



品質観点でみたインセプションデッキとその改善

サイボウズ株式会社

アジャイルクオリティ

永田 敦

永田 敦

サイボウズ株式会社

開発本部

アジャイル・クオリティ

JSTQB Advanced Level Test Manager

Agile Inspection Maestro

2008年 JaSST Tokyo ベストスピーカ賞受賞 (マインドマップとHAYST法)

2011年 JaSST Tokyo ベストスピーカ賞受賞 (リスクベーステスト)

2011年 5WCSQ (5th World Congress of Software Quality: 上海)

2016年 6WCSQ(6th World Congress of Software Quality: London)

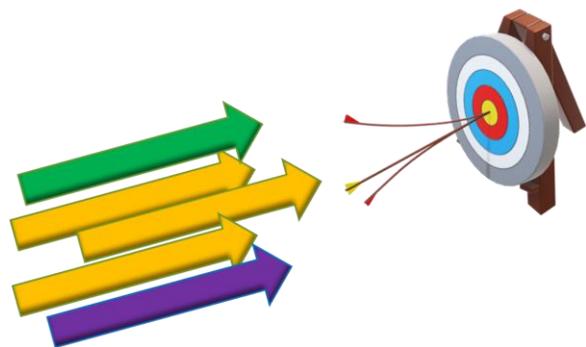
2021年 JaSST Niigata 2021 基調講演 アジャイル・クオリティの探求

その他発表、ワークショップ多数

SQiP研究会 研究コース4 「アジャイルと品質」 主査

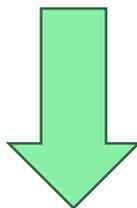


インセプションデッキとは



チーム自身により
プロジェクトの全体像を整理する

目的、方向性、提供価値、価値観を表現する



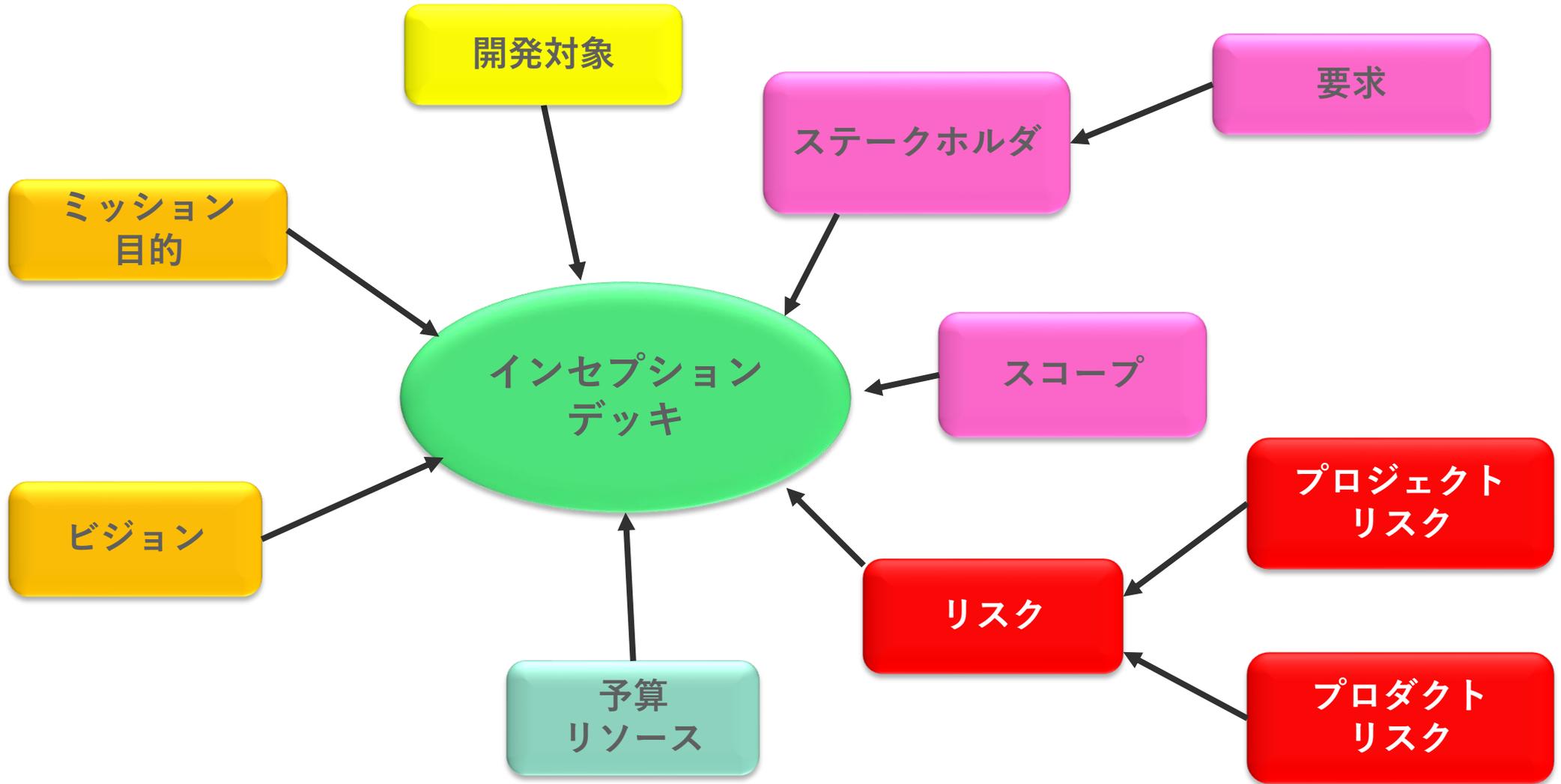
プロジェクトを成功することに対する納得感を得る

提供価値、スコープ、リスクなどの品質要素が多く含まれる



Jonathan Rasmusson、西村直人 他
、アジャイルサムライ、オーム社、2011

多様な側面からプロジェクトを描く



提供価値、スコープ、リスクなどの品質要素が多く含まれる

インセプションデッキがうまくできないと

- チームは目標やベクトルがそろわない状態になりがち
- 自律的に動きにくい
 - プロジェクトがうまくいかない要因
- 品質面では次のような懸念が出てくる
 - スコープが不明確（特にやらないこと）
 - リスクが洗い出されていない（当たり前品質）
 - 価値（魅力的品質）が不明確になりがち

インセプションデッキのよくある課題

1. 実行に時間がかかる → 定着できない
2. 表現がステレオタイプになる → 納得感がない
3. ステークホルダの多様な価値に気づかない → 価値が偏る

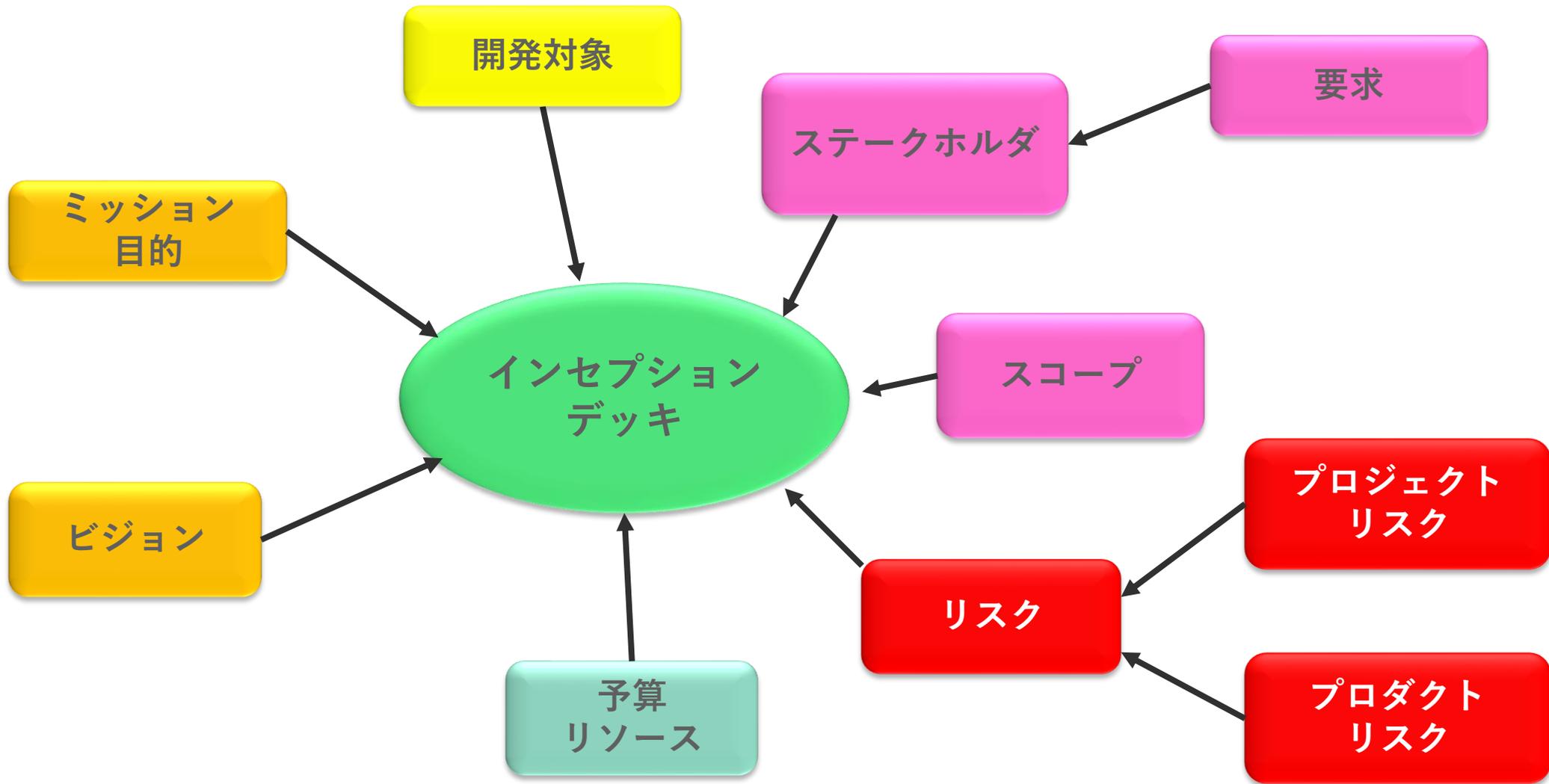
納得感が得られない。現実と合わない。自分事にならない

時間をかけた割に、効果がないということで、途中でやめてしまったり、やらなくなってしまう



課題1 実行に時間がかかる

多様な側面からプロジェクトを描く



原因：時間がかかる インセプションデッキの10の質問

質問や解答の
抽象度

- ◎ 非常に高い
- 高い
- △ やや高い

抽象度

- ◎ 1. なぜあなたはここにいるのか？
- ◎ 2. エレベーターピッチ
- 3. プロダクトボックス
- 4. やらないことリスト
- 5. あなたのプロジェクトコミュニティ
- △ 6. テクニカルソリューション
- △ 7. 夜も眠れないようなこと
- 8. どのくらい大きいのか？
- △ 9. トレードオフ スライダー
- 10. 最初のリリース



角谷信太郎、インセプションデッキのテンプレート、<https://github.com/agile-samurai-ja/support/blob/master/blank-inception-deck/README.md>, Aug,2019

原因：時間がかかる

最初、まだ、プロジェクトとの共通の整理と理解が
できていないところで
抽象的な話をしようしてしまう



メンバー皆が納得する表現を生むのが難しい

まとめようとする、非常に時間がかかる

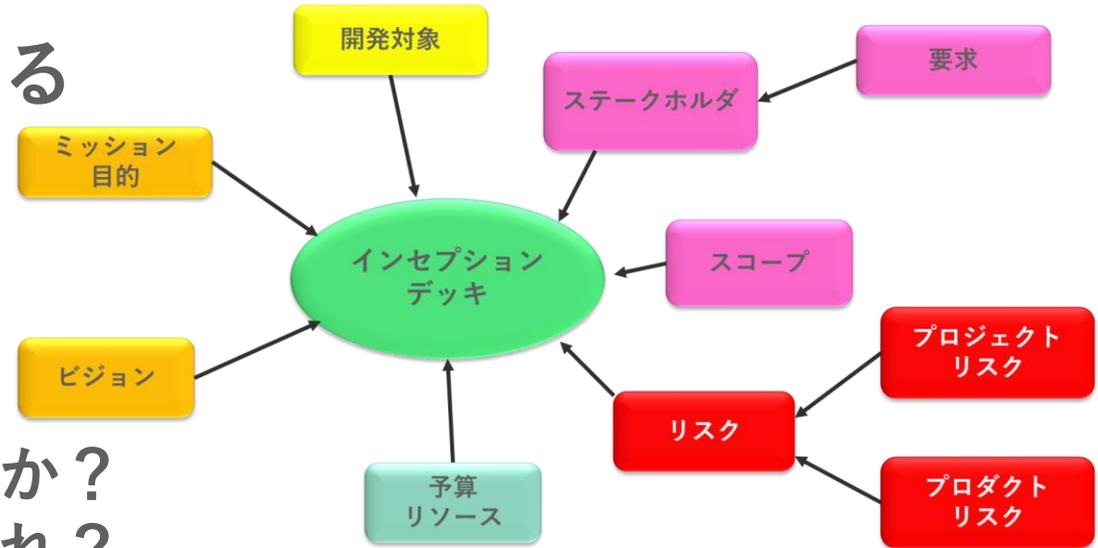
抽象的な問いが最初続くので、前半で1日費やしてしまうことも

対策：時間がかかる

1. 問いの目的を、言い換えて説明する

抽象度

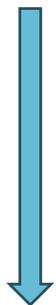
- ◎ 1. チームの意義と目的は？
- ◎ 2. 開発対象を一言でいうと？
- 3. 製品の売り文句は何ですか
- 4. ターゲットの範囲は何ですか？
- 5. 周りのお世話になる人たちはだれ？
- △ 6. 解決の目論見はある？
- △ 7. リスクはなんですか？
- 8. ざっくりしたスケジュールは？
- △ 9. 優先するもの、トレードオフする項目は？
- 10. ざっくりした見積もりは？



2. 抽象的な問いを後回しにし、 事実をベースにした問いから手を付ける

対策の効果：時間がかかる

時間が短縮 数日 → 3, 4時間 約8割以上の時間短縮！



振り返りの声

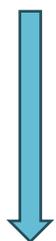
“われわれはなぜここにいるのかを最後に決めたのはよかった。
順番的には最初だが、最初に出せるものではないと気付いた。”

“3時間でもなんとかできた”

繰り返すモチベーション

半年おき程度

表現がより洗練された



振り返りの声

“抽象的で難しい問いも多かったけど、みんなで議論したことで進めていけた感じがする！”

“これから何か問題が起きたらインセプションデッキを見直すぞ！”

自分たちで行うようになった



自分たちで独自のモデルをつくる

もっと自分たちの考えを別の形で整理したい

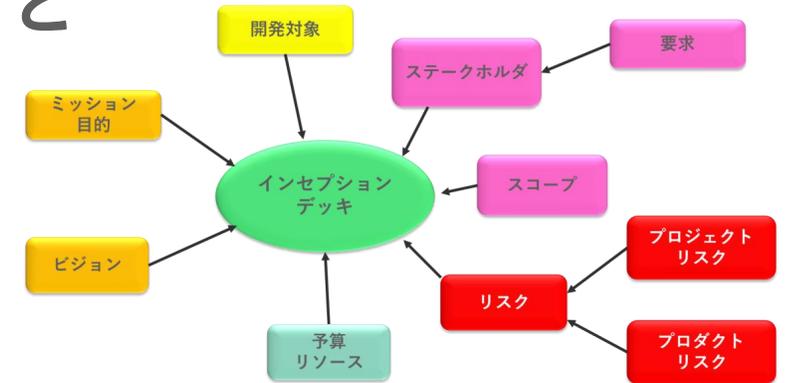


課題 2 表現がステレオタイプになってしまう

課題：表現がステレオタイプ

ここでは、当たり前な、ありきたりな表現のこと

- 売り上げをあげる
- 効率を上げる
- 品質を上げる



当然の表現を使うため、抽象的で、腹落ちしない、自分事にならない、納得が得られない言葉になってしまう

原因 特に抽象的な問いに対して答えるとき

- 抽象的問いを理解できていない
- 答えも抽象的になるが、表現を扱い慣れていない

原因：表現がステレオタイプ

特に抽象的な問いに対して答えるとき

- 抽象的問いを理解できていない
- 答えも抽象的になるが、表現を扱い慣れていない

例：“なぜあなたはここにいるのか？”

答え：“x x 機能を開発するため”

問いの意味

チームメンバーがどんな意思を持って開発をしようとしているか、あるいは、開発で生まれる価値で、ステークホルダをどのように変えようと考えているのか

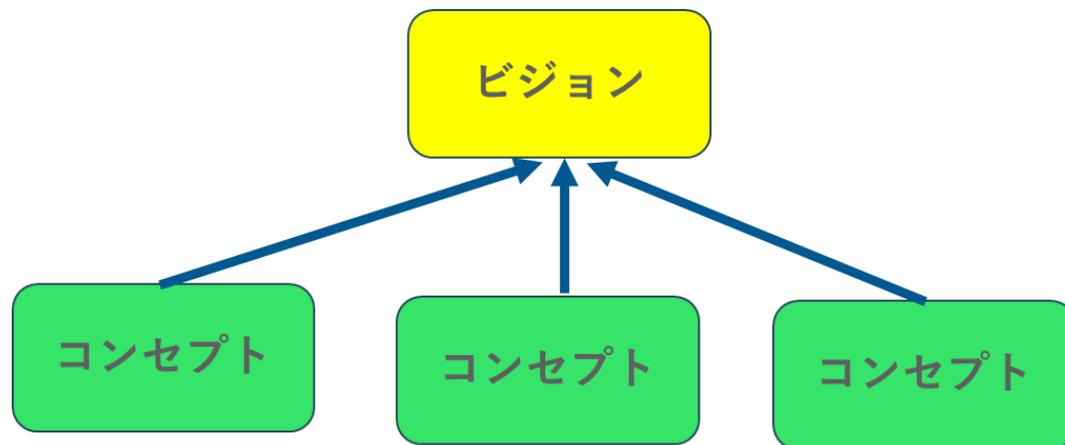
対策：表現がステレオタイプ

一番ステレオタイプが起こりやすい、最初の問い、“なぜ我々はここにいるのか”に焦点を当てた。

オリジナルテンプレート；“このプロジェクトを行う最大の理由”を求めている

チームが持つ、プロジェクトに対する意図、意思

それを表現するモデルとして、
価値駆動開発の手法¹である匠メソッド²の”価値デザインモデル”を使ってみた



1. 価値駆動開発の基本、SE4BS, <https://se4bs.com/sites/foundation/>, 2022

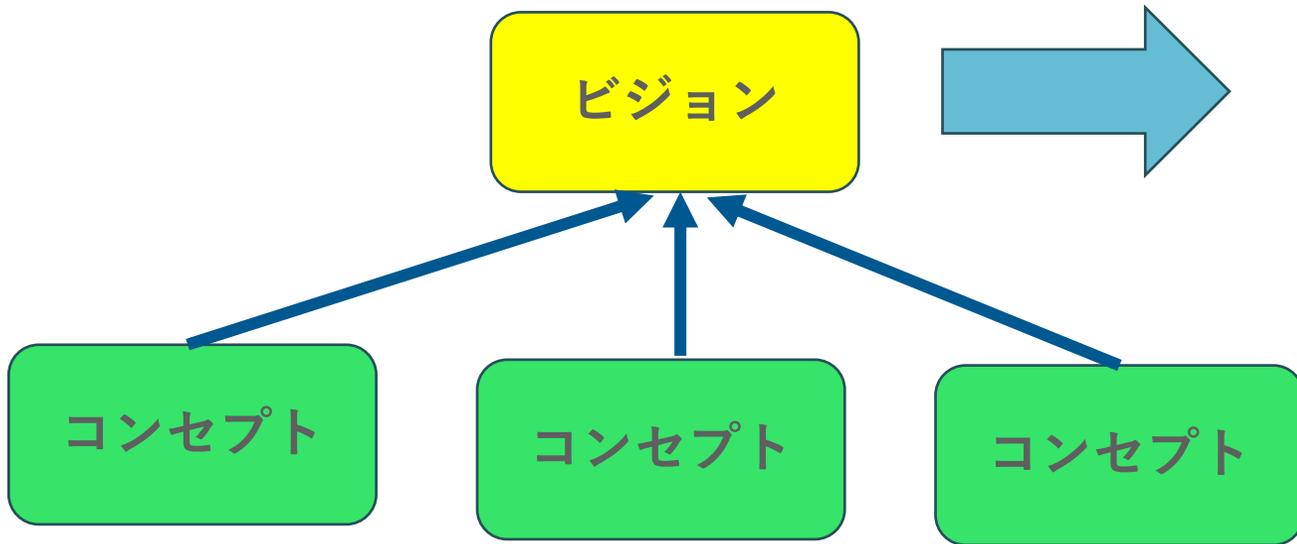
2. 価値駆動開発実践トライアル編、4.7 価値デザインモデルの作成、SE4BS, <https://se4bs.com/sites/practice/>、2022

対策：価値設計モデル

チームが持つ、プロジェクトに対する意図、意思

プチでもいいので、ビジョンを考えてみる

チームの価値観を決める



このプロジェクトで作られる成果物の価値

ステークホルダにおいて
どのようなアウトカムを生むのか

プロジェクトの意思



創造的で自律的な行動になる

ビジョンを実現するためのアプローチ、概念

対策の効果：表現がステレオタイプ

事例：“なぜ我々はここにいるのか”に対してのあるチームの取り組み

Before: 最初のインセプションデッキ：まだ、価値デザインモデルは入っていない

- ・ 現在手掛けている事業を成功させたいから
- ・ 世界中の販売の量と効率を最大化するため
- ・ システムの顧客体験を盛り上げていきたいため

問いに直接答えようとして
ステレオタイプの表現になっていた

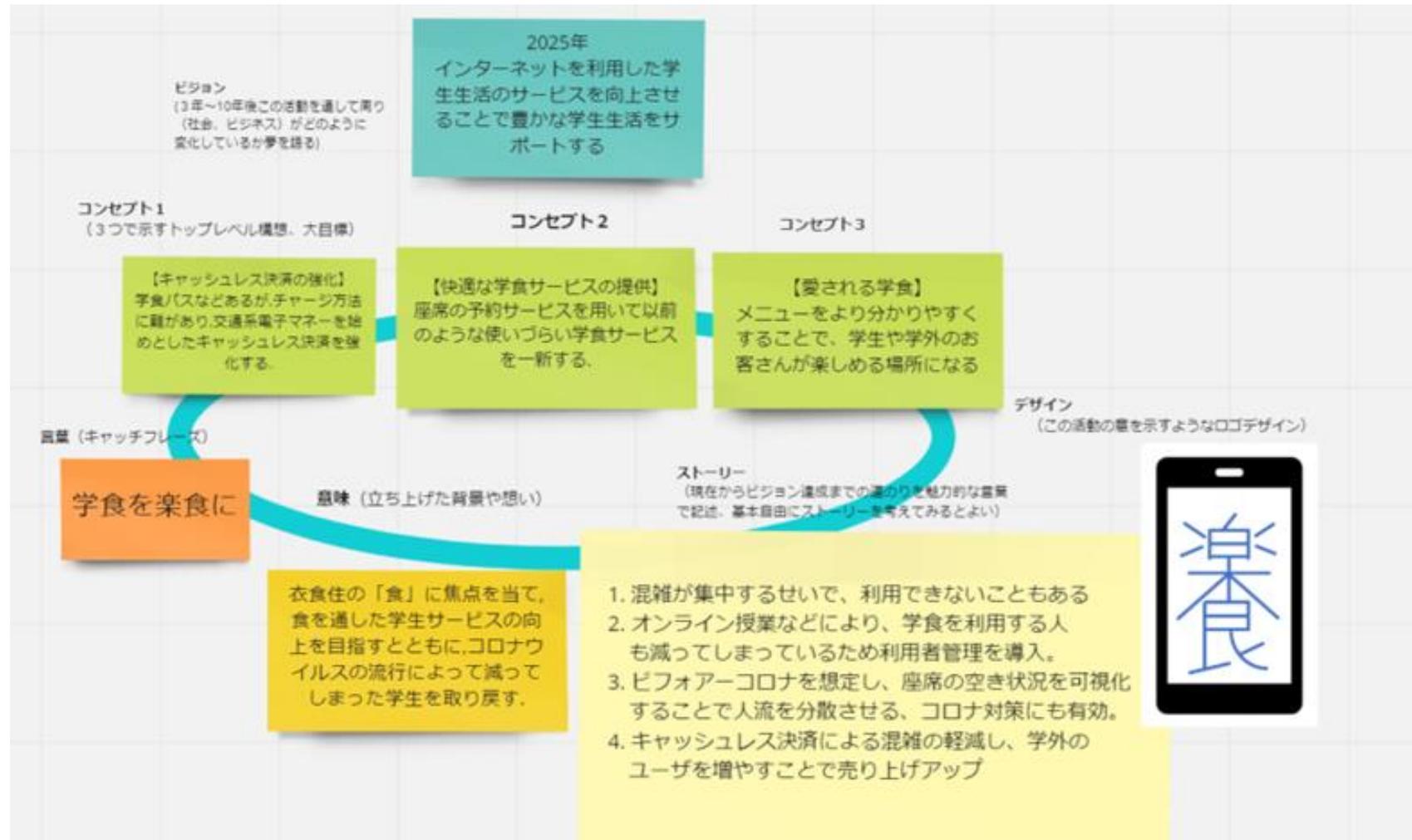
After：次のインセプションデッキ：価値デザインモデルを入れてみた

- ・ ビジョン：販売システムにより、世界中に売れている
- ・ コンセプト：4つの基本戦略を立てた。実現のための具体的な議論ができるようになった

振り返りの声

”思考が構造的になり、前回よりも表現が明確になった。”

(参考) 価値デザインモデル



価値設計モデルの例 価値駆動開発実践トライアル編、4.7 価値デザインモデルの作成、SE4BS, <https://se4bs.com/sites/practice/>、2022



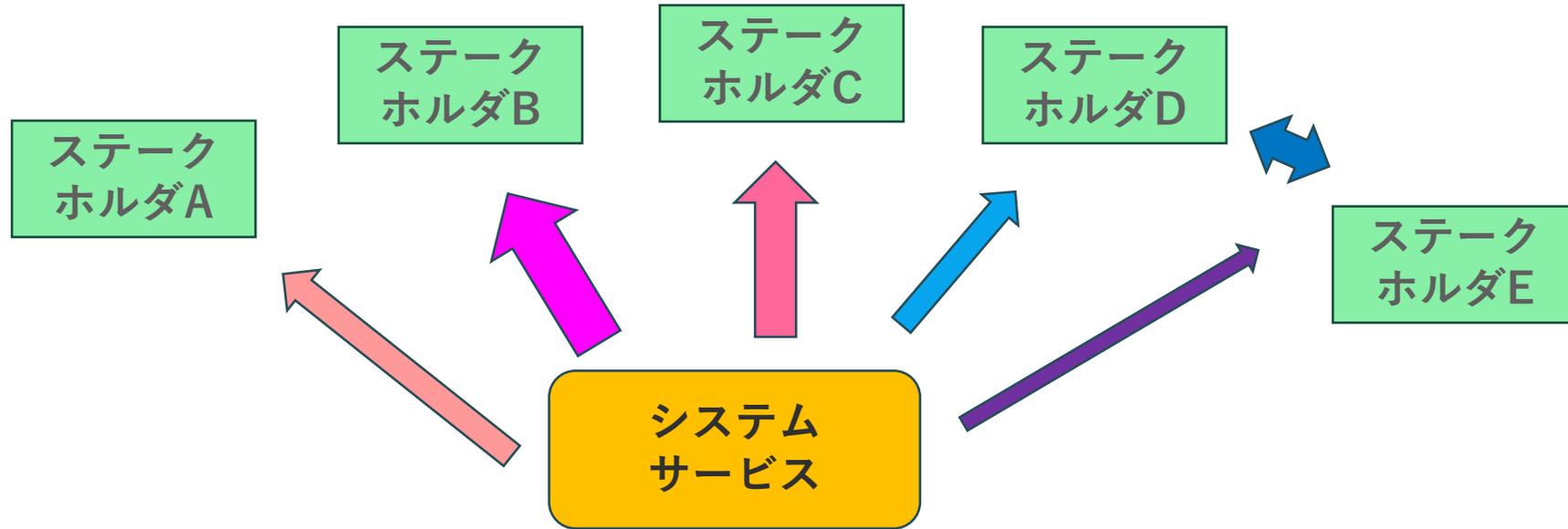
課題 3 ステークホルダの多様な価値に 気づかない

(参考) エレベータピッチ

- [必要性や機会を記述]を望んでいる
- [対象顧客]にとって
- [プロジェクト名]は
- [製品カテゴリ]に属しており
- [キーベネフィット, 購入への説得力ある理由]がある.
- [他の主要な競合製品]と違って
- 我々のプロジェクトは[主要な違いの記述]がある.

<https://github.com/agile-samurai-ja/support/blob/master/blank-inception-deck/blank-inception-deck1-ja.pdf>

課題：ステークホルダの多様な価値



オリジナルのインセプションデッキでは“顧客”としか表されていない

アウトカムを最大化するためには
 どんな価値をだれにどのくらい重点に置けばよいか
 そのバランスや戦略を考える必要

対策：ステークホルダの多様な価値を表す

テンプレートに二つのモデルを加えることで
ステークホルダの多様な価値を表現する

ステークホルダ分析

関係するステークホルダの洗い出し

価値分析モデル³

洗い出されたステークホルダが得る価値を表現する

価値駆動開発の手法である匠メソッドの価値分析モデルを用いる

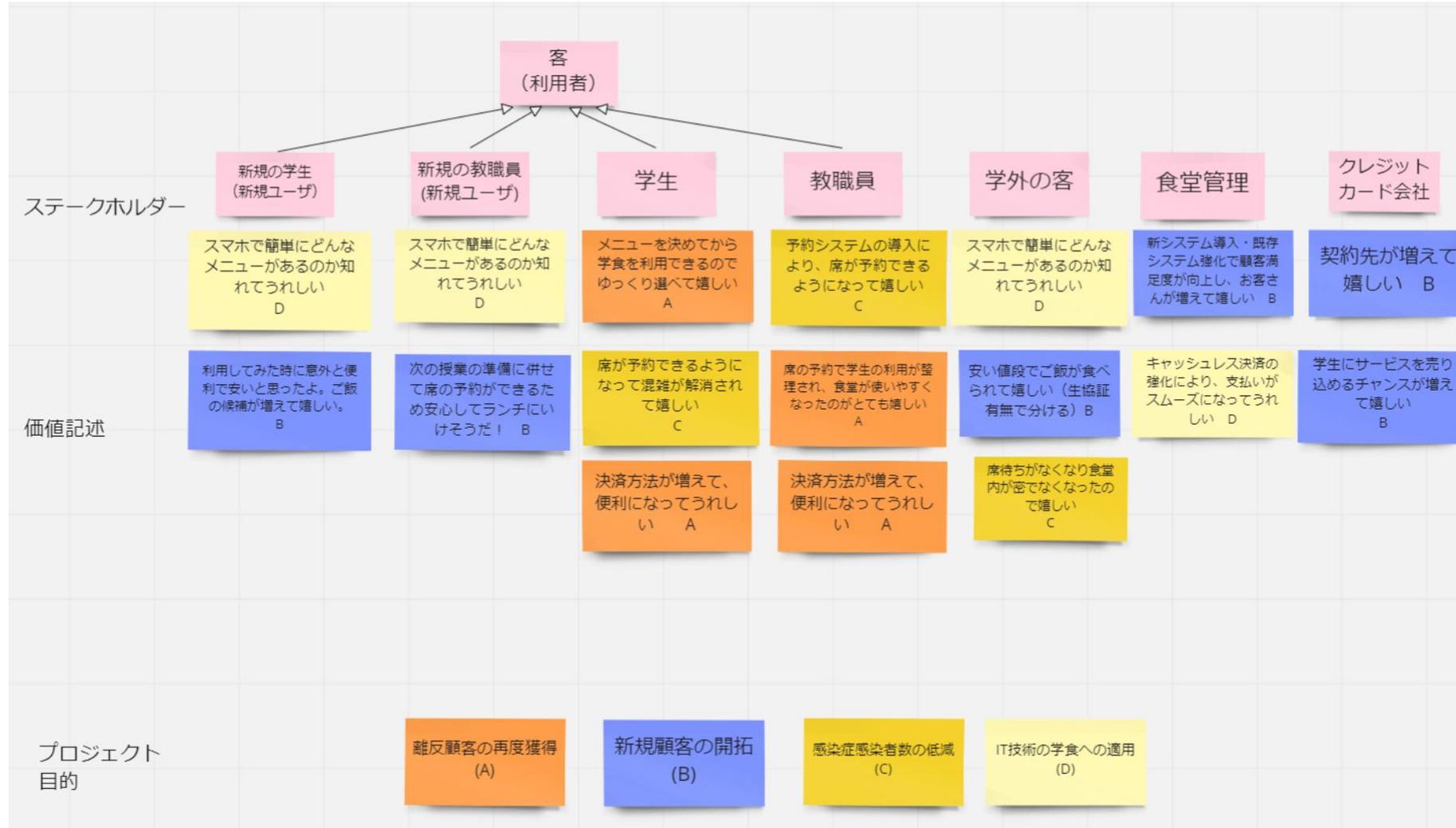
3. 価値駆動開発実践トライアル編、4.6 価値分析モデルの作成、SE4BS, <https://se4bs.com/sites/practice/>、2022

(参考) ステークホルダ分析



ステークホルダ分析の例 (SB4BS, 実践トライアル編, <https://se4bs.com/sites/practice/>)

(参考) 価値分析モデル



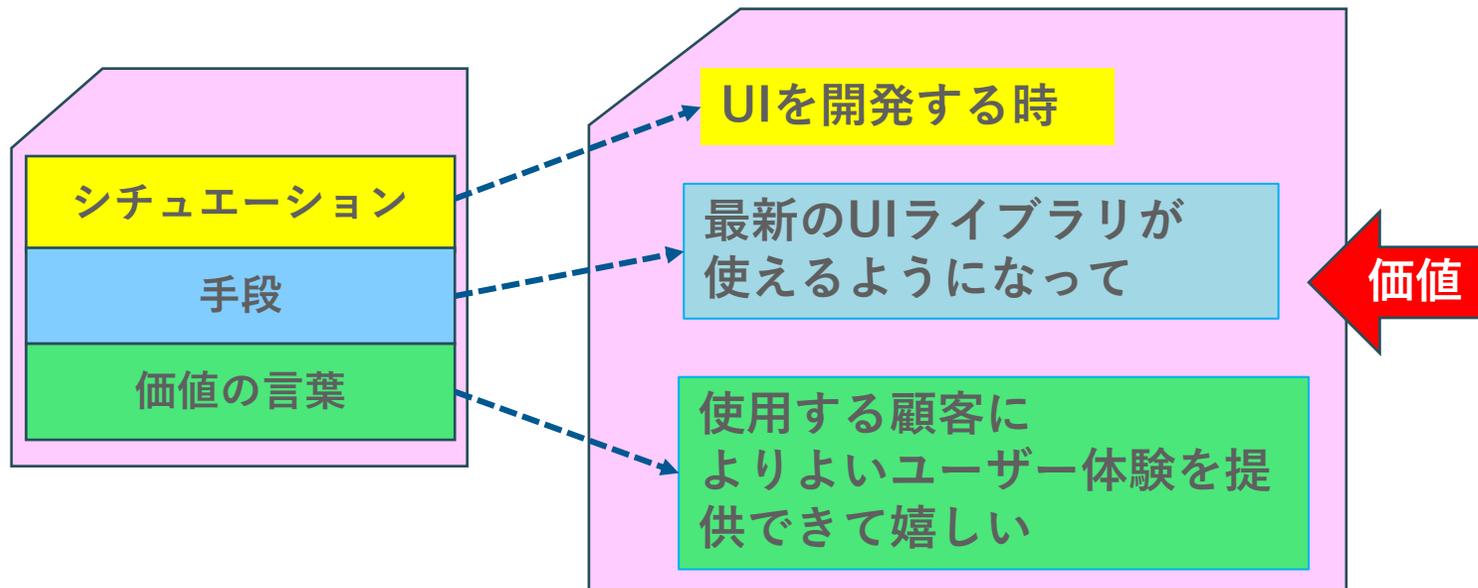
価値分析モデルの例 (SB4BS, 実践トライアル編, . <https://se4bs.com/sites/practice/>, 2022)

対策：価値記述

“チームが提供している価値で、
ステークホルダがどのような影響を受けて、
うれしく感じたか”をチームが想像し、表現していく。

ステークホルダ
機能開発チーム

価値を感じる場面
価値を提供する機能や手段
どのようにうれしいか



フロントエンド
コンポーネント
開発チーム

価値記述の例

対策の効果：ステークホルダの多様な価値を表す

どのチームも、開発には多くのステークホルダがいることを認識した。

振り返りの声

“ステークホルダが多い！（来年はもっと増える）”

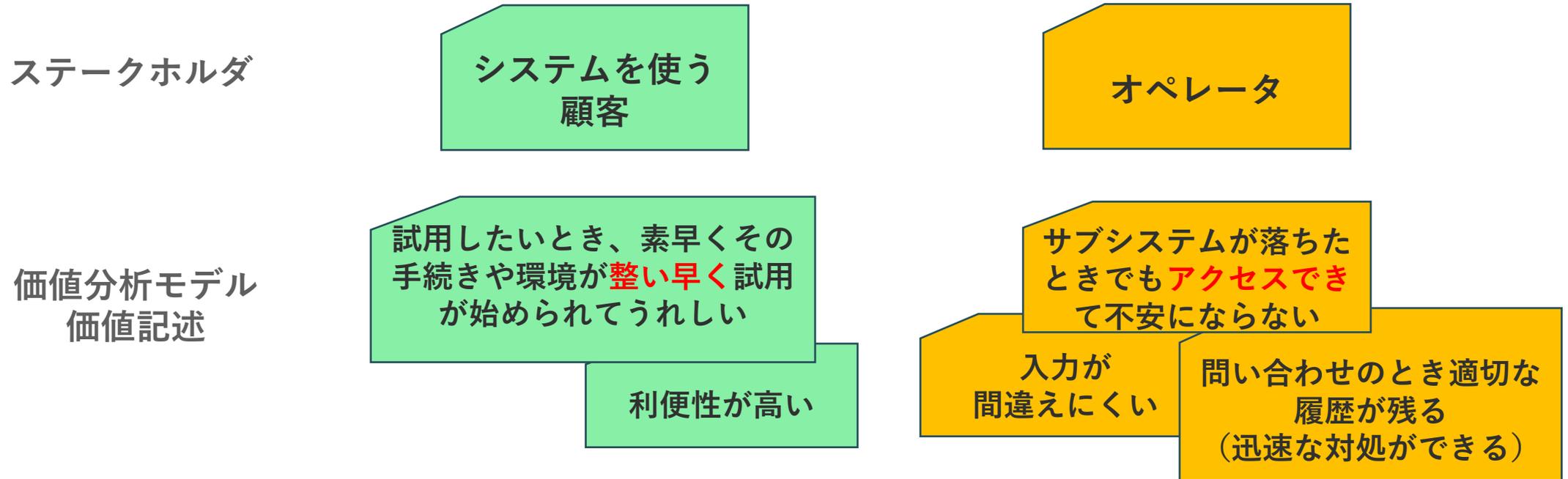
受け取られた価値がステークホルダごとに違うことに気づいた

振り返りの声

“色々な物の見方があると言うのが改めてわかりました。”

“関係者間でも、求める内容が少しずつ違っていることが知れた”

対策の効果：事例



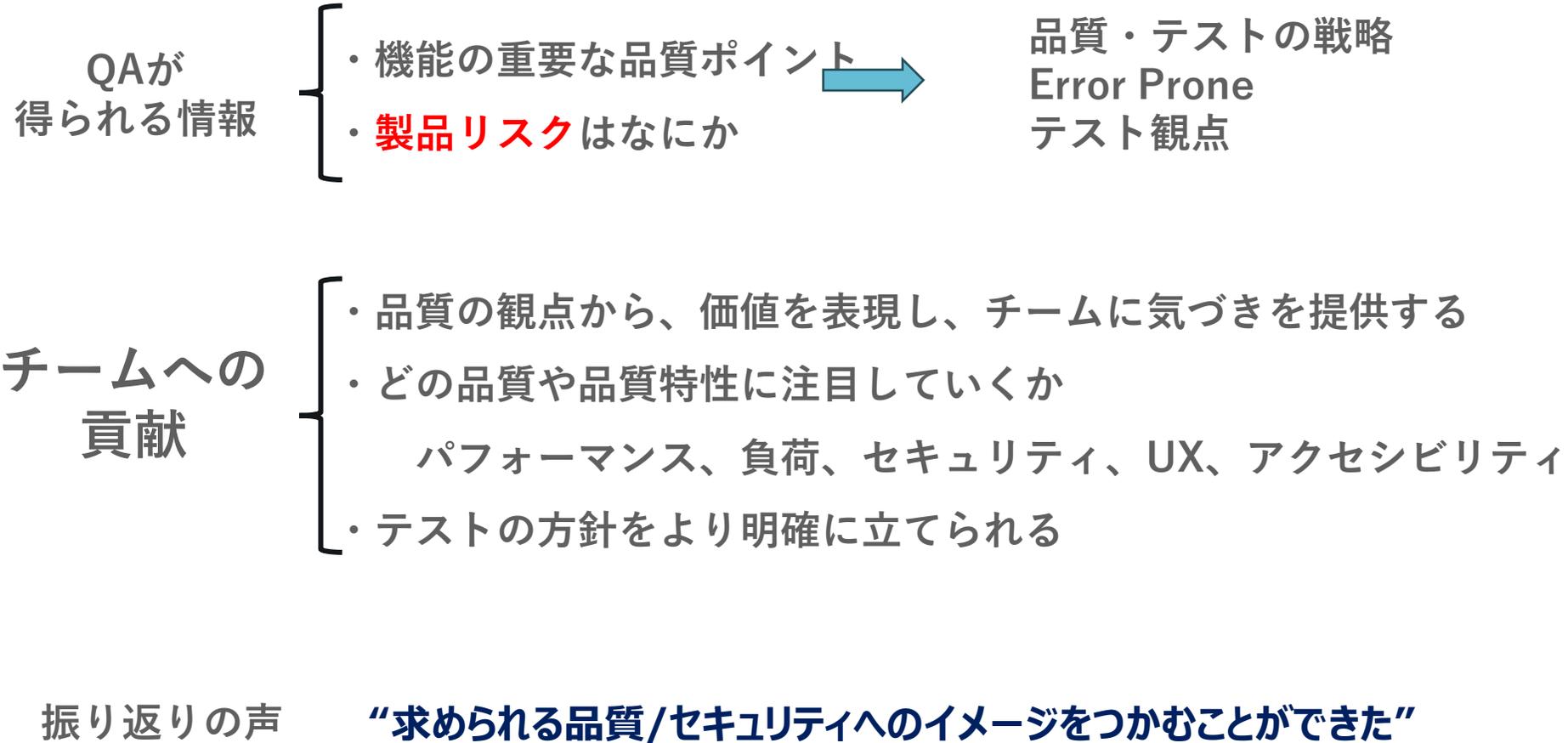
二つのステークホルダグループが感じる価値に大きな違い

要求の漏れを防ぐ

要求のバランスや優先度を考える

スコープやリスクに対する視野を広げる効果

QAやテストエンジニアの参加



他部門への応用

■ 向き直りの手段

- ギャザリング
 - QAチーム： 自分たちが目指すQAのビジョン、QAの方針、ポリシーを策定

■ 中期計画

- 営業やサポート組織、そして、スタートアップにおける中期計画

振り返りの声

“インセプションデッキ、営業でも使えたな”

“インセプションデッキ有効な手法だと思います。来年もまたやりましょう！！”

課題と展開

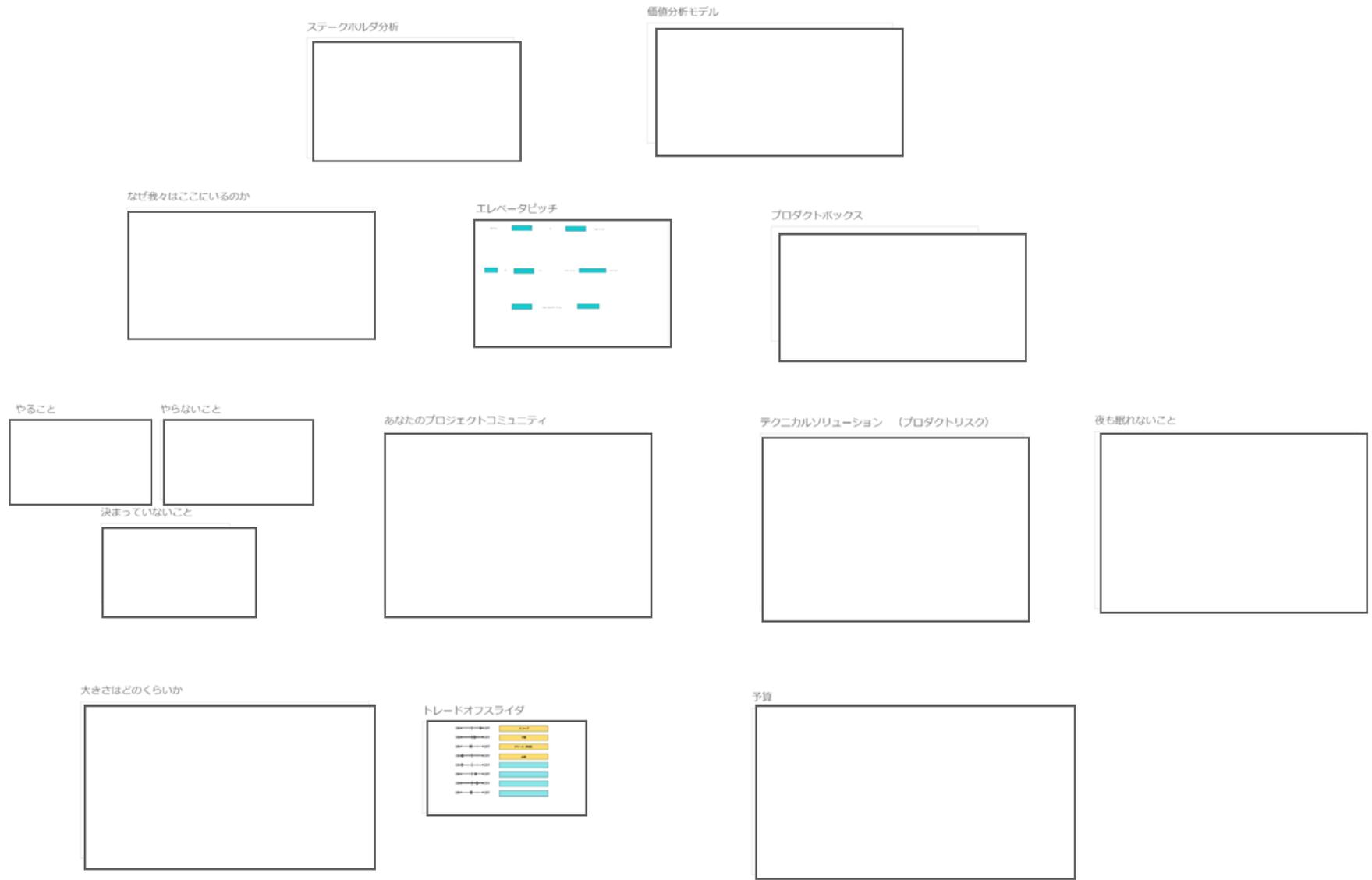
- [課題] 価値記述は難しい
 - しかし、回を重ねるごとによくなっていく
 - 効果、メリットを実感してもらう

- [展開] インセプションデッキの後どうしていくか
 - ユーザーストーリマッピング
 - ロードマップ
 - バックログ作成

まとめ

- インセプションデッキを、より軽量化する工夫により、実行時間を改善し、定期的に行うモチベーションを生んだ → 継続による向上
- 価値駆動開発の手法を取り入れることにより
 - チームが持つ、プロジェクトに対する意図、意思をモデル化することで、このプロジェクトを行う最大の理由を表した
 - ステークホルダの価値を表現することで、その多様性に気づき、要求の漏れを防ぎ、スコープやリスクに対する視野を広げる効果をもたらした
- この活動を継続するモチベーションが生まれ、表現内容が向上したことを確かめたk。

(参考) 価値駆動インセプションデッキテンプレート





以上です

ありがとうございました

サイボウズ株式会社

永田 敦

nagnagworld@gmail.com