

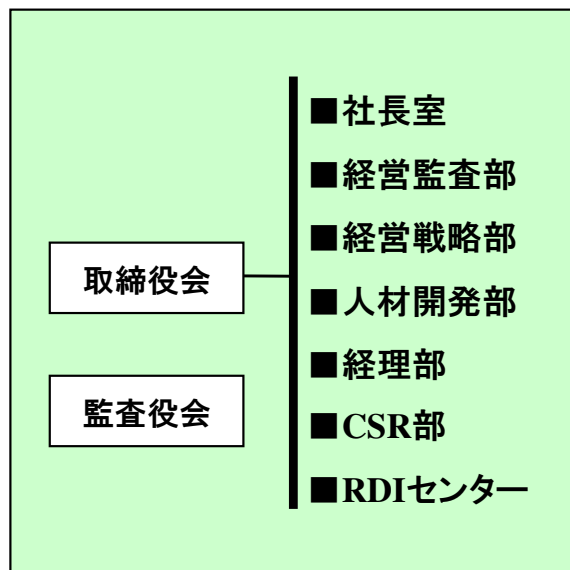
コクヨグループにおける eBASEソリューションの活用

2009年11月12日(木)
コクヨビジネスサービス株式会社
広報部カタログ制作G
佐藤 勝

コクヨグループ概要

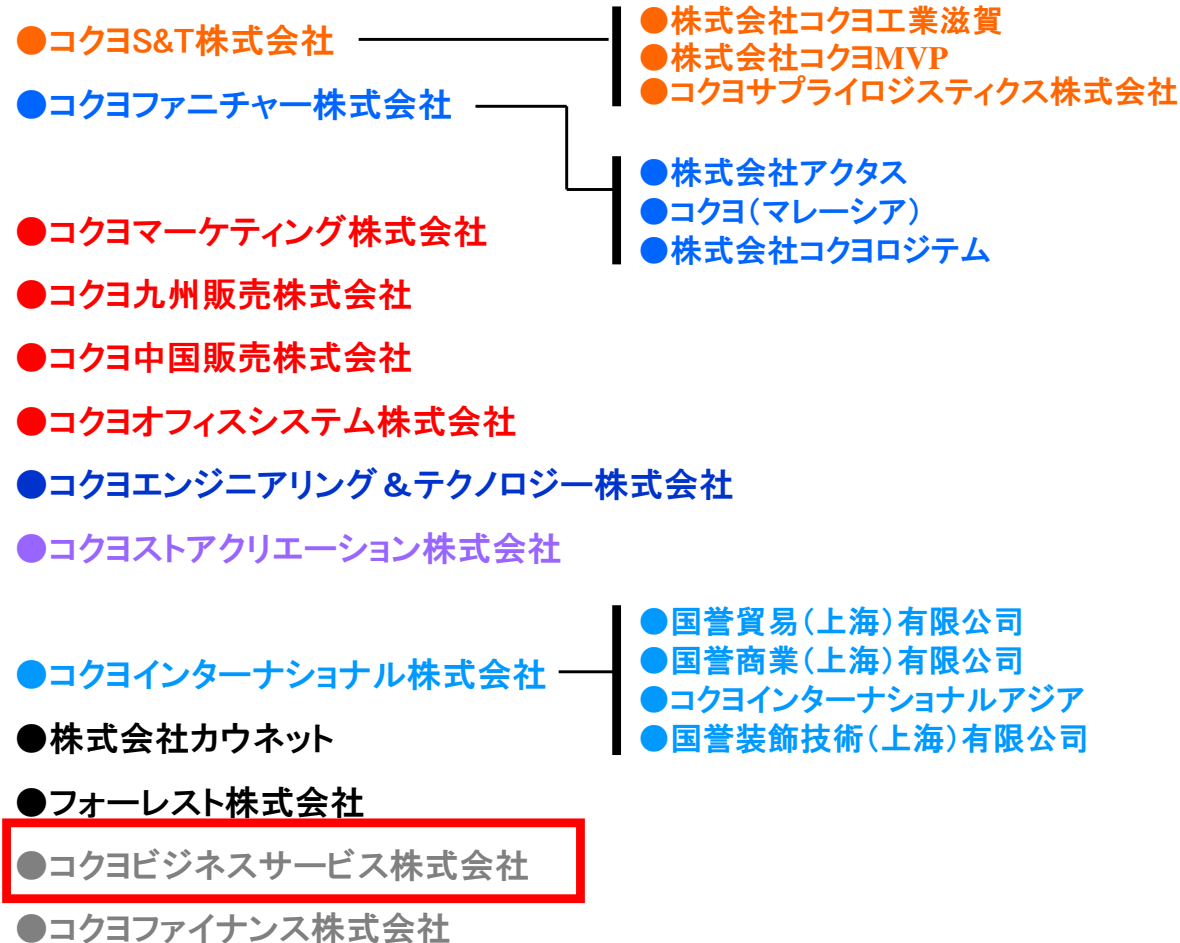
2008年12月末現在

コクヨ株式会社



- 本社所在地 大阪市東成区大今里南6-1-1
- 創業 明治38年10月(1905年)
- 資本金 158億円
- 売上高 3,261億円(2008年12月期・連結)
- 従業員数 5,505名(2008年12月末現在・連結)

事業会社

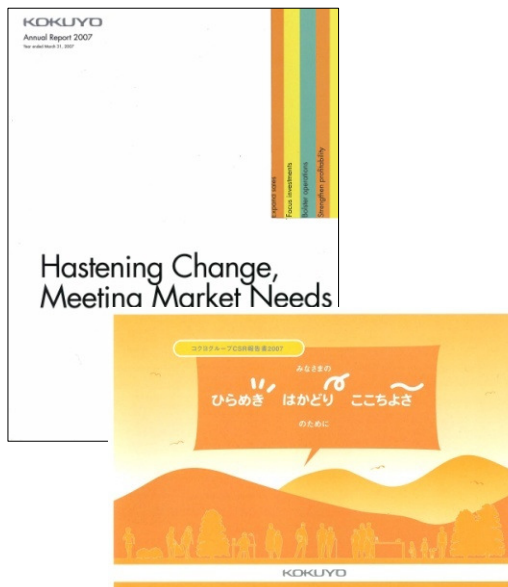


コクヨグループにおける代表的な印刷物

●コクヨグループ案内



●アニュアルレポート



●情報誌(エシーフォ・カタライズ:書籍)



●CSRLレポート

●コクヨ製品総合カタログ



ステーショナリー編



ファニチャー編

●流通系カタログ



@officeカタログ



カウネットカタログ

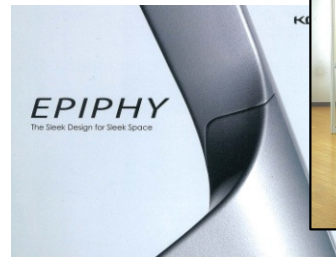
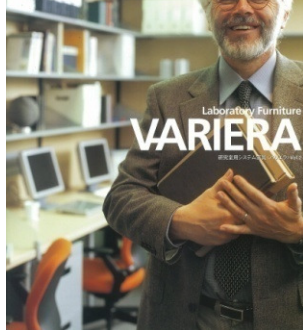
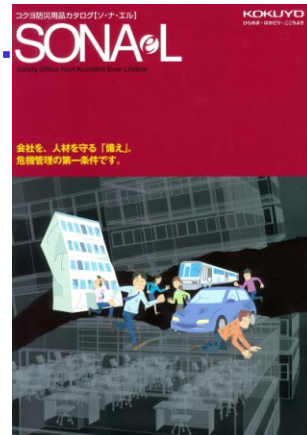


コクヨグループにおける代表的な印刷物

●ステーションリーカタログ



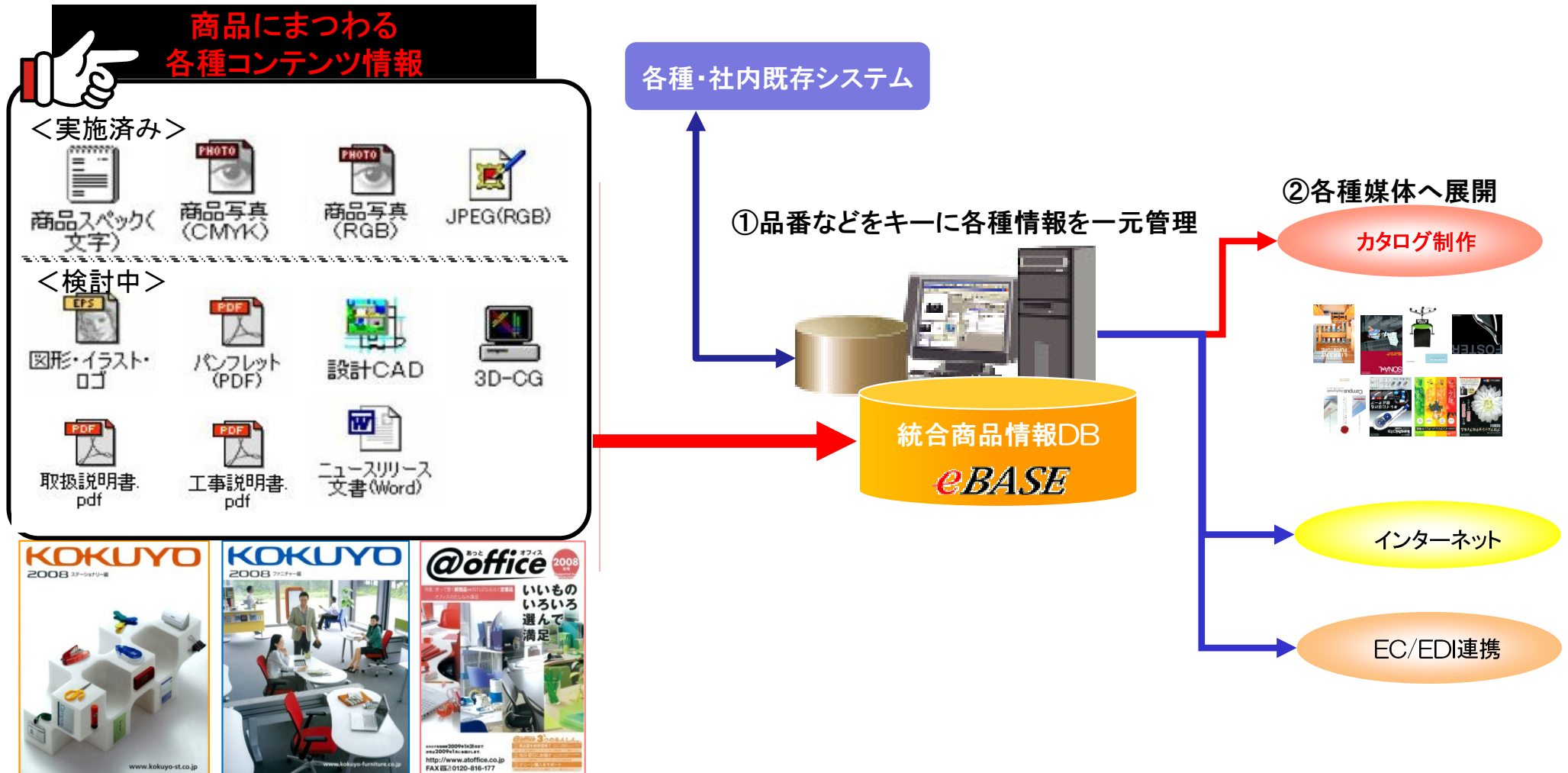
●ファニチャーカタログ



コクヨグループにおける統合商品情報データベースシステム概要

◆統合商品情報データベースによる商品情報一元管理

統合商品情報データベースにより、下記の様な商品にまつわる各種情報(ファイル)を「**カタログ制作を通じて一元管理し**」、各種媒体への展開時には、このデータベースから必要データを抽出し各種システムと連携する事で、効率的に運用することを可能としています。



コクヨビジネスサービス株式会社
広報部カタログ制作G

カタログ制作

統合商品情報データベース構築のポイントは『DB構築！』

「総合カタログ制作」を通してスムーズな
「統合商品データベース構築フロー」を実現しています。

統合商品情報データベースによる効率的で継続的な運用を意図するならば、『無理のないデータ構築フロー』
を確立することが最大のポイントです

統合商品情報データベースの3要素

② データ管理

データベースシステム

コクヨビジネスサービス株式会社
広報部カタログ制作G

① データ構築



カタログ制作

③ データ活用

インターネット

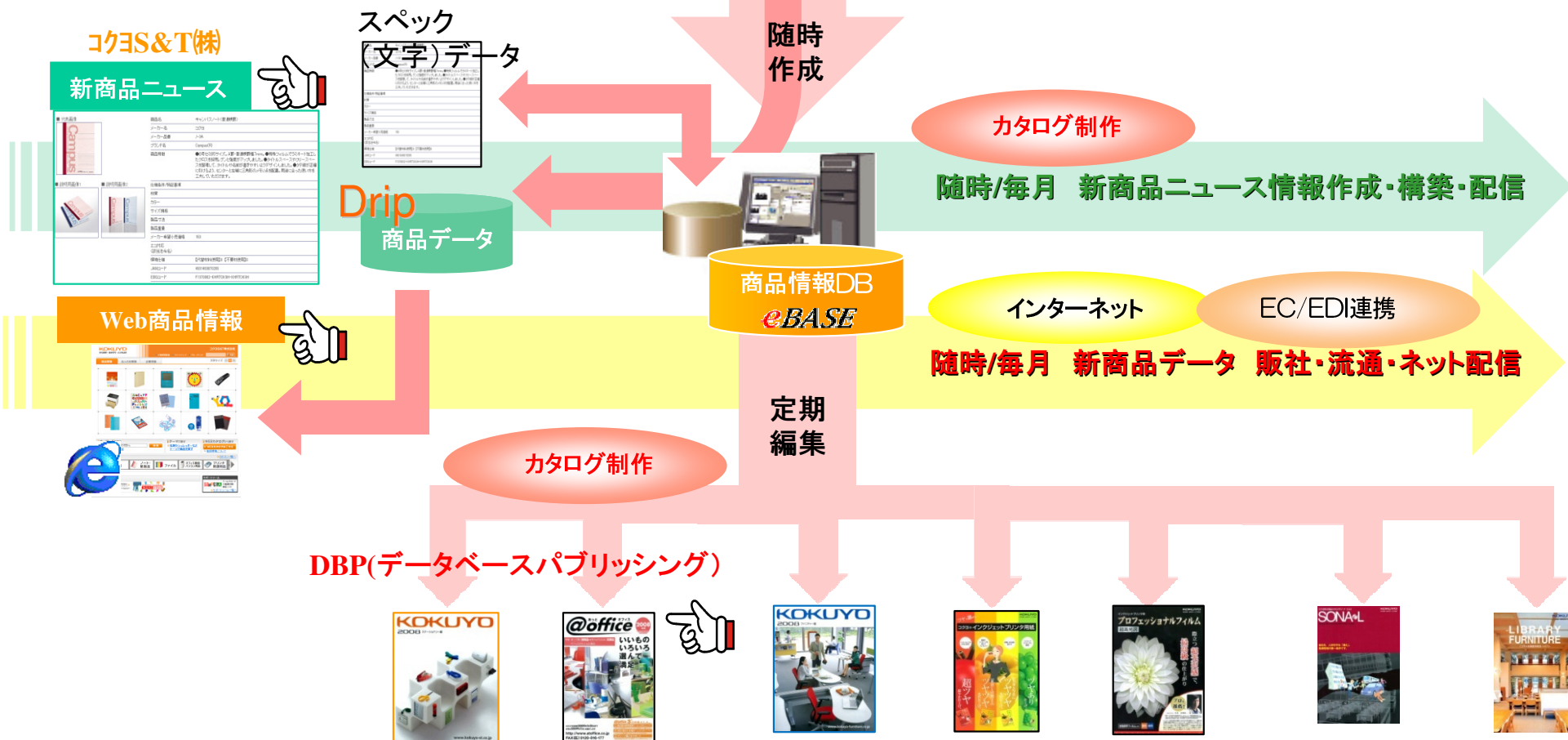
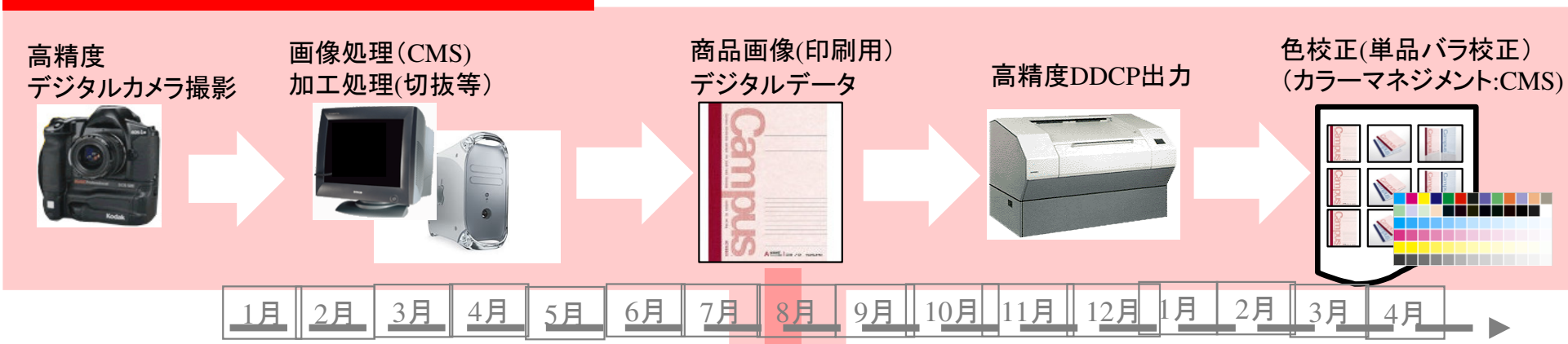
EC/EDI連携

各種・社内既存システム

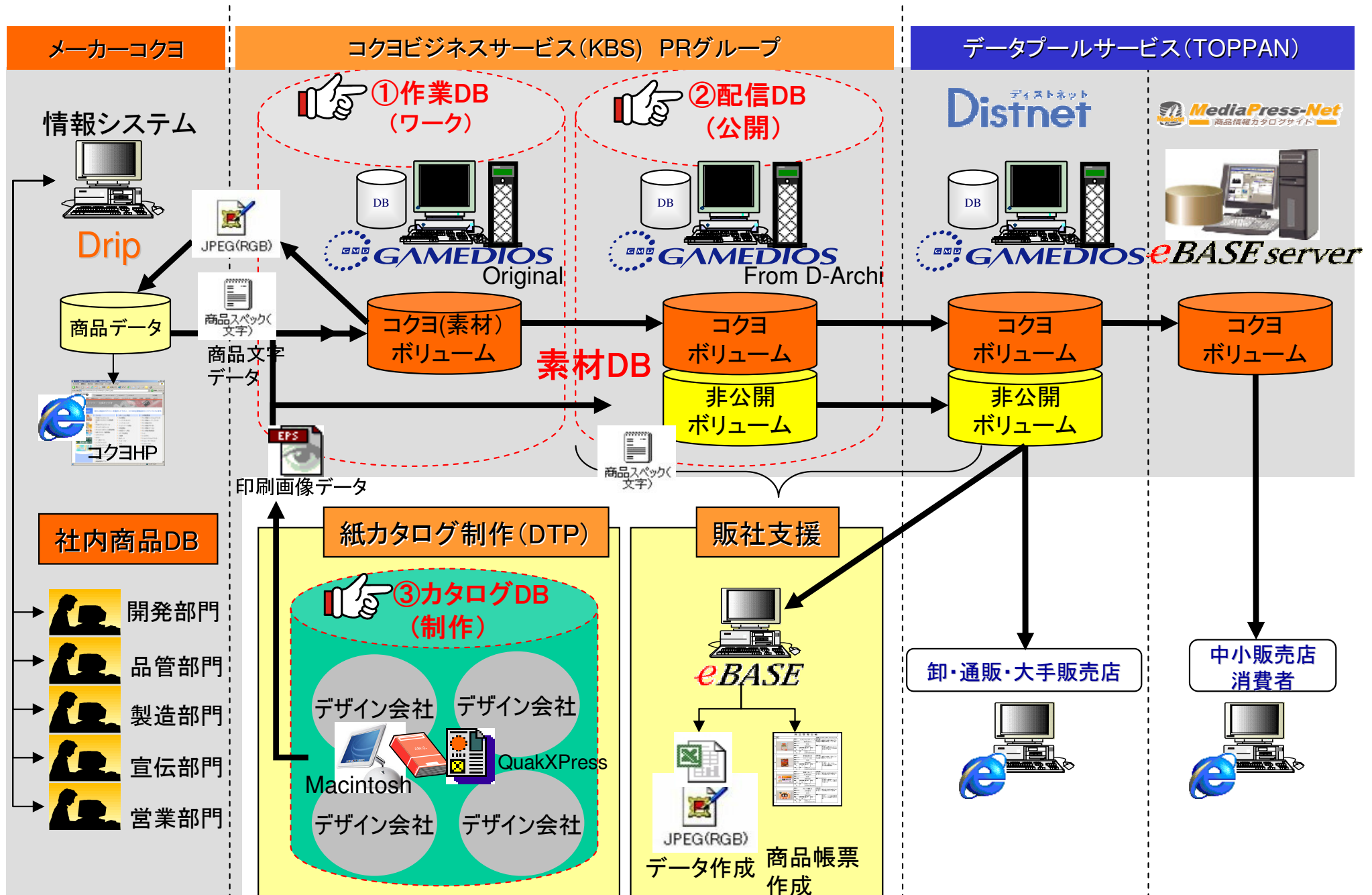
カタログ制作とリンクしたスムーズなデータ構築がデータベース管理のポイント

商品情報構築フロー(データベースパブリッシング)概要

新商品(高精細画像)データ構築フロー

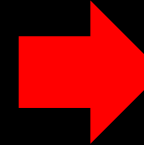


コクヨグループの“旧”商品情報データベース環境(～2006年)



旧商品DBから“新”商品DBへの移行プラン(2006年11月移行)

旧商品データベース(1996年～2006年)
(GAMEDIOS:凸版印刷社製)



新商品データベース(2006年11月～)
(eBASEserver:eBASE社製)

①投資コスト削減(初期費、ランニング費)

- ・旧システム(GAMEDIOS)からシステムコストダウン→2台運用から1台運用へ
- ・eBASEserverカスタマイズ開発の削減(GAMEDIOS運用の再見直し)

②運用工数の削減(シンプルな運営へ)

- ・従来運用方法の見直しによる、21世紀型の運用方法への転換
- ・旧システム(GAMEDIOS)依存の運用からの脱却(オープン化)

③初期導入時の運用不安解消(リースアウトGMD併用でリスクヘッジ)

- ・旧システム(GAMEDIOS)をバックアップマシンとした平行運用

④画像作成業者(デジカメ、加工)への品質保証体制指導

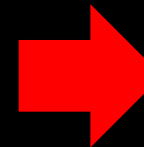
- ・納品画像データ等の運用管理を撮影/制作会社・品質管理責任への転換

⑤将来のDBP環境構築への第一歩→画像置き場から商品DBへ

- ・配信型の商品情報データベース(Drip&Distnet対応)への一元管理体制へ
- ・来るべくDBP(データベースパブリッシング)運用への基礎作り

(参考)商品情報DBを取り巻く環境の変化『eBASEserver導入』へ

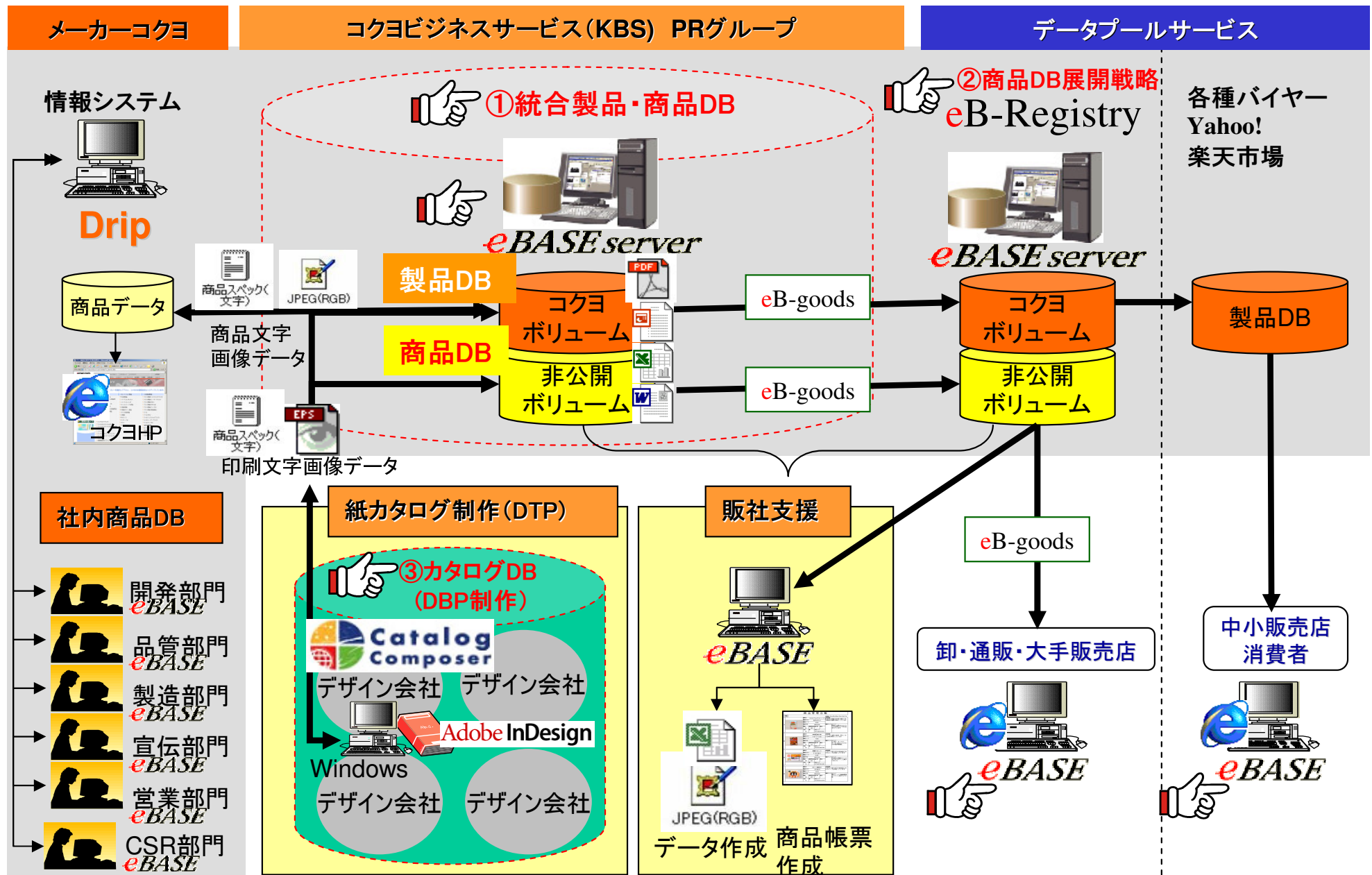
旧商品データベース(1996年～2006年)
(GAMEDIOS:凸版印刷社製)



新商品データベース(2006年11月～)
(eBASEserver:eBASE社製)

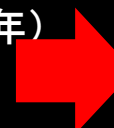
年代	1993年～1998年	1999年～2002年	2003～2005年	2006年～	eBASE server
手法	写植+製版	DTP(Mac)+製版	DTP (Mac)+DDCP+CTP	DBP+DTP_(Win)+DDCP+CTP	
製版 機器	・製版レイアウトスキャナ時代 (サイテックス、レナトス等) ・電算写植時代(写研)	Mac-DTP時代(OS9 (QuarkXPress+ラフ画像) API,OPI,PS-Image等 イメージセッター時代 (ライノタイプ、モリサワ等)	Mac-DTP(OS9→OS10) (QuarkXPress+実画像)	DBP+Win-DTP(Indesgin) PDF-X/1a	eBASE server 運用
凸版 印刷	GAMEDIOS2 ・UNIX/Oracle ・NeXTStep	GAMEDIOS3 ・WindowsNT/Oracle ・Windows95/98	GAMEDIOS4 ・Windows2000/JAVA SQLserver/Oracle ・Webブラウザ	GAMEDIOS5 ・Windows2003/JAVA SQLserver/Oracle ・Webブラウザ	
各種 標準 状況	ポジフィルム 製版システム依存(英数字) 画像ファイル名(10桁等)	ポジフィルム PCシステム依存(英数字) 画像ファイル名(8,3等)	デジタルカメラ 画像ファイル名フリー (日本語,英数字)	デジタルカメラ 画像ファイル名フリー (日本語、英数字)	
	製版システム依存 画像フォーマット(独自、Binary)	画像フォーマット(EPS) EPS-Binary、JPEG混在	画像フォーマット(EPS) Adobe Photoshop EPS-JPEG標準	画像フォーマット(PDF) Adobe EPS/PDF標準	
	媒体(5インチMO独自仕様)	媒体(3.5インチMac-MO)	媒体(CD-R、DVD)	媒体(CD-R、DVD)	
検査	画像ファイル名、画像フォーマットチェック機能搭載		画像ファイル名、画像フォーマットチェック機能非搭載(別オプション)		

コクヨグループの“新”商品情報データベース環境(2006年～)



コクヨグループの商品情報流通戦略(データプール活用)の変遷

“旧”商品情報データプール(2002年~2008年)
(Distnet:D-Arch社/凸版印刷社)



“新”商品情報データプール(2009年2月~)
(eB-Registry:eBASE社)

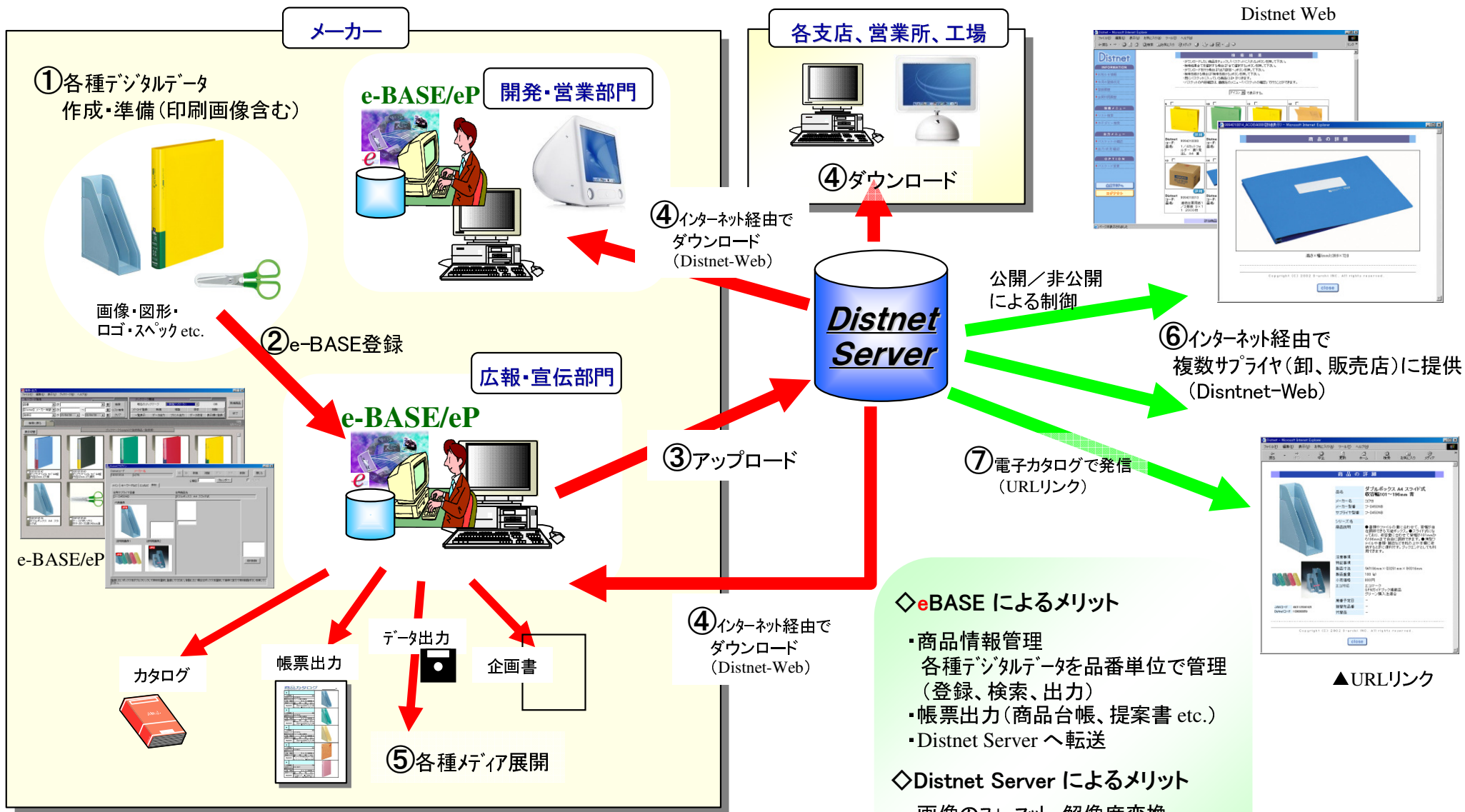
統合商品情報データベースの3要素



(参考) “旧”商品情報配信環境の概念(データプール活用)

(旧)Distnet メーカーソリューション全体像(～2008年でサービスクローズ)

商品情報(デジタルデータ)をカタログ管理ソフトウェア「e-BASE/eP」に登録します。Distnet Server へアップロードすることにより自社内で商品情報の一元管理ができます。さらに、公開することにより卸・販売店へ流通させることができます。



→ 商品情報の一元管理と社内共有
→ 商品情報の流通

コクヨグループの“旧”商品情報配信の具体例(～2008年まで)

■アップロード会員



サービスクローズ ～2008年



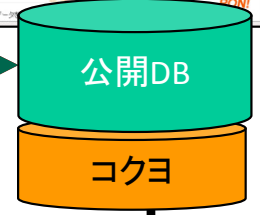
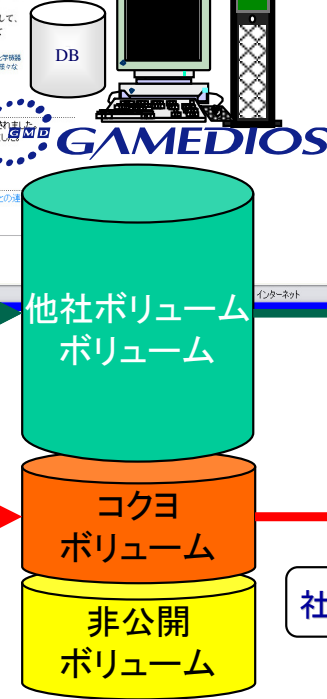
データ連携停止 ～2008年



コクヨ
グループ



⋮



社内営業・卸・通販・大手販売店

中小販売店
消費者



■ダウンロード会員

コクヨグループの“新”商品情報配信の具体例(2009年～)

■アップロード会員

eB-forGDS

※経済産業省が推進する
商品マスター標準化項目の
GDSを採用したオープン
データプール

YAHOO!
JAPAN

eB-Registry



コクヨ
グループ



eBASE
食品業界

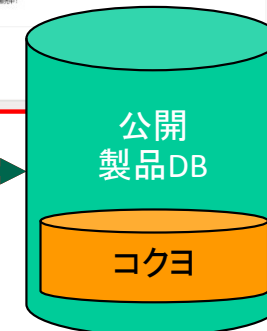


eBASE
日雑業界

-
-
-

※無償アップロード会員も拡張

eBASEjr. 48,000ユーザー



ネットメディア
ECショップ
ネットスーパー
リアル小売

社内営業・卸・通販・大手販売店

中小販売店
消費者



■ダウンロード会員

今後の課題

①商品DBとカタログDB

単品ごとの商品DBとカタログに使用するグルーピングされたカタログDBは似て非なるもの。
この2つのDBをいかにうまく連携させていくか？

②画像・テキスト制作負荷

撮影指示、色校正、画像の管理など、画像点数が多いゆえに担当者の負荷も高い。
いかに業務負荷の軽減・効率化を図れるか？

③商品情報の精度維持

商品の改廃、画像変更、環境情報の変更など商品情報の変更頻度高い。
商品情報をタイムリーにメンテナンスし、精度維持に努めていかねばならない。

④DBP範囲の拡大

DBPについては総合カタログステーションナリー編で取り組みをスタート。
ファニチャー編についても、今後取り組んでいく予定。

⑤グループ内への啓蒙

eB-Registryのコクヨグループ内での認知度低い。
これを機会にグループ内での認知を高めていきたい。

ご清聴ありがとうございました。