

1月28日

販売・接客向上委員会～志高きセールスパーソンが集う勉強会～

第9回 【1部】「2021SSのトレンドカラー&ファッション」

【2部】「あなたのお店はどんなお店？」

研究会の目的

コロナの影響で消費者の販売動向が、WEBに流れつつある。その中でも実店舗を続けていくために、さらなる販売・接客の向上や付加価値を高めていく。

【1部】“ **トレンドカラー** ”とは？

トレンドカラー = その年に流行するカラーのこと

「インターカラー（国際流行色委員会）」という日本を含めた世界14カ国が参加している流行色を選定する機関での話し合いによって決まるもので、各加盟各国が提案色を持ち寄り、実シーズンに先駆ける約2年前の6月に春夏カラー、12月に秋冬カラーを選定している。インターカラーで提案された内容を踏まえながら、実シーズンの1年半前に国内のカラートレンドを選定する組織「日本流行色協会（JAFCA）」にて、国内市場目家のトレンドが話し合われ、正式にトレンドカラーが決定する。

☑ JAFCA が選定した今年のトレンドカラーとは？

Beautiful color ビューティフルカラー（美しい色）

美しく、人々の気持ちに訴える色

自分の感性を大切にする時代、身の回りに置きたい色はどんな色だろう。

地球環境も経済状況も不安定な中、求める色は、気持ちが落ち着く色、季節の色、おいしそうなお色、謎めいた色、ドキドキする色、心から美しいと思える色…。

様々に気持ちを動かす色ではないだろうか。そこで、2021年春夏に向けたカラーテーマは「Beautiful Color（うつくしい色）」とし、美しく、人々の気持ちに訴える色を選定した。

モノを厳選する時代には、いつでも無理せずに使え、ベーシックな色、着回しがきく色がことさら必要となる。2021年春夏インターカラーでもベーシックカラーの見直しがされており、この傾向は世界的な流れといえよう。レディスウェアカラーでも日本市場に適したベーシックカラーを選定し、さらに今後注目される要素を4つ抽出してカラーグループを構成した。

▶ 今年のトレンドカラーとは？（ファッション）

1. Sustain サスティン（持続させる、支える）

新しいベーシックカラー（基調色）となるグループ。

日本のレディスファッションではお洋服のベースカラーが年々淡くなっている傾向にあることも鑑み、あまり重くないカラーを春夏向けベーシックカラーとして選定した。



2. Scent セント（香り、直観力）

ひんやりとした、夏にも使えるパステルカラーグループ。

人々が自身の感性を優先し、優しさや共感力が注目されるようになっていく時、素直に綺麗と感じられる優しいカラーが好まれやすい。

昨今夏シーズンが長くなっており、夏物商品の鮮度維持が難しいという問題が取りざたされており、そこでパステルカラーを夏にも活用できるよう「ひんやり感」を持ったパステルカラーを提案した。



3. Enigmatic エニグマティック（謎めいた、不思議な）

変化する季節感に対応する、鮮やかなディープカラー。

先述したように夏シーズンが長く、まだまだ暑い秋が使づいてくる時季に向けて、新たな挽夏カラーとして深みを持った鮮やかな色を提案した。

果てしなく広がる宇宙を思わせる深く澄んだダークカラーとし、秋の豊かな実りを予感させるこっくり鮮やかなカラーとコントラストを楽しみたい。



4. Blessing ブレッシング（恩恵、祈り）

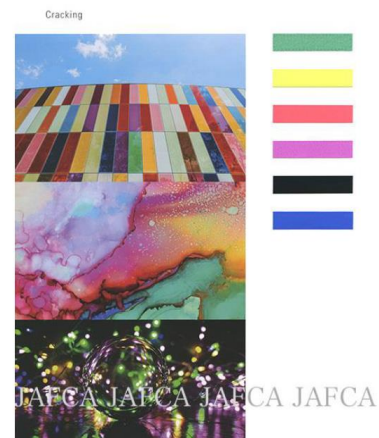
自然との共存共栄、新しいアースカラー。世界的な環境破壊が止まらない状況で手つかずの自然はますます貴重で贅沢なものとなっていく。2021年春夏に向けては、地球の自然の色、大地の色をイメージしたグリーン～ブラウンのバリエーションをサマーダークカラーとして提案する。



5. Cracking クラッキング (はじける)

情報の粒子をイメージした、光を発色する色。

情報化社会、人工知能の発達で AI 時代と言われ、ファッション業界でも商品の需要予測や EC 上での商品レコンド等、活用の場が広がっている。このグループでは、情報の粒子が高速度で飛び交うような、光を感じる高彩度色を中心に選定した。



▶今年の注目デザインは？

1. ナチュラル&リラックス

自然回帰、緊張から解き放たれたリラックス感がテーマ。

☑特徴

シルエットがゆったりとしたものが目立ち、天然素材やフラワー柄、ボタニカル柄、グリーン、アースカラーが多い。

色・柄・素材・シルエット = 優しい服



2. ポジティブ&オプティミズム

ファッションが持つ本来持つ楽観主義的やポジティブな高揚感がテーマ。

☑特徴

明るい色、デフォルメされたフォルム、パワフルなメッセージ性があるものが多い。

ファッションが持つパワーと価値を強調。



3. タフエス&サステイナブル

タフで機能的、そしてサステイナブルがテーマに。

☑特徴

ジーンズレスな服、100%エシカルで人道的な工程で制作された服などが多い。

アーカイブやアイコンバッグを再解釈するなどの原点回帰的なデザイン。



【2部】あなたのお店はどんなお店？

販売員の皆さん！もし誰かにあなたの働いているお店はどんなお店？と聞かれたとき、なんと説明しますか？また、相手に自分のお店の魅力を分かりやすく伝えることが出来ますか？

今まで、お店にはこんなものがあって、こんな魅力があるんですよと商品のアピールをしてきたと思うが、改めてお店の紹介となると意外と難しい...と考える販売員も少なくないと思う。そのため改めて自分のお店を研究し、理解を深めることが大切。【2部】では各店舗のスタッフが自分たちのお店はどんなお店なのかを考え、シェアし合い、お客様が想像しやすい、また行ってみたいと思えるようなお店の紹介文を考えた。

《お店の紹介文》

マルメロ（バッグ、シューズ、小物）

- ・マルメロの商品はまずデザインがオシャレで珍しいデザイン、カラーなど他と被らない商品が沢山あります。またディスプレイがワクワクするようなものになっていて、お客様自身が楽しめるお店になっています。いい意味で普通じゃないです！シューズにも力を入れていて、ファッション性もあって機能性も良いものが揃っています。
- ・革のバッグ屋で、沢山のブランドのお取り扱いがあるのでベーシックなものから個性的なものまで幅広く取り揃えています。普段使いのお手頃価格の合皮バッグから一生モノの革のバッグまでおいてます。革の財布も沢山揃っていて、最近ではシューズにも力を入れています。とても軽く、4Eなど幅広いサイズの靴もあるので足にお悩みがある方にも気に入ってもらえると思います。

まとめ

今年のトレンドカラー、デザインを知っておくことで自分たち販売員の知識が増えると同時に、接客の幅が広がる。なによりお客様に質の高い接客が提供でき、お客様のテンション、購買意欲をあげることができると思う。よりニーズに寄り添った提案、また目的の商品がないお客様にもアプローチできる一つだと思う。

そして自分のお店を改めて知ること、お客様への有効なアプローチ手段である。自分のお店をどれだけ魅力的に伝えられるかによって、競合店との差別化を図れる。そうすることで選択肢が絞られ、より商品の魅力を知ってもらえる。

様々な角度から接客の向上・付加価値をつけていくことが重要だと改めて感じた。

引用文献

JAFCA/一般社団法人日本流行色協会 Color Trend Ladies' Wear 2021SS

<https://www.jafca.org/colortrend/ladieswear/2021SS.html>

【2021 春夏ファッショントレンド】注目ファッションキーワード 20 を解説（カラー、ブランド、レディースコーデ）

<https://www.elle.com/jp/fashion/trends/a34502841/2021-spring-summer-trends-keyword20-12/>

エム・イー・ジー株式会社

Uluha 事業部 吉田 瑞季