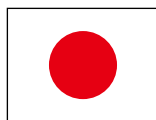


INTERCOLOR 2018 SPRING-SUMMER
PROPOSAL by JAFCA



2018 Spring/Summer Intercolor : Japan Proposal

Trends in the Japanese Fashion Market

The principal target of the Japanese fashion market until recently was young people. With the advent of the super-aged society in which one in every four persons is aged over 65, however, business targeting "mature" consumers has started up in full scale. Young people today do not spend money on fashion. They find joy in experience and sharing their experiences with friends. This is represented by their behavior inclined to show off on social media places they have been to and food they have eaten. In fashion, interest is growing on items that are simple, functional and reasonably priced. Their tastes are not based on desire for fashion beyond their reach but for those reflecting their lifestyles in the real world.

On the other hand, the over-50 age group regarded mature consumers in Japan are showing great interest in health. With the average lifespan for the Japanese at 80 for men and 86 for women, they have a strong desire to stay physically fit and youthful and be involved in society to the greatest possible extent. Many in the age group have the experience of wearing quality clothing during the period of economic prosperity and are willing to pay for fashion. However, there is a limited range of sizes for this age group.

It is under such circumstances that outdoor wear is attracting great attention. Fashion known as "athleisure" offers outstanding functionality and comfort in activity, regardless of age. It can be apply to a wide range of lifestyles, simply with change in color and graphics. Alongside this, it must be noted that apparel that promotes "elegance" founded on traditional protocol is gaining renewed attention alongside such fashion founded on simplicity and functionality. The Japanese market is also undergoing application of fashion based on type of lifestyle. Fashion proposals founded on the type of lifestyle (i.e., approach to life) are expected to become increasingly important in design for the year 2018.

Japan Proposal for Intercolor 2018 SS

Theme: Rhythm of Life

Living creatures and robots

"Henn na Hotel" (Weird Hotel) that opened in Huis Ten Bosch theme park in July 2015 has robots in the form of dinosaurs and human females at the front desk. Guests are served by robots from check-in to guiding to their rooms. The hotel continues to earn positive response on websites for the past year since opening. Why the form of humans or dinosaurs, when robot functions can be performed satisfactorily without being shaped in such ways? A hotel representative said this adds ease and comfort in space and in communication.

Children are able to distinguish types of creatures, prior to actual study of animals at school. Humans innately have great interest in humanoid and other forms of life. Robots taking the shape of living creatures may revive our affection for life on earth vis-à-vis our own lives that go on away from nature.

The integration of robots in lifestyle prompt us to explore into the differences among humans, other living creatures and robots. In other words, we pursue the rhythm of life as living creatures and the colors that are synchronized with the rhythm.

For this reason, we propose four types of lifestyle under the theme of "Rhythm of Life" for 2018 SS.

Four Color Groups

1.Wonder Rhythm

Rhythm that synchronizes with surprise and mystery

Nature is a treasure trove of colors of wonder. The green of insects in their metamorphosis from larvae, the green of trees flourishing in summer and the blue-green shades of the ocean or brown/colored grays serve as base to be combined with red that sets off alarm or surprise or brilliant magenta as accent colors. They may be used in geometric patterns that have been deformed with CG or camouflage design utilizing such patterns.

2.Gentle Rhythm

Rhythm that synchronizes with sense of tolerance, moderation and gentleness

Tolerance is essential for the new generation of mankind. The group has been organized with pale colors, to create the sense of moderation and gentleness and the feeling of freshness. Sense of change is created with lustrous material, moiré effect and translucent materials. Traditional patterns and light materials are used to create volume for feeling of warmth.

3.Spring Rhythm

Rhythm that synchronizes with the joyful heart, inspiration and pleasurable conversation

Let your heart bounce with joy. It will open the door to the future and its brilliant radiance.

The group consists of colors that bring cheer and liveliness, including vivid orange and yellow. It expresses fun in moderation. It may also be used as accent colors for "Gentle Rhythm" through use of materials that suggest playfulness.

4.Exploring Rhythm

Rhythm that synchronizes with ethnic colors from around the world

Each ethnic culture has its own distinctive color perceptions. Explore into ethnic colors that we have yet to uncover. Earthy colors of soil, blood and plant dyes, distinctive graphics and exciting color combinations are to be uncovered and applied to modern design. Strong, artificial green is used as an aberrant in the group.

(Kahoru Ohsawa)

2018 年春夏 インターカラー日本提案色

日本のファッション市場動向

日本のファッション市場はこれまで、若年層をターゲットにしていた。ところが、4人に一人が65歳以上という超高齢化社会を迎え、「大人」をターゲットにしたビジネスが本格的に稼働し始めている。近年、若者はファッションにお金を使わない。彼らは体験、経験を仲間とシェアすることに喜びを感じる。SNSで自慢できる場所や食事を選んで行動するのだ。ファッションは、リーズナブルでシンプル、機能性のあるものに対する関心が高まっている。ファッションへの憧れはなく、地に足がついたライフスタイルを好む。

一方、日本でシニア層とされている50歳以上の人々は、健康への関心が高い。日本の平均寿命は男性80歳、女性86歳、できるだけ長く社会にかかわり、健康で美しく生きたいという願望が強い。ファッションは好景気に良い物を身に着けた経験のある人が多く、ファッションにはお金を使ってもいいと思っているが、日本では大人のためのサイズの洋服が少ない。

そこで注目を集めている分野がアウトドアウェアである。「アスレジャー」と言われるこのファッションは年齢を問わず、機能性が高く、行動しやすい。カラーやグラフィックを変えることで、さまざまなライフスタイルに対応することができる。同時に、このような機能的で、シンプルなファッションとは逆の、「エレガント」で様式に乗っ取った装いが見直されていることも見逃せない。日本市場は、ライフスタイル別のファッション展開が進行しており、2018年に向けてのデザインは、どのようなライフスタイル＝生き方を提案するかが、ますます重要になる。

2018年春夏 インターカラー日本提案 テーマ「命のリズム Rhythm of Life」

生き物とロボット

昨年7月にオープンしたハウステンボス（※長崎県のテーマパーク）にある「変なホテル」は、フロントには恐竜や女性のロボットが立っている。チェックインから部屋への案内は、すべてロボットが担当する。オープンからおよそ1年が過ぎた今もインターネットサイトでの評判は上々だ。ロボット機能は、人や恐竜など生き物をかたどらなくても十分機能するのだが、なぜ、生き物の形にしたのだろう。ホテル側は、空間とコミュニケーションに潤いを与えるためだと言う。

子供は動物についての学習をする前から、動物の種類を見分けているようだ。私たちは生まれながらにして人と、人以外の「生き物」に対する関心が高い。生き物の形をしたロボットは、自然から遠ざかった生活を送る私たちの、生き物への愛を目覚めさせてくれるのかもしれない。

ロボットが私たちの生活に深く入り込むことで、私たちは人と、生き物とロボットとの違いを探究したくなる。逆に言えば、私たちは、生き物としての身体のリズムと、そのリズムに同期する色彩を求めるようになる。

2018年春夏に向けて、私たちは、「命のリズム」と題して、4つのライフスタイルを提案したい。

4つのカラーグループ

1.Wonder Rhythm ワンダーリズム

驚き、不思議に同期するリズム

自然は驚きに満ちた色彩の宝庫である。昆虫が羽化する時に見せるグリーン、夏を謳歌する木々の緑、海面の青緑のグリーン系を基調に、或いは、ブラウン、カラードグレーを基調に、ハットするような、警告を発しているかのような赤と、鮮やかなマゼンタをアクセントに組み合わせる。コンピュータグラフィックスによる崩した幾何学模様、それらを駆使したカモフラージュに用いてもいい。

2.Gentle Rhythm ジェントルリズム

寛容で穏やか、優しさに同期するリズム

新しい人類には寛容さが必要だ。穏やかに優しく、すがすがしい気持ちでいるためのパールカラーで構成した。光る素材、モワレ効果、透ける素材で変化をつける。伝統的な織柄、軽い素材で厚みのある表現など、温かみを感じさせる表現に用いる。

3.Spring Rhythm スプリングリズム

弾む心、ひらめき、楽しい語らいに同期するリズム

心をポンポンと弾ませてみよう。そうすれば未来の扉が開いて、明るい光を放つ。

鮮やかなオレンジと、イエローを含む、気持ちを明るく元気にしてくれるカラーで構成した。節度のある楽しさを表現する。遊び心のある素材使いで「Gentle Rhythm」のアクセントに用いてもいい。

4.Exploring Rhythm エクスプローリングリズム

世界中の民族特有の色彩に同期するリズム

民族にはそれぞれ固有の色彩感覚がある。まだ知らない民族の色彩を探索しよう。土や血液、草木で染められた土着の色彩、独特のグラフィック、楽しい色の組み合わせを見つけて、現代のデザインに置き換える。強い、人工的なグリーンは全体の破調として用いる。

（大澤かほる）

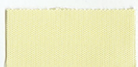
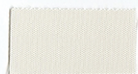
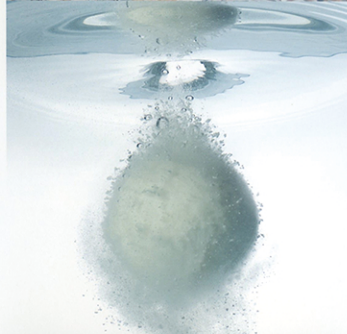
	No.	MUNSELL	JBCC (JAFCA BASIC COLOR CODE)		PANTONE NUMBER
Wonder Rhythm	1	4.5R5/1.25	rGY	reddish gray	17-2601TPG
	2	9.5RP3.5/13	dp-pR	deep purplish red	19-2041TPG
	3	8YR4/2.5	gy-yBR	grayish yellowish brown	19-1034TPG
	4	1G3.75/3.75	d-yG	dark yellowish green	18-6330TPG
	5	5.5R4/13.25	v-R	vivid red	18-1763TPG
	6	7.5B7/1.5	l-bGY	light bluish gray	14-4506TPG
	7	2B3.5/2.75	gy-B	grayish blue	19-5217TPG
Gentle Rhythm	8	N8.75	W	white	11-0605TPG
	9	8Y9.25/3.5	p-gY	pale greenish yellow	11-0710TPG
	10	4.5PB6.75/1.25	l-bGY	light bluish gray	14-4206TPG
	11	0.5R8.25/1	pkGY	pinkish gray	13-3803TPG
	12	N6.25	me-GY	medium gray	16-3850TPG
	13	10PB7.75/1.25	l-pGY	light purplish gray	13-3920TPG
	14	3.5R7.25/0.75	pkGY	pinkish gray	15-4502TPG
Spring Rhythm	15	3.5Y7.75/0.75	yGY	yellowish gray	12-0000TPG
	16	10R6.25/14	v-rO	vivid reddish orange	16-1364TPG
	17	3.5Y5/3.75	l-OLBR	light olive brown	16-0836TPG
	18	1Y7.75/12.25	v-Y	vivid yellow	14-0852TPG
	19	4.5B7.25/5.5	l-gB	light greenish blue	14-4816TPG
	20	4YR8/4	m-yPK	moderate yellowish pink	13-1114TPG
	21	3GY7.25/8.25	s-YG	strong yellow green	13-0650TPG
Exploring Rhythm	22	10YR4.5/0.75	brGY	brownish gray	19-0808TPG
	23	9B4.75/5.5	m-B	moderate blue	17-4328TPG
	24	6R3.5/7.75	d-R	dark red	18-1449TPG
	25	6.5G3.75/6.75	m-G	moderate green	18-6030TPG
	26	8.5RP2.75/7	d-pR	dark purplish red	19-2024TPG
	27	9.5YR6/8.5	d-OY	dark orange yellow	15-0953TPG
	28	4R2.5/1.25	dgy-R	dark grayish red	19-0915TPG
	29	2B4.25/5.5	m-gB	moderate greenish blue	18-4936TPG

インターカラー日本提案色コンセプト作成で協力(50音順・敬称略)
池西 美知子 伊藤忠ファッションシステム株式会社 クリエイティブディレクター
平野 傑 アーティスト
松田 朋春 株式会社ワコールアートセンター チーフプランナー

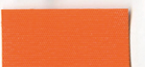
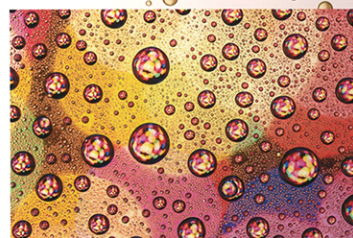
Wonder Rhythm



Gentle Rhythm



Spring Rhythm



Exploring Rhythm

