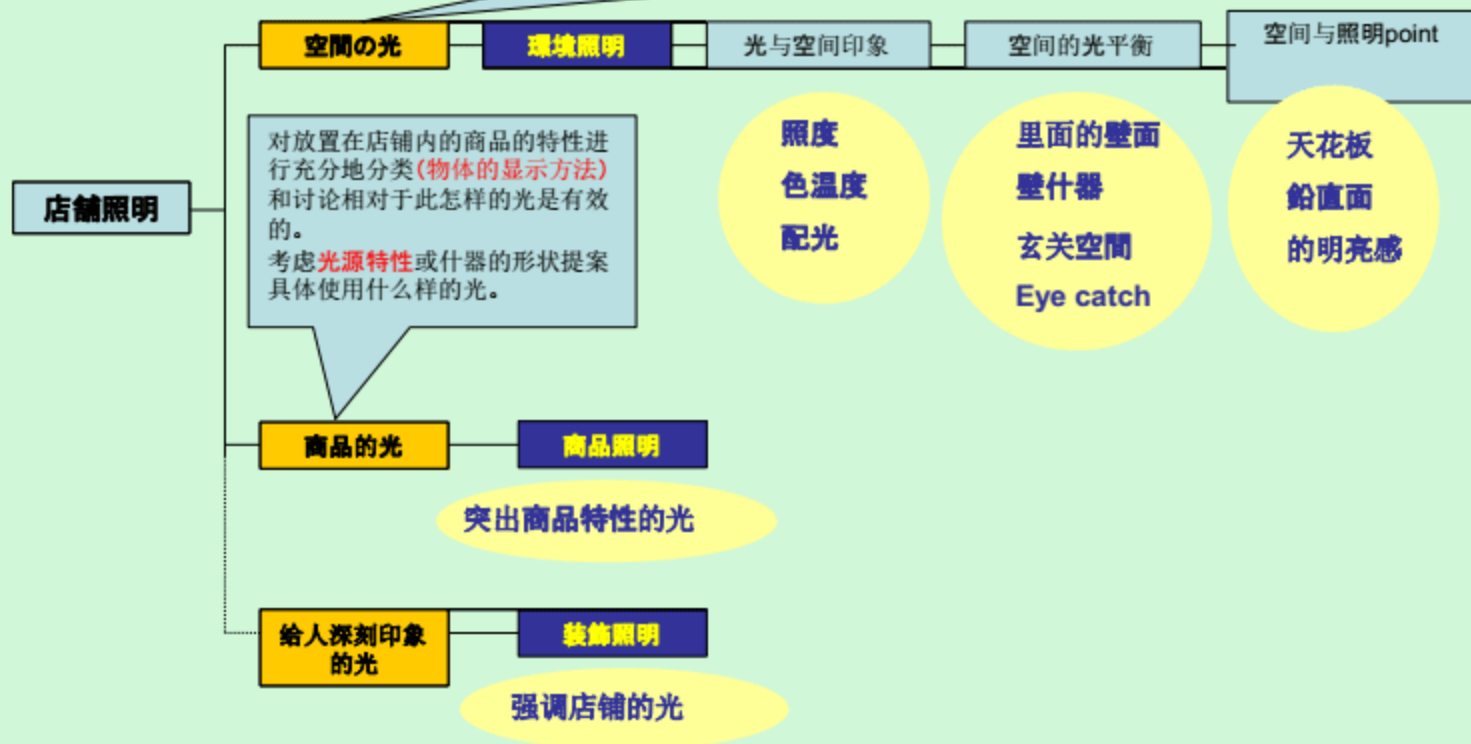


店铺照明的要素

■ 店铺空间的光

店铺空间的光可以从演绎空间整体印象的「空间的光」与有效显示商品效果的「商品的光」这两大方向来考虑。

明确店内要设计地多亮，布置成什么风格(照度·色温·配光)
考虑顾客的导线和视线，就在哪里设置照明点(空间的光平衡)制定方向。
根据 装修和建筑构造提案设计手法。



店铺照明的目的

为了将商品适当地展示在顾客面前而使用相应的光，以吸引顾客目光、增加到场者为主要目的的商品或者是衬托服务、引发顾客购买欲望的活动是非常重要的。

VMD是在店铺中以视觉的表现为中心的MD (merchandising) 活动的总称

VMD的重要性

以为创造利润的商品提供模式为最终目的，是经营战略上的主要系统的一种综合的技巧。

VMD的具体的活动

- 1、从符合店铺概念的商品计划开始的商品构成
- 2、准备商品。
- 3、组织。
- 4、陈列。
- 5、支持MD赋予商品印象的什器。
- 6、器具。
- 7、卖场的环境整備。
- 8、POP
- 9、sign计划。

空间上的愉悦感所必要的空间



充实感之类的心理上的满足所必要的空间

商品的显示方法

适应卖场的气氛

照明计划的支持

VMD的具体例 I

手机SHOP『au』

橋本店



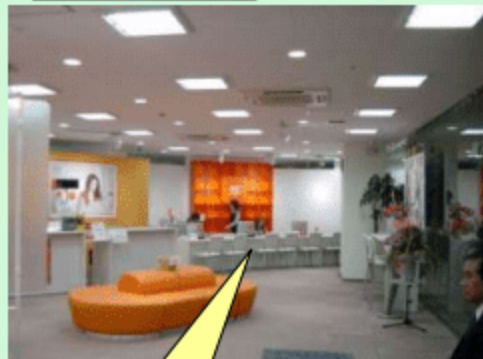
塑造店铺风格的
SIGH计划



支持MD的什器



加深印象的
POP



卖场环境的整
备



支持MD的什器²



支持MD的什器

VMD的具体例Ⅱ

手机SHOP『au』

大宮店



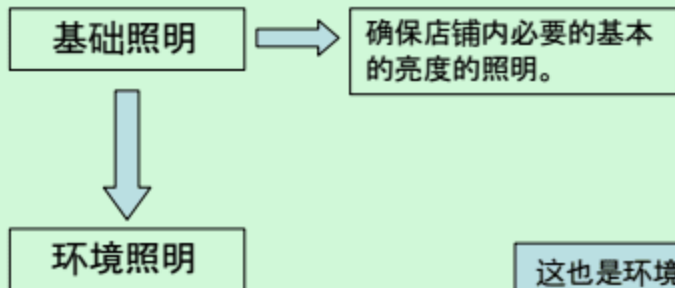
店铺照明的目的

■ 三个照明要素

作为为了实现VMD的照明要素，在店铺照明中，将三个照明要素互相配合，采用符合此店铺的理念的相应的照明计划。

1、环境照明。

伴随着顾客需求的多样化，店铺的印象，演绎的方法和对空间的考虑等，都变得很重视整体的氛围。总之店铺整体的环境也成为了商品的一部分被考虑进去。



从基础照明的设想进一步，根据不同光的种类的选择和演绎，渲染店铺印象的环境照明的考虑方法变得非常重要。

环境照明一般表现在眺望店铺整体的时候进入视线的天花板面或天花板附近。



这也是环境照明

环境照明例

加深卖场整体印象的照明



环境照明例

光天井照明



环境照明例

这也是环境照明



環境照明例

用小型迷你荧光灯的环境照明



2、商品照明。

确实地表现出商品的特性，让商品显得更有魅力的是商品照明。

给予具有光泽感的商品以“光辉感”，给予要强调色彩的商品以最

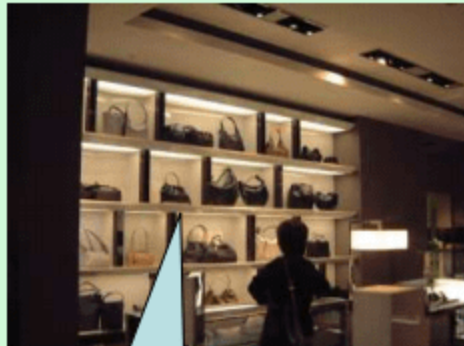
接近自然的光，而对于外形非常美观的商品则要给予能强调其轮廓的光从而使商品的魅力能最大限度地发挥。



突出金属的光泽感



突出商品的凹凸感



柜下灯的照明

商品照明例

用筒射灯的重点
照明



商品照明例

使用筒射灯的重点照明

使用柜架下方照明的商品照明



商品照明例(货架下方照明的比较)

■作为商品照明的货架下方照明在店铺中非常重要。货架下方照明的特征如下所示。

- 1、使用货架下方照明来消除商品的阴影，最大限度的表现商品的特征。
- 2、将货架照亮的效果在照片上很容易看出来，而且也能给整个卖场以活力。(表现立体感)
- 3、因为在很近的距离照射商品，所以消耗的电力很少可以节能(一般情况是荧光灯)

货架下方灯亮的时候



货架下方灯没有亮的时候



商品照明例

强调宝石的质感和
耀眼的光泽



店舖照明的目的

3、裝飾照明。

店铺内要追求日常生活中没有的、非日常的奢华的表现。
那是演绎出愉悦感的消遣的感觉，或者是不同于日常的高级感和空间表现。表现这些的照明为装饰性的照明部分。

光天花板是环境照明



使用定做的灯具的装饰照明



使用多个垂吊灯的装饰照明



使用布的装饰照明

裝飾照明例

垂吊灯的照明



装饰照明例

垂吊灯的照明



裝飾照明例

使用布的裝飾照明



店铺照明的基本事项

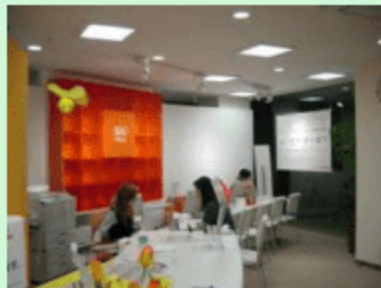
■ 明亮度和明亮感(照度与辉度)

- 在店铺照明中，充分地把握好店铺的概念和选地条件等项目之后，进入照明計画(计划流程·照明手法)的讨论。一般来说以照度(光的量)为中心进行，但是在店铺(销售·饮食)中不光要考虑光的量，还要考虑适当的空间明亮感，选择与商品相应的光(光源)。

明亮感是由铅直面(壁面)的辉度而被人们认识的。



人的视线自然地前进碰到的是铅直面，空间印象也不相同。



里面很亮



里面很暗

由于柜台里面橙色的BOX照射得很明亮，柜台映上了橙色能给人以深刻的印象。



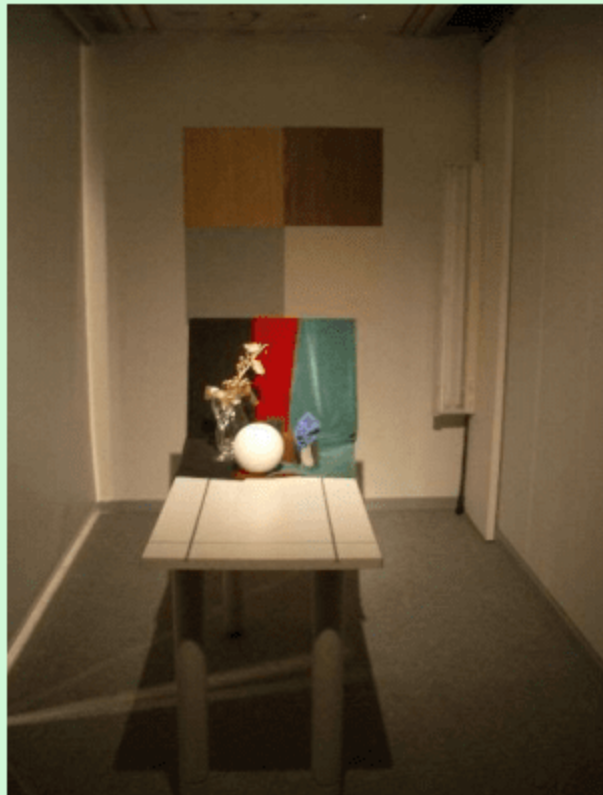
由于卖场里面很明亮，空间显得很大，也能突出视认性(实际看到并确认)和诱导效果。

明亮度与明亮的感觉

■ 以下的照片将一个空间内铅直面（壁面）亮与暗的情况作对比。

挂在壁面上的素材可以看得很清楚、很容易认识，整个空间也显得很明亮。

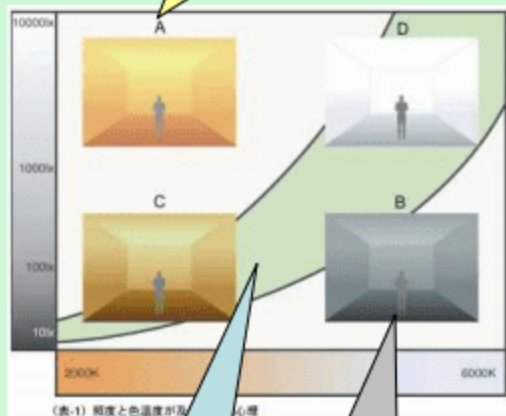
铅直面的明亮感



店舗照明的基本

■色温与照度的关系

照度高色温也高的空间
=
感觉很闷热的空间印象



绿色的线条内是基本上让人感觉心情舒畅的范围。(只从色温和照度的视点)

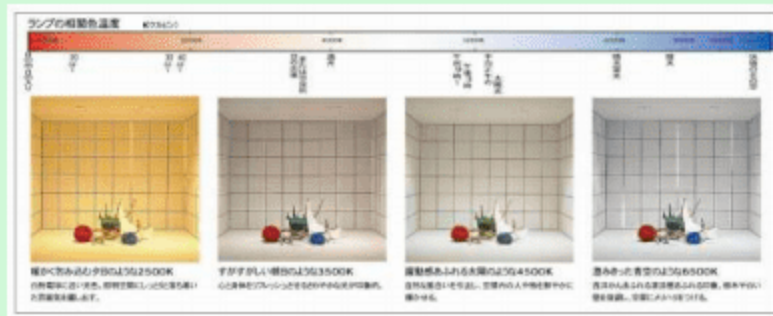
照度低色温高的空间
=
阴湿的空间印象。
阴郁的空间印象。

店铺的印象是根据色温与照度的环境印象决定的。

根据店铺的理念考虑到配光平衡，能够创造个性化的店铺空间。

色温低

色温高



色温较低的空间

2



色温较高的空间

店舖照明的基本事項

■ 演色性

• 在店铺中使用高显色性(Ra80以上)的光源是基本的原则，但是与采用完全忠实的表现方法相比，有时候更希望运用「魅力性的」显示方法，制造一些颜色差异。

忠实色

以基准光源为根据，表示色彩再现的忠实度的数值。Ra90以上



忠实地再现色彩



忠实地再现衣料品和化妆品的色彩。



效果显色

与基准光源相比较产生一些颜色差异如果是往理想方向产生的色差是可以使用的。

Ra80以上



自然的显示方法



效果显色

超市等摆放的生鲜食品

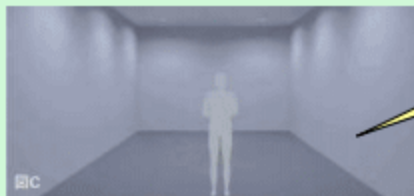


店舖照明的基本事項

■ 配光平衡

店舖等零售店或飲食店由於店舖的理念不同裝修顏色或照明計劃（配燈或器具選定）具有一定的特征，是不一樣的。這就必須在充分把握地板・牆壁・天花板的顏色和反射率以及放置物品的什器的素材和顏色之後再進行照明計劃。

配光特性和配置不同顯示方法也不同

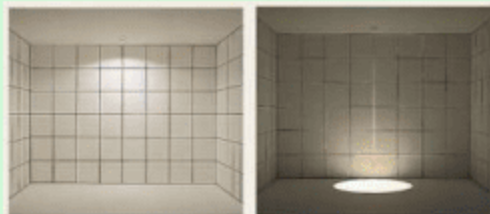


壁面配灯



集光、中央配灯

器具的不同顯示方法也不同



反射率不同

由於裝修顏色的不同導致天花板・牆壁・地板的反射率不同。



配光平衡

■ 下面的照片验证了在同一个空间内，由于照明器具的配光特性不同物体的显示方法有何不同。

左边的照片使用的是散光型的光源。右边的照片使用的是聚光的光源。

由于配光的特性不同空间的显示方法也产生了变化。

散光



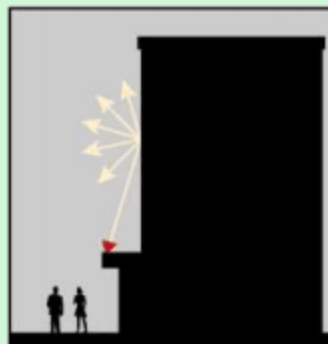
集光



商業施設のLight Up

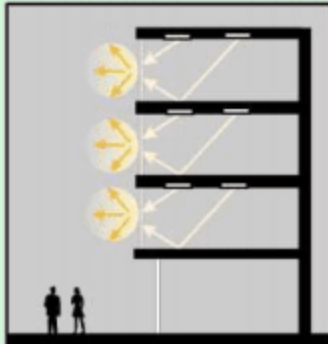
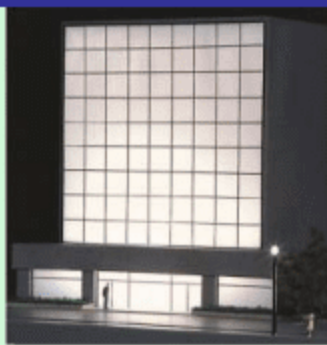
■用光线演绎出商业设施的存在感也是一种照明手法。按照光的原理大致可以分为3种手法。

反射



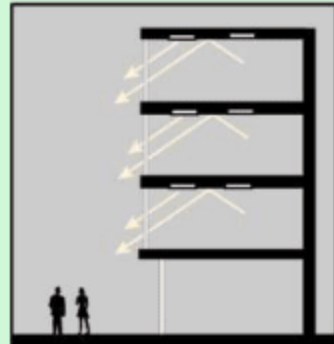
使用投光器照射壁面等，通过其反射使壁面突显出来的手法。壁面的素材和装修要注意与光源相配合。

発光



在建筑物的壁面等使用能扩散光线的磨砂玻璃或丙烯素材，从内侧照射出来形成内照式的发光面突显出来的手法。²

透過



通过透明玻璃或半透明镜子将建筑内部空间的壁面或天花板面最作为发光面显示的手法。

商業施設のライトアップの実例

反射

大丸神戸店



商業施設のライトアップの実例

反射

大丸神戸店



商業施設のライトアップの実例

反射

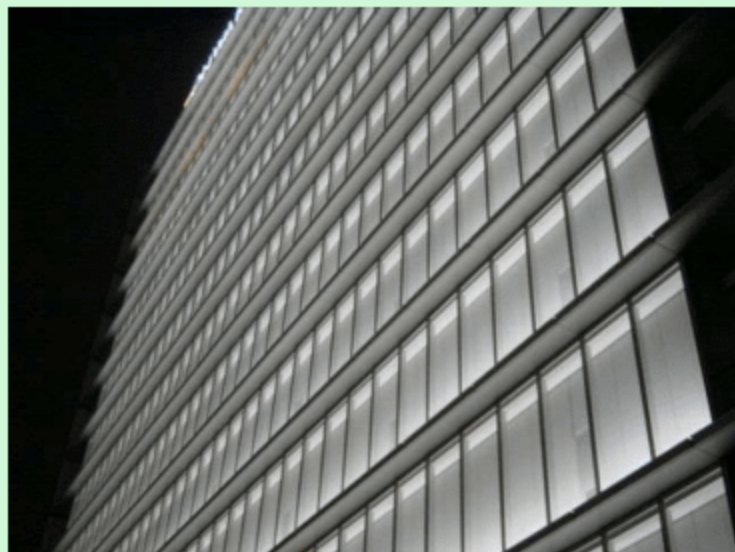
東京銀座



商業施設のライトアップの実例

発光

名古屋



商業施設のLightUpの实例

発光

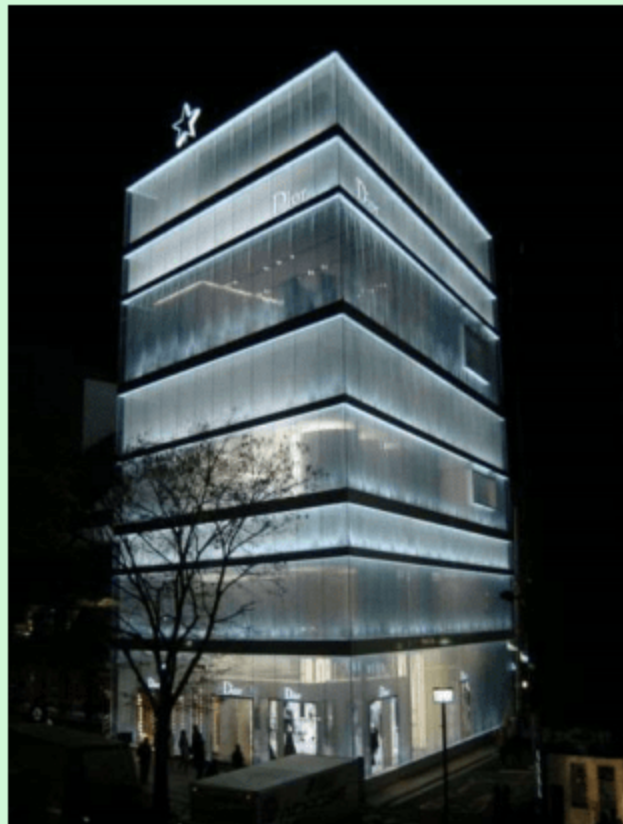
名古屋



商業施設のLightUpの实例

発光

東京 原宿



商業施設のLightUpの实例

発光

東京 原宿



商業施設のLightUpの实例

透過

大阪 心斎橋



商業施設のLightUpの实例

透過

東京 代官山

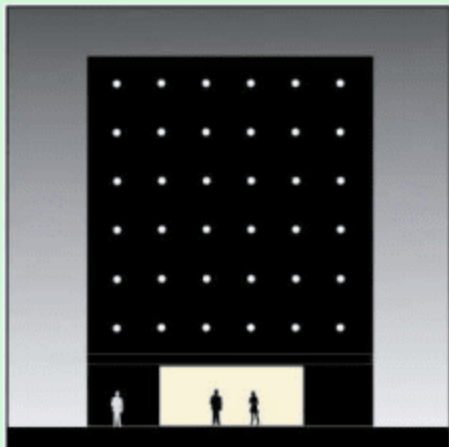


光的量

■突现建筑物的时候，除了反射、发光、透过以外，还有通过改变称为“点的光”、“线的光”、“面的光”的光的量的三种手法。

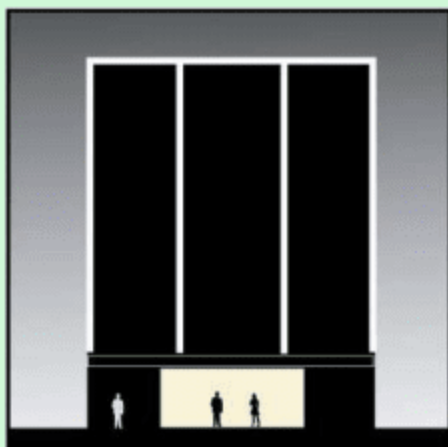
也有将这些相互搭配演绎的表现方法。

点的光



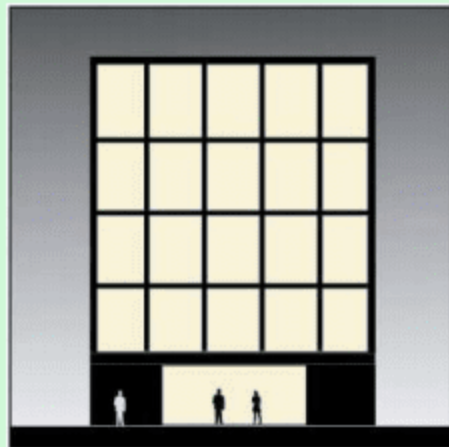
■用通过发光的点的集合来表现线和面的手法来演绎光辉感和热闹的感觉。

线的光



■通过线的发光来展现建筑物的轮廓从而强调建筑物等的形状和大小的手法。

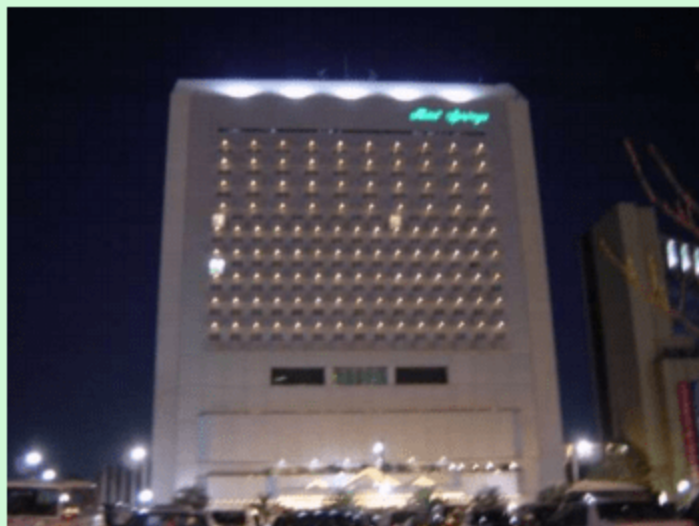
面的光



■通过面的发光来强调建筑物整体的量的存在感的手法。可以使用投光器来强调立体感，也可以使用内照式来形成均一的发光。

点的光的实例

千葉 幕張



线的光的实例

東京



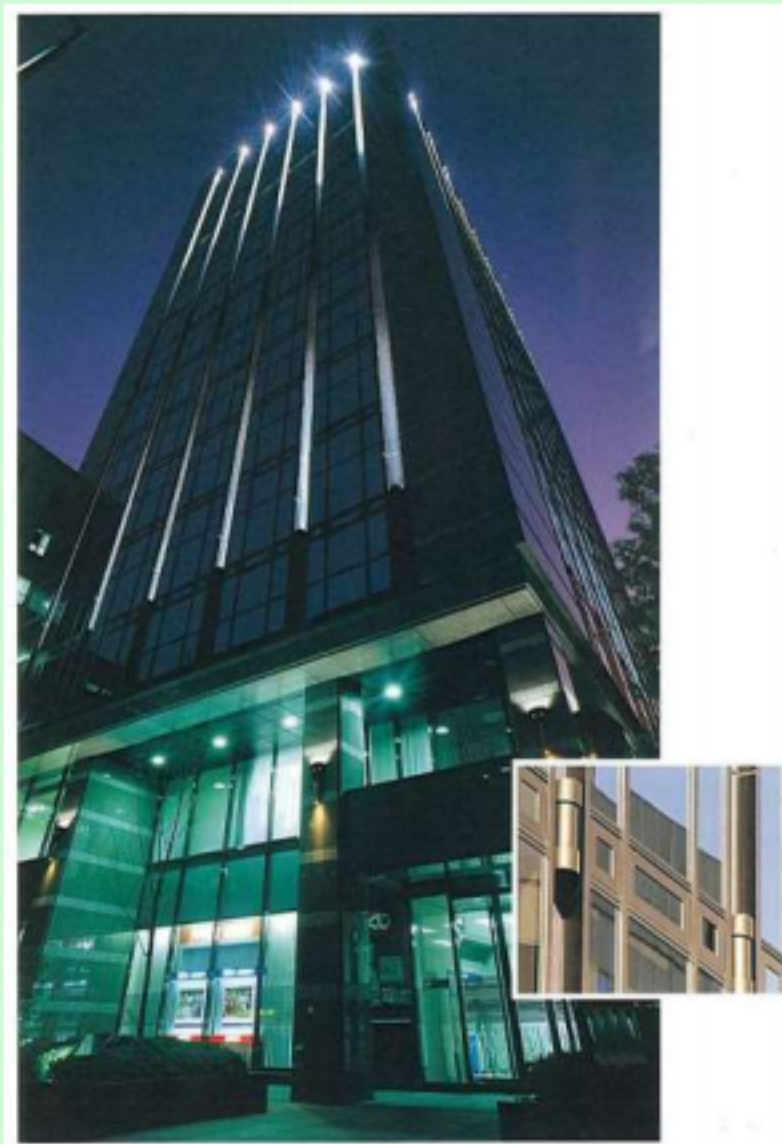
线的光的实例

冲绳



线的光的实例子

大阪



面的光的实例

東京



面的光的实例

東京



面的光的实例

横浜

