

News Release



BASF、アジア太平洋地域における自動車のカラートレンド予測を発表

2016年5月11日

- 2016 – 2017 年、カラートレンドのテーマは「パララックス」(多面的な視点)
- デジタル化と社会的発展の相互作用が、自動車カラートレンドに影響
- 世界的なトレンドとしては、人工的なメタリックカラーが登場
- アジア太平洋地域は、自信の高まりを反映し、新しい自由な枠組みを象徴した中間色のブルーグリーンがトレンド
- 二輪車では、洗練されたクラシカルな色調と近未来的なカラーが人気の傾向

BASF(本社:ドイツ ルートヴィヒスハーフェン)は、アジア太平洋地域を含む世界のカラートレンド予測を発表しました。BASFの自動車カラートレンド予測は、アジア太平洋、欧州、および北米の各地域の専門知識を集めて行われます。各地域の密接な連携のもと、グローバルトレンドおよび各地域のトレンドを自動車産業のお客様に提供します。BASFのカラーデザインにおける強みは、自動車のライフサイクルにおいて、自動車のブランドの象徴であるカラートレンドを早い段階で見極めることです。

BASFの最新のカラートレンド予測のテーマは、「パララックス」(多面的な視点)です。パララックスとは、1つのモノを2つの異なる視点から見たときの、見え方の違い(視差)のことで、現代社会のバーチャルな世界の魅力と、リアルな現実世界での自己表現への憧れという視差を表現しています。今回は、このテーマのもと65色の自動車カラーを提案しています。

グローバルトレンドを形成する多面的なカラー

グローバルには、バーチャルな世界とリアルな世界の曖昧な関係が、自

動車のカラートレンドに反映されています。日常生活におけるデジタル化の流れを表現する人工的でメタリックなブルー、シルバー、ホワイトが人気を集める一方で、それとは相反する、都市でのリアルな経験や感情の探求の表れともいえる有彩色やナチュラルカラーへの人気も高まっています。また、様々な顔料の組み合わせによって複数の色相を表現することで、将来の自動車カラーの可能性が広がります。地域ごとの状況や社会発展の度合いにより、グローバルトレンドの受け入れ方は各地域で異なります。

欧州のアイデンティティの変化

欧州では、現実世界での経験やアイデンティティを見失うことなく、デジタル世界に適応する方法が模索されています。欧州自動車産業のトレンドを代表する色は、デジタルな表現とメタリックエフェクトの素材感を結びつけた高彩度なメタリックブルーです。このような新鮮なイメージで、ブルーは、市場において増加するでしょう。

北米の進歩的なトレンド

北米のカラードシルバーは、見る角度によってグリーンからブルーへと色彩が変化する、柔らかな色調の洗練されたシルバーです。微妙な色彩のブレンドは、社会における個人の行動と、個人がテクノロジーから受ける影響との境界線が曖昧であることを映し出しています。独自の顔料の組み合わせと、この優れた効果を生み出す上で求められる技術的な緻密さは、コーティング分野における BASF の強みを表しています。

アジア太平洋のカラートレンド: 自信の高まり

アジア太平洋地域は、経済問題などの諸問題を抱えつつも、将来的な成功に対する自信に変わりはありません。この楽観的ともいえる姿勢が、斬新で遊び心にあふれた「ブルーグリーン」に表れています。また、クリエイティビティとクオリティの追求がメタリックなサンドベージュの繊細なテクスチャーに反映され、アジアの伝統的な価値観とエレガンスの結びつきを象徴しています。

日本:「ブルーグリーン」が注目カラー

日本においても、アジア太平洋地域と同様、「ブルーグリーン」などの青色の中でも中間色であるカラーが、ますます注目される色となるでしょう。「ブルーグリーン」は、90年代半ばに世界の自動車市場を席卷した色として知られていますが、時代やトレンドとともにブルーグリーンの回帰が期待されています。日本では、一億総活躍社会と謳われるように、既存の枠組みを超えて新たな価値観や、ライフスタイル、社会が出現する時代を表すカラーとして、中間色であるブルーグリーンは象徴的なカラーです。また、自動車においても、電気自動車、環境配慮車、自動運転車や超小型車など、次世代のモデルには、色を含むデザインで従来の自動車の枠組みを超えた、既存概念に捉われない消費者へのアプローチが求められると考えています。

また、ボリュームゾーンである無彩色においては、「シルキーホワイト」、「粗いラメ調のダークカラー」など、特徴ある質感が好まれる傾向にあります。

二輪車のカラートレンド

スクーターやバイクといった二輪車の市場は、従来、自動車と比べると特定のユーザー層がメインでしたが、近年は様々なユーザーに向けた魅力が求められています。例えば、これまでの二輪車としての歴史を感じるクラシカルな色調のガーネットやグレー味を帯びたブルー、使い込まれた銅や黒鉄のような色調を現代的でスタイリッシュに作りこんだ色、また、リアルと近未来のイメージでパステルトーンを強い金属感で表現したモーターサイクルでは新鮮な色などです。特に日本を含むアジアでは、若者と女性ユーザーを意識したスタイリッシュで、ユニークな色を表現するなど、ファッション性の高まりもあります。

BASF がカラーデザインにおいて果たす役割

BASF アジア太平洋地域のカラーデザインチームでは、多様な背景を持つデザイナーが、変化を遂げるアジア市場のお客様にカラーデザインの

コンサルティングサービスを提供しています。

BASF ジャパン株式会社コーティングス事業部 カラーデザインセンター アジア・パシフィックのチーフカラーデザイナーである松原千春は次のように述べています。「BASF は、今後重要な役割を担う自動車カラーの予測を毎年行っています。カラートレンド予測では、有彩色の動向にも重点的に取り組んでいます。これは、ホワイト、グレー、ブラックの無彩色と比べて、有彩色のトレンドは変化が速く、自動車メーカーのお客様がエンドユーザーにアピールする上で戦略的に重要であると考えているためです。BASF は世界をリードする自動車塗料サプライヤーとして、自動車業界と密接に連携し、当該地域のお客様にサービスをお届けし、最新のカラー情報をご提供します。」

■BASF のコーティングス事業本部について

BASF のコーティングス事業本部は、革新的な自動車用塗料、自動車補修用塗料、工業用塗料、建築用塗料、およびそれらの応用に必要なプロセスの開発、生産、販売を行っています。BASF は、ヨーロッパ、北米、南米、アジア太平洋に拠点があります。広範なネットワークを通じて、世界中のお客様と緊密に連携しています。2015 年における BASF コーティングス事業部の世界の売上高は 32 億ユーロでした。BASF コーティングスの詳細情報は www.basf-coatings.com (英語)、www.basf.co.jp/coatings (日本語) をご覧ください。

■BASF について

BASF(ビーエーエスエフ)は持続可能な将来のために、化学でいい関係をつくります。また、経済的な成功、環境保護、そして社会的責任を同時に実現しています。BASF では、約 112,000 人の社員一人ひとりがほぼすべての産業、ほぼすべての国においてお客様の成功に貢献できるよう努めています。製品ポートフォリオは化学品、高性能製品、機能性材料、農業関連製品、石油・ガスの 5 つの部門から成ります。2015 年、BASF は 700 億ユーロを超える売上高を達成しました。BASF の詳しい情報は、www.basf.com (英語)、newsroom.basf.com (英語)、www.basf.com/jp (日本語) をご覧ください。