

事業構想大学院大学「デジタル時代のビジネス創出プロジェクト研究」セミナー説明会
2024年12月23日13:00-14:00 / 12月25日13:00-14:00 / 2025年1月10日13:00-14:00

これからの「ビジネス」の話をしよう

なぜ“デジタル時代に成功し成長するビジネス”なのか？

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”とは何か？

どう“デジタル時代に成功し成長するビジネス”を創るか？

村上和彰

事業構想大学院大学 客員教授

株式会社DXパートナーズ シニアパートナー & 代表取締役

国立大学法人九州大学 名誉教授

株式会社豆蔵デジタルホールディングス 社外取締役

これからの「ビジネス」の話をしよう

なぜ“デジタル時代に成功し成長するビジネス”なのか？

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”とは何か？

どう“デジタル時代に成功し成長するビジネス”を創るか？

村上和彰

事業構想大学院大学 客員教授

株式会社DXパートナーズ シニアパートナー & 代表取締役

国立大学法人九州大学 名誉教授

株式会社豆蔵デジタルホールディングス 社外取締役



“デジタル時代に成功し成長するビジネス” を創った人々







これからの「ビジネス」の話をしよう

なぜ “デジタル時代に成功し成長するビジネス” **なのか？**

“デジタル時代に成功し成長するビジネス” とは何か？

どう “デジタル時代に成功し成長するビジネス” を創るか？



WHY?



アナログを前提にしたビジネス



デジタルを前提にしたビジネス

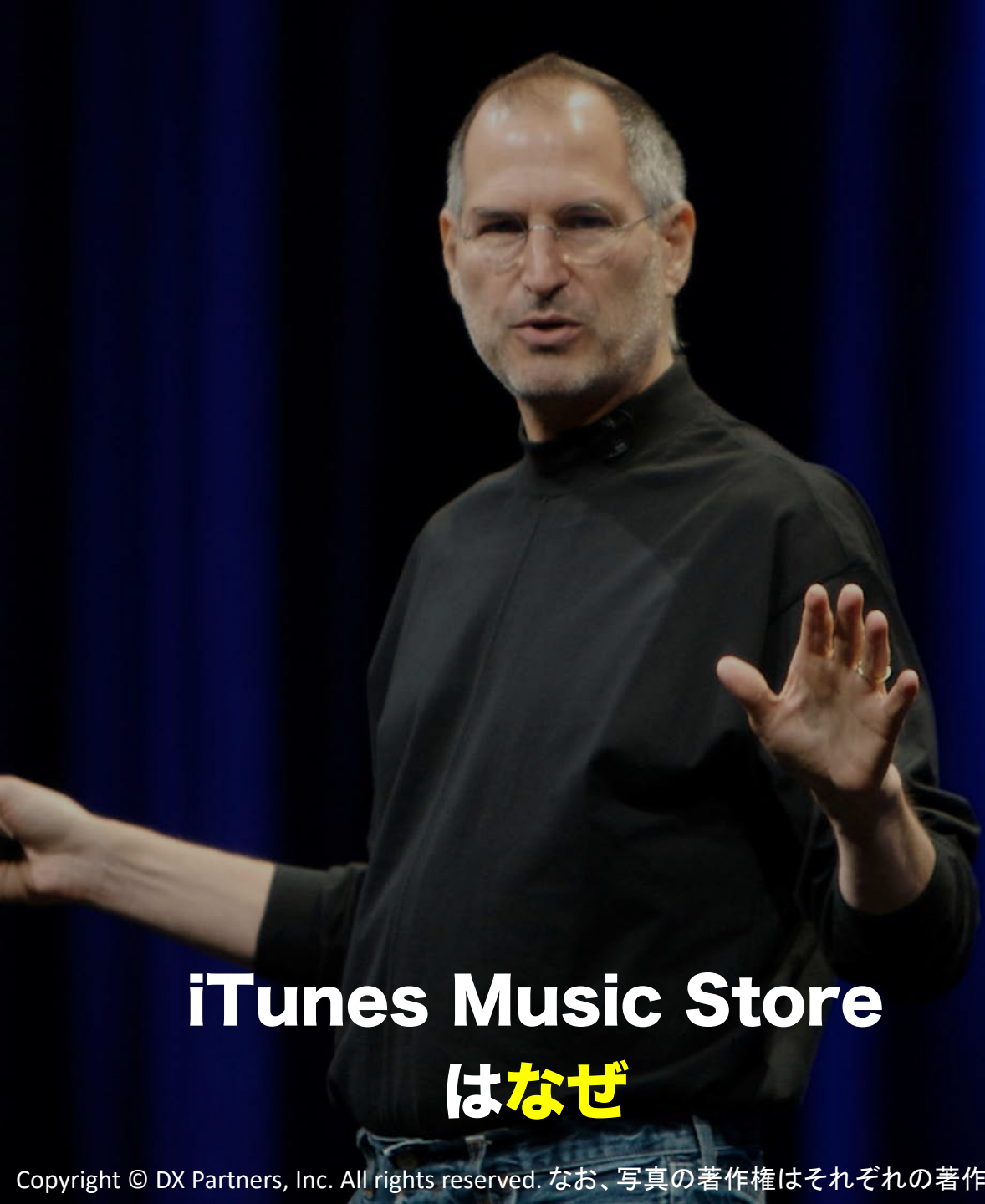


アナログを前提にしたビジネス
では、



デジタルを前提にしたビジネス
に勝てないから!





iTunes Music Store
はなぜ



Spotify
に負けたのか？

アナログを前提にしたビジネス

では、

**iTunes Music Store
はなぜ**

デジタルを前提にしたビジネス

に勝てないから!

**Spotify
に負けたのか?**

アナログを前提にしたビジネス
では、



デジタルを前提にしたビジネス
に勝てないから!



なぜ勝てない?

リニアな成長を目標 としたビジネス

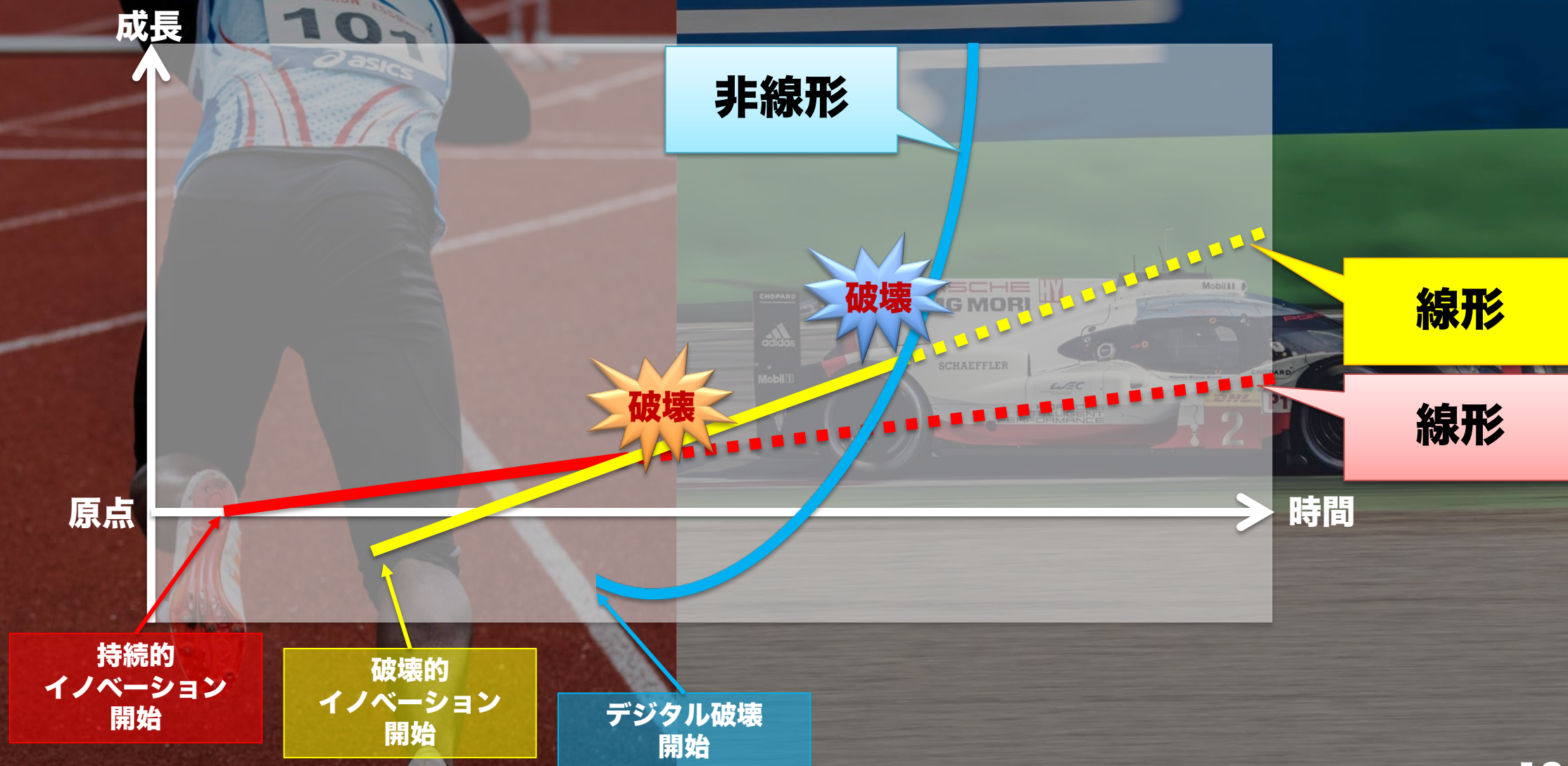


ノンリニアな成長を目的 としたビジネス



リニアな成長を目標 としたビジネス

ノンリニアな成長を目的 としたビジネス



リニアな成長を目標 としたビジネス

では、

成長

原点

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

非線形

破壊

破壊

線形

線形

時間

ノンリニアな成長を目的 としたビジネス に勝てないから!



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”



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

リニアな成長を目標
としたビジネス
では、



ノンリニアな成長を目的
としたビジネス
に勝てないから!



なぜノンリニアな成長を目的に?

リニアな成長を目標
としたビジネス
では、

ノンリニアな成長を目的
としたビジネス
に勝てないから!

続きはプロジェクト研究で研究します!

なぜノンリニアな成長を目的に?





これからの「ビジネス」の話をしよう

なぜ“デジタル時代に成功し成長するビジネス”なのか？

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”とは何か？

どう“デジタル時代に成功し成長するビジネス”を創るか？



WHAT?





**顧客価値
交換・共創の場
の提供者**

**アナログな〇〇も
売るソフトウェア
企業**

**ネットワーク
効果の実践者**





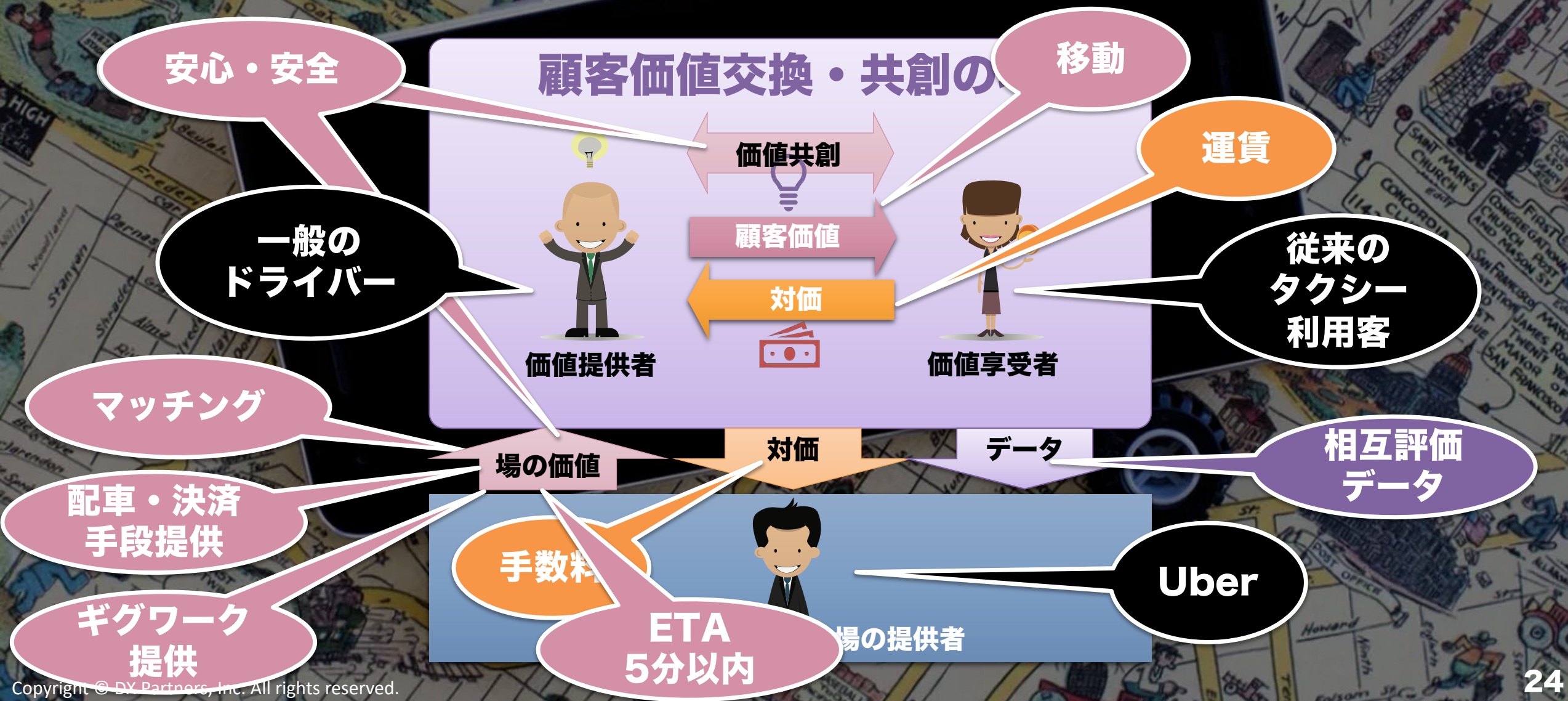
**顧客価値
交換・共創の場
の提供者**

**アナログな〇〇も
売るソフトウェア
企業**

**ネットワーク
効果の実践者**



顧客価値交換・共創の場の提供者





**顧客価値
交換・共創の場
の提供者**

**アナログな〇〇も
売るソフトウェア
企業**

**ネットワーク
効果の実践者**





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”



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

アマゾンの正体は？

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”

アナログな“本”も売るソフトウェア企業

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”



ソフトウェアが
世界を飲み込む。

“Software is eating the world.”

Marc Lowell Andreessen



**顧客価値
交換・共創の場
の提供者**

**アナログな〇〇も
売るソフトウェア
企業**

**ネットワーク
効果の実践者**



アナログを前提にしたビジネス

では、

**iTunes Music Store
はなぜ**

デジタルを前提にしたビジネス

に勝てないから!



**Spotify
に負けたのか?**

**ネットワーク効果なし
のビジネスでは、**



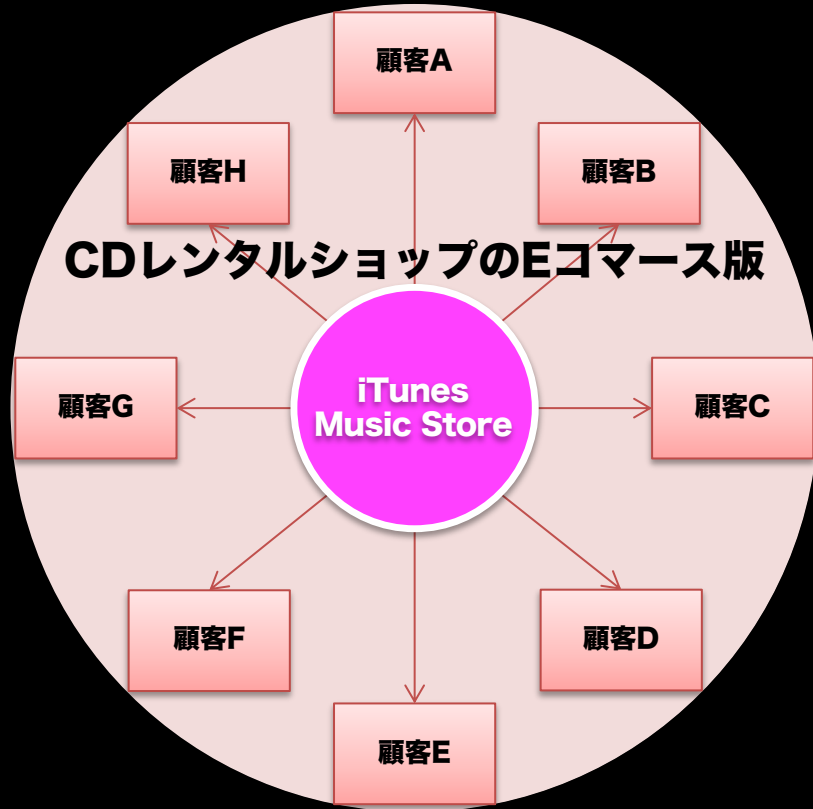
**iTunes Music Store
はなぜ**

**ネットワーク効果あり
のビジネスに勝てないから!**



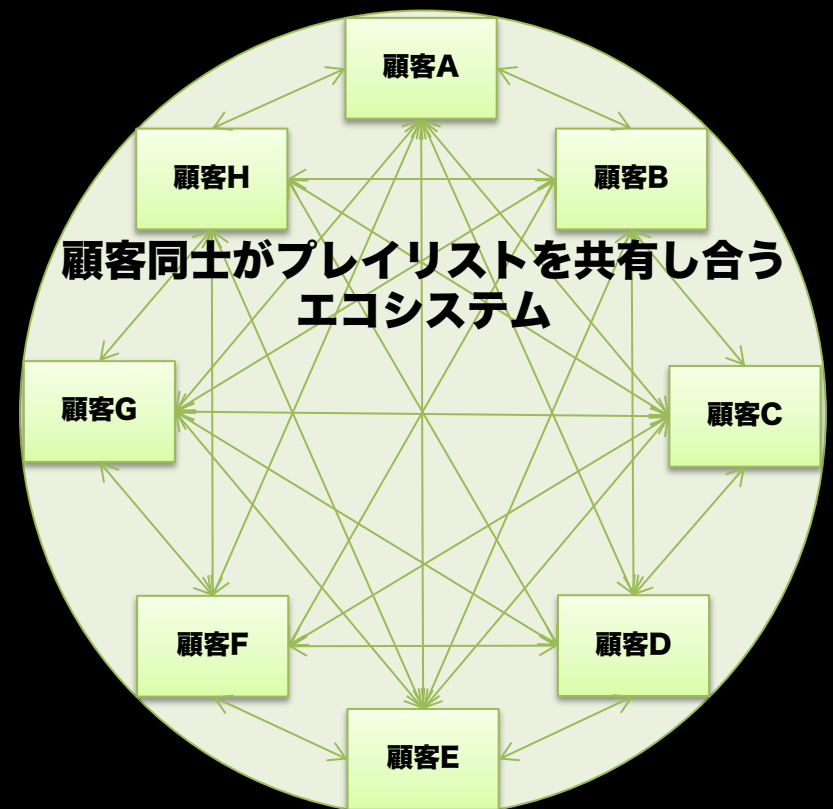
**Spotify
に負けたのか?**

ネットワーク効果なし のビジネスでは、



**iTunes Music Store
はなぜ**

ネットワーク効果あり のビジネスに勝てないから!



**Spotify
Spotify
に負けたのか?**

ネットワーク効果なし

のビジネスでは、

ネットワーク効果あり

のビジネスに勝てないから!

ネットワーク効果

ネットワークが大きいく密になるほど、 顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる



iTunes Music Store
はなぜ



Spotify
Spotify
に負けたのか?

ネットワーク効果なし

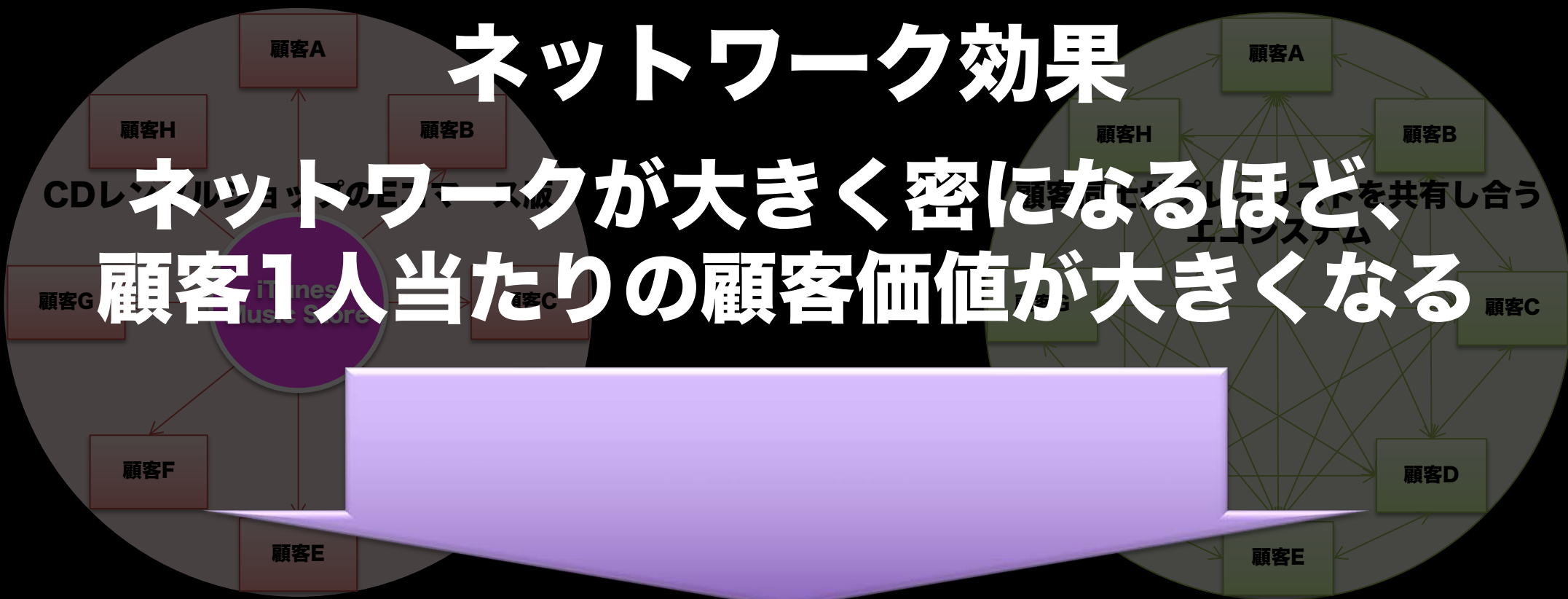
のビジネスでは、

ネットワーク効果あり

のビジネスに勝てないから!

ネットワーク効果

ネットワークが大きくなるほど、
顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる



ノンリニアな成長

iTunes Music Store

はなぜ

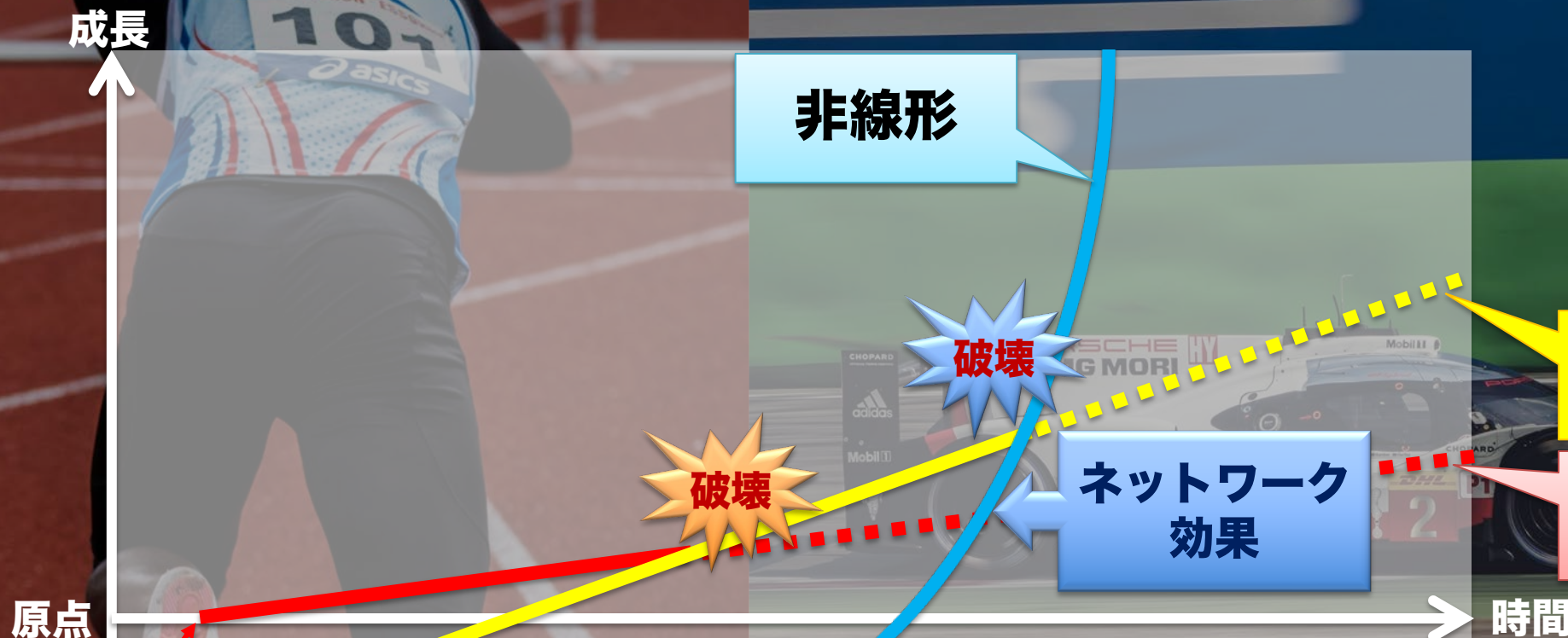
Spotify
Spotify

に負けたのか?

リニアな成長を目標
としたビジネス

では、

ノンリニアな成長を目的
としたビジネス
に勝てないから!



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

ネットワーク効果なし

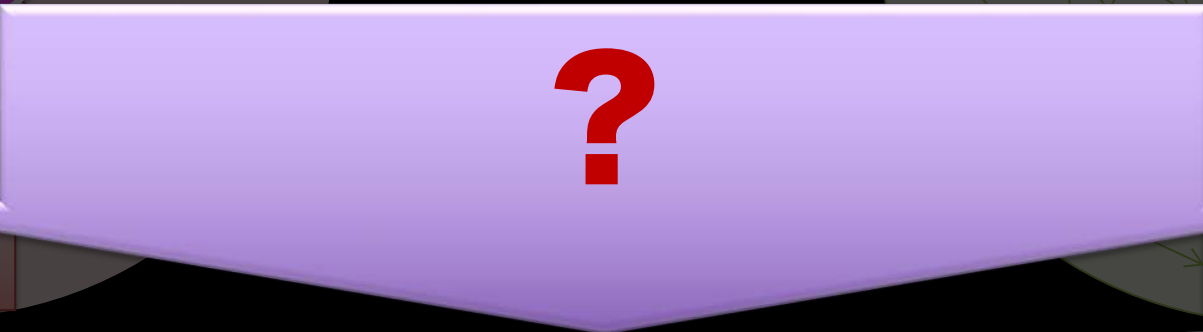
のビジネスでは、

ネットワーク効果あり

のビジネスに勝てないから!

ネットワーク効果

ネットワークが大きくなるほど、 顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる



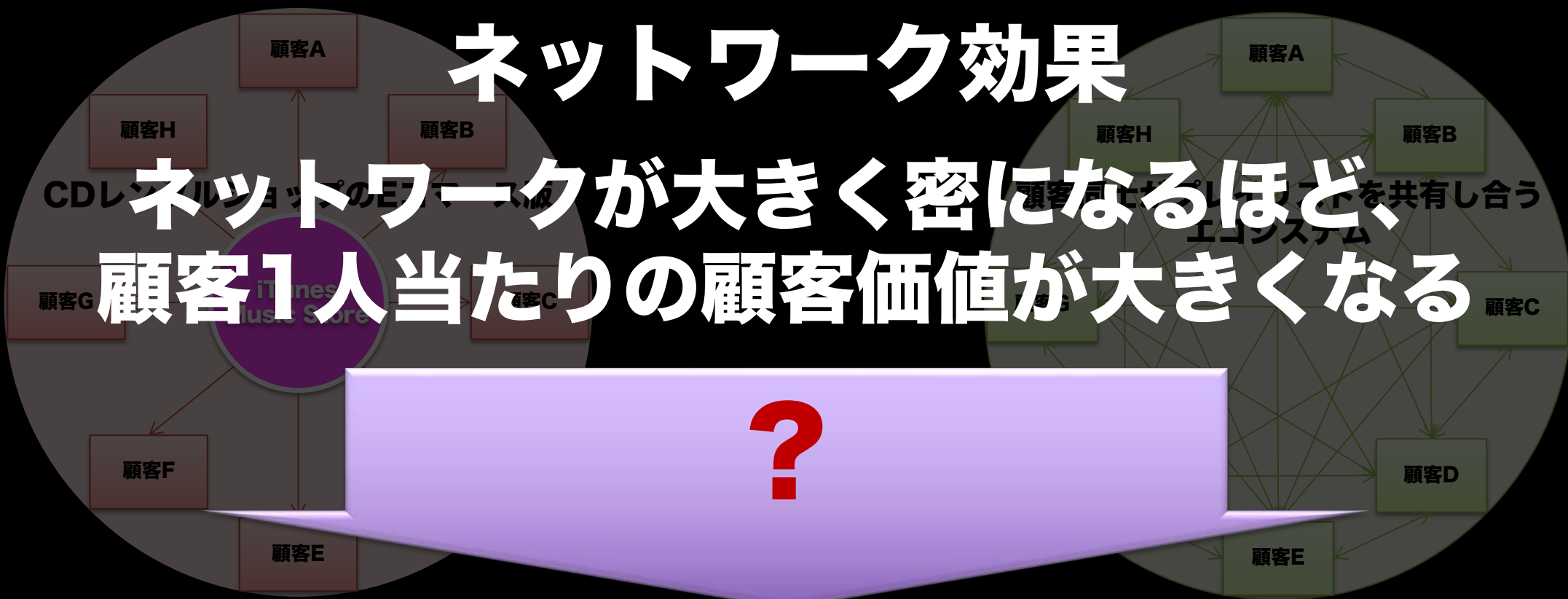
ノンリニアな成長

iTunes Music Store

はなぜ

Spotify
Spotify

に負けたのか?



ネットワーク効果なし

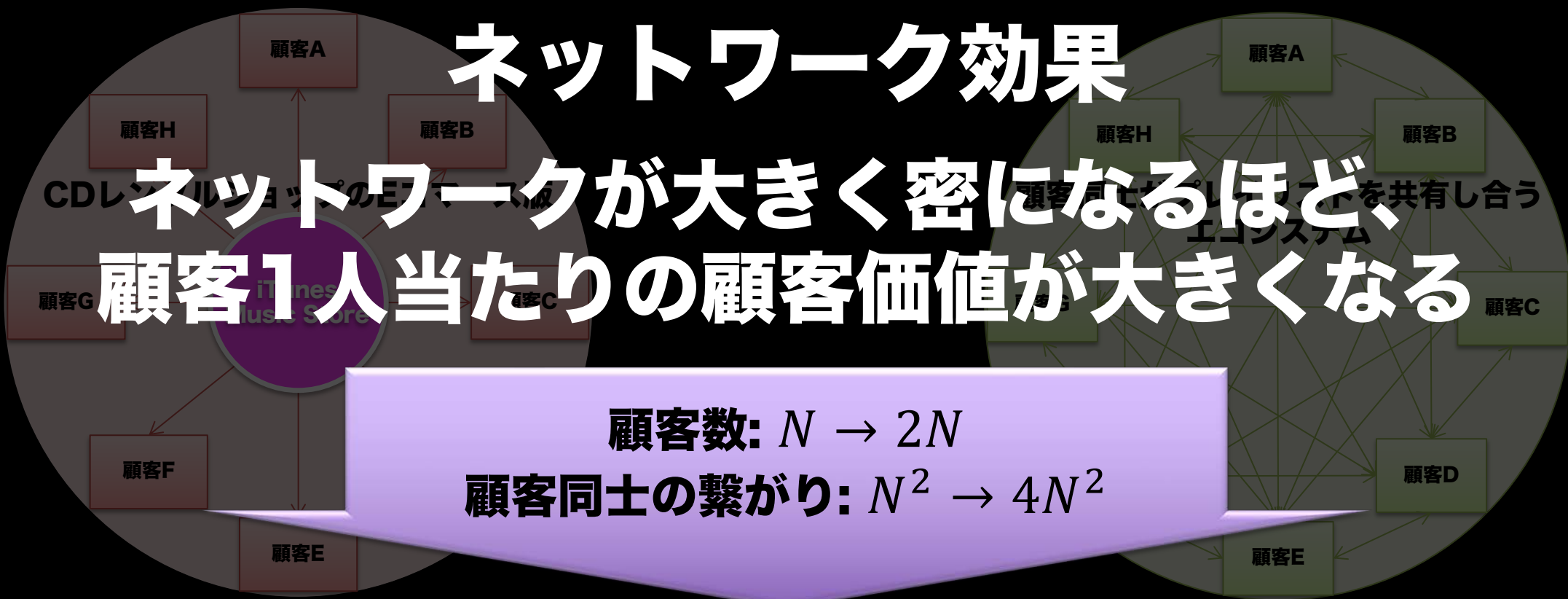
のビジネスでは、

ネットワーク効果あり

のビジネスに勝てないから!

ネットワーク効果

ネットワークが大きいく密になるほど、 顧客1人当たりの顧客価値が大きくなる



顧客数: $N \rightarrow 2N$
 顧客同士の繋がり: $N^2 \rightarrow 4N^2$

ノンリニアな成長

iTunes Music Store

はなぜ

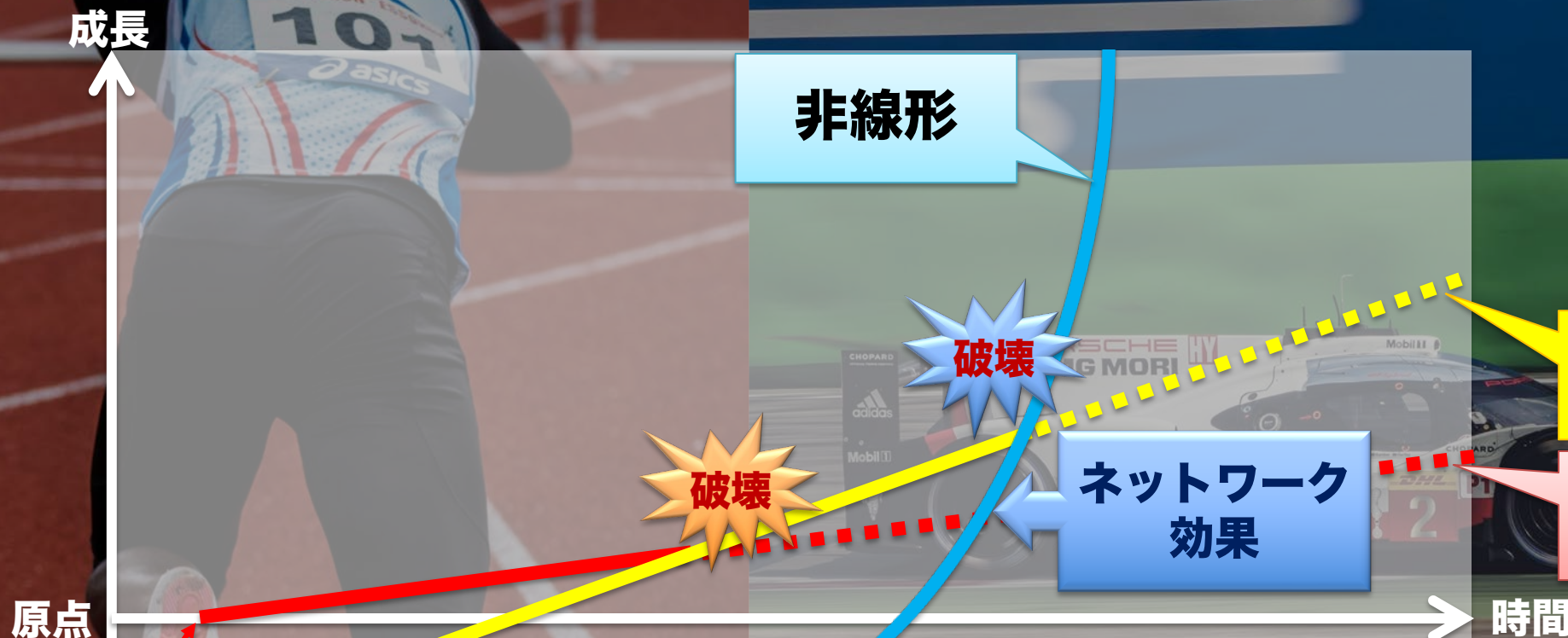
Spotify
Spotify

に負けたのか?

リニアな成長を目標
としたビジネス

では、

ノンリニアな成長を目的
としたビジネス
に勝てないから!



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

線形

線形

非線形

破壊

破壊

ネットワーク
効果

成長

原点

時間

3



これからの「ビジネス」の話をしよう

なぜ“デジタル時代に成功し成長するビジネス”なのか？

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”とは何か？

どう“デジタル時代に成功し成長するビジネス”を創るか？



HOW?





プロジェクト研究で実践します!



6

More Lo

創造

どう事業を創るか？



変革

どう変革するか？

変革メソッド: 9つの変革

変革0

デジタル時代に適したビジネスとデジタル技術との関わり方への変革

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への変革

変革2

デジタル時代に適した顧客価値交換・共創の場への変革

変革3

デジタル時代に適したビジネスの像への変革

変革4

デジタル時代に適したビジネスとデータとの関わり方への変革

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への変革

変革6

デジタル時代に適した稼ぎ方への変革

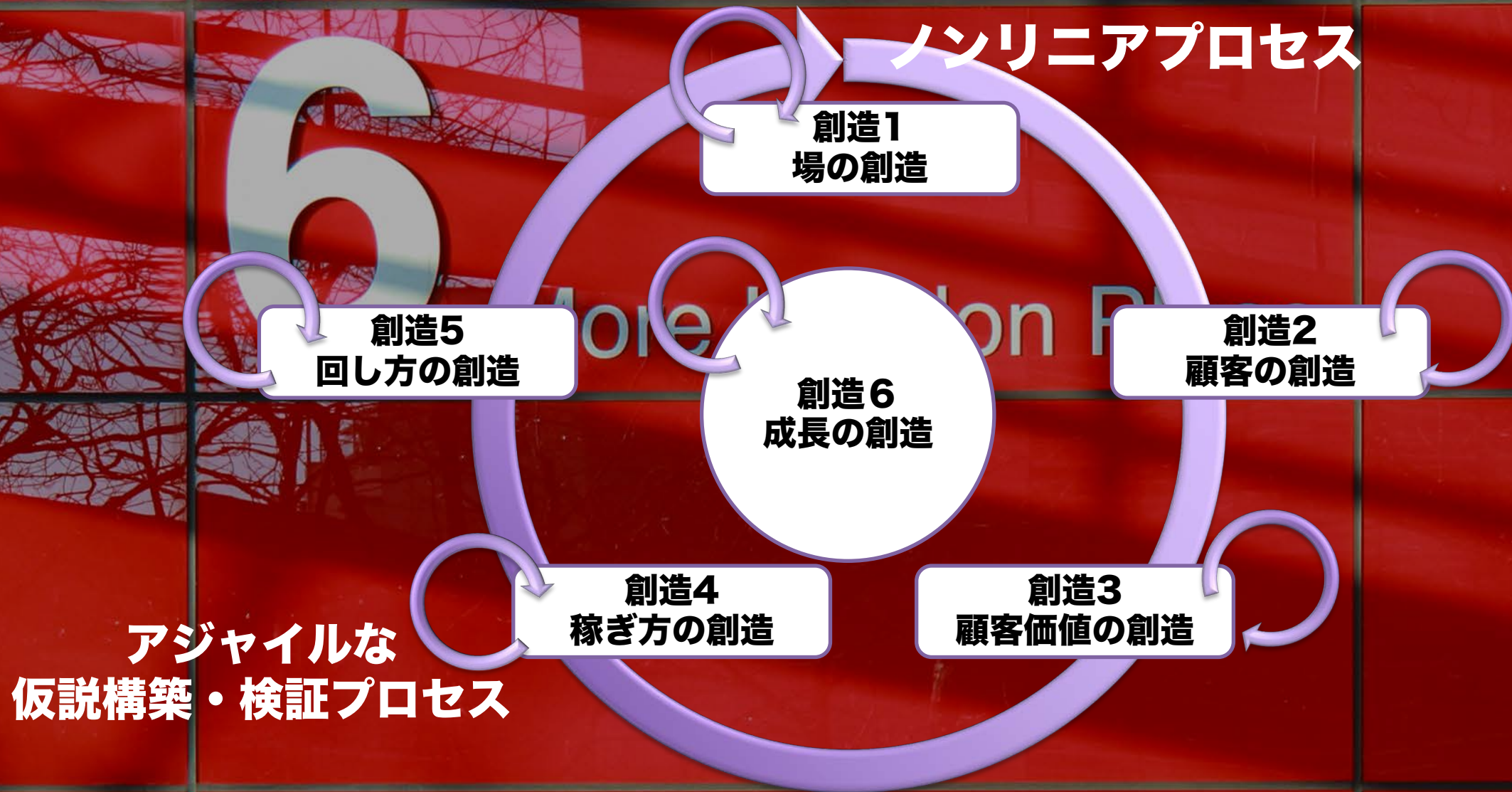
変革7

デジタル時代に適したビジネスの回し方への変革

変革8

デジタル時代に適したビジネスの成長のさせ方への変革

事業創出メソッド: 6つの創造







これからの「ビジネス」の話をしよう

なぜ“デジタル時代に成功し成長するビジネス”なのか？

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”とは何か？

どう“デジタル時代に成功し成長するビジネス”を創るか？

村上和彰

事業構想大学院大学 客員教授
株式会社DXパートナーズ シニアパートナー & 代表取締役
国立大学法人九州大学 名誉教授
株式会社豆蔵デジタルホールディングス 社外取締役



ゴール

“デジタル時代に成功し成長するビジネス”
を創った人々に仲間入り!



フェーズ1
4h × 4

フェーズ2
4h × 6

フェーズ3
4h × 5

分析

中間発表

発散

中間発表

収束

最終発表
デモデー

座学・事例研究

WHY-WHAT-HOW
を学ぶ

Googleスプリント

HOW “6つの創造”
を実践する

ハッカソン

動くサービス
を実装する

フェーズ1

4h × 4

これからの「ビジネス」の話をしよう

なぜ “デジタル時代に成功し成長するビジネス” なのか？

“デジタル時代に成功し成長するビジネス” とは**何か**？

どう “デジタル時代に成功し成長するビジネス” を創るか？

村上和彰

事業構想大学院大学 客員教授
株式会社DXパートナーズ シニアパートナー & 代表取締役
国立大学法人九州大学 名誉教授
株式会社豆蔵デジタルホールディングス 社外取締役

フェーズ2

4h × 6

GVデザインパートナー ジェイク・ナップ^o = 著 櫻井祐子 = 訳
ジョン・セラツキー / ブレイデン・コウィッツ

SPRINT

How to Solve Big Problems
and Test New Ideas in Just Five Days

最速仕事術

あらゆる仕事がかまくいく最も合理的な方法

最速で最大の成果をつかむために、
すべての努力をこの短期間に注ぎ込め!

Google × グーグル・ベンチャーズ GV式
究極のスピード術!

エヴァン・ウィリアムズ (Twitter共同創業者)、
エリック・リース (『リーンスタートアップ』著者) 絶賛!

Googleのすごさの秘密が
ついに明らかになった! ダイヤモンド社

世界23ヶ国刊行!
驚愕の世界的
ベストセラー
日本上陸!

53

フェーズ3

4h × 5

ハッカソン

ハック



マラソン



すべての場面で生成AIを最大限活用します。

Thank
you!