
2004年春夏企画のポイント

東京都立産業技術研究所アパレル技術グループ 嶋

明

■社会環境について

- デフレや不況は好転しないだろうが、人々はその環境に馴れ落ち着いてきた。
- 不安や不信感の社会から、安心や信頼感のある社会回復へ。
- 環境の変化に対応し、様々な自己防衛対策などが出現。
- 環境との調和意識のなかで、新しいサクセス・ストーリーが誕生。
- 高齢化、晩婚化、未婚化、少子化などが進展、従来の枠を超えた社会を迎える。
- 夏季オリンピックがアテネで開催される。

停滞した状況が続き社会環境では閉塞感が強まっていますが、生活者はそれに順応し、たくましく変貌しようとしています。

限られた範囲のなかで、「私感覚」という個人的な優先権を用いて、「自分らしさ」に彩られた生活を形成しはじめています。これは、今日的な厳しい環境だからこそその表現です。自己防衛本能から「私基準の必需欲求度」が最優先され、自分らしさの感じられる個性的なライフスタイルが出現しているのです。

個々が自分らしさを主張すれば、今までの価値基準も一通りではなく様々に拡大します。例えば、「良いもの」の価値観は一般に、時代に裏打ちされたステータス性の高いものや、その品質などが外的な基準値

となります。しかし、今日ではイミテーションのものや安易なものであっても「自分が楽しく豊かに感じれば良い」という、通常の尺度を越えた「自分基準」による表現の最適感覚が多く発生しています。

■市場環境について

- 企業の淘汰が進むと同時に、勝ち抜きのためのコラボレーションの動きも強まる。
- 低価格商品の下げ止まりと共に、市場は一層多様化する。
- 中国、アジア諸国への生産依存やシフトがさらに増加し拡大する。
- 日本企画ではデザイン価値、独創性、オリジナル・ワン重視がさらに進展。
- クリエイターの新しい発想や取り組みが業界に影響を与える。
- インターネットによる情報のスピード化により企業と個人が身近になる。

生活者が思い思いに心地よい環境や楽しい雰囲気を目指す時代です。その表現欲求は3つの要因に分類されます。

- ①アンビアンス (Ambience)：生活者の生活を取り巻く状況や環境、雰囲気。
- ②シチュエーション (Situation)：生活者が置かれた生活場面や局面。
- ③コンテクスト (Context)：生活の背景となる流れやつながり。



などです。この多彩な広がりを見せる生活者の欲求要因に市場がコンタクトするには、「生活者が高度な情報社会のなかで培われた、広角な視点と自由な選択肢を持っていることを容認すること」。

「生活者の（形として定まっていなくてもいいが）意識や気分と同調し、プロとしてこれを具現化する強さを持つこと」。

「生活者のライフワークを共に彩り創るという姿勢『カスタマイズ（Customize）ユーザーの事情に応じた設定』が必要となっています。

■生活者が求める環境イメージについて

- スローライフ：ゆったりした生活感が伸展。
- 堅実なリアルクローズ感と現実逃避的なファンタジック感。必需品と必欲品。日常のなかの個人的な微細な贅沢感など、今までの二極化から多極化指向へ。
- 家族よりも時には優先する自分重視の方向が台頭。
- 高齢社会が進展するなか、エステやプチ整形、美容産業の隆盛など、若さや美しさの価値が注目。見た目重視や見栄え感が加速。
- 製作したものの目的やテーマ性の明確なものが訴求。

生活者が求める「自分らしさ」の表現として台頭しそうなものを挙げてみます。

①シンプルなデザイン表現：SIMPLE LIFE

付かず離れずのクールな関係を求める人たちが急増するなか、その生活圏をフットワークの良い身軽なものにしようとする動きが出現します。そこではモダンでシンプルな心休まるスタイルが求められます。

注目される素材では、厳しい環境のなか



室内で長い時間を送る北欧ライフスタイルにヒントを得た、飽きのこないシンプルなデザイン。時代的にはそれ以前のデザインを一新した1950～60年代のプラスチックやメタリックな質感を用い、ポップな明るさに包まれた表現などがアイデア源となります。

②瑞々しいゆとり感を表現：SLOW LIFE

ITのアクセスや携帯などに囲まれ、スピード化する日常のなかに発生する刺激や緊張感。このような過ごし方と相反するようなゆとりの追求、「スローライフ」が顕著になってきました。その中では自然の「水」のイメージと共に「海」が注目されています。

展開イメージは、従来のようなアクティブ感覚の強いマリーンは抑えられ、海の匂いや微風を感じさせるもの。浜辺の散歩。流れ着いた貝殻や流木を採集するようなゆとりや穏やかさ、癒しの雰囲気演出するものなどが題材として選出されます。

③日常の伝統的な表現；CLASSIC LIFE

リスクを抱えさらなる革新的なものを追及したり、自己主張や差別化を求めるよりも、「過去のある時」の感覚に湧き上がる安心感や懐かしさを再評価する表現です。一部の人たちには手垢にまみれ使い込まれた手法やスタンダードであっても、知らないものには新鮮な輝きを与えます。

④ローカルカントリーを表現：LOCAL LIFE

グローバルな動きを見せる欧米情報中心型の市場。これに対し、もっと身近なアジアやインド、アラブ。また、日本国内にあるローカルな文化を検索していこうとするカントリースタイルの市場が伸展してきます。アジア独特の「のっぺり」と素肌に添うような感覚は心地よい安らぎや官能性、忘れていた隠れ家を見つけたようなライフスタイルの演出法として期待されます。





⑤パワフル活動感を表現：POWERFUL LIFE

現在の閉塞感や少子高齢化など、総合的な活力の低下が問題視されています。ここから生じた様々なストレスを解消する癒し系のモノゴトが注目されています。

同時に、そのリスクを跳ね返す活力あるバイタリティ感覚も強く求められます。そのため、定番的なテーマの枠を超えた、例えば「自然と人工、クラシックとモダン、アーバンとカントリー」というアバンギャルドともいえる組み合わせのスタイルが出現します。特にスポーティな表現に、今後の可能性を示唆するものとして注目されます。

■製品イメージの基調

ここでは生活者の求めるイメージを具体的な製品イメージへ落とし込みます。

現実に即したリアルライフ志向を底流に、「シックで大人っぽい、シンプルな、上品な、上質な」、そして「軽快で楽しい雰囲気」のあるものがキーワードとして出現しています。そしてこれらの中心基軸として、「柔らかさと優しさ」が重要となっています。

また、広がりを見せる一人一人の価値観の違いに折り合いを付けていく工夫が求められています。そのため、今まであった既存のイメージをもう一度見直し整理することと同時に、新たなイメージを確立するための発想が求められています。

既存のイメージは「生活者が求める環境イメージ」でも書きましたので、ここでは新しい発想について触れます。

2004年春夏の動きでは（プルミエール・ビジョン素材展などを中心に）「Paradox：逆説」と題された手法が考えられています。これは対立する事柄どうしを組み合わせ、

調和し融合させていく手法です。

例題をいくつか挙げて見ましょう。

● 確立されたスタイルを持つ「Eternal Classic (永遠の過去)」と「Trance Fashion (夢見心地の感覚)」を組み合わせたもの。社会環境で挙げた自分が楽しければ「イミテーション」であっても容認する感覚、現行のデニムにレースを組み合わせるスタイルなどがこれです。

● 骨董に内在された「Decorative (くすんだ装飾感)」と金属の持つ「Luster (光沢感)」を組み合わせたもの。「ゴシック・ファッション」などが良い例です。

● 文化や生活様式などが異なるものを組み合わせたものです。例えば、アジア・エスニックとヨーロッパ・フォークロアを融合させて新しい時代感を表現したものなどです。題材では「Northern Folklore (北方の民俗習慣)」といわれる、アラスカ・イヌイト族やスカンジナビア半島の毛皮使いや刺しゅう。南太平洋「Polynesian Ethnic (南方の民族性)」の素朴な質感などが用いられます。

● その他「逆説法」では、次のような題材の組み合わせが注目されます。

Urban (都会) + Country (田舎)

Masculine (男らしさ) + Feminine (女らしさ)

Elegant (優雅さ) + Practical (実用的な)

Casual (凡庸な) + Luxury (贅沢な)

Couture (仕立てのこだわり) + Basic (基本)

Natural (自然観) + Rich (豊潤な)

Technology (技術) + Ethnology (民族学)

具体的な感覚を挙げます。

① クラシック・エレガンス感覚

CRASSIC ELEGANCE

時代背景をオーバーラップさせた堅実さと優雅さの表現です。オーソドックスな型にジュエリー・アクセサリやカフ



ス、ファーなどを装着させたアンティーク感覚の仕上げが主題となります。この他、手の込んだ編み上げやリボンステッチ、穴飾り、また、バックポイントなどを活用したややオーバーとも思える装飾的な表現。アニマル皮革をアンティーク感とメタリックなブロンズ表現で組み合わせたもの。つま先がカットされたオープントゥ・クラシックや、足の甲でストラップを交差させたクロス・ストラップ。面白いカットを持つバック&サイドオープン。足首にポイントを置いたアングル・ストラップ。つま先の尖ったポイントッド・トゥなど多彩な装飾的要素が求められます。

② **トラディショナル・スタンダード感覚**
TRADITIONAL STANDARD

50～60年代の伝統的なスタンダード感覚を基にした表現です。ブリティッシュ・トラッドやイタリアン・テイストなどが出現します。スタンダードな2色使いコンビのサドル・シューズやスペクター・シューズに、プラスアルファの技術を施し新鮮さを演出したもの。プリントや刺しゅうなどを用いて新しいイメージの面白さを表現したものなどが求められます。また、ミリタリー・テイストも注目され迷彩柄やハードな軍靴要素を伝統型と融合させスポーティに仕上げたものなどが台頭します。

③ **シンプル・ピュア感覚**
SIMPLE PURE

一つには、装飾性を極端に排除しハイスピードに流動する現代を意識した表現があります。ソフトな触感と白を基調として、清潔感や新鮮さを追求したものです。また、ゴールドやシルバー、ブロンズ、エナメルなどの光沢感のある素材を用いて、「PURE：純粹感」を表現したものなどが注目されます。

MULTI WORLD



EXCITE SPORTS



④ **マルチ・ワールド感覚**
MULTI WORLD

欧米のフォークロア（民俗性）感覚やアジアン・エスニック（民族調）を自由に組み合わせた表現です。少しキッチュな表現とも見える斬新な色使いや刺しゅうが出現します。

アイデア源では、北欧スカンジナビアやアラスカ・イヌイットの生活具。砂漠遊牧民のドライな「汚れや土埃」感からイメージされたつぎはぎパターン。オリエント地域の銀アクセサリーの表現。ポリネシアン of 素朴な素材。インドネシアのイカット織や

バティック染。また、日本の古典柄など多彩な表現発想が出現します。

⑤エキサイト・スポーツ感覚

EXCITE SPORTS

アテネ・オリンピックの影響もあり様々なスポーティ感覚が台頭します。機能性も重要ですが、同時に視覚的な「見栄え感」も追及されます。従来のシャープさやスピード感、そして楽天的な表情が2004年春夏では注目されます。題材では、落書きプリントやパッチワークなどを用いたもの。扱う素材の徹底した切り替えしのこだわりで、「何だかドキドキするような」演出を施した表現などです。

■色彩感覚とそのイメージ

2004年春夏色彩は、ダイナミックな有彩色傾向が出現します。前シーズンまでの抑制感の強かった色彩から一転し、穏やかさや優しさを継続しながらも「心はずむ彩り」へと移行します。

色彩傾向の特徴は3ポイントあります。

①色の役割、効用の再確認

「インターカラー」は、2004年春夏の色彩選出にあたり、「色彩の使用は活用者の主義や主張、嗜好性などが外的に反映されたものであり、これをもう一度見直すべきである」としました。これは、抑制感の強い色だけが突出することへの警告でした。

このことを受け国内外の色彩傾向情報は、総体的に「明確な主張のある色合い回帰」傾向が打ち出されています。

2004年春夏色彩は高彩度な色合いが数多く出現しています。

色相では、前シーズンまでの緑から青の寒色系や白黒のニュートラル系に代わり、ブラウンやオレンジの暖色系、バイオレットからパープルなどの中性色が浮上してい

ます。

注目されるイメージ色は、下記の通りです。

●ファンタジー&ケミカル (Fantasy & Chemical) なカラーとして、ゴールドやシルバー、ブロンズなどのメタリックカラー。人工的なプラスチックカラー。蛍光カラー。50年代調のターコイズやピンクの活用。60年代のイエロー、オレンジ、ライムなど。

●オールド・イングリッシュ・リゾート・カラーとして、古びた深い色合いや色褪せた自然な心地よさを感じさせるベージュ～ブラウン。

●ハンドクラフトな色彩感覚として、アジアを中心とした素朴な色彩感。

②「春夏」らしい季節感を漂わせた色調

オリンピック年として新未来志向が台頭する影響から、「人間性を魅惑的に表現する」テーマが確立してきます。そして、これを補足する季節感の漂う色合いが台頭します。春の季節感を思わせる色調では、「パールからライト・トーン」。また、夏では「ブライト～ストロング～ビビット」などの色調が注目されます。

●春のイメージでは、爽やかな風を感じる明るい曇り空や春がすみを想わせる色彩。リッチ・ソイル (Rich Soil: 豊かな土、肥沃な土壌)。ほやけたイメージの寒色系 (ライラックやモーブ系の紫花色、ブルーグレイ、ダークグレイッシュ)。北欧のフィヨルドのように澄んだピュアな色。心を癒してくれる白日夢。蜃気楼。まどろみ。ロココ調の装飾。幻想的なイメージ。

●夏のイメージは、③「夏季オリンピック」からの影響を参照。

※カラード・グレイからニュートラル系の色みは、前シーズンまで「シーズン・レス」な色やマスキュリン感覚を表現する色とし

て活用されてきました。しかし2004年春夏では「カラフル化」がキーワードとして浮上します。そのため、活用には新たな意味合いへの転換が求められます。

③「夏季オリンピック」からの影響

2004年8月13日～29日にギリシャ・アテネでオリンピックが開催されます。オリンピックの原点的な人間賛歌や肉体機能の追求。また、「ギリシャ神話」から想起される様々なアイテムが出現しています。色彩では、オリンピアの遺跡を想わせるアーシー・カラー（大地の色）から、万国旗の元気な鮮やかなビビットやストロング・カラーの色使い。トリコロール・カラー。夢や希望、ファンタスティックな色が出現します。色彩のアイデア源は次のものです。

- ギリシャ地方の白壁やパルテノン。オリンポス。透明感の高い波頭や海原。港。岩石。土壌。白大理石。
- ギリシャやその周辺の島々～トルコ。モザイク。ブルータイル。エベットの遺跡。
- 地中海の全域。モロッコやカスバ。リビエラ（フレンチ・リビエラはサントロペ、イタリアン・リビエラはポルトフェーノ）。
- オリンピック。希望に満ちた祝宴の色。装飾の花々。旗。紙吹雪。

※スポーツ・センセーションでは海に絡んだスポーツが注目され、特に「サーフィン」がクローズアップされています。

④配色

生活者の個性や価値観が発する主義、主張を表現する、カラーミックスがポイントとなります。様々な配色例が浮上していますが、すっきりとした軽快感や、ダイナミックな印象を持つ「コントラスト配色」が注目されます。また、前シーズンまでの上品で洗練された「調和配色」も根強く継

続していますので、配色の組み立てには注意が必要です。

配色の仕方は次のものです。

- 同じイメージ感覚を持つカラーグループ内で組み合わせを行い調和を生む配色。
- 他のグループと対比的に組み合わせ、爽やかさや活気のあるイメージを作る配色。
- 無彩色と有彩色を組み合わせたバイカラー（2色配色）やトリコロール（3色配色）などが用いられます。

「2004年春夏企画ポイント」は、東京都立産業技術研究所が発行する情報誌「アパレル・デザイン・インフォメーション(ADI)」の作成資料を基にまとめました。

連絡先：03-3624-3942（デザイン情報担当）

2004 SPRING SUMMER COLORS POINT

SURFING



COLORFUL



ORGANIC-HI



04SS-01



04SS-02



04SS-03



04SS-04



OLYMPIC COOL



04SS-05



04SS-06



04SS-07



04SS-08



LAND NOISE



04SS-09



04SS-11



04SS-13



04SS-10



04SS-12



04SS-14