



DXPの「勝手にDX」提案《概要版》

# ZOZO Agentic Life

生成AIを前提とした「無選択型意思決定」によるルールチェンジ提案

株式会社DXパートナーズ

2026年1月30日

# デジタル変革の本質



## ゲームチェンジからルールチェンジへ

多くの企業が「DX」を掲げていますが、その実態は既存プロセスのデジタル化に留まっています。真のDXとは、デジタルを前提としたビジネスモデルの再構築、すなわち「ルールチェンジ」です。

ZOZOが目指すべきは、ゲームチェンジャーではなく、ルールチェンジャーになることです。

# ZOZOの現状と課題

## リニアな成長の限界

受託販売手数料モデルは商品取扱高の約9割を占めますが、物理的・資本的制約を受ける労働集約的な成長しか描けません。

## 新興勢力の脅威

SHEINはAIによる需要予測と超小ロット生産で在庫リスクを消滅させ、Amazonはエージェント型への進化を進めています。

## アナログ的な購買体験

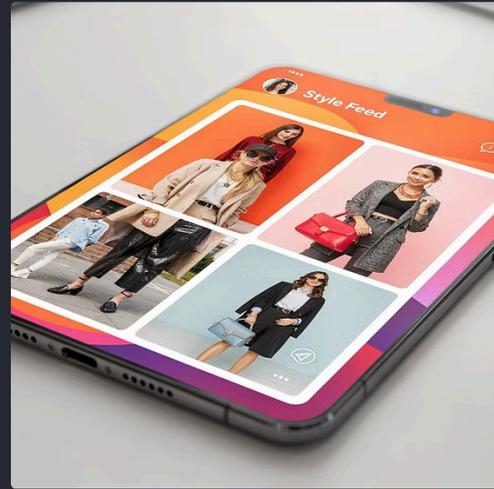
ユーザーは「検索・比較・選択」という認知負荷の高いプロセスを強いられており、これは人間の認知限界に依存したリニアなモデルです。

# ZOZOが保有する3種の神器



## 計測データ

ZOZOSUIT/MAT/ZOMETRYによる数百万人の詳細な身体データ。物理的な真実に基づいた高精度データは競合が持ち得ない資産です。



## コーディネートデータ

WEARの1,700万ダウンロード、数千万件のコーディネート画像。「何がどう着こなされているか」という文脈のデータです。



## Nialabの知見

プロのスタイリストの暗黙知をAI化する研究成果。独自の「12ジャンル・144パターン」の嗜好性分類ロジックを保有しています。

💡 核心提案

# 無選択型意思決定理論



選択型

無選択型

## 認知負荷からの解放

情報爆発と選択肢の過剰供給は「決定回避の法則」を引き起こし、選択自体が顧客の苦痛となっています。

生成AI時代の解決策は、AIエージェントが仮説構築から検証までを代行し、人間には「これでよろしいですか?」という承認のみを求めることです。

# ZOZO Butler構想

ユーザー一人ひとりに専属のAIエージェント「ZOZO Butler」を配属します。このエージェントは、ユーザーの生活を先回りし、最適な「装い」を提案し、必要であれば承認を得て自動的に購入・補充します。

「来週の結婚式用に、あなたの持っているパンプスに合うこのドレスを確保しました。サイズは完璧です。手配しますか？」



# ツインターボ顧客価値創造

## 交換価値

最適化された衣服そのもの。無駄な買い物がなくなることによる経済的合理性。

## 使用価値

ZOZOSUITデータに基づく物理的なフィットの保証。サイズ不一致による返品リスクの極小化。

## 知覚価値

「自分を理解してくれている」という安心感。  
「自分に似合う」という新たなブランド価値。

## 体験価値

毎朝の「着ていく服がない」というストレスからの解放。アプリを開くたびに「正解」が用意されている快感。

## 共感価値

Butlerがライフイベントに寄り添い、TPOに合わせた提案を行うことで生まれる感情的な絆。

# 実装ロードマップ

## フェーズ1(1年目)

デジタルクローゼットと「今日着る服」の最適化。手持ちの服をデジタル化し、毎朝の天気に合わせてコーディネート提案。

## フェーズ2(2~3年目)

ギャップ分析と「埋める提案」。ワードローブの欠落を特定し、無選択型の購入体験を導入。

## フェーズ3(3~5年目)

ライフスタイル・オーケストレーション。美容室予約やクリーニングなど、ファッションを起点としたライフスタイルOSへ進化。

# 新たな収益モデル

## ストック型ビジネスへの転換

フロー型の「手数料ビジネス」から、ストック型の「LTV最大化ビジネス」へシフトします。

- 物販手数料:返品率低下により実質利益率向上
- Butlerサブスクリプション:月額会員費(例:月額500円~)
- データマネタイズ:確実な需要予測をブランドに販売

## ネットワーク効果

ユーザーがButlerを使うほど精度が向上し、離脱できなくなります。さらに、Butler同士が連携することで、エコシステムに強力的にロックインされます。

# ファッション・テックからライフ・テックへ

ZOZO Agentic Lifeは、ZOZOを「服を売る会社」から「人が服を着て生きることを最適化する会社」へと変貌させます。

- **Be a Rule Changer.** ZOZOSUITで身体を測り、WEARで感性を測り、ZOZOTOWNで物流を握るZOZOだけが、この「三位一体」のデータを統合し、真のルールチェンジを起こす資格を持っています。

この変革が実現した時、人々は「ZOZOTOWNで買い物をする」とは言わないでしょう。「ZOZOに任せている」と言うはずです。

