





■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。

ハートフルなブルーカラー	パワフルなウォームカラー	カラフルなマルチカラー
<p>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>暖色の組み合わせが新鮮</p> 	<p>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> 
ベーシックなモノトーンカラー	発信を続けるグリーン〜イエローカラー	
<p>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>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とても多いと思う。

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