

日本発のグローバルプロジェクトで “攻めのコンテンツ管理”を実現するデジタル資産管理基盤を構築



日本アムウェイは、顧客とのコミュニケーションを円滑に進めるマーケティング活動において、多くの非構造型データを扱う。製品画像や製品説明などの非構造型データを一元管理する仕組みとして、EMC Documentumのデジタル資産管理(DAM)を導入した。

日本アムウェイ株式会社 コミュニケーション本部
ECM プログラムマネージャ 清水 誠氏

導入の背景

日本アムウェイ株式会社（以下、日本アムウェイ）は、ディストリビューターによる代理販売を軸にダイレクトセリングで製品を販売する企業だ。日本では約 1100 億円の売上があり、70 万組近いディストリビューターを抱える。

その同社にとって、顧客とのコミュニケーションチャネルは、カタログや Web サイト、メールマガジンなど多岐にわたる。製品カタログは年間 200 万部、会報誌は 200 万部を発行し、約 30 の Web サイトを運用する。ショールームでは映像で製品の魅力をアピールし、製品やビジネスを説明するための DVD も制作している。

これらのコンテンツを制作するにあたっては、製品開発、マーケティング戦略、コミュニケーションプラン、写真撮影などのプロセスを経ることで、製品そのものの情報は固まる。ただ、その 80% は構造化できないデータとなっている。伝えたい相手や時間、目的、そして見せ方によって基本情報を再加工する必要があり、最適な伝え方を実現するために編集を繰り返さなければならないためだ。製品そのものはひとつだが、クリエイティブによる制作プロセスを経ることで、無限の伝え方が生まれてくるのである。

このため、コンテンツの一貫性を保つことが難しくなってきた。例えば製品の基本情報に変更が入った場合、多くのメディアに掲載された関連コンテンツを探して更新する必要が生じる。制作プロセスや更新タイミングがメディアによって異なるため、コンテンツが増えれば増えるほど、確認作業が煩雑になり、管理コストが上昇してしまう。

こうした課題を解決するために、同社は EMC Documentum のデジタル資産管理 (DAM) を採用し、業務効率化のための取り組みを開始することになった。

システムの導入

日本アムウェイがシステム導入の検討を具体化したのは 2004 年ごろのことだった。「現場の単純作業を減らすことで、一貫性のある情報発信と積極的なメディア展開を可能にする」ことを目標とし、1. 制作プロセスの改善、2. コンテンツの整理、3.IT の導入の 3 つのアプローチでそれを実現しようとしたのである。

日本アムウェイ コミュニケーション本部 ECM プログラムマネージャ 清水 誠氏は、次のように話す。

「まず取り組んだのは、コンテンツの作成・管理・活用方法を規定するグローバル標準ガイドラインの策定です。その後、コンテンツの整理を行いながら、最適な分類体系と運用管理プロセスを決めるために 1 年半かきました。システムありきの方法だと、後で運用が破綻してしまいます」

DAM では、ドキュメント (文書データ) 管理のために、バージョン管理、ワークフロー、およびアクセス管理の各種機能を活用。また、デジタルアセットの管理機能として主に画像の自動処理を実現することに力を注いだ。たとえば、縮小画像を自動生成したり、余白を自動除去したりすることで、レイアウト作業を行うデザイナーの作業負担を下げることを狙った。

また、あらゆるコミュニケーションメディアで製品の色を共通化する仕組みも取り入れた。

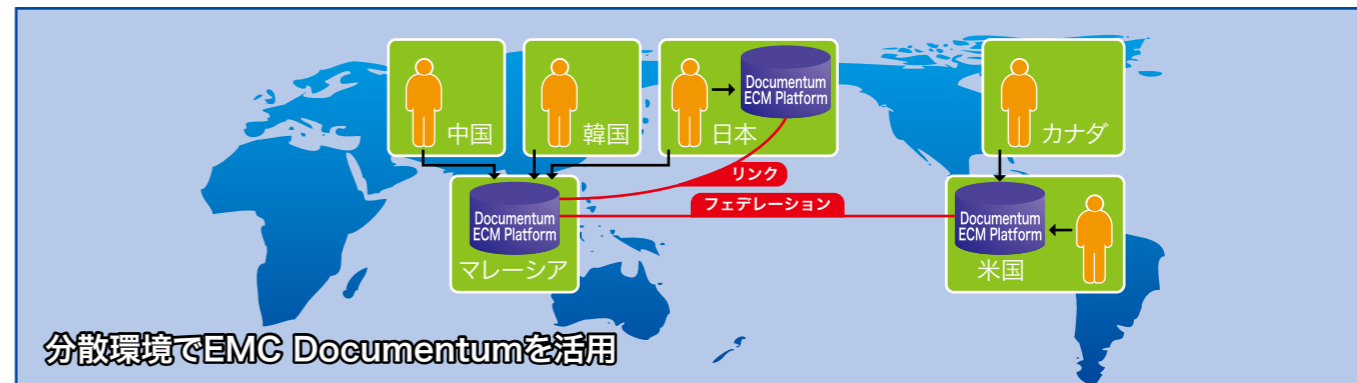
この DAM システムは 2006 年 4 月に、カラーマネジメントは 2007 年 7 月に稼働を迎えた。

「化粧品も扱っているため、色の管理をシビアに行っています。RGB モードの Web と CMYK モードの印刷物での色の再現性を高めるため、カラーマネジメントのシステムとプロセスを導入しました。」(清水氏)

世界のアムウェイ関連会社が利用する DAM 「BRAND NEXT」



ブランド、製品名、ジャンル、制作日など様々な切り口で画像や動画、Office 文書、PDF などを検索可能



分散環境で EMC Documentum を活用

導入効果

日本アムウェイは DAM 導入に伴い、組織体制も変更した。コミュニケーション本部を、製品基本情報を制作する「Creative」、製品情報を元にコミュニケーションメディアを制作する「Media」、そして製品情報とビジネスプロセスを管理する「Asset」の 3 つのグループに切り分けたのだ。責任範囲を分散しながら、同じ目標に向かって進める体制を整えた。

IT 面では、Documentum をプラットフォームとして、コンテンツ管理のためのアプリケーション「Product Information Manager (PIM)」を開発した。製品情報の管理に特化し、XML で EC サイトとデータ交換が可能な仕組みを提供することで、正しい製品情報の配信を可能にした。

使い慣れた Microsoft Office との連携も見逃せない。コンテンツの投入と確認作業では Excel を活用。また、新機能の追加にあたっては Access でプロトタイプを作成する反復型開発を実践している。

製品情報を管理する Access アプリケーション



EMC Documentum をプラットフォームとして開発された Product Information Manager (PIM)。フロントエンドは用途に応じて Web ベースのものと Access のものを併用

導入の効果はどうか。DAM をベースとしたカラーマネジメントの仕組みと、Japan Color や PDF/X などの標準化の採用により、特定の印刷会社に依存する度合いを低減した。この結果、海外の印刷会社への発注も可能になり、印刷ジョブ毎に入札を行うことで、コストの最適化と納期の柔軟性確保が可能になった。また、社員がこれまで時間をかけていたドキュメント検索や加工の時間を削減できると見込んでいる。

今後の展開

今回のプロジェクトは、日本側が必要性を米国本社に提唱し、欧州やアジア諸国を巻き込んで勧められた。清水氏は、「日本がリードしているエリアもあります。これからもさまざまな取り組みを行って、世界のベストプラクティスにしていきたいと考えています」と語る。

DAM の面では、印刷物の自動組版につなげることが次の課題だ。Web サイトに比べると印刷物のデザインは自由度が高いため、デザイナーに作業負担がかかっている。すべてを自動組版で行うと無味乾燥なカタログになりそうだが、特集ページはデザイナーの技量を生かし、そのほかのページに複数のテンプレートを適用するなどの手法で、作業負担の低減を図っていく。

また、業務プロセスの改善には継続的に取り組んでいく。新しいプロセスによって人と組織は成長するため、それに合わせてシステムも進化させていきたいという。



もちろん、グローバル展開も図る。現在 57 の国と地域でビジネスを展開する同社グループに、ノウハウを提供していく。同時に、マーケティング以外でコンテンツ管理を活用していくことも視野に入っている。

EMC ジャパン株式会社

東京都新宿区西新宿 2-1-1 新宿三井ビル (私書箱 323 号)
〒163-0466

お問い合わせは
フリーダイヤル 0120-588543
URL: <http://www.emc2.co.jp>
<http://emcsoftware.jp/>

EMC2、EMC、および Documentum は、EMC Corporation の商標です。他のすべての名称ならびに製品についての商標は、それぞれの所有者の商標または登録商標です。他のすべてのブランド名は、それぞれの所有者の商標または登録商標です。
Copyright © 2007 EMC Corporation. 不許複製