



“Think big, start small, and scale fast.”

皆さんの自発的、自主的、“部活”的なDX活動を
私たちが「壁打ち」の壁となってお手伝いいたします。

株式会社DXパートナーズ提供

「みんなでDX」部活

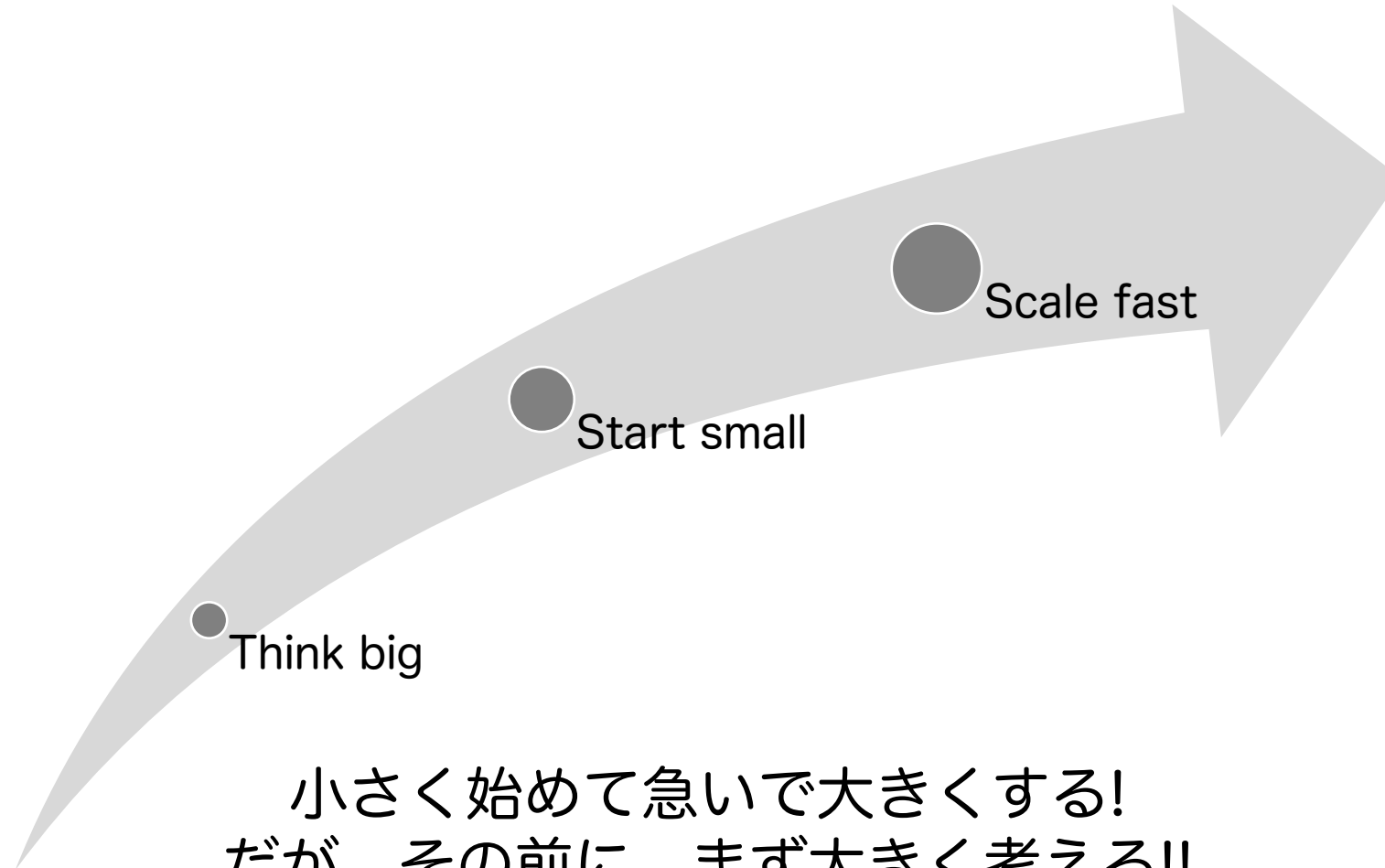
アジェンダ

- 1 DXパートナーズが提案する「DX成功方程式」
 - 2 「みんなでDX」部活とは…
 - 3 DX活動“3つの目的 × 3つのフェーズ”に応じた「壁打ち」の内容例
 - 4 「壁打ち」の実施方法
 - 5 「みんなでDX」部活 参加要項
 - 6 DXパートナーズのメンター陣ご紹介
 - 7 DXパートナーズのDX支援サービスご案内
-
- A 参考資料A: DXの科学的実践方法論「DXの科学®」
-

1

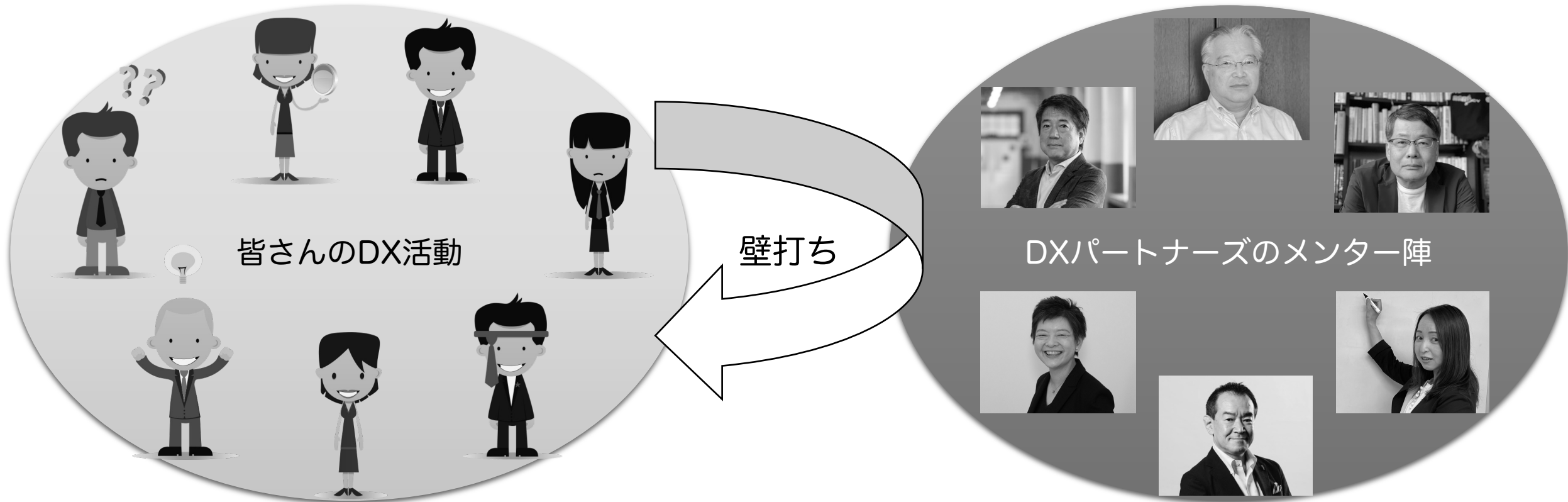
DXパートナーズが提案する「DX成功方程式」

“Think big, start small, and scale fast.”



2**「みんなでDX」部活とは…**

皆さんの自発的、自主的、“部活”的なDX活動を
私たちが「壁打ち」の壁となってお手伝いいたします。



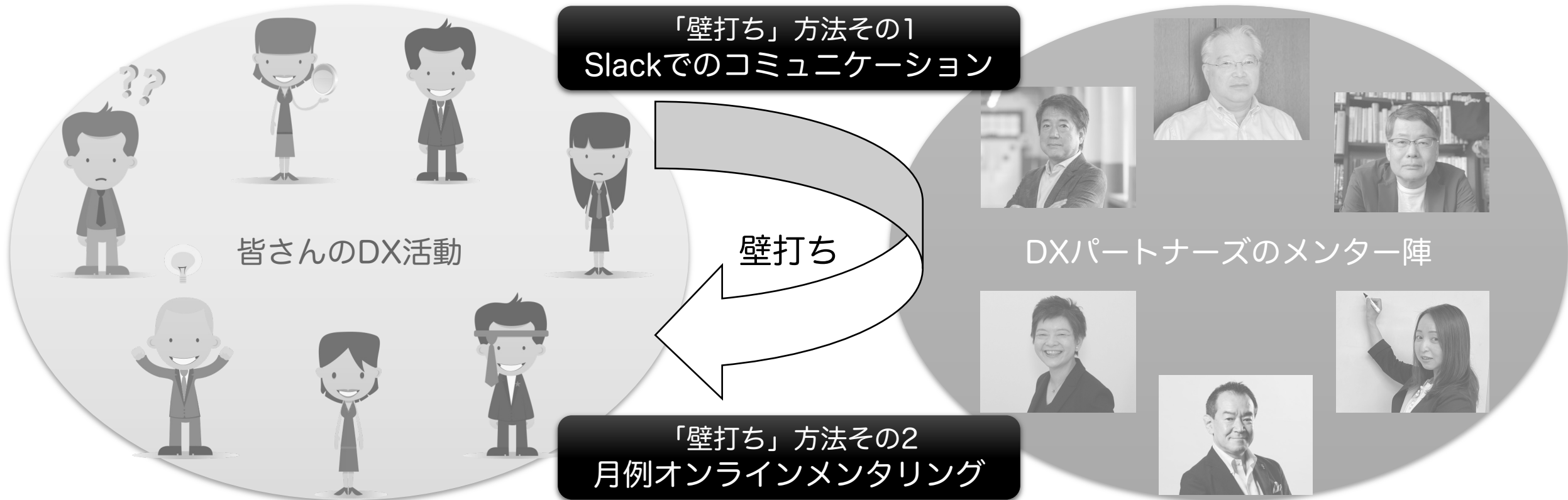
3 DX活動 “3つの目的 × 3つのフェーズ” に応じた「壁打ち」の内容例

	DX活動フェーズ1: Think big	DX活動フェーズ2: Start small	DX活動フェーズ3: Scale fast
DX活動目的1: 業務改善	<ul style="list-style-type: none"> 業務のあるべき姿 (to be) の設定と現状 (as is) 把握 問題 (“to be” と “as is” のギャップ) の発見 	<ul style="list-style-type: none"> 解決すべき問題原因の特定 問題解決のためにやるべき課題の発明 課題達成法の考案 	<ul style="list-style-type: none"> 課題達成法の実行 実行結果の共有 周囲の巻き込み
DX活動目的2: 事業変革	<ul style="list-style-type: none"> いまの事業の向かうべき方向と到達点の定義 顧客価値交換・共創の場の創造 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の“再”創造 顧客価値の“再”創造 稼ぎ方の“再”創造 回し方の“再”創造 	<ul style="list-style-type: none"> 成長の“再”創造と実行 実行結果の共有 周囲の巻き込み
DX活動目的3: 事業創出	<ul style="list-style-type: none"> 新規事業で実現したい世界観の定義 顧客価値交換・共創の場の創造 	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の創造 顧客価値の創造 稼ぎ方の創造 回し方の創造 	<ul style="list-style-type: none"> 成長の創造と実行 実行結果の共有 周囲の巻き込み

4

「壁打ち」の実施方法

「壁打ち」の実施方法は、Slack上での日々のコミュニケーション、そして、月に一度の定例オンラインメンタリング。



5

「みんなでDX」部活 参加要項

参加単位	参加者自身が自発的、自主的に作った何らかの「グループ」となります。 例) 会社の中の組織や委員会、タスクフォースチーム、等。同じ会社の仲間、“部活”の部、サークル、同好会、等。地域や業界のコミュニティ、等。
グループ当りの参加者数	1人以上、最大10人程度。
サービス内容	① グループメンバー全員を当社運用のSlackワークスペースに登録の上、同ワークスペース上でのコミュニケーション。 ② グループ単位で、月に最大一度、60分～90分程度のオンライン (Zoom Meeting) でのメンタリング。
参加期間	当初3ヶ月。その後は、1ヶ月単位で延長可能です。
参加費	参加者数に依らず、グループ単位、月当たり100,000円 [税抜]。グループの代表 (法人または個人) 宛にご請求申し上げます。

6 DXパートナーズのメンター陣ご紹介

私たちが「みんなでDX」部活の「壁打ち」の壁を務めています。



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。

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>「みんなでDX」部活以外のDX支援サービスもご用意しています。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>



皆さんも「みんなでDX」部活で、
「DX成功方程式」を実現してみませんか？
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」
は株式会社DXパートナーズの登録商標です。

“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皆さん全員にお贈りします。

株式会社DXパートナーズ開発
DXの科学的実践方法論
「DXの科学®」

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 「DXの科学®」に基づくDX支援サービスのご案内
-

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



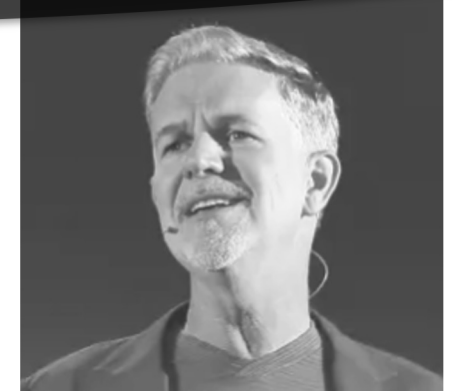
場を回すビジネスプロセス
場から収集したデータを顧客価値や場の価値に変換する、24時間365日稼働のソフトウェア

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？

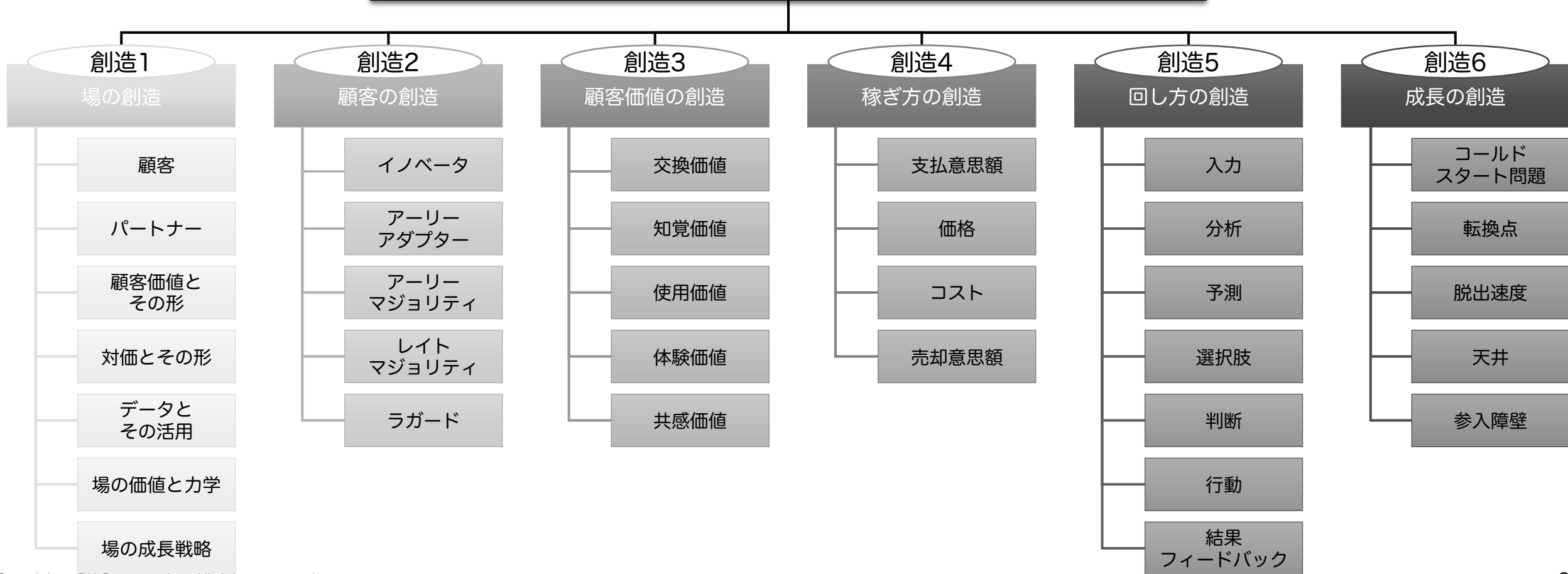


5.1

「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



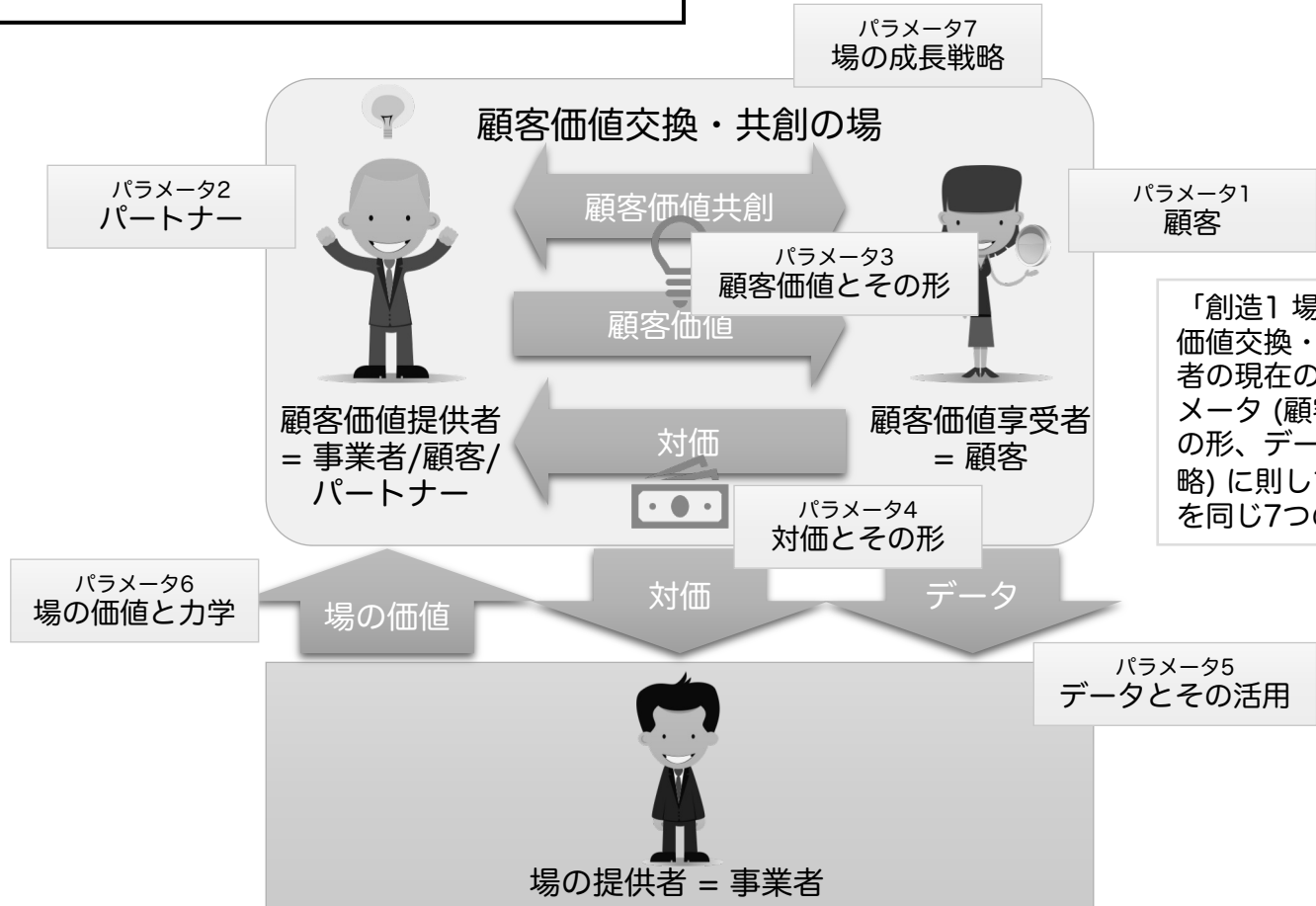
5.2

「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

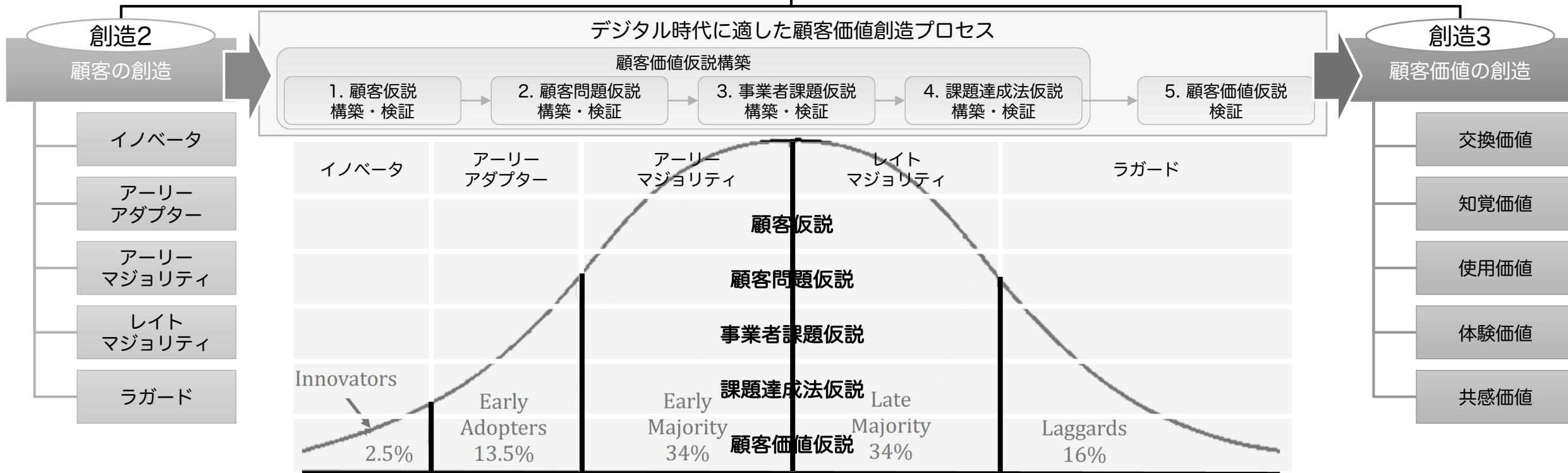
規範的理論2

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

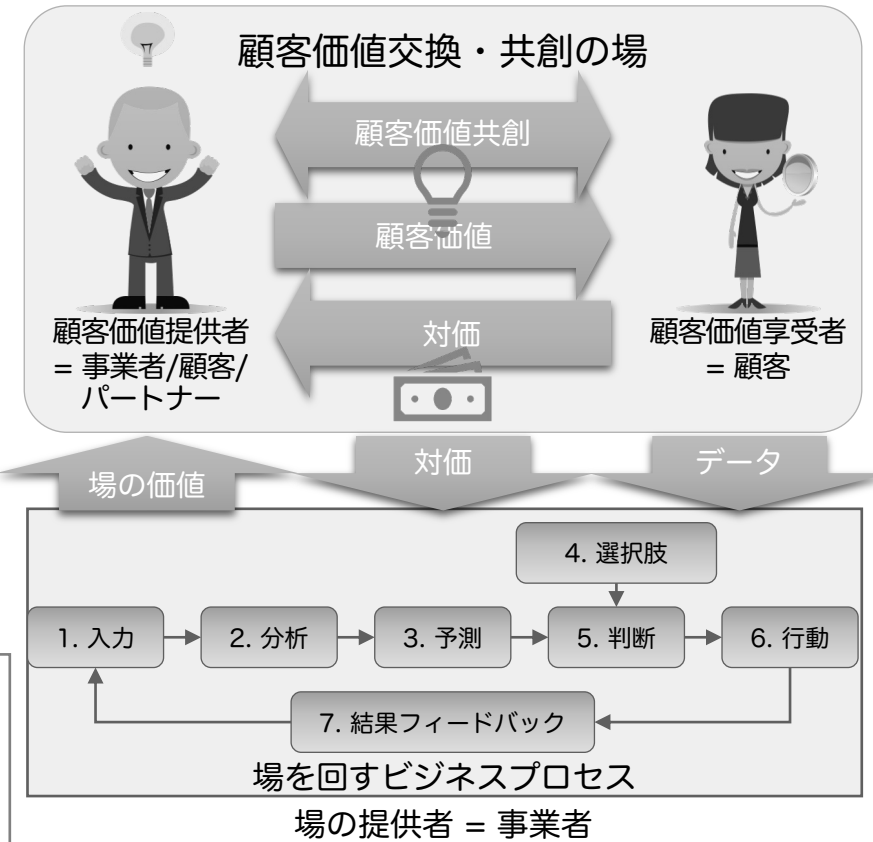
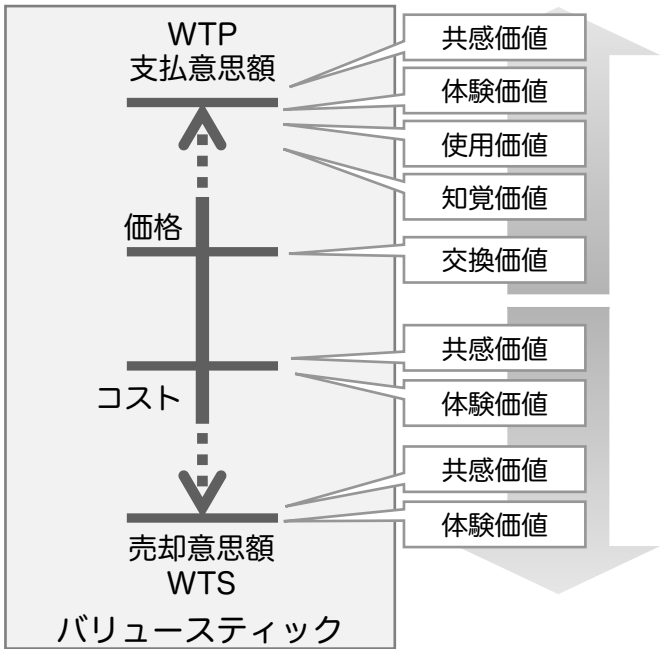
「DXの科学®」 実践方法論: 創造4&5 稼ぎ方と回し方の創造

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

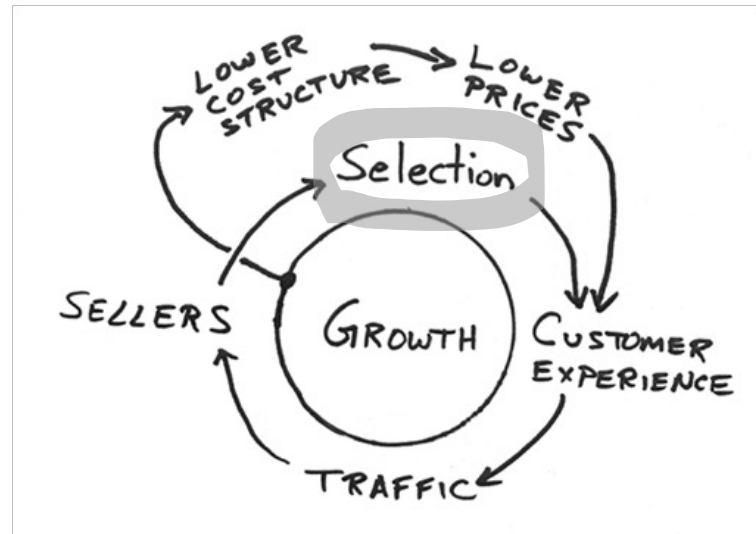
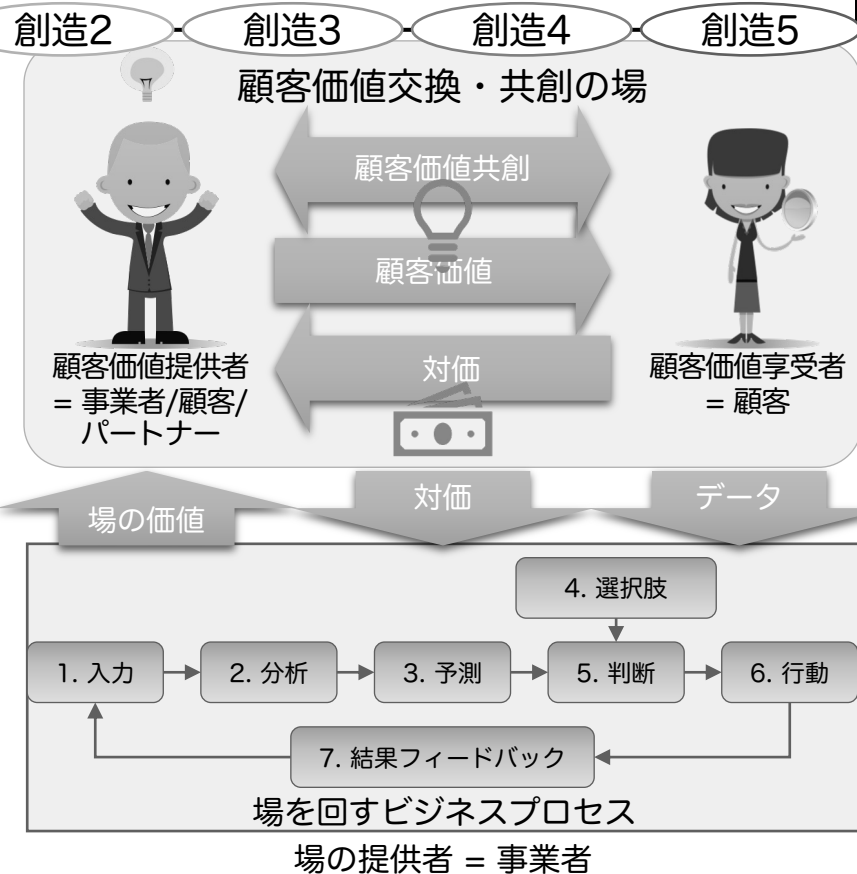
「DXの科学®」実践方法論: 創造6 成長の創造

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

「DXの科学®」に基づくDX支援サービスのご案内

<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>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>

×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。