

販促現場の
“手間とムダ”を減らす。

PIMで実現する 業務効率化とその回り方



目次

1	はじめに	p3
2	よくある現場の悩み	p4
3	PIM導入でどう変わるか	p5
4	業務効率効果の図り方	p6
5	ケーススタディ	p8
6	よくある質問・導入時の懸念	p11
7	会社概要	p13

商品情報の管理に課題を抱える企業は少なくありません。

特にSKUが1万を超えるような製造業では、情報の更新、共有、整合性の維持が大きな負担となっています。

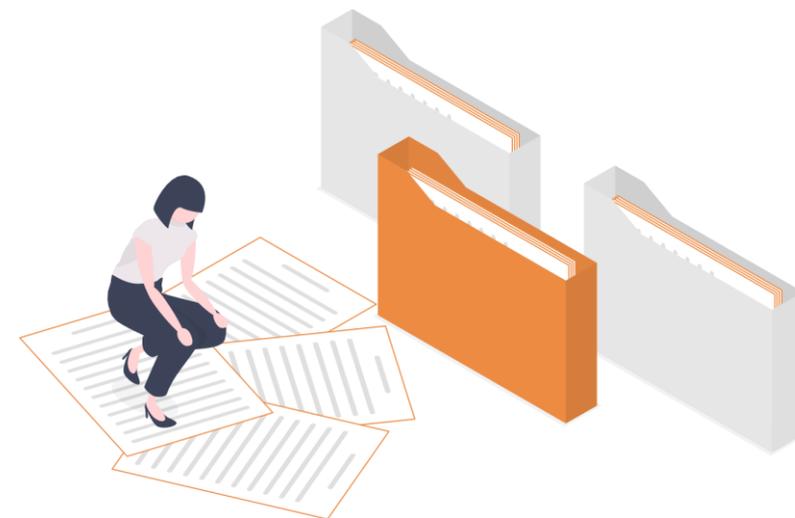
PIM (Product Information Management) とは、こうした課題を根本から解決するための商品情報一元管理の仕組みです。

とはいえ、

「PIMを導入すると何がどれだけ良くなるのか？」

「実際に業務効率はどう変わるのか？」という疑問を持つ方も多いでしょう。

本資料では、**PIM導入によって期待できる業務効率化の効果と、その“効果の回り方”**について、分かりやすく解説します。



販促部門を中心に、商品情報の管理に関する以下のような悩みを多くの企業が抱えています。



商品情報が各部門（営業、Web、カタログ制作など）で各々で管理されており、内容が一致しない



カタログや販促資料を作成するたびに、情報収集や確認作業に多大な時間がかかる



商品情報の更新が遅れ、営業や顧客対応に支障が出てしまう



情報の不一致により誤掲載・誤出荷・クレームといったミスが発生する

こうした問題は、SKUが多い企業ほど深刻になり、全社的な業務ロスに……

PIMを導入することで、商品情報の管理は以下のように改善されます。



すべての商品情報を一元管理することで、部署ごとの二重管理や情報の不一致が解消



各チャネル(Web、資料、カタログなど)に向けたテンプレートを活用し、資料作成工数を大幅に削減



情報更新が1か所に集約されるため、スピードと正確性が向上



社内の問い合わせ件数が減少し、各部門の作業に集中できる

その結果、商品情報の正確性とスピードが高まり、顧客対応や営業活動の質が向上

PIM導入の効果は「なんとなく楽になった」という感覚だけで終わらせず、**数値で把握することが重要**です。

以下は、効果を可視化するための具体的な指標です。

主なKPI例



商品情報の更新にかかる時間

(例：○時間→△時間)



販促資料・営業資料の作成時間

(例：1件あたり○日短縮)



修正や確認作業の回数

(例：1案件で○回→△回)



社内問い合わせ件数

(例：「この商品、最新版？」など)



商品情報に起因するミス件数

(誤記、誤出荷、顧客クレーム)



新商品情報のWeb公開までにかかる日数

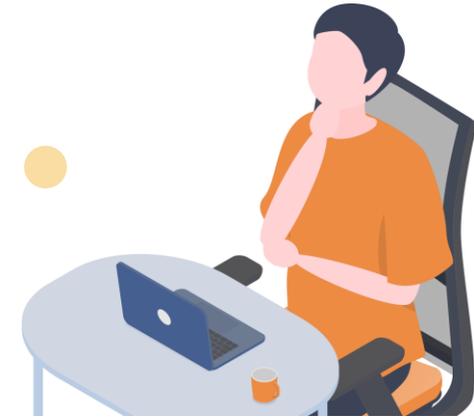
(例：この商品の公開まで残り○日 など)

こうすることで、**PIMの導入効果を“見える化”**し、**社内への説明や導入の意思決定をスムーズに行う**ことができます。

PIMは 単なる情報管理ツールではありません。

実際の現場では、“**どんな業務に・どんな効果**”があったのか——
ケーススタディを通して、その変化を紐解いていきます。

課題や導入効果は理解できた。
でも、社内にどう説明すれば
納得してもらえるのか…



そんな声も少なくありません。

ここでは、実際に導入いただいたお客様の事例をもとに、

社内での合意形成にも役立つ“**具体的な変化**”をご紹介します。

[次のページへ](#)

課題

- 数千点を超える商品を海外向けに展開する中で、情報の整備・更新にかかる工数が多大
- また印刷物の作成・Webページ制作が外注のため、業者がボトルネックになっている
- Webとカタログの情報管理が分断され、海外への情報展開が大幅に遅れていた

PIM導入で 実施したこと

- **商品情報DB (Pimluc) を構築し、カタログ用自動組版エンジンとWeb-CMSへ同時連携**
- **業務フローと掲載情報の整理を要件定義段階で実施**

導入効果

- **定量効果** **従来**：日本語カタログ発行・Web公開から6か月～12か月遅れで海外版が発行されていた
効果：海外版カタログ・Webが日本語と同時公開が可能に！外注費用と工数も**65%以上削減**
- **定性効果** 情報の整備が進み、担当者が**本来業務に集中できる環境を構築**

課題

- 商品情報が古い・間違っている・少ない状態で、ECやカタログの品質に影響
- 商品点数が多く、従来のDBでは更新作業が非効率
- ECサイトとのデータ連携がうまくいかず、操作性も悪かった

PIM導入で 実施したこと

- 商品情報DB (Pimluc) で一元管理し、ECサイトをリニューアル
- データの整理・登録・取得のオペレーションを再設計

導入効果

- **定量効果** 商品情報の更新性がアップしたことにより、**新商品のリリース商品点数が従来の7.4倍に向上し、ECサイトの集客・売上がアップ**
- **定性効果** EC担当者の負担が減り、**販促精度・鮮度が向上**

課題

- 本体と部品で別々の情報源・見積手法を使っており、部品見積は属人的で非効率
- 見積対応がFAX・電話で行われ、業務に時間がかかる・ミスも発生

PIM導入で 実施したこと

- **商品情報DB (Pimluc) を中核に据え、Web見積システムと連携**
- 本体・部品の情報を統合し、Web経由での見積受付を実現

導入効果

- **定量効果** 見積対応スピードが向上、**工数が50%以上削減**され、**制作人数も65%以下に省人化**を実現
- **定性効果** 見積精度が向上し、**顧客満足度・業務効率が改善**

Q SKUが多すぎて、そもそも情報の整理が大変なのは？

A はい、整理の初期段階は一定の労力が必要です。しかし、PIMには既存のExcelやシステムから情報を取り込む支援機能があるため、**整備のハードルは低くなっています**。**初期負荷を乗り越えることで、長期的な効率化が実現**できます。

Q 既存のシステムと連携できるの？

A 多くのPIMはAPI連携やCSV連携が可能で、**基幹システムやCMSとのスムーズな接続が可能**です。システム全体の構成を変更せずに段階的な導入も可能です。

Q 販促部門だけで主導できる？

A はい。販促部門が主体となって始めるケースも多くあります。**最初は小規模にスタートし、効果を見せながら徐々に他部門へ展開していくことが現実的**です。

お問い合わせ

PIMに関するご質問やご相談は、
お電話やメールにてお気軽にご連絡ください。

お電話でのお問い合わせは、
下記番号よりお願いします。

03-5875-8041

メールでのお問い合わせは、
下記メールアドレスよりお願いします。

kokonidas_sales@akagane.co.jp



企業名	株式会社 あかがね
所在地	〒590-0018 大阪府堺市堺区今池町1-1-58
代表者	今西 理宏
事業内容	大量商品情報に関するマネジメントの トータルソリューション提供
サイトURL	https://akagane.co.jp