

**Etam Groupは、業界最高クラスの顧客体験を提供し、
サステナビリティの目標を達成するためにRFIDを採用**

～フランスのNo.1ランジェリーブランドは、どのようにしてオムニチャネルの革新と
透明性を推進するためにデジタルIDテクノロジーを導入したのか～



Avery Dennison Corporation (NYSE: AVY、所在地:アメリカ カリフォルニア州グレンデール、CEO: Mitch Butier、以下 Avery Dennison) は、フランスのNo.1ランジェリーブランド Etam Groupが、Avery Dennison SmartracのRFIDソリューションを導入したことを発表しました。

今日、消費者は新しい方法でブランドを見つけ、同時に利便性、透明性、購入時のガイダンスなど、新しい経験を求めています。新型コロナウイルスはこの傾向を加速させ、これらの顧客体験と消費者の期待はもはや未来の話ではありません。

Periscope McKinseyの調査※は、パンデミックで買い物客の行動と期待がどのように変化したかを示しています。消費者は、フリクションレスな体験を繰り返し求めており、また店舗で商品を簡単に見つける重要性は14%も増加しました。明確な理由から、フリクションレスは安全と衛生をめぐる新たな懸念にも依拠しています。50%以上の消費者は、購入者や従業員の安全を確保するためのガイドラインに従うことを希望しており、59%は店舗が混雑しないようにすることが重要であると回答しています。素早く、そして簡単なチェックアウトを可能にすることで、これら全ての懸念に対処できます。しかし、多くの新しいテクノロジーと同様、これが成功するかどうかは、課題を上回るメリットを提供できるか、という点にかかっています。アクセンチュアの小売に関するレポートによると、87%の回答者は、RFIDに焦点を当てることで、パンデミック中により良いオムニチャネル体験を提供できると答えました。

※Periscope McKinseyの調査：<https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/solutions/periscope/our-insights/surveys/reinventing-retail>

「Avery Dennison Smartracの製品が提供する機能は、消費者体験と当社のオムニチャネル戦略の観点から、ランジェリー市場のリーダーであり続けるために重要です。」 — Etam Group, COO, Benjamin Durand - Servoingt

消費者の関与と透明性の将来を想定する

100年以上の長い伝統を持つ、フランストップのランジェリーブランドとして、Etamは顧客エンゲージメント、そして透明性の実現において先見の明を持つ業界のパイオニアとして長年存在感を示してきました。今回の導入は、2007年にEtamの「Undiz」が「Generation Z」を目指してスピノフしたことで実現しました。RFIDを活用し、毎シーズン約1,200もの新規ラインを迅速に移動させ、また「注文管理システム」を通して、場所を問わずグローバル全体の在庫の可視性を実現します。EtamはRFIDテクノロジーを活用することで、実店舗における在庫の概念に革命をもたらし、顧客は今訪れている店舗に限定されず、どこからでも商品を注文できるようになりました。

消費者とブランドをつなぐ

Etamのビジネスアプローチの最終的な目標は「ランジェリー業界で最高クラスの小売およびオムニチャネル体験」と呼ばれるものを提供することです。これを実現するため、EtamはAvery Dennison SmartracのデジタルIDテクノロジーを独占的に導入しています。ベンダーへの出荷、在庫の精度、セルフチェックアウト、返品またはリバースロジスティクス、eコマース、小売業者のゲームチェンジャーでもある Try@home イニシアチブ(在宅での試着)と並んで、バリューチェーンとプロセス全体をデジタル化するRFIDとQRコード化されたハングタグが含まれています。

Try@homeは、消費者が自宅で最大5つのアイテムを快適に試すことができる便利なオプションを提供します。12日後、商品を店舗に返却されない場合、顧客の口座から代金が引き落とされます。

店頭における在庫の精度は、消費者の満足度をとってみても、非常に重要です。通常、Etamの顧客は買い物かごに、例えば、1つのブラと2つのニッカーなど、複数の商品を入れます。サイズ/カップの深さの幅広いバリエーションをカバーする膨大な数のSKUを考えた場合、Etamは顧客の購入習慣に対応するため、少なくとも3つのスタイルの入手可否を保証する必要があります。RFIDは、購入と返品のある一定の流れを考慮し、在庫が正確にトラッキングされ、また必要な在庫精度を達成する上で重要な役割を果たします。



Etam GroupのCOOであるBenjamin Durand - Servoingtは次のようにコメントしています。「Avery Dennison Smartracの製品が提供する機能は、消費者体験とオムニチャネル戦略の観点から、ランジェリー市場のリーダーであり続けるために重要です。満足している消費者は、つまりリピーターであるため、適切な商品を店舗で入手できる、消費者が購入プロセス全体を通じて私たちとエンゲージメントできる、そして購入プロセスをできるだけスムーズにする事を目標としました。取引ではなく、消費者の購買嗜好や行動に合わせた関係を構築します。その関係は、新型コロナウイルス感染症(COVID -19)のまだ不確実な時代において、さらに重要になりました。」

工場から店頭までの透明性

RFIDの展開は、Etamの透明性を実現するプロジェクトであり、重要です。スマートフォンを使ってラベルのQRコードをスキャンすることで、顧客は商品が製造された工場についての洞察を提供する短いビデオに即座にアクセスできます。これは、Etamのサステナビリティに対する取り組みをサポートするだけでなく、グローバルブランドを含む多くの競合他社の顧客体験以上のものを提供します。

2021年末までに、Etamは販売されるすべてのアイテムに透明性を実現するプログラムを拡張する予定であり、これは繊維業界の先駆的なブレイクスルーです。

「チャネル全体の需要予測が難しくなるにつれて、製品、小売店、工場、および物流サービスの入手可否にも大きな影響が出ています。最も成功している小売業者は、デジタル、オムニチャネル、野心的な店内テクノロジーの実現を目指し、新しい方法で消費者とつながる小売業者でしょう」と、Avery Dennison Smartrac, Market Development Director, Food and Apparel, Uwe Hennigは述べています。

テクノロジーとの組み合わせで体験を向上

Etamは、RFIDとQRコードを1つのハングタグにまとめて展開しています。これは、両方のテクノロジーのニーズに対応した、エレガントで思慮深いソリューションで、個々の製品に対し、2つの別々のタグを印刷して取り付ける不便さとコストを解消しています。

統合されたハングタグは、印刷、またシリアル化されたQRコードを使用して、消費者と商品とのインタラクションを個品レベルで可能にします。一方でAvery Dennison SmartracのUHF RFIDインレイは、在庫情報をリアルタイムで提供し、Try@homeなどのすべてのオムニチャネルサービスを可能にします。これらの高性能インレイは、在庫の入手可否を最適化するためにクラス最高のデータキャプチャを保証し、幅広いRFIDのタグ付けアプリケーションに適しています。自動化とブランド保護の両方の利点を提供するインレイソリューションは、特に次のレベルを目指すアパレルアプリケーションのニーズを満たします。 Etam



Groupは、Retail Reload社のソフトウェアを使用して、Avery Dennison SmartracのRFIDタグを最大限に活用しています。

Avery Dennisonについて

Avery Dennison(NYSE: AVY)は、多種多様なラベル材料や機能性材料の設計・製造に特化したグローバルなマテリアルサイエンス企業です。当社の製品は、ほぼすべての主要産業で使用されており、ラベルやグラフィック分野に適用される感圧粘着ラベル材料をはじめ、産業、医療、消費財分野に適用される工業テープ及び各種ボンディングソリューションや、衣料品に適用させるラベルやパッケージ、小売分野にサービスを提供するRFIDソリューションを提供しています。カリフォルニア州グレンデールに本拠を置き、50カ国以上に進出、従業員は32,000名以上です。2020年には売上70億ドルを達成しました。

Avery Dennison Smartrac ホームページ：<https://rfid.averydennison.jp/>