

第 18 回大会発表概要：オフィス家具研究部会

2017 年 9 月 16 日（土）東京工業大学大岡山キャンパス

西 9 号館 3 階 W933 講義室 第二部 (2) 15:10～16:00

1. 発表プログラム

コーディネーター：溝口 寛二（幹事／プラス株式会社）

研究発表：「NeoCon にみるオフィス家具の提案に関する報告」

発表者：溝口 寛二（プラス株式会社）

2. 発表の概要

2.1 概要

シカゴのマーチャндаイズマートにて毎年開催される商業インテリア見本市である NeoCon は、オフィス家具メーカー各社が新製品や新たなワークプレイスを提案する場である。この場での主要メーカーの過去 10 年（2001 年、2013 年、2015 年、2017 年）の主な提案を振り返りながら、その変化について「ラウンジワーク空間」の視点から考察した。

2.2 NeoCon（ネオコン）とは

1969 年以来、毎年 6 月に開催される世界最大級の商業インテリア見本市。今年で 49 回目。家具、壁紙、カーテンなどの布地、フローリング素材やカーペットそして照明器具など、最新の製品や画期的なアイデアが提案されている。

各分野・各社の常設ショールームを中心に年間約 700 社が出展しており、オフィス家具はその中心にある。出展各社とも、毎年この時期に合わせてショールーム改装や新製品提案を行うことが通例になっている。

特に主要オフィス家具メーカーの展示には、常に時代を先取る新たな提案が見られるのだが、中でも本年の提案には、長くオフィス空間の中心にあったワークステーション系の家具が影を潜め、リビングあるいはホームテイストの製品が中心を占めていた。代表例としては、2013 年に「LIVING OFFICE」コンセプトを提唱した Herman Miller 社の提案の変化が挙げられる。（図 1）



図 1 Herman Miller の 2007 年のワークステーション（左）と 2017 年のソファによるリビング風空間（右）の展示

こうした変化の傾向を読み解くうえでは、「ラウンジワーク空間」の視点が有効と考えた。

2.3 ラウンジワーク空間と 3 つの行動モード

ここでいう「ラウンジワーク空間」とは、これからのオフィスワークが知識創造へと移行するなかで求められる「集中／協働／交流」の 3 つの行動モードを支える共用空間として、第 16 回日本オフィス学会大会において国際動向研究部会より提案された概念を指している。（図 2）

本発表では、これらの行動モードの視点から NeoCon 2017 の提案展示内容の特徴をまとめた。

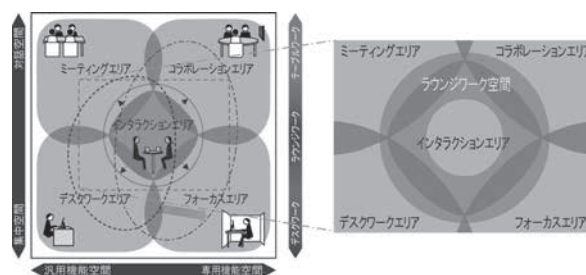


図 2 ラウンジワーク空間の概念

2.4 集中系行動の支援環境

この環境に求められるのは、短時間の集中作業の場として、気を散らさずにプライバシーを保てる個人作業空間としての機能である。

こうした用途に向けた家具としては、パネル等で囲まれつつも、従来のワークステーションとは異なり、ダーク系素材などを取り入れ、ゆったり感のある提案が見られた。（図 3）



図 3 Herman Miller の「プロスペクト」（左）と Steelcase の「プロディ」（右）

2.5 協働系行動の支援環境

この行動モードには、ホワイトボードや画面を使った打合せから図面や素材を広げての検討まで、幅広い行為と参加者が想定される。

その支援環境として提案されていたものは、ミーティングブースなどを中心に、従来型空間と同様の機能は保持しながら、カジュアルで明るい雰囲気や意匠や素材使いが目立った。また、集中系支援環境と併せてバリエーション展開できる、モジュールシステムとしての製品も見られた。(図4)



図4 Teknionの「ゾーンズ」(左)とEncoreのシステム

2.6 交流系行動の支援環境

交流系行動向けには、歓談や寛ぎを支え、偶発的なコミュニケーションを促す場として、より住環境的なカジュアルでカラフルな雰囲気の環境が提案されていた。3つのモードの中でも、最も「ラウンジ」感のある空間であり、各社とも提案の中心に置いている様子がうかがえた。(図5)



図5 各社の交流系行動支援家具の提案。左上から時計回りにSteelcase、Haworth、Teknion、Knollの展示。

2.7 NeoCon 2017の考察と社会背景

今回の各社の提案には、ラウンジワーク空間への取り組みが多く見られた。その特徴を以下のキーワードにまとめる。

(1) ホーム化の定番化：ホーム家具アイテムの代表といえるソファを中心に、ラグで空間領域を設える展示が見られた。

(2) ABWの提案：行為や作業に応じて場所を選ぶActivity Based Workingの働き方を基本とし、個人の拠点となるパーソナルストレージのアイテムが目立っていた。(図6)



図6 Mayline(左)、Watson(右)のパーソナルストレージ

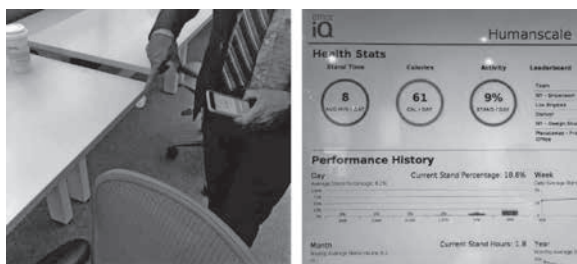


図7 Herman MillerのLive OSデモ(左)とHumanscaleのOffice iQによる働き方の状況データの可視化(右)

(3) クラフトマンシップ：色彩・素材・仕上げが多様になり、ドレスダウンを誘うエイジング仕上げなど、ファッションベースと思われる取り組みが見られた。

(4) 木製家具見本市：金属部材の使用が減り、木質仕上げを前面に打ち出す意匠が展示の中心を占めていた。

(5) コネクト：暖かみのある外観の裏側ではIoT技術を導入し、環境のカスタマイズやFMのための状況把握に活用しようとする取り組みが始まっていた。(図7)

(6) アナログボード：テクノロジーの進化が見られる一方で、ホワイトボードや掲示板といったアナログ表示面の活用も続いており、カジュアル感の醸成にも役立っていた。

(7) フリーランスの受け入れ：2016年に米国の全労働者の35%を占めていたフリーランサーが、2020年には50%に達すると予測されている。この動向の中心には高学歴のミレニアル世代の志向があるようで、そうした新世代ワーカーが求める働き方への対応策とする説明が各所で聞かれた。

2.8 おわりに

ミレニアル世代にとって「ラウンジワーク空間」は働きやすい空間と考えられる。しかし、フリーランサー指向に後押しされている米国の社会背景を考えると、異なる背景にある日本のオフィスが同様に変化すると考えるのは危険である。

日本での「ラウンジワーク空間」は、知識創造行動への対応だけでなく、「働き方改革」とかかわる企業とワーカーの関係のあり方の変化と共に発展していくと考えられる。

(岸本章弘)