

1. 日時

2022年5月13日(金) 19:00～21:00

2. 場所

Zoom(Web会議システム)

3. 出席者

(敬称略順不同)

近藤、中村、新谷、浜口、大橋、山本、河村、鈴木(記) 以上8名

4. 議題

(1)活動方針に沿った研究会活動

5. 議事

(1)活動方針に沿った研究会活動

ArumakaNの課題を、知識エリアに照らして、順に議論してゆく。今回はビジネスアナリシス・アプローチの視点で議論を行った。今回は戦略アナリシスの視点で課題を議論する。

知識エリア:戦略アナリシスでは、4つのタスクに沿って、戦略アナリシスを進めてゆく。
6.1現状を分析する→6.2将来状態を定義する→6.3リスクをアセスメントする→6.4チェンジ戦略を策定する、となる。現状を分析し、まずビジネスニーズを定義することが重要。

中村氏の資料では、マネジメントの適用や、BABOK教育の推進などが計画されているが、成果を評価するには、遡ってビジネスニーズを明確にしなければならない。

事例企業ではビジネスニーズの定義が明確でないようなので、今後進めるBABOK教育の一環で実施するワークショップの中で、明確化、共有化を図ってはどうか。

ビジネスニーズは現状分析から導き出される。以前「ビル需要は2020年以降縮小するため昇降機のマーケットも縮小する」という市場分析からスタートして、ビジネスニーズを導き出す研究活動を行なったが、事例企業内での、現時点での市場分析結果などを使用して、現状分析から初めてはどうか。

これまで製品価値を重視してきた日本の製造業では、ビジネスニーズを掘り下げる文化がないかもしれない。価値のシフトはハードルが高いが、製造業の中には、顧客価値

へ企業価値をシフトした事例もある。ワークショップの中で、そうした事例紹介をするのも、良い。

ワークショップをしていると、脱線とまでは言わないが、参加者から、議論にインスパイアされた、さまざまな情報が提供される。そこから新しい考え、発想のジャンプが生まれると実感できる。

各月、個々の知識エリアに沿って、議論を行うことにしていたが、今回重要なビジネスニーズが固まっていないため、今回は「要求アナリシスとデザイン定義」に進まず、「戦略アナリシス」を再度議論する。実際に事例企業でワークショップを行う方が良いが、時期が合わないため、今回は中村氏が考えるビジネスニーズに基づき、チェンジ戦略を検討する。

6. 次回予定

(1) 日程

6月度第一水曜日 6月1日(水) 19:00から21:00

(2) 場所

ZOOM会議室(URLなどは開催案内メールでお知らせします)

(3) 議題

「戦略アナリシス」を検討する

7. 成果物

(1) なし

8. その他

中村氏が宿題を進める上で、良いアイデアや、意見がありましたら、Slackの「[#2022年度研究活動](#)」に遠慮なく意見をお願いいたします。

—以上—