

光の新たな価値創出

白井恵奈^{*1}，浅川れんげ^{*1}，田中義治^{*2}

The Creation of New Value with Light

Keina Shirai^{*1}，Renge Asakawa^{*1}，Yoshiharu Tanaka^{*2}

要旨

LEDは照明用途として広く世間に浸透している。その中で、今までとは違う光の新たな価値を見出すため、部署横断型で「光マネジメントワーキング」を組織し、様々なアプローチからコンセプト立案に向けた取り組みを行っている。

本報告では、この活動で立案した新たなコンセプトと、コンセプトを立案するまでの取り組み、そして東京モーターショーに向けた活動について紹介する。

Abstract

LEDs have come into widespread use in lighting applications. In order to find new value in non-conventional light, we organized a light management working group to address concept planning from various approaches. In this report, we introduce new concepts, approaches to planning these concepts, and activities for the Tokyo Motor Show.

1. はじめに ～光マネジメントワーキングとは～

近年、LEDは車載や住宅などの機能照明や空間演出等の用途として広がりを見せ、一般家庭にも浸透してきている。

そのような中、豊田合成はLEDメーカー/自動車部品メーカーとして、今後の社会を見据えた上で照明としての用途だけでなく“光の新たな価値”を生み出すべく、部署横断で若手社員を集め、「光マネジメントワーキング」を発足した。

2. 光マネジメントワーキングの取り組み

本活動では、今までにない発想から新価値を生み出すべく、活動のベース作りとしてまず以下3つの取り組みを実施した。

1) 「未来予測年表」の作成

過去、現在、未来の社会や技術の流れを調査し、整理した上で今後の予測を立てた。社会やライフスタイルなどの変化を元に、車や技術が今後どう推移するかを議論した。

2) 「光が持つ機能」の整理

光は「照らす」こと以外にも様々な機能を持つため、波長ごとにどのような機能があるかを整理

した。

3) 自分たちの考える「ありたい未来」を議論

「未来予測年表」から出た予測される未来に対し、自分たちが今後どのような社会であってほしいかというありたい姿を議論した。

その後、これらをふまえて具体的なアイデアを創出すべく、エンドユーザーの潜在的なニーズを調査し、コンセプトを立案した。

次章からは、本取り組みから発案されたアイデアである機能照明「サニールクス」を事例として、コンセプト立案までの流れと、東京モーターショーを通じて本コンセプトを具現化した取り組みについて紹介する。

3. サニールクスについて

3-1. ニーズ調査

エンドユーザーの潜在的なニーズを探るため、我々はまず、2章で紹介した「未来予測年表」から“ストレスの増加”に注目した。現在メンタル疾患は年々増加傾向にあり、さらに今後は社会保障費の増大、雇用不安定による将来の不安、地域の空洞化などから、人々がストレスを感じる要因は増大すると推測される。

そこで、光マネジメントワーキングでは独自のアンケートでストレスの解消方法について調査を

*1 デザイン企画部 企画開発室

*2 電子デバイス開発部 デバイス開発室

行った。これよりストレスの解消方法を「発散」「鎮静」「没頭」「向上」と分類し図-1のように集計をしたところ、「鎮静」が多くを占めることが分かった。「鎮静」カテゴリに挙げられる事例は、いわゆる癒しやリラクセスを得られるようなものであり、睡眠、ペット、マッサージ、入浴などが該当する。

以上の結果から、消費者のニーズを「ゆったりとした時間を過ごしてストレスから開放されたい」ことだと考え、このニーズに応える商品を検討した。



図-1 アンケート集計結果

3-2. コンセプト立案

「ストレスを開放」させるために我々が注目したのは、太陽光である。一般的に、太陽光を浴びる効果として体内時計の調整やうつ病の緩和等があるとされている。¹⁾

そこで、豊田合成が開発している太陽光の波長を再現したLEDを用いることで上記に近い効果を実現できるのではないかと考え、太陽光を浴びる照明というコンセプトを立案し、「サニールクス」と名付けた。

「サニールクス」は車室内で使用し、時間帯によって使い分けを行うことを想定している。特に、通勤で最も車が使用されている朝と夕方を使用シーンとして限定し、朝日や夕日の光を体に浴びることで、体内時計の調整やリラクセス効果を促進させるという狙いがある。

4. 東京モーターショーへの出展

東京モーターショーに出展したFlesby IIでは、未来のクルマが人に寄り添うというコンセプトから、人の体調や気分に応じて明るさや色温度が変化する光をサニールクスで具現化し、インテリアのモックアップに搭載した。

更に、図-2に示すように、サニールクスのコンセプトをより体感できるようなモデルを、あわせて出展した。これは、太陽光の時間による移り変わりを再現し天窓を模したもので、太陽光LEDをより太陽光らしく魅せ、擬似太陽光を浴びることができる体感ブースとして仕上げた。また、一般LEDと太陽光LEDを比較できるような仕掛けも導入した。どちらも多くの来場者に体感していただき、好評であった。



図-2 サニールクス体感モデル

5. まとめ

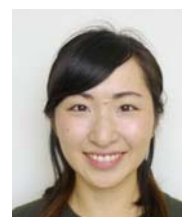
サニールクスは試作品を製作し、現在の生産性や快適性に関する評価を開始しており、定量的な効果を明らかにすると共に、今後はモーターショーでのエンドユーザーからの声を活かし、具体的な製品イメージを描く活動に繋げていきたいと考えている。

光はまだまだ可能性を秘めていると我々は考えている。今後も、光の持つ新たな価値を探り、新商品提案に向けた活動を継続していく。

参考文献

- 樋口重和：光とヒトのメラトニン抑制，時間生物学 Vol.14-No.1, P.13-20 (2008)

著者



白井恵奈



浅川れんげ



田中義治