

IT人材開発フォーラム

第 12 回
「IT エンジニアのためのサービスサイエンス」

議事録

日時：平成 23 年 7 月 1 日 18 時 30 分～21 時 00 分
場所：東京都品川区大井町「きゅりあん」

プログラム

1. 開会
2. あいさつ 座長 石井真司
3. テーマ
テーマ：ITエンジニアのためのサービスサイエンス
話題提供者：小前 俊哉
4. 質疑応答
5. 次回の連絡
6. 閉会

The logo for OICOS, featuring the word "OICOS" in a bold, sans-serif font. A small red square is positioned above the letter "I".

第 12 回テーマ:IT エンジニアのためのサービスサイエンス

話題提供者:小前 俊哉氏



■ プロフィール

- 1961年3月2日生れ(兵庫県出身)
- UNIX/X11/オブジェクト指向等の研究開発
- UNIXワークステーション商品企画
- メインフレーム/サーバシステム保全
- ウイルソナーニング・ワールドワイド
- 2001年独立
- 著書『ロベタ、弱気な人でもできる!交渉がうまくいく「問いかけ」の技術』(ダイヤモンド社)

■ フォーラムダイジェスト

顧客は満足を買っている。

顧客は機能よりもソリューション、ソリューションよりも満足を買っている。例えば、ハリウッドスターがプリウスを買う理由は「燃費がいいから」といった機能ではない。プリウスが与えるソリューションが欲しい。ステイタスが欲しい。それによって満足する。顧客の求める価値は変化している。

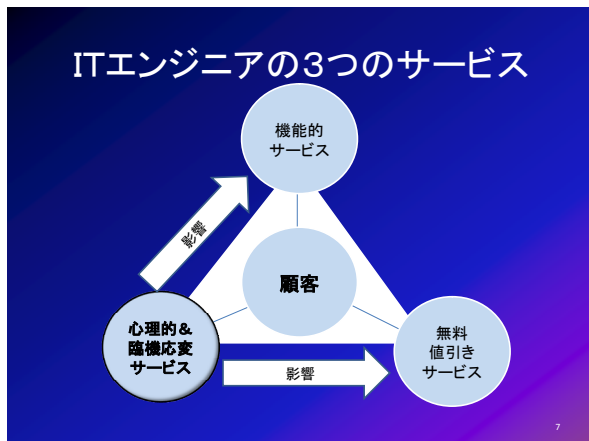
IT業界もサービス・シフトしている。ハード&ソフト売りからソリューション・ビジネス、コンサルティングビジネスへシフト。IBMもパッケージよりコンサルティングの売り上げが超えている。ソフトウェアプロバイダーも同じ。それによってIT企業にもエモーショナル・レイバー(感情労働)という考え方が浸透してきた。挨拶は大事だよねとか。笑顔とか態度とか。2002年ぐらいから話題に。しかし、米国IBM中心に従来、勘や経験でなされることが多かったサービスそれ自身を科学の対象ととらえ、既存の関連学問を用いて研究し、サービスの生産性を高め、投資の評価を「見える化」しようとするサービスサイエンス(現在はサービスサイエンス、マネジメント、エンジニアリングと呼ばれている)というコンセプトが出現。

IT業界におけるサービス領域

IT業界は、SE作る人、保守の人 CE、オペレーションをしながらお客様にサービスをする人で構成されている。CEにはサービスの概念は比較的早くフィットしていた。しかし、SEが仕様書やデザインを考える開発の段階で使う人のことを考えていたら、仕様書やデザインは変わり、完成度はもっと上がる可能性がある。また保守の立場の人のことも開発者は考えなければならない。

ITエンジニアの3つのサービス

日本で一番有名なのが無料値引きサービス。これはコストがかかる。そしてこのサービスが危険なのは一回やると、後戻りできない。不満に変わってしまうところ。機能的サービスは、仕事の中で組み込まれている便利さ。開発したタッチパネルがいかに使いやすいか、だとか。しかし、サービスとっていない人も多い。もうひとつが、心理的&臨機応変サービス。態度とか言葉づかいとか。これはコストがかからない。だれでもできる。そして、そこからお客様との信頼関係が生まれ、よりよい機能を作り出すことができる可能性も持っている。

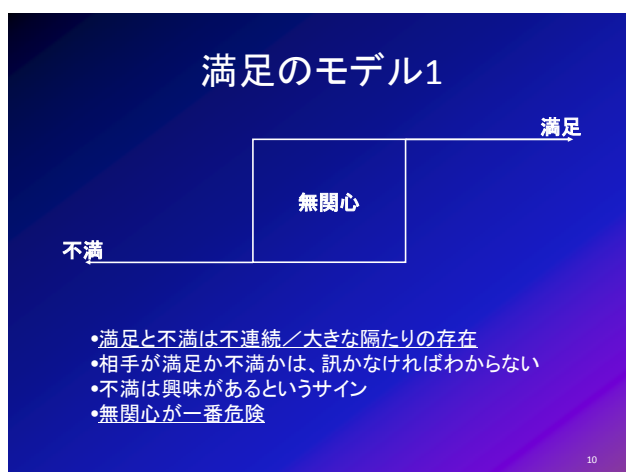


心理的&臨機応変サービスで顧客にもっと近づいてみよう

インターフェイスをどうするかより、それを使うお客様にどんな満足を与えるんですかという問いを柱にする。それをエンジニアの目的にする。それによってエンジニアと顧客の距離感を近づけると仕様書の作成プロセスやレビューのミーティングや交渉時に変化が期待できる。

サービスサイエンスをITエンジニア業務に適用するには

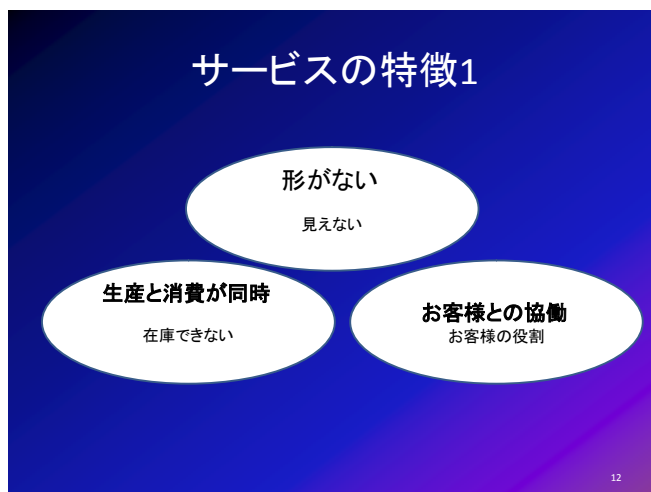
満足と不満は連続していると思っている人は多い。しかし満足と不満は不連続／大きな隔たりの存在がある。満足には大満足と小満足、不満には大不満と小不満。(満足モデル)



例えばテレビを買いました。きれいに映ります。満足です。しかし故障しました。不満になりました。修理したら直りました。それで満足は元に戻るでしょうか?もどらないです。一旦不満になれば、大不満が小不満になるだけです。しかし、そこになんらかの付加価値サービスがあれば、満足に変わる可能性があります。

不満は興味があるというサイン。クレームを解決した時に愛着は跳ね上がります。逆に無関心が一番危険です。テレビを買った。きれいに映った。故障もしない。そのままだと満足度はどんどん低下して無関心になっていく。次に同じブランドを買うとは限らない。無関心な人が離れていくんです。お客さんは今どういう状態なのか?気をつけましょう。何も意見をされないということをエンジニアの人は喜ぶところがありますが、もしかしたら、そのシステムは使われていないのかもしれない。

「らしさ」というイメージを、人は勝手にもっています。それに沿っていないと、信頼関係は築きにくい。例えば、歯医者さんが、ヘルメットをかぶっていたら、不安になります。白衣は安心。金融マンらしさとデザイナーのらしさは、ちがいます。であれば、お客様がもっている SE らしさってなんですか? そいったことを踏まえて、ITエンジニアの役割を考えると専門知識(テクニカルスキル)を発揮する前提として、ヒューマンスキルである態度や対応スキルやコミュニケーションは大事です。また一方でお客様の役割もあってお客様が要求や情報を提供してもらうことも必要だし、また日頃の手入れもお客様の役割といえます。サービスはお客様との協働作業です。



サービスは見えない。見えるようにする工夫をしよう。

サービスはお客様との協働作業ですが、お客様をサービスに参加させるには、工夫が必要。

- スケジュールとアウトプットの明確化
- オープンキッチン化 (見えるプロジェクト) 餃子の王将の復活。お客さんは安心
- お客様の理解できる説明 (専門用語で逃げない) わかりやすく

サービス品質は、エンジニア一人一人の各種スキルとモラルによってその組織が判定される。タクシーに乗って、運転手さんの対応に何か不満を持ったとき、お客様は「あのタクシー会社の〇〇さんは、対応が悪い」とは言わない。「あのタクシー会社は、サービスが悪い」と必ず言います。

エンジニア全員の目的意識を変えましょう

我々の生活は、お客様満足の上台の上に築かれています。ビジネスの目的は、お金儲けではない。お客様の問題解決なんだという意識に変えていきましょう。

お客様の事前期待をコントロールしましょう

満足するかしないかは、事前期待と事後成果で決まります。

例えば、ディズニーランドの人気アトラクション行列にある「～分待ち」のプラカード。それ以下の時間

で入れれば満足になる。

サービスサイエンスとは事前期待の把握とコントロールをすることです。



サービスはお客様自身が最大のコンペチタ

お客様が自分でもできることを依頼する場合は、お客様以上の価値創造をしなければ満足になりません。最大のコンペチタはお客様です。競合他社ではありません。

お客様離反の理由はサービス時の担当者の無関心な態度

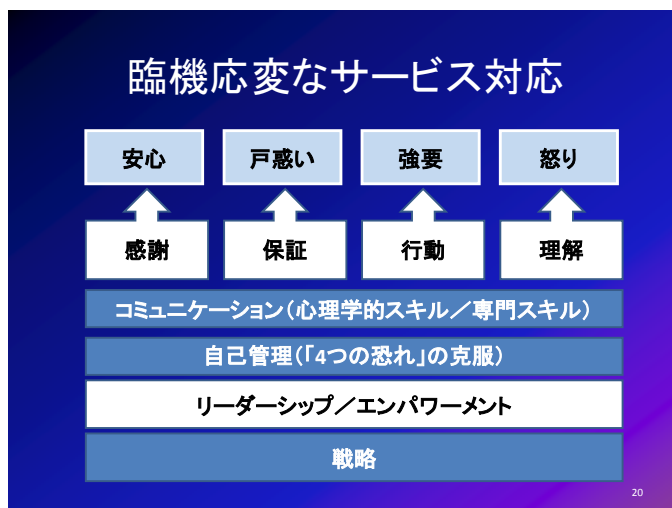
ある統計によると、お客様離反の理由はサービス時の担当者の無関心な態度 (68%) 製品やサービスに不満 (14%) 競合による (9%) となりました。

10:10:10の法則を意識しましょう。

10:10:10の法則

一人の顧客を得るのに、1 万ドルかかる。しかし、その顧客が去っていくにはたった 10 秒しかかからない。そのお客様を再度つかむには 10 年かかる。

臨機応変なサービス対応をしましょう



そのためには、まず会社としてのサービス戦略が必要です。どこまでやっているのか。例えばファストフードのマクドナルドとモスバーガーではサービスの戦略が違います。あれが会社の戦略です。

そのサービス戦略によって、リーダーシップやエンパワーメントは変わります。個人の権限をどこまで許すか考えていきましょう。

その上で自己管理です。人は、間違ふ恐れ、拒絶される恐れ (好かれない)、負けたくない恐れ、苦しむ恐れ (楽でいたい、できれば人とふれあいたくない) を持っています。ここを管理していくことも重要で

す。

その上に心理学的なスキルなどをベースとして乗せて、臨機応変な対応は可能になってきます。

安心しているお客様には感謝を伝えましょう。

戸惑っているお客様には保証しましょう。(クローズド質問で徐々に決めさせましょう。)

強要するお客様には行動をしましょう。

怒っているお客様には理解しましょう。(2時間怒ってられる人はいないんです。)

以上、だいたいこのようなことを IT エンジニアのためのサービスサイエンスとしてお伝えしています。研修の際には、ワークショップ形式で、どんどん受講者の方の意見を出してもらいながら進めていきます。ご清聴ありがとうございました。

以上