

顧客に刺さる全方位型要求分析の検討

富士通株式会社

大石 茂樹 oishi.shigeki@fujitsu.com

背景・課題

- 背景
数年前に開発業務から異動し、試行錯誤しながら提案業務を続けているが敗退が多い
- 課題
要求分析結果が顧客に響かない
分析に時間がかかりタイミングを逃す

気づき・解決手法

講義の中で得た「顧客の先にいるユーザーを満足させなければ顧客は満足しない」という気づきから、システムに関与するすべての人の視点から要求分析を行う必要があると考え、これを「全方位型要求分析」と呼称し、業務フローへの導入と実現に必要なツールの検討を行った。

取り組みの全体像

手法の獲得

実践

フィードバック

業務への適応検討

業務での運用

*1: Customer Journey Map

実践 ユースケース

ユースケースを設定し、登場人物全員のペルソナの作成、ペルソナ毎のCJM*1の実践などの全方位型要求分析を実践。

実践 プロトタイプ (紙芝居) 機能: 現在台詞確認

フィードバック 子供視点

実際に子供 (小学校2年生) に使用させてフィードバックを取得

フィードバック 保護者視点

項目	満足度	実用性	操作性	コスト
紙芝居	4.0	4.7	4.0	1.0
MVP	4.1	4.0	3.0	1.0

実践の結果を紙芝居とMVPでまとめ、アンケートを実施。全方位型要求分析には「視点の漏れがない事」と「参加者の属性」が重要と確認できた

全方位型要求分析を取り込んだ提案業務フロー

フィードバックで得た重要ポイントを漏らさないための「要求分析人員キャンバス」と分析の品質向上と効率化のための「要求分析チェックリスト」を含んだ業務フローを提案

要求分析人員キャンバス

今回の気づきの反映

顧客業務	関係部門	担当者	業務歴	最終アクセス	業務形態	チャンネル
NW管理	NWソリ部	田中	15ヶ月	6ヶ月前	共創 受託開発 運用サポート	月一の定例 4半期の継続審議
顧客の業務内容を漏れなく記載	顧客業務に対応した自社内の部門を記載	担当者をできるだけ多く記載。 (複数業務の担当者などを見つけるため)	顧客業務への深い理解が必要なのか、顧客のフレッシュな要望が必要なのか、案件により検討しながら分析に必要な人員を検討する	知りたい情報に応じて人員を検討	顧客の生の声が聞ける場があるか	

全項目を総合的に判断し、要求分析に必要な人員の選定を行う。各項目は運用を通してブラッシュアップを行っていく。

まとめ・今後の展望

- まとめ
講義で得た「気づき」を実践を通して確認し、それを取り込んだ業務フローの変更検討と必要な分析ツールのひな形作成まで行えた。
- 今後の展望
今回は要求分析のみに焦点を当てたが、実際にはビジネス面の検討も同時に行う必要があるため、これを行えるようにフローの拡張を検討していく。