

# サイバーテックが提案するコンテンツマネジメント ～製造業におけるXMLDB活用事例とソリューション～

株式会社サイバーテック <http://xml.cybertech.co.jp/>

## 製造業における コンテンツマネジメントの重要性と現状

サイバーテックが提供するXMLDB「Cyber Luxeon（サイバー・ラクセオン）」は、多くの製造業で愛用されている。製造業の競争力の源泉は、トップダウンによる改革と、現場部門（営業・設計・製造・サポート）によるボトムアップ的な業務効率化活動の双方が生み出す相乗効果であり、それをITで支えているのが「Cyber Luxeon」である。

ものづくりの現場である製造部門においては、生産管理システムを活用した、コスト削減と品質向上の取り組みが日々進められている。一方では設計・営業・サポートの現場で使われる文書や図面などのコンテンツについては、その管理（検索・特定・入手）について課題を抱えたままの企業が多く存在するのも事実である。

特に多品種少量生産型の企業では、顧客からの製造依頼（個別・カスタマイズ案件）に対してスピーディな対応が求められる。具体的には、ある顧客から業務用設備機器に関する提案と試作品の製造依頼を受けた場合、営業部門は、過去の類似案件の情報を収集し、設計部門と共同で仕様書や図面を見ながら、最適な提案とコスト試算を行う必要がある。ところが、製品情報や関連コンテンツが各所に散在していると、熟練営業マンでないと図面を探せない、過去の類似プロジェクトの情報は当時の担当者に聞かないと情報が取り出せない、製品型番から容易にコンテンツが収集できないといった問

題が頻発する。その結果、顧客への提案が遅れ、受注機会を逸することになる。無事に受注した場合でも、見積り目の甘さによる赤字プロジェクト化という事態が発生する恐れがある。

## 事例 1：多品種少量生産型メーカーの 製品情報管理システム

製造業のコンテンツ管理の典型的な事例を紹介する。排水機器を製造・販売する外資系メーカーは、多くの部品（外部調達品を含む）を組み合わせて一つの完成品を作り上げる。いわゆる、多品種少量生産型メーカーである。この企業では、型番が付けられている品目は数千点あるが、1年をとって量産する製品は約半分。残りは顧客からのリクエストに応じて、図面を起こす個別受注に近い形態の製品である。そのため、製品情報（型番やスペック、構成部品）と関連するコンテンツ（図面・設計書・性能曲線・技術連絡書など）を一元管理し、すぐに引き出せるシステムを導入するコストメリットは計り知れないほど大きかった。この企業のプロジェクト推進者はこう語る。「現場部門では、製品情報を探す・入手する時間は極限まで少なくしたい。もっとお客様に向き合う時間やクリエイティブなことに時間を費やすこ

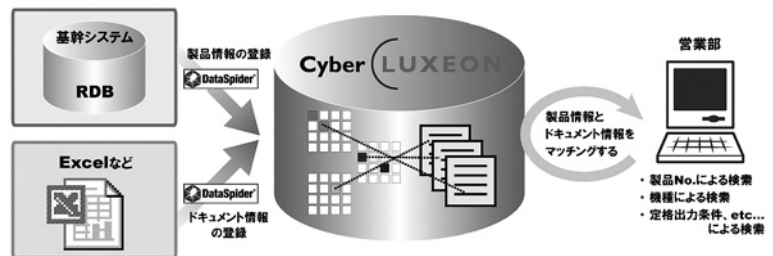


図1 XMLDBによる製品情報管理

コンテンツマネジメントで  
顧客との関係強化

とが重要だ」。

特筆すべきは、製品情報管理システムの導入検討から決定までは、約3カ月という短期間であった。この間20社ものベンダーと会い、文書管理・コンテンツ管理パッケージの提案を受けたが、どれも目的を達成するものではなかった。だが、その情報収集段階でXML・XMLDBの製品階層構造をそのまま格納できる仕組みを知り、「これなら解決できそうだ」と感じた。2007年1月に、プロジェクトはスタートした。6月現在、プロトタイプを使った基本設計段階が完了している。この企業では、今後もXMLDB「Cyber Luxeon」を核にしたこの製品情報管理システムで究極の業務効率化を図る予定である。

## 事例2：カタログコンテンツの統合DBによるワンソース・マルチユース

製造業がもつコンテンツの代表例は、「カタログ」である。この金属加工工具を製造する企業のマーケティング部門では、数万点の製品を掲載する、約1200ページ、重さにして1kg以上の紙のカタログをメインに販促活動を行っていた。また別に自社サイト上でWebカタログを公開していた。

この企業の場合、最も深刻な悩みは、紙カタログとWebカタログのコンテンツが別々に管理されていたため、製品改訂時に仕様に関する記載ミスが発生する、情報の反映に時間が掛かるため最新情報が顧客や代理店に提供できない、というところにあった。

この企業は、上記課題の解決策として、XMLDB「Cyber Luxeon」でメタデータと図面データをXML形式で一元管理する「製品統合データベース」を構築した。さらにスタイルシートと組版エンジンで紙カタログとWebカタログ制作コストの削減と、顧客・代理店に対する情報提供のスピードアップを実現した。

## コンテンツマネジメントの本質は「メタデータとコンテンツの管理」

上記2つの事例をとおして言えることは、「コンテンツマネジメントの本質は、メタデータとコンテンツ両方がその関連性も含め統合管理されていること」である。コンテンツマネジメントという言葉は、数年前から一般的になり、多くの企業で導入されている。しかし、Webサイトのコンテンツ運用管理の効率化で終わっており、競争力の源泉である現場部門（営業・設計・製造・サポート）全体の業務効率化にまで至っていないケースが多く見られるのも事実である。

ある試算によると、売り上げが1000億円規模の製造業では、現場のコンテンツ管理を行うコストメリットについて、年間約数千万円にも上る。紙文書や事業所ごとのファイルサーバの維持管理コスト、営業が情報を採し入手する時間と労力、

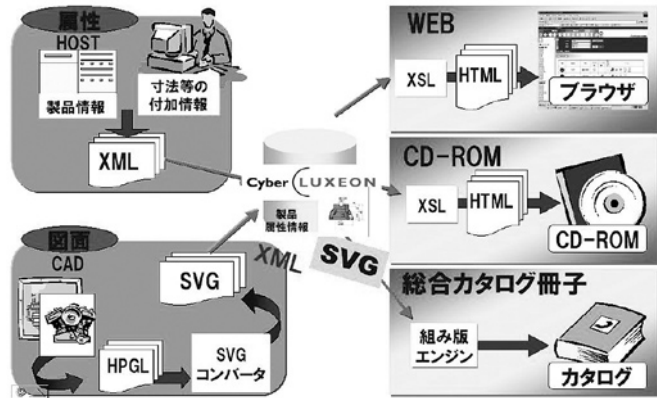


図2 ワンソース・マルチユースの事例

### 様々なコンテンツ管理（工業製品の図面・製品情報）に最適！

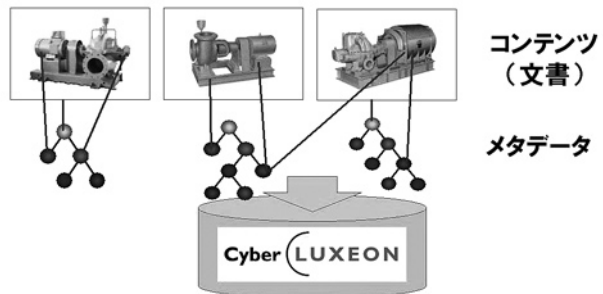


図3 XMLデータベースの用途～製造業での製品情報管理

