

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”の本質は何か？
“デジタル時代に適したビジネス”を創り、回し、成長させるにはどうしたら良いか？
そして、それを実践するための具体的な方法論は何か？
これらへの答えが必要なすべての皆さんにお贈りします。

株式会社DXパートナーズ提供

「DXの科学[®]」学修・実践プログラム

アジェンダ

- 1 いま答えを出すべき3つの問い
 - 2 3つの問いに対する私たちの答え「DXの科学®」
 - 3 「DXの科学®」 記述的理論
 - 4 「DXの科学®」 規範的理論
 - 5 「DXの科学®」 実践方法論
 - 6 私たちから皆さんへのご提案
 - 7 「DXの科学®」 学修・実践プログラムのご紹介
 - 8 講師ご紹介
 - 9 DXパートナーズのDX支援サービスご案内
-

1

いま答えを出すべき3つの問い

いますべての経営者、事業者、ビジネスパーソンに問われている
3つの問いがあります。

記述的な問い

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”の本質は何か？

規範的な問い

“デジタル時代に適したビジネス”を創り、回し、成長させるにはどうしたら良いか？

実践に関する問い

そして、それを実践するための具体的な方法論は何か？

皆さんはこれら3つの問いに対する答えをお持ちですか？
そして、“デジタル時代に適したビジネス”を
創り、回し、成長させていますか？

2 3つの問いに対する私たちの答え「DXの科学®」

私たち株式会社DXパートナーズ独自の答えである
「DXの科学®」をご紹介します。

記述的な問い

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”の本質は何か？

規範的な問い

“デジタル時代に適したビジネス”を創り、回し、成長させるにはどうしたら良いか？

実践に関する問い

そして、それを実践するための具体的な方法論は何か？

DXの科学的実践方法論「DXの科学®」

記述的理論

8つの問いと8つの変革

3つの正体

規範的理論

5つの理論

実践方法論

6つの創造

3

「DXの科学®」 記述的理論

記述的な問い

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”の本質は何か？



“デジタル時代に成功し成長するビジネス”を実践している
“デジタル破壊者”、“デジタル変革者” たちはいったい何者か？



3.1

「DXの科学®」記述的理論: 全体像

記述的な問い

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”の本質は何か？

創る

WHY

なぜデジタル時代のビジネス？

回す

WHY

なぜデジタル時代の回し方？

成長させる

WHY

なぜデジタル時代の成長のさせ方？

8つの問い

HOW

それをどう実現した？

HOW

それをどう実現した？

HOW

それをどう実現した？

8つの変革

WHAT

結果、何になった？

顧客価値交換・共創の場
の提供者

WHAT

結果、何になった？

アナログな〇〇も売る
ソフトウェア企業

WHAT

結果、何になった？

ネットワーク効果の実践者

記述的理論化

3.2

「DXの科学®」記述的理論: 8つの問いと8つの変革

記述的な問い

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”の本質は何か？

問い1

デジタル時代に我々が提供する顧客価値体系とエコノミーは何か？

変革1

デジタル時代に適した顧客価値体系とエコノミーに変革する

問い2

デジタル時代の顧客にとっての顧客価値交換・共創の場は何か？

変革2

デジタル時代に適した顧客価値交換・共創の場に変革する

問い3

デジタル時代に適した我々のビジネスの像 (かたち) は何か？

変革3

デジタル時代に適したビジネスの像 (かたち) に変革する

問い4

デジタル時代、我々のビジネスとデジタル技術&データとの関わり方は？

変革4

デジタル時代に適したビジネスとデジタル技術&データとの関わり方に変革する

問い5

デジタル時代、我々にとっての顧客価値の創り方、ビジネスの創り方は？

変革5

デジタル時代に適した顧客価値とビジネスの創り方に変革する

問い6

デジタル時代に適した我々のビジネスの稼ぎ方は？

変革6

デジタル時代に適した稼ぎ方に変革する

問い7

デジタル時代に適した我々のビジネスの回し方は？

変革7

デジタル時代に適したビジネスの回し方に変革する

問い8

デジタル時代における我々のビジネスの成長のさせ方は？

変革8

デジタル時代に適したビジネスの成長のさせ方に変革する

3.3

「DXの科学®」 記述的理論: 3つの正体

記述的な問い

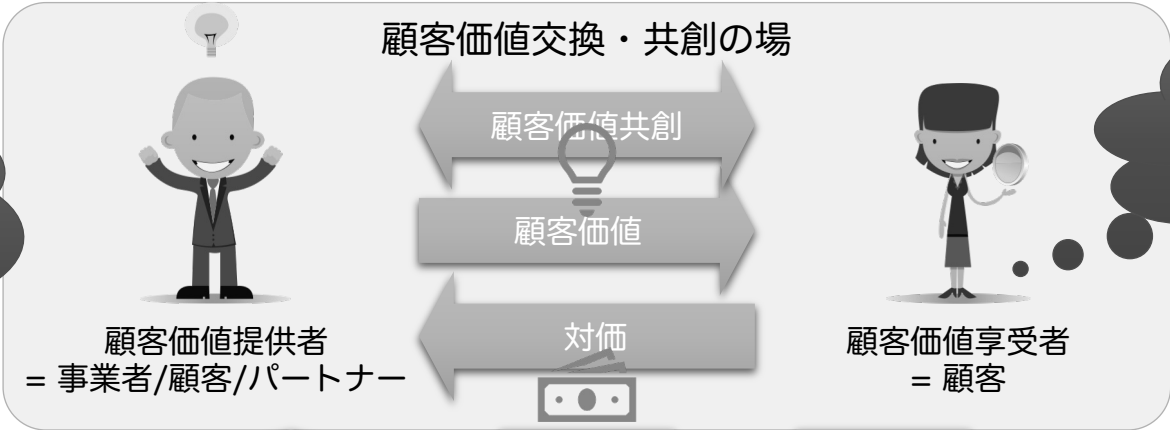
“デジタル時代に成功し成長するビジネス”の本質は何か？

創る
顧客価値交換・共創の場の提供者

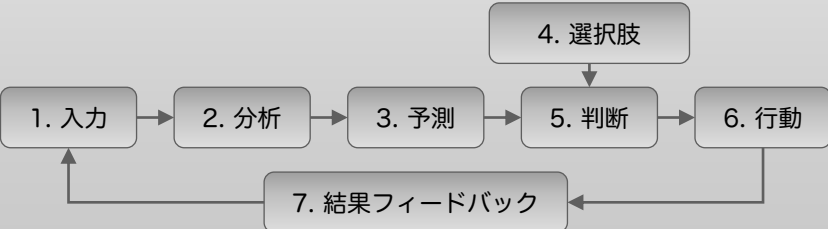
回す
アナログな〇〇も売るソフトウェア企業

成長させる
ネットワーク効果の実践者

場の提供者 = 事業者
事業者自らがエコシステム、コミュニティ、あるいは、マーケットプレイス等の場を創造し、顧客およびパートナー等のステークホルダーに提供



ネットワーク効果
場=ネットワークが大きくなればなるほど、顧客1人当たりが享受する顧客価値が大きくなる現象



場を回すビジネスプロセス
場から収集したデータを顧客価値や場の価値に変換する、24時間365日稼働のソフトウェア

4

「DXの科学®」 規範的理論

規範的な問い

“デジタル時代に適したビジネス” を創り、回し、成長させるにはどうしたら良いか？



“デジタル時代に適したビジネス” を創り、回し、成長させている彼ら、彼女らはいったい何をしているのか？



4.1

「DXの科学®」 規範的理論: 全体像 = 5つの理論

規範的な問い

“デジタル時代に適したビジネス” を創り、回し、成長させるにはどうしたら良いか？



5

「DXの科学®」実践方法論

実践に関する問い
規範的理論を実践するための具体的な方法論は何か？



“デジタル破壊者”、“デジタル変革者”と同じように、
“デジタル時代に適したビジネス”を創り、回し、成長させるには？

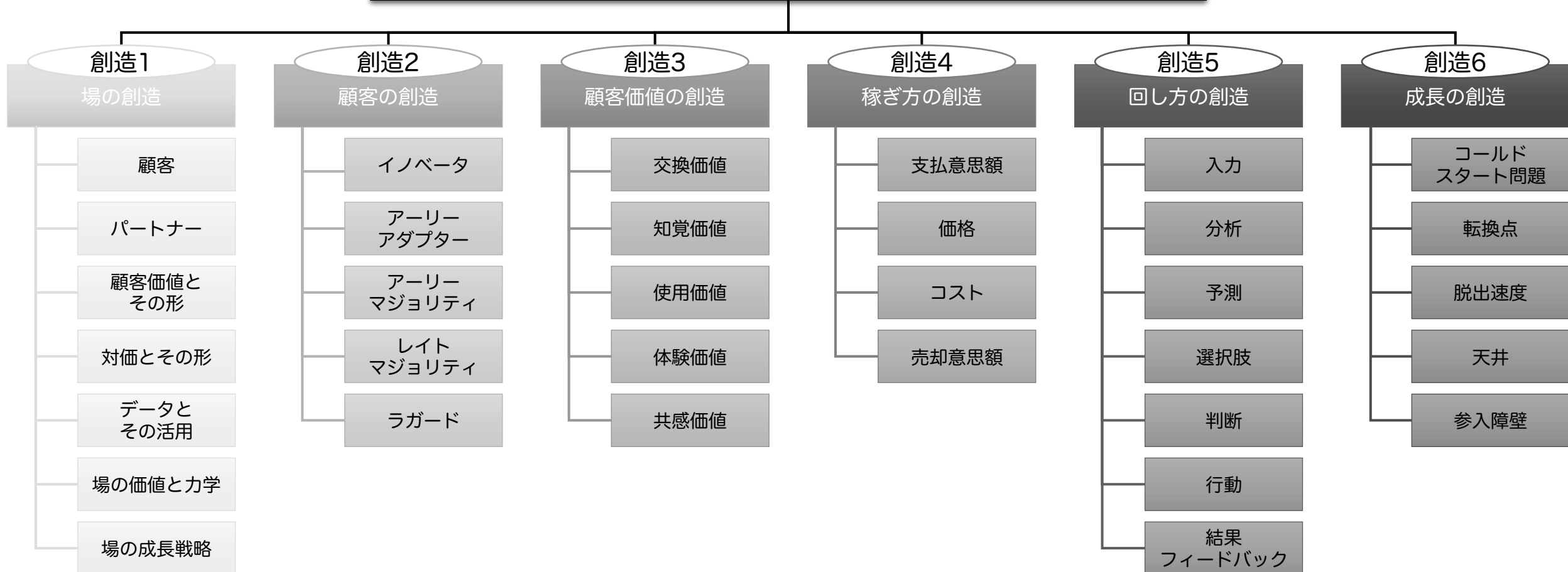


5.1

「DXの科学®」実践方法論: 全体像 = 6つの創造

実践に関する問い
 規範的理論を実践するための具体的な方法論は何か?

“デジタル時代に適したビジネス” 実践のための6つの創造



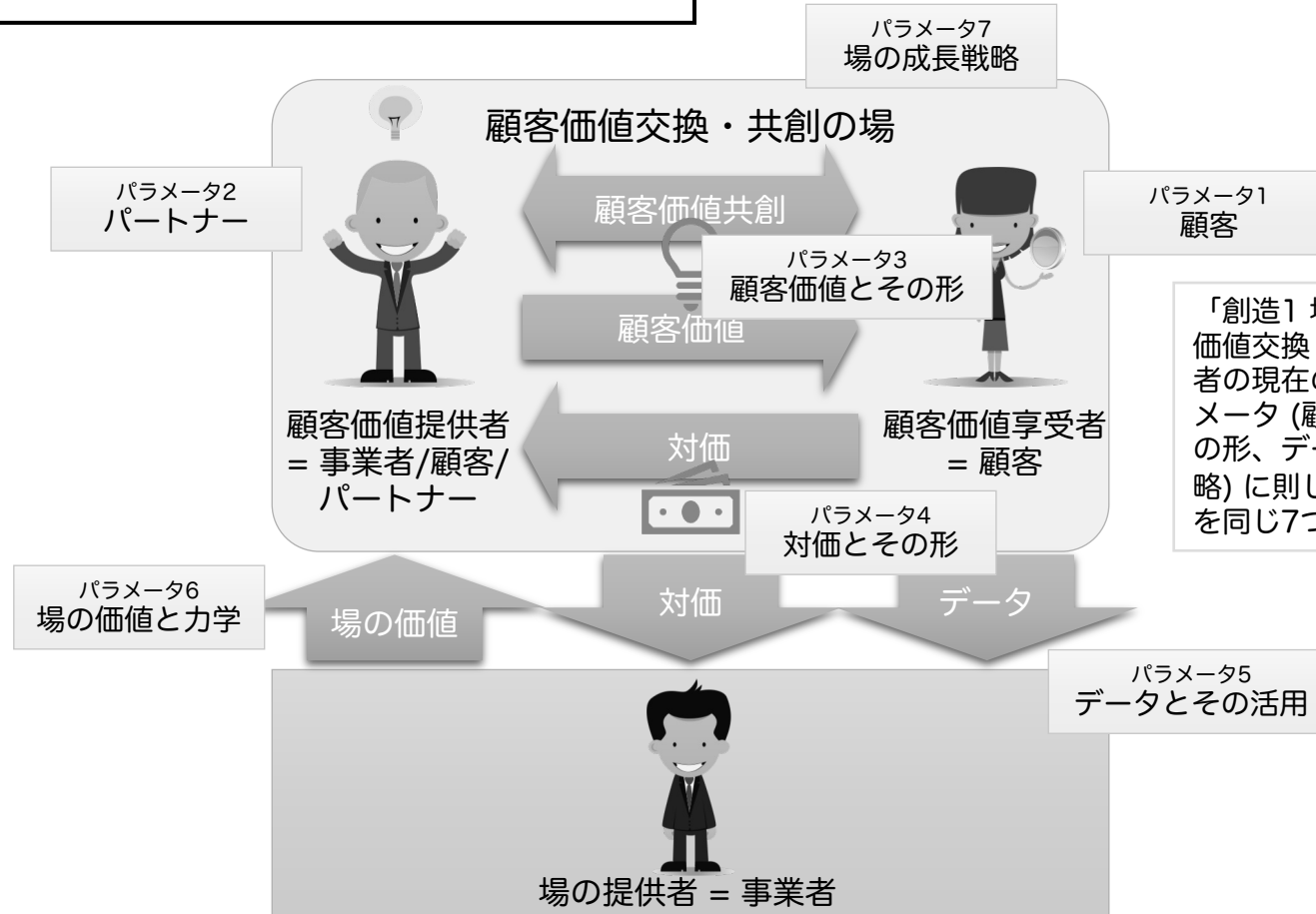
5.2

「DXの科学®」 実践方法論: 創造1 場の創造

規範的理論1
場の創造理論

実践に関する問い
規範的理論を実践するための具体的な方法論は何か?

“デジタル時代に適したビジネス” 実践のための6つの創造



「創造1 場の創造」では、ビジネスの全体像である“顧客価値交換・共創の場”をマクロに設計。具体的には、受講者の現在の主力事業の“場”を左図に示す7つの設計パラメータ (顧客、パートナー、顧客価値とその形、対価とその形、データとその活用、場の価値と力学、場の成長戦略) に則して分析。その後、新規に創出する事業の“場”を同じ7つの設計パラメータに則して設計する。

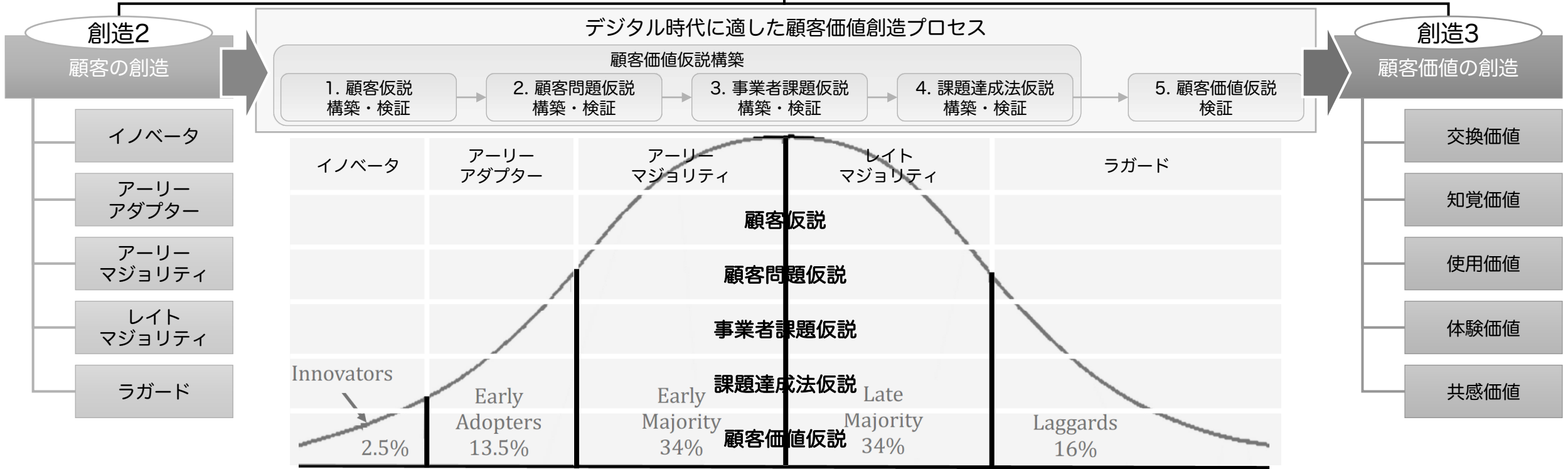
5.3

「DXの科学®」 実践方法論: 創造2&3 顧客と顧客価値の創造

規範的理論2
顧客価値創造理論

実践に関する問い
規範的理論を実践するための具体的な方法論は何か?

“デジタル時代に適したビジネス” 実践のための6つの創造



「創造2 顧客の創造」および「創造3 顧客価値の創造」では、“デジタル時代に適した顧客価値創造プロセス”に則して、顧客仮説、顧客問題仮説、事業者課題仮説、課題達成法仮説、顧客価値仮説を構築・検証する。顧客仮説に関しては“ロジャーズのイノベータ理論”に基づいて、イノベータ、アーリーアダプター、アーリーマジョリティ、レイトマジョリティ、ラガードに想定顧客を分類の上、最初に対象とすべき顧客像を定める。また、最終の顧客価値仮説については、交換価値、知覚価値、使用価値、体験価値、共感価値のすべてについて仮説構築・検証し、次の「創造4 稼ぎ方の創造」への入力とする。

5.4

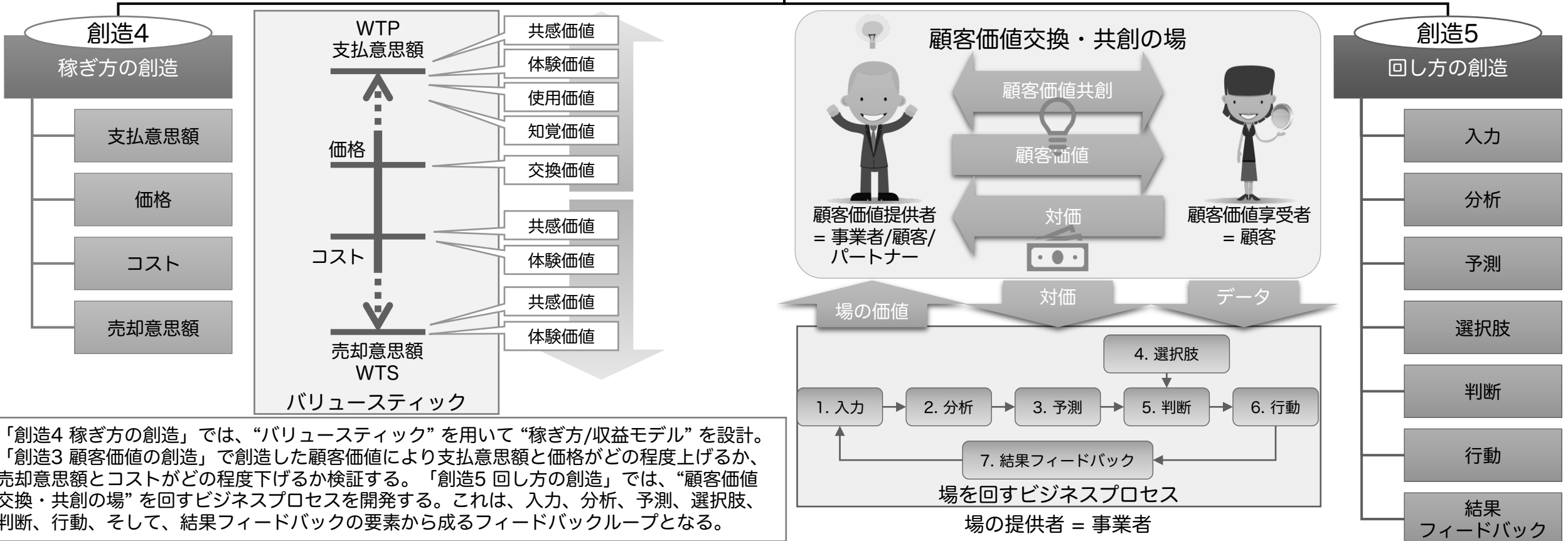
「DXの科学®」実践方法論: 創造4&5 稼ぎ方と回し方の創造

規範的理論3
バリュー
スティック
理論

規範的理論4
CPSS理論
(サイバーフィジカル
ソーシャルシステム)

実践に関する問い
規範的理論を実践するための具体的な方法論は何か?

“デジタル時代に適したビジネス” 実践のための6つの創造



「創造4 稼ぎ方の創造」では、“バリュースティック”を用いて“稼ぎ方/収益モデル”を設計。「創造3 顧客価値の創造」で創造した顧客価値により支払意思額と価格がどの程度上げるか、売却意思額とコストがどの程度下げるか検証する。「創造5 回し方の創造」では、“顧客価値交換・共創の場”を回すビジネスプロセスを開発する。これは、入力、分析、予測、選択肢、判断、行動、そして、結果フィードバックの要素から成るフィードバックループとなる。

5.5

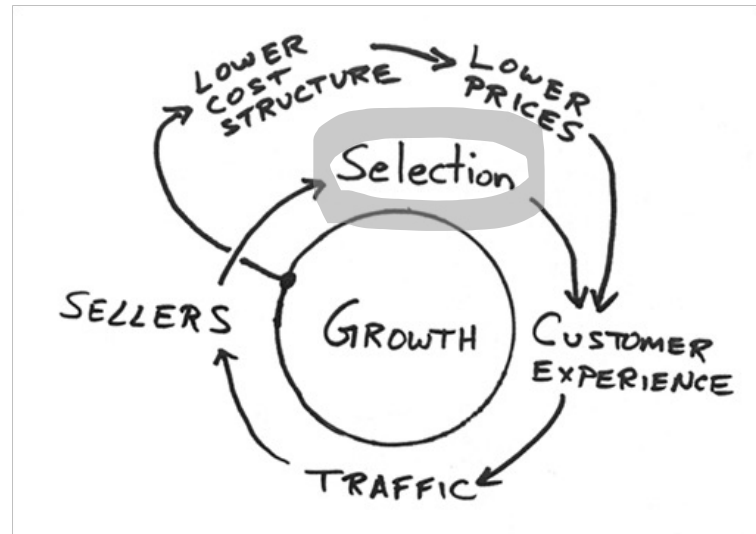
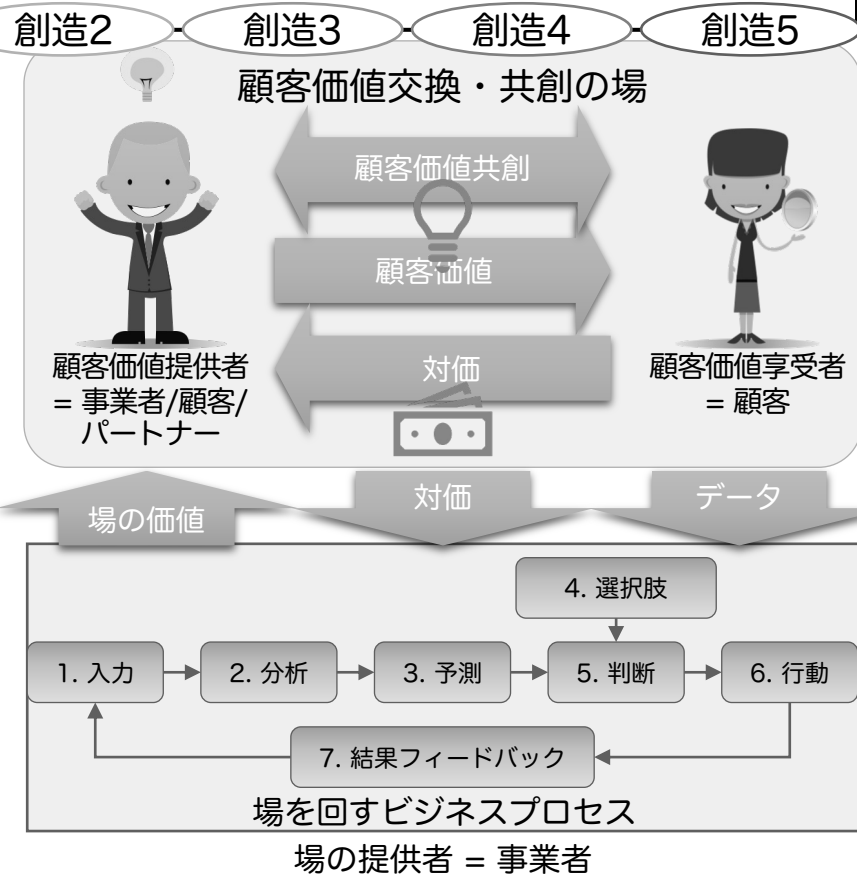
「DXの科学®」実践方法論: 創造6 成長の創造

実践に関する問い
 規範的理論を実践するための具体的な方法論は何か?

“デジタル時代に適したビジネス” 実践のための6つの創造

規範的理論5
 コールド
 スタート理論

- 創造1
場の創造
- 顧客
- パートナー
- 顧客価値とその形
- 対価とその形
- データとその活用
- 場の価値と力学
- 場の成長戦略



参考: Amazon.comのダブルハーヴェストループ

レバレッジポイント

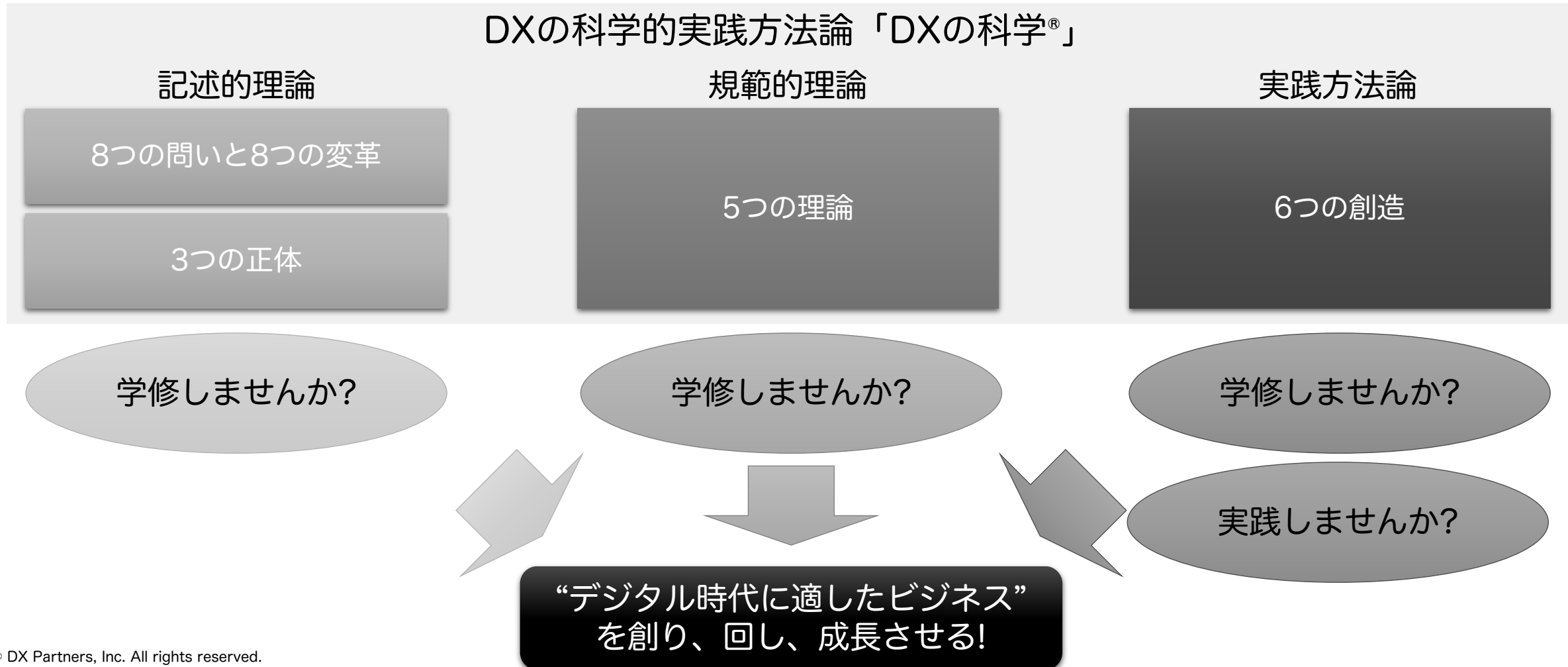
「創造6 成長の創造」では、創造1-5で構築したビジネスについて、どのような“ハーヴェストループ” (成長ループ) を描いて成長するのか、そもそも成長可能か否かを検証する。もし成長不可能な場合は、その原因を明らかにし修正すべき点を特定する。最後に、“コールドスタート理論”に基づいて、成長戦略を策定する。

- 創造6
成長の創造
- コールド
スタート問題
- 転換点
- 脱出速度
- 天井
- 参入障壁

6 私たちから皆さんへのご提案

「DXの科学[®]」を学修・実践してみませんか？

そして、“デジタル時代に適したビジネス”を創り、回し、成長させてみませんか？



7

「DXの科学®」学修・実践プログラムのご紹介

合わせて5種類のプログラムをご用意しています。
皆さんの目的に応じて適切なプログラムをお選びください。

DXの科学的実践方法論「DXの科学®」

記述的理論

規範的理論

実践方法論

学修 [座学]

1 「DXの科学」セミナー

2

高度DX人材育成プログラム《座学編》

学修 [座学]

学修 [PBL]

3

高度DX人材育成プログラム
《PBL編》

4

学修 [GS]

“デジタル時代のビジネス創出”
学修スプリント

5

実践 [GS]

“デジタル時代のビジネス創出”
実践スプリント

PBL: プロジェクトベースラーニング
GS: グーグルスプリント

「DXの科学®」学修・実践プログラム

7.1

カリキュラム



1	「DXの科学®」セミナー	学修 [座学] 4h												
2	高度DX人材育成プログラム《座学編》	学修 [座学] 4h	学修 [座学] 20h											
3	高度DX人材育成プログラム《PBL編》								学修 [PBL] 24h					
4	“デジタル時代のビジネス創出”学修スプリント								学修 [GS] 24h					
5	“デジタル時代のビジネス創出”実践スプリント								実践 [GS] 36h					

7.2

実施要項

	①	②	③	④	⑤
	「DXの科学 [®] 」セミナー	高度DX人材育成プログラム《座学編》	高度DX人材育成プログラム《PBL編》	“デジタル時代のビジネス創出”学修スプリント	“デジタル時代のビジネス創出”実践スプリント
目的	“デジタル時代に成功し成長するビジネス”の本質を理解する。		“デジタル時代に適したビジネス”の創り方、回し方、成長のさせ方をPBLで修得する。	“デジタル時代に適したビジネス”の創り方をGSで体験学修し、⑤実践スプリントに繋げる。	“デジタル時代に適したビジネス”の実ビジネスモデルを創出する。
実施単位	1企業/グループ単独の個社単位での実施、ならびに、複数企業/グループが集合しての実施、いずれも可。				原則、1企業/グループ単独の個社単位での実施。
実施時期	ご相談の上で決定。				
実施形態	原則、オンラインでの実施。			原則、オンサイトでの実施。	
PBL/GSの進め方			1チーム1人でPBLを実施。	1チーム2~4人でGSを実施。	
標準所要時間	4時間	24時間	24時間	24時間	36時間
個社実施時の定員/推奨人数	定員なし	定員なし	推奨3~6人	推奨8~15人	推奨8~15人
集合実施時の定員/推奨人数 [最小実施人数]	定員なし [15人]	定員なし [15人]	定員5~6人 [5人]	定員10~15人 [10人]	
個社実施時の1式費用 (税別)	500,000円	2,500,000円	2,500,000円	3,000,000円	4,000,000円
集合実施時の1人当りの費用 (税別)	40,000円	200,000円	500,000円	300,000円	
国の助成制度	条件を満たす場合、厚生労働省の人材開発支援助成金を受けることができます。				

私たちが「DXの科学[®]」学修・実践プログラムを開発、講師を務めています。



村上 和彰
シニアパートナー & 代表取締役
京都大学博士 (工学)
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

1987年より九州大学にてコンピュータシステムアーキテクチャの教育研究に従事、2015年末に早期退職。その間、情報基盤研究開発センター長、情報統括本部長、公益財団法人九州先端科学技術研究所副所長を歴任。2016年2月に株式会社チームAIBODを創業、多くの企業のAI導入、データ利活用、DXを支援。2020年4月に株式会社DXパートナーズを創業。



道山 淳児
シニアパートナー & 取締役
公益財団法人九州先端科学技術研究所
特別研究員

1985年に松下電器産業株式会社 (現 パナソニックホールディングス) に入社、半導体メモリ、ニューロコンピューティング、画像圧縮伸長処理LSIの研究開発に従事。2008年 デジタル家電のプラットフォーム開発センター長、パナソニックアドバンステクノロジー (株) 取締役、パナソニック理事。2011年より本社R&D戦略室長・理事、産学連携センター長、全社AI強化推進室長、パナソニックラボラトリー福岡所長を歴任し、2020年5月に退職。2020年6月より現職。



横田 英史
アドバイザーパートナー
一般社団法人組込みシステム技術協会
理事

1982年に川崎重工業に入社。1986年 日経マグロウヒル (現 日経BP) に入社。1998年 BizIT (現 日経クロステック) 創刊編集長、2001年 日経コンピュータ編集長、2011年 執行役員、2013年 日経BPコンサルティング取締役、2016年 日経BPソリューションズ代表取締役社長を歴任。その間、情報処理推進機構 (IPA) ソフトウェアエンジニアリングセンターフェロー。2018年11月に退職、ETラボ設立。2020年4月からDXパートナーズ アドバイザーパートナーを兼務。

井上 あきの

アドバイザーパートナー
Minimal Research代表
東京工業大学テックリプログラム
プロジェクトマネージャ



東京工業大学理工学研究科情報科学専攻修了、パナソニック入社。マルチメディア通信、デジタル家電プラットフォーム研究開発業務の中でオープンイノベーションプロジェクトを多く経験。2012年 Panasonic R&D Center Singapore社長、2018年 Panasonic Laboratory Tokyo所長、共創ラボにて4年間イノベーション創出プロセスモデルの研究と実践に取り組む。2021年より技術経営アドバイザとして複数の価値共創プロジェクトに参画。

浦川 伸一

アドバイザーパートナー
損害保険ジャパン株式会社
元 取締役専務執行役員CIO
SOMPOシステムズ取締役会長



1984年 日本IBM入社、金融機関担当部門でSE・PM等を歴任。2013年 損保ジャパン/日本興亜損保執行役員、2014年 SOMPOシステムズ代表取締役社長、2016年 SOMPOホールディングス常務執行役員 グループCIO、2020年 損保ジャパン取締役専務執行役員CIO、2021年 SOMPOシステムズ取締役会長。2021年 立教大学 大学院人工知能科学研究科 客員教授。

徳永 美紗

アドバイザーパートナー
Code for Fukuoka代表



九州大学大学院数理学府修了。10年以上、システムエンジニアとして地場のIT企業に勤務。2020年7月に独立、現在は自治体や企業向けのDX推進ワークショップのファシリテーターやグラフィックレコーダーとして活動。2020年7月からDXパートナーズ アドバイザーパートナーを兼務。併せて、Code for Fukuoka 代表として、社会課題の解決を目指してソーシャルデザイン活動を実施。

9

DXパートナーズのDX支援サービスご案内

<p>「ジェフならどうする？」 セミナー・ ワークショップ</p> <p>マインドセット醸成プログラム</p>	<p>「DXの科学®」 セミナー</p> <p>「DXの科学®」学修・実践 プログラム①</p>	<p>「みんなでDX」 部活</p> <p>自主的なDX活動へのメンタリング</p>	<p>「DXの科学®」学修・実践プログラム以外のDX支援サービスもご用意してます。お気軽にお問い合わせください。</p>
<p>高度DX人材育成 プログラム 《座学編》</p> <p>「DXの科学®」学修・実践 プログラム②</p>	<p>高度DX人材育成 プログラム 《PBL編》</p> <p>「DXの科学®」学修・実践 プログラム③</p>	<p>メンタリング・ コンサルティング</p>	<p>「DXの科学®」 LIVE!</p> <p>「DXの科学®」コンテンツ 提供サービス</p>
<p>“デジタル時代の ビジネス創出” 学修プリント</p> <p>「DXの科学®」学修・実践 プログラム④</p>	<p>“デジタル時代の ビジネス創出” 実践プリント</p> <p>「DXの科学®」学修・実践 プログラム⑤</p>		<p>「DXの科学®」 ツールセット ライセンスング</p> <p>「DXの科学®」コンテンツ 提供サービス</p>



私たちと一緒に最初の一歩を踏み出しませんか？

お問合せは、team@dxpartners.co.jp まで!!!

×変革

TRANSFORM

×ビジネス

YOUR BUSINESS

×デジタル

TO DIGITAL

「DXパートナーズ」、「DXの科学」、「デジタルアウトオブザボックス」、「プロンプソン」
は株式会社DXパートナーズの登録商標です。