

製品の一貫性を保つ秘訣：



COURTNEY OKEEFE氏

COURTNEY OKEEFE
CONSULTING創業者

満足したお客様はまた戻って来ます。それに対してあなたは、いつどの店舗で購入しても同じ製品の質であることを、どのようにして確保していますか。

お客様の抱える問題

彼女にはあるお気に入りのブランド、お気に入りの定番服があります。彼女はそれに愛着があり、頼りになるアイテムとして愛用してきましたが、残念ながらその服もついに寿命の限界を迎えました。長年とても快適で満足していたその服に買い替えの時期がやってきたのです。

簡単に同じものを見つけられると探し始めた彼女は、まずオンラインで購入しようと思いました。しかし、注文した商品を受け取るとどこか違います。商品説明もブランドも同じで類似の色だと考えていたのに、届いてみると同じではないのです。それがなぜなのか、すぐには分かりませんでした。最初に購入したのはどこだったろうと懸命に考え、その店にたどり着き、似たようなアイテムが積み上げられたテーブルを見つけました。しかし、それでも何か違うように思えます。彼女の長年のお気に入りの一体何が起きたのでしょうか。着心地も違えば形も違います。いくつかの変更点も彼女にとっては以前のものよりいいとは思えません。

そして衣料品表示をチェックした彼女は、同じ製品でも複数の原産国が存在することを発見します。彼女は国によって品質に差があるのではないかと考えを巡らせ、そのような差がなぜあるのか、自分なりの理論を構築し始めます。原産国表示がその謎の答えを示してくれると考えました。

なぜ一つのブランドがこれほど多くの地域からアイテムを購入する必要があるのか、なぜ自分のお気に入りのブランドはそんな面倒なことをしなければならないのか。彼女の望みは、自分のお気に入りのブランドが、お気に入りであり続けてくれることです。なぜならこのブランドこそがそもそも彼女の好みを生み出したのですから。このブランドは彼女のニーズを以前は理解していたはずなのに、なぜこのように失望させることになってしまったのでしょうか。彼女はただひたすら自分の好みにぴったりくるようなものを見つけたいと考えました。

彼女はニュースに注意を払い、彼女のお気に入りの服を作る多くの国の不安定な状況について考え始めます。報復関税のある国もあれば、社会不安のある国、厳しい気象条件や労働環境にある国などです。

そして彼女は自分のお気に入りのブランドが、この混沌とした世の中でどのようにして自分の好みの服を店舗に供給し続けているのか思いを巡らせます。なぜこのブランドは自分の好みの服をそっくりコピーして、自分のためだけに作ってくれないのか。なぜこの技術の発展した時代にあってそれが出来ないのか。彼女は諦めず、その答えを追求することにします。そして、友人との会話でもその疑問をぶつけます。友人たちにも似たような経験があり、彼女を手伝って疑問解決の手がかりを探し始めます。すぐに彼らはラベルに表示されている原産国がその服を縫製した国でしかないということを知ります。原材料がどの国のものかということとはまったく関係がありません。彼女のお気に入りの服には仕様というものが存在し、各国で同じ仕様が指定されているということを知ります。

では、なぜ差がでるのか、彼女はさらに考えを進めます。お気に入りの食べ物のレシピについて考えることで少し見えてきました。レシピ通りに作ることはできても、食材の品質により食べ物の最終的な味はかなり違ってきます。

彼女は自分のお気に入りの服の素材はどこから来ているのかと考えますが、どこにもその情報はありません。ブランドのカスタマーサービスに問い合わせをしますが、答えかねると言われてしまいます。そのような情報はどこにも公開されていないのです。なぜその情報が入手できないのでしょうか。そこで彼女はお気に入りの服の表示を改めて見ると、綿100%という表示を発見します。なぜそれがそんなに複雑なのでしょう。綿と言えはすべて同じなのではないでしょうか。

賢明なブランドソリューション

もし彼女が賢明なブランドの調達担当に問い合わせたなら、彼女は「答えはシンプルである」ということに気づくでしょう。

賢明なブランドは、製品の全体的な出来上りを最も左右する最低限の共通点に重点を置き、それを標準化、追跡可能にします。最良なブランドはすべての原材料の産地と品質が分かるように細心の注意を払います。そして、すべての製品が同じでないことを理解しています。さらに同じ綿100%であっても、綿花栽培の方法が世界各国で同じではないということも理解しています。生地は服自体の価値の約60~70%を占めます。その品質の標準化には時間とエネルギーを注ぐだけの価値があります。製品の一貫性の確保には、生地が最も大きな影響を与えます。この部分のばらつきを少なくしていくことで、最終製品のばらつきを大幅に抑えることができます。

製品の一貫性を保つためには、紡績、製編、染色、仕上げまでを垂直的に統合した、世界中に出荷可能なサプライヤーをパートナーにすることが重要です。彼らには原料の調達先を含め、一貫性を保つための再現可能、維持可能な内部基準があります。

多くが自社の製品にアメリカ綿の使用を規定しています。彼らはアメリカ産の綿花は精密農業を駆使して世界最高の基準に基づいて栽培されていると考えています。また、USDAは栽培された綿繊維の品質の等級を定める最先端のシステムを備えています。このシステムは業界で信頼されています。アメリカ綿を出発点として、同じ機械、同じ製造情報で紡績、製編、染色、仕上げまでを垂直的に統合したパートナー企業で生地を作ること、賢明なブランドは生地を世界各国に出荷し、縫製することができるのです。こうした管理を行うことで、原産国がさまざまであっても、消費者のお気に入りの店に高く積み上げられた製品は、以前のお気に入りと同じ見た目、着心地、耐久性の製品を維持することができるのです。

このストーリーは実際の経験に基づいています。

著者紹介:

Courtney OKeefe氏はCourtney OKeefe Consultingの創業者です。テキスタイル／アパレル業界に精通しており、製品管理、グローバル調達、サプライチェーン業務の専門知識を有し、世界的なライフスタイルブランドのサポートをしています。彼女の専門知識の領域は45か国以上の調達先を含むアパレルウェア全体に渡ります。OKeefe氏には20以上の世界的ブランドとの業務実績があり、直接業務だけでなくコンサルティングも行っています。OKeefe氏の活動について詳しくは以下のリンクをご覧ください。
<https://www.courtneyokeefeconsulting.com>