

内装塗料特集

室内かべ用抗ウイルス塗料、 DIY 市場に本格投入 ターナー色彩

ターナー色彩は、“抗ウイルス機能”をそのまま商品名にした室内かべ用水性塗料「ANTI VIRUS PLUS (アンチウイルス プラス)」を今月16日に発売した。全国のホームセンターやネット通販サイトを通じて一般消費者のDIY市場に向けて展開する。コロナ禍で発生した巣ごもり消費で塗料のDIY需要が増大している中、“抗ウイルス”の分かりやすいネーミングで一般消費者需要を刺激する。

同商品はDIY市場のヒット商品「ミルクペイント」のシリーズ品としてラインアップした。2014年に発売したミルクペイントは、ミルク原料を使用した安全なイメージとレトロ感のある色調が女性層の支持を獲得、女性によるDIYブームを背景に一気に市場に広がった。現在、全国2,500店以上の主要なホームセンターが導入。DIYユーザーに認知度の高いブランドを冠することで市場への早期の浸透を狙う。

新製品の「アンチウイルス プラス」は、ビニールクロスや石膏ボード、木部、モルタル、コンクリートなど室内の壁を対象とした水性塗料。通常のEPと同じく刷毛やローラーで塗装する。抗菌・防カビ・消臭・クリーニング・不燃など室内壁用塗料としての機能に、抗ウイルス機能をプラスして新たにラインアップした。

抗ウイルス性については、新型コロナウイルスと同類のエンベロープ型ウイルスで試験し、99.9%以上の繁殖抑制効果があることを公的試験機関で実証。

また、光触媒酸化チタンや消石灰系の抗ウイルス塗料が淡彩色に限定され

ているのに対し、濃彩色のラインアップや調色対応ができるのも同品の特徴。「有機系の特殊な抗ウイルス薬剤をマッチさせることで色への影響を回避、デザイン性を犠牲にすることなく製品化できた」と、カラーデザインも楽しめる抗ウイルス塗料に仕上げた。

安全で上質な暮らしを連想するホワイトを基調とした容器デザインを採用。ホームセンターの店頭やECサイトの画面を通じてイメージを訴求していく。0.5ℓから15ℓの各種容量を揃え、淡色、中濃彩、濃彩の18色を標準色で揃えた他、調色対応も行う(2ℓ〜)。

同社は、「アンチウイルス プラス」を「ペイントDIY文化創出へ向けた切り札にしたい」考えだ。

ペイントDIY文化とは、「海外のように住まい手自身で室内の壁を塗り替えて豊かな暮らしを楽しむ、日常の中にペイントが根付いたライフスタイル」と説明。業界の課題である内装市場の開拓と、塗料の一般消費者への普及を同時に達成するアプローチとして自社のミッションに掲げており、その切り札にしたい意向。巣ごもり消費でDIYスタイルが定着し始めたことと、安全安心への希求が高まる今をその機会と捉える。

同時に「色を楽しめる抗ウイルス塗料」とのセールスポイントを前面に打ち出す。「コロナ禍で閉塞感が高まっている時代だからこそ、人の心理に働きかける色の価値が改めて浮かび上がる。絵具メーカーでもある当社だからこそ説得力を持つ色を強みに、抗ウイルス塗料の普及に努めたい」意向。

新たな生活様式でこそ求められる 内装仕上材「輝・キララ」 GENSEN

外出自粛要請やテレワークの普及で家の中にこもることが多くなり、居住空間の在り方に改めて関心が高まっている。巣ごもり消費という行動変容を生み出した一方で、家族が常に同じ空間にいることでストレスが高まるなど負の側面も大きい。内閣府によると家庭内におけるDVの相談件数はそれまでの1.5倍にのぼり、ステイホームによるストレスが少なからず影響しているという。

こうした問題の解消に、内装仕上塗材の立場からアプローチしているのが環境塗料開発のGENSEN(本社・東京都渋谷区、社長・太田健一氏)だ。同社の主力製品「輝・キララ」によって、「ストレスを和らげ、リラックスできる居住空間づくり」を提唱する。

内装仕上塗材「輝・キララ」は、沖縄県与那国島で採取される化石サンゴの石灰層を主原料にしている。他の地域の化石サンゴに比べてキメが細かく多孔質で、消臭性や吸放湿性、カビ抵抗性、抗菌性など内装塗材として高いパフォーマンスを発揮。また副剤に用いている天然ファインセラミックスのダントパウダーにより各種機能が増幅され、更にマイナスイオン効果が発現する。こうした各種の機能は公的な第三者機関で実証、科学的な裏付け(エビデンス)には絶対の自信を持つ。

中でもマイナスイオンの放出に関しては300個/ccと通常の室内環境の10倍超を測定。マイナスイオンによってプラスに帯電した室内の臭いや汚れ、菌、VOCなどの有害物質が中和・無害化され、清浄な空気質の居住空間

を形成する。イライラやストレス、体の疲れにも有効とされるマイナスイオンをリッチに放出することでリラックスできる空間を提供、ステイホームによるさまざまな問題の緩和に内装塗材で貢献する。

同社の太田社長は、「コロナが収束してもテレワークは定着し、外での消費もコロナ前までは戻らないと言われています。そうした新しい生活様式では相対的に家の中で過ごす時間が長くなり、安全安心や居心地の良さを求める声は当然多くなる。加えて、ウイルスという目に見えない敵を相手にしているので身の回りの空気質にも関心が高まります」と居住空間をめぐる消費者心理の傾向を分析。住宅の内装仕上げがビニールクロス一辺倒から大きく変わる機会だとし、環境塗材「輝・キララ」で社会的な要請に応えていく。

「輝・キララ」は、健康的な住まいづくりを指向するビルダーに多く支持され住宅分野で一定の需要を築いている他、学校の改修スペックとしても定着。首都圏のある自治体では市内の公立の小・中・高校の改修工事で廊下や階段室の天井・壁の仕上げに同品を指定、約100校に及ぶ学校の改修工事で順次使われている。子供たちがシックスクールの被害に遭わぬよう、同品の空気質改善の効果を期待してのもので、採用が続いていることがその実力を物語っている。

こうした実績を受け、施工研修や商品研修を修了した認定施工店、認定販売店も増加、塗装会社や塗料販売店の取り扱いも増えている。



ページエコシリーズ

調色幅拡大しました。

ゼロVOC・VOCフリーで
安全に美しく仕上がる
ページエコシリーズ。
神東塗料を代表する製品として
数多くのお客様に
ご愛顧いただいております。

お客様の声をもとに調色幅を拡大し、
よりクリエイティブなデザインにも
対応可能となりました。
是非一度お試しください。

くらしゆたかに あざやかに 未来を創造するコーティング

神東塗料

東京 03(5690)0544 名古屋 052(612)0293
大阪 06(6426)3763 www.shintopaint.co.jp

内装塗料特集

ケーススタディ

ホームセンターの大きな期待 国内初、店内にペイントと壁紙の専門店

ホームセンターの店内に、インテリアデコレーションの専門店がオープンした。海外のハイセンスなペイントと壁紙によるDIYで洗練された部屋づくりを提唱、DIYを新たな次元に導く。ホームセンター内に初めて設けられた“ストアinストア”型のインテリアショップ。そこにはホームセンターの並々ならぬ期待があった。



北部九州を地盤に65店舗を展開しているホームセンター「グッデイ」の土井店（福岡市土井）の店内に昨年3月、インテリアデコレーションの専門ショップがオープンした。店名は「DECO-Pit（デコピット）」。

デコピットを運営しているのは、両品の輸入販売元でもある福岡市のインテリアショップ「インブルーブ」（倉本梨代代表）。住宅の内装でペイントがなかなかブレイクしない国内の市場において、「いちばん売れる可能性のある場所はホームセンター」（同社・倉本正氏）とストアinストアのかたちを模索していたインブルーブと、「DIYの新たなスタイルの提案に可能性を感じた」というグッデイ側の思惑が一致。昨年3月、土井店のリニューアルオープンに際してデコピットを誘致、新たな取り組みがスタートした。

グッデイ土井店の出入口付近、レジカウンターそばの壁沿いにデコピットは配置。「当店の最もいい場所」（グッデイ商品部部長・西村新悟氏）というように、期待の高さが分かる。

ショップの間口は7mほど。向かって右側に「塗料売場」、左側に「壁紙売場」をシンメトリーで配置、「ひと目で店の全容が目に入り、お部屋の壁の装飾を連想していただけるようディスプレイしている」（インブルーブ・倉本氏）と説明。

デコピットで販売しているカナダの「クローバーデールペイント」は1,320色をラインアップ、来店者がチョイスした色をその場でミキシングして提供する海外流のスタイル。またニューヨーク発の貼ってはがせる壁紙「テンペーパー」は海外製ならではの装飾性の高さが特徴で、130種類以上の柄をラインアップ。ペイントと壁紙を単体で、あるいはそれらを組み合わせて洗練された部屋づくりを楽しむDIYを提案。グッデイが「新たなDIYスタイル」と期待する部分だ。



ホームセンター初のストアinストア「DECO-Pit」

「デザイン性の高い海外の商材で居住空間をグレードアップするDIYは、日曜大工や木工などのDIYとはまた別の魅力がある」とグッデイの西村氏。ホームセンターの中でも「DIYの啓蒙に注力している」同社にとってチャレンジしたいDIYであり、同社が掲げる「家族とつくるいい一日」という企業コンセプトにも符合。パイヤーのトップを務める西村氏自身がプロジェクトを先導し、ホームセンターの店内にペイントと壁紙の専門店がオープンするという初のケースが誕生した。

DIYの新たな価値提案強みに

DECO-Pitの誘致にあたり、グッデイは自社の従業員にも店頭で対応できるよう研修を行った。基本的にはインブルーブのスタッフが店頭で詰めているが、他の仕事で不在のときなどにグッデイの従業員がフォローできるようにするためだ。この辺りにも、単なる場所貸しではないグッデイの本気度が伝わる。

研修ではインブルーブの倉本氏が講師になり本格的なレクチャーが行われた。商品への愛着を高めるストーリーを伝え、色や柄の選び方や施工のハウツーなど客からアドバイスを求められたときの対応力、手動のミキシングマシンで調色まで行えるよう、みっちり研修。「多くのお客様にとって未知の領域である“壁のDIYリフォーム”へ誘導するには、疑問や不安を取り払うことがなによりも重要」との共通認識のもと、専門性を身につけた。

「当社の従業員にとっても新しい知識の吸収、スキルの向上につながりとても良い人材教育の機会になった。ペイントや壁紙で部屋の装いを一新するDIYの新たな価値をお客様に提案できるとともに、他のホームセンターにはない当社の従業員ならではのスキルにもなる」と西村氏。インブルーブのスタッフが不在のときにはグッデイの従業員が率先してDECO-Pitでの対応を行う、そんな光景がホームセンターの中に広がっている。

DECO-Pitがオープンして間もなく1年が経過。1日に20~30組が来店しリピーターも増え手応えは感じているが、「売上の伸びはまだだ」と倉本氏。

両社にとってやはり想定外だったのはコロナショックだ。昨年3月にオープンして間もなく緊急事態宣言が発令、以降、イベントや集客のための告知が全くできなくなった。特にグッデイは、DIYに傾注しているだけにワークショップが盛んで、ファンづくりや集客の目玉にもなっている。「さまざまなワークショップにDECO-Pitのアイテムを組み込んで認知を広げる予定でしたが、それらができなくなったのはやはり計算外」と西村氏。

ただ、家で過ごす時間が長くなり室内の設えに関心が向いていること、中古住宅をDIYでリノベーションするトレンド、地方においても住宅の洋風化が進んでいることなどを背景に「DECO-Pitが提唱するDIYはポテンシャルが高い」（西村氏）との見方は崩していない。「コロナという想定外のこともあったし、まだ1店舗目なので結論は出せません。地域的な傾向もあるでしょうから他の地域でも検証する必要がある」（西村氏）とし、今後も出店を広げる予定。ペイントと壁紙によるDIYの新たなスタイルに期待を寄せる。

肺を洗う家

希少性の高い与那国島の「化石サンゴ」から生まれた健康塗り壁

★★★★ 不燃材大臣認定

VOC放散試験 厚生省の基準以下

抗菌・消臭



病は家から...

株式会社GENSEN®

http://www.p-gensen.com

お問い合わせ：神奈川県相模原市中央区相生3丁目4-19 TEL: 042-707-7256



輝・キララの主な特徴

- 高い安全性
- 超・調湿性能
- 優れた抗菌効果
- 嫌な臭いの吸着分解性能
- マイナスイオン効果
- 優れた施工性によるコストダウン