



No. 2, 2005

fashion newsletter

明確な見通しが判断力を生む

ニューカスタマー

Busana社 - インドネシア

Busana Apparel Groupが、ERP、SCM(サプライチェーンマネジメント)、そしてBI(ビジネス・インテリジェンス)を含むインテンシアのファッション業界向けソリューションに投資することを決定しました。同社の売上高は約1億8000万USドルです。

Busana社は15,000名以上の従業員を擁し、男性および女性向けの衣類を年間2,400万着も生産しています。同社の主な顧客は、Liz Claiborne、Nike、DKNY、Esprit、Talbot's、Levis、Federated Department Stores、Speedo、Marks & Spencerなどであり、数多くの有名ブランドが名を連ねています。Busana社の規模は大きいものの、インテンシアのソリューションを導入するまでは手作業でさまざまな処理を行っていました。

CEOのM.Maniwanen氏は次のように述べています。「インテンシアのファッション業界向けソリューションの導入によって、20パーセントの効率アップを期待しています。これは、生産プロセスにおけるすべての情報が、事業部や仕入先、顧客ごとにオンラインでアクセスすることができるようになることから予測される数値です。ITソリューションを活用することで、人的ミスや顧客からのクレームによる損失を最小限に抑えることが可能になります。」

Shahi Export House社 - インド

インドの5大衣料品輸出業者のひとつであるShahi Export House社は、SAPやオラクルのソリューションではなく、インテンシアのファッション業界向けソリューションを選択しました。

Shahi Export Houseは衣料品の輸出、および製造業者で、その売り上げは年間1億2000万ドルに上ります。同社の顧客には、ウォルマート、GAP、Nautica、Old Navyなどの有名なブランドが含まれています。オーナーであるHarish Ahuja氏は、インドのApparel Exports Promotion Councilの副議長も務めています。

本号の内容

ファッション・インダストリー・ディレクターからのメッセージ	2
インテンシア ファッション・フォーカス	2
インダストリー・フォーカス	3
カスタマーフォーカス	4



カスタマーフォーカス

Farah Australia社の斬新なアプローチ

適切な製品を適時に顧客に供給することが、Farah社の高い顧客サービス・レベルを維持するのに不可欠であると確信しています。

[4ページに続く >](#)

インテンシア ファッション・フォーカス

サプライチェーン全体を対象とした 役割ベースのポータル

ユーザーは、それぞれに合った方法で自社のアプリケーションにアクセスできることを必要としています。また、自社のユーザーの個別のニーズを考慮するだけでなく、サプライチェーンにおけるパートナーとも連携し合う必要があります。Movexワークプレスマネジメントに含まれるアプリケーションとツールのセットは、あらゆるタイプのエンド・ユーザー向けに、それぞれの役割にあったインタフェースを提供しています。

Movexワークプレスマネジメントは、インテンシア・アプリケーション・スイートのすべての機能を活用し、一貫した方法での作業を可能にするウェブベースの包括的なインタフェースだけでなく、さまざまなユーザー・グループ向けにパーソナライズされたポータル環境を提供します。

[2ページに続く >](#)

インダストリー・フォーカス

ファッション業界でのRFIDの活用

近い将来、RFIDの導入はもはや選択肢ではなくなることでしょう。RFID、スマート・タグ、そしてそれに関連する技術にかかる費用は、この数年で大幅に低下しており、データを取得して転送する速度も、急速に向上し続けています。しかしながら、ビジネスでの活用事例はまだそれほど見かけません。いったい、RFID固有の利点とは何でしょうか？

[3ページに続く >](#)

ファッション・インダストリー・ディレクターからのメッセージ

2005年に入り、この業界での輸入割当制(クォータ制)撤廃の影響について、メディアでも多く取り上げられています。バングラデシュなどからの既製服の輸出量は増える一方、スリランカを含むほかの国からの輸出は減少しているというレポートを見るかぎり、まだ混乱している状況だと言えます。もちろん、割当制撤廃後の全体像がどのようになるかは、まだ予想することはできません。

しかしながら、中国からの輸出量が上昇している点については一貫しています。アメリカでは、貿易統計により2005年4月以降、あるタイプの商品の中国からの輸入量が前年に比べて急増していることが明らかになり、それを受けて速やかに中国製繊維の特定のカテゴリーに対する緊急輸入制限が実施されました。ヨーロッパでは、多くのEU諸国や織物業界のグループからの圧力を受け、EUが中国と契約を取り交わしました。その結果、中国は10種類の織物製品のEUへの輸出増加量を、2008年までに年間10パーセント近くまで抑えることになりました。

私たちは今後もこの進展に興味深く見守っていきますが、その一方で、どの企業も注目しているのは、競争力を保ち、そのビジネスで成功を収めることにほかなりません。世界は日々変化しています。そして、私たちはその変化に対応していかなければなりません。前号のニュースレターでは、需要主導型のサプライチェーンに関するいくつかのコンセプトと、より需要主導型の組織になるために必要な発想の転換について考察しました。インテンシアはこのテーマに沿って、ファッション業界における無駄のないサプライチェーン構築のコンセプトについて、記事を作成しました。このシリーズの初回は「無駄のないことはファッションナブル」と題して、ファッションおよびアパレル業界の大きな変革期間において、スリム化された運用が与える効果について調査しています。ファッション業界の無駄のないサプライチェーンに関するホワイトペーパー(英語版)は下記ウェブサイトより入手できます。(無料)

http://www.intentia.com/fashion_wp

現在、ファッション業界で大変興味深い話題が、RFID技術の可能性です。今のところ、この件については回答よりも質問の方が多いようですので、今号のニュースレターではRFID技術の昨今の状況を取り上げ、この技術による今後の効果を考察します。インテンシアは、この技術の進化のはじめから、そして今後も、RFIDの効果を高めるためのソリューションをその要件の変化に応じて提供していきます。

2005年はIntentia Americaにとっても活動的な年です。American Apparel Footwear Association (AAFA)ではより意欲的な役割を担い、American Apparel Producers Network (AAPN)にも承認されるなど、数多くのキャンペーンやスポンサーシップに積極的に参加してきました。

また、アメリカやカナダで開催された縫製製品に関する多くの業界イベントにも出席し、発表も行ってきました。出席者が8,000名にも上るAAFA後援の大規模なイベント、Material Worldでは、インテンシアがサプライチェーンを可視化することの重要性について呼び掛けました。

さらに、インテンシアのファッション業界のエキスパートであるBob McKeeが、これらの議論をリードして、International Association of Clothing Designers and Executives (IACDE)の総会や、National Apparel Technology Show、Retail System Showとその会議など、数多くの協議会でデマンドドリブン(需要主導型)サプライチェーン、需要計画とその管理、そして在庫管理のコンセプトについて発表しています。

多くのことが起こっているこの業界。私たちはまさに、大変興味深い時代を生きています。次号のニュースレターでも、引き続きこの件についての最新情報をお届けします。



Vicky Hyde

ファッション・インダストリー・ディレクター

カスタマー・フォーカス(1ページの続き)

サプライチェーン全体を対象とした役割ベースのポータル

ユーザーに合わせたインタフェース

利点とは何でしょうか? 役割ベースのポータルとは、ユーザーそれぞれのニーズに合わせてユーザー・インタフェースを意味します。たとえば、販売オーダーのトラッキングや在庫、発注オーダーのあらゆる段階における状況、そして統計や与信状況、販売情報、マーケティング情報、そしてカスタマー・リレーションの全体像に、顧客サービスの担当者がひとつのポータルからすばやくアクセスすることが可能になります。このようなポータルをサプライチェーンのパートナー向けにも構築することができます。たとえば、仕入先に発注すると、注文確認や変更、出荷の詳細情報などを仕入先が直接インテンシアのエンタープライズ・アプリケーションに入力することが可能になります。

写真や仕様、そのほかの構造化されていないデータもポータル上に表示することができます。サプライチェーンのパートナーとの直接的な相互作用は、ビジネスの変化を促進し、時機を得たサプライチェーン全体の可視性を高めます。そして、デマンドドリブンサプライチェーンに近づくために重要な基本要素となるものを提供します。Movexワークスペースマネジメントは、すべてのユーザーにそれぞれの役割に合ったインタフェースを提供し、社内と社外の両方のユーザーの使い勝手に合わせたポータルによって、自社内とサプライチェーンのパートナー間との両方における情報フローを最大限に活用することができるようになります。

インダストリー・フォーカス(1ページの続き)

ファッション業界のためのRFID

RFIDとは？

RFIDの技術は、日常生活の多くの場面において、すでにあらゆるかたちで使用されています。バスのスマート・パスや有料道路の自動料金支払いシステム、さらにスマートキーなどもRFIDを活用したものです。

ファッション業界にとって、こういった技術の進歩が、従来のバーコード・ラベルからダンボールやパレットに貼り付けるスマート・タグに移行することを意味しています。また、そのスマート・タグも、製品に埋め込まれたり、サイズや取扱いを表示したラベルと同じようにパッケージに貼り付けられたりする日がそのうち来るでしょう。こういったラベルのおかげで、ファッション関連企業は顧客の意向により敏感になり、そのことによってサプライチェーン・コストの削減、在庫の効率化、そして顧客の支持を得つづける方法を明確にすることが可能になります。

RFIDの現在と未来

RFID技術の完全導入が徐々に行われています。はじめに、パレットやケースレベルにおけるバーコード・スキャンがRFIDラベルに置き換えられはじめています。すでにRFID技術を社内のサプライチェーンに組み込み始め、自社のサプライヤーにも同様の導入を奨励している小売業者もあります。また、互換性を確保し、導入にかかる費用を抑えるために、技術とプロトコルの標準化に向けて業界のコンソーシアムが集結しようとしています。RFIDタグを品目レベルに取り込むことでサプライチェーンを通して個々の品目をそれぞれ追跡できるようになり、新しい棚卸手順や手法を生むきっかけになったり、小売店舗のフロア計画や損失対策も可能に近づいたりするでしょう。

最終的に、RFID技術の発展において、タグはより精密に、そして理論上より多くのデータを保存できるようになるでしょう。さらに、RFID技術によってパーソナライズされたショッピングも実現できるようになります。たとえば、RFIDレシーバーが顧客であることを認識すると、その購買履歴をもとに新たな買い物の提案をするようになるのです。

ファッション関連企業にとっての利点

ファッション業界は、ほかのどの産業よりも、RFID導入による投資利益(ROI)の向上を実現できるようになります。その主な理由が、個々の品目の標準小売価格や粗利益が比較的高いこと、そして多くの旧体制の小売で販売されるファッション商品が大量にあることです。昨今RFID技術を分析しているファッション業界の企業は、確実な利益を見だしつつあるという明確な事実があります。多くの企業はタグの価格が下がって、技術が向上すれば、ひとつひとつの品目や衣類を追跡する方向に向かうだろうと考えています。特に大量の商品を扱う小売業者は、RFID導入テストへの投資に対する利益は大きいと考えています。

今後のサプライチェーン技術を考えると、出荷、販売、そして在庫については、RFIDタグによって小売業者が自動的に各商品を製造者から顧客まで追跡することが可能になることが見込まれます。それぞれのRFIDタグによって在庫管理と棚卸システムがリアルタイムで更新され、在庫補充の判断も効率化されるため、在庫切れも減ります。そのことにより、すべての小売業者で多大なる利益を生み出すことも考えられます。Emory大学の研究によると、小売業者は在庫

切れが原因で売上の4パーセントを損失しているということです。

RFIDの技術によって、マネージャーは店舗の実績をより細やかに監視し、点検することができ、さらにどのような問題にも対処することができるようになります。このタグは、盗難防止や偽造防止にも効果を発揮します。

さらに、手間がかかるバーコード・スキャンの技術を、一度に複数のタグを読み取るシステムに移行することで、企業は多大なる節約を実現します。エンド・ユーザーが、スキャンするバーコードを手にとり探すこともなく、より迅速、そして正確に商品の発見、追跡、確保、そして数量のカウントが可能になります。品目データを個別にアップロードするという現在の最も一般的な方法のかわりに、一連のスタイル、色、サイズを含む洋服が入った箱を、一度通過させるだけで中身のチェックができるというのが、RFIDのスピードと高効率の一例です。

品目レベルでのRFIDタグによって製造業者が得る利益

小売業者は、品目レベルでのRFIDの扱いに関して問題を抱えています。これは製造業者にはない問題です。現在、1ケースに24以上入った品目レベルのRFIDを「読み取る」能力には、正確さが大きく欠けているためです。それに対して、製造業者がケースレベルの品目を取り扱うのは、最終工程に至ってからで、製造業者が小売業者に出荷する前に最後にすることは、品目をケースに入れることです。そのため、製造業者は品目レベルのRFIDタグのシステムを早い段階で採用し、そこからの利益を得られる可能性があります。さらに、品目レベルでの追跡が可能になることで、原材料の移動による影響、仕掛かりの追跡、生産能力の監視などが大きな潜在価値をもたらします。

製造業者にとっても、より効率的な需要計画や在庫切れの減少だけでなく、サプライチェーンに潜んだ偽造商品を発見する防止ツールとして、RFID技術を活用するチャンスがあります。RFIDで、ラベルの品質や出荷ミス、事前出荷通知の精度に関連する整合性のエラーを減らすことも可能です。

インテンシアが実現するRFID

企業はRFIDにおける大いなる可能性に気づいています。インテンシアは、技術開発の過程を通してRFIDの利点を活用するようにこのソリューションを提供します。現在、インテンシアは積極的にRFIDからの情報とやりとりする準備を進め、開発や製造プロセスの迅速化、物流の追跡の効率化、そして投資による利益をみなさんに理解してもらうために、その情報を活用しています。



インダストリー・フォーカス(1ページの続き)

Farah Australia社の 斬新なアプローチ

十分に管理されたサプライチェーン・プロセスと高い運用効率は、同社の健全な利益性を支え、競争力を保つために必須です。インテンシアのファッション業界向けソリューションは、Farah社の目標達成を助ける大きな原動力となりました。

より包括的にリアルタイムに確認できるデータ、調達や在庫管理の効率アップ、サプライヤー・リレーションシップや顧客サービスの拡張、マネージメント報告や意思決定能力の改善など、インテンシアのソリューションを導入してから1年も経っていませんが、Farah社はすでに今回の投資の効果を認識し始めています。

細かく調整されたプロセス

「私たちのビジネスにとって、カスタマー・ロイヤルティと規則的な購買パターンは、重要な検討事項です。お客さまは自分たちが何を必要としているのかを知っていますし、それが必要なときに店に行って購入できることを期待しています。そして、小売店はそのときに在庫がきちんとあることを望んでいます。このように、小売業者や顧客から在庫サービスについての強い要望があります。」とFarah Australia社のファイナンス・ディレクター、Andy Williams氏は述べています。

Williams氏によると、同社はさらに、規模の大きい小売業者が導入したサプライチェーン戦略に合わせなければならないというプレッシャーも受けています。そのような状況の中で、同社は要求に応じて、ある一定の在庫充足率を保証しなければなりません。細かく調整された調達管理や在庫管理のシステムが、それらの要求を満たすための大きな役割を担い、最終的には収益性における決定的な違いを生んでいます。

「以前まで、当社の在庫充足率と在庫品は、十分に効率的と言える状況ではありませんでした。約60パーセントの在庫充足率で、在庫保有日数は約180日という状況でした。今となっては、システムが大変精巧であるおかげで充足率の値は90パーセント以上にまで伸び、在庫保有日数は90から100日と半分まで短縮することが可能になりました。

「月末の報告にかかる時間は、少なく見積もっても5日から2日に短縮されました。また、以前までは年度末のレポートの完成に2カ月かかっていましたが、現在では10日以内までに短縮されています。」

Andy Williams、ファイナンス・ディレクター
Farah Australia社

さまざまな経営効率

「月末の報告にかかる時間は、少なく見積もっても5日から2日に短縮されました。また、年度末のレポートの完成には、以前まで2カ月かかっていましたが、現在では10日もかからないほどまでに短縮されています。時間のかかる手作業での処理や、数多くの表計算ファイルを使わずに処理できるようになりました。」とWilliams氏は述べています。「以前は入力処理に2、3人を必要としていましたが、今では自動化することができるのです。」

「インテンシアのシステムのおかげで充足率の値は90パーセント以上にまで伸び、在庫保有日数は約半分まで短縮することが可能になりました。」

Andy Williams
ファイナンス・ディレクター
Farah Australia社

インテンシアを選んだ理由

Farah社は飛躍的な成長を控えています。これには同社のビジネスニーズを進化させ、そしてそれに合ったシステムが必要です。「STYLEmanやBassなど、ほかのシステムも見てみましたが、インテンシアのソリューションはどのシステムよりもはるかに優れていました。このソリューションは、機能面、具体的には資材計画の機能が、私たちのニーズにちょうど合っていました。」

導入プロジェクト

ソリューションは2004年2月に本番稼働しました。「予定どおりにシステムの使用を開始できたことは、大変喜ばしいことです。また、パフォーマンスにも感激しました。私たちのビジネスに合った高性能で包括的なソフトウェア・ツールであることは明らかです。」とWilliams氏は述べています。

今後の計画

今後の成長戦略の一部としてFarah社が考えているのは、Javaへのアップグレードによってもたらされる利点です。Williams氏は、時がたつにつれてウェブベースのシステムはFarah社にとってより重要なものになると述べています。移動の多い販売要員や在宅の従業員を抱えている環境では、仕入先との電子ベースの商取引システムを活用することによって、大変多くの利点が生み出されます。「Javaのテクノロジーは、ウェブシステムを実現するはるかに優れた要因であり、より堅実で将来的にしっかりしたIT投資を提供するものです。」とWilliams氏は締めくくっています。

Farah社について

Farah Australia社は、男性および男児向けのさまざまなアパレル商品を扱う大手の製造、卸売業者です。同社は、正装用のズボンやスーツの上下、コットンのカジュアルウェア、スポーツ・ジャケット、また、さまざまな素材、スタイル、色、サイズのショートパンツなど、あらゆる種類のカジュアルウェアやドレスウェアを販売、製造している世界的なFarahグループの一部です。

For Further Information

お問合せ先

インテンシアジャパン株式会社
〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-20-18 三富ビル新館8F
マーケティング部
Tel: 03-5423-6871
e-mail: JP_Marketing@intentia.co.jp
www.intentia.co.jp
www.intentia.co.jp/fashion