

図書館だより

BUNKA GAKUEN LIBRARY

文化学園大学・文化ファッション大学院大学・文化服装学院・文化外国語専門学校
東京都渋谷区代々木3-22-1 TEL.03-3299-2395 FAX.03-3299-2604

No.169

文化学園図書館

2019年10月25日発行

デザインのカギ「トレンドブック」

カラーやデザイン、テキスタイルなど、1～2年後の流行を予測して伝えるトレンドブックは、
デザインにおいて重要なリソースです。

トレンドブックを所蔵していることは、当館の大きな特徴でもあります。

今回は、トレンドブックを効果的に使うヒントやアドバイスを
先生や各誌のご担当の方々よりいただきました。

風の流れを読む——トレンドブックの眺め方

天野 豊久 文化服装学院 講師

クリエイションのためのアートブック

トレンド予測は単なる情報の受け渡しではない——リー・エデルコート女史は、こう前置きして「トレンドという風の流れを知らせる」(*)のだと続ける。

リー女史の率いるトレンドユニオンがファッションの世界に向けて発信するトレンド予測はとてもユニークだ。2020-21秋冬に向けては「BROWN」をメインテーマに、十余の「××BROWN」のサブテーマのもと多様なイメージを展開している。この予測を見て、ああ、リーさん、今回は茶色がイチオシなのだな、などと安直に考えてはいけない。それでは「単なる情報」として受け取っただけで終わってしまう。あなたがこのメッセージをよりクリエイティブに受け取ろうとするならば、女史が「BROWN」と名付けた「風」をあなたなりに感じなければならぬ。

もちろんこれはトレンドユニオンに限ったことではない。どんなトレンドブックも同じだ。
——さて、私たちが感じたこの「風」にあなたならどんな名前をつけ、どんなイメージを展開するのですか？

工夫の凝らされたビジュアルを眺め、キーワードをぼつりぼつり拾い読むうち、そんな問いかけが聞こえてくる。

前世紀の半ばから後半、ファッション全体が同じ方向を向き最新のデザインに身を包むことが強い価値を持っていた頃は、流行の潮流もはっきりしており、トレンド予測の表面だけをなぞり、単なる情報として捉えるだけでも十分に意味があった。ところが21世紀に入った頃からファッションはいよいよ多様性を増してゆく。新しさやブランドだけがファッションの価値ではなくなった。ファストブランドも、古着も着こなし次第だ。トレンドに左右されないことすら、ひとつの価値である。

今日的なトレンド予測は、溢れる情報の中で刻々変化する社会状況や人々の意識を捉え、それを言葉やビジュアルに置き換えて、クリエイターたちの感性に直接刺激を与えることを目的としているのではなからうか。トレンドブックは、クリエイターに向けられたアートブックである。クリエイションのためのクリエイションだ。そこには今日の、そしてこれからの世界の姿が表現されている。

トレンドブックは分解しなさい

分解、といっても本当にばらばらにするわけではない。

トレンドブックは以下の3つの要素からなる。

①テキスト

テーマや、コンセプト、イメージなどを言葉によって提示、説明したもの。

②ビジュアルイメージ

テキストの内容を視覚的に補完する写真やグラフィック。これがトレンドブックのメインディッシュだと個人的には思っている。

③色見本、素材見本、デザイン画など

提案されたコンセプトやイメージを具体的な物や形で示したもの。

発信側はこれらを組み合わせて、ひとつのプレゼンテーションとしているのだが、一歩突っ込んでみるなら、言葉の傾向やビジュアルの傾向をばらばらにしてとらえ、提案のバックボーンを探るのだ。

分解は、同じシーズンに向けた複数のトレンドブックについて行くと面白い。複数の提案をばらばらにし、ひとつひとつについてではなく、全体の傾向を分析する。

各トレンドブックが「風の流れ」を示していても、それぞれニュアンスが違う。風の源が同じだとしても、どんなパースペクティブで解釈するかによって示される結果は異なってしまうのだ。全体の傾向に目を向けることは風の源を探ることに等しい。表向きの情報の裏側に潜んでいた本当の姿が浮かび上がるはずだ。

最も早期に発信されるトレンドカラーに「インターカラー」がある。その情報に添付された解説に目を通していただければわかることだが、まさにこのような方法で提案色を決定している。

インターカラー（国際流行色委員会）では加盟する17カ国（2019年現在）の代表がそれぞれ2年後のシーズンに向けた提案をした後、各提案に登場したキーワードを抽出、整理して、コンセプトやテーマを策定している。ビジュアル資料や色見本も各国が持ち寄ったものからピックアップし、インターカラーとして発信するためのビジュアルイメージやカラーパレットが作成される。いくつもの提案を分解、再構成することで各国のローカルカラーを抑え、グローバル化された、時代の本質に迫る提案が実現している。

話しは飛ぶが、学校や検定試験などのテスト勉強に有効な方法のひとつは、自分で問題をつくってみることだ。出題者の気持ちになって作問すれば、出題者の意図が垣間見えてくる。

トレンドブックが示す「風の流れ」を捉えるのも同じことだ。ディレクターと同じ視点をもてばいい。自ずと真意が見えてくる。ならば、つくってみればいい。

私が担当する文化服装学院のあるクラスでは、課題としてオリジナルトレンドブックの作成を試みている。『色彩計画』が私の担当なので、カラートレンドに限定しているが、現代社会の現状や動向を調べ、近年のファッションの流れを押さえ、その上で将来のシーズンに向けて、どんな色を提案すべきかを考える。以前は、特定のシーズンに向けて、トレンドブックを参考にしつつ製品色を提案する課題を実施していたのだが、ファッションが多様化する今、色彩だけならもう一歩先にいってもいいだろうと、トレンドブックを参考にするのはなく、トレンドブックと肩を並べられるものをつくってみることにした。つまり、ディレクターの視点をもつことで、一足先にある未知の風景の前に立つのだ。

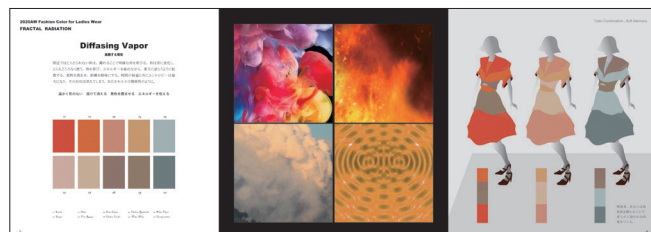
最後に、もう一度、リー・エデルコート女史の言葉を引用しておこう。

——よく聞かれること。「どうやってトレンドを感じて分析しているの？」その答えは至ってシンプル。

世界中を旅し、ありとあらゆるものにふれ、買い物をし、心にのこる言葉を書きとめ、気になるオブジェを手にとり、新しい開発にも興味をもつ（*）。

* TREND UNION JAPAN HPより
<https://www.trendunion.jp/>

課題2020AWに向けたトレンドカラーの提案事例（天野制作）



天野 豊久

文化服装学院 講師
東京造形大学造形学部美術I類卒。

【著作】

『ファッション販売のための色彩技術』

織研新聞社

『ファッションスタイリングのための配色技術』

織研新聞社

『ラブリーカラー——肌と髪の色から考える綺麗に見える色えらび』日本色研事業



TREND UNION BOOKと感性教育:「感じる」をカタチにする

横山 稔 文化学園大学 教授 松田 純子 文化学園大学 非常勤講師

今年の装苑9月号で、造形学部建築・インテリア学科における感性教育について取材を受けた。

主は、私の開発した〈五感メソッド〉による感性教育についてだが、その冒頭でこの様にお話した。「AIなど、近年加速するデジタル化の流れに私は警鐘を鳴らしていました。この流れがさらに進むと……感覚や感性が鈍り、新しい何かを生み出す力が衰えてしまう危惧があります……」

AIと人間を決定的に分かつのは、感じるココロではないだろうか？ 数字では測れないこの感じるココロをカタチにすることこそ、デザインの分野でこれからあらためて意識して取り組んでいかなければならない。この〈五感メソッド〉の感性教育の中に必ず出てくる、イメージを写真やコトバで表現する課題がある。特にインテリアの分野ではイメージボード、ムードボードとも呼ばれるものだ。TREND UNION BOOKはここで大いに活躍する。その美しい宝石の様なコトバと写真の数々、BOOKと合わせて行われる講演会での息をのむ様な映像と音楽美。学生はそのページをめくる度に、その天まで届く様な崇高な感性に触れ、感じ、新たなカタチを生み出す羅針盤に出会えたことに歓喜する。(横山)



未来の考古学といわれるトレンドユニオンブックはアートから政治経済まで未来の予兆を拾い集めそれが今後の人の行動や趣向にどのように影響するか分析し、クリエイティブ産業がそのときにすべきことを感性と知性の両方を刺激するビジュアルと言葉でまとめたもので、世界中のトップクリエイティブ企業やブランドが信頼をおいている未来への投資だと言われています。(TREND UNION)

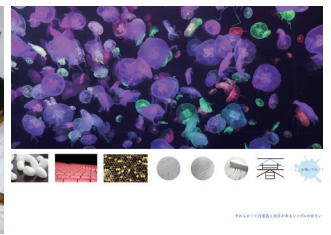
TREND UNION BOOK×学部

丸茂教授と担当している造形学部建築・インテリア学科1年次の「デザイン演習Ⅰ」と2年次における「デザイン演習Ⅱ」の授業では、ショップとホテルのインテリアデザインに取り組みさせている。はじめにデザインのイメージコンセプトを掴むためにTREND UNION BOOKの特徴でもあるプリカラージュ（寄せ集めて自分で作る、あるものに何かを与える）という感性の追求の手法を教えている。自由なテーマタイトルから見出した写真を、自分のデザインの手掛かりにして、建築・エレメント・ファッションをそれぞれプリカラージュさせ、「自分は何を考え、どこへ向かうのか？ 自分は何をもたらせるか？」という問いかけに基づき、学生一人一人のオリジナルのTRENDを作り上げる。そして、そこから見出した形態と発想をインテリアデザインとして展開させている。多くの学生のアイデアと情報の乏しさに対して、どの様にしたら自分の感性に気が付いてくれるのか、燃え上がらすことが出来るのかを教えることから始めている。個性、オリジナリティーある各人の感性のスイッチを入れるインスピレーションとして、横山教授が上記で述べているように、このBOOKの活用は大いに役立っていると思っている。(松田)

TREND UNION BOOK×大学院

本年度から、大学院の生活環境学専攻生活環境学専攻の演習では、〈デザイン思考〉の考え方を取り入れたデザイン演習をはじめた。スタンフォード大学のdスクールがこの分野の授業では世界的に有名だが、元々は建築の分野でのデザインプロセスを、ビジネスにリフレームして応用したものとされている。その中で特にプロトタイピングと言われているプロセスがある。簡単に言えば試作。デザインでの試作は高度な技術も要するが、〈デザイン思考〉では技術よりもスピード感が求められる。演習では5つの異なったプロトタイピングを行ってもらったが、私の専門が五感なので、各プロトタイピングでは五感の要素も課題に加味されている。中でも最初に行うイメージプロトタイピングでは写真の様に、TREND BOOKを参照して、各人の研究テーマをコンセプトにイメージボードを創作してもらった。(横山)

学部でも大学院でも、参考資料として学生に見せるTREND BOOKのイメージとしての役割は大きくかつ重要なものだ。この洗練されたBOOKの恩恵で、学生の作品のクオリティが左右されているからだ。



横山 稔

文化学園大学 造形学部・大学院
建築・インテリア学科 教授
米国 ニューヨーク プラット大学大学院
インテリアデザイン学科卒
米国 Orange Coast College 名誉客員教授
(社)東京インテリアプランナー協会理事



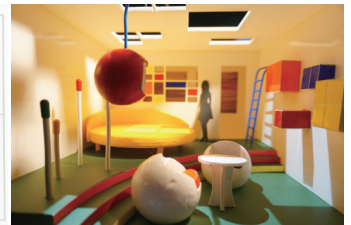
イラスト: Samille

【研究内容】

五感のデザイン教育、デザイン思考、木造建築継手家具やアクセサリ、スモールスペース、オフィスデザインなど。iF product design award 2014 marriage ring awaseru(Germany) Lifestyle design部門で受賞。グッドデザイン賞 2013 デザインの教科書/五感のデザインワークブック 彰国社(空間教育システムとして)など受賞歴多数。作品にはヤフー・ジャパン 六本木ヒルズ本社 東京 明豊ファシリティアワークスとのコラボレーション オフィスのインテリアデザイン(2002)、国立民族学博物館 木造建築継手家具2点が永久保存に認定/収蔵(2009)等。

松田 純子

文化学園大学 造形学部 建築・インテリア学科 非常勤講師
専門はテキスタイルデザイン(ファッション・インテリア)。



図書館で利用可能なトレンドブック

※2019年度時点で購入しているもの

担当者の方々にコメントをいただきました。

①特徴を教えてください。

②「こんな風に見ると（使うと）より効果的だよ。」というオススメはありますか。

■インターカラー

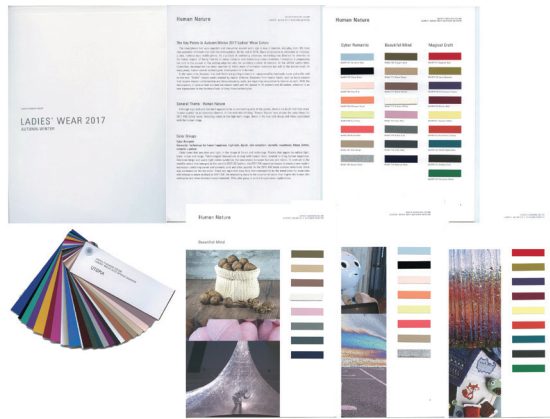


インターカラー（国際流行色委員会）は1963年に発足した、唯一の国際間で流行色を選定する機関です。世界的に最も早い時期である実シーズン約2年前に選定、その後に発表される世界各国のトレンドカラー情報のいわばトレンドセッター的な役割をしています。創立当初より日本代表としてJAFCA（日本流行色協会）が参加しています。

担当者コメント

- ①各国の公的な色彩機関が代表を務めているため、中立的な立場からトレンドカラー提案をしているのが特徴です。参加各国からの提案をもとにトレンドの軸となるコンセプトをしっかりと立て、カラーを選定しています。
- ②シーズンのトレンドコンセプトを理解してから、カラーを見てみてください。時代を現す色、時代が求める色が、そのシーズンのトレンドムードを形成しています。カラーチップの素材にもトレンドが現れています。

■JAFCA ファッション カラー



グローバルなカラートレンド情報や市場動向をもとに、国内市場に向けて専門家が集まり選定する最先端のカラートレンド情報です。レディース、メンズ、プロダクツ&インテリア、メイクアップと分野別に分かれており、各市場の動向を見据えながら、1年半前～実シーズンまでに3回のタイミングで最適なカラートレンド情報を提供しています。

担当者コメント

- ①インターカラーのグローバルなトレンドコンセプト、カラー傾向を参考にしつつ、国内市場にフォーカスをしたトレンドカラー提案をしているのが特徴です。
- ②前シーズンのパレットと比較すると、トレンドの大きな流れ、どんな配色が増えているのか、どの色を取り入れるとトレンド性が打ち出せるか等を把握することができます。ぜひ、継続してチェックしてみてください。

■TREND UNION



パリを拠点に年2回発表。主催するのは、トレンド予測の第一人者であるLidewij Edelkoort（リドヴィッジ（リー）・エデルコート）氏。キーワード、カラー、テクスチャーなどトレンドを知る上で大切な情報が詰まったブックです。全4冊で構成されているトレンドブックのうち、当館では、コンセプトブックとなるGENERAL TRENDを受け入れています。

担当者コメント

- ①世界トップクリエイターを刺激する圧倒的に美しいビジュアル。情報ではなく世界と未来のあり方を考えるきっかけになるところ。
- ②自分なら、自分のターゲットマーケットならこのシーズン、どんな風に生きていきたいのかと考える事。トレンドブックから得た感触を日頃から持ち歩き自分なりの情報集めをする事。

■ PROMOSTYL



1966年にパリで発足。東京の現地法人であるプロモスティル・ジャパン(株)では全8種類を発行しており、当館では、メンズトレンド、ウーマンズトレンド、カラー、カジュアルの4種類を所蔵しています。年2回発行され、市場分析、トレンドコンセプト、スタイリング、アイテムデザイン、ディテール案、カラー提案などが掲載されています。

担当者コメント 大洋交易株式会社 横田祐治氏

- ①プロモスティル社は50年以上にわたって、トレンド情報の分析・予測を行ってきました。長い歴史に基づく予測精度の高さは、多くのデザイナーの方から高い評価を頂いています。
- ②個々のテーマやイラストを見る前に、ブック冒頭の「EDITORIAL」ページをまず見て下さい。そのシーズンのトレンドの大きな潮流が掴めます。

■ NellyRodi™



ネリー・ロディ氏が1985年、パリに設立。1987年には、「ネリーロディ日本支社」を設立。「Men's Edition (メンズエディション)」「Women's Edition (ウィメンズエディション)」など8種類を年2回発行しており、インスピレーションを刺激します。当館では「Fabrics (ファブリック)」と「Color Intelligence (カラー・インテリジェンス)」を所蔵しています。

担当者コメント NellyRodi Japan CEO Benoit Piquet氏

- ①NellyRodiは独自の地位を築いています。クリエイターや起業家と密接な関わりや歴史があります。大手ブランドやメーカーは常に改革をしてゆく手伝いを私達に望んでおり、それが世界にあるNRのミッションです。
- ②デジタル革命も環境問題も、ファッション業界で大きな影響を持っています。何事にも好奇心を持ち広い視野で社会を見る目を持つことが必要です。自分の仕事を邁進していくことも変わりゆく社会に順応する上で大切です。

■ Next Look : trendbook style & colour



毎シーズン6つのテーマに分け、トレンドを分析します。それぞれのテーマで、カラー・配色・素材・スタイリング・アクセサリィ・ディテールを提案します。豊富な、予測されたトレンドに関連したコレクション写真、及びイラストが収録されています。

担当者コメント 大洋交易株式会社 横田祐治氏

- ①見た目はコンパクトなのですが、その中にこれから先のシーズンのテーマ、カラー、スタイリングと、トレンドブックに必要な要素が凝縮されて詰まっています。
- ②ブックに掲載されている服やアクセサリィのイラストは、巻末のDVDに収録されているので、ぜひデータを開いて使ってみて下さい。

■ WGSN



WGSNはブックではなく、クリエイションに不可欠な情報をウェブ上で提供します。フューチャートrendは、350以上のレポートを提供し、サイト内には2200万点以上の検索可能な画像があります。伊藤忠ファッションシステム(株)と2015年6月より業務提携し、日本市場における業務を行なっています。

担当者コメント

- ①WGSNは『ファッション、デザイントレンド予測、消費者分析』の最新情報をウェブ経由で提供しています。校内で、注目&重要なグローバル情報に英語、中国語、日本語等6ヶ国語でアクセスできます。
- ②ストリート情報や小売分析を使って課題に挑む、2年先のプロの方向性を理解した上で卒業制作に取り組む、Fashionはもちろん、社会、消費者動向もわかるInsightを活用して今後のマーケット予測など、役立つ情報が満載です。

■そのほかに『SCS KNIT』『SCS STYLE』を受け入れています。

ファッション予測情報誌セミナーの開催

TREND UNION 2019年7月18日(木)

2020-21年秋冬のトレンド情報について、EDELKOOORT EAST株式会社(トレンドユニオン日本支店)代表の家安香氏にご講演いただきました。2020-21年秋冬のキーワードを想起させる写真や音楽により、訪れるシーズンへの想像を掻き立てられるセミナーでした。

【参加者からの感想】

- ・毎回参加させていただく度に自分の中で新たな想像が生まれるのでおもしろいです。
- ・学生にコトバのみで説明するよりも、体から身体へ直に入ってくる、感じるレクチャー、私も学生にも大切な90分でした。直感に響きました。



WGSN 2019年7月22日(月)

初心者を対象にセミナーを開催しました。伊藤忠ファッションシステム株式会社の日置求氏より、WGSNが収録するコンテンツや、その使い方についてご説明いただきました。参加者は説明を聞きながら実際に操作して使い方を習得していました。

【参加者からの感想】

- ・これから必ず役に立つような情報源を知ることができて良かったです。
- ・最新のトレンドやカラーを知ることができるサイトを知れたことで自分のアイデアの幅が広がった。
- ・セミナーで初めて知ったコンテンツなどもあり、今後授業でも学生に周知していきたい。



LibrariE (ライブラリエ) & TRC-DL

電子図書館サービス「LibrariE & TRC-DL」を2019年4月より導入しました。

(<https://www.d-library.jp/bunka/g0101/top/>)

※図書館ホームページ「オンラインジャーナル・データベース」にも表示しています。



●電子図書館とは？

電子書籍をインターネット経由で検索・貸出・返却・閲覧できるものです。

●「LibrariE (ライブラリエ) & TRC-DL」

小説や旅行ガイドブック、手芸など約510点の電子書籍が借りられます。

※資料点数は2019年8月7日時点

●スマートフォン・タブレット端末にも対応
旅行ガイドブックを旅先で閲覧することもできます。

●貸出冊数：2冊／貸出期間：2週間
貸出期間を過ぎると自動的に返却されるため、返し忘れることもありません。

※利用には、アカウントの登録が必要です。詳しくはカウンターへお尋ねください。

不明な点は下記にお問い合わせいただくか、ホームページをご覧ください

TEL:03-3299-2395 [URL]<https://lib.bunka.ac.jp>

twitterとfacebookにて図書館の情報を発信しています

[twitter] <https://twitter.com/bunkalib>

[facebook] <https://www.facebook.com/lib.bunka>