












■昨年の1月展と比較すると、強いカラーが多くなって来た。元気を与えてくれそうなカラーが多い事で、展示会自体にもパワーを感じる事が出来た。CMYK=色の基本色に注目が集まっている事は、様々な意味で基本的な事を見直そうと言う、消費者思考がオーバーラップしている様に感じた。どのカラーも、ウォームなイメージで提案されている所に、今の時代感を感じた。

<p>ハートフルなブルーカラー 藍を感じさせる暖かいブルーカラーが幅広いアイテムで増加中</p> 	<p>パワフルなウォームカラー 暖色の組み合わせが新鮮</p> 	<p>カラフルなマルチカラー 同アイテムの中の多色使いに注目 昨年よりもスマートな仕上げが多い</p> 
<p>ベーシックなモノトーンカラー ベーシックなイメージのモノトーンカラー アクセント色としてはイエローやレッド</p> 	<p>発信を続けるグリーン～イエローカラー 昨年のBioイメージから広がりを見せるグリーン&イエロー 明度彩度に広がりが見える</p> 	

■凹凸感やウール素材は引き続き多く見受けられる。ツギハギ・絞り&緋・再利用のタイプには前回の傾向と同様、手作り感を感じる物が多い。特に人間味や暖かさを感じるタイプが多い様に思う。ファブリックスは触感を表現しやすい素材の為か、バリエーション広がりが見えると思う。

<p>繊細な凹凸(3D効果) スエット素材による壁紙の凹凸が新鮮</p> 	<p>ざっくりウール素材 ウール素材のバリエーションが広がる</p> 	<p>ファー素材 ファー素材アイテム増加</p> 	<p>ツギハギ ツギハギ表現の面白さに注目</p> 
<p>集積する面白さ 線や点の集積で出来たアイテムが多くなっている 繊細な表現が魅力的</p> 	<p>絞り&緋 手作りの伝統的な技法</p> 	<p>再利用 裂いた生地や包装紙を再利用したアイテム</p> 