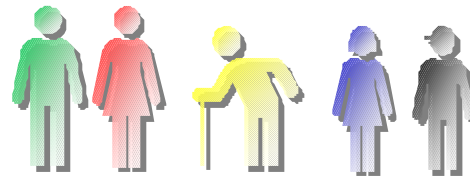




市場別SRDとは

サービス編, フィーチャ編

JBMA HCD小委員会 事例発表資料
(2002/1/9 南波)

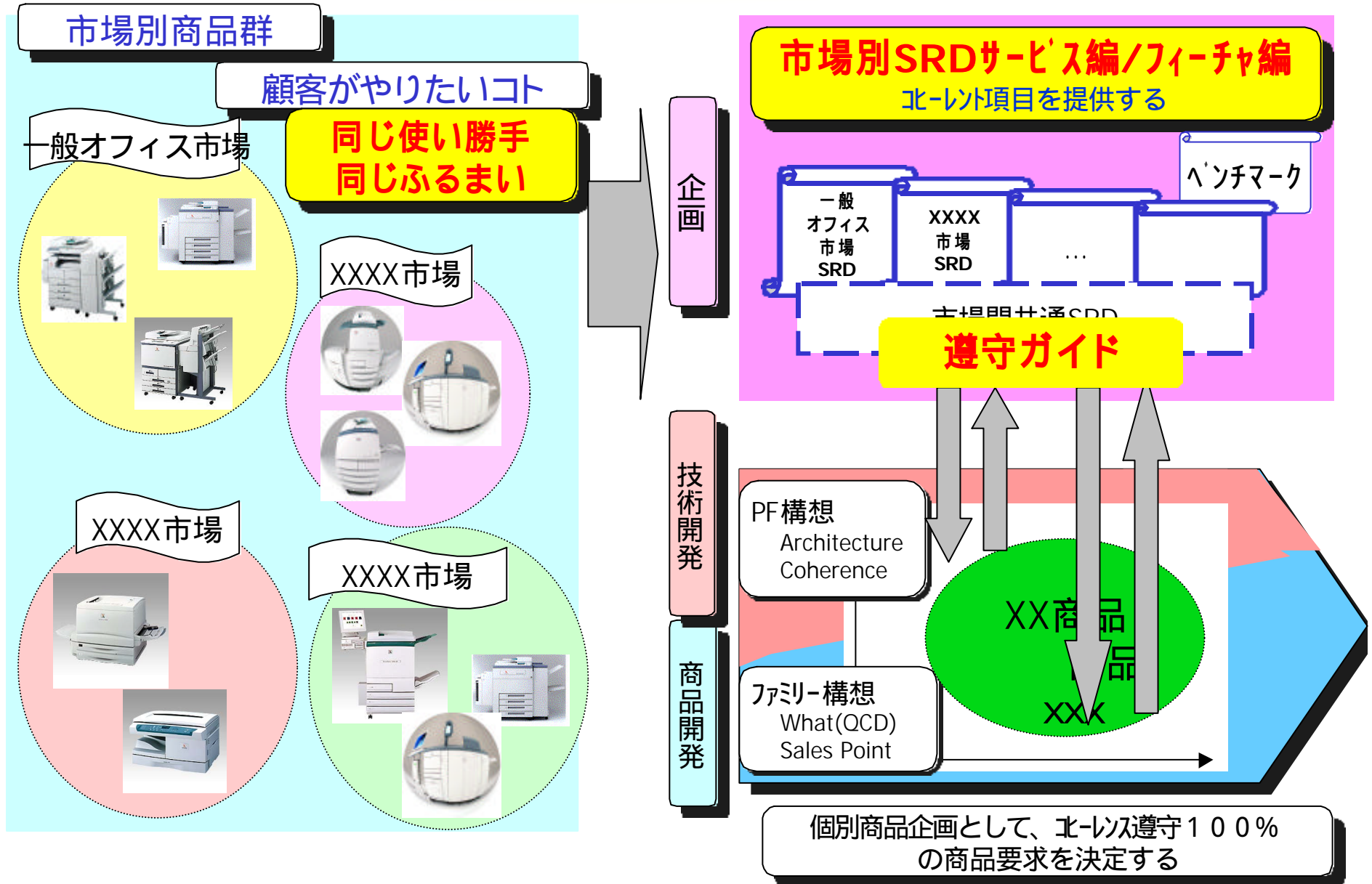
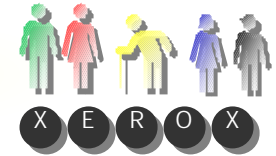


富士ゼロックス(株)

提出資料として抜粋
2002/1/10 南波

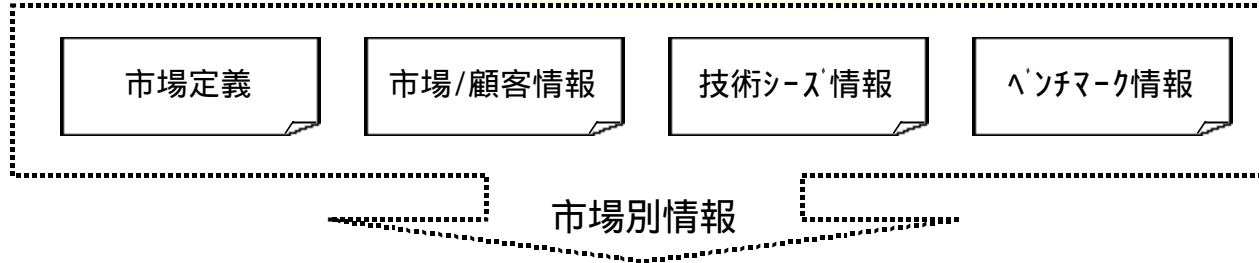


市場別SRDの提供と展開





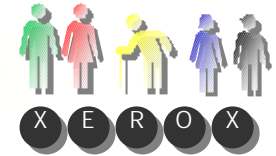
シナリオベースドデザインによる要求まとめ作業



	作業項目	作業チーム (:リード, その他主要メンバー)	アウトプット
ニーズ/シーズの整理と分析	ニーズ分析 データをもとに顧客ニーズの理解	品証部門 最終レビューは要求側メンバー参加	ニーズからのやりたいこと
	シーズ分析 技術シーズからの潜在ニーズ把握	企画部門 新規技術側メンバーおよび要求側メンバー	シーズからのやりたいこと
サービスの抽出と記述	サービス抽出 顧客が本来やりたいことを記述 (顕在/潜在ニーズ)	企画部門 HID, 商品企画, 品証など要求側チーム主体 新規技術は技術側メンバーも参加	やりたいこと記述 (サービスへの要求)
	サービス要求規定 ユーザ視点によるサービスへの要求や見せ方を規定する	企画部門 HID, 商品企画, 品証部門など要求側チーム 技術開発部門など技術側参加	市場別SRD (サービス編)
フィーチャの抽出と記述	フィーチャ抽出 シナリオなどによるフィーチャの抽出	企画部門 HID, 商品企画, 品証部門など要求側チーム 最終レビューは技術側メンバー参加 (テーマ毎のタスク活動)	機能シナリオなど
	フィーチャ要求規定 サービスにのせるフィーチャの規定		市場別SRD (フィーチャ編)



まとめ



SRDはユーザ視点の要求書であり、仕様書ではない

ユーザ視点による本来のやりたいことを記述

(技術ができることではない)

チーム活動が基本

(テーマに応じた作業チームの編成)

サービスとフィーチャによる二段階記述

(技術/システム構成レベルと使い勝手にかかわるレベル)

市場 : ユーザがやりたいことのグルーピング

サービス : 一人のユーザが一度にやりたい作業の要求

フィーチャ : サービスに必要なユーザが触る機能の要求