



リサーチを重視

現在手掛けているプロジェクトや、照明コンサルティングの仕事の流れを教えてください。

私の会社では、細かなプロセスを積み重ねていくことが主なのですが、特にリサーチを重視しています。例えば、あるバーラウンジの計画では、まずミーティングとインタビューからスタートします。照明デザイナー、インテリアデザイナー、パーにかかわるすべての人たちの話を聞きます。どんな店舗を構想し、そこでどんな照明を望むかの聞き取り調査をします。デザインに入る前に、できるだけたくさんの情報を得る必要があります。クライアントの目的、特定の要素などを判断していく。リサーチが終わると、デザインコンセプトの段階です。

ここからは非常にクリエイティブな作業です。集めた情報をもとに提案をまとめ、ユニークでイノベティブ、そして他との差別化を打ち出すような解を出さなくてはなりません。デザインパターンも決めます。なかなか困難ですが、最もやりがいがあるプロセスです。それを発展させ、プロトタイプ製作に進みます。ここからは、テクニカルな段階となり、製品の機能、テストの結果、コスト、予算など、すべてを考慮していきます。ここで不可となれば、前の段階に立ち戻ってやり直さなくてはなりません。これを通過すると、ディテール検討の段階に移ります。各分野の製作の専門家たちに動いてもらい、サンプルをつくり、製品の安全性などテスト。アメリカとヨーロッパでは安全基準も異なりますので、そうした面にも配慮したものを最終的なパッケージとしてクライアントに提出します。

私の会社では、こうしたプロセスの全体を

商環況 INTERVIEW 61

聞き手／高橋正明 (ジャーナリスト)

ライティング・コンサルタント

デイヴィッド・モーガン

ロンドンを拠点に、総勢5名の小規模精鋭のスタッフを率い、各国の代表的な照明会社と協同。照明デザイナー、開発者、コンサルタントとして活動するデイヴィッド・モーガン氏。ヨーロッパ、アメリカ、カナダ、ロシア、日本など世界中にクライアントを持ち、数多くの製品を開発している。照明のプロダクト製作では、フォルムを決める重要な要素となる“熱と電気”を学んだ研究者の目と、RCAで学んだデザイナーの目とで、光とその効用を常に考える。建築的な特徴を際立たせる、LEDの可動式照明の新製品を前に、製品開発の話、実験心理学の成果を盛り込んだ照明計画やオフィスへの応用例を語ってくれた。

カバーできること、つまり、マーケティングのセンスから技術的な深みを追求して落とし込むハードづくりまでできる点が同業他社と比べて、ユニークなところでしょう。

世界中のさまざまなクライアントと仕事をされているようですね。

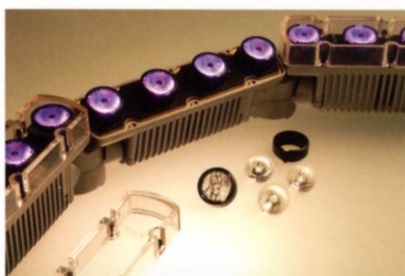
ロンドンが本拠地ですが、国外での仕事も多く手掛けています。ちょうど今は、ロシアで二つのプロジェクトが進行中です。一つは、2008年の「フランクフルト・ライティングショー」で発表した足元を照らす照明をバージョンアップさせています。もう一つは、物販空間向けのディスプレイ照明計画です。新しい市場での仕事は発見があって、とても興味深いものです。

北米ではもう20年にわたり住宅を含めて、さまざまな計画に携わっていますし、新しい仕事として、ウィスコンシン州でステージ・ライティングの計画がスタートしました。これは我が社としても新しいジャンルです。北欧でも、エンターテインメント用の照明などを開発していますし、日本の照明器具メーカー数社とも、スポットライトの開発などを手掛けてきました。

LEDの特性を生かした器具開発

最近のプロジェクトや開発ストーリーを教えてください。

最も付き合いの長い会社の一つ、アメリカのベルファー社から製品化した、天井、壁、柱など建築的な特徴部分に沿って配置のできるフレキシブルな間接照明があります。そのアウトドア用が「ラディエント・サーペンタイン・LED・リニアシステム」です。カラーコントロールできるバージョンを持つ



上/屋外用のLED照明器具「ラディエント・サーペンタイン・LED・リニアシステム」 下/同システムの屋内用モデル

て来ました。現場で手で曲げてモジュールのそれぞれの部分の角度を調整できることが特徴です。ビルのエクステリアやファサード用に開発された製品で、ウォールウォッシャーや、ランドスケープ用として効果を発揮します。ダークポイントをなくすることもでき、コンセントは端の一つだけです。この製品のアイデアを思いついたのは、飛行機での移動中でした。頭の中にシステムが浮かんで見えたんです。それで、事務所に戻るやいなや、担当のデザイナーとともに

に数週間取り組み、プロトタイプをつくったところ気に入ってもらえました。

プロジェクトがスタートして、6カ月程度の短期間でサンプルをつくり、ニューヨークのライティングショー（2007年開催）で展示しました。こんなに短期間で、話が進むプロジェクトはなかなかありませんが、新しいシステムを求めていたクライアントの条件に、LEDの器具開発に慣れていた私たちの提案がマッチした成功例です。

防水の屋外用タイプは、今年5月にラスベガスで最初に使用されました。建物の形状に合わせて曲げるなど調整することができます。また、レンズを取り替えて、光を拡散させたり狭めたりすることで、さまざまな配光パターンが得られます。ライティングデザイナーは、設置後にも微調整できるというメリットがあります。見た目には、なんの変哲もないシンプルなものですが、コンセプトがユニークな製品だと思います。室内用は、よりコンパクトなデザインでコープ照明などの天井に反射させる間接照明に向いています。最新のバージョンでは、よりハイパワーになり、色温度はタングステン電球（白熱灯）に近いものです。

日本では、エコロジカルな照明という点で、LED製品に注目が集まっていますが、その点は、どのようにお考えですか。

確かに、今後求められるエコロジー性能が高いためにLEDの製品開発には多くの時間が注ぎ込まれていますし、それに見合うように、効率はどんどんアップしています。近年は照明効率でいうと蛍光灯に近づいていますし、方向性のある光のダウンライトやスポットライトとしても蛍光灯よりも機能的です。数年後には、LEDが支配的になるジャンルもあるでしょう。私もLEDを用

テクノロジーに心理的効果を組み合わせることで、効果的なライティングを実現する