



Agenda

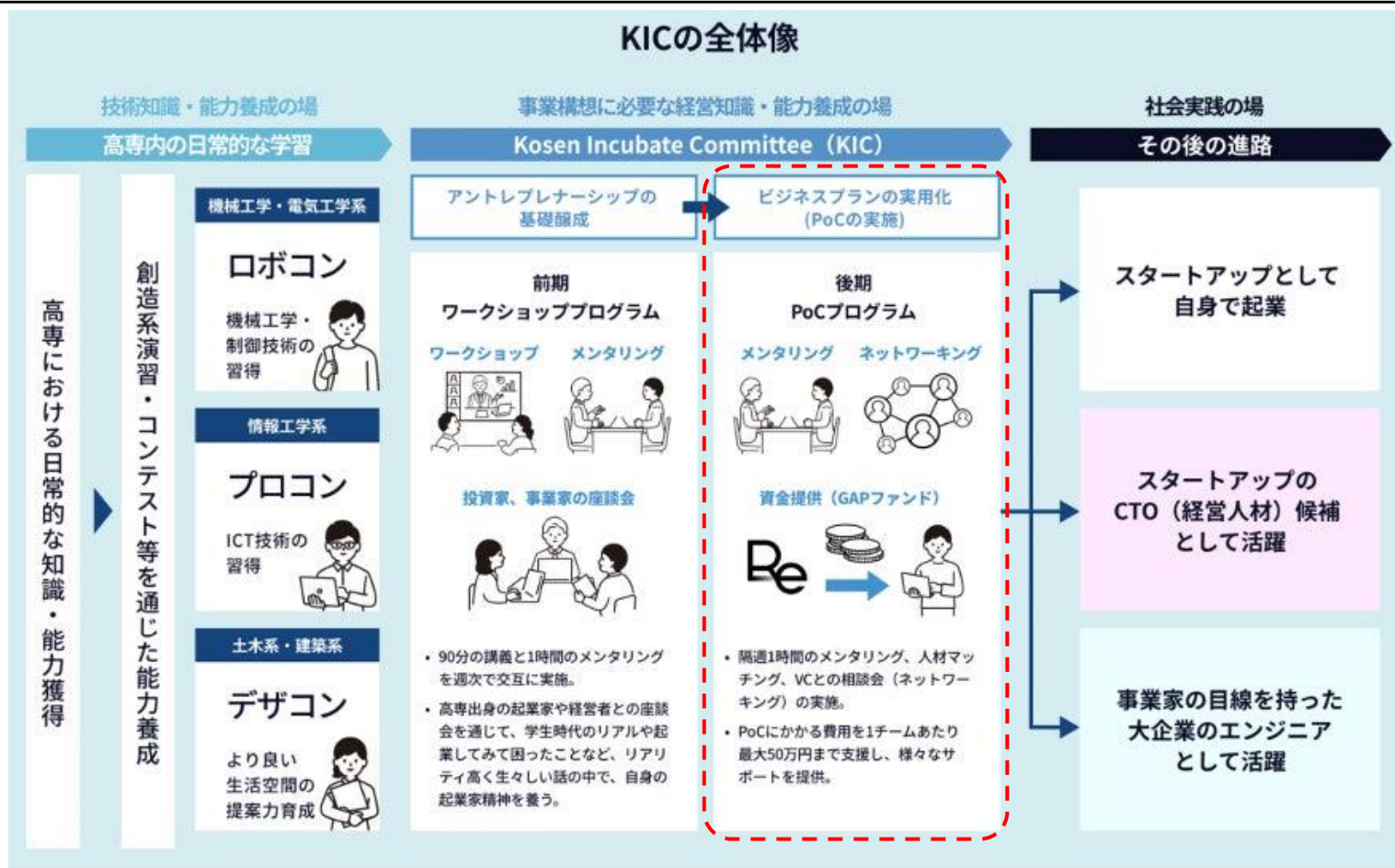
1. 後期PoCプログラムとは？
2. 後期PoCプログラムへのスタンス
3. Founder / Problem Fitとは？



Agenda

1. 後期PoCプログラムとは？
2. 後期PoCプログラムへのスタンス
3. Founder / Problem Fitとは？

「後期 PoCプログラム」の位置づけ



「後期 PoCプログラム」の全体像

09月18日～10月02日

Day1 (09/18)	Day2 (09/25)	Day3 (10/02)
PoCの全体像/ FPFの実現 •本レクチャーの全体像の共有 •ポテンシャルの証明 (FPF)とは何か？ •FPFの手段は？どのように示すか？	CPFの実現 •顧客課題の証明 (CPF)とは何か？ •CPFの手段は？どのように示すか？	PoC計画の策定 •今回のPoCのなかで検証すべき事項は何か？ •どのようなスケジュールとマイルストーンを設定するか？
	自分たちの事業での作業	自分たちの事業での作業

資金提供後、週次のメンタリングへ

11月中旬

ステージゲート 審査会

- FPF達成者：
50万円の資金提供
- CPF達成者：
150万円の資金提供

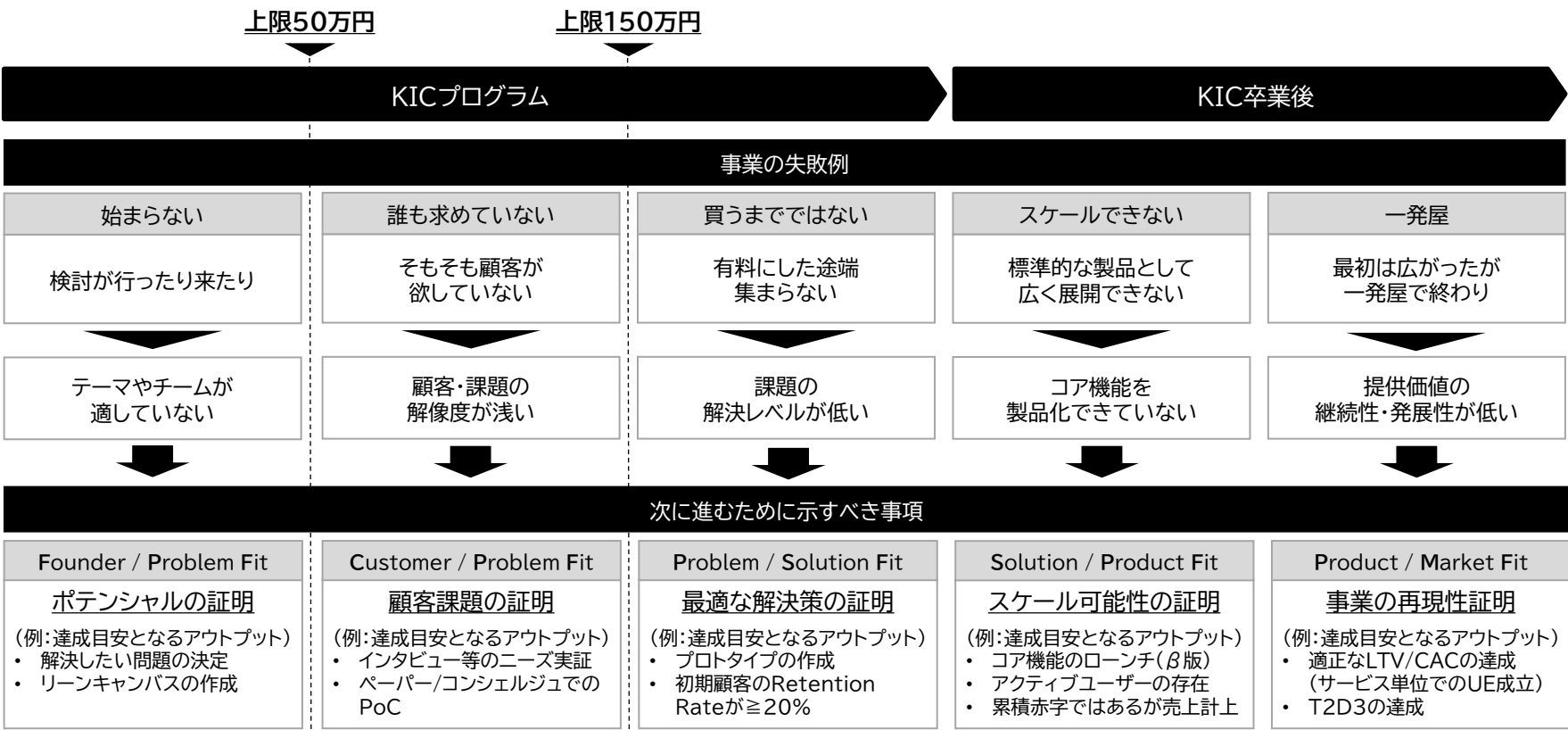
資金提供後、週次のメンタリングへ

2月下旬

デモデイ(成果発表会)

ステージゲートにおける審査基準

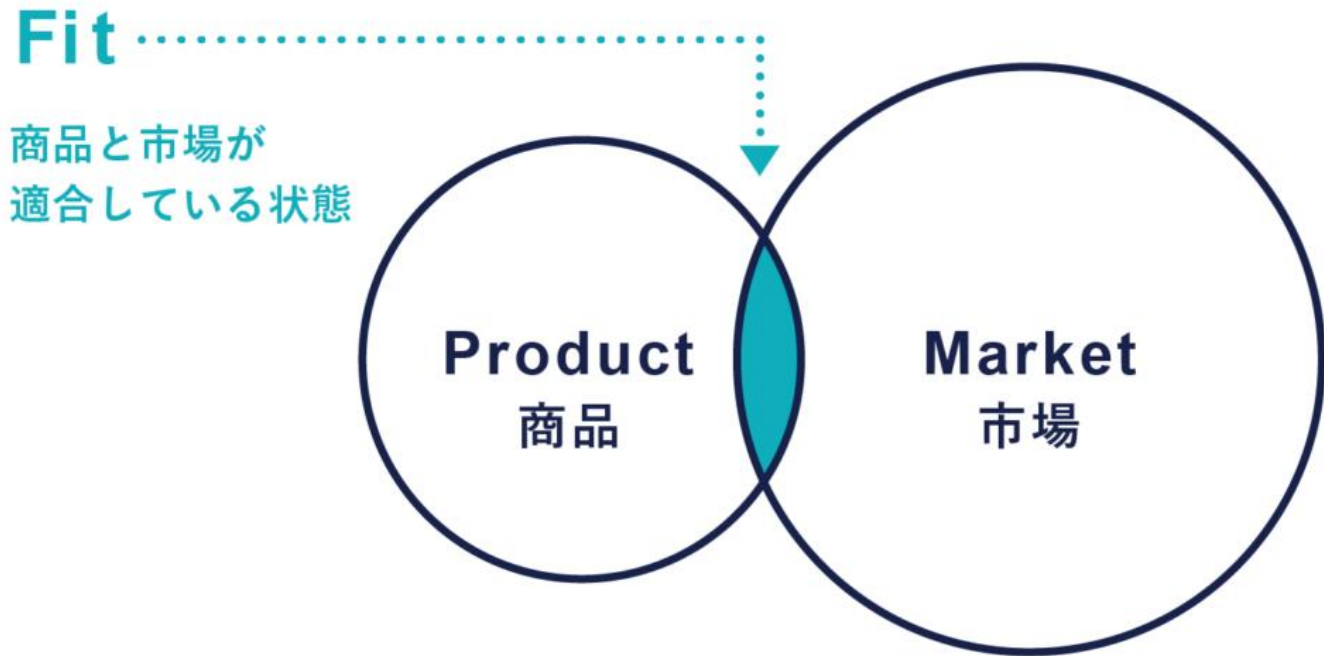
- ・ ステージゲート審査では、フェーズごとにアウトプット要件を設け、審査段階でクリアできているか？に応じて金額規模の上限検討につなげる。
- ・ 具体的には **FPF達成の事業案に対しては上限50万円、CPFのアウトプット要件を満たす事業案には上限150万円のticketを提供**する。



つらなるスケールへ

Product / Market Fit(プロダクトマーケットフィット)とは？

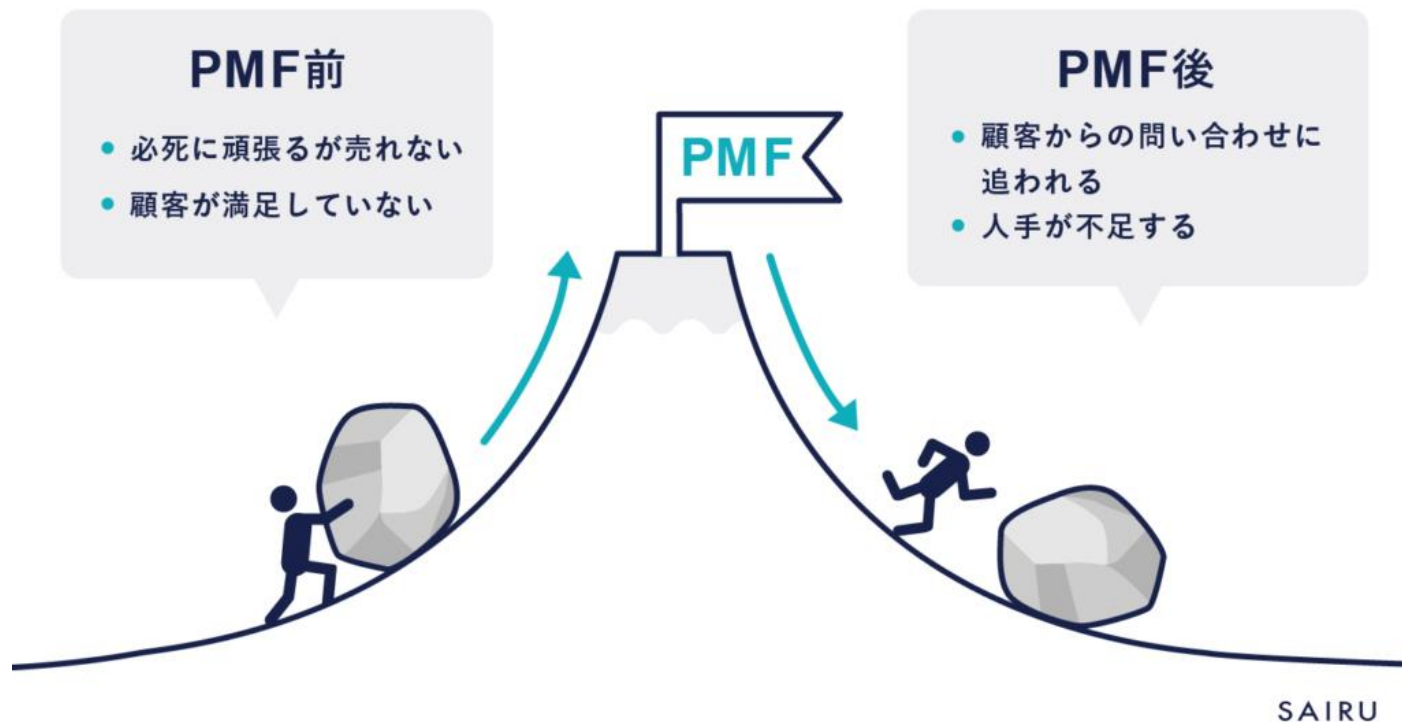
- PMF(ピーエムエフ)とは、Product / Market Fit(プロダクトマーケットフィット)の頭文字を取ったもの。
- 商品が顧客のニーズを満たし、正しい市場に提供されている状態を指しており、**初期のスタートアップの目標となる状態**となる。



SAIRU

参照 : <https://sairu.co.jp/method/14348/>

PMFしている状態とは？



PMFが見つかる前は大きな岩を押しながら山を登っている状況だが、PMFを見つけた後は山頂を超えて大きな岩が転がるのを追いかけている状況である。

参照 : <https://sairu.co.jp/method/14348/>

David Rusenko (<https://www.youtube.com/watch?v=0LNQxT9LvM0>)



Agenda

1. 後期PoCプログラムとは？
2. 後期PoCプログラムへのスタンス
3. Founder / Problem Fitとは？

- なぜ、やるんだろうか？
- 何が面白いのだろうか？
- どこまでやれば満足できそうか？

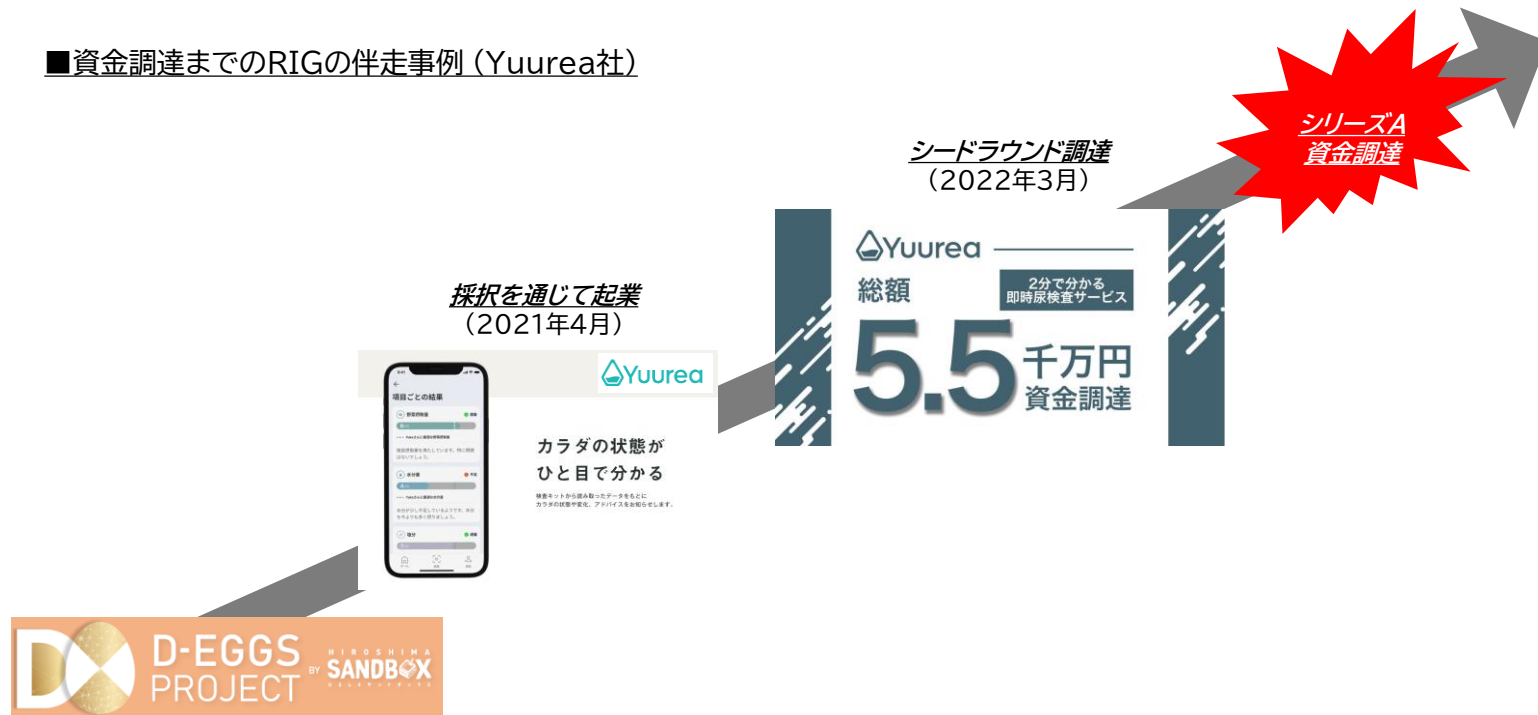
*決して恐喝しているわけではないです

コミットとは？

- 自分だけが忙しい訳ではないことを忘れず、
プログラムを自分ごと化して事業案に向き合う。
- これから共創を進めて行くパートナーとの関係構築として、
お互いの想いや考えを真摯に、粘り強く共有し合う
- 様々な方の協力なしでは成功は実現し得ないことを認識し、
協力をして给对方の依頼事項に対して、真摯に対応する

当然、ReGACYも本気でやります。

■資金調達までのRIGの伴走事例 (Yuurea社)



RIGがPMO(事務局)を全面指揮

参照 PR Times:<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000007.000077689.html>



Agenda

1. 後期PoCプログラムとは？
2. 後期PoCプログラムへのスタンス
3. Founder / Problem Fitとは？

ステージゲートにおける審査基準

上限50万円

上限150万円

KICプログラム

KIC卒業後

事業の失敗例

始まらない

検討が行ったり来たり

誰も求めている

そもそも顧客が
欲していない

買うまでではない

有料にした途端
集まらない

スケールできない

標準的な製品として
広く展開できない

一発屋

最初は広がったが
一発屋で終わり

次に進むために示すべき事項

Founder / Problem Fit

ポテンシャルの証明

- (例:達成目安となるアウトプット)
- 解決したい問題の決定
 - リーンキャンパスの作成

Customer / Problem Fit

顧客課題の証明

- (例:達成目安となるアウトプット)
- インタビュー等のニーズ実証
 - ペーパー/コンシエルジュでのPoC

Problem / Solution Fit

最適な解決策の証明

- (例:達成目安となるアウトプット)
- プロトタイプ作成
 - 初期顧客のRetention Rateが $\geq 20\%$

Solution / Product Fit

スケール可能性の証明

- (例:達成目安となるアウトプット)
- コア機能のローンチ(β 版)
 - アクティブユーザーの存在
 - 累積赤字ではあるが売上計上

Product / Market Fit

事業の再現性証明

- (例:達成目安となるアウトプット)
- 適正なLTV/CACの達成
(サービス単位でのUE成立)
 - T2D3の達成

プランニング



ペーパープロト



MVP(アルファ版)



ベータ版～プロダクト化



より大きなスケールへ

ステージゲートにおける審査基準



さらなるスケールへ

FPF達成に向けてやるべきこと

- FPFで証明してほしいこと = **事業仮説が有望であること。勝ち筋があること。**

証明して欲しいこと

審査項目・基準

Why you	起業家気質	常識や制約に捉われない発想で活動し続けられたか？ ✓妥協や言い訳なく、あるべき状態を追求し続ける思考や判断ができている ✓この期間に数多くの発見やピボットが出来ている
なぜあなたが実現できるか？		コミットできるテーマを見つけ、行動量に反映されたか？ ✓自身の強みやこだわりと密接に関わる独自のストーリーがある ✓この期間の行動量の高さに現れている(調査・インタビュー・分析・検討)
Why this	顧客・課題	お金を払って解決したい課題を見つけているか？ ✓顧客は既に解決に向けた行動・投資しているが不満がある ✓その課題により関心・影響の大きなセグメントを特定している
なぜ顧客は買いたいのか？		抜本的な提供価値(10倍価値)を実現するソリューションか？ ✓現状の改善レベルでなく、顧客の生活や仕事が変革をもたらす ✓その実現にブレイクスルーポイントが組み込まれている
Why now	成長性	社会・業界の構造的な変化に乗っているか？ ✓世の中でこの課題が顕在化している/していく兆しがある ✓事業としても魅力的な規模になる
なぜ今こそやるべきか？		世の中の技術・アセットで実現可能か？ ✓現在世の中で利用可能な技術やアセットで実現できるか ✓その技術やアセットにアクセスが可能か

「人になんと言われようと、自分がやってやる」と思えるテーマか？

自分が勝てるか？

他の人よりも得意 / こだわりがある
と思えること



勝てなければ
やる気は無くなっていく

魅力が高いか？

自身の原体験からリアリティを持って
経済的・社会的意義を語れること



「欲しい」人が増えなければ
やる気は無くなっていく

性に合うか？

誰に言われなくとも
ふと気づいたら考えていること

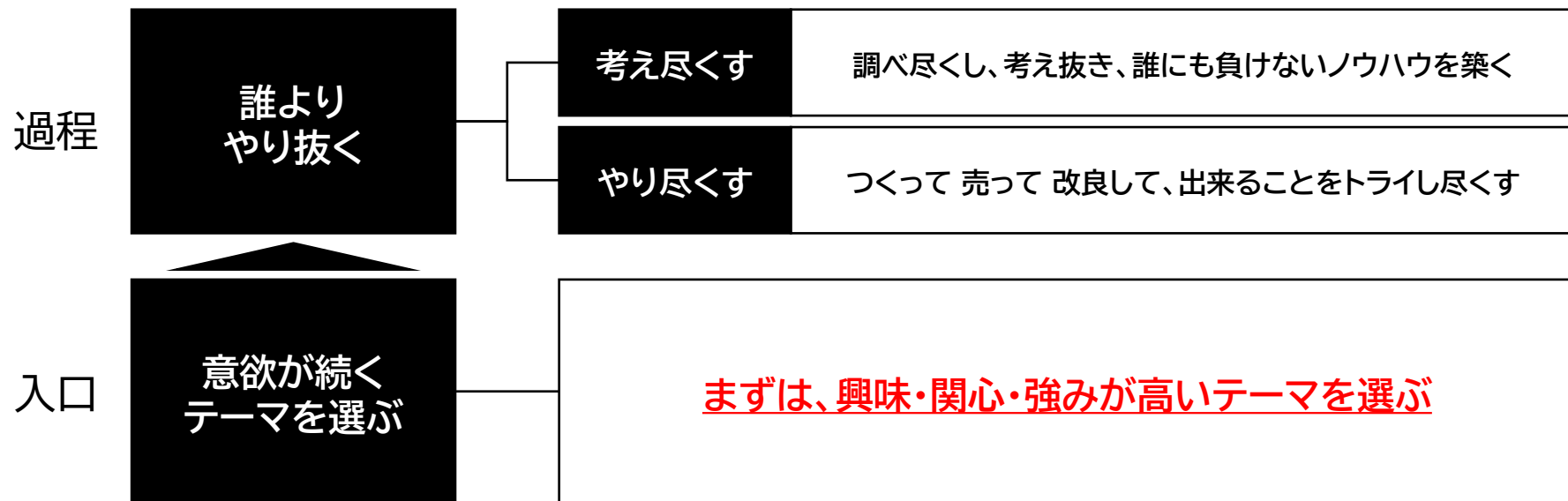


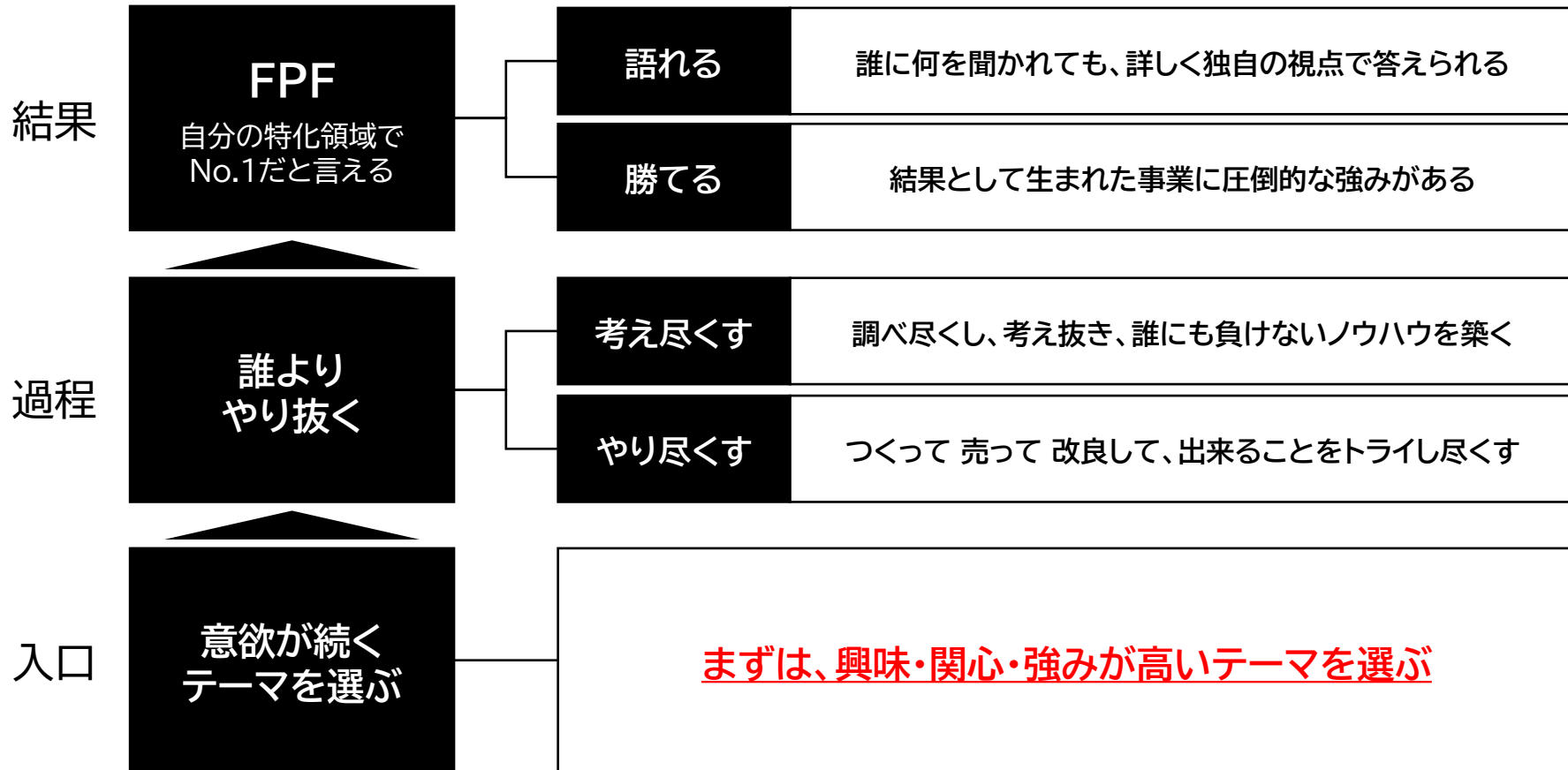
頑張らないとやれないことは
高いコミットは続かない

入口

意欲が続く
テーマを選ぶ

まずは、興味・関心・強みが高いテーマを選ぶ





<自主ワークの内容>

- FPFの3つの軸で、ご自身の起案アイデアを評価してみてください。
※複数のアイデアがある方は、両方を比較してみてください
- そのうえで「人になんと言われようと、自分がやってやると思えるテーマか？」を考えてみてください。

評価軸		評価の理由		課題・改良方針
1	自分が勝てるか？	他の人よりも <u>得意 / こだわり</u> がある と思えることか？	Yes/ No ➤ XXX	➤ XXX
2	魅力が高いか？	自身の <u>原体験</u> から リアリティを持って <u>経済体・社会的意義</u> を 語ることができるか？	Yes/ No ➤ XXX	➤ XXX
3	性に合うか？	誰に言われなくとも <u>ふと気づいたら</u> <u>考えている</u> ことか？	Yes/ No ➤ XXX	➤ XXX

Re