

Color Glass FAQ Vol.2

ガラス使用に際して
覚えがちなテクニカルな疑問を
AGC技術陣が詳細に解説。

Question

カラーガラスを好きな色に特注することはできますか？
できるならばそのプロセスと注意点を教えてください

Answer

特注は可能ですが…
カラーガラスが他の塗装材料と非常に異なる点は、
塗装面がガラスの厚みの向う側にあることです。
つまり塗装面の裏側を、ガラスというフィルター
を通して見ることになり、ガラスそのものの色が塗
装色に影響することを考慮しなければなりません。
ガラス色は緑がかっており、いわゆるニュートラル
モトーンの階調ではないため色相や明度によっ
て影響度合いが違います。ここに特注カラーガラス
の色づくりの難しさがあります。

【色指定】 一般的にはDIC、パントーン、日本塗料工業会などで発行するカラーチャートで色指定する
ケースが多いと思います。その他には実際に塗装された各種材料のサンプルなどで色指定も可能です。
塗料を調合し色味を確定する過程を「調色」といいますが、明度が高く淡い色ほど正確な調色が難しくな
ります。ガラス塗装の過程では先に述べたガラス特有の色補正を行った後、塗料を実際のガラスに塗装しサ
ンプル化されます。A4サイズまでの1回分のサンプル制作は調色費用に含まれますが、2回目からは別途費
用が必要です。

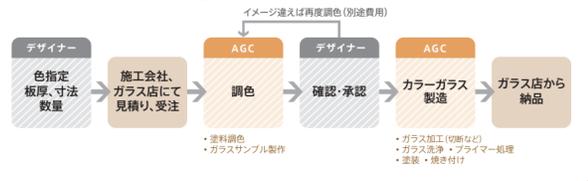
【板厚指定】 壁面などへの接着工法の場合5ミリ厚のフロート板ガラスが標準となります。カウンタ
ートップ用途の場合など厚さ指定により12ミリ、15ミリなどの厚板でも製作可能です。(高透過ガラス素板の
場合は別途ご相談ください。)

【塗料と塗装膜厚】 AGCのカラーガラスにはいくつかの種類がありますが、特注可能なカラーガラスは
「ビトカラー」となります。塗料は顔料系のエポキシ樹脂塗料、塗装方法は基本的に自動スプレーコート
で、少量オーダーの場合はハンスプレーとしています。塗装厚は40ミクロンが標準、焼き付け温度は120
～130℃です。塗料に最小購入量があることから、極小面積の特注は単価アップになる可能性があります。
詳しくは都度ご購入先にご確認ください。

【カラーガラスの一部に透明部分を残す場合】 カラーガラスの裏側にモニター画面を設置したりロ
ゴを透明に抜くなど、部分的に透明にするオーダーが寄せられることがあります。塗料を抜いた部分にバック
ライトを入れる場合はサンドブラストで裏側の塗料を削り取ります。塗装剥離面は掘りガラス状になり光
拡散には好都合ですが、全くの透明にしたい場合、後加工による塗料剥がしは難しく、その部分をマスキ
ングしたうえで特注塗装工程に入れ、結果として透明部分を残すのが一般的な加工方法です。

(AGC旭硝子 木下 純)

特注色カラーガラスの受注・製造プロセス



AGC COLORS GUILD 活動記

周辺環境をさまざまに映し混む反射性と鮮やかな発色、そして高質かつ
硬質な質感により、空間クリエイターから熱い注目を集めるカラーガラス。
その素材としての魅力を検証し、時代に即した空間デザインへの応用の
可能性を模索することを目的に、第一線で活躍する空間クリエイター5組
によって組織されたAGC colors Guild。月に一度開かれる定例会の成果
が、本紙に、そしてセミナーへと結実しようとしている。

AGC Colors Guild Member



第5回
2011年9月20日
@AGC studio

第6回
2011年10月20日
@AGC studio

第7回
2011年11月29日
@AGC本社
プレゼンテーションルーム

第8回
2011年12月21日
@AGC本社
会議室

定例となった各メンバーからのカラーガラスを使った
最新プロジェクトの報告の後、いよいよ9月28日
に迫った第5回「Guildセミナー」(パネリストは大
塚則幸氏と大野力氏。詳細レポートはGuild paper
vol.1参照)開催についての最終打合せ。進行役と
して参加の月刊「商店建築」編集長・山倉礼士氏
との事前打ち合わせの様子が披露される。また、
2012年秋のデザインイベント出展について、テー
マ、予算規模、制作スキームなどのたたき台を宮坂
大貴氏がとりまとめることが決定。

この日は日中にAGC旭硝子の工場をGuildメン
バーが視察。カラーガラスの製作工程をつぶさに眺
めることで、より素材と工法への理解を深めるとも
に、新たな可能性の模索に向けての具体的なアイデ
アを得る格好の機会となった。その夜の定例会では、
恒例となったメンバーの最新事例におけるカラー
ガラスの使い方に対する検証の後、宮坂氏がデザ
インイベントの企画案についてプレゼンテーション。
AGC旭硝子の見解と掘り合わせながら、そのテー
マと方向性について、喧々囂々の議論が交わされた。

この日の定例会は、丸の内・新丸ビル内に新装な
ったAGC旭硝子本社・プレゼンテーションルームにて
開催。エントランスロビーや会議室、執務室などに、
実験的な使い方も含めてガラスやカラーガラスが
さまざまに取り入れられているこの新本社。その環
境に刺激を受けて、デザインエキジビションのテー
マ設定に対する議論もヒートアップ。どのような
かたちを取ればこの会の成果を広く情報発信できる
かについて、AGC studioとの運動も視野に入れな
がらの白熱した意見交換がなされた。

デザインエキジビション出展に向けての明確な指
針設定が難航しているのは、現在の日本において広く
国内外にアピールできデザインイベントの不在が理
由として挙げられる。「カラーガラスという素材に
対するクリエイター側からの可能性の提案」という
目的に適した、コストパフォーマンスに優れた場を
選定しかねているのだ。いくつかのエキジビション
主催者からのプレゼンテーションを受けながら、その
具体的な方向性への模索は続く、すべてはColors
Guildでの成果を最適な方法で提示するために。

Information

AGCカラーガラス 「ラコベル」に新色登場!

カラーガラス施工実績が200万平米を超えるAGCヨーロッ
パ。そんなカラーガラス先進地域での主力商品「ラコベル」の
人気色が、このたび日本でも追加されました。新色は、「ソフト
ホワイト」、「メタルグレー」、「ルミナスグリーン」、「クラシッ
クレッド」の4色。ヨーロッパの香り漂う新色を加え、ますます充
実のAGCカラーガラスです。



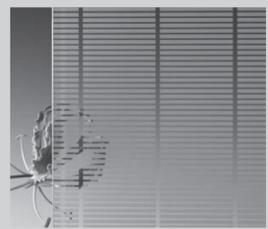
カラー合わせガラス 「ラミトーン・クリスタルカラーシリーズ」 新発売!

ガラスならではの透過性に装飾性と安全性を付加し、自立し
たパーテーションとしての機能を追求した合わせガラス「ラミ
トーン」。その「ラミトーン」に、「クリスタルカラーシリーズ」が
新登場。2枚のガラスの間に透明なカラーフィルムを挟み込
むことで、空間の広がりはそのままにさまざまな色味を加えら
れるようになりました。オフィスや店舗、一般住宅の間仕切り
やスクリーン、ドアなどにどうぞ活用ください。



パターン柄合わせガラス 「ラミトーン・グラフィカルパター ンシリーズ」に新柄登場!

2枚のガラスの間にパターン柄フィルムを挟み込み、
装飾効果を重視しながら透過性がコントロールでき
る合わせガラス「ラミトーン・グラフィカルパター
ンシリーズ」。ショップインショップや間仕切りなどに人気
のこのシリーズに、「ドットグラデーション」と「スリ
ットホワイト」の新柄が追加されました。



スリットホワイト

ドットグラデーション

ガラスの空間学②：発想と空間原理

Chikara Ohno

大野 力

既成概念からの逃走が生み出す
新たな空間原理

Internal Impression

Allee Bevasarlokozpont (Hungary / Budapest) / Zenit Hotel Barcelona (Spain / Barcelona)

Seminar Report

AGC colors Guild 第2回セミナー「カラーコーディネーションとカラーガラス」

Color Glass FAQ

活動記(第5回～第8回)

Information



Profile

1976年大阪府生まれ。金沢大学工学部にて都市工学を学び、卒業後にフリーランスを経て、2004年株式会社シナト設立。住宅や商業施設の設計を中心に、広告やアートに関わるプロジェクトも手がけ、その多くが国内外でさまざまな賞を受ける。2011年より京都造形芸術大学非常勤講師。

ガラスの空間学②：発想とプログラム

Chikara Ohno

大野 力 | 建築家

既成概念からの逃走が生み出す 新たな空間原理

現代社会の成り立ちを的確に見据えた新斬なアプローチで、時代に即した空間を次々と生み出し続ける建築家・大野力氏。常に既成概念への疑問から始まる彼のデザインは、使い古された形式を過去へと葬り去る、輝かしい予感に満ちあふれている。AGC colors guildのメンバーでもある大野氏が語り下ろすガラスの空間学。そこには、どのようなガラスの可能性が浮かび上がるのだろうか。

— 今回は、大野さんが手がけられた作品の中から、ガラスを効果的に使いつつ、与件に対する新しい解を導き出したものをピックアップしてもらいました。そのコンセプトを詳しくお聞きすることで、大野さんの設計に対するスタンス、およびガラスという素材ににまだまだ秘められた新たなポテンシャルが見えてくればと思っています。

まず博多・天神のブティック「DURAS」です。ここでは、白と黒のカラーガラスが壁面や柱面に多用されていて、装飾的でゴージャスな空間をつくり出すために大きな役割を果たしていますね。

大野：ええ。ブランドコンセプトである「グラマラス」なイメージを踏襲するのと、80㎡とさほど広くはない店内に奥行き感を与えるために、店内風景を広く映し混むカラーガラスをメイン素材として、空間を構成することを考えました。

カラーガラスを大きな壁面に使う場合、僕たち設計者は、そこに必ず存在するはずの目地を存在しないものとして思考したい傾向があると思います。模型をつくることも、目地は表現せずに一枚の素材をベッタと貼り付けてしまったりする。しかしながら、大壁面はもちろん、とくにブティックなどでは、壁面を商品ディスプレイのための仕器や建具と組み合わせつつついでに、どうしても分割せざるを得ない場所がたくさん出てきてしまう。結果的に、目地だらけの空間ができあがるというのが現実です。事務所内ではこれを「目地問題」(笑)と呼んでいるんですが、今回はそれを目をつぶるのではなく、むしろその問題をプラスに転じさせよう、というのが隠れコンセプトだったんです。そこで、ガラスの目地が入る部分にモールディングを貼っていくことを考えました。目地をなくすることを突き詰めていった結果、逆にそれを過剰なものとして装飾にしてしまおうと思った訳です。

モールディングを多用する意匠というのは、クラシックなイメージを喚起させますが、ここでは硬質で反射性を持つカラーガラスの素材感がベースとなっていることで、それらが与えるモダンな印象との対比が生まれてくることになる。モールディングとカラーガラスという通常はミスマッチに思える素材をあえて組み合わせることで、それぞれに定着している記号的なイメージを新たなものへ変換し、そのコントラストによって現代的な空間イメージを生み出せるのではないかと考えたのです。

▶ case: 02

Salon des Saluts

サロン デ サリュウ

六本木・星条旗通りに位置する、広さわずか54㎡のワインバー。透明なガラスによって空間の開放感と通りからの視認性を確保しながらも、単調な印象に陥らないよう、ガラスボックスによる奥行き感のあるファサードの構築が目指されている。



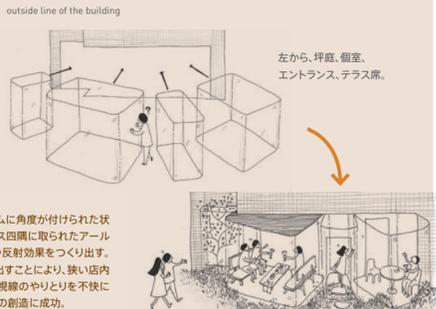
4つのガラスボックスがファサードにはめ込まれることによってつくられた多層的なレイヤー、ひとつはビルの外壁ライン、そして、そこに押し込まれたガラスボックスのライン、屋根のあるなし(ガラスボックスのひとつには屋根が架けられ、あとの3つは屋根なし)や室内外のライン、さらにガラスボックス内にも侵入してくる植栽のライン、これら複数のレイヤーの存在により、外部と内部との境界が曖昧な立体的なファサードが生み出されている。



撮影：矢野 紀行



4つのガラスボックスそれぞれはランダムに角度が付けられた状態でビル内に押し込まれ、それがボックス四隅に取られたアール加工と相まって、複雑な光の屈折効果や反射効果をつくり出す。ガラスならではの特性を最大限に引き出すことにより、狭い店内に開放感をもたらすとともに、通りとの視線のやりとりを不快に感じない、くつろぎ感あふれる室内空間の創造に成功。



左から、坪庭、個室、エントランス、テラス席。

— 目地というネガティブな存在をポジティブに捉え直していったということですね。

大野：そうですね。多分目地以外にもそういう風にネガティブに捉えられている存在って沢山あると思うのですが、そういったものの中に可能性を探っていくことがとても重要だと思っています。特にガラスってそれ単体ではなかなか施工できないですよね。取付けやジョイントのための二次材が必要な場合が殆どです。そういった状況の中では、ガラスだけを考えるのではなく、その他のものとの関係性の中で、相対的にガラスの価値を高めていくような視点が必要だと思います。今回の場合は、目地やその上に貼られたモールディングがその対象であったと言えるかもしれません。

— 続いては、東京・六本木のワインバー「Salon des Saluts」です。ここでは複数のガラスのボックスがファサードにランダムに埋め込まれることによって、複雑な視覚効果が生み出されていますね。

大野：広さわずか54㎡のこのワインバーを設計するに当たって、施主からは、なるべくファサードの透明度を高くして、通りを歩く人から店内が見えるようにしたいという要望がありました。しかし、普通1枚のガラスをはめ込むだけだと、本当に店内すべてが見えてしまい、単調で面白味に欠けた空間になってしまう。また、店内でワインを飲んでいる人にとっても、外を歩いている人にとっても直接的に視線のやりとりがあると、リラックスした状況にはならない。つまり、中と外をどれくらい見せてどれくらい見せないかが、大きな問題として浮上ってきたわけです。

そこで、ガラスという素材の特性を利用して、もう少し複雑な状況をつくり出すことにしました。それぞれ四隅にアールが取られたガラスの箱を4つ用意して、それをビルの間口にギョッと押し込んだ。この4つの箱には、エントランス、テラス席、個室、坪庭という機能が与えられ、そのうち個室にだけは屋根を架け、後の3つはガラスに囲まれてはいるけれど屋根のない空間とし、そのガラスのラインとは関係なく植栽を施しています。つまり、このお店には、もともとのビルの外壁のライン、そこに押し込まれたガラスボックスのライン、屋根のあるなしや室内外のライン、そしてガラスボックス内に侵入してくる植栽のラインと、いくつもの境界線が存在し、どこがこのお店と街との境界線なのか、よくわからない状況をつくり出していたのです。

— 外から見るのか、カウンターで飲んでいるのか、テラス席にいるのか、その人がいる状況によって境界線が微妙に変わって複雑性を獲得したということですね。

大野：ええ。それに加えて、ガラスボックスの四隅にすべてアールが取ってあること、ボックス自体がさまざまな角度ではめ込まれていることで、光の屈折や反射がものすごく複雑に起きることになります。そうすると、透明ではあるけれど、すべてが明確に見えるわけではないという状況が生まれてくる。外から何となく中の雰囲気は窺えるけれど、直接的な視線のやりとりは生まれにくくなる。複雑な光学性と透明性を併せ持つガラスボックスの集合によって奥行き感のある立体的なファサードをつくり、単調さと視線のやりとりという問題を解決していったのです。

— 3つめは、東京の「TTE」というオフィスです。ここでは、何も無いフロアにガラスの壁だけが自立していて、さらにそこに何の用途に使うのかわからないドアがいくつかはめ込まれているという、とてもシュールな風景が展開されています。

大野：たしかにシュールですね(笑)。でも、もちろんこれにも大きな理由があるんです。ここは、名古屋に本社があるIT会社の東京オフィスなのですが、業界

団体の事務局も兼ねて、常駐している社員は10名ほどであるにも関わらず、本社からの出張者のためのフリーアドレススペースや、業界団体の会合で月に1度か2度開かれる50人規模の会議室を常に抱えているのは無駄なので、可動間仕切りを使って必要とときだけそのスペースを確保できるプランが求められたわけです。僕は常々、必要とときだけ引き出されて、後は部屋の片隅に折りたたまれて放置されている可動間仕切りを美しく感じていて、機能のために他のことはお構いなしという状態に疑問を持っていました。そこで、壁を動かすからこそ実現できる空間のあり方を追求していくことにしたのです。まず空間を3分割し、真ん中のゾーンを大会議室となるスペースとし、両サイドのゾーンをフリーアドレススペース、およびラウンジスペースとするプランを考えました。そして、その大会議室となるスペースには可動間仕切りをいくつか設置し、通常は5つの小会議室が横に並んでいるという状態をつくり出したのです。その可動間仕切りを動かして大会議室をつくるわけですが、そのときにそれを巨大な引き戸にして、部屋の隅に折りたたむものではなく、戸袋を設けるのではなく、両サイドのゾーンにそのまま移動させるというかたちを探りました。これにより、通常はオープンだったフリーアドレススペースとラウンジスペースに区切り、それぞれを個室の作業室と小

会議室へと機能変換させることを考えた。つまり、折りたたみ時には不要物扱いされていた可動間仕切りは、新しい機能を与えていったわけです。

— なるほど。するとあのドアは…。
大野：そう(笑)。間仕切りを移動して個室にしてしまうと、どこにも出口がなくなってしまう。そのときの出入りのためのドアだったんです。この空間は、「スペースを無駄なく使う」という非常に合理的なモチベーションでつくられている過ぎないわけですが、その合理性を追求していった結果、こうした謎の建具が空間に孤立して存在しているというシュールな風景が生まれることになった。こうした思考の流れは、とてもおもしろいと感じています。

— これまで誰も疑問に思っていたことに目をつぶらず、それに正面から向き合うことで新たな空間の成り立ちを生み出して、今日の3つの作品いずれにも共通するこうしたアプローチが、大野さんのデザインの真骨頂と言えそうですね。

大野：僕は、設計者の仕事は与えられた課題を合理的に解決するだけでなく、既存の枠組みの中に埋没した問題を発見し、またそれをいかに美しく解く提案ができるかだと思っています。社会状況の変化に伴って、そうした課題問題は常に生まれ続けている。僕らの方法でそうした問題を考えていくことが今はとても楽しくてしょうがないです。— ありがとうございます。

▶ case: 01

DURAS

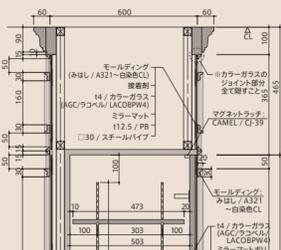
デュラス 天神CORE店

福岡・天神のファッションビル内にあるインショップ・ブティック。モールディングとカラーガラスという通常はミスマッチに思える素材の組み合わせによって、それぞれに定着する記号的イメージを新たなものへと変換している。



撮影：sinato

「ビトロカラー」ブラックの壁面に浮かび上がる4本の「ラコベル」ビュアホワイトの柱がリズムをつくり出す。柱は一番手前のみが本物で、奥の3つはフェイク。それぞれフィッティングルーム、倉庫収納の機能が与えられている。



クラシックな印象のモールディングとモダンな印象のカラーガラスとの組み合わせによって仕上げられた柱部分詳細。モールディングはつぶし塗装ではなくあえて木目を残す塗装にすることで、ガラスとのコントラストを際立たせた。遠くから見るとモールディングによるクラシックなイメージが先行し、近づくにつれてガラスのモダンなイメージがその上に重なっていく。こうした私たちの中に知らず知らずのうちに刷り込まれている既視感との差異を利用して、新たなイメージを生み出している。



撮影：sinato

▶ case: 03

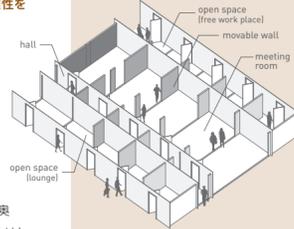
TTE Shinagawa

豊通エレクトロニクス東京営業所

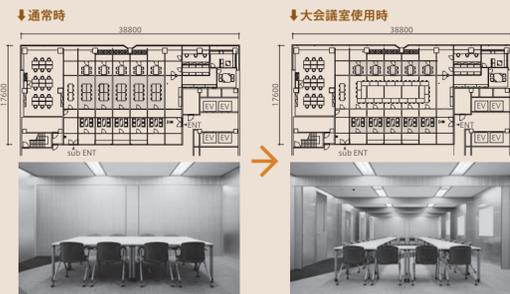
東京・品川に位置するIT会社の東京ブランド。月に1、2度開かれる50人規模の会議に対応するため、引き戸式の可動間仕切りを採用。その可動間仕切りを前倒した空間の成り立ちを追求することで、フレキシブルさを要求される空間の新たなモデルケースを創出。



撮影：太田 拓実



何も無い空間にガラスの壁とそこに埋め込まれたドアだけが存在するシュールな風景。



2つに分割された中央ゾーンに会議室スペースを配置。通常時は、パーティションによって5つに区切られた小会議室が並ぶが、大会議室として使用されるときにはそのパーティションがゾーン外へ引き出され、通常時にはオープンだったラウンジスペースとフリーアドレススペースを、それぞれ個室の作業室と小会議室へと変換させる仕組みとして機能。通常時にはシュールに見えたガラス壁とドアは、その際の可動間仕切りと出入口として設けられたもの、限られたスペースを有効に使うための可動間仕切りを、さらに空間プログラムに不可欠な要素にまで高めることに成功。



Allee Bevasarlokozpont
Hungary / Budapest
Designer: Chapman Taylor / Finta Studio / Greig&Stephenson



Zenit Hotel Barcelona
Spain / Barcelona
Designer: Marta Catalan Gil

Seminar Report

セミナー
レポート

AGC colors Guild 第2回セミナー

カラーコーディネーションと カラーガラス

日時：2011年11月22日(火)
18:30～20:00
場所：AGC studio 2階会議室

周辺環境をさまざまに映し込む反射性と鮮やかな発色、そして高質かつ硬質な質感により、空間クリエイターから熱い注目を集めるカラーガラス。その素材としての魅力を検証し、時代に即した空間デザインへの応用の可能性を議論し、その成果を世の中に広く発信することを目的に、第一線で活躍するデザイナーやコーディネーター5組によって組織されたのが「AGC Colors Guild」だ。そこでこの成果を広く一般に公開するセミナーの第2回目が11月22日、東京・京橋のAGCスタジオにて開催され、空間における色使いの考え方についてトークセッションが繰り広げられた。

色彩への意識変革

今回のテーマは、「カラーコーディネーションとカラーガラス」。プレゼンターは、インテリアデザインとインテリアコーディネーションを融合させた独特の視点から空間クリエーションを手がけるインの伊吹絵理、酒井万貴子の両氏。更に、カラーガラス開発に長年携わってきたAGC旭硝子・木下純氏が技術的な質問やコメントを加えながら、「商店建築」編集長・山倉礼士氏のナビゲートで進化した。インの最新プロジェクトを題材に、現在の空間デザインにおける色彩の持つ意味、そこで果たすべきカラーガラスの役割などに話題が及んだ。「素材をこだわって選ぶように、色彩ももっと意識的に選ばれるべきではないか」と言う伊吹氏の言葉から始まったトークセッションは、自らが手がけた商業施設と住宅におけるカラーコーディネーションをモチーフに、空間構成エレメントとしての色彩の重要性をプレゼンテーション。「ショップアイデンティティーの創出や来訪者の視線誘導など、空間デザインにおける色彩の役割は驚くほど大きい」(伊吹氏)。「光の取り入れ方が空間の雰囲気づくりに大きな影響を与えるように、カラーコーディネートのあり方に



ジュエリーショップ「クリオブルー」店内。左手壁面の掘り込み部分の壁と天井にはパールパープルのカラーガラスが、正面奥の掘り込み部分にはココアブラウンのカラーガラスが貼られている



よって空間の印象はガラッと変わる」(酒井氏)など、空間デザインをエレメントの集合体として捉え、家具や什器のみならず、ファブリックやアートまで含めて空間全体をつくりあげていくインならではのスタンスからの色彩論が展開された。両氏はとくに、日本の住宅デザインにおける色彩計画の乏しさに言及。山倉氏からの「これまで住宅用建材とは見られなかった塩ビやガラスなどが徐々に住宅でも使われつつあるように、色彩計画においても店舗と住宅の垣根を超える意識変革が起こりつつあるのか」という問いかけに、「店舗やホテルなどで魅力的なカラーコーディネート事例を目にする機会が増えてはいるけれど、クライアントにとって、住空間に色彩を取り入れることにはまだまだ勇気がある。その背中を押すために、色彩を効果的に取り入れた空間の魅力を提案し続けていくことが私たちの役割」と酒井氏。色彩への意識変革を促すことが、白い壁とフローリングの床で置産される工業製品のような住宅デザインの現状を、住まい手のライフスタイルに即した表現へと返還する有効な手段であると強くアピールした。

カラーラインナップの拡充

では、カラーガラスは、そうした色彩を巡る空間デザインのトレンドの中でどのような役割を果たすのか。伊吹氏はこう答える。「カラーガラスの一番の魅力は、そこに映り込みがあること。色彩のみがそこに存在するのではなく、色彩にプラスして周辺環境や人の動き、太陽光や照明などがそこに映り込むことで、色彩の幅はもろんデザイン幅を大きく広げてくれる。表参道のジュエリーショップ「クリオブルー」で私たちが試みたように、同じココアブラウンのカラーガラスでも、照明を当てるのと当てないのとではまるで違った表情を見せてくれるし、水平面に使うのと垂直面に使うのとでも、色の見え方は大きく変わる。カラーガラスは、色彩に豊かな表情を与えてくれる素材です」酒井氏が続ける。「もちろんそれは、ガラスならではの抜群の平滑性によるところが大きい。カラーガラスはその平滑さを透明性ではなく反射性へと特化させ、その反射率を自在にコントロールする機能を手に入れた。強く映り込むハーフミラータイプのものからマットなテクスチャーのものまで、同じ色でも外的条件によってさまざまに変化させることができる。色彩という概念に可変性を持ち込むことができるのが、カラーガラスの魅力のひとつだと思っています」その上で両氏は、あえてAGCのカラーガラスに要望を提言する。「せっかくこのような魅力と可能性を持った素材であるにも関わらず、いまのカラーラインナップには多少の疑問もあります。マットなテクスチャーを含めた白のバリエーションには目を見張るものがあるが、それ以外の色味には新鮮味が乏しい。毎年、ファブリック業

界で今年のトレンド色が発表されることからわかるように、色には旬やトレンドがあります。同じ青やピンクでも、時代によって人々が惹かれる色味は微妙に変わってくる。これを加味してカラーバリエーションが充実すれば、店舗、住宅に限らず、空間デザインにおけるカラーガラスの役割は飛躍的に高まると思います」(伊吹氏)それに対して木下氏は「確かに私たちはバリエーションの豊富さにこだわらざるを得ない。色味自体に関してはほぼ吟味を重ねてこなかったように思います」と回答。「色彩に関しては一日の長があるAGC欧州で販売中の製品も含めて、皆さまの意見をお聞きしながら、時代に即した新色の随時追加していく予定ですので、どうぞご期待ください」と話した。まさにこうしたディスカッションが開催された2011年11月、AGCカラーガラスの「ラコベル」シリーズに4つの新色が加わった。一層広がった選択肢を活かして、空間デザインがどのような進化を遂げるのか、今後に注目したい。



1 リティアーノ有楽町ルミネ本店
什器図面 1/30
TOP: カラーガラス(面取りW20)
φ250
850
φ600
10
レジン350×D430×H260
CATT140×W200×H170
2
3