



**2026年新春お年玉!!!**  
**デジタル・生成AI時代の事業創出・経営のための**  
**(いま考え得る) 最強のツール、**  
**差上げます!!!**

**村上和彰**

福岡DXコミュニティ 会長  
株式会社DXパートナーズ シニアパートナー

福岡DXコミュニティ (FDX) DX新年交流会  
2026年1月14日 16:00-16:30

ツインターボ  
顧客価値創造  
エンジン

デジタルと  
生成AIを  
前提

DXPの  
4C理論

DXPの  
無選択型  
意思決定理論

ツインターボ  
顧客価値創造  
エンジン

デジタルと  
生成AIを  
前提

DXPの  
4C理論

DXPの  
無選択型  
意思決定理論

# 「デジタルを前提」というツール

ビジネス  
スケイパ  
ビリティ

事業前提

# 「デジタルを前提」というツール

ビジネスケイパビリティ

デジタルを活用

デジタルに置換

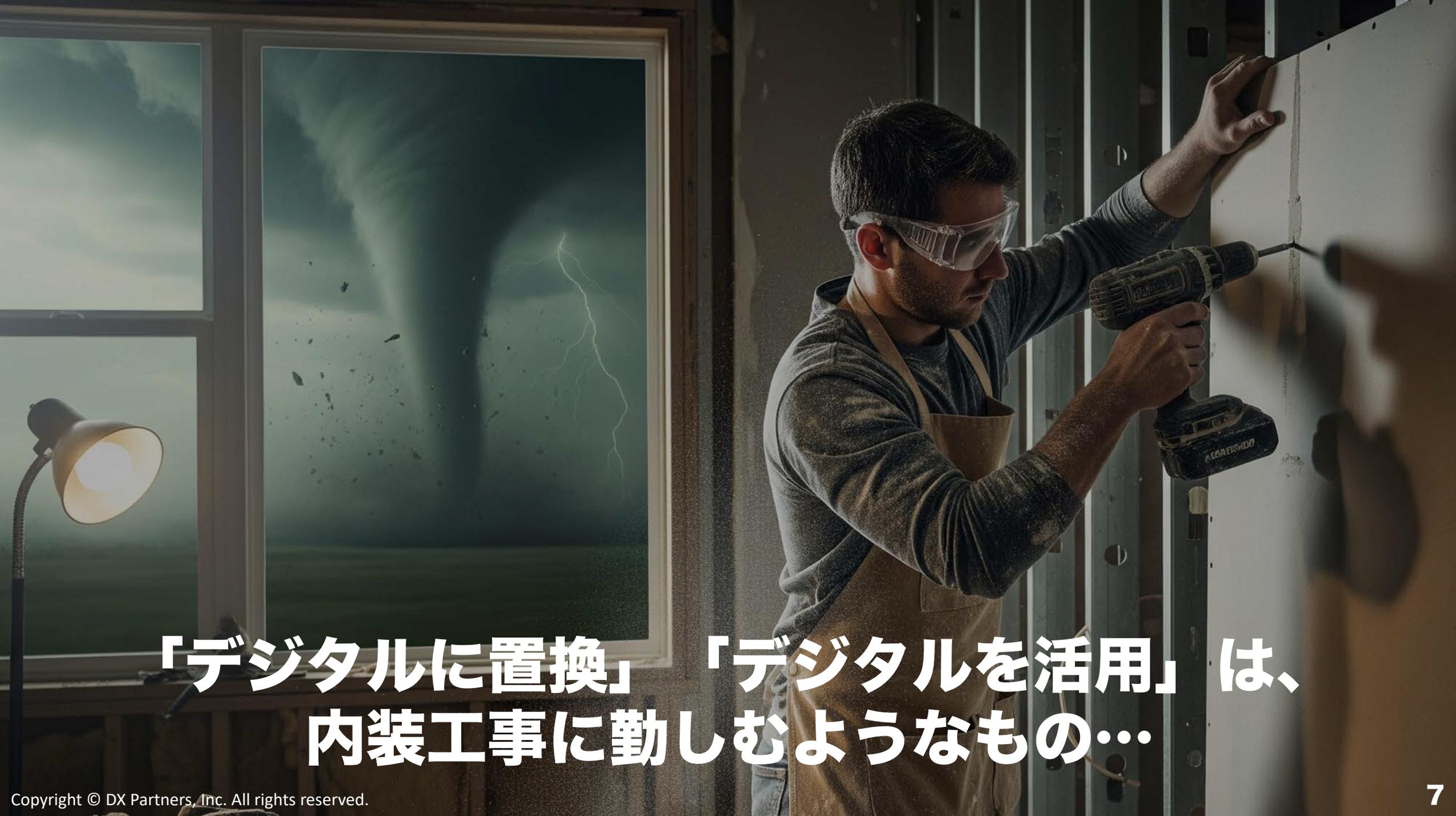
アナログのまま

アナログを前提

事業前提

# デジタルに置換 vs. デジタルを活用





**「デジタルに置換」「デジタルを活用」は、  
内装工事に勤しむようなもの…**

# 「デジタルを前提」というツール

ビジネス  
スケイパ  
ビリティ

デジタルを活用

デジタルに置換

アナログのまま

ゲーム  
チェンジ

アナログを前提

事業前提



# ゲームチェンジ

ゲームチェンジのままだと...

# 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”

# ゲームチェンジのままだと...



2011



2015



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



2019

# ゲームチェンジのままだと...



# いまやるべきことは …



いや、いま**本当に**やるべきことは …



# 「デジタルを前提」というツール

ビジネス  
スケイパ  
ビリティ

いま本当にやるべきは…  
「デジタルを前提」  
に事業創出・経営する。

アナログを前提

デジタルを前提

事業前提

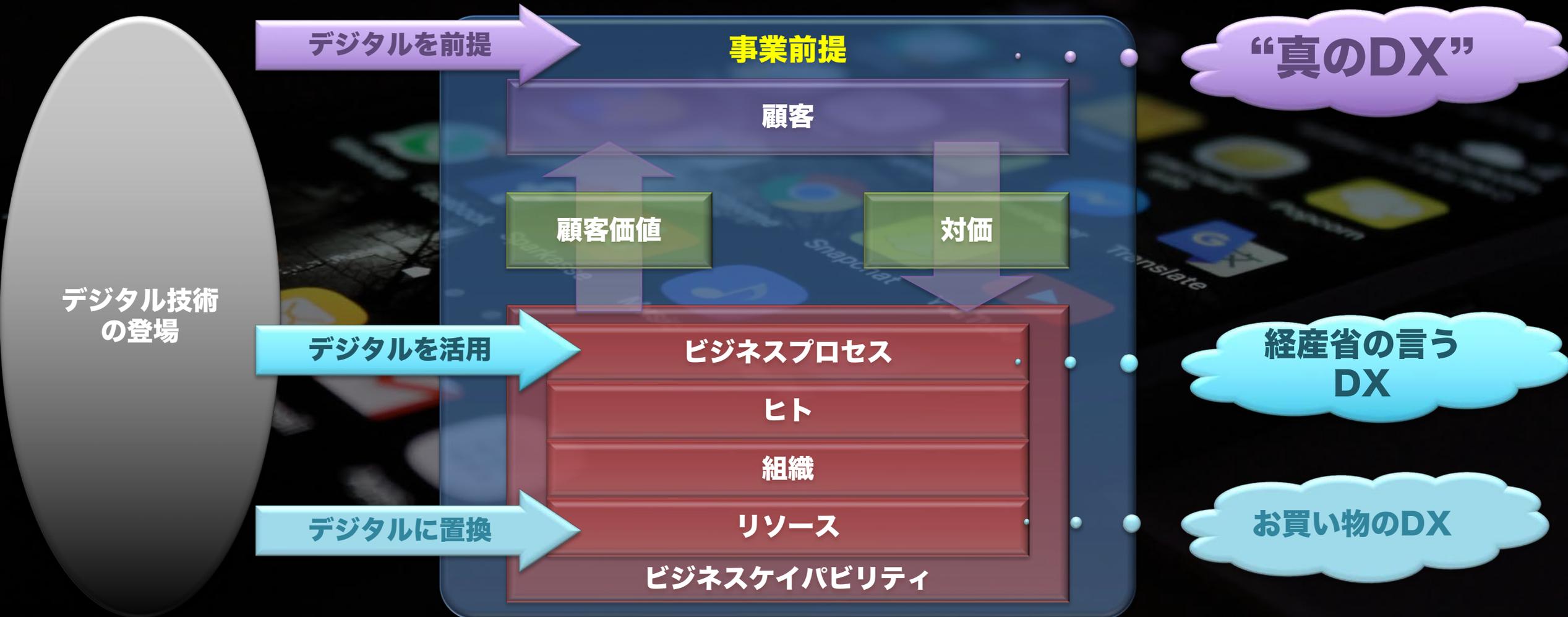
# 「デジタルを前提」というツール

ビジネス  
スケイパ  
ビリティ

デジタルを前提

事業前提

# デジタルに置換 vs. デジタルを活用 vs. デジタルを前提



# 「デジタルを前提」というツール

ビジネス  
スケイパ  
ビリティ

デジタルを活用

デジタルに置換

アナログのまま

アナログを前提

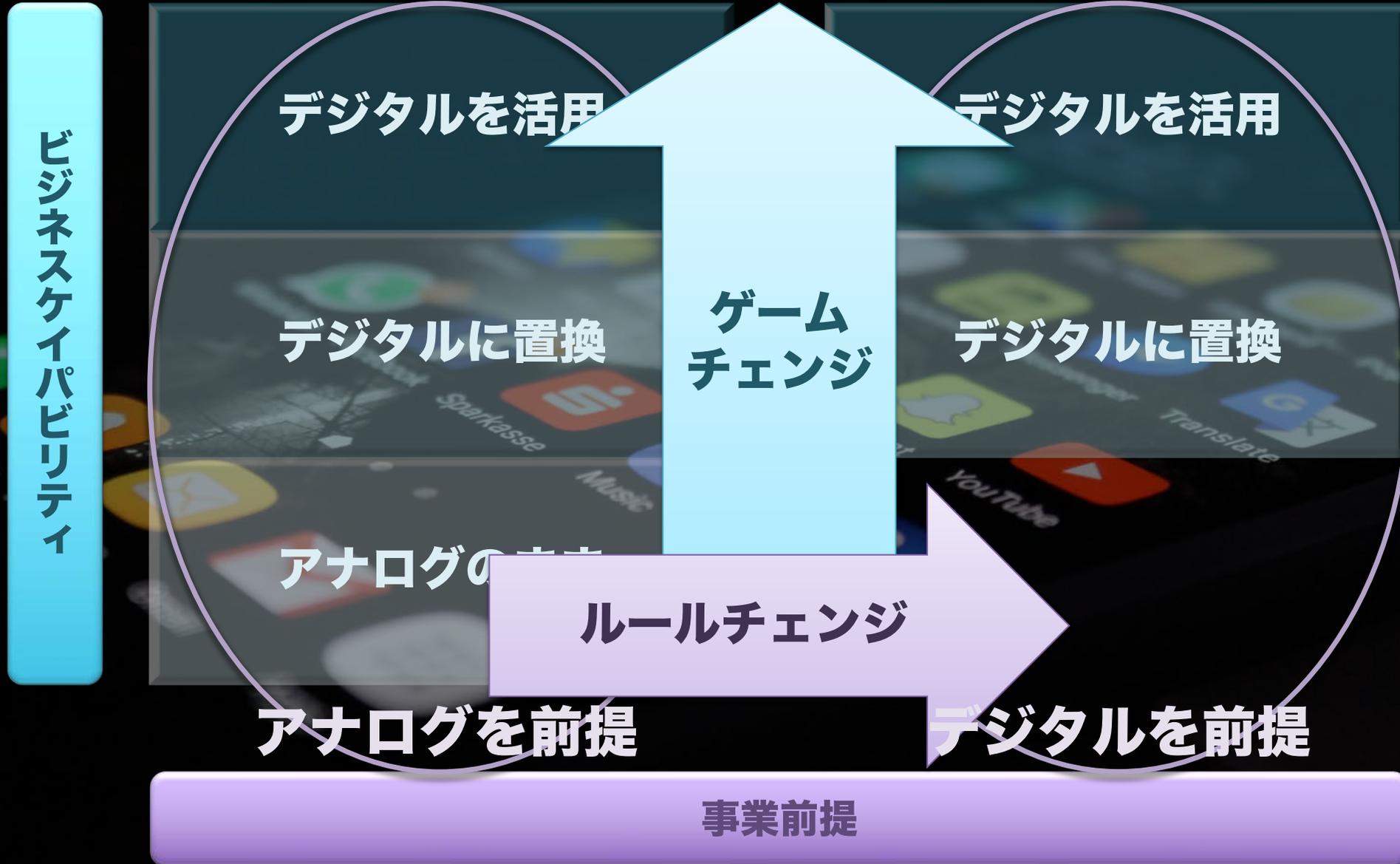
デジタルを活用

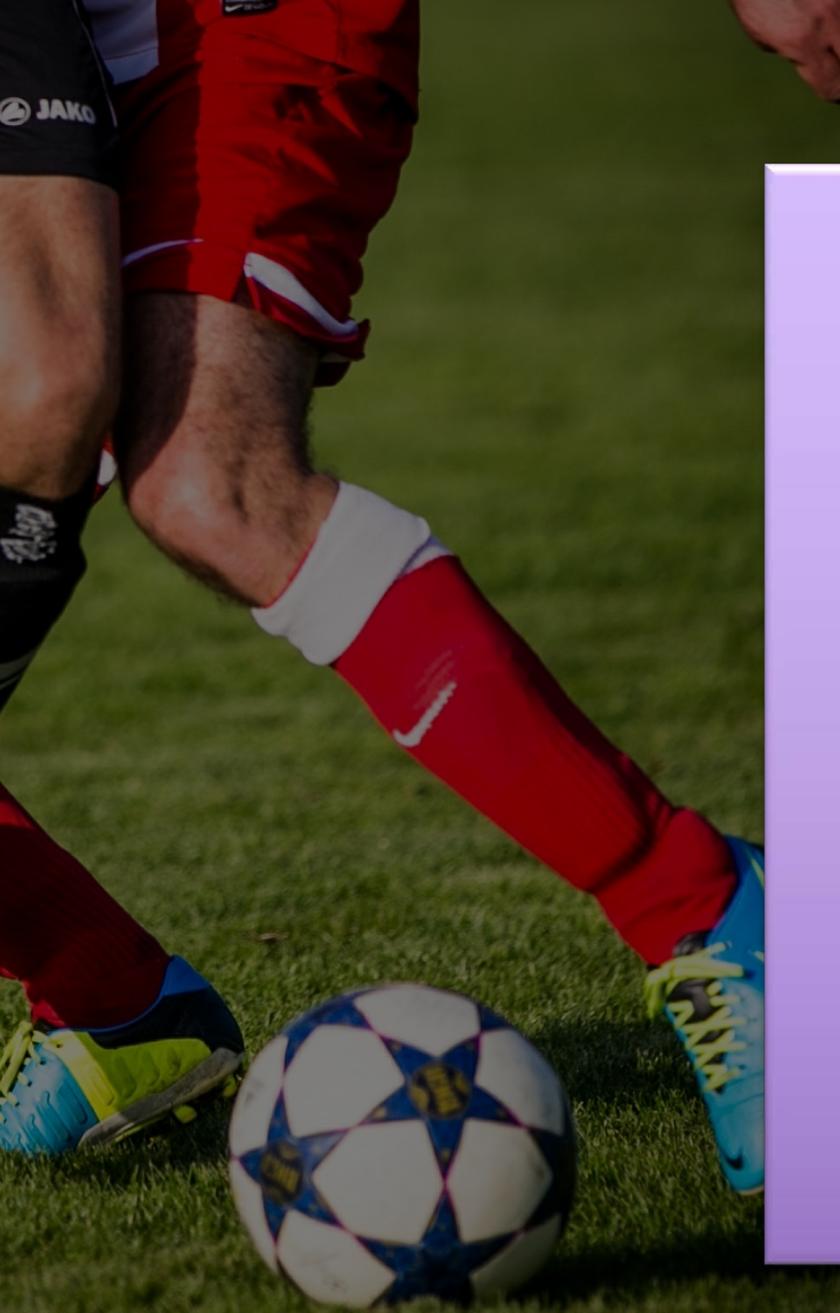
デジタルに置換

デジタルを前提

事業前提

# 「デジタルを前提」というツール





# ルールチェンジ

# 「アナログを前提」から

# 「デジタルを前提」へ

モノから  
所有から

顧客の  
価値観と行動

コトへ  
利用へ

たまたに繋がるから  
塊から

デジタル技術  
のパワー

常に繋がるへ  
細切れへ

ネットワーク効果なしから

ネットワーク  
効果

ネットワーク効果必須へ

3種類のコンスタントな顧客価値 (交換価値・知覚価値・使用価値) から  
リニアな顧客価値創造から

顧客価値と  
その創造

5種類の自己増幅する顧客価値 (交換価値・知覚価値・使用価値 + 体験価値・共感価値) へ  
ノンリニアな顧客価値創造へ

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

顧客価値  
交換・共創の場

プロセスへ  
マーケットプレイス/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

予測から  
計画から  
たまたに顧客価値創造から  
データを分析するから  
“アナログな〇〇を売る” から

ビジネス  
ケイパビリティ

反応へ  
実験へ  
常に、かつ、高速・高成功率な顧客価値創造へ  
データから価値を生むへ  
“アナログな〇〇も売るソフトウェア企業” へ

リニアな成長から  
レッドオーシャンで戦い続けるから

成長とゴール

ノンリニアな成長へ  
レッドオーシャンの中にブルーオーシャンを創るへ

# さらに、生成AIの登場で…



# 生成AIに置換 vs. 生成AIを活用 vs. 生成AIを前提



# ゲームチェンジ vs. ルールチェンジ

ルールチェンジ



ゲームチェンジ

ツインターボ  
顧客価値創造  
エンジン

デジタルと  
生成AIを  
前提

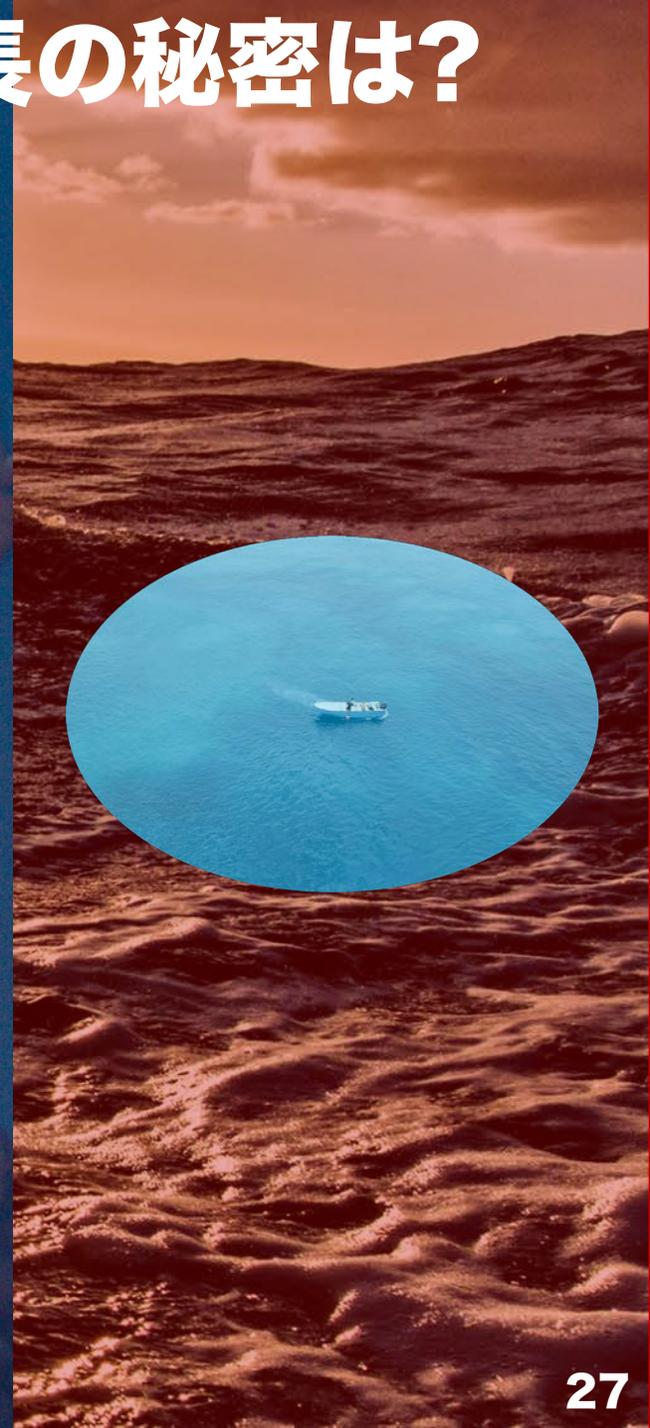
DXPの  
4C理論

DXPの  
無選択型  
意思決定理論

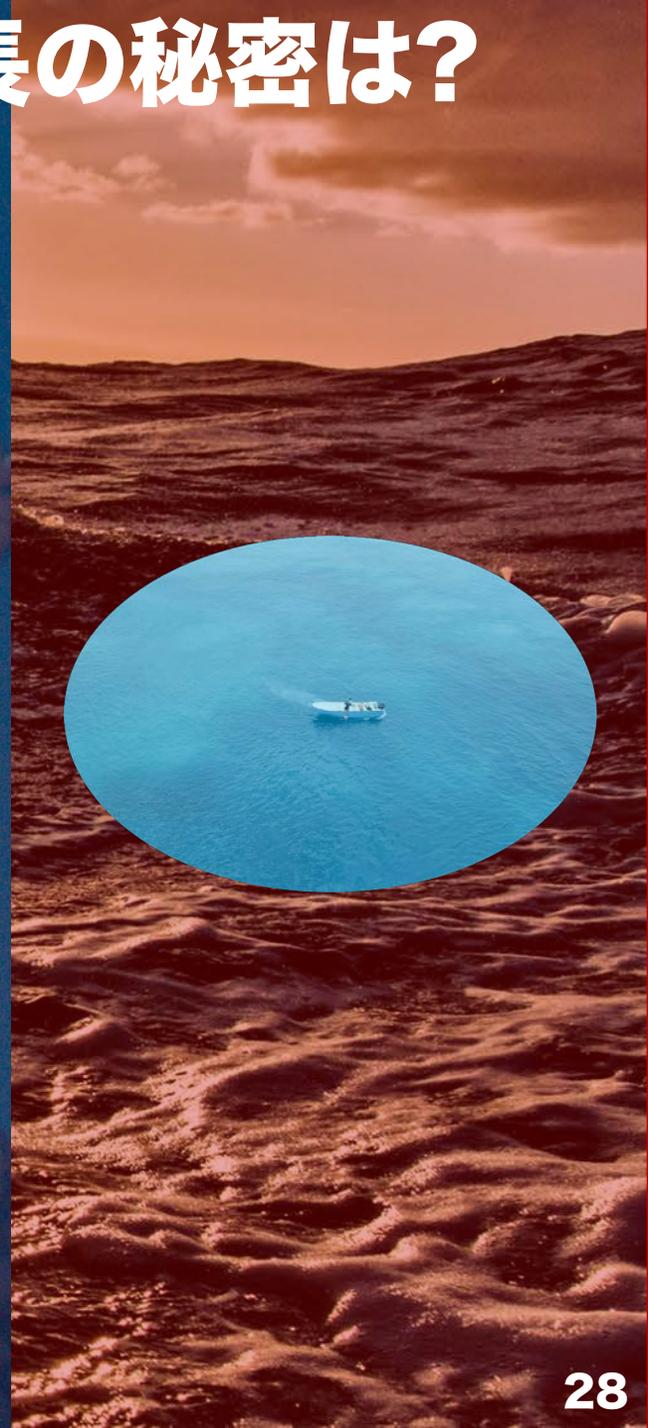
# “デジタル時代のビジネス”の成功・成長の秘密は？



# “デジタル時代のビジネス”の成功・成長の秘密は？



# “デジタル時代のビジネス”の成功・成長の秘密は？



# “デジタル時代のビジネス”の成功・成長の秘密は？



# “デジタル時代のビジネス”の成功・成長の秘密は？



顧客価値創造の“ツインターボ”化

# アナログ時代の**自然吸気**顧客価値創造エンジン

交換価値

顧客問題

使用価値

知覚価値

リニアな顧客価値創造

# デジタル時代のツインターボ顧客価値創造エンジン ステップ1

ターボチャージャー1  
高速・高頻度・高成功  
率な顧客価値創造

顧客問題

交換価値

使用価値

知覚価値

リニアな顧客価値創造

# デジタル時代のターボ顧客価値創造エンジン

## ステップ2

ターボチャージャー1  
高速・高頻度・高成功  
率な顧客価値創造

顧客問題

交換価値

交換価値

共感価値

体験価値と  
共感価値の追加

体験価値

使用価値

使用価値

知覚価値

知覚価値

### リニアな顧客価値創造

# デジタル時代のツインターボ顧客価値創造エンジン

## ステップ3

ターボチャージャー1  
高速・高頻度・高成功率な顧客価値創造

顧客問題

交換価値

使用価値

知覚価値

交換価値

共感価値

体験価値と  
共感価値の追加  
体験価値

使用価値

知覚価値

ターボチャージャー2  
ネットワーク効果により自己増幅する顧客価値創造

ネットワーク効果

リニアな顧客価値創造

ノンリニアな顧客価値創造

# デジタル時代の**ターボ**顧客価値創造エンジン

完成形

ターボチャージャー1  
高速・高頻度・高成功率な顧客価値創造

ターボチャージャー2  
ネットワーク効果により自己増幅する顧客価値創造

顧客問題

交換価値

交換価値

共感価値

体験価値

ネットワーク効果

使用価値

使用価値

知覚価値

知覚価値

リニアな顧客価値創造

ノンリニアな顧客価値創造

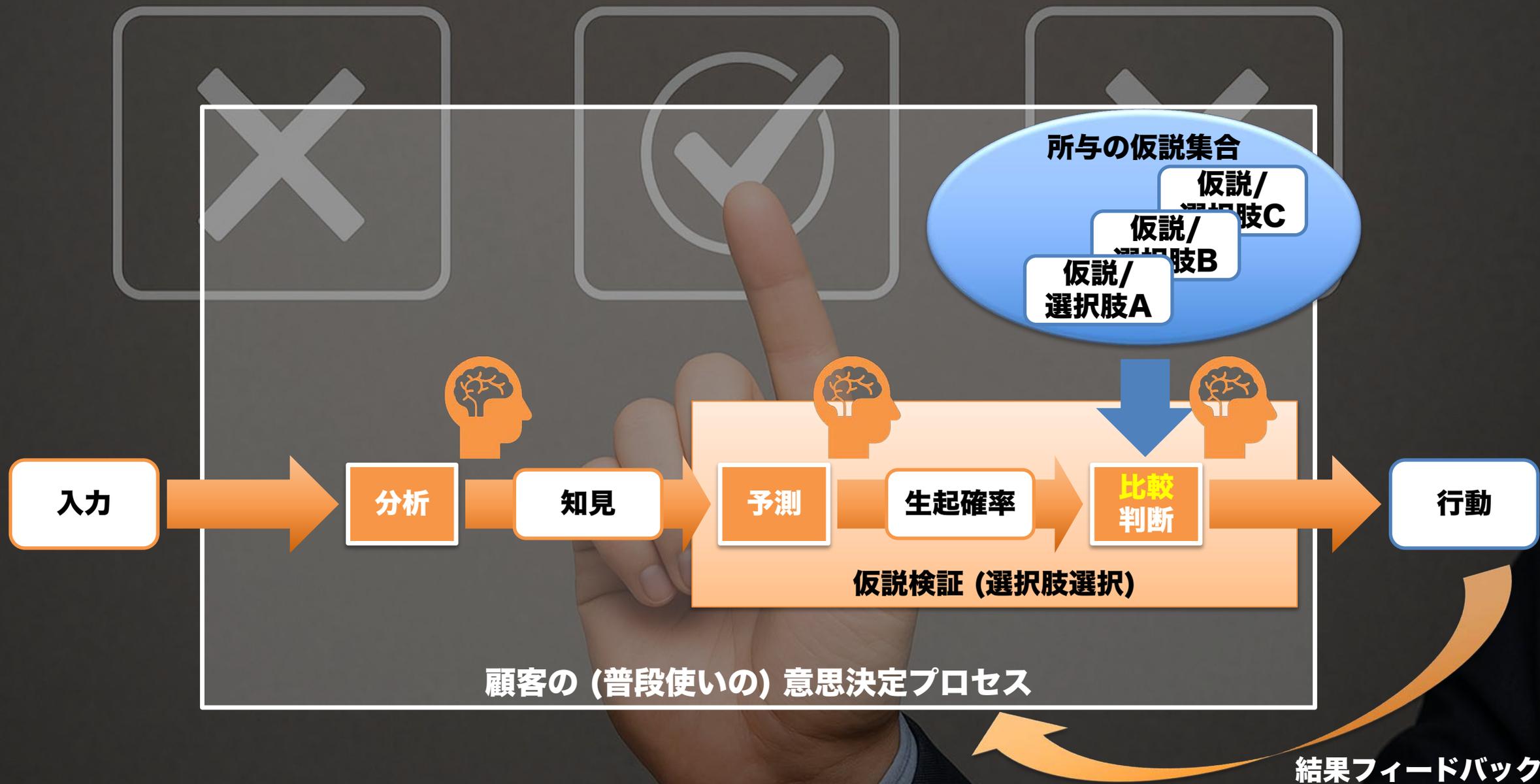
ツインターボ  
顧客価値創造  
エンジン

デジタルと  
生成AIを  
前提

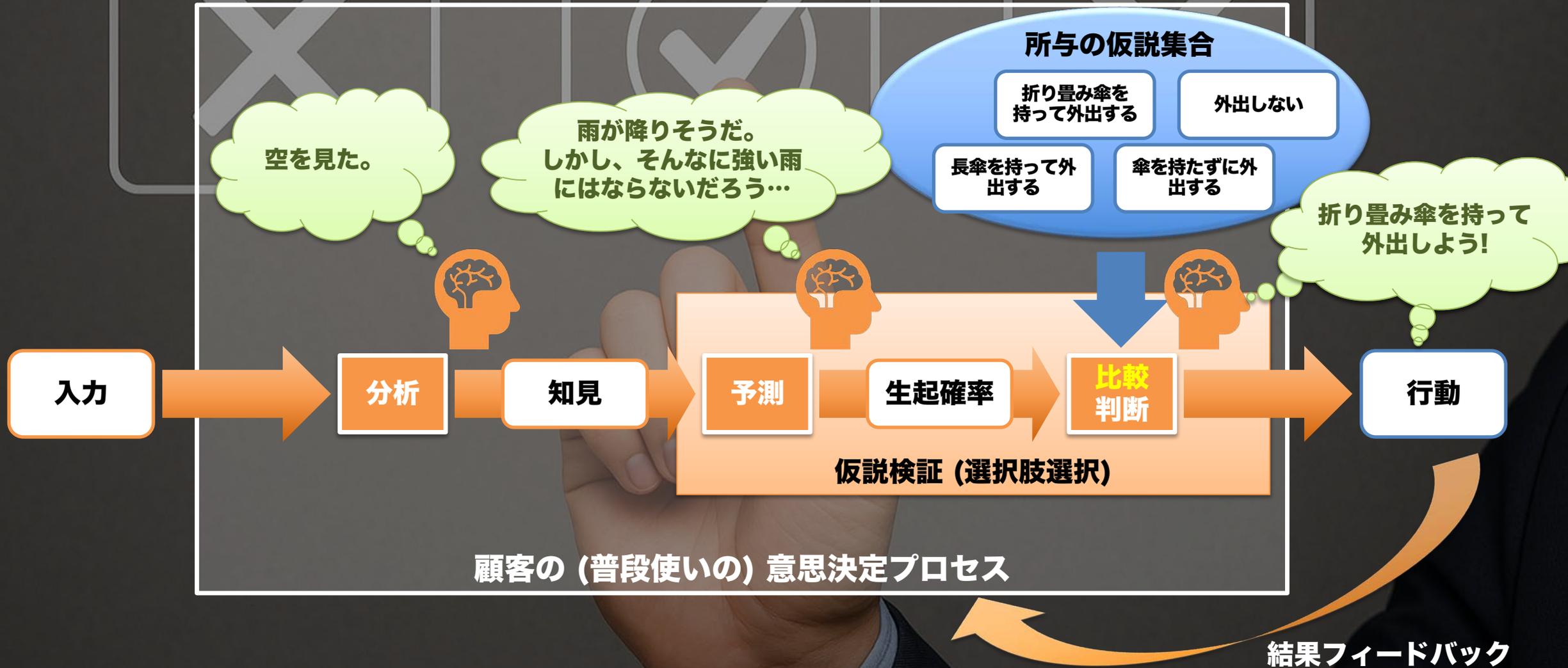
DXPの  
4C理論

DXPの  
無選択型  
意思決定理論

# 生成AI時代以前の顧客の意思決定プロセス



# 生成AI時代以前の顧客の意思決定プロセス ～「空雨傘」で解説～



# 生成AI時代の顧客の**無選択型**意思決定プロセス

AIエージェントが  
仮説の構築から検証（選択肢の選択）、  
ヒトへの仮説/選択肢の提示まで  
すべてを実施!

# YES

生成AIが構築した  
仮説の集合

仮説/  
選択肢C

仮説/  
選択肢B

仮説/  
選択肢A

ヒトは選択を  
行わない

ヒトが行うのは  
“YESかNOか”  
の承認のみ!

生成AIが提示した  
仮説/選択肢

入力

分析

知見

予測

生起確率

承認  
判断

行動

仮説検証（選択肢選択）

顧客の（普段使いの）**無選択型**意思決定プロセス

結果フィードバック

# 生成AI時代の顧客の**無選択型**意思決定プロセス ～ 「空雨傘」 で解説 ～

AIエージェントが  
仮説の構築から検証 (選択肢の選択)、  
ヒトへの仮説/選択肢の提示まで  
すべてを実施!

折り畳み傘を持って  
外出してください。

生成AIが提示した  
仮説/選択肢

生成AIが構築した  
仮説の集合

仮説/  
選択肢C

仮説/  
選択肢B

仮説/  
選択肢A

ヒトは選択を  
行わない

ヒトが行うのは  
“YESかNOか”  
の承認のみ!

入力

分析

知見

予測

生起確率

承認  
判断

行動

仮説検証 (選択肢選択)

顧客の (普段使いの) **無選択型**意思決定プロセス

はい、折り畳み傘を  
持って外出します。

結果フィードバック

# 生成AI時代の顧客の**無選択型**意思決定プロセス ～ 行動経済学ないしマーケティング論との関係 ～

AIエージェントが  
仮説の構築から検証 (選択肢の選択)、  
ヒトへの仮説/選択肢の提示まで  
すべてを実施!

# YES



生成AIが構築した  
仮説の集合

仮説/  
選択肢C  
仮説/  
選択肢B  
仮説/  
選択肢A

ヒトは選択を  
行わない

ヒトが行うのは  
“YESかNOか”  
の承認のみ!

生成AIが提示した  
仮説/選択肢

承認  
判断

行動

仮説検証 (選択肢選択)

顧客の (普段使いの) **無選択型**意思決定プロセス

## 行動経済学ないしマーケティング論の出る幕なし…

# 生成AI時代の顧客の無選択型意思決定プロセス



マーケティングも広告、営業も無用に…  
信頼できる“AIエージェント=執事”がいれば顧客は満足!

# 生成AI時代の顧客の無選択型意思決定プロセス



マーケティングも広告、営業も無用に…  
信頼できる“AIエージェント=執事”がいれば顧客は満足!  
では、事業者はどうしたら良いか?

ルールチェンジャーにならないと…

Amazon.comも破壊されるかも…

A woman with her hair pulled back, wearing dark sunglasses and a red jacket over a light-colored turtleneck. She is holding several shopping bags in both hands. The background is a light-colored wall with faint blue lines. The text is overlaid in the center of the image.

ヒトはショッピングしなくなる…

A man in a black tuxedo with a white shirt and bow tie stands in the center of a grand, ornate library. He has his hands clasped in front of him. The room is filled with dark wood bookshelves, a large chandelier, and a grandfather clock. A table in the foreground holds a silver tea set. The lighting is warm and dramatic.

**ヒトはショッピングしなくなる…  
お買い物AIエージェントの登場!!!**

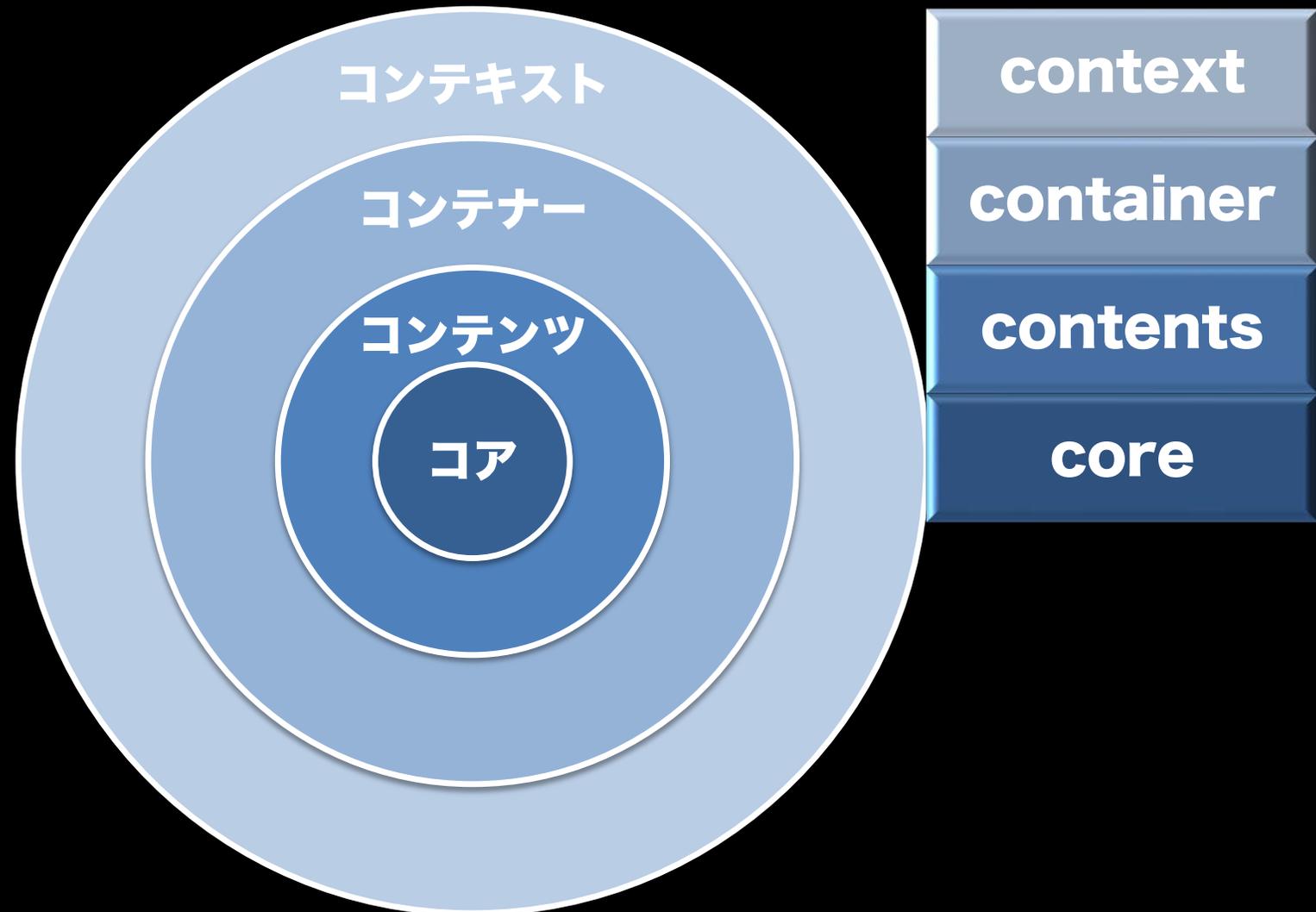
ツインターボ  
顧客価値創造  
エンジン

デジタルと  
生成AIを  
前提

DXPの  
4C理論

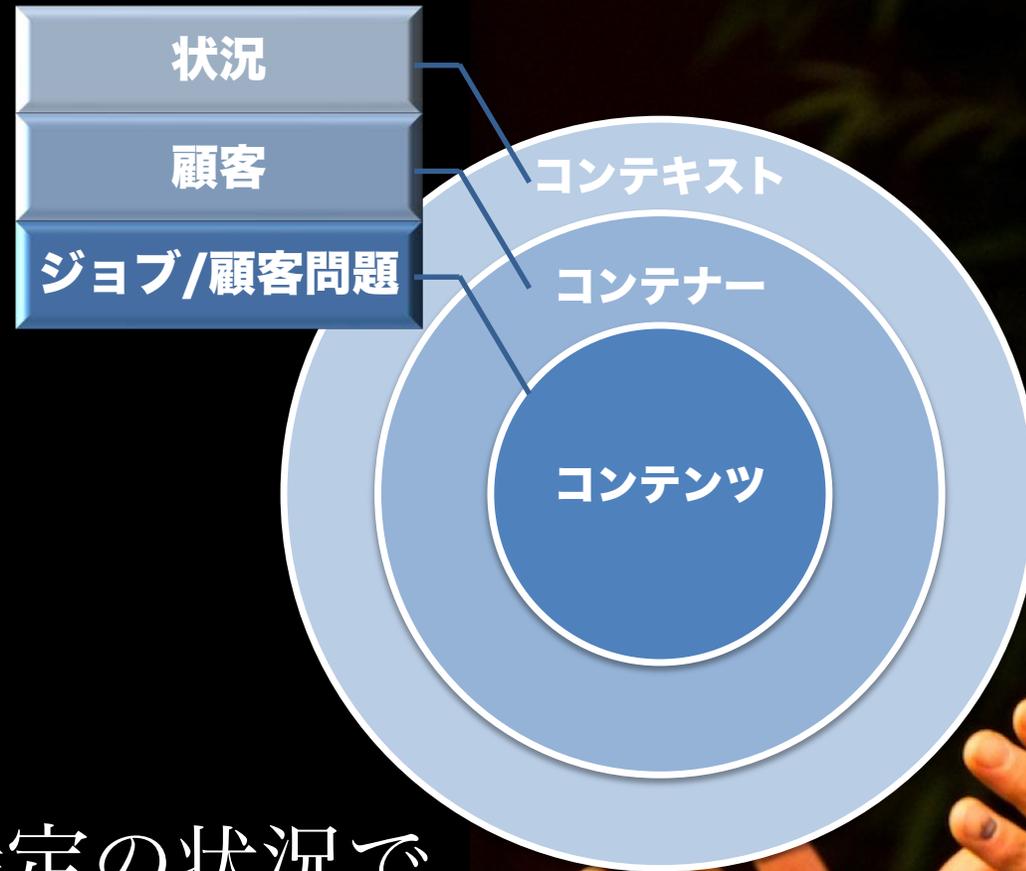
DXPの  
無選択型  
意思決定理論

# 「DXPの4C理論」の4つの“C”とは？



# 「DXPの4C理論」の原型

## 顧客問題発見における「クリステンセンのジョブ理論」



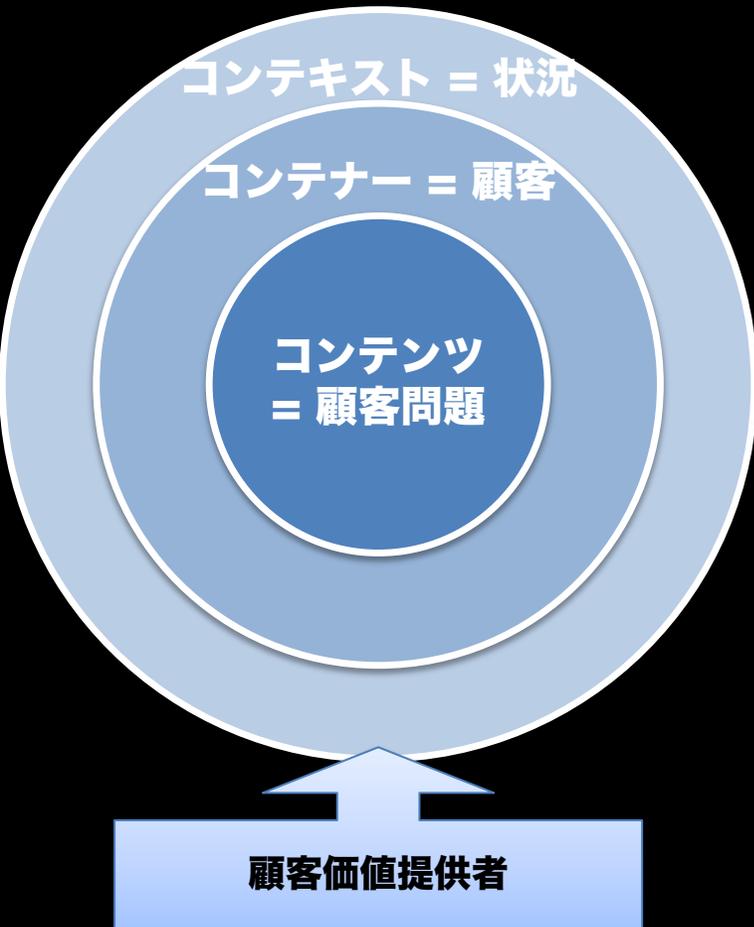
ジョブとは、特定の状況で顧客が追求する進歩である。



# 「DXPの4C理論」の応用 《過去》

## アナログ時代のビジネスアーキテクチャフレームワーク

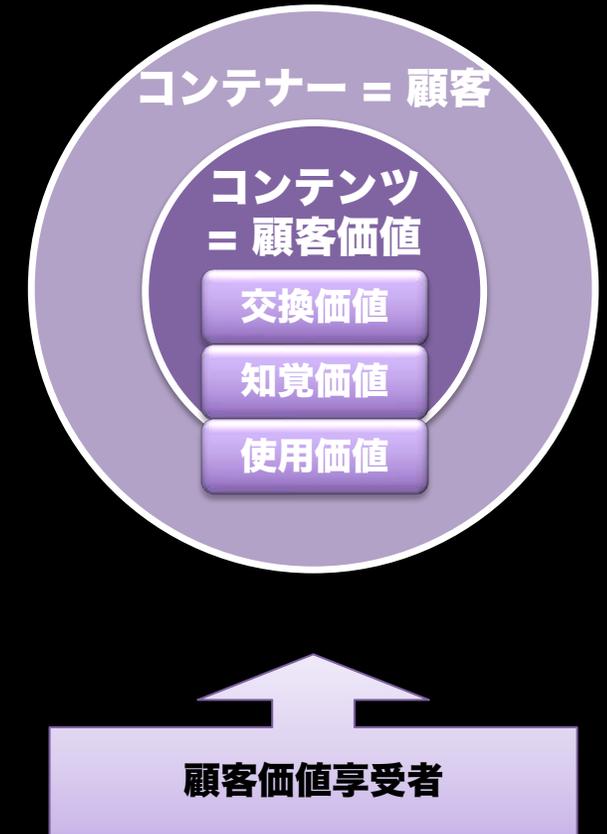
### 顧客問題の発見



### 顧客価値の創造・提供



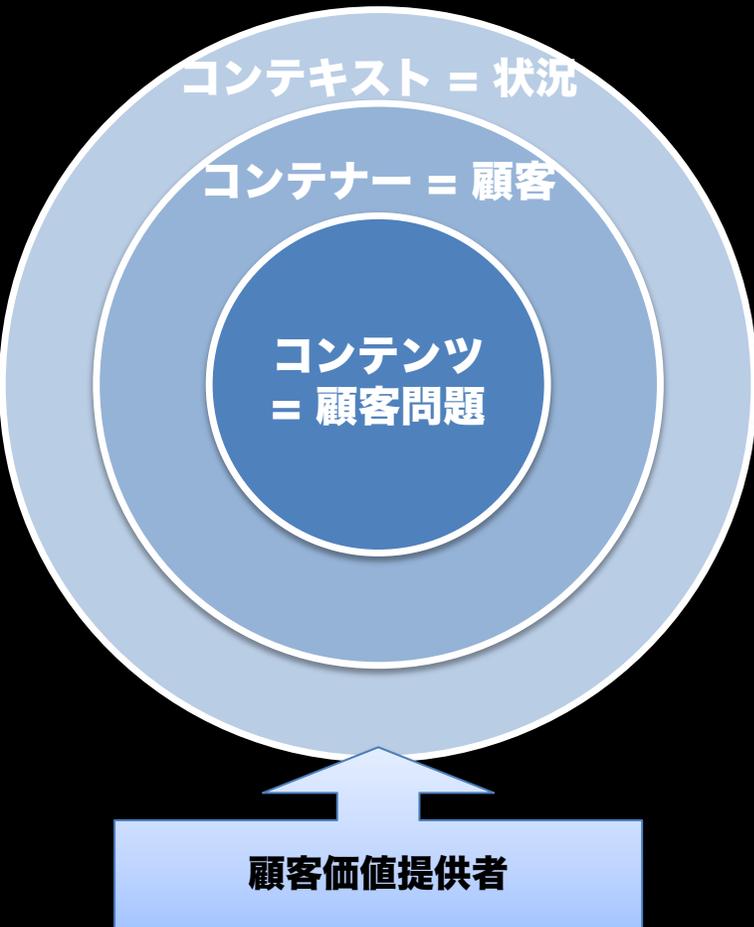
### 顧客価値の発現



# 「DXPの4C理論」の応用 《現在》

## デジタル時代のビジネスアーキテクチャフレームワーク

### 顧客問題の発見



### 顧客価値+場の価値の創造・提供



### 顧客価値+場の価値の発現



# 「DXPの4C理論」の応用 《未来》

## 生成AI時代のビジネスアーキテクチャフレームワーク

顧客問題の発見



コアの創造・提供



顧客価値+場の価値を  
コアから生成



顧客価値+場の価値  
の発現



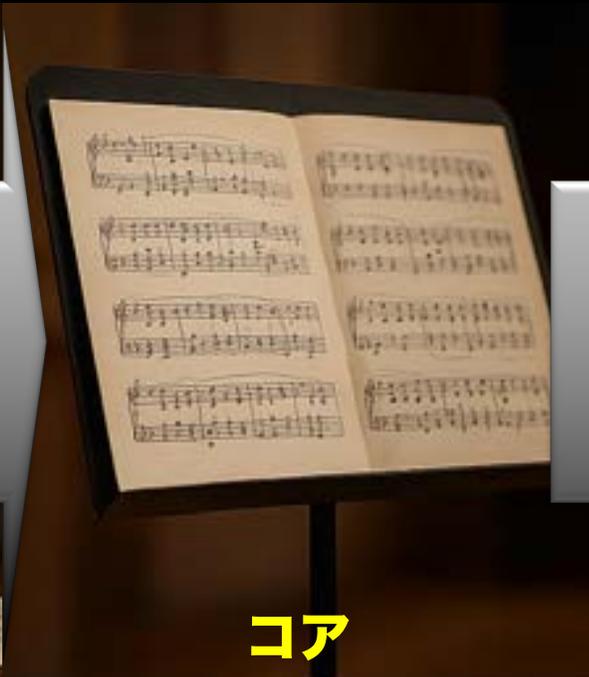
# 生成AI時代のビジネスアーキテクチャフレームワーク アナロジー

作曲者が作曲

楽譜

編曲者が編曲

演奏者が演奏、  
聴衆がその演奏を楽しむ



# まとめ

3. Ways
- Early
  - Paul
  - John

ツインターボ  
顧客価値創造  
エンジン

デジタルと  
生成AIを  
前提

DXPの  
4C理論

DXPの  
無選択型  
意思決定理論

# さあ、皆さんも “デジタル・生成AI時代のビジネス” に挑戦してみませんか？



Thank  
you!