



What has changed in
omnichannel retail?
In 2020: **everything**

2020年、大きく変化したオムニチャネル

What has changed in omnichannel retail? In 2020: everything

2020年、大きく変化したオムニチャネル

小売業のデジタル改革は急激に加速しました。生活者の購買行動、小売企業との顧客の関係性、顧客のサポート方法に至るまで、あらゆるものが大きく変化しました。

2020年、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、小売企業はデジタルオペレーションを急速に拡大しました。配送能力を拡張し、新しいマーケットに参入し、オンライン販売を全面展開する企業も見られました。これらの変化は、消費者の新たな購買行動と相まって、小売業界に永続的な変化を残すと考えられます。

実店舗とデジタルショッピング（オムニチャネル）の融合はすでに加速していましたが、パンデミックによりオンライン販売の売上成長が劇的に加速しました。マッキンゼーによると、オンライン販売は過去4年間で14% CAGR増加しました。コロナ危機の真っ只中、オンライン購入は3月の2週間で25%増加しました。¹

オンラインは2021年に最も急成長するチャネルになると予想されており、小売企業はオムニチャネルの提供拡大という大きなプレッシャーを抱えています。

結果として、小売企業が注文処理を確実に行うために、店舗は小型のフルフィルメントセンターとして活用されつつあります。また、2020年は「オンラインで購入して店頭で受け取る」（BOPIS）というサービスが拡大しました。ドライブスルーで注文商品を受け取れるようにすることで、小売企業は顧客の安全とロイヤルティを守ることで、新しい方法を取り入れています。

米国の小売企業であるディックは、パンデミック初期にドライブスルーでの受け取りを開始し、第2四半期ではオンライン注文の75%は店舗で注文処理されたと述べています²。これは最寄り店舗から顧客への商品出荷、もしくはドライブスルー方式でピックアップされたことを意味します。ロックダウン後、店舗の営業が再開した後も、このドライブスルー方式でのピックアップは増え続けています。「当初、店舗再開後は大幅な落ち込みが見られると予想していましたが、そうではありませんでした」と、ディックの社長であるLauren Hobartは同社の第2四半期の決算発表で述べました³。ウォルマートのCEOであるDoug McMillionは、ウォルマートの第3四半期の決算発表について同様の確信を表明しました。「当社のイーコマースとオムニチャネルが占める割合は引き続き増加しており、場合によってはこのトレンドは2~3年分加速しています。購買行動の変化の多くはパンデミック後も持続すると確信しています⁴。」

「当社のイーコマースとオムニチャネルが占める割合は引き続き増加しており、このトレンドは2~3年分加速しています。」

¹ <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/adapting-to-the-new-normal-to-retail-the-customer-experience-is-positive>

² <https://finance.yahoo.com/news/retail-buy-online-pick-up-in-store-191953121.html>

³ <https://finance.yahoo.com/news/retail-buy-online-pick-up-in-store-191953121.html>

⁴ <https://finance.yahoo.com/news/retail-buy-online-pick-up-in-store-191953121.html>

このような急速な変化の中、BOPISや店舗からの発送といった強力なオムニチャネルサービスを提供する小売企業は、今後も生き残ってだけでなく、お客様の購入支出を増加させる可能性を持っています。コールズのCEOであるMichelle Gassは次のように述べています。「当社のオムニチャネル顧客は、デジタルのみの顧客の6倍、店舗のみの顧客の4倍の費用を支出しています⁵」。

オムニチャネルの課題

小売企業がイーコマース拡大に力を入れるにつれて、高い在庫精度はますます重要となっています。在庫精度が低いと、注文取消しが発生する恐れがあり、売上が失われる可能性があります。また、注文取消しを回避するために過剰在庫しなくてはならない可能性があり、過剰在庫は値下げの際に収益損失を招きます。

RFIDによる変革

これまで長年にわたり、小売企業はオムニチャネルの課題を解決するためにRFIDソリューションを導入し成功を収めています。在庫精度を大幅に向上させ、コスト負担となる欠品のシナリオを回避してきました。ナイキCFOのMatt Friedは最近の声明で次のように述べています。「自社店舗と戦略パートナーの両方にわたり、ナイキの商品が完全につながった市場を創り出すために、RFIDは重要な成功要因といえます⁶。」

RFIDを活用すると、オンライン注文処理に対応する各店舗や配送センターなど、企業全体での在庫商品を正確に把握することができます。その結果、情報に基づいて決定を下し、再発注するなどの対応が機敏にできます。販売データに基づいて商品の在庫を再配分することで、変化する消費者の需要に非常に迅速に対応できます。

オムニチャネル戦略の採用

オムニチャネル戦略はすでに多くの小売企業で開始されていましたが、ソーシャルディスタンスを保つためにイーコマースの売上は急増しており、デジタルトランスフォーメーションは必須となっています。企業がこの危機の回復段階においてオムニチャネルを拡大し強化しなければ、長期的にみると苦慮することになります。

RFIDによって実現する機敏なサプライチェーンは、オムニチャネル戦略の重要な鍵となります。実際、RFIDを使用すると在庫の精度は65~75%から、93~99%に引き上げることができます⁷。高い在庫精度により、配送センターだけでなく店舗にある在庫も活用できるので、クリックアンドコレクト（オンラインで注文して自宅以外の場所で受け取る）や各種オンラインサービスを提供するために、最も効率的で費用効果の高い方法を選ぶことができます。

当社のRFIDで取得した在庫データを活用することにより、特定店舗での注文商品受け取りや、当日配達など、フルフィルメントの選択肢をお客様に提供することができます。チェックポイントRFIDソリューションにより、消費者はデータ活用が可能になり、どのような販売チャネルに対しても顧客の注文に対して自信をもって対応することができます。

現在RFIDは、特にアパレル企業様での在庫の見える化を迅速に提供し、サプライチェーン全体の効果的な再編をサポートするテクノロジーとして確立されています。タイムリーで正確なデータと組み合わせることで、小売企業が店舗注文のピッキングプロセスを最適化するのに役立っています。サービスレベルを維持しつつ運用コストを削減するためには、店舗スタッフが正確かつ効率的に顧客注文を把握し、実際に商品をピックアップし、受け渡しの準備をできることが非常に重要です。

⁵ <https://corporate.kohls.com/content/dam/kohlscorp/investors/events-and-presentations/Kohls%20Investor%20Presentation%20-%20October%202020.pdf>

⁶ <https://risnews.com/digital-new-normal-nike-ceo-says>

⁷ Measuring the impact: Key lessons from 10 retailers using RFID – ECR Community's Shrink and On Shelf Availability Group, GS1 Global and GS1 UK.

チェックポイントシステムズ社は、50年以上にわたって小売ソリューションを提供してきました。私たちは小売マーケットの複雑性を理解しており、世界中の配送センターや店舗にRFIDソリューションを導入しています。当社の専門知識とソリューションにより、小売業における複雑性をシンプルにします。多くの小売企業が高い在庫精度を達成し、迅速かつ効率的なオムニチャネルフルフィルメントを達成できるよう当社はサポートを提供して参りました。RFID展開のすべての側面に適切なパートナーがいることで、成功が保証されます。チェックポイントは製造工場から店舗まであらゆる場面でのRFID導入に対応する業界で唯一の企業です。詳細については当社までお気軽にお問い合わせください。

RFID活用により 実現できること



売上の
向上

利益の
向上



過剰在庫の
削減

店舗オペレーション
コストの削減



リアルタイムかつ正確な
在庫管理を実現

「多くの小売企業が高い在庫精度を達成し、
迅速かつ効率的なオムニチャネルフルフィルメントを達成できるよう
当社はサポートを提供して参りました。」



チェックポイントシステムズ社について

チェックポイントシステムズ社は、小売業向けにRFおよびRFIDを提供する唯一のソリューションプロバイダーです。テクノロジーの進化によって消費者の需要が加速している中、チェックポイント社はいつでも、どこでも、小売環境に透明性と効率性をもたらす、インテリジェントなソリューションを提供します。

ソフトウェア、ハードウェア、ラベル、タグ、およびクラウドベースのコネクテッド・ソリューションなどのユニークな提供を通じて、サプライチェーンと店舗全体でリアルタイムでの直感的なデータを提供することで小売業の業務と

効率を最適化し、収益性の向上とカスタマー・エクスペリエンスの向上を実現します。

チェックポイント社のインテリジェントな小売ソリューションは、50年にわたるRF技術の専門知識、革新的なハイロス対策およびロス防止ソリューション、市場をリードするソフトウェア、RFIDハードウェア、ブランド向けの包括的なラベリング能力に基づいて構築されており、商品を製造時点から店舗の棚に至るまで保護、トラッキングします。

CCLインダストリーズ社について

CCLインダストリーズ社は、特殊ラベル・包装ソリューションにおける世界的なリーディングカンパニーです。グローバル企業から小規模ビジネス、また一般消費者向けに商品を提供しています。世界25カ国において150の生産設備を展開し、約19,000人の従業員を有します。本社はトロント（カナダ）およびフラミンガム（米マサチューセッツ州）にあります。



チェックポイントジャパン 株式会社

〒105-0012 東京都港区芝大門2-4-7 浜松町ウエストプレイス Tel : 03-5425-8040 Fax : 03-5425-8045
メール : contact.csj@checkpoint.com www.checkpointjapan.co.jp