

Lumiotec株式会社  
マーケティング部  
マーケティンググループ  
海外案件担当  
ミレージ サラ

Lumiotec株式会社  
マーケティング部  
マーケティンググループ  
主任  
丸山 圭太

## クリエイティブな挑戦で 有機EL照明パネルを世界に広める。 ゼロからの市場開拓ストーリー

白熱電球やLEDとは一線を画し、照明の概念を大きく変える「有機EL<sup>※1</sup>照明」。

薄さ2.3mmの面状発光体で、発熱が少ない、省エネなど数々のメリットを有し、環境面からも「次世代の照明」として期待を集めている。

それゆえ、ここ数年で数千億円にまで拡大するといわれるこの新たなビジネスに、世界的な照明メーカーが続々と参入している。

そんな中、独自のマーケット開拓で大手競合に立ち向かうのがLumiotec(株)<sup>※2</sup>だ。

一般家電市場という照明の既定路線ではなく、デザイン性に価値を見出す欧州市場や専門性の高いニッチ市場に勝負を仕掛ける。

クリエイティブな戦略と提案力でゼロから市場を切り開く、彼らの挑戦にスポットを当てた。

### Lumiotec(株) マーケティング部

#### デザインの価値で、欧州に挑む。

有機EL照明は、とても薄くて軽く、自由に形を変えることができ、発熱が抑えられる。無限の可能性を秘めた、従来の型に収まらない素材だけに、製品の方向性を各メーカーとも模索中だ。「これまでにな

かった照明なので、まず有機ELが何かを、また魅力を知ってもらうことだと思っています。それから、『設計の自由度が広がる』というデザイン上のメリットを世界にアピールしていきたい」とマーケティング全般を担当する丸山は語る。

素材自体が高価な現状を考えると、大

手が参入する一般家電市場ではなく、デザインの巧みさ、使い心地を付加価値として評価してくれる市場こそ、有機EL照明には最適だと考えた。そこで、デザインやファッション、アート、カルチャー、ハイテクといったカテゴリーに狙いを定め、中でも製品のデザイン性や機能性にこだわ

※1:非常に薄くて軽い、面状の発光パネル。ほとんど発熱せず、目に優しい柔らかい光を出し、水銀や紫外線をまったく含まない、環境に優しい照明である。CO<sub>2</sub>の排出削減に貢献する、次世代の省エネ光源として期待されている。

※2:有機EL照明パネルの開発・販売に特化した世界初の企業。2008年5月に、三菱重工をはじめ、ローム、凸版印刷、三井物産などの出資により設立された。2011年から有機EL照明パネルの量産を開始している。

※3:毎年4月にイタリア・ミラノで開催される「ミラノ国際家具見本市」の通称。6日間約30万人が来場し、世界最大規模を誇るインテリアデザインの祭典。

※4:フィリップス(オランダ)、オスラム(ドイツ)、ゼネラル・エレクトリック(アメリカ)。いずれも白熱球から蛍光灯、LEDなど幅広く手がける老舗の照明メーカー。



2012年「ミラノサローネ」での展示(イメージ)。昨年の展示が評価され、今年は見本市で最高峰の会場「Super Studio Plus」で出展する。

る欧州をファーストターゲットとしたのだ。

その足掛かりとしてイタリアのデザイナーをパートナーに迎え、2011年4月、有機EL照明を世界中にアピールすべく「ミラノサローネ<sup>※3</sup>」へ初出展を果たした。「期間中はミラノの街中が、アートとデザインのオペラを見ているような雰囲気になります。世界中からデザインに興味のある人々が集まる絶好の機会です」と、マーケティンググループで海外案件を担当するミレージは話す。Lumiotecの展示は来場者に強烈なインパクトを与え、デザインや建築業界などの有名メディアに多く取り上げられた。

その大成功には、ミレージの功績も大きい。彼女は有機ELの魅力が5カ国語を話せる語学力を駆使して伝え、来場者に展示に込めた想いを語りかけた。「私が初めて有機EL照明に触れた時の感動を、多くの人に感じてほしいんです。有機EL照明の可能性を世界中に伝えていきます」。ミレージは日本と世界の懸け橋として奮闘中だ。その働きが、欧米企業との提携、イタリア照明協会への加盟など数々の実を結んでいる。さらに在日イタリア商工会議所の主催パーティーで、世界的に有名な高級服飾ブランドや自動車メーカーと肩を並べ、日本企業唯一のスポンサー参加も果たした。日頃から在日イタリア人コミュニティなどで、積極的に関係構築に努めた成果だろう。そして今、有機EL照明で世界三大照明メーカー<sup>※4</sup>に並ぶまでになった。

#### ニーズを満たし、ブランド力を高める。

世界初の量産化から1年半足らず。有機EL照明の認知度はまだ低い。そんな状況だからこそ、提案力を武器に販路を広げていくしかない。市場をゼロから切り開いてきた丸山は語る。「有機EL照明に具体的なイメージを持ってもらわないと何も始まりません。そのため『発熱が少ない』、『薄い』、『軽い』といったメリットを、お客

様のニーズとうまく結びつけて説明します。まずは現在使っている製品の不満は何かを、足繁く通って細かく聞き出す。そこから有機EL照明の提案が始まります」。

先頃、丸山は放送局と、舞台・スタジオ照明メーカーとともに、TVスタジオ用の照明器具の共同開発を手掛けた。「スタジオの照明に使用しているハロゲンが発熱量が高く、現場で働く人は汗だくなるほどです。そんなお客様の不満要素をフックに、発熱が少ない有機EL照明ならその悩みを解消できるとアピールしました。あわせて、レフ板を使わなくても簡単にライティング調整ができ、消費電力や交換頻度が減るなど多くのメリットを説明しました。そして、放送局側のユーザー視点と舞台・スタジオ照明メーカーのもつ知見を融合させ、有機ELを用いたスタジオ照明をつくることに成功しました。今回は潜在的なニーズをくみ取り、有機EL照明が『仕事を変える』商品になると示しましたが、今後は『Lumiotecが仕事を変える』というイメージを持っていただけるようにブランド力を高めていきたい」。丸山の仕事が生んだ最先端機器が、TV番組を陰で支える日も近いだろう。

幅広い技術の徹底理解と、ニーズに応える提案。それは、丸山が三菱重工での

営業部時代から、客先の要求に応じて製品を販売するだけでなく、契約範囲(EPC事業、メンテナンスなど)まで提案するなど、日々実践してきたことだ。さらに販売に留まらず顧客との共同開発も行ってきた。その経験から培われた柔軟さを活かし、現在は有機EL照明の「使い方」を販売している。

#### 世界を照らす、灯かりを変える。

有機EL照明は、まだ産声を上げたばかり。Lumiotecは現状を第1ステップとし、認知拡大に全力を注いでいる。今は自動車、航空機、客船などの産業分野を狙い、将来的には一般家庭にも普及を目指す。あらゆる可能性を秘めた商材同様に、販売形態にもタブーを持たずに検討していくようだ。

最後に丸山は、こう熱く語った。「自分が手掛けた仕事『世界初』になる。この喜びは大きいです。そして未開拓な市場だからこそ、私たちのような新参者でも、方法次第で思いのままにできるチャンスがある。夢は大きく『有機EL照明のグローバルシェアナンバー1』達成です」。

彼らの情熱が、有機EL照明を身近なものに変え、世界を照らしていくにちがいない。



A: 2012年に世界的に権威のある「レッドドット・デザイン賞」を受賞した「HANGER」。  
B: 「ミラノサローネ」で好評を博し、商品化された「VANITY」。  
C: 薄さ2.3mmという特性を活かし、鏡のバックライトに有機ELを使用した「OLEDミラーライト」。  
D: 本文中で紹介したスタジオ撮影用有機EL照明器具。