

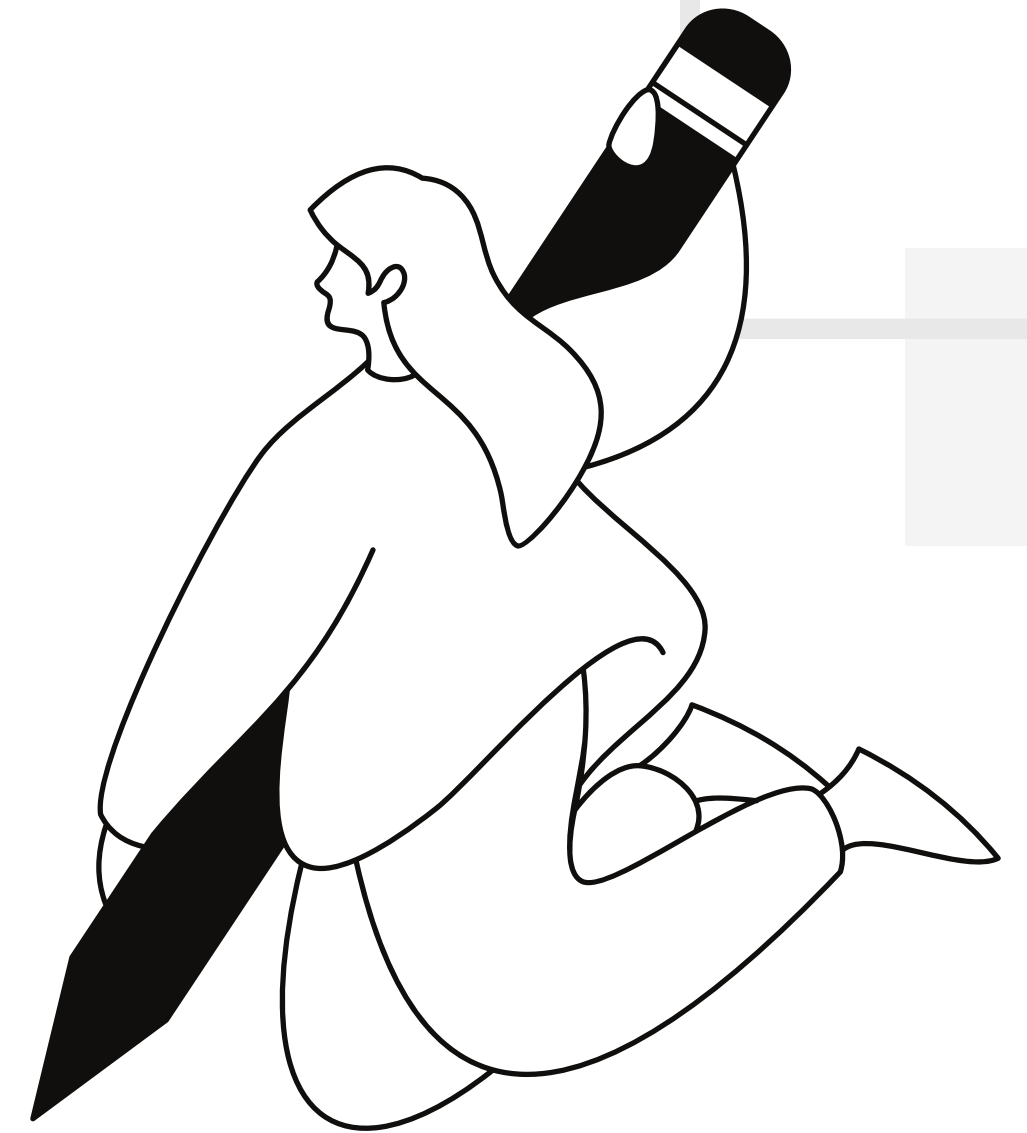
株式会社小学館

🔍 地方の女子大学生を輝かせる☆☆

チーム：ほほえみ

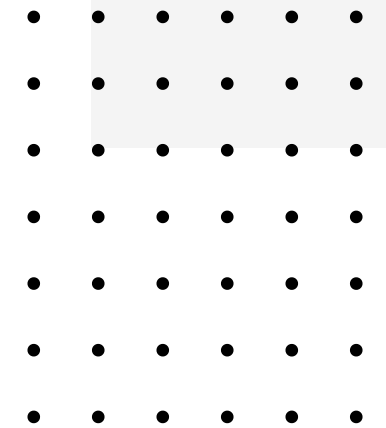
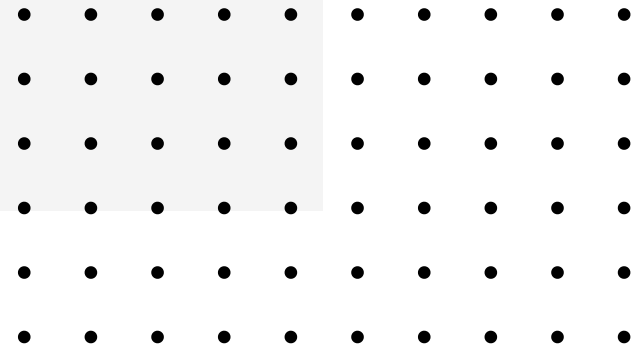
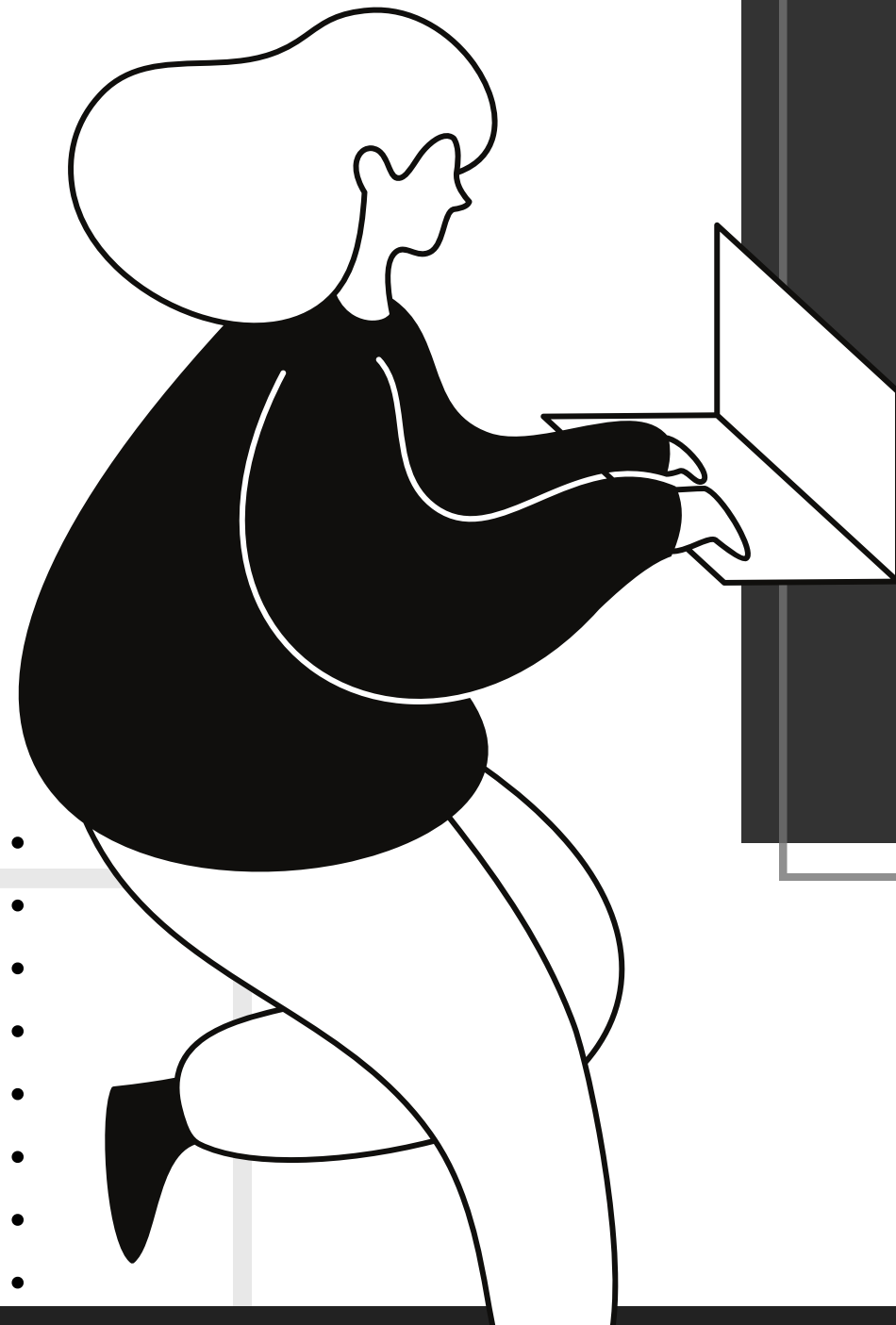


01. テーマ解釈
02. 現状分析
03. プロジェクトの立案
04. 小学館さんへの要望
05. まとめと展望
06. 参考文献



01

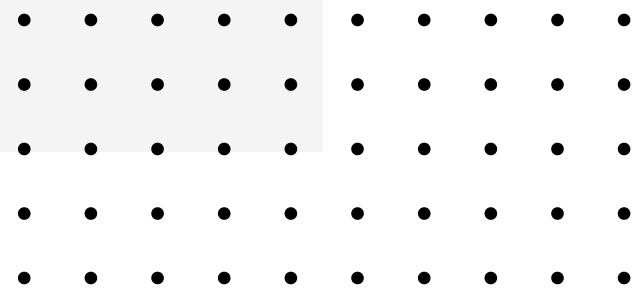
テーマ解釈



出題テーマ

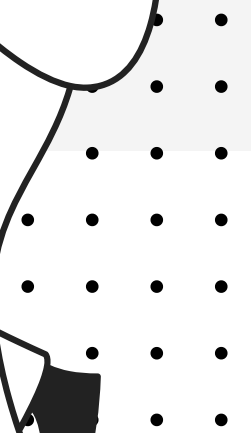
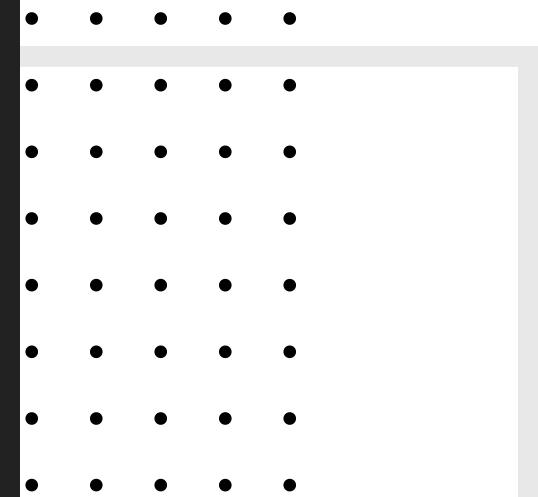
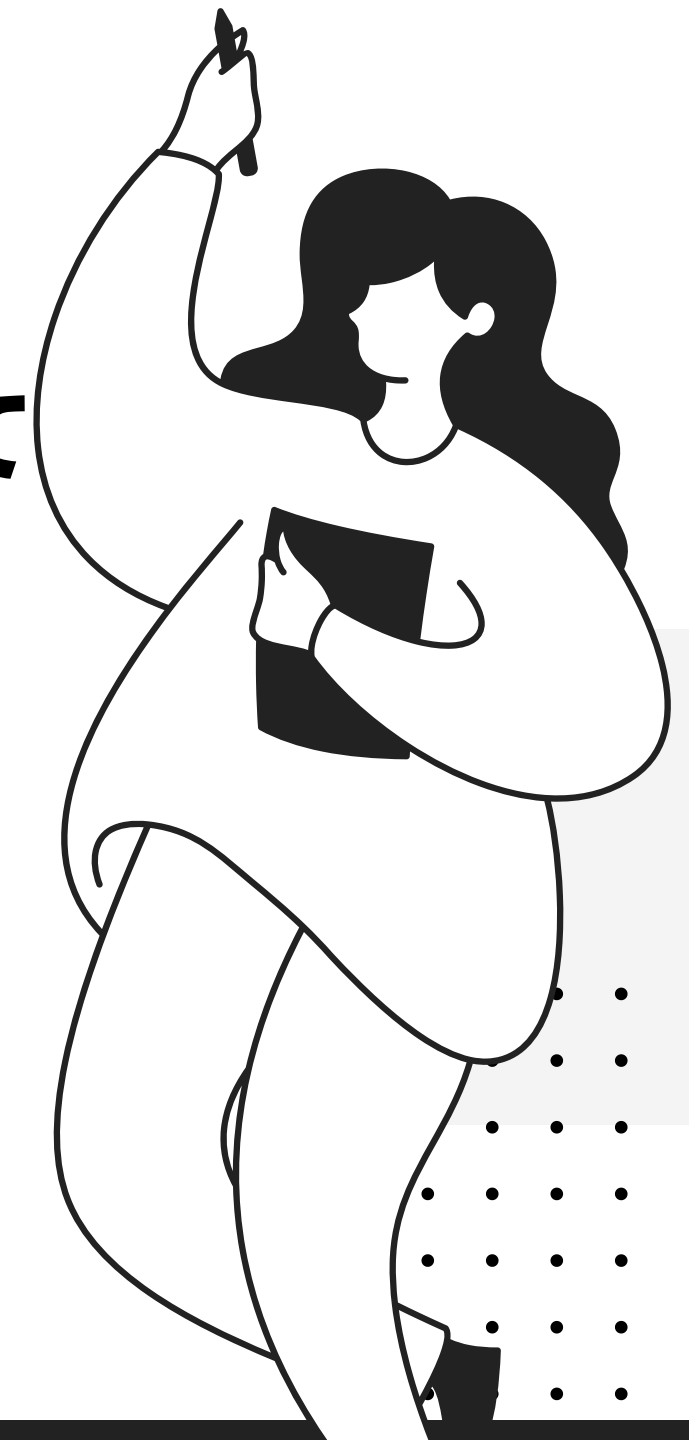
「あなたたち×小学館」それぞれの得意を生かして

ひとびとの心に彩りを与えるための協プロジェクトを立案してください



そこで私たちは・・・

1. 「あなたたち×小学館」の得意について
 2. ひとびとの心に彩りを与えることについて
- それぞれ考えてみました。



テーマ解釈（1）私たちの得意

01

大学生の気持ちに 寄り添う

特に地方の学生。

02

SNSでの 発信

Instagram、Twitter、
TikTok、YouTubeなど。

03

ファッションの コーディネート

3人中1人がアパレル店員で、
2人もファッションに強い。

04

コミュニケーション

それぞれアルバイトや長期イン
ターンシップで、多様な人々と
とコミュニケーションをとって
いる。

テーマ解釈（1）小学館の得意

01

**人々の気持ちに
寄り添う**

老若男女。

02

人々の役に立つ

人々の知りたいを
助けている。

03

伝える

多様な方法を用いて、
様々な情報を発信している。

04

出版物

絵本、雑誌、書籍などの
多彩な出版物を刊行している。

05

挑戦と創造

挑戦と創造を
続けている。

ワクワク

人生の充実感

役に立つ

ひとびとの心に彩りを与える

とは・・・

生きやすくなる

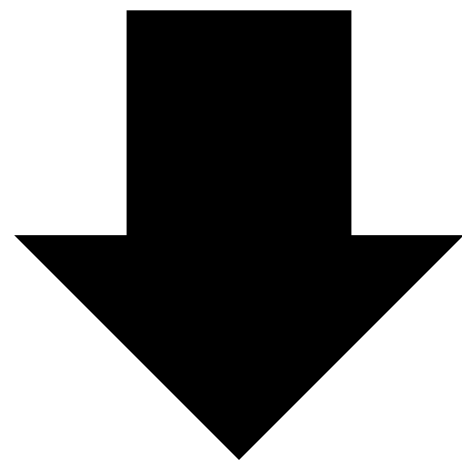
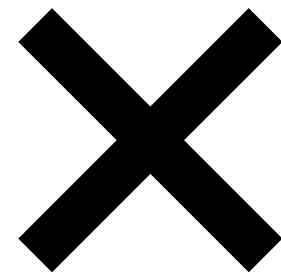
相互に満足し合う

楽しい

テーマ解釈の結果



私たち

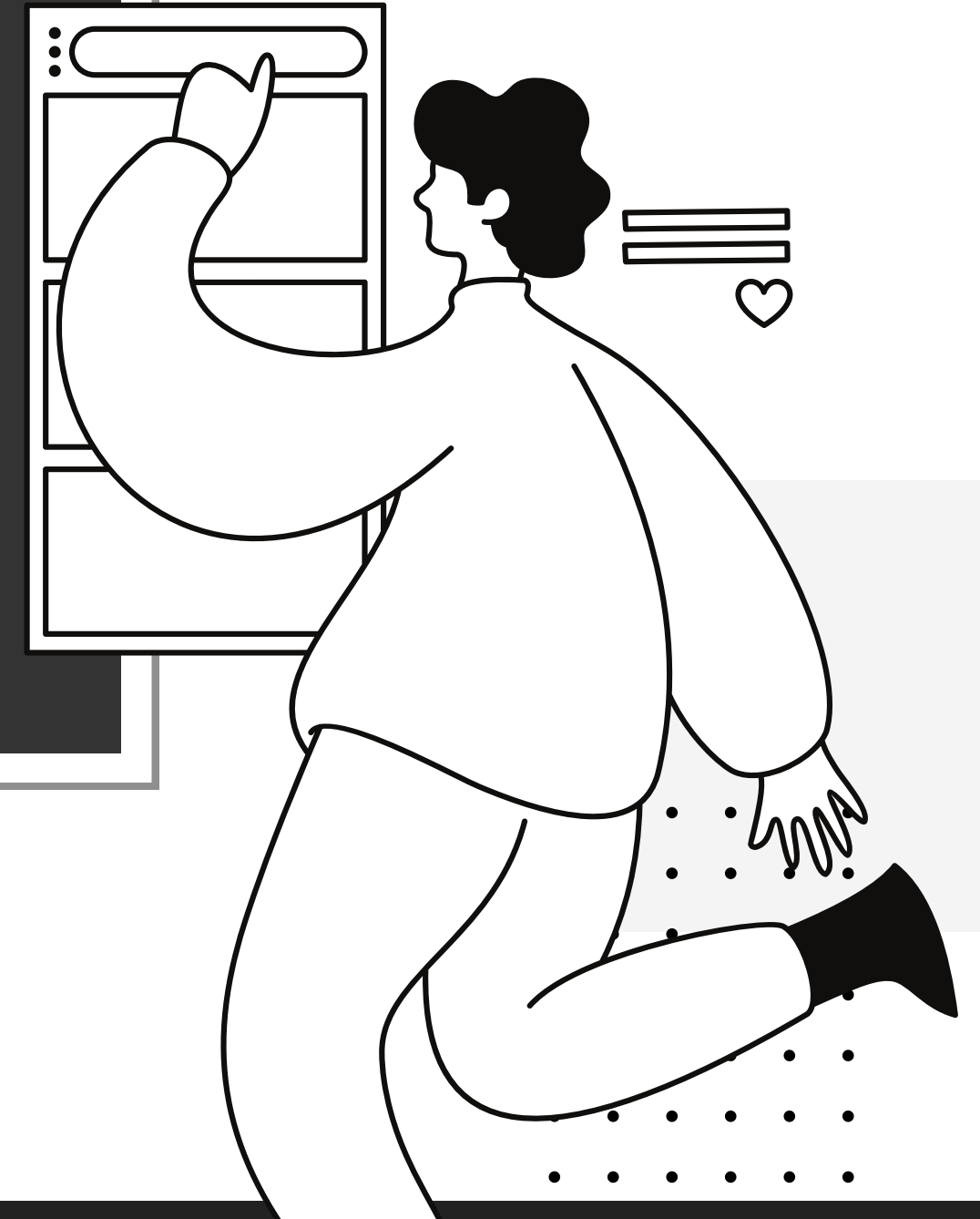


小学館

**価値を提供し、顧客はもちろん
私たちと小学館にも彩りを生み出したい！**

02

現狀分析



「私たち」と「小学館」の 現状分析

得意だけを知るのではなく、**SWOT**分析
を用いてどのようなプロジェクトが立案
できるのかを明確にします。



現状分析（私たちのSWOT分析）



強み

- 地方大学生の気持ちに寄り添うことができる。
- SNSで発信するのが得意。
- 挑戦することができる。
- 想像する力。
- 多様な人々とコミュニケーションとることができる。
- ファッションに興味や関心が強い。



弱み

- 老若男女の繋がりが薄い。
- 知識が不足している。
- 創造力が足りない。
- 資金がない。



機会

- 小学館と協力する。
- 技術が発達し様々なことに挑戦できる。
- Z世代として生きている。



脅威

- 戦争により物価が値上がりしている。
- 戦争により供給が滞っている。

現状分析（私たちのクロスSWOT分析）



強み

- 地方大学生の気持ちに寄り添うことができる。
- 男女のグループである。
- 多様な人々とコミュニケーションとることができる。
- ファッションや美容に詳しい。
- Z世代ならではの視点がある。



弱み

- 老若男女の繋がりが薄い。
- 知識が不足している。
- 創造力が足りない。
- 資金がない。



機会

- 小学館と協力する。
- 技術が発達し様々なことに挑戦できる。
- Z世代として生きている。

強み×機会

- ジェンダーレスで最先端の取り組みができる。
- ファッションや美容の知識を活かして小学館とのプロジェクトを考える。

弱み×機会

- 経験豊富な小学館と共に最先端の技術を利用し、新サービスを提供する。



脅威

- 戦争により物価が高騰している。
- 戦争により供給が滞っている。

強み×脅威

- Z世代だからこそ、ITで利益をだす。

弱み×脅威

- 資金が足りない上に物価が高騰している。

現状分析（小学館のSWOT分析）



強み

- 多彩な出版物の刊行
- 老若男女の気持ちに寄り添うことができる。
- 老若男女への発信力がある。
- 挑戦し続ける。
- 創造する力がある。
- 人々のために役立っている。
- 伝えることに長けている。



弱み

- 大学生との繋がりが弱い。
- デジタル分野での経験値が浅い。
- 男性向けのファッション誌が少ない。
- ファッション誌において、読者に体験してもらうことは難しい。



機会

- 大学生と協力する。
- 技術が発達し様々なことに挑戦できる。
- 感染症の影響でデジタルの視点を持つことができた。



脅威

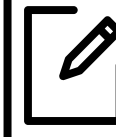
- 戦争により物価が値上がりしている。
- 戦争により供給が滞っている。
- ネット社会で紙媒体の需要が薄れている。
- 他会社との差別化が求められている。

現状分析（小学館のクロスSWOT分析）



強み

- 多彩な出版物の刊行。
- 老若男女の気持ちに寄り添うことができる。
- 老若男女への発信力がある。
- 挑戦し続ける。
- 創造する力がある。
- 人々のために役立っている。
- 伝えることに長けている。



弱み

- 大学生への印象が弱い。
- デジタル分野での経験値が浅い。
- 男性向けのファッション誌が少ない。
- ファッション誌において、読者に体験してもらうことは難しい。



機会

- 大学生と協力する。
- 技術が発達し様々なことに挑戦できる。
- 感染症の影響でデジタルの視点を持つことができた。

強み×機会

- 大学生と協力して新たなプロジェクトを創る。
- 多彩な出版物と大学生で新たなことを生み出すことができる。
- デジタルを用いて人々の役に立ったり、伝えたりする。

弱み×機会

- 大学生との協力プロジェクトを通して大学生へのイメージ向上に繋げる。
- デジタルでの発信を向上させることができる。
- ファッション誌においてデジタルを用いることで、読者の悩みに少しでも寄り添うことができる。
- 大学生目線で男性向けのファッション誌を創ることができる。



脅威

- 戦争により物価が値上がりしている。
- 戦争により供給が滞っている。
- ネット社会で紙媒体の需要が薄れている。
- 他会社との差別化が求められている。

強み×脅威

- 様々なことに挑戦し、新たなもの、ことを生み出し、利益を出す。
- 創造する力で、他社との差別化を図る。

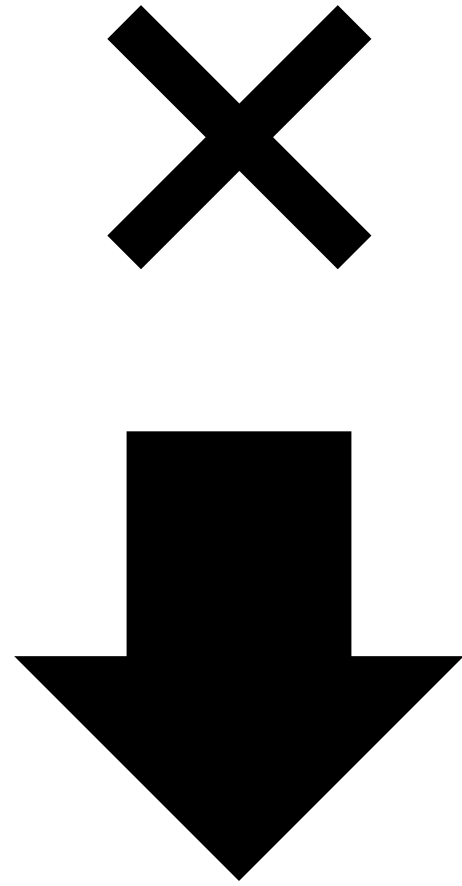
弱み×脅威

- デジタルでの経験が浅いため、現代社会で競争することが大変。

現状分析（SWOT分析の結果）



私たち



小学館

**デジタル分野を活用して人々に
小学館のファッション誌を楽しんでもらおう！**

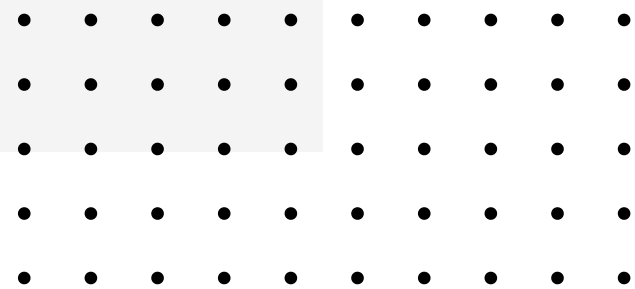


地方の女子大学生の声

そして・・・

地方の大学生のファッションに関する悩みを聞いてみました！

- 雑誌を見ても近くに売っている店舗がなく、試着することができない。
- 地方にないファッションブランドの洋服を購入しづらい。
- ECサイトで購入する洋服が本当に似合うのかが不安。
- 実店舗が遠い。
- 実店舗に行く時間がない。
- コーディネートがマンネリ化している。

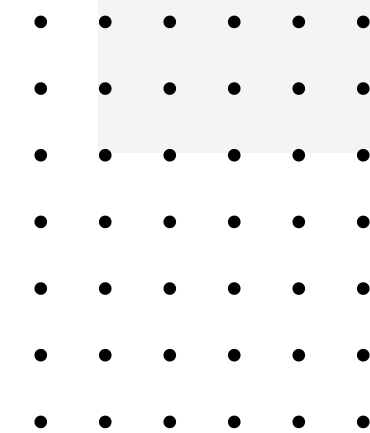
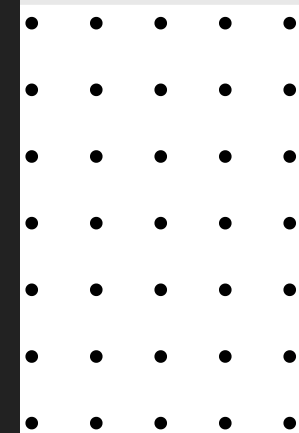


ファッション誌

と

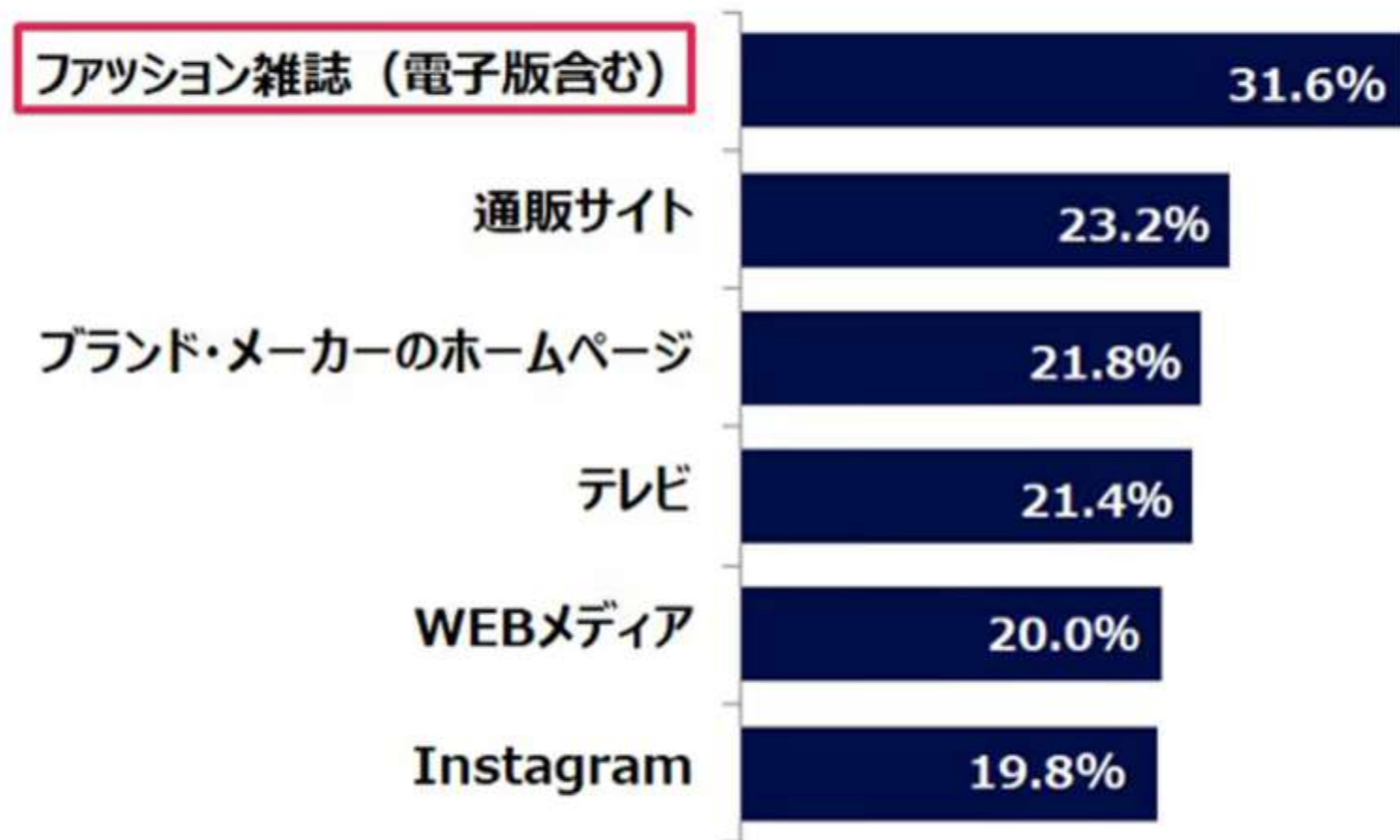
デジタル分野

を用いることで・・・



現状分析

Q.「ファッションの情報が分かりやすくまとまっている」と思うものは？



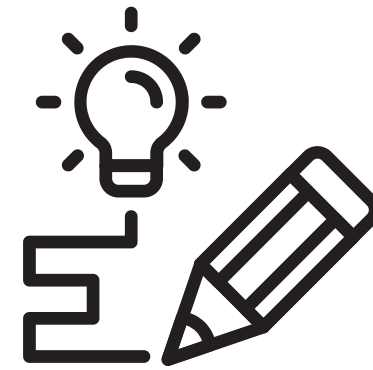
※n=500／複数回答／上位6項目のみ記載

「MarkeZineニュース」

ファッション高感度層、65%が読む媒体を固めず都度気になった雑誌を読む傾向【楽天モバイル調査】より

※上記の図における「ファッションニスタ」とは

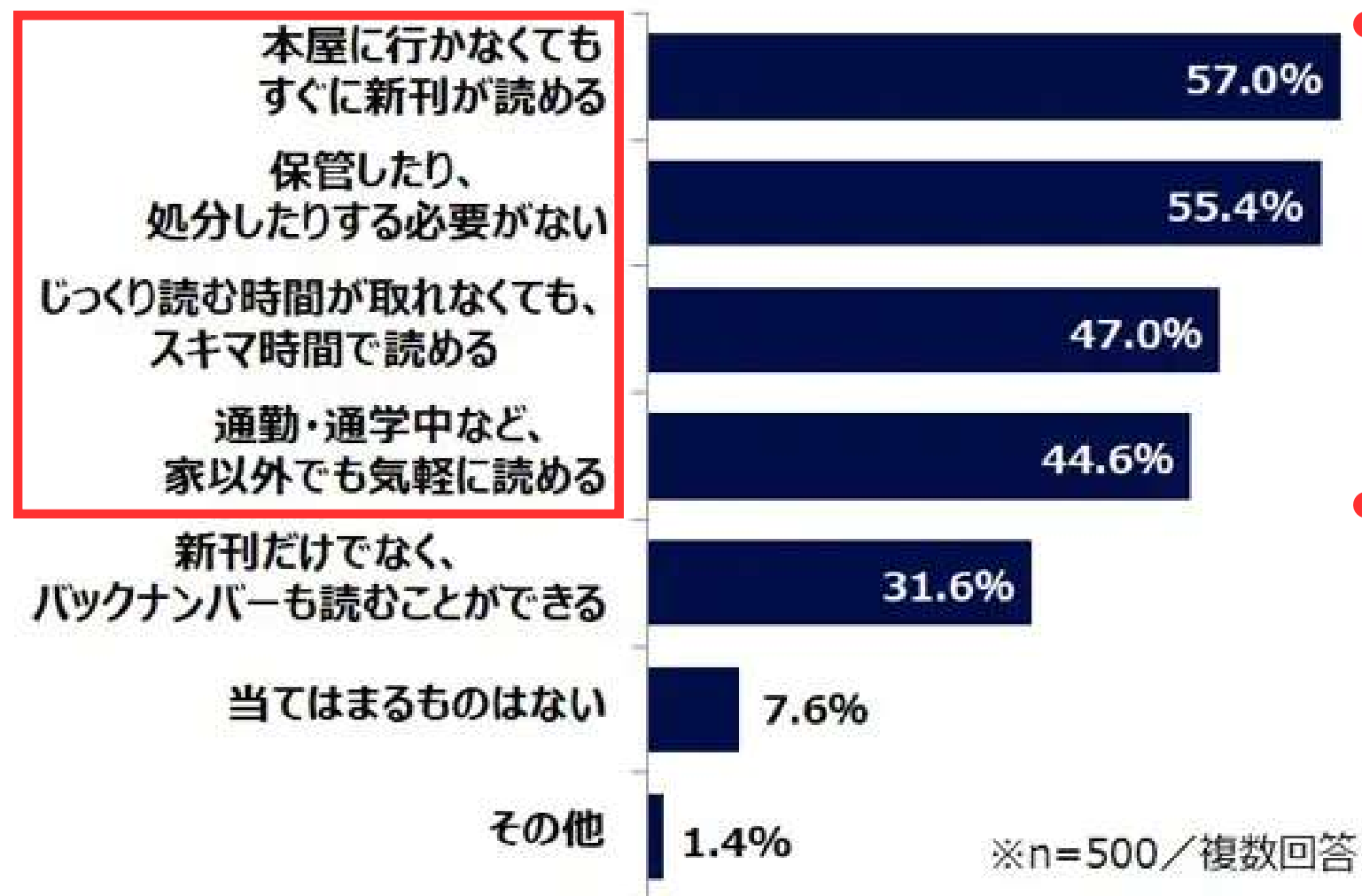
「ファッションセンスに自信がある」かつ、「SNSに自分のファッションを投稿することがある」かつ、「周囲からファッションについて褒められたことがある」と回答した、ファッションへの情報感度が高い、20代から40代女性500人のこと。



現代社会では多様な方法でファッションの情報を得る事ができる。しかし、この調査において「ファッションの情報が一番分かりやすくまとまっている」として「ファッション雑誌」を挙げているファッションニスタの女性が一番いた。

現状分析

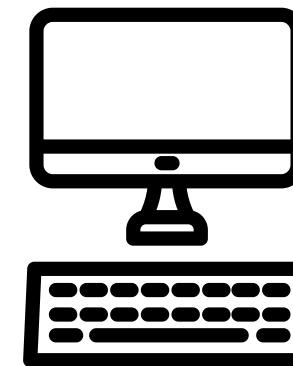
Q. 理想の「雑誌バイキング」をするために
大切だと思うポイントは？



「MarkeZineニュース」

ファッション高感度層、65%が読む媒体を固めず都度気になった雑誌を読む傾向【楽天モバイル調査】より

※上記の図における「雑誌バイキング」とは
「その都度気になった雑誌を読む」人のことを指す。



**ファッションニスタの女性
において、いつでもどこ
でも、気軽に読むことの
できる雑誌が求められて
いる。**

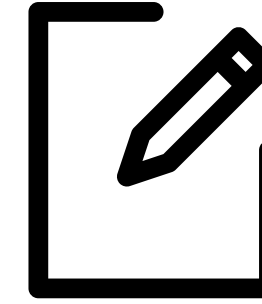
現状分析

Q7.あなたが服を購入する際のインターネット（PC・スマホ）の利用状況をお教えてください。（単一回答）

全体（有効回答数：649名）

	男性 294人	女性 355人	合計 649人
服はすべてネットで購入する	3.7%	4.2%	4.0%
どちらかといえばネットで服を購入することが多い	14.3%	17.8%	16.2%
少ないがネットで服を購入することがある	16.0%	26.5%	
情報収集はネットで行うが購入は実際の店舗で行う	17.4%	22.5%	20.2%
服の購入・情報収集にネットを使うことはない	48.0%	29.0%	37.6%
その他	0.7%	0.0%	0.3%

「リサーチプラス」ファッションに関する調査より



女性において、洋服をECサイトで購入したり、情報収集したりする人が多い。

現状分析

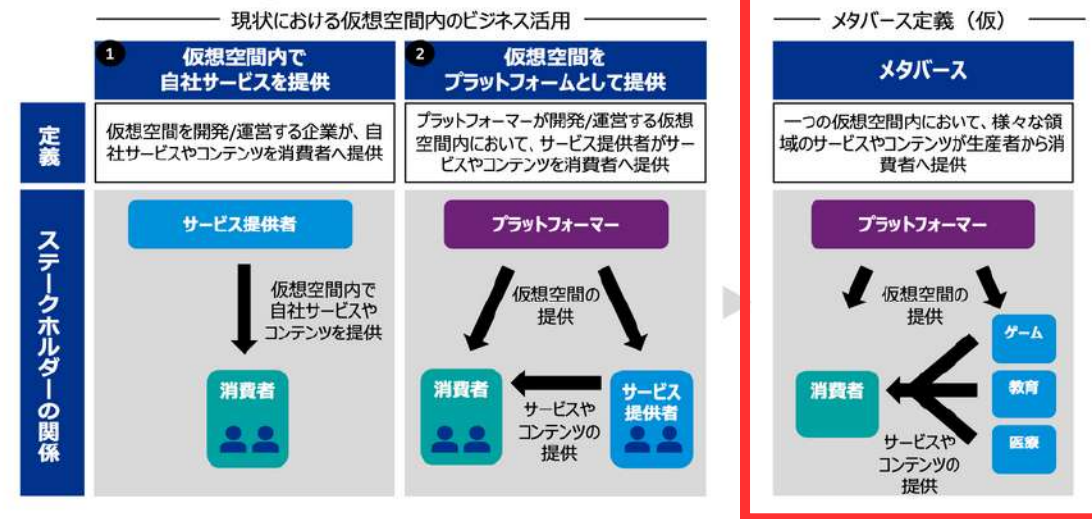
1. メタバースに関する諸外国・地域の主な動向

機関等	レポート・政策ペーパー等	具体的なプロジェクト・予算・投資等
米国	連邦議会調査局 ・レポート「The Metaverse: Concepts and Issues for Congress」(メタバース関連技術・コンセプト・関連企業を整理し、議会で検討すべき政策課題を検討)を公表(2022年8月)	
EU	欧州委員会 ・政策文書において、2023年に取り組むべき優先事項の1つとして「メタバースなどの仮想世界に関するイニシアチブ」の策定・発表を挙げた(2022年9月)	
	EU理事会 ・政策ペーパー「メタバース-仮想の世界、現実の課題」(メタバースの概観と、潜在的な課題・機会の整理)を公表(2022年3月)	
	欧州議会 ・政策ペーパー「メタバース:機会、リスク、政策的意義」にて、背景(技術、利活用、経済)と主要政策課題を整理(2022年6月)	
仏国	研究者グループ ・政府の委託により研究者グループが、フランスのメタバースに関する課題・戦略に関する政策提言を公表し、フランス独自の戦略の重要性を主張(公的機関の関与・規制の重要性、相互運用性の確保、フランス文化・産業の強み活用、等)(2022年7月)	
中国	上海市 ・「メタバース新分野育成のための行動計画(2022-25年)」を公布し、基本原則・目的、主要任務、主要事業(人材育成・産業振興・規制等)、支援措置を提示(2022年7月)	・専門家諮問委員会設置等の連携強化、各種補助金による投資ファンド機能の提供、企業の上場支援、大学におけるメタバース関連学科の創設・増強、メタバースにおける上海の認知度向上、研究開発機関の誘致
	北京市 ・2022年から2024年にかけての「メタバースの革新的発展のための行動計画」を発表(2022年8月)	・文化・観光コンテンツを中心とした実証、100社以上の関連企業育成を目指し、財政支援の他、産学官の「メタ・ユニバー産業アライアンス」の結成により、投資誘致と産業振興サービスのプラットフォーム構築を構想
韓国	科学技術情報通信部 ・国家戦略「メタバース新産業先導戦略」(4大推進戦略・24の詳細課題)を発表(2022年1月) ・ガイドライン「メタバース倫理原則」を公表し、3大志向価値(「完全な自我」「安全な経験」「持続可能な繁栄」)、8大実践原則(真正性、自律性、互恵性、プライバシー尊重、公平性、個人情報保護、包括性、未来への責任)を提示(2022年11月)	・戦略実現のため、メタバースのエコシステム構築に2,237億ウォン(約214.5億円)を投資する(対象は研究開発、プラットフォーム実証、海外進出支援、専門人材育成など)他、総額で5,560億ウォン(約525.7億円)を支出する計画(※ファンド立ち上げ予算(下記)は含まない) ・2022年中にメタバース中小企業との合従連衡を誘導するため、政府出資の100億円規模のメタバース企業M&Aファンドも立ち上げる
	ソウル市 ・メタバース空間を運営する上で「メタバース倫理指針」(アバター間の接触不可・暴言フィリタリング・不健全行為の届出機能などの安全対策)を規定(2023年1月)	・仮想空間上で行政サービスなどを提供するメタバース・プラットフォーム「メタバース・ソウル(Metaverse Seoul)」プロジェクトを開始(2023年1月)、第1フェーズの支出は約20億ウォン(約2億600万円)

「総務省」メタバース等の利活用に係る海外動向等より

本調査の対象：仮想空間のビジネス活用とメタバース

現状における仮想空間のビジネス活用は、①仮想空間内で自社サービスを提供するか②仮想空間をプラットフォームとして提供するかに分類され、本調査のスコープは主にこの2つになる。ただし、「メタバース」の登場を見据え、メタバースもスコープに含める



バーチャルの中でも、近年活発化し、小学館でも挑戦されている「メタバース」を利用する。「メターバース」は空間内にゲーム、教育、医療など幅広い分野のコンテンツを消費者に提供することが可能。

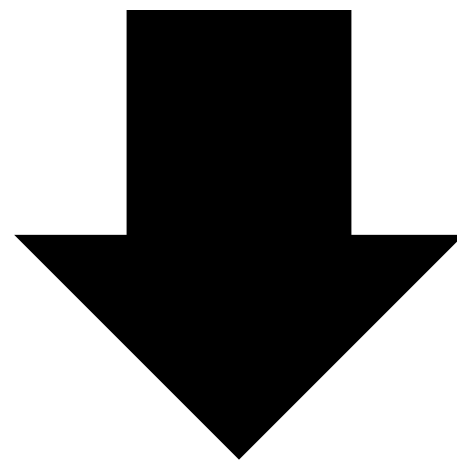
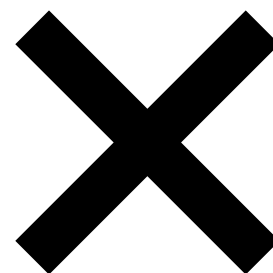
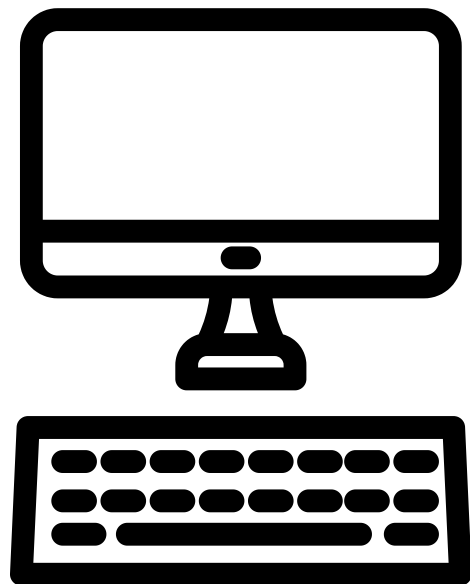
出典：「産業構造審議会 商務流通情報分科会 Connected Industriesにおける共通商取引ルール検討小委員会」の内容をもとにKPMGコンサルティングが作成
https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/shomu_ryutsu/smartcommerce/pdf/001_04_00.pdf

KPMG © 2021 KPMG Consulting Co., Ltd. a company established under the Japan Company Law and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative (“KPMG International”), a Swiss entity. All rights reserved.

「経済産業省」

【報告書】 令和2年度コンテンツ海外展開促進事業(仮想空間の今後の可能性と諸課題に関する調査分析事業)より

現状分析の結果



メタバースとメタクローン®アバター

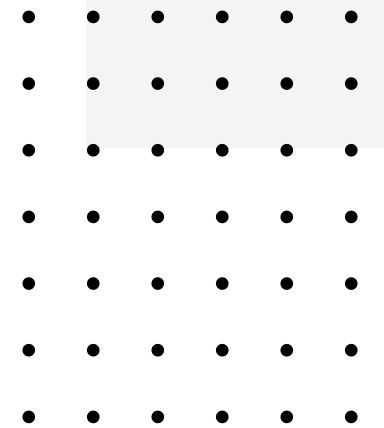
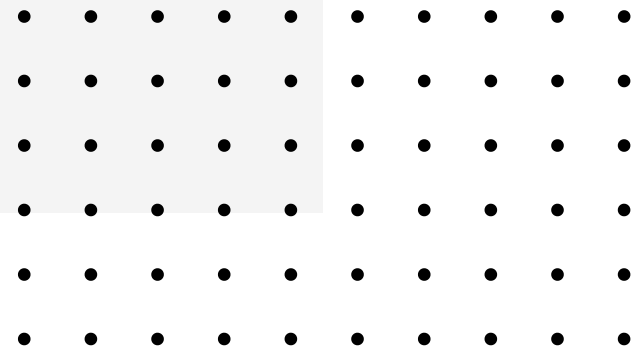


「株式会社小学館」雑誌|小学館より
小学館のファッション誌

いつでもどこでも、小学館のファッション誌の洋服をバーチャルで
試着、購入、アイデア収集までできる空間を創ることができる！

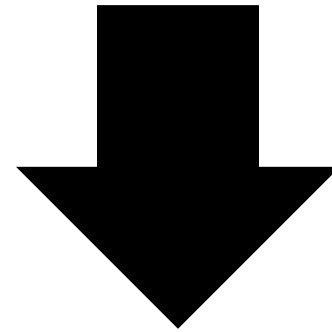
03

プロジェクトの立案



私たちが立案するプロジェクトは・・・

🔍 **地方の女子大学生を輝かせる** ✨

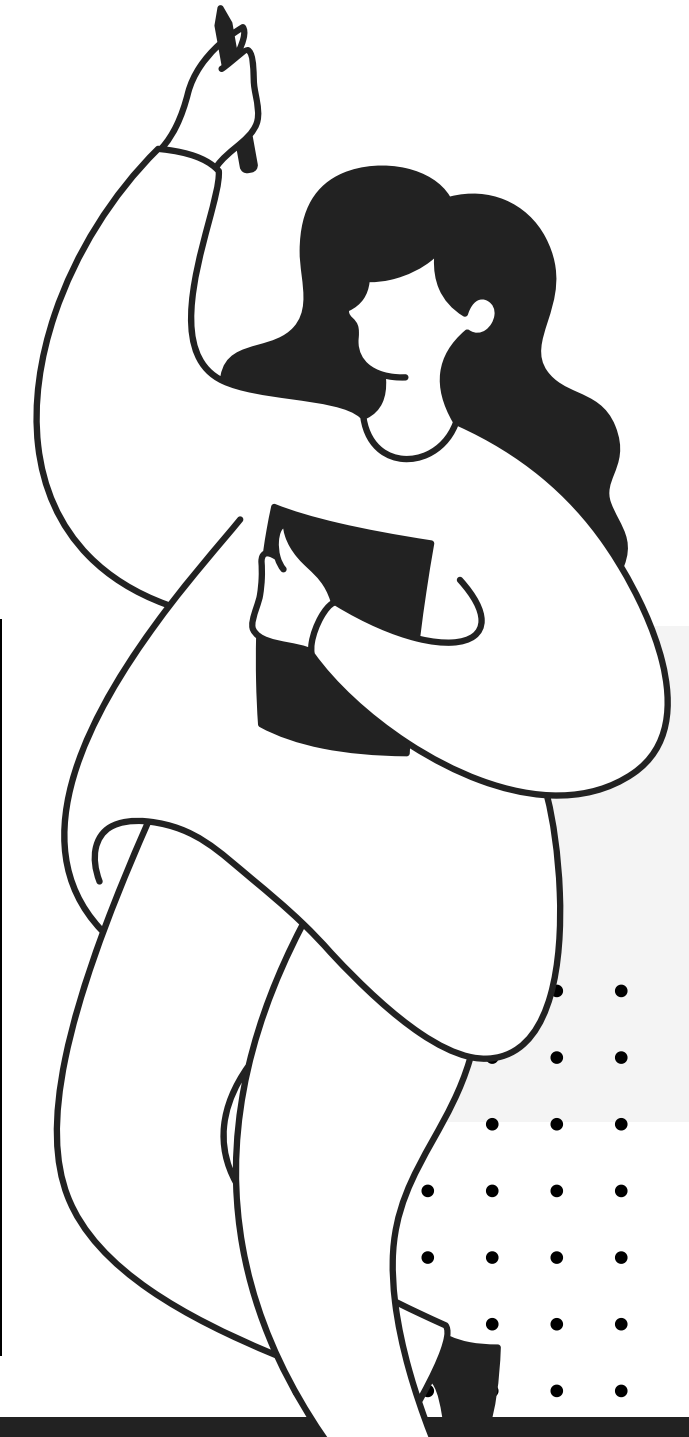


ターゲットは・・・

地方の女子大学生！

理由：小学館には女性ファッション誌が多くあり、女性の方がファッションのECサイトをよく利用している傾向にあるため。

また、私たちの身の回りにおいて、女性の方がファッションについて悩んでいたから。



メタバース とは？

インターネット上の仮想空間において、自分のアバターを作成して行動できる仕組みを持ったもの。アバターの形をしたほかのユーザーとも交流して、非現実的な体験ができるのも、メタバースの特徴。

「株式会社マイナビ」

最近話題のメタバースとは何か？どんな可能性がある？より



メタクロン®アバター とは？

「メタクロン®アバター」は、1枚の顔写真から、短時間でフォトリアルな3Dアバターを自動生成することができるサービスです。AIと3D復元技術を組み合わせることで、様々なユースケースに合わせたアバターを提供することができます。

「TOPPAN NEWNORMAL」
3Dアバター自動生成サービス（メタクロン®アバター）より



「メタクロン™アバター」を用いて1枚の写真から生成した3Dアバターと利用イメージ
© TOPPAN INC.

プロジェクトの立案（仕組み）

01

小学館のファッション
雑誌（電子版を含む）
購入

対象雑誌

CanCan, Oggi, Precious。

02

メタバース空間の
サイトに移動

対象の雑誌に

QRコードとURLを掲載。

03

新規登録もしくは
ログイン

その際、購入雑誌に掲載してある

パスコードを入力。

04

アバターの選択

メタクローンアバターもしくは
既存のアバターで参加することが可能。

05

利用可能

洋服を見たり買ったりすることができる。
また、お手本雑誌に掲載されていない
コーディネートも見ることができる。

04

小学館さんへの要望



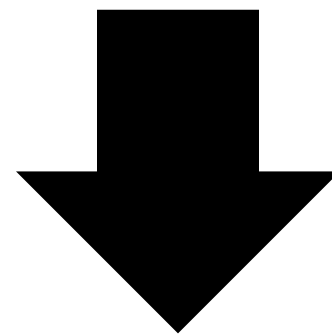
小学館さんへの要望（資金）

1. 雑誌を出版する際にかかる費用について教えていただきたいです。
2. メタバー空間を制作された際にかかった費用を教えていただきたいです。



「株式会社小学館」

S-SPACE（スペース）-小学館をはじめとした様々なメディアやコンテンツ体験ができるメタバー空間β版より

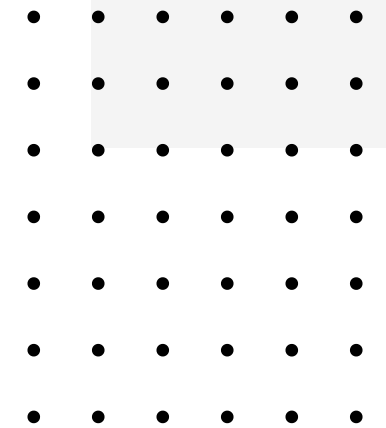
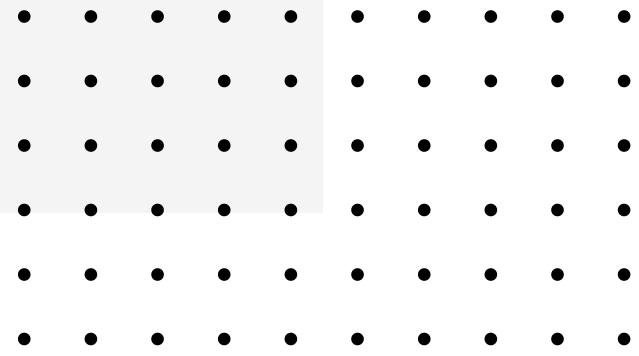


「株式会社小学館」
雑誌|小学館より

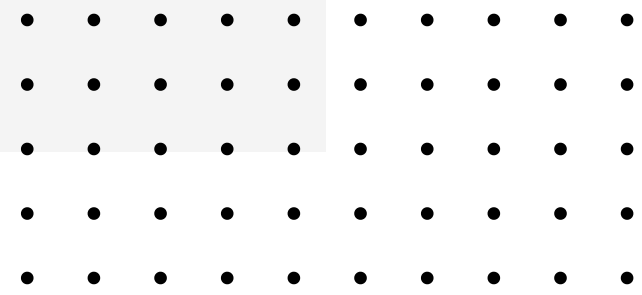
現段階の私たちの知識では、資金について明確に示すことができませんでした。
しかし、このプロジェクトを行う上で必ず資金について考えなければなりません。
そのため資金についてご教示いただきたいです。

05

ま と め
と
展 望



まとめ



**私たち×小学館
それぞれの得意を生かす**

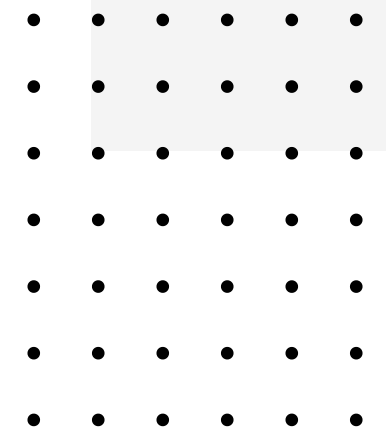
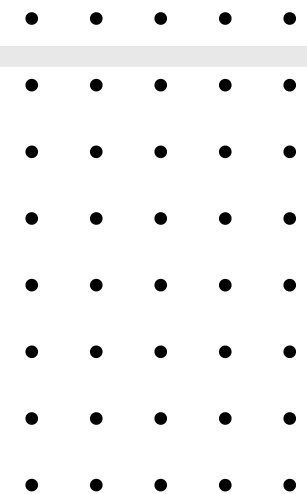
**デジタル分野を活用して人々に
小学館のファッション誌を楽しんでもらう！**

**ひとびとの心に
彩りを与える**

**地方の女子大学生を
輝かせる☆☆**

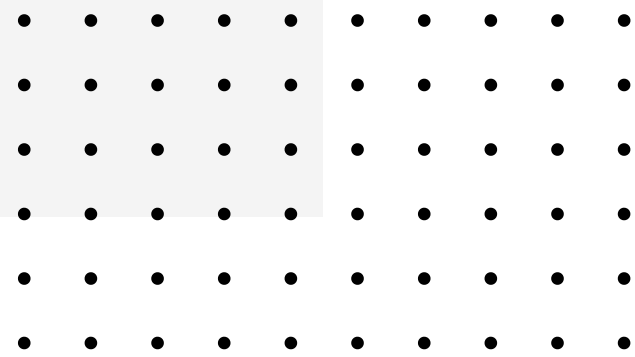
**私たち×小学館の
協カプロジェクトの未来**

**ターゲットを広げ老若男女に愛される
プロジェクトにしたい！**



06

参考文献



- ・「株式会社マイナビ」課題解決プロジェクト/株式会社小学館/テーマ解説インタビュー
https://job.mynavi.jp/start/project/theme_2023-1-1/company/
- ・「株式会社マイナビ」課題解決プロジェクト/株式会社小学館/テーマ解説インタビュー動画
https://webseminar.jobtv.mynavi.jp/-site_media/media/content/17115/1/index.html

- ・「MarkeZineニュース」ファッション高感度層、65%が読む媒体を固めず都度気になった雑誌を読む傾向【楽天モバイル調査】
<https://markezine.jp/article/detail/31166>

- ・「リサーチプラス」ファッションに関する調査
<https://www.research-plus.net/html/investigation/report/index104.html>

- ・「総務省」メタバース等の利活用に係る海外動向等
https://www.soumu.go.jp/main_content/000858217.pdf

- ・「経済産業省」【報告書】令和2年度コンテンツ海外展開促進事業(仮想空間の今後の可能性と諸課題に関する調査分析事業)
https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/downloadfiles/report/kasou-houkoku.pdf

- ・「株式会社小学館」雑誌|小学館
<https://www.shogakukan.co.jp/magazines>

- ・「株式会社マイナビ」最近話題のメタバースとは何か？どんな可能性がある？
https://job.mynavi.jp/career_tanq/articles/?id=322

- ・「TOPPAN NEWNORMAL」3Dアバター自動生成サービス(メタクローン®アバター)
<https://solution.toppan.co.jp/newnormal/service/metaclone.html>

- ・「株式会社小学館」S-PACE(スペース)-小学館をはじめとした様々なメディアやコンテンツ体験ができるメタバースβ版
<https://s-pace.land>

2023年6月30日現在

