

サイボウズの アジャイル・クオリティ

よりよい価値のあるソフトウェアを
提供し続けることをめざして

アジャイル・クオリティチーム 永田

講義のコンセプト

- クオリティ・品質という言葉を理解した状態になる
- サイボウズのアジャイルクオリティの心を理解した状態になる

よりよい価値のあるソフトウェアを
提供し続けることをめざして

品質って何だろう

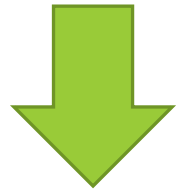
品質・クオリティは誰かにとっての価値？

品質は誰かにとっての価値である。

誰か＝使っていただいているお客様

[価値]

- ・ サービスを使って満足している
- ・ 今後も使っていこうと思っている
- ・ もうこれなしでは仕事はできないと感じている
- ・ 効果の実績が出ている



その[価値]の対価として、お金をいただいている

価値は、人さまざま



基本機能は変わらない

4つのタイヤ
エンジン・モーターで駆動する
走る・止まる・曲がる

移動手段

荷物運搬

げた替わり

走る喜び
加速感

乗り味

ドアの閉まる音

ステータス

静粛性



ロレックスはなぜ売れる



人は、機能だけで価値を決めていない

1000万円を超えるトゥールビヨン





さて、
これは、いくら値を付けます？

私たちが売っているものは、ソフトウェアという形がないロジックにより提供されるサービスの“価値”です。

皆さんは、その[**価値**]の対価として、お金をいただいてる、プロフェッショナルです

お客様にとっての価値＝品質

品質が良い悪いという評価は
誰ができるのでしょうか？

お客様

では、どんどんデリバリして、お客様に使ってもらえば
品質がいいかわかるじゃないか
悪ければ、すぐ直してすぐデリバリすればいい

お客様にとっての価値＝品質

では、どんどんお客様にデリバリし、
直すところがあれば、
すぐに直して素早くデリバリしよう



CI/CD
Continuous Integration
Continuous Delivery

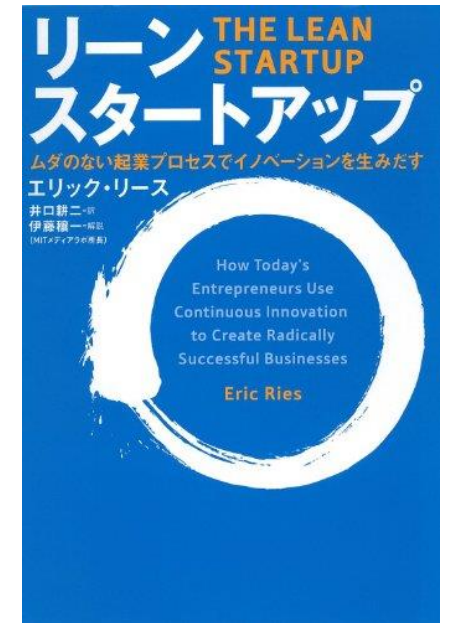
お客様にとっての価値＝品質

では、どんどんお客様にデリバリし、
直すところがあれば、
すぐに直して素早くデリバリしよう

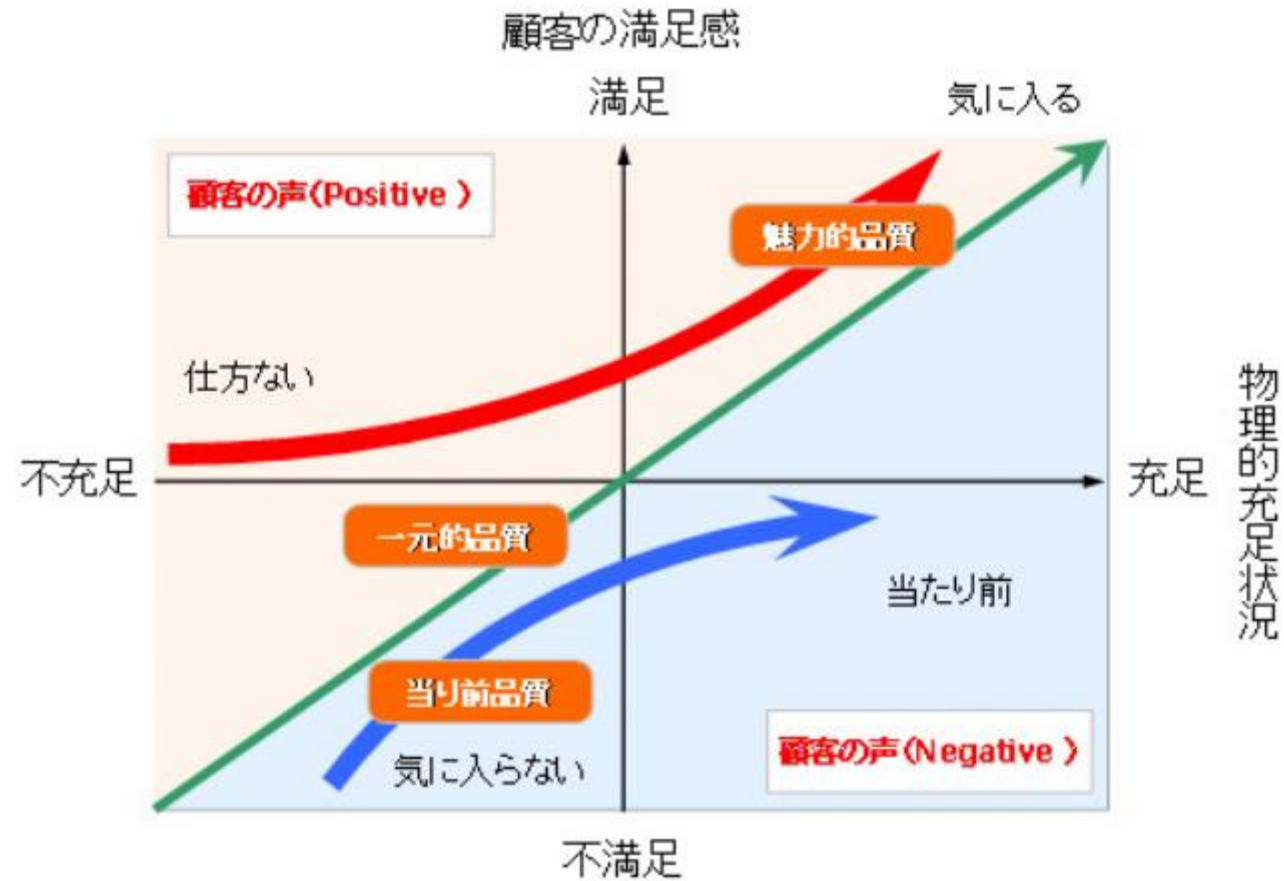
品質が
悪い

お客様に使ってもらうどころか
買ってもらわれなくなる

”えっ、私たちは、価値のあるものを
提供しているはずなのに…”



狩野モデル



満足感と物理的充足度合いによる品質定義、MOTテキスト製作委員会

デリバリの前に

当たり前品質は十分に確保しておきたい

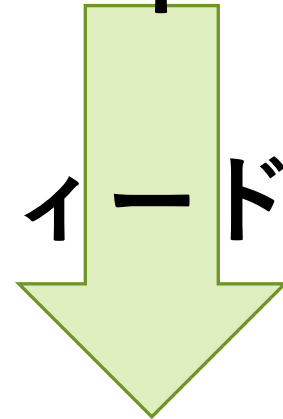
魅力的品質も、できるだけ吟味し、自分たちの価値観の範囲でよいものにしておきたい

品質に対しての良いフィードバックを得たい

よい魅力的品質価値を生み出していきたい



お客様の判断＝フィードバックを手に入れたい



よいフィードバック

デリバリーする製品・サービスの品質が
良くなければならない

お客様にとっての価値＝品質

より、魅力的な価値を創造し、
それを提供するには

よいフィードバックの仕組みがあり、
それがうまくまわらなければならない

よいフィードバックとは

価値のアイデア：

こうすると、このようになってもっと嬉しい

顧客からの信頼、期待がある状態・関係

よい品質＝価値を提供し続ける目的

顧客からの信頼関係-“きずな”を作り上げること



よい品質＝価値を提供し続ける

よい品質＝価値を提供し続けるためには

よい品質＝価値を提供し続ける



よい品質＝価値を提供する作業



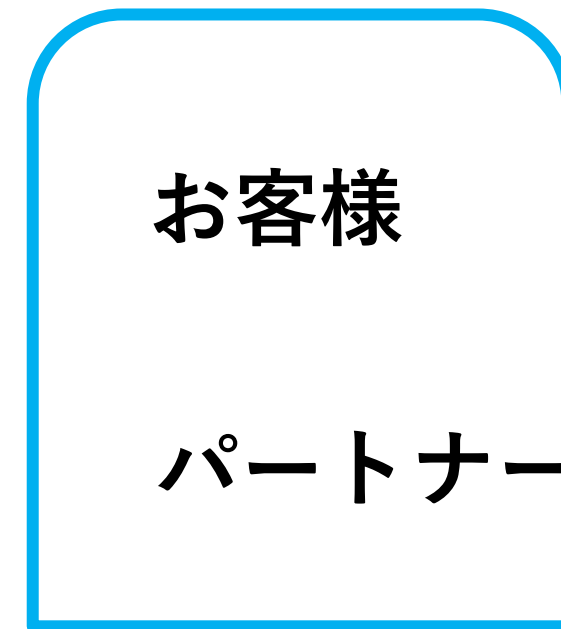
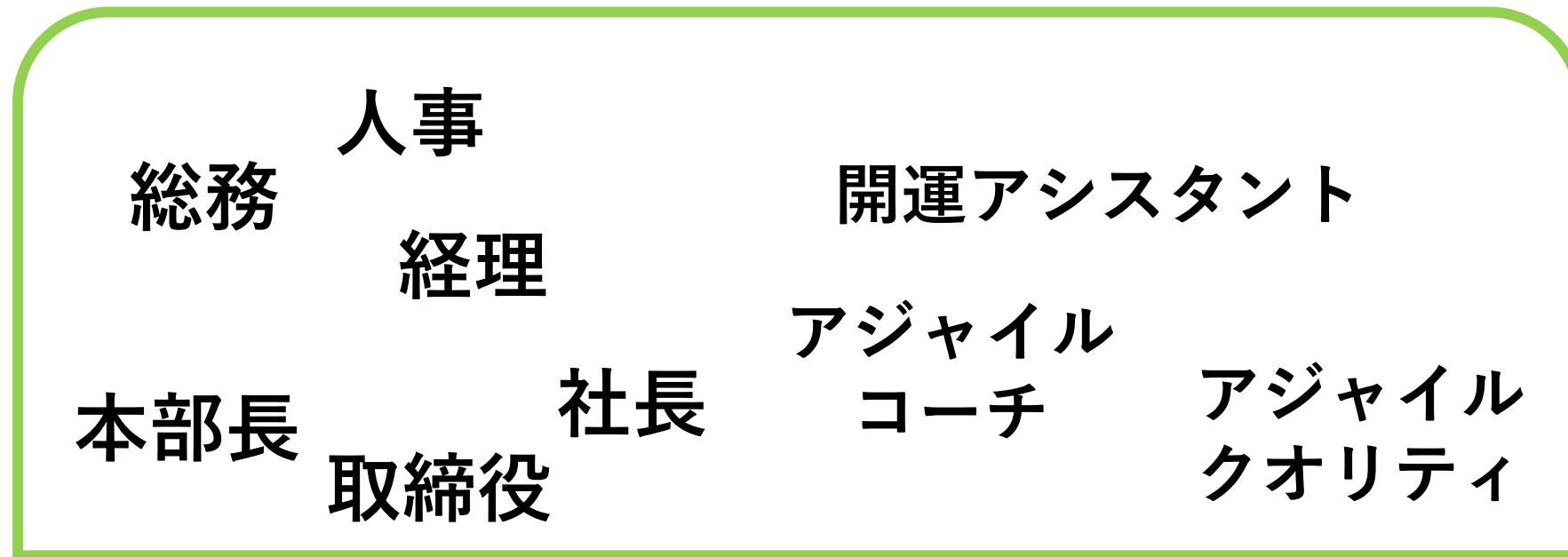
人間がやっています



チームメンバーの肉体的にも精神的にも
健康でなければ続けられません

よい品質＝価値を提供し続けるためには
チームメンバーを肉体的にも精神的にも健康に保つ

支える人々



サイボウズの品質

品質＝価値をどのようにして提供し続けるのか

- どんな価値を提供すればよいのか
- どのようにしてその価値を作り上げるか
- 作り上げたものは、その価値を満足するものなのか
 - ⇒ 私たちは、作り上げたものの価値に自信が持てるか
- 顧客は、その価値に本当に満足しているか
 - ⇒ 顧客からのフィードバックから何を学ぶか
- よりよい価値を、よりよく提供するにはどうしたらよいか

品質＝価値をどのようにして提供し続けるのか

計画

- どんな価値を提供すればよいのか

設計・実装 テスト

- どのようにしてその価値を作り上げるか
- 作り上げたものは、その価値を満足するものなのか

品質の自信

⇒ 私たちは、作り上げたものの価値に自信が持てるか

モニタリング

- 顧客は、その価値に本当に満足しているか

学び

⇒ 顧客からのフィードバックから何を学ぶか

改善

- よりよい価値を、よりよく提供するにはどうしたらよいか

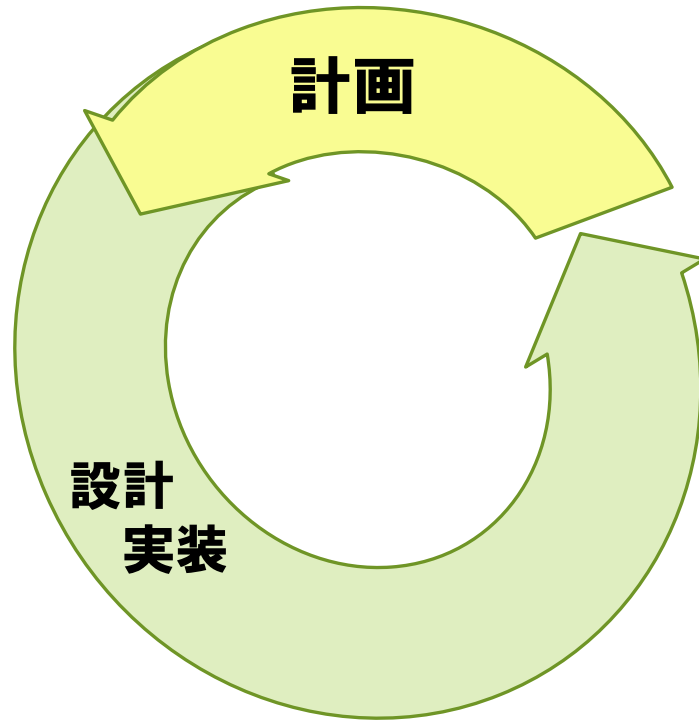
価値の創造と流れ：バリューストリーム

- どんな価値を提供すればよいのか



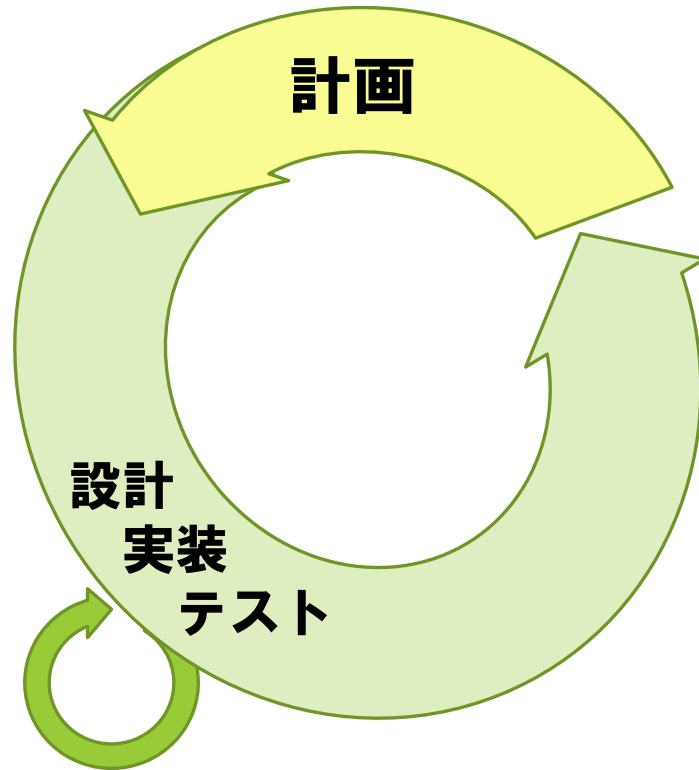
価値の創造と流れ：バリューストリーム

- どのようにしてその価値を
作り上げるのか



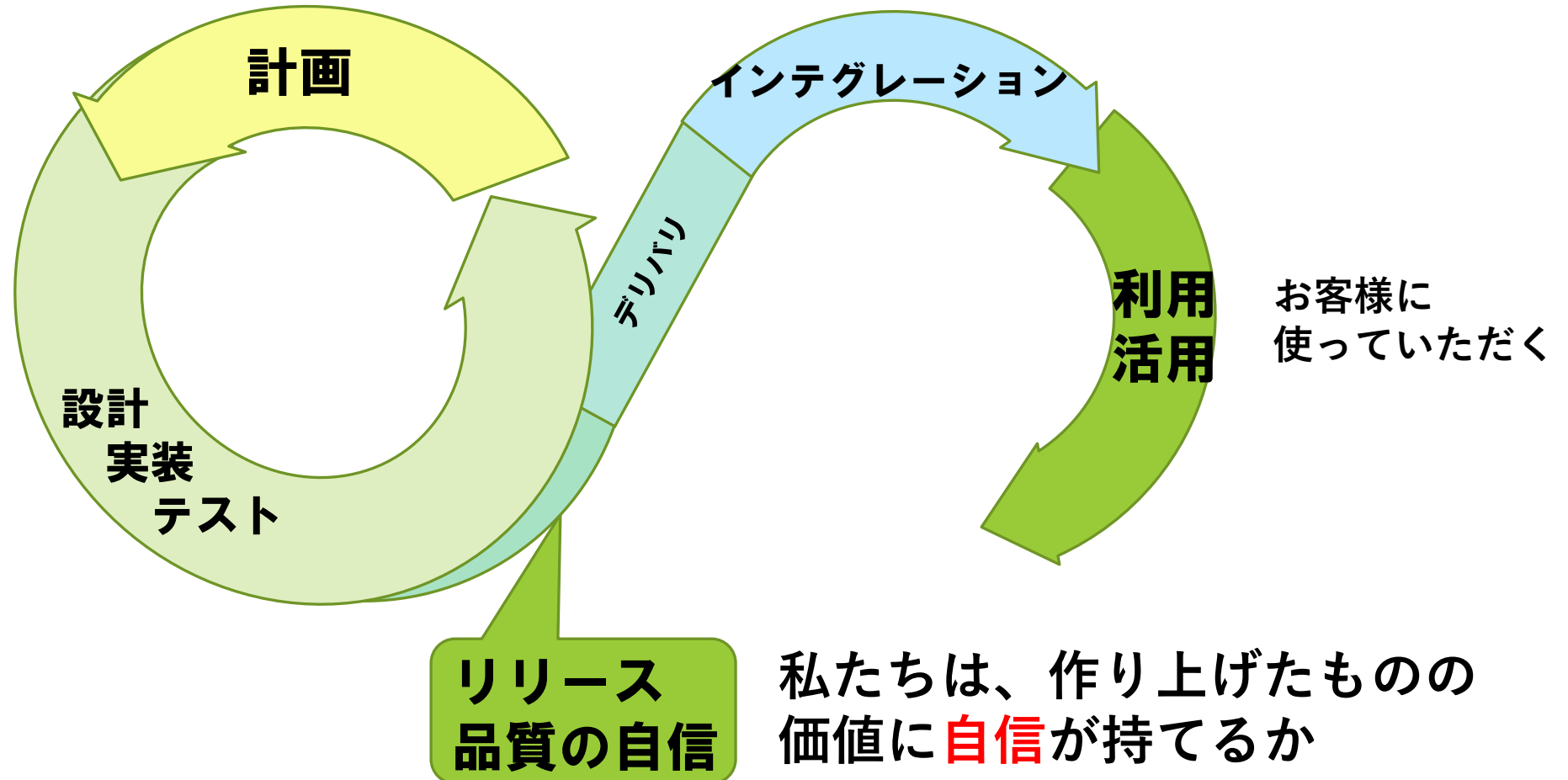
価値の創造と流れ：バリューストリーム

- どのようにしてその価値を
作り上げるのか

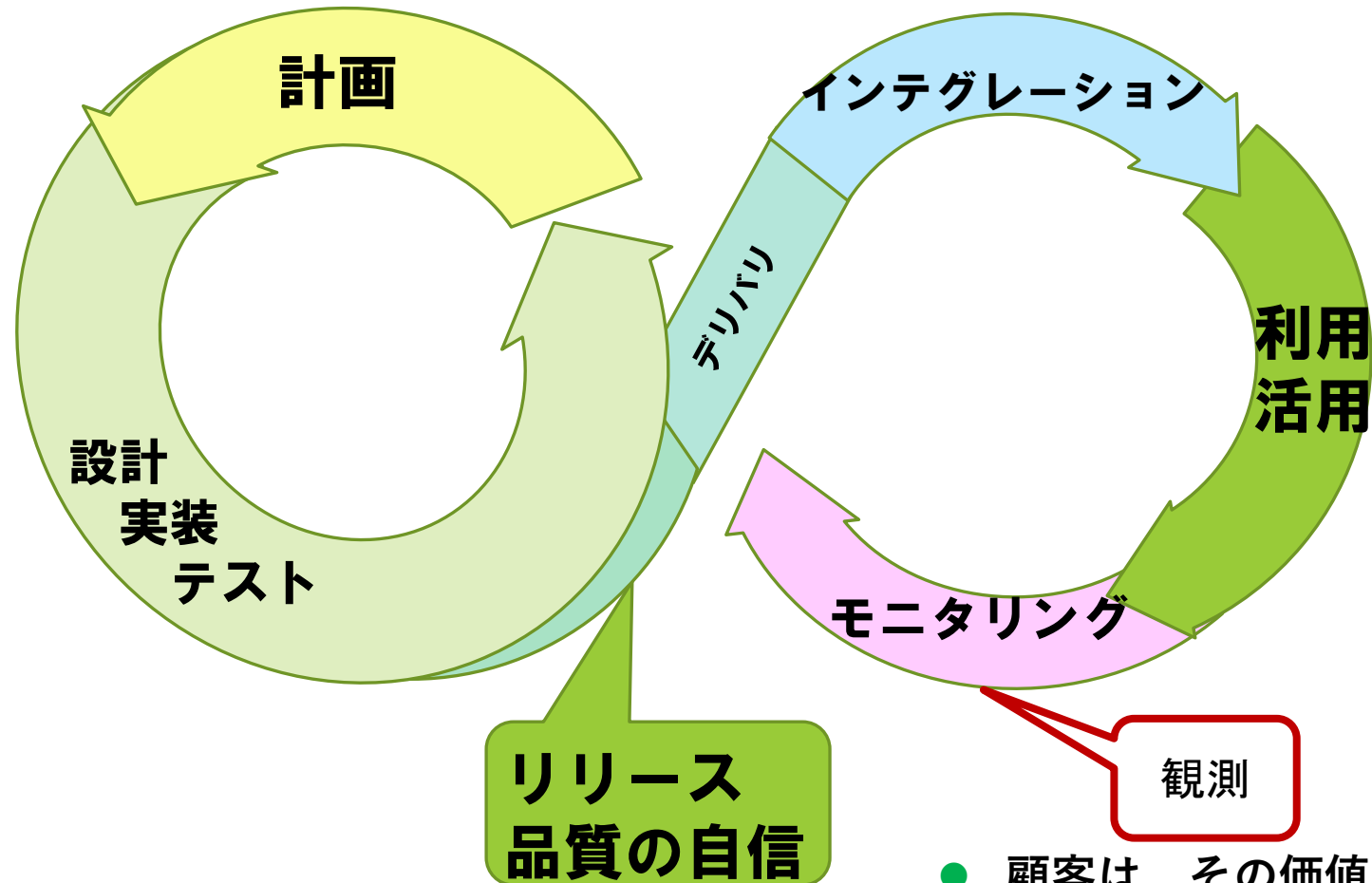


- 作り上げたものは、
その価値を満足するものなのか

価値の創造と流れ：バリューチェーン



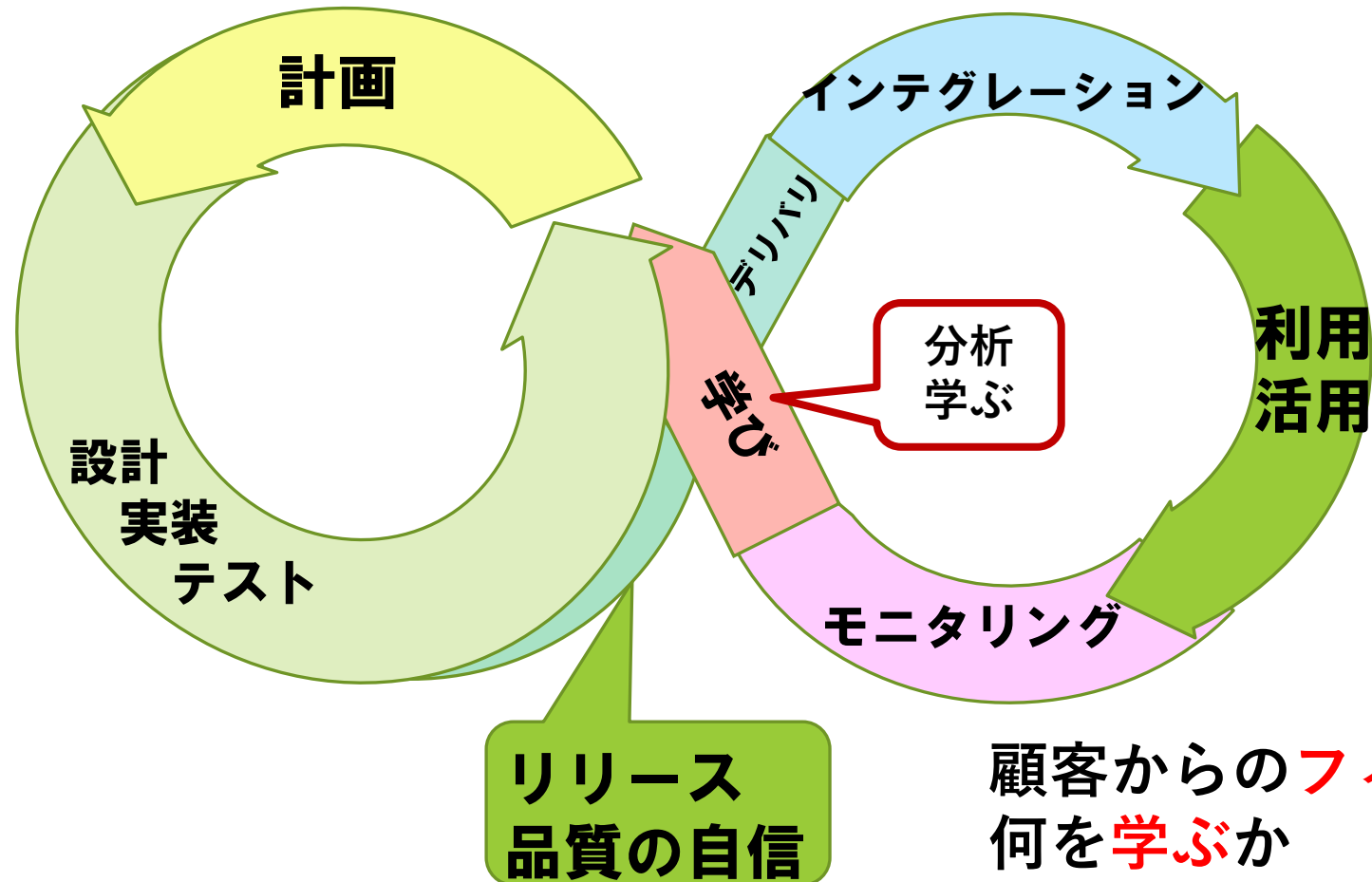
価値の創造と流れ：バリューストリーム



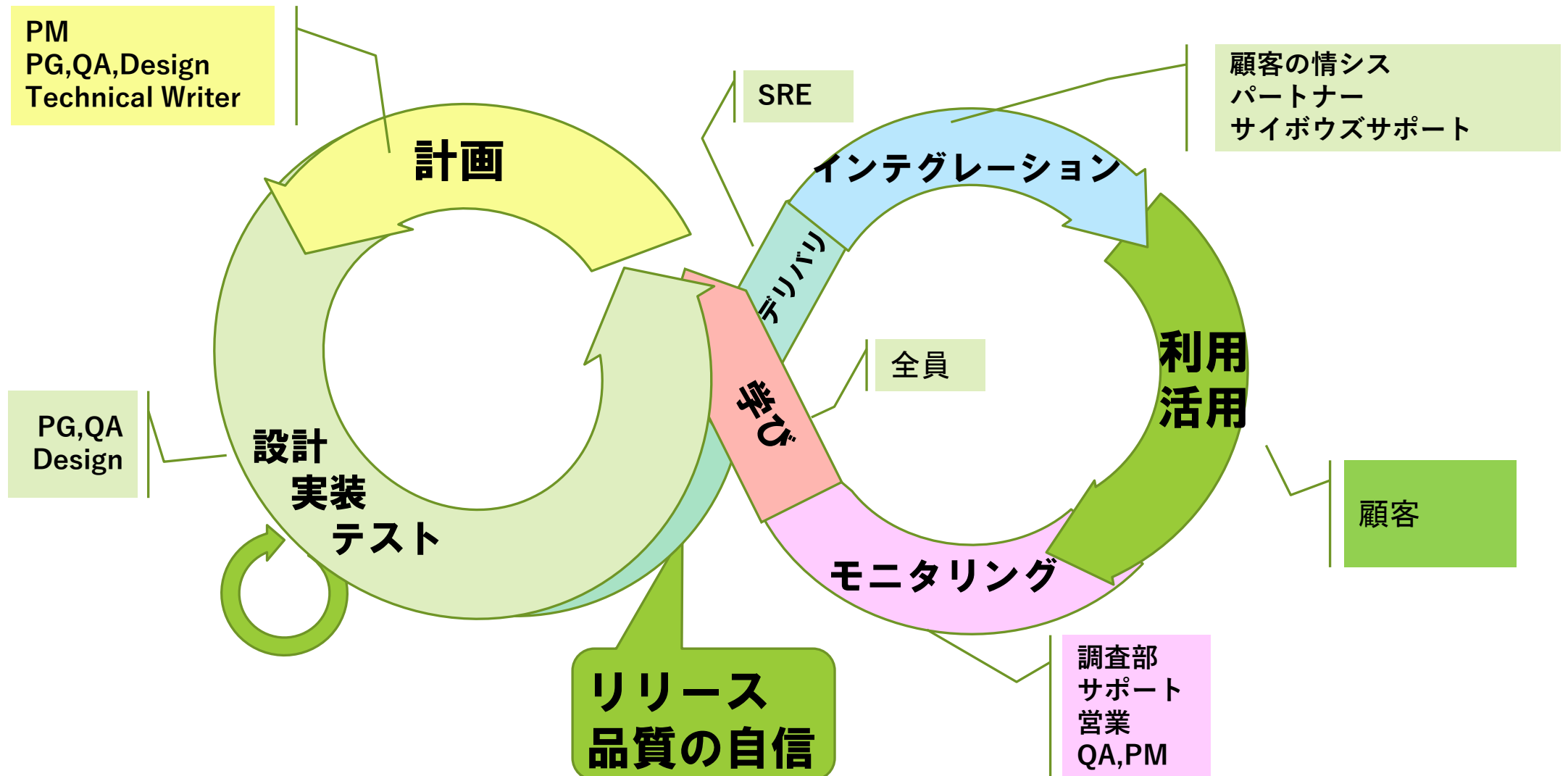
- 顧客は、その価値に本当に満足しているか

価値の創造と流れ：バリューストリーム

- よりよい価値を、よりよく提供するにはどうしたらよいか



すべての人がかかわるバリューチェーン



Whole Team パターン

“だれも”が品質＝価値を作り上げることに貢献している

それぞれの役割において

多様な観点によって、補い、コラボし

”提供する価値”に責任を持っている

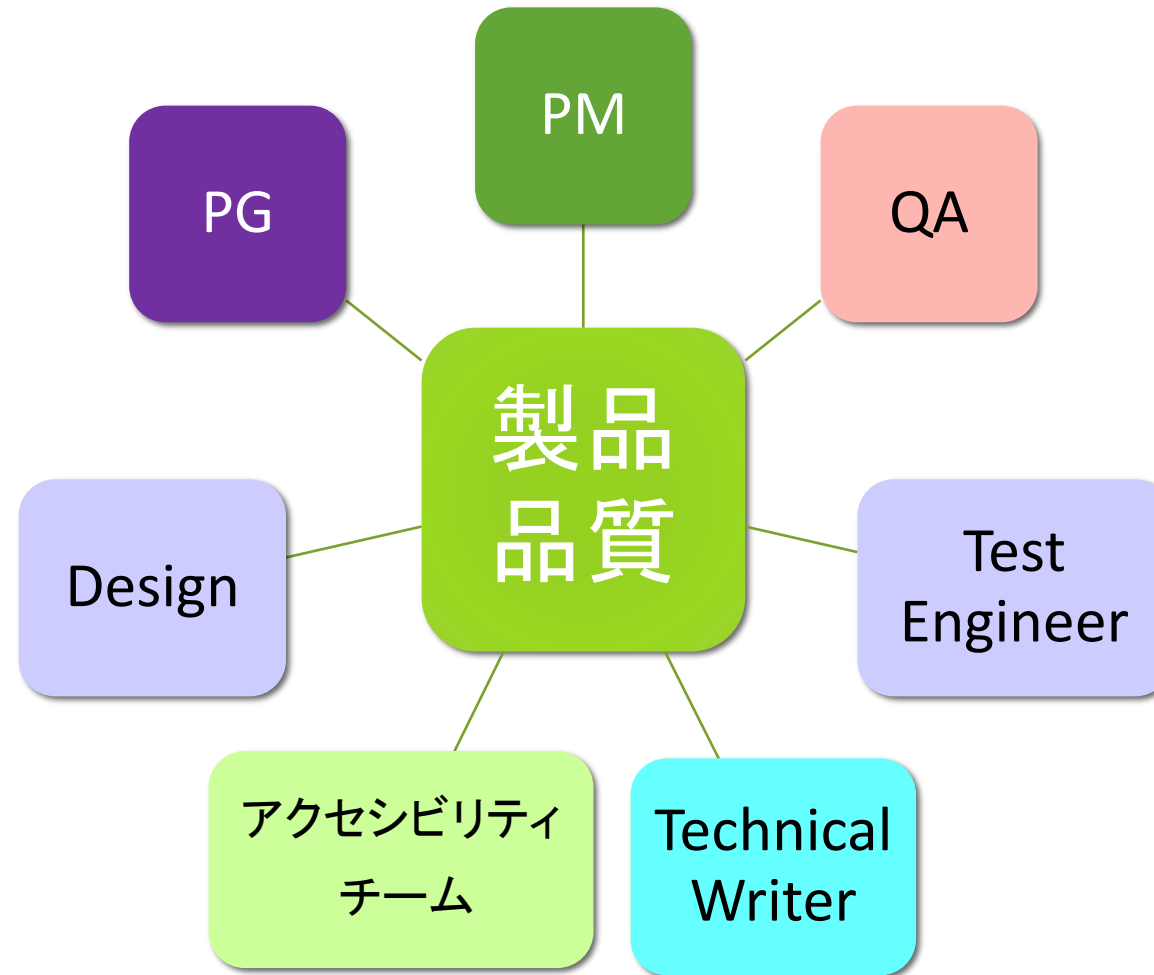
多様性が品質を支える

観点

情報

知識

専門性



サイロ

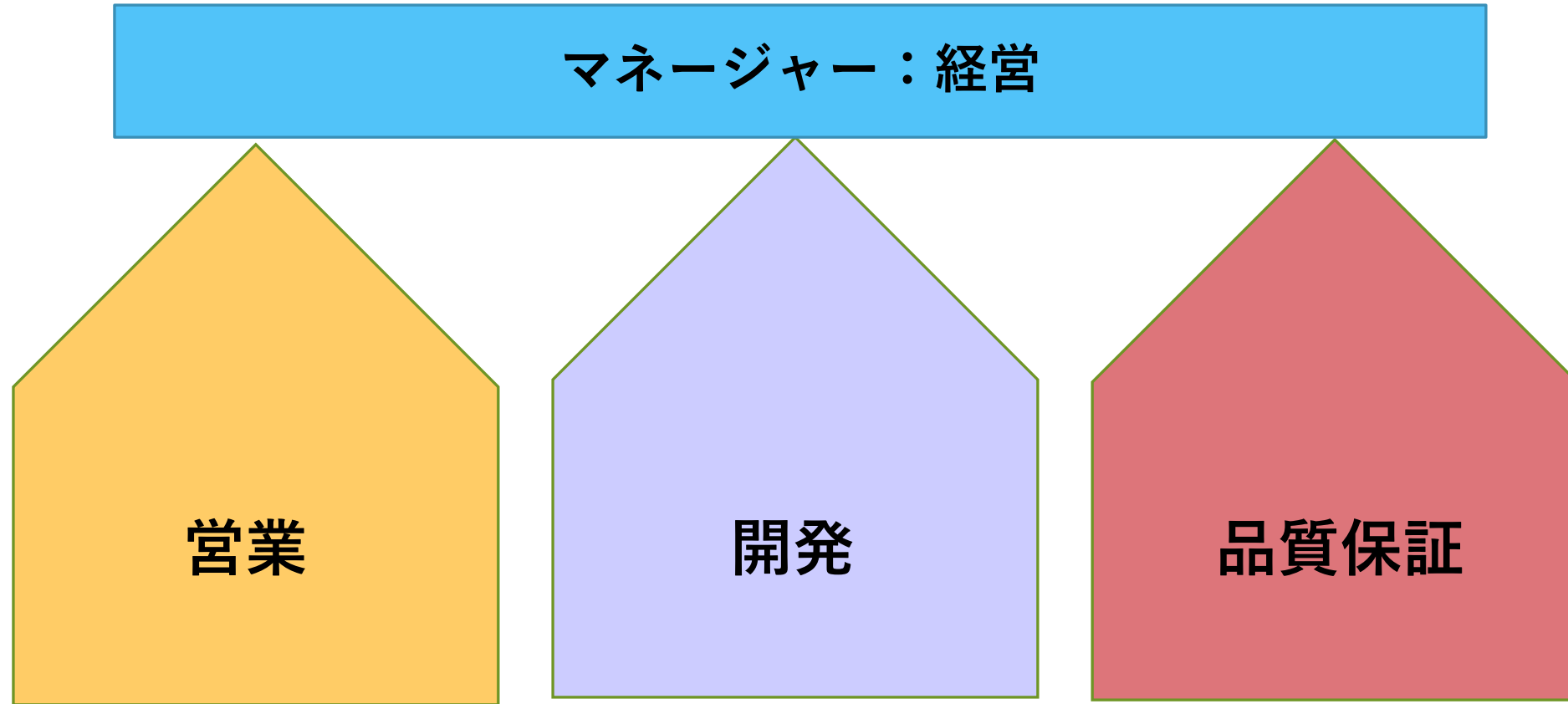


三井三池製作所 <https://www.mitsuimiike.co.jp/products/transport/indoor/pellet.html>

<https://kawasemiblog.blog.ss-blog.jp/2011-10-28>



とあるよその会社：組織＝サイロ



管理主義、部分最適、上意下達 ⇒ 価値のフローが流れにくい

品質は誰かにとっての価値である。

誰か＝使っていただいているお客様

[価値]

- ・ サービスを使って満足している
- ・ 今後も使っていこうと思っている
- ・ もうこれなしでは仕事はできないと感じている

[フィードバック]もっとこうなれば、もっとよくなるというアイデアが浮かぶ
⇒ 私たちにとっての価値 : より品質が良くなるアイデア

[結果として期待していること]

私たちの狙いを共感して、
多様性を持った人たちのチームワークのネットワークを用いて
より良い仕事の成果を、楽しく出し続けていく現場のチームの状態



企業理念 2020

Purpose (存在意義)

チームワークあふれる社会を創る

Culture (文化)



理想への共感



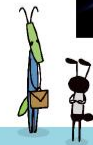
多様な個性を重視



公明正大



自立と議論



サイボウズのメンタリティ

○ 心理的安全性が高い

○ お互いをリスペクトする: 謙虚

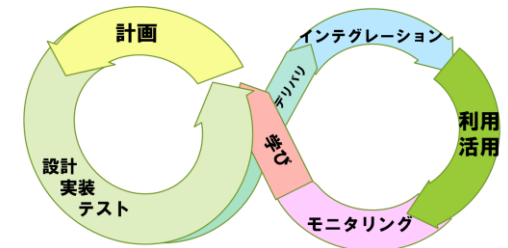
○ 発言平等性が高い

○ 新しいものを受け入れる: 好奇心

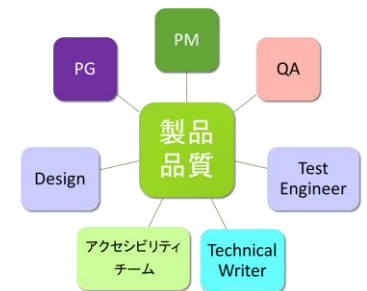
まとめ

サイボウズが提供するサービスの品質とは
お客様にとっての価値である

品質＝価値のフローを回していこう



品質＝価値はチームの皆が支え責任をもつ



おしまい

質問・コメントをお待ちしております