

マスターデータ管理プログラムに対する投資利益率 (ROI) を予測するには

マスターデータ管理 (MDM) の価値をエグゼクティブレベルのステークホルダーに伝えることは難しいものです。複数のITプロジェクトとの競合になる場合もあるでしょう。MDM導入のチャンスを高めるためには、ビジネスケースを明確に定義する必要があります。

このような背景から、MDMに関連する最もよくある質問のひとつは、いかにMDMのビジネスメリットを定量的に提示できるかということです。

現代のビジネスリーダーはデータそのものについてよりも、データがどのように収益に影響を与えるかに関心を寄せています。つまり、データ活用がどのような財務効果をもたらすのかを知りたいがっているのです。

全社規模で導入するMDMプログラムのROIを予測するには、いくつかのシンプルなベストプラクティスがあります。以下は、ROIを予測する際の推奨事項です。

1

プロジェクト範囲の設定

プロジェクトがもたらすメリットや投資対効果を定義するには、企業体、地理的範囲、ITシステムなどの観点から、MDMプロジェクトの正確なプロジェクト範囲を設定することが大事です。つまり、企業がMDMで対応・克服したい問題について考慮するのです。

MDMの導入プロジェクトは、特定の事業部門を中心に着手することも、IT部門主導のプロジェクトとして進行することもあります。一般的に、事業部門を中心にした場合には特定の課題の克服が焦点になるため、プロジェクト範囲も自ずと決まります。

IT部門主導の導入プロジェクトの場合は、プロジェクト範囲に事業全体が含まれるのが通常です。全社レベルのMDMシステムの導入は複雑な上に、様々な部署の協力が必要になります。

そのため、Crawl-Walk-Run方式 (ハイハイから始め、歩き、走るといったイメージの段階的な取り組み) の方が賢明でしょう。最初は迅速に、安定した基礎を固め、少しずつデータを統合し、従業員がシステムに慣れる時間を十分に取れば、後は一気に導入を進めることができます。

2

メリットの特定

データから測定可能な経済効果を得ることを、データマネタイゼーション (データの収益化) と言います。MDMの場合、3つの財務効果が考えられます。

- 1. ビジネス機会:** MDMを活用すると、ビジネス成長の促進に加え、収益や利益の増加、顧客エクスペリエンスやコンバージョン率の向上、商品の市場投入までの期間短縮、返品率の低減、新しい事業モデルへのスムーズな移行などの様々なビジネス成果を上げることができます。
- 2. コスト:** MDMを活用すると、データ品質やエンドツーエンドのプロセスを最適化し、手動処理や反復的な作業を低減できるため、業務効率化とコスト削減を実現できます。
- 3. リスク:** MDMを活用すると、EU一般データ保護規則 (GDPR) などの規則による法的/財務的/評判リスクを適切に管理できます。

上記の3つの財務効果は、以下の指標により測定できます。

- 1. 財務指標:** 収益、利益、1株当たり利益 (EPS) など
- 2. 戦略指標:** 顧客満足度、顧客維持率など
- 3. 業務プロセス指標:** 顧客の登録手続き、新商品の発表、製品ワークフローなど
- 4. 運用管理指標:** データ品質など

MDMがもたらすメリットには、評価が難しいものも多数ありますが、戦略指標や業務プロセス指標を用いて説明することで、エグゼクティブに総合的なメリットが伝わりやすくなります。ビジネスケースの構築の際には、IT部や財務部の関係者に協力を頼みましょう。部署が抱える問題や、業績を伸ばすための改善案について尋ねるのです。

次に、財務部の関係者に協力を頼み、そうした問題が解消または軽減された場合の財務効果を具体的な数値で示してもらいましょう。例えば、新商品の市場投入までの期間が、2ヵ月から2週間に短縮された場合、どのような財務効果があるのでしょうか？

3

コストの評価

ROIを予測するためには、MDMソリューションのコストを把握する必要があります。MDMソリューションは拡張性が高いことから、価格設定も様々です。MDMソリューションのコストは、次の3つのカテゴリに区分されます。

- 1. 初期コスト:** ライセンス購入、統合/カスタマイズ費用、ハードウェア購入、研修費用などが含まれます。
- 2. 運用コスト:** データの保守に関連する費用 (例: エンドユーザーやデータガバナンス担当チームなどがMDMソリューションを運用管理するための時間) が含まれます。もちろん、こうしたコストを算出する際には、業務効率化による時間の節約を差し引いて考慮する必要があります。
- 3. 導入を先送りすることで発生するコスト:** 例としては、MDMをすぐに導入しなかった場合の損失額などが挙げられます。MDMを活用していないために、新商品の発表が競合他社より遅れた場合、市場占有率にどのように影響するのでしょうか？

4

忍耐が大事

クリーンで一元化された質の高いデータをユーザーが活用し、その価値を引き出せるようになるまでには時間を要します。

MDMプロジェクトの効果がキャッシュフローに反映されるまでには、導入から数四半期かかるのが一般的です。

MDMから最大限の効果を引き出すには、十分な数のシステムやソース、ユーザーによるMDMソリューションへの接続が必要になるため、さらに時間がかかります。

これは、変革管理と同じことです。変革が企業全体に浸透し、真の成果が出るまでには、ある程度の時間を要します。

その代わり、最終目標に忍耐強く向き合う力があれば、かつてない大きなビジネス成果を得ることができるということです。

価値を証明するためのパートナーシップ

MDMに対するROIの予測は、単なるファクトや統計にとどまりません。本書でも見てきた通り、MDM導入プロジェクトの成功は、プロジェクト範囲を明確に設定できるかどうかにもかかっています。目標が明確になれば、後は個々の目標における潜在的な投資対効果を掘り下げることができます。

それは、まさにStibo Systemsが採用するアプローチです。Stibo Systemsでは、お客様のビジネス目標を第一に考え、長年培ってきた豊富な経験をもとに、MDMソリューションの導入を成功へ導いています。

MDM導入に関するプロセスや、MDMプログラムの価値を効果的に伝える詳しい方法については、[stibosystems.com/ja](https://www.stibosystems.com/ja)をご覧ください。

Stibo Systemsについて

Stibo Systemsは信頼できるMDMを提供する、マスターデータマネジメント会社です。世界中の先進的な企業がマスターデータの戦略的価値を最大限に活用し、顧客体験の向上・イノベーションと成長の促進・デジタルトランスフォーメーションの推進を行うための基盤構築に不可欠な原動力となっています。当社は、企業が必要とする「透明性」、すなわち一元化された正確なマスターデータを提供することで、十分な情報に基づいた意思決定と、あらゆるビジネス上の目標達成をお手伝いします。Stibo Systemsは、1794年に設立されたStibo A/Sグループの非公開会社で、デンマークのオーフスに本社を置いています。詳細については <https://www.stibosystems.com/ja/> をご覧ください。