

KAGETOHIKARI

KENGO KUMA X SANGETSU

天然素材の使用による日本の美を追求してきた世界的建築家・隈研吾氏と、建築内装材トップシェアを誇るサンゲツが初のコラボレーション。目指したのは、日本文化に根付く「陰翳の美しさ」。その実現に、日本各地の職人・技術者が知恵と技を出し合い、試行錯誤の末完成に至った、「カゲトヒカリ」シリーズ。奥行きや重なり、不完全さに美しさを求めた感覚的な壁装材・床材の魅力を伝えるため、「感覚的な体験」要素を重視したブランドサイトを構築した。



挑戦の始まりからテーマ設定、実現アイデア、製作工程に至る道のりを、その議論の中で出てきたイメージなどを交え紹介するコンテンツ。隈研吾氏の着想や、実現する上での日本の職人の技・アイデアなど、まさに「KAGETOHIKARI」ができるまでを追体験できる。

世界観を表現するブランドムービー。「カゲ」と「ヒカリ」の関係性を表す上で、商品デザイン上使用した「点・線・曲線」といった普遍的な要素をAEで表現。感覚的な映像に仕上げることで、商品の利用イメージを膨らませる構成とした。

角度や照度によって様々な顔つきを見せる商品の特徴に迫るべく、明度の調整やZOOM-IN/OUTができるシミュレーターコンテンツを開発。実商品を見ることができなくてもイメージをつかんでいただける。



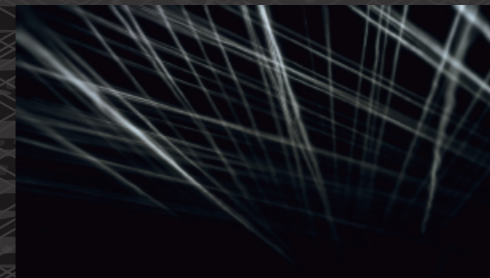
トンネルに見立てた空間の中には無数のイメージが浮遊



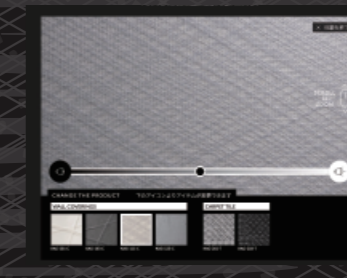
浮遊オブジェクトを選択すると、思考プロセスを解説



商品の表情でもある点・線・曲線で表現されたキービジュアル



素材感を出すため繊維風の線をAEで描き、幾重にも重ねながら商品にクローズアップ



スライダーの操作で照明の明暗が変化し、カゲ具合による表情の変化を見ることができる



プロセスの中には隈氏直筆のデザインも。これを商品として形にしてい



隈氏との議論を重ね、試行錯誤の上商品が出来上がっていく



商品の素材感・ディテールの世界観から、空間イメージまでを紹介



隈氏とサンゲツ安田社長との対談を収録、世界に誇れるものづくりを語る



表情のUP。繊維の織り込み加減まで寄ることができる



ラインナップ商品と入れ替えて体験することも可能