

# 社内REDMINEプロモーションの すすめ

ぼうこば(P) Twitter @bowkoba

第22回 redmine.tokyo

# 自己紹介



ニックネーム:ぼうこば(P)

Redmineエヴァンジェリストの会メンバー

プロジェクト管理者

心理的安全性大切

帽子が大好き

焼肉が大好き

Twitter @bowkoba

# 本日本話すること

- アイドルのプロモーションを参考に、Redmineを社内に紹介/展開していくことで、Redmineのファンを増やしてくことで、スムーズな導入と継続を狙う話。

# 1. 強みと弱みのおさらい

## Redmineの強み

### ・フローとストック

#### フロー型

- 時系列データによる進捗見える化機能
- 主に(プロジェクトの)管理者がほしい機能

#### ストック型

- 設計やトラブル情報等によるナレッジベース機能
- 主に現場にとって利用価値が高い機能

Redmineによるチケット駆動開発はストック型プロセスとフロー型プロセスの二面性を持つ

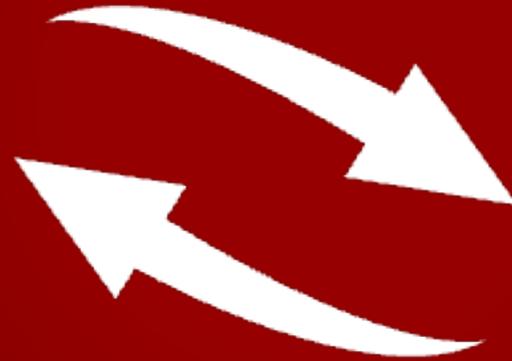
管理者向けと担当者向けのプロモ内容は、変えていく必要がある

# 管理者と担当者のすれ違い

管理者



・チケットの日付を更新してくれない



- ・チケット更新しても見てくれない
- ・チケットに書いても口頭で聞かれる
- ・管理者のほしいデータ作成(見える化)に協力してるだけで、自分たちにメリットがない

担当者



# 1. 強みと弱みのおさらい

## Redmineの強み

- OSS
- コミュニティや勉強会がある
  - redmine.tokyo、Redmine大阪、Redmine Japan、Redmine Free Salon、Unofficial Redmine Cooking、Redmine エヴァンジェリストの会
- 大手の導入実績
  - Jaxa、気象庁、日立製作所、島津製作所、東芝、ヤマハ～

# 1. 強みと弱みのおさらい

## Redmineの弱み

- メンテナンス性

バージョンアップやプラグイン導入の難易度が高い

→クラウドサービス (MyRedmine、Lychee Redmine、Planio)

- デザイン性

シンプルだが、とっつきにくい

→テーマ変更(「ある工場の Redmine 2021」中村さん提案)

<https://www.slideshare.net/netazone/redmine-of-one-plant-2021>

## 2. 戦略

### アイドル

- ファン(太客)をあつめ、驚掴みにするためにどうすればよいか?  
一緒にアイドルを作り上げるという、モノよりコトの提供。企画を一緒に検討する等。
- ターゲット検討
- キャッチコピー

### Redmine

- アイドルのファン同様、ツールのファンになってもらう。  
→一緒にRedmineの導入方法を検討し、導入し、結果を出していく体験を与える。
- ターゲット検討(最初に導入するチーム、管理者と担当者)
- キャッチコピー

# 導入後の幸せをアピールすること

- どうしても導入時の苦しみはある。
- 導入後に何が良くなるのかを伝える
  - 管理者には、ロードマップやカスタムクエリーを活用した工夫と、現場へのフォロー方法を展開する。
  - 担当者には、ストック型としての使い方と効果を展開する。
    - 過去のトラブル情報が全文検索で一発で見つかる
    - 作業の引き継ぎが楽になる
    - 言った言わないがなくなる

# 合意なき導入は反発を生む

- 人は変化に抵抗するのではない。変化させられることに抵抗するのだ。

学習する組織/ピーター M センゲ

- 心理的安全性は確保されているか？

# 3. 初期プロモ

## アイドル

- プレス発表
- オーディション自体をプロモに
- クロスメディアでアピール  
→「最古参」初期ファンという栄光、自分が見つけた! 俺がファンを増やした、紹介した!

## Redmine

- 導入前から検討状況、進捗状況を社内SNS展開  
→自分もRedmine導入に参加しているような錯覚を与える。(積極的でない人にも、突然導入されたり、密室で決まったりするマイナスイメージを減らせる)  
→オープンな議論する場を用意

# 3. デビュー

## アイドル

- デビューイベント開催(反響に合わせてイベントや会場が大きさが変わる)
- 開催状況を各メディアにアピール

## Redmine

- 一斉導入ではなく、小チームのトライアルから進める。
  - 小さな成功を目指す
  - 導入状況とメンバーの意気込みやコメントを社内展開して盛り上げる。

# 3. スケール

## アイドル

- ファンの要望を汲み取り、採用検討する  
→自分の意見が採用された、イベントや会場が大きくなった、成長した!



## Redmine

- SNSで質疑応答や改善要望に対応  
→クレームこそ改善チャンス  
→声により改善されていく、聞いてくれるという体制を見せる。→使い勝手が良くなるとRedmineを触る楽しみ、自慢→もうRedmineなしではいられない!  
→導入後のよかったところ展開(皆、事例を聞いたがる)

# まとめ

- 社内にRedmineのファンを増やす活動をしよう
  - SlackやTeamsなどで導入前から情報発信し、これから利用する方も推進/検討に参加しているような体験を与える
  - 初期に期待の成果が出なくても「導入しただけで大きな一歩」と自信を持ってほしい。

# さいごに

- 推進者や推進チームは必要です。できればチーム毎に推進者1名以上を設定し、チーム横断の推進チームを運営してください。
- 推進者は、担当者の疑問質問、困っていることに寄り添い、できるだけ早く対応してください。サポートのないツールは寂れていきます。
- Redmine本体とツールの更新をしましょう。

# バーチャルアイドルの紹介

- 恋園ぴゅあら💕🏹

[https://twitter.com/koizono\\_purela](https://twitter.com/koizono_purela)

- 株式会社ZAN-SHIN所属
- バーチャル配信システム  
IRIAMで配信中
- フォロワー6000人
- Vtuber準備中



# バーチャルアイドルの紹介

- 恋園ぴゅあら  

[https://twitter.com/koizono\\_purela](https://twitter.com/koizono_purela)

- キャッチコピーは「最低最強ギャップアイドル」
- 配信にファンの提案を採用したり、オリジナルソングにファンから募ったキーワードを盛り込む。
- 最古参メンバーのバックアップが頼もしい。

ご清聴ありがとうございました

@bowkoba