

## ファッション予測情報誌

ファッション予測情報（ファッショントレンド情報）とは、業界や専門家向けにまとめられたファッションおよびその関連商品のカラー、素材、スタイルなどの傾向予測情報を指し、先々の方向性を示唆するものをいう。ファッション情報の流れとしては、まず2年ほど先のカラー情報が、国際流行色委員会（加盟18か国19団体）より発表され、これを受けて日本流行色協会（略称：JAFCA）から日本市場向けのディレクションカラーとして、1年半ほど先のカラー提案がされる。JAFCAが会員向けに発行している年2回発行の情報誌「JAFCA fashion color」は、レディース、メンズ、リビング、きもの、ファッショングッズといった分野別ブックに分かれ、ほかに不定期の「JAFCA express」、また同じく年2回発行で国際流行色委員会の各国提案をまとめた「Intercolor」がある。これらのカラー予測情報を受け、海外、国内のテキスタイル見本市で、1年ほど先物の展示会が行なわれる。代表的なテキスタイル見本市としては、イデア・コモ（チェルノビオ、イタリア）、インターストップ（フランクフルト）、プラート・エキスポ（フィレンツェ）、プルミエール・ヴィジョン（パリ）などが挙げられる。これらはすべて、年2回、春夏シーズン・秋冬シーズンものに分けて開催されるが、日本国内で開かれるテキスタイル見本市「ジャパנקリエーション」は、年に1度、春夏・秋冬ものを同時に展開している。そして、シーズンの半年前になると、デザイナーズコレクション（ニューヨーク、ロンドン、ミラノ、パリ、東京など）が開催される。

ファッショントレンド情報の収集・分析・発信やそれに伴うコンサルティングなどを専門に扱っている企業はスタイリングオフィス（Bureau de style）と呼ばれ、代表的な会社としては、「ネリー・ロディ（Nelly Rodi）」「プロモスティル（Promostyl）」「トレンドユニオン（Trend Union）」「カルラン（Carlin）」「ペクレール（Peclers）」などが挙げられる。ちなみに、世界初のスタイリングオフィスは、1947年フレッド・カルラン氏によってパリに設立された「カルラン」である。どのスタイリングオフィスも設立者や現在の代表が顔となっている。このようなスタイリングオフィスが発行しているものがファッション予測情報誌、トレンドブックであり、いずれも基本的には春夏・秋冬とシーズン区分し、年2回発行している。またそれと同時に取引先に向けてトレンド解説セミナーを開催している。



「Promostyl : women's trends」  
(hiver winter 2006/07) 表紙  
スワッチ(生地見本)集のミニパ  
インドつき

POLAR COVERING COATS MANTEAUX-HOUSSES POLAIRES

inspired by the highly protective clothes of the north, all covering coats in colors of muted aspects lined in fur and decorated with fleeces of geometric motifs.

inspirés des vêtements à haute protection des Nord, les manteaux-housse à couleurs muées et décorés de fleeces géométriques.



「Nelly Rodi : fabrics」 (fall/winter 2006/07)  
スワッチとイメージで構成されている

トレンドブックは、いずれのスタイリングオフィスでも大体シーズン全体の傾向に影響を与える要素をまとめた「インフルエンシ」系と、「カラー」「素材」「スタイル」などのより具体的にファッション商品開発に影響を与える要素別系に分かれており（分け方は会社により違いあり）、必要な種類のブックを年間契約で購入する形になっている。トレンドブックが届く時期は種類により差があるが、約12か月先の予測情報が入手可能である。日本では「インフルエンシ」系のものが人気だった時期もあるようだ。近年はどのスタイリングオフィスのトレンドブックもターゲットやアイテム別などでかなり細分化してきており、年々きめの細かい提案を行なっている。したが

って、トレンドブックには発信元のスタイリングオフィス名とともに、情報の内容（カテゴリー）がタイトルにつけられている（例えば「ネリー・ロディ/ファブリック」など）。なお、いずれの発行元も、市場ニーズに合わせ、かなり頻繁に新規カテゴリーのブックを追加したり既存ブックのカテゴリーを統廃合してタイトルを変更しているの、一般雑誌のようにタイトル（カテゴリー別）で変遷を追うのは難しい。

どのブックも、そのシーズンの環境分析の背景となる考え方を述べたあとは、ほとんどビジュアル重視でまとめてあり、イメージが伝わりやすいように構成されている。ブックの内容・カテゴリーによって、イメージソースが多かったり、カラーチップやスワッチ（生地見本）を添付したり、スタイリングが描かれていたりと差別化され、さらに即戦力になるより具体的な提案を行なっている場合もある。最近ではトレンドブックにCD-ROMをつけるなど、そのままパソコンでデータが利用できるようなものも増えている。

ファッショントレンド情報を提供する上で、どの発行元にも共通して言えるのは、「時代の気分」を探るという視点。市場の流れやファッション商品の分析はもちろんのこと、政治や経済、文化など社会全体の大きな潮流を分析し、その上で提案されているという点である。そのため、それぞれのスタイリングオフィスでは、分析に社会学者や経済学者などが携わっている場合もあり、各国のクリエイティブな仕事をしている人たちが構成されているオフィスもある（トレンドユニオンなど）。

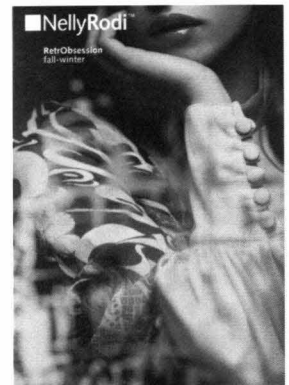
具体的に、どのような企業がトレンドブックを購入しているかという  
と、ファッション商品に携わるあらゆるメーカー、つまりヤーンメーカ  
ーやテキスタイルメーカー、アパレルメーカーなどが挙げられる。しか  
し最近では、時代の変化をいち早く取り入れるファッションマーケティ  
ングの手法が他の業界でも注目されており、トレンドブックの購入先は  
コスメティックスやインテリア、自動車、家電製品など、さまざまな業  
界の企業に広がってきている。

ファッション商品は短サイクルである分、非常に鮮度がよいことが求  
められる。そして、常に魅力あるものを提案し提供していかなければな  
らない。これらのファッショントレンド情報は、商品を開発していく上  
で、企画担当者やデザイナー・クリエイターたちの感性を刺激し、イメ  
ージをきちんと具現化していくためのヒントやアイデアソースとしても  
参考にされ、企画開発の提案力を高めることにつながっている。

### 《主なファッショントレンド情報誌》

#### 「ネリー・ロディ (Nelly Rodi)」

ネリー・ロディ氏が1970年、パリにファッションコンサルタントの  
オフィスを設立したのが始まり。1987年には、日本支社「ネリー・ロデ  
ィ・ジャポン」を設立。2005年3月時点で刊行中のトレンドブックの種  
類はカラー (Colors)、パイロット (Pilot)、ファブリック (Fabrics)、パ  
ターン&オーナメンタル (Pattern & Ornamentals)、ランジェリー  
(Lingerie)、ニット (Knit 2006年AWより中止)、ビューティ (Beauty)、  
プレタポルテ (Ready-to-wear)、および社会経済のトピックスを分析し  
たインフルエンサー (Trendsetter guides)、さらに新しいブックとして若者  
を対象としたカジュアルテイストの強い、エナジー (“Nrgy” でエナジ  
ーと読ませる) を発行している。またさらにライフスタイルやリビング  
インテリア関連のライフスタイル総合情報誌「Art de vivre : ライフスタ  
イル」も発刊。衣食住全体のトレンドトピックを知らせるニュースレタ  
ーも3か月ごとに発行・配信している。



「Nelly Rodi : pilot」  
(fall/winter 2006/07) 表紙

#### 「プロモスティル (Promostyl)」

1967年、パリに設立された。代表は、セバスチャン・ドゥ・ディズバ  
ック氏。1988年、日本支社「プロモスティル・ジャパン」設立。ロンド  
ン、ニューヨークにも会社を構え、ヨーロッパ各国、ブラジル、アジア  
に専門の代理店を設け情報を発信している。トレンドブックには2005  
年3月現在、インフルエンサースタイル&デザイン (Influences style design)、  
カラー (Colors)、ファブリック・プリント (Fabrics-prints)、デニムス



「Promostyl : women's trends」(hiver winter 2006/07)  
 イラストとスワッチでトレンドテーマを表現したページ。  
 ほかにディテールを特集するページなどがある

ピリット (Denim spirit)、ウイメンズトレンド (Women's trends)、メンズトレンド (Men's trends)、チルドレンズトレンド (Children's trends)、スポーツ&ストリート (Sport & street)、インティマシー (Intimacy)、ベビー・レイエット (Baby layette)、ジュニア (Junior)、シューズ (Shoes)、ビーチ (Beach)、アルティメイト (Ultimates)、およびホームテキスタイル (Home textile) があり、新しく2006年summer

号からはメンズボディ+ビーチ (Men's body + beach)、ニットウェア (Knitwear) も加わった。

なお上記のほかに、イタリアのファーロ社や日本のダイヤファッションプランニングなどテキスタイル関係のメーカーでトレンドブックを発行しているところもある。  
 (澤住倫子)