

事例 15: 節電しながら店舗の視認性を向上

静岡市: 日産プリンス静岡販売(株)中村町店

分野: 事務所
業種: 販売業

従業員数: 16 名

対策の着眼点

店舗で節電をおこなうと店内が暗くなり、営業していないと思われる問題がある。そこで、東京大学等の協力を得ながら“節電しながらも、見つけやすく入りやすい”店舗の照明を研究し中村町店で実現した。本取組は「省エネ・照明デザインアワード 2012」の優秀事例に選ばれている。

具体的な取組内容

1 取組のポイント

- 全ての照明を効率の高いLEDに切り替えた。
- 店内を一律の照度とせず、強い光で照らす必要がある車は窓際へ移動させ外光も有効活用し、落ち着きを演出したいラウンジなどは外光が届きにくい店舗奥に配置するなど、**スペースの役割に応じた配置換えと配光制御を実施**。
- **天井や壁を白色**に変え照明の光を反射させることで、省エネだけでなく明るさ感も向上させた。
- これらの取組の結果、**消費電力が40%~50%削減**された。

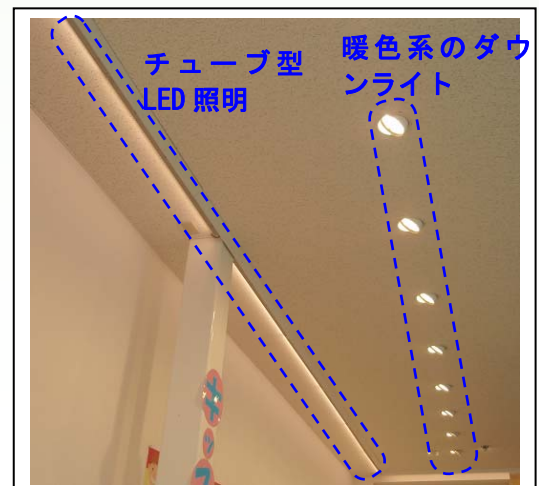
<取組内容>

- ① 照明を全てLED化
 - ・ 消費電力を抑えるとともに、**車体の色の再現性が向上**。
- ② 天井・壁を白く化粧
 - ・ 内装の反射率が上がり**明るさ感が向上**。
- ③ 壁面照明
 - ・ 暗がりもなくし、眩しさを軽減。屋外からの**店舗の視認性が向上**。
- ④ 二色の色温度の使い分け
 - ・ 白色系のベース照明により自然な色光で車の色の再現性を確保。
 - ・ 暖色系の壁面照明により、**入りやすさ、営業感が向上**。
- ⑤ 空間配置の検討
 - ・ 強い光で照らす車は窓際に、落ち着きを演出したいラウンジは店舗奥に配置。



<天井・壁を白色に化粧>

壁面が暖色系



<暖色系の照明で壁面を照らす>

- ラウンジを外光の入りにくい店舗の奥側に配置し、落ち着いた雰囲気を出している。
- 照明は暖色系を使用し、白色に化粧した壁面に向けて照らしている。



<ラウンジ>

2 取組前後の状況

- 昼間、夜間ともに外から見た明るさ感が向上している。
- 被験者による評価においても、①内部展示車の見え方、②店舗内の見え方、③入りやすさ、④ガラス面への映りこみ、⑤営業感について向上したとの結果を得ている。
- 特に、昼間の街路からのガラス面への映りこみは大きく改善され、店内の様子が分りやすくなっている。

<取組前>

(昼間)



(夜間)



<取組後>

(昼間)



(夜間)



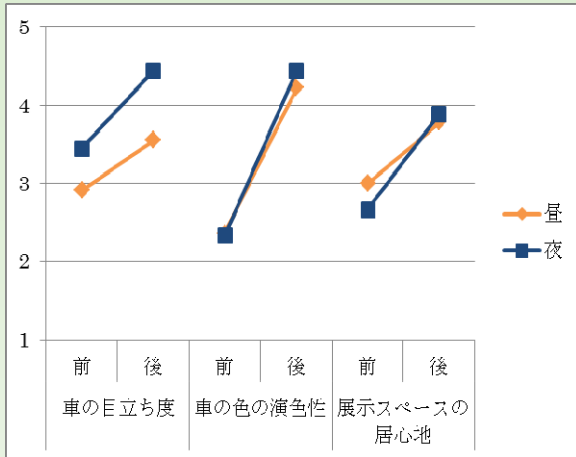
<ガラス面への映り込みが改善>

<営業感の向上>

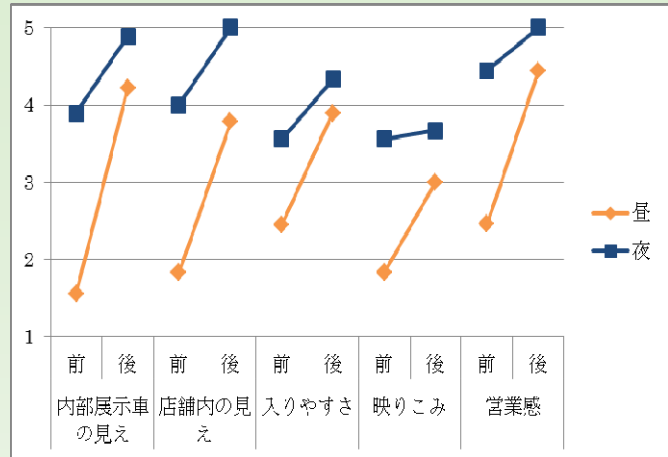
導入成果

効果

- ・ 取組により、照明の消費電力量は、40%~50%削減された。
- ・ 被験者での評価では、店内の車の目立ち度や、店外からの視認性等が向上している。



<展示スペースの評価 被験者平均>



<外から見た店舗の評価 被験者平均>