

マスターデータを活用し、Time-to-Valueを短縮するための6つのステップ

マスターデータにより、どのように成果が出るまでの時間 (Time-to-Value) を短縮できるのでしょうか。マスターデータの真のポテンシャルを引き出す6つの基本的なステップを活用しましょう。

マスターデータの活用には、強固な戦略だけでなく、使いやすく実装しやすい高性能なマスターデータ管理 (MDM) システムが必要です。

MDMシステムを活用すれば、共通のマスターデータのアクセス、精度、整合性を確保できるメリットがあります。通常は個別のシステムに格納されている複数のデータドメインを統合できれば、更にメリットは大きくなります。

ほとんどのMDMは、製品情報などの単一のデータドメインにしか対応していませんが、Stibo SystemsのMDMは、複数のデータドメインに対応しています。複数のデータドメインを連動することで、今まで気がつかなかったコスト削減のポイントを発見したり、業務効率化や売上増加を達成することはよくあるものです。

例えば、小売業では、サプライヤーやベンダーから入手した製品情報と、ソーシャルメディア、消費者向けアプリ、ロイヤルティプログラムなどから収集した顧客情報を組み合わせて、在庫量の低減、新コレクションの市場投入までの期間短縮、顧客に合わせてパーソナライズされたメッセージの作成などを実現することができます。

問題は、マスターデータが社内の異種システムに分散していることです。

マスターデータに関してよくある問題点：

- 個別のドメインに整合性のない不完全なデータが格納されており、正確な最新の顧客情報を得るのが難しいこと。その結果、不完全な情報に基づいて意思決定を行うことになるため、マーケティング活動の効果が出ない。
- データがサイロ化されており、ドメイン同士が連動していない。その結果、データを十分に活用できず、データ活用のメリットを享受できない。

Stibo SystemsのMDMを使用すれば、既存のデータを統合し、Time-to-Value (成果が出るまでの時間) を大幅に短縮できます。信頼性の高いデータをタイミングよく取得することで、顧客エクスペリエンスの向上、業務効率の改善、GDPRやヘルスケア産業規制「21 CFR Part 11」などの規制遵守の強化を達成できるようになるのです。

Stibo SystemsのMDMは、複数のドメインを統合して全社で使用できる単一の情報源 (Single Version of the Truth) を構築します。

マスターデータドメインの例



製品情報



顧客情報



位置情報



サプライヤー



ベンダー情報



BOM
(部品表)



部品



従業員

マスターデータを活用するための6つのステップ

1

スケーラビリティ(拡張性)を考慮する

データ管理ソリューションに着手する前に、今後データ量がどのくらい増加し、最終的(例:3年後)にはどの程度の量が予測されるかを考慮するようにしてください。現在は単一の事業分野で手一杯かもしれませんが、そこでの問題が解決すれば、やがて、複数の事業分野のデータ連結の可能性が出てくるでしょう。

当社のクライアント様は、まず単一データドメインのデータの一部からはじめ、慣れてきたところで、少しずつ他のドメインを統合することで成功を納めています。

2

データクレンジング

MDMを導入して最初に始めることは、データクレンジングです。ほとんどの企業の場合、大量の重複データや不正確なデータのために、マーケティング活動が上手くいかなかったり、不必要に手間取っているものです。

MDMを活用すれば、データマッチングやリンキングを実行し、既存システムに格納されている重複データをはじめ、不正確/不完全なデータを特定できます。そうすれば、簡単にデータクレンジングや認証を実行し、データガバナンスを確立するための大きな一歩を踏み出すことができるのです。

3

製品ライフサイクル管理の活用

現在は、実に様々な製品情報管理ソリューションがあります。商品マスターデータには、通常のPIMソリューションでは活かしきれない、大きな可能性が眠っています。

製品情報のドメインだけでも、様々な段階の商品情報が異種システムに保存されています。コンセプト提案から生産終了までのライフサイクル全体の製品情報を一括して管理できれば、完全なトレーサビリティを確保することができるため、サプライヤーやベンダーの登録、規制遵守、新商品の市場投入までの期間短縮などを簡単に実現できるのです。

当社が製品ライフサイクル管理を推奨するのはそのためです。

価格とブランディング情報の両方を管理し、ロードマップに沿って製品を管理

開発プロセス全体を通して、法規制の遵守を徹底

どの段階でも問題レポートをタイミング良く活用し、変化に素早く対応

最後に、製品情報のドメインを他のドメインと連結し、マスターデータの持つ可能性を発揮します。

4

顧客情報や従業員情報の一元化

Stibo SystemsのMDMは、複数のシステムに格納されている断片化された顧客情報を同期して、顧客の全体像(360°顧客ビュー)を生成します。様々な情報源から収集した消費動向、地理、連絡先、個人情報を一元化して、シームレスな顧客エクスペリエンスを創出します。Accenture社によると、顧客の購入履歴を把握するだけで、顧客に選択される確率が65%増加すると推定されています。

顧客を一元化すると、EU一般データ保護規則(GDPR)で定められている通り、個人情報の提出を求められた場合にもそつなく対応できます。

しかし、これは顧客情報に限りません。大企業は、人事部が保有する従業員のスキルレベルの情報を、場所や計画中のプロジェクトなどと組み合わせることができます。

MDMの可能性は無限です。ただし、どこまで性能を引き上げるかは、MDMが事業目標やデータモデルにどれだけ即しているかで決まります。

5

製品情報の一元化

商品の市場投入までの時間を短縮するためには、小売業者は様々な外部の情報源からデータを収集、統合し、単一の情報源を確立する必要があります。製造メーカー、流通業者、データプール、翻訳者は、同じ製品についてそれぞれ異なるデータを保有しています。Stibo SystemsのMDMを活用すれば、こうした情報源からのデータ収集やデータ認証を自動化し、商品の市場投入までの時間を短縮することができます。

Stibo SystemsのMDMがあれば、完全な販促情報が記載されている単一のファイルを印刷会社とウェブ制作会社の両方に送信できます。

6

データドメイン間の同期

複数のデータドメインを同期できれば、大幅な業務効率化を実現できます。単一のテクノロジースタックを通して、位置情報、顧客情報、アセットデータ、製品情報などをすべて総合して表示できるようになるのです。

- 新商品の登録や、新規サプライヤー/ベンダーの登録も簡単になります。
- MDMを活用すれば、製品情報、顧客情報、倉庫システムの情報を連動できるため、合併や買収によるインフラストラクチャの変更にも比較的容易に対応できます。

Stibo SystemsのMDMシステムは拡張性に優れており、必要に応じて、後からデータドメインを追加できます。

Stibo Systemsのクライアント様の成功事例

ほんのいくつかの成功事例を見ただけでも、企業は実に様々な方法でマスターデータを活用し、Time to Value (タイム・トゥ・バリュー: 成果が出るまでの期間) を短縮していることがわかります。小売業者、製造メーカー、金融業者、消費財メーカーなど、幅広い業種の企業が様々なマスターデータを活用し、事業目標を達成しています。

- オランダ最大のオンライン小売業者として知られるBol.comは、実に550万点もの商品を有しています。Bol.comは、拡張性に優れたStibo Systemsソリューションを活用し、商品の市場投入までの期間を80%短縮することに成功し、新しい商品カテゴリを簡単に設けることができるようになりました。
- ザ・ホーム・デポ社は、2,200店舗以上を抱える世界最大のホーム・センターです。Stibo SystemsのMDMを導入し、商品登録にかかる時間を2週間から2日に短縮することに成功しました。
- 31カ国で事業を展開する産業用商品の製造メーカー、ブレイディ社は、維持費を84%削減することに成功しました。
- 全国に97店舗を構え、米国最大規模の民間企業として知られる米国スーパーマーケットチェーン、ウェグマンズ社は、何百万件もの顧客情報を統合し、単一の顧客ビューとして表示することに成功しました。
- 自動車および自動車部品の製造メーカーであるジェネラル・モーターズ社は、製品を市場に投入するまでの期間を14週間から2週間に短縮しました。
- 全国に1,700店舗を構える家電/自動車機器の小売店、カナディアン・タイヤ社は、ベンダーの登録にかかる時間を75%短縮することに成功しました。

迅速に大きなビジネス成果を達成

Stibo Systemsでは、Time-to-Value (導入から成果が出るまでの時間) を短縮するために段階的な導入モデルを採用しています。まず、クライアント様とパイロットプロジェクトを実施し、実装の確認を行うと共に、素早く成果を出します。

試験的プロジェクトの実施期間は数ヶ月程度です。試験的とはいえ、すぐにビジネス成果を実感することができるはずです。次に、1〜2段階に分けて、徐々にデータドメインやその他のデータ項目をソリューションに追加していきます。段階的な導入モデルを採用することで、プロジェクトの進行に沿って規模を少しずつ拡大していくことができます。

また、データ項目やデータドメインは、スーパーユーザーが標準設定を通して簡単に追加できます。ITスペシャリストのプログラミングは不要です。

マスターデータを最大限に活用するには？

Stibo Systemsの専門家は、世界中の大手企業様に対し、豊かな経験と知識を活かしてMDMソリューションの導入をサポートしています。

ぜひお気軽にご相談ください。お問い合わせ先：

stibosystems.com/about-us/company/contact-us

About Stibo Systems

Stibo Systems, the master data management company, is the trusted source of MDM solutions based on a unique business-first, people-centric approach. Our solutions are the driving force behind forward-thinking companies around the world that have unlocked the strategic value of their master data; empowering them to improve the customer experience, drive innovation and growth, and create an essential foundation for digital transformation. Stibo Systems is a privately held subsidiary of the Stibo A/S group, founded in 1794, and is headquartered in Aarhus, Denmark. For more information, visit stibosystems.com.