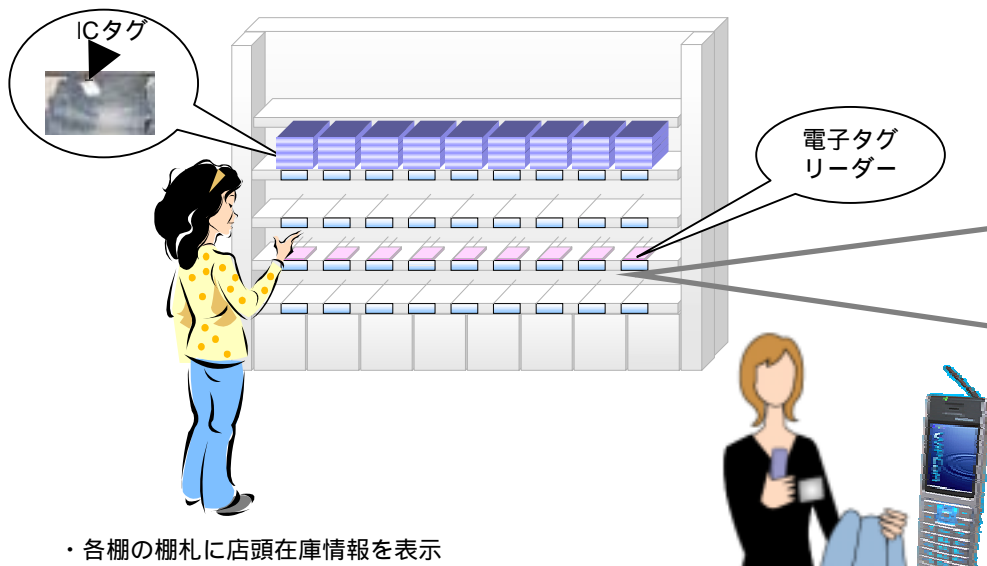


### 実験のポイント

- ・従来型の「店員が在庫を把握するための『スマートセルフ』」ではなく、お客様に在庫をお知らせする「顧客視点の『スマートセルフ』」を実験導入する。
- ・棚内部に電子タグリーダーを組み込み、店頭在庫状況を常時把握、倉庫在庫の情報と合わせて「電子棚札」に表示。
- ・電子棚札には、新技術の「電子ペーパー」を使用。定期的書き換えを行い一目でサイズ在庫の確認が可能になる。
- ・棚札表示によって商品選びのサポートをすることに加え、販売員の在庫確認のためのお待たせ時間の短縮を図る。

### 実施内容

- ・プレミアムジーンズ約110型5,000着に電子タグを添付し、リアルタイム在庫管理を実施。
- ・電子棚札でお客様にリアルタイム在庫情報を表示するだけでなく、携帯電話型モバイル端末でも随時在庫確認。
- ・商品毎・棚割(フェイス)毎の売上・試着回数・在庫数情報の把握を可能にし、マーチャダイジング情報を出力。(絵型消しこみ台帳、商品動向分析、レイアウト別売上分析)
- ・店頭の商品補充忘れなどは、携帯電話型モバイル端末にアラーム機能を設定する。



- ・各棚の棚札に店頭在庫情報を表示
- ・左右仕器の下から2段目には店頭在庫情報に加え棚在庫情報も表示する

販売員用の携帯電話型モバイル端末で商品タグを讀んでの在庫検索も可能

### 電子ペーパーによる「電子棚札」

リアルタイム在庫情報を表示する



- ・在庫無しサイズは非表示
- ・棚に無くて倉庫にあるサイズは緑色で表示

店舗のPC・販売員の携帯電話型モバイル端末に店頭出し忘れサイズ一覧を照会可能



### カラー「電子ペーパー」

自由自在な表示が、きわめて省電力にて実現できる、次世代型ディスプレイの「電子ペーパー」。この電子ペーパーのカラータイプを、日本で初めて活用する。棚に取り付け、在庫情報を定期的に更新する「電子棚札」に応用する。

### 実験のポイント

- ・在庫の検索端末に大型液晶パネル付き I P 電話機を使用し、試着室内での在庫管理システムの構築を検証する。  
I P 電話機を利用することにより次の利点を見込む。
  - 1) 省スペースでの設置が可能 (試着室のような狭いスペースでも設置可能)
  - 2) 端末単価が安価
  - 3) 検索用端末だけではなく「電話」としての音声での顧客と店員とのコミュニケーションでも使用可能  
(今回の実証実験では電話機能は未使用)

### 実施内容

- ・試着室 (6室) に大型液晶パネル付き I P 電話機と電子タグリーダーを設置。商品に取り付けた電子タグを読ませると、その商品の別サイズの在庫状況確認が出来る。



I P 電話機



電子タグリーダー



電子タグリーダーで商品情報を読み取り

### パネル画面

AG  
F2523-O  
VODO ¥19,800  
在庫を調べたいサイズの  
ボタンを押してください

戻る 22 23 24 25 26

商品情報を表示

同じ商品の25  
インチの在庫  
を検索

AG  
F2523-O  
VODO ¥19,800  
お調べの商品は  
在庫がございます。

戻る 22 23 24 25 26

在庫検索結果を表示

## - c 次世代型在庫管理システム <e-リコメンデーション> 実施内容

### 実験のポイント

- ・お客様の多様化したニーズと、短サイクルのファッション情報をマッチングさせる店頭での検索エンジンとコンサルティング機能を持たせたカタログデータベースが百貨店の店頭販売に有効かを実験する。
- ・接客を受けたくないお客様や販売員が接客できない場合も、手軽にお気に入りの商品が探せる。将来的には、個品レベルでの商品情報まで登録し、ダメージや発色の具合など一品一品の仕上りまでの商品選択も可能にする。
- ・利用履歴を蓄積・学習する機能を持たせ、購買までには至らなかった場合も、検索結果等からお客様がどのような商品に興味を持っているのかといったニーズ分析の適用性について検証を行う。

### 実施内容

- ・店頭タッチパネル端末を設置し、お客様のご希望条件に合った商品の提案と、詳細な商品情報の提供を行う。
- ・ブランド、シルエット、ストレッチ、ダメージの切り口から選択と絞り込みを行えるだけでなく、売れ筋ランキング、雑誌掲載情報、お勧め商品などの切り口から商品紹介する。



# 次世代型顧客管理システム 実施内容

## ～アクティブタグと携帯電話を組み合わせたコンシェルジュサービス

### 実験のポイント

- ・自己発振型で約10mの範囲で電波感知できる電子タグ（アクティブタグ）を顧客管理に応用する。
- ・携帯メールと連動させて、新しいタイプの販売促進・情報提供ツール、店内での買い物サポートを実験する。
- ・アクティブタグの特性を活かして、購買時・非購買時のお客様の購買行動を把握、適切なサービスをご提供する。

### 実施内容

- ・アクティブタグをモニター顧客（約50名）にお持ちいただき、データベース上に携帯アドレスを登録。
- ・店舗入口（B1,1階）、2階等の13箇所にアクセスポイントを設置、販売員も含めた導線把握を可能にする。
- ・お客様の来店を検知すると、お客様には来店喚起メールを、販売員にはお客様の店内の位置情報を通知。
- ・お客様がアクティブタグのボタンを押せば、接客希望を販売員の携帯電話型モバイル端末に通知。
- ・店頭端末（eリコメンデーションの端末）にアクティブタグをかざすと、購買履歴を携帯電話にeメールで送信、お客様自身での購買履歴確認も可能にする。

商品情報・サックスレターなどを  
メールで情報提供



アクティブタグを持ってご来店



- ・来店時、ショップへの来店喚起メールを携帯電話に送信
- ・アクティブタグのボタン押すことにより、担当販売員にお客様が接客希望を通知

様が接客を  
希望されています

様、  
いらっしゃいま  
せ

2階NYRWに来店



- ・ショップ入店時、お客様の来店とショップ内位置情報を販売員の携帯電話型モバイル端末に通知
- ・店舗PC、販売員の携帯電話型モバイル端末でのお客様の購買履歴確認

店員がお客様の購買履歴を確認



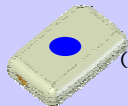
様のお買い上げ  
4/25 AG  
24件 ¥19,800

お客様自身で前回の購入商品を確認



- ・店頭端末にアクティブタグをかざすと、購買履歴リストを携帯電話にメール送信

### アクティブタグ



(サイズ：55×34×9ミリ)

中央にボタンがつかます



# 次世代型SCMシステム 実施内容

～電子タグによる在庫管理とEDIを連携した、検品レス・伝票レスの取り組み

## 実験のポイント

- ・EDIと電子タグを利用した在庫管理システムを連動させて運用する。
- ・メーカーや物流業者で行っていた、バーコードと電子タグの関連付け作業を出荷検品作業として定義・共通化、梱包ラベル（SCMラベル）を共通にして、検品レス・伝票レスを可能にする。
- ・データはEDIとインターネットで送信、SCMラベルを共用して作業の重複なく、EDIと電子タグを連動。

## 実施内容

- ・納品代行業者の百貨店向け出荷レーンに電子タグ出荷システムを導入する。
- ・商品毎にJANコードと電子タグの個品IDを関連づける、「紐付け作業」を行う。
- ・出荷時点の検品情報は、会計データは事前出荷明細データとしてEDIで三越に送信され、個品データは個品出荷明細データとしてインターネット経由で三越に送信される。
- ・三越での入荷の際は、商品の梱包ラベルを読むことで、電子タグ入荷処理と会計的な検品レス・伝票レスが完了。

