

## ライオン株式会社

*IBM InfoSphere Master Data Management (MDM)*を導入、商品マスター入力業務の迅速化と安定化を実現  
商品マスターをビジネスの基盤と位置づけ、  
全商品情報を一元管理、情報提供ニーズに応える

### お客様情報



#### ライオン株式会社

●本社所在地

〒130-8644 東京都墨田区本所1-3-7

<http://www.lion.co.jp/>

1891年の創業以来、「愛の精神の実践」を社是として、ハミガキ、衣料用洗剤、ハンドソープに代表される日常生活用品、また解熱鎮痛薬、目薬、胃腸薬などの医薬品、機能性食品をはじめとする通販製品まで、さまざまな分野で人々の毎日の暮らしに役立つ製品を届けている。同社は「健康」、「快適」、「環境」を事業領域として、創業120周年の2011年に「くらしとこころの価値創造企業」、「環境対応先進企業」、「挑戦・創造・学習企業」を目指す新たな経営ビジョン「Vision2020」を策定。「国内事業の質的成長」、「海外事業の量的成長」、「新しいビジネス価値の開発」、「組織学習能力の向上」の4つの戦略を推進している。

ライオン株式会社(以下、ライオン)は基幹業務システムのオープン化に伴って、商品マスター管理をいち早く独立させ、2009年にIBM® InfoSphere Master Data Management (MDM)を導入し、システムを再構築しました。さらに2012年10月にMDMをバージョンアップし、画像登録や登録文字量の拡大を実現しました。MDMによって、入力したマスター・データは各種システムに反映され、業務の効率化と迅速化が実現すると共に、取引先の要望に応じたさまざまな情報提供が可能になりました。ライオンでは商品マスターをビジネスの基盤と位置づけており、一元管理を行って、eコマース運営企業なども含めて、多様な情報提供ニーズに応えていく考えです。

### 商品マスターを独立させ、 マスター管理システムの構築を決定

2007年、ライオンは基幹システムのオープン化に取り組むことを決め、会計、情報系、マスター関係、販売物流、その他の5つに分けて、新たなシステムを構築することにしました。マスター情報の中でも製商品原材料マスターを最初に再構築し、オールライオンの基本情報をあらゆるシステムでシームレスに利用・活用できるインフラを目指しました。

従来システムでのマスター登録はすべてバッチ処理なので、入力したデータは翌日にならないと反映されませんでした。必須入力項目は50~60個ほどあり、入力ミスをした場合、翌日にならないと分からず、印刷などのために商品のJANコードだけが至急必要だという場合でも、他の項目のエラーによって、JANコードが取得できないことがありました。商品マスターの役割について、統合システム部の皆川 泉氏は「商品ラベルやパッケージの印刷はコードがないとできません。マスターに必要な情報を登録して、JANコードと社内コードを割り当てることからすべてが始まります。緊急時には、手で計算してJANコードを登録し、それが二度と付番されないように、プログラム処理を行うという大変面倒な作業をしていました」と話します。



## 事例概要

### 課題

- 商品マスター情報の独立管理体制の確立と商品マスター入力業務の迅速化と安定化
- レスポンスの向上による業務の効率化
- 取引先からの情報提供要求の多様化への対応

### ソリューション

- IBM InfoSphere Master Data Management (2007年の導入当時の製品名は IBM WebSphere Product Center)

### 期待される効果

- 製商品原材料マスター・システム構築と入力業務のスピードアップ、業務工数の削減
- レスポンスの向上と使い勝手の向上による業務の効率化
- 画像登録の実現や登録文字量拡大による取引先の情報提供要求への迅速な対応

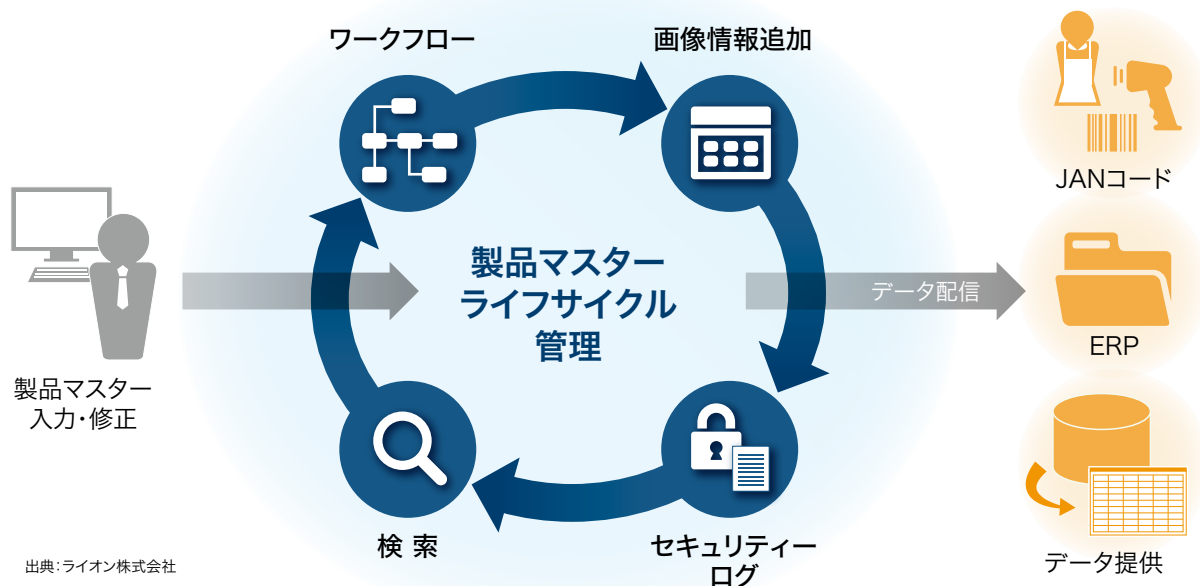
## MDM導入、2012年にはバージョンアップして、機能を整備

そこでライオンはマスター管理システムの選定に入り、パッケージ導入やスクラッチでの開発などを比較した結果、最終的にIBMのマスター・データ管理パッケージ、IBM InfoSphere Master Data Management (MDM)を導入することにしました。MDMを選んだ理由について、統合システム部の副主席部員 後藤一意氏は「導入製品を決める前に、ユーザー部門と共にマスター管理のあり方に関するフィージビリティ・スタディーを行った際、IBMは私たちの要望を理解して、将来のあるべき姿について、さまざまな知見に基づいた提案をしてくれました。そのことで、マスター管理に関するストーリーを作ることができましたし、グローバルでの実績や価格がリーズナブルだったことから、MDMに決めました」と説明します。

2009年6月、新しい商品マスター管理システムが稼働を開始しました。その結果、JANコードは必要な情報を登録すれば、即時に取得できるようになりました。

特販事業本部 通販事業部 企画開発室 主任部員の矢ヶ崎 繁氏は「市販商品は1つのJANコードを付けると、最後まで同じコードです。ところが通販商品は1品目について、商品マスターは100種類くらいあります。同じ商品でも、定期顧客やWeb会員価格、他の商品とのセットというように販売企画ごとに別コードにするからです。企画から商品供給まで長いリードタイムが必要な市販商品と違い、通販商品は販売企画を立てると、最短で翌日からすぐに販売を開始することが可能です。MDM導入によって、新規登録の確認も直ちにできるようになり、とても短時間で通販商品の受注が開始できるなど、ビジネスのスピードが大変速くなりました」と話します。

## ライオン MDMイメージ図



---

“マスター管理のあり方に関するフィージビリティ・スタディーを行った際、IBMは私たちの要望を理解して、将来のあるべき姿について、さまざまな知見に基づいた提案をしてくれました”



ライオン株式会社  
統合システム部  
副主席部長  
後藤 一意氏

---

“アルファパーチェスのマスターは約500万件と大規模で、その管理用に常に私たちの一歩先のバージョンのMDMを使いこなしています。ATCからMDM使用法の指導を受けて、私たちもスキルを向上させることができます”



ライオン株式会社  
統合システム部  
皆川 泉氏

---

“MDM導入によって、新規登録の確認も直ちにできるようになり、とても短時間で通販商品の受注が開始できるなど、ビジネスのスピードが大変速くなりました”



ライオン株式会社  
特販事業本部  
通販事業部 企画開発室  
主任部長  
矢ヶ崎 繁氏

2012年10月には、商品マスター管理システムのパフォーマンスを向上させ、さらに安定した状態で使用するためにMDMのバージョンアップを行いました。

近年、社内の各部門や取引先からより細かな商品情報の提供を要請されることも増えてきていました。MDMの新バージョンからは画像もスムーズに登録でき、登録文字量も1項目につき、2,000文字が可能となったため、そうしたニーズに応えることができます。バージョンアップ後の状況について、ヘルス&ホームケア事業本部 事業統括部 事業計画室の瀧澤 絵利子氏は「レスポンスがよくなりましたし、画像をはじめ多くの情報を入力できるようになりました。修正も含めて登録依頼が1件もない日はありませんので、入力作業がスムーズにでき、それが瞬時に反映されることは仕事を効率的に行うという意味でもとても助かります」と評価しています。

2007年のMDM導入から、IBMのパートナーとして導入や開発の作業を担当しているのが、オフィス・工場・店舗などで使われる消耗品や保守、補修部品などの間接材(MRO)を電子商取引で提供する株式会社アルファパーチェス(以下、アルファパーチェス)のコンサルティング部門です。同部門は2014年1月に独立してATC株式会社(以下、ATC)になっています。

ATCについて、皆川氏は「開発当初から一緒に話し合いながら開発している、とても心強いパートナーです。アルファパーチェスのマスターは約500万件と大規模で、その管理用に常に私たちの一歩先のバージョンのMDMを使いこなしています。ATCからMDM使用法の指導を受けて、私たちもスキルを向上させることができます」と話します。

## バージョンアップでレスポンスと使い勝手が向上、取引先の要求に応じた商品情報提供が可能に

MDMのバージョンアップから2年余り、マスター管理システムは順調に稼働しています。バージョンアップの効果について、後藤氏は「最初のMDMはホストの機能をオープン化して、マウスでの操作や画面切り替えなどオープン系の良いところを取り込んだところが大きなポイントでした。バージョンアップによって、機能が大幅に拡充され、微細な不具合も全て解消されました。またレスポンスもよくなり、入力ログの履歴も簡単に見られるようになるなど使い勝手も大きく向上しています」と話します。

商品情報が拡充されたことで、取引先からキャッチコピーや商品説明文を求められた場合、要望に応じて、迅速にデータを提供できるようになりました。

一方で、登録情報の増加によるデータの入力間違いを防ぐことが課題ですが、間違った入力をするとその項目に赤いマークが表示されますので、ミスのある項目を見つけて簡単に訂正することができます。

新バージョンの使い勝手について、皆川氏は「商品マスター・データは、商品の改廃をはじめ、日常的にいろいろな変更作業があります。その際に一括で大量の変更が必要となることがあり、以前はプログラムを書かなければできませんでした。今は検索で必要な商品を選び、一括で全件修正することができます」と話します。

“入力作業がスムーズにでき、それが瞬時に反映されることは仕事を効率的に行うという意味でもとても助かります”



ライオン株式会社  
ヘルス&ホームケア事業本部  
事業統括部 事業計画室  
瀧澤 絵利子氏

## マスター情報を一元管理し、 商品マスターをビジネスの基盤として活用

ライオンでは商品マスターを独立させて専任が運用してきた経験から、商品マスターがビジネスの基盤だという認識を持っています。そのため、マスター項目を1項目追加する場合でも、各部門との調整の上で、全社レベルで決めています。そうした中で、入力部分は整備できたと判断、今後は情報を見たい人の要求に応じて、参照部分を充実させていく考えです。例えば、画像や日本語のPOPはもちろん、中国語や韓国語などでも用意して、日本で買い物をする外国人向けに店頭ですぐに使えるようにできたら営業活動に貢献できるのではないかと考えています。また、e-コマース運営企業からは、それぞれ異なった写真や商品情報提供要求があり、それに迅速に対応できるようにしなければなりません。

「購買部門ではパッケージ印刷のため、版下イメージを見たいとか、お客様センターでは問い合わせに答えるために、表示ラベルを見たいとか、部門によって画像データでも必要な部分が違います。それに合わせて、専用のデータを担当部門で持っていたりするなど、商品情報が社内には散在しています。そこで、それらを集約して一元管理することで、正確な商品情報の提供を図っていきたいと考えています」と後藤氏は今後の抱負を語ります。ライオンでは社内横断的に商品マスターのさらなる整備に取り組み、商品情報を集約して、ビジネス展開上の基盤として活用し、競争力の強化に役立てていく考えです。



左から皆川氏、後藤氏、瀧澤氏、矢ヶ崎氏



### 日本アイ・ビー・エム株式会社

〒103-8510 東京都中央区日本橋箱崎町19番21号

© Copyright IBM Japan, Ltd. 2015

All Rights Reserved

12-14 Printed in Japan

IBM、IBMロゴ、ibm.com、InfoSphere、およびWebSphereは、世界の多くの国で登録されたInternational Business Machines Corporationの商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれIBMまたは各社の商標である場合があります。現時点でのIBMの商標リストについては、[www.ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://www.ibm.com/legal/copytrade.shtml)をご覧ください。他の会社名、製品名およびサービス名等はそれぞれ各社の商標です。

このカタログに掲載されている情報は2014年12月のものです。事前の予告なしに変更する場合があります。

本事例中に記載の肩書きや数値、固有名詞等は初掲載当時のものであり、閲覧される時点では変更されている可能性があることをご了承ください。

事例は特定のお客様での事例であり、すべてのお客様について同様の効果を実現することが可能なわけではありません。

製品、サービスなどの詳細については、弊社もしくはIBMビジネスパートナーの営業担当員にご相談ください。

IMR1500101

### パートナー情報

#### ATC株式会社

●本社所在地

〒107-0061 東京都港区北青山1-2-3 青山ビル12階

<http://atc-kk.jp/>

2014年1月、株式会社アルファパーチェスのテクノロジーセンターが分社化する形で設立。MDMやビッグデータに対応したデータ・マネージメント技術を基盤として、企業間取引(B2B)から企業消費者間取引(B2C)にも対応したエンタープライズ向けコマース・システムを提供している。