

# アパレル在庫削減へ新ツール

## 視覚化やAIで需要予測

国内のアパレル企業が在庫問題の解決を急いでいる。需要を上回る商品供給で値下げ販売が続けば、利益の悪化が避けられない。大手コンサルティンク会社のゴードン・ブラザーズ・ジャパン（東京・千代田）は独自の分析ツールを開発し解決案も提示。ユニクロなどは人工知能（AI）を使って需要予測に取り組み、商品の適正価格を維持しつつ、消費者に選ばれるブランドを目指す。

「何となく」という感覚を見える化することが重要だ」。ゴードンの田中健二社長は強調する。同社はそれぞれの商品の売上高や在庫、在庫回転率などのデータを使い、企業の課題を明らかにするツールを開発。最適な解決法の提示を含め、6月から本格的に営業活動を始めた。

具体的には過剰在庫に悩む企業の主要データを、グラフや表を組み合わせた「ダッシュボード」で示す。ほぼリア

ルタイムの数字が見られるため、足元の課題を特定しやすめ、多くの企業はツール販売にとどまるが、ゴードンは「アパレルなどの在庫を処理する販路も持つっており、生産縮小を含めた解決法を提案できる」（即映琦マネージングディレクター）のが強みだ。

初期費用は500万円以下。追加の問題解決の提案で別途費用をもらう。2018年末から出資先の玩具会社で実施したところ、不要な在庫を約2割削減できる見込みであることがわかった。今後、ブランドイメージを損なわないよう配慮しつつ、具体的な施策を打っていく予定だ。

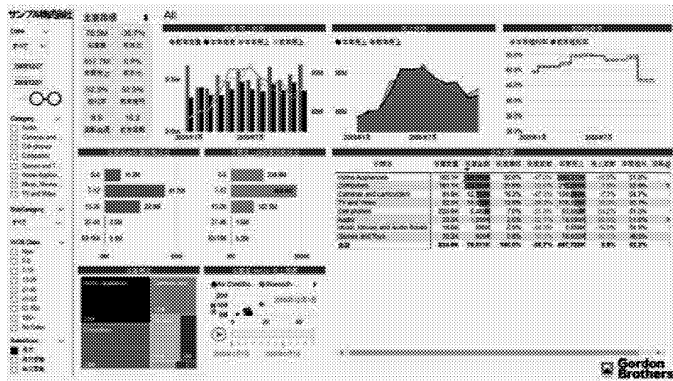
すでに流通業や製造業など4〜5社から引き合いがあるという。「初年度の目標は10社以上」（田中社長）だ。

最適な在庫水準の維持は各メーカーが長年抱える問題だ。天候や流行に左右されやすいアパレル業界はより難しい。一部では無駄な生産を極

力抑える動きが出ている。イオン系のカジュアル衣料品店コックスは、画像のAI解析技術を持つニューラルネットワーク（東京・千代田）と連携。ファッションサイトやパブリコレクションなど、ネット上で検索できる10〜40代の女性向け洋服画像を解析し、色やアイテム、柄に関する過去の露出回数を分析する。予想として出た半年後のトレンドと従業員の意見などを加味しながら生産量を調整する。この仕組みは7月から、主力ブランド「ikka」などで売り出す秋冬商品で導入していく。

ユニクロを運営するファーストリテイリングは18年夏から、米グーグルと共同プロジェクトを始めた。世界で集めた膨大なデータを分析し、流行する色やシルエットを予測。AIを活用して精度の高い生産計画を立て、適切な追加生産にも生かす。

（原欣宏）



ゴードン・ブラザーズ・ジャパンは主要データを見える化し、問題点を浮き彫りに（サンプル画面）



「ユニクロ」の店舗ではITを活用し、精度の高い生産・在庫管理につなげる