

BUILDカンファレンス 2026

2026年11月5日(木)-6日(金) 東京

AGORAX

BUILD カンファレンス 2026年

作って学ぶ、アジャイル × AI × デザイン思考

1.5日間



Day 1オープニング

なぜBUILDか、全体アジェンダ

AGORAX

自己紹介：フォンテーヌ　グレゴリ



私、グレゴリ・フォンテーヌは、合同会社アゴラックスの代表社員です。世界に約330人しかいないプロフェッショナルスクラムトレーナーの一人であり、日本語を話す初のプロフェッショナルスクラムトレーナーでもあります。アジャイルコーチ、コンサルタント、そしてスクラムマスターとして活動しています。
これまで多くのチームのスクラムマスターとして、継続的な改善と目標の達成、そして顧客が本当に求める製品の提供を支援してきました。コンサルタント・アジャイルコーチとしては、主に保険業界や製薬業界の大手企業を対象に、組織・働き方・製品開発、そして考え方そのものの変革を導いてきました。
また、AIを自分の仕事と支援先のチームにいち早く取り入れており、その実体験を研修クラスやコンサルティングのすべてに活かしています。

PROFESSIONAL SCRUM TRAINER Scrum.org PST

PROFESSIONAL SCRUM MASTER I Scrum.org PSM I
PROFESSIONAL SCRUM MASTER II Scrum.org PSM II
PROFESSIONAL SCRUM MASTER III Scrum.org PSM III
PROFESSIONAL SCRUM MASTER AI ESSENTIALS Scrum.org PSM-AI ESSENTIALS
PROFESSIONAL PRODUCT DISCOVERY AND VALIDATION Scrum.org PPDV

PROFESSIONAL SCRUM PRODUCT OWNER I Scrum.org PSPO I
PROFESSIONAL SCRUM PRODUCT OWNER II Scrum.org PSPO II
PROFESSIONAL SCRUM PRODUCT OWNER III Scrum.org PSPO III
PROFESSIONAL SCRUM PRODUCT OWNER AI ESSENTIALS Scrum.org PSPO-AI ESSENTIALS
PROFESSIONAL AGILE LEADERSHIP Scrum.org PAL I

Université d'Orléans
Master's degree, Computer Science, Data Mining
2004 - 2007

Machine Learning
Stanford Online
Issued May 2021

職歴

McKinsey & Company　MSD　AXA　DXO SIMPLY BETTER IMAGES　Xebia　THOMSON REUTERS

AGORAX

運営チーム紹介

伊加さん	全体サポート、オペレーション、カメラマン
國宗さん	全体サポート、オペレーション、カメラマン
田中さん	全体サポート、オペレーション
高松さん	スクラムメンター（スクラムブース担当者）、授賞式MC
大久保さん	スクラムメンター（スクラムブース担当者）、授賞式MC
高松さん	スクラムメンター（スクラムブース担当者）
長澤さん	AIメンター（AIブース担当者）

AGORAX

3つのテーマを「ひとつの流れ」で体験する

Experience the three themes as one flow, not three lectures

1 デザイン思考
Design Thinking

本当に解く価値のある課題と、ユーザーが本当に求めているものを見極める技術

2 アジャイル / スクラム
Agile / Scrum

複雑なプロダクト開発の中で、動くインクリメントを届けながらチームで経験主義を実践する技術

3 AI道具
AI tools

最新ツールを積極的に使い、あらゆる活動の効果を引き上げる



AGORAX

3つのテーマを「ひとつの流れ」で体験す

全員が「大きな何か」を持ち帰る

- 参加者は混ざっている：
  - アジャイルは分かるが0→1の経験がない人、
  - プロダクトは分かるが会社がAIに懐疑的な人、
  - ウォーターフォールしか知らない人、
  - そして純粋に楽しみに来た人。

全員が3つのテーマを「実際に動いている状態」で、しかも噛み合った形で目にする。

たった一つのルール

全チームが、2日目 16:00ごろ に
「見せられるプロダクト」を持っている。



AGORAX

今日の様子を、Xでシェアしよう

ハッシュタグ

#BUILDカンファレンス

- 写真、学び、チームの進捗、なんでもOK
- 他の参加者が写る写真は、ひと声かけてから
- @fontgregory をつけてくれたら、リポストします

読み取ると、ハッシュタグ入りの
投稿画面が開きます

AGORAX

Day 1（11月5日）

アイデア出しからチーム結成、プロトタイプ検証、そして懇親会

- **12:30 - 13:45｜オープニング & チームビルディング**
  - オープニング・アイスブレイク
  - アイデアの市場（30秒ピッチ）& チーム決定
  - チーム内自己紹介 & チームキックオフ（協定・チーム名決め）
- **13:45 - 17:50｜プロダクト探索 & プロトタイプ作成（2ラウンド）**
  - レクチャー（デザイン思考・課題発見の進め方）
  - **ラウンド①**（課題発見、プロダクトビジョン、ソリューション検討、プロトタイプ作成 ➔ レビュー ➔ 検査・適応）
  - レクチャー（AIの効果的な活用 パート1）
  - **ラウンド②**（課題発見、プロダクトビジョン、ソリューション検討、プロトタイプ作成 ➔ レビュー ➔ 検査・適応）
- **17:50 - 18:15｜振り返り & 全体共有**
  - チーム内振り返り & ミニ全体共有
- **18:30 - 20:10｜懇親会 & Day 1終了**
  - **18:30 - 20:00:** 懇親会
  - **20:00 - 20:10:** 明日の確認・解散



AGORAX

Day 2（11月6日）

スクラムを用いたスプリント開発（3回）、成果発表デモ、振り返り・授賞式

- **09:30 - 11:05｜朝のキックオフ & スクラム準備**
  - オープニング & アイスブレイク
  - レクチャー（スクラム入門、役割分担、AI活用パート2）
  - 本日のゴール合意 & プロダクトバックログ作成
- **11:05 - 15:45｜スプリント開発サイクル（計3スプリント）**
  - **スプリント① 前半**（プランニング ➔ インクリメント開発 ➔ 全体レビュー）
  - 🍱 ランチ休憩（50分）
  - **スプリント① 後半**（バックログ見直し ➔ レトロスペクティブ）
  - **スプリント②**（プランニング ➔ 開発 ➔ レビュー ➔ レトロスペクティブ）
  - **スプリント③（最終）**（プランニング ➔ 最終開発・デモ準備）
- **15:45 - 17:05｜デモ発表会**
  - デモ発表 パート1（発表4分＋質疑応答2分 × チーム）
  - デモ発表 パート2（発表4分＋質疑応答2分 × チーム）
- **17:05 - 18:30｜振り返り・授賞式 & クロージング**
  - チーム最終振り返り & テーマ別個人振り返り・全体共有
  - 🏆 授賞式
  - クロージング・解散



AGORAX



自己紹介カードのAIが★3つ サイン	韓国語で自己紹介ができる サイン	スクラムマスター サイン	運営チームのメンバー サイン	製薬業界で働いている サイン
TOEIC 850点以上 サイン	マーケター サイン	ハードウェア製品の開発経験がある サイン	猫を2匹飼っている サイン	柔道か空手の黒帯 サイン
納豆が嫌い サイン	ソフトウェアエンジニア サイン	FREE	自己紹介カードのデザイン思考が★3つ サイン	週10時間ゲームをしている サイン
プロダクトオーナー サイン	今日のお昼唐揚げ食べた サイン	自己紹介カードのスクラムが★3つ サイン	最近台湾に行った サイン	子どもが3人いる サイン
ギターが弾ける サイン	今日、名刺を忘れてきた サイン	カラオケが大好き サイン	オレンジかピンクの靴下をはいている サイン	ゴルフやっている サイン

AGORAX

お願い1 🙏

完璧よりも、学びを追求する

お願い2 🙏

「持ちつ持たれつ」

お願い3 🙏

各チームは、全体のリズムやマイルストーンに可能な限り合わせつつ、それぞれのペースで進める

AGORAX

ハートビート：全チームが同じ時刻に見せ合う



進め方はチームの自由。でも、この5回は全員で見せ合います

AGORAX

参加者ポータル

- Google Drive
- Mural
- 本日の資料
- 再利用可能なプロンプト
- 動画
- その他

必要なものがすべて、
ここに揃っています!



👉 agorax.jp/build/participants

AGORAX

参加者ポータル

- Google Drive
- Mural
- 本日の資料
- 再利用可能なプロンプト
- 動画

その他。
必要なものがすべて、
ここに揃っています!

👉 agorax.jp/build/participants

AGORAX

会場には2つの仕組みがあります

ダブルダイヤモンド

各チームの進捗を可視化する

メンター ブース

スクラム：高橋・大久保

AIツール：長澤

デザイン思考：グレゴリ

ミニ講義と相談は、いつでもどうぞ

ピボットは失敗ではありません。経験主義が働いた証です

AGORAX

「成功」の形はひとつではありません

- 実験して、何かを学べたら、それは成果です
- だから賞も4つあります

課題発見賞 💡

経験主義賞 🔁

AI活用賞 🤖

オーディエンス賞 👏

隣の人と２分：「この1.5日で持ち帰りたいもの」を1つ伝え合おう

AGORAX

BUILD カンファレンス 2026年

作って学ぶ、アジャイル × AI × デザイン思考

1.5日間



アイデアの市場

30秒ピッチ

AGORAX

Step 1：30秒ピッチ

- イベントの前に、（アンケートを通じて）提出したアイデアを発表してください。
- 今すぐ新しいアイデアを提出したい方は、手を挙げてください！
- 解決したい問題、提供したい価値、そしてその対象者に焦点を当ててください。

Step 2：チーム結成

- チームを決める時が来ました！
- チームメンバーのスキルには細心の注意を払ってください。
- 決定を下す前に、あちこちを見て回り、質問をしてみてください。
- チームの統合や分割、またはプロダクトアイデアの調整を行っても構いません。

Step 1：30秒ピッチ

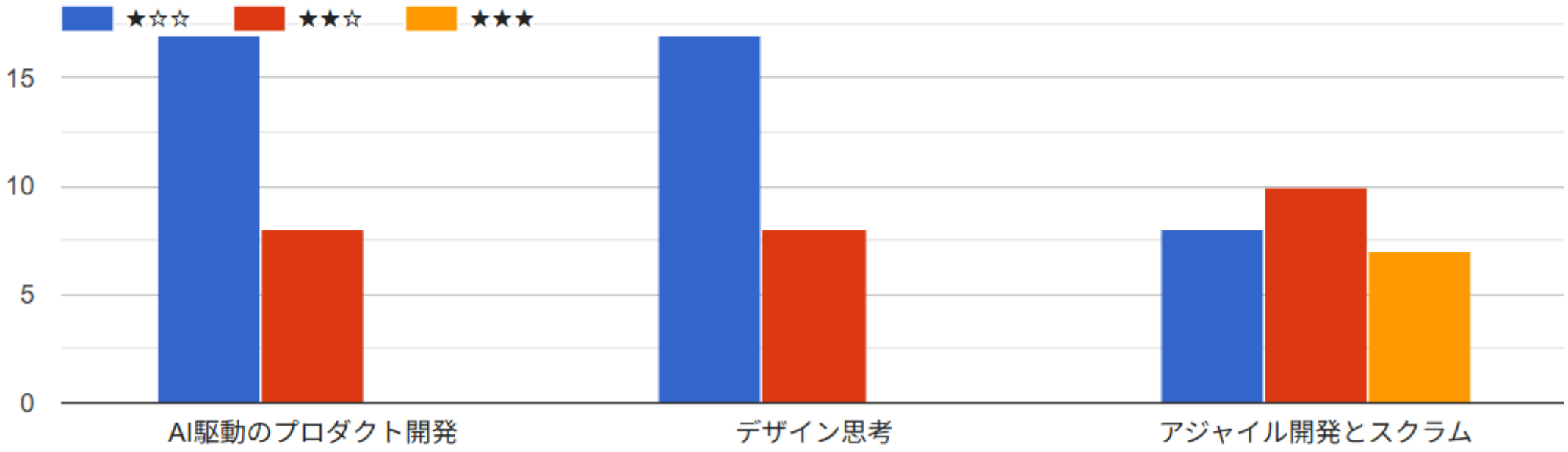
- イベントの前に、（アンケートを通じて）提出したアイデアを発表してください。
- 今すぐ新しいアイデアを提出したい方は、手を挙げてください！
- 解決したい問題、提供したい価値、そしてその対象者に焦点を当ててください。



AGORAX

注意点：当日の参加者の中に、AI駆動開発にも、デザイン思考にも「三つ星」という人が少ない

3つのテーマについて、ご自身の現在のレベルを教えてください（★☆☆～★★★）



AGORAX

Step 2：チーム結成

- チームを決める時が来ました！
- チームメンバーのスキルには細心の注意を払ってください。
- 決定を下す前に、あちこちを見て回り、質問をしてみてください。
- チームの統合や分割、またはプロダクトアイデアの調整を行っても構いません。



AGORAX

BUILD カンファレンス 2026年

作って学ぶ、アジャイル × AI × デザイン思考

1.5日間



チームビルディングの時間！

AGORAX

Step 1：自己紹介

1. 名前・ニックネーム
2. 現在の役割・所属チーム等
3. なぜここにいますか
4. 「私のスーパーパワーは・・」



Step 2：Working Agreement・グランドルール

- 「我々はこれからどう働くか？」
  - どの端末を使うか？
  - 役割分担？
  - 情報をどのように共有して、見えるかするか？（Google Drive？Slack？LINE？Discord？）
  - AIのコストは誰が払うか？
- 上記以外、全員にとって最高の二日間になるように、何が必要？

AGORAX

Step 1：自己紹介

- 名前・ニックネーム
- 現在の役割・所属チーム等
- なぜここにいますか
- 「私のスーパーパワーは・・」





AGORAX

Step 2：Working Agreement・グランドルール

- 「我々はこれからどう働くか？」
  - どの端末を使うか？
  - 役割分担？
  - 情報をどのように共有して、見えるかするか？（Google Drive？Slack？LINE？Discord？）
  - AIのコストは誰が払うか？
- 上記以外、全員にとって最高の二日間になるように、何が必要？



AGORAX



BUILD カンファレンス 2026年

作って学ぶ、アジャイル × AI × デザイン思考

1.5日間



Product DiscoveryとValidationとは何か？
デザイン思考がなぜ必要か？

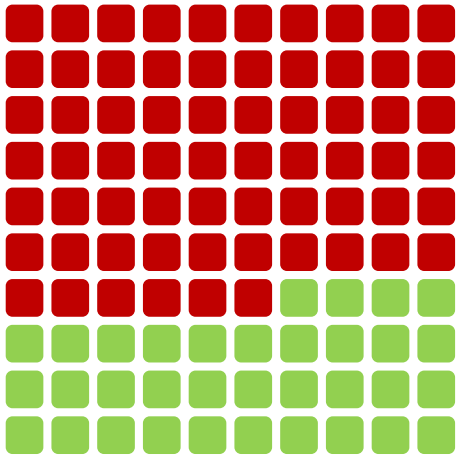
ミニレクチャー

AGORAX

エキスパートでも、3回に2回は外す

66%

主要指標を改善できなかった施策の割合



> “エキスパートでも新機能の価値を予測するのがいかに下手かを目の当たりにすると、身が引き締まる思いがする。主要指標に影響を与えることに成功したイニシアチブは、わずか3分の1である。

Microsoft

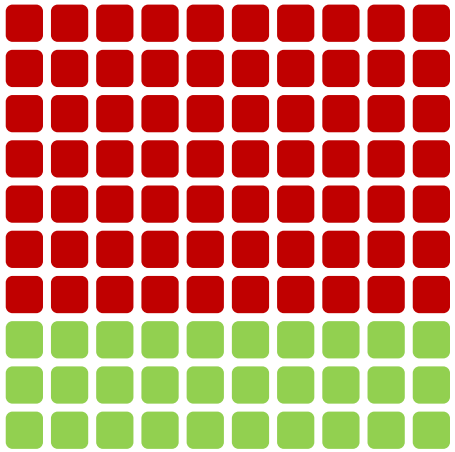
出典：Microsoft
Kohavi et al., “Online Experimentation at Microsoft” (2009)
ai.stanford.edu/~ronnyk/ExPThinkWeek2009Public.pdf

AGORAX

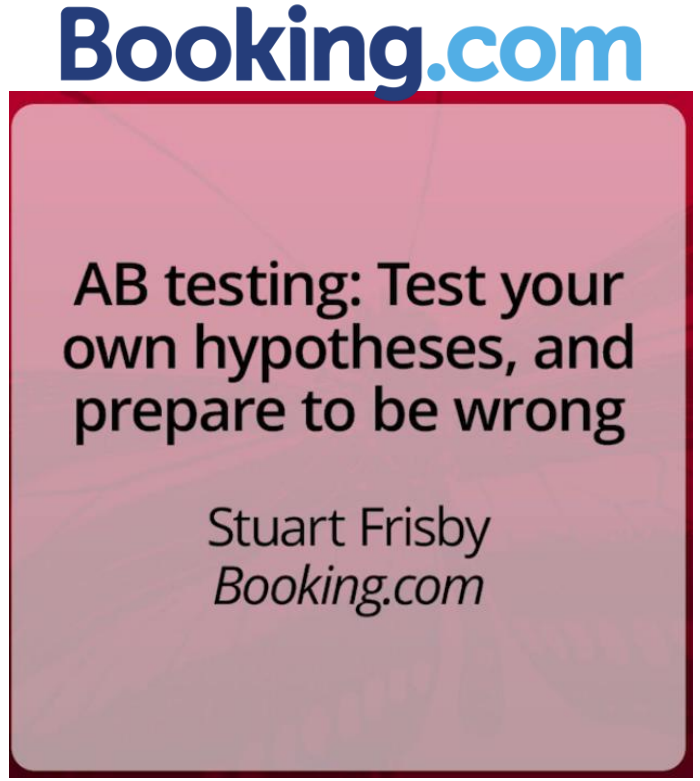
世界有数の実験組織でも、10回に7回は外す

70%

期待された効果を生み出せなかった実験の割合



> 70%の実験が期待された効果を生み出せない。

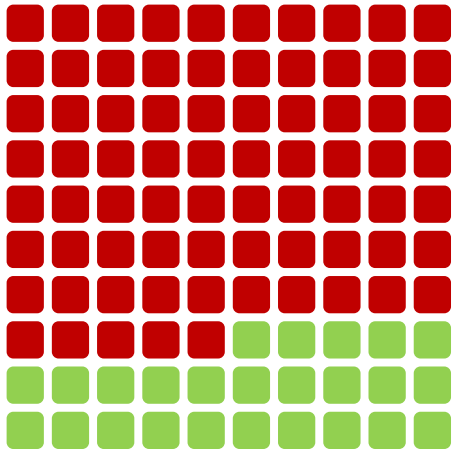


出典：Booking.com
youtube.com/watch?v=VQpQ0YHSfqM

AGORAX

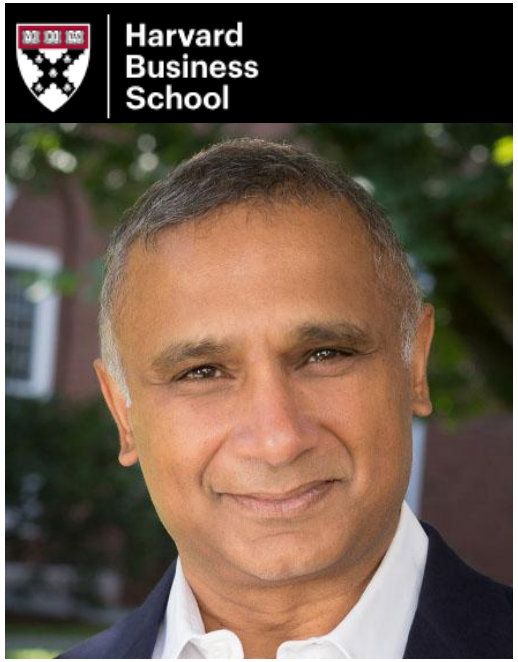
投資のプロが選んだ事業でも、4社に3社は外す

75%



投資家にリターンを返せなかった
スタートアップの割合

> スタートアップ企業の4分の3は投資家にリターンを提供できていない。



出典：Shikhar Ghosh（Harvard Business School）
hbs.edu/faculty/Pages/profile.aspx?facId=122194

AGORAX

AIで「作る」は増えた。「使われる」は増えていない

+80%

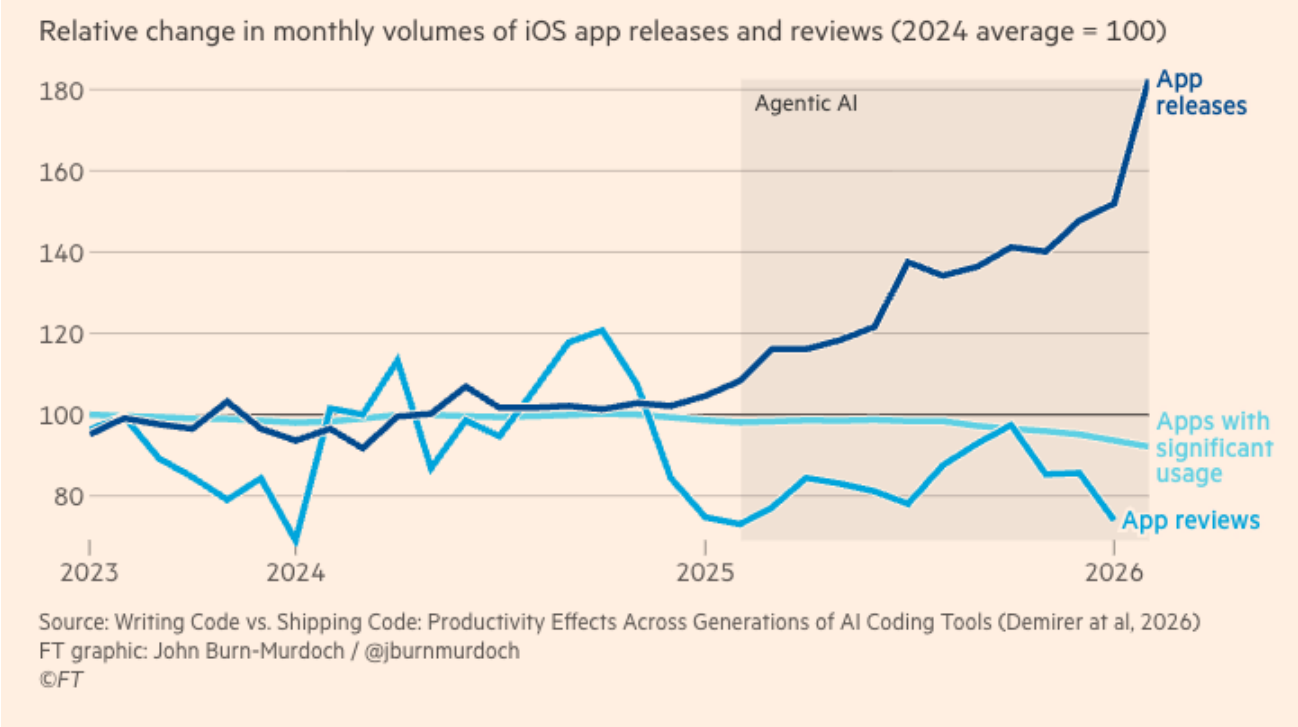
アプリのリリース数
＝ アウトプット

−7%

「顕著な利用」のある
アプリ数＝ アウトカム

いずれも2024年平均との比較

> アプリのリリース数は2024年の平均と比べて約80%増加している一方、「顕著な利用」が見られるアプリの数は約7%減少しています。

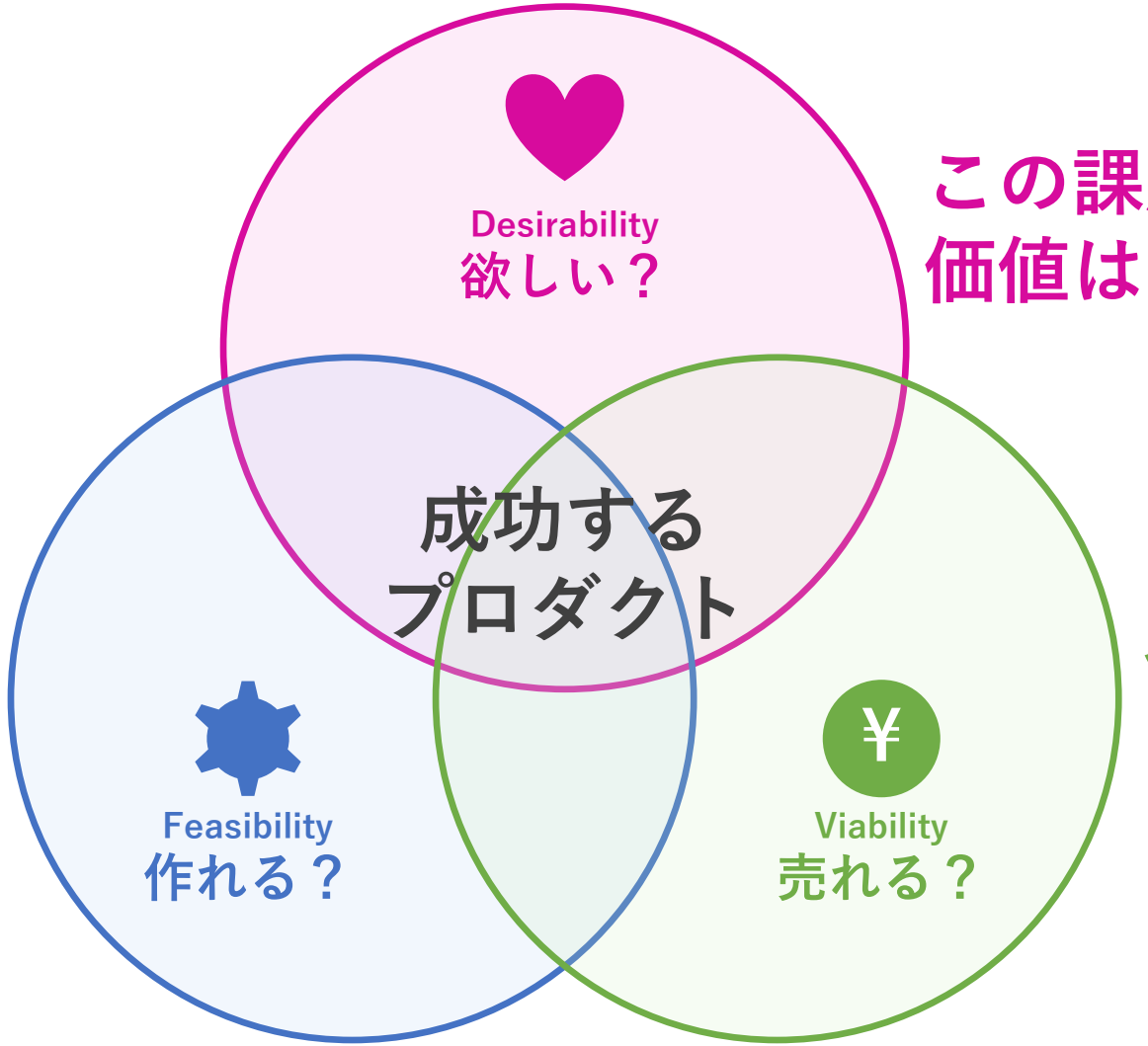


出典：Demirer, Musolff & Yang, “Writing Code vs. Shipping Code” NBER Working Paper 35275 (2026) nber.org/papers/w35275

作る量が増えても、使われる量は増えない

AGORAX

成功するプロダクトは、3つの問いに「Yes」と答えられる



この課題を解くことに
価値はあるか？

現実的に作れる
解決策はあるか？

お金を払って
もらえるか？

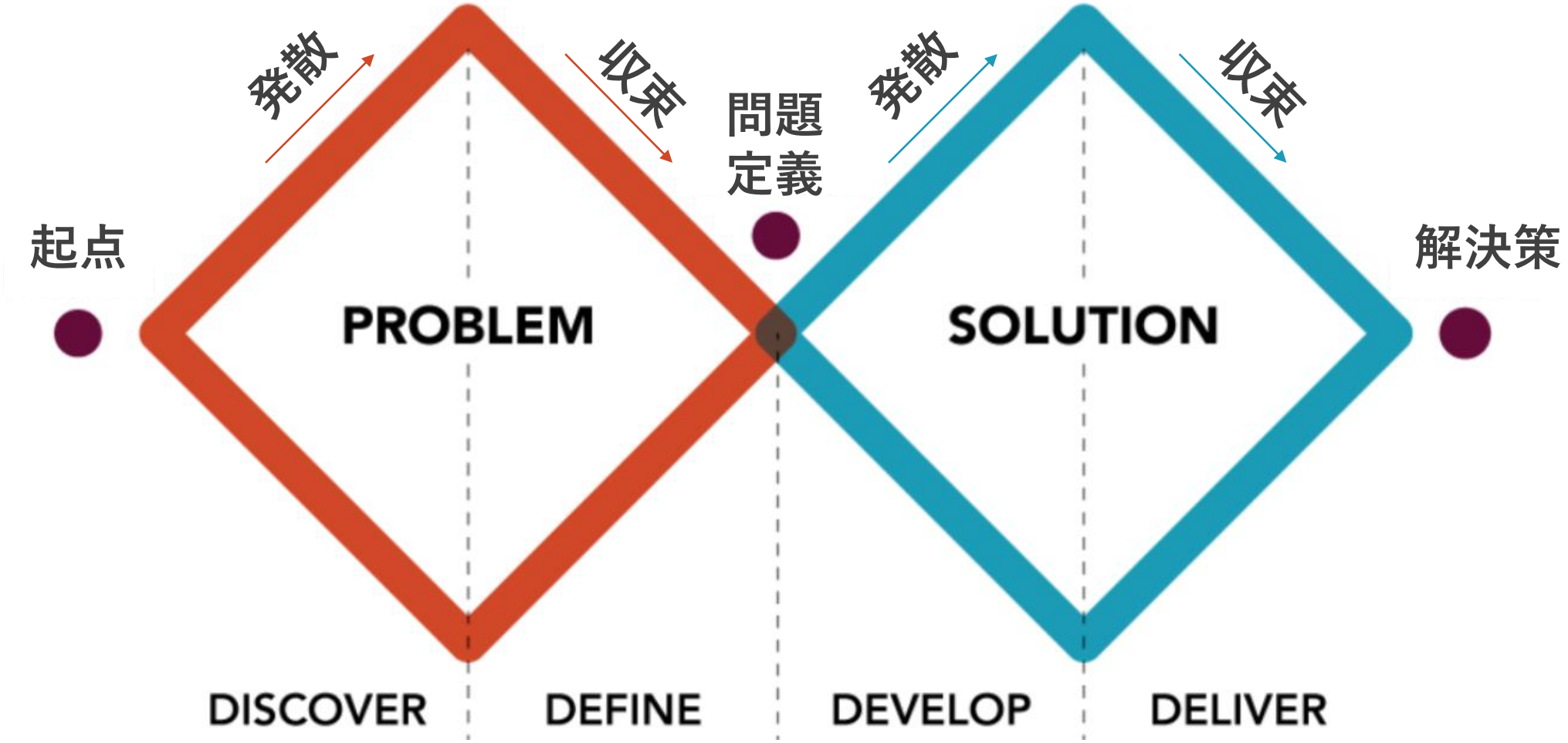
AGORAX

皆、探検家だ！



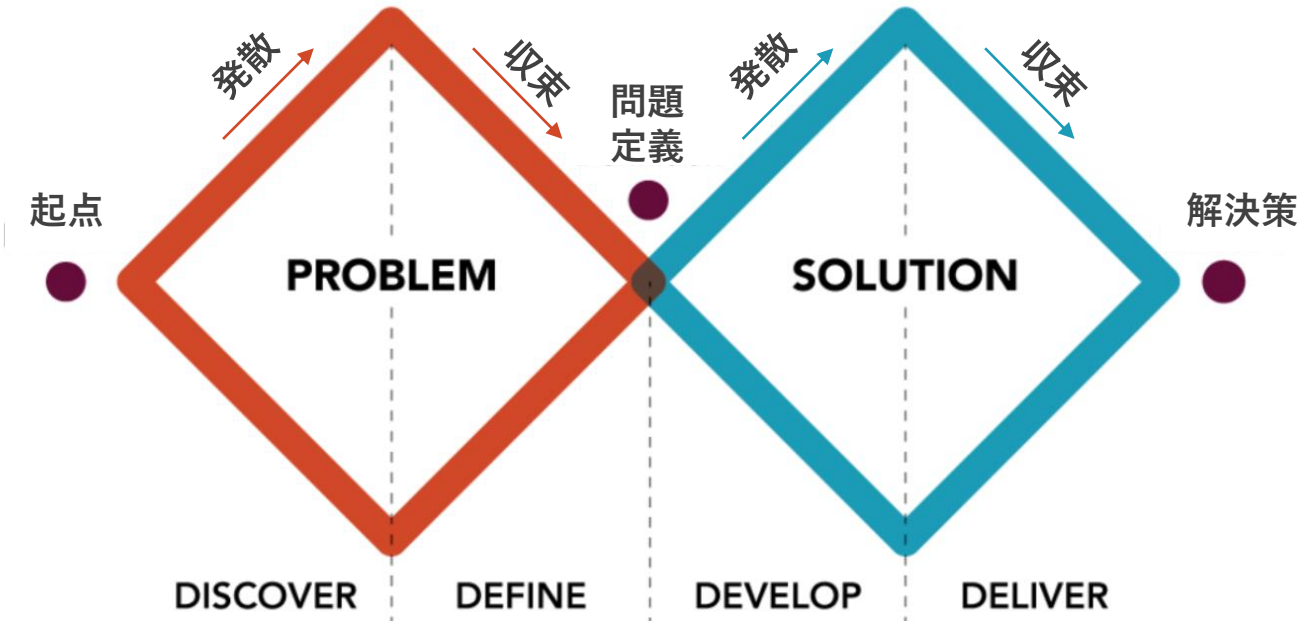
AGORAX

迷子にならないように、ダブルダイヤモンドを意識しましょう



AGORAX

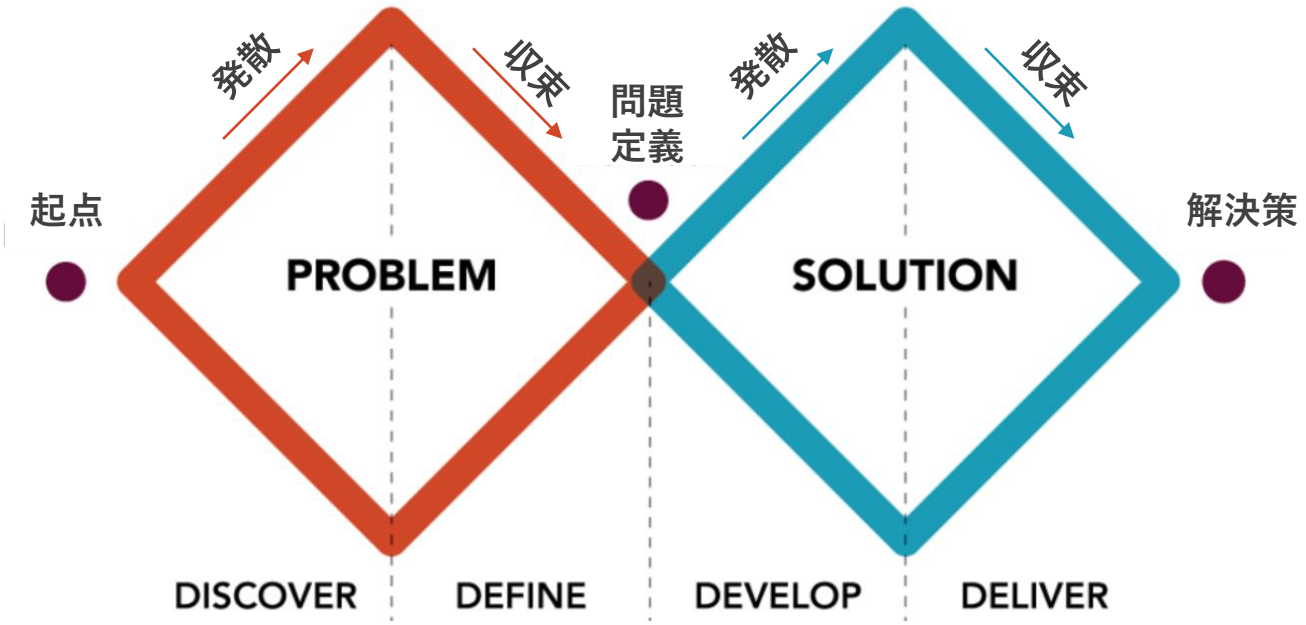
ダブルダイヤモンドは有用なモデルで、BUILDの参加者である私たちにとって、3つの重要なメッセージを伝えてくれます



1. 問題とその解決策を区別すること（そして、問題が先に来る）

AGORAX

ダブルダイヤモンドは有用なモデルで、BUILDの参加者である私たちにとって、3つの重要なメッセージを伝えてくれます

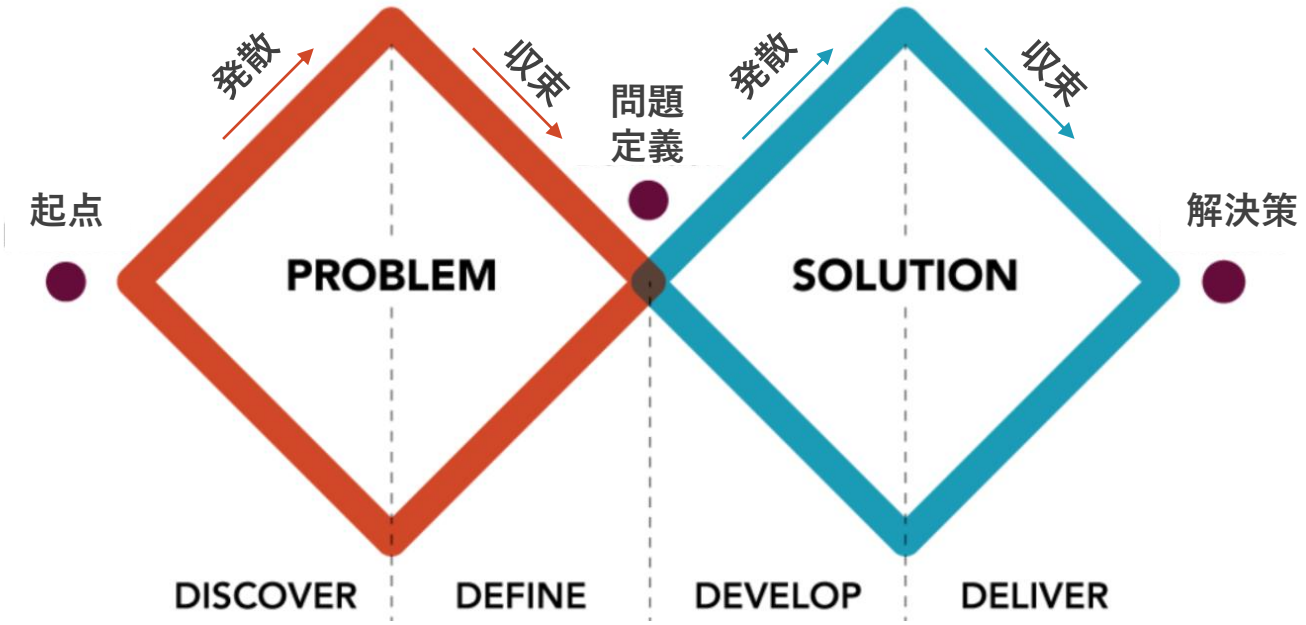


1. 問題とその解決策を区別すること（そして、問題が先に来る）

2. 収束する前に発散すること

AGORAX

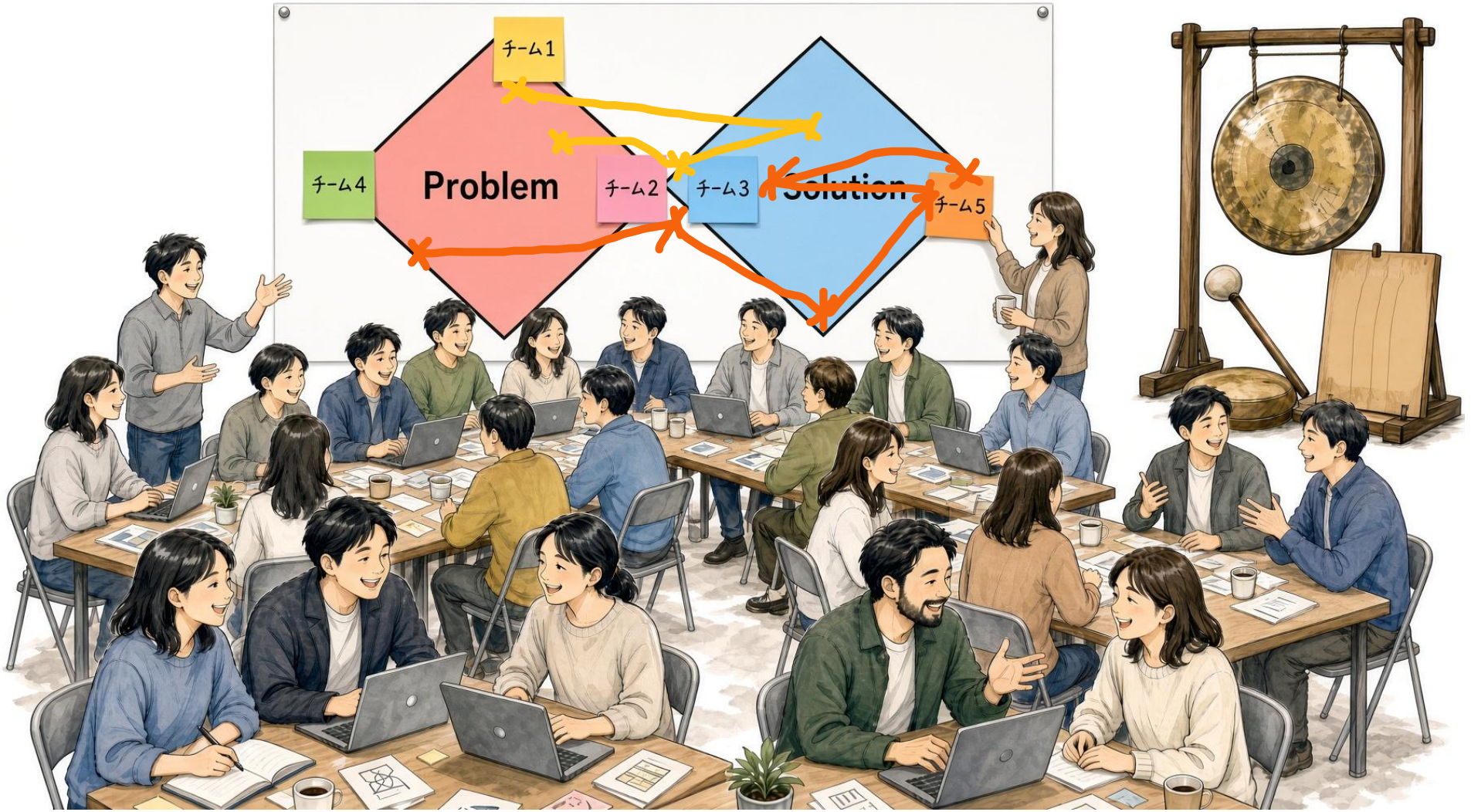
ダブルダイヤモンドは有用なモデルで、BUILDの参加者である私たちにとって、3つの重要なメッセージを伝えてくれます



1. 問題とその解決策を区別すること（そして、問題が先に来る）
2. 収束する前に発散すること
3. 行き来することをためらわないこと

AGORAX

ディスカバリーとバリデーションの進捗を、ダブルダイヤモンドで全員が確認できるよう可視化する

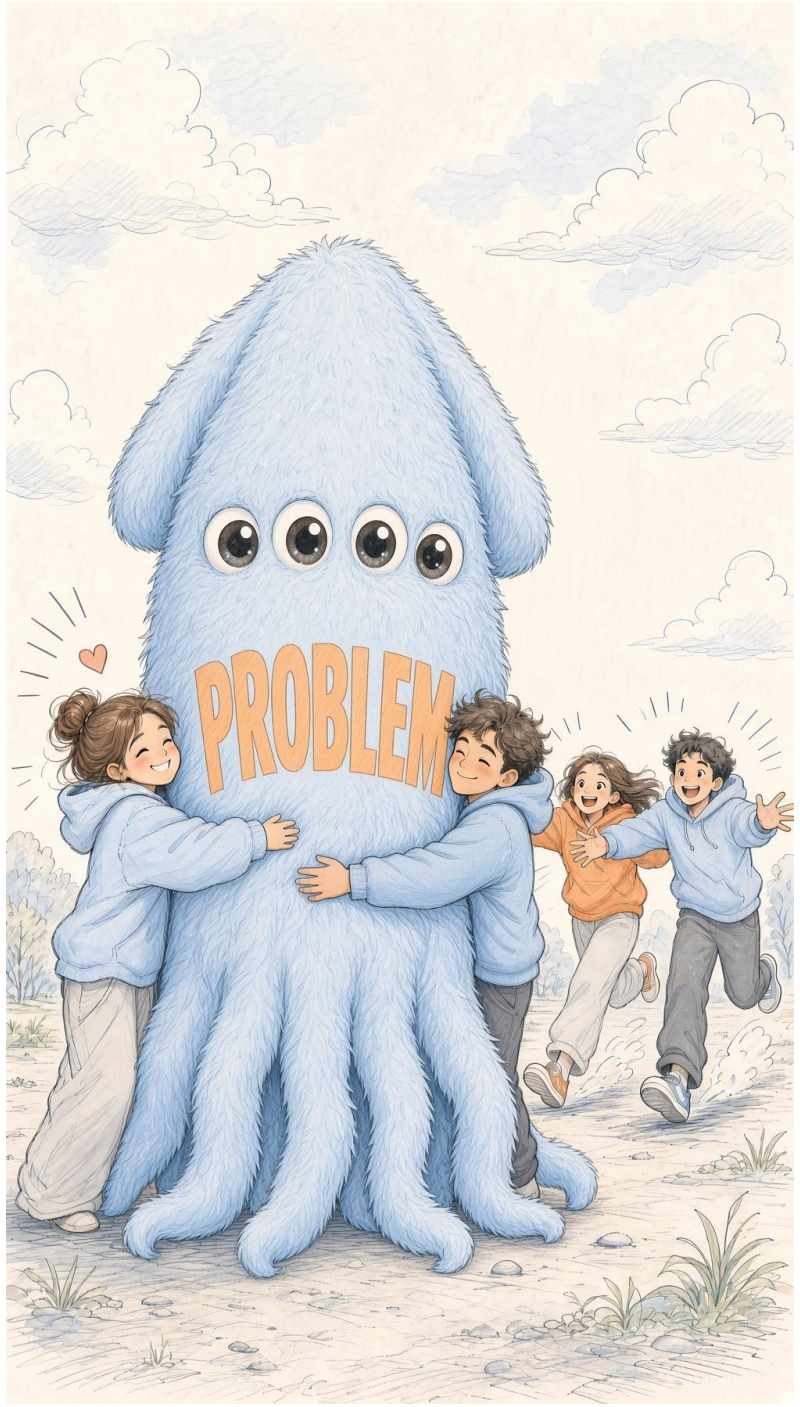


AGORAX

必要なのは、

TO FALL IN LOVE WITH THE PROBLEM

（「WITH THE SOLUTION」ではなく）



AGORAX

ユーザーのニーズの発見や仮説検証のための技法は様々



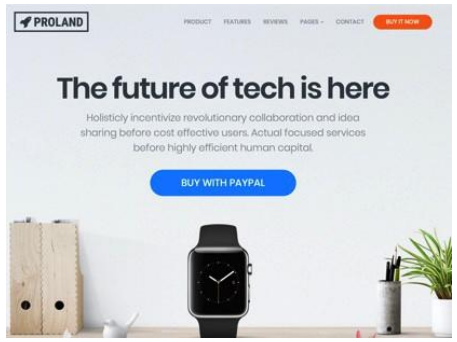
観察
ユーザーが実際にプロダクトを使うときにどのような体験をしているかを直接見ることができます。



インタビュー
ユーザーが何を価値と感じ、どのような問題に直面しているのかを把握することができます。



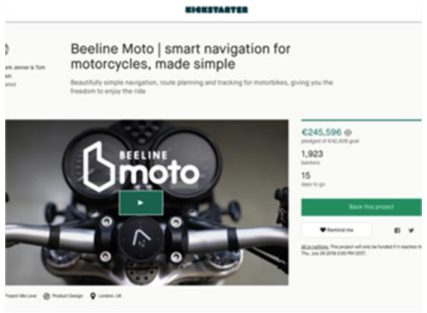
プロトタイプ
デザインのアイデアをすばやく、低コストで作成し、試すことができます。



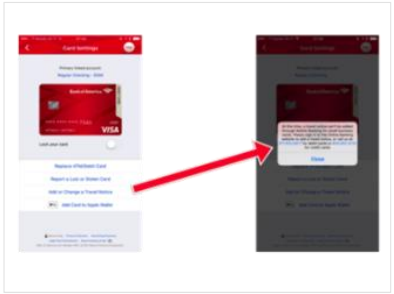
予約ページ
正式リリース前にユーザーが「申し込み」できるページを用意し、需要や関心の度合いを把握できます。



説明動画
プロダクトやサービスの仕組みを、実際に完全に動くものがなくても説明することができます。



ランディングページ
ランディングページの実験は、考えているプロダクトの広告のような役割を満たします。一般的に価値提案、行動喚起 (CTA)、コンバージョンの仕組みが含まれます。



フェイク機能
「フェイク機能」の実験では、ボタンやリンクで機能があるように見せかけますが、クリックしても実際には「行き止まり」に導かれます。



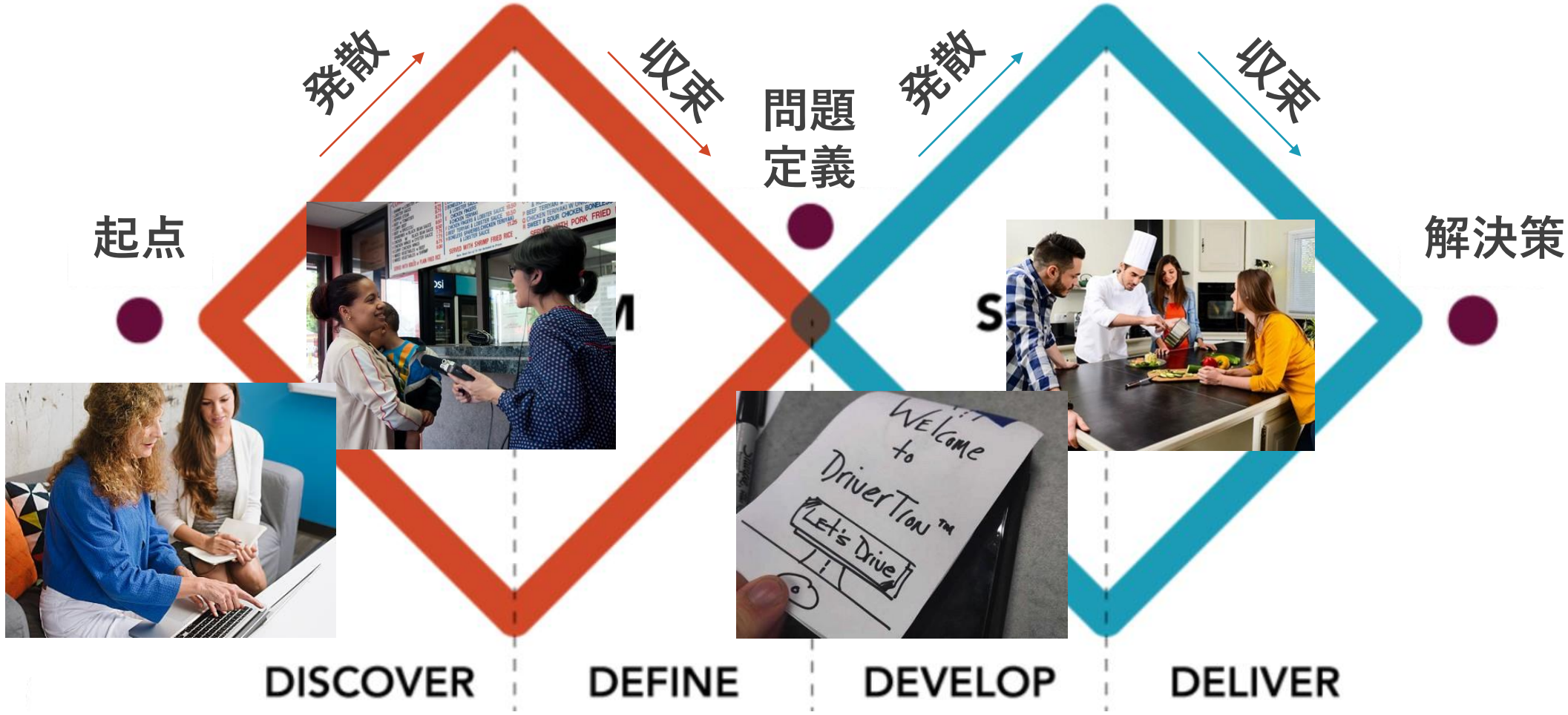
コンシェルジュMVP
コンシェルジュMVPでは、プロダクトやサービスの機能をすべて手作業で行い、顧客一人一人と1対1で問題を解決していきます。



オズの魔法使い
「オズの魔法使い」実験では、ユーザーは自律的に動いているように見えるインターフェースとやり取りしますが、実際には人間が裏で操作しています。

AGORAX

どの手法を採用すべきかは、ダブルダイヤモンドのどの段階にいるか、すでにどれだけの知識を持っているか、そしてどれだけの資金と時間を投入できるかによって異なります。



AGORAX



残り3~4時間でどこまで目指すか

AGORAX

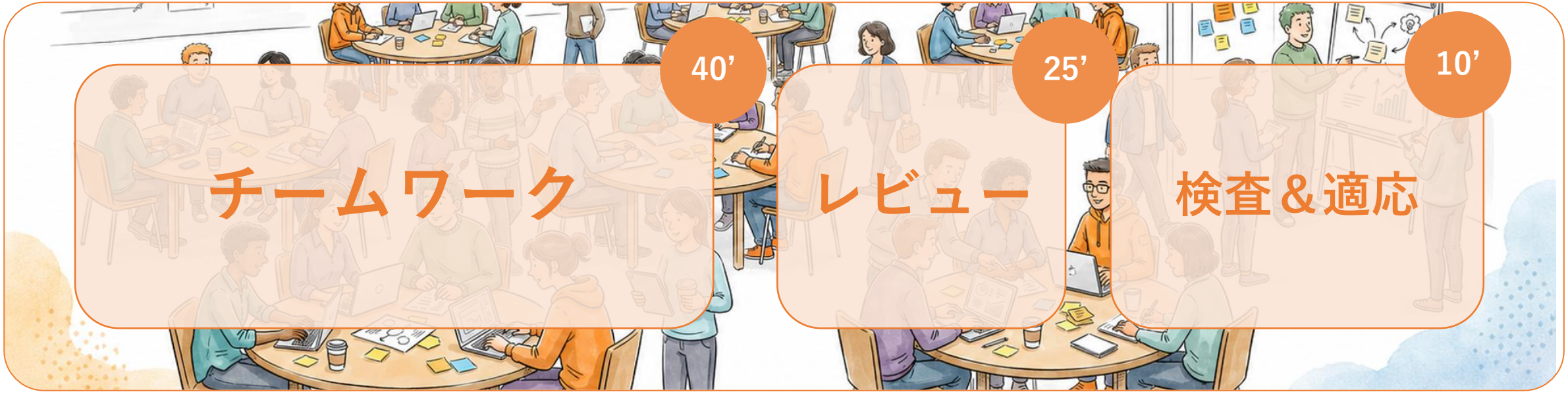
残り約3時間でどこまで目指すか

- ディスカバリーとバリデーションを2ラウンド実施します
- この2ラウンドの間に、できるだけ多くの情報を収集し、できるだけ多くの仮説を検証するようにしてください。
- すでに明確な問題定義（ダブルダイヤモンドの真ん中）から始めているチームもあれば、もっと左側の段階にあるチームもあります。どちらでも構いません！
- この約3時間で用意すべきもの：
  - 明確な問題定義
    - 例：エレベーターピッチ、共感マップ、AIが生成したユーザー動画などの形式
  - その問題を解決し、価値を提供する方法に関するいくつかのアイデア
    - 例：バリュープロポジション・キャンバス、ランディングページ、AIが生成したプレゼンテーション動画、あるいはプロダクトのプロトタイプなどの形式



AGORAX

ラウンド１：スタート！



ラウンド2終了までに準備すべきこと：

- 明確な問題定義
  - 例：エレベーターピッチ、共感マップ、AIが生成したユーザー動画などの形式
- その問題を解決し、価値を提供する方法に関するいくつかのアイデア
  - 例：バリュープロポジション・キャンバス、ランディングページ、AIが生成したプレゼンテーション動画、あるいはプロダクトのプロトタイプなどの形式

AGORAX



ラウンド１：レビュー

- バザー形式：半分が見せて、半分が回る。交代して2回
  - 前半：１，３，７
  - 後半：２，４，５，６
- この時間で「確かめたいこと」を1つ決める。ただ説明するだけではない。目的は「検査」である
- 回る人は「ユーザー」として正直に



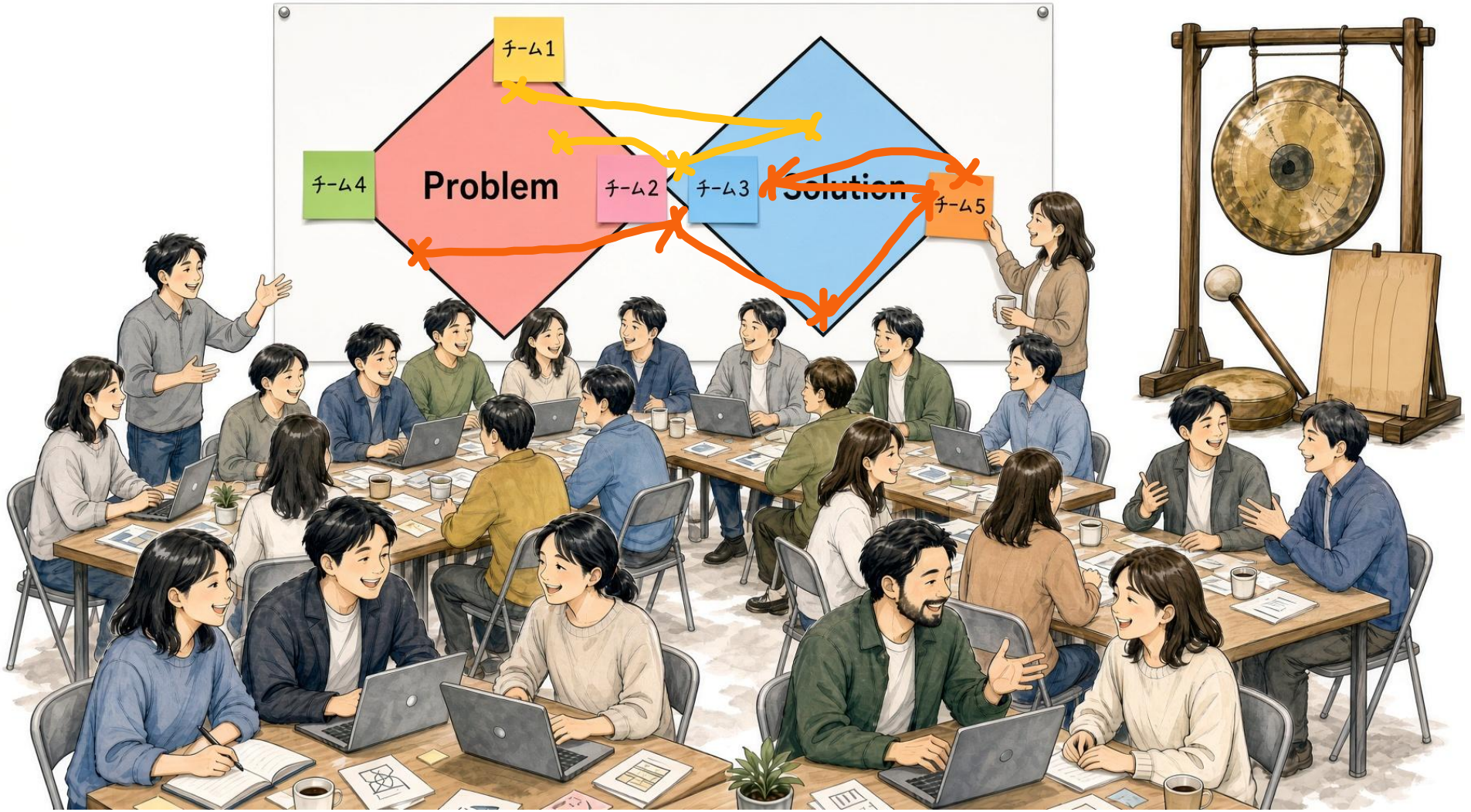
AGORAX

気づき・フィードバック・ヒント

1. チームのバイアスが影響しないように話す
2. 今この時間で検証したかった仮説って何でしたっけ？言語化できていなかったのでは？
3. 定性的なフィードバックに加えて、定量的なフィードバックも得られたのでは？
4. 口頭以外のフィードバック収集方法があったのでは？

AGORAX

ディスカバリーとバリデーションの進捗を、ダブルダイヤモンドで全員が確認できるよう可視化する



AGORAX

ラウンド１：検査＆適応

- 今回のレビューで、何を学びましたか。
- どの仮説を検証することができましたか。
- 今受け取ったフィードバックを踏まえると、どの前提が間違っていたことが分かりましたか。
- それは全体のプロダクトゴールにとってどのような意味を持ちますか。
- チームは次に何をすべきでしょうか。



AGORAX

BUILD カンファレンス 2026年

作って学ぶ、アジャイル × AI × デザイン思考

1.5日間



AIの効果的な活用

パート1

今日のための参考ユースケース紹介

AGORAX

ディスカバリーとバリデーションをAIで支援する

ユースケース1：考える相棒

ユースケース2：競合他社分析

ユースケース3：ランディングページ

ユースケース4：説明動画

考える相棒（壁打ち）として使う。AIは賢く、速く、人間とは違う角度から物事を見ます。良いプロンプトと良いコンテキストが、議論の質を決めます。

① 隠れた前提を洗い出す

アイデアを説明 → 前提をすべて挙げさせ「望ましさ・事業性・実現可能性」に分類 → リスクの高さ×検証コストの低さで優先順位。

自分で挙げられる前提は3つほど。AIなら15個は出し、致命的な2〜3個はたいていその中にあります。

② プレモーテム（事前の失敗分析）を行う

「6か月後、失敗に終わった」として振り返りを書かせる → 続けて、懐疑的な投資家の立場で市場の罠を論じさせる。

批判ははっきり求めること。指示がなければAIは励ます方向に流れます。この段階で最も不要なのが、その励ましです。

③ 6つの帽子でチームの考えを多角的に検証する

チームの現在のアイデア・方針を共有 → 帽子を1つずつかぶって評価させる。

議論は特定の帽子に偏りがち。黒い帽子をAIに任せれば、誰かが否定役を背負う気まずさもありません。

AGORAX

ディスカバリーとバリデーションをAIで支援する

ユースケース1：考える相棒 ｜ サンプルプロンプト

① 隠れた前提を洗い出す

[アイデアの説明を貼る]

このアイデアが成り立つために必要な前提をすべて挙げ、「望ましさ（顧客は本当に欲しいか）」「事業性（ビジネスとして成り立つか）」「実現可能性（作れるか）」に分類してください。そのうえで、リスクの高さと検証コストの低さで優先順位をつけてください。

② プレモーテム

[アイデアの説明を貼る]

今から6か月後、この事業は失敗に終わりました。その失敗の振り返りを書いてください。

（続けて）
次は、懐疑的な投資家の立場から、この市場がなぜ罠なのかを論じてください。

③ 6つの帽子

[チームの現在のアイデア・方針を貼る]

6つの帽子思考法で、帽子を1つずつかぶって評価してください。

（任意）最後に、私たちのチームの議論がどの帽子に偏っているかを指摘してください。



［］の部分を埋めて使う ｜ 全文・最新版はコンテンツライブラリへ

AGORAX

ディスカバリーとバリデーションをAIで支援する

ユースケース1：考える相棒

ユースケース2：競合他社分析

ユースケース3：ランディングページ

ユースケース4：説明動画

タイミング：アイデアと「顧客が私たちを選ぶ理由」の仮説ができたら、本格的な開発に投資する前に。良い製品でも、競合に劣れば、または独自の価値を示せなければ失敗します。

準備するインプット：製品アイデア／ターゲット顧客（具体的に）／片付けたいジョブ／市場・地域／差別化の仮説／想定価格帯／既知の競合／この分析で判断したいこと

手順：

1. ウェブ調査ができるAIを使い、インプットをプロンプトに埋める
2. 競合を6〜10個洗い出させる：直接競合／間接競合・代替手段／現状維持（Excel、手作業、何もしない）
3. 競争要因を特定し、各競合と自分たちを採点 → 戦略キャンバスに
4. 「本当に差別化できる領域」と「判断したいこと」への答えを出させる

注意：AIが挙げた競合は、実在するか・最新かを必ず確認する（出典URLを出させる）。役割の「懐疑的」「良く見せない」は、励ましに流れさせないためです。

AGORAX

ディスカバリーとバリデーションをAIで支援する

ユースケース2：競合他社分析　｜　サンプルプロンプト（1/2）

 # 役割
あなたは懐疑的な視点を持つ競合戦略アナリストです。ウェブ調査を行い、以下のアイデアについて、根拠に基づいた戦略キャンバス（ブルー・オーシャン戦略）を作成してください。目的は、私たちが本当に差別化できる領域を見つけることです。アイデアを良く見せることではありません。

 # アイデアの概要
- 製品・サービスのアイデア：[1〜2文で]
- ターゲット顧客：[できるだけ具体的に。例：「従業員500〜3,000名規模の国内製薬企業の人事マネージャー」]
- 解決する課題・顧客が片付けたいジョブ：[顧客が何を成し遂げようとしているか]
- 市場・地域：[例：日本、B2B]
- 現時点での差別化の仮説：[顧客が私たちを選ぶと考える理由]
- 想定価格帯：[例：月額5万〜10万円]
- 既に把握している競合（任意）：[リスト]
- この分析で判断したいこと：[例：「最初にインタビューするセグメントを決める」「このアイデアを続けるかどうか」]

（次のスライドに続く：# 指示、# 出力形式）

ディスカバリーとバリデーションをAIで支援する

ユースケース2：競合他社分析　｜　サンプルプロンプト（2/2）

 # 指示

1. 競合の洗い出し：ターゲット顧客が現在実際に使っている選択肢を6〜10個、次の3つに分ける。それぞれ、どんなもので誰向けかを1行で説明する。
   - 直接競合（似た製品・サービスで、同じ顧客を対象とするもの）
   - 間接競合・代替手段（異なる解決策で、同じジョブを満たすもの）
   - 現状維持（Excel、手作業、他チーム、外注、何もしない、など）
2. 競争要因の特定：この市場で顧客が選択肢を比較するときの要因を6〜10個挙げる（例：価格、導入の手間、使いやすさ、サポート、信頼性）。顧客が重視する順に並べる。
3. 戦略キャンバスの作成：各要因について、主要な競合（上位3〜5）と私たちのアイデアを1〜5で採点し、表にする。採点の根拠には出典URLを付ける。
4. 差別化の分析：「取り除く・減らす・増やす・付け加える」の観点で、私たちが本当に差別化できる領域を提案する。差別化の仮説が成り立たない場合は、はっきりそう言う。
5. 判断への答え：「この分析で判断したいこと」に対する推奨と根拠を示し、次に確認すべき最大のリスクを1つ挙げる。

 # 出力形式

競合一覧と戦略キャンバスは表で。結論は5行以内の箇条書き。情報源は必ずURL付きで示す。

ディスカバリーとバリデーションをAIで支援する

ユースケース1：考える相棒

ユースケース2：競合他社分析

ユースケース3：ランディングページ

ユースケース4：説明動画

タイミング：実際の顧客と話した後、本格的な開発に投資する前。この段階のLPはマーケティングではなく、アイデアを伝えて小さな実験を回す道具です（登録数、スクロール率などを確かめる）。

まずインプットを準備する。AIが作るLPの質は、何を与えるかでほぼ決まります。

- 狙う顧客セグメント（1つに絞る）
- 検証する仮説（1つに絞る）
- 行動喚起（CTA）（1つだけ）
- 成功の基準（例：訪問者の10%以上が登録）
- インタビュー（または調査）で得た、顧客の生の声

目的に応じてツールを選ぶ。

- 下書き・最初の版：Claudeなどの汎用AI（数分で動くページ）
- 公開用の仕上げ：Framer AIなどのLPビルダー
- その他：Replit、Kitなど。迷ったらAIに聞く

正直に測定する。広告、LinkedInやX、関連コミュニティから狙うセグメントの訪問者を集め、公開前に決めた基準で判断します。

AGORAX

ディスカバリーとバリデーションをAIで支援する

ユースケース3：ランディングページ　｜　サンプルプロンプト

 # 役割
あなたは経験豊富なコピーライター兼フロントエンド開発者です。目的は、きれいなページではなく、下の仮説を検証できるページを作ることです。

 # コンテキスト
- 製品・サービスの概要：[1〜2文で]
- 狙う顧客セグメント：[1つに絞る。例：「従業員500〜3,000名規模の製薬企業の人事マネージャー」]
- 検証する仮説：[例：「〇〇に困っている人は、△△があればウェイトリストに登録する」]
- 行動喚起（CTA）：[1つだけ。例：ウェイトリストに登録]
- 成功の基準：[例：訪問者の10%以上が登録する]
- 顧客の生の声：[インタビューの引用を3〜5個、そのまま貼る]

 # 指示
1. 生の声の言葉を使って、見出し・サブ見出し・3つのベネフィット・CTAのコピーを、トーンの違う3パターン書く。
2. 私が選んだパターンで、モバイル対応の1ページLPをHTMLで作る。CTAは1つだけ、登録フォーム付き。
3. 仮説の検証に必要な計測（スクロール率、CTAクリック、登録数）をどう取るか提案する。

 # 出力形式
まず3パターンの比較表 → 私が選んだ後にHTML。専門用語は顧客の言葉に置き換える。

ディスカバリーとバリデーションをAIで支援する

ユースケース1：考える相棒

ユースケース2：競合他社分析

ユースケース3：ランディングページ

ユースケース4：説明動画

タイミング：LPと同じく、実際の顧客と話した後、本格的な開発に投資する前。製品がまだなくても「完成したらどう使えるか」を見せられます。

なぜ作るのか：文章より短い時間で価値が伝わります。Dropboxは製品完成前の短い説明動画で、ウェイトリストが一晩で5,000人から75,000人に。LPに載せるだけでなく、顧客インタビューで見せて反応を確かめる道具にもなります。

作り方：

1. 台本：60〜90秒。「課題 → 解決策 → 使っている様子 → CTA」の構成で、顧客の生の声を使う
2. 絵コンテ：台本をシーンに分け、各シーンで見せる画面・イメージをAIに提案させる
3. 動画：LPやプロトタイプの画面を録画し、AIでナレーションと字幕を付ける（HeyGen、Canvaなど。迷ったらAIに聞く）

測定する：最後まで見た人の割合、視聴後にCTAを押した割合、インタビューで顧客が反応した場面。

AGORAX

ディスカバリーとバリデーションをAIで支援する

ユースケース4：説明動画　｜　サンプルプロンプト

 # 役割
あなたはスタートアップの説明動画の脚本家です。目的は、製品がまだない段階で、顧客に「これは自分のための製品だ」と感じてもらうことです。

 # コンテキスト
- 製品・サービス：[1〜2文で]
- ターゲット顧客：[できるだけ具体的に]
- 顧客の課題：[顧客自身の言葉で]
- 解決策と、使っている様子：[主要な画面や流れを3つまで]
- 行動喚起（CTA）：[1つだけ。例：ウェイトリストに登録]
- 顧客の生の声：[インタビューの引用を3〜5個]

 # 指示
1. 60〜90秒の台本を書く。構成は「課題 → 解決策 → 使っている様子 → CTA」。ナレーションには生の声の言葉を使い、専門用語を避ける。
2. 台本をシーンに分け、各シーンの「秒数・ナレーション・画面に映すもの」を絵コンテ表にする。
3. 映す画面がまだない場合、録画のために最低限作るべきプロトタイプ画面を指摘する。

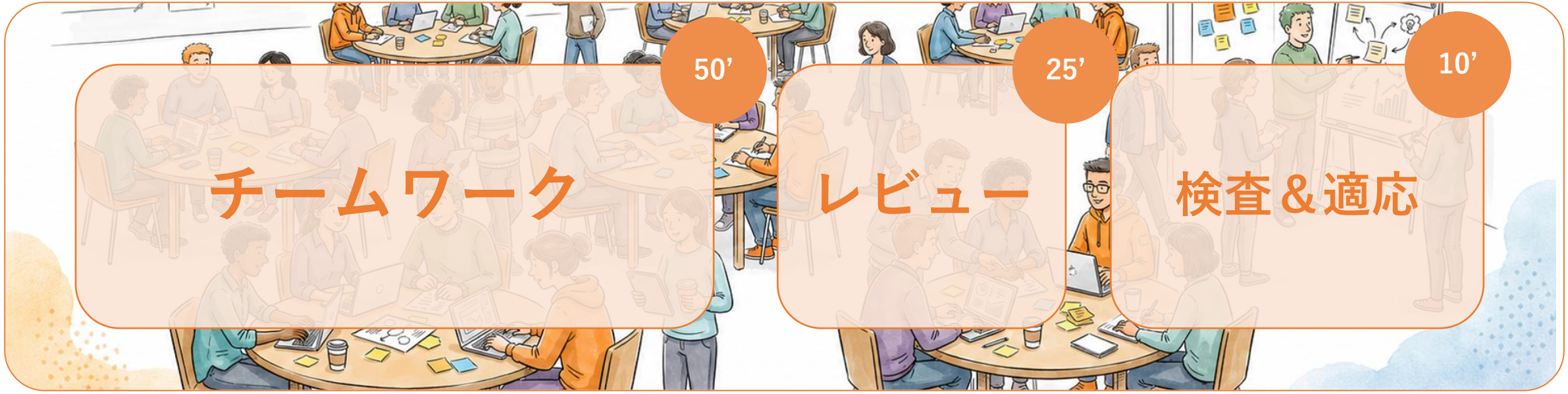
 # 出力形式
台本（ナレーション全文、読み上げ時間つき）→ 絵コンテ表。

［］の部分を埋めて使う　｜　全文・最新版はコンテンツライブラリへ

AGORAX



ラウンド2：スタート！



ラウンド2終了までに準備すべきこと：

- 明確な問題定義
  - 例：エレベーターピッチ、共感マップ、AIが生成したユーザー動画などの形式
- その問題を解決し、価値を提供する方法に関するいくつかのアイデア
  - 例：バリュープロポジション・キャンバス、ランディングページ、AIが生成したプレゼンテーション動画、あるいはプロダクトのプロトタイプなどの形式

AGORAX



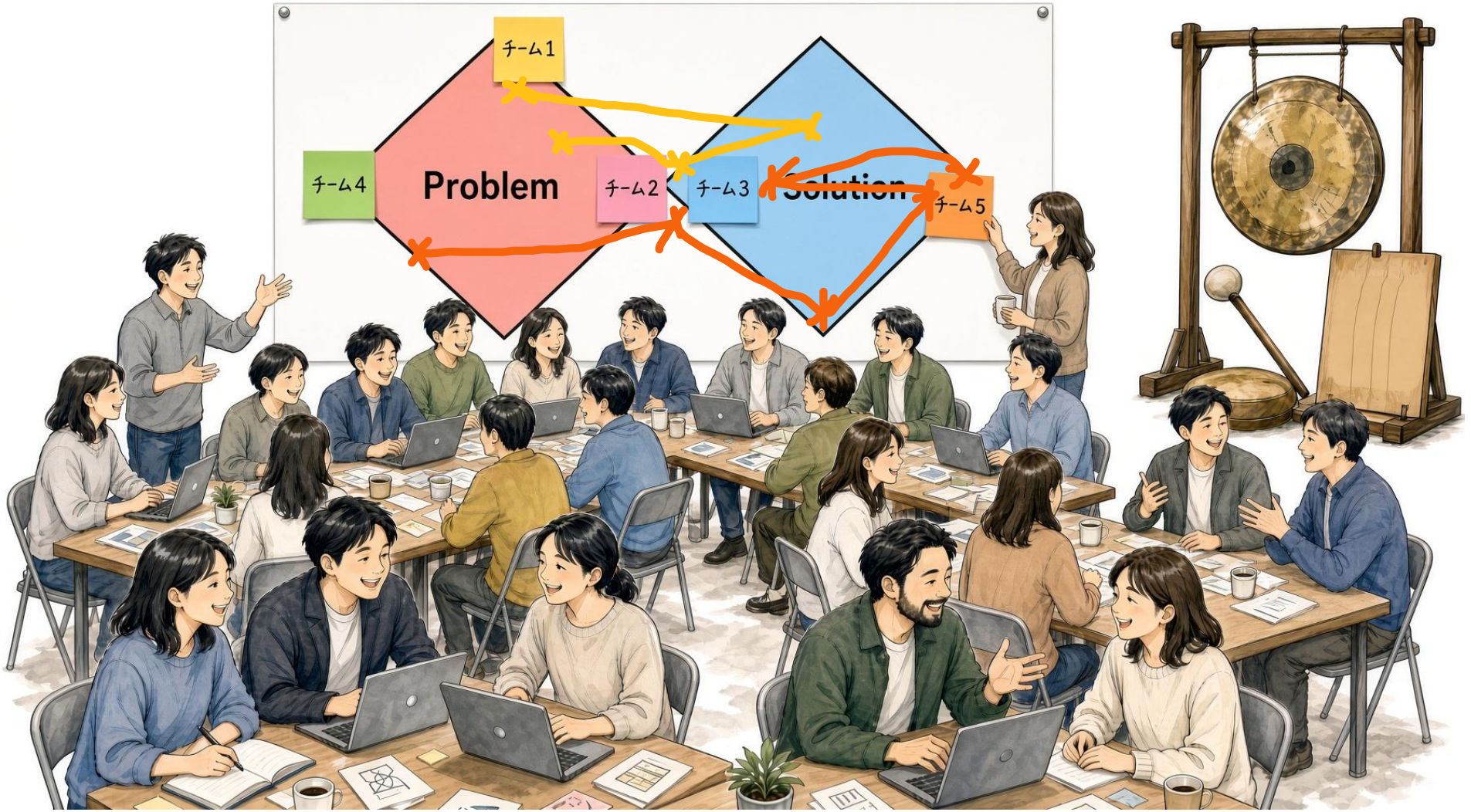
ラウンド2：レビュー

- バザー形式：半分が見せて、半分が回る。交代して2回
  - 前半：1，3，7
  - 後半：2，4，5，6
- この時間で「確かめたいこと」を1つ決める。ただ説明するだけではない。目的は「検査」である
- 回る人は「ユーザー」として正直に



AGORAX

ディスカバリーとバリデーションの進捗を、ダブルダイヤモンドで全員が確認できるよう可視化する



AGORAX

ラウンド２：検査＆適応

- 今回のレビューで、何を学びましたか。
- どの仮説を検証することができましたか。
- 今受け取ったフィードバックを踏まえると、どの前提が間違っていたことが分かりましたか。
- それは全体のプロダクトゴールにとってどのような意味を持ちますか。
- チームは次に何をすべきでしょうか。



AGORAX



チーム内振り返り

AGORAX

チーム内振り返り

- うまく行ったこと
- 行かなかったこと
- 理解できたこと
- 次に挑戦したいこと
- 明日変えたいこと

他のチームを見て、「僕らもそうすればよかったな」と思った瞬間ありましたか？



少し立ち止まって考えてみましょう

**「プロダクト」の話と言うよりは、
「プロダクトマネジメント・開発」の進め方、
チームの働き方などについて話し合う**

AGORAX

BUILDカンファレンス懇親会

18:30~20:00



明日の開始時間：9:30 - 良ければお早めにお越しください

AGORAX