

サプライヤー管理とオムニチャネル コマースを整流化するための施策

カスタマーエクスペリエンス分野での競争がサプライチェーン管理者に与える影響

「経営幹部の 4 人中 3 人は、市場のニーズに応えるという点において、サプライチェーン、営業部門、マーケティング部門の連携が取れていないと感じています」¹

Accenture 社の調査¹によると、全体的なサプライチェーンのパフォーマンスに満足していないというサプライチェーン責任者の割合は、全体の 76% に上ります。多くの場合、パフォーマンスが不十分になっている原因は、サプライチェーンの可視性の不足です。その結果、質の低い意思決定や市場機会の損失、高コスト、市場投入の遅れ、手作業の増加といった問題が生じます。しかし、もっとも重要な問題は、粗悪なカスタマーエクスペリエンスを生んでしまうことです。

こうした状況は、サプライチェーン管理者にどのような影響を与えるのでしょうか。さまざまな意見を持つアナリストたちが同意できることが一点あるとすれば、それは企業間競争の主戦場は今後、カスタマーエクスペリエンスの分野へと移っていくという点でしょう。顧客は優れたカスタマーエクスペリエンスを期待し、次のようなエクスペリエンスを求めています。

- どのチャネルでも同じように利用できる、シームレスで一貫性のある統合されたショッピングエクスペリエンス
- 高度な検索機能と共に、正確で完全な製品情報とサプライヤー情報を提供する手軽な購入プロセス
- 顧客の問題を迅速かつ簡単に解決してくれるコールセンター担当者

サプライチェーン管理者は、優れたカスタマーエクスペリエンスには、まず高品質のサプライヤーデータ、製品データ、顧客データが必要であることを認識しています。すなわち、サプライヤーデータや製品データを戦略的に管理するためのデータ管理ソリューションをチームに提供しなくてはなりません。そのためには、サプライチェーン全体や商品開発システム／プロセス全体を通じて、正確性、完全性、整合性を備えた最新のサプライヤー情報と製品情報を取得、更新、共有できるプロセスを自動化することが必要となります。

サイロ化されたシステム、粗悪なサプライヤーデータや製品データによる混乱を回避するには

一般的に、サプライヤーや製品、サービスに関する情報は、各地域や業務部門で使用しているサイロ化した複数のシステムで管理されています。あるシステムで情報の追加や変更、修正を行っても、これらの情報を必要とする他のシステムに自動的に反映されることはありません。実際、こうしたアップデートの多くは、製品コンテンツをさまざまなチャネルに配信する基幹システムに届かないままとなっています。

結果として、製品やサービスの開発、流通、販売に必要な情報が、不正確で整合性のない、不完全で断片化したものとなっています。業務上不可欠なデータをまとまりのない方法で管理しているため、すべてのサプライヤーデータと製品データをまとめた信頼できる単一ビューを確立することができないのです。小売企業、製造企業、流通企業は、顧客のニーズに応え、運用上の非効率性をなくし、市場投入までの期間を短縮するために、職務機能やプロセス、システム全体で製品データとサプライヤーデータを効率的に管理する方法を模索しています。

¹ Accenture Strategy 社：「Driving growth and competitiveness: Eliminating the disconnect between sales and supply chain」

MDM を活用して、サプライチェーンおよび商品開発アプリケーションに高品質のデータを提供

「マスターデータを基盤とするアプリケーション」とは？

- 特定の業界やビジネス上の役割、使用事例に合わせた目的特化型のアプリケーション
- 特定のビジネスプロセスで必要なマスターデータを戦略的かつ安全に管理、エンリッチ化し、コラボレーションを実現できるように構築されている
- カスタマイズされたユーザーインターフェイス、ビジネスロジック、ワークフロー

データの断片化と整合性の欠如という問題を解決するため、サプライチェーンや製品管理の責任者は、マスターデータ管理（MDM）に目を向けています。これらの企業では、MDM を導入し、Supplier 360 や Product 360 などのビューを活用して、サプライチェーンや商品開発のさまざまなシステムを強化し、プロセスを整流化しています。Aberdeen Group 社の最新の調査では、サプライチェーン管理の責任者はマルチドメイン MDM を導入している可能性が 73% 高いことがわかっています。²

効果的な連携：Informatica MDM – Supplier 360 と MDM – Product 360

Informatica MDM – Supplier 360 と MDM – Product 360 を連携して使用することで、社内のさまざまな部門やチーム、サプライヤーを完全にサポートすることができます。両ソリューションの機能を活用すると、サプライヤーデータや製品データ、オムニチャネルタスクを単一プラットフォームで共同管理することが可能になります。小売業、製造業、流通業の各企業は、サプライチェーン戦略や市場投入戦略とを連係させ、エンドツーエンドの可視性を高められます。

調達部門、購買部門、財務部門、サプライチェーン部門の責任者は、MDM – Supplier 360 を活用して、サプライチェーンの管理、サプライヤーリスクの監視、ベンダーとの協業を行います。また、商品開発者、製品管理者、購買担当者、マーケティング責任者は、MDM – Product 360 を導入して、営業やマーケティングに備えた製品開発に協力して取り組むことができます。

Informatica MDM アプリケーションの核となるデータ品質ルールが組み込まれているため、常に整合性と完全性を備えたデータを取引先との間でやり取りすることができます。その結果、すべての販売チャネルに高品質の製品情報が行きわたり、それぞれのタッチポイントで最高のカスタマーエクスペリエンスを実現できます。顧客に誤った情報を提供したり、粗悪なカスタマーエクスペリエンスを創出したりすることは、誰も望んでいません。

このソリューションには、次の機能を提供します。

- 単一の水平プラットフォーム、共有プロセス、メタデータをベースに、戦略的な調達からオムニチャネル管理まで、あらゆるプロセスをサポートする 2 つの統合ビジネスアプリケーション
- Informatica Intelligent Data Platform を基盤に構築 — 業界をリードするプロアクティブなデータ品質、エンドツーエンドのデータ統合製品、インフォマティカの総体的なデータガバナンスソリューションを実装
- すべてのインタラクションとサプライヤー関係管理の改善をサポートする単一のサプライヤーポータル

² Aberdeen Group 社：「[The Value of Strategic Supplier Data Management](#)」

MDM – Supplier 360

サプライチェーン管理の成功は高品質なサプライヤーデータから

MDM – Supplier 360 はマスターデータを基盤とする次世代のサプライヤー 360 度ビューを提供するソリューションで、サプライヤーとのコラボレーションを簡略化すると共に、サプライヤーとそのライフサイクルの一元管理を実現します。

Supplier 360 は、サプライチェーン部門や調達部門、購買部門がサプライヤーのライフサイクルと供給製品を管理するための、カスタマイズ可能なビジネスプロセス主導型のワークフローを提供します。

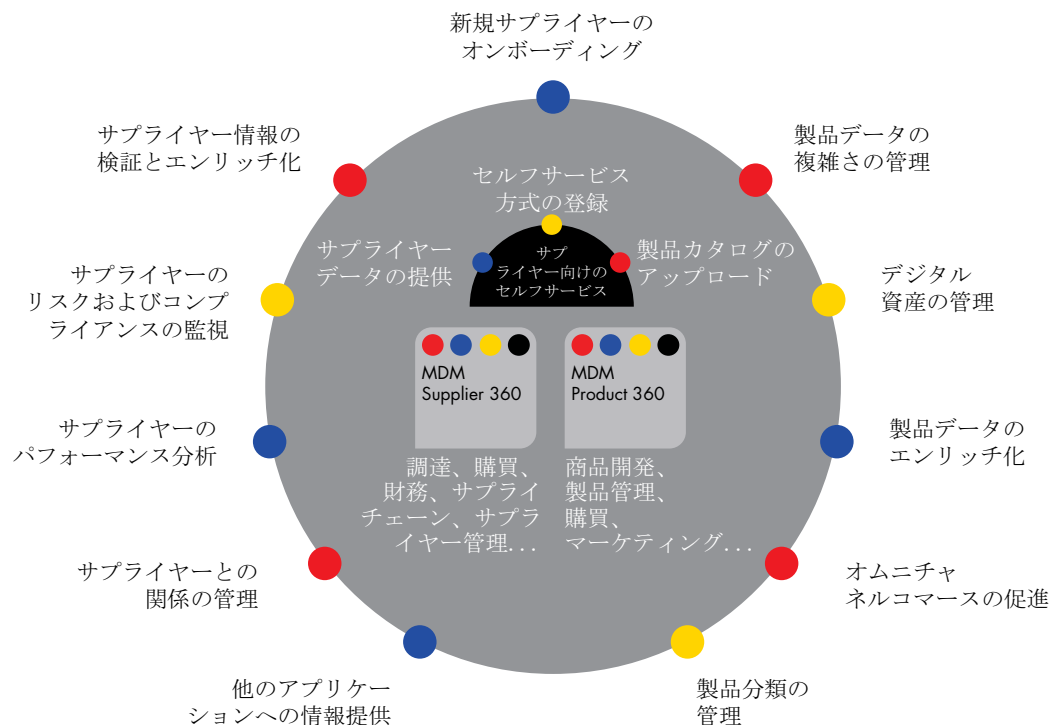
MDM – Product 360

オムニチャネルコマースの成功は完璧な製品データから

Informatica MDM – Product 360 によって、流通業や小売業、製造業の各企業は、複雑な製品データやデジタル資産を管理し、整合性のある製品データをオムニチャネルコマースに公開することが可能になります。

Product 360 は、製品コンテンツに関するプロセスとコラボレーションを整流化します。また、新しい製品データを簡単かつ正確に作成し、マーケティング用にエンリッチ化した後、顧客との全タッチポイントにその情報を公開することができます。

単一プラットフォームをベースに情報サプライチェーンを管理



サプライヤーにセルフサービス環境を提供

サプライヤー向けのセルフサービスポータルでは、使いやすいインターフェイスを通じて登録プロセスを完了できます。財務や税金、コンプライアンスに関するさまざまなドキュメントを含め、必要な情報をすべて簡単に共有することが可能です。

サプライヤーの適正評価やオンボーディングの整流化

地域や業務部門で異なることの多いサプライヤーの管理方法を、ライフサイクル全体にわたって刷新します。財務部門、購買部門、法務部門に代表される主な利害関係者は、プロセス主導型のワークフローを通じて、新規サプライヤーの情報やドキュメントの検証、オンボーディングの適性評価、コンプライアンス違反などの問題によるサプライヤーの拒否などを迅速に処理することができます。

ビジネスプロセスの整合性

- 組み込まれたデータ品質：データの妥当性チェックの自動化、データスチュワード（データ管理／案内人）向けのルールとダッシュボードを提供し、重要な意思決定を支えます。
- 組み込みのビジネスプロセスマネジメント：Product 360を導入すると、組織内のすべてのグループや部署が同じプロセスや同等のプロセスを使用して製品開発やメンテナンスを行うため、業務の生産性が向上します。



インフォマティカは、「TOP Supplier Retail 2016」賞を受賞しました。

これら 2 つのソリューションとすべての機能に関する詳細は、こちらをご覧ください。

www.informatica.com/Supplier360

www.informatica.com/Product360

単一のポータルであらゆるやり取りに対応

オンボーディング後、サプライヤーは貴社とのすべてのやり取りを同じサプライヤーポータルを通じて行うことが可能です。サプライヤーは、会社情報や連絡先を更新、共有したり、新しい製品カタログを MDM-Product 360 にアップロードしたりできます。

サプライヤー情報の検証とエンリッチ化

Informatica Data as a Service (DaaS) Contact Record Verification Suite によって、連絡先データ（住所、電子メールアドレス、電話番号）の検証やチェック、サードパーティの情報を使用したサプライヤープロフィールのエンリッチ化が可能になります。

製品データの複雑さを簡単に管理

サプライヤーからさまざまな異なる形式で製品データが提供されることは珍しくありません。Product 360 では、データ主導型のレビューメカニズムを活用して、異なるデータ形式を処理し、大量の製品データでも自社のデータ分類に合わせて追加することができます。

デジタル資産の管理

Digital Asset Management (DAM) を活用すれば、画像やグラフィック、ドキュメントや音声、動画のような構造化されていない製品データを簡単に管理できます。資産を自動で見つけ出し、特定の公開チャンネルに合わせて形式化します。

製品情報のエンリッチ化

データをエンリッチ化するためには、適切な製品情報を適切な従業員と部門に届けることが重要です。Product 360 では、直感的な役割ベースの入力項目を利用できるため、製品情報のエンリッチ化プロセスを整流化し、迅速に処理することができます。

オムニチャネルコマース向けに整合性のある製品データを公開

オンライン、モバイルデバイス、店舗、ソーシャルメディア、カタログなど、どのチャネルで製品マーケティングを展開する場合でも、Product 360 はすべてのチャネルで統一されたショッピングエクスペリエンスを実現します。Product 360 は、国際市場の課題や将来の販売／マーケティングチャンネルの課題を考慮したオムニチャネルソリューションを提供します。

サプライヤーの監視と分析が簡単に

カスタマイズ可能な役割ベースのダッシュボードと、導入企業に合わせて設計されている直感的なユーザーインターフェイスを利用することで、スムーズにサプライヤーを監視し分析できます。場所や商品の供給状況、納入パフォーマンス、請求状況に基づいて、コンプライアンス、サプライチェーン、購買に関するリスク管理を迅速に評価することが可能です。また、有効期限の終了が近づいている認定書やその他に必要な情報がある場合は、アラートが送信されチームに通知します。

サプライヤーとの関係を積極的に管理

360 度ビューでは、クリーンで整合性のある密接に連携されたサプライヤー情報と企業全体のすべてのサプライヤー関係を一目で確認できるので、サプライチェーンの各チームは、業務上重要なサプライヤーのデータや関係に迅速かつ簡単にアクセスし、その内容を管理、分析できます。

高品質のサプライヤーデータを既存のアプリケーションに提供

Supplier 360 では、サプライヤーに関するすべての情報とドキュメントを、中央で一元管理します。そのため、クリーンで整合性のある、密接に連携されたサプライヤー情報を、エンタープライズ リソース プランニング (ERP)、入札システム、見積システム、請求書発行システム、買掛金システム、Informatica Product 360 などの他のビジネスアプリケーションや分析アプリケーションで利用することができます。

新規のオンライン製品情報を新しいシステムに適応させるまでの時間を数時間からわずか数分に、市場投入までの期間を最大 60% 短縮します。*

オンラインのデータ品質の問題によって生じる、製品データの重複や間違いが 20% 減少します。*

* Elkjøp 社は、北欧最大の家電販売店です。同社は製品の販売に焦点を当てた企業から最高のショッピングエクスペリエンスの提供に重点を置く企業への変革を実現するソリューションとして、インフォマティカを選択しました。

インフォマティカについて

インフォマティカは、あらゆるモノを動かすデータの未来を変革するイノベーションに取り組む先進的な独立系ソフトウェアプロバイダーです。インフォマティカのソリューションによって世界中の企業が情報価値を高めることに成功し、ビジネスの最重要ニーズを満たしています。現在、5,800 社を超える企業がインフォマティカを利用して、オンプレミスやクラウドのほか、ソーシャルネットワークを含むインターネット上の情報資産から最大限の価値を引き出すことに成功しています。


informatica
Put potential to work.™

ソリューションの利点

優れたユーザビリティ

- Supplier 360 と Product 360 の両方を利用できる、サプライヤー向けの単一セルフサービスポータル
- 導入企業に合わせて設計された直感的なユーザーインターフェイスとダッシュボード
- 整流化され、密接に連携したサプライチェーンプロセスとワークフロー

売上の増加とROIの向上

- eコマースにおける高い収益性とコンバージョン率
- サプライヤーコラボレーション管理の生産性と効率性の向上
- データ管理に一般的に必要なとされる業務と手作業のプロセスの削減

俊敏性と応答性の向上

- すべてのチャネルを通じて、製品の市場投入までの期間を最高 4 倍まで高速化
- サプライヤーのオンボーディングプロセスを、数週間から数日へ短縮
- 変わり続ける顧客の要求や市場の変化へ迅速に対応

データ品質、完全性、整合性の確保

- 最高水準の MDM プラットフォームを基盤にしたソリューション
- サプライヤー、製品、サービスに対する統一された信頼の 360 度ビューにより、サプライチェーンのコンプライアンスと可視性を向上
- データ処理とプロセスで活用できるデータガバナンス機能

卓越したカスタマーエクスペリエンス

- コールセンターに高品質のサプライヤー情報と製品情報を提供し、優れたカスタマーエクスペリエンスと高い顧客ロイヤリティを実現
- すべての販売チャネルに正確で詳細な製品情報を提供することで、質の高い情報に基づいた購入プロセスを顧客に提供



「インフォマティカのソリューションでは、サプライヤーからのデータを自動でチェックし、高品質のデータを使って製品を短期間に市場に投入することも非常に簡単に実現できます。そのお陰でオンラインチャネルやカタログ、店舗など、すべてのチャネルでカスタマーエクスペリエンスの質を高めることができました」

– Elkjøp 社マスターデータ設計担当、
Thomas Thykjaer 氏

〒105-6226 東京都港区愛宕2-5-1 愛宕グリーンヒルズMORIタワー26階 電話：03-6403-7600(代表) FAX：03-3433-1021
www.informatica.com/jp [linkedin.com/company/informatica](https://www.linkedin.com/company/informatica) twitter.com/InformaticaCorp

© 2016 Informatica LLC. All rights reserved. Informatica® および Put potential to work™ は、米国およびその他の国における Informatica LLC の商標または登録商標です。その他すべての企業名および製品名は、各社が所有する商号または商標です。