

「はじめての戦略マップ作成」

～戦略を“見える化”して、組織の未来を描こう～



戦略マップってなんで必要なの??



ズバリ!!!

「戦略を“見える化”して、組織全体を同じ方向に動かすため」です。



もう少し具体的に説明すると、以下のようなメリットがあります。

★戦略マップが必要な理由★

1. 戦略が一目でわかる

複雑な戦略を図で表すことで、誰でも理解しやすくなります。
経営層から現場スタッフまで、共通認識を持てる。

2. 目標のつながりが見える

「この施策が、どの目標にどう貢献するか」が矢印で示される。
例えば「社員教育 → 業務効率向上 → 顧客満足度アップ → 売上増加」など。

3. 部門間の連携が強化される

各部門がバラバラに動くのではなく、全体戦略に沿って協力できる。
サイロ化(部門ごとの孤立)を防げる。

4. KPIと連動しやすい ※ KPIは“目標に向かってうまく進んでいるか”をチェックするためのメーター。

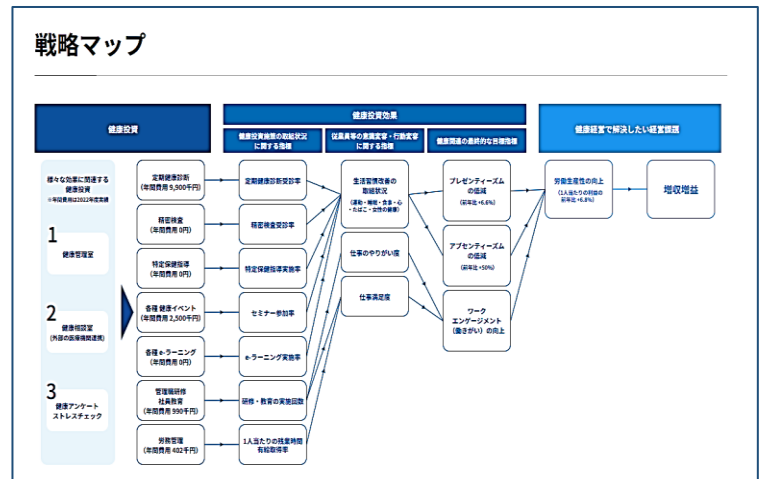
戦略マップに基づいて、評価指標(KPI)を設定しやすくなる。
PDCAサイクル(計画→実行→評価→改善)を回しやすくなる。

5. 戦略の見直しがしやすい

市場環境や内部状況が変わったとき、どこを修正すべきかが明確になる。
戦略マップは「戦略の地図」なので、道に迷ったときのナビになる。

✧ たとえるなら… 戦略マップは「組織のカーナビ」です。

目的地(ビジョン)に向かって、どの道を通るか、どこで曲がるか、どこに注意するかを示してくれるもの。



橋本総業ホールディングス「戦略マップ」

「はじめての戦略マップ作成」

～戦略を“見える化”して、組織の未来を描こう～

【戦略マップの作成手順】ステップ1～ステップ6

ステップ 1

「ビジョン」と「ミッション」を明確にする

「ビジョン」とは、組織が目指す理想の姿(例: 地域No.1のサービス提供)
「ミッション」とは、存在意義や社会的役割(例: すべての人に安心を届ける)

なぜ明確にする必要があるの??

⇒戦略マップの“出発点”をはっきりさせるためです。これがないと、戦略がブレたり、組織がどこに向かっているのか分からなくなってしまいます。

ステップ 2

4つの視点を用意する(バランス・スコアカード)

戦略マップは、以下の4つの視点で構成されます。上から下に並べるのが基本です。

- ① **財務の視点**⇒ お金に関する課題を書きます。(利益向上、コスト削減など)
- ② **顧客の視点**⇒ 財務の視点で取り上げた課題を、お客様の視点から、その会社の課題として書いていきます。(顧客満足度、リピート率など)
- ③ **業務プロセスの視点**⇒ 財務の視点や顧客の視点を実現するための、会社が取り組むべき具体的な課題を書きます。(業務効率、品質改善など)
- ④ **学習と成長の視点**⇒ 業務プロセスを改善するために、人の能力や、やる気を向上する課題を書きます。(社員教育、IT活用など)

ステップ 3

各視点に目標を設定する

目標例として、

- ・財務:「利益率10%向上」
- ・顧客:「顧客満足度90%以上」
- ・業務:「業務ミスを半減」
- ・学習:「研修参加率100%」

※各視点に2～5個の目標を設定します。



* 小さな目標から積み上げる

- ・いきなり大きな目標を立てると挫折しやすい。
- ・まずは「できそうなこと」から始めて、段階的にレベルアップ。

* 数値だけでなく「質」も意識する

- ・数字に表れない成果も大事(例: 顧客の声、社員の意識変化)
- ・定性目標も補助的に使うとバランスが良くなります。

* チームで共有・納得する

- ・目標は「押しつけ」ではなく「合意形成」。
- ・みんなが納得して動ける目標にすることで、実行力が高まります。

♪ まとめて...

良い目標は「具体的で測れて、意味があって、みんなが動けるもの」。

「はじめての戦略マップ作成」

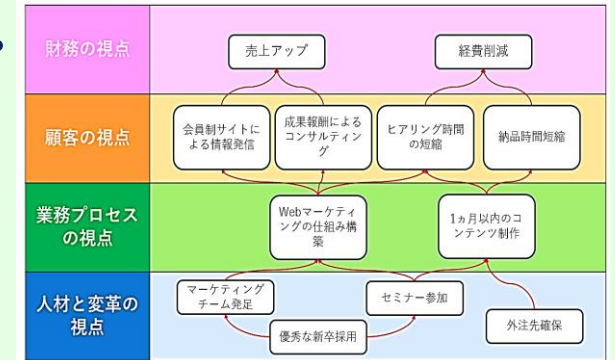
～戦略を“見える化”して、組織の未来を描こう～

ステップ 4

目標同士の間を矢印でつなぐ 下の視点が上の視点にどう貢献するかを「矢印」で表現。

※戦略マップは「4つの視点(学習と成長 → 業務プロセス → 顧客 → 財務)」で構成されていて、下の視点が上の視点の目標達成を支えるという関係になっています。

例:「研修強化 → 業務効率向上 → 顧客満足度アップ → 売上増加」



ステップ 5

KPI(評価指標)を設定する

※各目標に対して、達成度を測る数値を設定しましょう！

例:「顧客満足度80%以上」「離職率5%以下」

KPI(ケーピーアイ)とは、
「重要な目標を達成できているかを測るための数字」のことです。
正式には「Key Performance Indicator(重要業績評価指標)」といいます。

★KPI設定のポイント★

「目的とつながっているか？」 → 目標達成に直結する数字かどうか。
「測れるか？」 → 数値で評価できるものにする。
「現実的か？」 → 実行可能な範囲で設定する。
「追跡しやすいか？」 → 定期的にデータを取れるかどうか。
「チームで納得しているか？」 → 現場が理解・共感していることが大事。

まとめると、**良いKPIは「目的に直結し、測れて、現場が動ける数字」!**



ステップ 6

戦略マップの運用と改善

～戦略を「動かす」ことで、成果につなげる～

① 実行計画に落とし込む

- KPIをもとに、具体的なアクション(誰が・いつまでに・何をする)を決定。
- 目標ごとに担当者を割り当て、責任を明確に。

② 定期的にモニタリングする

- 月次・四半期などでKPIの進捗をチェック。
- 達成状況を可視化(グラフやダッシュボードなど)して、チームで共有。

③ 改善サイクル(PDCA)を回す

- 計画(Plan) → 実行(Do) → 評価(Check) → 改善(Act)を繰り返す。
- 戦略マップやKPIは、状況に応じて柔軟に見直してOK!

④ 組織全体で共有・浸透させる

- 戦略マップを社内に掲示したり、定例会議で活用する。
- メンバーの理解と共感を得ることで、実行力が高まる。

「はじめての戦略マップ作成」

～戦略を“見える化”して、組織の未来を描こう～

健康経営は、企業の持続的成長に欠かせない戦略です。
しかし「何を」「どう進めるか」が曖昧なままでは、成果につながりません。
そこで活用したいのが、**戦略マップ**です。
目標と施策の関係を可視化し、組織全体で共有することで、健康経営の実行力が高まります。

健康経営に本気で取り組むなら、まずは“戦略の見える化”から始めませんか？