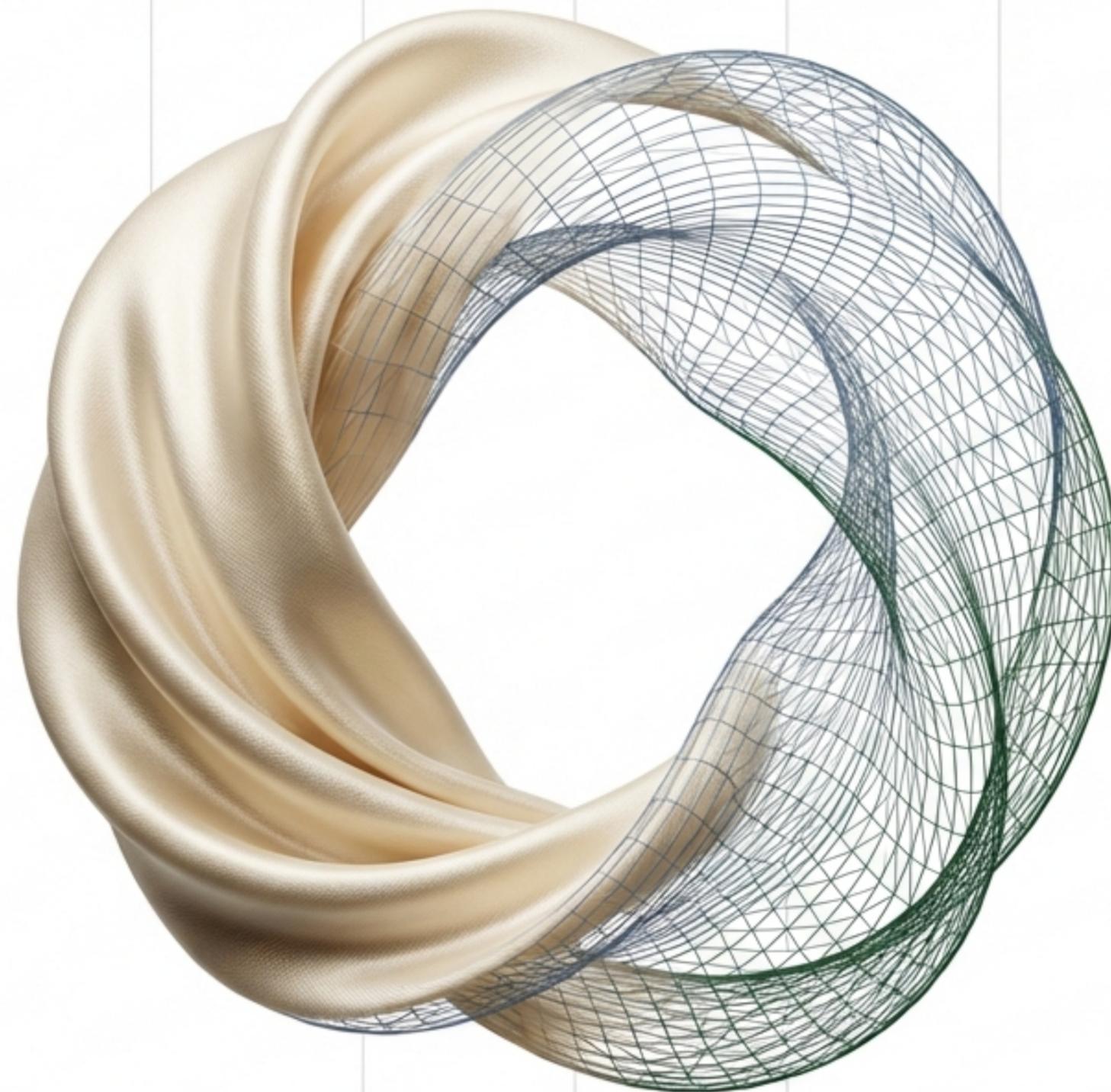


循環する価値

AIとサステナビリティが共創する次世代ファッション戦略

ファッション業界戦略レポート (2024-2025)
市場分析から「AI駆動型サーキュラー戦略」の提言まで



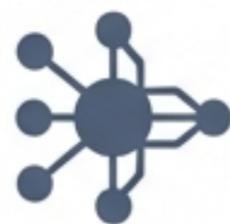
エグゼクティブサマリー：二重変革（Double Transformation）の統合が未来を拓く

業界は「サステナビリティへの移行」と「デジタル化の深化」という歴史的転換点にある。勝者はこれらを統合し、新たな競争優位を築く企業のみである。規制（EUデジタル製品パスポート等）はコストではなく、ブランド価値を証明する機会である。



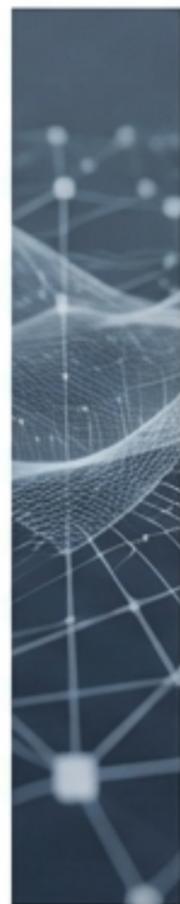
1. ビジネスモデル転換

「リニア（直線型）」から「サーキュラー（循環型）」へ。リセール・リペア・アップサイクルを、CSRではなく収益の柱として確立する。



2. AIバリューチェーン

AIを「神経中枢」として実装。高精度な需要予測により、業界最大の課題である「過剰在庫」と「廃棄ロス」を根絶する。



3. D2Cエンゲージメント

卸売依存からの脱却。顧客と直接繋がり、データを保有することでLTV（顧客生涯価値）を最大化する。



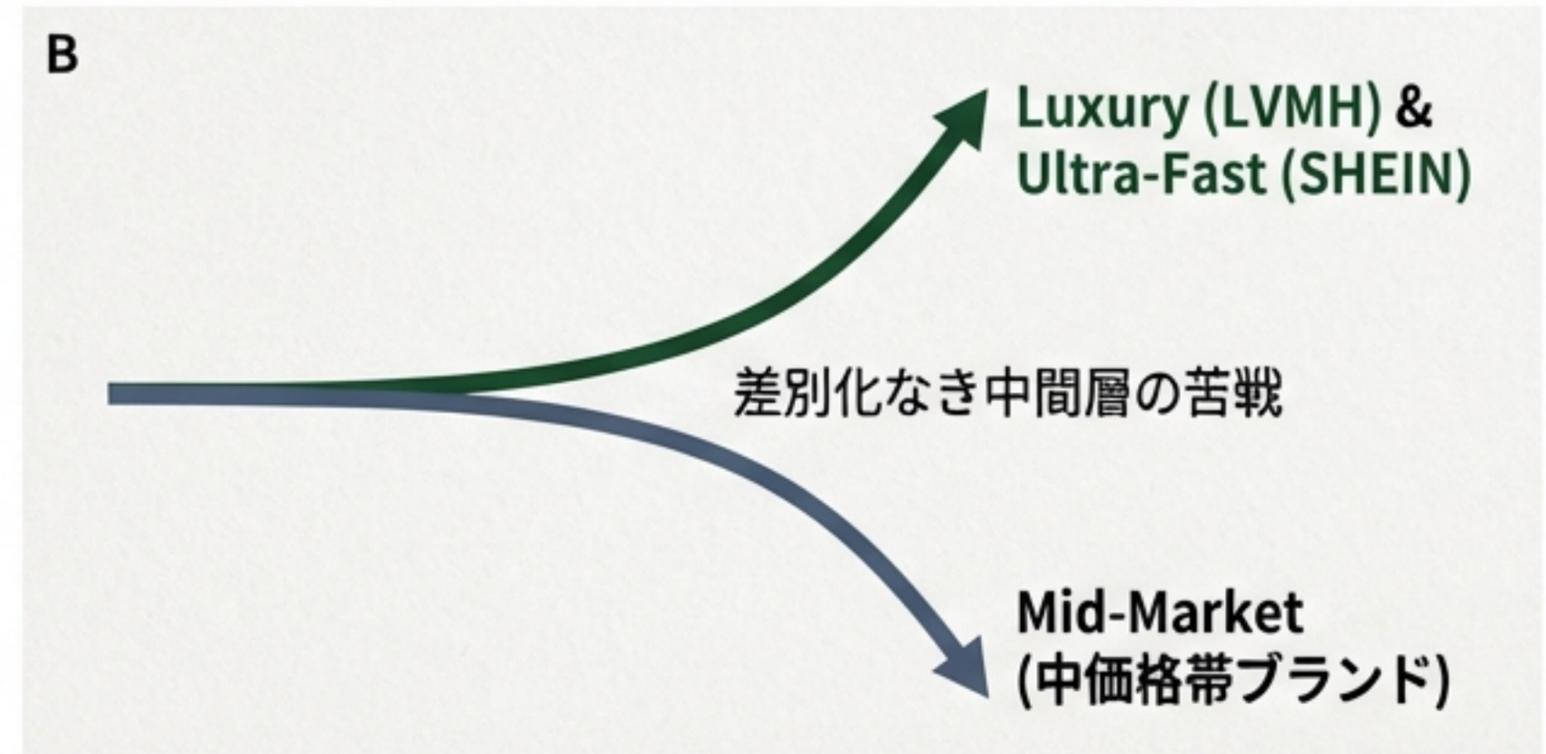
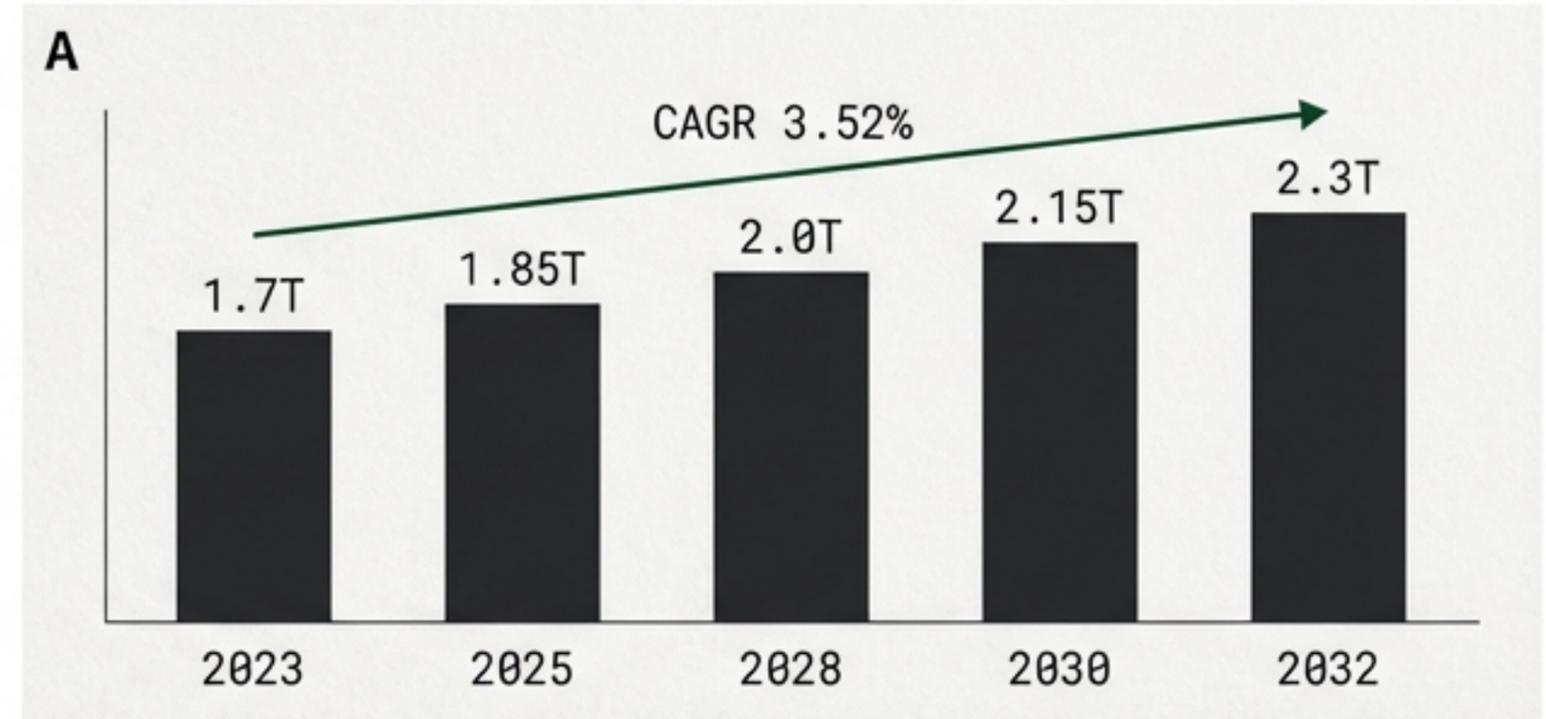
市場概観：成長は鈍化し、「ラグジュアリー」と「価格訴求」へ二極化が進む

市場データ

- Global Market: 2023年 1.7兆ドル → 2032年 2.3兆ドル (CAGR 3.52%)。成熟期入り。
- Japan Market: 2023年 8.3兆円。回復基調だが長期的には縮小トレンド。

戦略的示唆

市場拡大には期待できない。成長の源泉は「シェア奪取」と「LTV向上」にシフトする。



外部環境 (PESTLE) : 逃れられない「欧州規制」と「Z世代の価値観」

01

Regulation (法規制) : The Game Changer

EU Digital Product Passport (DPP) の導入。製品の全ライフサイクルデータの開示が義務化される。透明性はもはやオプションではなく「営業許可証 (License to operate)」となる。



02

Social Values (社会価値) : Gen Z & SDGs

「SDGsネイティブ」であるZ世代は、表面的なグリーンウォッシングを即座に見抜く。85%がサステナビリティを重視する一方、「ごめんね消費」という矛盾も抱える。徹底したオーセンティシティ (本物らしさ) が必要。



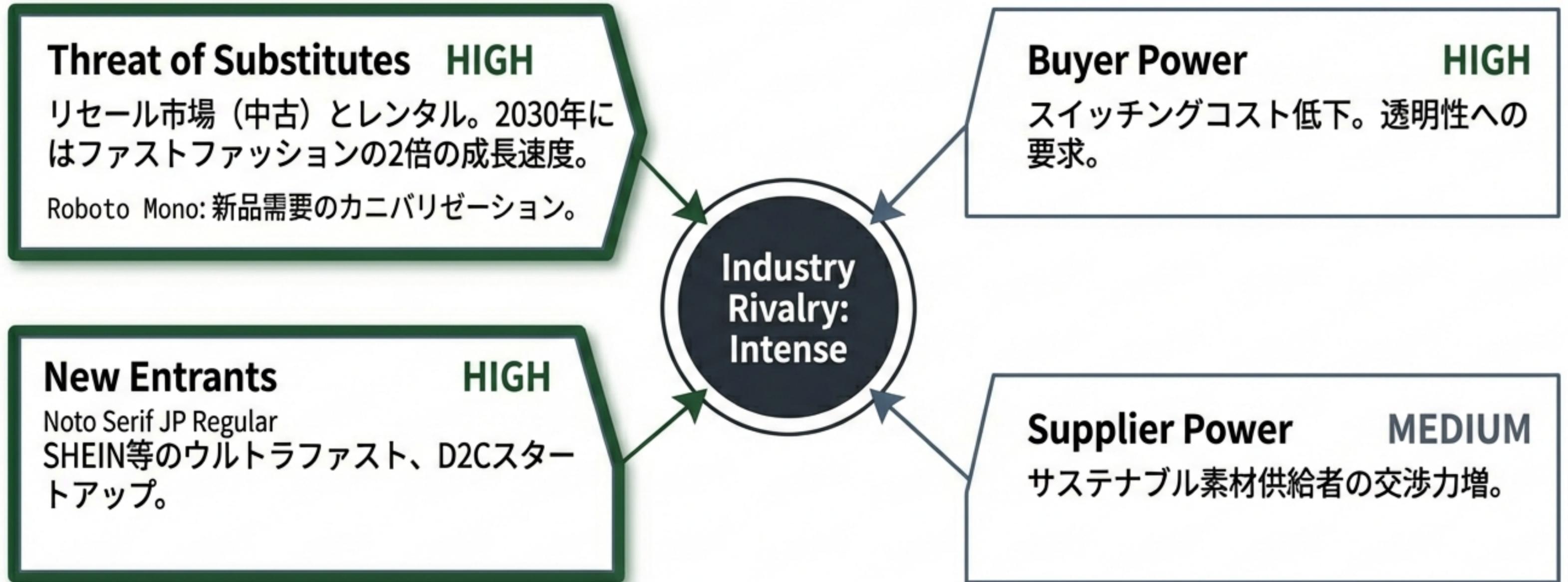
03

Geopolitics (地政学) : Supply Chain Risk

サプライチェーンの分断リスクとインフレ。コスト増要因が増える中、効率化と強靱化の両立が求められる。



構造分析 (Five Forces) : 競争は「製品」から「エコシステム」へ



Strategic Takeaway: リセール市場を敵と見なさず、自社ビジネスに取り込み (Internalize)、収益化するしか生き残る道はない。

サプライチェーンの二極化：「超高速」か「超透明」か

Ultra-Fast Model (e.g., SHEIN)

- データ駆動・超小ロット
- リードタイム：約1週間
- 課題：大量廃棄リスク、労働倫理、コピー疑惑

Ultra-Transparent Model (EU Standard)

- トレーサビリティ・倫理的調達
- DPP（デジタル製品パスポート）対応
- 課題：コスト増、リードタイムへの懸念

The Tech Solution

AI：高精度な需要予測で
「無駄な高速生産」を防ぐ

Blockchain：リアルタイム
で透明性を証明する

AIは「効率化ツール」ではなく「競争優位の源泉」である

AIをバリューチェーンの「神経中枢」と位置づける



デザイン / 企画

Generative AIによるトレンド分析とインスピレーション生成。企画サイクルの短縮。

Data: サイクルタイム 50% 短縮



在庫最適化 (The Holy Grail)

需要予測の精緻化により、業界最大の課題「過剰在庫・廃棄ロス」を最大80%削減可能。利益率改善の切り札。

Impact: 廃棄ロス 80% 削減,
利益率改善



顧客体験 (CX)

バーチャル試着 (Virtual Try-On/AR)。CV率300%向上、返品率の大幅削減。

Data: CV率 300% 向上,
返品率削減

「在庫リスクをゼロにするオンデマンド生産こそが、究極のサステナビリティである」

主要プレイヤーの戦略比較：勝者の条件とは

LVMH (Luxury)

Noto Serif JP Regular Roboto Mono

Strength: 圧倒的なブランド
ヘリテージ（模倣困難）

Strategy:

Strategy: デジタルによる顧客
支配 + 職人技（Craftsmanship）
への回帰

UNIQLO (SPA Champion)

Noto Serif JP Bold

Strength: 「LifeWear」コン
セプト + 高速サプライチェー
ン

Strategy:

Strategy: AI需要予測による在
庫最適化とグローバル展開

SHEIN (Data Disruptor)

Noto Sans JP Bold

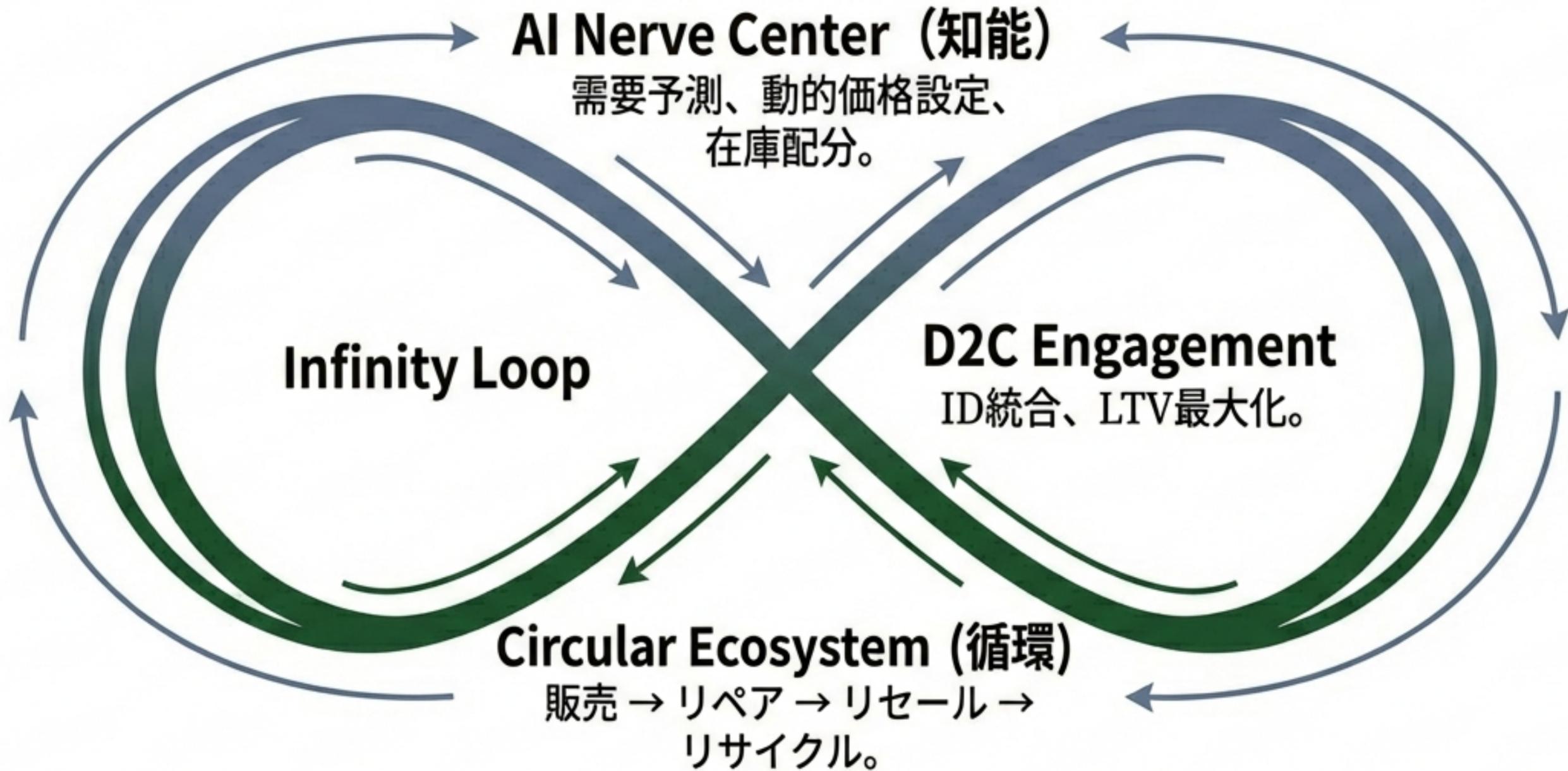
Strength: リアルタイムデータ
駆動の超高速生産

Weakness:

サステナビリティ・倫理的課題
課題（アキレス腱）

Analysis: 「ブランド力」か「データ力」のいずれかを持たない中規模プレイヤーは淘汰される。
勝者はこの両方を統合する。

提言：「AI駆動型サーキュラー・ブランド戦略」



環境負荷を下げながら、収益性を高める唯一のモデル。

顧客体験の革新：フィジタル（Phygital）な関係構築



New Store Role

「売る場所」から「体験とコミュニティのハブ」へ。
EC購入品の受け取り、リペア受付、リセール品の回収拠点として機能。

Technology Integration

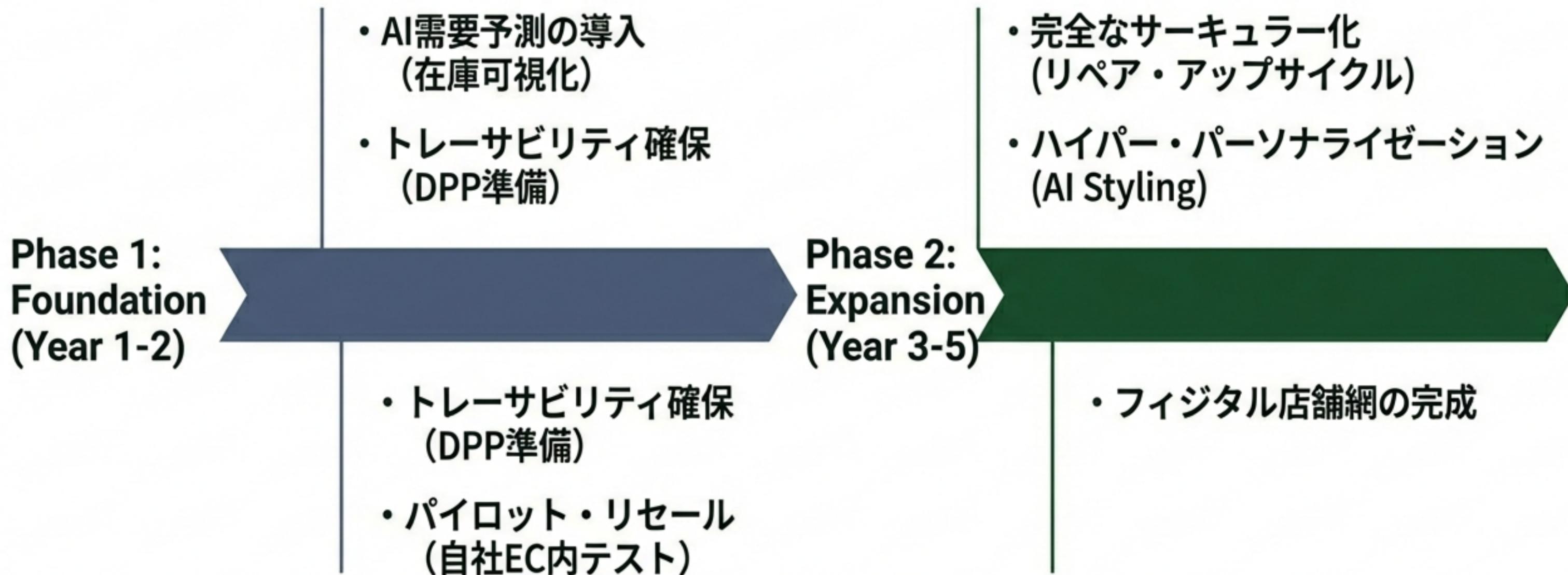
Smart Mirrors / AR
在庫がなくても試着可能。ECでの購入を促進。

Clienteling
AIが来店客のEC履歴を分析し、スタッフに最適な接客を推奨。

Outcome

単発の「点」の取引ではなく、持続的な「線」の関係へ。

変革へのロードマップ：今後5年の実行計画



段階的な実装により、リスクを最小化しながら変革を進める。

結論：未来の勝者となるために

Stop Linear

「作って売って終わり」のモデルは破綻した。

Embrace Regulation

規制対応を「コスト」ではなく「信頼の証」に変えよ。

AI is the Engine

サステナビリティと収益性を両立させる唯一の鍵はAIである。

今こそ、Circular Intelligence（循環する知能）への投資を決断する時である。