

# ワクワクドキドキDX!

～ 御社の今のビジネス、デジタル時代に合わせてリノベしましょう!～

## 村上和彰

株式会社DXパートナーズ シニアパートナー & 代表取締役

株式会社豆蔵デジタルホールディングス 社外取締役

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

長崎県 デジタル戦略補佐監

福岡DXコミュニティ (旧 福岡市IoTコンソーシアム/FITCO) 会長

ビッグデータ&オープンデータイニシアティブ九州 (BODIK) ファウンダー

一般財団法人九州オープンイノベーションセンター 九州DX研究会座長

An aerial, black and white photograph of a rowing team in a long, narrow boat on dark water. The rowers are seen from behind, with their oars dipping into the water. The text is overlaid on the top half of the image.

# 本講演のOKR

(Objectives and Key Results)

## 目標と主要な結果



# 本講演のOKR

(Objectives and Key Results)

## 目標と主要な結果

### 目標/Objective

参加者の皆さんとデジタル時代のビジネス創出の楽しさ、  
ワクワクドキドキ感を共有する!

# 本講演のテーマ

皆さんの今のビジネスを  
リノベする!



DX促進補助金



2025年の崖  
10兆円の損失

# しかし、皆さん「飴と鞭」 に踊らされていませんか？



DX投資促進税制



DX人材育成/リスキリング補助金 5



# 2025年の崖 12兆円の損失



**DX促進 ○○補助金**



**TAX RETURN**

**DX投資促進税制**





**DX人材育成/リスキリング補助金<sup>9</sup>**

# 本講演のテーマ

自発的に

皆さんの今のビジネスを  
リノベする!

# 本講演のテーマ

自発的に

ワクワクドキドキ  
しながら

皆さんの今のビジネスを  
デジタル時代に合わせてリノベする!

# 本講演のOKR

## (Objectives and Key Results)

### 目標と主要な結果

#### 目標/Objective

参加者の皆さんとデジタル時代のビジネス創出の楽しさ、  
ワクワクドキドキ感を共有する!

#### 主要な結果/Key Result 1

参加者の皆さんの半数以上  
が「DXは楽しい、ワクワク  
ドキドキ」と思う。

#### 主要な結果/Key Result 2

参加者の皆さんの半数以上  
が「自発的にDXしたい、  
ビジネスのリノベしたい」  
と思う。

#### 主要な結果/Key Result 3

参加者の皆さんの半数以上  
が「デジタル時代のビジネス  
をやれそうだ」と思う。

# 本講演のアジェンダ

PLAN:

1. なぜデジタル時代のビジネスへ?
2. どんな設計図を描く?
3. どうリノベする?

# 本講演のアジェンダ

PLAN:

1. なぜデジタル時代のビジネスへ?
2. 2. どんな設計図を描く?
3. 3. どうリノベする?

アナログ時代のビジネスから

デジタル時代のビジネスへ



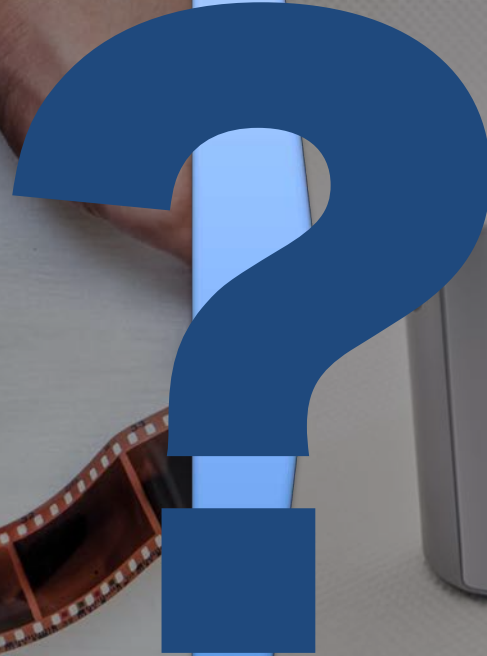
アナログ時代のビジネスから

アナログ技術から



デジタル時代のビジネスへ

デジタル技術へ





アナログ時代のビジネスから

アナログ技術から



デジタル時代のビジネスへ

デジタル技術へ



**NO!**

アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から



デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ



アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから

デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ



アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ



# 以上は、消費者の価値観の変化



## その原動力は？

アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから



デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ



アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

# 以上、 原動力となったデジタル技術のパワー





置換 (デジタル化)  
ゲイン増幅  
つながる (時間軸)  
サービスリバンドル  
トレードオン

つながる (空間軸)  
ネットワーク効果  
既存技術にデジタル技術を掛け算  
デジタル技術にデジタル技術を掛け算  
データとアイデアとを掛け算  
リアルとバーチャルを掛け算

## デジタル技術 “四則演算”

置換 (デジタル化)  
ペイン低減  
自動化  
境界線を除去  
時間的・空間的制約の除去

サービスアンバンドル  
限界コストゼロ

# 以上、 原動力となったデジタル技術のパワー



それを受けて事業者は？

アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

アウトプットから

デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ

アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

アウトプットから  
マーケットから

デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ  
エコシステム/コミュニティへ

## アナログ時代のビジネスから

### アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

アウトプットから  
マーケットから  
顧客への価値提供から

## デジタル時代のビジネスへ

### デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ  
エコシステム/コミュニティへ  
顧客との価値共創へ

# アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

アウトプットから  
マーケットから  
顧客への価値提供から  
場は与えられたものから

# デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

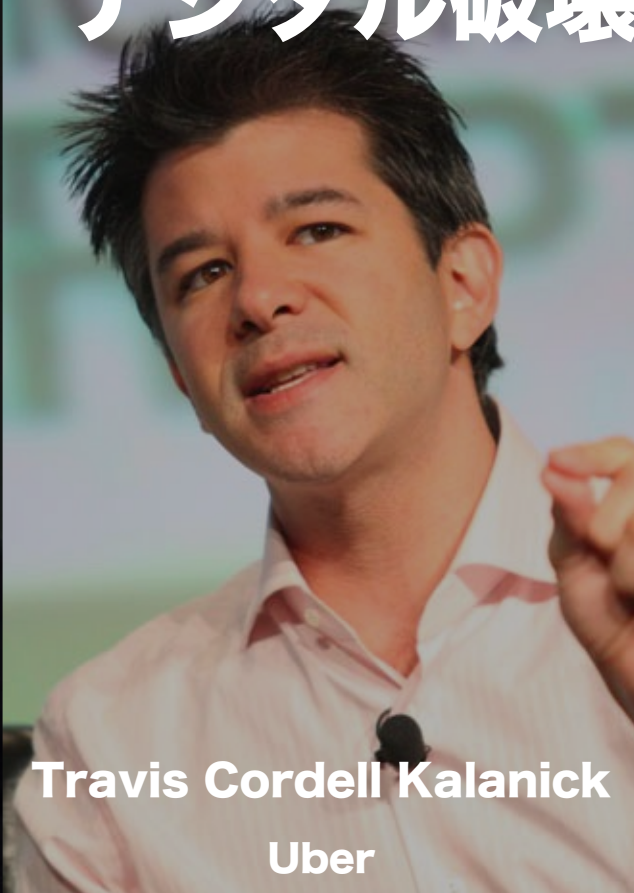
常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ  
エコシステム/コミュニティへ  
顧客との価値共創へ  
自ら創るものへ

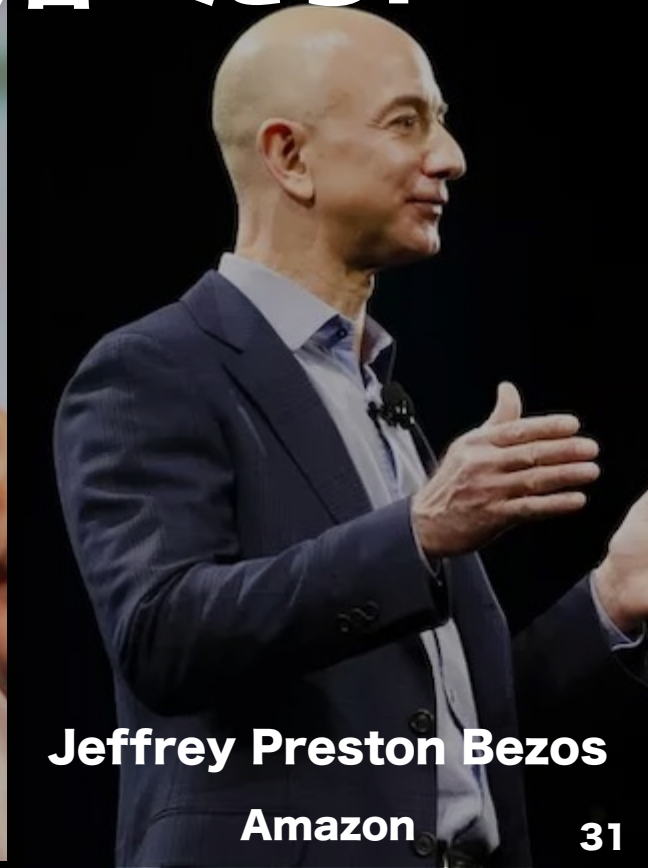
これらの変革をいち早く実践したのが、  
いわゆる “デジタル破壊者” たち!



**Daniel Ek**  
Spotify



**Travis Cordell Kalanick**  
Uber



**Jeffrey Preston Bezos**  
Amazon

# アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまたま繋がるから  
塊から

アウトプットから

マーケットから

顧客への価値提供から  
場は与えられたものから

# デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ

エコシステム/コミュニティへ

顧客との価値共創へ

自ら創るものへ





**さあ、それでは、  
デジタル時代のビジネスの  
設計図を描いてみましょう!**

アナログ時代のビジネス設計

デジタル時代のビジネス設計







# アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

アウトプットから  
マーケットから  
顧客への価値提供から  
場は与えられたものから

# デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ  
エコシステム/コミュニティへ  
顧客との価値共創へ  
自ら創るものへ

# 場を創る! 設計する!



アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

アウトプットから

デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ



アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

アウトプットから  
マーケットから

デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ  
エコシステム/コミュニティへ

## アナログ時代のビジネスから

### アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

アウトプットから  
マーケットから  
顧客への価値提供から

## デジタル時代のビジネスへ

### デジタル社会へ

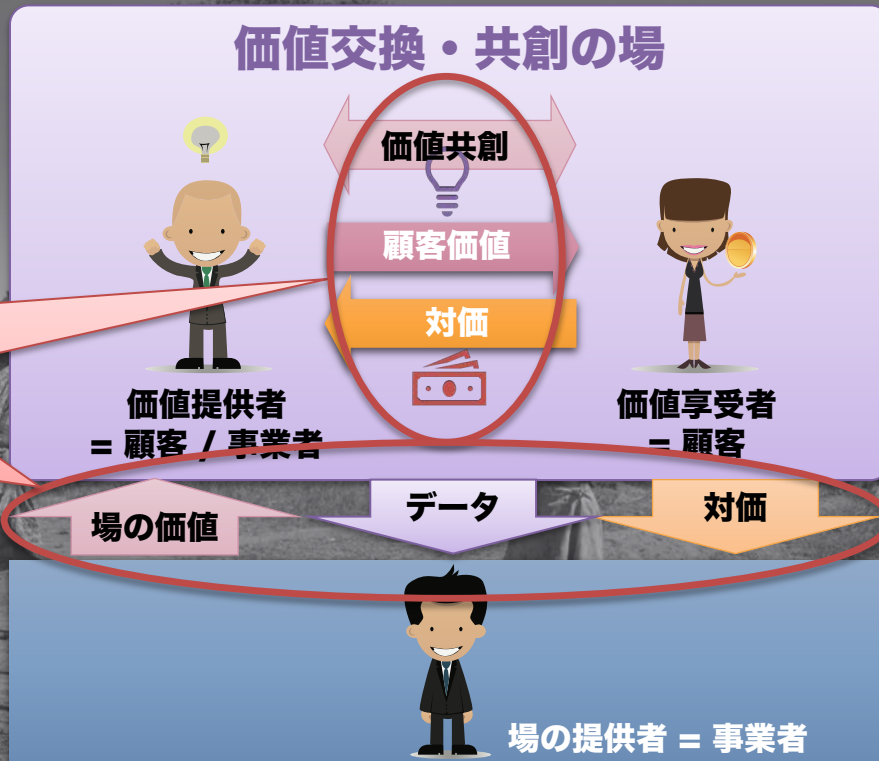
コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ  
エコシステム/コミュニティへ  
顧客との価値共創へ

# 場を創る! 設計する!

## デジタル技術とデータとの接点は?



デジタル技術と  
データを活用

デジタル技術と  
データを前提

## アナログ時代のビジネスから

アナログ社会から

モノから  
所有から

たまに繋がるから  
塊から

アウトプットから  
マーケットから  
顧客への価値提供から  
場は与えられたものから

デジタル技術とデータを活用から

## デジタル時代のビジネスへ

デジタル社会へ

コトへ  
利用へ

常に繋がるへ  
細切れへ

プロセスへ  
エコシステム/コミュニティへ  
顧客との価値共創へ  
自ら創るものへ

デジタル技術とデータを前提へ

# アナログ時代のビジネスから



デジタル技術とデータを活用から

# デジタル時代のビジネスへ



デジタル技術とデータを前提へ

# では、“場の設計” やってみましょう!



# Uberの場合...



Uber

# Uberの場合の“アイデア発想”は…







**Travis Cordell Kalanick**

TechCrunch, CC BY 2.0, via Wikimedia Commons

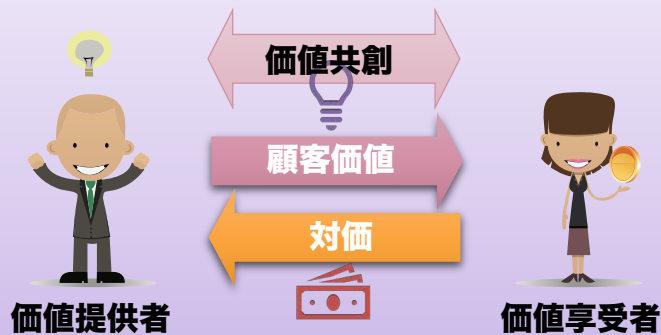


**Garrett Camp**

The Next Web Photos from Amsterdam, Netherlands. Julia de Boer, CC BY-SA 2.0, via Wikimedia Commons

# Uberの場合の“場の設計”は…

## 価値交換・共創の場



場の価値

データ

対価



場の提供者

# “場の設計” 4つのステップ

ステップ1  
プレイヤーを描き出す

ステップ2  
顧客間で交換する価値  
と対価を描く

ステップ3  
場の価値と場からの対  
価を描く

ステップ4  
場がきちんと動くか検  
証して更新する



# Uberの場合の“場の設計”は…

ステップ1: プレイヤーを描き出す

価値交換・共創の場



一般の  
ドライバー

価値提供者



従来の  
タクシー  
利用客

価値享受者

場の価値

データ

対価

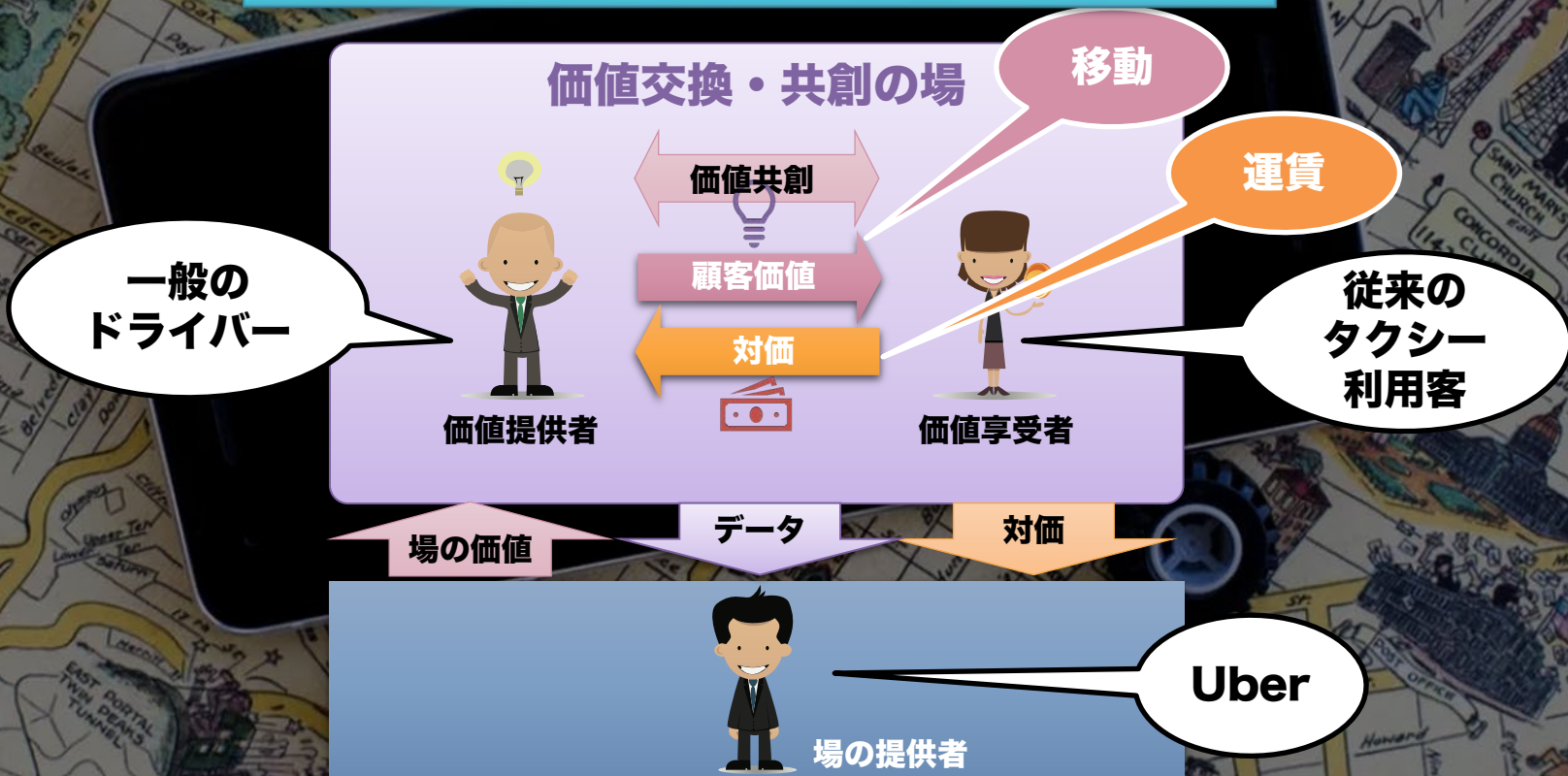


場の提供者

Uber

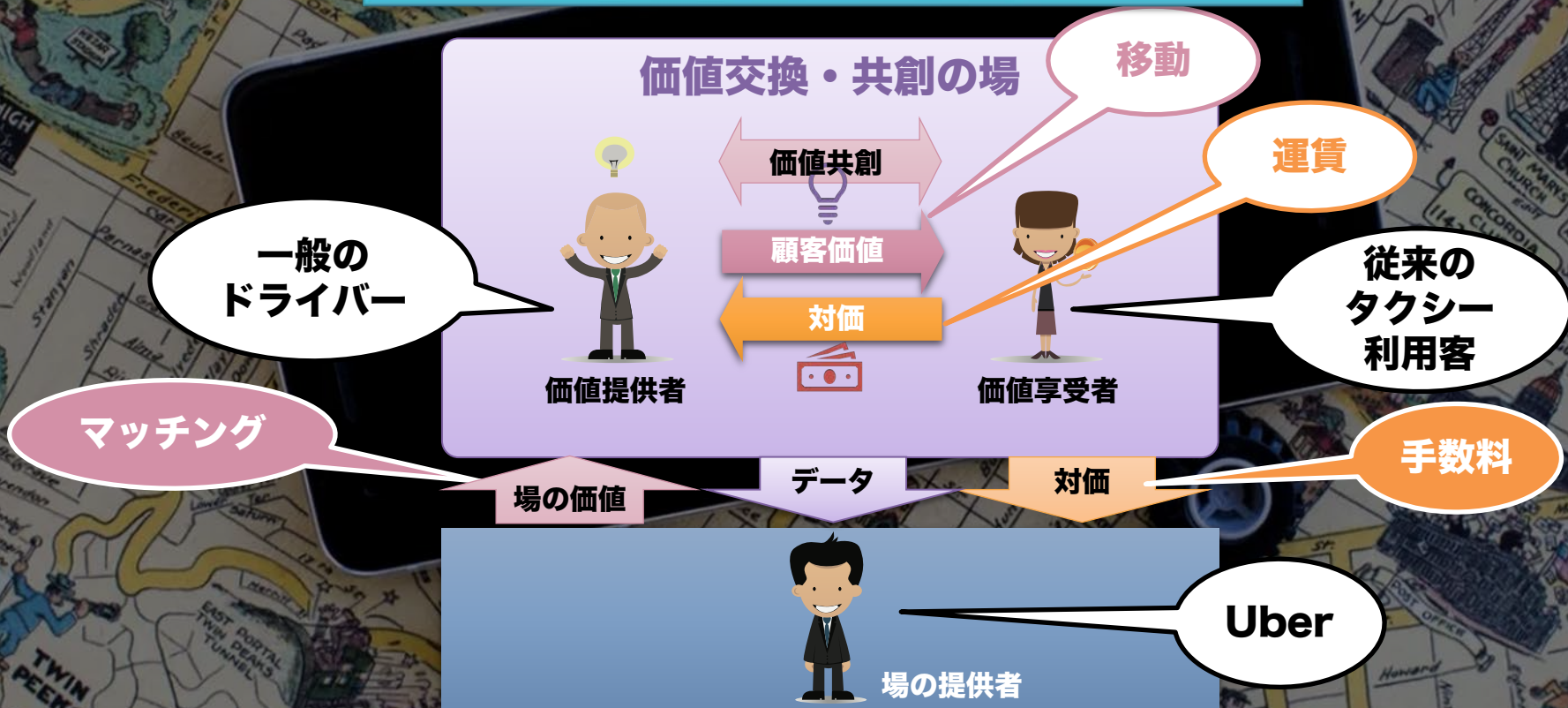
# Uberの場合の“場の設計”は…

ステップ2: 顧客間で交換する価値と対価を描く



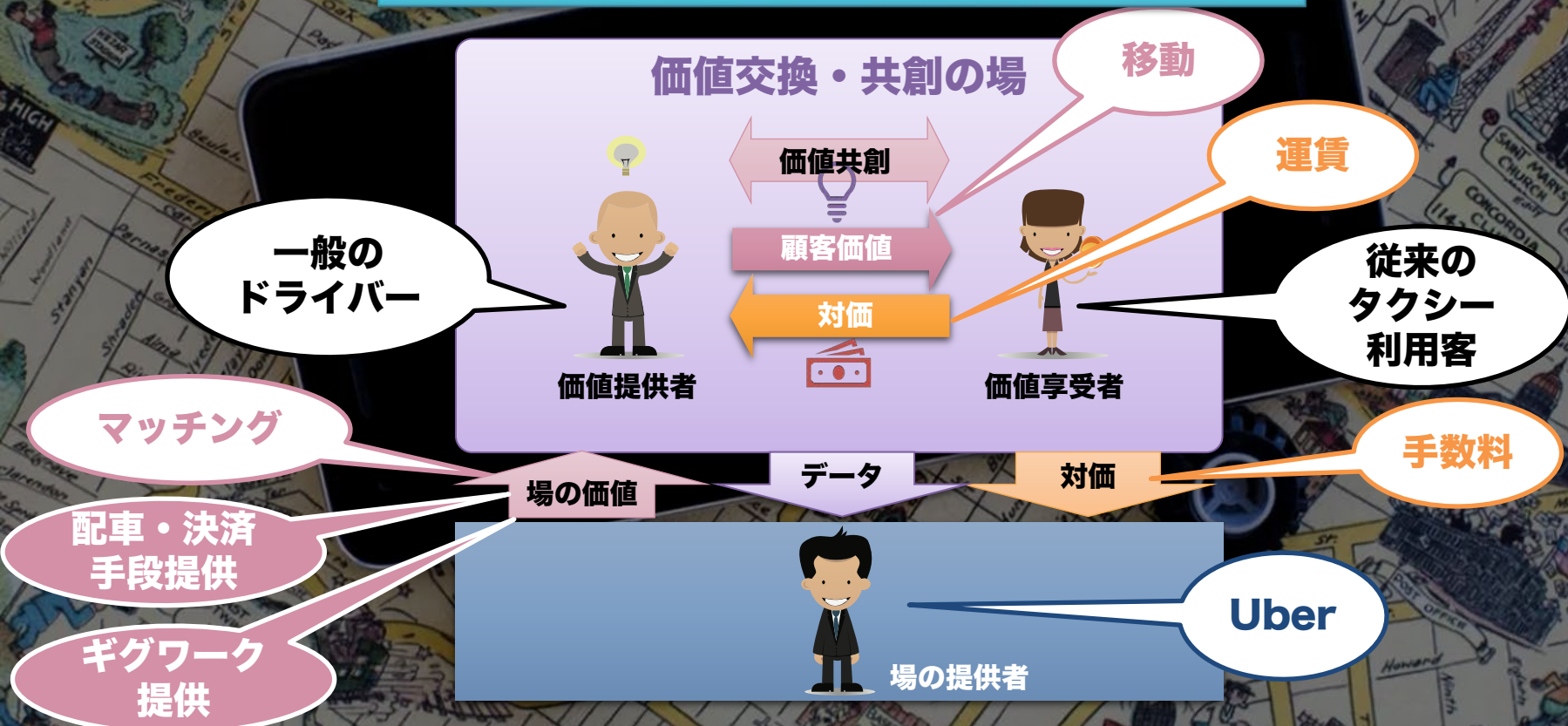
# Uberの場合の“場の設計”は…

## ステップ3: 場の価値と場からの対価を描く



# Uberの場合の“場の設計”は…

## ステップ3: 場の価値と場からの対価を描く



# Uberの場合の“場の設計”は…

ステップ3: 場の価値と場からの対価を描く

価値交換・共創の場

移動

運賃

でも、これだけでは

NG!

一般の  
ドライバー



価値提供者

顧客価値



価値享受者

従来の  
タクシー  
利用客

マッチング

配車・決済  
手段提供

ギグワーク  
提供

場の価値

データ

対価

手数料



場の提供者

Uber

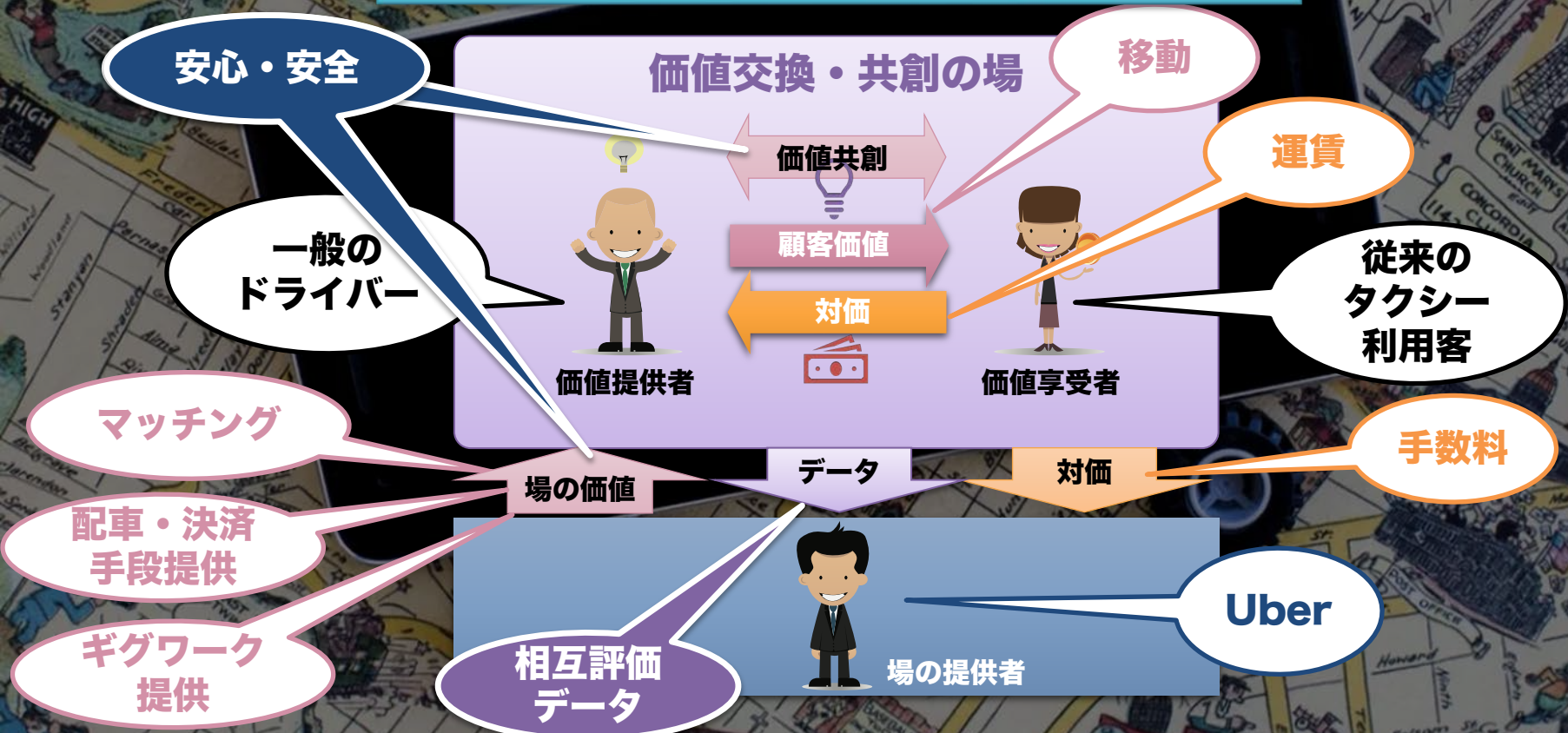




**安心・安全をどう担保するか？**

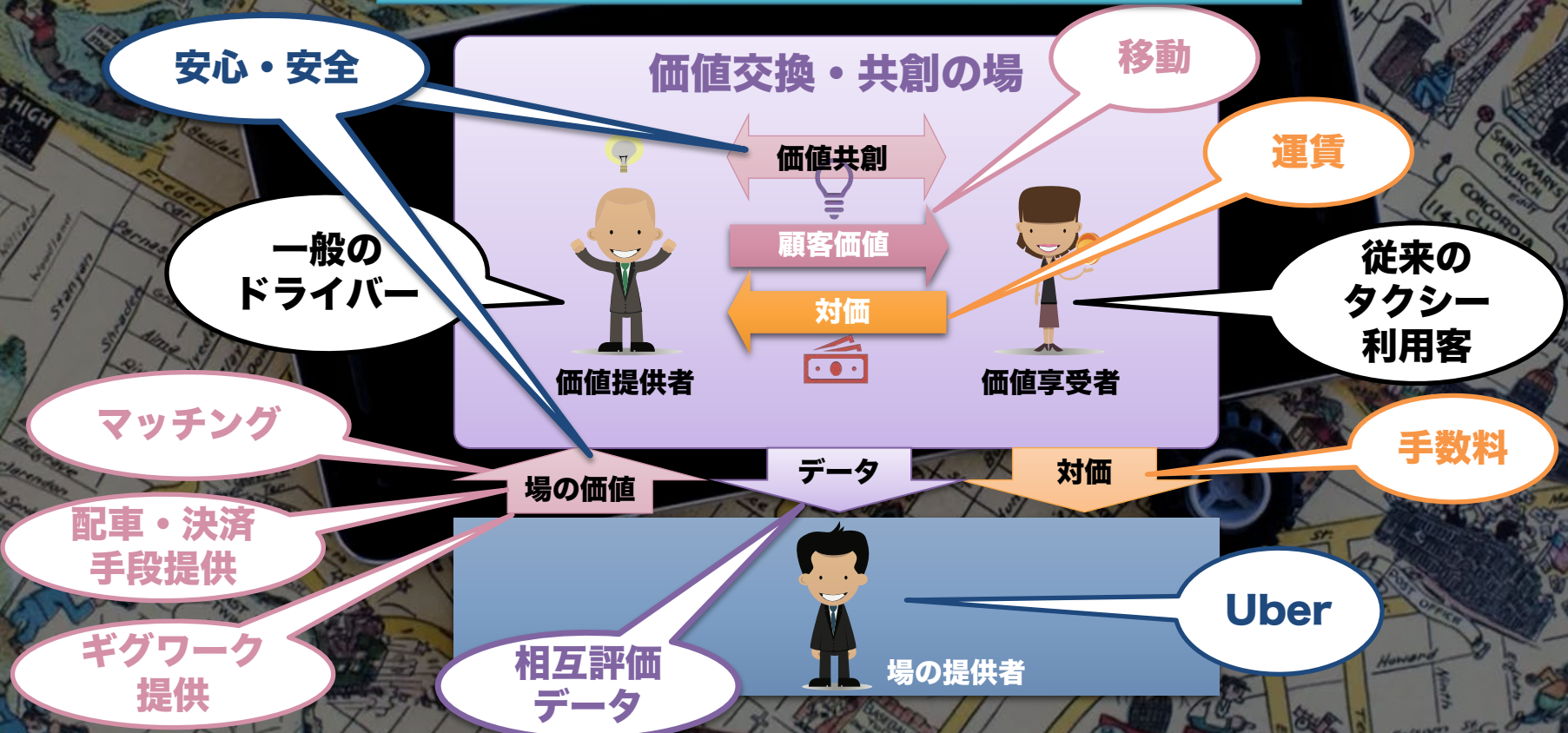
# Uberの場合の“場の設計”は…

ステップ4: 場がきちんと動くか検証して更新する



# Uberの場合の“場の設計”は…

これで完成形です!



# 以上、“場の設計” 4つのステップでした。

ステップ1  
プレイヤーを描き出す

ステップ2  
顧客間で交換する価値  
と対価を描く

ステップ3  
場の価値と場からの対  
価を描く

ステップ4  
場がきちんと動くか検  
証して更新する



# 本講演のアジェンダ

PLAN:

1. なぜデジタル時代のビジネスへ?
2. どんな設計図を描く?
3. どうリノベする?

# どうリノベする？ 2つのアプローチ…



# コーゼーション causation



作りたい料理から逆算して  
材料を揃える

# エフェクチュエーション effectuation



冷蔵庫にある手持ちの材料を  
元手に料理を作る

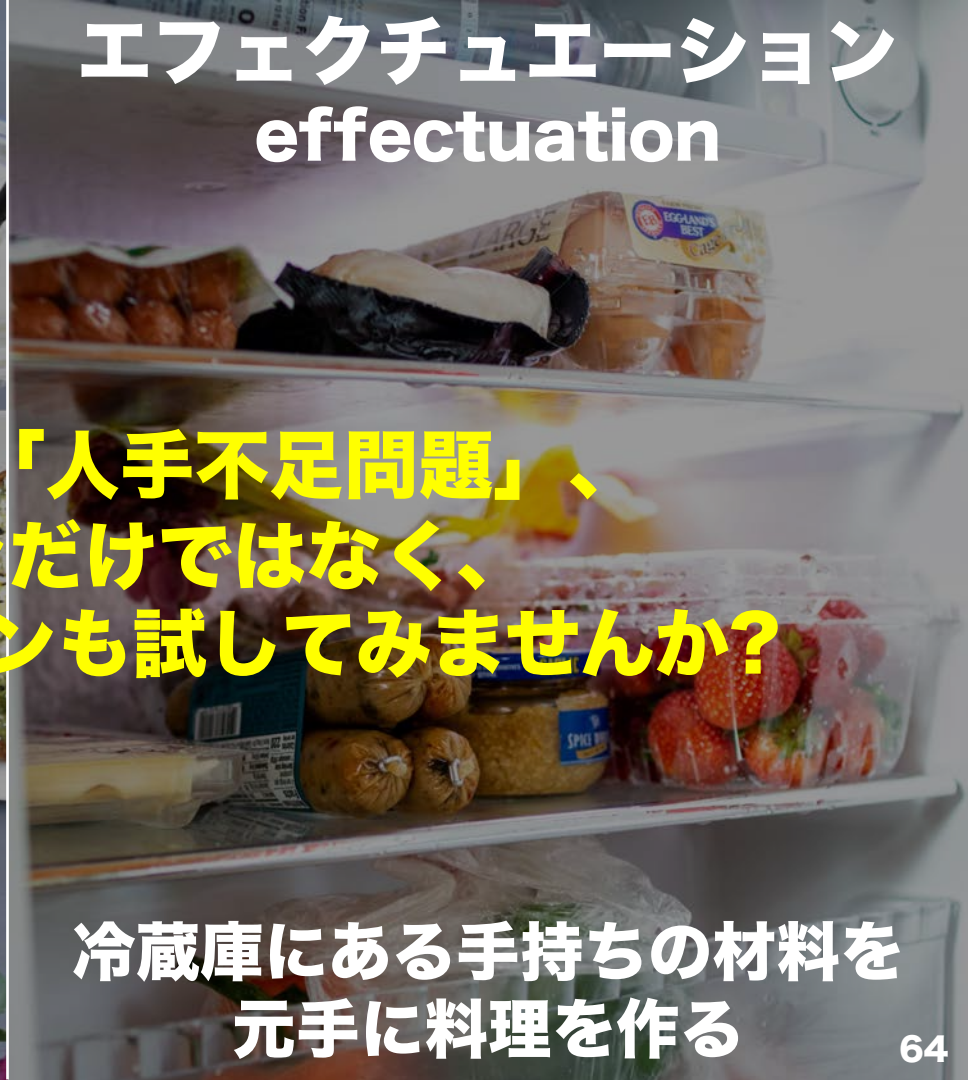
# コーゼーション causation



たとえば、今日の「人手不足問題」、  
コーゼーションだけではなく、  
エフェクチュエーションも試してみませんか？

作りたい料理から逆算して  
材料を揃える

# エフェクチュエーション effectuation



冷蔵庫にある手持ちの材料を  
元手に料理を作る



# まとめ

3. Ways
- early
  - Paul
  - John Mack

John Mack Chapel  
One of the greatest things is  
what you can learn from  
the people that you meet

# 本講演のアジェンダ

PLAN:

1. なぜデジタル時代のビジネスへ?
2. どんな設計図を描く?
3. どうリノベする?

# 本講演のOKR

## (Objectives and Key Results)

### 目標と主要な結果

#### 目標/Objective

参加者の皆さんとデジタル時代のビジネス創出の楽しさ、  
ワクワクドキドキ感を共有する!

#### 主要な結果/Key Result 1

参加者の皆さんの半数以上  
が「DXは楽しい、ワクワク  
ドキドキ」と思う。

#### 主要な結果/Key Result 2

参加者の皆さんの半数以上  
が「自発的にDXしたい、  
ビジネスのリノベしたい」  
と思う。

#### 主要な結果/Key Result 3

参加者の皆さんの半数以上  
が「デジタル時代のビジネス  
をやれそうだ」と思う。

**さあ、皆さんも、  
デジタル時代のビジネスに、  
ワクワクドキドキしながら  
リノベしてみませんか？**