コースコード：TO-DATAMGMT
税込価格：77,000円 (税抜価格：70,000円)
日数：1日間

ここに注目!!

本トレーニングの注目ポイントは、次の4点です。
・5つの変化領域を土台に、自社の強みを活かした「他社が真似できない高収益ビジョン」を自ら描ける
・データ要件定義と開発計画を、仕様の丸投げではなく自分が主導できる
・売上 / 利益の構造変化（シーズン / イベント等）に対応する予測モデルの仕様を定義できる
・「1枚のDX企画書」と「お土産版・DX分析設計書」を、明日の実務でそのまま使える武器として持ち帰れる

受講対象者

このトレーニングはこのような方におすすめです。

・経営企画 / 事業企画 / マーケティング / 営業企画 / 管理部門などで、DXやデータ活用の企画 / 推進を任されている方、これから任される方
・経営層や事業部長から「DXで何ができるのか」「投資に見合うのか」を問われ、説明する立場にある中間管理職やリーダー層
・データ分析の専門家ではないが、分析チームや外部ベンダーへの発注 / 要件提示 / 成果の評価を担う方
・AI / BIツールを導入したものの、いまひとつ経営成果につながっていないと感じている企業の担当者
・部門横断の業務改善や変革プロジェクトのリーダー、PMO、推進事務局

前提条件/前提知識

このコースを受講する前に受講者が習得しておく必要がある知識およびスキルは次のとおりです。

・自社 / 自部署の業務フロー、現場の制約、強みに関する実務知識をお持ちであること
・AIなどのツールに頼り切るのではなく、「自分の頭で自社のビジネスロジックを考え抜き、矛盾のない企画書に落とし込む」という覚悟と意欲をお持ちであること

※IT知識やプロンプトのテクニックは一切不要です

目的

このコースを修了すると次のことができるようになります。

・「自社の前提条件」を構造化し、経営陣を納得させるビジネスロジックを構築する
自社の特徴 / 強み / 実務上の制約といった動かせない前提条件を自力で整理し、感覚的なアイデアではなく「なぜ自社が今これを行うべきなのか」という必然性を持ったロジック（収益 / コスト / 顧客価値）に落とし込む手法を習得する。

・経営陣 / 現場ともに納得感を持てるDX企画書の構造理解と作成ノウハウの体得
表面的なアイデアではなく、自社独自の成果を踏まえた「なぜやるのか」が明確で、周囲が納得する企画書の骨組み（ロジック）を自力で組み立てられる状態を目指します。

・現場でプロジェクトを強力に推進するための「思考の軸」の獲得
自分の経験や実務知識を自力で整理 / 構造化し、関係部署や経営層と対等に議論 / 提案できる「思考の軸」を身につける。

アウトライン

デジタル化について考える【個人ワーク】

DXが必要な理由〜ビジネスの成果とデータを結ぶ「5つの変化領域」〜【講義】

デジタル化が求められる背景 /
私たちが直面している「2つのデジタル化」における目的と成果

デジタル時代における「5つの変化領域」の捉え方

DX化に向けて必要なステップ

DXの構造・DXフレームワーク

各ステップ別に見る重要性 / メリット /
見落としてはならない注意点（盲点）：「講義」

3枚のチェックリストによる「自社DX体制の現在地診断」：「個人ワーク」

DX化を実務へ落とし込む「3つの導入パターン」

各ステップ別の課題解決

DX戦略に必要な視点

リーダーとサイエンティストの正しい役割分担と双方向の連携

分析プロセス（CRISP-
DM）を実務に落とし込むための自分事の課題にする2段階発想法

DX戦略に必要な3つの視点（経営層の視点 / 社内共有とKPI / 推進体制）

DXを支える各種開発手法と技術（デザイン思考 / アジャイル /
DevOps）の基礎知識

自社のDX戦略を考える

DX企画書に記載する「目指す姿」と「必要な指標」の説明

分析設計書をリーダーとしてチェック / 合意するための視点の説明

ケーススタディを通じたDX企画書と分析設計書（お土産版）の完全連動の体感