

匠Methodによる社内ビジネス 立ち上げ事例報告

インフォテック株式会社

○安樂 啓之 ○西村 清翔

富山 幹之 橘 大輔

大蔵 海斗

Agenda

- チームの紹介
- 企画検討の取り組み方針
- 匠Methodとは
- 実施施策について
 - 初期モデルの作成
 - 検証①
 - 検証① Business Model Canvasの活用
 - 検証① 匠Method Value Metrics手法の活用
 - ゴール記述の作成
 - 検証② 施策の実効性および十分性の評価
- 施策実施の効果
- 考察
- まとめ

チームの紹介

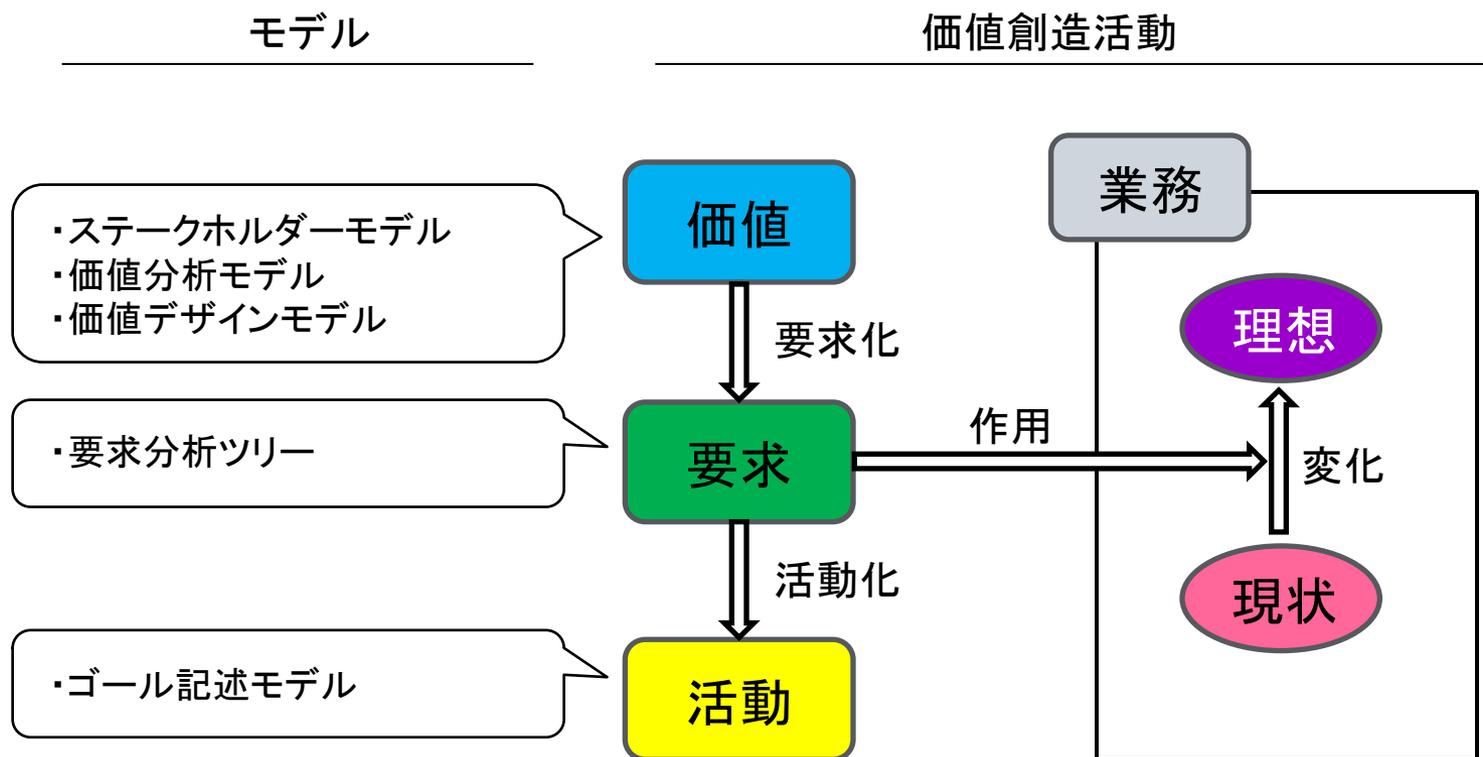
- ❑ クラウドベースの開発案件が中心となる中でセキュリティの強化をテーマに取り組むことをミッションとして発足した。
- ❑ 内容についての裁量は企画から任されていた。
- ❑ 2022/3Q～4Qの中でビジネスの企画(ドラフト)を作成
- ❑ 2023年度は企画に基づく業務をやりつつ、企画のブラッシュアップを並行して実施
- ❑ チーム結成後2年目

企画検討の取り組み方針

- ビジネスの企画を進めるにあたっての課題
 - 目的、ゴールの模索
 - 柔軟な計画の見直しが必要
 - チーム内での意思決定のコンセンサスづくりが必要
- 上記課題へ対応するために匠Methodのモデルによるビジネス企画の検討を行うこととした。
- 当社では匠Methodのモデルによる企画の経験があまりなかったことから、計画立案と並行して、価値に着目した検証を行う取り組みを行った。
- 本発表では、この施策の妥当性検証を行う試みとその結果報告する。

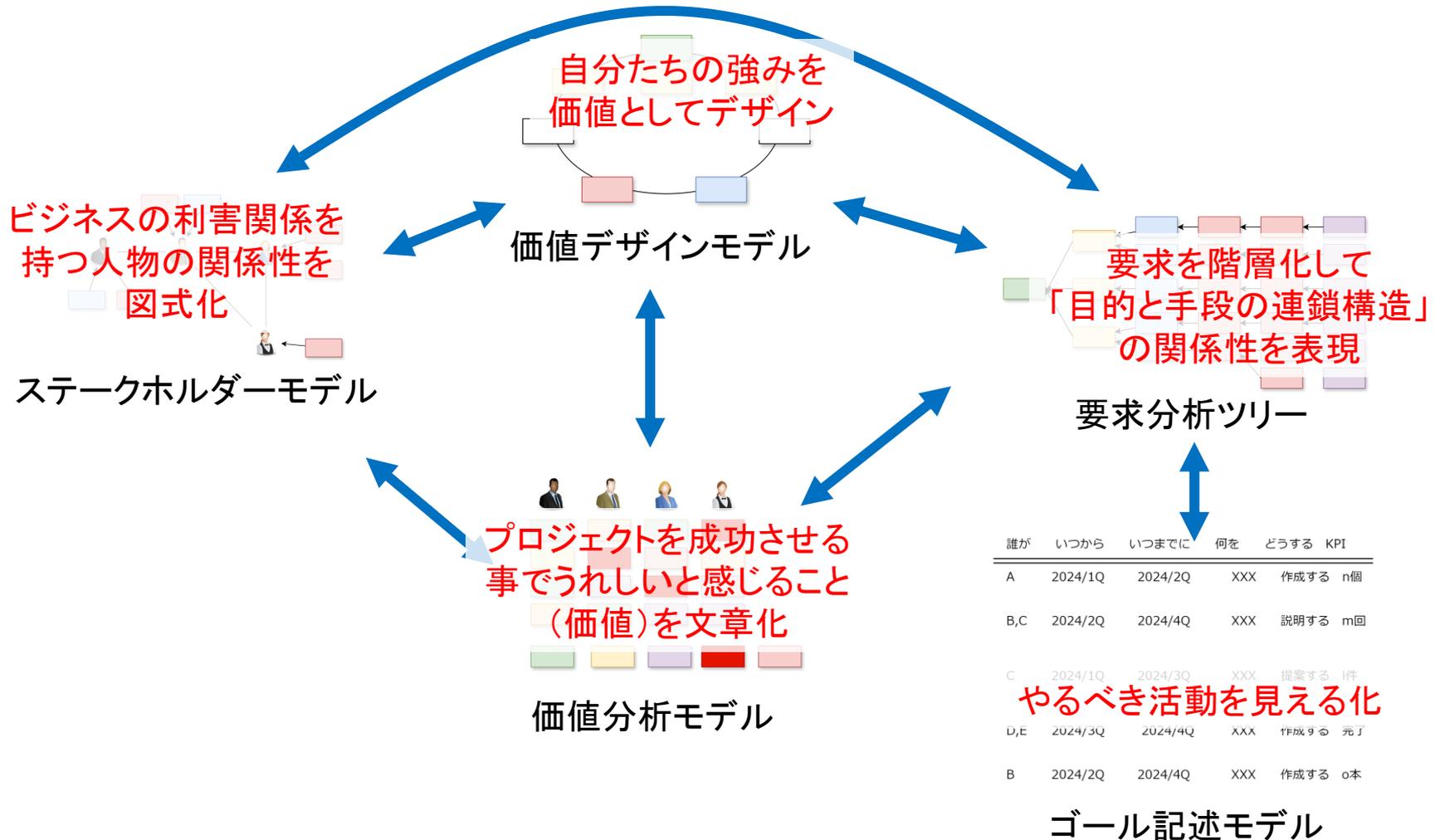
匠Methodとは

- ❑ 匠Methodは株式会社 匠BusinessPlace代表取締役会長萩本 順三氏が作成した独自のコンサルティング手法である。
- ❑ 匠Methodは、プロジェクトの「価値」をデザインすることから始めて活動の計画までを短期間で作り上げるところに特徴がある。



匠Methodとは

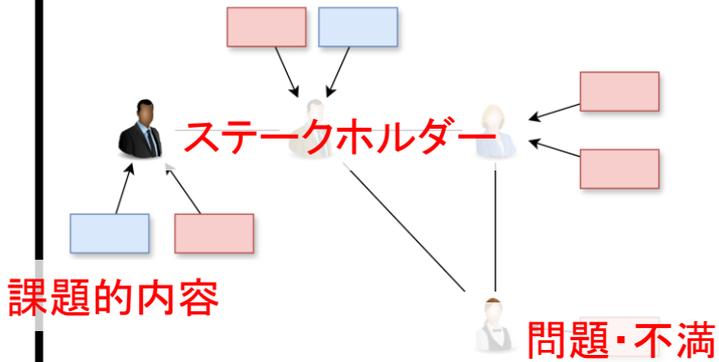
匠Methodによるビジネスデザインの進め方(抜粋)



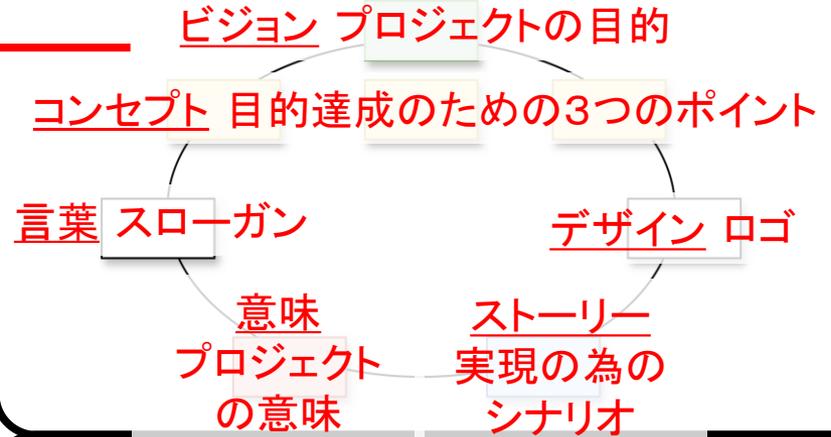
匠Methodとは

匠Methodの各モデルについて

ステークホルダーモデル



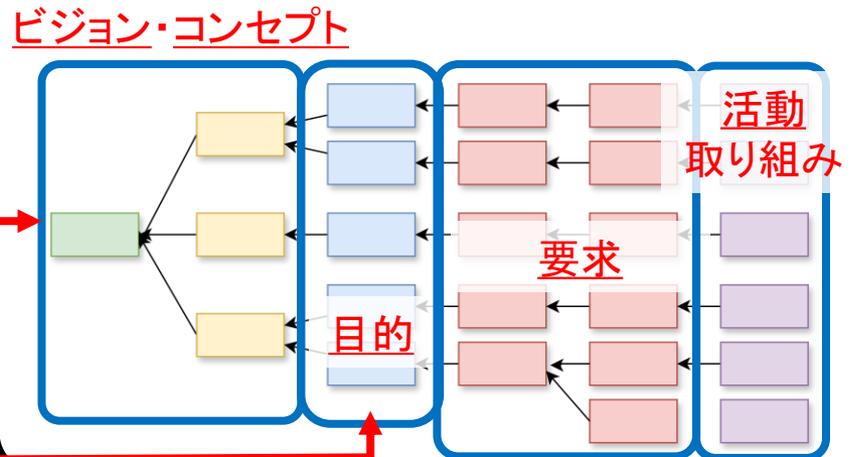
価値デザインモデル



価値分析モデル



要求分析ツリー



匠Methodとは

□ その他

Business Model Canvas

ビジネスモデルを考えるフレームワークの一つ
ビジネスモデルを「どのように価値を創造し、顧客に届けるかを論理的に記述したもの」と定義し、上記の9つの要素に分けている。

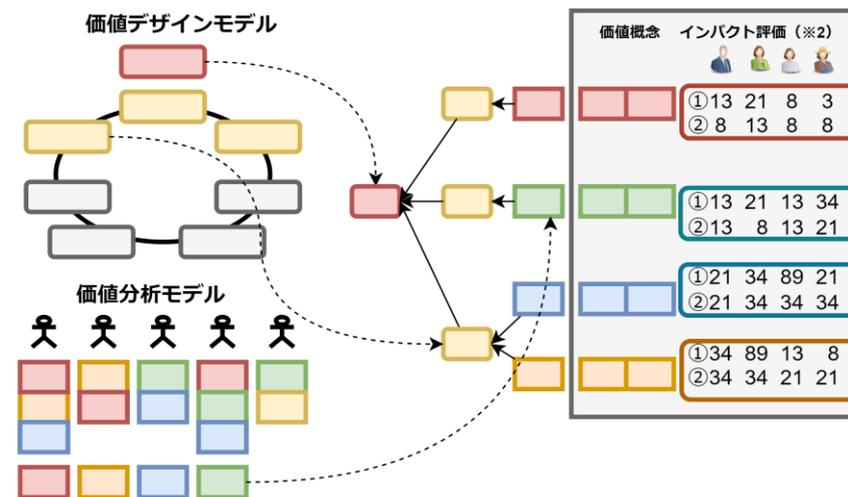


Business Model Canvas

匠Method Value Metrics

匠Methodのオプション

匠Methodの価値分析モデル、価値デザインモデル作成後に、その実現が、プロジェクトのステークホルダーに与える価値のインパクトを点数化して評価することによって、そのモデルを洗練させ、価値概念に対する参加者の認識のブレをなくしていく手法。今回は価値の評価のみ行った。

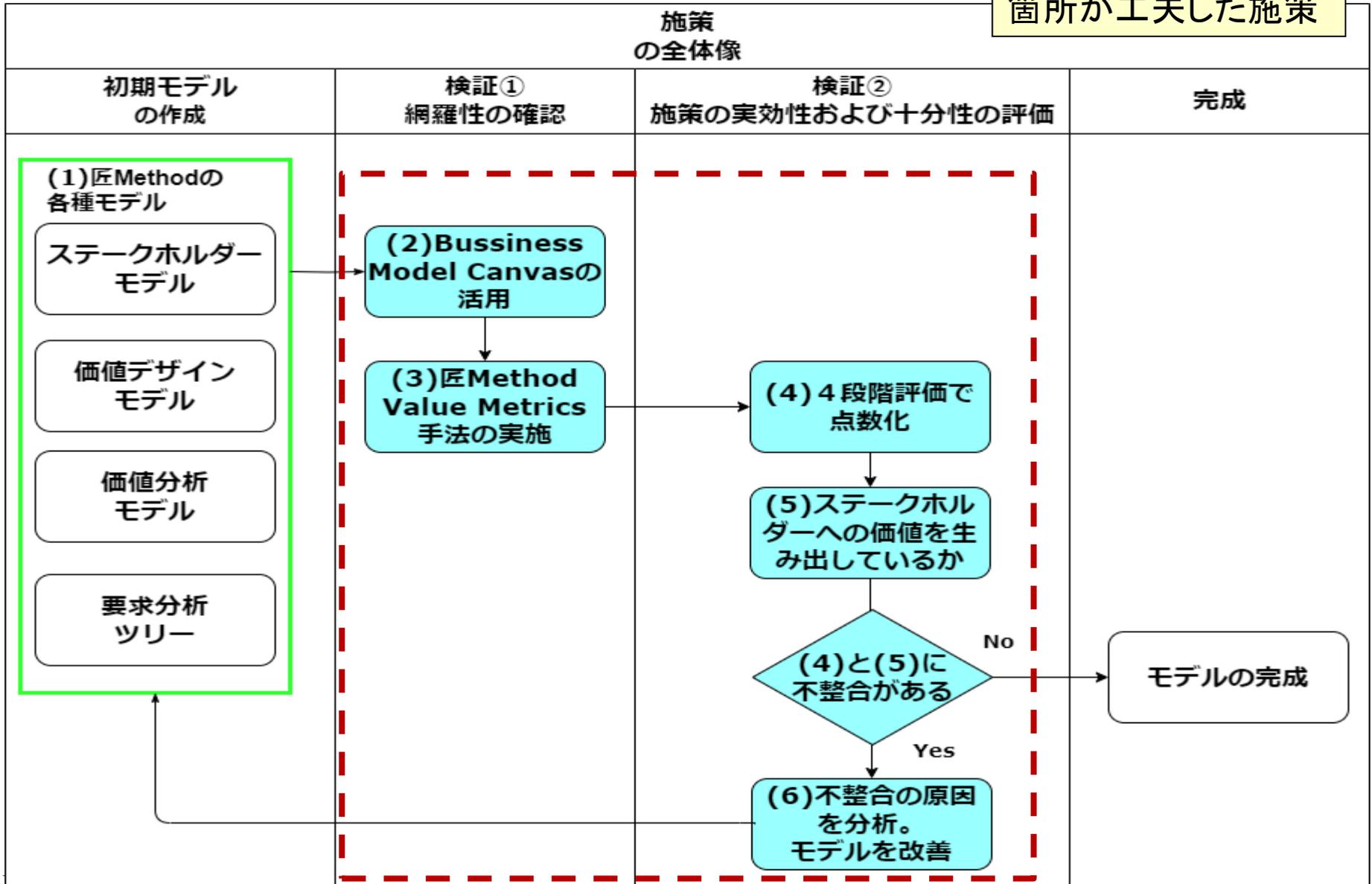


匠Method Value Metrics(価値の評価)イメージ

実施施策について

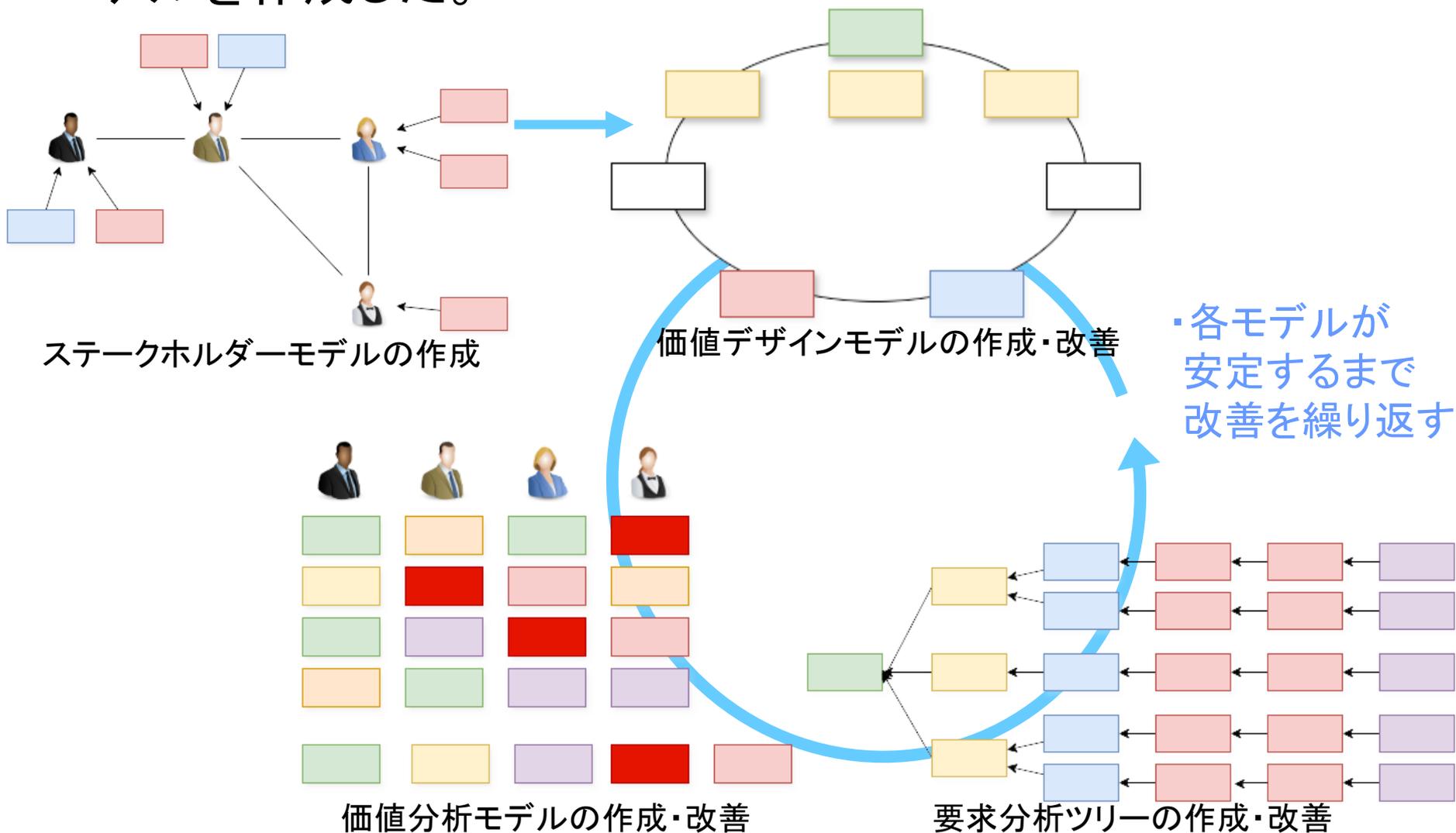
□ 取り組んだ施策の全体像を以下に示す。

赤点線で囲っている箇所が工夫した施策



初期モデルの作成

- ❑ 匠Methodの各種モデルによるモデリングを実施し、初期モデルを作成した。



検証①

□ 検証①で行った網羅性検証の取り組みについて。

作成した初期モデルに対して、計画の妥当性の確認や抜け漏れをなくすための取り組みとして下記を行った。

1. ビジネス企画の施策として、検討すべき領域に抜け漏れがないことを確認したい。
 - **Bussiness Model Canvas**を活用して、検討すべき領域の網羅性の検証を行った。
2. 検討した施策がビジネス価値を生み出すことができるのかについて確証を持ちたい。
 - **匠Method Value Metrics**手法を活用して、ビジネス価値の網羅性の検証を行った。

検証①: Bussiness Model Canvasの活用

□ 検証①-1: 初期モデルを基に、Bussiness Model Canvasの各ビルディングブロックを記載することで検討すべき領域の網羅性を確認した。(下記はサンプル)

<p>パートナー</p> <p>クラウド事業者 ...</p> <p>協業事業者 XXX(株)</p> <p>XXXサービス事業者 XXX(株)</p> <p>学協会 ...</p>	<p>主要活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社内案件の支援 ・開発支援 ・運用支援 ・案件提案時の支援 ・XXX業務 ・セキュリティ製品の導入、検証などの支援 ・研究開発活動 	<p>価値提案</p> <ul style="list-style-type: none"> ・支援業務について ・当社の専門性 ・豊富なクラウド導入経験 ・ベテランエンジニアによる支援 <p>：</p> <p>：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・依頼先としての安心感 ・創業年数、売上、社員数 ・取引先の堅実さ ・認証取得(ISMS、QMS) 	<p>顧客との関係</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コンサルティングサービス ・開発業者 ・保守運用業者 ・協業パートナー 	<p>顧客</p> <p>顧客名「...」</p>
<p>コスト構造</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人件費 ・教育費 ・技術開発 ・外部委託費 ・広告費 ・クラウド利用費 	<p>収益の流れ</p>			

検証①: 匠Method Value Metrics手法の活用

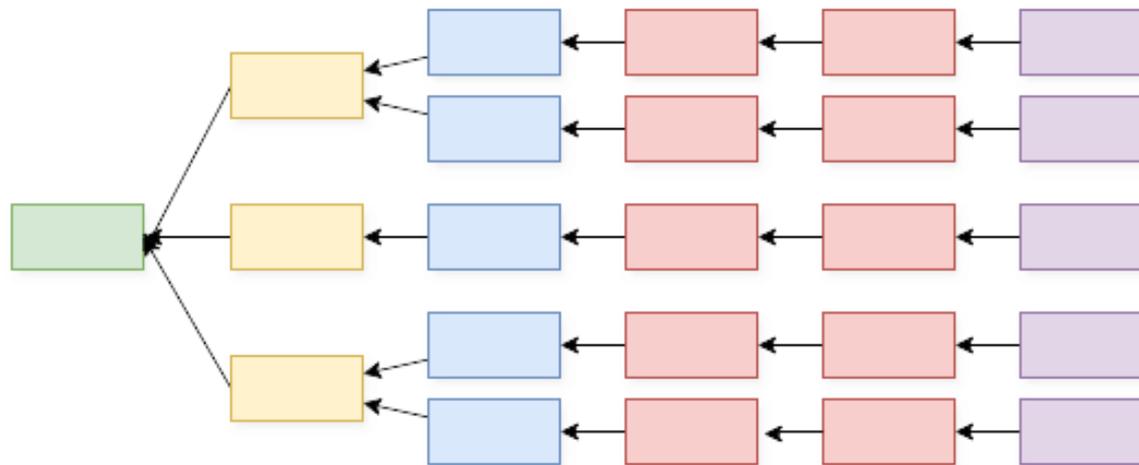
- ❑ 検証①-2: 検討した施策に対して評価を行い、施策自体にビジネスの価値があるのかを確認した。(下記はサンプル)

価値デザインモデル から取得	ビジョン	暮らしやすい住宅環境の提供			
	コンセプト	社員同士が協力して新サービスの確立			
価値分析モデル から取得	目的	新製品の 開発力向上		評価の実施 直観で価値を評価、 最大・最小の評価を した人がその理由を 説明(1回目) 再度評価を行う。 2回目の結果を 隣の列に記載する。	
	ビジョン、コンセプト、 目的で目指す結果を ゴールとして記述	概念イメージ (ゴール)	顧客ニーズを創造し、 今までにない 商品開発ができる		
新しい顧客層を 開拓できる					
モデル作成の参加者	回数	1	2		
	田中	34	34		
	佐藤	21	21	15	21
	杉田	89	34	21	34
	高橋	34	34	34	34

ゴール記述の作成

- 要求分析ツリーで挙げられた活動に対し、ゴール記述を作成した。
 - 「誰が」「いつから」「いつまでに」「何を」「どうする」「KPI(活動の評価尺度)」を設定する。

・ゴール記述



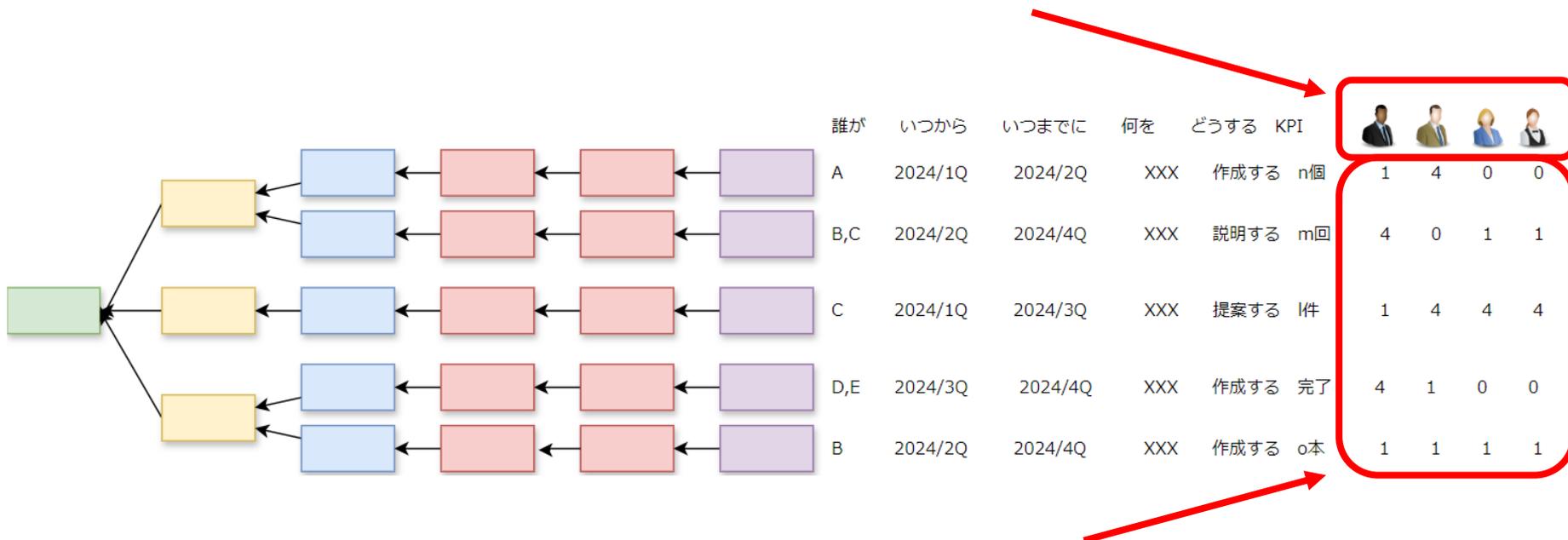
要求分析ツリー

誰が	いつから	いつまでに	何を	どうする	KPI
A	2024/1Q	2024/2Q	XXX	作成する	n個
B,C	2024/2Q	2024/4Q	XXX	説明する	m回
C	2024/1Q	2024/3Q	XXX	提案する	1件
D,E	2024/3Q	2024/4Q	XXX	作成する	完了
B	2024/2Q	2024/4Q	XXX	作成する	o本

検証②: 施策の実効性および十分性の評価

- ゴール記述についてステークホルダーの価値を4段階で数値化する
 - 4点: 達成すると大きく価値が増える=サービスの魅力に大きく影響する
 - 1点: 達成しても当たり前ととられ、少し価値が増える
 - 0点: 達成してもしなくても、価値に影響しない
 - -1点: 達成すると逆に価値が減る

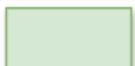
・価値分析モデルのステークホルダー



・ステークホルダから見たゴール記述達成の価値

検証②: 施策の実効性および十分性の評価

- ゴール記述の活動がステークホルダーへの価値を生み出しているか確認する
 - ゴール記述を達成することで生み出される価値が、価値分析モデルの価値記述に記載されているかを逆探知する

誰が	いつから	いつまでに	何を	どうする	KPI								
A	2024/1Q	2024/2Q	XXX	作成する	n個	1	4	0	0				
B,C	2024/2Q	2024/4Q	XXX	説明する	m回	4	0	1	1				
C	2024/1Q	2024/3Q	XXX	提案する	l件	1	4	4	4				
D,E	2024/3Q	2024/4Q	XXX	作成する	完了	4	1	0	0				
B	2024/2Q	2024/4Q	XXX	作成する	o本	1	1	1	1				

逆探知

施策実施の効果

□ 検証①の効果

- Business Model Canvasの活用による網羅性の検証
 - 収益の流れ、顧客、顧客との関係についてがもともといた部門の延長の範囲に意識がとどまっていることがわかり、より多くの観点でビジネスを検討することができた。
 - 想定顧客が当時のビジネスの延長で、かなり狭い
 - 顧客とのチャネル、関係、価値提案、収益の流れなどの検討を行う。
- 価値の検証による価値の網羅性の検証
 - 匠Method Value Metrics手法を使い、目的とそれが実現する価値について評価を行った。
 - ビジョン、コンセプト、目的が達成することにより、実現する「価値」の評価を参加者の中で共有することにより、合意形成に役立った
 - ビジョン、コンセプト、目的が達成するゴールのイメージを表現することによって、目的間での従属関係を発見することができ、再構成をすることができた。

□ 検証②の効果

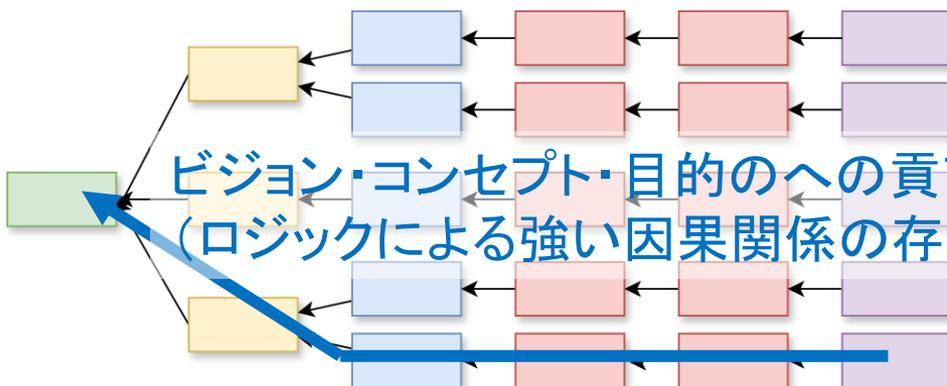
- 作成したゴール記述モデルに対して、狙った価値が実現できそうにないケースは、以下の3つがあった。
 - ① ステークホルダーの開発に不足/誤りがある
 - ② 要求の開発が十分にできていない
 - ③ 評価指標（KPI）設定に不足/誤りがある

以降、上記それぞれのケースについての説明、および是正方法について説明する。

施策実施の効果

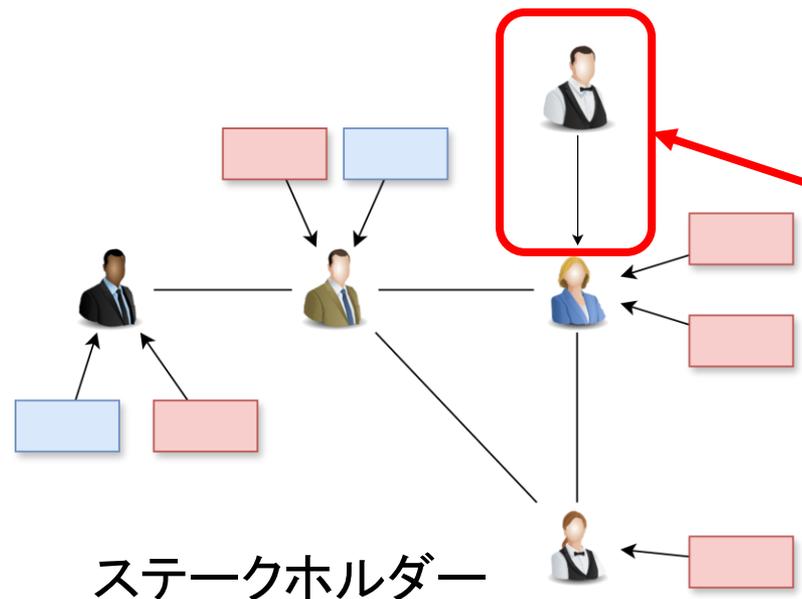
① ステークホルダーの開発に不足/誤りがある場合

活動がビジョン、コンセプト、目的に対して貢献するにも関わらず、ステークホルダーが感じる価値が低い場合



誰が	いつから	いつまでに	何を	どうする	KPI					
A	2024/1Q	2024/2Q	XXX	作成する	n個	1	4	0	0	1
B,C	2024/2Q	2024/4Q	XXX	説明する	m回	4	0	1	1	1
C	2024/1Q	2024/3Q	XXX	提案する	l件	1	4	4	4	1
D,E	2024/3Q	2024/4Q	XXX	作成する	完了	1	1	1	0	4
B	2024/2Q	2024/4Q	XXX	作成する	o本	1	1	1	1	4

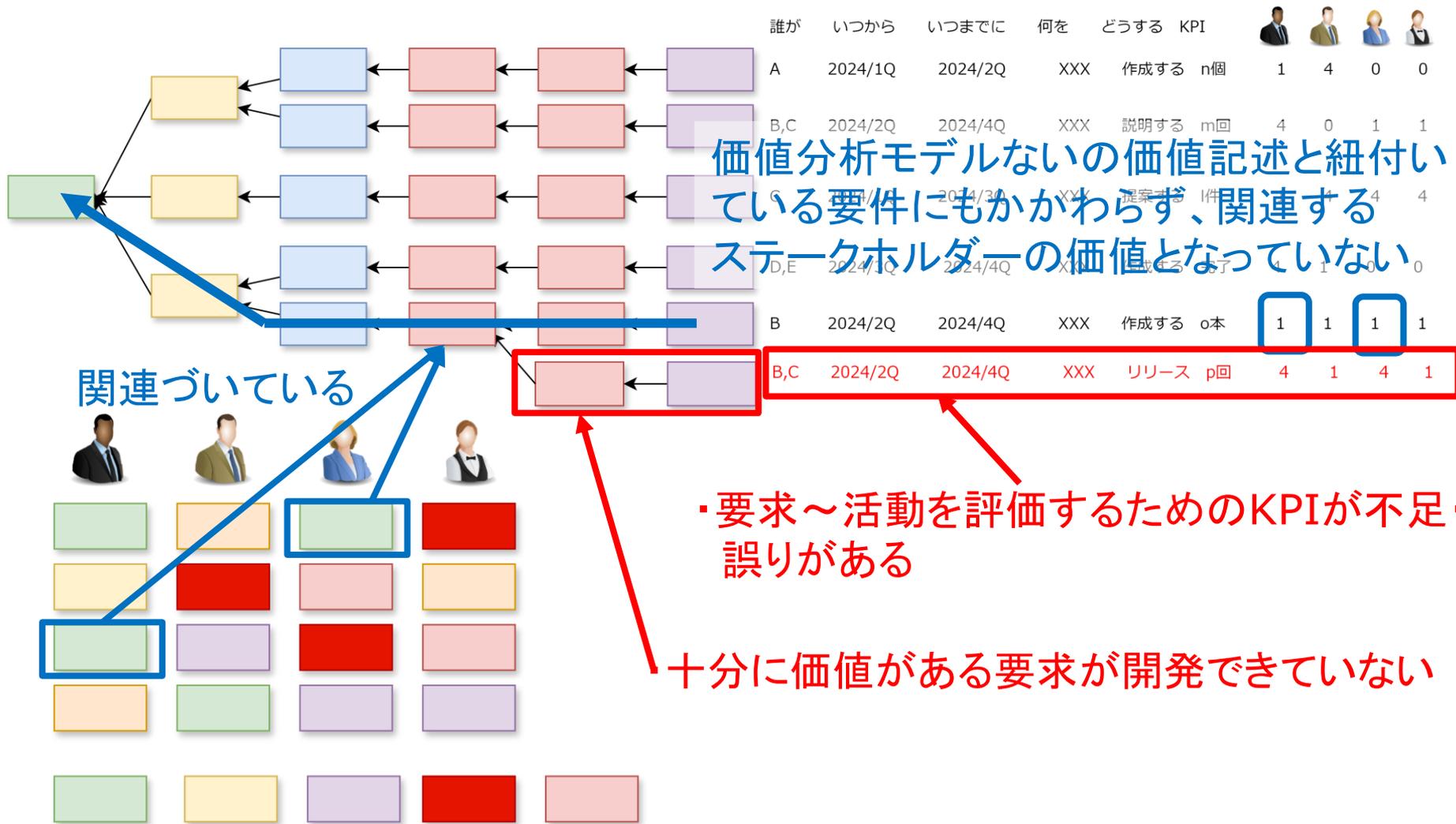
価値が低い



未開発のステークホルダーがいる

施策実施の効果

- ② 要求の開発が十分にできていない
- ③ 評価指標 (KPI) 設定に不足/誤りがある場合



考察

- ❑ 業務で匠Methodを使うときはゴール記述モデルが、重要である。これを行うことで具体的なタスクを作り、実績を反映することの糸口ができる。
- ❑ スケジュールによる進捗管理では作業の進捗としての計画と実績の対比はできるが、価値実現の進捗という意味で、計画と実績の対比をすることは有意義。
- ❑ 価値実現の進捗を見るには、定期的にゴール記述でプランしている価値、および実績を特定の基準に基づいた定量評価をするし、スケジュールの見直しをかけるとうい。
- ❑ 更に時間をかけて継続し、有用性を高めていきたい。
- ❑ 学習に時間がかかることから簡易にできる仕組みも検討が必要

まとめ

匠Methodによるモデリングとあわせて、検証手法として以下を組み合わせることにより、より多角的な視点での検証ができるようになった。

- ① Business Model Canvasにより、初期モデルの内容の網羅性を評価する
- ② 匠Method Value Metrics手法により、初期モデルの価値の網羅性を評価する
- ③ ゴール記述の中でステークホルダーへの価値を生み出すか評価する

また、本発表(上記③)に基づく進め方によって実際の業務の中で、ビジネスの価値に基づいた評価をしながら、計画を改善し続ける取り組みが出来た。

今後もこうした取り組みを続けて企画や開発などで取り組んでいきたい。

ありがとうございました。