

School No.1

Mentors School

今日の概要

- › セルフマネジメント
- › キャリアの考え方
- › 情報取集と発信の方法
- › サービス開発
- › アイディアの作り方

導入

講義の初めということで、以下の2つをや
っていこうかと思います。

- › キャリアから考えて自分を売り込みための
サービス開発をする意義
- › どんなものを作りたいかの方針を決める

SELF MANAGEMENT



エンジニアとして生きていく時に意識する事とはなにか？

エンジニアとしてのキャリアを踏み出すにあたって、重要なこと

1. スキルは、所有物であるという姿勢
2. 自分が商品であるという考え方
3. 学び続けなければいけない意識
4. 思想を大切にする

これは、SOFT SKILLSというエンジニアのキャリアについて書かれた本から抜粋したテーマです。

1.スキルは所有物であるという姿勢

- › エンジニアのスキルは世界共通であり、会社に関係なく共通な場合が多い
- › スキルには賞味期限がある。ただし、消費期限はない
- › 人気のスキルや、新しいスキルがある人ほど価値が高い
- › ユニークなスキルは、職も少ないが大きな価値がある

多くのスキル vs 磨き抜かれたスキル

- › スキルは多ければいいというわけではない
 - › 大事なことは
 - › スキルの幅
 - › 風化しない理解

トレンドスキル vs ユニークスキル

- › 人気のスキルは転用がききやすい、ただし価値が高いのは一瞬
- › そのスキルが浸透してきたら、技術を使える人が増えるので市場価値が低くなる。
- › ユニークなスキルは価値が高い、ただしいつまでもその仕事があるとは限らない
- › 少数なので関連する仕事の多くを独占でき単価は高くなる。
- › スキルによる評価は、市場価値が決定する。

2.自分が商品であるという考え方

- › エンジニアは良くも悪くも評価しやすいので、自分の
価値を知っておく必要がある
- › 自分をブランド化する必要がある
- › 自分の作ったものの、所有権を意識する
- › 会社に入ると、自分の販売権の一部を会社に売ると
いうこと
- › 会社にとっての自分を所有するメリットを考える

3.学び続けなければいけない意識

- › 新たなことを学び続けなければいけない
- › そのためにも「自分の中での学ぶ方法」を見につけることが重要
- › 情報収集の方法や情報発信の方法を身につけることが重要
- › 何を学ぶかは適度に考える。
- › 考えすぎると、新しい知識を得るハードルが高くなってしまう。
- › 考えなさすぎると、使わない知識だけを永遠に学んでしまうことになる。

4.思想を大切にする

- › エンジニアはどのように考えるかが重要
- › コードを書くときに何を考えて書くかが大事。
- › スキルに依存しない思想を育てることが重要
- › すぐに身につくが、機会がないと一生身につかない

ASK MORE QUESTIONS

Q&A

GET MORE ANSWERS
Anthony Bourdain



A
C
T
I
V
I
T
Y

自分を商品だと考える

商品にはどんな情報が含まれるでしょうか？

- › 商品名
- › 値段
- › 商品のカテゴリー
- › 商品の説明
- › ロゴ
- › 誰向けの商品か
- › 他製品との比較

太陽の恵みで、いい一日をスタート。

UNITY®

AGURI



ココイン

coco

ミルク200gと一緒に食べれば
カルシウムと鉄が
50%

1日に
必要な量の
9種のビタミンと鉄、
カルシウムが
バランスよく含まれます

145g
NET

200円

栄養機能食品
(カルシウム・鉄)
※生乳100gとミルク200gを一緒に基本に、必要なバランスを。
可食一口分はイメージです。

※販売店(300円+税200円)の場合、栄養素等表示基準値を100%とした場合

A vibrant collage of various sweets, including colorful gummy candies, white chocolate-coated spheres, dark chocolate pieces, and a variety of biscuits and cookies. The colors range from bright yellows and reds to darker chocolates and pastel tones.

THINKING TIME

REVIEW TIME

まとめ

- › 高いエンジニアを雇うには高いコストが必要
- › 必ずしもスキルで人を雇うとは限らない
- › 文章で伝えられる部分と、伝えられない部分を意識する



要するにエンジニアにも営業力が必要

情報収集と情報発信



情報収集



重要性

- › トレンドの技術は分野にもよるが毎年変わっていく
- › 自分の分野だけでなく、他の分野の知識を包括的につける必要がある
- › 様々な分野の考え方が、他の分野に流れ込むことも増えてきた
- › OSSなどの影響で急速に知見がオープンになりつつある
 - › 手に入りやすいし手にしてる人が多い

なにを？

- › 考え方や、概要
- › メリット、何ができるか・できないか
- › 最近のトレンド

どこで？

- › 自分の興味のある分野の話題の技術書はとりあえず買っとく
 - › お金に余裕があれば
 - › 誰が書いたかをよく見るといい
- › 技術書展に出てる本は一読する(安いし、最近の話題が網羅できる)
 - › QIITAの最近の投稿を追う
 - › TWITTERなどで著名人はフォローする
- › 他人のGITHUB上でのアクティビティを見る → 特に他人がつけたSTARはよく見る
 - › 今をときめいてる会社のエンジニアブログ

情報の寿命を考える

- › ブログやQ&Aなどは、長くても半年から1年
- › 本は割と長め(当然分野による)
- › 寿命があるからだめという意味ではなく、
寿命があることを意識しなければいけない
ということ。

情報発信の方法



なぜ？

- › 発信することで自分の整理になる
- › エンジニアの価値をあげることができ
る。→ ブランド化

QIITA

- › 割と気軽に書ける
- › 詳細を書かなくてもいい風潮にある

The logo for QIITA, featuring the word "qiita" in a lowercase, rounded sans-serif font. The letter "q" is enclosed within a magnifying glass icon, with the handle pointing towards the bottom-left and the lens towards the top-right.

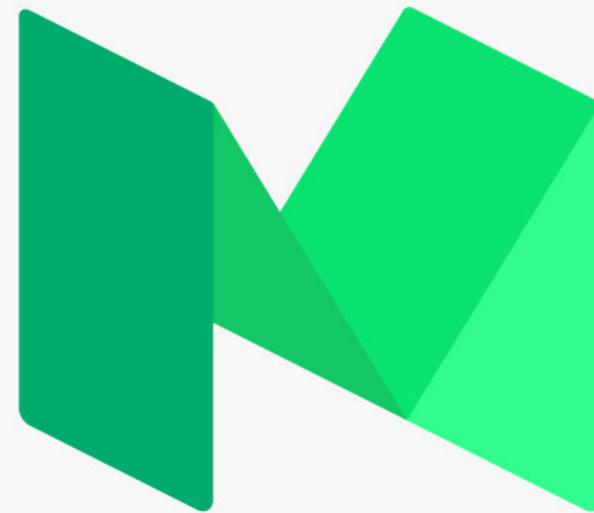
はてなブログ

- › 個人ブログという感じなので、ある程度の更新頻度を保つ必要がある。
- › ヒットする記事の多くは、技術的にニッチなものが多い傾向にある。



MEDIUM

- › 考えや抽象的な記事が多い
- › 誰かに見せるというより整理に近い
- › MEDIUM 自体がそういうコンセプトがある。
- › ニッチな内容が多い
- › サービスの紹介的な OWNEDMEDIA に近い



個人ブログ

- › 自分のブログとして公開することができる
- › ブログなので更新頻度を保たないと、逆に印象が悪くなることがある。
- › また、インターン・就活でそのURLを提示することができる
- › 自分だけの閉じた世界なので、気兼ねなく自分の好きなことを書ける
- › 始めるまでのコストが結構高いから難しい。

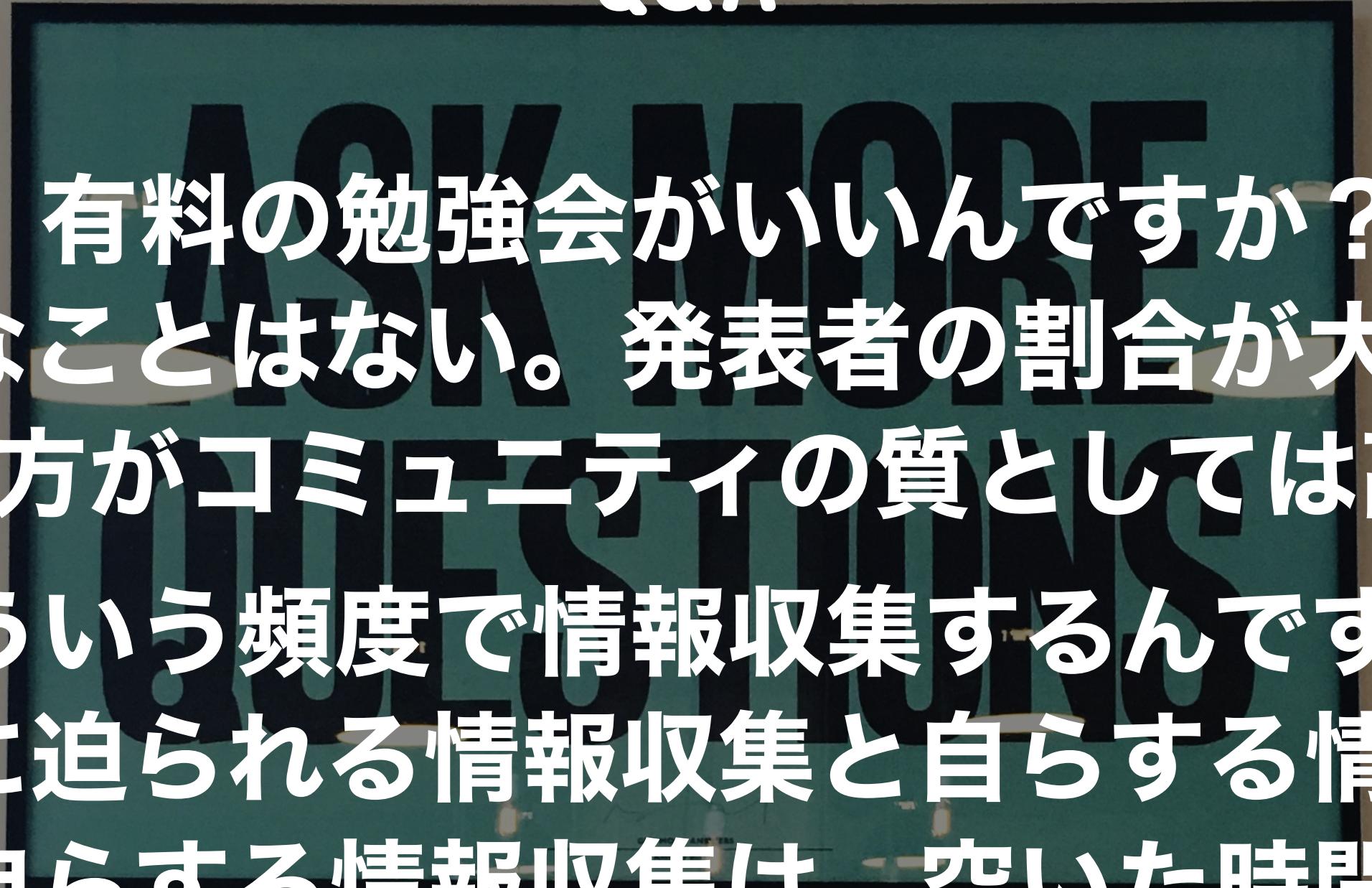
SLACK

- › 最近は言語、コミュニティでOPENなSLACKがある
 - › SLACKだと直接質問ができる
 - › あまり情報が活発ではないものも多い
- › 海外のコミュニティは世界中からの質問があつたりと活発。
- › 日本チャンネルとかもあるので、海外のSLACKチームも見てみるといい。

勉強会

- › COMPASSなどで勉強会情報を探す
- › 勉強会は、参加者のレベルはバラバラ
- › どの勉強会でも自分のレベルはそこまで気にしないでいい
- › 懇親会で積極的に喋った方がいい
- › 発表したほうが楽しい

Q&A

- 
- › 有料の勉強会がいいんですか？
 - そんなことはない。発表者の割合が大きい勉強会の方がコミュニティの質としては高い。
 - › どういう頻度で情報収集するんですか。
 - 必要に迫られる情報収集と自らする情報収集がある。自らする情報収集は、空いた時間に頭に留めておく程度にする。

サステナブル開発



自分を売り込むためのサービスを考える

- › 自分のキャリアについて考える（技術系/マネジメント系）
- › アピールしたいことを明確にする
- › サービスを作ることで成長する

アイデアの作り方

今回は、サービス開発を行う際のアイデア
だしについてお話しします。

ただし、具体的なアイデア出しの方法につ
いては細かく話しません。

アイデア作りの段取り

1. 目的決め
2. 調査
3. アイデア出し

なぜアイデアを出すのか？

サービス開発においてアイデアを出すと
は、そもそもどういう状況でしょうか？
主にサービス開発のアイデア出しのシチュ
エーションでは以下のようなものがあると
思います。

アイデア出しの目的

1. 手元にプロダクトも何もない場合
 1. お金を儲けることが目的
 2. CSRが目的
2. 既にリリースをしている場合
 1. プロダクトを良くすることが目的なアイデア
 2. サービスの方針転換が目的

お金儲けが目的のアイデア

ゴール1：マネタイズ

ゴール2：コストを削減する

CSRが目的なアイデア

ゴール：知名度の向上（名前・技術・思考など）

プロダクトを良くすることが目的なアイ
デア

ゴール：KPIなどの数字を改善することが目
的

サービスの方針転換が目的なアイデア

ゴール：サービスのマネタイズ

調査

アイデアを出すのに必要な調査を行います。

調査では、1で定めたゴールを達成するための調査を行います。

調査のポイント

1. 現在の状況を知ること
2. 課題を見つける
3. ボトルネックを探す

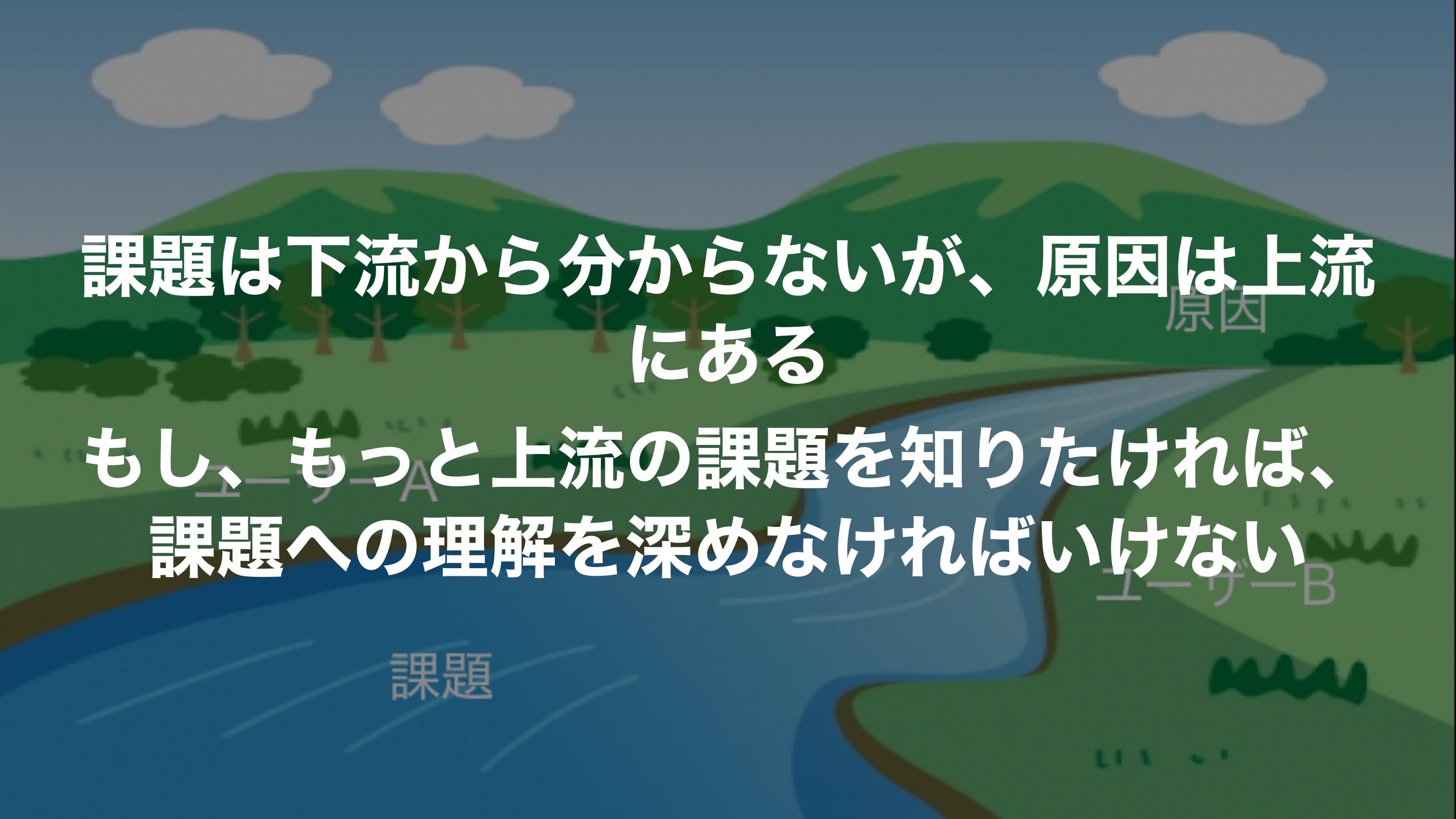


課題

ユーザーA

ユーザーB

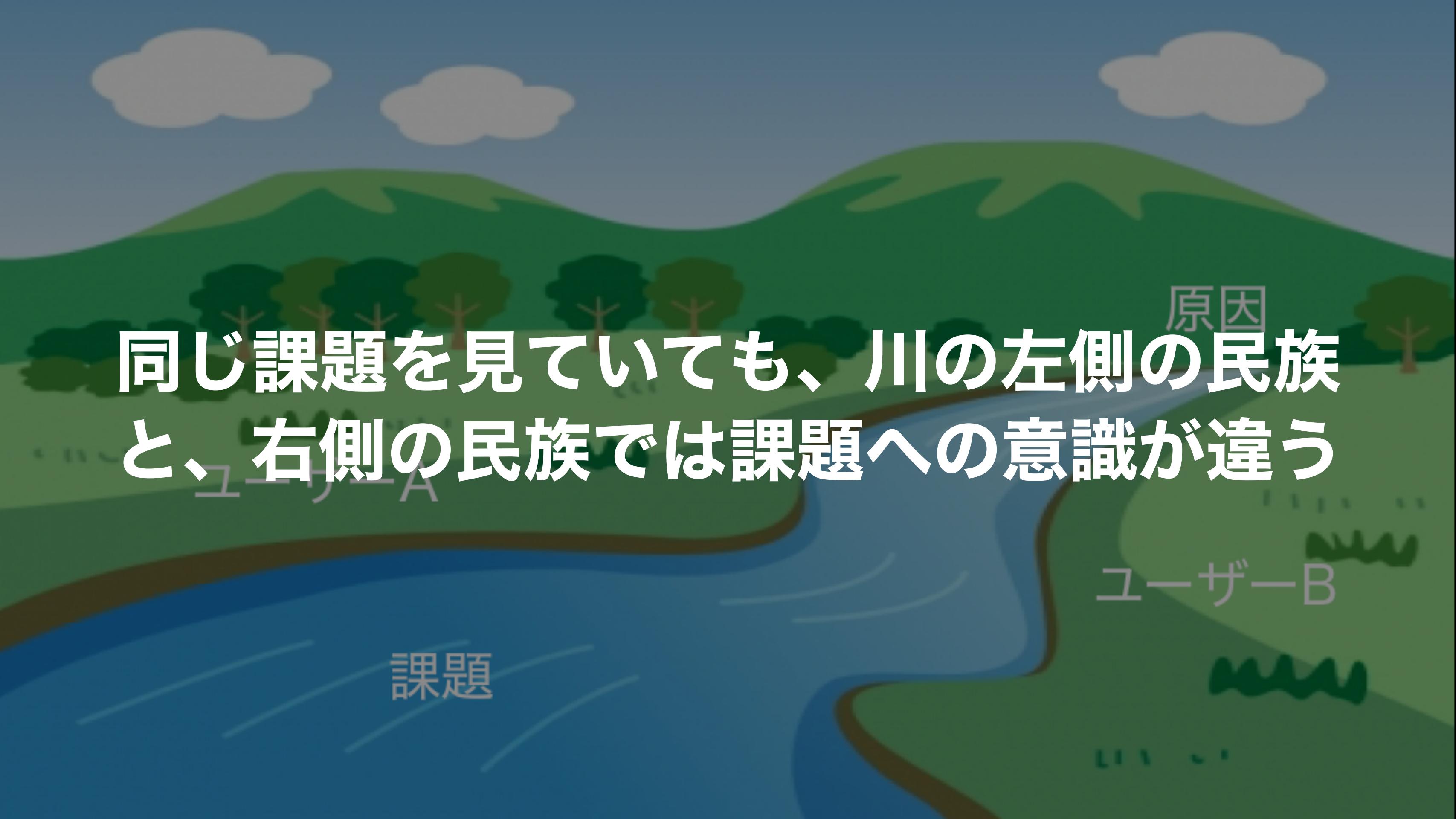
原因



課題は下流から分からぬが、原因は上流
にある

もし、もっと上流の課題を知りたければ、
課題への理解を深めなけばいいけない

課題



同じ課題を見ていても、川の左側の民族
と、右側の民族では課題への意識が違う

課題

原因

ユーザーB

課題への考え方

- › ボトルネックを取り除くだけが解決方法ではない
- › ボトルネックは1つとは限らない
- › 全員を一斉に救おうとしない
- › 課題の見え方は人によって違う
- › 今解決したい課題以外は最低限にしか考えない

アイデア出し

アイデアとは

アイデアとは、課題を解決するための手段

の 1 提案

1 つのアイデアで全ての課題を解決する必

要はない

アイデア出しのポイント

1. 理詰めで出す
2. かけ合わせで出す
3. 置き換えて出す
4. 文化を輸入する
5. 量を出す

1. 理詰めで出す

- › 個々のボトルネックの対処方法を考える
- › 課題をユーザーのペルソナを立てて考える

2. かけ合わせで出す

- > 「良いもの×良いもの」の掛け合わせ
- > 「悪いもの×悪いもの」の掛け合わせ

3. 置き換えて出す

- › 既にあるものを置き換えたものを考える
 - › 置き換えが可能かを考える
- › 現代の人が知らないものを考えるといい
- › 全部置き換えるのではなく、コアな楽しさの部分だけを置き換える

例

- › レゴ → マインクラフト
- › 福笑い → SNAPCHAT
- › お見合い写真 → TINDER

4. 文化を輸入する

課題への考え方はユーザーによって違うため、自分とは全く違う人達が同じ課題に対してどのようにアプローチをしてきてのかを真似する
そして、課題へのアプローチを方程式へと落とし込む
→ アプローチの方法を具体的な策へと落とし込む

5. 量を出す

- › ダメなアイデアから出す
- › 何よりも1つ目を出すのがとても重要
- › 毎回深掘りをしない
- › 具体的に落とし込む前に量を出す。

例

ご飯のお店を提案する時にマックや相手がないと思っているものから提案することでその後の建設的なアイデアを引き出したり。
まずは1つめをなんでもいいから出すことが重要。

シンプルにアイデアを出す

マインドマップを使ったアイデア出し

[HTTPS://COOGLE.IT/](https://coogle.it/)

アイデアをまとめる

アイデアを人に伝えるために文章や絵として整理する

[HTTPS://WORKFLOWY.COM/](https://workflowy.com/)



ACTIVITY

実際に3ヶ月を目標に、自分を最も売り込む
ためのアイデアを目的に新規に考えましょ
う！

今回は使用する技術から詰めていくことで
アイデアのスコープが狭まります

レビュータイム
できた人から個別にレビューしていきます

