



## 製造業（アパレル）

### A社の場合

#### ① 課題の 確認・検討

- 売上が伸び悩むなか、業績を圧迫する店舗運営コストの削減を検討
- コロナ禍で対面販売が難しくなり、新たな販売形態の模索

⇒自社のこだわりを残しつつ、デジタルを活用した  
オンライン販売で販路拡大を狙う。

#### ② デジタル等 の活用

- 自社がこだわる生地や柄、色などをWEB上で設定できる  
オーダーシステムを導入。

#### ③ 業務形態・ サービスの 変革

- オンラインでオーダーメイドの注文を受け、  
決済までをWEB上で完結
- 店舗はショールームとして活用し、余力人材で  
付加価値の高い商品を開発

#### ④ 効果・結果

- 既存のオーダーメイド利用者の利便性が向上
- 新規顧客の獲得により売上が増加
- 店舗運営コストが削減され、利益率が向上

### 企業文化の変革

- オンラインを活用した柔軟なサービス開発が定着



## 製造業（アパレル）

### B社の場合

#### ① 課題の 確認・検討

- オンライン注文においてサイズ違いによる返品・交換コストの削減について検討

⇒顧客のサイズをデータ化し、デジタル技術として活用。  
適切なサイズの商品の購入につながり、返品・交換の機会を削減することを狙う。

#### ② デジタル等 の活用

- 顧客のサイズを採寸・蓄積するため、AIカメラを活用した自動採寸システムを導入
- 自動採寸したデータや過去に顧客が購入したサイズをデータベース化

#### ③ 業務形態・ サービスの 変革

- サイズのデータベースとオンライン注文システムとを連結
- 一度採寸したら、あとは自動で最適なサイズの商品を購入できるサービスを提供

#### ④ 効果・結果

- 返品率が減少し、金銭的および人的コストが減少
- サイズ違いがなくなることで顧客満足度が向上し、リピーターが増えて売上が増加

### 企業文化の変革

- 人とAIの協業による顧客満足度向上への意識改革が実現