

私たちDXパートナーズは“デジタル時代のビジネス”設計者集団です。

貴社の“デジタル時代のビジネスの新しい像”  
を私たちと一緒に描きませんか？

× 変革

**TRANSFORM**

× ビジネス

**YOUR BUSINESS**

× デジタル

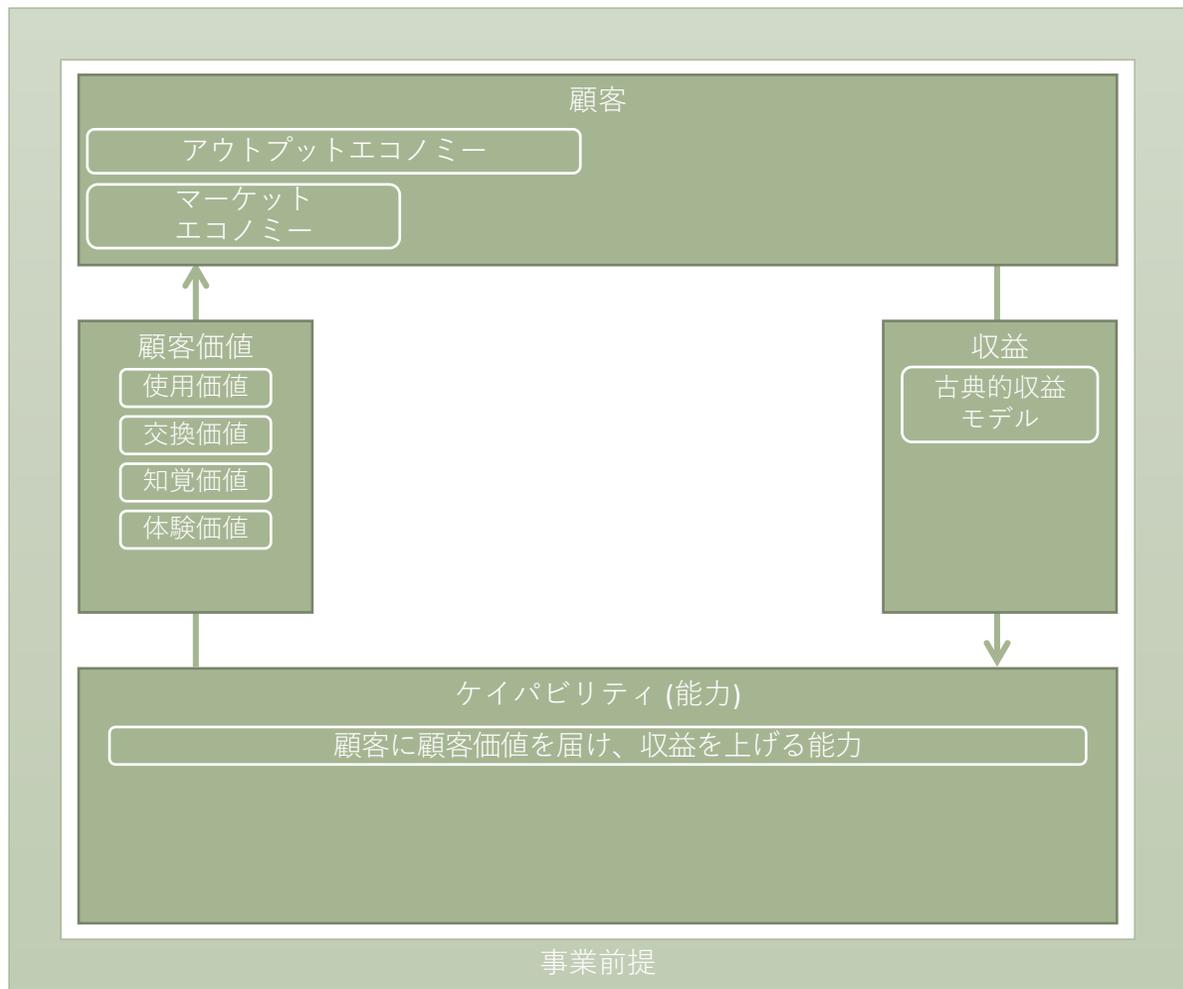
**TO DIGITAL**

株式会社DXパートナーズ  
team@dxpartners.co.jp

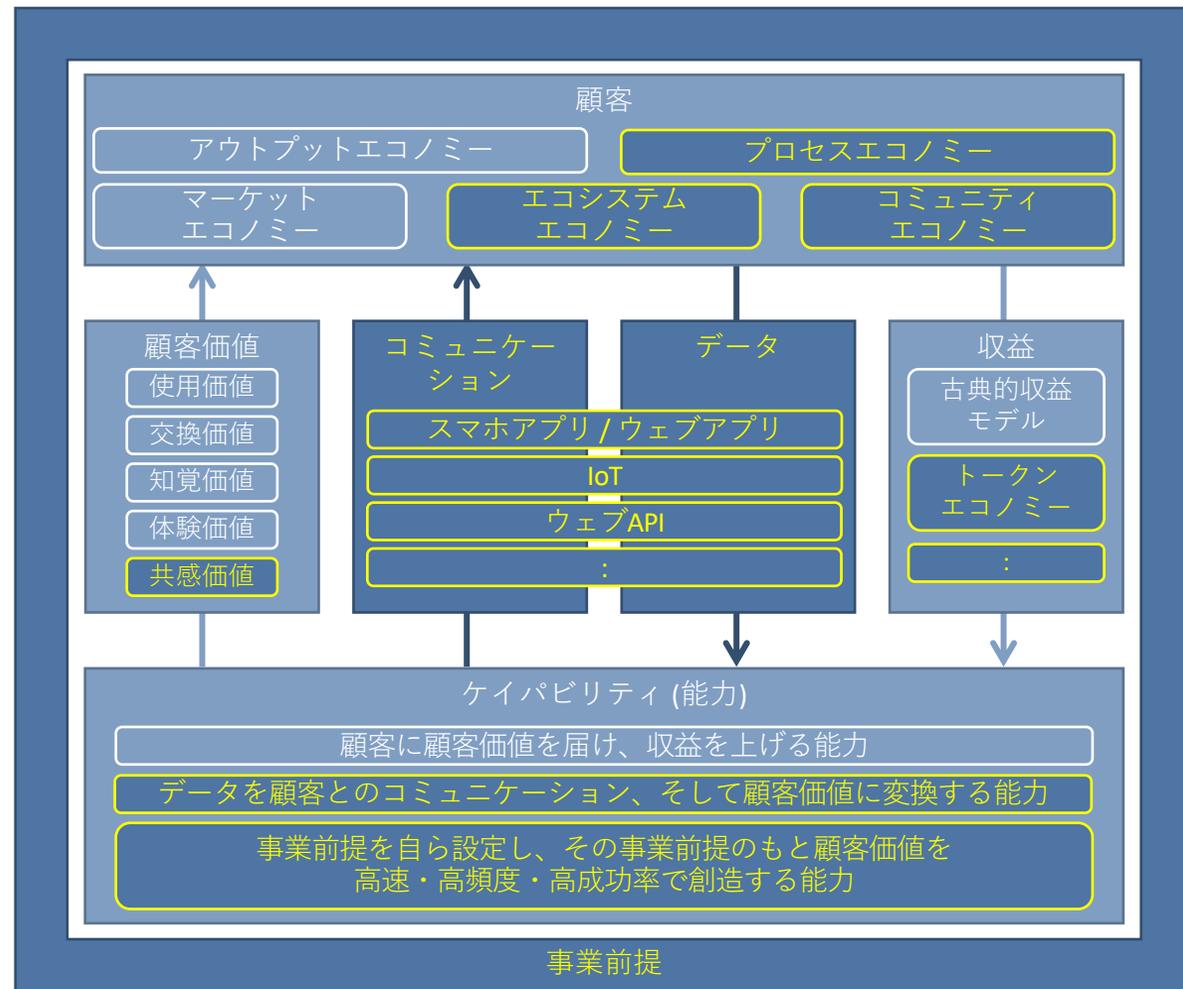
2022年8月1日 V1.0

# デジタル時代に入って“ビジネスの像”が変わったことにお気づきでしょうか？

## アナログ時代のビジネスの像

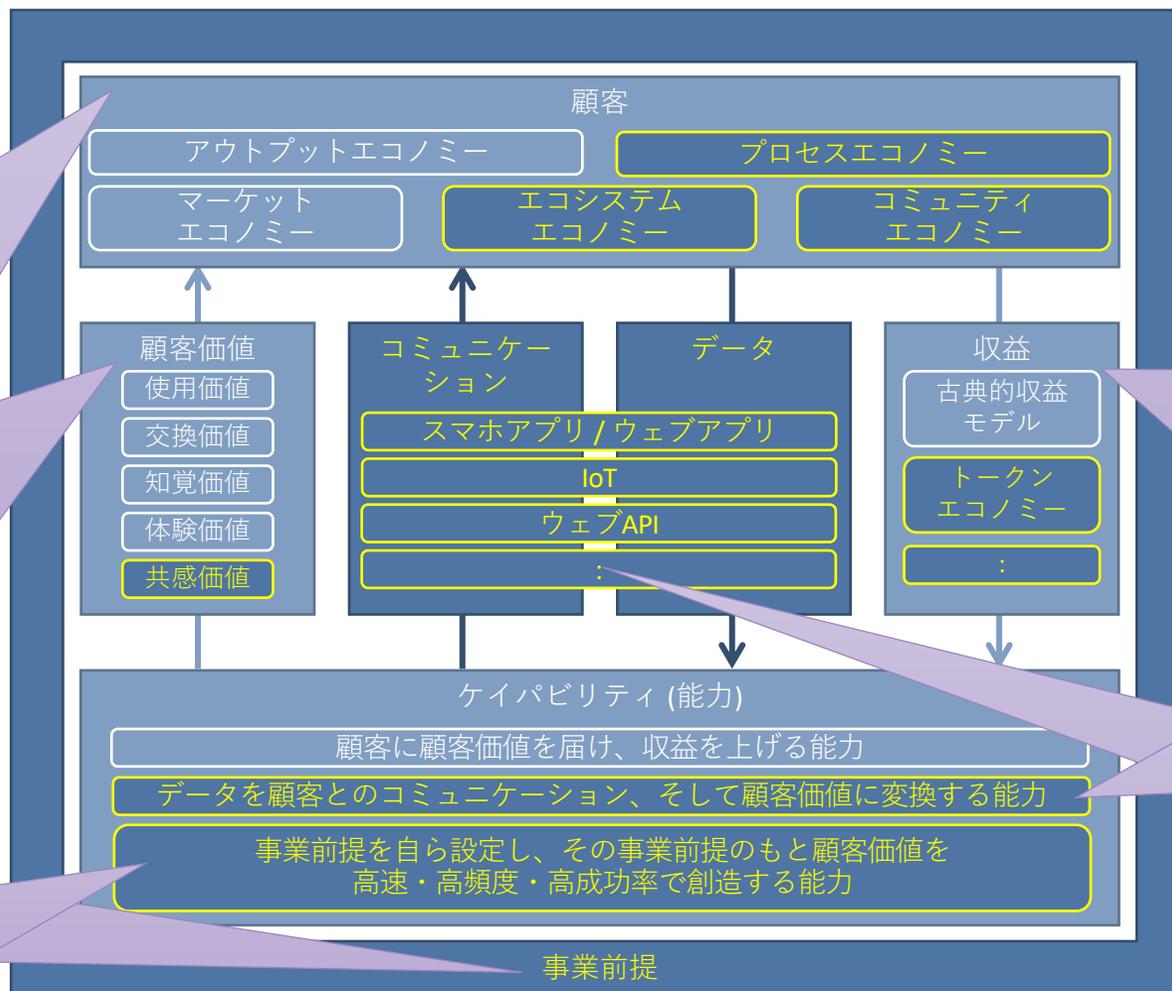


## デジタル時代のビジネスの新しい像



この“デジタル時代のビジネスの新しい像”の要点をいくつか詳しく見てみましょう。

### デジタル時代のビジネスの新しい像



要点3: 顧客が顧客価値を交換・取得する“場としてのエコノミー”[マーケット/エコシステム/コミュニティ]、ならびに、顧客価値の“形としてのエコノミー”[アウトプット/プロセス]がデジタル技術の進歩により大きく変遷しています。さらに、顧客価値も古典的な①使用価値、②交換価値、③知覚価値、④体験価値に加えて、第5の価値=共感価値が新たに生まれ、続けて第6、第7の価値が次々と生まれる気配があります。このように顧客価値とエコノミーが激変している時代、どのような顧客価値をどのエコノミーにて提供・交換するのかの戦略策定が極めて重要になっています。

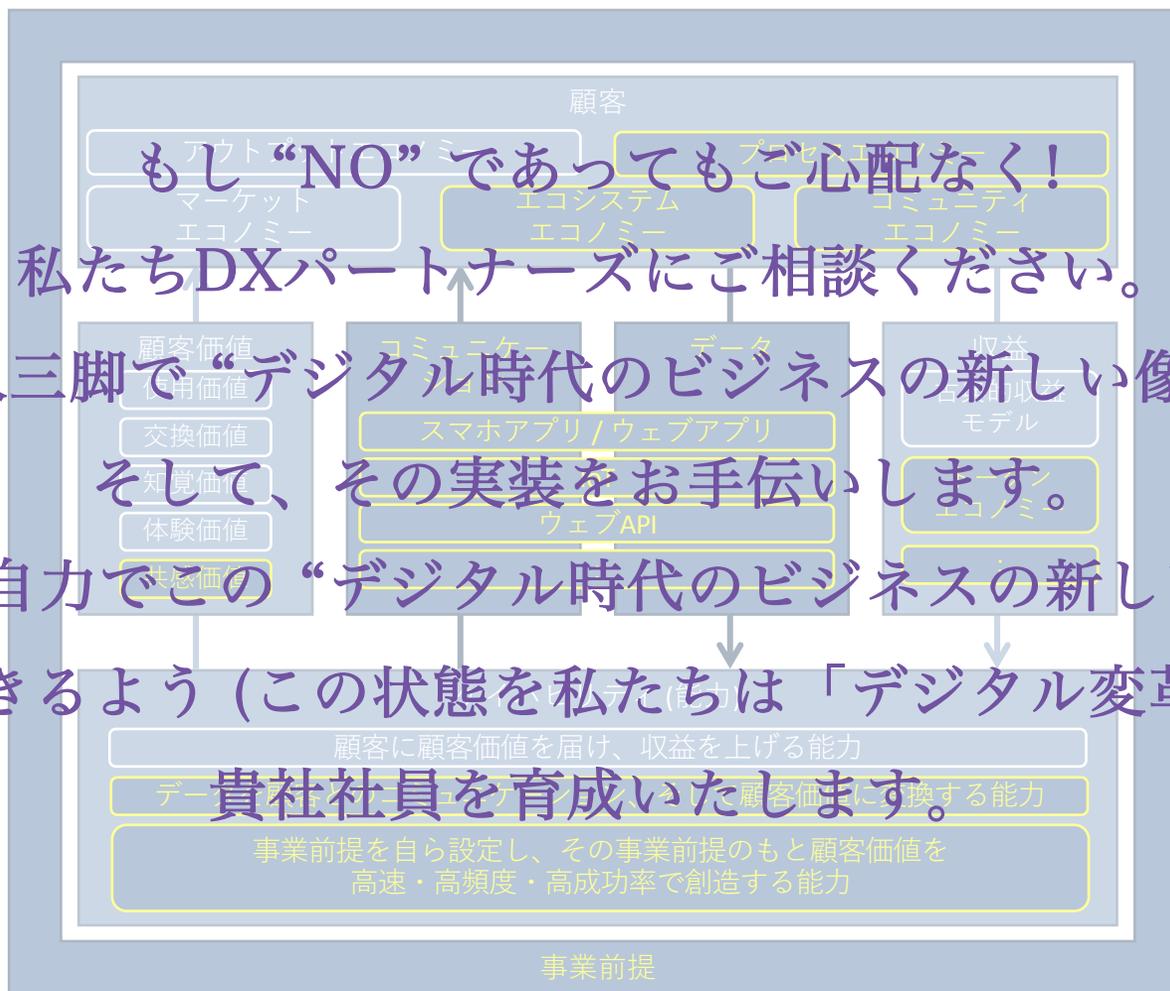
要点4: 収益モデルも広告モデル、リカーリングモデル、サブスクリプションモデル、フリーミアムモデル等の古典的なモデルに加えて、デジタル技術、ブロックチェーン技術を基盤に「トークンエコノミー」のような新しい収益モデルが生まれて来ています。このようなデジタル時代において、どの収益モデルを採用するか戦略策定も要点3の「顧客価値戦略」同様、非常に重要となっています。

要点2: 顧客に関する情報、顧客が生成するデータ、その他事業に関わる諸々のデータを自ら創り、収集・蓄積します。そして、それらのデータに基づいて事業に関わる意思決定を行い、さらには顧客とコミュニケーションを行って行動変容を促しつつ、顧客価値を絶え間なく刷新することが必須となっています。

要点1: デジタル技術の長足の進歩により、事業が成立する前提条件が日々刻々と変化しています。その事業前提は他者から与えられるものではなく自ら設定するものであり、そして自ら定めた事業前提の下で高速・高頻度・高成功率で顧客価値を創造することが求められています。

貴社は既に貴社自身の“デジタル時代のビジネスの新しい像”を実現されてますか？

デジタル時代のビジネスの新しい像



“デジタル時代のビジネスの新しい像”を設計および実装するための科学的 метод論「DXの科学®」を私たちは開発しています。

## [1] “デジタル時代のビジネスの新しい像”の設計

### 「DXの科学®」のビジネスモデル設計プロセス

#### 「DXの科学®」の “デジタル時代のシン・顧客価値創造プロセス”

##### 顧客価値仮説構築

- ① 事業前提仮説構築・検証  
[デジタル技術/データ仮説]
- ② 顧客仮説構築・検証
- ③ 顧客問題仮説構築・検証
- ④ 顧客課題仮説構築・検証
- ⑤ 解決法仮説構築・検証  
[製品/サービス仮説]  
[データ/コミュニケーション仮説]

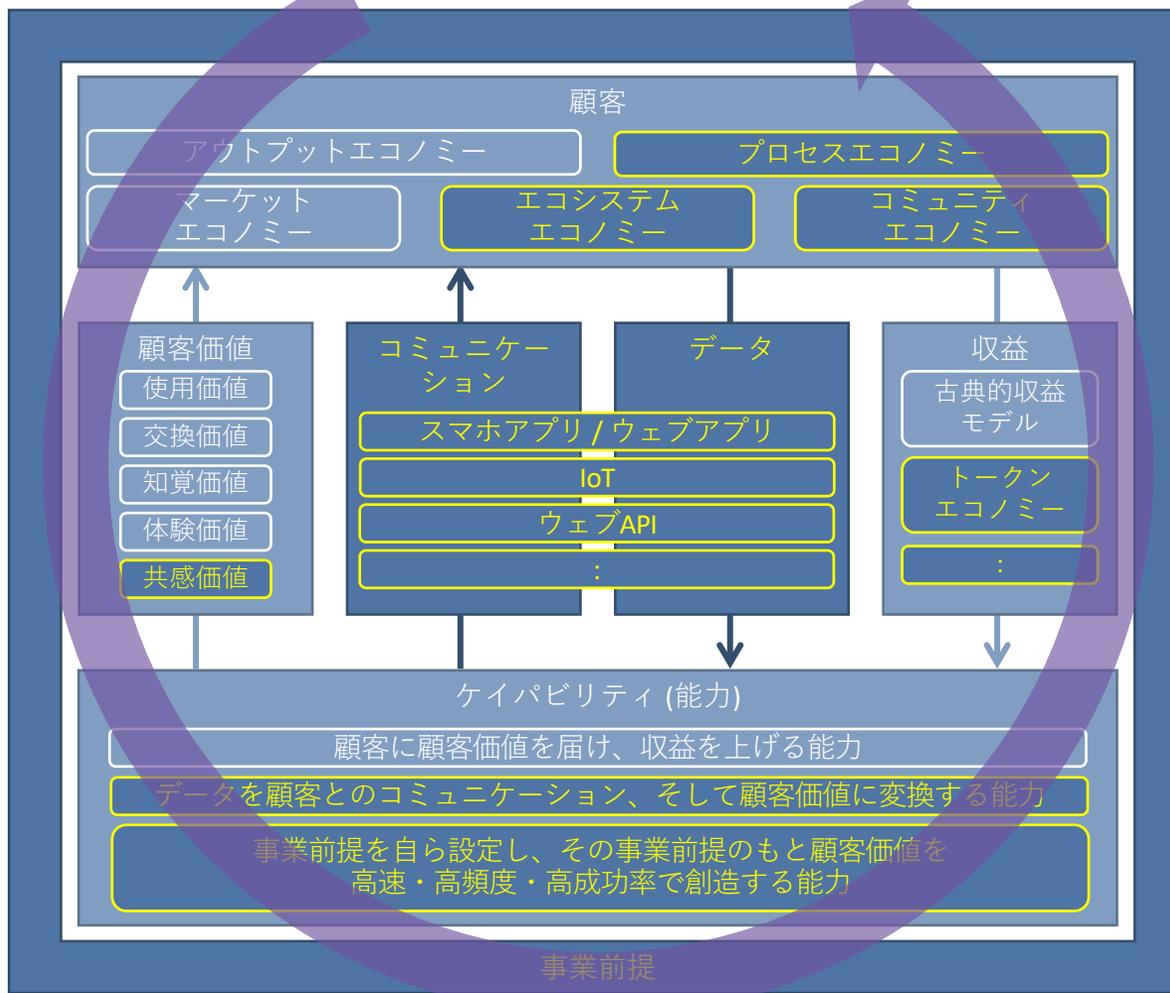
##### ⑥ 顧客価値仮説検証

##### ⑦ 収益モデル仮説構築・検証

##### ⑧ ケイパビリティ仮説構築・検証

ビジネスモデル

## デジタル時代のビジネスの新しい像



## [2] “デジタル時代のビジネスの新しい像”の実装

### 実装対象のケイパビリティスタック

#### オペレーション

- ① 「DXの科学®」の“デジタル時代のシン・顧客価値創造プロセス”
- ② 「DXの科学®」の“デジタル時代のシン・アジャイル問題解決プロセス”
- ③ 「DXの科学®」版アジャイル仮説構築・検証プロセス
- ④ 「DXの科学®」版データ駆動型意思決定プロセス
- ⑤ 101個の厳選したツールから成る「DXの科学®」ツールセット
- ⑥ 仮説構築・検証に力を発揮する“7つのリテラシー”
- ⑦ “デジタル破壊者のように考え、そして、行動する”DX人材
- ⑧ 失敗を許容し、失敗から学び、挑戦を奨励する“進化する組織”

#### リソース

- ⑨ デジタルリソース+データリソース

「DXの科学®」から生まれた以下の6つのメニューを貴社に提供、  
“デジタル時代のビジネスの新しい像”の設計と実装、そして人材育成を支援します。

“デジタル時代のビジネスの新しい像”の設計と実装に向けた貴社のカスタマージャーニー

啓発 & 人材育成支援

設計 & 実装支援

[1] “デジタル時代のビジネス”  
入門

[2] デジタルビジネス  
マインドセット醸成#1

[3] “デジタル時代の  
シン・顧客価値創造力”の修得

[4] “デジタル時代の  
ビジネスの新しい像”の設計

[5] “デジタル時代の  
ビジネスの新しい像”の実装

メニュー①  
「DXの科学®」セミナー  
[座学型研修]

メニュー②  
DXレシピデザイン  
[デザインスプリント#2]

メニュー③  
DXワークアウト  
[デザインスプリント#2型研修]

メニュー⑤  
デジタルビジネスジェネレーション  
[デザインスプリント#2]

“デジタル時代のビジネス”について、以下の3つの観点から学びます。

- WHY: “デジタル時代のビジネス”がなぜこのような像=ビジネスモデルになるのか、その理由。
- HOW: どう“デジタル時代のビジネスの新しい像”を設計し、実装するのか、その科学的方法論。
- WHAT: 最終的にどのようなビジネスモデルを描けばいいのか、その具体例。

貴社の“いまのビジネスの像”と貴社が目指す“デジタル時代のビジネスの新しい像”との間のケイパビリティ(能力)に関するギャップを参加者全員で明らかにします。そして、そのギャップを埋めるために貴社が何をすべきか、その課題、ならびに、課題達成法を議論します。

アウトプットは、ギャップ、課題、課題達成法をまとめた「DXレシピキャンパス」。

貴社社員が“デジタル時代のシン・顧客価値創造プロセス”の全過程(事業前提仮説構築・検証～顧客価値検証)を体験します。仮説構築・検証に力を発揮する“7つのリテラシー”、および、101個の厳選したツールからなる「DXの科学®」ツールセットを駆使します。最終的に、デジタル技術とデータを事業前提に高速・高頻度・高成功率で顧客価値を創造できるようになることを目指します。

貴社が目指す“デジタル時代のビジネスの新しい像”を貴社自身が設計します。そのための科学的方法論である「DXの科学®」のビジネスモデル設計プロセス、および、101個の厳選したツールからなる「DXの科学®」ツールセットを提供します。

アウトプットは、“デジタル時代のビジネスの新しい像”の設計図に相当する「デジタルビジネスキャンパス」。

メニュー④  
集合研修型DX人材育成プログラム:「DXの科学®」アカデミー  
[座学型研修+デザインスプリント#2型研修]

メニュー⑥  
DXメンタリング  
[対話型コンサルティング]

貴社社員を「デジタル破壊者のように考え、そして、行動する」ヒトに育成します。ロールモデルはジェフベゾス。メニュー①「DXの科学®」セミナーとメニュー③DXワークアウトを、複数社合同参加の集合研修スタイルで提供します。

貴社が目指す“デジタル時代のビジネスの新しい像”を貴社自身が設計・実装するのを、当社がメンターとなって伴走支援します。

# まずは、私たち株式会社DXパートナーズにご相談ください。

私たち株式会社DXパートナーズは、2020年4月創業の“デジタル時代のビジネス”設計者集団、DX人材育成専門家集団、DX支援コンサルティングファームです。“DXの民主化”を理念に、日本企業に適した、かつ、大企業だけでなく中堅・中小企業でも実践可能なDXの科学的実践方法論「DXの科学®」を開発して提供しています。



## 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  
取締役専務執行役員CIO



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域の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。

× 変革

**TRANSFORM**

× ビジネス

**YOUR BUSINESS**

× デジタル

**TO DIGITAL**