

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

2014年7月1日

- 最新カラートレンドのテーマは「Under the Radar」
(アンダー・ザ・レーダー:まだ見えないシグナル)
- アジア太平洋地域は、ブラウン系が定着し、温かみのある銅パー(銅褐色)やグレー系など情緒的なカラーが人気の傾向
- 二輪車では、古色を帯びた鉄のような色や味わいのあるメタリックカラーも登場

BASF(本社:ドイツ ルートヴィヒスハーフェン)は、2~3年先の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。これは、BASFのコーティングス事業部のグローバルデザインチームが毎年、グローバルと各地域(アジア太平洋 / 北米 / 欧州)の2つの視点から時代の流れを読み解き、自動車のカラートレンドを予測しているものです。

世界共通のカラートレンド

最新のカラートレンド予測の世界的なテーマである「Under the Radar」(アンダー・ザ・レーダー:まだ見えないシグナル)とは、レーダーにまだかからないトレンドの芽となるシグナルを表現しています。昨今、世界中の人々は独自性を尊重し、社会において自分の考えや行動がますます影響力を持つようになってきていると認識しています。これに伴い、自動車のカラーの選択は、「他者との差別化」や「個性」に対する消費者のニーズの高まりを反映し、今後の自動車のカラーバリエーションを豊かにしていきます。

アジア太平洋地域のカラートレンド

アジア太平洋地域の人々の価値観にも 2 つの傾向が見受けられます。ひとつは、「私も」(me too)という他者と同調的な姿勢や行動に変化が見られ、より自らのアイデンティティや独自性を育み、自分を「表現する」方向に移り変わっています。これらの価値観を表現する色として、「個」を表現するような「鮮やかな赤」など明るく、力強い色が今後も継続して拡大するでしょう。

一方で、人々は新しい、感性に訴えるような経験を望んでおり、その関心は表面的なものからより深く精神的なものへと移行しています。自分のルーツや文化、アイデンティティを見直し、長い年月をかけて、物質主義から、より情緒的でバランスのとれた快適な生活を追求するようになりました。これらを表す色として、穏やかで、温かみがあるカッパー（銅褐色）やグレー系、ブラウン系が挙げられます。ゆとりやバランスのとれた快適な生活を表現する傾向があります。

BASF ジャパン株式会社でアジア太平洋地域のカラーデザインを担当するチーフカラーデザイナーの松原千春は、次のように述べています。「自動車のカラートレンドは、私たちが実際に路上を走る車の色を見るまでに、コンセプトの組み立てから生産まで通常約 3 年から 4 年かかります。カラートレンドは徐々に変化し、時間の経過とともに形作られます。私たちは、色の濃淡や効果、見え方によって、独自の表現が今後ますます見られるようになることを期待しています。今後はゆとりある、情緒的で快適なライフスタイルをイメージするような温かみのあるカッパー（銅褐色）やグレー系のカラーが登場すると予測しています。」

また、スクーターやバイクといった二輪車の市場では、今後ますますカラーバリエーションが多様化すると考えています。彩度の高いカラーが定番化しつつも、経年変化したような味わいのある鉄のようなカラーやヘマタイト（天然石の一種）のような新しいメタリックを表したカラー、また粗かったり、色が変化したりするものなど多様なデザインが特徴として登場するでしょう。

* 世界および地域別のカラートレンドの特色については、添付の「BASF カラートレンド」ファクトシートをご覧ください。

■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。2013 年における BASF コーティングス事業部の世界の売上高は 29 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) は世界をリードする化学会社「The Chemical Company」です。製品ラインは、化学品、プラスチック、高性能製品、農業関連製品、石油・ガスと多岐にわたっています。BASF は、経済的な成功、社会的責任、そして環境保護を同時に実現しています。また、BASF は科学とイノベーションを通して現代社会や将来のニーズを提示しながら、ほぼすべての産業のお客様を支援しています。BASF の製品とソリューションは、資源の確保に貢献し、栄養価の高い食品を提供するとともに、生活の質の向上に寄与しています。BASF は「私たち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」を企業目標に掲げ、これらの活動を実施しています。2013 年の売上は約 740 億ユーロで、従業員数は約 11 万 2000 人です。BASF の詳しい情報は、www.basf.com (英語)、newsroom.basf.com (英語)、www.japan.basf.com (日本語)をご覧ください。

BASF カラートレンド ファクトシート

共通テーマによる各地域のカラー比較

『MY PARTICULAR CHANNEL (私だけのチャンネル)』

—ありのままの素直な感性こそが自分らしさ—

様々な体験により生まれる感覚こそ「自分らしさ」です。人との親密なコミュニケーションの中でアイデンティティを再認識し、素直にあるがままの感性を表現していきます。

他者との違いを認識し、独自性や個性を尊重する態度を、はっきりとした色相のグリーンや銅色などで表し、また豊かで多様な個々の感性を、温もりを感じさせるトーンに印象的で強いエフェクトを加えたカラーで表現しています。

アジア太平洋



欧州



北米



『POWERFUL SCIENCE CROWD (パワフルな科学集団)』

—テクノロジーのより良い使い方での進化する未来—

テクノロジーはより身近になり、私たちの夢を実現し、より良い社会の基盤を構築するために活用されています。イノベーションに振り回されることなく、社会に密着した正しい使い方をする事で、「人」が中心の生き活きとした社会を創造していきます。

一層ダイナミックに、そしてエモーショナルに進化するテクノロジーの勢いを、生命感あふれるレッドや、強く印象的に輝くハイライトを持つカラーで、力強く表現したカラーグループです。クールカラーは先鋭的なテクノロジーの光の波長を表現し、なめらかな質感、あるいはザラザラした触感のグレイッシュカラーは人間の繊細な感情を表現しています。

アジア太平洋



欧州



北米



『HYPER LOCAL SOCIETY (超地域社会)』

—ますます密接になる地域と個人—

デジタルメディアによるネットワークで構築されたコミュニケーションや社会交流の新たな形態により、ローカル(現地)とグローバル(世界)の距離は縮まっています。身近な地域という現実的な環境が重要視され、活発な行動がみられるようになってきます。

インターネットにより幅広い裁量や手法を手にした個人は、各地域で、冷静かつ大胆な主張で社会に影響を及ぼしています。控えめながらもユニークな輝きは、社会の中で主張する個人の存在感を、カッパーやグレイッシュカラーの多様な質感は、“公私”や“地域と世界”などのさまざまな境界の曖昧さを表しています。

アジア太平洋



欧州



北米



地域別カラートレンド

アジア太平洋地域

『DEAR NEW IDENTITY (愛すべき新しいアイデンティティ)』

—自らのルーツへの深い理解と自己表現—

複雑にめまぐるしく変化する状況の中で、人々は自分の内に根ざす、唯一無二の独自性から生まれる感覚や、自己のルーツに対し愛着を深めています。表面的ではなく、より深い背景やストーリーを理解し体感しながら、過去と未来をブレンドした心地よい空間やモノを自分らしく表現していきます。

潑刺としたビビッドブルーやオレンジ、レッドは、それぞれのアイデンティティの力強さを表現しています。また、パールとメタリックの中間のような質感のシルバーホワイトや、ほんの少し赤みに変化するグレーは、自己の内面を見つめ直す繊細な感情を表しています。アジアのアイデンティティを温もりのある意匠で表現したカラーが重要となります。

アジア太平洋



中国



欧州

『DISTINGUISHED QUALITY UNDERCOVER (卓越した品質研究)』

—洗練された素材と高度なカスタマイズによる研ぎ澄まされた美しさ—

鮮明さと洗練された贅沢さがより人々を魅了する要素となり、高度なカスタマイズが求められます。高いセンスにより、素材や品質を組み合わせ、活き活きとアレンジされたキャラクターが現れます。

高品質な素材の美しさを、上品なダークバイオレットやウォッシュアウトされたようなブルー、神秘的なグリーンで表現しています。また、人を魅了する優れたデザインを持つ“気品”というオーラをシルキーとマット、両方の質感のウォームグレーで表現しています。



北米

『SIGNIFICANT CLOSE CONNECTION (意義深い密接な絆)』

—身近な環境や人を大切にしながら健全な状態へ回帰する—

健全な状態へと回帰する北米は、現実の生活に目をむけ、隣人や故郷を大切にするシンプルなライフスタイルが見直されています。慣習やコミュニケーションの方法を変えることで、人への寛容さを持つようになります。

ナチュラルでソフトなパステルブルーやグレー、グリーンは北米の控えめでリラックスした態度を反映し、ハイライトでキラキラと強く輝くオレンジとブラウンは、楽観的で自信に満ちた北米の雰囲気を表しています。

