

# 服飾系専門学校の考察

## ② 変化と今後へのヒント

リクルート 進学総研

三浦勝寛



# ■ 変化について：業界（産業）マーケット

モノ(ブランド)→コト(個人)→トキ(共有)→イミ・エシカル(社会)

キーワードは？

	～1980年代	1990年代～2010年代中盤	2010年代中盤～
<b>事業者とのコミュニケーションのあり方</b>	<b>一方的・受容的</b> ■ 事業者からの一方的なコミュニケーションを受容	<b>双方向的</b> ■ 消費者の権利が広く浸透し、消費者から事業者へのコミュニケーションも一般的に	<b>共創的</b> ■ 消費者の行動・意見が社会的な影響力を持ち始めたことにより、消費者が事業者のビジネスに影響を及ぼすように
<b>事業者との主な遠隔コミュニケーション手段</b>	✓ 電話 ✓ 手紙	✓ 公式HP（問合せフォーム、メール） ✓ ファンサイト・会員サイト	✓ SNS ✓ チャット、チャットボット
<b>消費スタイル</b>	モノ消費	コト消費	トキ消費・イミ消費・エシカル消費等
<b>消費者の価値観</b>	■ <u>モノを所有することを「豊かさ＝幸せ」とする</u> 、画一的な価値観に基づいて欲しいものを購入	■ 周囲に合わせるのではなく、 <u>自分にとって必要なもの</u> を購入 ■ <u>所有することに執着せず</u> 、レンタル・シェアリング等消費スタイルが多様化	■ 自身の行動を <u>他者に共有することや、社会的な課題に対して貢献することに価値</u> を見出した消費活動が顕在化
<b>国内の主な社会動向</b>	✓ 戦後・高度経済成長 ✓ ベビーブーム ✓ バブル経済	✓ バブル崩壊（失われた20年） ✓ 少子高齢化社会（生産年齢人口減少） ✓ 消費者庁の設置	✓ 人生100年時代 ✓ 新型コロナウイルス ✓ テレワークの普及
<b>登場した主なテクノロジー</b>	✓ 自動車 ✓ 家電製品（テレビ・洗濯機・冷蔵庫等）	✓ PC ✓ 携帯電話・スマートフォン ✓ インターネット ✓ クラウド	✓ SNS ✓ IoT ✓ AI ✓ 5G

サステイナブル  
ダイバーシティ  
ライフスタイル  
コンプライアンス  
テクノロジー  
マーケティング  
バイオ AI  
エモーショナル  
グローバル  
ラグジュアリー  
オリジン  
...

引用：経済産業省「経済産業省の消費者行政の推進に係る取組について」

# 04

## ファッションの 今後の道筋

### 未来に向けた10の兆候

本報告書においてファッションとは、人がどのように自己を表現するか、すなわち人とコミュニティ・社会・環境との接点の在り方と捉え、議論を行った。  
2020年代を迎えた現代においては、ファッションの分野についても「循環型経済」への移行が一層求められている。さらに、スマートフォンやSNSに続く新しいプラットフォームだと言われるメタバース（仮想空間）の台頭・普及や、消費者の価値観の変化など、ファッションの領域において様々な変化の兆候が見て取れる。  
このような変化の兆候を踏まえ、ファッションの未来について研究会にて議論・検討を行い、これからのファッションを考えるにあたって重要だと考えられる10のキーワードとして集約することができた。

#### 人と自然に調和的なファッション

- 1 需給ギャップを縮小させるビジネスモデル  
必要なものを、必要なだけ。その当たり前が未来を創る。
- 2 良いモノを長く楽しむファッション文化  
ゆずる、なおす、つかいつづける。
- 3 循環システムの構築  
服へのリサイクル率は、まだ1%。

#### テクノロジーで変わるファッション

- 4 質量のないデジタルファッション  
性別や年齢から自由になる。私らしさを表現できる新しい手段。
- 5 創造性の発揮を支援するテクノロジーの台頭  
誰もが、デザイナーになれる時代の到来。
- 6 創造社会の新しい市場ルール  
もう一度、「ファッションで稼ぐ」を考えよう。

#### 新たな価値を生み出すファッション

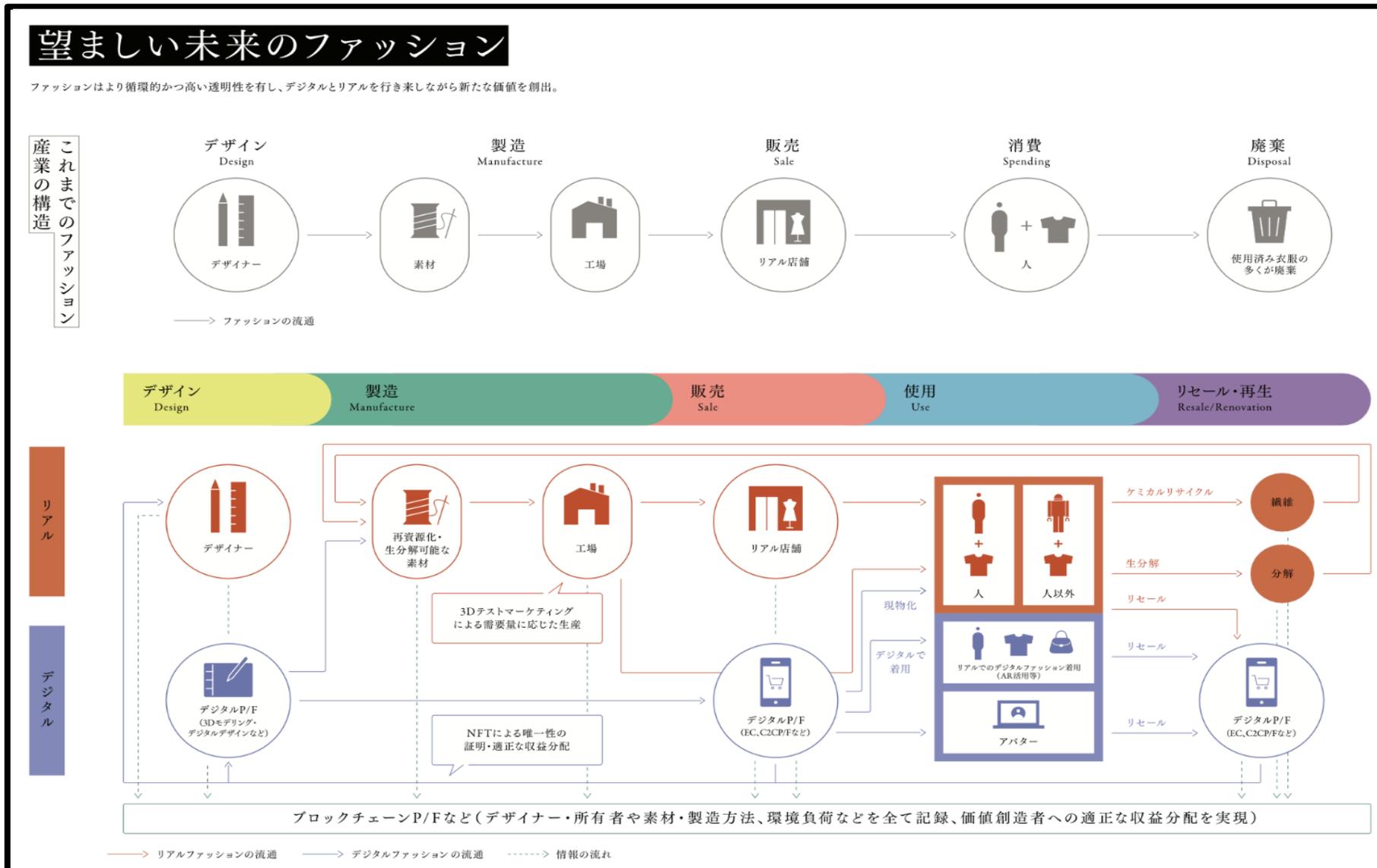
- 7 ラグジュアリー概念のアップデート  
ローカルから生まれる、新ラグジュアリーとは？
- 8 これからの海外需要獲得  
日本のクリエイティブを、世界に広げていく方法。
- 9 ビジネスで留意すべきファッションロー  
グローバル化とデジタル化にむけた新・基礎知識。
- 10 ファッションの未来に求められる人材論  
イノベーションは「人」が生み出す。

Fashion's Path to the Future

望ましいと考えられるファッションの未来を描くため、人と自然に調和的なファッション、テクノロジーで変わるファッション、新たな価値を生み出すファッションという大きく3つの視点に分けた上で、この10のキーワードを一つ一つ詳説していきたい。

引用：経済産業省「ファッションの未来に関する報告書」

※ [https://www.meti.go.jp/shingikai/mono\\_info\\_service/fashion\\_future/20220428\\_report.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/fashion_future/20220428_report.html)



引用：経済産業省「ファッションの未来に関する報告書」

※ [https://www.meti.go.jp/shingikai/mono\\_info\\_service/fashion\\_future/20220428\\_report.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/fashion_future/20220428_report.html)

# ファッションが生み出す“ワクワク”を未来へつなぐために

- 1) リアル→デジタルへ（質量のないファッション）  
XR（VR・AR・MR…）、NFT、メタバース、アバター・・・
- 2) ビジネス！（意識改革、成長率、利益率）
- 3) サステイナブル&温故知新  
自然調和（タイムレス/無駄最小化等）/  
伝統文化（テキスタイル等）

※ [https://www.meti.go.jp/shingikai/mono\\_info\\_service/fashion\\_future/20220428\\_report.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/fashion_future/20220428_report.html)

## 例：メタバース

 **世界市場規模…4.264兆円（2021） → 78.8705兆円（2030）**  
総務省「令和4年情報通信白書」

 **国内市場規模…24兆円（2030）**  
三菱総研「CX 2030 —バーチャルテクノロジー活用の中場としての広義のメタバース—」

 **Metaverse Fashion Week (MVFW) …2022～50ブランド**

### **参入ハイブランド**

BALENCIAGA（ゲーム V&Rファッション）  
Dolce & Gabbana（NFTコレクション MVFW）  
NIKE（NIKELAND）  
GIVENCHY（あつ森 Givenchy Beauty House）

Louis Vuitton（LOUIS THE GAME）  
BEAMS（Vマーケット）  
ADASTRIA（アイテムMV化）  
・・・

ファッション領域の望ましい未来を作っていくために必要な人材

## 短期 ~2025

### ●アート人材

1 想像的・創造的リーダー人材	バーバス、使命を導き出して、文化性や社会性を起点に事業を起し、経済性を両立できる、想像的かつ創造的なリーダー人材
2 未来ビジョン人材	SFプロトタイピングやデザイン・フィクションなどを用いて「未来ビジョン」を描き、他者との協業でイノベーションを生み出す人材

### ●デジタル人材

3 DX推進・マネジメント人材	EC効率化やサプライチェーンのデジタル化等を組織内外の視点で推進する人材
4 デジタルファッションモデリング人材	デザインソフトやアパレルCAD、あるいはクリエイティブ・コーディング等の知識を併せ持つ人材
5 デジタル環境メディアーション人材	バーチャル環境に特有の文化、技術、法律などを理解し、デザインやビジネスに応用していく人材

### ●ライフサイクル人材

6 LCA推進・マネジメント人材	LCAや国際認証に係る知見を有し、認証取得プロセスの実行や、知見を活用してLCAの仕組みの構築を手がける人材
7 バイオマテリアル／ケミカルリサイクル開発人材	易生分解性や再資源化を可能とする素材や技術の開発を積極的に推進する人材

### ●ビジネス人材

8 ビジネス知見保有人材 3・4・5・6・7と連動	創作活動を行いながら、ファッションビジネスに関する知識も持ち合わせる人材
9 ファッションビジネスサポート人材 3・4・5・6・7と連動	マネジメント・ファイナンス・マーケティング・ファッションローなどの専門家として、デザイナーの創作活動を支援する人材
10 ビジョン志向ビジネス人材 1・2と連動	不確実な未来における社会のビジョンを策定し、ビジネスに応用して実現できる人材

## 中期 - 長期 2025~

1 デジタルデザイン人材	・アルゴリズムやデータ等を調停(ファシリテート)し、プラットフォームやシステム全体の生態系を設計、維持、管理しつつ、身体と意識の剥離など長期的なビジョンも描ける人材
2 サーキュラーデザイン人材	・従来とは異なる新たな経済の生態系創出を主眼におき、新しい文化/技術を応用して、人工物や循環の仕組みのデザインを推進する人材 ・インダストリアル・エコロジーやシステムミック・デザインのような巨視的観点から全体の生態系を見出し、従来の公共政策や建築・都市計画、環境工学のようなジャンルが融合した「地域開発」ができる人材

報告書の短期人材

★アート人材

★デジタル人材

★ライフサイクル人材

★ビジネス人材



キーワード

- サステイナブル
- ダイバーシティ  
ボーダレス・エージレス  
ジェンダーレス・バリアレス・・・
- ライフスタイル
- コンプライアンス
- テクノロジー  
デジタル・AI・バイオ・・・
- マーケティング  
EC・OMO・・・
- バイオ AI
- エモーショナル
- グローバル
- ラグジュアリー
- オリジン  
・・・

## VR・AI・テック・デジタル・バーチャル・メタ・DX・・・

バーチャルファッション

AI・メタバース

ファッションテック

ゲームキャラクターデザイナー (FD)

3Dデジタルパタンナー

デジタルファッション

リテールプランニング (FB)

バーチャル衣装デザイナー

ビューティ&スタイル

ECプロモーション戦略

ファッション3Dモデリスト

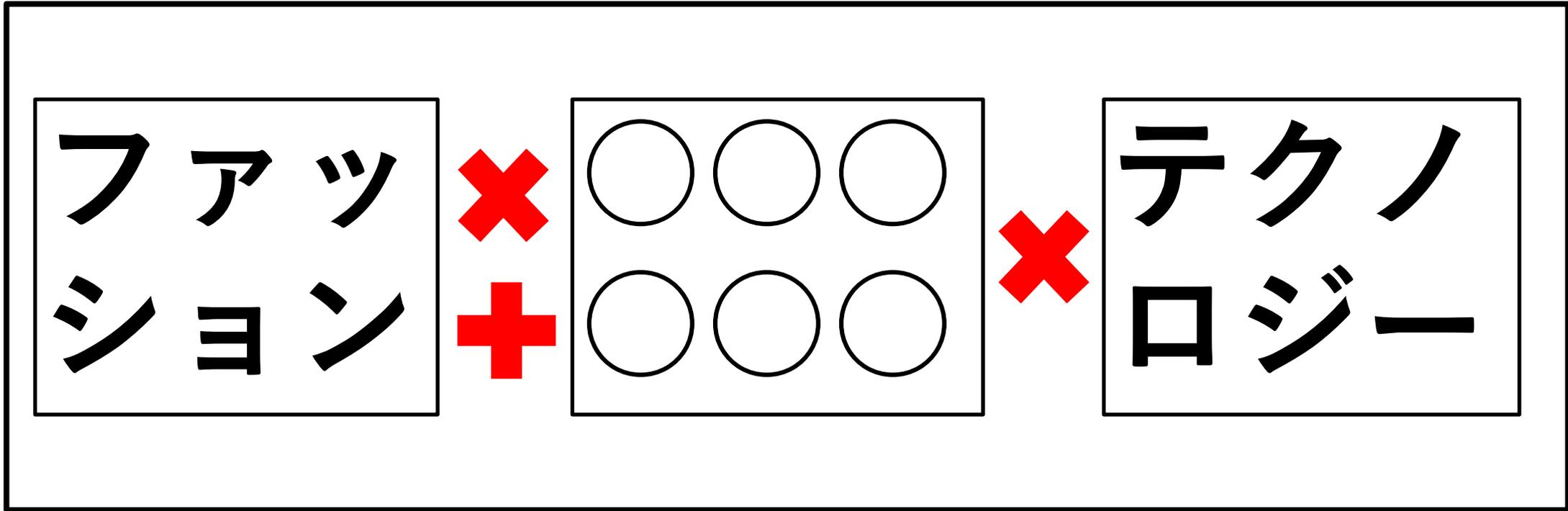
マスターコース

メタウェア

アパレルDX

・・・

「学校でなければ学べないコト・モノ・ワクワク」を  
カリキュラム・コンテンツで可能な限り最大化する





スタディサプリ

高校・大学の取り組み事例等はHPに掲載しています。  
「リクルート進学総研」

リクルート進学総研

