

塗料基礎講座 (第4講)

J. Jpn. Soc. Colour Mater., 91 [5], 171-175 (2018)

デザインにおけるカラートレンド

石原麻子*†

*関西ペイント(株) 神奈川県平塚市東八幡4-17-1 (〒254-8562)

† Corresponding Author, E-mail: inomat05@als.kansai.co.jp

(2018年1月23日受付, 2018年2月28日受理)

要 旨

塗料がもつ役割の一つに「色彩の付与」がある。景観の中で美観性をもたせるための色彩や、JIS規格の安全色や識別表示色など安全性をもたせる色彩、人の心理作用に働きかける色彩、そしてトレンドを反映し、販売促進に働きかける色彩が挙げられる。カラートレンドは、カラーデザインを行ううえで重要な要素であり、人々のライフスタイルと密接にかかわり合っている。

キーワード：カラートレンド, 自動車カラーデザイン, 建築カラーデザイン, 景観色彩

1. はじめに

われわれ塗料メーカーのカラーデザイナーは建築などの構造物、橋梁などの構築物、自動車、工業製品など塗装をとまなうさまざまな分野のカラーデザインを行っている。分野ごとに使われる塗料材質や塗装工程、塗装環境、市場性などが異なるため、入念な計画が必要になる。また、カラーデザインの対象物によってはトレンドの反映が求められる。一概にトレンドと言っても、製品によっては計画から2~3年後に発売されるものや、数カ月後に発売されるものなど市場に出るタイミングが異なる。そこで、発売時期に併せてトレンドがどのような方向に向かうかを想定し、色彩を選定することが重要である。そのためには、ファッション業界や建築業界、プロダクト業界や時事情報など、人々のライフスタイルにかかわる事象を敏感に捉え、時代の雰囲気や常意識することが求められる。

今回は自動車分野と建築分野のカラーデザインとカラートレンドについて、基本的な考え方からプロセスまでを概説する。

2. 自動車のカラーデザインのプロセス

2.1 自動車のカラー戦略

人の五感の中でも視覚から得られる情報は80%以上を占めると言われている。視覚から得られる情報として、モノの大きさや形、奥行き感などの距離感、素材から感じられる質感、そして色彩がある。色彩が何色か認識する時間は0.1~0.2秒とも言われていることから、色彩が第一印象に大きな影響を与えることがうかがえる。さらに色彩と質感の組み合わせにより、さ

まざまな意匠を表現することができる。そのため色彩を効果的に活用してモノの購買意欲を高めることができる一方、色彩は見る人の心理に作用するため、個々の嗜好による影響を受けやすい。こうしたことから、「なぜこのカラーか?」という理由付けが重要になる。

一般的なプロダクト製品のライフサイクルは、導入期から成長期、成熟期、衰退期という流れがある。市場が成熟していない導入期は他社よりも早く市場優位性を得ることが重要である。そのための戦略として、作り手や売り手側(企業)の視点で製品を生産し販売する方法であるプロダクション・オリエンテッド(生産志向)といった企業志向型の販売戦略が展開される。一方、成熟した市場では新規顧客を取り込むのは困難なため、ターゲットのライフスタイルを分析し、ニーズに答えることで顧客満足と製品力を向上することができるカスタマー・オリエンテッド(顧客志向)の考え方が主流となってくる。たとえば自動車産業の例では、自動車がまだ普及していない時代は、他社よりも高性能であったり、低価格であったりと市場での優位性をいち早く確立し顧客を確保する必要があるため、企業の生産性や販売方法が中心の戦略が立てられていた。しかし市場が成熟し限られた需要を取り込むには、他社との差異を明らかにする必要がある。性能や機能の差異が付けにくい場合は、ターゲットを明確にし、価値観に訴えかけて顧客の心理的満足度を狙う戦略が効果的である。その一つの手法にカラー戦略がある。たとえば世の中になく意匠性の高いカラーで他社と差別化することで、独自の地位を確立できる。またカラートレンドを取り入れて新たな魅力を付与する手法も効果的である。成熟した自動車産業において、各自動車メーカーのデザイナーもカラーに強いこだわりをもち、そのこだわりを塗料メーカーのカラーデザイナーや技術者とともに塗料に落とし込み製品化する。

2.2 自動車のカラートレンド

カラートレンドは自然に生まれてくるものではなく、市場への仕掛けとして2年先のカラートレンドがインターカラー(国際流行色委員会)により選定されている。インターカラーは



〔氏名〕 いしはら あさこ
〔現職〕 関西ペイント(株) 研究員
〔趣味〕 ワイン, 料理
〔経歴〕 1級カラーコーディネーター(環境色彩)。入社以来、建築、工業、自動車のカラーデザインに従事。専門分野は建築で、教育施設や医療施設の色彩研究に携わる。