

販促部隊に異動して
スクラム開発の
“アリガタミ”を知る



注意！
5分間ノンストップで駆け抜けます！

すごいスピードで駆け抜けますのでご注意ください

文字は後から資料を読んでください。

自己紹介

NECソリューションイノベータ

第三PFソフトウェア事業部

運用管理アーキテクチャスペシャリスト

藤井 直樹



入社から7年程リテール系組み込みデバイス系開発に従事。
大震災により家が半壊し環境も仕事も大きく変化。
デバイスドライバ系男子から運用管理男子への変貌を遂げる。
一昨年にはスクラムマスターとしてスクラムのチームを導き、
無事にスクラムマスターをクビになる。現在は販促を生業とする。

はい、どうでもいいです！
こんな自己紹介とかとばします

短時間なので名前なんて覚えなくていいです！

残り4分で今日伝えたいこと

- 販促屋から見る、ここが変だよスクラムマスター
- 開発から販促へシフトして気が付いた。

実は無駄じゃない〇〇

- スクラムにとって真のクロージャーとは何か

販促屋から見る、ここが変だよスクラムマスター

今、スクラムマスターの貴方に問う。

クロージャーが終わったとき、貴方は
何がチームに残ってほしいのか？
そして、貴方は何を得たいのか。

スクラムマスターを販促屋が分析すると 3種類くらいに分類されるように見える

チーム成長目指しマスター

- チームの障害を取り除く&チームメンバーの成長を促すことを重視するスクラムマスター。
- 気づきを与えるための様々な言葉を操り、チームメンバーからの信頼もとても厚い。

プロダクトオーナーとなかよくしマスター

- 最終的な成果物をよくするためにプロダクトオーナーの意図を理解しチームメンバーに適切な道を案内するスクラムマスター。
- プロダクトオーナーとチームメンバーの架け橋をつなぐので、関係者全員の関係性が強く粘り強いチームが形成される。

成果が目に見えることを重視しマスター

- 常にスプリントボードのToDoやベロシティの値を見つめているスクラムマスター。
- 作業の流れが崩れないように、チームメンバーの進捗の障害をどんどん取り除く。

でも、販促立場から見ると...ちょっと変！

- 終わったときにスクラムマスターのお話を色々聞くと...口をそろえて
「チームが強くなった！」
「みんなで一致団結して完遂した！」

クロージャーで
貴方（スクラムマスター）は
どんな感想を持つのでしょうか？

貴方が作りたかったのは...

「強いチーム？」

「より良い成果物？」

「高いクオリティの製品？」

(どれも正しい回答だと思います)

⇒強いチーム作りたいあなた

とても正しい考え方です！でも、なんか変です。
チームメンバーに恋人でもいます？

⇒クオリティや成果物を重視したいあなた

変です。どの3タイプもクオリティや成果物より
「人を重視」して頑張っているからです。
しかもそれが正しいスクラムマスターの姿。
心とやるべきことが不一致なのです。

個人的にはスクラムマスターは
良い道、良い人、良い関係を作る
みんなのなくてはならないもの。
それでいいと思います。

クオリティや成果物は...
プロダクトオーナーやチームメンバーを
信じてもいいんじゃないかな？

ところが。

実はそんなスクラムマスターにも
成果物やクオリティを向上させる
ちょっとしたいい方法があるのです。

残り2分で今日伝えたいこと

- 販促屋から見る、ここが変だよスクラムマスター
- 開発から販促へシフトして気が付いた。
実は無駄じゃない〇〇
- スクラムにとって真のクロージャーとは何か

開発から販促へシフトして気が付いた。
実は無駄じゃないソバックスログ！

実はバックログこそ宝の山だった！

- 販促する際に思ったよりも便利な武器は
「ユースケースを重視したストーリー」
「ユーザ目線で書いてあるメモ」
- 実はバックログの付箋紙(チケット)こそが
販促をする際にとっても強い武器

販促にバックログをもっと見せて！

- バックログを販促が読むことが出来れば
「あ、こうやって顧客にアピールしよう」
「あのお客さんにはこれが響くかも」
「持ち帰りで回答するって言った内容…
たしかバックログにいいシナリオが…」
⇒終わったバックログもまだ活用できる！

だからバックログを蔑ろにしないで！

- バックログを中途半端な状態で放置
- バックログの内容を間違ったまま放置
- バックログのストーリーが未記入
- etc...

⇒だって、もう誰も読まないし...

なんて言わずに大事に育て上げて！

残り1分で今日伝えたいこと

- 販促屋から見る、ここが変だよスクラムマスター
- 開発から販促へシフトして気が付いた。

実は無駄じゃないバックログ

- スクラムにとって真のクロージャージャーとは何か

スクラムにとって真のクロージャーとは何か

作ったものをアピールしたい

- 販促は誰かに作ったものをアピールすることがお仕事。開発チームが作ったものをもっと、も一っとアピールしたい
(自分で開発して販促する人もおんなじ)
- 販促する人こそ「バックログ」を読むべき
…それっていつ読むんだろう

いつ読むのか...そのベストなタイミング

そうだ、クロージャーで読めばいい！

超提案：クロージャーこそバックログ

- クロージャーとは
「クロージャでは、最終的なデバッグ、マーケティング、販売促進を行う。」(Wikipedia)
- このマーケティングや販促で動く前に
バックログをみんなで見直そうじゃないか！
終わってるものも終わってないものも！

つまり、バックログお焚き上げだ！！！！



- 画像はイメージです

私はここにスクラムのクロー
ジャーに「バックログお炊き上げ供
養」が必要であることを提案する

そして、そのバックログのおかげで
販促活動がスムーズに進むことを
お祈りするのである

ありがたや~

本日のオチ

スクラムマスターよ。

バックログを侮るなかれ！

チームメンバーにバックログの
重要性を説くのです！

そしてクロージャーを終え

おうちに帰りましょう。めでたし。