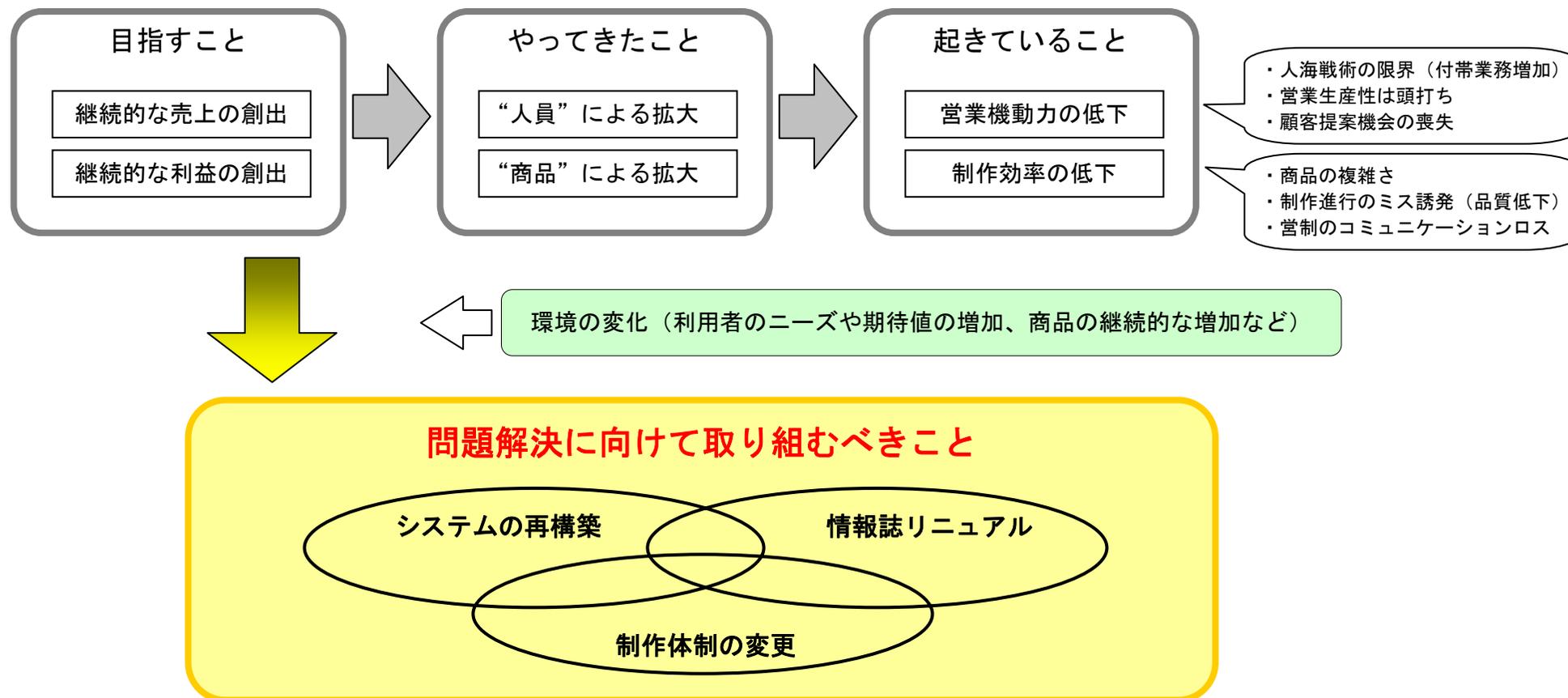


プロジェクトの概要 ID:2-1s-0010a	作成日付	更新日付	作成者	承認者

1. プロジェクトの背景

これまでは売上を順調に拡大してきたが、ボリューム対応が中心で、事業構造は限界に近づいている。具体的には、下記のような課題を背景に、BPR的活動が必要な状況になって来ている。

- ・営業および制作業務の負荷が高く、受注情報と制作情報の親和性も低い
- ・営業担当者を増員しても、生産性は向上していない（人の問題では解決できない局面になっている）
- ・効果情報を主とした各種情報の蓄積が不十分で、戦略的に活用できる状態になっていない
- ・局所的に業務の効率化が図られた結果、個別システムの乱立とシステム間不整合を招いている
- ・システム同士を“人”が繋いでいるという構図があり、そこに必要悪な業務が存在する

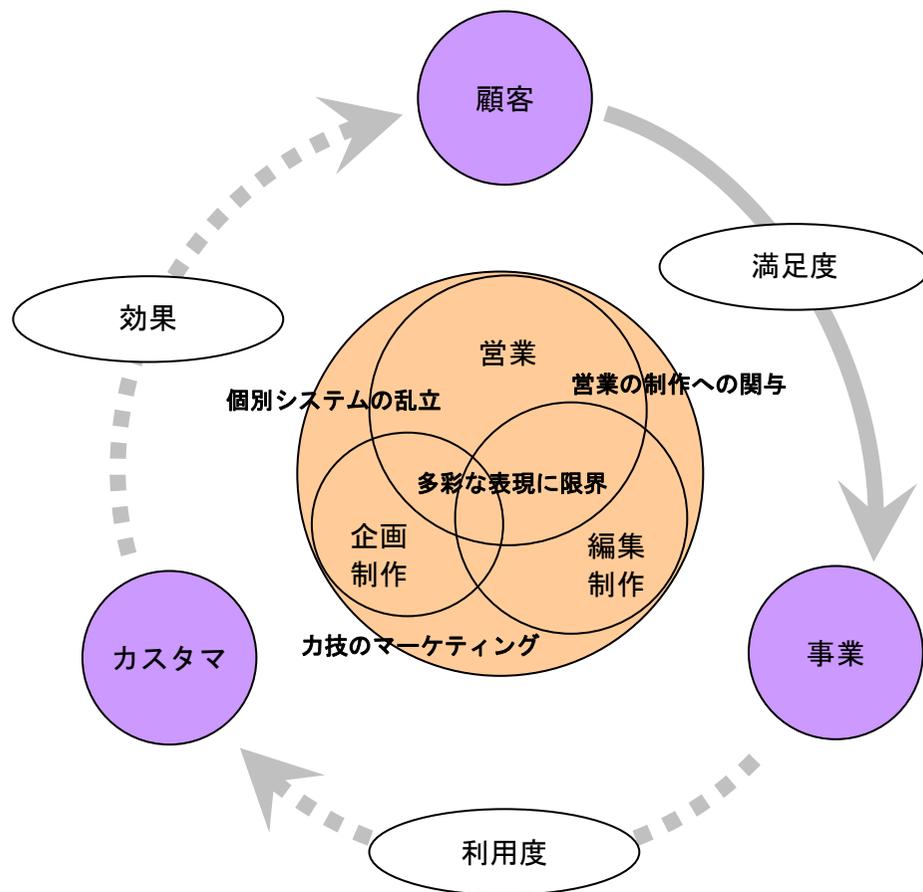


プロジェクトの概要	作成日付	更新日付	作成者	承認者
	ID:2-1s-0010a			

■現在の状況とあるべき姿

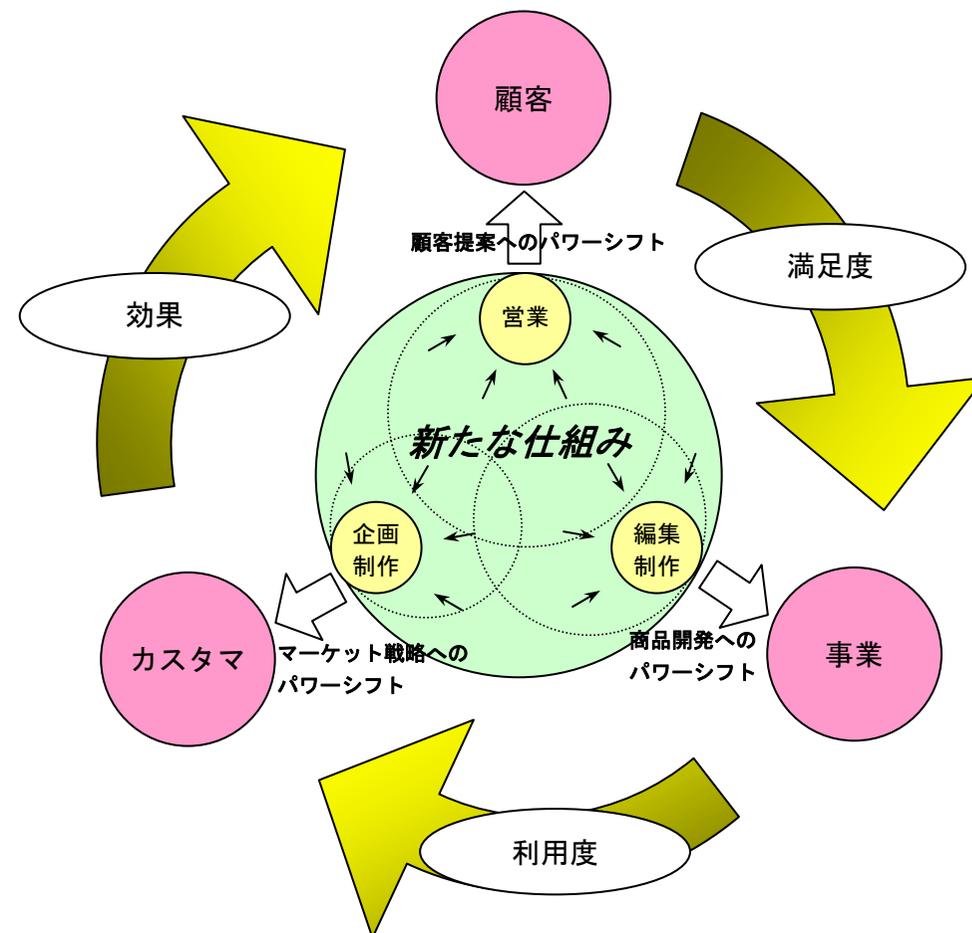
【現状】

内部の阻害要因が、全体の「悪循環」を引き起こしている。必要な環境や、それをバックアップする仕組みがないため、現状から脱却する余力が生み出せない



【あるべき姿】

環境整備と仕組みによって、定常業務の極小化を図り、生み出された余力を本来の役割に従ってパワーシフトし、三者間を繋ぐ『有機的な循環』を実現させる



プロジェクトの概要 ID:2-1s-0010a	作成日付	更新日付	作成者	承認者
---------------------------------------	------	------	-----	-----

3. プロジェクトの目的

本プロジェクトは、XX情報誌のリニューアル（リニューアル、制作体制の変更、システムの再構築）により、以下に貢献することを目的とする。

- ・制作関連業務からの営業の手離れを良くする
 - システムの導入に合わせて役割分担を見直し、ピュアセールスタイムの創出、原稿品質の担保を実現する
- ・商品企画の流動性に耐えうる仕組みを作る
 - 基本情報のデータベース化と商品企画の構造化によって、スピード感と付加価値の高い本作りを目指す
- ・適切な顧客提案を行うための土壌を築く
 - 基本情報の組合せや効果情報とのマッチングによって、マーケティング力、提案力の底上げを図る

4. プロジェクトの範囲

プロジェクト範囲のポイントを以下に示す。

- ・新たに追加する全ての商品企画は、新システムでカバーする
- ・既存システムは極力修正せず、新システムとの各種インターフェース部分を対象とする
- ・既存システムと新システム間のインターフェースは一方のみとする
- ・新システムは、将来の拡張性と独立性を考慮し、既存システムとの親和性を極力“疎”にするような設計とする
- ・データ活用の面では定型的な機能として実装せず、マーケティングや提案に必要なデータを別の環境に格納する
- ・インターネットによる情報提供サービス部分は、プロジェクトの対象外とする

プロジェクトの概要	作成日付	更新日付	作成者	承認者
	ID:2-1s-0010a			

■プロジェクトスコープのイメージ図

