

Frameworkorx

 Daiwa House Group®

SCSR

日本オペレーションズリサーチ学会
サプライチェーン戦略研究部会



新しい小売形態 オムニチャンネルを支えるサプライチェーン

第23回研究部会

2014年6月24日

株式会社フレームワークス

代表取締役会長 **渡辺重光**

Frameworkorx

最近マスコミにも登場し始めた**オムニチャンネル**という小売形態は、ネットコマースと言われるウェブ媒体を生かした通販と、リアルといわれる実店舗による販売やサービスの提供とを、**シームレスに、有機的に組合せて**、今までにない多様で新しい個人と商品の関係を生み出そうというものです。

まだ手探りの状態とも言えますが、新しい技術やビジネスモデルによって、多くの事例が生まれつつあり、今後の可能性を期待されています。

これからの時代は「**モノの提供からコトの提供へ**」変わっていくと言われていますが、それを実現することのできるサプライチェーンの構築が求められています。

今回は流通・小売業のロジスティクスにおける成功事例を紹介し、また、研究開発段階技術の実証事例等から、今後のサプライチェーンについての課題と可能性を考察したいと思います。

1. 「オムニチャネル」について
2. ネットコマースの差別化の実例
 - ① ヨドバシカメラ
 - ② 洋服の青山
3. 日米のロジスティクスへのIT投資の違い
4. 「コト(感動経験)」を提供するオムニチャネル化への推進
5. オムニチャネルを支えるサプライチェーン構築に向けて
6. ロジスティクスはどこまで高度化できるか？
7. 位置情報を活用した「利便性」向上への挑戦
 - ① 屋内位置情報の活用
 - ② 屋外位置情報の活用

オムニチャネルとは、オフライン(店舗)、オンライン(ネット)問わず、あらゆる場所で顧客と接触を持とうとする考え方や、その実践です。

「どこで」「何を」売るか?ではなく、「誰に」「どうやって」買ってもらうか?という「顧客中心」の考え方であり、複数のチャネルのプロセスを有機的に連携する事で販売高向上に寄与しています。

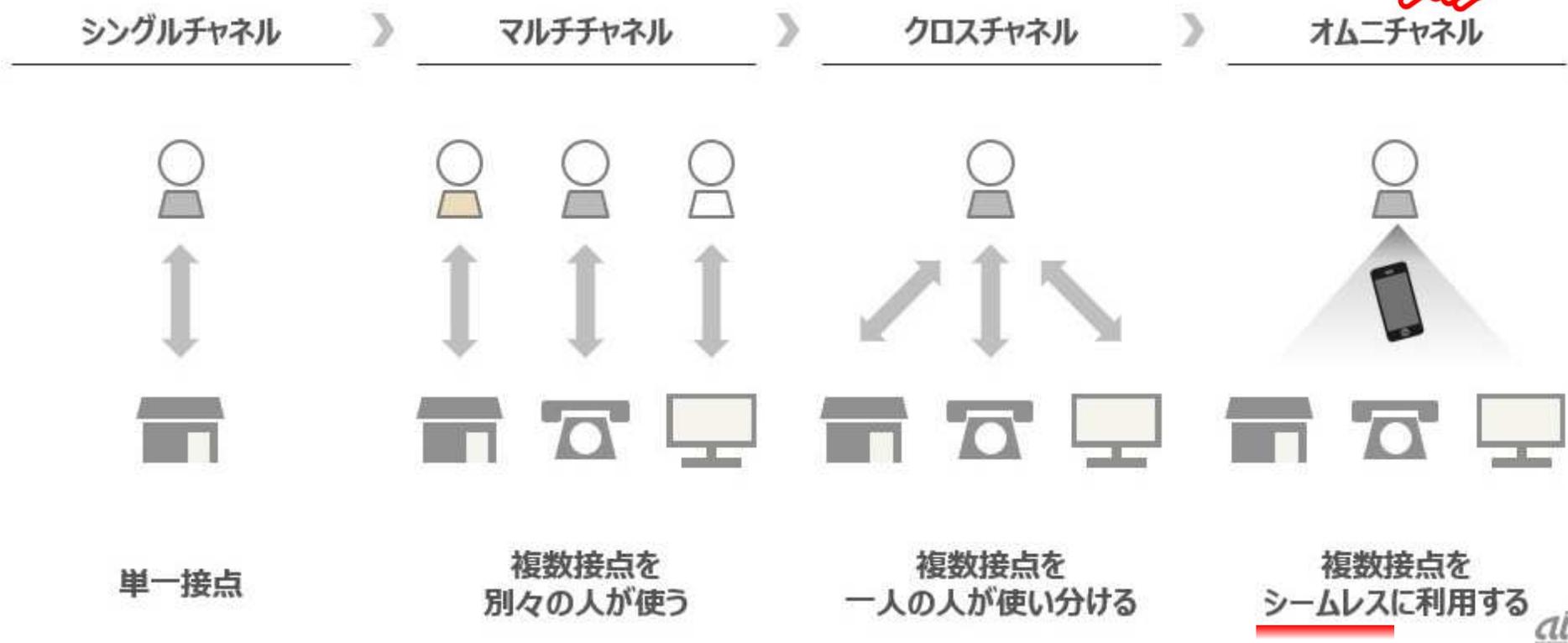
「顧客の買い物経験を向上させる仕組み」

流通・小売業が、一貫した1つの主体(ブランド)として、店舗、ECなどの販売チャネルだけでなく、スマートフォン、SNS、コールセンターを含めた多様な“顧客接点”を統合的に運用することにより、一人ひとりの顧客と向き合い、より優れた購買経験を演出することで顧客**満足度**を向上させ、顧客と強い関係を構築する。

そして、また自社を選んでもらう!

チャンネル論に基づく「オムニチャンネル」の定義

オムニチャンネルは概ね「チャンネル統合」と理解されており、チャンネル政策の系譜で、「シングル > マルチ > クロス > オムニチャンネル」と表現される。
政策的には、複数チャンネルができたから統合しなければならない。という考え方。

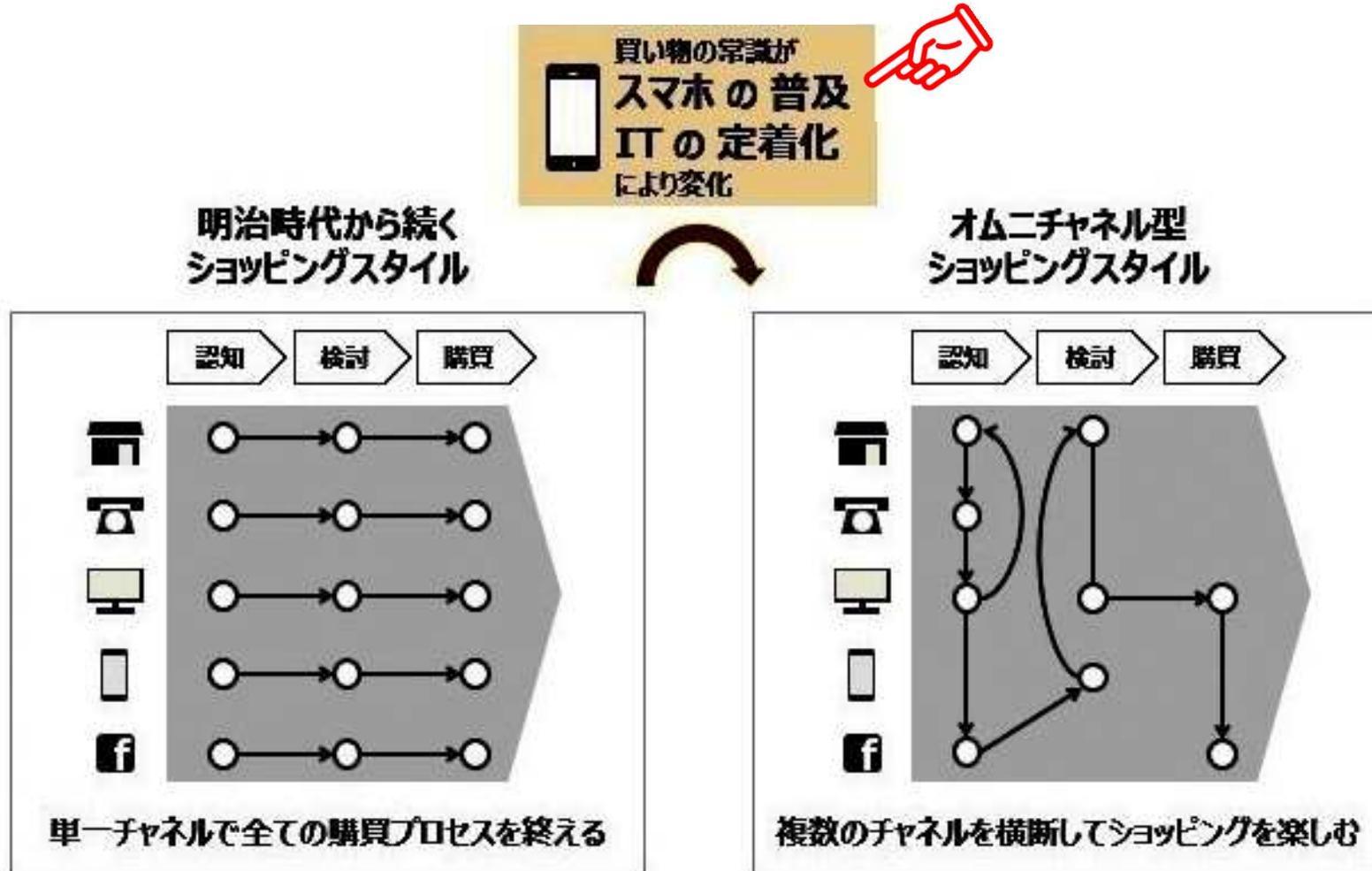


チャンネル政策の系譜でオムニチャンネルを解説
出典: ZDnet Japan「オムニチャンネルはチャンネル統合のことではない」伊藤圭史 2014年06月16日 07時30分

1. 「オムニチャンネル」について

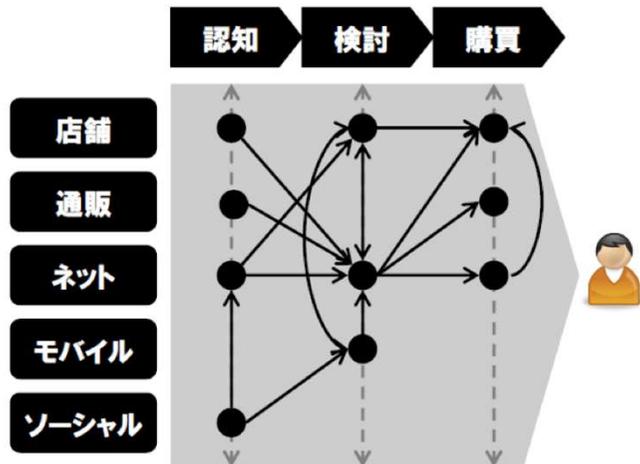
「オムニチャンネル」の定義(実用性観点)

実用性観点での「オムニチャンネル」の定義



オムニチャンネルとは
「スマホを持ったお客様の新しいショッピングスタイルに対応すること」

「オムニチャネル」消費時代の中で**顧客**は何を求めているのか？



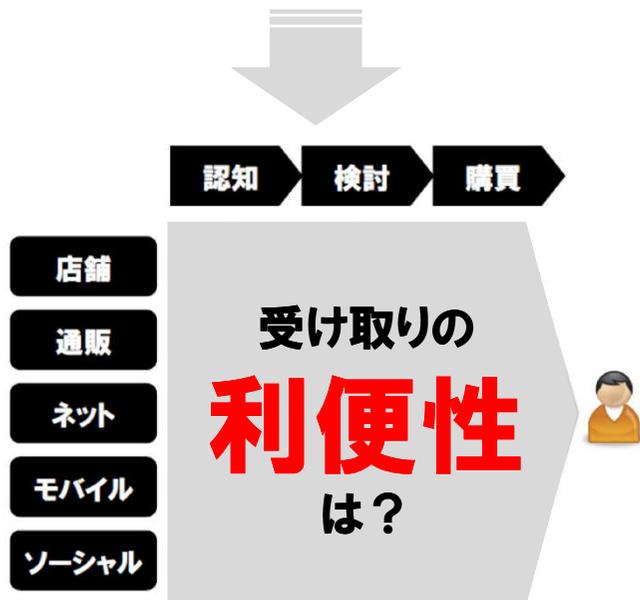
顧客(消費者)は、自分の**その時々**の**欲求**が満たされる**タイミング**と**方法**と**場所**で、商品を選び、商品を購入し、決済をして、商品を受取りたい。

顧客は、「オムニチャネル」自体を意識している訳ではなく、その時々で変わる「**満足感**(価値観)」を満たすかどうかで行動が決まる。

商品受取りは、納期も場所も**細かく指定・変更**できることが重要で、利便性自体が価値となっていく。

「**利便性**」向上はロジスティクス(SCM)力で決まる。

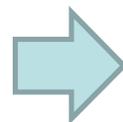
売り手は、**自社の強み**を生かした、顧客の欲求を満たす為のロジスティクス網や情報システムを構築する必要がある。



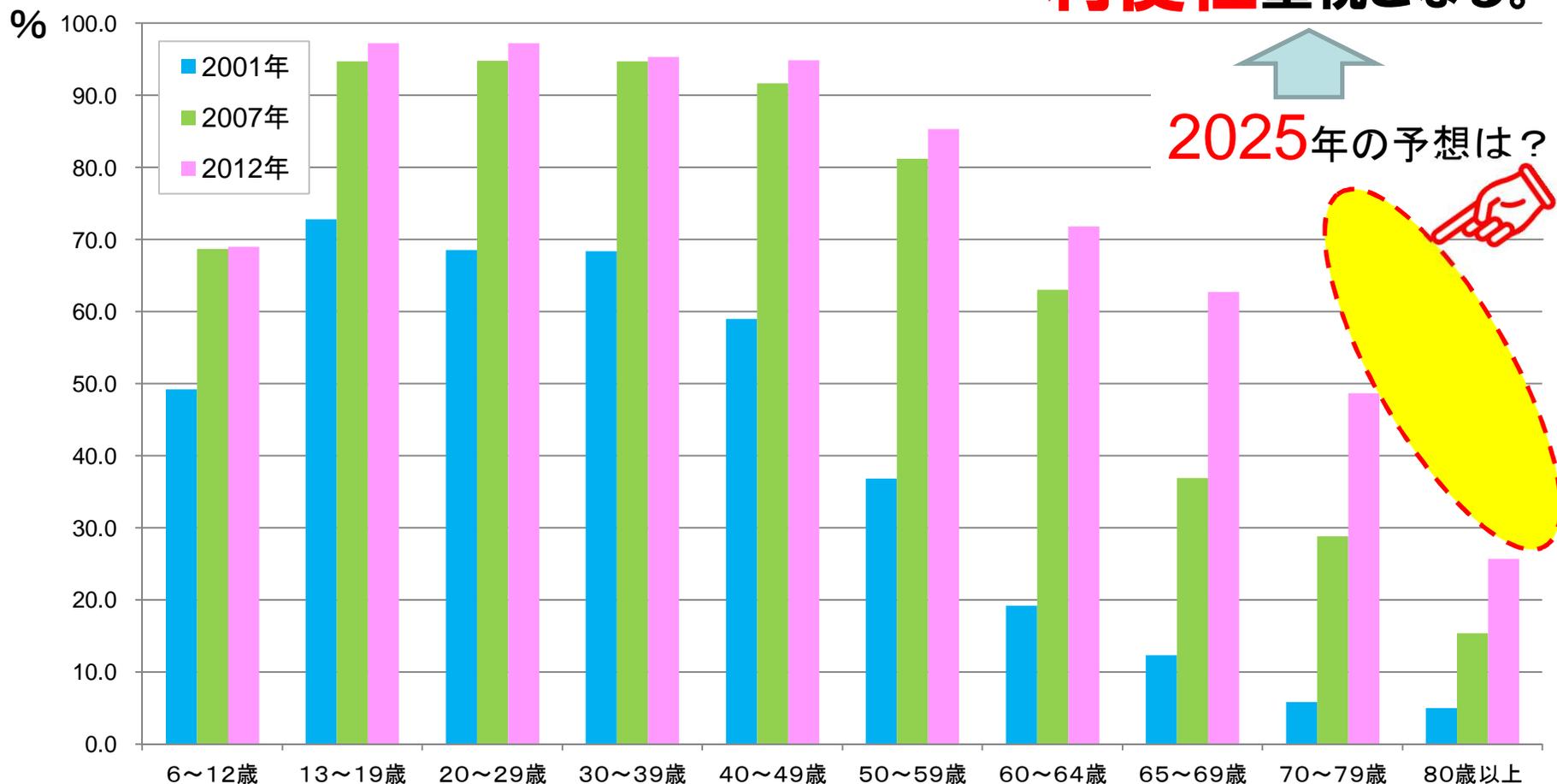
1. 「オムニチャネル」について

ネット利用率推移からシニアマーケットを考察

健康寿命 → 平均寿命
 男性 「70才」 → 「79才」
 女性 「74才」 → 「87才」



介護を受けるシニア
 にネット利用者が増加。
 利便性重視となる。



インターネット利用動向(年齢階層別インターネット普及率)推移

以降のスライドは、流通・小売業での**カスタマー・エクスペリエンス**向上の「**オムニチャネル・リテイリングに対応したサービス(仕組み)**」をご紹介します資料です。

「**カスタマー・エクスペリエンス**」とは、商品やサービスの購入前後のプロセスや利用時に顧客が経験する、「心地よさ」「驚き」「感動」「誇らしさ」「利便性」を感覚的・感情的・体感的に与える付加価値のことです。

顧客の**期待を超えた対応**をすることで、ポジティブな感情を企業やブランドに対して抱いてもらう事で、よりファンとなってもらい、より深いお付き合いや、友人知人に口コミなどで推奨してもらうといった売上向上効果につながることを狙います。

スマートフォンのようなモバイル技術の発展に伴い、オンラインチャネル(通販)とオフラインチャネル(店舗)の融合(**オムニチャネル**)によって生じる、これまでにない新しいエクスペリエンスへ注目が集まっています。

それは、オンライン(通販)のネットコマース(EC)やコールセンター、オフライン(店舗)や対面営業、**商品の受取り**やサポートサービス、さらにはソーシャルネットワーク(SNS)などでのコミュニケーションも含め、すべての顧客接点で発生する企業やブランドとのインタラクションを通じた「**経験**」を対象とします。

2. ネットコマースの差別化の実例①

ヨドバシ・ドット・コムは「ロジスティクス力」で差別化

ヨドバシカメラの「Online to Offline」は**受取りタイミング**が明快なのが強み。

数量: 1

ショッピングカートに入れる

店舗受け取りできます
在庫のある店舗(13)

カメラ LSD32GBBJP200 の店舗在庫

店舗名	在庫状況	受取タイミング	備考
マルチメディア川崎川口	在庫減少	30分以内にご用意いたします	在庫がある店舗は 30分以内に商品をご用意 いたします
アクトレット京急川崎	在庫なし	ご利用できません	
マルチメディア横浜	在庫あり	30分以内にご用意いたします	「ご利用できません」と表示される 店舗は、店舗受取りをご利用 いただけません
マルチメディア京急上大岡	在庫なし	お取り寄せいたします	
子業店	在庫減少	30分以内にご用意いたします	在庫がない店舗は、お取り寄せ後、 入荷次第 メールにてご連絡 いたします
マルチメディア千代田	在庫減少	30分以内にご用意いたします	
マルチメディア京都	在庫減少	30分以内にご用意いたします	マルチメディア Akiba、 マルチメディア梅田に 在庫がある場合、 営業時間外でも 商品のお受け取りが できます
マルチメディア梅田	在庫減少	30分以内にご用意いたします NEW 営業時間外でもお受け取りいただけます	
マルチメディア博多	在庫減少	30分以内にご用意いたします	Akibaと梅田なら 24時間 いつでもお受け取り
マルチメディア札幌	在庫あり	30分以内にご用意いたします	
マルチメディア仙台	在庫減少	30分以内にご用意いたします	
マルチメディア岡山	在庫減少	30分以内にご用意いたします	
マルチメディア岡山	在庫減少	30分以内にご用意いたします	

大型家電を「配達料金無料で当日お届け」できるのはヨドバシカメラだけ？

設置・リサイクル回収が必要な 大型家電も

ご注文 追加料金なし

当日にお届け

しかも配達料金無料

冷蔵庫 洗濯機 テレビ

ヨドバシ・ドット・コムのスピード配達さらにパワーアップ！

ヨドバシ・ドット・コムなら ネットで注文しても

設置・工事承ります

商品をクリックすると、
詳しい情報がご覧いただけます

テレビ ▶ テレビ台 ▶ 冷蔵庫 ▶ エアコン/ウインドエアコン ▶ 温水洗浄便座 ▶

フルレイ/DVDレコーダー ▶ 洗濯機 ▶ 食器洗い乾燥機 ▶ 火災報知器 ▶

商品のお届け日時は、商品の在庫状況、対象地域、配送便の空き状況などの理由により変動いたします
詳しくは、ログインしていただいた状態で、商品詳細ページに表示される内容をご確認ください。

2. ネットコマースの差別化の実例①

ヨドバシ・ドット・コムは「ロジスティクス力」で差別化

「顧客への納期回答」は、**いつのタイミング**ですべきなのか、実例から引用。

淀橋 太郎さん[ログアウト]
東京都新宿区北新宿へのお届け可能時間を表示しています。

淀橋 太郎さん[ログアウト]
東京都新宿区北新宿へのお届け可能時間を表示しています。

日本全国「配達料全無料」でお届けいたします！

www.yodobashi.com

すべてのカテゴリ

検索

商品説明を含む
新着終了商品も扱う

ショッピングカート

数量: 1

ショッピングカートに入れる

店舗に在庫がある場合、
店舗受け取りが可能です

在庫のある店舗(19)

レビュー投稿【60ポイント】
お気に入り登録

ソーシャルメディアにシェア

ツイート

0

お届け日: **在庫あり** 今から**20時間と55分**以内のご注文で、**2012年5月30日水曜日**にお届けします。[[届先変更](#)] [詳しくはこちら](#)

配送料全: 無料

メーカー: オリンパス

販売開始日: 2012/03/21

総撮OMシリーズがデジタルで復活。一層らしい表情を基調としたデザインに、小型軽量、防塵防滴機能を搭載。新開発の画像センサーと画像処理エンジン、高精細な電子ビューファインダー、連化したボディ内蔵手ブレ補正、世界最速のAFシステムにより、あらゆるシーンを高画質に記録します。ボディ（シルバー）とレンズ「M.ZUIKO DIGITAL ED 12-50mm F3.5-6.3 EZ ブラック」のセットです。

【実写レビュー】
[総撮「OM」シリーズがデジタルで復活。「OM-D」実写レビュー](#)

【66日以内に届く！ヨドバシネット・ドットコム】

お届け日: **在庫あり** 今から**20時間と55分**以内のご注文で、**2012年5月30日水曜日**にお届けします。[[届先変更](#)] [詳しくはこちら](#)

2. ネットコマースの差別化の実例②

洋服の青山は「試着予約サービス」で差別化

Frameworkorx

ウェブで選んで店舗に行くと「マイサイズのスーツ」が数種類用意されている。顧客は、素材感や柄を確かめて「納得」したら購入すれば良いO2Oサービス。

スーツに進化を。

洋服の青山 50th Anniv. ONLINE STORE

今なら全品送料無料

初めての方へ | ご利用ガイド | お問い合わせ | サイトマップ | キーワードで検索

MENS LADIES OUTLET

商品検索

CART

商品点数 0点
合計金額 0円

現在のポイント数 -P
今なら全品送料無料

会員登録 LOGIN

Hello Kitty CAMPAIGN ハローキティキャンペーン

WORLD. WIDE. SIZE 大きいサイズ・小さいサイズ

FITTING SERVICE 試着予約サービス

トップ > 試着予約サービス

試着予約サービス

AOYAMA の試着予約サービス
WEBで選んで店舗で決める

あなたに似合う、
本物のスーツを見つけていただきたいから。
洋服の青山オンラインストアでは、ウェブサイトでチェックした
気になる商品をお近くの店舗でご試着いただけるサービス
をご用意しています。

マイサイズ登録はこちら

マイサイズを登録してショッピング♪
お買い物をもっとカンタンに、
もっと快適に！

あなたのサイズを登録しておく、洋服の青山がぴったりのサイズを選んでおすすめします。
忘れてしまいがちな股下サイズや首周りなど、マイサイズにメモしておけば安心！

マイサイズとは

マイサイズを登録する

※マイサイズ機能のご利用にはWeb会員登録(無料)が必要です

スーツの教科書

— KNOWLEDGE OF SUIT STYLING —

基礎をおさえてスーツを楽しむ

納得できるまで、何度でもお試しください



「洋服の青山」は、あなたに似合うスーツを選んでいただくことが大切だと考えています。お気に召さない場合は、お断りください。

予約した商品だからといって、

必ずしもお買い上げいただく必要はありません。

ご試着は、サイズをお試しいただくことはもちろん、画面上ではわからない素材感や柄を確かめていただくためのサービスです。

納得できるスーツが見つかるまで、何度でもお試しください。



試着予約サービスの流れ

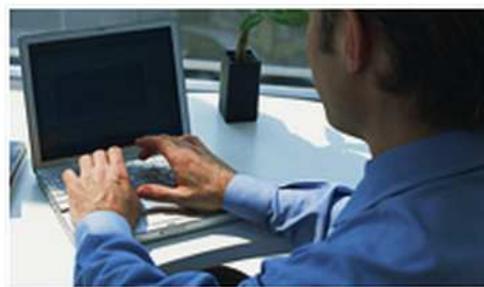
「Online to Offline」



01

試着する商品を選ぶ

商品の詳細ページでご希望のサイズの在庫を確認して、商品をショッピングカートに入れてください。



02

試着予約手続きをする

ショッピングカートより、「試着予約」ボタンをクリックし、ご予約手続きを行ってください。



03

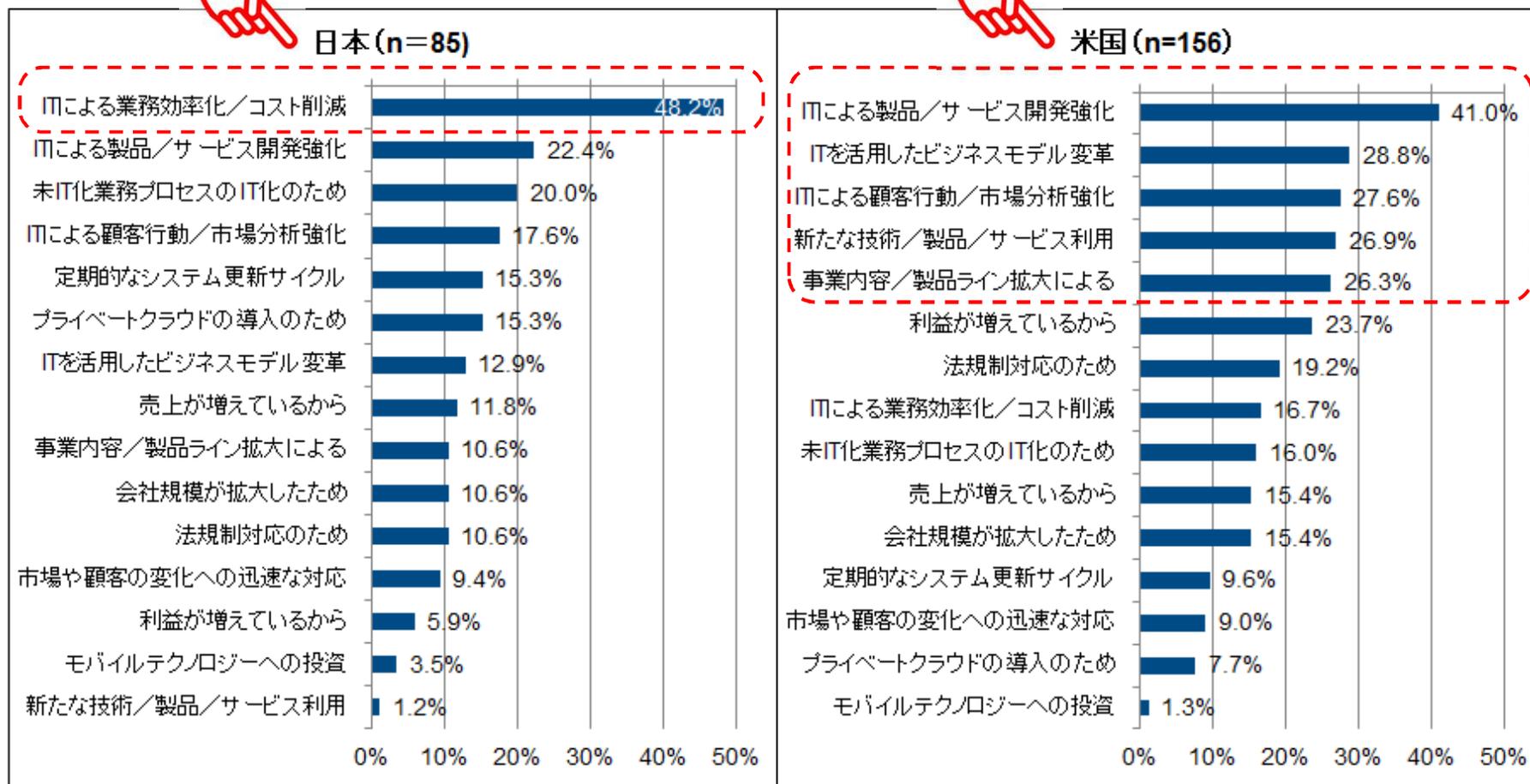
店舗で試着する

ご予約いただいた商品がお近くの「洋服の青山」店舗に届いています。袖を通して確かめください。

3. 日米のロジスティクスへのIT投資の違い 日米のITに対する期待度

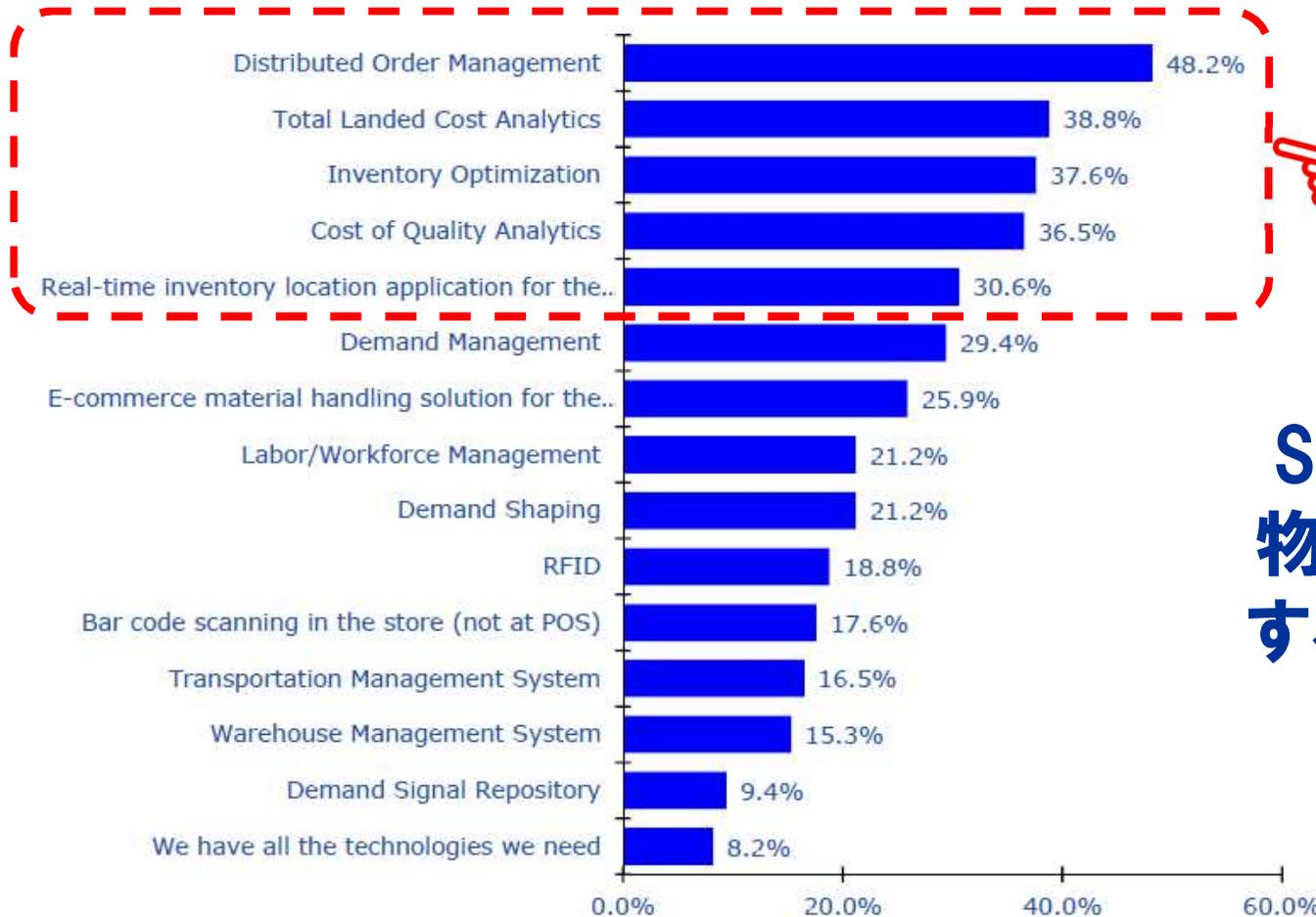
日本は「コスト削減」

米国は「攻めの姿勢」



出典:「ITを活用した経営に対する日米企業の相違分析」平成25年10月9日 一般社団法人 電子情報技術産業協会

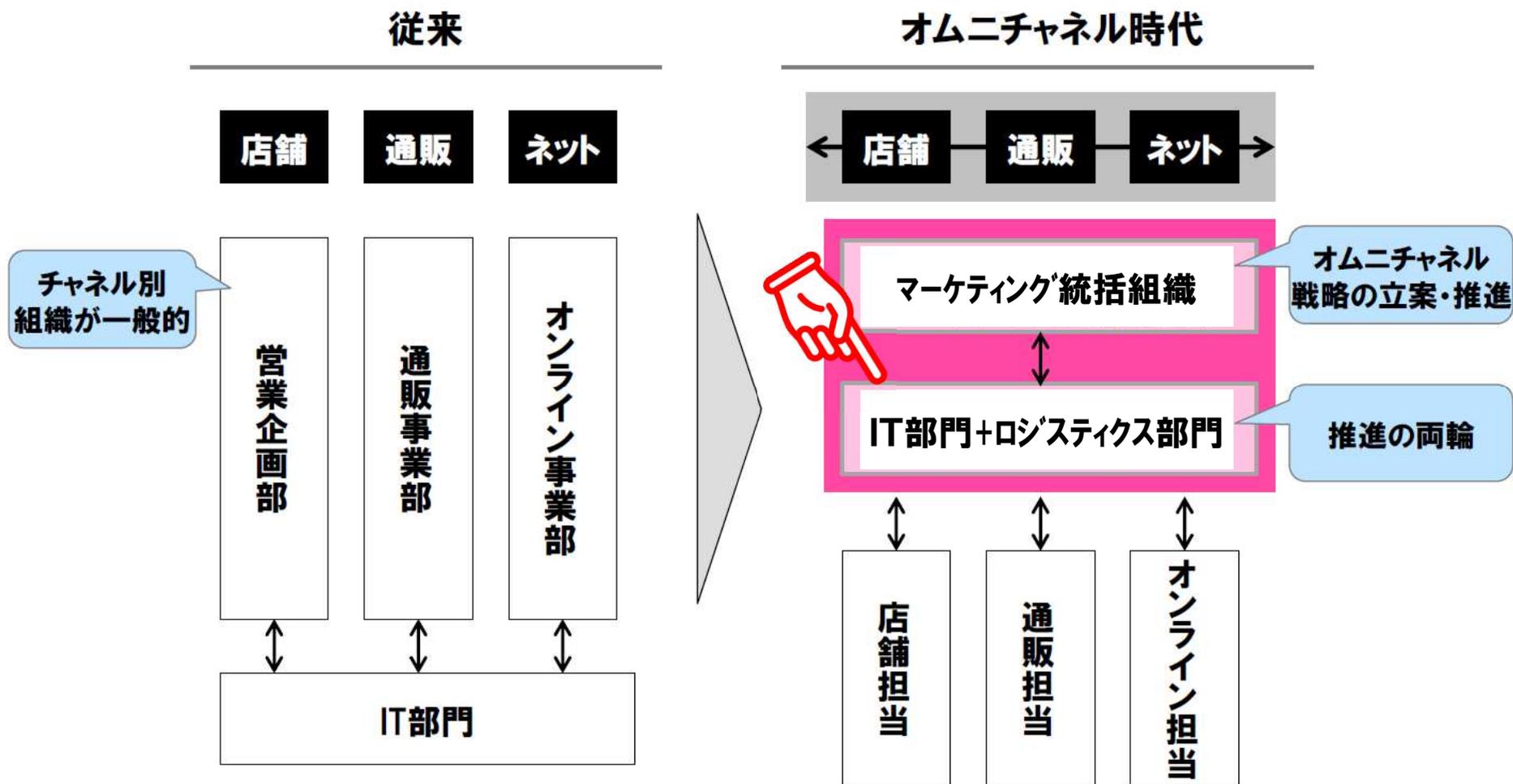
米国では、オムニチャネル・リテイリングを踏まえて、
「SCM全体の在庫 & 物流コスト」の適正化が進む。




多チャネル受注
に対応した、
SCM全体の在庫 &
物流コストを適正化
する仕組みに注目。

4. 「コト(感動経験)」を提供するオムニチャネル化への推進 オムニチャネル化への推進体制

全社のマーケティング統括組織が、IT部門・ロジスティクス部門をリードして推進すべき。と考えます。
ネットマーケティング手法をオムニチャネル環境に適用し、購買に至った経路(起点)や顧客生涯価値への貢献度によってマーケティング評価する制度が好ましい。
リターゲティング(リピート増)とオーディエンス拡張(類似顧客を探す)はチャンネル別に推進すべきではない。



4. 「コト(感動経験)」を提供するオムニチャネル化への推進 強化するサービスの検討と実現ステップ

複数チャネルの推進体制を融合したうえで「顧客経験(行動起点)の再設計」(後述)を実施し、強化するサービスを決定します。

並行して、分散した顧客・商品・在庫情報を融合し、受発注・店舗・EC・物流システムなどの融合を図り、その後、サービスを実現するうえで重要となるロジスティクスの強化を図り、顧客満足度向上に繋がります。

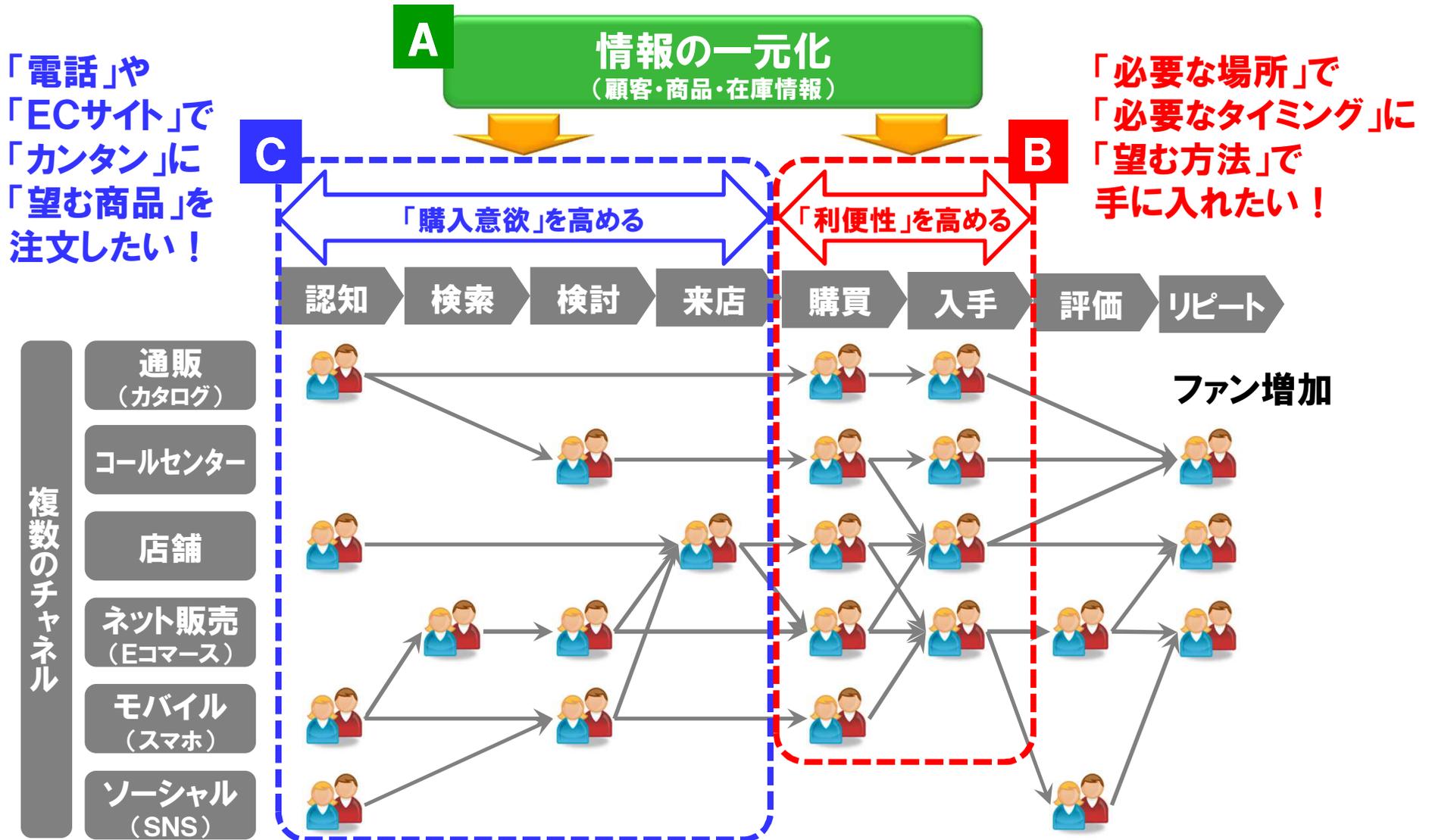
「ROAの向上」を加味して「強化するサービス」の創出と優先度を決定する。



買い物経験に感動する仕組み

顧客経験(行動起点)の再設計と3つの視点

下記の図の様に、顧客の行動起点を繋げる(→)には、「情報の一元化」(A)が前提となります。
 そのうえで、「利便性向上」(B)と、「購入意欲向上」(C)を実現するサービス(仕組み)を検討・決定します。



5. オムニチャネルを支えるサプライチェーン構築に向けて

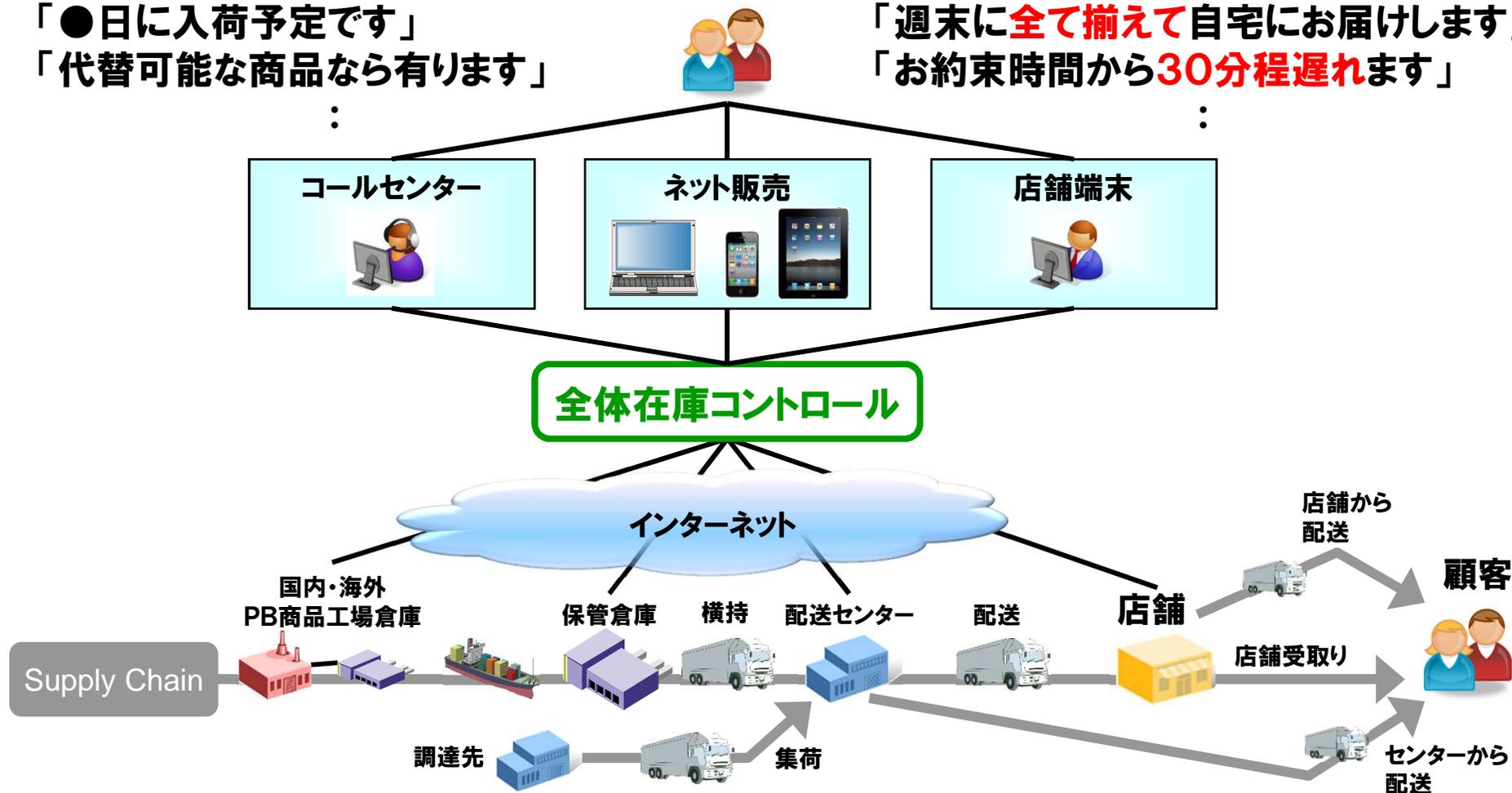
A

「在庫情報の一元化」 お客様への情報提示 例

お客様の問合せ(要望)に対して、「入手可能な方法と料金」を「複数回答」する事で顧客満足度を向上。その為には、「タイムリーな在庫情報の一元化(リアルタイム化)」が必要となります。

- 「今なら●店舗で購入出来ます」
- 「明日の7時に●店舗で受取れます」
- 「●日に入荷予定です」
- 「代替可能な商品なら有ります」

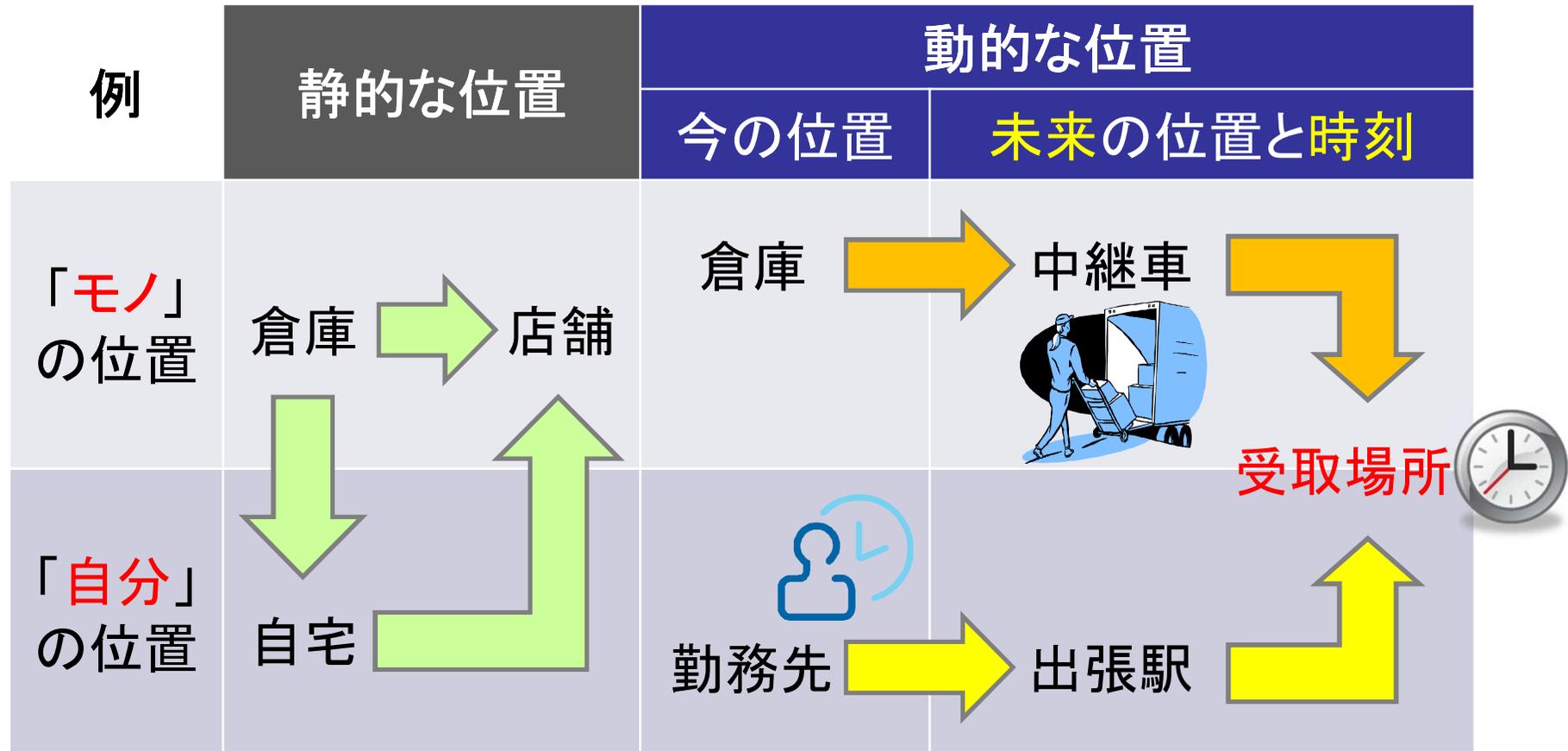
- 「本日13時に●現場にお届けします」
- 「明日のお届けなら配送料**無料**です」
- 「週末に**全て揃えて**自宅にお届けします」
- 「お約束時間から**30分程遅れます**」



6. ロジスティクスはどこまで高度化できるか？

商品受取りでも「いつでも、どこでも」化が実現可能か？

購入した商品は、いつでも、どこでも、好きな様に受取れる時代になるか？
 動的な(今と未来の)位置を把握する事によって、より柔軟に受取る接点(位置)を指定出来る様になる可能性はある。



ポイントは、**未来の位置と時刻**の正確さ。



	今の位置	未来の位置
屋内	事例① 「 倉庫内動線 把握・業務分析」	—
屋外	—	事例② 「 在庫の動態 把握・納品予測」

■ 事例①

「**可視光通信技術**を活用したシステム」を活用して、倉庫内スタッフの動線（位置情報）を把握し、業務分析を行う実証実験。

■ 事例②

「GPS利用の在庫動態把握と**正確な納品予測時刻**（NAVITIME）」を活用した、オムニチャネルのラストワンマイルを支える物流ソリューション。

実証実験の目的

■ 目的

可視光通信技術を活用したシステムで、倉庫内スタッフの動線(位置情報)を把握する実験を行い、収集したデータを基に「倉庫業務の見える化と効率化」に貢献する手段であるか、システムの実用化が可能か、を検証する。

■ ご協力

トラスコ中山株式会社 プラネット神戸物流センター様

TRUSCOとは

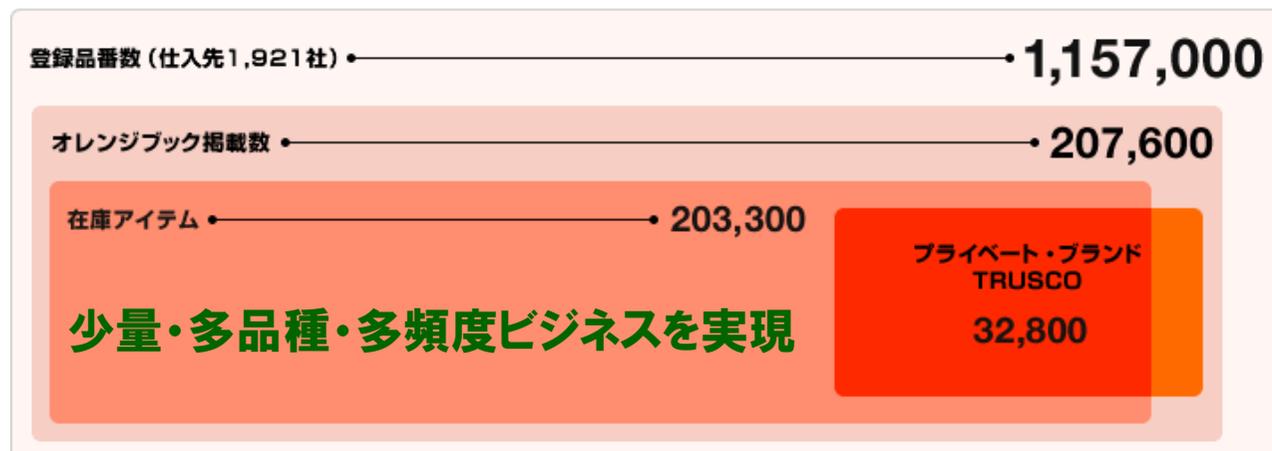
機械工具、物流機器などの工場用副資材(MRO)の卸売業。

本社：大阪市西区と東京都港区

代表取締役社長：中山哲也

トラスコ中山株式会社

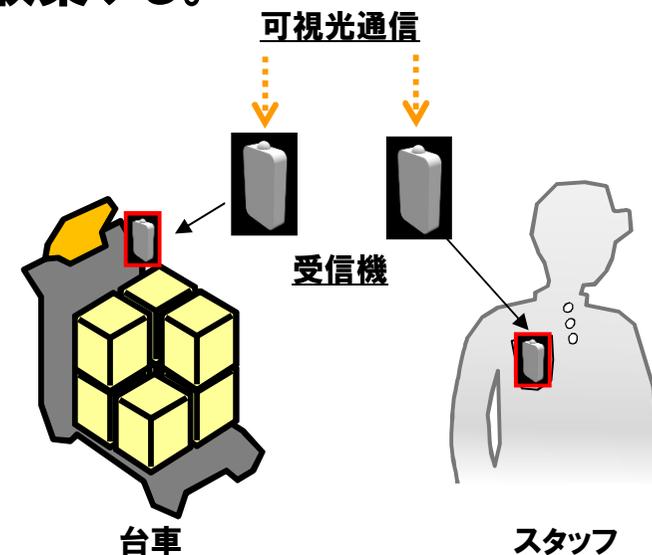
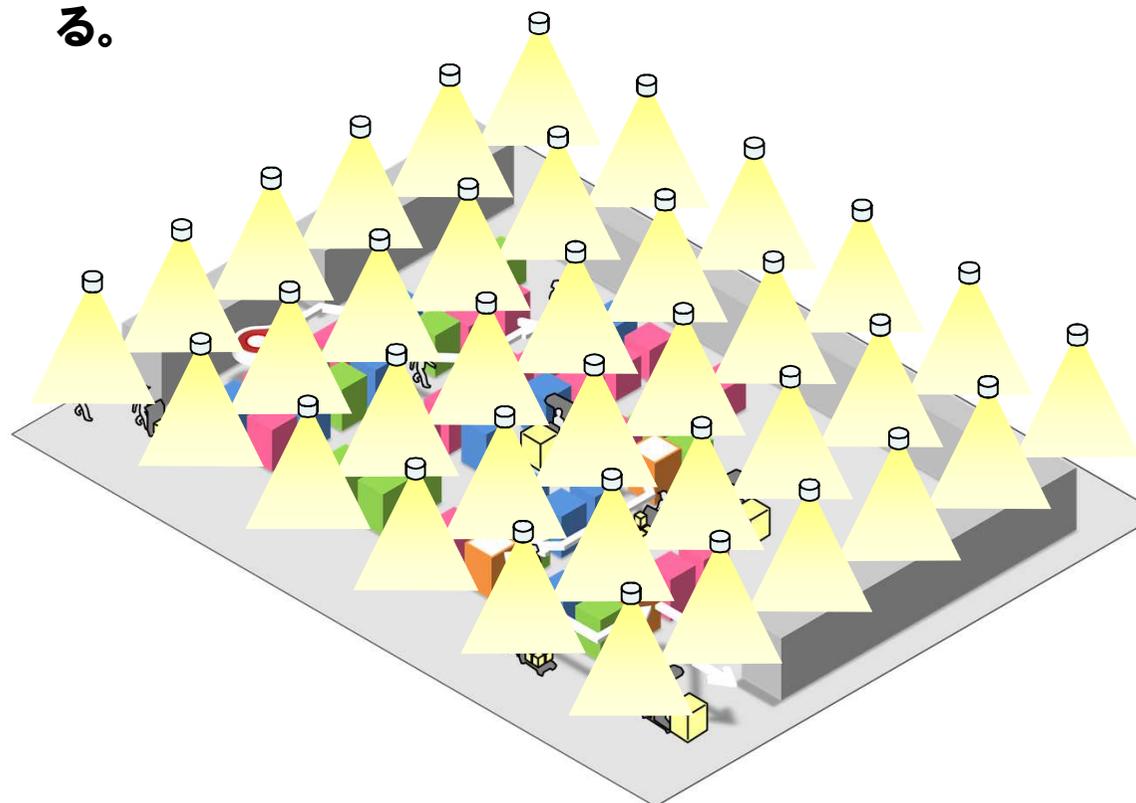
トラスコ中山の"商品力" 分布図



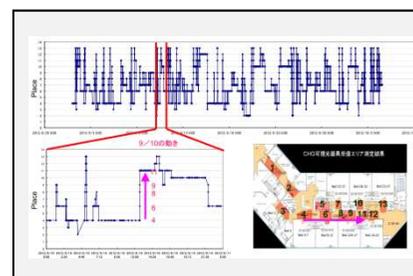
実証実験の内容

可視光通信による屋内位置情報測位システムを設置し、スタッフ(台車)の作業動線の見える化と、傾向分析の基データを自動収集する。

受信機を付けたスタッフ(台車)が、倉庫内をピッキングしている最中に、自動的に位置情報を取得する。



ピッキング作業の作業動線を把握



LOGISTICS STATION®
iWMS Series

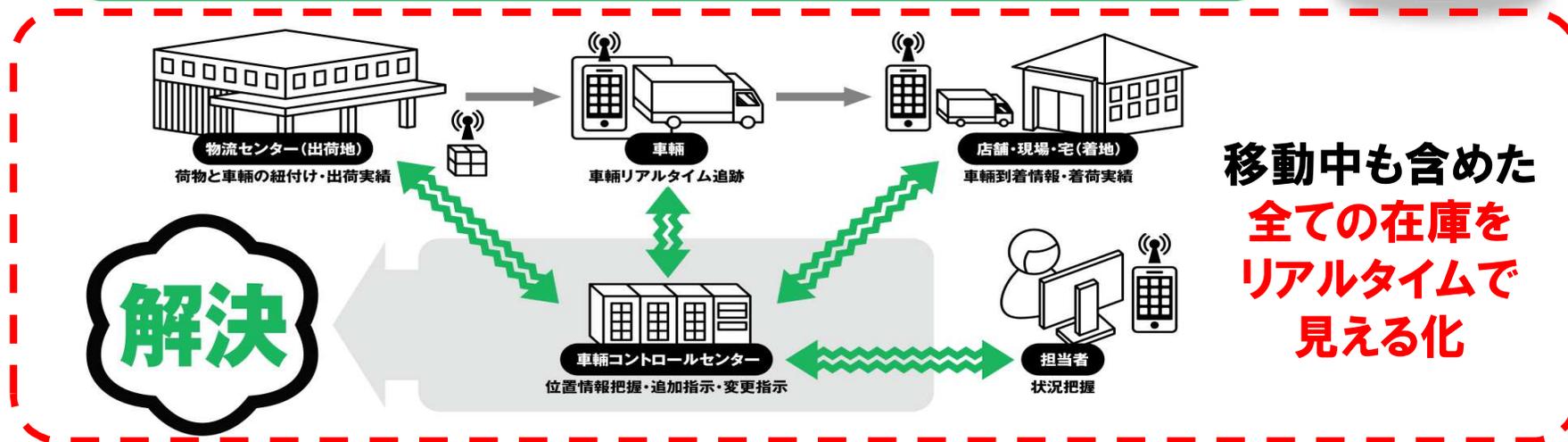
倉庫管理システム(WMS)のHTでのピッキング実績情報と上記位置情報を組合せて動線分析を行う。

在庫の動態把握と納品予測

物流倉庫の入荷、出荷から最終納品(ラストワンマイル)までを、リアルタイムで
 トレースする**スマホ**を活用したクラウドサービス。

本サービスを利用することで、移動中の商品(**在庫**)情報、車両位置、納品先
 への**到着予定時間**がリアルタイムで検索・通知可能になり、顧客満足が向上。

急拡大している「ネット通販事業と実店舗を融合したオムニチャネル」を支える
 物流サービスへの貢献が期待される。



- 専用サーバー、専用端末が不要!
スマートフォン版
アプリケーション
- 到着予定計算、
カーナビ機能、
メール機能を搭載!
- センター出荷から
納品先までの
トレースができる!

7. 位置情報を活用した「利便性」向上への挑戦【屋外事例②】 在庫の動態把握と納品予測イメージ

納品時刻が遅延する見込みを事前に察知。(納品先に自動メールも可能)

iwms X5 - 配送状況確認

検索条件

到着遅延を事前に察知

クリック!

計画到着予定	現状到着予定	到着実績時刻	作業完了実績	遅延状況	配送ステータス	ナビタイム	ドライバー名	車両番号	伝票番号	納品先名称	代表債商品	積付実績時刻	作業完了予定	備考
130000					計算済	db150701	西辻	8096	085130037469-00	複共同住宅新築工事S	セジュールウィットS-R (片廊下)			
130000	143900				配送中	db150702	小川	5926	085130034253-00	複邸新築工事 (口車新)	xevo 03 DC			
130000	182100	132200			到着済	db150703	橋本	6083	085130038559-00	複邸新築工事U	xevo E (一部タイル張り仕様)			

クリック!

リアルタイム動態把握

貨物内容把握

次ページ参照

7. 位置情報を活用した「利便性」向上への挑戦【屋外事例②】 在庫の動態把握と納品予測イメージ

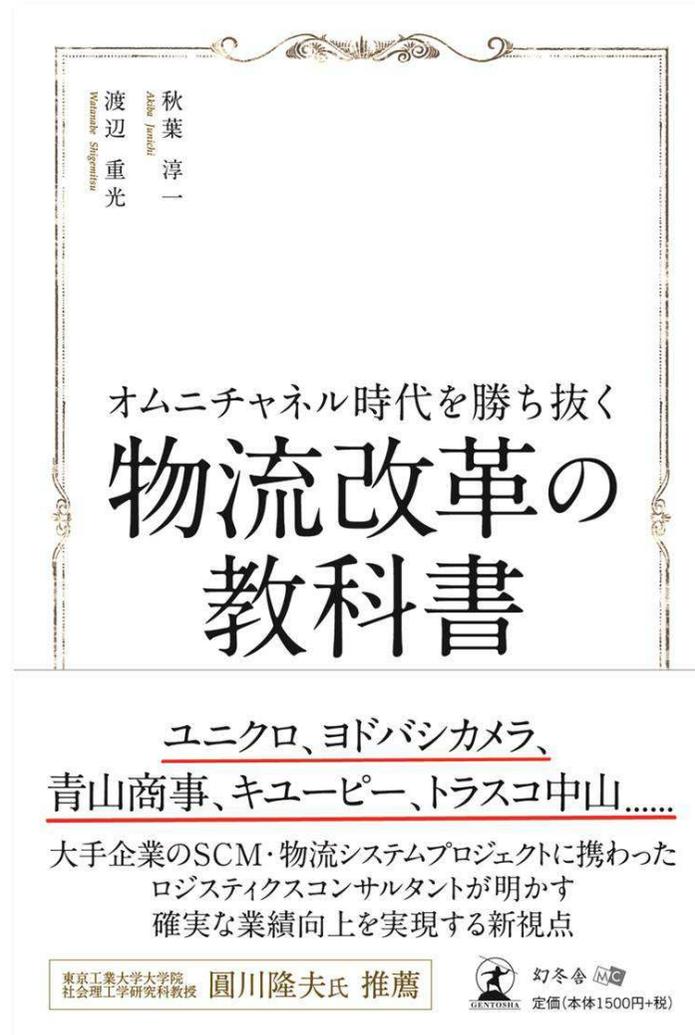
Frameworkorx

渋滞状況を加味した高精度の到着時刻を予測し、顧客への納期回答が可能。

The screenshot displays the BUSINESS NAVITIME software interface. On the left, a sidebar lists users: システム管理者, 奈良02, 奈良01, 奈良05, 奈良03, and 奈良04. The main area shows a map of the Nara region with several delivery points marked. A red dashed circle highlights a congested area with the text **現在渋滞中!**. A red arrow points from this area to a callout box that says **到着予定時刻**. Another callout box shows a detailed view of a delivery point: **【業務中】 奈良02**, **次の訪問先**, **14:43頃 到着予定(ナビ中)**, and **0分前**. A red hand icon with the text **クリック!** points to a specific location on the map. In the bottom right, a smaller map window shows **予定・実績ルート把握** (Route Management). The top navigation bar includes options like 動態管理, 配車計画, 作業者情報, 受付, and 設定. The top right shows the date 2013/07/23 and time 14:04.

地図画像: 株式会社ゼンリン

株式会社ナビタイムジャパン



絶賛発売中