

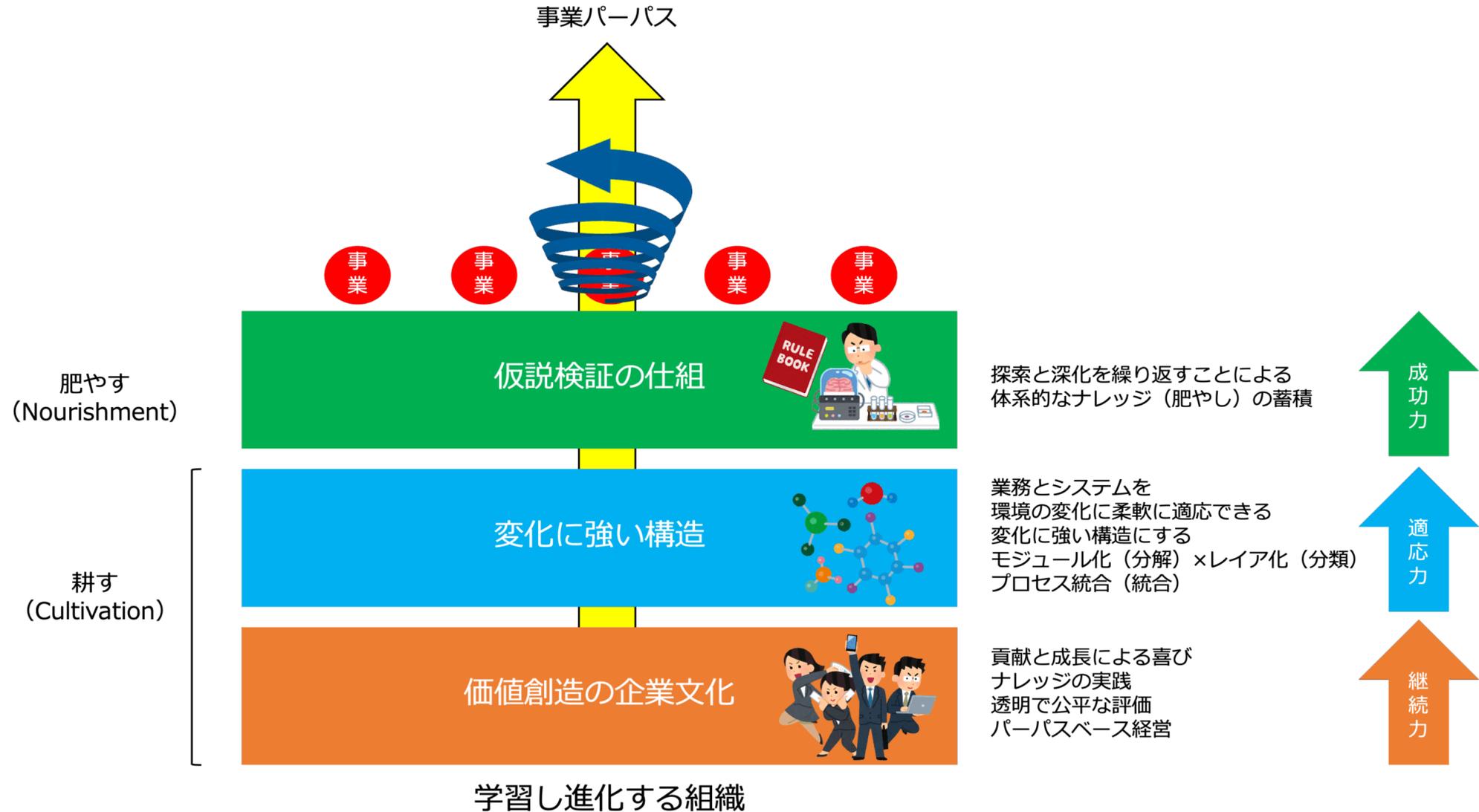
# 顧客と製品の設計

- デザイン思考経営のアーキテクチャ
- デザイン思考経営のアプローチ
- 顧客価値と製品価値
- 顧客価値の発見
- イノベーションと顧客の創造
- 事業成長モデル
- ビジネスの起源

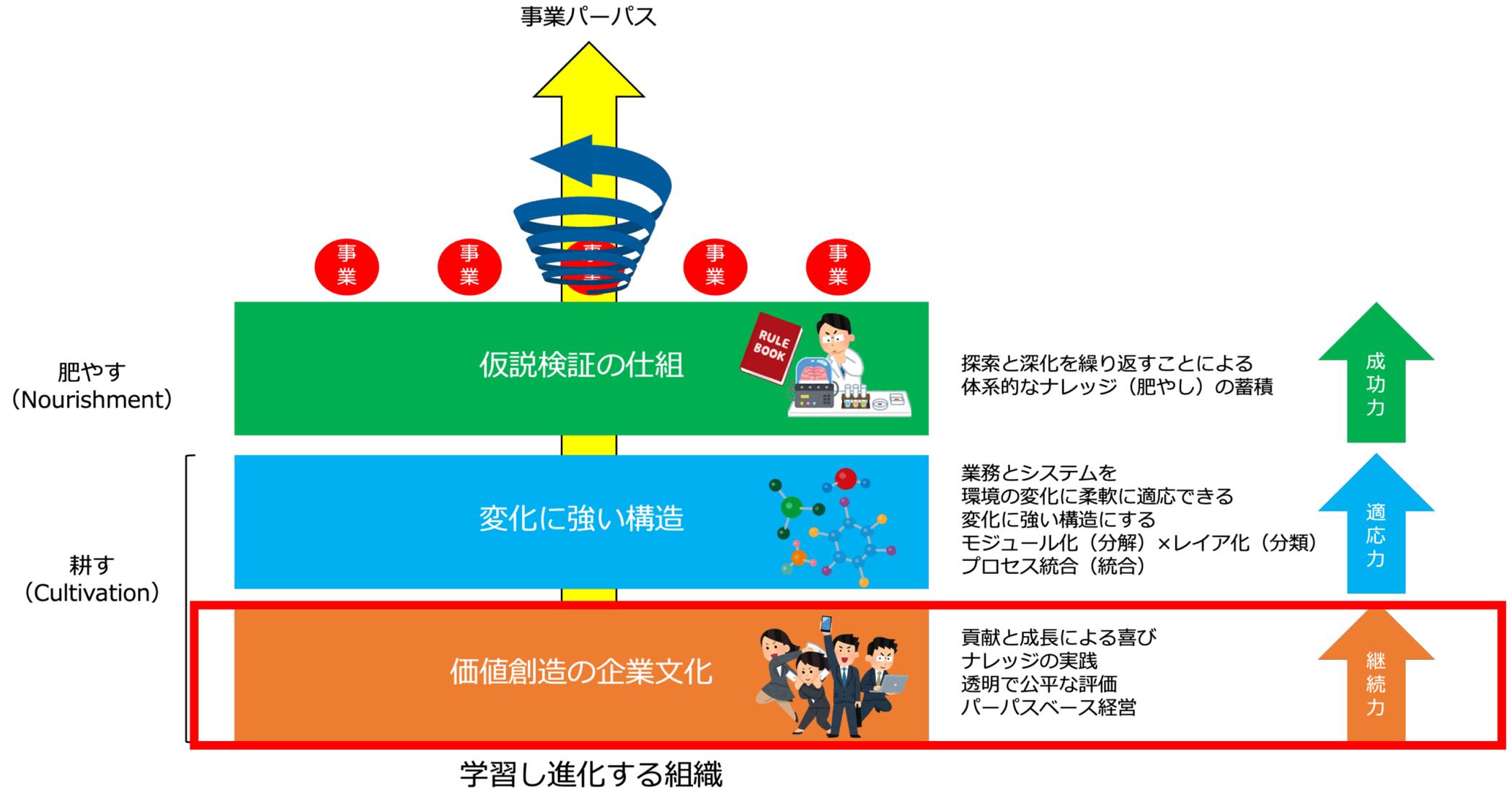
# 顧客と製品の設計

- デザイン思考経営のアーキテクチャ
- デザイン思考経営のアプローチ
- 顧客価値と製品価値
- 顧客価値の発見
- イノベーションと顧客の創造
- 事業成長モデル
- ビジネスの起源

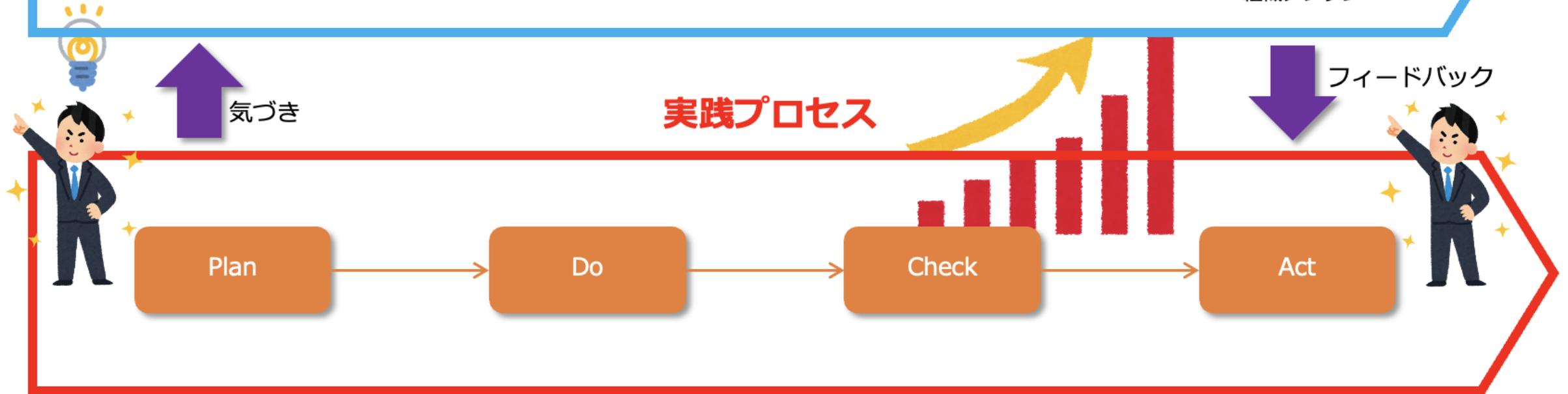
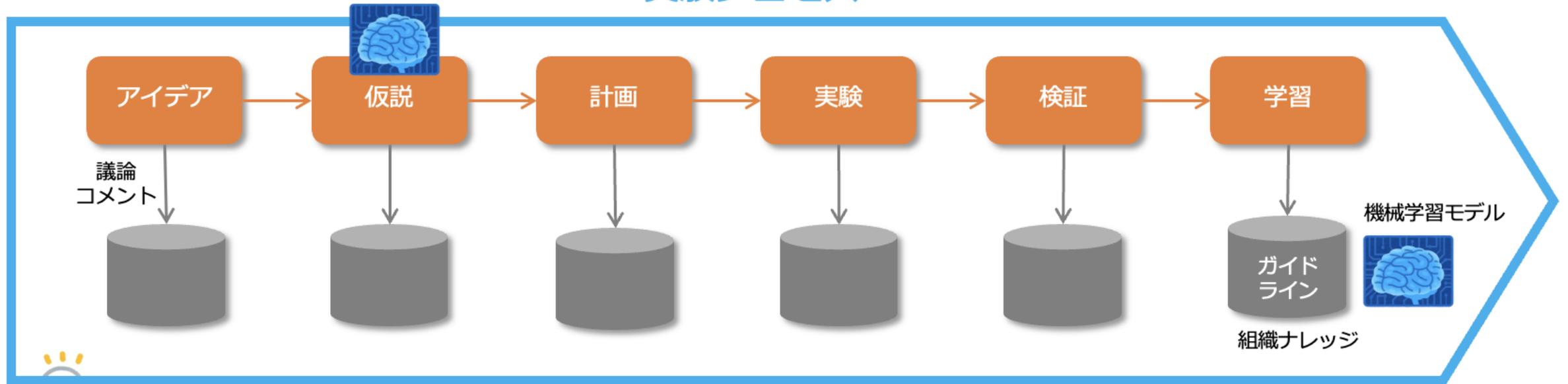
# デザイン思考経営のアーキテクチャ



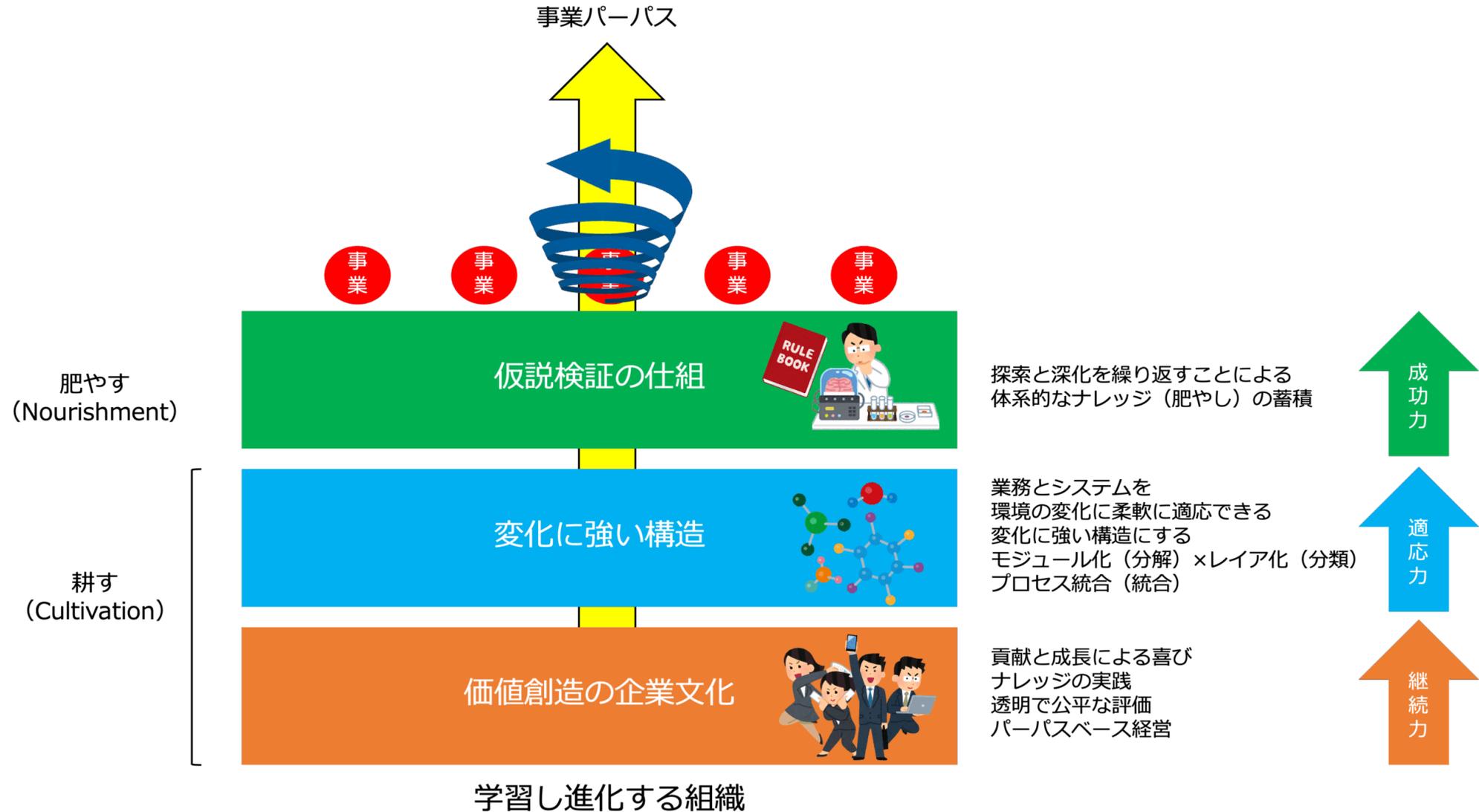
# 価値創造の企業文化



# 実験プロセス



# 価値創造の企業文化



# 企業の継続力を上げる

事業パーパス



価値観

# 企業の継続力を上げる

事業パーパス



共感

# 企業の継続力を上げる



# 事業パーパス

誰に何の価値を提供するか

顧客×製品

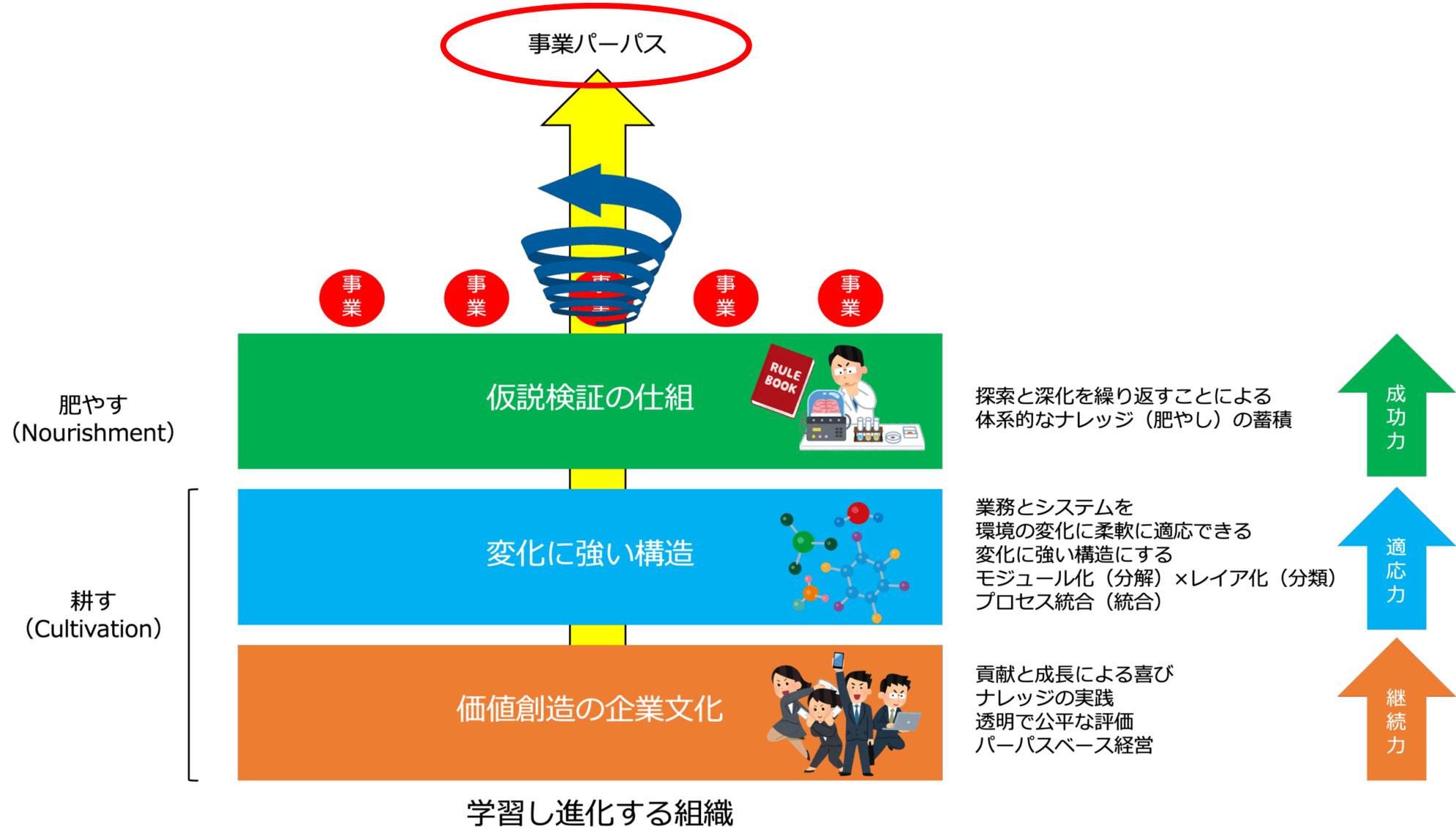
# 事業パーパス

誰に何の価値を提供するか

顧客×製品

ビジネスの原点

# デザイン思考経営のアーキテクチャ



# 顧客と製品の設計

- デザイン思考経営のアーキテクチャ
- デザイン思考経営のアプローチ
- 顧客価値と製品価値
- 顧客価値の発見
- イノベーションと顧客の創造
- 事業成長モデル
- ビジネスの起源

# デザイン思考経営の事業ライフサイクル

事業ライフサイクル

事業パーパス (顧客価値×製品価値)

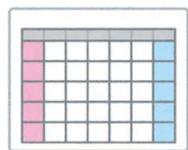


戦略サイクル

戦略目標→ビジョン



戦略マップ BSC/アクションプラン

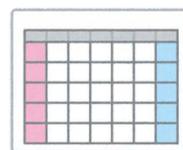


マネジメントサイクル (PDCA)

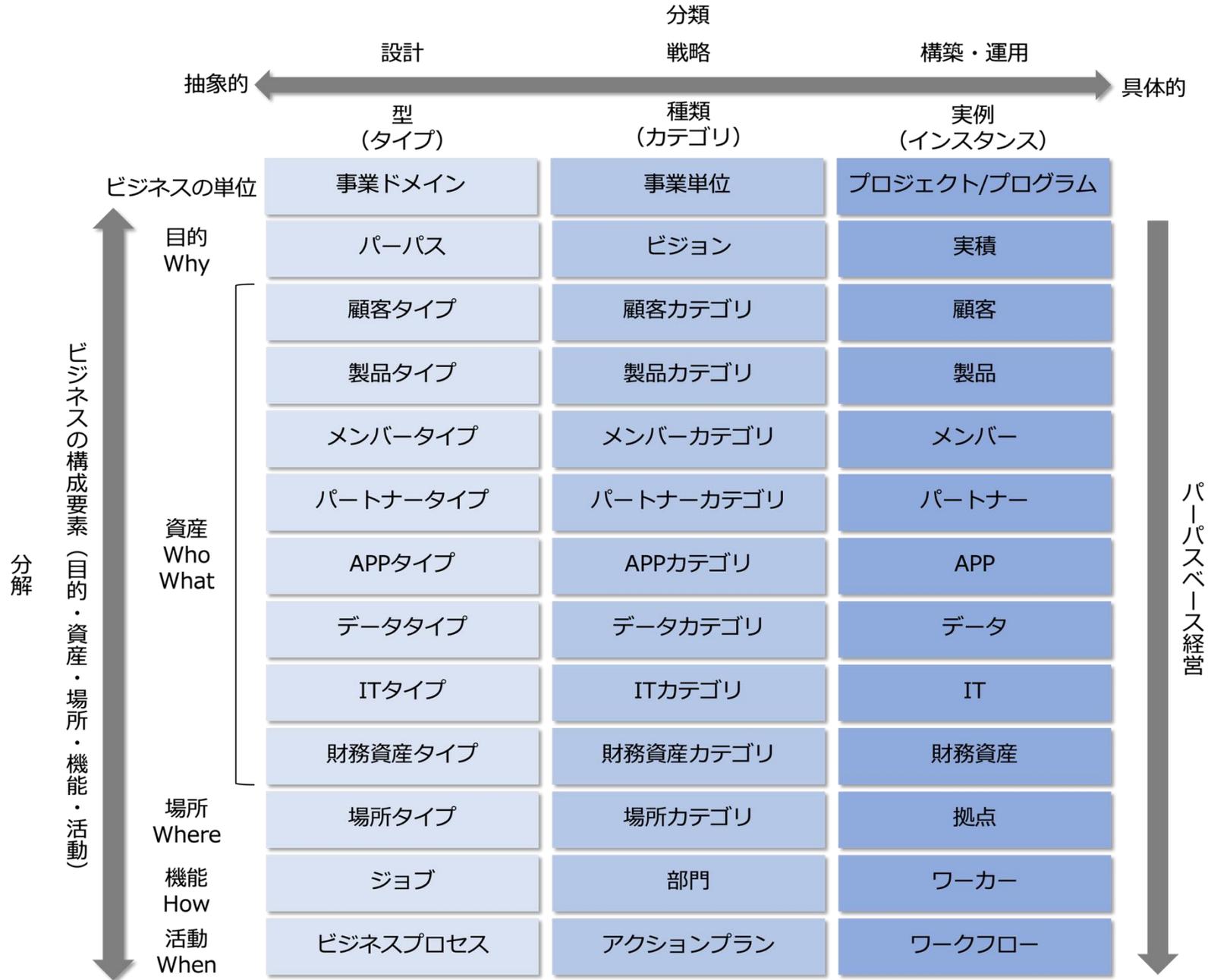
戦略目標→ビジョン



戦略マップ BSC/アクションプラン

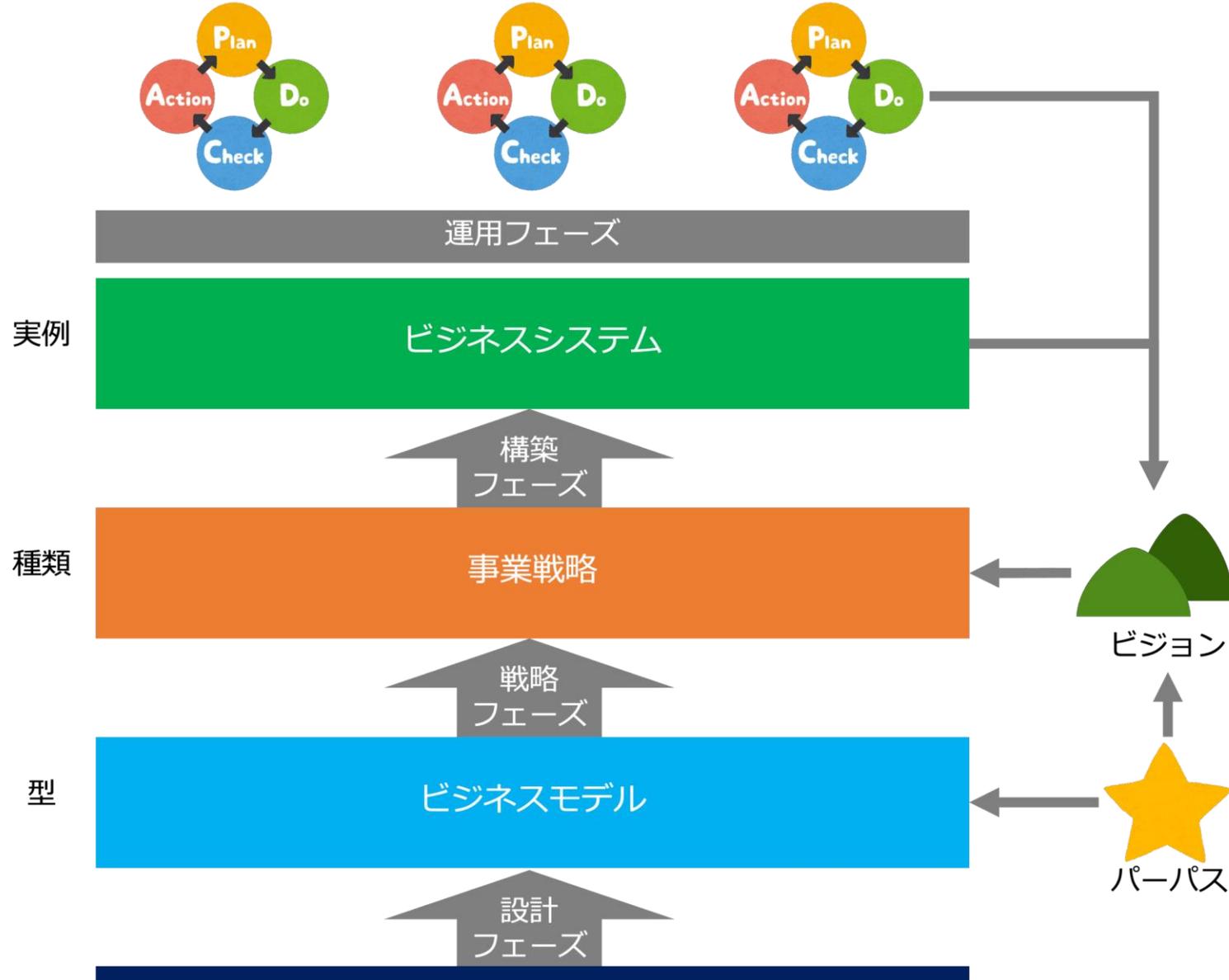


# ビジネスストラクチャマトリクス



# デザイン思考経営の事業ライフサイクル

データドリブン経営



# ビジネスストラクチャマトリクス



# ビジネスストラクチャマトリクス



# ビジネスストラクチャマトリクス



# ビジネスストラクチャマトリクス

分類  
戦略

設計

構築・運用

抽象的

具体的

どのような価値観を持った人（誰に）に、どのような価値を提供するのか



目的  
Why

ビジネスの構成要素（目的・資産・場所・機能・活動）

分解

資産  
Who  
What

場所  
Where

機能  
How

活動  
When

型 (タイプ)	種類 (カテゴリ)	実例 (インスタンス)
事業ドメイン	事業単位	
パーパス	ビジョン	
顧客タイプ	顧客カテゴリ	顧客
製品タイプ	製品カテゴリ	製品
メンバータイプ	メンバーカテゴリ	メンバー
パートナータイプ	パートナーカテゴリ	パートナー
APPタイプ	APPカテゴリ	APP
データタイプ	データカテゴリ	データ
ITタイプ	ITカテゴリ	IT
財務資産タイプ	財務資産カテゴリ	財務資産
場所タイプ	場所カテゴリ	拠点
ジョブ	部門	ワーカー
ビジネスプロセス	アクションプラン	ワークフロー

マーケティング戦略

- セグメンテーション
- ターゲティング
- ポジショニング



パーパスベース経営

# ビジネスストラクチャマトリクス

分類  
戦略

設計

構築・運用

抽象的

具体的

顧客価値と製品価値



ビジネスの構成要素 (目的・資産・場所・機能・活動)

分解

資産  
Who  
What

場所  
Where

機能  
How  
活動  
When

型 (タイプ)	種類 (カテゴリ)	実例 (インスタンス)
事業ドメイン	事業単位	
パーパス	ビジョン	
顧客タイプ	顧客カテゴリ	顧客
製品タイプ	製品カテゴリ	製品
メンバータイプ	メンバーカテゴリ	メンバー
パートナータイプ	パートナーカテゴリ	パートナー
APPタイプ	APPカテゴリ	APP
データタイプ	データカテゴリ	データ
ITタイプ	ITカテゴリ	IT
財務資産タイプ	財務資産カテゴリ	財務資産
場所タイプ	場所カテゴリ	拠点
ジョブ	部門	ワーカー
ビジネスプロセス	アクションプラン	ワークフロー

マーケティング戦略

- セグメンテーション
- ターゲティング
- ポジショニング



パーパスベース経営

# ビジネスストラクチャマトリクス

分類  
戦略

設計

構築・運用

抽象的

具体的

顧客価値と製品価値



ビジネスの構成要素 (目的・資産・場所・機能・活動)

分解

資産  
Who  
What

場所  
Where

機能  
How  
活動  
When

型 (タイプ)	種類 (カテゴリ)	実例 (インスタンス)
事業ドメイン	事業単位	
パーパス	ビジョン	
顧客タイプ	顧客カテゴリ	顧客
製品タイプ	製品カテゴリ	製品
メンバータイプ	メンバーカテゴリ	メンバー
パートナータイプ	パートナーカテゴリ	パートナー
APPタイプ	APPカテゴリ	APP
データタイプ	データカテゴリ	データ
ITタイプ	ITカテゴリ	IT
財務資産タイプ	財務資産カテゴリ	財務資産
場所タイプ	場所カテゴリ	拠点
ジョブ	部門	ワーカー
ビジネスプロセス	アクションプラン	ワークフロー

マーケティング戦略

- セグメンテーション
- ターゲティング
- ポジショニング



パーパスベース経営

# ビジネスストラクチャマトリクス

分類  
戦略

設計

構築・運用

抽象的

具体的

誰をどう幸せにするか

どこを攻めるか



ビジネスの構成要素 (目的・資産・場所・機能・活動)

分解

資産  
Who  
What

場所  
Where

機能  
How

活動  
When

パーパスベース経営

	型 (タイプ)	種類 (カテゴリ)	実例 (インスタンス)
事業単位	事業ドメイン	事業単位	
目的	パーパス	ビジョン	
	顧客タイプ	顧客カテゴリ	顧客
	製品タイプ	製品カテゴリ	製品
	メンバータイプ	メンバーカテゴリ	メンバー
	パートナータイプ	パートナーカテゴリ	パートナー
	APPタイプ	APPカテゴリ	APP
	データタイプ	データカテゴリ	データ
	ITタイプ	ITカテゴリ	IT
	財務資産タイプ	財務資産カテゴリ	財務資産
	場所タイプ	場所カテゴリ	拠点
	ジョブ	部門	ワーカー
	ビジネスプロセス	アクションプラン	ワークフロー

# ビジネスストラクチャマトリクス

分類  
戦略

設計

構築・運用

抽象的

具体的

誰をどう幸せにするか

どこを攻めるか



ビジネスの構成要素 (目的・資産・場所・機能・活動)

分解

資産  
Who  
What

場所  
Where

機能  
How

活動  
When

パーパスベース経営

	型 (タイプ)	種類 (カテゴリ)	実例 (インスタンス)
事業単位	事業ドメイン	事業単位	
目的	パーパス	ビジョン	
	顧客タイプ	顧客カテゴリ	顧客
	製品タイプ	製品カテゴリ	製品
	メンバータイプ	メンバーカテゴリ	メンバー
	パートナータイプ	パートナーカテゴリ	パートナー
	APPタイプ	APPカテゴリ	APP
	データタイプ	データカテゴリ	データ
	ITタイプ	ITカテゴリ	IT
	財務資産タイプ	財務資産カテゴリ	財務資産
	場所タイプ	場所カテゴリ	拠点
	ジョブ	部門	ワーカー
	ビジネスプロセス	アクションプラン	ワークフロー

# ビジネスストラクチャマトリクス

分類  
戦略

設計

構築・運用

抽象的

具体的

音楽を好きなときに  
好きな場所で楽しみたい



ビジネスの構成要素 (目的・資産・場所・機能・活動)

分解

資産  
Who  
What

場所  
Where

機能  
How  
活動  
When

型 (タイプ)	種類 (カテゴリ)	実例 (インスタンス)
事業ドメイン	事業単位	
パーパス	ビジョン	
顧客タイプ	顧客カテゴリ	顧客
製品タイプ	製品カテゴリ	製品
メンバータイプ	メンバーカテゴリ	メンバー
パートナータイプ	パートナーカテゴリ	パートナー
APPタイプ	APPカテゴリ	APP
データタイプ	データカテゴリ	データ
ITタイプ	ITカテゴリ	IT
財務資産タイプ	財務資産カテゴリ	財務資産
場所タイプ	場所カテゴリ	拠点
ジョブ	部門	ワーカー
ビジネスプロセス	アクションプラン	ワークフロー

ウォークマン  
iPod  
Spotify



パーパスベース経営

# 顧客と製品の設計

- デザイン思考経営のアーキテクチャ
- デザイン思考経営のアプローチ
- **顧客価値と製品価値**
- 顧客価値の発見
- イノベーションと顧客の創造
- 事業成長モデル
- ビジネスの起源

# 顧客価値と製品価値

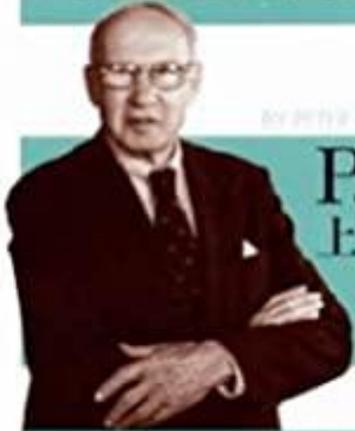
- 顧客価値  
顧客の欲求（ニーズ）を満たす性質。
- 顧客の価値観  
顧客価値があると判断する観方。
- 製品価値  
顧客の価値観に合う製品の性質。

【エッセンシャル版】

# マネジメント

基本と原則

MANAGEMENT:  
TASKS, RESPONSIBILITIES, PRACTICES



BY PETER F. DRUCKER EDITED BY ATSUKI UEDA

P.F.ドラッカー 著

上田惇生 編訳

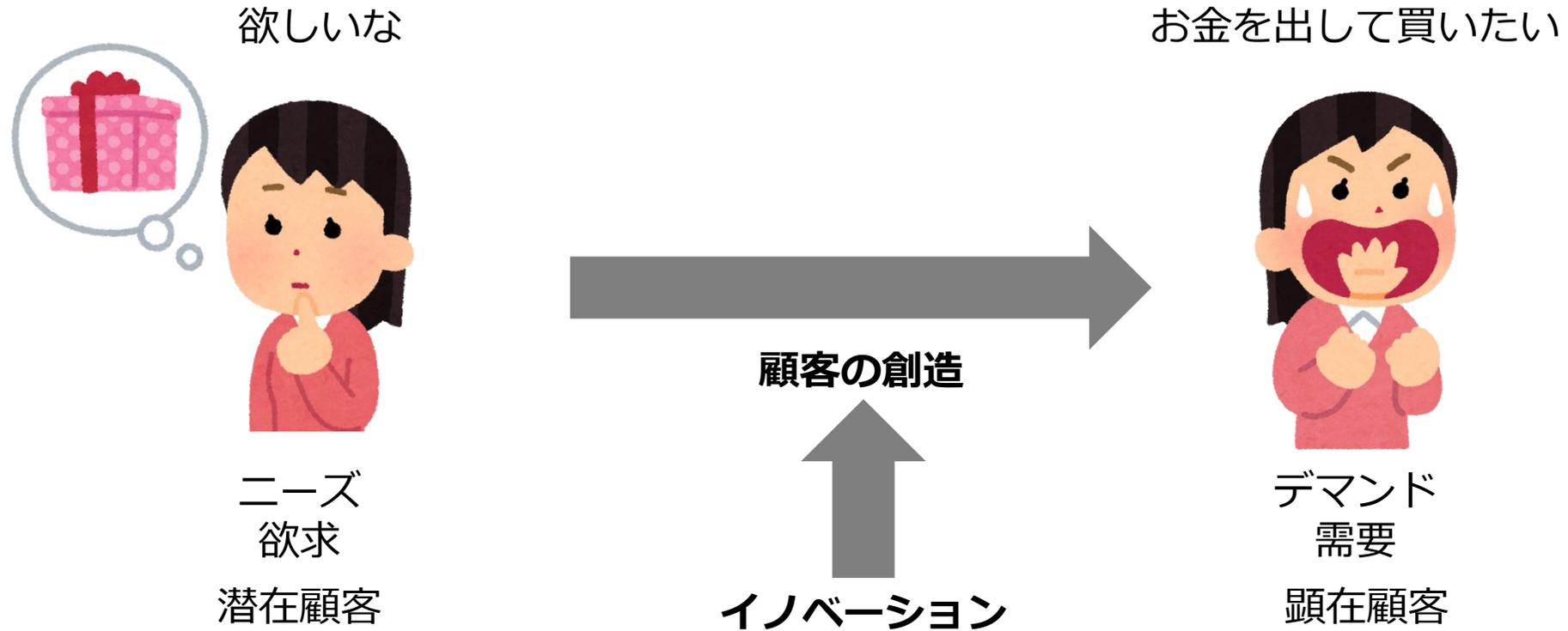
ダイヤモンド社

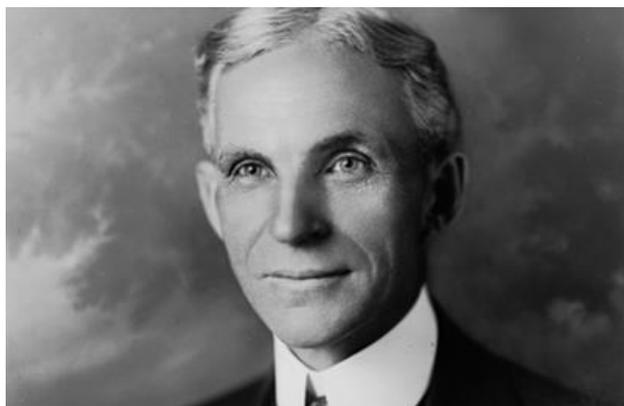
ニーズをデマンドに変えること

# 企業の目的



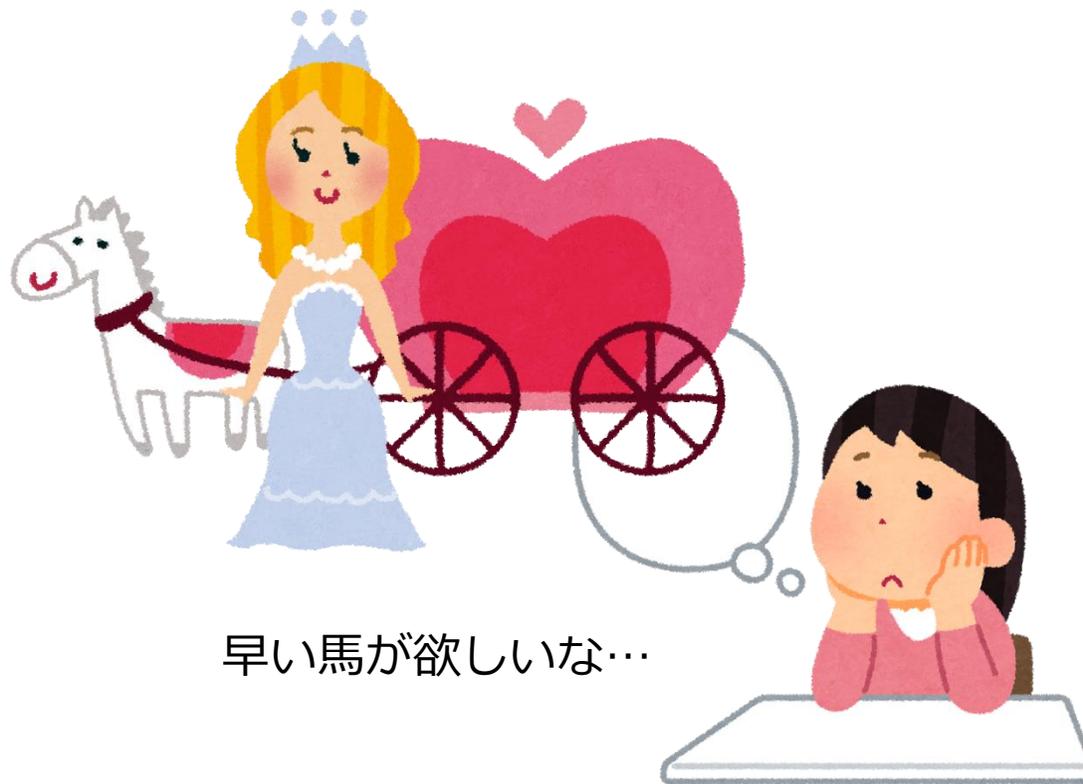
# 企業の目的





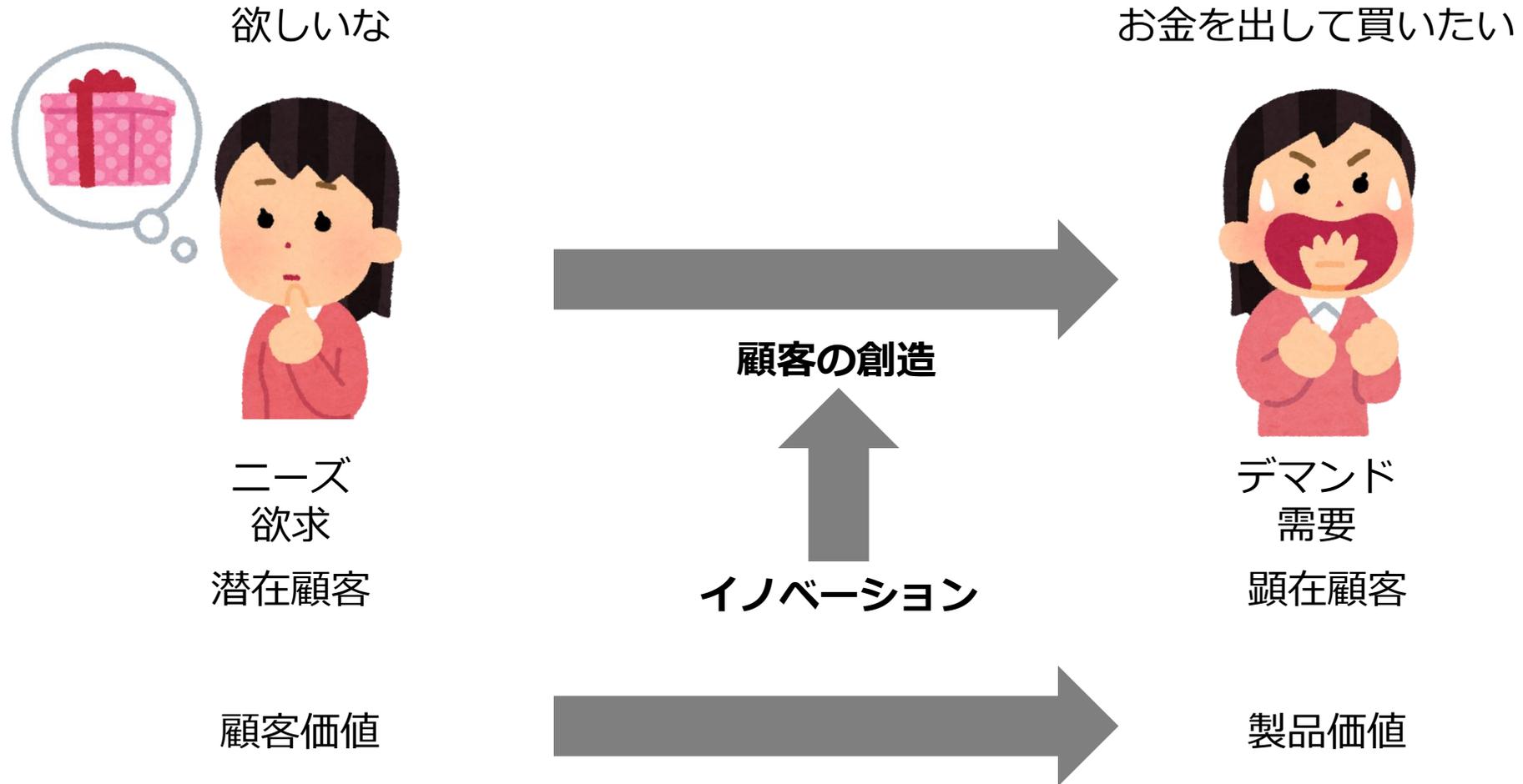
ヘンリー・フォード

顧客に何が欲しいかと尋ねたら、  
もっと早い馬が欲しいという答えが返ってきたらう



早い馬が欲しいな...

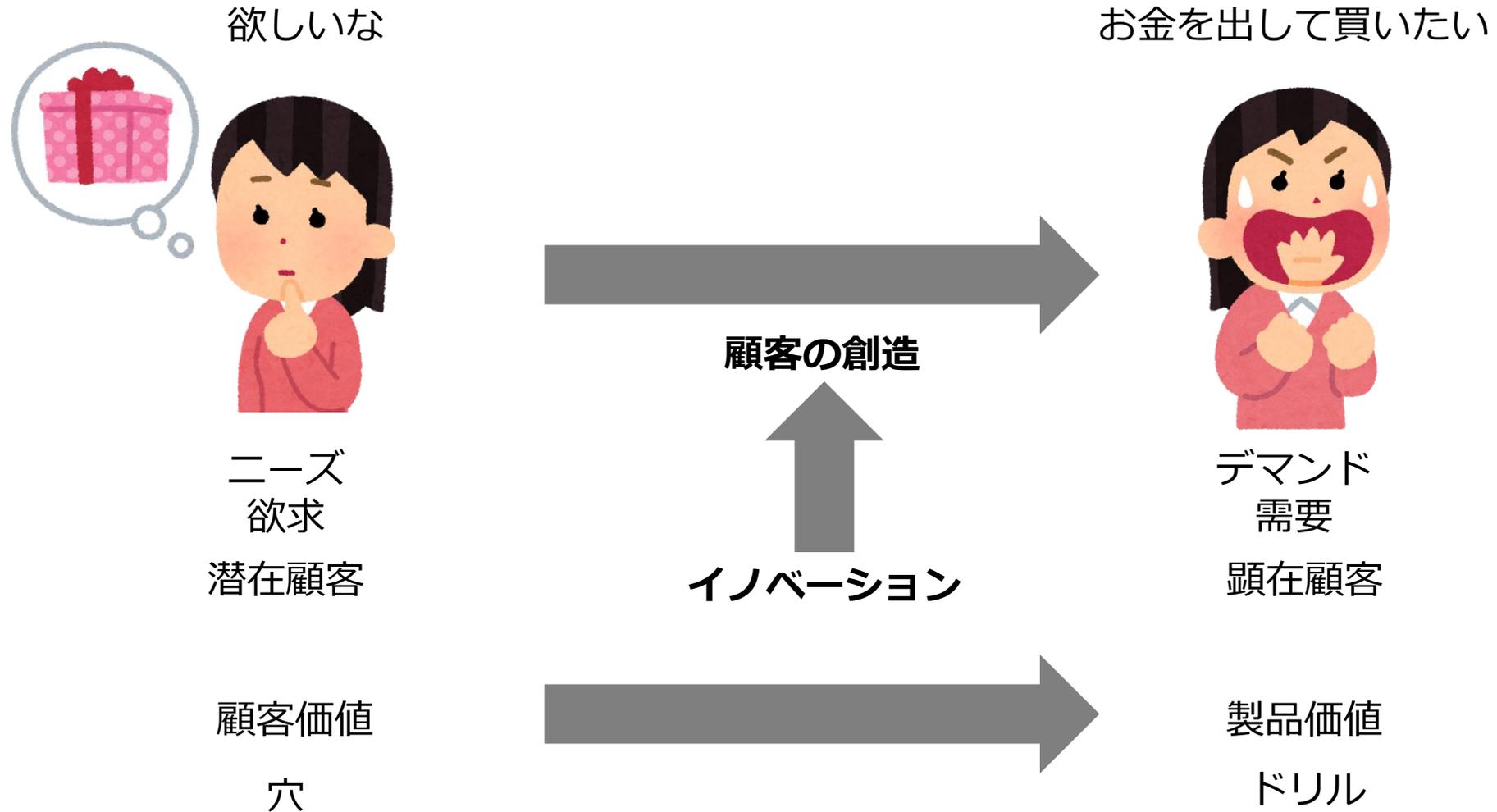
# 企業の目的



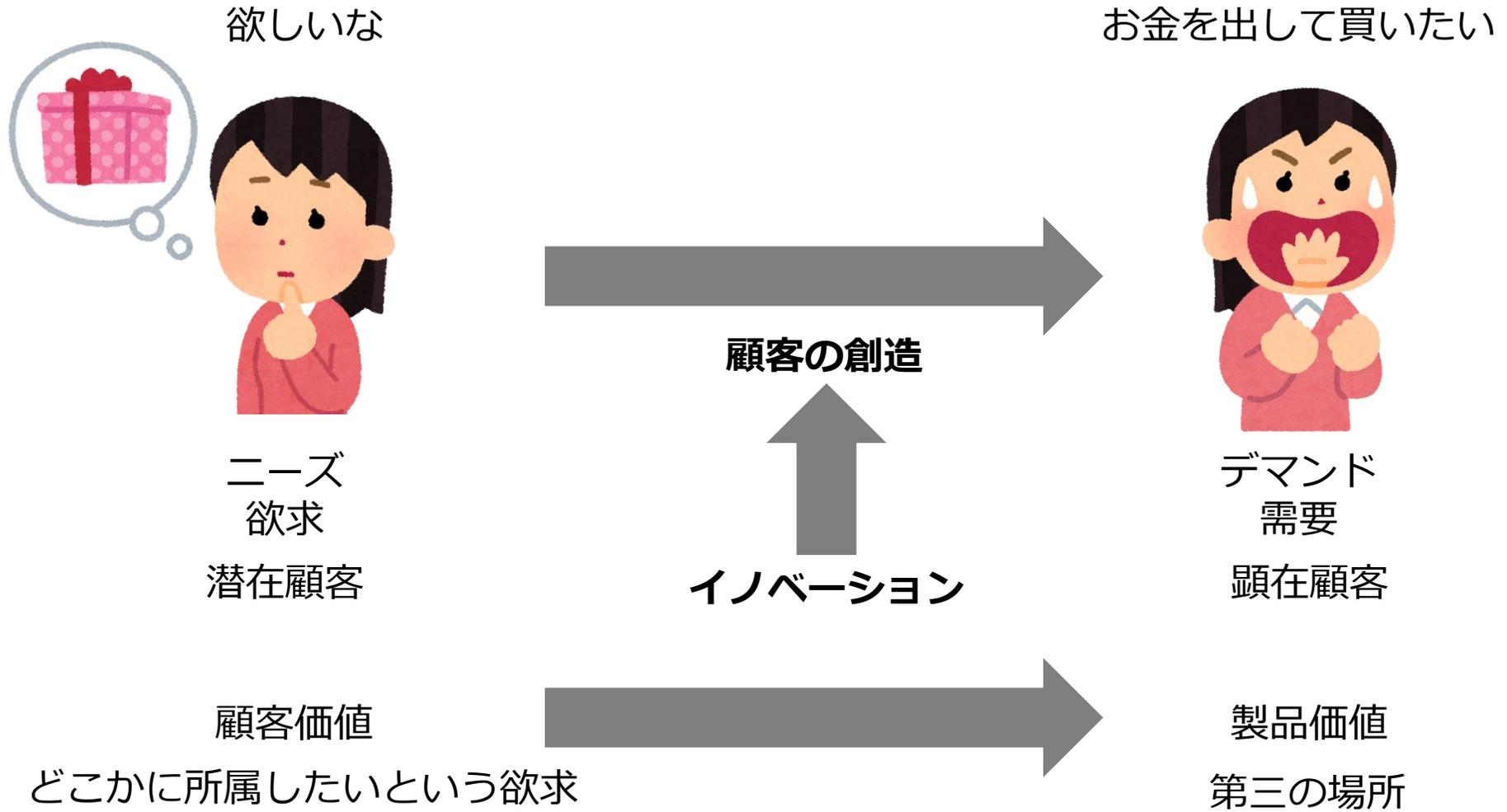
# 顧客の視点

ドリルを買いに来た人が欲しいのは、ドリルではなく"穴"である

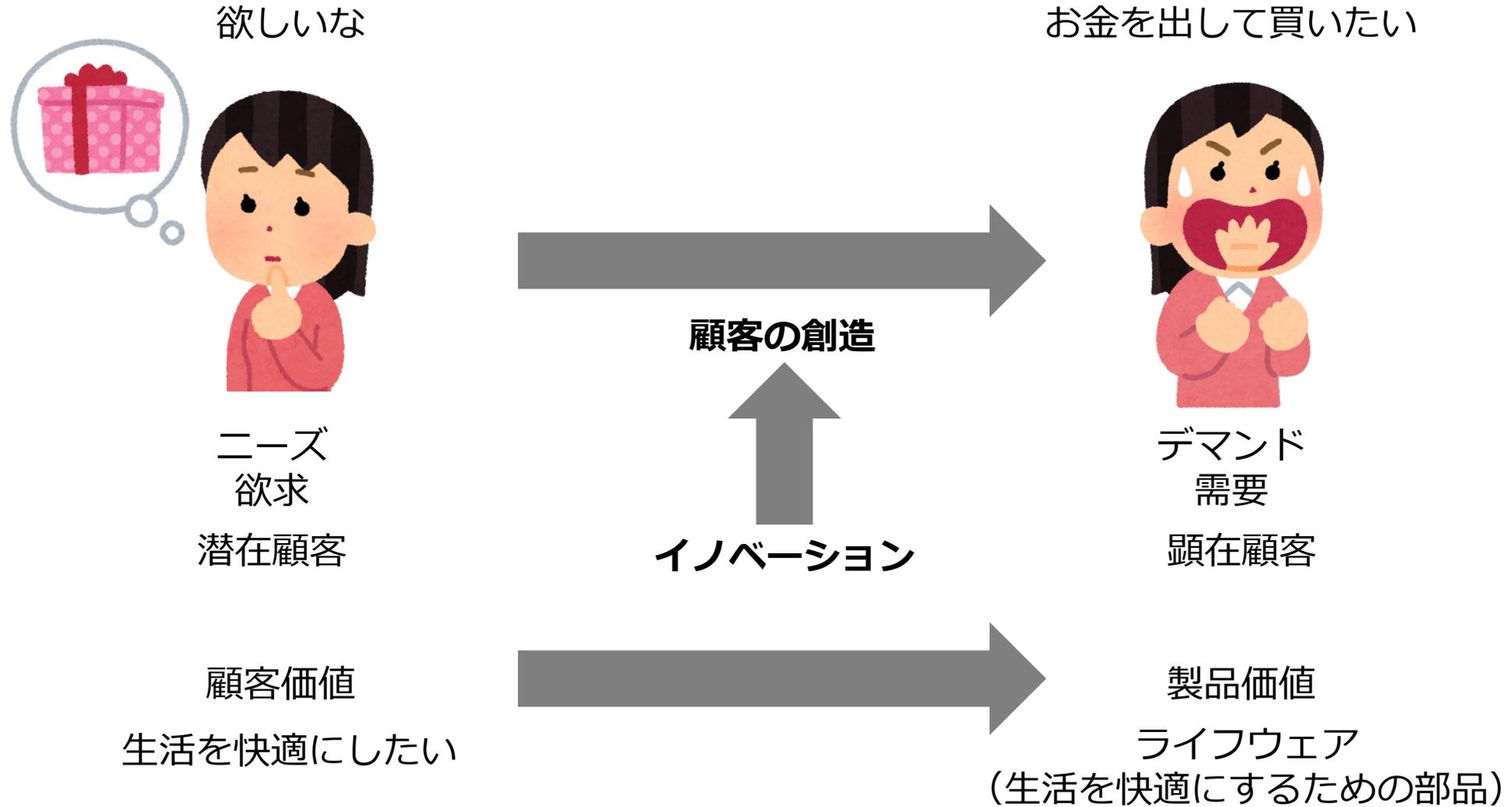
# 企業の目的



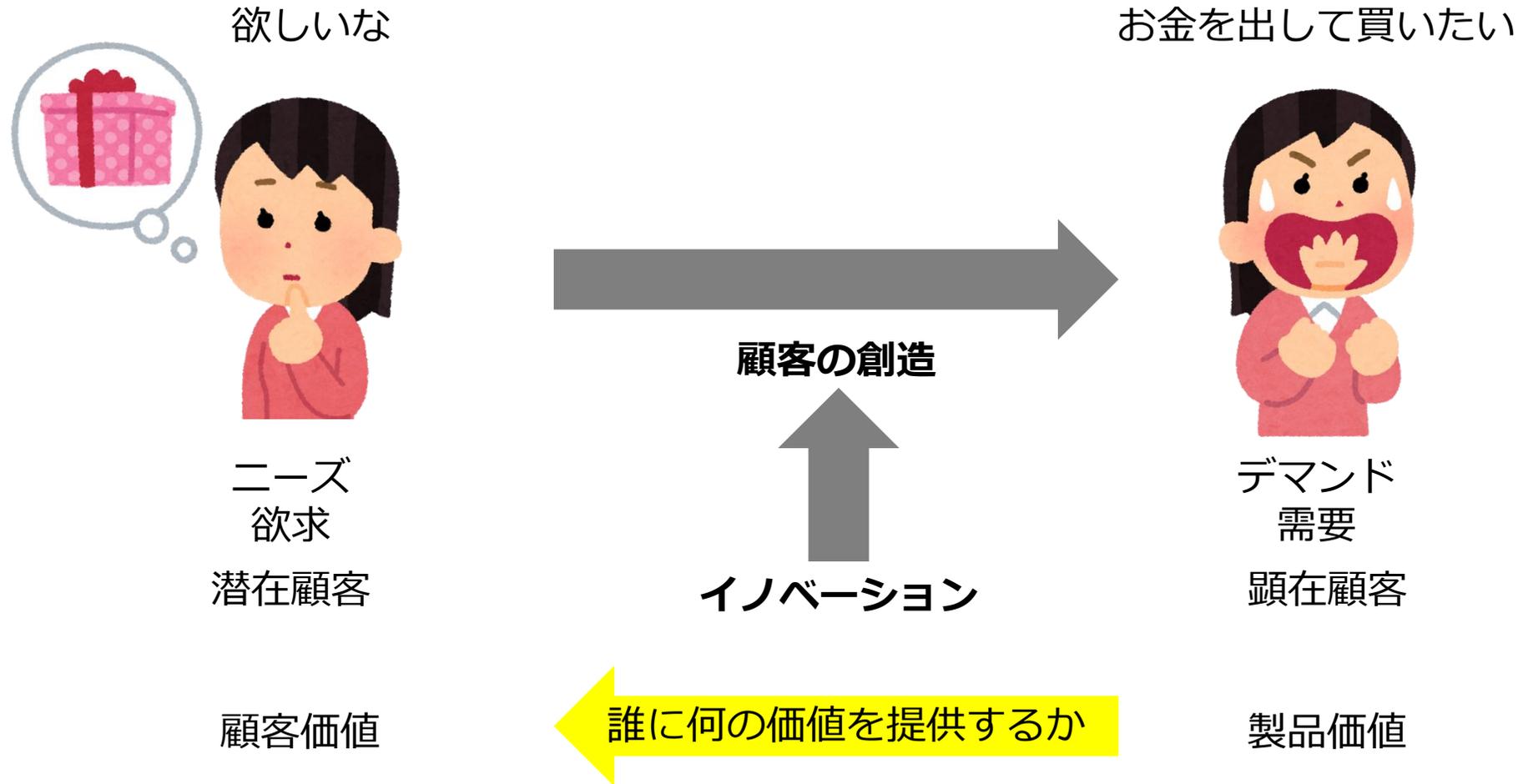
# 企業の目的



# 企業の目的



# 顧客タイプ×製品タイプ



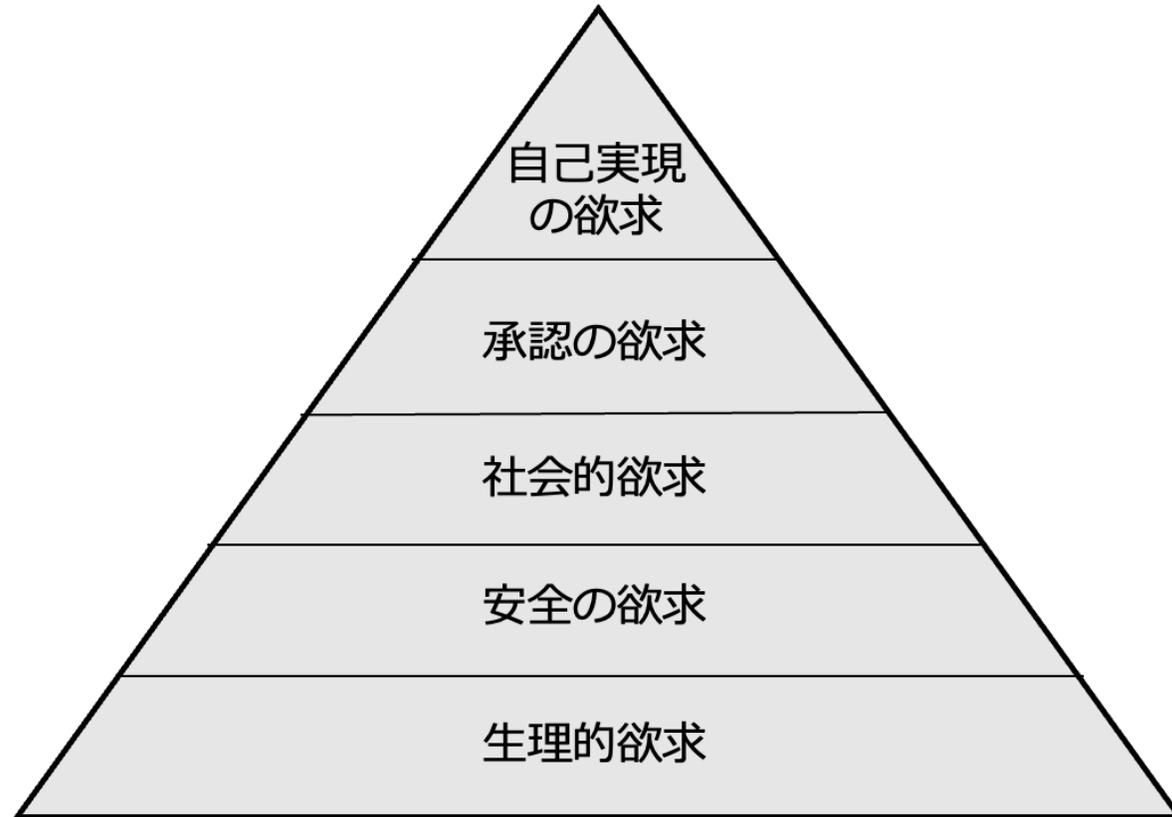
# 顧客と製品の設計

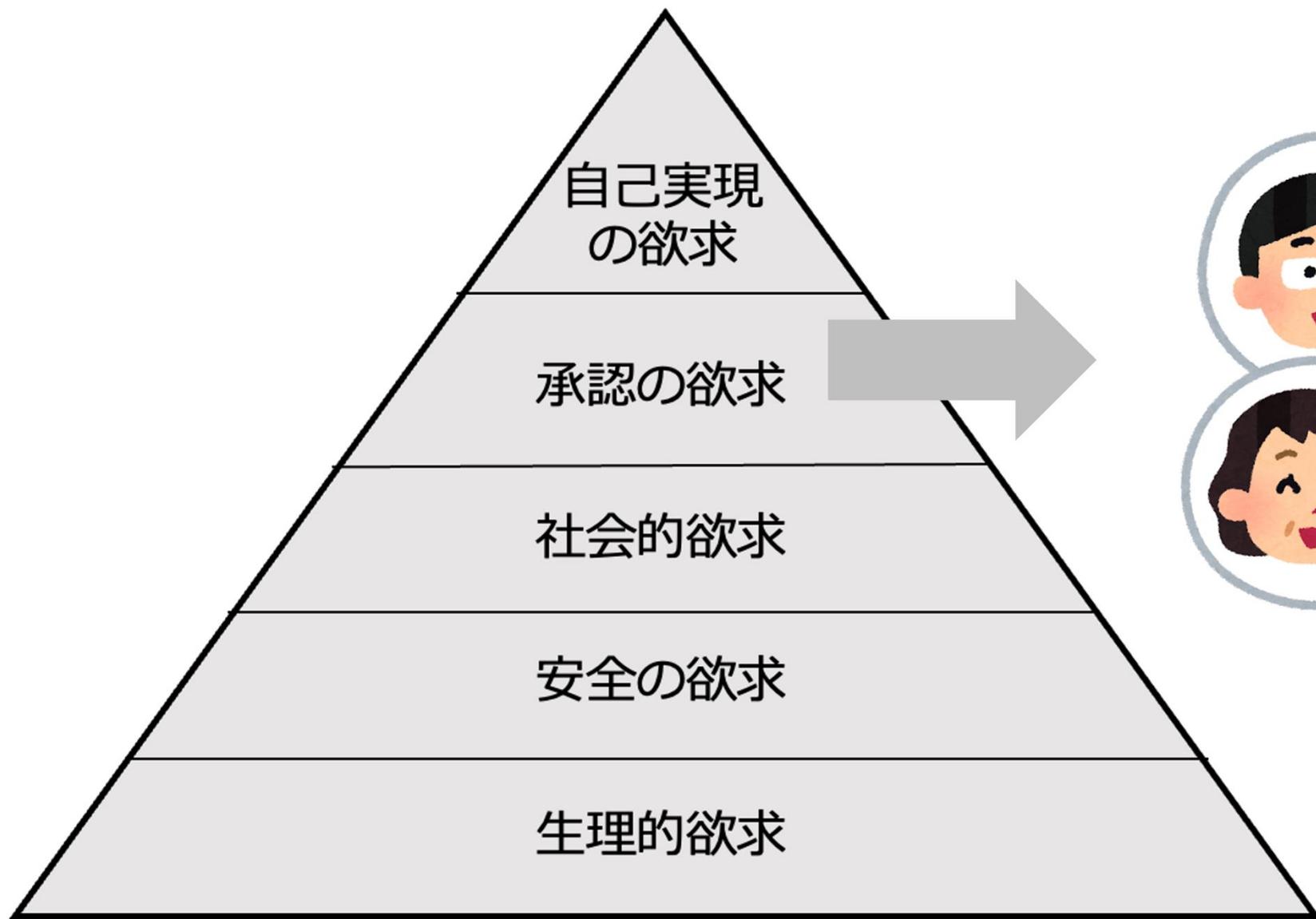
- デザイン思考経営のアーキテクチャ
- デザイン思考経営のアプローチ
- 顧客価値と製品価値
- 顧客価値の発見
- イノベーションと顧客の創造
- 事業成長モデル
- ビジネスの起源

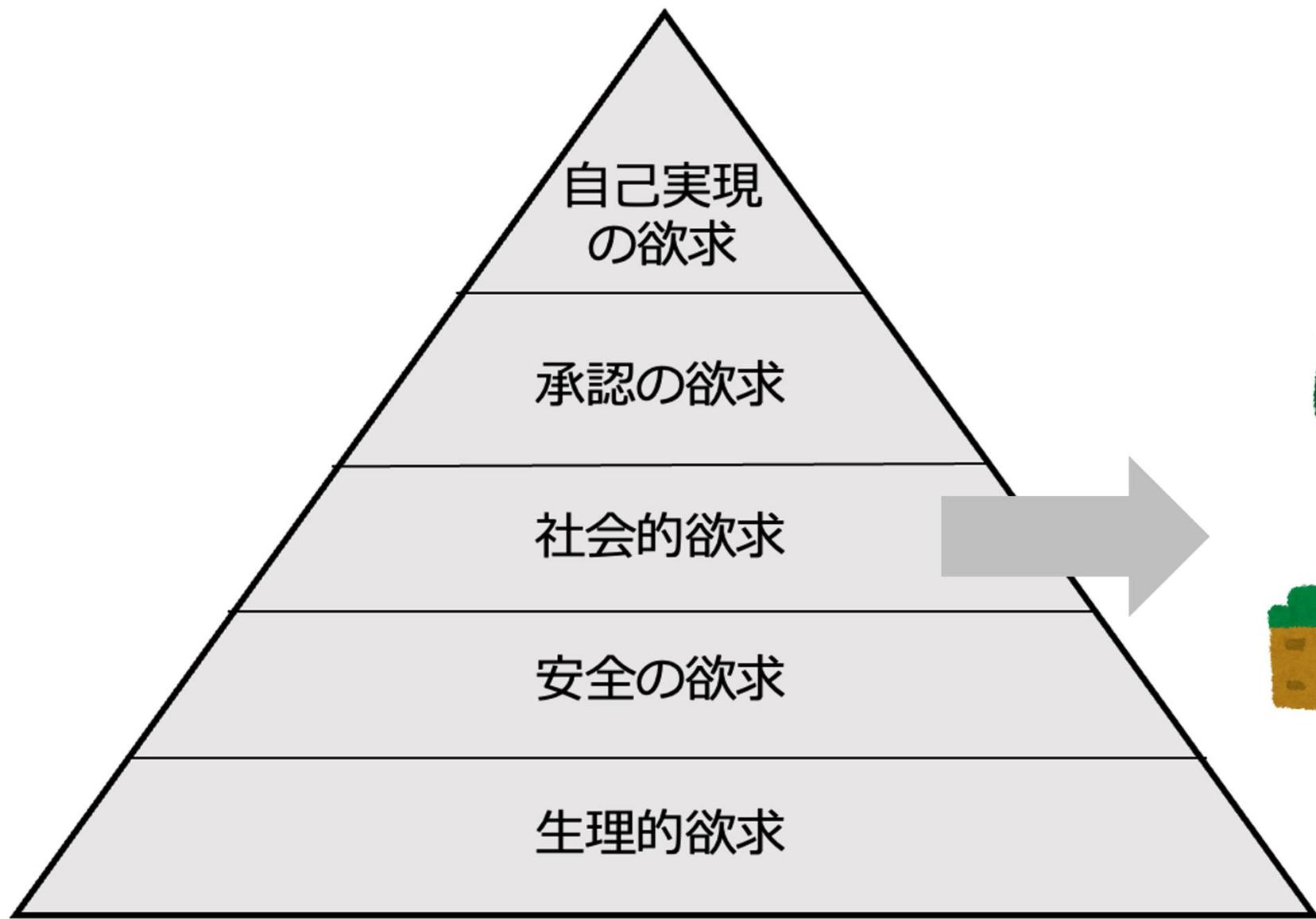
# 顧客価値と製品価値

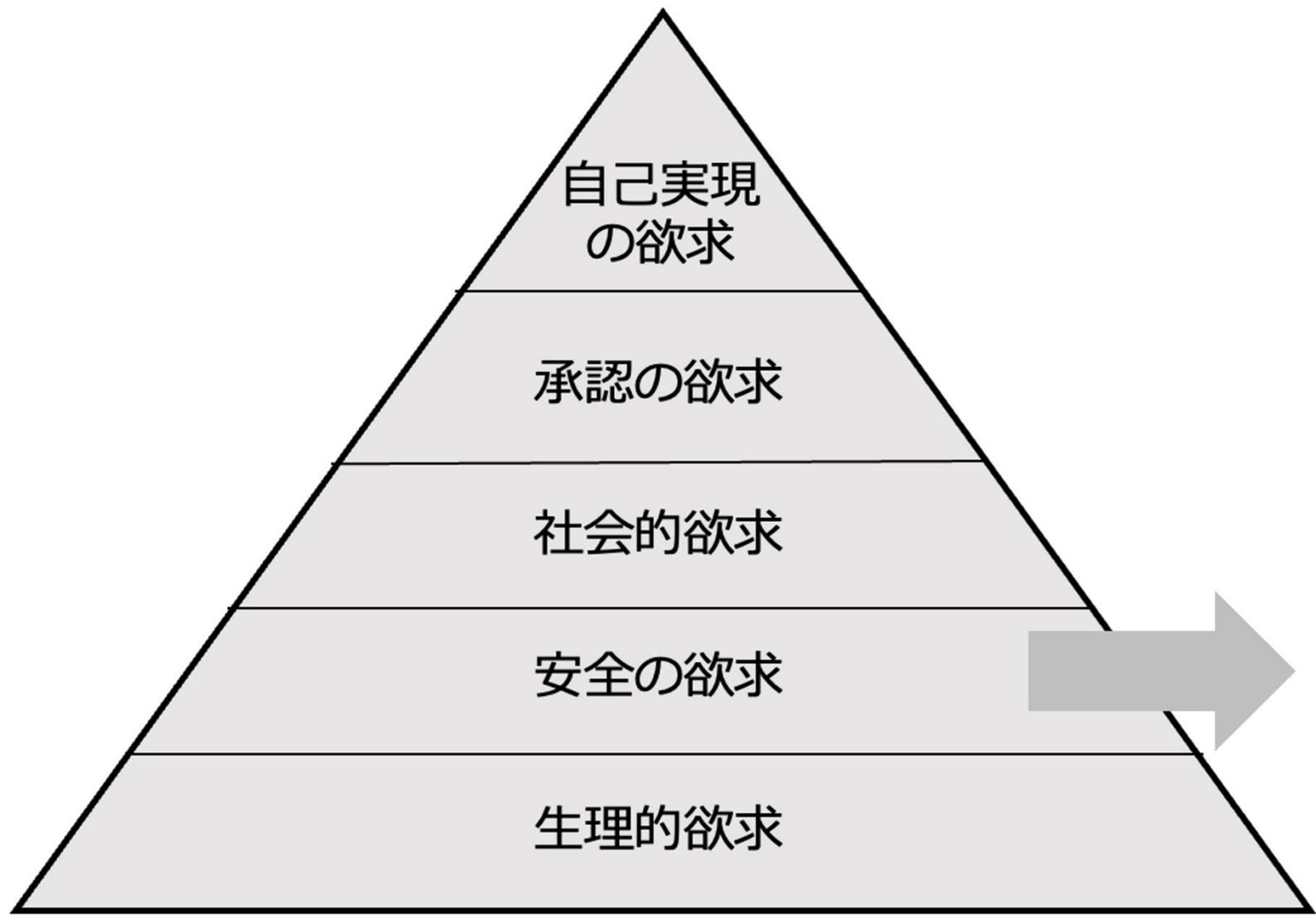
- 顧客価値  
顧客の**欲求（ニーズ）**を満たす性質。
- 顧客の価値観  
顧客価値があると判断する観方。
- 製品価値  
顧客の価値観に合う製品の性質。

# マズローの欲求5段階説





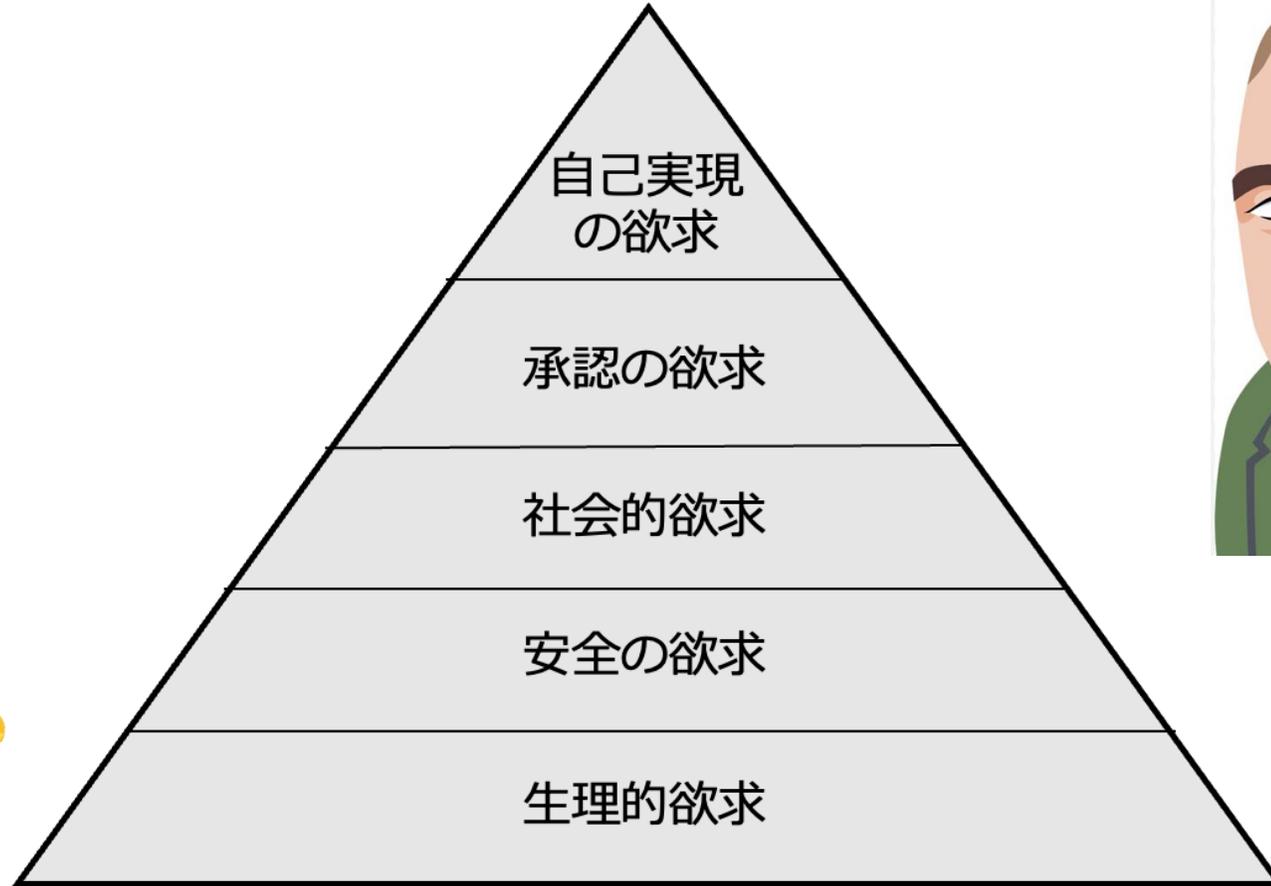




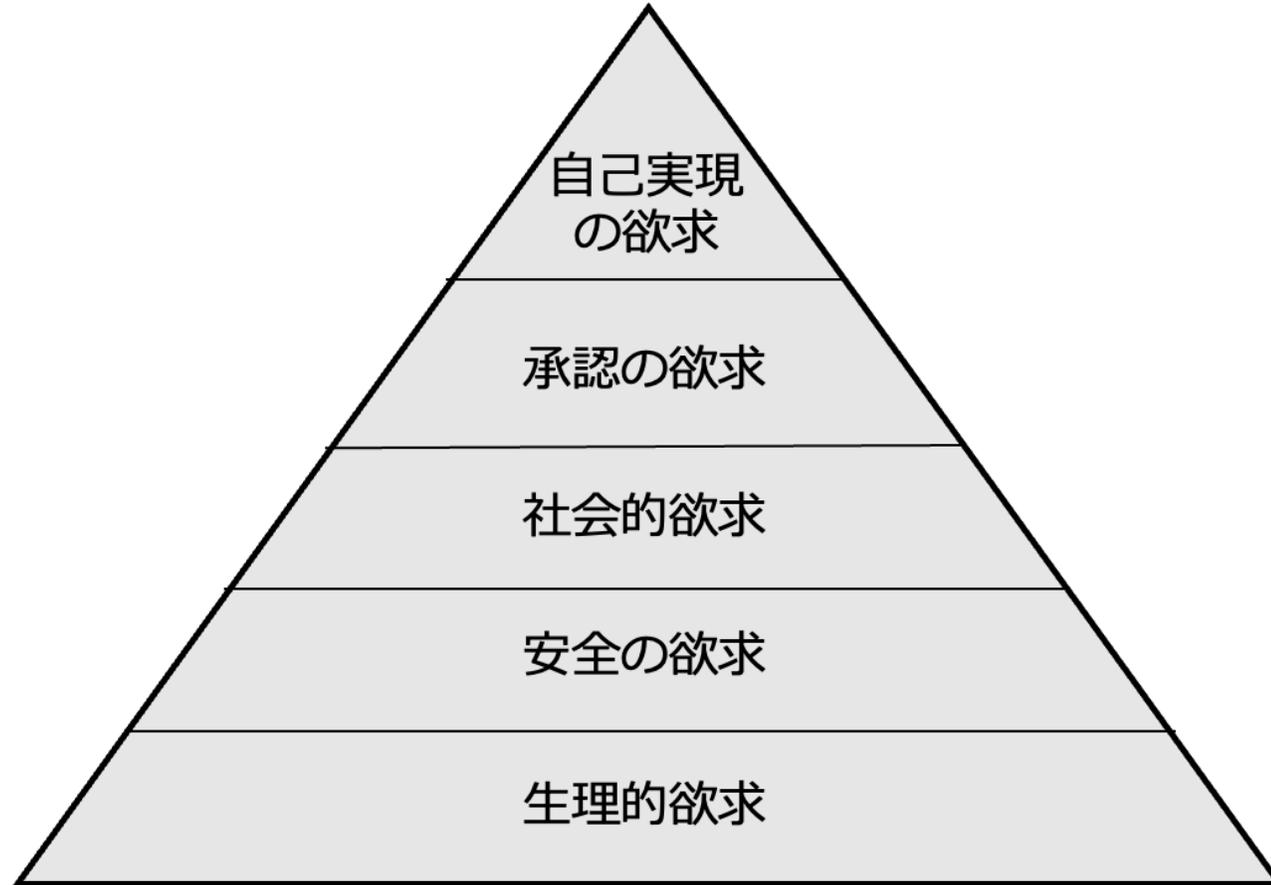
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



# マズローの欲求5段階説



# マズローの欲求5段階説



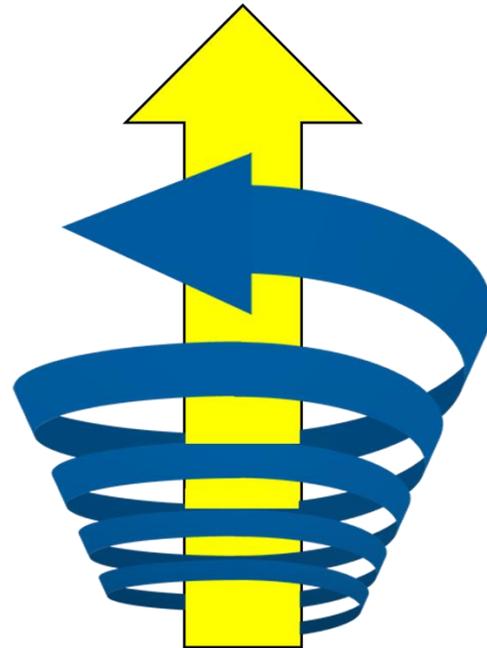
# 顧客価値と製品価値

- 顧客価値  
顧客の**欲求（ニーズ）**を満たす性質。
- 顧客の価値観  
顧客価値があると判断する観方。
- 製品価値  
顧客の価値観に合う製品の性質。

# デザイン思考経営とは

人間の価値観という本質を基軸に事業パーパスを定め、  
その実現手段を環境に合わせてアジャイルに変えていく経営

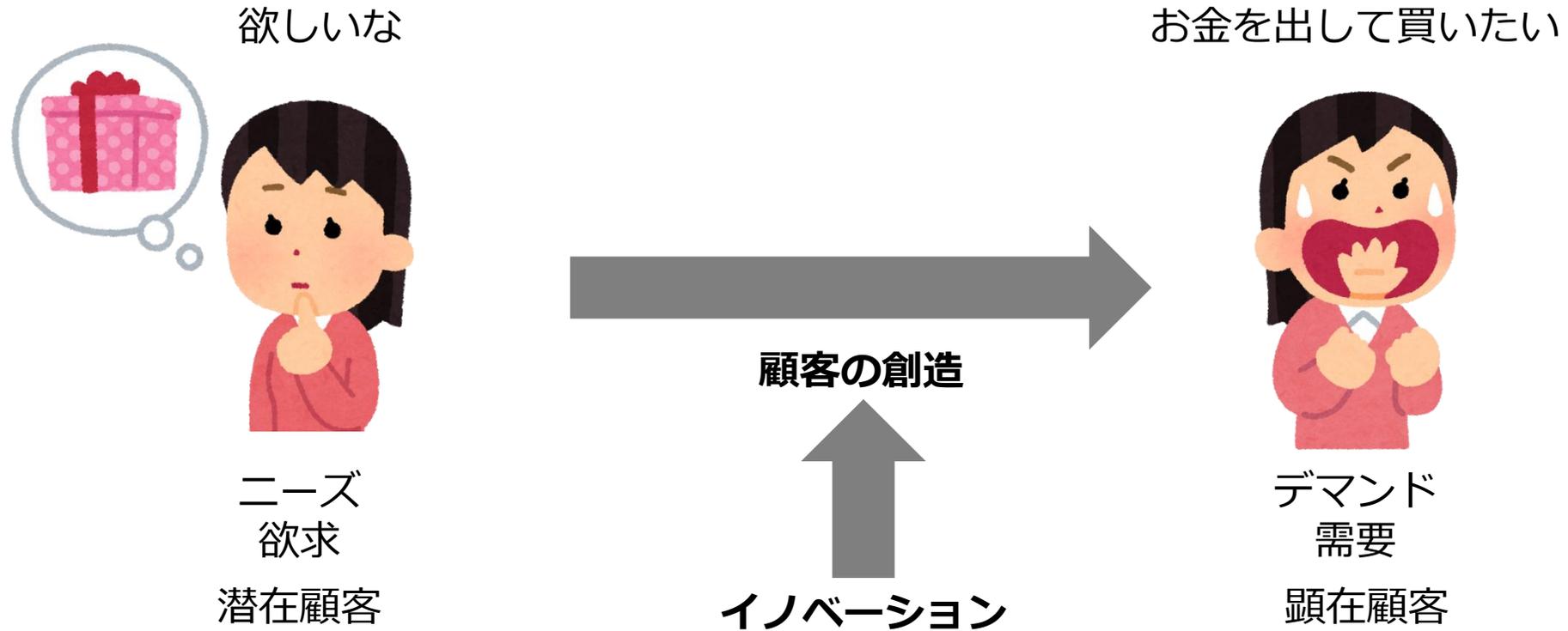
事業パーパス



# 顧客と製品の設計

- デザイン思考経営のアーキテクチャ
- デザイン思考経営のアプローチ
- 顧客価値と製品価値
- 顧客価値の発見
- **イノベーションと顧客の創造**
- 事業成長モデル
- ビジネスの起源

# 企業の目的



JOSEPH ALOIS  
SCHUMPETER  
THEORIE DER  
WIRTSCHAFTLICHEN  
ENTWICKLUNG

シュンペーター  
経済発展の理論  
(初版)  
J・A・シュンペーター  
八木紀一郎・荒木詳二訳

経済の動力を見抜いた  
巨人の代表作  
シュンペーター  
経済発展の理論(初版)

「発展」の経済学を追究し、  
企業者とその革新活動(新結合)の  
概念をもたらした名著の初版を、  
第一人者が日本初翻訳。  
日本経済新聞出版

# イノベーションとは

- 同質をいくら重ねても現状の改善レベルの変化にしか至らず、産業発展は飽和してしまう。
- そこで異質な新しいものを導入し、既存の産業構造を「創造的に破壊する」ことによって、飛躍的な産業発展が実現される。
- この異質な新しいものを導入することを新結合と呼び、
- 新結合を実行することをイノベーション (Innovation) と呼ぶ。

欲しいな



ニーズ  
欲求  
潜在顧客

お金を出して買いたい



デマンド  
需要  
顕在顧客



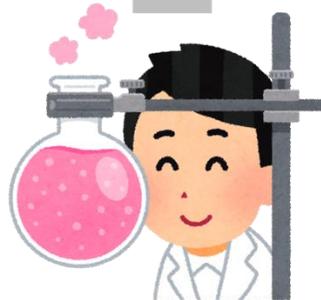
顧客の創造



イノベーション  
(新結合)



技術・ノウハウ



素材・材料  
シーズ



物



職務

# ニーズ

潜在的

顕在的

潜在的



イノベーション  
(新結合)



イノベーション  
(新結合)

ニーズ

顕在的



イノベーション  
(新結合)



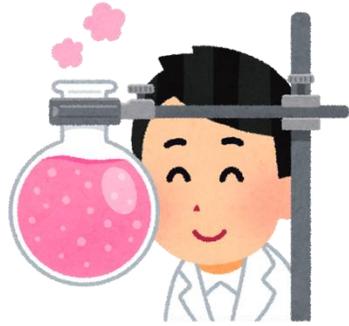
既にある組み合わせ

ニーズ



潜在的

顕在的



接着力の弱い接着剤

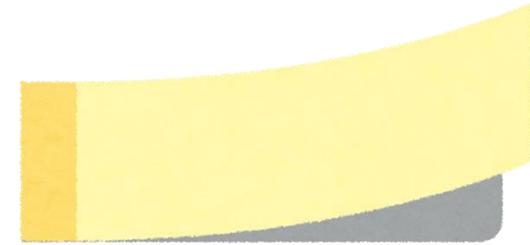
潜在的

ニーズ

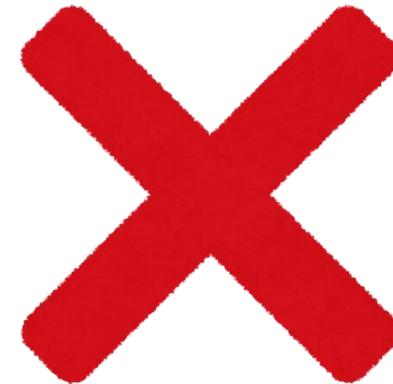
顕在的



イノベーション  
(新結合)



イノベーション  
(新結合)



既にある組み合わせ

ニーズ

潜在的

顕在的

潜在的

ニーズ

顕在的

  
イノベーション  
(新結合)

  
イノベーション  
(新結合)

  
イノベーション  
(新結合)

  
既にある組み合わせ



タクシー



ニーズ

潜在的

顕在的



自家用車

潜在的



資産化

ニーズ



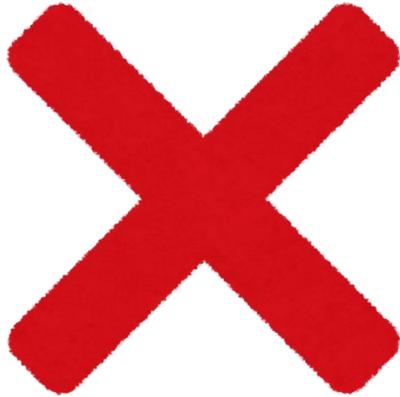
顕在的



イノベーション  
(新結合)



イノベーション  
(新結合)



既にある組み合わせ

ニーズ

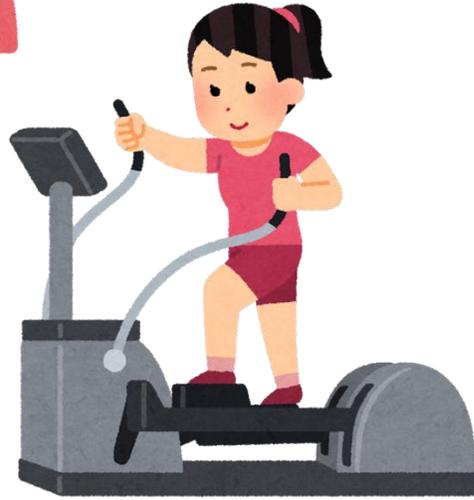
潜在的

顕在的

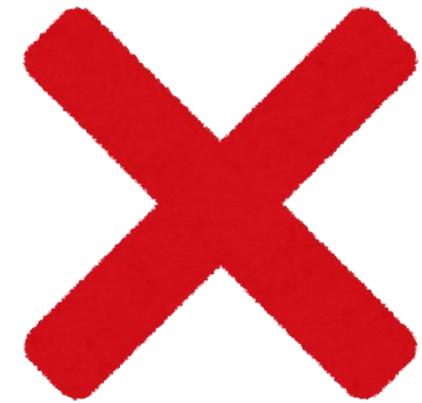
潜在的

ニーズ

顕在的



イノベーション  
(新結合)



既にある組み合わせ



ニーズ



潜在的

顕在的



潜在的

シーズ

顕在的



イノベーション  
(新結合)



イノベーション  
(新結合)



既にある組み合わせ

# ニーズ

潜在的

顕在的

潜在的



イノベーション  
(新結合)



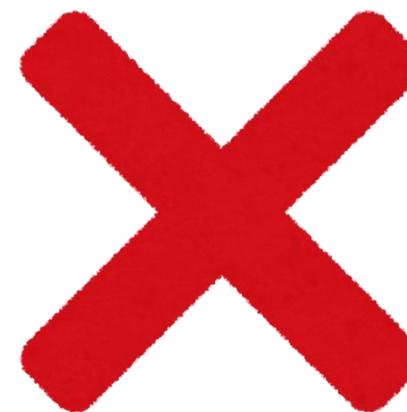
イノベーション  
(新結合)

ニーズ

顕在的



イノベーション  
(新結合)



既にある組み合わせ

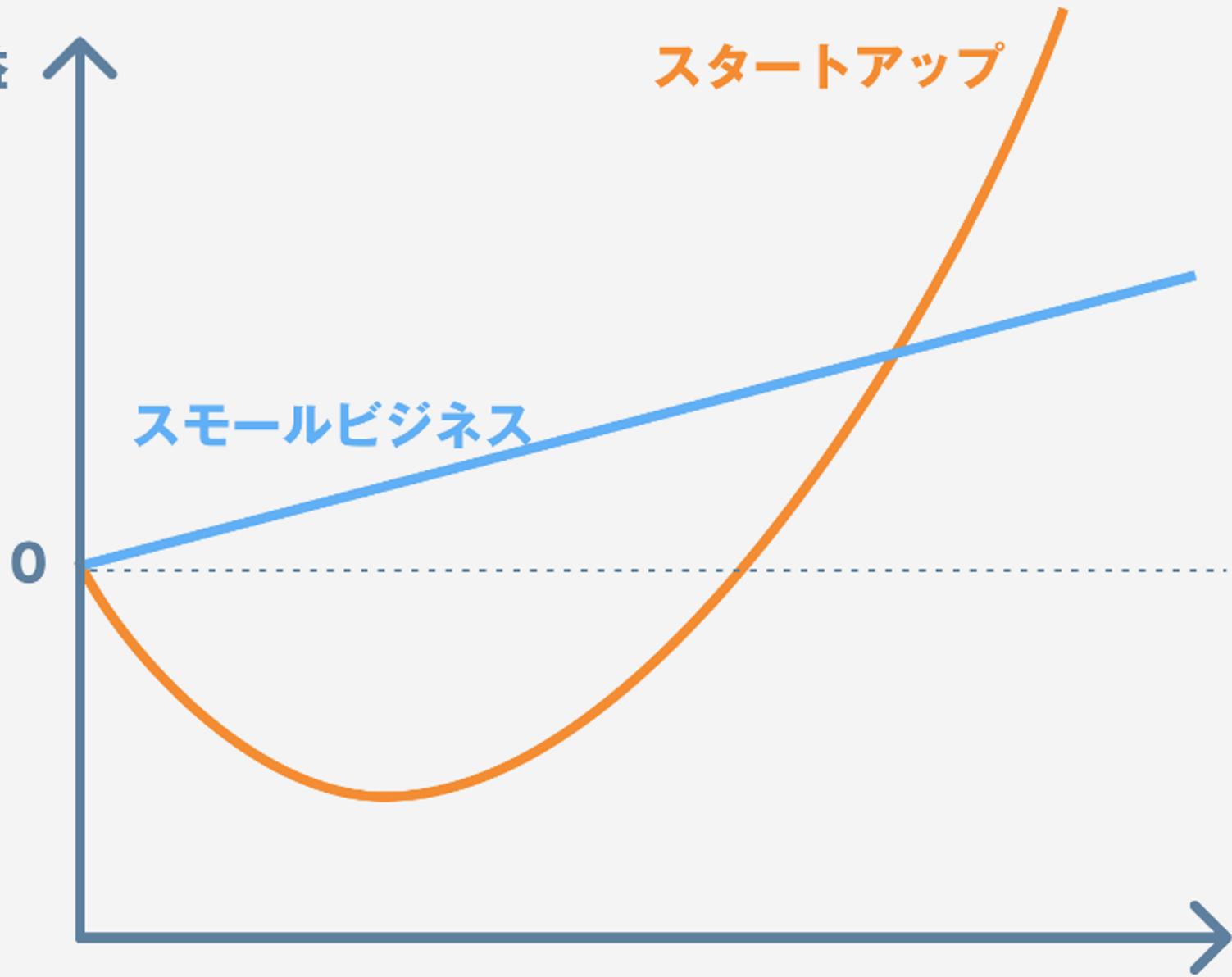
利益

スタートアップ

スモールビジネス

0

時間



# ニーズ

潜在的

顕在的

潜在的



イノベーション  
(新結合)



イノベーション  
(新結合)

ニーズ

顕在的



イノベーション  
(新結合)



既にある組み合わせ

ニーズ  
顧客価値

潜在的

顕在的

潜在的



イノベーション  
(新結合)



イノベーション  
(新結合)

ニーズ

顕在的



イノベーション  
(新結合)



既にある組み合わせ

欲しいな



ニーズ  
欲求  
潜在顧客

お金を出して買いたい



デマンド  
需要  
顕在顧客



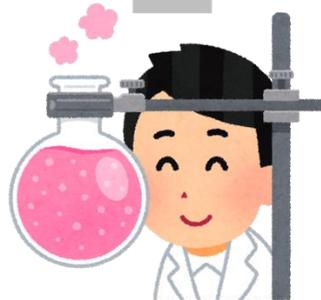
顧客の創造



イノベーション  
(新結合)



技術・ノウハウ



素材・材料  
シーズ



物



職務

# 顧客と製品の設計

- デザイン思考経営のアーキテクチャ
- デザイン思考経営のアプローチ
- 顧客価値と製品価値
- 顧客価値の発見
- イノベーションと顧客の創造
- 事業成長モデル
- ビジネスの起源

欲しいな



ニーズ  
欲求  
潜在顧客

お金を出して買いたい



デマンド  
需要  
顕在顧客



顧客の創造



イノベーション  
(新結合)



技術・ノウハウ



素材・材料  
シーズ



物



職務

# ビジネスストラクチャマトリクス



欲しいな

お金を出して買いたい



ニーズ  
欲求  
潜在顧客

人的資産



顧客の創造



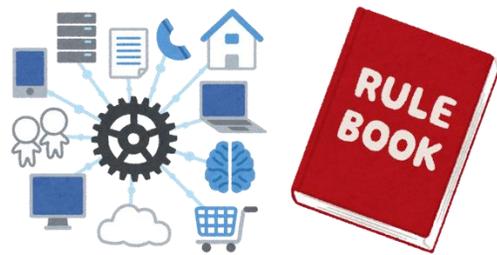
デマンド  
需要  
顕在顧客

知的資産



イノベーション  
(新結合)

情報資産



技術・ノウハウ

財務資産

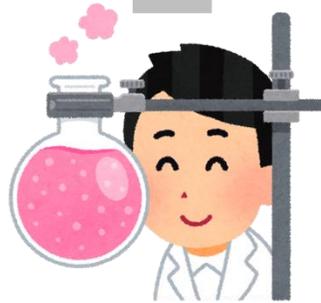


物

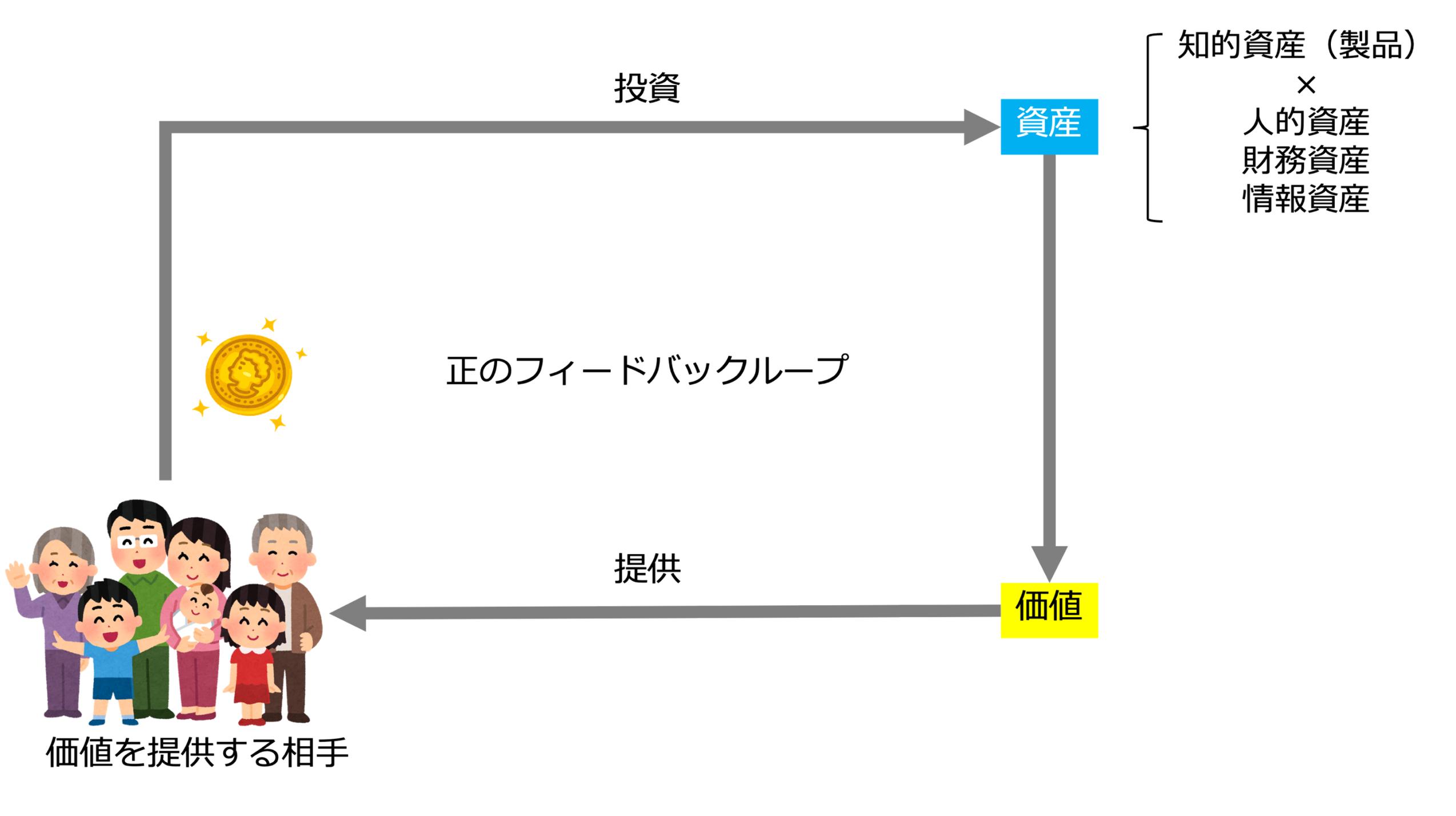
人的資産



職務



素材・材料  
シーズ



立ち食いスタイルのお店

競争優位性

SHOP

獲得

提供

価値

獲得

安くて美味しい高級フレンチ

提供

競争優位性

顧客

獲得・育成

一流シェフ

価値

獲得

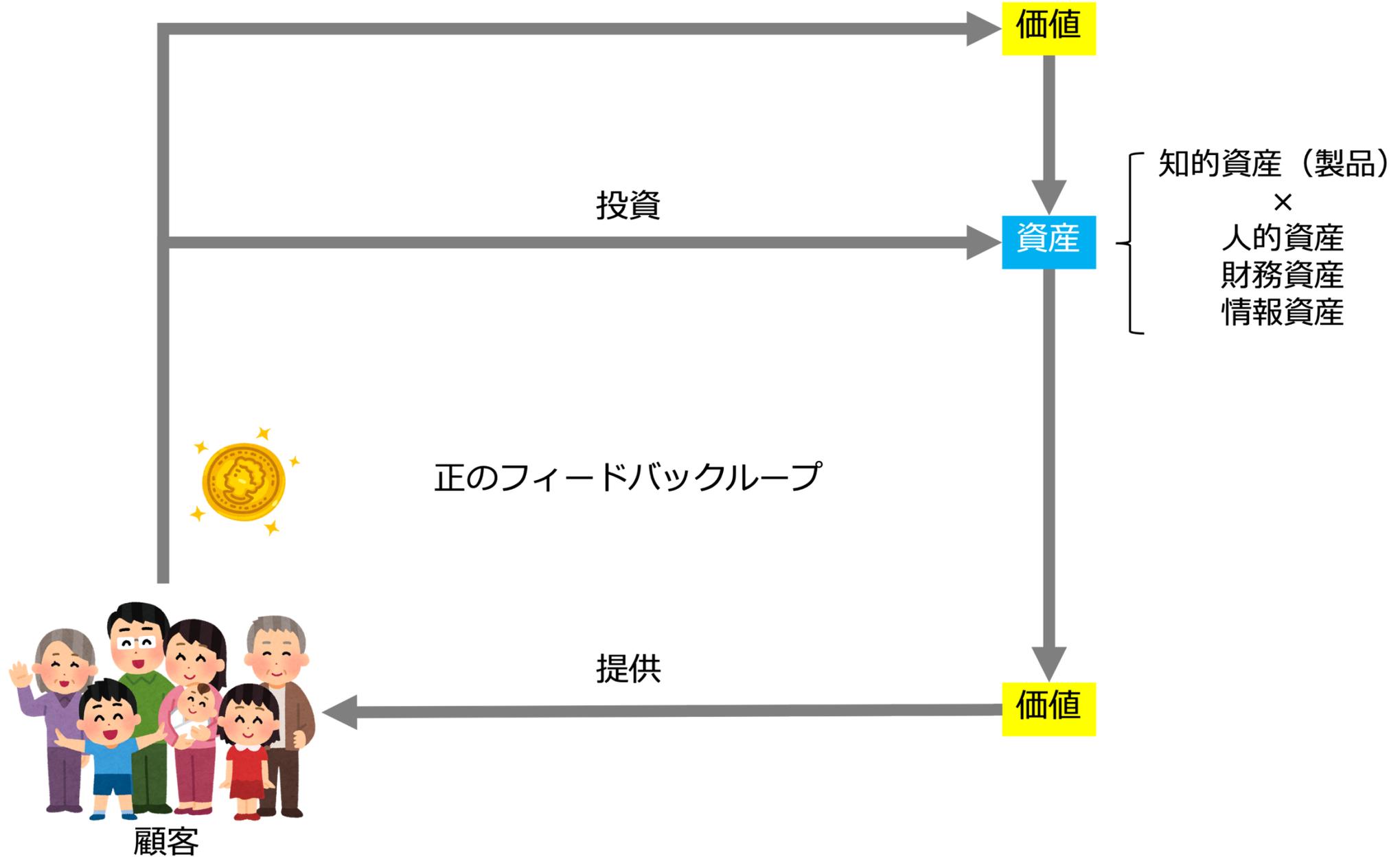
提供

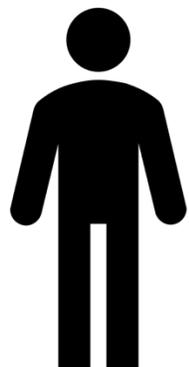
俺のフレンチを作る機会

提供

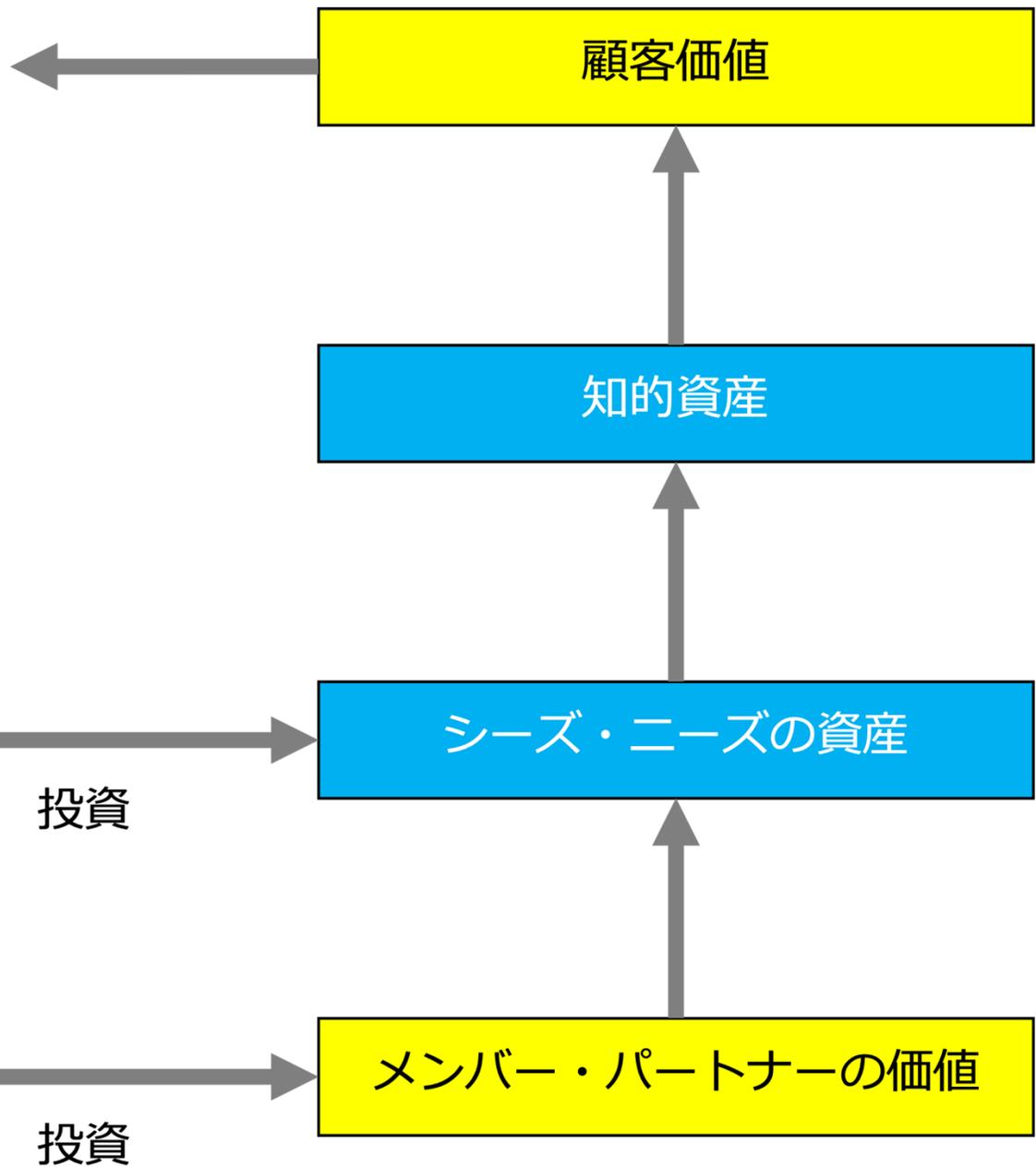


資産創出のモチベーション  
メンバー・パートナーに対する価値



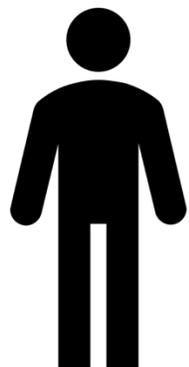


顧客

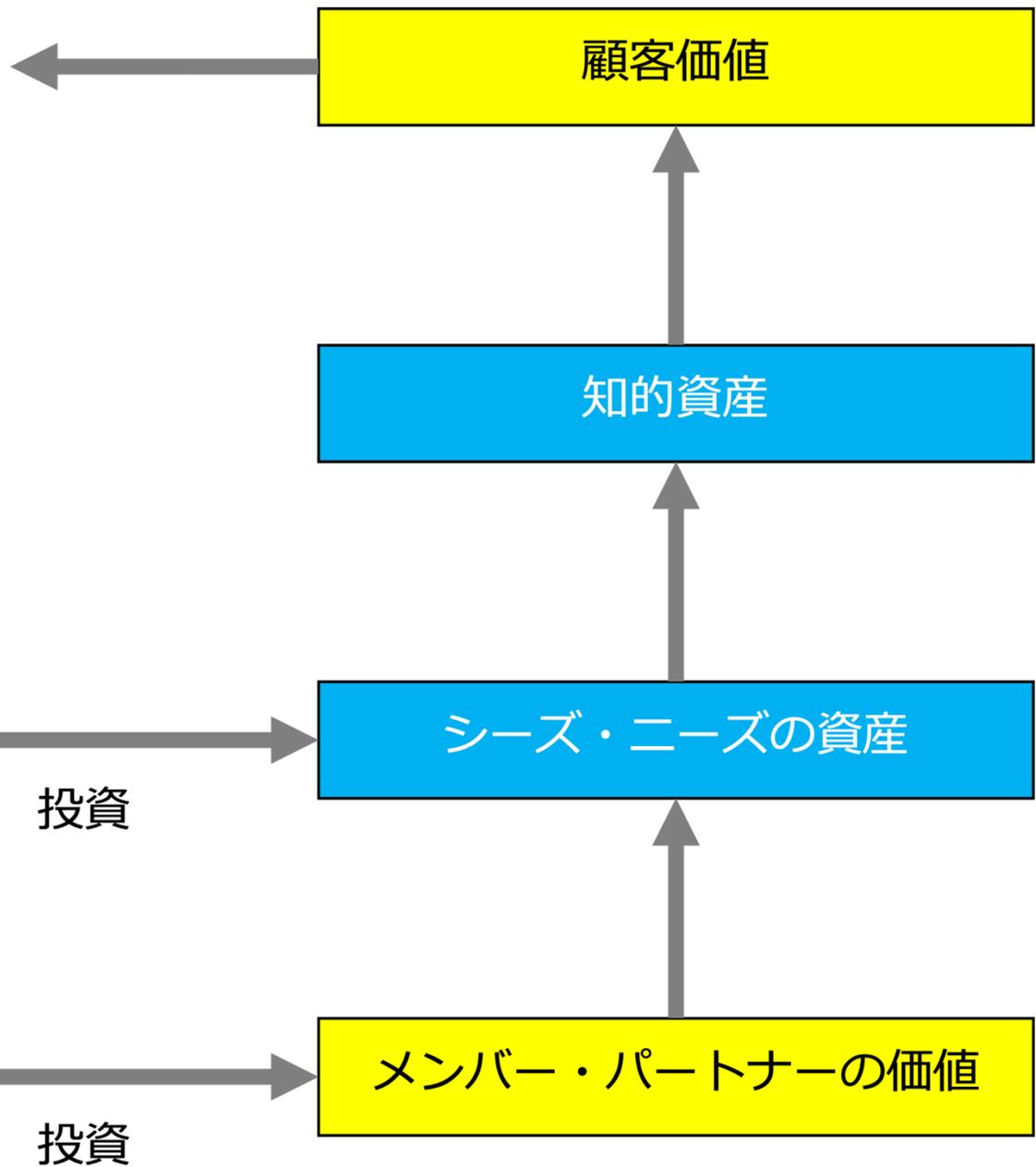


# 創造と変革

- 顧客の創造
- イノベーションとは
- ニーズとは
- シーズとは
- シーズとニーズ
- スタートアップとスモールビジネス
- 資産の創出
- 事業成長のフレームワーク
- **ビジネスの起源**



顧客



# ビジネスの起源





市場価格→制限された食材→そこそこのフレンチ料理

モチベーションの低下

好きな食材を使って高級フレンチを自由に作らせてあげたい  
「俺のフレンチ」を作らせてあげたい



市場価格→高級フレンチ→薄利  
粗利（薄利）×回転率（多売）

高級フレンチ×立ち食い

新しい市場の開拓

立ち食いでいいから美味しいフレンチ料理を安くを食べたい





お疲れ様でした！

