



# 未来の衣生活について考えよう

ファッションは環境に影響を与えており、また、デジタル技術の進化によってファッションは変化している。

ファッションの生産は多くの二酸化炭素を排出し、多くの水が必要なため、環境に深刻な負荷を与えている。それにより、持続可能なファッションのあり方への変化が求められている。


また、デジタル技術の進化により、仮想空間やSNSでのコミュニケーションが普及し、自由な「デジタルファッション」が創造され始めている。

さらに、海外へ発信するために、日本の伝統技術・技法と新しいアイデアを組み合わせていくことが重視されている。

ここでは、未来の衣生活について考えるための10のキーワードを見ていこう。

出典) 経済産業省・これからのファッションを考える研究会「ファッションの未来に関する報告書」2022年3月

# 未来の衣生活について考えるための10のキーワード



## 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
- 2 良いモノを長く楽しむファッション文化
- 3 循環システムの構築

## 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
- 5 創造性の発揮を支援するテクノロジーの台頭
- 6 創造社会の新しい市場ルール

## 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
- 8 これからの海外需要獲得
- 9 ビジネスで留意すべきファッションロー
- 10 ファッションの未来に求められる人材論

# 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。

## i. 需要予測や受注生産による生産量の調整

AIなどのデジタル技術を使って、どれくらいの需要があるかを予測したり、先に注文を受けてから生産したりする。

また、消費者とコミュニケーションをとって正確な需要量を把握することで、作りすぎや在庫が余る問題を解決する。

## ii. カスタマイゼーション、パーソナライゼーション

- カスタマイゼーションは、好みや体型に合わせてサイズの幅を増やしたり、パーツごとにサイズを選べるようにしたりして、オーダーメイドの一点物を作って販売すること。

- パーソナライゼーションは、3Dボディスキャンやスマホアプリでのデジタル採寸・計測、自動リコメンド機能などを使うこと。

## iii. シェアリングエコノミー、サブスクリプション

- シェアリングエコノミーは、誰かが持っている衣服を、インターネット上のプラットフォームを通じて他の人も利用できるようにすること。
- サブスクリプションは、月額などの一定の料金で衣服をレンタルすること。

## 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。

### i. リセール市場の拡大

- **リセール**とは、ファッションブランドが自社商品を回収して再販売したり、自社の通販サイトで消費者の中古品を出品できるようにしたりすること。
- リセール市場を意識して製品の品質を高めることが、衣服の寿命を延ばし、長く使い続けることにつながる。

### ii. タイムレス・シーズンレスなモノの価値

- 消費者は、トレンドやブランド、他人の視線よりも、長く使える本質的な価値をもつ製品を好むようになっていく。

### iii. アップサイクルで長く楽しむ

- **アップサイクル**とは、捨てられるはずのものにデザインやアイデアで新しい価値を加えること。
- 日本の「金継ぎ」「刺し子」「ぼろ」など、ものを修理して長く使う文化はアップサイクルといえる。



### 金継ぎ (きんつぎ)

割れた器をつなぎ合わせ漆 (うるし) で接着し、そのつなぎ目を金や銀の粉を塗って装飾して利用し続ける伝統的な修復方法。



### 襷褌 (ぼろ)

古くなった布をや繕ったり継ぎ合わせたりしたもの。使い古されたものを修繕し長く使い続ける技術と文化は、近年国内外で注目を集めている。

# 3 循環システムの構築

服へのリサイクル率は、まだ1%。

## i. ケミカルリサイクル

- ケミカルリサイクルとは、使い終わった資源をそのまま使うのではなく、化学反応で組成を変えてからリサイクルする方法のこと。
- たとえば、回収した古着からポリエステル素材を取り出して、新しい再生ポリエステル素材を作り出すなど。

## ii. バイオマテリアル

- バイオマテリアルとは、バイオマス由来の繊維で、高い生分解性があり、土や海で早く分解されるもののこと。
- たとえば、和紙、キノコ、枯葉、バナナとオレンジの皮、柑橘類のジュースの副産物、ワイン製造過程で出るブドウの絞りかすなど。

## iii. 資源循環に向けて

- 使用済み製品を再資源化し素材として供給する、日本で使われたものは日本で再利用するなど、資源循環を前提とする産業への転換が求められている。
- ケミカルリサイクル可能な化学繊維のみで服を作り循環させる「化学循環（ケミカルサーキュレーション）」と、生物圏において循環可能な素材のみで服を作り循環させる「生物圏循環（バイオスフィアサーキュレーション）」という2つの資源循環システムを設計・構築して行くことが重要である。

# 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。

## i. 新市場としての仮想空間

- 仮想空間では、現実の物理的な制約を受けずに自由に自己表現ができる。自分のアバターをファッションアイテムで着飾るというゲーム内でのファッション消費が増えている。
- たとえば、NFTというデジタルデータに偽造不可の証明書を付ける技術が、ファッション分野でも使われるようになっていく。

## ii. SNSでの自己表現

- SNSに投稿するために一度だけ着用した服を、その後すぐに個人同士で売買できるサービスなどで売るといった消費行動が増えている。衣服を所有することを目的としない消費者の需要に応え、写真に合成できるデジタル衣服を販売する企業も現れ始めた。

## iii. XR \*等のテクノロジーを活用による新しいサービス

\* XR：現実と仮想の世界を組み合わせた技術の総称

- AR（拡張現実、現実の世界にデジタル情報を重ねて表示する技術）を使ったディスプレイ上でのバーチャル試着やメイクアップや、MR（複合現実、現実の世界と仮想の世界を融合させる技術）を活用した展示会も開催されている。



# 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。

## i. デジタル空間における自由な創造活動

- 従来のデザイン活動では、紙にデザイン画を描き、それを型紙に起こしてサンプルを制作するというように、平面から立体へと製品を作り上げていく。しかし、デジタルファッションでは、クリエイターは従来のさまざまな制約を受けず、自分の想像力を活かして新しいクリエイションを生み出すことができる。

## ii. 創造性の民主化

- デジタルツールの普及によって、衣服の製作コストが大幅に低下した。消費者自身が自分でデザインし、発注・製造することも可能になっている。また、ネットショップ制作サービスのような、個人のビジネスをサポートするサービスも増えている。

## iii. 一層高まる本物の価値

- 誰もが創造活動を行える社会では、デザインやものづくりの難しさが改めて認識され、本物を生み出す人の創造性への評価が高まる。創造活動に携わる人が増えるほど、社会全体としてより高いレベルのパフォーマンスが求められる、質の高いクリエイションが生まれることが期待される。

# 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。

## i. NFTを活用した収益多元化

- 「一点モノ」の希少価値を生み出したり、テキスタイルデザイン（布地のデザイン）の使用者から使用料を徴収したりするなど、NFT技術を使ったデジタルファッションが新しい収益源として注目されている。

## ii. リセール市場における収益分配

- ブロックチェーン（データを安全に管理するための技術、取引の記録をみんなで共有して改ざんできないようにする仕組み）を使えば、リセール市場での取引の収益を、産地やデザイナーなどの一次制作者やリペア（修理）事業者に分配することができる。

## iii. トレーサビリティの確保

- 最近では、環境・人権・ガバナンス（管理や運営）など、ファッションの製造過程の透明性を確保することが重要視されている。
- たとえば、消費者がタグについての二次元コードを読み込むと、詳細な生産背景を確認できるプロジェクトなどがある。

# 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？

## i. ラグジュアリー（高級品、贅沢品）の現状

- 海外では、自動車やアパレル、ジュエリー、時計、革製品などの従来から高級品として捉えられてきたモノだけでなく、幅広い消費財・サービスへ広がりを見せている。

## ii. これからのラグジュアリー

1. 地域（ローカル）に伝承される固有の文化等の多様性  
世界各地のローカルに根ざす独自の文化や長い年月をかけて磨き上げられてきた伝統工芸・技術への注目が高まっている。
2. 個人のクリエイティビティに基づく唯一性（アート）  
デザイナーやアーティストの個人の創造性を差別化の源泉として、高い付加価値を生み出す取り組みが行われている。

## 3. 人や自然と調和的であるという社会貢献的な利他性

人、社会、環境、地域への配慮を含め、その商品がどのような意識のもとでつくられているかという背景やストーリーが商品の価値であると考えられるような変化が起きている。

## iii. 日本発のラグジュアリー創出に向けて

- 日本が今後、ラグジュアリーの分野で海外需要を獲得していくためには、ラグジュアリーの概念の拡大を捉えるのみならず、ラグジュアリーの概念を議論する国際的な場にも参加することが重要である。

# 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。

## i. クリエイター人材（アーティスト、デザイナー等）

- 日本には海外で高く評価されるブランドがあるが、多くの場合、デザイナーが経営者を兼務しており、ビジネスとしての拡大に注力できていない。
- デザイナーの経営やビジネスを支援する人材やサービスが求められている。

## ii. 日本の有する伝統技術・技法

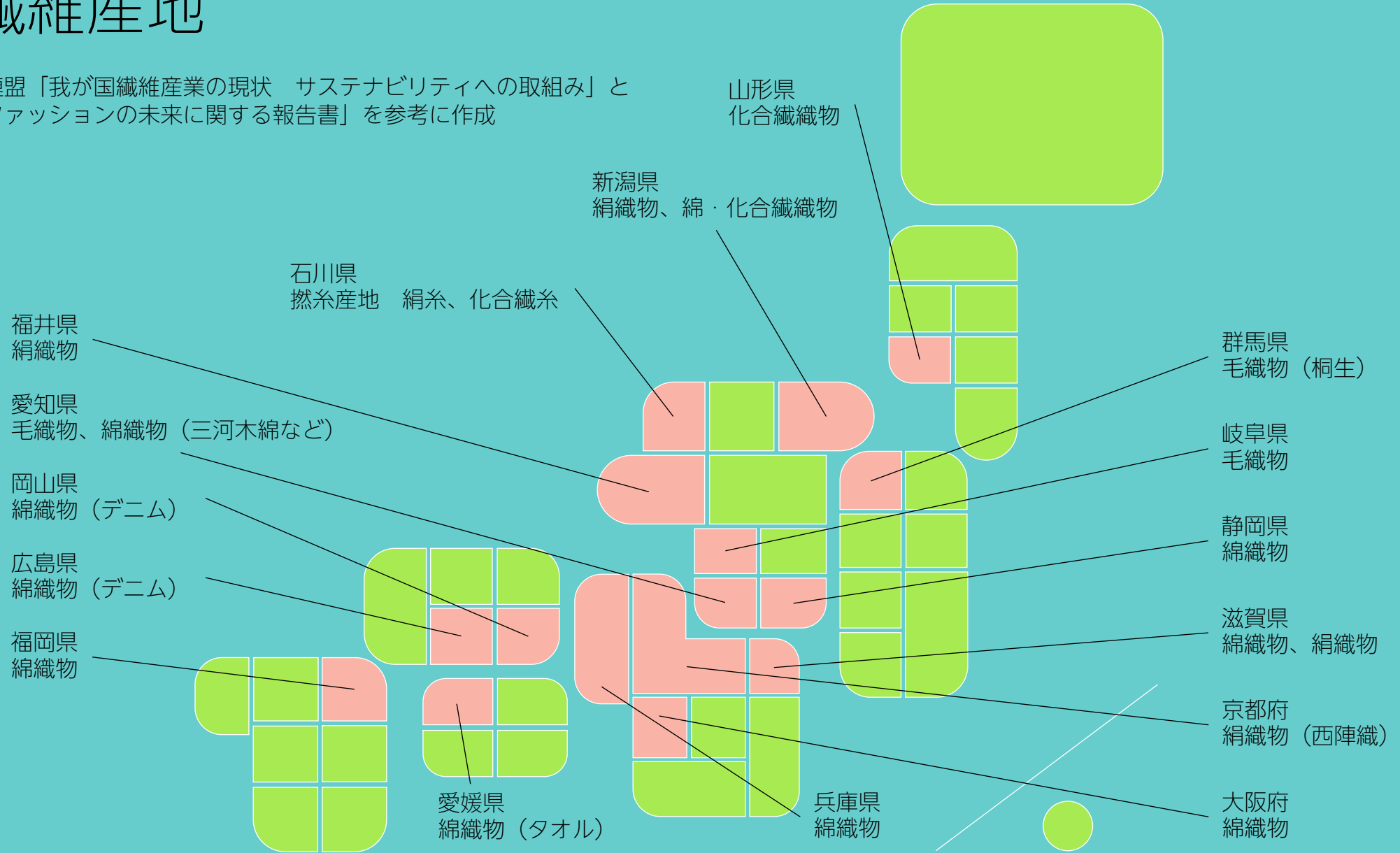
- 100年以上続く伝統的な技術や技法を使い、時代に合わせてアップデートされている伝統的工芸品が日本には多数存在する。とくに繊維製品の登録数は最も多く、日本の繊維製品は海外でも高く評価されている。しかし、繊維産業の製造品出荷額や従業員数は最盛期より減少し、近年は横ばいとなっている。ものづくり企業と新たな市場を結びつけ、取引機会を創出するための取り組みが求められている。

## iii. クリエイター人材と伝統の協業

- デザイナーと産地の双方がお互いを刺激し合いながら、コラボレーションしていくことが重要である。デザイナーにとっては新たな創造性や付加価値の創出に、産地にとっては地域資源の時代に合わせたアップデートにつながる。海外需要を獲得するために、こうした取り組みのしくみ構築も求められている。

# 国内繊維産地

日本繊維産業連盟「我が国繊維産業の現状 サステナビリティへの取組み」と  
経済産業省「ファッションの未来に関する報告書」を参考に作成



# 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。

## i. 海外市場

- 海外と取引するためには、その国や地域の法律や税についての知識が必要である。また、取引にあたっては、環境保護、労働環境の整備、ハラスメントの撲滅、人種差別やジェンダー平等の取り組みなど、サステナビリティの遵守が求められる。

## ii. デジタルファッション市場

- 現実空間に存在する服や小物などのデザインがメタバース上でコピーされるケースが増えている。現在の法律では、これらのデザインを保護したり権利を主張したりすることが難しい。

## iii. 文化の盗用

- **文化の盗用**（カルチュラルアプロプリエーション）とは、ある文化の特異性（象徴、芸術品、ジャンル、儀式、技術など）が外部者によって使用される行為や、ある文化がより支配的で主流な文化によって搾取されること、またその文化に関連する人々に本来帰属すべき財産を、正式な合意なく外部者が転移させてしまうことを指す。異なる文化の間に力の不平等がある場合に起こる。文化の盗用を防ぐためには、異文化への理解を深め、尊重と敬意を持つことが重要である。

# 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。

## i. 求められる人材像

- 想像的・創造的リーダー人材  
文化・社会と経済を両立
- 未来ビジョン人材  
未来のビジョンを描く
- DX推進・マネジメント人材  
効率化やデジタル化を推進
- デジタルファッションモデリング人材  
ファッションとソフトやコードの知識を併せ持つ
- デジタル環境メディエーション人材  
バーチャル空間の文化、技術、法律などを理解
- LCA推進・マネジメント人材  
ファッションの環境負荷を評価
- バイオマテリアル/ケミカルリサイクル開発人材  
環境負荷が少ない素材や技術の開発

- ビジネス知見保有人材  
ファッションとビジネスの知識を持ち合わせる
- ファッションビジネスサポート人材  
デザイナーを支援する
- ビジョン志向ビジネス人材  
不確実な未来における社会のビジョンを描く

## ii. 人材教育

- i であげた10種類の人材の育成は、すでに諸外国では始まっている。
- ファッションを学ぶことや学ぶためのツールが社会で広く共有されることや、優れた人材を発掘し支援する取組が重要である。