

ML Enablement Workshop

実践編 : Working Backwards Walk Through with GenAI



実践編を始める前の確認

プロダクトマネージャー

AI/ML で引き付けたい顧客を決める

ライトユーザーか、従業員数
が大きい企業かなど、ワーク
ショップで議論の対象とする
顧客像を決めチームに共有し
ておいてください。

モックへのフィードバックを得る場・人を確保する

実践編で解決策を体験できる
モックを構築します。事前に
どんな人にどんな場で改善編
までにフィードバックを得る
か決めておいてください。

開発者

生成 AI ツールのセットアップ

ワークショップ参加者全員が
生成 AI のツールが使えるよう
セットアップを主導し、開始
前に完了してください。

データサイエンティスト

先行事例と自社ソリューションのリスト化

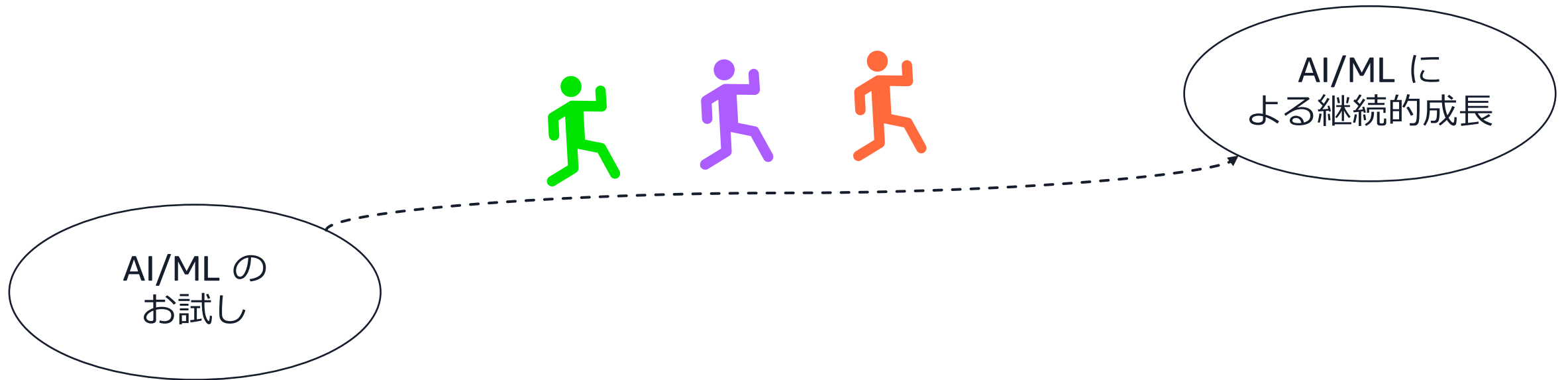
ワークショップでは先行事例
や自社のソリューションを
「**組み合わせる**」解決策を発
明します。

自業界の先進的企業や競合、
また他ドメインの会社につい
てプロダクトマネージャーら
と相談しリスト化しておいて
ください(フォーマットは別途
共有します)。

ML Enablement Workshop のゴール

AI/ML をプロダクトの成長に繋がられるチームを組成すること。

経営層の支持のもとプロダクトマネージャー（製品責任者）、開発者、データサイエンティストが組織横断でチームを組成し、1~3 か月で継続的に成果を積めるサイクルを開始します。



参考：[プロダクトの成長をリードする生成系 AI の活用戦略](#)

ワークショップは 2 パートで構成されます

1~3 か月で取り組むユースケースと効果計測の方法は実践編で決めます。改善編にて実験結果をもとに見直しを行い、実装に向けた計画を立て活動を開始します。

実践編 (3.5 時間)

目的

チームで顧客起点の発明プロセスと生成 AI の効果的な使い方を学ぶ

手段

Amazon のプロダクト作りのプロセス Working Backwards を生成 AI を活用し進め、Mock により実験する価値のある発明を決める。

改善編 (3 時間)

目的

Mock で得られた定量・定性データをもとにチーム自身で発明の改善を行う

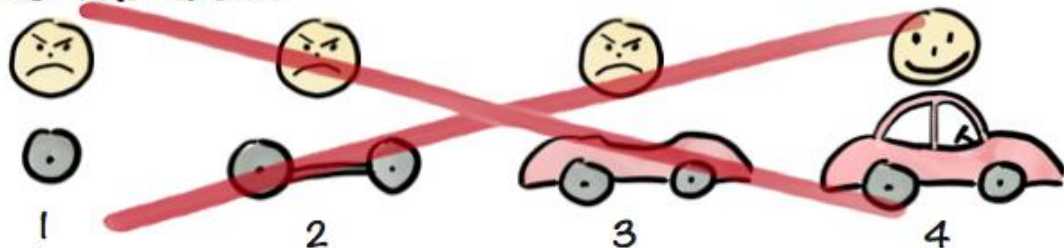
手段

実験結果をもとに、参加者主導で Working Backwards を行う。その後、1~3 か月以内のマイルストーンと具体的な Todo を決め各メンバーに割り振る。

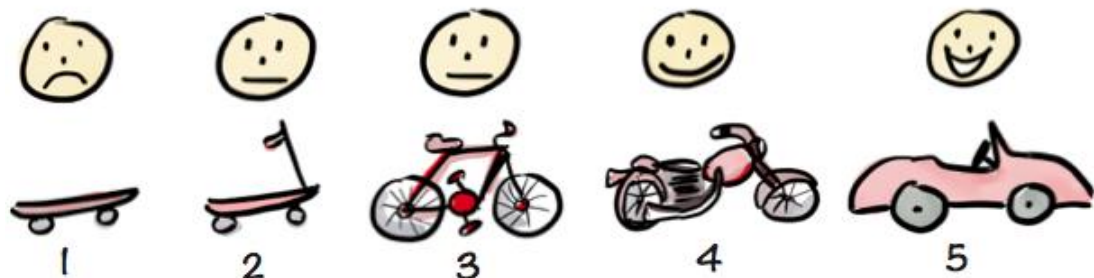


2 パートのワークショップのイメージ

Not like this....



Like this!



通常のワークショップ

半日 / 数日かけて順番にワークを進める。
成果物はテキストのみ。終了後、見直しや
実装が行われることはほぼない、

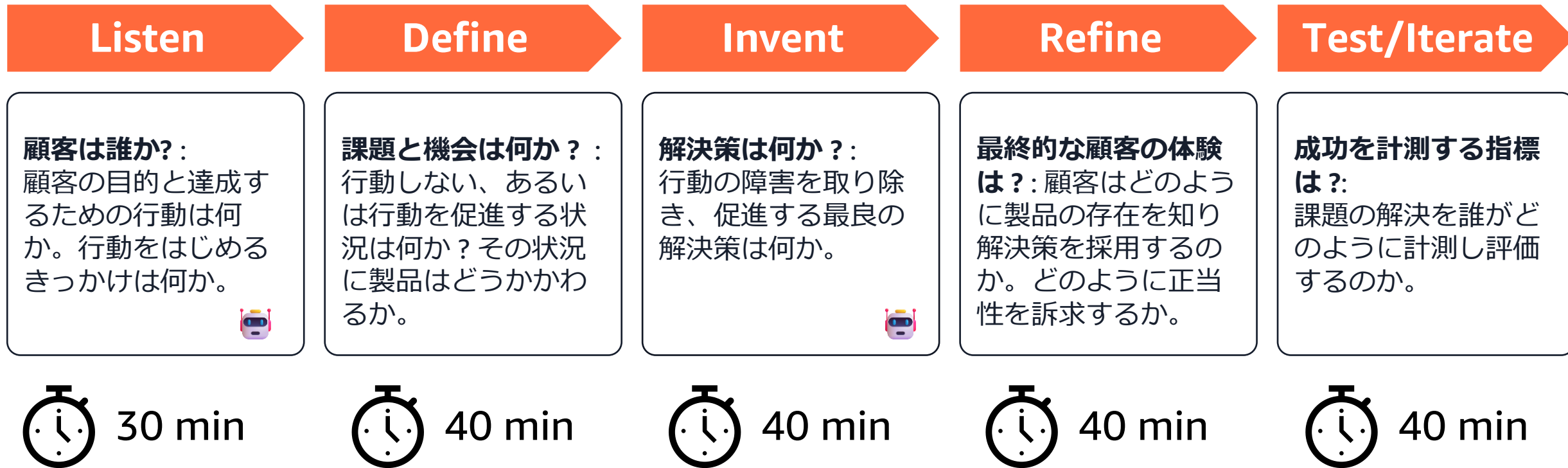
ML Enablement Workshop

実践編で 4 時間以内に全プロセスを完了。
生成 AI を活用し検証可能な Mock を構築。
改善編で実測値を基に自律的な改善を開始。

“[Making sense of MVP \(Minimum Viable Product\) – and why I prefer Earliest Testable/Usable/Lovable](#)” より引用

本日は実践編を行います

ワークショップで実践する Amazon のプロダクト開発プロセス : Working Backwards の構成



※ワークショップで行う Working Backwards は時間の成約と効率性のため簡略化されています

実践編でとって頂きたい行動

1. ⚡ : とりあえず決める

改善編が控えているので、実践編の意思決定は「いったん」で構いません。
時間が来たらサイコロでもよいので決めましょう。

2. 🛠 : 知らない時は仮定する


改善編が控えているので十分な情報がない場合は仮定して先に進みましょう。仮定した情報は確認が必要なので、事実・実績の情報とは区別しましょう。

3. 🔥 : 出し惜しみせず取り組む

本ワークショップで決めた計画は定期的に経営層へ進捗を報告して頂きます。会社の期待がかかるプロジェクトに抜擢されたメンバーとして、知識・能力を振るってください。

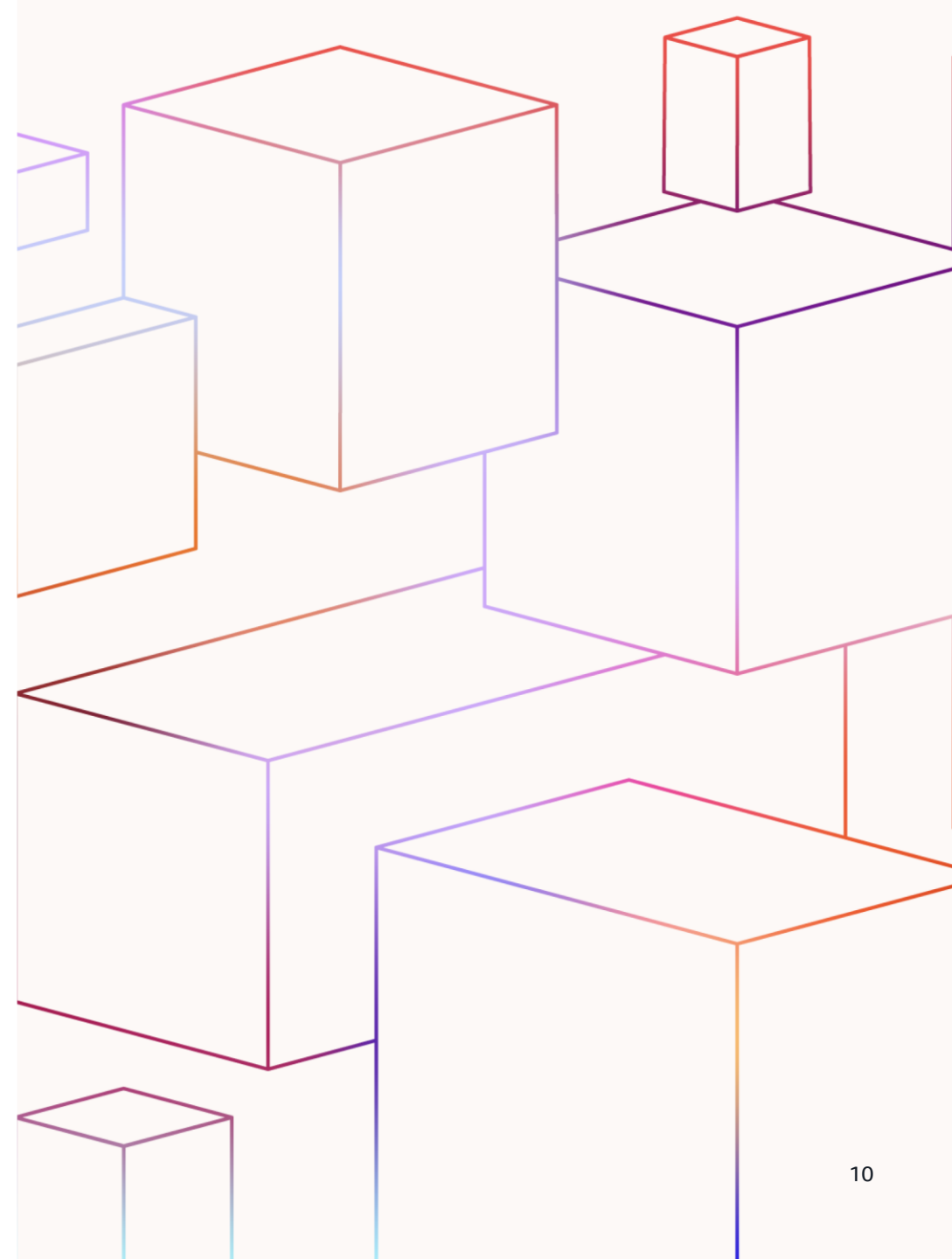
生成 AI をパートナーとして使用します

 : 使用する準備は OK でしょうか?

「」がついている Listen、Invent のプロセスで生成 AI を利用します。初めて使う場合、今「こんにちは」と打ち込み回答が返ってくることを確認してください！

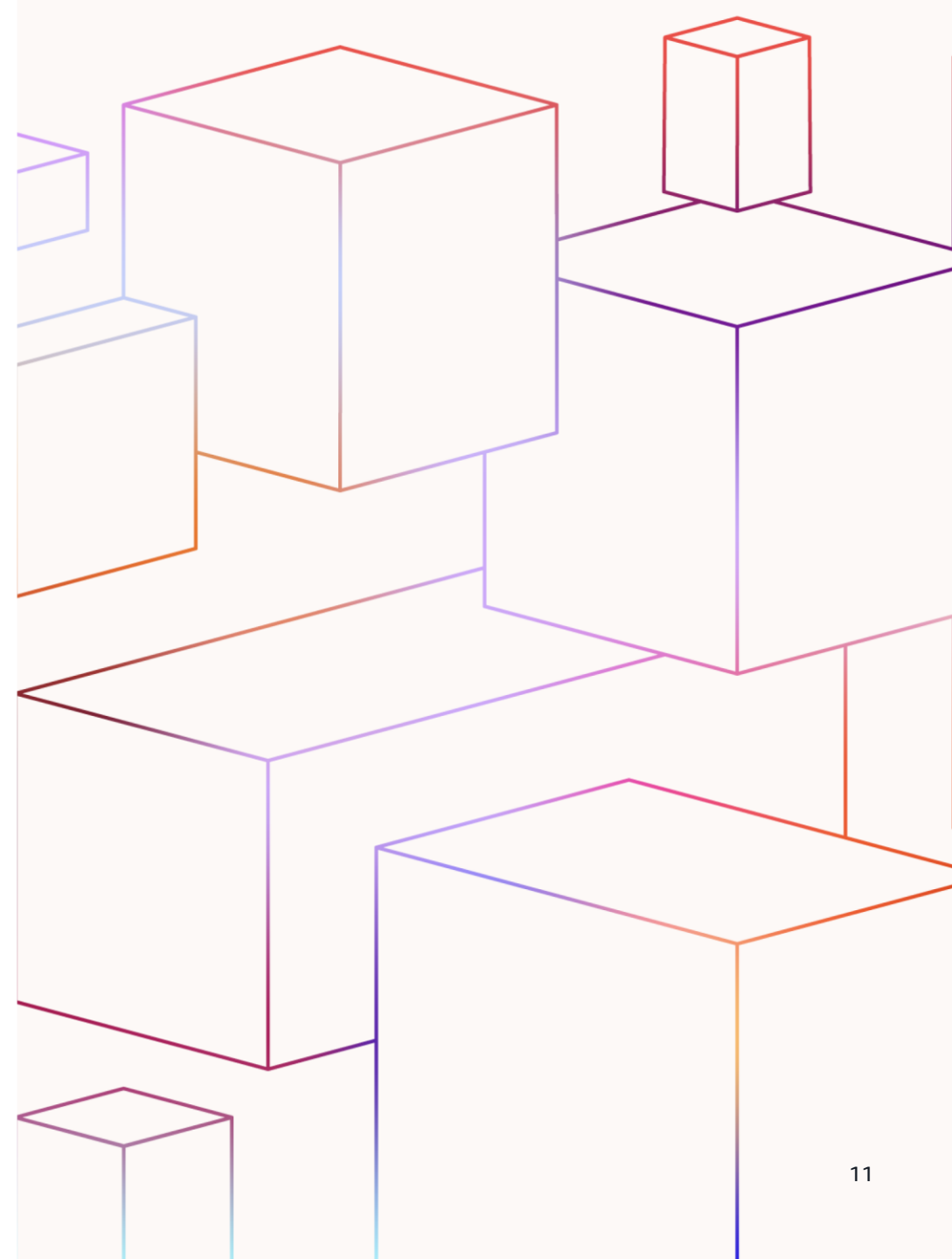
Day1 : 実践編

1. Listen : 顧客は誰か？
2. Define : 課題と機会は何か？
3. Invent : 解決策は何か？
4. Refine : 最終的な顧客の体験は？
5. Test/Iterate : 成功を計測する指標は？



Day1 : 実践編

1. Listen : 顧客は誰か？
2. Define : 課題と機会は何か？
3. Invent : 解決策は何か？
4. Refine : 最終的な顧客の体験は？
5. Test/Iterate : 成功を計測する指標は？



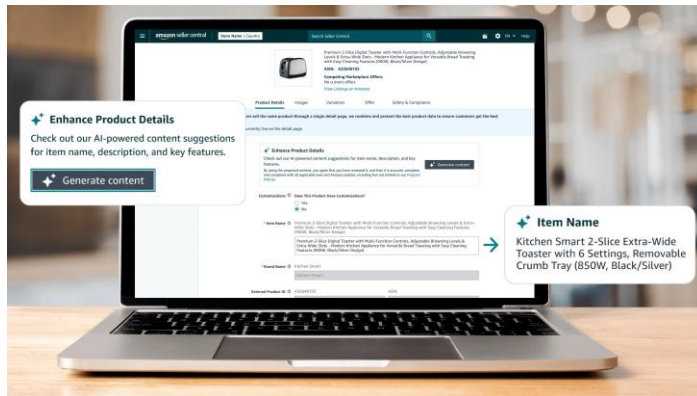
Amazon's Mission:

地球上で最もお客様を
大切にする企業であること



Amazon での生成 AI 活用

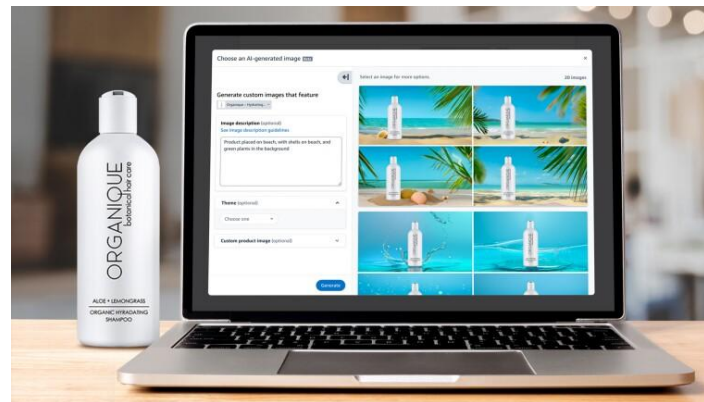
商品説明文の作成を補助する Enhance My Listing



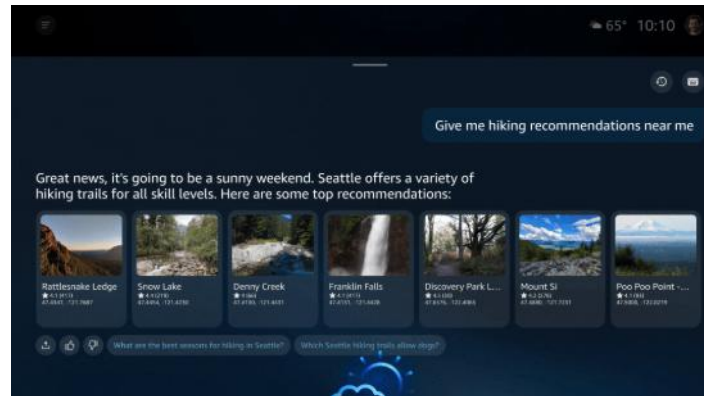
処方箋記載内容の 集約と構造化



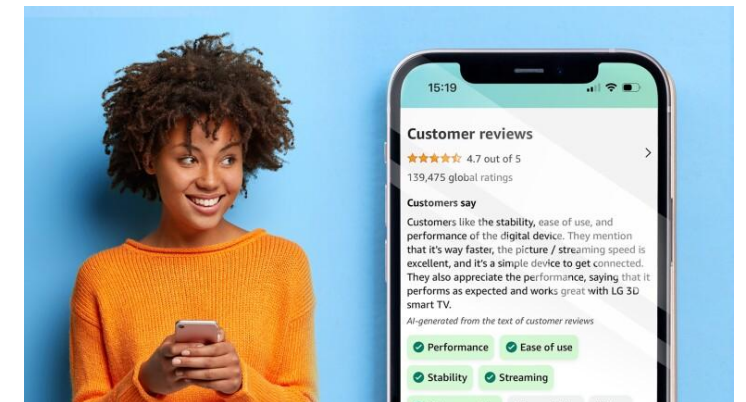
Amazon Ads での 商品背景画像生成



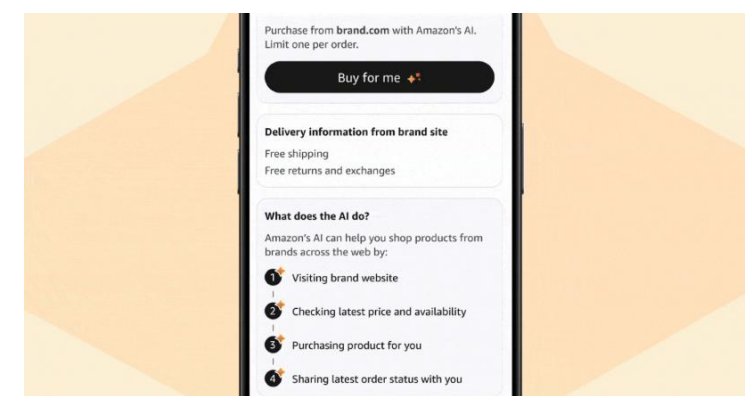
Alexa+ で自然な対話と ショッピングの実現



カスタマーレビューの ハイライト要約

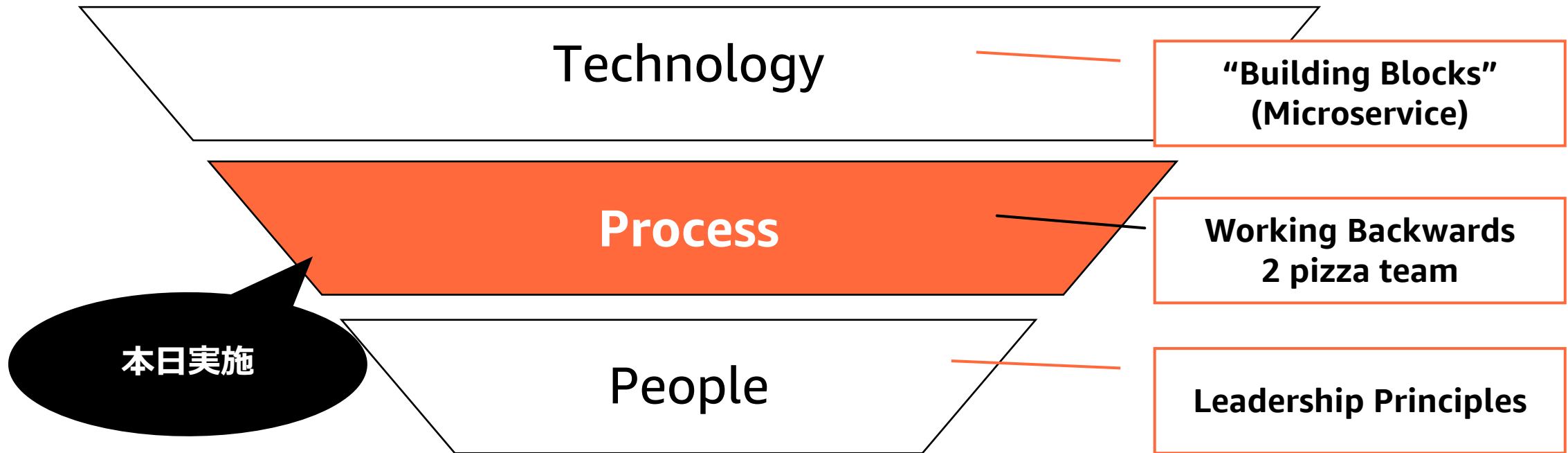


AI Agent を用いた 代理購買 “Buy For Me”



Amazon のイノベーションを支える仕組み

顧客の解決を驚異的な方法で解決し続けるには、Technology だけでなく課題解決にこだわる People がすばやく動ける Process が必要。



Working Backwards : 製品、サービス、また体験 がお客様の手に渡った瞬間から逆算して考える



PR / FAQs

PR : プレスリリース

未来の顧客が受け取る
メッセージと、そこでの
顧客の反応・反響を
ありありと書く

FAQs : 質問集

顧客が訪ねてくるであ
ろう難しい質問に対す
る回答。それとは別に、
社内の関係者から寄せ
られ得るビジネス目標
や収益についての回答

ビジュアル

End to End の顧客体験
を言外の表現も含め
伝えるための図

Amazon のプロダクト開発プロセス： Working Backwards

Listen

顧客は誰か？：
顧客の目的と達成するための行動は何か。行動をはじめるとききっかけは何か。



Define

課題と機会は何か？：
行動しない、あるいは行動を促進する状況は何か？その状況に製品はどうかかわるか。

Invent

解決策は何か？：
行動の障害を取り除き、促進する最良の解決策は何か。



Refine

最終的な顧客の体験は？：顧客はどのように製品の存在を知り解決策を採用するのか。どのように正当性を訴求するか。



PR/FAQ を書く
今回は Mock に十分な企画書にとどめます

Test/Iterate

成功を計測する指標は？：
課題の解決を誰がどのように計測し評価するのか。



“Iterate” し洗練
改善編で Iterate を実施して頂きます

Listen: Working Backwards の最初のプロセス

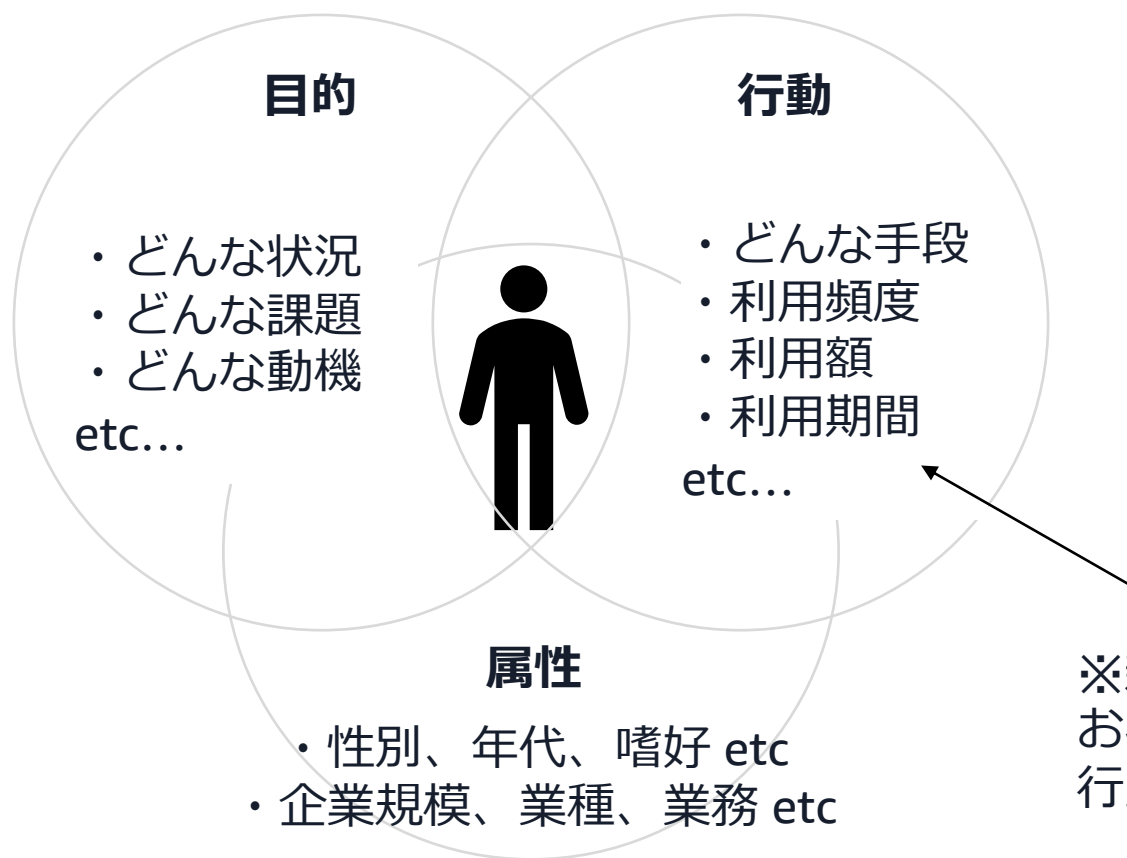
顧客は誰か？

顧客についてどのような情報を持っているか？

顧客は誰か？

 10 min

プロダクトマネージャーは、今回フォーカスする「お客様」の**目的と行動、属性**をホワイトボードの右端に書いて共有ください。

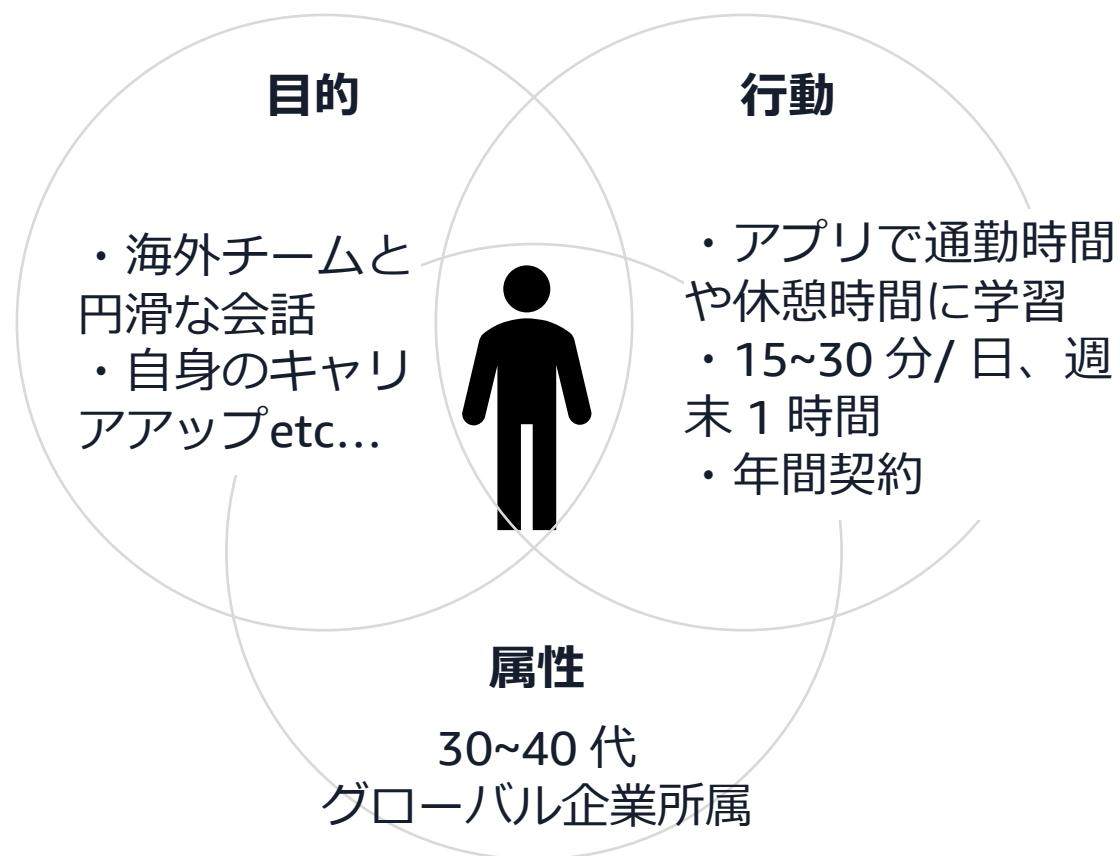


※新規サービスの場合は、
お客様が現時点で取っている
行動を共有ください

例：英会話サービス

 10 min

プロダクトマネージャーは、今回フォーカスする「お客様」の目的と行動、属性をホワイトボードの右端に書いて共有ください。



顧客の行動を “Backwards” で観察する



[🤖 個人ワーク]

ユーザーが目的を達成するまでにとった行動とリソースを洗い出します。

生成 AI は様々な人物像 (ペルソナ) の情報を持っているためこの作業に役立ちます。
以下のプロンプトを参考に使用してみてください。 **重要な行動 10~ 個選び、ポスト
イットに書きだしてください。そのリソースも別のポストイットに書いてください。**

(属性)であるペルソナを設定してください。

設定した後、このペルソナが (目的) を達成できるようになるまでに
どんな行動をとってきたか、目的達成の瞬間から時系列をさかのぼり
一つ一つ時期、**かかったリソース(金額や時間など)**を書き出し
表にまとめてください。

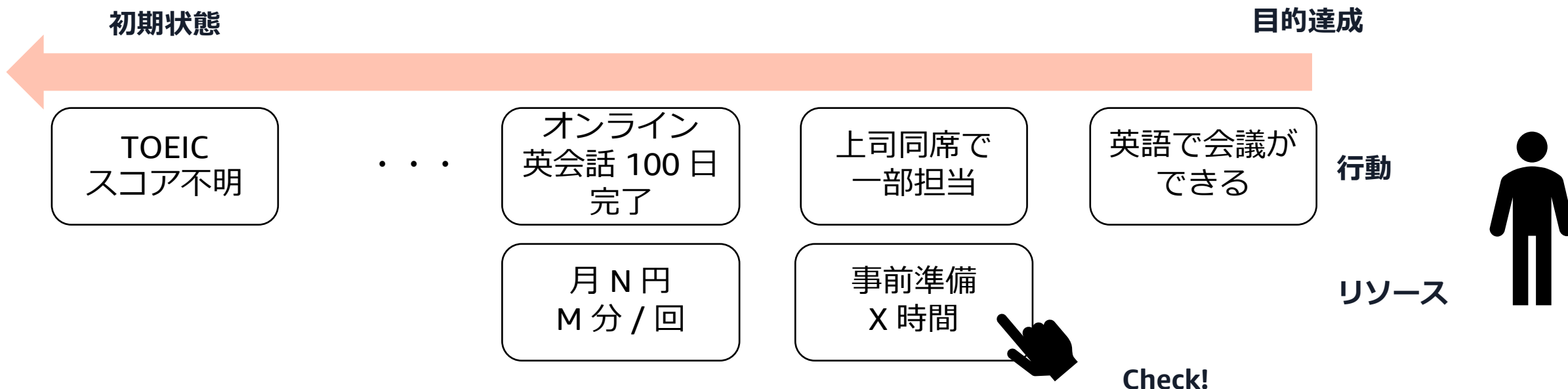
属性・目的は設定したものに置き換えてください

顧客の行動を “Backwards” で観察する



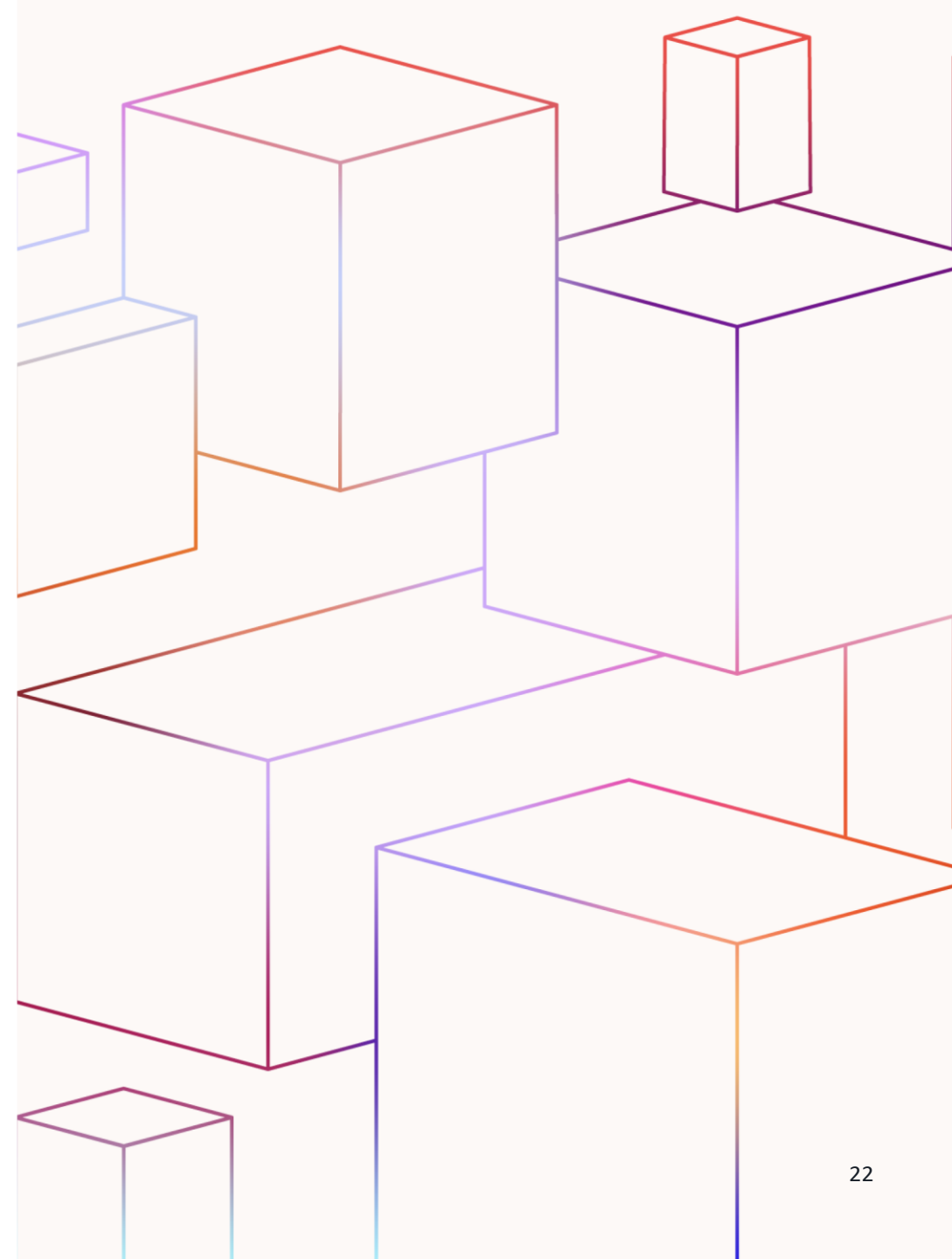
[グループワーク]

- ① プロダクトマネージャーが顧客の目的達成から逆順に行動とリソースのポストイットを並べて下さい。その後他メンバーが順に追加すべき点を指摘ください。
- ② 実際の顧客に関する知見を持つメンバーは、行動、またリソースの内容に修正点があれば指摘してください。



Day1 : 実践編

1. Listen : 顧客は誰か？
2. **Define : 課題と機会は何か？**
3. Invent : 解決策は何か？
4. Refine : 最終的な顧客の体験は？
5. Test/Iterate : 成功を計測する指標は？



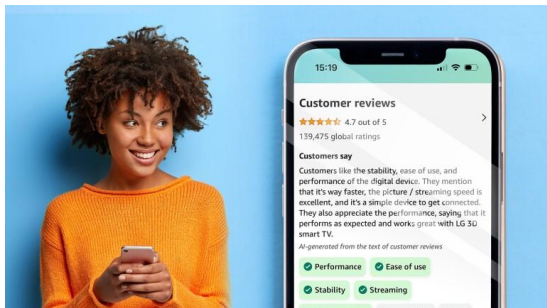
Define : 課題とは？

理想状態と現実のギャップ。次の問いはギャップを明らかにするのに役立つ。

なぜ顧客は〇〇せずに□□
ができないのか？

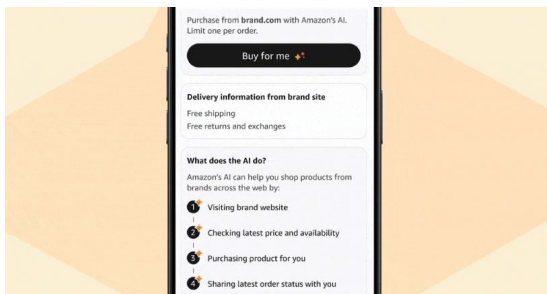


Amazon の発明の裏側にある「問い」



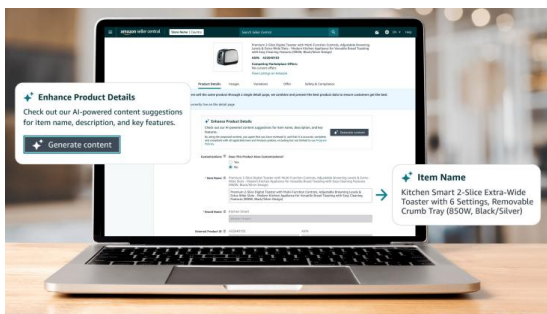
カスタマーレビューのハイライト要約

なぜ顧客はたくさんのレビューを読む時間を費やすことなしに、最適な製品を選ぶことが出来ないのか？



AI Agent を用いた代理購買 “Buy For Me”

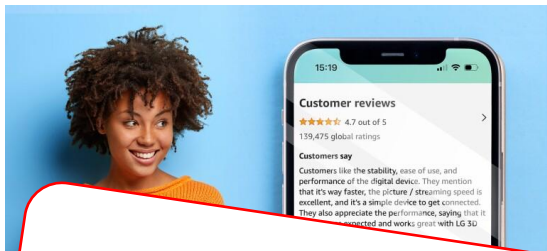
なぜ顧客は Amazon を含め複数のサイトで決済情報等を登録することなしに気に入った商品を変えないのか？



商品説明文の作成を補助する Enhance My Listing

なぜ出品者は Amazon で「見つけやすい」表現を学ぶことなしに適切な出品が出来ないのか？

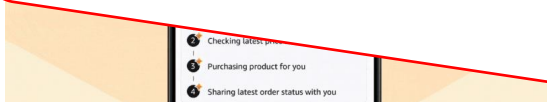
Amazon の発明の裏側にある「問い」



カスタマーレビューのハイライト要約

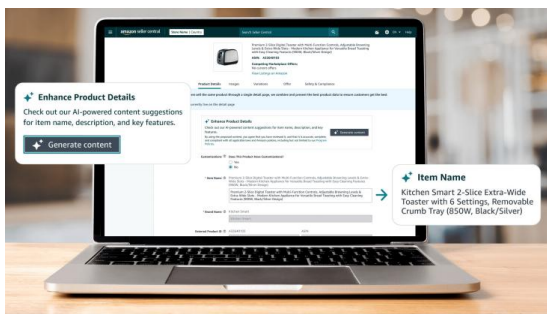
なぜ顧客はたくさんのレビューを読む時間を費やすことなしに、最適な製品を選ぶことが出来ないのか？

こちら疑問に思いましたか？



商品購買 “Buy For Me”

商品価格情報等



商品説明文の作成を補助

なぜ出品者は Amazon で「見つけやすさ」を学ぶことなく適切な出品が出来ないのか？

Listen != Define



顧客自身は課題が「当たり前」で
何の感情もないことがよくある。

(=相当強い不平不満でないと Listen
での観測は難しい)

「顧客に代わって発明」するには、
直感に頼るより**顧客の行動一つ一つ
に対して必然性と妥当性を問うのが
近道。**

課題を見つける「問い」の類型

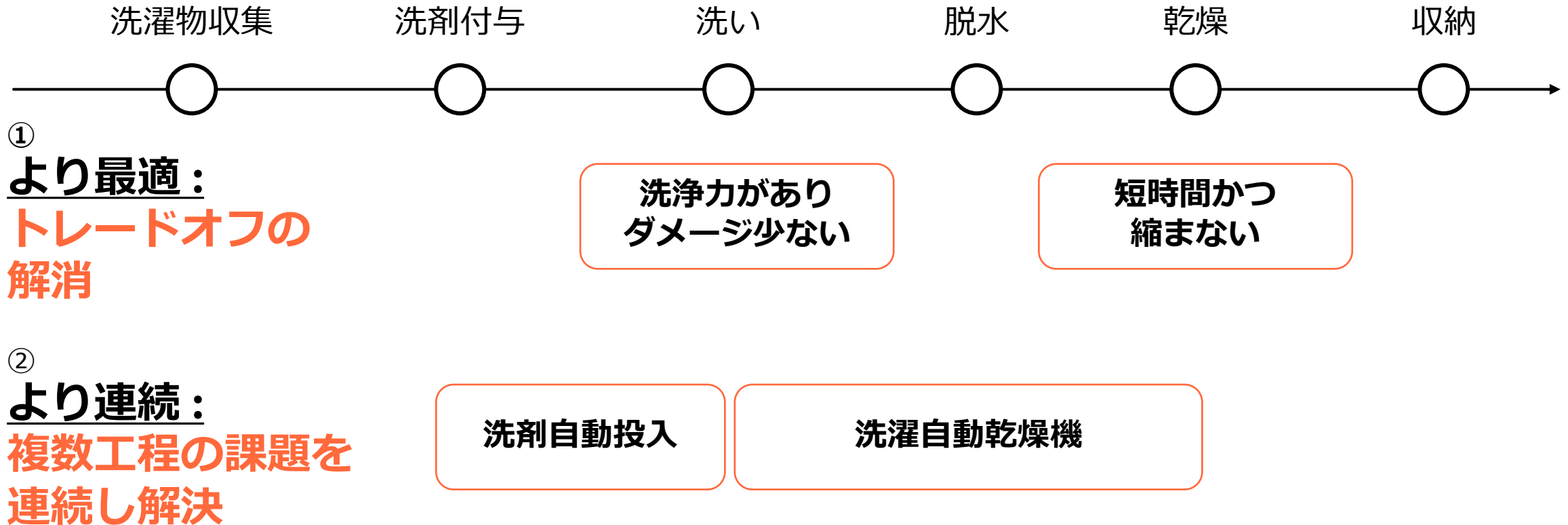
「なぜ〇〇せずに□□ができないのか？」

- **より最適**：トレードオフを発生させずに目的が達成できるべきではないのか？
例：服の傷みなしにきれいに漂白、開発知識がなくても業務アプリが作れる等

「なぜ〇〇と〇〇は同時にできないのか？」

- **より連続**：2 つ以上の連続した行動が一度に行えるべきではないのか？
例：洗濯 + 乾燥 = 洗濯乾燥機、新幹線予約 + ホテル予約 = 旅パック等

課題を見つける「問い」の類型

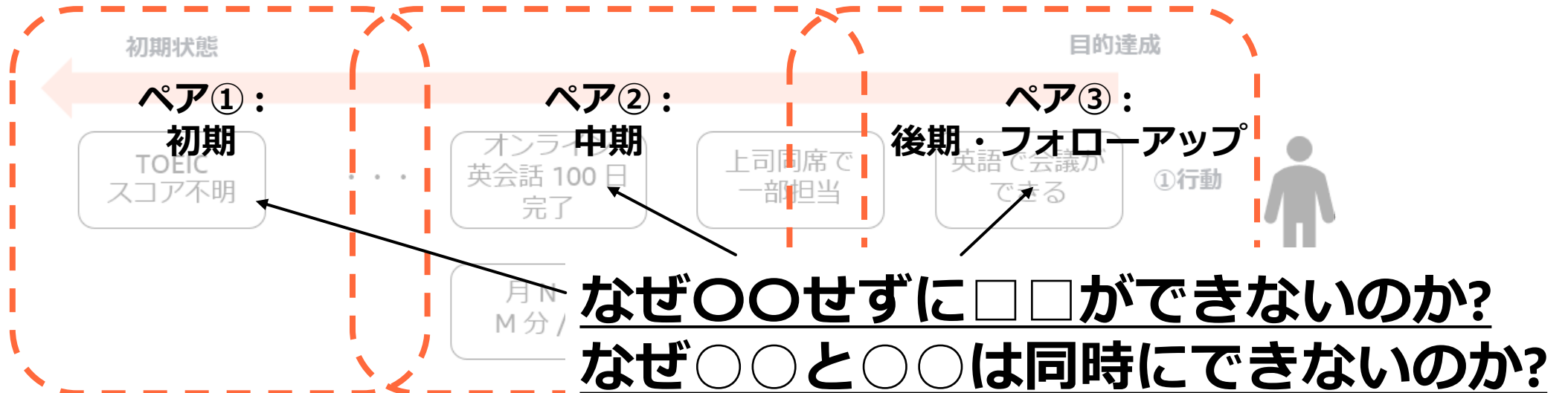


「問い」を漏れなく立てる

 5 min

[グループ・ペアワーク]

- ①洗い出したユーザーの行動全体をカバーできるように、複数のペアを構成し担当する範囲を決めてください (※この後ペアを中心に作業を進めるため、企画役と開発役がペアだと好ましいです)。
- ②担当した範囲を中心に、「**より最適**」「**より連続**」を目指す問いをポストイットに書いてください。

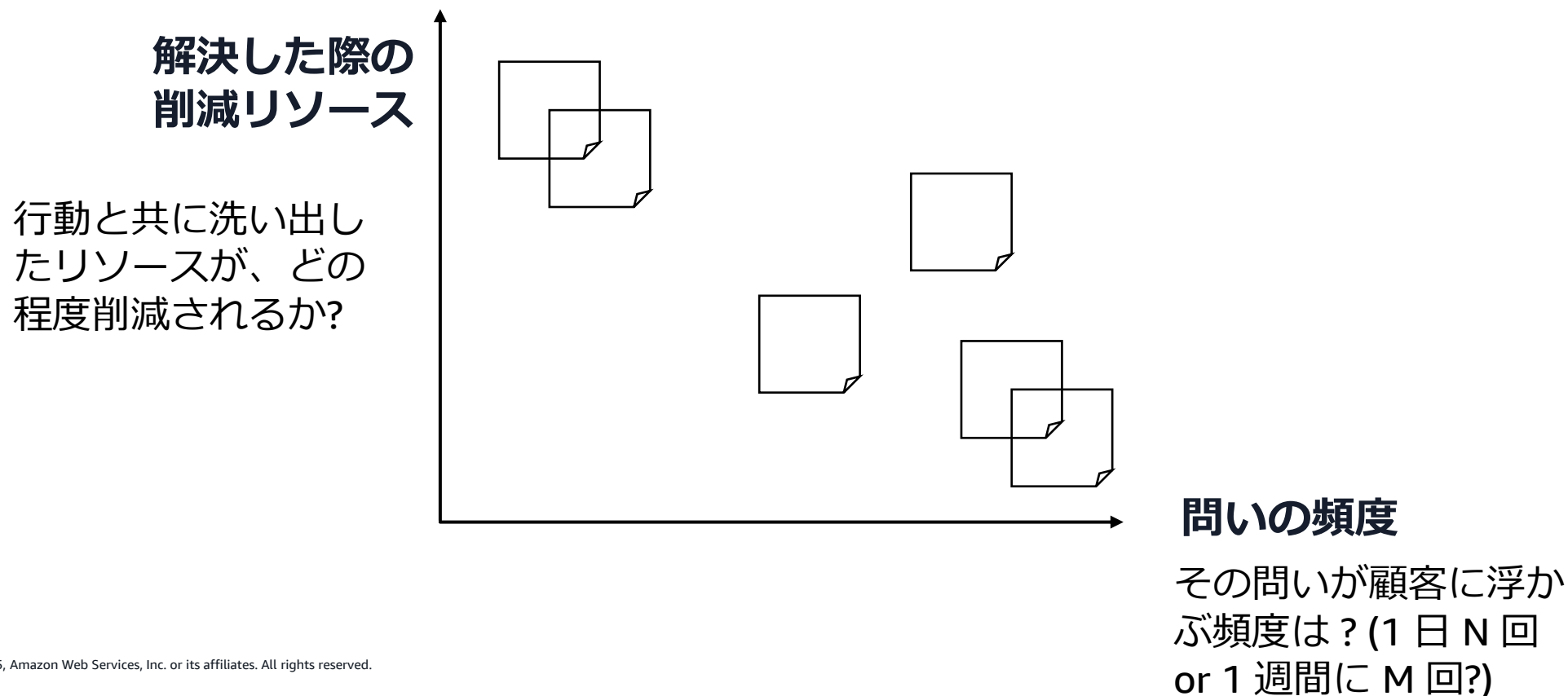


「問い」のインパクト評価

 10 min

[グループワーク]

各ペアで作成した「問い」のインパクトを可視化します。下図のプロットに張り出し相対的な位置について合意してください。

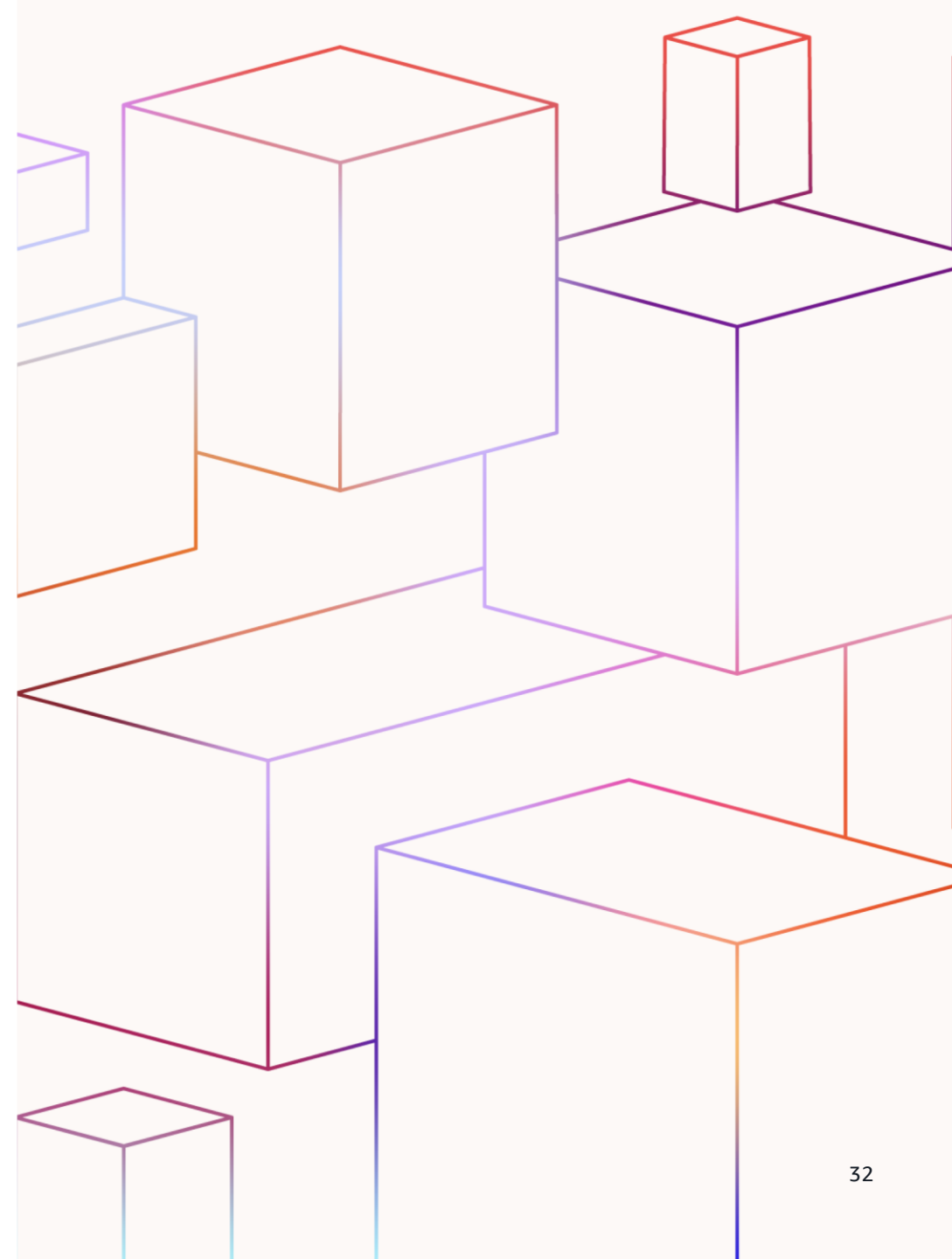


Have a break!

Around
85min

Day1 : 実践編

1. Listen : 顧客は誰か？
2. Define : 課題と機会は何か？
3. **Invent : 解決策は何か？**
4. Refine : 最終的な顧客の体験は？
5. Test/Iterate : 成功を計測する指標は？



Invent : 発明とは何か？

**2 つ以上の課題を同時に
解決する方法で、多くの場合
既存の解決策の新しい複合**

タッチパネル + 電話 = スマートフォン

洗濯機 + 乾燥器 = 洗濯乾燥機

極薄軽量素材 + 無縫製技術 = レーザーレーザー など



「問い」と発明の関係

より最適：「なぜ〇〇せずに□□ができないのか？」

- 2つ以上の課題の解決：「□□できる」「〇〇せずに」

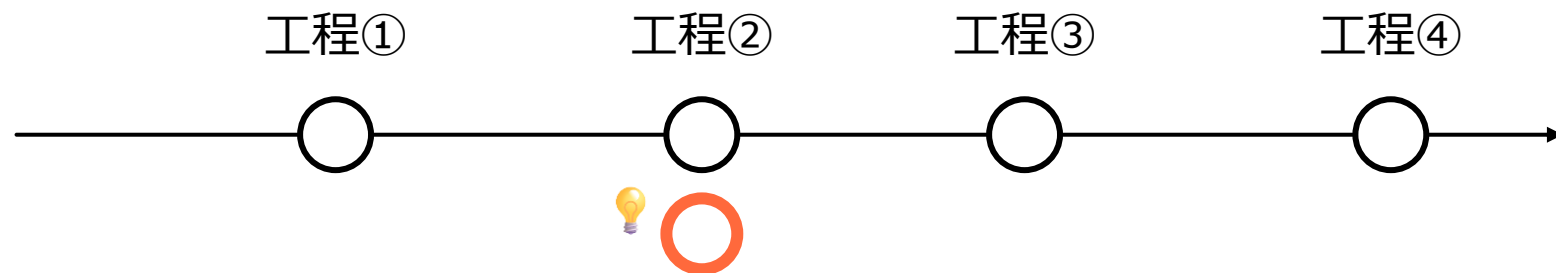
例：きれいに漂白できる、かつ服の傷みもない

より連続：「なぜ〇〇と〇〇は同時にできないのか？」

- 2つ以上の課題の解決：「□□できる」かつ「〇〇もできる」

例：洗濯でき、かつ乾燥もできる

AI/MLによる発明の類型



①
より最適
を実現する
パーソナライズ



工程に最適な手順や部品をレコメンドし、
熟練の経験がなくても高効率な作業を実現

②
より連続：
を実現する
AI エージェント



今まで分断されていたプロセスを
AI エージェントにより**連続的に解決する**

発明に使う「既存の解決策」の確認

 15 min

[グループワーク]

事前に準備したソリューションのリストを確認してください。

- ①開発のリーダーを1人決め、各ソリューションの実現難易度を1, 3, 5, 8, 10の5段階で決めてください。他メンバーは、決定に異議があれば提案してください。
- ②難易度を記載したソリューションのリストを全員に共有してください。

プロダクトマネージャー

AI/MLで引き付けたい顧客を決める

ライトユーザーか、従業員数が多い企業かなど、ワークショップで議論の対象とする顧客像を決めチームに共有しておいてください。

モックへのフィードバックを得る場・人を確保する

実践編で解決策を体験できるモックを構築します。事前にどんな人にどんな場で改善編までにフィードバックを得るか決めておいてください。

開発者

生成 AI ツールのセットアップ

ワークショップ参加者全員が生成 AI のツールが使えるようセットアップを主導し、開始前に完了してください。

データサイエンティスト

先行事例と自社ソリューションのリスト化

ワークショップでは先行事例や自社のソリューションを「組み合わせる」解決策を発明します。

自業界の先進的企業や競合、また他ドメインの会社についてプロダクトマネージャーらと相談しリスト化しておいてください(フォーマットは別途共有します)。


スコアの目安

- 1: 実装経験があり、すぐに実装できる
- 3: 実装経験があるが、実装に一定時間がかかる
- 5: 実装経験がないが、実現できるのは想像つく
- 8: 実装経験がなく、実現性から確認が必要
- 10: 少なくとも年単位での実装が必要

精緻化は後で出来るので「とりあえず決める」精神で実施ください

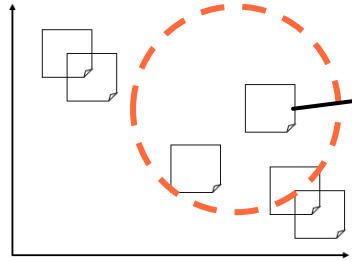


発明の実施

 3 min

[ペア・個人ワーク]

Define にてペアで作成した問いのうち、インパクトが高い問いを複数選びます。次のプロンプトを参考に、生成 AI により発明をさせてみてください。有望な発明は、共有可能な文書に記録してください。



(属性)であるペルソナを設定してください。このペルソナが持つ「**(問い)**」という問いを解決するため、**<解決策>**を組み合わせることで発明を行います。発明の名前、発明による問いへの回答、解決策の合計難易度と内訳を記載ください。

<解決策>

</解決策>

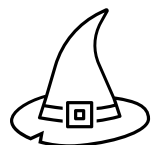
プロダクトマネージャー	開発者	データサイエンティスト
<ul style="list-style-type: none">AI/ML で引き付けたい顧客を決める ライトユーザーか、従業員数が多い企業かなど、ワークショップで議論の対象とする顧客像を決めチームに共有しておいてください。モックへのフィードバックを得る場・人を確保する 実装前で解決策を体験できるモックを構築します。事前にどんな人にどんな場で改善編までにフィードバックを得るか決めておいてください。	<ul style="list-style-type: none">生成 AI ツールのセットアップ ワークショップ参加者全員が生成 AI のツールが使えるようセットアップを主導し、開始前に完了してください。	<ul style="list-style-type: none">先行事例と自社ソリューションのリスト化 ワークショップでは先行事例や自社のソリューションを「組み合わせる」解決策を発明します。 自業界の先進的企業や競合、また他トピックの会社についてプロダクトマネージャーと相談しリスト化しておいてください(フォーマットは別途共有します)。

発明の実施：自分・自社以外の視点で

 5 min

[ ペア・個人ワーク]

生成 AI は多様な人物の属性情報を持つため、発明の主体を「自分・自社」から変えて行うことができます。下記を参考に属性をスイッチして発明をしてください。



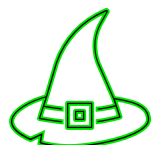
A. 友人・家族 (感情的な第三者)

お母さん、お父さん、お姉さん etc



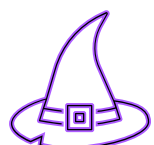
B. コンサルタント (理性的な第三者)

マッキンゼーの、アクセンチュアの etc



C. 子供・若手 (無垢な第三者)

小学生、新入社員、etc



D. イノベーター (革新的な第三者)

ジェフ・ベゾス、イーロン・マスク etc

(属性)であるペルソナを設定してください。。。。

AI の回答

〇〇だったらどんな発明をしますか？

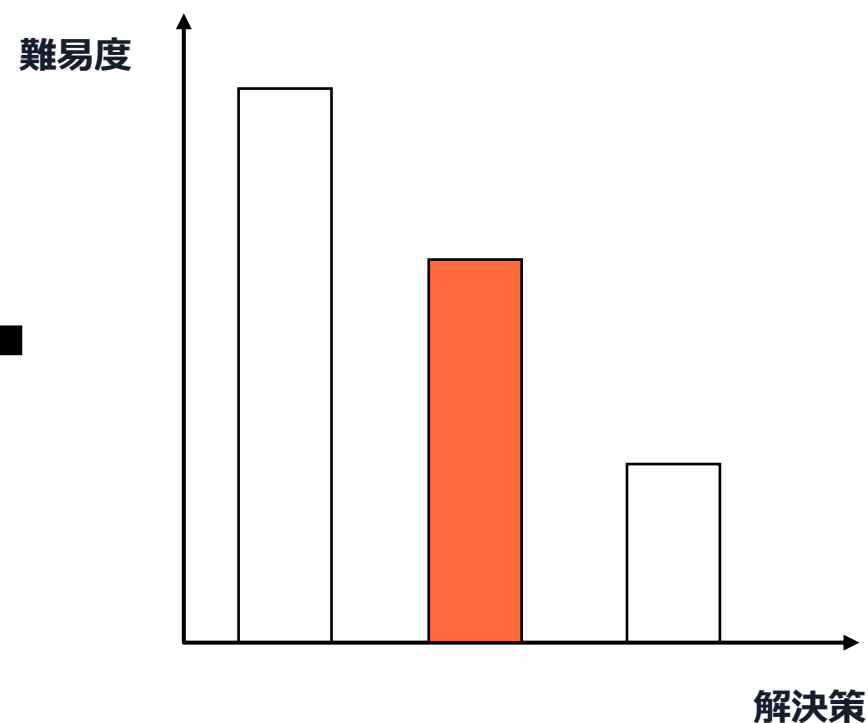
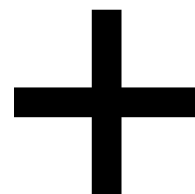
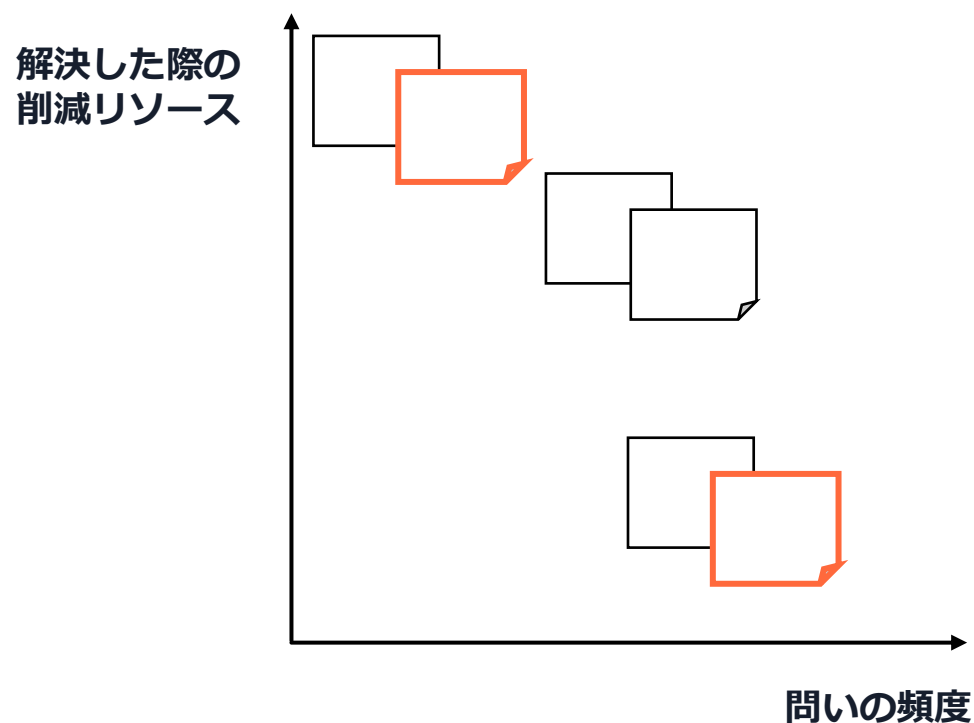
他にも解決する「問い」を複数にするなど、工夫してみてください

発明の選択



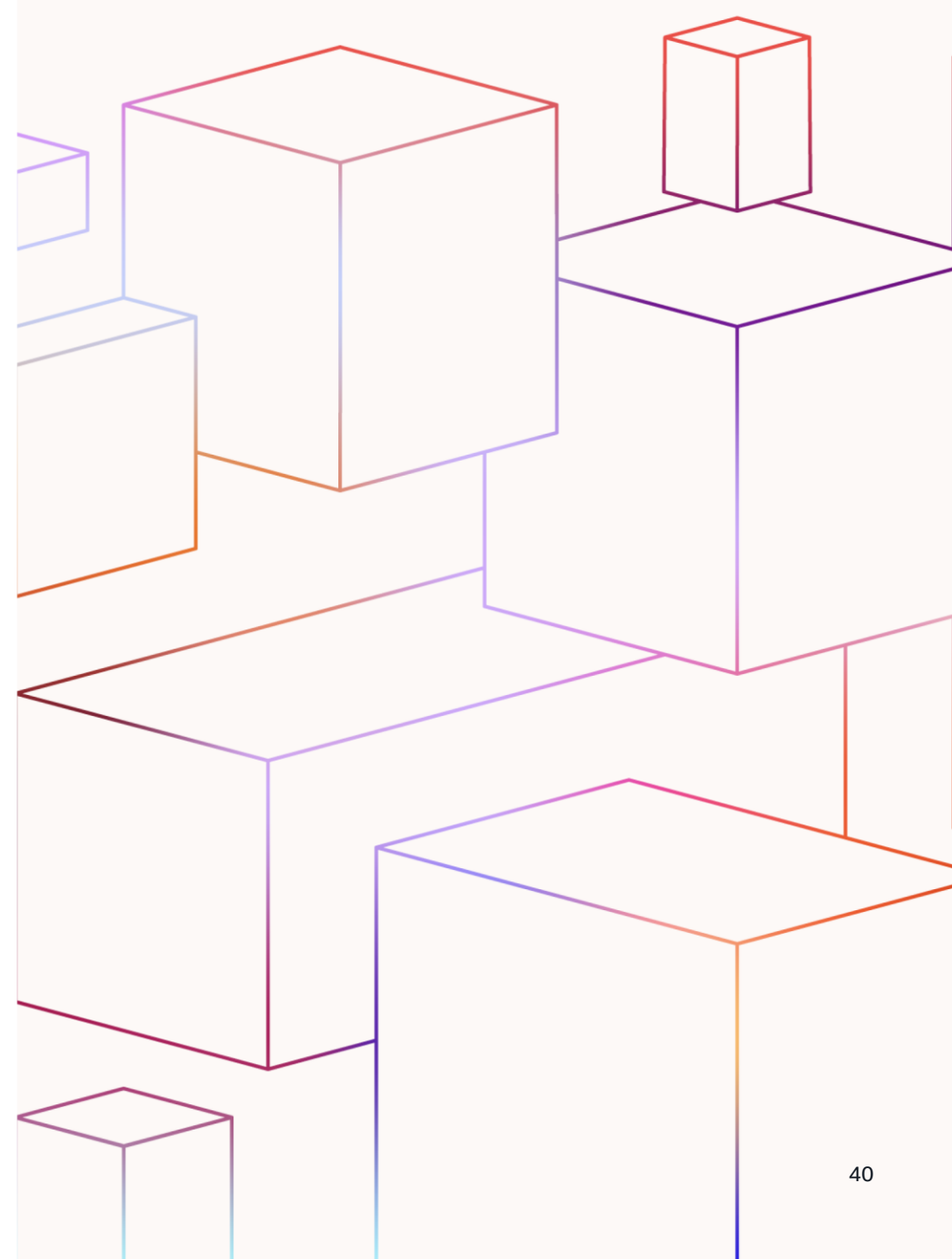
[ペア・グループワーク]

書き留めた発明をペアで共有し、①解決する問いのインパクトが高く、②実装難易度が低い有望な発明を一つ選択してグループ内に共有してください。

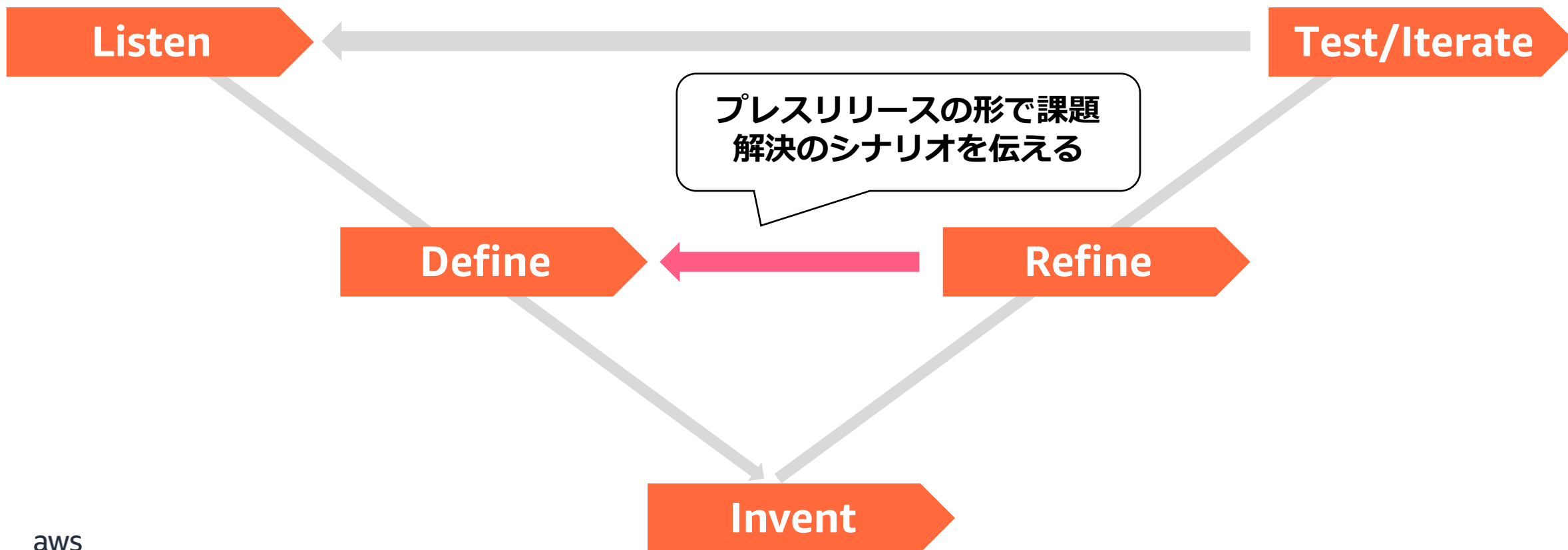


Day1 : 実践編

1. Listen : 顧客は誰か？
2. Define : 課題と機会は何か？
3. Invent : 解決策は何か？
- 4. Refine : 最終的な顧客の体験は？**
5. Test/Iterate : 成功を計測する指標は？



Working Backwards 後半戦： 課題を解決するシナリオを伝える



もし、明日この製品をリリースするとしたら？



記者会見のスピーチ原稿、“プレスリリース”に書かれているべきことは2つ。

お客様にとって何が始まる？

Invent された「より最適化／より連続した体験」は、誰に、いつから、どこで、どのように、どれくらいの値段で提供されるのか？

会社にとって何が始まる？

社内のどの人員・部署が、いつから、どこで、どのように、どれくらいの予算で実施するのか。そのように投資対効果をモニタリングするのか。

Refine : プレスリリース (PR/FAQ) の執筆

PR

顧客向け
メッセージ

解決策の体験方法

提供者メッセージ

FAQ

顧客向け FAQ

社内向け FAQ

課題解決のシナリオを PR と FAQ 2 つのパートで伝える。

- PR は顧客向けメッセージ (書式は次スライド参照)
- FAQ は顧客からの FAQ 以外に、社内から来るであろう収益性や運用面の質問を記載する

💡 これからの執筆に際しては、社内でドキュメント共有サービスを使用していればそちらを利用ください。

また、開発者同士がペアの場合どちらか企画役にチャレンジいただきます。

“PR”を書く

 15 min

[ペアワーク]

ペア内で企画と開発を分担し、担当範囲のプレスリリースを執筆してください。

顧客向けメッセージ

企画

20XX 年 X 月 Y 日、株式会社〇〇は [△△のサービス] を公開しました。
[Listen : □□なお客様が□□したい時] に **[Invent : より最適/より幅広い解決策]** ができます。

お客様の声 : これまで [Define : ××するのに××することは当然でした or ××と××は別々に行うことは当然でした] が、△△はその**常識を変えました**。今までと比べ ××の効果が得られています。

解決策の体験手順

開発

△△は次の手順で利用できます。

[正常系]

- ① お買い物ページから XX をクリック
- ② チャットボックスに XX と入力
- ③ **なんと**、□□が一瞬でできる
...

[異常系]

もし XX な場合は、XX することで継続できます。...

提供者メッセージ

企画

これまで [Define : ××するのに××することによる影響は**見過ごされていました**。☆☆市場では約☆☆社 / 人のお客様がこの課題を抱えていると推計しており、株式会社〇〇は **[♡♡の独自技術 / データ、パートナーシップ、販路、資金力etc]** を活かし今後 N 年で♡♡円の投資を行い幅広いお客様に△△を提供します。

“PR” のレビュー



[グループワーク]

ペアで作成した PR を回覧してください。

PR に対するコメント、また顧客から寄せられるであろう質問、社内から来るであろう質問をポストイット (もしくは共有ドキュメント上のコメント) として書き出してください。

- 開発者が企画役を務めている場合、プロダクトマネージャーは企画パートのメッセージを丁寧にレビューください

すべてのペアがフィードバックを受け取れるよう、1 PR 5 分程度で行ってください

“FAQ” を書く

 10 min

PR

顧客向け
メッセージ

解決策の体験方法

提供者メッセージ

FAQ

顧客向け FAQ

社内向け FAQ

[ペアワーク]

受け取ったコメントをもとに “PR” を更新してください。また、受け取った質問を基に “FAQ” セクションを追加してください

- 消費リソース(価格、時間等)に関する質問を必ず入れて回答を明記してください

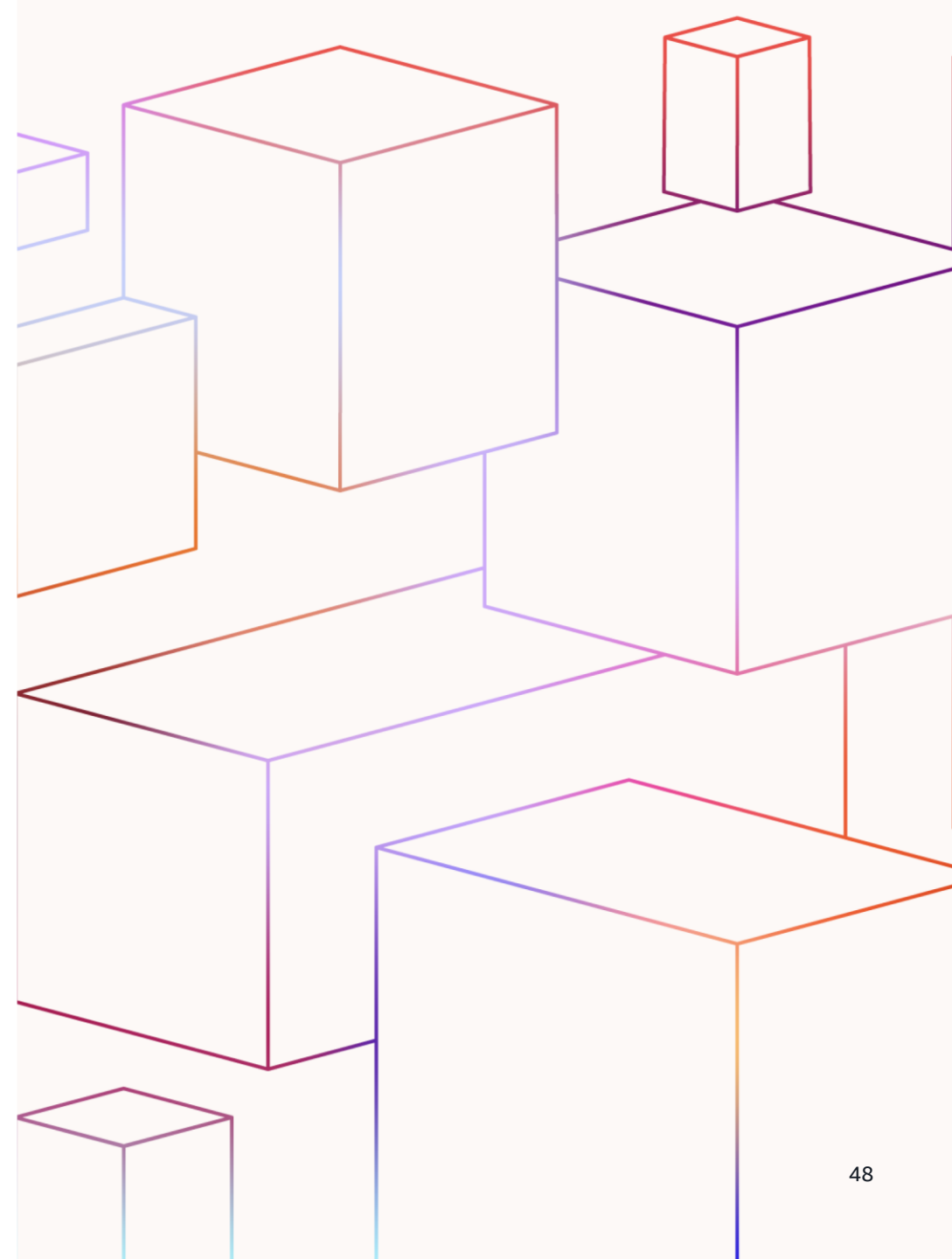
Have a break & 🤖 Time!

PR/FAQ を実際体験できるモックを生成 AI で作成します。
生成 AI が作成を開始したことを確認した後休憩に入ってください。
エラーが出た場合、連絡してください。

Around
160min

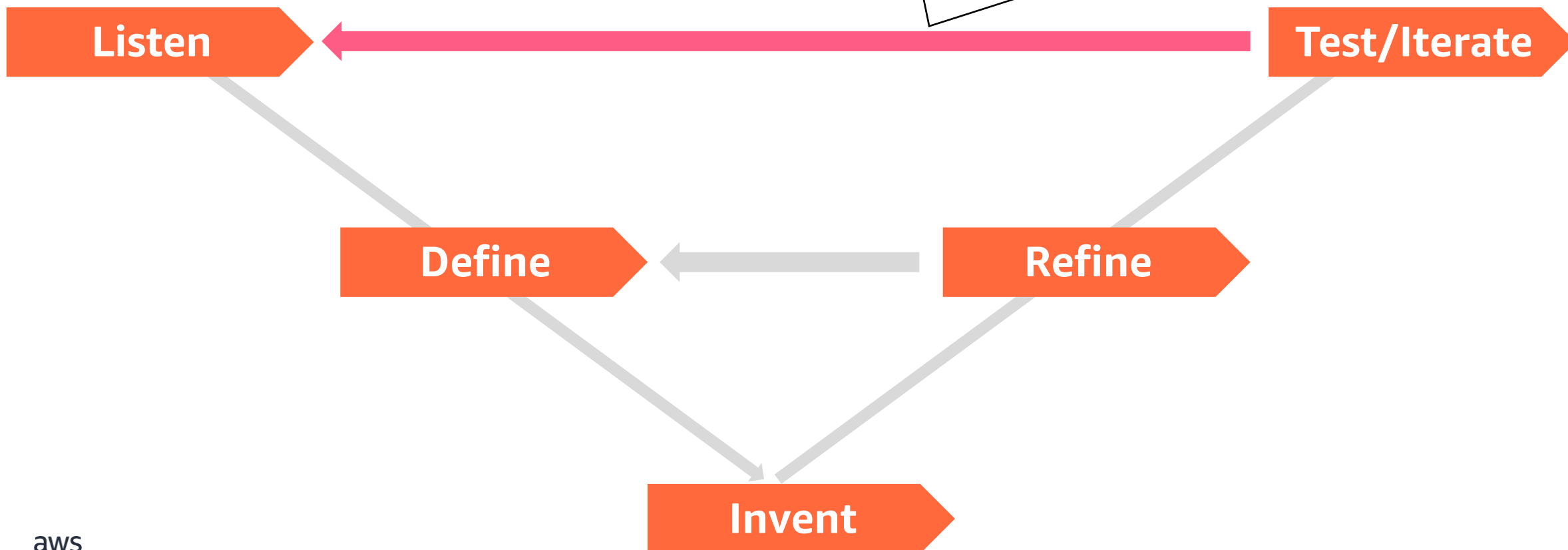
Day1 : 実践編

1. Listen : 顧客は誰か？
2. Define : 課題と機会は何か？
3. Invent : 解決策は何か？
4. Refine : 最終的な顧客の体験は？
5. **Test/Iterate : 成功を計測する指標は？**



Working Backwards 後半戦： 課題を解決するシナリオを伝える

シナリオに対する顧客の反応
を計測し、行動とリソースへ
の理解を深める



Test/Iterate : 顧客の行動変化を計測する

行動変化を、「課題の解決」と「意思決定」の2つに分解し計測する。

- **課題の解決** : Define で狙った課題 (問い) が**解決しているか**
- **意思決定** : **解決策が採用され**、Listen で観測した顧客の行動が変化する確率

計測方法の種類

- 課題の解決 : ユーザーテストなど
- 意思決定 : 購入ボタンのクリック、継続的な利用など

課題解決 != 行動変化



例えば、「ヘルシーバーガー」は「なぜハンバーガーを食べるときに過剰なカロリーを摂取しないといけないのか」に対する**解決策**。

しかし、来店する顧客は「ガッツリ食べたい」という気持ちで来ることが多いため、購入=**行動変化**が起こるとは限らない。

課題解決の計測例：ユーザーテスト

※本スライドで説明しているのは進め方の一例です

ユーザーが、解決策 (モック) を操作して目的を達成できるか記録する。



1. 最初に、想定する体験シナリオを描く (PR/FAQ で書いた「体験手順」)
2. 対象のユーザーに、テストの目的とモックが提供する機能を伝える
3. ユーザーには自由に操作してもらい、感じた戸惑いや発見などをなるべく口頭で話してもらう
4. 操作が進まなくなった場合のみ操作方法を伝え最後まで体験頂く
5. フォローアップの質問 (購入意欲等) をヒアリング

※画像は Amazon Nova Canvas により生成



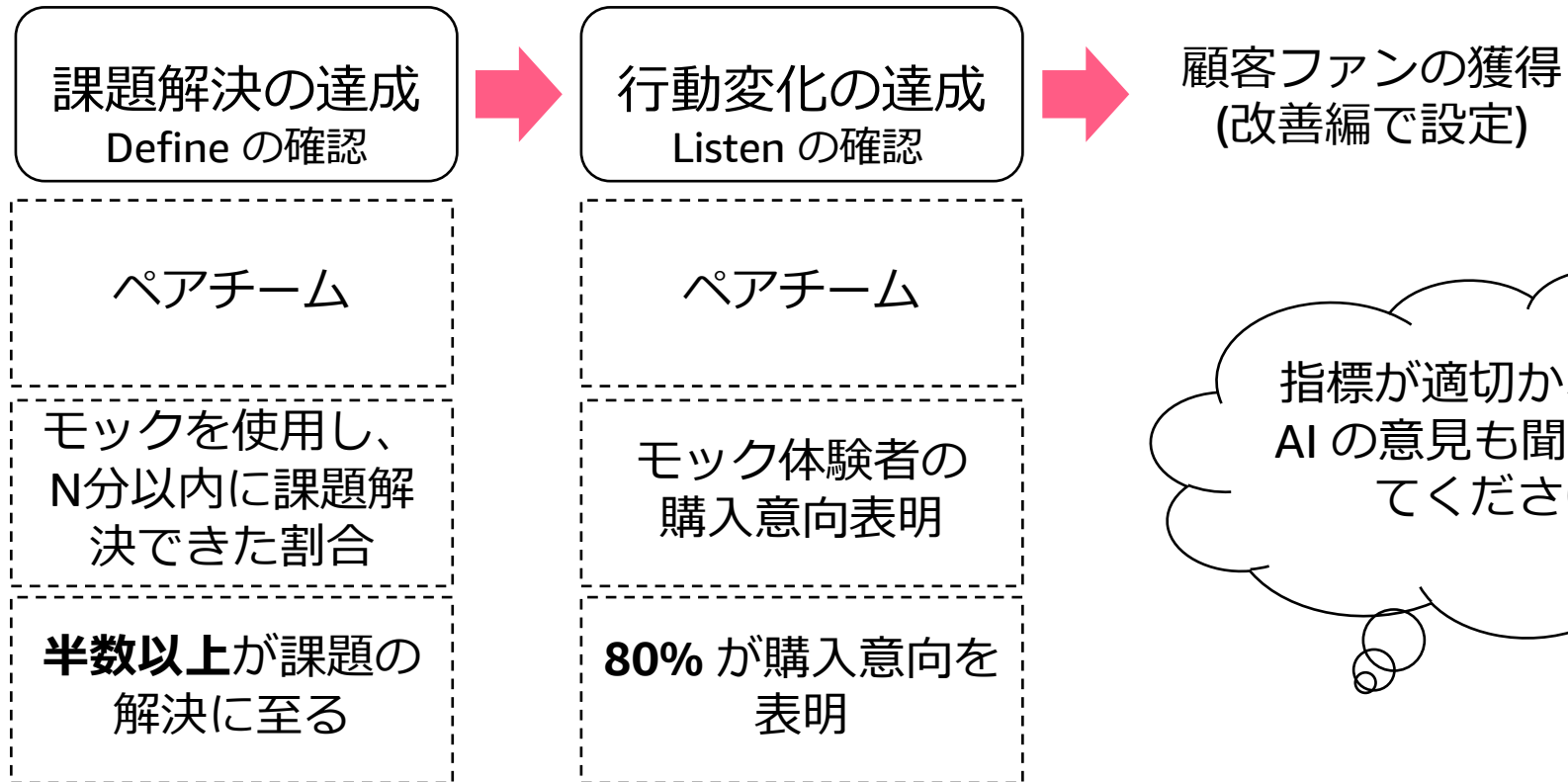
完了率などを記録

マイルストーンを計画する

 10 min

[ペアワーク]

例を参考に、各マイルストーンで誰が、何を、どう計測し、達成か否かを評価するのが決めてください。



Who :
誰が行うか ?

What :
どう計測するか?

How :
合格の基準は ?

ペアチーム

モックを使用し、
N分以内に課題解
決できた割合

半数以上が課題の
解決に至る

ペアチーム

モック体験者の
購入意向表明

80% が購入意向を
表明

指標が適切か、生成
AI の意見も聞いてみ
てください


Test/Iterate : 実施計画


 20 min

[グループワーク]


- ①各ペアは、マイルストンの計画をプロダクトマネージャーに共有してください。
- ②プロダクトマネージャーは、マイルストーンをクリアした場合に社外へ出せるかを基準にフィードバックを行ってください。また、誰に、いつフィードバックをもらってほしいかコメントをしてください。
- ③各ペアは改善編に間に合うようユーザーテストなどの日程を確保してください。

プロダクトマネージャー


 AI/MLで引き付けたい顧客を決める
ライトユーザーか、従業員数が多い企業かなど、ワークショップで議論の対象とする顧客像を決めチームに共有しておいてください。

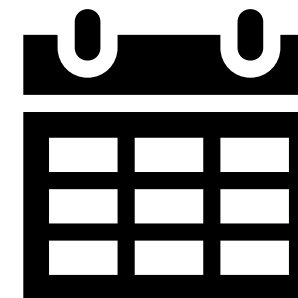
 **モックへのフィードバックを得る場・人を確保する**
実践編で解決策を体験できるモックを構築します。事前にどんな人にどんな場で改善編までにフィードバックを得るか決めておいてください。

開発者

 生成 AI ツールのセットアップ
ワークショップ参加者全員が生成 AI のツールが使えるようセットアップを主導し、開始前に完了してください。

データサイエンティスト

 先行事例と自社ソリューションのリスト化
ワークショップでは先行事例や自社のソリューションを「組み合わせる」解決策を発明します。
自業界の先進的企業や競合、また他ドメインの会社についてプロダクトマネージャーと相談しリスト化しておいてください(フォーマットは別途共有します)。



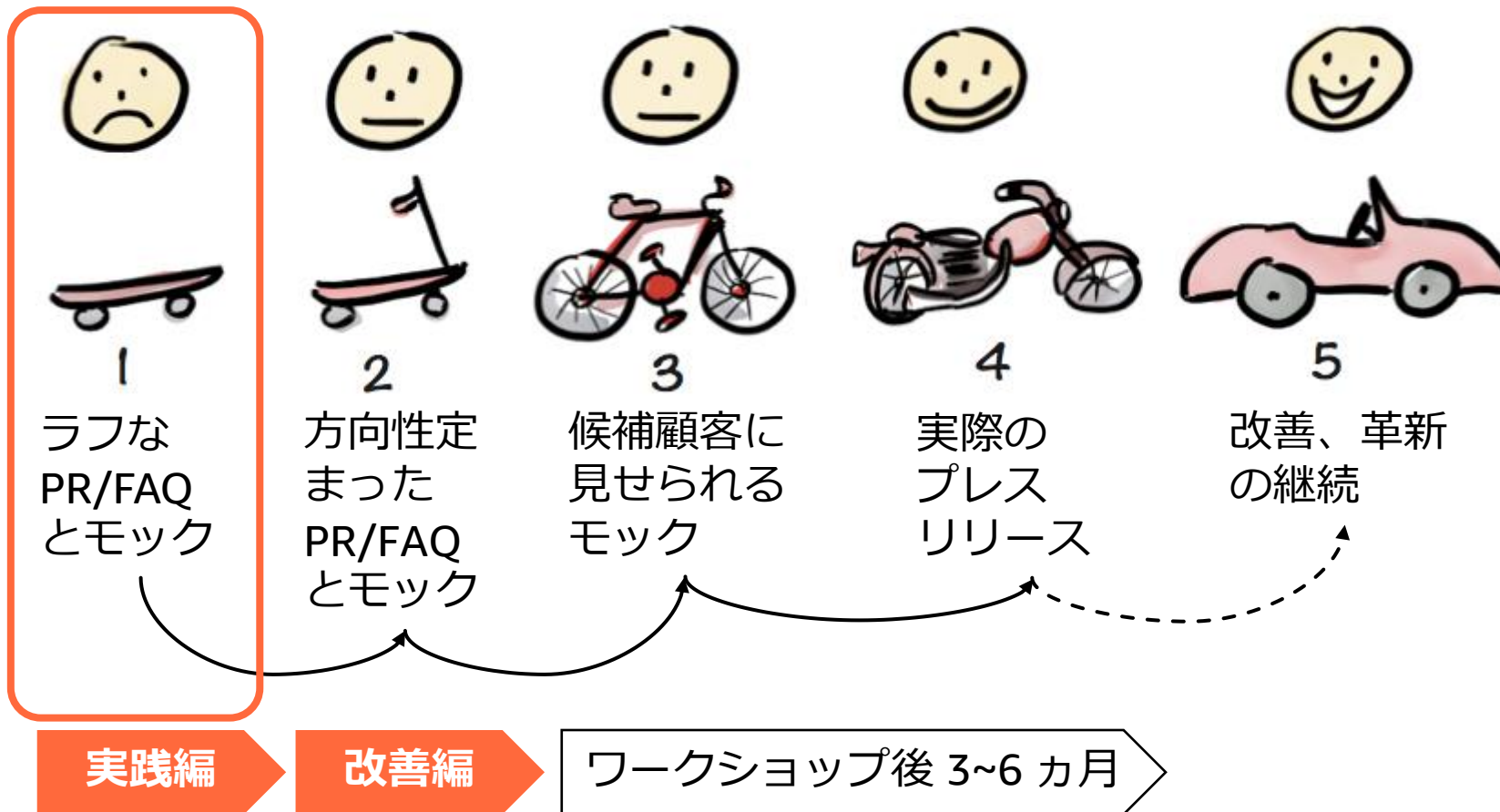
Well Done!

 モックの出来を確認しつつ、
Next Step の案内を聞いてください！

現在地点と、改善編以降のイメージ

※実際は 2→1 の戻りなどがあり得ます

Like this!



モックの作り込みを避ける



実践編で作成したモックは、改善編までにフィードバックを得るための**使い捨て**です。



目安として、2 時間以上を作成・修正にかけないでください。効果があるかわからないうちの作り込みを**意識的に**避けてください。

Next Step : “Test/Iterate” による学習の反映

Listen

Define

Invent

Refine

Test/Iterate

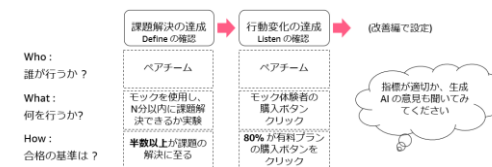
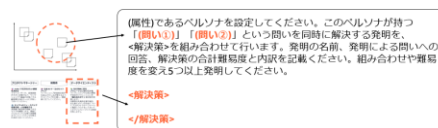
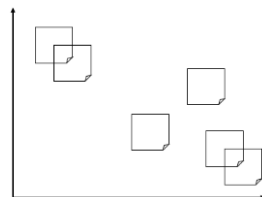
顧客の行動とリソースは当初想定と変化しないか？

解決策のインパクトは当初想定と変化しないか？

発明に必要なソリューションのリストは、十分な効果とカバレッジがあるか？

PR/FAQ はなぜ今、なぜ自社、課題を解決するのか、効果は実証されているか、明確に書けるか？

今後、社内、社外、市場に出ていくためのマイルストーンは設計できているか。



顧客のインタビューから実態をより反映

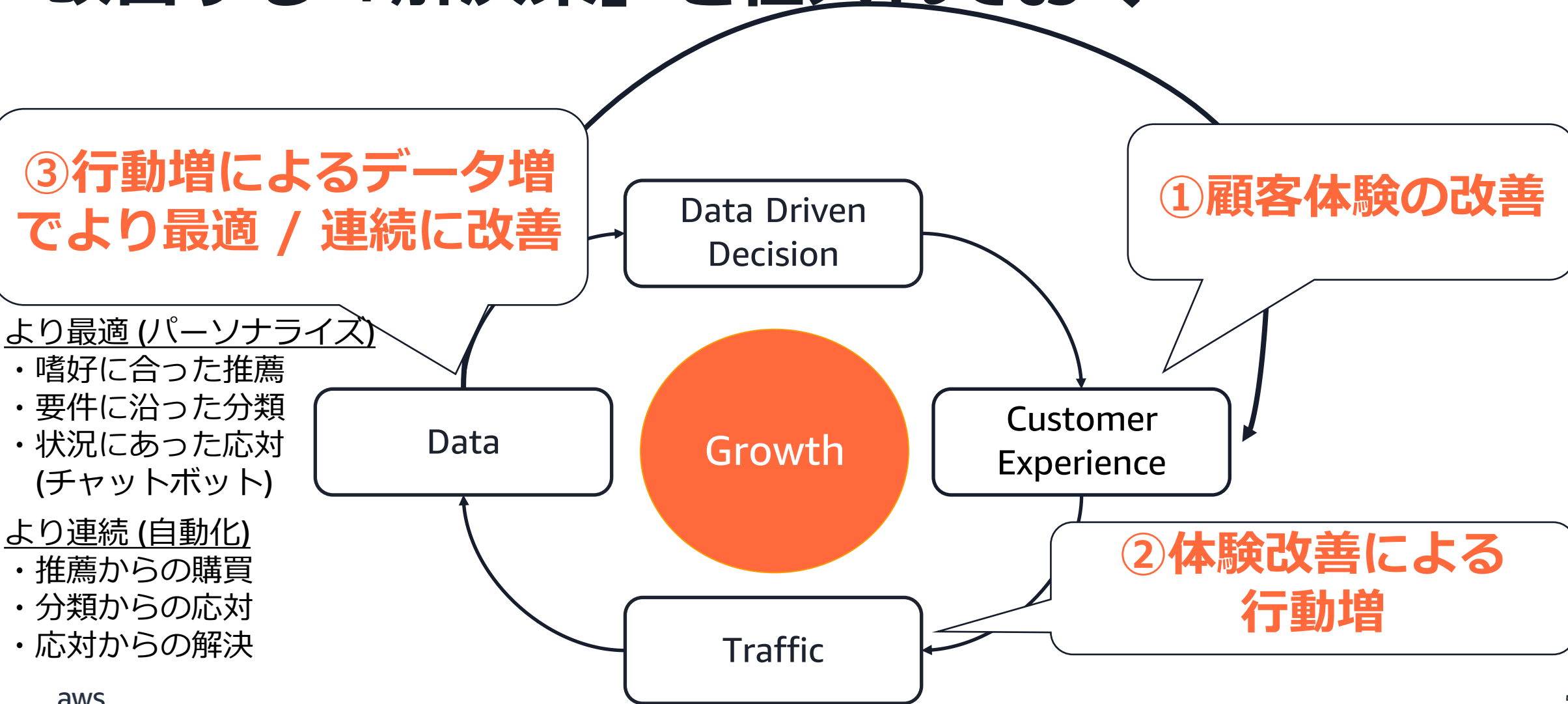
より連続、より最適な理想状態を想定する。ただし、許容可能な難易度で。

異なるドメイン事例を仕入れる
上位・複数の解決策をまとめることができないか検討する

モックで得られた定量・定性のフィードバックを反映し洗練

より先のフェーズのマイルストーンを設計し本格的な開発の準備をする

Invent : AI/ML の根幹であるデータにより体験が改善する「解決策」を仕入れておく



Day2 : 改善編の進め方

~100min : **皆さん自身での** Working Backwards による改善の実施

Listen

Define

Invent

Refine

Test/Iterate

PR/FAQ

マイルストーン

60min : 6 カ月以内に実際プレスリリースを出すための具体的な計画を立てる

改善が必要なプロセスの実施を含め、1~3 カ月間の間に最初の成果を得るための具体的な計画を立てます。

計画の開始

改善編を進める前の準備

1. 🎁 : **モックを使用した課題解決・行動変化に関する定量・定性データの収集**
改善編までに各ペアは必ず「顧客の反応」を“Listen”し、“Test/Iterate”で決めた閾値を超えているか、いる/いない根拠となる定量・定性データをまとめてください。改善編の Listen フェーズで共有いただきます。
2. 📄 : **実践編のアウトプットは電子化・共有されている**
特に Refine のプレスリリース、Test/Iterate の指標を特にお願いします。
モックを通じた学びを反映するため、Listen/Define の電子化も推奨します。
3. 👁 : **Invent で使用するソリューションリストの拡充・精緻化**
Invent で使用したソリューションのリストについて、難易度の精緻化、難易度が高すぎるものの除外、顧客の行動に対するカバレッジの拡大など新しい Invent のための準備をしてください。

Thank you!

🤖 モックの出来を確認しつつ、
アンケートへ回答をお願いします！

