

AI時代にますます重要になるビジネスアナリシス

～ビジネスとIT(デジタル)を繋げるビジネスアナリシス～

IIBA日本支部 代表理事
寺嶋 一郎



自己紹介

TERRANET 代表 寺嶋一郎

9年前積水化学工業を卒業し、現在は日本企業のIT部門の強化のためのお手伝いとして、ベンダーに丸投げし、予算管理しかしてない手配師のようなIT部門から脱却し、経営視点を持ち、ビジネス部門から信頼される強いIT部門に変わっていくための支援を行っている。

- **IIBA日本支部** 代表理事
- **ビジネスシステムイニシアティブ協会** 副理事 & 事務局長
- **PC・ネットワークの管理・活用を考える会(PCNW)** 幹事長
- 「これからの経営システムを考える会」 アドバイザー
- 「次世代を担うIT変革リーダー養成塾」 塾長
- 「システム部長友の会」 座長



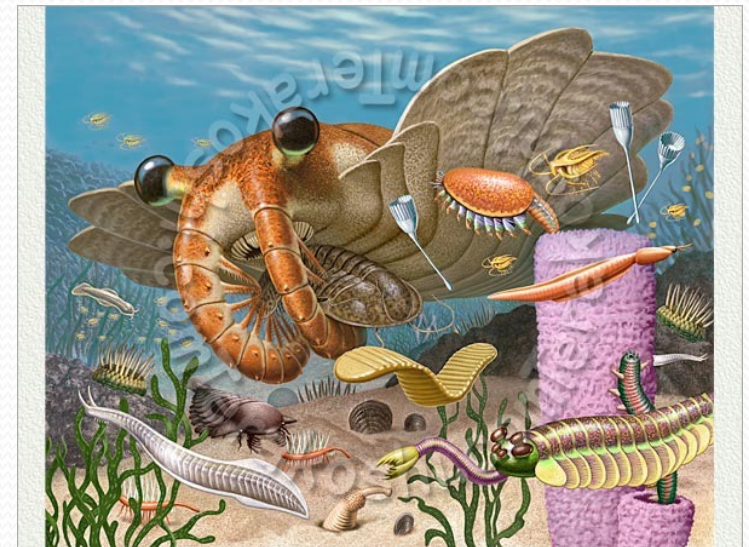
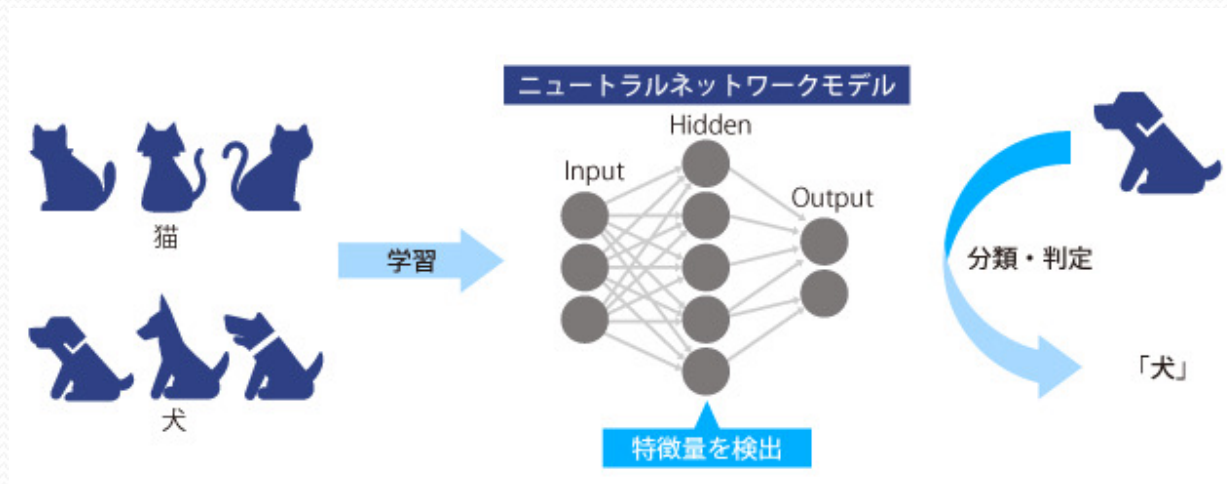
私の略歴

- 1979 積水化学 生産技術部
FA(マイコンによる制御) 生産管理
- 1986 特別研修制度にてM. I. T. へ留学
人工知能の研究
- 1988 情報子会社ISACへ出向
主に住宅のシステム化を推進
- 2000 積水化学 情報システム部長
全社IT統括、基盤・共通システム刷新、グループITガバナンス
- 2016 定年退職
TERRANET 代表



第3次→第4次のAIブーム

- コンピュータパワーの増大&ビッグデータの普及でAIの実用化が進む
- ディープラーニング (Deep Learning) による**ブレイクスルー** : AlphaGO
- ついにコンピュータが眼を持った!
　　<カンブリア大爆発とのアナロジー>
 - 今後コンピュータの活用範囲が飛躍的に広がる



ChatGPTの衝撃（生成AIがもたらした第4次AIブーム）

- CPU能力の向上と超ビッグデータがもたらした生成AIの衝撃
 - 驚くべき大規模LLMの実力
 - モデルの規模を拡大すればするほど精度が高くなる不思議
 - ➡ AI研究者も驚く生成AIの現実
- 2／3の職業の1／4の作業を自動化する！
 - 知的で高賃金の職業に影響大
- 生成AIで大きく変わるIT業界
 - コーディング、テスト、ドキュメンテーションなどの工程はほぼ自動化
 - 要件定義などもアシスト
 - 超上流、上流、そしてアーキテクチャ設計などがますます重要となる

生成AI、AIエージェントのシステム開発への活用

- **コード生成**

- GitHub CopilotやAmazon CodeWhispererがコードスニペットを生成し、開発時間を短縮。

- **テストとデバッグ**

- CodiumAIやIBM Watsonがテストケースを自動生成し、バグ検出を支援。

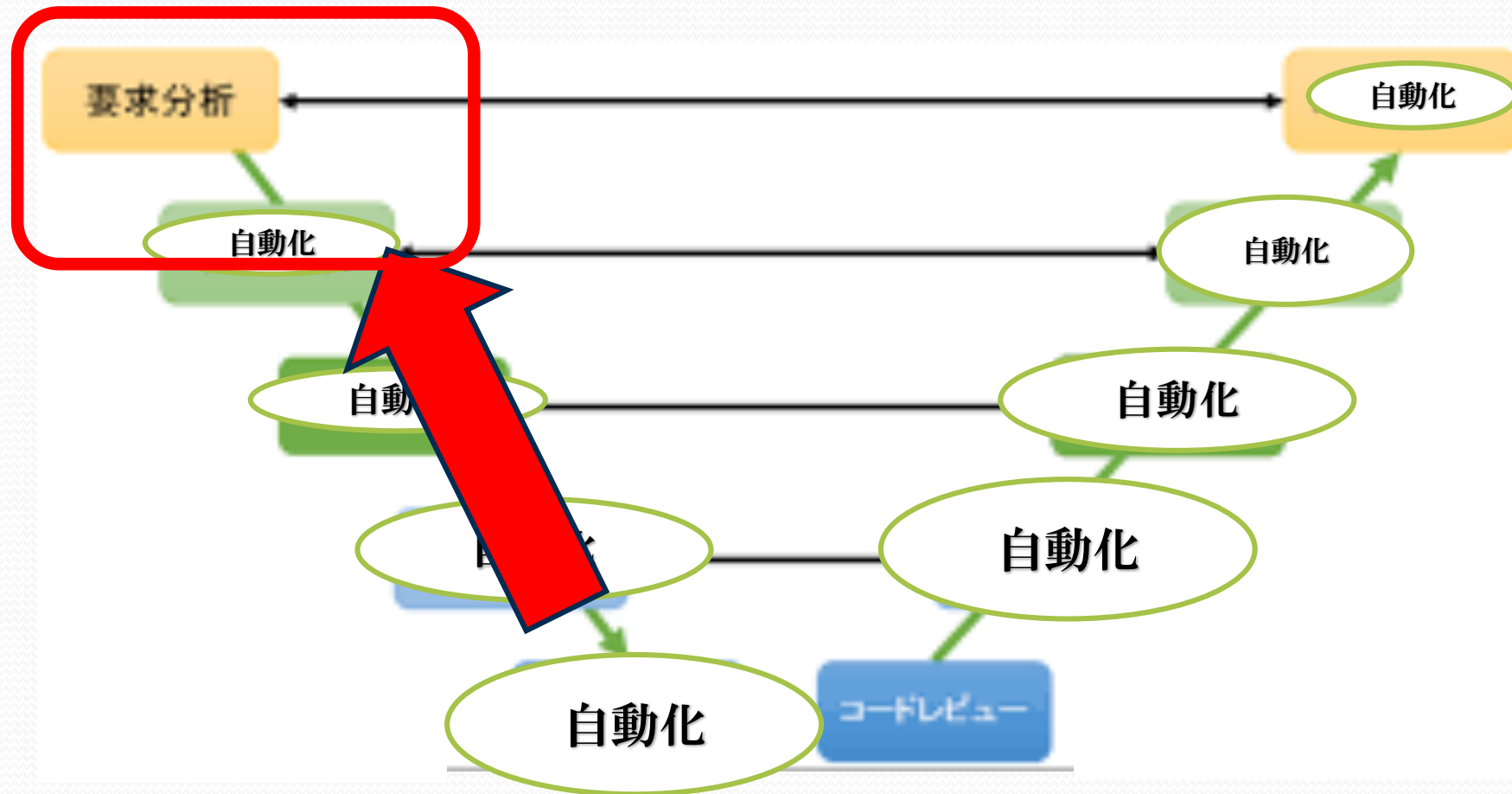
- **ドキュメント作成**

- ChatGPTがコードからドキュメントを自動生成し、作業時間を削減。

- **UI/UXデザイン**

- Figmaと生成AIを組み合わせ、デザインのプロトタイプを迅速に作成。

システム開発の自動化と今後の人間の担当領域



AIが変えるIT業界の構造

- コーディング、テスト、運用などの仕事はAIによってますます自動化されていくのは間違いない！



- 人がやるべき仕事はどんどん上流にシフト！
 - いかにITやデジタルへの要求を正確に把握するか
 - ビジネスそのものの知識がますます大事になる
- 中途半端なエンジニアはいなくなる
 - IT業界の多重下請け構造も崩壊に向かう
- 企業はITの内製化へシフト

ビジネスアナリシスとは

＜ビジネスアナリシスとは＞

ビジネスを分析し

ビジネスのニーズを引き出し

その解決方法をデザインし

ビジネスの変革(CHANGE)を企画・推進すること

＜ビジネスアナリストとは＞

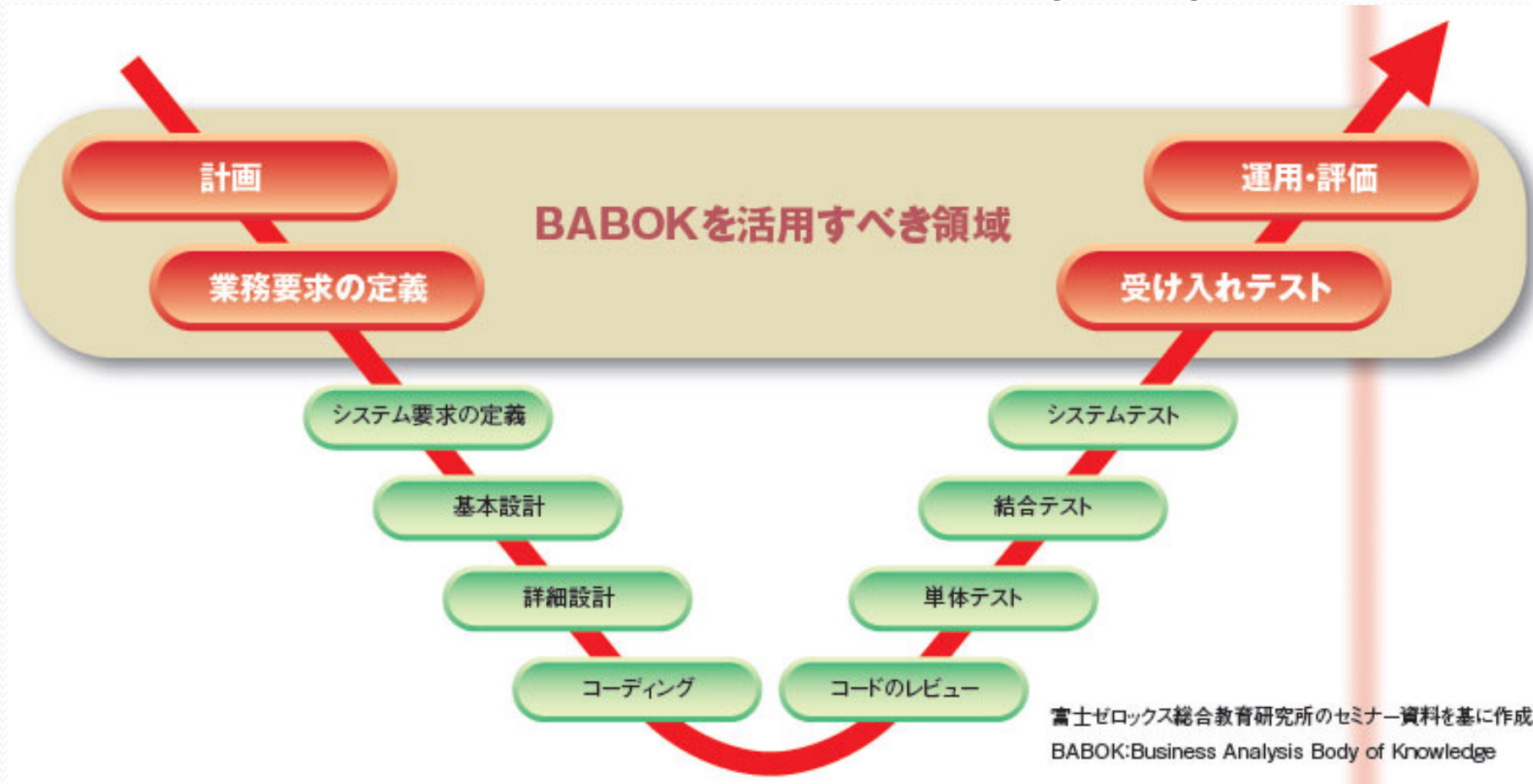
ビジネスアナリストとはビジネスアナリシスを実践する人



北米には数十万人のビジネスアナリストがいる！

- 米国ではユーザー企業側に「ビジネスアナリスト」とか「エンタープライズアーキテクト」と呼ばれる職種があり、IT導入支援からデジタルサービスやビジネスそのものの改善などを担っている。
 - ビジネスシステムアナリスト(BSA)
 - ファンクショナルビジネスアナリスト(FA)
 - プロダクトアナリスト
 - ビジネスアーキテクト
 - ビジネスインテリジェンスアナリスト(BIA)
 - ハイブリッドビジネスアナリスト などなど
- **IT導入においては、ビジネスシステムアナリスト(BSA)とプロジェクトマネージャー(PM)がタッグを組んで行う。**

IT導入におけるビジネスアナリスト(BSA)の仕事



なぜDXはうまくいっていないのか？

- 全社方針としてDX推進の方針が出され
 - DXの部署を作り
 - 外部からCDOを招聘し
 - AI技術者やデータ・サイエンティストを中途採用し
 - ITベンダーに頼みIoTやAI、BIなどのデジタル技術を紹介してもらう
 - そうしたデジタル技術が適応できそうな業務などを探して
 - とりあえずAIやデータ分析のツールを導入してPoCを続けるが・・・
- DXの目的は何？ = DXで何をやるべきかが問題(**WHYやWHAT**)
 - 決してデジタル技術を導入すること(**HOW**)ではない

DXで何をやるべきかがわからないのはなぜ？

- ビジネスの真のニーズがわからないから
 - 関係者から情報を収集し、真のニーズを引き出すやり方を知らない
 - それには引き出すための様々な方法やスキルが必要
 - ビジネスが対象とする顧客のニーズを引き出す必要もある
- ビジネスのニーズを正しい「要求」として表現できていない
 - 要求を体系化・構造化できていない
 - 要求アーキテクチャーが考えられていない
 - 要求管理ツールを使って要求を管理していない
- 要求に対する的確な解決手段を提示できてないから
 - 要求の解決手段を的確にデザインできていない
 - ITやデジタル以外の視点での問題解決を考えていない

ビジネスアナリストが使う引き出しのテクニック

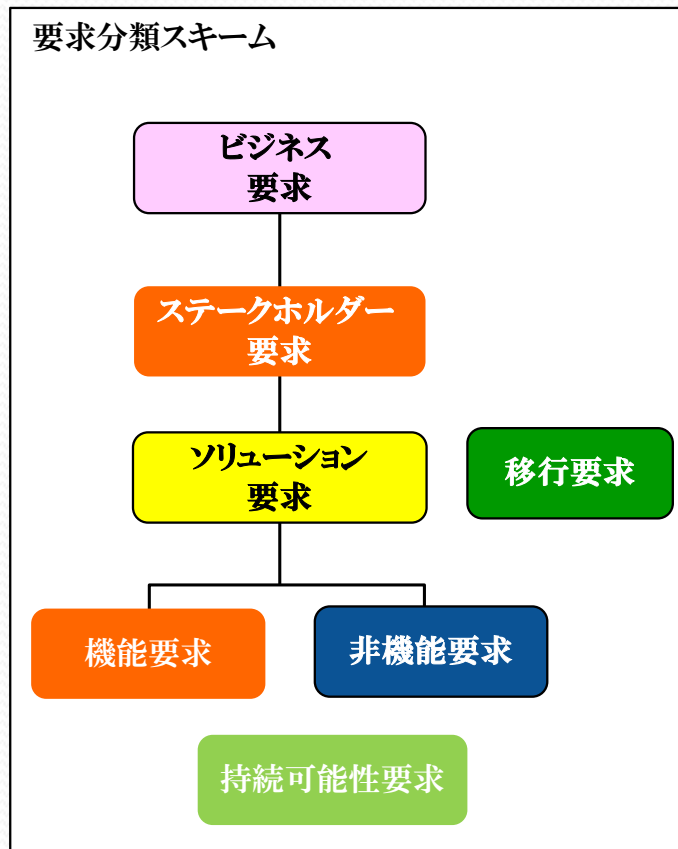
- ・インターフェイス分析
- ・インタビュー
- ・観察
- ・協働ゲーム
- ・コンセプト・モデリング
- ・調査やアンケート
- ・データ・マイニング
- ・データ・モデリング
- ・ビジネス・ルール分析
- ・フォーカス・グループ
- ・ブレインストーミング
- ・プロセス分析
- ・プロセス・モデリング
- ・プロトタイピング
- ・文書分析
- ・ベンチマークと市場分析
- ・マインド・マッピング
- ・ワークショップ

顧客ニーズを探るためにはデザイン思考やエスノグラフィーも必要！

要求とは

＜ビジネスのニーズを理解しやすく表現したもの＞

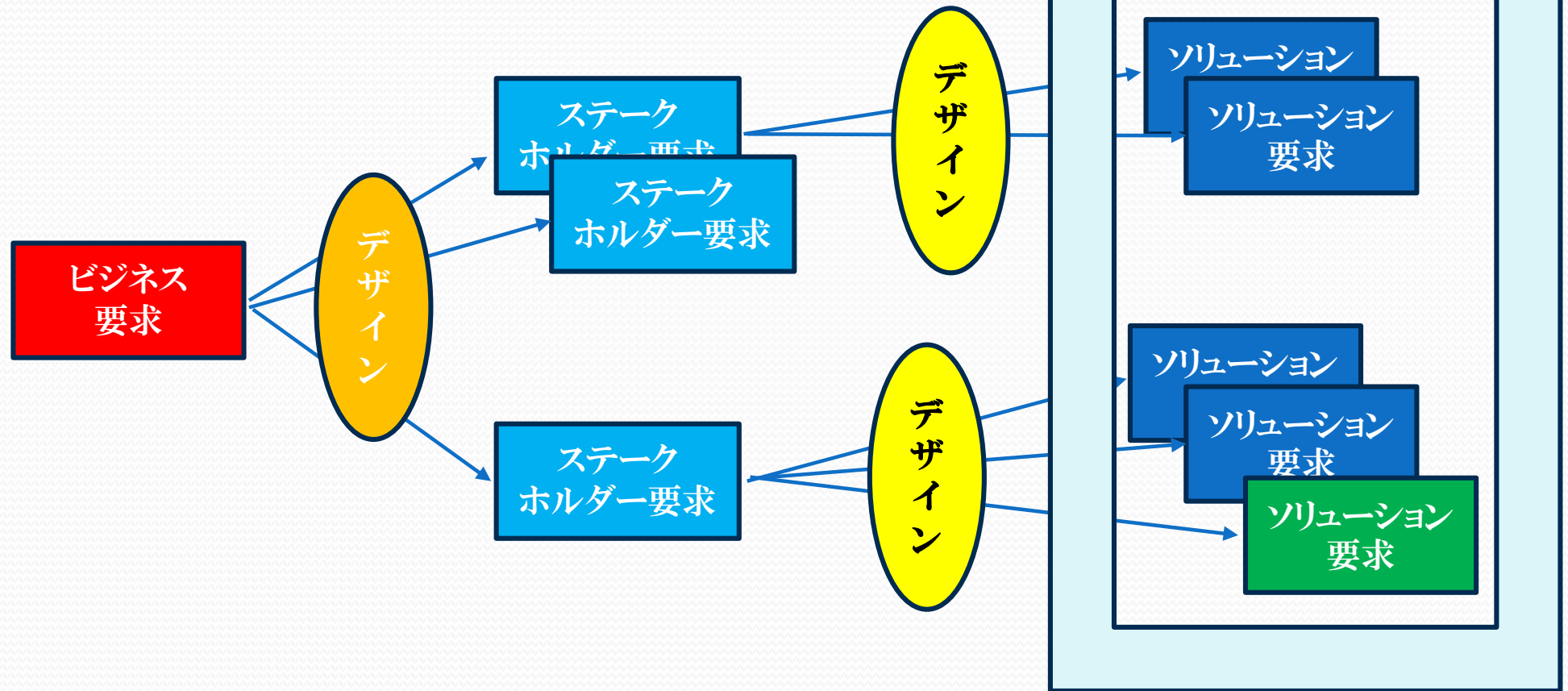
要求分類スキーム



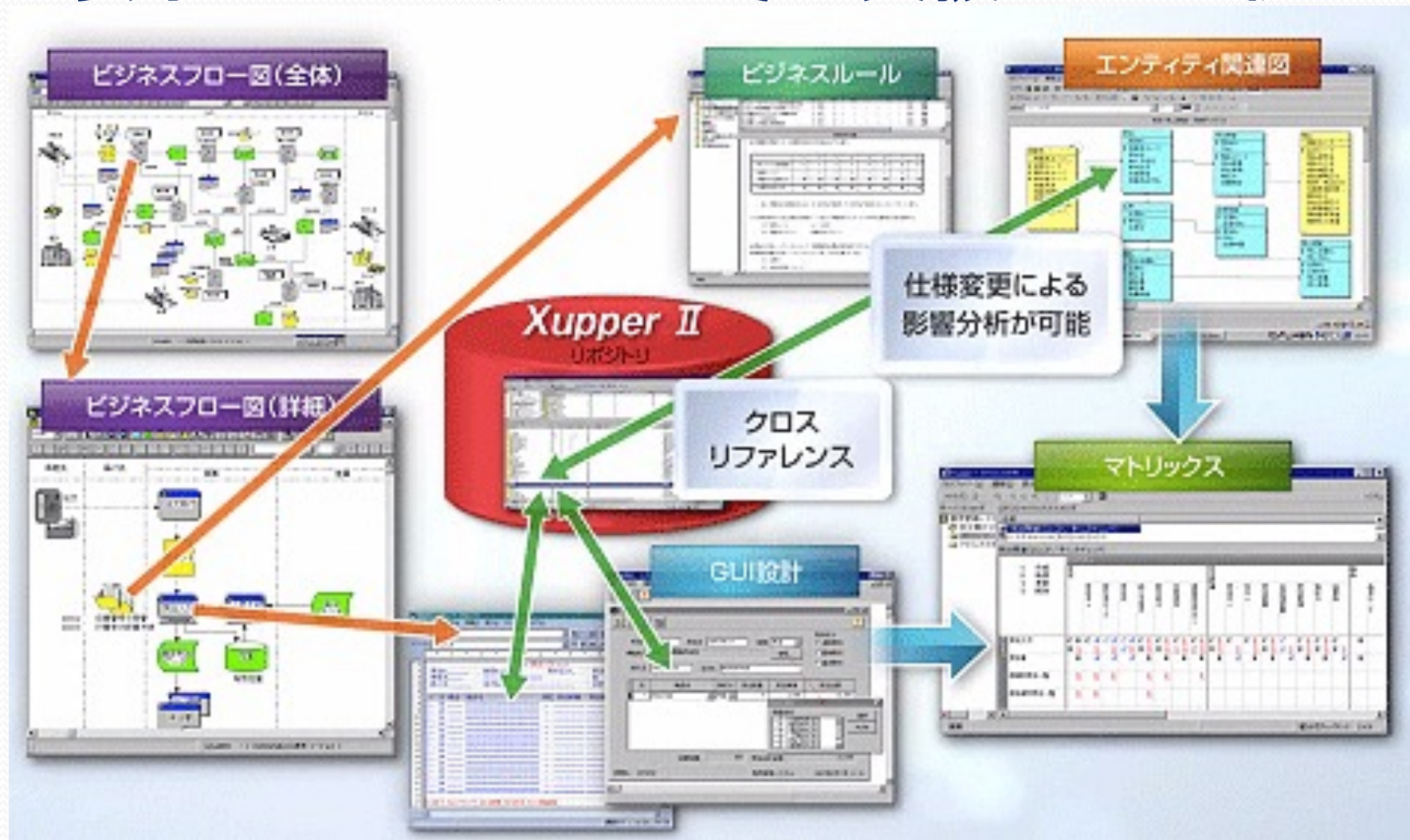
要求分類	説明
ビジネス要求	企業の目的・目標・ニーズを概要レベルで表現した要求
ステークホルダー要求	- 特定のステークホルダーやそのグループのニーズについて表現した要求。 - 業務要求に相当するもの。
ソリューション要求	ビジネス要求とステークホルダー要求に適合するソリューションの特徴について記述した要求。
機能要求	- ソリューションの振舞いと取扱う情報を記述した要求。 - 業務的な観点から見たシステムの機能。
非機能要求	- ソリューションの振舞いや機能性に直接関係しない条件 - ソリューションの稼働環境の条件、運用要件、性能、セキュリティ、ユーザビリティ、保守性など
移行要求	- 現在の状態から企業が望む未来の状態に移行するために必要な要求。 - 移行完了後には、不要となる。

要求とデザイン

要件定義



要求アーキテクチャとその支援ソフトの例



要求アーキテクチャとその支援ソフトの例



要求アーキテクチャは複数のモデリングテクニックを使用し、それらのモデルを関係づけ、複数の視点で見ることにより、要求の抜けや漏れを見つけることで整合性を担保する。



要求管理とその支援ツール

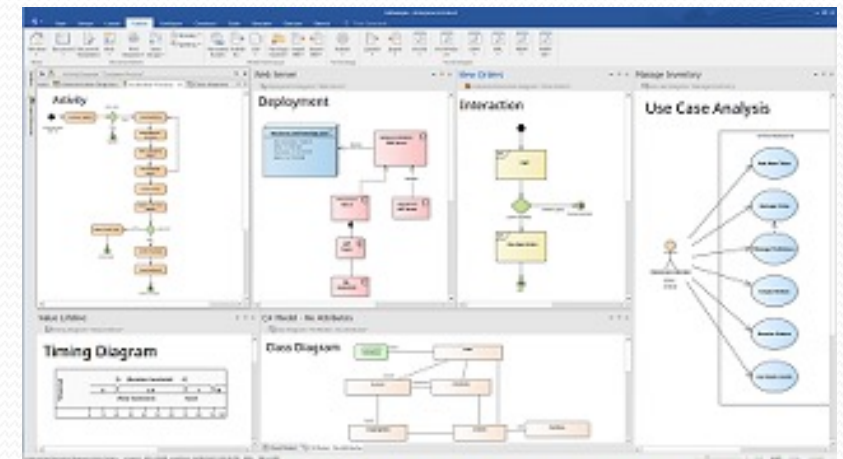
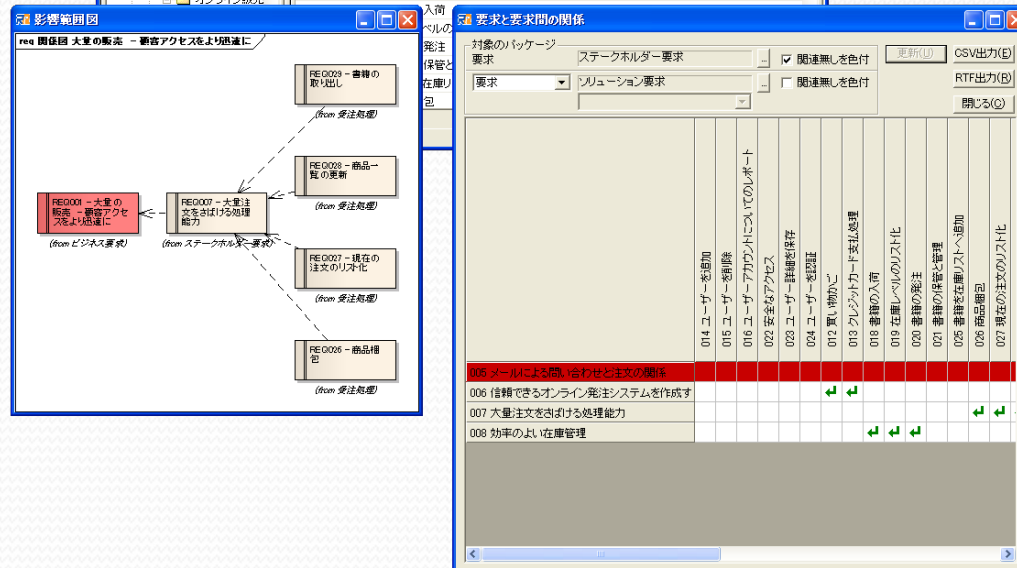
[Sample.rge] - RaQuest

ファイル(F) 編集(E) 表示(V) 検索(S) プロジェクト(P) ツール(T) ヘルプ(H)

プロジェクトツリー:

- オンライン発注処理
 - ビジネス要求
 - 大量の販売 - 顧客
 - 非効率と余分なコストを招く
 - 取引に直接関係する顧客のメッ...
 - 顧客へメッセージを送るための...
 - ステークホルダー要求
 - メールによる問い合わせ
 - 信頼できるオンライン
 - 大量注文をさしおける
 - 効率のよい在庫管
 - ソリューション要求
 - 機能要求
 - ユーザーアカウント
 - ユーザーを削除
 - ユーザーアカウントについて
 - 安全なアクセス
 - ユーザー詳細を保存
 - ユーザー認証
 - ユーザーを削除
 - ユーザーを削除
 - オンライン販売

ID	種類	概要	優先度	状態	リスク	難易度	安定度
001	機能	大量の販売 - 顧客アクセスを...	普通	承認された	普通	普通	普通
002	機能	非効率と余分なコストを招く	高	表明された	普通	普通	高
003	機能	取引に直接関係する顧客のメッ...	高	表明された	普通	普通	高
004	機能	顧客へメッセージを送るための...	高	表明された	普通	普通	高
005	機能	メールによる問い合わせと注文...	普通	表明された	普通	普通	普通
006	機能	信頼できるオンライン発注システ...	普通	確認された	普通	普通	普通
007	機能	大量注文をさしおける処理能力	普通	確認された	普通	普通	普通
008	機能	効率のよい在庫管理	普通	確認された	普通	普通	普通
014	機能	ユーザー追加	高	確認された	普通	普通	普通
015	機能	ユーザーを削除	低	表明された	普通	普通	普通
016	機能	ユーザーアカウントについて	高	表明された	普通	普通	普通
022	機能	安全なアクセス	高	表明された	普通	高	高
023	機能	ユーザー詳細を保存	普通	表明された	普通	普通	普通
024	機能	ユーザー認証	普通	表明された	普通	普通	普通
012	機能	買い物かご	低	表明された	普通	普通	普通
013	機能	クレジットカード支払処理	高	表明された	普通	普通	普通



海外にはビジネスアナリストの使うツールが豊富！

- 海外のビジネスアナリストはツールベースで仕事を進めるのが当たり前

＜要求アーキテクチャ支援＞

- 様々なモデルをベースとした要求アーキテクチャの支援ツールが豊富
 - ビジネスプロセス、データ、組織のケイパビリティなどのモデル

＜要求管理支援＞

- 要求のステータスや要求の変更を管理
- 日本でツールを活用して要件定義している企業はほぼ皆無では・・・
 - 使うのはもっぱらエクセル！
 - 階層も粒度の違う要求をエクセルで管理・・・

DXがうまくいかないのはなぜ？（まとめ）

- 日本にビジネスアナリシスが根付いてなく、
ビジネスアナリストの仕事である

要求分析がきちんとやれていないから！

- ユーザー企業はITベンダーに丸投げで、要件定義までもベンダーに頼む？
 - なんの知識やスキルもないSEと称する人が要件定義をしている？
- 日本ではBAがいないので全てをPMがやらざるを得ない

**ビジネスアナリストがいる企業は
ITやデジタルの導入が
合理的、効率的にやれている！**

BAはIT部門に所属しPMより人数が多い

＜BAはIT部門に所属するがPMの何倍もの人数がいる＞

- BAはそれぞれビジネスの領域(販売、物流、品質、人事 etc)を担当
 - **ERP(SAP)を担当するモジュール別に数名のBAがいる！**
- BAは担当ビジネス領域の人たちに寄り添い彼ら/彼女らのニーズを知る
- BAは担当ビジネス領域の改善・改革のためにシステムの導入を企画する
 - 互いに関連するビジネス領域を担当するBAが協力して企画
 - ビジネスのトップの承認を経てBAはその企画を要件定義に落としPMに投げる
- PMがシステム開発プロジェクトを実行してる間にBAは導入の準備をする

**各ビジネスの領域を担当するビジネスアナリストは
業務とITの両方がわかり、その橋渡しができる！**

プロジェクトフェーズ別のBAの役割と成果物

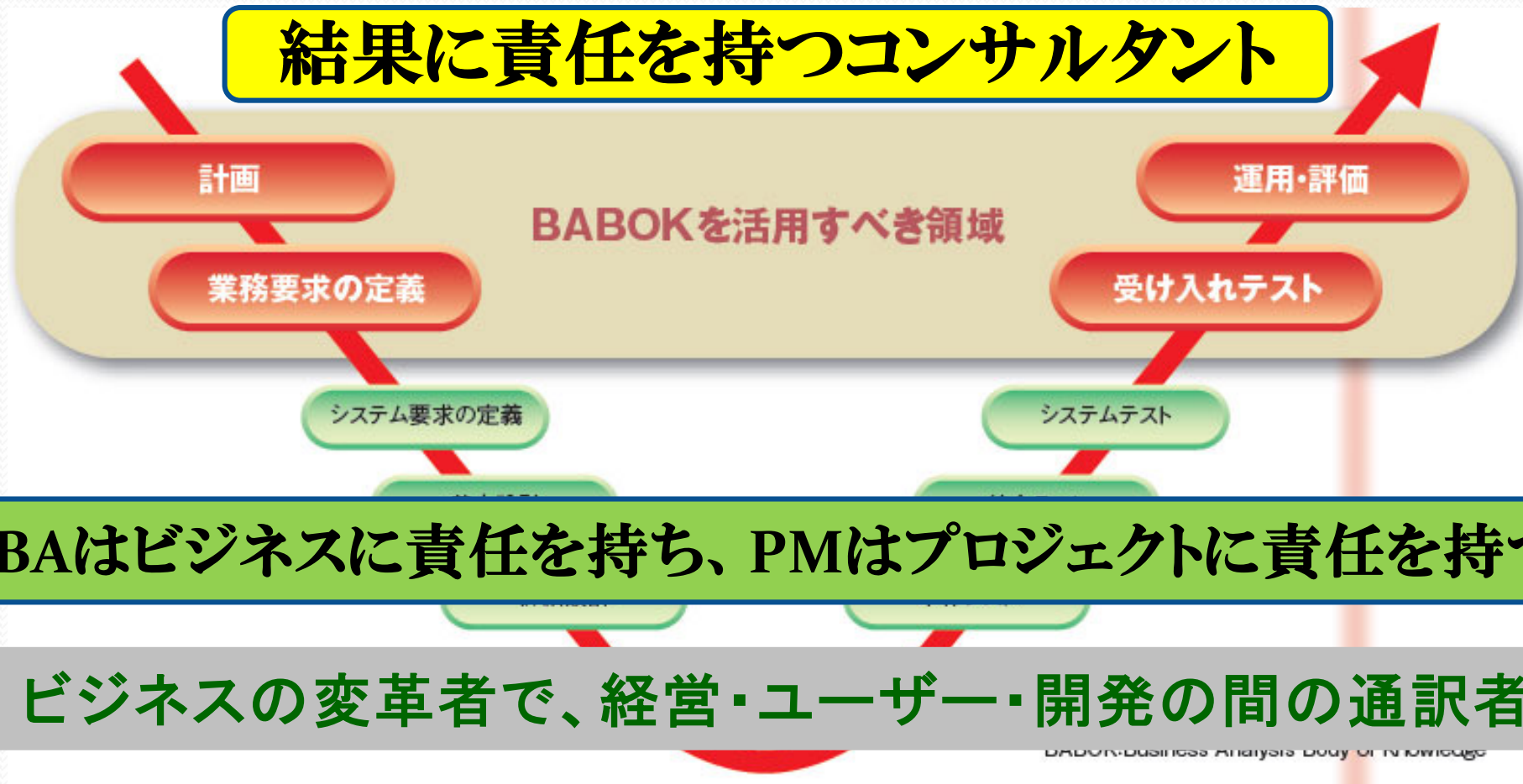
	プロジェクト前	プロジェクト中	プロジェクト後
役割	・事業部戦略会議参加 ・定例会参加 ・ビジネスランチ ・要件引き出し ・分析	・社内とベンダー間の コミュニケーションハブ ・PMとプロジェクト進捗 ・品質管理 ・UAT	・ハイパーケア ・新しい運用/定着化支援 ・改善後分析 ・ナレッジトランスファー ・新たな課題 (次のプロジェクト)
成果物	・バックログリスト ・業務フロー ・プロジェクト提案書 ・BRD/RFP ・要件定義書	・課題リスト ・UATシナリオ ・運用手順書	・プロジェクト前に作成した 資料の更新と最終化 ・事業部への報告書

プロジェクトフェーズ別のBAの存在による違い

	プロジェクト前	プロジェクト中	プロジェクト後
BAがいる	・ビジネスとBAによる要件定義 ・適正なベンダー選定/予算取り 社内でしっかりと要件を確定するためゴールがぶれない	・ベンダーとBAの要件認識合わせ ・ビジネスは主要な会議のみ参加 ・BAによる運用支援 ビジネスのプロジェクト参加時間を抑えながら、開発期間を短く	・BAによる運用支援 ビジネスの新運用の負担を減らす
BAがいない	・要件がはっきりしないままベンダー依頼 適切なベンダーか不明。費用感で決めることもあり	・プロジェクトが始まってから要件定義(時間に限りがあるため浅く不確定) ・ビジネスが毎回の意思決定するためプロジェクトに時間を取られる 要件定義から開発まで時間がかかる。要件定義をじっくりできないため、ビジネス側の決定に時間がかかる	・プロジェクト解散 ビジネスが新運用を実施

IT導入におけるビジネスアナリストとは

結果に責任を持つコンサルタント



BAはビジネスに責任を持ち、PMはプロジェクトに責任を持つ

ビジネスの変革者で、経営・ユーザー・開発の間の通訳者

BABOK: Business Analysts Body of Knowledge

日本のIT導入の失敗の上位の理由は要件定義

- JUASの調査によれば、近年のソフトウェア開発における工程遅延の理由
 - 1位 開発規模の増大(44.1%)
 - 2位 要件定義不十分(34.0%)
 - 3位 要件仕様の決定遅れ(30.3%)
- 相変わらず「要件・仕様の検討不足」という上流の検討プロセスに起因する課題が大きく、この傾向は20年以上変わらない・・・
- 要求仕様が明確であればあるほど、仕様変更や工程遅延の発生が少なく、品質も高くなり満足度が高い
- 正しくソフトウェアを開発したとしても、要件が間違っていたら、完成したシステムは役に立たない！

ビジネスアナリシスの起源は要求分析

- 1980年代頃から企業にIT化の波が押し寄せたものの、業務側の要求が不完全なため多くのプロジェクトが失敗に終わった。
- その結果、ソフトウェアに対する要求を明確化することの重要性が認識され、2000年代にビジネスアナリシスが確立されてきた。
- それとともに1990年くらいからビジネス環境が変化し、現場で業務を理解し変革することが徐々に難しくなり、専門性を活用して分析するものになりつつある。
 - 業務プロセスに人と機械が混在する(業務のブラックボックス化)
 - 業務プロセスが企業の垣根を超えた(アウトソースやパートナーシップ)
 - 顧客接点がマルチチャンネル化(オムニチャンネル)
 - 業務に様々な専門性が必要になった(リスク管理、内部統制、CSR・・・)

ビジネスアナリシスの必要性

- どの会社でも導入するシステムの要件定義は行なっており
無自覚にビジネスアナリシスの仕事はやっているが……

そのプロセスと作業タスクは各社各様

- 要求の定義や、方法も各社各様
- 担当する人材に求められる知識とスキルも明確になっていない
- いろいろな職種の人が行っている

必要な知識とスキルが必要

BABOK

専門の人材が必要

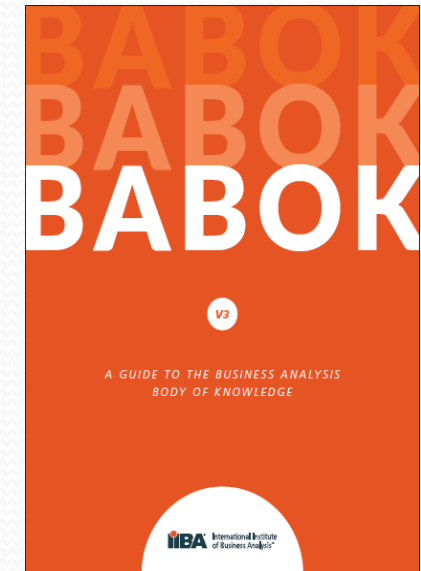
ビジネス・アナリスト(BA)

ビジネスアナリシス知識体系 ガイド® (BABOK® Guide) v3

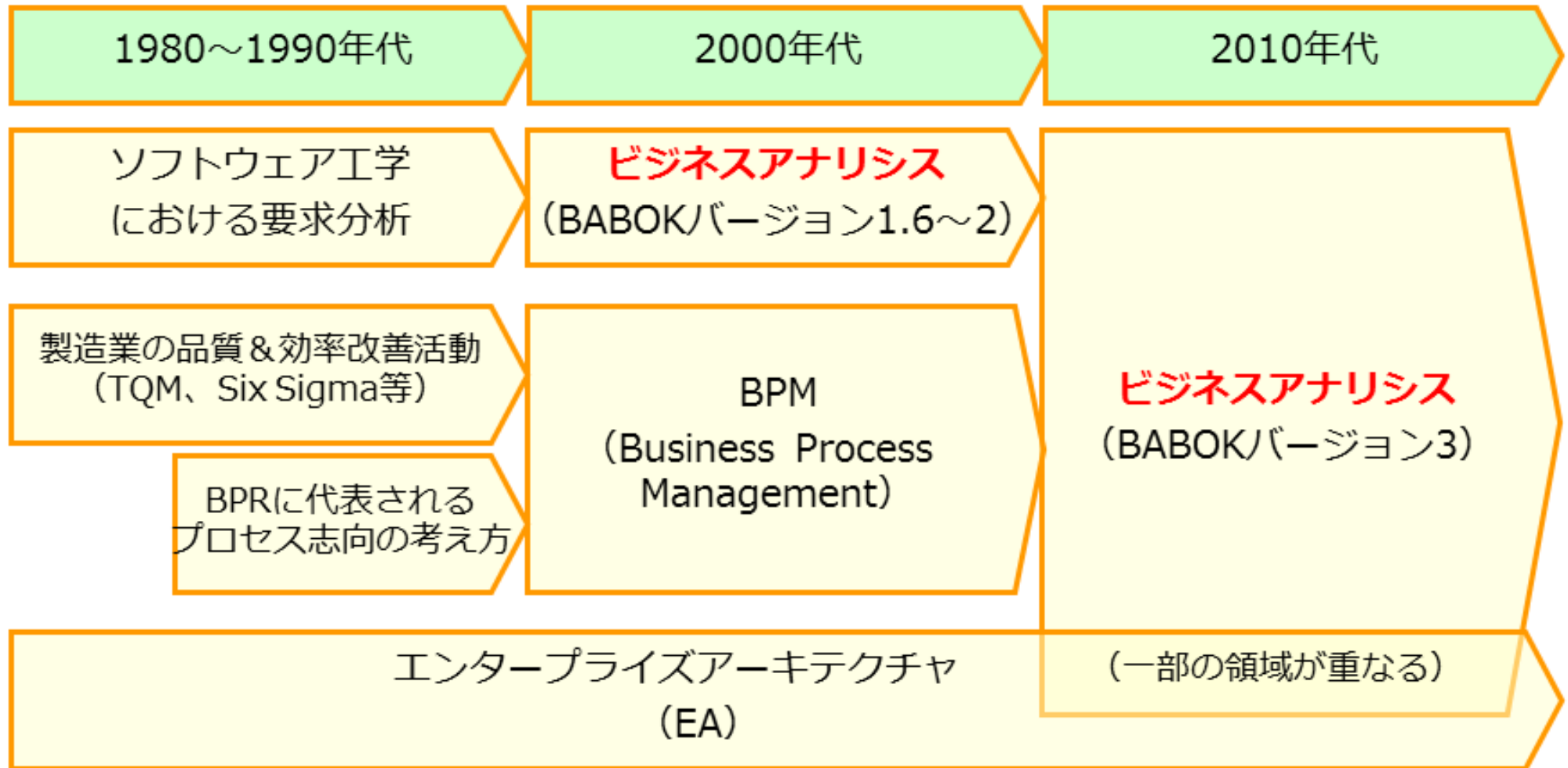
BABOK® ガイドは

グローバルなビジネスアナリシス・コミュニティの知見の集大成

- ビジネスアナリシス専門家として求められるスキルと知識の体系
- ビジネスアナリシスの専門活動として唯一のグローバル標準
- バージョン3はバージョン2より大きな変革を遂げた
 - プロジェクトの境界を超える活動
 - 新しいビジネスアナリシスの定義
 - ビジネスアナリシスの対象の拡大(IT以外)



ビジネスアナリシス(BABOK)の変遷



※ BABOKv1.6 : 2006年公開 BABOKv2.0 : 2009年公開 BABOKv3.0 : 2015年公開

さて、数年前BBC・Conferenceに参加しました！

- BBC = Building Business Capability
 - IIBA本部開催のビジネスアナリシスの最大のコンフェレンス
- 北米を主に、千名強の参加者(6割が女性)
- ツールなどの展示もすごい数！



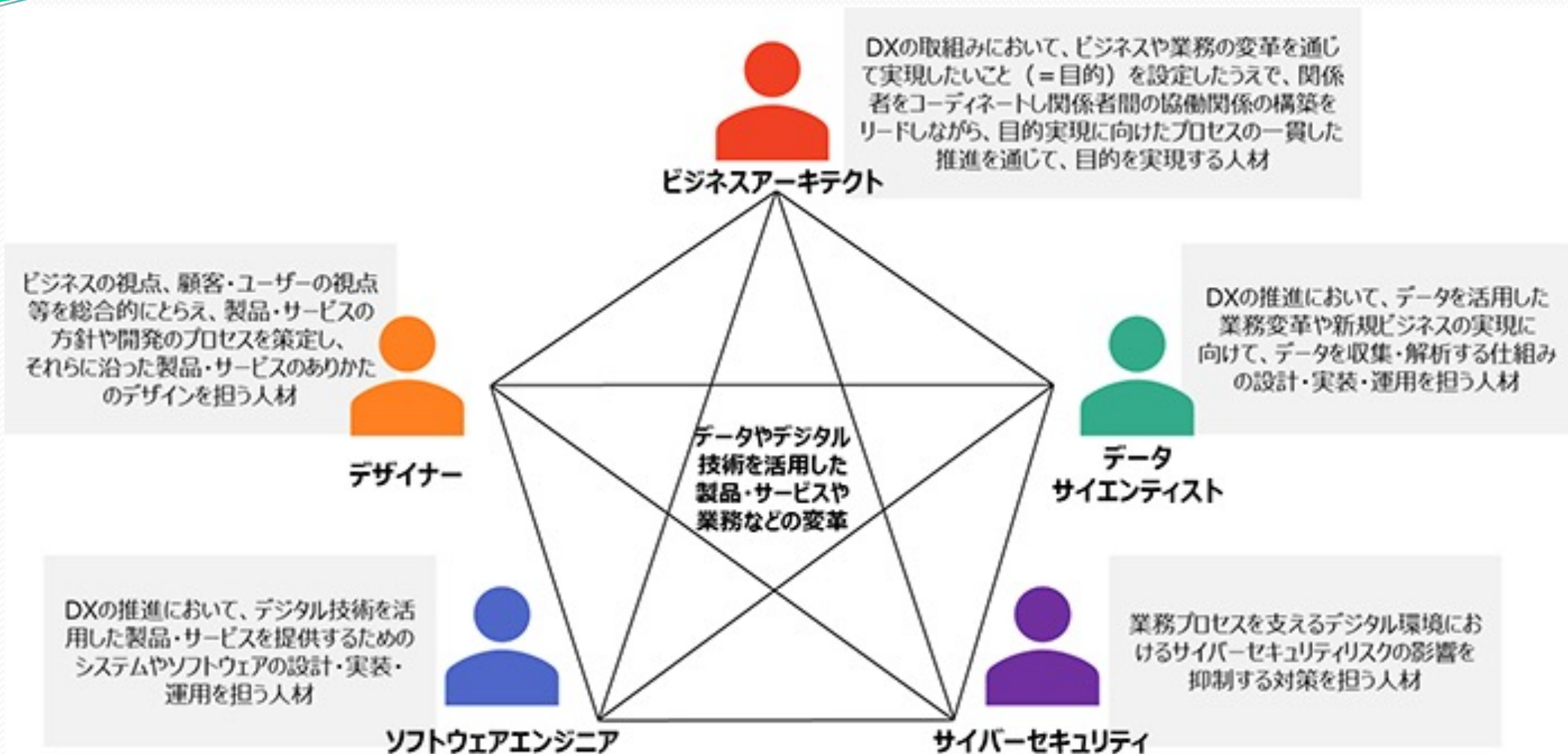
ビジネスとITの架け橋としてのビジネスアナリシス

- IT部門の活動がよくわからないビジネス部門、経営トップ
 - これは欧米も変わらなかったのでビジネスアナリシス(BA)が生まれた！
 - どうやればビジネスとITを繋ぐことができるのかを考え生まれたBA
 - 互いに共通の言葉を持ってない空中戦では理解は進まない
 - 互いに認識できる共通のプラットフォームが必要
 - ビジネスを可視化・モデル化することでITとビジネスの対話を可能に！
 - ビジネスプロセス、ビジネスルール、ビジネスアーキテクチャの可視化
 - ザックマン(EA)などの各種フレームワークの活用
- ビジネスの可視化・モデル化を行うことで
ビジネスをITでどう変えるのかという議論ができる！

なぜ日本ではビジネスアナリシスが認知されていないのか

- この30年のビジネスの変化は世界で起きた現象なのに、なぜ日本ではビジネスアナリシスの認知が高くないのか？
- 「失われた20年」の投資余力不足
 - 1990～2010の不況によるIT投資の削減
 - 日本企業のIT導入はITベンダーに頼り、自社でイニシアティブがとれない
 - 経営陣のIT音痴
- 「強い現場」の神話
 - 管理職と現場が一体になって業務を「カイゼン」する文化
 - 外からプロセスを分析する「アナリスト」への拒否感
 - 経営者の中には、プロセス変革は現場に任せれば進む(というかそうすべき)と信じている人たちがいる

ちなみにIPAのDX推進スキル標準が話題に！



ちなみにIPAのDX推進スキル標準が話題に！



DXの取組みにおいて、ビジネスや業務の変革を通じて実現したいこと（＝目的）を設定したうえで、関係者をコーディネートし関係者間の協働関係の構築をリードしながら、目的実現に向けたプロセスの一貫した推進を通じて、目的を実現する人材

**IPAのいうビジネスアーキテクトという人材像は
海外ではビジネスアナリストのこと！**

**最近経産省ではビジネスアーキテクトという人
材像を3つの人材像に分けて説明**

ソフトウェアエンジニア

サイバーセキュリティ

経産省のデジタル人材育成に関する報告書より

● ビジネスアーキテクト

- 事業責任者などと連携して、自社のビジネスモデル・戦略を実行可能なビジネスアーキテクチャ(事業構造)に落とし込む。
- 常に戦略、アーキテクチャ、各プロジェクトの一貫性を保ちつつ、各プロジェクトを支援。

● ビジネスアナリスト

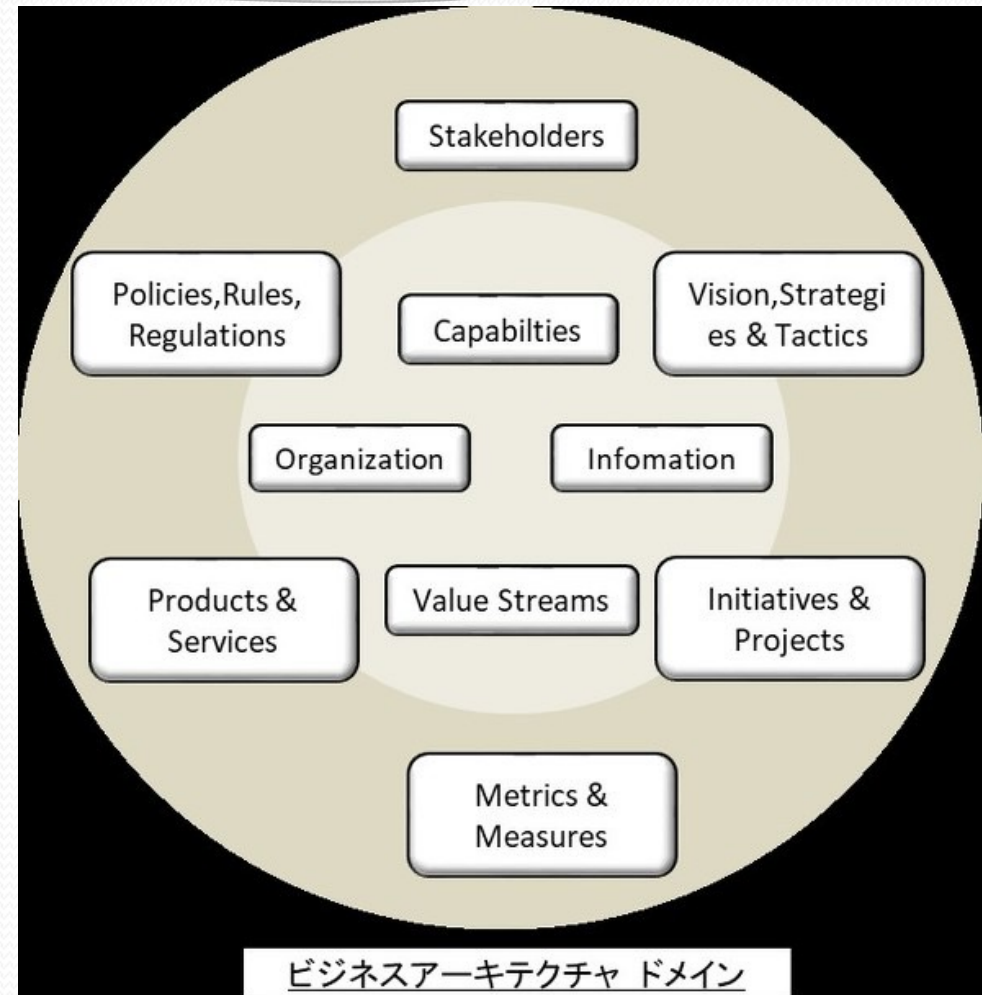
- ビジネスアーキテクトから高次要求を受け取り、サービス・業務の分析を通して、プロジェクトやプロダクトの要求体系を確立。
- プロジェクトのステークホルダーのハブとなり、関係者の協力体制を構築。

● プロダクトマネージャー

- 事業、製品・サービスの価値向上に向け、構想策定からサービス、その後の改善までのプロセスについて関係者をリードしながら一貫通貫して推進。

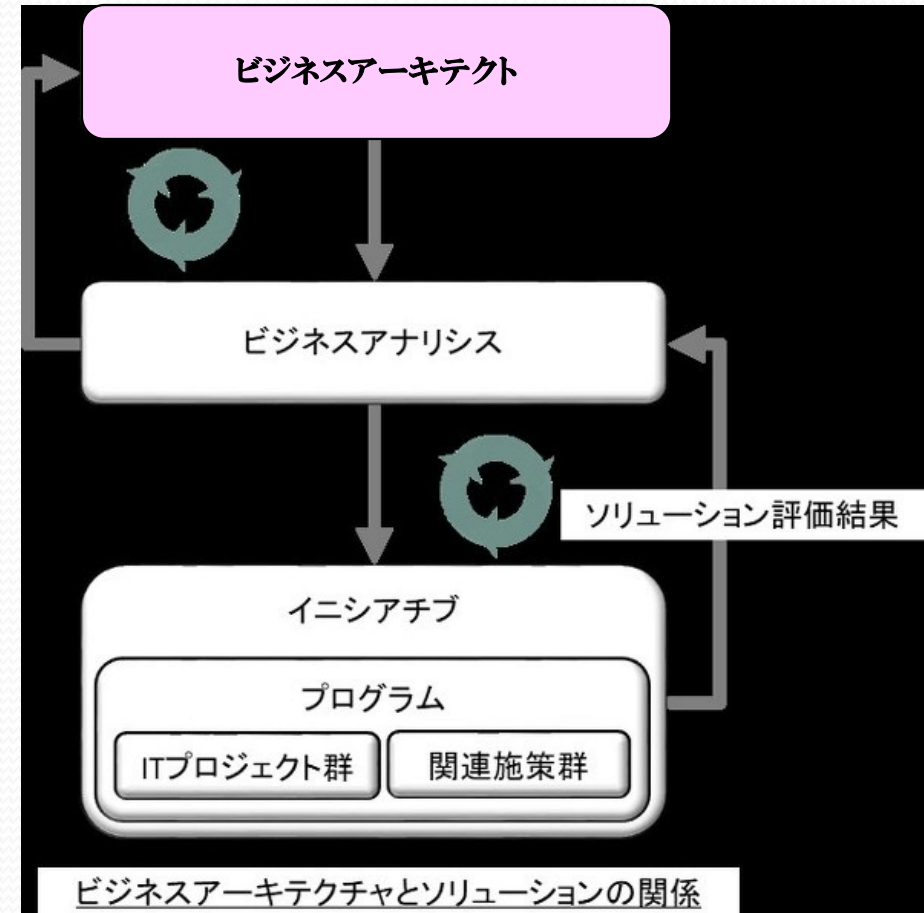
ビジネスアーキテクチャ

- Capability Map
- Value Streams(バリューストリーム)
- 組織モデル(Organization Models)
- Informationマップ
- Value Chain Models
(バリューチェーンモデル)
- Dashboards(ダッシュボード)
- Balanced Scorecard
(バランス・スコアカード)
- その他



ビジネスアーキテクトとは

- 全社のビジネス構造を様々な視点で可視化すること
→ ビジネスアーキテクチャ
- 全社のビジネスの最適化のための企画を推進する
→ ビジネスアーキテクト
- 本来の経営企画、経営戦略部の仕事をするのがビジネスアーキテクトでビジネスアナリストがステップアップしてなることも多い。



ビジネスの全体最適のためには可視化が必須

- 欧米では経営層やマネジメント層がビジネスの構造・業務プロセスを設計し、業務マニュアルを作り、従業員にはその通り仕事をしてもらっていることが多い。
 - ビジネスアーキテクトがend to endのビジネス構造の最適化を推進
- 日本では従業員が優秀で、現場でどんどん改善が進み、経営層やマネジメント層は現場に任せていることが多く、ビジネスの構造・業務プロセスの詳細を理解していないことが多い。
 - 現場の生産性は高い(最近ではリソースを削られて、そうでもなくなっている?)がホワイトカラーが内部政治などにかまけて全社の生産性の足を引っ張っていることが多いのでは?

会社としてビジネスアナリシスを導入せよ！

- 日本ではビジネスアーキテクトはもちろん、
ビジネスアナリスト(BA)も認知されず、企業の中にほとんどいない！



- ビジネスアナリスト(BA)を専門職として認定せよ！
 - IT導入を合理的・効率的に行えるBA
 - ビジネスを可視化し分析できて改善・変革できるBA
- ビジネスアナリスト(BA)が活躍できる組織や部署を作れ！
 - IT部門やビジネス部門にBAを配置せよ！
 - ビジネスの各領域で真のニーズを把握して常に変革を行うBAを配置せよ
 - 全社のビジネス構造で可視化しその変革を戦略的に行う部署を新設せよ

今、必要なDX人材とはBA人材に他ならない！

- DX人材が足りないというが必要な人材とは？
 - 開発エンジニア？
 - AIの専門家？
 - データ・サイエンティスト？

→ ではそうしたDX人材に何をやってもらうの？

- DXで何をやるのかが一番の問題では？
 - それを考えられる人材こそがビジネスアナリスト(BA)に他ならない

DX人材＝BA人材

AIの進化はますますビジネスアナリシスの価値を高める

- ますます進む実装フェーズの合理化・簡略化

- 誰でもできるようになる開発
 - ローコード開発
 - ノーコード開発
- 生成AI活用によるプログラミングの自動化
 - AIエージェントへの日進月歩の進化
 - 要求分析以外の仕事はAIで自動化が進む

～システム開発における実装フェーズの重要性が小さくなりつつある～

今後はビジネスアナリストの人材育成が急務になる！

IIBA® 日本支部

- ・ ビジネス・アナリシスのための国際的な独立非営利団体(NPO)
- ・ 2003年10月にカナダのトロントにて設立
- ・ 会員数は世界で26,000名強。支部は160名 (IIBA日本支部HP)
- ・ 理事会、上級リーダーシップチーム、複数の委員会から構成されボランティアによって運営

■ 主要な活動

- BABOK® の策定
- CBAP®、CCBA®試験の実施と認定
- ビジネスアナリストの価値と役割に対する認知度を高める
- 専門家に知識共有と貢献の場を提供する

The screenshot shows the IIBA website with the following elements:

- Header:** IIBA™ International Institute of Business Analysis. Navigation links: Home | Contact | Sitemap | Help | Manage Account | Login/Logout.
- Search:** A search bar with a 'SEARCH' button.
- Main Content:**
 - Join now / Renew now:** Buttons for membership actions.
 - Mission:** To develop and maintain standards for the practice of business analysis and for the certification of its practitioners.
 - Education:** Discover the Business Analysis Body of Knowledge® (BABOK®), the accepted standard for the BA profession. Offer business analysis courses? Become an IIBA Endorsed Education Provider (EEP™).
 - Certification:** Take your career to the next level! Earn the Certified Business Analysis Professional™ (CBAP™) designation required by many top employers. Looking for IIBA approved business analysis courses? See a complete list offered by our EEPs (A-F, G-O, R-Z).
 - Join:** Become a member of the IIBA, the leading international association for business analysis professionals. Become an IIBA Sponsor and gain access to this large and growing professional community. Join an IIBA Chapter. Find the local chapter nearest you.
 - Annual General Meeting:** June 10, 2008. Learn More.
 - Need a Business Analyst?:** Advertise your BA position on the IIBA™ job board and reach thousands of BAs in our international community. CLICK HERE.
- Footer:** ©2008 International Institute of Business Analysis. Trademark Notice. This is an EMMS Web site.

IIBA: International Institute of Business Analysis

IIBA日本支部の活動

- IIBA本部ドキュメントの日本語への翻訳／出版

- BA及びBABOK®ガイドの普及と研究

① セミナー／説明会

BABOKガイド、資格受験等の説明会、BAに関するセミナー等など

② 勉強会／研究会

会員向けBABOK®勉強会、BA Frontline、地域研究会、サステナビリティ研究会など

③ すそ野を広げ、集う場の提供

Youtube動画提供、BAかたり場

④ EEPと連携した研修企画

ユーザー企業向けBA研修

- 資格試験の日本語受験環境整備

- CBAP®、ECBA®試験は 日本語化試験実施中。

IIBAのビジネスアナリスのドキュメント

◆翻訳出版済み



BABOKv3(2015)



アジャイル拡張版(2020)



BDAガイド(2022)

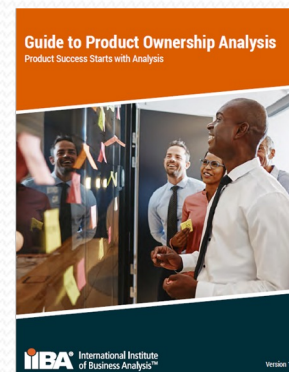


BA標準(2023)

◆翻訳作業中

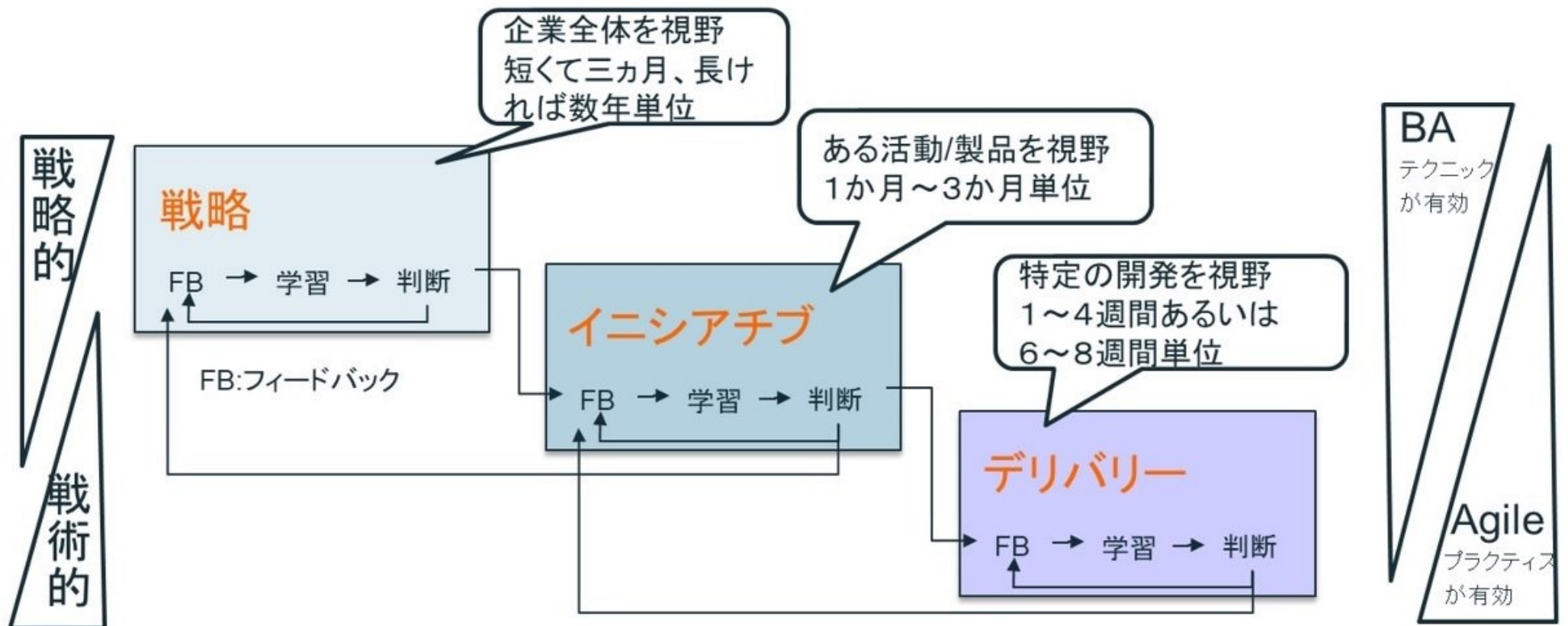


POA概論

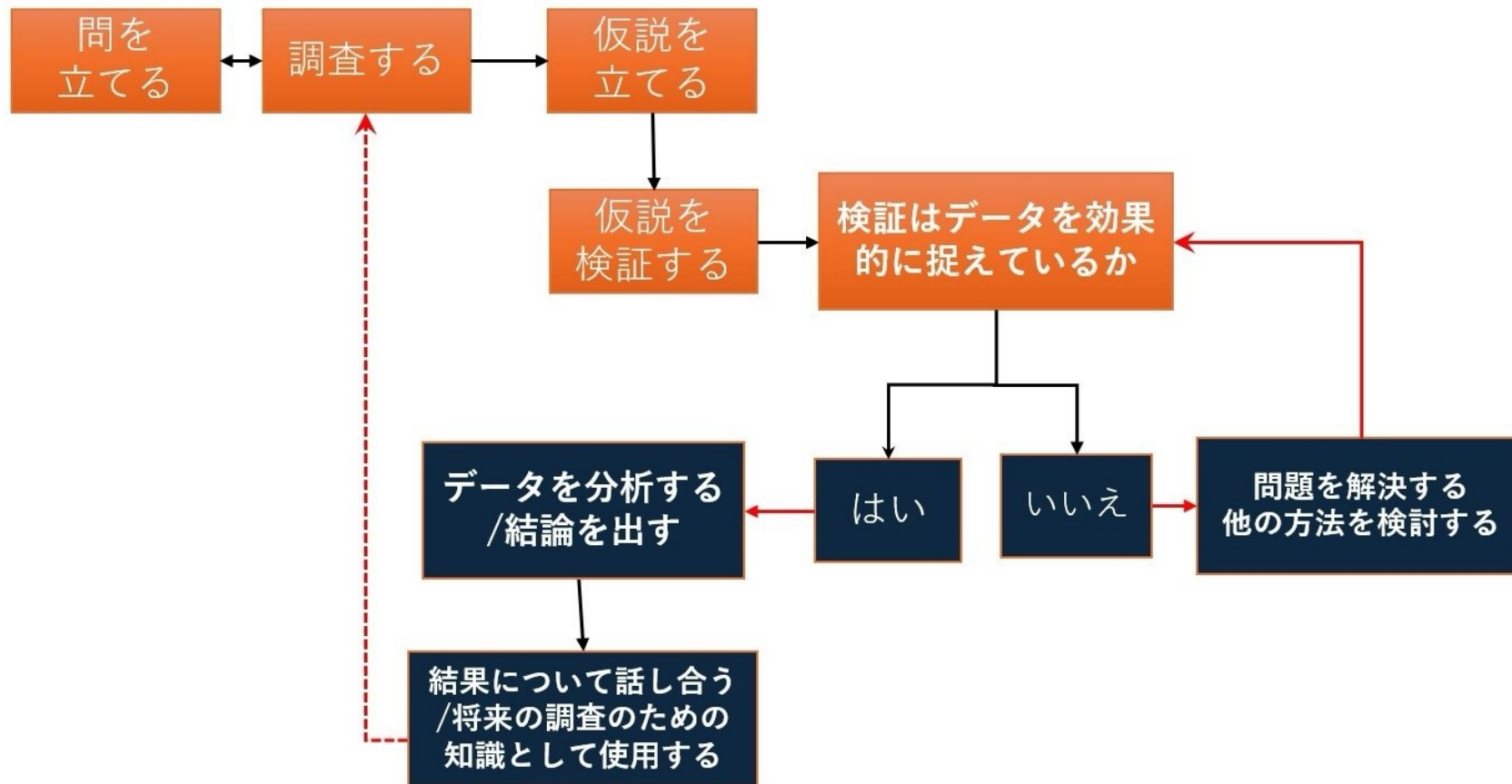


POAガイド

アジャイルとビジネスアナリシス



BDAにおけるデータ活用サイクル



プロジェクト中心からプロダクト中心へ

いつまでに〇〇を
完成させる

プロジェクト中心
(Project-
centric)

期日までに決
まったものを完
成させることが
主眼

より良い製品・サービス
を継続的に提供

プロダクト中心
(Product-
centric)

変わりゆくニー
ズに合わせたも
のを提供し続け
ることが主眼

ビジネスアナリシスの資格

レベル	レベル1	レベル2	レベル3	レベル4
資格名	ECBA™ Entry Certification in Business Analysis	CCBA® Certification of Competency in Business Analysis	CBAP® Certified Business Analysis Professional	CBATL™ Certified Business Analysis Thought Leader
目的	BA職の初心者として認定	BA職2～3年の経験者として認定	ベテラン(5年)のBA経験者として認定	BA分野のエキスパートとして認定
認定方法	・業務経験 不要 ・試験	・3500時間以上のBA業務経験 ・試験	・7500時間以上のBA業務経験 ・試験	・15000時間以上のBA業務経験 ・アセスメント (未定)



日本語試験あり



日本語試験あり

特定分野の認定資格

資格名	アジャイル	データ・アナリティクス	サイバー・セキュリティ
資格名	IIBA®-AAC Agile Analysis Certification	CBDA® Certificate in Business Data Analytics	IIBA®-CCA Certificate in Cybersecurity Analysis
目的	アジャイル分野のBA職として認定	ビジネスデータ・アナリティクスの専門職として認定	サイバーセキュリティのBA経験者として認定
認定方法 開始時期	・2年以上のアジャイル業務経験 ・BABOK Agile拡張版より出題 ・85問 2時間 - シナリオベースの試験	・ビジネスデータ・アナリティクスに関する6つのドメインから出題 ・75問 2時間 - シナリオベースの試験	・サイバー・セキュリティに関する8つのドメインから出題 ・75問90分 - 知識ベースの試験



参考図書

- BABOKガイドを読んでもよくわからない？
 - リファレンスとして活用
- まずは入門セミナーを
 - IIBA日本支部で定期的に実施
- BABOKの解説本も中でお勧めが「よくわかるビジネスアナリシス」
 - IIBA日本支部の理事有志で作成
 - BABOKの本質をわかりやすく解説



ぜひYoutubeの動画もご覧あれ！



IIBA日本支部

@iiba2618 · チャンネル登録者数 100人 · 6本の動画

IIBA日本支部が開催した説明会、イベント、制作した動画を公開するチャンネルです。 >

japan.iiba.org

登録済み ▼

ホーム 動画 ライブ 再生リスト コミュニティ 🔍

動画 ▶ すべて再生



ECBAのメリットと受験方法
76 回視聴・1 か月前



失敗プロジェクトに学ぶ、プロジェクト成功の秘訣 ～ビジネスアナリスト～
81 回視聴・6 か月前



キャリアとしてのビジネスアナリスト
222 回視聴・6 か月前



アジャイルとBA(ビジネスアナリスト)
248 回視聴・11 か月前



ビジネスアナリスト (BA) 事始め ～身近なBA～
350 回視聴・11 か月前



BAがDX型ITプロジェクトを推進する
548 回視聴・1 年前

IIBA日本支部のYoutubeチャネル
<https://www.youtube.com/@iiba2618>

BAを分かりやすく伝えるコンテンツを提供しています！

日本発のビジネスアナリシス

- BABOKはあくまで知識体系であり、方法論ではないが、それを日本で方法論に落とし込んだもの



 **IT Method**

日本の文化に根ざした
日本流ビジネスアナリシスを世界に発信！

(まとめ) AIとビジネスアナリシスこそ注目

- BA人材を擁する会社はITの導入がスムーズに行われる
 - 日本企業はBAがないのできちんとした要求分析ができていない！
- DXで何をやるべきなのかをビジネスに寄り添い考えられるのがBA人材
 - ビジネス変革のために何をやるべきかを考え要件に落とせるのがBA
- BA人材こそがDX人材に他ならない！
 - AIの進化によりますますBAの役割が重要となる！
- IT人材がBAを勉強してDX推進をリードせよ！（将来はCIO /CDOへ）
 - ITの素養をもった人間がBAを勉強してビジネスに近づくことで、ITとビジネスを繋ぎDXを推進できる人材になれる！ → 中高齢エンジニア活用の可能性あり

今後はビジネスアナリストの育成が急務！

(最後に)ビジネスアナリストに必要な三つのスキル

- ビジネスアナリシスに関するスキル

- ビジネスモデルやビジネスプロセスなどを客観的・論理的に分析したり、適切な戦略や課題解決策を見つけ出したりするスキル

- 適用分野の業務とプロセスに関するスキル

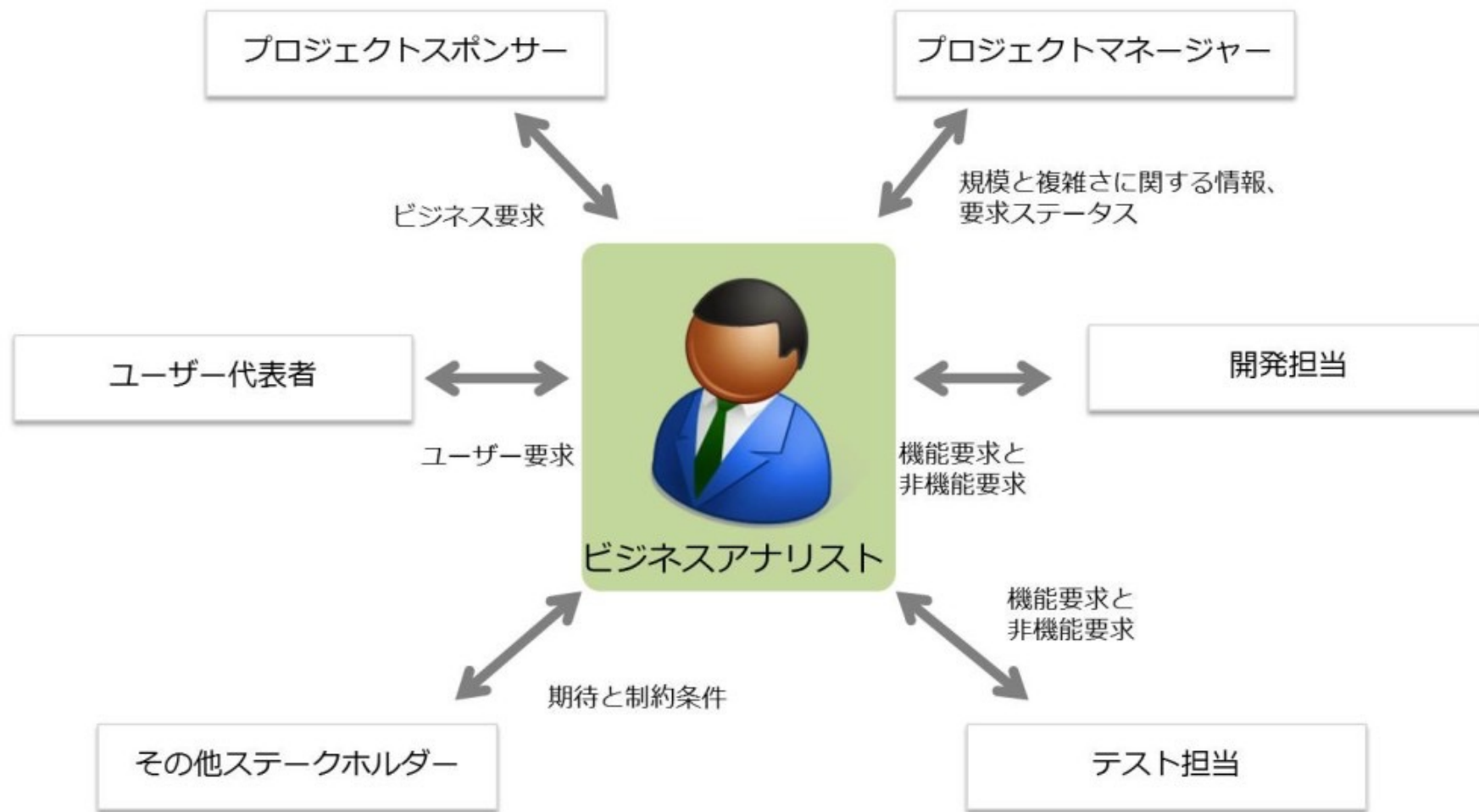
- 必ずしも実務経験がいるわけではないが、少なくとも業界構造や業務の用語、業務プロセスなどを理解している必要あり

- 一般的なマネジメントスキル

- 様々な人とコミュニケーションを図り、それぞれの利害関係を調整しつつプロジェクトを率いていくスキル

BAにとって最も大事なものはソフトスキル

BAに求められるソフトスキル



ソフトスキルを支えている力とは？

知識

技術

スキル

人間力(EQ)

儒教が教える人間力に必要な5つの徳目

徳とは具体的にどういう資質を指すのであろうか

礼
智
信
義
勇
仁

品性：覇道ではなく王道（品性が大事！）

経験から裏打ちされた知 発想力、創造性

部下から信頼される

判断力、決断力

実行する実践力

これら徳目を支える愛の心



愛とは何なのか

- 愛とは、お互いに

尊敬あうこと
助けあうこと
生かしあうこと
分かちあうこと
許しあうこと



愛の反対は無関心

自分さえ良ければいい



- 愛とは広くて深い概念 愛という利他の行為こそが自らも幸せにする！

自己愛、家族愛、恋愛、指導者の愛、他者への愛、共同体への愛

- 「私たちは大きな共同体の一部でありそこに貢献することが幸せ」という感覚
- 皆が繋がっているということ = 自他一体

愛の実践において大事なこと

- **愛の本質は与えることにある Give First !**
 - 相手に期待して愛を待つのではなく、まず自分から愛すること
- **見返りは考えない！（無償の愛）**
 - 条件付きではなく、無条件で与える！
- **愛を行動として表わすこと（行動に移さないと愛は伝わらない）**
 - 愛は思っているだけでは駄目で行動に移して初めて力を発揮する！
- **愛とは利他そのもの ～利他＝他人や社会を幸せにすること～**
 - 利他そのものが利自（自らの幸せ）に繋がる！
- **知恵をもって愛を与えよ！**
 - 相手を幸せにするためには、相手を知り真に必要なものを考える知恵が必要



愛の実践をあなたからスタートしてください！

- まずは魁より始めよ(気づいた人から愛の実践をスタートせよ！)
- 生かされている自分に感謝し、その報恩として愛を外に放っていこう！
 - 感謝と愛は表裏一体 ～感謝は愛の原動力～
- ビジネスの場は素晴らしい愛の学びの場でもある！
 - 愛の実践者が増えれば愛は循環してビジネスの場はどんどん良くなっていく！
- ビジネスの世界にも愛を！
 - 愛のある経営を目指そう！
 - マネージメント、リーダーシップにも愛の視点を入れる！
 - 愛とビジネスが融合した世界へ！
 - 利他(愛の行為、社会貢献)を行うビジネスほど発展する世界へ！

愛のあるビジネスアナリシスで日本企業の復活を！



ご清聴ありがとうございました

DXの本質とは何か考えてみましょう！

- デジタル技術はあくまで手段！

DXの本質を見失ってはいないだろうか・・・

～AIやデータ基盤などのツールを導入するのがDXではない～

- DXのXはトランスフォーメーション！

変化するということ

DXとは

- **ビジネスそのもの(再定義)** 同時多発の新技术の出現

- 商品・サービス

＜新たな顧客価値の提供＞

- ビジネスプロセス

- ビジネスモデル

モバイル(**iPhone**)

クラウド

AI・機械学習

ビッグデータ

3Dプリンタ

ロボット

ドローン

AR/VR

ブロックチェーン

量子コンピュータ



**DXとは
デジタルを前提として
変化に対応すること**

経路依存性で変わらない日本企業

- 日本企業の「失われた30年」の要因＝経路依存性
 - 制度や仕組みが過去の経緯や歴史に縛られている日本企業
 - 色々な要素があってうまく噛み合っている組織
- ⇒ どこか一つ時代に合わないから変えようと思っても変えられない

**企業を丸ごと変える
CX (コーポレート・トランスフォーメーション)
が求められている！**

DXとは

デジタルを前提として変化に対応できる企業へ！

•

DXで求められているものは
まさに企業の変革(CHANGE)に
他ならない！

•

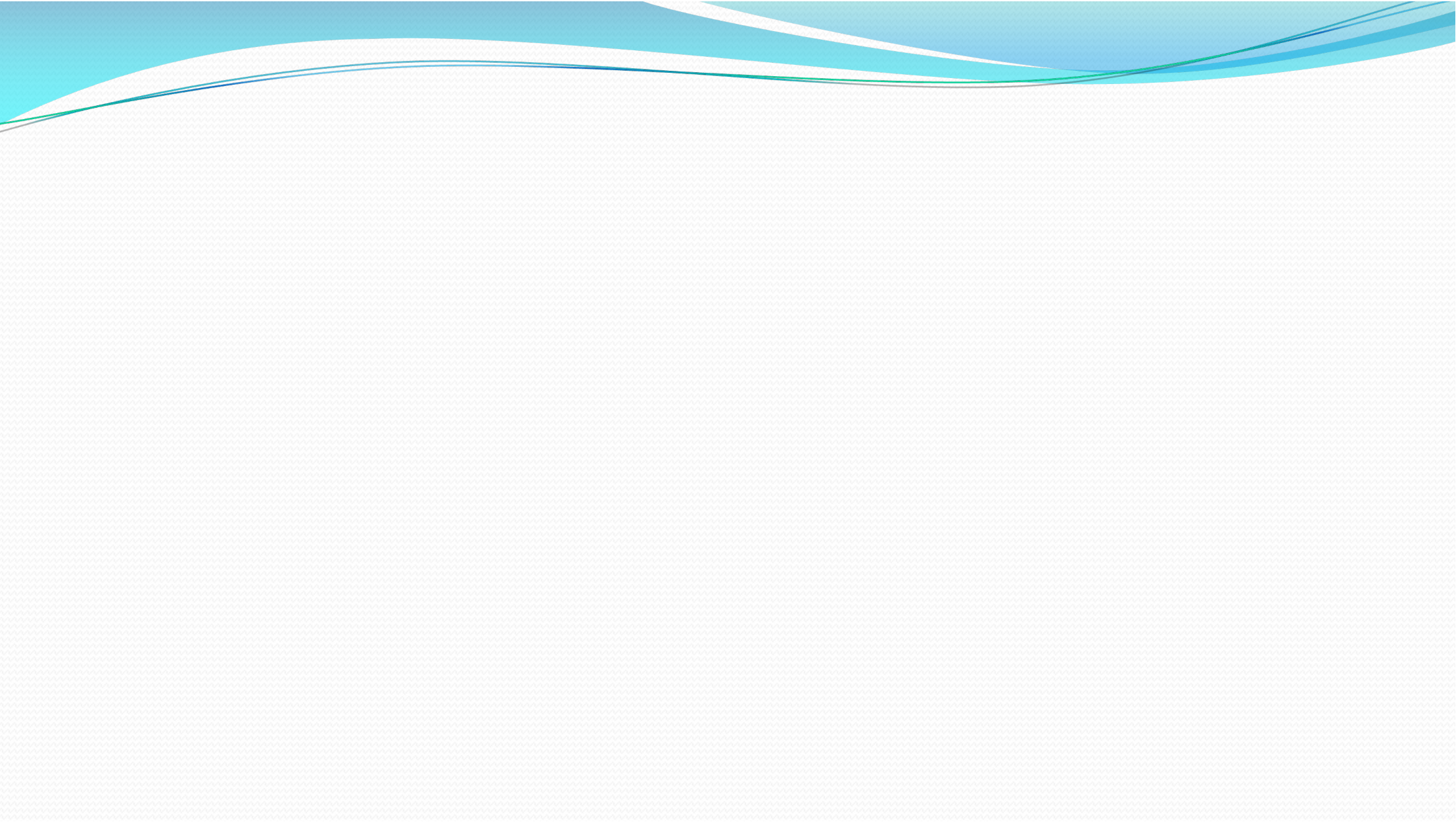
•

組



AR/VR

実はビジネスアナリシスはCHANGEを行うためのもの



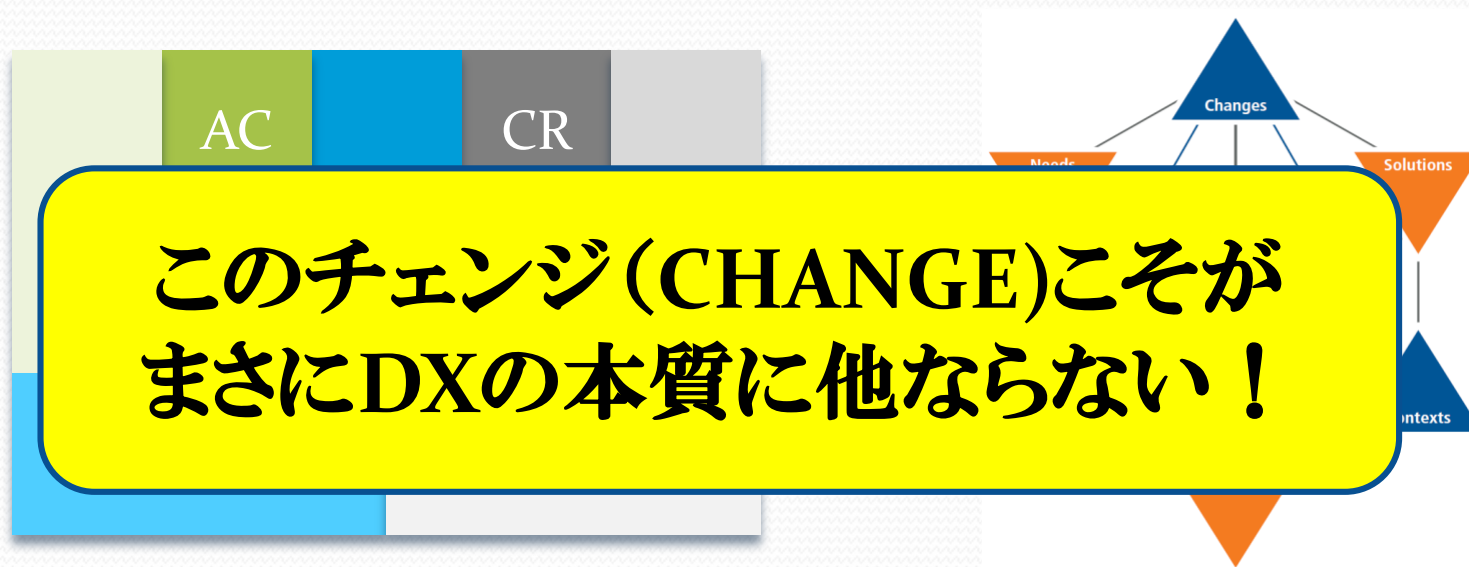
BABOK を構成する基本要素

BABOK[®] v3 を構成する5つの基本要素の概要とBABOK[®]ガイドとの対応は、下表の通りである。

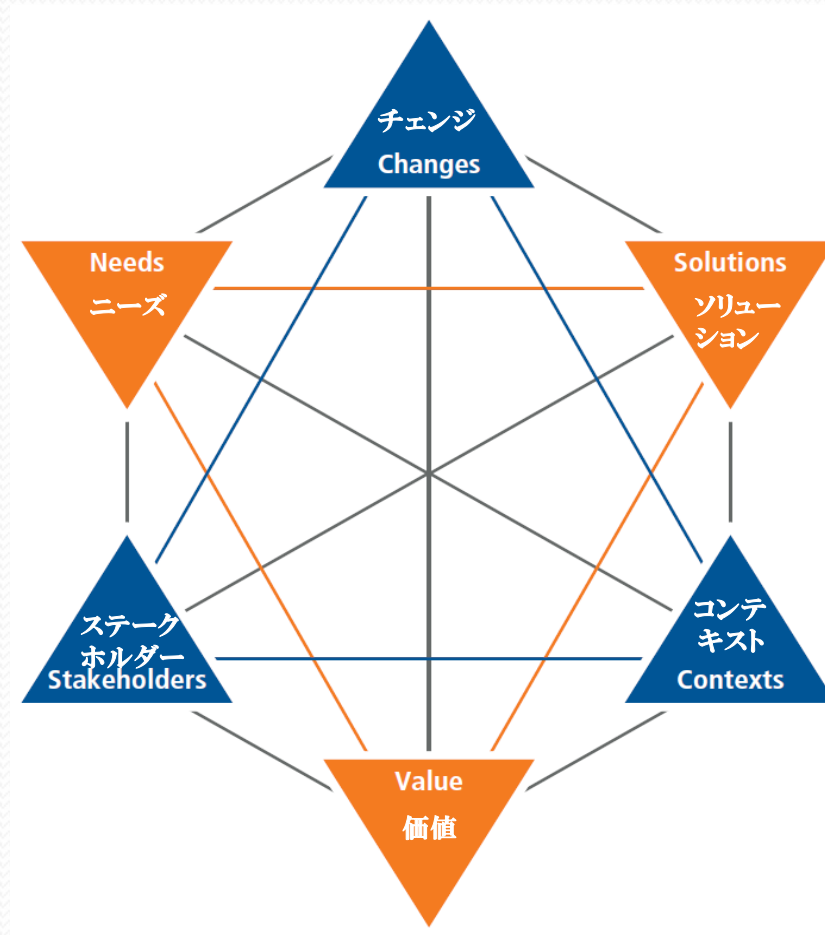
	BAコアコンセプト モデル	第2章	・ ビジネスアナリシスに関するコンセプトのフレームワーク。 ・ 6つのコア・コンセプトから成る。 チェンジ、ニーズ、ソリューション、ステークホルダー、価値、コンテキスト ・ これらは、ビジネスアナリシスを実践する際の基本となる考えである。 ・ ビジネスアナリシスのタスクにより引き出し、分析、管理する情報の種類を理解するに役立つ。
			・ 6つの知識領域・30タスクからなる。
3	基礎コンピテンシー	第9章	・ ビジネスアナリシスを実践する上で必要な行動、特性、知識、個人の資質。
4	テクニック	第10章	・ ビジネスアナリストが、ビジネスアナリシスのタスクを実行する際に用いられる方法論・手法。 ・ 最もよく知られ、広く活用されている50のテクニックがカバーされている。
5	専門視点	第11章	・ BABOK[®]では5つの専門視点を述べている。 アジャイル、ビジネス・インテリジェンス(BI)、情報技術(IT)、 ビジネス・アーキテクチャー、ビジネス・プロセス・マネジメント(BPM) ・ これらの専門視点により、 コンテキスト(背景・状況)をとらえる、問題を認識する、分析・評価する、 真の要求を理解する、ソリューションを検討する などのビジネスアナリシスを進めていくに当たり、実施するタスクや適用テクニックに焦点を合わせることができる。

ビジネス・アナリシスとは(BABOKより)

ニーズを定義し、ステークホルダーに価値を提供するソリューションを推奨することにより、エンタープライズにチェンジを引き起こすことを可能にする専門活動



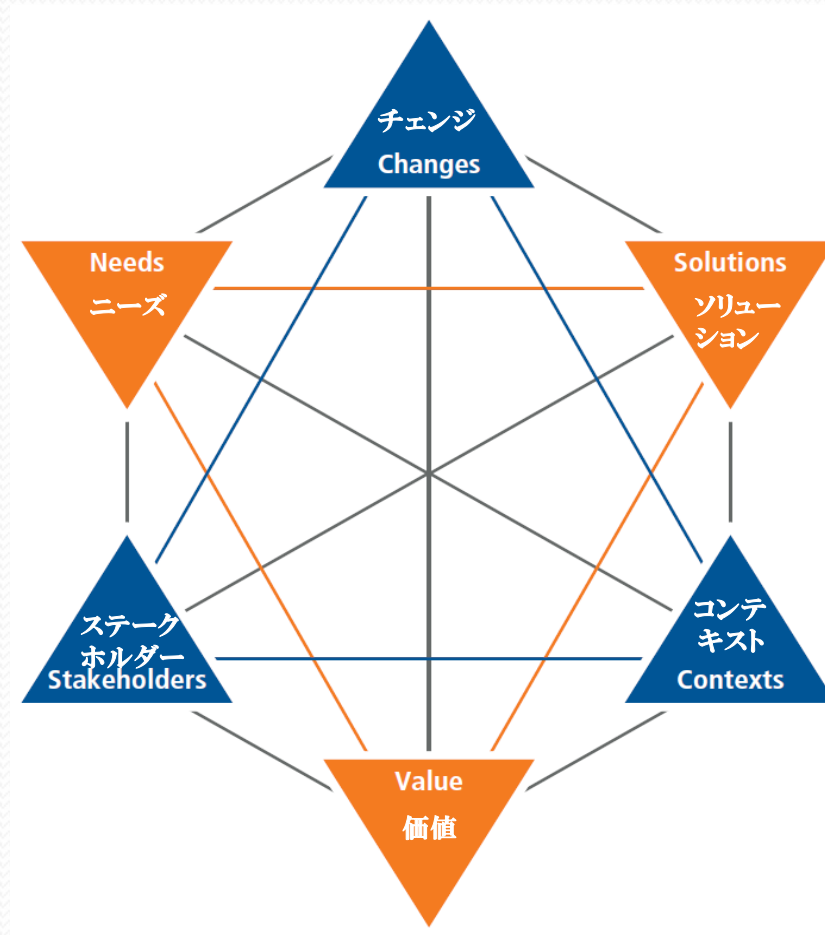
ビジネスアナリシス・コア・コンセプト・モデル



ビジネスアナリシス・コア・コンセプトの概要

- 価値の源泉はステークホルダーのニーズにある
- そのニーズが満たされれば、ステークホルダーは価値を感じる
- 価値を得るためにステークホルダーはやり方を変える(チェンジ)
- チェンジの手段として必要なものがソリューション
- ソリューションを通じて価値が実現する
- チェンジはあるコンテキスト(状況や環境)のなかで実行される
- あるコンテキストのなかでソリューションは価値を実現する

ビジネスアナリシス・コア・コンセプト・モデル



BABOK を構成する基本要素

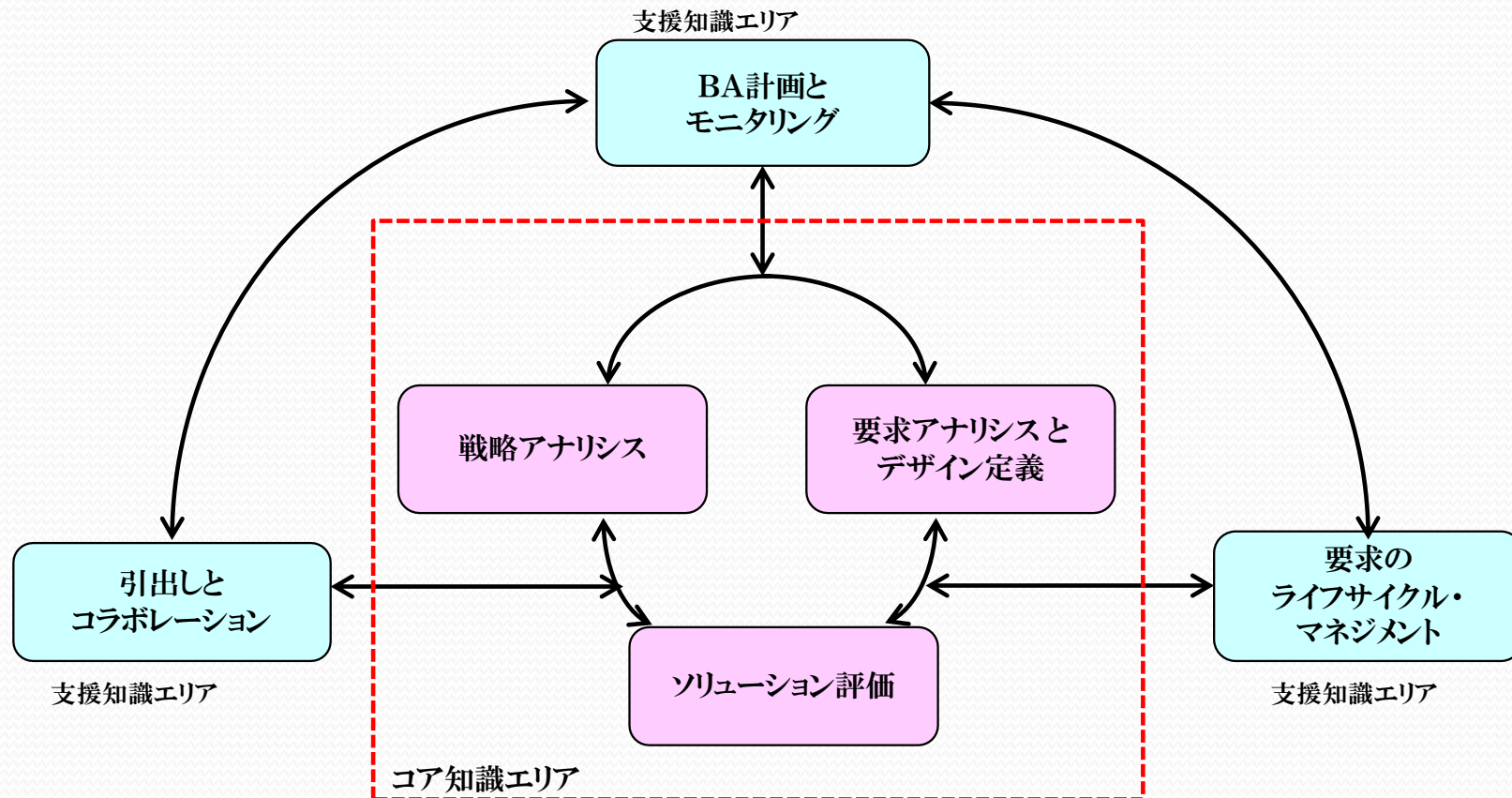
BABOK® v3 を構成する5つの基本要素の概要とBABOK®ガイドとの対応は、下表の通りである。

	基本要素	BABOK® v3 章	説明
1	BAコアコンセプトモデル	第2章	- ビジネスアナリシスに関するコンセプトのフレームワーク。 6つのコア・コンセプトから成る。 チェンジ、ニーズ、ソリューション、ステークホルダー、価値、コンテキスト - これらは、ビジネスアナリシスを実践する際の基本となる考えである。 - ビジネスアナリシスのタスクにより引き出し、分析、管理する情報の種類を理解するに役立つ。
2	知識エリア	第3章～第8章	- ビジネスアナリシスの専門的で具体的な知見をまとめたもの。 6つの知識領域・30タスクからなる。
3	基礎コンピテンシー	第9章	ビジネスアナリシスを実践する上で必要な行動、特性、知識、個人の資質。
4	テクニック	第10章	- ビジネスアナリストが、ビジネスアナリシスのタスクを実行する際に用いられる方法論・手法。 - 最もよく知られ、広く活用されている50のテクニックがカバーされている。
5	専門視点	第11章	- BABOK®では5つの専門視点を述べている。 アジャイル、ビジネス・インテリジェンス(BI)、情報技術(IT)、 ビジネス・アーキテクチャー、ビジネス・プロセス・マネジメント(BPM) - これらの専門視点により、 コンテキスト(背景・状況)をとらえる、問題を認識する、分析・評価する、 真の要求を理解する、ソリューションを検討する などのビジネスアナリシスを進めていくに当たり、実施するタスクや適用テクニックに焦点を合わせることができる。

6つの知識エリア

6つの知識エリア	
第3章 BA計画とモニタリング	第6章 戦略アナリシス
3.1 BAアプローチ計画 3.2 SH・ENG 計画 3.3 BA ガバナンス計画 3.4 BA情報MG計画 3.5 BA・PFM 改善策 特定	6.1 現状分析 6.2 将来状態 定義 6.3 リスクアセスメント 6.4 チェンジ戦略 策定
第4章 引き出しとコラボレーション	第7章 要求アナリシスとデザイン定義
4.1 引き出し 準備 4.2 引き出し 実行 4.3 引き出し 結果 確認 4.4 BA情報 伝達 4.5 SH コラボレーションMG	7.1 要求 精緻化・モデル化 7.2 要求 検証 7.3 要求妥当性 検証 7.4 要求アーキテクチャー 定義 7.5 デザイン案 定義 7.6 潜在価値分析、SOL推奨
第5章 要求サイクル・マネジメント	第8章 ソリューション評価
5.1 要求 トレース 5.2 要求 維持 5.3 要求 優先順位付け 5.4 要求変更 評価 5.5 要求 承認	8.1 SOL・PFM 測定 8.2 PFM測定結果 分析 8.3 SOLによる限界 評価 8.4 EPによる限界 評価 8.5 SOL価値向上アクション 推奨

6つの知識エリアの構造



基礎コンピテンシーの項目構成

第9章 基礎コンピテンシー

9.1 分析的思考と問題解決

- (1) 創造的思考
- (2) システム思考
- (3) 概念的思考
- (4) ビジュアル思考
- (5) 学習
- (6) 意思決定
- (7) 問題解決

9.2 行動特性

- (1) 倫理
- (2) 個人的アカウンタビリティ
- (3) 仕事の整理と時間管理
- (4) 適応力
- (5) 信頼感

9.3 ビジネス知識

- (1) ビジネス感覚
- (2) 業界の知識
- (3) 組織の知識
- (4) SOL知識

9.4 コミュニケーション

- (1) 言語コミュニケーション
- (2) 非言語コミュニケーション
- (3) 文書コミュニケーション
- (4) 傾聴

9.5 人間関係のスキル

- (1) ファシリテーション
- (2) 交渉による衝突解消
- (3) リーダーシップと影響力
- (4) チームワーク

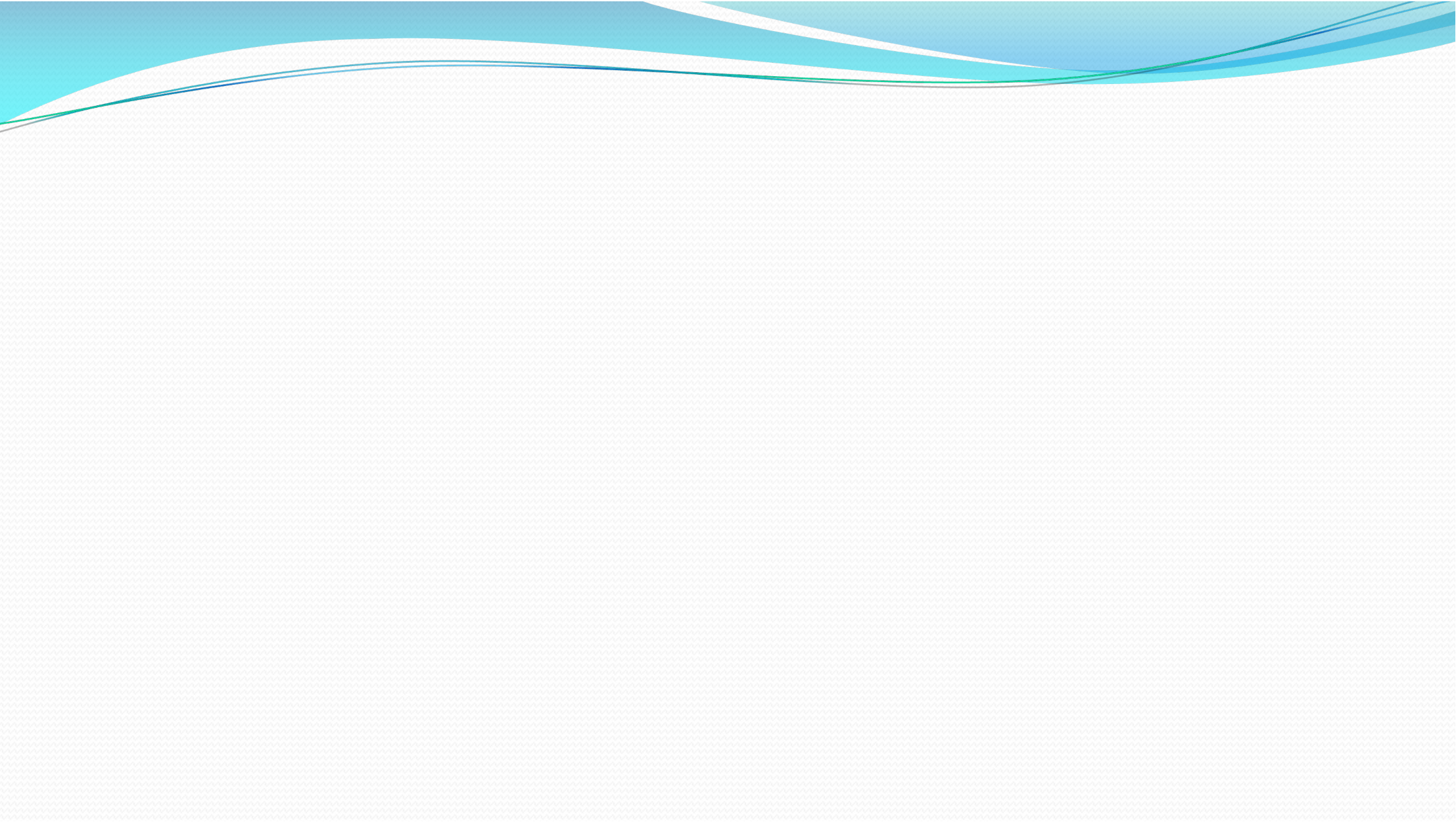
9.6 ツールとテクノロジー

- (1) オフィス生産性ツール
 - ・ワープロ、表計算、プレゼンソフト
 - ・コラボレーション/ナレッジMGツール
 - ・コミュニケーションツール
(電子メール、インスタントMsg)
 - ・ハードウェア
(プリンター、プロジェクター、スキャナー、)
- (2) BAツール
 - ・モデリングツール
 - ・要求管理ツール
 - ・問題トラッキングツール
 - ・プロトタイピング/シミュレーションツール
- (3) コミュニケーションツール
 - ・対話的な情報交換
 - ・コラボレーション・ツール

テクニックの項目構成

第10章 テクニック			
引出し	分析	評価	モデリング
① 協働型 ・要求ワークショップ (10.50) ・ブレーンストーミング (10.34) ・フォーカスグループ (10.33) ・協働ゲーム (10.10) ・観察 (10.7) ・インタビュー (10.4) ・調査やアンケート (10.20) ② 調査型 ・文書分析 (10.38) ・インターフェース分析 (10.3) ③ 実験型 ・プロトタイピング (10.37)	・ビジネス・モデル・キャンバス (10.30) ・ビジネス能力分析 (10.29) ・SH リスト、マップ、ペルソナ (10.18) ・プロセス分析 (10.35) ・ビジネスルール分析 (10.31) ・決定分析 (10.11) ・財務分析 (10.14) ・データマイニング (10.23) ・SWOT分析 (10.1) ・リスク分析とマネジメント (10.48) ・非機能要求分析 (10.27) ・根本原因分析 (10.13)	・バランス・スコアカード (10.26) ・ビジネス・ケース (10.28) ・ベンチマークと市場分析 (10.40) ・見積り (10.42) ・ベンダー評価 (10.39) ・受入基準と評価基準 (10.5) ・評価指標とKPI (10.32) ・優先順位付け (10.46) ・バックログ管理 (10.25) ・レビュー (10.49) ・問題のトラッキング (10.6) ・教訓 (10.9)	・意思決定モデリング (10.2) ・コンセプト・モデリング (10.12) ・マインド・マッピング (10.41) ・データディクショナリ (10.21) ・用語集 (10.47) ・データモデリング (10.24) ・DFD (10.22) ・スコープモデリング (10.17) ・機能分解 (10.8) ・組織モデリング (10.19) ・役割・権限マトリクス (10.43) ・ユーザー・ストーリー (10.44) ・シナリオとユースケース (10.45) ・プロセス・モデリング (10.36) ・シーケンス図 (10.15) ・状態モデリング (10.16)

ビジネスアナリシスの領域は広い！





日本発のビジネスアナリシス方法論とその事例

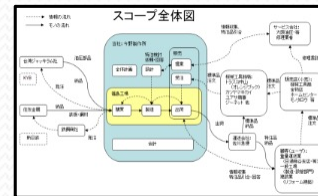
- BABOKはあくまで知識体系であり、方法論ではないが、それを日本で方法論に落とし込んだもの



業務プロセスの階層性：組織の役割と類似

レベル0（全社レベル）

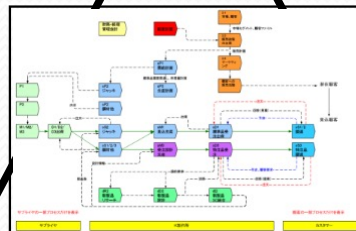
レベル1（本部レベル）



CEOや事業部長

レベル2（部レベル）

事業機能の特性
(業務機能)

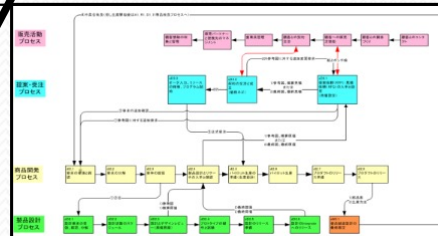


事業部長は全ての部

部長は担当部

レベル3（課レベル）

業務プロセス上位
(オペレーションプロセス)

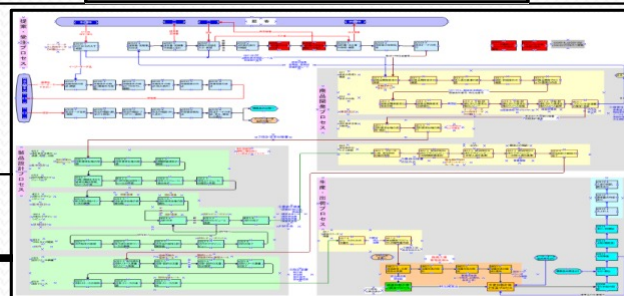


部長は部の全ての課

課長は担当課

レベル4（係レベル）

業務プロセス中位
(アクティビティ)



課長は課の全ての係り

係長は担当係

レベル5（担当者レベル）
業務プロセス下位
(タスク)

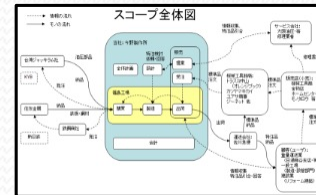
担当者

業務プロセスの見える化

レベル0（全社レベル）プロセス数例

レベル1（本部レベル）

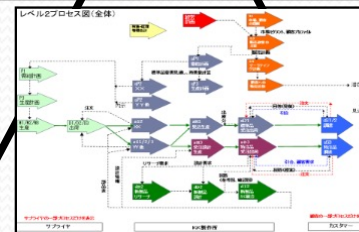
経営機能（事業機能） 22個



戦略を反映した
レベル1プロセス図
(スコープ全体図)

レベル2（部レベル）

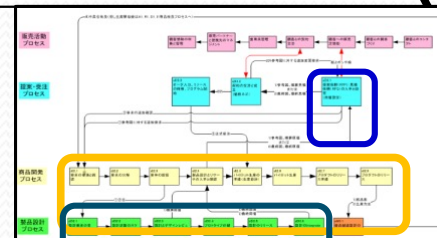
業務機能 113個
(事業機能の特性)



業務改革された
レベル2プロセス図

レベル3（課レベル）

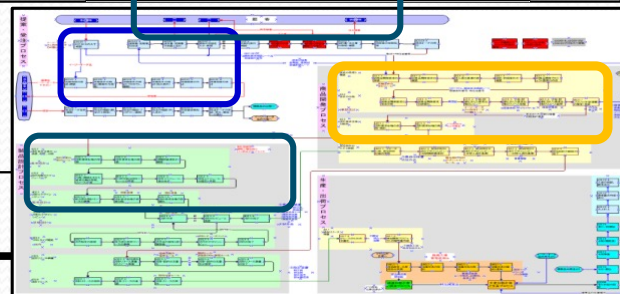
業務プロセス上位 466個
(オペレーションプロセス)



プロセス改革され
た
レベル3プロセス図

レベル4（係レベル）

業務プロセス中位 2,000個以上
(アクティビティ)



プロセス改善
レベル4
プロセス図

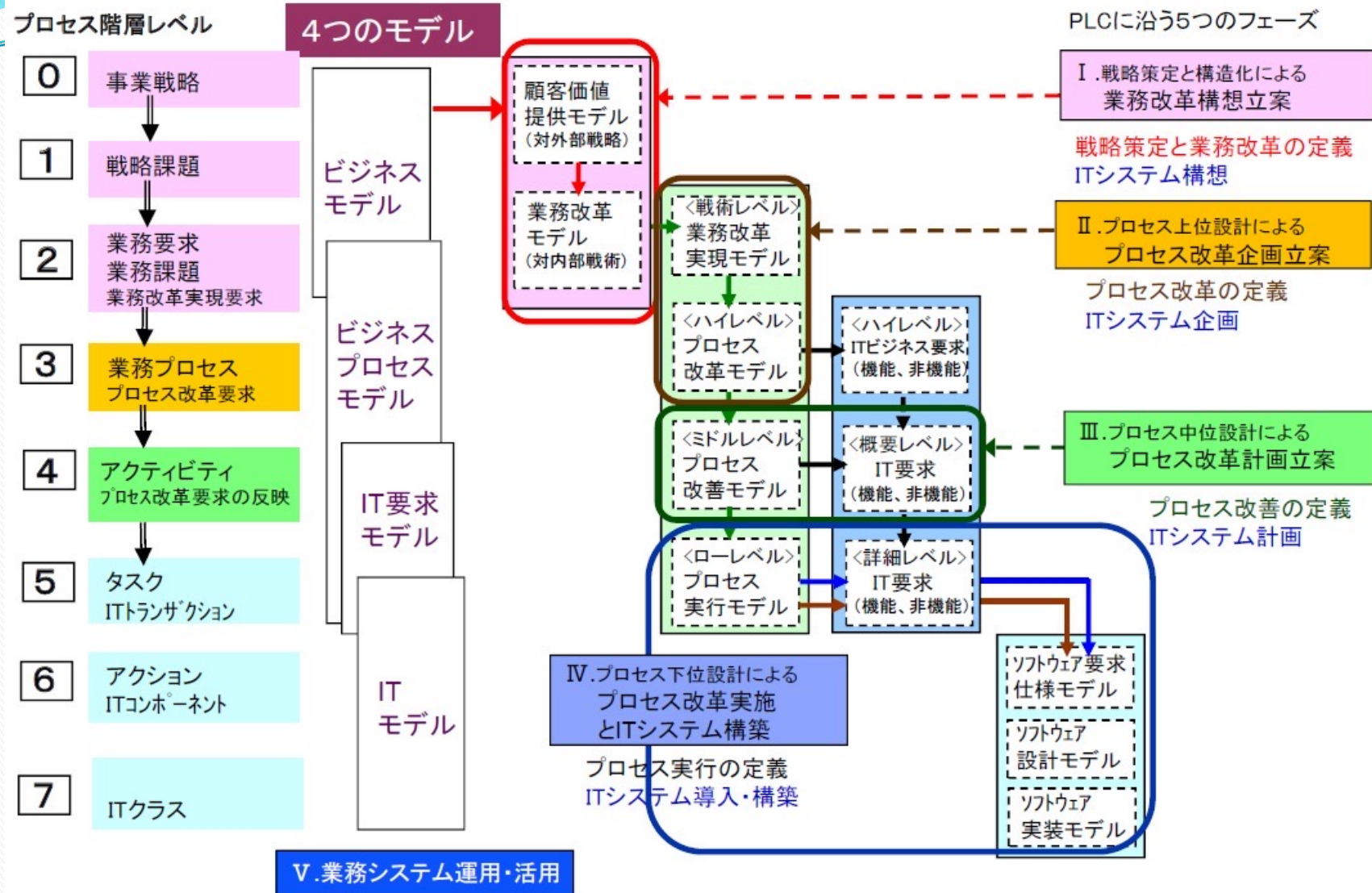
レベル5（担当者レベ

ル業務プロセス上位 10,000個以上
(タスク)

レベル5
プロセス図

ビジネス戦略をプロセス/ITに落とし込むための方法論(Gutuy-4)

- 戦略からプロセス・ITまでを階層的に整合させるために、**プロジェクトライフサイクルに沿った4つのフェーズを設定**、これによって、**必ず戦略はITシステムに反映されることになる**
 - **ビジネスモデル**
 - 顧客に価値を与える製品・サービスを開発・提供する仕組み
 - **ビジネスプロセスモデル**
 - ビジネスモデルを具体化し実現するためのビジネスプロセス&ビジネスルール
 - **ITへの要求モデル(IT要求モデル)**
 - 戦略やビジネスプロセスからITへの要求
 - **ITモデル**
 - ITシステム(IT基盤、アプリケーション、情報・データ)



プロセス改革・IT導入におけるプロジェクトライフサイクル

プロセス階層レベルによりプロセス改革・IT導入のフェーズが明確化できる

プロジェクトライフサイクルにおけるフェーズ名		GUTSY-4 ビジネスプロセス	GUTSY-4 IT導入	見積精度 プロセス階層レベル
I	フィージビリティスタ ディ	業務改革構想	IT戦略構想	超概算見積り: 精度±20～30% ⇒レベル0～2
II	基本計画	プロセス改革企画	IT戦略企画	概算見積り: 精度±10～20% ⇒レベル2～3
III	詳細計画	プロセス改革計画	IT導入計画	詳細見積: 精度±5～10% ⇒レベル4
IV	実施	プロセス改革実行計画 プロセス改革実施	IT導入実行計画 IT導入	ベースライン見積: 精度±5%以下 ⇒レベル5以下
V	運用・保守	プロセス運用・保守	IT運用・保守	

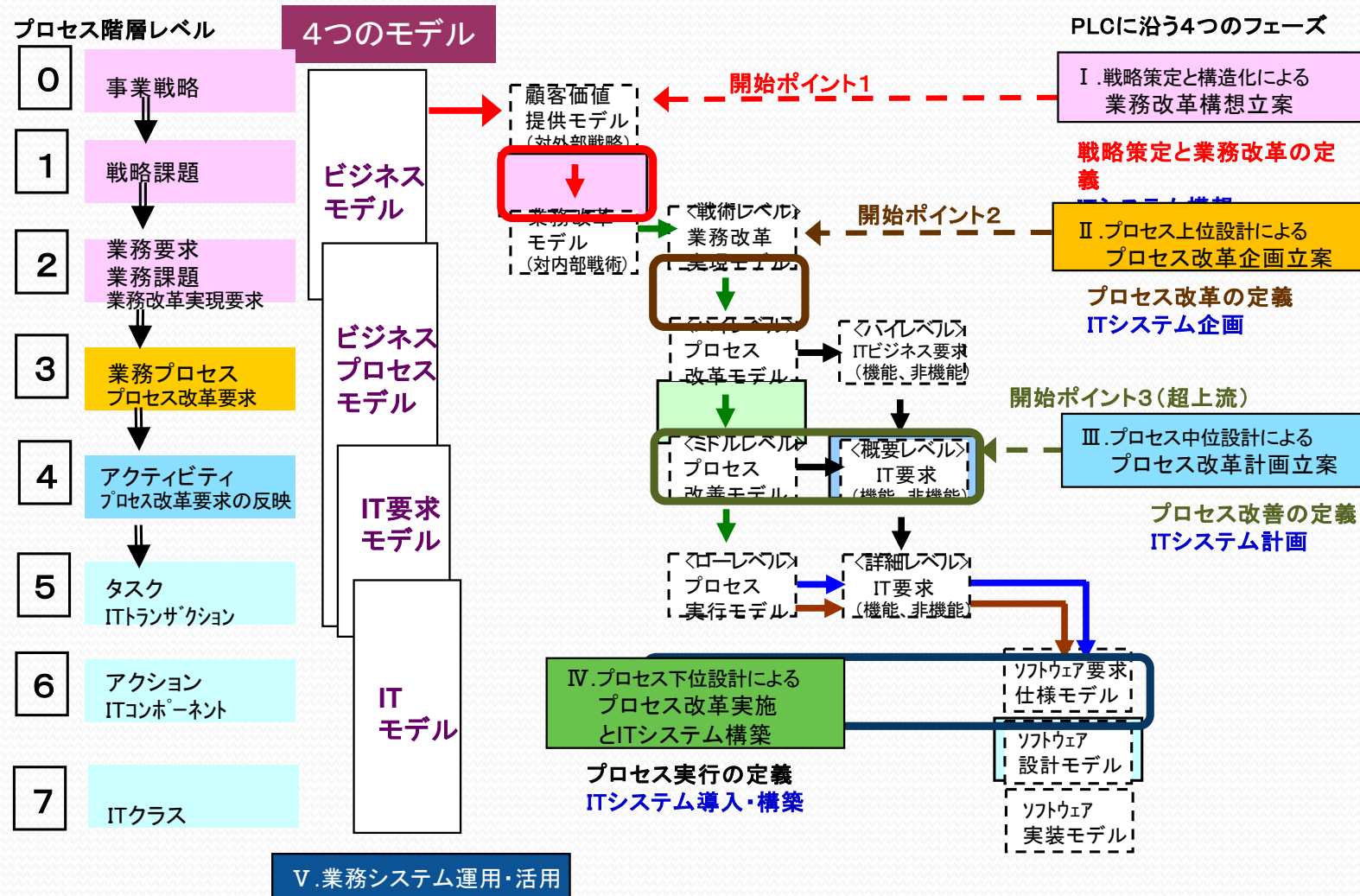
この詳細

C90-01-11 プロセス改革におけるプロジェクトライフサイクル

C90-01-12 IT投資におけるプロジェクトライフサイクル

GUTSY-4[®]における4つのモデルとフェーズ

プロセス階層レベルによって、4つのモデルを整合させる



今野製作所の事例

「中小企業を中心とするつながる町工場」プロジェクトで最優秀賞受賞

業務の流れを整理するプロセスAの見える化からスタート

- 最初に手を付けたのが仕事の流れの整理、業務プロセスの見える化
- 「仕事の流れが見えていなかったために、どの時点で何をすべきか、という共通認識ができていなかった。」
- コミュニケーション上の行き違いが日常的で、生産性が悪化

受注設計生産品(ETO品)の売上が同一人員のままで、2012年比で、2013年は2倍に、2014年は4倍、2015年は6倍に、2016年は8倍に！

投資は最初の2012年8月期だけで、4年間の累積売上は20倍に



シンプルで本格派、ビジネスデザインの新機軸(匠メソッド)

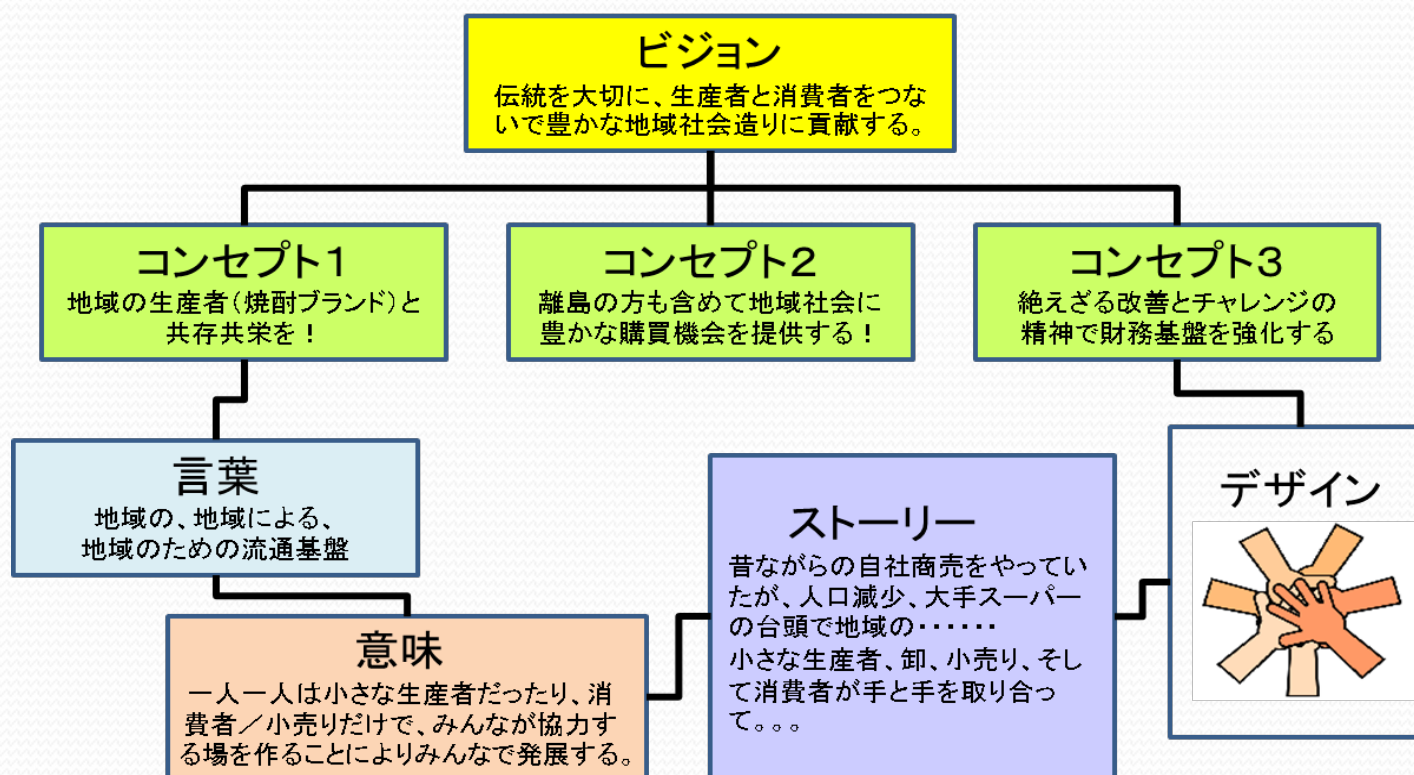
- ビジネスの変化に人が追従しながら、やり甲斐のある仕事を複数人で行うための「仕事の考え方」や「仕事の進め方」を身に付けてをもらうことを目標として作成したのが匠Method
- 特徴は**価値**から戦略・業務を見ていくこと！
- 戦略立案の手法は他にも多くあるが、戦略が絵に描いた餅になったり、他から持ってきたもので現場に浸透しなかったりしがち・・・
- 匠Methodはこういったビジネス企画における問題を価値の視点でまとめ上げ、組織全体が一体となって推進していける戦略・業務をデザインすることができる手法

日本発のビジネスアナリシス方法論

- 「匠Method」はBABOKに近い形でまとめられた日本発方法論
- 価値デザインモデル
 - シーズとしての価値のデザイン
- 価値分析モデル
 - 関連するステークホルダーが感じるニーズとしての価値のデザイン
- 要求分析ツリー
 - そして双方を論理的に要求構造として融合し洗練させる
- これらのモデルを使ってステークホルダーが議論することにより、合意が促進され、現状から理想状態へ変化する行動を強力に推進できるようになっている

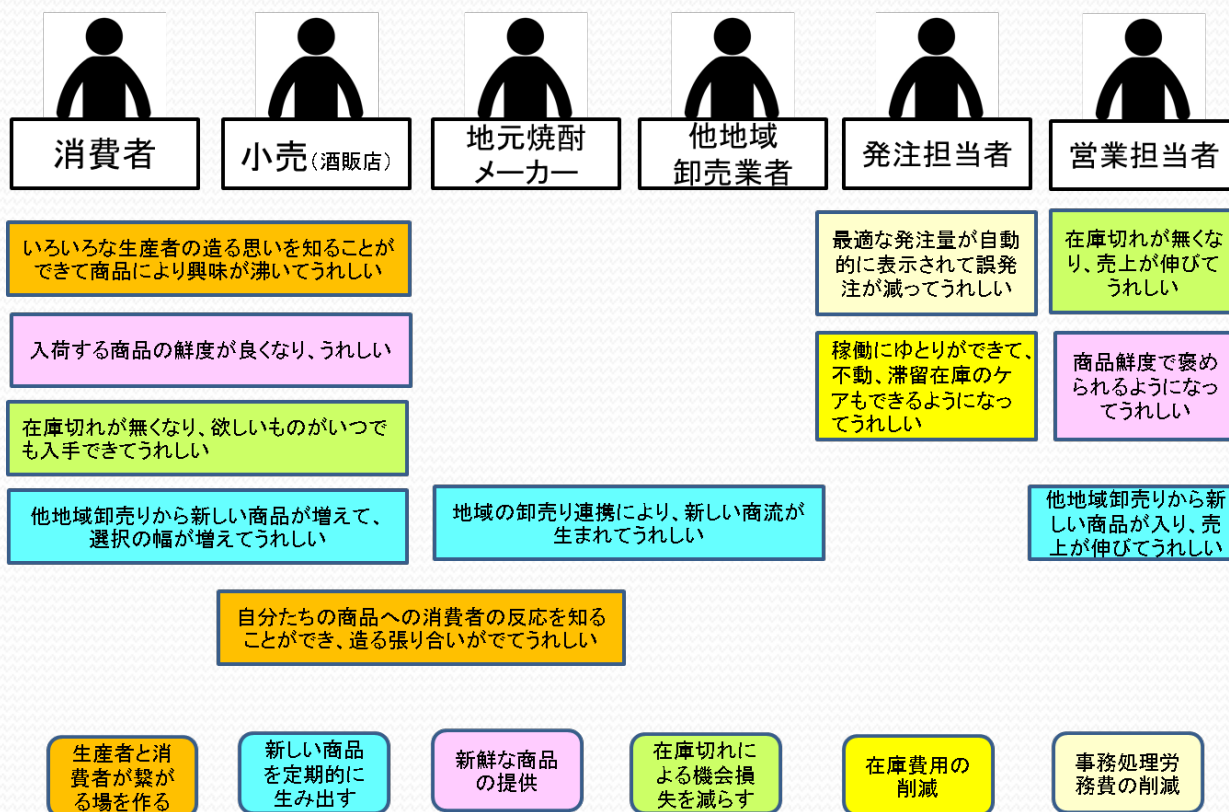
例

価値デザインモデル



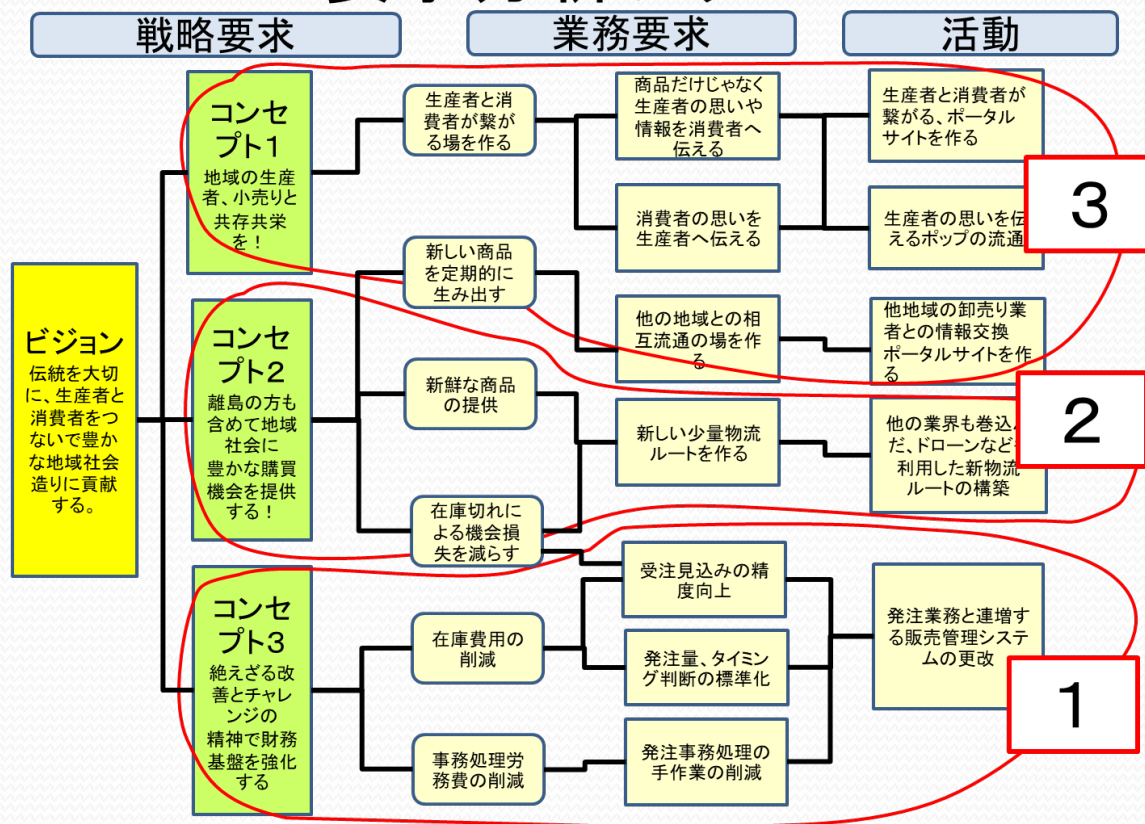
例

価値分析モデル

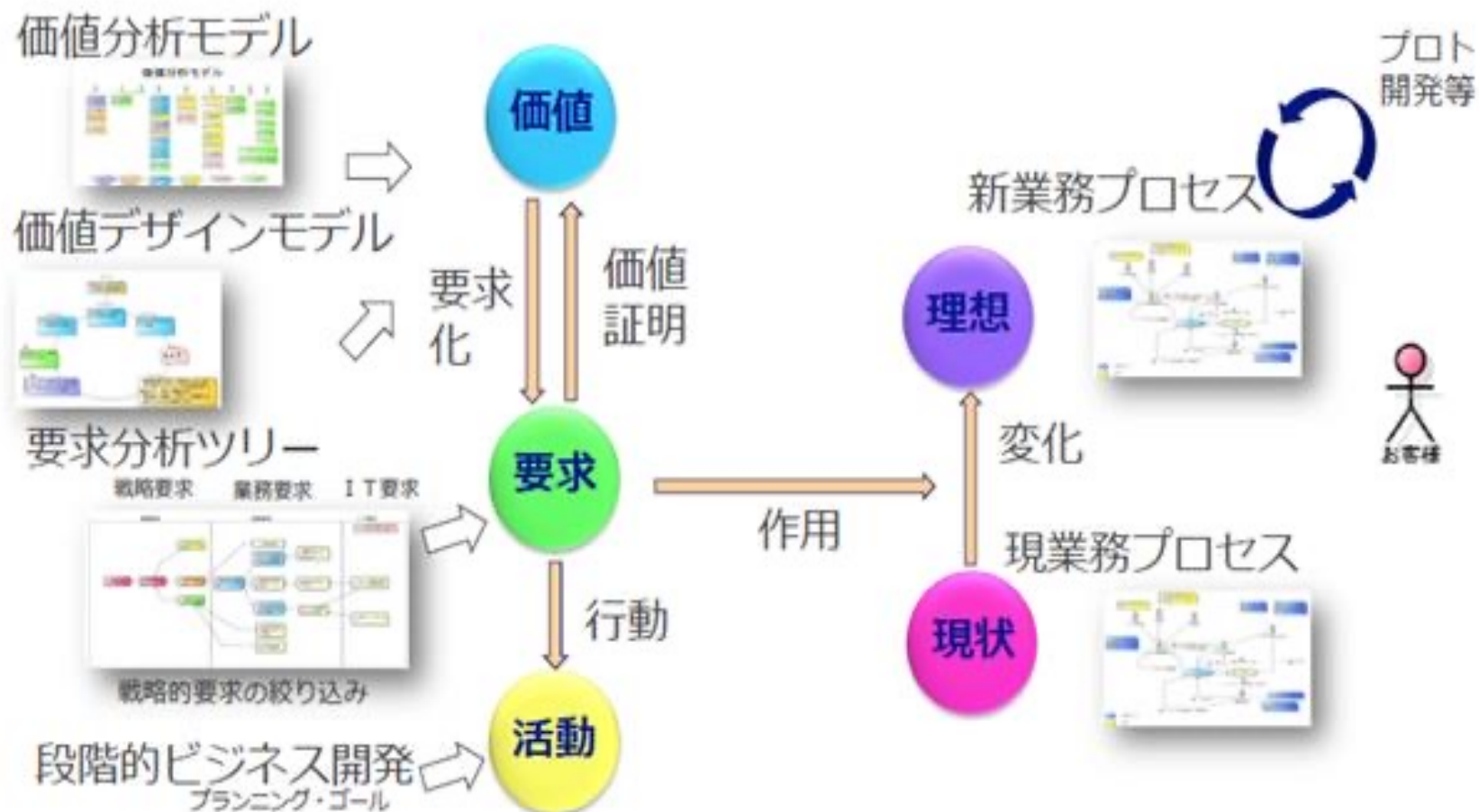


例

要求分析ツリー



匠Methodの概要



匠Methodの価値創造と実施サイクル

第1のサイクル（価値創造サイクル）

・価値を描き・価値共感と価値検証を行う

□ビジネス価値

・利害関係者の価値

□ビジネス要求

・変化するために必要となる活動や行為

□業務モデル(IT活用)

・新しい業務の姿

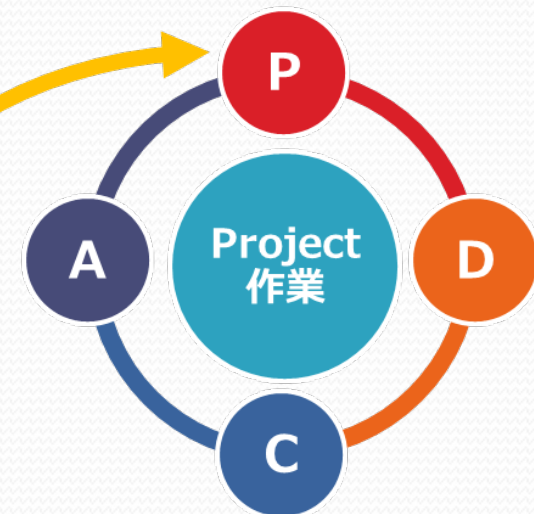
□活動モデル

・活動内容と計画



第2のサイクル(実施サイクル)

・価値が高く、実現性が容易なプランの形成



適用事例：

株式会社ビープライド の Connpassサービス
(<https://www.beproud.jp>) (<https://connpass.com/>)

connpass イベント検索 カテゴリー一覧 新着イベント ログイン・新規登録

エンジニアをつなぐ IT勉強会支援プラットフォーム

見逃さない、集まりやすい

Twitter や Facebook と連携すると、友達がイベントを公開したり参加したときに、connpass がお知らせ。興味のあるイベントを、もう見逃すことはありません。

イベントを育てよう

あなたが育てているイベントをグループにして、歴史を追いやすく。発表資料をまとめることもできます。イベント統計は、効果的なアクションのヒントに。

IT勉強会にピッタリ

企画・開発・運営は技術に真面目なエンジニア集団 BeProud。我々も積極的にイベントに参加・主催しています。多くのIT勉強会にも connpass を利用していただいており、安心してIT勉強会が開催できます。

事前決済の手数料は業界最安値

connpassの手数料 **0円** PayPal を利用した事前決済ができます。connpass の手数料はありません (PayPal 手数料のみ)。

参加者のためのiPhoneアプリ

イベントを見逃さない/忘れないためのプッシュ通知や、イベント会場まで迷わないためのマップなど、参加者にとって便利なアプリを用意しています。

多彩なイベント告知

メール、Twitter、Facebook での通知や、一括メッセージなどイベントを告知するための便利な機能があります。だから参加者が集まりやすいのです。

さあ、connpassで始めよう

connpassをもっと詳しく イベントを作成する

匠Method導入以前

(消耗するような大変さ)

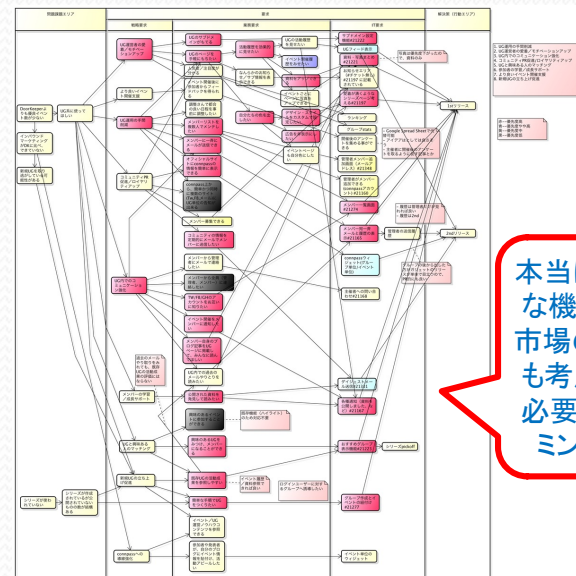
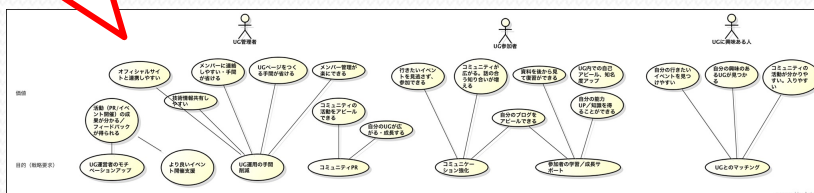
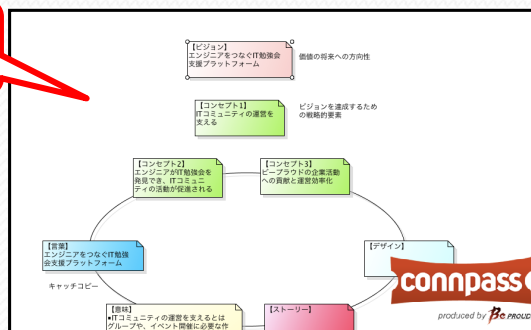
- どんな機能をどんな順序で提供すべきなのか明確な基準も持てず、なかなか結論がでなくて、妥協して意思決定プロセスへ
- 合意感、納得感が無いまま開発へ突入
- 効果が出ない (=価値が生み出せていない)

匠Method導入後

- 自社サービスが目指すところの共通認識を持ち、どんな価値をどんな顧客に提供するのかを建設的な議論で意思決定
- 納得感、合意感がチームにある
 - 地図があるので、安心して前に進める感覚
 - 途中で立ち戻ることができるプロジェクトの安定感
 - 迷いなく力を出し切れる→モチベーションアップ
- 効果が目に見えた！

サービスが目指すところの共通認識

どんな価値を、どんな顧客に提供するのか

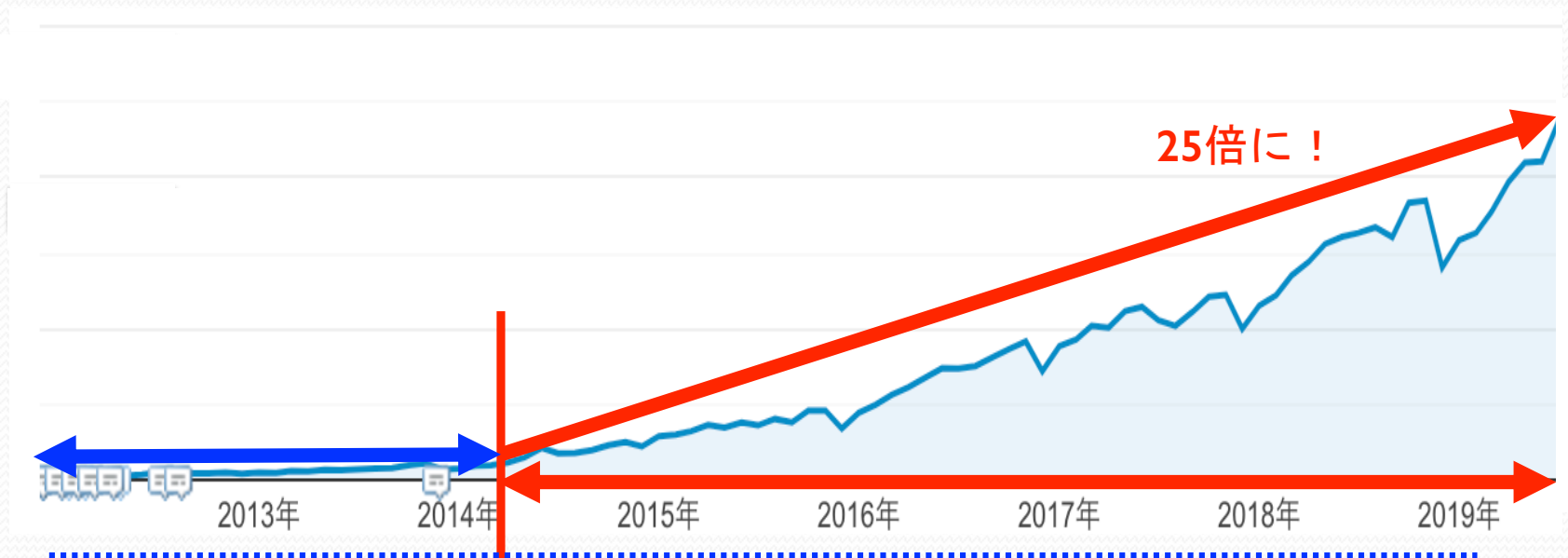


本当に必要な機能を、市場の反応も考慮して必要なタイミングで

connpass

produced by BePROUD

匠メソッドによるサイト企画後、アクセス（PV）が25倍に！



横ばい期間
(2年6か月)

匠Method導入後
(5年3か月)

ビジネスに貢献し、価値を持ち続ける仕組みを構築するために

- BA (ビジネス・アナリシス)を学ぶべし！

これからのデジタル変革の時代、ビジネスとITはこれまで以上に一体化していき、ビジネスアナリシスの需要が増える。

- IT部門

IT部門

アナリシス

ビジネス

デジタル時代を迎え、ITの役割が、
バックヤードの効率化から
ビジネスを直接支える武器にシフトする中で
ビジネスアナリシスの習得が必須となる！

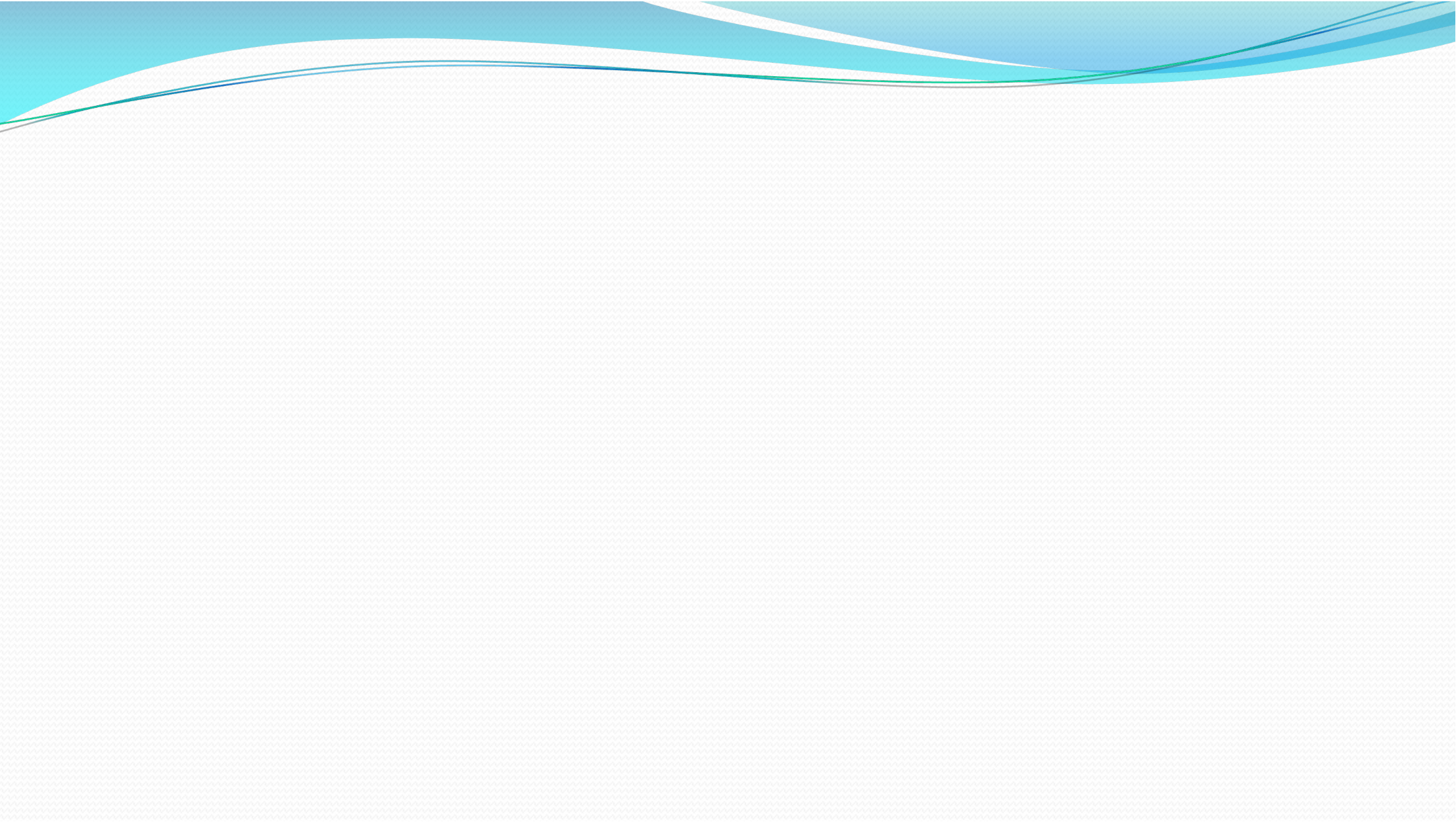
ビジネスア

ビジネスアナリシスはIT部門こそがやるべき仕事

日本発のビジネスアナリシスで世界に発信

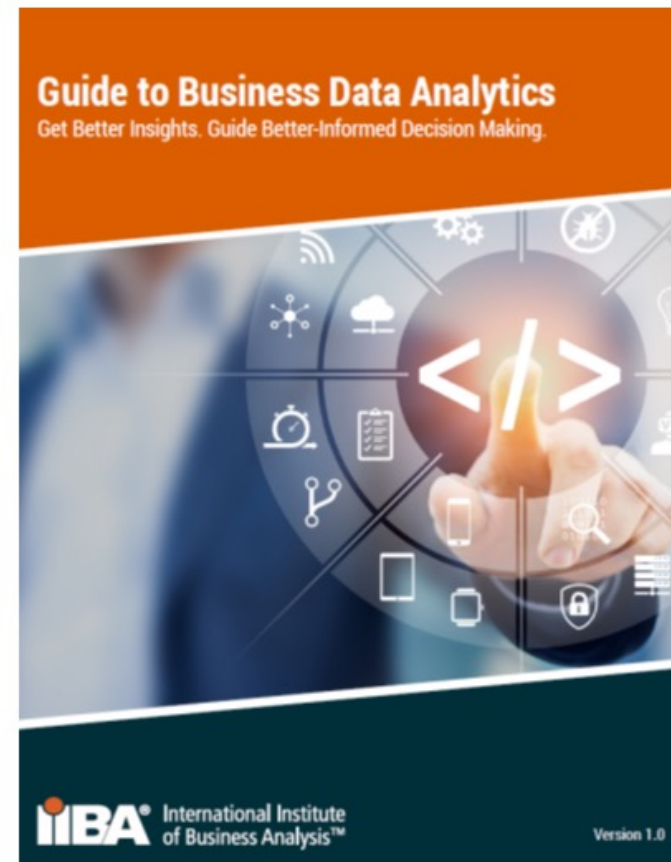
まずは欧米のビジネスアナリシスをしっかり学び、
それをちゃんと吸収した後、
日本発のビジネスアナリシスを世界に発信し、
世界をより良い場所にしていきましょう！



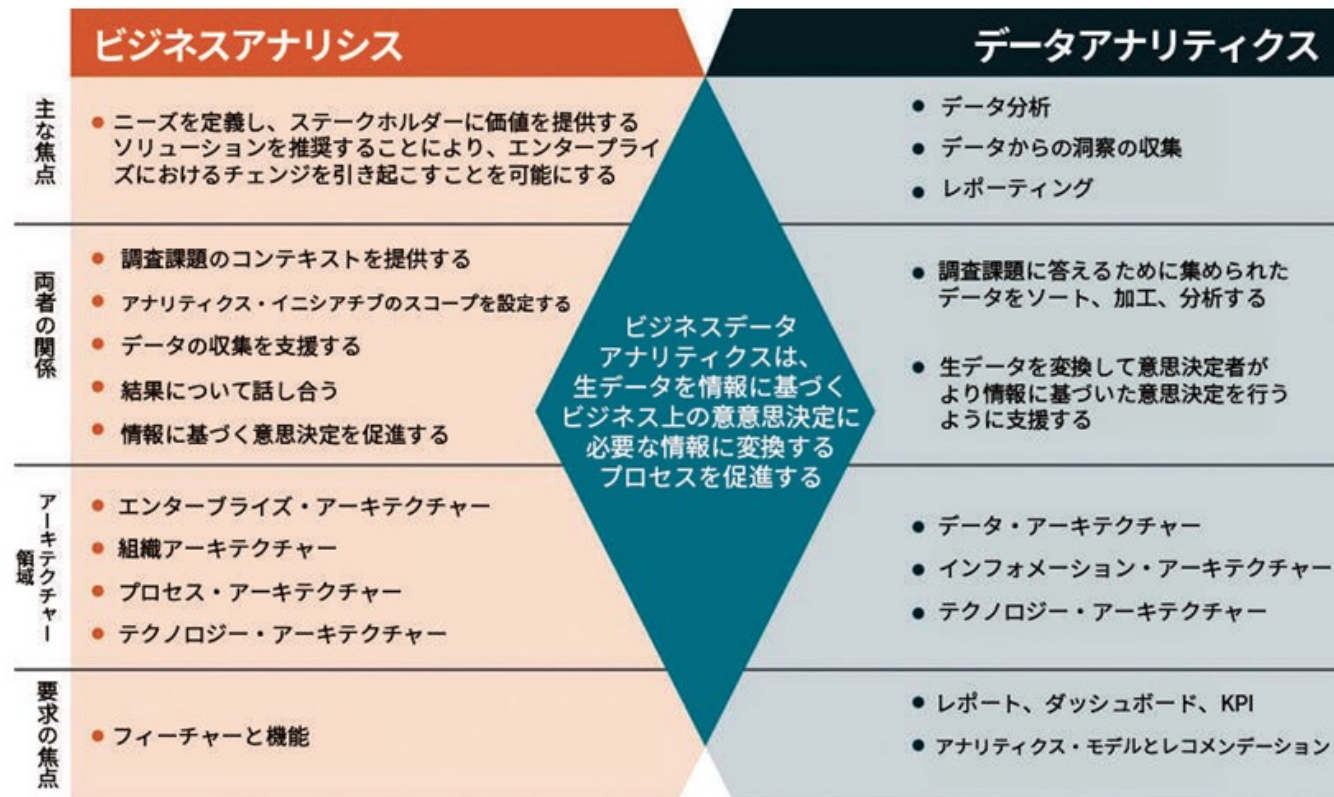


ビジネスデータアナリティクス 序論

- ◆ 不確実性な状況において意思決定者は自分が行う行為の正確な成果を知ることとはほとんどない。データは、意思決定者のビジネスの不確実性の捉える方に大きな変革をもたらす。
- ◆ データは、価値ある情報を得るために処理できる未整理の事実や観察結果の集まり
- ◆ アナリティクスは、洞察を導き出すために生のデータや情報を調べる科学



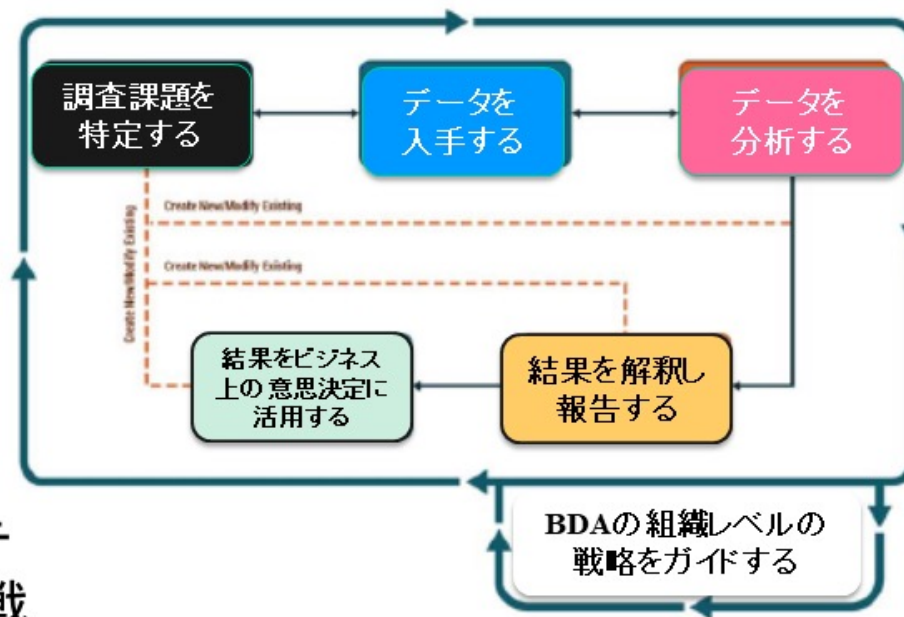
ビジネスアナリシスとビジネスデータアナリティクス



ビジネスデータアナリティクスはデータを情報に変換するプロセスを促進し、情報に基づくビジネス上の意思決定をガイドする

6つの領域

1. 調査課題を特定する
2. データを入手する
3. データを分析する
4. 結果を解釈し報告する
5. 結果をビジネス上の意思決定に活用する
6. ビジネスデータアナリティクスの組織レベルの戦略をガイドする

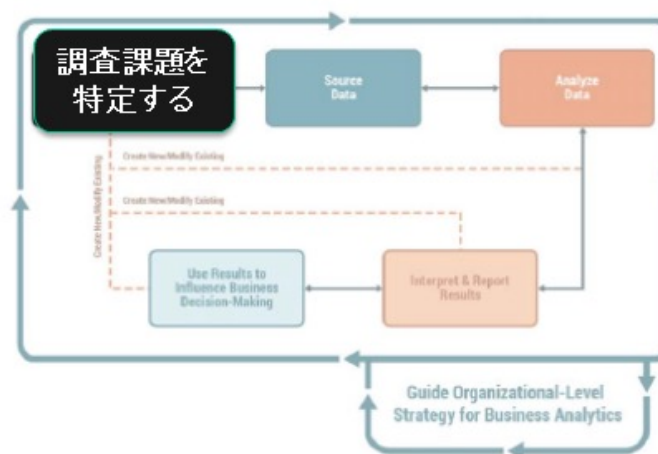


1. 調査課題を特定する



7つのタスク

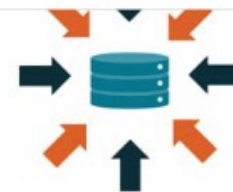
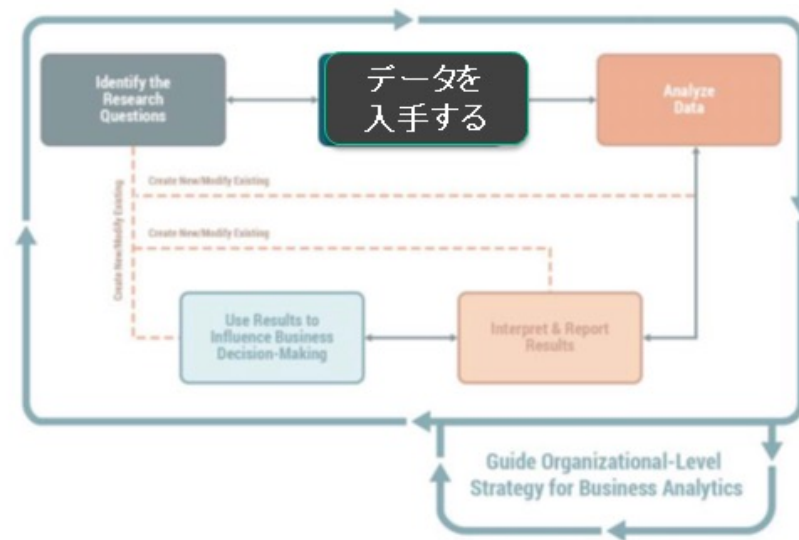
1. ビジネス上の問題または機会を定義する
2. ステークホルダーを特定し理解する
3. 現状を評価する
4. 将来状態を定義する
5. 調査課題を定式化する
6. データアナリティクス・アプローチを計画する
7. 調査課題を特定するためのテクニックを選択する



2. データを入手する

4つのタスク

- データ収集を計画する
- データセットを決定する
- データを収集する
- データの妥当性を確認する



3. データを分析する

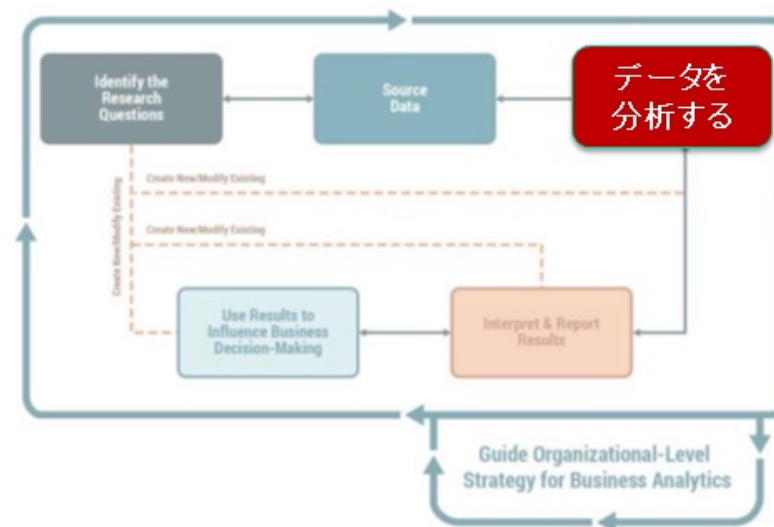
◆ データ分析の計画を立てる

◆ データを準備する

◆ データを探索する

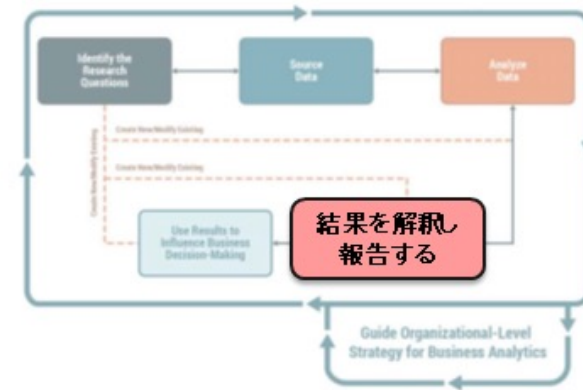
◆ データ分析を実施する

◆ 採用したアナリティクスとシステム・アプローチを評価する



4. 結果を解釈し報告する

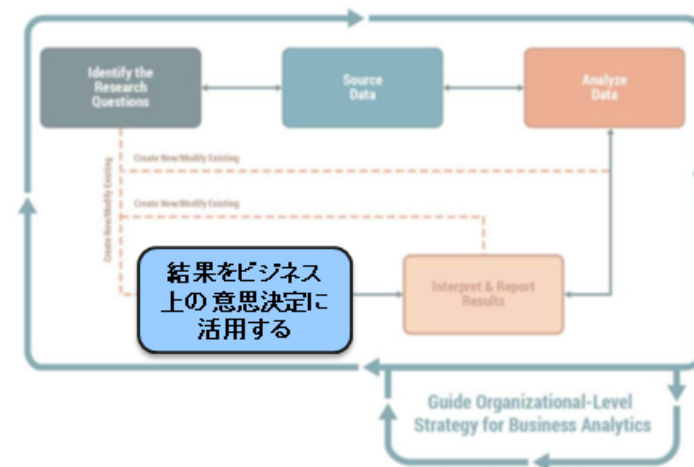
- ◆ ステークホルダー理解の妥当性を確認する
- ◆ ステークホルダー・コミュニケーションを計画する
- ◆ ステークホルダーのコミュニケーション・ニーズを見極める
- ◆ データから洞察を引き出す
- ◆ 完了した分析からの発見を文書化し伝達する
- ◆ 結果を解釈し報告するためのテクニックを選択する

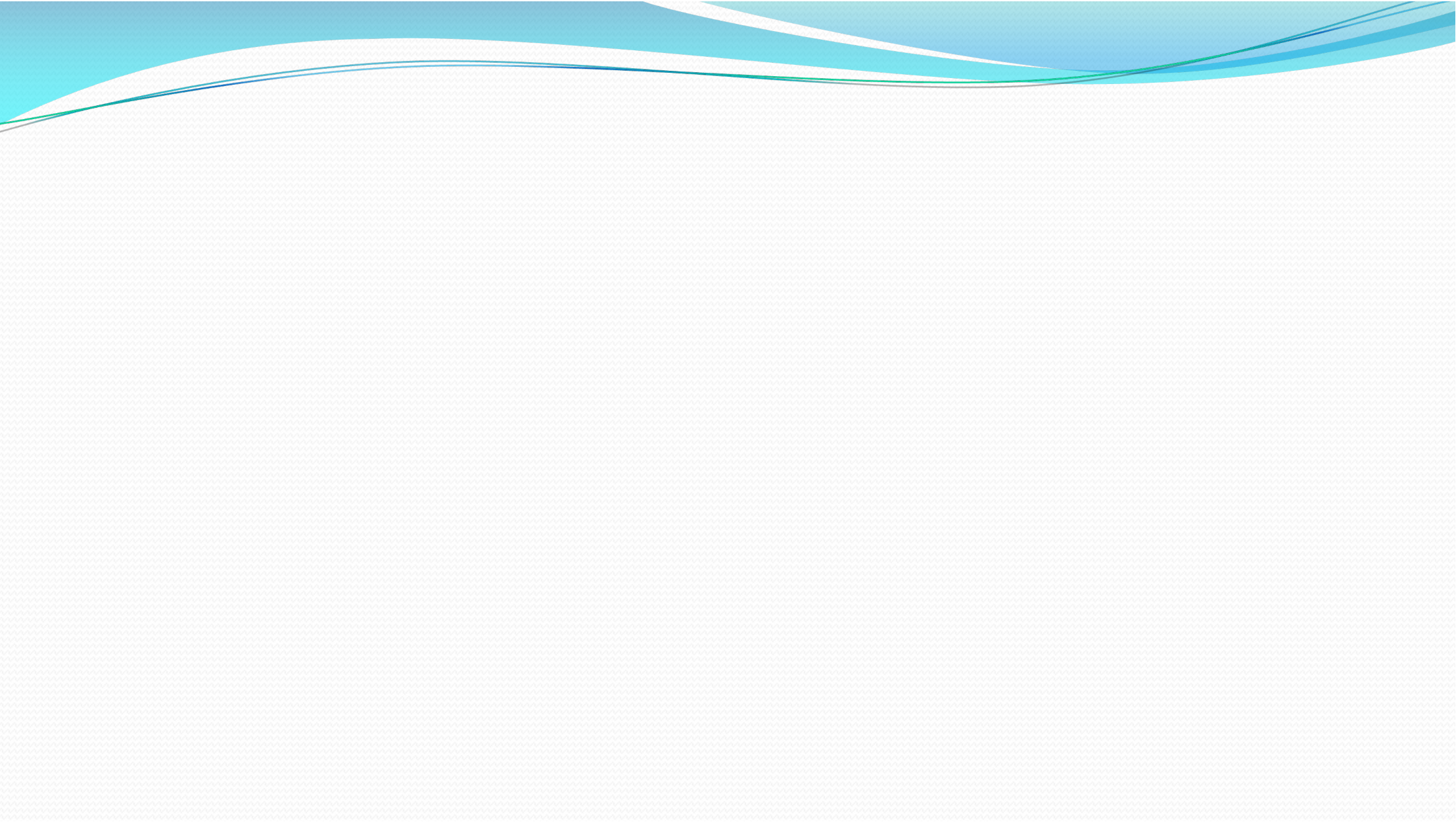


5. ビジネス上の意思決定に影響を与えるために結果を活用する

組織に価値をもたらす
意思決定ができるよう
アナリティクス
の結果を活用する

- ◆アクションを推奨する
- ◆実現計画を立てる
- ◆チェンジをマネジメントする





ハーバードのグラント研究

＜75年以上にわたり、数百名の成人男性の心と体の健康を追跡＞

- そこで得られた結論 ⇒ 良い人生は良い人間関係でできている！
 - 欲しいだけのお金を手にし、仕事で成功し、肉体的に健康な状態にあっても、愛情に満ちた人間関係がなければ、結局、人は幸せにはなれない
 - 身近にいる人たちとの人間関係の質が大事
 - 孤独は寿命を縮める
 - 人間関係は数より質
 - 良い人間関係は脳を守る



愛こそがBAにとっても一番大事なものの

愛！

DXで何をやるのかをどう引き出すのか？

- ビジネスの真のニーズを引き出すには以下のような様々な方法がある！

＜インタビュー＞

関与するステークホルダー(例:顧客、エンドユーザー、経営陣)との対面やオンラインでの会話を通じて、必要な情報を直接引き出す。

＜ワークショップ＞

複数のステークホルダーが集まり、共同でアイデアや要求を出し合うセッションを開催し、異なる視点を統合し、合意を形成する。

＜アンケートと調査＞

広範な意見を収集するために、質問票や調査を通じてデータを集め、多くの人々から短時間でフィードバックを得る。

＜観察＞

実際の業務プロセスやユーザーの行動を観察し、暗黙的な要求や改善点を発見し、言葉だけでは伝わらないニーズを理解する

＜ドキュメント分析＞

既存の文書やレポートを精査し、そこから有用な情報を抽出する。

・・・etc

要求とは

＜ビジネスのニーズを理解しやすく表現したもの＞

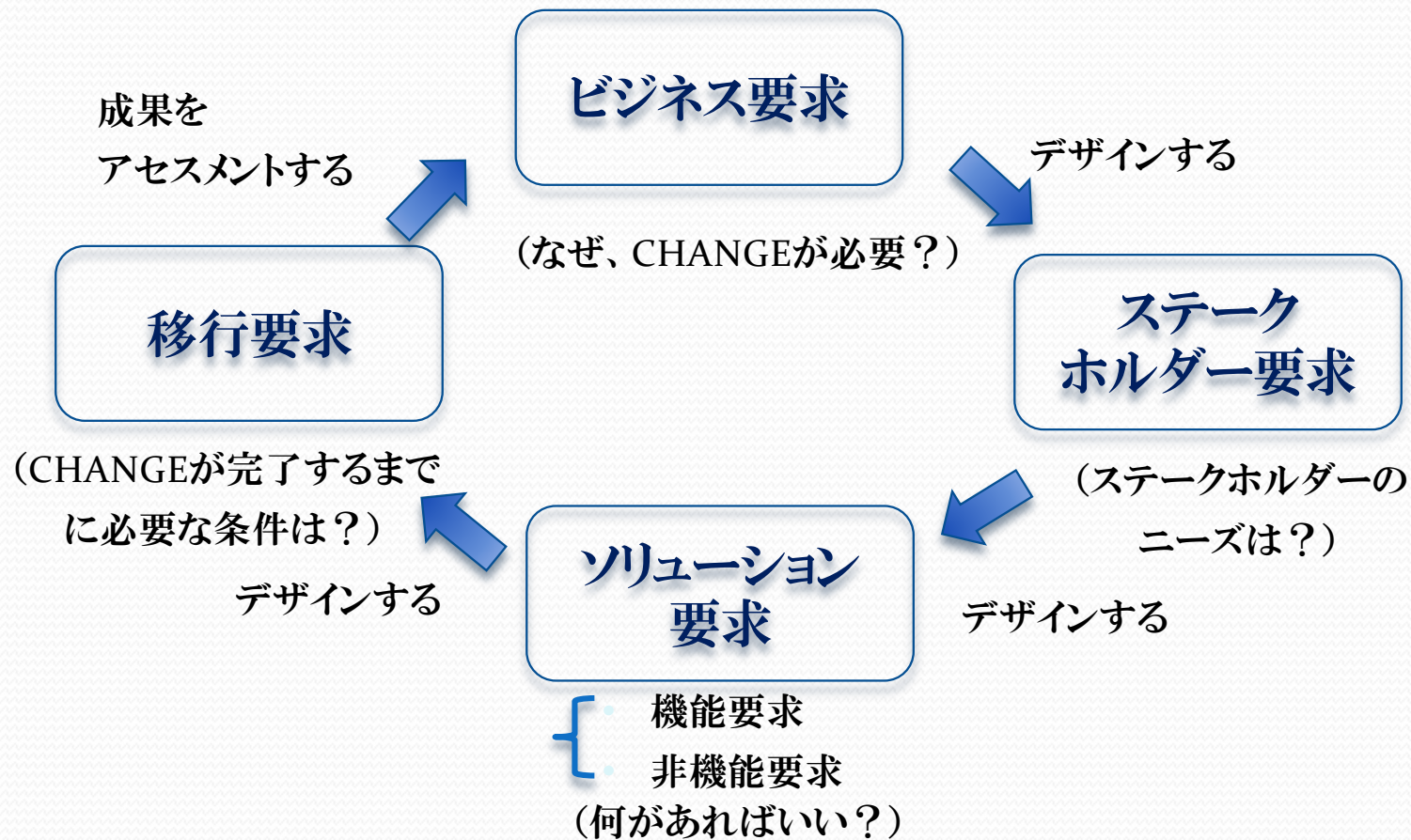
ビジネス要求：組織全体の目標や戦略を達成するために必要な高レベルのニーズを指す。例えば、市場シェアの拡大や顧客満足度の向上など。

ステークホルダー要求：プロジェクトに関与する特定の個人やグループのニーズや期待を指す。これには、経営陣、顧客、エンドユーザーなどの要求が含まれ、業務要求とも呼ばれる。

ソリューション要求：具体的なシステムやプロセスの機能に関する詳細な要求を指す。これは、機能要求（システムが提供する具体的な機能）と非機能要求（パフォーマンス、セキュリティ、ユーザビリティなど）がある。

移行要求：新しいシステムやプロセスに移行するために必要なデータ変換や移行手順に関する要求です。

要求とデザインのサイクル



BAはIT部門に所属しPMより人数が多い

PM /
PMO

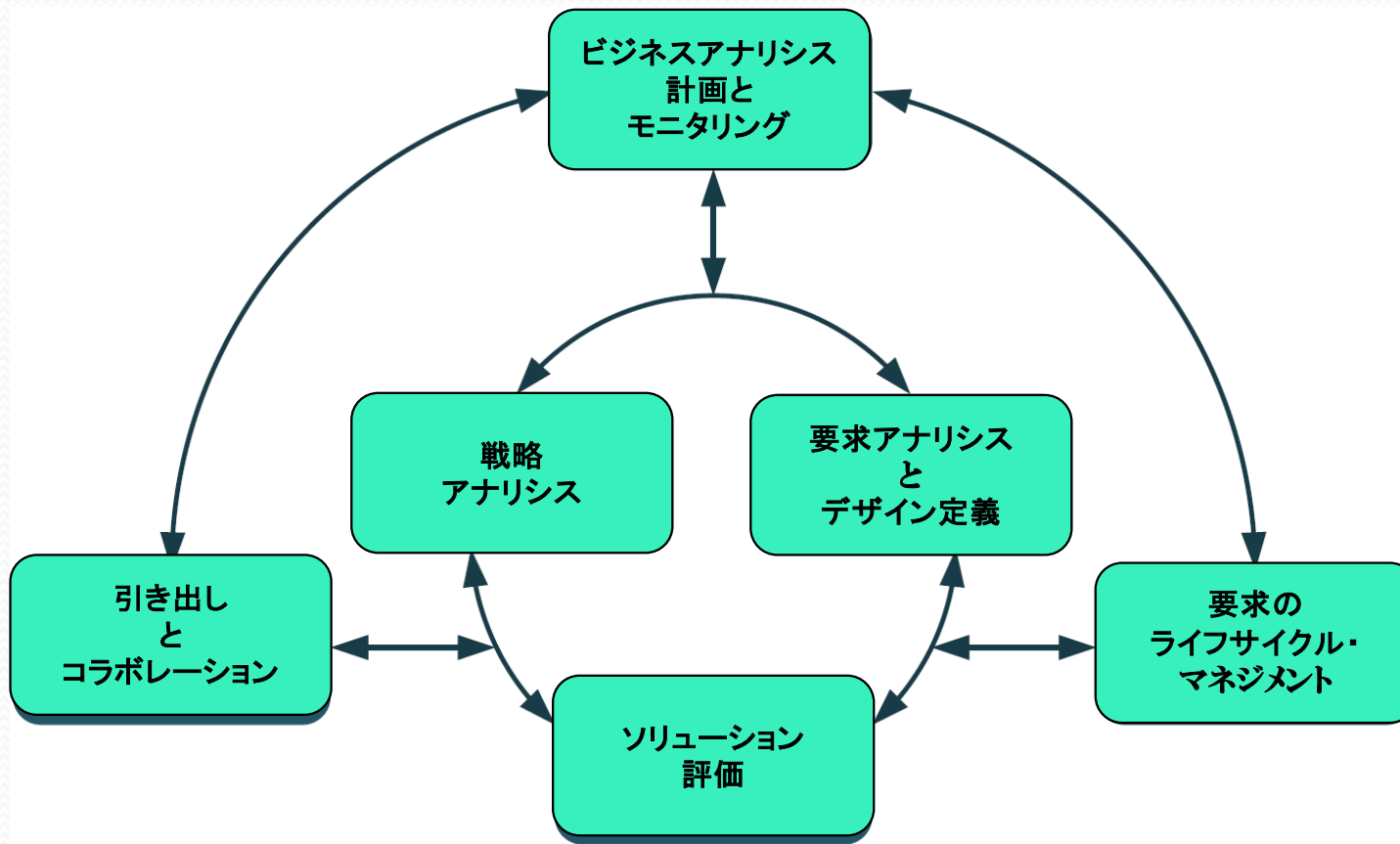


**各ビジネスの領域を担当する
ビジネスアナリストが
業務とITの両方がわかった上でその橋渡しができる！
なんとERPに4人ものBAがいる！**

Desk

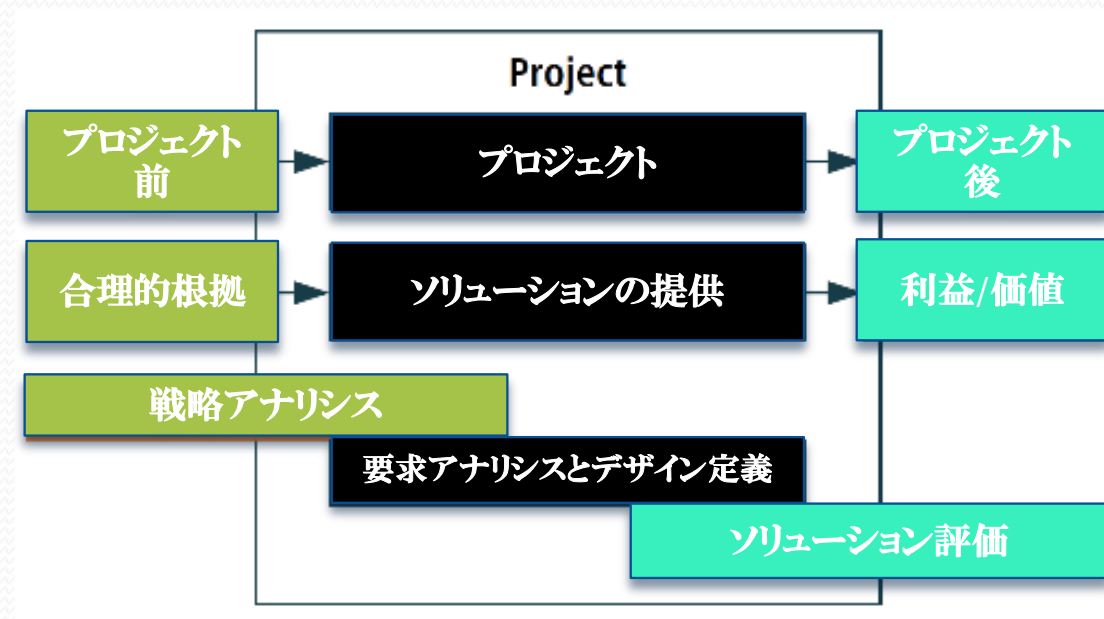


BABOK® V3 知識エリアの関係



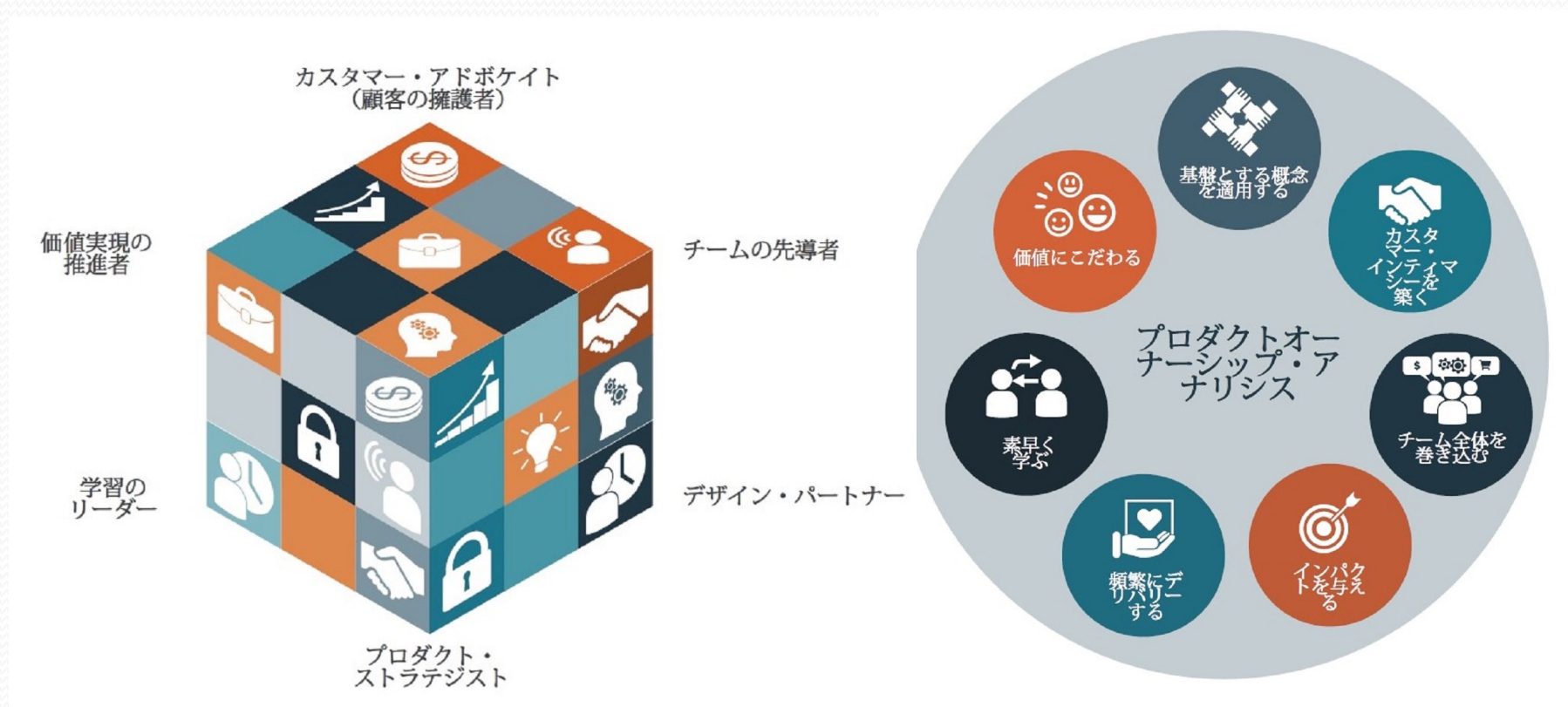
PURPOSE OF THE BABOK®

- プロジェクトの境界を超えるビジネスアナリシス



- ビジネスアナリシスは**価値**の実現に責任を持つ必要がある

POA (プロダクトオーナーシップ)



ビジネスアナリシスとプロダクトオーナーシップ

- “Why”を”How”へ変換する
- 要求を管理する
- 要求をモデル化し伝える
- ソリューションを通してチェンジを可能にする

ビジネス
アナリシス

**BUSINESS
ANALYSIS**

POA

**PRODUCT
OWNERSHIP
ANALYSIS**

プロダクト
オーナーシップ

**PRODUCT
OWNERSHIP**

それぞれの焦点

- ステークホルダー・エンゲージメント
- プロセスの理解
- 問題の理解
- 意思決定
- フィードバックとコミュニケーションを管理する

- “Why”と“What”を決定する
- プロダクトのビジョンとロードマップ
- 提供可能な**価値を管理**する
- カスタマー・アドボカシー

* カスタマー・アドボカシー：徹底的に顧客側に立って物事を考え実行する信頼ベースのマーケティング手法

アジャイル・マインドセットと7つの原則

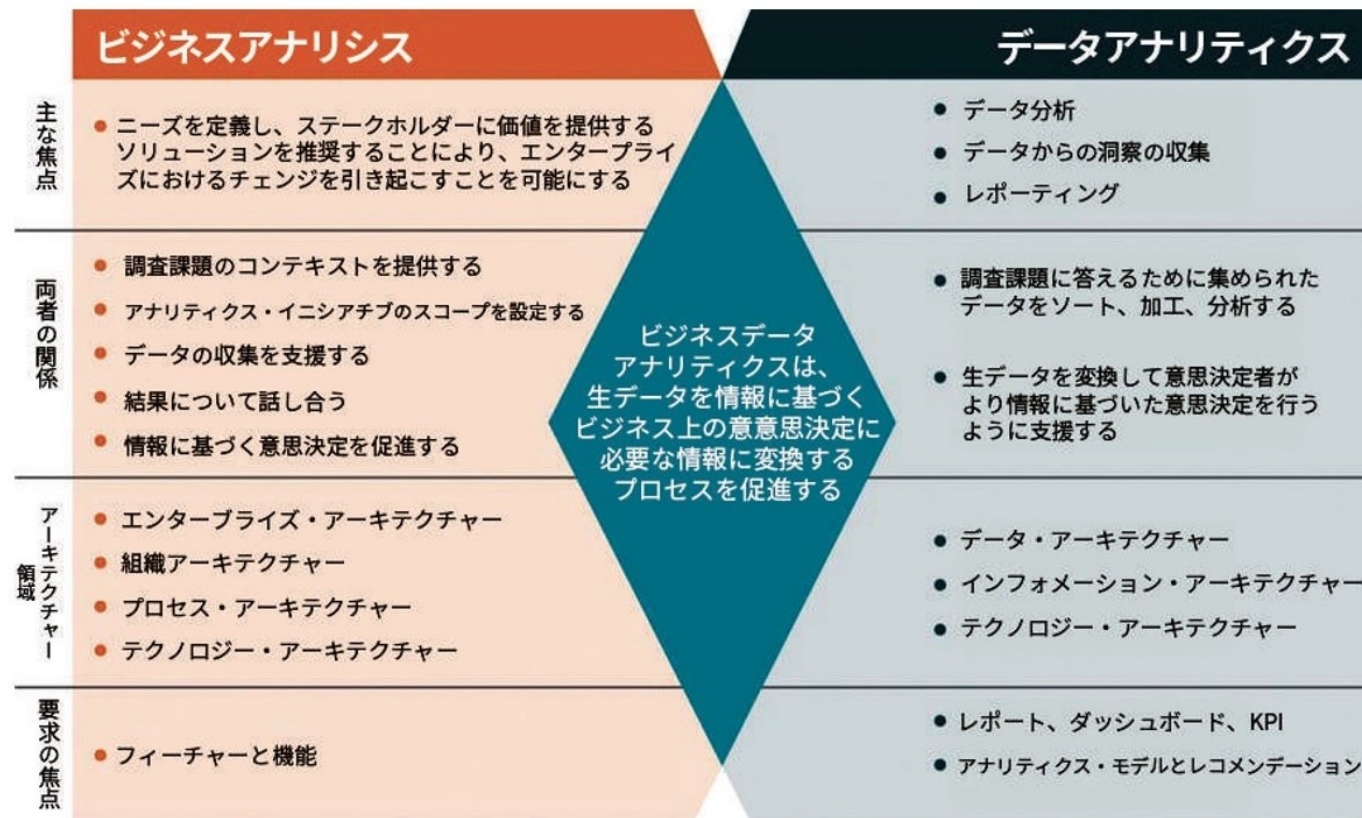
アジャイル・マインドセット

- 迅速かつ一貫して価値を提供する。
- 果敢にコラボレーションする。
- 学ぶために反復する
- ムダを省くためにシンプルにする。
- コンテキストを考慮し、現実適合する。
- フィードバックを反映し、プロダクトとプロセスの両方を最適化させる。
- 最高品質のプロダクトを生み出す。

アジャイルBAの7つの原則

- 全体を見る
- 顧客として考える
- 価値あるものは何かを決めるために分析する
- 例を使って真実を得る
- 実行可能なものは何かを理解する
- コラボレーションと継続的改善を促進する
- ムダを省く

ビジネスアナリシスとデータアナリティクス



ビジネスデータアナリティクスはデータを情報に変換するプロセスを促進し、情報に基づくビジネス上の意思決定をガイドする

日本のITの導入はなぜ失敗するのか？

- ニーズと要件にギャップがあるから
- どんな価値を創造するのかコンセプトが明確ではない！

WHYやWHATをないがしろにするため失敗する！

(事業戦略・事業計画、システム化の方向性、システム化計画、要件定義)

DXも同じである！！！！

ITの導入において今後何が重要になってくるのか

- 企画
- システム
- 外部
- 内部
- プログラミング
- テスト
- 運用・保守

ITを導入する
価値の大部分は
ここで決まる！

重要ではあるが
今後はコモディティ化
も進むのでは

実装の自動化が
進むにつれ
PMの役割も減少する

ビジネスアナリスト

ITアーキテクト

プロジェクト・マネージャー

実装エンジニア

ますますビジネスアナリストの役割が重要になる！

は
る！

ちなみに、私が入社して三年目に与えられた課題

- 最新鋭工場建設プロジェクトに参加、生産管理システムの設計を任される
 - 個々のプロセスの制御から、群管理→生産管理へ拡張



入社3年目に技術の粋を集めた最新鋭工場
の生産管理システムの設計を任せられました。
さて、何をどうすればいいの？

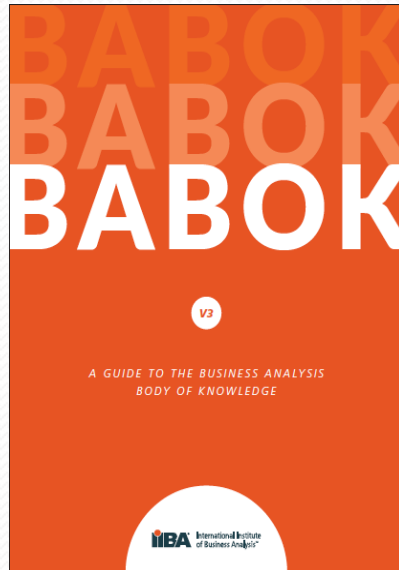
フレームワークや知識体系を活用しよう！

- **COPICS**というIBMのフレームワークを勉強し、それに沿って考えた・・
- 体系化された知識体系
などを学ぶことで
新たなジャンプが可能に！



ITについてもっと深く学ぼう！

世界標準の知識体系(BOK)等に学ぶ



ITABOK

DMBOK

Enterprise Architecture

要件定義 / 要求分析

検証

受入れテスト (UAT)

システムテスト (ST)

基本設計
(外部設計)

検証

結合テスト (IT)

詳細設計
(内部設計)

検証

単体テスト (UT)
ソースレビュー

実装
(プログラミング)

ITIL

SWEBOK

PMBOK

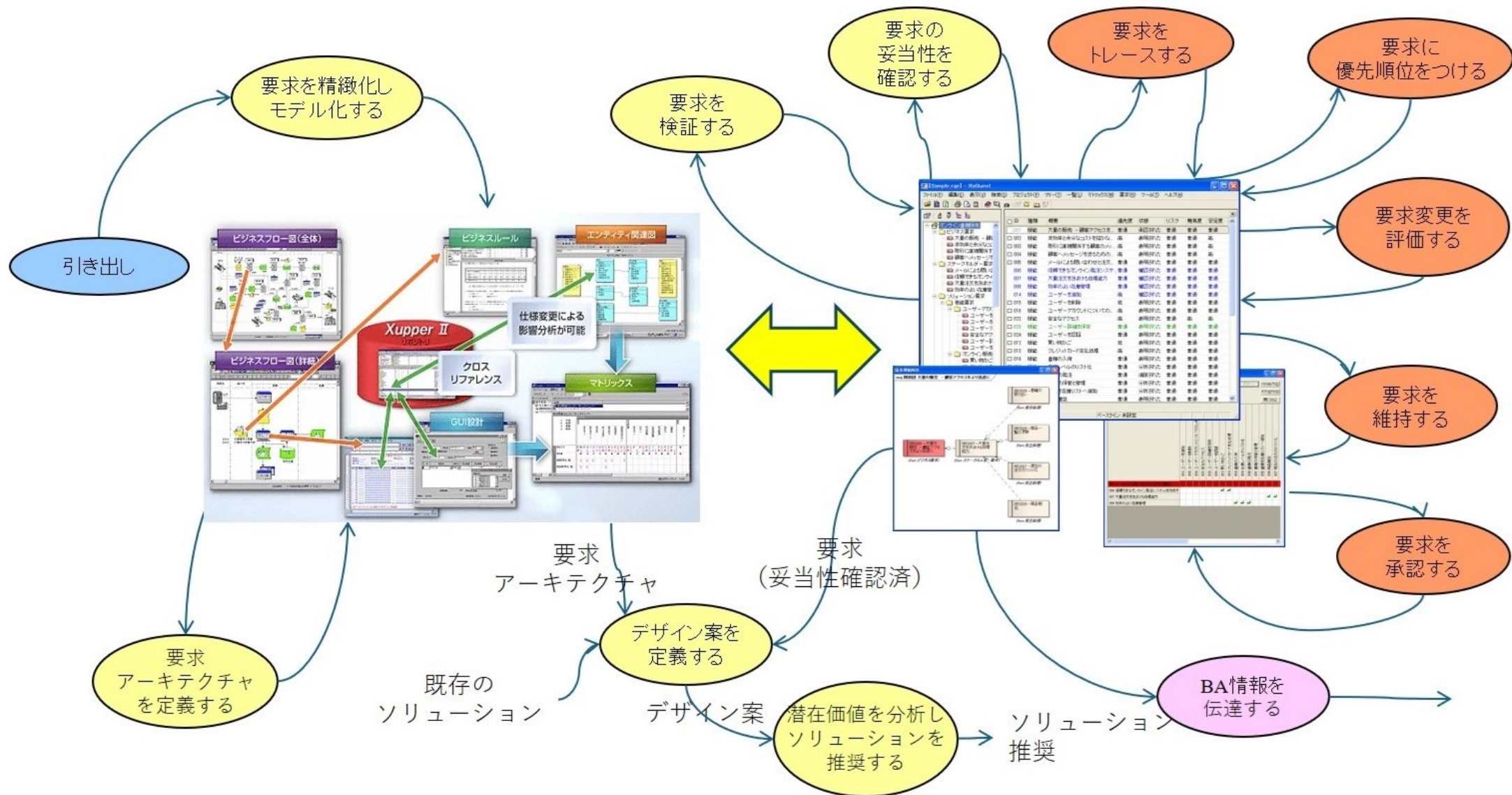
©HMedia Allrights reserved

要求アーキテクチャを構成する様々なモデル

5W1H	What	Who/Where	How/When	Why
------	------	-----------	----------	-----

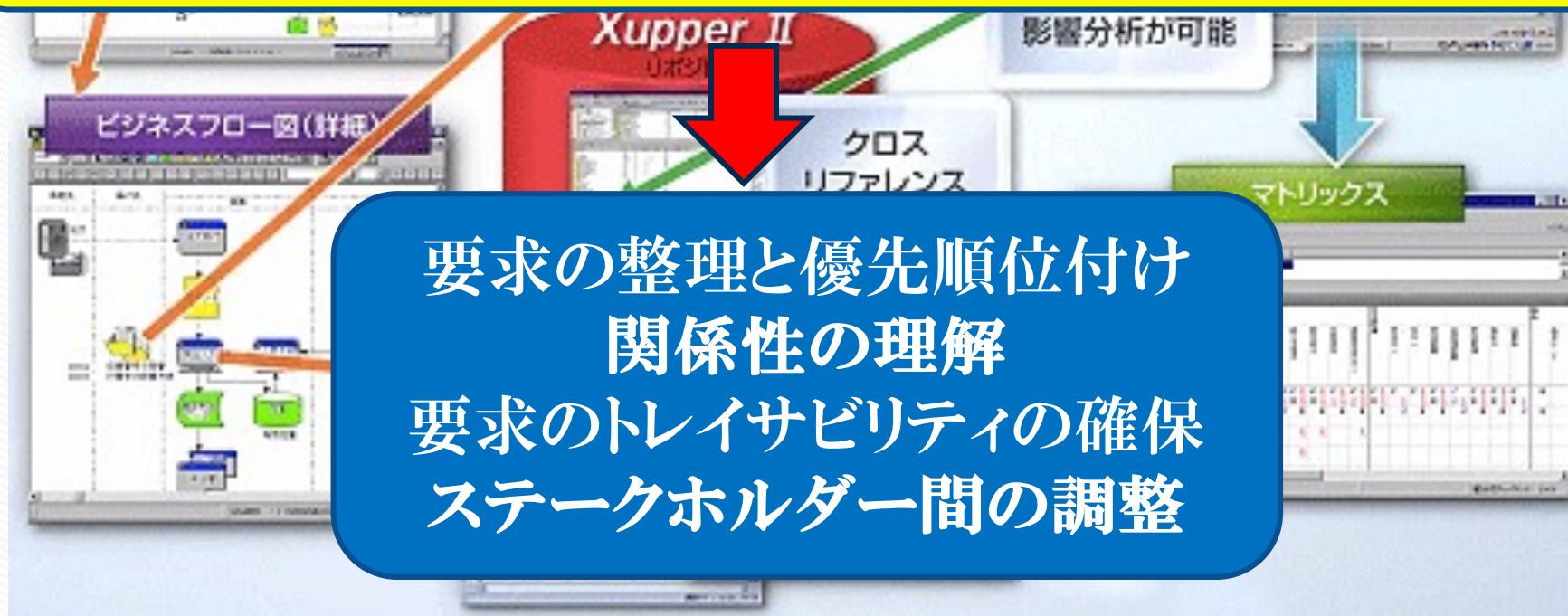
要求アーキテクチャは複数のモデリングテクニックを使用し、それらのモデルを関係づけ、複数の視点で見ることにより、要求の抜けや漏れを見つけることで整合性を担保する。

**ビジネスアナリストはツールを使い要求を
体系化・構造化（要求アーキテクチャ）する！**

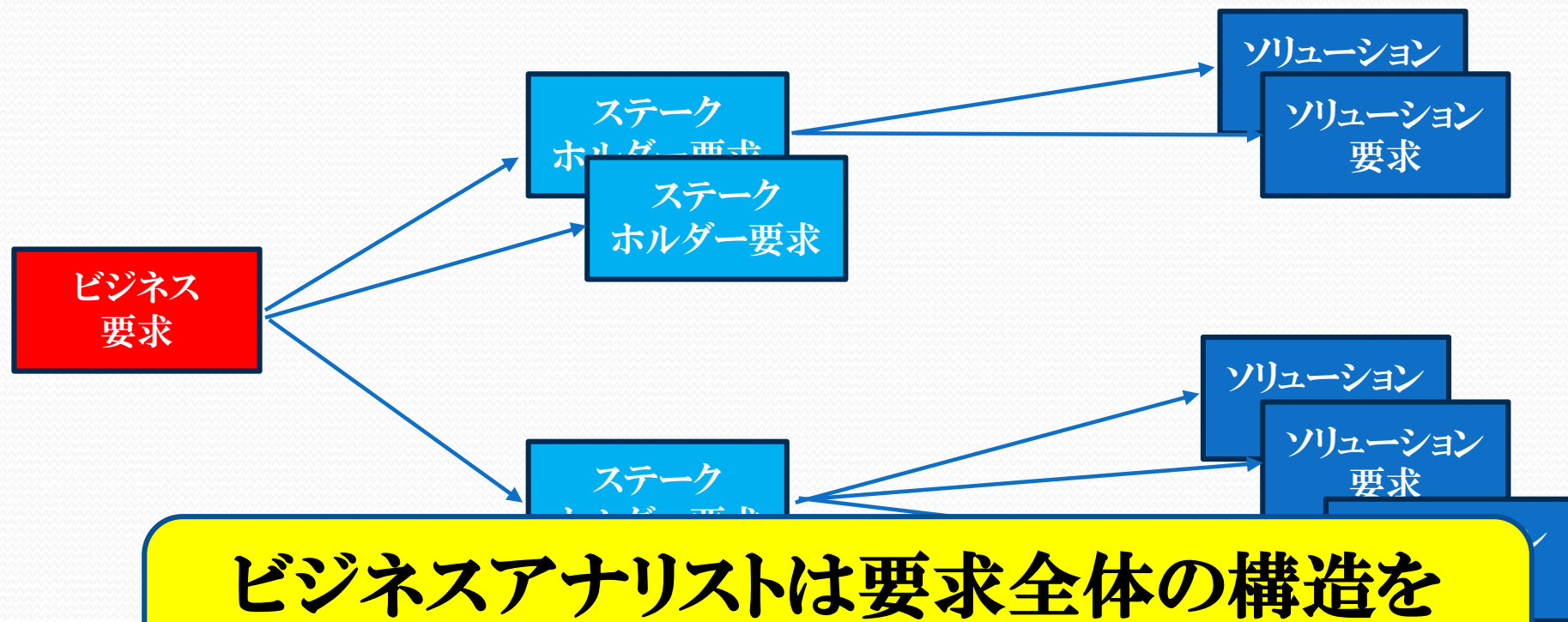


要求アーキテクチャとその支援ソフトの例

要求アーキテクチャは複数のモデリングテクニックを使用し、それらのモデルを関係づけ、複数の視点で見ることにより、要求の抜けや漏れを見つけることで整合性を担保する。



要求の基本構造



ビジネスアナリストは要求全体の構造を「要求アーキテクチャ」として見える化する

「私がやってきたこと、そこから学んだこと」ITLeadersに連載！

- 【第1回】 積水化学入社、ITの醍醐味を手を動かして知る
- 【第2回】 MITに留学、しんどいことこそリターンも大きい
- 【第3回】 人工知能ビジネスを目指したIT子会社～そこで住宅事業の難題に挑戦
- 【第4回】 IT子会社で様々なシステムを開発しながら学んだこと
- 【第5回】 情報システム部長に就任、四面楚歌の中でIT部門の構造改革を断行
- 【第6回】 なぜ積水化学では電子メールからグループウェアまで内製したのか
- 【第7回】 「
- 【第8回】 オ
- 【第9回】 全
- 【第10回】
- 【第11回】
- 【第12回】
- 【第13回】 デジタルビジネス時代を迎えてIT部門の向かうべき方向(1)
- 【第14回】 デジタルビジネス時代を迎えてIT部門の向かうべき方向(2)
- 【第15回】 次世代のIT部門のリーダーに向けて伝えたいこと

「ITLeaders 寺嶋」で
検索してみてください！

思ふこと

面される