

**2026 SS Home Fashion Color
From **Sunliving****

一般社団法人日本流行色協会 【JAFCA（ジャフカ）】



あらゆる分野へのトレンドカラーの提案を行うことで、商品開発の指針を与えると同時に、生活者の豊かな色彩生活の実現のための活動を行う一般社団法人。
通称JAFCA（ジャフカ）。

主な活動内容

【 様々な分野に向けたトレンドカラー情報の発信 】

世界レベルでカラートレンドの方向性を検討する会議「インターカラー」（国際流行色委員会）に日本代表として出席。

その情報をもとに日本の様々な分野に向けたトレンドカラーを予測、提案する。

【 色彩教育・啓蒙のための講座やセミナーの開催 】

講座やセミナーの他、カラー専門誌である季刊「流行色」の発行、自動車のカラーデザインを顕彰する「オートカラーアワード」の開催、会員に向け個別のカラーコンサルティングなどを行っている。

INFLUENCE 時代の基調

トランプ氏の動向

トランプ前大統領が再選し、今後 DEI（多様性、公平性、包摂性）に対する逆風が一層強まると予想される

気候危機

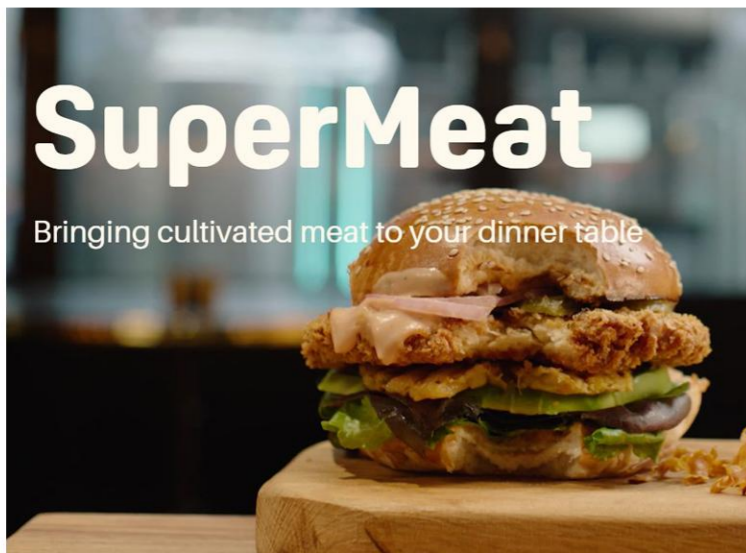
集中豪雪やロサンゼルス山火事

ロボット・アバター

人手不足や深夜の就労対策として
ローソンがアバター技術活用開始

フードテック

バイオやデジタルといった
テクノロジーを活用し、
食の課題解決につなげる技術



Life Style ライフスタイル

ラグジュアリー

ラグジュアリーが変化し、
カジュアルなスタイルを現代的に解釈した
スマートラグジュアリーが注目



「寅さん」若者に人気

葛飾柴又寅さん記念館が人気
寅さんの、情の厚さ、お節介なところが
スマート社会を生きる若者の心を惹きつけている

菌活（バイオテクノロジー）

腸内にきのこなどの菌類を摂り入れることで
腸内環境を整えることを菌活という。腸内環境の
評価技術を駆使した研究開発支援事業を行う
株式会社メタジェンが注目されている

Design デザインの潮流

ジャパンディ

北欧テイスト 7:3 和テイスト
洗練されているけど温かみのある
インテリアスタイル

はなあかり

西日本地域の工芸品やアート作品が車内を彩る
ラグジュアリー感のある列車

CASIO Moflin

カシオの最新ペットロボット「モフリン」
人とふれあうことで感情が育つAIペット



CAFE:MONOCHROME

渋谷にあるモノクロ世界の超無機質系カフェ
モノクロが注目されている

インターカラー (Intercolor)

【国際流行色委員会】



国際的な民間の色彩情報団体。

加盟国は常に変動しており、2020年時点での加盟国は17カ国。

(中国、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、イギリス、ハンガリー、インドネシア、イタリア、日本、ポルトガル、韓国、スペイン、スイス、タイ、トルコ、アメリカ合衆国)

インターカラーは加盟各国代表の非営利の色彩情報団体で構成されており、年に2回開催される会議により、加盟国の各産業で

24ヶ月後に用いる色を選んでいる。

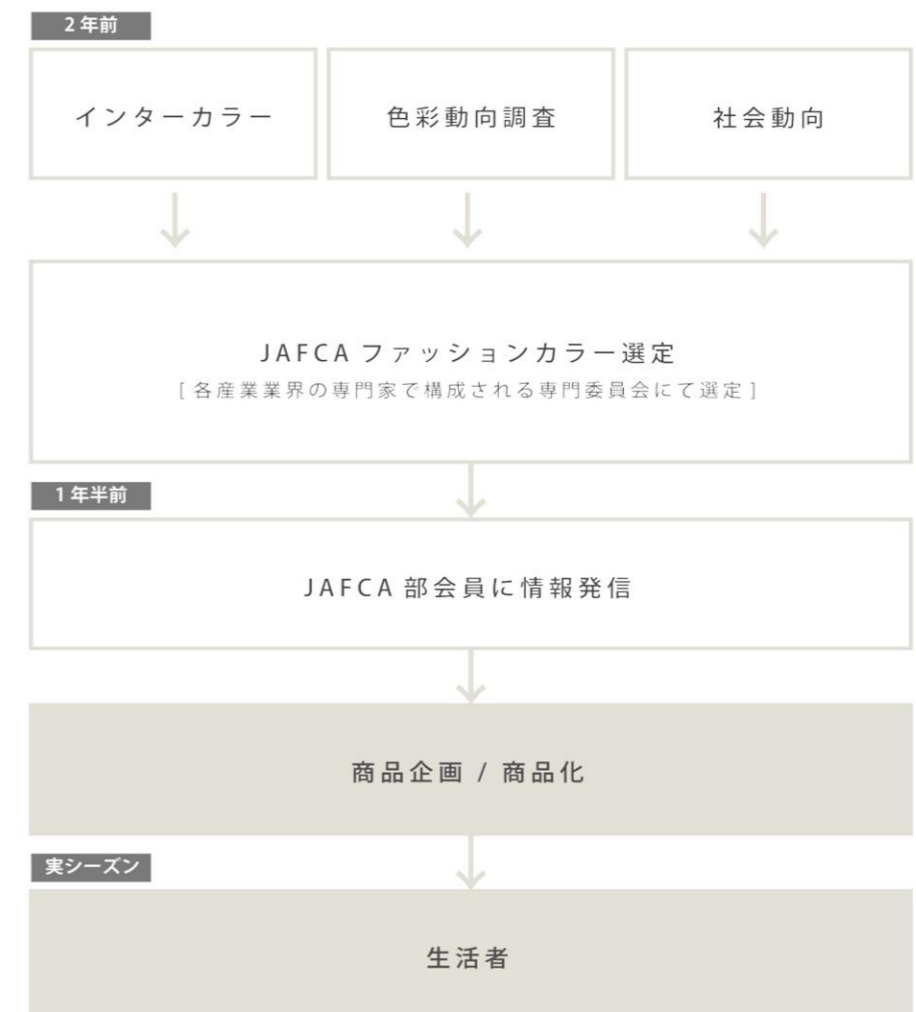
(ファッション・化粧品・工業製品など)

会議で選ばれた色の利用

【500色の中から特色ごとに決められ毎年20、30色選ばれる】

インターカラーで選ばれた色は、各業界では比較的早い時期に出される流行色情報とされる。

右の図は、カラートレンド情報の流れの図。

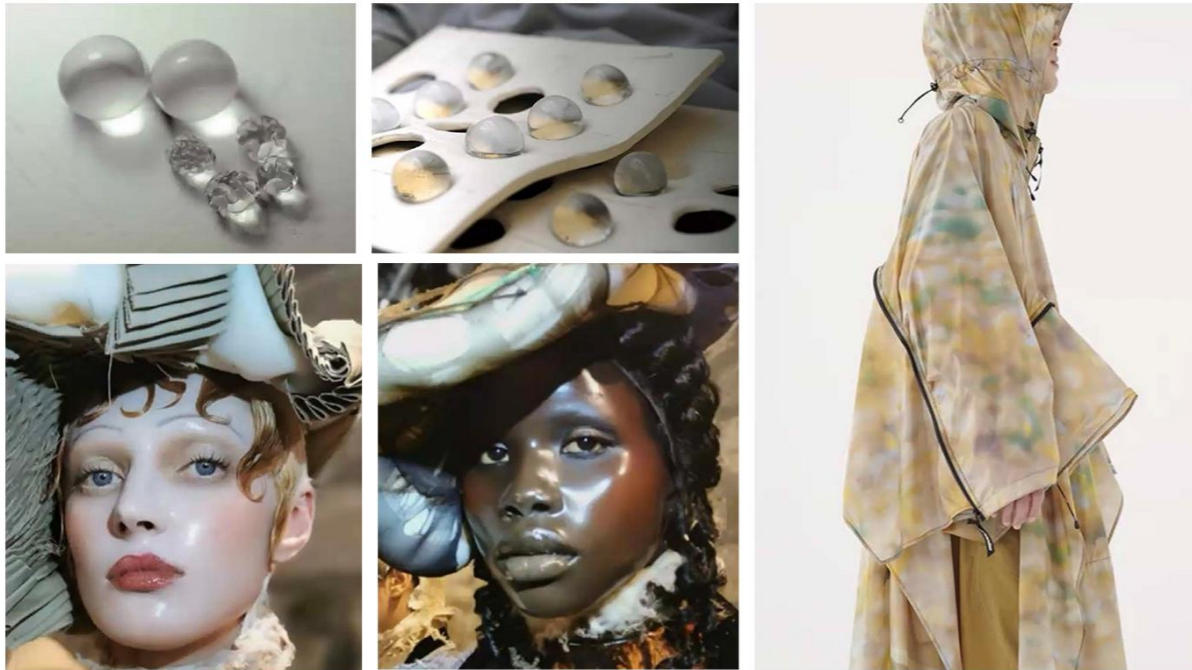


SOLASTALGIA

ソラスタルジア

テックチャー (Technology × Texture)

- 水気のない - すべてに開かれた未来 - 極度に研ぎ澄まされた



科学技術でかつてあった風景を取り戻したいという願いが込められている。
干上がった川底、繊維質の素材、木質など乾いた質感を持つブラウン系を基調に、
水を思わせる色と質感、光を思わせる色と質感を組み合わせる。

【グレージュ〜グレー・ブラウン系・ブルー・2色使い】



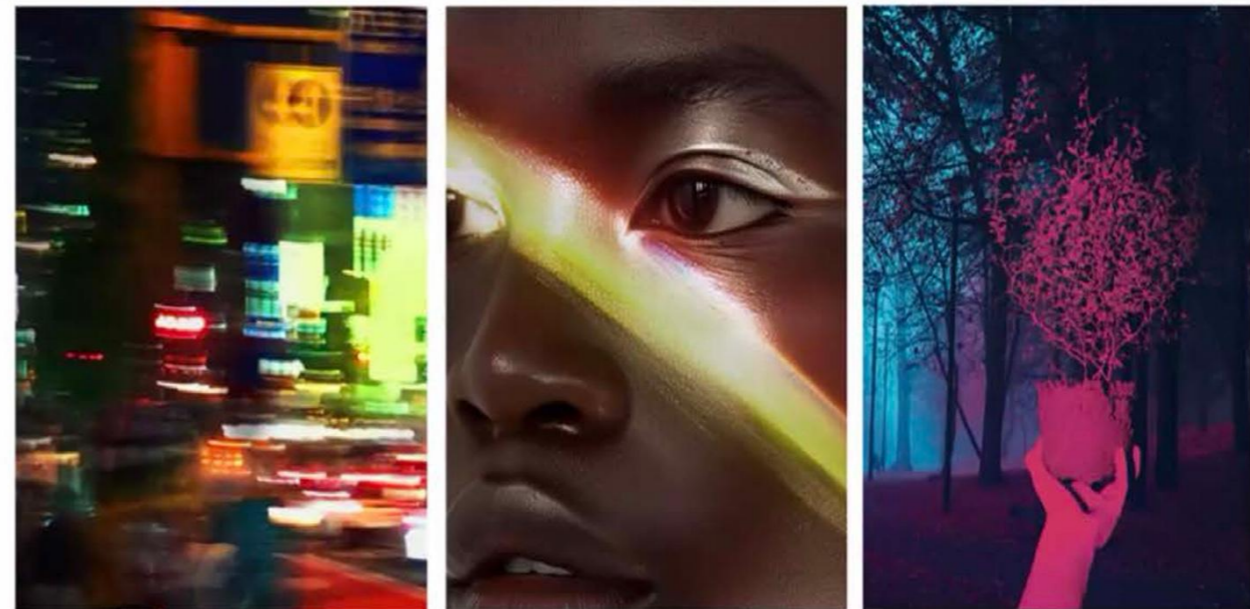
ACTCEPTANCE

アクトセプタンス

Act × Acceptance 働きかけること、受け入れること

夜行性 - サーカディアン・シフト - 深みのグラデーションの中で輝く

- 不気味な割込み - 夜間視力



夜の暗さは、予想外で驚くような明るさを際立たせる。

闇を割くような鋭い光のグラデーション。

ブラック、或いは非常に暗い色を背景に、光を浮き立たせる。

光の色は浮遊感を感じさせる表現にする。

【ブラック・ダークカラー・蛍光色・グラデーション】



MICRO HAPPINESS - NOW IS NOW マイクロハピネス

小さな幸せ ~ 今は今である
ひそやかな印象 - 親身になってくれる - 無重力の - 浮遊感
幽玄な - 触ることのできない - 魔法をかけられたような



極端な時代には、本質的な優しさと穏やかな美が求められる。

心と皮膚に徹底的に優しい、色、素材、形。

柔らかく、重なり、色調が変化する。

【変幻自在に変わるカラー・濁っていないパステルカラー・
気持ちをあたためるカラー】

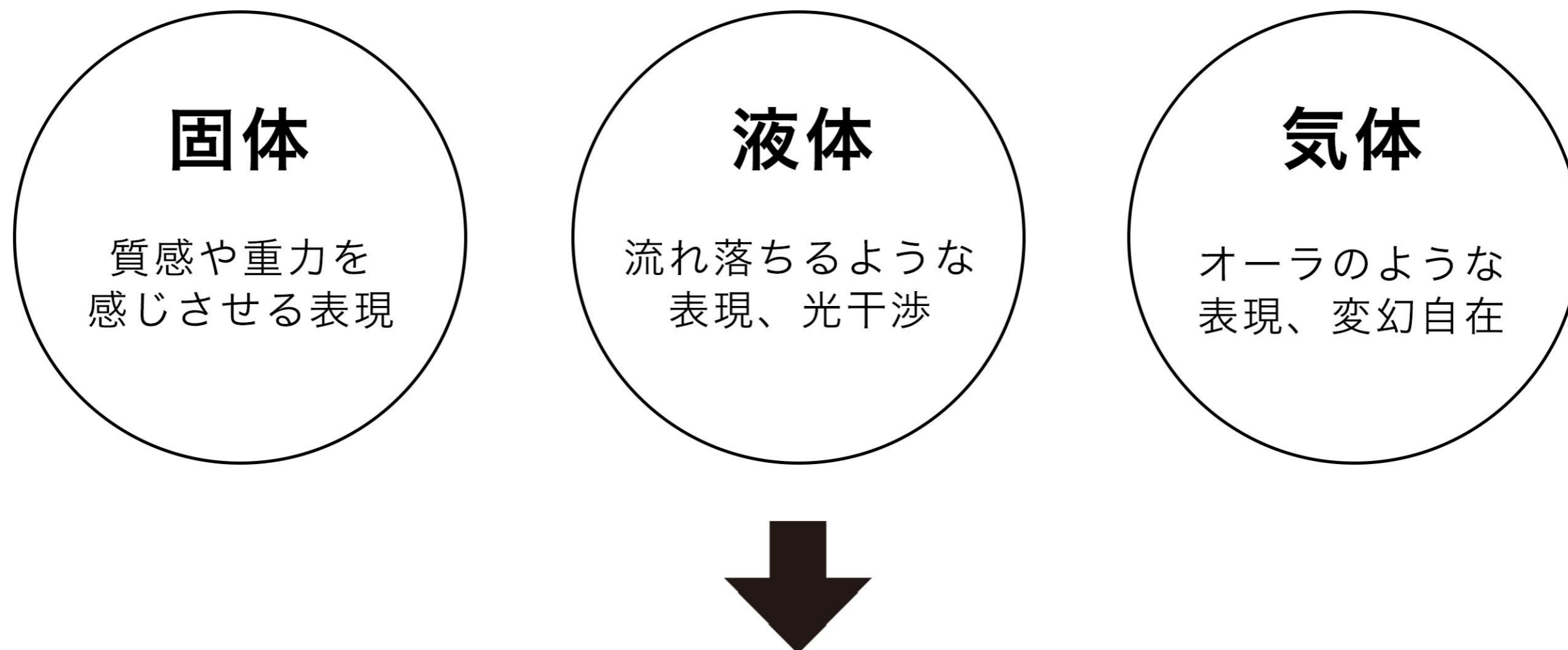


INTERCOLOR 総括

- ・ブルー系、グリーン系が多い
- ・SSにしてはダークカラーが多い
- ・ブラックに注目
- ・ブラウン系のカラーが増えた
- ・ピンクのバリエーションが豊富
- ・くすみカラーからにごりのないパステルカラーに移行

閾値（しきいち）

ある状態から違う状態に変化する境界線のこと



この3つの奇跡のようなバランスに意識を向けたい。

同時にこの3つのグループで、私たちには見えない閾値を超えた色彩を表現したい。

**光、反射、優しい風、流動的で変幻自在な表現など、
ずっと留まることのない瞬間や、目に見えないものを表現する感覚に注目。**

固体



- ・重力を感じさせる表現
- ・硬く見えて柔らかい
- ・塗り重ねた、ごつごつとした
- ・乾いた、或いは濡れたような艶
- ・ダークカラーの光



- ・オレンジ、グリーン、パープル、ブラウンをベースカラーに、全体に「自然」を感じさせるように色を組み合わせる。

液体

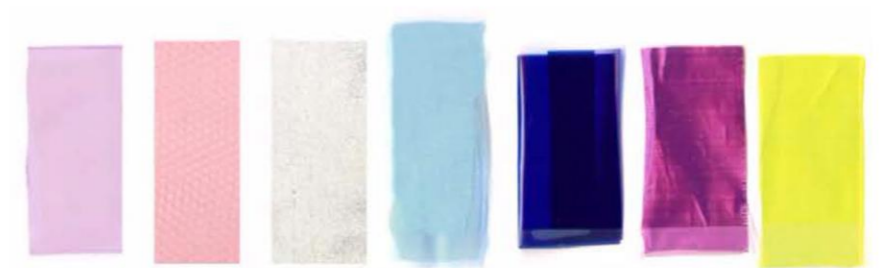


- ・流動的な形、流れ落ちるような素材
- ・粘度のある、水あめのような素材
- ・リキッドメタル、光の反射
- ・水を思わせる表現、水が揺らぐ感じ



- ・穏やかな色調に水の膜をかけたような艶を加える。
きらきら、みずみずしさを表現する。

気体



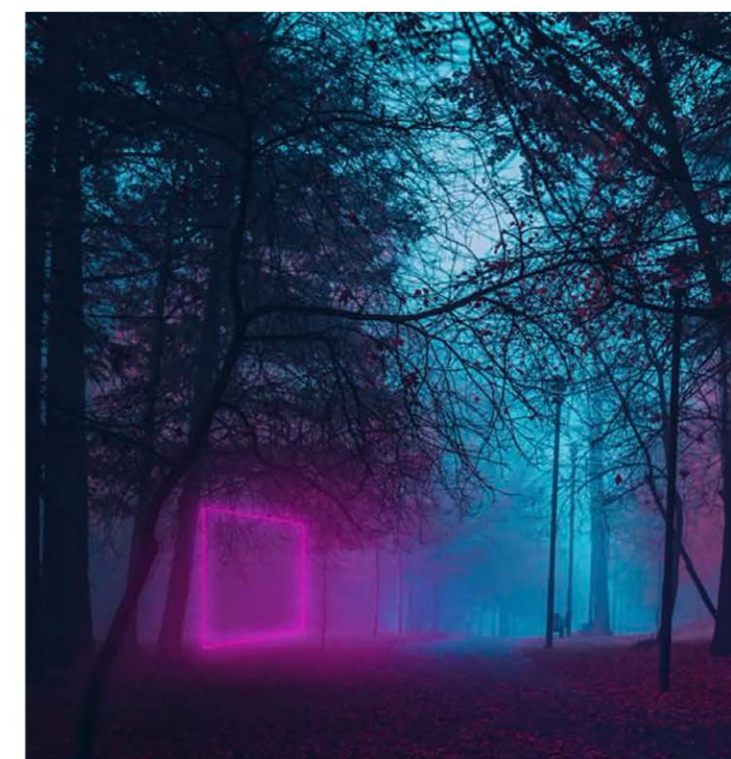
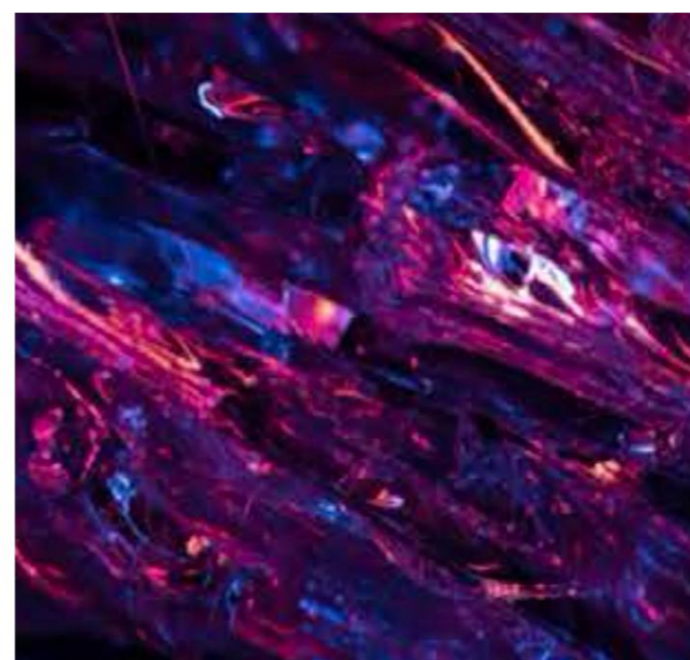
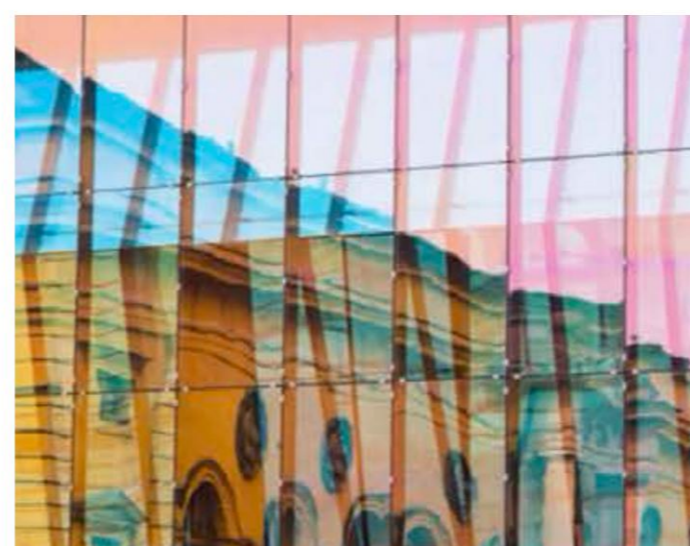
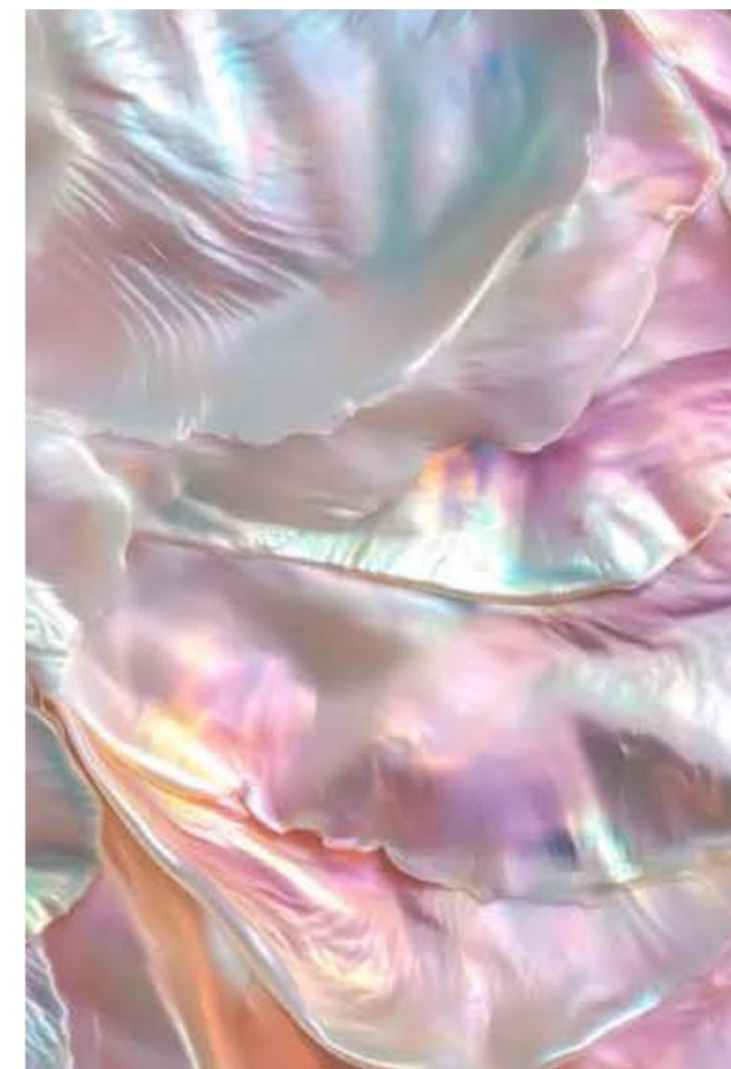
- ・オーラのような、触れているのに触っていない感覚
- ・いくつかの香りが境界線を持ちながら混ざり合う感じ
- ・金属質をアクセントに



- ・マゼンタの金属色をアソートかアクセントに用いて、サイバー空間の空気や、オーラのようなイメージをつくる。

Image photo

参考資料：JAFCA 日本流行色協会 INTERCOLOR





THE TEXTILE DESIGN ASSOCIATION OF JAPAN
一般社団法人 日本テキスタイルデザイン協会

【テキスタイルデザイン協会とは】

当法人は、生活文化の主要な要素の一つである「テキスタイル」に「デザイン」の行為を通して深く関わり、あらゆるデザインに関する知識、経験および時代感覚などの情報の交流と活用を促し、テキスタイルデザインの質を高めて、生活文化の向上と産業の発展に寄与する事を目的とした団体です。

今回、受講したセミナー

【2025TDAインテリアトレンドセミナー】3月12日（水）

- 2025年1月14日～17日開催のドイツHeimtextile展の報告が主な内容。
インテリアファブリックス全般にわたるカラー、パターン、素材などの最新トレンドを分析・解説。
デザインやライフスタイルなど、大きな流れと新しい視点を含めての説明セミナー。
また、Heimtextileだけでなく、フランスMaison & Objet Paris展、Paris Deco Off、Deco Homeの報告。

ハイムテキスタイルに現地視察に行く行かない関係なしに、専門家のまとめた情報資料として他社のデザイナーもこのセミナーを必ず受講しているという、大変重要なセミナーのひとつです。

■ハイムテキスタイル/家庭用・商業用テキスタイルの国際見本市

開催期間: 2025年1月14日 ~ 1月17日

開催会場: フランクフルト国際見本市会場

出展者数: 60カ国・地域から約3,000社 (2024年: 60カ国・約2,838社)

来場者数: 142カ国・地域 約50,000人 (2024年: 130カ国・約46,000人)

世界的なインフレ傾向と購買力低下の中、テキスタイル業界もその影響により、厳しい環境が続いている。しかしながら今年の、出展者、来場者共に昨年と比べて約10%増加した。

今年は16年続いたチーム制のトレンド構築から**イタリアのデザイン事務所「アルコバ」に交代、よりカラーを重視した新たなアプローチによってトレンドが構築された。**
サステナブルを、さらに思想的に深掘りしていこうという狙いがある。

【全体テーマ】 Future Continuous 未来進行形・未来への継続

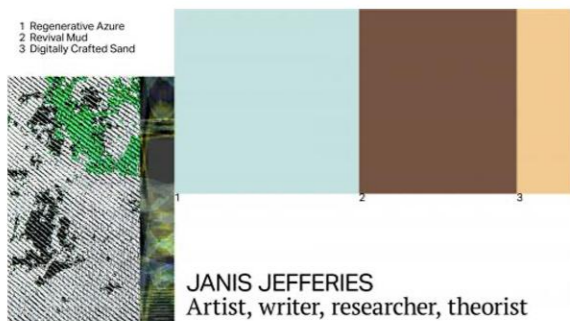


- ・テキスタイルを伝統的な要素と現代的なデザイン観点で組合せ、その過程で新しいアイデアやスタイルを生み出し発展していくであろう。
- ・カルチャー・テクノロジー・エコロジカルな発展とともに、**テキスタイルの広範囲にわたる多様性は未来に継続する。**

【テキスタイル分野のスペシャリスト6人にインタビュー】

- ・先を見るだけでなく、過去に目を向け現状を深く理解することが重要である。
- ・現代のデジタル技術と伝統、職人技といった工芸に改めて注目。

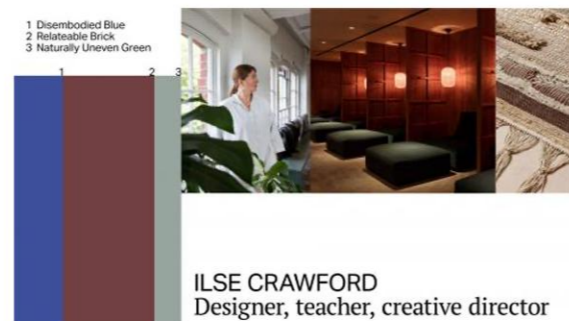
Janis Jefferies : 英国のアーティスト



JANIS JEFFERIES
Artist, writer, researcher, theorist

- ・原油の使用をやめて天然繊維を選択することは不可欠となると提唱。
- ・最新技術によるテキスタイルの提案 (吸湿速乾の高機能素材、3Dプリント、自然由来のテキスタイル、クモの糸、食べられる布など)

Ilse Crawford : インテリアデザイナー



ILSE CRAWFORD
Designer, teacher, creative director

- ・「古いモノ」ではなく「次のモノ」を作るという考え方が必要。
- ・**※グリーンウォッシュ傾向に異議を唱え、本物もつ美しさを追求すべきだ。**
※環境配慮をしているように装いごまかすこと。

Simone van der Burg + Lucas Evers : WAAGプログラム責任者



SIMONE VAN DER BURG + LUCAS EVERS
Heads of programme, WAAG

- ・合成繊維と天然繊維を混合した衣類のリサイクルはほぼ不可能で、**リサイクル可能とするためには単一素材を前提とするモノづくりから見直す必要がある。**

Eugenia Morpurgo : デザイナー、研究者



EUGENIA MORPURGO
Designer, researcher

- ・デジタル加工による問題改善に取り組んでいる。
- ・**繊維農家に着目し、麻、黄麻、亜麻などの天然素材で持続可能で回復力のあるシステムの構築が重要。**

Christine Ladstätter : Salewa社マネージャー



CHRISTINE LADSTÄTTER
Innovation manager, Salewa

- ・合成素材が主流であるスポーツウェア業界において、拠点を置く**アルプス地域に根ざした伝統的な素材や技術、地元の職人技を見直して再評価することにより、独自の天然繊維を作っている。**
- ・地元の農業を支援するだけでなくアルプスの伝統的な田園風景を維持している。

Dirk Vantghem : Euratexゼネラルディレクター



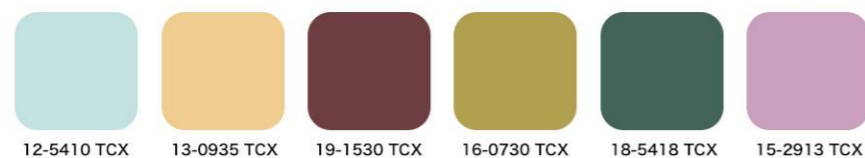
DIRK VANTYGHM
Director general, Euratex

- ・グリーンウォッシュの対策やトレーサビリティを推進している。
- ・2025年1月から**「デジタル製品パスポート」を導入。**(繊維廃棄物の分別収集が義務化され、素材、原材料調達からリサイクルに至るまでの認証を提供する法律上のツール)

COLOR TREND

- ・サステナブルからインスピレーションを得たカラーをメインとしたカラー。
- ・環境配慮の面からも水の使用量の軽減、エネルギーの軽減、リサイクル素材の使用など対応した結果、本来のナチュラルな色合いが生まれたのだろう。
- ・グリーンウォッシュの取り締まりからも、今後は**自然そのものを生かし、流行りのトレンドに左右されない、さまざまなインテリア空間に馴染む色が選別される**だろう。

Regenerative (再生可能)



Radically Restructured (根本的な再構築)



Naturally Uneven (自然な不均一)



テラコッタ系



- ・昨年に引き続きテラコッタカラー、コーラルカラーが多い。
- ・昨年より**更にトーンを抑えた色合い**になっている。

ブルー・グリーン



- ・彩度の低い**ブルーグリーンが増えた**。
- ・ブルーは昨年よりも彩度が抑えられた**スモーキーブルーに移行**。時代に左右されず落ち着いた空間に溶け込む色味。

ニュートラルカラー



- ・昨年よりも**少し色味を帯びたニュートラルカラーが増加**。
- ・メイン、サブカラーのどちらで取り入れてもいい。

PATTERN TREND

- ・自然に見られる不完全で不規則な表面デザインを、デジタルな手法や、素材、テクスチャーで表現。
- ・昨年より色合いやトーンが抑えられ、**モチーフそのものの曖昧さが強調されている**。
- ・自然界のモチーフを大胆にアレンジしているが、繊細なテクニックが施され、デジタルによる複雑なグラフィック処理がされている。

自然界モチーフ



- ・色のくすみ、染み、曇った見た目、オンブレ、ウォータースプレーを使ったようなムードな表面効果。
- ・以前よりもリアルさがぬけ、**より抽象的なパターンへとアレンジされている**。

レトロの継続



- ・1970年代を代表する**レトロなパターンが継続的に続いている**。
- ・ブロッキングや変形、不揃い、抽象的なアブストラク的な要素やぼやけて途切れたデジタル効果が加わった。

曖昧な表現



- ・輪郭がぼやけたり、消えたりするようなデザイン、不均一でかすれたタッチが入ったり、ダメージを加えたり、水彩やJQで表現している。
- ・ワントーンや同系色使いが多い。

経年変化を感じる表現



- ・経年変化を見るような**変色、かすれ、クラッシュした表情**をテキスタイルは柔らかく滑らかな触感を維持しながら再現している。

■メゾン・エ・オブジェ/インテリア&デザインのトレードショー

開催期間: 2025年1月16日 ~ 1月20日
 開催会場: パリノール・ヴィルパント見本市会場
 出展社数: 59カ国
 来場者数: 149カ国・地域 約69,086人

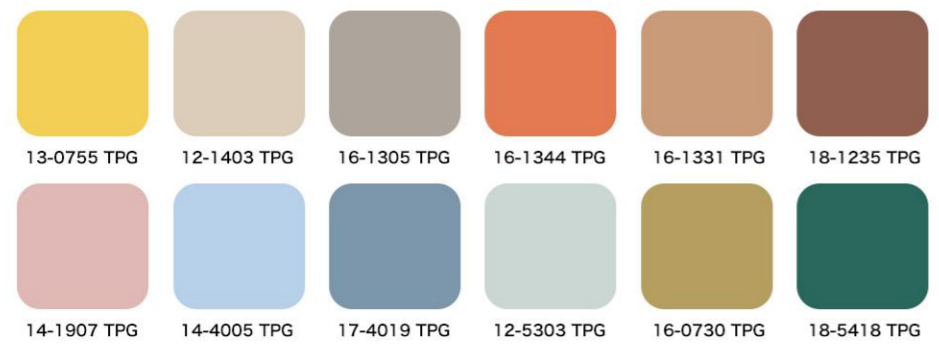
【全体テーマ】 Sur/Reality 新しいシュルレアリスム



・日本語では「超現実」という意味。
 100年程前にフランスから生まれた「シュルレアリスム（超現実主義）」という芸術運動からつな
 がったテーマ。

COLOR TREND

- ・ずっと続いているグリーン系、ブルーは少し少なめ。グレージュの傾向は継続。
- ・テラコッタは継続。色味は綺麗め、少し軽やかにシフト。
- ・新しいカラーとしてソフトな色味とイエローが登場。やさしいカラーリングが注目。



PATTERN TREND

- ・タイムレスなデザイン、どこか懐かしいイメージを伴うデザインが増加。
- ・シンプルなストライプやブロックチェックなどいつも時代でも定番として君臨しているデザイン

シンプルストライプ



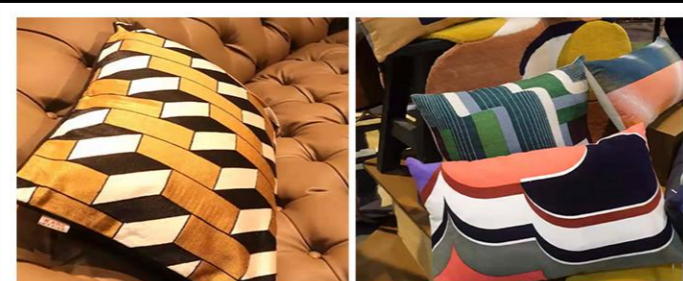
- ・昨年以上にシンプルな傾向が強い。
- ・カラーリングも奇をてらう事なくスタンダード。

タイムレスチェック



- ・ブロックチェックの傾向もストライプと同じ。
- ・モノトーンカラーでの展開が多いことで定番イメージが強調されている。

ジオメトリック



- ・直線と曲線の組み合わせ、視覚効果を狙ったデザインなど幾何柄のバリエーションが増えている。
- ・カラーは少し彩度が鈍めな物が多くレトロなイメージ。

自然と動物



- ・過去の風景のデザインを、今の時代にアレンジしたパターンが多い。
- ・その中に、動物モチーフが入れられているケースも多い。

テラコッタ系



- ・テラコッタカラーは継続。少し明るく彩度も高くなり、オレンジに近いカラー。
- ・トーンオントーンの使い方が目立つ。

イエロー



- ・今年新しく登場した色『カナリアイエロー』。
- ・少し緑みのイエローやグリーン系とのコーディネートも多い。

パステルカラー



- ・パステルカラーのようなソフトなやさしいカラーが増えた。
- ・静寂なイメージを彷彿させる、ややくすんだ淡いブルーグリーンが特に多い。

2026 Spring & Summer

SEASON IMAGE and COLOR



株式会社日本カラーデザイン研究所 【NCD】



色彩の心理的な研究成果の蓄積を武器に、商品開発や
トレンド情報を発信する感性情報企業である。
通称NCD。

事業内容

【商品開発のための研究事業】

プロダクト製品や住宅関連、パッケージなどを中心に、建築・景観分野の色彩計画など客観的なリサーチと情報蓄積に基づいた研究提案を行っている。

【カラーセミナー / 研修生活者研究】

定期的に行っている各種セミナーの他、企業向け研修も行っている。

【トレンド資料開発 レポート販売】

独自の分析に基づく時代動向予測資料「イメージ情報」の他、オリジナルレポートも開発。

【システム開発】

イメージスケールを使った好みの判断システムやWeb上で顧客診断ができる各種システムを開発している。

AIの進展と環境共生の取り組みが加速 日常の楽しみと心の豊かさを求めて

時代動向のいま

【AI技術の浸透】

AI技術の進展により、2024年にはAI関連の研究がノーベル賞を受賞するまでになった。そしてデジタルヒューマンによる接客や3Dプリンターの応用など、現代の生活を支えるテクノロジーは絶えず発展し続けている。

【ネイチャーポジティブ(自然再興)の概念に注目】

気候変動への危機感が高まるなか、環境との共生を目指す取り組みが拡大。都市部では緑化が進み、若者の間では自然の中で過ごす動きも活発である。

【没入体験やインクルーシブな観点からのサービス】

エンタメ分野では、没入体験が味わえる施設や体験型アートも盛況である。インクルーシブの観点は幅広い分野で意識され、誰もが使いやすい製品やサービスが望まれている。

時代動向のこれから

- ・テクノロジーの進化はさらに続き、特にAIは医療、教育、モビリティなど幅広い分野で実用化が進み、社会に大きな変革をもたらすだろう。しかし急速な技術進展は、倫理的な問題や雇用への影響といった新たな懸念も突き付ける。
- ・気候変動の深刻化は企業戦略や人々の消費行動、個人の倫理観にまで影響を及ぼしていく。また厳しい気候下で健康に過ごしたいという意識もより高まるはずだ。甚大な被害をもたらす地震や台風への備えは、日常の中に無理のない形で組み込まれていくだろう。
- ・世界情勢の不安定さも、新たな楽しみや心の癒やしを求める動きを後押しすると予想される。

スマート社会志向

AI 技術の進化が社会に急速な変化をもたらしている。24 年には AI 関連の研究がノーベル賞を受賞し、ChatGPT の利用者が急増するなど、その影響力はますます高まっている。

医療や教育分野、マッチングサービスまで、AI の活用領域は着実に広がり、日常生活ではデジタルヒューマンによる接客や MR（複合現実）体験、3D プリンターの応用が進む。

短時間で稼げる「スポットワーク」の働き方も浸透してきた。その他、自動運転技術や宇宙ビジネスへの期待も一層膨らんでいる。

【キーワード】

Chat GPT

AI エージェント

AI マッチング

デジタル給与

マイナ免許証

スポットワーク

自動運転

宇宙ビジネス

光量子コンピュータ

【この動向に関わりが深い人】

- 最新の AI の動向に関心が強い人
- 合理的で便利な暮らしを好む人
- 先端技術や宇宙に興味のある人

健康サステナブル志向

気候変動の影響を実感する中、環境との調和や再生が重視されている。「ネイチャーポジティブ」の概念が広がり、ミノムシ糸やカカオハスクなど新素材も注目を集める。

脱炭素に関しては次世代型の太陽電池のほか、風力発電や水素エネルギーの活用にも期待が膨らむ。都市部では積極的に緑化が進められる一方で、自然を満喫できる場所に出かける「# 自然界隈」が Z 世代を中心に流行。

健康志向の観点では、グルテンフリーやリカバリーウェアが人気を集めている。

【キーワード】

ネイチャーポジティブ

クリーンビューティ

フードロス

脱炭素ガス

自然界隈

木造

ウェルネス

リカバリーウェア

【この動向に関わりが深い人】

- 地球環境との共生を重視する人
- 気候変動に対する意識の高い人
- 自然とともに心身健やかに暮らしたい人

にぎわい体感志向

日常に楽しみを見いだす動きが広がる。写真映えするアサイーボウルが再流行し、推し活の熱気も衰えない。

ヒット曲やヒット商品はどれも SNS 発信で世の中を席卷する傾向が顕著にみられる。

また、子どもの心を忘れない大人「キダルト」を中心に子ども向けコンテンツや商品への関心が高まっている。

エンタメでは、体験価値が重視され、没入型の施設やサービスが増加。アートの要素を取り入れる試みも引き続き拡大している。

【キーワード】

推し活

偏愛めし

キダルト

ブロックコア

訪日客

デジタルアート

没入感

体験型

ニンテンドーミュージアム

【この動向に関わりが深い人】

- 流行や身近なエンタメを楽しみたい人
- 活気や体験価値を求める人
- アートや華やかな雰囲気惹かれる人

やさしい生活志向

さまざまな場面で優しさや快適性を取り入れる動きが加速。インクルーシブな商品やサービスが注目され、誰もが使いやすく楽しめるデザインが求められている。

人とのつながりを大切にする傾向も強まり、高齢者の見守りや家族・友人との交流に関する支援が多様化してきた。また、自己肯定感や幸福感を重視する人々が増え、若者を中心に「自分を満たす」風潮が広がっている。

また、優雅で美的なライフスタイルへの関心も高い。

【キーワード】

インクルーシブ	左利き対応	多言語対応
スローショッピング	見守り	職場参観
瞑想	自己肯定感	メンズメイク

【この動向に関わりが深い人】

- ・ 包括的な配慮や取り組みに関心がある人
- ・ 自分らしさや内面的な充実を追求する人
- ・ 美的な洗練感を日々の暮らしに求める人

堅実スタイル志向

災害や社会課題への意識が高まり、将来への備えや堅実な生き方が広がっている。

防災面ではポータブル電源の需要が拡大し、日常時と非常時を区別しない「フェーズフリー」の概念も浸透してきた。

フリーランス新法や初のカスハラ条例などの整備が進み、メディアを騒がす事態も見受けられ、確かな倫理観が一層求められる時代になった。

職業体験や自己啓発、終活の広がりには、真摯に未来を見据える人々の姿勢が表れているようだ。

【キーワード】

南海トラフ地震臨時情報	フェーズフリー	
闇バイト	103万円の壁	フリーランス新法
カスハラ条例	終活	アンコンシャスバイアス

【この動向に関わりが深い人】

- ・ 防災や危機管理の意識が高い人
- ・ 社会や環境の課題に関心がある人
- ・ 学びを通じて未来に備えたい人

味わい文化志向

地域の魅力を再発見し、発信する動きが続いている。大手企業もふるさと納税に参入し、地域活性化への貢献が期待される。

若者の間では平成レトロが主流となり、懐かしさと新しさの共存する感覚が好まれている。シェア型書店など、知的好奇心を刺激する場も増えている。また黒に特化したブランドやモノクロスイーツの流行にも新しい兆しを感じられる。

伝統文化への関心も強く、特に「伝統的酒造り」はユネスコ無形文化遺産への登録が決定し話題となった。

【キーワード】

ご当地	レトロ	ノスタルジーマーケティング
ヴィンテージ	編み物	シェア型書店
モノクロスイーツ	日本酒(SAKE)	伝統工芸

【この動向に関わりが深い人】

- ・ 地方の文化や懐かしさを味わいたい人
- ・ 文化的な体験や静かな感性を重んじる人
- ・ 日本の伝統文化を大切にしたい人

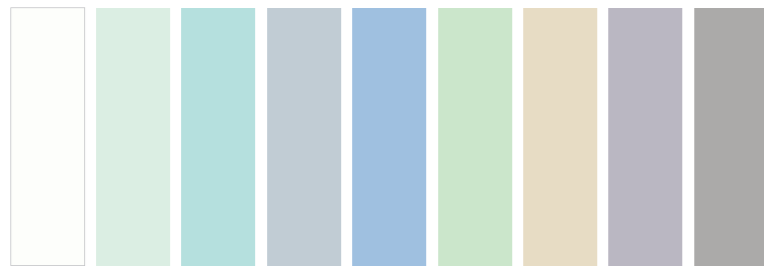
purestream -ピュアストリーム-

清らかな流れが運ぶ涼やかさ

【ターゲット】

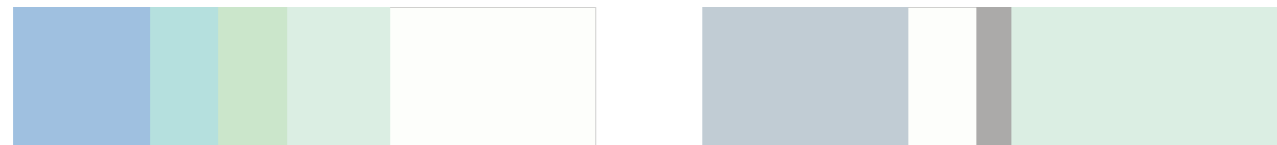
- ・高い環境意識を持つ人
- ・テクノロジーに親和性のある人
- ・健康志向の強い人

環境意識やテクノロジー、快適性への関心を持つ層が中心。
主にシンプル嗜好で忙しい日常を効率化したい20~50代の働く男女や健康維持を重視するリタイア後のシニア層。



- ・地球温暖化への対策として求められる冷涼感と、未来的な先端技術を象徴するクールなカラー。
- ・ナチュラルな要素と人工的な要素が融合された世界観を表現。

【配色提案】 白や明るくソフトな寒色系カラーを中心に、デリケートなベージュ、グレーを組み合わせたナチュラル・クリアイメージ。
各色の色相とトーンは近く、全体に白を活かしながら明るくまとめるのが基本。



- ・多色配色は、色数を多く使いながらもグラデーションで連続感を出し、優しいまとまりを表現する(左)
- ・ラベンダーやグレーを白と隣接させつつ少量取り入れ、トーン差を強調し、モダンな感覚を表現する(右)



- ・2色配色は、明るい色を地色に選び、全体にソフトな調子を保つ(左)
- ・ベージュを地色に使う場合は、柄色は白とし、色相を増やさずすっきりとまとめる(右)
- ・3色配色は、色の微妙な変化を味わうグラデーションで心地よい感覚を出す(左)
- ・明度が低めのラベンダーやグレーでセパレーションし、モダン感を出すこともできる(右)

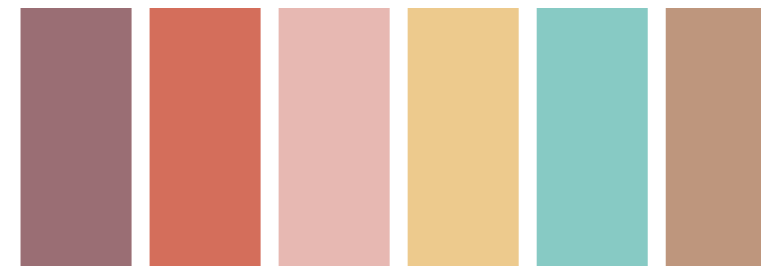
emotone -エモトーン-

心がふれあう幸せな日常

【ターゲット】

- ・プチ贅沢で満足感を得たい人
- ・生活の質を重視する人
- ・地域やコミュニティとのつながりを求める人

効率化された日常の中で情感を取り戻し、心地よさや特別感を日常に取り入れたい人。
性別や年代の幅は広いが、中心となるのは30~50代の女性といえる。

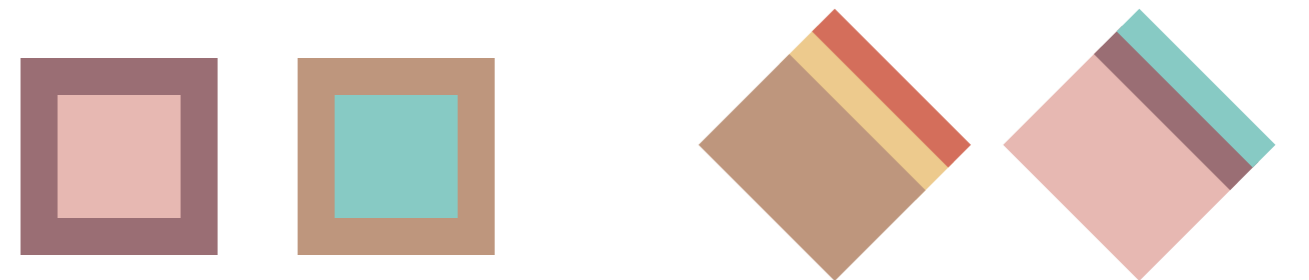


- ・気分をほっとなごませる、感情に寄り添う温かさを表現したカラー。
- ・温かさや穏やかさのあるカラーにソフトな茶が加わることで全体にナチュラル感を与えている。

【配色提案】 暖色系を中心に彩度が高めの色を効かせたナチュラル・カジュアルイメージ。
同系色でまとめても、反対色で動きを出しても、きわだちの配色が基本となり、豊かな情感を表現できる。



- ・多色配色は、黄や茶をベースカラーとした場合は、反対色や反対トーンを少量入れて変化をつける(左)
- ・暖色系の2色でベースが構成されている場合は、寒色系のブルーでアクセントをつける(右)



- ・2色配色は、暖色系を地色とし、柄色を同系色(左)または反対色(右)でコントラストをつけて配色する。
- ・3色配色は、全体を暖色系のトーン配色にする(左)
- ・反対色相を柄色に入れて多色感を出して、メリハリのあるセパレーションにしてもよい(右)

resilience - レジリエンス -

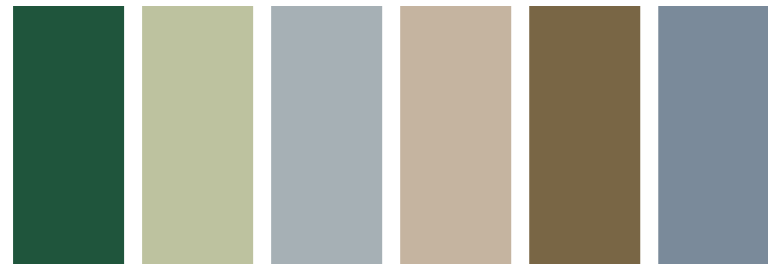
困難に立ち向かう強さ

【ターゲット】

- ・ 自然災害への意識が高い人
- ・ 機能性もデザイン性も求める人
- ・ 心の調和を大切に人

環境問題や暮らしの質に敏感な層が対象。

中心となるのは都市部で働く30～50代の男女、自然志向のミレニアル世代と考えられる。



- ・ ナチュラルさとともに落ち着きと信頼感を伝えるカラー。
- ・ 自然をイメージさせるカラーに彩度の低いブルー系を配色することで理性的な雰囲気が増す。

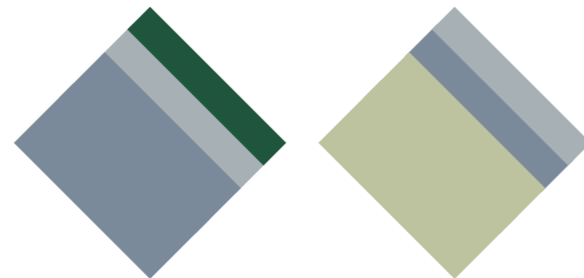
【配色提案】 グリーン系、ブルー系、茶系の濃淡を中心としたシック・ダンディイメー。どの色もベースカラーに使えるが、**トーン配色**、**セパレーション**が基本。



- ・ 多色配色は、地色が1色の場合は、柄色の分量を多めに使い、大胆に配色する (左)
- ・ 地色が2色の場合は、柄色は細く入れ、きりっとした印象になるようにする (右)



- ・ 2色配色は、同系色に明暗差をつけてコントラストを生んだ**きわだちの配色**とする。



- ・ 3色配色は、**セパレーション**を基本とする。
- ・ 地色が暗い場合は、同系の抜き色を柄色に用いる (左)
- ・ 地色が明るい場合は、柄色と同系の締め色を加える (右)

zing - ジング -

テクノロジーが創る活気と新体験

【ターゲット】

- ・ 新しい技術や体験に興味を持つ人
- ・ 遊び心と創造性を求める人
- ・ 非日常体験の中で解放感を求める人

性別を問わず、エンターテインメントや体験型消費に関心がある20～40代が中心。特に日常に遊び心や驚きを取り入れたいと考えるミレニアル世代やZ世代が主なターゲットと考えられる。



- ・ 遊び心とテクノロジーが交差する印象的なカラー。
- ・ 未来的なエンタメを思わせる色使い。色が生む変化とワクワク感が、未知の体験を鮮やかに描き出す。

【配色提案】 高彩度色を軸にしたエンタメ感覚のある**モダン・カジュアル**イメー。明度差や色相差を活かした**色相配色**、**きわだちの配色**を基本とし、さらに**セパレーション**と**グラデーション**の両方で、多様な表現も可能。



- ・ 多色配色は、地色が1色の場合は、小面積で複数のアクセントカラーを効かせると楽しさが演出できる (左)
- ・ 地色を2色以上にする場合、面積比を考え、反対色相を加えると、意外性や創造性のある配色になる (右)



- ・ 2色配色は、明度差を意識して視覚的なメリハリを強調する (左)
- ・ 離れた色相を組み合わせることで、遊び心や動きのある表現となる (右)



- ・ 3色配色は、段階的に明度が変化する**グラデーション**を用いると、流れや引き込まれる印象が作り出せる (左)
- ・ 明るい色を抜き色として**セパレーション**すると抜け感とリズム感が生まれる (右)

Hot Topics

参考資料：(株) 日本カラーデザイン研究所

ファッション
Fashion

未来志向の「Y3K ファッション」

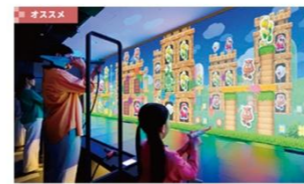
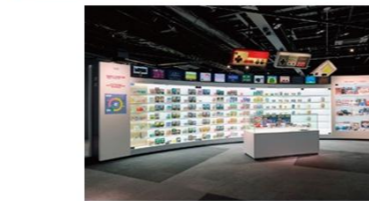


西暦 3000 年の未来を想起させるファッションデザインが話題。数年前に流行した Y2K ファッションが 2000 年代初頭のレトロなポップさを楽しむスタイルなのに対し、今回の潮流はデジタル技術の進化が生み出した新しいスタイルとして注目されている。

メタバースの普及や AI を活用したデザイン技術により、リアルな衣服にもデジタル要素が取り入れられるようになった。コレクションでも 3D プリントやプリズム加工を活用したアイテムが増え、SF 映画のような雰囲気デザインが登場。こうした流れはアーティストのスタイルにも影響を与え、K-pop の aespa はバーチャルアバターと連動したビジュアルコンセプトを採用し、このトレンドを推進する存在といえる。今後もデジタル技術とリアルの融合は進み、デザインの自由度が広がることで、これまでにない新たなスタイルが生まれていく可能性が高い。

スペース&ゾーン
Space & Zone

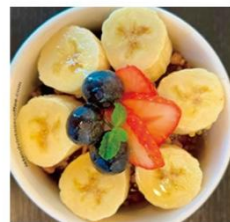
ゲーム文化を体感する ニンテンドーミュージアム開館



24 年 10 月、京都府宇治市に「ニンテンドーミュージアム」が開館した。任天堂の歴史を網羅するこの施設の特徴は、展示品をただ眺めるのではなく、実際に触れて体験できる点にある。さらに、日本国内ではアニメや漫画の「聖地巡礼」を目的に訪れる観光客が多いが、ゲームの聖地としてのミュージアム誕生は、新たな観光動線を生み出す可能性がある。実際に海外からの訪問者が目立ち、「京都観光の新たな目的地になった」との声も聞かれる。ゲームファンだけでなく、家族連れや一般観光客の姿も多く、幅広い層にアピールする施設だ。同館は、ゲームが単なる娯楽ではなく、文化として定着していることを象徴している。子ども時代に遊んだゲームが、今や歴史的な価値を持ち、新たな世代に継承されていく。今後、ゲーム文化がどのように発展し、社会に影響を与えていくのか。その答えのヒントがこのミュージアムには詰まっている。

フード
Food

ヘルシー志向の新定番「アサイーボウル」



スーパーフードブームの再燃により、「アサイーボウル」が改めて高い関心を持たれている。アサイーは、ブラジル原産のヤシ科植物で、ポリフェノールや食物繊維、鉄分が豊富に含まれており、美容や健康意識の高い層に支持され、カフェやスムージーバーの定番メニューとなっている。一度ブームは落ち着いたが、近年、健康志向の高まりや「映える」ビジュアルへの関心が追い風となり、再び注目され、24 年の新語・流行語大賞候補にもノミネートされた。今後は食品メーカーによる家庭向け商品の開発や、ホテルの朝食メニューへの導入など、幅広い分野への展開が見込まれる。アサイーボウルの普及は、健康志向の定着を示しており、今後もさらに広がりそうだ。

プロダクト
Products

ポータブル電源が災害対策の必需品へ



近年、災害対策の一環としてポータブル電源の需要が急増している。特に南海トラフ地震の臨時情報発表をきっかけに、販売台数が一時的に 8 倍に跳ね上がったケースもあり、停電時の備えとして注目されている。ウェザーニューズの調査 (24 年 12 月～ 25 年 1 月) によると、約 4 人に 1 人がポータブル電源を所持しており、災害時の備えとしての意識が高まっていることがうかがえる。最近ではソーラーパネルで充電できるタイプも増え、停電時でも太陽光で再充電できる点が支持されている。そのほか、80 万円を超える高価格帯モデルが登場するなど、選択肢が広がっている。一方で、安全性への懸念も浮上している。経済産業省によれば、ポータブル電源の関連事故が増えており、特に発火リスクが指摘されている。今後は技術革新と安全対策のさらなる進展が期待されるだろう。

テクノロジー
Technology

共創で切り拓く宇宙ビジネスの未来

宇宙ビジネスが急速に拡大している。これまで国家規模で進められていた宇宙開発にスタートアップや異業種の企業が次々と参入している。

注目の事例として、KDDI が 24 年 5 月に開始した「MUGENLABO UNIVERSE」がある。スタートアップと大企業が協力し、宇宙を活用して地球上の課題解決を目指す共創プロジェクトがある。また、ブリヂストンは月面探査車用タイヤの開発、プラダは NASA の有人月面着陸計画で使用される宇宙服の開発。ほか、気球での宇宙遊覧サービスを目指す岩谷技研は、25 年 1 月に日本航空との協業を発表。宇宙旅行が身近な体験へと変わる可能性を示している。国内の宇宙機器産業は、20 年時点で約 4 兆円規模だったが、30 年代には約 8 兆円に倍増すると予測されている。

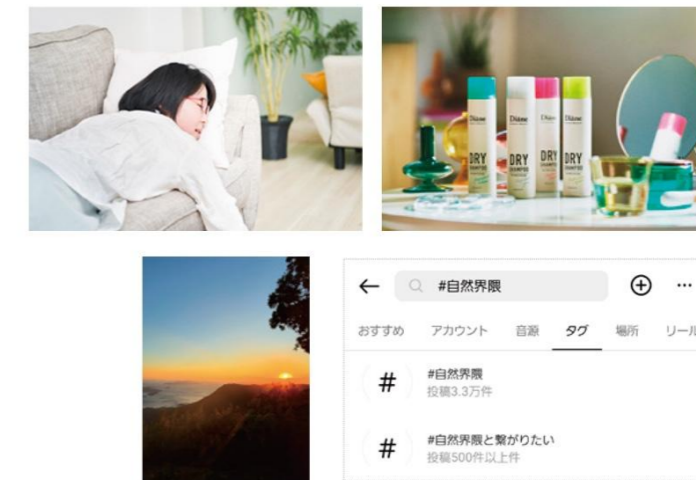
宇宙ビジネスの成長は、技術革新や「共創」によって次世代の社会経済を支える柱となるだろう。



Z 世代がゆるくつながる「〇〇界限」

SNS を中心に「〇〇界限」という言葉が Z 世代の間で流行している。「界限」はもともと「そのあたり一帯」や「特定の業界や趣味の分野」を指す言葉だったが、現在では「同じ趣味や価値観を共有する人々の集まり」の意味で使われるようになった。

代表的な例が「風呂キャンセル界限」で心身の疲労や面倒くささから入浴を控えるこの界限は、SNS 上で一時トレンド入りした。その他にも、Instagram では自然の中で撮影した写真や動画が「# 自然界限」として人気を集め、TikTok では「当たり前界限」や「回転界限」といった独自の切り口がバズっている。いずれも共感や楽しさを共有する場として盛り上がっているようだ。こうした動きに注目し、企業も「界限消費」を意識したマーケティングを展開。特定のコミュニティに向けたプロモーションを行うことで、より効果的な顧客接点を生み出している。



コミュニケーション
Communication

東京都の AI マッチング「TOKYO 縁結び」が開始

東京都が提供する AI マッチングシステム「TOKYO 縁結び」が注目を集めている。24 年 9 月に開始したこのサービスは、少子化対策の一環として、18 歳以上の都内在住・在勤・在学の独身者を対象に展開されている。AI 技術を活用し、利用者の価値観や希望条件に基づいて相性診断やマッチングを行うのが特徴。リーズナブルな設定で、厳格な本人確認や専門スタッフによる相談支援など、安全性にも配慮されている。これらの特徴が、安心感を求める利用者から支持されている。

ただ実際運用していくと課題点も浮き彫りに。今後は、利用者の声を反映したサービスの改善やロマンス詐欺などに対する安全対策の充実が求められるが、AI 技術を活用した婚活支援の新たなモデルケースとして、全国に広がる可能性を秘めていると考えられる。



ライフスタイル
Lifestyle

海外のトレンド情報

セミナーや購入資料以外のカラー情報

WGSNが26年春夏のキーカラーを発表



WGSNとは

WGSNはファッションの総合情報源として使われる、世界屈指のトレンド予測サービスです。14カ国以上に点在する業界エキスパートにより構成され、ローカル情報に精通すると同時に、グローバルな視点を持ち合わせた専門担当者が提供する情報はトレンド把握に欠かせません。トレンドレポート、小売業向けのビッグデータ分析、デザインの妥当性を確認できる市場調査サービスなど、様々なプロダクトとサービスを展開している会員制のwebサイトです。カラートレンドはもちろんのこと、これから流行り出しそうな、ファッション、ビューティー、インテリア、フード&ドリンク、コンシューマーテックのデザイントレンド予測も提供しています。



※ColoroとはWGSNが運営するカラーシステム

2026年は古い概念が覆され、消費者が社会や産業、環境のあり方に急速な変化を求める【方向転換の1年】になるという。今回選ばれた、空気を感じさせる鮮やかな色や自然や地球を象徴する独特な色、そして精神を落ち着かせる色が組み合わさったカラーパレットは、社会の風潮を反映している。

トランスフォーマティブティール

多様な自然や【地球第一】意識の表れでもある青緑色の色は、オーガニック、合成物、自然、合成生物学といった、地球のための最良な選択をするためのアプローチを伝える。



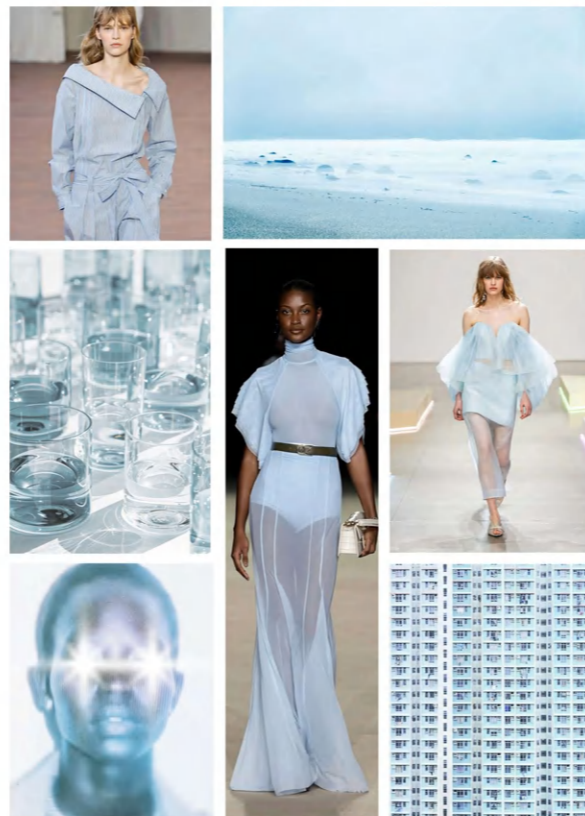
エレクトリックフューシャ

ピンクとパープルの間位置する光り輝く色調は進歩的で挑発的、反抗的というテーマを彷彿とする。人工的な創造性、バーチャルな未来に多感覚をもたらす世界観のネオンカラー。



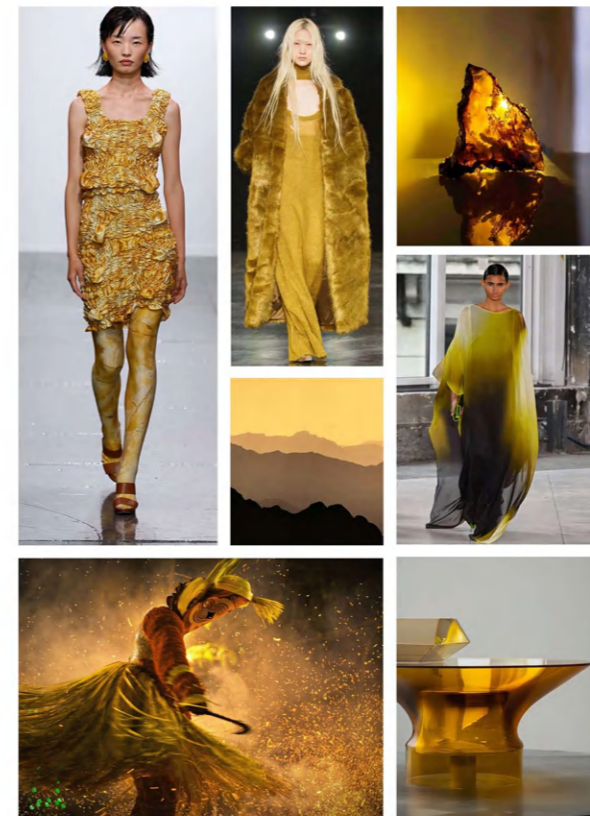
ブルーオーラ

穏やかさや落ち着きのある現代的な色。癒しの性質を持ちつつ、光を放ちながらもくすんだ表情は、自然へと帰っていく生分解性素材やリサイクル製品、淡い石膏の壁を想起させる。



アンバーヘイズ

グリーンがかったイエローで、豊かな輝きを放ち、古びた魅力と古代の知恵を求める人々のスピリチュアリティや導きの探究と結びつく。鉱物にも似た雰囲気は、サステナブルカラーとしても使える。



ジェリーミント

kawaiiをイメージさせる色だが、常識を問い直し、変容させる力強さもミックスしている。取るに足らないと考えられていた可愛さは、現代文化において最も影響力を振るうスタイルのひとつになっている。



WGSNとColoroが選ぶ2026年の色 【トランスフォーマティブティール】



トレンド予測を手がけるWGSNと革新的カラーシステムを提供するColoro (カラロ)はトランスフォーマティブティール (Transformative Teal) を2026年のカラーオブザイヤーに選びました。安定感のあるダークブルーとアクアティックグリーンが混ざった色調で、変化と軌道修正の1年を象徴するカラーです。

新鮮さ・落ち着き・回復の感覚をもたらすのが、このトランスフォーマティブティールになります。

WGSNは2026年は古い考え方が覆されるだろうと予測しています。社会のあり方、環境との関わり方に対して喫緊の変化を求める人々が増えているからです。

トランスフォーマティブティールは、自然の多様性を反映し、複雑な気候変動問題に立ち向かっていくレジリエンスを育む可能性を秘めています。

また、ここ数ヶ月の購買関連検索でも、ブルーとグリーンの関心が高まっており、特にティールに対する検索はGoogle Trendsで前年比9%伸びています。

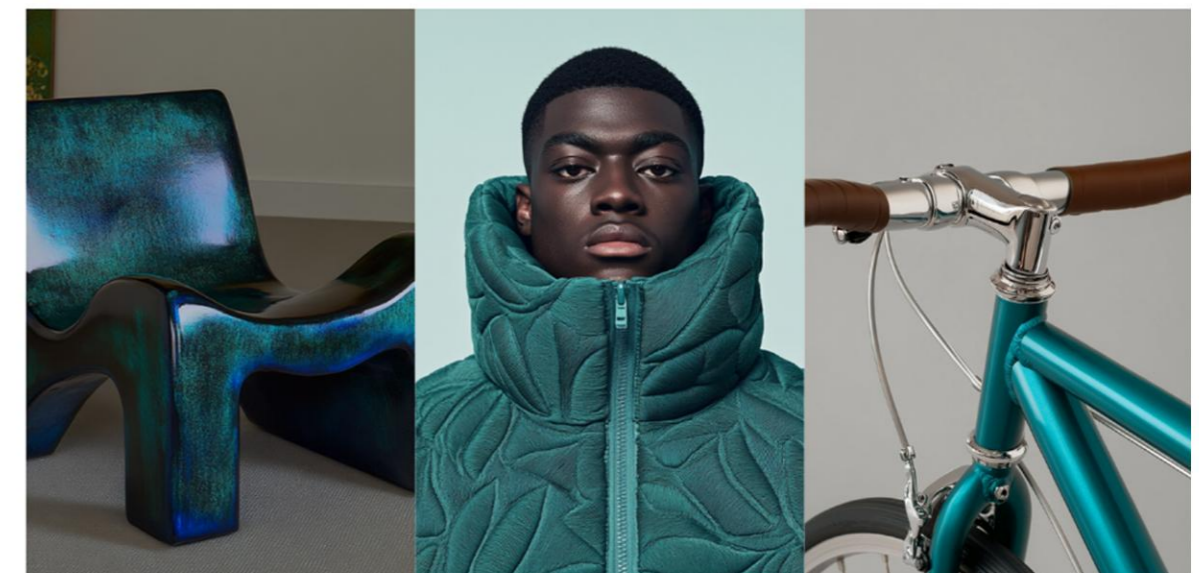
※レジリエンス (resilience) とは、困難をしなやかに乗り越え回復する力 (精神的回復力) の意味としてビジネスの現場でも注目が集まっています。



transformative! Eleita a cor do ano 2026, traz consigo uma mensagem de **responsabilidade ecológica**. Este tom, uma fusão fluida de azul e verde, representa a diversidade da natureza e a priorização da Terra em meio às mudanças climáticas.

regenerative! É **refrescante, calmante e restaurador**. Sua tonalidade azul esverdeada possui um caráter transformador e regenerativo, inspirando a busca por soluções inovadoras e coletivas para os desafios ambientais.

ecological! Por ser harmonizado com tons neutros que oferecem uma estética suave e contemporânea, enquanto cores contrastantes adicionam vivacidade e energia.



「ティール」は「青緑色、

"teal" とはマガモやコガモを表す言葉

異なる文化圏におけるティール色

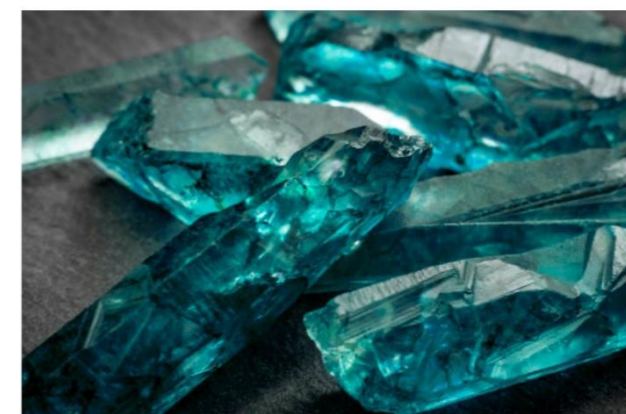
「ティール」という言葉（色）が初めて英語で記録されたのは1917年です

オナガガモは淡水性のカモで、頭部の青緑色の模様が印象的です。20世紀初頭に、この鳥のスポーツカラーの名前としてティールが採用されました。もちろん、ティールという色はその名前がつく前から存在していました。ティールという名前をつけたことで、その後、人気色の最前線に躍り出たような気がします。ティールカラーは1950年代から1960年代にかけてインテリアデザインでブームを巻き起こし、1990年代にはティールカラーはプロスポーツチームの人気色のひとつとなりました。



ティールカラーには、その心理的効果に由来する象徴的な意味があります

ティールカラーの心理的効果は、鎮静と活性化を同時にもたらし、ティールカラーの歴史的な重要性は驚くに値します。特に、チベットの僧侶にとっては、ティールカラーが海と空の無限性を象徴し、古代エジプト人にとっては真実と信仰の色と見なされていました。この色が持つ深い意味と心理的な影響は、異なる文化や信念体系で重要視されてきたことを示しています。



ティールは神聖な場でも尊ばれる色です

ティールカラーは上空の空や雲と大地のコントラストを提供し、その青と緑の混合は歴史を通じてモスクや教会などで使われてきました。例えば、ニューヨークの自由の女神もティールで飾られています。これらの場所でのティールの使用には、神聖な場や大地と天空の融合を象徴する意味が込められています。

iPhoneの新モデルiPhone16シリーズが発表されました。
カラーバリエーションはブラック・ホワイト・ピンク・ティール・ウルトラマリンの全5色。
この中のティールに注目です。
青と緑が混ざり合った色で、深い緑がかった青色です。
海や湖の深い部分のような色合いを持っているのが特徴です。

iPhone15にもあったグリーンが優しく穏やかな印象を受けるのとは反対に、iPhone16のティールは鮮やかだけどビビット過ぎない、少し落ち着いたクールな印象を受けるカラーとなっております。

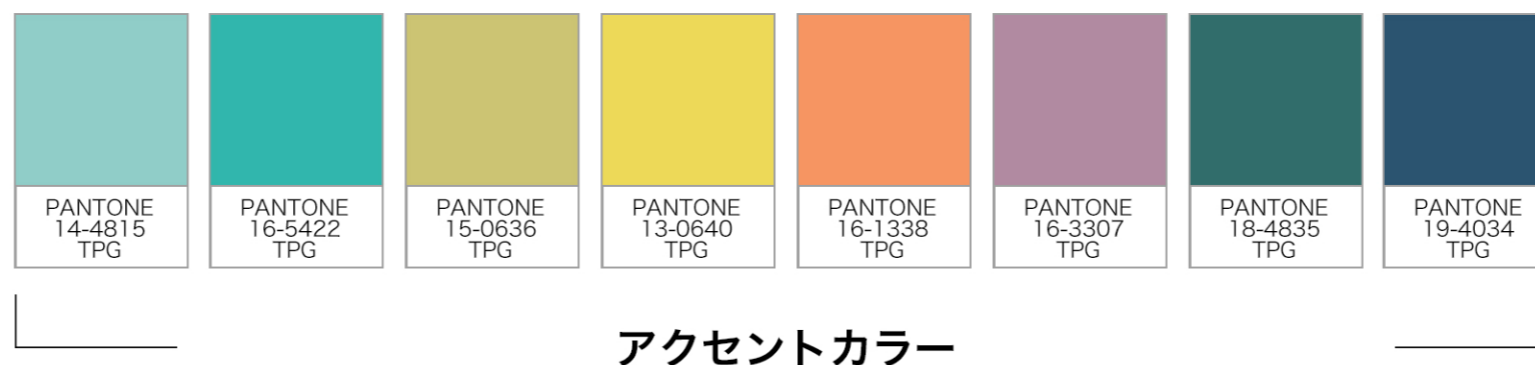


サンリビングからのご提案カラー

セミナー2つ、購入資料と海外情報を考察&分析した上で
サンリビングデザイナー6名が2026SSカラーをご提案いたします。
カラー選定時の方向性のひとつとしてお使いください。

2026 SS Home Fashion Color From Sunliving

くすみカラーブームは一旦落ち着き、軽やかでソフトなカラーが増えてきた。
テラコッタカラーを中心としたアース系のカラーバリエーションは継続的に豊富。
ブライトトーンは少ないものの、繊細なブルー、ソフトなグリーン、
落ち着いたイエローやオレンジが、豊かな色彩を感じさせる。



※参考資料や海外トレンドカラーを元にホームファッション用に選んだカラーです。
※色によっては、差し色使いや、濃度変更が必要です。

ピックアップカラー

サンリビング提案カラーの中でも特に気になるカラーをまとめました。

カテゴリーが違うアイテム、素材や質感が違う写真が

ひとつの共通カラーイメージによって集められています。

商品作りの最初のステップや認識共有のためにお使いください。

コーラルパステルピンクのイメージフォト

- やや黄味がかった優しい雰囲気のパステルピンク。
- ピンクベージュのようなイメージもあるが、くすみよりも軽さの印象が強い。



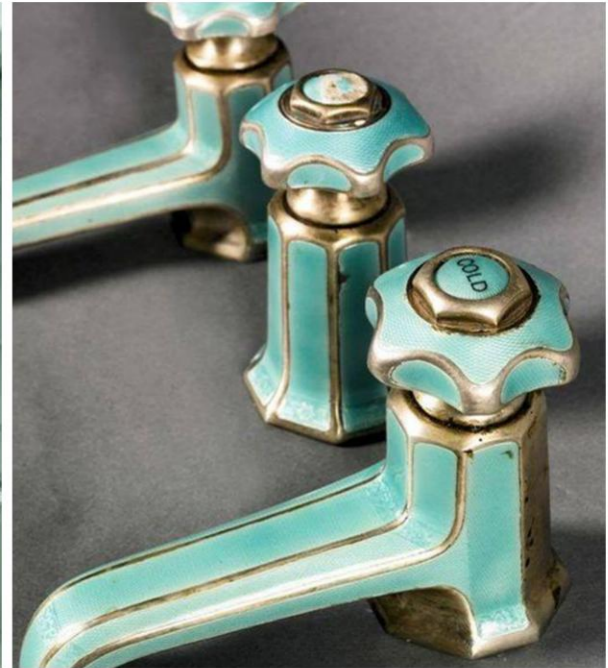
テラコッタブラウンのイメージフォト

- ・赤味の強いナチュラルなテラコッタブラウン。
- ・居心地の良い温かみと自然の経年変化をソフトな色合いに表現したカラー。



ミントブルーのイメージフォト

- 軽やかさと涼しげな印象のミントブルー。
- 透明感や透け感に、癒しや心地良さをプラスさせたようなクールカラー。



ライトブルーのイメージフォト

- ・濁りのない春夏らしい爽快感のある印象のライトブルー。
- ・すがすがしく明るい紫寄りのブルーは、快適性や清潔感を強調するデザインに合う。



ソフトグレーージュのイメージフォト

- ・上品さとクールさを合わせ持つソフトグレーージュ。
- ・素材や質感によって印象が変わる軽やかなネオニュートラルカラーとして多用される。



カームイエローのイメージフォト

- ・オトナの余裕と落ち着きを表現したカームイエロー。
- ・ハニーイエローからフレッシュイエローまでであるが、ややトーンを抑えたのが今年風。



2026SSデザイン傾向

海外展示会情報と日本の流れをミックスしてのご提案

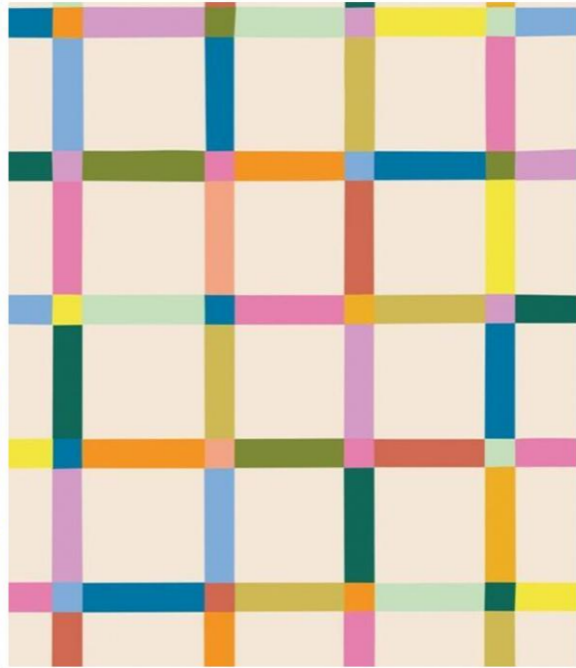
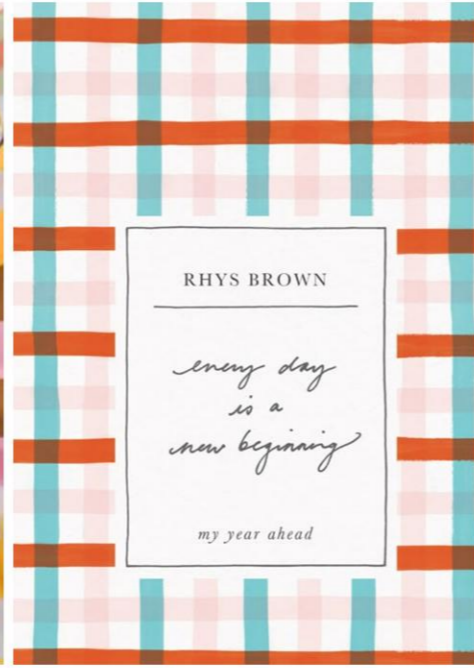
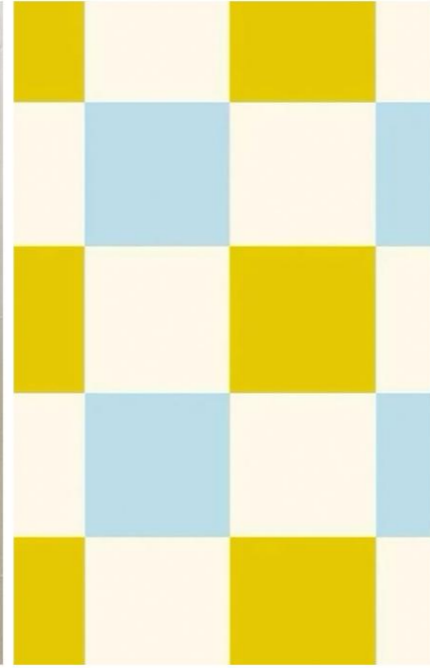
2026SS

Timeless Check

タイムレスチェック

シンプルなブロックチェックやわかりやすいチェックのカテゴリー

やや懐かしさのある定番的なシンプルチェックのグループ。
奇をてらう事ないスタンダードなデザインは安心感があり、今の時代には大切な要素となっている。



2026SS

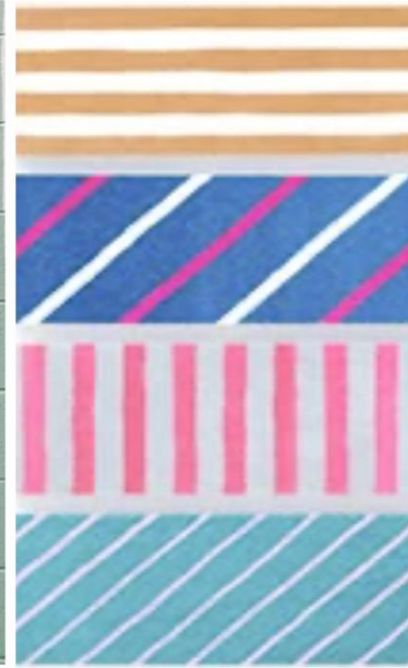
Simple Stripe

シンプルストライプ

懐かしさが新しい、シンプルストライプ&ボーダーのカテゴリー

昨年以上にシンプルな傾向が強くなっているTHE定番のデザイングループ。

アイテム展開の幅を広げても嫌味なくスッキリ見えるのは、このカテゴリー以外は無いです。



2026SS

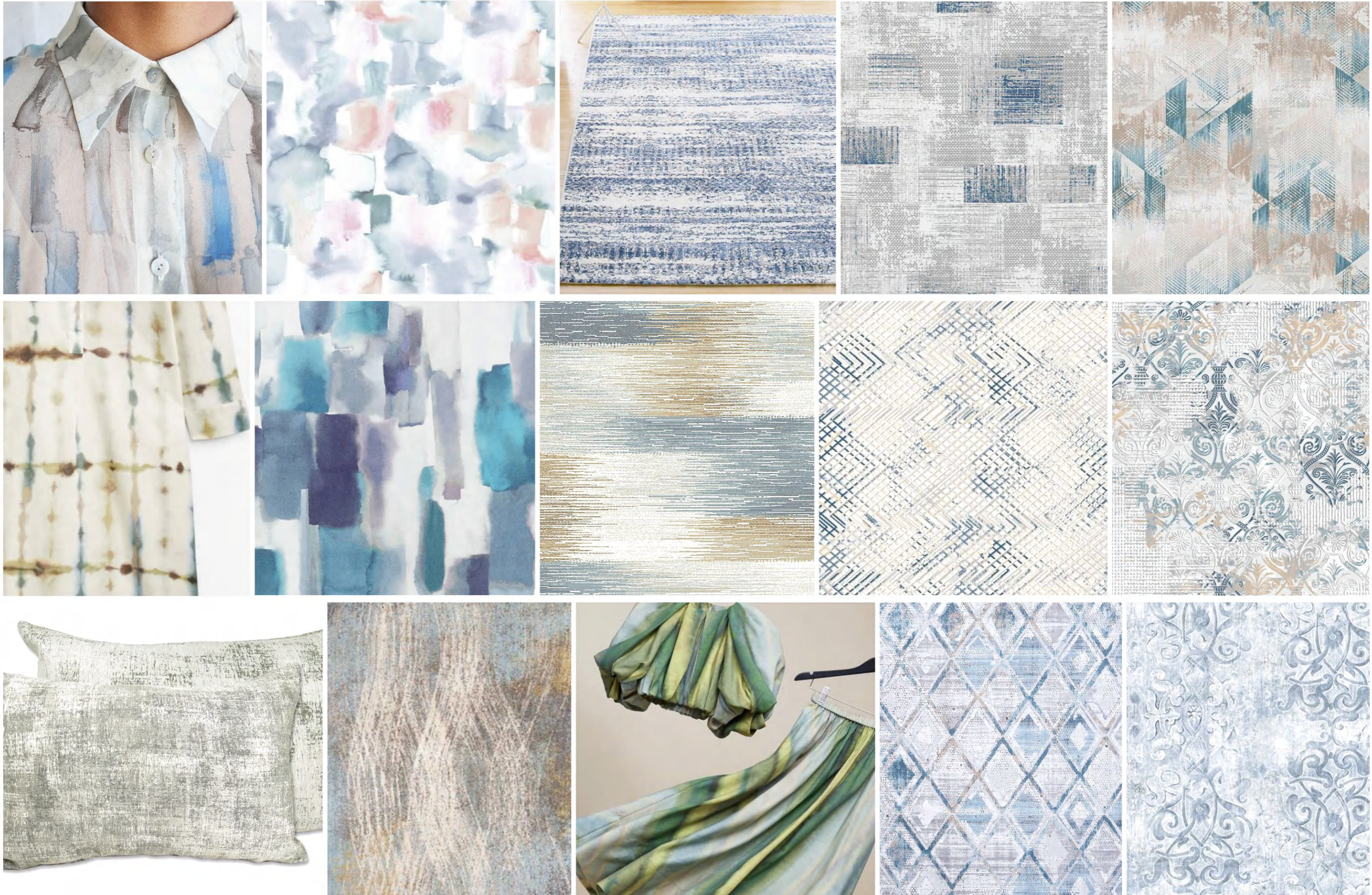
Blur & Feathering

ブラー アンド フェザリング

* 滲み・掠れ・ぼかしを多用した幾何柄のカテゴリー*

不完全で不規則なイメージや、経年変化を見るような表現が多い。

素材やテクスチャーを重視し、モチーフよりも色合いの曖昧さや控えめな抽象的パターンのグループ。



2026SS

Colorful Retro

カラフルレトロ

レトロイメージの幾何柄のグループ

直線と曲線の組み合わせ、視覚効果を狙ったデザインのバリエーションが豊か。
わかりやすさが基本形で、カラフルでありながらも彩度は少し鈍い方がレトロ感が際立つ。



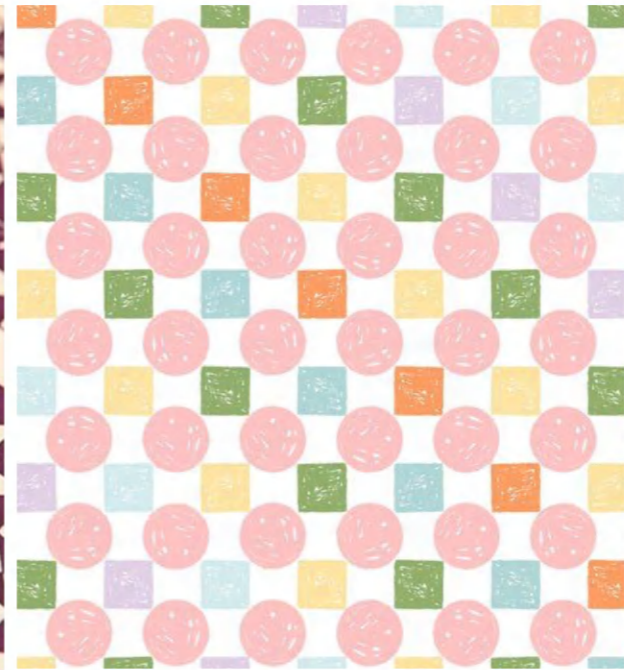
2026SS

Inbound Pattern

インバウンドパターン

インバウンド需要で、外国人旅行者に喜ばれるデザインのカテゴリー

見慣れたアイテムも、ちょっと和テイストをプラスしたり強調したりすることで
インバウンド客にとって魅力的な商品にパワーアップする和モダンから可愛い日本柄までのグループ。



2026SS

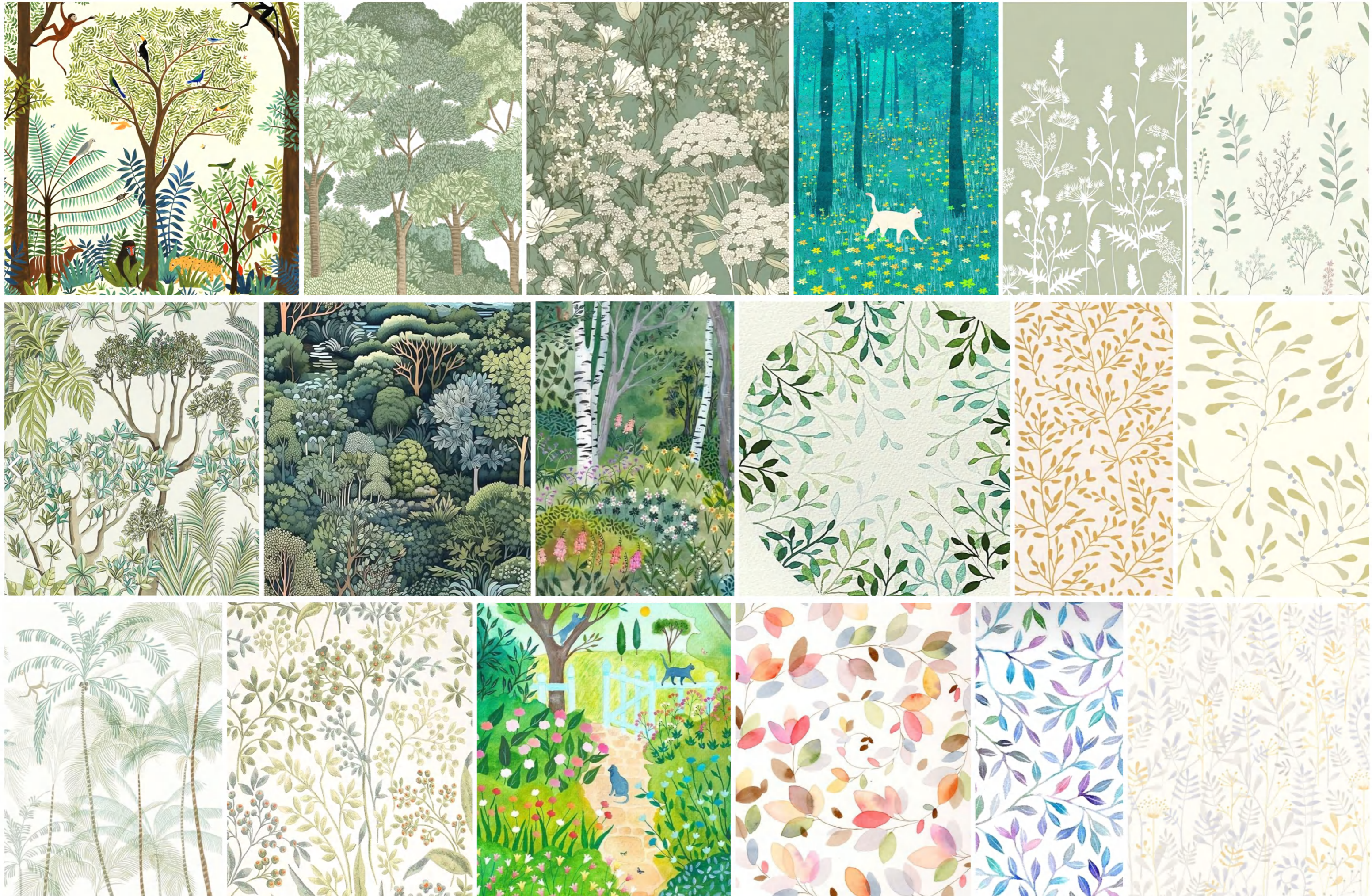
Natural Leaf

ナチュラルリーフ

写実的な森林柄から、リラックスできそうなミニリーフまでのグループ

葉っぱだけのものから、森に動物が紛れ込んだようなリアル系まで。

自然との関わりといったイメージで、落ち着き感のあるリーフ&グリーンのカテゴリー。



2026SS

Lovely Flower

ラブリーフラワー

小花でも幼すぎない集合タイプと変わり配置のエlegant系フラワーのグループ

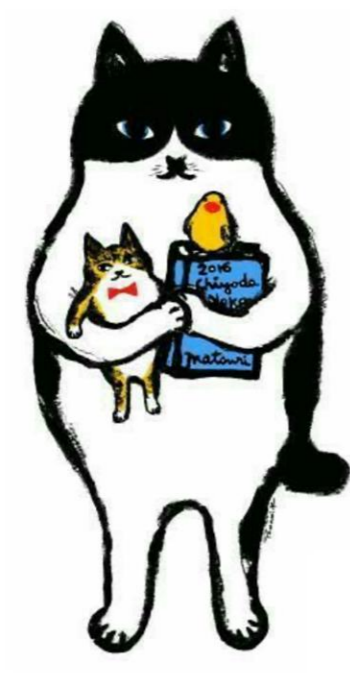
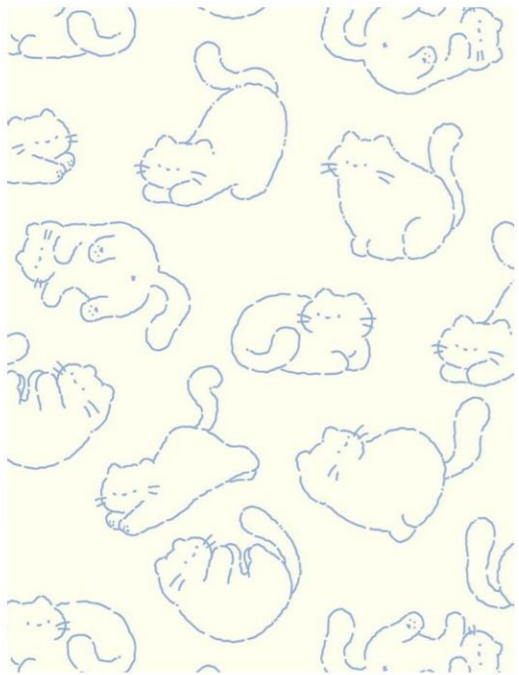
フェミニン感はあるものの、落ち着いた雰囲気の花柄が多めの印象。

デザインの配置やタッチ、柄の方向性で少し遊んで軽やかなイメージのカテゴリー。

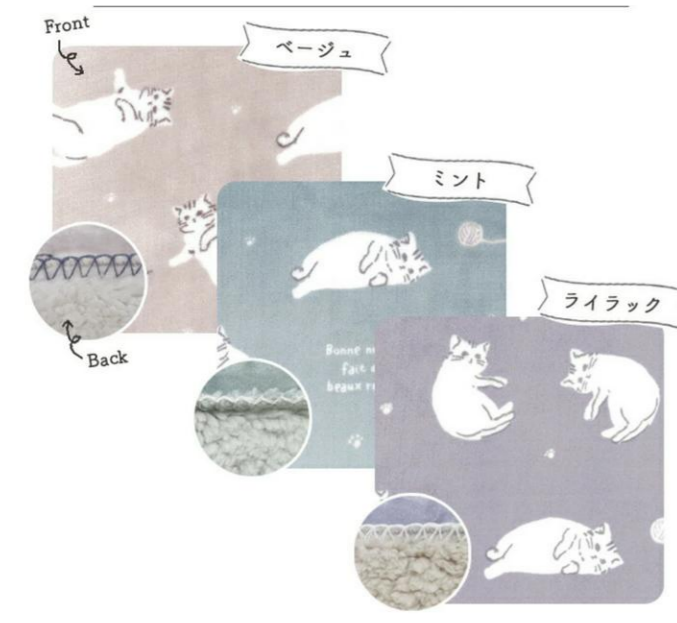


日本のkawaii文化 【猫デザイン】

猫のトレンドはまだまだ続きます。ネコノミクスや猫バブルと言われる継続した人気の中で性別年齢関係なくみんなの癒しになっているデザインは、今後も注目です。

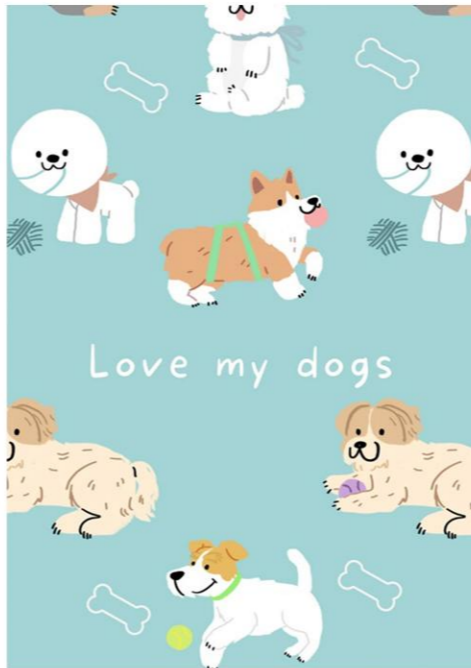
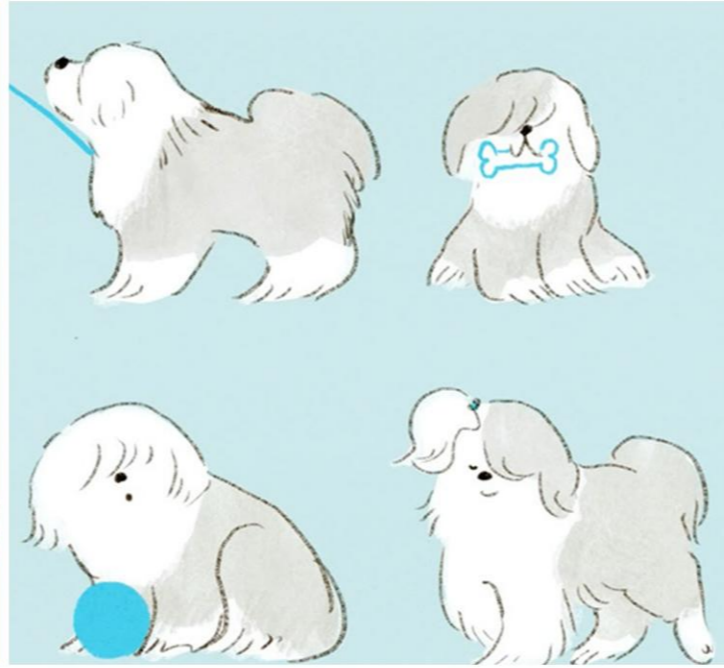


VARIATION バリエーション



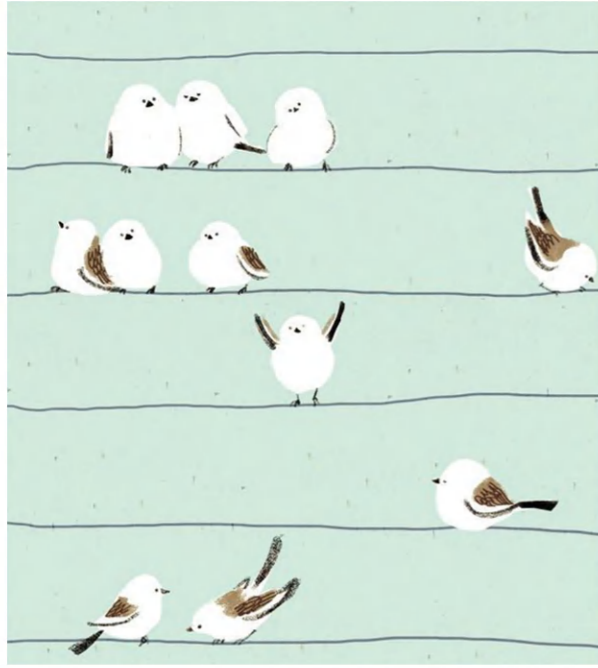
日本のkawaii文化【犬デザイン】

インバウンドの波は犬デザインにも来ています。シバイヌは日本の象徴的デザインとして人気再沸騰しています。また、大型犬のサモエド柄も増えていて、ビジョンフリーゼに続きモフモフ系が人気です。



日本のkawaii文化 【鳥デザイン】

シマエナガ人気が続いて、一般的な柄として認知度が広がって、定着してきた頃かと思います。その他、オカメインコや文鳥、アヒルなどのデザイン雑貨も見られる機会が多くなっています。



日本のkawaii文化 【海の生き物デザイン】

少し前から増えた牡蠣モチーフ。SNSや雑貨店、カプセルトイでよく見られ、若い層に人気があります。その他、ちょっとゆるい雰囲気のリメンダコ、ウミウシ、サカバンバスピス。海の生き物が熱いです！



うみのいきもの

— かわいい モリケ ずかん ☺ —

No.76 サカバンバスピス

アランダスピス目アランダスピス科サカバンバスピス属

- ・体長… 25cm
- ・重さ… 350g
- ・生息地… オルドビス紀後期の海
- ・特徴… 泳ぎがハタ
◉▽◉ ← このカオ

