

ネリーロディ特別講演



ネリーロディ プロフィール

- 1963-1966 国際羊毛局（パリ）にてファッション・コーディネーターを務める
- 1967-1969 国際綿協会（パリ）にてディレクターを務める
- 1970- パリにオフィス「NELLY RODI S.A.」を設立
ファッション・コンサルタント業をはじめ
- 1971- CIMのファッションディレクターに就任
(Comite Industrie dela Mode/ファッション工業委員会：フランスの婦人・子供服の素材メーカー、アパレルメーカー、小売店など約400社が参加)
- 1975- CIM会長に就任
- 1980- ファッション情報誌「PLUS」を出版・販売
- 1985- CIM会長を勇退
- 1987- 日本支社「有限会社ネリーロディ」を設立
- 1990- インテリア情報誌「INFLUENCES」を出版・販売
- 1993- 「PLUS」を「NELLY RODI」に改名

テーマ 「ネリーロディの今と、'98年インテリアトレンド」

日時 1996年12月5日・15:30～17:30

場所 氷川会館・東京都港区赤坂6-18-13

主催 日本テキスタイルデザイン協会

後援 (社)インテリア産業協会
(社)日本インテリアファブリックス協会
メッセフランクフルト(株)

ネリーロディ女史は、25年以上に渡って、常に社会の動向・文化の潮流を読み取り、明日を予測し、更に本領である創造性を加えて、未来を提案することにより、国際的なインテリア・ファッションビジネスの業界に於て重要な役割を果たしてこられた。現在もファッション情報誌「NELLY RODI」をはじめ、ファッショントレンドの理論をインテリアの領域にも発展させ、我が国のインテリア業界でも高く評価されている。

■ネリーロディ女史の挨拶

講演を行なう前に、私共がどのような仕事をしているかの説明を行いません。1968年、国際コットン協会がファッション業界のトレンドを中心に扱っていた。一方、フランスの通産省の方でファッションイステキユートのメンバーとして長く活動していた。ファッションのトレンド情報は、だいたい2年間程かかって練り上げ、2年前からカラー、糸・素材をつくり洋服を創っていく、2年かかって消費者の前に出る。

1981年ファッションだけでなくインテリア業界のトレンドに関しても更に仕組みを考えてくれないかと、その時にインテリア業界のインテリアファブリックスを含めて新しいトレンドを検討していく組織を作ることになり、組織と私共の体制を整えました。勿論、インテリアのトレンドとファッションのトレンドとは違って、インテリアのトレンドはファッションのようにシーズンごとに代わるということではなく、インテリアに関しては年1回、2年後のトレンド決定のための場を設けた。そういった形で国と共に仕事をする一方、1985年、独自の情報会社も設立、1986年には日本支社を設立、10年以上に渡り仕事を行なっている。私共は3つの業界に対し情報を提供し、第1はファッション業界、第2は化粧品、第3がインテリア業界に提供している。ではインテリアでどのような仕事をしているのか、欧州で行なわれている様々な

見本市のためにトレンドの情報をまとめる仕事をしている。メゾンド・オブジェ、ハイムテキスタイル、プラテックスなど、見本市の開催される1年前に私共がインテリア業界の来たるべきシーズンのトレンド情報を出展業者に渡す。私共のトレンド情報を基に製品見本を造り、委員会に送ってもらいトレンドフォーラムを構成している。以上がトレンドに関する私共が行なっている活動である。又、もう一つデザインそのものも手掛けている。テキスタイル関係でしたら、テーブルクロス、ベッドカバー、シーツ、浴室用タオル製品、食器・テーブルウェア、あるいは家具など、敷物のデザインなど又、タバコのパッケージ、コニャックのラベル、ビール会社の店内の陳列、デザインを提供している。

■1998年インテリアトレンド

本来でしたら1998年トレンド予測をお見せする前に97年の欧州市場に見られるスライドをお見せする予定でしたが、残念なことにスライドを紛失してしまいました。現在のことを見ないで突然98年のことをお話をするのは大変難しいが出来るだけ理解を頂けるよう説明したい。又、これからご紹介するトレンドは、20名程のデザイナーと協同で練り上げて予測したもので、チームの中には一定の時期、フルタイム働いて下さる社会学者なども参加している。即ち消費者の思考が質的にどのように変化していくのかということを経済学的な見地からも練り上げ、そしてまた同時に、私共は市場調査も行なっている。とある製品のライフサイクルがどうなっているのか。例えば、このようなサイクルの商品は、今一番売れている時なのか、量的にそろそろ下向傾向なのか、など様々な市場調査で調べ、そして結論を引き出しながら、これらのトレンドをまとめ上げている。