

37 期 事業部計画書

アジャイル事業部

平成 28 年 8 月 1 日

第 2.0 版



第 1 章	第 37 期 事業部計画	3
第 1 節	計画書および計画の位置づけ	3
第 2 節	事業部ビジョン（将来像）	3
第 3 節	事業部スローガン	4
第 4 節	事業部方針および目標	5
第 5 節	事業部.succ!.....	16
第 6 節	事業部内体制図	19

永和システムマネジメントは 35 期（2014 年 8 月）からスタートした中期計画（3 カ年）の 3 年目であり、本計画書は 35 期の事業部計画書をベースに作成しています。

第 1 章 第 37 期 事業部計画

第 1 節 計画書および計画の位置づけ

アジャイル事業部計画書の位置づけは以下の通りとする。

- ◆ マネージャおよび担当責任者のコミットメントを記したもの。
- ◆ アジャイル事業部のビジョン・目標・方針を記したもの。

アジャイル事業部計画の目的は以下の通りとする。

- ◆ アジャイル事業部の方針を示し、期中に発生する様々な判断の基準を示すもの。
- ◆ 計画書に書かれている内容からは判断できない事態が発生したときはアジャイル原則と各自の良心に則って判断し、行動する。

アジャイル事業部を取り巻くコミュニティにアジャイル事業部計画を広く知ってもらうため、この計画書をインターネット上に公開する。

第 2 節 事業部ビジョン（将来像）

アジャイル事業部のビジョンは、

『私たちのやり方で 同じ志を持つ仲間と

お客さまへの共感をもって ソフトウェア開発を続けていく』

である。

私たちが一緒に仕事をしたいと思える仲間や私たちを評価してくださるお客さまを増やすために、Ruby やアジャイルのコミュニティへの影響力をより高める。

37 期末の姿として、具体的には、

- ◆ 《私たちのやり方》(*) を評価してくださる PO(プロダクトオーナー)が増えている。
- ◆ Ruby やアジャイルの調査で企業を回ったときに、「どこに行っても永和さんの名前が出てきますね」と言われるようになる。

の 2 つを目指していく。

*：《私たちのやり方》とは《アジャイルなプロセス》と《妥協のないエンジニアリング》によってお客さまに価値を提供し続けることである。

第 3 節 事業部スローガン

『俺のアジャイル』

私たちがソフトウェア開発を続ける上で忘れてはいけないことがある。それは『ソフトウェアは人が人のために作っている』ということである。

《私たちのやり方》はオレオレの自己満足であってはいけない。ソフトウェアの利用者の立場や実現したいことへの共感があった上で、《私たちのやり方》を徹底して実践することこそが、事業部長（俺）の考えるアジャイルである。

アジャイル事業部の前身となるサービスプロバイディング事業部は 2002 年の東京事務所開設と同時に立ち上がった。アジャイル事業部の生業である Ruby とアジャイルでの受託開発は、2006 年頃から社内の有志を中心に LLWG というワーキンググループを立ち上げ、Ruby とアジャイルで仕事をしようという機運が盛り上がったことがきっかけである。東京事務所開設当時は開発者だけでできる範囲でアジャイル開発をまわしていた。その後、LLWG 立ち上げ後はお客さまを巻き込んでアジャイル開発を行っていく時期に入る。そして、さらに 2011 年頃からは、お客さまから RFP が出てくるよりもっと手前の段階から開発に入り込み、私たちがいいと思う枠組みでできるプロジェクトを作っていこうとする動きが出てきた。

このような歴史の中で対外的には、当社の名前は「アジャイルの永和」として知られるようになった。メンバーの草の根活動からはじまった活動が、ビジネスとしても成立し、8 年の歳月を経てひとつの事業部となったことは大きな成果である。また、「アジャイルの永和」にあって、永和システムマネジメント 35 年の歴史の中で、はじめて「アジャイル」を冠した事業部が立ち上がることとなったことは、意義があることである。アジャイル開発の「元祖」「本家」「本流」という評価に恥じないよう、私たちが正しいと思う《私たちのやり方》(*) を貫徹していきたい。

《私たちのやり方》を実践することで以下の価値をお客さまに提供する。

- A)お客さまの社内で部門間（事業部門や営業部門など）の壁を取り払い、同じ目標に向かって、売りやすい売りたいくなるプロダクトを開発する。
- B)現実的なゴール（納期、スコープ）を目指して開発を進めることで、最適品質の成果物が手に入る。
- C)動作するきれいなコードを手に入れることができ、継続した運用・メンテナンスが可能になる。
- D)お客さまの組織に所属する PO や開発者が《私たちのやり方》を経験し、さらにレベルアップする。

*: 「アジャイル」が世の中に浸透するにつれて、様々な「アジャイル」が出てきた。当社が「アジャイルの永和」としてお客さまから声をかけていただく際にも、私たちが得意とすることや目指す方向性とは違う期待（「速い」「安い」「どんな変更でも受け入れられる」）を持たれることが多くなってきた。こういった状況の中で私たちが良いと信じるやり方を定義したものを《私たちのやり方》と呼んでいる。具体的な内容は「営業（受注）方針」に記載。

第 4 節 事業部方針および目標

(1) 事業部方針および目標

1. 事業部方針

業界に対する影響力を高め、《私たちのやり方》で開発ができるようになることを目指す。
生業であるソフトウェアの受託開発と人材育成を楽しみ、極めることで、私たちが将来の自分たちの姿を描き、幸せになれるようにする。
私たちのビジョンを実現するために、以下の方針に沿って行動していく。

- ◆ 《Ruby×Agile》ビジネスが、業界（ソフトウェアをビジネスの中心に据えている企業）に対して、アドバンテージを獲得していくために一定のスケラビリティ（影響力の拡大）をとる。

当社が業界に対して必要不可欠な存在となることによって、《Ruby×Agile》ビジネスが継続していけるようにする。

2. 事業部方針を達成するための作戦

上記の事業部方針を達成するために、以下の作戦をとる。

A) 《コミュニティ》は《Ruby×Agile》ビジネスの源泉である。私たちはコミュニティと共生する。

アジャイル事業部の仕事の大半がコミュニティでの人と人とのつながりがきっかけになっている。人と人とのつながりを作るために、《コミュニティ》に積極的にコミットメントしていく（OSS の開発、実績・事例発表など）。

《コミュニティ》とのつながりを強化するために、発信力と求心力がある人材を重用する。

B) 《永和ファン》を増やし、《私たちのやり方》でできる仕事を生み出す。

《永和ファン》は《私たちのやり方》に理解があるお客さまである。《私たちのやり方》でできる仕事を増やすためには、《永和ファン》を増やすことが一番の近道である。

とは言え、《私たちのやり方》で仕事を行うための環境がプロジェクトの最初から 100%が整っていることはまずない。お客さまの担当者が《永和ファン》であったとしても、お客さまの社内事情や様々な制約のために《私たちのやり方》ができないことがある。《永和ファン》であるお客さまを支援し、お客さまの課題を解決する手助けを行う。

C) 持ち帰り開発を推進することで社内の《コミュニティ》を活性化する。

社内でプロジェクト間の技術交流を活性化させることで、メンバーの一体感を高めるとともに熟達環境を整え、メンバーの技術レベルを底上げする。

D) 永和システムマネジメントの《看板》として、常に新しいチャレンジをする。

- ① プロジェクト eiwakun と価値創造契約を《看板》として積極的に露出する。
- ② 私たちの強みを活かした新しいサービスを展開する。

E)プロジェクト eiwakun のビジョンを実現する。

自分たちが胸を張って社外のエンジニアに語れるプロダクト(群)を世に出す。
自分たちが良いと信じるプロダクトで、アジャイルなチームの仕事の質をもっと高める。
収益を上げることは目的ではないが、自分たちのプロダクト(群)が世の中に認められて収益を上げられればなおよい。
詳細は「(5) 事業部重点施策」に記載。

F)価値創造契約で私たちのサービスコンセプトと、その背後にある自信と覚悟を伝える。

引き合いをいただいた顧客に価値創造契約を紹介することで、当社の自信と覚悟と伝える。
詳細は「(5) 事業部重点施策」に記載。

G)NEXT 戦略グループの各事業部と連携する。

案件情報や要員情報を共有し、全社受注体制に貢献する。
社内の他事業部のエンジニアを Ruby エンジニアとして育成し、引き合いのピーク時に応援してもらえるようにする。
アジャイル事業部から他事業部への内部発注拡大を事業部.succ!とする。
【目標】内部発注額■非公開■千円

H)戦略マップ(*)で事業の進捗を計る。

着実にビジョンに向かっている実感を持ち、アジャイル事業部メンバーの個々の力を最大限に活かすために、戦略マップを使って、アジャイル事業部全体で目標・事業進捗を共有する。また 3 か月ごとに戦略マップをふりかえり、成長を実感できる運営を行う。
*: バランス・スコア・カードの一環

3. 事業部目標

ビジョンに対する進捗度合いを『Rubyist と Agilist(*)の人数 (社員、フルコミットに近い BP も含む)』で測ることとする。Rubyist と Agilist が増えていくということは、「私たちのやり方で私たちが一緒にやりたい人たちとお客さまへの共感をもってソフトウェア開発を続けていく」ということである。
3年後の到達点として、Rubyist と Agilist を 30 人にする (34 期末の時点で 13 人)。

この指標を採用する理由は、「2. 事業部方針を達成するための作戦」の A) にも記載している通り、アジャイル事業部の仕事の大半がコミュニティでの人と人とのつながりをきっかけとしており、《コミュニティ》とつながる Rubyist と Agilist を増やしていくことが私たちの事業継続に必要な不可欠なためである。

また、戦略マップ (別紙) の KPI を計測することとする (37 期の目標値は別途定める)。

*: Rubyist / Agilist とは、ここでは、Ruby やアジャイルのコミュニティに積極的に関わり、一定のプレゼンスがあるメンバーを指す。

(2) 営業（受注）方針および目標

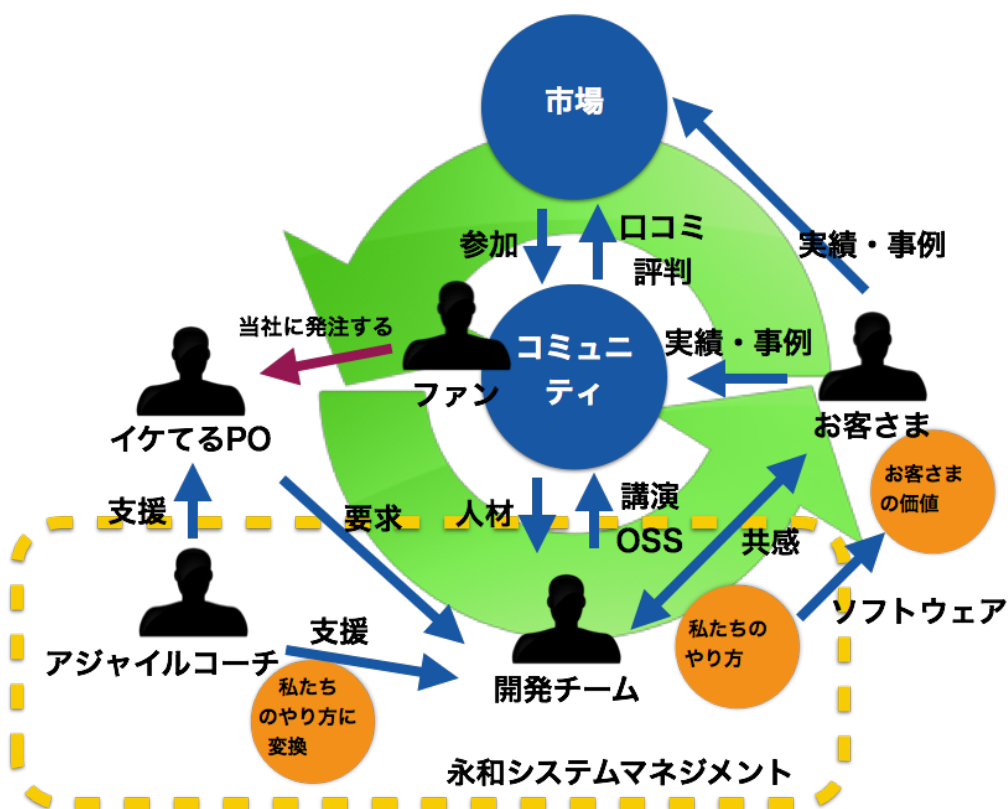
1. 営業（受注）方針

《私たちのやり方》でできる案件を優先して獲得していく。私たちのやり方が成立するための条件は以下の通りである。

なお、以下は優先度順を示していない。

- A) プロダクトオーナーが安定的にユーザーストーリーを提供している
- B) プロダクトオーナーが強い権限を持っており、プロダクトやチームの方向性が定まっている（組織の政治やチーム外のステークホルダーからの外圧によってブレない）
- C) プロダクトオーナーと開発チームが要求や状況の変化に応じて、開発スコープを調整し続けている
- D) 開発チームが技術的な正しさや品質を追求している
- E) 開発チームが技術要素を選定している
- F) 開発チームが他のベンダやインフラ担当、デザイナーと協調して対応にあたっている（対応のスピード感やスキル面が当社からの期待と一致する）
- G) チームがコミュニケーションするための適切なツールを使っている

上記の条件に合致する案件を増やすため、《永和ファン》を増やすための、エコシステムを循環させる活動をする。



2. 営業目標

各グループの事業の特性に応じた営業目標を、上記の事業部方針、営業（受注）方針に即して、各グループが定めるものとする。

(3) 採用・育成方針および施策

1. 採用方針

新しいアジャイル事業部の文化を創っていくため、積極的に新しい血を入れていく。新しい人を迎え入れられるような体制（育成できるプロジェクトや育成担当者）を確保する。

- A)【キャリア】即戦力を採用する。
- B)【キャリア】コミュニティから仲間を迎え入れる。
- C)【キャリア】100%の社員化に必ずしもこだわらない。(例:50%社員、他社への短期留学・人材交流)
- D)【新卒】素直で熱意のある人材を採用する。

2. 育成方針

以下の A～C は熟達の段階を表す。

- A)《技術的卓越》を追求する。
- B)《エクストリームプログラミング》の5つの価値を規範とする。
- C)お客さまや同僚に《共感》する能力を身につける。
- D)若手（0～3年目）を育成する。
 - ◆ 3年目は、コミュニティ、イベント、勉強会などの活動を通じて自己研鑽力を育てる。
 - ◆ 1～2年目は、育成に適している案件の受注や育成するためのアサインを伴うロス、プログラマとして1人前になる（技術力・仕事の仕方・自己研鑽力の向上の）ための時間確保に投資する。
 - ◆ 0年目は、入社時の立ち上がりを良くするために、入社前にインターンシップを推進し、基礎力（基本的なスキル）を身につけ、アジャイル事業部に慣れてもらう。

3. 採用・育成施策

- A)採用・育成担当を配置する。
 - ◆ 採用方針のもと、管理部とアジャイル事業部（事業部長、グループ長）とが連携して施策を打ち、事業の運営に必要なメンバーを確保する。具体的施策は状況を見ながら検討する。
 - ◆ 育成方針のもと、熟達の環境を整備するための予算（以下に記載）の権限を持つ。開発環境整備責任者を配置および任命し、予算執行等の権限や責任を委譲できる。
 - ◆ 育成方針のもと、プロジェクトアサインに関して育成の観点で助言する。
- B)採用していることを周知する。

Wantedly を活用する。
- C)学生バイトを受け入れる。

新卒採用につなげる足がかりとする（就活生に限らず、1,2年生も対象とする）。
内定者も対象とし、入社前教育を行う場としても機能させる。
- D)熟達の環境を整える。

従前通り、コミュニティ、イベントの参加費、書籍購入費などの教育／研修費、開発環境整備費を支援する。
- E)採用面談でエンジニアがエンジニアを面談し、評価する。

4. 育成にかかる予算の考え方

アジャイル事業部では、以下のルールにて育成予算を試算し、管理していく。

なお、育成予算には、純粹に熟達（教育）目的のものと、当社のプレゼンスを高めるもの（広報活動的なもの）が含まれる。基本的には 36 期アジャイル事業部と同水準の予算枠とする。

- ◆ 育成予算は、売上額の■非公開■%を目安として試算する。
- ◆ 育成予算は、勘定科目の『教育／研修費』をベースとしない（旅費交通費、広告宣伝費なども含まれる）。
- ◆ 育成予算は収益状況に応じて見直す場合がある。

5. 表彰制度

アジャイル事業部では、以下の資格を表彰制度の対象とする。なお、対象資格は期中変更出来るものとする。

- ◆ Ruby 技術者認定 Platinum
- ◆ Rails 技術者認定 Gold
- ◆ Certified Scrum Professional

また、主に以下の下位資格は、これまでの通りグループの教育予算に計上し、支援していく。

- ◆ Ruby 技術者認定 Gold / Silver
- ◆ Rails 技術者認定 Silver / Bronze
- ◆ Certified Scrum Master
- ◆ Certified Scrum Product Owner

(4) 運営方針

1. 事業部長が楽しいと思える事業部運営

アジャイル事業部は Ruby やアジャイルのコミュニティそのものである。コミュニティ運営のような高揚感や一体感を感じられる運営を行う。

そのために、ナイスな人たちが正しいと思っただけで済ませられるようにする。これは私たちが Ruby やアジャイルのコミュニティからコミュニティ運営の鍵として学んだことである。

正しいと思っただけで済ませることが他のメンバーや事業部の利益とコンフリクトした場合、事業部長が苦渋の決断をする。判断基準は事業部長の良心に従うものとする。

2. 役割と権限

グループ長や事業部スタッフの助言を受けながら、最終的な意志決定は事業部長が行う。決定した方針に基づき、グループ長が資源を最大限活用しながらグループ運営を行い、計画を達成する。

職権上、社内規定に抵触するものは仮想運用とする。

各担当責任者の役割は以下の通り。

- ◆ 事業部長
 - 受発注、アサインの最終判断を行う。
 - 案件、商談の優先度の判断を行う。
 - 投資の最終判断を行う。
- ◆ グループ長
 - 運営会議で決定した方針を元に、経営資源を最大限活用しながらグループ運営を行い、グループ計画を達成する。
 - アサイン権限を持つ。
 - グループ予算の執行権限を持つ。
 - 収益責任を持つ。
 - メンバーの育成・評価・モチベーションマネジメントを行う。 ※事業部スタッフ（対象・育成担当）と協力して行う。
 - やり方を《私たちのやり方》に変える。
- ◆ 事業部スタッフ（運営支援チーム）
 - 受注、アサイン、採用・育成に関する助言。外部コミュニティとの関係構築。
 - 採用・育成担当
 - 人材の流入を増やす。
 - コミュニティ担当
 - コミュニティと共生する。
 - 戦略的にコミュニティとの関わりを持ち、業界への影響力を高める。
 - 開発環境整備担当
 - 熟達の実環境作り。
 - プロジェクト eiwakun 担当
 - 新しいアイデアが出てくるような環境をプロデュースする。
 - 新しいアイデアが出てきたときに、プロジェクト eiwakun として実施できるようにサポートする。
 - プロジェクト eiwakun を中心とした社内外のコミュニティを育てる (Idobata を外部に発信し、人が集まる場を形成するため、Idobata コミュニティのコミュニティマネージャをフェロー活動の一環として角谷氏に依頼する)。

A)受発注およびアサイン権限

受発注・アサインの判断は、運営会議（合議制）の中で行う。運営会議では、事業部長、グループ長、事業部スタッフが集り、いろいろな方向性から意見を出し合って、検討し、判断する。決裁はグループ長もしくは事業部長が行うものとする。

- ◆ 受注基準(※)を下回る場合および新規顧客の場合は、事前に事業部長の承認を得る。
※■非公開■
受注時プロジェクト営業利益率(管理会計基準)とする。
- ◆ 他事業部との協業案件、新規の取引（顧客、パートナーともに）は、事前に事業部長の承認を得る。

B)グループ経費予算の執行権限

- ◆ 教育研修費予算の執行権限を採用・育成担当に委譲する。
- ◆ 開発環境整備費(アジャイル事業部のインフラおよびツール等の開発環境を整備する費用)の執行権限を開発環境整備責任者に委譲する。
- ◆ その他の経費の執行権限はグループ長とする。
- ◆ 予定外、個別予算を超える場合は、グループ長もしくは事業部長に事前相談する。
- ◆ 予算執行は、収益状況を十分に考慮する。

3. レポートライン

以下のレポートラインで事業部および事業を運営していく。

- ◆ グループ長は、事業部長に直接報告・連絡・相談する。
- ◆ 事業部スタッフは、事業部長に直接報告・連絡・相談する。
- ◆ グループ内のレポートラインは必要に応じて別途定める。

4. 事業部会議体・施策

A)一斉会議（継続）

- ◆ 目的
以下の4点とする。
 - ・事業部メンバー間の集う動機（きっかけ）を作る。
 - ・事業部・会社の状況を共有する。
 - ・リリースを労い祝う。
 - ・メンバー同士がお互いのことをよく知る。
- ◆ 開催日程
毎月第三木曜日 17時00分～18時00分とする。
※一斉会議前後にグループミーティング、勉強会などをあわせることを推奨する。
- ◆ アジェンダ
事業部、全社の業績報告（5～10分）
グループ・リリース報告（5～10分）
MVP表彰（5～10分、四半期毎）
※グループ長、事業部スタッフの意見、メンバー投票の結果を参考に事業部長が選出する。
月替わりイベント（30～40分）
事務連絡（5～10分）
ピザパーティ（60分、不定期）
- ◆ 参加者：アジャイル事業部メンバー

B)運営会議（継続）

- ◆ 目的
以下の 5 点とする。
 - ・商談の優先度、アサインの意志決定を行う（最終決定は事業部長が行うが、運営会議でメンバーの助言を得る）。
 - ・事業部、事業の運営の推進力と作戦力を高めるために、事業部課題の検討を行う。
 - ・プロジェクト課題の対策を検討する。
 - ・月次、空き稼働、商談状況を共有する。
 - ・管理職育成の場とする。
- ◆ 開催日程
毎週水曜日 10 時 00 分～12 時 00 分とする。
- ◆ アジェンダ
 - ・戦略マップのアクションプランの進捗確認と対策検討
 - ・プロジェクト課題の対策検討
 - ・月次、空き要員、商談状況（新規商談、提案状況、仮アサイン）の共有
- ◆ 参加者：事業部長、グループ長、事業部スタッフ

C)戦略会議（継続）

- ◆ 目的
変化を実感しながら、年度を超えて連続性をもって組織として成長できるよう、四半期ごとに戦略マップ（事業部計画相当）を見直す。見直し対象は、戦略そのものや、アクションプラン、優先度、リソース配分など。
- ◆ 開催日程
四半期終了前後の運営会議枠で実施する。
- ◆ アジェンダ
 - ・戦略マップふりかえり
 - ・計画ミーティング
- ◆ 参加者：事業部長、グループ長、事業部スタッフ ※運営会議メンバー

D)ランチ会「ふみひこの部屋」（継続）

- ◆ 目的
事業部長がメンバーのことをよりよく知る。
メンバーが事業部長のことをよりよく知る。
- ◆ 開催日程
不定期。
- ◆ アジェンダ
・特になし
- ◆ 参加者：事業部長、メンバー（1～数名ずつ）

E)ランチ給付金

- ◆ 目的
プロジェクト間での交流を増やす。
お互いのことを知り、気軽に相談できる相手を作る。
- ◆ 内容
プロジェクトが異なるメンバー3人でランチに行ったときにランチ代を補助する。

(5) 事業部重点施策

1. プロジェクト eiwakun

A)ビジョン

- ◆ 「自分たちが胸を張って社外のエンジニアに語れるプロダクト(群)を世に出す。」「自分たちが良いと信じるプロダクトで、アジャイルなチームの仕事の質をもっと高める。」という当初のビジョンを引き継ぐ。

B)募集、採択

- ◆ アジャイル事業部内にプロジェクト eiwakun 担当を設置し、新たなプロダクトが出てくるようメンバーを啓発する。企画は通年募集とし、プロジェクト eiwakun 担当がメンバーと個別に対話をしていく中で、新たなプロダクトの芽を拾い上げる。最終的に採択するかどうかは事業部長が決裁する。

C)継続／やめる基準

- ◆ プロジェクト eiwakun として採択したプロダクトには、「自分たちが胸を張って社外のエンジニアに語れる (ブランディング)」「アジャイルなチームの仕事の質を高める」・「自分たちのプロダクトで収益を上げる」のいずれかに合致する KPI を決めて 4 半期毎に継続するかどうかの判断をする。目標とした KPI が 2 期連続 (半年) で達成しなかった場合には、そのプロダクトへの投資をやめる (もしくは大幅に縮小する)。

D)対象

- ◆ プロジェクト eiwakun で取りあげる対象は、Idobata のようなサービスに限らず、ライブラリでもよい。メンバーが自由な発想でチャレンジし、成長できる場にする。

E)副次的な目的

- ◆ プロダクトを開発する過程で、新しい技術の検証やトレーニングを行い、受託開発のプロジェクトに新しい技術をスムーズに導入できるようにする。

F)Idobata の方向性

- ◆ Idobata は当社のブランディングに活用する。Idobata はユーザーが作成した OSS の周辺ツールを取り込みながら成長させていく (公認する、メンテナンスを引き取る)。
- ◆ Idobata をより多くの人に使ってもらい、フィードバックを得て、よりよいプロダクトに育てるため、オンプレ版を提供する。導入・運用のサポートは実施せず、GitHub のコラボレータ権を販売する。Idobata のユーザーと当社が、利用者 (使う側) と開発者 (作る側) という関係ではない、新しい関係を目指す。
- ◆ より多くの人に Idobata を知ってもらい、使ってもらうために利用事例や TIPS を定期的に公開する。
- ◆ Idobata オンプレ版の提供を事業部.succ!とする。【目標】受注額■非公開■千円

G)予算

- ◆ Idobata が■非公開■千円、Idobata 以外の eiwakun が■非公開■千円とする。

2. 価値創造契約

A)位置づけ

- ◆ 受託事業の中で、顧客に提案を行っていく上でのひとつのバリエーションとする。引き合いをいただいた顧客に価値創造契約を紹介することで、当社の自信と覚悟と伝える。

B)改良点

①顧客と長期的な関係を築くための改良点

- ◆ 一部の案件でコミュニケーション不足や業務知識不足から、信頼関係が悪化し、負のスパイラルに陥った。この反省を活かし、顧客と長期的な関係が築けるように価値創造契約を改善する。
- ◆ ■非公開■
- ◆ 継続してメンテナンスできる体制を構築する。このとき、鍵となる業務知識を持ったフロント担当を一貫して(商談段階からメンテナンスフェーズまで)アサインする(契約上ではなく運用上の改良点)。

②マーケット課題(受注につながっていない)に対する改良点

- ◆ ■非公開■
- ◆ 価値創造契約のお金の流れや当社が負っているリスクを紹介することで、当社の自信と覚悟をよりリアルに伝える。

③ニーズとサービスのミスマッチに対する改良点

- ◆ 当社のビジネス上の制約(解約されない長く使われるシステムをターゲットとすること)と価値創造契約に魅力を感じるターゲット(スタートアップのような事業)がミスマッチである。
- ◆ 価値創造契約の「お客さまと当社がお互いに長く使えるシステムを作ることを共通のゴールとする」というコンセプトはぶらさない。したがって、ターゲットは変更しない。
- ◆ 価値創造契約の事例や価値創造契約を通して得た経験・ノウハウをコミュニティに発表することで、口コミや人の繋がりを利用し、価値創造契約を必要としているお客さまに出会うことを目指す。

C)予算

- ◆ 予算は■非公開■千円を想定。(プラン S、■非公開■件分)

3. 顧問

A)目的

- ◆ 同じ志を持ち、技術力が高く、ユニークなエンジニアが集まる社内コミュニティをより活性化させる。

B)施策

- ◆ 当社と縁のある Rubyist と年間定額で契約し、コードレビューを実施していただいたり、定期的に情報交換を実施したりする。
- ◆ チャレンジングな案件が出てきた際に、フリーランスの Rubyist (顧問や顧問からの紹介) に優先的に当社の案件を手伝ってもらえるようにする。
- ◆ 技術力の面で社外の人を巻き込まなくてはできないようなチャレンジングな案件を受注する (ボリュームを稼ぐことではなく、技術的な課題に対処するために外部委託する)。

4. 交換留学制度

A)目的

- ◆ 転職することなしに外の世界を経験し、新たな人間関係を構築するきっかけをつくる。
- ◆ 社外のメンバーを受け入れることで、社内においては活性化をはかり、社外においては永和ファンを増やす。

B)施策

- ◆ 一定期間、当社の卒業生がいる企業や Ruby コミュニティでつながりのある企業と人材を交換する。

第 5 節 事業部.succ!

(1) アジャイル事業部が esm.succ!に取り組む目的

アジャイル事業部の魅力は同じ志を持ち、技術力が高く、ユニークなエンジニアが集まっていることである。これまでになかった新たな試みにチャレンジし続けることにより、さらに事業部の魅力を向上させ、より多くのエンジニアが集まる場をつくりたい。

(2) 事業部.succ!

1. チャレンジングな案件の獲得

A)説明

メンバーが成長しているという実感を持てるようにすること、また「私たちのやり方」の道具立てを増やすことを目的に、チャレンジングな案件を受注し、取り組んでいく。

B)定義

- ・メンバーが新たに挑戦したい技術を採用できること

C)37 期目標

受注額 ■非公開 ■千円

(36 期実績 ■非公開 ■千円)

P.20 参照

2. 非開発者向けサービス(研修、コンサル)の拡大

A)説明

アジャイル開発のコーチが増え、競合が発生しているうえに、アジャイルコーチの内製化が進んでおり、飽和状態になってきている。

これまでのアジャイルコーチや、現場指導の経験で培ったノウハウを、他のアジャイルコーチがまだ行なっていない領域に拡大する。

B)定義

- ・企画者向けの仮説検証立案のコンサル、セミナー。
- ・非開発者向けの KPT セミナー。

「非開発者」とは、ソフトウェア開発を直接行わない方を指す。

例) 企画者、営業マン、看護師、UX デザイナなど

C)37 期目標

受注額 ■非公開 ■千円

(36 期実績 ■非公開 ■千円)

P.20 参照

3. 高次化アジャイルコンサルの拡大

A)説明

- ・アジャイル開発のコーチが増え、競合が発生しているうえに、アジャイルコーチの内製化が進んでおり、飽和状態になってきている。
- ・すでにアジャイル開発に取り組んでいる組織に対して、その組織に応じた「よりアジャイルな状態」にするためのコンサルティング(コーチ、セミナー)という、経験の少ないアジャイルコーチではできない領域でのサービスを拡大する。

B)37 期目標

受注額 ■ 非公開 ■ 千円

(36 期実績 ■ 非公開 ■ 千円)

P.20 参照

4. ライセンス販売の拡大

A)説明

- ・ACG はメンバーが 2 名であり、大きい案件は内部リソースでは不足し、また、少しでも稼働が空くと、売上に大きな影響を与える弾力の無い状況である。
- ・売上安定化のために、メンバーが実働しなくても、売上を確保できる、テキストの使用料などのライセンスの販売を拡大する。

B)37 期目標

受注額 ■ 非公開 ■ 千円

(36 期実績 ■ 非公開 ■ 千円)

P.20 参照

5. Idobata オンプレ版の提供

A)説明

- ・Idobata をより多くの人に使ってもらうことにより、フィードバックを得て、よりよいプロダクトに育てる。
- ・GitHub のコラボレータ権を販売するという、これまでになかった提供形態をとり、利用者（使う側）と開発者（作る側）という関係ではない、新しい関係を目指す。

B)37 期目標

受注額 ■ 非公開 ■ 千円

(36 期実績 ■ 非公開 ■ 千円)

P.13 参照

6. 内部発注の拡大

A)説明

- ・NEXT 戦略グループの各事業部と連携し、全社受注体制に貢献する。
- ・社内の他事業部のエンジニアを Ruby エンジニアとして育成し、引き合いのピーク時に応援してもらえるようにする。

B)定義

アジャイル事業部から他事業部への内部発注金額

C)37 期目標

内部発注額 ■非公開 ■千円
(36 期実績 ■非公開 ■千円)

P.6 参照

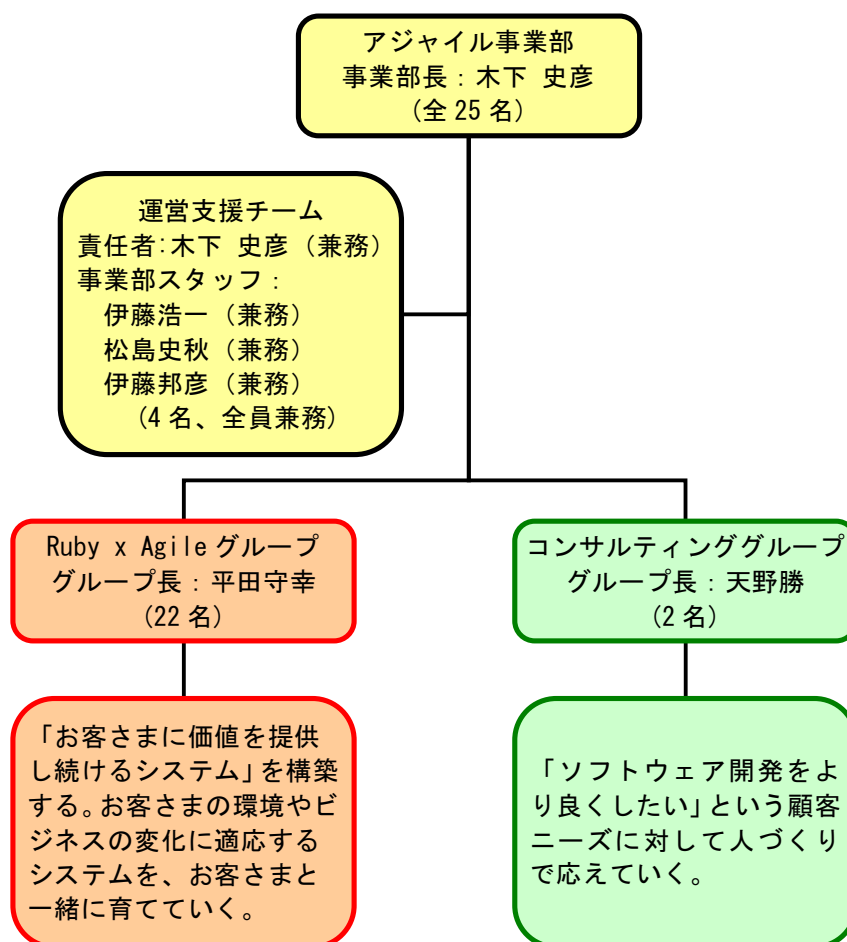
第 6 節 事業部内体制図

(1) 事業部全体

37 期も引き続き 2 グループ制 (Ruby x Agile グループ、コンサルティンググループ) で事業部運営を行っていく。

開発とコンサルでスキルセットや評価基準が違うことと、それぞれのグループがそれぞれの事業を延ばすことに注力していくためにグループを分ける。

(2) 事業部内体制図



※運営支援チームは、営業、採用・育成、事業推進において事業部を支援していく。

メンバーは木下、伊藤浩、松島、伊藤邦の 4 名。

伊藤浩は、採用・育成担当、コミュニティ担当を特命する。

松島、伊藤邦は、開発環境整備担当を特命する。

事業部(長)	グループ(長)	事業／投資／看板	責任者
アジャイル 事業部(木下)	Ruby x Agile グル ープ(平田)	受託開発(事業)	平田
		価値創造契約(コンセプト)	木下
		プロジェクト eiwakun(投資&看板)	木下
	コンサルティング グループ(天野)	人材育成(事業)	天野

- A)事業部長およびグループ長は、数字（売上、利益）の達成責任を担う。
 B)価値創造契約は、私たちのサービスコンセプトを示す広告塔と位置づける。
 C)プロジェクト eiwakun は、看板および育成の場と位置づける。

(3) eiwakun Lab

技術的なチャレンジと対外アピールを強化するための専門チーム。1 人月に満たない小型案件（Idobata の開発、価値創造契約案件の運用・メンテナンス、保守開発）も担当する。学生バイト（P.8 参照）の受け入れ先としても機能させる。

定期的にメンバーを入れ替える。