

**「生成AIに仕事を奪われる」
と嘆くのではなく
「生成AI前提で今はない新しい仕事を創る」
ことを考えよう！**

村上和彰

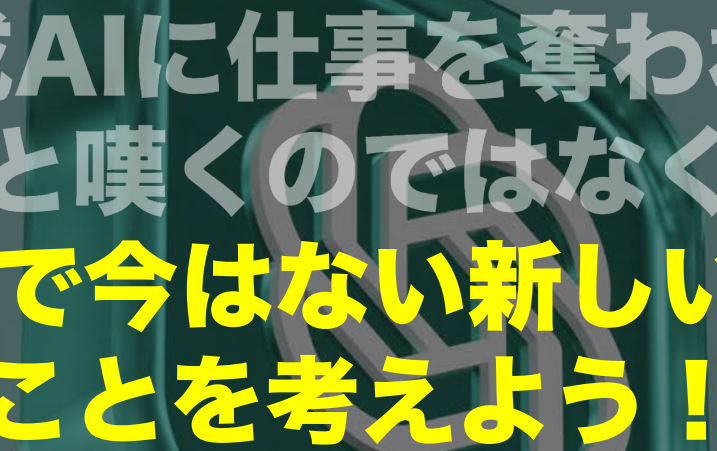
ビッグデータ&オープンデータイニシアティブ九州 (BODIK) ファウンダー
福岡DXコミュニティ 会長
株式会社DXパートナーズ シニアパートナー & 代表取締役
株式会社豆蔵デジタルホールディングス 社外取締役
国立大学法人九州大学 名誉教授
事業構想大学院大学 客員教授

A young boy with dark hair is sitting at a desk, looking at a laptop. He is wearing a white t-shirt with 'HARVARD' and a crest printed on it. He has a questioning expression on his face and is pointing his right index finger upwards. The laptop is a silver Dell with a blue 'INSANE' sticker. In the background, there is a modern living room with a grey sofa and a glass coffee table.

皆さんに質問です。

「生成AIに仕事を奪われる」
と嘆くのではなく
「生成AI前提で今はない新しい仕事を創る」
ことを考えよう！

皆さんは、
こっち派？



**「生成AIに仕事を奪われる」
と嘆くのではなく
「生成AI前提で今はない新しい仕事を創る」
ことを考えよう！**

それとも、
こっち派？

本講演のアジェンダ

1. 「生成AIが仕事で使えない理由を考える」ことを止める!
2. 「生成AIを今の仕事に使ったらどれだけ楽になるか、どれだけパフォーマンスが向上するか」を夢想する!!
3. 「世の中が生成AI当たり前になったらどんな社会、どんな生活が待っているか」を構想する!!!
4. 「どんなビジネス、どんな今はない新しい仕事生まれるか」を構想する!!!!

本講演のアジェンダ

1. 「生成AIが仕事で使えない理由を考える」ことを止める!

2. 「生成AIを今の仕事に使ったらどれだけ楽になるか、どれだけパフォーマンスが向上するか」を夢想する!!

3. 「世の中が生成AI当たり前になったらどんな社会、どんな生活が待っているか」を構想する!!!

4. 「どんなビジネス、どんな今はない新しい仕事生まれるか」を構想する!!!!

1

「生成AIが仕事で使えない理由を考える」ことを止める!



データセキュリティと
プライバシーの懸念

投資対効果に対する
懐疑

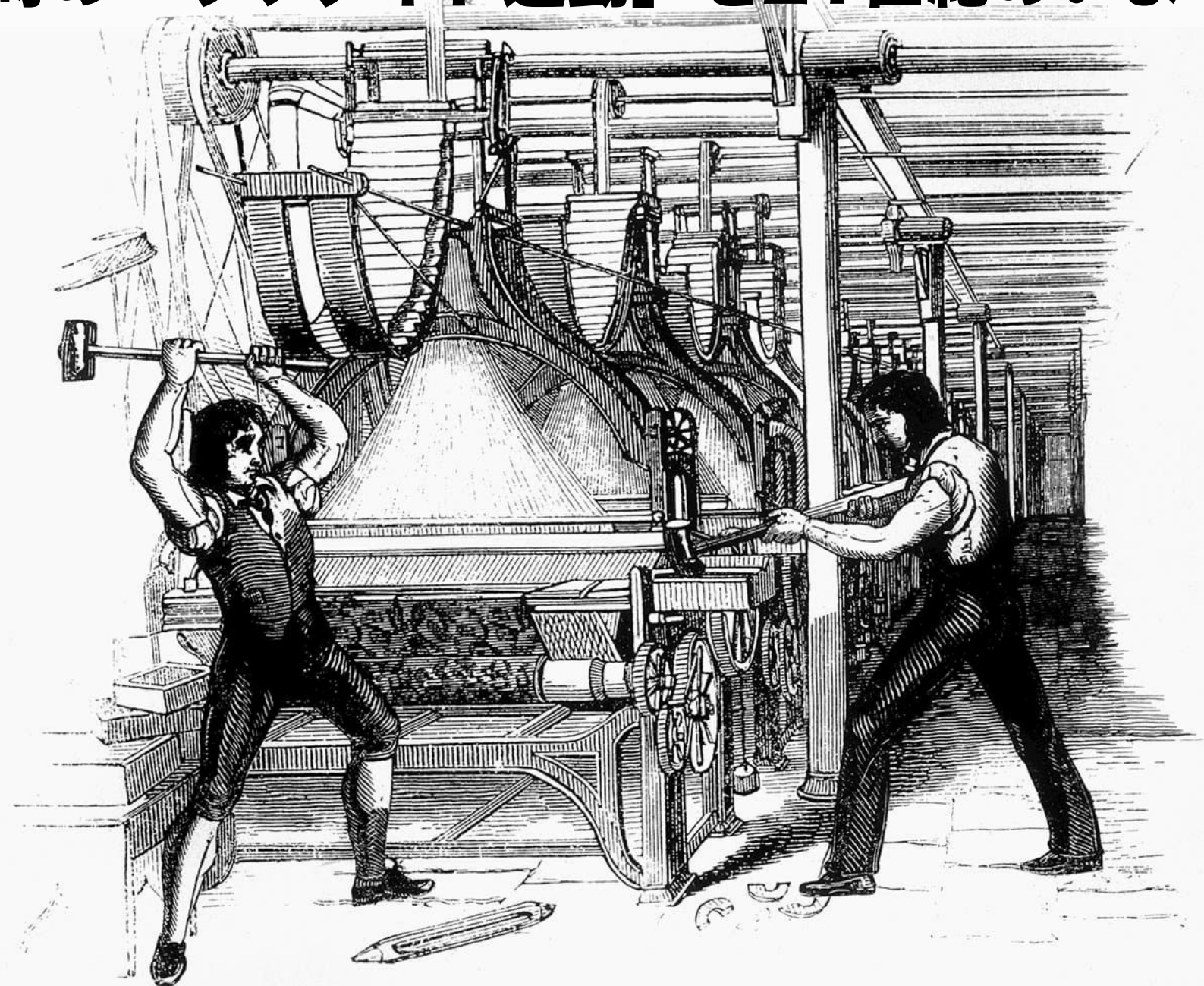
法的・倫理的な
不確実性

従来の業務プロセスの
維持と変革への抵抗

技術的知識とスキルの
不足

生成AIの適用分野の
特定に難航

産業革命時の「ラッドライト運動」を21世紀のいまやりますか？



本講演のアジェンダ

1. 「生成AIが仕事で使えない理由を考える」ことを止める!
2. 「生成AIを今の仕事に使ったらどれだけ楽になるか、どれだけパフォーマンスが向上するか」を夢想する!!
3. 「世の中が生成AI当たり前になったらどんな社会、どんな生活が待っているか」を構想する!!!
4. 「どんなビジネス、どんな今はない新しい仕事生まれるか」を構想する!!!!



**「生成AIを今の仕事に使ったらどれだけ楽になるか、
どれだけパフォーマンスが向上するか」を夢想する!!**

コスパから



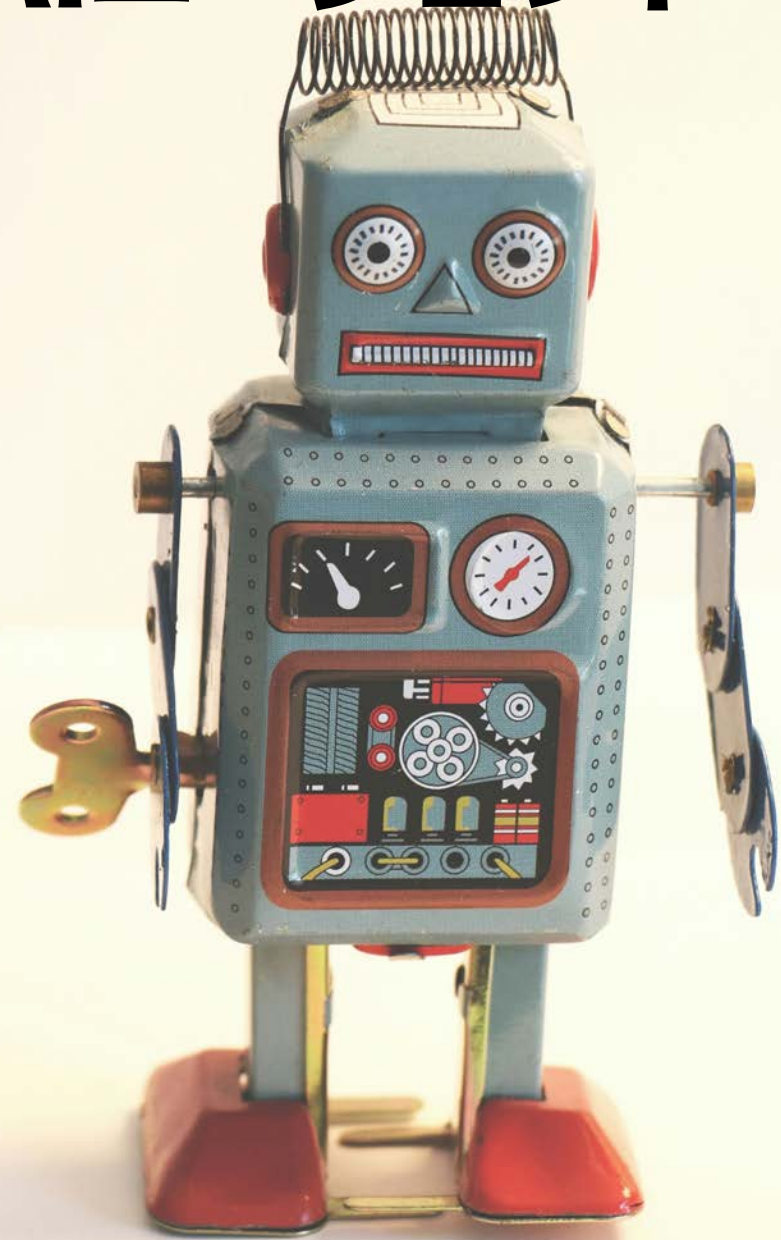
タイパへ



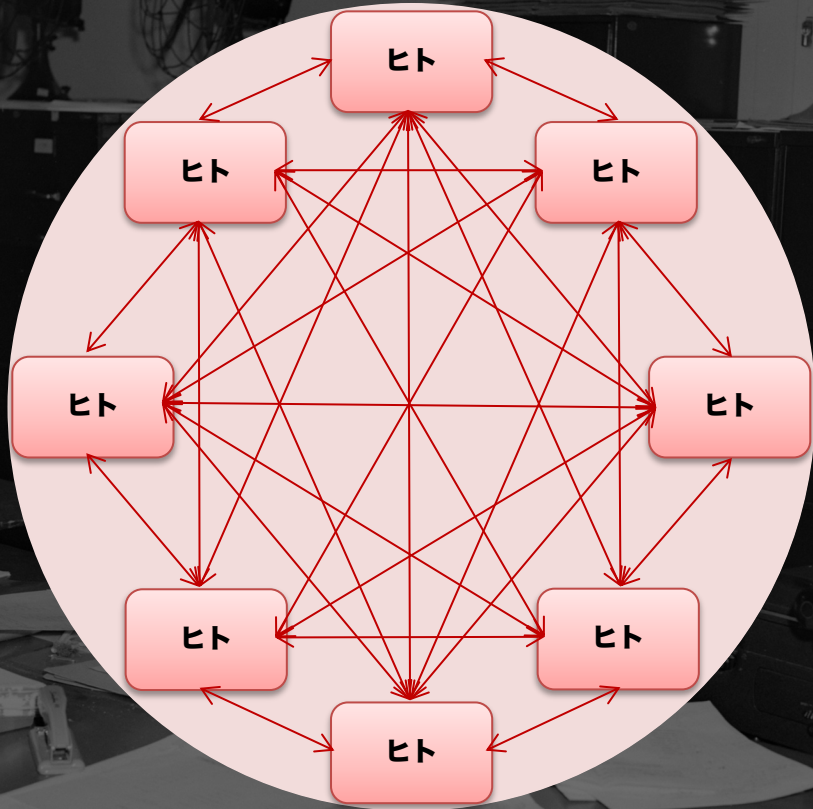
秘書から



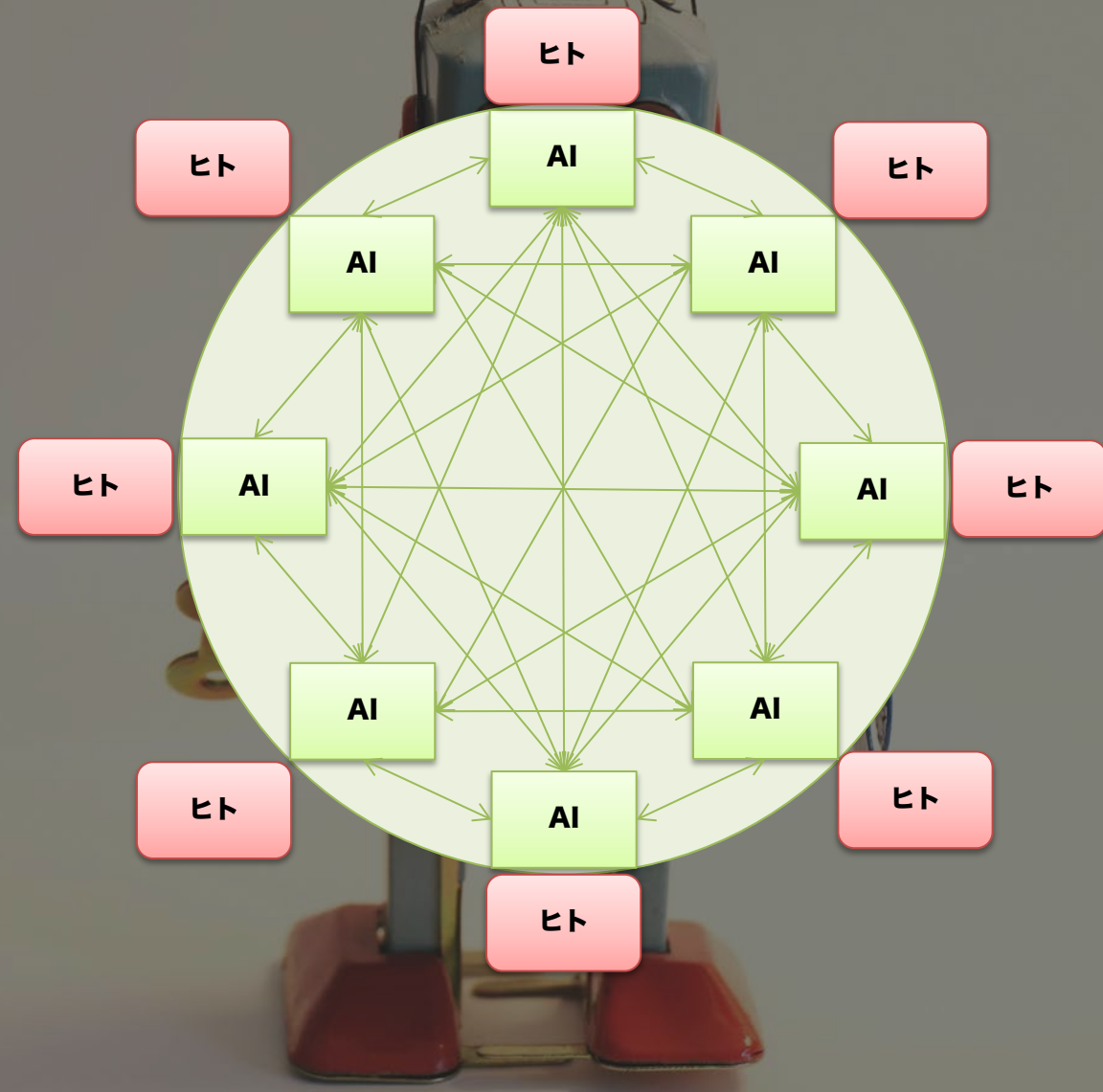
AIエージェントへ



ヒトのネットワークから



AIのネットワークへ



本講演のアジェンダ

1. 「生成AIが仕事で使えない理由を考える」ことを止める!
2. 「生成AIを今の仕事に使ったらどれだけ楽になるか、どれだけパフォーマンスが向上するか」を夢想する!!
3. 「世の中が生成AI当たり前になったらどんな社会、どんな生活が待っているか」を構想する!!!
4. 「どんなビジネス、どんな今はない新しい仕事生まれるか」を構想する!!!!



3

「世の中が生成AI当たり前になったらどんな社会、どんな生活が待っているか」を構想する!!!



4

「どんなビジネス、どんな今はない新しい仕事が生まれるか」を構想する!!!!

生成AI時代のビジネス 4つのオープンクエスチョン

Q1: 顧客の行動、どう変わる?

Q2: ビジネスの場、どう変わる?

Q3: ネットワーク効果、どう変わる?

Q4: 顧客価値、どう変わる?



生成AI時代のビジネス 4つのオープンクエスチョン

Q1: 顧客の行動、どう変わる?

Q2: ビジネスの場、どう変わる?

Q3: ネットワーク効果、どう変わる?

Q4: 顧客価値、どう変わる?



アナログ時代のビジネス

デジタル時代のビジネス

モノから

顧客の
価値観の変化

コトへ

モノから

顧客の
価値観の変化

コトへ

消費から

顧客の
生産力の
変化

生産へ？

アナログ不変

デジタルに置換

デジタルを活用

デジタルを前提

生成AIを前提



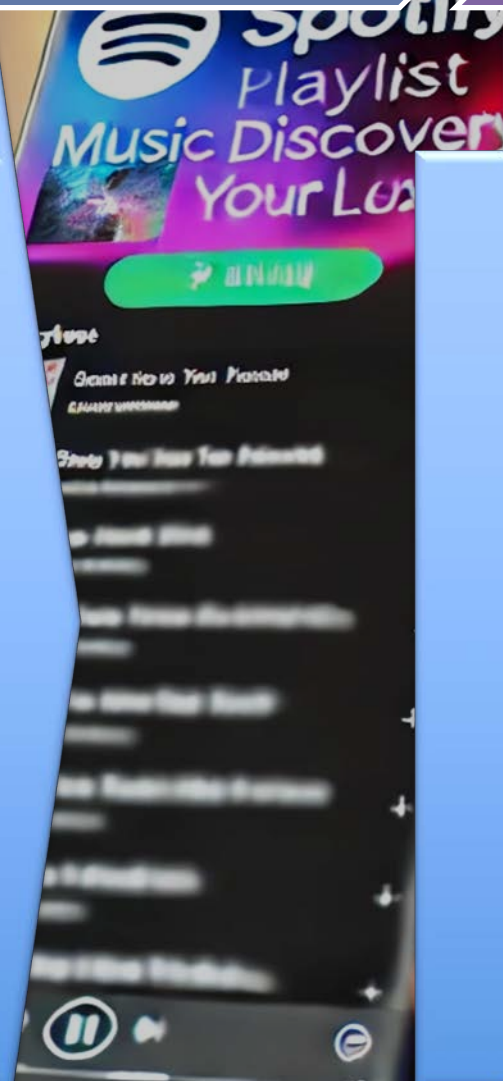
貸しレコード屋



CDレンタル
ショップ



iTunes Music
Store



Spotify



?

生成AI時代のビジネス 4つのオープンクエスチョン

Q1: 顧客の行動、どう変わる?

Q2: ビジネスの場、どう変わる?

Q3: ネットワーク効果、どう変わる?

Q4: 顧客価値、どう変わる?

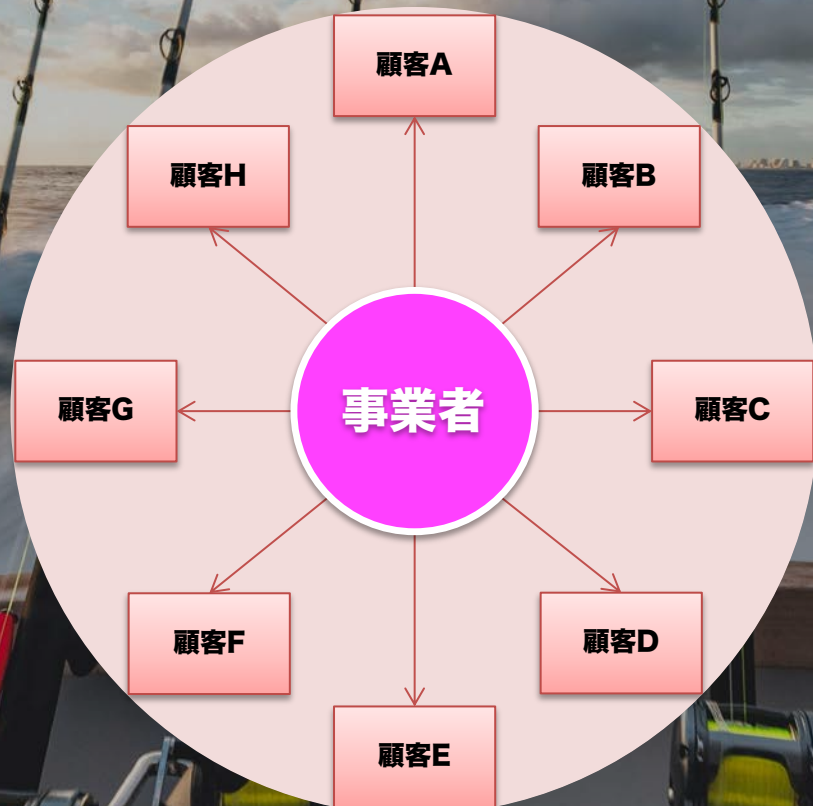


アナログ時代のビジネス

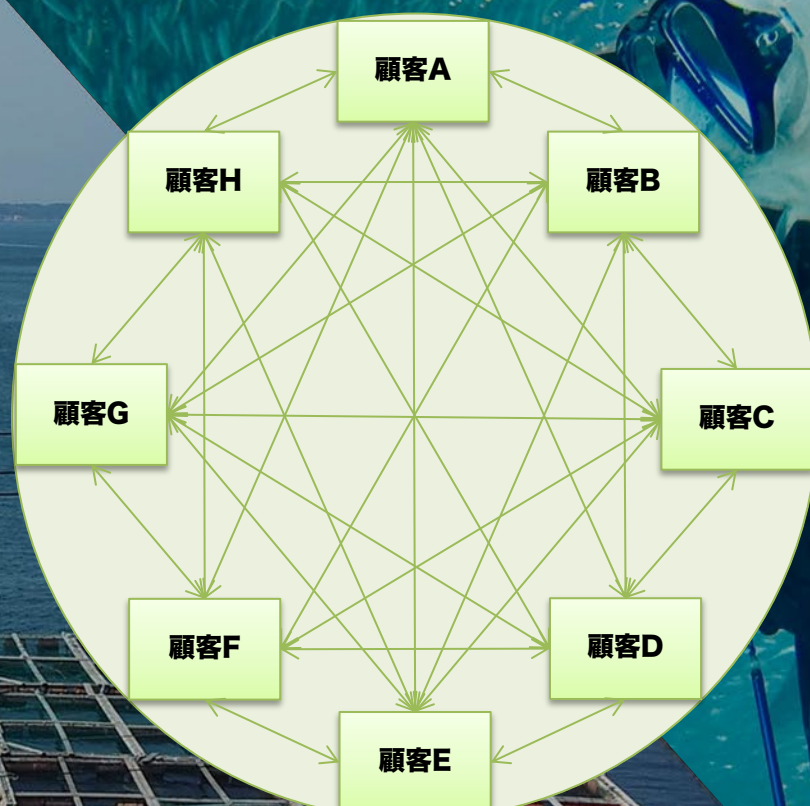
デジタル時代のビジネス

マーケットから顧客価値交換・エコシステム/
共創の場の変化コミュニティへ

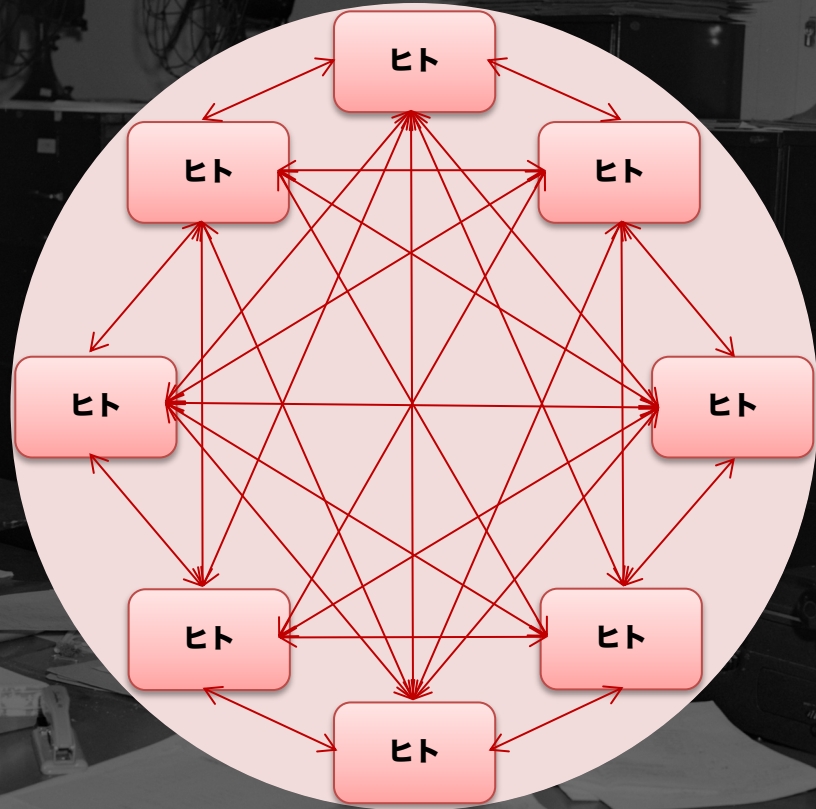
ネットワークなしから



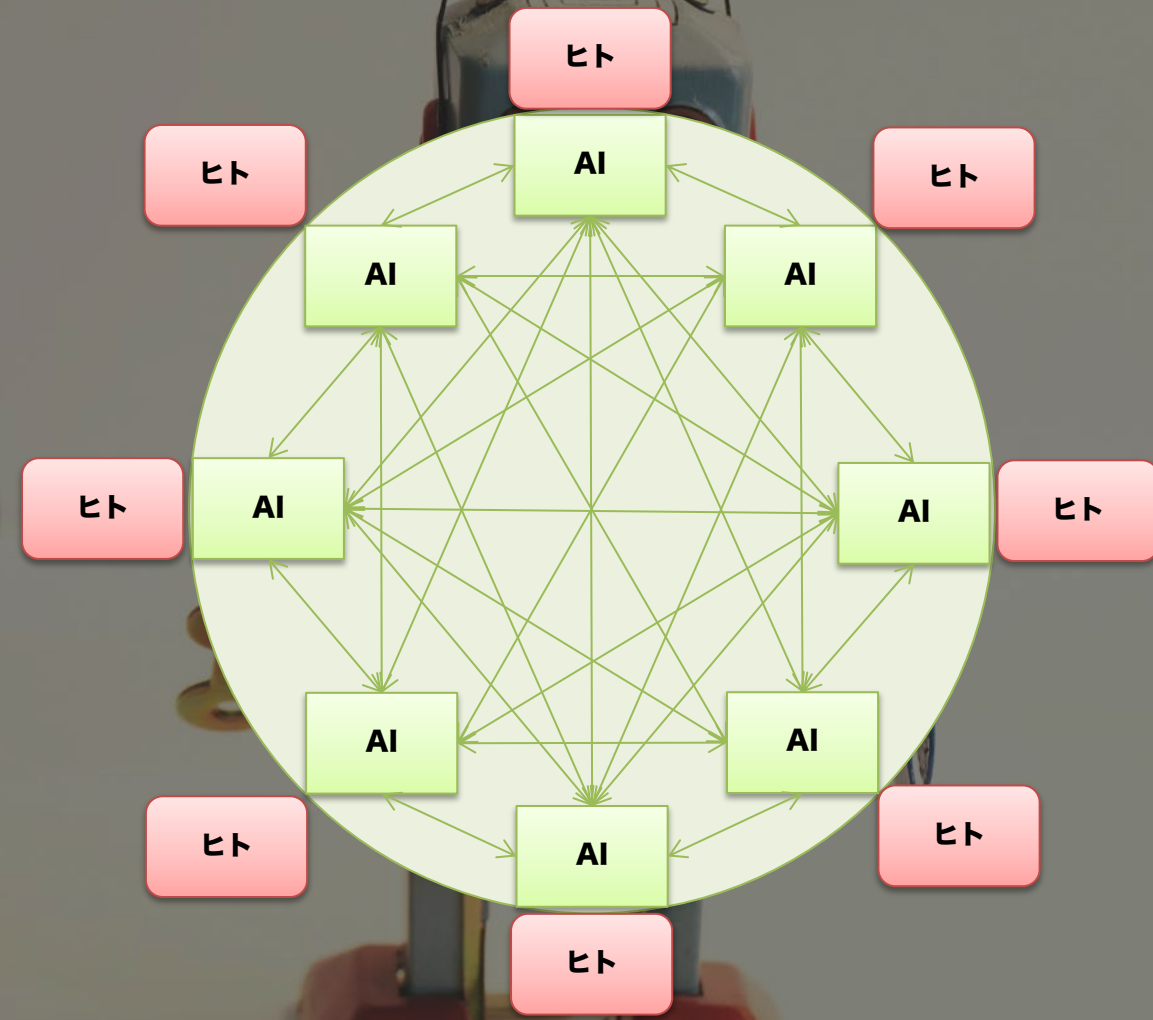
ネットワークありへ



ヒトのネットワークから



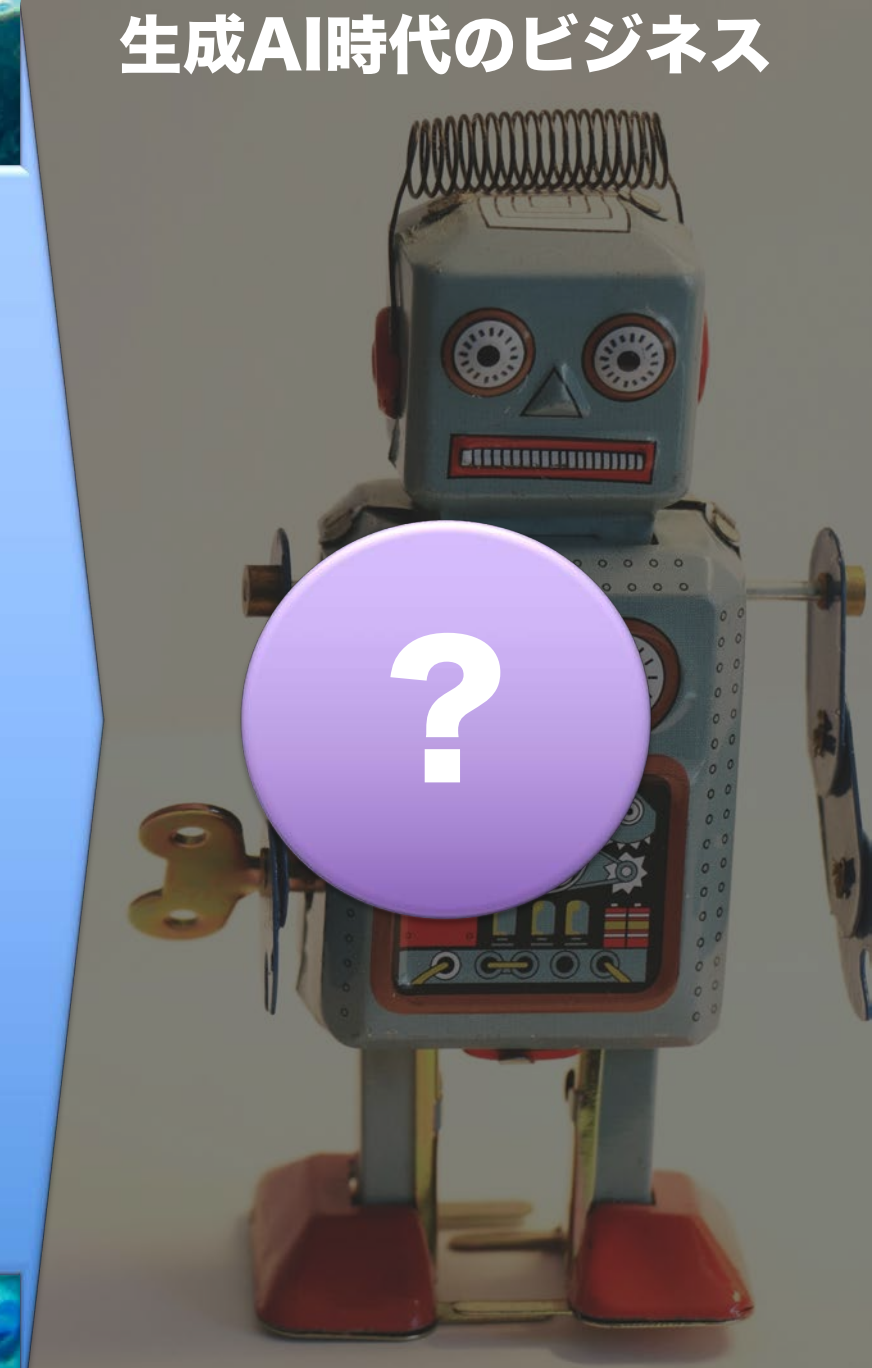
AIのネットワークへ



アナログ時代のビジネス

デジタル時代のビジネス

生成AI時代のビジネス



マーケットから顧客価値交換・エコシステム/
共創の場の変化コミュニティへ

生成AI時代のビジネス 4つのオープンクエスチョン

Q1: 顧客の行動、どう変わる?

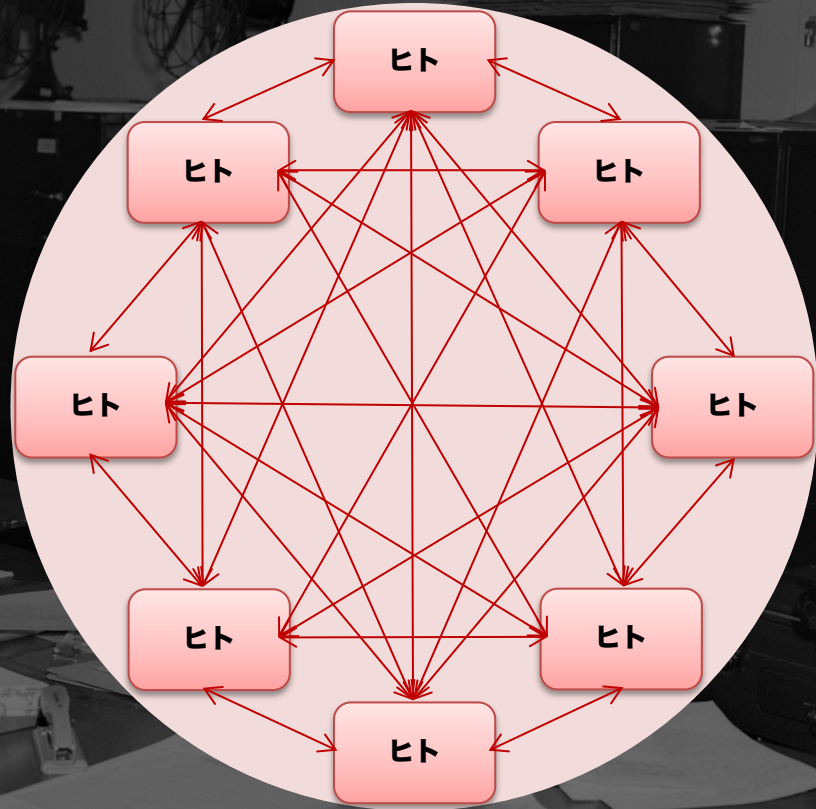
Q2: ビジネスの場、どう変わる?

Q3: ネットワーク効果、どう変わる?

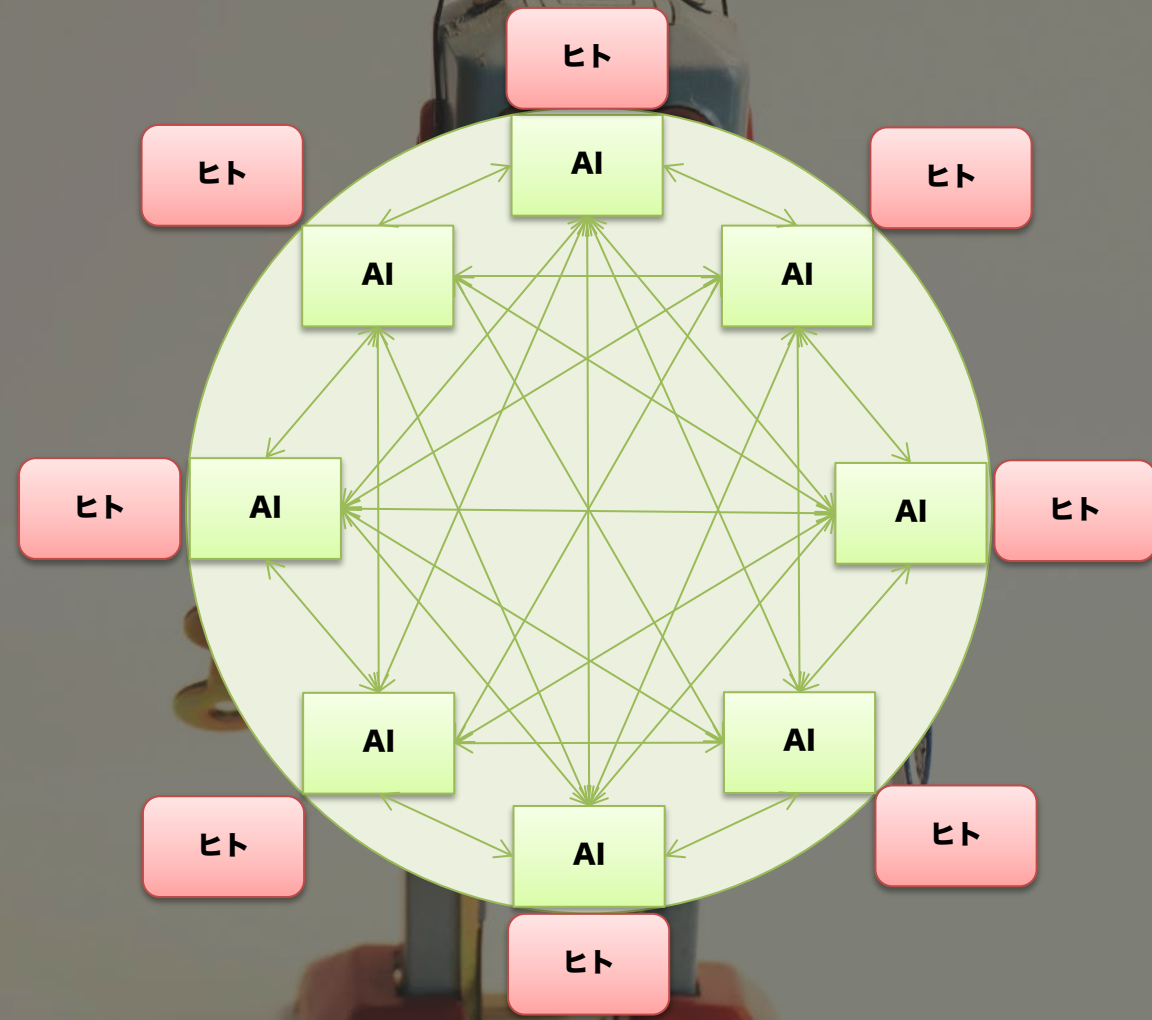
Q4: 顧客価値、どう変わる?



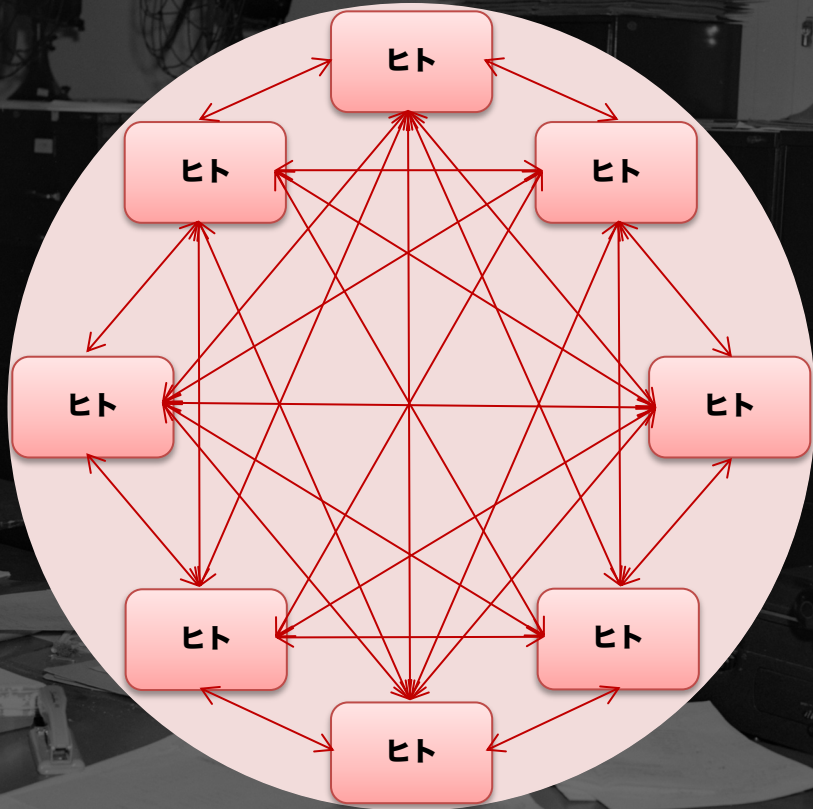
ヒトのネットワークから



AIのネットワークへ



ヒトのネットワークから

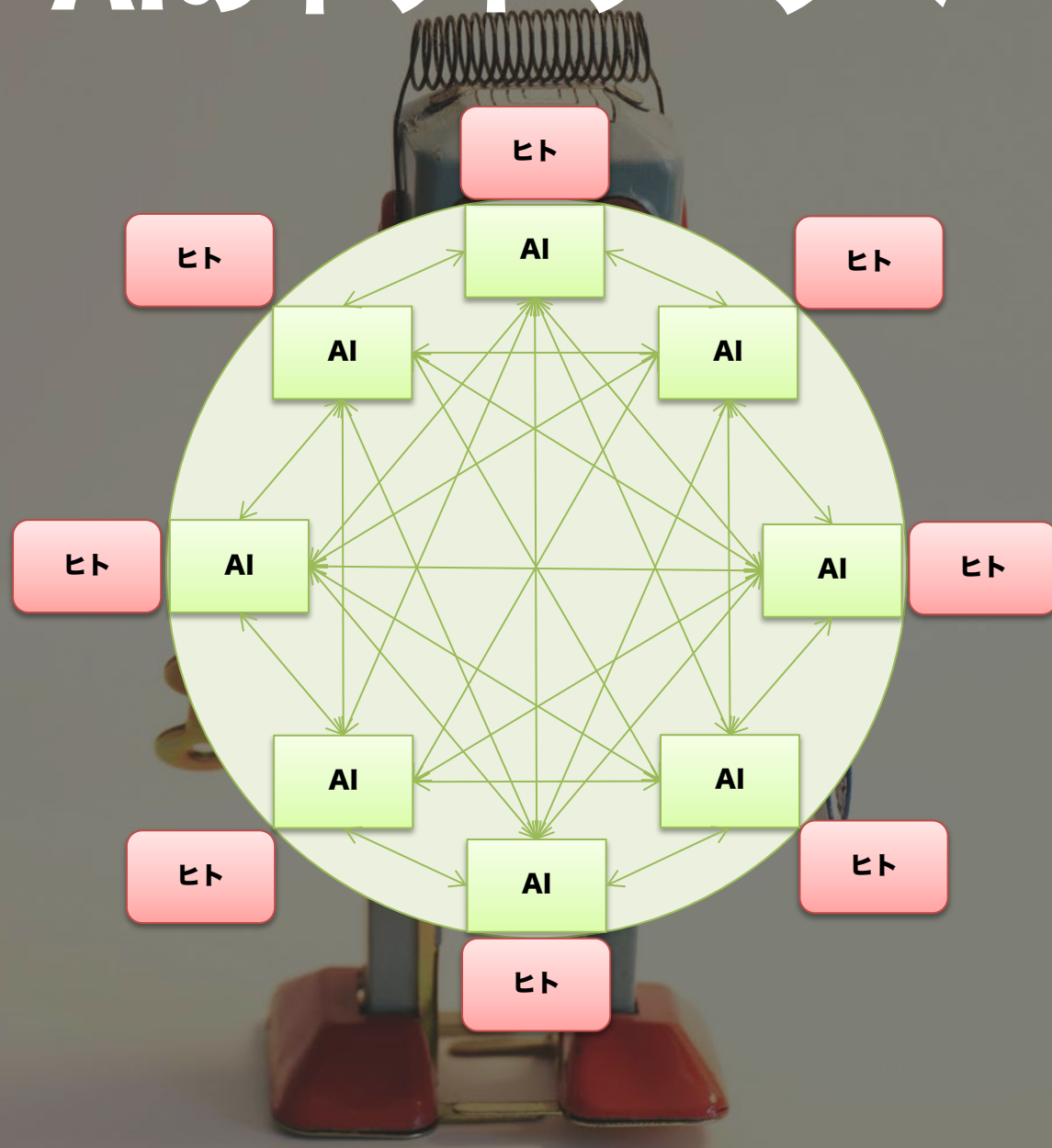


ヒトのネットワーク効果
ネットワークが大きく密になるほど、顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる

AIのネットワーク効果

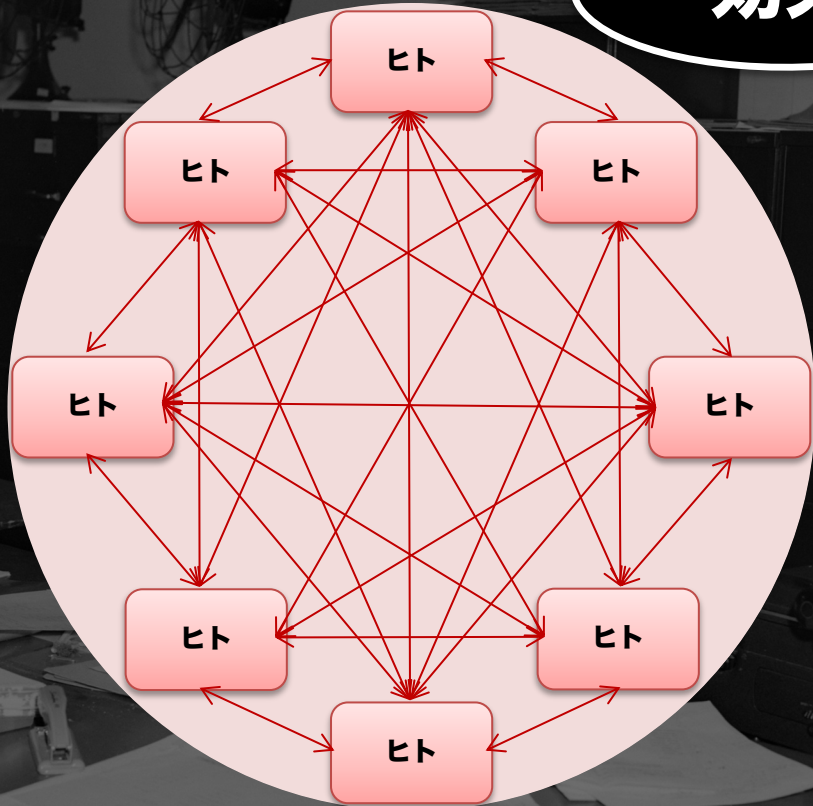


AIのネットワークへ



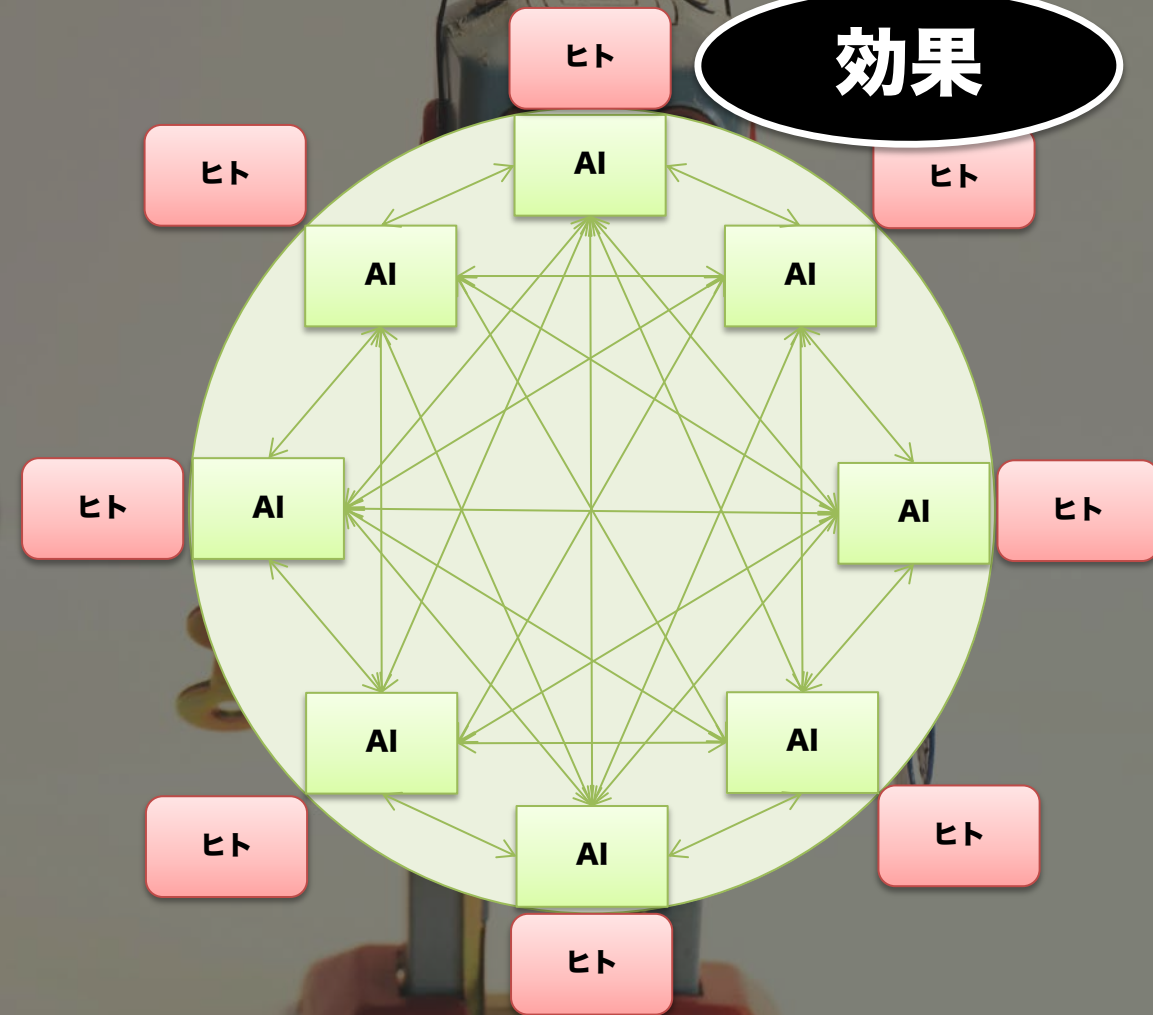
ヒトのネットワークから

効果



AIのネットワークへ

効果



生成AI時代のビジネス 4つのオープンクエスチョン

Q1: 顧客の行動、どう変わる?

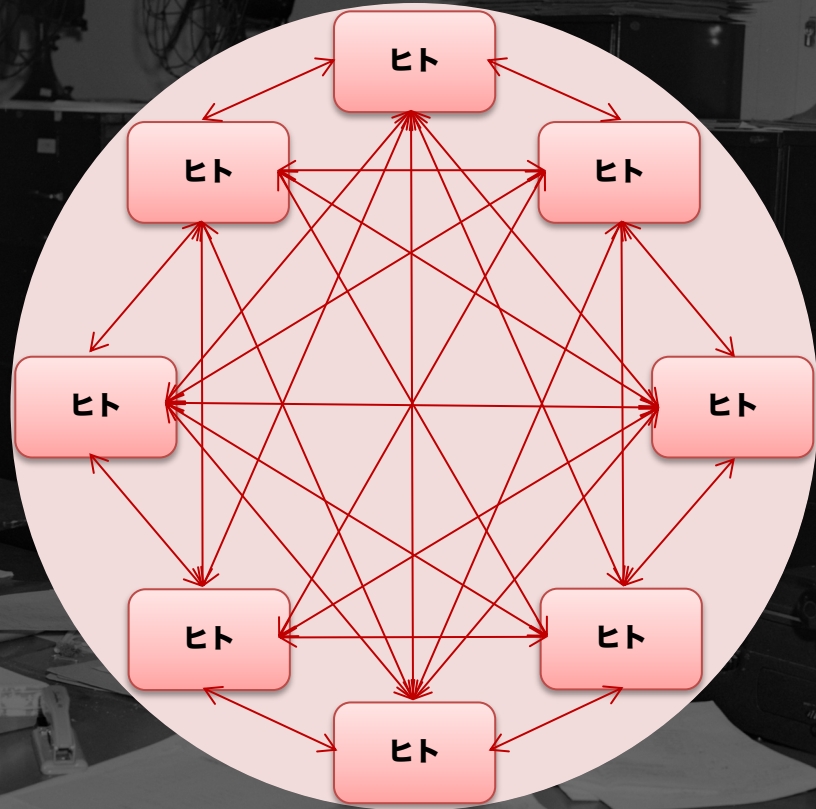
Q2: ビジネスの場、どう変わる?

Q3: ネットワーク効果、どう変わる?

Q4: 顧客価値、どう変わる?



ヒトのネットワークから



ヒトのネットワーク効果
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

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?

その商品に関して顧客は何を認識しているか?

その商品を使用したときにどれだけ嬉しいか?

その商品を使用したときに何を感ずるか?

価値の提供者に対して享受者は何を感じているか?

交換価値

知覚価値

体験価値

共感価値

取得コスト

取引コスト

中核価値

付随価値

シンパシー

コンパッション

値段

労力や時間

それがないと買わない

それがあるものを買いたい

そうだとちょっと嬉しい

同調性

協働性

そもそも顧客価値とは?

デジタル時代の顧客価値体系

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?

その商品に関して顧客は何を認識しているか?

その商品を使用したときにどれだけ嬉しいか?

顧客価値

交換価値

知覚価値

使用価値

体験価値

共感価値

取得コスト

取引コスト

中核価値

実体価値

付随価値

シンパシー

コンパッション

値段

労力や時間

それがないと買わない

それがあつたものを買いたい

そうだとちょっと嬉しい

同調性

協働性

デジタル時代の顧客価値体系

その商品を使用したときに何を感ずるか?

価値の提供者に対して享受者は何を感ずているか?

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?

中核価値

それがないと買わない

AI時代の顧客価値、どう変わる?

その商品を使用したときに何を感ずるか?

体験価値

付随価値

そうだとちょっと嬉しい

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

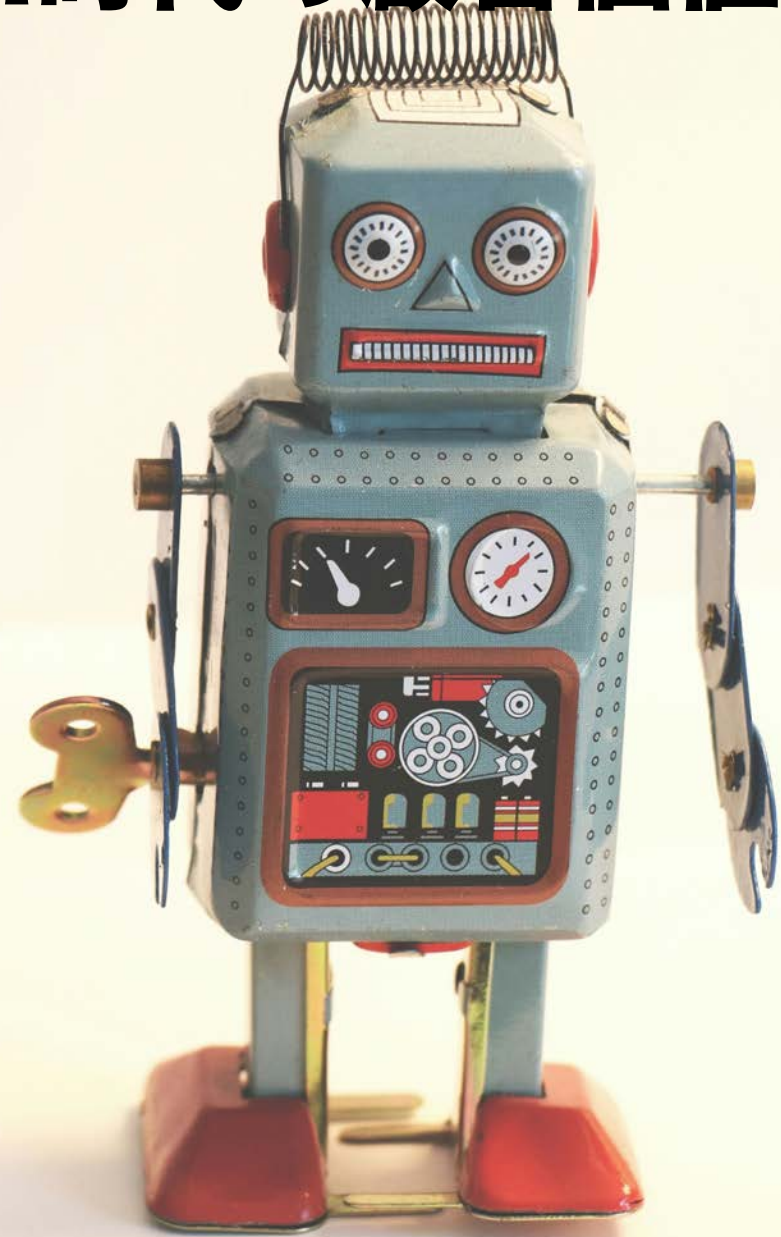
協働性

デジタル時代の顧客価値体系

これまでの顧客価値から



AI時代の顧客価値へ



生成AI時代のビジネス 4つのオープンクエスチョン

Q1: 顧客の行動、どう変わる?

Q2: ビジネスの場、どう変わる?

Q3: ネットワーク効果、どう変わる?

Q4: 顧客価値、どう変わる?



本講演のアジェンダ

1. 「生成AIが仕事で使えない理由を考える」ことを止める!
2. 「生成AIを今の仕事に使ったらどれだけ楽になるか、どれだけパフォーマンスが向上するか」を夢想する!!
3. 「世の中が生成AI当たり前になったらどんな社会、どんな生活が待っているか」を構想する!!!
4. 「どんなビジネス、どんな今はない新しい仕事生まれるか」を構想する!!!!

本講演のアジェンダ+

生成AI時代の事業経営戦略3つ

1. 戦略1 「生成AIに置換」

2. 戦略2 「生成AIを活用」

3. 戦略3 「生成AIを前提」

本講演のアジェンダ+

生成AI時代の事業経営戦略3つ

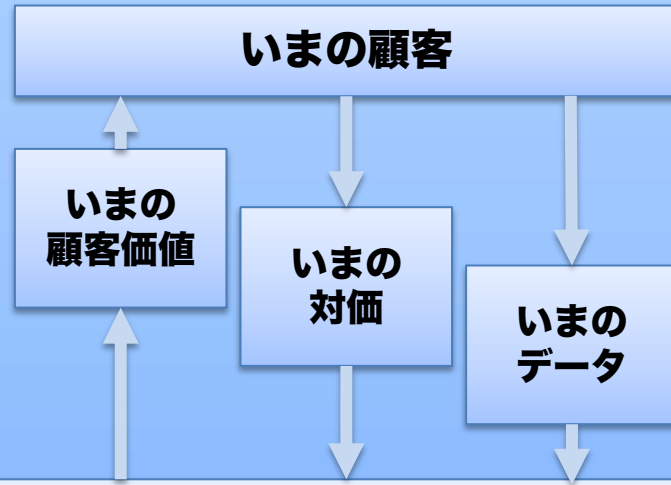
1. 戦略1 「生成AIに置換」

2. 戦略2 「生成AIを活用」

3. 戦略3 「生成AIを前提」

生成AI時代の事業経営戦略3つ

いまの事業とその経営



いまのビジネスプロセス

いまのヒト

いまの組織

いまのリソース

いまのビジネスケイパビリティ

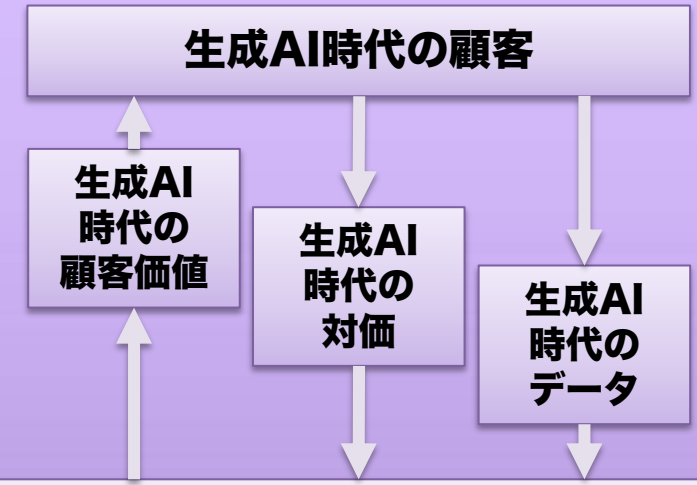
戦略3: 生成AIを前提

生成AI

戦略2: 生成AIを活用

戦略1: 生成AIに置換

生成AI時代の事業とその経営



生成AIを活用したビジネスプロセスの設計

生成AI活用人材育成

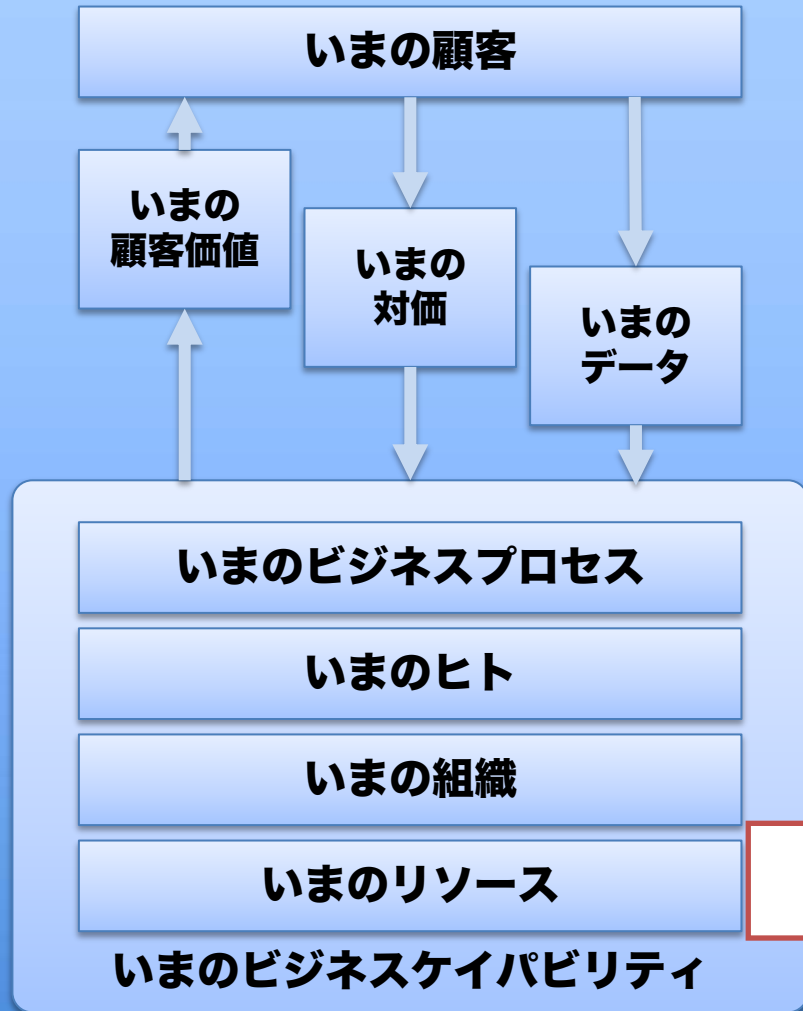
生成AIを前提とした組織改革

生成AIへのリソースの置換

生成AI時代のビジネスケイパビリティ

皆さんには避けて頂きたい “失敗する戦略” その1

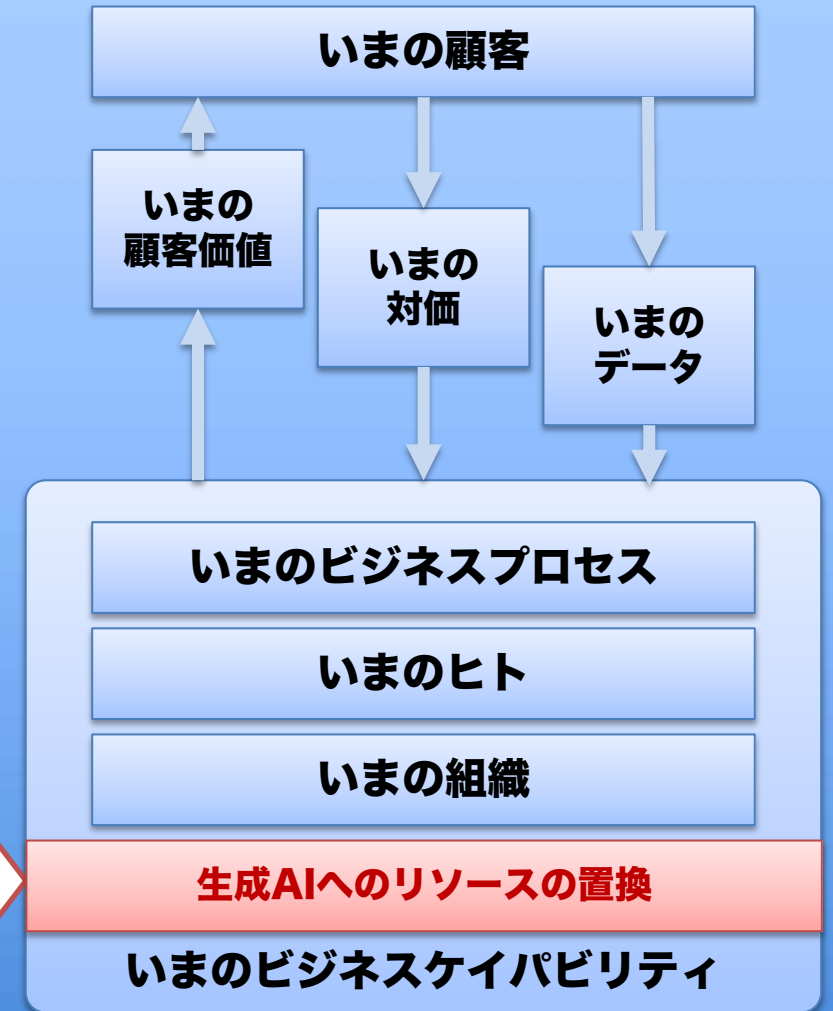
いまの事業とその経営



生成AI

戦略1: 生成AIに置換

いまの事業とその経営

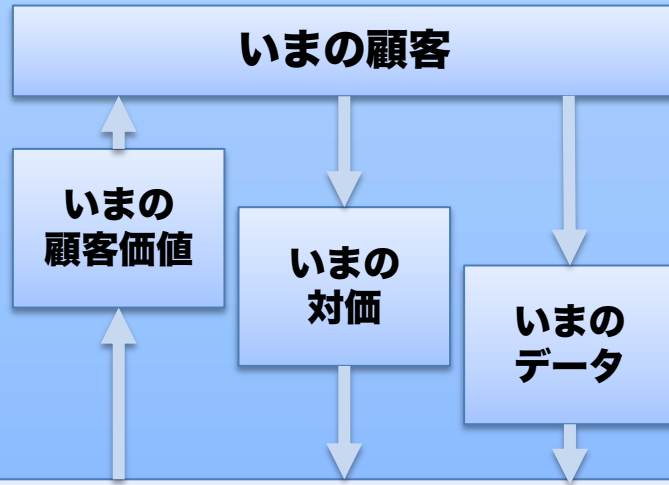


皆さんには避けて頂きたい “失敗する戦略” その2



皆さんにお勧めする “成功する戦略”

いまの事業とその経営



いまのビジネスプロセス

いまのヒト

いまの組織

いまのリソース

いまのビジネスケイパビリティ

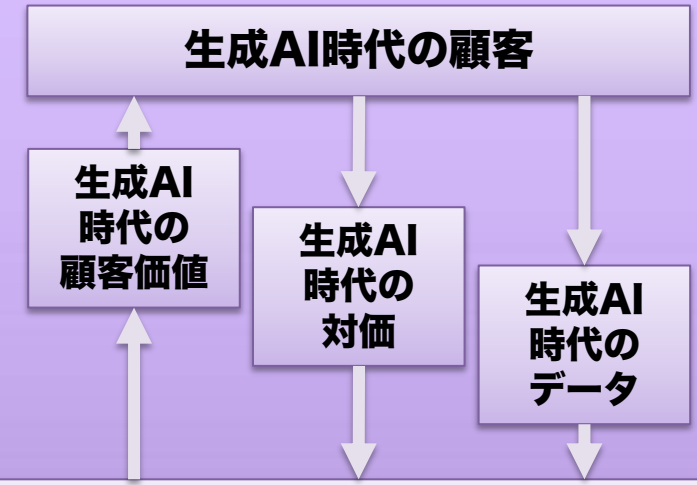
戦略3: 生成AIを前提

生成AI

戦略2: 生成AIを活用

戦略1: 生成AIに置換

生成AI時代の事業とその経営



生成AIを活用したビジネスプロセスの設計

生成AI活用人材育成

生成AIを前提とした組織改革

生成AIへのリソースの置換

生成AI時代のビジネスケイパビリティ

皆さんには避けて頂きたい“失敗する戦略” 2つ

戦略1および2は**必要**条件だけど、**十分**条件ではない。

いまの事業とその経営

いまの顧客

顧客価値

いまの対価

データ

いまのビジネスプロセス

いまのヒト

いまの組織

いまのリソース

いまのビジネスケイパビリティ

生成AI

戦略2: 生成AIを活用

戦略1: 生成AIに置換

いまの事業とその経営

いまの顧客

顧客価値

いまの対価

いまのデータ

生成AIを活用したビジネスプロセスの設計

いまのヒト

いまの組織

生成AIへのリソースの置換

いまのビジネスケイパビリティ

生成AI時代の事業経営戦略3つ

戦略3
生成AIを前提

戦略2
生成AIを活用

戦略1
生成AIに置換

生成AI時代の事業経営戦略3つ

戦略3
生成AIを前提

戦略3から始めて、
戦略2、戦略1へと落とし込む!

戦略2
生成AIを活用

戦略1
生成AIに置換

デジタル時代の事業経営戦略3つ

戦略3
デジタルを前提

戦略2
デジタルを活用

戦略1
デジタルに置換

デジタル・生成AI時代の事業経営戦略3つ

戦略3
デジタル・生成AI
を前提

戦略2
デジタル・生成AI
を活用

戦略1
デジタル・生成AI
に置換

本講演のアジェンダ+

生成AI時代の事業経営戦略3つ

1. 戦略1 「生成AIに置換」

2. 戦略2 「生成AIを活用」

3. 戦略3 「生成AIを前提」



戦略1: デジタル・生成AIに置換



戦略1: デジタル・生成AIに置換

生成AIとビジネスとの関係について調査しています。これには、以下の3つのアプローチがあると考えています。

- 経営資源を生成AIに「置換」する
 - ビジネスプロセスに生成AIを「活用」する
 - 事業が成立する事業前提として生成AIの存在を「前提」とする
- それぞれのアプローチについて、事例を教えてください。

ChatGPTとPerplexityに聞いてみました!

デジタル技術
の登場

デジタルに置換

顧客価値

対価

ビジネスプロセス

ヒト

組織

リソース

ビジネスケイパビリティ

生成AIに置換

生成AIに置換

生成AI技術
の登場

戦略1: デジタル・生成AIに置換

ChatGPTの回答

- **自動コンテンツ生成:** メディア企業では、ニュース記事やスポーツの速報などの執筆を生成AIに任せることで、ライターの手間を減らし、より多くのコンテンツを迅速に提供しています。例えば、Associated Press (AP) などの報道機関では、スポーツや金融のデータベースを元に自動で記事を生成する仕組みを導入しています。
- **顧客対応の自動化:** 一部の企業では、カスタマーサポート業務をAIチャットボットに完全に置き換え、FAQや一般的な問い合わせの対応を自動化しています。Zendesk やSalesforceなどの企業では、AIベースのカスタマーサポートツールを提供し、多くの問い合わせに対し24時間対応が可能となっています。

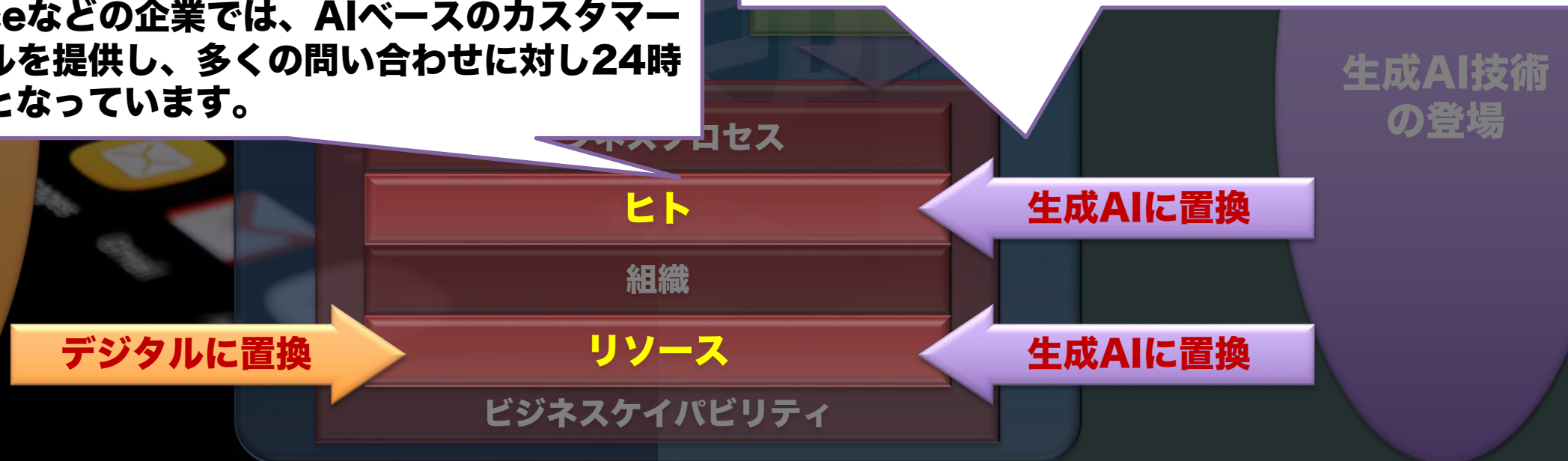
Perplexityの回答

三菱UFJ銀行: 生成AI「ChatGPT」の導入により、月22万時間分の労働時間削減を見込んでいます。

具体的には、

- 社内文書のドラフト作成や稟議書の作成が効率化
- 顧客との対話やサービス提供の質の向上に時間を割くことが可能に

この事例では、従来人間が行っていた文書作成業務の一部を生成AIに置き換えることで、大幅な業務効率化を実現しています。



戦略1: デジタル・生成AIに置換

ChatGPTの回答

- 自動コンテンツ生成: メディア企業では、ニュース記事やスポーツの速報などの執筆を生成AIに任せることで、ライターの手間を減らし、より多くのコンテンツを迅速に提供しています。例えば、Associated Press (AP) などの報道機関では、スポーツや金融のデータに基づいて自動的に記事を生成する仕組みを導入しています。
- 顧客対応の自動化: 一部の企業では、カスタマーサポート業務をAIチャットボットに完全に置き換え、FAQや一般的な問い合わせの対応を自動化しています。Salesforceなどの企業では、AI-poweredカスタマーサポートツールを提供し、多くの問い合わせに対し24時間対応が可能となっています。

Perplexityの回答

銀行三菱UFJ銀行: 生成AI「ChatGPT」の導入により、月22万時間分の労働時間削減を見込んでいます。具体的には、社内文書のドラフト作成や稟議書の作成が効率化され、顧客との対話やサービス提供の質の向上に時間を割くことが可能に
この事例では、従来人間が行っていた文書作成業務の一部を生成AIに置き換えることで、大幅な業務効率化が実現されています。

戦略目標

業務の効率化
コスト削減

デジタルに置換

ヒト

組織

リソース

ビジネスケイパビリティ

生成AIに置換

生成AIに置換

生成AI技術
の登場

本講演のアジェンダ+

生成AI時代の事業経営戦略3つ

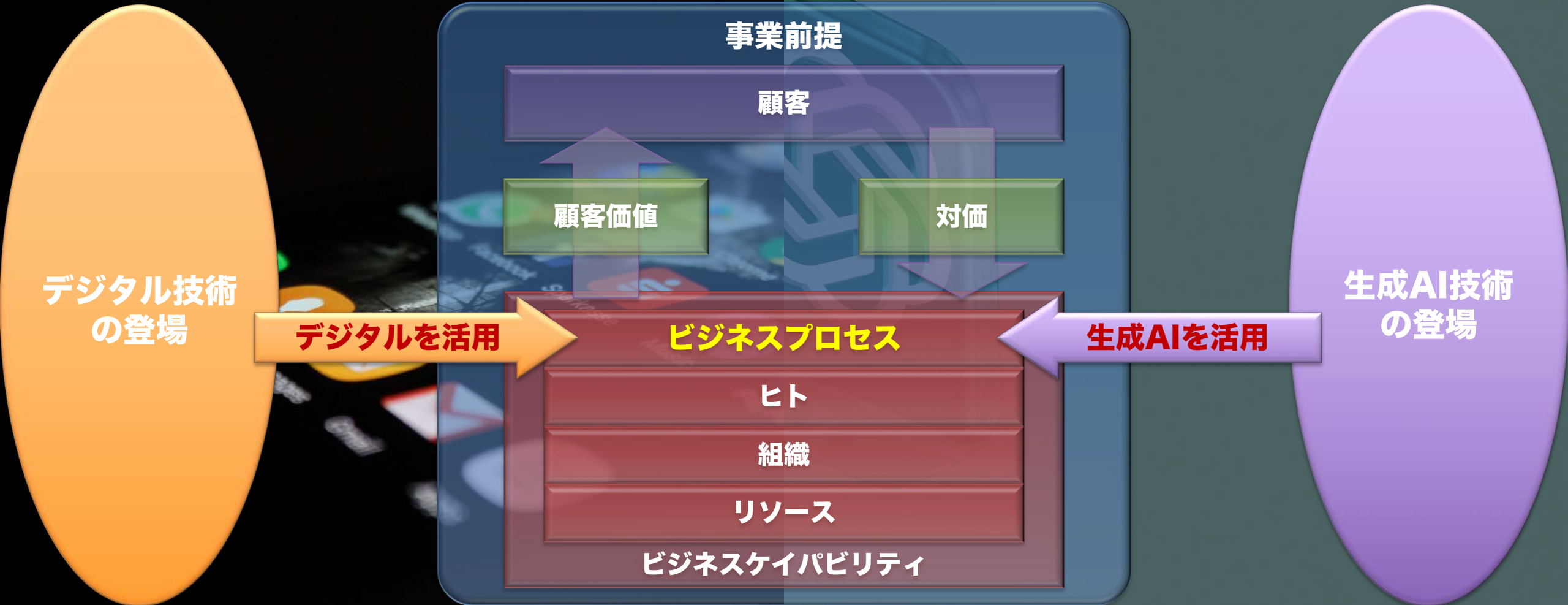
1. 戦略1 「生成AIに置換」

2. 戦略2 「生成AIを活用」

3. 戦略3 「生成AIを前提」



戦略2: デジタル・生成AIを活用



戦略2: デジタル・生成AIを活用

生成AIとビジネスとの関係について調査しています。これには、以下の3つのアプローチがあると考えています。

- 経営資源を生成AIに「置換」する
 - **ビジネスプロセスに生成AIを「活用」する**
 - 事業が成立する事業前提として生成AIの存在を「前提」とする
- それぞれのアプローチについて、事例を教えてください。

ChatGPTとPerplexityに聞いてみました!

デジタル技術
の登場

デジタルを活用

ビジネスプロセス

生成AIを活用

生成AI技術
の登場

顧客価値

対価

ヒト

組織

リソース

ビジネスケイパビリティ

戦略2: デジタル・生成AIを活用

ChatGPTの回答

- **マーケティングキャンペーンの最適化:** マーケティング業界では、生成AIを使ってターゲット市場向けの広告コピーを生成し、A/Bテストを自動化することで最適な広告戦略を見つけ出しています。例えば、Persadoという企業は、生成AIを用いてブランドに最適な感情に訴えるコピーを生成し、マーケティング効果を最大化するサービスを提供しています。

Perplexityの回答

- セブンイレブン・ジャパン: 商品企画プロセスに生成AIを活用し、企画期間を大幅に短縮しました。
- 店舗の販売データやSNS上での消費者の反応を分析
 - 新商品に関する文章や画像を迅速に作成
 - 商品企画にかかる時間が最大で90%削減
- この事例では、生成AIを既存の商品企画プロセスに組み込むことで、市場のトレンドや顧客のニーズに迅速に対応できるようになりました。

デジタル技術
の登場

デジタルを活用

ビジネスプロセス

生成AIを活用

生成AI技術
の登場

ChatGPTの回答

- **プロダクトデザイン:** 製造業では、生成AIを利用してプロダクトデザインを提案したり、設計段階での最適なデザイン案を生成するケースがあります。General Motors (GM)などは、AIを利用したジェネレーティブデザインツールを活用し、軽量かつ効率的な自動車部品の設計を行っています。

戦略2: デジタル・生成AIを活用

ChatGPTの回答

- マーケティングキャンペーンの最適化: マーケティング業界では、生成AIを使ってターゲット市場向けの広告コピーを生成し、A/Bテストを自動化することで最適な広告戦略を見つけ出しています。例えば、Perplexityという企業は、生成AIを用いてブランドに最適な広告コピーを生成し、マーケティング効果を最大化するサービスを提供しています。

Perplexityの回答

- セブンイレブン・ジャパン: 商品企画プロセスに生成AIを活用し、企画期間を大幅に短縮しました。
- 店舗の販売データやSNS上での消費者の反応を分析
 - 商品に関する文章や画像を迅速に作成
 - 商品企画にかかる時間が最大で90%削減
- この事例では、生成AIを既存の商品企画プロセスに組み込むことで、市場のトレンドや顧客のニーズに迅速に対応できるようになりました。

戦略目標

業務の最適化 新たな価値創出

デジタル技術
の登場

デジタルを

デジタルを

生成AIを活用

生成AI技術
の登場

ChatGPTの回答

- プロダクトデザイン: 製造業では、生成AIを利用してプロダクトデザインを提案したり、設計段階での最適なデザイン案を生成するケースがあります。General Motors (GM)などは、AIを利用したジェネレーティブデザインツールを活用し、軽量かつ効率的な自動車部品の設計を行っています。

リテイ

本講演のアジェンダ+

生成AI時代の事業経営戦略3つ

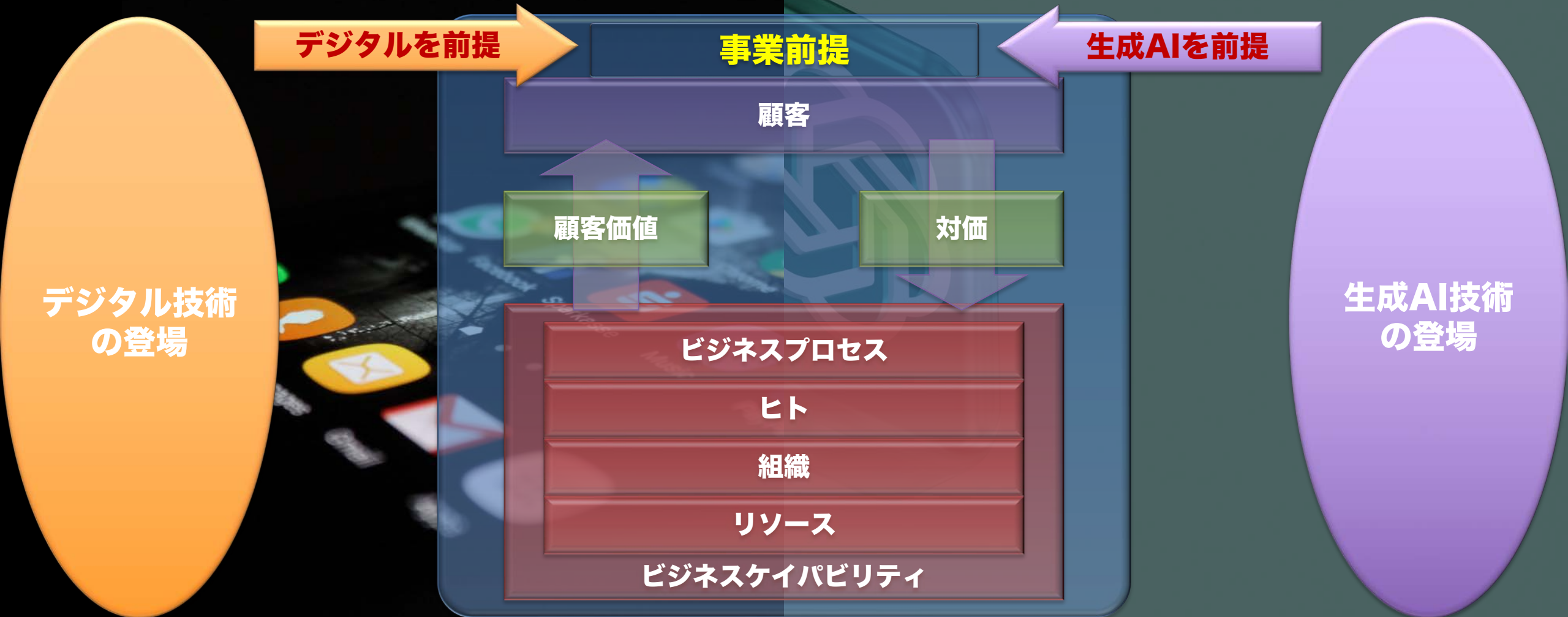
1. 戦略1 「生成AIに置換」

2. 戦略2 「生成AIを活用」

3. 戦略3 「生成AIを前提」



戦略3: デジタル・生成AIを前提



戦略3: デジタル・生成AIを前提

デジタルを前提

事業前提

生成AIを前提

顧客

顧客価値

社価

ChatGPTとPerplexityに聞いてみました!

生成AIとビジネスとの関係について調査してます。これには、以下の3つのアプローチがあると考えています。

- 経営資源を生成AIに「置換」する
- ビジネスプロセスに生成AIを「活用」する
- **事業が成立する事業前提として生成AIの存在を「前提」とする**

それぞれのアプローチについて、事例を教えてください。

ビジネスケイパビリティ

戦略3: デジタル・生成AIを前提

デジタルを前提

事業前提

生成AIを前提

ChatGPTの回答

- AIコンテンツプラットフォーム: 生成AIを活用したコンテンツ生成プラットフォームが新たなビジネスモデルを生み出しています。例えば、Jasper AIやCopy.aiなどは、ライターが生成AIを活用してブログ、広告コピー、SNS投稿などを作成できるサービスを提供し、コンテンツ生成のアウトソーシングを実現しています。
- AIコーディングアシスタント: プログラミング支援に特化したGitHub Copilotのようなサービスは、AIがプログラマーにコードの提案や補完を行うことで、開発効率を劇的に向上させる新しい形のサービスモデルです。これにより、ソフトウェア開発プロジェクトが短縮され、コスト削減やスピード向上が可能となっています。

Perplexityの回答

- mign: リノベーションのイメージ画像を生成するAIツールを提供しています。
- ユーザーの希望や条件に基づいて、リノベーション後の部屋のイメージ画像を生成
- 従来の手作業による設計・イメージ作成プロセスを大幅に効率化・高速化

この事例では、生成AIの画像生成能力を前提として、新たなリノベーション支援サービスを構築しています。

- ロリアル: AI美容アドバイザーを開発し、個人に合った美容法を提案するサービスを展開しています。
- 顧客の肌質や好みに基づいて、パーソナライズされた美容アドバイスを提供
- 従来の人間のビューティーアドバイザーでは難しかった大規模かつ詳細なパーソナライゼーションを実現

この事例も、生成AIの自然言語処理と推論能力を前提として、新たな美容コンサルティングサービスを構築しています。

戦略3: デジタル・生成AIを前提

デジタルを前提

戦略目標

生成AIを前提

ChatGPTの回答

Perplexityの回答

新たな事業創出

- AIコンテンツプラットフォーム: 生成AIを活用したコンテンツ生成プラットフォームが新たなビジネスモデルを生み出しています。例えば、Jasper AIや Copy.ai など、ライターが生成AIを活用してブログ、広告コピー、SNS投稿などを作成できるサービスを提供し、コンテンツ生成のアウトソーシングを実現しています。
- AIコーディングアシスタント: プログラミング支援に特化したGitHub Copilotのようなサービスは、AIがプログラマーにコードの提案や補完を行うことで、開発効率を劇的に向上させる新しい形のサービスモデルです。これにより、ソフトウェア開発プロジェクトが短縮され、コスト削減やスピード向上が可能となっています。

- AI画像生成: 生成AIの画像生成能力を前提として、新たなリノベーション支援サービスを構築しています。
 - ロレアル: AI美容アドバイザーを開発し、個人に合った美容法を提案するサービスを展開しています。
 - 顧客の肌質や好みに基づいて、パーソナライズされた美容アドバイスを提供
 - 従来の人間のビューティーアドバイザーでは難しかった大規模かつ詳細なパーソナライゼーションを実現
- この事例も、生成AIの自然言語処理と推論能力を前提として、新たな美容コンサルティングサービスを構築しています。

戦略3: デジタル・生成AIを前提

具体的な戦略は？

- AIコンテンツ生成プラットフォームが新たに市場に出しています。例えば、Jasper AIやCopy.aiなどは、ライターが生成AIを活用してブログ、広告コピー、SNS投稿などのコンテンツを生成するサービスを提供しています。アウトソーシングが実現されています。
- AIコーディングアシスタント: プログラミング支援に特化したGitHub Copilotのようなサービスは、開発者にコードの提案や補完を行うことで、ソフトウェア開発プロジェクトが短縮され、コスト削減やスピード向上が可能となっています。
- ユーザーの希望や条件に基づいて、リノベーション後の部屋のイメージ画像を生成
- この事例では、生成AIの画像生成能力を前提として、新たなリノベーションサービスを構築しています。
- ロボット美容アドバイザーを開発し、個人に合った美容法を提案するサービスを展開しています。
- 顧客の肌質や好みに基づいて、パーソナライズされた美容アドバイスを提供
- 従来の人間のビューティーアドバイザーでは難しかった大規模かつ詳細なパーソナライゼーションを実現

“生成AI時代に成功し成長するビジネス”
の創出と経営

この事例も、生成AIの自然言語処理と推論能力を前提として、新たな美容コンサルティングサービスを構築しています。

戦略3: デジタル・生成AIを前提

“デジタル時代に成功し成長するビジネス” 事業経営戦略

デジタルを前提

事業前提

生成AIを前提

顧客

顧客価値

対価

ビジネスプロセス

ヒト

組織

リソース

ビジネスケイパビリティ

デジタル技術
の登場

生成AI技術
の登場

“デジタル時代に成功し成長するビジネス” 事業経営戦略は？

デジタル破壊者、デジタル変革者とは何者か？



“デジタル時代に成功し成長するビジネス” 事業経営戦略は？

デジタル破壊者、デジタル変革者とは何者か？



戦略3: デジタル・生成AIを前提

“生成AI時代に成功し成長するビジネス” 事業経営戦略

デジタルを前提

事業前提

生成AIを前提

顧客

顧客価値

対価

ビジネスプロセス

ヒト

組織

リソース

ビジネスケイパビリティ

デジタル技術
の登場

生成AI技術
の登場

生成AI破壊者、生成AI変革者とは何者か？



生成AI破壊者、生成AI変革者とは何者か？

Q1: 顧客の行動、どう変わる？

Q2: ビジネスの場、どう変わる？

Q3: ネットワーク効果、どう変わる？

Q4: 顧客価値、どう変わる？

上記に答えを出した者!

本講演のアジェンダ+

生成AI時代の事業経営戦略3つ

1. 戦略1 「生成AIに置換」

2. 戦略2 「生成AIを活用」

3. 戦略3 「生成AIを前提」



まとめ



...ally influenced by those who...

...P. Home...
...the same business...
...the same business...
...the same business...

- 3. Ways
 - Early
 - Paul
 - John Mark

...John Mark Chapel...
...of independent church...
...what you can...
...the same business...

本講演のアジェンダ

1. 「生成AIが仕事で使えない理由を考える」ことを止める!
2. 「生成AIを今の仕事に使ったらどれだけ楽になるか、どれだけパフォーマンスが向上するか」を夢想する!!
3. 「世の中が生成AI当たり前になったらどんな社会、どんな生活が待っているか」を構想する!!!
4. 「どんなビジネス、どんな今はない新しい仕事生まれるか」を構想する!!!!

本講演のアジェンダ+

生成AI時代の事業経営戦略3つ

1. 戦略1 「生成AIに置換」

2. 戦略2 「生成AIを活用」

3. 戦略3 「生成AIを前提」



Thank
you!