

平成 28 年 3 月 14 日

平成27年度総合文化研究所研究助成報告書

研究の種類 ※該当する()に ○を付ける	・海外共同 () ・共同研究 () ・個人研究 (○)	
研究代表者 (所属・職・氏名)	家政学部 被服学科・教授・古川 貴雄	
研究課題名	データマイニング手法を用いたファッショントレンド分析に関する研究	
研究分担者氏名	所属・職	役割分担
研究期間	平成 27 年 4 月 1 日 ～ 平成 28 年 3 月 31 日	
海外共同研究を実施することになった経緯 (海外共同のみ)		
研究発表(印刷中も含む)雑誌および図書 雑誌・図書等には、現時点で発表していないが、以下の学会発表を行っている。 古川 貴雄, 三浦 爾子, 渡辺 明日香, 宮武 恵子, ラグジュアリーファッションブランドに見る色彩の経時的変化: Burberry Prorsum, Chanel, Gucci and Marc Jacobs 2000-2015, 第 17 回感性工学会大会, 文化学園大学新都心キャンパス, 2015.9. 三浦 爾子, 青木 菜恵, 古川 貴雄, ラグジュアリーファッションブランドに見る色彩の経時的変化, 第 11 回日本感性工学会春季大会, 第 10 回感性工学会春季大会, 神戸国際会議場, 2016.3.		

研究実績の概要 (1)

1. はじめに

本研究では、代表的なラグジュアリーブランドの Women's Ready-to-Wear における色彩の経時的変化に注目し、デジタルカラー画像解析によってファッショントレンドの変遷を客観的かつ定量的に分析した。

2. 方法

代表的なラグジュアリーブランドとそのディフュージョンラインについて Women's Ready-to-Wear のデジタル画像(合計 17,122 枚)を収集した。Chanel, Dior, Saint Laurent, Burberry Prorsum, Gucci, Giorgio Armani, Prada, Marc Jacobs(8 ブランド)は 2000~2015 年の 32(16×2)シーズン、Emporio Armani, Miu Miu, Marc by Marc Jacobs, Chloé, See by Chloé, Valentino, Red Valentino(10 ブランド)は 2013~2015 年の 6(3×2)シーズンを対象とした。

デジタル画像は、色情報と位置情報を統合した k-means 法を用いて複数の領域に分割した。次に各領域の色データ(RGB 値)を抽出し、CIE $L^*a^*b^*$ 表色系及び HLS 表色系に変換して明度、彩度、色相の経時的変化を分析した。

3. 結果

(1) 色彩の経時的変化における全体的な傾向

シーズン毎に彩度は周期的に変化する傾向がみられ、SS(Spring-Summer)では彩度が高く、AW(Autumn-Winter)では彩度が低下する(図1参照)。

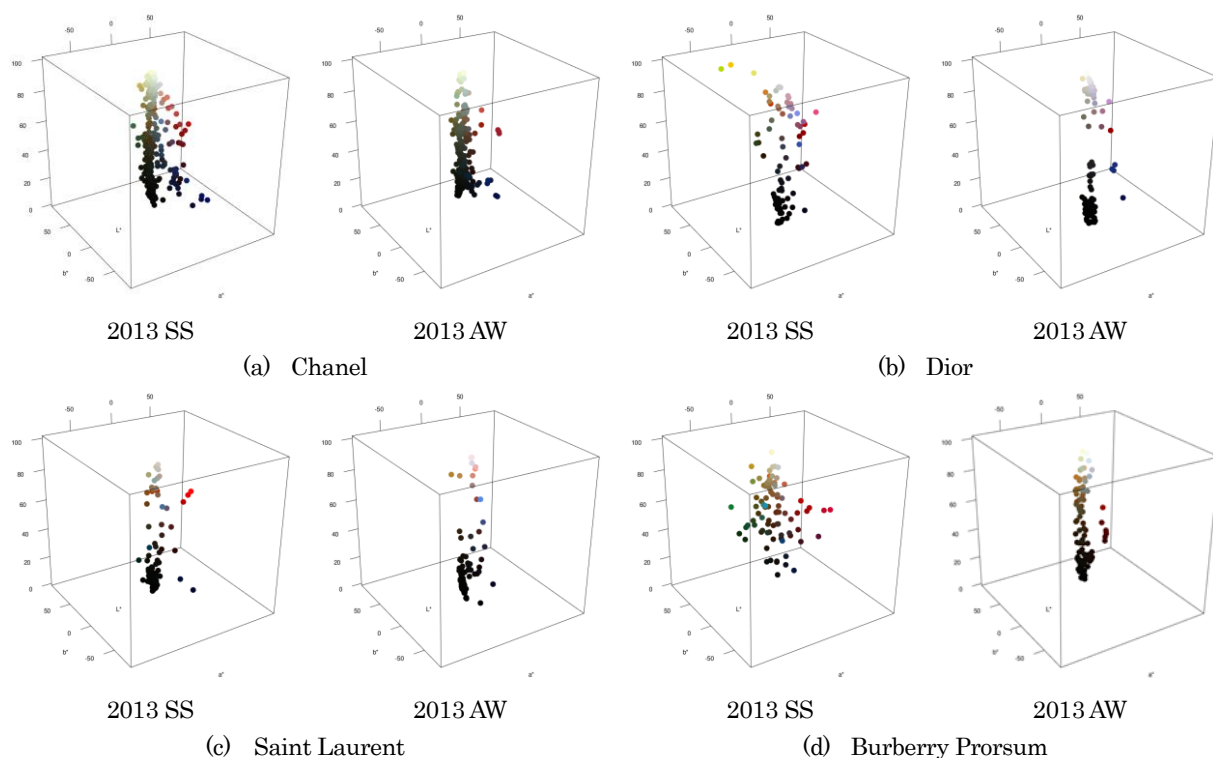


図1 シーズンによる色彩の変化

研究実績の概要 (2)

さらに、彩度を 10 段階に区分して経時的变化を見ると、シーズン毎に彩度分布が変化することがわかる(図 2 参照)。

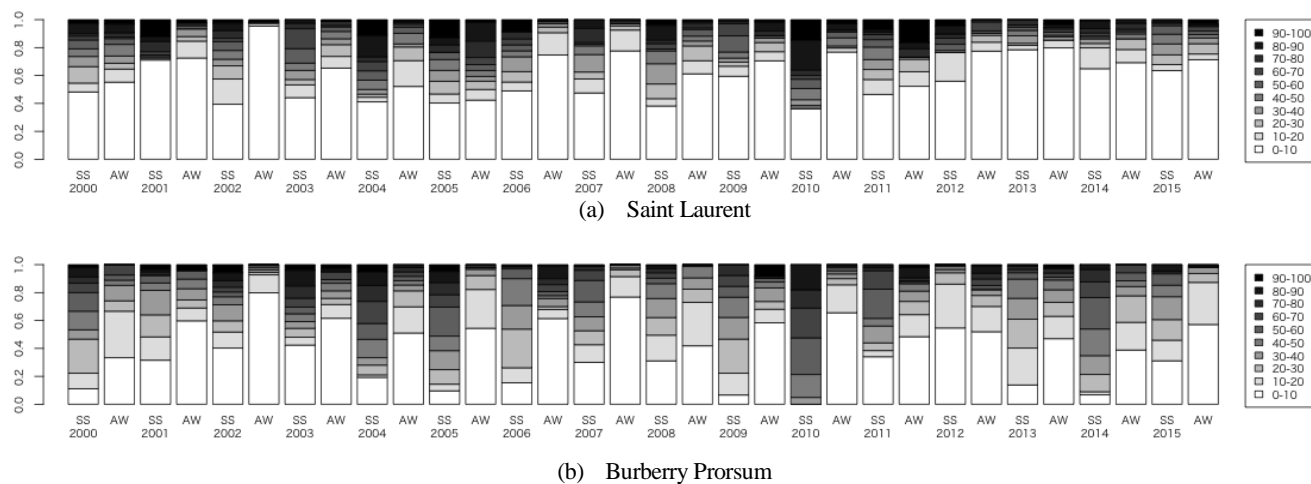


図 2 彩度分布の経時的变化

(2) 色彩の経時的变化における各ブランドの特徴

得られた色データを HLS 表色系に変換し、色相を 12 段階に区分して経時的变化を示した(図 3 参照)。Chanel は 2000SS~2012SS まで色相の大きな変化が見られなかったが、2013SS から徐々にオレンジの色相が減少し、2015SS に青い色相が増加した。Gucci は 2013AW からオレンジの色相が減少した。また、2013SS の Gucci では、過去にない鮮やかな色が見られた。

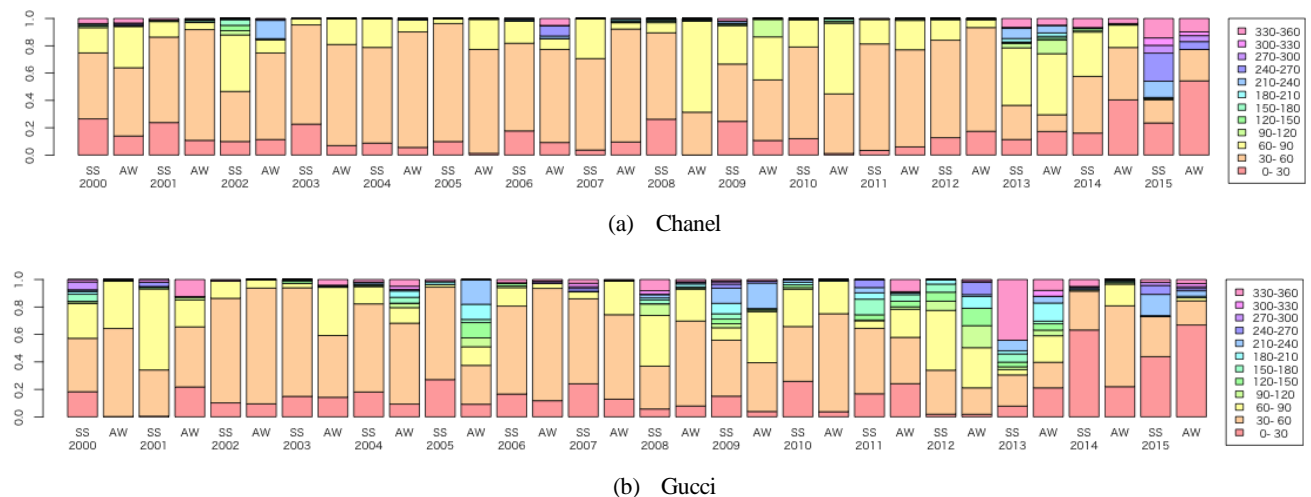


図 3 色相分布の経時的变化

4. おわりに

本稿では、4 大コレクション(ファッションウィーク)で発表された女性向けプレタポルテの画像情報から得られる色情報を分析することにより、ラグジュアリーブランドにおけるファッショントレンドの変遷を、客観的、かつ、定量的に分析する手法を提案した。