

ハッカソンのすすめ



yoshikouki

GMOペパボ株式会社
事業開発部 エンジニアリングリード

自己紹介

yoshikouki よしこ

GMOペパボ株式会社
事業開発部 エンジニアリングリード

- ・ 新規事業のプロダクト開発・マネジメントを担当
- ・ 専門は Web アプリケーション開発
- ・ 最近 3D プリンターを買いました
- ・ 2020年入社 / 鹿児島オフィス勤務
- ・ X: @yoshikouki_
- ・ GitHub: yoshikouki



まず**自分**を褒めましょう



2日間のイベントに参加するというのはハードルが高いものです

参加理由や動機はどうでもいいです

行動した自分 を自覚し、その上で褒めましょう

目次

1. はじめに
2. ハッカソンの開発戦略
3. MVP という考え方
4. プрезентーションとデモンストレーション
5. まとめ

本講演の目的

- ハッカソンにおける効果的な開発手法を紹介する
- プロダクト開発の始め方・進め方の羅針盤を得る

想定対象者

- プロダクトの初期開発の経験が少ない、もしくは興味ある方
- 「MVP」という言葉を聞いて「もっとも活躍した人」を想起する方

「ハッカソン」とは

- ハッカソン hackathon = ハック hack + マラソン marathon
- Wikipediaより:

ソフトウェア開発分野のプログラマやグラフィックデザイナー、ユーザインターフェース設計者、プロジェクトマネージャらが集中的に作業をするソフトウェア関連プロジェクトのイベントである
- 技術スキルを使って、限られた時間内にアイデアを出し合い、新しいプロダクトをチームで作るイベント

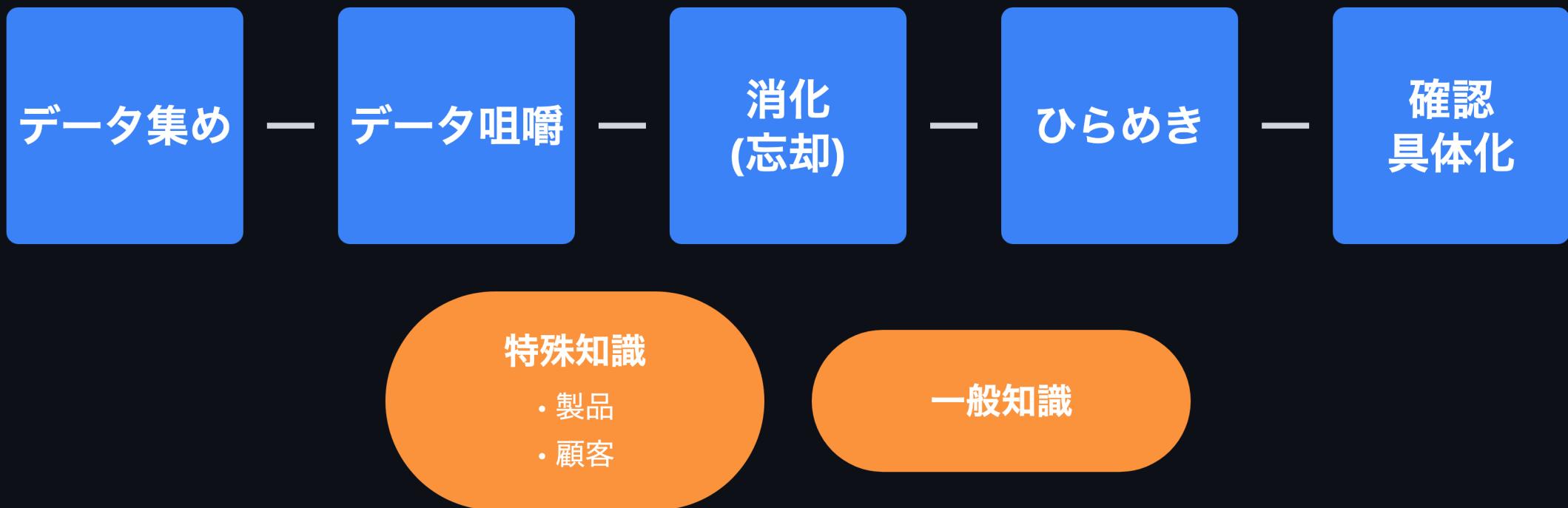
「かごがくハッカソン」のゴール

イベント終了時に 「**楽しかった！またやりたい！**」 と心から思えること
ゴールでは**ない**もの:

- プロダクトを開発しきる
- 「すごいもの」を作る
- 表彰される

1. はじめに

アイデアの作り方 : 5段階



[アイデアのつくり方](#)より著者が作図

作るもののはじめに

アイデアを増やしたい方は以下の本がヒントになります

- ジェームス・W・ヤング『アイデアのつくり方』 CCCメディアハウス, 1988年
- 水野学『センスは知識からはじまる』 朝日新聞出版, 2014年

目次

1. はじめに
2. ハッカソンの開発戦略
3. MVP という考え方
4. プрезентーションとデモンストレーション
5. まとめ

作るものを見定める

プロダクト開発の前提

- プロダクトのゴール・正解を探さない
 - そんなものはないし、あったことにもしても時間経過で変化し続ける
- プロダクトの目的に沿った仮説を立て、それを検証する
 - その結果、「仮説が正しかった or 間違っていた」が分かる
 - 正しかった場合は、さらに仮説の精度を上げるための仮説を立てる
 - 仮説 = プロダクトの方向性。正解ではない

プロダクトの **体験** (≠ 機能) を特定する

- プロダクトや機能の説明では「何ができるか」ではなく、
体験 (ユーザーとその生活をどのように変えるか) を語る
- 体験を語れない機能は、ユーザーにとっての価値をもっと深掘りする
-> これによって、以下のようなものが明確になる
 - ユーザーへの理解
 - プロダクト・機能の目的

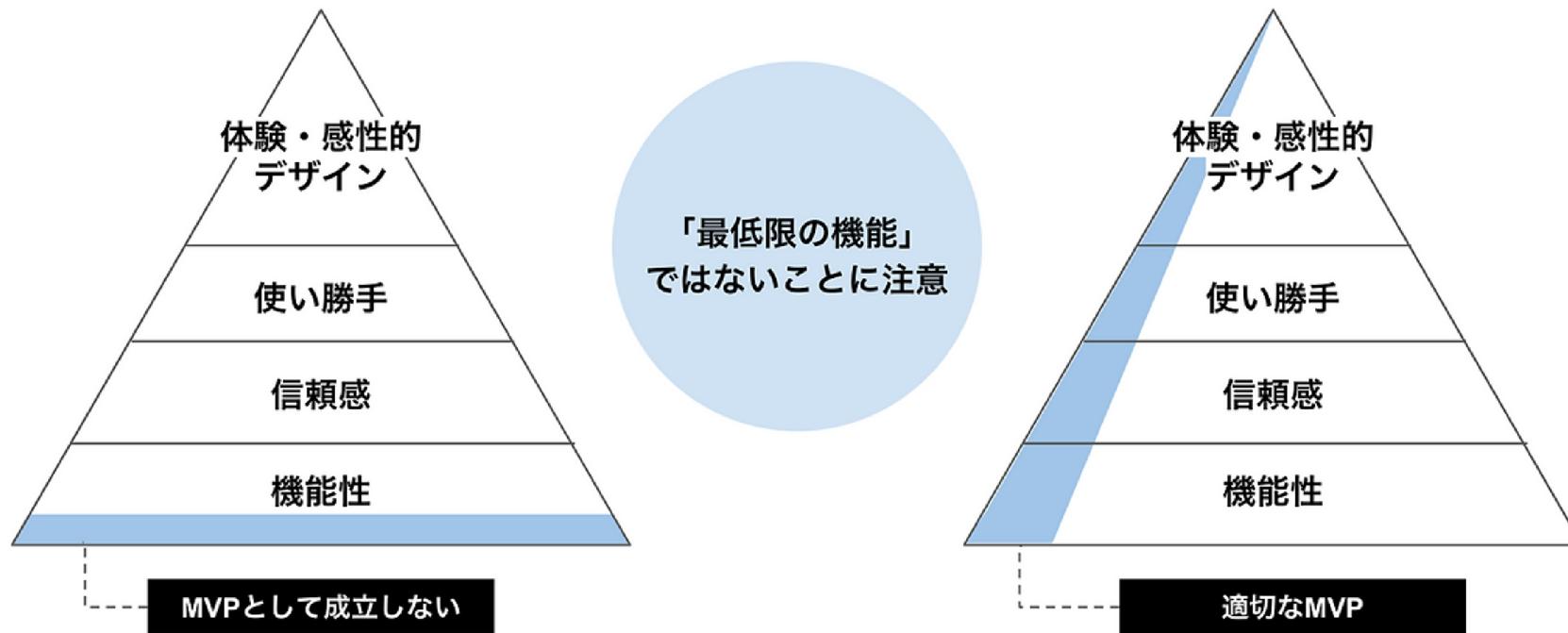
プロダクトの **体験** (≠ 機能) を特定する 例: 語学学習アプリ

機能の説明	体験の説明
ゲーム形式で単語やフレーズを学べる	通学中や待ち時間にゲーム感覚で楽しみながら、モチベーションを保てる
リアルタイムの発音チェック機能を提供	その場で発音を確認し、ネイティブスピーカーに近づく自信を持てる
ネイティブスピーカーの発音を聞ける	ネイティブスピーカーの発音を聞きながら、英語耳を育てられる

2. ハッカソンの開発戦略

MVP=Minimum Viable Product / 実用最小限の製品

完璧な製品・サービスを目指すのではなく、顧客が抱える課題を解決できる最小限の状態で提供する



開発範囲を決める

開発するタスクを以下に分類する

1. 「作るもの」
2. 「作らないもの」
3. 「作ったことにするもの」

例：「ユーザー登録とログイン機能」

作るものと決める ≈ 作らないものを決める

- 短期間の開発(ハッカソン)において「作るもの」は可能な限り絞る
- 「作らないもの」と「作ったことにするもの」にすることで、開発範囲を明確にする

例

- 「ユーザー登録とログイン機能」は体験に本当に必要か？
- 必要ならどの機能がどのような体験を支えるのか？
 - 体験を支えるために最低限の機能は何か？
- その機能は「作ったこと」にできないか？

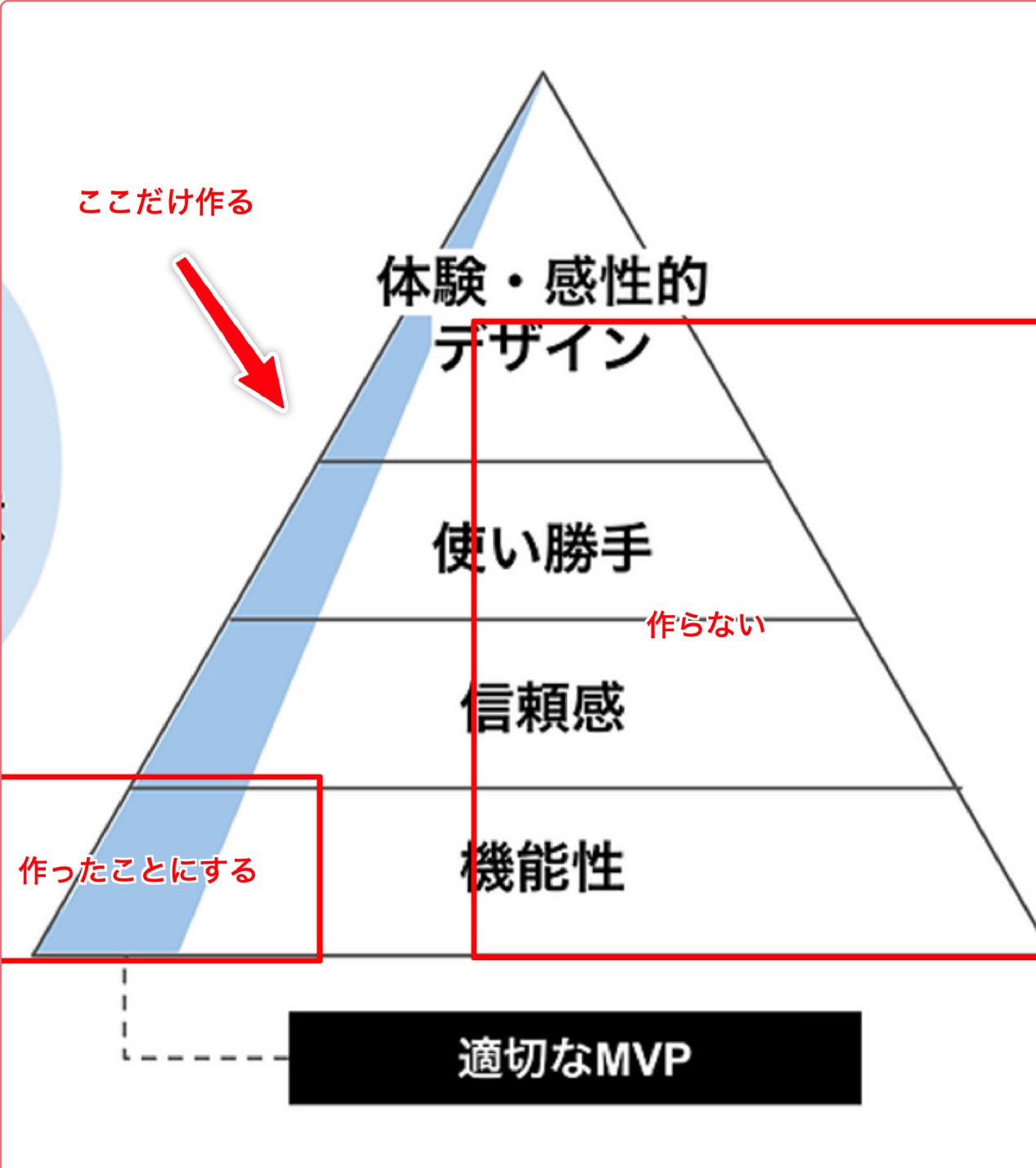
2. ハッカソンの開発戦略

開発範囲の決定 例: ユーザー登録とログイン機能

本当に必要か? 不要なのでは? 作ったことにしてはどうか? を常に問いかける



2. ハッカソンの開発戦略



作るものを作り

* 【ソリューションプロダクトフィットとプロダクトマーケットフィット#01】ソリューションプロダクトフィットとMVPを筆者が改変

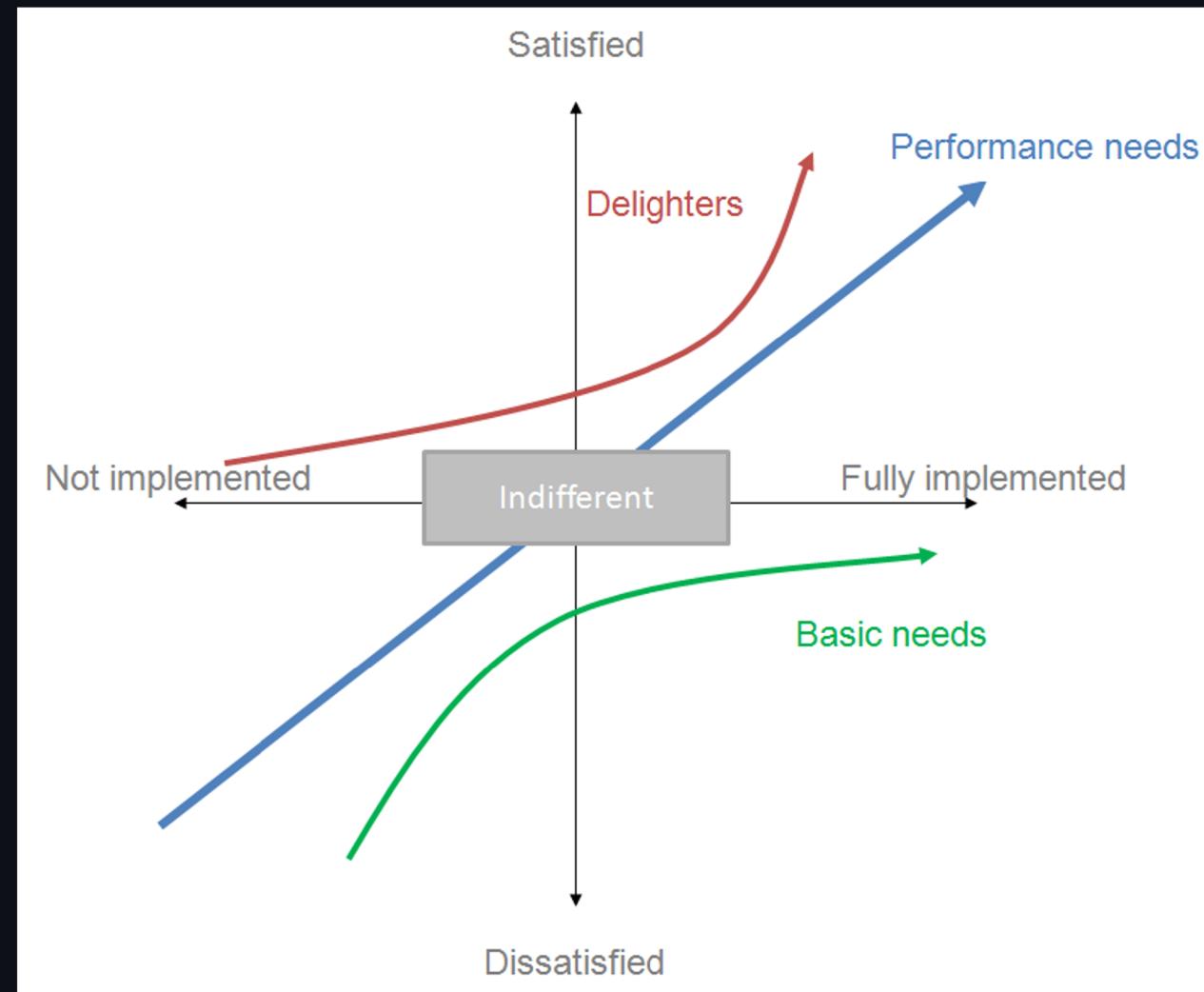
作る体験を区別する 「必須」 vs 「あつたら良い」

- 区別の例
 - **必須** = それがなかったら体験が成り立たない
 - **あつたら良い** = それがあると体験がより良くなるが、なくても成り立つ
- 狩野モデルの活用

狩野モデル

1. 当たり前品質要素
2. 一元的品質要素
3. 魅力的品質要素
4. 無関心品質要素
5. 逆品質要素

* 注意: 狩野モデルは、
品質の話であって
体験や機能そのものではない



円滑にチームを回す

チーム運営は「対話」

- 人対人ではない。

チーム対プロダクト の意識

- 何よりもまず **体験** を具現化
 - プロダクトの絵を紙に書こう
 - 動くもので語る
- 迅速なフィードバックループを作り、対話を加速



迅速な開発のために

- 開発着手後の最初にやるタスクは **プロダクトの公開** (デプロイ)
- 役割分担を最適化しよう
 - **コードを書く**だけが開発（エンジニアリング）ではない
 - 例: 要件定義・デザイン・進捗管理・設計・QA (品質管理)
- 公開されているプロダクトが進捗
 - **公開されていなければ進捗ゼロ** と心得る

アジャイルソフトウェアの12の原則を魂に刻む

顧客満足を最優先し、価値のあるソフトウェアを早く継続的に提供します。

動くソフトウェアを、2-3週間から2-3ヶ月というできるだけ短い時間間隔でリリースします。

動くソフトウェアこそが進捗の最も重要な尺度です。

シンプルさ（ムダなく作れる量を最大限にすること）が本質です。

要求の変更はたとえ開発の後期であっても歓迎します。変化を味方につけることによって、お客様の競争力を引き上げます。

目次

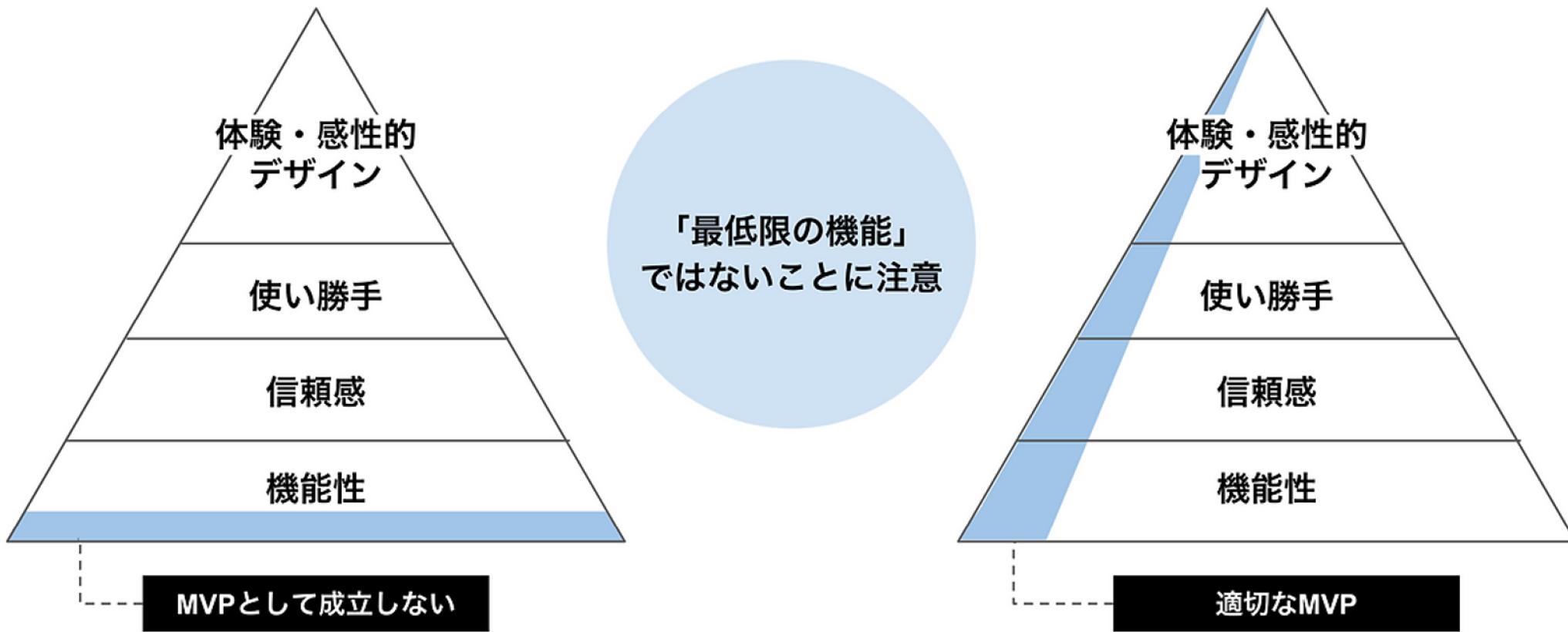
1. はじめに
2. ハッカソンの開発戦略
3. **MVP という考え方**
4. プрезентーションとデモンストレーション
5. まとめ

MVP (Minimum Viable Product) 実用最小限の製品 とは

- 定義: **最小限の機能を持つ製品**
- Wikipediaより:
 - 初期の顧客を満足させ、将来の製品開発に役立つ有効なフィードバックや実証を得られる機能を備えた製品のバージョン
- 目的: **最小限のリソースで最大の学習**

MVP=Minimum Viable Product / 実用最小限の製品

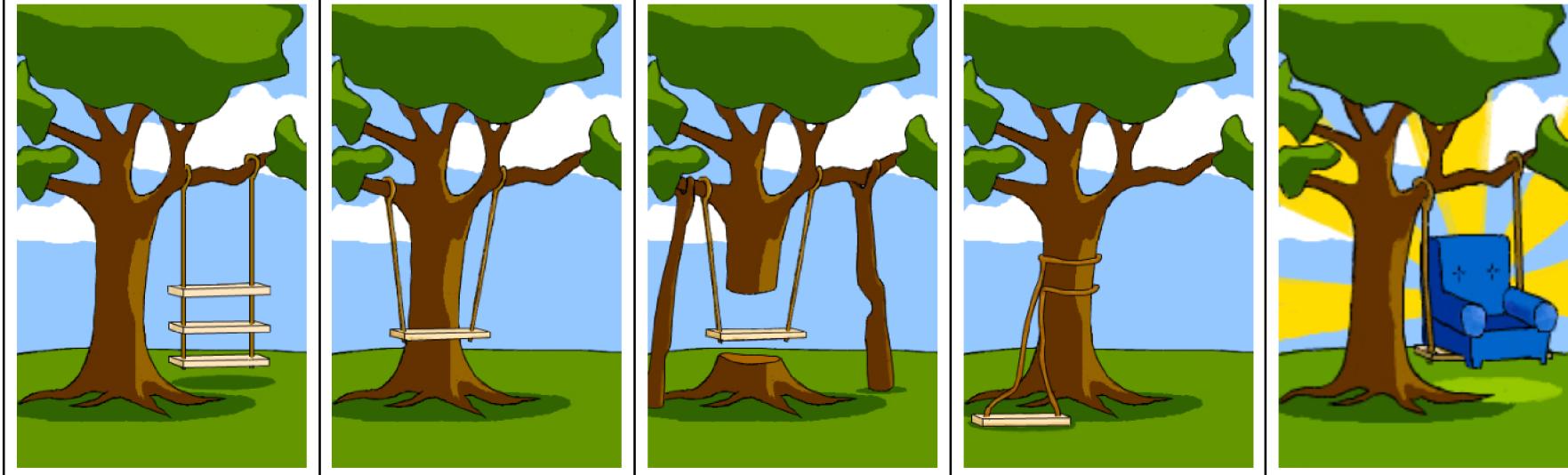
完璧な製品・サービスを目指すのではなく、顧客が抱える課題を解決できる最小限の状態で提供する



MVPの重要性

1. 迅速な仮説検証
2. リソースの効率的活用
3. ユーザーフィードバックの早期獲得

-> ハッカソンの開発と共通している



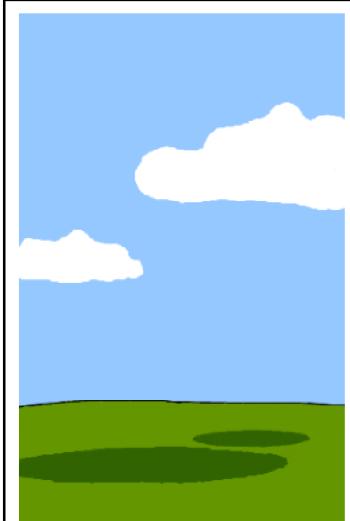
顧客が説明した要件

プロジェクトリーダーの理解

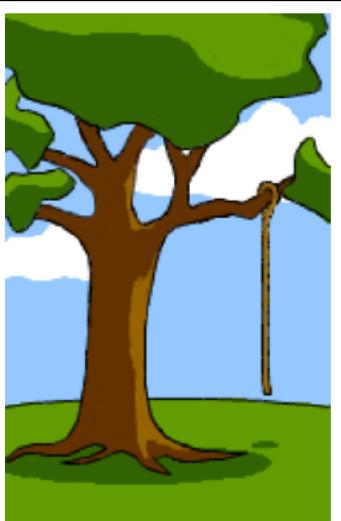
アナリストの設計

プログラマのコード

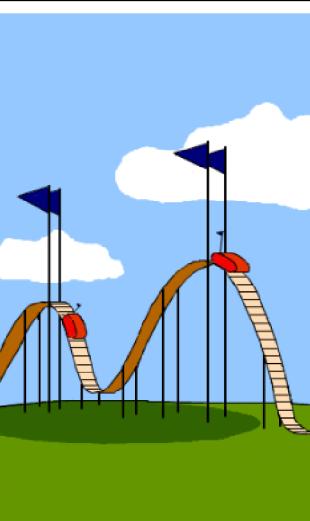
営業の表現、約束



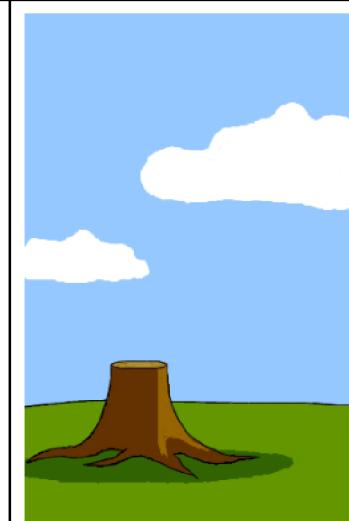
プロジェクトの書類



実際の運用



顧客への請求金額



得られたサポート



顧客が本当に必要な
ったもの

目次

1. はじめに
2. ハッカソンの開発戦略
3. MVP という考え方
4. プрезентーションとデモンストレーション
5. まとめ

核となる **体験** を説明しよう

- 機能ではなく、**体験** (\neq 機能) を語る
- 「何ができるか」ではなく「ユーザーとその生活がどのように変わるか」

プレゼンに盛り込みたいこと

- 時間軸 (過去・現在・未来) を意識すると内容の漏れが減る
 - 注意: 発表する内容の順番は、時間軸に沿わなくていい
- [現在] **プロダクトの体験**
- [過去] **そのプロダクトが生まれた背景や動機**
- [現在] **技術的に工夫したところ** (ハッカソンなので)
 - 採用技術や実装機能についても触れる
- [未来] **今後の展開や可能性** についても言及できれば尚良い

よりよいプレゼンのために

- 「エレベーターピッチ」を意識しよう
 - 内容例: 課題・ニーズ、解決策、提供価値、顧客と市場、競合との差別化
 - 発表の仕方: 結論から、簡潔・的確に、など

目次

1. はじめに
2. ハッカソンの開発戦略
3. MVP という考え方
4. プрезентーションとデモンストレーション
5. まとめ

ハッカソンは学びの宝庫

- ハッカソンはプロダクト開発の「スタート地点」
- $0 \rightarrow 1$ はとても大変であり、挫折しやすいところ
- だからこそ **もっとも価値がある** と言っても過言ではない。いや過言かも…
- 楽しみながら「創造」していきましょう！

始めましょう