

【調査リリース】令和はワントーンコーデが増加。 平成の定番「秋冬＝ダークカラー」はもう終わり？ 気分の上がるペールトーンが新常識！

～ ファッションコーディネートアプリ「WEAR」のデータから
解析した流行カラーの変化 ～



ZOZO グループが運営するファッションコーディネートアプリ「WEAR（ウェア）」は、ZOZO 研究所福岡の画像解析技術を活用し、平成と令和の秋に着用されたカラーの変化について調査を実施しましたのでお知らせします。

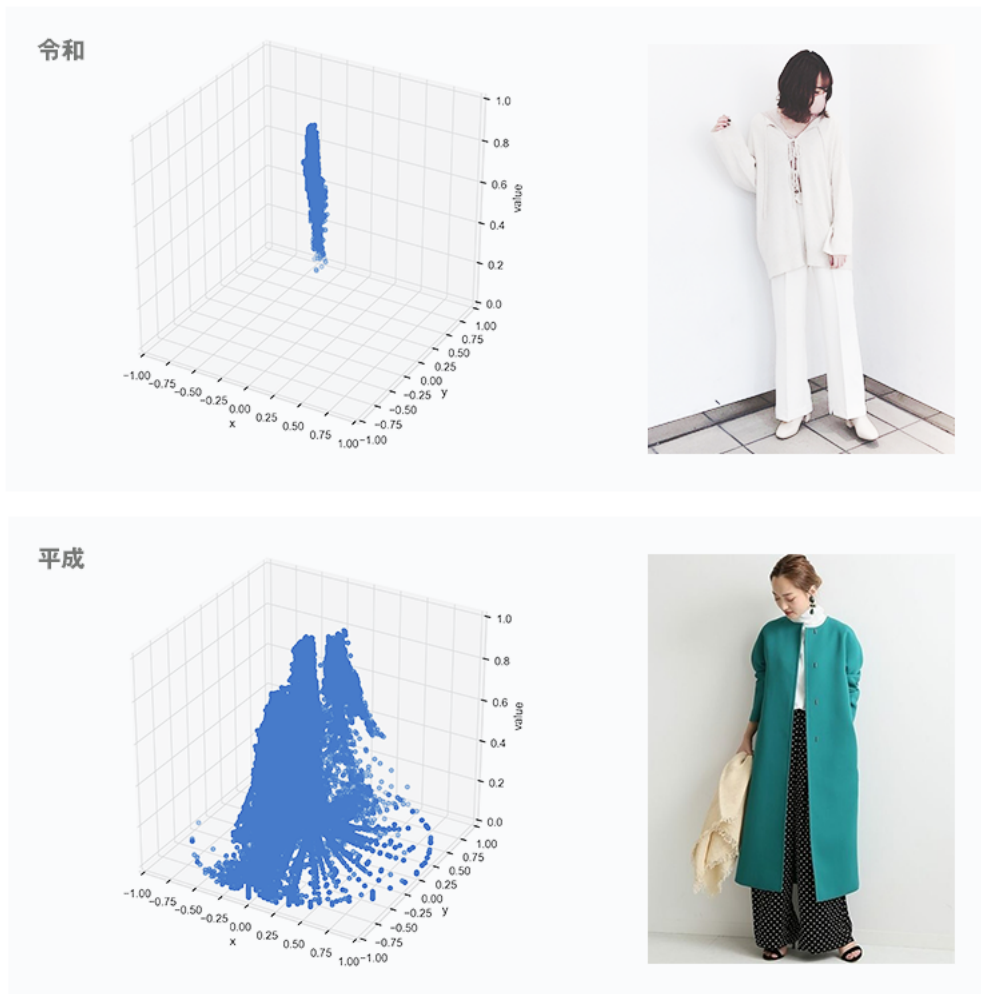
本調査は、平成（2017年と2018年の各9月1日から10月31日）と令和（2019年と2020年の各9月1日から10月31日）を比較し、累計13,275名が投稿した計194,917件の女性のコーディネート画像を対象に実施しました。

平成に比べ、令和はワントーンコーデが増加

WEAR に投稿されたコーディネート画像から、背景などを除いたファッションアイテム部分を抽出し、抽出した部分の色を3次元色空間で表現しました。3次元に表すことで、例えば「白と明るいベージュは近い」というように、色と色の分散度合いを測ることができるようになります。

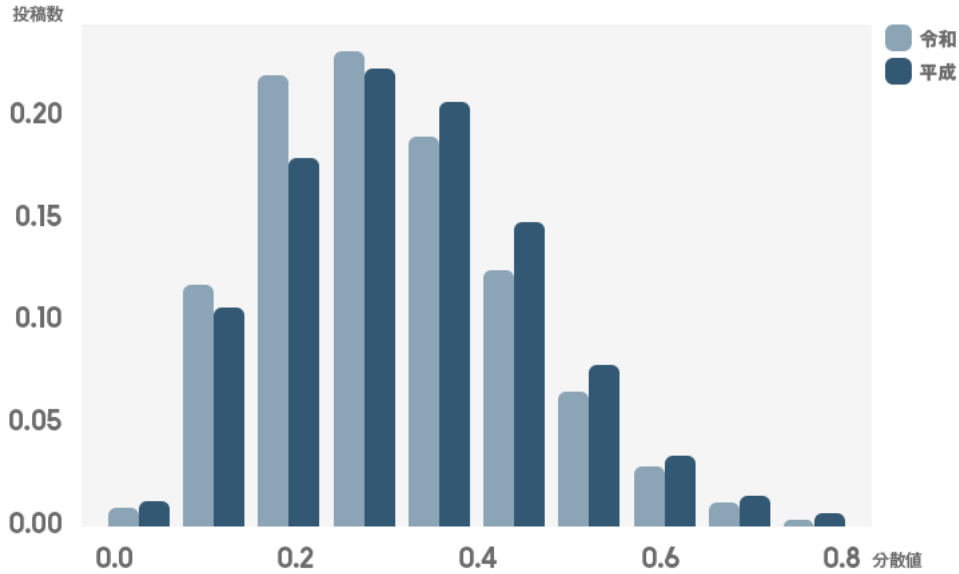
この技術を用いて、それぞれのコーディネートで使用されている色の分散値を測り、分散が小さいものを「ワントーンコーデ」と定義しました。以下の3次元マップで分かるように、ワントーンの場合は分散度合いが小さく、使用カラーの差が大きいほど分散度合いも大きくなります。

コーディネート使用カラーの3次元マップ比較



この数値を検証した結果、平成に比べ令和はコーディネートで使用されている色の分散度合いが小さくなっています。つまり、ワントーンコーデが増加しているということが分かりました。以下のグラフでは、縦軸を投稿数、横軸を分散値として、平成と令和を比較しています。

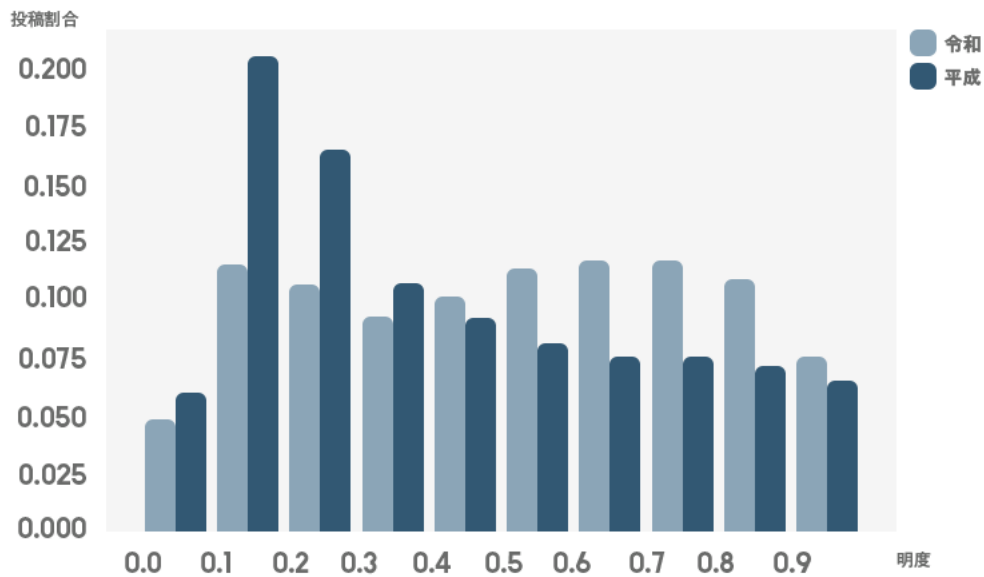
コーディネート色の分散度比較



「秋＝ダークカラー」はもう終わり？令和は明度の高いカラーが新定番に！

さらに、ワントーンコーデと判定したコーディネート画像に限定し、色の明度について調査を行いました。その結果、平成に比べて令和はダークカラーが減少し、白やペールトーンなどの明度の高いコーディネートが増加していることが分かりました。以下のグラフでは、横軸が明度、縦軸は投稿割合を表しています。

コーディネート色の明度分散度比較



平成



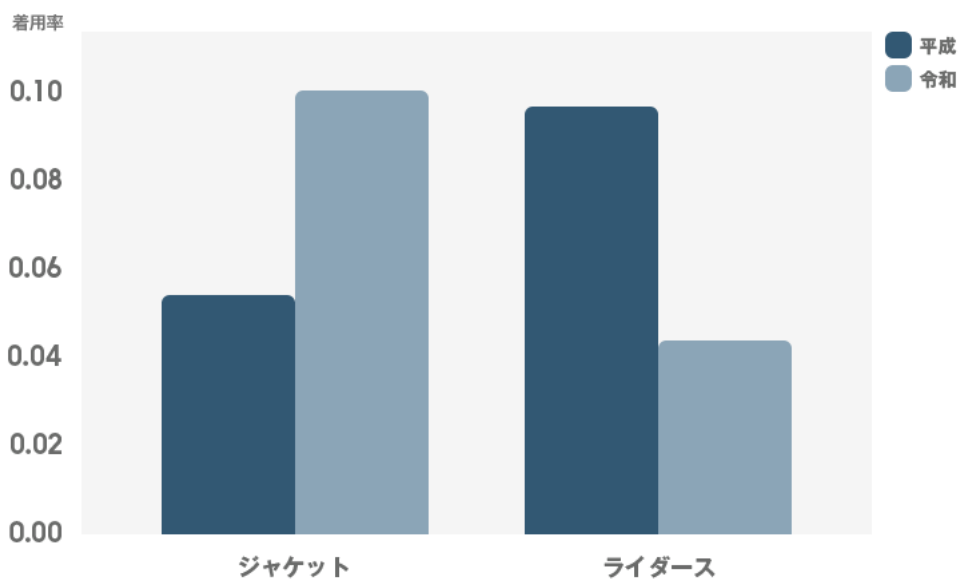
令和



番外編：ワントーンコーデの影響でアウターにも変化が

アウターをカテゴリごとに分けて着用率を調査したところ、平成秋の定番だったライダースの着用率が顕著に減少し、テーラードジャケットの着用率が増加していることが分かりました。ワントーンコーデとして使いやすいセットアップの着用が増えているためと考えられます。

アウター別着用率の変化



平成



令和



今回調査研究を担った ZOZO 研究所は、「ファッションを数値化する」をミッションに掲げる研究機関です。ZOZO グループが保有するファッションに関する膨大な情報資産を基に、ファッションを科学的に解明するための研究開発を行っています。

ZOZO グループは経営戦略として、「MORE FASHION×FASHION TECH」を掲げており、保有する膨大なデータやテクノロジーの積極的な活用に取り組んでいます。今後も「WEAR」では、皆様のファッションライフに寄り添うトレンド情報を、随時発信してまいります。

※メディアの皆様※

「WEAR」で調査してほしいテーマを募集しております。「今期のトレンドが知りたい!」「20代に人気のあるスニーカーは何?」などお気軽に広報までお問い合わせください!なお、すべての調査にお応えできるわけではございませんので予めご了承ください。

本調査について

- 対象期間 : 2017年と2018年、2019年と2020年の各9月1日から10月31日
- 対象性別 : 女性
- 対象ユーザー : ショップスタッフ、WEARISTA など累計13,275名
- 対象コーディネート件数 : 194,917件

ファッションコーディネートアプリ「WEAR」

1,500万ダウンロードを突破した日本最大級のファッションコーディネートアプリ。ファッション好きの著名人・インフルエンサー・ショップスタッフ・一般ユーザーが投稿する1,000万件以上のリアルなコーディネートから、最新トレンドや洋服の着こなし方法がわかる。ファッション好きのユーザーから高い支持を得ているWEAR公認ファッションニスタ「WEARISTA(ウェアリスタ)」として、モデル・デザイナー・タレントをはじめ、会社員や専業主婦などの一般ユーザーがファッション業界を盛り上げるインフルエンサーとして活躍中。

株式会社 ZOZO について

日本最大級のファッション通販サイト「ZOZOTOWN」、ファッションコーディネートアプリ「WEAR」、ブランド古着のファッションモール「ZOZOUSEN」、足の3D計測用マット「ZOZOMAT」、ブランドが企画した商品をZOZOが数十サイズで展開する「マルチサイズ」、才能やセンス溢れる“個人”とともにファッションブランドをつくるD2C事業「YOUR BRAND PROJECT」などの企画・開発、ならびに各サービスのカスタマーサポート、物流倉庫「ZOZOBASE」の運用などのファッションサービスを展開しています。

株式会社 ZOZO テクノロジーズについて

ZOZO グループに所属するエンジニア・デザイナーなど制作に携わる全ての技術者を集結させた ZOZO グループのサービス運用・技術開発部門となる企業です。また、ZOZO テクノロジーズの研究部門として「ZOZO 研究所」を運営しており、ミッションである「ファッションを数値化する」ために研究を進めています。

【本リリースに関するお問合せ】

株式会社 ZOZO テクノロジーズ広報担当 E-mail: press-zozotech@zozo.com



株式会社 ZOZO <https://corp.zozo.com/>

所在地 〒261-7116 千葉県千葉市美浜区中瀬 2-6-1 WBG マリブウエスト 15F
代表者 代表取締役社長兼 CEO 澤田 宏太郎
設立 1998 年 5 月 21 日
資本金 1,359,903 千円



株式会社 ZOZO テクノロジーズ <https://tech.zozo.com/>

所在地 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 5-52-2 青山オーバル・ビル 3F
代表者 代表取締役社長 久保田 竜弥 / 代表取締役 CINO 金山 裕樹
設立 2018 年 4 月 1 日
資本金 280,000 千円