



ワークブック

サプライヤーデータを 掌握する：5ステップの 戦略的導入ガイド

サプライヤーデータを掌握するための戦略的導入ガイド

Where data **LIFE**
& AI come to **LIFE**™

目次

エグゼクティブサマリー	3
サプライヤーマネジメントの課題を理解する	4
ステップ1：戦略を定義し、業務目標を設定して、チームを構築する	5
ステップ2：パイロットプロジェクトを選択し、ロードマップを計画し、変更を管理する	7
ステップ3：パイロットプロジェクトを実施し、導入を促進する	10
ステップ4：成功を測定して最適化・拡張する	12
ステップ5：投資対効果検討書を作成し、経営幹部の支持を得る	15
お疲れ様でした！	17
企業情報	18

エグゼクティブサマリー

サプライヤーデータは、サプライチェーンのレジリエンス強化と業務の生産性向上において重要な役割を果たします。散乱したデータや手作業によって、サプライヤーのオンボーディングに時間がかかる、リスクを明確に把握できない、コンプライアンス対策を円滑に実施できないといった課題に多くの組織が悩まされています。

インフォマティカのIntelligent Data Management Cloud™ (IDMC)があれば、データマネジメントを統一プラットフォームに一元化できます。これによってサプライヤーに関する信頼性の高い360度ビューを確立して、実行可能なインサイトを獲得し、意思決定を迅速に行うことが可能になります。

このガイドでは、測定可能な成果、チーム間コラボレーション、拡張可能な成長に焦点を合わせ、統合ビューを確立するための明確かつ実践的な手順を説明します。これはデータドリブンなサプライヤーエコシステムの構築に役立ち、リスクの緩和、コンプライアンスの改善、コストの削減につながります。

サプライヤーデータの変革を速やかに進めましょう。業界のベストプラクティスに沿った戦略を採用し、インフォマティカの専門知識を活用することで、業務上の価値を実現できます。



サプライヤーマネジメントの課題を理解する

まず、課題に目を向けてみましょう。サプライヤーマネジメントはビジネスの成功を左右する重要な要素ですが、多くの組織がサプライヤーデータの断片化に悩まされ、重大な盲点が生じています。サプライヤーデータが保存されている各システムが連携していなければ、データの整合性や品質が低下してしまいます。こうした断片化により、リスク評価が複雑化するだけでなく、単一のサプライヤーや地域に過度に依存している場合にその事実に気づきにくくなります。また、原産国を明確に把握できなければ、関税や貿易政策の変更に伴うコスト変動をプロアクティブに管理できません。このようなコスト変動は収益に直接影響を及ぼします。

サプライヤーデータマネジメントを手作業で行うのは、問題を悪化させるだけです。手作業によるワークフローは時間がかかり、非効率で、ヒューマンエラーが発生しやすいため、高コストにつながるミス、規制違反の罰則、業務の混乱を招く可能性があります。市場の急激な変化への対応とコンプライアンスの確保に多くの企業が苦しむ中、手作業プロセスの影響はますます深刻になっています。

最近の業界データから次のような厳しい現実が浮き彫りになっています。

- ・ サプライチェーンリスクを完全に管理できていると回答した企業は8%未満。多くの企業が予想以上の損失を被っている。¹
- ・ 86%の企業が2025年のサプライチェーン最優先課題として「社内のリスクマネジメントツールとインサイトの改善」を挙げている。¹
- ・ コスト圧力も高まっている。64%の企業が「関税によるコスト増」を最大の懸念として挙げ、45%の企業がサプライチェーンの混乱に直接影響を受けると回答。²

さらに、可視性の問題もあります。業務部門は引き続き不安定な地政学的状況や経済的压力にさらされており、レジリエンス（回復力）とレスポンス（応答性）に優れたサプライチェーンを構築することが困難になっています。

これらの課題を理解することが、より堅強でアジャイルなサプライヤーマネジメント戦略を立てるための一歩です。サイロ化しているデータ環境や手作業ワークフローの限界を把握することで、十分な情報に基づいて意思決定を行い、モダンなAI搭載データマネジメントソリューションを活用して、リスクの緩和、コンプライアンスの改善、業務の俊敏性の促進などのメリットを実現できます。



インサイトを実行可能な戦略へつなげる方法については、インフォマティカのサプライチェーンソリューション概要とCIOガイドをご覧ください。

¹ WTW Global Supply Chain Risk Report 2025

² ICC Pulse Survey 2025

ステップ1：戦略を定義し、業務目標を設定して、チームを構築する

確固とした戦略に基づいて、サプライヤーマネジメント導入プロジェクトの方向性を定めます。まず、最優先事項を特定します。最優先事項には、サプライヤーのオンボーディングに要する期間の短縮やコンプライアンスの強化、より戦略的な目標の追求などがあります。また、調達先を分散させることでレジリエンスを強化し、関税の影響を抑え、利益を確保することなども考えられます。

- 最優先事項を特定したら、目標を測定可能な指標（サイクルタイムの短縮率、データのクレンジング率、コンプライアンス上のマイルストーンなど）に変換します。これにより、イニシアチブを基礎的（データクレンジングとデータ統合）、変革的（ワークフローの自動化）、コンプライアンスドリブン（法規制へのコンプライアンスの徹底）のいずれかに分類できます。
- 適切なチームを構築することも重要です。購買、IT、コンプライアンス、財務、データガバナンスの各部門の担当者と、エージェントエンジニアリングやデータサイエンスを専門とするAIスペシャリストの中から、適切な関係者を招集してチームを構築します。データの所有権、スチュワードシップ、AIガバナンスを担う各チームメンバーに明確に役割を定め、責任を割り当てます。
- 戰略的ロードマップを作成する際には、中核となる変革的イニシアチブの一環として自律型AIエージェントを活用することも検討しましょう。こうしたエージェントにサプライヤーデータや外部要因を継続的に監視させると、複雑なサプライヤーマネジメントワークフローを自動化し、リスク評価を強化できます。また、人間の介入を最小限に抑えながら、プロアクティブに意思決定を行うこともできます。
- 明確な責任分担とオープンなコミュニケーションを定めたガバナンスフレームワークを確立します。
- 関係者の関与を定期的に促す計画を作成します。



以下の自己評価表を使用して、プログラムの準備状況を評価し、要改善点を特定します。これにより、潜在的リスクを早期に発見し、効果的にプログラムを開始できます。

自己評価：戦略とチームの準備状況

評価方法：各評価対象について、プログラムの現状に関する質問に正直に回答してください。スコアで準備状況を評価します。これにより、導入プログラムを開始する前に、強みと要改善点を特定できます。

評価対象	質問	スコア（0～3）	注記／実行内容（任意）
イニシアチブの分類	イニシアチブを明確に定め、優先順位を設定し、業務目標と一致させていますか？	0 = まだ開始していない 1 = 計画中 2 = 一部完了 3 = 完全に完了	例：イニシアチブ（およびその優先度）の一覧を作成する。 注記：
KPIの定義	成功を追跡するための適切かつ測定可能な業務KPIを定義していますか？	0 = KPIを定義していない 1 = KPIを定義したが、測定可能ではない 2 = KPIを定義し、一部測定している 3 = KPIを定義し、完全に測定している	例：KPI（オンボーディング所要期間の短縮などを定義する。 注記：
優先順位	業務上の影響が最も大きいイニシアチブに重点的にリソースを割り当てていますか？	0 = 優先順位を設定していない 1 = 優先順位の設定を開始した 2 = 優先順位を一部設定している 3 = 優先順位を完全に設定し、それに応じてリソースを割り当てる	例：推定ROIに基づいてリソースを割り当てる。 注記：
チームの構築	業務部門とIT部門の全関係者に役割を割り当て、積極的な関与を促していますか？	0 = まだチームを構築していない 1 = 一部の関係者に役割を割り当てる 2 = チームを構築し、全関係者に役割を割り当たが、まだ全員が積極的に関与していない 3 = チームを構築し、全関係者に役割を割り当てる、全員が積極的に関与している	例：関係者リストとエンゲージメント計画を作成する。 注記：
コミュニケーション計画	全チームに情報を提供し、関与を促すための明確かつそれぞれに合わせたコミュニケーション計画を作成しましたか？	0 = 計画を作成していない 1 = 草案は作成した 2 = 計画を作成し、一部実行している 3 = 完全な計画を作成し、積極的に実行している	例：定期的な進捗報告セッションやフィードバックセッションを計画する。 注記：

ステップ2：パイロットプロジェクトを選択し、ロードマップを計画し、変更を管理する

パイロットプロジェクトの選択は、サプライヤーマネジメントイニシアチブ全体の行方を左右する決定的な要素です。適切なパイロットプロジェクトを選択することで、プロジェクトを軌道に乗せ、価値を証明し、社内の支持を得ることができます。

パイロットプロジェクトには、経営幹部が強く支持し、明確なビジネスニーズに対応し、範囲が広すぎず、測定可能な成果を短期間で達成できるプロジェクトを選択しましょう。パイロットプロジェクトの候補としては、サプライヤーのオンボーディングやコンプライアンスの検証など多くの手作業が関わり、改善を容易に数値化できるものが適しています。

パイロットプロジェクトを戦略的に選択するには、主要基準に照らし合わせてスコアを付けるのが効果的です。これにより、効果と成功の可能性が最も高いプロジェクトを選択できます。



パイロットプロジェクト評価のためのシンプルなスコアカード

評価方法：以下の各質問について、5段階評価（1が「まったく準備できていない／弱い」、5が「完全に準備できている／強い」）でパイロットプロジェクトにスコアを付けます。最後に各スコアを足して合計スコアを出します。合計スコアの最も高いものがパイロットプロジェクトに最適です。

評価対象	質問	スコア (1~5)				
経営幹部の支持	経営幹部はそのプロジェクトを積極的にサポートおよび支持していますか？	1	2	3	4	5
業務上の明確なメリット	そのプロジェクトによって業務を大幅に改善したり、リスクを緩和したりできますか？	1	2	3	4	5
データの準備状況	必要なサプライヤーデータの可用性と信頼性を確保できていますか？	1	2	3	4	5
効果の測定可能性	測定可能な成果を短期間で達成できますか？	1	2	3	4	5
範囲の実現可能性	リソースや時間を考慮した場合、そのプロジェクトの範囲は現実的ですか？	1	2	3	4	5
エージェンティックAIとの適合性	そのパイロットプロジェクトは、自律型AIエージェントとのコラボレーションや自律型AIエージェントによる意思決定が関与するサプライヤーマネジメントプロジェクトですか？	1	2	3	4	5
合計スコア：						

段階的導入口ードマップの作成

段階的ロードマップを作成することで、大規模な変革を複数の管理可能な段階に分けて、徐々に機能を構築していくことができます。このアプローチにより、リスクを最小化し、導入を円滑化します。

1. 基盤：唯一無比のソースを確立する

第1段階では、中核となるサプライヤーデータの一元化とクレンジングに焦点を合わせます。Informatica IDMCのAI搭載ツールを使用することで、各種システム間での重複の特定、形式の標準化、不正確なデータの修正などのプロセスを自動化できます。ここでの目標は、すべてのサプライヤーについて、信頼性の高いマスター記録を作成することです。このマスター記録を基盤として後に強化を進められます。

2. エンリッチ化とガバナンス：コンテキストとコントロールを追加する

高品質なデータ基盤を構築したら、データレイヤーを追加してエンリッチ化していきます。例えば、リスククリーニング、コンプライアンス検証、ESG（環境、社会、ガバナンス）パフォーマンスのためのサードパーティデータの統合などです。さらに、データガバナンスポリシー、スチュワードシップワークフロー、データ信頼フレームワークを確立します。これらは、広範囲にわたり動作する自律型AIエージェントの信頼性をサポートする上で重要です。

3. 自動化と拡張：効率化とインサイトを促進する

信頼性の高いエンリッチ化したサプライヤープロファイルに基づいて、主な業務プロセスを自動化します。エージェンティックAI原則を念頭に自動化を設計して、複数の自律型エージェントによるコラボレーション、オープンスタンダード（Model Context Protocolなど）を通じたコミュニケーション、リアルタイムの意思決定を実現します。最初からロードマップにエージェントオーケストレーション機能と継続的なモニタリングを組み込んで、透明性、ガバナンス、拡張性を確保します。

お客様事例

💡 課題

ある世界的な消費財企業は、サプライヤーデータが複数のERPシステムとスプレッドシートに分散されていることによる大幅な遅延と業務上のリスクに悩まされていました。サプライヤーのオンボーディングは手作業で、数週間を要します。また、リスクとコンプライアンスに関する可視性が低かったため、サプライチェーンの混乱や規制違反の罰則の懼れもありました。

💡 ソリューション

これらの課題を解決するために、同社はインフォマティカのIDMCに含まれるSupplier 360を活用したパイロットプロジェクトを開始しました。このパイロットプロジェクトでは、次のような段階的アプローチを採用しました。

- 統合とクレンジング**：Supplier 360のマスターデータマネジメント（MDM）機能を使用して、異種システムに分散しているサプライヤーレコードを統合およびクレンジングし、信頼できる統一サプライヤープロファイルを作成しました。
- エンリッチ化とガバナンス**：サードパーティのデータを統合してリスクとコンプライアンスのクリーニングを自動化し、スチュワードシップワークフローを確立してデータ品質と規制へのコンプライアンスを継続的に確保しました。
- 自動化と拡張**：サプライヤーデータの統合プロセスとリスクモニタリングプロセスを自動化して、業務の生産性を向上させ、サプライチェーンのリスクをプロアクティブに特定できるようにしました。

💡 導入効果

パイロットプロジェクトの開始から3か月足らずでサプライヤーオンボーディングの所要期間が75%短縮したとともに、リスクへの可視性の大幅な向上が実現しました。また、データ品質管理を自動化したこと、エラーを最小限に抑えて、業界標準へのコンプライアンスを確保できました。このパイロットプロジェクトは、経営幹部から強い支持を得て各部門からも積極的に歓迎されたため、全社に円滑に展開できました。

ステップ3：パイロットプロジェクトを実施し、導入を促進する

戦略を実行に移す場が、パイロットプロジェクトです。テクノロジーを導入することだけでなく、そのテクノロジーをチームが効果的に使用できることが、成功の決め手となります。パイロットプロジェクトは、真の価値を証明し、ユーザーの信頼を得て、支持者を獲得し、展開を拡大するための機会です。

ベストプラクティス



チームにツールを提供して、参加させる

効果的に導入するには、ターゲットごとに支援する必要があります。各自の業務にSupplier 360がもたらすメリットを理解できるように、データスチュワード（データ管理／案内人）、購買担当チーム、経営幹部のそれぞれに、役割に応じたトレーニングを提供します。パイロットプロジェクト参加者とのコミュニケーションを欠かさないことが重要です。週に1回、進捗状況を報告し、質疑応答セッションを開催することで、プロジェクトを軌道に乗せます。参加者の声に耳を傾けていると感じてもらい、プロジェクトの成果に向けて真剣に取り組んでもらうには、双方向のコミュニケーションが不可欠です。



新しいワークフローをリアルタイムに管理する

パイロットプロジェクトでは、データプロダクトリクエストの管理やデータの分類のような新しい作業が発生します。これらを主に担当するデータスチュワードを支援して、迅速に対応できるようにします。迅速に対応できれば、システムの効率性を証明して信頼を獲得できます。迅速に対応できなければ、プロジェクトが真の価値を発揮する前にユーザーの信頼を失ってしまう恐れがあります。



導入状況をモニタリングし、フィードバックを収集する

成功を測定するには、「何が起きているのか」と「なぜ起きているのか」の両方を追跡する必要があります。IDMCのダッシュボードを使用して、ユーザーアクティビティデータ、対応したリクエスト、問題解決時間など具体的な指標をモニタリングします。これらの指標はパフォーマンスを示す確実な証拠となります。さらに、簡単なアンケートとインタビューで定性的フィードバックを収集して、ユーザー体験を把握します。日常業務の変化や残っている課題を質問します。こうしたフィードバックは、プロジェクトの全面展開前に隠れた問題を明らかにする上で非常に重要です。

パイロットプロジェクトのスコアカード

以下の自己評価表を使用して、パイロットプロジェクトのパフォーマンスと主要目標を照らし合わせて評価します。これにより、データに基づいて進捗状況を明確に把握できます。

指標	目標	現状	注記／実行内容
サプライヤーオンボーディング所要期間	50%短縮		開始から最終承認までの平均時間を追跡する。 注記：
データ品質スコア	95%以上		IDMCのデータ品質ダッシュボードを使用して正確性と完全性をモニタリングする。 注記：
コンプライアンス遵守率	目標達成		リスクとコンプライアンスに関する新しい規制を遵守しているかどうかを確認する。 注記：
ユーザー満足度	高（例：10段階評価で8以上）		パイロットプロジェクト後のアンケートや直接フィードバックを通じて測定する。 注記：
コスト削減	ROIの数値化		手作業とエラー修正が減ったことによるコスト削減額を計算する。 注記：



Experience Loungeでは、自動オンボーディングやリアルタイムデータ品質ダッシュボードなどの機能のインタラクティブデモをご用意しています。これらのインフォマティカの機能がIDMCを通じてサプライヤーマネジメントや**サプライチェーン最適化**をサポートし、成功を促進する方法をご確認ください。

ステップ4：成功を測定して最適化・拡張する

投資の有効性を検証し、幅広い支持を確保し、戦略を拡張していくには、パイロットプロジェクトの成功を測定することが不可欠です。目標達成だけでなく、学びと適応も対象です。具体的なデータとユーザーフィードバックの両方を参考にして、進捗状況の全体像を把握します。

数字から対話へ

単に数字を報告するのではなく、その数字をきっかけに対話を始めます。インフォマティカのダッシュボードを使用すれば、主な指標のトレンドを視覚化して、成功している領域と問題が発生している領域を迅速かつ容易に特定できます。

追跡すべき主要業績指標（KPI）：

定量的指標（「何が起きているのか」）：

- **オンボーディング所要期間**：新規サプライヤーのオンボーディングの平均所要期間（初回コンタクトから完全に取引可能になるまで）。
- **データ品質スコア**：重複のない完全かつ正確なサプライヤーレコードの割合。
- **コンプライアンス遵守**：主な規制（ESG、財務スクリーニングなど）のコンプライアンス遵守率。

- **運用コストの削減**：手作業、エラー、運用負担の削減。
- **サプライヤー集中リスク**：重要なコンポーネントに関して単一のサプライヤーまたは地域に結び付いている支出の割合。
- **関税の影響の緩和**：関税率の高い地域から低い地域に調達先を変更することで回避できるコストの算出額。
- **代替サプライヤー選定の所要期間**：高リスクサプライヤーの代替として有効なサプライヤーの特定とオンボーディングにかかる平均期間。



定性的指標（「なぜ起きているのか」）：

- **ユーザー信頼度**：購買部門、財務部門、コンプライアンス部門が、使用するサプライヤーデータをどの程度信頼しているか？
- **関係者のエンゲージメント**：ユーザーは積極的に新規システムを使用してフィードバックを提供しているか？
- **チーム満足度**：新規プロセスはチームの日常業務や士気にはどのような影響を及ぼしたか？

インタラクティブな成功レビュー

パイロットプロジェクトのレビュー（検証）会議で以下のチェックリストを使用して、話し合いを促し、次のステップを特定します。

成功の評価対象	話し合いのきっかけ	実行内容／次のステップ (チームの注記)
パイロットプロジェクトの目標	パイロットプロジェクトの当初の目標を達成できたか？未達成の場合、なぜ達成できなかったのか？	
ユーザーフィードバック	ユーザーからどのような直接フィードバックがあったか？ユーザーにとって最大の課題と成功は何か？	
KPIパフォーマンス	どのKPIが最も改善したか？どのKPIが最も改善しなかったか？それはなぜか？	
予想外の価値	新しいインサイトやプロセスの改善など、予想外のメリットは見つかったか？	

最適化から拡張へ

パイロットプロジェクトで得たインサイトをもとに、ワークフローを改良し、プロセスのギャップを解消します。モデルの価値を実証し、モデルを最適化したら、それを拡張する準備を進めます。以下のことを行います。

1. 持続可能な運用モデルを確立する：

全社規模でサプライヤーデータを管理するための役割、責任、ガバナンスポリシーを明確に定義します。これにより、一貫性と責任を確保しながら拡張できます。

2. データ ドリブンな企業文化を醸成する：

知識の共有、成功の称賛、継続的なトレーニングのためのフォーラムを作成し、パイロットプロジェクト参加者以外も対象にします。

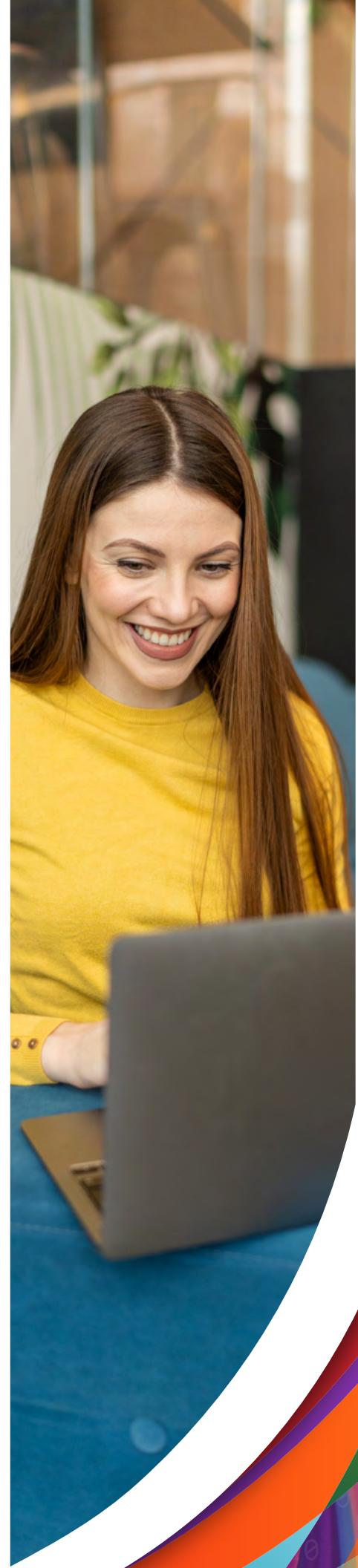
3. 勢いを維持する：

フィードバックチャネルと利用状況アナリティクスを参考にして、拡張を続け、継続的な価値を実証していきます。



調整した拡張戦略、専門的なガイダンス、インターラクティブなツール、ベストプラクティスを通じて、サプライヤーマネジメントの変革を加速できます。実行可能なロードマップを作成して全社規模への展開と測定可能な業務上の価値を促進するのに役立つ、パーソナライズしたリソースをご用意しました。

インフォマティカのSuccess Portalにアクセスして、今すぐ取り組みを始めましょう。



ステップ5：投資対効果検討書を作成し、経営幹部の支持を得る

説得力のある投資対効果検討書では、単に予算を要求するのではなく、いかに変革を推進するのかを伝えるなければなりません。サプライヤーデータマネジメントのイニシアチブを戦略的業務目標（業務の生産性向上、リスクの緩和、収益性の改善など）と直接結び付けることが重要です。経営幹部の支持を得るには、経営幹部に響く言葉（価値、投資収益率（ROI）、戦略的効果など）を使う必要があります。

インフォマティカの業務上の価値評価（BVA）を活用する

投資対効果検討書をゼロから作成する必要はありません。インフォマティカのアドバイザリーサービスである**業務上の価値評価（BVA）**を活用すれば、データマネジメント投資の価値を特定、数値化、説明できます。当社のアドバイザリーコンサルタントが、インタラクティブなワークショップを通じて貴社の関係者と協力しながら、次のことを実施します。

- ・ **機会を特定して優先順位を設定する**：サプライヤーオンボーディングの負担軽減や優先サプライヤーへの支出改善など、最も影響の大きい改善点を特定します。
- ・ **潜在的価値を数値化する**：貴社固有のデータに基づいて、ROIシナリオ（高、中、低）を予測する財務モデルを作成します。
- ・ **戦略的ロードマップを作成する**：短期的な成果と長期的な価値実現の概要を示す明確な計画を作成します。

インタラクティブ化：推定コスト削減額を算出する

以下のシンプルな計算式で、どれだけの効率性向上を実現できるかを事前に推定します。これは、価値を具体化し、BVA担当チームがより詳細な分析を実行するための足掛かりとして利用できます。

パート1：見込まれる効率性向上を数値化する

・ サプライヤーオンボーディング：

- ・ 現状：サプライヤー1社のオンボーディングを手作業で行うのに何時間かかりますか？
- ・ 推定値：サプライヤー1社あたり__時間×1年あたり新規サプライヤー__社=年間__時間削減。

・ データ修正：

- ・ 現状：サプライヤーレコードの重複や間違いを手作業で発見して修正するのに毎月何時間かかりますか？
- ・ 推定値：1か月あたり__時間×12=年間__時間削減

ステップ5：投資対効果検討書を作成し、経営幹部の支持を得る（続き）

パート2：戦略的価値と結び付ける

時間短縮効果だけでなく、戦略的効果についても検討します。以下の例を使用して、さまざまな業務上の価値を特定します。

- **リスクの緩和**：「コンプライアンスチェックを自動化することで、規制違反金が発生するリスクを推定__%削減できる」
- **利益率の改善**：「サプライヤーパフォーマンスの可視性を向上させることで、交渉力を強化し、利益率を推定__%改善できる」
- **支出の最適化**：「支出を優先サプライヤーに集中させることで、購買コストを推定__%削減できる」
- **サプライチェーンのレジリエンス**：「各地域の代替サプライヤーを選定することで、単一サプライヤー中断時の売上リスクを推定__百万ドル削減できる」
- **関税と税金の最適化**：「サプライヤーの製造拠点を完全に可視化することで、調達先を戦略的に変更して、推定__%の関税を回避し、売上総利益を直接保護できる」

投資対効果検討書を提示する

経営幹部を説得する際には、戦略的効果を強調します。サプライヤーデータをマスター化することで自社の俊敏性、回復力、収益性がいかに向上するかを中心に、話を組み立てます。BVAや計算の結果を活用しながら、データに基づき信頼できる主張を通じて説得します。



お疲れ様でした！

これで、貴社のサプライヤーデータマネジメントが大きく前進しました。このガイドにより、サイロ化したデータに対応し、リスクの可視性を改善し、サプライヤーのオンボーディングをスピードアップできました。また、信頼性の高いデータをもとに回復力と効率性に優れたサプライヤーエコシステムの基盤を構築して、今日のサプライチェーンにおいて俊敏性と競争力を維持できるようになりました。

Supplier 360は、インフォマティカの**Intelligent Data Management Cloud (IDMC)** に含まれています。組織の規模に応じて拡張可能なこのプラットフォームにより、意思決定を迅速化し、業務を円滑化できます。ターゲットを絞り込んだパイロットプロジェクトから開始して、測定可能な成果を達成し、関係者の関与を促し、プロジェクトを軌道に乗せてから、成功を確実に拡大ていきましょう。

ワークショップ、パーソナライズされたデモ、インフォマティカのエキスパートがガイドするパイロットプロジェクトなどを利用することで、プロジェクトの進捗を加速できます。インフォマティカのIDMCとSupplier 360を活用して、サプライヤーマネジメントを強化し、成長を促進してください。

今すぐ変革を始めましょう。



企業情報

インフォマティカについて

インフォマティカ（Salesforceグループ）は、エンタープライズ向けAI搭載クラウドデータマネジメントのリーダー企業です。インフォマティカのIntelligent Data Management Cloud (IDMC) プラットフォームは、組織全体でのAI対応データの接続、管理、統合を可能にします。データカタログ、データ統合、データガバナンス、データ品質、プライバシー、メタデータマネジメント、マスターデータマネジメントなどさまざまな機能を提供し、幅広いパートナーエコシステムをサポートすることで、インフォマティカはお客様がデータ/AIイニシアチブの価値を最大限に引き出せるように支援しています。

Salesforceについて

Salesforceは業界先進のAI CRMです。このAI CRMにより、人工知能、データ、信頼を通じて、これまでとはまったく異なる方法でお客様とつながることができます。Salesforce (NYSE : CRM) の詳細については、www.salesforce.comをご覧ください。

Where data & AI come to



本社

〒105-6226 東京都港区愛宕2-5-1
愛宕グリーンヒルズMORIタワー26階
電話：03-6403-7600(代表)
FAX：03-3433-1021

informatica.com/ja
x.com/Informatica

お問い合わせ