

オムニチャネルの店舗 在庫とフルフィルメント

消費者にとって、店舗フルフィルメントがもたらす価値はとても魅力的です。店舗フルフィルメントの柔軟性と即時性は、オンライン購入+店舗で受取りと言った購買形態の成長を大きく促進しています。ただ、この成長に伴い、店舗運営における課題も発生します。つまり、増加する注文量を処理しながら利益を上げ、同時に顧客期待に応える必要があるということです。

迅速、無料しかも勢いよく

デジタル化を味方にした消費者は、いつでも買い物ができ、迅速かつ無料の配送と簡単な返却が可能と言うそのニーズを満たすため、オンラインと店舗を融合させたショッピング体験を求めるようになってきました。マンハッタン・アソシエイツの依頼により BRP コンサルティングが実施した最近の調査では、18 歳から 37 歳の消費者の 71% が、同日配達や受取りのある小売業者を選ぶ傾向にあると回答しました。消費者の好みがこのように変化すると、オンライン購入+店舗で受け取り、またはカーブサイドで受け取り、店舗からの同日出荷、などさまざまな店舗フルフィルメントオプションの活用が爆発的に増加します。オンラインで購入+店舗で受け取り (BOPIS) の注文だけでも、2018 年の米国の年末商戦 (11 月 1 日から 12 月 19 日) では、前年の同時期に比べて 47% 増加しています。¹

消費者の 55% が、競合の小売業者やブランドより速い配送サービスを提供していればそちらに乗り換えると言っているため、店舗フルフィルメントは小売業者にとって競争的差別化要因になるというメリットがあります。ただ、それだけではなく、店舗フルフィルメントは他の面でも大きなメリットがあります。キャップジェミニ社によると、同日配達やラストマイル配達にかかる費用は、物流センターからと比べて 16% も安く済むとしています。²

店舗スペースをフルフィルメントポイントとして使用することは、特に速さが求められる状況において、小売業者にとって大きなチャンスになります。しかし、このチャンスを利用するには大きな課題があります。店舗は、小型物流センターとして設計されてはいないからです。非常に体系化された伝統的な物流センターと違い、店舗はもっと無秩序です。可動部分もたくさんあります。商品も梱包されておらず、個別に展示され、その品に触れる人は潜在的に何百人にもなるほか、突然その品が移動 (またはなくなる) 事もあります。さらに、店員は注文集品の専門家として訓練されているわけではありません。顧客の対応など、それ以外の職務もあります。要するに、注文フルフィルメントといったスピードが勝負の慌ただしい環境にとって、店舗は理想的な場所とは言えません。しかし、小売業者が店舗フルフィルメントというビジネスチャンスを利用できるよう、この問題に対処できるソリューションがあります。

店舗在庫とフルフィルメント – 成功への重要な要因

在庫管理とフルフィルメント作業、つまり受取りや集品、荷造り、出荷そしてステージングなどは、従来は倉庫でのみ行われていました。しかし今日では、こういった作業の多くが店舗で実行されるようになってきているため、店員は新たな責任で圧倒さ

「今日では、顧客はいつでもどこにいても商品が手に入ることを期待するようになりました。そして、大手の小売業者であればこれはシームレスに実現できるため、それが叶わなければ顧客は失望するのです。」

デロイト社

機能概要

れることもあるかもしれません。製品やカスタマーサポートのエキスパートになるだけでも十分な負担です。ところが今度は、店員に在庫管理や集品のエキスパートになるよう依頼するような状態になると、問題発生の可能性は急増します。店員が負担過剰になると、サービスのレベルが低下するだけでなく、指定された注文受け取りの時間を逃すなど、店舗も顧客との約束を果たせなくなります。

デロイトによれば、「当然ながら、顧客は注文したら、商品の受け取りを期待します。それどころか、これは小売業の核心にある最も基本的な事柄です。しかし今日では、顧客はいつでもどこにいても商品が手に入ることを期待するようになりました。そして、大手の小売業者であればこれはシームレスに実現できるため、それが叶わなければ顧客は失望するのです。」³

恐るべきは、この失望です。特に、店員が新しい在庫管理と店舗フルフィルメントの職務について適切な指導を受けていなければなおさらです。ますます複雑化するオムニチャネルのカスタマーエクスペリエンスを小売業者が約束通り提供するためには、店員にはこうした新しい職務をきちんと果たすための道具が必要になります。それがまさに、Manhattan 店舗在庫管理とフルフィルメント (SIF) なのです。

マンハッタンが、店員に店舗在庫とフルフィルメント管理の作業とプロセスを導きます。単一のレスポンスなインターフェイスを使い、モバイル機器から在庫とフルフィルメントを完全にコントロールできるため、店員は、増加する店舗フルフィルメントの要求をプロフェッショナルに管理するための情報とツールを手にすることができます。

店舗在庫の精度の改善こそ、顧客を満足させるオムニチャネルの提供の基礎です。特別に店員のために設計されたモバイルの受領と在庫管理機能により、マンハッタンは店舗補充や Web サイトで注文 + 店舗へ出荷といったことから、商品引き上げや転送にいたるまで、しかも積荷、ケース、カートンまたは品目ごとに関わらず、店員の作業処理の効率性を上げることができます。

また、無線 IC データの利用には Manhattan 店舗在庫が有効になるため、店舗在庫の有無とそのロケーションが自動的に更新されます。

店舗在庫管理を最適化することで、店舗在庫の精度だけでなく、グローバルな在庫の精度も上がるため、売上が向上し、品切れのリスクが減り、そして店舗内補充の手間も減ります。

在庫精度が非常に重要とするならば、その次に重要なのは、顧客との約束を果たすために、店員にとって店舗フルフィルメント活動になるべく正確にそして効率よくすることになります。

Manhattan 店舗フルフィルメントなら、エンド・ツー・エンドの店舗フルフィルメントプロセスを案内付きでコントロールできます。注文のピッキングは、注文やバッチ、そして高度な戦略を使って、店舗の運営やプロセス、そしてレイアウトに合わせて最適化できます。店員は、注文ピッキングの全工程を Manhattan 店舗フルフィル

メントのモバイルアプリケーションを使って行うことができるため、紙媒体を使ったプロセスは必要なくなります。また、店員はこのアプリケーションを使うことで、ステージングや注文検索、顧客確認、配送証明のための署名キャプチャなどもシームレスに処理できます。

無線 IC データを使用すれば、Manhattan 店舗フルフィルメントは、注文のピック場所も提示してくれるので、ピッキングはさらに最適化されます。

機能：

- 在庫の閲覧。手元在庫や販売可能品、チェック待ちそして破損品などの情報。
- 商品受領。品目ごと、パッケージごと、ケースまたは積荷ごとの店舗内における受領。パッケージレベルでの検査もサポート。
- 店舗内在庫の補充管理、Web サイトから店舗への出荷、引き上げ、そして積荷やケース、カートンまたは品目単位での転送。
- 注文やバッチ、そして高度な戦略を使って、店舗の運営やプロセス、そしてレイアウトに合わせてピッキングを最適化。
- 製品画像や詳細な製品説明、そして無線 IC による商品の位置情報などによるピッキングの迅速化。
- ピックされた商品をスキャンし、正しい品がピックされ出荷されたかを瞬時に確認することによるエラーの削減。
- 店舗へ出荷の注文受領、ステージングとピッキング。
- ステージングや検索、確認と署名キャプチャによる顧客の商品受け取りの管理。
- 小包のステージングと荷造り、発送そして追跡。
- 店員の研修やオンボーディング時間の短縮。直感的で案内つきの流れや、視覚的に進捗を確認できる指標、そして追加ステップなど。
- プッシュ通知とリアルタイムな店舗フルフィルメントダッシュボードを使った、店舗のワークロードの可視化。

Manhattan 店舗在庫とフルフィルメントは、Manhattan Active™ Omni スイートの一部です。スタンドアロンのアプリケーションとして展開できるほか、Manhattan Point of Sale と共に導入することもできます。それにより、店員はチェックアウトやクライアンテリング、カスタマーサービスなどすべての店舗機能を同じユーザーインタフェースで利用できます。

詳細情報

Manhattan 店舗在庫とフルフィルメントで、店舗在庫をオムニチャネル販売向けに活用し、カスタマーエクスペリエンスをさらに高めましょう。詳細についてはこちらにお問い合わせください：
(03)6205-7400

1. 「Adobe Digital Insights Holiday Recap 2018」(2019 年 1 月)

2. 「The Last-Mile Delivery Challenge」(2018 年)

3. 「Supercharge your supply chain with connected store technology」(2018 年 5 月)