

オフィスデザインと デザイナーのあるべき姿



阿部 洋

株インターオフィス
取締役デザイン部長
*現在リンク・アンド・
クリエーション取締役

*本稿は、6月22日に行われたセミナーの内容を講師の方にまとめていただいたものです。

オフィスデザイナーの必要とされる スキルとオフィスデザインの方向性

【デザイナー自身が商品】

【商品（デザイナー）価値が高くなければ購入に至らない】

昨今、日本は異常なまでのインテリア流行です。個人はというとライフスタイルが豊かになり、企業はというと意思決定権者の若返りが進み、双方が密接に絡んで仕事が成り立ってくるようになりました。ことオフィスデザインに関して言えば、前段の二つの事象から以前はあまり言われなかったオフィスに関するインテリアの嗜好性を、若い意思決定権者（代表者・購買の責

任担当者等）を中心として問うようになってきています。

生活の場として、かつ発想や創造性が生まれやすい場としてのオフィス。その両者が成立する空間とは何かを考えることが非常に重要です。デザイナーに問われるスキルは、単にオフィスについてだけ熟知していたのでは事足りません。ライフスタイルや世の中の時流とか、常に色々なものにアンテナを張っていなければ複雑化したクライアントのニーズに応えてはいけなからです。

一デザイナーとしてデザインの引き出し（と私は勝手に言っています）を多く持つことが、良い空間を構築でき

るか否かの大きな分岐点になります。クライアント側から見て良いデザインを依頼する重要なポイントは、良い企業に依頼することよりは、良いデザイナーに仕事を依頼する、すなわち実績も含めたそのデザイナー自身を商品として判別することが重要です。

オフィスデザインにおける 企業のブランディングの表現

【企業のメッセージ性を理解し表現する】

【企業の持つ、あるいは持つであろうクライアントをも想定したデザインが大切】

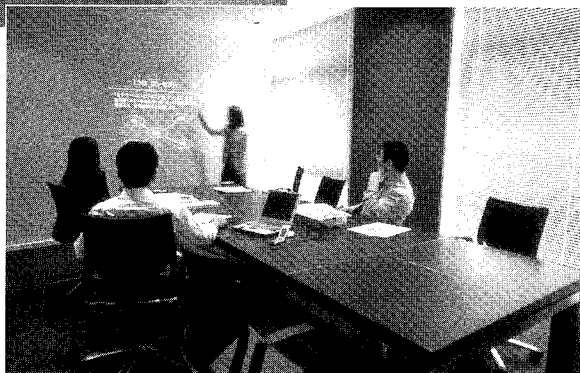
企業のイメージ、すなわちブランディングにおいては、その企業の持っているメッセージ性を表現することが大切です。意外と思われるかもしれませんが、オフィス空間に入った瞬間に企業イメージがどのようなものか、大抵の来訪者はわかるものです。

具体的な例を挙げてみます。オフィスを構築する過程において新たに作られた壁などは、企業の大切な資産・財産です。この資産を有効に使わない手はありません。ただ部屋を仕切る機能だけではなく、壁を一面ホワイトボードにする、壁を来訪者の記帳場（サインを壁に書いてもらう）など、その用途は多岐に渡り、そのようなデザインを行うことにより、企業の考えている姿勢（顧客とより深く結びつきたい等）を自然とアピールする事になったりします。

個室の在り方もメッセージ性をアピ



リンクアンドモチベーションの
サインウォール



リンクアンドモチベーションの
ホワイトボードウォール

ールする重要な場です。同じ大きさの会議室やミーティング空間に多様な機能・デザインのファニチュア・インテリアを用意することで、使用する側は会議・ミーティングの目的に応じた能動的な選択肢を得、案内される側はいつも違うテイストの部屋に案内される期待感を得ます。

デザインという行為が介在することで、企業とクライアントのより親密な関係性構築に寄与することが可能です。デザイナーがデザインをする際は、企業だけを見るのではなく、その先に存在する企業の顧客をも想定して構築することが重要と言えるでしょう。

デザインという行為

【デザインとはデザイナーの思い】

すべてを創り上げる上で最も大切な行為がデザインだと思います。

白い紙、または何もない画面上にゼロからデザインをおこすことは、売上・利益をゼロから創ることです。それらを創るのは当たり前として、更には人々の創造性や笑顔までを生み出す

のがデザインという行為にほかなりません。その代わり、クライアントからは非常にクオリティが高いものを要求されます。

そこで重要なのは、デザイナーがそのデザインに対してどれだけの思いがあるかということです。偏った思い入れではなく、クライアントの要求を聞いて、コスト・スケジュール調整など様々なものを経ながら、そこで抽出されたバランスの取れたデザインへの思い、これがちゃんと訴求力のあるものになっているかどうか。デザイン・フィーというものが取りにくい（オフィス）業界であるという定説がありますが、それを打破するべく、慣習や因習に負けることのない、デザインへの思い。これをデザイナー全体で高くしていくことが、これから新たな時代を創っていくためにはとても重要です。

オフィスデザインスキルアップ

【デザイナー自らクライアントに思いを伝えていく】

【クライアントはデザイナーにとって最良の先生】

オフィスデザイナーのデザイン・スキルアップは、どの企業にとっても大きな命題だと思います。個人で仕事をされている方は、尚のこと大変なことと思います。スキルアップは、仕事とは別次元で得られることも多いのですが、なかなかその時間を割くことは困難です。オン・ザ・ジョ

ブ・トレーニングによって、仕事の中でスキルアップを図るように心がけるのがポイントです。

スキルアップの最良の先生はクライアントです。費用をかけて、一大イベントであるオフィスデザインをデザイナーに任せる訳ですから、デザイン行為に対してのコメントは的確かつ辛辣です。そのコメントを真摯に受け止めて、デザイン行為に昇華させてゆくことがデザイン・スキルアップに直結します。デザイナーを抱える企業の中には、クライアントとの直接接しをしないデザイナーも存在しますが、これではデザイナー全体のスキルアップにはなりません。やはりクライアントが何を望んでいるのかを直接肌で感じることで、その機会を創出しないと一方向性の提案傾向になると思われます。

あとは、オフィスデザイン馬鹿（それしか知らないという意味で）にならないことです。冒頭にも書いたように、クライアントのニーズは多様化し、ワーク/ライフスタイルの融合が進む中で、執務＝オフィス→デスク・チェア・キャビネットというセッティングから、どこでもオフィス＝様々な場所→モバイルツールという形態変更に伴って様々な提案力が求められます。

デザインの引き出しを多くして、自分の考えたデザインを直接自分の言葉でクライアントに伝達し、その思いを広め素敵な世界を創っていきましょう！



デザインとはデザイナーの思い

