

UHF帯RFID 市場動向

「コンビニ電子タグ1000億枚宣言」を策定(公表:平成29年4月18日(火))

経済産業省は、2025年までに、セブン-イレブン、ファミリーマート、ローソン、ミニストップ、ニューデイズの全ての取扱商品(推計1000億個/年)に電子タグを利用することについて、一定の条件の下で各社と合意することができました。これを踏まえ、各社と共同で「コンビニ電子タグ1000億枚宣言」を策定しました。

宣言文

- ・2025年までに、セブン-イレブン、ファミリーマート、ローソン、ミニストップ、ニューデイズは、全ての取扱商品(推計1000億個/年)に電子タグを貼付け、商品の個品管理を実現する。
- ・その際、電子タグを用いて取得した情報の一部をサプライチェーンに提供することを検討する。
- ・2018年を目処に、セブン-イレブン、ファミリーマート、ローソン、ミニストップ、ニューデイズは、特定の地域で、取扱商品に電子タグを貼付け、商品の個品管理を実現するための実験を開始する。

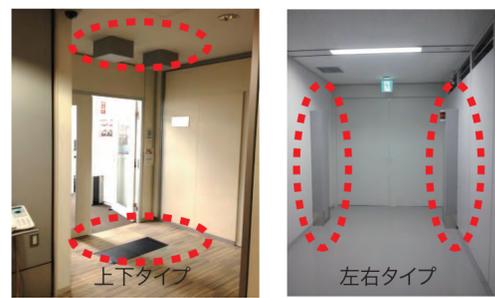
上記宣言の留保条件

- ・特殊な条件(レンジ温め、金属容器、冷凍・チルド、極細等)がない商品に貼付する「普及型」の電子タグの単価(ICチップ+アンテナ+シール化等のタグの加工に関する費用)が1円以下になっていること。
- ・ソースタギング(メーカーが商品に電子タグを付けること)が実現し、商品のほぼ全てをRFIDで管理できる環境が整備されていること。

RFタグ



RFタグ対応の持出・返却ゲート



シーン別利用方法

シーン	内容	利用方法	シーン	内容	利用方法
データセンター	DATTA/DVDなどの記録媒体を管理	利用履歴をシステム化 転記し作業を1/10に	工場業者・製造業・飲食業	現場への工具持込管理	持ち込工具の管理 持ち帰るべき工具の管理 の履歴と数量を把握
リースレンタル業・貸衣装業	返却物の確認作業を軽減	レンタカーの返却 貸具リース管理 貸衣装管理	病院・製薬会社	特殊の使用を管理	特殊な位置を把握し、持ち込・返却を管理
情報管理部署	ノートPC・タブレットの持ち出しを管理	管理を自動化 不正持ち出し検知	運輸業・製造工場	重要な業務の持ち出しを管理	利用履歴の自動取得 持ち出し時の検知
建設業・ゼネコン	作業員の現場への入退を管理	ヘルメットにRFタグを入れる 自動で入退を検知	倉庫業・製造業	管理対象物の移動履歴を取得	履歴または、実時位置情報と移動履歴を把握

先着20社様限定で、ICタグサンプルをプレゼント！さまざまな素材のタグを Check！

「工具ONE」では、さまざまなICタグをご利用いただけます。一例として、バーコード、QRコード、RFIDタグ、ビーコン、Apple社 Air Tagなどなど。これらICタグはさまざまな現場で使用されており、その形式や形、素材があり、御社の現場と状況にもっとも適したものを選択いただける仕様です。しかし、たくさんのICタグと、さまざまな素材のなかから最適なセットを選択するには道しるべが必要なものの…。そこで、「工具ONEで利用可能ICタグ」をドドンと一挙にプレゼントすることといたしました。先着20社様限定で、様々なICタグをお送りいたします。ご希望の方は、弊社「工具ONE」特設サイトの応募ページより、ご応募ください。下記QRコードから、応募フォームに移動いただけます。早い者勝ちのプレゼント！この機会にぜひご利用ください。

Sales One セールスワン株式会社

ダイヤル：03-6435-2678 (東京本社)
会社情報：http://www.salesone.co.jp
製品サイト：http://www.stampflow.com
お問合せメール：cc@salesone.co.jp

SalesOne-18-101 このパンフレットは、2021年1月1日現在のものです。内容・仕様は予告なく変更することがあります。※一般に記載された会社名および商品名、各製品名は、各社の商標または登録商標です。



Sales One

NEWS



日経クロステック出展

http://www.salesone.co.jp



現場DX (デジタルトランスフォーメーション)

重要資産の持出・返却管理や校正管理、棚卸など、紙やExcelの記入忘れや入力ミス、置き忘れや紛失の防止を実現。また、人手のかかる業務を効率化し、現場の働き方を変える。そして、重要資産の稼働率向上や遊休資産の償却・除却へ。

アフターコロナ時代に備える 製造業の「DX(デジタルトランスフォーメーション)」を考える

先が予測できない時代と言われて久しい世の中ですが、2020年の新型コロナウイルス禍がその傾向に拍車をかけ、どの企業も否応なく変化することを余儀なくされています。そこでクローズアップされているのがDX(デジタルトランスフォーメーション)。アフターコロナ時代に向けて中小企業のDXを加速させるにはどうしたらよいのでしょうか。

まずは現場でDXが加速しない理由から考えてみるのも糸口になります

新型コロナウイルス感染症は、テレワークに代表されるように、私たちの働き方、コミュニケーション、考え方、その共有方法までも根本的に変えてしまいました。同時に、事業価値、顧客との対話、ビジネスプロセスの多くを考え直す機会になったともいえるでしょう。そこで加速させていきたいのが「DX(デジタルトランスフォーメーション)」です。これまで、現場でも必要だと言われながら遅々として導入が進まなかったという企業も多いのではないのでしょうか。経済産業省が2018年12月に発表した「デジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドライン」によると、DXは「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」と定義されています。

単にIT機器やサービスを導入するだけでなく、業務そのものを変化させ、業績に繋げていくという結果までを含めてDXであるということが大きなポイントです。それでは、アフターコロナと言われるこれからの時代に必要なDXとはどんなものなのでしょうか。そのためにどうすることが必要かを考える前に、まずは現場でDXが加速しない理由から考えてみるのも糸口になります。

その後、実際にDXに取り組んでいる企業のケーススタディを参考にします

現場のDXが加速しない理由として以下の5つを挙げています。

1. DX以前の問題として、マインドセット・企業文化の「変化への抵抗」や「危機感の希薄さ」の壁が大きく立ちちはかかる
2. まだ、製品・サービスを変革する上で「作り手がいいと思うものを作る」提供側視点で競争優位性だと考えている
3. 経営層のデジタルがもたらす変革への理解と認識やIT活用に対する見識が明らかに不足している
4. そもそも先端IT人材がいない
5. 企業間連携の壁が存在する

「DXを検討しようとなったら、いきなりAIやビッグデータを使いましょう、クラウドやIoTを導入しましょうというように、この技術を使ってどういう風に活かそうかという発想になりやすい。しかし、順序が違います。日本の中小企業には、今まで自分達が長年大切にしてきた理念があるはず。今一度、自社の原点である理念を見つめ直し、自社の事業は誰のどんな問題を解決し、それによって社会にどんな価値をもたらすことができるのか、と改めて『問い直してみる』ことです。その上で、『どうしたら、優れた顧客体験をデジタルで実現できるか?』と考えるということですね」

その後、実際にDXに取り組んでいる企業の事例を通して、アフターコロナ時代に必要なマインドセットのあり方や顧客ニーズの探り方、イノベーションを起こす人材やそれを支える企業文化などについて見ていくというステップが求められているのではないのでしょうか。