

## 経営のヒント 303 「破壊」 ZOZOSUIT の衝撃

「ZOZOSUIT」は大量の体格データを入手することが目的、ではない

### サイズ自体をなくす ZOZOSUIT の衝撃

2017 年末、アパレル系 e コマースサイトとして大きな存在感を示す ZOZOTOWN を運営するスタートトゥデイが、プライベートブランド (PB) 「ZOZO」を開始すると発表した。

スタートトゥデイは、不振の続くアパレル業界にあって、既に時価総額で 1 兆円規模と、主要百貨店の時価総額を超え、文字どおりディスラプターとして業界では今や向かうところ敵なしの状況である。



そして、スタートトゥデイは、この PB 向けに「あなたの身体を瞬時に採寸することのできるボディースーツ」と銘打ち、伸縮センサー内蔵の「ZOZOSUIT」を発表、ただちに無料配布を開始した(※)。

※スタートトゥデイは 2018 年 4 月 27 日、新型の ZOZOSUIT を発表。新型は、旧型のセンサーを利用したものと異なり、スーツに描かれたドット上のマーカーをスマホのカメラで 360 度撮影することで体型サイズを計測するタイプとなっている。以下の写真は旧型のスーツ。

S、M、L といった既成のサイズから選ぶという「人が服に合わせる」のではなく、「服が人に合わせる時代」を実現することがミッションだとスタートトゥデイの前澤友作社長は自らツイッターに投稿したが、ZOZOSUIT はトップスとボトムスの上下に分かれており、これらを着用した上で、胸元のセンサーとスマートフォンをブルートゥースで接続することで、「体のあらゆる箇所の寸法が瞬時に計測」できる。

インターネットを通じてあらゆるものが買えるようになった現代、実店舗で服を買う理由がもはや試着にしか見出せなくなっている中、そもそも既成のサイズという概念そのものをなくすという発想は衝撃的だ。

ZOZOSUIT を無料で配布することによって、スタートトゥデイは多くの人々の細部にわたる体格データを入手することができることとなった。しかし、スタートトゥデイがデータを取得することは目的ではなく、あくまで顧客の利便性を高め、顧客に ZOZO を選んでもらうための手段でしかない。

入手したデータは既にあるアパレル e コマースサイト「ZOZOTOWN」内での検索やレコメンド時に活用されるほか、PB の ZOZO の顧客はただ発注するだけで、カスタマイズされた服を購入できる。

世界中の人々が服を買う上で面倒だと思っていること、なくなれば良いと思っていること、それが何かから考えなくてはならない。データとテクノロジーはあくまで手段でしかない。

目的と手段を履き違えることはよくある話だ。そしてその結果、致命的な間違いを起こすこともよくある。だからこそ、今一度、自身がやっていることを振り返って考えることが重要だ。果たして最も重要な課題は何なのか？(=目的は何か)、その見極めが重要となる。

(この原稿は書籍『[破壊——新旧激突時代を生き抜く生存戦略](#)』から一部を抜粋・加筆しています)

## ■新刊書籍のご案内

### 落合陽一氏推薦！

「何が変わり、何が残るのか。人と情報環境の生態系の進化を俯瞰的に語り、メディア論に新しい息吹を与える1冊」



生か死か——。残された時間はあまりない。今、多くの業界で、新旧企業が衝突し始めている。EV シフトで業界そのものが消滅しかねない自動車メーカー、既存企業が新興企業に破壊され始めたアパレルメーカーや百貨店。さらには製造、流通、電機、金融、保険、出版、テレビ、音楽、広告……など、デジタル化の洗礼を浴び、産業自体の危機が叫ばれている業界は少なくない。果たして、これから始まる新時代の再編をどう生き抜けばいいのか？ グーグル、ソフトバンク、ツイッター、LINE で「日本侵略」を担ってきた戦略統括者がついに明かす、不可逆な未来を生き抜くための、デジタル時代の生存戦略。

### <経営のヒント>

メルマガから興味を持ったから、この著書「破壊」を購入して読んでみました。

確かに興味あるし、面白い！

この本には、歴史から俯瞰すると、ある法則性が見えてきます。

未来を予見できないと、「ビジョン」が描けません。

そのためにも、ある法則性を知ることです。

### 3つの原則

- ① 人間中心に考える
- ② 存在価値を見定める
- ③ 時空を制する

結論、この本、お勧めですよ。

(そうは言っても何人の人がこの本を手取るのでしょうか？・・・)