

# 関西匠道場（2期5回目 in 京都）

講義資料

価値モデルファシリテーションの極意

株式会社 匠 Business Place

## 自己紹介

---

篠原 幸太（しのはら こうた）  
匠BusinessPlace BSI事業部 部長

- ▶ SIベンダーでプログラマからマネージャまで経験（15年）
- ▶ 2015年7月：匠BusinessPlaceに入社
- ▶ Salesforceの構築プロジェクトを中心に匠Methodの普及活動に従事
- ▶ 趣味は城巡り





代表取締役会長  
萩本 順三

匠Methodの  
生みの親



代表取締役社長  
田中 豊久

匠Methodで  
事業開拓



BSI事業部 部長  
篠原 幸太

Salesforce事業を  
運営・定着化



代表取締役会長  
萩本 順三

匠Methodの本質  
を熱く語る！



代表取締役社長  
田中 豊久

匠Methodで  
ビジネス展開



BSI事業部 部長  
篠原 幸太

現場目線で  
実践方法を解説

- ▶ 2015年後半からSalesforce構築案件で匠Methodを提案し、実践してきました

はじめは匠Method案件を獲得できませんでした  
(Salesforce構築のみが多かった)

徐々に提案して獲得できるようになってきました

本日は獲得するためのコツと実践する中で  
たまってきたノウハウをお話しします

＜提案・オリエンテーション＞  
相手の目線で説明すること

＜価値分析モデル＞  
リズム感を高め  
次のモデルにつなげる

＜価値デザインモデル＞  
未来を楽しく語ってもらう

<提案・オリエンテーション>  
相手の目線で説明すること

<価値分析モデル>  
リズム感を高め  
次のモデルにつなげる

<価値デザインモデル>  
未来を楽しく語ってもらう

## <提案・オリエンテーション> 相手の目線で説明すること

### 【価値を感じる】

匠Methodをやらない  
場合とやった場合の  
違いを説明  
どのような具体的な  
価値を感じるのか？

### 【具体的である】

相手のビジネス・  
業務に照らし合わせ  
て現実的と感じる  
雰囲気だけで終わら  
ないことが重要

### 【自信をもつ】

不安を感じさせては  
いけない  
自信がなくても自信  
があるように見せる  
(虚勢で良い)



- ▶ はじめて匠Methodを知る人（興味はない）が感じやすいネガティブな印象は？

難しそう・価値って何？

全員あつまると無理！？（コタツモデルの批判）

漠然と不安・聞いたことない…

宗教っぽい（あやしい）

- ▶ ネガティブな印象をどうやって払拭するか？  
以下のようなイメージを演出します

感覚的に実践できる・楽しいイメージ

ココを頑張ればスピード感・納得感を得る【説得】

具体的・実践的な説明



相手の目線で説明すること

## <提案・オリエンテーション> 相手の目線で説明すること

### 【価値を感じる】

匠Methodをやらない  
場合とやった場合の  
違いを説明  
どのような具体的な  
価値を感じるのか？

### 【具体的である】

相手のビジネス・  
業務に照らし合わせ  
て現実的と感じる  
雰囲気だけで終わら  
ないことが重要

### 【自信をもつ】

不安を感じさせては  
いけない  
自信がなくても自信  
があるように見せる  
(虚勢で良い)

資料は使いまわしで終わらない  
部分的で良いので自分で作りましょう！

# 提案資料のサンプル

## 匠Methodを説明するための資料

## 要件定義に変わる 超実践的手法

一般的な要件定義に変わり匠Methodによるセッションを行います。

要件定義と比べると、以下のような効果が見込まれます。

- 価値からはじめる
- 顧客納得度が高い
- 短い期間で作成

## モデル図の作成 最小限のドキュメント

匠Methodはモデル図を作成しながら進めます。

短い言葉・文章により表現していくため、大量のドキュメント作成から解放されます。

読む側（お客様や開発担当者）にとってストレスが少なく理解できます。

## 適用範囲の広さ 組織改革から 製品企画まで

匠Methodはシンプルな構成であると共に、本質をつかんだ本格的な内容です。

そのため、以下のように様々な領域で活用できます。

- 部門改革
- キャリアデザイン
- 製品企画 など

要件定義に変わる  
超実践的手法

モデル図の作成  
最小限のドキュメント

適用範囲の広さ  
組織改革から  
製品企画まで

相手が知っている  
要件定義と比較

要件定義と比べると、  
以下のような効果が見  
込めます。

- 価値からはじめる
- 顧客納得度が高い
- 短い期間で作成

相手の価値を明示

相手の価値を明示

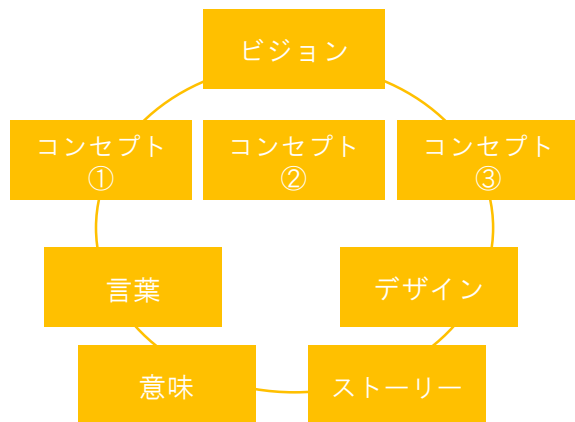
短い言葉・文章により  
表現していくため、大  
量のドキュメント作成  
から解放されます。

読む側（お客様や開発  
担当者）にとって  
ストレスが少なく理解  
できます。

コンサルティングへ  
の応用を示唆  
（相手にコンサルへ  
の嫌悪感がありそう  
なら説明は省略）

## 価値（戦略・ニーズ）からはじめて、活動につなげる手法

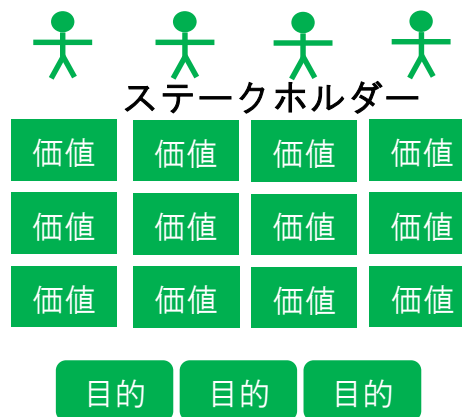
価値モデルによりプロジェクトの価値（シーズ）と個人の価値（ニーズ）を設計します。匠Methodでは、すべての価値を引き出すことよりも重要な価値を引き出すことを狙いとします。



価値デザインモデル（シーズ）



バランス

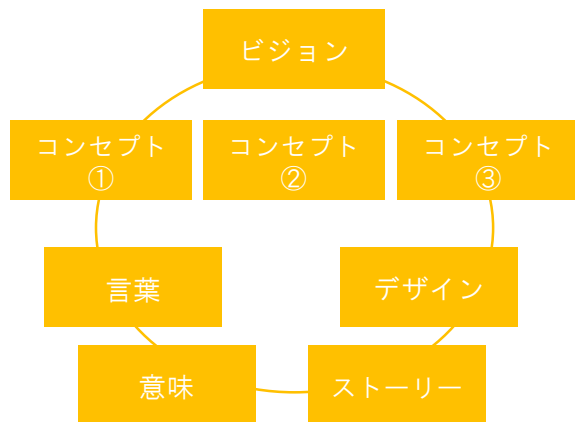


価値分析モデル（ニーズ）

## 価値（戦略・ニーズ）からはじめて、活動につなげる手法

価値モデルによりプロジェクトの価値（シーズ）と個人の価値（ニーズ）を設計します。匠Methodでは、すべての価値を引き出すことよりも重要な価値を引き出すことを狙います。

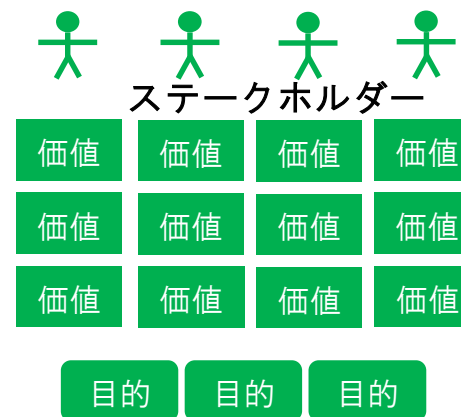
価値からはじめる匠Methodの特徴を印象付ける



価値デザインモデル（シーズ）



バランス



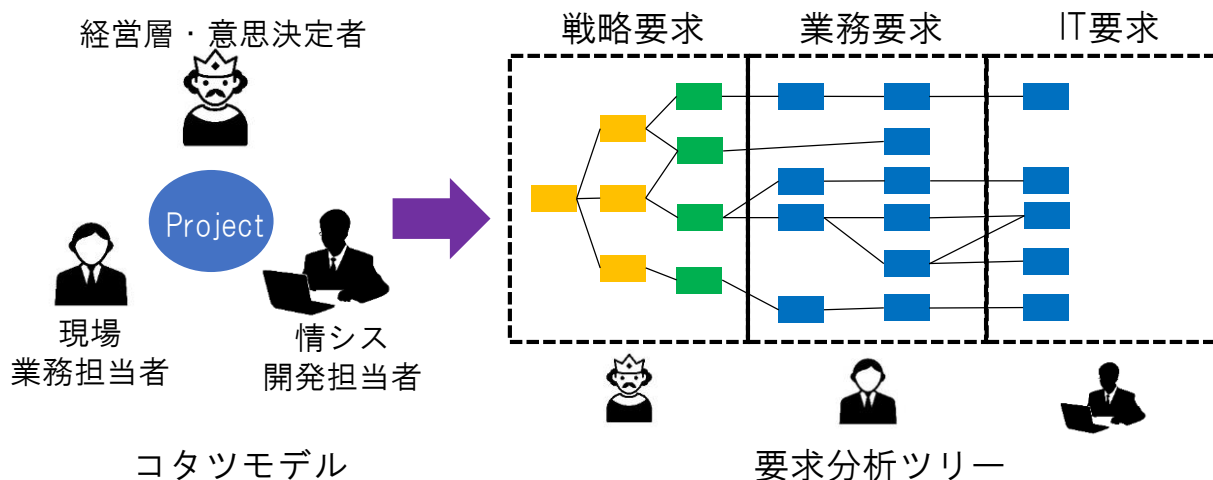
価値分析モデル（ニーズ）

「例えば〇〇」と相手のビジネスに置き換えてあてはめること



コタツモデルによりお客様の“納得”度が高い手法

匠Methodを成功させる最も重要なことは「コタツモデル」を作ることです。そして、要求モデルによりコタツメンバーの覚悟を引き出します。



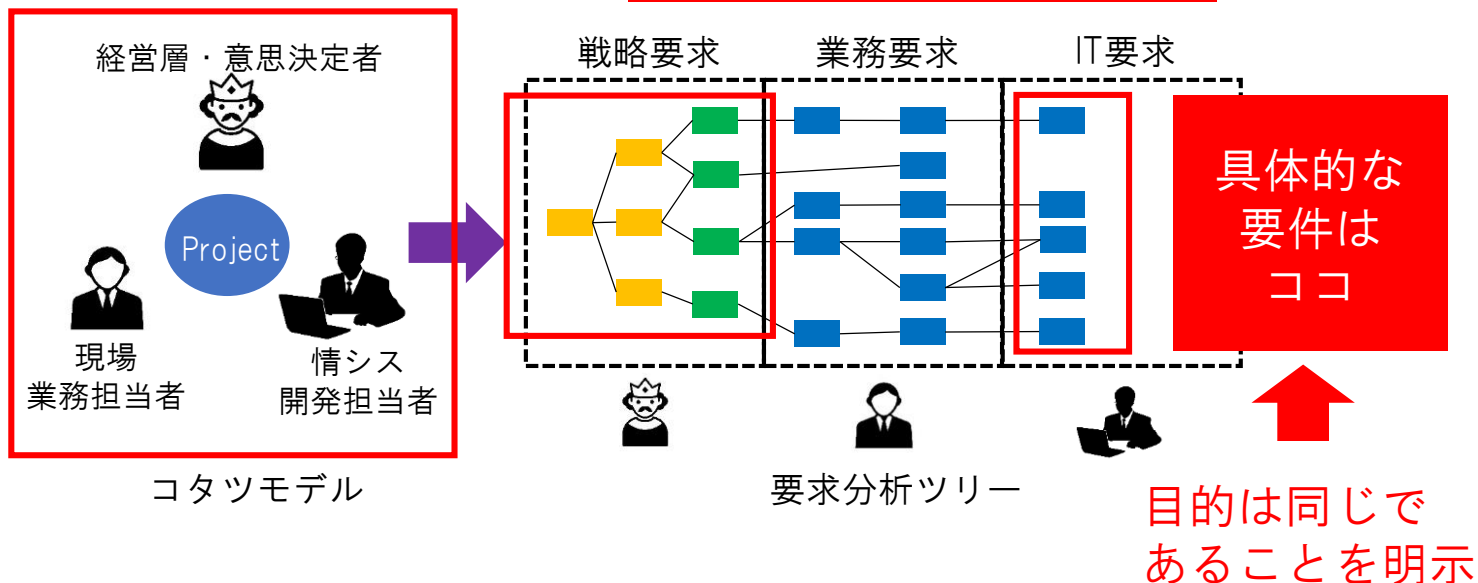
## コタツモデルによりお客様の“納得”度が高い手法

匠Methodを成功させる最も重要なこと  
そして、それによりコタツメン

可能ならコタツ  
の説得を

価値から活動につなげる  
という流れについて  
具体的な進行イメージで  
納得していただく

ことです。

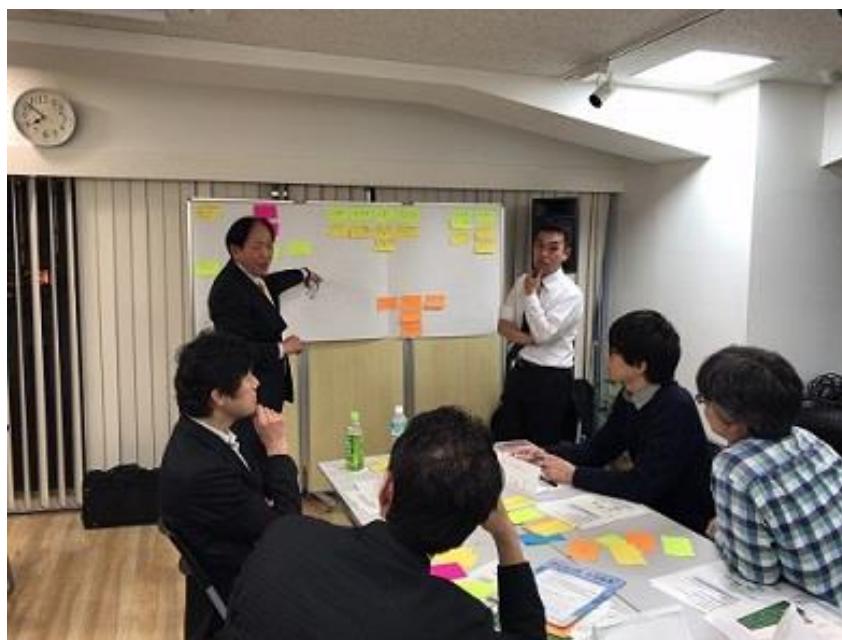


匠Methodの説明・アピールはここまで

ここから先は価値の裏付け・安心感の  
演出に注力して説明していきます

ワークショップにより短期間で作成する実践的な手法です

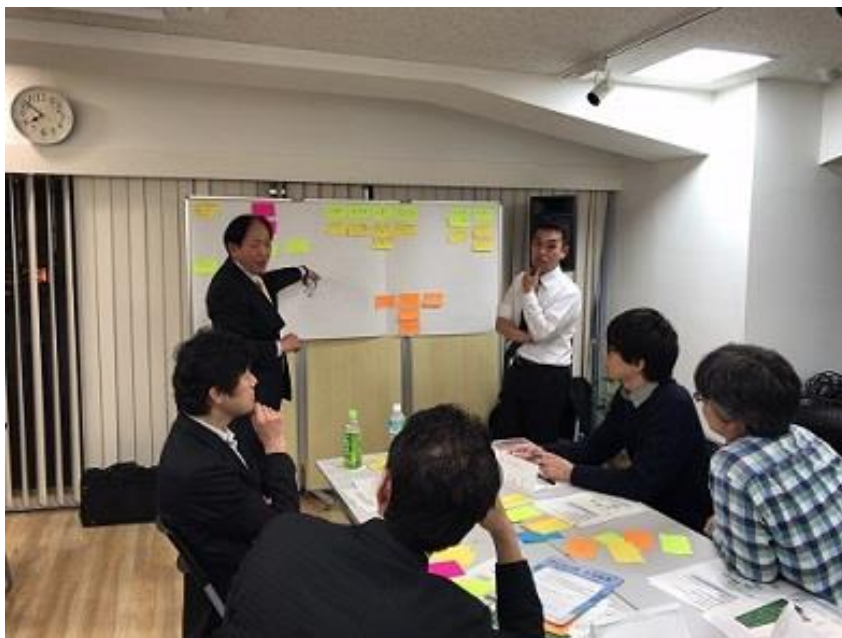
付箋紙を使ってモデルを作成します。お客様の宿題は極力なくし、その場でモデルを作っていきます。  
そのためにも前頁の「コタツモデル」が重要な要因となります。



匠Methodセッションの様子

ワークショップにより短期間で作成する実践的な手法です

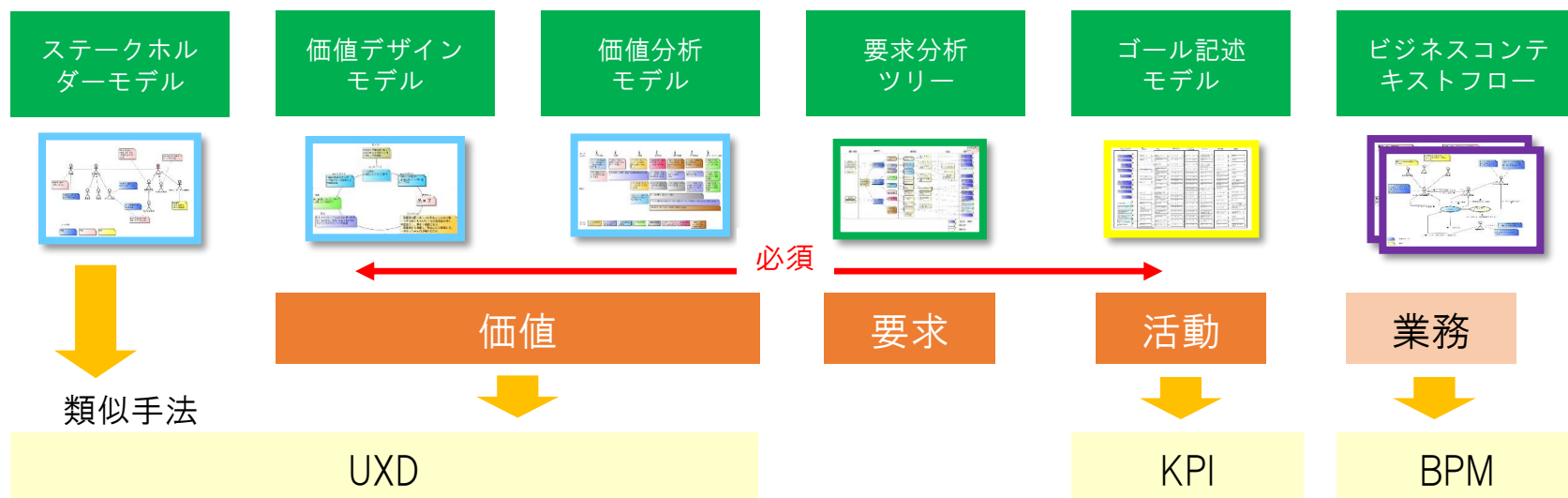
付箋紙を使ってワークショップの雰囲気を感じていただくべく、その場でモデルを作ってそのためにも前（気軽さをアピール）す。



匠Methodセッションの様子

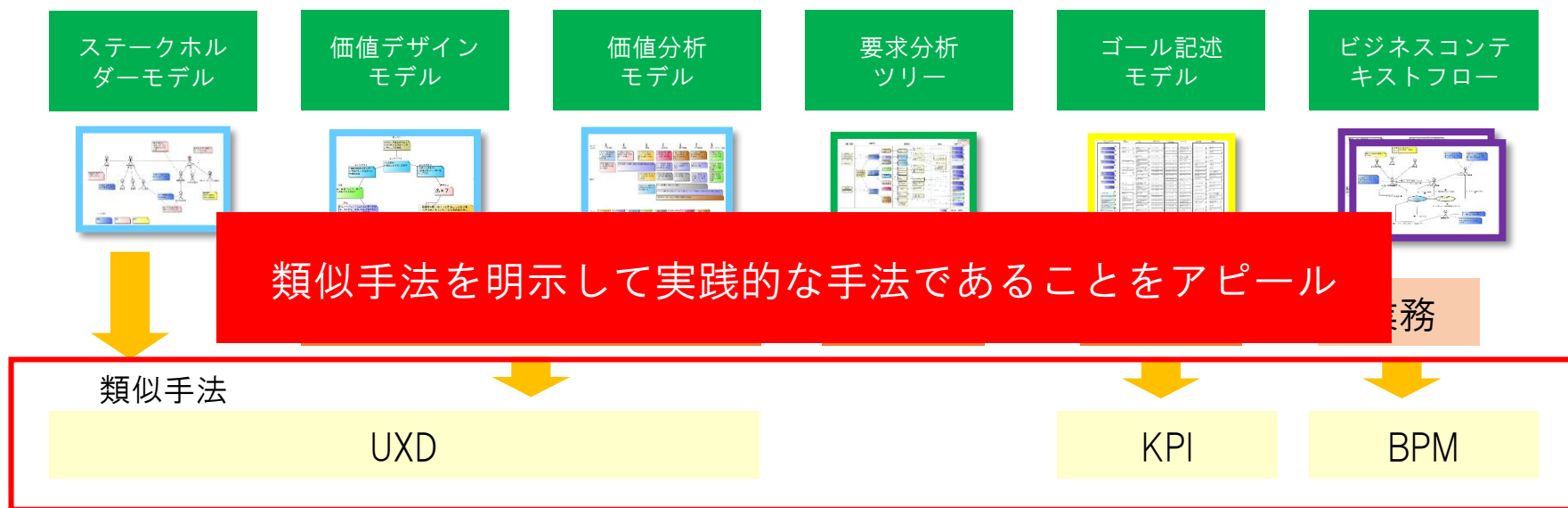
匠Methodではコアとなる6つのモデルがあります

必須となる4つのモデルを作ります。ステークホルダーモデルとビジネスコンテキストフローは状況に応じて使います。とくにビジネスコンテキストフローは一般的な業務フローのようにすべてのフローを書くのではなく、絞り込んで記述します。

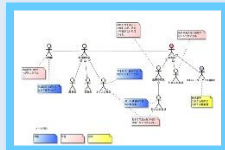
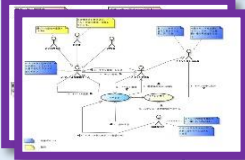
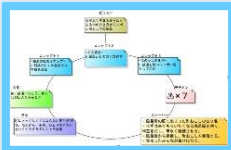

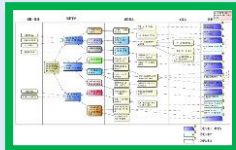
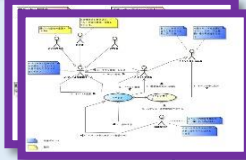
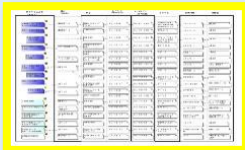


匠Methodではコアとなる6つのモデルがあります

必須となる4つのモデルを作ります。ステークホルダーモデルとビジネスコンテキストフローは状況に応じて使います。とくにビジネスコンテキストフローは一般的な業務フローのようにすべてのフローを書くのではなく、絞り込んで記述します。

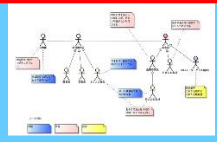
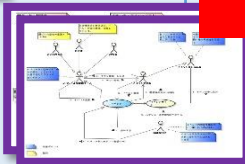




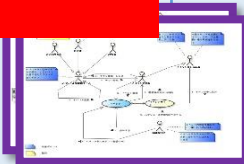



価値創造サービスでは4回の打合せで匠Methodセッションを行い、以下のようなプランを進めます。

1回目	2回目	3回目	4回目
 	 	 	
<ul style="list-style-type: none"> <li>はじめにオリエンテーションを行います</li> <li>ステークホルダーを挙げて、課題を引き出します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>価値デザインモデルと価値分析モデルを作成します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>価値モデルを仕上げます</li> <li>要求分析ツリーを作成します</li> <li>必要に応じてビジネスコンテキストフローで検証します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>要求分析ツリーを仕上げます</li> <li>ゴール記述モデルを作成して、プロジェクトの活動に落とし込みます</li> </ul>



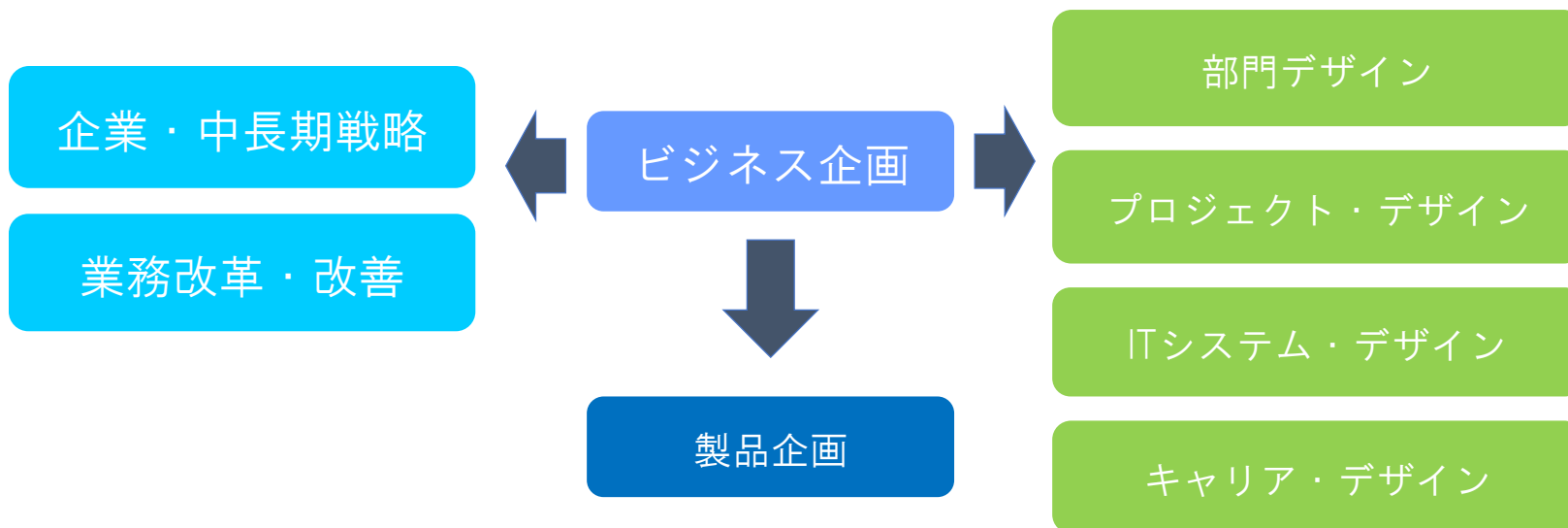
価値創造サービスでは4回の打合せで匠Methodセッションを行い、以下のようなプランを進めます。

1回目	2回目	3回目	4回目
 	   		
<ul style="list-style-type: none"> <li>はじめにオリエンテーションを行います</li> <li>ステークホルダーを挙げて、課題を引き出します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>価値デザインモデルと価値分析モデルを作成します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>価値モデルを仕上げます</li> <li>要求分析ツリーを作成します</li> <li>必要に応じてビジネスコンテキストフローで検証します</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>要求分析ツリーを仕上げます</li> <li>ゴール記述モデルを作成して、プロジェクトの活動に落とし込みます</li> </ul>

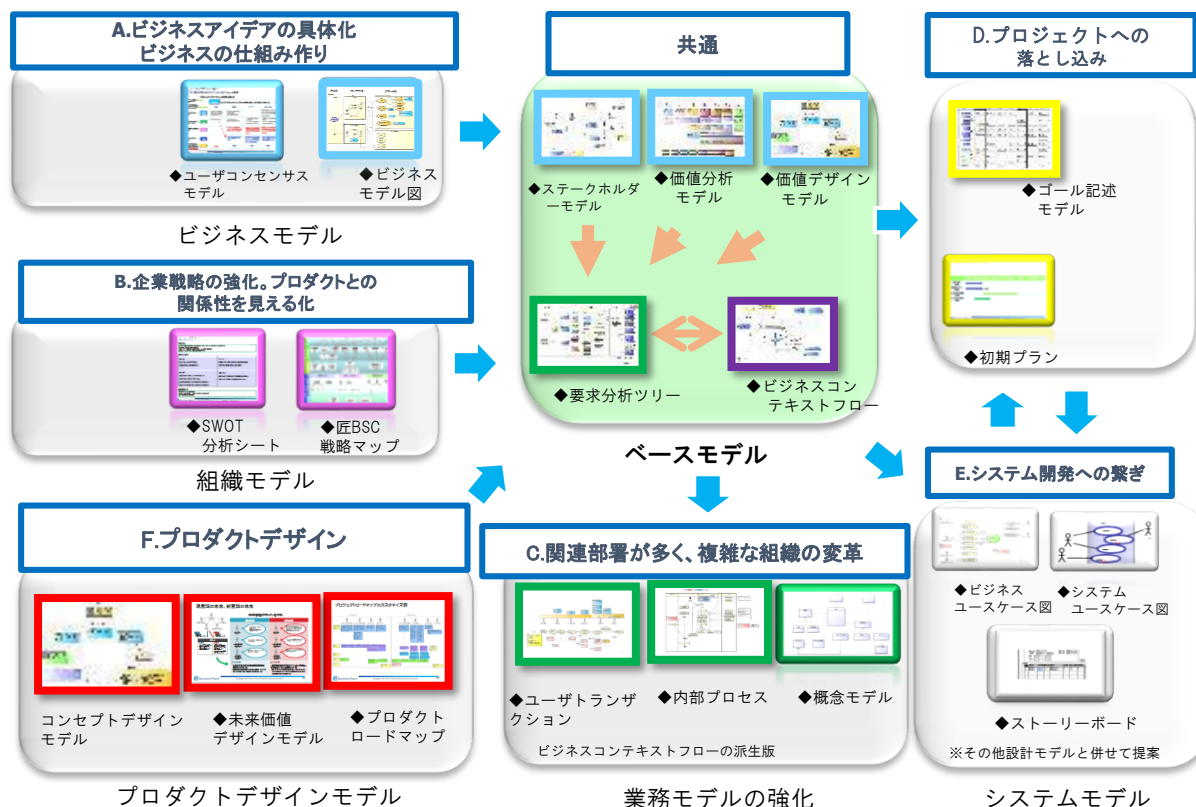
具体的な日程イメージを明示

匠Methodは様々なケースで活用できます

元々ビジネス企画のために生み出した匠Methodですが、様々な領域で活用できるように発展しました。



様々な領域で活用するために6つのコアモデル以外のモデルがあります



＜提案・オリエンテーション＞  
相手の目線で説明すること

＜価値分析モデル＞  
リズム感を高め  
次のモデルにつなげる

＜価値デザインモデル＞  
未来を楽しく語ってもらう

## <価値分析モデル>

リズム感を高め、次のモデルにつなげる

### 【制約は少なめに】

まずは書くことに  
慣れてもらう  
制約が多いと自信を  
失い書けなくなる  
まずは褒める

### 【質を高める】

付箋・発言が増えて  
きたら価値記述を  
指摘して質を高めて  
いく

### 【次へのステップ】

価値デザインモデル  
や要求モデルに  
つながる要素を発見  
しておく  
<ビジョン・手段>

## ＜価値分析モデル＞

リズム感を高め、次のモデルにつなげる

### 【制約は少なめに】

まずは書くことに  
慣れてもらう  
制約が多いと自信を  
失い書けなくなる  
まずは褒める

### 【質を高める】

付箋・発言が増えて  
きたら価値記述を  
指摘して質を高めて  
いく

### 【次へのステップ】

価値デザインモデル  
や要求モデルに  
つながる要素を発見  
しておく  
＜ビジョン・手段＞

## ▶ 価値記述の書き方

### 文法

〇〇によって～  
〇〇なので～

手段

〇〇に～  
〇〇で～

場面

〇〇になってうれしい

結果

最初はココだけでも良い



## ＜価値分析モデル＞

リズム感を高め、次のモデルにつなげる

### 【制約は少なめに】

まずは書くことに  
慣れてもらう  
制約が多いと自信を  
失い書けなくなる  
まずは褒める

### 【質を高める】

付箋・発言が増えて  
きたら価値記述を  
指摘して質を高めて  
いく

### 【次へのステップ】

価値デザインモデル  
や要求モデルに  
つながる要素を発見  
しておく  
＜ビジョン・手段＞



## ▶ 価値記述の書き方

### 文法

いくつか出てきてから  
ココを指摘する



○○によって～  
○○なので～

手段

○○に～  
○○で～

場面

○○になってうれしい

結果

## ＜価値分析モデル＞

リズム感を高め、次のモデルにつなげる

### 【制約は少なめに】

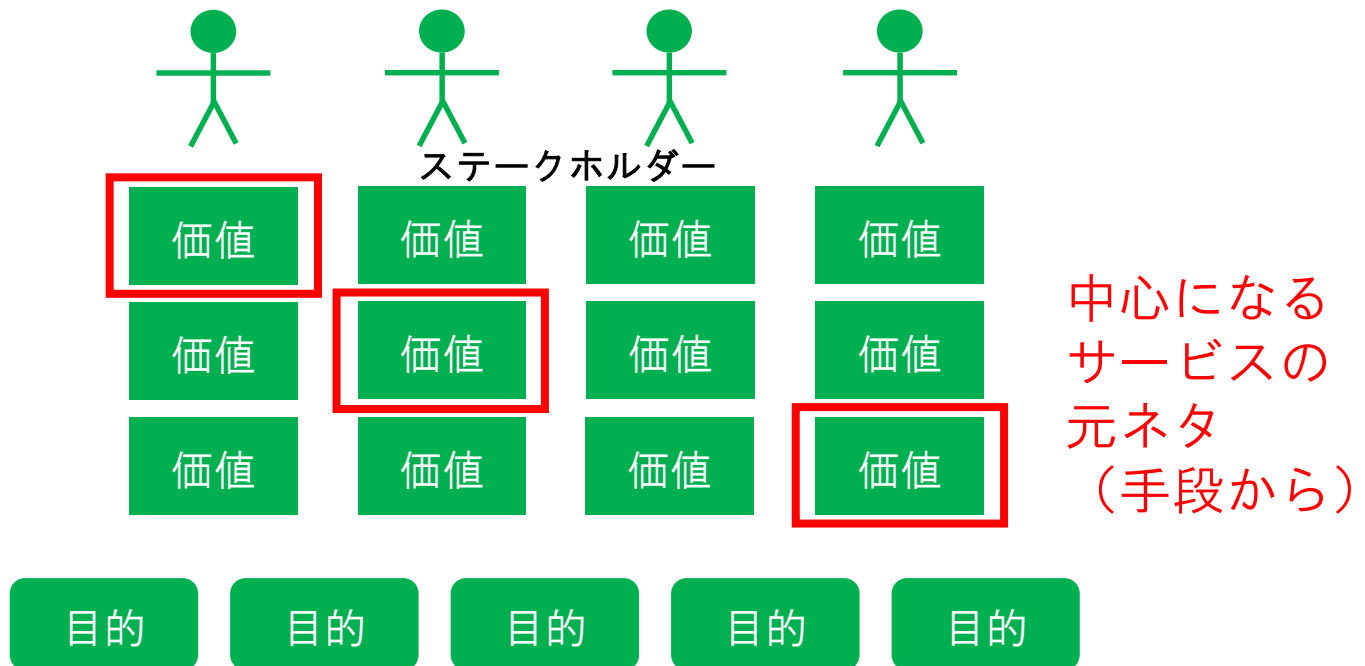
まずは書くことに  
慣れてもらう  
制約が多いと自信を  
失い書けなくなる  
まずは褒める

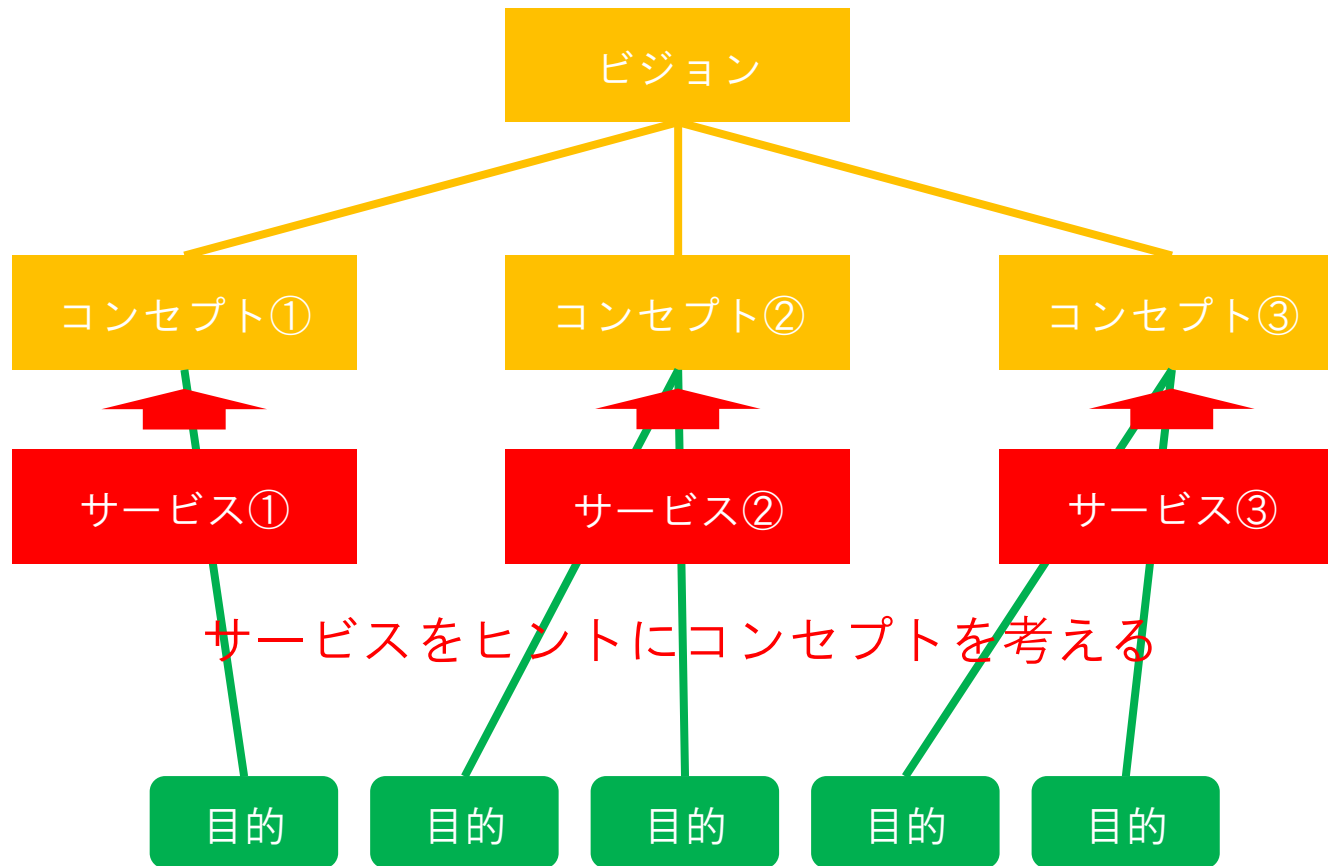
### 【質を高める】

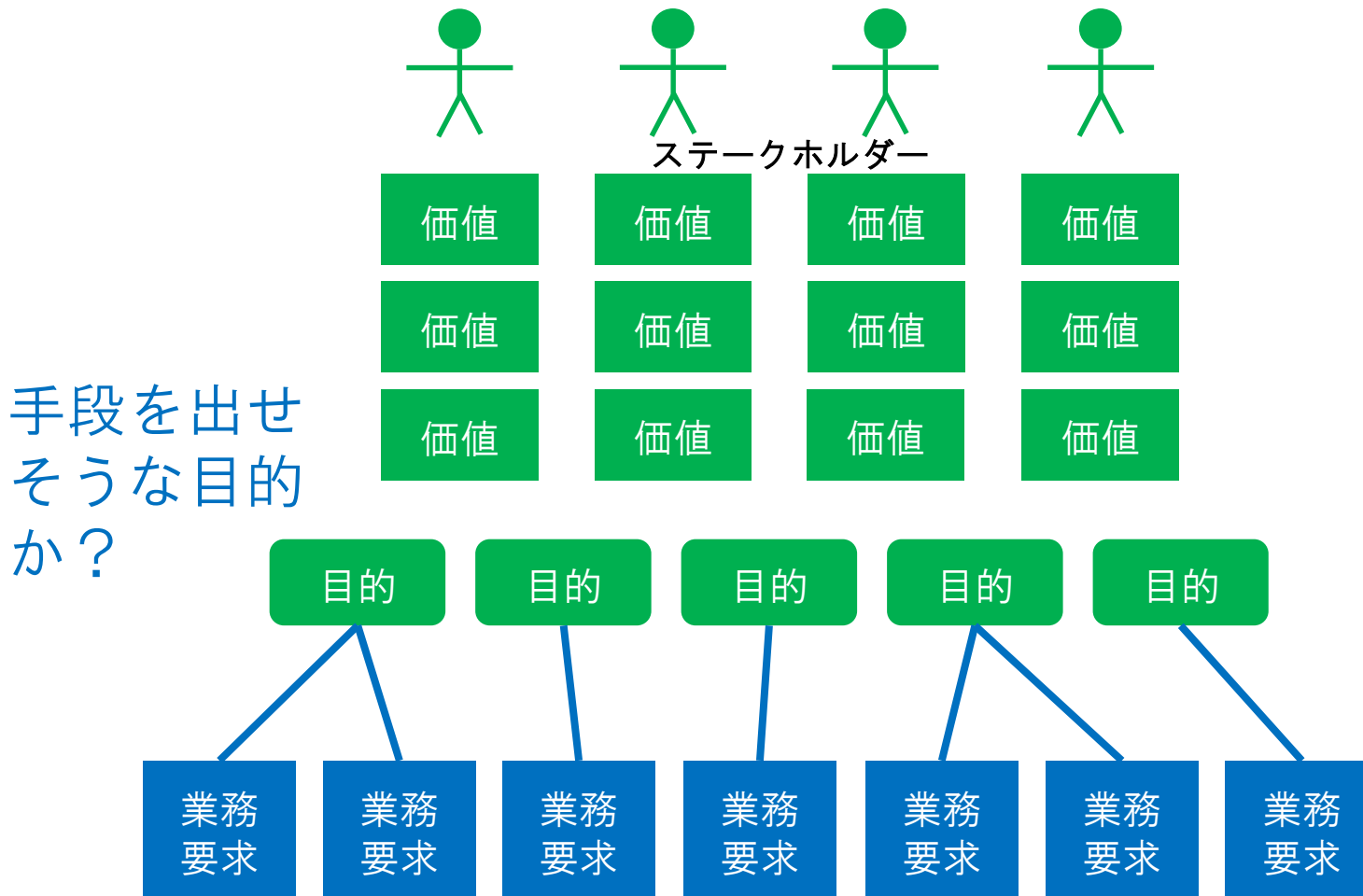
付箋・発言が増えて  
きたら価値記述を  
指摘して質を高めて  
いく

### 【次へのステップ】

価値デザインモデル  
や要求モデルに  
つながる要素を発見  
しておく  
＜ビジョン・手段＞







## <価値分析モデル>

リズム感を高め、次のモデルにつなげる

### 【制約は少なめに】

まずは書くことに  
慣れてもらう  
制約が多いと自信を  
失い書けなくなる  
まずは褒める

### 【質を高める】

付箋・発言が増えて  
きたら価値記述を  
指摘して質を高めて  
いく

### 【次へのステップ】

価値デザインモデル  
や要求モデルに  
つながる要素を発見  
しておく  
<ビジョン・手段>

モデルの完成を急がず  
チームの一体感とディスカッションできる雰囲気を作る

＜提案・オリエンテーション＞  
相手の目線で説明すること

＜価値分析モデル＞  
リズム感を高め  
次のモデルにつなげる

＜価値デザインモデル＞  
未来を楽しく語ってもらう

## ＜価値デザインモデル＞ 未来を楽しく語ってもらう

### 【視野の高さ】

無理に高い視野を  
目指さず、力量に  
合った一歩上の高さ  
を目指す

### 【実感をもつ】

ストーリー作りで  
チームが実践できる  
という雰囲気を作る  
目標が高すぎる場合  
はココでチェック

### 【ポエマー育成】

直感的な言葉を創る  
力量も必要となる  
ポエマーになれそう  
な人を探して褒める

メンバーの構成を見極めて力量に合ったモデリングを  
心がける（楽しさと手が届く範囲のバランス）



＜提案・オリエンテーション＞  
相手の目線で説明すること

はじめが肝心  
具体性を重視

＜価値分析モデル＞  
リズム感を高め  
次のモデルにつなげる

ココが切所  
じっくり引出す

＜価値デザインモデル＞  
未来を楽しく語ってもらう

チームのバランス  
を見ながら整える

- ▶ 経営層にはウケが良いが、現場担当者は不安を感じている印象
  - その後、導入時に結局苦勞するから
  - その苦勞と匠Methodモデルを繋げて進めるやり方を検討
  
- ▶ リプレイスプロジェクトの実践
  - 既存システムのIT要求が多すぎて書ききれない
  - リプレイス後の価値を描いてもリプレイス自体の成功への貢献をどうやってやるか？