

移 | 転
物 | 語



株式会社アソビズム
Interview

PLUS Furniture Company

移 | 転
物 | 語

株式会社アソビズム

Interview

Prologue	・・・・・・・・・・ 2
Chapter1 移転前夜 ～始まりは数台のデスクから～	・・・・・・・・・・ 3
Chapter2 移転計画 ～より快適なオフィス空間をみざして～	・・・・・・・・・・ 5
Chapter3 移転の成果 ～個と全体、それぞれを尊重する空間の誕生～	・・・・・・・・・・ 7
Epilogue プライベート空間のさらなる充実をみざして	・・・・・・・・・・ 9
OfficeGallery	・・・・・・・・・・ 10

Prologue

会社紹介

株式会社アソビズムは「ドラゴンポーカー」「ドラゴンリーグ」など、主にスマホ向けの人気ゲームやコンテンツの企画運営をする制作集団である。開発にあたっては仕様書を作らない、面白いゲームを創り出すためには自社プラットフォームにもこだわらないなど、独自の考え方を貫く同社の経営理念は「得意を活かす」。これは「仕事をするのなら一番好きなことをすればいい」という思いからゲーム業界に飛び込んだ、現代表の大手（おおて）氏自身の体験に基づいている。

2014年6月に移転した秋葉原オフィスは、社内のさまざまなところに「遊びの要素」が配られている。クリエイター自身が遊んでいなければ、新しい「遊び」をつくり出すインスピレーションを得ることはできないからだ。以前のオフィスにも活かされていたそのコンセプトは、今回の移転を機にさらなるブラッシュアップを図ることになった。



株式会社アソビズム 大手智之（おおてともひさ）代表

プラスをお選び頂いた理由

担当いただいてきたデザイナー、瀬瀬（こうけつ）さんへの信頼感によるところが大きいですね。

アソビズムは「アソビを創り出す会社」ですが、企画にしろふるまいにしろ、遊んでいるように見えても、人間として質の高いことを行っていきたいという思いがあります。その意味で、オフィス空間も上質なものを求めて来ました。『値段が高いから上質』と言うのではなく、『上質な空間とは組み合わせや選び方の結果で形づくられてゆくもの』だと考えています。その意味で、瀬瀬さんはアソビズムが求めている「上質」のニュアンスをきちんと理解してくださっています。前回の移転の時のやりとりがとても刺激だったこともあり、今回も瀬瀬さんにお任せしようと思いました。

Chapter1 移転前夜 ～始まりは数台のデスクから～

最初から良いものを選ぶという選択

プラスがアソビズムのオフィス空間づくりを手がけるようになったそもそものスタートは2003年。奥様と二人で立ち上げた、創業間もないアソビズムが飯田橋のビルの4階に9坪のオフィスを借りたときから始まった。

「会社を始めたばかりでしたから、予算を抑えて中古のOA家具を入れたりするのが一般的だと思います。でも、私たちは『最初から椅子やデスクはしっかりした良いものを買おう』と考えていたのです。そこで妻と二人でオフィス家具メーカーのショールームを何社も見て回ることにしました。

検討の結果、プラスさんの家具を選ぶことになったのですが、その決め手は『洗練されている』ということ。これならば毎日心豊かに仕事ができるに違いない、と感じたのです」



創業時からの仕事と空間づくりの想いを語る大手代表

要望の本質を捉えた提案

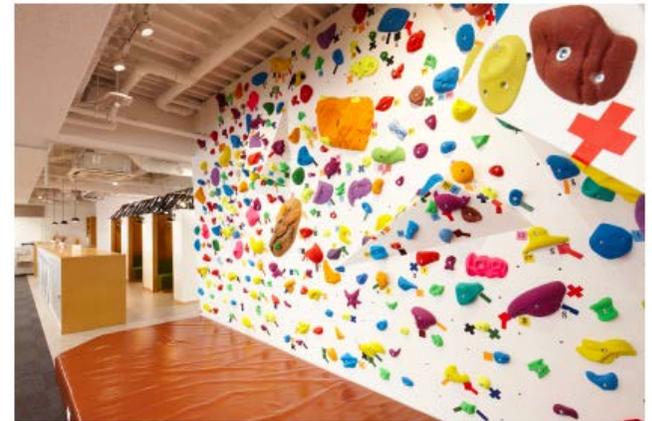
その後アソビズムは順調に成長を続け、現在の秋葉原オフィスにほど近い岩本町へのオフィス移転計画が持ち上がる。ここで初めてコンペを実施することになった。

「プラスさんに不満があったというわけではありません。オフィスの規模が大きくなって予算額も上がってきたこともあり、一度視点を改めてさまざまな選択肢の中から検討することで、新しい可能性を見てみたいと思いました」

そして複数社に声をかけて検討を重ねた結果、プラスが指名されたのである。

「たとえば私たちが『赤がいい』と言ったときに、赤を持って来るのが答えじゃないという場合もあると思っています。私たちがいいと思っても、プロの目で社内全体のトーンやバランスを考えたときは、敢えて緑を持ってきて私たちを納得させるということが必要だったりするわけです。プラスのデザイナー、瀧瀬さんはそういう『顧客の要望の背景にある本質を読む』『要望に最適なものを見抜く』力に長けていましたね」

プラスではデザイナーに加えて、営業も顧客目線からの提案を行った。そして、アソビズムから伝えられた予算枠に対してプラスが提出した見積は、なんと予算枠をゆうに超えるものだったのだ。



2012年度日経ニューオフィス推進賞を受賞した岩本町オフィス

「ちょっと驚きはしましたが、私たちからの要望を実現するにはそれだけ必要だ、ということをもまず提示されたということがわかりました。予算枠内に収めた見積も出せたのですが、それでは『安かろう悪かろう』になってしまうし、そもそもアソビズムはそういうものを求める会社ではないと理解していただいていたのだと思います」

Chapter2 移転計画 ～より快適なオフィスを目指して～

チャレンジが次のステージへの扉を開く

岩本町へ移転してからわずか1年半。伸び続ける業績に比例して社員が増え、早くも定員オーバーが視野に入ってきた。そして2013年11月、前回の移転プロジェクトで好評価を受けたプラスが秋葉原オフィスへの移転プロジェクトを指名で受注することになった。移転にあたってアソビズムがもっとも重要視したのは「個のワークスペースの充実」である。その理由は岩本町オフィスで導入した新しい働き方へのチャレンジが思うように定着しなかったことへの反省によるものだ。

「岩本町では共有スペースを充実させたオフィスにしてもらったのですが、それ自体はいまでも良かったと思っています。想定外だったのは移転を機に導入したフリーアドレス制でした。社内を自由に移動しながらあれこれと思案を巡らせ、状況やフィーリングに合わせて仕事をする場所を変えていく。きっと楽しく仕事が出来んだろうと考えていたのですが、実際に導入してみたら意外と席から動きたがらないんですね。業種によって違うと思いますが、少なくともフリーアドレス制はゲームクリエイターに向かなかったということです。ゲームのプランナーはプログラマーの側にいないと仕事がしにくいと言うことで、結局チームで固まってしまいました」

その反省に基づいて企画されたのが、社員ひとりひとりの居場所であるデスク周辺を明確なプライベート空間として作り上げることだった。

「そこであらためて気づいたのですが、会社で働いている時間は社会人の人生の中で一番と言っていいほど長いですよ。ならば自分のデスクが一番リラックスできて、一番コミュニケーションが取りやすい場所になれば最高じゃないかと思ったわけです。さらに岩本町オフィスでよかった箇所をしっかりと残せれば、より良いオフィス空間ができるに違いないと考えました」

それが秋葉原オフィスでの働き方のコンセプトが決まった瞬間だった。



タスクアンビエント照明が、個の空間と執務室の雰囲気を作り出す

良い影響を与えてくれた長野ブランチ

良いところは活かし、さらに居心地が良く仕事の能率が上がる空間を創り上げる。一石二丁を旨とするプロジェクトはこうして始まり、大手代表から寄せられる意見を基に、カジュアルで遊び心のあるプランを練り上げて行った。

ちょうどその頃、アソビズムではもう一つのプロジェクトが動いていた。

秋葉原オフィスの移転プロジェクトに先行して進んでいた長野ブランチの設立プロジェクトだ。



2014年度 日経ニューオフィス推進賞を受賞した長野ブランチ
築100年ほどの元老舗旅館を前面リノベーションした

長野ブランチの特徴はその生い立ちにある。なんと、築100年ほどになる元老舗旅館を全面リノベーションして作られたのだ。

「古い家屋のリノベーションは、もともとの設計図がないので天井や壁を外してみないと中がどうなっているかわかりません。そのため、実際に目で見て確認しながら進めていかなければならない。それを長野で初めて知りました。一方でオフィス空間のプロジェクトには設計図もパースもありますが、図面で見ているのと、実際に目の前で立ち上がってくるのとはだいぶ違います。そこで、現場へ行けるときはなるべく行こうと心がけました」

長野ブランチでの経験から、秋葉原オフィスの現場にも大手代表自身が足を運んだ。現場を実際に見ることで、より細部にこだわった理想のオフィスに近づけていった。

Chapter3 移転の成果 ～個と全体、それぞれを尊重する空間の誕生～

人は置かれている空間で変わる

秋葉原オフィスへ移転して半年。社内を見渡していると、人は置かれている場所で大きく変わるものだと痛切に感じる、と大手代表は語る。

「ここで社員を見ていていいなと思うのは、みんなでワイワイ騒ぎながらミーティングをしたり、チームで集まって仕事の話をしたり、時にはゲームをしたりという規模が大きくなってきたと覚えることです。人が集まってその輪が広がって行くと、次第にリーダーシップを取る人間が出てきて、トップダウンだけではなく横の繋がりができてくる。垂直・水平の両方に広がって行き始めたというイメージです。以前の家族会社のようなコミュニティから、組織としてのコミュニケーションに変わって来たなと思います」

広がるコミュニケーション

エントランスを入ってすぐのところにある共有スペースは予想以上の効果を上げた。設置直後は数人がときどき利用しているだけだったのだが、現在は部署に関係なく様々なチームの社員が常に入れ替わり立ち替わり出入りするようになった。雑談、ゲーム、ミーティングなど、全社員が様々なコミュニケーションを気軽に図れる場としてすっかり定着したのである。

「スペース自体が広がったこともありますが、フロアの中心に設置したことが成功の原因だと考えています。以前の共有スペースはフロアの端と端に別れていて、中央が執務エリアだったので、共有スペースには『わざわざ行く』必要がありました。今はフロアの中心にあることで、外へ出るには必ず共有スペースの横を通らないと外へ出られません。そのため、横目で見ても自分もやってみようかなと思う人が出てくるわけです。当初の狙い通りではありますが予想以上の効果ですね。あらためて『使っている事を見せられる導線づくり』は大切だなと思いました」



ラウンジ

フロアの中心であると同時にコミュニケーションの中心でもある

Epilogue

プライベート空間のさらなる充実を目ざして

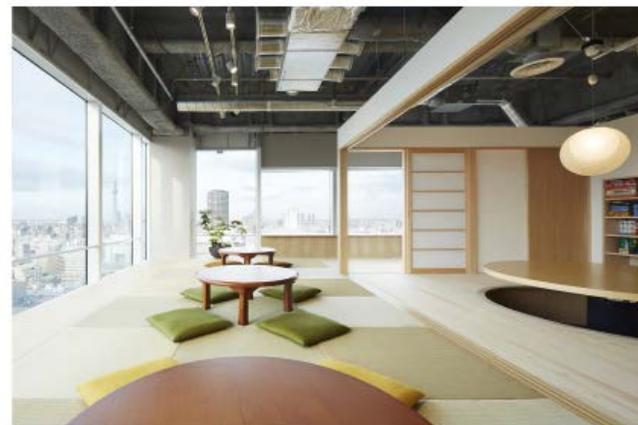
移転を機に、執務スペースの照明を既存の蛍光灯からタスクアンビエント照明への切り替えを行い、その結果はプライベート感の演出にもつながった。社員の意見も取り入れてさまざまなアイデアを検討したことが功を奏し、個人が自身の空間を作ることができ、集中しつつものびのびと仕事のできるパーソナルエリアとしての執務スペースが出来上がったのである。パーソナルエリアへと大きく進化した執務スペースだが、アソビズムとしてはそのベクトルをさらに深く掘り下げて行きたいという。

「そもそも働くスペースが理想的な環境ならば、オフィスはもっとシンプルになるのではないかという思いがあります。ワークスペース、コミュニケーションスペース、リラクゼーションスペースとどんどん広げていくのではなくて、そこにいてリラックスできて、かつ仕事にも集中できる空間があればそれでいい。言い換えれば、仕事をしていて疲れない空間ですね。それは突き詰めると『自分の部屋』ではないでしょうか。オフィスをどれだけそこに近づけていけるかがこれからの課題です」

また、クリエイターの感性を磨いてもらうために、物作りの場を提供できるようにしたいとも考えているという。

「例えば休憩時間に刺繍をしたいとか、バッジを作ってみたいと思っても、会社にはツールや材料が揃っていないからまずできませんよね。それがここへ来るだけでいまずすぐできる、となれば行きたいという人はけっこういると思います。制作に集中している間はパーソナル空間に近い場所にもなりますしね」

近い将来にそういう場所ができる可能性はゼロではない、と大手代表は語る。遊びのイメージをカタチにしながらクリエイティブな仕事をする事は、きっとワクワクするほど楽しいに違いない。



リラックスもできて集中もできる和の空間を設える

より良いオフィス空間を目ざして

最後に、今回のプロジェクトに携わったプラスのスタッフに感想を尋ねてみた。

「今回のプロジェクトで最も印象に残っているのは、会社のトップである代表を中心として、ブランディングから、具体的なオフィスプランニングに落とし込むまでを、フェイストゥフェイスのコミュニケーションを通して一貫して行ったことです。お客様の掲げる理想は高く、スピードとアイデアを持っていました。我々もプラスのもつオフィスづくりのノウハウをベースにしながらも、既成概念に捕らわれない新たな手法や、異分野の専門知識を積極的に取り入れ、お客様とアイデアを積み重ねながら、今までにないオフィスを作り上げることに成功したと感じています。

お客様とプラスが一体感をもち、コラボレーションを通してプロジェクトを推進する。よりよいオフィス空間づくりを目指すために、お客様の最良のパートナーになり、その会社の“らしさ”を最大限ひきだすことを、常に心がけたいですね」



大代表とプラスデザイナー 瀬藤



Office Gallery



PLUS Furniture Company

<https://kagu.plus.co.jp/>

働き方のヒントを探すオフィス見学

プラス オフィス見学

