

成功する

ECサイトリニューアルの

舞台裏

戦略のキはRFPにあり

無料オンラインウェビナー

2023/9/20 (水) 10:00~11:00

セミナーアンケート特典
配布資料

Agenda

- 01 そもそもRFPとは
- 02 ITベンダーを悩ますRFPとは
- 03 弊社が考える良いRFPとは
- 04 Chat GPTを活用したRFP作成

株式会社システムインテグレータ

- 独自のなパッケージ&サービス作りをコアコンピタンスとしています。
- デジタル技術を活用した生産性向上を幅広くご提案しています。

社名	株式会社システムインテグレータ
所在地	<p>本社 埼玉県さいたま市中央区新都心11-2 ランド・アクシス・タワー32F</p> <p>大阪支社 大阪府大阪市中央区平野町3-6-1 あいおいニッセイ同和損保御堂筋ビル8F</p> <p>東京営業所 東京都渋谷区恵比寿西1-7-7 EBSビル6F</p> <p>福岡支社 福岡県福岡市博多区博多駅前1-23-2 パークフロント博多駅前一丁目7F</p>
設立	1995年3月14日
資本金	3億6,771万円（東京証券取引所スタンダード市場（3826））
代表者	代表取締役 引屋敷 智
社員数	263名（役員含む） ※2023年9月1日現在
認定資格	     

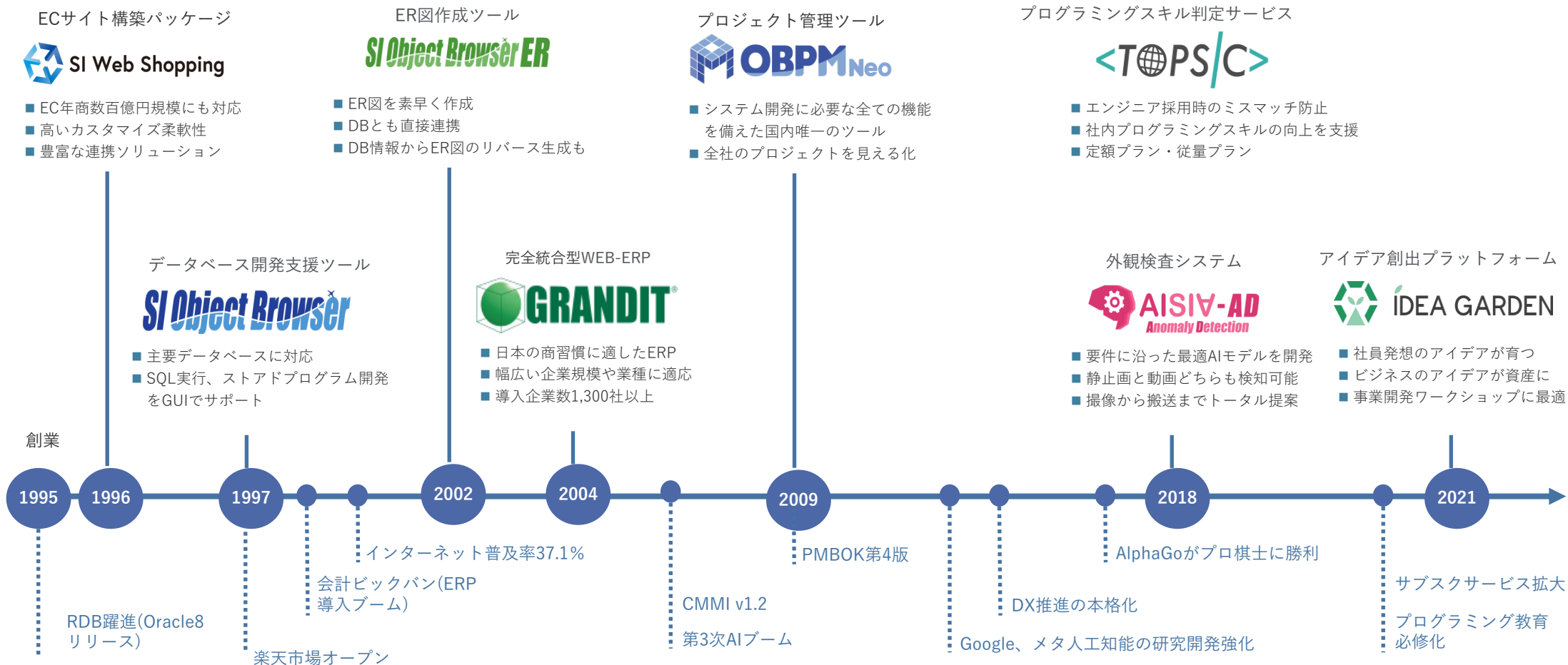


■参加団体



事業ドメイン

- 1995年の創業以来、時代のニーズにあった自社プロダクトを提供し続けています。
- バックオフィスからフロントまでの業務をカバーしているだけでなく、デジタル化を支える開発業務そのものの効率化までご提案していることが我々の事業の特徴です。



E-Commerce ソリューション

- ニーズに合わせて2つのソリューションをご提供しています。



SI Web Shopping

お客様の独自ノウハウ機能をすべて実現させたいサイトに適しています。PJ期間6か月～2年程度。



カスタマイズ制約なし、あらゆる要望を実現可能な開発プラットフォーム



テナント出店型のモールEC



注文、決済、商品、会員認証、予約など“ひとつでも”ニーズがあれば利用可能



内製化を実現、DB・コアモジュールも完全公開するフルオープンパッケージをオンプレで提供



Adobe Commerce

豊富な標準機能を利用して、短期間でのローンチを目指すサイトに適しています。PJ期間3か月～1年程度。



Fit to Standardでクイックな立上げを目指すECサイト



複数ブランドや事業を一元管理、運用可能なマルチドメインサイト



越境ECや海外現地ECサイト



PaaSとしてアプリケーションのみならず、CDN、セキュリティ、開発環境をワンストップで提供

リニューアル企画から構築、運用までサポート

- システム領域に限らず、マーケティングやデザイン領域もAS-ISの分析から構築、運用サポートまでサポートします。

現状分析/要件整理

構築

運用

競合調査

課題整理

デザイン

モニタリング、ABテスト

定量調査

KPI策定

ワイヤーフレーム作成

SEO対策/改善

定性調査

デザイン・ロゴ制作

バナー/ページ制作

AS-IS業務フロー作成

フィージビリティスタディ

要件定義

アプリケーション保守

連携システムI/F整理

TO-BE要求一覧作成

設計・開発

インフラ保守

機能要求整理

RFP作成

テスト

内製化支援

非機能要求整理

マーケティング・
デザイン

システム

Agenda

- 01 そもそもRFPとは
- 02 ITベンダーを悩ますRFPとは
- 03 弊社が考える良いRFPとは
- 04 提案書サンプル
- 05 Chat GPTを活用したRFP作成

そもそも“RFP”とは？

Request For Proposal



提案依頼書

「案」の「提示」を「お願い」するもの

顧客とベンダーのコミュニケーションツール

そもそも“RFP”とは？


提案依頼書

「案」の「提示」を「お願い」するもの

製品説明や質問に対する
回答のみ、ほぼ見積書



目的達成に向け課題を
解決する手段の企画案



顧客とベンダーの視点



顧客の視点

- RFPなんて、ちゃんと書いたことないなあ
- 過去のRFP見つけたぞ、変更点はこのあたりかな
- あったあった、ネットにRFPの記載方法・・・
- とりあえずこんな感じで、まずは出してみよう

自社の状況や要望を反映できていないまま提出

顧客とベンダーの視点

ベンダーの視点

- なんだこりゃ 意図が読み取れないRFPをもらってしまった
- 要件が粗い、現行機能はあるけど、どうしたいんだろう
- 辞退もできないし、いつもの使いまわし提案書で…
- 機能要求しか書いてないから、業務視点はやめておこう
- これじゃ上手くいかないと思うけど、まあいっか



顧客が本来必要としている情報がわからないまま提出

悪いRFPが悪い提案書を生む構図

悪いRFPとは・・・

- 画面のハードコピー 1 枚？
- 現行機能一覧のみ？
- 何が困っているのかわからない、どうしたいのかわからない
- 情報収集？相見積もり？本気？なのかわからない
- 見積書要求書？

最近受領したRFPの傾向（弊社営業マンの所感）

現行システムの機能一覧や業務フロー図だけ…

現行踏襲で。何を変えたいのか？何が課題？

極力カスタマイズはしないでパッケージを最大限に活用したい？？？

なんか似たようなRFPが多い？



Agenda

- 01 そもそもRFPとは
- 02 ITベンダーを悩ますRFPとは
- 03 弊社が考える良いRFPとは
- 04 Chat GPTを活用したRFP作成

ITベンダーを悩ますRFPとは

RFPの導入目的→機能要件がちぐはぐになっていることが多い



- 要件が森⇒木⇒枝が連なっていないと、導入後イメージ・想定効果が顧客とベンダー側とで異なってしまふ
- 導入目的から不明確だと、業務要件、機能要件も不明確になってしまう

プロジェクト遅延、失敗の原因に！

「目的」「業務要件」「機能要件」の関係

【背景・課題】

デジタルシフト

システム老朽化

事業拡大

サービス劣後

目的

ECサイトリニューアルによる売上向上・業務効率化

森

業務要件

フロントサービス

管理業務

木

機能要件

会員機能

決済機能

ポイント機能

枝

目的 > 業務要件 > 機能要件 はつながっている！

業務要件が不明確

業務要件とは

目的達成のための業務の必要性が理解できるもの



目的達成のための現状分析



業務要件（業務の目的/必要な理由）

不明確だと？

- そもそもその業務は必要なのか（個社の強みなのか）？
- 本当に現行業務の通りで良いのか？
- パッケージ標準機能に無い場合、カスタマイズまでする必要性はあるのか？

業務要件 現状分析

目的達成のための現状分析の必要性

- ほぼ全ての企業のシステム導入目的には、業務効率化が含まれるが、業務の現状分析することなく、単純に「導入パッケージの標準に合わせる」という企業も見受けられる。
- また、業種や個社特有の業務プロセスがあり、改善点の濃淡などは既存ITベンダー以外では推測が難しい場合もある。

【悪い例】

(1) ソフトウェア+

- パッケージソフトウェアの活用を原則とする。+
- カスタマイズは極力避け、パッケージ標準の業務を活用すること。+

不明瞭なこと

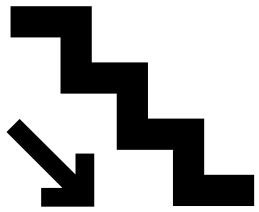
- 現状フローや新業務フローの資料がない
- パッケージ標準の業務が実現可能か判断できない



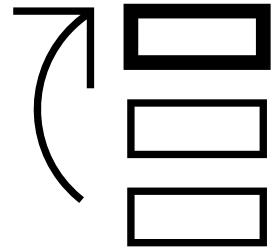
機能要件が不明確

機能要件を書く際は

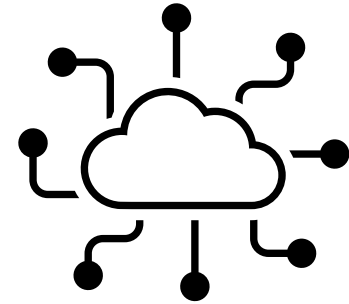
業務要件をシステム要件に置換する
(業務要件を実現するシステムに実装される機能の要件)



機能の「深さ」



優先順位



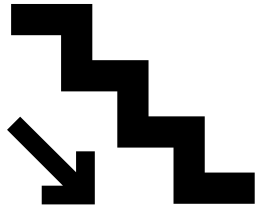
スコープ

不明確だと？

- ・ Fit & Gap の精度 (≡見積) に大きな影響

機能要件 機能の深さ

機能の「深さ」



必要業務から発生する機能要件にある程度の「深さ」（詳細説明）がないと顧客の想定する機能とITベンダーの想定する機能に「ギャップ」が生じてしまう

【悪い例】

機能項目	要求内容
決済	・クレカなど、一般的な決済が行えること
出荷依頼	・出荷依頼が行えること

不明瞭なこと

- ・ 要求内容の記述が簡易的なため、顧客が考える内容とベンダーが考える内容に齟齬が出る可能性がある
- ・ “など”“一般的”という言葉に含まれる幅に齟齬が出るの可能性がある



機能要件 機能の深さ

【良い例】

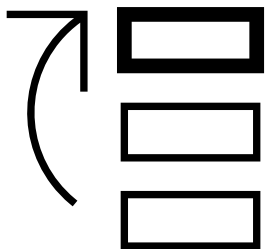
機能項目	要求内容
決済	<ul style="list-style-type: none">・以下の決済手段に対応すること<ul style="list-style-type: none">・クレジット・後払い・代金引換・キャッシュレス（PayPayのみ）・AmazonPay・なお、決済代行は、XXX社と契約を締結しているため、今後も継続予定である。
出荷依頼	<ul style="list-style-type: none">・受注データから出荷依頼ができること・出荷指示は、CSVファイルで出力を行う（毎日15時に日次連携）

Goodポイント

- ・ 業務処理の詳細および業務の流れが理解しやすい。
- ・ 業務フローがあると尚よし。
- ・ 提案の前提が明確になっている



機能要件 優先順位



優先順位 その1

機能要件に対しても 導入目的/業務を考慮した上での優先基準が必要。
 全機能要件に対応しようとする、アドオン費用が大きくなる場合があるため、
 より 優先度の高い要件へのFit率で評価がされるべき

【ベンダー比較表例】

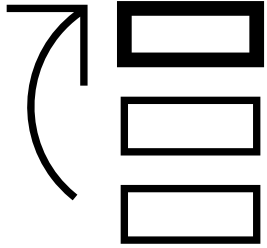
機能項目	要求内容	必要度	ベンダー		
			X社	Y社	Z社
会員登録	・ 会員情報が登録できること	高	×	○	○
	・ ソーシャルログインで会員登録ができること	低	○	×	○
決済	・ クレジットでの決済ができること	高	×	○	×
	・ Amazon Payでの決済ができること	低	○	×	×

Goodポイント

- の対応数が一緒でも、優先度を基準に考えると、どのベンダーがいいかは一目瞭然



機能要件 優先順位



優先順位 その2

機能要件 1 つに対して、必要度を混在させない。

混在することにより、対応の可否や対応工数の表記に揺れが生じる

【悪い例】

機能項目	要求内容	必要度
CMS	<p>静的な特集ページをサーバーにアップできること。 管理画面からページをGUIで作成し、 版管理や承認ワークフローができるとなお良し。 その他、<u>運用効率化が望めることがあれば</u>、提案に盛り込むこと。</p>	高

不明瞭なこと

- 一つの要件に複数の必要度が混在しているため一意の判定・表現ができない
- 何が課題かわからないため、運用効率化の定義ができない



機能要件 優先順位

【良い例】

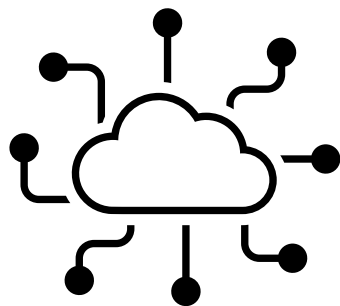
機能項目	要求内容	必要度
CMS	静的な特集ページをサーバーにアップできること。	高
	管理画面からページをGUIで作成できること	中
	版管理により、2世代までは旧版が保存できること	中
	承認ワークフローができること。作成者→ディレクターの2段階承認を想定。それ以上の多段承認や並列に対する考慮は不要。	低

Goodポイント

- 1行=1要求となっており、要求が明確



機能要件 スコープ



スコープ

ECの場合、特にデジタルマーケティングのサービスは継続利用する場合も。全てを入れ替えるとコストが増大するため、導入範囲を明確に。導入後の教育コストやメンテナンスコストにも影響することに注意。

【導入システム一覧】

システム区分	内容/現行製品・サービス名	リプレイス対象
EC	・フロントサイト/ 製品名：〇〇	○
	・バックエンド/ 製品名：〇〇	○
マーケティング	・メルマガ配信/ サービス名：〇〇	継続
	・カゴ落ちメール/ サービス名：〇〇	継続

Goodポイント

- ・ 現行利用中サービスが明確であれば、連携可否も判断しやすい
- ・ システム相関図も併せて提示



機能要件 被りをなくす

被りをなくす

同じような機能要件が複数行に記載されていると重複なのか、似ているが別の業務を指しているのか判断できない。

【悪い例】

システム区分	要件
フロント 会員ランク	会員は年次でランク判定を行う ランクは、以下の条件で判定 A . . .
管理 会員ランク	会員は年次でランク判定を行う ランクは、以下の条件で判定 A . . .
バッチ処理 会員ランク	ランクをバッチ処理で年次更新を行う

悪いRFPが原因となってプロジェクトが止まる・・・

ギャップがあふれる

- 業務要件や機能要件に対して事前に深く確認されていない
- パッケージ機能が過大評価されてしまいギャップが提案時よりも膨大に発生

各層からの反発

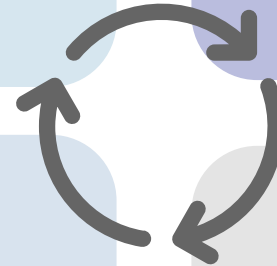
- 社内合意が得られていない業務要件、機能要件が顕在化
- 出した要望が却下されることにより現場から猛反発

スケジュールが伸びる

- 調整に時間を要し、当初の全体スケジュールの変更を検討しなければならない

金額が乖離

- ギャップに対する代替案もなく結果、カスタマイズやアドオンの範囲・金額が増加



プロジェクトが中断！

Agenda

- 01 そもそもRFPとは
- 02 ITベンダーを悩ますRFPとは
- 03 弊社が考える良いRFPとは
- 04 Chat GPTを活用したRFP作成

弊社が考える良いRFPとは



導入目的

- 導入**目的が明確**である
- なぜその**目的なのか**が**理解できる**課題が記述されている



業務要件

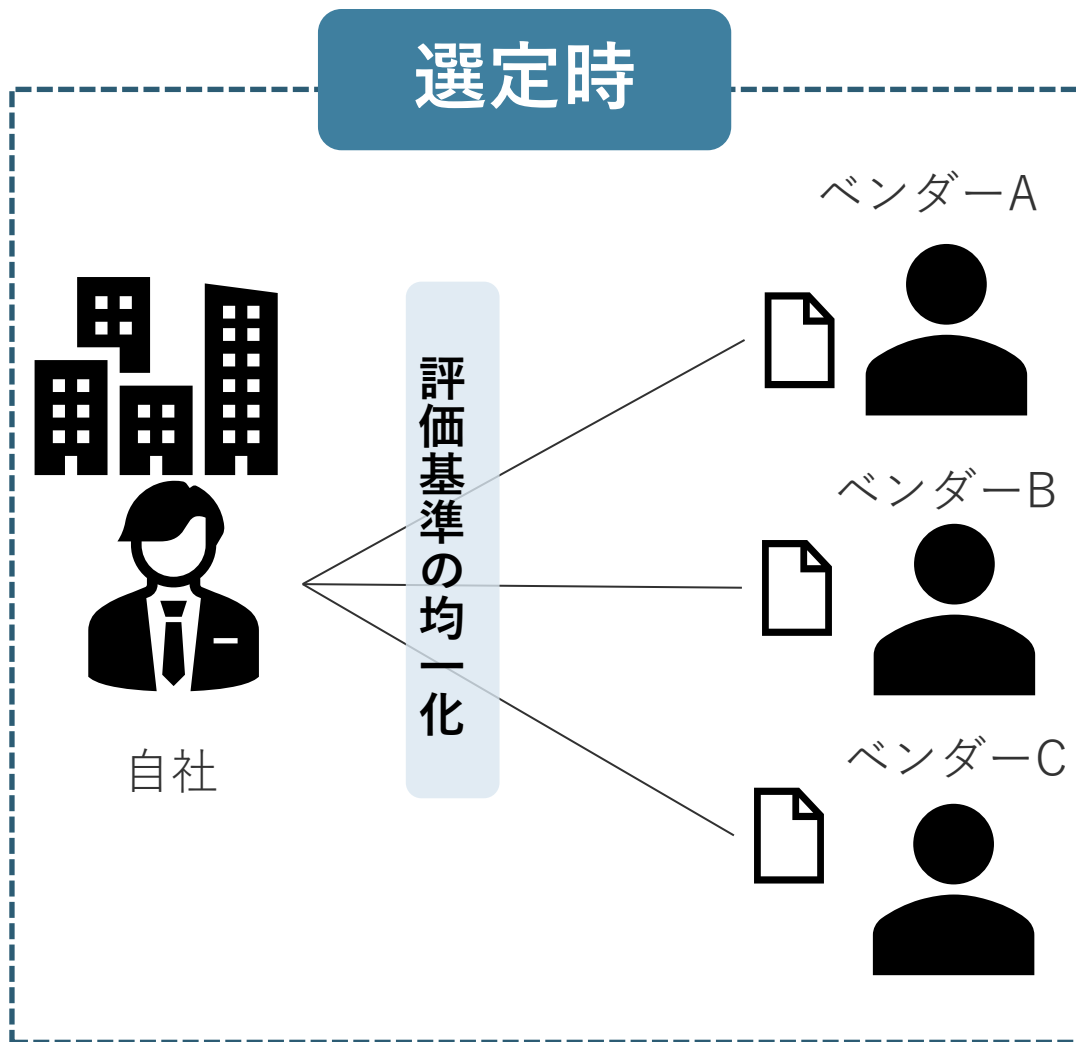
- 導入目的を達成するための**現状分析に基づく**、**顧客の意思が反映**されている
- その**業務が必要な理由/目的**が記述されている



機能要件

- 対象スコープに対して**機能要件がモレなく**記述されている
- 各要件に対して**導入目的/業務の視点からの優先度・重要度が明記**されている

良いRFPを作成すると



提案ベンダー間でのバラつきを抑制

自社の業務内容・目的を理解してもらうことで、ベンダー間での提案内容の相違、提示費用の詳細のブレをなくす

提案システムの拡張性などを判断できる

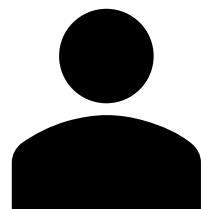
業務のフィット率が明確になり、中長期的な視点でのシステム導入判断が可能となる

良いRFPを作成すると

要件定義時



自社



決定ベンダー

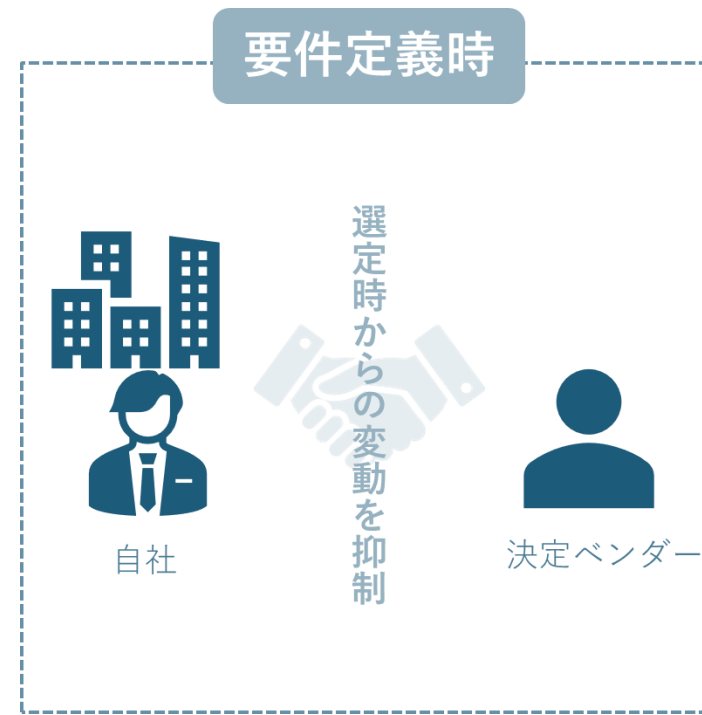
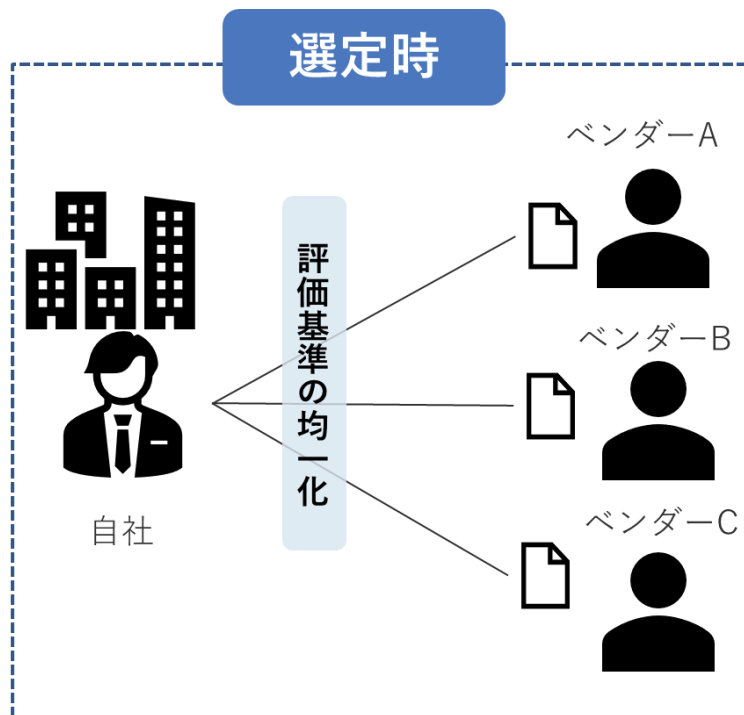
金額・スケジュールに対する変動要因を抑制

選定時に自社とベンダーの目的が一致していると、金額・スケジュールに対するブレを抑制できる

要件の優先度・費用対効果から冷静に検討が可能

思い描く姿を明確ができていると追加要望が出たとしても、優先度・費用対効果が明確になり検討がしやすい

良いRFPを作成すると



自社が「思い描く姿」を正確に伝えることで、
選定でのバラつき、選定後のブレをなくし最適なシステム選択・構築が可能となる。

● ベンダーはこんな提案書を作りたい！

そもそも提案書とは？

ベンダーにとっての

提案書

案を提示すること

プロダクトアウト（製品主体）
ベンダー志向の提案

お客様の目的達成のため
具体的な実現方法を示すこと

悪い例

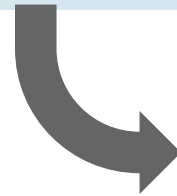
- 当社のシステムにはこんな便利な機能があります！
- 当社のシステムはこんな特長があります！
- 当社のシステムはこんなにお客様に喜ばれています！

ベンダー志向の提案書だと



ベンダー志向の提案

- 当社のシステムにはこんな便利な機能があります！
- 当社のシステムはこんな特長があります！
- 当社のシステムはこんなにお客様に使われています！



目的達成のための具体的なイメージがつかめない
(製品紹介の域をでない)



顧客側

課題

- 当社の課題に対して、どのような理解をしたのか
- 課題の本質が理解されているのか

目的

- システム導入の目的が理解されているのか
- 目的達成に対してどのようなアプローチをしようとしているのか

方法・手段

- どうやって課題を解決するのか
- どうやって目的を達成するのか

提案書でベンダーは何を伝えるべきか？

ベンダー

お客様の課題に共感し、一緒に“気付く”

具体的な提案で、どのように変わるのかイメージさせる。
イメージしてもらうことで理解から納得へ

顧客が提案に向けて何をすべきか実行計画を描けるようにする

お客様

認知・理解
気付き

納得

NEXT
To Do

提案書で語られるべきこと

- 誰が ● お客様が
- 何を ● 今の自分と導入後の自分を
- どう考えるか ● 「今よりもよくなる！」と思えるか
- どうやって ● “具体的”なイメージで比較して

ベンダーはこれを提案として示したい（べき）！

【サンプル】 提案書の目次構成

1. 提案方針	提案の基本方針説明
2. 新システム構成	新システム導入時のシステム構成イメージ
3. ご提案のポイント	重要な要件に対する提案、説明
4. システム構成	ソフトウェア、ハードウェア構成
5. 品質・性能条件	レスポンスなどの条件
6. スケジュール	システム導入スケジュール案の提示
7. プロジェクト体制	プロジェクト実行体制（顧客側、ベンダー側）
8. プロジェクト管理方法	プロジェクト実行時の管理方法説明
9. 成果物	納品成果物（ドキュメント類等）
10. 移行方針	新システムへの切り替え方針（データ移行含む）
11. 教育・訓練	新システム利用者への教育要領説明
12. 運用保守	システム稼働後の運用サポート要領説明
13. 御見積	見積説明（イニシャルコスト、ランニングコスト）
14. 契約条件	契約条件説明
15. 会社情報	提案会社情報

【サンプル】 提案書の目次構成

1. 提案方針	提案の基本方針説明
2. 新システム構成	新システム導入時のシステム構成イメージ
3. ご提案のポイント	重要な要件に対する提案、説明
4. システム構成	ソフトウェア、ハードウェア構成
5. 口質・性能条件	レスポンスなどの条件

この中でベンダーはいろいろな観点で
お客様の目的達成の手段を具体的に提案
※RFPでは漏らさずに提案を依頼

10. 移行方針	新システムへの切り替え方針（データ移行含む）
11. 教育・訓練	新システム利用者への教育要領説明
12. 運用保守	システム稼働後の運用サポート要領説明
13. 御見積	見積説明（イニシャルコスト、ランニングコスト）
14. 契約条件	契約条件説明
15. 会社情報	提案会社情報

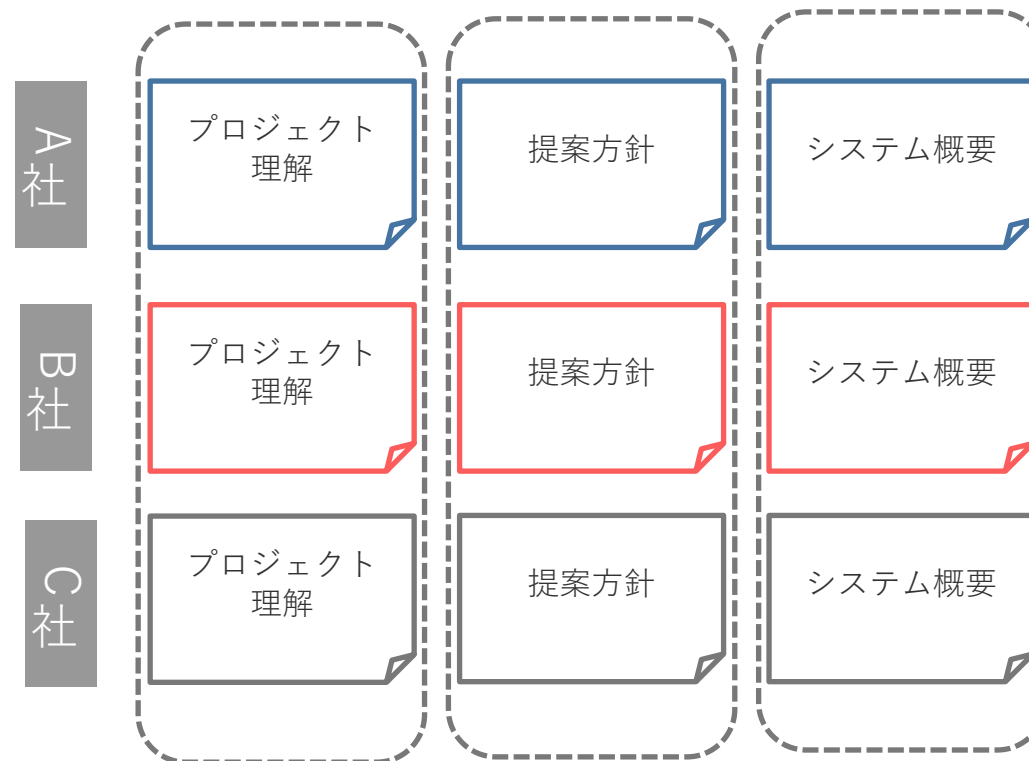
最近のRFPでの傾向 提案書の構成を指定

【サンプル】

9-1. 提案書について

ご提案書は以下の構成で作成をお願いいたします。
 なお、貴社独自のPRやご提案があれば随時お願いいたします。

1. プロジェクト理解
2. 提案方針
3. システム概要
4. 機能要件へのご回答
5. 非機能要件
6. プロジェクト体制
7. 保守・運用支援体制
8. 費用
9. スケジュール



Goodポイント

- 構成が各社共通なので、提案書やプレゼンの理解度が上がる
- 各社から必要な評価対象内容を抜け漏れなく提案を受けることができる

Agenda

- 01 そもそもRFPとは
- 02 ITベンダーを悩ますRFPとは
- 03 弊社が考える良いRFPとは
- 04 Chat GPTを活用したRFP作成

Chat GPTでできること と RFPへの活用

できること

壁打ち

要約

リスト化

表作成

プログラミング

翻訳

RFPへの活用

◎

○

◎

○

—

—

ChatGPTの注意点

- ✓最新の情報ではない（2021年9月時点まで）
- ✓機密情報の漏洩
- ✓嘘をつく

RFP作成においてChatGPTが使えるポイント

章立ての作成

- RFP全体の構成を作成する
- 各章の構成サンプルを作成する

表組の作成

- 比較表
- 機能一覧

各文書の叩き、ようやく

- 紹介分やリード分の作成
- 依頼メール文の作成

実際に試してみよう

前提：Chat GPT3.5

役割：あなたはECサイトリニューアルのシステムコンサルタントです

プロンプト：

- ・ ECサイトリニューアルのためのRFPとして、必要な項目を列挙してください
- ・ ベンダー比較のための比較表を作成してください
- ・ 提案依頼のためのメール依頼分を作成してください

まとめ

良い提案は良いRFPから・・・



よい提案書

導入後の業務イメージと効果を具体的にイメージできるもの

- 複数案を提示したい
- 業務（課題解決）提案から実現手段提案
- “具体的イメージ”が湧く内容



よいRFP

導入目的→業務要件→機能要件で構成されている

- 現状分析は自社をベンダーへ教えるもの
- 目的が不明確だとその後の要件に影響する
- 機能要件の細かい整理は選定時に重要となる



目的を達成するためには良いRFPを通じたコミュニケーションが重要



時間を奪うのではなく、時間を与えるソフトウェアを創り続ける

System Integrator

※本資料掲載の情報・画像など、すべてのコンテンツの無断複写・転載を禁じます。