

# RFID를 활용한 물류관리와 CRM이 화두



글 윤정선 캄브리지(주) 전산실 실장, 패션IT협의회 회장 fonyoujs@cambridge.co.kr

**패**션업계의 화두는 RFID를 활용한 물류관리와 CRM(Customer Relationship Management)이 아닐까 생각한다.

1997년 IMF 이후의 장기불황으로 패션업계에서는 어느 때보다 비용절감과 고객관리의 중요성을 심각하게 인식하고 있다. 또 업체간 경쟁이 심화되고 이에 따라 경쟁 우위를 지키기 위해 CRM을 도입해야 하는 필요성을 느껴 주요 업체들은 도입을 서두르고 있는 실정이다.

## RFID 도입계획

현재까지는 바코드로 관리하던 제품의 입·출, 재고 및 판매 POS관리를 이제는 RFID의 도입으로 물류관리의 시간 및 비용절감과 데이터의 정확성을 높일 수 있을 것으로 보인다. 의류업체에서 제품에 RFID 칩 부착계획은 재고관리의 비용절감 및 효율성을 높이기 위한 필요성과 고객 맞춤형 서비스를 실시하기 위한 필요성에 의해서 비롯됐다.

RFID 칩을 의류에 부착하면 한번에 옷상자를 스캔하고 데이터를 전송함으로써 제품종류와 디자인, 크기별로 옷의 물량을 매우 간편하게 실시간으로 파악할 수 있으며, 매장에서는 RFID 칩이 부착된 의류를 착용하고 매장을 방문하는 순간 고객의 모든 정보를 파악하고 고객 맞춤형 서비스를 제공할 수 있을 것으로 생각된다. 지금은 재고관리를 위해 포장을 풀고 한 벌씩 일일이 바코드 스캔을 하고 있는 상황이다.

미국 최대의 유통업체인 월마트는 2003년

6월 자사의 100대 공급처에 2005년까지 무선 재고 추적장비를 사용토록 하겠다는 계획을 발표했다. RFID 도입계획을 공식화한 것이자 RFID를 전폭적으로 지지한 것으로 월마트의 RFID 선언은 앞으로 공급체계의 혁신에 있어서 상당한 영향을 끼칠 것으로 기대된다.

월마트가 RFID 도입에 나선 이유는 간단하다. AMR 리서치의 애널리스트인 피트아벨에 따르면 월마트의 2002년 매출액은 2,178억달러였으며, 이중 공급체계에 관련한 물류비용이 전체 매출액의 10%에 해당한다.

이런 상황에서 RFID를 적용하면 이런 물류비용의 6~7%를 감소시킬 수 있는데, 이렇게 절약할 수 있는 금액이 연간 13~15억달러다. 공고로운 것은 월마트가 지금까지 바코드의 열렬한 지지자였다는 사실이다. 바코드 표준이 정해진 시기는 1973년이었지만, 1984년까지 약 1만 5,000여 개의 기업만이 자사 제품에 바코드를 부착했다. 미국최대의 유통업체인 월마트가 RFID를 도입키로 함으로써 월마트에 제품을 납품하는 중소기업에서도 RFID의 도입이 불가피 할 것으로 보인다.

이런 물류비용의 감소와 편의성 등 장점에도 불구하고 의류업체에서 '옷 속의 칩' 계획이 활성화 되지 못하는 이유는 사생활 보호와 관련해 소비자들의 반대가 예상되기 때문이다. 미국에서는 베네통의 '옷 속의 칩' 계획이 알려지면서 미국의 소비자 사생활 보호단체인 CASPIAN이 즉시 베네통을 비난하면서 전 세계적인 불매운동에 돌입, RFID 계획을 철회

할 때까지 베네통 제품을 사지 말 것을 소비자들에 촉구하는 사태가 벌어졌다.

RFID 기술은 의류제품을 판매하는 데 매우 요긴한 기술이지만, 정부기관의 감시활동이나 해커와 범죄자들에 의해 악용될 소지가 있다는 것이다. 베네통에 RFID시스템을 제공하기로 했다가 베네통의 입장 선화로 인해 난감해진 필립스는 RFID칩의 작동범위가 1.5m에 불과해 매장이나 창고를 벗어나면 추적이 불가능하다고 강조했지만, 범죄자들이 감도가 높은 RFID 신호 수신기를 제작하면 추적거리를 늘릴 수 있다는 지적이 제기됐다.

## 도입에 앞서 관련법규 제정 필요

국내에서도 RFID의 전면적인 도입에 앞서 미국의 예와 같은 문제발생 이전에 관련법규를 제정하고 정비해야 할 것으로 보인다. 이 외에도 RFID칩의 단가가 아직까지 고가여서 의류업체에서 전면적으로 도입하기에는 큰 장애로 대두되고 있는 게 현실이다. 고가의 제품에는 약간의 원가상승을 감수하고라도 편의성과 활용성을 생각한다면 도입을 고려해 볼 수 있으나 패션 액세서리류와 같은 저가의 제품에 적용시키기에는 RFID 칩의 고가의 단가가 RFID의 확산을 막는 장애가 될 것으로 보인다.

이런 제반의 문제점만 해결된다면 물류비용의 절감 및 효율성 증대 등 패션업계에서 추구하는 일대일 고객 맞춤형 서비스의 제공 등 고품질의 고객감동 서비스를 쉽게 할 수 있는 날이 앞당겨 질 것으로 기대된다. **Users**