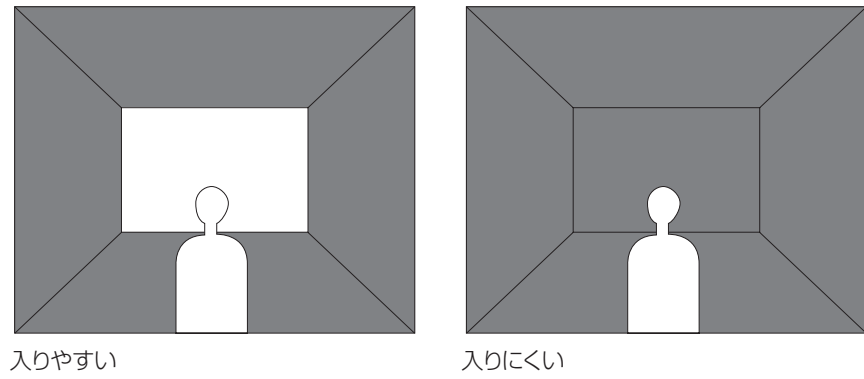


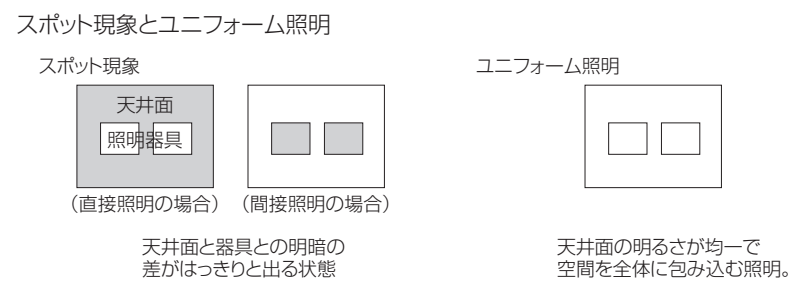
●サバナナ効果

一般的に人間が『光』に対して「気になる」「期待する」「集まる」といった行動を取ることを利用して、空間を見た時に、手前よりも奥を明るくすると『入りやすい空間』を演出することができます。逆に奥を暗くすることで、『入りにくい空間』を設定することも可能です。



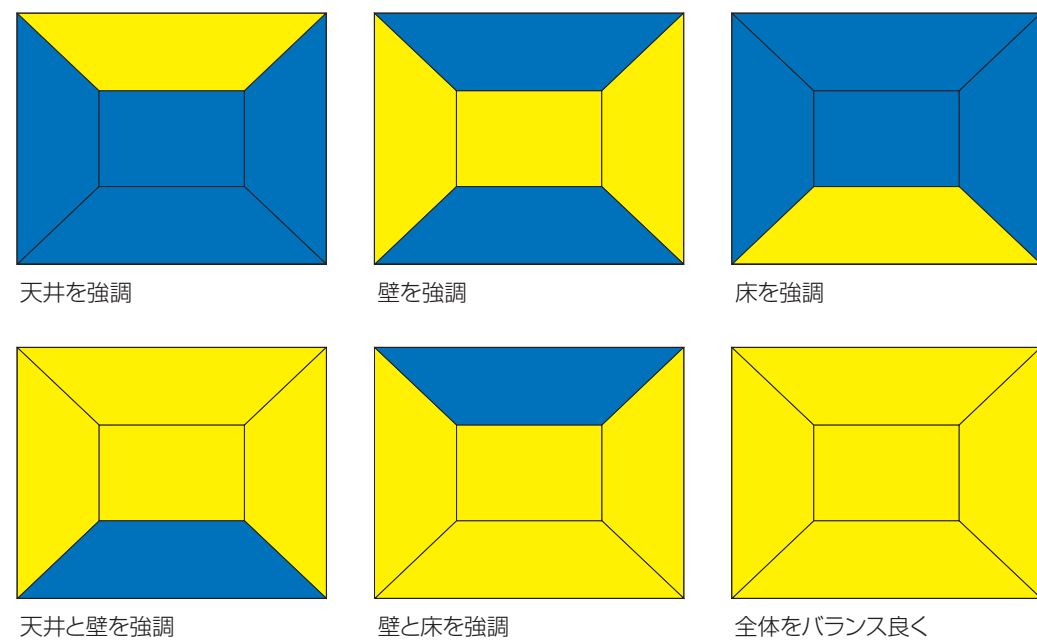
●ユニフォーム照明

天井面の明るさを均一にすることで、空間全体を包み込む照明計画で、通常埋込み器具を天井に使うとスポット現象が起こります。半間接照明を使うと器具も天井面も明るくなります。



●P.C.B (プレーン・コントラスト・バランス) ※ 詳しくは、P.131 に記載

天井、壁、床のどの面を光により強調するのか、空間の明るさの表現を決定することで、第一印象を決定づけることができます。



●ミラー現象

ショーウインドウのように外部に面してガラス面が多い場合、昼間時に外から室内を見たときに、外部の景観が映り込み、中が見づらくなる現象。夜間でも交通量の多い交差点に面している店舗では、車などのヘッドライトや街路灯が映り込み、店内が見づらいため、注意が必要です。

●アイ・キャッチ効果

通りを歩く人を引き付ける照明効果で、照度が高くなるにつれて、人の立ち止まる人数も増加します。

●クルーズフ効果

空間の光の状態において、照度と色温度の組み合わせにより、快適と感じたり、不快と感じたりする場合があります。一般的に、色温度が高い(4,000 K以上)時は照度が低い(300 ルクス以下)と不快を感じやすく、色温度の低い(3,000 K以下)時は、高照度(800 ルクス以上)だとやや暑苦しく感じる場合があります。

