

リテールビジネスの未来

2019年 10月版



⚠️ 安全に関するご注意 ご使用の際は、商品に添付の取扱説明書をよくお読みの上、正しくお使いください。水、湿気、油煙等の多い場所に設置しないでください。火災、故障、感電などの原因となることがあります。

お問い合わせはカスタマー・インフォメーションセンターへ

☎️ 0120-436-555 受付時間：月曜～金曜 9:00～19:00 土曜 10:00～17:00(日曜、祝日、5月1日、年末年始など、日本HP指定の休業日を除く)
※フリーダイヤルがご利用いただけない場合 03-5749-8291(直通)

Intel、インテル、Intel ロゴ、Ultrabook、Celeron、Celeron Inside、Core Inside、Intel Atom、Intel Atom Inside、Intel Core、Intel Inside ロゴ、Intel vPro、Itanium、Itanium Inside、Pentium、Pentium Inside、vPro Inside、Xeon、Xeon Phi、Xeon Inside、Intel Optane 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。

引用された製品は、それぞれの会社の商標または登録商標です。

記載されている会社名および商品名は、各社の商標または登録商標です。

記載事項は2019年10月現在のものです。

本カタログに記載された内容は、予告なく変更されることがあります。

© Copyright 2019 HP Development Company, L.P.

株式会社 日本HP

〒136-8711 東京都江東区大島2-2-1

OP015007-01





変化する リテール

小売業のありかたは絶えず変化し、賢明な消費者により常に新開地へ向かっています。

お客様のニーズに応えるため、これからのリテールビジネスは利便性を最適化しながら、刺激的で魅力的な店舗体験を創造する必要があります。

サプライチェーンの戦略的な進化は小売業へどのように役立つのか、そして消費者との関係を守り、強くするために重要なデバイスおよびソリューションについて考えましょう。



Contents

- 04 リテールビジネスのフレームワーク
- 06 店舗体験の再創造
- 10 消費者が求めるシンプルさ
- 14 カスタマーサービスにおけるスピード
- 18 商品を手にするまでのオペレーション
- 22 棚に並んだ商品があなたを呼ぶとき
- 26 情報を守る責任
- 30 What's New
- 34 CASE STUDY
- 40 ECO SYSTEM PARTNER

リテールビジネスの フレームワーク

いつでも、どこでもお客様に選ばれる店舗へ。

リテールの再創造と変革を、製造現場からバックオフィスに至るまでHPIは支援します。

Key PC/ワークステーション/rPOS セキュリティ 3Dプリンター 大判プリンター/デジタル印刷機 サービス

店舗体験の 再創造



モバイル&据置型POSハードウェア: HP Engage One、HP Engage Go、HP Engage Flex Pro、HP RP9

POS用周辺機器: キャッシュドローア、レシートプリンター、バーコードスキャナー、生体認証デバイス等

没入型ソリューション: VR対応ワークステーション、HP FitStation*

消費者の求める シンプルさ



カスタマーサービスに おけるスピード



商品を手にするまでの オペレーション



棚に並んだ商品が あなたを呼ぶとき



情報を守る 責任



デジタルサイネージ&セルフサービスKIOSKでの活用: HP MP9、HP Engage Flex Pro、HP Engage Flex Pro-C

HP Device as a Service (DaaS)*1

店舗の壁紙、販促ポスター:
HP Latex、HP DesignJet

ショッピングには、視覚的なインパクト、デモンストレーション、一瞬の支払いなど、魅力的な体験が求められます。つまり、店舗はお客様を引き付けるための、たゆまぬ努力が不可欠です。デジタル化は、お客様との対面時間を増やすことに貢献します。

パッケージ印刷、
顧客毎にパーソナライズされた
カードやノベルティ: HP Indigo

ネットショップにはシンプルさが求められています。また、あらゆるデバイスで希望の商品の選択ができ、詳細を入力し、容易に支払いができることを期待しています。

HPマネージドプリントサービス
(MPS)*2による
個別パッケージング、ラベル印刷、
値札印刷などのプロセスを自動化

消費者はスムーズな購入プロセスと翌日の配送を期待しています。そのため、オペレーション上で動作するすべてのツールは、最高のサービスを保証するために最大限の効率で動作する必要があります。

HPマネージドプリントサービス
(MPS)*2による
印刷効率分析ツールの提供

3Dプリンターを活用した
パーソナライズ商品の提供

お客様は、オーダーメイドの、パーソナライズされた、自分にとって意味のあるサービスを求めています。つまり、店舗ではこのデータを収集、分析、および解釈するためのチームシステムが必要です。

HP Device as a Service (DaaS)*1

セキュリティ:
HP Print Security Manger、
Securityコンサルティングサービス*

お客様のデータのセキュリティがますます重要になるということは、店舗において最大限のセキュリティ対策を不可欠とするか、販売損失とブランドの評判全体を危険にさらすかのどちらかです。

用語解説

*1 HP Device as a Service (DaaS): PC本体ならびにPCライフサイクル管理を一元化し、月額固定制のサービスとして提供するサービス。

*2 HPマネージドプリントサービス (MPS): 印刷環境をサービスとして提供するソリューション。従量課金制のサブスクリプションモデルと呼ばれるタイプのサービス。

※2019年10月現在、日本での取り扱いはありません。



店舗体験の再創造

モビリティは小売業者のテーブルステークス(市場参入に最低限必要なもの)になりつつありますが、この多目的テクノロジーを正しく活用することが成功の鍵となります。正しく利用されるモバイルデバイスは強力な差別化要因となり、eコマースと競い合う場を公平にし、買い物客や従業員の店舗体験を再定義します。

モバイルデバイスとの関連付けの強化は、店舗の生産性と効率向上のために重要です。専用のソフトウェアをインストールしたモバイルデバイスを店舗スタッフへ配布することは、タスク管理、在庫検索、プロモーション内容の確認、商品陳列状況確認、発注、入荷検品、欠品在庫補充、売価変更対応など…店舗業務における改善につながります。

3倍

モバイルPOSデバイスを介する取引は2023年までに3倍へ。

Juniper Research, 2018:
<https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/mobile-point-of-sale-devices-to-account-for-almost>

24%

2023年までに、すべてのPOS取引の24%が世界中のモバイルデバイスを介して実行されると予想。

Juniper Research, 2018:
<https://www.juniperresearch.com/press/press-releases/mobile-point-of-sale-devices-to-account-for-almost>

78%

買い物客の78%がモバイルデバイスで店舗のレビューをしています。*



83%

買い物客の83%がモバイルデバイスで価格を比較します。*

顧客をつなぐモバイルデバイスの役割

モバイルソリューションは、顧客の満足度、共感度、そして販売を向上させるための理想的なツールです。

店舗スタッフがモバイルデバイスを持つことで、顧客への商品説明に集中できるようになり、店舗の売り上げも向上します。その結果、リピート購入、生涯価値、市場規模の拡大につながります。

しかし、Retail Info Systems (RIS)が実施した調査*によると、小売業者の77%がエリアマネージャーや現場の責任者にしかモバイルデバイスを提供していないと答えています。

*RIS Store Execution vs Store Battleplan, 2018:
<https://risnews.com/store-execution-versus-chaos-battle-plan>



モバイルデバイスが 買い物客を動かす

ウォルマートが所有するサムズクラブがオープンした試験的店舗では、スキャン&ゴーによる買い物を提供するだけでなく、機械学習と購入データを組み合わせて顧客のショッピングリストを自動入力する直感的なテクノロジーを採用。また、商品を実際に使っているように展示するための拡張現実(AR)技術にも取り組んでいます。

サムズクラブの取り組みに加えて、ウォルマートは、混雑している店内のエリアで「チェックアウト・ウィズ・ミー(Checkout with Me)」を搭載したデバイスを持つ従業員を配置。顧客はレジに並ぶことなく、その場でクレジットカードを使い、紙または電子領収書を受け取ることで迅速な支払いを支援しています。

36%

小売業者の36%は、2年以内にモバイルPOSテクノロジーのアップグレードを開始。(19%はすでにこのプロセスを進行中)

RIS, "28th Annual Retail Technology Study: Wake Up Call for Digital Transformation", 2018:
<https://risnews.com/2018-risgartner-retail-technology-study-wake-call-digital-transformation>

68%

消費者の68%は、店頭で試した後に商品注文したい場合、あるいは在庫がない場合、店内のタブレットや端末を使って注文します。しかし、これらの技術を店舗に導入している小売業者はわずか47%です。

Capgemini Consulting, "Making the Digital Connection: Why Physical Retail Stores Need a Reboot", 2017:
<https://www.capgemini.com/gb-en/resources/making-the-digital-connection-why-physical-retail-stores-need-a-reboot/>

66%

買い物客の66%は小売業者のモバイルアプリを開くとき売り出しや割引を確認することを最大の理由としていますが、これを優先する小売業者はほとんどいません。*



73%

買い物客の73%は店舗内において即座にカスタマイズされた売り出しや広告を受け取ると答えています。*

小売業では従来、来店した顧客一人ひとりを識別して接するために必要な個人情報を店舗内において確認し、顧客ごとに適した内容のメッセージを接客の中で伝えることは難しいことと考えられてきました。しかし、店舗専用の機能を備えたモバイルデバイスを持つことで、過去の履歴に基づいてパーソナライズされた商品を紹介したり、割引を提案したり、店舗体験を向上させることができます。この仕組みは小売業者の進化し続けるビジネス、そして、最も重要な要素である買い物客の変化するニーズと期待に適應するために、柔軟に対応します。

*Source: RIS, "Retail 2025 Shopper Study, 2018:
<https://risnews.com/retail-2025-shopper-study-future-retail-already-here>

買い物客との出会いをパーソナライズするために、
モバイルソリューションはどのように理想的か



パーソナライズされた商品の紹介



瞬時のポイント付与



買い物客の履歴に基づいて提供されるプロモーションと割引



新商品や人気商品を示す



消費者が求める シンプルさ

Salesforceが実施した調査*によると、実店舗は過去のものではないことがわかりました。買い物客の46%は、実店舗での購入を好みます。ただし、この調査結果では、買い物客の4人のうち3人(71%)が実店舗の中にいる間にスマートフォンでアクセスしており、商品レビューを読んだり、価格を比較したり、店舗内を移動したり、支払いをしたりしています。さらに18~44歳の買い物客の場合、この数字は83%に跳ね上がります。

また、予想とは異なる商品(41%)、長い納期(34%)、高い送料(25%)という不満に対する調査結果は、消費者がオンラインではなく実店舗でのショッピングを好むもう1つの注目すべき理由です。しかし、消費者の時間は限られ、そして彼らが注目する範囲も限られます。

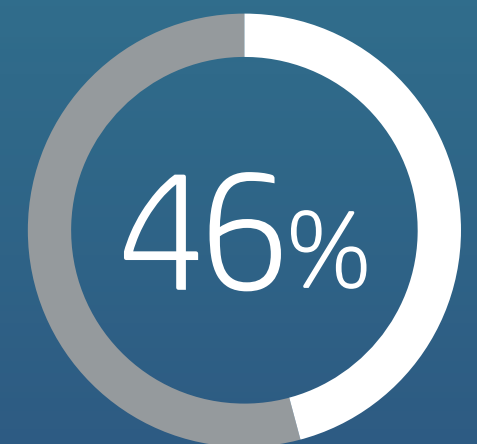
没入型のインタラクティブな店舗体験は、消費者の行動力を引き起こし、興味をより引き付けることができます。便利でパーソナライズされた体験をデジタルファーストの消費者へ提供する必要があります。

*Salesforce.com blog, Shopper-first Retailing, 2018:
<https://www.salesforce.com/blog/2018/08/digital-shopper-first-retail-report-research>

消費者の選択と 個人のニーズ

ネットショップは消費者がいつでもどこからでも買い物をするのが利点ですが、実店舗は店舗全体の重要なタッチポイントでインタラクティブ技術を組み込むことでネットショップ以上に商品の魅力を伝えることができます。

デジタルディスプレイ、インタラクティブタッチスクリーン、セルフサービスキオスク、最新のモバイルPOS (POS)テクノロジーの柔軟なソリューションとともに店舗スタッフは消費者が求めているものをより理解し、従来の支払いプロセスを超えて取引をおこなうことができます。また、顧客がシンプルでスムーズな購入を求めている場合、行列に並ぶことなく、どこからでも購入できるのは大きな魅力です。



買い物客の46%は現在も実店舗で購入することを好みます。また、ほとんどの買い物客は店舗にいる間にスマートフォンへアクセスして、商品レビューを読んだり、価格を比較したりしています。

Salesforce.com blog, Shopper-first Retailing, 2018:
<https://www.salesforce.com/blog/2018/08/digital-shopper-first-retail-report-research>



T-MOBILE TUESDAYS[®]

FREE STUFF. EVERY WEEK.

FREE MOTHER'S DAY CARD
Send your mom a special message for Mother's Day with a free Inkly greeting card—or send a card for any occasion!
You can upload your own photos and even a handwritten message, all from the Inkly app. Exclusive for T-Mobile customers.

To Mom,
Happy Mother's Day!
Thank you so much for all your love and support. You are the best Mom in the world!
Love always,
Sarah

より速く、シンプルな eコマースの提供

通信サービス会社のT-Mobileと北米の老舗印刷会社Hudson Printingは、24時間のプロモーション期間中、10万件を超える母の日カードを受注。高解像度の写真、手書きのメッセージ、住所を含む情報は電子メールアプリInklyを介して受け取り、HP PrintOSのシステムとHP Indigo 10000デジタルプレスを使用して、パーソナライズされた10万枚のカードを48時間以内で印刷、カット、折りたたみ、封印、郵送し、母の日に特別なメッセージを届けました。

これは、大規模な印刷とダイレクトメールオーダーを迅速に完了しただけでなく、各作品が完全に唯一無二でパーソナライズされた別次元の複雑さにも対応できるということです。



動画で見る



顧客のニーズに どれだけ速く答えられるか

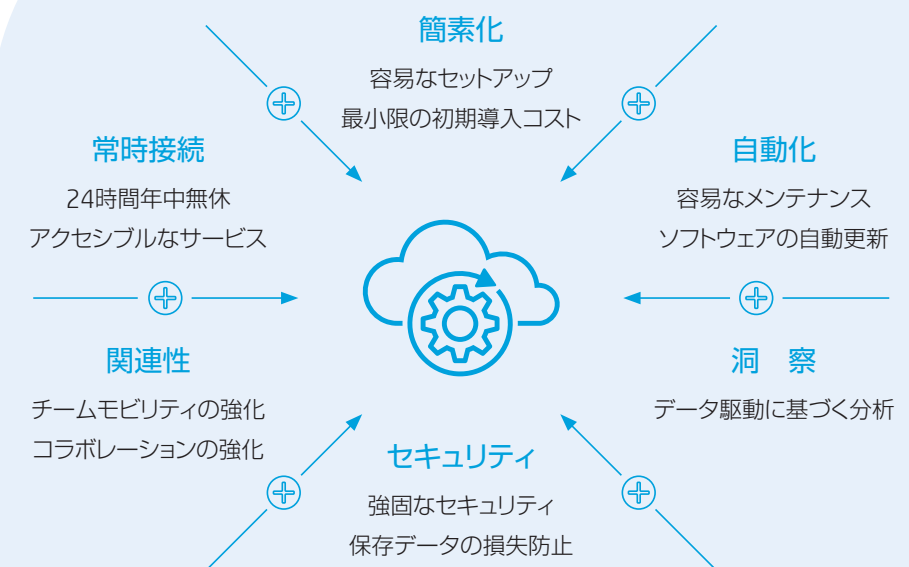
あらゆる印刷分野にわたって、リードタイムは短くなり、細分化とカスタマイズが拡大する一方で、プリント画質への期待値は上がり続けています。

現在のビジネスの成功と将来の成長のためには、生産の複雑性と収益を確保する難易度に対処する方法が極めて重要になります。

ウェブおよびモバイルアプリ*を備えた量産印刷用オペレーティングシステム「HP PrintOS」はこれらの課題を解決するためのソリューションを提供します。

*一部のアプリケーションは、有料または追加料金なしのサービス契約により利用可能です。

HP PrintOSの特長



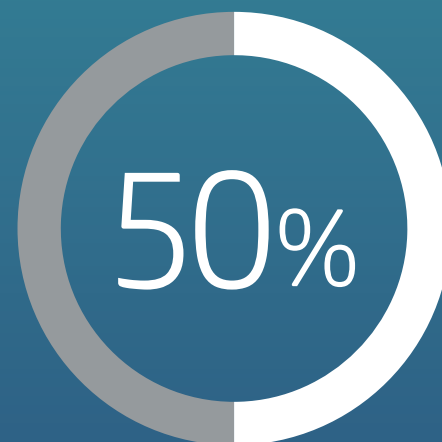
カスタマーサービスにおけるスピード

消費者は購入するだけでなく、独自に調査をおこない、メニューを調べ、在庫を確認し、レビューを読み、オプションを比較します。買い物中の店舗においては、価格設定情報、在庫、レビュー、配送オプションへのアクセスを望んでいます。レストランなどサービスを提供する場面では、メニュー、栄養情報、より便利な注文へのアクセスを望んでいます。

2018年に実施されたリテールに関する調査では、買い物客の50%が、個人データを必要とせずに、プロモーション、商品情報とおすすめポイント、照明、サウンドなど、リアルタイムで応答する没入型ショッピング体験を来年内に望んでいることが明らかになりました。*

企業は、顧客と関わり、顧客について学び、述べられた観察された嗜好のデータを使用して、現在のニーズをよりよく満たし、将来どのように変化するかを予測できることが重要です。好みに応じてパーソナライズされた顧客サービスを提供する能力は、便利な購入体験に対する消費者の需要の高まりに応えます。

*The 2018 Reality of Retail Report:
<https://www.inreality.com/resources/2018-reality-of-retail-report/>



買い物客の50%が2020年中にリアルタイムで応答する没入型の体験を望んでいる。

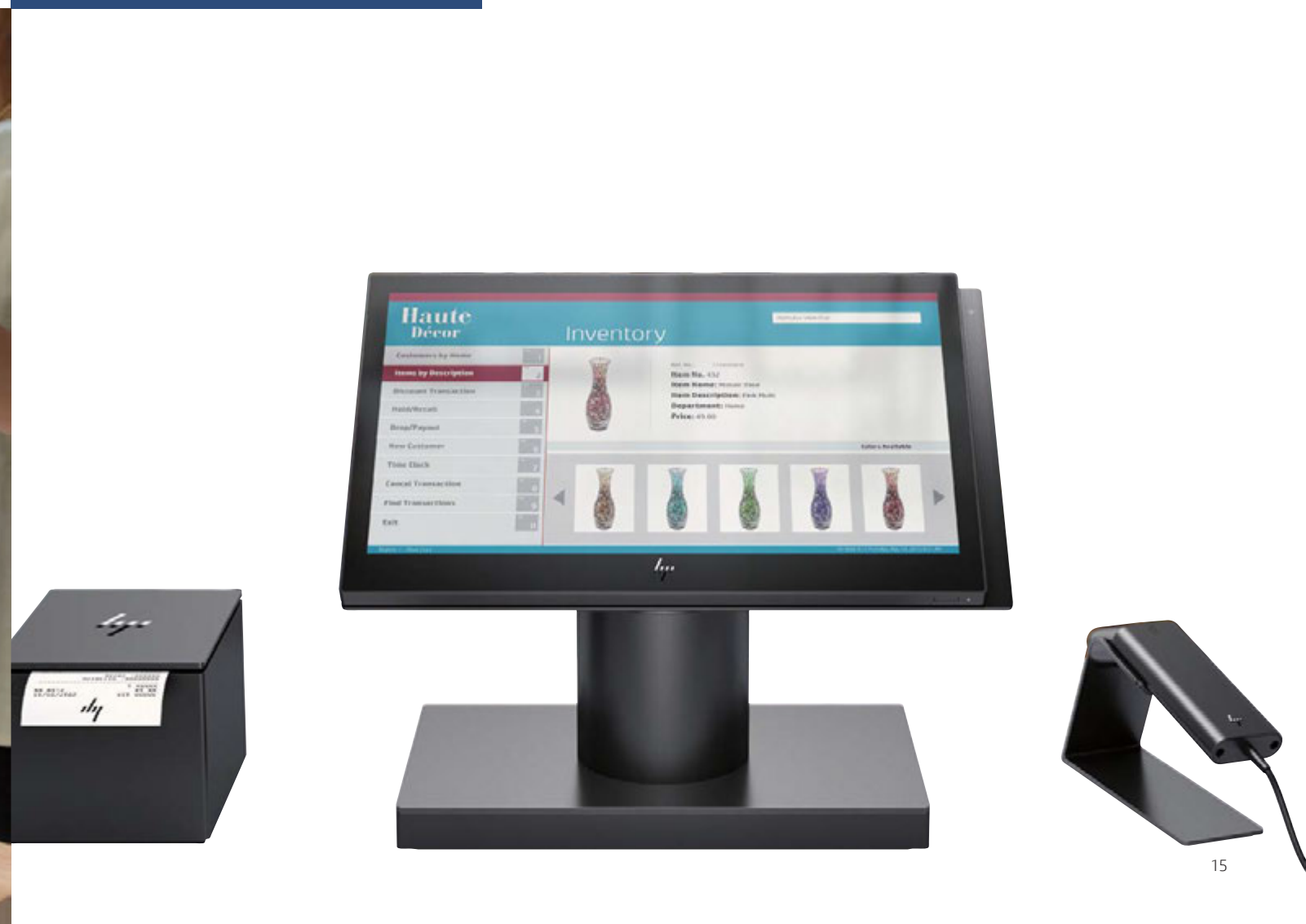
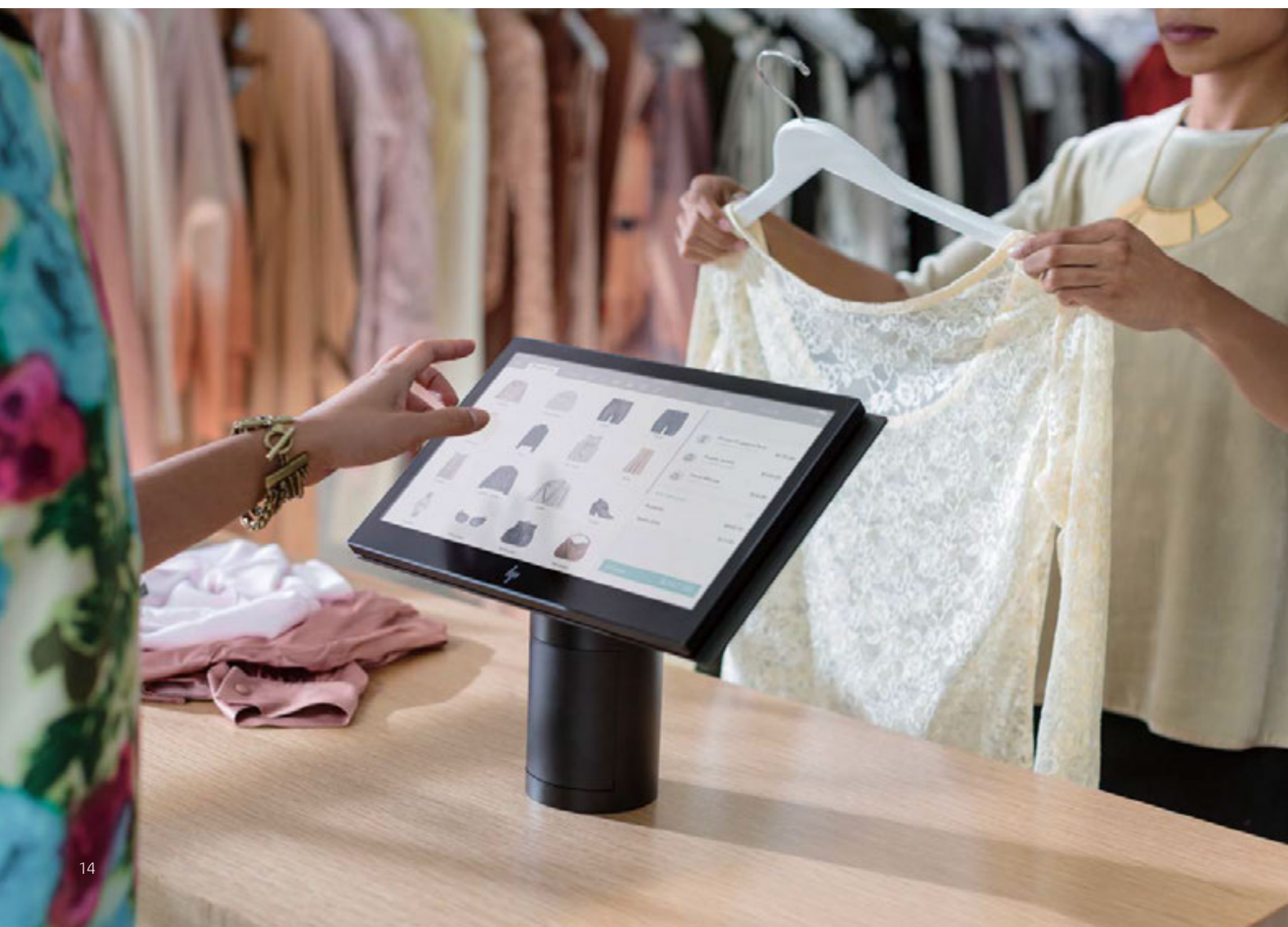
The 2018 Reality of Retail Report:
<https://www.inreality.com/resources/2018-reality-of-retail-report/>

新しいテクノロジーは顧客体験に革命をもたらす

一部の顧客は、購入前に店舗において商品を確認したいと考えています。今日の小売業の環境において、店舗はショールームとしてより多くの役割を果たし、雰囲気と体験がオンラインで将来の購入を生み出すこともあります。また一方で、オンラインで購入し、自分でピックアップすることを望む消費者もいます。並んで待つ場合もあります。さらに多くの消費者がオンライン購入を選択し、配達を選択肢を求めています。

小売業やサービス業界の将来を予測することは困難で不正確です。しかし、企業は、買い物や購買行動を通じて顧客を理解し、店舗体験を向上させる技術を導入することで、これらの状況の変化を予測できます。

将来のニーズを考慮して設計されたHPリテールソリューションポートフォリオは、Windows 10向けに最適化された第8世代 Intel® チップセットを搭載。そして、現在のニーズを満たし、将来の処理要求にも十分対応できる最新プロセッサは、消費者により良いサービスを提供します。つまり、ビジネスニーズが進化し、システムの需要が増大しても、すでに準備できているということです。





実用的なアウトプットのためのデータ活用

現代の企業は、日々進化する最新のテクノロジーを使用して、これまで以上に多くのデータを収集できます。顧客の好みや買い物行動に関するデータを収集し、在庫状況を追跡し、交通量を観察し、年齢や性別の人口統計に基づいて有用な情報を提示できます。

収集したデータはとても膨大になりますが、このデータを実用的な洞察に変えることは、将来のビジネスにとって重要です。在庫データを分析し、最適な従業員数を決定し、ターゲット層にアピールする方法を見つけ出し、顧客サービスへの最優先は何であるかを導き出します。

たとえば、家電商品のディスプレイの前にある家庭用品店のセクションに立ち、「サービス」のボタンを押す。

店内センサーと分析ツールを使用して、最も適した従業員を自分のいる場所に誘導。顧客へ有意義なサービスを提供するために必要なリアルタイム情報を提供します。

未来を保証することはできませんが、より高いコンピューティングパワーに対する絶え間ないニーズや自動化の増加に対応する能力など、変化の予想はできます。HPはリテールビジネスが消費者の急速な需要に対し、供給できる技術の提供に取り組んでおり、現在の小売業者を支援し、将来の成功に向けたリテールソリューションを提供します。



カスタマーサービスの未来

顧客の要求は時代とともに急速に進化します。

消費者は、店頭販売、オンライン販売にとらわれず、個人の好みに応じてブランド、商品、サービスを選びます。最新のテクノロジーを活用して、顧客が必要なときに、必要な場所で、的確なサービスを提供するのが、一目置かれた小売業者です。

HP Engage GoのモバイルPOSテクノロジーは便利で魅力的な顧客体験を実現します。たとえば、マンハッタンのホテルチェーンを想像してください。特定の顧客セグメントへ向けて設計されたブティックホテルブランドです。スタッフが持つモバイルデバイスは、車やリムジンを降りてすぐ、建物へ入る前のチェックインに対応します。さまざまな場所で、個々の顧客の要望に応じてパーソナライズできるサービスは、ブランドの認知を未知のレベルにまで高めます。

85%

パーソナライズされた要求にリアルタイムで提供できる店舗へ行くと回答。

The Store of the Future Infographic, 2018:
<http://elink.hso.com/m/81c4b16c2ea842448592a7455fea7136/D3CA74A4/741681F/082017n>

75%

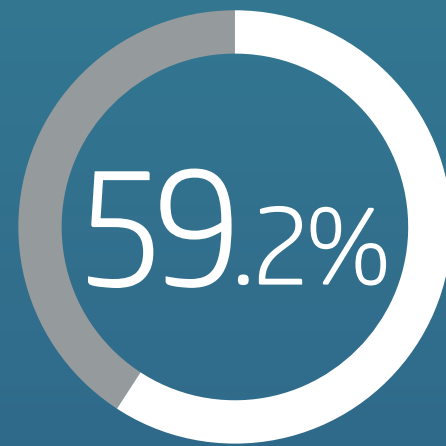
セルフサービスのキオスクやインタラクティブスクリーンを設置している場所は、買い物する可能性が75%高くなります。

The Store of the Future Infographic, 2018:
<http://elink.hso.com/m/81c4b16c2ea842448592a7455fea7136/D3CA74A4/741681F/082017n>

商品を 手にするまでの オペレーション

購入する商品が手元に届くまで、消費者はスムーズな購入と翌日の配送を期待しています。そのため、オペレーション上で動作するすべてのツールは、最高のサービスを保証するために最大限の効率で動作する必要があります。

商品の受注から入金管理に至るまでの一連の作業の最適化からバックオフィスシステムまで、HPの統合されたリテールシステムソリューションは、スムーズな顧客購入プロセスを提供することで、その業務効率を促進します。



注文した商品の配送条件について複数回答で尋ねたところ、日本では「翌日着の宅配便」を選択した割合が59.2%で米国の2倍以上。
ショッピングにおける消費者意識調査結果 2018年
マンハッタン・アソシエイツ
<https://www.manh.com/ja-jp/resources/press-releases/2018/06/27/consumer-survey-reveals-delay-cashlessization-in-japan>



オペレーションをスムーズにするためのツール



高いセキュリティと
最大の処理能力

自己修復BIOSをはじめ、先進のセキュリティ機能を搭載。また、HPのワークステーションは超高速の処理能力を提供しバックオフィスシステムを促進します。



印刷効率を
最大化

HPマネージドプリントサービス(MPS)は、小売業者が本社から地元の店舗まで印刷効率を最大化。これにより、紙を削減でき、コストを節約し、持続可能性を向上させ、プロセスを自動化します。



管理時間と
工数削減

タイムシートの収集と従業員のファイル管理のための特注のソリューションは、小売サプライチェーン全体の管理の合理化も提供します。



最も効率的な場所に ITリソースを集中

差別化された購入体験を創造するために、新しいオムニチャネルのソリューションと共に、リテールは急速に変化しています。PC本体ならびにPCライフサイクル管理を一元化し、月額固定制のサービスとして提供する「HP Device as a Service」は、マルチOSおよびマルチベンダーのデバイスを管理し安全に保つことで、ITリソースをデバイス維持だけでなく、ビジネスに集中させることを可能にします。



Webで見る

4.8年

ビジネスPCの利用期間は平均4.8年。「HP Device as a Service」により部門や用途、機種によって事前に利用期間を設定できるので計画的な運用が可能。

印刷から配送まで

HPの幅広いパッケージソリューションのポートフォリオにより、生産時間とコストの削減を支援しながら、ビジネスチャンス拡大、ブランドを守り、パーソナライズされたラベルとパッケージを通じて顧客を引き付けます。

オレオクッキーファンと楽しむプロモーション

大人の塗り絵のトレンドに結び付けた「OREO Colorfilledキャンペーン」は、オンラインでパッケージに色を付け、カスタムメッセージを追加。HP Indigoデジタル印刷機でカスタマイズされたカラフルなパッケージとともにオレオのクッキーを数時間以内に発送します。オレオはこのキャンペーンを3年間継続した結果、8,500万件のソーシャルメディアでの広告表示回数を記録、140%を超える売り上げ目標を達成しました。



動画で
見る

ミレニアル世代の甘党も喜ぶ老舗のアート

創業80年を超えるチョコレート会社を実施した「Origamoo! キャンペーン」。1つのモチーフなどから何十億ものパターンが自動生成できるアルゴリズムを持つHPのSmartStreamD4Dを使い、それぞれ違うパターンの100万枚の折り紙ラベルが完成。印刷された点線に沿って包み紙を折っていくと唯一無二の折り紙の牛が登場。そのブランドを広い世代へ伝えるとともに高いROIをもたらしました。



動画で
見る



消費者の選択とニーズ

Deloitte Consumer Review¹によると、消費者の36%がパーソナライズされた商品
を望んでおり、22%はそのために個人データを共有してもよいと考えています。ミレ
ニアル世代とZ世代の場合、この数字はさらに高くなります。^{*1}

また、HPが委託したsparks & honeyによる調査では、ミレニアル世代の45%がカ
スタマイズされた商品望んでおり、Z世代ではその数が53%に達すると予想され
ています。カスタマイズされた商品に期待しているのは、ソーシャルメディアやター
ゲットを絞ったニュース配信で育った最新世代の消費者だけではありません。ベビー
ブーム世代の約27%、X世代の32%も、商品から話しかけてくるものを欲しがって
います。^{*2}

さらに、消費者はパーソナライズされた商品にプレミアム(割増料金)を進んで支払
い、ファッションや家庭用品などの部門では、4人のうち3人以上がメーカー希望小売
価格より10%増の料金を支払ってもよいと答えています。^{*3}

- *1 Deloitte, Made to order: The rise of mass personalisation, 2019:
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/consumer-business/ch-en-consumer-business-made-to-order-consumer-review.pdf>
- *2 <https://press.ext.hp.com/us/en/press-releases/2019/hp-helps-brands-tap-into-print-personalization-market.html>
- *3 The Garage, The power of personalization: When a product on the shelf calls your name, 2019:
<https://garage.ext.hp.com/us/en/business/HP-personalization-pinwheel-digital-design.html>

36%

棚に並んだ商品が あなたを呼ぶとき

「ワンサイズですべてをまかなう」商品の時代は終わりました。スコット
ランドのタータンチェックをデザインしたドリンクラベルから、あなた
だけの特別なメッセージで飾られた雑誌の表紙まで、パーソナライズ
された商品は、今日の消費者が望んでいるものです。

小売業界の変化とともに、消費者はブランドにより多くのことを求め
ています。消費者は棚に並んだ商品以上のなにかに期待をしていま
す。これらの商品はカスタマイズされ、より深いレベルで消費者とつな
がる必要があります。



CRISPIN ORTHOTICSの下肢装具

英国を拠点とするCrispin Orthoticsは、HP
Multi Jet Fusionの3Dプリンターで、足首、膝、
手首、さらには背骨を含む身体のほぼすべての
部分を支える補助具を製造。従来のカーボン
ファイバー方式よりも低コストで、厚みの変更、
関節角度の調整、パッド追加など、厳密な仕様
に対応。柔軟性があり、軽量で、見た目の改善だ
けでなく、患者のリハビリテーションのスピード
アップにも役立ちます。



WIIVVのサンダル

カリフォルニア南部のサーフィン文化の中心
地、サンディエゴはまさしくビーチサンダルが最
も似合う街です。この街がWiivv(ウィーブ)の発
祥の地であることは何の不思議もありません。
ユーザーは専用のスマートフォンアプリで自分
の足の写真をアップロード、3DプリンターのHP
Multi Jet Fusionの技術により、自分の足に完
全にフィットする理想的なビーチサンダルを提
供します。

缶のキャンバス

最近、クラフトビール店やリカーショップを歩いたりしていると、棚から実際に飛び出すようなカラフルなラベルの列を見たことがあると思います。思わず手に取りたくなるクラフトビールのラベルは、単なる識別子ではなくなっています。革新的なデザインは、ビールや醸造所自体について独自の視覚的な物語を伝えます。

世界から厳選したクラフトビールを提供するMikkeller Brewingは、HP Indigoデジタル印刷機を使用して完璧なクラフトビールラベルを作成。PANTONE® カラーの98%をカバーし、紙から箔まで様々な材質に印刷が可能。デザイナーやビールメーカーがまさに欲している最高仕様のものが出来上がりました。

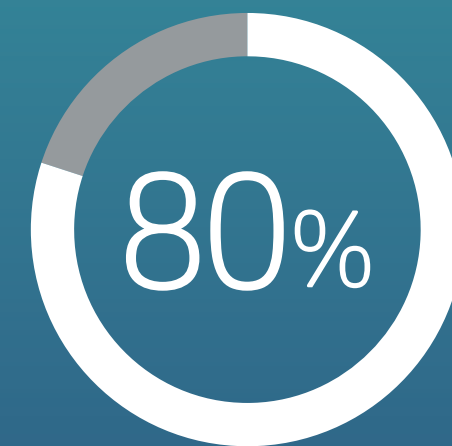


データを収集し 分析する能力

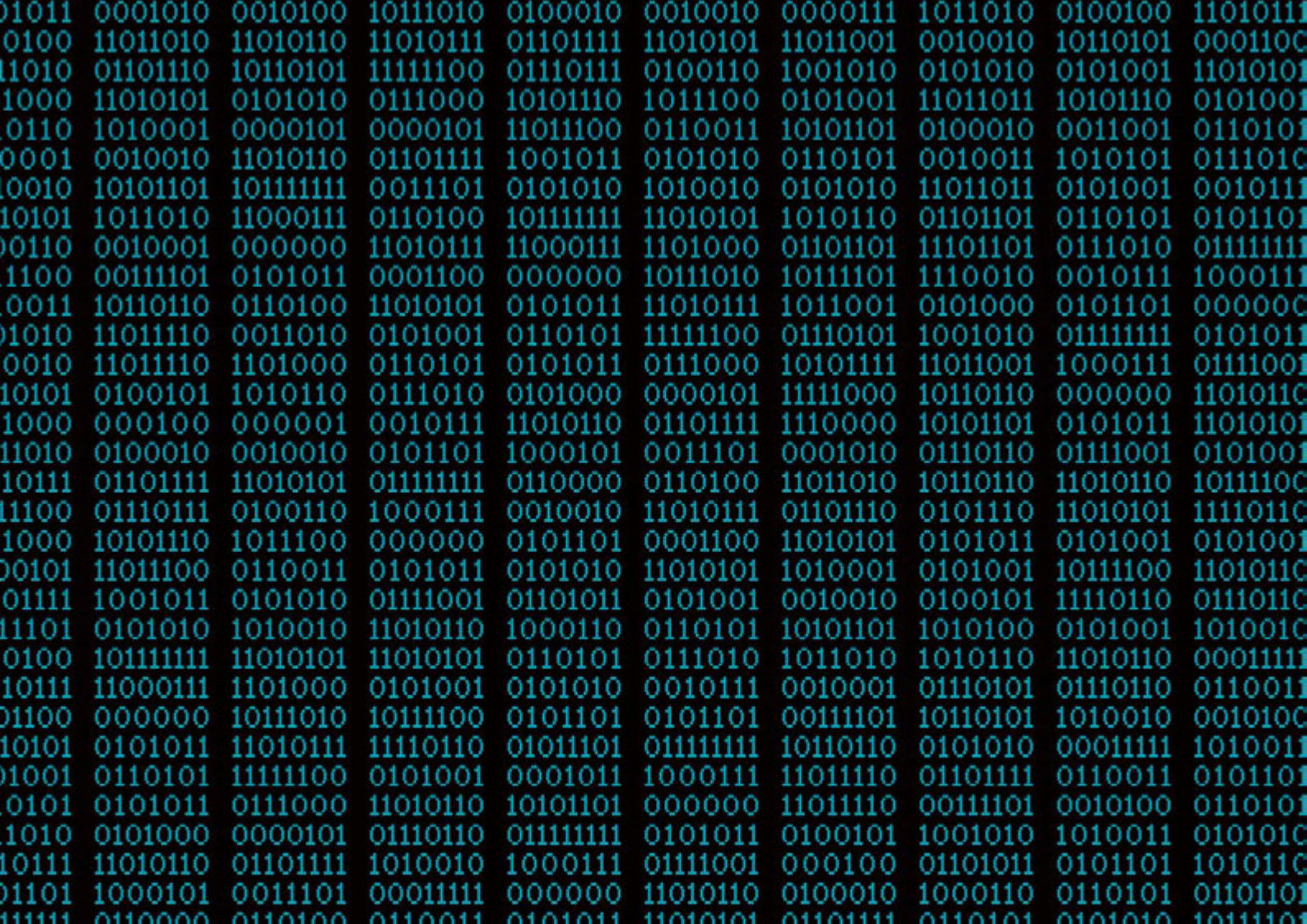
消費者は、オーダーメイドでパーソナライズされた関連性のある商品や店舗体験を求めています。つまり、小売業者は、このデータを収集、分析、解釈するためにチームとシステムが必要です。

HPのソリューションは、POSシステムとVR技術を介して、消費者の購入データと選好データを照合。安全に収集し保存された大切なデータは、HPのセキュリティ機能を使用しデータ漏えいの可能性を最小限に抑え、パーソナライズされた商品や店舗体験の提供をサポートします。

さらに、強力なHPワークステーションを使用することで、小売業者はすべてのIoTおよび商取引データを安全に処理し、最新のAI技術を適用して実行可能な洞察を得ることができます。



80%の企業は、高度な分析の展開後に顧客満足度の向上を経験しています。
<https://uk.idc.com/resource/RESOURCES/ATTACHMENTS/IDC-CustomerExperience-infographic.pdf>



情報を守る 責任



4分の1の確率で
組織が情報漏えいを経験するという
推測がされている。

Security Intelligence, 2017 Cost of Data Breach Study, June
20, 2017.

POSシステムは、一般の企業が採用しているテクノロジーと異なります。多くの従業員が公共スペースで顧客の個人情報にアクセスし、そして管理する、洗練されたコンピューターシステムです。

このシステムはサービスの提供に必要不可欠であり、万が一、システムが侵害された場合は、ビジネスを停止させ、もしくは失うことにもつながります。

接続性の増加は脆弱性の増加を意味する

現代の小売業やサービス業における環境は、これまで以上に通信するシステムが増加し、潜在的なシステム侵害の機会も増え続けています。レストランはオンラインで予約し、小売店はオンライン注文を受け取り、ホテルはオンラインで予約した予約情報を保持します。

また、これらのシステムは、過去の顧客情報を含めたポイントプログラムともつながります。クラウドへの接続性の向上は、POSシステムをはるかに超え、さらに店舗は空調設備システムなどIoTテクノロジーへもつながる今日、潜在的なシステム侵害の入口は増えるばかりです。





リテールネットワークを守るプリンター

小売業者は「雇用攻撃」(内部情報を取得したり、企業スパイを目的として雇用を求める)による脅威に対して脆弱です。所有する膨大な顧客情報は魅力的なターゲットとなりますが、ネットワークに接続されたプリンターを保護するための措置を講じた小売業者はほとんどいません。

HPのプリンターは、「デバイスのセキュリティ」、「データのセキュリティ」、「ドキュメントのセキュリティ」の3つの主要分野でデータを安全に保ち、ネットワークを保護するセキュリティ機能を提供します。

HPプリンターのセキュリティポイント



デバイスのセキュリティ

HP Enterpriseプリンターには、起動時および稼働中のデバイスを保護するためのセキュリティ機能を搭載。ランタイム侵入検知やBIOS設定変更の検知回復機能でデバイスを守ります。



データのセキュリティ

使用状況をトラッキングすることにより、許可されていないユーザーの使用を防止。ユーザー認証はPINやスマートカードといった簡単な認証オプションにより追加可能です。



ドキュメントのセキュリティ

個々のプリントドライバから統合ドライバへの置き換えのみではなく、機密ドキュメントの暗号化印刷への対応など、より安全性の高い印刷環境を提供します。

セキュアなデータで顧客情報を守る

POSデバイスは、決済業務をはじめ、デジタルサイネージ、KIOSKなど店舗内の複数の場所へ設置したり多目的に使用されています。また、常に監視されていない公共スペースはデータ盗難の可能性が高くなることから、デバイスの保護と攻撃の防止が重要になります。

HPのPOSシステムは、「デバイスのセキュリティ」、「IDのセキュリティ」、「データのセキュリティ」の3つの主要分野で、データ、デバイス、そして顧客から受け取る情報を守ります。

HPのPOSシステムセキュリティポイント



デバイスのセキュリティ

実際のデバイスを守る物理的保護と、システムを守るためのデジタル保護が必要です。盗難を防止するロック機能、不正アクセス防止機能、BIOSへの攻撃からもデバイスを保護します。



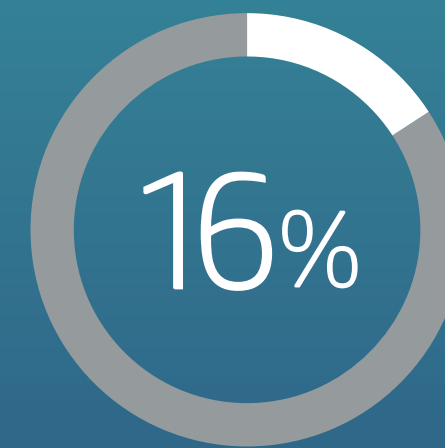
IDのセキュリティ

Windows 10のCredential Guardによる保護機能をはじめ、指紋リーダーやNFCリーダーによる多要素認証で、システムにサインインする従業員のIDを守ります。



データのセキュリティ

自動暗号化ドライブ機能では、保存される全データを専用チップで自動的に暗号化するOPALディスク(HDDまたはSSD)に対応。高度なデータセキュリティを確保しています。



プリンターに重大なセキュリティリスクがあると回答した割合。

Spiceworks survey of 309 IT decision-makers in North America, EMEA, and APAC, on behalf of HP, November 2016.



What's New



6割のリピート案件において、色を一貫して再現することが常に課題です。



Danny Segers
CEO BIORACER
本拠地をベルギーにおくBIORACER/ピオレーサーは、オーダーサイクルジャージ・トライアスロンウェアに特化したブランドとして欧州をはじめ世界中で事業を展開

世界最速*の カラーマッチング

顧客ニーズが多様化する中で、テキスタイルにおいてもパーソナライゼーションやオンデマンド生産などの需要が高まっています。

高速で正確なカラーマッチングに加え、効率的で印刷プロセスの簡素化を実現するデジタルテキスタイルプリンターのHP Stitch Sプリンターシリーズは、昇華型デジタルテキスタイルプリンターでは初めて分光測光器を本体に内蔵。

ファッション製品、スポーツウェアやユニフォーム、ソフトサイネージ、室内装飾向けのポリエステル製テキスタイル印刷における、カラーマネジメント、無駄と非効率、厳しい納期の課題に、HP Stitch Sプリンターシリーズが応えます。



動画で見る

*HPとサードパーティーによるテストに基づき、2019年の3月時点における他の25万ドル以下のラージフォーマットの昇華プリンターとHP Stitch Sプリンターを比較。
詳しくは、hp.com/go/stitchclaimsをご覧ください。

デジタルテキスタイルプリントに携わる
すべてのプロフェッショナルに高い効率と生産性を

HP Stitch Sプリンターシリーズには、テキスタイル業界に変革をもたらすために設計された最先端のテクノロジーが詰まっています。



高品質の印刷

1200ネイティブdpiのサーマルインクジェット・プリントヘッドにより、深みのある黒や鮮やかな色彩を再現。



一貫した色の再現

「HPスマートカラーツール」によりプリンター間で色の一貫性を保てるため、同一のプリントジョブを複数台で実行。



メンテナンス性

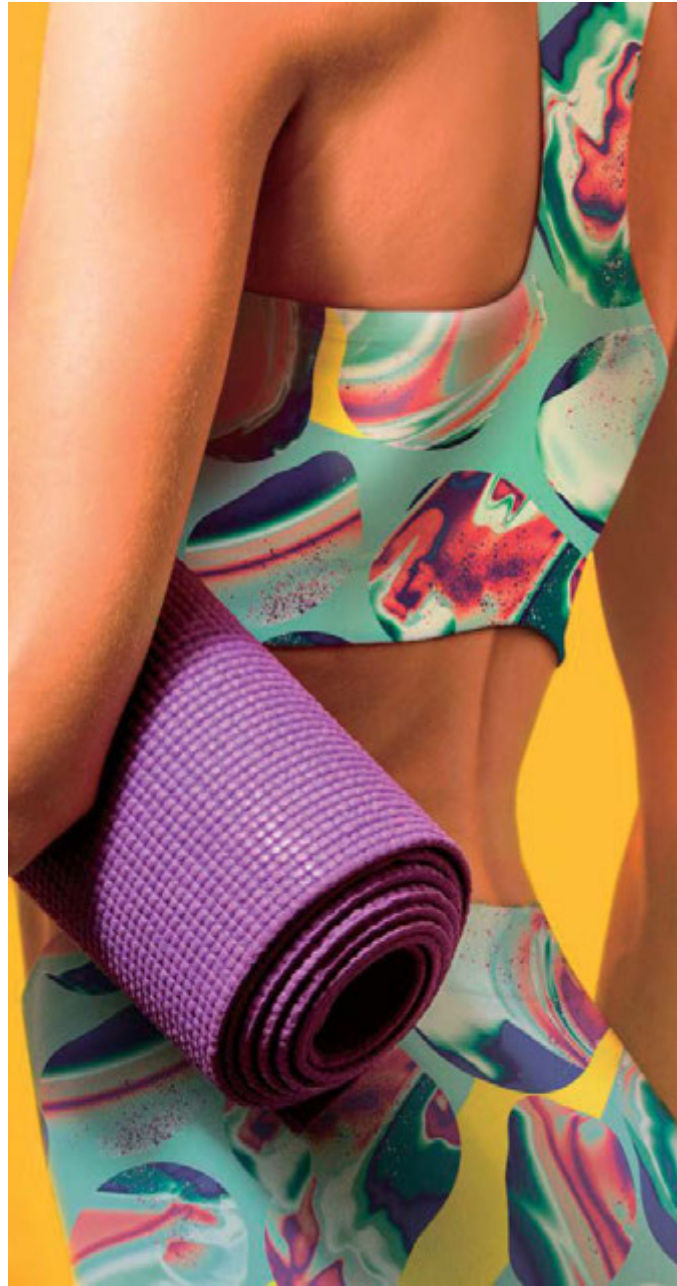
ユーザーによる交換が可能なプリントヘッドを搭載し、「HP スマートサービス」によりアップタイムを最大化。



優れたイメージ品質

「HP ドロップ&ドライシステム」を使用し、プリントエリアでインクを乾燥。ダイレクト昇華でも高濃度イメージを直接プリント。

すべての仕事に正しい色を



スポーツウェアやユニフォーム

シャープで鮮やかなグラフィックスを作成し、数年が経っても一貫したカラーを得ることができます。HP Stitch Sプリンターシリーズを利用すれば、チームのユニフォームからアマチュアのスポーツウェアまで、色の予測可能性と再現性に関する課題は過去の問題となります。

2019年2月時点で市販されている25万ドル以下の126インチ幅昇華テキスタイルプリンターとの比較。2019年2月のHP内部のテストでは40%プリント時間が短く、さらに自動メディアテンション調節機能と簡単に使えるシンプルなメディア経路を備えています。より良い色管理のために、HPスマートカラーツールと内蔵分光測光機が使えるのは、HP Stitchプリンターシリーズだけです。



ファッション

最高速度で印刷する場合でも、デザインやパターンを映えさせる、豊かな彩度の高い色を実現します。HP独自の乾燥およびメディアテンションシステムによって、今までよりも薄い転写紙を簡単に取り扱い、コストを削減することができます。



ソフトサイネージ

深い黒色と鮮やかなカラーで、あなたのお客様の期待を超えます。HP Stitch Sプリンターシリーズは、ダイレクトファブリックプリントにも紙転写と同様の汎用性を備え、バックライトやフラグのような高濃度ジョブであっても、シャープで高品質なプリントを提供できます。



室内装飾

サンプルから最終製品まで、リードタイムが長期間にわたっても安定した色でデザインを再現します。ベッドリネンからカーテン、クッション、そしてロールブラインドに至るまで、HP Stitch Sプリンターシリーズはほとんどの限界を知らず、幅広い種類のメディアとポリエステルファブリックにプリントできます。

店舗設計レビューの次元を高める Symmetry Dimensionsのソリューション



建築で使う3D CADデータを取り込み、
VR空間内に実寸データで配置するソリューションSYMMETRY。

3D CADのデータをVR空間内にそのまま表示し、建築士と営業・施主など関わる全ての人がVR空間で議論・意思決定までできる、店舗設計におけるワークフローの効率化を実現するツールとして業界内での注目を集めているSYMMETRY。

「図面からはその出来上がりを想像しにくいものです。プロは3D CADデータや、サイズの数値をみれば、完成イメージをリアルに想像できますが、普通の人には無理です。でも、SYMMETRYがあれば、それが誰にでもできるようになるのです。」沼倉氏はこのソリューションが貢献する世界を強くアピールする。

VRの登場によって360度の空間を生成でき、さらに、そのモデルの中に入れるようになったのがこの3年間の大きな進展だという沼倉氏。今後は、店舗の運用管理にも応用されていくと考えている。たとえば、どこに何を置いたらどこまで売上げが伸びたかなど、マーケティングツールとしても使えるようになるという近い未来を沼倉氏は具現化しようとしている。

「現在のVRはまだ成長過程。今後は図面をおこす前のデザインの工程からVRが活用されるようになるでしょうし、店舗設計においては膨大な選択肢から絞り込んでいく工程が負荷が高いですが、そこをAIと連携してサポートしていく世の中も見据えています。SYMMETRYも次の段階では、B2Bのロジックとつながることで、製品データベースを参照するなど、応用できるビジネスの範囲が広がっていくはずです。直近では、5G通信を取り込むことで、スタンドアロン利用の大きな進化が期待できますね」(沼倉氏)

ビジネスに使うツールとしてのVRは、今までよりカンタンか、速いか、安いか求められる。特にVRの導入・運用がより技術的に簡単になることで、今までは特別だったことが一気に身近な体験になること、そして通信の進化を取りこむことでVRの可用性が広がることを期待していると沼倉氏は語った。



沼倉正吾氏 Symmetry Dimensions Inc. CEO/Founder。アイデア・イメージを共有し合意形成を加速させるビジネス向けVRソフト「SYMMETRY」を開発。



デモ動画

実寸大スケールで設計の初期段階から完成イメージを体感できるSymmetry Dimensions社の「SYMMETRY」。VR空間では日照のシミュレーションも可能。

投資対効果のある店舗スタッフトレーニングを実現するエドガのソリューション



トレーニングの分野におけるVR活用の提唱と、コンサルティングサービスを提供しているエドガ社。VR体験を通じてより優れた店舗スタッフを短期間で育成することができ、人材不足の解消をかなえる。

研修トレーニング領域でVRコンテンツクリエイターとして、またVR導入コンサルタントとして活躍するエドガ社。「聞いたことは忘れる。見たことは覚える。やったことはわかる」VRはトレーニングの効果を最大化すると確信したという。エドガの強みは、コンサルティング会社出身の米本氏による、VRの投資対効果を明確にしながらの導入プラン立案にある。

「VR展開が成功するかどうかは、その担当者の気持ちが熱いかどうかにかかっています。次にくるテクノロジーを駆使しなければ負けと考えている担当者を相手にしているわけで、彼らもまた、海外の成功を横目で見ながら模索を続けています。だからこそ、彼らのやりたいことを理解し、予算・スケジュールなどに合うソリューションとして道筋をつけていく必要があります」(米本氏)。

米本氏は、「VR Experience as a Service」を提唱し、VRコンテンツの提供で終わらない投資対効果の検証まで含めた「VR Experienceの提供」を使命としている。だからこそ導入の稟議を通すための資料作成から、最後のレポートを作るまでを引き受ける事も多いという。

「組織がVRを使った研修に取り組むには必ずトップの承認が必要です。そのためには投資対効果を明確にすることがもっとも重要です。またVRは期待値を調整することが非常に難しいため、着地点を見極めて点で終わらない計画立てる必要があります。それこそが我々が強みを発揮できるポイントなのです。」(米本氏)

これだけ多くのテクノロジーから任意のものを好き放題に選べるなかで、VRを選ぶことは、インターネット黎明期にホームページを作るようなもの、インターネットが二次元の革命なら、VRは三次元の革命だと米本氏は考える。素朴だったホームページが今、電子商取引の要になっていることを見れば、エドガが描く未来が近い将来現実になることは想像に難くないだろう。



米本大河氏 株式会社エドガ CEO。海外商社、外資系コンサルティングファームを経て(株)エドガ代表取締役就任。VRのエンタープライズ導入における投資対効果の測定、戦略立案を担当。



デモ動画

プレゼン中のデータを収集・スコアリングすることで効果的なスピーチの練習が可能になるエドガ社の「パブリックスピーチトレーニングVR」。

接客業務に貢献する VINXのソリューション



ITには一歩先と二歩先がある。
一歩先はすぐできるが、二歩先はちょっと先の話。
エンジニアがトライしている段階だが、
即戦力には時期尚早だが必ず小売りの現場を助けることになる。

株式会社VINX(ヴィンクス)は、流通小売業向けの最適なソリューションを提案する企業として、さまざまな製品を提供している。さらに、会社としては段階的に、将来のソリューションの研究開発に取り組んでいる。

「今、取り組んでいるソリューションのひとつが無人化した店舗に、何かがあったときに、それを遠隔地から支援する技術です。モーショキャプチャによる人間の動きと、バーチャルキャストのリコを使って接客しようという試みです」と同社営業本部プロダクト企画部の能登氏はいう。

リコを使えば無人化して誰もいない店舗でも遠隔地から接客ができ、レコメンド商品をすすめたり、使い方のサジェスションなどで売上げに貢献するというのだ。

「今の消費者はデジタルに慣れていますが、架空のキャラクターが機械的に接客しても興味を示しません。だから、実際の人間の動きをモーショキャプチャし、リアルな動きとして見せるようなことが必要なのです」(能登氏)

現状でそもそもコンビニでは会話がないうという能登氏。その理由はレジ業務に人件費を割いているからだという。だが、接客せずに店舗経営をすることは、は実は効率が悪いのだと能登氏は指摘する。それなら遠隔地から接客をすればコストを削減できるのではないかと、このソリューションのめざすところだ。

「遠隔地側は、いわゆるカンニングし放題です。モニタの向こう側にいる顧客に対して、何を提案すればいいのかの情報をAIが提案してくれます。ですから、接客のための高度な教育をしなくても、すぐに即戦力としての接客ができるという利点があります」(能登氏)。

遠隔従業員は、店舗の近隣にいる必要はない。遠く離れた地方都市、極端には外国でも大丈夫だ。いろいろな理由で在宅で働きたい場合にも対応できる。それこそが働き方改革だといえるだろう。能登氏は将来的には外国語と日本語の翻訳システムを介在させることも考えているという。



能登一樹氏 株式会社ヴィンクス営業本部プロダクト企画部。流通業界のシステムの企画、開発、保守、運用を一貫して手掛けるITのエキスパート集団ヴィンクスの頭脳。



デモ動画

Virtual Customer Service「リコちゃん」(3Dモデルによる遠隔接客)。店頭に置かれたモニターに表示されるキャラクターは、遠隔地のオペレーターの振る舞いをモーショキャプチャーして人間そのものの動きをする。



株式会社ヴィンクス

株式会社ヴィンクスは、流通小売業向けの最適なソリューションを提案する企業として、さまざまな製品を提供しています。UXデザインと新プラグイン構造を採用したPOSアプリケーション“ANY-CUBE”は、最新テクノロジー採用のオープンPOSパッケージです。高い拡張性で高品質の機能を低い投資コストで実現可能、小売業様の悩みを解決します。

<https://www.vinx.co.jp/>



Webサイト



Symmetry Dimensions Inc.

Symmetry Dimensions Inc.は、頭の中のアイデアやイメージを鏡のように相手に伝えコミュニケーションを円滑にすることを可能にする建築・設計・デザイン向けVRソフトウェア「SYMMETRY」の開発販売を行っています。従来に比べて打合せにかかるコストを圧倒的に削減することが可能です。私たちはビジネス分野において、VR/AR/MRと呼ばれる「XR領域」のイノベーションを加速していきます。

<https://symmetryvr.com/jp/>



Webサイト



株式会社ソリマチ技研

株式会社ソリマチ技研は流通業界におけるソリューション開発などをおこなっています。JET-S端末POS連動用OCXDライバは、Windows環境においてアプリケーションソフト間のデータ連携を簡易に実現。JET-S端末POS連動インターフェース機能をパッケージ化したOPOS-OCXDライバをご利用いただくことで従来に比べスピーディかつ低コストにPOS連動アプリケーションを開発することが可能となります。

<http://www.s-giken.co.jp/>



Webサイト



株式会社エドガ

株式会社エドガは、VR制作を中心としたプロダクションカンパニーです。「エンタープライズ向けVR導入」に関する企画・開発・コンサルティングを提供しています。研修トレーニング等、投資対効果の高いVR施策をワンストップサービスでサポートします。

<http://www.edoga.jp/>



Webサイト



株式会社ヴィンクス

株式会社ヴィンクスは、流通小売業向けの最適なソリューションを提案する企業として、さまざまな製品を提供しています。小売業様の販売促進・集客のためのITを活用した各種デジタル販売促進やインスタプロモーションサービスをご用意しています。サービスを活用したプロモーションの企画や運営実行も実施します。

<https://www.vinx.co.jp/>



Webサイト



株式会社オプティム

すぐに始められるAI画像解析サービス「OPTiM AI Camera」は、小売・鉄道・医療・製造など11業種における、セキュリティ、業務効率、マーケティングに関する課題解決を支援します。AIのスタート～高品質にするプロフェッショナルプランまでをご用意しています。

<https://www.optim.cloud/services/ai-camera/>



Webサイト

株式会社 協同クリエーション

株式会社 協同クリエーション

株式会社 協同クリエーションは、デジタル印刷とWEBの融合をめざし弊社独自に開発したカスタマイズシステムにより、WEB上で簡単にオリジナルのポスターなどが作れ、制作物のご納品までを一貫して行えるサービスを提供しております。大手ブランドオーナー様の実績も多数あり、ご満足頂けるサービスとなっております。



Webサイト

<https://www.kyodo-pro.co.jp/creation/>

EASTASAHI
PRINTING COMPANY

株式会社 イースト朝日

株式会社イースト朝日では、飲食店様・飲食チェーン企業様向けに今までの実績と経験をいかした販促・採用ツールをご提案しております。YUPOを活用した小ロット多品種でのメニューブックをはじめとして「販促ツール=集客ツール」という考えのもと、繁盛店への一歩に役立つ為の販促ツールでサポートいたします。



Webサイト

<http://eastasahi.com/>

株式会社 小松総合印刷
KOMATSU GENERAL PRINTING CO., LTD.

株式会社 小松総合印刷

株式会社小松総合印刷は「売れる仕組みのお手伝い」というテーマのもと、販促支援事業をおこなっています。印刷物を使った販促のご支援だけでなく、そこにデジタルを組み合わせ、販促企画の提案からそこに求められる印刷物の生産、企画実施後の効果検証と改善提案など、紙とデジタルを一気通貫に担うことで、多店舗ビジネスを行うお客様の販促企画の成功に貢献します。



Webサイト

<https://www.ko-ma-tsu.co.jp/>



SOLIZE Products株式会社

SOLIZE ProductsはHP Jet Fusion 3Dプリンターのサービスビューロー兼販売パートナーです。1990年の創業以来、3Dプリンターに特化し、技術を磨き続けています。Jet Fusionでの試作受託、最終パーツ適用への検証、最終パーツ受託製造から、3Dプリンターの導入、運用支援まで、お客様のデジタルマニュファクチャリングを総合的にサポートいたします。



Webサイト

<https://www.solize.com/service-solution/3dprinting/hp/>



DMM.make

3DプリンターのことならDMM.make。ワンストップ・ワンオフを目指し、サービスを提供しております。DMM.makeはワンオフの受託製造、プロダクション利用における製造、3Dプリンターの販売、導入検討を行なっているお客様への研修などといった3Dプリンターに関わるサービスのトータルプラットフォームです。3Dプリンターの登場により変革期をむかえた製造業の新たな形を模索しています。



Webサイト

<https://make.dmm.com/print/option/massproduction/>



八十島プロシード株式会社

八十島プロシード株式会社は、樹脂の切削加工を主に80余年技術を積み重ねてきました。最先端のものづくりを目指し、いち早く3Dプリンターを導入、現在は材質・製法共に幅広いラインナップを揃えております。試作、ベンチマークテスト、最終製品など用途に合わせた加工と、リバースエンジニアリング等の設計支援も含め、開発のあらゆる課題にお応えするワンストップサービスを提供します。



Webサイト

<https://www.yasojima.co.jp/3dservice/hp.html>



リコージャパン株式会社

企画・設計や製造の現場で求められる様々な要求に対して、短納期対応から最適な造形素材・造形方式・後加工のご提案まで熟練の技術者が徹底サポート。製造業のリコーだからこそ提供できる3Dプリンター出力サービスがあります。RICOH Rapid Fabは国内随一の品揃えを誇る造形サンプルをご覧いただきながら、リコーの技術者に3Dプリンターに関する様々なお悩みをご相談いただけます。



Webサイト

<https://www.ricoh.co.jp/3dp/lineup/hjf/>