

ML Enablement Workshop

改善編 : Continuous Learning Process for Launch



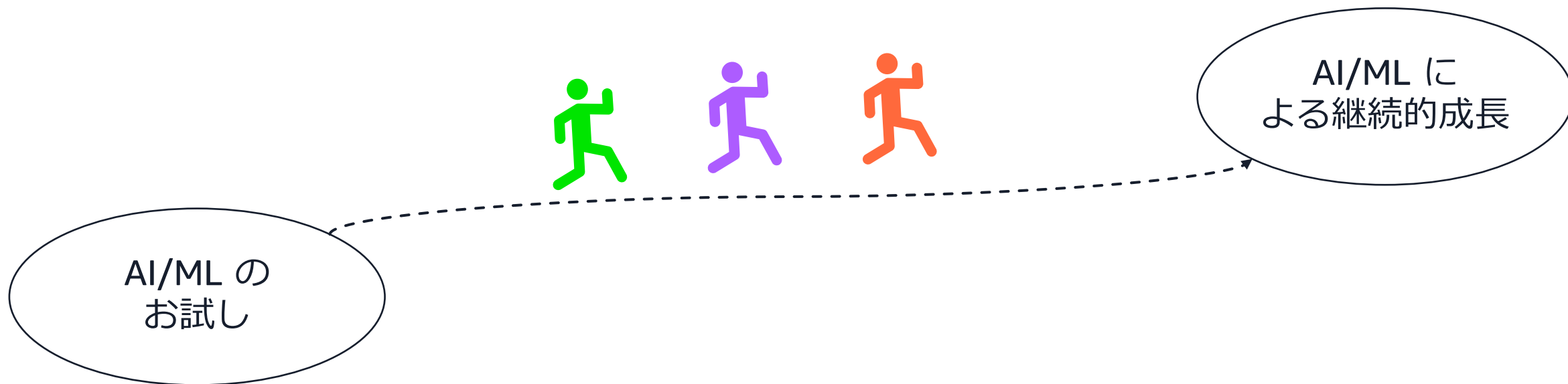
改善編を始める前の確認

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ユーザーテスト等により「顧客の反応」を“Listen”し、“Test/Iterate”で決めた閾値を超えているか、観測した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**
Refine のプレスリリース、Test/Iterate の指標、モックを通じた学びを反映するため Listen の電子化をお願いいたします。
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。

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。



本日は改善編を行います

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

改善編でアウトプットする計画のイメージ

プレスリリースを实际発行するまでのマイルストーンと、直近のマイルストーンにおける具体的な Todo を明らかにする。



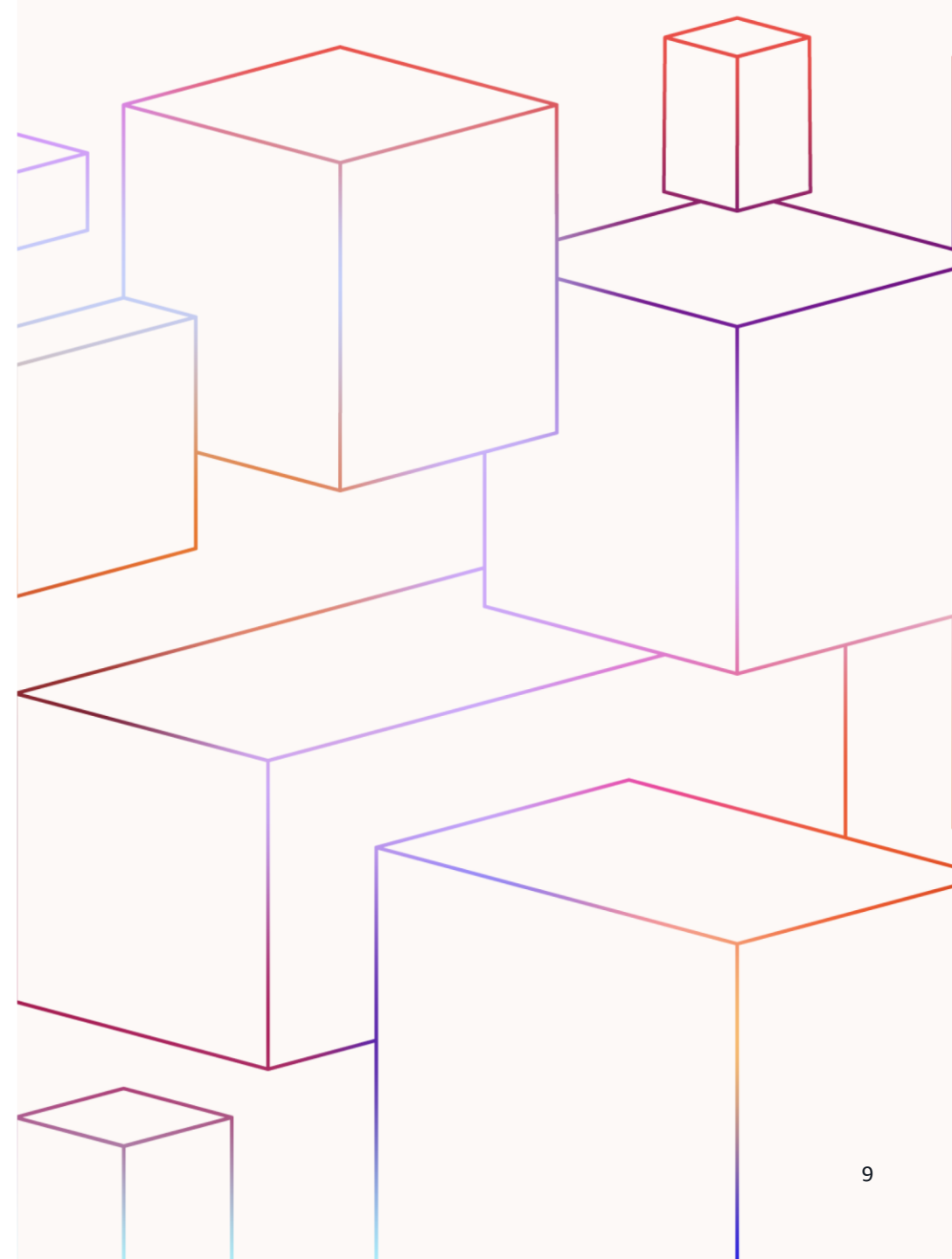
社外の顧客の反応を得るまで 1~3 カ月の理由

AWS の CTO に対するエンゲージメントの記録に基づく、3 ヶ月以内には AI/ML より優先すべきクリティカルなタスクが発生することが多い。

3 カ月以内に明確な顧客の反応を得て、できれば市場規模の推定を行っておくことが好ましい。

Day2 : 改善編

1. 改善編のポイント
2. 改善の実践 (参加者主導)
 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？
3. 実行計画の作成



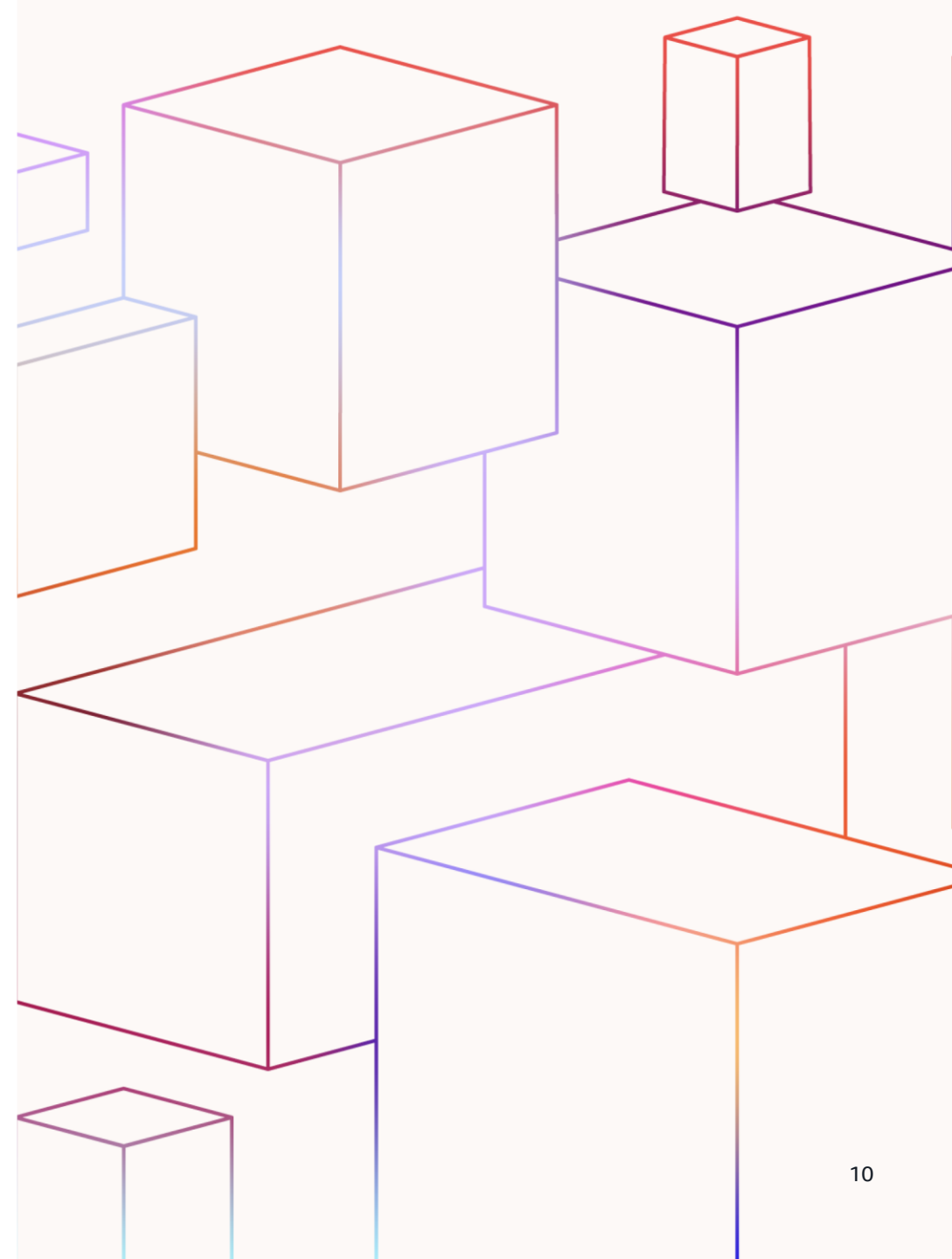
Day2 : 改善編

1. 改善編のポイント

2. 改善の実践 (参加者主導)

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？

3. 実行計画の作成



改善編のポイント

Listen

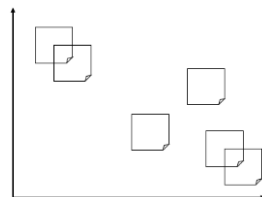
Define

Invent

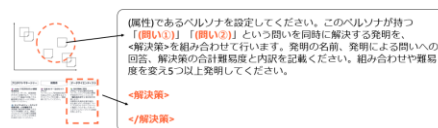
Refine

Test/Iterate

顧客の行動とリソースは当初想定と変化ないか？
解決策のインパクトは当初想定と変化ないか？



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 の顧客向け記載はなぜ今、なぜユーザーが切り替えるべきかメッセージが明確か？



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

今回未記載のパートを追加

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

Listen : 顧客の行動をアップデート

想定顧客からのヒアリングに基づき、

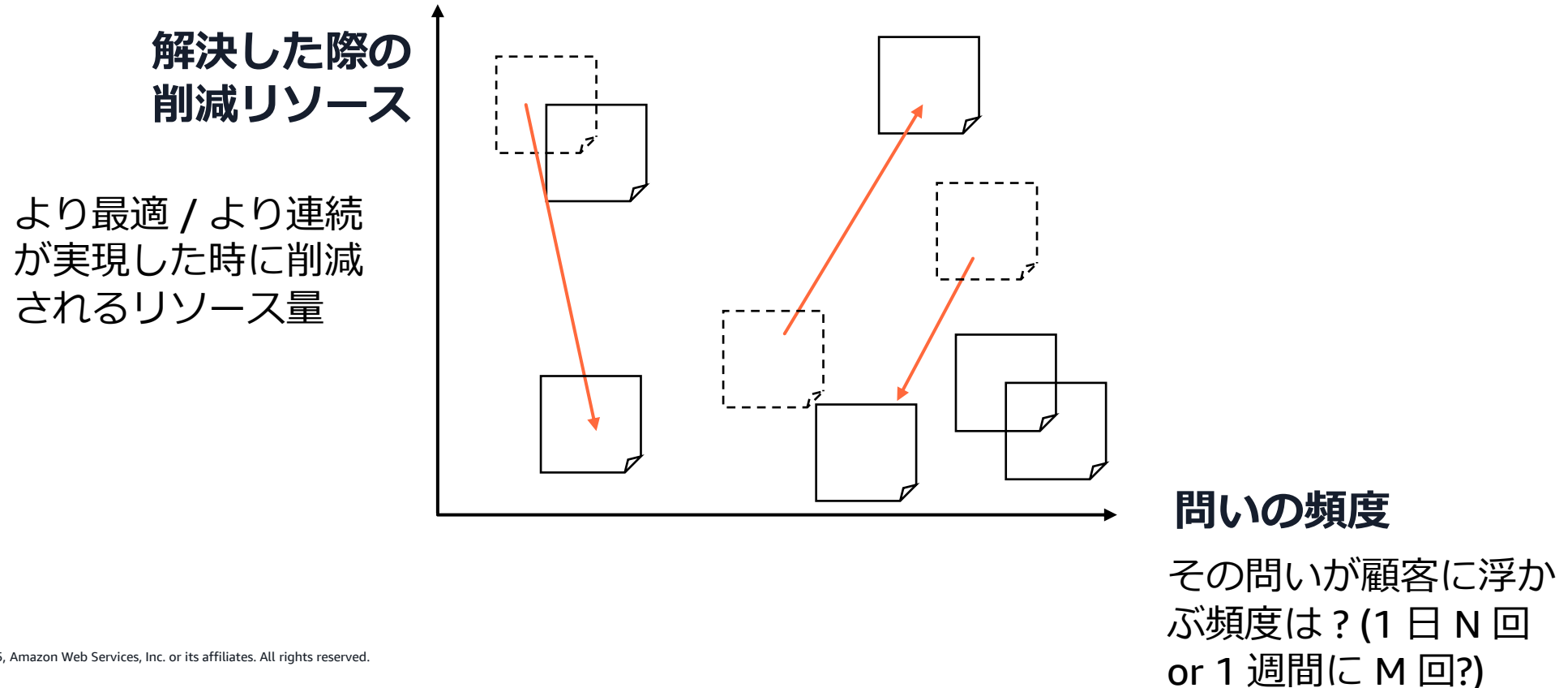
- ①顧客の行動、リソースについて実態を反映
- ②解決策による、行動変化の容易性について情報を共有・反映



顧客はいろいろなオンライン英会話に関心があり、80% からトライアルの意思表示があった

Define : 問いのインパクトを再評価する

実際のフィードバックを基に、問いのインパクトを再評価する。
新しい「より最適」「より連続」な状態を見つける問いを立てる。



Invent ・ Refine : ペア活動を続けるべきか？

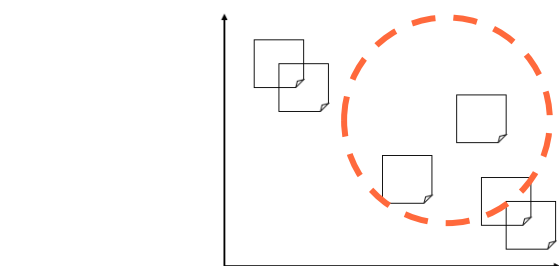
Listen / Define の状況を見て、ペアワークを継続するかどうか判断をすると効果的です。**仮説検証の数を稼ぐためにペアワークを継続するか、チーム全体で 1 つに集約するか判断をお願いいたします。**

Invent ・ Refine : 新たな問いを反映

Invent : 新しい問いと、精緻化したソリューションの一覧で発明を行う。

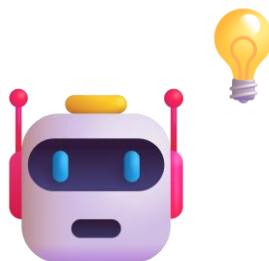
Refine : インパクトの大きい発明の PR/FAQ を作成する。

問い

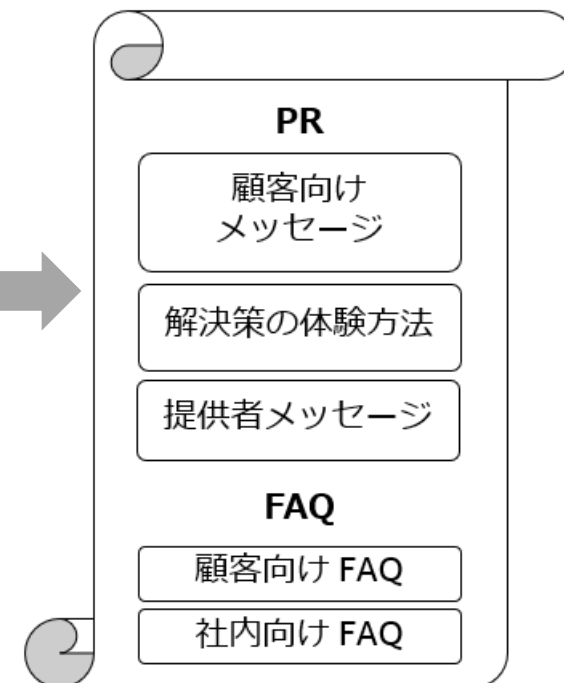


解決策のリスト

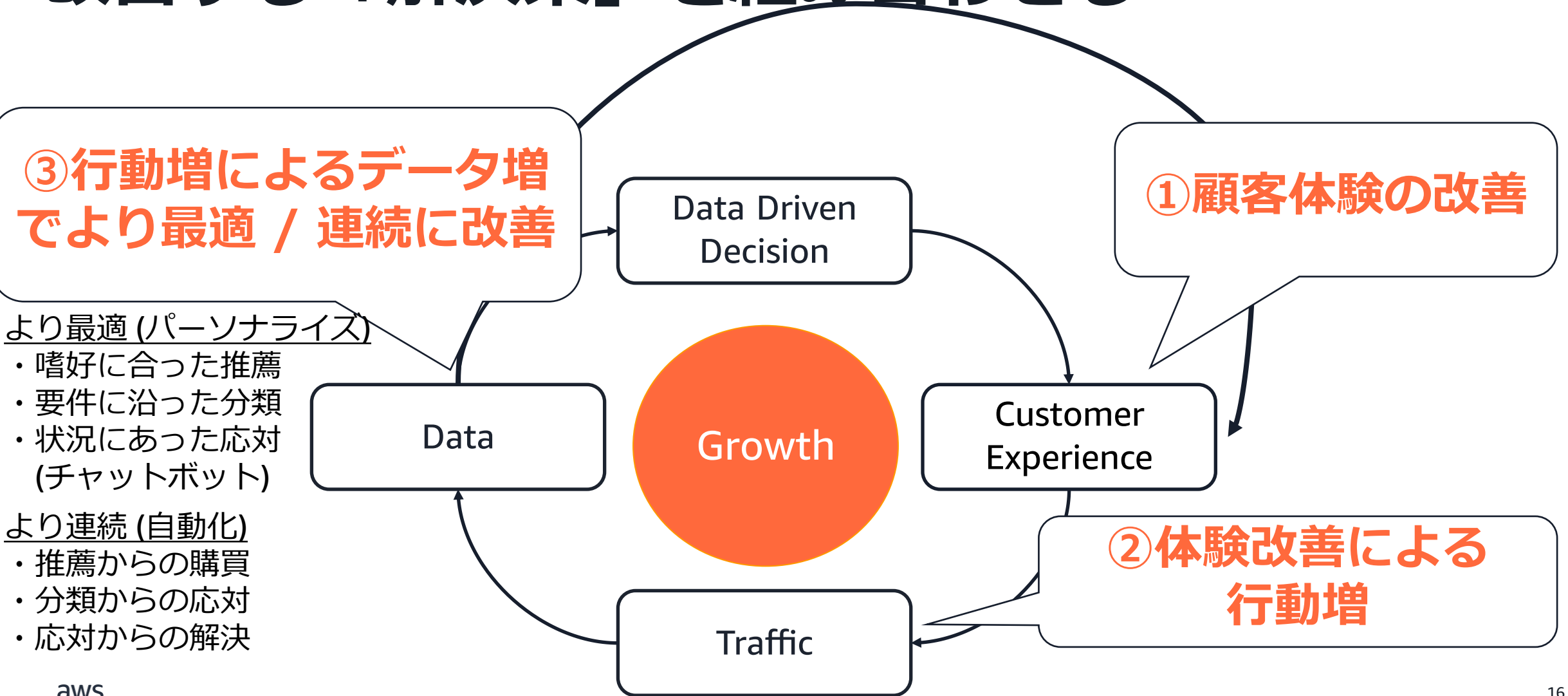
1. **■ : モックを使用した課題解決・行動変化に関する定量・定性データの収集**
改善編までに各ペアは必ずユーザーテスト等により「顧客の反応」を「Listen」し、「Test/Iterate」で決めた閾値を超えているか、観測したデータをまとめてください。改善編の Listen フェーズで共有いただきます。
2. **△ : 実践編のアウトプットは電子化・共有されている**
Refine のプレスリリース、Test/Iterate の指標、モックを通じた学びを反映するため Listen の電子化をお願いします。
3. **★★ : Invent で使用するソリューションリストの拡充・精緻化**
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。



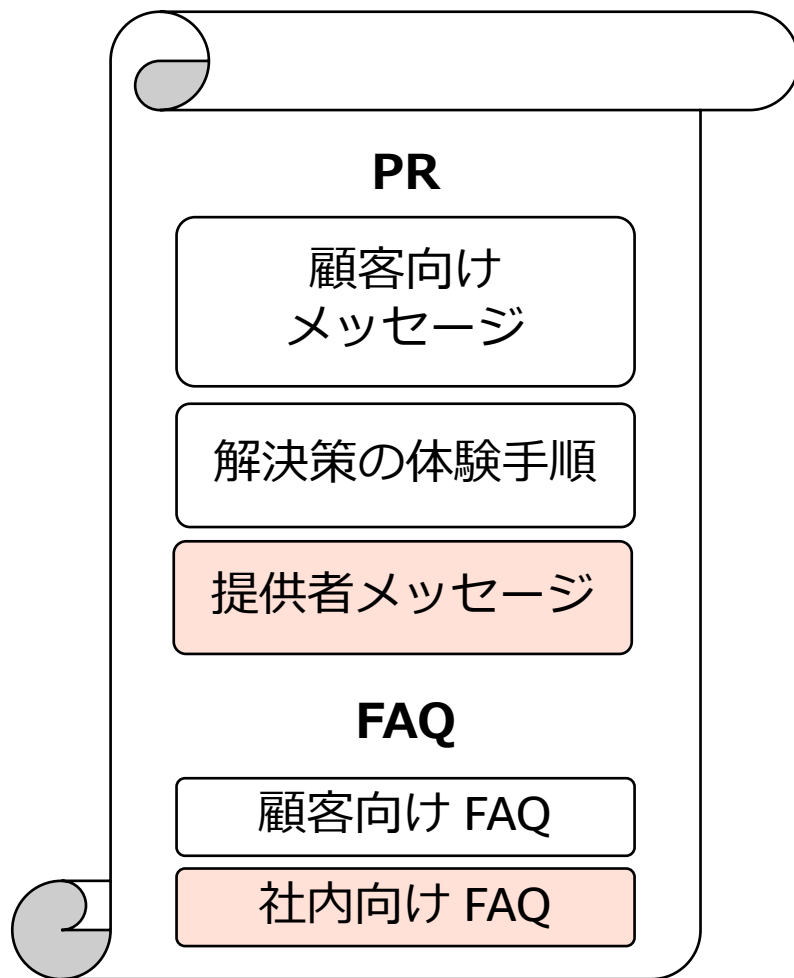
インパクトと
難易度で選定



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」を組み合わせる



Refine : プレスリリースの洗練



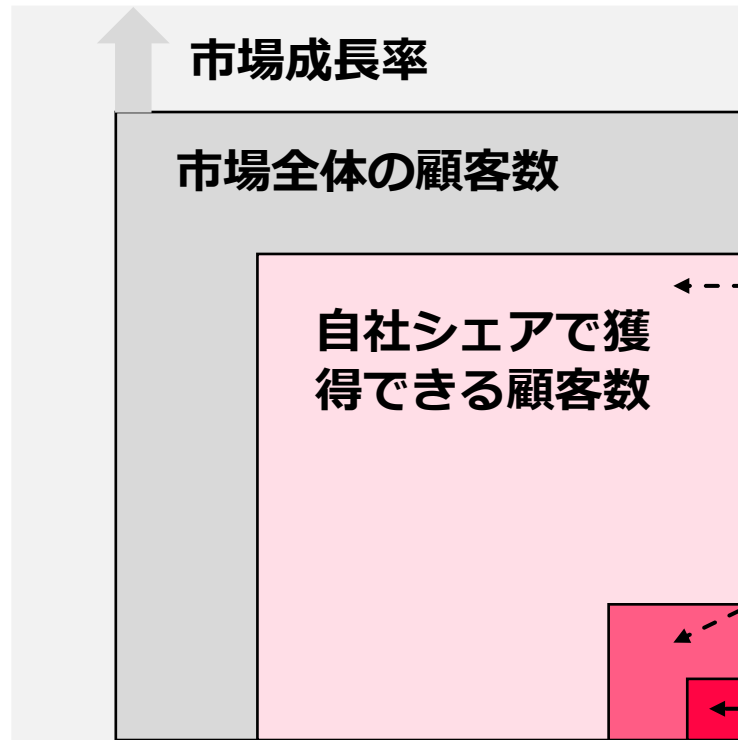
有望な解決策については、初期では省略していた
「提供者メッセージ」と「社内向け FAQ」を追記する。

- 提供者メッセージ：
なぜ自社がこのソリューションを行うのか、将来どのような計画があるのか
- 社内 FAQ：
投資 (※) 継続可否の判断をいつどんな基準で行うのか
どれぐらいの期間でどれぐらいの売上を狙うのか
販売パートナー、共同開発先など外部との連携はどうとるか

※投資の種別についてこの後説明します

Test/Iterate : 実際のプレスリリースまでの マイルストーン

実際にプレスリリースを出すには、**市場性の評価**が不可欠。
市場性の評価は大まかに獲得でき得る顧客の数で評価を行う。



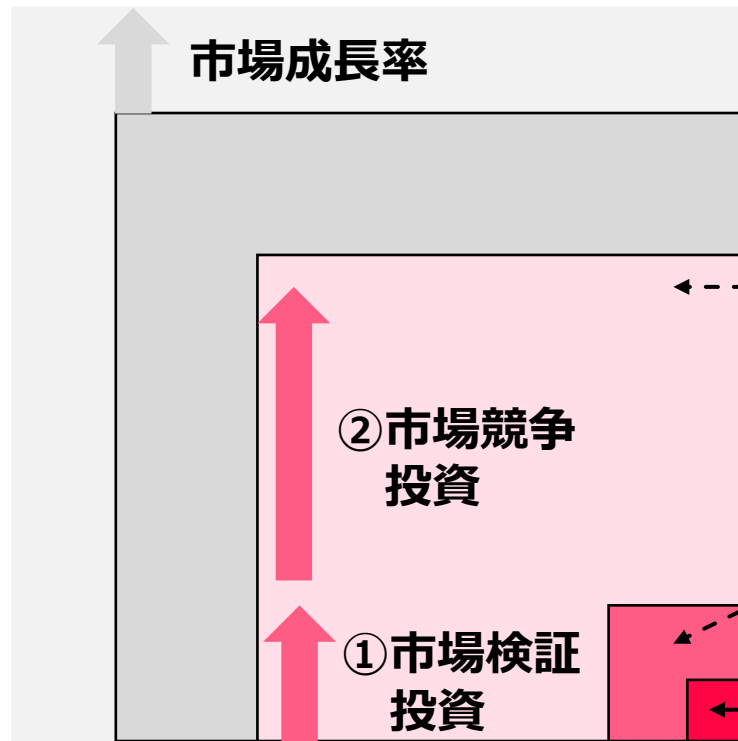
③**シェア** : 市場競争し拡大できる顧客の数
※市場内の顧客数が上限になる

②**ファン** : 最初の (熱心な) 社外顧客の数

①**スポンサー** : 社内の支援者・出資者

Test/Iterate : 検証するための投資の種別

- ①市場検証投資 : 市場性を確信できる熱心な顧客を獲得するまでの投資
- ②市場競争投資 : 見込む市場シェアを獲得するための販促等含めた投資



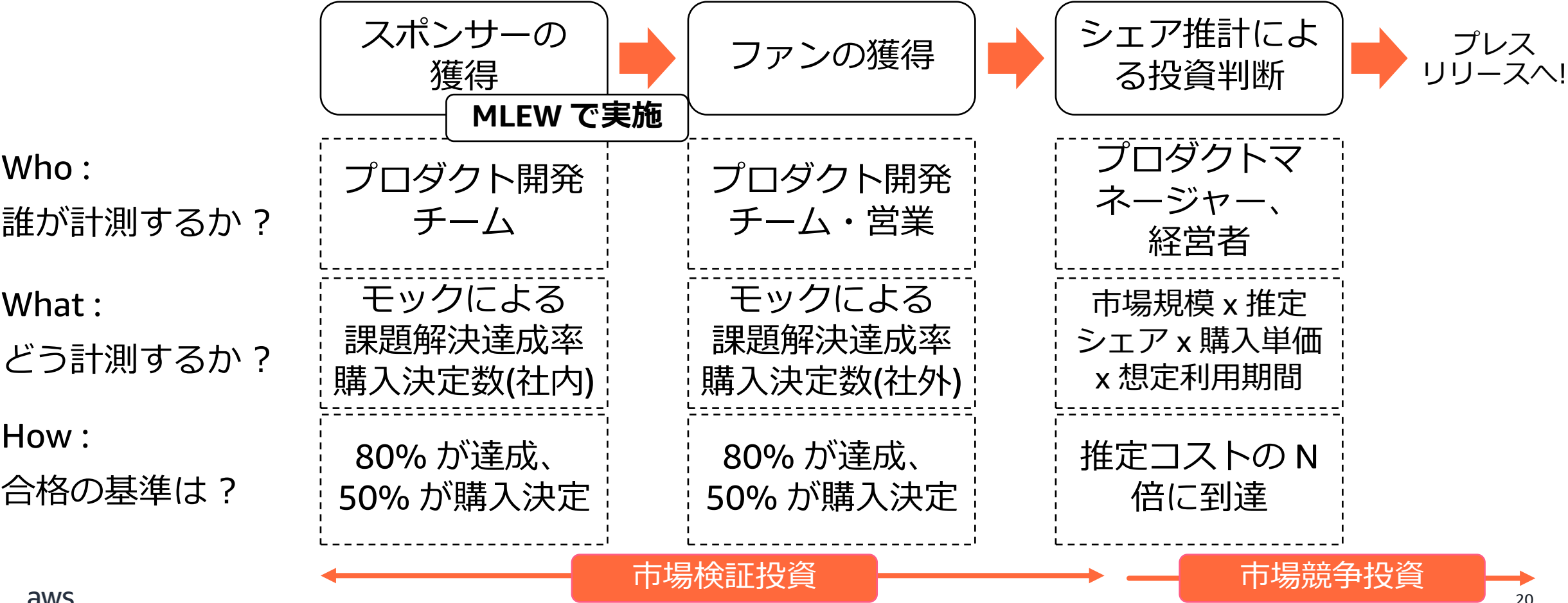
③**シェア** : 市場競争し拡大できる顧客の数
広告、営業、運用保守、プロダクト改善 etc の費用

②**ファン** : 最初の (熱心な) 社外顧客の数
顧客提案、市場性評価、プロダクト改善 etc の費用

①**スポンサー** : 社内の支援者・出資者
仮説立案、モック作成、評価の費用

プレスリリースまでにクリアする基準を設計する

3 カ月以内に、実際のプレスリリースまで到達するためのマイルストーンを設計する。



Working Backwards 2 週目のスタート

はじめに、各プロセスの時間配分をお願いします。

時間配分のねらいについて共有した後、さっそくワークに入りましょう。



※タイムキーパーが必要な場合、ファシリテーターが行います

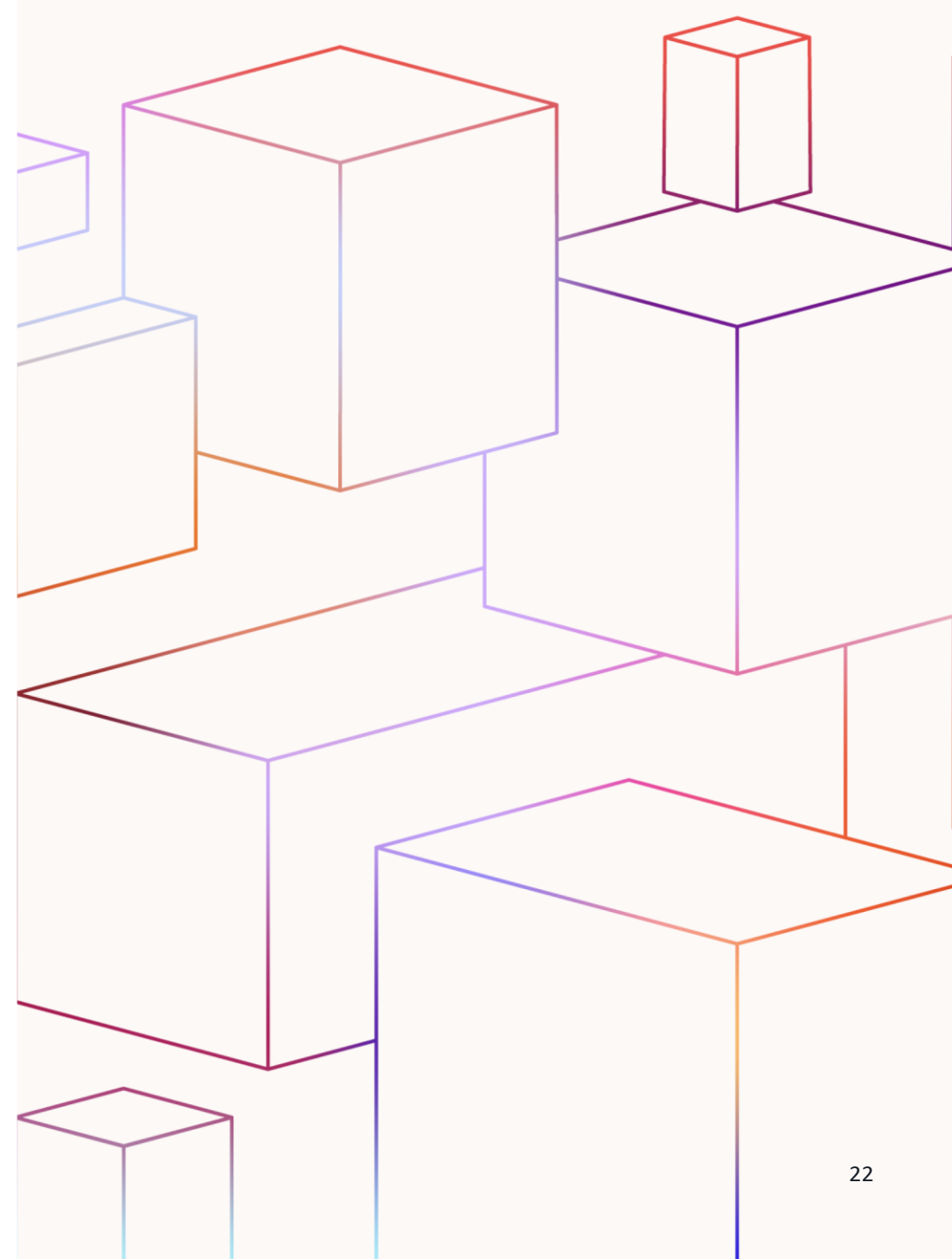
Day2 : 改善編

1. 改善編のポイント

2. 改善の実践 (参加者主導)

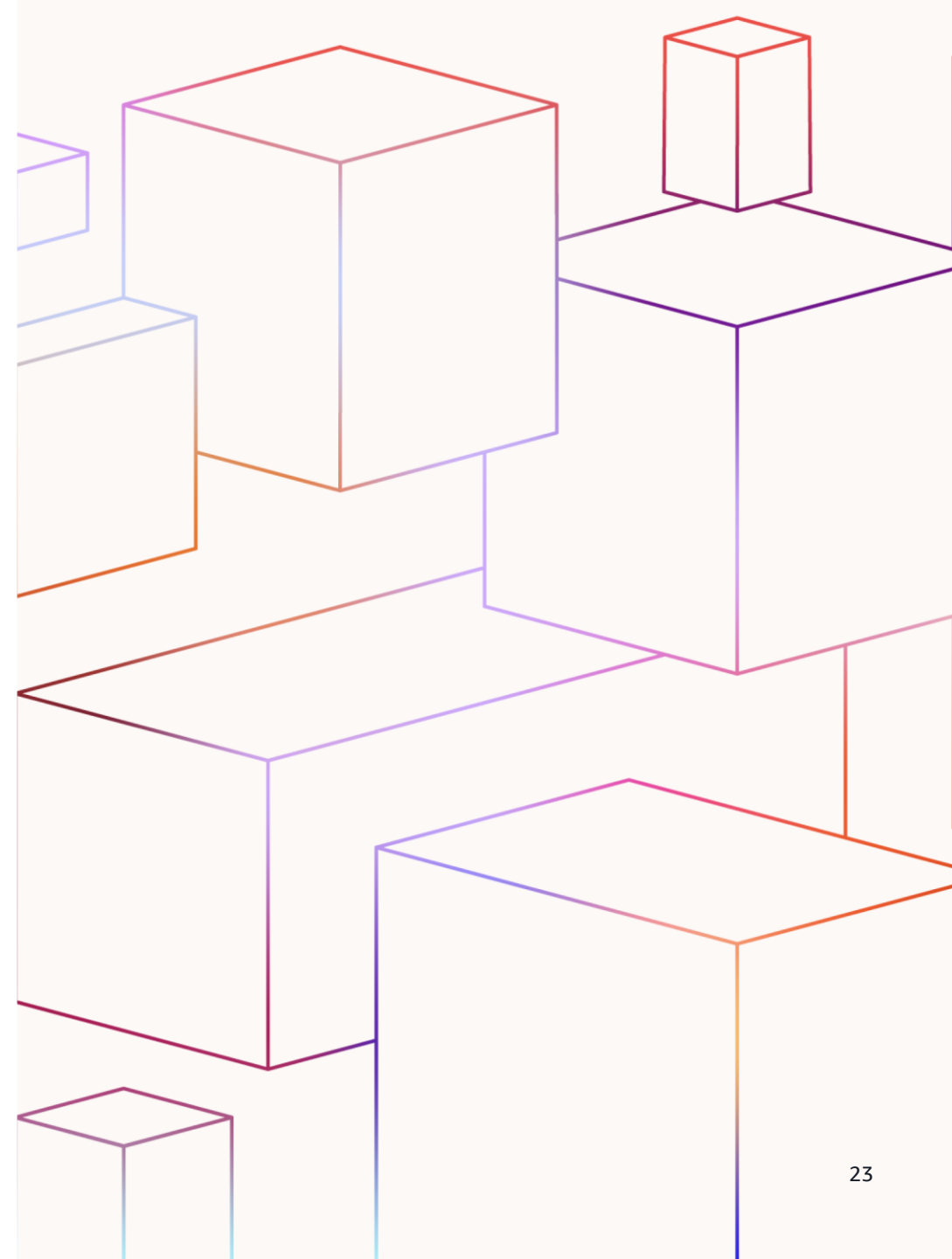
1. Listen : 顧客は誰か？
2. Define : 課題と機会は何か？
3. Invent : 解決策は何か？
4. Refine : 最終的な顧客の体験は？
5. Test/Iterate : 成功を計測する指標は？

3. 実行計画の作成



Day2 : 改善編

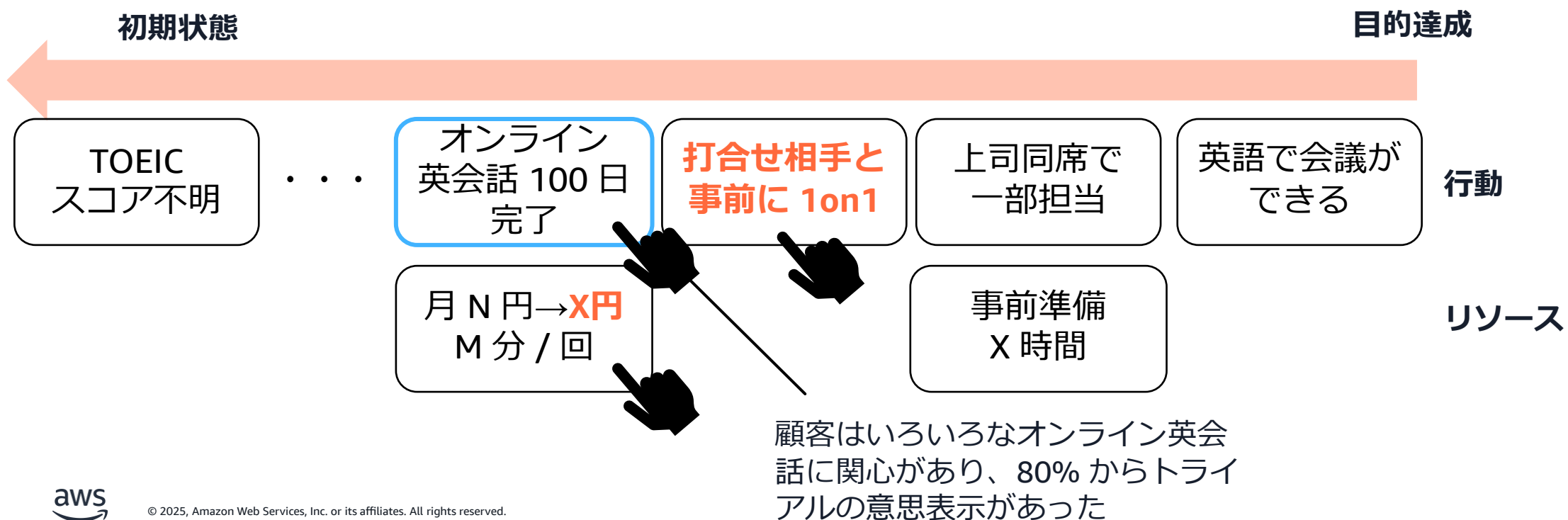
1. 改善編のポイント
2. 改善の実践 (参加者主導)
 1. **Listen : 顧客は誰か ?**
 2. Define : 課題と機会は何か ?
 3. Invent : 解決策は何か ?
 4. Refine : 最終的な顧客の体験は?
 5. Test/Iterate : 成功を計測する指標は?
3. 実行計画の作成



Listen : 顧客の行動変更容易性を反映

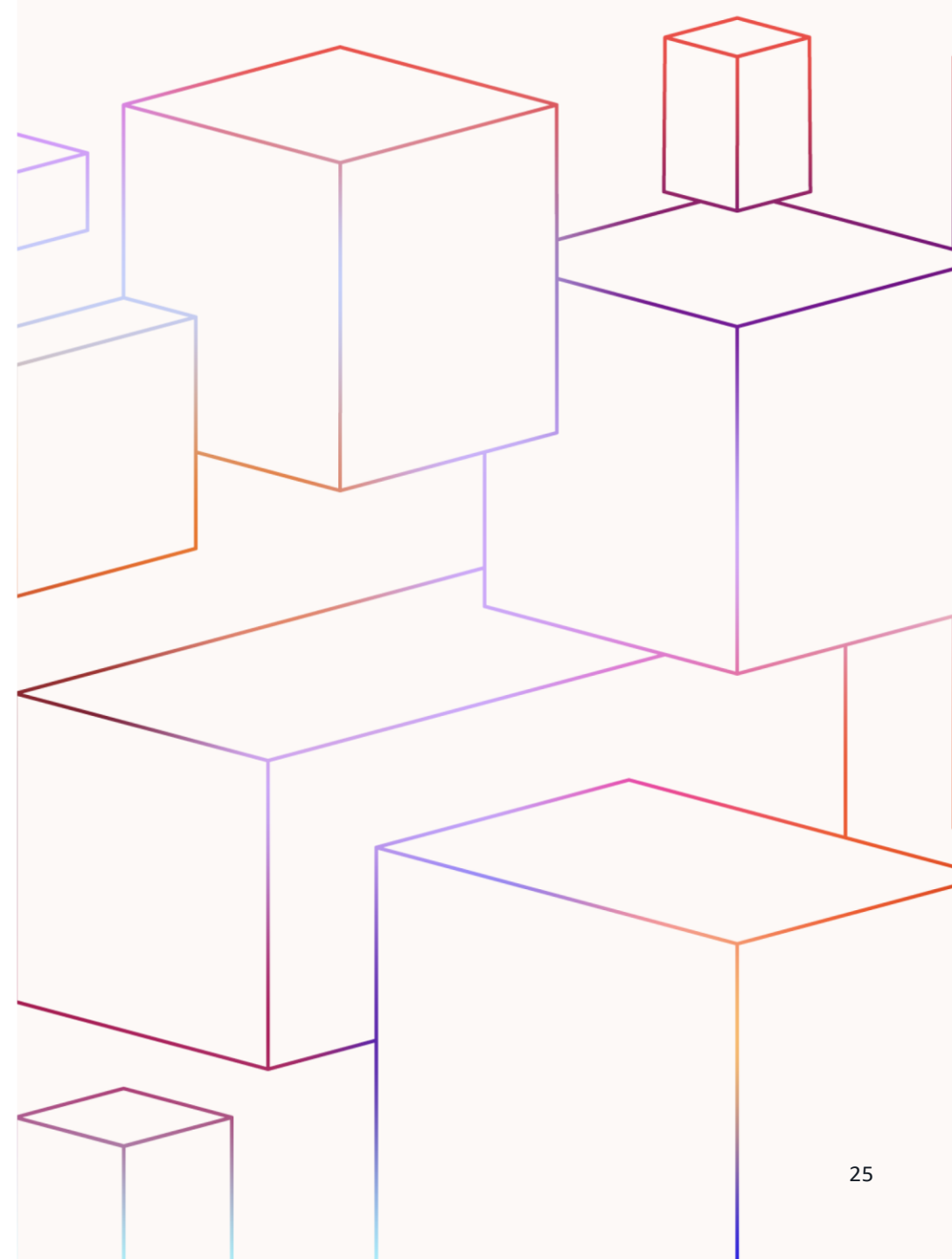
想定顧客からのヒアリングに基づき、

- ①顧客の行動、リソースについて実態を反映
- ②解決策による、行動変化の容易性について情報を反映



Day2 : 改善編

1. 改善編のポイント
2. 改善の実践 (参加者主導)
 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?
3. 実行計画の作成

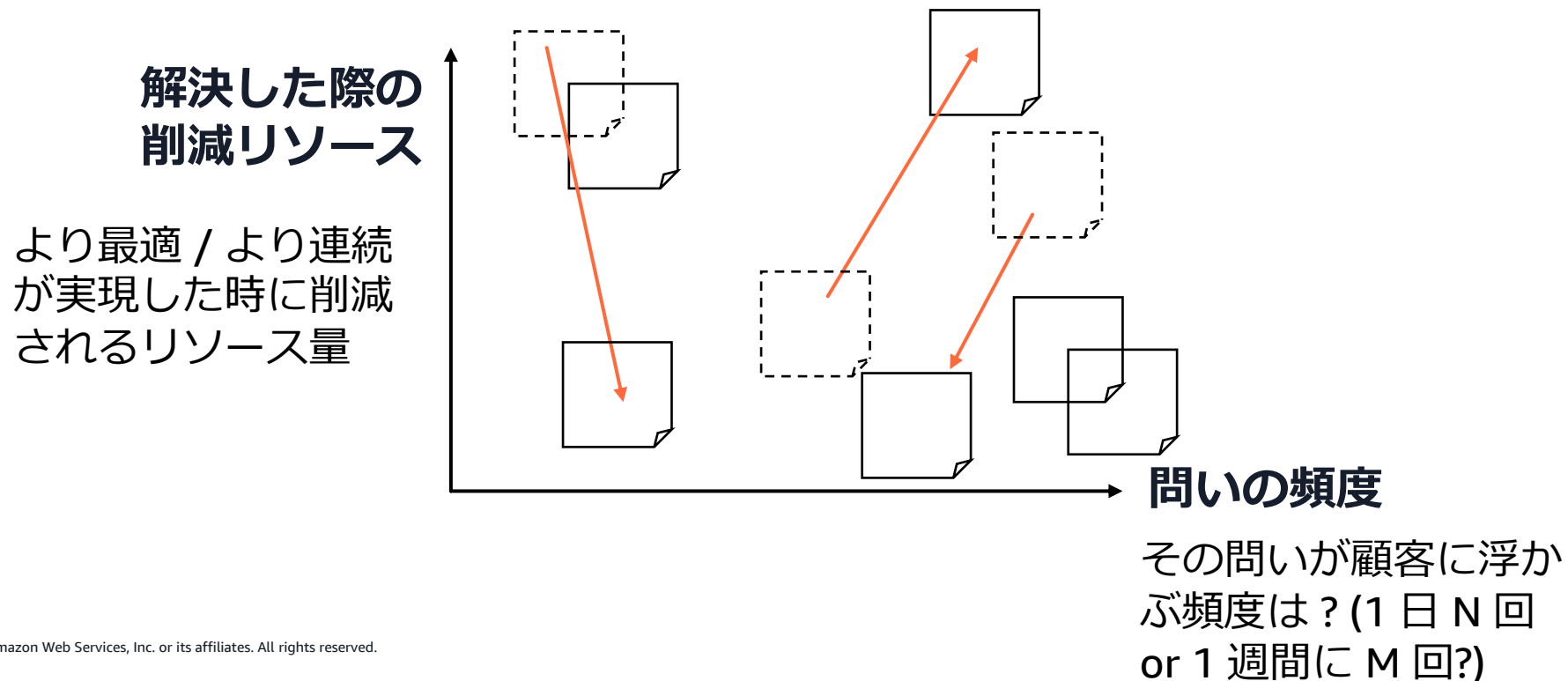


「問い」のインパクト評価

🕒 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。下図のプロットをホワイトボードに書き、問いのポストイットを貼って行ってください。ポストイットの位置について、グループで議論し合意してください。



Define : 新しい問いを立てる

「なぜ〇〇せずに□□ができないのか？」

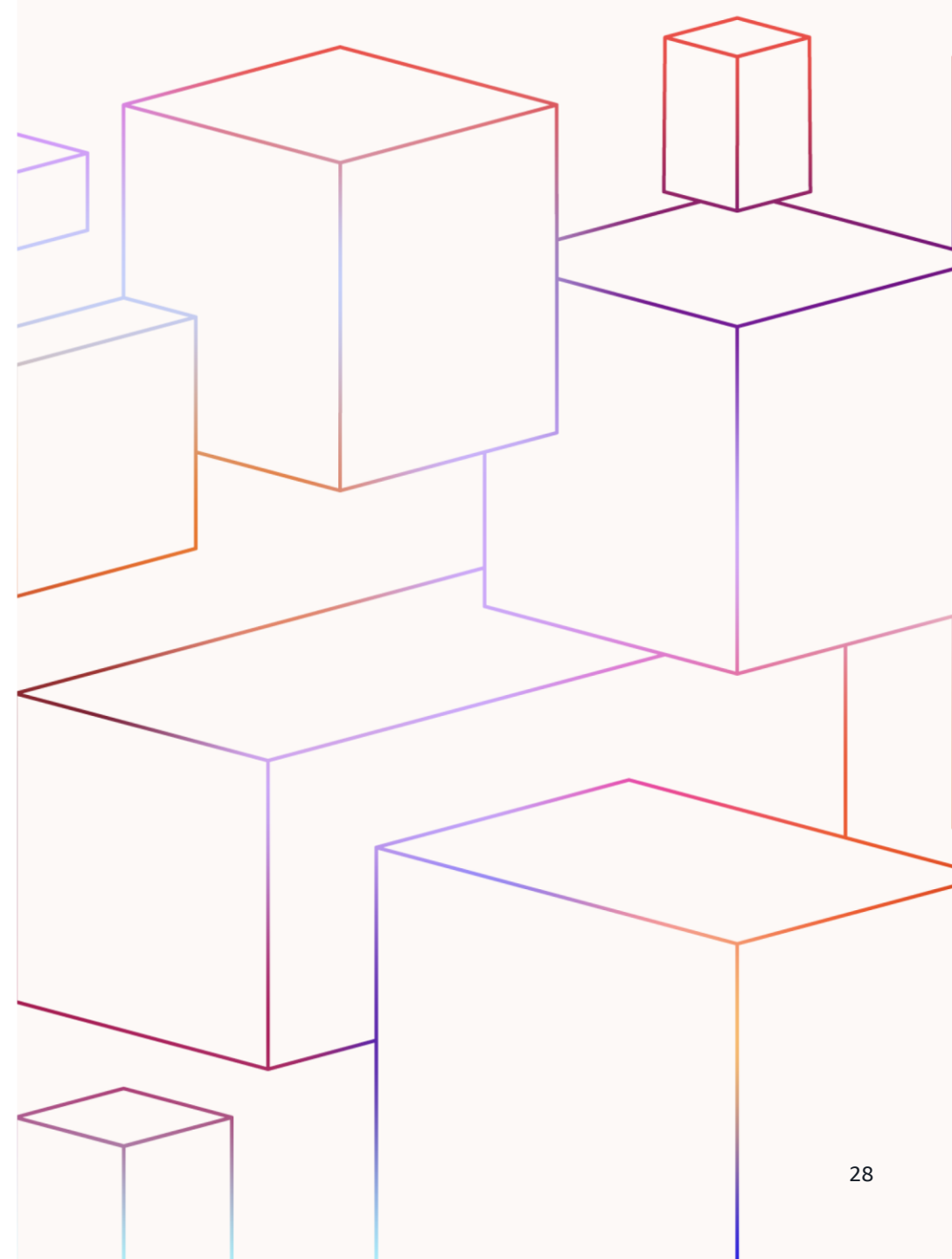
- **より最適** : トレードオフを発生させずに目的が達成できるべきではないのか？
例 : 服の傷みなしにきれいに漂白、開発知識がなくても業務アプリが作れる等

「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

Day2 : 改善編

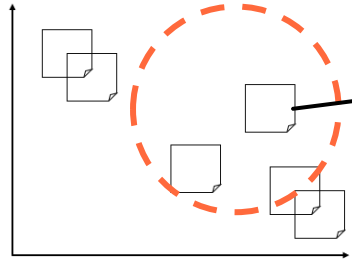
1. 改善編のポイント
2. 改善の実践 (参加者主導)
 1. Listen : 顧客は誰か？
 2. Define : 課題と機会は何か？
 3. **Invent : 解決策は何か？**
 4. Refine : 最終的な顧客の体験は？
 5. Test/Iterate : 成功を計測する指標は？
3. 実行計画の作成



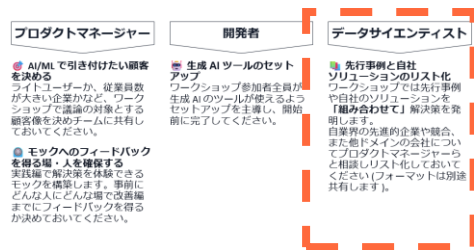
Invent : 発明の実施

[🤖 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選びます。
次のプロンプトを参考に、生成 AI により問いに応える発明をさせてみてください。
有望な発明を、ポストイットに書きだしてください。



(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。



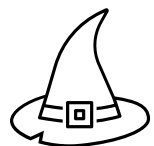
<解決策>

</解決策>

発明の実施：自分・自社以外の視点で

[🤖 ペア・個人ワーク]

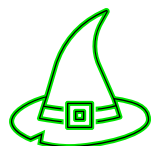
生成 AI により、(自分より発明が得意な / 発想が異なる) 第三者に変えることができます。下記を参考に発明者を変え、有望な発明をポストイットに書いてください。



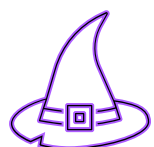
A. 友人・家族 (感情的な第三者)
お母さん、お父さん、お姉さん etc



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？

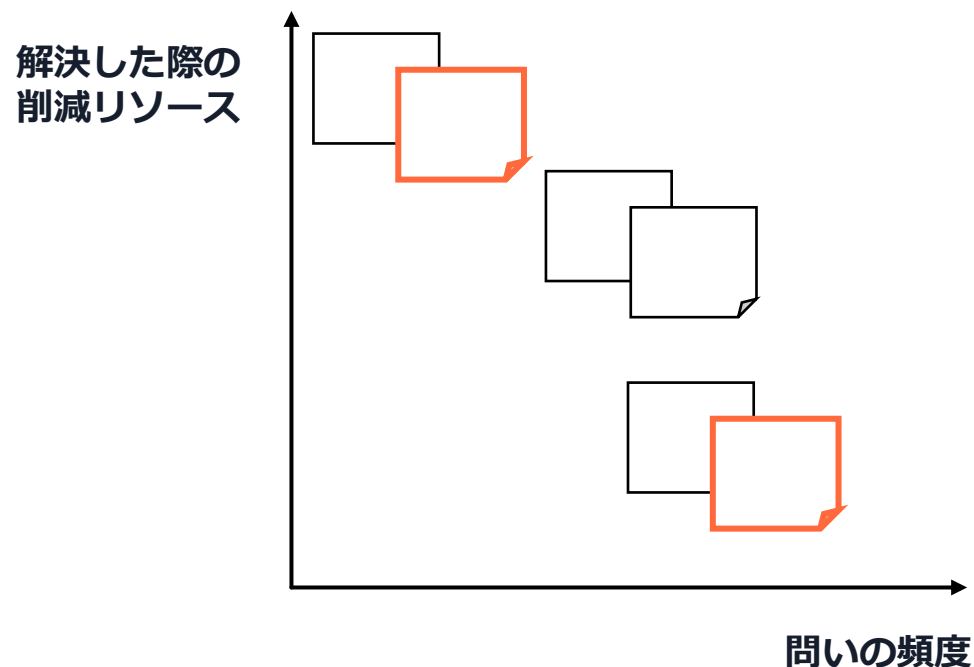
〇〇を置き換えてみてください

発明の選択

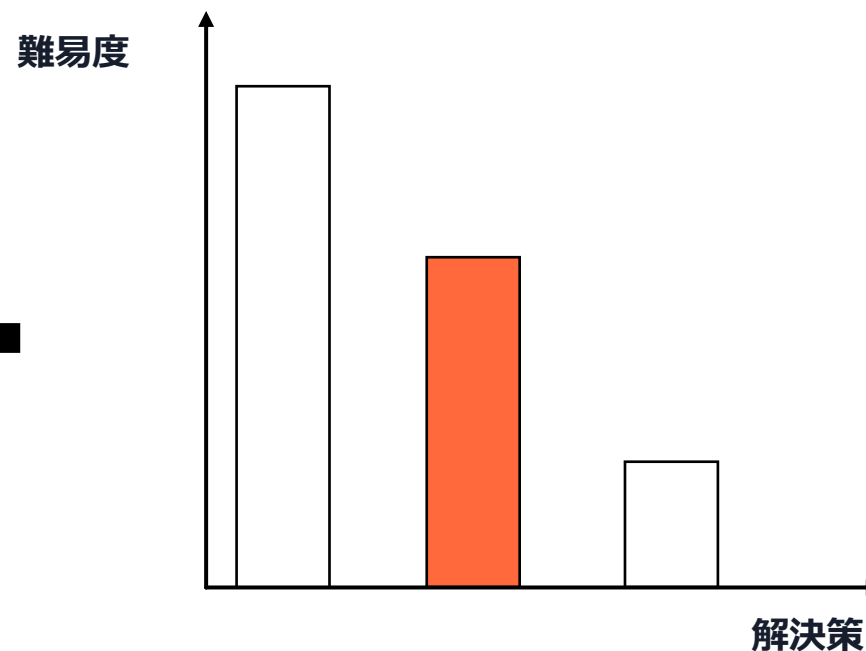
[ペア・グループワーク]

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グループ内に共有してください。

グループでの議論等を参考に、**ペアごと1つの発明を選択してください。**

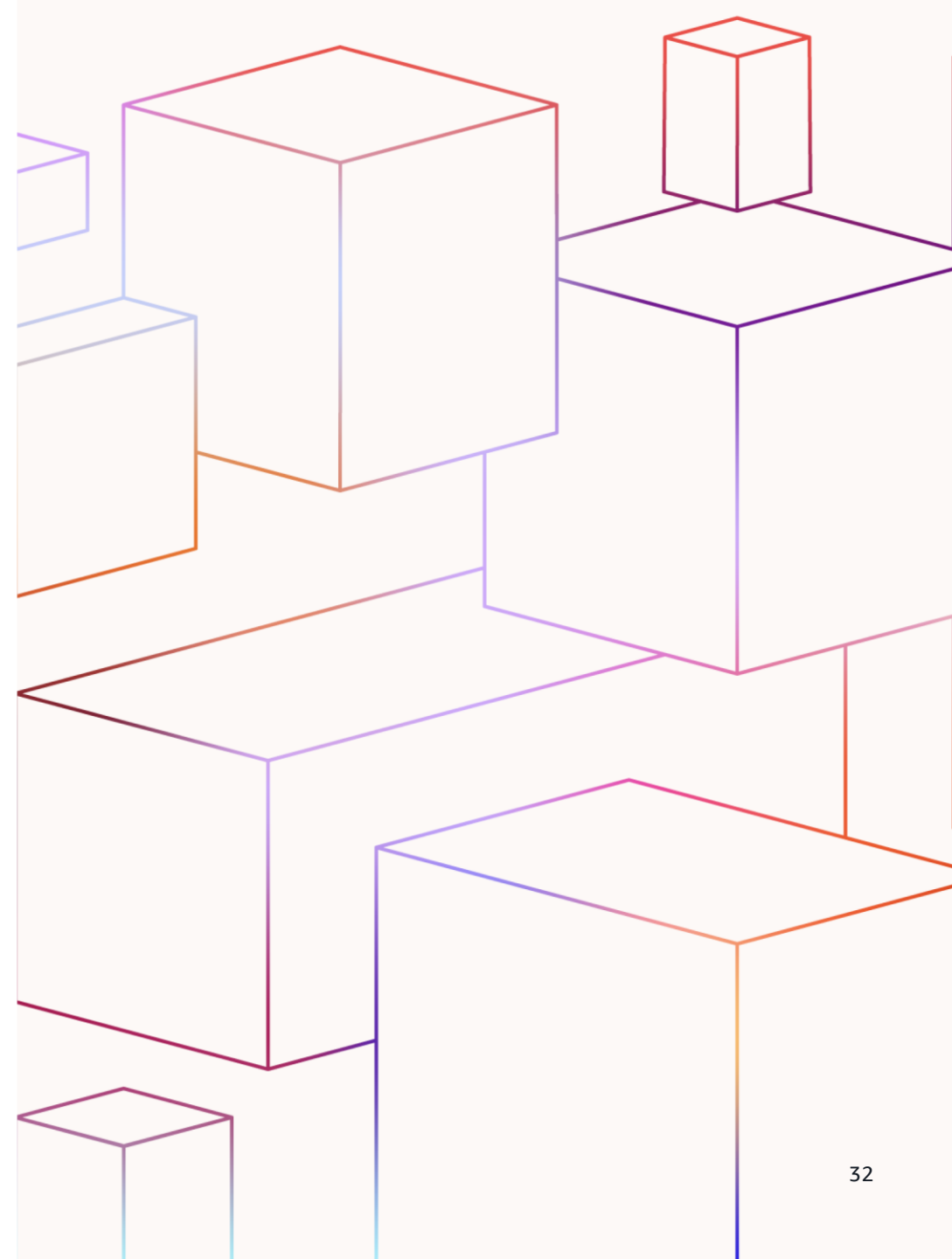


+



Day2 : 改善編

1. 改善編のポイント
2. 改善の実践 (参加者主導)
 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？
3. 実行計画の作成



PR/FAQ (顧客フォーカス) を書く



[ペアワーク]

ペア内で企画と開発を分担し、下記の着色箇所を変更する形で執筆ください。

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。

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、
△△はその常識を変え〇〇すること
で今までと比べ ××の効果が得られま
す。

解決策の体験手順

開発

△△は次の手順で利用できます。

- 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
...

顧客向け FAQ は追加いた
だいて構いませんが、削除し
ないでください

顧客向け FAQ

企画

Q: お客様は△△の体験についてどの
ように評価しています?

A: 利用いただいたお客様からは
「お客様の声①」「お客様の声②」
と評価いただいています

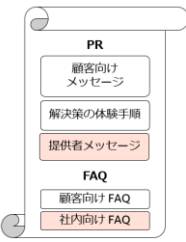
Q: △△の価格はいくらですか?

A: △△の価格は・・・

Q: 「競合/既存製品」とどう異なる
のですか?

A: 今まで〇〇は・・・

PR/FAQ (提供者・社内フォーカス) を書く



[ペアワーク]

ペア内で企画と開発を分担し、下記の着色箇所を変更する形で執筆ください。

提供者メッセージ

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きました。☆☆**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います。私達**株式会社 ○○**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♡♡社**のお客様での導入を目指します。

社内向け FAQ

Q: リリース後、いつ開発の継続を検討しますか？

A: **リリース後半年で行います**

Q: 継続の意思決定に使用する目標値と値は？

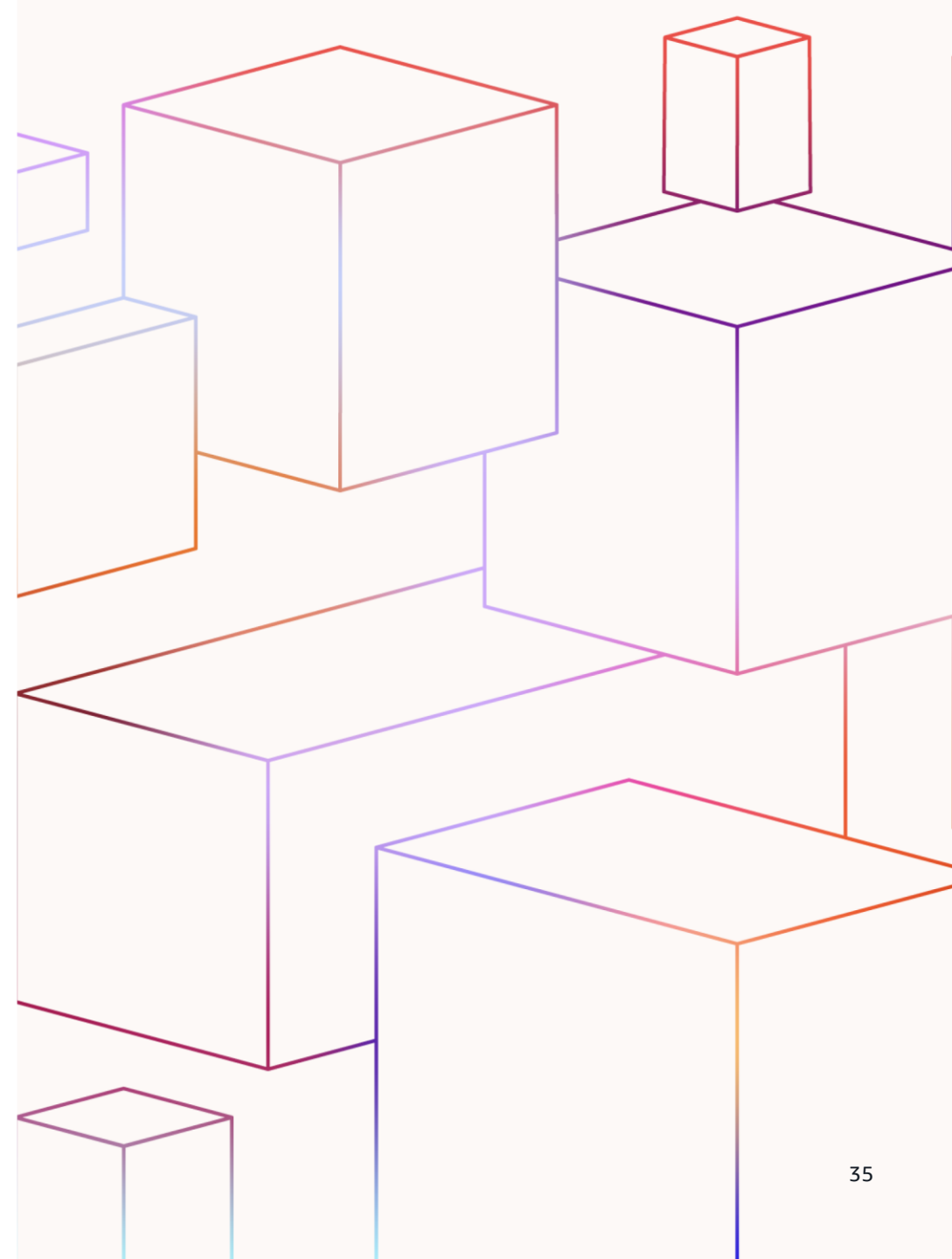
A: **導入顧客数 100 を目指します**

Q: 競争優位性をどのように評価しますか？

A: **導入後 N カ月で X 回以上機能を利用していることを評価します**

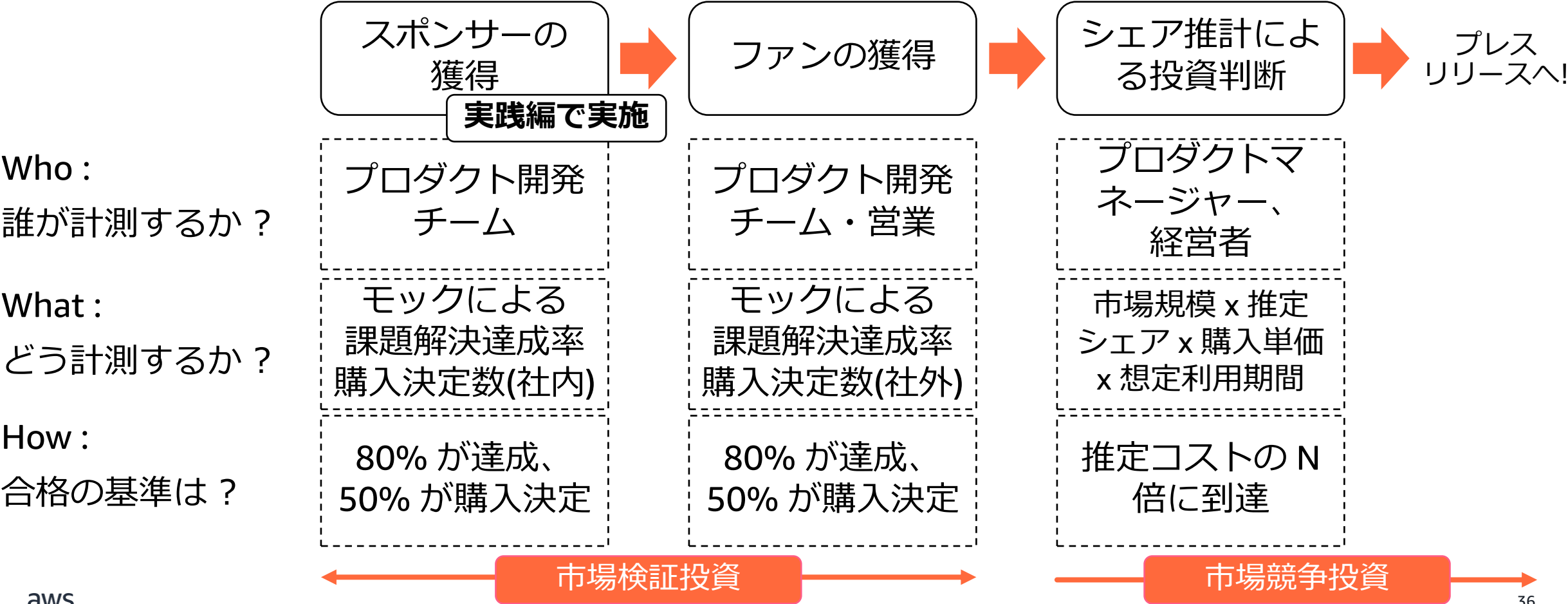
Day2 : 改善編

1. 改善編のポイント
2. 改善の実践 (参加者主導)
 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？**
3. 実行計画の作成



プレスリリースまでにクリアする基準を設計する

3 カ月以内に、実際のプレスリリースまで到達するためのマイルストーンを設計する。



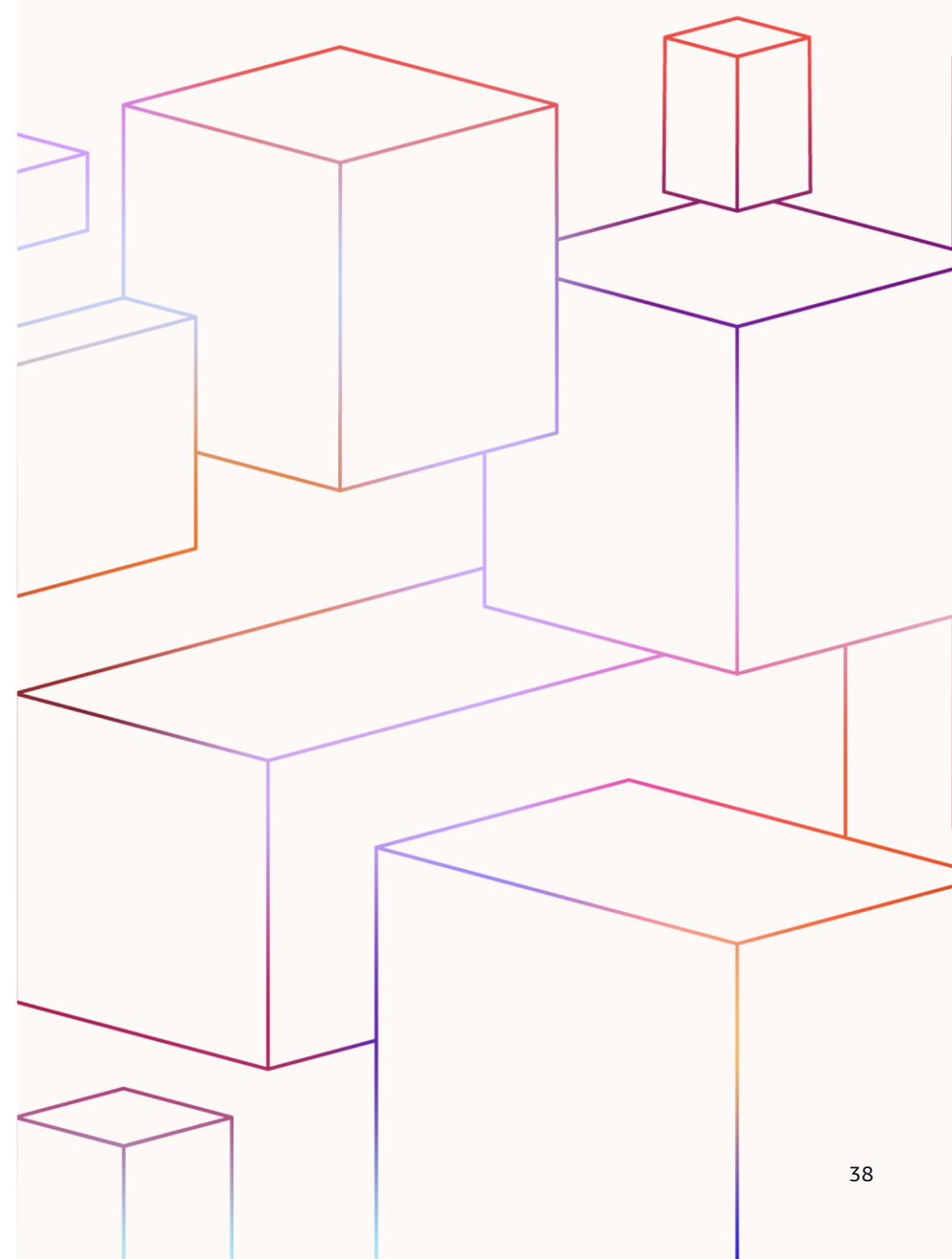
Have a break!



Day2 : 改善編

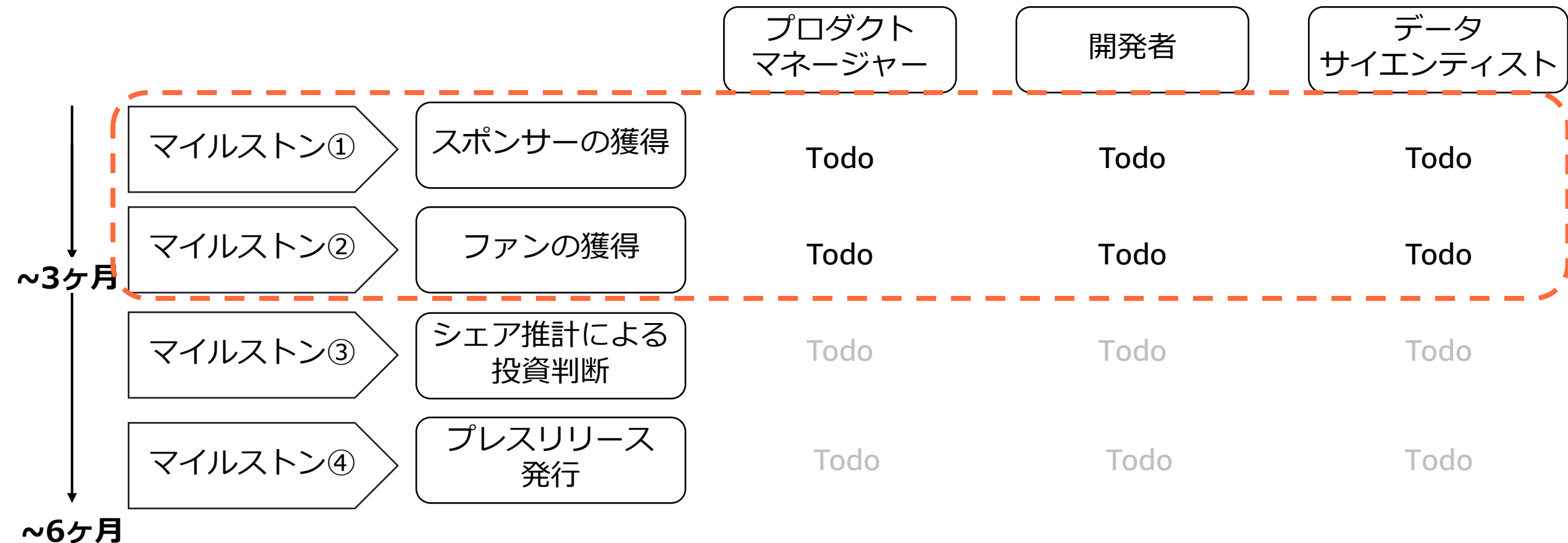
1. 改善編のポイント
2. 改善の実践 (参加者主導)
 1. Listen : 顧客は誰か ?
 2. Define : 課題と機会は何か ?
 3. Invent : 解決策は何か ?
 4. Refine : 最終的な顧客の体験は?
 5. Test/Iterate : 成功を計測する指標は?

3. 実行計画の作成



今後のタイムラインとタスクを決める

顧客の明確な反応を確認するマイルストーン②まで 1~3 カ月での到達を目指す。

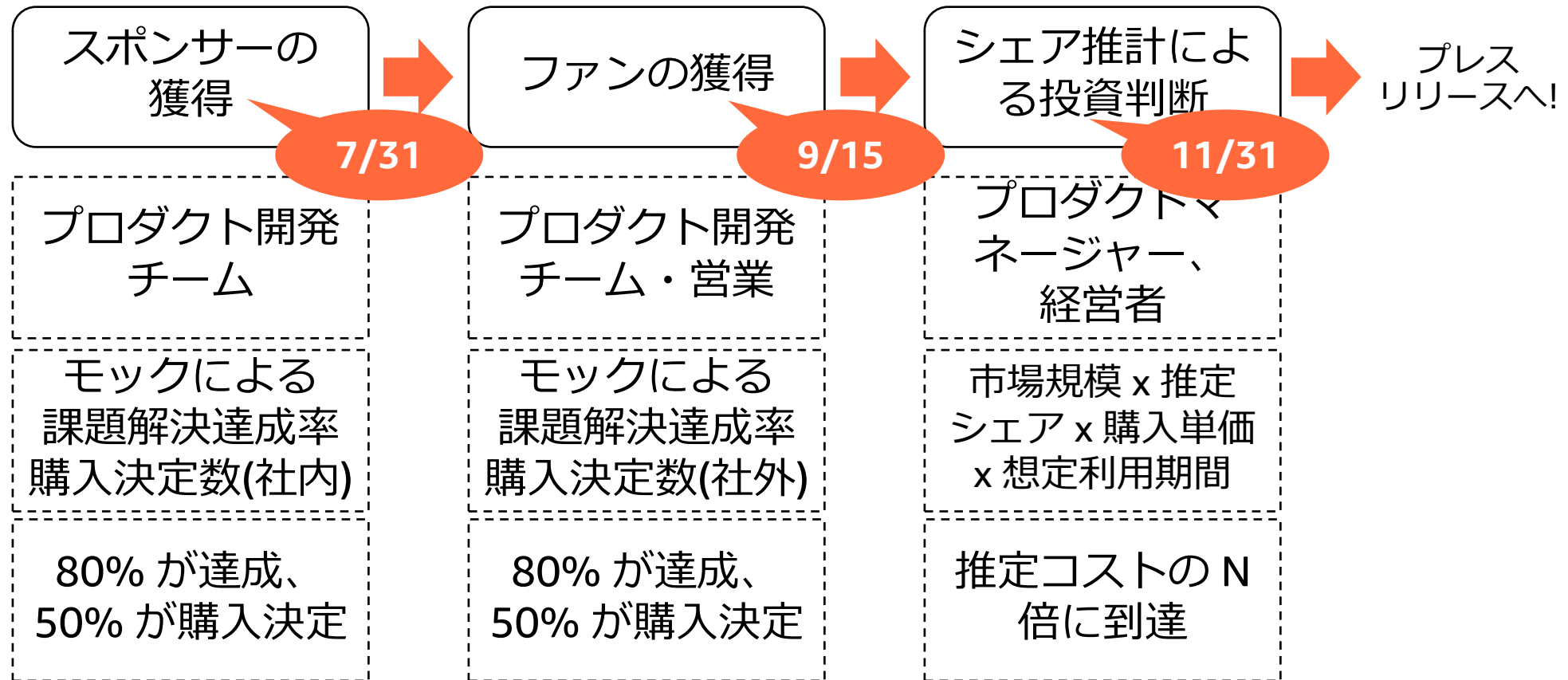


タイムラインを決める

 15 min

[グループワーク]

Test/Iterate を下地に、各マイルストンの達成日時を決めてください。



タスクを決める



5 min

[個人ワーク]

マイルストーン②到達までに自身が行うべきタスクをポストイットに書きだす。

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

マイルストーン①

スポンサーの獲得

Todo

Todo

Todo

マイルストーン②

ファンの獲得

Todo

Todo

Todo

マイルストーン③

シェア推計による
投資判断

Todo

Todo

Todo

マイルストーン④

プレスリリース
発行

Todo

Todo

Todo

~3ヶ月

~6ヶ月



タスクを決める



[グループワーク]

各自のタスクを貼りだし共有してください。不足がないか、全員で点検します。

【主なポイント】

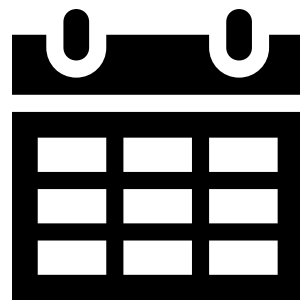
- 自分が作業を進めるにあたり、依頼しないといけないタスクはないか？
- 特に難易度が高い場合、技術検証の必要はないか？
- 検証を行う期間、リソースを確保する (市場検証投資) の決裁を得るための経営層への起案 (稟議) は計画されているか？

タスクのコミットを行う



[グループワーク]

定期的な進捗会議、マイルストーン完了時点の CXO 報告をワークショップ内でスケジューラーに設定してください。タスク管理システムがあれば、タスクを登録してください。



Well Done!



Next Step

これからも自走できそうですか？



お客様のチャレンジを支える AWS の支援体制

AWS ジャパン お客様担当チーム

お客様の課題を
最もよく理解する、
アカウントマネー
ジャー・ソリューショ
ンアーキテクトなどか
ら構成される、お客様
担当チーム

お客様ビジネスの理解
生成AI活用機会の発見
ゴールと成功指標の設定
プロジェクト支援

Prototyping & Cloud Engineering

実現したいソリュー
ションのプロトタイ
プを開発すること
を通じて、お客様のビ
ジネス加速を支援す
るグローバルチーム

要件のヒアリング
アーキテクチャ設計
プロトタイプ構築
引き渡し

AWS Partner

AWS のテクノロ
ジー、プログラム、
専門知識、ツールを
活用してお客様向け
のソリューションと
サービスを提供し、
お客様の成功をサ
ポート

課題定義
ソリューション提案
システム化
導入・運用
ユーザサポート

Generative AI Innovation Center (GenAIIIC)

生成 AI イニシア
ティブの設計、構
築、立ち上げを支援
することを目的とし
た、包括的な専門知
識を提供するグロー
バルチーム

概念実証 (PoC)
アドバイザリー
カスタムモデル
プログラム

AWS Professional Services

AWS クラウドで、
ビジネス成果を実現
しようとするお客様
をサポートできる、
それぞれの領域の専
門知識を備えたグロ
ーバルチーム

ワークショップ
推進組織組成支援
プロトタイピング支援
プロダクト開発支援
セキュリティ検討



Thank you!

