

BSC

内部情報をフル活用した自社の分析

公開情報のみを活用した他社の分析（営業、マーケティング向け）

経営の現場のコミュニケーション

現場と現場のコミュニケーション（他部門への影響、把握できない状況をどうする）

トップダウン・アプローチ：戦略から戦術への落とし込み

ボトムアップアプローチ：戦術からの戦略策定

従業員のエンゲージメント

経営、現場からのインプット

アウトプットの共有、レビュー

【利用シナリオ】

各シーンにおいて生成AIによるたたき台を事前に示して、それを参考に担当者が案を持ち寄って議論のスピードを高める

経営層が現場からのレポートを待たずに思考実験できる

・現状分析：財務部門（全社レベル）、企画部門（全社レベル）、各部門（部門レベル）

何を基準に現状を報告するべきか？ ←一般論 + キーファクター（まだKGI、KPIがなければ一般的なものを設定）のエビデンス

良し悪しを判断する基準

・年度計画策定：財務部門（KGI、全社ロードマップ）、企画部門（KGI、全社ロードマップ）、各部門（KPI、部門別ロードマップ）

KGI、KPIの論理的整合性のチェック

・実行状況確認（月次、四半期）：財務部門（全社レベル）、企画部門（全社レベル）、各部門（部門レベル）

・改善施策の策定（月次、四半期）：

・改善施策の実行（月次、四半期）：