



最近発売の見本帳から考察する

SNS の役割 トレンドの定着

新商品・新カタログ発表時に必ず飛び交う「今のトレンドの…」「トレンドカラーの…」。

「トレンド」はそれぞれの時代のブーム、流行り(はやり)として捉えられがちですが、ネットインフラが普及した現在、次々と出現した「インテリアトレンド」は、一人一人のこだわりや多様な「生活スタイル」となって日本人に定着しています。

これに大きな役割を果たしているのが『SNS』です。個人個人がスマホで「自分の部屋」を紹介、自分の好みのスタイルもスマホで見つける時代！内装業界もマーケティング戦略をこの媒体で積極的に行うようになりました。

一過性のブームでなく定着したインテリアトレンド

「北欧スタイル」



北欧家具や照明から始まり雑貨、ファブリックなどを取り入れた、ナチュラルで優しい「北欧スタイル」は、“おしゃれなインテリア”の筆頭として根強い人気です。

YチェアやPHランプなど北欧デザイナーの商品が有名ですが、憧れの北欧インテリアを日本人にしっかりと浸透させたのが2006年以降の、スウェーデンの家具量販店IKEAの成功です。

自然の温もり、優しい色合いの“シンプル”で「ナチュラルなインテリア」のトレンドスタイルとして日本人に完全に浸透し、今でも「北欧スタイル」は常に検索ワードのトップクラスです。

「男前インテリア」

北欧系インテリアの次に2011年頃から、「男の子っぽい」要素を取り入れた「男前インテリア」がトレンドに！『黒』『直線』『硬い素材』などが多いことから、男子にも取り入れやすかったのですが…

実は、メンズライクなインテリアとして女性に大人気で、爆発的なひろがりとなりました。

共通する特徴は …長く使い込んだ古びた表情の“ヴィンテージ感”

内装資材各社が、こぞって劣化したレールやウッドブラインド、古びたレンガ柄やウッドの壁紙などを発表、その後このデザインは定番品となって今でも商品展開が続きます。

●3つのスタイルに分類

- ・アメリカのブルックリンの街並みを思わせる、レンガの壁紙などを取り入れた「ブルックリンスタイル」
- ・錆びたアイアンを家具や内装材に使った工業的な「インダストリアル風」
- ・カリフォルニアのリゾート感がある潮風に曝され、すれた感じの「サーフ風」

「ミニマリズム」

新型コロナウイルスの流行前から“ものあまり”の現代に、「捨てる」「整理・収納」にこだわり、スッキリとした空間を好むジャンルの「ミニマリズム」が台頭しています。

身の回りのモノを最小限に抑え、必要以上のものを持たない、好きなものや道具にこだわり、お金を掛けずに豊かに暮らす“小さな住まいの小さな暮らし”のスタイルです。



サンゲツ

「2022-2024 リザーブ 1000」付属 「インテリアスタイルブック」より



19の壁紙コーディネートスタイル名の中から

- ヴィンテージミックス
- 北欧ナチュラル
- 北欧モダン

施工例写真のスタイル別掲載で、SNSから理想のインテリアイメージを探す人を狙った付属ブックです。インテリア検索ワードで、不動の人気の「**北欧**」が2スタイル入りました。

サンゲツ「リザーブ 2022-2024」と「インテリアスタイルブック」

ベーシックから最新トレンドまで幅広く押さえた施工例写真から、自分のお気に入りを選び、使用されている壁紙をわかりやすく紹介しています。

リリカラ

「2022-2025 ライト」セールスポイントより

- ナチュラル
- ミニマリズム
- ニュートラル
- マテリアル系デザイン

最も長くベーシックなジャンルのインテリアテイストとして定番化した「**ナチュラル**」。

シンプルで整頓されながら、十分満ち足りている「余白」のある「**ミニマリズム**」は、今後もトレンドとして継続が予測される。

ここ数年、住宅・非住宅共通でユーザー支持が多く、壁紙検索サイトで常に上位にランクインしている「石目・木目」などの**マテリアル系**。もはや壁紙のスタンダードの位置を確立したと紹介されています。



北欧スタイルを筆頭に、木やグリーンなどの自然の温もりや明るい雰囲気のある「**ナチュラルテイスト**」は、日本人の大好きなベーシックスタイルとして君臨しています。「LIGHT2022-2025」表紙写真



男前インテリアの特徴的アイテムのヴィンテージ感のあるレンガの壁紙は、今、人気のマテリアル系の壁紙の人気柄として、定番化。LL-7271

トソー

新製品展示会「ウインドウファッションフェア 2022」での「暮らしのニュースタンダード」の見出しから

- 建材トレンドカラー“ブラック”とカーテンレール
- 床に物を置かない暮らし
- 窓上をディスプレイ

昨今の住宅建材カラーのトレンドが“ブラック”であること、また“ブラック家電人気”などを踏まえてブラック色のカーテンレールを展示アピール。

また、“床に物を置かない”“窓上をディスプレイ”の暮らしのニュースタンダード提案として「ハンギングバー」「ウインドウシェルフ」を使った「ミニマリズム」を反映した、スッキリとした暮らしの紹介展示もしています。

トソー
「ウインドウ
ファッション
フェア 2022」
“ブラック特集”
展示コーナー



2030年達成期限としたSDGs(持続可能な開発目標)

いま生活している私たちが必要としているものだけでなく、将来の生活者にとっても必要なものを失わないようにするために、世界が様々な取り組みをしています。

2022年のインテリアのトレンドワードは、“サスティナブル(持続可能)”“再利用”“エコ”といったSDGs関連が増えています。消費者のサスティナブル(持続可能)商品に対するニーズは、着実に高まっています。

リフォーム、リノベーションに加えて「リペア(修復・修繕・手直し)」という言葉が出てきました。