

ケーススタディ

ライフスタイル・ リテーラーがデジタル・ コマースの処理能力を 30%強化

オペレーション

米国北東部に本社を置き、世界各地に顧客を持つ

マンハッタンソリューション

Manhattan WMOS

Manhattan オーダーストリーミング



課題

グローバルに展開するライフスタイルショップでは、eコマースの注文をより迅速に処理し、主要な配送センターの効率を高める必要がありました。

ソリューション

オーダーストリーミング技術を用いたManhattanのWMS

進捗状況と結果

全体の処理能力が30%向上し、クリック・トゥ・シップの時間が38%短縮されたことで、数年間にわたる新しい設備への資本支出を削減することができました。

“これらはすべて、お客様のご要望にお応えし、大規模な設備投資の寿命を延ばし、デジタルフルフィルメントの次の段階にスムーズに移行するためのものです。”

DIRECTOR OF SUPPLY CHAIN SYSTEMS

PUSH POSSIBLE

Manhattan
Associates.

コマース・トランスフォーメーション とマンハッタン・アソシエイツ

ダイレクト・トゥ・コンシューマー・フルフィルメントへの取り組み

米国北東部に本社を置くお客様は、紳士服、婦人服、家庭用品、オーディオ・ビジュアル製品などあらゆるものを販売するライフスタイル小売業を営んでいます。年間売上高は約36億ドルで、世界中に顧客と拠点を持っています。デジタル注文を直接処理する場合、お客様への平均的な配送日数は5~8日でした。同社の最優先課題は、配送期間を短縮し、お客様により正確な配送日を提供することでした。



同社のデジタルビジネスを分析したところ、年間のピーク時にウェブベースのフルフィルメントを使用すると、急ぎの注文の処理が遅れることが多いことがわかりました。このプロセスでは、お客様の期待に関わらず、先入れ先出しでeコマースの注文を処理していました。

また、このプロセスは柔軟性に欠けていたため、セールが遅れや、迅速な出荷のためのプロモーション、その他のEコマースビジネスの促進や成長のためのインセンティブに対応することができませんでした。さらに、同社は北米最大の配送センターに多額の投資をしていました。この施設は比較的新しいものでしたが、ビジネスの成長に基づくと、2021年までにフルフィルメント能力が不足すると予測されていました。お客様との約束を守り、増大するデジタル需要に対応し、DCの寿命を延ばすために、お客様はより多くのスループットを必要としていました。それは、新しいアプローチをとることを意味しました。

ウェブベース・フルフィルメントへの移行

先入れ先出しの優先順位から脱却し、納期を約束した注文の処理を開始するために、同社はウェブベースのフルフィルメントから移行する必要がありました。同社は、いくつかの倉庫実行システム（WES）ベンダーを検討しましたが、最終的にマンハッタン・アソシエイツを選びました。マンハッタンのWMSがすでに導入されていたため、資金と時間の投資を大幅に削減でき、スムーズな移行が可能になりました。

お客様はManhattan WMS v2014を使用していたため、プロジェクトの最初のフェーズはOrder Streamingを搭載したManhattan WMS v2018へのアップグレードでしたが、これは3ヶ月以内に完了しました。

トレーニングと変更管理を行った後、Order Streamingの技術が実用化され、ピークシーズンを通して確実かつ効率的に運用され、すぐに顕著な結果が得られました。

30%

全体のスループットが向上

38%

クリックから出荷までの時間が短縮

15-20%

ピッキング効率が15-20%向上

マスト・シップ・デートのミスゼロに近づける

ZERO

処理能力が向上したおかげで、お客様はペンシルバニアの施設が最大能力に達するまでの間、さらに数年間使用することができました。同社は現在、イギリスに完全に自動化されたDCを建設中で、ここではOrder Streaming技術を使用して100%の注文を処理する予定です。

今回のプロジェクトについて、マンハッタン・アソシエイツのサプライチェーン・システム担当ディレクターは、「今後、当社はより最先端の技術を取り入れていきたいと考えており、今回のプロジェクトはそのための大きな原動力となりました」と語っています。