

デジタルトランスフォーメーション機会発見質問シート①



(ベースとなる質問)

1. 我々の現在の中核的となるプロダクトやサービスは何か？
2. そのプロダクトやサービスを購買、利用、消費する、我々の最も重要な顧客はだれか？
3. 顧客が我々のプロダクトやサービスを購買、利用、消費する本当の目的は何か？
4. 顧客がその目的を実現するために必要とされる、我々のプロダクトやサービスの補完財は何か？

(1に関する質問)

5. それをデジタル化することは可能か、またはデジタルによって強化することができるか？どのようなテクノロジーを活用することができるか？
6. それをデジタル的に生成すること、または強化することは可能か？どのようなテクノロジーを活用することができるか？

デジタルトランスフォーメーション機会発見質問シート②



(1に関する質問の続き)

7. それに関して、顧客とデジタル的に交流すること、または強化することは可能か？どのようなテクノロジーを活用することができるか？

8. 顧客は、それをデジタル的に購入すること、または強化することは可能か？どのようなテクノロジーを活用することができるか？

9. それを、デジタル的に顧客へデリバリーすること、または強化することは可能か？どのようなテクノロジーを活用することができるか？

10. 顧客は、それ全体または一部をデジタル的に利用または消費することは可能か？どのようなテクノロジーを活用することができるか？

(4に関する質問)

11. これをプラットフォームによって提供する場合、既存の生産者を増やしたり、新しい潜在的な生産者を加えたりすることが可能か？

デジタルトランスフォーメーション機会発見質問シート③



(4に関する質問の続き)

12. これをプラットフォームによって提供する場合、既存の消費者を増やしたり、新しい潜在的な消費者を加えたりすることは可能か？

13. これをプラットフォームによって提供する場合、既存のゲートキーパー^注を減らしたり、無くしたりすることは可能か？

14. これをプラットフォームによって提供する場合、既存のバリューチェーンのインフラを変えることは可能か？

15. これをプラットフォームによって提供する場合、現在の中核となるプロダクトやサービスとの間に大きなシナジー効果はあるか？

注) ゲートキーパー (門番) とは、バリューチェーンの各々の機能において、次の機能に進めるかどうかを判断する人や組織を指す (例. 購買の担当者、書籍や教育プログラムの企画者)。