

EM ZERO Vol.5

アジャイル UX 特別号—アジャイル UX カード付き!

written by 樽本徹也、川口恭伸



EM Agile UX Special Issue

目次—Contents

UX (ユーザーエクスペリエンス) とは	2
UCD (ユーザー中心設計) は“尻尾の先”から始めよう!	3
UCDヒストリー	4
そのUCD、間違ってます!!	6
アジャイルUXカードの使い方	6
アジャイルUXカード	7
アジャイル開発とUX (UCD)	15
現実の「痛み」を知るモノづくりが、優れたUXを生み出す	15
Agile Conference報告—UXを中心に	16

UX (ユーザーエクスペリエンス) とは

アジャイルUX特別号の 刊行によせて

本誌はアジャイル界で話題になりつつあるUX (ユーザーエクスペリエンス) の特別号です。ユーザーの価値を最大化するアジャイルに、ユーザーの使い勝手全般の改善をカバーするUXの考え方を導入することにより、一層洗練された開発を実現できます。

UXとその方法論であるUCD (ユーザー中心設計) の基本を紹介する記事とともに、UXを手軽に体験できる「アジャイルUXカード」を掲載しています。記事を読んだ後は、7から14ページを真ん中のホチキスから取り外して、一枚一枚に切り取り、様々なアジャイルUX活用シーンをシミュレーションしていただければ幸いです。

UIで事態は改善しない

UX (User eXperience:ユーザーエクスペリエンス) とは? 専門家による百家争鳴の議論はさておき、ソフトウェア開発の現場では「UXとはUI (User Interface: 画面)」のことです。実際、開発者の多くは「(なるべく) 良い画面を作ろう」と日々努力していると思います。しかし、その努力はあまり報われていないのではないのでしょうか。それは、努力が足りないから? センスが悪いから? それともデザインのスキルが足りないから?

開発者の地道な努力に水を差すわけではありませんが、そもそもUIを議論している限り事態はそれほど改善しません。それは表面的な問題に過ぎないからです。

UXの構造を表した有名なモデルがあります。ユーザーから見えるのは表層であるUIですが、そのUIを“剥がす”

と、そこには骨格が現れます。その骨格は構造に支えられています。さらに、その構造は要件から導かれており、その要件は戦略に基づいています。それがジェス・ジェームス・ギャレットが提唱した『The Elements of User Experience—User-Centered Design for the Web』(Peachpit Press, ISBN-13:978-0735712027) (図1) です。

UX全体を見よう

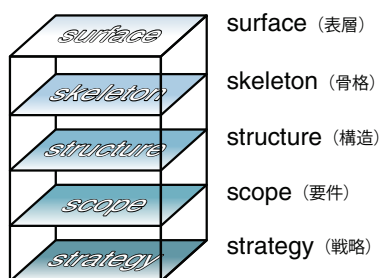
このモデルを見れば、表層レベルであるUIだけで対応できる課題はごく限られることは明白です。UXに関わる多くの課題は骨格や構造レベルで検討しなければいけません。場合によっては大元(つまり戦略レベル)に立ち返って再設計しなければいけないこともあるでしょう。

UIは一見すると「1枚の絵」です。ちょっと“センス”のいい人に頼めば、サラサラと描き上げてもらえそうに思

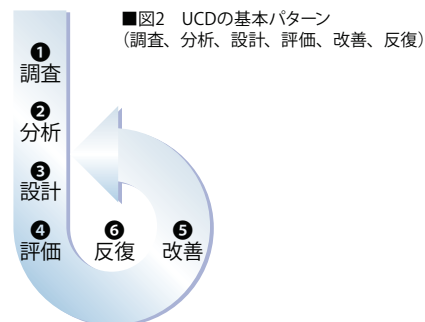


■アジャイルUX特別号プロトタイプングの様子

(今回のアジャイルUXカードの“開発”もUCDライクに行いました。写真は著者の樽本、川口によるブレインストーミングセッションの様子です。)



■図1 ジェス・ジェームス・ギャレットが提唱したユーザーエクスペリエンスの5要素（『ウェブ戦略としての「ユーザーエクスペリエンス」—5つの段階で考えるユーザー中心デザイン』毎日コミュニケーションズ、ISBN-13: 978-4839914196、より）



■図2 UCDの基本パターン（調査、分析、設計、評価、改善、反復）

うかもしれません。しかし、本来は、そこにはすべての要素（ユーザーニーズやビジネスゴール、技術要件など）が凝縮されているのです。決して、システムができあがってから“上”に被せるものではありませんし、従来のいわゆる“デザイナーさん”一人の手に負える代物でもありません。

冒頭で書いたとおり、ソフトウェア開発の現場ではUIとUXは事実上同義語として扱われています。しかし、UI（表層）だけに目を奪われてはいけません。私たちが議論すべきなのはUX全体なのです。

UCD（ユーザー中心設計）は“尻尾の先”から始めよう！

UCDの手順

「技術優先の考えや作り手の勝手な思い込みを排除して、常にユーザーの視点に立って設計を行おう」。それが『UCD（User Centered Design: ユーザー中心設計）』です。

UCDとは設計思想のひとつであり、個々の手法を指すものではありません。ヤコブ・ニールセンのDiscount Usabilityも、ジョン・キャロルのScenario Based Designも、カレン・ホルツブラットのContextual Designも、ラリー・コンスタン

チンのUsage Centered Designも、アラン・クーパーのGoal-Directed Designも、いずれもがUCDの範疇に入ります。ただ、そこには骨格となるような共通したパターンがあります。それは以下のようなものです（図2）。

- ①調査：ユーザーの“利用状況”を把握する。
- ②分析：利用状況から“真のユーザーニーズ”を探索する。
- ③設計：ユーザーニーズを満たすような“解決案（ソリューション）”を作る。
- ④評価：解決案を“評価”する。
- ⑤改善：評価結果をフィードバックして、解決案を“改善”する。
- ⑥反復：評価と改善を“繰り返す”。

初めてUCDを行う場合

ただ、これを見て「早速、次のプロジェクトでは調査から始めなくては」と思った人は、ちょっと待ってください。あなたが、これまでUCDとまったく無縁であった場合は、いきなり上記①～⑥のプロセスをフル規格で導入するのは難しいかもしれません。

何事も最初は試行錯誤の連続です。「失敗は成功の元」とは言いますが、そうやって時間とコストを消費する間に、刻々と期日と予算のリミットは迫って

きます。初めてUCDに取り組むと、多くの場合はプロセス全体を完了できないでしょう。それはたとえるならば、「最高の素材を選んで念入りに下ごしらえしたのに、最後に生焼けで料理を出す」ようなものなのです。

そうならないためには、最初は“プロセスの後半”から始めてください。プロトタイプでテストを行えば、設計の早い段階で問題点を発見して修正できます。的外れなアイデアを実装して、ユーザーにとって使い物にならないアプリケーションを作ってしまうというリスクを回避できます。

地道な活動から始めよう

立派な大人が紙芝居（ペーパープロトタイプ）を作成して、オフィスの片隅でテストを繰り返していると、一見するとレベルの低い活動を行っているように感じるかもしれません。しかし、こういった地道な活動が具体的な成果を生んで、UCDの本当の価値がチームメンバーや社内に認められるようになるのです。

エスノグラフィやペルソナを導入するのは、プロトタイプでテストするという“文化”が社内に根付いてからでも遅くありません。

What's UX?



UCDヒストリー

UCDの始まり—それは第二次世界大戦までさかのぼります。戦時中、アメリカでは戦闘機パイロットの操縦ミスを減らすための研究をしていました。これが後に「人間工学」へと発展します。その研究対象は軍事から民生品へと広がっていきました。

1950年代～1980年代初頭 —マン・マシン・インターフェイスと 人間工学の時代

ひと昔前、UIは「マン・マシン・インターフェイス (MMI)」と呼ばれていました。確かに自動車の計器パネルや生産機械の制御盤は“マシン”と言ったほうがしっくりきます。それに、当時のユーザーは必ずしも“お客様”ではありませんでした。MMIを操作するユーザーの多くは専門のオペレータや自社の従業員などだったのです。

当然ながら、MMIは必要最小限—要するに「人に害を及ぼさない」レベルで十分でした。訓練期間の短縮、作

業効率の向上、事故の防止などが良いMMIの条件でした。

1980年代中頃～2000年 —UIとユーザビリティの時代

1988年にドン・ノーマンは、日常の“使いづらいモノ”について認知心理学的な視点で考察したユニークな著書『誰のためのデザイン?』（新曜社、ISBN-13：978-4788503625）を発表しました。この本の中でノーマンは「ユーザー中心設計 (UCD)」を提唱しました。

ちょうどその頃、パソコンが本格的な普及期を迎えます。パソコン（およびPC用ソフトウェア）はそれまで人類が手にした道具の中で、最も操作が複雑なもののひとつだったかもしれません。ところが、“普通”のユーザーはあまり勉強熱心ではありません。そこで、製品をなるべく「初めての人でも使用可能 (usable=use+able)」なレベルにするために“ユーザビリティ”が注目されるようになりました。

THE HISTORY

John Carroll



Lou Rosenfeld



J.J. Garret



Jakob Nielsen

Larry Constantine



Karren
Holtzblatt



Bill Moggridge

さらに、1990年代中頃からインターネットが急速に普及します。それまでのPC用ソフトウェアと違ってユーザーはWebサイトを購入・所有しません。使用するだけです。もし使いづらいと感じれば、ユーザーは“ワンクリック”で立ち去ってしまいます。そのため、特に“Webユーザビリティ”の重要性が認識されるようになりました。

2000年代初頭～現在 —インタラクションと ユーザーエクスペリエンス (UX) の時代

1990年代中頃、当時、アップルで副社長を務めていたドン・ノーマンが新たに「ユーザーエクスペリエンス (UX)」を提唱しました。個々の製品の使い勝手の改善にとどまらず、「ユーザーの中長期的な利用体験全体をより魅力的なものにしよう」というのです。ただ、あまりに壮大な理念なので、ノーマンの在職中には大きな成果にはつながりませんでした。

21世紀に入ってお手本となる成功事例が現れました。「iPod」です。この成功をきっかけにして、UXは具体的に目指すべきゴールとして広く認識されるようになりました。そして、その仕掛け人としてデザイナー（特にインタラクションデザイナー）が注目されるようになりました（なお、インタラクションデザインという言葉自体はビル・モグリッジが1980年代に命名したと言われています）。

ほぼ同時期にアジャイル開発のムーブメントが起きました。当初は「アジャイルとUXは相反する」との見方もありましたが、開発現場で試行錯誤を繰り返す中から“アジャイルUX”または“アジャイルUCD”が徐々に認められるようになりました。2008年のAgile ConferenceからはAgile UXが独立したステージで開催されるようになっていきます。2010年代は“アジャイルとUXの時代”になるかもしれませんね。

Of UCD

「ユーザー中心なんて当たり前!」。
これが事実ならば喜ばしいこと
ですが、残念ながら、未だに多くのプ
ロジェクトが「使われない製品」を生
み出しているのも事実です。失敗の原
因は様々だと思いますが、もしかして、
そもそも「ユーザー」を間違えていま
せんか?

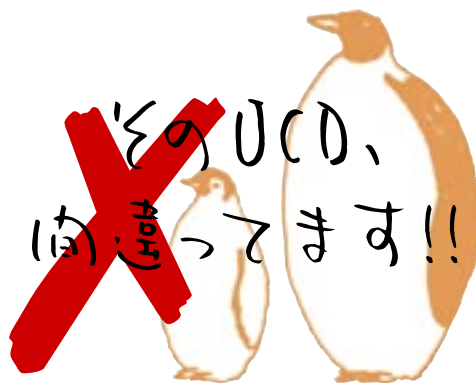
●自分

あなたはユーザーではありません。
あそもそも企画者や開発者である
「あなた」は普通のユーザーとはかけ離
れています。それなのに「自分のこと
は自分が一番よくわかっている」ので、
自分のアイデアや価値観を強く主張し
てしまいます。それを開発チーム全員
がやったらどうなるか?—忌まわしい
「デスマーチ」の序曲の始まりです。

まず、あなたをユーザーから外しま
しょう。ついでに、あなたの家族、恋人、
友人も外しましょう。なぜなら、あな
たは彼らのことを「知ってるつもり」
に過ぎないからです。

●顧客と代理ユーザー

CIO、情報システム部長、経営企画
室長—彼らは大切な“お客様”で
すが、あなたが作るシステムのユーザー
ではありません。総務課長、営業第一
課長、マーケティング室長—彼らは現



場の最前線で部下を指揮管理していま
すが、やはり、あなたが作るシステム
のユーザーではありません。

UCDにおけるユーザーとは「エンド
ユーザー本人」のことです。オフィス
で革張りの椅子に座っている人に聞い
ても本当のことはわかりません。それ
よりも現場に行って直接本人に聞きま
しょう。

●すべてのユーザー

「コンバーチブルのバンでオフロード
仕様のクルマ」。もし1台の車
ですべてのユーザーのニーズに応えよ
うとすれば、そんなデザインになって
しまうかもしれません。もちろん、そ
んな車は存在しないし、存在したとし
ても誰も買わないでしょう。すべての
ユーザーを対象に製品を設計するとい
うのは同様の間違いを犯していると言
えます。

発想を転換しましょう。すべてのユー
ザーのためにデザインするのではなく
「一人のユーザー」のためにデザインし
ましょう（これが「ペルソナ」の基本
原理です）。

●ユーザーの声

ユーザーの声を重視すると言うの
は、極論すれば単なるユーザー
任せに過ぎません。プロの開発者の本
来の役割とは、ユーザーから提案して
もらうことではなくユーザーに提案す
ることです。ユーザーから出された「○
○が欲しい」といった明示的要求に応
えるだけでは不十分です。ユーザー自
身が気づいていないような暗黙の要求
まで満たしてこそ、プロとしての存在
価値があるのです。

そのためには、ユーザーの声ではな
くユーザーの行動を分析しましょう。
ユーザーの声は、既にユーザー自身が
分析した結果なので、もはや新たな発
見はありません。一方、行動はまだ分
析されていない生データなので、それ
を慎重に分析すれば暗黙のニーズを探
索することができるのです。

驚くなかれ、UCDの第1原則とは「ユー
ザーの声聞くべからず」なのです。

アジャイルUXカードの使い方

本紙の7~14ページは、アジャイルUXを簡単にシミュレ
ーションするためのアジャイルUXカードになっています。

カードは、

- ・アジャイルUXアクターカード (A01~10) : 10枚
- ・アジャイルUXカルチャーカード (C01~05) : 5枚
- ・アジャイルUXメソッドカード (M01~16) : 16枚
- ・? (APPENDIX) : 1枚

の4種類、計32枚です

アジャイルUXカードは、次のような流れでご活用ください。

- ①EM ZEROをもらおう!
- ②内側8ページ (7~14ページ) を取り外そう。

③カードは全部で32枚。1枚1枚丁寧に切り取ろう。

④メンバーにアクターカード (オレンジ) を割り当てよう。

⑤該当する人がいない場合は誰かが代理になろう。

⑥裏側の説明を見ながら、カルチャーカード (ピンク) から採
用するものを選ぼう。

⑦裏側の説明を見ながら、メソッドカード (グリーン) から採
用するものを選ぼう。

⑧目立つところに選んだカルチャーカードとメソッドカードを
貼り出そう。

⑨時々、採用するカルチャーとメソッドを見直そう。

⑩プロジェクトが終わったらふりかえりをしよう。

ほかにも読者の皆さんの力で、活用の仕方をいろいろ考えて
みんなに教えてください!

バーンダウンチャート／ Burn Down Chart

期間中の残作業量をプロットしたグラフ。縦軸に残作業、横軸に残り日数。作業を進めることに残作業は減っていくため、グラフは通常、右下がりになる。初日の残作業量から最終日の残作業量0まで引いた直線が理想線。理想線からプロットが離れたら、計画と進捗がずれた可能性を示すサイン！チームメンバーで状況を話し合おう。

スクラムボード／ Scrum Board

タスクの状態を「To Do (未着手)」、「Doing (着手)」、「Done (完了)」に分類して表示するボード。現在の進行状況が共有でき、滞留しているタスクがあればすぐわかる。朝会の報告では、このタスクを見ながら行うとよい。チームごとに工夫して自分なりのタスクボードを作っていく。付箋紙を使う場合は強粘着タイプがオススメ。

プランニング Poker

チームで規模を見積もるカードゲーム。2002年にジェームズ・グリンンが最初に紹介し、マイク・コーンが有名にした。各プロダクトバックログ(M05) 項目の見積もりに使う。まず基準となる項目を決め、規模を2とする。他の項目について、各プレイヤーが基準項目に対する相対的な規模に対応するカードを選び、一斉に出す。選んだ数値に差があれば、その数値に決めた理由を説明する。スピーディに繰り返すことで、認識の差異を埋めていく。

朝会 (デイリースクラム) ／ Asakai (Daily Scrum)

毎日決まった時間に行う短いミーティング。チーム全員が参加し、メンバーの状況を相互確認する。次の3点を全員が一人ずつ報告する。「1. 前回以降の進捗 (完了したこと)」、「2. 次回までに終えること」、「3. 実施上で障害になっていること」。報告内容に対する議論は行わず、別にフオーアップミーティングを設ける。

ペルソナ／Personas

設計を支援するために設定する仮想のユーザー像のこと。名前や顔写真も用意して、実在の人物であるかのように描く。アラン・クーバーが著書の中で紹介して以来、徐々にその価値が認められ、現在ではWebサイト開発からマーケティングまで幅広く用いられるようになっていく。ただし、「ペルソナを作った、それからどうするのか」という確かな戦略を持っていないと、宝の持ち腐れに終わる。

ユーザーストーリー／ User Story

顧客やユーザーにとって、システムを使って何を成し遂げたいのか、わかりやすい文章で表現したもの。形式は「○○として、xxをする」で、○○は操作や実行の主体であるペルソナ (M08) など。マイク・コーンによると、良いユーザーストーリーが持つ条件は、「一つひとつのストーリーは相互に独立して実現できること」、「詳細に書き過ぎないこと」、「顧客やユーザーにとって価値のあることを書くこと」、「チームにとって実現可能で見積もることができること」、「十分に小さいこと」、「テスト可能であること」。

スプリントレビュー／ Sprint Review

スプリントの終了時点で、プロダクトオーナーをはじめ顧客や関係者を集まってもらい、スプリントレビューを行う。チームメンバーが報告を行い、参加者のフィードバックをもらう。成果物は「リリース可能」である必要があり、実装やテストなど、リリースに必要な品質を備えている必要がある。報告の準備に時間をかけてはならないし、パワポイント資料を使ったプレゼンテーションは行わない。プロダクトバックログに基づき、チームの状況になるべく正確に伝える必要がある。

プロダクトバックログ／ Product Backlog

要件を優先度順に並べたリスト。項目として、「説明」、「優先度 (重要度)」、「規模」、「完了の定義 (デモ方法)」を記述する。説明はユーザーストーリーなどで、開発チームによって実現可能なものである必要がある。優先度はプロダクトオーナーが顧客価値に基づいて決定する。規模はチームがプランニングポーカー (M02) で見積もる。完了の定義はプロダクトオーナーや顧客が受け入れられる条件を示す。バックログへの項目の追加や優先度変更はいつ行ってもよいが、当該スプリントの終了までは、原則、有効にならない。

M01



朝会(デイリースクラム)
Asakai (Daily Scrum)

© 2015 CSAM / INPAAK, INC.

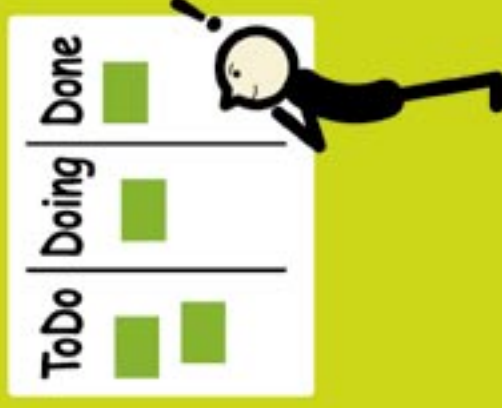
M02



プランニングポーカー
Planning Poker

© 2015 CSAM / INPAAK, INC.

M03



スクラムボード
Scrum Board

© 2015 CSAM / INPAAK, INC.

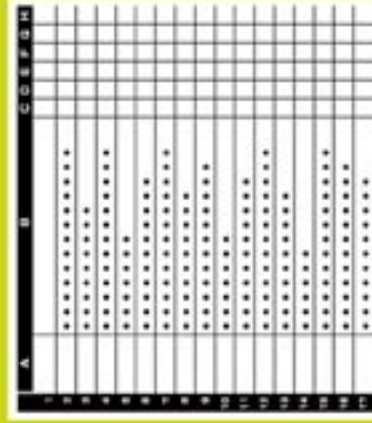
M04



バーンダウンチャート
Burn Down Chart

© 2015 CSAM / INPAAK, INC.

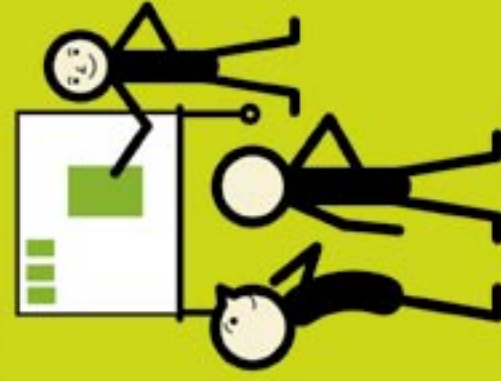
M05



プロダクトバックログ
Product Backlog

© 2015 CSAM / INPAAK, INC.

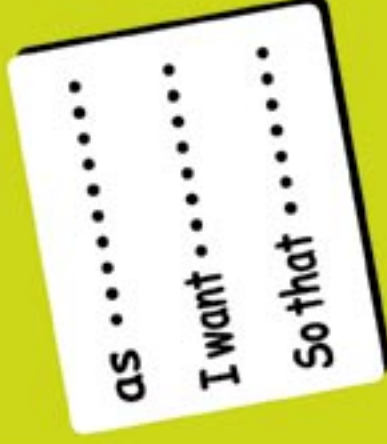
M06



スプリントレビュー
Sprint Review

© 2015 CSAM / INPAAK, INC.

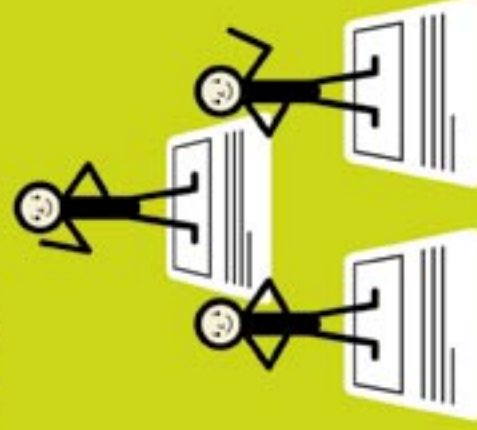
M07



ユーザーストーリー
User Story

© 2015 CSAM / INPAAK, INC.

M08



ペルソナ
Personas

© 2015 CSAM / INPAAK, INC.

スクラムマスター／ Scrum Master

プロセスの調整役であり、陰の推進役。チームのメンバーとして、メンバーを励まし、メンバー自身による問題点の認識と解決を促す。「マスタ―」と言うと偉そうだが、製品に対しては、何の権限も持たない。従来のリーダーの役割を、プロダクトオーナー（A03）、チーム、スクラムマスター（A04）の3つの役割に分散した点が、スクラムの特徴の1つ。

インタラクティブデザイナー／ Interaction Designer

デザイナーというよりは「設計士」。VisioやOmniGraffleといった現代の“製図機”を駆使して、ビジネスフローやコンセプトを図式化したり、UIの設計図である画面フロー図やワイヤーフレームなどを作成する。インタラクティブデザイナーという名称は多少バズワード（流行語）のきらいがあるが、本来に優秀なインタラクティブデザイナーはUXチームで中心的役割を果たす。なお、ウェブデザイナーの場合は「情報アーキテクト」と呼ぶことが多い。

プロダクトオーナー／ Product Owner

製品のコストと収益に責任を持つ。高い価値を持つ製品を定義し、それを妥当なコストで実現するために、優先度を決定し、プロダクトバックログ（M05）で表現する。プロダクトオーナーは、2つの説明責任を持つ。チームメンバーに対しては、製品のコンセプトやプロダクトバックログの内容について説明する。ユーザー（A01）および顧客（A02）に対しては、製品の実現するメリットとコストや不確実性について説明する必要がある。

テスター／ Tester

品質保証（QA）のためのテストを行う。製品のリリースのためには多種多様なテスト例えばユニットテスト、結合テスト、パフォーマンステスト、負荷テスト、セキュリティテスト、ユーザビリティテストなどが必要で、適切に設計できるスキルを持つ。テストの自動化を進め、TDD（テスト駆動開発）やCI（継続的インテグレーション）などを利用し、より早期に問題が発見できるようにしたい。チーム内で完結するテストの比率を高めることで、より変化に対応しやすくなる。

顧客／ Customer

サービスを購入決定する。お客様。利用者であるユーザー（A01）とは区別する。アジャイル開発手法では重要の利害関係者（ステークホルダー）と定義されており、ユーザー中心設計でもステークホルダーとして考慮する。法人向け製品や受託開発では、顧客であるIT部門や企画部門と、ユーザーの利害が一致しない場合もある。

ユーザー／ User

製品を実際に利用する。ユーザー中心設計では、ユーザーにとって使いやすい製品を提供するための様々な手法や哲学が定義されている。ユーザーについて知ったかぶりをせず、ユーザーが本当に求めていることは何か？製品を使ったときにどう感じるか？を真摯に探求し、真に必要とされる、満足度の高い製品を目指したい。なお、製品を購入する人は顧客（A02）として、ユーザーとは区別する。

プログラマー／ Programmer

製品の設計や実装を担う。製品の見直し、設計、実装、品質に責任を持つ。積極的にプロダクトオーナー（A03）やユーザー（A01）と対話し、製品に求められる要件の本質を理解し、実現する。日本の旧来のシステム開発では、プログラマーは定められた仕様をコード化するだけの単純労働者だったが、スクラムをはじめとするアジャイル開発プロセスでは、システムを実現することによって解決する課題に着目する、能動的な改革者にならなければならない。

ビジネスアナリスト／ Business Analyst

顧客のニーズ（ビジネスニーズ）を分析してシステム要件に落とし込むのは「要求分析屋さん」と同じだが、ビジネスアナリストの守備範囲はもっと広い。いわゆる“超”上流工程から参加して、プロジェクトを立ち上げるかどうかの判断に寄与し、さらにプロジェクト終了後は成果の検証まで行う。ただし、ナントカ総研の「〇〇アナリスト」の仕事の所ぬぐいをさせられた経験がある開発者からは、ちよつと疎まれる傾向がある。

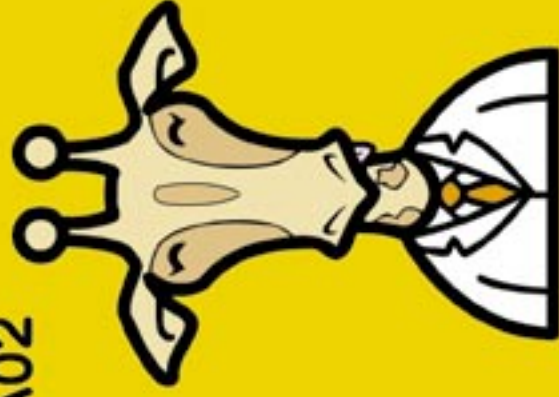
A01



ユーザー
User

© 2010 Square Enix Co., Ltd.

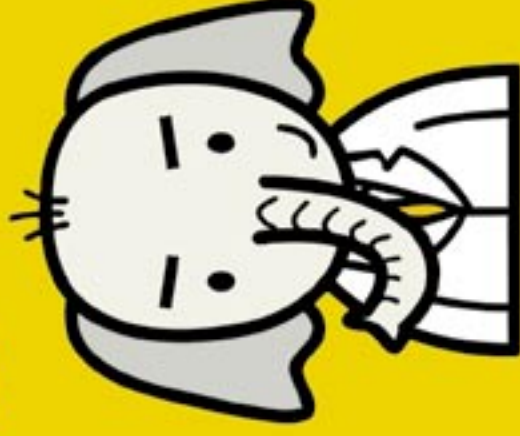
A02



顧客
Customer

© 2010 Square Enix Co., Ltd.

A03



プロダクトオーナー
Product Owner

© 2010 Square Enix Co., Ltd.

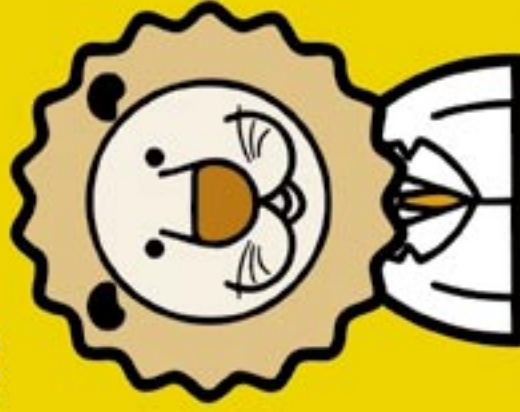
A04



スクラムマスター
Scrum Master

© 2010 Square Enix Co., Ltd.

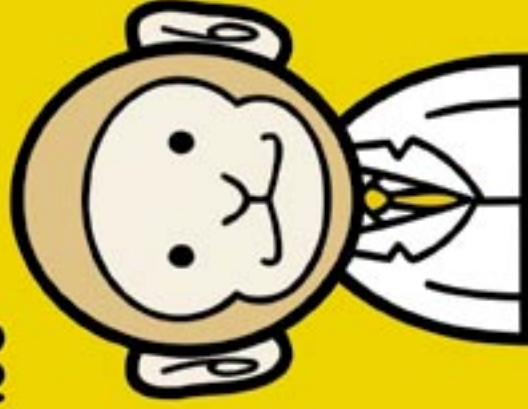
A05



ビジネスアナリスト
Business Analyst

© 2010 Square Enix Co., Ltd.

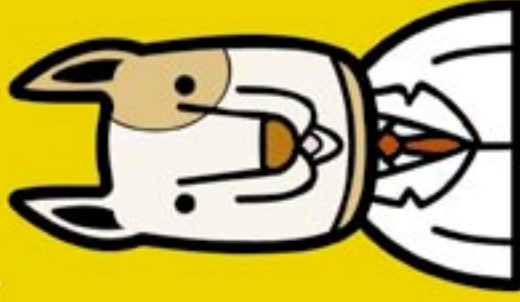
A06



プログラマー
Programmer

© 2010 Square Enix Co., Ltd.

A07



テスター
Tester

© 2010 Square Enix Co., Ltd.

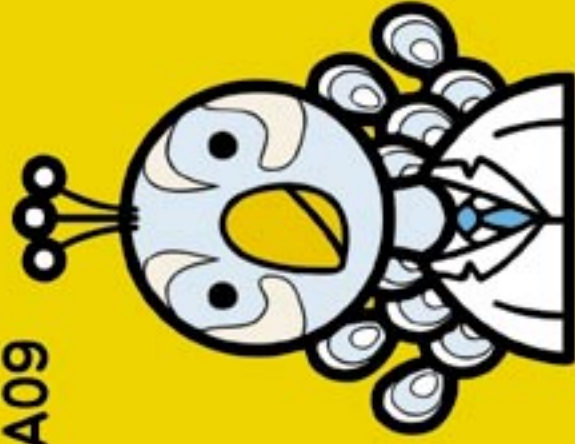
A08



インタラクションデザイナー
Interaction Designer

© 2010 Square Enix Co., Ltd.

A09



UIデザイナー
UI Designer

© 2015 SQUARE ENIX CO., LTD.

A10



ユーザビリティエンジニア
Usability Engineer

© 2015 SQUARE ENIX CO., LTD.

C01



ユーザー中心
User Centered

© 2015 SQUARE ENIX CO., LTD.

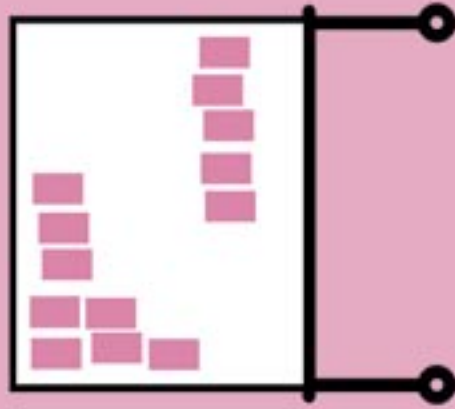
C02



イテレーティブでインクリメンタル
Iterative and Incremental

© 2015 SQUARE ENIX CO., LTD.

C03



見える化
Visualization

© 2015 SQUARE ENIX CO., LTD.

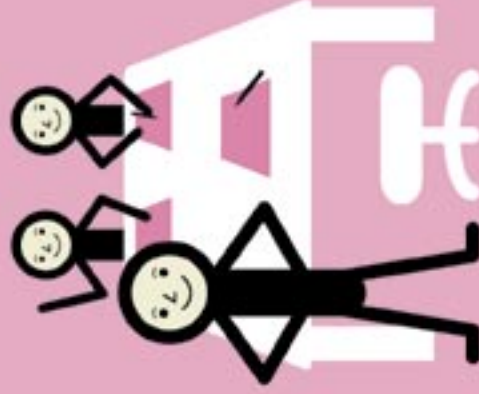
C04



早期失敗
Fail Fast

© 2015 SQUARE ENIX CO., LTD.

C05



全員同席
Sit Together

© 2015 SQUARE ENIX CO., LTD.

C06



タイムボックス化
Time Boxed

© 2015 SQUARE ENIX CO., LTD.

イテレーティブで インクリメンタル／ Iterative and Incremental

イテレーティブとは、「繰り返し」作業を行い、徐々に高めていくこと。作業を大きな単位で一度に行う代わりに、作業を分割して細かい単位で繰り返し行う。繰り返すことで、徐々に製品やプロセスに関する学習が進み、不確実性が低減し、予測性が向上する。インクリメンタル（漸進的）とは、少しずつ積み重ねるように機能実装していくということ。自動化テスト技法やバージョン管理システムを取り入れることで、手戻りの少ない開発を行う。

ユーザー中心／ User Centered

ソフトウェアの設計思想のひとつ。端的に言えば「靴に足を合わせる」のではなく「足に合う靴を作る」ということになる。経営やマーケティングの「マーケットイン」や「アウトサイディング」も類似した概念。いずれにしても、至極当たり前の理念である。しかしながら、言うは易く行うは難し。強い意志とちゃんとした技術がないと、単なるスローガンで終わってしまうのでご注意を。なお、「人間中心 (Human Centered)」は同義語。

ユーザビリティエンジニア／ Usability Engineer

UX特有の職種。元々はできあがった製品の検査業務を担当していたが、それでは「もはや手遅れ」なので、現在では設計の上流工程から参加するようになった。ソフトウェア開発における「テスト」の役割と似ているが、“生身”のユーザーを扱う点が大きく異なる。ユーザーと対話する高いスキルを有しており、人間工学や認知心理学の専門知識をバックボーンに持つ人も多い。

UIデザイナー／ UI Designer

ちょっと古い言い方をすれば、いわゆる「デザイナーさん」。通常、PhotoshopとIllustratorのかんがりの使い手である。ただし、現代では単なる“絵描き”では務まらない。芸術やプロダクトデザイン の専門教育をベースに、UIデザイナーがガイドラインやデザインパターンに精通し、HTML/CSSに加えJava ScriptやAction Scriptなどのプログラミングスキルを有する。

タイムボックス化／ Time Boxed

アジャイル開発では、一定期間（1週間から4週間）ごとに、リリース可能なソフトウェアを提供する。この一定期間のことを、スプリントないしイテレーションと呼ぶ。想定よりも早く進めば、次の優先度の作業に取りかわれるかどうか検討する。想定より遅れた場合は、間に合わない作業を分割するか、行わないこととの了承を得る。日々の作業もタイムボックス化し、遅れた分を残業でカバーする、ということはない。タイムボックス化によって、チームの作業条件が安定し、生産能力を計測しやすくなる。

全員同席／ Sit Together

チームを構成する全員が同じ場所で作業をすること。コミュニケーションを促進し、チームの自己組織化とチームワークを促進する。また、見える化（CO3）をローコスト、ローテクで実現しやすくなる点も重要。同じ場所にいることで、壁に状況を書いた紙を貼るだけで、みんなが好きなタイミングで確認でき、更新もタイムリーに行える。

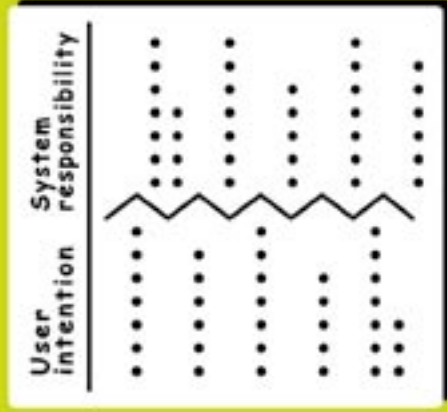
早期失敗／ Fail Fast

「私は失敗したことはない、何万通りのうまくいかない方法を発見しただけだ」（エジソン）。未知のものに対して精度の高い予測を行うことは不可能で、無理に計画に織り込もうとすれば、大きな不確実性（ツプア）が必要になる。早めに試し、その後に計画を動的に変更するのが科学の心。一方で、重大な問題事象を早期に発見することで、プロジェクト全体の失敗の可能性を減らすことができるので顧客価値も高い。壮大な実験や失敗にユーザーを巻き込まないようにする。利害関係者への説明責任を果たすことも重要。

見える化／ Visualization

「見える化」はトヨタ生産システムで使われている用語。カンバンや付箋紙などを使って、状態を「いつでも」「誰にでも」「簡単に」見えるように保つ。コミュニケーションロスが減らし、手戻りのリスクを下げ、ユーザーや製品ビジョンを確認できるようにする。具体的な手法は、スクラムボード（M03）、バーンダウンチャート（M04）、プロダクトバックログ（M05）、ペルソナ（M08）、ペーパープロトタイプ（M10）など。

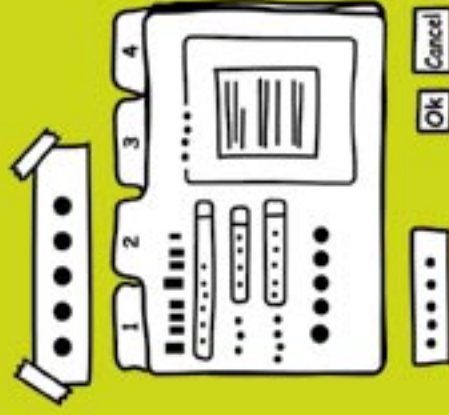
M09



本質的ユースケース
Essential Use Case

© 2010 CS&ML Inc. All Rights Reserved.

M10



ペーパープロトタイプ
Paper Prototyping

© 2010 CS&ML Inc. All Rights Reserved.

M13



師匠と弟子
Master/Apprentice Model

© 2010 CS&ML Inc. All Rights Reserved.

M11



インスペクション
Usability Inspection

© 2010 CS&ML Inc. All Rights Reserved.

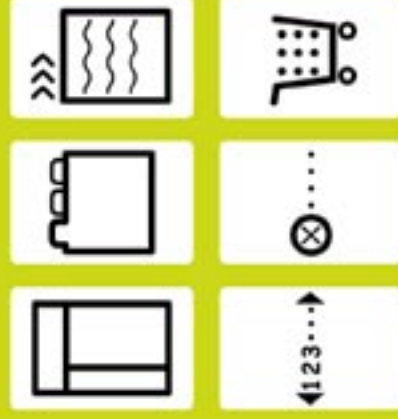
M12



ユーザーテスト
User Testing

© 2010 CS&ML Inc. All Rights Reserved.

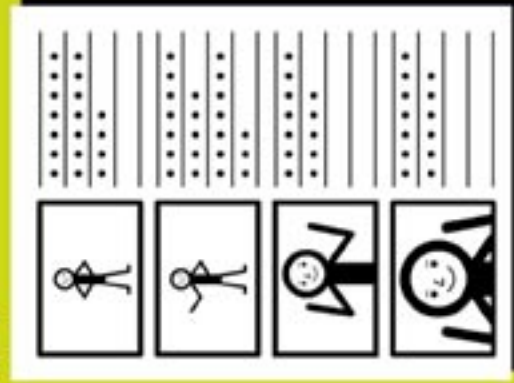
M15



UIデザインパターン
UI Design Pattern

© 2010 CS&ML Inc. All Rights Reserved.

M14



ストーリーボード
Storyboards

© 2010 CS&ML Inc. All Rights Reserved.



ユーザーテスト／ User Testing

ユーザーテストの基本はとても単純。ユーザーにタスク（作業課題）を提示して、その実行過程を横で観察するだけ。ヤコブ・ニールセンが「5人のユーザーでテストすれば約85%の問題点が見つかる」という法則を提唱して以来、UIをテストするための最も強力で効率的な手法となった。なお、最近では「RITEメソッド（Rapid Iterative Testing and Evaluation）」と呼ばれる、さらに高速反復型のテストが主流になっている。

インスペクション／ Usability Inspection

別名「専門家による評価」。要するに“鑑定士”による“目利き”。ユーザーインタフェースやユーザービリティのプロが自らの知識や経験に基づいて行う評価手法の総称。UIデザインの原理原則を引用しながら評価する「ヒューリスティック評価」と、操作ステップごとのユーザーの行動を推測して評価する「ウォークスルー」の2つの手法が代表的。

ペーパープロトタイプ／ Paper Prototyping

紙で作ったローファイ（低忠実度）なプロトタイプ。紙とペンしか使わない“超”ローテクな手法で、主に手描きで作成する。紙製ではあるが、指でクリックしたり、鉛筆でフィールドに入力することで擬似的にソフトウェアの動作を再現可能。類似した手法は何十年前前から存在しているが、キャロリン・スナイダーが専門書（『ペーパープロトタイプینگ』オーム社、ISBN-13：978-4274065668）を著したことがきっかけで、ソフトウェア開発の現場でも広く認知されるようになった。

本質的ユーザー／ Essential Use Case

UI設計を支援することを意図した2列の表形式のユーザーースケース。ユーザーとシステムの対話を高レベル（抽象的）なシナリオで記述する。このシナリオを分析することで、対話に必要な画面要素を論理的に定義できる。元々はシベツカ・フーンス・ブロッツがシステム設計のために発案したものを、ラリー・コンスタンチンがUIデザインに応用して発展させた。詳しくは『使いやすいソフトウェアより良いユーザーインタフェースの設計を目指して』（共立出版、ISBN-13：978-4320097469）を参照のこと。

アジャイルUCD研究会／ AgileUCDja

アジャイル開発とユーザービリティのフロがコラボレーションして生まれた『アジャイルUCD研究会』。メンバーは、日本におけるアジャイルUCD活動をリードすべく、知識と技術の研鑽に励んでいる。読書会、ワークショップ、懇親会などオフラインイベントも開催。興味のある人はサイト（<http://groups.google.co.jp/group/agileucdja/>）にアクセス、または「Agile UCD」で検索！
【代表者】川口恭伸（認定スクラムマスター）、樽本徹也（ユーザービリティエンジニア）

UIDesignインパターン／ UI Design Pattern

UIをデザインする上で共通するような課題に対するベストプラクティス（お手本となるような解決策）を集めたライブラリー。「課題」「解決例（U例）」「適用場面」「デザインの根拠」などが簡潔に記述されている。「Yahoo! Design Pattern Library」など複数のライブラリーがネット上で公開されている。書籍ではジェニファー・テイッポウエルの『デザインング・インタフェース』（オライリー、ISBN-13：978-4873113166）が有名。

ストーリーボード／ Storyboards

製品のコンセプトやアイデアを“見える化”するためのドキュメント。映画やアニメーションを製作する際に用いる「絵コンテ」と同じ。UIの細部には言及せず、ユーザーとシステムのおおまかなやり取りの様子を数コマのイラストを使って表現する。なお、製品の基本概念を簡潔に表現する場合は「コンセプトマップ」を使う。

師匠と弟子／ Master/Apprentice Model

いわゆる“要件獲得”のために行うユーザーインタビューの手法。ただし、従来のやり方ではうまくいかないことはご存じの通り。そこで、ユーザーを師匠に見立てて「ユーザーに弟子入り」するつもりでインタビューするという、エスノグラフィ（文化人類学）由来のテクニクを使う。正式名称を「Contextual Inquiry（現場調査法）」と言う。カリン・ホルツグラットが開発した。

アジャイル開発とUX (UCD)

ユーザーエクスペリエンス(UX) は Agile Conferenceでもホットなテーマ

「アジャイル開発」という単語は2001年、先進的な開発手法の主導者が集まって発明されました。「人間中心設計」がISOで制定されたのは1999年。2つとも、製品開発手法のコンセンサスとして徐々に認知度が高まってきました。

アメリカで毎年行われているアジャイル開発の国際会議「Agile Conference」に、「ユーザーエクスペリエンス (UX)」のトラックが作られたのは2008年のこと。翌年、2009年には、ユーザビリティの国際会議「UPA」に「アジャイルUX」のトラックが作られ、アジャイルとUX (UCD) のクロスオーバーは近年のソフトウェア開発のなかでも最もホットなトピックのひとつとなりました。

アジャイル開発技法は、ソフトウェア工学の領域とビジネス領域を、よりうまく連携させる仕組みです。見える化や実測駆動で、品質と価値の高いソフトウェアを安定的に生み出すことを目指しています。一方で、ユーザー中心設計(UCD)は、ビジュアルデザイン領域とソフトウェア工学領域をうまく連携させ、より高いビジネス価値を妥当なコストで生み出すための取り組みといえます。この2つを組み合わせることは、「動作する、手放せないほど価値の高い、ソフトウェア」を生み出すための必然といってよいのではないのでしょうか。

多様化するニーズに自己組織的に対応する

個人の時代——インターネットや、消費者の趣向の多様化によって、ネット上のクチコミやニッチ情報でモノが売れる時代になってきました。企業の販売戦略や組織戦略も1990年代とは大きく変わり、組織的販売戦略から、個人への権限委譲が進んでいます。個人

ないし小規模なチームに主導権を渡すことで、多様化するニーズに自己組織的に対応する、というトレンドが生まれています。

これからの10年、ソフトウェア開発を担う私たちは、アジャイル開発によって、変化に対応できる「モノを作る力」を養う必要があると思います。同時に、ユーザー中心設計の知見を学び「作るべきモノを探索する力」を高めていくことが、未来を切り開くアイデアにつながっていくのではないかと考えています。

現実の「痛み」を知るモノづくりが、優れたUXを生み出す

作り手の痛み、利用者の痛み

筆者(川口)は2009年12月に認定スクラムマスターセミナーを受けてきました。その中で最も印象に残ったのは「痛みを知る」というフレーズです。チームを良い状態に保ち、良質なアウトプットを出し続けていくには、作り手の痛みを知り、利用者の痛みを知らなければなりません。

世界的に優れたUXを実現している企業の経営者といえば、アップルのスティーブ・ジョブズ氏が有名ですが、現役の日本人経営者にも、優れたモノづくりを実践されている方がいます。

●ユニクロの柳内正さん

ユニクロの服をご存じない方はいないでしょう。社名の「ファーストリテイリング」の意味するところは「速い(即断即決の)小売」だそうです。社長の柳内正さんは、自著『一勝九敗』(新潮社、ISBN-13: 978-4101284514)のあとがきの中で、「全社員の全ての仕事は現場・現物・現実から始まり、終結点に至るまで同様に現場・現物・現実を直視して仕事をするべきだ」と述べています。

また、「洋服は、ファッション性のある工業製品」とあり、決してクリエイターに任せきりにしない経営姿勢

を貫いています。

●任天堂社長の岩田聡さん

任天堂社長の岩田聡さんは、初期のファミコンゲームを生み出したプログラマーでもあります。作り手の痛みや、ゲームが売れないことの苦しみを直接的に経験しています。彼はインタビューでこう述べています。

「物事って、やった方がいいことの方が、実際にやれることより絶対に多いんです」(ほぼ日刊イトイ新聞、<http://www.1101.com/iwata/2007-09-05.html>)。だからこそ、自分たちの得意なこと、すなわち他社よりうまくできることに注力するよう、優先度をつけることが大事だと言っています。

●MITメディアラボの石井裕さん

MITメディアラボの石井裕さんは、未来のユーザーインターフェイスを研究し続けています。MITの教授は、研究者であり、かつ経営者でなければなりません。コンピュータ言語から電子工作まで自らこなし、一方で企業と渡り合って研究資金を確保しなければなりません。

「解かなきゃいけない問題がこれだけ複雑になって、(中略)それをデザインするときに、ひとつの学問だけでやっていく時代はもう終わっている。もちろんすべての学問でNo.1にはなれませんが、それぞれの言語を流暢に話し、深く尊敬し、そういうチームをまとめられるリーダーでないと、これからはやっていけない、というふうに思います」(2005年6月14日、中京大学主催の講演にて)。

大事なのは自ら解決しようという姿勢

現実の「痛み」を知り、決して無視したり丸投げしたりせず、自ら解決しようという姿勢が、優れたUXを生み出していくのではないかと、思うのですが、いかがでしょうか。

Agile Conference報告—UXを中心に

ユーザーエクスペリエンス(UX)への関心の高さ

2009年9月にアメリカのシカゴで行われた、アジャイル開発技法の国際会議「Agile Conference 2009」(<http://agile2009.agilealliance.org/>)に参加してきました。数多くのユーザーエクスペリエンス(UX)のセッションが開催され、また、晩餐会での基調講演に、UX界の重鎮であるジャレッド・スプールを呼ぶなど(写真1)、UXに対する関心の高さを窺わせました。

トッド・ザキ・ウォーフェルのセッション

トッド・ザキ・ウォーフェルは、ユーザー調査／ペルソナ作り／プロトタイピングを行う3つのワークショップを行いました(写真2)。与えられた時間が短いときにも、あきらめず、調査からプロトタイピングまで行うことを目指しています。簡単なプロトタイプを作ることで、アイデアが見えるようになり、参加者の具体的な意見を引き出して改善する、というアプローチです。プロトタイピングに手間をかけず効率的に行うテクニックについては、『A Practitioner's Guide to Prototyping』

(<http://www.rosenfeldmedia.com/books/prototyping/>)というオンライン出版の書籍になっています。

ヒュー・バイヤーのセッション

ヒュー・バイヤーは、ユーザ中心設計(UCD)方面で有名な『Contextual Design—Defining Customer-Centered Systems』(Morgan Kaufmann、ISBN-13:978-1558604117)の共著者です。ユーザーインタビューで陥りやすい失敗についての説明を行いました。アジャイル開発ではコミュニケーションを重視しますので、質問技法やユーザー調査技法を高めることは、間違ったソフトウェアを作らないために役に立つと感じました。

ジェフ・パットンは、「Agile Usability」というコミュニティを立ち上げたアジャイルUXの開拓者です。実践的なペルソナ作りについてのセッションと、ペルソナからユーザーストーリーまで一貫して見える化する手法「ユーザーストーリーマッピング」のセッションを行いました(写真3)。ユーザーにはどういう人がいて、どういう業務があり、どういう機能を提供しようとしているかを一枚絵として表示する手法は、製

品の現状をメンバー間で共有・確認するための優れた技法であると感じました。

ジャレッド・スプールのセッション

晩餐会の基調講演を行ったジャレッド・スプールはユーザビリティ界ではヤコブ・ニールセンと並ぶ重鎮だそうです。彼の講演では、優れたユーザーエクスペリエンスをもたらした製品と、そうでない製品の実例を挙げ、それぞれのビジネス的な結果がどうであったかをユーモアたっぷりに説明し、会場に爆笑の渦を起こしていました。

2008年の基調講演にはアラン・クーパーが登壇

ちなみに2008年の基調講演にはUXで有名な『About Face 3—インタラクティブデザイン』(アスキー・メディアワークス、ISBN-13:978-4048672450)、『コンピュータは、むずかしすぎて使えない!』(翔泳社、ISBN-13:978-4881358269)の著者であるアラン・クーパーが登場しており(写真4)、アジャイル開発にとってUXはホットなトレンドのひとつになっていると感じました。



■写真1 ジャレッド・スプールの基調講演



■写真3 ユーザーストーリーマッピングのワークショップ(左からジェフ・パットン、デヴィッド・ハスマン)



■写真2 トッド・ザキ・ウォーフェルのプロトタイピングのワークショップ(活発な参加者がプロトタイプを見ながら議論を繰り返す)

■写真4 アラン・クーパーのプレゼンの様子(撮影:トム・ポッペンディーク氏)



リーダーはメンバーの
「0.5歩先」を歩こう！

先に行かない。
離れ過ぎない。

柴田浩太郎
(gkohtaro@gmail.com)

© イラストレーター：メーバンさん



利用品質ラボ
樽本徹也 TARUMOTO Tetsuya

日本では数少ないユーザビリティ工学の専門家。特にユーザー調査とユーザビリティ評価の実務経験が豊富。現在はプロのコンサルタントとして、Webサイトから携帯電話まで幅広い製品のユーザインターフェイス開発プロジェクトに携わっている。ユーザビリティに関する寄稿や講演も多い。著書は『ユーザビリティエンジニアリング—ユーザー調査とユーザビリティ評価実践テクニック』（オーム社）。

法政大学大学院ITプロフェッショナルコース修了（工学修士）。人間中心設計推進機構（HCD-Net）理事。

大阪府堺市出身。東京都台東区在住。

株式会社QUICK
認定スクラムマスター
川口恭伸 KAWAGUCHI Yasunobu

社内業務アプリ開発、社外向けクライアントアプリ開発を経て、現在は社内業務アプリ開発、構成管理／デプロイ基盤、サーバ基盤設計・運用を担当。よく使う言語は、JavaScript/DHTMLとRuby。

趣味は勉強会と米国（都市部）旅行。VM World 2007、Agile Conference 2009に私費参加。すすくスクラムスタッフ、勉強会勉強会スタッフ、AgileUCD研究会(AgileUCDja)共同発起人、ustfreaks共同発起人、XP祭り2010実行委員。

北陸先端科学技術大学院大学(JAIST)情報科学研究科修了(工学修士)。

愛知県田原市出身。東京都江東区在住。

Twitter: kawaguti

EM ZERO [イーエム・ゼロ] Vol.5
アジャイルUX特集号
2010年4月9日発行

著者：樽本徹也、川口恭伸
デザイン：ミヤムラオミ
イラスト：中村収
編集：EM ZERO編集部

発行元：株式会社マナスリンク
〒162-0012
東京都中野区本町4-48-17-803
<http://www.manaslink.com/>
お問い合わせ先：contact@manaslink.com

印刷所：昭栄印刷株式会社
<http://www.shoei-p.net/>

Copyright ManasLink
Printed in Japan

◎株式会社マナスリンクについて

株式会社マナスリンクはEM ZEROの運営を目的として設立された会社です。マナスとはサンスクリット語でマインドを意味します。良いマインドを持った人々をEM ZEROを通じて結び付け、良い人の流れ良い情報の流れを作り出し、ソフトウェア業界を盛り上げていくお手伝いをいたします。

◎EM ZERO配布のお願い

EM ZEROはイベントでの配布&EM ZEROに共感してくださる方の草の根配布を拠り所としています。よろしければ本誌を何冊かお持ちいただき、周囲の方を紹介していただけると嬉しく思います。

◎広告出稿のお願い

EM ZEROでは広告を掲載して下さるクライアント様を募集しています。企業、団体、個人は問いません。EM ZEROの存続にご協力していただける方、広告効果の可能性を感じていただける方がいらっしゃいましたら、ぜひご相談させてください。

■個人広告のお申し込み

http://www.manaslink.com/ad_personal

■企業・団体広告のお問い合わせ

http://www.manaslink.com/ad_company

◎お取り寄せ

最新号3部を送料無料でお取り寄せいただくことができます。また、イベントや社内での配布用に、4部以上での送付も送料をご負担いただければ承ります。部数に限りがございますので、お早めにお申し込みください。

■EM ZEROお取り寄せフォーム

http://www.manaslink.com/send_req

秋葉原駅クリニック

総合内科、神経内科 頭痛外来、
メタボリック症候群、花粉症など

□診療時間
10:00~13:00、14:30~19:00
(土曜、日曜、祝祭日は休診)

03-5207-5805



東京都千代田区外神田1-18-19 秋葉原駅前ビル4F URL: <http://www.ekic.jp/>

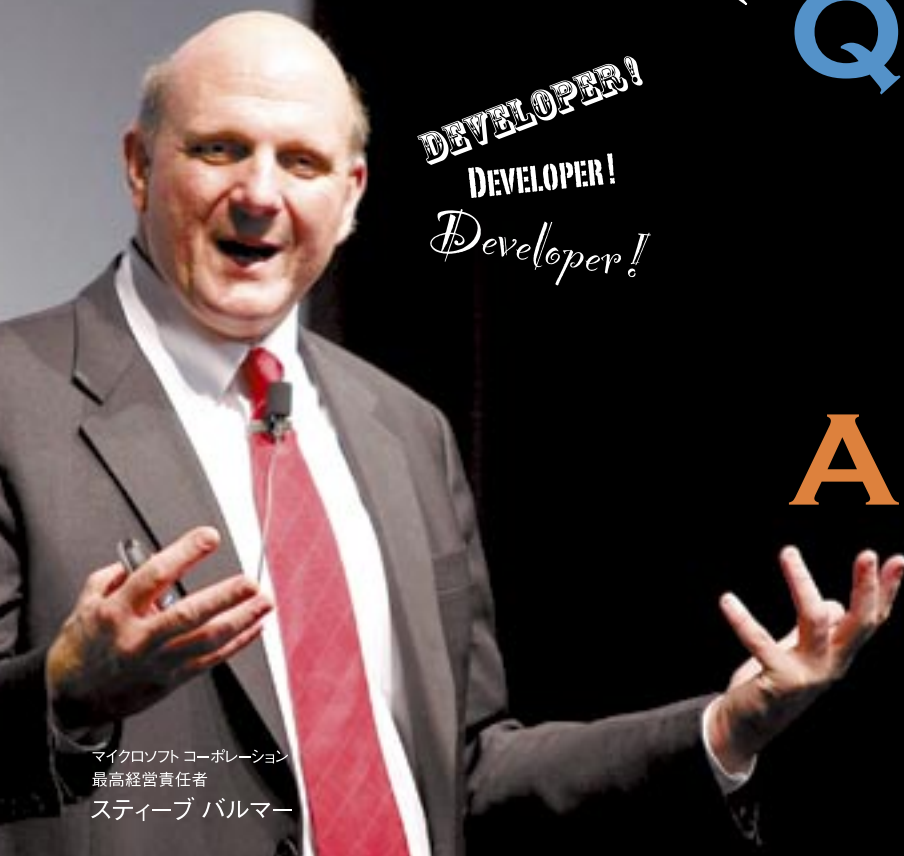
『<新版>頭痛』
『知らずに飲んでいた薬の中身』
好評発売中!



スティーブ バルマー氏に聞きました。

Microsoft Developer Forum 2009

トーク セッション レポート



マイクロソフト コーポレーション
最高経営責任者
スティーブ バルマー

Q なぜいつも
「デベロッパー
デベロッパー」
と叫んでいるのですか？

A IT の未来がすべて開発者の
手に委ねられているからです。

社会に新しいエクスペリエンスを提供しているのはだれ
でしょうか？さまざまな情報や技術から価値を創造してい
るのはだれでしょうか？すべて「開発者」の皆さんです。
IT に新しい息吹を吹き込み、経済を成長させることが
できるのは、開発者の皆さんをおいて他にはありません。
マイクロソフトは開発者の皆さんに敬意を表すると共に、
徹底して支援させていただくことをお約束します。

Q マイクロソフトは
クラウドをやっていく気が
あるのですか？

A



クラウドは、IT 業界、そして我々の未来に
とってなくてはならないものです。ビジネス
モデルや運用モデルが我々と違うと言われ
ますが、マイクロソフトも Windows® Azure™
を展開し、今はどこよりも真剣です。皆さんが
Windows で身に付けたスキルを活用して
いただく環境を用意し、100% 全力で取り
組んでいきます。

Q 日本のエンジニアの地位が
低く感じられるのですが、
どのようにやる気を維持
したらよいでしょうか？

A



我々のやっていることは形あるものでは
ないため、理解されにくいかもしれません。
しかし、皆さんが開発されたソフトウェアは、
日々多くの人々に喜んで利用されています。
日本でも、今後のイノベーションのために、
ますます皆さんの力が必要とされるでしょう。
マイクロソフトも、ソフトウェア開発を活力ある
職業とするべく、全面的に支援していく考えです。

Q 日本の IT 業界の強みは
何だと思いますか？
将来の可能性は？

A



自動車や携帯電話、PC などにまつわる
すばらしいコア テクノロジーは、日本のエン
ジニアによって開発されています。一方で
日本の社会にはまだまだ未開拓の部分
があります。教育や医療、介護、地方企業など、
IT の技術がもっと使われるように刺激を
与えていくことが重要です。そのためにぜひ
皆さんのお力をお借りしたいと思います。

開発者の皆さんを支える面々



マーケティング担当
舟越 美宝

エバンジェリスト
長沢 智治

開発ツール製品部
部長 遠藤 敦子

エバンジェリスト
大西 彰

マーケティング担当
長尾 朋代

デベロッパーテクノロジー推進部
部長 荒井 一広

エバンジェリスト
松崎 剛

エバンジェリスト
小高 太郎

デベロッパー & プラットフォーム
統括本部長 大場 章弘

マーケティング担当
窪田 彰子

エバンジェリスト
鈴木 章太郎

日本のマイクロソフトの皆さんに聞きました。

Q 日本の開発者に向けた具体的な取り組みとは？

A 150万ページの MSDN® オンラインです。ぜひご活用ください。

MSDN オンラインでは、マイクロソフトの開発製品、技術に関する情報を集約し、無料で提供しています。膨大な情報量を誇るライブラリに限らず、開発者の皆さんとマイクロソフトをつなぐ、あるいは開発者の皆さんどうしのコミュニケーションの場でもあります。気軽に質問や回答ができるフォーラム、テクノロジーの伝道者 エバンジェリストのブログなど、数多くのサービスをご用意しています。

MSDN オンラインは開発者のための総合情報リソースです。



続々と追加中

Code Recipe
.NET 開発の
サンプルコード集

38人のマイクロソフト社員

MSDN ブログ
最新の技術情報や
気になるトピックをお届け

年間 3,500 を超える Q&A

MSDN フォーラム
情報交換・課題解決の
ためのオンライン掲示板

81 万の日本語ページ

MSDN ライブラリ
技術情報、ドキュメントの
オンライン図書館

主要 23 製品、技術に対応

デベロッパー センター
製品、技術のニュース、
資料をまとめたポータル サイト

「検索術」で MSDN オンラインを使いこなそう！

MSDN オンラインでは、必要な情報にうまくたどり着けるよう、
便利な検索機能やコツをご紹介します。今なら実務に役立つ
検索術を無料ダウンロード提供中。ぜひご活用ください。



無料
ダウンロード

検索術の詳細は特設サイトで！

MSDN 検索術



検索

<http://msdn.microsoft.com/ja-jp/kensaku.aspx>

*Microsoft、Microsoft ロゴ、Azure、MSDN、Windows は、米国 Microsoft Corporation および、またはその関連会社の商標です。*その他記載されている、会社名、製品名、ロゴ等は、各社の登録商標または商標です。
*製品の仕様は、予告なく変更することがあります。予めご了承ください。

お問い合わせ先

Microsoft®

マイクロソフト株式会社

〒151-8583 東京都渋谷区代々木 2 丁目 2 番 1 号 小田急サザンタワー

マイクロソフト カスタマー インフォメーションセンター

0120-41-6755 (9:30 ~ 12:00、13:00 ~ 19:00 土日祝日、弊社指定休業日は除く)



カスタマーテクノロジー推進部
部長 平野 和順

エバンジェリスト
砂金 信一郎

マーケティング担当
生江 瑠奈

エバンジェリスト
春日井 良隆

マーケティング担当
土屋 奈緒子

エバンジェリスト
太田 寛

リサーチ担当
安崎 千華

エバンジェリスト
高橋 忍

エバンジェリスト
岩田 雅樹

開発ツール製品担当
新村 剛史

最高経営責任者
スティーブ バルマー

アジャイル開発を通じて チームがユーザー指向になった

—チームコンサートを活用したアジャイル開発事例

東京笹塚にある株式会社ディアスクエアに、アジャイル開発を実践しているチームがあります。どのようにアジャイル開発を進めているのか、グループ長の永瀬美穂氏にお話を伺いました。

●受託開発にアジャイルを導入!

Q: 最初にアジャイル開発を始めたきっかけを教えてください。

A: 開発プロセスが好きなこともあり、アジャイル開発は10年前にXPが出てきた頃から知っていました。直接のきっかけは、昨年になって社内にアジャイル開発導入の機運が出てきたことです。InfoQのサイトに出ているオンライン書籍『塹壕よりScrumとXP』(Henrik Kniberg著、<http://www.infoq.com/jp/minibooks/scrum-xp-from-the-trenches>)を読んで勉強しました。

Q: どのようにアジャイル開発を実践していますか。

A: XPのペアプログラミングや、スクラムのデイリースクラムなど、XPとスクラム両方のプラクティスを取り入れています。スプリントは1週間で回しています。1週間だと計画がしやすい上、問題があればすぐに対応することができます。

●ユーザーとの関係作り

Q: ユーザーさんにはアジャイル開発をどのように説明なさったのですか。

A: 「アジャイル」という言葉は使っていません。ユーザーさんには開発を反復型で行うということ、レビューやフィードバック

などのワークロードが発生することを伝えてあります。短納期の開発を従来型の方法で行っていると、仕様を決めているうちに納期が過ぎてしまいますので、必然的にアジャイル的な進め方になるのではないのでしょうか。

Q: ワークロードについてはどのような反応がありましたか。

A: 今までも一定のやりとりをしながら開発をしていましたので、それほど違和感はありませんでした。協力的なユーザーさんなので助かっています。

Q: ユーザーさんとの関係作りはどのようななさっていますか?

A: 今回は要求定義書を作ってからプロジェクトが開始するまでに時間が空いたこともあったので、ユーザーさんと一緒に要求定義書の読み合わせ会を行いました。引っかかるところはだいたい同じで、だいぶ要求の整理ができました。ユーザーさんの不安はかなり払拭されたようです。

Q: 開発はどのように進めていますか。

A: 開発は、ワークフローを串刺しにして最小限の入力項目でデータを流すための一通りの機能を作り、流れに沿って串刺し用の機能をリッチにしていきます。いつどの作業をするかをユーザーさんに伝えてあり、変更の必要があったら教えてくださいとあってあります。今のところ大きな優先順位変更は出ていません。

●アジャイル開発でチームが変わった

Q: アジャイル開発を始めてチームにはどんな変化がありましたか。

■写真2 永瀬氏と相談中



株式会社ディアスクエア
システム開発本部
ビジネスソリューション部
オープン技術グループ
永瀬美穂様



A: アジャイルという名目があるとフットワークが軽くなります。それからユーザーさんのことを考えるようになります。「こういう機能があったほうがいいんじゃないか」と。それからチームに工夫が生まれました。見積もりポーカーというカードを使って見積もりを行ったり、カードやくじでペアを決めたり、それからミーティングの時間とゴミ出しの時間を知らせてくれるパトランプをメンバーが作ってくれました。



■写真3 今やプロジェクト運営に不可欠のカード達



■写真4 メンバーが工夫して作ったパトランプ(特別点灯中)

●チームコンサートを活用中!

Q: プロジェクト運営にはチームコンサートを使っているそうですね。

A: はい。Express-Cという無償版を使っています。Subversionとどちらを使うか悩んだのですが、見積もりポーカーを使って(笑)導入を決めました。10人まで無償で使えるので、私のチームには十分です。

Q: どのようなところが魅力ですか。

A: 一番気に入っているのが計画のしやすさです。スクラムテンプレートが最初から入っていてリリース計画やスプリント計画がツール上でできるのが便利です。ビルド機能も便利です。

Q: これからのユーザーにメッセージをお願いします。

A: チームコンサートは10人まで無償で使えます。操作に難しいところはなく、直感で使えるはずです。無償ですから、合わなければやめればいいだけです。気軽に使ってみてはいかがでしょうか。



■写真1 ペアで開発を進めるチーム。ペアは毎日変わります

チームコンサートのサイト

<http://www-06.ibm.com/software/jp/rational/products/scm/rtc/>

2010年4月

『デスマーチ対策ツール—チームコンサート超入門』
発売予定!(技術評論社)

