

FORRESTER®

# トレーサビリティ改善による ブランドロイヤルティ向上と ROIの創出

## 目次

- 3 要旨
- 4 主な調査結果
- 5 サステナビリティと可視性が、より良いCXの実現に導く
- 10 トレーサビリティへの取り組みが、偽造やグレーマーケットでの横流しを是正する一歩となる
- 14 トレーサビリティとシリアライゼーションの自動化で、既存顧客の維持とROIの創出を実現する
- 18 主な推奨事項
- 19 付録

### プロジェクトチーム:

マデリン・ハレル、  
マーケット・インパクト・コンサルタント  
アマンダ・リプトン、  
アソシエート・マーケット・インパクト・  
コンサルタント

### 調査協力:

フォレスターのインフラストラクチャ  
および運用リサーチグループ

#### フォレスターコンサルティング社について

フォレスターコンサルティング社は、組織におけるリーダーの成功に向け、調査に基づく独立した客観的なコンサルティングを提供しています。当社のサービス内容は、短期間の戦略セッションからカスタムプロジェクトに至るまで、多岐にわたります。調査アナリストが直接対応し、お客様固有のビジネス課題に専門的な洞察を提供します。詳細は、[forrester.com/consulting](https://forrester.com/consulting) をご覧ください。

© Forrester Research, Inc. 無断転載を禁じます。本書を無断で複製することは固く禁じられています。本書の内容は、利用できる最良の情報源に基づいています。本書の見解はその時点での判断を反映したものであり、変更される場合があります。Forrester®、Technographics®、Forrester Wave、RoleView、TechRadar、および Total Economic Impact は、Forrester Research, Inc.の商標です。Forrester Researchに属していない商標は、すべてそれぞれの企業に所有されています。[E-53290]



## 要旨

変容するグローバルトレンドと顧客の期待に企業が対応するのに伴い、製品データの可視性を高める必要性が表面化しつつあります。企業と顧客にとって、製品コンポーネントの製造元や製品が消費者に届くまでの経路を把握することは、ますます重要になってきています。企業は、製品をシリアル化し追跡する能力を向上させるために、新しい戦略やテクノロジーに投資する必要があります。これにより自社製品の不正な複製や使用を防止し、問題が発見された際には迅速にリコールが可能になるとともに、顧客が製品のサステナビリティのレベルを検証できるようにもなります。企業と顧客は、サプライチェーン全体でサステナビリティの取り組みに向けた投資を増やしており、製品のシリアル化およびシリアライゼーションの自動化は、ROIを高めることにつながります。

2022年1月、ロックウェル・オートメーションはフォレスターコンサルティング社に委託し、トレーサビリティのトレンドが企業のサプライチェーンの管理方法と顧客との関わり方を、どのように変化させているかを調査しました。フォレスターはこのトピックについて調査するため、世界のサプライチェーン専門家307名に対してオンラインでアンケート調査を実施しました。トレーサビリティの取り組みは一定の成果を上げていますが、特にシリアライゼーションに投資した企業は、データ管理の向上、偽造やグレーマーケットでの横流しの減少によるコストの削減、顧客との良好な関係の維持を実感できることが多いと分かりました。



## 主な調査結果



**サステナビリティと可視性が、より良い顧客体験(CX)の実現に導く。** デジタルトランスフォーメーションの取り組みに追われている企業もありますが、その取り組みは現状に対応するため進化を続けています。企業は、新たなサステナビリティや可視性に関連した顧客(消費者)体験の取り組みを実現させるために、トレーサビリティに注目しています。



**トレーサビリティへの取り組みが可視性を向上させ、偽造やグレーマーケットでの横流しを是正する。** トレーサビリティ技術に投資する場合、「期待通りの効果が得られず、損失となったらどうしようか」とコスト面で不安があります。しかし、トレーサビリティ技術への取り組みから得られるデータの質およびデータ管理の強化により、グレーマーケットでの横流しや偽造による金銭的な損失の是正が見込まれます。



**トレーサビリティとシリアルライゼーションの改善と自動化は、可視化を通じた最高のCXとROIの創出をもたらす。** トレーサビリティの最適化に投資することで、偽造品やグレーマーケットでの横流しによる販売収益の減少を是正し、競争力をつけ、既存顧客との良好な関係を維持します。

## サステナビリティと可視性が、より良いCXの実現に導く

以前からサプライチェーンに注目が集まっていますが、商取引のオムニチャンネル化に伴い、この3年間でサプライチェーンの最適化におけるギャップが浮き彫りになってきました。企業は、ブランドロイヤルティの維持に向けた消費者への対応と、製品ラインナップのデジタル化および物流の運用規模拡張のバランスをとることを余儀なくされています。この苦闘により、企業はデジタルトランスフォーメーションの道のりにどれだけ踏み出す必要があるかが浮き彫りになりました。サプライチェーンにおける責任ある顧客志向の取り組みが、その核心となります。サステナビリティへの取り組みは、環境・社会・ガバナンス(ESG)の指標に照らした報告と、ESGに焦点を当てた取り組みの継続的な実施という形をとっています。これは、製品の市場性を向上させ、購入する製品のサステナビリティについてもっと知りたいという消費者の要望に応えようとする動きと結びついています。消費者のニーズやサステナビリティの取り組みに関するこうした期待の変化に対応するため、企業は、より多くのデータとサプライチェーンの可視性を提供するトレーサビリティの取り組みに着目しており、特にシリアライゼーションに注目しています。サプライチェーンと関連するデータがアナログからデジタルへと変化するにつれ、企業は原材料の入手から消費者への納品まで、製品を追跡することに関心を持っています。シリアライゼーションとは製品に固有の識別子を付けることですが、これによりサプライチェーン内で製品がどのような経路をたどってきたかを追跡することが可能になります。グローバルなサプライチェーン専門家307名に対するアンケート調査では、以下のことが明らかになりました。

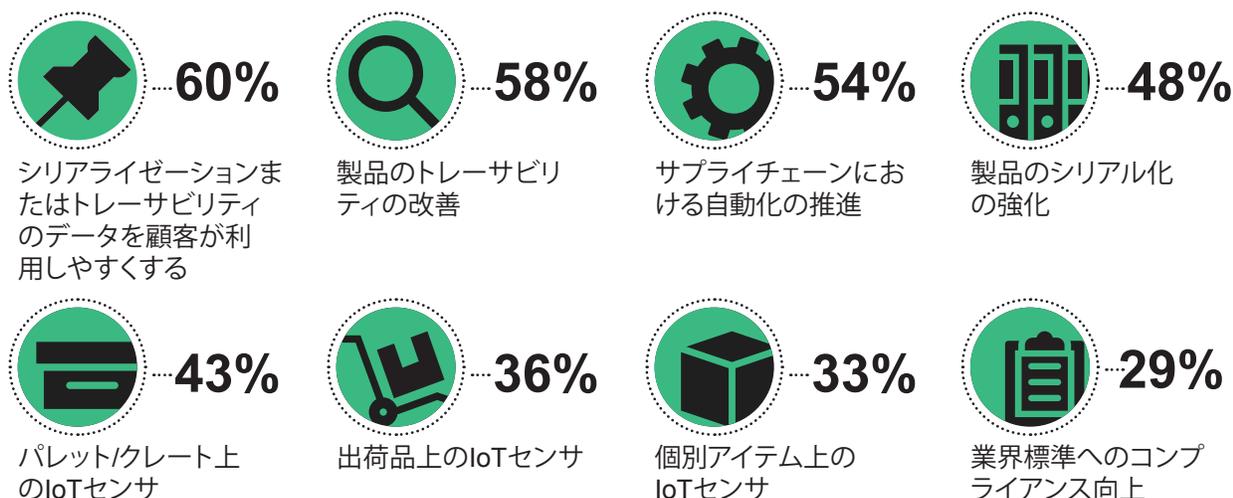
- **2022年におけるサプライチェーンのデジタルトランスフォーメーションでは、サステナビリティと可視性が重要になる。**調査回答者は今後12カ月間における自社の取り組み上位3件について回答しましたが、特に多かったのがデジタルトランスフォーメーションと、サプライチェーンのサステナビリティの取り組みの実施です。この2件に続いて、CXによるブランドロイヤルティの向上、CXの取り組みの改善、製品コンポーネント調達の可視化など、顧客体験に関連する優先事項が挙げられています。デジタルトランスフォーメーションの優先事項の上位は、ビジネス全体の優先事項を反映しています。



デジタルトランスフォーメーション戦略における主な優先事項は、シリアルライゼーションとトレーサビリティのデータを顧客が利用しやすくすること(60%)と製品全般のトレーサビリティを改善すること(58%)です。調査回答者の48%は、トレーサビリティに対応するため、自社製品のシリアル化の強化を計画していると回答しています(図1参照)。しかし、このような取り組みをどのような方法で実行しようとしているのでしょうか。

図1

「サプライチェーンのデジタルトランスフォーメーションに関心があるとのことですが、今後12カ月間のサプライチェーンのデジタルトランスフォーメーションにおいて、優先的に取り組むべきことは何ですか？」  
(該当するものをすべて選択してください)



調査対象:307名のグローバルなサプライチェーン専門家(所属組織のエコシステム内でトレーサビリティとシリアルライゼーションの計画、導入、評価を担当)  
出典:ロックウェル・オートメーションの委託を受けフォレスターコンサルティング社が2022年1月に実施した調査

## データカット

取り組みは地域によって異なります。北米地域の企業は、調達データの可視化およびCXの改善に最も注力しています。EMEA (欧州、中東、アフリカ地域)の企業は、ESG基準の導入や改善、サプライチェーンのデジタルトランスフォーメーションを優先しています。

APAC (アジア太平洋地域) の企業における優先事項はEMEAの企業と同じですが、

その割合はさらに高くなっています。APACの企業の62%がサプライチェーンのデジタルトランスフォーメーションに注力しており、59%がサステナビリティの取り組みを実施または改善したいと考えていると回答しています。EMEAの回答企業では、いずれも46%でした。

- **デジタルトランスフォーメーションがサプライチェーン戦略の変化を推進する。**コンプライアンスは必須であり、交渉の余地もないため、常に主要な推進要因となりますが、その他の投資はサステナビリティと顧客の体験を第一に考える必要性により、推進されています。調査回答者の57%は、自社がサプライチェーン内で廃棄物を削減する取り組みをすでに実施中または拡大中と答え、さらに17%は今後12カ月以内にこれらの取り組みを導入する予定だと答えています(図2参照)。現在、54%の企業がサプライヤーに対してESG指標に照らしたデジタルレポートを要求しており、さらに20%の企業が今後12カ月以内にそれを行なう予定であると回答しています。シリアライゼーションとトレーサビリティが継続的なデジタルトランスフォーメーションの実現を導いている中で、企業は製品/製品の導入経路の可視化に対する投資に何を期待するのでしょうか？

### データを過小評価しない

これらの取り組みの基盤となるのはデータです。調査回答者は、自社がサプライチェーンのデジタル化を進める中で、資産、システム、プロセスまたは顧客の管理と最適化(81%)、廃棄物の削減(ESGへの取り組みなど)(79%)、サプライチェーンの最適化(77%)においてデータが不可欠または重要なことを理解していると回答しています。

- **企業はシリアライゼーションとトレーサビリティを推進している。**企業はすでにトレーサビリティに投資しているほか、シリアライゼーションへの投資も増やしています。調査回答者の61%が現在、自社固有のバッチ識別子(シリアル番号など)を使用しており、さらに23%が今後使用する予定であると回答しています。70%が現在、自社固有のアイテム識別子を使用していると回答し、17%が今後使用する予定であると回答しています。しかし、データトランスフォーメーション戦略の中で、このようなシリアライゼーションと優先順位付けを増加させている推進要因は何でしょうか？コンプライアンスは、特定の産業や地域でビジネスを行なう上で必須であるため、一般的にシリアライゼーションの最大の推進要因となります(特にEMEAの調査回答者は58%がコンプライアンスを最大の推進要因に挙げています)。

図2

「貴社では、サプライチェーンに関連する次のデジタル化の取り組みの導入・実行を計画していますか？」

- 導入の拡張中またはアップグレード中
- 導入済み、拡張/アップグレードはしていない
- 12カ月より後に導入する予定
- 今後12カ月以内に導入する予定



法規制の完全遵守を支援するツールに投資する



既存のデータ/フローから価値を引き出すイベント分析テクノロジーまたはイベント・ストリーミング・テクノロジーを購入する



サプライチェーンにおける廃棄物を削減する



AIまたは機械学習のスキル/人材育成に投資する



AIまたは機械学習ツールに投資する



旧式のソフトウェアシステムを最新のシステムに置き換える



製品のトレーサビリティの改善に投資する



ESG指標に照らしてデジタルで報告することをサプライヤーに求める



エンド・ツー・エンドのビジネスワークフローにおける重要なイベントを分析する

調査対象: 307名のグローバルなサプライチェーン専門家(所属組織のエコシステム内でトレーサビリティとシリアルライゼーションの計画、導入、評価を担当)

出典: ロックウェル・オートメーションの委託を受けフォレスターコンサルティング社が2022年1月に実施した調査

2番目の推進要因は、サステナビリティとブランドロイヤルティを目的とした製品経路の可視性の改善と製品の優先順位付けの改善です。北米の企業の調査回答者は、製品の優先順位付けをトップとしていますが、これはEMEAの回答者より20%高い値です。最大の推進要因が何であるかにかかわらず、製品の経路および供給元の可視性の改善と顧客体験の向上との間に、明確な関連性があることを企業は認識しています。また、調査回答者は、シリアライゼーションが、ブランドロイヤルティの形成と維持のもう1つの側面である製品の市場性も支えていると指摘しています。今後12カ月間に自社で優先する商品性の取り組みについて質問したところ、62%の調査回答者が顧客体験や製品を改善するためにトレーサビリティを活用することが最優先だと回答しました。また、半数以上(54%)の企業が、トレーサビリティを活用して製品イノベーションや改良を行なう予定であると回答しています(図3参照)。トレーサビリティとシリアライゼーションは、CXと製品を向上させるための鍵となるでしょう。

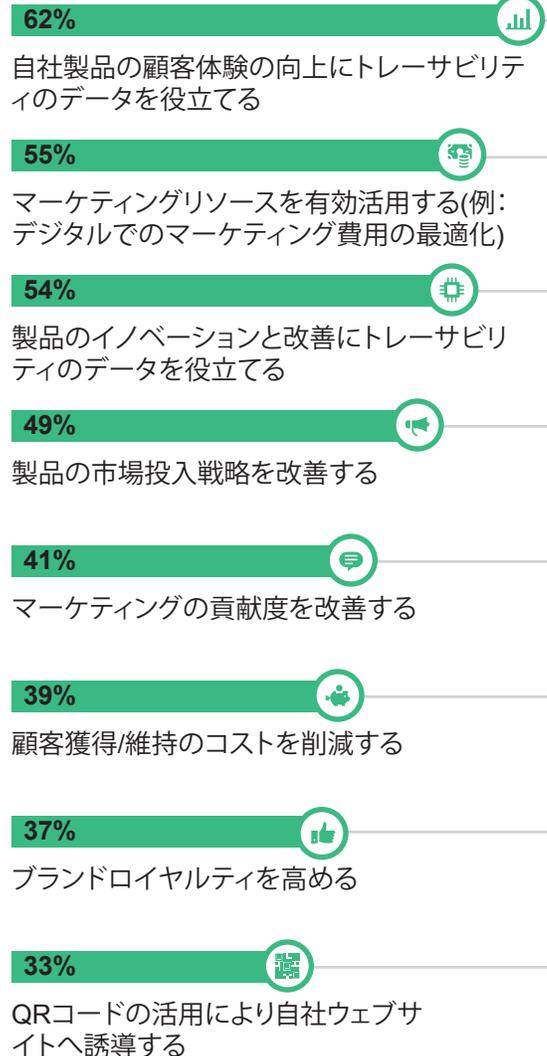
**83%**

の調査回答者が、自社製品の適切なトレーサビリティ/シリアライゼーションは市場での競争力を維持する上で重要、または非常に重要と回答している。

### 図3

#### 「製品の市場性について、今後12カ月間でどの取り組みを優先しますか？」

(該当するものをすべて選択してください)



調査対象: 307名のグローバルなサプライチェーン専門家(所属組織のエコシステム内でトレーサビリティとシリアライゼーションの計画、導入、評価を担当)  
 出典: ロックウェル・オートメーションの委託を受けフォレスト・コンサルティング社が2022年1月に実施した調査

## トレーサビリティへの取り組みが偽造やグレーマーケットでの横流しを是正する一歩となる

製品が元のメーカーとは関係のない正規の流通ルート以外で販売されると、そのメーカーは収益を失います。これを「グレーマーケットへの横流し」と呼びます。同様に、無関係のサプライヤが模倣品を作って偽ブランド商品として販売した場合も、オリジナルブランドは収益を失います。トレーサビリティとシリアルライゼーションは、製品とサプライチェーンに構造化され検証可能なデータを追加することで貢献します。グレーマーケットでの横流しや模倣品の問題から、より高度なトレーサビリティの導入が必要となっています。しかし、サプライチェーンのデジタルトランスフォーメーションの一環として、シリアルライゼーションとトレーサビリティの手法を改善する必要性は明白でしたが、企業がこれらの手法を戦略に追加するハードルは非常に高いものでした。

- **企業がシリアルライゼーションとトレーサビリティを向上させるためには、技術的な課題とビジネス面での課題に取り組む必要がある。**新しいトレーサビリティとシリアルライゼーションの戦略を導入する技術的な課題のほとんどは、その他のいかなる新しいテクノロジーの導入時にも予想されることです。調査回答者は、既存の機器との統合の複雑さ(43%)、十分な標準化の欠如(36%)、データ品質の問題(35%)、複数のデジタルモデル連携の難しさ(35%)を懸念していると答えています(図4参照)。企業は、第三者であるインテグレータを利用するか、サプライチェーンのトレーサビリティを自動化することで、これらの課題に対処することができます。ビジネス上の障壁については、企業は投資を確実にやりたいと考えています。投資に対する明確な成果がないこと、導入コストが高いこと、投資効果を最大限に発揮するには社内チームの連携が不十分なことを企業は懸念しています。

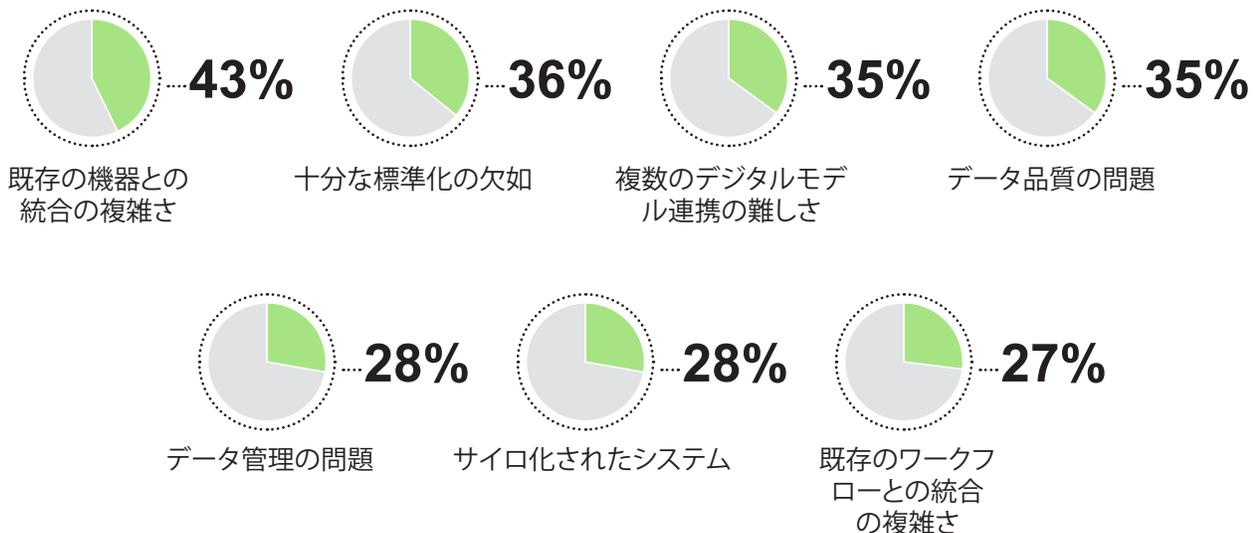


の調査回答者が、  
模倣品の防止の実現  
が企業の成功に重要、  
または極めて重要と  
回答しています。

図4

「トレーサビリティとシリアルライゼーションを導入する技術的な課題は何でしたか/どんな課題があると思いますか？」

(該当するものをすべて選択してください)



調査対象: 307名のグローバルなサプライチェーン専門家(所属組織のエコシステム内でトレーサビリティとシリアルライゼーションの計画、導入、評価を担当)

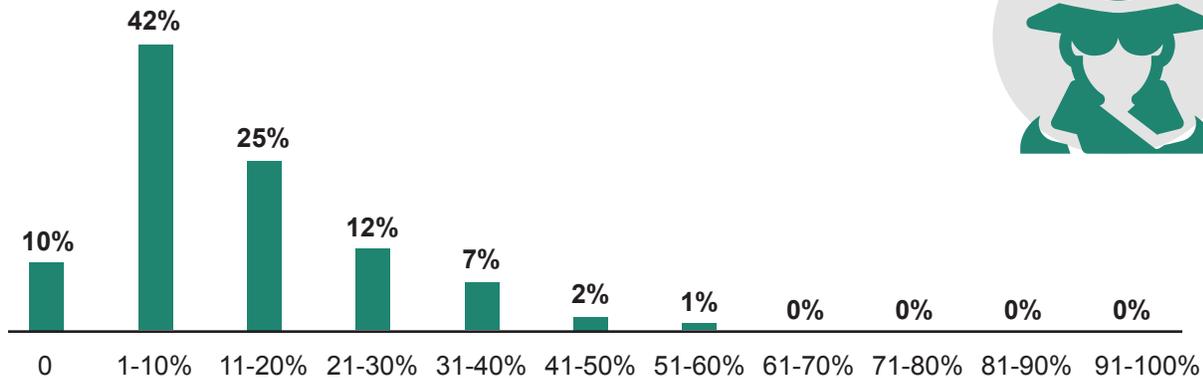
出典: ロックウェル・オートメーションの委託を受けフォレスターコンサルティング社が2022年1月に実施した調査

- グレーマーケットでの横流しや模倣品は販売収入を圧迫する。**コスト削減だけではなく、収益を上げることもROIの創出には不可欠です。グレーマーケットでの横流しや模倣品による販売収入の損失は大きな割合を占めますが、トレーサビリティとシリアルライゼーションの導入により、これらを減少させることができます。調査回答者の87%は模倣品が問題になっていると回答し、半数近く(47%)が、模倣品により毎年販売収入の11%から60%の損失を被っていると回答しています。特にAPAC地域の企業にとって模倣品の問題は深刻です。同地域の調査回答者の65%が販売収入の11%から60%を失っていると回答したのに対し、北米の企業では41%、EMEAの企業では33%でした。調査回答者の76%が、模倣品の防止の実現が企業の成功に重要、または極めて重要と回答しています。89%の調査回答者はグレーマーケットの横流しは自社にとって問題であると回答し、56%がグレーマーケットの横流しにより毎年販売収入の11%から60%を失っていると報告しました(図5参照)。模倣品に関しては、APAC地域の企業が最も深刻な影響を受けており、調査回答者の70%が毎年販売収入の11%

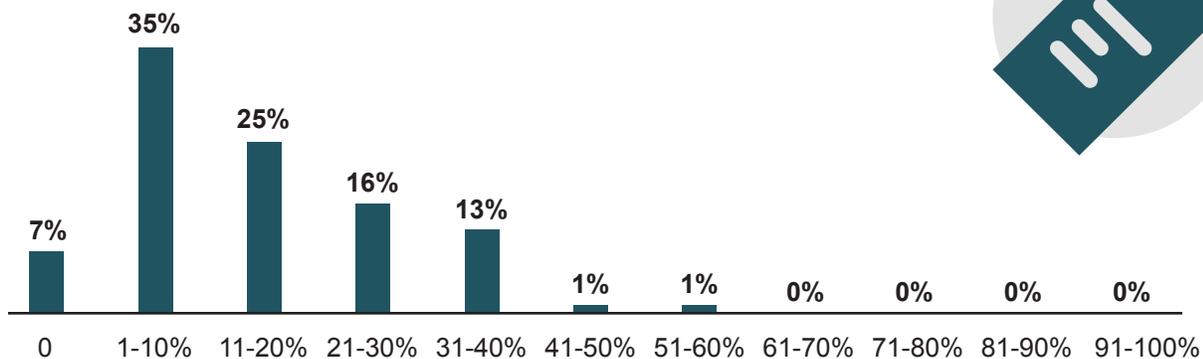
から60%を失っていると報告しているのに対し、EMEA地域の企業は54%、北米の企業は44%となっています。もし、企業が本当にコストに懸念があるなら、このような逸失利益を減らすような技術を採用するでしょう。

図5

「貴社では、自社製品の模倣品により年間何パーセントの販売収入を失っていると推定されますか？」



「貴社では、自社製品のグレーマーケットでの横流しにより年間何パーセントの販売収入を失っていると推定されますか？」



調査対象：307名のグローバルなサプライチェーン専門家(所属組織のエコシステム内でトレーサビリティとシリアライゼーションの計画、導入、評価を担当)

出典：ロックウェル・オートメーションの委託を受けフォレスターコンサルティング社が2022年1月に実施した調査

## 拡張データカット

- 特に中堅企業やAPAC地域の企業は、模倣品やグレーマーケットでの横流しに悩まされています。北米(44%)の企業ではグレーマーケットでの横流しにより販売収入の1%から10%を逸失しているのが最も多く、EMEA (37%)でも同程度です。また、APACの企業では、44%がグレーマーケットでの横流しにより11%から20%の売上高を逸失している点が際立っています。
- **製品の市場性についても、より良いデータから恩恵を受けることができる。**より多くのデータが消費者に提供されるのに伴い、企業のデータと顧客体験の結び付きは強まり、結果として可視性をめぐる競争が発生しています。企業は、このようなデータを共有する優れた手段を作りたいと考えていますが、課題を抱えています。半数以上の調査回答者が、自社が保有するデータを活用して最高のCXを提供することに苦労していると回答しています。さらに、企業が保有するデータに対する消費者の可視性が不足していることが挙げられます。製品のシリアル化の改善など、データ収集の方法を更新するだけでなく、そのデータを顧客と共有する新たな経路を構築する必要があります。その最初の手順は明らかです。顧客ロイヤルティを維持するために、顧客層と共有する、有用なデータ(例:純正品の検証、成分についての透明性を提供、企業のカーボンニュートラルへの取り組みのエビデンス)を生成することです。

# トレーサビリティとシリアライゼーションの自動化で、既存顧客の維持とROIの創出を実現する

調査回答者は、トレーサビリティとシリアライゼーションの導入における主な障壁としてコストを挙げており、その課題は利点と比較検討する必要があります。企業の取り組みとしては、サプライチェーンのデジタル化の継続、サプライチェーン内のサステナビリティの向上、可視性の強化による優れた顧客体験の提供などに重点を置くこととなります。トレーサビリティ、特にシリアライゼーションは、企業やその顧客に価値を生み出すために必要なデータの管理と製品の管理を提供します。技術的な課題を解決するために、自動化も利用できます。

- トレーサビリティとシリアライゼーションは企業が競争力を保ち、顧客を維持する上で役立つ。**企業は、製品のトレーサビリティ実現がビジネスの成功に不可欠であることを認識しています。調査回答者は、自社製品の所在を完全に可視化すること(79%)と、該当する製品を迅速にリコールできること(78%)が、ビジネスの成功に重要または不可欠であると回答しています。次いで、製品管理の改善によるブランドロイヤルティの向上(77%)となっています。また、71%が倫理的調達に関する情報を提供できることの重要性を挙げています(図6参照)。これは、サプライヤーに対してESG指標に照らした追跡調査を求める企業の数と同じです。

図6

「次の製品トレーサビリティの成果は、それぞれ御社の成功にどの程度重要ですか？」

● 必要不可欠 ● 重要

43% 37% 79%

自社製品の所在を完全に可視化

33% 45% 78%

該当する製品を迅速にリコールできる能力

35% 43% 77%

製品管理の改善によるブランドロイヤルティの向上

35% 41% 77%

規制要件(報告など)に容易に対応可能

38% 38% 76%

模倣品の防止の実現

32% 39% 71%

倫理的調達に関する情報の提供を強化

調査対象:307名のグローバルなサプライチェーン専門家(所属組織のエコシステム内でトレーサビリティとシリアライゼーションの計画、導入、評価を担当)

注:四捨五入のため、パーセンテージの合計は個々の数値を加算したものと等しくありません。

出典:ロックウェル・オートメーションの委託を受けフォレスト・コンサルティング社が2022年1月に実施した調査

## データカット

小規模の企業では、トレーサビリティの強化が製品の市場性向上の取り組みに関して基本的なメリットを高めますが、大企業では、新たに得たトレーサビリティのデータにより、さらに高い水準で向上しています。従業員数100~499人の企業では、すべての調査回答者が、製品のトレーサビリティ/シリアライゼーションの改善により、製品の品質が向上したと回答しています。これらの取り組みにより、従業員数5,000人から19,999人の企業では新製品のイノベーションが最も改善され、(従業員20,000人以上の企業を含む)これらすべての企業がマーケティングリソースをより有効に活用できたと述べています。中でも、あらゆる規模の企業で特に顕著だったのは、ブランドロイヤルティの向上です。

- **トレーサビリティの強化は、ブランドロイヤルティと製品マーケティングにも重要。**半数近くの調査回答者が、シリアライゼーションやトレーサビリティの導入によりコンプライアンス上のメリットを享受できると回答していますが、その他のメリットも、CXに関連したデジタルトランスフォーメーションの投資に向けた企業の希望を反映しています。半数以上の調査回答者が、トレーサビリティを改善することでマーケティングリソースをより有効に活用し、顧客へのリーチ向上、ブランドロイヤルティの向上、新製品のイノベーションを実現できると回答しています。
- **シリアライゼーションとトレーサビリティの自動化により、導入とデータ分析における複雑性を解決する。**シリアライゼーションの自動化への投資のメリットは、企業がシリアライゼーションを導入する際に直面する技術的な課題を反映しています。自動化のメリットの上位3件は、既存機器との統合における複雑さの軽減、データ品質の向上、複数のデジタルモデルの連携能力の向上です。データが重要であると理解することがビジネスの成功につながり、データ品質を向上させるシリアライゼーションの自動化は、その鍵となります。また、回答者の半数近くが、社内のチームとリーダーシップの連携が向上した、または向上する見込みであると回答しており、ブランドロイヤルティの向上、経営幹部の賛同と予算を獲得する能力も向上した、または向上する見込みであると回答しています。

意思決定者がトレーサビリティとシリアライゼーションへの投資を最大限に活用する自動化テクノロジーを採用すると、その利点は明白であり、経営陣は継続的な成功を促進するために、さらに予算を割当てることが可能になるはずです。さらに、既存のテクノロジーとの統合プロセスを容易にすることで、分析の負担から解放されるため、従業員は収益アップに直結する業務により多くの時間を費やすことができるようになります。



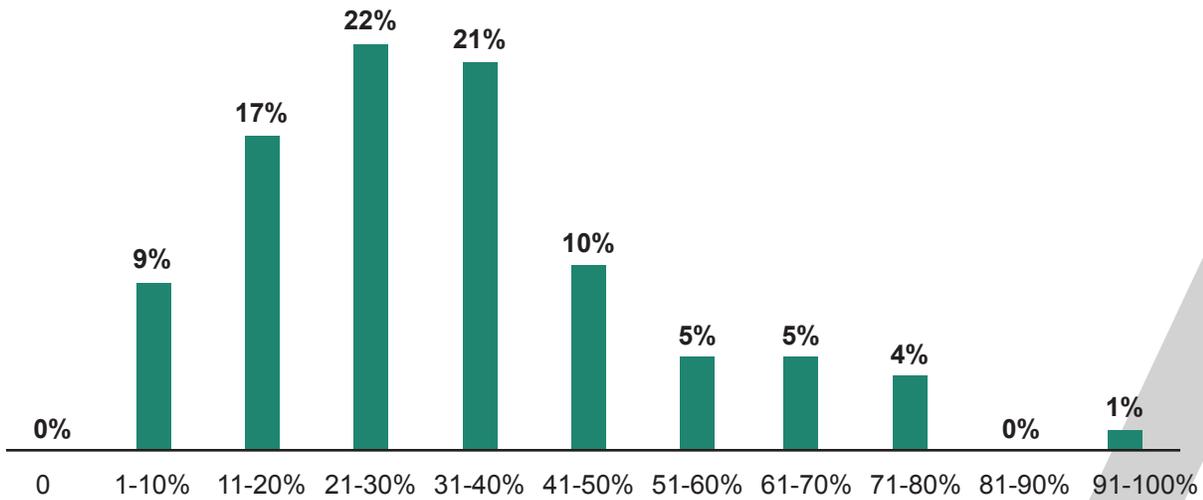
- **トレーサビリティの取り組みによるROIを定量的に求めることに問題はない。**調査回答者はトレーサビリティ技術の強化に向けた投資の第一の課題は新技術のコストであると回答していますが、投資しない場合のコストについても企業は考慮しなければなりません。偽造とグレーマーケットでの横流しなど、販売収入を圧迫する問題は、トレーサビリティとシリアライゼーションに投資することで対処できます。製品をトラッキングできることで得られる利益の金額は少なくありません。既にシリアライゼーションに投資している企業の回答者のうち、半数近く(45%)の企業がシリアライゼーションによって販売収入が31%以上増加したと回答しています。シリアライゼーションを導入することで売上のROI向上を実現していないと回答した企業はわずか1%でした(ただし、3%の企業は社内に売上をシリアライゼーションに帰属させるための構造を持っていないと回答しています)(図7参照)。

## データカット

シリアライゼーションで増加する売上高は、企業の規模により異なります。全調査回答者の98%が商品のシリアライゼーションにより売上が増加したと回答していますが、従業員数1,000人から4,999人の企業の26%では、売上の31%~40%の増加を実感していると回答しました。従業員数5,000人から19,999人の企業も同様で、28%の調査回答者が21%~30%増加したと答えています。

図7

「製品のシリアル化を導入していると回答されましたが、製品のシリアル化により売上が向上しましたか。また、増加した場合、それはどの程度の増加でしたか？」



調査対象:259名のグローバルなサプライチェーン専門家(所属組織のエコシステム内でトレーサビリティとシリアルライゼーションの計画、導入、評価を担当)

出典:ロックウェル・オートメーションの委託を受けフォレスターコンサルティング社が2022年1月に実施した調査

## 主な推奨事項

フォレスターは、サプライチェーンを最適化するためのトレーサビリティとシリアルライゼーションに対する企業の関心および採用状況について、グローバルなサプライチェーンの意思決定者307名に詳細なアンケート調査を実施した結果、以下のようないくつかの重要な提言が導き出されました。

### ポジティブな面を強調する。

シリアルライゼーションとトレーサビリティの取り組みには悪い評判があります。それは監査役と検査官向けのコンプライアンスの確認に過ぎないとか、高価な商品が偽物でないと消費者を安心させるために存在しているといったものです。そのような側面も重要ですが、このテクノロジーにはもっと意欲を高める使用事例も存在します。高価な製品を購入する際に本物であることを確認させて購入希望者を不安にさせるのではなく、その製品の製造時点からの経路を確認してもらうのはどうでしょうか。この満足感を与える使用事例は同じテクノロジーと同じデータを使用していますが、ブランドの好感度を高めることができます。

### 使用事例を組み合わせてROIを最大化する。

規制遵守から偽造品の防止、サステナビリティ、消費者の関与まで、シリアルライゼーションとトレーサビリティのソリューションに投資する正当な理由はいくつもあります。各事例を個別に構築するのではなく、少なくとも一石二鳥の機会を探ってみましょう。

### 今後の規制強化に備えて、先手を打つ。

政府や規制当局は、サプライチェーンの上流から下流まで、さらなるトレーサビリティを要求するようになるでしょう。実際に要求されるまで待つのではなく、今すぐ投資して価値を実現する機会を得てください。コスト削減を進める競合他社も、やがて追いつけざるを得なくなります。2023年以降、ドイツの新しい「サプライチェーン・デューデリジェンス法」では、ドイツ国内に多大な存在感を持つ企業に対し、サプライチェーン全体の人権および環境違反について一定の責任を負うことを義務付ける予定です。<sup>1</sup> 2027年からは、米国のPOS端末はGS1のデジタルリンク仕様に対応することが期待されており、目立たない存在だったバーコードが、製品のリコールやサプライチェーンのデータなどにつながるウェブ対応になることが期待されています。<sup>2</sup>

## 付録A:調査方法

本調査で、フォレスターは企業のトレーサビリティと製品のシリアル化に対する取り組みを評価するために、北米、APAC、EMEA地域の企業のグローバルなサプライチェーンの意思決定者307名に、オンラインのアンケート調査を実施しました。調査対象としたのは、サプライチェーンの決定と予算の権限を持つ意思決定者です。調査は2021年12月に開始し、2022年1月に終了しました。

## 付録B:調査対象者の内訳

地域		業種(2%以上を表示)		年間収益 (USD)	
米国	25%	製造業	17%	50億ドル超	13%
英国	16%	金融サービスおよび保険	13%	10億 ~ 50億ドル	40%
中国	12%	テクノロジー/テクノロジーサービス	10%	5億 ~ 9億9,900万ドル	47%
インド	11%	食品/飲料	8%		
フランス	9%	建設	8%		
ドイツ	9%	医療	7%		
カナダ	8%	エレクトロニクス	7%		
オーストラリア	8%	ライフサイエンス	5%		
ニュージーランド	2%	ビジネスまたはプロフェッショナルサービス	4%		
		小売	4%		
		コンシューマサービス	4%		
		化学薬品	3%		
		交通インフラ	2%		

従業員数		回答者の職位	
20,000人以上	15%	経営幹部	18%
5,000~19,999人	29%	役員	21%
1,000~4,999人	33%	ディレクター	30%
500~999人	17%	マネージャ	31%
100~499人	1%		

部門	
事業部	30%
財務/経理	27%
マーケティング/ブランドオペレーション	24%
サプライチェーン/物流	14%
法務/コンプライアンス	5%

## 付録C:注釈

<sup>1</sup>出典:「サプライチェーン・デューディリジェンス法」、ドイツ連邦社会労働省(<https://www.bmas.de/EN/Services/Press/recent-publications/2021/act-on-corporate-due-diligence-in-supply-chains.html>)

<sup>2</sup>出典:GS1 デジタルリンク、GS1 US(<https://www.gs1.org/standards/gs1-digital-link>)

The background features a complex, abstract pattern of glowing, curved lines in shades of blue and teal, set against a dark, almost black, background. Interspersed among these lines are numerous small, bright orange and yellow dots, some of which appear to be part of a larger, faint grid or data structure. The overall effect is one of dynamic energy and digital connectivity.

FORRESTER®