

C5:ミニパネル

「テスト会社とツールベンダの微妙な関係」 ～競合か協調か～



パネルリーダー: 西 康晴 (電気通信大学)
パネリスト: 小崎 将弘 (日本ヒューレット・パッカー)
江澤 宏和 (ベリサーブ)
大山 相達 (V&V)
東 大輔 (日本ノーベル)

自己紹介

- 江澤様
 - テスト会社でテストの経験17年
 - 静的解析サービスを行っている
 - 社内では自動操作ツールも使っている
 - ツールの価値に疑問も持っている
- 大山様
 - テスト会社のエンジニア
 - ツールの有効性に疑問も持っている



自己紹介

- 小崎様
 - ツールベンダのエンジニア
 - テストだけではなく運用も範囲に入ったので、買収されてもよかったかな、と思っている
 - Androidに注目している
- 東様
 - ツールベンダのエンジニア
 - JaSST実行委員も務めている



ツールベンダの動向

- 米系ツールベンダの買収に関わる動向
 - コンセプトや売り方などが変わってきている
 - ツールからソリューションへ
 - 現場はツールとして売りたいと思っていたりはする
 - 自動操作ツールはあまり大きな機能追加はないので、テスト管理系の意識が強くなっている
 - テストプロセスをどうすればよいか問題になっている
 - 顧客の成熟化、テスト会社の成熟化も背景としてある
 - 買収されて埋没していないか？
 - 運用系や構成管理系のツールもあるので埋没しているのは否めない
 - 顧客層が広がったのはメリット
 - テストツールを売る以外にも顧客の役に立てる



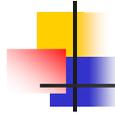
ツールベンダの動向

- 日系ツールベンダの動向
 - 単に自動で動きます、では売れない
 - テスト管理ツールなどとの相乗効果を出したい
 - まだ始めたところ
- オープンソースツールとの関係
 - オープンソースと商用は向き不向きがあるので、棲み分けをしようとしている
 - そんなに競合することはない
 - 顧客で効果が出るのであればウェルカムである
 - その方が長いお付き合いになる



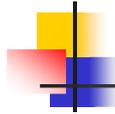
ツールベンダの動向

- 会場からの質問
 - ツールにロックインされないように
エクスポートできないのか？
共通のプラットフォームは無いのか？
 - 商用ベンダとしてはロックインしたいのが本音
 - データやスクリプトなどではなく
利便性でロックインすべきであろう
 - ASTERなどの公的な団体でフォーマットや
プラットフォームなどを定義してほしい
 - 商用ツールのフォーマットの公開でも構わない



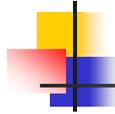
テスト会社の動向

- テスト会社には階層がある
 - Tier1: 単価90万～150万
 - 保有技術: 顧客への技術導入、テスト要求分析、テストアーキテクチャ設計、テストプロセス定義・改善、大規模マネジメント、品質状況の分析とアドバイス、上流からの参画と開発へのフィードバック
 - Tier2: 単価60万～100万
 - 保有技術: テスト詳細設計、テスト実装、小規模マネジメント、テスト実行効率改善
 - Tier3: 単価40万～70万
 - 保有技術: テスト実装、テスト実行、実行結果報告
 - Tier4: 単価20万～50万
 - 保有技術: テスト実行、実行結果報告



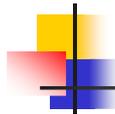
テスト会社の動向

- 2極化している
 - 高技術化
 - Tier2がTier1の技術を得ようと努力している
 - 資格取得や外部技術イベント参加をきっかけとして社内勉強会を開始し、自社の技術の棚卸しと向上を手がけるようになっている
 - Tier2のポジションに甘んじて努力していない組織は顧客からTier3の契約に変更されてしまっている
 - 顧客がテストに詳しくなりテスト会社への要求を高めている
 - 低価格化
 - Tier3がTier4の単価を提示されてしまっている
 - ただExcelにテストケースを羅列するだけの仕事には顧客が付加価値を感じなくなっている
 - Tier4の単価が下落を続けている
 - 低技術でよいところは、Tier4と派遣会社とオフショアの三つどもえの価格競争が繰り広げられている



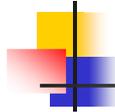
テスト会社の動向

- テスト実行はオフショアに取られてきている
 - とにかく人数を増やすだけのビジネスは成立しなくなってきている
 - 何人何ヶ月働いてくれるのかというよりも、どんな付加価値を出してくれるのか、と顧客に聞かれるようになってきている
 - 顧客の要望が高度化している
- 顧客から求められる技術は高度化している
 - しかし単価が上がらない
 - 単純な人月単価では勝負せず、テスト全体の効率化を勝負所とするようになってきている



テスト会社の動向

- オフショアは脅威か？
 - オフショアされるのはテスト実行なのでその部分は技術力が向上しやすい
 - 圧倒的に安いのが、管理工数のオーバーヘッドが相当大きいので、始めはトータルではあまり変わらないだろう
 - こなれてくれば落ちてくる
 - フロントエンドが日本側で実務はオフショア、というケースが増えてくる
 - 仕様変更などにタイムリーに追従できないと手戻りが増えるだろう
 - 日本のTier3やTier4は価格以外の付加価値を持たないと生き残っていけないだろう
 - だからツールベンダと組まないといけない



テスト会社の動向

■ 会場からの質問

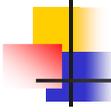
- 付加価値を高める際に、優秀ではない人も社内にはいるので、そういう人でも付加価値を高める仕組みが必要だが、新興国にコピーされてしまうかもしれない。技術を高める仕組みと、守る仕組みはどうすればよいか
 - 技術者自身が頑張ることが重要
 - 会社は動機付けを行う仕組みを持つ
 - 仕組みを改善し続ける仕組みとスピード感が重要
 - 個人に依存しないマネジメントをする
 - 適材適所に合わせた組織を作って「優秀でない人」を無くす
 - 海外は文化が違うので、そう簡単にはコピーされないのでは？
 - 日本文化によっかかっているはいけないぞ！



なぜテスト会社は ツールベンダと組まないのか

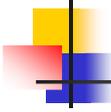
■ Tier3くらいだと、ビジネスモデルが描けない

- テスト会社がツールベンダと組もうとしても、ツールベンダが丸抱えしようとしてしまう
 - ツールベンダはサービスの部隊を持っている
 - グローバル大企業化したので、サービスはオフショアに出せることすらできる
 - テスト会社にツールのエキスパートがいれば組みたい
 - テスト会社から見るとツールベンダは敷居が高い
 - ツールベンダはテスト会社を顧客としてみるので、ツールを売ろうとしない
 - オープンソースを使った方がメリットが大きいかもしれない
 - 中小のツールベンダと組んだ方がよい



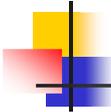
なぜテスト会社は ツールベンダと組まないのか

- 自動化できるのはごく一部なので、
テスト会社としては商売にならない
 - ツールの導入やスクリプトのメンテナンスに
コストがかかるので、そのコストを低減するのが
テスト会社の技術力だとツールベンダは考える
 - 運用保守・派生開発まで考えると、
ツールを使う場面はかなり増えるはず
 - 開発の最初から自動化を考えて配慮して開発すると、
倍くらいの効果になるだろう
 - エンジニアはツールで検出できない不具合の検出が得意だ



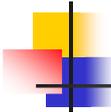
なぜテスト会社は ツールベンダと組まないのか

- ツールベンダはテスト会社と
組みたいと思っている
 - 顧客のニーズをより掴んでいるのはテスト会社である
 - ツールを売りますだけでは、今どき商売にならない
 - 顧客に活用してもらえないと棚晒しになって
年間保守契約料をもらえない
 - テスト会社と組めばツールベンダとしては
手離れの良いビジネスになる
 - テスト会社のノウハウをもらいたい



テストエンジニアとツールを 協調させるにはどうすればよいか

- テスト会社がツールを使った方が
ツールを駆使できるし横展開もしやすい
 - きちんと自動化に配慮して開発したり
体制を整えれば3割は削減できるだろう
 - 自動化できるところとできないところを
意識して切り分けて開発する必要がある
 - テストが始まってからツールを導入しても
ほとんど得にならない



会場からの質問

- ツールを使うとダンピングの口実になったりする
し、技術を高めればよいのは分かるが、どうすれば
よいのか
 - テスト会社向けの優遇価格もあるし、
レンタル(そのツールを使ってテスト会社がビジネスを
する)ことも可能である
 - 自動化は単なる作業ではなく、
開発と同じくらいの難易度の作業であるので、
ダンピングの材料ではなく、
トータルコストを下げても単価を上げるように訴求して欲
しい

クロージングコメント

- 東さん
 - オフショア先のレベルは上がっているので、日本としての価値や技術力を高めて先端を極めていかないといけない
- 小崎さん
 - もっとテスト会社と組んでいかないといけないと痛感した
- 江澤さん
 - これからテスト会社がどう進んでいかなければいけないかを理解し、もっと全体最適を訴求していきたい
- 大山さん
 - ツールベンダへの偏見を無くして一緒にやっけていかないといけない。視野を広げて顧客創造につなげられるように日本が頑張っていけないといけない

ご清聴ありがとうございました



パネルリーダー： 西 康晴（電気通信大学）
パネリスト： 小崎 将弘（日本ヒューレット・パッカーード）
江澤 宏和（ベリサーブ）
大山 相達（V&V）
東 大輔（日本ノーベル）