戦略目標



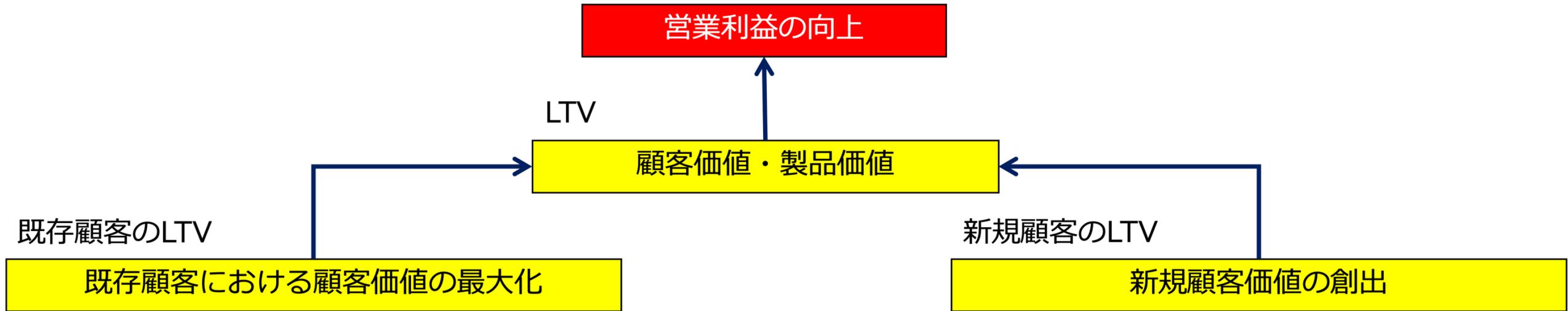
資産効率を上げるための戦略目標



資産効率を上げるための戦略目標



顧客の視点の因果関係



戦略マップ

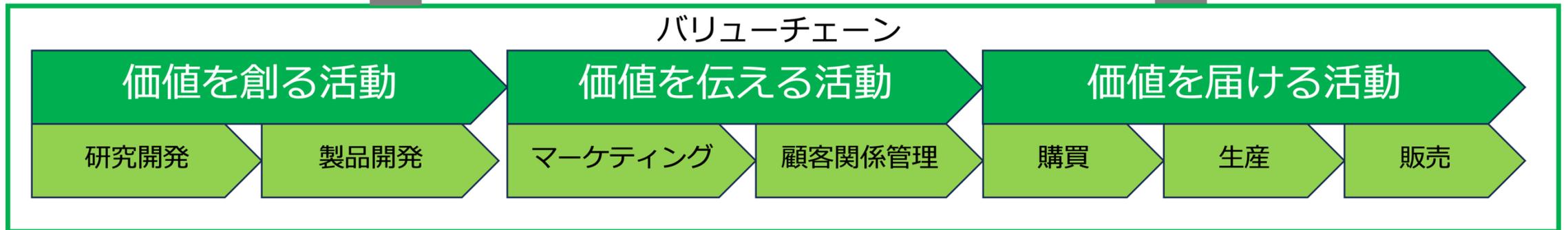
財務の視点



顧客の視点



内部プロセスの視点



学習と成長の視点



LTV向上に対する施策とコスト

活動	既存顧客のLTV向上に対する施策とコスト	新規顧客のLTV向上に対する施策とコスト
価値を創る活動 (Innovation)	機能改善・追加 --- 機能改善・追加コスト	新製品開発 --- 新製品開発コスト
価値を伝える活動 (Communication)	プロモーション (購買意欲を上げるための活動) 顧客維持 --- プロモーションコスト 顧客維持コスト	新市場開拓 --- 新市場開拓コスト
価値を届ける活動 (Operation)	販売 (クロスセル・アップセル) --- 販売コスト	新チャネル開拓 --- 新チャネル開拓コスト

LTV向上に対する施策とコスト

活動	既存顧客のLTV向上に対する施策とコスト	新規顧客のLTV向上に対する施策とコスト
価値を創る活動 (Innovation)	機能改善・追加 --- 機能改善・追加コスト	新製品開発 --- 新製品開発コスト
価値を伝える活動 (Communication)	プロモーション (購買意欲を上げるための活動) 顧客維持 --- プロモーションコスト 顧客維持コスト	新市場開拓 --- 新市場開拓コスト
価値を届ける活動 (Operation)	販売 (クロスセル・アップセル) --- 販売コスト	新チャネル開拓 --- 新チャネル開拓コスト

活動領域

営業活動

購買	生産	サービス	販売
支払		請求	
入荷		出荷	

商流

金流

物流

価値を創る活動 (Innovation)

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分
顧客の獲得	顧客の活性化	顧客の維持	顧客の処分
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分

商品管理

顧客管理

社員管理

パートナー管理

設備管理

情報管理

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

活動領域

営業活動

購買	生産	サービス	販売
支払		請求	
入荷		出荷	

商流

金流

物流

機能改善・追加

価値を創る活動 (Innovation)

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分
顧客の獲得	顧客の活性化	顧客の維持	顧客の処分
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分

商品管理

顧客管理

社員管理

パートナー管理

設備管理

情報管理

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

活動領域

営業活動

購買	生産	サービス	販売
支払		請求	
新製品開発		出荷	

商流

金流

物流

価値を創る活動 (Innovation)

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分
顧客の獲得	顧客の活性化	顧客の維持	顧客の処分
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分

商品管理

顧客管理

社員管理

パートナー管理

設備管理

情報管理

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

LTV向上に対する施策とコスト

活動	既存顧客のLTV向上に対する施策とコスト	新規顧客のLTV向上に対する施策とコスト
価値を創る活動 (Innovation)	機能改善・追加 --- 機能改善・追加コスト	新製品開発 --- 新製品開発コスト
価値を伝える活動 (Communication)	プロモーション (購買意欲を上げるための活動) 顧客維持 --- プロモーションコスト 顧客維持コスト	新市場開拓 --- 新市場開拓コスト
価値を届ける活動 (Operation)	販売 (クロスセル・アップセル) --- 販売コスト	新チャネル開拓 --- 新チャネル開拓コスト

LTV向上に対する施策とコスト

活動	既存顧客のLTV向上に対する施策とコスト	新規顧客のLTV向上に対する施策とコスト
価値を創る活動 (Innovation)	機能改善・追加 --- 機能改善・追加コスト	新製品開発 --- 新製品開発コスト
価値を伝える活動 (Communication)	プロモーション (購買意欲を上げるための活動) 顧客維持 --- プロモーションコスト 顧客維持コスト	新市場開拓 --- 新市場開拓コスト
価値を届ける活動 (Operation)	販売 (クロスセル・アップセル) --- 販売コスト	新チャネル開拓 --- 新チャネル開拓コスト

活動領域

営業活動

購買	生産	サービス	販売
支払		請求	
入荷		出荷	

商流

金流

物流

価値を伝える活動 (Communication)

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分
顧客の獲得	顧客の活性化	顧客の維持	顧客の処分
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分

商品管理

顧客管理

社員管理

パートナー管理

設備管理

情報管理

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

活動領域

営業活動

購買	生産	サービス	販売
支払		請求	
入荷		出荷	

商流

金流

物流

プロモーション

価値を伝える活動 (communication)

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分
顧客の獲得	顧客の活性化	顧客の維持	顧客の処分
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分

商品管理

顧客管理

社員管理

パートナー管理

設備管理

情報管理

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

活動領域

営業活動

購買	生産	サービス	販売
支払		請求	
入荷		出荷	

商流

金流

物流

価値を伝える活動 (Communication)

顧客維持

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分
顧客の獲得	顧客の活性化	顧客の維持	顧客の処分
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分

商品管理

顧客管理

社員管理

パートナー管理

設備管理

情報管理

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

活動領域

営業活動

購買	生産	サービス	販売
支払		請求	
入荷		出荷	

商流

金流

物流

新市場開拓

る活動 (Communication)

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分
顧客の獲得	顧客の活性化	顧客の維持	顧客の処分
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分

商品管理

顧客管理

社員管理

パートナー管理

設備管理

情報管理

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

LTV向上に対する施策とコスト

活動	既存顧客のLTV向上に対する施策とコスト	新規顧客のLTV向上に対する施策とコスト
価値を創る活動 (Innovation)	機能改善・追加 --- 機能改善・追加コスト	新製品開発 --- 新製品開発コスト
価値を伝える活動 (Communication)	プロモーション (購買意欲を上げるための活動) 顧客維持 --- プロモーションコスト 顧客維持コスト	新市場開拓 --- 新市場開拓コスト
価値を届ける活動 (Operation)	販売 (クロスセル・アップセル) --- 販売コスト	新チャネル開拓 --- 新チャネル開拓コスト

活動領域

価値を届ける活動（Operation）

営業活動

購買	生産	サービス	販売	商流
支払		請求		金流
入荷		出荷		物流

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分	商品管理
顧客の獲得	顧客の活性化	顧客の維持	顧客の処分	顧客管理
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分	社員管理
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分	パートナー管理
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分	設備管理
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分	情報管理

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

活動領域

クロスセル・アップセル

価値を届ける活動 (Operation)

営業活動

購買	生産	サービス	販売	商流
支払		請求		金流
入荷		出荷		物流

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分	商品管理
顧客の獲得	顧客の活性化	顧客の維持	顧客の処分	顧客管理
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分	社員管理
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分	パートナー管理
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分	設備管理
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分	情報管理

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

活動領域

価値を届ける活動 (Operation)

営業活動

購買	生産	サービス	販売	商流
支払		請求		金流
入荷		出荷		物流

資産管理活動

商品の開発	商品の改良	商品の保守	商品の処分	商品管理
顧客の獲得	顧客の維持	顧客の処分	顧客の処分	顧客管理
社員の獲得	社員の活性化	社員の維持	社員の処分	社員管理
パートナーの獲得	パートナーの活性化	パートナーの維持	パートナーの処分	パートナー管理
設備の構築	設備の改良	設備の運用・保守	設備の処分	設備管理
情報システムの開発	情報システムの改良	情報システムの運用・保守	情報システムの処分	情報管理

新チャネル開拓

財務活動

資本の調達	利益の還元
-------	-------

経営活動

会計	経営管理
----	------

LTV向上に対する施策とコスト

活動	既存顧客のLTV向上に対する施策とコスト	新規顧客のLTV向上に対する施策とコスト
価値を創る活動 (Innovation)	機能改善・追加 --- 機能改善・追加コスト	新製品開発 --- 新製品開発コスト
価値を伝える活動 (Communication)	プロモーション (購買意欲を上げるための活動) 顧客維持 --- プロモーションコスト 顧客維持コスト	新市場開拓 --- 新市場開拓コスト
価値を届ける活動 (Operation)	販売 (クロスセル・アップセル) --- 販売コスト	新チャネル開拓 --- 新チャネル開拓コスト

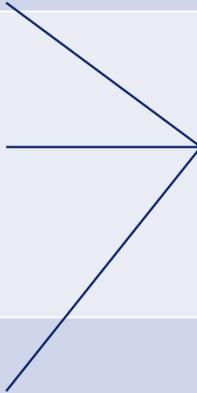
顧客維持コスト



LTV向上に対する施策とコスト

活動	既存顧客のLTV向上に対する施策とコスト	新規顧客のLTV向上に対する施策とコスト
価値を創る活動 (Innovation)	機能改善・追加 --- 機能改善・追加コスト	新製品開発 --- 新製品開発コスト
価値を伝える活動 (Communication)	プロモーション (購買意欲を上げるための活動) 顧客維持 --- プロモーションコスト 顧客維持コスト	新市場開拓 --- 新市場開拓コスト
価値を届ける活動 (Operation)	販売 (クロスセル・アップセル) --- 販売コスト	新チャネル開拓 --- 新チャネル開拓コスト

顧客獲得コスト



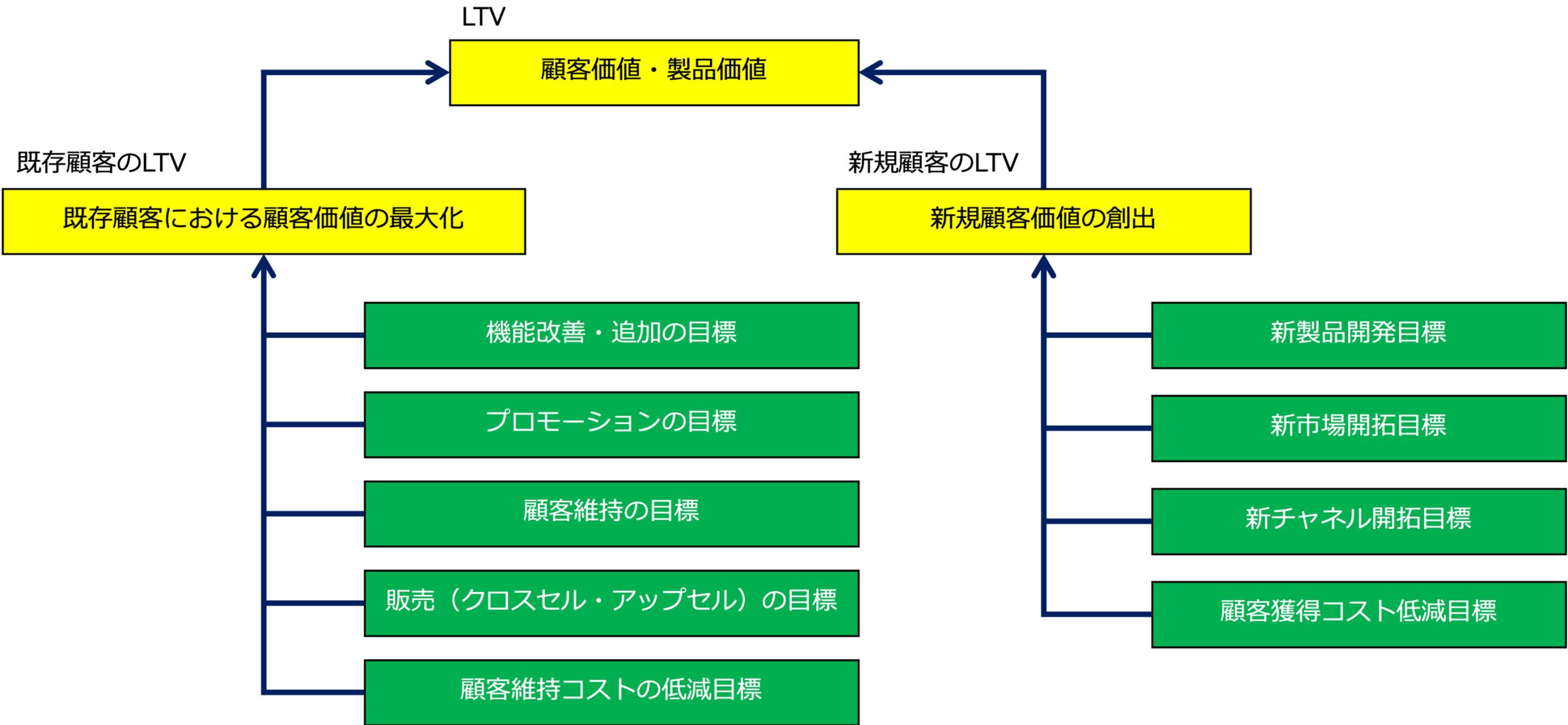
LTV向上に対する施策とコスト

活動	既存顧客のLTV向上に対する施策とコスト	新規顧客のLTV向上に対する施策とコスト
価値を創る活動 (Innovation)	機能改善・追加 --- 機能改善・追加コスト	新製品開発 --- 新製品開発コスト
価値を伝える活動 (Communication)	プロモーション (購買意欲を上げるための活動) 顧客維持 --- プロモーションコスト 顧客維持コスト	新市場開拓 --- 新市場開拓コスト
価値を届ける活動 (Operation)	販売 (クロスセル・アップセル) --- 販売コスト	新チャネル開拓 --- 新チャネル開拓コスト

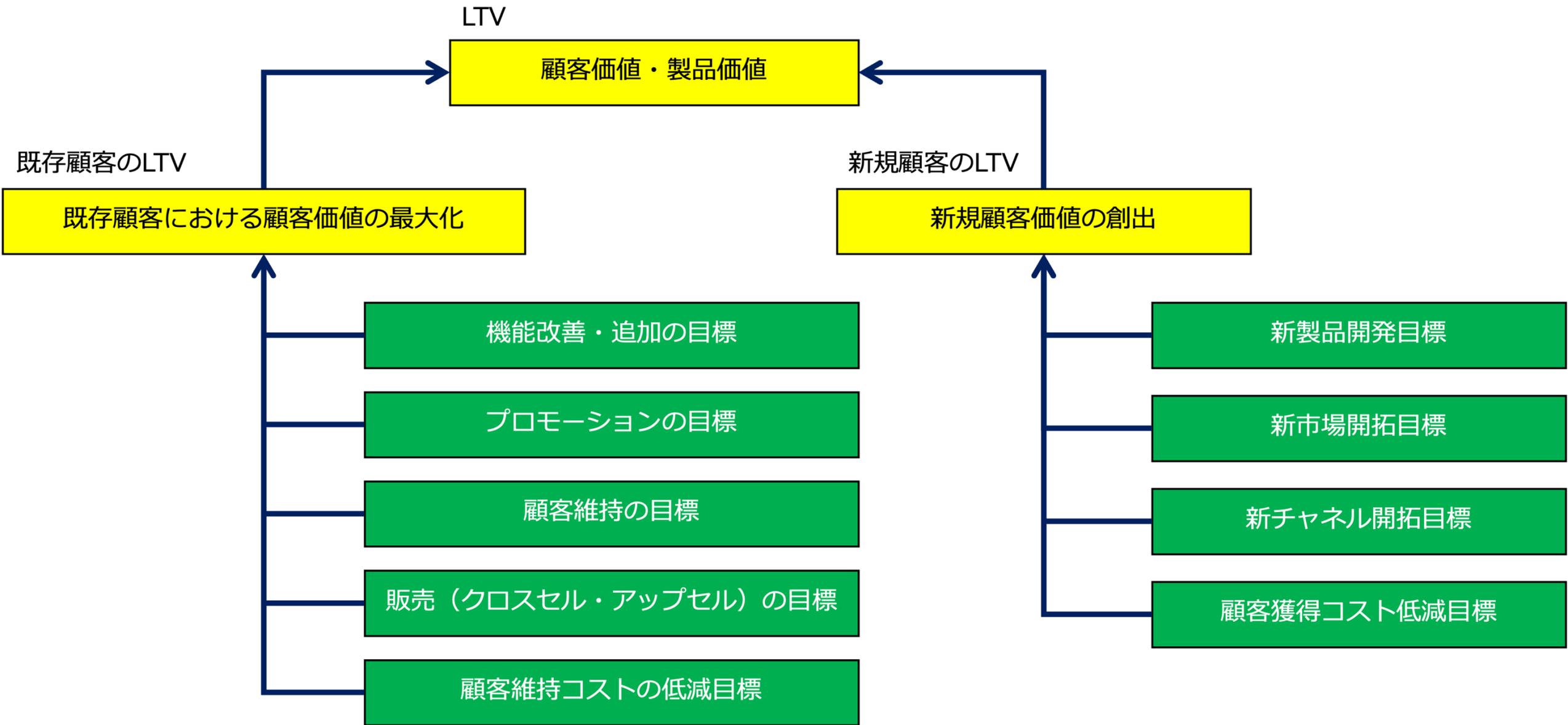
顧客獲得コスト

活動基準原価計算 (ABC : Activity Based Costing)

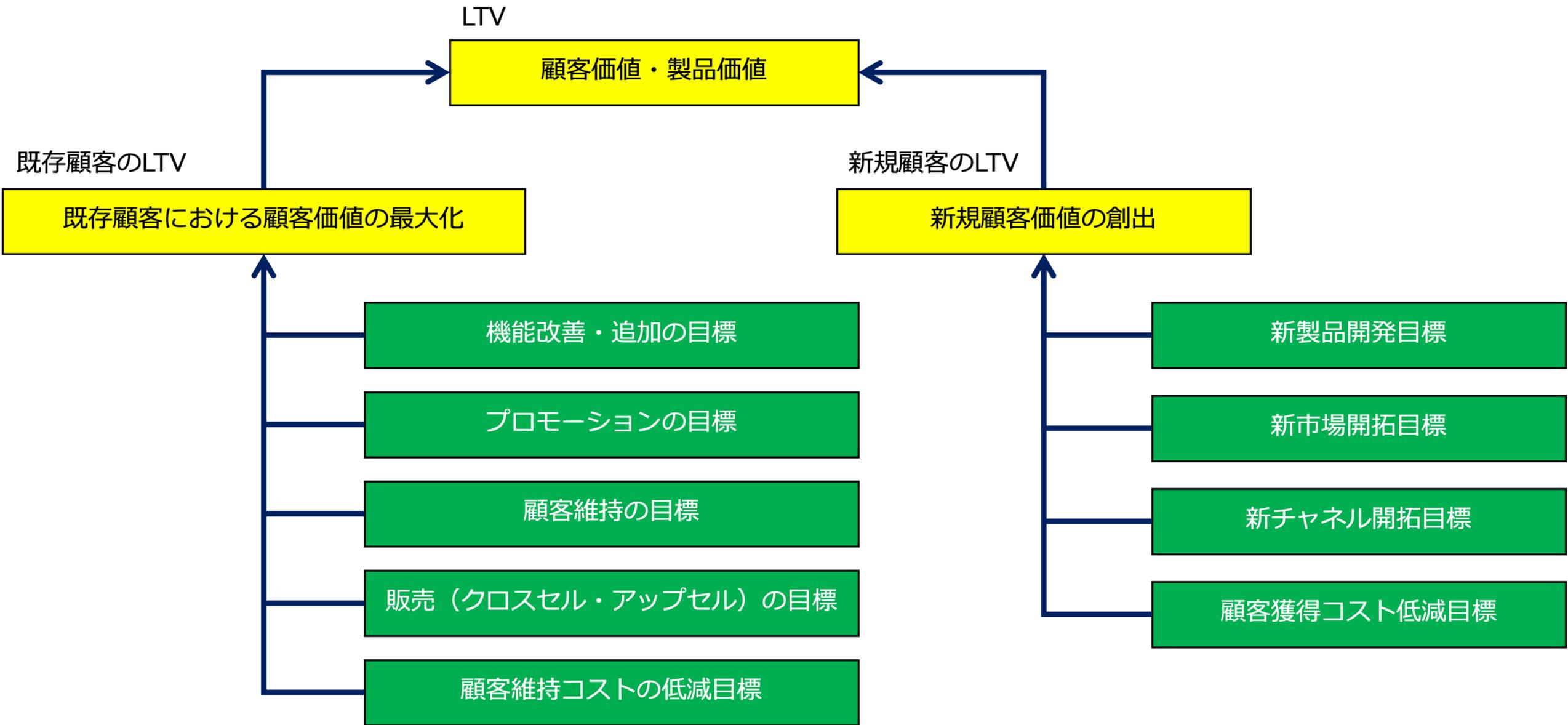
LTVを上げるための戦略目標のフレームワーク



LTVを上げるための戦略目標のフレームワーク



LTVを上げるための戦略目標のフレームワーク



LTVの算定

- 製品販売の場合

$LTV = \text{平均粗利益} \times \text{購入頻度} \times \text{顧客の平均存続期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

- B2Cサブスクリプションサービスの場合

$LTV = \text{月額料金} \times \text{粗利率} \times (1 / \text{月間解約率})$ 。

1/月間解約率 (Churn Rate) は、顧客の平均寿命 (Customer Lifespan) を表します。

- B2Bサブスクリプションサービスの場合

$LTV = \text{平均契約金額} \times \text{粗利率} \times \text{契約期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

LTVの算定

- 製品販売の場合

$LTV = \text{平均粗利益} \times \text{購入頻度} \times \text{顧客の平均存続期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

- B2Cサブスクリプションサービスの場合

$LTV = \text{月額料金} \times \text{粗利率} \times (1 / \text{月間解約率})$ 。

1/月間解約率 (Churn Rate) は、顧客の平均寿命 (Customer Lifespan) を表します。

- B2Bサブスクリプションサービスの場合

$LTV = \text{平均契約金額} \times \text{粗利率} \times \text{契約期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

LTVの算定

- 製品販売の場合

$LTV = \text{平均粗利益} \times \text{購入頻度} \times \text{顧客の平均存続期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

- B2Cサブスクリプションサービスの場合

$LTV = \text{月額料金} \times \text{粗利率} \times (1 / \text{月間解約率})$ 。

1/月間解約率 (Churn Rate) は、顧客の平均寿命 (Customer Lifespan) を表します。

- B2Bサブスクリプションサービスの場合

$LTV = \text{平均契約金額} \times \text{粗利率} \times \text{契約期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

LTVの算定

- 製品販売の場合

$LTV = \text{平均粗利益} \times \text{購入頻度} \times \text{顧客の平均存続期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

- B2Cサブスクリプションサービスの場合

$LTV = \text{月額料金} \times \text{粗利率} \times (1 / \text{月間解約率})$ 。

1/月間解約率 (Churn Rate) は、顧客の平均寿命 (Customer Lifespan) を表します。

- B2Bサブスクリプションサービスの場合

$LTV = \text{平均契約金額} \times \text{粗利率} \times \text{契約期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

LTVの算定

- 製品販売の場合

$LTV = \text{平均粗利益} \times \text{購入頻度} \times \text{顧客の平均存続期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

- B2Cサブスクリプションサービスの場合

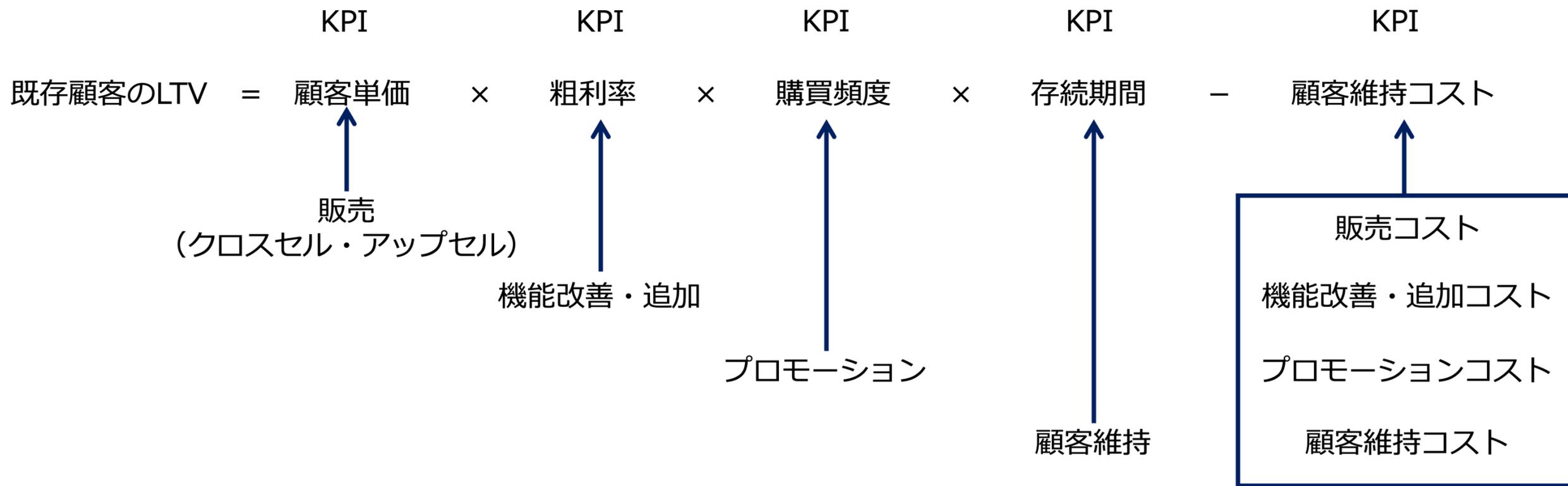
$LTV = \text{月額料金} \times \text{粗利率} \times (1 / \text{1/月間解約率})$ 。

1/月間解約率 (Churn Rate) は、顧客の平均寿命 (Customer Lifespan) を表します。

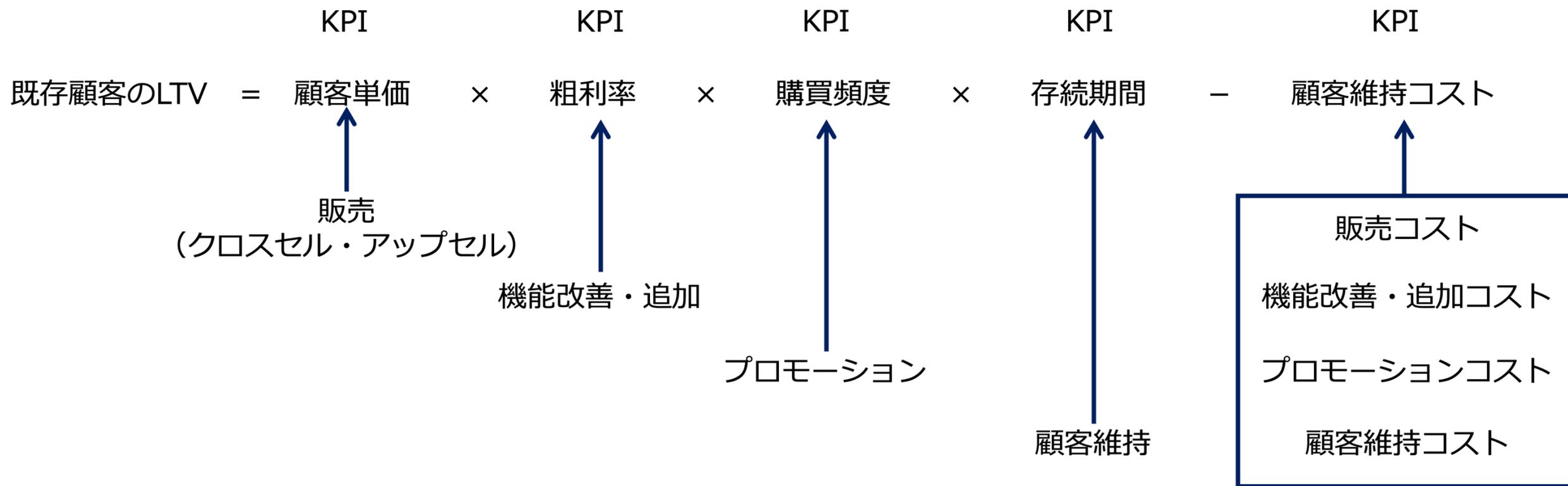
- B2Bサブスクリプションサービスの場合

$LTV = \text{平均契約金額} \times \text{粗利率} \times \text{契約期間} - (\text{顧客獲得コスト} + \text{顧客維持コスト})$ 。

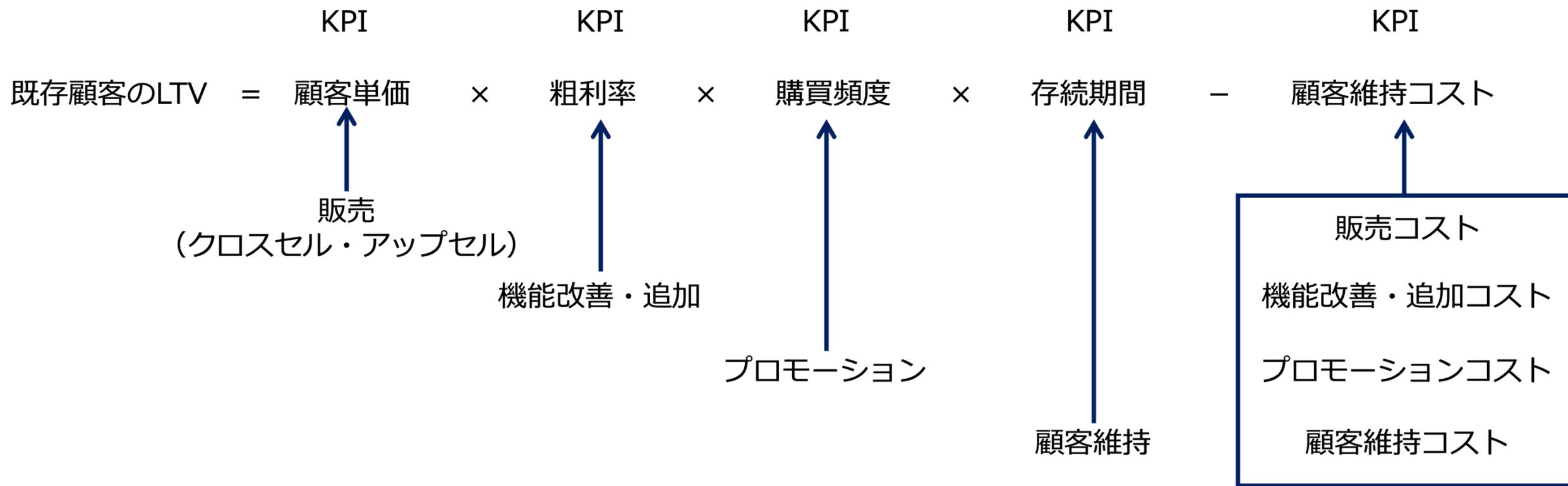
LTVを構成する変数とKPI



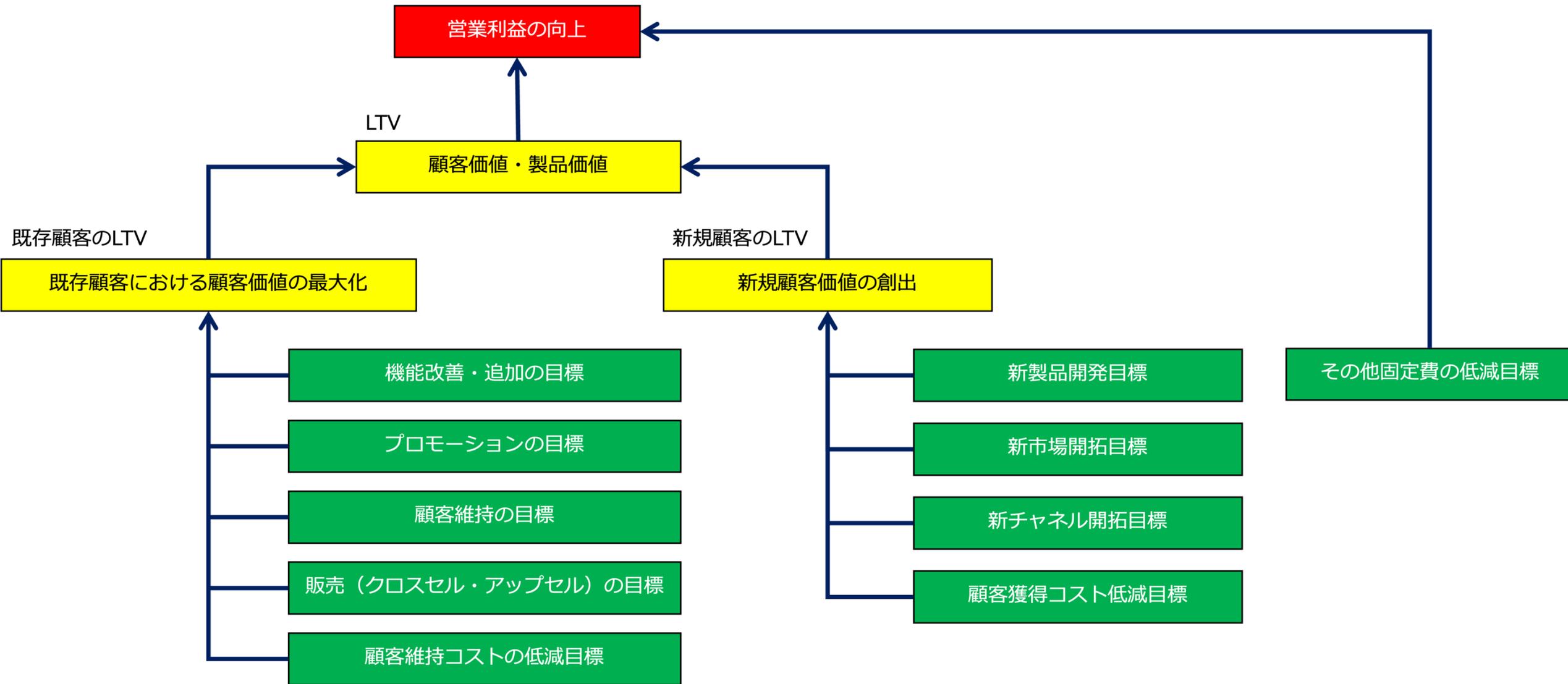
LTVを構成する変数とKPI



LTVを構成する変数とKPI



内部プロセスの視点（戦略目標）の因果関係



営業利益の向上

LTV

顧客価値・製品価値

既存顧客のLTV

既存顧客における顧客価値の最大化

機能改善・追加の目標

プロモーションの目標

顧客維持の目標

販売（クロスセル・アップセル）の目標

顧客維持コストの低減目標

新規顧客のLTV

新規顧客価値の創出

新製品開発目標

新市場開拓目標

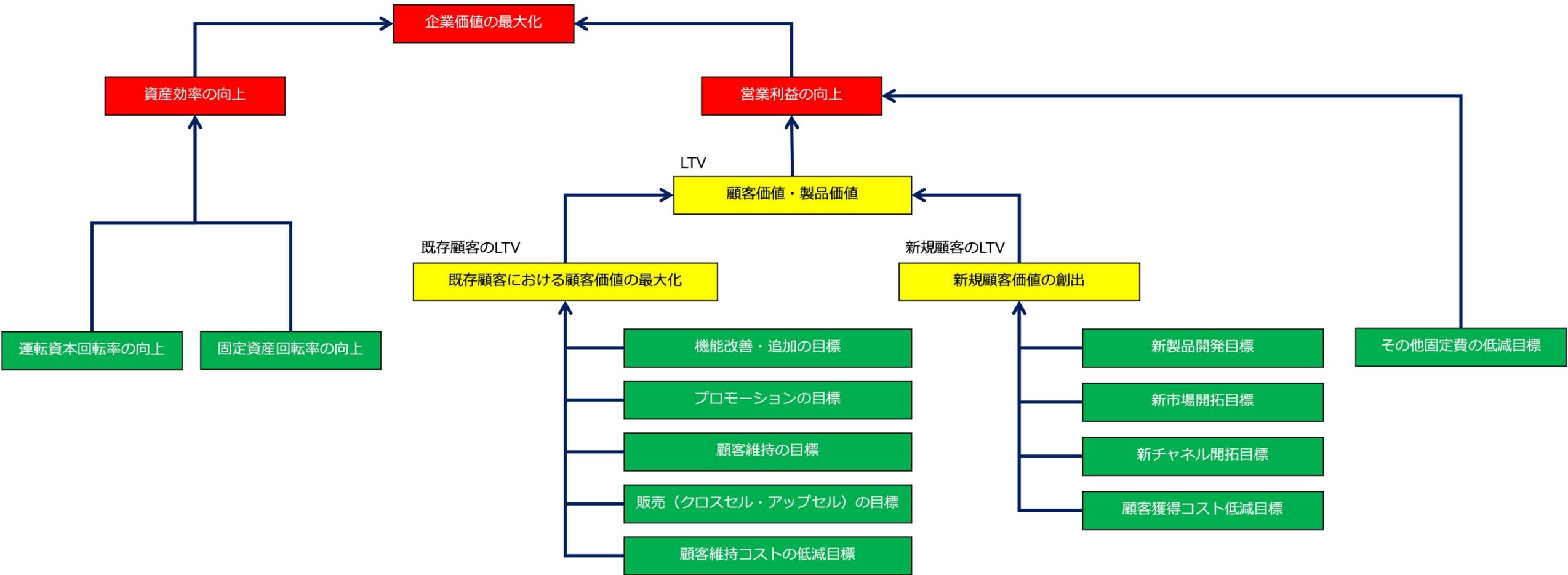
新チャネル開拓目標

顧客獲得コスト低減目標

その他固定費の低減目標

戦略マップの実践

- 財務の視点の考え方
- 顧客の視点の考え方
- 内部プロセスの視点の考え方
- 学習と成長の視点の考え方



人的資本

戦略目標を実現するために重要なジョブとそれに求められるスキルやナレッジ

情報資本

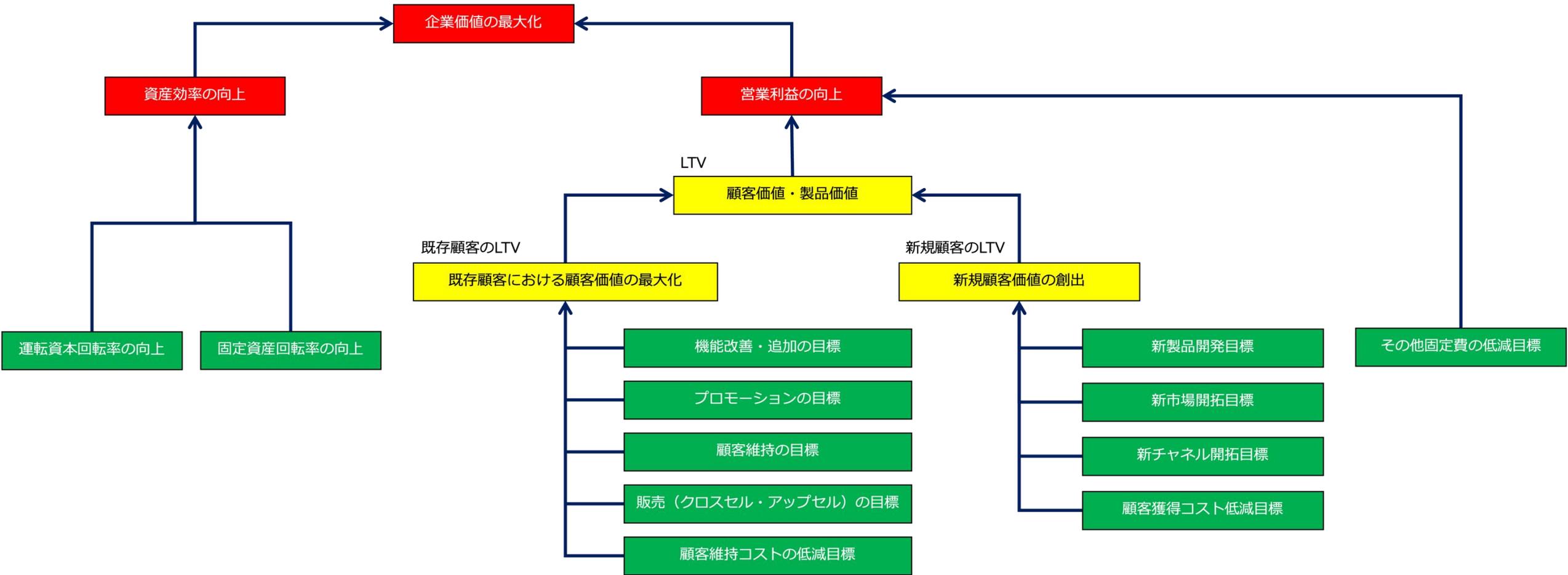
戦略目標を実現するために重要なアプリケーションとそれに求められる機能と品質

戦略目標を実現するために重要なデータとそれに求められる品質とセキュリティ

戦略目標を実現するために重要なIT基盤とそれに求められる品質とセキュリティ

組織資本

戦略目標を実現するために求められるメンバーやパートナーの価値観



人的資本

戦略目標を実現するために重要なジョブとそれに求められるスキルやナレッジ

情報資本

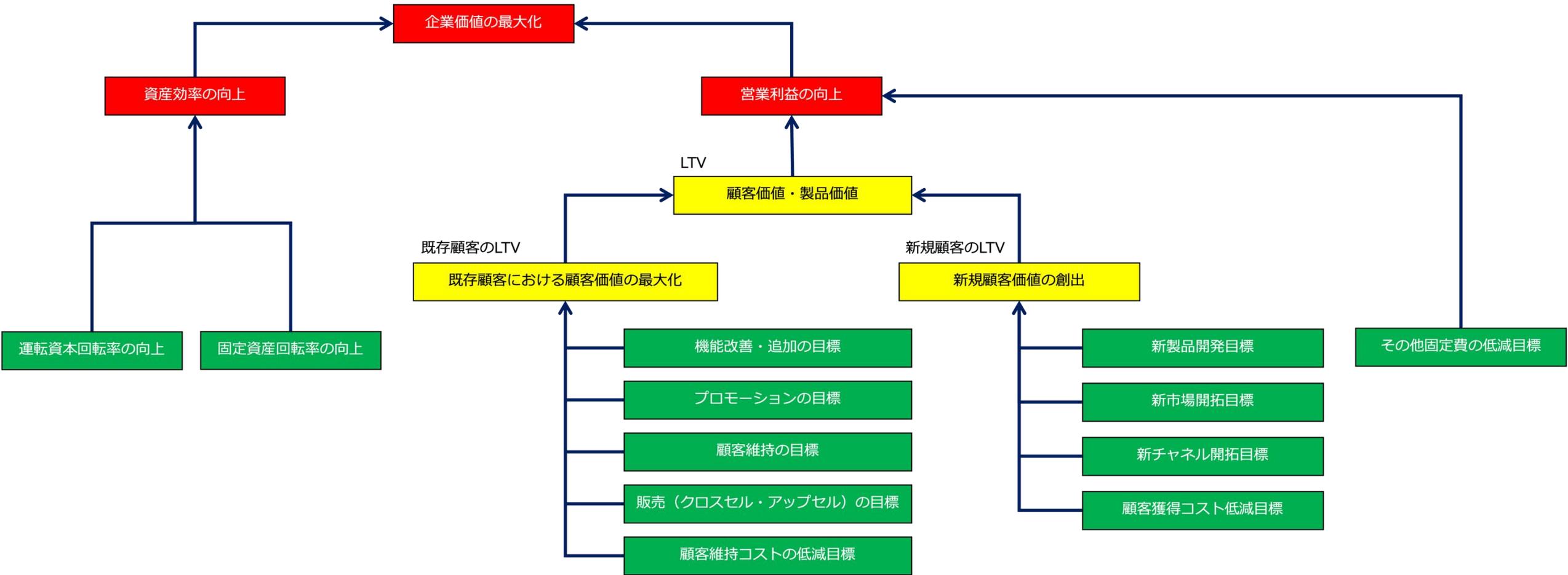
戦略目標を実現するために重要なアプリケーションとそれに求められる機能と品質

戦略目標を実現するために重要なデータとそれに求められる品質とセキュリティ

戦略目標を実現するために重要なIT基盤とそれに求められる品質とセキュリティ

組織資本

戦略目標を実現するために求められるメンバーやパートナーの価値観



人的資本

戦略目標を実現するために重要なジョブとそれに求められるスキルやナレッジ

情報資本

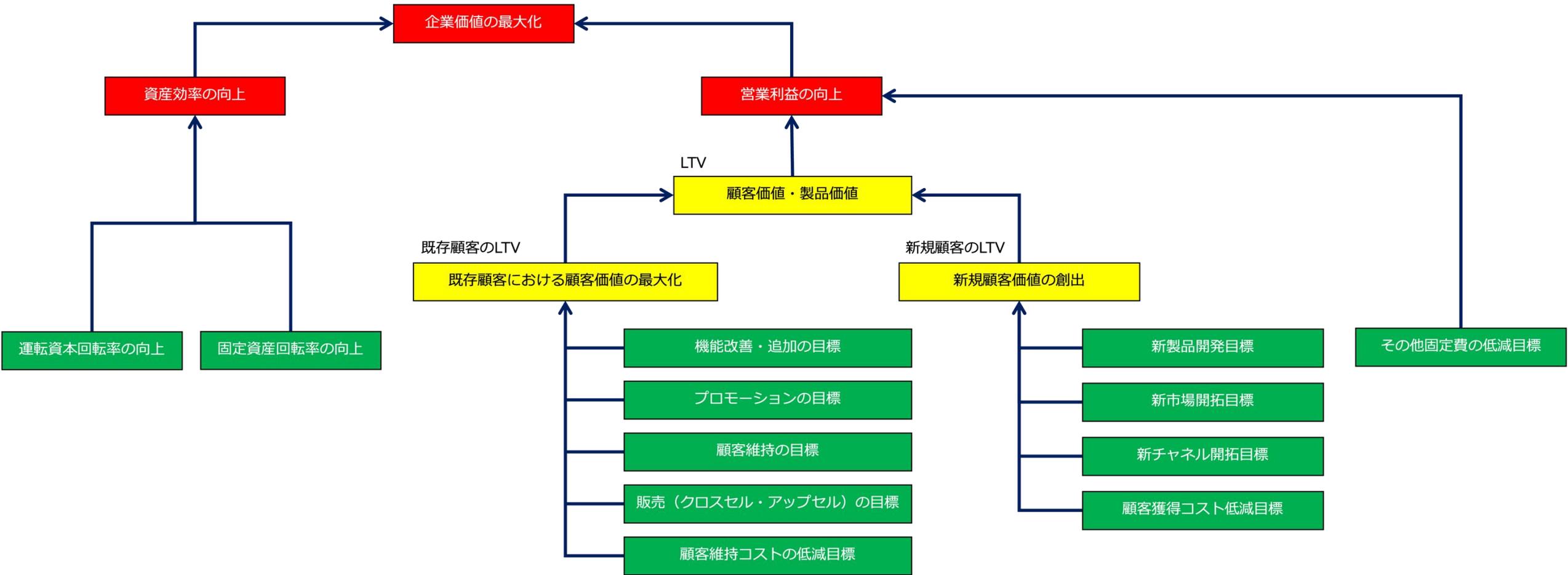
戦略目標を実現するために重要なアプリケーションとそれに求められる機能と品質

戦略目標を実現するために重要なデータとそれに求められる品質とセキュリティ

戦略目標を実現するために重要なIT基盤とそれに求められる品質とセキュリティ

組織資本

戦略目標を実現するために求められるメンバーやパートナーの価値観



人的資本

戦略目標を実現するために重要なジョブとそれに求められるスキルやナレッジ

情報資本

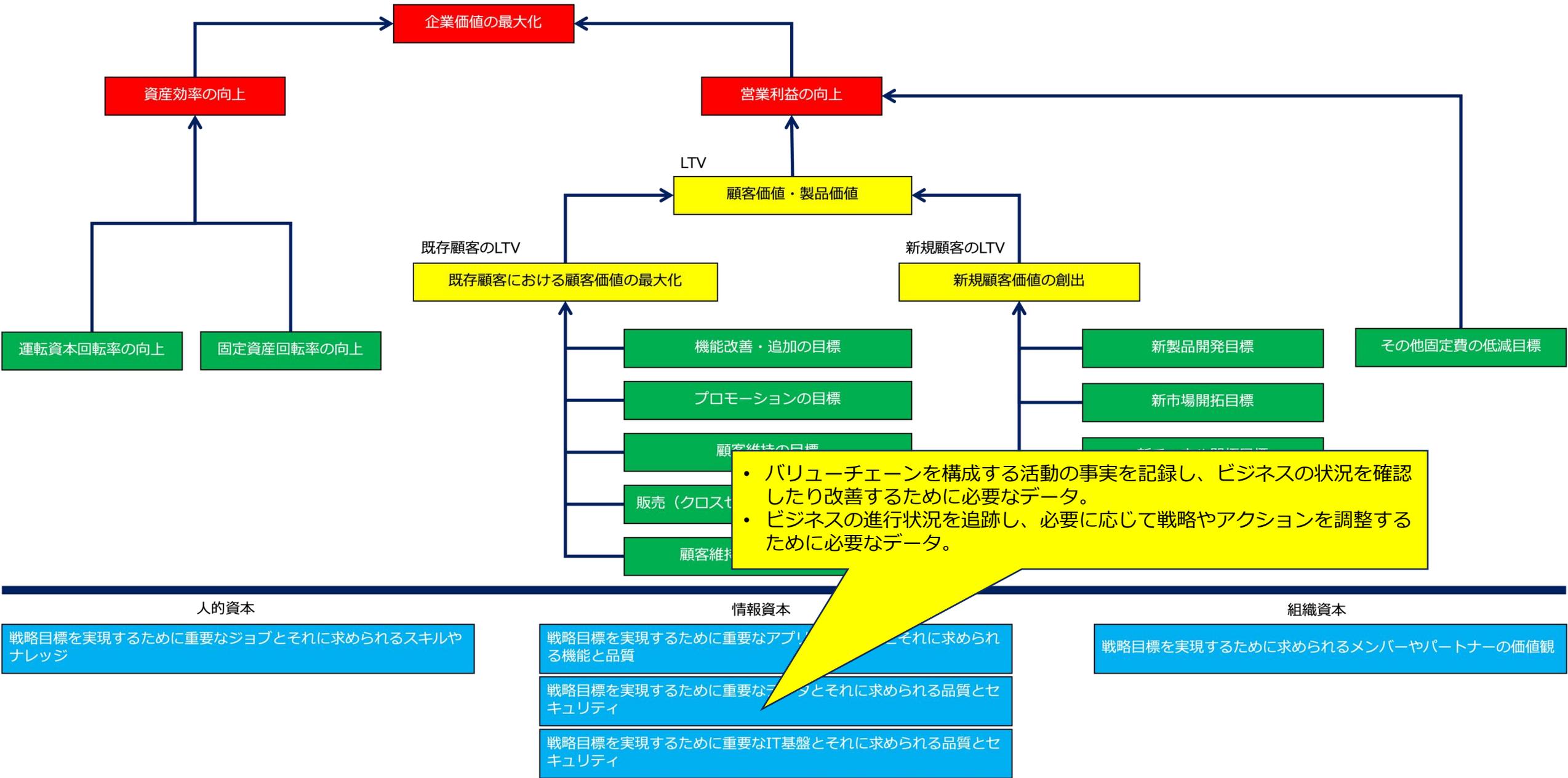
戦略目標を実現するために重要なアプリケーションとそれに求められる機能と品質

戦略目標を実現するために重要なデータとそれに求められる品質とセキュリティ

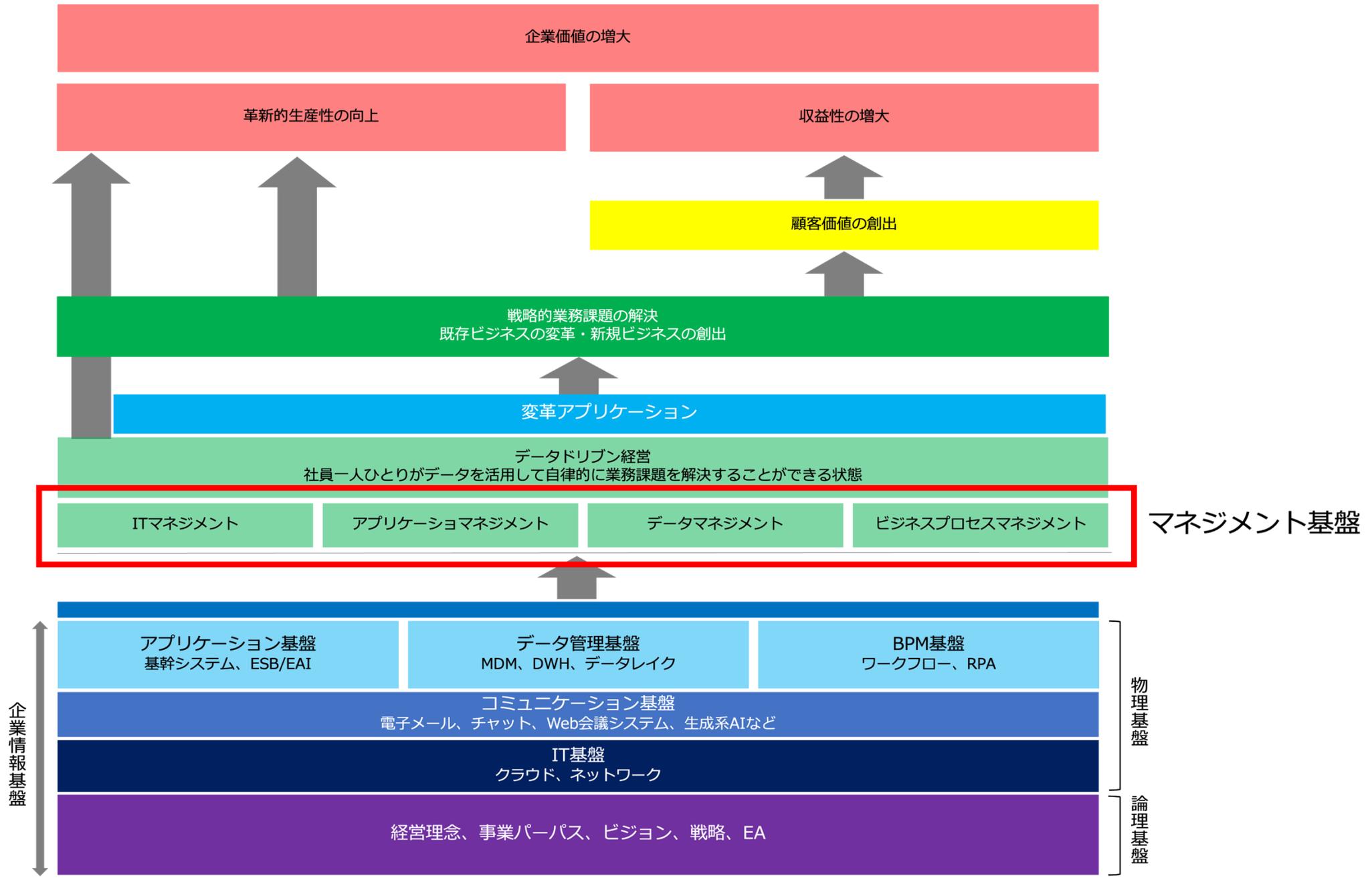
戦略目標を実現するために重要なIT基盤とそれに求められる品質とセキュリティ

組織資本

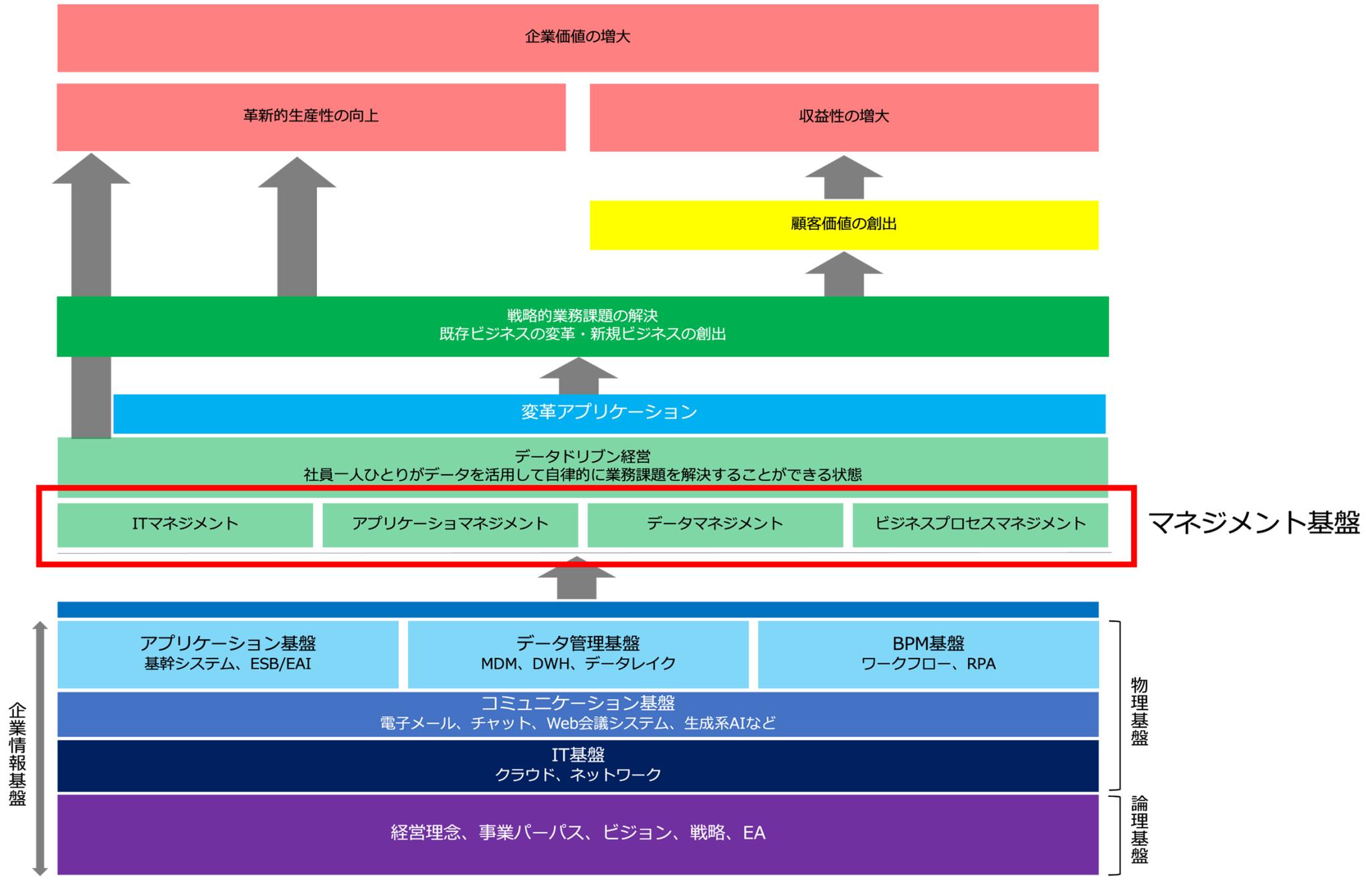
戦略目標を実現するために求められるメンバーやパートナーの価値観



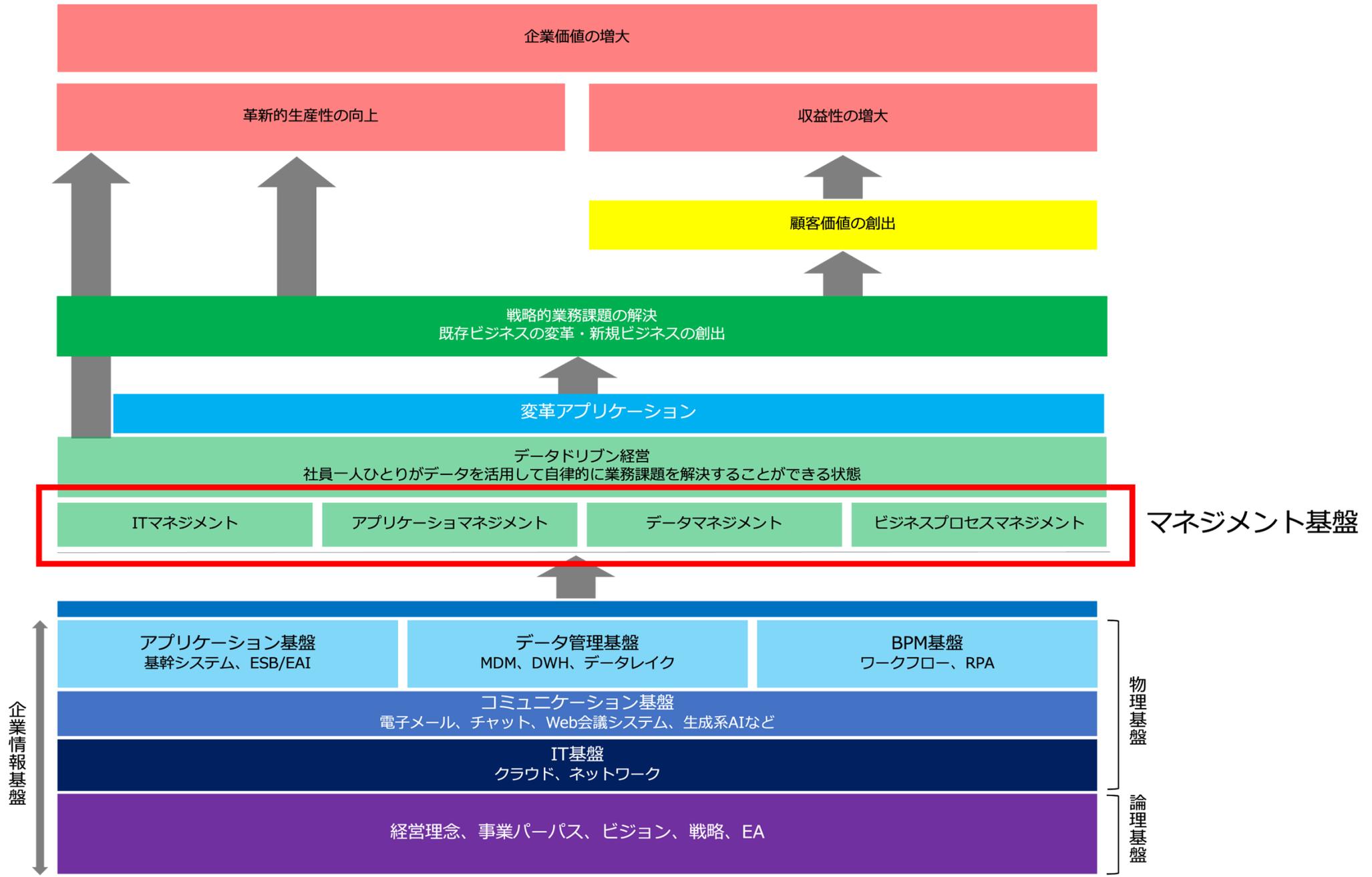
DX戦略マップ

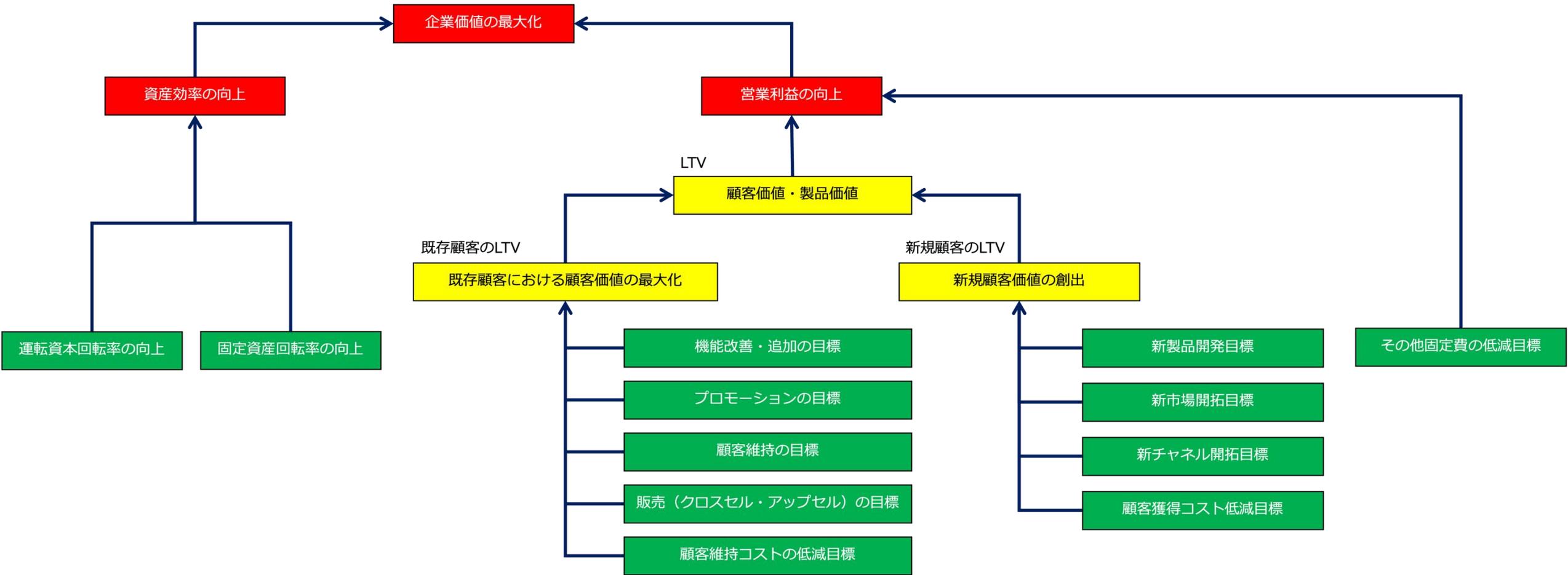


DX戦略マップ



DX戦略マップ





人的資本

戦略目標を実現するために重要なジョブとそれに求められるスキルやナレッジ

情報資本

戦略目標を実現するために重要なアプリケーションとそれに求められる機能と品質

戦略目標を実現するために重要なデータとそれに求められる品質とセキュリティ

戦略目標を実現するために重要なIT基盤とそれに求められる品質とセキュリティ

組織資本

戦略目標を実現するために求められるメンバーやパートナーの価値観

お疲れ様でした！

