

- THE ROADMAP TO VALUE -



顧客へのリリース

【リリースプランごとに】

プロダクトゴール

説明:「プロダクトゴール」と「企業戦略」との整合性

オーナー:プロダクトオーナー

頻度:少なくとも年1回



プロダクトロードマップ

説明:プロダクトゴールを可能にするプロダクト機能の全体像

オーナー:プロダクトオーナー

頻度:少なくとも年2回



リリース計画

優先順位最も高い機能のローンチ

次の優先順位高い機能のローンチ

説明:特定のプロダクト機能のリリース時期

オーナー:プロダクトオーナー

頻度:少なくとも四半期ごと



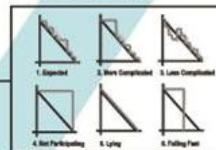
(製品ロードマップとリリース計画は、スクラムに含まれていない一般的な方法です。)

スプリントレトロスペクティブ

説明:効率性を最適化するための、チームによる環境とプロセスの改良の取組み

オーナー:スクラムチーム

頻度:各スプリントの終わりに

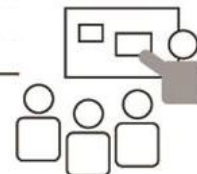


スプリントレビュー

説明:プロダクトのデモ

オーナー:プロダクトオーナーと開発者

頻度:各スプリントの終わりに



デイリースクラム

説明:その日の作業の調整

オーナー:開発者

頻度:毎日

24 時間

1-4 週間

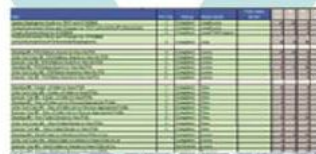
スプリント

スプリントプランニング

説明:特定のイテレーションのゴールとタスクの確立

オーナー:プロダクトオーナーと開発者

頻度:各スプリントの開始時



準備

実行