

News Release



BASF、自動車のカラートレンド予測を発表

2017年6月14日

- 2017-2018年、カラートレンドのテーマは「透明と不透明の間」(トランスルーシッド: Translucid)
- 自動車のカラーパレットは、「透明感」と干渉効果のある「曖昧さ」が特徴
- アジア太平洋地域のトレンド: 品質感の高いパールホワイトと解放的なアジアのエネルギッシュな創造性を表す強い色調

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自動車のカラートレンド予測を発表しました。BASFの自動車のカラートレンド予測は、今後3~5年の間に自動車の色選択に影響を及ぼすことになるグローバルトレンドや EMEA(欧州・中東・アフリカ)、アジア太平洋、北米地域のデザインチームが、各地域の密接な連携のもと、広範な研究や分析を経て、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。

2017年から2018年のBASFにおける自動車カラートレンドのテーマは「透明と不透明の間」(トランスルーシッド: Translucid)です。人と世界の間には1枚のガラス、つまり画面があり、スマートフォンなどの画面を通じて双方向でつながっています。このガラスは、時には不透明なフィルターとなり、行き来する情報を無意識に、または意図的に曇らせます。この不透明で、危うい環境から生まれる不安から、人々は実体を求めるようになります。また、共存する豊かな未来の実現のために、今日の激変する社会において、柔軟な姿勢で透明と不透明の間をスマートに行き来しながら、よりよい方法や方向を見つけ出していくことが求められます。

コーティング事業本部のデザイナーたちは、デジタル社会における、こ

のような概念を、65色の新たな自動車カラーで表現しました。

デジタルシフト – 強い色調のブルーと新たな明るい色

人々は、個人にまつわるデータ収集や監視から距離を置き、身体が持つ本来の美しさやアナログなモノなど触れられる実体のあるものを求めています。このトレンドが自動車のカラーにも影響を及ぼしています。暖かなベージュは人の肌を表し、ダークブルー、ライトブルーは人の身体のテクノロジーの融合を表現しています。

増加するデジタルネットワーク

時間や空間の制限なくデータが交わされることで、境界線が流動的になっています。ドライバーがさまざまな環境でコミュニケーションを取ることがますます増え、車は単なる乗り物から非常に複雑な製品へと進化するでしょう。それが奥行きのある輝きや、爽やかに鮮明な効果に反映されています。パステルカラーや色調の強いブルーは、新たなテクノロジーのイメージを表しており、デジタル世代のユニークさを強調しています。

総じて、デジタル社会でさらけ出された自分を恐れつつも、デジタルに魅了される気持ちが、ダークグレーとミディアムグレーの間を揺れ動く状態として表現されています。

EMEA(欧州・中東・アフリカ) – 未来への回帰

欧州、中東、アフリカにおける注目の新色はデジタルから離れたカラーです。アラブの世界の高級志向の製品を表したようなエフェクトのあるゴールドと、暖かみのある煉瓦のようなカラーを極めてなめらかな効果をもたらすことで、古いものを新たにアップグレードすることを表現しています。EMEA(欧州・中東・アフリカ)の人々は、世界的なライフスタイルやカスタマイズされた製品以外の部分に目を向けています。彼らは個性を表現するために、艶消しのクリアコーティングが施されたイエローグリーンなど、通常の標準的な自動車パレットにはない色を求めています。欧州の街並みが鮮やかに彩られることでしょう。

北米 – 自然への回帰

BASF の北米トレンドの注目点は、テクノロジーが侵入している日常生活から離れ、より自然な世界やコミュニティ、自らの身体と再び結び付きたいという願望です。この地域の鍵となるカラーは、神秘さを醸し出し、自己に立ち返ることを意味する、シルキーな質感の非常にダークなネイビーブルー「Undercurrent Blue」(アンダーカレント・ブルー)です。

アジア太平洋 – 自由意志

ユニークなアジアスタイルの用途や製品が存在感を示すようになり、この地域のユニークな精神を表す象徴的なカラーの1つとして、パールホワイトがあります。

また、新しいアジアのスタイルは反抗的な精神にあふれています。これは、家族や社会の期待に応えるという大きなプレッシャーやストレスからの解放を求めるアジアの、特に中国の若い世代の反抗心に端を発しています。ミレニアル世代(*1)はあえてステレオタイプに反対し、自信にあふれる冷静さで注目を集めています。「未来は自分の手の中に」をモットーに、少数派たちは自信を高め、さらに活動的になっています。きらめくガラスフレークを散りばめた、深みのある鮮やかな赤は、彼らの反抗的な精神をクールに表しています。

*1 2000 年以降に成人、あるいは社会人になる世代を指す言葉で、主に米国で 1980~2000 年頃に生まれた若者をミレニアル世代と呼ぶ。

■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、装飾用塗料、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。2016 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。

2016 年、BASF はメタル、プラスチック、ガラス基板など幅広い産業での表面処理のリーディンググローバルサプライヤーであるシメタルを買収しました。ポートフォリオの拡大によって、BASF はより一層力強い塗料のソリューションプロバイダーとして、Solutions beyond your imagination(想像をはるかに超えたソリューション)を提供してまいります。

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(本社:ドイツ ルートヴィッヒスハーフェン)で、持続可能な将来のために、化学でいい関係をつくれます。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114,000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。2016年、BASFは約580億ユーロの売上高を達成しました。BASFの詳細情報は、www.basf.com(英語)、newsroom.basf.com(英語)、www.basf.com/jp(日本語)をご覧ください。