

顧客、ユーザにとって、ITの存在価値は何でしょうか。それは、ビジネス(営業、販売、生産管理など)を支援することです。ビジネスをより効果的・効率的にすることです。そのため、顧客が求めているITは、情報システム基盤そのものではありません。基盤上で動くサービス(機能、品質、使いやすさ)です。

たとえば、「様々な機能があっても使い方が分からない」や「障害が毎日発生してほとんど利用できない」といったITは誰からも望まれません。「使い方が分からない利用者を支援」したり、「障害を予防・対処して、いつでも利用できる状態にする」ことが大切です。

ITサービスには、製品のようにはっきりした形がなく、触ることや試すことができない性質(無形性)やサービスの生産と同時に消費される性質(生産と消費の同時性)などの特徴があります。これらは、一般的なサービスの特徴と共通です。

【用語】 サービス

- **サービス**

- 顧客に価値を提供する手段の一つ
- 顧客が特定のコストやリスクを負わずに、期待する**成果**を実現することを促進する[達成することを望む成果を促進する]
(a service is a means of delivering value to customers by facilitating outcomes customers want to achieve without the ownership of specific costs and risks.)

- **成果**

- 活動の実施、プロセスの遂行、ITサービスの提供による結果
- 意図された結果、および実際の結果を意味する

4

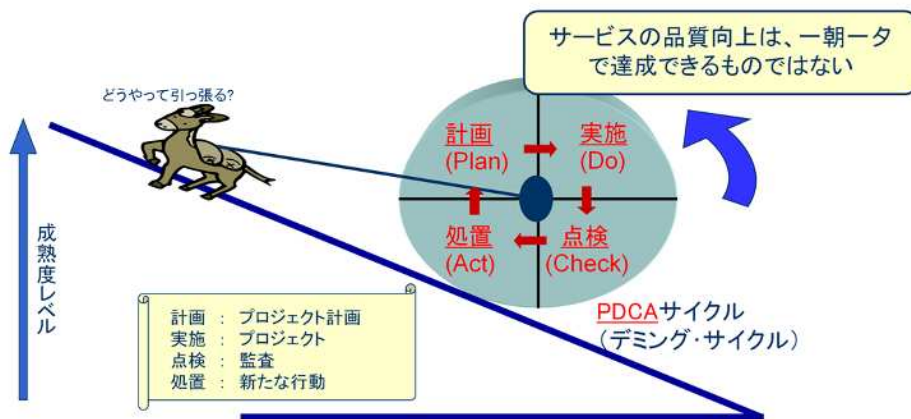
ITILでは、「サービス」を次のように定義しています。

- 顧客に価値を提供する手段の一つ
- 顧客が特定のコストやリスクを負わずに、期待する成果を実現することを促進する[達成することを望む成果を促進する]

今日、顧客に価値を提供するサービスこそが求められています。顧客にとっての価値とは何かを理解して、その価値を提供するサービスでなければ、顧客からは評価されません。顧客は事業達成目標を実現するためのサービスに価値があると評価します。

サービスの品質向上のポイント

- 顧客とのコミュニケーション
- サービスの一貫した品質
- サービスの品質改善活動－PDCAサイクル－



5

サービスの品質向上のポイントとして、次があります。

顧客とのコミュニケーション

ITサービスは、顧客との関わり合いを通じて提供されるものです。そして、ITサービスの品質に対する評価は、評価する人の経験や期待に影響を受けます。ある事業で大変高い評価を得ているITサービスを別の事業に提供したとしても、そのITサービスが有益であると判断されない限り、高い評価が得られません。何が事業にとって有益であるかは、顧客とのコミュニケーションによって明確にできます。

サービスの一貫した品質

サービスは、事前に品質の検証が難しいことやサービスの提供者のスキルや経験に依存すること(属人的)から、品質のバラつきが発生します(サービスの不均質性といいます)。そしてこの場合、顧客は全体としてのサービス品質を低いと感じてしまいます。サービス品質のバラつきを抑えて、一貫した品質を提供するためには、サービスを構成する1つひとつの活動を標準化する必要があります。

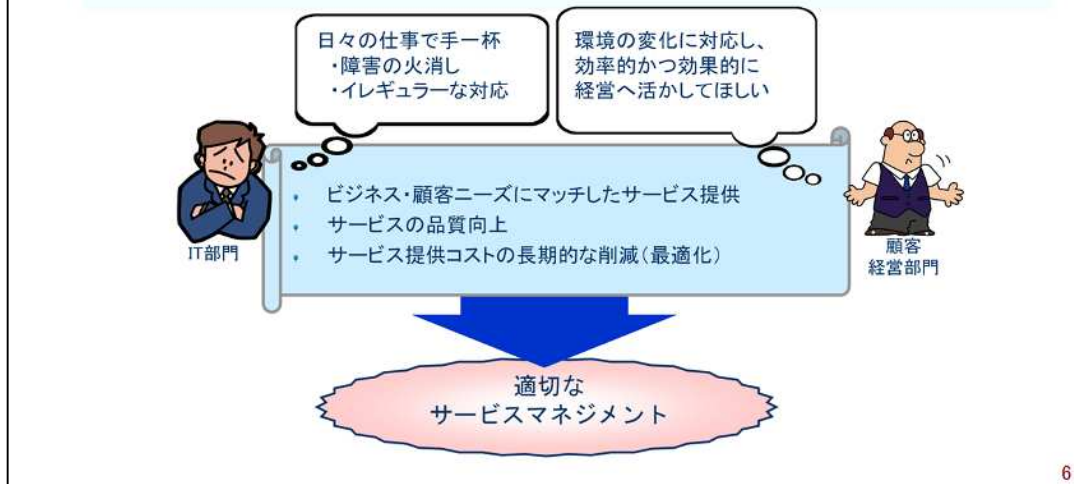
サービスの品質改善活動 - PDCAサイクル -

ITサービスの品質向上は、一朝一夕で達成できるものではありません。日々のサービス提供業務の中で、計画(Plan)、実施(Do)、点検(Check)、処置(Act)の活動を繰り返しながら、徐々にサービス品質を向上させます。この繰り返しの活動をPDCAサイクル(デミング・サイクル)といいます。

サービスマネジメントとは

● サービスマネジメント

- 顧客に対しサービスの形で価値を提供する組織の専門能力の集まり (Service Management is a set of specialized organizational capabilities for providing value to customers in the form of services.)



ITサービスを提供する部門やプロバイダは、既存のITサービスを運営するだけで非常に大きな工数を必要としています。一方、顧客や経営部門は、ITサービスをより効果的かつ効率的に活用できることを求めています。この両者の意見を反映するためには、ITサービスを適切にマネジメントすることが必要です。

ITILではサービスマネジメントを次のように定義しています。

サービスマネジメント

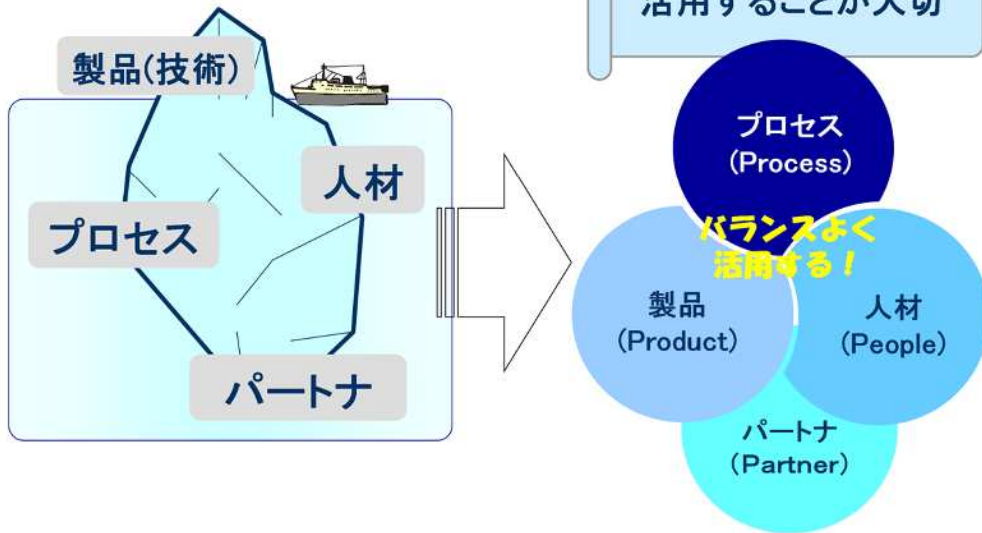
顧客に対しサービスの形で価値を提供する組織の専門能力の集まり

(Service Management is a set of specialized organizational capabilities for providing value to customers in the form of services.)

組織とは、リソースの単なる集まりではなく、この能力によってリソースを活用し、価値あるサービスを提供するものであると考えます。そして、このリソースを価値あるサービスに変換する行為こそ、サービスマネジメントの中核にあたるのです。もし、このような能力を持たない組織であったならば、その組織は単なるリソースの集まりでしかなく、顧客にとってその組織は価値の低い組織、と判断されてしまうでしょう。この能力は、ライフサイクルを通してサービスを管理する「機能」と「プロセス」の形を取り、戦略、設計、移行、運用、継続的改善に専門化しています。

サービスマネジメントと4つのP

ITサービスのソリューション



7

従来、IT部門はITサービスを製品(技術)の観点ばかりに注目してソリューションを提供していました。しかし、サービスマネジメントでは、製品(Product)・人材(People)・プロセス(Process)・パートナ(Partner)の4つのP(4P)を効率的かつ効果的に活用することが大切です。