

株式会社DXパートナーズ提供 「ジェフならどうする？」セミナー
毎週火曜日 (ときどき水曜日) 12:20-12:40 YouTubeライブ配信 (+ アーカイブ配信)



ジェフならどうする？ シーズン01 エピソード1 2024年5月14日 (火) 12:20-12:40

Living,
Breathin

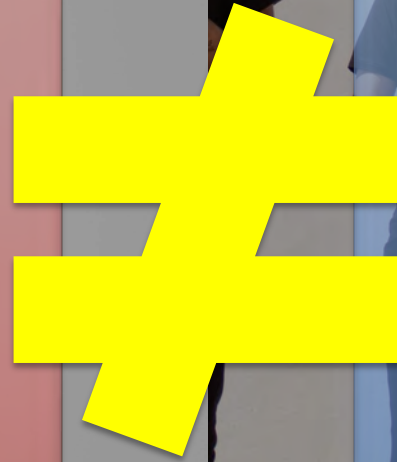


ジェフならどうする？

Piyush Gupta
DBS Bank Ltd. CEO

目的

アナログ時代の事業



デジタル時代の事業

目的

アナログ時代の事業

アナログ社会

アナログを前提

デジタルを未活用

アナログ時代の
方法論

事業環境

ビジネスモデル

ビジネスケイパビリティ

事業構想・創出

デジタル時代の事業

デジタル社会

デジタルを前提

デジタルを活用

デジタル時代の
方法論

- 問い1: 我々の使命は何か?
- 問い2: 我々の顧客は誰か?
- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?
- 問い4: 我々にはどのようなツールは何か?
- 問い5: 我々の計画は何か?

目的達成のためのツール

ドラッカー 「5つの問い」



- 問い1: 我々の使命は何か?
- 問い2: 我々の顧客は誰か?
- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?
- 問い4: 我々にとっての成果は何か?
- 問い5: 我々の計画は何か?

ドラッカー 「5つの問い」



- 
- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
 - 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
 - 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
 - 問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
 - 問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

- 問い1: 我々の使命は何か?
- 問い2: 我々の顧客は誰か?
- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?
- 問い4: 我々にとっての成果は何か?
- 問い5: 我々の計画は何か?

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
- 問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
- 問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

皆さんは右側にシフトしていますか?



DIGITAL DISRUPTION

さもないと、**デジタル破壊**されるかも？



DIGITAL DISRUPTION

あるいは、**デジタル破壊・変革**の機会を失うかも？

A man with short brown hair, wearing a dark suit jacket over a light-colored striped shirt, is speaking at a conference. He is looking slightly to his right with a smile. A small microphone is clipped to his shirt.

デジタル破壊とは？

DIGITAL DISRUPTION

by JAMES McQUIVEY

〈デジタル・ディスラプション〉

破壊的
イノベーションの
次世代戦略

フォレスター・リサーチ社副社長兼首席アナリスト

ジェームズ・マキヴェイ◎著

プレシ南日子◎訳

「第3の産業革命」に
乗り遅れるな！

MAKERS時代に勝ち残る
マインドセットとビジネスモデル。

クレイトン・
クリステンセン
絶賛！

「イノベーションのジレンマ」著者・
ハーバード大学
ビジネススクール教授

実業之日本社



DIGITAL DISRUPTION

by JAMES McQUIVEY

〈デジタル・ディスラプション〉

破壊的 イノベーションの 次世代戦略

フォレストラー・リサーチ社副社長兼首席アナリスト

ジェームズ・マキヴェイ◎著

プレシ南日子◎訳

「第3の産業革命」に
乗り遅れるな！

MAKERS時代に勝ち残る
マインドセットとビジネスモデル。

クレイトン・
クリステンセン
絶賛！

「イノベーションのジレンマ」著者・
ハーバード大学
ビジネススクール教授

実業之日本社

PROLOGUE.

消費者の欲求を第一に考え、**無料**のツールを活用・提供し、**シンプル**な方法で、**迅速**に商品・サービス・仕組みに創造的破壊を起こすこと。

次世代の破壊的イノベーションとして、大きな潮流となりつつある。

デジタル技術は “はやい、やすい、うまい” 三拍子揃った技術

はやい

ネットですぐ見付き、すぐ使える

やすい

ほとんど無料か、フリーミアム

うまい

たとえば、機械翻訳
多様な既存サービスに掛け合せ可能

PROLOGUE.

消費者の欲求を第一
用・提供し、シンプル
サービス・仕組みに創造破壊を
次世代の破壊的イノベーション
潮流となりつつある。



いや～うちの業界は
アナログだから、デ
ジタル破壊者なんて
出てきませんよ…



アマゾンエフェクト

“米小売店、3年で1万店減 アマゾンエフェクト猛威”



BORDERS

2011



RadioShack

2015



sears

2019

アマゾンエフェクト

“米小売店、3年で1万店減

アマゾンエフェクト猛威”



2017



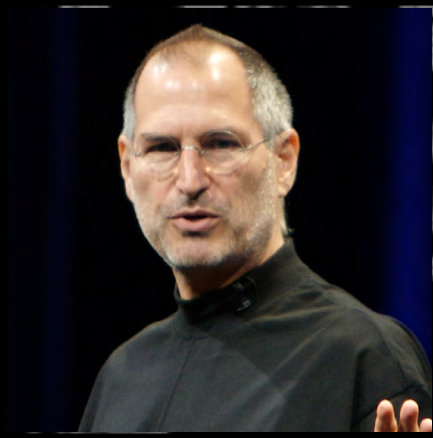
FOREVER 21

2019



DIGITAL DISRUPTION

デジタル破壊、他人事ではありません!



デジタル破壊の実際を見て行きましょう!



シーズン01 Spotify



iTunes Music Store



Spotify

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

- 問い5: 我々の計画は何か?

- 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?

- 問い2: **デジタル時代**の我々の顧客は誰か?

- 問い3: **デジタル時代**の顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: **デジタル時代**の我々にとっての成果は何か?

- 問い5: **デジタル時代**の我々の計画は何か?

iTunes Music Store

Spotify

The background of the slide features a large, semi-transparent green Spotify logo on the left and a man with a beard and a headset microphone on the right. The man is gesturing with his hands as if speaking. The text is overlaid on this background.

シーズン01 Spotify エピソード2

2024年5月**22日 (水)** 12:20-12:40

Thank
you!

2024年度第1期
[2024年5月～10月]
塾生募集中
募集期限 9月30日

デジタル時代の事業経営は、
ドラッカーの「5つの問い」に
答えるだけでは成功はおぼつか
ない。
真に答えを求めるべき問いは、
「デジタル時代の事業経営者へ
の5つの問い」である。

デジタル時代の事業 経営 塾

塾長 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

本塾で答えを求める「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」

問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

本塾のゴール

塾生が自身の事業について、
「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」
に答えられるようになることを目指します。

オンラインセミナー
全5回
[Zoomミーティング]



見逃し配信
[講義録画動画を
YouTubeで限定公開]

2024年度第1期 [2024年5月～10月] 開講スケジュール

DAY01	2024年5月24日 (金) 13:00-14:30	問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
DAY02	2024年6月21日 (金) 13:00-14:30	問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
DAY03	2024年7月19日 (金) 13:00-14:30	問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
DAY04	2024年8月23日 (金) 13:00-14:30	問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
DAY05	2024年9月20日 (金) 13:00-14:30	問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

※講義録画動画は、2024年10月31日 (木) までYouTube [今期塾生限定公開] にてご視聴できます。

対象

企業等の経営者、経営幹部、その候補者

受講方法

- オンラインセミナー 全5回: Zoomミーティング ※
 - 講義録画動画の見逃し配信: YouTube限定公開 ※
- ※ 今期塾生限定でURLをお知らせします。

塾費

全5回 合計 50,000円 [税別]

お支払い方法

お申込み後、請求書をお送りいたします。

お申込み方法

下記URLまたは右記QRコードから「お申込み
フォーム (Microsoft Forms)」にアクセス頂
き、必要事項をご記入の上、送信ください。

<https://forms.office.com/r/iH331y0diJ>



募集期限

2024年9月30日 (月) までにお申込みください。オンラインセミナー
終了後も、2024年10月31日 (木) まで講義録画動画をご視聴できま
す。

株式会社DXパートナーズ

〒810-0041 福岡市中央区大名2-6-11 FGN E-mail: team@dxpartners.co.jp

The background of the slide features a large, semi-transparent green Spotify logo on the left and a man with a beard and a headset microphone on the right. The man is gesturing with his hands as if speaking. The overall background is dark.

シーズン01 Spotify エピソード2

2024年5月**22日 (水)** 12:20-12:40

株式会社DXパートナーズ提供 「ジェフならどうする？」セミナー
毎週火曜日 (ときどき水曜日) 12:20-12:40 YouTubeライブ配信 (+ アーカイブ配信)



ジェフならどうする？ シーズン01 エピソード2 2024年5月22日 (水) 12:20-12:40



シーズン01 Spotify

Living,
Breathin



ジェフならどうする？

Piyush Gupta
DBS Bank Ltd. CEO

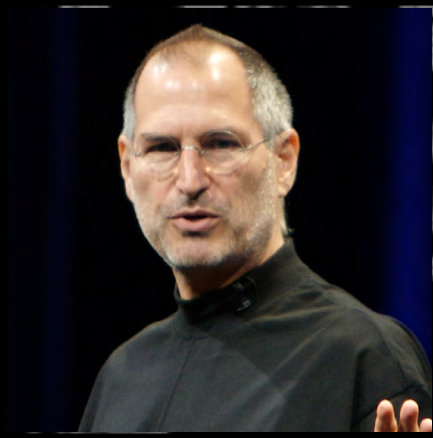
- 問い1: 我々の使命は何か?
- 問い2: 我々の顧客は誰か?
- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?
- 問い4: 我々にとっての成果は何か?
- 問い5: 我々の計画は何か?

ドラッカー 「5つの問い」

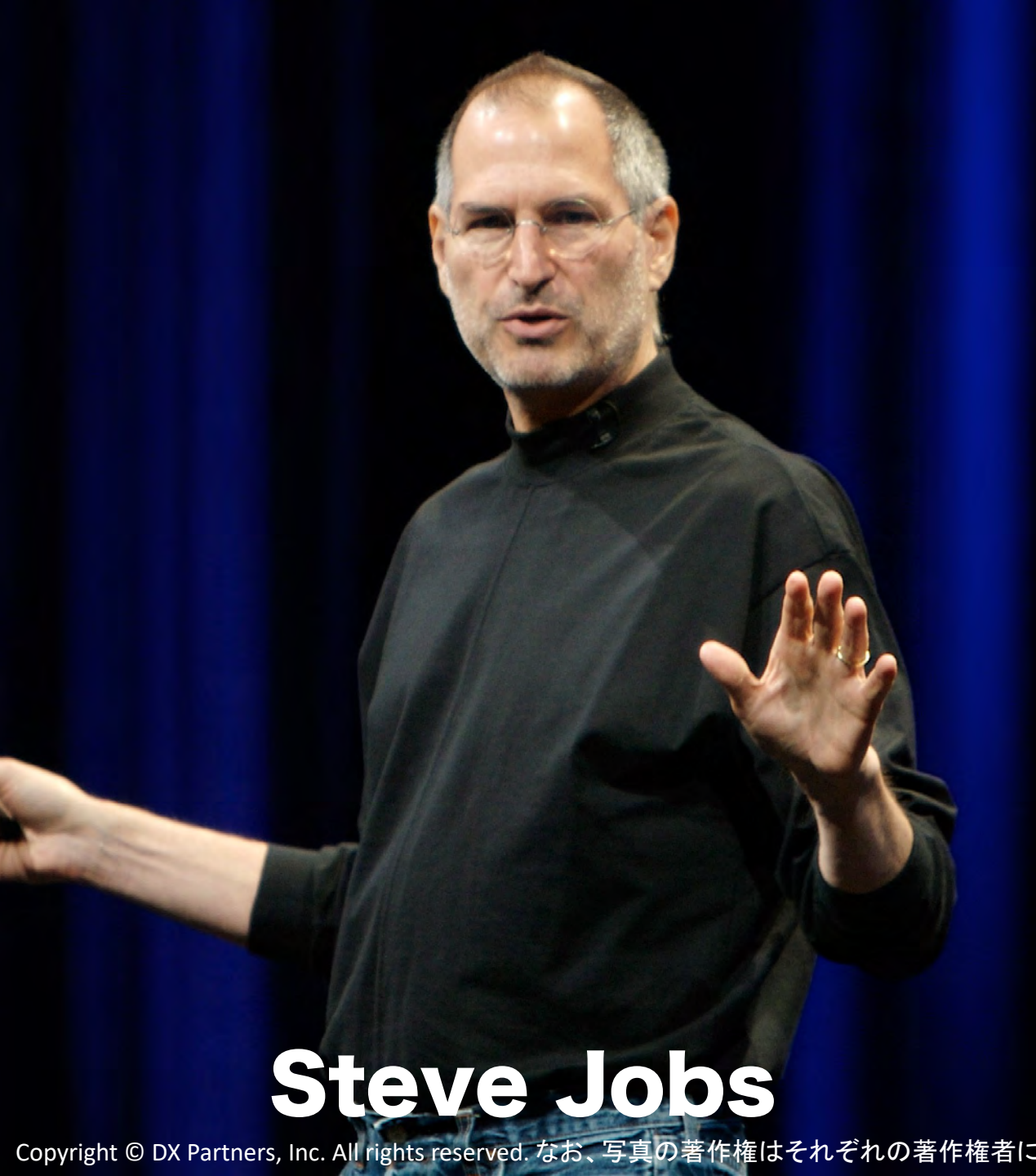


- 
- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
 - 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
 - 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
 - 問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
 - 問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

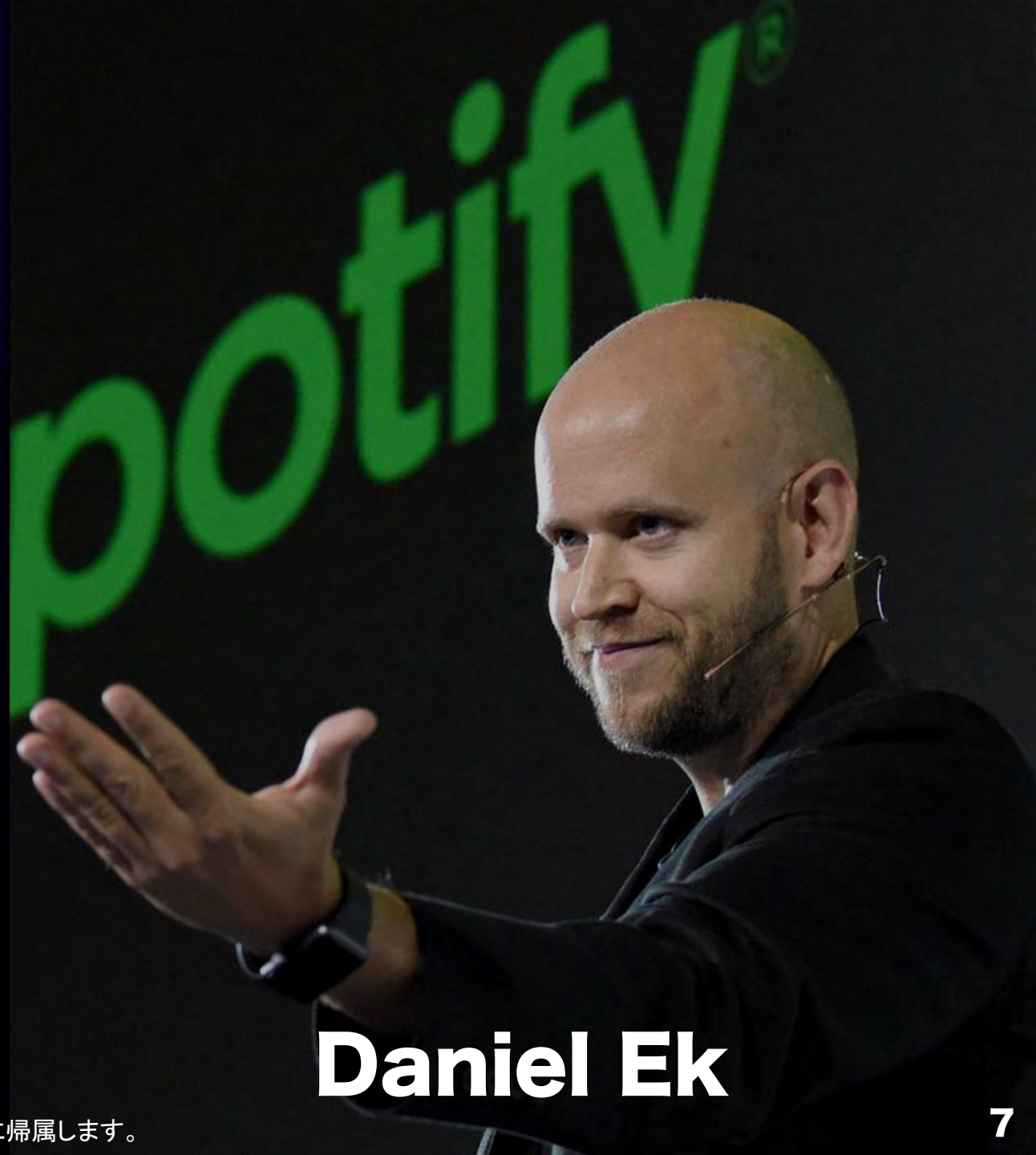
ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編



デジタル破壊の実際を見て行きましょう!



Steve Jobs



Daniel Ek



iTunes Music Store



Spotify

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

- 問い5: 我々の計画は何か?

- 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?

- 問い2: **デジタル時代**の我々の顧客は誰か?

- 問い3: **デジタル時代**の顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: **デジタル時代**の我々にとっての成果は何か?

- 問い5: **デジタル時代**の我々の計画は何か?

iTunes Music Store

Spotify

• 問い1: 我々の使命は何か?



iTunes Music Store

• 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?



Spotify

- 問い1: 我々の使命は何か?

モノとして音楽を配信



iTunes Music Store

- 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?

コトとして音楽を配信



Spotify



モノから



コトへ

顧客の価値観の変化と行動変容!!!

モノから

コトへ

- 問い1: 我々の使命は何か?

モノとして音楽を配信

なぜ「使命」が重要か?

iTunes Music Store

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?

コトとして音楽を配信

Spotify

なぜ「使命」が重要か？

アナログ時代の事業

アナログ社会

アナログを前提

デジタルを未活用

アナログ時代の
方法論

事業環境

ビジネスモデル

ビジネスレイパビリティ

事業構想・創出

デジタル時代の事業

デジタル社会

デジタルを前提

デジタルを活用

デジタル時代の
方法論

2024年度第1期
[2024年5月～10月]
塾生募集中
募集期限 9月30日

御社の「使命」の創り方、 お教えします！

デジタル時代の事業 経営 塾

塾長 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

本塾で答えを求める「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
- 問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
- 問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

本塾のゴール

塾生が自身の事業について、
「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」
に答えられるようになることを目指します。

オンラインセミナー
全5回
[Zoomミーティング]



見逃し配信
[講義録画動画を
YouTubeで限定公開]

2024年度第1期 [2024年5月～10月] 開講スケジュール

DAY01	2024年5月24日 (金) 13:00-14:30	問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
DAY02	2024年6月21日 (金) 13:00-14:30	問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
DAY03	2024年7月19日 (金) 13:00-14:30	問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
DAY04	2024年8月16日 (金) 13:00-14:30	問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
DAY05	2024年9月13日 (金) 13:00-14:30	問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

※講義録画動画は、2024年10月31日 (木) までYouTube [今期塾生限定公開] にてご視聴できます。

対象 企業経営者、経営幹部、その候補者

● オンラインセミナー 全5回: Zoomミーティング ※
● 講義録画動画の見逃し配信: YouTube限定公開 ※
※ 今期塾生限定でURLをお知らせします。

塾費 全5回 合計 50,000円 [税別]

お支払い方法 お申込み後、請求書をお送りいたします。

お申込み方法

下記URLまたは右記QRコードから「お申込み
フォーム (Microsoft Forms)」にアクセス頂
き、必要事項をご記入の上、送信ください。

<https://forms.office.com/r/iH331y0diJ>



募集期限

2024年9月30日 (月) までにお申込みください。オンラインセミナー
終了後も、2024年10月31日 (木) まで講義録画動画をご視聴できま
す。

株式会社DXパートナーズ

〒810-0041 福岡市中央区大名2-6-11 FGN E-mail: team@dxpartners.co.jp

2024年度第1期
[2024年5月～10月]
塾生募集中
募集期限 9月30日

デジタル時代の事業経営は、
ドラッカーの「5つの問い」に
答えるだけでは成功はおぼつか
ない。
真に答えを求めるべき問いは、
「デジタル時代の事業経営者へ
の5つの問い」である。

デジタル時代の事業 経営 塾

塾長 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

本塾で答えを求める「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」

問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

本塾のゴール

塾生が自身の事業について、
「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」
に答えられるようになることを目指します。

オンラインセミナー
全5回
[Zoomミーティング]



見逃し配信
[講義録画動画を
YouTubeで限定公開]

2024年度第1期 [2024年5月～10月] 開講スケジュール

DAY01	2024年5月24日 (金) 13:00-14:30	問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
DAY02	2024年6月21日 (金) 13:00-14:30	問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
DAY03	2024年7月19日 (金) 13:00-14:30	問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
DAY04	2024年8月23日 (金) 13:00-14:30	問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
DAY05	2024年9月20日 (金) 13:00-14:30	問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

※講義録画動画は、2024年10月31日 (木) までYouTube [今期塾生限定公開] にてご視聴できます。

対象

企業等の経営者、経営幹部、その候補者

受講方法

- オンラインセミナー 全5回: Zoomミーティング ※
 - 講義録画動画の見逃し配信: YouTube限定公開 ※
- ※ 今期塾生限定でURLをお知らせします。

塾費

全5回 合計 50,000円 [税別]

お支払い方法

お申込み後、請求書をお送りいたします。

お申込み方法

下記URLまたは右記QRコードから「お申込み
フォーム (Microsoft Forms)」にアクセス頂
き、必要事項をご記入の上、送信ください。

<https://forms.office.com/r/iH331y0diJ>

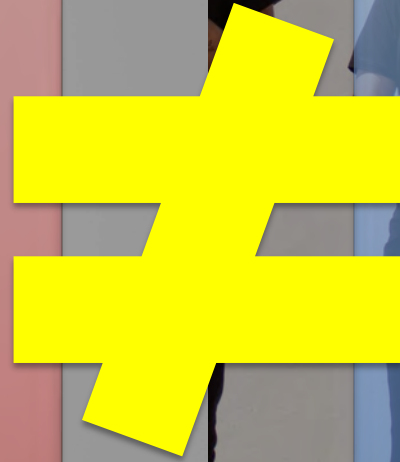


募集期限

2024年9月30日 (月) までにお申込みください。オンラインセミナー
終了後も、2024年10月31日 (木) まで講義録画動画をご視聴できま
す。

「デジタル時代の事業経営塾」のゴール

アナログ時代の事業経営



デジタル時代の事業経営

「デジタル時代の事業経営塾」のゴール

デジタル時代の事業経営

成長の創造

ネットワーク効果の創造

ネットワーク効果に寄与する
顧客と顧客価値の創造

ネットワーク効果を実現する
“顧客価値交換・共創の場”
の創造と運営

ネットワーク効果の最大化

「デジタル時代の事業経営塾」のゴール

デジタル時代の事業経営

成長の創造

ネットワーク効果の創造

1 使命?

ネットワーク効果に寄与する
顧客と顧客価値の創造

2 顧客?

3 価値?

ネットワーク効果を実現する
“顧客価値交換・共創の場”
の創造と運営

4 成果?

ネットワーク効果の最大化

5 計画?

2024年度第1期
[2024年5月～10月]
塾生募集中
募集期限 9月30日

塾生募集中

募集期限 9月30日

デジタル
ドラッカー
答えるだけ
ない。

真に答えを求めているのか、
「デジタル」の五つの間違った問いは、
金曜日の間は、果てしなく続く。
経営者への

デジタル時代の事業 **経営塾**

塾長 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

本塾で答えを求める「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」

問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

本塾のゴール

塾生が自身の事業について、
「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」
に答えられるようになることを目指します。

オンラインセミナー
全5回
[Zoomミーティング]



見逃し配信
[講義録画動画を
YouTubeで限定公開]

2024年度第1期 [2024年5月～10月] 開講スケジュール

DAY01	2024年5月24日 (金) 13:00-14:30	問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
DAY02	2024年6月21日 (金) 13:00-14:30	問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
DAY03	2024年6月28日 (金) 13:00-14:30	問い3: デジタル時代の我々の顧客にとっての価値は何か?
DAY04	2024年7月5日 (金) 13:00-14:30	問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
DAY05	2024年7月12日 (金) 13:00-14:30	問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

※講義録画動画は、2024年10月31日(木)までYouTube[今期塾生限定公開]にてご視聴できます。

企業等の経営者、経営幹部、その候補者

- オンラインセミナー 全5回: Zoomミーティング ※
 - 講義録画動画の見逃し配信: YouTube限定公開 ※
- ※ 今期塾生限定でURLをお知らせします。

塾費

全5回 合計 50,000円 [税別]

お支払い方法

お申込み後、請求書をお送りいたします。

お申込み方法

下記URLまたは右記QRコードから「お申込み
フォーム (Microsoft Forms)」にアクセス頂
き、必要事項をご記入の上、送信ください。

<https://forms.office.com/r/iH331y0diJ>

募集期限

2024年9月30日(月)までにお申込みください。オンラインセミナー終了後も、2024年10月31日(木)まで講義録画動画をご視聴できます。



Thank
you!

The background of the slide features a large, green Spotify logo on the left and a man with a beard and a headset microphone on the right. The man is gesturing with his hands as if speaking. The Spotify logo is partially obscured by the text overlay.

シーズン01 Spotify エピソード3

2024年5月28日 (火) 12:20-12:40

株式会社DXパートナーズ提供 「ジェフならどうする？」セミナー
毎週火曜日 (ときどき水曜日) 12:20-12:40 YouTubeライブ配信 (+ アーカイブ配信)



ジェフならどうする？

シーズン01 エピソード3

2024年5月28日 (火) 12:20-12:40



シーズン01 Spotify

Living,
Breathin



ジェフならどうする？

Piyush Gupta
DBS Bank Ltd. CEO

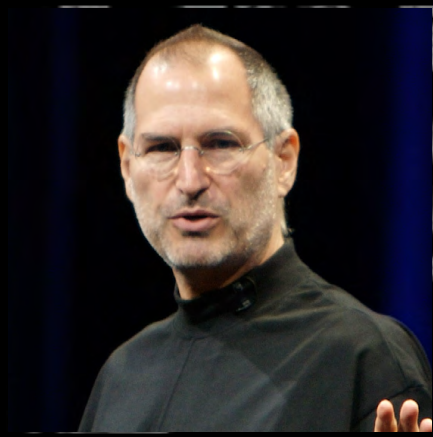
- 問い1: 我々の使命は何か?
- 問い2: 我々の顧客は誰か?
- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?
- 問い4: 我々にとっての成果は何か?
- 問い5: 我々の計画は何か?

ドラッカー 「5つの問い」



- 
- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か？
 - 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か？
 - 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か？
 - 問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か？
 - 問い5: デジタル時代の我々の計画は何か？

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編



デジタル破壊の実際を見て行きましょう!

シーズン01 Spotify



Steve Jobs



Daniel Ek

シーズン01 Spotify



iTunes Music Store



Spotify

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

- 問い5: 我々の計画は何か?

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?

- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?

- 問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

iTunes Music Store

Spotify

• 問い1: 我々の使命は何か?



iTunes Music Store

• 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?



Spotify

- 問い1: 我々の使命は何か?

モノとして音楽を配信



iTunes Music Store

- 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?

コトとして音楽を配信



Spotify



モノから



コトへ

顧客の価値観の変化と行動変容!!!

モノから

コトへ

- 問い1: 我々の使命は何か?
- 問い2: 我々の顧客は誰か?

すべての音楽愛好者

iTunes Music Store

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

好きな音楽を共有したい者

Spotify



音楽を聴く



好きな音楽を共有する

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

楽曲の使用価値

iTunes Music Store

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?

- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

Spotify

アナログ時代の顧客価値体系

その商品を手に入れるためにいくら掛かるのか？

交換価値

取得コスト

値段

その商品に関して顧客は何を認識しているか？

知覚価値

取引コスト

労力や時間

その商品を使用したときにどれだけ嬉しいか？

顧客価値

使用価値

中核価値

それがないと買わない

実体価値

それがあるものを買いたい

付随価値

そうだとちょっと嬉しい

その商品を使用したときに何をを感じるか？

体験価値

価値の提供者に対して享受者は何を感じているか？

共感価値

シンパシー

同調性

コンパッション

協働性

デジタル時代の顧客価値体系

- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

顧客

- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?

顧客価値

DXPの「顧客 – 顧客価値トレードオフ理論」

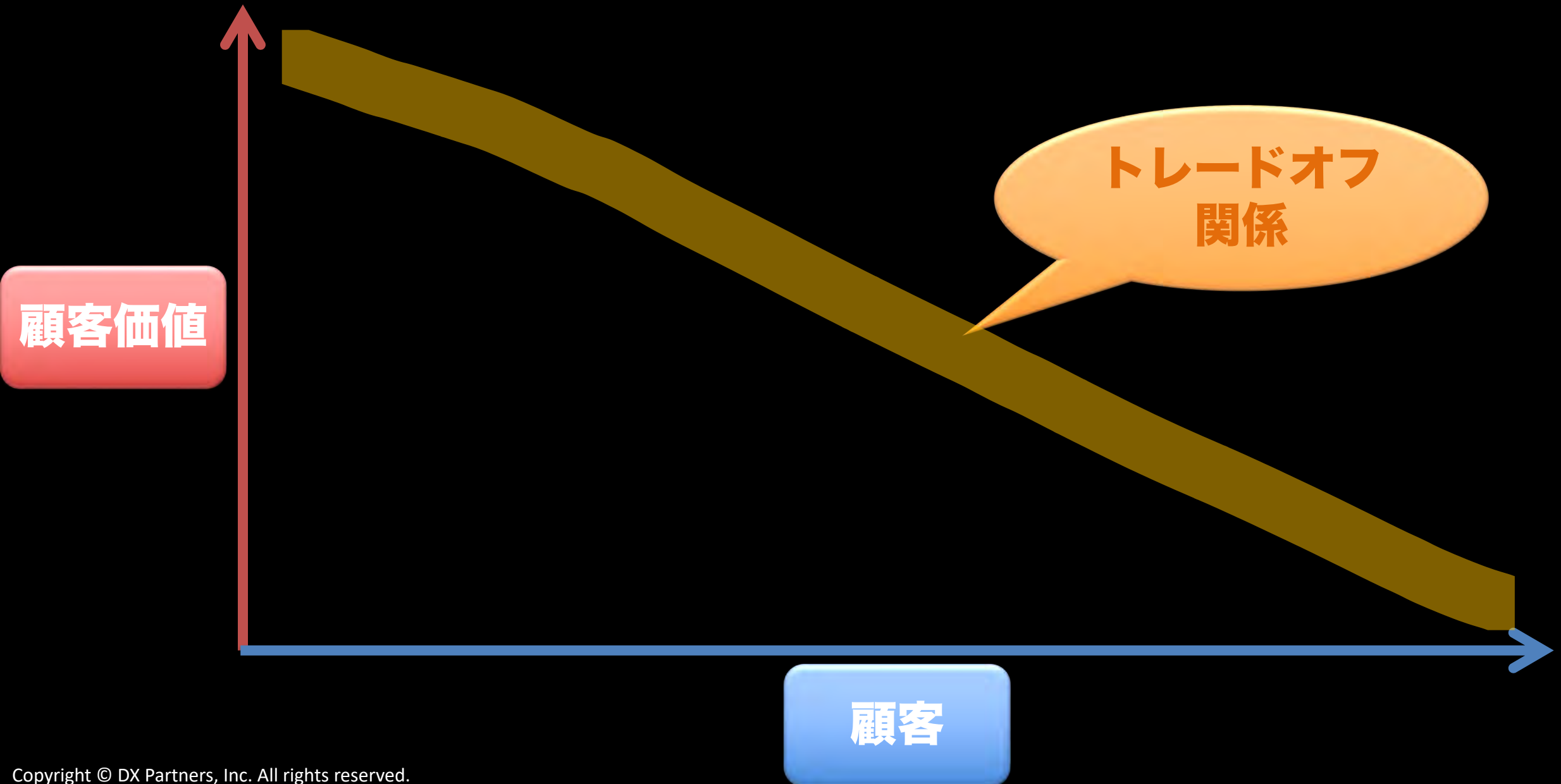


顧客

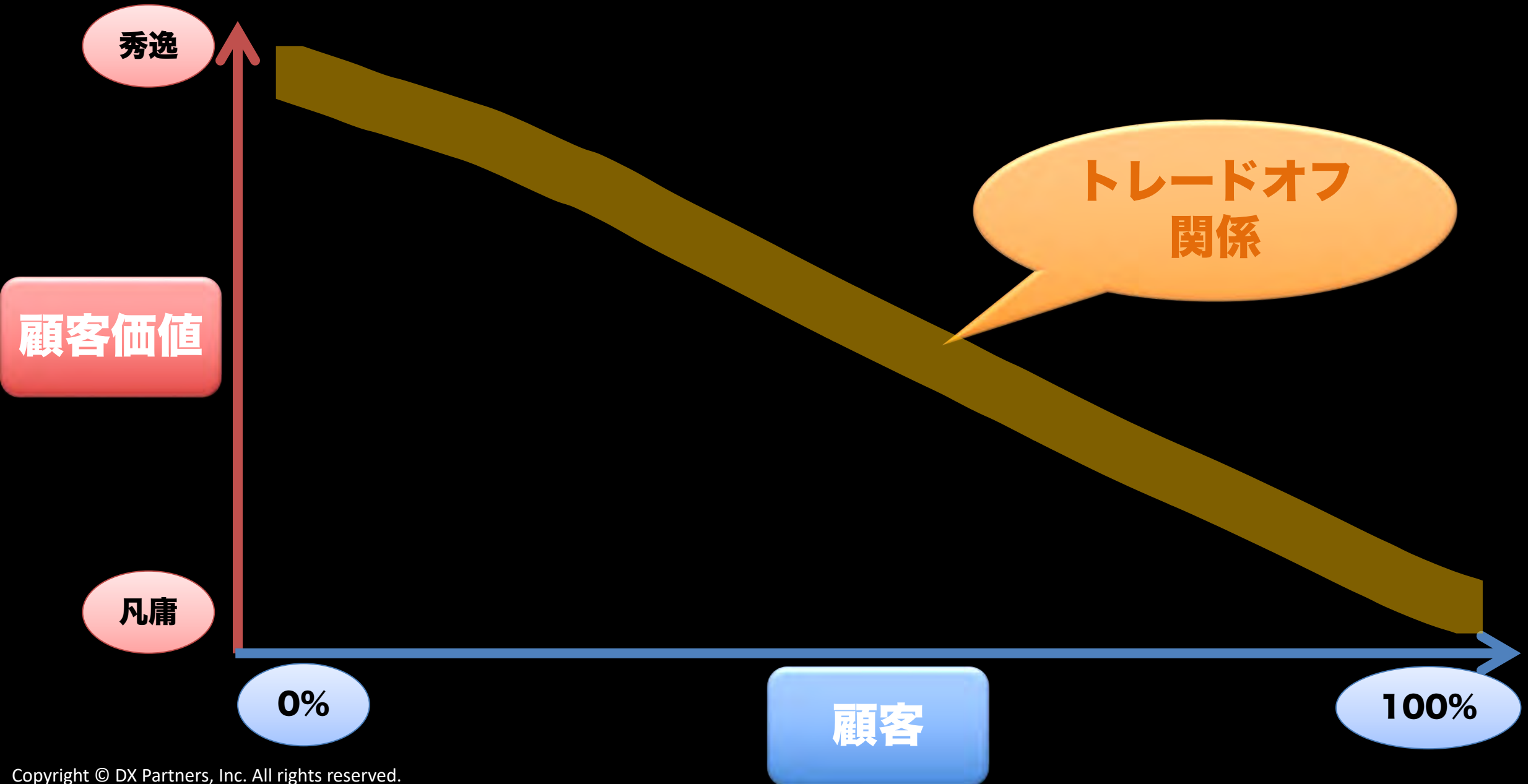


顧客価値

DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」

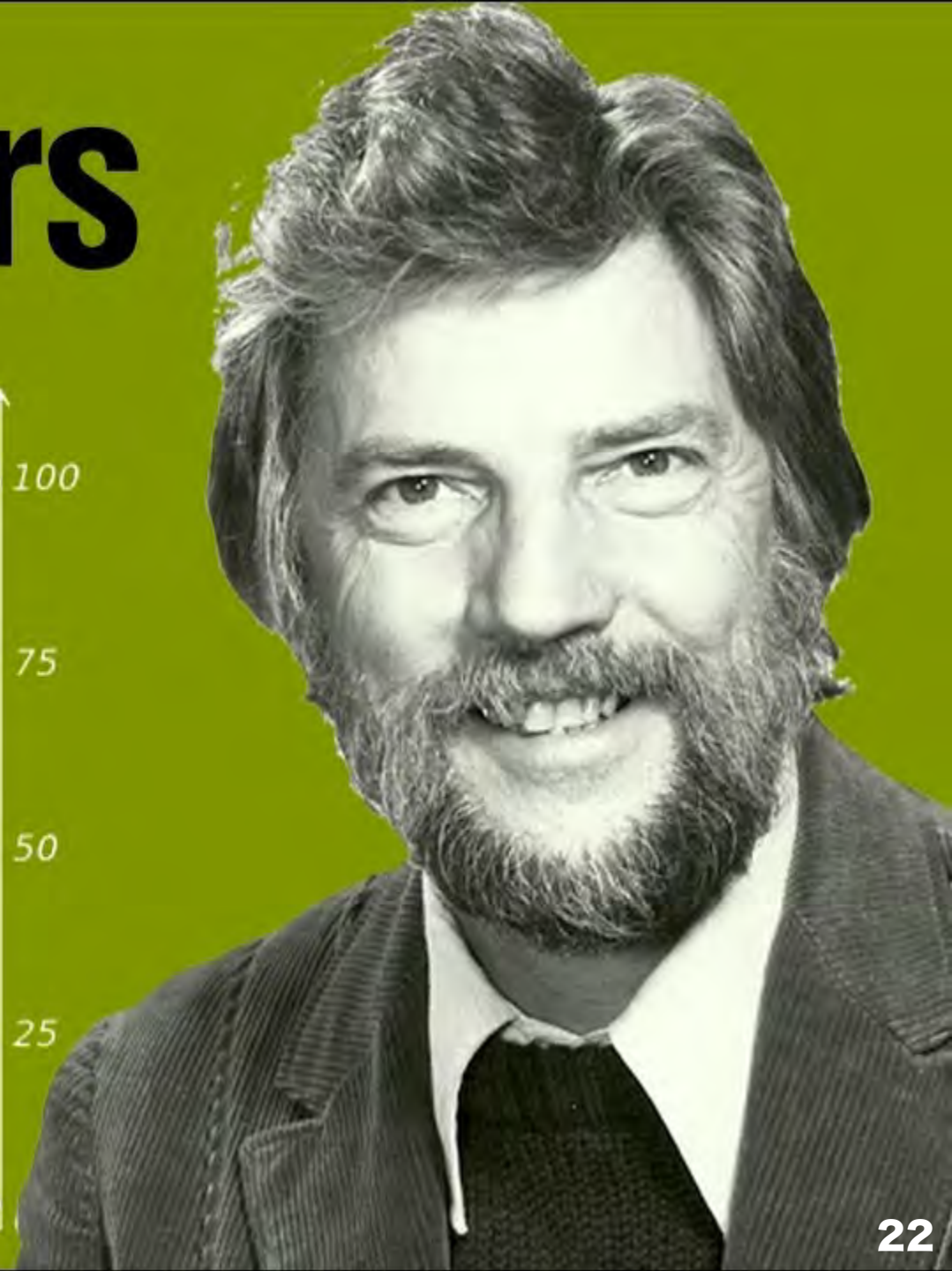
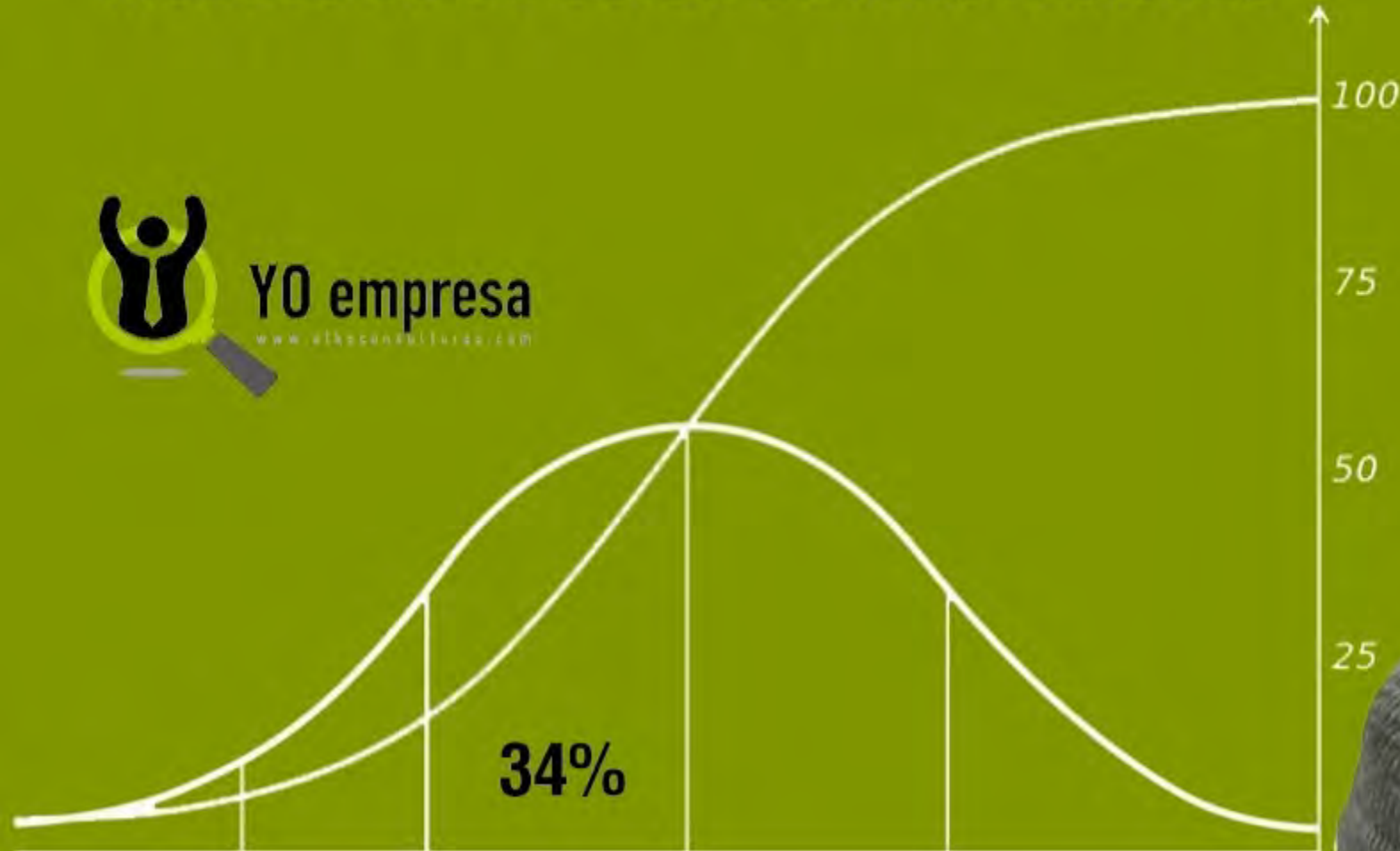


DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」

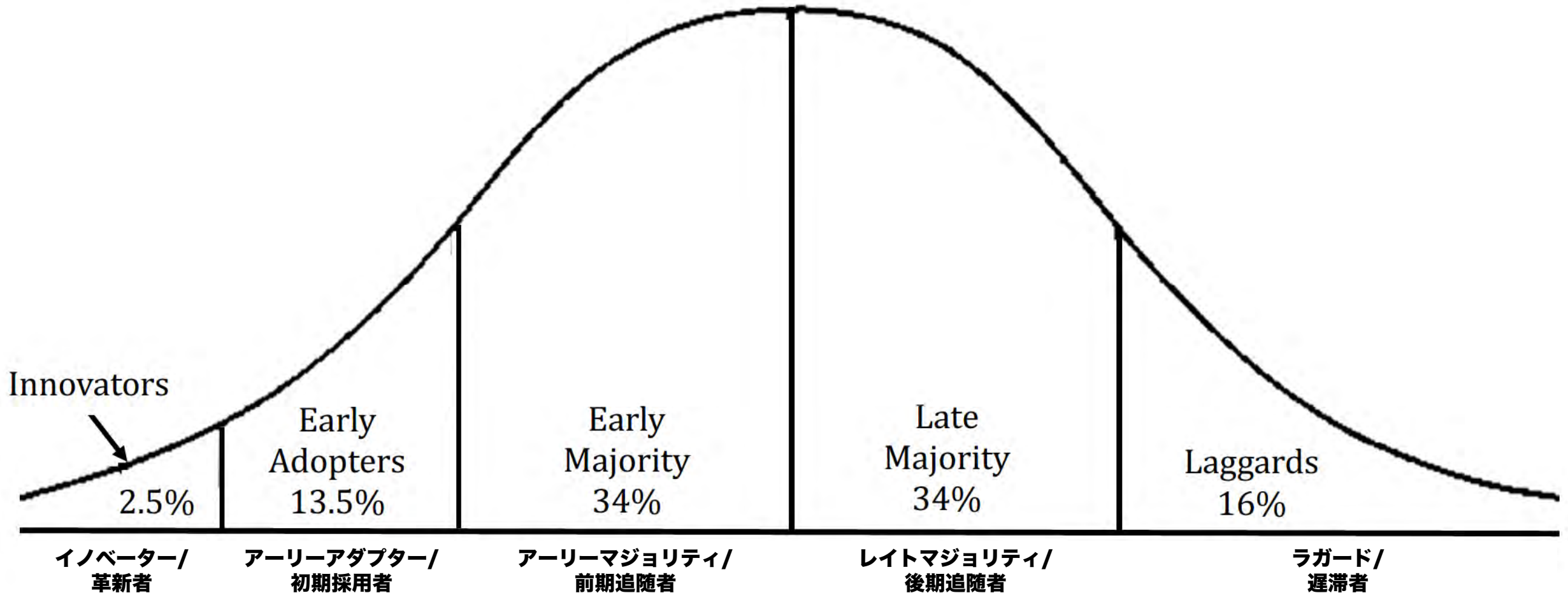


Everett Rogers

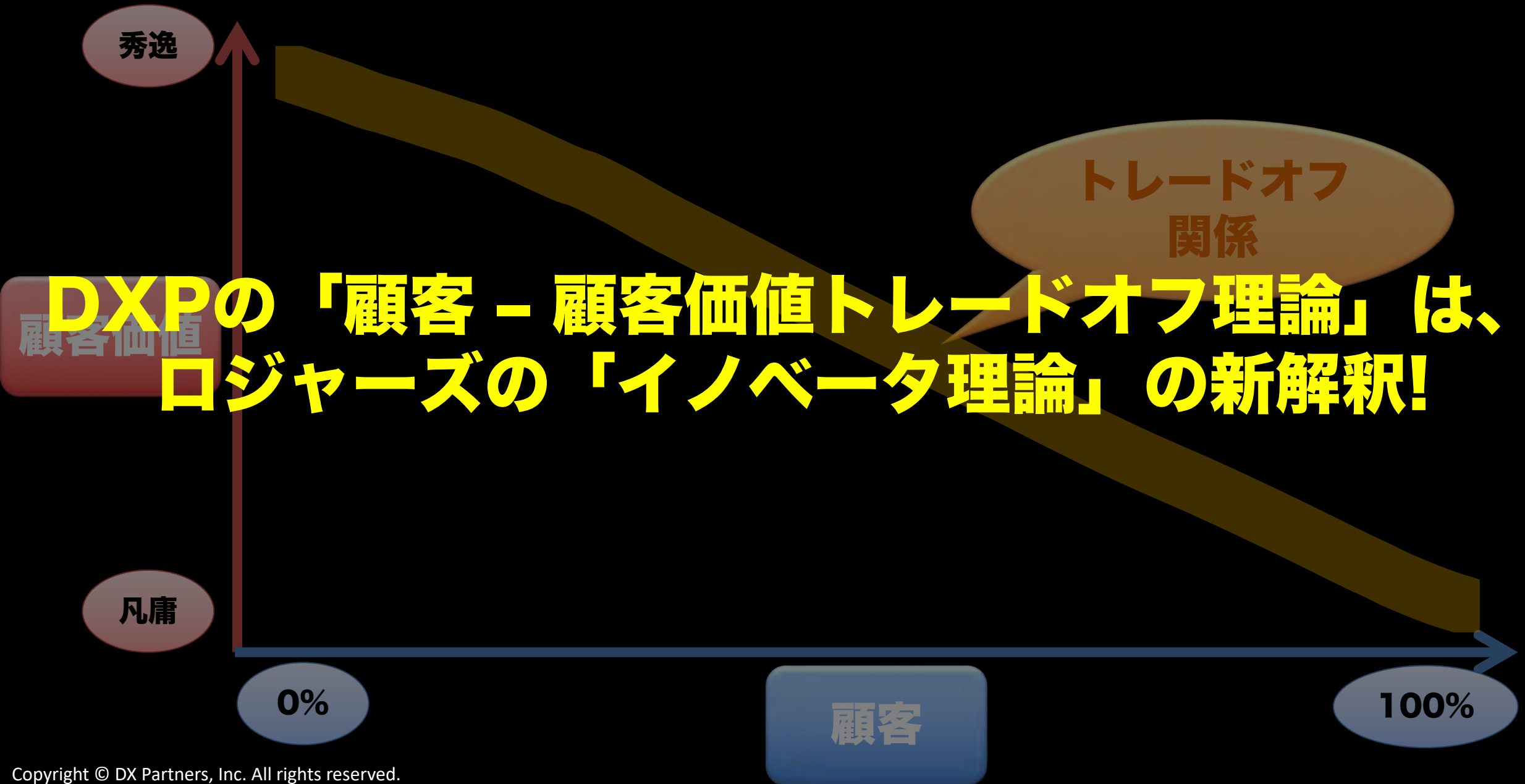
MODELO DE DIFUSION DE INNOVACIONES



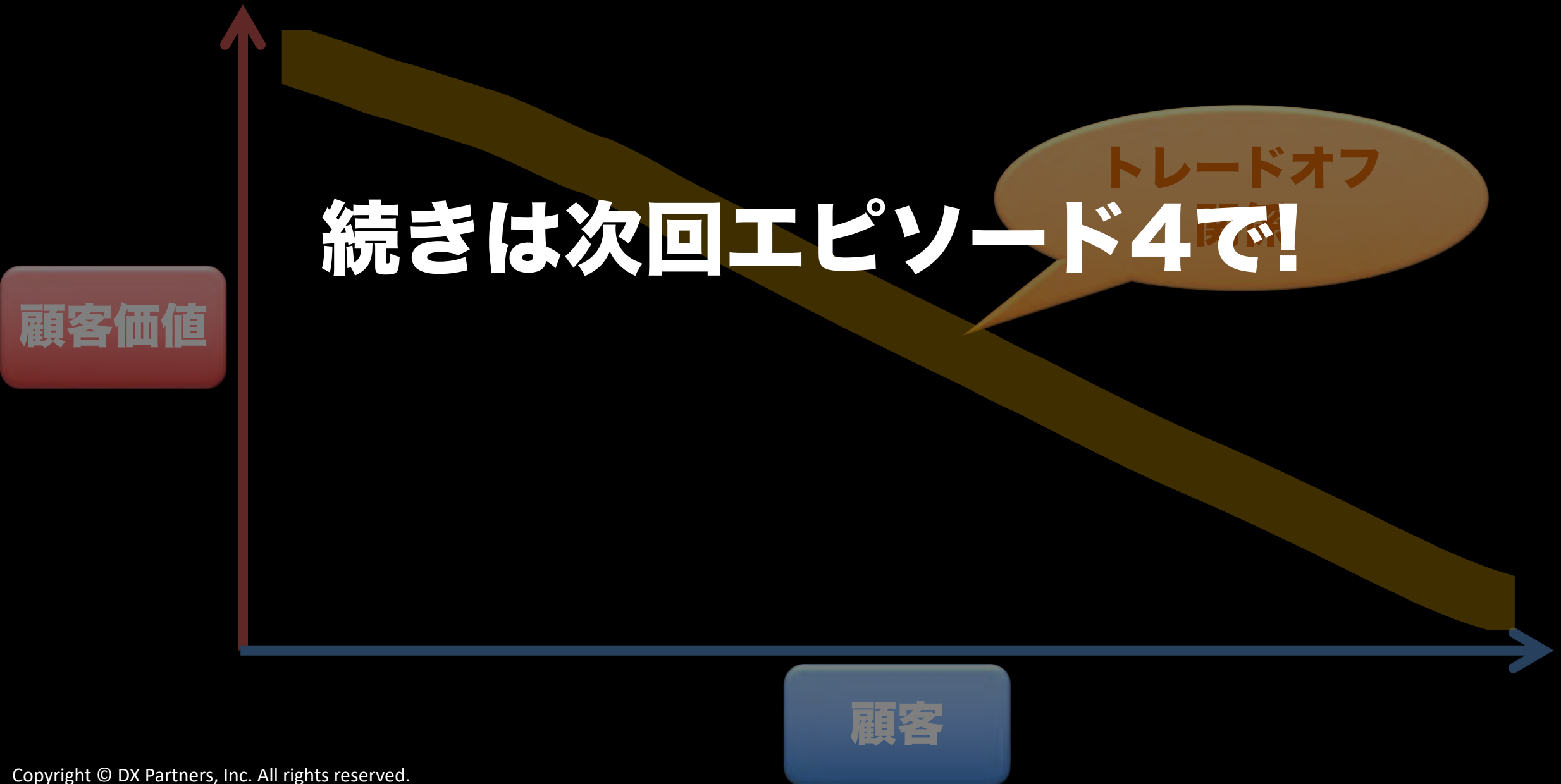
ロジャーズの「イノベータ理論」



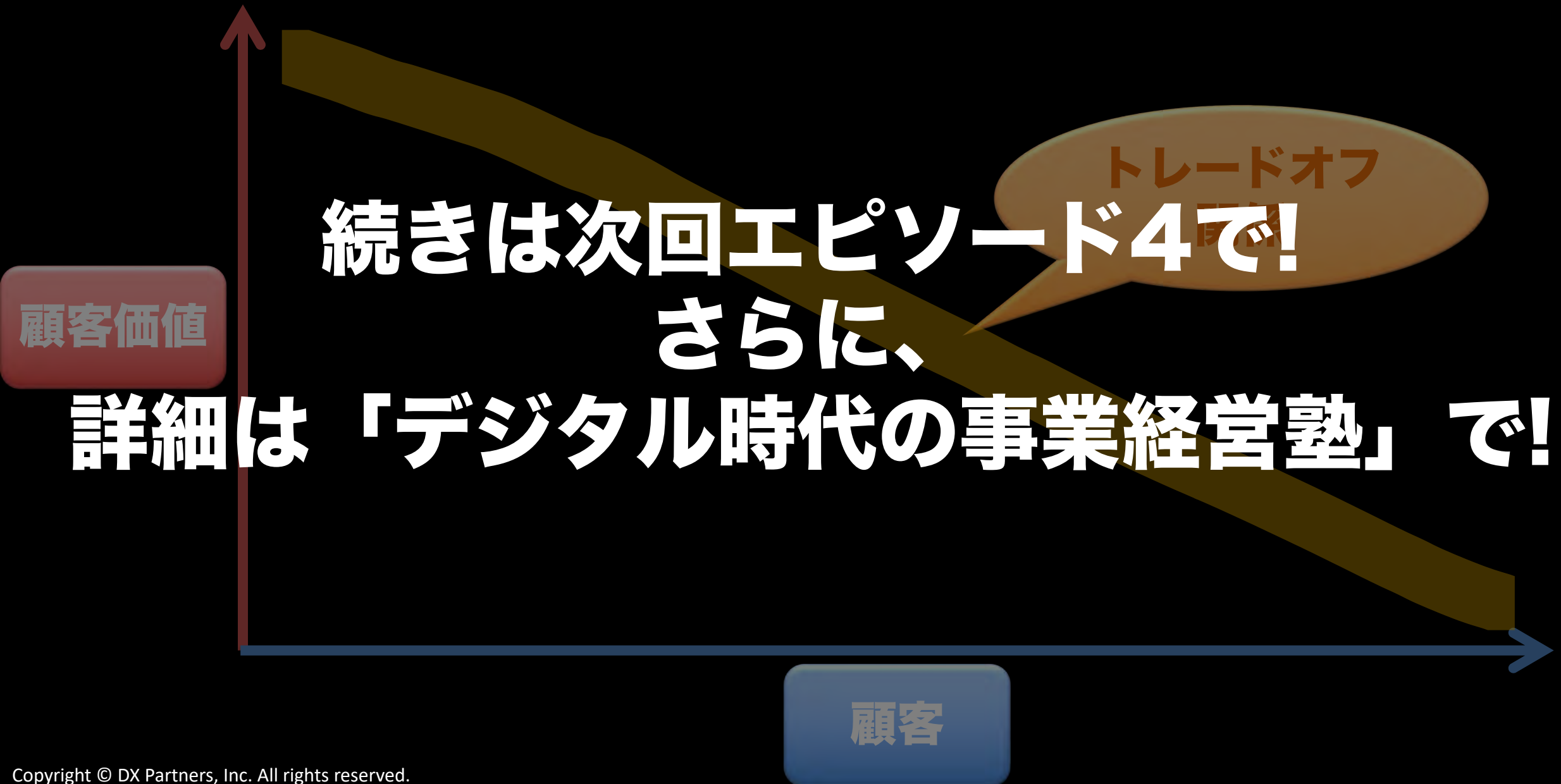
DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」



DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」



DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」



2024年度第1期
[2024年5月～10月]
塾生募集中
募集期限 9月30日

デジタル時代の事業経営は、
ドラッカーの「5つの問い」に
答えるだけでは成功はおぼつか
ない。
真に答えを求めるべき問いは、
「デジタル時代の事業経営者へ
の5つの問い」である。

デジタル時代の事業 経営 塾

塾長 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

本塾で答えを求める「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」

問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

本塾のゴール

塾生が自身の事業について、
「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」
に答えられるようになることを目指します。

オンラインセミナー
全5回
[Zoomミーティング]



見逃し配信
[講義録画動画を
YouTubeで限定公開]

2024年度第1期 [2024年5月～10月] 開講スケジュール

DAY01	2024年5月24日 (金) 13:00-14:30	問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
DAY02	2024年6月21日 (金) 13:00-14:30	問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
DAY03	2024年7月19日 (金) 13:00-14:30	問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
DAY04	2024年8月23日 (金) 13:00-14:30	問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
DAY05	2024年9月20日 (金) 13:00-14:30	問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

※講義録画動画は、2024年10月31日 (木) までYouTube [今期塾生限定公開] にてご視聴できます。

対象

企業等の経営者、経営幹部、その候補者

受講方法

- オンラインセミナー 全5回: Zoomミーティング ※
 - 講義録画動画の見逃し配信: YouTube限定公開 ※
- ※ 今期塾生限定でURLをお知らせします。

塾費

全5回 合計 50,000円 [税別]

お支払い方法

お申込み後、請求書をお送りいたします。

お申込み方法

下記URLまたは右記QRコードから「お申込み
フォーム (Microsoft Forms)」にアクセス頂
き、必要事項をご記入の上、送信ください。

<https://forms.office.com/r/iH331y0diJ>



募集期限

2024年9月30日 (月) までにお申込みください。オンラインセミナー
終了後も、2024年10月31日 (木) まで講義録画動画をご視聴できま
す。

Thank
you!



チャンネル登録

シーズン01 Spotify エピソード4

2024年6月4日 (火) 12:20-12:40

株式会社DXパートナーズ提供 「ジェフならどうする？」セミナー
毎週火曜日 (ときどき水曜日) 12:20-12:40 YouTubeライブ配信 (+ アーカイブ配信)



ジェフならどうする？ シーズン01 エピソード4 2024年6月4日 (火) 12:20-12:40

Living,
Breathin



ジェフならどうする？

Piyush Gupta
DBS Bank Ltd. CEO

シーズン01 Spotify



Steve Jobs

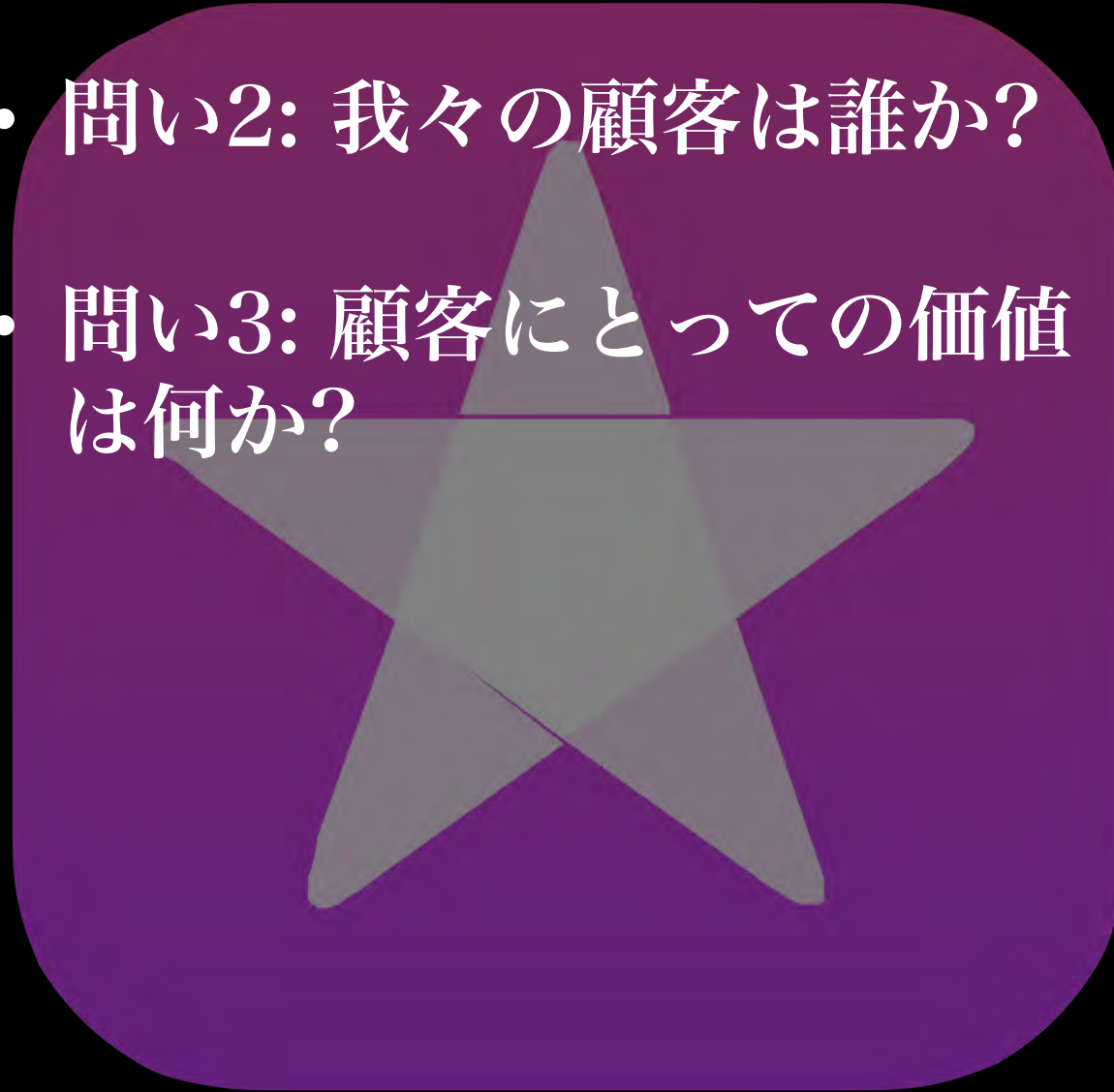


Daniel Ek

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?



iTunes Music Store

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?

- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?



Spotify

ドラッカー「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

問い1

問い2

問い3

iTunes Music Store

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

Spotify

ドラッカー「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

問い1

問い2

問い3

iTunes Music Store

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

Spotify

• 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

顧客

• 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?

顧客価値

DXPの「顧客 – 顧客価値トレードオフ理論」

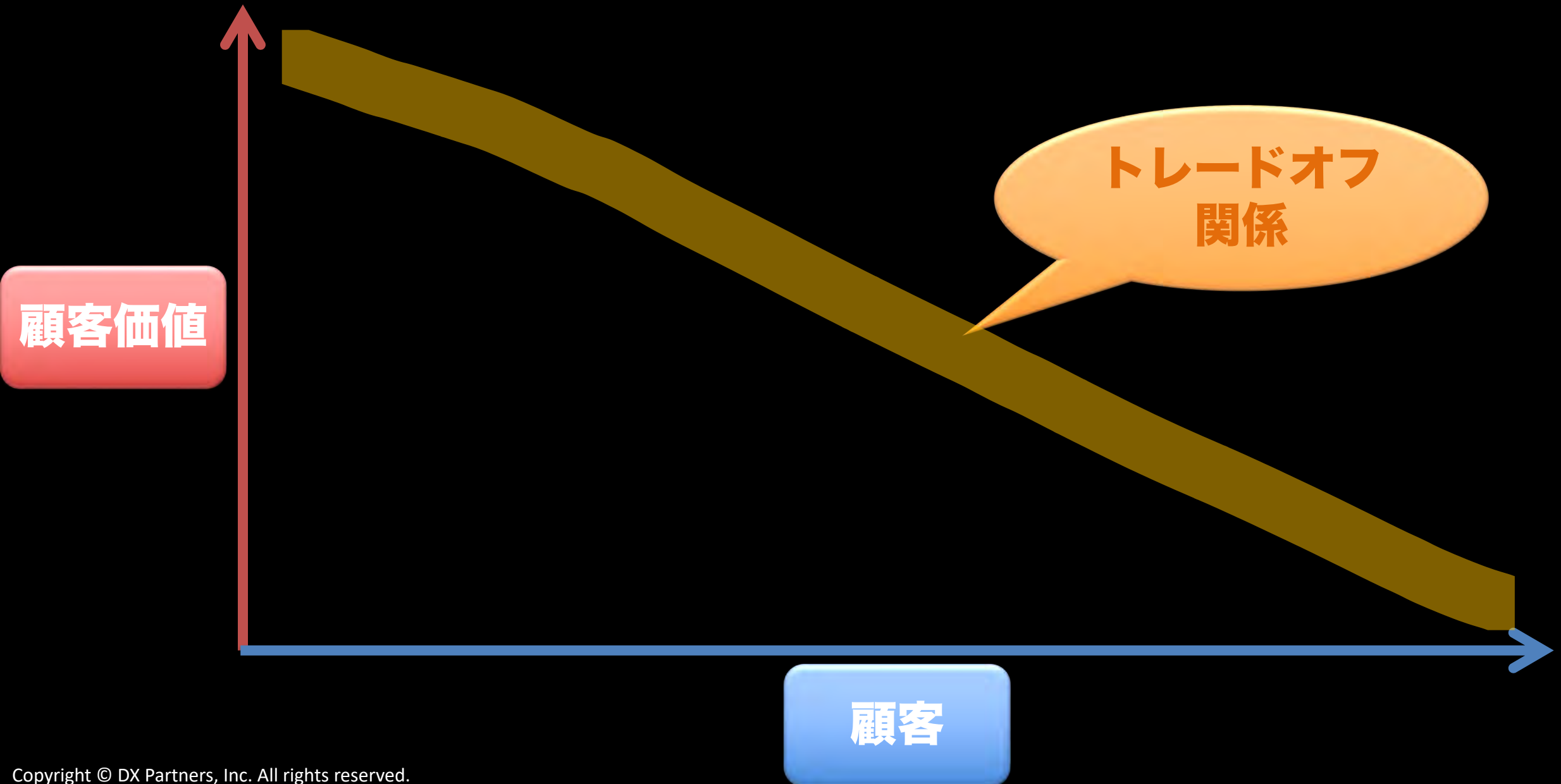


顧客

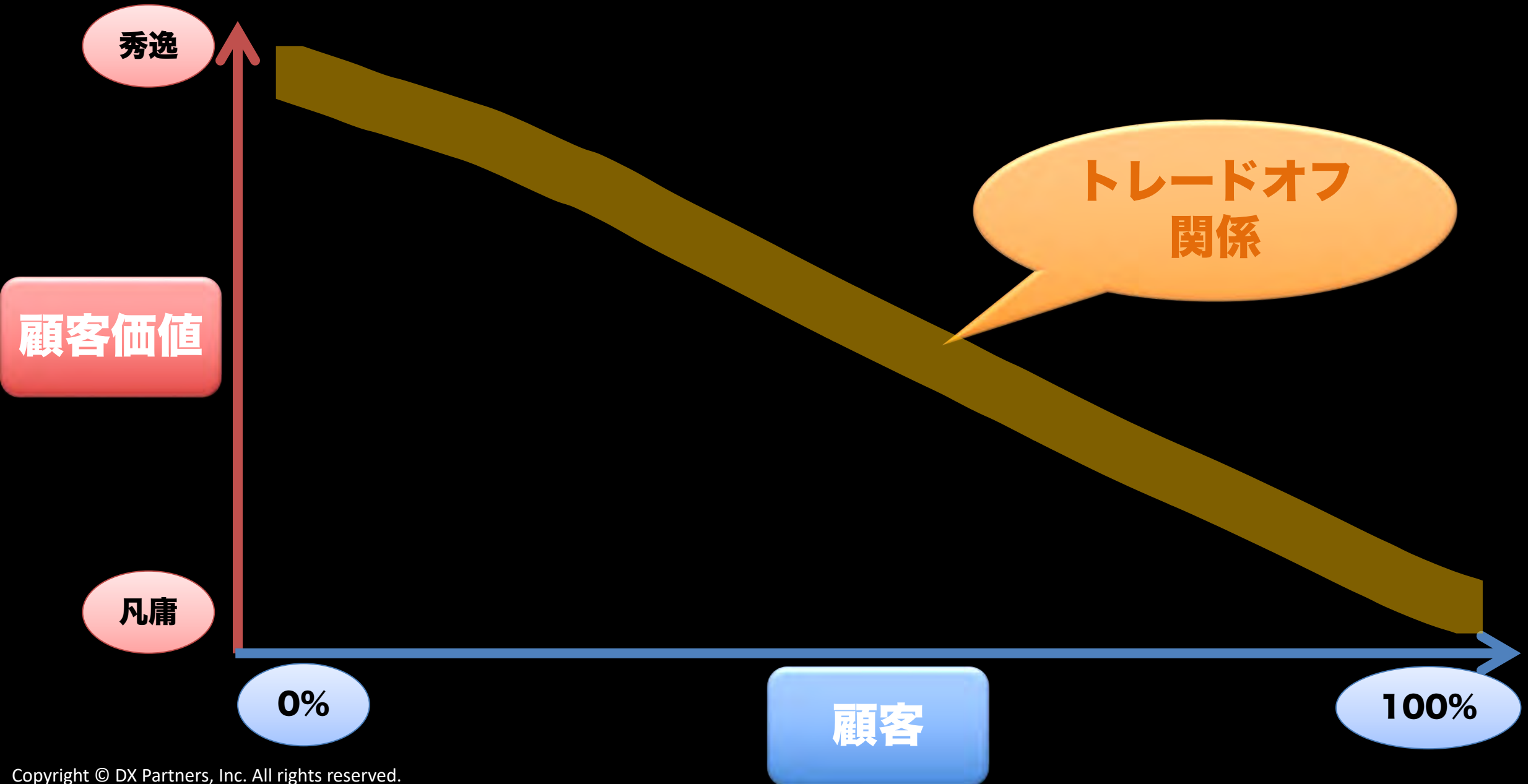


顧客価値

DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」

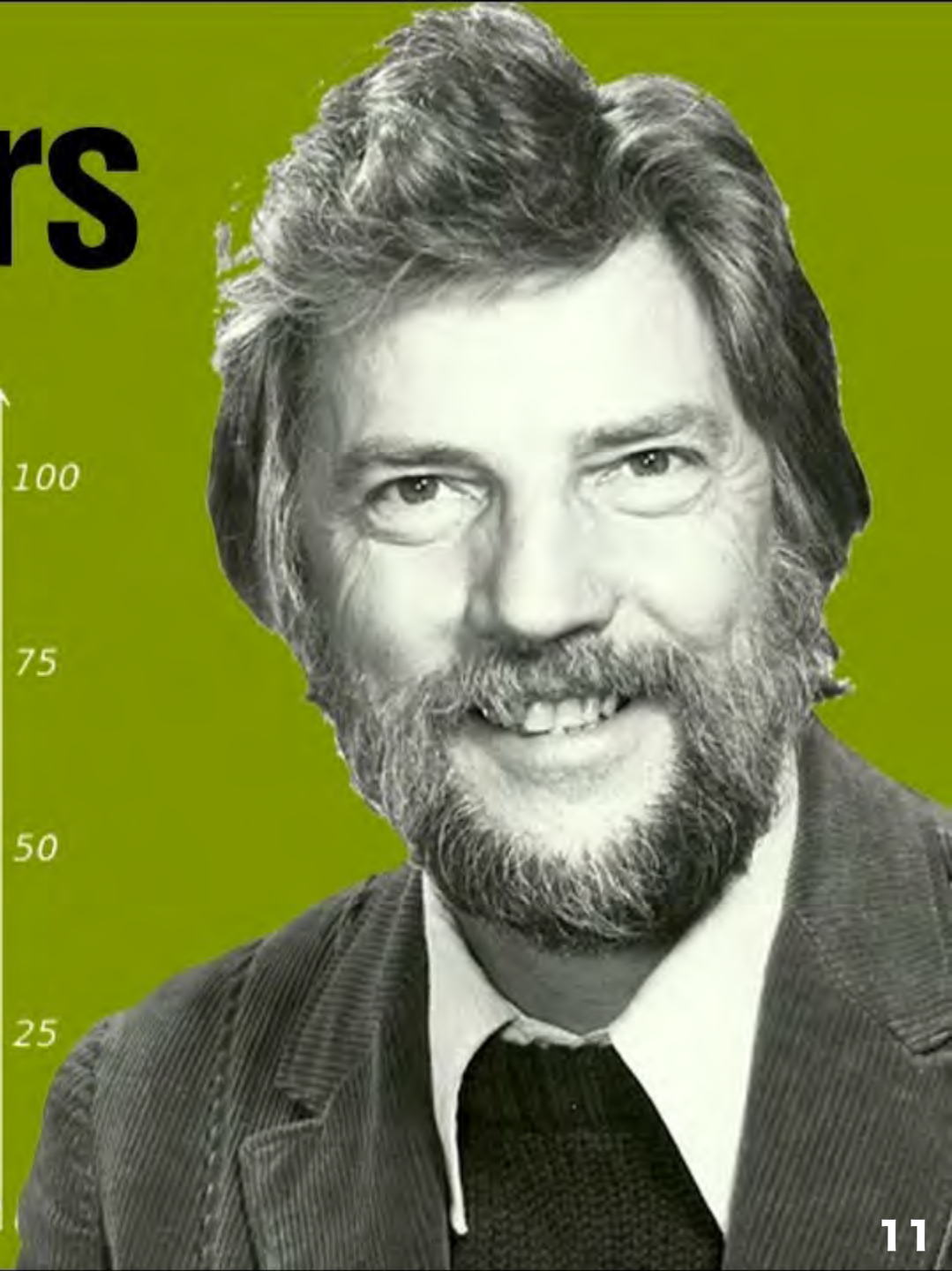
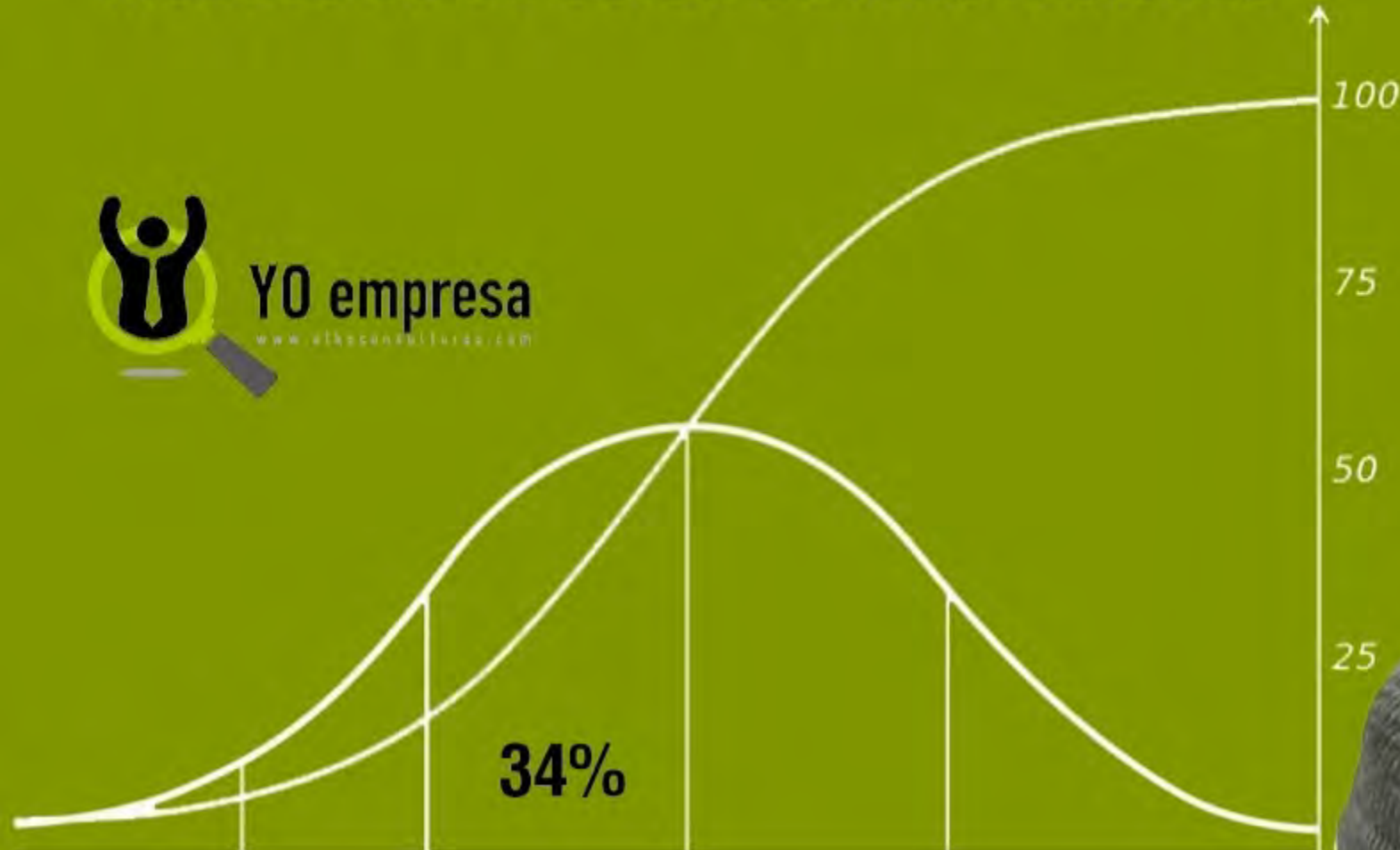


DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」

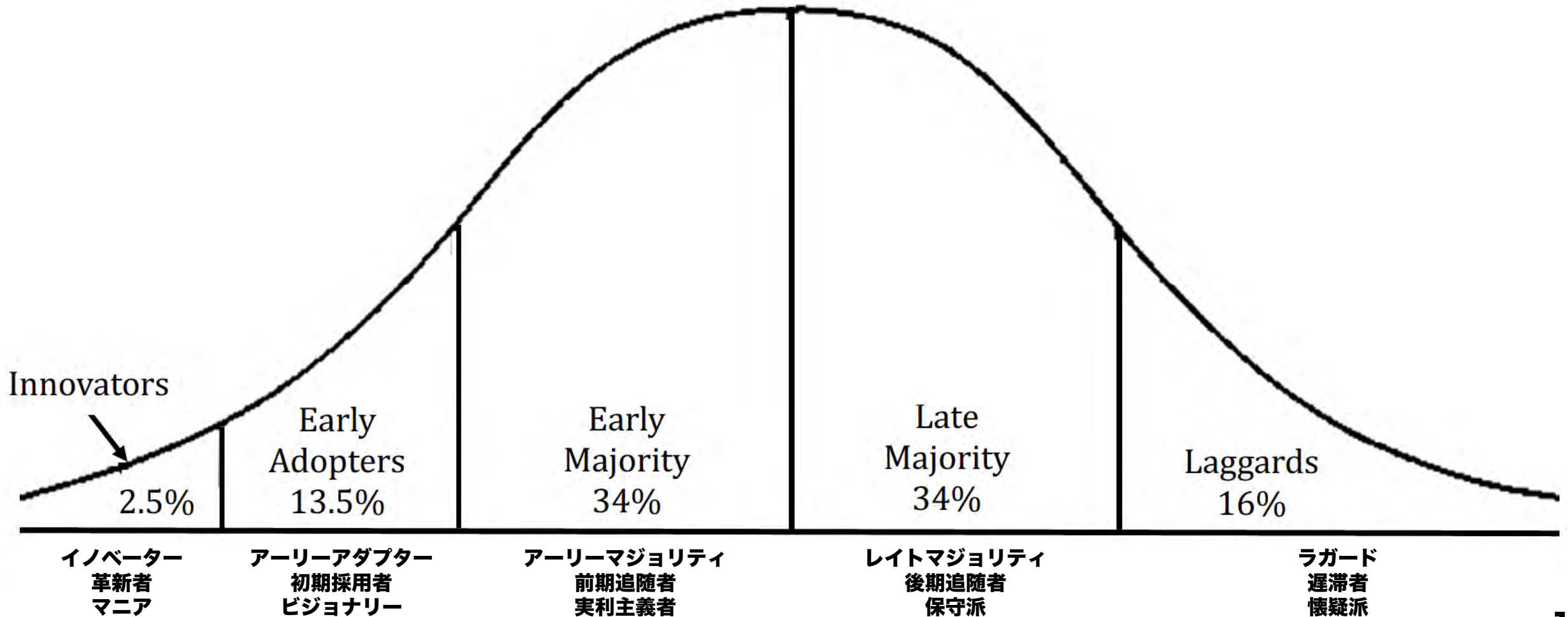


Everett Rogers

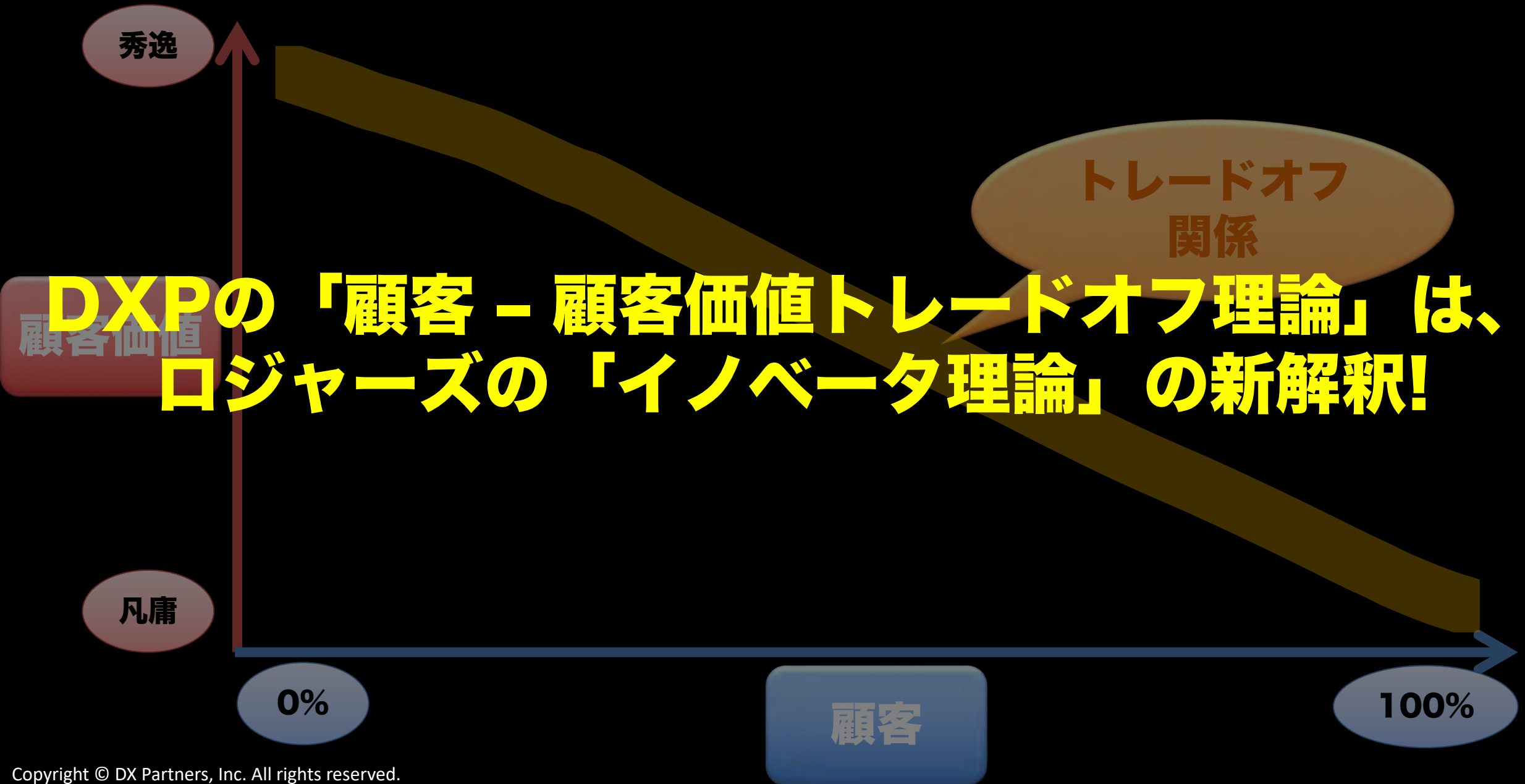
MODELO DE DIFUSION DE INNOVACIONES

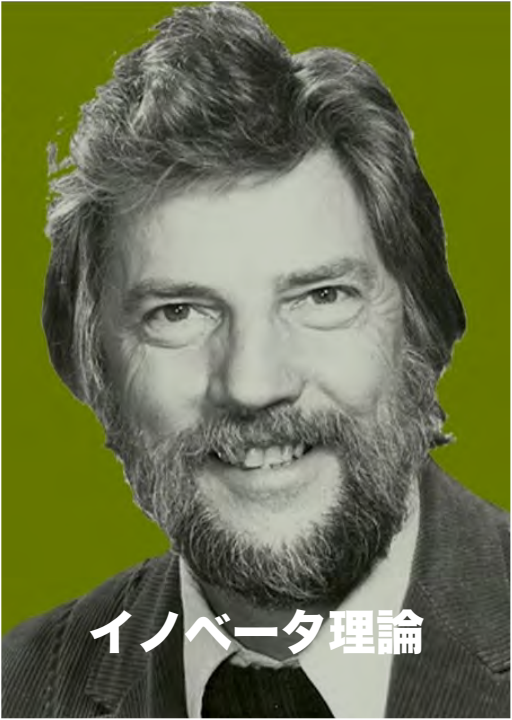


ロジャーズの「イノベータ理論」



DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」





イノベータ理論



キャズム理論



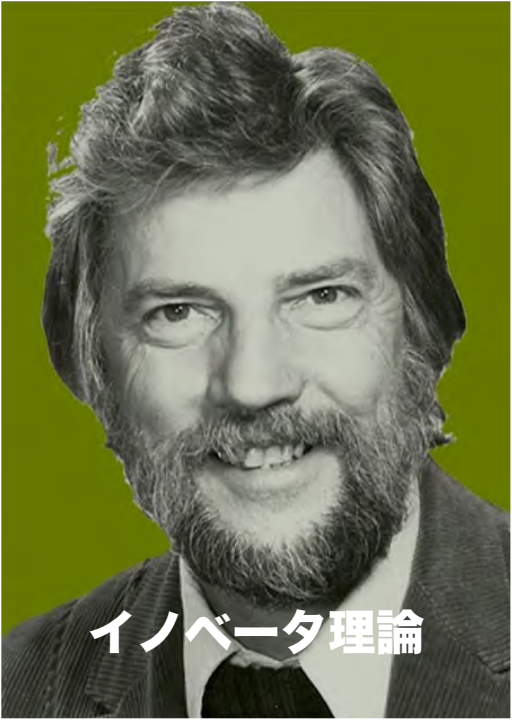
競争戦略理論



破壊的イノベーション
理論



コールドスタート
理論



イノベータ理論



キャズム理論



競争戦略理論



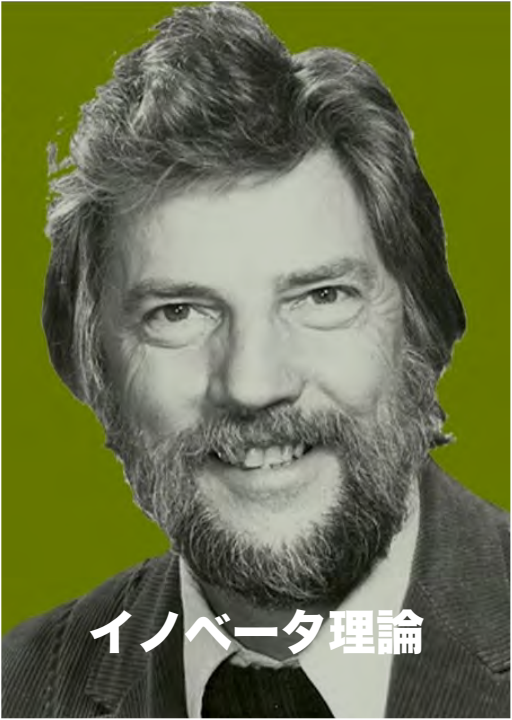
破壊的イノベーション
理論



コールドスタート
理論

記述的理論

DXPの「顧客 – 顧客価値トレードオフ理論」



イノベータ理論



キャズム理論



競争戦略理論



破壊的イノベーション
理論



コールドスタート
理論

記述的理論

DXPの「顧客 – 顧客価値トレードオフ理論」

規範的理論

DXPの「デジタル時代の成長方程式」

2024年度第1期
[2024年5月～10月]
塾生募集中
募集期限 9月30日

デジタル時代の事業経営は、
ドラッカーの「5つの問い」に
答えるだけでは成功はおぼつか
ない。
真に答えを求めるべき問いは、
「デジタル時代の事業経営者へ
の5つの問い」である。

デジタル時代の事業 経営 塾

塾長 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

本塾で答えを求める「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

本塾のゴール

塾生が自身の事業について、
「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」
に答えられるようになることを目指します。

オンラインセミナー
全5回
[Zoomミーティング]



見逃し配信
[講義録画動画を
YouTubeで限定公開]

2024年度第1期 [2024年5月～10月] 開講スケジュール

DAY01	2024年5月24日 (金) 13:00-14:30	問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
DAY02	2024年6月21日 (金) 13:00-14:30	問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
DAY03	2024年7月19日 (金) 13:00-14:30	問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
DAY04	2024年8月23日 (金) 13:00-14:30	問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
DAY05	2024年9月20日 (金) 13:00-14:30	問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

※講義録画動画は、2024年10月31日 (木) までYouTube [今期塾生限定公開] にてご視聴できます。

対象

企業等の経営者、経営幹部、その候補者

受講方法

- オンラインセミナー 全5回: Zoomミーティング ※
 - 講義録画動画の見逃し配信: YouTube限定公開 ※
- ※ 今期塾生限定でURLをお知らせします。

塾費

全5回 合計 50,000円 [税別]

お支払い方法

お申込み後、請求書をお送りいたします。

お申込み方法

下記URLまたは右記QRコードから「お申込み
フォーム (Microsoft Forms)」にアクセス頂
き、必要事項をご記入の上、送信ください。

<https://forms.office.com/r/iH331y0diJ>



募集期限

2024年9月30日 (月) までにお申込みください。オンラインセミナー
終了後も、2024年10月31日 (木) まで講義録画動画をご視聴できま
す。

2024年度第1期

[2024年6月～12月]

塾生募集中

募集期限 11月30日

「ビジネスの目的は？」と問われて、
ドラッカーは「ビジネスの目的は顧客
の創造である」と看破した。しかし、
デジタル時代の今日、「顧客の創造」
だけでは成功はおぼつかない。
「デジタル時代のビジネスの目的は
顧客と場の創造である」これが我々の
答えである。

デジタル時代の事業 構想 塾

塾長 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

本塾で方法論を伝授する「デジタル時代の事業構想: 6つの創造」

創造1: 場の創造

創造2: 顧客の創造

創造3: 顧客価値の創造

創造4: 稼ぎ方の創造

創造5: 回し方の創造

創造6: 成長の創造

本塾のゴール

塾生が「6つの創造」を実践して、
「デジタル時代に成功し成長する事業」
を構想できるようになることを目指します。

オンラインセミナー
全6回
[Zoomミーティング]



見逃し配信
[講義録画動画を
YouTubeで限定公開]

2024年度第1期 [2024年6月～12月] 開講スケジュール

DAY01	2024年6月21日 (金) 15:00-17:00	創造1: 場の創造《その方法論》
DAY02	2024年7月19日 (金) 15:00-17:00	創造2: 顧客の創造《その方法論》
DAY03	2024年8月23日 (金) 15:00-17:00	創造3: 顧客価値の創造《その方法論》
DAY04	2024年9月20日 (金) 15:00-17:00	創造4: 稼ぎ方の創造《その方法論》
DAY05	2024年10月18日 (金) 15:00-17:00	創造5: 回し方の創造《その方法論》
DAY06	2024年11月15日 (金) 15:00-17:00	創造6: 成長の創造《その方法論》

※ 講義録画動画は、2024年12月31日 (火) までYouTube [今期塾生限定公開] にてご視聴できます。

対象

企業等の経営者、経営幹部、その候補者、新規事業担当者

受講方法

- オンラインセミナー 全6回: Zoomミーティング ※
 - 講義録画動画の見逃し配信: YouTube限定公開 ※
- ※ 今期塾生限定でURLをお知らせします。

塾費

全6回 合計 80,000円 [税別]

お支払い方法

お申込み後、請求書をお送りいたします。

お申込み方法

下記URLまたは右記QRコードから「お申込み
フォーム (Microsoft Forms)」にアクセス頂
き、必要事項をご記入の上、送信ください。

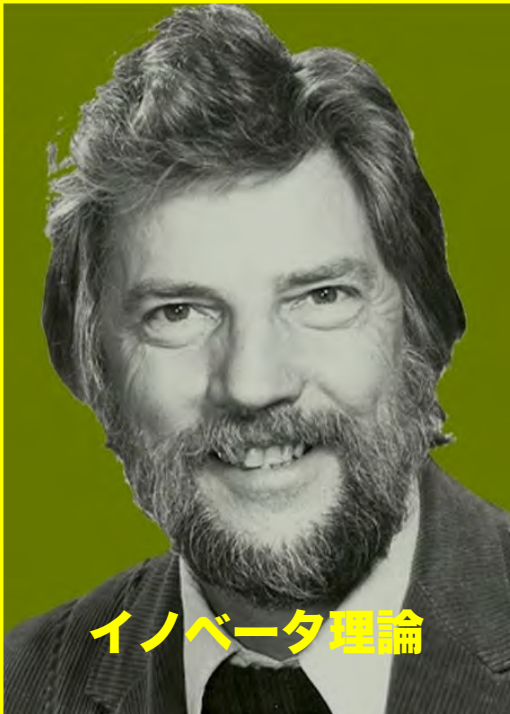
<https://forms.office.com/r/zM9NTDYdHt>

募集期限

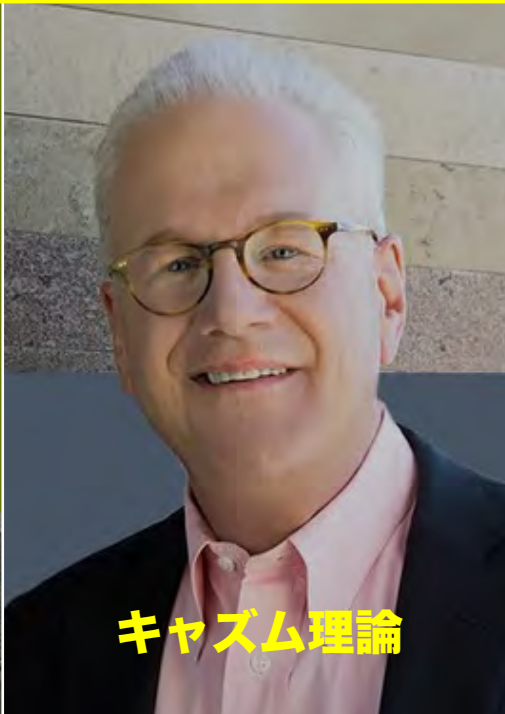
2024年11月30日 (土) までにお申込みください。オンラインセミ
ナー終了後も、2024年12月31日 (火) まで講義録画動画をご視聴で
きます。

株式会社DXパートナーズ

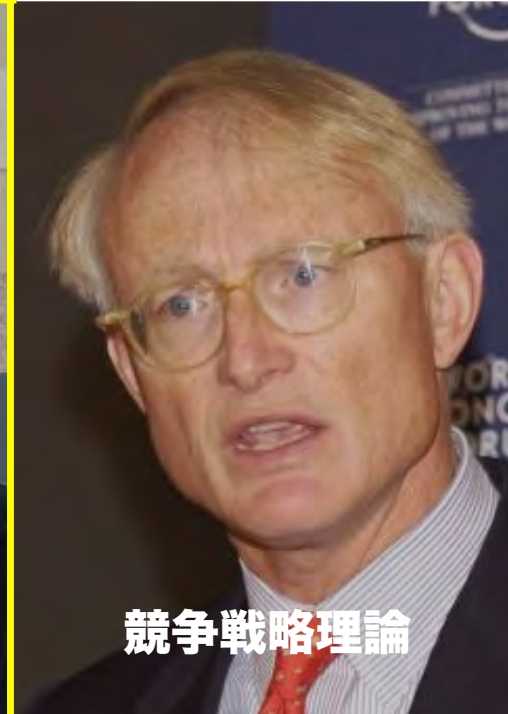
〒810-0041 福岡市中央区大名2-6-11 FGN E-mail: team@dxpartners.co.jp



イノベータ理論



キャズム理論



競争戦略理論



破壊的イノベーション
理論



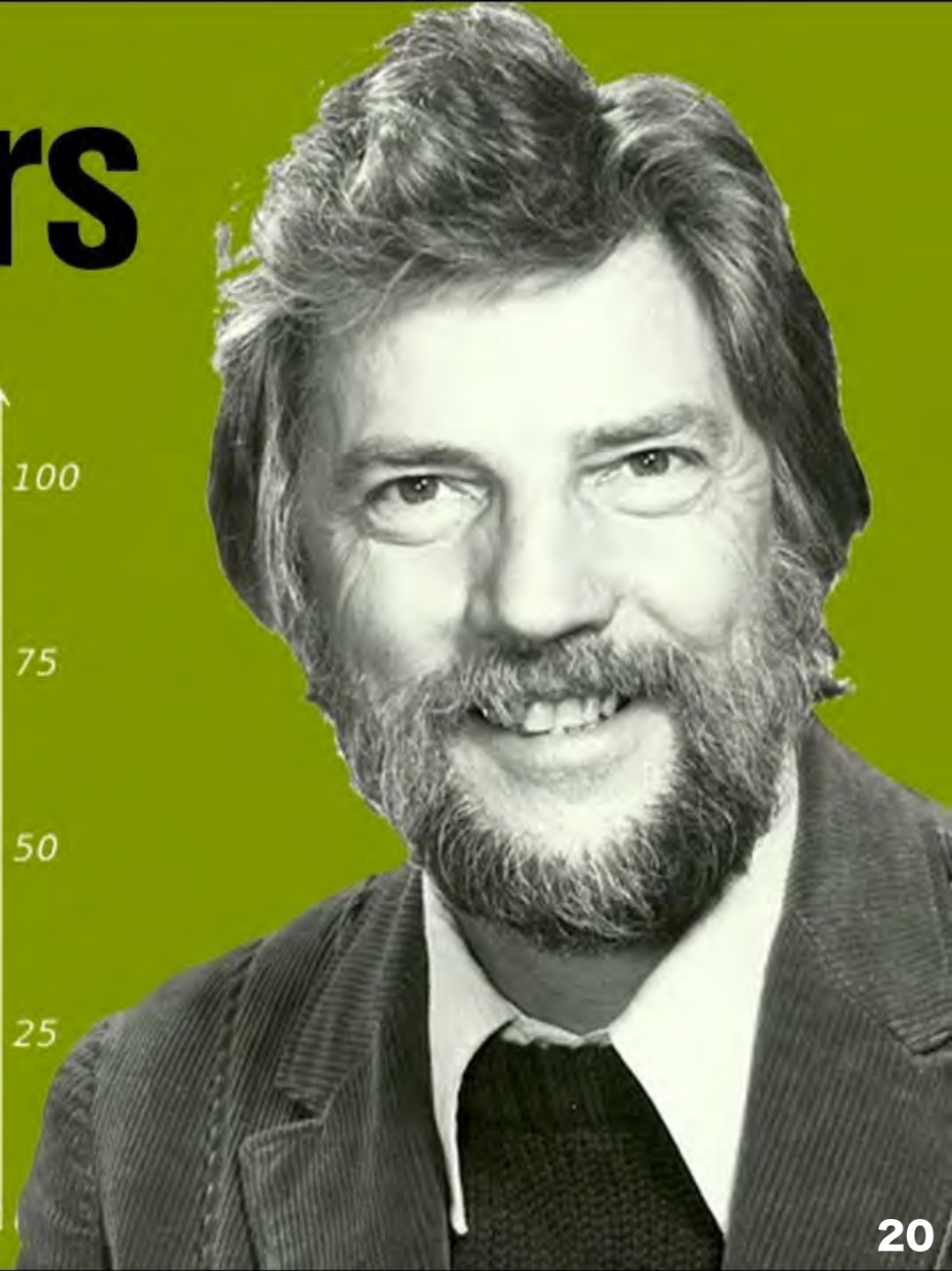
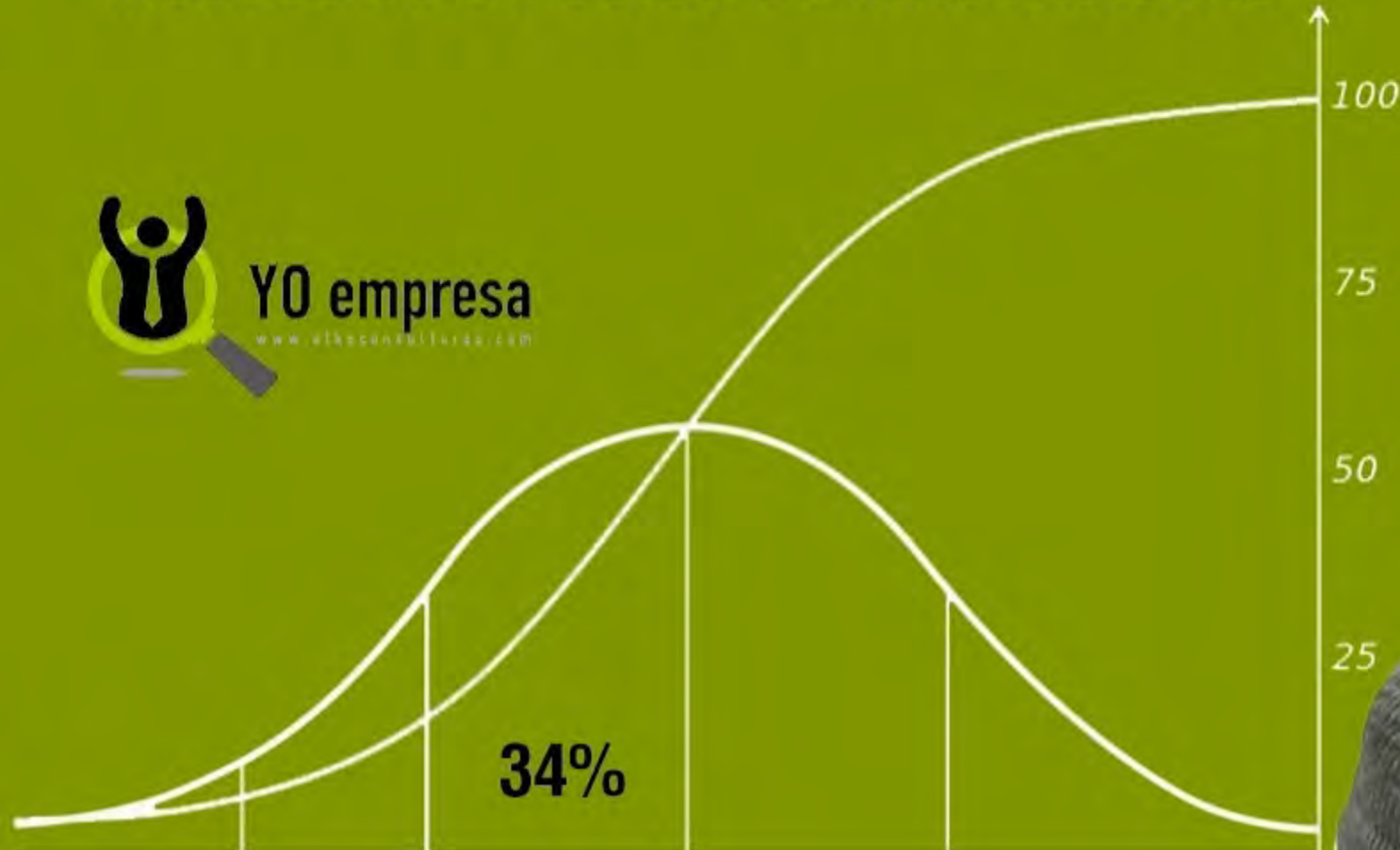
コールドスタート
理論

記述的理論

DXPの「顧客 – 顧客価値トレードオフ理論」

Everett Rogers

MODELO DE DIFUSION DE INNOVACIONES



ロジャーズのイノベータ理論 vs. ムーアのキャズム理論

規範的理論

ロジャーズが提唱した
最初に攻略すべき顧客
「普及率16%の論理」

記述的理論

Innovators

2.5%

Early
Adopters
13.5%

Early
Majority
34%

Late
Majority
34%

Laggards
16%

イノベーター
革新者
マニア

アーリーアダプター
初期採用者
ビジョナリー

アーリーマジョリティ
前期追随者
実利主義者

レイトマジョリティ
後期追随者
保守派

ラガード
遅滞者
懐疑派



3rd Edition, Marketing and Selling Disruptive Products to Mainstream Customers
C r o s s i n g t h e C h a s m

キヤズム

ジェフリー・ムーア

Geoffrey A. Moore 川又政治 訳 Kawamata Masaharu

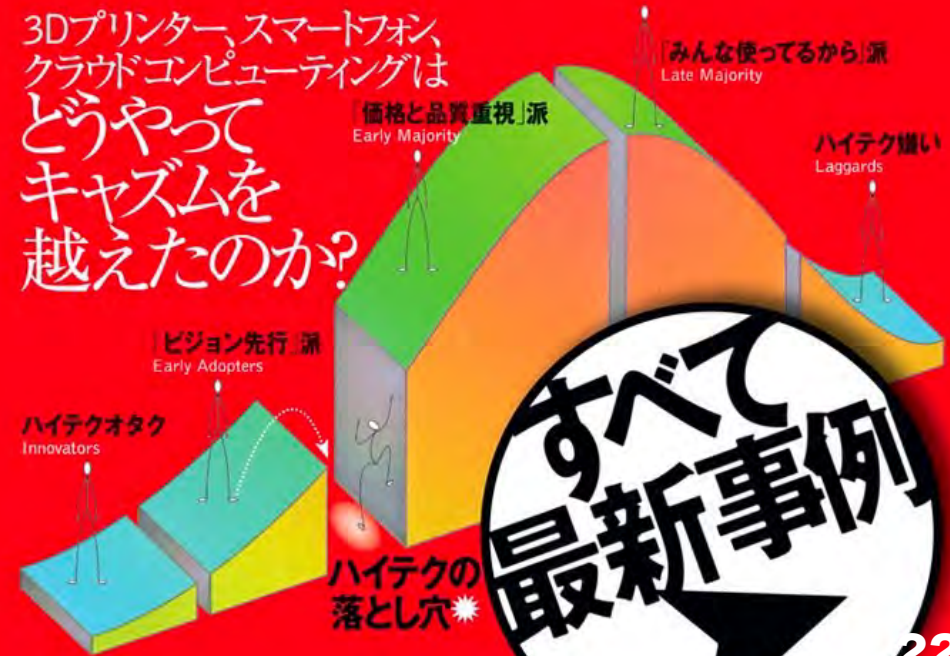
Ver

新商品をブレイクさせる「超」マーケティング理論

Adobe...Amazon...Apple Computer...ARM...Aruba...Autodesk...BEA...Dell...Documentum...Dropbox...
eBay...EMC...Epson...Facebook...Ford...GM...Google...Groupon...Hewlett-Packard...Huawei...
Infusionsoft...Instagram...Intel...Intuit...Linked...Lithium SaaS...Incompany...Microsoft...MOOCs...
Mozilla...Myspace...Netflix...Oracle...PeopleSoft...Rackspace...Rambus...RIM Blackberry...
Rocket Fuel...Salesforce.com...Samsung...SAP...Segway...VMware...Wal-Mart...Work Day...
Xerox...Yahoo!...Yammer...YouTube...

[増補改訂版]

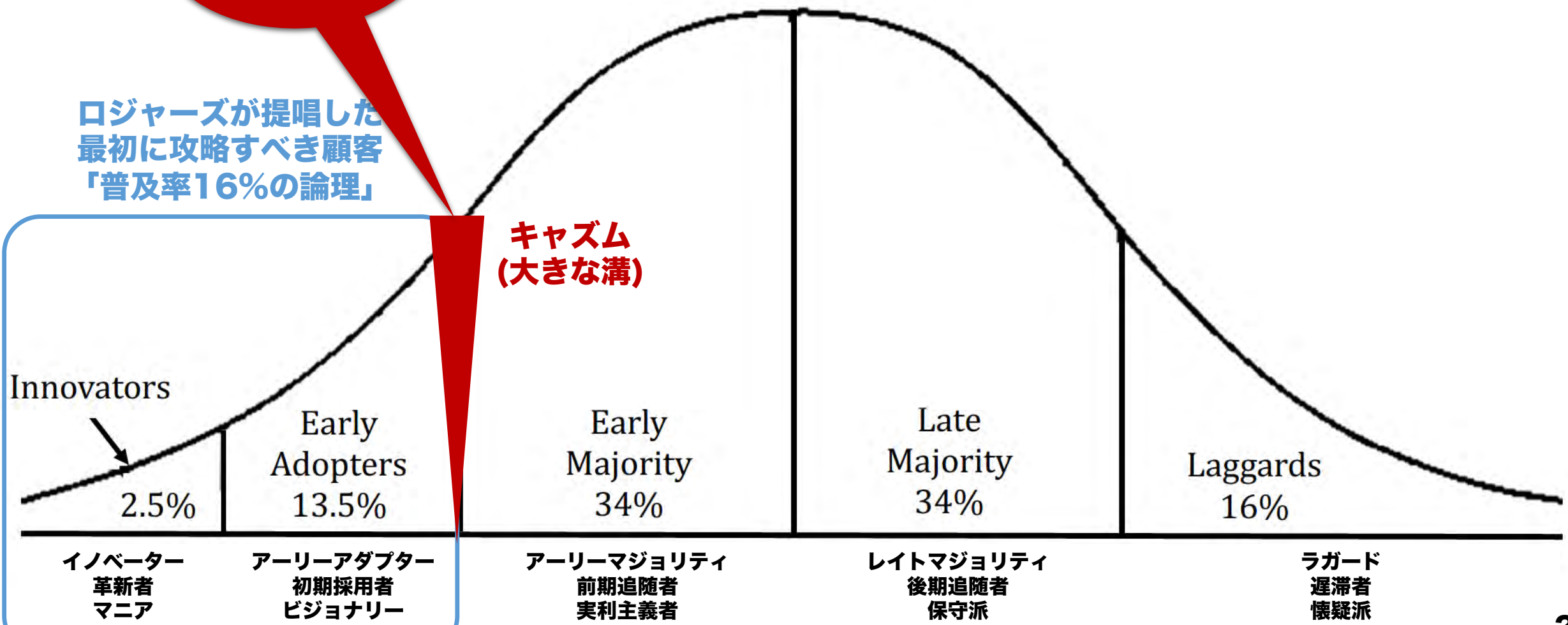
3Dプリンター、スマートフォン、
クラウドコンピューティングは
どうやって
キヤズムを
越えたのか?



ロジャーズのイノベータ理論 vs. **ムーアのキャズム理論**

記述的理論

ロジャーズが提唱した
最初に攻略すべき顧客
「普及率16%の論理」



ロジャーズのイノベータ理論 vs. ムーアのキャズム理論

記述的理論

ムーアが提唱した
同時に配慮すべき顧客

規範的理論

ロジャーズが提唱した
最初に攻略すべき顧客
「普及率16%の論理」

キャズム
(大きな溝)

Innovators

2.5%

Early
Adopters
13.5%

Early
Majority
34%

Late
Majority
34%

Laggards
16%

イノベーター
革新者
マニア

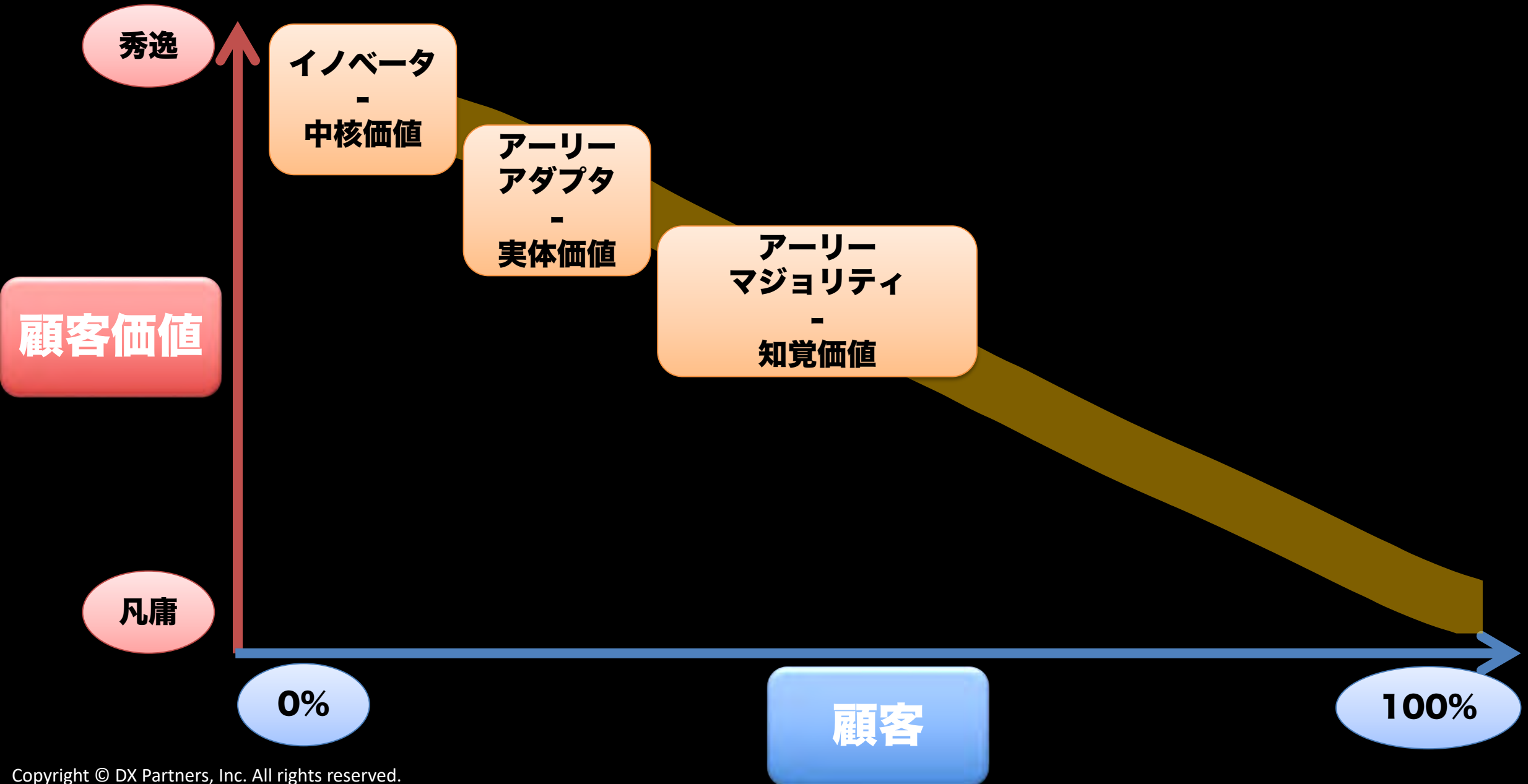
アーリーアダプター
初期採用者
ビジョナリー

アーリーマジョリティ
前期追随者
実利主義者

レイトマジョリティ
後期追随者
保守派

ラガード
遅滞者
懐疑派

DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」



アナログ時代の顧客価値体系

その商品を手に入れるためにいくら掛かるのか？

交換価値

取得コスト

値段

その商品に関して顧客は何を認識しているか？

知覚価値

取引コスト

労力や時間

その商品を使用したときにどれだけ嬉しいか？

顧客価値

使用価値

中核価値

それがないと買わない

実体価値

それがあるものを買いたい

付随価値

そうだとちょっと嬉しい

その商品を使用したときに何をを感じるか？

体験価値

価値の提供者に対して享受者は何を感じているか？

共感価値

シンパシー

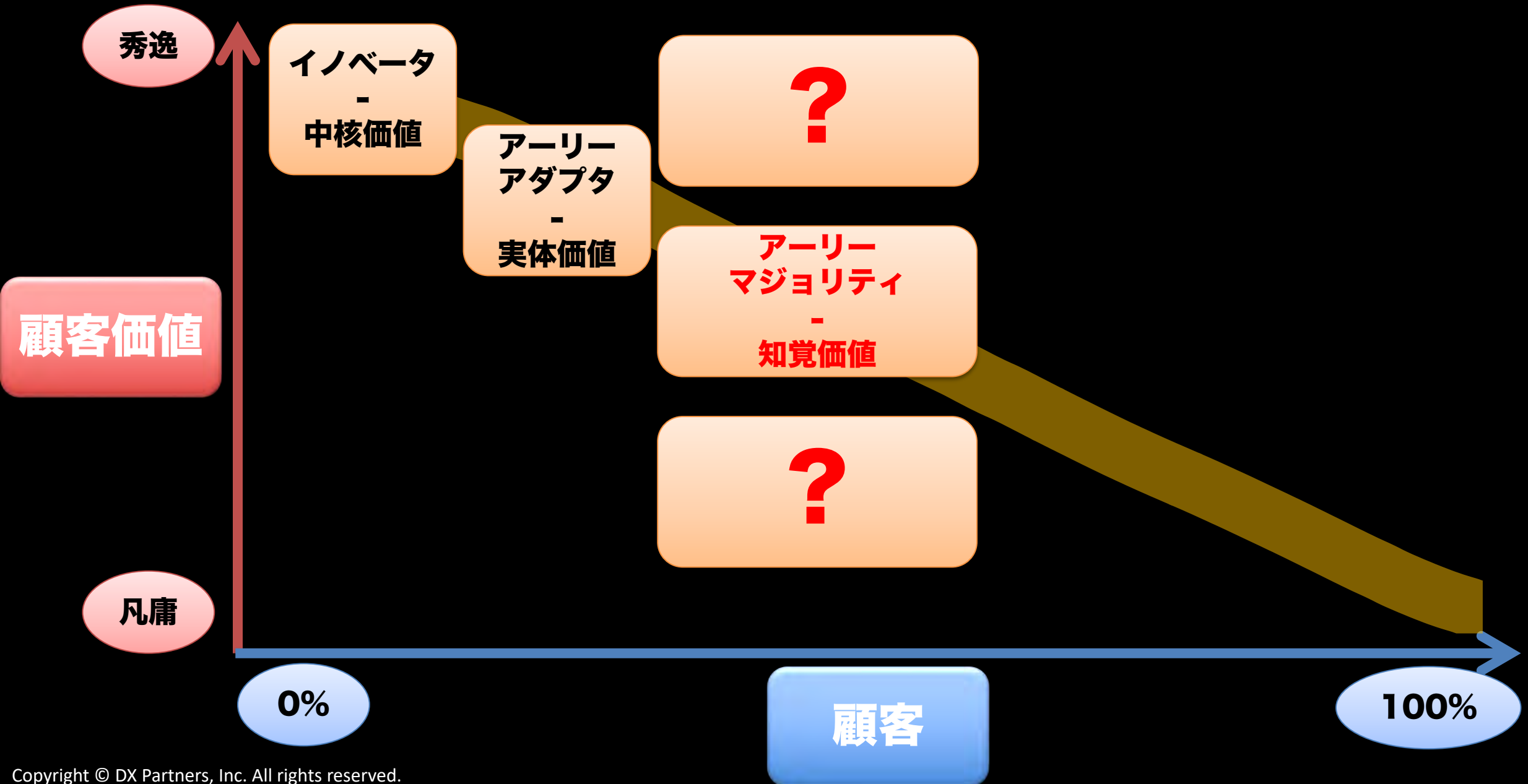
同調性

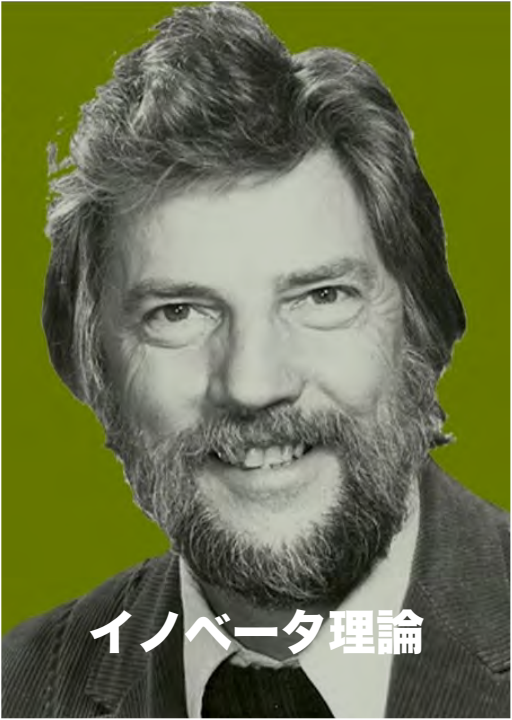
コンパッション

協働性

デジタル時代の顧客価値体系

DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」

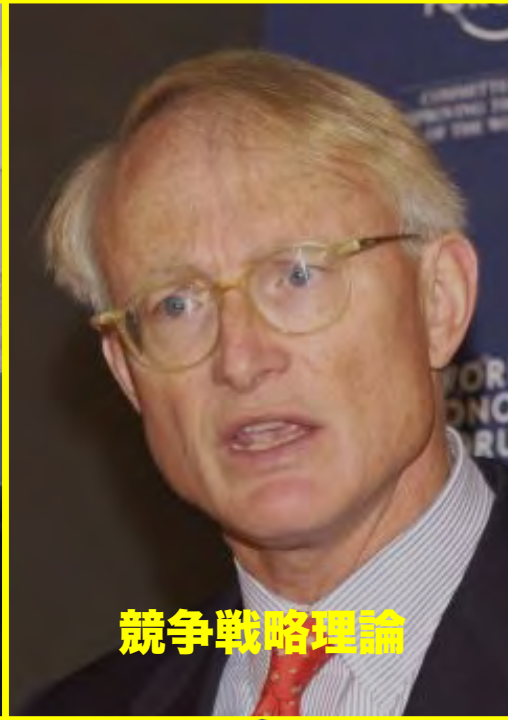




イノベータ理論



キャズム理論



競争戦略理論



破壊的イノベーション
理論



コールドスタート
理論

記述的理論

DXPの「顧客 – 顧客価値トレードオフ理論」

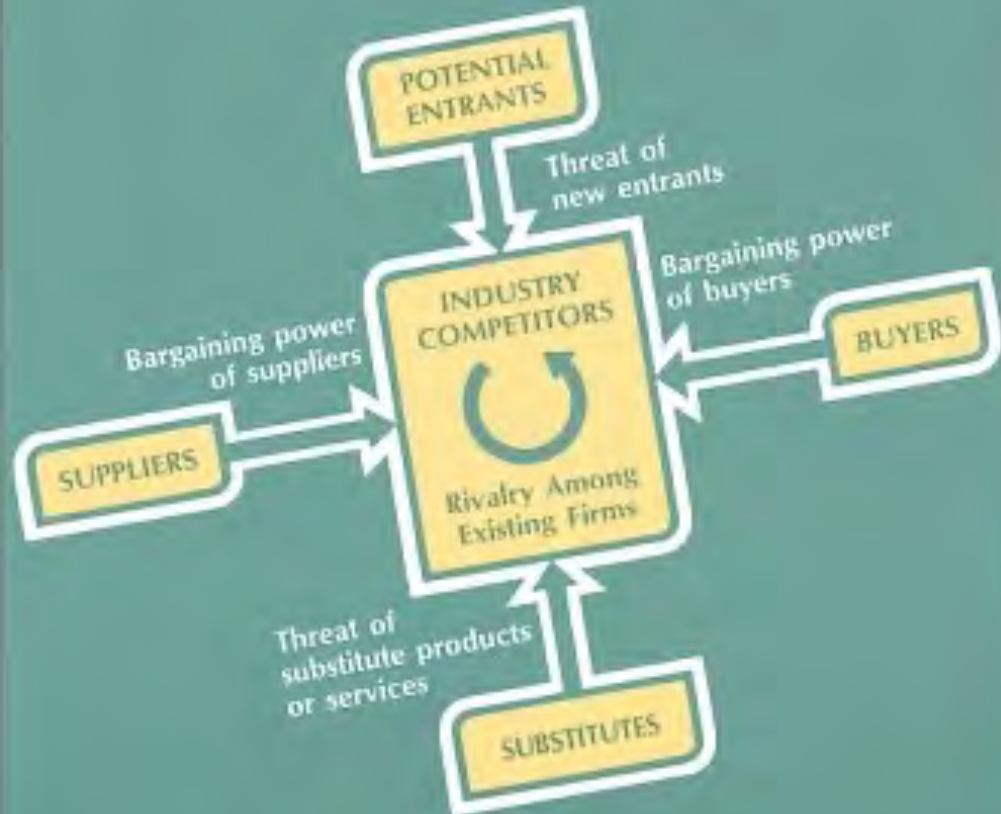
COMPETITIVE STRATEGY

新訂

競争の戦略

M.E.ポーター著

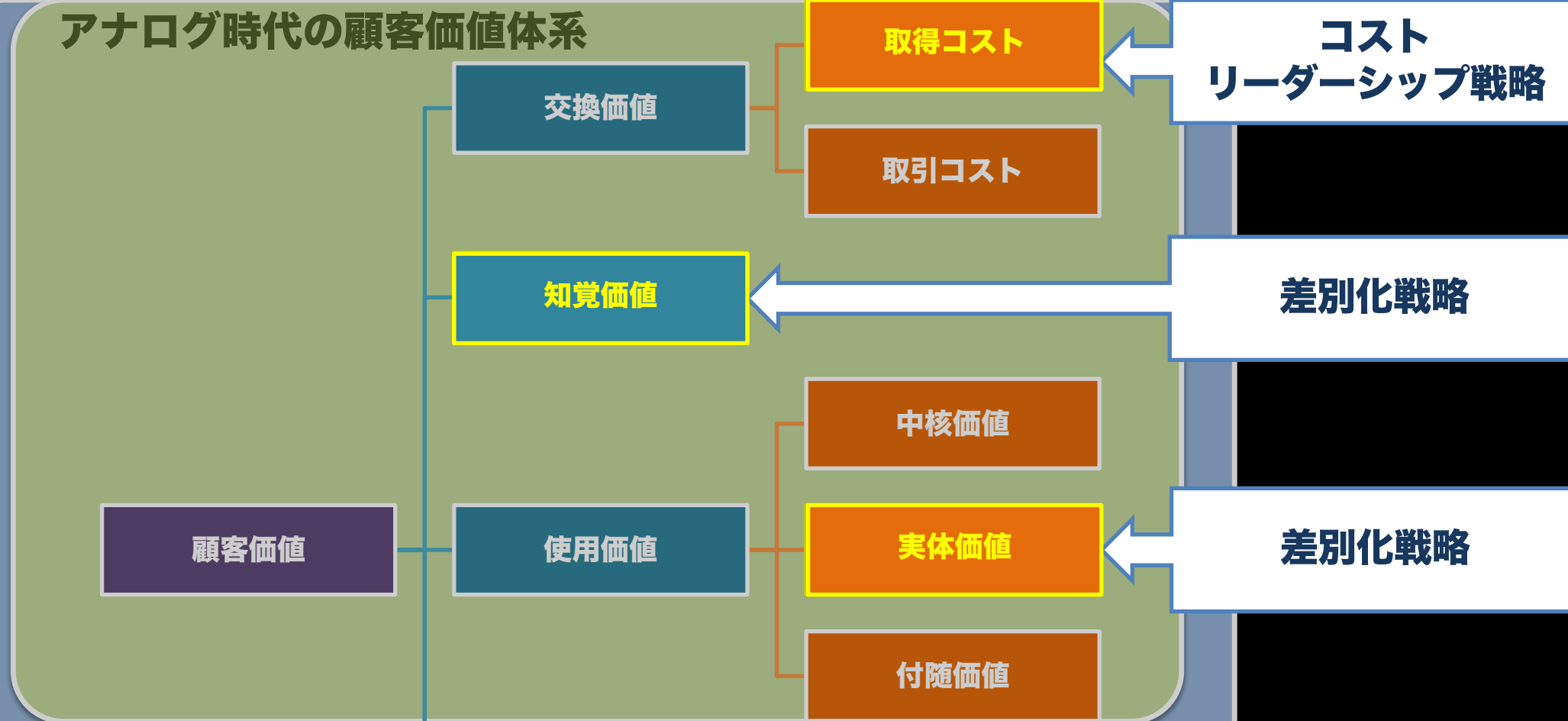
土岐 坤・中辻萬治・服部照夫訳



ダイヤモンド社



アナログ時代の顧客価値体系

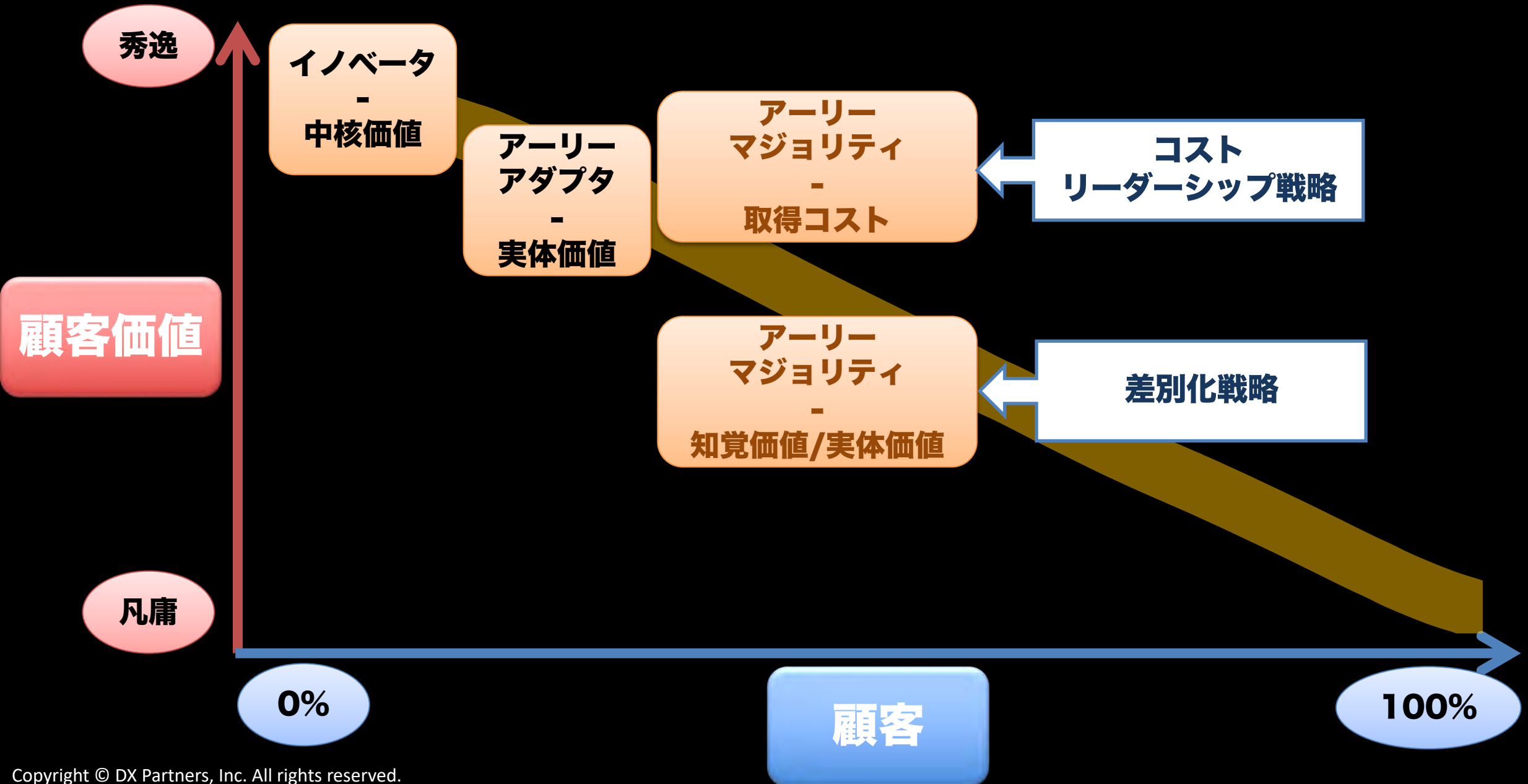


マイケルポーターの「競争戦略理論」

デジタル時代の顧客価値体系



DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」



Thank
you!

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

- 問い5: 我々の計画は何か?

- 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?

- 問い2: **デジタル時代**の我々の顧客は誰か?

- 問い3: **デジタル時代**の顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: **デジタル時代**の我々にとっての成果は何か?

- 問い5: **デジタル時代**の我々の計画は何か?

iTunes Music Store

Spotify



チャンネル登録

シーズン01 Spotify エピソード5

2024年6月11日 (火) 12:20-12:40

株式会社DXパートナーズ提供 「ジェフならどうする？」セミナー
毎週火曜日 (ときどき水曜日) 12:20-12:40 YouTubeライブ配信 (+ アーカイブ配信)



ジェフならどうする？

シーズン01 エピソード5

2024年6月11日 (火) 12:20-12:40

Living,
Breathin



ジェフならどうする？

Piyush Gupta
DBS Bank Ltd. CEO

シーズン01 Spotify



Steve Jobs

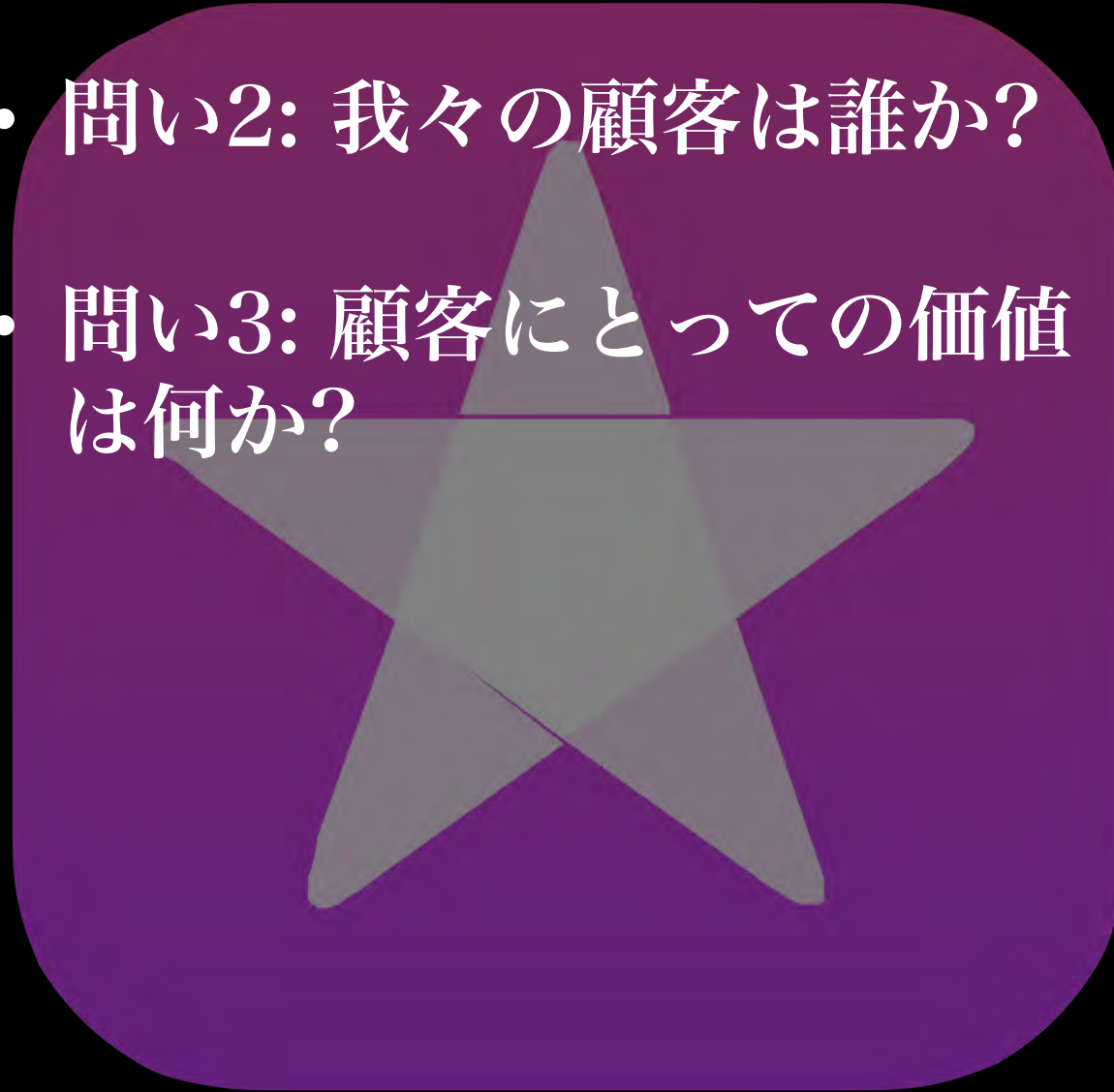


Daniel Ek

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?



iTunes Music Store

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?

- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?



Spotify

ドラッカー「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

問い1

問い2

問い3

iTunes Music Store

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

Spotify

ドラッカー「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

問い1

問い2

問い3

iTunes Music Store

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

Spotify

DXPの「顧客 – 顧客価値トレードオフ理論」

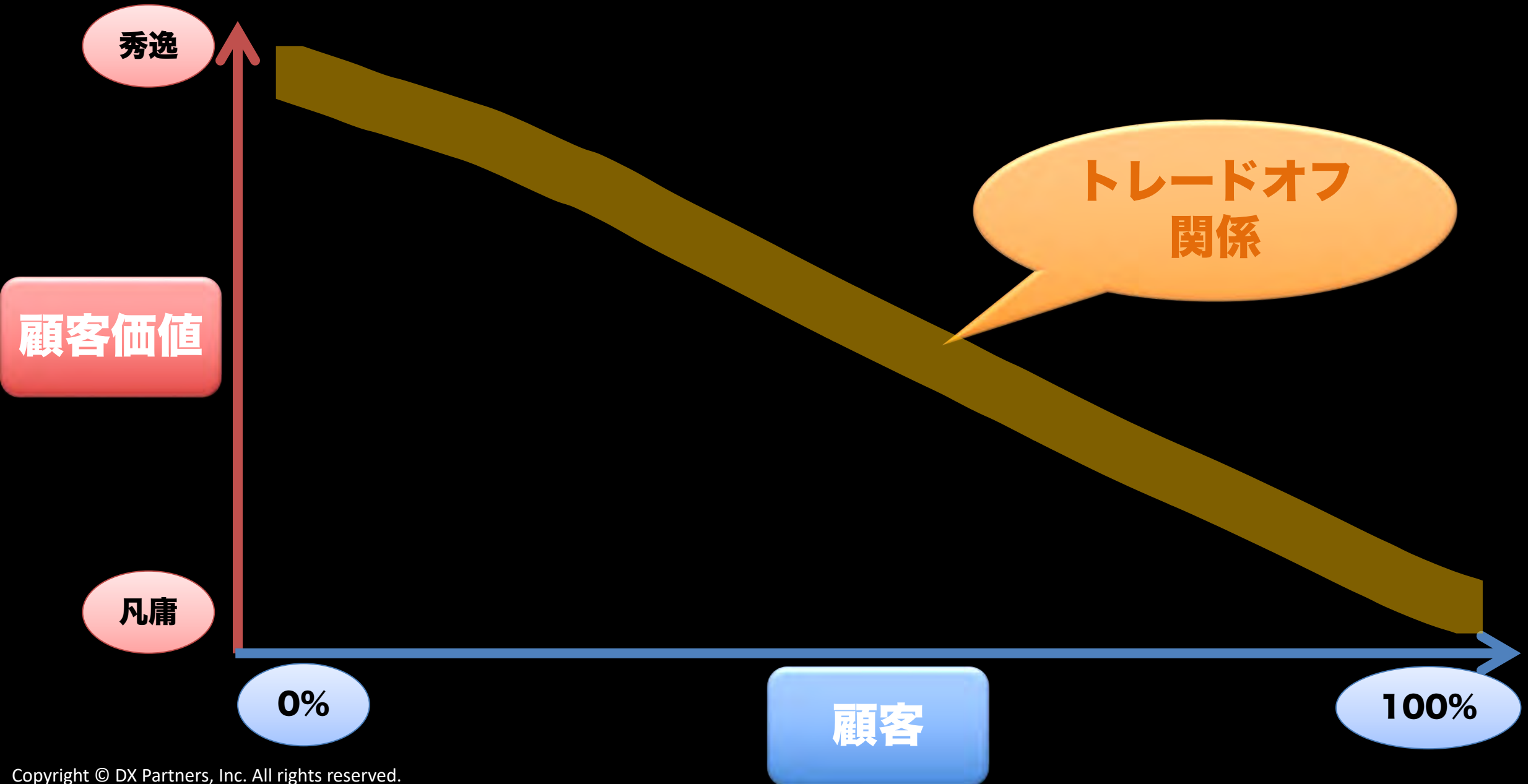


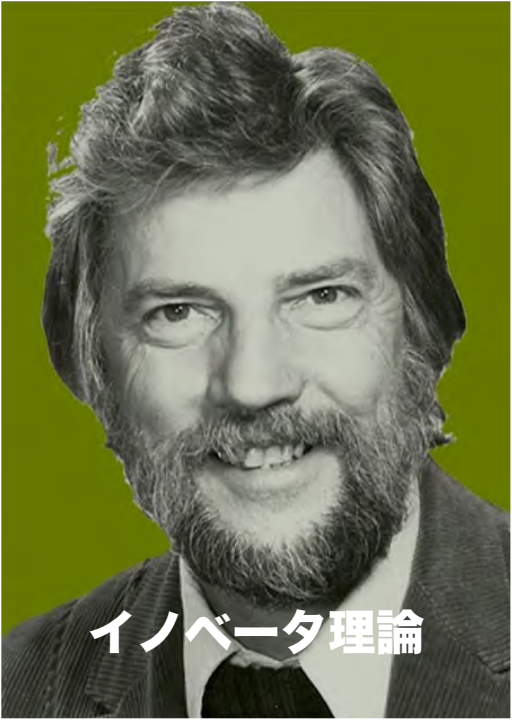
顧客



顧客価値

DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」





イノベータ理論



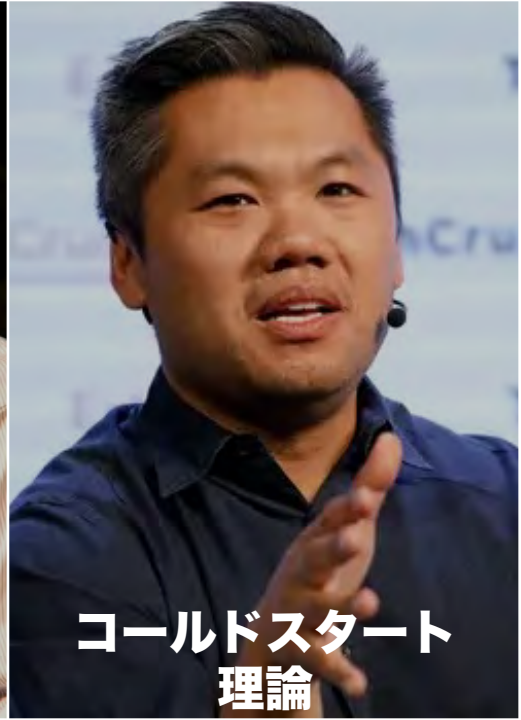
キャズム理論



競争戦略理論



破壊的イノベーション
理論



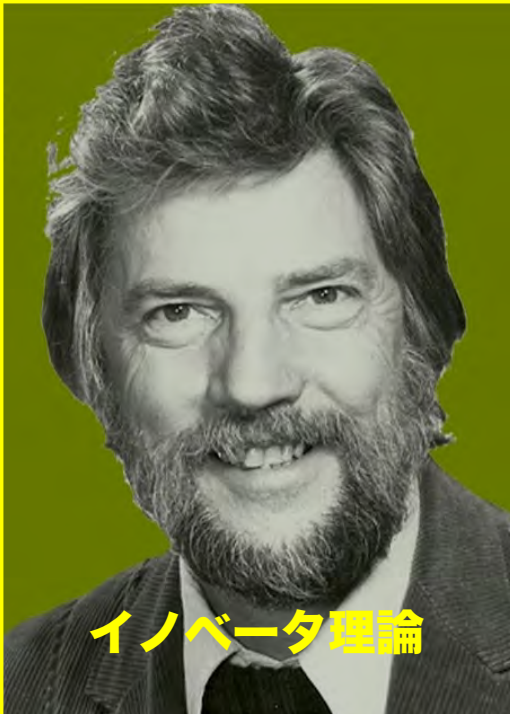
コールドスタート
理論

記述的理論

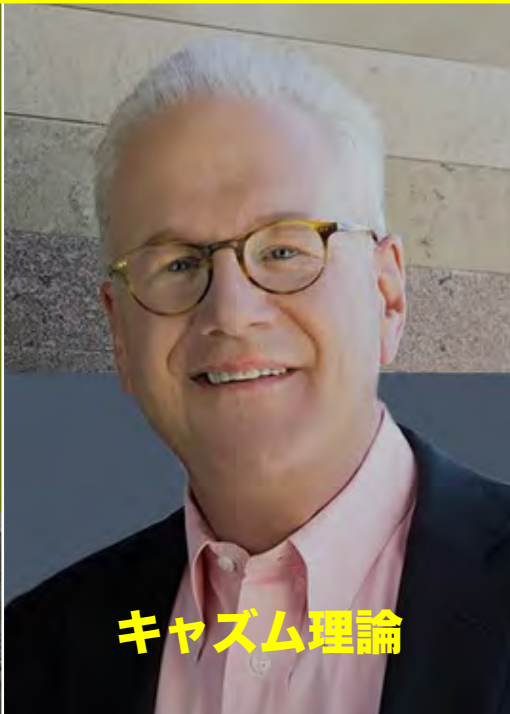
DXPの「顧客 – 顧客価値トレードオフ理論」

規範的理論

DXPの「デジタル時代の成長方程式」



イノベータ理論



キャズム理論



競争戦略理論



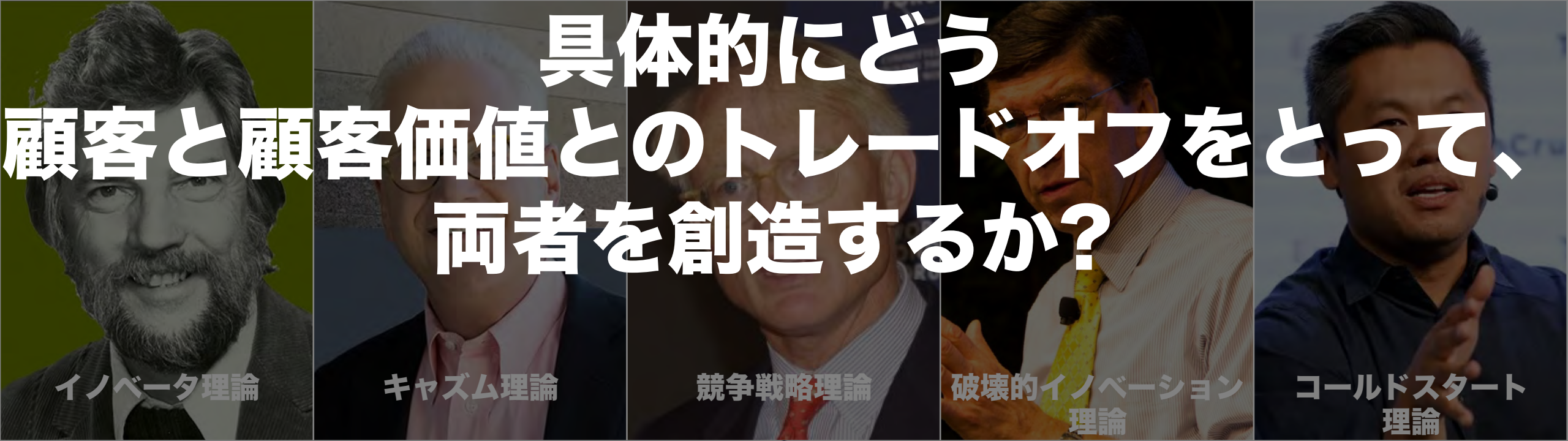
破壊的イノベーション
理論



コールドスタート
理論

記述的理論

DXPの「顧客－顧客価値トレードオフ理論」



具体的にどう
顧客と顧客価値とのトレードオフをとって、
両者を創造するか？

イノベータ理論

キャズム理論

競争戦略理論

破壊的イノベーション
理論

コールドスタート
理論

記述的理論

DXPの「顧客 - 顧客価値トレードオフ理論」

規範的理論

DXPの「デジタル時代の成長方程式」

DXPの「顧客と顧客価値の創造マトリックス」

	イノベーター 2.5%	アーリーアダプター 13.5%	アーリーマジョリティ 34%	レイトマジョリティ 34%	ラガード 16%
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					

DXPの顧客価値創造マトリックス

	イノベーター 2.5%	アーリーアダプター 13.5%	アーリーマジョリティ 34%	レイトマジョリティ 34%	ラガード 16%
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					

方法論は、
「デジタル時代の事業経営塾」
にて!

2024年度第1期
[2024年5月～10月]
塾生募集中
募集期限 9月30日

デジタル時代の事業経営は、
ドラッカーの「5つの問い」に
答えるだけでは成功はおぼつか
ない。
真に答えを求めるべき問いは、
「デジタル時代の事業経営者へ
の5つの問い」である。

デジタル時代の事業 経営 塾

塾長 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

本塾で答えを求める「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」

問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

本塾のゴール

塾生が自身の事業について、
「デジタル時代の事業経営者への5つの問い」
に答えられるようになることを目指します。

オンラインセミナー
全5回
[Zoomミーティング]



見逃し配信
[講義録画動画を
YouTubeで限定公開]

2024年度第1期 [2024年5月～10月] 開講スケジュール

DAY01	2024年5月24日 (金) 13:00-14:30	問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?
DAY02	2024年6月21日 (金) 13:00-14:30	問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?
DAY03	2024年7月19日 (金) 13:00-14:30	問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?
DAY04	2024年8月23日 (金) 13:00-14:30	問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?
DAY05	2024年9月20日 (金) 13:00-14:30	問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

※講義録画動画は、2024年10月31日 (木) までYouTube [今期塾生限定公開] にてご視聴できます。

対象

企業等の経営者、経営幹部、その候補者

受講方法

- オンラインセミナー 全5回: Zoomミーティング ※
 - 講義録画動画の見逃し配信: YouTube限定公開 ※
- ※ 今期塾生限定でURLをお知らせします。

塾費

全5回 合計 50,000円 [税別]

お支払い方法

お申込み後、請求書をお送りいたします。

お申込み方法

下記URLまたは右記QRコードから「お申込み
フォーム (Microsoft Forms)」にアクセス頂
き、必要事項をご記入の上、送信ください。

<https://forms.office.com/r/iH331y0diJ>



募集期限

2024年9月30日 (月) までにお申込みください。オンラインセミナー
終了後も、2024年10月31日 (木) まで講義録画動画をご視聴できま
す。

株式会社DXパートナーズ

〒810-0041 福岡市中央区大名2-6-11 FGN E-mail: team@dxpartners.co.jp



次に進みます!

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

- 問い5: 我々の計画は何か?

- 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?

- 問い2: **デジタル時代**の我々の顧客は誰か?

- 問い3: **デジタル時代**の顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: **デジタル時代**の我々にとっての成果は何か?

- 問い5: **デジタル時代**の我々の計画は何か?

iTunes Music Store

Spotify

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

楽曲の売り上げ

iTunes Music Store

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?

- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?

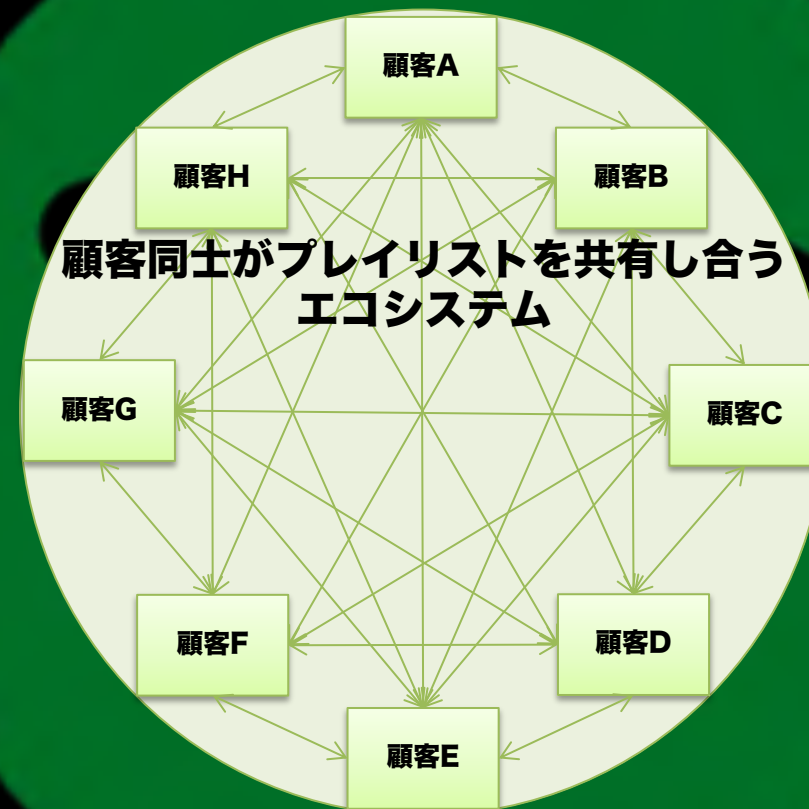
- 問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?

顧客同士の繋がり

Spotify

マーケットエコノミー

エコシステムエコノミー



Spotify

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

- 問い5: 我々の計画は何か?

人気の高い楽曲を充実化

iTunes Music Store

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?

- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?

- 問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

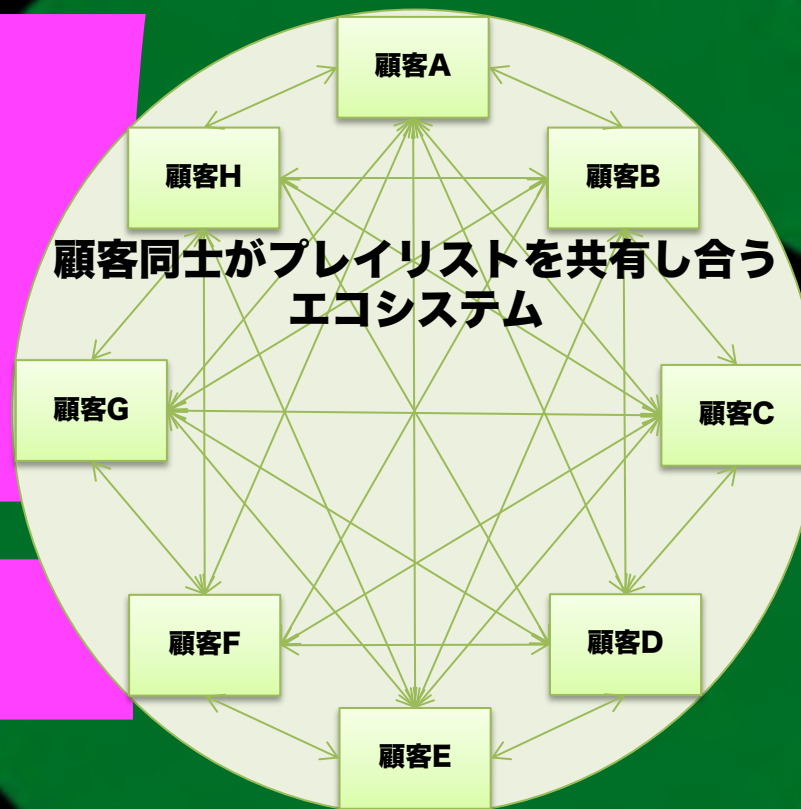
ネットワーク効果の最大化

Spotify

ネットワーク効果なし



強力なネットワーク効果あり



Spotify

ネットワーク効果なし

強力なネットワーク効果あり

ネットワーク効果

ネットワークが大きく密になるほど、
顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる



Spotify

ドラッカー「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

iTunes Music Store

Spotify

ドラッカー「5つの問い」

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

結果としての
成長

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

iTunes Music Store

Spotify

ドラッカー「5つの問い」

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

目的としての
成長

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

iTunes Music Store

Spotify

ドラッカー「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

結果としての
楽曲の使用価値
成長

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

iTunes Music Store

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

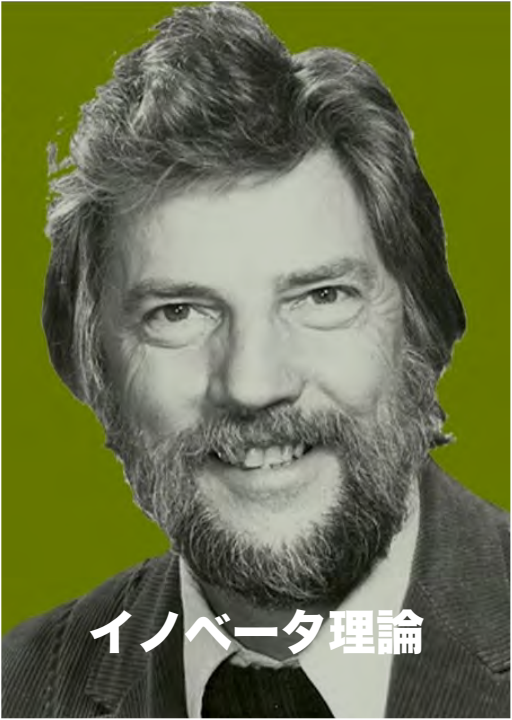
音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値
目的としての
成長

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

Spotify



イノベータ理論



キャズム理論



競争戦略理論



破壊的イノベーション
理論



コールドスタート
理論

記述的理論

DXPの「顧客 – 顧客価値トレードオフ理論」

成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション

破壊的イノベーション

デジタル破壊

成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション

続きは次回エピソード6で！

破壊的イノベーション

デジタル破壊

Thank
you!



チャンネル登録

シーズン01 Spotify エピソード6

2024年6月18日 (火) 12:20-12:40

株式会社DXパートナーズ提供 「ジェフならどうする？」セミナー
毎週火曜日 (ときどき水曜日) 12:20-12:40 YouTubeライブ配信 (+ アーカイブ配信)



ジェフならどうする？ シーズン01 エピソード6 2024年6月18日 (火) 12:20-12:40

Living,
Breathin



ジェフならどうする？

Piyush Gupta
DBS Bank Ltd. CEO

シーズン01 Spotify



Steve Jobs



Daniel Ek

シーズン02 予告



2024年7月2日 スタート

シーズン02 Siemens

Roland Busch
CEO, Siemens

A blue circular sign with three white arrows forming a clockwise loop, symbolizing a circular economy.

循環経済ビジネス

A close-up, slightly blurred image of a smartphone screen displaying various app icons such as Facebook, Spotify, Snapchat, YouTube, and PayPal.

デジタル時代のビジネス

シーズン01 Spotify



Steve Jobs



Daniel Ek

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

- 問い5: 我々の計画は何か?

- 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?

- 問い2: **デジタル時代**の我々の顧客は誰か?

- 問い3: **デジタル時代**の顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: **デジタル時代**の我々にとっての成果は何か?

- 問い5: **デジタル時代**の我々の計画は何か?

iTunes Music Store

Spotify

ドラッカー「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

iTunes Music Store

Spotify

ドラッカー 「5つの問い」

ドラッカー 「5つの問い」 デジタル時代編

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

結果としての
成長

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

iTunes Music Store

Spotify

ドラッカー「5つの問い」

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

目的としての
成長

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

iTunes Music Store

Spotify

ドラッカー「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

結果としての
楽曲の使用価値
成長

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

iTunes Music Store

ドラッカー「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値
成長

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

Spotify

成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション

破壊的イノベーション

デジタル破壊

成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション
続きはエピソード6で！
破壊的イノベーション

デジタル破壊

成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション

その“**続き**”です!

破壊的イノベーション

デジタル破壊



ビジネスの目的は
顧客の創造である。

“The purpose of a business
is to create a customer.”

Peter Ferdinand Drucker

顧客の創造



顧客の創造



顧客価値の創造



顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造





ビジネスの目的は
顧客の創造である。

“The purpose of a business
is to create a customer.”

Peter Ferdinand Drucker

顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式



成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション

アナログ時代の成長方程式

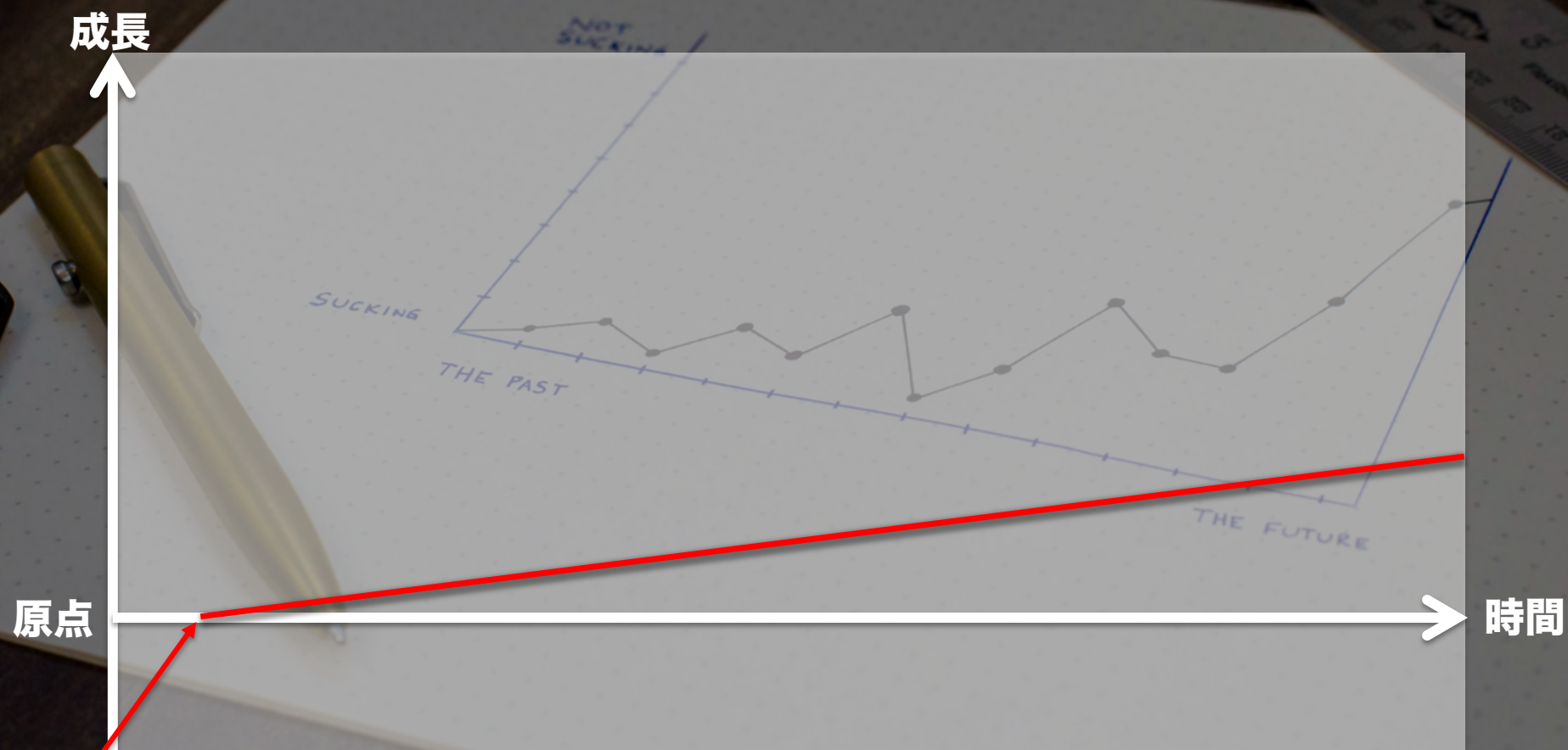
破壊的イノベーション

デジタル破壊



成長の創造: シナリオ1

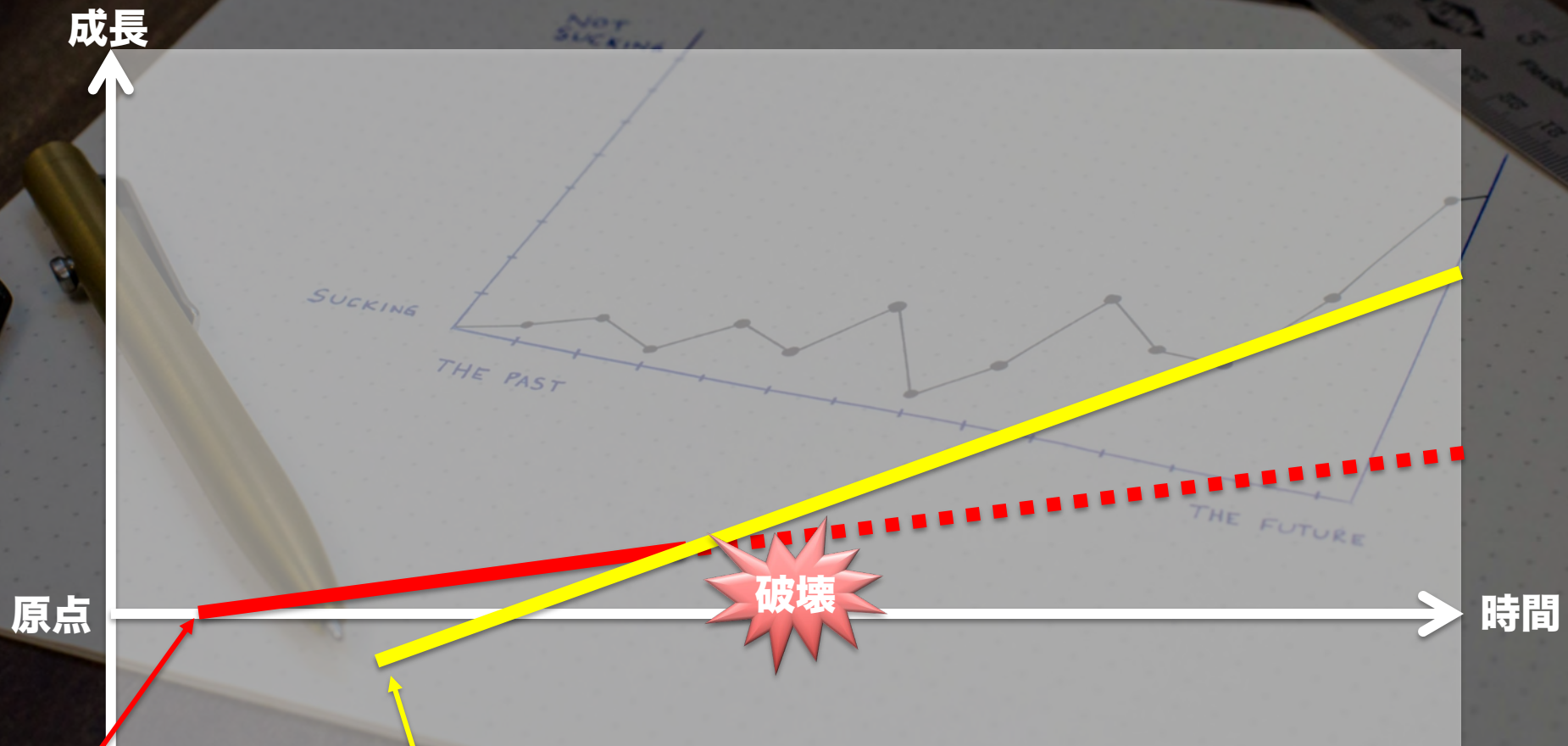
持続的イノベーション



持続的
イノベーション
開始

成長の創造: シナリオ2

破壊的イノベーション



持続的
イノベーション
開始

破壊的
イノベーション
開始

顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式

デジタル・生成AI時代でも通用するか？



顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式

デジタル・生成AI時代でも通用するか？

NO!



顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式

続きは、シーズン01最終回

デジタル・生成AI時代でも通用するか？

エピソード7で！

NO!

Thank
you!



チャンネル登録

シーズン01 Spotify
最終回 エピソード7

2024年6月25日 (火) 12:20-12:40

株式会社DXパートナーズ提供 「ジェフならどうする？」セミナー
毎週火曜日 (ときどき水曜日) 12:20-12:40 YouTubeライブ配信 (+ アーカイブ配信)

A grayscale photograph of Jeff Bezos, founder of Amazon, speaking and gesturing with his hands. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. The background is dark with a bright starburst light effect on the right side.

ジェフならどうする？

シーズン01 エピソード7/シーズン最終話

2024年6月25日 (火) 12:20-12:40

Living,
Breathin



ジェフならどうする？

Piyush Gupta
DBS Bank Ltd. CEO

シーズン01 Spotify



Steve Jobs



Daniel Ek

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

- 問い5: 我々の計画は何か?

- 問い1: デジタル時代の我々の使命は何か?

- 問い2: デジタル時代の我々の顧客は誰か?

- 問い3: デジタル時代の顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: デジタル時代の我々にとっての成果は何か?

- 問い5: デジタル時代の我々の計画は何か?

iTunes Music Store

Spotify

ドラッカー 「5つの問い」

モノとして音楽を配信

問い1

すべての音楽愛好者

問い2

楽曲の使用価値

問い3

楽曲の売り上げ

問い4

高人気の楽曲の充実化

問い5

iTunes Music Store

ドラッカー 「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

Spotify

ドラッカー 「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

結果としての
楽曲の使用価値
成長

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

iTunes Music Store

ドラッカー 「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値
成長

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

Spotify

成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション

破壊的イノベーション

デジタル破壊

成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション

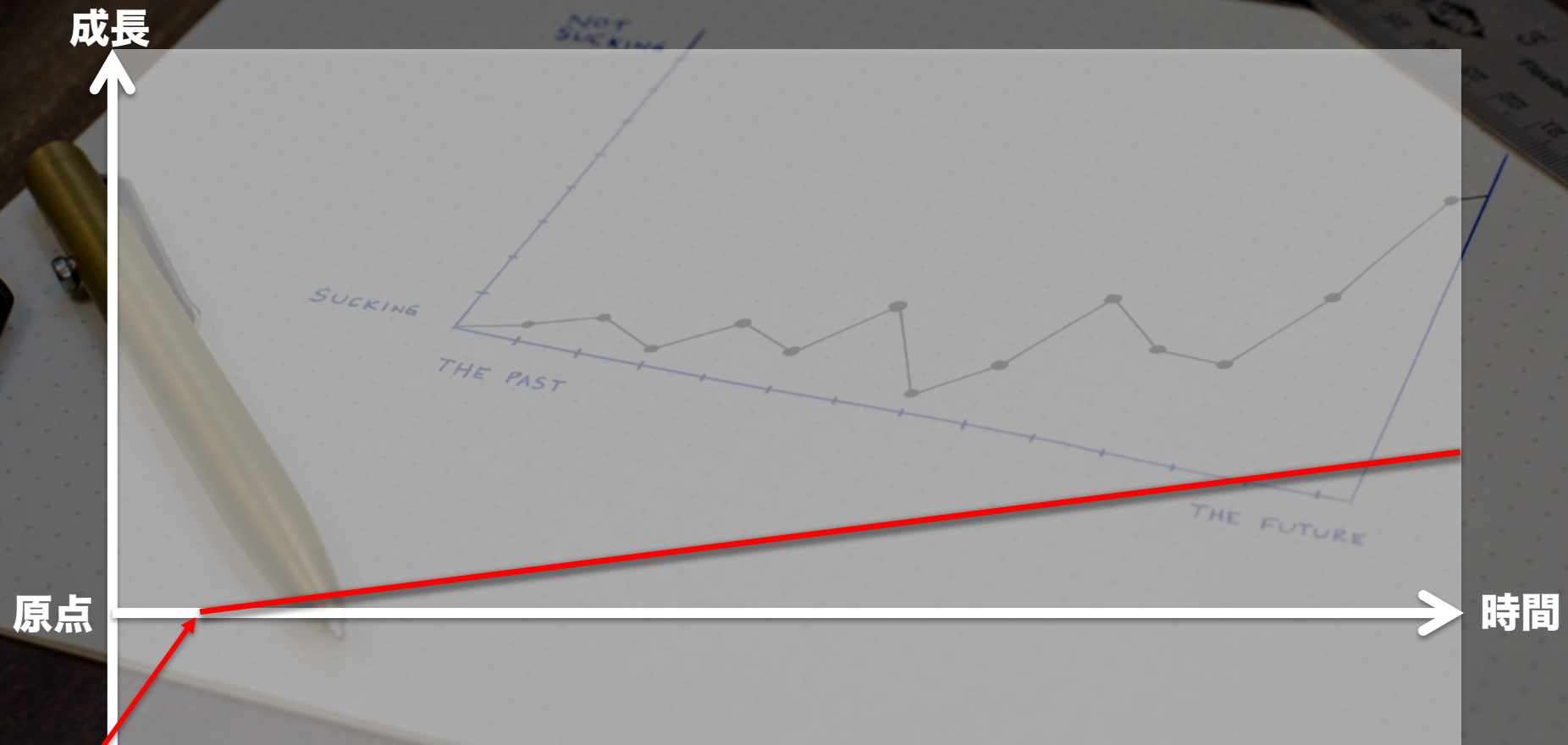
破壊的イノベーション

デジタル破壊



成長の創造: シナリオ1

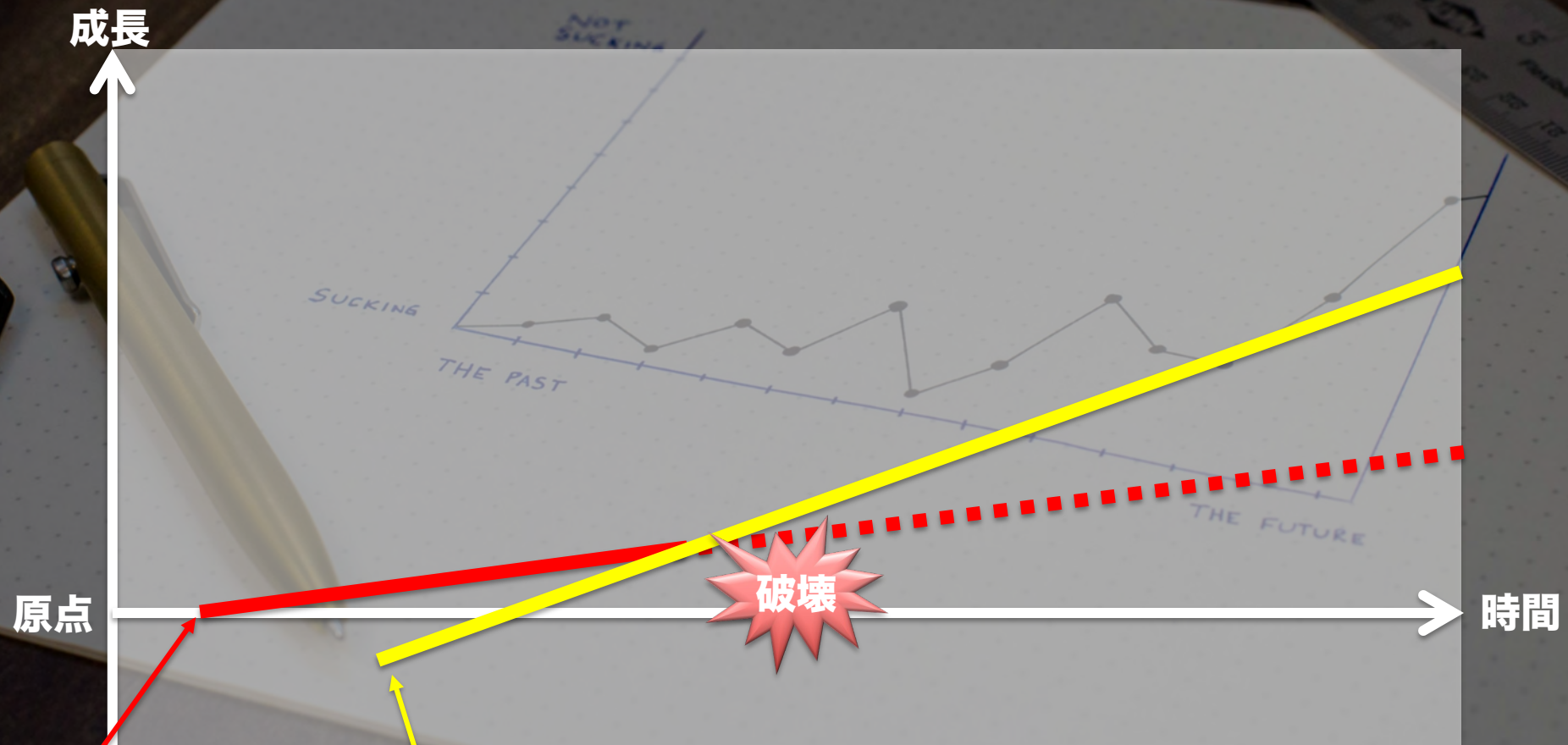
持続的イノベーション



持続的
イノベーション
開始

成長の創造: シナリオ2

破壊的イノベーション



持続的
イノベーション
開始

破壊的
イノベーション
開始

成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション

アナログ時代の成長方程式

破壊的イノベーション

デジタル破壊

顧客の創造



顧客の創造



顧客価値の創造



顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造



顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式

結果としての成長





ビジネスの目的は
顧客の創造である。

“The purpose of a business
is to create a customer.”

Peter Ferdinand Drucker

顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式

結果としての成長



顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式

結果としての成長

デジタル時代でも通用するか？

顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式

結果としての成長

デジタル時代でも通用するか？

NO!

顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式

結果としての成長

デジタル時代でも通用するか？

NO!

では、デジタル時代の成長方程式は？

顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

アナログ時代の成長方程式

結果としての成長

デジタル時代でも通用するか？

NO!

では、デジタル時代の成長方程式は？

その前にデジタル時代の成長シナリオは？

成長の創造 ～ 3通りのシナリオ ～

持続的イノベーション

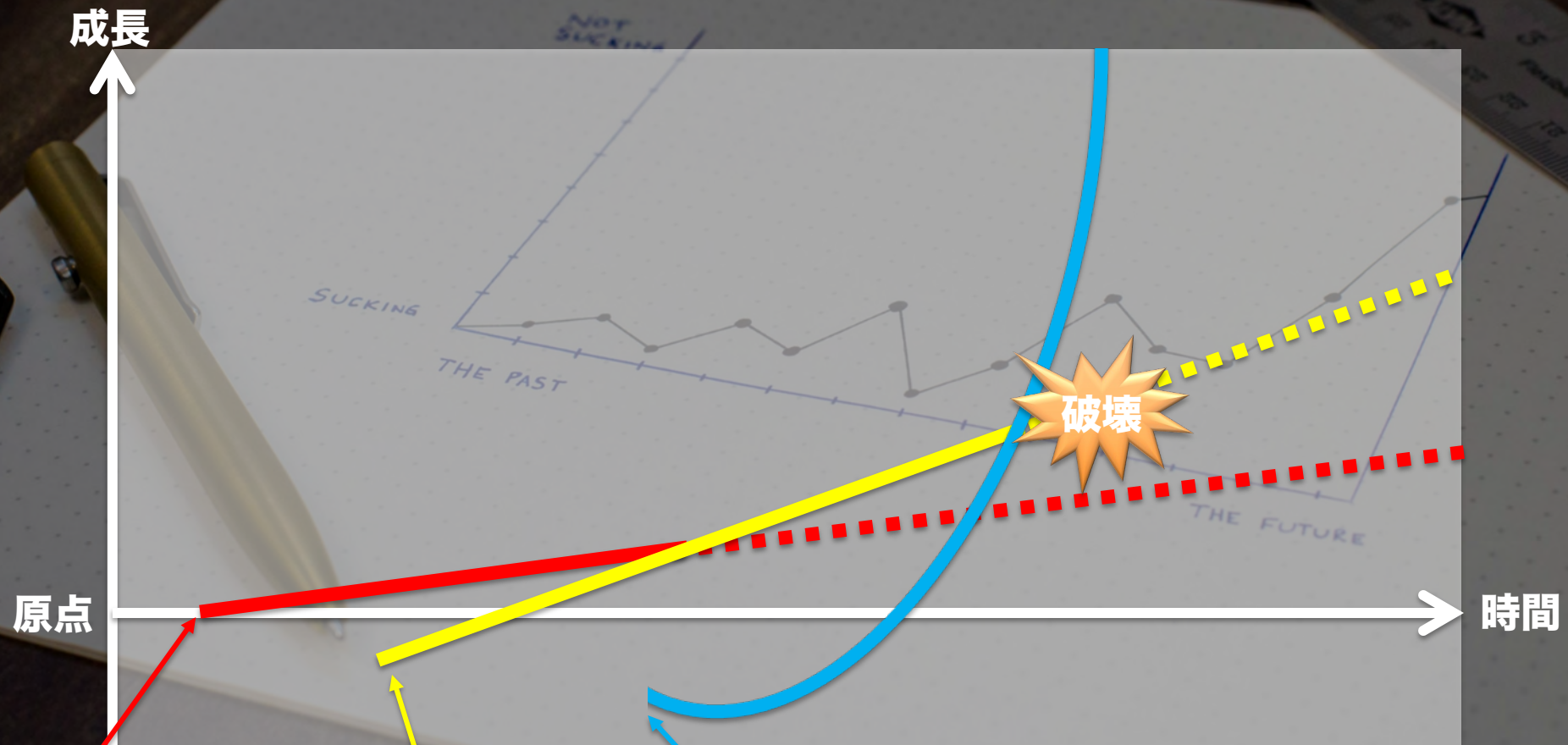
アナログ時代の成長方程式

破壊的イノベーション

デジタル破壊

成長の創造: シナリオ3

デジタル破壊



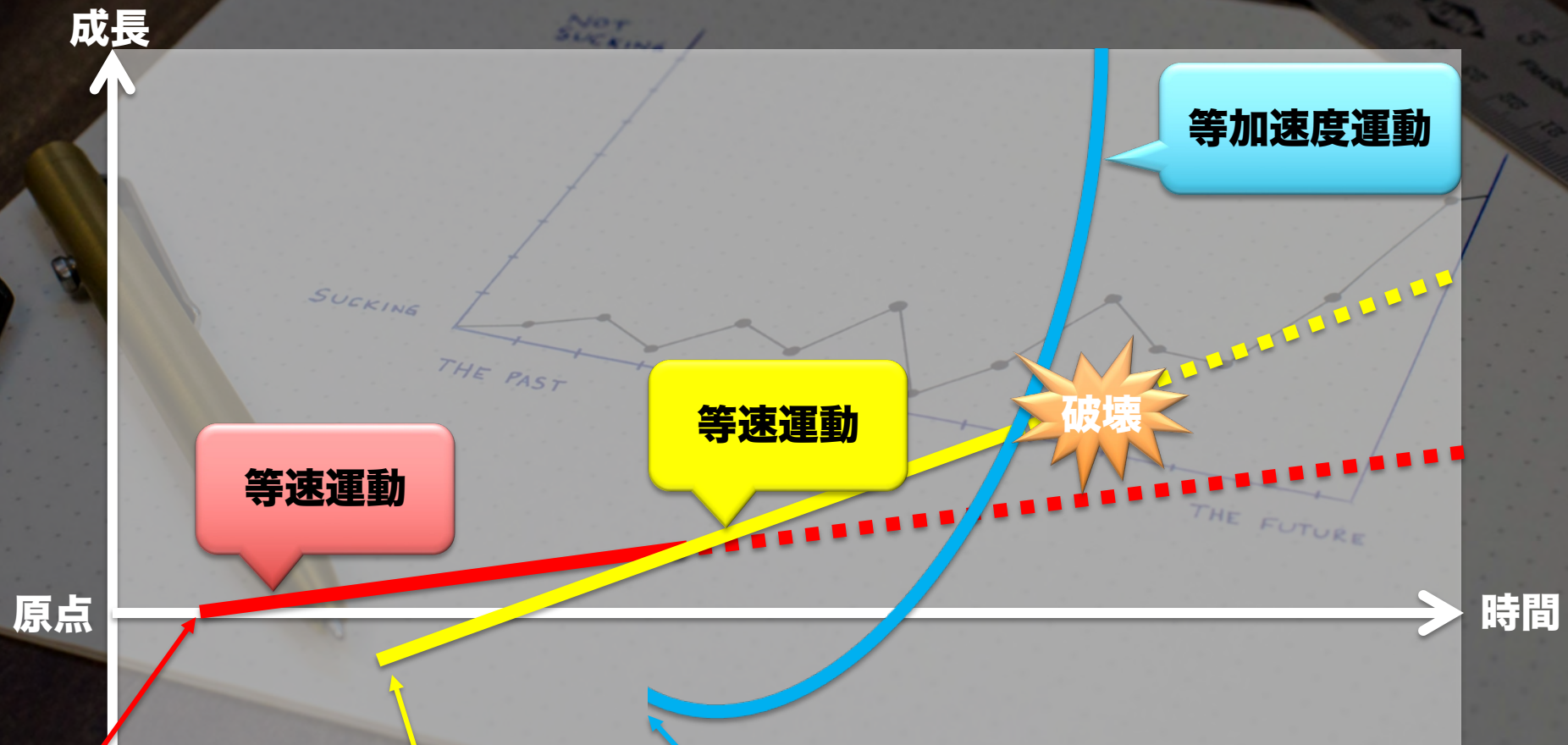
持続的
イノベーション
開始

破壊的
イノベーション
開始

デジタル破壊
開始

成長の創造: シナリオ3

デジタル破壊



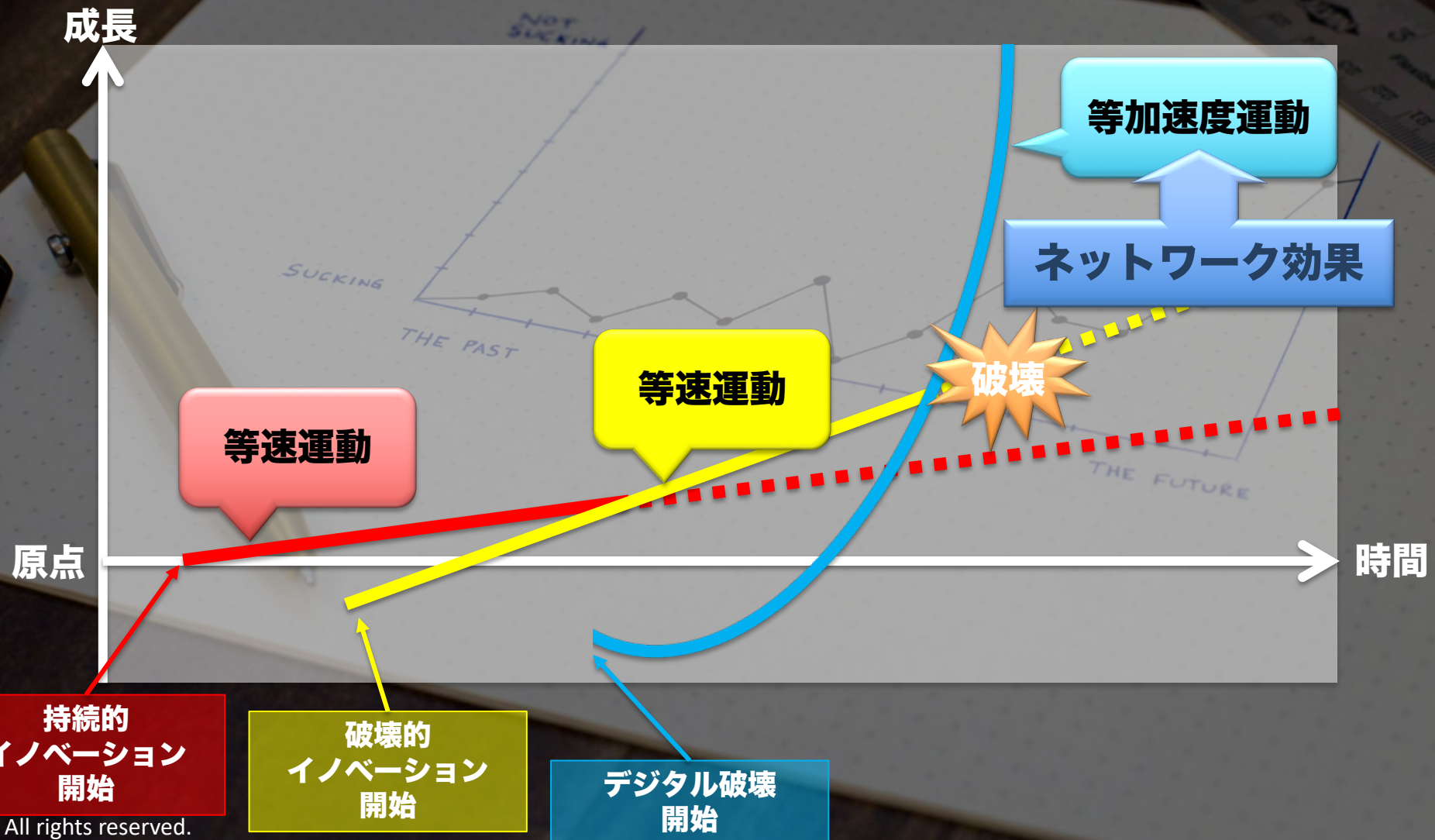
持続的
イノベーション
開始

破壊的
イノベーション
開始

デジタル破壊
開始

成長の創造: シナリオ3

デジタル破壊



ネットワーク効果なし

強力なネットワーク効果あり

ネットワーク効果

ネットワークが大きく密になるほど、
顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる



Spotify

顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

線形

アナログ時代の成長方程式

結果としての成長

デジタル時代でも通用するか？

NO!

ネットワーク効果を実践していないから！

顧客の創造



顧客価値の創造



成長の創造

線形

アナログ時代の成長方程式

結果としての成長

デジタル・生成AI時代でも通用するか？

NO!

では、デジタル時代の成長方程式は？

顧客の創造

顧客価値の創造

成長の創造

デジタル時代の成長方程式

場の創造

稼ぎ方の創造

回し方の創造

顧客の創造

顧客価値の創造

成長の創造

非線形

目的としての成長

ネットワーク効果
の実践

デジタル時代の成長方程式

場の創造

稼ぎ方の創造

回し方の創造

デジタル時代の
ビジネスの目的は
顧客と場の創造である。

“The purpose of a business
in digital age
is to create a customer
and an economy for him/her.”

村上和彰



顧客の創造

顧客価値の創造

成長の創造

非線形

目的としての成長

ネットワーク効果
の実践

デジタル時代の成長方程式

場の創造

稼ぎ方の創造

回し方の創造

シーズン01 Spotify



Steve Jobs



Daniel Ek

- 問い1: 我々の使命は何か?

- 問い2: 我々の顧客は誰か?

- 問い3: 顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: 我々にとっての成果は何か?

- 問い5: 我々の計画は何か?

- 問い1: **デジタル時代**の我々の使命は何か?

- 問い2: **デジタル時代**の我々の顧客は誰か?

- 問い3: **デジタル時代**の顧客にとっての価値は何か?

- 問い4: **デジタル時代**の我々にとっての成果は何か?

- 問い5: **デジタル時代**の我々の計画は何か?

iTunes Music Store

Spotify

ドラッカー 「5つの問い」

モノとして音楽を配信

すべての音楽愛好者

楽曲の使用価値

楽曲の売り上げ

高人気の楽曲の充実化

問い1

問い2

問い3

問い4

問い5

ドラッカー 「5つの問い」 デジタル時代編

コトとして音楽を配信

音楽の嗜好を互いに
共有したい者

音楽嗜好の共有を通じた
体験価値と共感価値

顧客同士の繋がり

ネットワーク効果の最大化

iTunes Music Store

Spotify

Thank
you!



チャンネル登録

シーズン02 Siemens
エピソード1

2024年7月2日 (火) 12:20-12:40



チャンネル登録

循環経済ビジネス



デジタル時代のビジネス

シーズン02 Siemens
エピソード1

2024年7月2日 (火) 12:20-12:40