Chapter1 アジャイル開発の世界　Output

◆進化するIT企業「ソフトウェアを取り巻く環境➀」

◎成長し続けるIT市場

ソフトウェア業の年間売り上げ高

経済産業省

特定サービス産業実体調査報告書

https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/tokusabizi/result-1.html

によれば

平成２５年 【139,282億】円

平成３０年 【148,401億】円

売上げの背景として

・【インターネット】の普及による【消費者行動】の変化

・決済の【電子化】

・ポイントカードの【アプリ化】

・紙とハンコによる手続きが【ペーパーレス化】

◎DX（デジタルトランスフォーメーション）への注力

DXの定義

提唱年：【２００４】年

提唱者：スウェーデンのウメオ大学　【エリック・ストルターマン教授】

・ITを【道具】として活用するだけでなく、ITにより【ビジネスや生活】を変革させていくこと

・DXが実現するのはITを前提とした新しい【プロセス】や【ビジネス】

◎ITを中心に変化するビジネス環境

音楽配信サービスの普及やカーシェアビジネスの拡大からわかるように、消費者の行動は【所有】（音楽CD、クルマ）から【サービス利用】（音楽ストリーミング、カーシェア）へとシフトしている。

こういった変化の原動力となっているのが【IT】の普及である。配信システムやシェアリングの管理は【IT】なしに成立することは難しい。

【IT】がビジネスの中心となる流れは今後も続き、その変化の流れも早くなっていく。

◆ビジネスモデルの変化「ソフトウェアを取り巻く環境➁」

インターネットと携帯端末の普及によりソフトウェアの【ビジネスモデル】が変化している。

具体的には、【サブスクリプションビジネス】の台頭。

【サブスクリプション】とはビジネスモデルの一種で、顧客が【サービスや商品】の利用期間に応じて料金を支払う方式。

◎「売り切り型」開発からの脱却

従来のソフトウェア開発

【リリースする】ことがゴール

👇

現在

【インターネット】の普及により、リリース後の【アップデート】が可能となった。

👇

【ユーザの反応】をプロダクトに反映しながら【改善】し、ビジネス価値を向上させ続ける必要がでてきた

◎サブスクリプションビジネス

【サブスクリプション】とはビジネスモデルの一種で、顧客が【サービスや商品】の利用期間に応じて料金を支払う方式。

サブスクリプションのメリット

ユーザ側

自分にとって必要なサービスであるか見極めるための【コスト】が小さい

提供側

サービスをユーザが気に入れば【継続的】な収入源となる

提供側に求められること

サブスクリプションビジネスでは【ユーザー体験の向上】、追加機能といった【継続的】なサービス向上が求められていく。

◎UX（ユーザー体験）の追求

UXの定義

ユーザーが【サービス】を利用して得られる【体験】

👉UXとUIの関係

図

◎ユーザーにとって必要なソフトウェアであり続けるために

・ソフトウェアのビジネスは【売り切り型】から【継続的に価値を提供し続ける形】へ変化している

👇

・ユーザにとって必要なソフトウェアであり続けるために【リリース後】に開発を継続、サービス向上していくことが必要

・「今市場に求められているソフトウェア」を【タイムリー】に市場へ届けることが必要

👇そのために

・タイムリーな開発を実現するためには【企画と開発】が一体となりユーザにとって【価値ある】ものを創造していくことが必要

👉ユーザの期待に応えられる組織

図

◆見えるソフトウェア、見えないソフトウェア「さまざまなソフトウェアの形」（P22）

◎「見えるソフトウェア」とは？

「見えるソフトウェア」の定義

ユーザが【直接触ること】ができるソフトウェア。

例えば、Webシステムにおける「【フロントエンドアプリケーション】」

👇

厳しい競争にさらされているため、サービス自体を【改良し続けていく】ことが求められる

◎「見えないソフトウェア」とは？

「見えないソフトウェア」の定義

【サービス提供者側】が管理するサーバ上で動作する、【ユーザー】が直接には触れることがないソフトウェア。

例えば、Webシステムにおける「【サーバサイドアプリケーション】」

◎サービス向上はシステム全体で実現する

【見えるソフトウェア】と【見えないソフトウェア】を１つのシステムとして捉え開発していくことが必要

👉見えるソフトウェアと見えないソフトウェアでシステムを形成

図

◆ユーザとソフトウェアの関わり「SoR、SoE、Sol」（P24）

◎顧客とエンゲージメント獲得の重要性

EC（【電子商取引】。Amazon、楽天など）のように【エンドユーザー】と直接やりとりをし、その関係性をはぐくんでいくようなシステムでは、エンゲージメント、すなわち「【つながり】」を得ることが大切

👇

エンゲージメントを強化するためには、【顧客の課題】に基づいた解決策を提示し、実際に利用したユーザから【フィードバック】をもらい、ソフトウェアを改良していく　⇒　SoE（【Systems of Engagement】）

◎安定と信頼が求められるシステム

【安定性】、【信頼性】が求められるシステムはSoR（【Systems of Records】）と呼ばれている

👉SoEとSoRの違い

図

◎顧客インサイトを考察しよう

顧客インサイトとは

エンゲージメントを高めるための重要な手段の１つが、【ユーザの声を直接聞く】こと

👇

【ユーザ自身】が気づいていない本音や動機をサービス利用に結びつける

👇

顧客インサイト

👉顧客インサイト

図

◎顧客インサイトを得る仕組み

SoI（【Systems of Insight】）

実際に顧客がとった【行動】の分析を行い、とるべき【行動】を示す仕組み。

SoE

ユーザがどう操作したかなどの記録を直接得ることができる

SoR

サービス利用者全体の傾向などを分析することができる

【SoE】、【SoR】双方から得られるデータをもとに【SoI】で分析を行い、ユーザに対して【新しい価値】を提供していく

👉SoE、SoR、SoIの関係

図