

## ルノン ホーム 2020-2023 2020年7月29日発売

2020年7月8日

弊社では壁紙見本帳「ルノン ホーム 2020-2023」を2020年7月29日に発売致します。  
シンプルでありながら素材感、ディテールにこだわり、空間を構成する様々なインテリアエレメントとも調和する応用範囲の広い商品を多く掲載しています。

また、空間の役割や時間の過ごし方で必要とされる機能を付加し、昨今高まりつつある清潔や安全にも配慮した商品をラインアップしています。お家時間がより快適になるお部屋作りができる一冊です。

さらに、嗜好の多様化やアイデンティティの表現としてカラーバリエーションにも注力し、前集にはなかった色調を重点的に開発しました。

住空間を心地よく整えること、家の中を大切に考えることは、生活の満足度を上げることにもつながります。もっとお家時間を楽しむために、ルノンホーム 2020 をご提案します。



# HOME

RUNON WALL COVERING COLLECTION 2020-2023 ■

### ■内容

壁紙見本帳 ルノン ホーム 2020-2023

発売日：2020年7月29日予定

掲載点数／頁：821点／187頁 ※トリム、及びRPS品番(特殊掛率品)を除く。

掲載商品格：上代1,000円/m ※トリム、及びRPS品番(特殊掛率品)を除く。

### ■構成

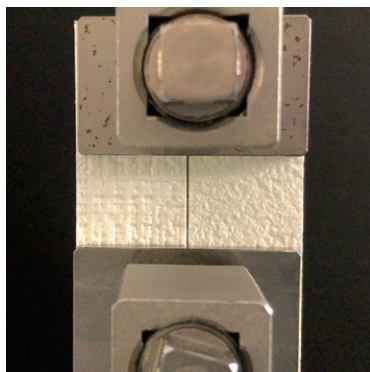
#### ①空気を洗う壁紙® ストレッチ

空気を洗う壁紙® に新しく、軽量耐クラック仕様が仲間入りしました。

RH-7001～RH-7010 (4柄10点)

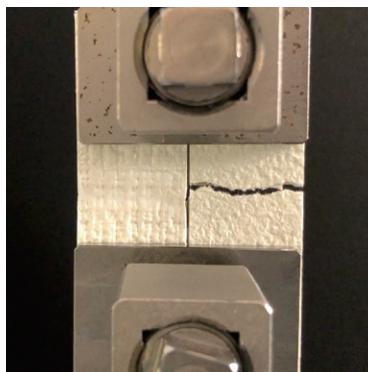
※RH-7003～RH-7006、RH-7007～RH-7010は、ページが分かれています、それぞれ同柄配色品です。

試験前



左がストレッチ品・右が一般品

試験後



左のストレッチ品は割れていません

通常のビニール壁紙との比較で、約3倍のストレッチ性があります。



### ②ミリクローレル

壁紙・インクジェット壁紙ともに最新作を多数収録、充実のラインアップ。

スウェーデンに活動の拠点を置く日本のデザインブランド「MiriKulo:rer」。

「日常を自然と美しく暮らすデザイン」をテーマに、自然のモチーフや自然に寄り添うデザインを発信しています。

2020年の新しい壁紙シリーズは、繊細な描画と豊かな水彩のタッチで画かれた「Stad (街)」、「Växt (植物)」、「Små fåglar (小鳥)」3つのパターンに加え、「ミリクローレルブランドの無地 (2柄各4色)」を新たに展開いたします。日本と北欧の感性が融合した美しいデザインと色彩で、お部屋を丸ごと包み込むことができるようになりました。



インクジェット壁紙では、墨の濃淡でダイナミックに北欧の山々を表した「Landskap (風景)」、モチーフの花を大胆な筆跡でシンプルにデザイン化した「Grovsiss (ラフスケッチ)」、北欧の自然からインスピレーションを抽出し印象的な色彩で描き上げた「Moln (雲)」と「Sjö (湖)」の4作を発表します。アートの存在感をたたえた新しいシリーズを加え、お部屋のアクセントや空間のランドマークなど様々なシーンに映えるデザインバリエーションを揃えました。

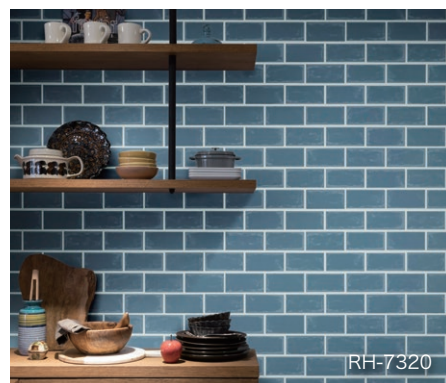
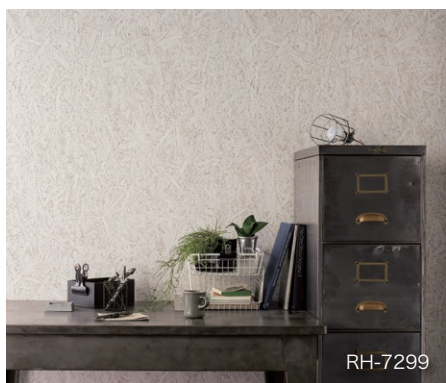


### ③アースディスプレイ

トレンドの木目やコンクリート、レンガなど自然をモチーフとしたデザインが人気です。

今回のホームでは、前集よりも大幅に点数を増点し、素材の種類も幅広く揃えました。

新柄ではリピート感がなくリアルな表現にこだわり開発しています。また、店舗など非住宅での使用も想定し可能な限り不燃品を採用しています。





### ④テキスタイル・パターン

新カテゴリ「テキスタイル・パターン」は、テキスタイルの持つ多彩な表情を様々な壁紙の製法を用いて再現したカテゴリです。

なかでも、新柄の RH-7361～RH-7369 は従来よりも高輝度のラメを使用した商品です。

一般的なラメよりも一粒一粒の輝度が高く、これまでにないラグジュアリーな輝きが特長です。

また、ラメ部分には品番ごとに異なる色を付けており、織物の複雑な表情と微妙な色の変化をお楽しみいただけます。



### ⑤空気を洗う壁紙® クラフトライン

ルノンホーム 2020 のクラフトラインは、フレッシュプレミアム 2019 のラインアップを基本踏襲し、入れ替えなしのロングラン価値を提案いたします。

(RF-6055～RF-6059【寂静】は、品質改良のため、いったん掲載を見送りました)

本文巻頭 P.119～P.120 2010 年～2011 年の新発売当時のブランドコンセプトをあらためて掲載しました。

原点回帰をすることで、クラフトラインの本質的な価値をあらためて再認識しシンプルに提案していきたいという考えです。

ブランド各社、当社も含め、競争のために 1 年に 1 度見本帳を更新し、スクラップ&ビルドを続けています。

クラフトラインは、その流れに沿うことなく、約 3 年に 1 度の商品改定ペースで新柄、廃番をサイクルしてきました。

設計者、デザイナーは、新しいものを求めつつも、ベーシックなゾーンには長く継続する商品を必要としています。

クラフトラインはトレンドとロングライフを両立するほかに類のないカテゴリへと進化をしていきます。





## ⑥ 幼児の城 新画像追加

発売以来、カラーリングが木（フローリング）との相性、グレイッシュな落ち着いたトーン、豊富な配色がコーディネーター様を中心に高い評価を得ている同シリーズ。日本最大の住まいとインテリアの投稿サービス「ルームクリップ」にも、ルノン「幼児の城 壁紙」の採用事例が多くアップされています。一般住宅でも、マットなペイント調のカラーリングが支持され、オーナー様の趣味やイメージを素敵にスタイリングされています。そのイメージを伝えるべく参考となるインテリア写真をそれぞれのカラー・カテゴリーに追加しました。カラーの持つイメージをインテリアに置き換えています。元の幼稚園の画像はビビッドや濃色系が多かったため、ライト、ミディアムトーンを中心に画像作成しました。

