

小売サービスをお客様のもとへ届ける試み

Retail as a Service (RaaS) は、顧客体験を向上し、小さなブティックを小規模な小売実験室に変身させます。

セントルイスでMBA取得を目指していたミーガン・ベリー氏は、ある小規模なビジネスのアイデアを思い付きました。より正確に言えば、1坪程度の小店舗ビジネスです。ベリー氏のビジネスは規模こそ小さいものの、アイデアは壮大なもので、実際の店舗を構える従来型の小売企業がデジタル時代においても競争力を高められる大きな可能性を秘めていました。

「ポップアップ・ショップが顧客に提供するの、夢中になれる顧客体験と高度にパーソナライズされた購入手法です」

- ミーガン・ベリー氏
by REVEAL 創始者

ベリー氏のイノベーションは、「by REVEAL」という小規模かつ移動可能なポップアップ・ショップ(期間限定型店舗)です。この試着室が2つあるだけのポップアップ・ショップは、わずか30分で設置が可能で、防水性の素材を使用しており、自家電源も備えています。このマイクロブティックの最大の特長は、顧客が欲しい時に欲しい場所でショッピングを体験できる利便性にあります。

「ポップアップ・ショップが顧客に提供するの、夢中になれる顧客体験と高度にパーソナライズされた購入手段です」と言うベリー氏(28歳)は現在、ハーバード大学デザイン大学院で学んでいます。

by REVEALが顧客体験を向上することは明らかですが、それ以上に小売企業にとってのメリットは、はかり知れません。これは Retail as a Service (RaaS) と呼ばれます。

Software as a Service (SaaS) や Infrastructure as a Service (IaaS) は、高い俊敏性と効率的なコンピューティング・モデルを特長としていますが、それらと同様に、テクノロジーが主導する Retail as a Service (RaaS) も、小売企業が新製品のテストや新規顧客の開拓、新店舗での実験をシンプルかつ費用対効果に優れた方法で行えるようにサポートします。

「実店舗の集客力が落ちているのは周知の事実です。ところが、公園や美術館、コンサートに行く人は減ってはいません」と語るのは、インテルのレイチェル・ムシャワーです。「では、デザイナーやブランド、小売企業は、自分たちの商品をどのように消費者がいる場所まで届けられればよいのでしょうか。1坪程度のポップアップ・ショップなら、店員が2人いれば、30分で設置が完了するので、消費者がいる場所に出向いて、ブランドを展示できます」(ムシャワー)

すでに20を超える新興ブランドや有名ブランドが by REVEAL を採用しており、集客と革新的な顧客体験を求めて、多数の人々が集まるニューヨーク・ファッション・ウィークから郊外のショッピング・モールまで、全米各地の顧客のもとに自分たちの商品を届けています。

「by REVEALの最終的な
収益には目覚ましいもの
があります。例えば、
小さなブティックが1平方
フィート当たり6,000ドル
という驚異的な売上を
上げた事例もあります。」

- ケイ・アンガー氏
デザイナー

9月には、テキサスの新進気鋭の女性デザイナーがダラスの展示会で by REVEAL を使用しました。

by REVEAL の代表的なユースケースの1つが、ハイエンドなファッション体験をより多くの顧客に届けることです。昨年末のホリデー・ショッピング・シーズンの繁忙期、ファッション・アイコンであり著名なデザイナーでもあるレイチェル・ゾー氏は、ニューヨーク州ガーデンシティのルーズベルト・フィールド・モールで開催された自身のコレクションで、商品の展示と販売に by REVEAL を使用しました。

レイチェル・ゾー氏はeコマースサイトを開設しており、2月にはロサンゼルスに小さな店舗をオープンしていますが、by REVEAL の採用により、ニューヨーク市の郊外でも彼女のLAスタイルのファッションを実際に体験できるようになったのです。

キーワードは顧客体験

従来の小売企業は、デジタルコマースの時代を生き残る道を模索していますが、そのためにはオンライン・ショッピングをする買物客に対して、便利でパーソナライズされた、シームレスな顧客体験を提供する必要があります。

by REVEAL の最終的な収益には目覚ましいものがあります。例えば、小さなブティックが1平方フィート当たり6,000ドルという驚異的な売上を上げた事例もあります。

もちろん、商品を顧客の側まで持っていくというアイデア自体に目新しさはありません。ポップアップ・ショップは、ここ10年ほどで都市によく見られる風景の一部となりつつありますが、19世紀後半に屋台からスタートした小売店の中にも、20世紀最大かつ有名なフランチャイズへと成長した例はいくつかあります。

一方、by REVEAL の最大の特長は、ブティックにテクノロジーを導入している点です。by REVEAL には「エンドレスアイル」テクノロジーを採用した試着室スクリーンがあり、これによって、店内には在庫のない商品の展示が可能になります。また、by REVEAL はインテル® レスポンシブ・リテール・プラットフォームも採用しています。スマート・プラットフォームにリンクされたRFIDタグによって、by REVEAL のオペレーターは在庫を追跡し、顧客が商品を手にとっている様子をほぼリアルタイムで確認できます。

「インテルが by REVEAL とそこで展示されているブランドに携わっているのは、高度な分析機能を提供するためです。このソリューションを利用すると、ブランドや小売企業はバックヤードにいながら、顧客が商品をどのように取り扱っているかをリアルタイムで確認できます」と語るムシャワーは、次のように続けます。「黄色いバッグは売れているか。白いTシャツの方が注目を集めていないか。売れ筋の商品はどれか。そのような購買に向かう感情の動きを、センサー・テクノロジーの活用によってすべて検出し、ブランド側が適切な判断を下せるように情報を提供できます」このようにして、by REVEAL は小売企業の業務最適化を支援します。

「今の時代のイノベーターは、顧客に本物の価値を提供する楽しく魅力的な体験を生み出すことに真剣に取り組んでいます」

- ジョエル・タワー氏
パーソンズ・スクール・オブ・デザイン
研究科長

「by REVEALを利用すると、局地的にデータを取得して分析できます。これはリアルタイム実験室のようなものです」と語るのは、インテルのリテール・ソリューション部門ディレクターのミシェル・ティンズリーです。「そこでは、eコマースと店舗販売とが融合し、その境界線はあいまいになりつつあります」(ティンズリー)

小売企業がこのような新しい環境で競争し、勝ち残るために構造を変革するにあたり、サービスをよりパーソナライズし、適切な商品を適切な顧客に適正価格で提供する手段として、高度な分析を行うこの「リアルタイム実験室」ははかり知れない価値をもたらします。

ベリー氏は、インテルとのコラボレーションが、可能性の限界に挑むこの新しいビジネスの追い風となっていると語っています。「インテルの驚くべきエコシステムを活用して、あらゆる規模のブランドとデザイナーをサポートしてきました。インテルは優れたテクノロジー・パートナーです」

現実に数々の成功を収めてきたにもかかわらず、by REVEALは今も実験的な育成段階にあり、急激な成長を遂げつつあります。ベリー氏とby REVEALは、ニューヨーク市ニュースクール大学のパーソンズ・スクール・オブ・デザインに付属する「イノベーション・アクセラレーター」であるXRC Labsの2番目の取り組み例です。

XRC Labsの使命は、「主要推進要素としてデザインシンキングを念頭に置き、変化のめまぐるしい市場において小売業と商品の配送を変革する企業や製品を育成する」ことです。

パーソンズ・スクール・オブ・デザイン研究科長ジョエル・タワー氏は、by REVEALが従来の店舗販売型小売企業はもちろん、新興のデザイナーとブランドにとっての重要な問題を解決すると発言しました。「人はなぜ店舗に足を運ぶのか。小売企業にとってこれは極めて重要な問題です。今の時代のイノベーターは、顧客に本物の価値を提供する楽しく魅力的な体験を生み出すことに真剣に取り組んでいます」

ベリー氏の小さなアイデアはまだ羽ばたいたばかりです。「毎月、予想もしない場所で予想もしない新しい機会が生まれています。私たちはRetail as a Service (RaaS) 分野でリーダーになりたいのです」(ベリー氏)



Intel、インテル、Intel ロゴは、アメリカ合衆国および/またはその他の国におけるIntel Corporation またはその子会社の商標です。

* その他の社名、製品名などは、一般に各社の表示、商標または登録商標です。

インテル株式会社
〒100-0005 東京都千代田区丸の内 3-1-1
<http://www.intel.co.jp/>

© 2017 Intel Corporation. 無断での引用、転載を禁じます。
2017年5月

335938-001JA
JPN/1705/WLT/MKTG/YA