



THE
RDCLツールキット
FOR VISION-DRIVEN PRODUCTS

v2.0.0
www.radicalproduct.com

Licensed CC BY-SA 4.0



日本語版：カタパルトスープレックス
www.catapultsuplex.com

ツールキットの内容



ビジョンデベロップメントワークシート

4-7

空白を埋めるだけのシンプルなワークシート。あなたのビジョンをフェーズに分けてみましょう。何が競争力につながりますか？何があなたとチームに響いてきますか？



RDCLストラテジーキャンパス

8-11

ファンクションをまたがる戦略策定ツールです。ビジョンを達成する様々な戦略づくりに役立ちます。ユーザー、マーケティングデザイン、エンジニアリング、セールスなどへのインパクトを理解できます。



ビジョン／事業継続性テスト

12-15

シンプルな四マスのマトリックス。ビジョンと事業継続性を軸に様々な戦略的なアプローチを評価することができます。



インプリメンテーションロードマップ

COMING SOON

16-20

ロードマップのテンプレート。戦略的なゴールを達成するための行動計画、仮説、目標数値をデザインすることができます。

ツールキットの使い方

1 ビジョンを策定して繰り返し評価する

ビジョンデベロップメントワークシートを使ってプロダクトのビジョンを説明します。これは三つのワークシートで構成されています。チームメンバーはそれぞれ違うワークシートで作業することができます。そして、一つのバージョンを一緒に作ります。三以上のチームメンバーがいる場合は二つのグループに分かれて作業してください。

この段階では洗練された表現でなくとも大丈夫です。むしろ「ソースコード」だと考えてください。リーダーシップチームやマーケティングチームがターゲットとするメディアやオーディエンスにさいてきなかたちで「コンパイル」してくれるはずです。

2 様々な戦略オプションを探る

RDCLストラテジーキャンバスを使ってクリエイティブにビジョン達成までの道のりを複数探っていきましょう。何が解決すべきペインポイントとなる課題でしょうか？プロダクトはどのようにデザインされるのでしょうか？会社はそれを提供するためにどのようなケイパビリティを準備しなければいけないのでしょうか？そのプロダクトはいくらでどのように売られるべきでしょうか？

このツールキットには三枚のRDCLストラテジーキャンバスが用意されています。複数の（コンフリクトがある可能性もある）アプローチを考えてみましょう。どのように複数のアプローチを選ぶでしょうか？

3 ひとつの戦略に絞る込む

ストラテジーキャンバス一枚につきひとつの**ビジョン／事業継続性テスト**を記入します。ストラテジーキャンバスからアイテムをビジョン／事業継続性テストに書き写してください。ビジョンデベロップメントワークシートのビジョンとの親和性を考慮してください。また、売上や利益の面での事業継続性も考慮してください。完成したらそれぞれのビジョン／事業継続性テストのワークシートを比較してください。ビジョンと事業継続性のバランスが最もとれている戦略を選びましょう。

4 実行準備と計測

COMING SOON

戦略の定義ができたので、**インプリメンテーションロードマップ**を使ってゴールを達成するための実行戦略を立てます。この段階でマーケティング、デザイン、エンジニアリング、営業などそれぞれの専門分野の人たちとコラボレーションすることをお勧めします。

どのような行動計画が必要でしょうか。その行動によってどのような結果がもたらされるでしょうか。そして、そのインパクトはどのように計測できるでしょうか。

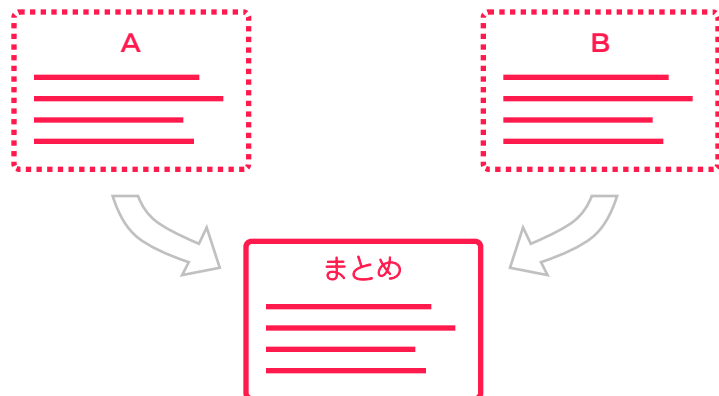


ビジョンの策定

解説

このセクションには三枚のビジョンデベロップメントワークシートが含まれます。最初の二枚は個人またはチームが二手にわかれてそれぞれ作成します。それぞれのビジョンデベロップメントワークシートを比較して、三枚目の「まとめ」ワークシートにまとめます。細かな言い回しではなく、大きなアイデアにフォーカスしてください。洗練させることは後でできます。

一人で作業しても大丈夫です。一人で二つのビジョンを作ってみましょう。二つを比較して、自分の中で最もしっくりするものを一つにまとめてみましょう。



「よいビジョン」とは？

よいビジョンはあなたのことではありません — あなたが起こってほしいと考える変化のことです。よいビジョンはリーダーシップ、チーム、顧客をひとつの線でつなげます。優れたビジョンは以下の三つの要素があります：

課題中心：

よいビジョンは解決すべき課題からはじまります。たとえばあなたではない別の誰かがそれを解決しても、あなたは（すこしは）うれしいはずです！

顧客と共有できる：

よい戦略はチームと顧客の間で共有ができます。「マーケットリーダーであるためには…」からはじまるビジョンはあまりいいビジョンではありません。顧客にはそんなこと関係ありません。課題を解決してほしいだけです。

結果が鮮明：

よいビジョンは課題が解決された結果が鮮明に描かれています。課題が解決された後の世界がどのような状態なのか、なるべく詳しく書いてください。

ビジョンデベロップメントワークシート

チーム A

現在、

カスタマーセグメント

が

行動や結果

したいとき、

彼らは

現時点でのソリューション

します。

これは耐え難いことです。
なぜなら、

現時点でのソリューションの欠点

私たちは

課題が解決された世界

を望みます。

私たちは

技術やアプローチの概要

で実現します。

ビジョンデベロップメントワークシート

チーム B

現在、

カスタマーセグメント

が

行動や結果

したいとき、

彼らは

現時点でのソリューション

します。

これは耐え難いことです。
なぜなら、

現時点でのソリューションの欠点

私たちは

課題が解決された世界

を望みます。

私たちは

技術やアプローチの概要

で実現します。

ビジョンデベロップメントワークシート

「まとめ」バージョン

現在、

カスタマーセグメント

が

行動や結果

したいとき、

彼らは

現時点でのソリューション

します。

これは耐え難いことです。
なぜなら、

現時点でのソリューションの欠点

私たちは

課題が解決された世界

を望みます。

私たちは

技術やアプローチの概要

で実現します。



戦略オプションの評価

解説

このセクションには三枚の**RDCL**ストラテジーキャンバスが含まれます。それぞれビジョンを達成するための異なるアプローチを表現してください。また、それぞれのキャンバスで以下のプロダクト戦略上の要素を検討してください：



ペインポイント：そのプロダクトはどのようなリアルな課題を解決しますか？その課題を持っているのは誰ですか？



デザイン：ユーザーが目にする最も重要なフィーチャーやコンポーネントは何ですか？それはどのような感情をユーザーにもたらしめますか？



機能：どのようにそのフィーチャーをユーザーに届けますか？どのような技術、専門性、データ、パートナーシップや機能を開発する必要がありますか？



ロジスティック：その製品はどのようにユーザーに届けられますか？どのようにサポートしますか？どのように支払いますか？サブスクリプションですか？



いま、つぎ、あとで：多くの場合、ビジョンは一つのステップだけで達成することは困難ですし、それはとてもいいことです。一気に達成するにはやるが多すぎると感じる場合はフェーズに分けることができます。ストラテジーキャンバスではオプションとして「いま」「つぎ」「あとで」という三つのフェーズに分けることができます。その必要がある場合このオプションを使ってみましょう。

リアル = 検証された + 価値がある

「リアルな課題」を見つけるのは難しいです。課題が「リアル」とでキャンバスに含めるには以下の条件が必要です：

検証されている：

その課題は対象となるユーザーに実際にあることが検証されている。検証にはユーザーの観察やインタビューが有効です。

価値がある：

その課題はユーザーにとって大きいため、それを取り除くためなら喜んで対価（金銭や時間）を支払う。調査で調べることもできますが、実際にテスト販売をすることにより確実にわかります。

RDCLストラテジーキャンバス

ストラテジー1



いま



つぎ



あとで



ペインポイント

あなたのプロダクトが解決するリアルな課題



デザイン

インターフェース、機能、ブランド、トーン



機能

実現するための技術、アセット、データ、パートナーシップ



ロジスティック

価格、調達、設置、サポート

ビジョンの達成

RDCLストラテジーキャンバス

ストラテジー 2



いま



つぎ



あとで



ペインポイント

あなたのプロダクトが解決するリアルな課題



デザイン

インターフェース、機能、ブランド、トーン



機能

実現するための技術、アセット、データ、パートナーシップ



ロジスティック

価格、調達、設置、サポート

ビジョンの達成

RDCLストラテジーキャンバス

ストラテジー 3



いま



つぎ



あとで



ペインポイント

あなたのプロダクトが解決するリアルな課題



デザイン

インターフェース、機能、ブランド、トーン



機能

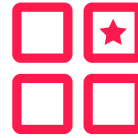
実現するための技術、アセット、データ、パートナーシップ



ロジスティック

価格、調達、設置、サポート

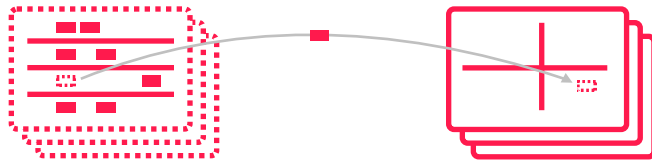
ビジョンの達成



検証して戦略を選ぶ

解説

このセクションには三枚の**ビジョン／事業継続性テスト**のワークシートを含みます。一枚のRDCLストラテジーキャンバスが一枚のビジョン／事業継続性テストのワークシートに対応します。



それぞれのRDCLストラテジーキャンバスから対応するアイテムをビジョン／事業継続性テストのワークシートに移していきます。移す位置は以下に基づきます：

↑ **ビジョンフィット**：それを実行することでビジョンに近づきますか？ビジョン開発ワークシートを参考に決めてみましょう。

↔ **事業継続性**：それは売り上げを上げますか、またはコストを下げますか？それを実行することで事業継続性を高めることができますか？

すべてのRDCLストラテジーキャンバスをビジョン／事業継続性テストにかけたら、どの戦略を選ぶのかチームで話し合いましょう。ビジョンに対して投資をする必要がありますか？いくつかの四半期をやり抜くために「ビジョンの負債」を抱える必要がありますか？

この作業は議論をはじめるためのもので、終わらせるためではありません。

ビジョンの負債

「ビジョンの負債」は開発における「技術の負債」に似ています — 課題を解決するために簡単なハッキングをすることでスピードを得ますが徐々に技術基盤に負債を溜めていきます。「技術の負債」が増えすぎるとプロダクトは安定しくなくなります。「ビジョンの負債」が増えるとぷろだくとはほうこうせいをうしないます。

よい開発はこのような「技術の負債」をトラッキングして必要に応じて技術の負債を払っていきます。「ビジョンの負債」にもおなじことが必要です。中間的なゴールを達成するためにゴールから少し離れることもあります。そのような「ビジョンの負債」を記録しておきましょう。「ビジョンの負債」が蓄積されたらそれをチームの間で話し合いましょう。そして「ビジョンの負債」をどのように払っていくのかを決めましょう。

ビジョン／事業継続性テスト

ストラテジー 1

ビジョンへの投資

ビジョンとフィットしているが、事業継続性が低い。ここに位置する多くは投資が必要で、資金がない場合は調達が必要になります。

ホームラン

ビジョンと事業継続性の両方にフィットしている。もしここに沢山のアイテムがあるのであれば、必勝の戦略を描ける可能性が高いです。

危険地域！

ビジョンフィットがなく事業継続性もない。将来的に価値のある機会を生み出さない限り避けるべき。

「ビジョンの負債」を溜める

事業の継続性はあるもののビジョンとフィットしない。ここにあるアイテムは将来的に支払わなければならない「ビジョンの負債」をかかえることになります。

ビジョン／事業継続性テスト

ストラテジー2

ビジョンへの投資

ビジョンとフィットしているが、事業継続性が低い。ここに位置する多くは投資が必要で、資金がない場合は調達が必要になります。

ホームラン

ビジョンと事業継続性の両方にフィットしている。もしここに沢山のアイテムがあるのであれば、必勝の戦略を描ける可能性が高いです。

危険地域！

ビジョンフィットがなく事業継続性もない。将来的に価値のある機会を生み出さない限り避けるべき。

「ビジョンの負債」を溜める

事業の継続性はあるもののビジョンとフィットしない。ここにあるアイテムは将来的に支払わなければならない「ビジョンの負債」をかかえることになります。

ビジョン／事業継続性テスト

ストラテジー3

ビジョンへの投資

ビジョンとフィットしているが、事業継続性が低い。ここに位置する多くは投資が必要で、資金がない場合は調達が必要になります。

ホームラン

ビジョンと事業継続性の両方にフィットしている。もしここに沢山のアイテムがあるのであれば、必勝の戦略を描ける可能性が高いです。

危険地域！

ビジョンフィットがなく事業継続性もない。将来的に価値のある機会を生み出さない限り避けるべき。

「ビジョンの負債」を溜める

事業の継続性はあるもののビジョンとフィットしない。ここにあるアイテムは将来的に支払わなければならない「ビジョンの負債」をかかえることになります。



インプリメンテーションの計画

This section coming soon!