

ドイツにおける Automotive SPICE 活用の状況

-Automotive SPICE に対するドイツ系サプライヤーのモチベーションとは-

はじめまして。私は先月から当社のコンサルタントとして活動を開始いたしました平田と申します。それまではドイツの大手サプライヤーに所属し、現地で長くプロセス改善活動に従事して参りましたので、ご挨拶を兼ねてドイツにおける Automotive SPICE（以下 ASPICE）活用の状況を紹介させていただきます。

私はドイツへ渡る前に日本の企業に勤務しておりましたが、ドイツ現地での生活や業務を通じて日本との大きな違いを感じてきました。今回のメルマガでは、ASPICE に対する思想の違いについてご紹介していきたいと思っております。

まず、日本の企業における ASPICE 対応のモチベーションに着目すると、顧客からの能力レベル達成の要求に応えなければならないということが ASPICE 対応の最も大きな要因になっているかと思っております。そのため、顧客の真の要求内容やその意図・背景を完全に把握し、顧客と共通認識を十分持たないまま業務を行うと、プロセス改善にはやらされ感があり、開発現場においても通常業務に加えた ASPICE 対応業務に追われることになっていないでしょうか。

ドイツの企業においても、顧客から能力レベルの達成を要求されるということには違いはありません。ただ、ドイツ企業では開発業務を進めるための活動の一環としてプロセス改善を捉えることが多く、必然的に ASPICE アセスメントも活動に組み込まれていきます。開発業務を確認する必要な手段として ASPICE アセスメントを位置づけているのです。その結果、能力レベル 3 は特別な意識を持って達成するという感覚ではありませんでした。また、誰が作業を行っても均一なレベルの作業成果物を生成しようとするため、各プロセスに付随する各種ガイドライン、マニュアル、テンプレートなどは作業に着手する前に整備され、企業としてプロセス資産のノウハウが蓄積していきます。さらに、人材育成の制度の見直しや作業成果物の完成度をさらに高める仕組みも定着することで、開発期間中のプロセス改善のスピード感を顕著に感じるがありました。

このように、日本とドイツでは ASPICE 対応のモチベーションに違いがあり、改善のスピード感ではドイツの企業が秀でていることが多いのです。

ただ、逆に日本にも隠れた強みがある事に気づかされます。開発者の想いや開発の背景、根拠までもがストーリーとしてデータベース管理されていて、それにココテン（問題事項あるいは最善策を他部署に展開）する文化があることです。これは ASPICE の SUP. 9 の観点において秀でていることが多いです。

顧客からの要求を基に ASPICE 対応に臨む場合でも、それぞれのプロセスにおける自分たちの目的、達成すべき目標を明確にしておく必要があります。これは、ASPICE の GP2.1.1 の観点到該当します。この実施目標には、個々のプロセスにおける期限や期間、工数、コスト、手法、ルールなどが含まれます。またこれと合わせて達成すべき品質基準も明確にする必要があり、これは、GP2.2.1 に該当します。

このような目標や基準を明確にすることでプロセスの必要性が明らかになりますので、当事者意識も高まり、顧客要求が基であっても ASPICE 対応のモチベーションは飛躍的に向上するのではないのでしょうか。

今後のメルマガでもドイツにおける ASPICE 活用の状況に基づいた改善のヒントをご紹介致します。

2018/11/7 平田 博