

サービスの構成管理

昨今、顧客や社会のニーズが多様化・高度化しており、システムを所有せず必要に応じて利用するサービス、価格低減や納期短縮への期待に合致するサービス、ITの品質やコストをマネジメントする組織などに対する需要が増加しています。

そのような中で新年度を迎え新たに顧客満足、サービス品質のさらなる向上を目指して、これまでのサービス内容を見直し、再構築しています。

1. 基本的な考え方

小さな単位でサイクルを回し、成果を可視化することで活動を継続でき、成果が出ない場合は、早い段階で察知することで手戻りや失敗のリスクを軽減します。

このような考え方で、価値仮説である顧客満足度の向上と成長仮説であるビジネスの成長を実現していきます。

2. 提供可能なサービスの整理

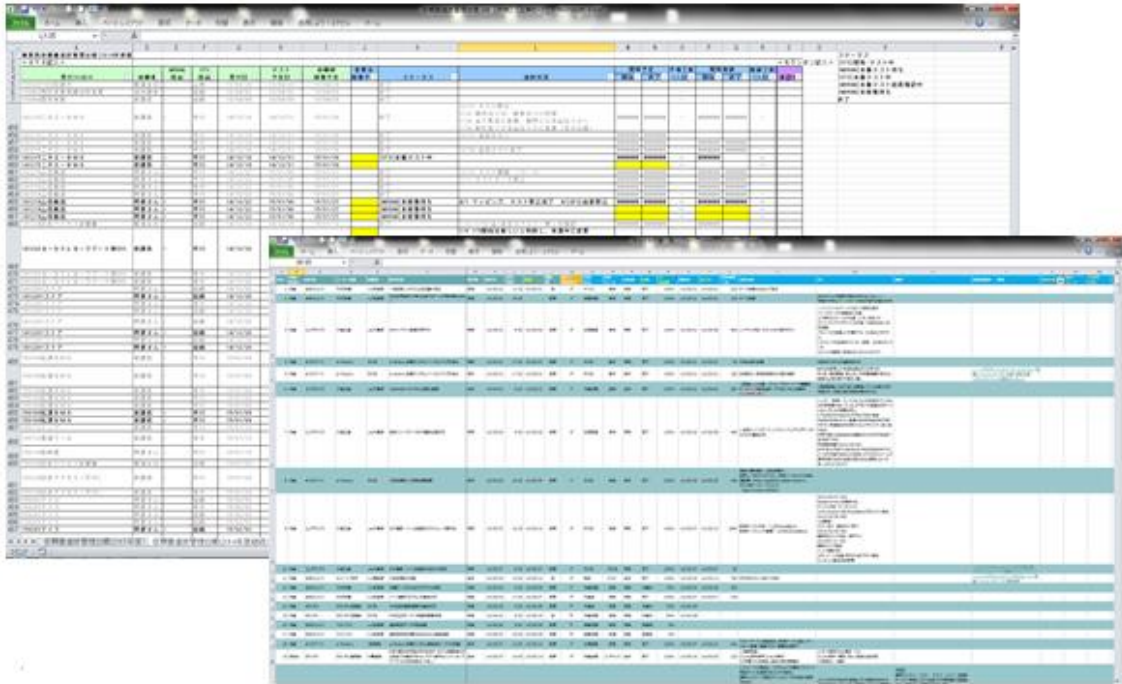
これまで蓄積してきた構成情報を元に管理対象をシステム単位で1つずつ切り出し、管理項目を洗い出して情報の流れやマニュアル、仕様書などのドキュメントをまとめました。



3. 構成管理の仕組みづくり

整理した内容について、情報を保管するシステムを用意しました。

まずは、Excel で管理台帳を作成し、ファイルサーバーにて共有しながらシンプルに運用していきます。こうして情報が蓄積されていくことで、その成果を定期的に測定でき、プロセスのコントロール、管理情報の過不足などについてフィードバックして改善活動を継続していきます。



◆成果指標

構成管理の成果	成果導出のための施策	施策による成果の測定指標
顧客満足度の向上： 目で見える管理と現場力の 磨き上げ	クレーム・不具合発生件数の減少	業務に影響のあるインシデントについて、発生件数と処理対応時間を取得する
	業務依頼・変更依頼への対応時間の短縮	受付から完了までの処理対応時間を取得する

4. 構成管理によるビジネスの成長

構成管理によって、価値仮説である顧客満足度の向上の成果が確認できたら、次に成長仮説であるビジネスの成長について評価します。

システムに利用機会が拡大すると、お客様やユーザーからの問い合わせ／要望が増えてきます。しっかりと構成管理を行っていると、サービスを提供する際に必要となる「人、物・モノ、プロセス、パートナー等」といった構成要素が整理でき、以下のようなメリットを享受できます。

- 素早く現状を把握できる
- どこにどう変更を加えればいいのかが明確になる
- 変更による影響範囲が明確になる
- 変更に伴う費用が明確になる
- 根拠のある見積もりを提示することで、お客様に合理的な投資判断をアピールできる
- 新規案件の受注により、ビジネスの成長を実現できる

◆成果指標

構成管理の成果	成果導出のための施策	施策による成果の測定指標
ビジネスの成長： 顧客市場を考えた存在感 とスピード感ある会社となる 為のブランド作り	顧客への提案件数/提案率の増加	顧客からの相談件数を取得する、受け付けた要望のうち提案できた件数を取得する
	顧客への提案スピードの向上	要望受付から提案までのリードタイムを取得する

