

三菱商事ファッション 3D・CGスキーム第2弾

デジタル展示会 ツールや試着など

三菱商事ファッションは製品OEM・ODM(相手先ブランド)による設計・生産)の試作反やサンプル縫製を不要とする「3D・CGデジタルスキーム」で新機能を開発、21年春夏向けから販売に入る。

開発したのは①デジタル展示会ツール②デジタルフィッティング③アニメーション技術。3D・CGデジタルスキームの第2弾だ。「クライアントニーズをもとに、内製化によって独自開発した。アパレル業界にとってデジタルはシステムではなく、カルチャーと位置付けることで機能開発が進む」(谷本広

アニメーション技術によるオンラインでのファッションショーも可能



幸デジタル事業推進本部デジタル事業開発部長)としている。

デジタル展示会ツールは、E/Cサイトのレイアウトで画像の回転や動画、テキスト情報のほか、アニメーションやフィッティング機能を持たせ、カスタマイズもできる設計。コロナ禍でリアル展示会が開けず、「3D・CG技術とセットでデジタル展示会のコンテンツが欲しい」というクライアントの声に「素早く対応した」。

3D・CGデータをオンラインで可視化し、サンプル作成を最小限にとどめ、アパレル企画のラインナップを「いつでも、

どこでも閲覧できる」特徴がある。

デジタルフィッティングは3D・CGデータの活用で、トップやボトムなどを組み合わせたコーディネートが確認できる。顔入りアバターとマネキンの2タイプある。画像を最大4方向に回転でき、1、4方向までカスタマイズが可能だ。店頭でのコーディネート指示や在庫品との組み合わせなどに利用できる。

3Dモデリングデータを動かす機能。3Dモデリングに生地スキャン技術を付与し、オンライン上で着る素材を瞬時に変更できる。カメラ位置を限定せず「リアルなファッションショーの再現も可能」だ。生地の特徴やドレープ性、膨らみ感などを精緻に表現し「実物のアパレルとほとんど変わらない」という。

「業界改善のためにも商社が3Dモデリングを流行で終わらせてはいけない。CAD(コンピュータ)による設計)や3Dモデリングのその先に何ができるかを引き続き考え、三菱商事

ファッションのデジタルツインの完成を目指していきたい」(谷本部長)としている。