

AGC旭硝子

AGCカラーガラスブランドを「ラコベル」に統一

AGC旭硝子(石村和彦社長)は2009年から、ヨーロッパ産のビッドでビュアな色調をそえたカラーガラス「ラコベル」を日本市場に投入。新しいカラーガラスの世界を切り開いているが、このほど「ラコベル」の国内生産を開始し、同社カラーガラスブランドを「ラコベル」に統一した。クリエーターのニーズに合わせる16色をラインアップし、10月から販売を開始する。欧州ならではの色彩センスに日本の生産・品質管理技術を融合させ市場の要望に対応する。商業施設などに加え、現在オフィスや病院、学校などの公共施設での用途開発も進めており、これら需要分野に適合した新しい色調と質感によって、さらなる市場の開拓を進めていく。太田里華AGCガラスプロダクツ市場開拓部長にブランド統一の背景と今後の展開について聞いた。

「ラコベル」16色国内生産



太田里華 AGCガラスプロダクツ市場開拓部長

「ブランドを統一する狙いについては、販売する私どももお客さまの両方に分かりやすいということが、第一の理由です。今後、AGC旭硝子のカラーガラスは「ラコベル」であることをご浸透させていただきます。まずは基本色16色でスタートします。ヨーロッパでは流行に合わせて毎年一部のカラーバリエーションを見直していますので、同じように状況を見ながら、ヨーロッパのトレンド色の追加、変更も行っていきたく考えています。一方、既存の『ビッドカラー』色を必要のお客さまにおかれましては、特注品として対応させていただきます。」

「AGC旭硝子はAGCヨーロッパで生産しているカラーガラス『ラコベル』と、国内生産のロングセラー商品である『ビッドカラー』、熱線反射ガラスを基板として使用した『パールピットロ』のブランドで商品展開をしてきましたが、このたびヨーロッパでシェアナンバーワンの『ラコベル』に統一

「販売する私どももお客さまの両方に分かりやすいということが、第一の理由です。今後、AGC旭硝子のカラーガラスは『ラコベル』であることをご浸透させていただきます。まずは基本色16色でスタートします。ヨーロッパでは流行に合わせて毎年一部のカラーバリエーションを見直していますので、同じように状況を見ながら、ヨーロッパのトレンド色の追加、変更も行っていきたく考えています。一方、既存の『ビッドカラー』色を必要のお客さまにおかれましては、特注品として対応させていただきます。」

白系でも発色の良い白や、単に真っ黒ではないテイスト感を持つ黒、ガラスエディションなどの要望が出てきています。このように新しさを備えたバリエーションをそろえたことが『ラコベル』の特長になっています。例えば『リッチイエロー』という品種は、これまで難しかった鮮やかな黄色を表現できたことが差別化になっており、『スターライトブラック』は一見、石目調に見えますが、照明を当てると深いところまでラメが入っているように見え空間によってさまざまな表情に変化します。こうした差別化ができるカラーでの新しい用途開発にも力を入れています。」

「『ラコベル』のプロモーションの仕方を考えていますと、発売当初は白に力を入れておりましたが、あらかじめヨーロッパで売れ筋の色をAGCさんが厳選して、それを提案されているように感じます。」

「バリエーションを多くそろえることも大事だと考えていますが、例えばいろいろな白を持つ『ラコベル』らしい際立つ白を前面に出し、他のバリエーションについては設計者・デザイナーの方々のニーズに合わせたカラーを選定しています。今回AGCカラーガラスを『ラコベル』にブランド統一し、国内での生産販売を開始するにあたり、設計者やデザイナーの方々に新色のサンプルを持ってヒアリングさせていただいていますが、かなりの好評を得ており期待しています。」

「オフィスでの具体的な使用例は、『近未来系をイメージしてIT企業での採用が多くなってきています。またオフィスビルのエレベーターホールにも多く使われるようになってきました。さらに目立つところでは企業の総合受付の壁一面に使われる施工例も出てきています。そしてオフィス、商業施設、公共施設ともトイレの清潔感を重視する風潮が高まっており、カラーガラスの高いメンテナンス性が評価されてトイレでの採用も増えてきています。あらゆる建物に壁はふんだんにあります。しかしそこにガラスが使われているケースはまだ多くはありません。今までの用途とは違うところに入り込むことによってカラーガラスの需要拡大がさらに見込めると考えています。ヨーロッパではカラーガラスの住宅での用途も多く見られます。今後日本でも住宅への展開も視野に入れています。カラーガラスを住宅に取り入れることによって生活感を取り除き、ホテルライクに見えることや、壁の美観をいつまでも美しく保つといった特長を生かせればと思います。」

「最後に具体的なプロモーション活動について教えてください。」

「カスタマーセンターへのカラーガラスに関する問い合わせへの対応や個

違いの際立つ発色 色彩センスで新しい需要

「日本では生産することによって、よりきめ細かい品質チェックと機敏な出荷体制が整うこととなります。それによって日本のお客さまの厳しい要求にさらしつかりとお応えしていくことが可能になります。」

「2009年に欧州のカラーガラスである『ラコベル』を日本市場に投入されたから、『ラコベル』の発色の良さ、これまでの日本のカラーガラスにはない色調の違いなどを強調して提案されてきましたが、浸透の状況は、

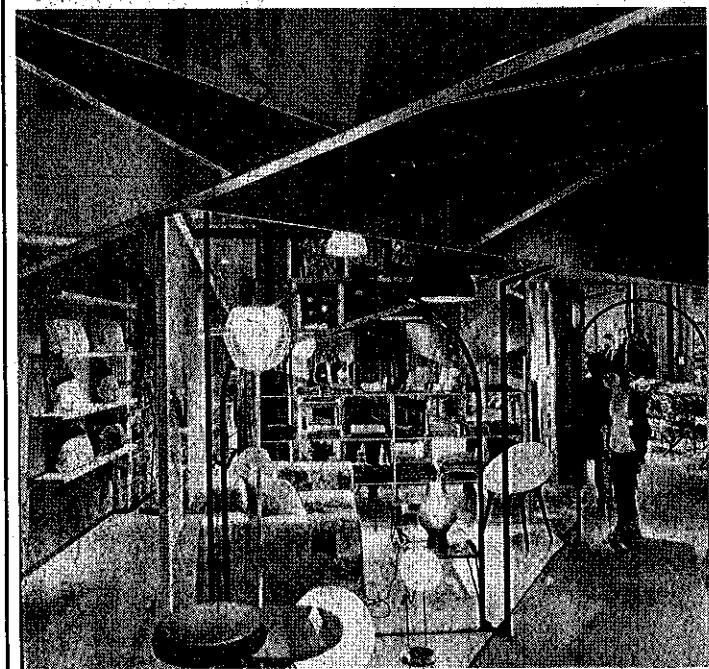
「『ラコベル』の新しいバリエーションはヨーロッパテイストの色調、質感を前面に打ち出しています。言葉で表現するのは難しいと思いますが、具体的にどのような違いがあるとお考えですか。」

「これまでは用途的にも商業施設が圧倒的に多いというところもあり、バス・テル調のポップな色合いのバリエーションが多かったと思います。しかし最近では、カラーガラスの用途も変わりつつあり、オフィス、病院、学校などに使われ始めるようになり、例えば同じ

「これまでは用途的にも商業施設が圧倒的に多いというところもあり、バス・テル調のポップな色合いのバリエーションが多かったと思います。しかし最近では、カラーガラスの用途も変わりつつあり、オフィス、病院、学校などに使われ始めるようになり、例えば同じ

別物件相談への直接対応など、対面式の活動も積極化させています。一方、メールマガジンを使い国内外の施工例紹介、新製品などの情報発信も定期的に行っています。中でもAGCヨーロッパは日本の30倍ものカラーガラスの施工実績を持っており、日本のデザイナーの方々はそれらについても高い関心を持っていただいていると捉えています。こうしたソフト面の充実もAGCの強みとして発揮できればと思います。9月25日に渋谷のDIESEL UYUで『ラコベル』の新作発表会&セミナーを行いました。これもお客さまとの対面コミュニケーションを図る機会と捉えています。『ラコベル』はこれまでのカラーガラスの延長線上にある商品ではなく、新しい内装材として新たな用途に適合できる商品に育てていきます。『ラコベル』を使うと空間がこんなに変わるということを意識して皆さまにご紹介し、AGCをより身近に感じていただければと考えています。デザイナーの方々は施工事例として新丸ビルのAGC本社オフィスにご案内し、実際の施工物件で照明による映り込みや外光による色、時間帯による表情の違いを確認していただいています。その後、京橋のAGC studioで詳細をご説明することによって『ラコベル』そしてガラスの魅力を感じていただき、理解を深めていただいています。」

「現在輸入している『ラコベル』は発色の良いものを5色選んでご提供していますが、設計者やデザイナーの方々には大変ご好評を頂いており、特にビュアホワイトの純白さについてはかなり高い評価を得ており、強い関心を寄せていただいていると感じ



9月25日に東京・渋谷の「DIESEL UYU」で開かれた「ラコベル」新色発表会での大野力氏(sinato)によるカラーガラスと鏡を使用したインスタレーション