

【真】ビジネスアジャイル ～匠Methodとスクラムを融合させたプロセスについて～

匠Methodの目指したこと ビジネス企画・開発に求められていること

素早く立ち上げる

ビジネス価値が検証できている

実現性のリスクが少ない

小さく立ち上げて大きく成長

ビジネスの変化に耐えられる

匠メソッドの活用領域

匠メソッドはビジネス企画メソッドから発展させてきましたが、様々な領域で活用可能です。

なぜ、幅広い領域で活用可能なのかというと「匠Method活用体系 (p38)」によるカスタマイズ可能であることと「匠Methodにおけるミクロ・マクロ同一活用の原則」というフィロソフィに基づくメソッドデザインにあります。匠メソッドを一言でいうと「複数人でのモノ創り、コト創りのためのデザイン手法なのです。

ビジネス企画

製品企画

業務改革・改善

企業・中長期戦略

部門デザイン

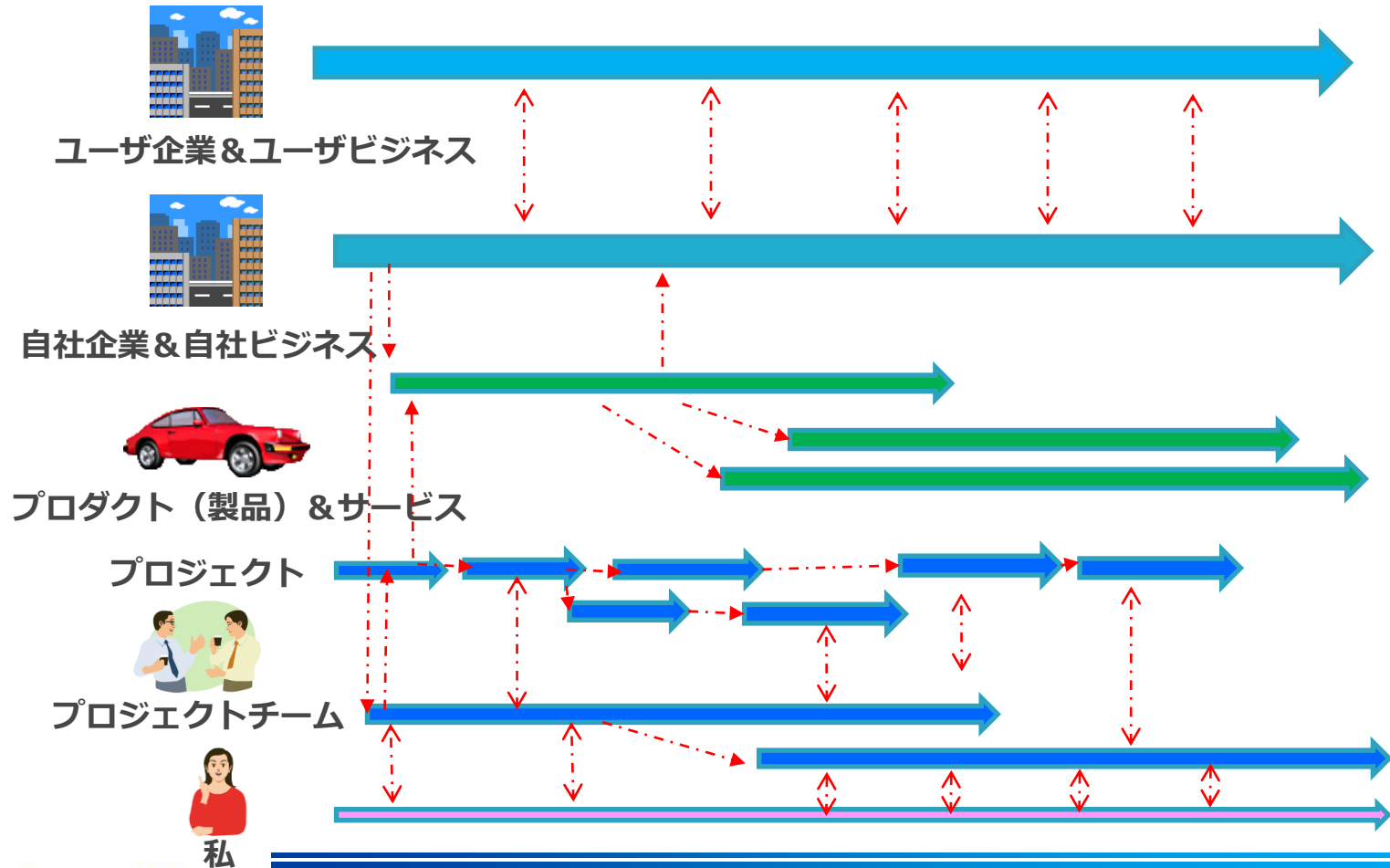
プロジェクト・デザイン

ITシステム・デザイン

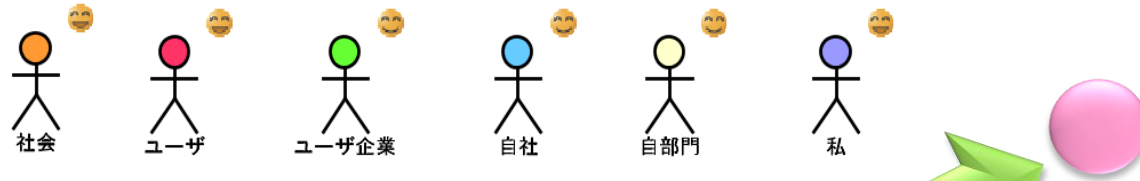
キャリア・デザイン

プロジェクトのライフサイクルと知の共有と継承の必要性

それぞれが知の要求によりつながる。終わっても知は継承される



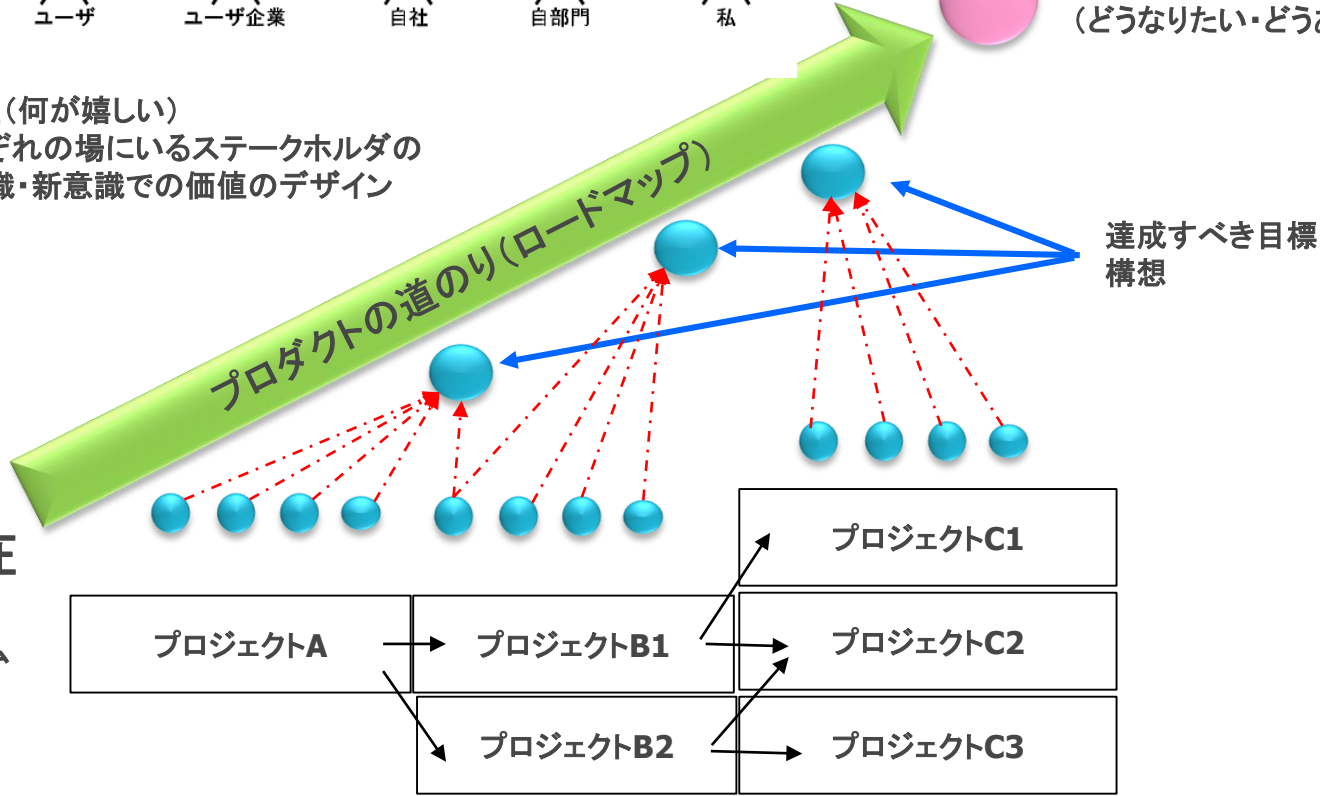
生命体の健全な成長



未来

ビジョン
& 共有する価値観
(どうなりたい・どうありたい)

価値(何が嬉しい)
それぞれの場にいるステークホルダの
現意識・新意識での価値のデザイン



現在

チーム

プロジェクトA

プロジェクトB1

プロジェクトB2

プロジェクトC1

プロジェクトC2

プロジェクトC3

製品 or プログラム ライフサイクル

匠Method 価値創造サイクルとは

価値創造サイクルの効果

プラン(P)の前値創造ループを入れることで、価値がなく無理無駄の多いプロジェクトに価を排除できる

匠Methodは、ビジネスパーソンの第二のスキルをカタチにする

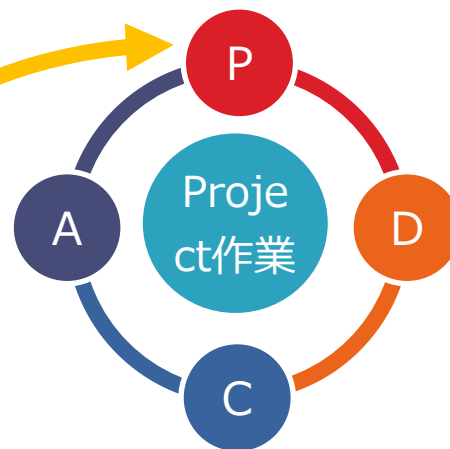
第1のサイクル（価値創造サイクル）

・価値を描き・価値共感と価値検証を行う



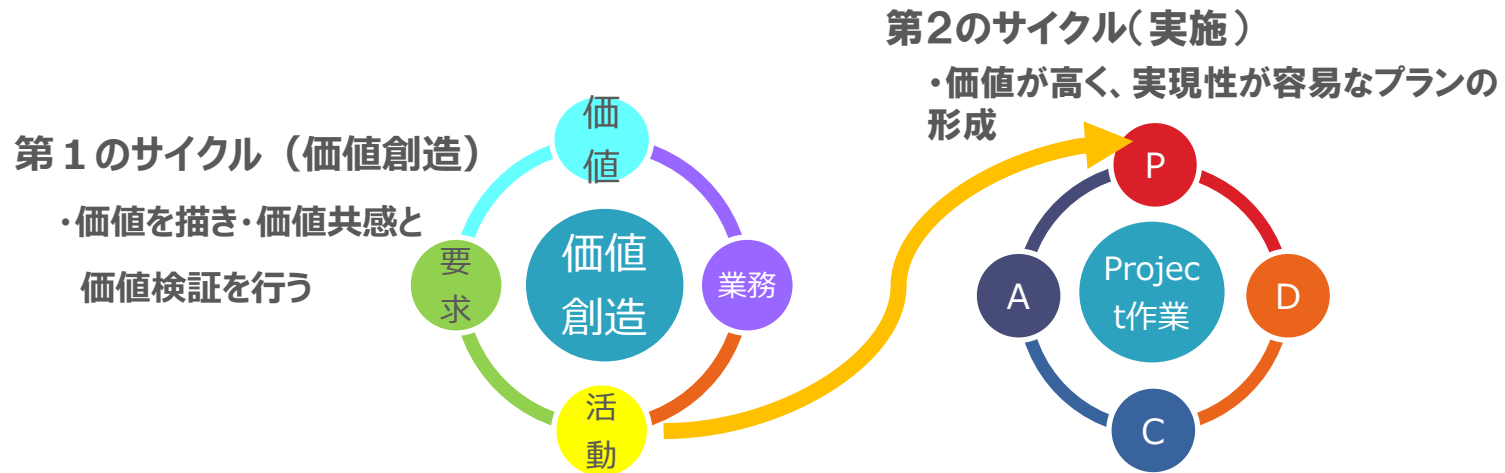
第2のサイクル(実施サイクル)

・価値が高く、実現性が容易なプランの形成



価値からデザインすることで問題も新たな捉え方となる

- 価値をデザインすると現状問題の捉え方が変わる
 - 問題とは把握していない価値視点の要求を獲得できる
 - 価値から要求を導き出すと、**悪しきビジネス慣習が撤廃**できる
 - 問題の見え方...価値視点、戦略的視点(問題が集約される)
 - **要求の爆発を防ぐ(価値から手段を絞り込む)**



匠メソッド知識体系とモデル

「他にない特徴」全てのモデル(要素)がトレーサブルで、モデル間を行き来できる

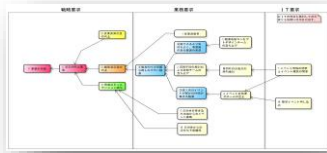
価値分析モデル



価値デザインモデル



要求分析ツリー



戦略的要求の絞り込み



ゴール記述モデル



価値の要素

作用

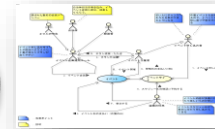
行動力UP



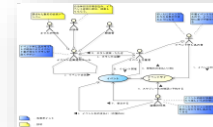
理想

現状

新業務フロー



現業務フロー

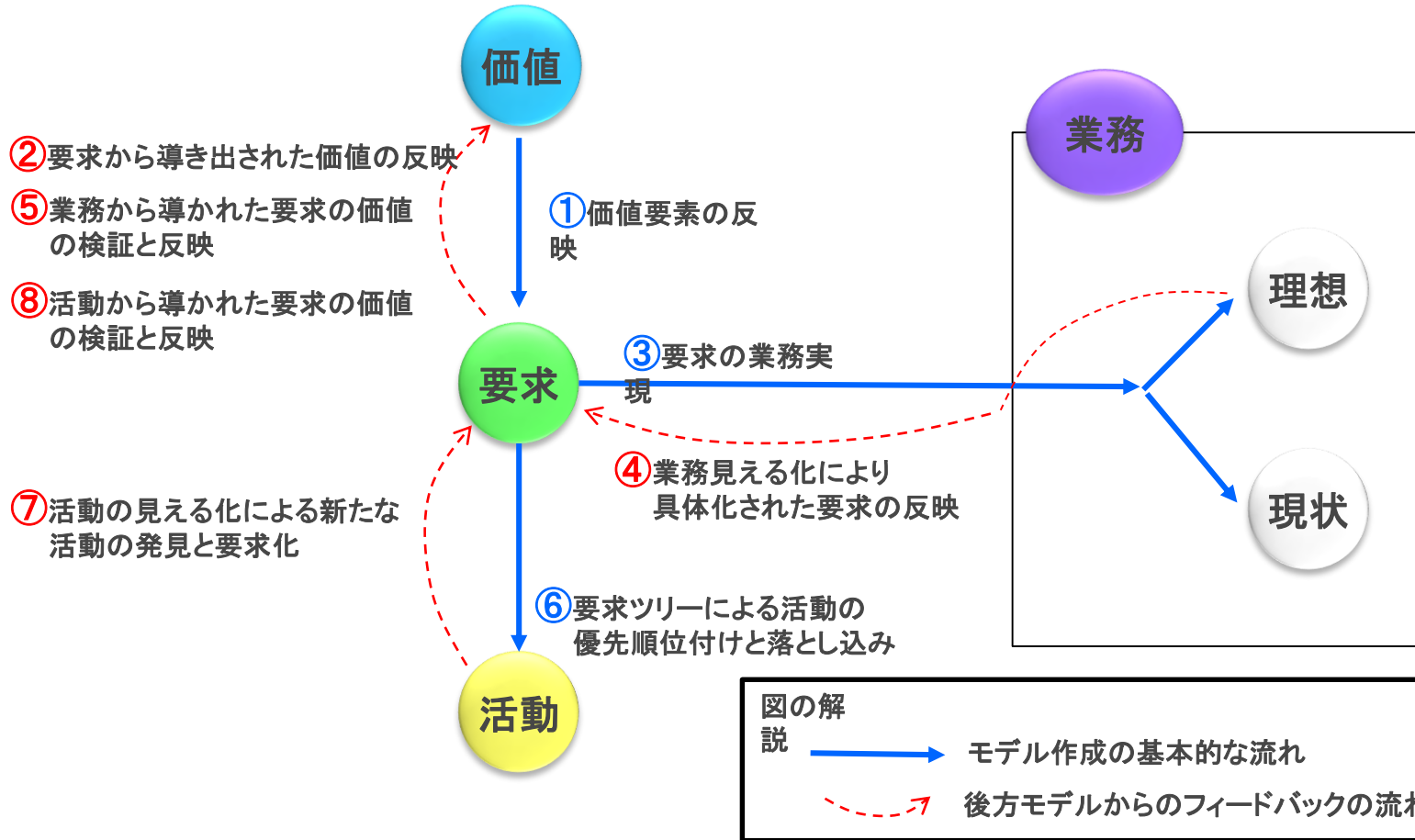


プロト開発等

※「モデル」とは、形式を持った図のことです。

匠Methodは常に価値からデザインし、価値に立ち戻る

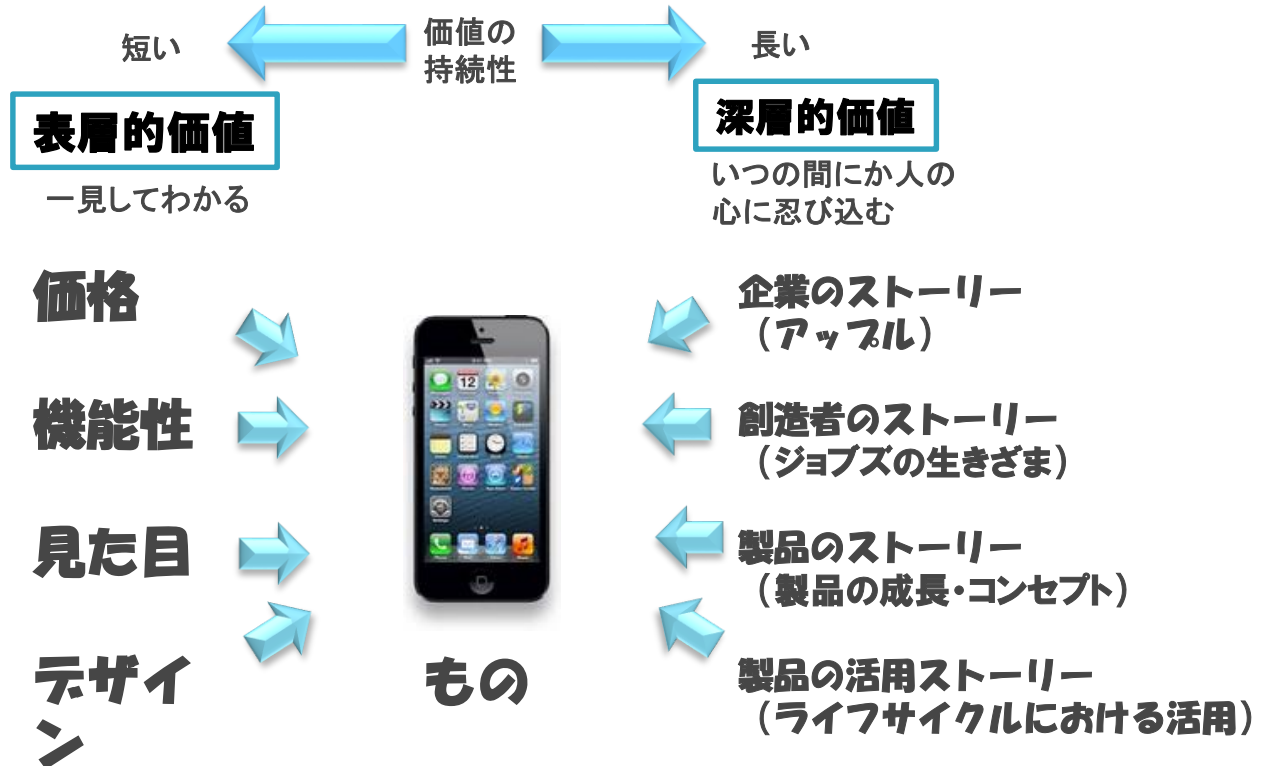
各モデルは、下位モデルからのフィードバックを受けることでインクリメンタルに作成されます。下記はその一般的な一例です。



匠Method 価値モデルの説明

価値のデザイン

人が魅力を感じるモノにはストーリーがある
価値デザインモデルは全体的ストーリーを描いている



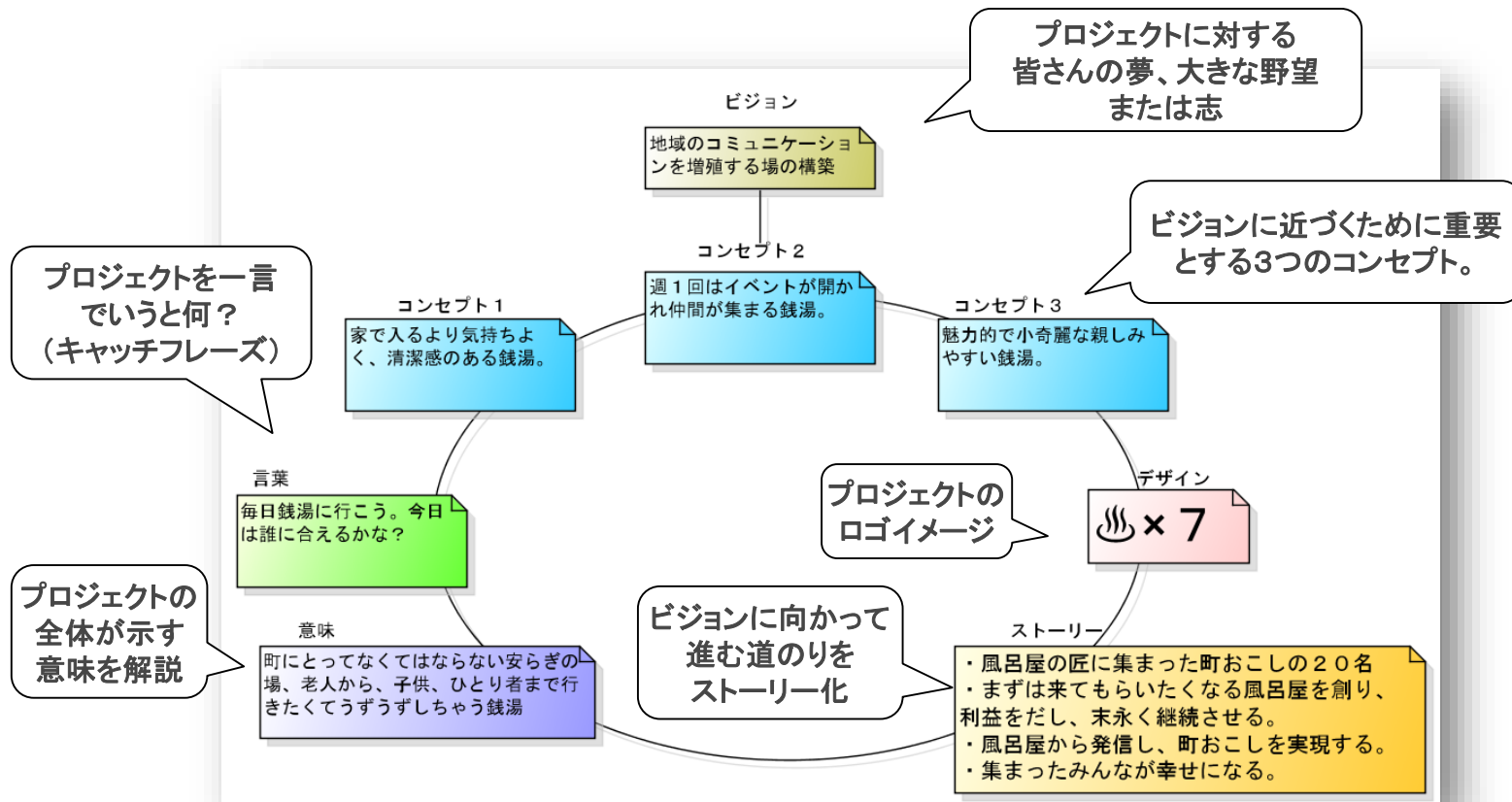
ストーリーをデザインする価値デザインモデル

価値デザインモデルとは、プロジェクトで大切にすべき骨組み部分を形成します。

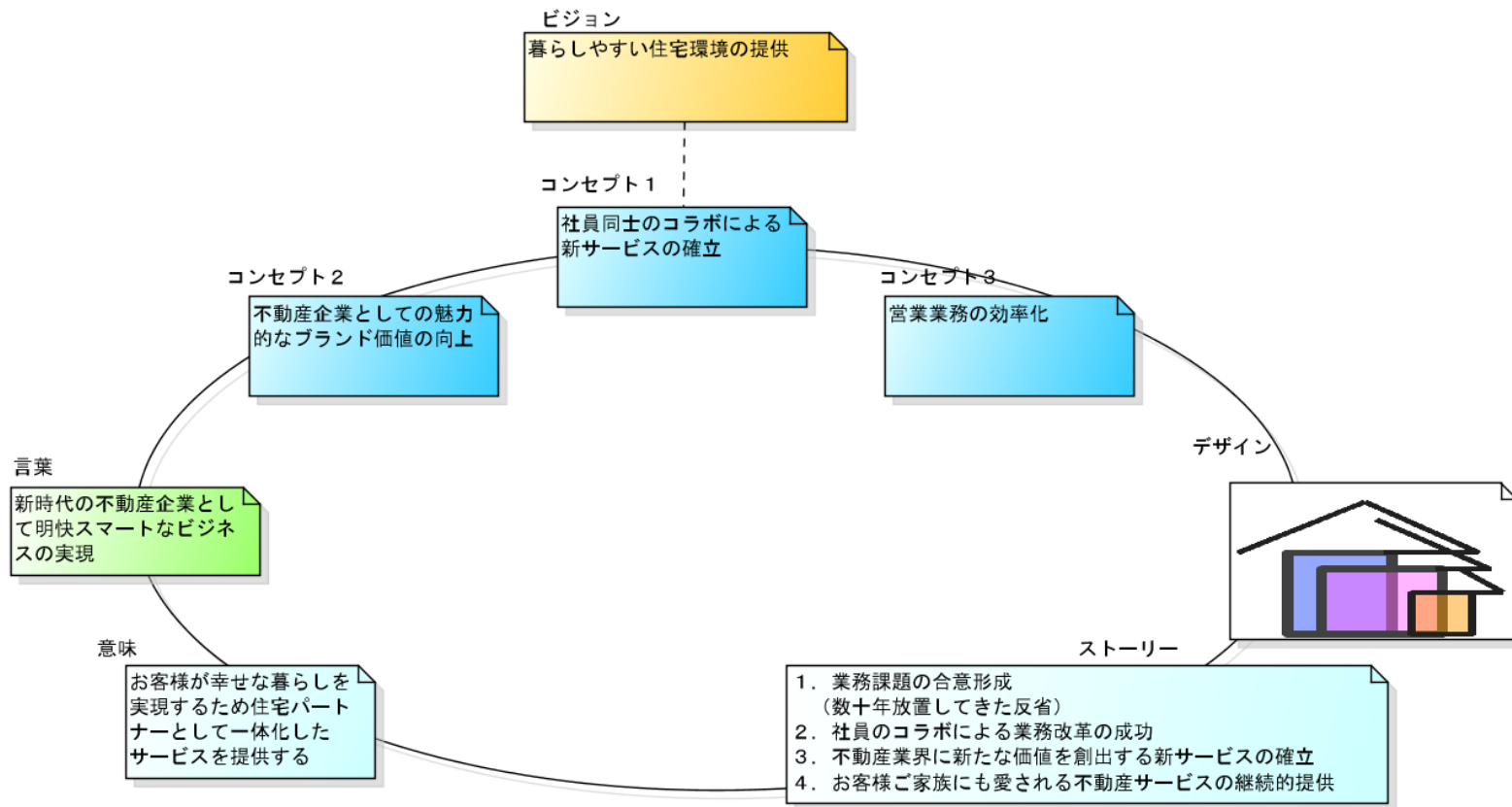
価値デザインモデルは、「ビジョン」、「3つのコンセプト」、

「言葉（キャッチフレーズ）」、「意味」、「ストーリー」、

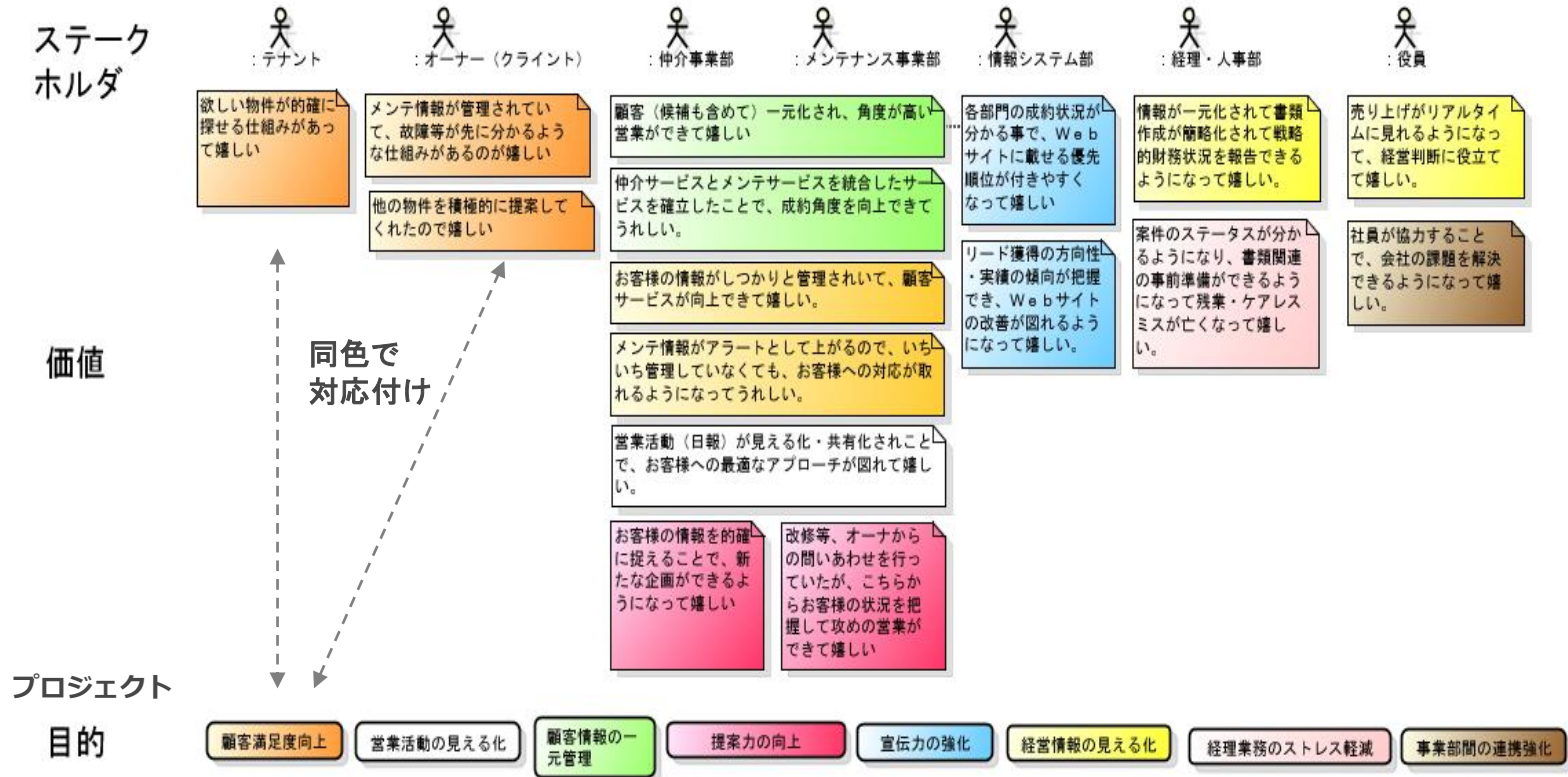
「デザイン（ロゴ）」の6つの要素でプロジェクトの価値を表現します。



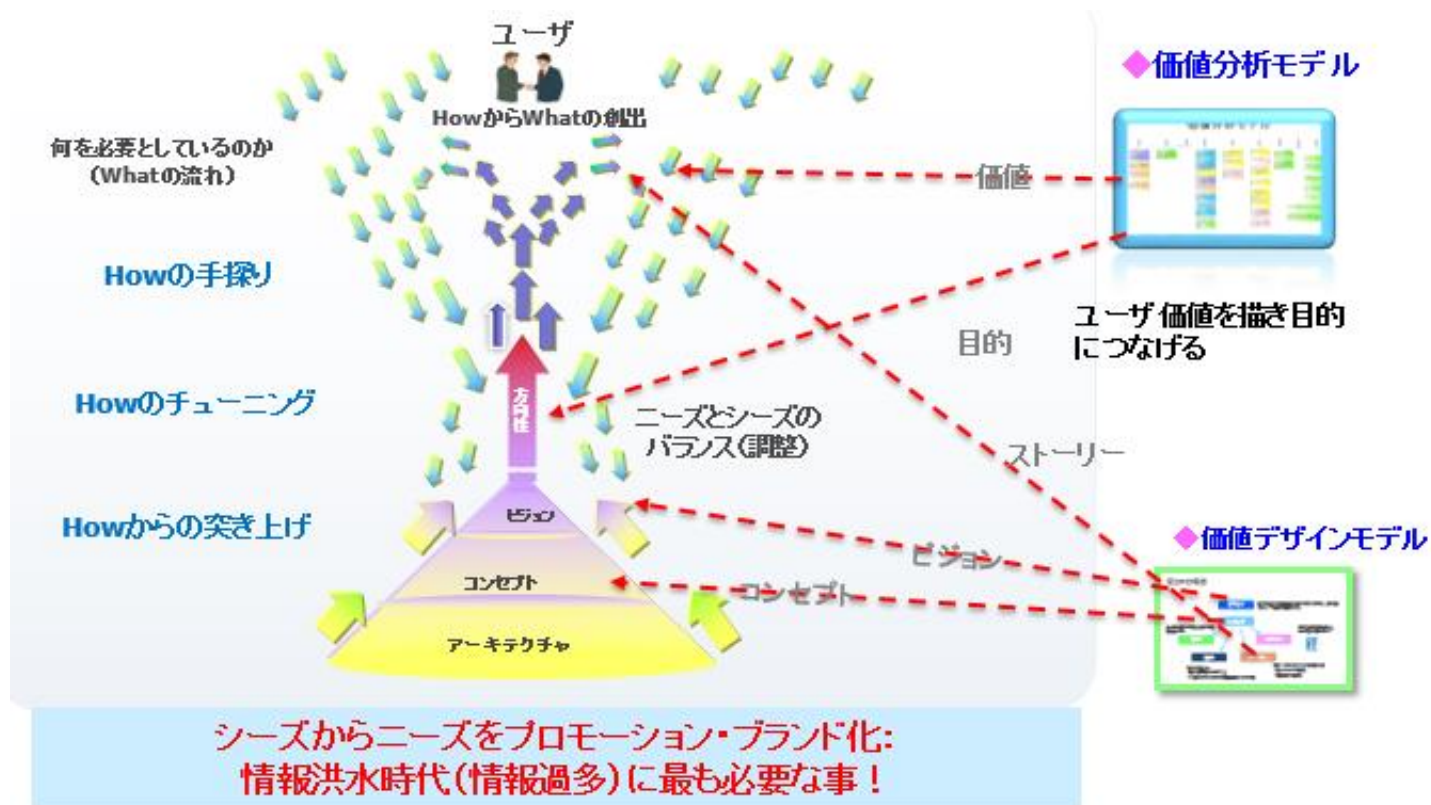
価値デザインモデル(不動産企業の営業業務改革)



価値分析モデル(不動産企業の営業業務改革)



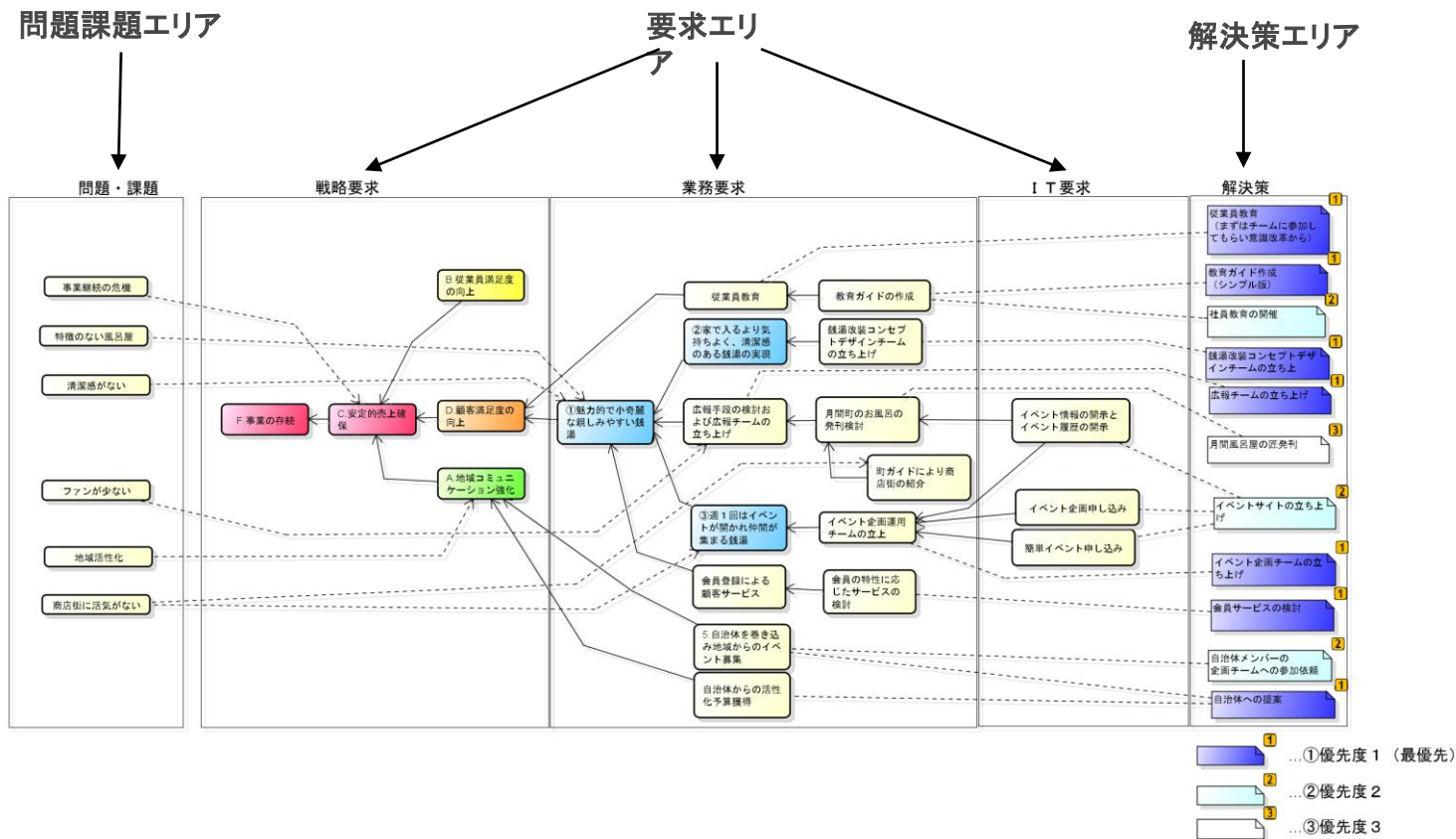
匠Methodにより価値のデザイン シーズとニーズの双方から価値をデザインしていることを意識せよ



匠Method

要求モデル、業務モデル、活動モデルの説明

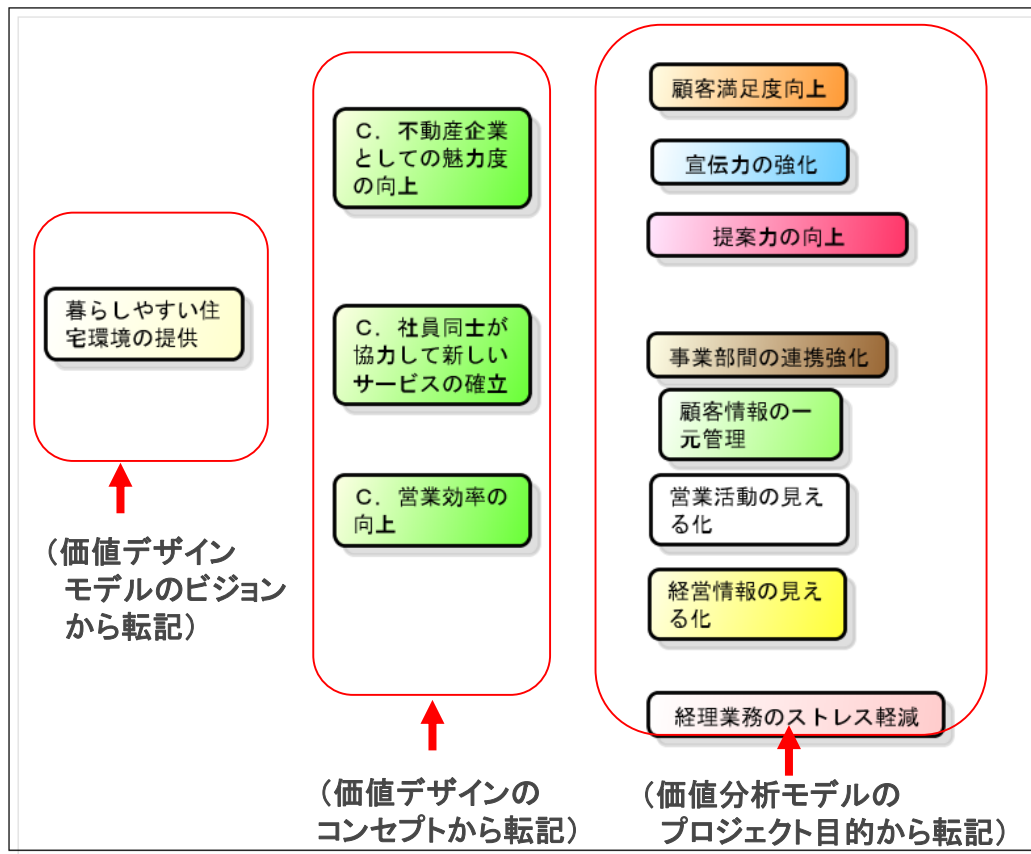
要求モデル(要求分析ツリー)の完成イメージ



価値モデルを要求モデルに落とし込む

(不動産企業の営業業務改革)

戦略要求

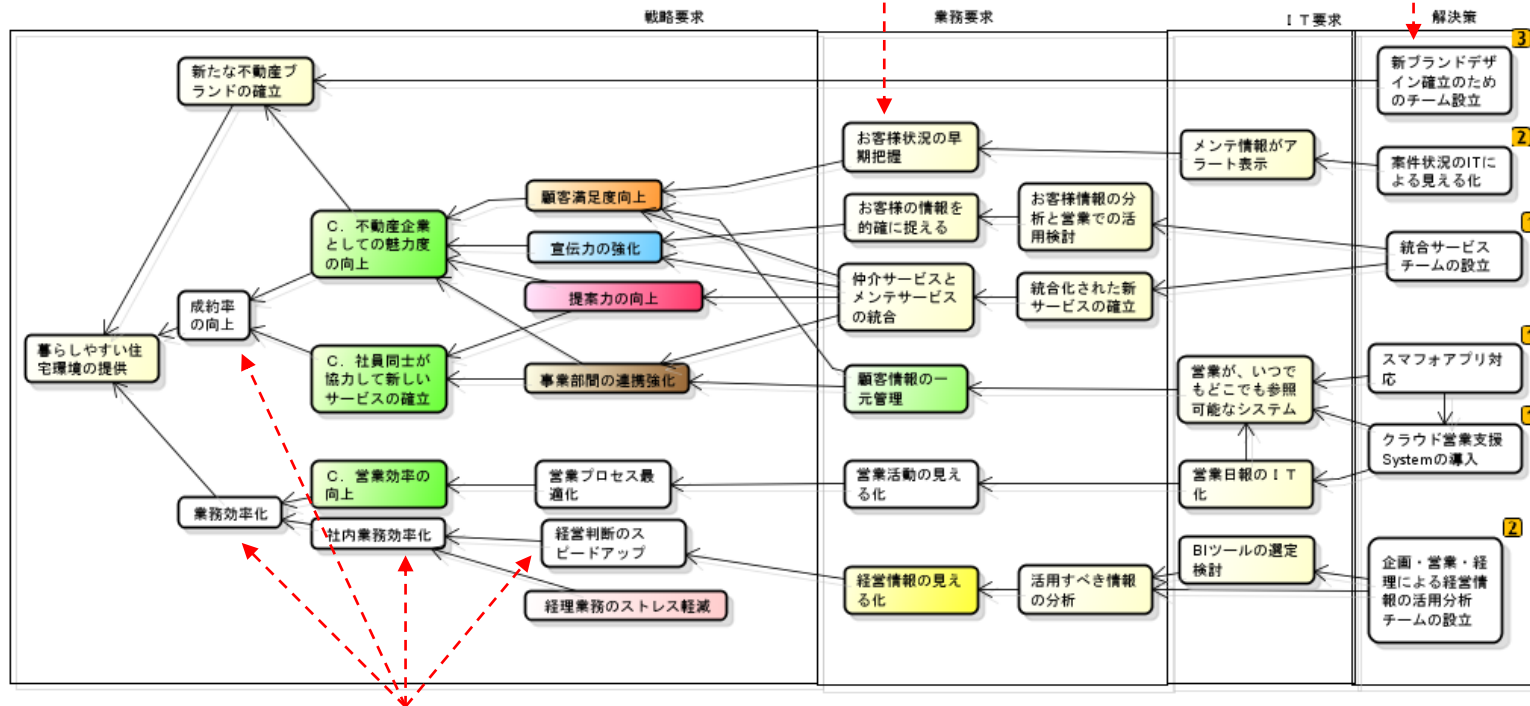


要求エリアと解決策エリアの作成

(不動産企業の営業業務改革)

要求を獲得するための具体的活動

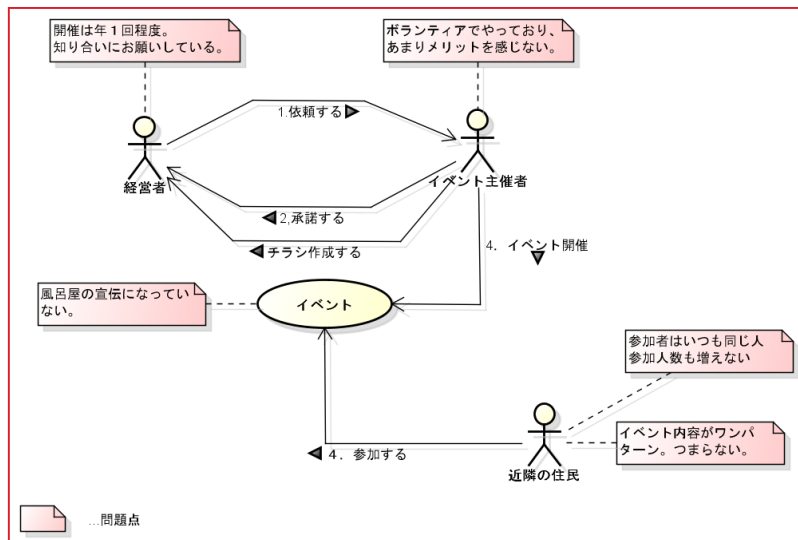
価値分析モデルの価値表現から手段を抜き出して要求化したもの



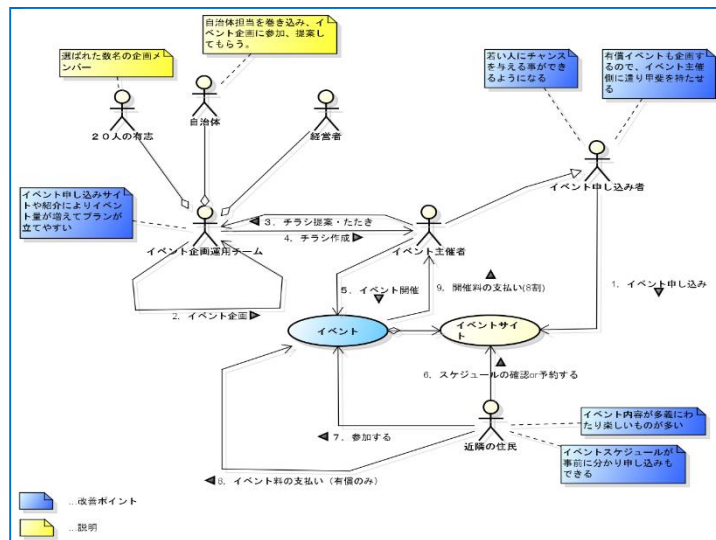
要求ツリー構造(レイア)をバランスさせるために新たに発見した要求(白抜き)

業務モデル(ビジネスコンテキストフロー)の例 (他事例)

新たな業務の中で、要求モデルだけでは具体的なイメージを持ってない箇所に対して、ビジネスコンテキストフローにて現状と新規の業務モデルを見える化する



現状(赤系にて問題点を示す)



新規(青系にて変化させるポイントや効果を書く)

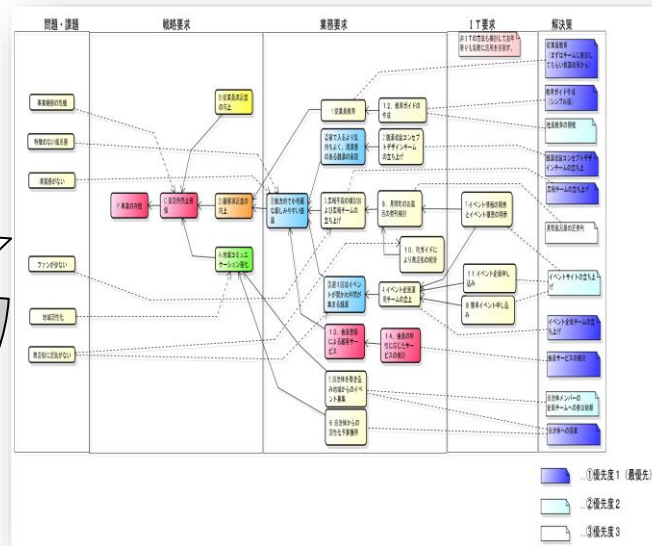
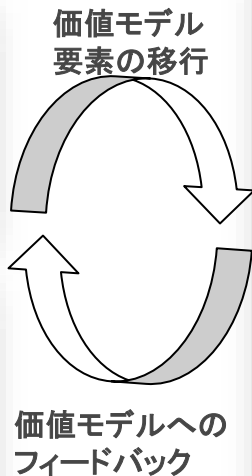
活動モデル(ゴール記述モデル)の例(抜粋)

(不動産企業の営業業務改革)

何をすることで (テーマ)	誰が (役割名)	何を	いつから (開始時期)	いつまでに (終了時期)	どうする	評価尺度	目標値
① 統合サービス チームの設立	2営業部	統合サービスチーム	5月1日から	5月20日まで	活動を開始している	参加メンバーの活動建 言と目標	全員合意している
① クラウド営業支 援Systemの導 入	情報システム部 門	営業支援システム	5月1日から	10月31日まで	開発しリリース	本番運用	完了している
① スマホアプリ 対応	システム部と営 業部	スマホアプリ対応 プロトタイプ	5月1日から	5月20日まで	完了し評価する	営業メンバー	8割から高得点もらう
		スマホアプリ対応 プロトタイプ	6月1日から	7月30日まで	開発を終える	営業メンバー	

デザイン思考とシステム思考を分けてつなげる技

価値モデルをデザイン思考(感性的)で早く作り、要求モデルへ早めに移行し、システム思考(ロジカル的)に詰めることで、新たな価値と仕組みを見つけだし、価値にフィードバックする

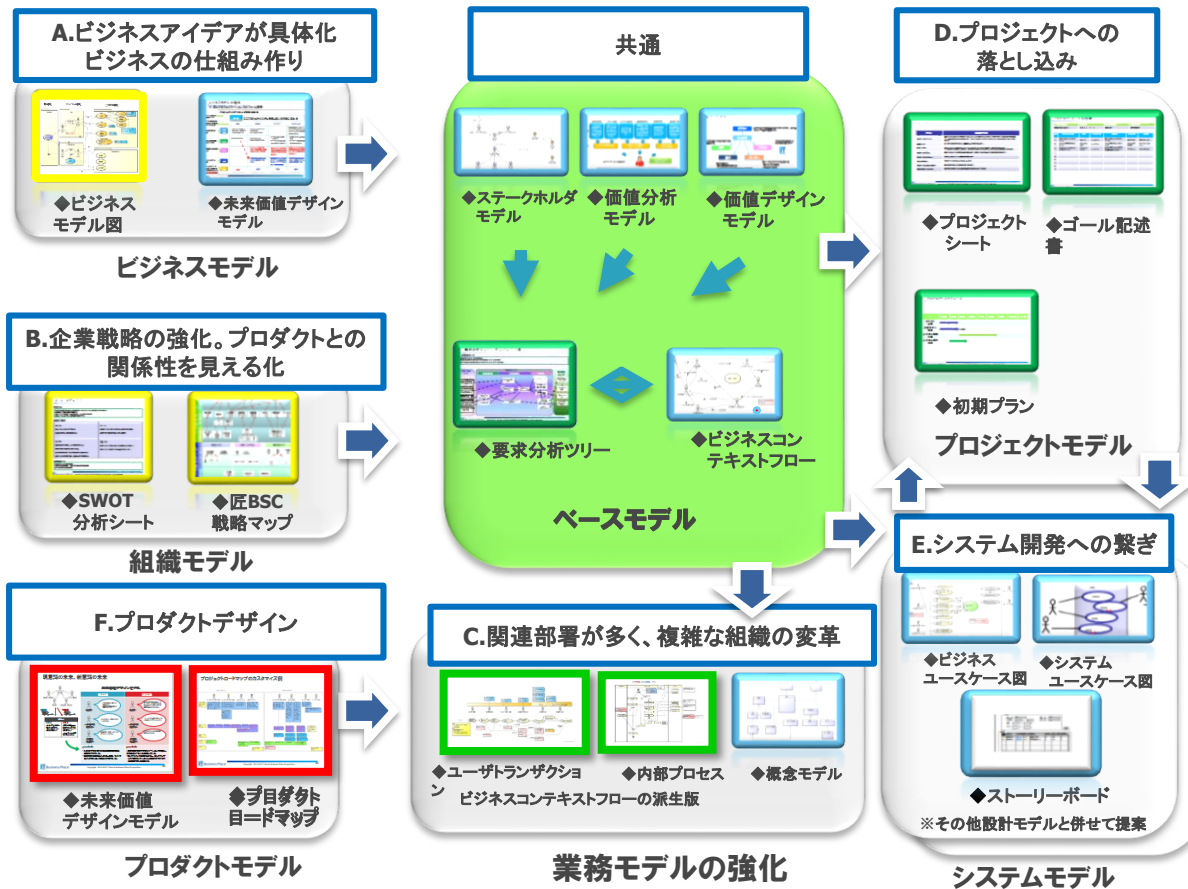


匠Method

中長期的プロダクトとメンバーの成長

匠Method活用体系

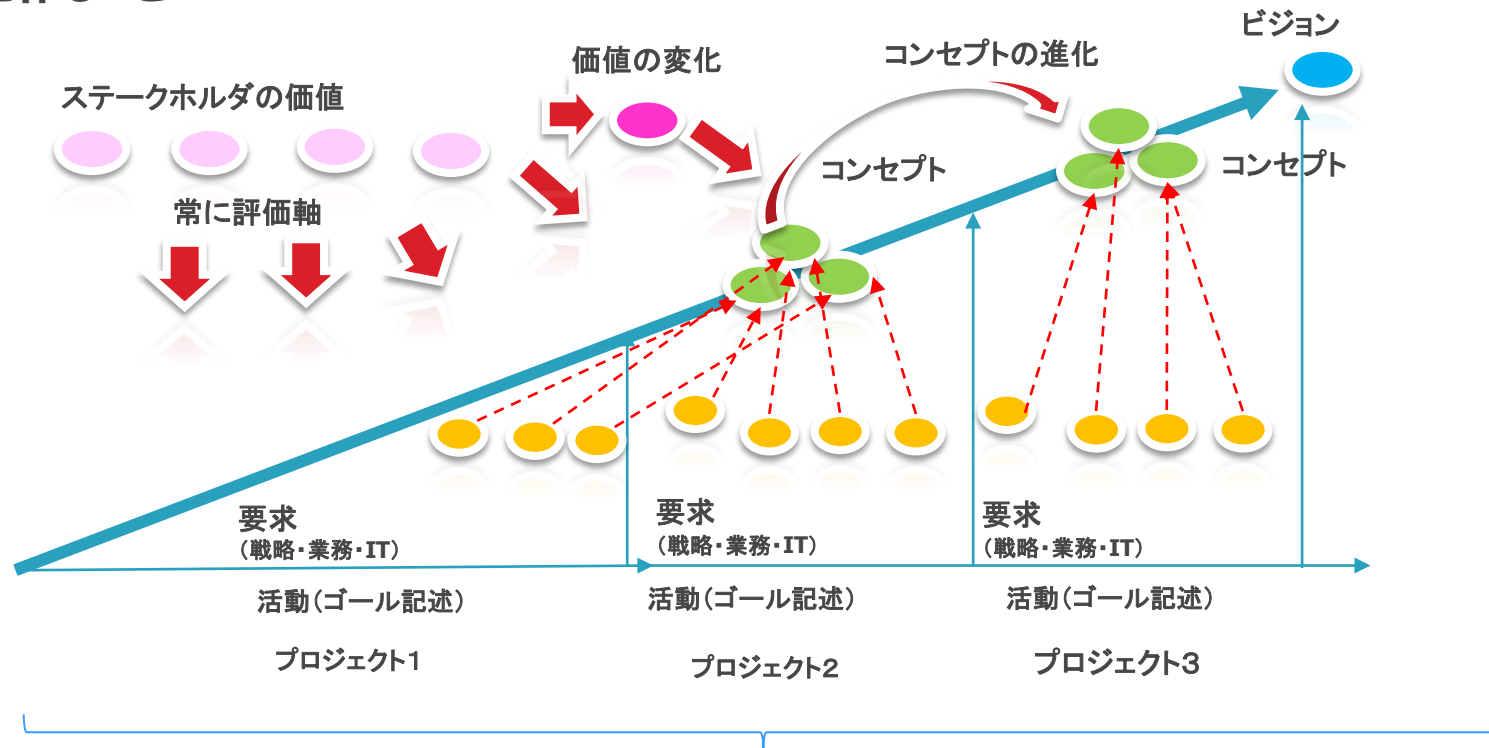
価値創造サイクル(知識体系)は「共通+D」となり、どのプロジェクトも共通部分は同じです。プロジェクトの特性に基づきオプションを追加します。



契約主導、価値主導の開発タイプにより、モデルを変える。アジャイルは価値主導

匠Methodによるプロダクト&プログラムロードマップのデザイン

現状から未来に向けて、行うべきことを時系列軸のある立体的なモデルを作ること



プロダクト・ライフサイクル

プロダクト開発に匠Methodを採用したお客さまの声

- **これまでの慣習から脱却できて新たな発想で製品コンセプトを描けた**
 - － 最も大きな効果でした。これをプロジェクトチームのベーススキルにしたい
- **製品開発サイクルが3年だった製品が1年でリリースできた**
 - － 価値モデルで社内展開が非常にスピーディに進められた
 - － 開発陣の納得感が高まりプロジェクト力が強化された
- **同時にビジネスブレイク(お客様受けが良かった)**
 - － 価値モデルを描き、それを元に同時並行的に社外展開することで、特に海外での受けが良くお客様がすぐ付いたために開発陣も頑張れた
- **匠Methodの最初の活動はたった2日、要求定義が「苦痛から心地良さへ」変化した**
 - － 開発チームでの機能選別が超スムーズ
- **狙いを定めた開発**
 - － 横ばいだったページビューが10倍に(connpass)
- **プロダクトロードマップデザイン力がついた**
 - － 価値モデルと要求モデルを道しるべとして、段階的かつ戦略的にリリースできるようになった

匠Methodビジネスアジャイル ユーザストーリーそして開発へ

価値創造サイクルの効果

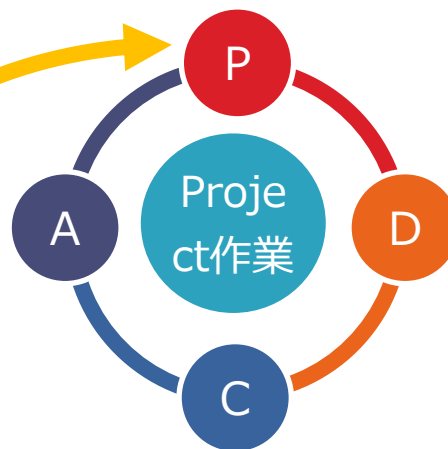
第1のサイクル（価値創造サイクル）

- ・価値を描き・価値共感と価値検証を行う



第2のサイクル(実施サイクル)

- ・価値が高く、実現性が容易なプランの形成



ビジネスに求められるニーズに答える プロダクト開発(ビジネス視点で考える)

素早く立ち上げる



A

短期間の価値創りと短期間の開発

ビジネス価値が検証できている



B

ビジネスの価値は、ビジネスとITのナレッジ共有
の中から創発されるものである

実現性のリスクが少ない



C

実現性のリスク回避はビジネス企画早期段
階で行うおう！

小さく立ち上げて大きく成長



D

スピーディな価値ドリブンの要求(戦略・業務・
IT活用)の見える化と実現をセットとせよ！

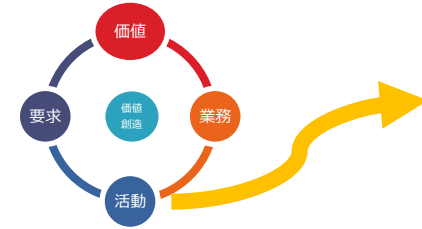
ビジネスの変化に耐えられる



E

ビジネスの俯瞰的観点で、仮説的なモデルをスピーディ
に作り、それを指さししながら迷わずに進め！

価値創造サイクルにより、早期回避するリスク



1. 価値モデルにより

ビジネス価値の関係者への浸透不足 を回避する。 **+UP**

ビジネス価値のデザイン

リスク回避だけではなく、
新しい価値をプラスする！
(前を向く！)

2. 業務モデルの検証プロトにより(ビジネス検証開発)

非実現的な要求 を回避する。

業務のデザイン

3. 価値モデルから要求モデルを作りだすことで、

ビジネス要件の迷走 を回避する。

納得感の向上による、チーム団結力の強化

4. 要求ツリーから要求をトリアージしたプランを立てることで **高付加価値のプロジェクトデザイン**

要求の爆発、無駄なもの作り を回避する。

マイナスイメージを
ゼロにする

実施(開発)サイクルの中で、早期回避すべきリスク

5. 価値創造サイクルのプランを基にイテレーション計画を作ること

要求実現のミスが最後まで分からないこと

を回避する。

6. 段階的开发により

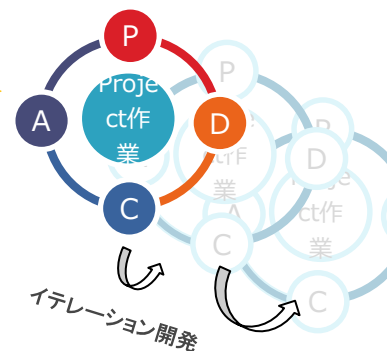
小さくビジネスをスタートできないこと

を回避する。

7. 段階的に開発することでスキルを蓄積し

開発者の不慣れな開発&経験が浅い開発

を回避する。



ビジネスアジャイル

第1のループ（価値創造ループ）

- ・価値を描き・価値共感と価値検証を行う

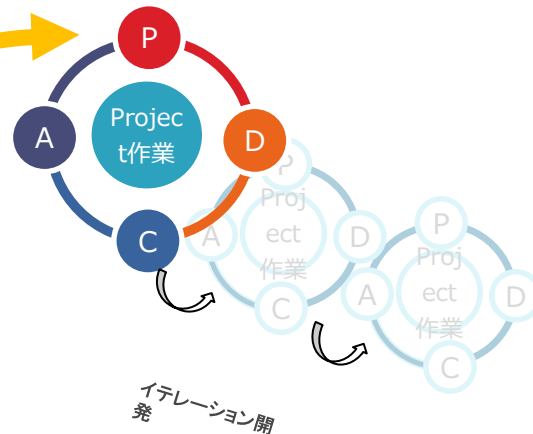


第2のループ（開発ループ）

- ・価値が高く、実現性が容易なプランの形成

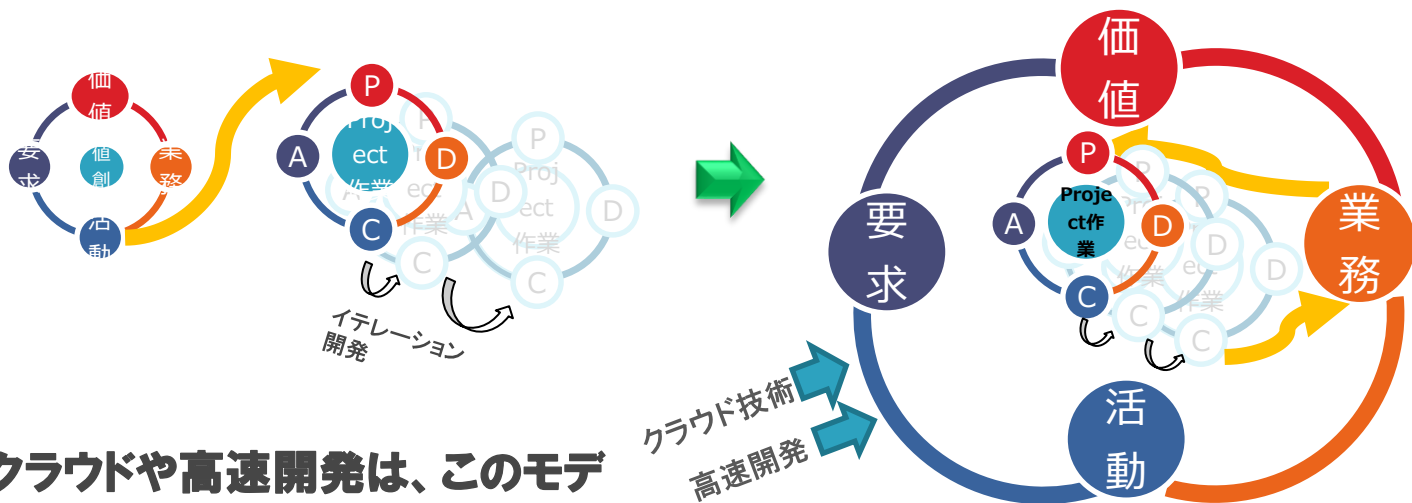
アジャイル開発

- P.イテレーション計画
- D.朝会、開発
- C.振り返り(価値モデルからの検証)
- A.作業改善&価値モデルブラッシュアップ



本来のあるべき姿は、価値創造サイクルの中に、実施(開発)サイクルが内包される姿である。

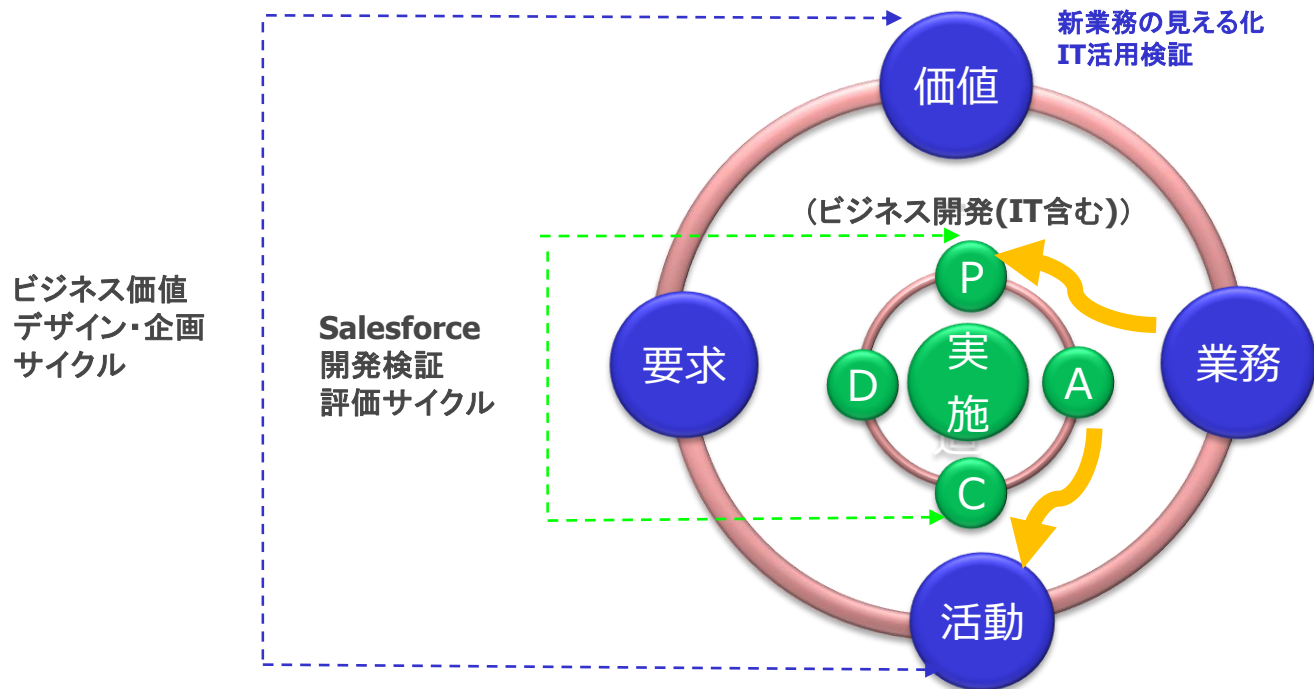
- ・ここに近づけることが理想
- ・しかし、規模の大きな開発は、左のパターンが最適



クラウドや高速開発は、このモデルへの転換の良き追い風となる。

参考 当社 匠Method for Salesforce(TMS)

- TMSにおけるビジネス企画・開発を匠メソッドの価値創造サイクルでイメージすると下記のようになります。Salesforceのような先端的なクラウドソリューションにより、価値創造サイクル中の「業務の見える化」の段階で、IT活用検証および開発が可能となります。
- 価値創造サイクルの中に実施サイクルが内包されるようになり、ビジネス創造と開発を素早く回す究極の開発スタイルを手に入れることができるのです。



価値モデル = > 要求モデル = > システムモデル

(価値モデル)
価値分析モデル
価値デザインモデル



価値方向
への手探り



ビジョン要素

コンセプト要素

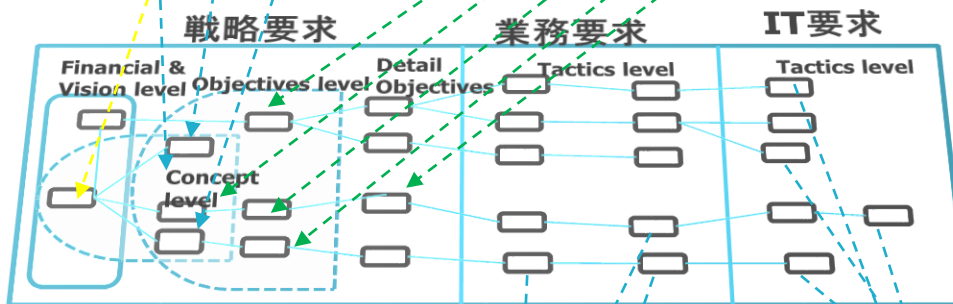
目的要素

価値表現の中の
手段的なシナリオ

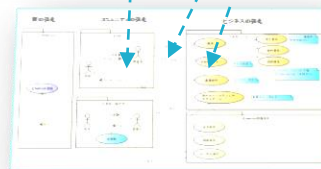
(要求モデル)
要求分析ツリー
・目的と手段の連鎖



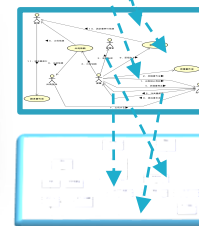
手段方向
への手探り



(システムモデル)
・ビジネスモデル図
or ビジネスコンテキストフロー
・ユーザーストーリー
・ロバストネス図
・概念モデル(クラス図)



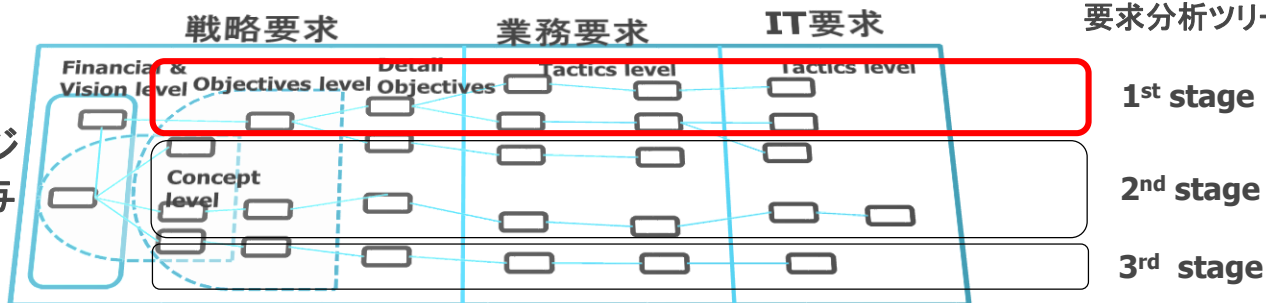
ビジネスモデル図
or ビジネスコンテキストフロー



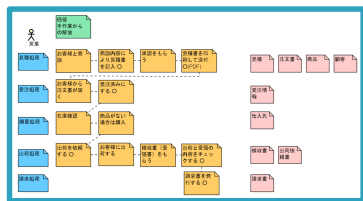
匠Methodによるスピーディなモデルベース開発

(要求モデル)
要求分析ツリー

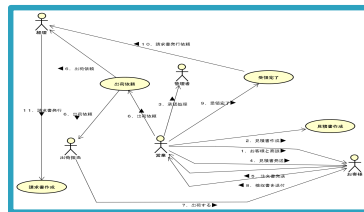
1. 要求を戦略
視点でトリアージ
優先順位の付与



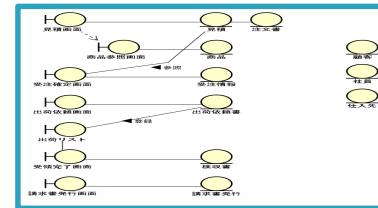
2. ビジネス要求から
ユーストリーを開発
(ITが効果をもたらす
重要なビジネス&業務)



3. ユーストリーから
ビジネスコンテキストフロー
を起こす



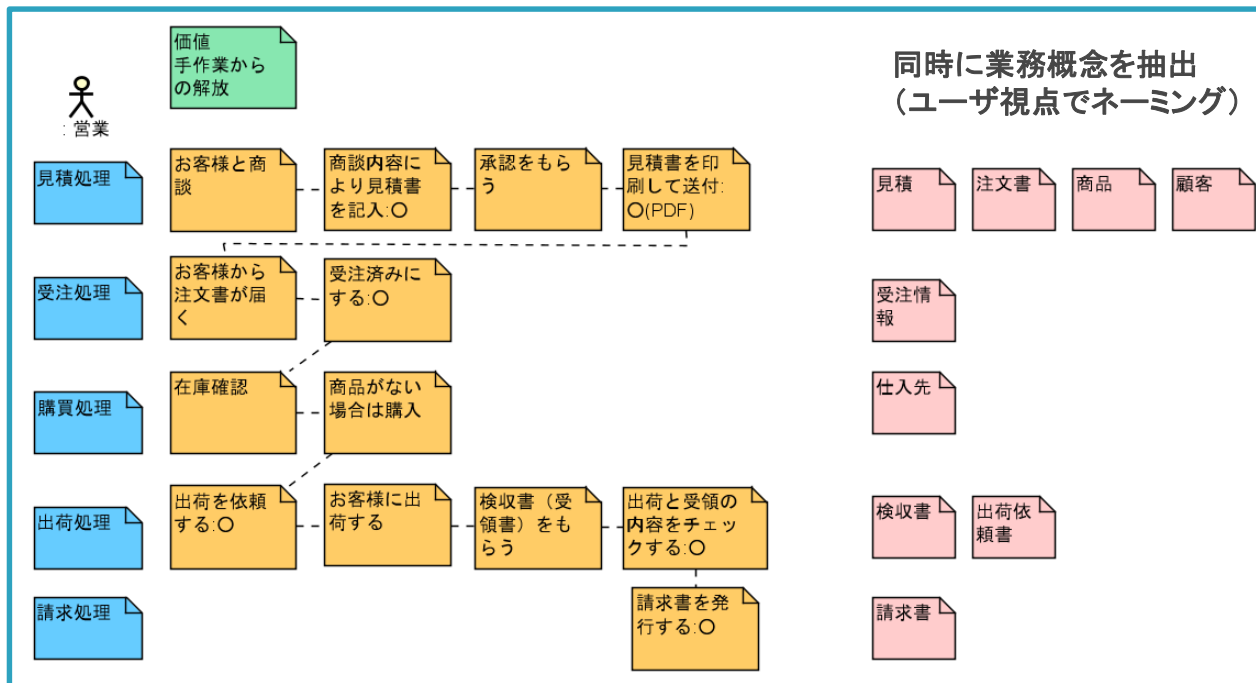
3. 簡略化したロバストネス
図により概念モデルの
構造をラフスケッチする



ビジネス要求からユーザストーリーを開発

簡略化したサンプル図

業務視点での作業の流れ(ToBe)を工程とアクションに分けて、アクションをユーザ視点のストーリーとして記述する(IT化可能な場所にマーク)
ポイント → ユーザストーリーの根拠は価値モデルと要求モデルにある



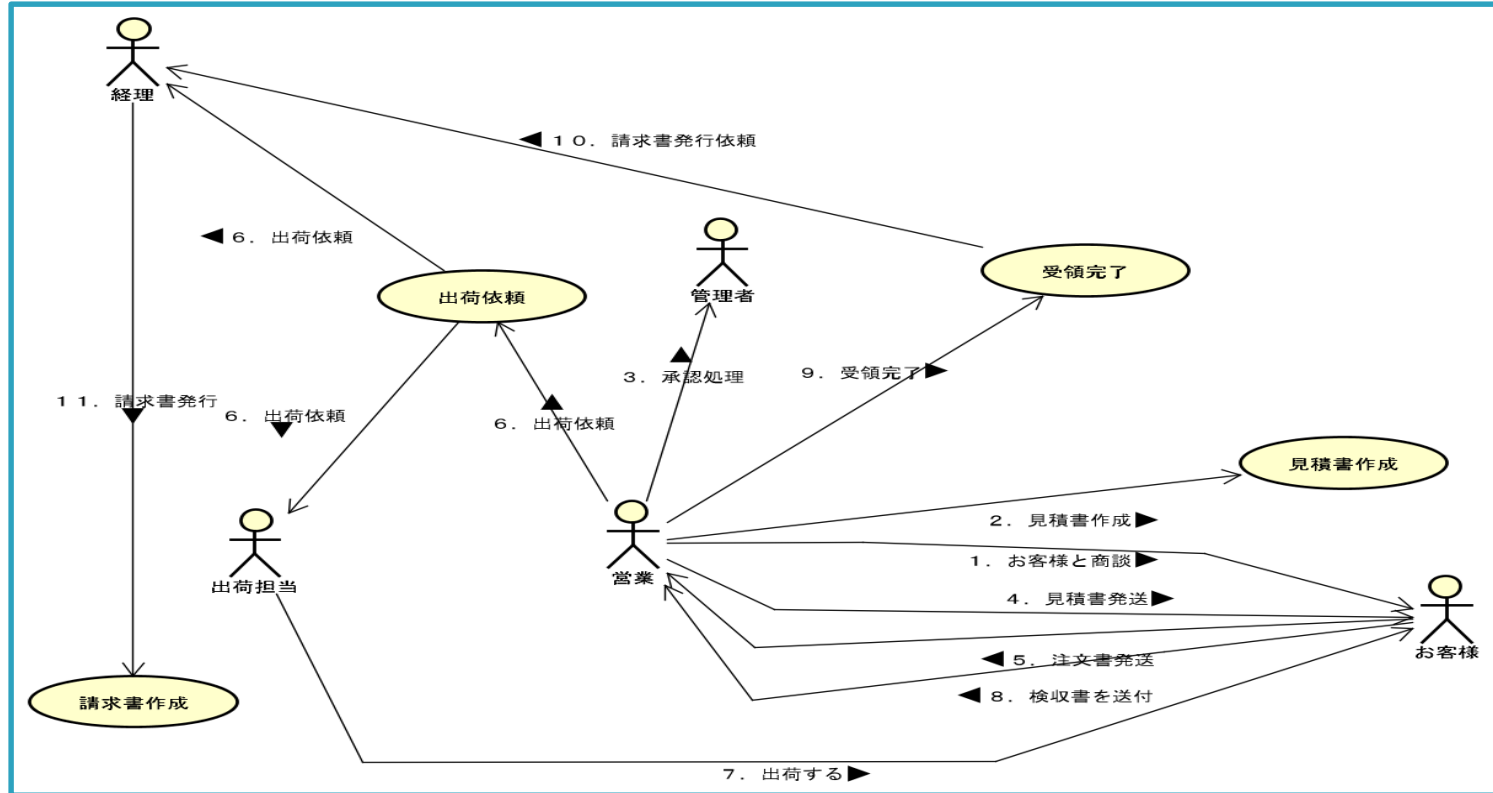
※マークした部分は要求モデルに反映し価値モデルで評価します

※プロダクトバックログの内容からユーザ活用視点に重点を置きスプリント単位を計画します

ユーザストーリーからビジネスコンテキストフローを起こす

簡略化したサンプル図

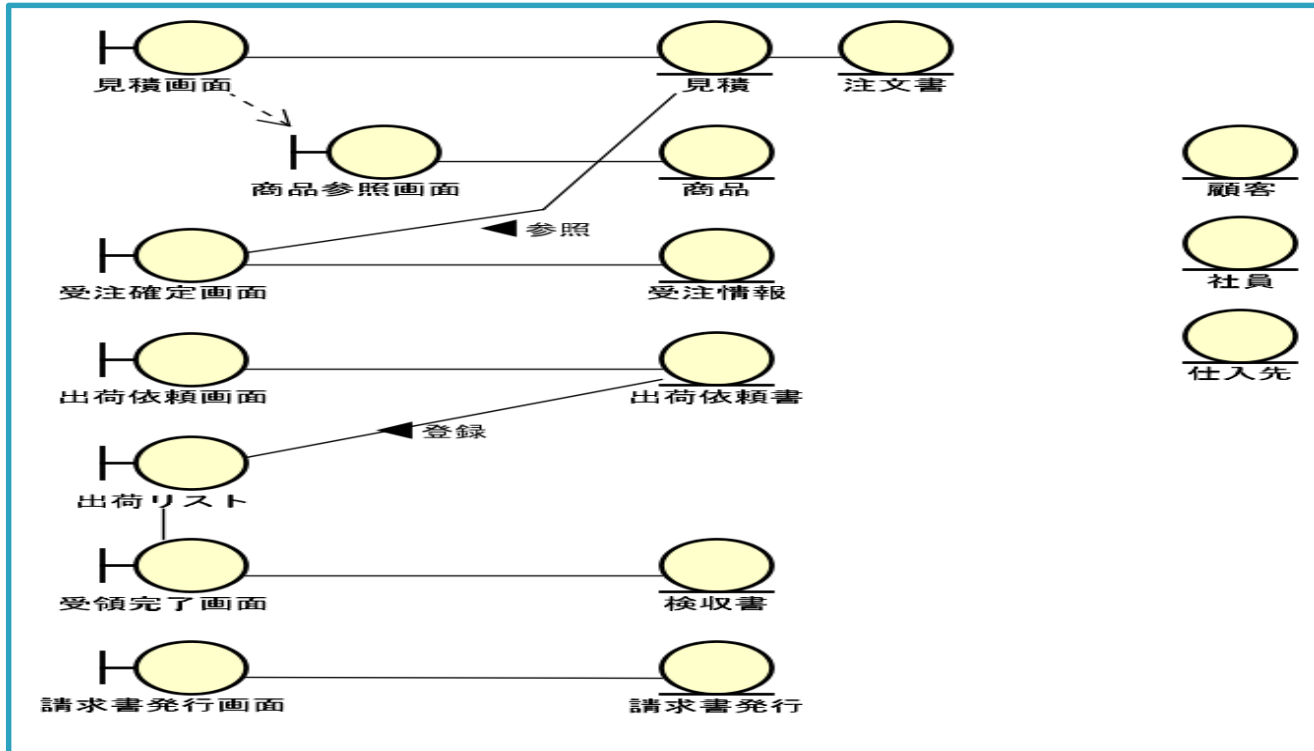
ユーザストーリーを業務モデルとしてビジネスコンテキストフローで表す。
(これは逆にビジネスコンテキストフローからユーザストーリーを起こすこともあります)



簡略化したロバストネス図により概念モデルの構造をラフスケッチする

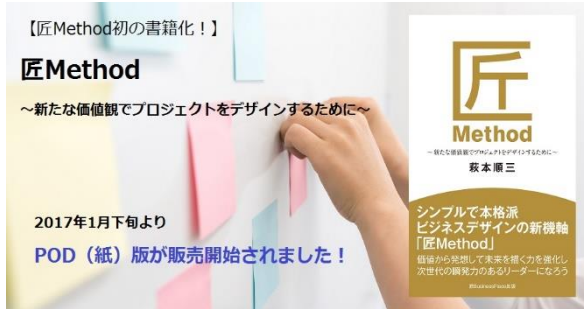
簡略化したサンプル図

これを元に概念モデルを作成します。



お疲れさまでした

<http://www.takumi-businessplace.co.jp/>



匠Method本が
アマゾンで購入可能



匠Methodを使ってビジネスと開発
をチャレンジする社員・募集中です
(匠Method未経験者も募集)

匠には誰もがなれるわけではない
匠を目指そうとするものだけに、その権利は与えられる