

アジャイル開発演習

株式会社日立製作所
富士通株式会社
株式会社NTTデータ・アイ

藤井 裕大
矢野 公規
白石 高庸

株式会社NTTデータ・アイ
株式会社日本レジストリサービス
株式会社インテック

岡本 悠理
勝部 寛基
井上 航輝

課題と目的

ソフトウェア開発の重点が「既存業務の効率化」から「新たな価値創造」へシフトしている。これによりニーズが不明確で「売れるプロダクト」の予測が難しいという課題が発生している。プロダクトの企画立案において、アジャイルの手法やツールを使用して検証を繰り返すことで、問題点を早期に認識でき、より受け入れられるプロダクトが企画できるのではないか、という仮説を検証する。

検証方法

アジャイル開発における、仮説・検証に基づく探索型の企画立案を行う。リーンキャンバスを用いて仮説の立案を行い、仮説の検証としてスタートアップフィットジャーニーを用いてインタビュースクリプトを作成し、インタビューを実施する。
上記を1サイクルとして繰り返すことで、顧客の求めるサービスに近づけるか検証する。

検証のフロー

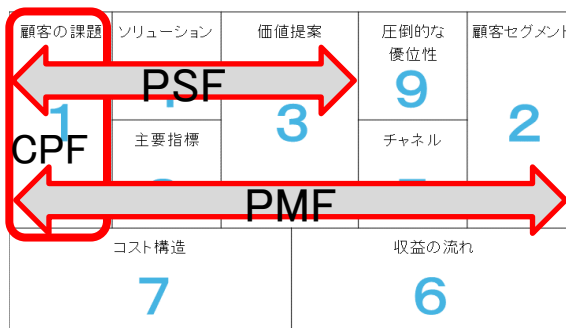
リーンキャンバスの作成
課題・顧客・ソリューションの
仮説の立案

インタビュー
リーンキャンバスの
各セグメントの妥当性評価

手法・ツール

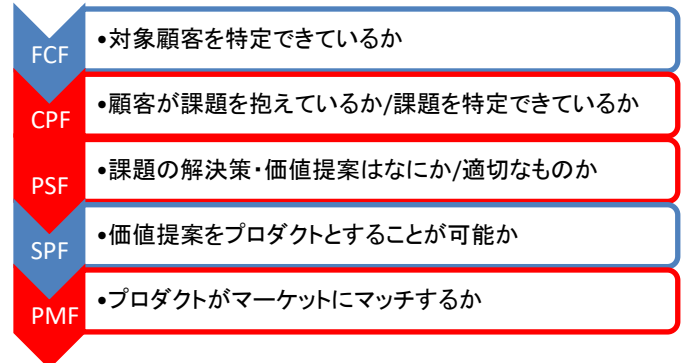
■リーンキャンバス

ビジネスモデルを9つの要素に分けて可視化するフレームワーク (FW)



■スタートアップフィットジャーニー

事業立案から成長までのプロセスを示すFW。CPF/PSF/PMF観点でリーンキャンバスを評価



リーンキャンバスの作成(仮説の立案)

項目	1サイクル目	2サイクル目
顧客課題	RW中に同僚の状況がわからない	RWで同僚に質問する際①状況確認②質問整理・文章化 が手間
ペルソナ	RWにより相手状況がわからず困っている人	RW中心。職場に不慣れ。業務経験が少なく、質問頻度が高い人
提案	会話可能な状態か容易にわかり、状態更新が手間なく即時	①事前調整不要で通話可能な人と通話ができる②会話内容を即時に文字起こしし記録する

RW: リモートワーク

インタビュー(妥当性評価)

観点	インタビュー内容	1サイクル目	2サイクル目
CPF	XXは課題と感じるか	Yes: <u>85%</u>	Yes: 73%
CPF	課題の発生頻度は	7回/週	<u>11回</u> /週
PSF	提案製品を使いたいのか	Yes: 69%	Yes: <u>73%</u>
PMF	製品に支払える料金	367円/月	<u>695円</u> /月

評価結果・考察

■1サイクル目:

- 課題を感じている人の割合と、解決策を使いたい人の割合に乖離。

→課題が抽象的すぎたためと判断。2サイクル目で課題をより具体化。

■2サイクル目:

- 課題を感じる人の割合は減少
 - 使いたいと思う人の割合と支払える金額が上昇
- 課題を具体化することで、顧客ターゲットが明確になり、よりマッチしたプロダクトになったと分析。

アジャイルの手法やツールを使用して検証を繰り返すことで、より受け入れられるプロダクトが企画できたといえ、仮説が立証できた。

今後の課題

- 仮説検証のサイクル数に対する評価の推移を確認し、費用対効果を検証する。
- 他の複数のテーマやペルソナに対して本手法を展開し、手法の汎用性を検証する。