

会社は  
変わ  
りまし  
たか。  
あなたは？

-4-

### リアルな成長は限界

22年12月15日、TSIホールディングスでDX（デジタルトランスフォーメーション）を担当する上席執行役員は今泉純さんは、協働先のアリバクラウド及びJPゲームスの幹部と記者会見し、メタバース（インターネット上の仮想空間）に関する共同事業の可能性とその進捗を報告した。

共同プロジェクトのPOC（概念実証）を今月末に終え、23年度内に公開するという中身だ。今泉さんは「サステイナビリティ（持続可能性）の観点からも、リアルな経済活動には限界がある。今後成長が期待

## TSIホールディングス



「今後成長が期待できるのは仮想空間」と話す今泉さん

行って、当社の契約プロが攻略法を指南するか。アイデアは広がる。デジタルファッションやNFT（非代替性トークン）の販売も視野に、新市場での成長図も描く。

### 「売れる」呪縛解く

問題山積の実社会での経済活動に対し、仮想空間は夢がいっぱい。だが実際の事業化にはまだ時間が要する。今泉さんもわかっている。「当面は実商品の企画に反映する方がメリットは大きい」。同社は17年から3Dモデリングを企画に取り入れ、今も採用ブランドを増やしている。

3Dモデリングを広げる過程で仮想空間の概念が登場し、無理なく連携が進む環境を得た。

実サンプルを作らず画面上でデータを作成する3Dモデリングは、関係者が共有し完成度を高められるが、さらに消費者と協働することも可能だ。実際、「シル・スチュアートのインスタライブに3Dモデリングの画面を合成し、視聴者のコメントに応じて商品の色をその場で変えてみせて好評だったという。一全

ての商品でやることはないが、これという物には活用できるのでは」。

未知の市場も魅力的だが、今ある9兆円市場を掘り直す方が利益反映は大きいとみる。サンプル作成が不要な画面上の自由な企画は、利益の源泉である付加価値の向上に役立つ。ビジネスイメージはF1レース。「ホンダは毎年数億円をかけてF1に参戦していたが、そこで培われる省エネなどの技術を市販車に還元して大きな利益を生んでいる」。アパレルにも転用できるのではとの見方だ。

100人近い同社のデザイナーにアンケートを取ると、「もっと自由にデザインしたい」との声が多い。日頃の企画ではMDや生産の都合から制約が多いからだ。「メタバース上で思い切ったデザインを試し、双方向のソーシャルメディアで消費者に問う」。そんな姿を思い描く。「売れる物という呪縛を解いた思い切った企画」は、下地毅社長が繰り返す。「個性の明確化」に沿うものでもある。

実商品へフィードバックし、デジタルファッションも販売する。3Dデータという新しい武器を手にした今、停滞するファッション市場を両からみでこじ開ける。（永松浩介）

# 洋服を売るために。アバターが救う創造性