



【データ・リレーション・ファースト】による

カタログ制作の効率化

データベースや自動組版を夢見るその前に

CONTENTS

P02 「システム」の導入はなぜ成功しないのか？

P05 解決策としての【データ・リレーション・ファースト】アプローチの特色

P09 スモールスタートによる問題解決事例

P14 まずやるべきことは？

カタログ制作や商品データ運用で、一番困っている問題からスモールスタートで解決できる方法をご紹介します。高額なシステムを導入しなくても、正確性や効率を向上させることができます。

「システム」の導入はなぜ成功しないのか？

毎回どうしても大変な労力がかかってしまう、カタログ制作。

なんとかラクにしたい、合理的・効率的にできないかと、データベースやコンテンツの一元管理、自動組版といった各種システムの導入をお考えになったことがあるかと思います。ウェブ・ファーストとか、データベース・ファーストといった魅力的なキーワードをよく目にしますし、ソリューションもいくつもあります。しかし、カタログ制作ご担当者様の多くは、結局「システム」の導入が実現できないか、できたとしても運用で頓挫してしまいます。なぜでしょうか。それは、ほとんどの企業においてカタログが「そこまでするほどの存在ではない」からかもしれません。

最初に「システム」の導入が成功しない理由を以下の4つの問題と定義して説明します。

①お金がかかりすぎる

②仕様がまとまらない

③かえって面倒が増える

④社内の協力が得られない

「システム」の導入はなぜ成功しないのか？

① お金がかかりすぎる

まず、目的や、ビジネスとして期待できる効果から考えると「システム」が不釣合いに高いことがあげられます。

よほど大量の商品情報を扱う企業や、カタログが即ち売り場であり業績を直接左右するような通販専門の企業であれば話は別かもしれませんが、その他の大部分の企業にとっては、コストに見合った効果をあげるどころか、予算を獲得するために社内を説得する段階から大きな困難が伴います。

② 仕様がまとまらない

カタログ制作の「効率化」「システム」といっても、具体的に何を実現して、そのために何が必要なのかを明確にするのは難しいものです。選定する製品や開発仕様を特定できるレベルまではっきりさせるのはなかなか容易ではありません。それ以前に、「システム」なるものに対して関係者それぞれが抱くイメージや期待が、たいていの場合バラバラです。そのイメージや期待を、言葉や図で的確に表現し共通認識を持つことも簡単ではありません。

もちろん、そうしたさまざまな期待をまとめ上げて仕様に落とし込むことが、ベンダーや開発者に求められる役割です。それでもやはり、発注する側にも意思疎通のための一定の知識が必要になります。その知識を十分に備えていないとすると、ベンダーが何か提案してくれたとしても、それが適切な提案なのか判断できず、構想が頓挫してしまいます。あるいはその反対に、何が出来上がるのか皆が理解していないままゴーサインを出してしまうという、危険な状況に陥ることもあるのです。

「システム」の導入はなぜ成功しないのか？

③ かえって面倒が増える

データベースやコンテンツの一元管理システムは、ただ使っているだけで中身が自然に整うことはありません。関与するユーザーそれぞれに自分の事情や思惑、運用に対する理解度のムラがあり、たとえ悪意がなくてもルール外・想定外の使い方をしてしまうものです。実用の場면을十分に想定したルール作りそのものが大変難しい、という側面もあります。そのまま放置すると、中のデータが次第に荒れて使いにくくなっていき、その使いづらさゆえに最後にはほとんど使われなくなってしまふこともあります。

こうした事態を防いで円滑に「システム」を運用するには、責任と権限と知識を持ち、十分に対応する時間のある管理者の存在が不可欠です。いろいろな関係者の折り合いをつけながら継続的にメンテナンスし、ルールを調整し、使い方を啓蒙しなければなりません。この任務に適した人材を、御社では確保できそうでしょうか。

④ 社内の協力が得られない

「システム」の導入は「仕事のやり方をシステムに合わせる」ことを多かれ少なかれ要求します。大がかりなソリューション、多機能なシステムほどその傾向は強くなります。仕事のやり方を変えなければならないのは、密接な係わり合いを持つカタログ担当部門だけとは限りません。多くの場合、周囲の部門も巻き込んだ横断的な業務プロセスの変更が必要になります。

カタログ制作・データ管理の効率アップという目的のために、よその部門が、自分たちに馴染んだやり方を捨てるという大きな苦痛をすんなり受け入れてくれるでしょうか。もし立場が逆だったらどうするか、想像してみればわかると思います。

会社の問題だからといって、必ずしも各部門が快く係わってくれるとは限らないのです。

解決策としての【データ・リレーション・ファースト】アプローチの特色

カタログ作りにおいてこのような困難にぶつかった時に、

【データ・リレーション・ファースト】

というアプローチが役立ちます。

ウェブ・ファーストやデータベース・ファースト、あるいはワンソース・マルチユースといったコンセプトはよく耳にすることがあると思います。それらのコンセプトを否定するわけではなく、少し違った見方、少し違った始め方を提示するのが【データ・リレーション・ファースト】アプローチです。

①今すでにあるデータを活かす

②何もかもを一度に解決しようとしな

③現実的な費用感

④スモールスタートから共通理解を形成、大きなシステムへの発展も

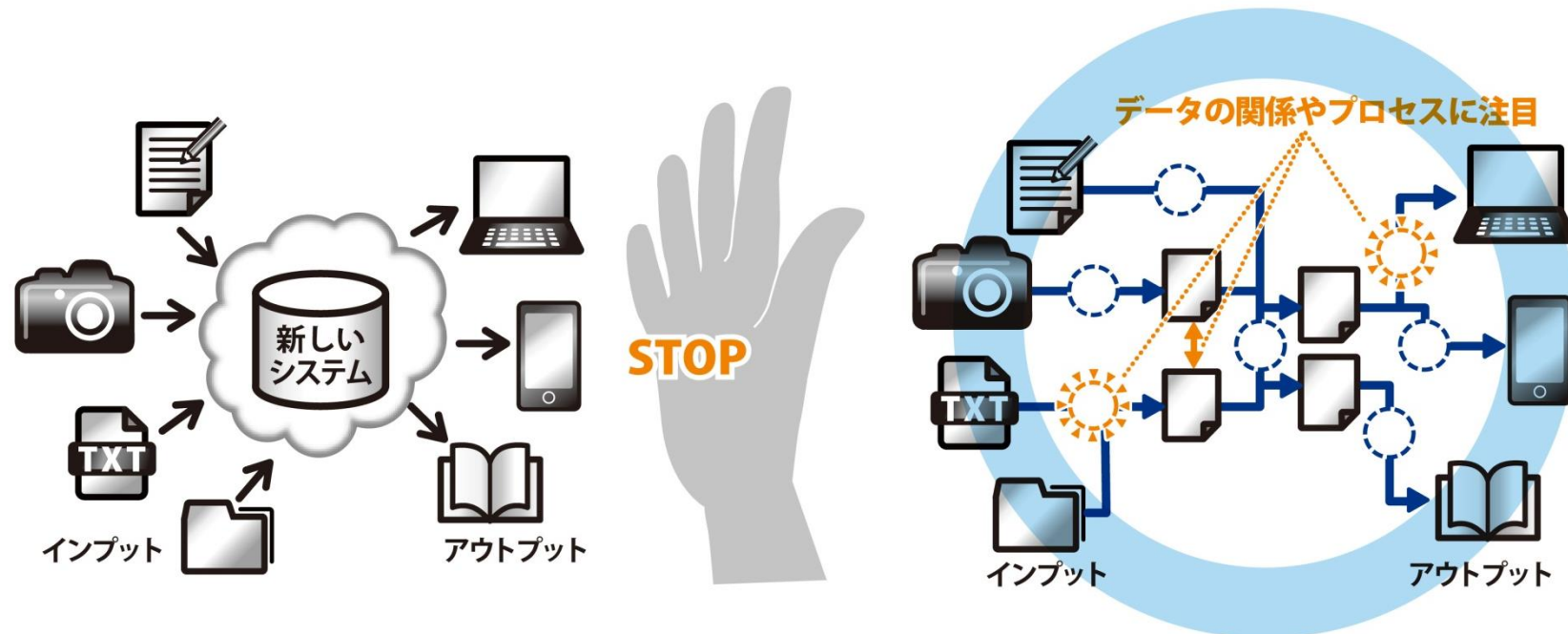
解決策としての【データ・リレーション・ファースト】アプローチの特色

① 今すでにあるデータを活かす

何か新たにシステムを導入することを前提にした考え方を、いったん保留します。
その代わりに、既存のカタログのDTPデータや、原稿の素材となる他部門からのデータなど、今あるものに注目します。

カタログの制作とは、そうした数々のデータを、加工したり組み合わせたり変換したりする一連の流れであるといえます。

現在、どんなデータが資源として活用可能なのか。また、それらの間にどんな関係やプロセス（=情報を加工したり組み合わせたりする流れ）があってカタログができあがっているのか。実物や現場をできるだけ直接確認しながら、まずは詳しく現状を把握します。



解決策としての【データ・リレーション・ファースト】アプローチの特色

② 何もかもを一度に解決しようとしな

現在のプロセスのどこに、全体に影響を与えるポイントや効率化のツボがあるのかを、探ります。探り当てたら、そこに対して最小限のソリューションを設計して適用するのです。まず一番困る問題からスモールスタートで解消し、実際の効果を見極めながら、必要に応じて取り組みの幅を広げていきます。

③ 現実的な費用感

スモールスタートで始めることによって、成功の可能性はおろか、望む形さえはっきりしないものに対していきなり大きなお金を投じるとい、リスクな決断を回避できます。カタログ制作における「システム」導入には、一般的に1000万円単位の初期費用がかかります。それに対し、【データ・リレーション・ファースト】アプローチなら1~2桁少ない金額での問題解決着手が可能です。

解決策としての【データ・リレーション・ファースト】アプローチの特色

④ スモールスタートから共通理解を形成、 大きなシステムへの発展も

こうしたアプローチから結局は、商品データベース導入による情報一元管理などに行き着くケースもあります。一見まわり道に見えますが、最初から「システム」導入ありきで検討を開始するよりも、小さな成功体験を通じて、カタログ作りにおける関係者の共通理解を形成してからの方が、カタログ制作の設計も運用もスムーズに実現することが多いのです。

このような小さな成功体験により、ステップが上がると、足元の業務に余裕ができます。そうすると、今まで壁の向こうに隠されていた。本当に解決すべき問題と具体的な打ち手や段取りが見えてくるのです。



スモールスタートによる問題解決事例

【データ・リレーション・ファースト】は、スモールスタートで問題解決をしていくのが特徴です。

ここでは、【データ・リレーション・ファースト】で取り組み、ピンポイントな打ち手で効果を発揮した具体的な事例をいくつか紹介いたします。

事例①品番や価格のチェック精度を向上

事例②用語表記のバラつきを防止

事例③索引の内容充実と編集省力化の高度な両立

事例④複数ECサイトの一括更新を低コストで実現

スモールスタートによる問題解決事例

事例① 品番や価格のチェック精度を向上（建築内装資材メーカー様）

【問題】

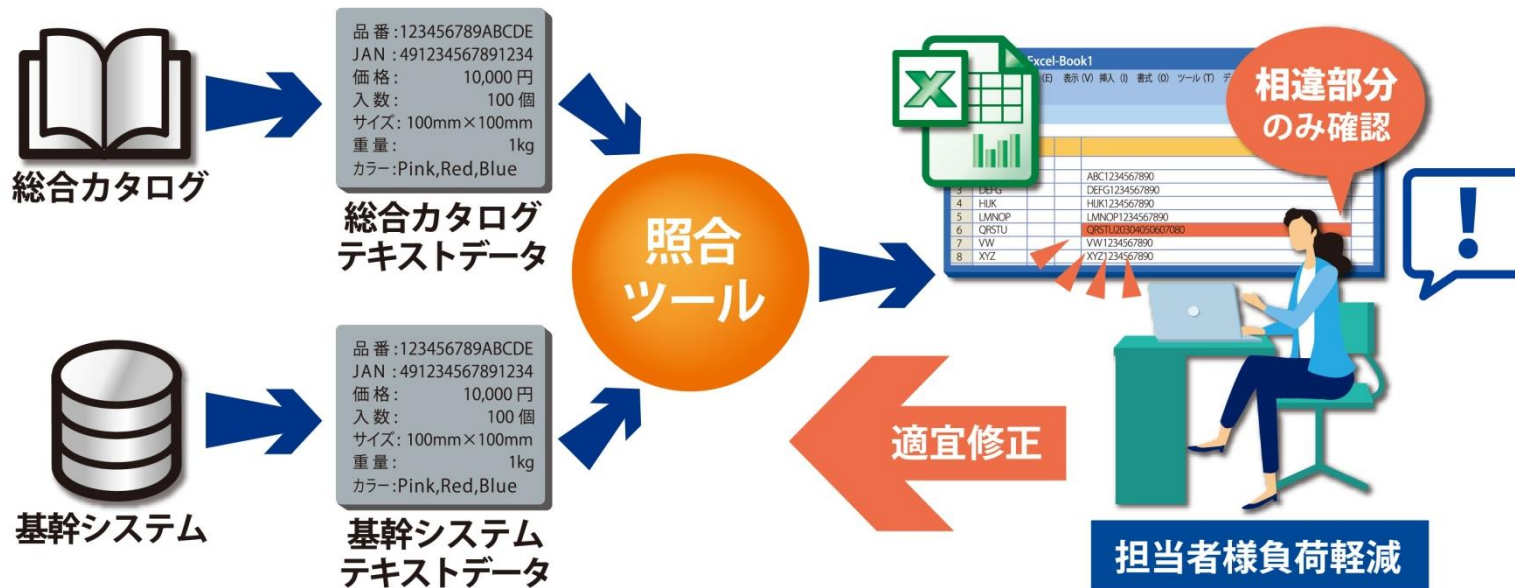
総合カタログの品番・価格の確認作業の負担が大きく、担当者数名で行っている。確認漏れも多く、カタログ完成後に正誤表を制作・配布するのが習慣になってしまっていた。

【解決策】

総合カタログのデータと基幹システムのデータを自動で突き合わせ、差異を見つけ出す「照合ツール」を開発・導入しました。

【効果】

カタログ表記訂正のお知らせが、印刷後の価格変更などごくわずかな件数で済むようになりました。さらに、数年間誰も気づかず正誤表にも載らなかったミスを多数発見できました。



スモールスタートによる問題解決事例

事例② 用語表記のバラつきを防止（バイオ系商社様）

【問題】

商品説明文を社内外いろいろな方面からかき集めてカタログを制作している。専門用語や送り仮名の付け方など、文言のバラつきを見つけて統一する作業が大変。

【解決策】

原稿の表記ゆれを専用辞書データを元に検出する「校正支援ツール」を開発・導入しました。

【効果】

カタログ制作終盤の赤字修正作業が大幅に削減でき、校正者はよりレベルの高い内容のチェックに集中できるようになりました。



スモールスタートによる問題解決事例

事例③ 索引の内容充実と編集省力化の高度な両立（理化学機器メーカー様）

【問題】

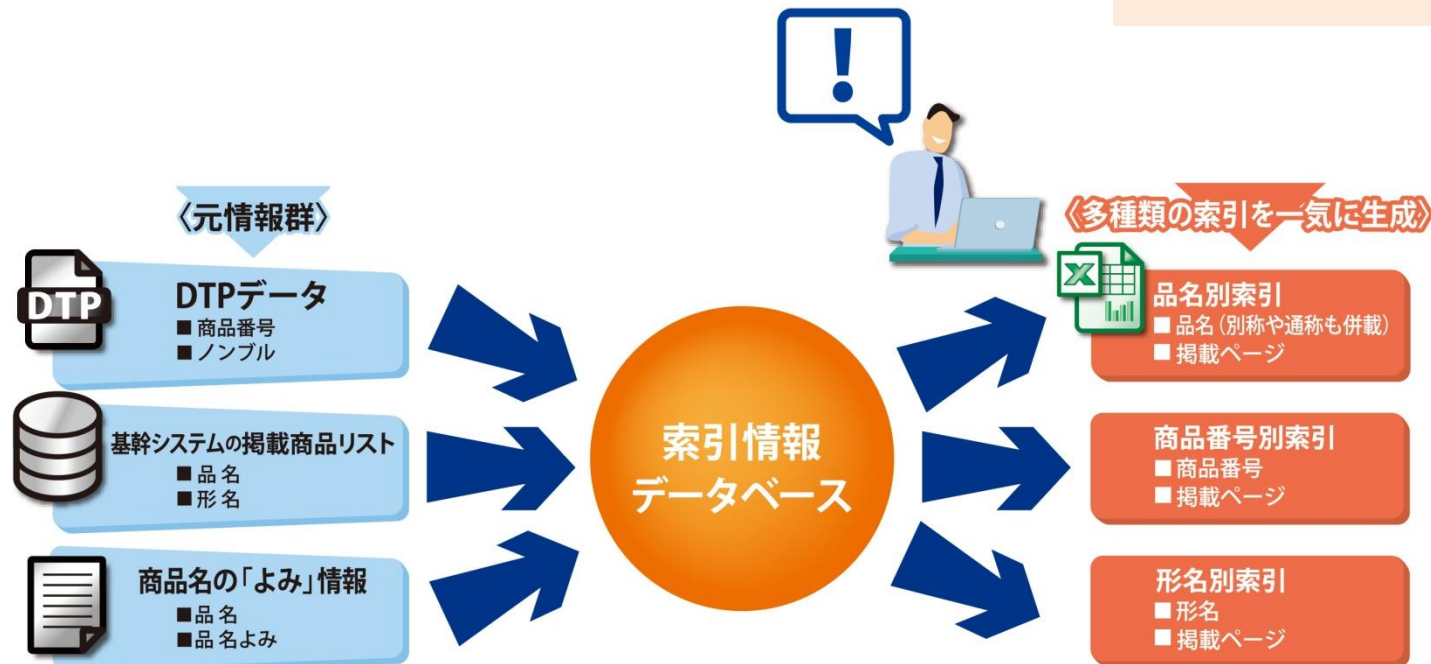
カタログ本編と索引を並行で制作し、整合をチェックする作業負荷が高い。索引は正式な品名だけでなく、別の呼称や別の読み方もサポートする必要がある。現在のフローではたまたま気がつくか、各方面から指摘された箇所のみ対応しているのが実情。

【解決策】

索引情報に特化した簡易なデータベースを低コストで構築。制作中の最新の本編DTPデータと組み合わせることで、索引原稿を一気に生成できるワークフローを導入しました。

【効果】

別の呼称や別の読み方の登録を、制作とは別進行で行うため、時間をかけてカタログ本編の内容を充実できました。また、索引のおよその総項目数が事前にわかるため、台割が確定しやすくなりました。制作過程で索引を何度も修正したりレイアウト調整する手間もなくなりました。



スモールスタートによる問題解決の事例

事例④ 複数ECサイトの一括更新が低コストで実現（機械工具販売店様）

【課題】

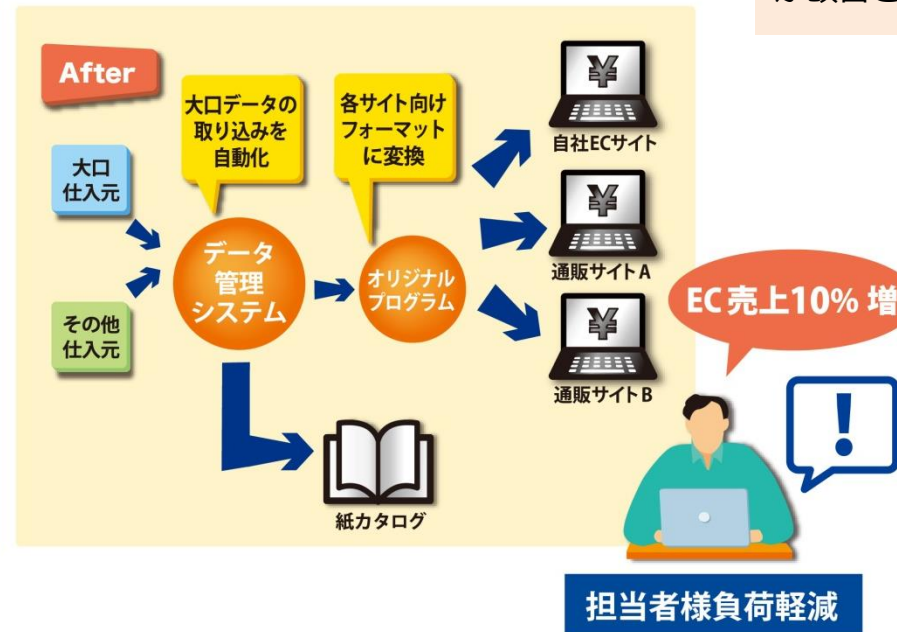
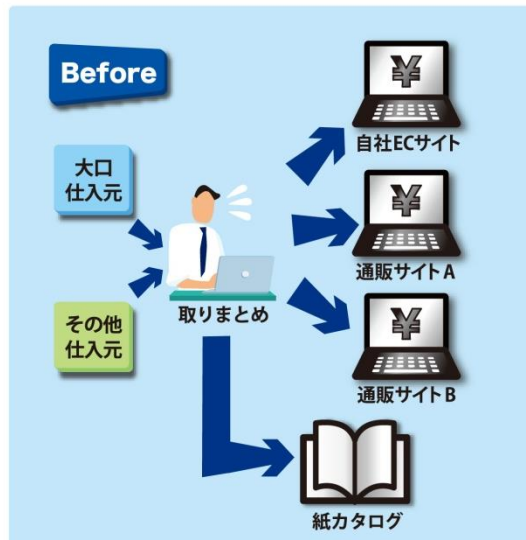
約12万点の商品を、手作業で3つのECサイトに展開しており、更新を同時にする作業が追いつかない。また、紙カタログは全く別系統で原稿を準備しており非効率。

【解決策】

最小限の「データ管理システム」と「オリジナルプログラム」の組み合わせで運用。3つのECサイトと紙カタログのコンテンツ統合管理を、一般的な費用のおよそ3分の1で実現しました。

【効果】

ECサイト更新の作業負荷が大幅に削減された分の時間を使って、各商品の情報を充実化できました。これにより検索順位やサイト訪問後のコンバージョンが向上し、ECの売上が従来比10%以上アップ。紙のカタログ制作も、データ管理システムの活用により煩わしい原稿整理業務が減り、制作期間や内容精度が改善されました。



まずやるべきことは？

それでは、【データ・リレーション・ファースト】アプローチにおいて「まずやるべきこと」とは何なのでしょう？

以下の3つの項目を意識すると、【データ・リレーション・ファースト】な問題解決を始めることができます。

①カタログの川上・川下の情報を精査する

②やりたいことより前に、今していることを理解・共有する

③比較的小規模な媒体で走らせてみる

まずやるべきことは？

① カタログの川上・川下の情報を精査する

貴社のカタログメディアを作るもとになっている情報には、どんなものがあるでしょうか。そして、カタログとしてまとめられた情報はその後どのように使われているでしょうか。それらを洗い出し認識し直すことが、よいプロセス作りの第一歩です。

例えば、

- ・商品企画書
- ・技術資料
- ・基幹システムから出力されたデータ
- ・手元で保管メンテナンスしている各種の資料やデータ
- ・前回カタログや、別のカタログ・パンフレット
- ・口伝による各種の判断基準など無形の情報 など

まずは、こうした資料やデータのサンプルを解析し、各情報の関係を整理することが重要です。

まずやるべきことは？

② やりたいことより前に、 今していることを理解・共有する

現在のカタログ制作プロセスには、元情報の入手から始まってどこにどんな工程があり、それぞれの工程にはどんな人が関与しているのでしょうか。大変重要であるにもかかわらず、やっているご本人以外にどなたも把握していないような工程が、プロセスの至るところに存在するものです。そればかりか、ご本人も何をどうしているのか明確に説明できない場合もあります。

現在の制作プロセスを可視化しましょう。それにより、最も効果的かつ改善が可能なポイントを発見することができます。

まずやるべきことは？

③ 比較的小規模な媒体で走らせてみる

改善のポイントを発見し、現実的なソリューションを企画できたとします。しかし、実制作に取り入れてみると、最初はどうしても想定と違う事態が起きることが完全には避けられません。その場合、制作を進めながら対処しつつ、プロセスの設計や開発したツールを修正していきます。実制作を一度回すとプロセスやツールはかなり現実的なものになります。

可能であれば総合カタログなどよりも、テーマ別カタログなど、規模があまり大きくない媒体からまずは着手できると、制作遅延などのリスクを抑制できます。

規模の小さい媒体から、いわば計画的な試行錯誤を行きましょう。

カタログ制作の非効率に悩まれたら、データベースや自動組版などを検討される前に、

【データ・リレーション・ファースト】 アプローチをお試ください。

※【データ・リレーション・ファースト】はTOPPANクロレによる造語です。

お問い合わせ

- TOPPANクロレでは、お客様のカタログ制作における【データ・リレーション・ファースト】の取り組みを支援します。カタログ制作の効率化にお悩みでしたら、ぜひお問い合わせください。

✉お問い合わせ

カタログ制作の効率化支援のほかにも、
当社はカタログ制作に関する
トータルサポートを行っています。

お客様それぞれ
のお悩みを解決
する、最適なソ
リューションを
提案します。



TOPPANクロレ株式会社