市場背景

近年、環境への配慮や省エネ意識の高まりに加え、働き方改革やWELL-BEINGの広がりなどに代表される「人を中心とした考え方」に社会が変化しつつあります。また、最近では、コロナ禍で自宅にこもって仕事をする人が増える一方、一日中オフィスや室内で仕事をする人もいます。

「室内でもきれいな青空を見たい、感じたい」というご要望に対し、開放的で奥行き感のある青空と自然な光を表現するLED照明器具**『青空照明 misola（みそら）』**をご提案いたします。

従来の LED 照明方式では実現できなかった自然かつ開放感のあふれる室内空間を提供し、オフィス、病院、福祉施設、公共施設等の快適性向上に貢献します。

WELL-BEING：、個人またはグループが身体的、精神的、社会的に「良好な状態」にあることを指す概念。
同概念に着目することで、労働者のモチベーションアップ・生産性向上につながると期待されています。

© Mitsubishi Electric Corporation

■経済産業省 「健康経営」の推進 (出展:経済産業省WEBサイト)

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/kenko_keiei.html

「健康経営」とは、従業員等の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践することです。
企業理念に基づき、従業員等への健康投資を行うことは、従業員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性化をもたらし、結果的に業績向上や株価向上につながると期待されます。

■SDGs(持続可能な開発目標)への取組み(出展:外務省WEBサイト)

【目標3(保健)】
あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する

■WELL認証 WELL Building Standard v2

(出展:一般社団法人グリーンビルディングジャパンWEBサイト)

人々の健康とウェルビーイング(身体的、精神的、社会的に良好であること)に影響を与える様々な機能を測定・評価・認証する評価システム。

健康経営や働き方改革等を目指す企業等は、その目指すべき方向性や達成度をグローバルな指標で評価できる。

その空間を利用する人々の「心と体の健康」という視点が取り入れられている。

© Mitsubishi Electric Corporation

青空照明misolaの意味的価値

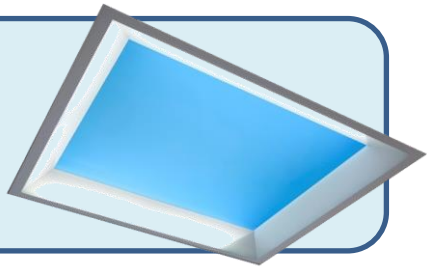
しあわせを
シェアしよう。

これまで産業界では、“少しでも高機能・高性能な商品”を追求してきましたが、高機能・高性能なモノであふれる現在、世の中では**『共感・魅了する商品』『世界を少しでも良くする商品』**が求められるようになってきました。

求められる価値が**機能的価値から意味的価値へ**とシフトしてきている中、三菱電機（株）では、人文社会学者との対話、ユーザー心理・生理への影響の観察を通じて、空間を照らす「機能的価値」に加え、**心に安らぎを与える「意味的価値」を付与**した**「青空照明 misola」**を生み出しました。

「ニーズの変化」

機能的価値（役に立つ）　≦　意味的価値（意味がある）



日本企業が長い間追求してきた戦略

競合よりも少しでも
高機能、高性能な商品を

高機能、高性能なモノであふれる現在

“共感、魅了する商品を”
“世界を少しでも良くする商品を”

© Mitsubishi Electric Corporation

内閣府が推進する総合知

「総合知」の基本的考え方

総合知

多様な「知」が集い、新たな価値を創出する「知の活力」を生むこと

- 多様な「知」が集うとは、属する組織の「矩(のり)」を超え、専門領域の枠にとらわれない多様な「知」が集うこと。
- 新たな価値を創出するとは、安全・安心の確保とWell-beingの最大化に向けた未来像を描くだけでなく、科学技術・イノベーション成果の社会実装に向けた具体的な手段も見出し、社会の変革をもたらすこと。

これらによって「知の活力」を生むことこそが「総合知」であり、「総合知」を推し進めることが、科学技術・イノベーションの力を高める。

内閣府ホームページに掲載されました！

misolaは 総合知の活用の先行事例3：
「意味的価値」と「総合知」というタイトルで事例紹介されました！

青空照明 ＝ 意味的価値

空間の照度を上げる「機能的価値」よりも、
心に癒やしや安らぎを与える「意味的価値」

出典：内閣府ホームページ： 総合知 – 科学技術・イノベーション – 内閣府 (cao.go.jp)

© Mitsubishi Electric Corporation