

NeoCon2022 にみるオフィス家具の提案に関する報告

オフィス家具研究部会

A Report on Proposal of Office Furniture Shown at NeoCon 2022 Office Furniture Research Group

魚返 浩司 (株式会社オリバー)、岸本 章弘 (ワークスケープ・ラボ)、木村 稔 (株式会社ナイキ)
清水 俊也 (株式会社イトーキ)、溝口 寛二 (プラス株式会社)

Koji OGAERI, Akihiro KISHIMOTO, Minoru KIMURA, Shun-ya SHIMIZU, Tomotsugu MIZOGUCHI

1. 米国最大のインテリア見本市 NeoCon

NeoCon は 1969 年より毎年 6 月に開催されている、インテリアデザイン業界最大の展示会のひとつ。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、ドアの把手などの金属器具に至るまで、インテリアに関わる最新の製品や画期的なアイデアが提案されるため、関係者同士の交流や学びの場としても価値のある場となっている。

NeoCon は “Neo Convergence” を縮めた造語であり、今年で 54 回目を迎える由緒ある見本市である。

シカゴ川に沿って建つマーチャングイズマート (図 1) で 3 日間行なわれ、今年も 3.5 万人が訪れた。本稿では、過去の報告を振り返りながら最新の「ハイブリッドワーク」へと向かう変化と動向について考察する。



図 1 マーチャングイズマート

表 1 出展社数と来場者数推移

	2019 年	2021 年	2022 年
出展社数	700 社	500 社	400 社
来場者数	7 万人	5 万人	3.5 万人

表 1 のようにコロナによる展示会離れと同時に、いくつかの主要メーカー (2019 年 Knoll、2022 年 Herman Miller、Kvadra などテキスタイルメーカー (図 3, 4)) がマーチャングイズマートを出て、フルトン・マーケットに独自のショールームを構える動きが加速しており、来場者数もかなり減っている。展示会の在り方そのものが問われているとの話も語

られるほど、マーチャングイズマートの常設展示一択からの変化が見られ、この流れは当面続くと思われる。

かつて倉庫街であったフルトン・マーケット地区 (図 2) には、イノベーター企業やレストランが集い、近年活気を集めており、Google など大手企業のオフィスもこのエリアに存在する。



図 2 フルトン・マーケット



図 3 Herman Miller 外観



図 4 Knoll 外観

2. 背景

近年のオフィス家具のトレンドは、集中系／協働系／交流系の 3 タイプのセッティングからなる「ラウンジワーク空間」を構成する家具デザインの拡大とみることができた。^{1), 2)}

そうした潮流に加えて、今般のオフィストrendに影響を与える要因としては、コロナ禍と共に急速に拡大したリモートワークの行方が新たに加わり、その重要性を増している。

米国ワーカーで在宅勤務ができる人のうち、新型コロナ終

息後、将来的に選択できれば、常にまたはほとんどの時間で在宅勤務を希望している割合は60%、2020年10月の調査結果(54%)から6ポイント増加。現在、常にまたはほとんどの時間で在宅勤務を実施している人のうち、パンデミック後も現在の勤務形態を継続したいとの回答は78%とされる。³⁾

こうした働く人々のリモートワークの継続意向が示される一方で、組織リーダーたちのオフィス回帰志向の発言も見られる。2022年3月発表のMicrosoftによる世界31カ国3万1000人を対象とした調査では、比較的柔軟に働けると思われるインフォメーション・ワーカー(企業内情報にアクセスして仕事をする人)の立場にあるリーダー層でも、50%がフルタイムのオフィスワークを社員に求める予定と回答している。他方で、52%の社員はハイブリッドまたはリモートワークを続けたいと答えている。⁴⁾

こうした傾向は、各組織の文化や制度、各企業の業種や職種による条件、各社の人事戦略など、多様な要因の影響を考慮すると一概に判断できないとしても、今後とも相当な割合でハイブリッドワークが定着することは間違いないだろう。

また、今般のハイブリッドワークの拡大に伴って、出社率の低下がオフィス空間のABW化を促す状況も見られるが、このことは先に指摘した「ラウンジワーク空間」のトレンドとも結果的には一致している。

そこで、以下では今年度の各社の提案を、ラウンジワーク空間(集中系/協働系/交流系)にハイブリッドワークを掛け合わせた視点から俯瞰してみたい。

3. オフィストrendからみた各社の提案

3.1 リビング空間志向 交流系セッティングへのアプローチ

2013年にHerman Miller社が提唱したLiving Office。この大きな潮流は変わることなく定着している。(図5)



図5 Living Office

また、ビッグメーカーであるSteelcase、Haworth、Herman Miller、HNI Groupの各社はホーム系の企業をファミリーに加え、リビング空間構築のリソースを拡充している。(図6)



図6 ファミリー企業の例

3.2 集中系セッティングの構成

どのようにしてオフィス回帰を促すがが課題の一つとなっており、個人空間においては、オープンな空間でありながら、よりプライバシーを高め、自身の居場所感を向上させる傾向がみられる。プライバシーとコミュニケーションの濃度を自身でコントロール出来るよう、可変性を備えたラインナップとなっている。(図7)



図7 個の空間用の家具

3.3 協働系セッティングの構成

チームにはフィジカルなコミュニケーションを最適なカタチで取れるよう、よりフレキシブルな場所の提供が必要との意見が主流でキャスター付きの製品が多く見られた。(図8)



図8 チーム空間用の家具

ハイブリッド化への対応として、オンラインコミュニケーションへのスムーズで素早いアクセスを促すもの（図 9）や、Steelcase Flex 型の使いたい時に自由にアレンジして使える家具シリーズが各社から出揃う（図 10）など、協働系セッティングにも新たなトレンドが発信されている。



図 9 ハイブリッド対応のビデオミーティング



図 10 Flex タイプは各社版が出そろった

3.4 集中系と協働系のバランス

ABW 型のラウンジワーク空間においては、個人環境とチーム環境が混在することになるので、それらの関係の作り方に配慮したアプローチも見られた。目線や音を適度にコントロールするための工夫である。

「屋根があって扉が無い」形式のブース（図 11）は、空間の使用用途を無意識下に促し、使用効果を高めるだろう。



図 11 屋根があって扉がない

「パーゴラ」形式のセッティング（図 12）は、空間に視覚的な境界を与え、チームの空間と個人の空間認識をより高めるプロダクトである。一般的な方形に加えて円形や異形のパーゴラも登場し、その充実ぶりがうかがえる。



図 12 円形のパーゴラ

また、個人作業空間のライティングにおいて、充電式の意匠照明をデスク上にセットするコーディネートが増えた。（図 13）ラウンジワーク空間としてのリビング的な雰囲気を保ちながら、個人環境を柔軟にカスタマイズできるアイテムである。



図 13 充電式照明器具の組合せ

3.5 木質系素材の使われ方の変化

2013 年～2019 年の視察時には、天板や扉、箱物家具の表面など、面積の大きな面に木を使う例が見られ、バイオフィリック・デザインへの関心の高まりもあり、徐々に強まる傾向も鑑みえた。

2022 年もその傾向が姿を消したわけではないが、パーゴラやパーティションの仕切り板、テーブル脚など縦使いの部材に活用されるケースが増え、木の使い方が面からポイント使いに変化した傾向が見られる。（図 14）

また、ナチュラルな木らしい色使いから、黒～ウォールナット色のダークトーンへの変調も見られる。（図 15）



図 14 木材のポイント使い



図 15 ダークトーン

3.6 給電対応とオフィス運用の変化

近年、モバイルデバイスの普及により、給電対応は天板面に限らず、ソファの台輪など働く環境の至る所に設置することが求められている。

これまででは、AC および USB Type-A が主流であったが、Type-C がかなり普及してきた様子がみられた。(図 16)

ただし、モバイルデバイスのバッテリーの進化、ハイブリッド化に伴うオフィスへの出勤日数減、滞在時間の変化(8時間未満増)などを理由に、以前ほど常時給電を必要としない時代となりつつあり、今後は家具側の対応も変化が起こることが予見される。



図 16 給電対応

ハイブリッド化の影響は、オフィス家具の運用ニーズの変化にも見られる。デスクのフリーアドレス化に伴って普及の進むパーソナルロッカーだが、出勤率の変動(増減)、ホテルینگや位置把握システムの進化と普及、モバイルデバイスの普及により、一人1枠の運用を必要としない場合が出始めたのだろう。

空枠を可視化するシステムを実装したロッカーを複数社が展示しており、パーソナルロッカー自体もフリーアドレス化する波が来る予兆が感じられた。(図 17)



図 17 空枠が分かるパーソナルロッカー

4. 最後に

パンデミックを経て、働き方そのものと、ワーカーの働く意識が劇的に変化した中、2019年以來3年ぶりの視察となる2022年のNeoConでは、これからのオフィスの在り方を示す展示が期待されるころではあったが、ハイブリッドワークという新たなキーワードを携えながらも、まだその答えを模索している最中であることが窺い知れた。

集中系、協働系、交流系のセッティングは、深い集中、フレキシブルな協働、アジャイルな交流へ進化し、ラウンジワークセッティングによってもたらされるオフィスでしか出来ない体験をワーカーに提供している。オフィス回帰を促すには、オフィス資源への公平で素早いアクセスが、既に定着した在宅勤務者とオフィス勤務者の双方に求められ、テクノロジーやデバイスの進化と共に、オフィスの形態はこれからも変化し続けていくことが予想される。

長期的な利用を想定したオフィスでは、その変化に対応できるフレキシビリティを機能として有することが、オフィス構築の中心的な要素となるであろう。

これからも時流による変化が起こり続ける中、オフィス家具研究部会としても時流にアジャストした最適なオフィス家具

の在り方の提案をしつつ、ラウンジワーク定義の更新についても考えていきたい。

参考文献

- 1) 溝口寛二, 「NeoCon にみるオフィス家具の提案に関する報告」日本オフィス学会第 16 回大会予稿集, 2017 年 9 月
- 2) 那波伸晃, 溝口寛二, 「NeoCon2019 にみるオフィス家具の提案に関する報告」日本オフィス学会第 18 回大会予稿集, 2019 年 9 月
- 3) COVID-19 Pandemic Continues To Reshape Work in America, Pew Research Center, February 16, 2022
<https://www.pewresearch.org/social-trends/2022/02/16/covid-19-pandemic-continues-to-reshape-work-in-america/>
- 4) 2022 Work Trend Index: Annual Report, Microsoft, March 16, 2022
https://ms-worklab.azureedge.net/files/reports/2022/pdf/2022_Work_Trend_Index_Annual_Report.pdf