

SaaSデリバリー戦略

2023年11月9日

TOPPANデジタル株式会社

ICT開発センター DXソリューション開発部 1 T

棗田 昂



登壇者紹介

名前

棗田 昂

部署名

ICT開発センター
DXソリューション開発部

やってきたこと

カスタマーサクセス
プリセールス
システム開発・インフラ保守

趣味

サウナ・猫
漫画（ワンピース・ジャンプ系）



INDEX

目次

1. 会社紹介
2. デリバリーとは何か？
3. 各事業フェーズにおける「デリバリー」
4. あらためて、デリバリーとは何か？

本日の題材：review-it! for Package のご紹介

パッケージの目視校正負荷を最小限にするだけでなく
校正～社内回覧までの業務を自動化・オンライン化によって効率化



お知らせ ヘルプ&サポート

資料ダウンロード

無料トライアル申込

校正作業の負荷を

※
約**70%削減**

原稿との不整合、表記ゆれ、
修正後の差分を自動で検出！

✉ 無料トライアル申込

※30分かかった校正作業が10分に短縮
※自社調べ



校正現場のこんなお悩み、ありませんか？

- ✓ 1文字ずつ指差し確認しながらチェックしている
- ✓ 人の目だけで校正することに限界を感じている
- ✓ 印刷の手間や経費コストを削減したい



URL : <https://review-it-proofreading.com/>

本日のテーマ：「デリバリー」

我々がSaaS事業、
特にB2Bに販売していく上で
最も重要であるとする

「デリバリー」

という考え方を中心にご紹介します。

「デリバリー」とは？

デリバリー

=

価値の伝達

SaaSにおける「デリバリー」

0→1
(ゼロイチ)

顧客課題への
最小価値を検証でき
た状態を目指す

1→10
(イチジュウ)

事業が成立し
拡大の見込みが立っ
た状態を目指す

10→100
(ジュウヒャク)

事業拡大を
続けている状態
を目指す

SaaSにおける「デリバリー」

0→1
(ゼロイチ)

顧客課題への
最小価値を検証でき
た状態を目指す

1→10
(イチジュウ)

事業が成立し
拡大の見込みが立っ
た状態を目指す

10→100
(ジュウヒャク)

事業拡大を
続けている状態
を目指す

- 0→1**（ゼロイチ）におけるデリバリー
- 1→10**（イチジュウ）におけるデリバリー

0→1の定義

事業の種を見つけるフェーズ

0→1の「デリバリー」で一番重要な内容

本気で課題を解決しようとしている顧客に
熱量を持ってプロダクトが目指す
良い未来や提供したい価値を伝達する



いろんな立場の人がいるが
一隻の船に乗っている状態を目指す

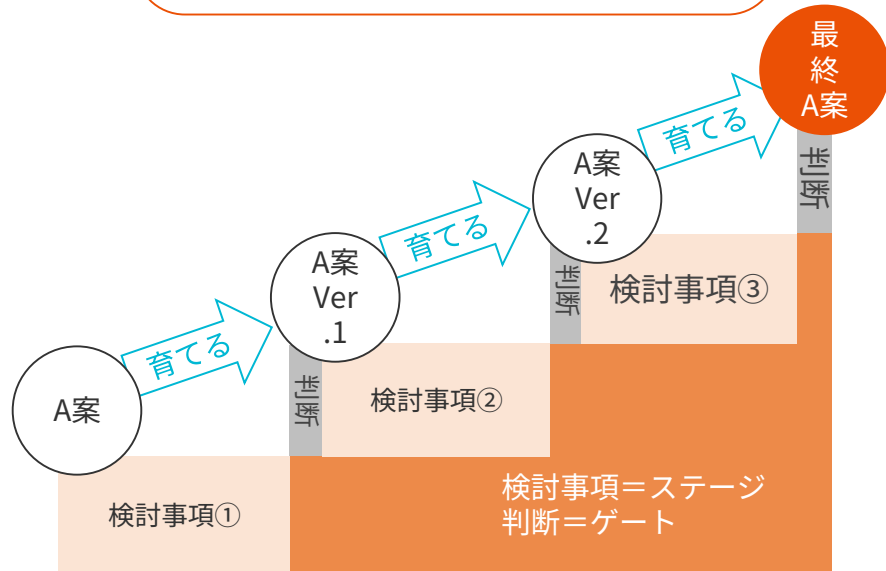
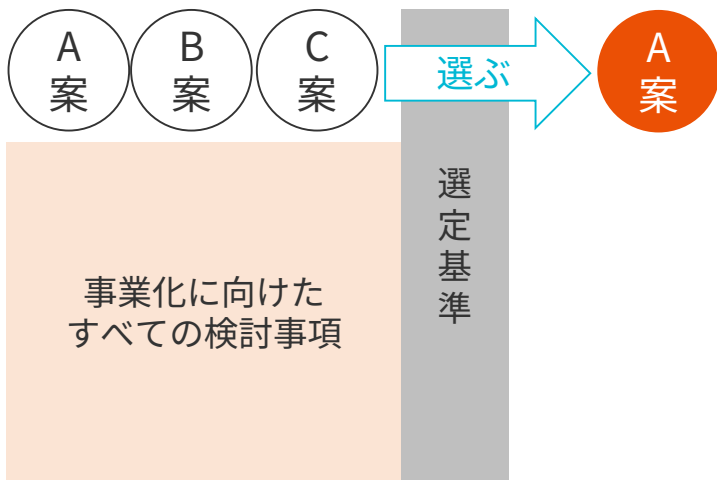
事業を拡大するために検討したこと（背景）

ビジネスコンテスト型

実行者がビジネスを考え
その中から優秀なものを
評価者が「選ぶ」

ステージ & ゲート型

実行者がビジネスを考え
実行者と評価者が協力して
優秀なものに「育てる」



0→1の「デリバリー」で一番重要な内容（重点）

0→1の「デリバリー」の重点

➤ 誰を対象にする？

- ① **ファーストクライアントになってほしい人**
- ② **社内の決裁者**

➤ 何を伝達する？

- ① **ファーストクライアント に対し**

ビジョン・リアリティ

- ② **社内 に対し**

パッション・本気度

- 0→1（ゼロイチ）におけるデリバリー
- 1→10（イチジュウ）におけるデリバリー

1→10の定義

事業化可能性を実証するフェーズ

1→10の「デリバリー」で一番重要な内容

メインストリーム市場の顧客に対して
あらゆる手を使って
提供しきれない価値・将来性を伝達する



**相手の性質に合わせた
価値の伝達の仕方が重要**

1→10の流れ

1. ファーストクライアントと検討してMVP^{※1}を作る

※1 MVP「Minimum Viable Product」：顧客に価値を提供できる最小限のプロダクト

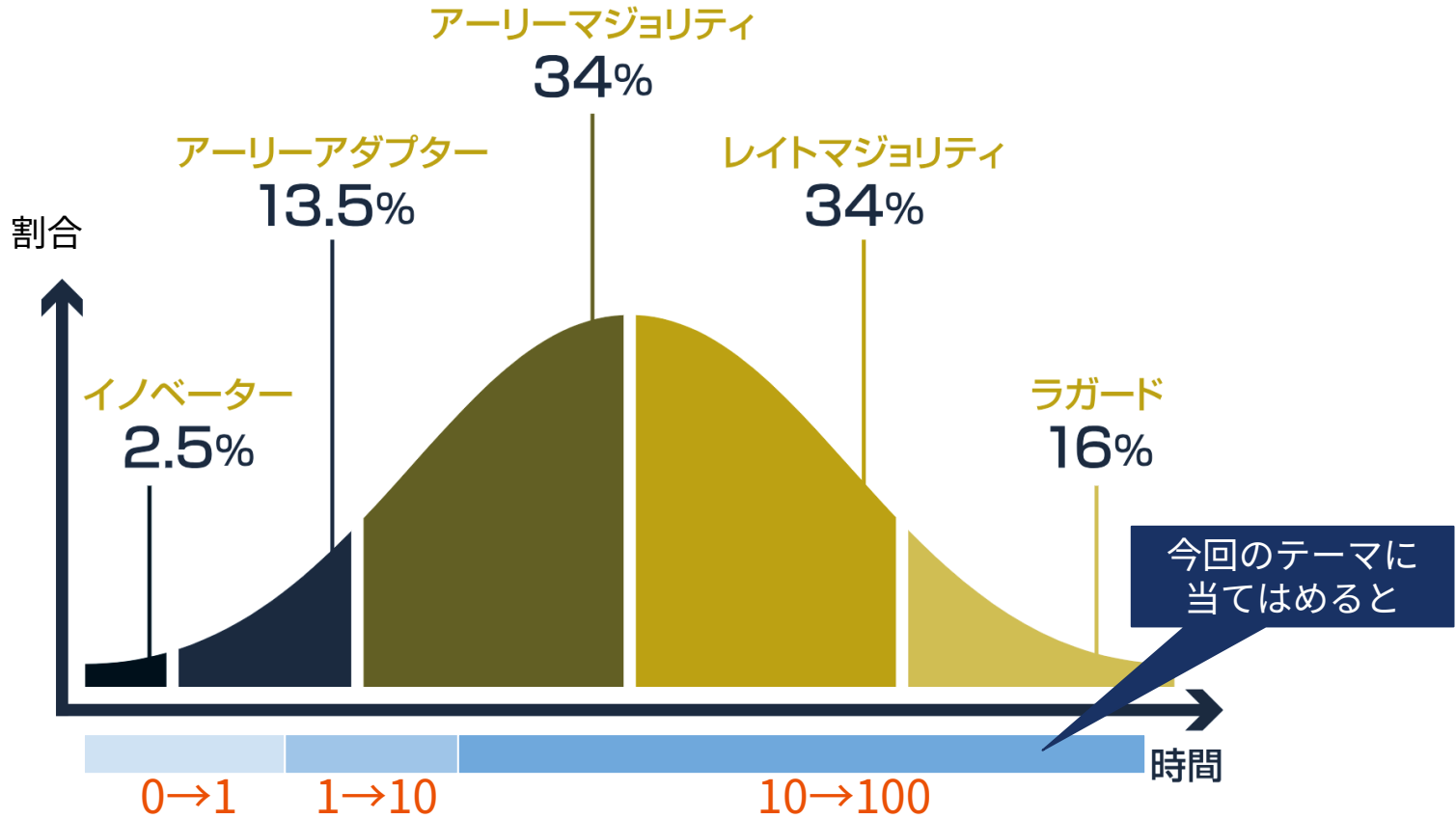
2. ファーストクライアント（+その他得意先）にクイックに提供

3. 要望を元に修正して、本番リリースする

大きな崖

4. 数十社買ってくれている状態 （メインストリーム市場への導入が可能な状態）

超えられない崖とメインストリーム市場



イノベーター理論の図

【イノベーター理論】市場に普及させる5つのマーケティング戦略
<https://swingroot.com/innovator-theory/>

メインストリーム市場とは



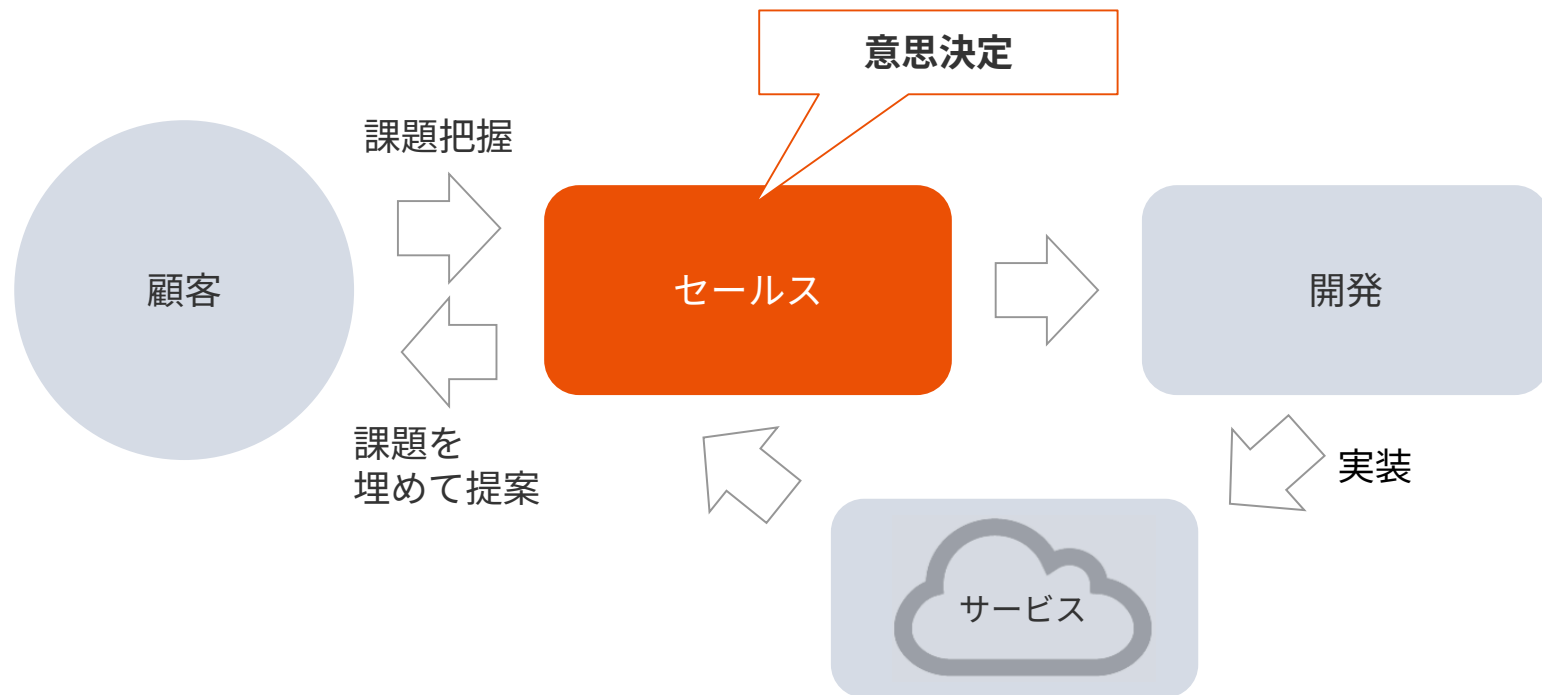
キャズム理論の図

【イノベーター理論】市場に普及させる5つのマーケティング戦略 <https://swingroot.com/innovator-theory/>



**プロダクトの改善
として実施したこと**

この状態からスタート



プロダクトFB「Ver1.0」

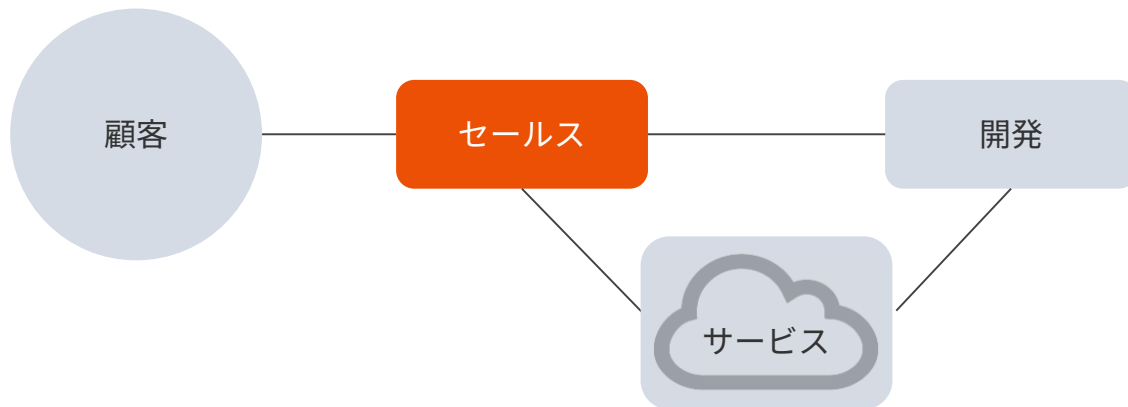
プロダクトFBループ「Ver1.0」で発生した問題

セールス

導入数を増やすため

顧客要望を受け改善前提での受注も・・・

セールス対応に追われる上に意思決定の難易度が爆上がり



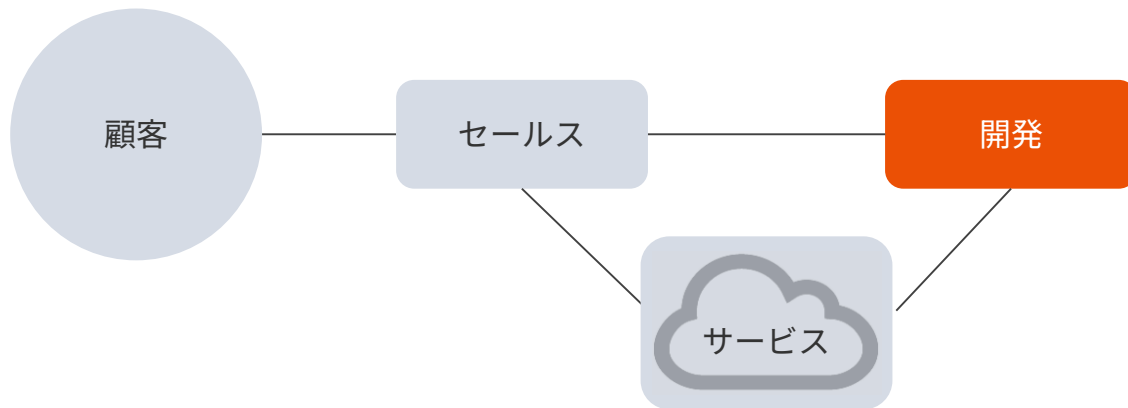
プロダクトFBループ「Ver1.0」で発生した問題

開発

導入につながる機能を話し合っなんとか折り合いをつけた

一方通行の開発依頼で納得感がなくなる

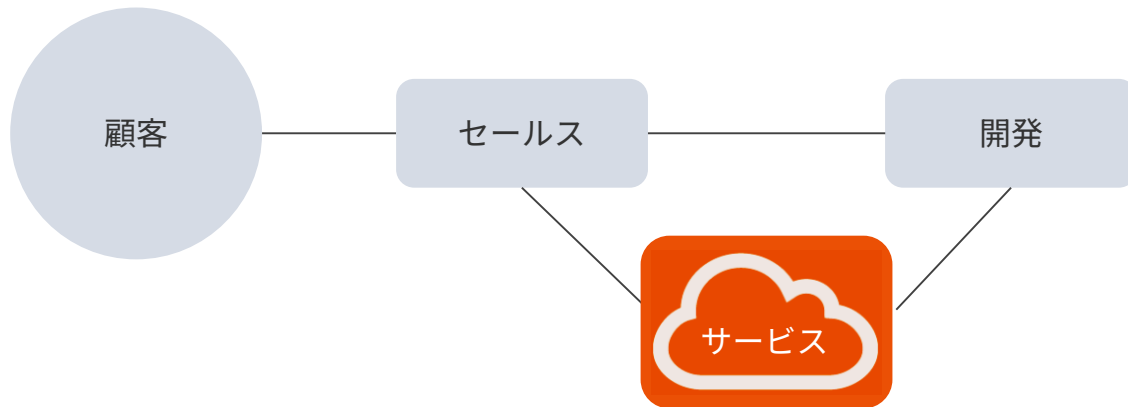
開発メンバーのモチベーションが低下



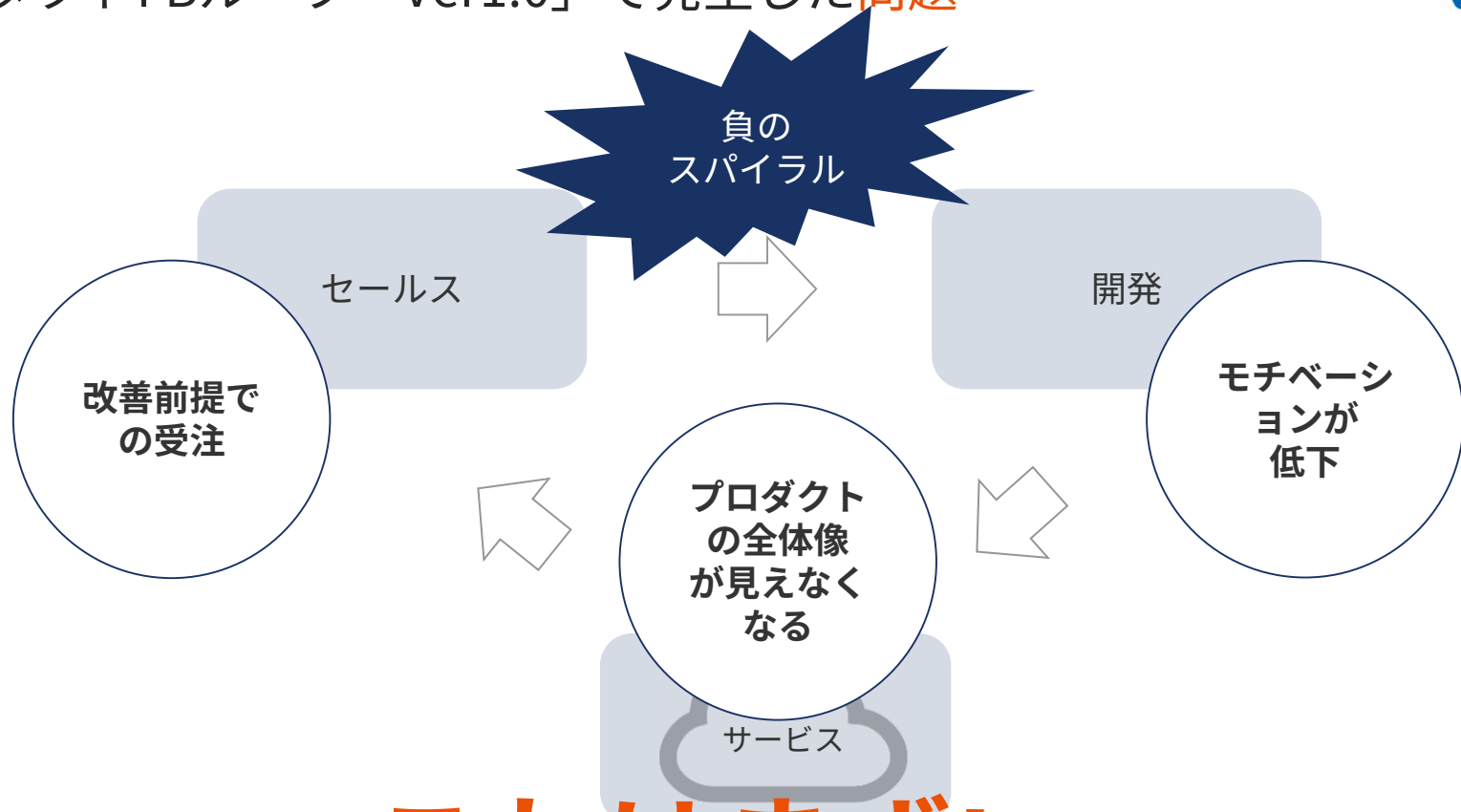
プロダクトFBループ「Ver1.0」で発生した問題

サービス


サービスの最終的なイメージを検討しながら走ってたが...
顧客ごとに使い方も異なるため、要望が多岐にわたる
プロダクトの全体像がぼやける




プロダクトFBループ「Ver1.0」で発生した問題



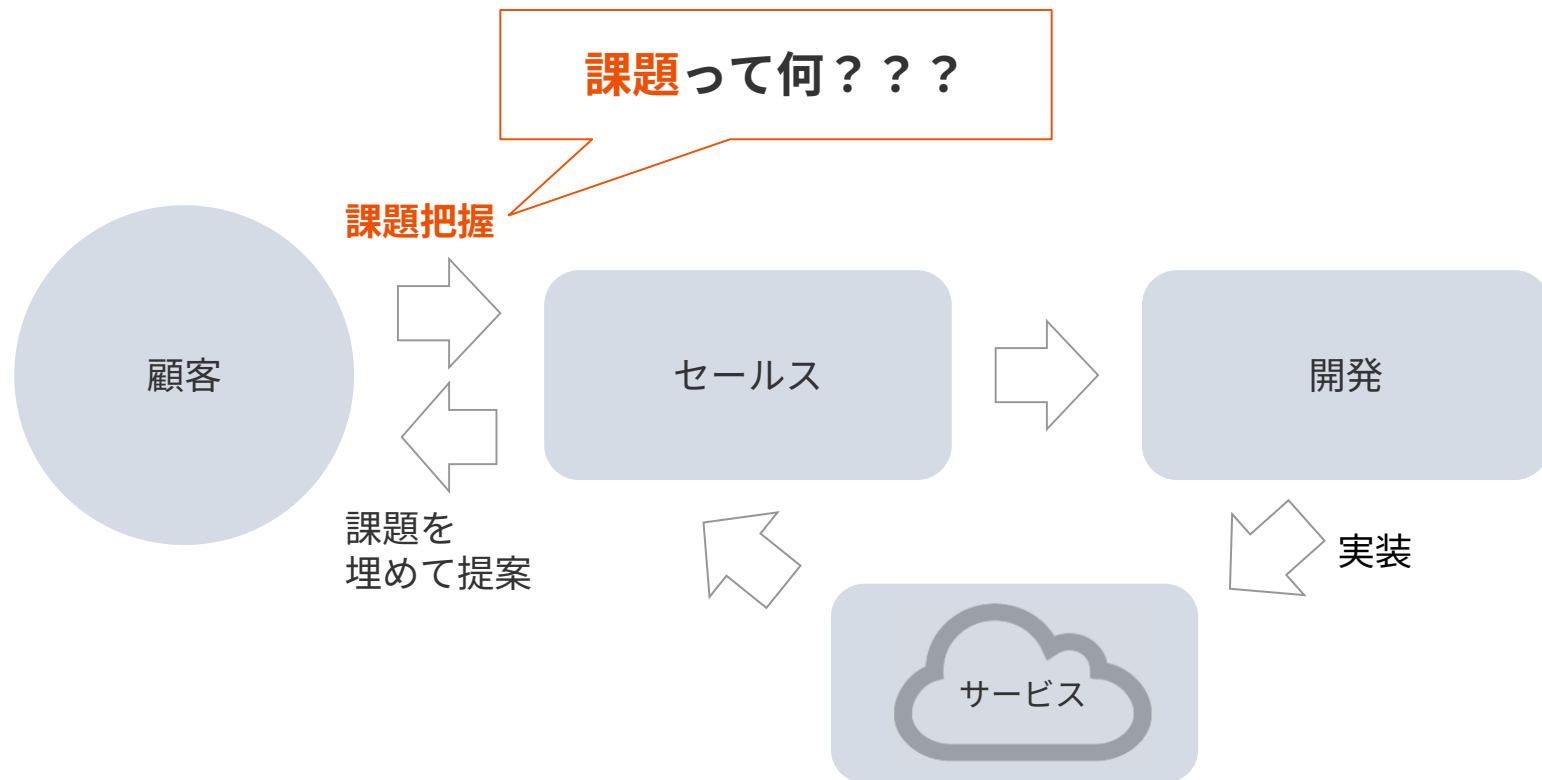
これはまずい…

A top-down view of a white desk. In the upper right corner, there is a white cup filled with dark coffee on a matching saucer. To the right of the cup are two dark cherries with stems. Below the cup is a portion of a silver laptop keyboard. In the lower right, a gold-colored pen lies diagonally. The background is a plain, light gray surface.

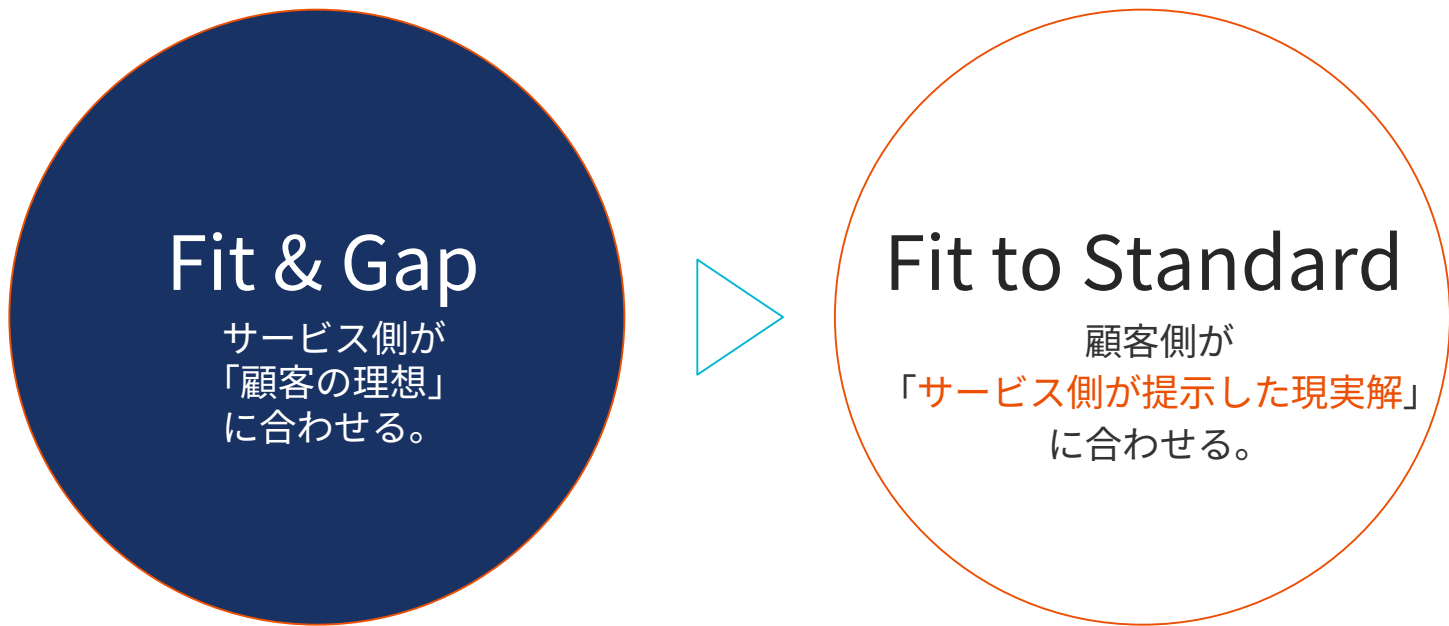
なぜこうなった？



価値を売っていたつもりが
機能を売っていたのか...？

プロダクトFB「Ver1.0」で発生した**問題の考察**

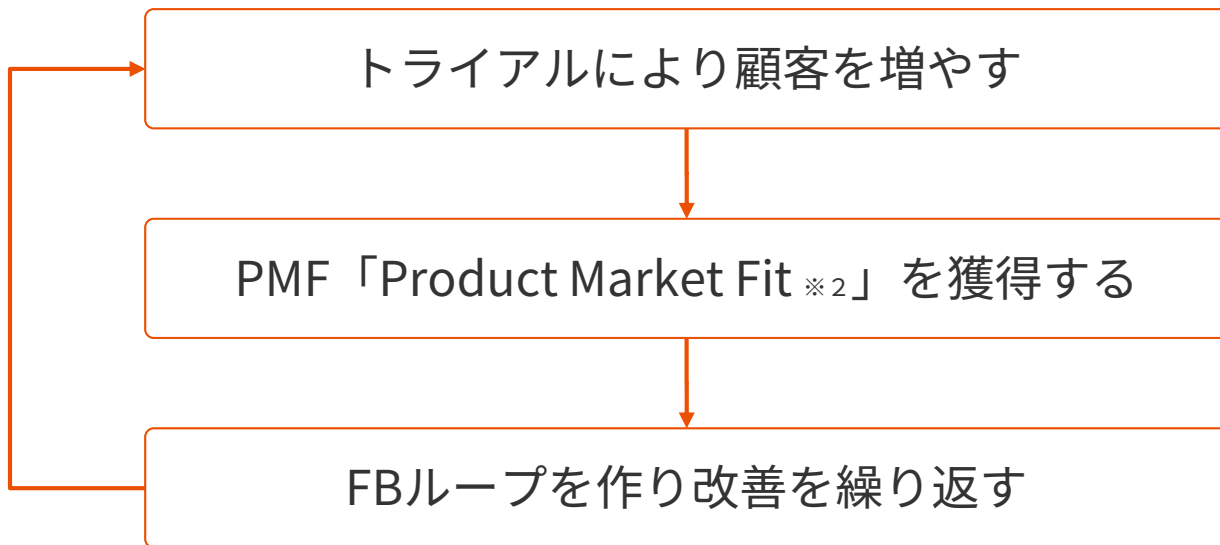
Fit & Gap → FitToStandard (価値を感じられる売り方) へ



Fit to Standard を目指せ

Fit & Gap → FitToStandard (価値を感じられる売り方) へ

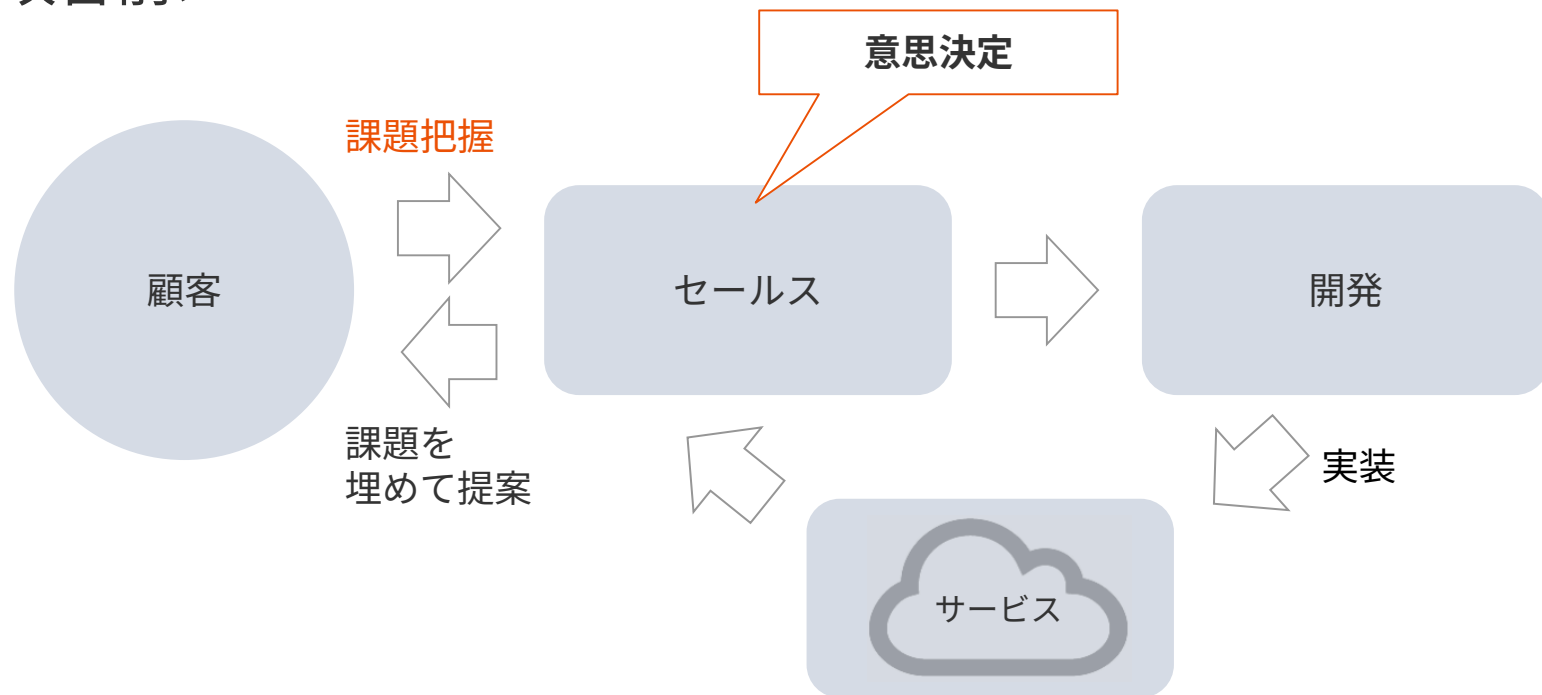
どのように改善すれば良いか？



※2 PMF「Product Market Fit」：製品（サービスや商品）が特定の市場において適合している状態

プロダクトの改善 プロダクトFB「Ver1.0」

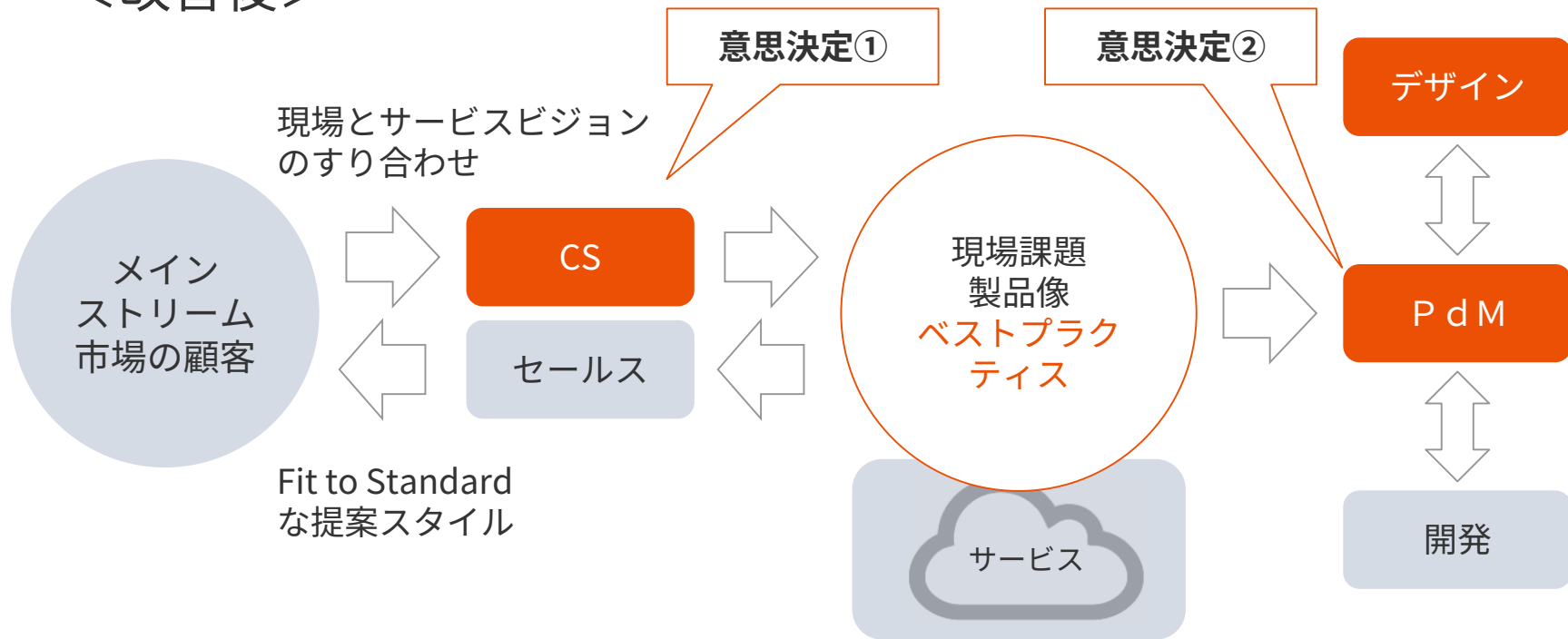
<改善前>



プロダクトFB「Ver1.0」

プロダクトの改善 プロダクトFBループ 「Ver2.0」

<改善後>



プロダクトFB 「Ver2.0」

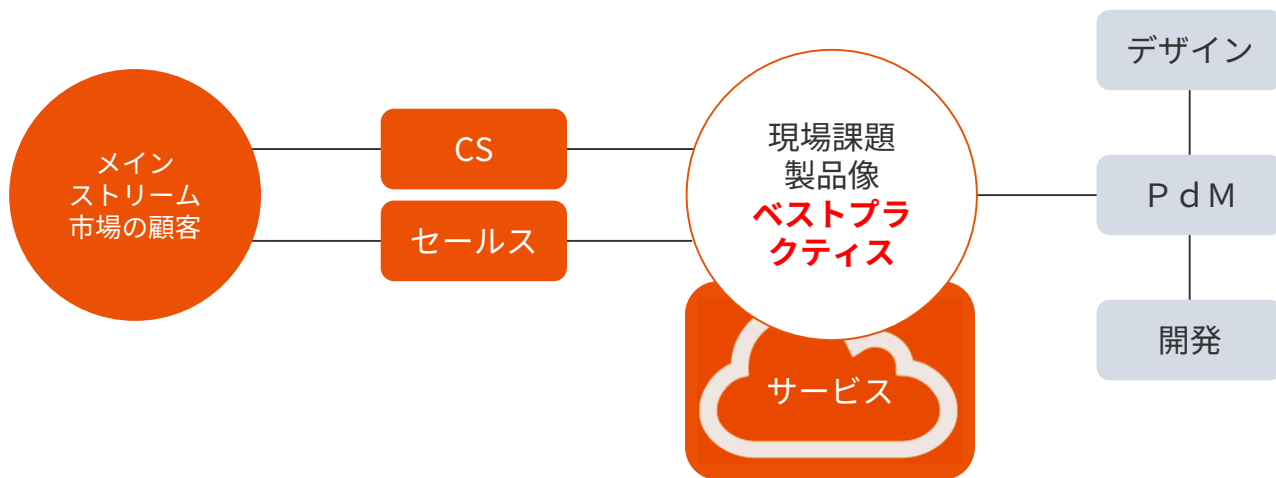
プロダクトFBループ「Ver2.0」のセールス

セールス → CS・セールス

ベストプラクティスを定義し、顧客を合わせる「Fit to Standard」な提案を実施

初期導入ユーザーへハイタッチなOnboarding・CS立上げにより

業務フロー定義等を実施・内情の詳細把握



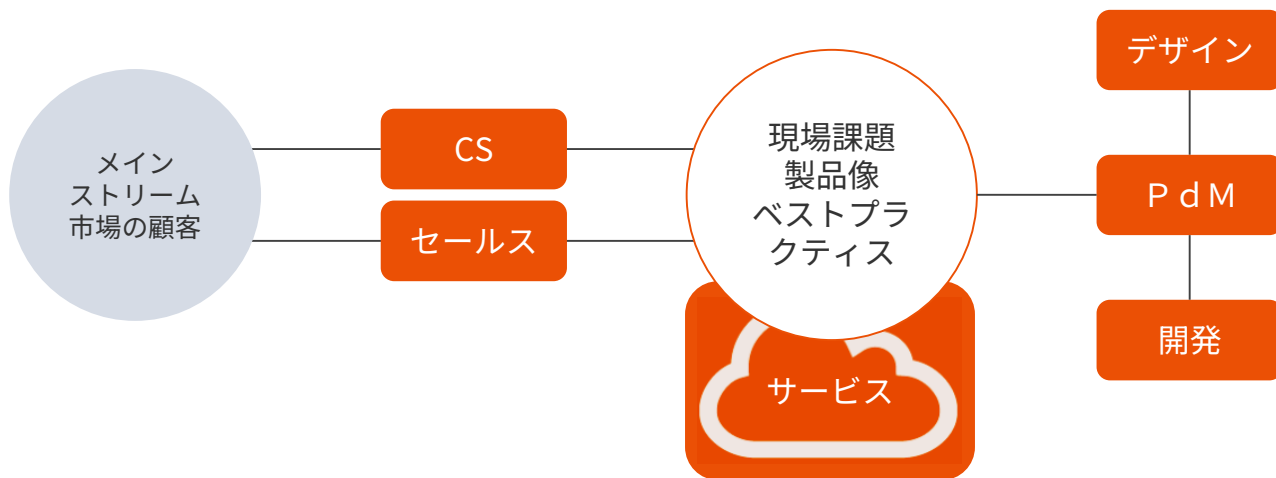
プロダクトFBループ「Ver2.0」の開発

開発 → PdM・デザイン・開発

現場での実用性を重要視した機能開発と優先度付けを行い

開発・デザイン・セールス・CSが議論し

FBループを回す

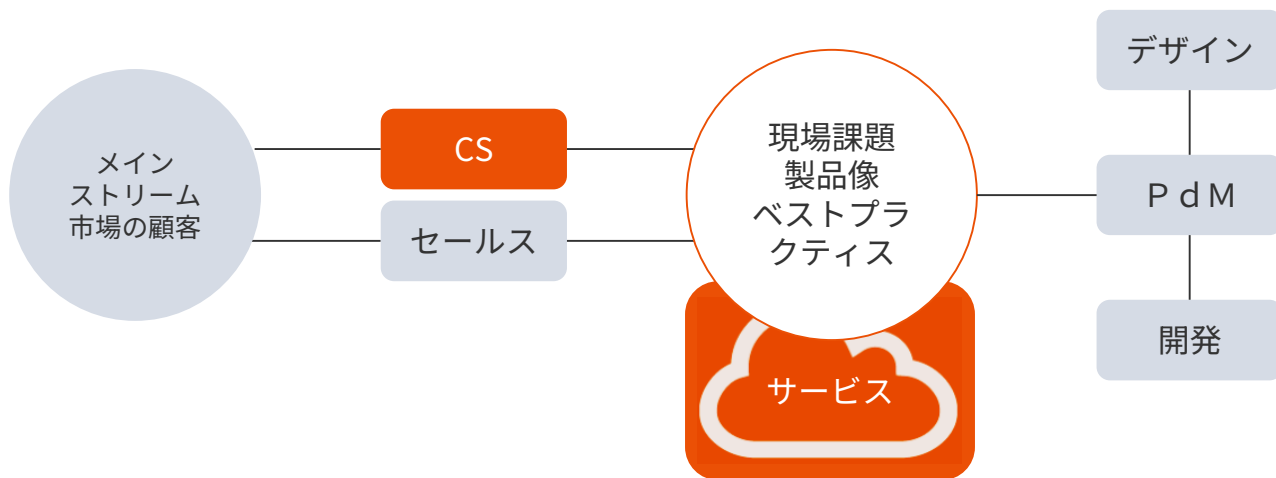


サービス

ベストプラクティスを実現する機能・サービス全体像を定義

CSからのFB・ユーザーインタビューを実施

サービスへの期待等を言語化

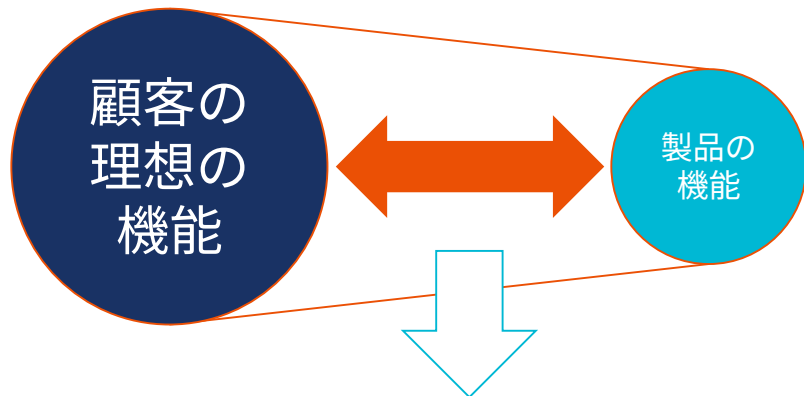




効果…

Fit & Gap → FitToStandard (価値を感じられる売り方) のまとめ

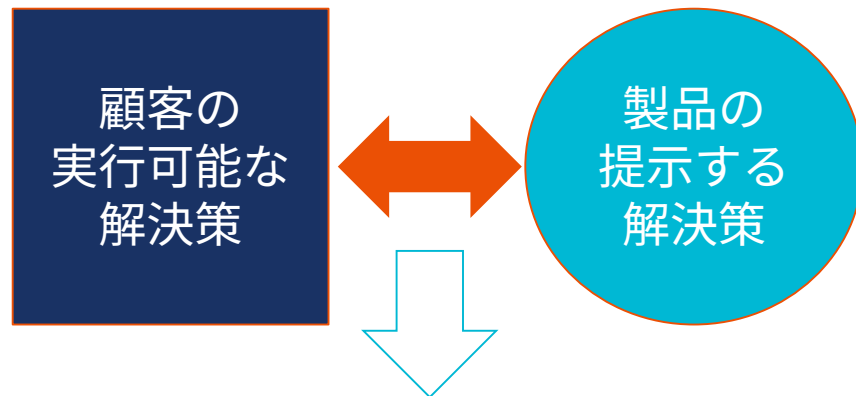
Fit & Gap



理想と現在価値のギャップ

- ブレる改善要望
- 夢物語を追った中途半端な機能開発
結果器用貧乏

Fit to Standard



製品の標準的な解決策と
顧客の実行可能な解決手段のギャップ

- ブレない改善要望
- 製品の提供する解決策の
汎用性を最大化

1→10の「デリバリー」で一番重要な内容（重点）

1→10の「デリバリー」の重点

➤ 誰を対象にする？

- ・ **メインストリーム市場の顧客**

➤ 何を伝達する？

- ・ 我々が示す **Standard** の価値

あらためて「デリバリー」とは？

デリバリー

=

価値の伝達

すべてを突破する。

TOPPAN!!!
TOPPAN