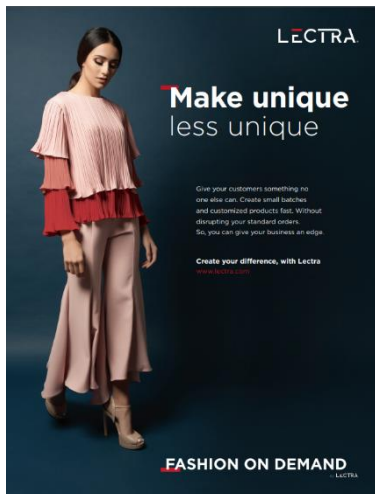


Fashion On Demand by Lectra 世界のアパレルメーカーが導入

トレンドが急速に変化する中、有名ブランドがレクトラのクラウドベースのソリューションでビジネスの成功に不可欠なアジリティを確保

パリ(2020年9月14日) – 新型コロナ感染症のパンデミックによる経済の悪化により、ファッション業界も大きな打撃を受けました。*アパレルメーカーにとって、このかつてない危機を生き残る方法は自らを改革する以外にありませんでした。ファッション業界ではデジタルトランスフォーメーションが遅れていたこともあって、変革を余儀なくされました。

生産は今、従来の大量生産から、ブランドのイメージに合うトレンドのデザインを効率よく生産する方向に移行しています。一部の業界関係者は180度の方向転換を求められていると感じることでしょう。最大の課題は、



生産プロセスを管理しながら一貫した品質を提供することです。この課題の解決がきっかけとなり Fashion On Demand by Lectra(レクトラ・ファッションオンデマンド)は、アパレルメーカーに次々と採用されるようになりました。採用した企業は注文を迅速に処理できるようになっただけでなく、生産コストを削減しながらオペレーショナルエクセレンスと高い品質基準をクリアした製品の生産が可能になりました。またレクトラの革新的なデジタル技術によって、需要の高まるカスタマイズ商品にも対応できるようになりました。

インダストリー4.0に基づいて設計されたレクトラ・ファッションオンデマンドでは、アパレルメーカーの多様なプロセスが統合され、商品開発から受注、生地裁断まで、生産のすべての段階で個々の複雑な注文を管理できます。

レクトラを戦略的パートナーにしたオーダーメイド生産の成功

ヨーロッパでは、イージーオーダーの婦人服メーカー Belles Roches Couture を始め、世界的に有名なファッションメーカーの Emmegi Confezioni、Brioni、Ermenegildo Zegna、Turnbull & Asser など、多くのラグジュアリーブランドがレクトラ・ファッションオンデマンドを導入し、柄生地の管理を効率化しています。このクラウドベースのソリューションを活用することで、あらゆるタイプの生地を生産プロセス全体にわたって自動的に管理して、品質に妥協することなく、トレンドに合った商品を迅速に提供できます。

さらに、レクトラ・ファッションオンデマンドを導入した企業では迅速な運用が実現し、商品化までの期間も短縮されました。Emmegi Confezioni の創設者である Maurizio Bonacina 氏は次のように述べています。「バリューチェーンのすべての段階で透明性が確保されるようになりました。また、生産のリードタイムが大幅に短縮され、柄生地も無地の生地と同じ速さで裁断できるようになりました」。

革新的な取り組みで成功を築き、衣料品の世界的大手メーカーとなった TAL Apparel(香港)、および制服と作業着の大手である Balsan(フランス)は、いずれもサプライチェーンを自動化し、生産プロセスを加速したメイドトゥメジャーのビジネスモデルを構築するためにレクトラ・ファッションオンデマンドを導入しました。「以前は注文一つ一つを処理する必要があり、多くの時間を費やしていました。レクトラ・ファッションオンデマンドの導入後、パフォーマンスが全体的に向上し、生産性が7%も向上しました」と、Balsan の親会社である Marck Group の生産・品質担当ディレクターである Stéphane Quiniou 氏は述べています。

サプライチェーンのアジリティ向上により商品化が加速

レクトラ・ファッションオンデマンドでは、複数の個別注文を同時に並行して処理でき、生産ルールを自動化できます。「オーダーメイド商品を増やそうと思いましたが、そのためにはより多くの注文と変更を管理する必要がありました。また、メーカーを効率化し、柄を正確に合わせることも重要でした。オーダー処理から裁断まで、これらの課題に対応できるソリューションを探していましたが、レクトラがすべての課題を解決してくれました」と、TAL Apparel の CEO 兼テクニカルディレクターである Delman Lee 氏は話します。

航空会社向け衣料品メーカーの Stephan/H (カナダ) と海運業向け衣料ブランドの Henri Lloyd (スウェーデン) も、レクトラ・ファッションオンデマンドを導入してカスタマイズのプロセスを加速化しています。いずれのブランドも複雑なパターンのグレーディングにかかる時間を短縮し、複数の色と構成を的確に管理することが課題となっていました。現在は、受注から裁断までのすべての生産プロセスの把握が容易になり、リアルタイムのデータ共有、ミス防止、意思決定の迅速化も実現しています。この革新的なソリューションの導入によって、Stephan/H と Henri Lloyd では商品開発チームと生産チームのコラボレーションが改善され、生地節約が最大化されました。

レクトラのマーケティング部最高責任者であるセリーヌ・ショシーは次のように述べています。「アイテムのカスタマイズや限定版の生産に限らず、当社のすべてのお客様は高品質の商品生産に注力されています。その目標を達成するために、レクトラ・ファッションオンデマンドが多くの有名ブランドから選ばれていることは当社の誇りです。また、婦人服から作業服まで、さまざまなタイプの企業に導入され、それぞれのニーズに対応していることは、このソリューションの柔軟性を証明しています。レクトラのソリューションは、適切な商品を適切なタイミングで販売するという衣料品メーカーの期待に応えるものと確信しています」。



* マッキンゼーが「不均衡」と表現している影響：ロックダウン 3 週目の時点でヨーロッパでは消費者の購入意欲がオフラインで 59%、オンラインで 36%減少しました。

レクトラ・ファッションオンデマンドの詳細については、こちらの動画をご覧ください。

ソーシャルネットワークでレクトラをフォロー



レクトラについて

ファッション・アパレル、自動車内装、家具、その他の業界の企業に対し、レクトラのサービスはブランド、製造業、そして小売業のお客様のデザインから生産までをカバーし、信頼と安心をお届けします。レクトラのサービスはブランド、製造業、そして小売業のお客様のデザインから生産までをカバーし、信頼と安心をお届けします。1973 年に設立されたレクトラは、現在、世界に 34 の支社を設け、100 か国以上のお客様にサービスを提供しています。レクトラの従業員数は約 1,800 名で、2019 年の売上は 2 億 8,000 万ユーロでした。レクトラはユーロネクスト(LSS)に上場しています。

詳細については、www.lectra.com/ja (日本語) もしくは www.lectra.com (英語) をご確認ください。

報道関係者様向け連絡先

レクトラ・ジャパン株式会社
マーケティング部

担当：加島

電話：06-4964-1251

Eメール：marketing.japan@lectra.com