

オンライン開催

ビジネスプロセスマップ 作成講座

ビジネスの流れを俯瞰して、
マーケティングDX推進策を発見する！

開講日：2026年 3月12日 | 受講料：66,000円（税込）/人

DXやBPR（ビジネスプロセス変革）の進め方を1日で学ぶ！

視点でビジネス変革を進めるためのツールが「ビジネスプロセスマップ」

ビジネスプロセスの可視化が
顧客起点でより価値ある仕事を進める第一歩

事業の全体像の俯瞰理解 → 組織の垣根を超えた対話 → 顧客目線での業務見直し → 未来志向での施策計画

ビジネスプロセスマップとは？

顧客接点のデジタル化によるCX向上・営業推進

人だからこその（人がやるからこそ価値がある）こと
オンライン（デジタル技術）に置き換えられることを仕分ける

ITツールで効率化すること
生成AIを活用して自動化すること

営業や店舗スタッフ等が人的にやること
インサイドセールスコールセンターがやること

ビジネスプロセスマップ活用事例

目的の設定、作成対象範囲の設定、参加メンバーの選定

作成するマップの名称

今回つくるマップの作成目的や作成対象について、メンバーが共通認識を持てる名称は？

項目	内容
Why 作成目的	なぜ（何を目的に）ビジネスプロセスに取り組みたいのか？ そのように考えた理由はなぜか？
What For 活用方法	作成したビジネスプロセスを使って、どのような活動に取り組みたいか？ ビジネスから、どのような観点でのヒントを得たいか？
Where 作成対象とする ビジネス領域	どの事業領域や業務工程を対象としてビジネスプロセスを作るか？
Who 参加メンバー	ビジネスプロセスのワークショップに、誰に参加してもらおうか？ 誰と一緒に起こそうと効果的に分析やアイデア出しができるか？
When 進めたいくらいで の注意点・配慮点	企業文化や組織風土などによって、進行上の留意点はあるか？ いつ（When）、どこでどのようなツールを使って（Where/how）進めるか？

目的の明確化・作成計画の進め方

縦軸を設計する際のコツ

ステークホルダー（関係者）は業務領域に合わせて、適宜カスタマイズする

販売会社の例

顧客は販売会社とメーカーを
一括とみなして
よいサービスを提供している

メーカーと販売会社の関係性も、
ビジネスプロセスに影響する

製造会社の例

顧客は「ひとり」ではない
複数の異なる立場の顧客が関係し
あってビジネスの成り立っている

プロセス可視化のコツ

EP4：考察・課題整理 ①問題の洗い出し

75】ローカル近況と課題

課題整理のやり方

対話による部門間連携の促進

意図せずとも分断されがちなマインドや活動を対話でつなぐ

ここでも部門間で情報共有したら
お客様のストレスも減るのでは

1 ビジネスプロセス図を作成
可視化（見える化）

2 同じ景色を眺め
語り合う

3 施策を描いて
実行に移す

4 施策検討（未来づくり）
対話（ガチ会話）

チームファシリテーション

開講日 2026年 3月12日（木）10：00～17：00

会場 オンライン（Zoomを使用）

受講費 66,000円（税込）/人

定員 12名



申込は
コチラ

講座開催実績
100社以上！

講師/ファシリテーター

谷川 雄亮

