



リアルタイムのベンダー分析によるサプライチェーンの強化

急速に進化する小売業の世界で需要と供給を管理するには、統合されたクロスチャネルデータをリアルタイムで共有することが不可欠



今日の小売業の環境を変革

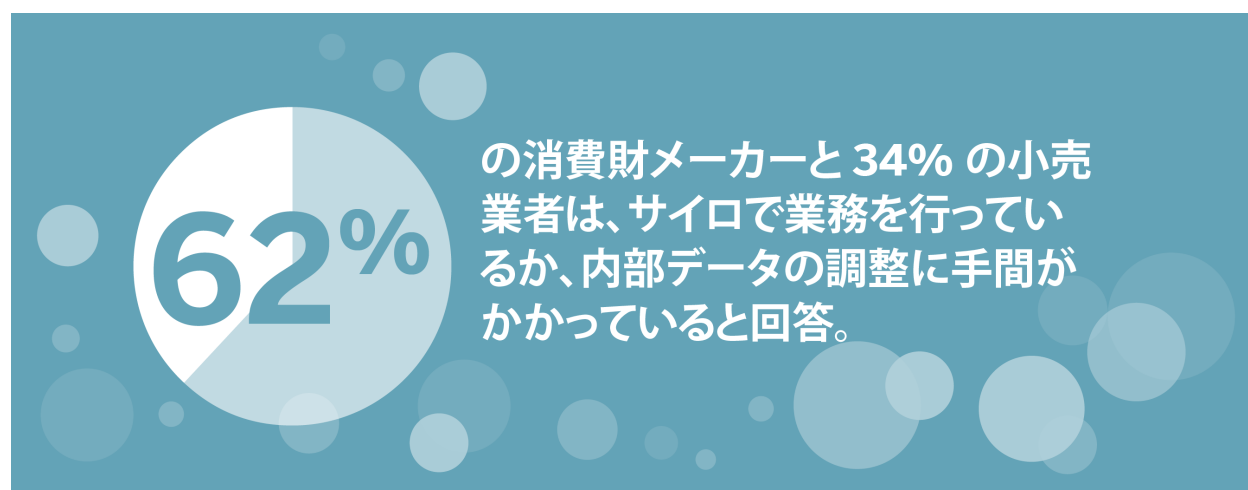
シングルチャネルの世界のために設計されたサプライチェーンの時代は終わりを告げました。今日の新しい常識では、小売サプライチェーンを管理することは、絶えず動いている点と点を線でつなごうとするようなものです。全体像をリアルタイムで把握できなければ、すべての行動は推測に基づいて行われることになります。

今日の小売ベンダーは、エコシステムのすべての部門における需要と供給の変動を把握するために、連携されていない異なるデータソースから情報をつなぎ合わせようとして、この問題に直面しています。デジタルセキュリティの障壁、サイロ化したテクノロジー、正しい情報を正しい人々に届けるシステムの遅れが、リアルタイムの透明性を妨げているのです。

同時に、CPG が消費者と接することのできるチャネルは、チャネル同士の境界が曖昧になりつつあるものの、その数を増やし続けています。多くのベンダーは、小売店での卸売りだけでなく、ソーシャルメディアやデジタル広告などのオンラインチャネルを通じて、消費者に直接アプローチしています。

しかし、オンラインで注文した商品を店舗で受け取ることができること、どこで買い物をしても在庫が十分にあることなど、新しいレベルの消費者の期待に応える必要があります。スマートフォンによるショッピングのブームや、「ショールーミング」(店頭で商品を検討した後、購入はより安価な競合店でオンラインで行うこと) の登場は、小売業者が直面するプレッシャーをさらに際立たせています。

パンデミックの影響により、サプライチェーンに前例のない混乱が生じる状況が続き、在庫計画を予測するための過去のモデリングの価値が失われる中、小売業者は、市場の変化と不確実性を乗り切るためのテクノロジーに注目しています。



出典: 「2021 年の小売、消費財の分析調査: 次のステップ」(英語)RIS News 社

適切なデータ、適切な人、適切なタイミング

この不安定な新しい小売業界において、重大な疑問が生じています。ベンダーが、複数のチャンネル、地域、店舗で個々のSKUを追跡し、売上と在庫レベルを把握することができる信頼できる単一の情報源 (POS データハブ) を得るにはどうすればよいでしょうか。また、顧客と自社ブランドとのやり取りをあらゆるチャンネルで追跡し、360 度ビューを得ることで、よりパーソナライズされた体験を提供するにはどうすればよいのでしょうか。

そして最後に、過去のモデリング手法がほとんど役に立たない現在、市場からのリアルタイムのシグナルを活用し、サプライチェーンと在庫配分をより適切に管理するにはどうすればよいのでしょうか。CPG は例外なく、その答えを見つけるのに苦労しています。

在庫が大幅に削減されるため、実店舗であれオンラインショップであれ、店舗が売上原価を負担する可能性があります。オンラインで期待したことが店舗では実現されない場合、買い物客の体験からつながりが失われます。ベンダーは、チャンネル間の可視性や透明性が低く、地域の需要に対する理解も不足しています。今日、小売業の動向は急速に変化しており、ベンダーはサプライチェーン全体の最新かつ透明性の高いビューを得ることが求められています。そのためには、適切なデータを適切な人に適切なタイミングで提供することが必要です。

大多数のベンダーは、小売サプライチェーン全体で統合されたリアルタイムのデータおよび分析機能を利用できず、その影響が数字にも表れています。

つながりが失われ、パーソナライズされていない顧客体験

25%

25% の小売業者が、SKU プロモーションのパフォーマンスの共有は週単位でしか行われていないと報告

非効率的な在庫計画と在庫管理

36%

36% の小売パートナーが、POS トランザクションデータを週単位で共有

サプライチェーンで頻繁に発生する混乱と高いコスト

70%

70% の消費財メーカーが、複数のソースからのデータを統合できないことが最大の課題と回答

変化に迅速に対応できない

40%

40% の店舗が、カーブサイドの注文に問題があると報告

出典: <https://risnews.com/ris-cgt-analytics-study-2020>



83%

オンラインで購入し、
店舗で受け取るなど、
柔軟な配送やフルフィル
メントの選択肢を期
待する顧客

出典: 「コネクテッドカスタマーの最新事情」、Salesforce、第 4 版

今後の展望: リアルタイムのデータ共有とコラボレーション

今日、小売企業は非常に大きな課題に直面しており、革新的な新しいソリューションが求められています。ベンダーにとっては、大まかな全体像から、さまざまな小売チャンネルに関するインサイト、さらには個々のブランドや SKU のパフォーマンスまで、サプライチェーンのあらゆる側面において、リアルタイムで信頼できる単一の情報源を提供する透明性のあるデータ共有の実現が急務となっていることを意味します。

小売業者がベンダーと売上や在庫レベルなどの最新情報を共有することで、透明性が確保され、パートナーシップに新しい協力的な側面がもたらされます。ベンダーは、小売業者からのリアルタイムな情報にプロアクティブに対応することで、関係をある程度コントロールすることができます。

Tableau の小売インテリジェンスソリューションは、小売業者が今日直面している複雑な課題を解決するために、カスタマイズされた処方的かつ実用的なロードマップを提供します。これはゼロから設計され、CPG が必要とするリアルタイムの詳細なデータを提供します。そのデータ活用により、CPG はサプライチェーンを管理し、顧客の期待に応え、小売市場を揺さぶる激しい変化の中で成功することができます。

どこからでも規模に応じたアクセスと分析

従来、データはオンプレミスで保管され、静的なスプレッドシートや PDF の形で、多くの場合は電子メールを通じて共有されていました。これは時間のかかるプロセスであり、分析に利用する前にデータをまとめる必要があるため、さらに時間がかかります。ようやく使える形式になり、必要な人が利用できるようになったときには、そのデータはもう古くなっています。

マルチクラウドの小売インテリジェンスソリューションでは、データと分析は、それを必要とする誰もがどこからでも安全かつ即座に利用できるようになっているため、このプロセスが排除されています。サブスクリプションやデータドリブンアラートの形式を除き、ユーザーはデータが届くのを待つのではなく、自ら取りに行くのです。膨大なリアルタイムデータを数秒で探索し、数十億行を数分で分析することができるため、パフォーマンスとのトレードオフはありません。

また、アクティビティのピーク時に合わせて、必要に応じて迅速にスケールアップやスケールダウンを行うことができます。リアルタイムのトランザクションと POS レベルのデータをオンデマンドで利用できるため、CPG はよりスマートな意思決定を迅速に行うことができます。

さらに、このソリューションでは「クリーンルーム」を利用して、ルールベースでパーミッションが与えられるデータセット共有を可能にすることで、小売パートナー間のリアルタイムのコラボレーションを促進します。ベンダーは、各データセットのどの部分を各企業に公開するのかを指定することができるため、強力なガバナンスとセキュリティを維持しながら、サプライチェーンのエンドツーエンドの可視性を実現することができます。



出典: 「揺るがない優位性: データと分析のリーダーたちはどのように先を歩んできたのか」(英語)、McKinsey 社、2019 年 9 月 19 日

詳細なビューにより目標の行動を促進

データを分析して報告すること、データを理解することは別のことです。小売インテリジェンスソリューションは、Tableau と Salesforce および Snowflake との強力なパートナーシップにより、この点で唯一無二のものとなっています。このソリューションは、広範囲をカバーしてシームレスな統合を実現します。

- ・ Tableau のデータ可視化機能と自然言語処理 (NLP) 機能
- ・ Salesforce の AI を活用した分析機能
- ・ Snowflake のデータウェアハウジング
- ・ Snowflake Data Marketplace からのセキュアなデータ共有とサードパーティデータ

事例: 全国に店舗を持つ大手小売業者は、適切な商品を適切な店舗にストックすることに苦慮していました。ある地域の店舗では商品が完全に売り切れたのに、別の地域の店舗では同じ商品が余っていることがあります。この問題は、意思決定者に各地域特有の動向を示すことができるような形で、全地域の店舗の在庫データを集計および分析することができないことに起因していました。

この小売業者は、小売インテリジェンスソリューションを活用することで、以下のことを実現しました。

- ・ 特定の地域の四半期ごとの業績集計を把握する
- ・ 企業目標を下回っている 1 つの店舗を特定する
- ・ この店舗で最大の売上をあげている部門の在庫問題を特定する
- ・ 近隣の店舗から在庫を再割り当てすることで是正措置を実施する

この小売業者は、過去の在庫データを分析し、顧客の行動パターンを追跡することで、今後個々の店舗にどのようにサービスを提供するのがベストなのか、予測分析を用いて方向性を示すことができました。こうして新たに明確な情報を得られたことで、すべての顧客をよりよく理解し、それに応じた計画を立てることができるようになりました。



出典: 「データで逆境を乗り越える」(英語)、2020 年の小売、消費財の分析調査

サプライチェーン全体の透明性

今日のニューノーマルでは、あらゆる戦略的優位性が重要となります。Tableau の小売インテリジェンスソリューションは、ベンダーから小売企業の役員、マネージャー、現場の店員に至るまで、データを必要とするすべての人が、視覚的に理解可能な最新のデータをすぐに利用できるようにすることで、小売サプライチェーン全体でリアルタイムの透明性を実現します。

全員が同じ最新データに基づいて業務を行うことで、連携の取れた合理的なオペレーションが可能になります。すべての意思決定にインテリジェンスが反映されれば、利益は増加します。また、あらゆるレベルで顧客を深く理解することで、卓越したカスタマーエクスペリエンスを提供することができます。

現在の市場の混乱は、小売業に携わるすべての人に影響を与えていますが、リアルタイムの分析でベンダーを支援する小売業者は、サプライチェーンのパフォーマンスをエンドツーエンドで向上させるチャンスをつかむことができます。

小売業のための データドリブンなソ リューションに関する 詳細な情報

その他のリソース

[小売インテリジェンスソリューションの詳細](#)

[小売業のための Snowflake](#)

[Salesforce の小売企業向けソリューション](#)

[お問い合わせ](#)

Tableau について



Fortune 500 に含まれる金融サービス企業の 90% 以上がビジネスインテリジェンスプラットフォームとして採用している Tableau は、データ主導でビジネスを進めていくことに注力している組織にとって実証済みのソリューションです。Tableau は、包括的な統合分析プラットフォームを提供し、チームの協同作業を可能にするばかりでなく、機械学習、統計、自然言語、スマートなデータ準備を使用してデータから掘り下げたインサイトを取得することを可能にします。Tableau を選択した組織は、トレーニングや認定試験、Tableau Blueprint、熱意溢れる Tableau コミュニティからのインスピレーションやサポートなどの支援リソースを活用できるため、自信を持ってその導入を成功させ、データドリブンなカルチャーを築いていくことができます。



Snowflake 社はデータクラウドを提供しています。このグローバルネットワークでは、何千もの組織がほとんど無制限の規模、並行処理、パフォーマンスでデータを動かしています。データクラウドの内部では、企業はサイロ化したデータを統合し、管理されたデータを容易に発見して安全に共有し、さまざまな分析ワークロードを実行することができます。データの所在地やユーザーの居住地を問わず、同社は複数のパブリッククラウドにまたがる単一かつシームレスなエクスペリエンスを提供します。同社のプラットフォームは、データクラウドを支え、その利用を促進するエンジンであり、データウェアハウス、データレイク、データエンジニアリング、データサイエンス、データアプリケーション開発、データ共有のためのソリューションを構築しています。同社のお客様、パートナー、データプロバイダーは、すでにデータクラウドでビジネスを新たな領域へと広げています。

Snowflake.com/?lang=ja



Salesforce は世界 No.1 の CRM プラットフォームです。マーケティング、営業、サービス、コマース、HR など、企業と顧客のインタラクションすべてを統合します。Salesforce ファミリーの Tableau は、Customer 360 プラットフォーム全体の製品とシームレスに接続するように設計されています。そのため、Tableau を使用して、どのクラウドにある Salesforce データでも他のビジネスデータとブレンドし、顧客の包括的なビューを得ることができます。業務のすべての中心に顧客を据え、顧客が期待するシームレスなエクスペリエンスを実現できます。