

ブランド+文化

## 個性を表現する

表現の自由度を拡げる

🕒 Read 2分



日々の小さなストーリーが私たちの人生をカタチづかっていく。事業を始めたり、非営利団体を運営したり、地域社会に貢献したり、難しいと言われた顧客を獲得したりと、毎日の出来事がストーリーとして綴られ、人生に深みと感情の機微を加えていく。

Turnstone（ターンストーン）ブランドは長い間に渡って、起業家や社内企業家の話に耳を傾け、その研究に注力してきた。起業家たちには画一性という言葉は見当たらない。典型的なイノベーターなどといったものは存在しないのだ。それは企業に対してもいえる。人々が追求してやまない個性というものは、アートや音楽、タトゥーやファッションに表れている。私たち、人間には「画一性」から脱却し、社会に足跡を残したいという思いがあるのかもしれない。

TurnstoneブランドとSteelcase EducationのデザインディレクターであるMarkus McKenna氏は自己表現とデザインが交差する領域の進化を研究しているひとりだ。「ソファ、チェア、アート、壁の色、壁紙、素材にいたるまですべてが環境の中での自己表現であり、個性の表出なのです。」

しかし、そのストーリーや個性をオフィスに持ち込もうとなると、特にクリエイティブなワーカーは乗り越えなければならない壁につきあたることになる。劇的なコスト削減を追求し、効率重視のオープンな執務スペースへの需要が増す中で、個性やパフォーマンスはないがしろにされてきた。そして、世界中が画一性に向かう中で、その反発として、人々は個としてはもちろん、企業としての存在意義を表現する「場」を求めようようになってきたのだ。

「人間の感性や感情が重要視される時代によく入ったのだと感じています。人々は、どこからでも働くことができる状況の中では、チェアは快適か?どこで仕事をしたいか?どういう気分で仕事をしているか?などに重きを置くようになるのです。」とMcKenna氏は語る。

「人々は会社という画一性や没個性化を拒否しはじめ、生きる情熱や意義、人生の中での働くことの意味を真剣に考えるようになったのです。今、ようやく感性豊かなオフィス環境づくりに向かう時代が来たと私たちは感じています。」

---

とMARKUS MCKENNA | 氏は述べている。

turnstoneブランドは起業家の働き方を研究しつづける中で、人間の感性に注目した人間性重視の豊かなオフィスの創造を目指しています。そして、Biviのデスクやチェアに代表される製品を時代にあわせて改良しつづけ、ユーザーの個性を自由に表現できる感性豊かな製品づくりに積極的に取り組んでいます。

「人々は会社という画一性や没個性化を拒否しはじめ、生きる情熱や意義、人生の中での働くことの意味を真剣に考えるようになったのです。今、ようやく感性豊かなオフィス環境づくりに向かう時代が来たと私たちは感じています。」とMcKenna氏は述べている。

turnstoneブランドはユーザーの個々のストーリーとユニークな個性を重視した空間づくりという新風をオフィスに吹き込もうとしている。次ページでは最近発売された同社製品Biviを紹介している。

