

# ワークホスピタリティ

Read 8分



**Workspring への来訪者** シカゴの歴史あるインランドスチールビル4階に位置したWorkspringという名のオフィススペースは従来のオフィスという考え方を一新させる考え方を提案しています。これはSteelcaseの先駆的な冒険プロジェクトで、この魅力的で、多様なワークスペースは不動産のフットプリントを再考する際の参考にもなり、近年急速に増加しているモバイル化やプロジェクトチームがコラボレーションできる刺激的なスペースの見本とされています。

Steelcaseが提供する、シカゴのセントラルループの中心地、30W、モンローストリートにあるこのスペースはWorkspringのフラッグシップとして、テクノロジーを駆使したスタジオの数々、必要に応じて使用できる個人やグループでの最高のワーク体験を提供しています。

SteelcaseのGrowth Initiativesの副社長であるJohn Malnor氏はこれを「カリスマ的スペース」と名付けています。

フィットネスセンターが会員メンバーに最新のマシンや、快適性やパーソナルサービスを必要に応じて提供するのと同じように、Workspringは「コラボレーション型消費」という哲学を掲げています。これは所有することより、共有するというコンセプトをもとに勢いを増すというビジネスモデルでもあります。

これは特にスペースを持っていない企業や拡張する予算がない企業にとっては魅力的なオプションで、グループやチームのミーティングを提供するだけでなく、会社の外にいるスタッフや、サテライトオフィスが必要な社員や質の高いオフィスとクライアントと会う場が必要な自営業のプロフェッショナルにも適切な「場」を提供することになりました。

それは日常のオフィスから離れ、リフレッシュできる、活気に満ちたワーク環境の試みであり、丁寧なもてなしと最新の高度なテクノロジーや人間工学を考慮したチェアが装備された、目的にあわせてデザインされたスペースであり、重要なプロジェクトに取り組むためのスペースでもあるのです。Workspringの「仕事へのおもてなし」はホワイトボードやオフィスサブライから、栄養価の高いフードやスナックまで、あらゆるニーズを満たすことを目指し、その結果として質の高いスペースを提供することに成功しています。

そのスペースに足を踏み入れた瞬間にあなたは暖かく迎えられ、スペースにいる間中、行き届いたもてなしを受けることになります。そして、その場を離れるときには、来た時より、さらにリフレッシュして帰ることができるようにすべてが慎重に配慮されています。私たちはすべてを好奇心と興味を引き起こすようにデザインしています。居心地がよいこと。まるでそれはスターバックスのカフェインみたいなもので、それを欲しい!と人が思う感じとでも言えるでしょうか。」とMalnor氏は語っています。

最終的にそれはワーク体験を高めることにもなります：Workspringは企業のコワーキングメンバーやグループでの会議でホテルのスイートルームを使用する人たちのための5つ星ホテルのサービスを想像させます。セキュリティの高いワイヤレスインターネットアクセス、私物用ロッカー、ドリンクサービスから高精細なビデオ会議まで、そのスペースは必要なすべてを提供しているのです。。

「お客様が必要とする時にだけ手を差し伸べ、必要でない時には姿を消す、コンシェルジュサービスみたいなものです。私たちはお客様が最高の仕事ができるようにただお手伝いをするだけなのです。」

「お客様は単体の家具などに興味はまったくありません。彼らはそこに魅力的な体験を見ているのです。市場において私たちがリードしているものは「働く」ということの知識で、どうやったら素晴らしいワーク体験を創造するかを私たちは心得ているのです。」とSteelcaseのエクスペリエンスの最高責任者であるMark Greiner氏は述べています。

Steelcaseはマリオットホテルとパートナーを組み、シアトル郊外とワシントンにあるRedmond Marriot Town Centerの中にWorkspringを創設しました。6000スクエアフィートの面積を誇るそのスペースはマリオットホテルのビジネス客や小規模のミーティングのためのコラボレーションのための環境を求めているお客様に対してサービスを提供しています。

SteelcaseのWorkSpace Futuresのビジネスコンセプト開発の研究者であるFrank Graziano氏はホテルとのパートナーシップに無限の可能性を見いだしています。「私たちは彼らのためにチャンスの青写真を描くのをお手伝いしているのです。もしかしたら、10-15年後にはホテルが新たな仕事場になっているかもしれないのです。これがまずはサービスを提供しようとした最初のステップなのです。カタチにしていくにはもう少し時間がかかるのでしょうか。」

**Workspringは「コラボレーション型消費」という哲学を掲げており、これは所有することより、共有するというコンセプトをもとに勢いを増すというビジネスモデルです。**

Workspringの誕生は2006年にさかのぼります。その年にはSteelcaseの研究者が2つの重要なワークプレイスのトレンドをまとめあげました：広がる周波数帯域と高速通信テクノロジーによって人々がモバイル端末を使用して「どこからでも仕事ができる」ようになり、ビジネス上の複雑な問題を解決するには多くのグループでのコラボレーションが要求されるようになりました。

Greiner氏はビジネス経済の変化や競争力が高まるビジネス環境において、企業は「顧客の目から見た価値を生み出す」方法を模索しなければならないと主張しています。

B. Joseph Pine IIとJames H. Gilmore 両氏による、「The Experience Economy 経験経済」の著書の中では顧客の経験や体験という新たな経済価値を提唱しています。Greiner氏は研究員を率いて、「顧客にとって価値が高いと思われるワーク体験を創造する」ことに集中して研究をしつづけています。「未来はただ私たちがつくる「商品」ではなく、「商品体験」を提供することなのです。」

チームはWorkspringとなる土台の研究開発に2年間を費やしました。最初の場所は、2008年の秋、シカゴのリバーノースの近郊、イーストオハイオビルに460平方メートルの敷地に主にチームのコラボレーションとグループミーティング市場に焦点をあてたスペースをオープンしました。

2013年1月には30Wモンローの敷地にはるかに広い面積のワークスペースをオープンしました。Malnor氏によるとそれはまさに「Steelcaseが何年にも渡って開発したツールのすべて」を統合したものでした。

このスペースには4つの明確なターゲットが念頭にありました：企業のコ・ワーキングをする個人、グループミーティング、コラボレーション、そして長期にわたるプロジェクトやソーシャルイベントでの使用ということでした。そこを使用するすべての人たちは「自由な気が流れる、心地よいオーガニックスペース」と自然光の恩恵を受けることができます。Workspringのディレクターで、Steelcaseの新規ビジネス開拓のディレクターでもあるDanielle Galmore氏は語っています。このスペースはコ・ワーキングのための「フォーラム」、静かに一人で仕事をし、集中する場としての「ライブラリー」、フォーカスブース、異なる姿勢を推奨するさまざまなタイプのチェアを装備する7つのタイプのコラボレーションスタジオ、ブレイクアウトセッション用のスタジオと電話会議用のプライベートエリアを兼ね合わせるエクステンジスペースなどを配置しています。

オフィスから人を解放しようという動きが世界中で起こっている中で、Workspringはダイナミックな新たなスペースを提案しています。「それはモバイル社会の中で働くすべての人々への提案です。」

Aそしてこの動きは企業が不動産や高い固定資産に悩む経済状況の中で起こり、もっとコラボレーション型消費に目を向けることになるのです。Greiner氏はこう言います。「企業は疑問に思うのです。必要なときにすぐに共有できるのであれば、何故購入しなければならないのかと。」

シカゴのモンローストリートにあるWorkspringは活気があり、その歴史的背景、構造の美しさ、交通の便、レストランや他のサービスへのアクセスなどの点で魅力的な場として高く評価され、多くの人に選ばれています。



「シカゴで最も狭いオフィススペースよりも少ない予算で借りられるこのスペースは、窓のあるコーナースペースでも個室でも使用でき、チームでミーティングを行うことも可能で、1日に40人までのゲストを迎え入れることができます。静かに一人で集中したり、グループでミーティングしたり、あなたの仕事をあらゆる面から支えます。仕事の集中度に応じて、お気に入りのスペースで仕事をする「場」をチョイスすることが可能なのです。これは普通の企業ではなかなか提供できないソリューションです。」とMalnor氏は述べています。

例えば、多くの企業が維持している広い会議室は使われずに、無駄にスペースが使われているという実情があります。

Workspringは必要なときだけ、先端のIT環境、質の高い家具、最上のスペース、便利な立地を社員に提供することができます。Workspringはエコ的観点からもメリットがあります。スペースを必要な時に必要な場所で使用することになれば、スペース関連コストを最大限に抑えて予算を有効的に使うことができます。」とGrainer氏は述べています。

そして会社の外で働く社員や自営のプロフェッショナルの人たちは自宅やホテル以外にIT環境が完備された、パフォーマンスの高い「場」を利用できるのです。

シカゴにある個人向けのWorkspringのメニューには1日無制限に利用できるマンスリーメンバー、1ヶ月5日間まで利用可能な限定プランや1日使用可能なデイパスなどがあります。レイアウトが柔軟に変更可能なスタジオタイプは半日、もしくは1日、グループセッション用に借りることができます。グループは週単位、月単位で長期間におよぶプロジェクトのためにセキュリティのある、鍵がかけられる専用スペースも予約することが可能です。またWorkspringは必要であればケータリングサービス付きの企業イベントやプレゼンテーション、トレーニングプログラムなどにも利用できます。



Workspring は到着した瞬間からサービスが始まり、訓練を受けたスタッフがメンバーを迎え、コーヒーや栄養たっぷりの朝食を食べながら、専用iPad でその日のWorkspring の活動や情報をレビューできます。

「人はスペースにはいると、すぐにキッチンに行こうとする傾向があります。あなたが帰宅すると家族の皆はどこに集まりますか? 皆、キッチンに集まることはありませんか? 一緒にパンを分けるという人間の行動にもつながる、まさに人間の本質をついた行動です。まさに人間は社会的な動物であることを表しています。」

「誰かが顔を上げて、微笑んで「ようこそ!」と言うのです。あなたがピーナッツアレルギーであるか、コーヒーを飲むときはミルクをいれるのか、カプチーノよりカフェラテを好むのかというようなこともすべて把握しているのです。あなたが窓際に座りたいのか、よく知っている同僚よりもあなたの好みを把握することで、Workspring でのあなたの滞在を有意義なものにしたいという想いがそこにはあるからです。」

ヘルシーなフード、ブーツやバックパックやジャケットなどの私物のためのロッカー、再生可能なマーカ、消毒ティッシュ、ホコリ取りローラー、電源コードなどさまざまな用品も提供しています。セキュリティはカードキーアクセスと個人のセキュリティカメラによって厳重に守られています。また、機密が要求される新製品の導入会議や極秘ミーティングをする企業の皆様には特別な対策もとられています。



**Workspring は「コラボレーション型消費」という哲学を掲げており、これは所有することより、共有するというコンセプトをもとに勢いを増すというビジネスモデルです。**

---

**MARK GREINER** | chief experience officer for Steelcase

Workspring はそこで働く人々のウェルビーイングやブランディングをも考慮してデザインされ、その結果として環境的に微妙な細部にも注意を払っています。窓に囲まれたスペースはそこに居る人々がスペースのどこからでも美しい外の景観が見られるというデザイナーの意図がありました。Malnor氏は言います。「スペースを歩くと、どこからでも外の景観と溢れた自然光を楽しむことができるのに気がつきます。ほぼスペースの全体が緑とその景色の美しさに息づいていると感じます。こういう少しの工夫でスペースに人間性を持ち込むことができるのです。

WorkSpace Futures グループのGraziano氏はこのような体験的なスペースを開発すること、しかも仕事を邪魔せずにある種の存在感や繊細さ、謙虚さでお客様にとって魅力的な空間を創るには苦勞をしました。心を落ち着かせる Workspring カラーである淡いブルーを用いた壁から、ロッカーでカタカタ音がしないフェルトカバーのハンガーまで、ディテールに配慮した人を惹きつける要素が満載です。Graziano氏はこれを付随する「マイクロモーメント」と呼んでいます。つまり訪れる人が、トータルで気持ちがよくなるような目に見えない付加価値や体験の中で、人々が目の前のことに集中して、それを楽しむことができる瞬間ということです。

「シカゴで最も狭いオフィススペースよりも少ない予算で借りられるこのスペースは、窓のあるコーナースペースでも個室でも使用でき、チームでミーティングを行うことも可能で、1日に40人までのゲストを迎え入れることができます。」

その証拠はお客様の反応に表れています。Workspringの顧客満足度は非常に高く、他の人に薦めるという項目では最大の5のスコアを獲得しています。Workspringのブランドとサービスモデルを分析し、開発したGalmore氏はこう言います。「彼らはWorkspringの高いもてなしからリピーターになるのです。世の中で日曜大工が盛んになるにつれ、人々はそれを自分のためにしてくれるサービスを求めているのです。私たちがその分野では秀でた経験を持っていることに惹かれるわけです。」

Workspringはコスト意識の高いお客様には、media: scapeのような最先端のテクノロジーやツールが利用できるようにしています。

その包括的なアプローチとモダンなデザインでWorkspringでの体験は市場での多くの先進的企業を満足させました。スペースという観点から創業したばかりの小さな会社の価値を向上させたり、100万ドルの提案書を売り込むためにエレガントな環境を与えたり、クライアントはガレージで働いているなどと想像もしませんと、Malnor氏は述べています。「カフェはパブリックすぎて騒がしいし、オフィスは反対に刺激もなく、活気もなく、社会性にも欠けているということになった時にWorkspringはニッチなニーズを満たすことができるのです。Workspringはちょうどその中間のほどよい「場」、オフィスよりもプライベートでより刺激に満ちた「場」を提供しているのです。

このような体験はSteelcaseとも歴史的に関係があるカリフォルニアのパロアルトにあるイノベーションを先導するデザインコンサルティング会社であるIDEOの興味を引きました。IDEOは過去にさかのぼるとAppleの最初のマウスやSteelcaseのLeapチェアなどの開発デザインをした企業で、今回のWorkspringのプロジェクトでもパートナーを組み、カリフォルニアの本社敷地内にその試験的スペースを設置しました。

まさにパロアルトの魅力にあるようなオーダーメイドの施設ということで、Malnor氏は「IDEOはもちろん、彼らのクライアント、そして他の顧客の方々にも提供できる「消費者のニーズを重視するマーケットインなプロトタイプ」として好評でした。カリフォルニアのWorkspringは非常に興味深く、インフォーマルでクリエイティブなものとして位置づけています。」は語っています。

シカゴとカリフォルニアにあるWorkspringはその地域ならではの差し迫った緊急ニーズを浮き彫りにもしました。「あらゆる地域のディベロッパーは建物の稼働利用率を上げることに四苦八苦しています。そこに私たちは新たなチャンスを見だし、Workspringのようなスペースを創ることでスペースの価値を上げられると見たのです。」とGreiner氏は言います。

例えば、シカゴのインランドスチールビルのテナントはWorkspringの便利さと立地の良さというだけでなく、メンバー用の特別価格やスタジオの使用などの特典に価値をおきました。それは建物の価値を高め、結果としてテナントがより長く滞在し、さらにリースを払いつづけるように誘導することにもなります。

「私たちはWorkspringがどこまで変貌していくかを見たい強い欲求を持っています。」と語るGalmore氏はフランチャイズ化や関連会社、またはビルのオーナーや異業種の分野とパートナーを組むことでWorkspringをさらに進化させ、拡大していく可能性を示唆しています。「大きなパズルのすべてのピースが一緒になったような感じですよ。」



気になるという体験でしょう。

「お客様の多くが例えて言うのです。極上のケーキの材料やレシピはほしくないのです。ただ、ケーキを私のために作ってくださいと。まさにこのケーキこそがWorkspringなのです。」

Malnor 氏はこのことこそが、Steelcase が次の章で目指すことで、人々の働き方をさらに向上させ、進歩させることにつながる課題なのです。「私たちはSteelcase が成し遂げた100年にも及ぶ仕事の上に成り立っており、それは必然的にSteelcase のビジョンを拡張していることに他ならないのです。

## Featured Products

---