

えひめDX企業アワード2026 DX推進インプットセミナー  
2026年5月28日 14:45-15:30

DX認定を取ったら、次は、  
1本の“棒”を使って次の一手を打ちませんか？  
～ ここからが本番、「真のDX」勝負! ～

村上和彰

株式会社DXパートナーズ シニアパートナー  
国立大学法人九州大学 名誉教授  
事業構想大学院大学 客員教授



DX認定を取ったから、次は、  
**1本の“棒”**を使って次の一手を打ちませんか？  
～ ここからが本番、「真のDX」勝負! ～



# バリュースティック value stick

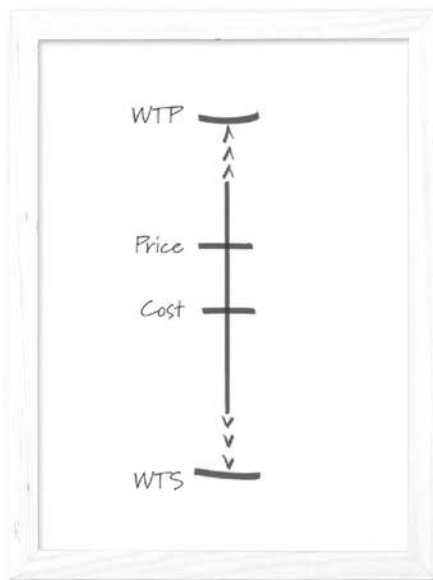


# 4つのレバー

ハーバード・ビジネススクール教授の戦略講義

フェリックス・オーバーフォルツァー・ジー著  
原田勉訳

Better, Simpler Strategy



優れた戦略は  
たった1つの  
図で表せる!

圧倒的なパフォーマンスを  
引き出す戦略を考える技術、  
実行する技術

東洋経済新報社

「価値」こそがすべて！

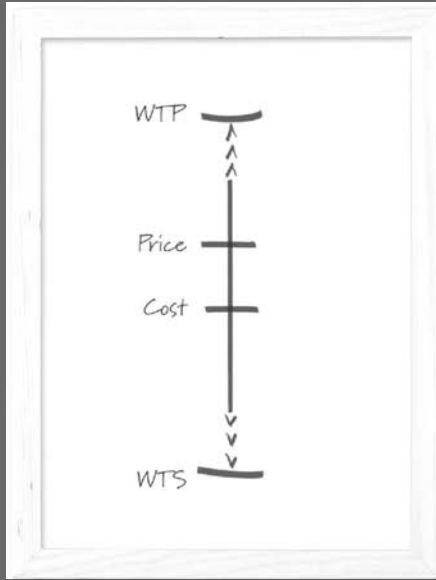


出典: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/profile.aspx?faclid=251462>

ハーバード・ビジネススクール教授の戦略講義

フェリックス・オーバーフォルツァー・ジー【著】  
原田勉【訳】

Better, Simpler Strategy



優れた戦略は  
たった1つの  
図で表せる!

圧倒的なパフォーマンスを  
引き出す戦略を考える技術、  
実行する技術

「価値」こそがすべて！

世界の  
エグゼクティブが歓喜する  
「バリューマップ演習」が学べる

価値ある  
1冊!

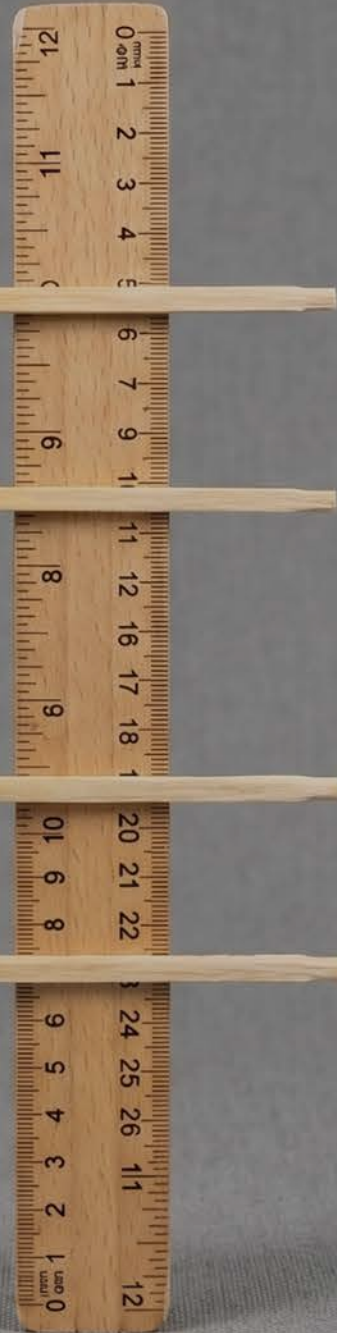
出典: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/profile.aspx?faclid=251462>

**WTP**  
**支払意思額**

**価格**  
**price**

**コスト**  
**cost**

**売却意思額**  
**WTS**



WTP  
支払意思額

価格  
price

3者間の関係を表現してます。

コスト  
cost

売却意思額  
WTS

顧客

WTP  
支払意思額

価格  
price

3者間の関係性を活用しています。

コスト  
cost

バリュー  
スティック

パートナー  
社員

事業者

顧客

WTP  
支払意思額

価格  
price

3者間の関係性を活用しています。

コスト  
cost

バリュー  
スティック

パートナー  
社員

事業者

顧客

WTP  
支払意思額

顧客が享受する価値  
(交換価値)

価格  
price

コスト  
cost

売却意思額  
WTS



その商品を手に入れた  
ときにどれだけ嬉しい  
か？

= WTP - 価格

交換価値

知覚価値

使用価値

体験価値

共感価値

顧客

WTP  
支払意思額

価格  
price

3者間の関係性を活用しています。

コスト  
cost

バリュー  
スティック

パートナー  
社員

事業者

WTP  
支払意思額

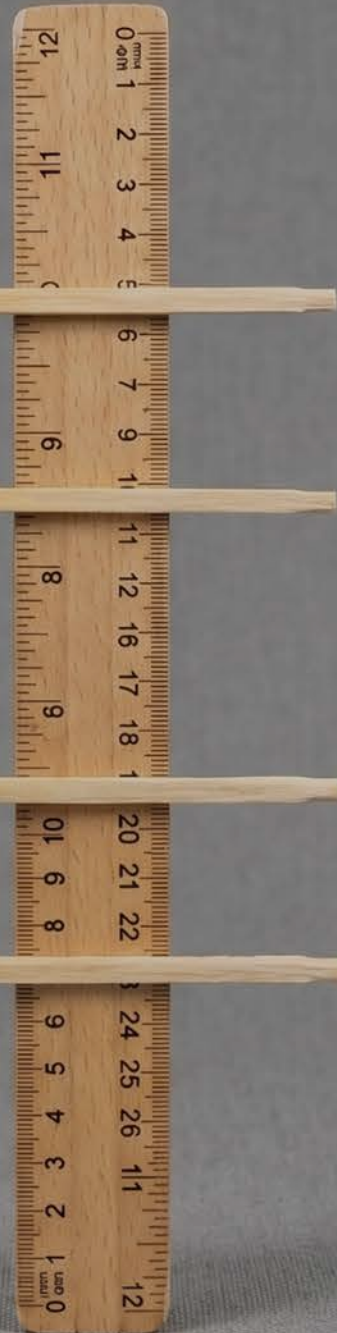
価格  
price

コスト  
cost

売却意思額  
WTS

パートナーや社員が  
享受する価値  
(交換価値)

パートナー  
社員



顧客

WTP  
支払意思額

価格  
price

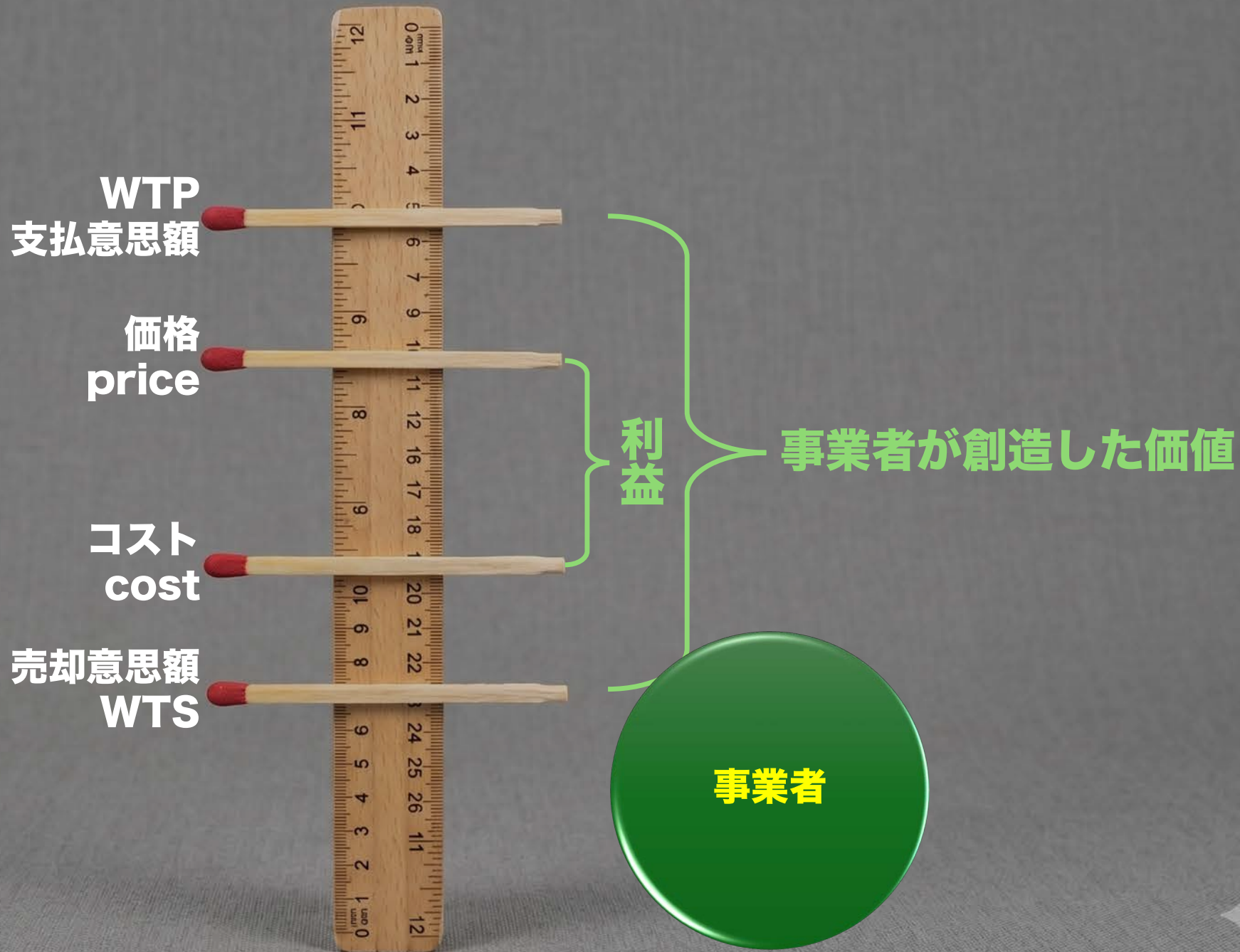
3者間の関係性を活用しています。

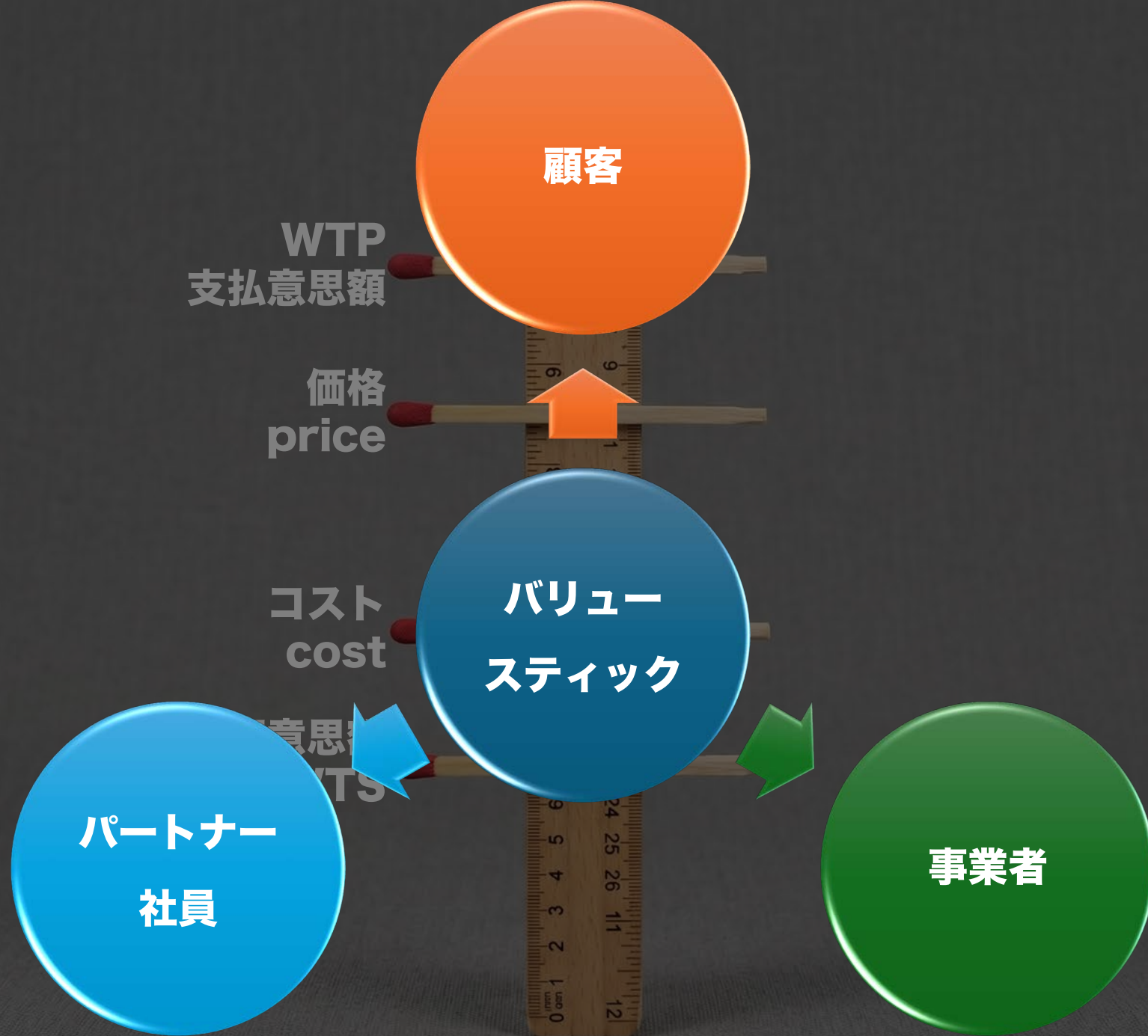
コスト  
cost

バリュー  
スティック

パートナー  
社員

事業者





顧客

WTP  
支払意思額

価格  
price

事業経営とは、

4つのレバーの上げ下げを決定することである。

cost

スティック

パートナー  
社員

事業者

顧客が享受する価値  
(交換価値)



WTP  
支払意思額

価格  
price

パートナーや社員が  
享受する価値  
(交換価値)



コスト  
cost

売却意思額  
WTS



利益

事業者が創造した価値



顧客が享受する価値  
(交換価値)

WTP  
支払意思額

価格  
price

皆さんは、DXでどんな手を打ちますか？  
打ってますか？

パートナーや社員が  
享受する価値  
(交換価値)

コスト  
cost

売却意思額  
WTS

事業者が創造した価値

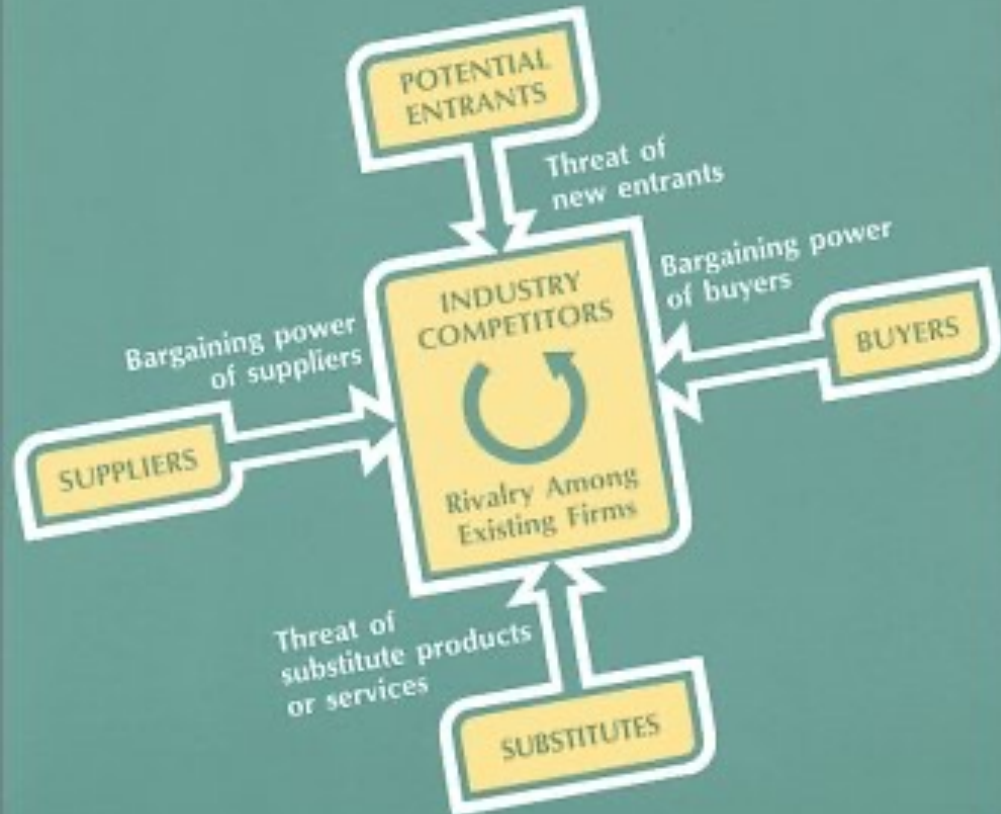
COMPETITIVE STRATEGY

新訂

# 競争の戦略

M.E.ポーター著

土岐 坤・中辻萬治・服部照夫訳



ダイヤモンド社



戦略の本質は、何をしないかを選択することである。

“The essence of strategy is choosing **what not to do.**”

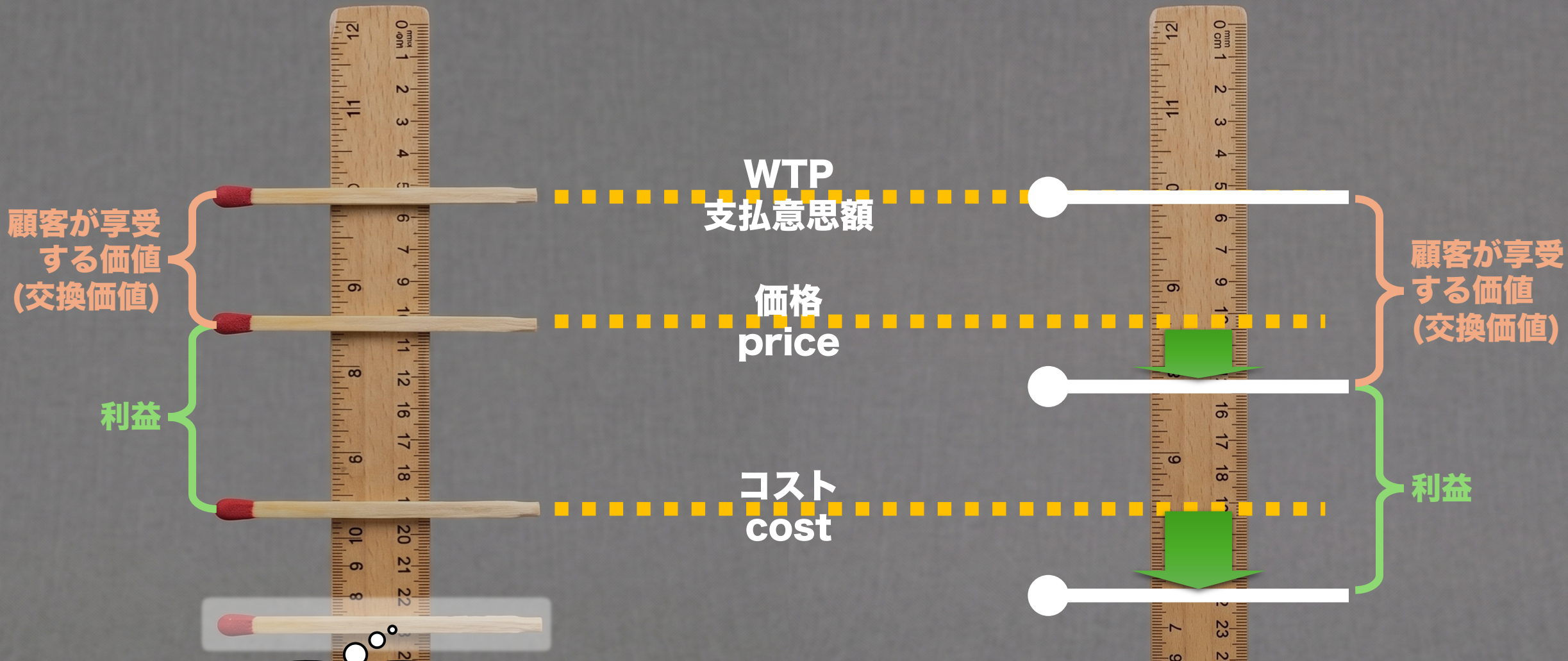
Michael E. Porter, 1996



**コストリーダーシップ戦略**

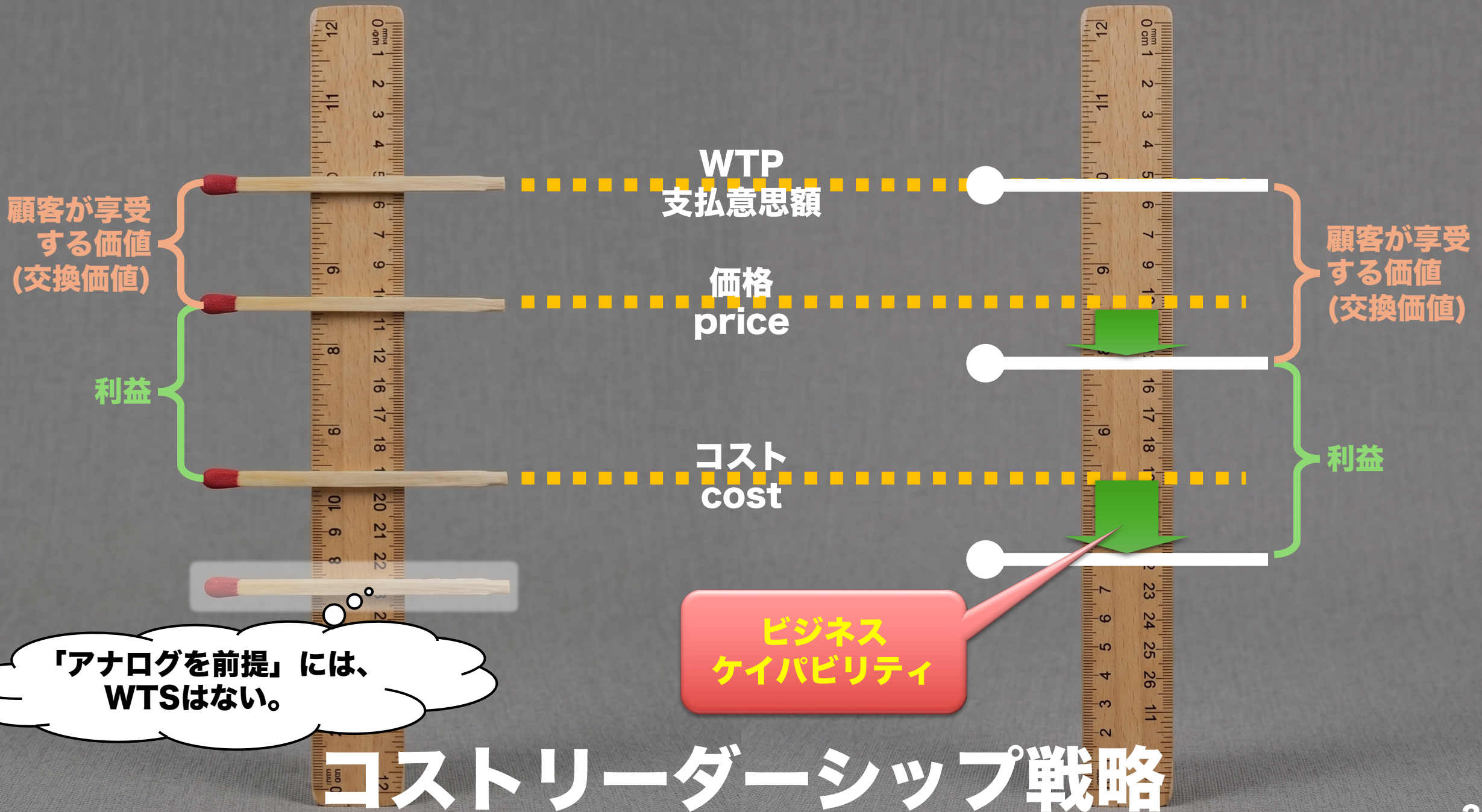
**差別化戦略**





「アナログを前提」には、WTSはない。

# コストリーダーシップ戦略



「アナログを前提」には、  
WTSはない。

ビジネス  
ケイパビリティ

# コストリーダーシップ戦略

# コストリーダーシップ戦略 × DX

デジタル技術  
の登場

デジタルを活用

デジタルに置換

事業前提

顧客

顧客価値

対価

ビジネスプロセス

ヒト

組織

リソース

ビジネスケイパビリティ

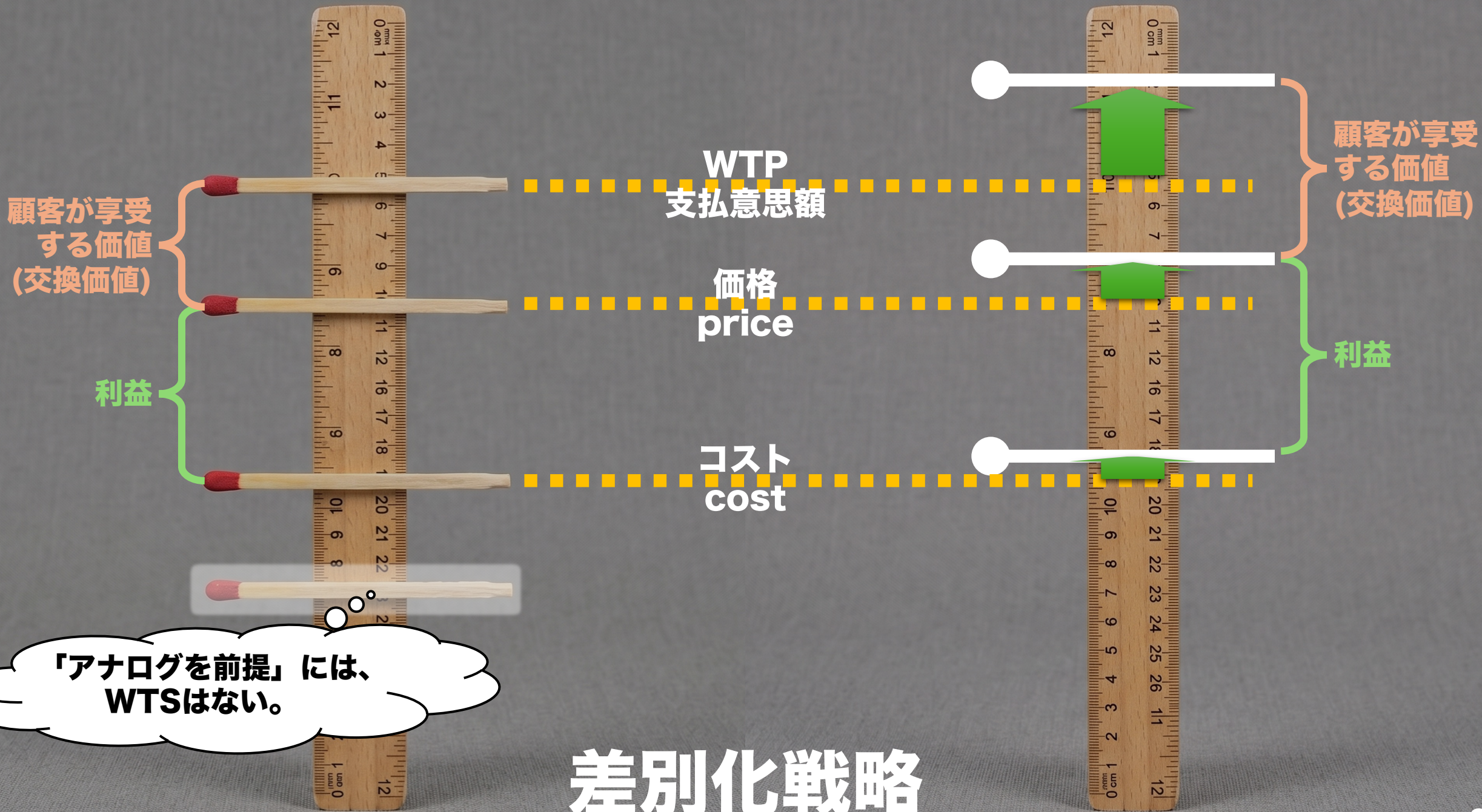
経産省の言うDX

お買い物のDX

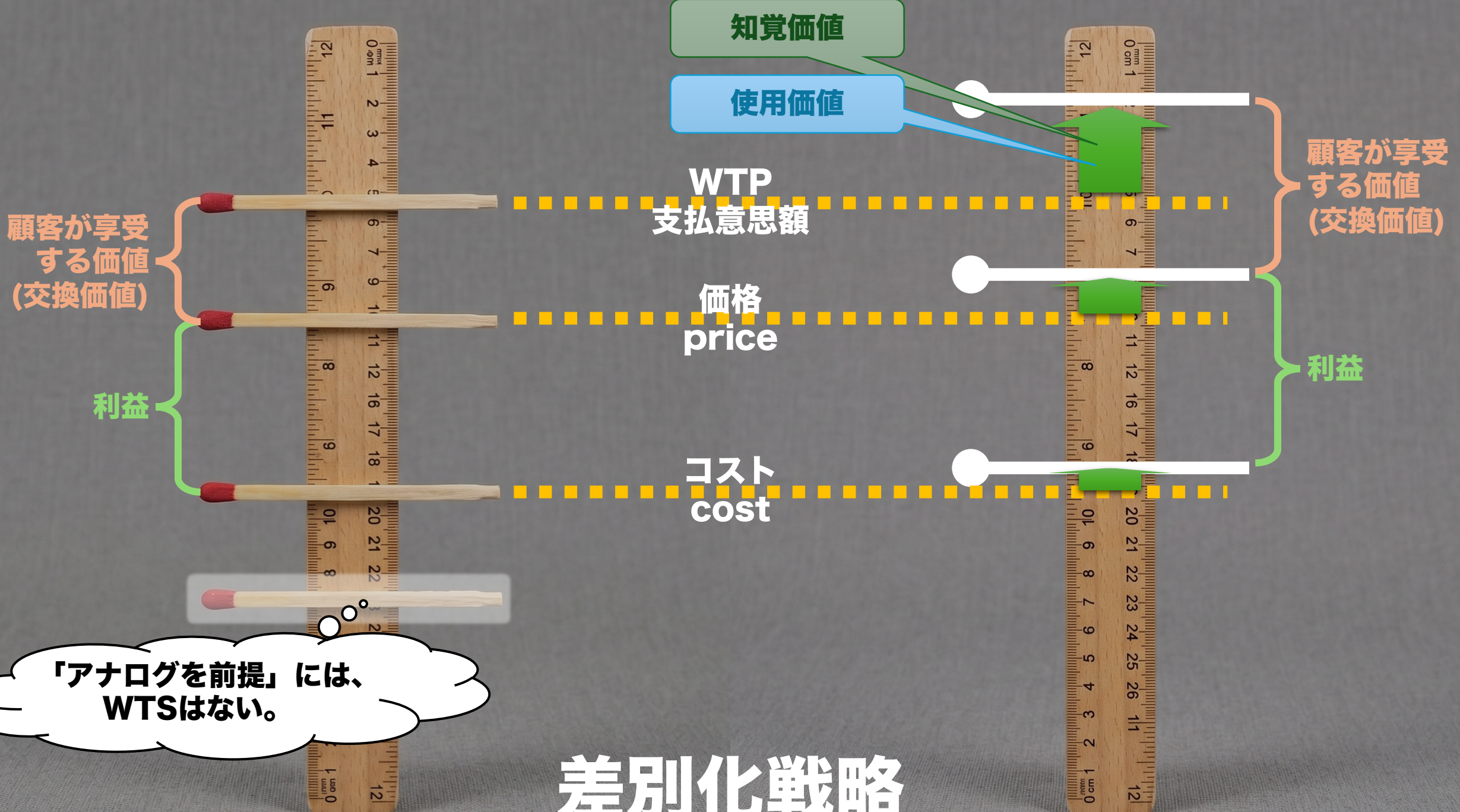
**コストリーダーシップ戦略**

**差別化戦略**





# 差別化戦略



「アナログを前提」には、WTSはない。

# 差別化戦略

その商品を手に入れた  
ときにどれだけ嬉しい  
か？

その商品に関して顧客  
は何を認識している  
か？

その商品を使用したと  
きにどれだけ助かる  
か？

= WTP - 価格

交換価値

知覚価値

使用価値

体験価値

共感価値

# 差別化戦略 × DX

デジタル技術  
の登場



経産省の言うDX

お買い物のDX

顧客が享受する価値  
(交換価値)

WTP  
支払意思額

価格  
price

皆さんは、DXでどんな手を打ちますか？  
打ってますか？

パートナーや社員が  
享受する価値  
(交換価値)

コスト  
cost

売却意思額  
WTS

事業者が創造した価値

**コストリーダーシップ戦略**

**差別化戦略**



**コストリーダーシップ戦略**

**差別化戦略**

**残念ながら、打ち手がビジネスケイパビリティ、交換価値、知覚価値、使用価値に限定されています。**

その商品を手に入れた  
ときにどれだけ嬉しい  
か？

その商品に関して顧客  
は何を認識している  
か？

その商品を使用したと  
きにどれだけ助かる  
か？

# アナログ時代の顧客価値

= WTP - 価格

交換価値

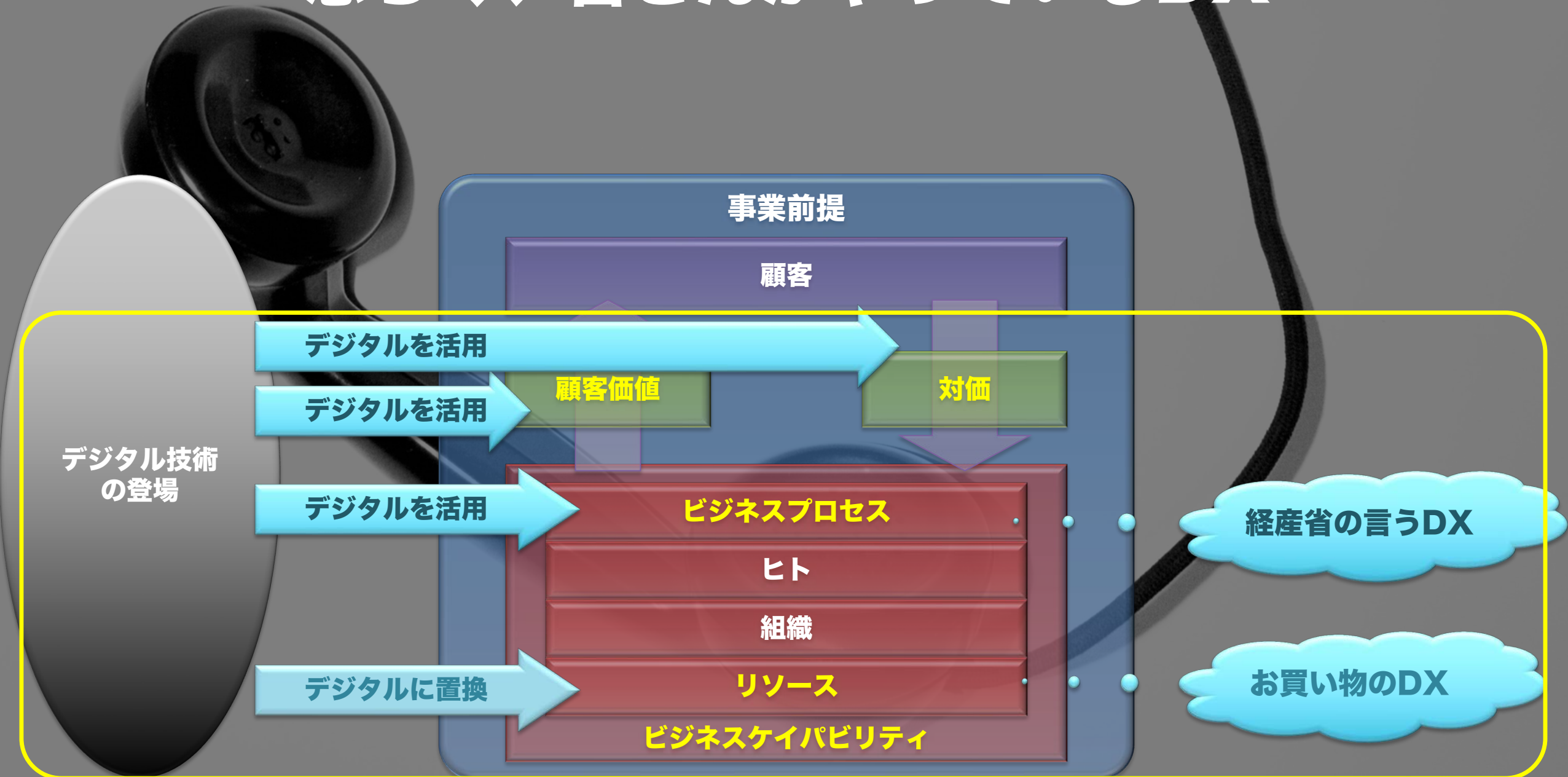
知覚価値

使用価値

体験価値

共感価値

# 恐らく、皆さんがやっているDX



# 恐らく、皆さんがやっているDX

「アナログを前提」  
のまま

事業前提

顧客

デジタルを活用

デジタルを活用

デジタルを活用

デジタルに置換

顧客価値

対価

ビジネスプロセス

ヒト

組織

リソース

経産省の言うDX

お買い物のDX

デジタル技術  
の登場

残念ながら、事業前提が「アナログを前提」のまま。

顧客が享受する価値  
(交換価値)

WTP  
支払意思額

“デジタル時代のビジネス” 経営者は、  
“真のDX” でどんな手を打っているか？  
打ったか？

価格

利益  
事業者が創造した価値

パートナーや社員が  
享受する価値  
(交換価値)

コスト  
cost

売却意思額  
WTS

# “デジタル時代のビジネス” 経営者は、 “真のDX” でどんな手を打っているか？ 打ったか？



# “デジタル時代のビジネス” 経営者は、 “真のDX” でどんな手を打っているか？ 打ったか？



# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。



# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

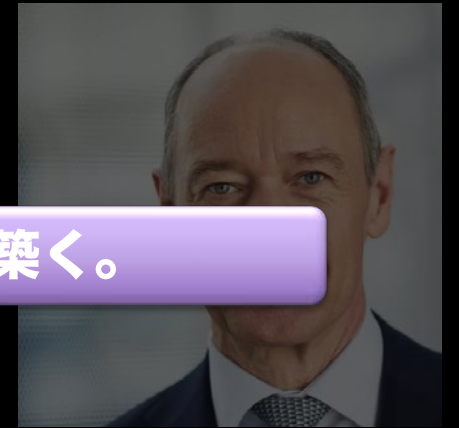
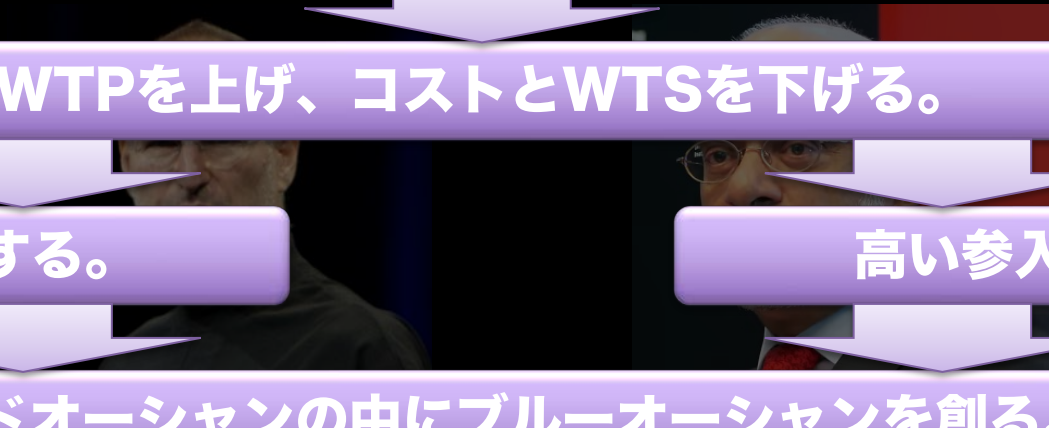
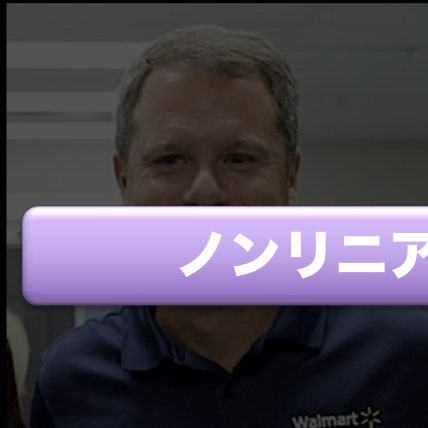
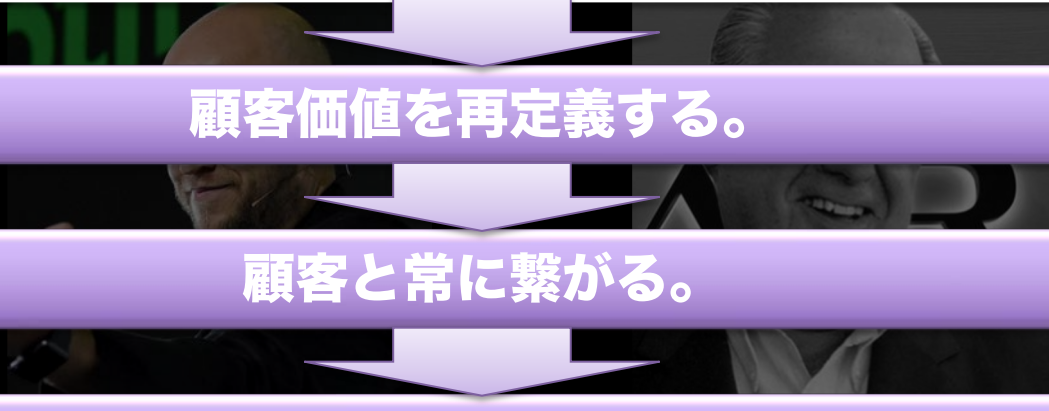
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

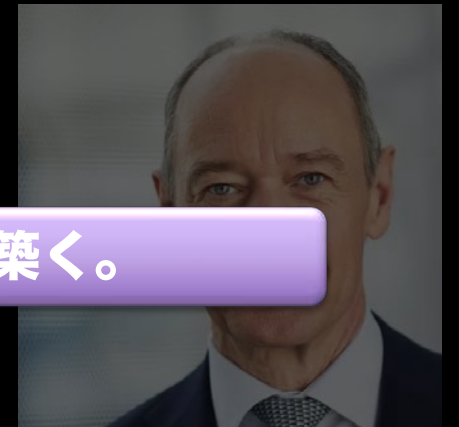
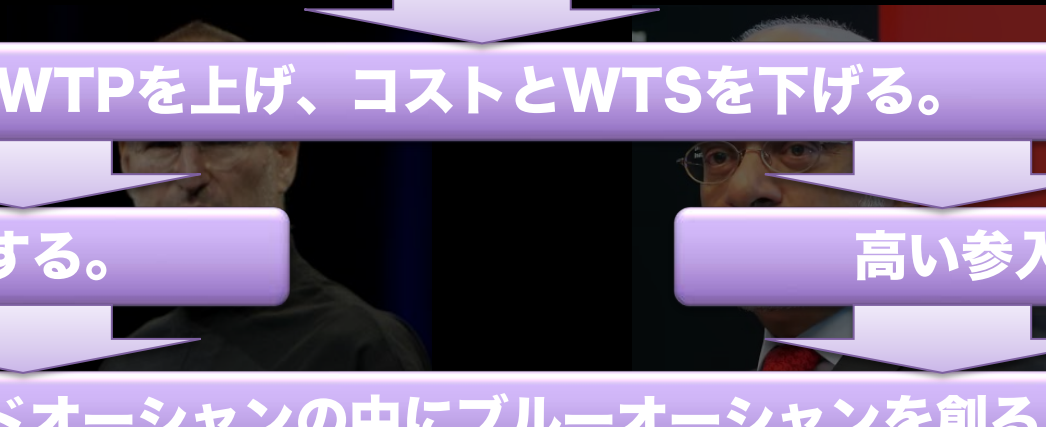
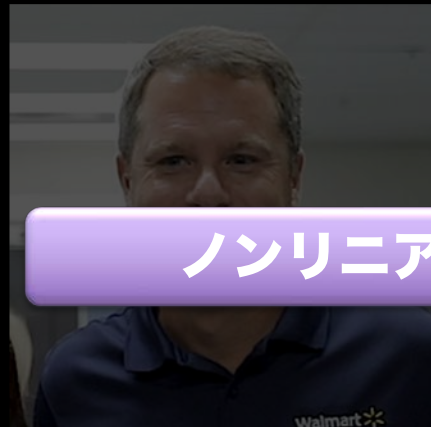
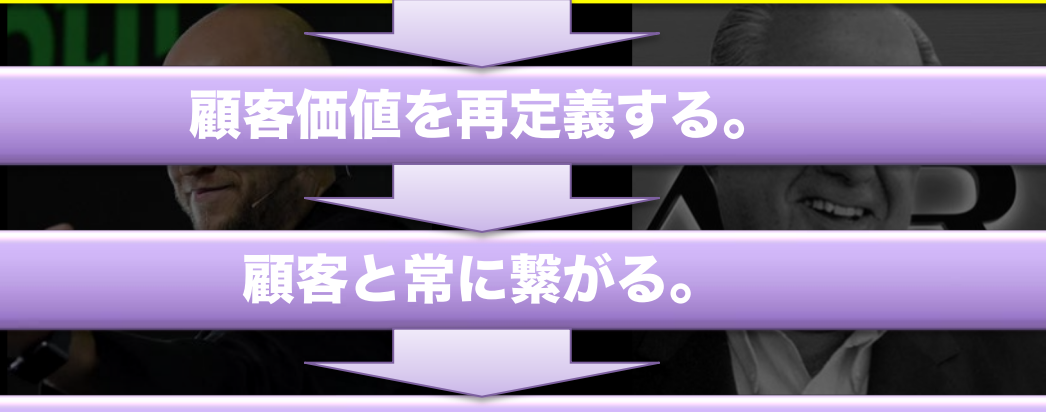
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から  
コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ  
利用へ  
タイパへ

たまたま繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

3つの顧客価値から  
固定された顧客価値から  
たまたま顧客価値創造から  
ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5つの顧客価値へ  
変動する顧客価値へ  
常に顧客価値創造へ  
ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

顧客への価値提供から  
CGCから  
アウトプットから  
マーケットから  
商品棚の奪い合いから  
与えられた場から

顧客価値  
交換・共創の場

顧客との価値共創へ  
UGCへ  
プロセスへ  
マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティへ  
スマホ画面と時間の奪い合いへ  
自ら創る場へ

予測から  
計画から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る企業”から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業”へ

リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

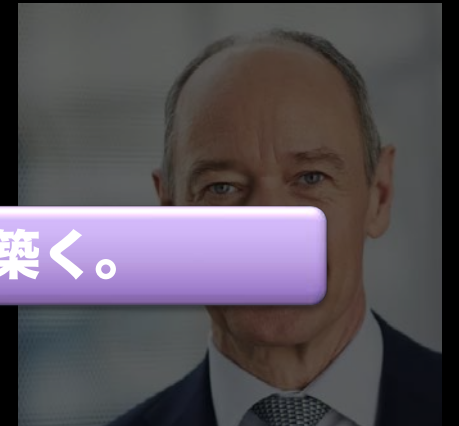
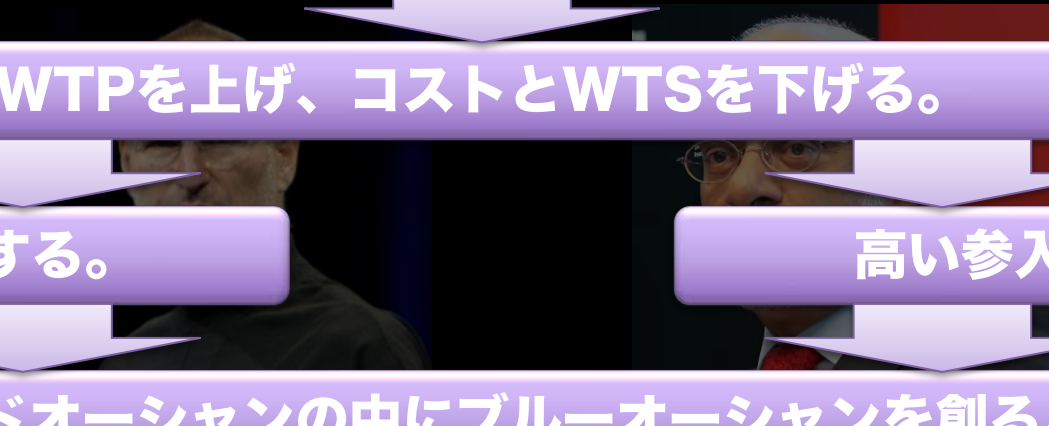
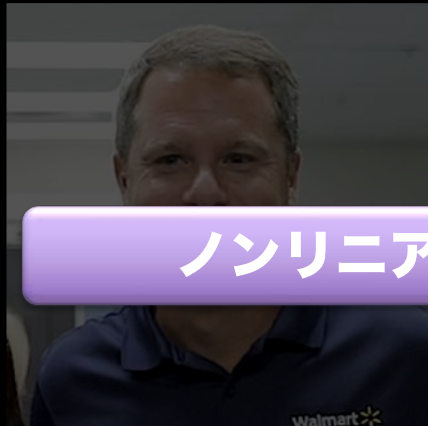
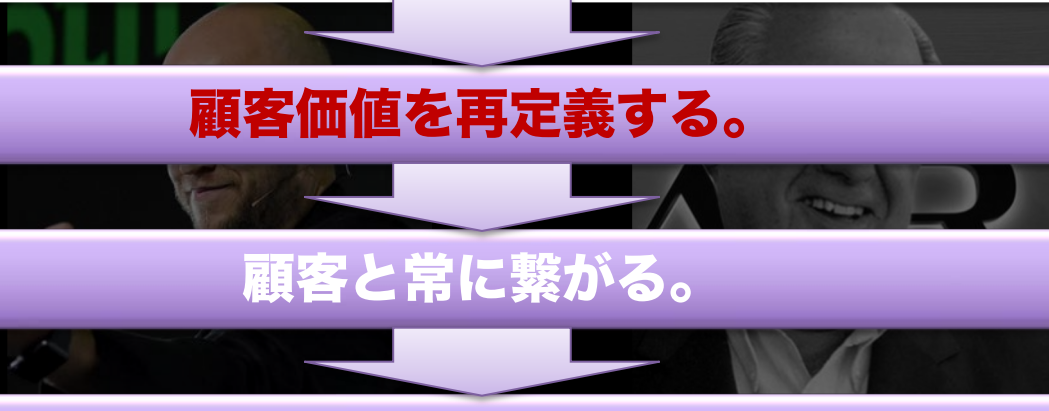
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から  
コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ  
利用へ  
タイパへ

たまたま繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

3つの顧客価値から  
固定された顧客価値から  
たまたま顧客価値創造から  
ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5つの顧客価値へ  
変動する顧客価値へ  
常に顧客価値創造へ  
ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

顧客への価値提供から  
CGCから  
アウトプットから  
マーケットから  
商品棚の奪い合いから  
与えられた場から

顧客価値  
交換・共創の場

顧客との価値共創へ  
UGCへ  
プロセスへ  
マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティへ  
スマホ画面と時間の奪い合いへ  
自ら創る場へ

予測から  
計画から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る企業”から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業”へ

リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

モノから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ

「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

所有から

顧客の  
価値観と行動様式

利用へ



「アナログを前提」から

コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

「デジタルを前提」へ

タイパへ

# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から  
コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ  
利用へ  
タイパへ

たまたに繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

3つの顧客価値から  
固定された顧客価値から  
たまたに顧客価値創造から  
ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5つの顧客価値へ  
変動する顧客価値へ  
常に顧客価値創造へ  
ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

顧客への価値提供から  
CGCから  
アウトプットから  
マーケットから  
商品棚の奪い合いから  
与えられた場から

顧客価値  
交換・共創の場

顧客との価値共創へ  
UGCへ  
プロセスへ  
マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティへ  
スマホ画面と時間の奪い合いへ  
自ら創る場へ

予測から  
計画から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る企業”から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業”へ

リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

その商品を手に入れたときにどれだけ嬉しいか？

その商品に関して顧客は何を認識しているか？

その商品を使用したときにどれだけ助かるか？

その商品の使用体験はどんなものか？

価値の提供者に対して享受者は何を感じているか？

## アナログ時代の顧客価値

## デジタル時代に活用可能となった顧客価値

= WTP - 価格

交換価値

知覚価値

使用価値

体験価値

共感価値

「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

モノから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ

使用価値から

体験価値へ

「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

所有から

顧客の  
価値観と行動様式

利用へ

知覚価値、使用価値から

体験価値へ

「アナログを前提」から

コスパから

取得コストの  
交換価値から

顧客の  
価値観と行動様式

「デジタルを前提」へ

タイパへ

取引コストの  
交換価値へ

その商品を手に入れたときにどれだけ嬉しいか？

その商品に関して顧客は何を認識しているか？

その商品を使用したときにどれだけ助かるか？

その商品の使用体験はどんなものか？

価値の提供者に対して享受者は何を感じているか？

## アナログ時代の顧客価値

## デジタル時代に活用可能となった顧客価値

= WTP - 価格

交換価値

# どう活用可能にする？

共感価値

# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から  
コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ  
利用へ  
タイパへ

たまたま繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

3つの顧客価値から  
固定された顧客価値から  
たまたま顧客価値創造から  
ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5つの顧客価値へ  
変動する顧客価値へ  
常に顧客価値創造へ  
ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

顧客への価値提供から  
CGCから  
アウトプットから  
マーケットから  
商品棚の奪い合いから  
与えられた場から

顧客価値  
交換・共創の場

顧客との価値共創へ  
UGCへ  
プロセスへ  
マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティへ  
スマホ画面と時間の奪い合いへ  
自ら創る場へ

予測から  
計画から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る企業”から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業”へ

リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

たまに繋がるから

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ



# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

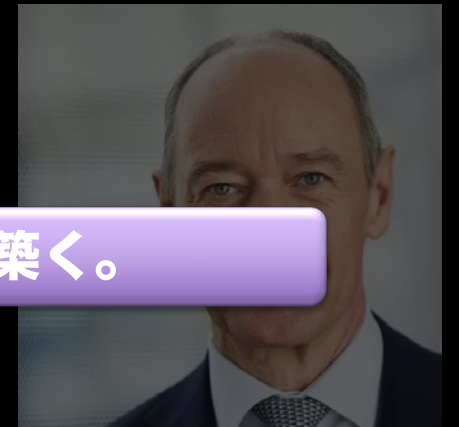
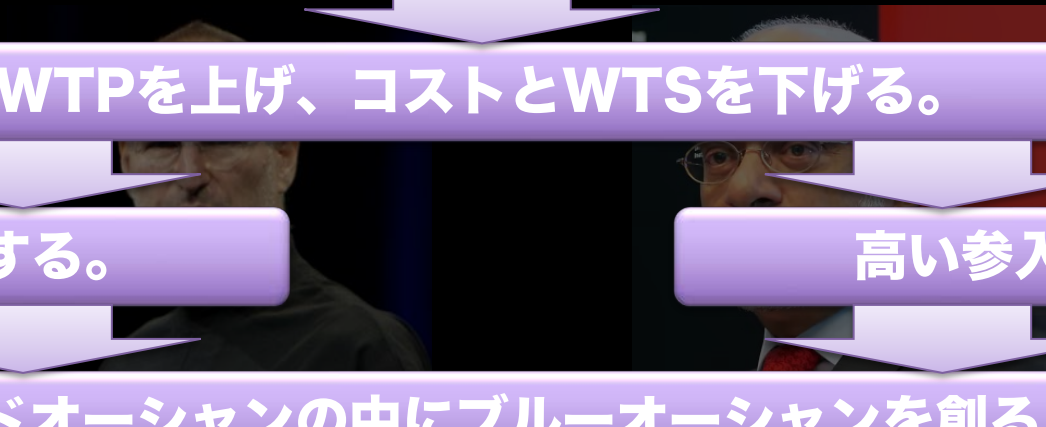
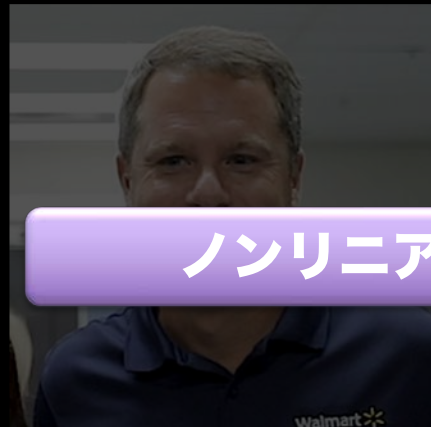
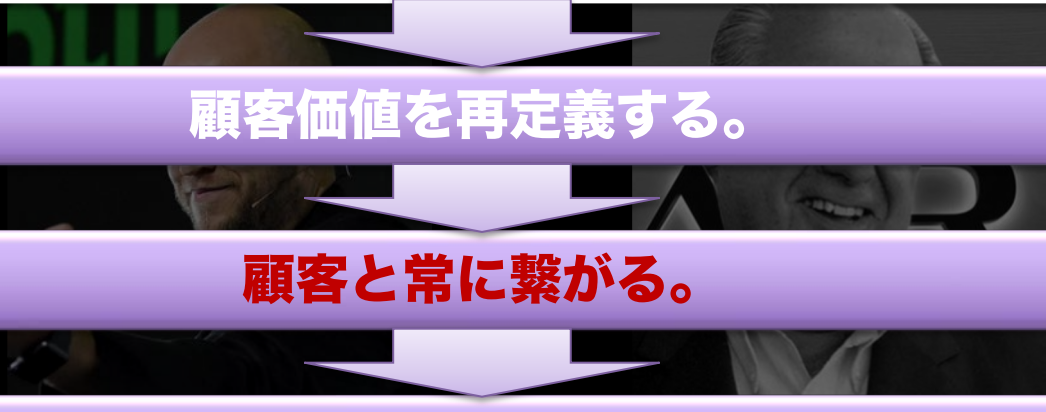
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

たまに繋がるから

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ

何が起きる？



「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

たまに繋がるから

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ

顧客行動のデータ化

何が起きる？

「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

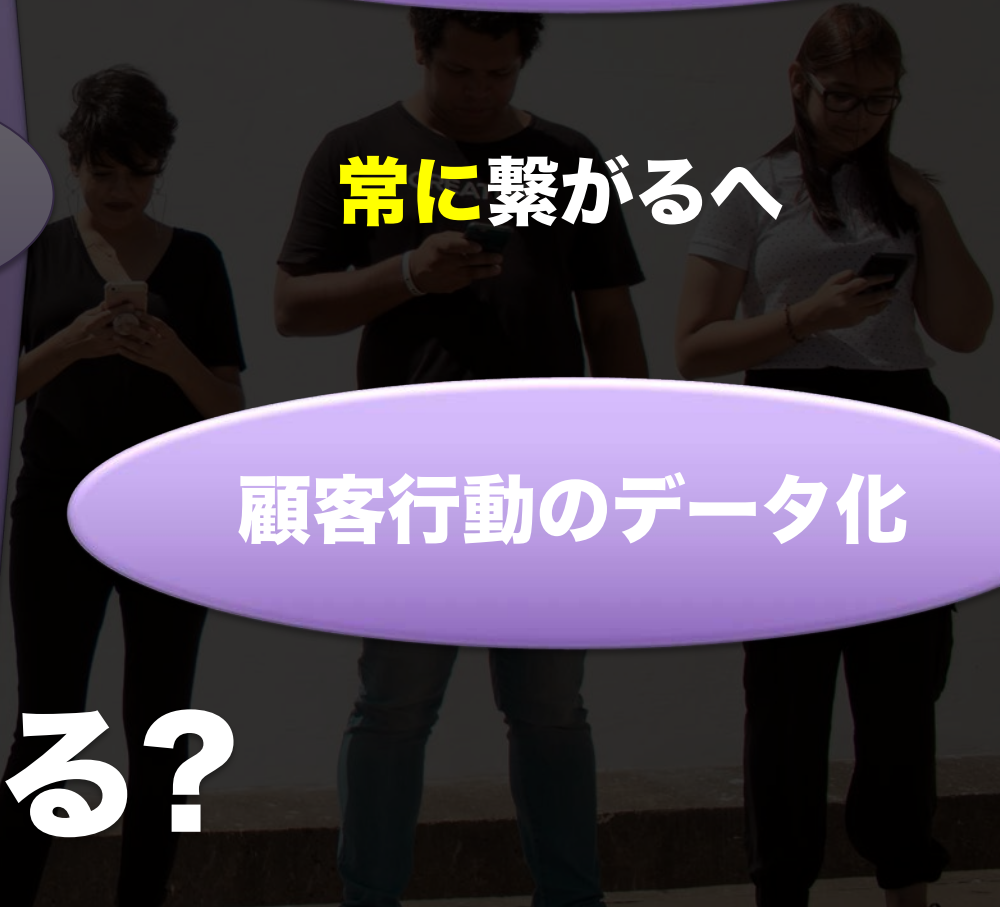
たまに繋がるから

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ

顧客行動のデータ化

何が起きる？



# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から  
コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ  
利用へ  
タイパへ

たまたま繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

3つの顧客価値から  
固定された顧客価値から  
たまたま顧客価値創造から  
ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5つの顧客価値へ  
変動する顧客価値へ  
常に顧客価値創造へ  
ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

顧客への価値提供から  
CGCから  
アウトプットから  
マーケットから  
商品棚の奪い合いから  
与えられた場から

顧客価値  
交換・共創の場

顧客との価値共創へ  
UGCへ  
プロセスへ  
マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティへ  
スマホ画面と時間の奪い合いへ  
自ら創る場へ

予測から  
計画から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る企業”から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業”へ

リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

**「アナログを前提」から**

**「デジタルを前提」へ**

**顧客への価値提供から**

**顧客価値交換・  
共創の場**

**顧客との価値共創へ**



**「アナログを前提」から**

**「デジタルを前提」へ**

**顧客への価値提供から**

**顧客価値交換・  
共創の場**

**顧客との価値共創へ**

「アナログを前提」から

CGCから



顧客価値交換・  
共創の場

「デジタルを前提」へ

UGCへ



「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

たまに繋がるから

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ

顧客行動のデータ化

何が起きる？

# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から  
コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ  
利用へ  
タイパへ

たまたに繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

3つの顧客価値から  
固定された顧客価値から  
たまたに顧客価値創造から  
ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5つの顧客価値へ  
変動する顧客価値へ  
常に顧客価値創造へ  
ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

顧客への価値提供から  
CGCから  
アウトプットから  
マーケットから  
商品棚の奪い合いから  
与えられた場から

顧客価値  
交換・共創の場

顧客との価値共創へ  
UGCへ  
プロセスへ  
マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティへ  
スマホ画面と時間の奪い合いへ  
自ら創る場へ

予測から  
計画から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る企業”から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業”へ

リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

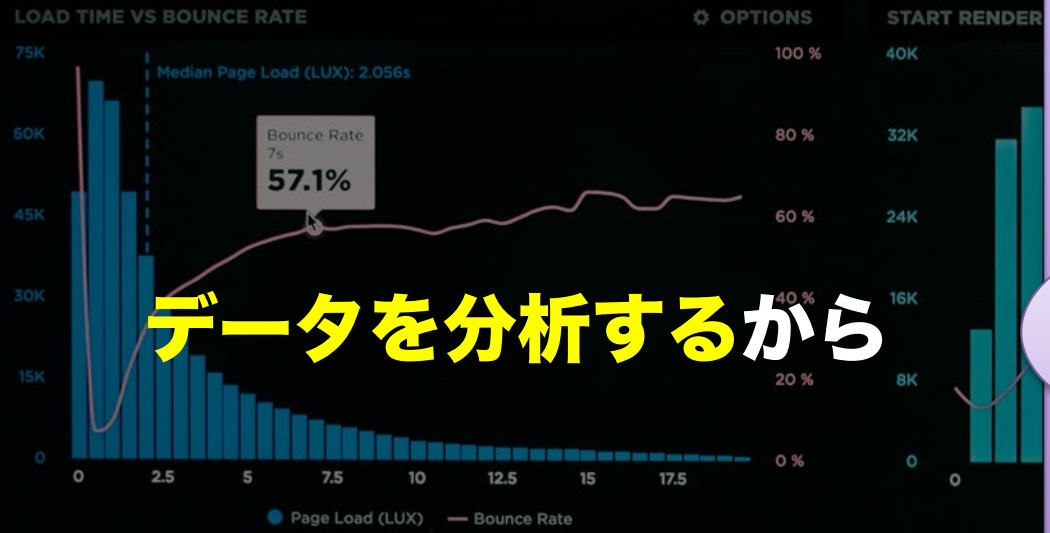
成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

USERS: LAST 7 DAYS USING MEDIAN ▾



データを分析するから

ビジネス  
ケイパビリティ



データから価値を生むへ



顧客同士の繋がり

常に繋がるへ

顧客行動のデータ化

次に何が起きる？

# ネットワーク効果

ネットワークが大きくなるほど、密になるほど、  
顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる。

# ネットワーク効果

ネットワークが大きくなるほど、密になるほど、  
顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる。

**ヒト**の  
ネットワーク効果

顧客同士の繋がり

**データ**の  
ネットワーク効果

顧客行動のデータ化

# ネットワーク効果

ネットワークが大きくなるほど、密になるほど、  
顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる。

**ヒト**の  
ネットワーク効果

$$N^2$$

**データ**の  
ネットワーク効果

$$2^N$$

# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

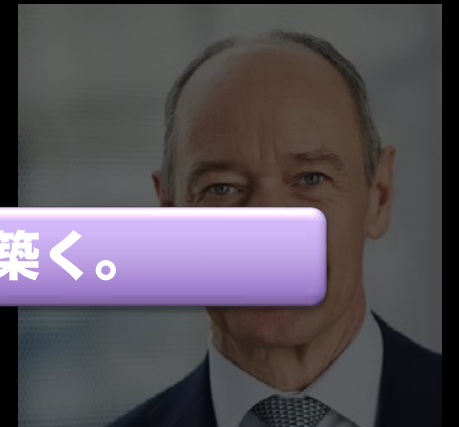
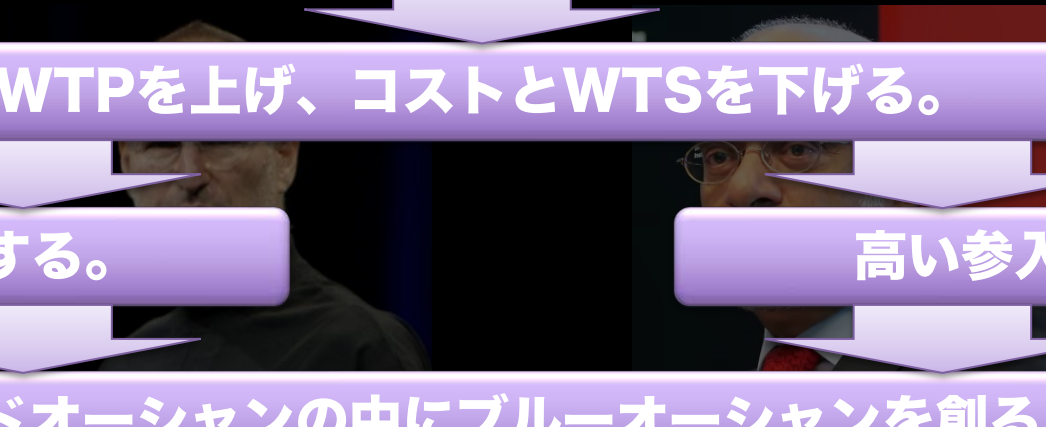
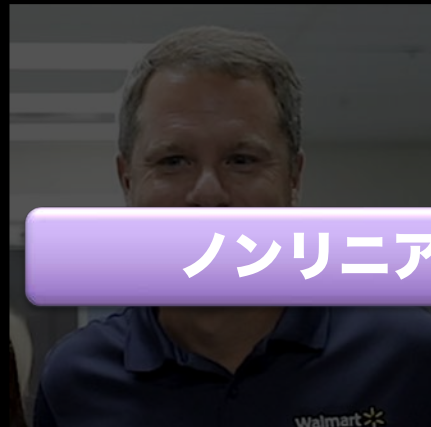
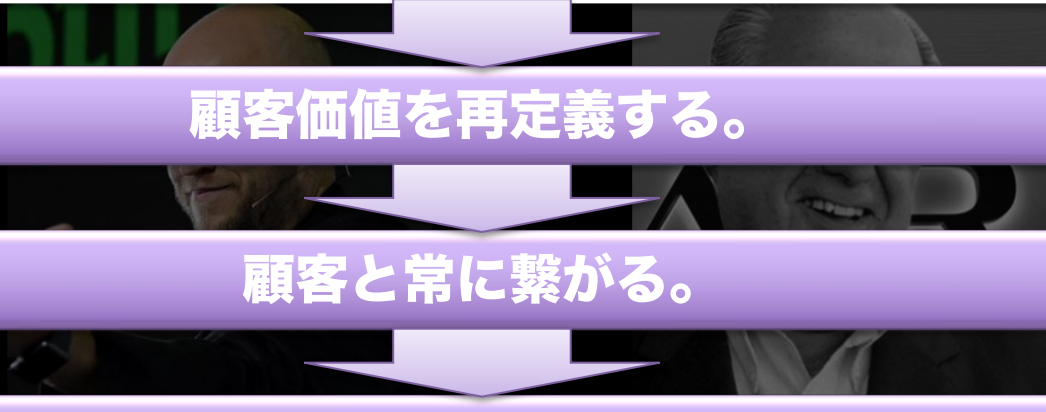
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から  
コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ  
利用へ  
タイパへ

たまたま繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

3つの顧客価値から  
固定された顧客価値から  
たまたま顧客価値創造から  
ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5つの顧客価値へ  
変動する顧客価値へ  
常に顧客価値創造へ  
ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

顧客への価値提供から  
CGCから  
アウトプットから  
マーケットから  
商品棚の奪い合いから  
与えられた場から

顧客価値  
交換・共創の場

顧客との価値共創へ  
UGCへ  
プロセスへ  
マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティへ  
スマホ画面と時間の奪い合いへ  
自ら創る場へ

予測から  
計画から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る企業”から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業”へ

リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

**「アナログを前提」から**

**ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から**

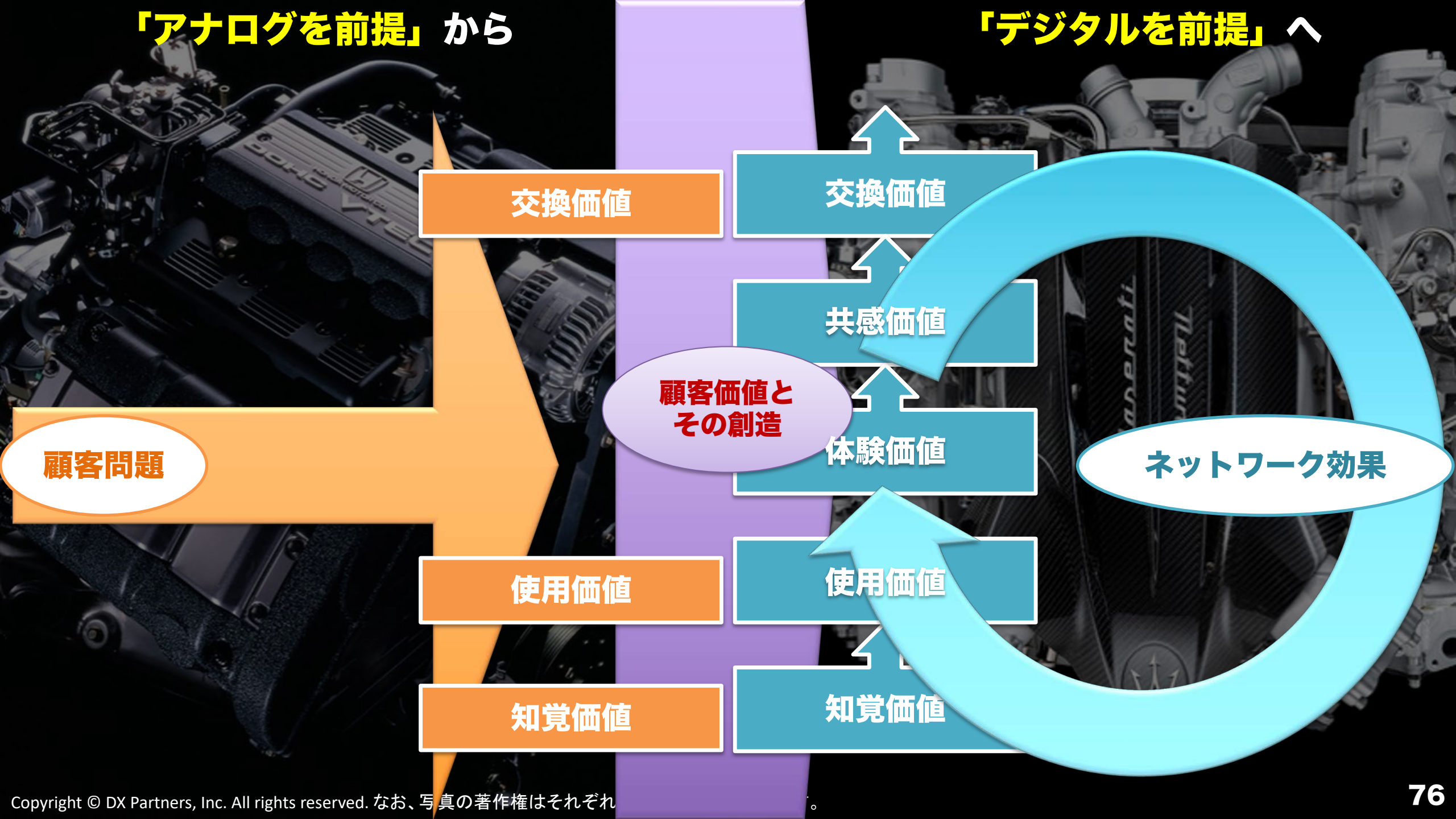
**顧客価値と  
その創造**

**「デジタルを前提」へ**

**ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ**

「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ



交換価値

交換価値

共感価値

顧客価値と  
その創造

体験価値

ネットワーク効果

顧客問題

使用価値

使用価値

知覚価値

知覚価値

「アナログを前提」から

「デジタルを前提」へ

交換価値

交換価値

共感価値

ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客問題

顧客価値と  
その創造

ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

ネットワーク効果

使用価値

使用価値

知覚価値

知覚価値

# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

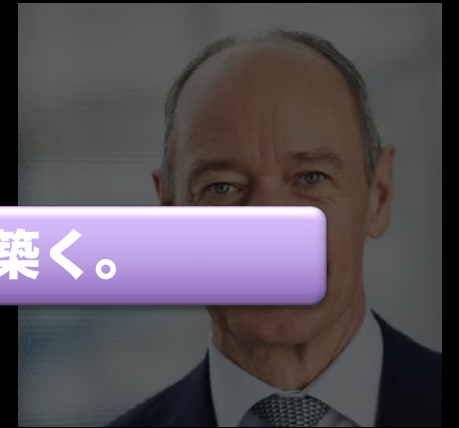
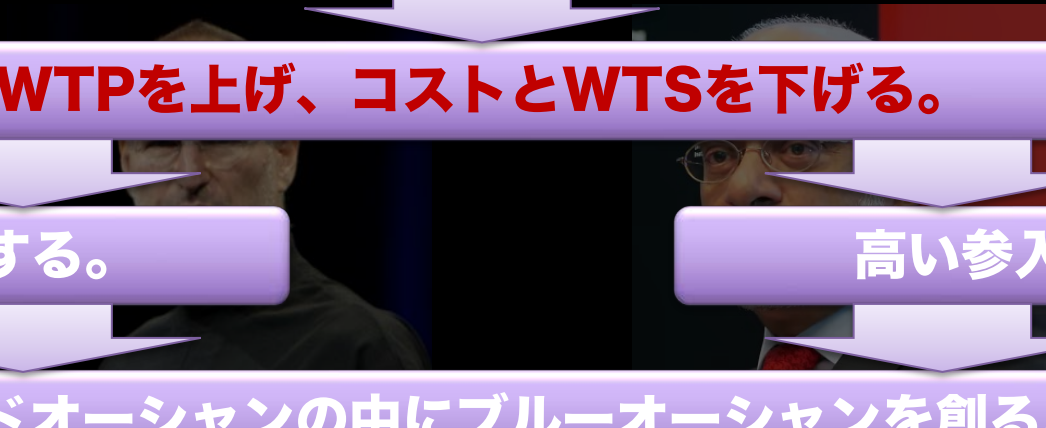
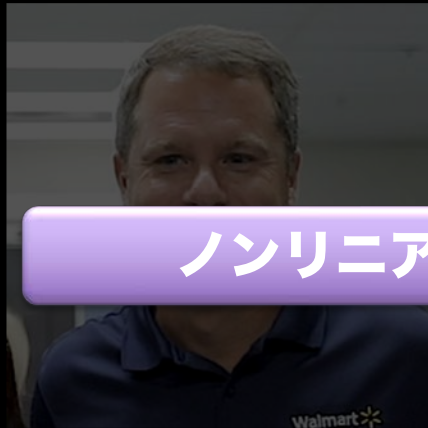
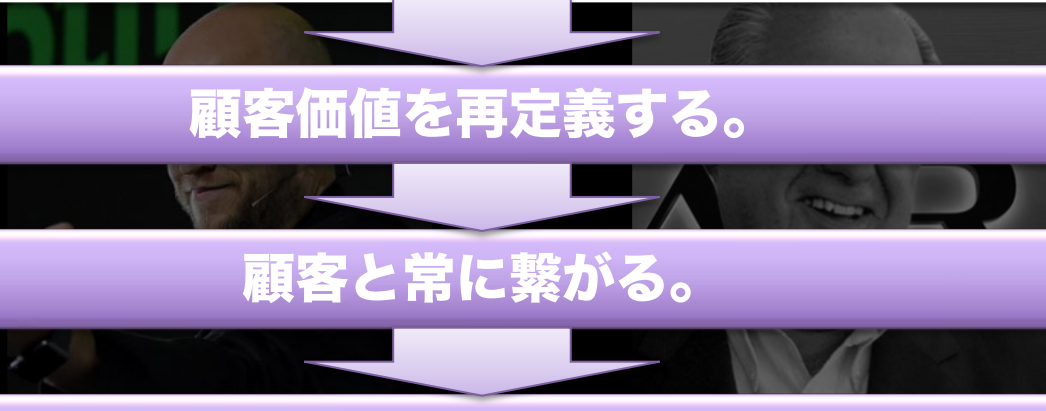
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

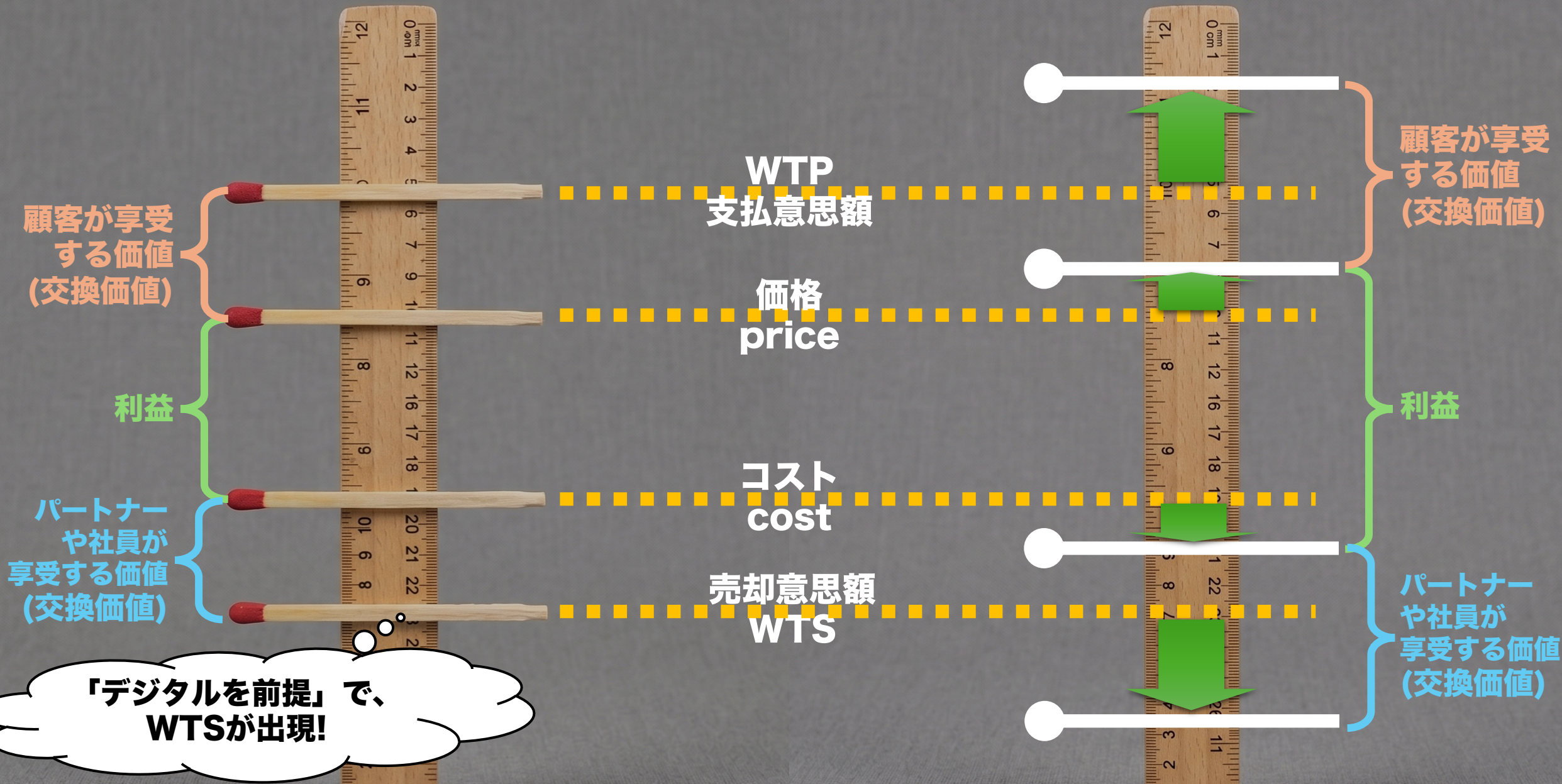
**WTPを上げ、コストとWTSを下げる。**

ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

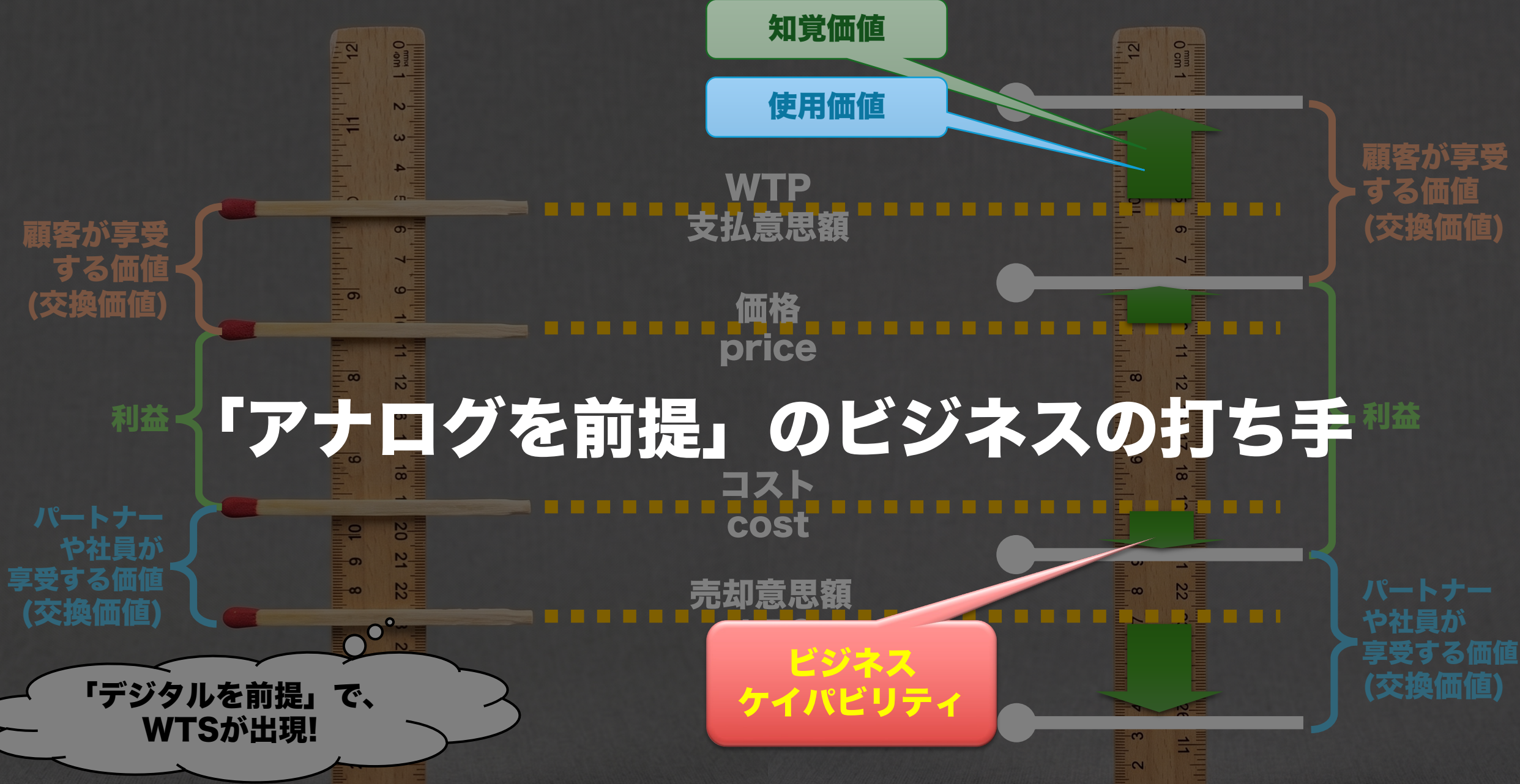
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



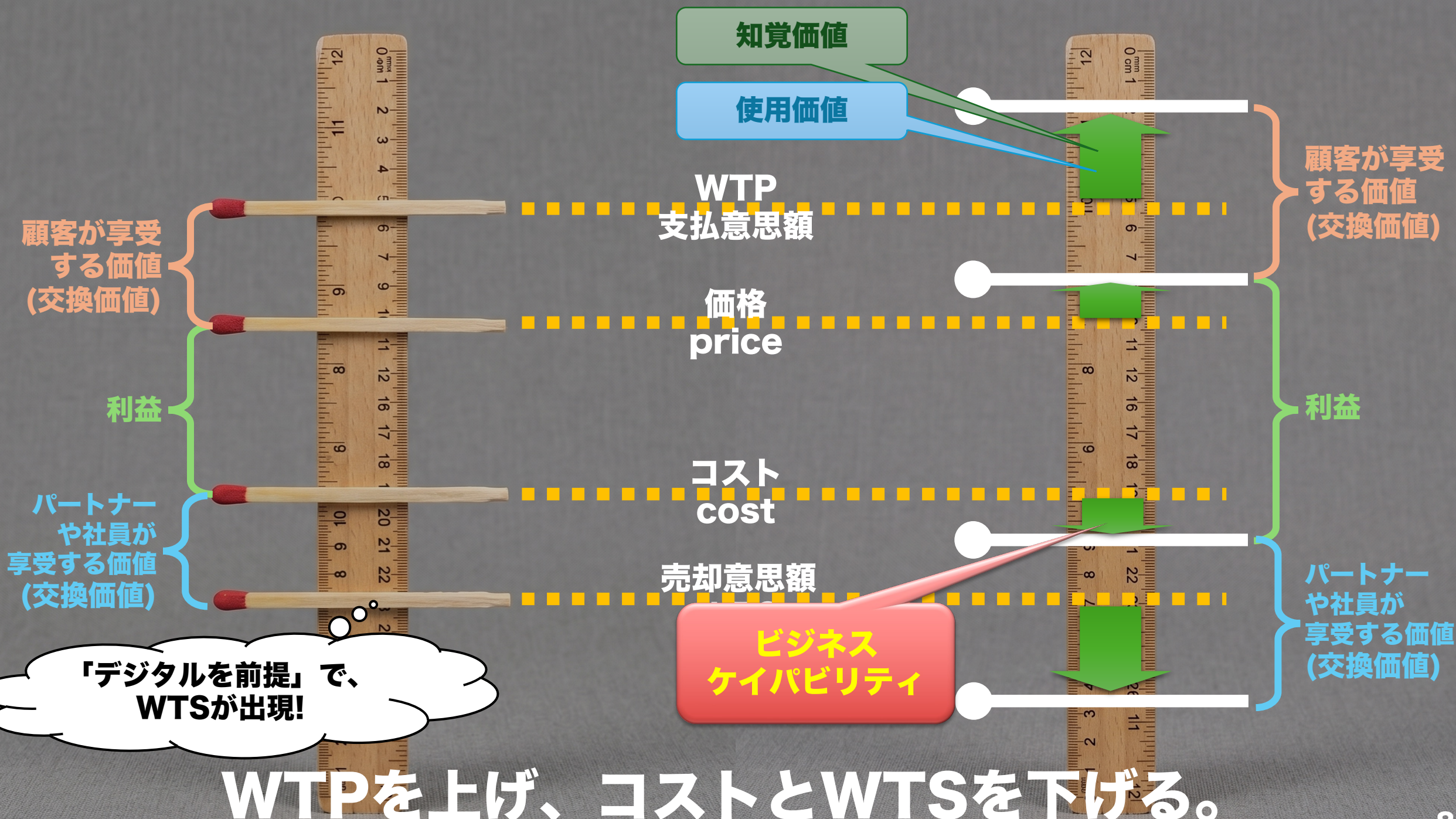


「デジタルを前提」で、**WTS**が出現!

**WTPを上げ、コストとWTSを下げる。**



WTPを上げ、コストとWTSを下げる。



WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

# 「デジタルを前提」のビジネスの打ち手

顧客が享受する価値 (交換価値)

パートナーや社員が享受する価値 (交換価値)

WTP 支払意思額

価格 price

コスト cost

売却意思額

顧客が享受する価値 (交換価値)

パートナーや社員が享受する価値 (交換価値)

ビジネス ケイパビリティ

「デジタルを前提」で、WTSが出現!

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

知覚価値

使用価値

体験価値

共感価値

体験価値

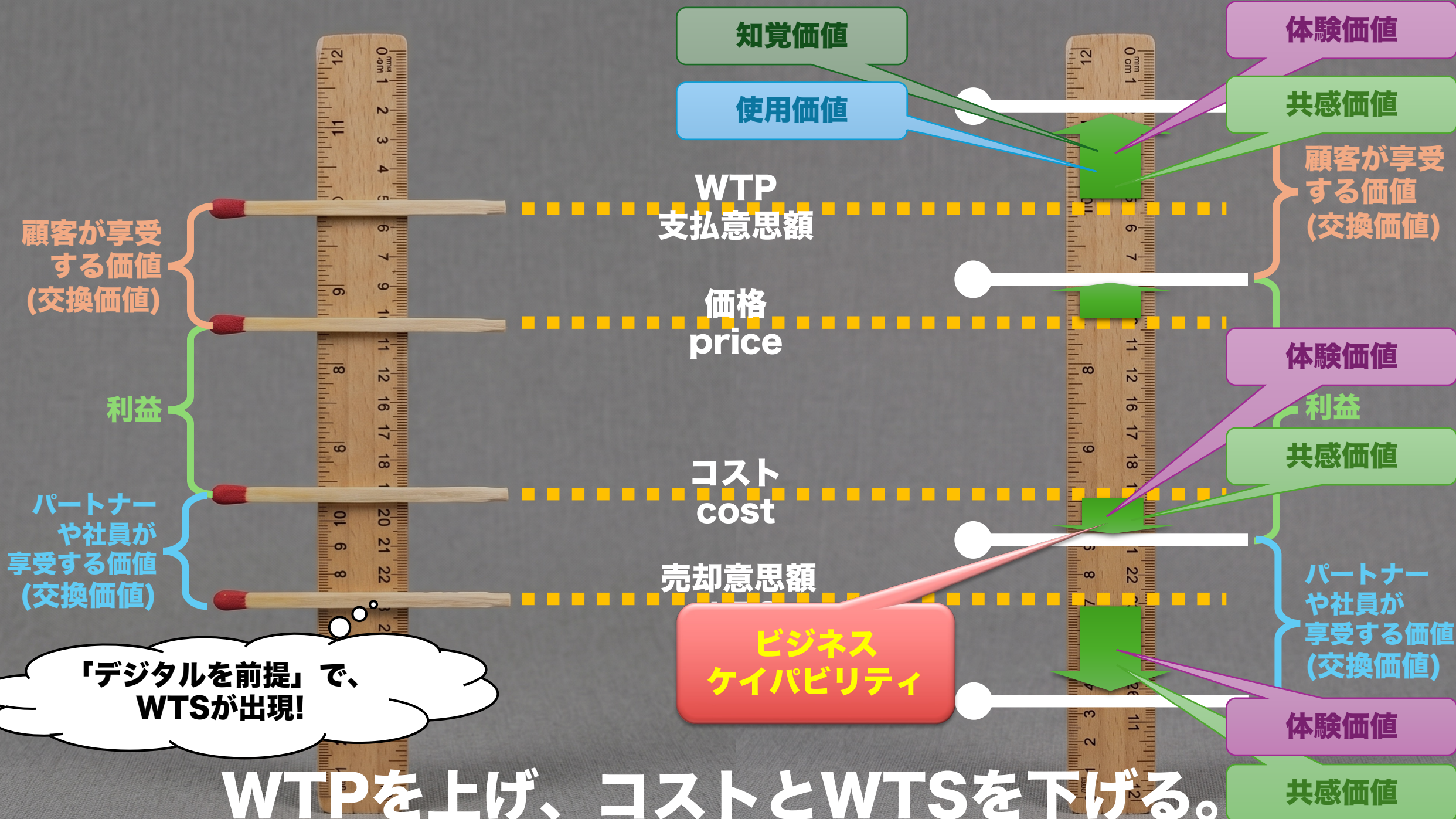
共感価値

体験価値

共感価値

利益

利益



WTPを上げ、コストとWTSを下げる。



# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

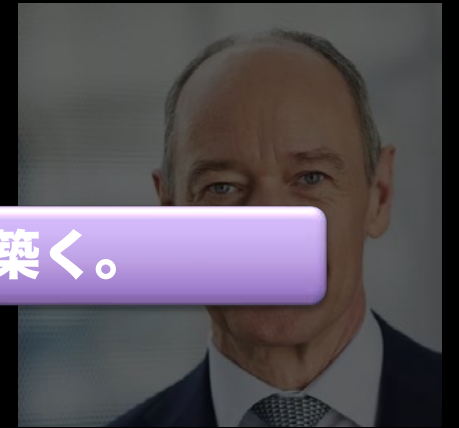
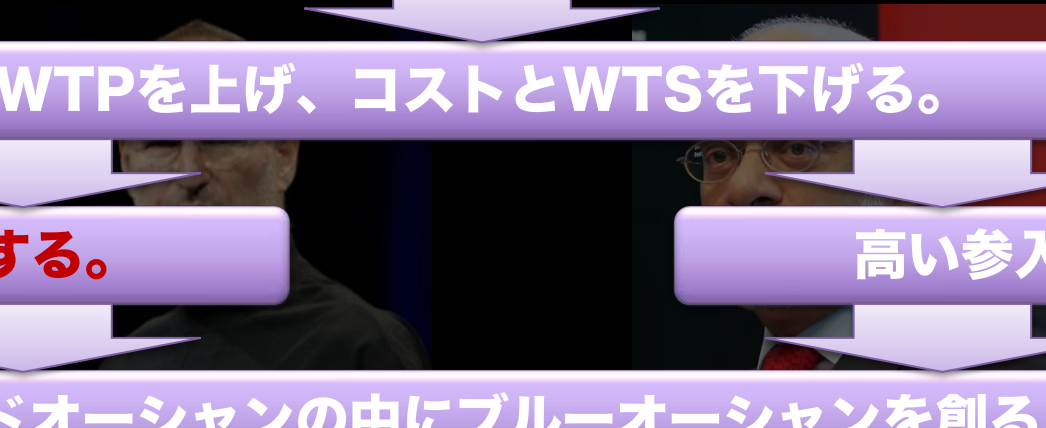
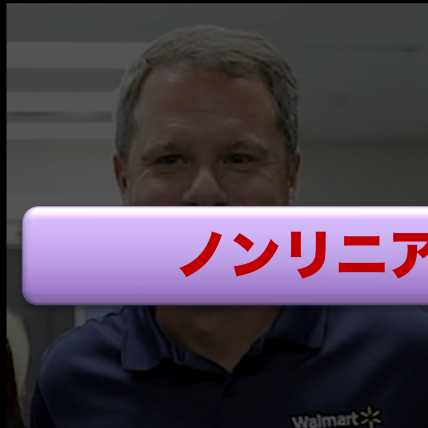
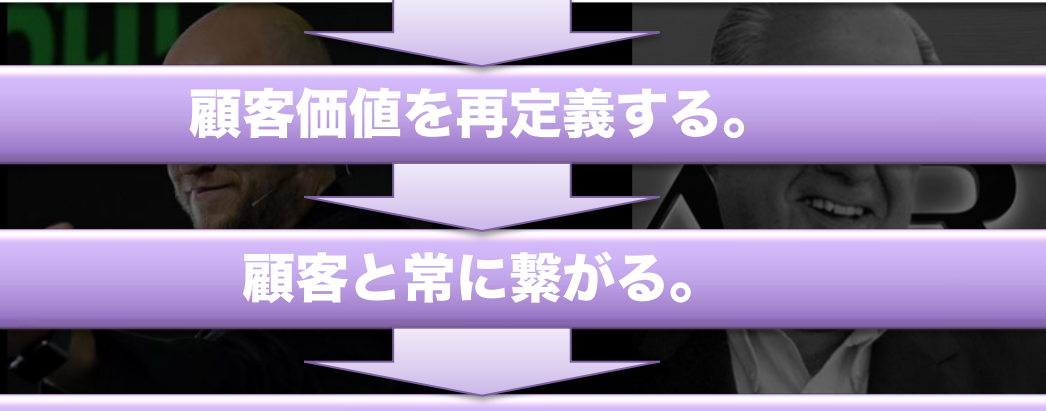
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から  
コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ  
利用へ  
タイパへ

たまたに繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

3つの顧客価値から  
固定された顧客価値から  
たまたに顧客価値創造から  
ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5つの顧客価値へ  
変動する顧客価値へ  
常に顧客価値創造へ  
ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

顧客への価値提供から  
CGCから  
アウトプットから  
マーケットから  
商品棚の奪い合いから  
与えられた場から

顧客価値  
交換・共創の場

顧客との価値共創へ  
UGCへ  
プロセスへ  
マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティへ  
スマホ画面と時間の奪い合いへ  
自ら創る場へ

予測から  
計画から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る企業”から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業”へ

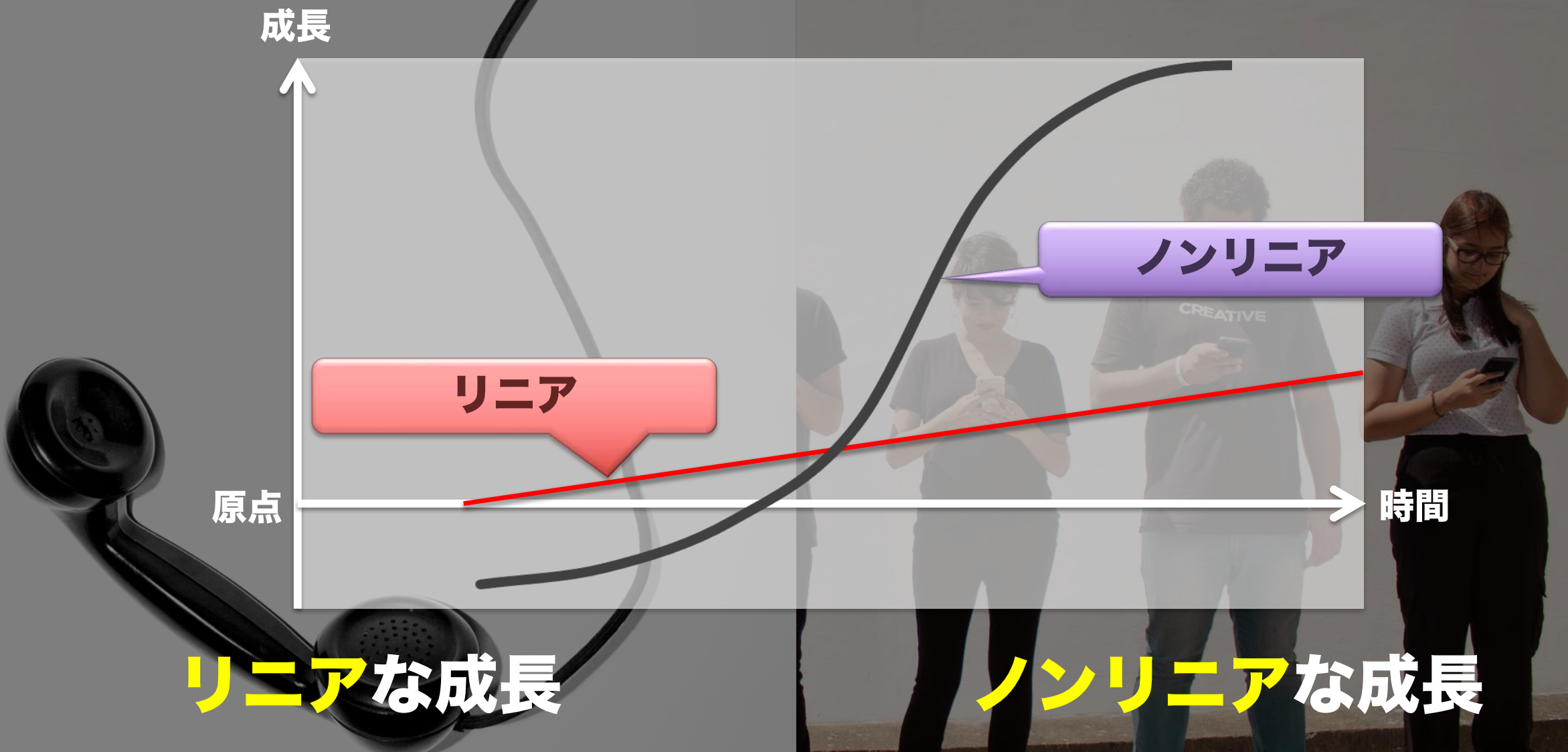
リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

# アナログを前提

# デジタルを前提



リニアな成長

ノンリニアな成長

# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

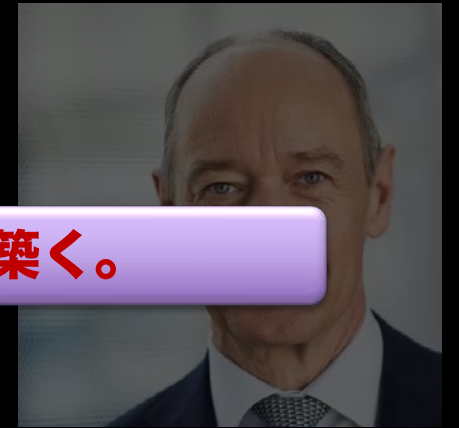
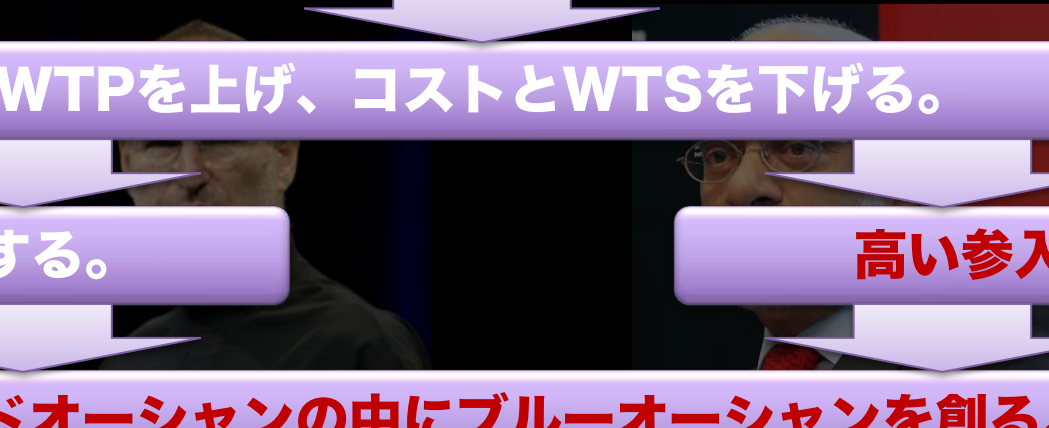
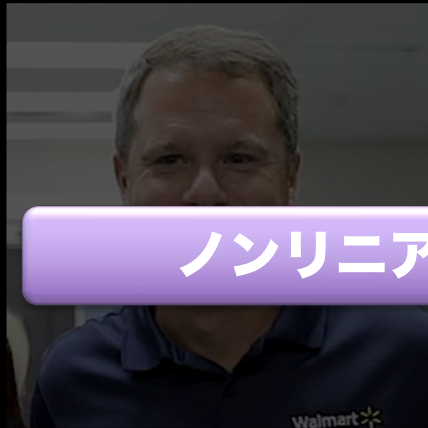
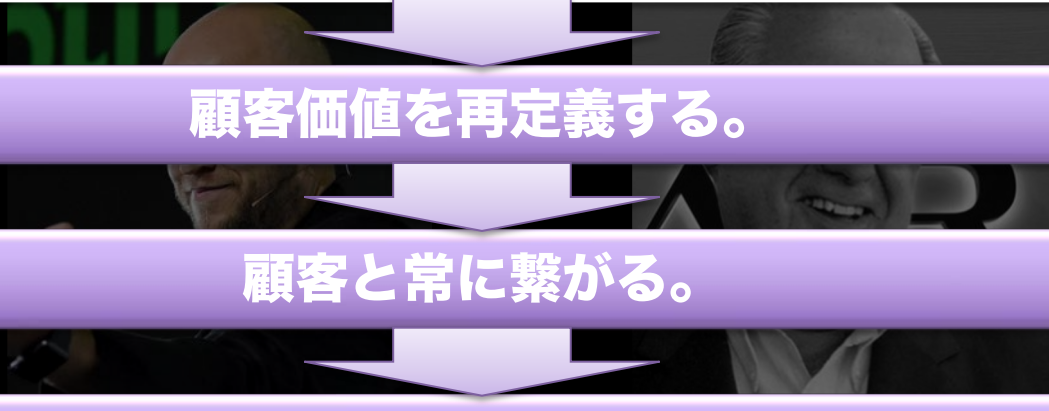
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から  
コスパから

顧客の  
価値観と行動様式

コトへ  
利用へ  
タイパへ

たまたま繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

3つの顧客価値から  
固定された顧客価値から  
たまたま顧客価値創造から  
ネットワーク効果なしから  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5つの顧客価値へ  
変動する顧客価値へ  
常に顧客価値創造へ  
ネットワーク効果を生むへ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

顧客への価値提供から  
CGCから  
アウトプットから  
マーケットから  
商品棚の奪い合いから  
与えられた場から

顧客価値  
交換・共創の場

顧客との価値共創へ  
UGCへ  
プロセスへ  
マーケットプレイス/エコシステム/コミュニティへ  
スマホ画面と時間の奪い合いへ  
自ら創る場へ

予測から  
計画から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る企業”から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業”へ

リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

# アナログを前提



**レッドオーシャンのまま**

# デジタルを前提



**ブルーオーシャンを創る**

# レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る ～ 高い参入障壁を築く ～

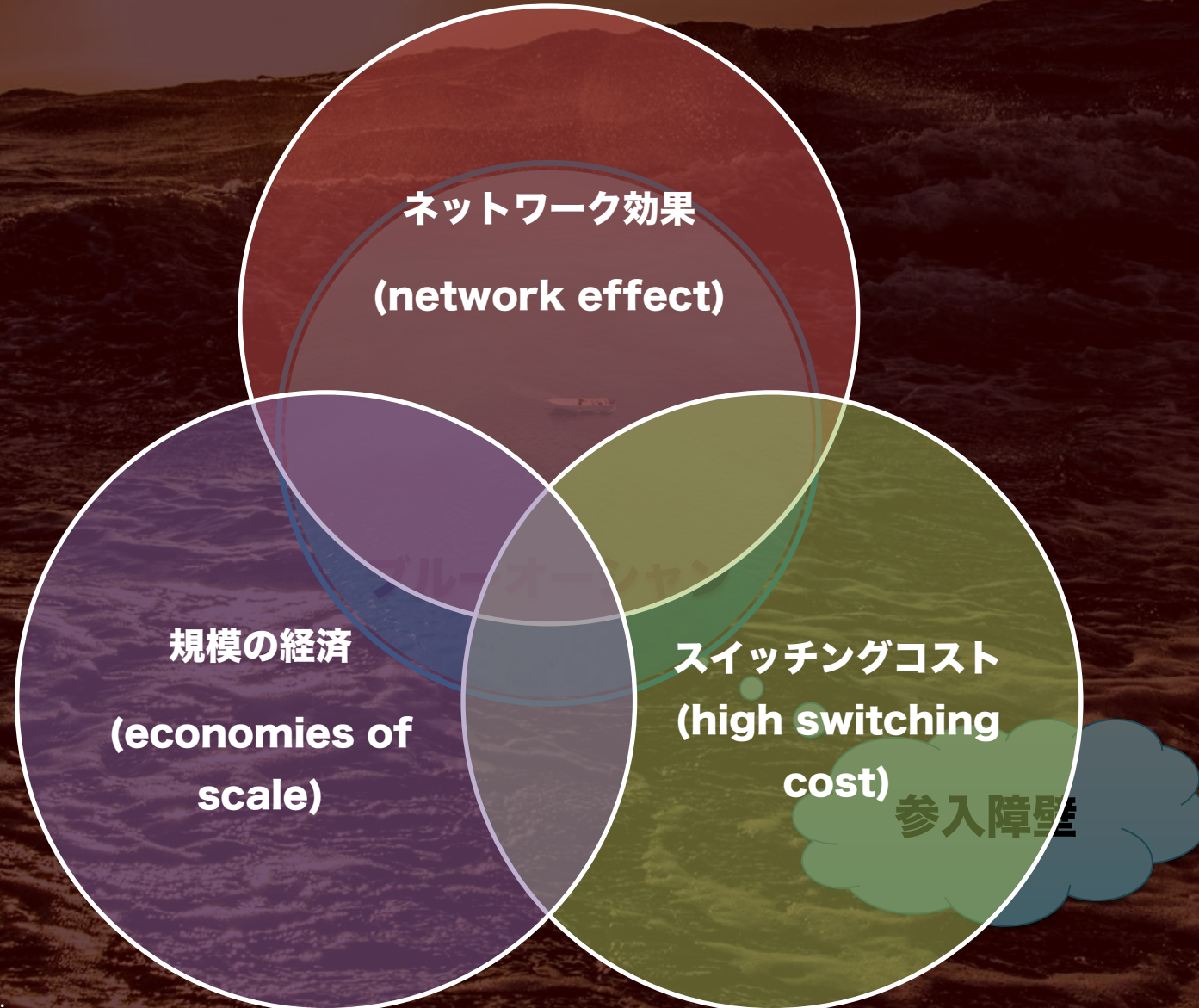


ブルーオーシャン



参入障壁

# レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る ～ 高い参入障壁を築く ～



# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

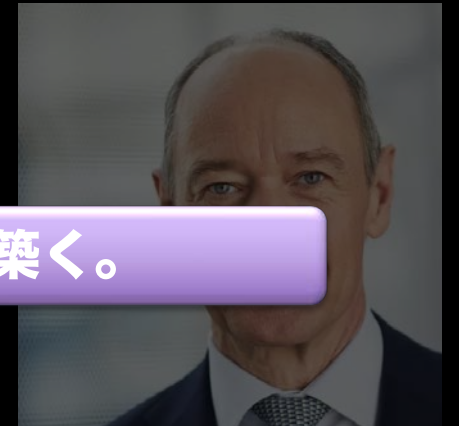
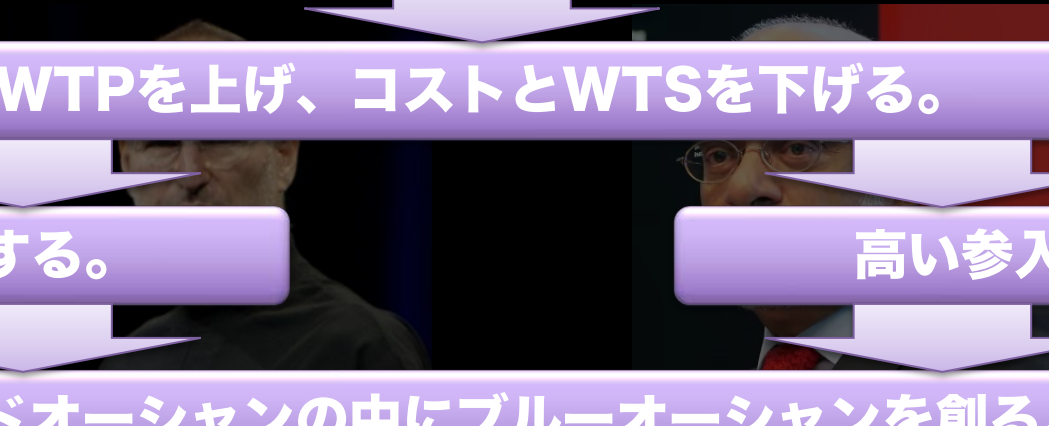
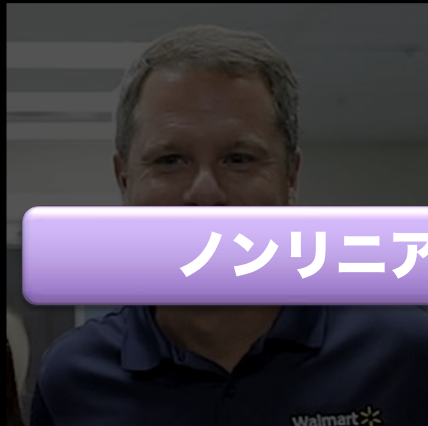
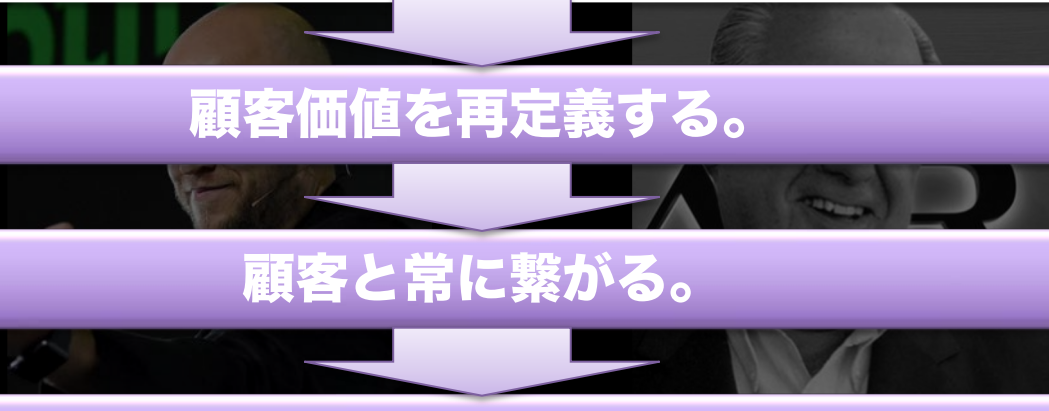
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



# まとめ

3. Ways
- Early
  - Paul
  - John Mark

St. Paul's Chapel  
St. Paul's Chapel  
St. Paul's Chapel

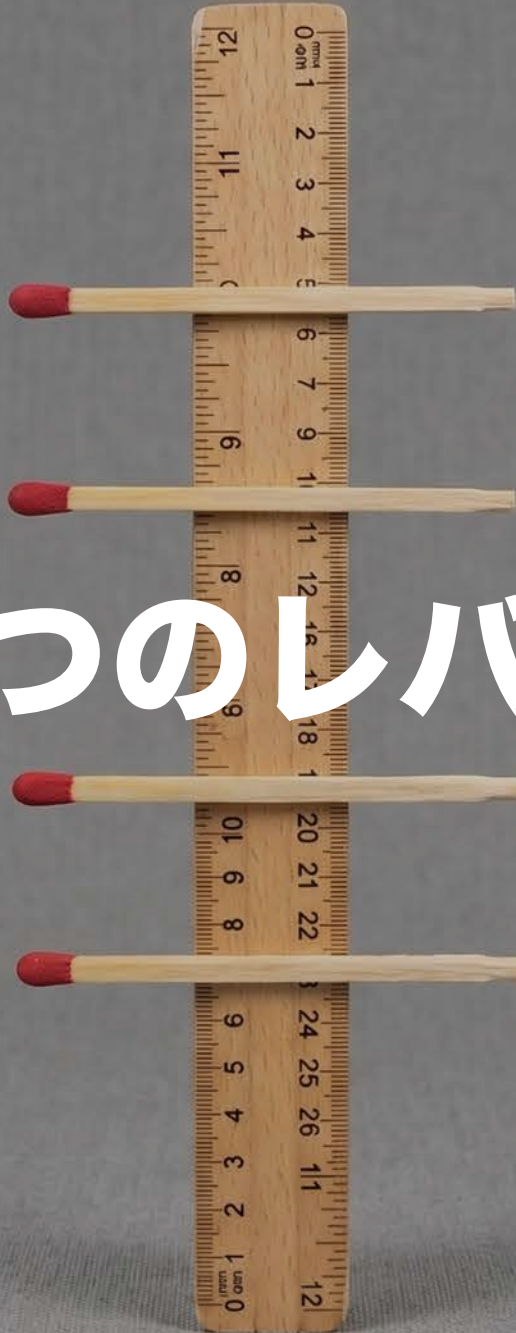


**DX認定を取ったら、次は、  
1本の“棒”を使って次の一手を打ちませんか？  
～ここからが本番、「真のDX」勝負！～**



# バリュースティック value stick

# 4つのレバー



顧客が享受する価値  
(交換価値)

WTP  
支払意思額

価格  
price

パートナーや社員が  
享受する価値  
(交換価値)

コスト  
cost

売却意思額  
WTS

利益

事業者が創造した価値



顧客が享受する価値  
(交換価値)

WTP  
支払意思額

価格  
price

事業経営とは、

利益

事業者が創造した価値

4つのレバーの上げ下げを決定することである。

パートナーや社員が  
享受する価値  
(交換価値)

コスト  
cost

売却意思額  
WTS



顧客が享受する価値  
(交換価値)

WTP  
支払意思額

“デジタル時代のビジネス” 経営者は、  
“**真のDX**” でどんな手を打っているか？  
打ったか？

価格

利益  
事業者が創造した価値

パートナーや社員が  
享受する価値  
(交換価値)

コスト  
cost

売却意思額  
WTS



# “デジタル時代のビジネス” 経営者は、 “真のDX” でどんな手を打っているか？ 打ったか？



# 「デジタルを前提」に既存事業を変革する、 あるいは、新規事業を創出する。

「デジタルを前提」

顧客価値を再定義する。

顧客と常に繋がる。

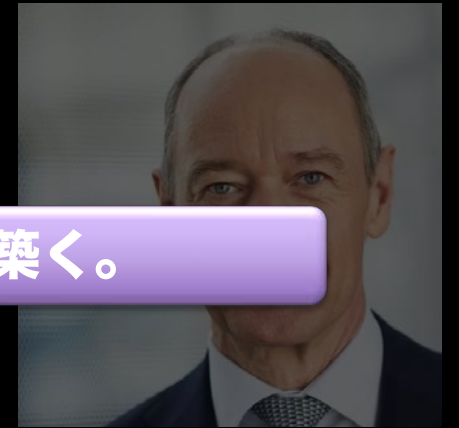
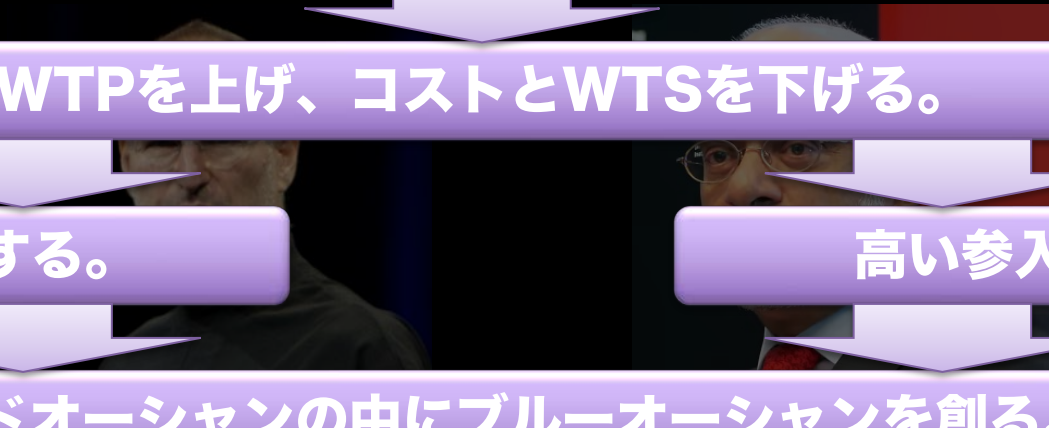
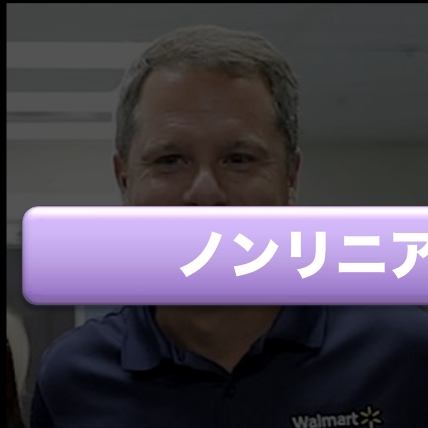
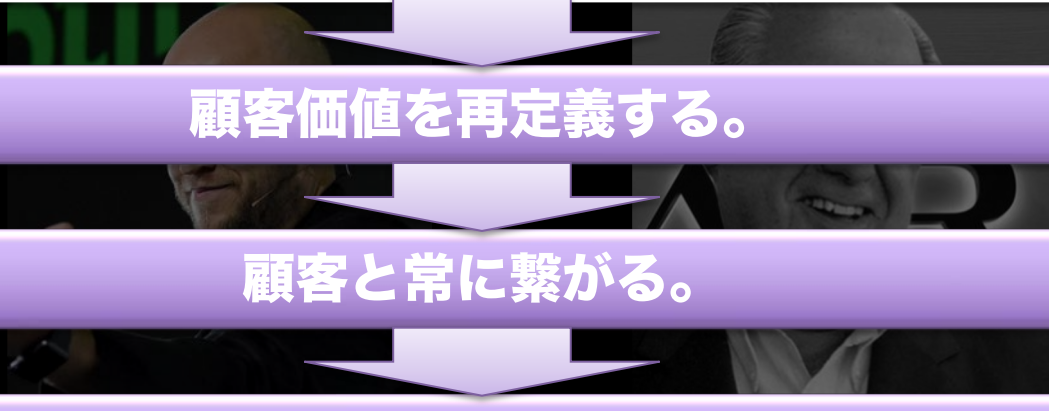
顧客価値をネットワーク効果で自己増幅する。

WTPを上げ、コストとWTSを下げる。

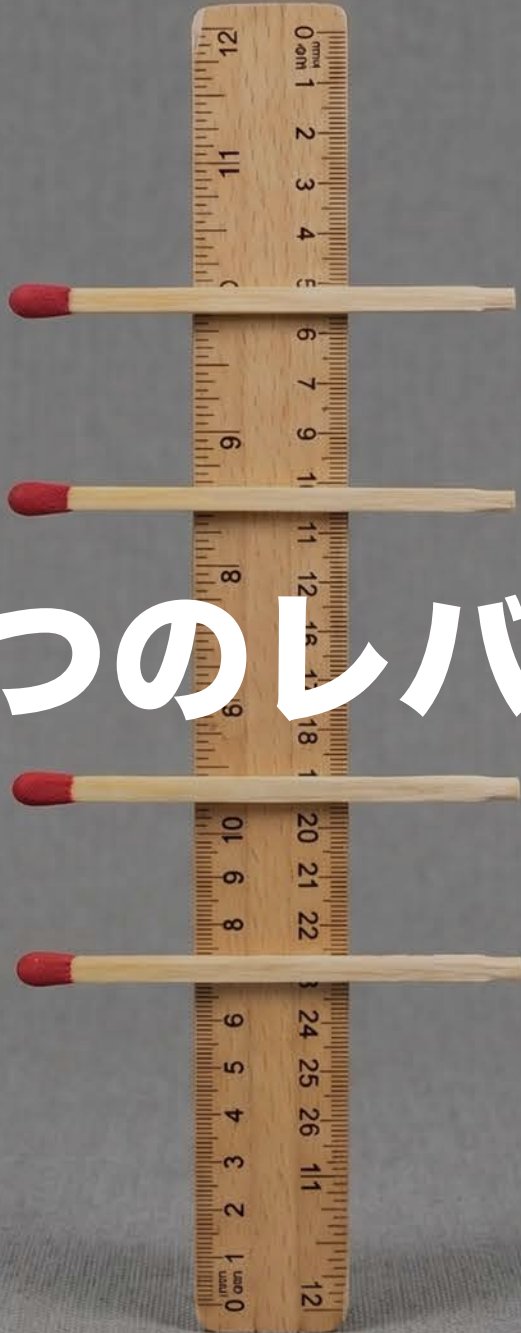
ノンリニアに成長する。

高い参入障壁を築く。

レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創る。



# 4つのレバー



WTP  
支払意思額

価格  
price

3者間の関係を表現してます。

コスト  
cost

売却意思額  
WTS

顧客

WTP  
支払意思額

価格  
price

3者間の関係性を活用しています。

コスト  
cost

バリュー  
スティック

パートナー  
社員

事業者

顧客

WTP  
支払意思額

価格  
price

コスト  
cost

スティック

パートナー  
社員

事業者

“デジタル時代のビジネス” 経営者は、  
“真のDX” で「三方よし」を実現しています。

顧客

WTP  
支払意思額

価格  
price

“デジタル時代のビジネス” 経営者は、  
“**真のDX**” で「三方よし」を実現しています。

スティック

皆さんは “**真のDX**” で

どんな「三方よし」を実現しますか？

Thank  
you!