

NEWS LETTER

報道関係各位

2020年12月24日
第一園芸株式会社

今年の冬は約130件のクリスマス装飾を担当した空間装飾のプロ
第一園芸の空間装飾ブランド「OASEEDS（オアシーズ）」が考える
2020年コロナ禍のクリスマス装飾トレンドデザイン

～祈りや感謝などメッセージ性の強いテーマ、医療従事者に向けたブルーライトアップ、
温かく懐かしい雰囲気素材が流行～

花と緑に関する事業を展開する第一園芸株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：伊藤昇、三井不動産グループ）の空間装飾ブランド「OASEEDS（オアシーズ）」は、2020年の流行色や市場の流れ、世の中の情勢など様々な切り口から情報をピックアップし、独自に今年のクリスマスのトレンドを研究・創出しました。コロナ禍ならではのデザインの特徴や例年との違いを、実際の装飾写真と共にお伝えいたします。

【本資料のポイント】

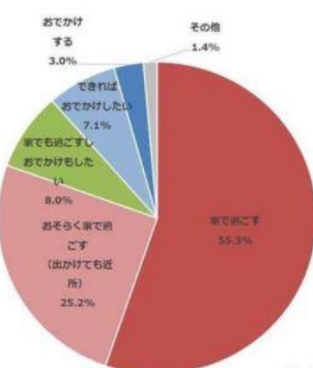
- 約9割がクリスマスは「家で過ごす」と回答する一方、おでかけ派は「イルミネーションを見に行く」と回答。
- メッセージ性を強く出した装飾をテーマにした施設が多い傾向に。
- 装飾のトレンドカラーは、屋外は「青」、屋内は「赤」と今年の世相を反映。
- 温かくてほっとするアットホームな雰囲気のデコレーション素材が人気を集める傾向に。

■ クリスマスの過ごし方の変化

株式会社NKBの調査では、今年は約88%が「家で過ごす」と回答し“おうちクリスマス”が主流な中、おでかけの意向を示した人に過ごし方について質問したところ、「イルミネーションを見に行く」が49.3%と最多でした（株式会社NKB調べ）。

今年はクリスマス装飾の自粛や規模を縮小する動きが各所に見られてはいるものの、密を防ぎ屋外で楽しむことができるイルミネーションは人気を集めています。

＜クリスマスのご過ごし方＞



回答形式：N=1,200/SA

＜おでかけクリスマスの過ごし方＞



回答形式：クリスマスは「おでかけする/おでかけしたい/おでかけもしたい」と回答した人 n=221/MA

■デザインの变化

2020年は新型コロナウイルスによって世界中が大きく変動し、生活が一変した年となりました。クリスマス装飾にもその影響は色濃く反映されており、今年ならではの取り組みや特徴的なデザインが多く見受けられます。

①テーマにメッセージ性を強く出した装飾

2020年は自由な移動や人との面会が制限され、多くの方が些細な日常や人との繋がり大切さを実感することとなりました。そんな世相を反映して、希望、感謝、家族、愛、繋がり、温もりといったキーワードを装飾のテーマに設定する施設が多く見受けられました。

<代官山アドレス・ディセ>

テーマは「ありがとうのブーケ」。コロナ禍の混乱が続く中でも足を運んでくださるお客様、最前線でたたく医療従事者やエッセンシャルワーカーの方々への感謝の気持ちを表現。



<日本橋三井タワー館内クリスマス装飾>

100名の方から募った願い事を、木に焼き印してツリーに飾る企画を展開。



②トレンドカラーは屋外が青、屋内が赤

<屋外のトレンドカラー：青>

青は今年「医療従事者への感謝を表す色」として、イギリスから世界各国に広がりました。
 2019年12月に米国のPANTONE社が「落ち着き、信頼、つながり、安心感をもたらし、新しい時代への願望に光を与える色」として、2020年のカラー・オブ・ザ・イヤーに『クラシックブルー』を選出したこともあり、第一園芸でも青色を用いた装飾を多く展開いたしました。



プルデンシャルタワーイルミネーション ※生木を使用

<屋内のトレンドカラー：赤>

日本流行色協会（JAFCA）が発表した2020年のカラーは『ヒューマンレッド/Human Red』。
 デジタル化が進む中、人ならではの豊かな感情や身体の躍動感を象徴する色として選定された「人間らしい」鮮やかな赤です。経済社会への不安、新しい生活様式への急激な変化があり不安定な世の中を、赤色の持つエネルギーが活力や愛、絆を感じさせてくれると信じ、クリスマス装飾に活用いたしました。



飛鳥Ⅱ船内

③デコレーション素材は、ナチュラルやレトロなものが流行

家族や大切な人との繋がりを重要視する今年は、温かくてほっとするアットホームな雰囲気でのデコレーション素材が人気を集めています。優しい印象の花や木などの植物モチーフの素材、おもちゃやお菓子の形をした懐かしいトイオーナメントなどを用いて、古き良き伝統的なクリスマスの世界観を演出いたしました。



左：日本橋三井タワー館内／右：横浜ベイクォーター ※生木を使用

<第一園芸 デザイナー・中山潤子のコメント>

今年のクリスマスは、例年以上にメッセージ性をより強く出すような傾向があり、心のつながりや希望・感謝といったメッセージを意識してプランを作成しました。トレンドとしては、王道的なクリスマスやナチュラルテイストのものが多く選ばれたように感じました。

世界中が変動した1年を振り返って感じた特別な想いが、今年のクリスマス装飾に込められているのではないのでしょうか。

■「OASEEDS (オアシーズ)」

第一園芸株式会社の環境緑化・空間装飾ブランド。

商業施設やオフィスビルの屋内外の環境緑化、空間に応じたコンセプトの企画とデザイン、植栽や装飾の施工と維持管理、メンテナンスまでをワンストップで提供しています。

ブランドサイト：<https://www.daiichi-engei.jp/oaseeds/>

■第一園芸株式会社 概要

所在地：東京都品川区勝島1丁目5番21号 三井物産グローバルロジスティクス勝島20号館

代表者：代表取締役社長 伊藤昇

創業：1898年（設立1951年）

資本金：4億8千万円

株主：三井不動産株式会社（100%）

URL：<https://www.daiichi-engei.jp/>

■三井不動産グループのSDGsへの貢献について

https://www.mitsufudosan.co.jp/corporate/esg_csr/

三井不動産グループは、「共生・共存」「多様な価値観の連繋」「持続可能な社会の実現」の理念のもと、人と地球がともに豊かになる社会を目指し、環境（E）・社会（S）・ガバナンス（G）を意識した事業推進、つまりESG経営を推進しております。当社グループのESG経営をさらに加速させていくことで、日本政府が提唱する「Society5.0」の実現や、「SDGs」の達成に大きく貢献できるものと考えています。

※LED照明を全ての装飾に取り入れ、プラスチック製ツリーよりも環境負荷の低い生木を一部で利用している本リリースの取り組みは、SDGs（持続可能な開発目標）の目標7「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」に貢献しています。



SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS