

2024 年 10 月 25 日
株式会社 電通グループ

電通グループ、文化服装学院と共同で、 日本初となる Roblox を活用した「デジタルファッションプログラム」を開講 ー 急拡大するデジタルファッション市場におけるクリエイター育成およびキャリア支援を推進 ー

株式会社電通グループ（本社：東京都港区、代表執行役 社長 グローバル CEO：五十嵐 博、以下「当社」）は、文化服装学院（本校：東京都渋谷区、学院長：相原 幸子）^{※1}と共同で、Roblox Corporation（拠点：米国カリフォルニア州、共同創業者兼 CEO：David Baszucki、以下「Roblox 社」^{※2}）の公式支援の下、同社が提供する没入型ソーシャルプラットフォーム「Roblox」を活用した「デジタルファッションプログラム（以下、本プログラム）」を、2024 年 10 月より開講します。Roblox 社が公式に支援するプログラムとしては日本初となります。急拡大するデジタルファッション市場でのクリエイター育成およびキャリア支援の推進を目的とする本プログラムは、2024 年 4 月に文化服装学院が新設した「バーチャルファッションコース」の後期授業（2024 年 10 月～2025 年 2 月）において、企業によるコラボレーション授業の 1 つとして当社と、Roblox 上でコンテンツを開発・展開する GeekOut 株式会社^{※3}の協力の下提供するものです。

当社と Roblox 社は、2023 年 6 月にグローバルパートナー提携（Roblox Partner Program）を締結し^{※4}、国内外の市場において Roblox 社の包括的なコンテンツ開発・運用支援を推進してきました。本プログラムは先日当社が発表した「House of Creators」プロジェクト^{※5}の取り組みの一環として、クリエイター・アクセラレーションを目的にプロジェクトパートナーである Roblox 社の公式支援のもと次世代のデジタルファッションデザイナーの育成を目指します。



Roblox 上のデジタルファッションイメージ

デジタルファッション市場への注目度は急速に高まっており、2024 年第 2 四半期（4 月～6 月）には 1,800 万人のユーザーが毎日 Roblox 内のマーケットプレイス（アバターアイテムなどを売買するショッピングサイト）を訪れています^{※6}。また、Roblox 社が 2023 年 11 月に発表した調査では、Roblox のようなバーチャル空間プラットフォームで社会的に育ってきた多くの Z 世代にとって、バーチャル空間上の自己表現とファッションが重要であることが明らかになりました^{※7}。併せて、ファッションブランドやラグジュアリーブランドの参入が相次いでおり、メタバース上でバーチャルコレクションを発表するブランドなども登場しています。Roblox 上でもアバター

向けファッションやアクセサリーの着せ替えが活発であり、ゲーム開発者だけでなくデジタルファッションのクリエイターの活躍が目覚ましく、デジタルファッションデザイナーは新たなキャリア機会としても注目されています。また、デジタルファッションは製造・運輸・廃棄といった工程がないため、サステナビリティ意識の高いZ世代から特に高い関心を集めています。

これらの背景を受け、デジタルファッションを提供するデザイナーの需要は高まっていますが、デジタル知識とデザイン、パターニングなどのリアルなファッションの知識、その双方を兼ね備えたデザイナーは不足しており、早期の育成が課題となっていました。

そこで当社は文化服装学院と共同で、新たなデジタルファッションデザイナーの育成とキャリア機会の支援を目指し、国内初のデジタルファッションプログラムの提供を開始します。これは、2023年にRoblox社がパーソンズ美術大学(在米国 NY 市)と世界初のデジタルファッションプログラムを開始した取り組み^{※8}の第2弾になり、日本で初めてRoblox社が公式支援を提供するプログラムです。本プログラムに参加する文化服装学院の学生はRobloxを活用しながらデジタル上でのファッション制作工程を学び、Robloxにおける販売・流通も手掛ける予定です。また、制作工程や市場における流通・販売に関する授業を通じてビジネス感覚の養成も支援します。さらに、Roblox上で制作したデジタルファッションをリアルな作品として制作・再現し、様々な企業パートナーなどの協力のもと実際にギャラリー展示する場を設ける予定で、デジタル・リアルの垣根を越えて活躍できるファッションデザイナー人財の育成に寄与します。

電通グループは、引き続き顧客企業・パートナー企業との連携を深めながら、デジタルファッション市場や新たなソーシャルメディアとも位置付けられるメタバース・ゲームなどを含む3Dメディア市場の拡大・発展に貢献していきます。また、今後も継続的に次代を担う学生への学習提供の場を拡大・拡張し、卒業後の進路などキャリア機会の支援を通じ、世界を代表するデジタルファッションデザイナーの人財育成に貢献していきます。

※1：文化服装学院について：文化服装学院は日本最初の服飾教育学校として認可されて以降、日本のファッション教育の中心的役割を果たし、2023年に創立100周年を迎えました。国内外で活躍するデザイナーをはじめ、流行の最先端で活躍するクリエイターやスタイリスト、バイヤー、プレスなど様々な職種でファッション業界をリードする人材を輩出。文化服装学院を飛び立った30万人以上の卒業生たちは、日本のファッションを世界トップレベルまで押し上げ、その第一線で活躍し続けています。

URL：<https://www.bunka-fc.ac.jp/>

※2：電通グループはRoblox社とパートナーシップ契約を締結しています。

URL：<https://www.group.dentsu.com/jp/news/release/000982.html>

※3：GeekOut株式会社：本社 東京都港区、代表取締役 田中 創一郎

GeekOut株式会社は、世界最大手の没入型ソーシャルプラットフォームを運営するRobloxおよび国内外Robloxワールド開発スタジオと連携して、メタバース進出支援サービスを提供しています。URL：<https://geek-out.io/>

※4：Partner Programの詳細については、Roblox社ホームページをご覧ください。

URL：<https://brands.roblox.com/find-a-partner>（英語のみ）

※5：「House of Creators」プロジェクトの詳細は下記リリースをご覧ください。

URL：<https://www.group.dentsu.com/jp/news/release/001304.html>

※6：出典：Roblox社提供

※7：出典「2023 Digital Expression, Fashion & Beauty Trends」

URL：<https://corp.roblox.com/newsroom/2023/11/insights-latest-digital-expression-fashion-beauty-trends-report>

- ・ Z 世代の 1,500 人以上を対象とした調査では、回答者の半数以上（56％）が、自分のアバター（ユーザーが自分自身をキャラクターとしてデジタル上で表現したもので、多くのバーチャル空間を行き来することが可能）をスタイリングすることが、実世界の自身のスタイリングよりも重要であると答えた。
- ・ 調査対象となった Z 世代の 84％は、実世界の自分のファッションやコーディネートはアバターのスタイルに影響を受けていると答えており、Z 世代の 88％はバーチャル空間上で自分を表現することが、実世界でも自己表現する自信に繋がると答えた。

※8：Roblox 社とパーソンズ美術大学のデジタルファッションプログラムの詳細はパーソンズ美術大学発表のリリースをご覧ください。（英語）

URL：<https://www.newschool.edu/pressroom/pressreleases/2022/roblox.htm>

以 上

【本検証に関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ 電通イノベーションイニシアティブ 青木、小山、森岡

URL：<https://innovation.dentsu.com/>

Email：innovation-initiative@dentsu.co.jp

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通グループ グループコーポレートコミュニケーションオフィス 小嶋、島津

Email：group-cc@dentsu-group.com