

360°

Exploring Innovation at Work

掲載製品名 表紙:

Turnstone Campfire Lounge Moooi Perch Pendant Lights Blu Dot Rule Long and Low Credenza Coalesse Lagunitas Personal Table Steelcase Flex Mobile Power Thread Power Urban Tree Core Side Table Blu Dot Turn Side Table

中表紙: Steelcase Flex Basket Steelcase Fiex Basket
Orangebox Aspect
Coalesse Lagunitas Table
Turnstone Campfire Lounge
Orangebox Away from the Desk
Coalesse Free Stand
Viccarbe Season Mini

展表紙:
Coalesse SW_1 Lounge
Orangebox Avi Chair
Turnstone Campfire Pouf
Turnstone Bassline Table
Viccarbe Up In The Air Table
Moooi Carpets Menagerie
FLOS Captain Flint Lamp
Thread Power

今日のオフィスの多くは、仕事をする場所 というよりもまるでトレンディなカフェ、自 宅の書斎やプレイルームのようにも見える。 が有能な人材を引きつける戦略のひとつと して「オフィス」を位置づけ始めているか ず、多くのオフィスはその効果を十分に発 揮できていないというのが現状だ。

今号では、オフィスの最新トレンドを探り、 人々が真に望んでいるものを明らかにして いる。これまでの退屈で画一的オフィスか らの脱却、既存のオフィスを見直して新 バージョンを創る「オフィス・リミックス」 という時代にいよいよ突入した。



Exploring Innovation at Work

steelcase.com/asia-ja/research/360-magazine

SNSでSteelcaseとつながろう。

facebook.com/steelcase

twitter.com/steelcase

youtube.com/steelcasetv

instagram.com/steelcase

pinterest.com/steelcase

360magazine@steelcase.com

steelcase.com/podcasts

発行者 + エグゼクティブエディター Gale Moutrey

エディター

Chris Congdon

Managing Editor Stav Kontis

クリエイティブディレクター

Erin Ellison

アートディレクション + デザイン

Emily Cowdrey Hybrid Design, SF

編集アシスタント

Jacob Van Singel

海外担当者

ヨーロッパ、中近東、アフリカ

Serena Borghero Olivier Dauca Rocio Diez Fabian Mottl Uli Zika

アジアパシフィック

Maria Bourke Allan Guan Candy Ng Alison Quodling Cherry Wan Kiki Yang

ライター

Rebecca Charbauski Beth Hallisy Eileen Raphael Deena Sami Karen Saukas

Julie Watt

写真家/アートディレクター

Jill DeVries Jeremy Frechette Brian Miller

イラストレーター

Hybrid Design, SF

デジタルメディア

Areli Arellano Caroline Bernard Sara Onken Anne-Sophie Peter Andrew Wyatt

広報

Kayla Hanson Katie Pace **目次** 3

目次

6 360 概観

8 見解

10 ワーク・デイ

14 トレンド360

18 新・オフィス

114 回顧



特集

33

オフィス・リミックス

職場でのカジュアルな共有スペースへのニーズは、かつてないほど高まっている。同時に、企業は、不動産であるオフィススペースのあらゆるエリアを有効活用することを模索している。しかし、従業員が真に必要なモノ、望んでいるモノを明確にすることは極めて困難である。Steelcaseの最新調査研究では、仕事が捗る真に機能する「場」、つまり、作業に適した魅力的でカジュアルなスペースを設計するためのガイドラインを提示している。



特集

22

サイモン・シネックの新たな「ゲーム」理論

小説家であり、TEDトークの登壇者としても有名な経営理論家、サイモン・シネックをご存知だろうか。彼の最新著書「The Infinite Game」では、ビジネスの基礎と考えられる従来の考え方に反論している。終わりのあるゲームと終わりのないゲームの違い、そして、多くのリーダーが犯している間違いやその理由を聞いた。



26

場所に縛られない働き方

今日、オフィスに求められているのは、柔軟性、可動性、選択肢、快適さといった要素だ。コラボレーションが増え、チームや個人が自由にオフィスを動きながら働くことが増える中、未だ、電源コンセントという建物のインフラに縛られている。Steelcaseは、Ankerと提携して、どこにでも持ち運べる企業向けポータブル電源の開発に成功した。





86

スペースを戦略的に活用

2つのまったく異なる文化を持つ組織の統合など、今日、イノベーションの加速化に向けて、企業はどう変革を起こせばいいかのヒントを提示している。それには人材のフル活用や従業員のウェルビーイングを包括的にサポートすることが極めて重要になる。ユトレヒトからマドリード、中国の遠隔地までその4つの事例から、戦略的目標を達成するための活気溢れる職場環境を構築する背景に迫る。

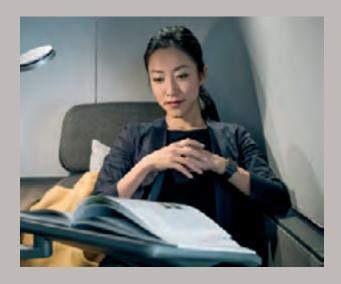




96

テック人材が 集まるBeacon

Steelcaseの「スマート+コネクト」ツールを導入した米ボストンに拠点を置くハイテクソフトウェア開発会社PTC。データとテクノロジーを活用することで、スペース管理や来客の誘導方法、コラボレーションワークをサポートすることに成功し、異次元の速度で組織文化を変革した。



102

集中スペースを確保する

オフィスのプライバシー空間とは、必ずしもドアがある壁に囲まれた部屋である必要はない。Steelcaseの最新調査によると、オープンスペースに視覚的プライバシーを確保するだけで集中して仕事に専念できることが実証されている。また、人は視界が広いオープンな環境の中に身を置くことで、よりクリエイティブでいられることも分かっている。

108

常識の枠に捉われずに 自由な発想で考える

約20年前、ノートPCがデスクトップに取って代わるはるか昔、働き方が今後どう変わるかの明確なビジョンを持ったOrangeboxは、革新的かつ自由な発想から生み出すオフィス家具のブランドを創設した。今日、そのプロダクトは同じビジョンと目的を共有するSteelcase製品と融合し、オフィスに新風を巻き起こしている。





360 概観

Why Some of the Coolest Spaces at Work Sit Empty

オフィスで最もお洒落なスペースが実は利用されていない理由:

今日、世界中の多くのオフィスは、まるでカフェやプティックホテルのようだ。パネルに仕切られた執務空間や個室、堅苦しい会議室はそこにはない。今をときめくホットでトレンディなオフィスには、バリスタやバーテンダーが常駐し、座り心地の良いソファや大きなダイニングテーブルにバラバラなチェアがなんとも上手くコーディネイトされている。「レジマーシャル(ホームとオフィスの融合形)」、「補完的」、「会社然としない」などその表現はどうあろうとその目的は同じである。オフィスを雰囲気と感性を備えたよりリラックスした「場」に変換するという企業の狙いがそこにはある。敢えて「会社然としない」ことで、退屈な職場に「創造性」と「人間らしさ」を注入すること。それが最終的には、優秀な才能を引きつけ、定着させることにつながるからだ。

しかし、問題はそれらのスペースが実際には活用されていないことにある。

従来のオフィスへの不満は、こういったお洒落なスペースの多くが活用されていないことにある。当社の研究によると、働く「場」においてスタイリッシュなリビングルームやプレイルームのような多種多彩なスペースによくありがちなゴージャスなソファ、そこには人は頻繁に座ろうとしないということだ。(P33を参照)。それはどうしてだろう?

その理由は、見た目重視、決して機能的ではなく、働くには向かないということにある。人がオフィスに出社するのはあくまでも「働く」ことが目的で「仕事がはかどる」ことが最も重要視されるべきである。カフェの雰囲気は好まれるかもしれない。しかし、結局は仕事をこなせるかどうかで人はスペースを選んでいる。くつろいでテレビを見たり、丸まって本を読んだりするために設計された家具は、ノートパソコンで作業をしたり、コラボレーションする家具とは異なるのだ。流行りのビーズソファも実際には創造性とコラボレーションを促すというよりむしろ仕事には向かないアイテムということになる。

私のこの主張は、決してオフィスがグレーとベージュの旧態依然と した退屈な「場」に戻るという意味ではない。オフィスは、1日の 仕事を終えた達成感とチームとしての一体感を感じられる「場」 でなければならない。そのためには、人々が欲している多種多様 なスペースを提供し、そこで人がどう仕事をこなし、人間の五感 でどう感じるかということではないだろうか。そのために、今、オ フィスの設計デザインに求められること、それは、従来とは抜本 的に異なる視点でのアプローチなのである。

クリス・コンドン 編集者、360マガジン

Chis Congdon

8 360 マガジン

見解

今号に 情報とアイデアを 寄稿した方々です。

メアリー・エレイン・ルーシュ マネジャー、アプリケーションデザイン Steelcase

「多くの場合、共有スペースに期待されるのはデザインです。しかし、オフィススペースを最大限に活用するには、そこでいかに仕事をこなせるかを企業はもっと考えるべきです。実際はゴージャスなソファやコーヒーを飲むだけのテーブル以上のものが望まれているのです。たとえ、コーヒーを飲みながらのカジュアルなミーティング、少人数でのブレスト、デスクワークであろうと重要なのはそこで何を生み出すかなのです。」





「当社の製品は、コラボレーション環境の中で企業 文化と効率性の両方を改善できるように設計されて います。メーカーとしての私たちの使命は家具を通 して人をつなぐことだと考えています。」



アンドリュー・キム マネジャー、ワークスペースフューチャーズ Steelcase

「オフィスは働くための場所です。ワーカーの行動調査によると、人々は一定レベルの機能が備わった共有スペースを選択する傾向があります。共有スペースを選択する際の2つの重要要素は、ある程度のプライバシーと作業中の姿勢へのサポートです。」





ボー・アンダーソン プロダクトマネージャー Steelcase

「電源コンセントのある壁の近くになる べく座りたくないと皆が思うのは自然で す。どこでもコラボレーションが起こる 中で、建物のインフラに縛られるなんて ナンセンスです。」

キャロライン・ケリー マネジャー、ワークスペースフューチャーズ Steelcase

「オープンなオフィスレイアウトやベンチデスクが決して悪いのではありません。問題はその配置方法です。共有スペースや家具でプライバシーが調整できるようになると、そこは仕事が中断される「場」から、コラボレーションと集中がバランスよく調和された快適な「場」へと変化します。」

ヒョン・ユ インダストリアデザイナー Steelcase

「私のゴールは、シンプルで繊細なラインのオブジェをつくることでした。その同じ原則をFlex Mobile Powerのデザインにも適用したのです。建築家やエンジニアからの設計上の制約も考慮しながら、人がどう働くかを左右できる製品をつくることにワクワクしました。」



ワーク・デイ

仕事を快適に するための ヒント



「やることリスト」 を管理する

やることリストをこなしていくには自己管理が必要になる。これは多くの人の悩みでもある。「Getting Things Done」の著者であるデービッド・アランによれば、人間の脳は何かを創造し、問題を解決するように造られているという。しかし、脳は整理整頓されていない収納キャビネットのようなもの

で、全てのタスクを成し遂 げるにはそれなりの努力が 必要になる。例えばこんな ことだ:

2分ルール

些細なタスクには精神的負担をかけないように。2分以内にできるものは今すぐやること!

メールや書類の整理

脳を効率よく機能させるに は、メールや書類の整理が 大事である。週1ベースで仕事の優先順位づけをし、次へ進もう。

「完了」の見える化

受信ボックスやデスクに散在した書類や情報をいつ片付けるかは迷いがちである。 自分にとって「完了」はどこなのかを明確にし、次に何をどこまですべきかをきちんと決めよう。

職場での ストレス

職場でのストレスありますか? 世界保健機関(WHO) は最近、慢性的ストレスが重なることで起こる燃え尽き症候群を「オフィス現象」と位置づけ、職場でのウェルビーイングがいかに重要であるかを改めて示唆した。

WHOによると、感情や精神の消耗、意欲の低下、仕事に対して投げやりになるなどの一連の燃え尽き現象は、誰もが一度は経験があるという。

しかし、悩むなかれ。それを 緩和させる方法がある:



🏅 身体を動かそう

身体運動が脳を刺激する。 スタンフォード大学は、ウォーキングが創造力を平均60 %増加させることを実証している。だから毎日少しでも 身体を動かす時間を見つけよう。

✓ 邪魔されない時間

常に「オン」でいることは実際不可能だ。携帯電話と同様、心も定期的に充電すること。そのための静寂スポットを見つけ、少しだけ仕事から離れてみよう。ヘッドフォンをつけて自分の世界に没頭するのもいいことである。

3 話そう

働くことには社会的意義がある。意義ある人間関係と帰属意識は人をハッピーにする。だから同僚とコーヒーを一緒に飲んだり、ランチをしたり顔を合わせておしゃべりする時間を意識的につくろう。

ワーク・デイ 11

元気アップ

無期限休暇制度を採用したり、オフィスで犬を飼う企業がある。しかし、実際は、79%のワーカーが昇給を望んでいる(Glassdoor Employment Confidence Survey 2015調査)。企業はこぞって工夫を凝らしてその戦略を練っている:



REIは、従業員が外に出て行動を起こすために、年に2回の有給休暇を「イエイ・デー」として従業員に付与している。



Ben&Jerry'sは、毎日約2L 強のアイスクリームを無料で従 業員に提供し、新フレーバー のネーミングに参加できるよう にしている。



世界野生生物基金には、パンダの日があり、隔週で金曜日を休みにしている。



Spotifyは、受精卵の凍結 保存と不妊治療の費用を負 担している。



Airbnbでは、年間2,000ドルを従業員に贈呈し、世界中のどこへでも旅行することを推奨している。



私が好きなモノ

「Umamiは、次世代オフィスにおいて、ラウンジソファがどういう役割を担うのかというシンプルな問いからその開発が始まりました。私はその背後にあるこういった考え方が好きです。アーム、バック、シートが一体となった柔らかい曲線が建物に積もる新雪を連想させ、つい手で触れたくなります。」

Yuka Hiyoshi シニアインダストリアルデザイナー Steelcase



上司との絆

経済学者リチャード・レイヤードに、幸福に関する彼の長年の研究で何が最も衝撃的だったかを尋ねてみた。1日のうちで苦痛なみた。1日のうちで苦痛ない時間は上司との時間だという。ハーバードビジネスとビュー誌ではその関係を改めずった提示している:

1 目標に沿う

貴方の仕事に対する上司 の期待と目標について上司 と相談し、意見を一致させ よう。

2 共感する

非現実的な期待に尻込みする前に、上司の視点で考えて仕事の優先順位とその重圧を把握しよう。

3 ポジティブに考える

上司の腹立たしい癖や行為 をポジティブに考えよう。人 間は誰しも尊敬に値する何 かを持っている。

4

相手を知ろう

上司と仲良くなろう。好きなスポーツは?旅行は好きか?好きな音楽は?どんな話題でもいいから相手のことを知るようにしよう。

私たちが 読んでいるもの

The TransHuman Code: How to Program Your Future

Carlos Moreira & David Fergusson

共著者のモレイラとファーガソンはこう問いかけた。「人類は優れたテクノロジーでより良い未来を築こうとしているのか、それとも人類を犠牲にしたより優れたテクノロジーでより良い未来を築こうとしているのか?」本書は人間が制御する世界と機械が制御する世界の狭間で人間性に重きをおくことの重要性を説いている。

The Infinite Game

Simon Sinek

自分がプレイするゲームのやり方はご存知だろうか?ビジネスや政治のような果てしないゲームではプレーヤーは常に入れ替わり、ルールは要更可能、そして、終わりも見えない。果てしないが一ムでは勝者も敗者もない。先か後かということだけだ。シネックは、固定概念で無限のゲームをプレイする企業やその経営陣の苦悩を探り、それを理解することが業務改善を目指すリーダーにとっての必須条件であると説いている。

Getting Things Done

David Allen

現代社会では過去の手法は通 じない。コーチのエキスパート兼経営コンサルタントのアレンは、ストレス緩和と成果向上のための画期的な方法を提案している。それはリラックス効果と生産性向上の関係に尽きると言う。頭の中がすっきり整理されていると生産性はアップし、創造性を発揮できるというシンプルな論理だ。

これらの著者に興味がある 方は、サイモン・シネックと デイビッド・アレンのポッド キャスト「真にワーカーが欲し ているモノ」の視聴をお見逃 しなく。







ワーク・ディ

「座る」の極意

オフィスではやることが 一杯あって忙しく動き回 る日々。集中したり、小 休止したり、人と会う時 にはそれに適した「場」 を選ぼう。そして、チョイ スがある場合には、必ず慎 重に。身体をしっかりと支 え、脳をリフレッシュさせる 「座り方」をしよう。



360 マガジン

トレンド 360

Going Beyond Average With Inclusive Design

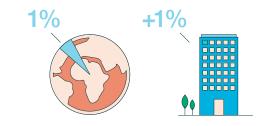
「インクルーシブデザイン」で、平均的/標準的という固定概念を取り払う。今までのオフィスづくりとは、平均的なユーザーの声に基づき、その多くの人を満足させることで十分だった。しかし、一方でその対象から排除される人々もいた。しかし、今日、働き方や暮らし方が変化する中で、万人向けに訴求できる手法である「インクルーシブデザイン」という概念が職場で働く全ての人の潜在能力を引き出すための戦略として注目されている。

職場での自閉症

SAP、ヒューレットパッカード、マイクロソフト、フォード、デロイト、カタピラーなど数をあげれば限りがないが世界的優良企業は、自閉症の人を登用するプログラムや試験的試みを実施している。彼らの類まれなユニークな視点や特殊能力に関心が持たれているのだ。

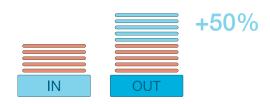


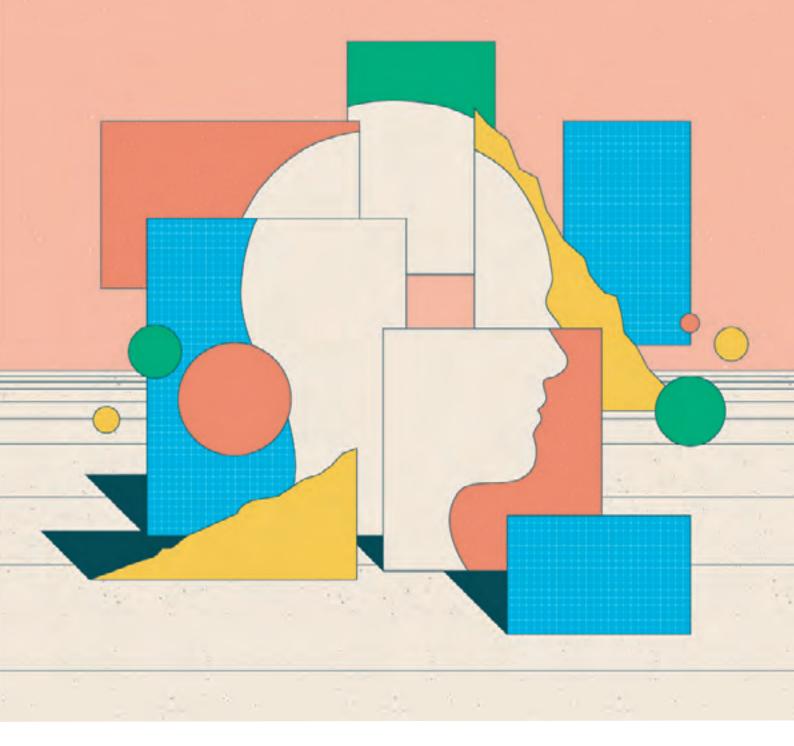
欧州連合は、2020年までに800,000人のIT人材が不足すると予測している。特にデータ分析やITサービスなどで自閉症、失調症、失読症、注意欠陥、多動性障害 (ADHD) など神経疾患を持つ人のユニークな能力がデータ分析やITサービスにフィットするのではないかと報告している。!



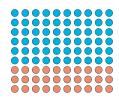
ドイツのビジネスソフトウェア企業 SAPは、2020年までに従業員の1%をこのような神経発達障害の人を登用することを発表した。この割合は世界中の自閉症のおよその割合に匹敵する。²

JPモルガンのモーゲージバンキングテクノロジー部門の自閉症の従業員は、3年の経験を持つ人と同等のスキルを6ヶ月以内に習得し、その生産性は50%も高い。3





自閉症の人を登用するにはその職場環境も変わらなければならない。しかし、多くの企業は、その必要性や 方法を認識していない。



32%

イギリスの2,000人のワーカーのうち、神経発達障害の従業員に対して特別に環境を整えなかったと答えた企業の割合4

自閉症ASPECTSS™デザインインデックスは、自閉症のための世界初の根拠に基づいたデザインガイドラインである。自閉症に優しい空間とは、ノイズ軽減、明確に区切られたゾーニング、論理的な空間の優先順位づけと案内表示、カスタマイズ可能な休憩スペース等が含まれる。5

自閉症のための空間づくり



ノイズを減らす



案内表示を強化する



小休止できる



ゾーンを明確にする

16 360 マガジン

コワーキングでのコミュニティづくり

2019年度 Coworking Resources Global Coworking Growth 調査によると、世界中のコワーキングスペース の数は2022年までに42% 増の25,968にも達すること が予測されている。コワーキングというビジネスモデル は、特にモバイルワーカーや急激に成長するギグエコノミーといったネットで仕事を受注する人にとってはそこで気軽に交流できるのがその魅力だ。

多くのコワーキング施設は万人向けに設計されている。しかし、現在、より親密なワークカルチャーを求める人や画一的なスペースを望まない人にも対応しようとする動きがある。







25K

2022年までに世界中に広がると予想されるコワーキングスペースの数 (25,000)

42%

今後の増加率(2019年度 Coworking Resources Global Coworking Growth調査の予 測)



「訪れたコワーキングスペースは、あくまでも男性主体のスペースで、女性を意識したツールや雰囲気ではありませんでした。」

女性専用のコワーキングクラブが世界中で増えている。「訪れたコワーキングスペースは、あくまでも男性主体のスペースで、女性を意識したツールや雰囲気ではありませんでした。」とデンバーのコワーキングスペースの創設者は言う。6

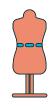


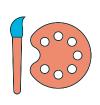
4人の働くママの発案によるTrehausは、コワーキング施設内に託児スペースを備えたシンガポール初のスペースだ。自席やフリーアドレスのデスクの他に、子供たちがプレイルームで様々な遊びができるように工夫されている。2~3歳の子供は、同社の保育所を利用でき、英語や標準中国語での幅広い教育も提供している。7

「ユダヤ人であること、 他のユダヤ人と仕事を することでコミュニティ へのつながりが生まれ ます。」

ユダヤ人のコワーキングスペースは、オーストラリアのメルボルンだけでなく、アメリカの複数の都市での注目ニュースになっている。「ユダヤ人であること、他のユダヤ人と仕事をすることで、そこはまるでイスラエルの共同体であるキブツのようなコミュニティとしてのつながりが生まれるのです。」と語るのはシカゴのコワーキングメンバーだ。8







ロンドンでは、Arebyteがアーティストやクリエイターにコワーキングスペースを開設している。アニメーター、ファッションデザイナー、DJ、ミュージシャン、デジタルメディアアーティスト、芸術家などを対象に多種なスタジオを提供している。 9

アメリカの6都市には、高齢でありながらも元気に働く人向けのコワーキングスペースがある。ここで重要なのは安心感と生産性、そして、学習だ。「そこは75歳の私でもすぐにその心地よさを感じました。」とニューヨークのメンバーは語る。10

小休止が必要な時代

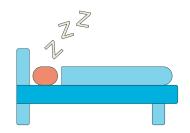
未だ一部の人は9時5時で働き、夜はしっかり8時間の睡眠をとるという生活をしている。しかし、一方で、仕事と暮らしが曖昧になり、昼夜の区別なく働く人も増えている。こうした状況の中、従来の時間サイクルはもっと柔軟であるべきだと考える。実際、数十分の仮眠は脳の活性化にも良いという研究もある。その必要性を認識し、小休止や休憩のための「場」を設置し、ランチをとるのと同じように仮眠タイムを設けている企業もある。他方、従業員の怠慢さを恐れてその導入をためらう企業もある。

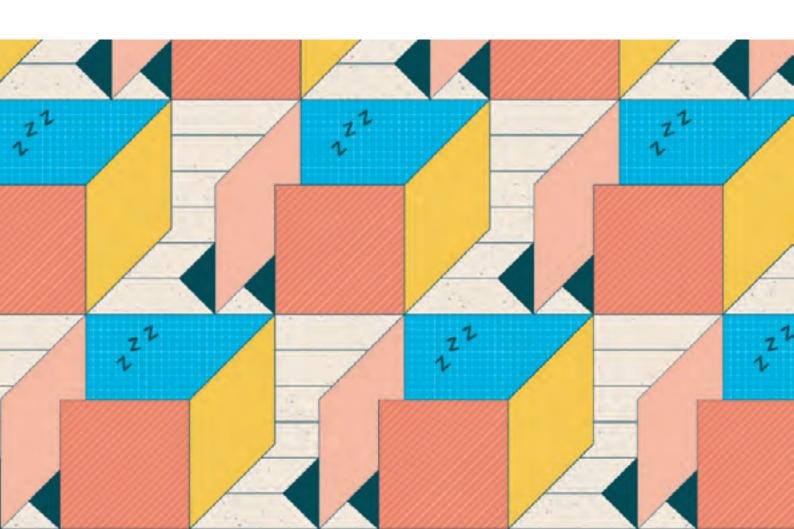
眠らない街とも言われるニューヨークでは、仮眠スポットが流行っている。マットレスや睡眠補助器具を販売するスタートアップ企業の Casper の The Dreamery(ドリーマリー)などがある。「仮眠は仕事のロスタイムではなく、生産性やウェルビーイングの向上には必要不可欠だと認識し始めています。」と語るのは国立睡眠財団の学者だ。¹¹



ロンドン拠点のスタートアップ企業、Pop&Rest(P&R)は、プライバシーのある落ち着いた空間で休憩できるスペースを開設している。仮眠をしたり、呼吸法や瞑想のエクササイズをしたり、セラピーを受けたり、静かな中で仕事をしたり、休息したり、そこでの利用法は様々だ。12

東京では、ネスレジャパンが睡眠カフェをオープンした。仮眠前にコーヒーを飲み、30分仮眠するというコーヒーナップという新たなスタイルを提案。カフェインが効き始める頃にはリフレッシュした気分で目覚めるというものだ。¹³





新・オフィス

働きたいと思える 「場」のための 新ソリューション

Designingwith Pods

「ポッド」を適切に配置する。オープンスペースでプライバシーを確保したい場合、そのソリューションとして「ポッド」を活用することは多い。しかし、数ある中からどれが最適なのかを判断し、ニーズに合わせて配置することはそう簡単ではない。

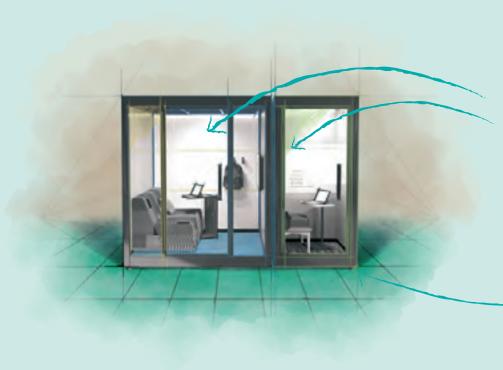
ちょっと電話をかけたい、ひとりで静かに休憩したい、少人数でブレストをしたいなどの要求に応えることから、音響的/視覚的なプライバシーを提供する「ポッド」が注目されている。オープンな執務空間の中で、気を散らすことなく仕事に集中したりコラボレーションしたりするためのスペースを見つけることは不可能だとも言える。

様々なサイズを揃える「ポッド」の存在で、オープンスペースの 設計方法は大きく変化しようとしている。上手にオフィス空間に組 み入れることで、人々が必要な時に容易にプライバシーを確保で きる環境を整えることができる。





20 360 マガジン



聞かれたくない会話のための電話プースや、少人数で邪魔が入らずに快適にコラボレーションできる広めのポッドなど、豊富なサイズを用意することで多様なユーザーニーズに応えます。

MADE TO MOVE

移設が容易。キャスター付きSnapCab(スナップキャブ)ポッドは、可動性に優れ、必要に応じて移動させてレイアウトの再構成も可能です。

BREAK AWAY

ちょっと離れる。この SnapCab電話ブースを チームスペースに隣接させることで、即座にグルー プから離れてひとりになる時間を確保できます。





このIRYS (アイリス) ポッドに反射フィルムや不可 視化するクローキングフィ ルムを貼ることで、外から 中を見えなくし、視覚的 プライバシーのレベルを 上げることができます。

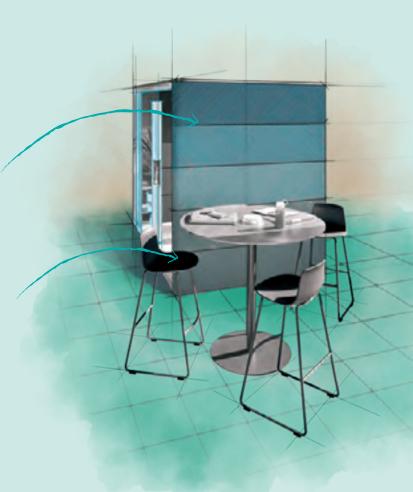
FRESH AIR

新鮮な空気。この Orangboxのポッド は、ルーバー付き 屋根を備え、開閉 によって光や空気 の流れを変え、会 話のプライバシー も確保できます。

パネルが交換可能な Orangeboxポッドは、 壁面の色や素材を交換、変更、アップデートしてスペースを一新 できます。

隣接スペースも念頭に入れながら、さった。 で入れながいできやけっが選択で勢やしてい種類の姿提供している議立を選びます。会議ではいます。会議ではいません。 置されたこのタッは、マウンスはのインフォーマンにも最適です。

どの「ボッド」が貴方に適している かをクイズ形式でご紹介していま す。クイズは、www.steelcase. com/steelcase-pods-quiz/、製 品詳細はsteelcase.com/podsを ご覧ください。





Q&A

Simon Sinek's New Game

写真: Andrew Dolgin

サイモン・シネックの新たな「ゲーム」理論。TEDトークの登壇者としても有名な経営理論家、サイモン・シネックをご存知だろうか。史上3番目の人気TED講義だ。彼の著書「Start with Why」と「Leaders Eat Last」はベストセラーに輝いている。「なぜ」、「何のために」から始めることが人を動かし、組織を未来へと導く力になると主張し、最新著書「The Infinite Game」では、ビジネスの基礎と考えられる従来の考え方には異議を唱えている。今回、360マガジンの編集者、クリス・コンドンは、限りあるゲームと限りないゲームの違い、そして、多くのリーダーが犯している間違いやその理由を聞いた。

24 360 マガジン

360: 限りないゲームを探求しようという理由は何ですか?

サイモン・シネク (SS): 限りある/限りないゲームという概念は、1980年代にジェームズ・カース (James Carse) という神学者によって提唱されました。少なくとも競争相手が1人以上いる場合にそれはゲームになり、そのゲームには限りある/限りないという2タイプのゲームがあると主張したのです。

限りあるゲームは、野球やサッカーのように合意の元に競争相手がいて固定ルールや目標のもとにプレーされ、最後には勝者が決まり、ゲーム終了となります。そこには開始、中間、終了となります。それに対して限りないゲームは、相手は定義されず未知です。ルールは変更可能であり、目標はできるだけ長くゲームを続けるということです。

360:つまり、限りないゲームでは勝者がいないということですか?

SS:はい、その通りです。 このことが分かった時、り たちは常にそうした限りた いゲームの中にいるのだろ うかと考えたのです。結婚 生活や友情、グローバルス においては勝者がみません。プレイ ではありません。プレイヤーは入ったり出たり出たり 会社が設立されたり倒産も たり。しかし、ゲームそのも いはあなたがいくのです。

リーダーの多くは、自分たちがいるゲームを本当に合いません。競合でしていません。競けることを目指しています。しかし、それを持続さないるとは不可能なさいでもあるのです。限りなるゲームの意識や習性で競争

すると、信頼や協力度合い の低下、イノベーション能 力の停滞を招き、一貫して 予測可能な成果を上げ続け ることはありません。

360:競争相手を持つことは士気にもつながると思うのですが。競争に勝ちたいという思いはなぜ問題なのですか?

SS: 競争という概念は間違った解釈をもたらしのが概念はます。競争の原理は強いものが思いっことです。しかいるでは選択する指標というであることででが勝者だとと言いますがです。しかしているを実にいるのです。というというともあることがはいるのです。

そして、それは必ずしもイノベーションを促すわけではありません。それはただ相手に反応しているだけで優位になる何かを求めての行動ではないからです。市場でいずの座にいるととかく攻めではなく守りに入りがちです。それこそがイノベーションの停滞を招くのです。

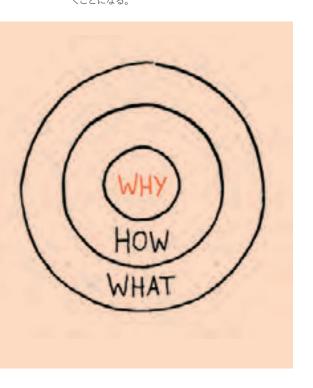
限りないゲームでは、尊敬に値するライバルを念頭に置くことも重要です。ゲームではをする相手や企業をまずは比較分析します。もし、いる場合にはその相手を分の点で自分よりも見をです。 きしいる場合にはそのです。 きしんですが、限りないがしたの唯一かが、限りなのでものです。

「今あので信合ノ能招予果るせでまが識争やの一の一可上はの人習る力下、ョ滞しな続きした。」

360: あなたは著書の中で「なぜ」するのかという問いが必要だと言っていますがそれはどういう意味ですか?

SS:「なぜ」するのかへの問いは未来へのビジョンにつながるからです。たとと理想を掲げること、そして、それに向かって全力で努力することです。それが生きる意味や仕事へのやりがい企業組織においてはビジョンやミッション、またはブランドに相当するのかもしれません。

シネックが提唱するゴールデンサークル理論は、企業目的である「なぜ」それをするのかをまずは問うことが最終的に何をどう実行するかにつながっていくことになる。



360:ビジネスでは、企業の存在目的は株主である投資家に利益を還元することだとよく耳にします。もちろん、私は投資をすることの利点も十分に理解しています。しかし、それだけが理由ではないですよね?

SS:お金は単なる結果でし かありません。この定義の ベースにあるのはノーベル 賞にも輝いた経済学者ミル トン・フリードマンの理論 です。ミルトン・フリードマ ンは、1970年代に法律の 範囲内での利益の最大化を 理論づけました。この株主 優位理論は80年代90年代 に完全に浸透しました。し かし、この理論の問題点は 重要なのはお金であるとい う極端な考え方でした。ビ ジネスはそれよりもはるか にダイナミックで人間主導 です。モラル的にはどうな のか。モラルは法律よりも はるかに重要な基準値で

「なぜ」するのかという問い。利益追求よりもはるかに大きな企業価値を創造することは優れた経営手法です。こうした経営に注視している企業は実際には市場でも優位な地位を築いています

360:企業組織のイノベーションと成長を支援するには、スピーディなチーム主導型組織にシフトすることが重要だと私たちは認識しています。その根幹にあるのは信頼だと考えているのですが、信頼の構築を浸透させる環境とはどんなものだとお考えですか?

SS:例えば「私が間違っていた」、「家のことが大変で仕事に身が入らない」、「役職が上がったけれど何をどうすればいいのかわからない。もっとトレーニングをしてほしい」等、組織の中で誰もが屈辱や罰則なし

に安心して心配や疑問を言える環境づくりが必要です。 組織の経営陣がチーム内の 信頼構築に重きを置いていないとすると、日常的に嘘や隠蔽、捏造などが起こりかねません。間違いや失敗を隠しながらできたフリをしようとするのです。こういった状況は時間の経過ともにさらに悪化していきます。

結局のところ、人間は社会 的な動物でありお互いを必 要としています。本質的に は自身では自足できずに他 者といることを求めるので す。こういった人間の本質 的な部分を企業リーダーは 理解しなければなりません。 子供を産んで育てるような ものです。子供を選ぶこと もチームを選ぶこともできな い場合もあります。そして、 その子供やチームが誰であ れ、彼らを信頼し愛するべ きなのです。信頼を与える のは社員ではなく、組織を 率いる経営陣であり上司な のです。社員が自分のあり のままでいられる心理的な 安心感を持てる体制を整え た時にチームはその潜在的 パワーを最大限に発揮し、 愛情に満ちた競争力の強い チームになるでしょう。









シネックの最新著書「Start with Why なぜから始める」と の関係記事はsteelcase.com/ simonsinekでご覧いただけます。また、「What Workers Want ワーカーが真に欲しているモノ」 のボッドキャストでは著者とのインタビューも掲載しています。是非ご視聴ください。





されている。必要な際に電源コンセントの差込口が足りない、バッテリーの残量がないとなると別の場所を探すために右往左往しな

28 360 マガジン

ければならない。バッテリーの持ちが長くなったとはいえ、充電切れによって作業も中断され、不満やイライラの原因にもなる。それを解決するのがオフィスでのポータブル電源の活用だろう。 人が移動する際に仕事も一緒に簡単に持ち運べるとしたらどうだろう?

「電源コンセントのために部屋の隅で仕事はしたくはないでしょう。 コラボレーションが増え、チームや個人が自由にオフィスを動きな がら働くことが増える中、電源コンセントという建物のインフラに 縛られることから解放されなければならないのです。」と語るのは、 Steelcaseのコンピューターサポートや電源の製品担当マネジャー であるボー・アンダーソンだ。

どこにいようと作業を続行できる

このインサイトによって誕生したのがSteelcase Flex Mobile Powerである。Steelcase は、モバイルテクノロジーのグローバルリーダーであるAnkerと提携し、Flex Mobile Powerとそのホームドッキングステーションの開発に成功した。そのゴールは、オフィスで使用できる企業向けのポータブル電源の導入である。同社の調査では、チームは、作業内容に合うように頻繁に家具を移動したいと思っていること、そして、グループワークの頻度も増えているという事実だ。そこで誰もが必要な時に同時に複数の人に電力を供給できないかと考えた。つまり、最も必要とするデバイスに電力を切り替えるというものだ。「そこで、私たちが考えたのが、1日を通して、人が移動するどこにでもコードの心配なく電源を持ち運べないものかということでした。」とアンダーソンは説明する。

Steelcase Flex Mobile Power ユニットは、複数のデバイスに同時に電力を供給し、どのデバイスの充電残量が最も少ないかを検出し、そこに電力を集中させることで、チームメンバー全員が作業を続行できるようにした。

もう1つのインサイト:「バッテリー寿命が長くなり、デバイスの小型化と薄型化は顕著で、USB Type-C端子搭載のノートパソコンも普及しつつあります。 非常に薄いUSB-C端子は、大容量の電力を供給することができますが、デバイスが増えれば増えるほど、より低いワット数が必要とされます。このように綿密に設計されたFlex Mobile Powerには、3基のUSB-Cポートと1基のUSB-Aポートのみでコンセントはありません。」とアンダーソンは語る。

12~15ワットで最大になるUSB-A端子とは異なり、USB-C端子 搭載デバイスにはメリットが多い。「USB-C端子は、安全に給電するためにデバイスと充電器の間で制御交換する機能を備え、スマホへは10~15ワット、ノートパソコンへは状況次第で最大100ワットの電力供給を可能にする。しかも、接続されたデバイスに適切なタイミングで適切な量を給電できるのだ。

この種のタイプでは初の企業向け大容量ポータブル電源。これによって、オフィスはより流動的に、チームは必要な時にオフィスのどこででも働ける環境を手に入れることができる。

Steelcase Flex Mobile Power が、職場に真のモバイル性をもたらす。

West Elm Work Belle Sectional (ラウンジ)
Coalesse Lagunitas Personal Table
(テープル)



ただ掴んで、持っていくだけ。 Steelcase Flex Mobile Power は、軽量かつポータブル。どこにでも簡単に持ち運べます。

Bolia New Mood Table (テーブル) Viccarbe Quadra Chair (チェア)



72160,0007日間の電力容量21台のスマホ充電60,000ミリアンペア/時

3 2.5+ 117 3人が終日充電 2.5台強のノートPC充電 117ワット出力

Extremis Hopper Table $(\bar{\tau} - \vec{\jmath} \nu)$ Blu Dot Hot Mesh Chair $(f \pm r)$

充電性能は、デバイスによるため、実際の結果は異なる場合があります。



「Flex Mobile Power は、3台の MacBook Proをフル給電します。また、当社の充電システムは、8時間未満で5台のユニットを充電できます。これは、まさに当社の開発チームが潜在的な顧客ニーズを把握し、イノベーションへとつなげた際立つ例だと思います。」とアンダーソンは強調した。

Steelcase Flex Mobile Powerは、職場に真のモバイル性をもたらした。ただ、掴んで持っていって仕事を完了するだけ。しかし、これはまだ最初のステップに過ぎないとアンダーソンは言う。「既存の枠に捉われないオフィスは、電源コンセントに縛られずに簡単に家具を再構成できるスペースです。テクノロジーが進展し、デバイスと製品の関係も大きく変化していく中、当社では、ポータブル電源のさらなる可能性を追求していきます。」

Flex Mobile Powerは、この種のタイプでは初の企業向け大容量ポータブル電源。これによって、オフィスはより流動的に、チームは必要な時にオフィスのどこででも働ける環境を手に入れることができる。

Steelcase は、モバイルテクノロジーのグローバルリーダーである Ankerと提携し、Flex Mobile Powerとそのホームドッキングステーションの開発に成功した。







Steelcase のインダストリアルデザイナーである、ヒュン・ユウは、趣味である陶芸から触発され、Steelcase Flex Mobile Power のデザインを生み出した。

「私たちは、オフィスのどこにあって も邪魔にならない佇まいを持つ製 <u>品をつく</u>りたかったのです。」

Unexpected Artistry

予期せず生まれた芸術性。Steelcaseのインダストリアルデザイナーであるヒュン・ユウは、数年前から、仕事以外での芸術性の探究と新たな形状や素材を追求するために、陶磁器のスリップキャスティング法を学んでいた。この探究の先にあったのが「まるで詩のようにシンプルで繊細な」フォルムの発見だった。

こうした芸術的探求が、ポータブル電源という製品に結びつくことは想像だにしなかった。360編集部は、今回のデザインプロジェクトとその創造プロセスについて尋ねた。

360: 趣味として始めた陶芸が、どこでどう仕事であるこのプロジェクトに結びついたのですか?

ヒョン・ユウ(HY):まずは 私の同僚が、私がつくった。 限器を見て賞賛したので す。私のゴールは、シンプ ジェをつくることでした。 の同じ原則をFlex Mobile Powerのデザインにも適用 したのです。建築家との制との制したのです。 き書慮しながら、人がどう も考慮しながらないできる したのですることにワクワク しました。

360: 貴方は、このプロジェクトが始まる前にポータブル電源というアイデアを持っていたそうですね?

HY:私は、その当時、ミュンヘンのオフィスとショールームという多機能の働き方を融合するデザインプロジェクトに取り組んでいました。工事でバタバタしてい

る状況の中で、コラボレーションをする際の電源確保に大変苦労しました。 想像以上にコストもかかり、皆がイライラしている状態が続きました。

360: このMobile Power のプロジェクトに向けてその製品の要求事項は何だったのですか?

HY:この形状は、使い勝 手がよく、かつ持ち運びや すいことが条件でした。片 手で持てて、もう一方の手 でノートパソコンとコーヒー カップが持てたら理想的と 考えました。しかも、1日中、 再充電しなくても十分な電 力容量を備えるだけの大き さが必要でした。そして、 その外観は、人を惹きつけ るものでありながらも、オ フィスのどこにあっても邪魔 にならない佇まいを持って いることでした。最終的に 行き着いたのがこの洗練さ れたフォルムと、柔らかく 絹のような滑らかさにエン ボス加工を施して生まれた 32 360 マガジン



確かな質感でした。ピルシェ イプのハンドルは、畳めず にそのままがいいと判断し ましたが、持ち上げた際に 少し反応するように設計さ れています。

360: 開発途中で何か問題 に直面しましたか?

HY:プロジェクトの最中に ユニット本体とコンジットリ ングのサイズが当初より大 きくなってしまいました。し かし、視点を変えることで 大きさを受け入れることが できました。例えば、コンジッ トリングは隠そうとするので はなく、デザインの一部とし て素材を真鍮にすることで エレガントなアクセントとし て落ち着きました。また、 充電ユニットを格納し、充 電するホームとしてのトレイ は、ユニットを食器として捉 え、まるで趣のあるテーブ ルウェアのように演出しまし

ヒョン・ユウ(Hyun Yoo)は、2006 年Steelcase に入社。UCLA(B.A.) 卒、ロードアイランドスクールオブ デザイン (M.F.A.) でアートと家具 デザインを専攻。その後、多角的 にデザインを捉えるために、ワシン トン州ボートハドロックにあるウッ ドボートビルディングのノースウエ スト校で学ぶ。

進化するプロトタイプの様子 優雅な佇まいの陶器から着想したFlex Mobile Power は、柔らかく絹のような仕 上げが際立つ洗練された一品へと進化 を遂げていった。



Office Remix

オフィス・リミックスとは:適切なものを厳選し、今までにない方法で組み合わせ、美しくかつ斬新、そして、真に機能するワークスペースを創造すること。

当記事は下記の3部構成です:

P34

高性能スペースを デザインする P51

煩雑さを排除する

P58

ビジョンを具現化する

360 マガジン

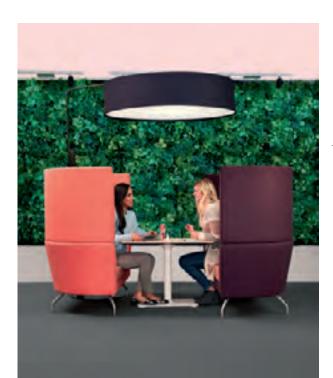
高性能スペース をデザインする

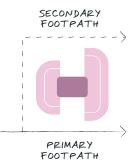
最新トレンド を取り入れた オフィスの デザインが 機能しない 理由と対策

今日、多くのオフィスは、「脱・オフィス」という名のもとにまるでトレンディなカフェやブティックホテルのような雰囲気を醸し出している。よりリラックスした活力溢れる環境で従来型の会社然とした姿はそこにはない。シリコンバレーやハイテクスタートアップが好んで採用した特有な雰囲気をトレンドとして採用した企業も多いはずだ。しかし、その多くがまるでメリーゴーランドや遊び場のような仕掛けだけで、働く「場」であるという本質的な目的からは外れている。まるでインテリア雑誌から出てきたような自宅のリビング家具が、受付ロビーだけでなくオフィス中に散りばめられているのだ。

レジマーシャル(ホームとオフィスの融合形)、補完的、ラウンジェリア、インフォーマルスペース、ルーズファニチャー。オフィスの中のカジュアルな共有スペースは様々な言い方で表現されている。当社が実施した「インフォーマルワークスペース」に関する世界的調査は、追加や削除、変更をしながら新たなモノを創り出す「リミックス」という考え方がオフィスにも必要だということを示唆している。従来の画一的で退屈なスペースではなく、多種多様なスペースで働きたいというワーカーの欲求も増えている。また、マトリックス型組織や社内のモバイル化が進むにつれて、組織は自席を減らし、その代わりにカフェやカジュアルなミーティングエリア、ラウンジや隠れ家のような狭いプライバシーエリア、交流スペースなどの多彩なスペースを配置しようとしている。

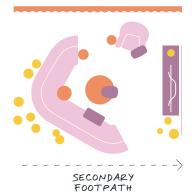
人材獲得競争が激化する中、多くの企業はミレニアル世代の優秀な才能を惹きつけるために、発想豊かな職場環境づくりに多額の投資をしている。しかし、実際にはこれらのカジュアルで楽しいはずのスペースの多くが利用されていないのだ。それはなぜなのだろうか?人は様々なスペースの中から何を基準にチョイスしているのだろうか?企業はオフィスデザインとその投資に走る前に、まずはこういったワーカーの要求とニーズをしっかりと把握すべきである。





Orangebox(オレンジボックス)のハイバックを特徴とする Aspect (アスペクト) ラウンジは、通行人など外部からの目線から逃れやすく快適に会話ができる。

Orangebox Aspect (ソファ) Coalesse Lagunitas Table (テーブル) Turnstone Campfire Lamp (照明)



このCampfire(キャンプファイヤー)ラウンジは、グリーンウォールに面し、主な動線からも離れている。小さめの家具がスペース内の増員のために用意されている。

Turnstone Campfire Lounge(ソファ) Coalesse Lagunitas Personal Table(テーブル) Steelcase Flex Mobile Power Thread Power (ポータブル電源) Moooi Perch Pendant Lights(照明)

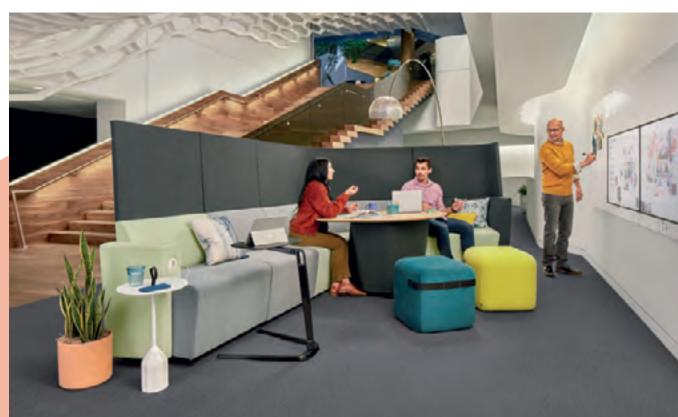


Orangebox のハイバックパネル付き Away From the Desk (アウェイ・フロム・ザ・デスク) だと、通行の激しい階段の側でのコラボレーションも可能に。情報と会話の両方がしっかりと外部から保護される。

Orangebox Away from the Desk(ソファ) Coalesse Free Stand(サイドテーブル) Viccarbe Burin Mini Table(テーブル) PolyVision Sans Whiteboards(ホワイトボード) Viccarbe Season Mini(腰掛け)



PRIMARY FOOTPATH



造形美と機能美の融合

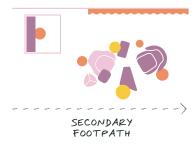
「多くの場合、共有スペースは見た目重視で設計されがちです。 しかし、貴重な不動産であるオフィススペースは、成果を出すよう最大限に有効活用されるべきです。豪華なソファやコーヒーテーブル以上のものが求められているのです。」と語るのはSteelcaseアプリケーションデザインのマネジャー、メアリー・エレーヌ・ロウシュだ。

重要なのはさまざまなワークモードやワークスタイルをサポートする多種多様なスペースを配置することである。「コーヒーを飲みながらのカジュアルな会議、少人数やペアでのブレスト、デスクでの集中ワークなど、そこで何をするかを念頭にスペースは設計されるべきなのです。」とロウシュは言う。

これが大企業の多くの従業員が会社の共有スペースに満足していない理由なのかもしれない。「当社では、実際にどんなタイプの

スペースが好んで利用されているのかを調べてみました。分かったことは、見た目やカフェの雰囲気が好まれながらも実際の行動を観察すると、より機能的で仕事をこなせるスペースが頻繁に利用されていたのです。」とロウシュは語る。

サンフランシスコのStudio O + Aの共同創始者であるヴェルダ・アレクサンダーも同意見だ。企業は貴重な時間と労力を費やしながら卓球台やジム、ヨガルームや瞑想室をオフィス内に設けることで職場環境をより快適で楽しい「場」にしようと努めている。しかし、実際はどうだろう。これらの施設は企業カルチャーの改善や活性化にはつながっても成果を上げながら仕事をこなすスペースをつくり出すものではない。「今こそ必要なのは不要なものを減らし、仕事に集中できるスペースづくりに注力すべきなのです。」





このカジュアルなラウンジスペースは、目線を合わせての1対1の対話を念頭に設計。間仕切り機能も果たすSnapCabボッド、電源や適切な照明、飲み物や資料等を置く際に便利なイドテーブル。リビングウォールは、自然をオフィス内に取り込み、まるで屋外にいるようなリラックスした雰囲気を創出している。

Sagegreenlife Living Wall from Coalesse (ウォール) Coalesse SW_1 Lounge (ソファ) Orangebox Avi Chair (チェア) Turnstone Campfire Pouf (腰掛け) Turnstone Bassline Table (テーブル) SnapCab Pod (ポッド) Moooi Carpets Menagerie (カーペット) Viccarbe Up In The Air Table (テーブル) FLOS Captain Flint Lamp (照明) Thread Power (電源)

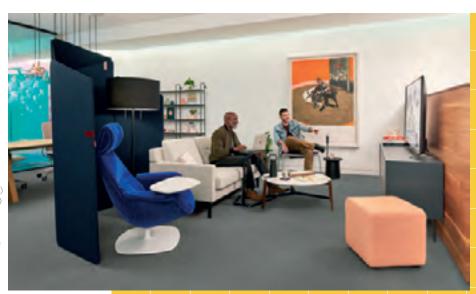


media:scape mobile(モバイルスタンド) Steelcase Flex Mobile Power(ボータブル電源) Viccarbe Trestle Table(テーブル) SILQ Seating(チェア) Blu Dot Trace Pendant(ベンダント照明) Blu Dot Hitch Bookcase(書棚)



SECONDARY FOOTPATH これらの2つの隣接するスペースは、メインの通路から離れた場所に位置し、コラボレーションする際の混乱を最小限に抑えるように工夫されている。異なる要素でスペースを構築するとスペースをで区切って違う作業をすることが可能になる。テーブル 脇の Media: scape Mobile (メディア:スケーブ・モバイル)カートは、人の視線をコンテンツに合わせやすいように設置。Clipper (クリッパー)ブライバシースクリーンは、2つのスペースの間仕切りとして、また、ガラスのパーティションは、瞭接とのスペースを区切りながらスペースを可視化できる。

Coalesse Millbrae Lounge (ソファ)
Coalesse Massaud Lounge (ソファ)
Coalesse Montara650 Rocker (チェア)
Coalesse Free Stand (サイドテーブル)
Turnstone Clipper Screen (間仕切り)
Blu Dot Free Range Table (テーブル)
B-Free Small Cube (腰掛け)
Blu Dot Clad Credenza (サイドボード)
Thread Power (電源)
Steelcase Flex Mobile Power
(ボータブル電源)
media:scape Virtual Puck



パフォーマンスを発揮できる要素とは?

職場に求める要求はかつてないほど大きくなっている。チームワークが増え、ミーティングスペースの需要が増し、スペースを探すのに苦労している社員も多い。よって、オフィス内のすべてのスペースを、要求に応じてコラボレーションできる環境に整備することが急務となっている。しかし、問題は、従来の多くの共有スペースはあくまでも人々の交流を前提に設計されており、そこでの機能性はあまり考慮されていないことにある。コラボレーションスペースでの集中を要するデスクワーク、休憩エリアでのコラボレーションは既存のスペースでは困難なのだ。

Steelcaseのワークスペースフューチャーズのマネージャー、アンドリュー・キムはこう語る。「行動観察データによると、共有スペースの中でもパフォーマンスを考慮した機能的なスペースをチョイスする傾向にあります。共有スペース選択の際の2つの重要要素は、ある程度のプライバシーと姿勢へのサポートです。」

利用率を上げるスペースの特性を把握するためにSteelcaseの研究員とデザイナーは、いくつかのオフィスで23の実験を試みた。この実験では、1つの属性を除いて隣り合っているスペースの利用実態を調べている。

「これらの実験によって分かったこと、それは自席スペースを設計する時と同じレベルの綿密な調査が共有スペースの設計にも必要だということです。どんな作業をサポートするように設計されたスペースか?十分なスペースはあるか?電源は皆が利用できるか?座面とデスクの高さは合っているか?こういった疑問がスペースを改善し、パフォーマンスの発揮にもつながっていくのです。仕事をどこでしようとそのニーズには変わりはありません。ニーズを頭に入れずに自席以外のスペースをどう設計できるのでしょうか?」とロッシュは疑問を投げかける。

実験1

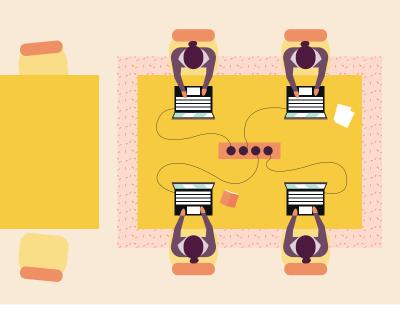
2つのタイプの狭いプライベート空間をチョイスする場合:1つはデスクとタスクチェアのセット。もう1つはソファのあるラウンジスペース。この利用率はほぼ2対1でデスク・チェアセットに軍配が上がった。また、ソファのスペースを選んだ人は35歳未満が多かった。





実験2

人通りの激しい通路の近くのプライバシーのないオープンエリア に設置された2種類の高さのテーブル。1つには大きな照明ランプがあるテーブルでその利用時間は8割に上った。研究員はその 理由を大型ランプがスペースの間仕切りとしての役目も果たし、プライバシーを提供するためユーザーは守られているような心理 的安心感を感じるのではないかと推測した。



実験3

電源の有無でテーブルを設定。特に長時間にわたって個人で作業をした場合:電源が机上面にあるテーブルは無いテーブルと比較して選択されやすい。電源へのアクセスは、グループや短時間利用の場合だとその重要度は低くなる。

実験4

隣り合わせのBrody WorkLounges(ブロディ・ワークラウンジ、フットレスト有無)があるスペースでは、フットレスト付きが69%の確率で選ばれている。ラウンジスペースで仕事をする際にはより人間工学的なサポートを欲するということを示唆している。



6つの主要要因

同様の結果はSteelcaseの別の調査でも明らかになっている。ワシントンD.C.の Little Diversified Architectureのオフィスに新たな共有スペースが追加された際の調査だ(調査詳細はP92を参照)。この実験結果と他の行動観察、アンケート調査、センサー解析データ等から共有スペースの利用率を増やす6つの主要要因が特定された。



仕事効率重視の心地良さ

人は自席周りと同様の快適さを備えたスペースを望んでいる(例えば、着席中のチェアのサポート力、モニター画面、電源など)。しかし、カジュアルなスペースでは通常そういったことは考慮されていない。



机上面

机上面には仕事ツールとユーザーの持ち物の両方をきちんと収納できることが重要である。



電源の確保

特にひとりで長時間仕事をする際には、電源がある場所で働く傾向が強い。内装施工は電源の確保まできちんと考慮して計画されるべきだが大抵は見落とされがちである。電源はその利用時間数に関わらず、いつでもどこでも確保できるようにするのが望ましい。



プライバシー

プライバシーには、視覚的、音響的、領域 的な3つのプライバシーがある。人はある程 度のプライバシーがあるスペースに自然に 引き寄せられていく。



許可

ユーザーのニーズに基づいて、スペースを 調整しても大丈夫だと感じられること。しか し、通常はその選択肢はないか、許可され ていない場合が多い。



立地

その立地が利用率を左右することも多い。 共有スペースは、執務スペースや仕事を一緒にする同僚の近くであることも重要になる。目的地としてのスペースづくりには、仕事から離れてリフレッシュするための「場」も考慮されるべきだ。

仕事をより快適に

共有スペースを設計する際に考慮すべきことは、スペースが5タイプのワークモード(集中、交流、コラボレーション、学習、小休止)をどうサポートしているかということだ。今日のワーカーは、1日を通して多様な仕事や任務を遂行しなければならないため、従来のように1つの画一的なスペースでは仕事をこなすことができない。つまり、オフィスのあらゆるスペースが最大限に有効活用され、成果を生み出すようにデザインされなければならない。

「どんな業務だろうとチームや個人がより生産的に仕事ができる 環境づくりが必要です。スペースに適切なツールや十分なプライ バシーがない場合、コラボレーションは効果的には機能しません。 同様に仕事からちょっと離れて一息入れる場合に混雑したカフェ しかないというのも問題です。」とロッシュは説明する。

効果的な共有スペースをデザインするには、そこで人々がリラックスしながらくつろげるような心地よさを演出することである。「安心感がないと人間同士の良好な交流は困難です。今日の多くのオフィスは開放的すぎて安心感を感じさせない環境も多いのも確かです。イギリスの地理学者ジェイ・アップルトンによって生み出されたアイデアに「見晴らしと保護」というものがあります。人間は茂みや木々もないどこまでも広がるような開放的な景色を見るのが好きな理由がそこにあるのです。人間には何があるかを全て見たいという感覚と隠れたいと思う両方の感覚があるのです。守られていると思うことが心理的安心感につながります。自分が広大で開放的なサバンナの中の動物だとしたら、その感覚がまさに他者との交流に影響を与えるのです。」そう語るのは作家でありデザイナーのイングリッド・フェテル・リーである。



姿勢

座る、立つ、ゆったり座る、 腰掛けるなどさまざまな姿 勢をとれるか?多様な姿勢 がとれることで異なる仕事 をより効果的にこなすこと ができる。

プライバシー

音響プライバシー

周囲に自分の会話が聞かれないように必要に応じてプライバシーを確保できるスペースを利用できるか?

視覚プライバシー

他者から見られる環境にいるか?周りが視界に入り注 意散漫になることはないか?

領域プライバシー

スペースを自分仕様にコン トロールできるか?

情報プライバシー

極秘のコンテンツ (アナログ/デジタル) や会話を聞かれないようにできるか?



近接関係

人と人

スペースにいて快適で居心 地よく感じるか?

人とテクノロジー + ツール

仕事を遂行するのに必要な ツールやテクノロジーを簡 単に利用できるか?

家具と家具 + スペース

家具同士は上手く機能して いるか?家具は遂行する仕 事のタイプに合ったエリア に設置されているか?





個性

スペースは企業ブランドや 企業風土に合わせてデザイ ンされているか? 「どんな仕事をしていようとチーム や個人がより生産的に仕事がで きる環境づくりが必要です。」

メアリー・エレーヌ・ロッシュ マネジャー、アプリケーションデザイン Steelcase





PROXIMITY

42

近接性: 共有スペースに卓上 照明を配置することで仕事を しやすい柔軟な環境をつくる。

POSTURE

姿勢:心地よさやプライバシーを考慮した自席のような空間を設けることで、作業の変化にも適切に対応できる。

PROXIMITY

近接性:Soto Bag Caddyのようなアメニティは、仕事ツールや私物を身近に置ける収納として便利である。

PRIVACY + PERSONALITY

プライバシー + 個性:

Sagegreelife Living パーティションは、間仕切りとしてプライバシーを確保できると同時に、屋内に自然を組み入れ、静寂な空間を演出する。



プライバシー

遂行される仕事に必要な プライバシーの度合いと タイプを提供する

仕事がどこで行われようと、業務とその働き方に必要な安心感と適切なレベルのプライバシーを確保する必要がある。「プライバシーとは必ずしも周囲が壁で囲まれ、ドアがある部屋とは限りません。領域プライバシーは、床の材質やラグを変えることでもその領域やそこでの仕事フローを明確に区別できます。視覚プライバシーは、スペースを囲み、注意力散漫につながる視界の邪魔を排除することが重要です。プライバシーのもう一つの側面は音響です。特に個人やグループで利用する共有スペースでは必ず考慮したい要素になります。」とロッシュは説明する。

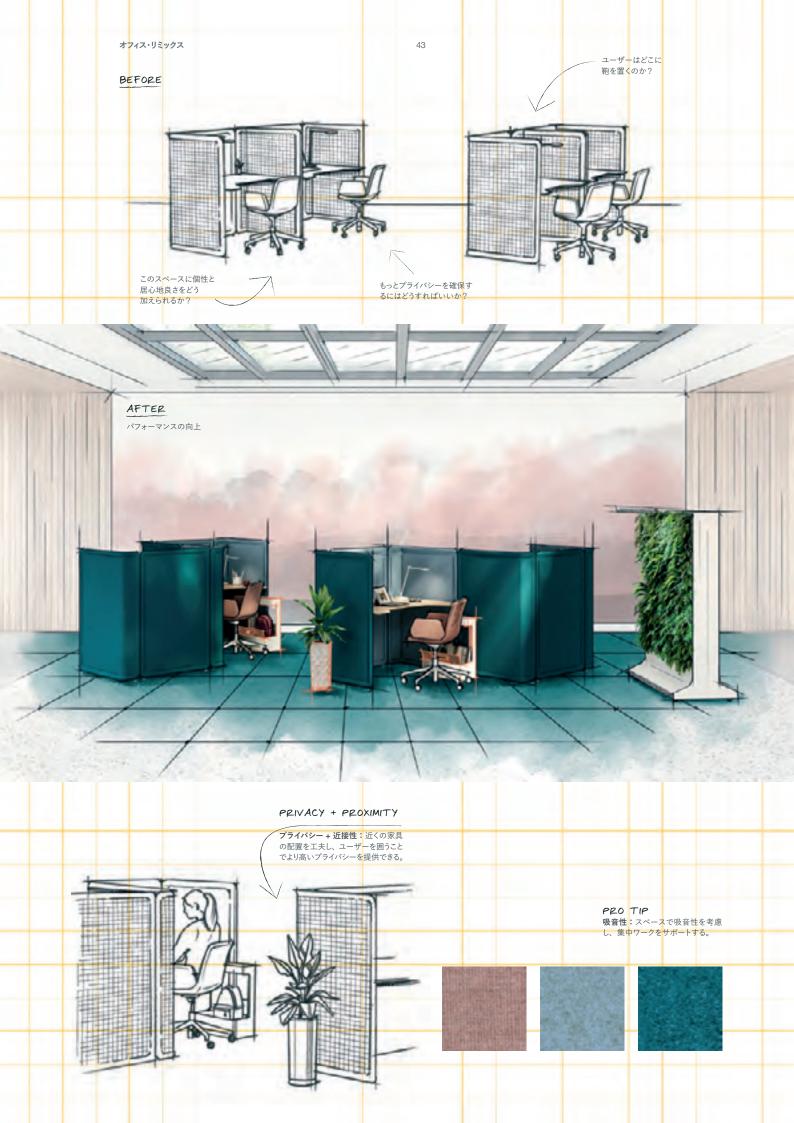
考慮事項:

座った際の背後はしっかり守られているか?

ユーザーが安心して仕事ができるように チェアの向きは適切か?

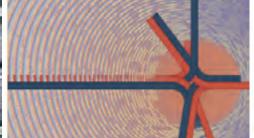
個人やグループの情報や会話を保護する ようにスペースは周囲から遮られているか?

必要に応じてユーザーは遮音された スペースを利用できるか?









POSTURE

姿勢:何かを生み出そうとする活 発なスペースには、立ち姿勢が適 している。

PROXIMITY

近接性: Steelcase Flexスリム テーブルは、目線を合わせなが ら誰もが公平にミーティングに 参加でき、ノートやノートパソコ ンを置くにも最適。

PRIVACY + PROXIMITY

プライバシー + 近接性:Steelcase Flexス<mark>クリーンは、アイデアや発</mark> 想の共有、コンテンツの視覚化は もちろん、間仕切りとしても機能す

姿勢

座る、高く座る、ゆったり座る、 立つなど、作業に適した姿勢で 身体をサポート

今日、1日中同じデスクとチェアで仕事をする人は少なくなって いる。これは生産性や健康、ウェルビーイングを左右する身体 的なストレスを軽減するという意味では良い変化である。姿勢 が変わることで異なる仕事をより効果的に遂行することができる からだ。自席から離れて共有スペースで長時間座ることが多く なるにつれ、共有スペースでも多様な姿勢をとれること、快適 性を追求することなどがますます重要になっていく。

「あるスペースで特定の行動を促したい場合、どういった姿勢が その行動を起こしやすいかを考えましょう。例えば、活発なコラ ボレーションには立ち姿勢、長時間の集中ワークには高性能タス クチェア、交流するにはリラックスしたソファというようなことです。」 とロッシュは説明する。



考慮事項:

PROXIMITY

チェアは全ての人が平等に参加できるようなものか?

そこで提供している姿勢は、そこでの行動を促しているか?

共有スペースで多様な姿勢を提供しているか?



近接性

人、仕事ツール、家具、スペースの 間の関係を意図的にデザインする

今日のオフィス設計デザイナーには多くの選択肢があり、共有スペースのデザインは無限にあっても実際に機能するスペースをデザインするのは難しくなってきている。「例えば、考慮しなければならないのが近接性です。人と人、テクノロジーやツールの利用、家具同士の連携具合、そして、その配置場所です。」とロッシュは主張する。

「それは自宅のリビングに客を迎え入れるのと同じです。迎える方は客がくつろげるように、平等に会話が弾むようにスペースを調整するでしょう。もちろん、人と人との心地よい距離感も重要です。」とロッシュは言う。例えば、チェアの高さが違いすぎると、例え選択肢があっても会話の妨げとなることもある。自然と目線が合うためには座面の高さは一定であることが望ましい。また、促したい行動をサポートするには、仕事ツールやテクノロジーを適切にスペースに配置することだ。そうすることでデジタル、アナログ両ツールの利用も容易になり、コンテンツ共有やブレストもしやすくなる。

機能するスペースを設計するためのもう1つの重要要素は、家具がうまく噛み合っているかどうかだ。「タスクチェアは、デスクの高さに合わせるという原則を共有スペースにも当てはめるべきなのです。例えば、テーブルとのソファセットの場合には、そこで仕事ができるように家具同士がうまく連携していることです。つまり、チェアに座りながらそのテーブルでノートパソコンなどのデバイスを使って仕事がこなせるような高さに設定されているかということです。」とロッシュは言う。

最後に、これらのスペースがオフィスのどこに配置されるかだ。「同じセッティングを2つの異なる場所に配置した場合、ひとつは非常にうまく機能し、利用率も高い、もうひとつは全く利用されないというケースがあるのです。その理由は明らかに設置場所の問題なのです。その隣接や近接環境が密接に関係しています。さらにそのスペースで遂行されるワークモードやワークフローを考慮しながら慎重に計画する必要があります。」ロッシュは語る。

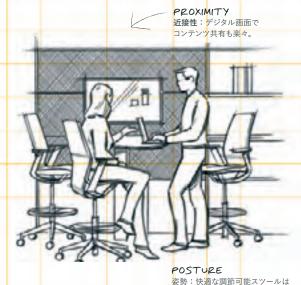


近接性:公平な参加を促す ためのコラボレーション ツールや電源へのアクセス も便利である。

PROXIMITY

近接性:必要に応じて鞄や コートを邪魔にならない ように掛けられるラック。





考慮事項:

遂行される仕事に適した場所に配置されているか?

家具レイアウトは目線を合わせながらの対話を促すものか?

<mark>長時間に及ぶ作業も</mark>しっかり サポートし、作業間の移行も

容易である。

意図する活動を考慮した距離感は快適か?

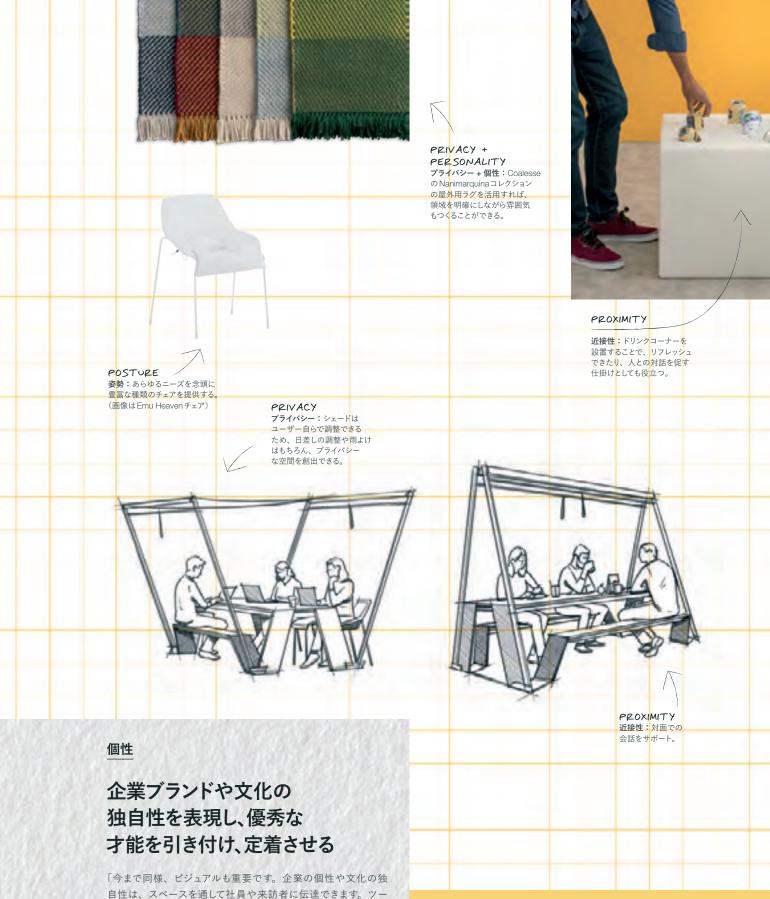
仕事ツールやテクノロジーは身近なところにあるか?

スペース(家具)には持ち物を収納する場所があるか?

家具はサイズ的にうまくフィットしているか?







考慮事項:

ルとしての企業の個性をオフィス内の適切な場所に配置し、そ

れに機能性を加えることでパフォーマンスの高いスペースづくり が可能になります。」とロッシュは語る。好みや感じ方は個々異

なるため、個人やチームに対しては多彩なビジュアル表現の選

択肢を用意することが極めて有効になる。

組織のパフォーマンスとその個性や独自性とのバランスがとれているか?

例えば、企業ブランドに即した標識サインや チームらしさを戦略的ツールと捉えてオフィス 設計を計画してみてはどうだろう。



姿勢やプライバシー、 近接性や個性といった 様々な要素を包括的に 考えなければならない。

多くの企業が今、目指しているのは人々が働きたいと思える「場」、 仕事をきちんとこなせる「場」である。見た目のデザイン性だけ で結局は活用されない無駄な「場」に投資をしようとしているわ けではない。しかし、実際はどうだろうか。スペースによって利用 頻度が異なるのはなぜだろうか。これからのオフィス設計には、 今までのように全ての企業に合う万能な方法などもはや存在しな い。姿勢やプライバシー、近接性や個性といった様々な要素を包 括的に考えなければならない。そうすることが、そこで働く人に 心理的安心感を与え、結果として生産性の向上や成果へとつな がっていく。



ご興味がある方は Steelcase 360ポッドキャストの「What Workers Want」 シリーズをご視聴ください。設計デザイナーと職場環境のエキスパートたちがオープンな高性能スペースをどう創造するかを語っています。視聴: steelcase.com/openofficetruth



Beautifully Easy

「真に機能するオフィス」 その設計を容易にする

簡素化されたプロセス。クライアントが他とは違う特別なオフィススペースを求めれば、自然と設計デザイナーの仕事は大変になっていく。その独自性を打ち出すために、詳細をメーカーに問い合わせたり、ウェブサイトから情報を得たりなど、そのヒントを求めて多くの時間を費やすことになる。ファシリティや不動産担当チームもさまざまなメーカーへの問い合わせやスケジュール調整に時間を掛けなければならない。設計デザイナーやクライアントに意見を聞くと、こういうことが時間の無駄でストレスになるという。当社がテクノロジーを活用して様々な製品情報を提供し、いかに効率的かつ信頼できる発注/配送プロセスを構築できるかを考えるきっかけになったのがこうした顧客の生の声である。

そして、その解決策として当社が導入したのが、「Steelcase Marketplace=スチールケース・マーケットプレイス」、50以上のブランドの3,000を超える厳選製品コレクションの中から製品を簡単にスペック、調達できるような新たなオンラインプラットフォームである。当社の製造チームの専門知識を結集し、複雑な工程は目裏に簡素化された。

52 360 マガジン

Steelcase Marketplace の導入

連携することで煩雑さをなくす

「Steelcase Marketplace(スチールケース・マーケットプレイス)」は、数個でも200個でもその個数に限らず、お客様に適した最適な製品を探せるツールである。設計デザイナーは、Steelcaseブランドファミリーからの製品はもちろん、ホーム家具West ElmやBlu Dot、さらにLeadHead Glass、Anchal、The Skateroomなどの小規模なショップの製品まで購入することが可能になる。欲しい製品が決まれば今までのように複数から調達するものを一回の注文、一度の配達で済むことから複数の製品を調達する際に発生する煩雑さを排除できることになる。

「設計デザイナーが家具の調達の煩雑さを語った時にどうそれを 手助けできるものかと考えたのです。」と語るのは成長、統合、 価値創造担当副社長のジョエル・シェルハンマーだ。

「それは決して簡単なことではなく、そこには革新的で独自のソリューションが必要だと考えたのです。そこで思いついたのが Steelcase Marketplaceというアイデアでした。プロセスを簡素 化し、設計デザイナーが抱える煩雑さを軽減し、彼らの本来の 仕事に集中させるというものです。」

クライアントや設計デザイナー、販売代理店の皆様により良いサービスを提供するためにチームを結成、それを率いるレベッカ・ステケティはこう説明する。「私たちは、未来志向の世界でもトップクラスのアイコン的家具ブランドを厳選しています。当社の信頼性の高い流通網と時間やコストを削減できる新たなオンラインプラットフォームによって、私たちのパートナーブランドは、画期的な家具、照明、ラグ、壁張り、オフィスアクセサリーなど幅広いコレクションを煩雑さなしにお客様に提供できるのです。」

また、この「マーケットプレイス」は、設計デザイナーを煩わすマニュアルな作業を削減し、プロジェクトの進捗ボードやスペックシート、RFP用シートなどを合理化し、より創造的な作業に時間を費やすようにすることが狙いだ。また、製品画像の保存、Revit

家具シンボルのダウンロードでデザインの提案書を迅速に完成させることができるようになる。「ワンクリックで家具シンボルをダウンロードしたり、入札要綱をエクセルにエクスポートしたり、製品の承認や見積もりのリクエストも可能です。」とステケティは言う。

設計デザイナーはこれによって多くの恩恵を受けることになる。 Diekema Hamann Architecture のジャスティン・ポトザックは、こ のツールの活用で時間が短縮し、スペックが容易になることに期 待をかけているひとりである。「もっと早くこういうツールが欲し かったです。今までは製品の詳細を入力するのに何日も費やして いたのです。操作性に優れているので大変気に入っています。」

また、コミュニケーションも容易になる。設計デザイナーは、チームメンバー、顧客、Steelcaseの販売代理店とより密に連携しながらプロジェクトに取り組むことができ、設計と承認プロセスがより合理化される。顧客は「Steelcaseマーケット・プレイス」を使って製品を閲覧しながらアイデアを膨らませ、ビジョン、リクエスト事項や設計への要望などを設計デザイナーと共有しやすくなる。

設計デザイナーと顧客が容易に 連携できる環境をつくる 「Steelcase マーケット・ブレイス」 に関する詳細はwww.steelcase. com/marketplaceをご覧くださ い。



探す

発売されたばかりの製品や将来の新製品を探そう。多彩なスタイルと価格帯の世界トップクラスブランドの製品をすべて1か所で閲覧できる。

創造する

時間の短縮と複雑なプロジェクトの効率化を実現。プロジェクトの進捗ボードの作成、製品の比較やスペック、Revit家具シンボルのダウンロード、予算管理等のプロセスが簡素化できる。





共に取り組む

設計デザイナー、顧客、販売代理店の連携を実現 し、設計デザインの情報共有、見積もり依頼、発 注がより容易になる。

「コンシェルジェ」の 存在が人間味を加える

製品やサービスで何か問題が発生したら、まずするのはフリーダイアルへの電話だ。しかし、最近は自動音声案内や自動応答ばかりで、オペレーターにはつながらないことも多い。

設計デザイナーが必要なときに必要な情報を簡単に入手できること。それが「デザイン・ポートフォリオ・コンシェルジェ」創設の目的であった。デザインポートフォリオの営業コンサルタントに加え、コンシェルジェチームが、設計デザイナーや建築家と直接話すことで、Steelcaseのグループブランドやパートナーブランドの製品をスペック」やすくするというものだ

「製品エキスパートであるコンシェルジェチームは、リクエストにも迅速に対応し、スペックのプロセスをスピードアップすることで設計デザイナーが費やす時間を短縮できます。」と語るのはデザイン・ポートフォリオのカスタマーエクスペリエンス担当副社長、リサ・クラークである。豊富な製品知識を持つエキスパートとプロジェクトマネージャーからなるこのチームは、常識の枠を超えて顧客の直面するあらゆる課題を解決していく任務を担う。

コンシェルジェチームは何をするのか?

コンシェルジェは、特注製品のサポート、製品のカスタマイズ、 プロジェクト管理など複雑なスペックや発注プロセスにおける専門知識でお客様を支援していく。コンシェルジェの存在によってその複雑で煩雑なプロセスがよりシンプルになることを目指す。

コンシェルジェチームはどんなメンバーで構成されているか?

コンシェルジェチームは、平均15年の経験を持つその道のエキスパートからなる。Coalesseのコンシェルジェスペシャルチームは、その重要な部分を担い、RFQ用特注見積もりの作成や特注に関する相談、代替製品の提案などを行う。

コンシェルシェは、オンイスの設計過程で建築家や設計アサイナーとどう連携するのか?例えば、スペックに関わる煩雑なプロセスや雑務を軽減できるようサポートし、さらに、仕上げや張り地、製品のオプション、家具シンボル、納期、価格等に関する質問への対応体制も整えていく。

日本への導入時期等は、日本ス チールケース株式会社営業担当ま でお問い合わせください。

顧客の貴重な 時間と悩みを救う

ある事例

創業60年を迎える数十億ドル規模のグローバルエネルギー企業は、有能な人材を引き付けるために今までとは全く異なる活気のある職場環境をつくりたいと考えていた。その課題を受けて同社の建築設計事務所は、作業に深く集中できるスペースはもちろん、様々なタイプのコラボレーションや交流のスペースを追加し、結果としてクライアントが望むものを具現化し、成功に結びつけることができた。

しかし、50社から128もの製品を注文しなければならず、そのプロセスの煩雑さがエラーを発生しやすい環境をつくってもいた。50もの家具メーカーに加えてブランドが追加されるたびに煩雑さが増し、搬入や手間にかかる費用が上がり、価格や保証、納期も変更になっていくのは避けられない。また、ほとんどの製品は別々に出荷、納品されるため、まずは物流倉庫で荷下ろしし、別のトラックに積み直してまとめて現場へと出荷されることになる。これによって組み立て/設置スケジュールが効率的にはいかず、1つの遅延が雪だるま式にプロジェクト全体の大幅な遅延を招くことになることは容易に想像できた。

トラック1台で悩み無用

そこで、ヒューストンを本拠地とするSteelcaseの販売代理店であるMcCoy-Rockfordは、「マーケット・プレイス」を活用し、50の異なるメーカーを管理する煩雑さを排除して設計デザイナーのビジョンを実現していった。「50もの家具ブランドの管理から1つのブランドファミリーになることで設計事務所が費やす時間とコスト、そして、遅延のリスクは大きく削減されることは明らかでした。」と言うのはMcCoy-Rockfordの社長兼CEOであるケン・ビーバーだ。

全ての製品はSteelcaseブランドやそのパートナーブランドのものであるため、全てが一緒に出荷、荷下ろしされた。オフィスのフ

ロアごとに色分けされ、トラックから荷下ろしされたものが直接設置場所に運ばれることになる。これによって削減された時間とコストは100万ドルにも及んだ。

どうやってそれを実現可能にしたのか?

大規模なプロジェクトは、クライアントの場所が離れているほど裏での調整が鍵になる。「当社のインフラでは、販売代理店がパートナーブランドも含めて製品を注文、スケジュール調整することが可能になります。」と語るのはSteelcaseのグローバルオーダーフィルフィルメントの担当副社長のブラッド・ヴェルナーである。

注文が入力される前に、チームは集荷および配送情報に加え、梱包情報、寸法、重量などの重要データを把握する。また、荷積み用ドックやその他機材の有無など現場の情報も非常に重要になる。これらの必須情報はどれが欠けても遅延を招くことになる。配送の日程が決まると問題が発生する前にその日の天気、交通、イベント等の情報を集めることもチームの重要な仕事のひとつである。こういった細部に対する配慮を網羅することで、当社は99.8%の完全注文率で150,000を超える製品を毎日お客様に提供できる体制を整えた。

「当社は、このプロジェクトに関して約束した全ての項目を実現できたと思っています。これは数年前では考えられないことです。クライアントが費やす時間やお金、多くの頭痛の種を軽減し、望むようなオフィス環境を手に入れました。」と語った。

56 **360 マガジン**

煩雑なプロセス

多くのブランドから様々な製品を検索し、スペックし、注文し、出 荷させることはまるで伝説的なパズルゲーム、テトリスのようだ。 start 上から落ちてくる様々なブロックを積みかさねて横一列が揃うと得 点になるゲームである。インスピレーションが湧くまで何時間も ネットで検索し、注文はすべて個別に追跡/管理する必要がある。 しかも、製品によっては配送日程も大きく異なる。こうした状況は、 決して望ましくないはずだ。 ?



簡単かつよりシンプルに

Steelcase の流通網を最大活用した「Steelcase マーケット・プレイス」は、1つのオンラインポータルで数千の製品にアクセス出来るようにすることでプロセス全体を簡素化、合理化し、クライアントと設計デザイナーの連携をよりスムーズにすることに成功した。これによってプロセスそのものがよりスピーディに、より簡単になり、その精度も増し、時間とコストの削減に結びついた。

簡単

3,000+ _{製品数}

1 配送回数

50ブランド

正確

99% 予定通りに出荷

コスト削減

時間の短縮

- + 煩雑さを軽減
- + 貨物量の削減

\$1,000,000 100万ドルの節約

Fresh Designs

1つのスペースで 4種類のデザインを

斬新なデザインアプローチ。Steelcase アプリケーションチームのスペシャリストのアマンダ・ヴァンデュインは、広範囲にわたる製品を有する「Steelcase マーケット・プレイス」を活用して、4つのまったく異なるデザインのラウンジスペースをここに提案している。

「Steeicase マーケット・ブレイス」では、製品をスペース別にグループ分けしている。 www.marketplace.steeicase.com/ 36-lounge を閲覧して全く異なるアプリケー ションを目つけてかのプロジェクトに殺立てよう 「Steelcase マーケット・プレイス」の アプリケーションスペシャリストであ るアマンダ・ウヴァンデュインは、建 築家や設計デザイナーに向けて戦略 的プロジェクトの設計デザインのお 手伝いをしている。ケンドールカレッ









モダンなデザイン

「やる気が湧いてしかも女性らしいスペースを追求しました。 Mitchell Gold + Bob Williams ClairチェアとMoooi Light Shade 照明ランプの組み合わせは、そのクリーンなフォルムと独創性を融合したことで新鮮さと刺激を生み出す空間をつくり出しています。インパクトのあるカラフルさ、そして、Moooi CarpetsのMalmaison Berlingotラウンドラグの斬新な模様が、モダンなスペースに遊びを加えています。」



Moooi Light Shade Shade*

this is not a typo









Mitchell Gold + Bob Williams Clair Chair





Bend Goods Drum Table





Blu Dot Cat's Pajamas Lounge Chair

都会的

「正統派でありながらも独創的なスペース。都会的なラグジュアリー感を感じさせる Moooi Prop Light 照明とBend Goods のドラムテーブルは、軽快でエッジの効いたアクセントとして存在感が際立ちます。また、Blu Dot Cat の Pajamas ラウンジチェアを置くことで挑発的かつアイコニックな空間を創出し、クライアントの個性的なブランドや企業風土を表現できます。」

Endless Choices

Steelcaseは、自社のブランドファミリーとそのパートナーブランドからなる多彩なチョイスで「働きたいと思える場づくり」を目指している。

選択の幅は無限大。どんな企業でも自社ブランドに合ったオフィスカルチャーを築き、育て、表現することでオフィスを活性化したいと考えるのは当然である。そのニーズに応えるためにSteelcase が導入したのが「Steelcase マーケット・プレイス」だ。家具や照明、ラグ、壁装材、オフィスアクセサリーにいたるまでオフィスデザインを彩る様々なアイテムがある中、魅力的なトップブランドの革新的かつアイコン的なアイテムを厳選し、ひとつのプラットフォームにすることでその煩雑なプロセスを簡素化することに成功した。Steelcaseブランドはもちろん、そのブランドファミリーである Coalesse、Turnstone、Orangeboxの製品が合わさることでそのチョイスは無限大に広がっていく。

さあ、ご覧いただこう。

*以下、日本で販売できないプランド製品も含まれています。詳細は日本スチールケース株式会社営業担当までお問い合わせください。

Steelcase



楽しく 働こう

Steelcase(スチールケース)が追求するテーマは「楽しく働ける場づくり」。目指したのは今までにない斬新なアプローチと広範囲にわたる製品群を揃えることで働きたいを思える多彩な「場」の創造。是非、最近の進化し続けるSteelcaseをチェックしてみよう。

66 360 マガジン

coalesse



オフィスに 新風を吹き込む

人間の直感と研究に裏付けられた圧倒的なデザイン力でオフィスを再生するCoalesse(コアレス)。温かみ、活力、感性を備えた職人技が光る家具がオフィスに新たな息吹をもたらします。



orangebox

スマート ワーキング カンパニー

Orangebox (オレンジボックス) の背後にある哲学は「スマート・ワーキング」。 チームのコラボレーションへのニーズが高まる中、今までにない働き方や柔軟性の高いコラボレーションツールとしての新たな家具の原型や製品づくりに力を入れています。

DesignTex

不可欠、 便利、 美しい

Designtex(デザインテックス) は、テキスタイルから壁装材 までデジタルプリントを使用 することで環境配慮型の製 品に重点を置いています。





turnstone

新たな 何かを 始める

Turnstone(ターンストーン)のポリシーは、何か新しいことをやりたいワークスペースのための賢く、シンプルな家具づくり。中小企業やスタートアップ、教育環境までと広範囲です。働く、学習する「場」を活性化し、成長とイノベーションを生む「場」へと変換することを目指しています。



productive



meaningful

West Elmが開発、 Steelcaseが 命を吹き込む

Steelcaseと今をときめくニューヨーク、ブルックリン発インテリアショップ、West Elm (ウエスト・エルム) とのパートナーシップが誕生しました。ブルックリン家製造を取り扱い、くつろぐ難貨を取り扱い、くつろぐをは野に向けて展開するWest Elmと世界をリードするオフィス家製メーカーがそれぞれの専門性を生かし、オフィスを刺激的かつ入性に優れた、人間味溢れる「場」へと変革していきます。

West EImワークコレクションは、Steelcaseのイノベーションを生み出す卓越した設計/製造技術と豊富な経験がWest EImの時代の感性が光るデザインと住宅のノウハウが融合し、活気溢れる刺激に満ちたオフィスを構築していきます。

70 **360 マガジン**

moooi+ moooicarpets

a life

きらめきと 革新性が光る デザイン

Moooi (モーイ) は、ほぼ 20年もの間、そのきらめく 革新的なデザインで世界を 魅了してきました。オランダ 語で「Mooi=ステキ」とい う意味を持ち、3番目の「o」 は、その造形美と独自性か ら価値を生み出し続けるとい う意味を持ちます。2001年 創業。その特異性は型には まらないユニークな照明デザ インで人間の感性を刺激す る空間づくりです。2015年 にMoooi Carpetsを開発し、 顧客層の拡大に成功。どこ よりもユニークでアイコニッ ク、思わず息をのむ佇まい を持つ照明アイテムやラグな どその上質なコレクションが 多彩で独創的なスペースを 創り出しています。



extraordinary



THE SKATEROOM

アートの持つ 社会的影響力

スケートボードにアートをプリントして壁の装飾品をつくる団体、The Skateroom(スケートルーム)は、世界中の貧困地域のスケートパークや芸術教育プログラムに資金を提供し、社会問題の解決や改善に取り組んでいます。

FLOYD

暮らしの質を 持続させる

使い捨ての家具が大量に廃棄されてしまうことにうんざりした Kyle Hoff と Alex O'Dellは、2013年に「FLOYDフロイド」を設立。今日の人々の暮らしに使い捨てではなく長く使える品質の製品を生み出し続けています。







完璧な 職人技

ユニークな素材と非の打ち 所のない職人技に裏づけされた家具デザインを追求するMiles & May(マイルズ&メイ)は、長年の使用にも耐えうる持続可能なオーダーメイド家具を開発、製造しています。

nsetul

より多くの人に 価値ある デザインを

大学時代の友人同士であったモーリス・ブランクス、ジョン・クリスタコス、チャーリー・ラゾールはアート、建 築、デザインに情熱を傾ける ないました。放課後、空自衆 ないもした。など現実に入ったけどは手に入るけど入ったけど気に入けど入ったけどは手に入るけられたけどものにはいものでした。最終的には、皆でやれば何かを生み出せるという強い熱意がBlu Dotを誕生させました。

20年後、Blu Dotは、家具メーカーとして「多くの人に優れたデザインを」を信条に、実用的かつ手頃な価格帯の家具をつくり続けています。最近ではクーパーヒューイットの名誉あるプロダクトデザイン賞にも輝きました。





desirable

FLOS

adding poetry

心揺さぶる 「光|体験

イタリアのパイオニア的照明 ブランドFLOS (フロス) は、 ラテン語で「花」を意味しま す。カスティリオー二兄弟、 トビアス・カルパ、フィリッ プ・スタルク、アントニオ・ チッテリオなど多くのアイコ ン的デザイナーやアーティス トの作品を今も生み出し続 けています。照明とは、人 間の感情と深く関係し、生 活に欠かせないアイテム以 上のものであるというのが FLOSの基本的考え方。伝 統に根差しながらもその革 新的な照明技術でアートとし ての照明を確立しています。 機能を超越した照明は、明 かりとして空間を照らす以上 にモダンでクラシックな佇ま いを演出しています。



to illumination

skram

手仕事が生み出す サステナブルな家具

ノースカロライナ州の森の中でひっそりと家具デザインを始めた創業者ジェイコブ・マークスは、その後、Skram (スクラム)という持続可能を目指す家具ブランドへと成長させた。その温かみのあるシンプルかつ時代を超越した家具は、世界的に高い評価を受けています。





SNOWSOUND

Acoustic Technology & Design

静寂に 包まれる空間

特許取得済みの画期的技術 と革新的デザインが合体し て生まれたSnowsound(ス ノーサウンド)。静けさに満 ちた新雪の朝。音波の吸収 性が優れているといわれる その新雪の特性を吸音技術 に生かし、あらゆる空間に 独特な雰囲気をもたらす吸 音製品を開発しています。



時代を超越した アメリカン デザイン

2013年に設立されたTronk (トロンク) は、そのユニーク なデザイン、上質な素材、職人技で長きにわたり廃れることなく引き継がれる家具を製作しています。



Bolia-com



新たな 北欧 スタイル

デンマークを拠点とする家 具ブランド、Bolia(ボリア) の中心にあるのは、伝統を しての北欧デザイン、持続可 能な素材や職人技、そして、 創造性への情熱です。数 る受賞歴を持つブランドは、 自由を尊び、変化を受容しようとする風土をベースにいる 人以上の独立しただがら、 北欧の大自然から着想を得 た家具デザインを生み続け ています。

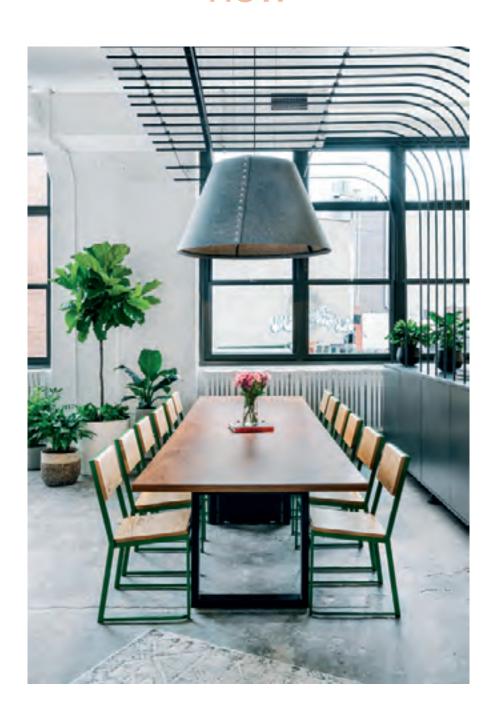
母なる自然の中にある色彩 や素材を生かし、北欧デザインを新たな視点で捉えることで時代を超えて愛され 続ける家具づくりを目指しています。

built to last,



and to keep

new



ブルックリン スタイル

ニューヨークのコニーアイランドの改装されたボードウォーク(板張り遊歩道)とケンタッキーバーボン樽。この2つから着想を得て誕生したのが、ブルックリン発家貝ブランド、Uhuru Design(ウフル・デザイン)です。ブルックリンの貸しガレージで創業してから14年後、パートナーのジェイソン・ホーヴァスとビル・ヒルゲンドルフは、アメリカンデザインの先駆者的リーダーとしての地位を確立しました。

地元ブルックリンを中心に 歴史を持つ雰囲気のある廃 材を見つけ、それを再利用 し、創造性を持っていかに デザインするかがその開発 デザインの根幹にあります。

american design



ANCHAL [on-chal]

手織り テキスタイル

受賞歴のある非営利団体 Anchal (アンカラ) は、共同創業者コリーンとマギーのクラインズ姉妹がデザインをし、インドで生産。150人以上のインド人女性を雇用しながら手仕事で持続可能な枕やリネン、キルトを生み出しています。



美的感性と 実用性の融合

光る職人技と美的感性が融合するデザインを追求し続けるBend Goods(ベンド・グッズ)。手での曲げ加工やスポット溶接で丁寧に仕上げられたアイテムは、最先端または従来のスペースにシームレスに溶け込むよう設計されています。





CENNO

爽やかな カリフォルニア スタイル

モダンでかっこいいカリフォルニアスタイルを表現した照明ブランド、Cemo (セルノ)。南カリフォルニアのビーチで育った創設者は、その冒険心とデザインや建築への並々ならぬ情熱でカリフォルニアを代表するクリエイティブな照明ブランドを誕生させました。

360 マガジン

Mitchell Gold +Bob Williams



すべての人に 「心地良さ」を

「スペースに足を踏み入れた だけでまるで温かいハグを されたように感じたら、その 空間は成功したようなもの だ。」そう語るのは創設者の ミッチェル・ゴールドとボ ブ・ウィリアムズです。これ はオフィスにも言えることで す。米ノースカロライナ州を 拠点とする同名の家具ブラ ンドのテーマは「すべての 人に心地良さを」。心地よさ は見た目の美しさや豪華さ 以上の価値をもたらし、ひと り、家族、仲間との時間を かけがえのないものにしてい きます。

walking in the door



a big hug

viccarbe

designed in

陽射しを 浴びて

一年のうち300日以上は燦々 と太陽が降り注ぐスペインの バレンシア。そこに拠点を置 く輝かしい受賞歴を持つ家具 ブランド、Viccarbe(ヴィカ ルベ)。地中海で太陽の「光」 に包まれながら生まれた家具 コレクションの素材や色彩 は、独特で温かみある風合 いを創り出しています。 Coalesse (コアレス) ブラン ドの長年の良きパートナーと して、その秀逸なデザイン力 でモダンなコラボレーション 用スペースをオフィスに吹き 込んでいます。

同ブランドのプロダクトデザイナーには、パトリシア・ウルキオラ、ヴィンセント・ヴァンデュイセン、深澤直人など世界でもトップクラスのデザイナーが名を連ねています。地中海の活気あるライフスタイルを反映し、その人間技光るプロダクトは、「オフィスに美的感性」を、そして、「ホームに耐久性」を加えます。



the sun





情熱溢れる 職人技

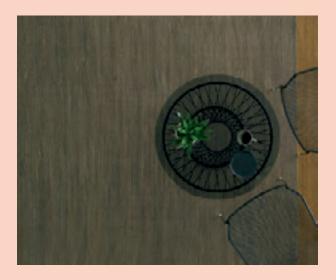
Carl Hansen & Son (カール・ハンセン & サン) は、デンマー クが誇る妥協を許さないその クラフトマンシップ と機能美 が融合した北欧家 具ブランド。 Coalesse ブランドの同社コレクションは上質で温か みある雰囲気をオフィスにも たらします。



斬新さが 人を魅了

CoalesseブランドのEMU Advanced Collection(エミュ・アドバンスト・コレクション)。ガーデン用家具で世界的に注目されているイタリアのEMUブランドは、美しさと耐久性、心地よさを兼ね備え、その斬新さでオフィスの屋外用スペースに新風を吹き込みます。





nanimarquina

伝統と モダンが 融合

nanimarquina(ナルマルキーナ)は。スペイン、バルセロナにある家族経営のラグブランド。伝統技を駆使してモダンなデザインを生み出し続けています。Coalesseからの同ブランドコレクションは、屋内/屋外両方での使用が可能です。

360 マガジン

extremis





togetherness

屋外も 仕事場に?

Extremis(エクストレミス)の創設者兼ヘッドデザイナーであるディルク・ワイナンツは、必要かつ実用的である場合のみ、新しいモノの価値があると考えている。その信条をもとに1994年にベルギーで立ち上げたアウトドア家具のデザイン集団である。目指すのは、ただ単に「家具」をデザインするのでなく、「人を集わせる」家具づくりである。

同社の革新的なアウトドア 家具コレクションは、心地 よいアウトドアライフとそこ での会話が弾むよう設計さ れている。



Getting It Right

企業変革を加速するために どうスペースを戦略的に活用 しているかの4事例

スペースを戦略的に活用。世界的に、企業の多くがいくつかの難しい課題に直面している。例えば、人材獲得競争が激化する中、いかに優秀な人材を確保できるか、組織文化をどう変革すればいいか、新たに浮上したハイパーコラボレーションチームがイノベーションを起こすにはどうすればいいかなどだ。

その答えは以下の記事にヒントがあるかもしれない。以下に挙げる4社は、既存オフィススペースを見直し、持続的な企業繁栄の鍵となる「従業員」の行動を促すことで組織文化を変革し、魅力ある従業員体験の創造に成功した。

3**60 マガジン**

VodafoneZiggo

2016年、グローバルな通信事業会社であるVodafone(ボーダフォン)は、オランダの事業をLiberty Global が所有する国内最大のケーブルプロバイダーであるZiggo (ジーゴ)と合併した。その際、経営層が直面した最大の課題の1つは、オフィス文化の異なる2つの組織の統合である。経営層も含めるすべてのVodafoneの従業員は、モバイル化が浸透し、自席がないフリースペースの中で自在に働く場所を選びながら仕事をしていた。一方、Ziggo は、オープンレイアウトの中に自席を構え、役員スペースは異なるフロアに配置されていた。

通常、2つの組織文化が非常に異なる場合、統合合併は極めて難しいとも言われている。「私たち vs 彼ら」の対立構造によって、その合併による相乗効果を損なう事態になるからだ。当初からそれを懸念していたVodafoneZiggoの経営層には、いかにその対立を最小限に抑えるかが大きな課題としてのしかかった。

経営層が重きを置いたのは、事業規模を達成するためのルーティンづくりとオフィスの効率化ではない。重視したのは、「場」のパワーを利用しながら両組織を上手に融合し、新たな活気ある共有文化を築き、全従業員の帰属意識と絆を促す「目的地」としての新オフィスを創ることであった。

「合併以降の全ての決定事項は、1つの組織というベースに基づいていました。魅力的で、仕事の質が上がり、楽しい。そんな誰もが働きたいと思えるオフィスを築きたかったのです。」と語るのはプロジェクトディレクターのロール・ポールマンである。

プロジェクトの初期段階で実施したのが従業員を巻き込んでのワークショップで、彼らの潜在的欲求とニーズの把握が可能になった。プロジェクトの包括的な目標は、従業員が真に働きたいと思える人間主体のオフィスづくりだった。

1年後、1,500人強もの従業員を抱える同社は、中央駅の向かいのユトレヒト中心部にある3つの建物をつなぐ16,000平方メートルの全面改装スペースに移転した。建物正面は、グレアを抑制しながらも背後の窓から自然光が入る彫刻的メタルグリッドを特長としていた。1階にはVodafoneZiggoのショップもある賑やかなショッピングセンターがあり、従業員は毎日のように顧客やブランドとつながることができた。

旧Vodafoneオフィスと同様に、スペースはフリーアドレスを採用し、ニーズや気分に応じて、プライバシーのあるポッドからコラボレーションスペース、カジュアルなラウンジスペースまで、自由に働くスペースを選択できるように設計されている。



個性溢れ、相互につながる活気に 満ちた都会の姿は、新スペースの 設計のヒントになった。

Coalesse Massaud Collection





2つの建物をつなぐガラス張りの通路は、オフィスで最も活用されている会議スペースの1つとなった。

「非常に多くの従業員が毎日一緒に働いているため、そこは都会 の縮図のようです。」とポールマンは語る。OCS+のワークプレイ スコンサルタントおよびコンセプトデザイナーのティム・マーケン ホフは、実際にその個性と相互依存の都会の活気溢れる様子が まさにスペースの設計のヒントになったと語っている。各ゾーンの 異なるニーズを満たし、中央に位置する開放的に広がる階段や ソーシャルハブなどは、即座のミーティングや偶然に起こる会話 を可能とする活気溢れるスペースへと生まれ変わった。会議はも う2週間待つことなく2分で利用できるようになった。この中央エリ アの周りに配置されたのがバッファーゾーンで、ロッカー、プリン ター、コーヒーバー、大会議室などのエリアが取り囲み、人を建 物全体に運ぶ輸送システムのように機能している。さらに離れた 場所には、個人の集中ワークやコラボレーションに利用できる静 寂なエリアが設置され、その中にはアジャイルチーム用の「ストリー ト」も含まれる。最上階にある「クラブ・コネクト」は、飲食をし ながら仕事をし、交流する「場」であり、タウンホールの会議や 従業員イベントも開催されるエリアでもある。また、ゲームなどの 遊び要素を取り入れることで、絆を深めると同時にリフレッシュで きるスペースとしても活用されている。

鮮やかな色彩と豊富な仕上げや張り地の質感が温かみのある、ホームのような居心地のよい雰囲気を創出している。

「私たちは、新会社のビジョンでもある「楽しくつながりながら前進しよう」と共にオフィスライフを次の段階へと引き上げたいと考えていました。職場の多くの人にとって最も重要なことは、作業に適したスペースを見つけられるか、同僚や会議室がすぐに見つかるか、荷物は安心しておけるか、ランチは取れるかなどです。こうした従業員の基本的欲求が満たされれば、スペースは成功と言えるのです。



建物中の共有ラウンジスペースは、 同僚とのカジュアルな会話やイン フォーマルなミーティングに最適で ある



 $\begin{array}{l} {\rm Think}\, {\it F}{\it \pm}{\it T} \\ {\rm four}\, {\rm point}\, {\rm eight}\, {\rm Meeting}\, {\rm Table} \\ ({\it F}{\it -}{\it J}{\it i}{\it v}) \end{array}$

同社は、既存のオフィスを徹底的 に見直し、共有する組織文化とオー プンに上司と部下が話し合えるス タイルを取り入れた独自の環境を 構築した。

Turnstone Campfire Collection $(\mathcal{V}\mathcal{T}_{\mathcal{T}})$ Coalesse Seating $(\mathcal{F}_{\pm}\mathcal{T})$

Joyea

Joyeaは、中国丹陽市にある産業自動化システムの会社で、150を超える特許技術を含むロボット工学分野のリーダー的存在である。元々はガラスと手工芸品の製造業者から出発した同社は、イイノベーターへと急速に成長し、中国経済の急激な変化もそれを後押した。テクノロジーの巨人と上海、杭州、深センのようなエネルギー溢れるイノベーションハブは、多くの優秀な才能を惹きつけている。150人の従業員を抱える同社は、いかにして国内での440億ドル市場のリーダーになり得たのか?

上海から200キロの場所に位置する人口89万人の丹陽市は、中国の基準から見ると比較的小規模な都市である。同社の創業者で社長のリッピン・ウーは、丹陽の従業員の質の高い保育施設不足を知り、保育センターの開発に投資している。また、大阪から呼んだ日本人シェフと食材を使った丹陽市初のラーメンカフェを事業展開している。地域コミュニティ、生活、仕事の間の密接なつながりを重視している考え方がその根底にはある。

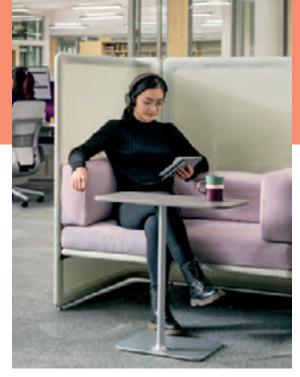


道教の哲学に強く影響を受けたウーの信念は、幸福感、ウェルビーイング、信頼感、仕事への意義といった要素が一体になることで、従業員が成長し、イノベーションが加速し、事業全体が繁栄するというものだ。今後も世界を席巻し続けるために、中国企業は、まずは従業員のことを真に大切にしなければならない、それが高度にスキルを備えた優秀な人材を引きつけ、定着させる鍵になるからだと彼は強調する。

150人の従業員の生産性と意欲を高めるだけでなく、新たな才能を引きつける「ホーム」をデザイン設計するために、同社はSteelcaseの協力を仰ぎ、「ウィスダム・パーク」と名付けられた新家屋を建設した。当施設は、健康的かつバランスの取れたライフスタイルを推進する「場」であり、革新的なチームワークと繁栄するコミュニティを育み、イノベーションと卓越した組織文化を支える先進的なオフィス環境を創り出している。全てのスペースは、創造ワーク、個人思考やコミュニケーションが促進するように設計されている。

2018年に開設された新家屋には、個人の集中ワークとコラボレーションの両方をサポートする多種多様なスペースが設けられ、従業員同士の交流を促す魅了的なソーシャル環境も提供されている。また、個性の表現と帰属意識を高めるように、スペースを簡単にパーソナル化できるよう配慮されている。さらに、従業員の健康増進と知的好奇心を高めるために充実したスポーツ施設や継続的な教育用スペースも完備されている。

イノベーションに向けても、従業員が新たなことに挑戦することが 奨励されている。このダイナミックで独創的な環境では、密な信 頼関係と責任が各個人にかかっている。この組織は、人の能力 を最も重視しているため、社内教育は同社の哲学の最重要事項 であり、従業員には継続的なスキルアップや自己開発、知識の 共有、アイデアや多様な視点の交換が求められている。



Coalesse Lagunitas Collection (ソファ)

業界をリードする企業は、企業成長の鍵となる従業員を重視し、快適かつ健康的でやりがいのある従業員体験に投資している。

社長室は、中国標準よりは狭く、集中ワークや熟考から、従業員との対話やミーティングまでさまざまな活動に対応できるように設計されている。

Coalesse Lagunitas Lounge (ラウンジ) Coalesse Massaud Lounge (ラウンジ) Coalesse Sebastopol Table (テーブル)



Little

世界的大手建築設計会社であるLittle Diversified Architectural Consulting は、そのワシントンDCオフィスの隣に位置していた1,100平方フィートのスペースに空きが出た際に、経営トップは、この機会を利用して40人の従業員からなるチームの生産性と満足度を高めるスペースづくりに乗り出した。

「達成したい目標は2つ。増員のためのチェアを増やすことと、チームワークと個人での集中ワークといった異なるワークスタイルをサポートする多種多様なスペースを配置することでした。」と語るのはLittleのシニアアソシエイトであるアン・トランだ。

多くの企業がそうであるように、同社の6,700平方フィートの既存スペースは、ほぼオープンレイアウトである。社員は自発的にコミュニケーションを取り、コラボレーションも比較的容易だと述べていたが、プライバシーが不十分で気が散ることが多く、仕事に集中するのが困難だとも不満を漏らしていた。会議室は広く、典型的なフォーマルな会議のためのスペースであった。小さめな部屋や集中スペース、即座にミーティングができるようなスペースは非常に限られていた。同社の経営層は、新たなスペースに加え、既存のスペースの活用されていないエリアを見直し、レイアウトを再構成することでオフィスの魅力を高め、真に機能するスペースへとオフィスを再構築したいと考えた。

同社の目標は、Steelcaseの実施中の研究調査と見事に一致していた。Steelcaseは、オフィスワークがよりコラボレーション重視になり、創造的に問題を解決することが求められる中で、画一的ではなく多種多様なスペースを設置することの重要性を説いていた。両社はその目的で一致したため、新たなオフィススペースの創造に向けて連携することになった。

5つのタイプの個室型フォーカスルームは、個人の集中とプライバシーをサポートしている。その2部屋には、上下昇降デスクとチェアのセット、もう1部屋は、リラックスした作業姿勢をサポート。残りの2部屋は、熟考と小休止、または、短時間でのタスクもサポートするインフォーマルなラウンジスペースである。

3つのグループスペースでは、自席から離れた場所でコラボレーションと同僚との交流を念頭に設計されている。1つはハイトップのテーブルとスツールのセット、もう1つはブース、3つ目は可動式家具を備えたカジュアルなリビングルームのような環境である。

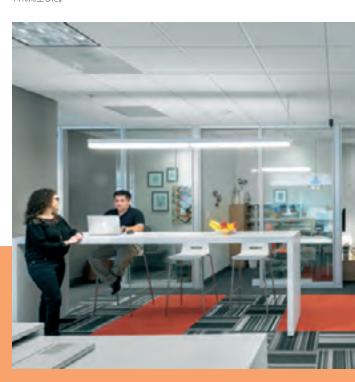
「私たちは、社員の方々がそれらのスペースをどう使用し、どう行動を変えるか、また、何が好まれ、好まれないかを把握したかったのです。」とSteelcaseのアプリケーションデザイナーであるクリスティン・ボアは説明する。オープンレイアウトでの共有スペースの重要性を強調し、新たなインサイトをもたらした「リビング・ラボ・アプローチ」と表現した。



Turnstone Campfire Collection $(\bar{\tau} - \bar{\jmath} \nu)$ QiVi Stool $(\chi \gamma - \nu)$

様々なタイプの共有スペースを 組み込むためにとった小さな変 更が大きな変化につながった。

5つのフォーカススペースを追加した結果、デスクワークの集中度は14%向上した。



戦略的に正す

93

驚いたことに、主にカジュアルなコラボレーションを念頭に設計されたハイトップのセットは、個人が集中できる「場」としてよく使用されていた。立つや腰掛けるといった姿勢、資料を広げられる広い作業面、間近にデジタル画面、自席を離れて作業する「場」として頻繁に利用されている。

同様に、広めの作業面や上下昇降デスクとチェアのセットなど作業重視のアイテムによって個室型のフォーカスルームの利用率も高い。「デザインワークの大部分は、ひとりでの作業が多いのです。大量の資料を広げるスペースがあることが私にとっては重要なのです。」と説明する。隣接関係ももう一つのポイント。2つのフォーカスルームの基本的条件は同じだが、自席からの距離が1つは約3m、もう1つは社長のデスクの真向かいに位置している。その距離の程度や組織階層、隣接スペースが何をするところなのかを把握すると、その明確な優先順位づけがあることも分かった。

入居後の調査結果では、新しいスペースがプラスの効果をもたらしたことが報告された。従業員満足度が向上し、個人スペース、チームやグループスペースの数値が大幅に改善された。プライバシーに対する満足度も大きく向上し、入居後5段階評価は2.8から3.28に跳ね上がった。従業員によると、コラボレーションがより容易になり、デスクワークの集中度も14%増加し、さらに、1日を通してさまざまなスペースに移動しながら働けると回答した人の数は19%増加した。その他の興味深い結果としては、社員の間で最も使用されていたヘッドフォンの使用率は、入居後は18%減少し、リモートワークへの関心は54%から45%に減っている。

それらの結果は、より多様な共有スペースを組み込むためのほんの些細な見直しが大きな変化につながったことを示唆していた。「この変化を起こすためにオフィス全体を大規模に改装したわけでもなく、自席スペースは全く変更されていないのです。つまり、追加スペースの設置と作業内容にあった多様な環境を社員がチョイスできるようにスペースを変更しただけなのです。」とトランは主張する。

「スペースとそこでのユーザーエクスペリエンスを向上させるため に、決して多くのことをする必要はないのです。いくつかの戦略 的見直しをするだけで、社員のウェルビーイングはかなり向上しました。重要なのは必ずしも壮大でコストのかかる変更をする必要 はないことは知っておくべきでしょう。」

8つのタイプの共有スペースを追加した結果、入居後調査では、従業員満足度が向上した。

 ${\it Coalesse Lagunitas Collection} \ \ ({\it V7r})$



Steelcase Madrid WorkLife Center

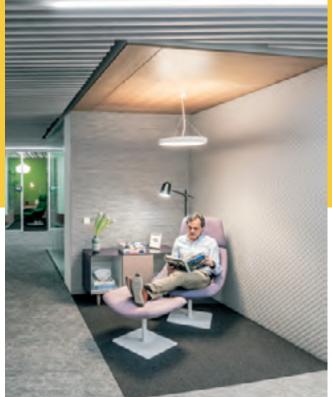
新たに再設計されたスペイン、マドリッドにあるSteelcaseのライブオフィス、Steelcase MadridWorkLife Center は、顧客はもちろん、マドリッドを拠点とする250人の従業員の新しい「ホーム」でもある。当スペースは、昨今の急速なイノベーション推進への動きに向けて、物理的スペースおよび企業文化の変革がいかに重要かを提案するためのベースとして設計されている。自らの企業文化を転換することで、今日の進化するビジネスニーズを満たすことが目的にある。

「急激に変化するビジネス環境の中で、時代のニーズに合うように時に根本から見直すことが必要です。」と語るのはSteelcaseスペイン&ポルトガルの社長であるアレハンドロ・ポシーニャである。その先端をリードするために設計チームが目指したのが、新たな行動とアジャイルワークを実践する企業文化の構築である。

新スペースは、孤立化する自席や経営層の個室をなくし、部門間 のコラボレーションとオープンな環境でアイデアが溢れるよう設計 されている。異なるアイデアや思考が交わることを目標に、社内

Umami Lounge System





すべてのワークモードに対応 するように多種多様なスペース を配置している。

当スペースは、お客様が新たな 働き方を体感していただくため のラボとして機能している。



植物や木目柄、自然光といった 人間が本能的につながりたいと 思える バイオフィリア 要素 を 組み入れている。

のプロジェクトチームは、組織横断的に構成され、人間中心 のアプローチが採用され、まずは、プロセス思考からプロジェ クト思考へシフトするための明確な目標が設定された。

コラボレーションとイノベーション: イノベーションを加速させる コラボレーション型文化を育成することをプロジェクトの中核 に据える。

俊敏性と効率性:急激に変化する市場に対応するために、チームはアジリティを実践し、効率を追求する。

顧客重視:顧客重視をベースに、社員全員が営業プロセスの 一角をなすよう行動する。

従業員経験: 従業員エンゲージメントを高めるために、働き方を改善し、身体的、認知的、情緒的側面からウェルビーイングを育む環境を築くよう努める。

同施設では、すべてのワークモードに対応するように多種多様なスペースが配置されている。そこで働く人や来訪者の感性を刺激するように、多彩なカラーや模様、素材が散りばめてある。部門の中心は、自席ではなく、フリーアドレスのスペースに置き換えられた。モバイルテクノロジーを完備することでデスクに縛られずに、従業員が作業内容や気分によってどこでも好きな場所で働くことを可能にした。従来のプロセスは見直され、チームがよりアジャイルな働き方ができるようなカルチャーを構築できるようにし、その結果として、仕事のスピードや柔軟性が改善され、より顧客重視のチームカルチャーが助長された。

Steelcase スペイン & ポルトガルの営業本部長であるゴンザロ・ロレンツォはこう述べた。「スペースの中心にあるのは、お客様と従業員です。ショールーム機能を備えたライブオフィスである当スペースでは、新たな働き方やアイデアがテストされ、未来への着想につながるラボ的役割もあります。」



Tech Talent Beacon

データ駆動ツールが、 異次元の速度でどう 企業文化を変革したか。 テック人材が集まるBeacon。ボストンのシーポート地区は、若くて優秀な人材が起業するメッカである。2010年に再開発されたこのエリアには、テクノロジー、バイオ医薬品、金融業界のリーダーたちが密集し、毎年ボストンに戻る15万人以上もの若き才能たちの獲得を競いあっている。失業率が2.9%と劇的に低いボストンは、あらゆる企業が直面している有能な人材獲得競争の縮図ともいえる。

ハイテクで革新的なソフトウェア開発会社PTCは、メーカー向けのエンジニアリング製品管理ソフトウェアを開発しており、未来を見据えて高度に熟練した人材を渇望していた。しかし、マサチューセッツ州ニーダムにあるかつての本社は、ボストン市内から45分の場所に位置していたため、都市型で通勤を好まない優秀な人材獲得に苦労をしていた。

同社はまた、旧態依然としたパネルで囲まれた執務スペースで仕事をしていたため、個々が孤立化し、イノベーションに向けての創造性やコラボレーションを促すように オフィスは設計されていなかった。PTC 2020と名付けられたプッシュ戦略の一貫として、同社は、コラボレーション重視、柔軟かつオープン、俊敏性のある企業文化への転換を図った。その変革への大きな一歩となったのがシーポート地区への移転であり、オフィス全体がコラボレーションを促し、イノベーションを加速させるようなオフィス構築を目指した。また、すべての個室と自席を解放し、100%フリーアドレスのスペースへと移行した。CEOでさえ、自席を持たない。

「当初、それについて社員と話をした時、結構パニックになりました。オープンレイアウトは、悪い事例も多く、評判は決してよくなかったのです。そこでそれがいかに効果的かを説明しました。しかし、今はどうでしょう。以前の姿に戻りたいと思っている人はいません。スペースによって、私たちの企業文化は超高速で別次元へと変化していったのです。」と語るのは不動産&オフィス部門の副社長であるジョン・シベロだ。



Blu Dot Clutch, Hot Mesh and Field Collections Groupwork Table

大規模な移転

同社は、郊外の320,000平方フィートの面積から、ボストンでその名を冠したオフィスタワーの7フロアを占める200,000平方フィートのスペースに移転した。高額な賃料を払い、モバイルワーク戦略をベースに新たな企業文化の構築に成功するためには、その働き方を実践する新たなツールが必要だった。

新たなスペース管理ツール:スペース利用率は、インターンが定期的に利用者数を数えるなど、スペース管理データについてはかなり適当なところがあった。設置面積が狭くなったことから必要に応じて迅速な変更が可能になるため、まずはスペースがどう利用されているかを把握する必要があった。

新たな誘導ツール:以前のスペースでは、部屋の予約や待ち合わせ場所を見つけるための方法もなかった。しかし、新スペースでは、そのオフィス戦略の中に、どのスペースが利用できるかの誘導方法を組み込むことは不可欠だった。

新たなコラボレーションツール: 予定外の短い会議や、必要に応じて即座に問題解決ができるような対話のチャンスをどうつくるか。それには、簡単に利用できるコラボレーションツールやその場で予約できるスペース予約システムは欠かせなかった。

PTCの新家屋の7フロアは、Margulies Perruzzi Architects が設計を請け負った。 Steelcase と同社ディーラーであるRed Thread は、家具とテクノロジーの両方を含む包括的なソリューションを提案した。 Steelcase の「スマート+コネクト」ツールを統合することで、データとテクノロジーを活用したスペース管理や来客の誘導方法、コラボレーションワークをサポートすることができた。

様々なエリアがボストンの街を彩るように、新家屋のスペースは、さまざまなタイプの仕事に対応するために、各フロアには独自の「地区」が設けられた。チームスペースには1000人を収容できる750席があり、カフェ、「ハイブ」と呼ばれるカジュアルなラウンジ、プライベートな狭いスペースなど、様々なタイプのスペースで人をつなぎ、コミュニティ意識を養い、静かに集中ワークもできるように設計された。

「驚くほどパワフルなツールです。私は、企業不動産というキャリアの中で常に推測で仕事を遂行してきました。このデータを利用すれば、リアルタイムのデータ解析、報告レポートを通して今までとは全く異なる視点での対話が可能になります。」

ジョン・シベロ

PTC不動産&オフィス担当副社長

「ハイブ」と呼ばれるカジュアルなラウンジやプライバシーの強いアンクレープと呼ばれる狭いスペースは、人をつなぎ、コミュニティ意識を高めると同時に、集中ワークの「場」を提供している。

Blu Dot Thatawayソファ Turnstone Campfire Collection



変化を後押しする

PTC は18か月をかけて移転の準備をした。公共交通機関で通う 通勤者のために助成金を出し、フリーアドレスのスペースをつくっ た。2019年1月の入居の際には、完備された統合テクノロジー が従業員の新たな「ホーム」への誘導を容易にした。

各フロアには、2つの Steelcase Live Map ディスプレイが設置され、利用可能なスペースが瞬時にリアルタイムで表示された。スペース全体に設置された150台を超える RoomWizard スペース予約システムは、要求に応じてスペースを予約でき、また、近くのスペースで赤または緑の点灯によって利用可能なスペースを確認できる。このシステムは操作性が非常にシンプルなため、トレーニングも不要で、大量導入が可能である。

Steelcase Findアプリを毎日活用しているインフラ&アーキテクチャーのディレクターであるトム・サルヴォーニはこう語っている。「歩き回りながらiPhone 上で簡単に予約ができるので便利です。事前予約なしに思い立ったらすぐにミーティングができるし、空いていればデバイス上で即座に予約が可能です。」

シベロのチームは、毎日、1,400以上もの Steelcase Workplace Advisor(スチールケース・ワークプレイス・アドバイザー)センサーからダッシュボードに送られたデータをチェックし、スペースの利用状況を解析、把握している。

「驚くほどパワフルなツールです。私は、企業不動産というキャリアの中で、常に推測でスペースの状況を把握しようとしていました。しかし、このデータを利用すれば、リアルタイムのデータ解析、報告レポートを通して今までとは全く異なる視点での対話が可能になります。」とシベロは言う。ユーザーがスペースに変更が必要な場合には、シベロのチームに伝え、チームはリアルなデータを確認しながら話を進めることができるようになる。

安全な統合ソリューション

Workplace Advisorからのデータは、Steelcase Live Map、Steelcase Findアプリ、そして、デバイスであるRoomWizardに送られ、シームレスに統合されたユーザーエクスペリエンスを実現している。PTCは、主要なテック企業であることから、その重要性を誰よりも理解できた。「採用したテクノロジーが複雑で機能が多すぎる場合、従業員の間で混乱が起きやすいことも確かです。よって、その構造がシンプル分かりやすいことと操作性が簡単であることが非常に重要でした。」と最高情報責任者であるアッバス・ファイクは語る。

彼は、ツールとデータのセキュリティも強調した。「当社は、導入前に適性評価も実施しました。セキュリティチームにあらゆる側面から、そのデータ管理、個人情報、データの格納方法、管理者やそのアクセス権を徹底的に調べさせたのです。当社はセキュリティがいかに強固であるかに自信を持っています。これほど重要なものはありません。」

インサイトを実行に移す

グローバルベネフィット&HRプログラムの担当副社長のダイアン・ヤングはこう語っている。「入居から7か月後、ようやく新スペースにも慣れた頃、オープンの執務環境を毛嫌いしていた人も真からそのスペースを気に入っているのがわかりました。以前よりもチームが結束し、上司ともつながっているように感じています。」

不動産および施設チームにとって、Workplace Advisorによって 送られるデータがスペースの有効活用に役立っていることは間違いない。1例として、あるチームがスペースが十分でないと言ったとする。しかし、データが示したのはデスクに荷物を置いていることが多いという事実である。そうした行動を変えることでこの問題は簡単に解決されたのだ。別の例では、十分な会議スペースがないというクレームは、実際にはそれが「幻の会議」であることをデータが証明した。予約されたスペースは実際には使用されなかったのである。そして、Workplace Advisorは、新たな機能が追加され、自動での予約とその解除が可能になった。スペースが使用されていないと判断した場合、自動的に予約が解除され、人がスペースに入ると、自動的に予約されるという機能だ。

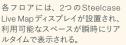
「全体的に成功しているように思います。2種類の従業員満足度調査を実施しましたが、フィードバックは素晴らしいものでした。その開放性と自然光が好まれ、求人成約率も高くなっています。そして、来訪するお客様からのフィードバックも好ましいものでした。フィードバックによって戦略もより強化され、ここボストンでの成功をグローバルに拡大することも考えています。」とシベロは語る。



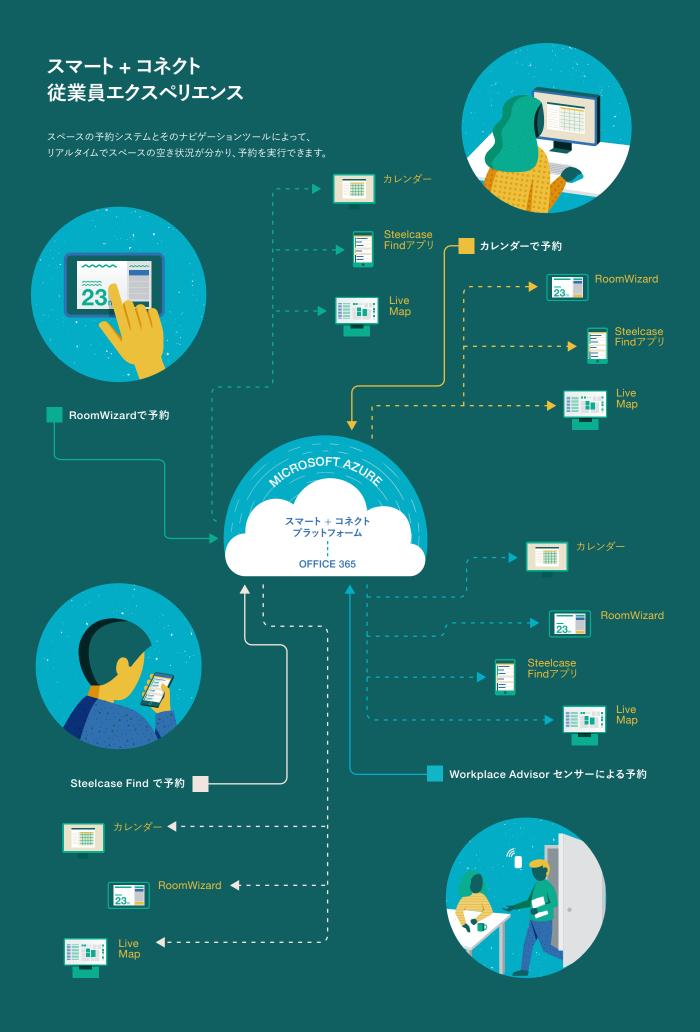
簡単にアクセスできるコラボレーショ ンツールと、RoomWizardなどのス ペース予約デバイスを活用すること で、問題解決もより自発的かつ迅速 に行うことができる。



不動産管理/施設チームは、Workplace Advisorのデータがスペースの有効活用に役立っていることを日々実感している。



テック人材が集まる 101





Finding Focus

集中スペースを確保する。オープンスペースの中に視覚的プライバシーを 設けることで集中して仕事に専念できることが最新研究で実証された。



ウィスコンシン大学マディソン校と共同実施した最新の Steelcase 調査では、視覚的プライバシーを提供するだけで騒がしいオープンな執務スペースでも集中できるようになったことが実証されている。

世界中の多くのメディアがオフィスのオープンな執務スペースを注意力散漫とストレスの原因として酷評した。しかし、データの解釈は少し異なる。視覚的プライバシーを多く確保することで苛立ちの原因でもあるオフィスでの雑音を緩和できるという。個とチームの両ニーズにバランスよく応えることでオープンな執務スペースも成果を生むスペースへと生まれ変わるのだ。

研究調査

Steelcaseのワークスペースフューチャーズグループのマネジャーであるキャロライン・ケリーは、注意力持続を測定する研究調査を率いた。注意力持続とは、働く意欲や集中が必要なあらゆる業務の核となる要素だ。

この調査に協力を仰いだのが、ウィスコンシン大学マディソン校の人間の「脳」と「感情」の関係の科学的研究で先駆的リーダーである健康マインドセンター(CHM)である。 CHM創設者兼ディレクターであり、「The Emotional Life of the Brain」の著者でもあるリチャード・デイビッドソン博士は、物理的環境とウェルビーイングとの関係を研究している人物だ。同施設の科学者であるエレナ・パッセンコは、ケリーの研究の概念化に力を貸し、専門的助言をしていた。

注意散漫の中でどれだけ人間は注意力を維持できるかを測定するためのテスト、SART(Sustained Attention Response Task)を実施した。対象参加者は約70名。特定の問題に対して参加者にボタンを押すかどうかを尋ねて注意力や抑止力を見る脳科学的な「Go / No-Go」テストである。その応答するまでの時間、エラー率、エラー間の時間に基づいて参加者の集中力を評価するというものだ。

2つのオープンな執務スペースで参加者への調査が実施された:

オープンなベンチタイプの共有デスク

Brody WorkLounge(ブロディ・ワークラウン ジ/スクリーンで囲んだ個人用スペース)

テストはベンチとブロディの両方の家具で実施され、結果に影響を与えるような不確定要素は排除された。本物と同様の設定をつくるために2名の参加者はベンチデスクに斜めに向かい合って座り、オフィスでよくある雑音も流した。

個とチームの両ニーズにバランスよく応えることでオープンな執務スペースも成果を生むスペースへと生まれ変わる。



実験結果

結果はとしては、Brodyワークラウンジのように視覚的に囲むことで、プライバシーが確保されてオープンなエリアに座っている人よりもかなり集中できる環境が整うことが分かった。

Brodyワークラウンジに座った参加者は、ベンチに座った人と比べて応答までの時間が大幅に遅かった。応答時間が遅いということはより集中、没頭しているということなので良いことになる。また、エラーの数も少なく、応答時間のばらつきもなく、一定して集中している状態であったことが分かる。

応答時間が遅いほど良いということは直感とは反するように聞こえるかもしれないがパッセンコはこう説明している。「通常、応答が速いということは刺激を処理したり特定したりするのではなく無意識のうちに自動的に反応してしまうということです。」と。また、エラー率も増え、注意散漫になることだとも指摘している。



オープンな執務スペースで、視覚的なプライバシーを確保すると、完全にオープンなエリアに座っているよりもかなり集中できることが分かった。



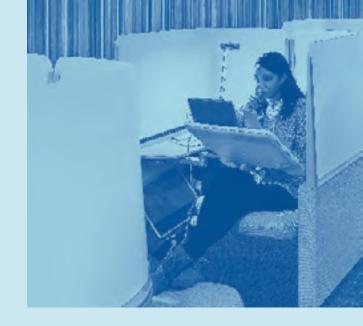
脳は疲れる

今日の一般的なオープンな執務スペースでは、集中するのが難しいという意見が多い。その理由は脳科学の観点からこう説明できる。人間は脳の構造上、集中しにくくできているのだ。研究によると、多くの知的ワークをする人の脳は、前頭前野に重い負担をかけるため注意散漫になりやすいという。脳は1度に1つのことしか集中できないように出来ているのだ。オープンな執務スペースでプライバシーが確保できないとなると、注意散漫に陥ると同時に更なる認知的負荷を加えてしまうことになる。集中力は低下し、認知的負荷が増加するにつれて質の高い思考は損なわれ、判断が鈍っていく。

さらに社会的動物である人間は、周囲からの評価を求める自己承認欲求があることから余計に注意散漫が増幅されてしまうのだ。周囲から社会的に受け入れられるために、人間は社会的規範や価値観を気にしてそれに沿うような行動や外見を選びがちである。1日中、自分の行動を気にすることは、疲れる作業でエネルギーも消費し、ストレスの多い仕事環境での消耗は激しい。

「オープンな執務スペースやベンチ デスクを否定しているわけではありま せん。ただ、今までとは異なる方法で 計画、配置しようということなのです。」

キャロライン・ケリー Steelcaseワークスペース・フューチャーズ



オープンな執務スペースをデザインする

オープンな執務環境への不満は周囲の雑音と気が散る会話が聞こえるなどの理由が多い。音響プライバシーを確保することが唯一の解決策であると考える人もいるが、調査結果はそれなしでも集中できる環境を望んでいる人が多いことを示している。Brodyワークラウンジは、視覚的、領域的プライバシーを強化することでユーザーの集中力や意欲を維持につなげた。こういった多彩なプライバシーオプションを配置しながらオープンな執務スペースを設計することで、ワーカーは手元の仕事をこなすのに最適な「場」を見つけることができるのだ。

こうなると、現在のオープンなベンチデスクのようなものはなくなるのだろうか? オープンな執務スペースには多くのメリットもある。視界の広がり、高い天井、遠くまで見えるなど物理的なメリットも多く、それが脳を刺激し、新たな視点での思考を促す場合もある。また、この調査では、ベンチデスクを利用している被験者の方がかなり創造的であることも分かった。それには人間の創造力を判断するために遠隔連想テスト(Remote Associates Test)が利用された。被験者は、1分間でリスト上の単語と共通する単語を連想するように言われ、ベンチに座った被験者たちの方がより抽象的な単語を速く結びつけることができることが判明した。

研究では、集中力低下は問題解決する際により拡散的かつ創造的になれることを示唆している。「チームメイトと一緒にベンチに座るのは、一緒に何か問題に取り組むには最適かもしれません。集中する場合には、パネルやスクリーンで視覚的なプライバシーを確保するという具合です。」とケリーは説明する。

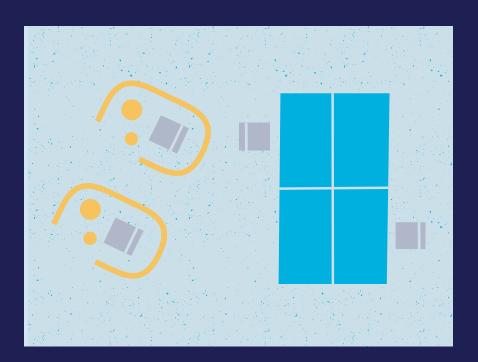
「グループ」内の「個」をサポートする

解決策となるのは、作業内容にあった最適な場所を選べるような様々なプライバシーレベルを確保できる多彩なスペースを提供することである。つまり、個人の集中ワークとチーム主導のコラボレーションワークをサポートするようにグループ内の個のニーズをバランスよく配置することだ。一見シンプルそうに見えるが設計上の課題の多くは、人が集中する区域と交流する区域をその距離も含めて正しく把握することだ。例えば、あまりにも近いと騒がしくて個人が集中できない、離れすぎていると集中するのに必要なスペースを探せないというようなことも起きてくる。

プライバシーと集中という両ニーズは全ての個人にとって不可欠な要素である。創造プロセスにとって、ひとりになる時間は他者と協働する時間と同じくらいに重要だ。そのためにはチームと集い、コラボレーションする前に仕事から離れ、リフレッシュできるスペースが必要なのだ。

「オープンなオフィスレイアウトやベンチデスクが決して悪いのではありません。問題はその配置方法です。共有スペースやBrodyなどの家具でプライバシーが調整できるようになると、そこは仕事が中断される「場」からコラボレーションと集中がバランスよく調和された快適な「場」へと変化します。」

環境を比較: 2つのオープン執務スペース



「フォーカス」テスト

注意力を維持できるかを測定するためのテスト。注意力や抑止力を見る脳科学的な「Go/No-Go」テストでは、被験者はBrodyワークラウンジよりもペンチデスクの方がエラーが多く、Brodyのユーザーの方がより注意力が高いことが判明した。



41% Brodyでの「No-Go」 への回答エラー率



49% ベンチデスクでの「No-Go」への回答エラー率

「クリエイティブ」テスト

被験者は、遠隔連想テストでさらに創造性をテスト。ベンチに座った被験者たちの方が正解率が高いことが判明した。



41%Brody に座りながら 質問に正解した率



43% ベンチに座りながら 質問に正解した率

108 360 マガジン

Thinking Outside (and Inside) the Box

革新性で家具業界をリードする Orangeboxが打ち出すスタイル 「自席を離れて仕事をする」

常識の枠に捉われずに自由な発想で考える。Orangebox(オレンジボックス)は、シリコンバレーのような破壊的思考で新たな働き方が起こる地域とは程遠いイギリスのサウスウェールズ州へンゴードの村で産声をあげた。2002年の夏、IBMの最初のスマートフォン、シモンパーソナルコミュニケーターが登場してから6年後のことだ。ブラックベリーが市場を席巻した年でもある。アップルの iPhone がオフィスに新たなレベルのモバイル化をもたらしたのはその5年後。オフィス家具市場に参入したOrangeboxは、オフィスの大きな変化の兆しを読んでいた。新たなテクノロジーの登場によってオフィスでの自由度が増え、人々は自席に代る新たな「場」を望み始めていた。

ノートパソコンがデスクトップの売上を上回るずっと前から Orangeboxのチームは働き方がどう変わっていくかを想像していた。「テクノロジーが働き方を大きく変え、まもなく仕事は自席以外で行われるようになっていく中、オフィスにはこの抜本的な変化に適応していくことが求められていました。そして、働く人もどこでどう働くかの自由を欲したのです。」と説明するのは Orangeboxの共同創設者兼マネジングディレクターであるミノ・ヴェルナスキだ。

Orangeboxは、この変化を察知し、画期的かつ今までにないソリューションでその変化に応えた最初の家具メーカーの1つである。あの当時、多くの企業が旧態依然としたデスクを採用していた時代にヴェルナスキ率いるチームは、今までとは異なる視点でオフィスを捉えようとしていた。独自の調査と現場でのユーザーの声に耳を傾けた結果、Orangeboxは「自席から離れた」働き方の登場を察知し、カジュアルな感性と仕事をきちんとこなせる自席に代る別のスペースの存在の重要性を説いた先駆者ともいえる。



Orangebox Air Pod and Table (ポッドとテーブル) Orangebox Eva Chair (チェア)



*本記事での掲載製品の全てがグローバルに販売されているわけではありません。 販売の有無に関しては地域の支社または販売代理店までお問い合わせください。



Crangebox Lossit Collection
Orangebox Avi Collection

左 Orangebox Lossit Collection Steelcaseのグローバルマーケティング担当副社長であるアラン・スミスは、次のように述べている。「Orangeboxと Steelcaseは、その考え方が全く同じなのです。両社は変化するオフィスの風景にチームがどう対応し、人々が従来のデスクからどこへシフトしているのかを早い時期に感じ取ったのです。そういう意味で自然に吸い寄せられていったのです。彼らは、オフィスでのプライバシーと増えるコラボレーション、この二つのバランスをとる必要があると感じていました。今回の提携によって互いの製品を組み合わせるシナジー効果は絶大です。」

移動しながら働く

オフィス内でコラボレーションと集中ワークを容易に切り替えられる環境が求められている中、Orangeboxは、2002年以降、急速に変化する環境のさらに先を見つめ続けている。

「当社の製品は、今までにない方法で協働できる環境を構築する のに役立ちます。結びつけるのは家具ではなく、人と人なのだと いう考え方が根底になるからです。」 ヴェルナスキは主張する。

チームが着手した最初の研究プロジェクトは、人々はなぜ自席から離れてうろうろしているのか、何を求めているのかを突きとめよ



「私たちの役目は、結びつけるの は家具ではなく、人と人だと考え ています。」

ミノ・ヴェルナスキ Orangebox共同創立者兼マネジングディレクター

うとした。行動をじっくり観察するとそこから見えてきたのは人々が自席に代る場所を探している姿だった。その後の報告書「Office Wars and the Corridor Warrior」では、オープンな執務スペースのみがある職場では、コラボレーションと個での集中ワークのバランスがいかに大事かを示唆していた。

「人々は携帯に着信があると通路に出て電話に出る傾向がありました。また、チームでの活動が多くなると自席周りで自発的にミーティングができるようにし、カジュアルにコラボレーションする時間が増えていきました。さらに次代を担う若い世代が職場に新たな価値観や期待をもたらすようになりました。こういったニーズがオフィスデザインへの変化につながっているのです。」とヴェルナスキは説明する。

かつて都市社会学者のレイ・オルデンバーグ(Ray Oldernburg)は、「ファースト・プレイス(自宅)」と「セカンド・プレイス(職場)」とは違うとびきり居心地の良い場所を「サード・プレイス」と名付けた。社員がコーヒーを飲んだり、軽食をとったり、リラックスしながらカジュアルに人とつながる「場」、つまり、カフェやカジュアルなスペースの存在だ。Orangebox はその重要性を痛感し、まさにその雰囲気を職場に持ち込み、職場を気分よく仕事に打ち込み、成果を上げる「場」にするにはどうしたらいいかを考え始めたのだ。

「私たちが目指したのは、自席の縛りから離れて真に仕事に打ち込める環境です。これからの家具はどうあるべきか。その定義を徹底的に探ったことで、人がどこで働きたいかの判断を下せたのです。」ヴェルナスキは言う。その結果として、Orangeboxは、オフィス内の「サード・スペース」で人々のニーズを満たす家具、つまり、可動性、順応性、拡張性に優れた家具の開発に着手していく。



左 Orangebox Air³ Pod Orangebox Coze Collection

下 Orangebox Coze Collection



112 360 マガジン

「移動しながら働く」の研究や他のリサーチを総動員して誕生したのがOrangeboxの製品ラインだ。休憩エリア、会議室、カフェ、ラウンジ、受付、ロビーなどの柔軟性の高い家具である。美的感性と高性能を併せ持つ同社の製品は、従来にはない環境で仕事に打ち込めるように設計されている。これは後に同社の核となる「Smartworking™(スマート・ワーキング)」というコンセプトにつながっている。

「20年という歳月をかけて、この「スマート・ワーキング」をベースに研究開発を進めてきました。このコンセプトはオフィス文化を変える考え方でもあり、現在のオフィス家具の在るべき姿をも示しています。チームのニーズに焦点を当て、今日のオフィスで要求される柔軟性の高いコラボレーションツールや働き方をサポートする未来の家具のカタチの提示とその製品づくりを目指しています。当社の製品は、自発的かつ流動的なチームワークを加速し、即座に容易に集いコラボレーションできる環境だけでなく、人から離れて静かに熟考したり集中できる静かな環境づくりにも注力しています。これによってオープンな執務スペースでも、共有される職場環境でも皆が効果的かつ楽しく仕事が出来る環境が整います。」というのはクリエイティブディレクターのゲリー・テイラーだ。

これらのニーズに新たに応えるために開発されたのが Orangeboxの「Away from the Desk(アウェイ・フロム・ザ・デスク)」コレクションである。直立できちんと座る姿勢を保持できるラウンジシステムは、ラウンジでの快適なデスクワークを実現した。「Active Working(アクティブ・ワーキング)」コレクションには、1人用ポッド、チェア、メディアテーブルなどがあり、ある作業から次の作業に素早くシフトしやすい環境をつくる。

「私たちが目指したのは、自席の縛りから離れて真に仕事に打ち込める環境です。これからの家具はどうあるべきか。その定義を徹底的に探ったことで、人がどこで働きたいかの判断を下せたのです。」

ミノ・ヴェルナスキ

Orangebox共同創立者兼マネジングディレクター



質素な創業

Orangeboxの共同創立者であるピート・ハーレー、ミノ・ヴェルナスキ、レモ・ヴェルナスキの3名には共通ビジョンがあった。2002年に英サウスウェールズ州のヘンゴード村の小さなチェアメーカーに可能性を感じて買収に踏み切った。成功するには国内外の企業で飽和状態にある市場で視点を変えてイノベーションを生み出さなければならなかった。

ヘンゴイドのようなダイナミックで高度なスキルを持つ人材がいる地域では、優れた家具メーカーが生まれ、世界的に認知されるイノベーションブランドへと成長でき

るのではないかという直感 が現実になっていった。

従業員数450人を超える企業へと成長した今、創業者が皆思うこと、それは従業員の献身的な努力があってこその賜物だということだ。実際、何世代にもわたってOrangeboxに勤務することも珍しくなく良好な労使関係を築いている。





Orangebox 共同創設者 ピート・ハーレー レモ・ヴェルナスキ ミノ・ヴェルナスキ

「ポッド」という新たな家具の登場

Orangeboxは、オープンな中でのプライバシーニーズに対して素早く対応した企業の1社でもある。企業がオープンレイアウトを続々と採用する中、Orangeboxはその長所と短所を的確に把握していた。オープンレイアウトは人を結びつけ、コラボレーションを促し、人の頭の中にある様々なアイデアが交わるにはベストな環境である。同時に集中ワークを遮る環境でもあるということだ。オフィスでの雑音が注意力散漫を招いているという不満が増える状況で、Orangeboxは、吸音型オフィスポッドを開発した。

「エア(Air)」オフィスポッドは、コラボレーションに必要なプライバシーをチームに提供するだけでなく、ひとりになりたい個人に対して静かな「場」を提供する。人員増減にも対応でき、柔軟性と適応力に優れたポッドは、社員が選択できる多彩なスペースを容易にかつ安価に配置できる方法だった。

「イノベーション」文化を築く

OrangeboxのDNAのベースにあるのは「イノベーション」。それは創業当初と変わらない。人の働き方を定期的に観察し続け、それが将来どう変化するかを予測し、そのニーズに応え、職場で皆が能力を最大限に発揮できるような家具づくりに邁進している企業だ。「Orangeboxの成功は、職場環境の変化に注目し、それがどう人に影響を及ぼすかを見続ける姿勢にあるかもしれません。人々への影響を理解することで支えられています。それが革新的製品を誕生させ続けるという開発サイクルにつながり、企業としての存在意義や目的を明確にしているのです。」とテイラーは言う。



「AIR®」ボッドは、設置や再構成が容易なユニット型個室で自立式会議室、プライベートスペース、電話ボックス、タッチダウンルームに最適。画期的なルーバー式屋根は入室の場合には開き、退室及び火事発生の場合には自動的に閉じるように設計されているため、個別に換気扇やスプリンクラーシステムは不要になる。

「チャールズA.リンドバーグ大佐とトーマスG.ランフィエ少佐のために設計された空飛ぶオフィスは、フォードのスタウトメタルエアプレイン部門が製造を担当した。」

フォードニュース、ボリュームVIII 26番、1928年12月1日

The Flying Office

空飛ぶオフィス。1927年、アメリカの飛行家、チャールズ・リンドバーグが、ニューヨークのロングアイランドからフランスのパリまで、プロペラ機で初めての大西洋横断単独無着陸飛行に成功した。その後の宣伝ツアーのための機内の特注デスクを製作したのが、Steelcaseの前身であるメタルオフィスファニチャーカンパニーである。そのデスクは、記者たちが飛行中に仕事をする場所を提供した。場所がオフィスであろうと、数千フィートの空の上であろうと「人々の働き方をサポートする」というSteelcaseの使命は昔から変わらない。





Get in Touch

360を丸ごと楽しむ



360.steelcase.com ウェブサイト上で 職場環境調査データ、 インサイトや動向に 関する最新情報を是非 チェック! てみよう



360 リアルタイムボッドキャストIDEO、MIT、Microsoftなどの世界の著名エキスパートからのインタビューをアップ。「働く」、「学ぶ」、「癒す」など様々な「場」の研究リサーチの舞台裏を見てみよう。

Steelcase とつながろう:

- instagram.com/steelcase
- (P) pinterest.com/steelcase
- (f) facebook.com/steelcase
- twitter.com/steelcase
- (in) linkedin.com/company/steelcase



360イベント 開催されるイベント に関しては、地域の Steelcase 支社に



