

1

2

100m SPRINT

デジタル時代を生きるすべてのビジネスパーソンにお贈りします。

デジタル時代の 問題発見・課題発明 スプリント

スプリントとは？

GVデザインパートナー・ジェイク・ナップ = 著 櫻井祐子 = 訳
ジョン・セラツキー / ブレイデン・コウィッツ

SPRINT

How to Solve Big Problems
and Test New Ideas in Just Five Days

最速仕事術

あらゆる仕事がうまくいく最も合理的な方法

最速で最大の成果をつかむために、
すべての努力をこの短期間に注ぎ込め！

Google × GV 式
究極のスピード術!

エヴァン・ウィリアムズ (Twitter共同創業者)、
エリック・リース (『リーンスタートアップ』著者) 絶賛!
Googleのすごさの秘密が
ついに明らかになった! ダイヤモンド社

世界23ヶ国刊行!
驚愕の世界的
ベストセラー
日本上陸!

「スプリント」は一般名称としては、デザイン思考で考案されたワークショップの一形式「デザインスプリント」を指します。ここでは、それを下地にGV (Googleベンチャーズ) が開発した「Googleスプリント」、
「GVスプリント」を応用しています。本資料で紹介するデジタル時代の問題発見・課題発明スプリントは以下の特長を有しています。

特長1 迅速かつ効果的にビジネス・業務上の問題を解決

ビジネスないし業務上の問題解決のプロセスを問題発見、課題発明、課題達成の3つのサブプロセスに分割、各サブプロセスを時間を切って実施することで集中力をアップ。結果、効率的かつ効果的に問題を解決することができます。

特長2 多様な視点で仮説構築・検証

異なるバックグラウンドと専門知識を有するメンバーから成るチームで、問題発見、課題発明、課題達成それぞれについて仮説の構築と検証を行います。結果、多様な視点から多数の仮説が生まれ、かつ、精度高くそれら仮説の検証を行うことができます。

特長3 学びと実践を同時に追求

スプリントは元々「実践」を重視したワークショップですが、各サブプロセスを仮説構築・検証スタイルとすることで、「学び - 振り返り」の学習サイクルを形成することが可能となります。「デジタル時代の問題発見・課題発明スプリント」はこの学習サイクルを活用、「学び」を重視したプログラムとなっています。

皆さんはビジネスや業務上の「問題」をどう「解決」していますか？

問題
は
発見
する
もの。
課題
は
発見
する
もの。

巷には「問題解決」や「課題解決」を謳ったビジネス本やセミナーが溢れています。しかし、そのほとんどが、「問題」と「課題」の区別すら出来ていません。皆さんは、「問題」と「課題」の違いをお分かりでしょうか？ また、「問題解決」と「課題解決」のどちらの用語をお使いでしょうか？

以上はビジネスの世界での話です。一方、科学の世界では、「問題」と「課題」を明確に区別します。そのことを端的に言い表したのが、左の九州大学名誉教授 有川節夫 先生の言葉です。

これに少し言葉を足すと以下ようになります。

- 問題は発見し解決するもの。
- 課題は発見し達成するもの。
- 問題解決とは、まず解決すべき問題を発見し、次にその問題を解決するためにやるべき課題を発見し、そして、その課題を達成すること。

皆さんは「こんな些細な話どうでもよい」とお考えかも知れませんが、しかしながら、“デジタル”、“データ”、“生成AI”等々のビジネス環境の激変を踏まえると、従前のフワッとした問題解決法ではこのデジタル時代に高い成功率は勝ち得ることは不可能です。「データに基づいた問題解決」も机上の空論で終わってしまいます。つまり、ビジネスの世界にも科学的な問題解決の方法論が必要です。

では、どうするか？ それにお答えするのが本スプリントです!!!

有川節夫

国立大学法人九州大学 第22代総長 名誉教授

問題は発見し解決するもの。課題は発明し達成するもの。 ～改めて、問題、課題、課題達成法とは?～



問題は発見し解決するもの。課題は発明し達成するもの。

～では、問題発見・解決、課題発明・達成とは?～



問題は発見し解決するもの。課題は発明し達成するもの。
～しかし、今の皆さんの問題解決方法は以下のようなものでは?～

問題発見

理想
(To Be / Will Be)

問題な症状を
見つけた!



現状
(As Is)

問題解決

課題発明

理想
(To Be / Will Be)

中抜き

現状
(As Is)

課題達成

理想 = 現状

解決策が閃いた!
これで解決しよう!!



思ったほど上手く
行かない...



なぜ皆さんの問題解決方法は上手く行かないのか？ それは、皆さんの問題解決方法に“問題”があるから！

端的に言って、いわゆる“HOW思考”に陥っている。

問題を吟味することなく、

パッと閃いた解決策 (HOW) にすぐ飛びついてしまってる。

「本当に解決すべき問題」をターゲットにしていない。

「本当に解決すべき問題」を解決するために「本当にやるべき課題」について、まったく検討していない。

結果、効果の出ない解決策を採用してしまっている。

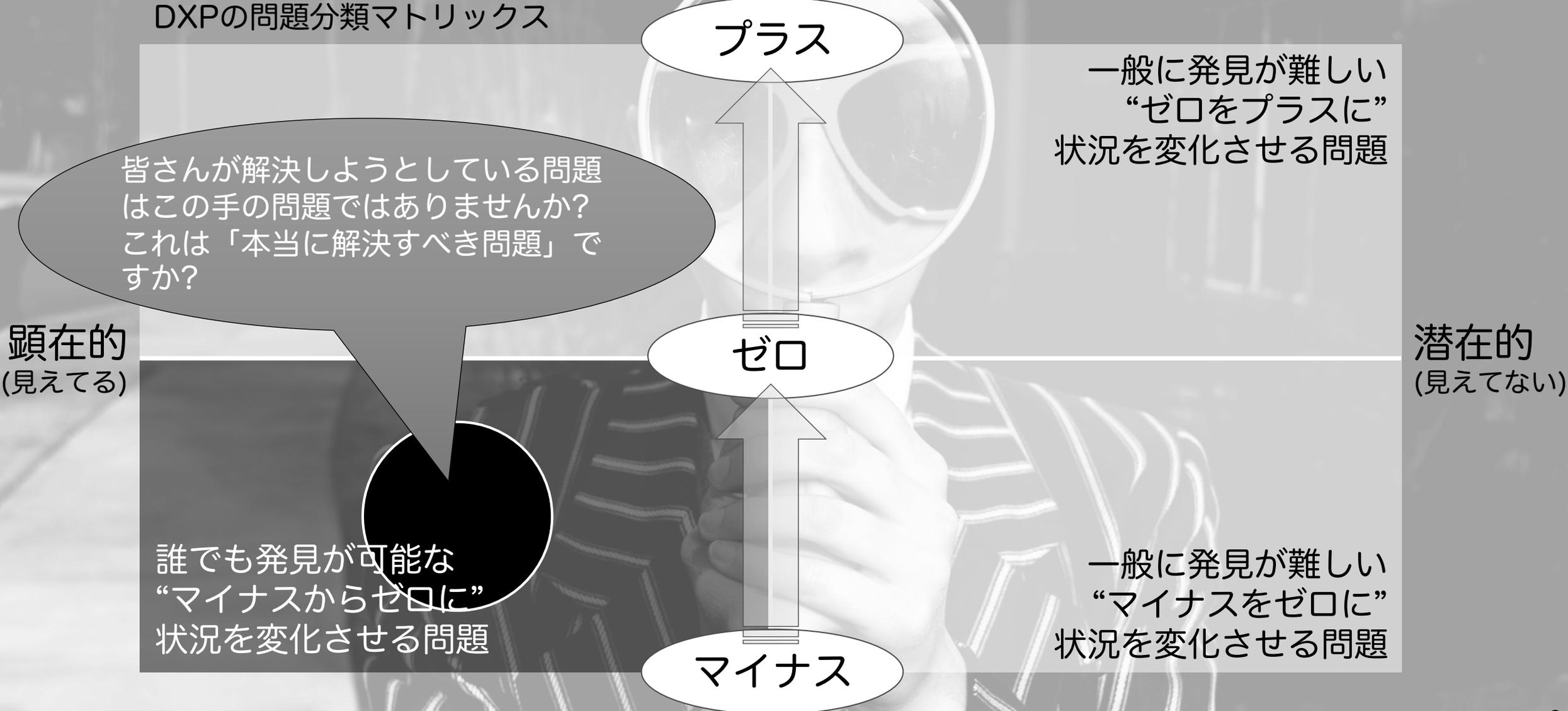
「本当に解決すべき問題」を発見していない、発見できない。

「本当にやるべき課題」を発明していない、発明できない。

「質の高い課題達成法」を選択していない、デザインできない。

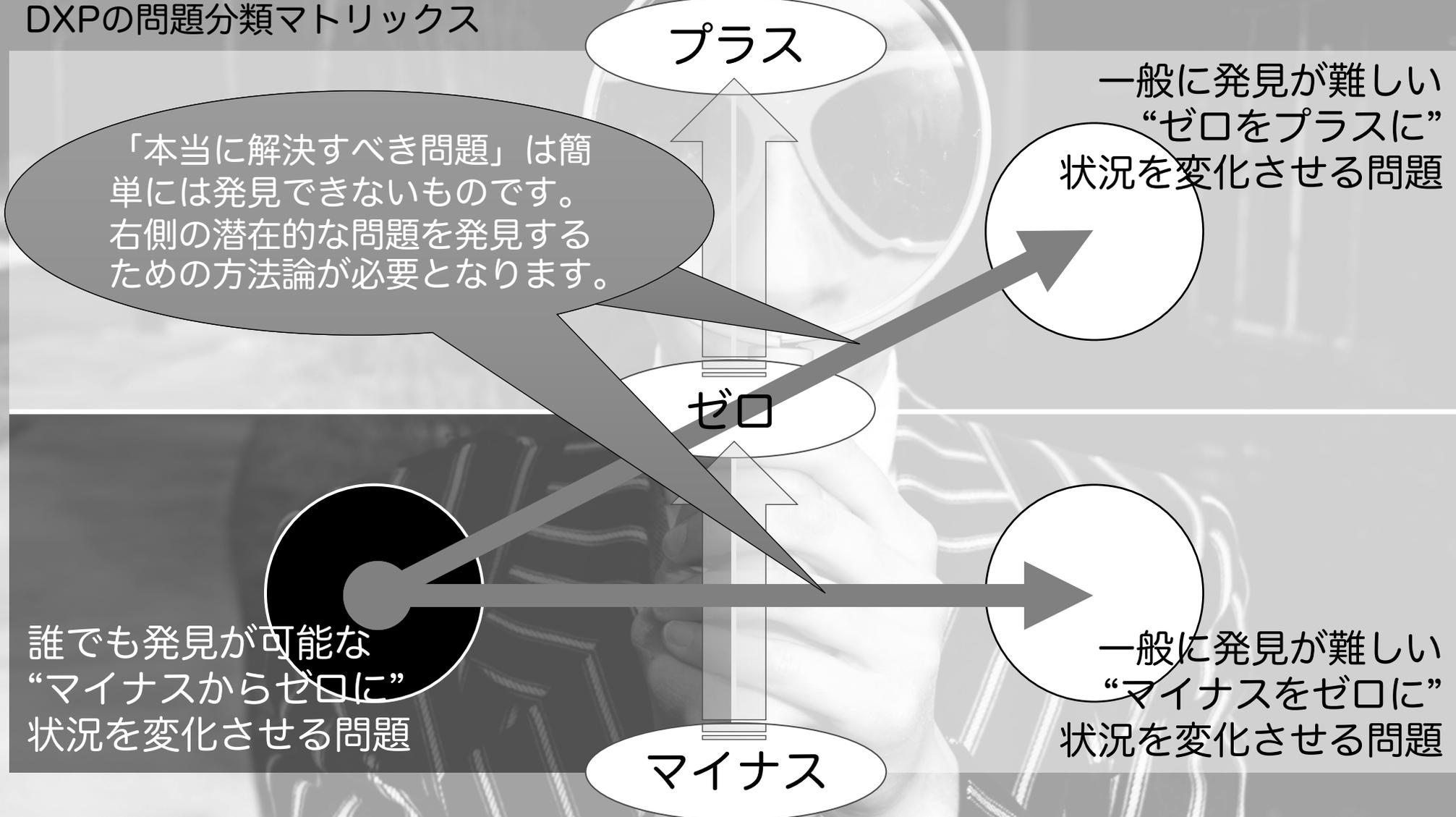
皆さんの問題解決を上達させるための3つのアプローチ ～その1「本当に解決すべき問題」を発見する [1/2]～

DXPの問題分類マトリックス



皆さんの問題解決を上達させるための3つのアプローチ ～その1「本当に解決すべき問題」を発見する [2/2]～

DXPの問題分類マトリックス



皆さんの問題解決を上達させるための3つのアプローチ ～その2「本当にやるべき課題」を発明する [1/2]～

DXPの課題-課題達成法マトリックス

高い

課題達成法の質

低い

課題の質

高い

皆さんがパッと閃いた解決策は、この手の「質の低い課題 - 質の低い課題達成法」の組合せではないでしょうか？
そして、問題解決が上手く行かないとき、課題の質を上げるのではなく、いたずらに課題達成法を工夫してませんか？

皆さんの問題解決を上達させるための3つのアプローチ ～その2「本当にやるべき課題」を発明する [2/2]～

DXPの課題-課題達成法マトリックス

高い

課題達成法の質

低い

まずやるべきことは、「何をやるか (課題)」の質を高めることです。「どう課題を達成するか (課題達成法)」については後回しで結構。課題の質を向上させるには、やはり適切な方法論が必要となります。

課題の質

高い

皆さんの問題解決を上達させるための3つのアプローチ ～その3「質の高い課題達成法」を選択・デザインする～

DXPの課題-課題達成法マトリックス

高い

課題達成法の質

そして、最後にやるのが、「質の高い課題」に対する「質の高い課題達成法」の“選択”です。適切な選択肢がない場合は、選択肢の“デザイン”を行います。この選択とデザインも効果的な方法論が必要です。

低い

課題の質

高い

デジタル時代の問題発見・課題発明スプリント

～3種類の仮説構築・検証～

問題発見

まずは問題を分解・特定、
そして原因分析しよう!

問題な症状を
見つけた!

問題の原因の中から解決可能
性、解決時の効果等を基準に
「本当に解決すべき問題」の
仮説を決定しよう!



問題仮説構築

問題仮説検証

問題解決

課題発明

「本当に解決すべき問題」
を解決するために「本当は
何をやるべきか」の課題仮
説を多数生み出そう!

多数の課題仮説の中から
達成可能性、達成時の効
果等を基準に「本当にや
るべき課題」の仮説を決
定しよう!



課題仮説構築

課題仮説検証

課題達成

「本当にやるべき課題」を
達成するために「どうすれ
ばいいか」の課題達成法仮
説を多数生み出そう!

多数の課題達成法仮説の
中から実行可能性、費用
対効果等を基準に1つの
課題達成法仮説を選択し
実行する!

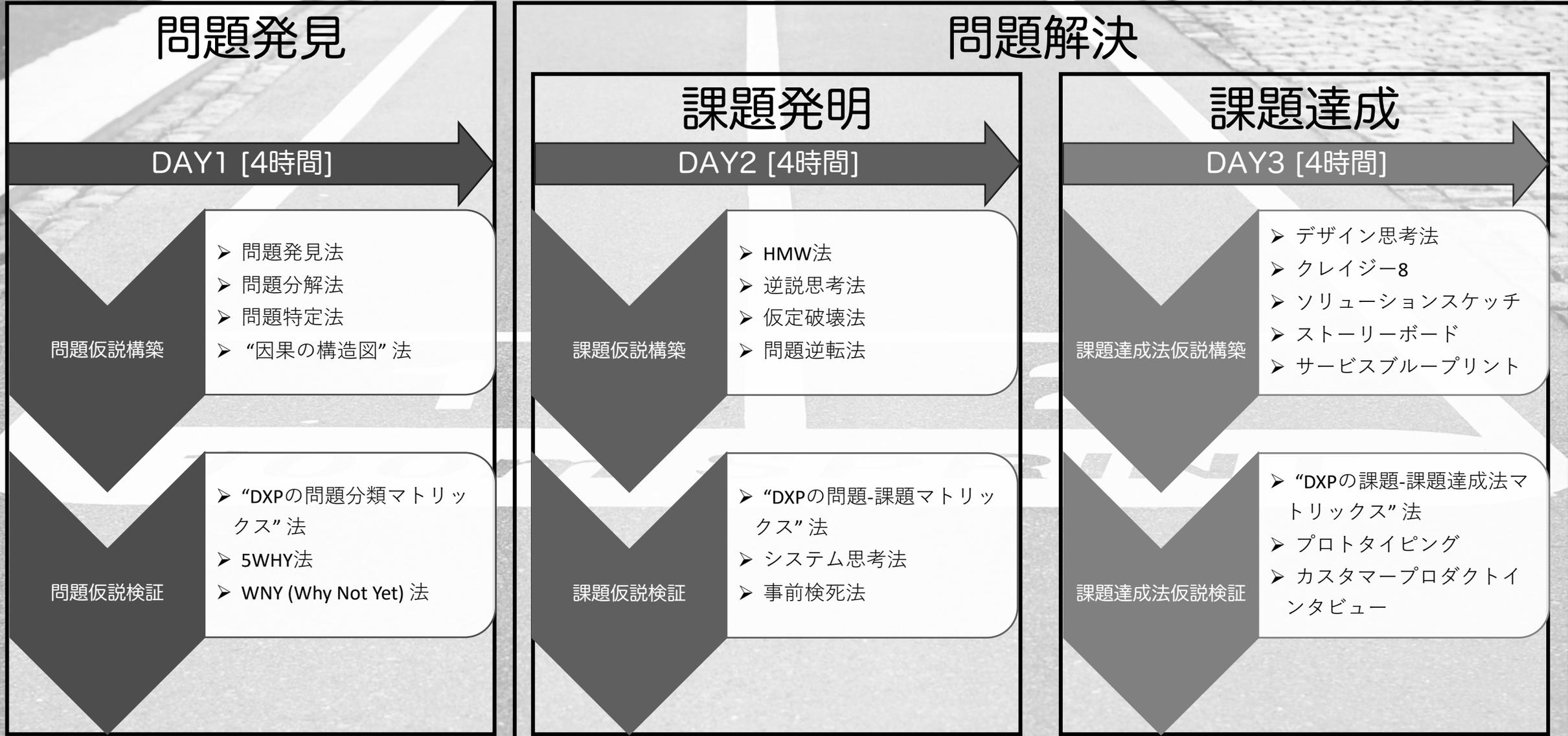


課題達成法仮説構築

課題達成法仮説検証

デジタル時代の問題発見・課題発明スプリント

～使用する主なメソッド～



「DXの科学®」に基づくDX支援サービスのラインナップご紹介

目的

学ぶ	学んで実践する	学んで実践する	学んで実践する	学んで実践する	実践する
デジタル時代のビジネスの今を知る	自分自身のビジネス・業務の今を知り、今後の戦略を立てる	デジタル時代のビジネススキルの基本「成功率の高い問題解決」の方法論を学び、実践できるようになる	デジタル時代のビジネス創出の正攻法「DXの科学®」《順説編》の方法論を学び、実践できるようになる	もう一つのデジタル時代のビジネス創出法「DXの科学®」《逆説編》の方法論を学び、実践できるようになる	「DXの科学®」《順説編》および《逆説編》の方法論を用いて、プロジェクトして実際にデジタル時代の自社ビジネスを創出する

《聴いて学ぶ》
セミナー

「ジェフならどうする？」セミナー	「デジタル時代のドラッカー5つの問い」セミナー	「問題は発見するもの、課題は発明するもの」セミナー	「DXの科学®」《順説編》セミナー	「DXの科学®」《逆説編》セミナー	
------------------	-------------------------	---------------------------	-------------------	-------------------	--

《手と口を動かす》
スプリント

デジタル時代のビジネス・業務の戦略策定スプリント	デジタル時代の問題発見・課題発明スプリント	デジタル時代のビジネス創出スプリント《研修&順説編》	デジタル時代のビジネス創出スプリント《研修&逆説編》	デジタル時代のビジネス創出スプリント《実践編》
--------------------------	------------------------------	----------------------------	----------------------------	-------------------------

《AIと共創する》
プロンプソン®

生成AI時代のビジネス・業務の戦略策定プロンプソン®	生成AI時代の問題発見・課題発明プロンプソン®	生成AI時代のビジネス創出プロンプソン®《研修編》	生成AI時代のビジネス創出プロンプソン®《実践編》
----------------------------	-------------------------	---------------------------	---------------------------

スタイル

“スプリント”スタイル 5つのプログラムの概要ご紹介

目的

		学ぶ	学んで実践する	学んで実践する	学んで実践する	学んで実践する	実践する
		デジタル時代のビジネスの今を知る	自分自身のビジネス・業務の今を知り、今後の戦略を立てる	デジタル時代のビジネススキルの基本「成功率の高い問題解決」の方法論を学び、実践できるようになる	デジタル時代のビジネス創出の正攻法「DXの科学 [®] 」《順説編》の方法論を学び、実践できるようになる	もう一つのデジタル時代のビジネス創出法「DXの科学 [®] 」《逆説編》の方法論を学び、実践できるようになる	「DXの科学 [®] 」《順説編》および《逆説編》の方法論を用いて、プロジェクトとして実際にデジタル時代の自社ビジネスを創出する
《手と口を動かす》スプリント		-	デジタル時代のビジネス・業務の戦略策定スプリント	デジタル時代の問題発見・課題発明スプリント	デジタル時代のビジネス創出スプリント《研修&順説編》	デジタル時代のビジネス創出スプリント《研修&逆説編》	デジタル時代のビジネス創出スプリント《実践編》
対象者		-	<ul style="list-style-type: none"> 経営層、事業承継者 組織において戦略策定、事業計画策定に携わっている方 	<ul style="list-style-type: none"> すべてのビジネスパーソン より良い問題解決が出来るようになりたい方 	<ul style="list-style-type: none"> 経営層、事業承継者 組織において新規事業開発に携わっている方 変化・変革を厭わない方 新しい時代に適したビジネスに挑戦したい方 	<ul style="list-style-type: none"> 経営層、事業承継者 組織において新規事業開発に携わっている方 変化・変革は避けたい方 出来るなら今のビジネスをそのまま持続したい方 	<ul style="list-style-type: none"> 経営層、事業承継者 組織において新規事業開発に携わっている方
実施形式		-	・1社個社型での実施	・1社個社型での実施	・1社個社型での実施	・1社個社型での実施	・1社個社型での実施
標準所要時間		-	8時間	12時間	24時間	24時間	要見積 [通常24時間~40時間]
実施形態、定員、費用/受講料 [税抜き表示]	個社型	-	<ul style="list-style-type: none"> 実施形態: オンサイトのみ 定員: 最大10名程度 費用: 要見積 	<ul style="list-style-type: none"> 実施形態: オンサイトのみ 定員: 最大10名程度 費用: 要見積 	<ul style="list-style-type: none"> 実施形態: オンサイトのみ 定員: 最大10名程度 費用: 要見積 	<ul style="list-style-type: none"> 実施形態: オンサイトのみ 定員: 最大10名程度 費用: 要見積 	<ul style="list-style-type: none"> 実施形態: オンサイトのみ 定員: 最大10名程度 費用: 要見積
	集合型	-	-	-	-	-	-

スプリントの講師/ファシリテーターのご紹介

私たちが「デジタル時代のビジネス・業務の戦略策定スプリント」のプログラムを開発、その講師およびファシリテーターを務めています。



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。



皆さんも“デジタル時代の問題解決”のエキスパートになりませんか？
お問い合わせは、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、「みんなでDX」部活
は株式会社DXパートナーズの登録商標です。