

Q1.流行色情報って何ですか？

一般社団法人 日本流行色協会 (通称:JAFCA ジャフカ)は、あらゆる分野での流行色を予測し、発信している色彩情報機関です。会員制度をとっており、流行色情報は会員になれば個人でも企業でも、どなたでも手に入れることができます。

Q2.どのような理由、目的で、一般社団法人 日本流行色協会 ができたのですか？

日本流行色協会の創立は 1953 年 (昭和 28) です。設立のいきさつとしては、当時の日本は戦後経済が立ち直りかけてきて、国内産業や貿易産業が伸展し始めようとしていた時期にあたります。しかし、街中には未だ粗悪で好き勝手な色が溢れているため、こうした色を改善するグッドテースト運動を起こそうということと、また先進国である欧米の色彩嗜好や色彩傾向を研究し、それを輸出製品の色に反映していこうという 2 つの趣旨からはじまりました。

設立当時に比べ、消費者の色彩感覚も欧米並に豊かになった現在では、色彩に関連のある業界に対して国内向けにカラートレンドの傾向をはじめとする各種の色彩情報を提供しています。それにより、大まかな方向性を与えることによって、商品計画や、販売計画の無駄をなくすというメリットがあります。また究極的には、魅力的なカラーの提案を生産者に推進することで、生活者にとっても豊かな色彩生活を与えようという目的をもっているのです。

2006 年 7 月 1 日、財団法人日本ファッション協会と統合し、財団法人日本ファッション協会 流行色情報センターに名称変更。

そして 2011 年 4 月 1 日 より一般社団法人 日本流行色協会 (通称:JAFCA) として活動しています。

Q3.流行色情報はどのような流れで決まるのですか？

まず、当協会の流行色情報を選定する上で基準となる要素は、3 つあります。

ひとつはインターカラー (国際流行色委員会) で、世界中の加盟各国の代表が集まり、ワールドレベルで実シーズンの 2 年前のカラートレンドを選定するものです。日本からインターカラーの会議に出席しているのは、JAFCA だけです。その選定されたカラーの傾向を参考にしながら、日本国内市場を考慮して国内向けのトレンドカラーを選定するのです。

もうひとつ重要なのは、暮らしのトレンドであり、現在の生活者の意識やライフスタイルを考慮しながら、実際のシーズンにおける消費者のライフスタイルを想定し、そこに調和するであろうカラーを選定します。

3 つめが色彩調査で、現在どのような色が好まれているのかを理解し、将来のトレンドカラーを選定する裏付けとなります。

以上の 3 本柱を考慮しながら、流行色が選定されます。

流行色が選定されていく流れを説明すると、まず、実シーズンの 2 年前に先に述べた「インターカラー」の情報が選定されます。

その情報をもとに、実シーズンの 1 年半前に、当協会の専門委員によって色選定会議委員会が開催され、そこで国内市場に向けたトレンドカラーである「JAFCA カラー」が選定され、会員に向けて発表されます。専門委員は実際に企業や業界の中で色彩を専門に担当されている方 (メ

ーカーの企画担当、マーケティング担当、デザイナー、バイヤーなど) に、委嘱しています。そして当協会のカラー情報を受け取ったメーカーさんが、それぞれに自分の作るものにあった色をその中から選んで商品に使い、店頭で並べられ消費者の手元に届くこととなります。商品の作り手の方は、JAFCA の選定したカラーの意図や傾向をくみ取りながら、実際に商品化しますので、トレンドカラーをアレンジして様々に表現されたものとして、店頭で登場します。

Q4. JAFCA の提案している流行色情報ってどんなものなの？

当協会のトレンドカラー予測情報は、一般消費者の方向けではなく、当協会会員に向けて発表されるものです。会員はあらゆる商品分野での商品企画者、カラー担当者が中心で、そうした商品の作り手に対して、その時期魅力的に見えるカラーの大まかな方向付けや、カラーインスピレーションを提供することを主眼としております。従って、発表される色は、一般に雑誌などでよく目にする「今年はオレンジ」といった単純化した情報ではなく、作り手のイメージを広げるような通常、2~5 つ程度のグループ、20~30 色位の色数で構成されています。

カラー情報は、レディスウェア、メンズウェアといった分野別に選定されます。それぞれの情報には、その時期のカラームードを伝える、カラーテーマがつけられます。(例：都会の遊牧民、インターロード・間奏色、北方からの光 etc・・・)。そしてカラーテーマにもとづいて、複数のグループでカラーが選定されます。様々な色が散りばめられたカラー情報はカラーパレットと呼ばれます。

Q5. 流行色情報はファッションだけですか？

流行色として注目されるのは、やはりレディス、メンズのファッションが中心になりますが、JAFCA ではそれ以外にも様々な分野の流行色情報を発信しています。

具体的には、レディスウェア (春夏、秋冬の年 2 回)、メンズウェア (春夏、秋冬の年 2 回)、プロダクツ・インテリア (インテリア、雑貨、家電、工業製品など、年 1 回)、きもの (春夏、秋冬の年 2 回)、ファッショングッズ (春夏、秋冬の年 2 回)、メイクアップ (年 1 回)、自動車 (年 1 回) のカラーがあります。いずれも JAFCA の会員になれば手に入れることができます。(自動車については、規定があります。詳細は入会の案内をご覧ください。)

Q6. カラリストってどういう仕事なんですか？

一般にカラリストという仕事は、大きく 2 つに分けられます。

一つはあらゆる商品のデザインの一環として、販売促進上最も効果のある色彩の基調を決め、商品企画の方向性を打ち出す仕事。多くは企業に属する企業内カラリストです。

そしてもうひとつは、「パーソナルカラリスト」とよばれる個人を対象にその人に似合う色のカラー診断を行い、イメージづくりのコンサルタントを行うものです。手法としては、個人の髪や瞳、肌の色などを基に、好みやライフスタイルを参考にしながら似合う色やコーディネートの方などをアドバイスしていくというものです。

当協会がかかわるのは、前者の商品づくりに携わるカラリストが中心になっています。従来ファッション業界や工業製品などの商品色彩設計を行うことが中心でしたが、近年は分野が広がり企

業カラーの設定から町並みや宇宙開発機器の色彩設計など、カラリストの仕事が広がっています。

(ただし当協会では宇宙開発機器の色彩設計を具体的にやっているということではありません。)

どうしたらなれるのかというお問い合わせが多いのですが、パーソナルカラーについては、専門の養成機関があります。企業内カラリストについては、大体は美術系の学校などを卒業し、一般に新卒で採用されカラー担当になるといった形が多いように思われますが、それぞれの企業の採用状況によりますので一概にはいえません。これがカラリストだといった決めごとがあるわけではなく、色彩のスペシャリストととらえることができますと思います。

最近では様々な分野で色彩への関心が高いことから、インテリアの営業の方がカラーの知識をもって仕事のトークに活用しているなど、あらゆる分野の中でカラーに関する知識を勉強して役立っている方も多くいらっしゃいます。

Q7.カラーに関する検定試験について教えてください。

80年代半ば以降、カラリスト、カラーコンサルタント、カラーコーディネーターといった、色彩を専門とするスペシャリストが注目されるようになると同時に、色彩に関する資格を求める機運が高まり、90年から検定試験が行われるようになりました。現在あるカラーに関するおもな検定試験は3つあります。ひとつは、A・F・T(社・全国服飾教育者連合会)の「ファッションコーディネート色彩能力検定」です。A・F・Tの色彩検定は、90年に3級検定が開始され、91年に2級、92年に1級と、検定の幅を広げ、95年には文部省(現・文部科学省)認定の検定となっています。(AFT 東京 03-5510-3737 大阪 06-6344-4175 <http://www.aft.or.jp/>)
もうひとつが、95年に3級検定を実施した東京商工会議所の「カラーコーディネーター検定試験」。96年に2級検定、97年に1級検定が始まっています。1級検定は、第一分野「ファッション色彩」、第二分野「商品色彩」、第三分野「環境色彩」と、三分野に分かれています。(東京商工会議所検定センター 03-3283-7677 <http://www.kentei.org/>)
そして3つめが、全国美術デザイン専門学校教育振興会の教育事業部として95年に発足した色彩士検定委員会が実施している「色彩士検定」。97年に3級検定が始まり、98年2級と1級が開始されています。(事務局 03-5215-5354 <http://www.colormaster.org/>)

Q8.インターカラーに参加している国は、何カ国ですか？

インターカラー委員会参加国数は、毎年変わるわけではありませんが流動的なものです。

ちなみに2014年5月現在は、14カ国です。詳しくは「インターカラーについて」をご覧ください。