

# 照明市場が活用すべき5つのトレンド

キャリア・メドーズ

BEIマーケティングエージェンシーのAMBI社は最近、クライアントの活動と戦略を分析して、ビジネスを強化するための5つの領域を特定した。

2024年も半ばに差し掛かったところで、米国オハイオ州シンシナティを拠点とする建物環境業界 (Building Environment Industry: BEI) マーケティングエージェンシーのAMBI社は、建造環境 (built environment) におけるプロジェクトに従事して供給を行うクライアントとの間で浮上した、主要な差別化要因と論点について考察した。照明ブランドは、「独自のアイデンティティと価値提案」で購買市場に訴求しなければならないが、メーカーは2024年とそれ以降も業界に影響を

与え続けるであろう5つのトレンドに取り組むべきだと、同社は指摘した。

## 項目 1: サステナビリティのスローガンや 認証よりも行動を優先する。

「サステナビリティの取り組みを論じる照明ブランドは多いが、具現化する企業は非常に少ない」と、AMBI社のトレンドレポートには記されている。「競争に打ち勝つことが期待できるのは、包括的に持続可能な慣行に向けて積極的に前進しているブランドである」。

実際、照明市場は、ライフサイクルアセスメント (LCA) 手法や環境製品宣言 (Environmental Product Declaration: EPD) の開発から、分解できるデザイン (Design for Disassembly: DfD)、リマニュファクチャリング、その他の循環経済慣行に至るまで、より高いサステナビリティを達成するための方法を他の分野から取り入れようと模索してきた。

AMBI社の最高経営責任者 (CEO) を務めるウィル・シアーズ氏 (Will Sears) は、照明コミュニティがその

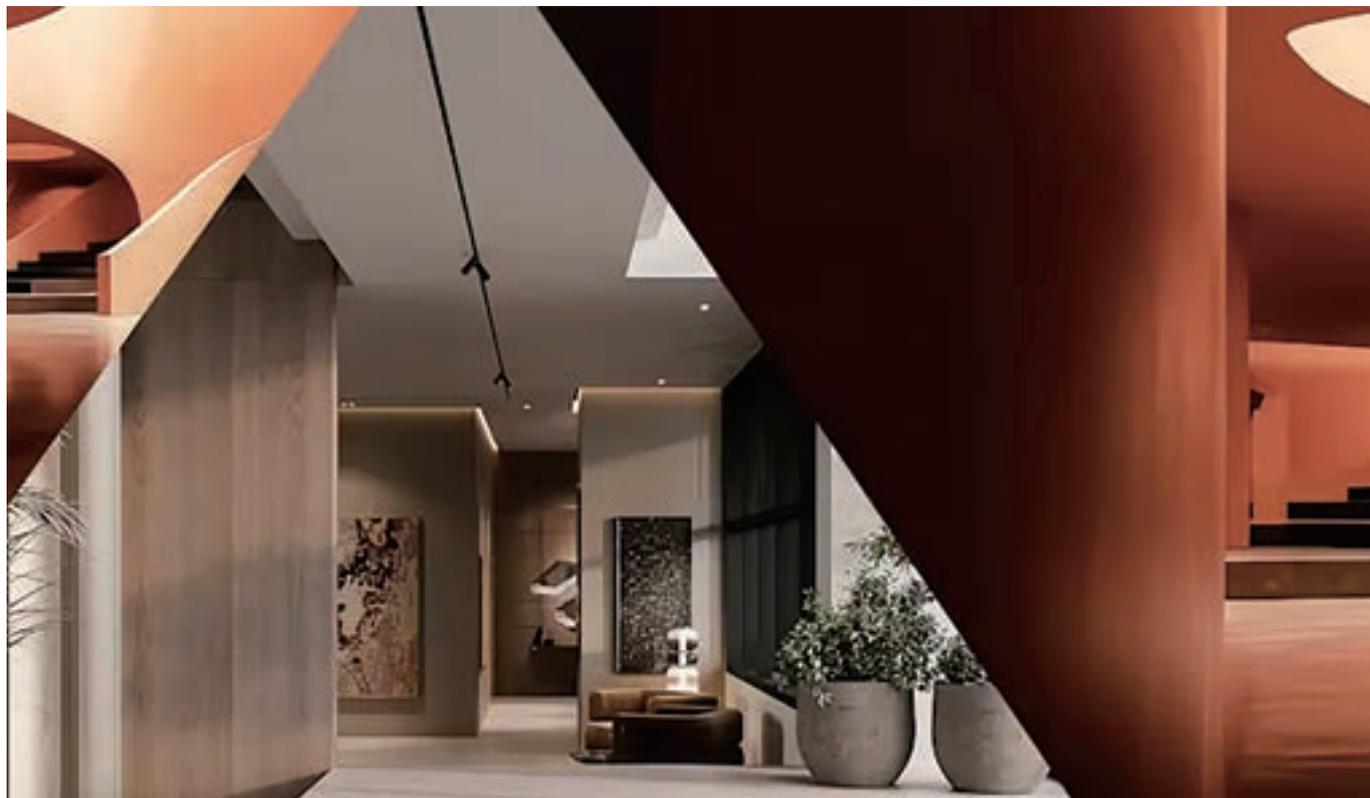


図1 AMBI社のレポートには、これらのトレンドに則った照明ブランドは、持続可能で斬新なデザインをさまざまな価格帯で実現する方法を活用するプロバイダを探している顧客の心に響くはずだと記されている (画像提供: AMBI社)

BEI顧客からヒントを得ていることを認めた。「多くのメーカーがようやく、自社のソリューションがより実質的で競争力のあるサステナビリティ基準を確実に満たすようにするための議論の席に着き始めている。一部のラベルや認証は簡単に取得可能で、価値というよりもマーケティングとして扱われているが、市場が求めているのは、実質的なインパクトを持つ慣行への真のコミットメントだ」と、同氏はLEDs Magazine誌の問い合わせに対する回答の中で述べた。

シアーズ氏は、持続可能な製品やプロセスの進行状況は地域によって異なり、トリクル効果をもたらす可能性がある」と指摘した。英国や欧州の一部の設計/仕様定義企業は、照明や建築製品のサプライヤーに循環型慣行に従うことを要請しているという本誌の観測

に対する回答として同氏は、「欧州のメーカーは、規制要件がプロセスに『織り込まれて』いるために、(サステナビリティ活動において)北米のメーカーをはるかに凌駕している」と述べた。「まだ義務付けられていないとはいえ、こうした基準が建設業界で見込まれているのは心強い」(シアーズ氏)。

## 項目2: 統合空間と技術が成長している。 それに基づいて提供する製品やシステムを形成するべきである。

AMBI社のレポートでは、統合空間を「生産性、健康、快適性などの要素を重視して、人間のニーズに適応するように注意深く設計された環境」として定義している。

「照明デザイナーと建築家がプロジェクトに対する自らのビジョンを形作るに

つれて、照明と空間のその他の要素の間の相互作用はさらに大きくなっていく」と、シアーズ氏は説明してくれた。「言い換えると、彼らはもはや、空間の美観や構造(だけ)でなく、空間の相互作用と機能をもデザインしている。制御に関するイノベーションの高まりによって、照明がシェードや占有センサをはじめとするその他無数の要素と同期することが可能になっている」。

センサは、占有状態、温度/湿度、室内空気質(Indoor Air Quality:IAQ)、光を含む、さまざまな機能に対応し、居室者の行動や建物の効率に関する重要なデータを提供する。そのような制御は、照明器具レベルであるか、ネットワーク接続されているかにかかわらず、統合型ビル管理システムの一部として、概日効果を持つ照明(またはメラノピック照明)、デイライトハーベス

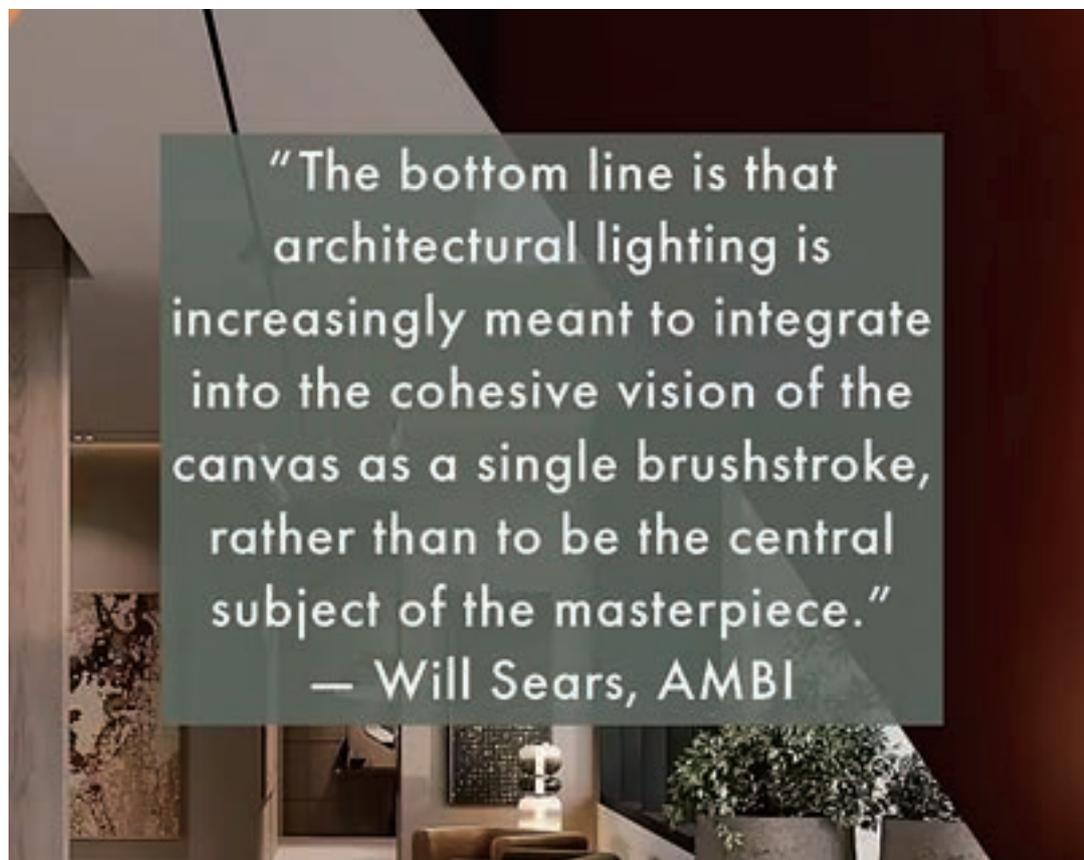


図2 「要するに建築照明は、作品の中心的要素ではなく、一筆書きのようにキャンパスのまとまりのあるビジョンに溶け込むものとしての意味合いが高まってきている」(画像提供:AMBI社)

ティング(昼光採光)、タスクに応じて調整可能な照明を実現することができる。従って照明は、ウェルビーイングと生産性をサポートする建物環境の最適化に役立つように、思慮深く設計されるべきである。

### 項目3: 自然と光を融合させる。

同社は、最適化された環境という概念の延長として、「自然界と建築要素を融合させた空間づくりに向けた顕著な変化」を観測している。LEDは、より自然な素材や外界を模倣したスタイル(<https://www.ledsmagazine.com/14306012>)へと向かうトレンドが文書化されており、「人工的な空間の中での調和の感覚(を育む)」とAMBI社は述べている。

それでも同社は、どのようなスタイルであれ、照明器具の選択と配置が何よりも重要であることに変わりはないと結論付けている。レポートには、ソフトに照らして特定の特徴を際立たせるためにデザイナーが「好んで使う手法」として、ウォールウォッシングが挙げられている。AMBI社によると、製品に関しては、正確なビーム分布を実現しつつ目立たないという理由で、マイクロ光学系を採用する照明器具の人気が高まっているという(詳細については後述する)。

### 項目4: さまざまな価格帯にわたって建築学的に先進的な照明を推進する。

一部の用途では、折り上げ天井の内部に設置したり(コーブ照明)、表面に埋め込んだりするなどして、建築要素に溶け込む照明器具が求められるが、その美的価値に焦点を当てた照明器具にも需要があるだろうと同社は予測し

ている。レポートによると、雰囲気を高めるために求められるのは、高級ブランドだけではないという。「価値重視のブランドさえもが、機能性とスタイルを兼ね備えた視覚的に美しい照明器具の需要を認識しており、この目的を満たす製品ラインを提供している」と、同社は観測している。

シアーズ氏は、人気を集めているいくつかのフォームファクタとデザインコンセプトにも言及した。レポートに記されているように、マイクロ光学系を採用したりニア形状の照明は、空間にシームレスに溶け込むように設計されているが、ダウンライトのフォームファクタも、「空間のデザインやまとまりのあるビジョンからの逸脱が最小限に抑えられる」ことを理由に、注目を集めている。

各トレンドが互いに影響を与えると、シアーズ氏はさらに説明した。「マイクロ光学照明を持続可能なソリューションにする能力は、業界のトレンドや要件にも合致しているため、双方にメリットがある」と同氏は述べた。そしてそれと同時に、「バイオフィリックデザインの顕著な台頭により、一流の建築家や照明デザイナーは、(一部の状況において)見るよりも感じることを目的としたミニマリストソリューションを求めるようになっていく」と、シアーズ氏は述べた。「また、主要な装飾照明メーカーは、空間の他のバイオフィリック要素と美しく融合する、持続可能な自然素材を使用する製品を設計するようになっていく」と(項目3のリンク先の例を参照のこと)。

### 項目5: 価格、進歩、ポリシーの間のバランスを図る。

AMBI社のレポートが指摘する最後

の項目は、健全な照明ビジネスに最も重要なものかもしれない。それはデザイナーとメーカーに対し、コスト圧力と利益、機能性とクリエイティブな表現、先進的なデザインと規制遵守の間のスイートスポットをいかにして見つけるかという問題を提示する。

AMBI社はレポートの中で、照明は、価格設定が顧客の意思決定を導くことになる場合が多い、競争が激しい市場であることを認めつつ、これらのトレンドに則ったブランドメッセージは、持続可能で、斬新なデザインをさまざまな価格帯で、実現する独創的な方法を活用する照明プロバイダーを探している顧客の心に響くはずだと結論づけている。

「競争力のある価格帯と先進的な法律との微妙なバランスを実現することが最も重要である」として、AMBI社はレポートを締めくくっている。規制環境の変化は、サプライチェーン、メーカー、サービス志向の企業のすべてにとって、しばしば頭痛の種とみなされてきた。しかしそれは、米エネルギー省のL-Prizeプログラムで常に見られるように、革新性、アクセシビリティ、品質の向上を求めることによって、エネルギー効率の高い技術の採用を推進する役割も果たしている。

建造環境を対象としたクリエイティブなイノベーションと技術的イノベーションの融合のマーケティングに関する詳しい情報については、AMBI社のウェブサイト(<https://ambi.is/>)を参照してほしい。

照明業界のトレンド項目について、枠組みと追加コメントを提供してくれた、AMBI社とウィル・シアーズ氏に深く感謝する。本稿は、その情報にキャリア・メドーズが注釈を加えて編集したものである。