

ビジネスモデル仮説検証プログラム

～顧客開発、リーン・スタートアップによるビジネスモデル構築法～



仮説検証。サイエンスでは当たり前のアプローチを
新しいビジネスの創造にも適用することで成功に導く方法を学びます。

ビジネスで仮説検証を行うためのツール『リーン・スタートアップ』
『ビジネスモデル・キャンバス』を実践的に学びます。

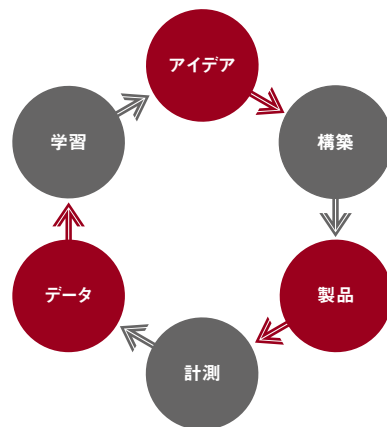
ビジネスモデル・キャンバス



出典：BusinessModelGeneration.com

ビジネスモデルを、種類を問わず**共通**に、その全構成要素を**1枚**に**俯瞰**的に盛り込み、要素間の**相関性**がわかる形で「見える化」するフレームワーク

リーン・スタートアップ



出典：リーン・スタートアップ、Eric Ries著、日経BP社

アイデア(仮説)を検証するための必要最小限の製品で実験し、そこからの学びを進捗指標として成功するビジネスを作る

お問い合わせ・連絡先

お問い合わせ Webサイトのお問合わせフォームよりお願いいたします
URL <http://waseda-edge.jp/>

Facebook <https://www.facebook.com/wasedaedge>

twitter https://twitter.com/waseda_edge

担当教員 早稲田大学創造理工学研究科経営デザイン専攻 教授 高田 祥三



PROGRAM CONTENTS

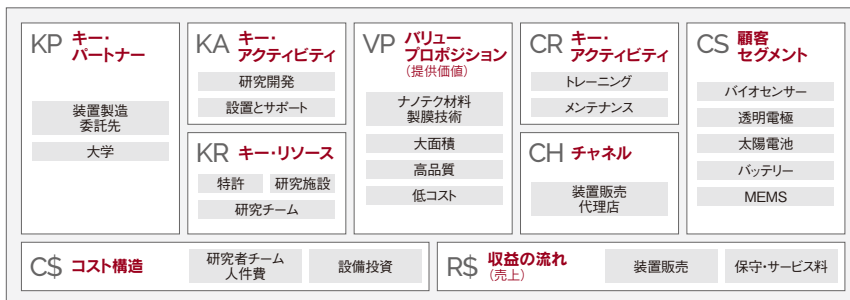
プログラム内容

顧客インタビュー等で得られるファクトに基づき、ビジネスモデルの仮説検証を繰り返し、アーリーアダプターの発見と、ビジネスモデルのブラッシュアップ法を実践的に学びます。

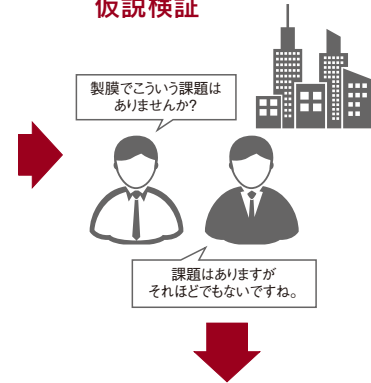
仮説検証を繰り返し、成功するビジネスモデルを作り上げる



1 ビジネスモデル・キャンパスで仮説構築



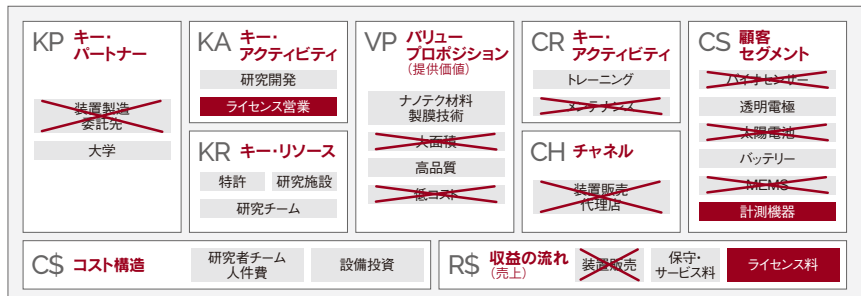
2 顧客インタビューによる仮説検証



4 授業で発表・ディスカッション



3 発見情報に基づき仮説をピボット



リーン・スタートアップとは

必要最小限の製品を開発して新規事業のアイデア(仮説)を検証し、結果から学びながら、成功するビジネスを作る最新の経営プロセス。米国のアントレプレナー Eric Ries氏が提唱。

ビジネスモデル・キャンパスとは

ビジネスモデルを業種を問わず共通に、全構成要素を1枚に俯瞰的に盛り込み、要素間の相関性がわかる形で「見える化」するフレームワーク。スイス・ローザンヌ大学のAlex Osterwalder氏とYve Pineuors教授が提唱。





PROGRAM FEATURES

プログラムの特徴

知識習得に留まらない、実践的プログラム

ビジネスプランをどう実現するのか？それが重要

ベンチャーや新規事業のための講座というビジネスプランの書き方を学ぶことがこれまでの定番でしたが、如何にプランを美しく作っても絵に描いた餅では意味がありません。本プログラムではビジネスプランの作成方法ではなく、実際にどうやってそれを実現するのかを学びます。

シリコンバレーの新定番手法

本プログラムは、スタンフォード大学やカリフォルニア大学バークレー校などでの人気起業家教育プログラム『The Lean LaunchPad』を日本式にアレンジしたものです。日本にいながらシリコンバレーの最先の新規事業創造手法を学ぶことができます。

リアルな実践学習

本プログラムでは、研究成果や商品アイデアを元にした製品・サービスを題材として実際にビジネスモデルをデザインし、そのブラッシュアップを図りながら、事業を立ち上げるための手法を学びます。ブラッシュアップのために潜在顧客へのヒアリングによる検証が毎回宿題として課されるなど非常に実践的な内容となっています。実践的に取り組むうちに有償受注の機会を得たり、共同研究相手が見つかるといったことも珍しくありません。研究者にとっては新しい研究テーマの発見や、研究の方向性の明確化につながることもあります。

アドバイザー、メンターによる支援

インタビュー先を紹介してくれる業界アドバイザーや、マンツーマンでビジネスモデルのブラッシュアップの助言をしてくれるメンターが学習を支援します。

※プレミアムコースのみ

全国の大学・公的研究機関から多様な参加者が集う

早稲田大学以外の大学・公的研究機関等からも参加が可能な公開プログラムです。多様な参加者が集まり議論を交わしながら学ぶことで、視野とネットワークが広がります。(プログラム参加者の所属機関例：早稲田大学、東京女子医科大学、中央大学、北陸先端科学技術大学院大学、北海道大学、東北大学、東京工業大学、東京農工大学、名古屋大学、名古屋工業大学、理化学研究所、産業総合研究所 等)

目的に応じた2段階のコース

“体験してみる” エッセンシャルコース

製品・サービスのアイデア、事業化を目指す研究成果を基に新事業を立ち上げることを想定し、ビジネスプランを実現する方法論を学びます。

内容	
第1回	オリエンテーション ビジネスモデルをデザインする(ビジネスモデル・キャンバスを学ぶ) ビジネスモデルのブラッシュアップ手法(リーン・スタートアップ、顧客開発モデルを学ぶ) 研究成果や事業アイデアを元にビジネスモデルを検討して発表する
第2回	ビジネスモデルの検証結果発表とディスカッション 総括

“事業化も目指してより実践的に学ぶ” プレミアムコース

ビジネスプランを実現する方法論を学び、事業化を目指します。

内容	
第1回	オリエンテーション ビジネスモデルをデザインする(ビジネスモデル・キャンバスを学ぶ) ビジネスモデルのブラッシュアップ手法(リーン・スタートアップ、顧客開発モデルを学ぶ) 研究成果や事業アイデアを元にビジネスモデルを検討して発表する
第2回	ビジネスモデルの検証結果の中間発表とディスカッション マネタイズ方法を学ぶ 検証継続のためのメンタリング
第3回	プロトタイプ(ミニマムバイアブルプロダクト(MVP))とその類型を学ぶ
第4回	ビジネスモデルの検証結果の中間発表とディスカッション ビジネスモデルの軌道修正(ピボット)と成長のための追加学習 検証継続のためのメンタリング
第5回	ビジネスモデルの検証結果の最終発表とディスカッション 総括



インキュベーションもしてもらえます

- 人脈豊富な業界アドバイザーにより顧客ニーズを探るインタビュー先の紹介してもらえます。
- ニーズ等の検証のためのプロトタイプの作成費用と、顧客へのインタビュー時の交通費が支給されます。



LECTURER PROFILES & VOICE

講師紹介 & 参加者の声

日米の第一人者による指導



堤 孝志

ラーニング・アントレプレナーズ・ラボ株式会社
代表取締役

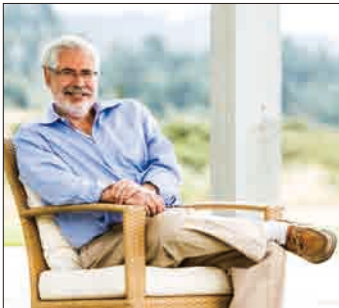
総合商社、ベンチャーキャピタル勤務を経て2014年にラーニング・アントレプレナーズ・ラボ株式会社を設立。20年超に渡る新規事業創造やベンチャー投資の経験・ノウハウを生かし、スタートアップから大企業の新規事業に至るまで幅広く事業創造の支援と投資活動を行う。傍ら、「顧客開発モデル」や「リーン・スタートアップ」を中心とした講演や、その実践講座を精力的に行っている。東京理科大学工学部卒。McGill大学経営大学院修了。訳書に『アントレプレナーの教科書』『スタートアップ・マニュアル』（翔泳社）、『クリーンテック革命』（ファーストプレス）がある。



飯野 将人

ラーニング・アントレプレナーズ・ラボ株式会社
代表取締役

大手金融機関、米系コングロマリットといった大企業勤務の後、日米複数のスタートアップの経営に参画。その後2003年から2012年まで国内VCにてベンチャー投資に取り組む。2012年4月より西海岸発のハイテクベンチャー、ナント・モバイル取締役副社長に就任。堤と共にラーニング・アントレプレナーズ・ラボ株式会社を設立し共同代表も務める。傍ら、「顧客開発モデル」や「リーン・スタートアップ」を中心とした講演や、その実践講座を精力的に行っている。東京大学法学部卒。米国ハーバード大学経営大学院修了。訳書に『スタートアップ・マニュアル』（翔泳社）、『クリーンテック革命』（ファーストプレス）がある。



プログラム総合アドバイザー Steve Blank

- シリコンバレーの元シリアルアントレプレナー。CEOを含めてさまざまな役職でE.Piphanyなど8社のベンチャー企業の創業と立ち上げに携わる。
- 現在、スタンフォード大学、カリフォルニア大学バークレー校ハース・ビジネススクール、コロンビア大学にて顧客開発とアントレプレナーシップについて教鞭をとる。
- 顧客開発モデルの実践プログラム「リーン・ローンチパッド」を開発。2009年スタンフォード大学マネジメントサイエンスエンジニアリング学部教育者賞、2010年カリフォルニア大学バークレー校Earl F. Cheit優秀教育者賞を受賞。

注：Steve Blank氏は授業には参加しません

プログラム参加者の声



(化学系研究者)

大学で設定する「研究目的」と顧客目線に立った「価値」とは全く異なる。大学の研究室にいると、ある特性の発現や解明などを目的に研究活動が行われることが多い。一方、産業界においては、その特性自体を求められることは少なく、それをもとに生み出される「価値」が重要である。何を「価値」と感じるかは十人十色であることから、特定の意見だけに囚われていては事業としては成り立たない。本プログラムのように多くの顧客からの意見を聞き、集約することで初めて、事業としての見通しが立てられることを学んだ。



(IT会社社員)

これまで私達の考える仮説に基づきコストやリソースを投入し、失敗することが多かった。そこでこのプログラムに参加し、リーン・スタートアップの考え方に基づき顧客インタビューを繰り返すことで、私たちの考えていた仮説は大いに間違っていることが分かった。売り手視点で仮説を構築していたことが原因であったと実感し、顧客インタビューの大切さや、その技術を学ぶことができた。



(物理系修士課程学生)

事業化スタートアップも、仮説検証ピボットを繰り返すという点で、研究と似ているところが多いと実感。

本プログラムにおける顧客開発は意見の集約だけに留まらず、事業化に必要なネットワーク形成をも可能とする。インタビューを通して、興味を持ってもらえる人をどれだけ増やせるか、そして、どれだけの人を巻き込めるかで結果が大きく違ってくるのではないかと思う。



(大手電機機器メーカー社員)