

# 協創施設の空間設計

—Color/Material/Finishを主題にした協創を象徴する実環境の創出—

熊谷 健太  
Kumagai Kenta

田幸 春菜  
Tako Haruna

一瀬 圭介  
Ichinose Keisuke

高月 宏明  
Takatsuki Hiroaki

東京社会イノベーション協創センターは、日立がめざす社会イノベーション事業を加速する、ツールと空間を融合した協創施設を赤坂に竣工させた。協創に必要な機能性を満足するだけでなく、自由な発想が生まれる新鮮で心地

よい環境を整備し、来訪者への接遇に配慮した。同時に、独自の協創活動を実環境からもアピールする象徴性を持つ空間デザインを行った。本稿ではその設計意図とデザイン過程を、ビジュアルイメージを交えて紹介する。

## 1. はじめに

社会イノベーション協創センター（以下、「CSI」と記す。）は、日立がめざす社会イノベーション事業を加速する手段として、顧客協創を位置づけている。

顧客協創では、顧客や社会の課題を見だし、それを共有する関係者がさまざまな情報や技術、知恵を持ち寄って解決策を探索することで、単独では生みだしえない新たな価値を共につくりあげていく。CSI東京では、そのための技法開発とIT（Information Technology）ツール化を進めてきた。それに伴い、関係者一同が集って協創技術やツールを十二分に活用しながら、日常を離れた自由な発想で活発な議論が行える場が求められた。同時に、そこには接遇の意味を込めた居心地のよさと、活動をリアルな環境面からもアピールする象徴性と独自性が必要であると考えた。

こうした要件の下に、CSI東京では社外クリエイターとの協働で空間設計を行い、2015年6月、赤坂（東京都港区）に協創施設を竣工させた。

## 2. 求められる空間と機能要件

具体的な空間設計を始める前に、まずこの施設における諸活動を想定し、それを充足するための機能要件を整理した。

先行事例のベンチマーク調査や、協創技術とそれに必要なツール開発を進めているメンバーと議論を重ね、顧客協創のアクティビティを特定した。その結果から、日立の独自性を生かした協創を支援するために必要な空間や、その

機能要件を以下のように定義した。

### 2.1 プレゼンテーションスペース

顧客を招き、協創に向けた意思決定を促すためのプレゼンテーションを行う部屋をいう。

最大30名程度の人員を収容でき、55インチの高精細18面マルチ構成の大画面を有する（後に「D1」と命名した）。

### 2.2 協創スペース

新たな価値創造に向けて、関係者が集中して協創を行うための空間をいう。

日立独自の協創技術をIT化したツールを活用しながら議論を深める場として、タッチパネル画面を組み込んだ特注テーブルと70インチ3面の大型モニターを有する。

大小サイズの異なる二部屋が必要であり、それぞれ15名から10名程度の人員を収容できる広さが要る（後に「D2、D3」と命名した）。

### 2.3 ラウンジスペース

協創の合間の休憩や待ち合いの機能を中心に、仕事後の簡単な立食パーティにも使える空間をいう。

リラクセスする場として、インフォーマルな打ち解けた対話を誘発するようなしつらえが必要である（後に「Lounge」と命名した）。

## 2.4 ミーティングスペース

協創作業とは別に、通常の会談や会議を行うための空間をいう。

応接室的な機能も併せ持ち、大小サイズの異なる二部屋が必要である。それぞれ10名、5名程度の人員を収容でき、囲われていながら閉塞感を感じさせない仕つらえが要る(後に「B1, B2」と命名した)。

## 3. 平面計画の検討

前述の求められる諸空間とその機能要件を基に、次に具体的な平面計画を行った。この平面計画以降の空間設計や施工管理は、CSI東京と株式会社イトーキのデザイナーとの協働で行った。

限られた面積を前提に、来訪者の移動のシーケンスや施設内での行為を想定しながら、付随する装置類の収納も含め、パズルを解くように各室のレイアウト検討を繰り返した。試行錯誤の末、最終的な平面計画では、新たに特徴的な導入空間(後に「Corridor」と命名した)を設けることにした。その意図は、それぞれの部屋への合理的なアクセスに加え、日常を異化する空間としてこの空間をしつらえることで、来訪者の気持ちの転換を促すことにある(図1参照)。

## 4. 空間表現のためのデザイン概念の構築

機能面からレイアウトを計画する一方で、それに並行してこの施設を特徴づける空間表現についても議論とスタ

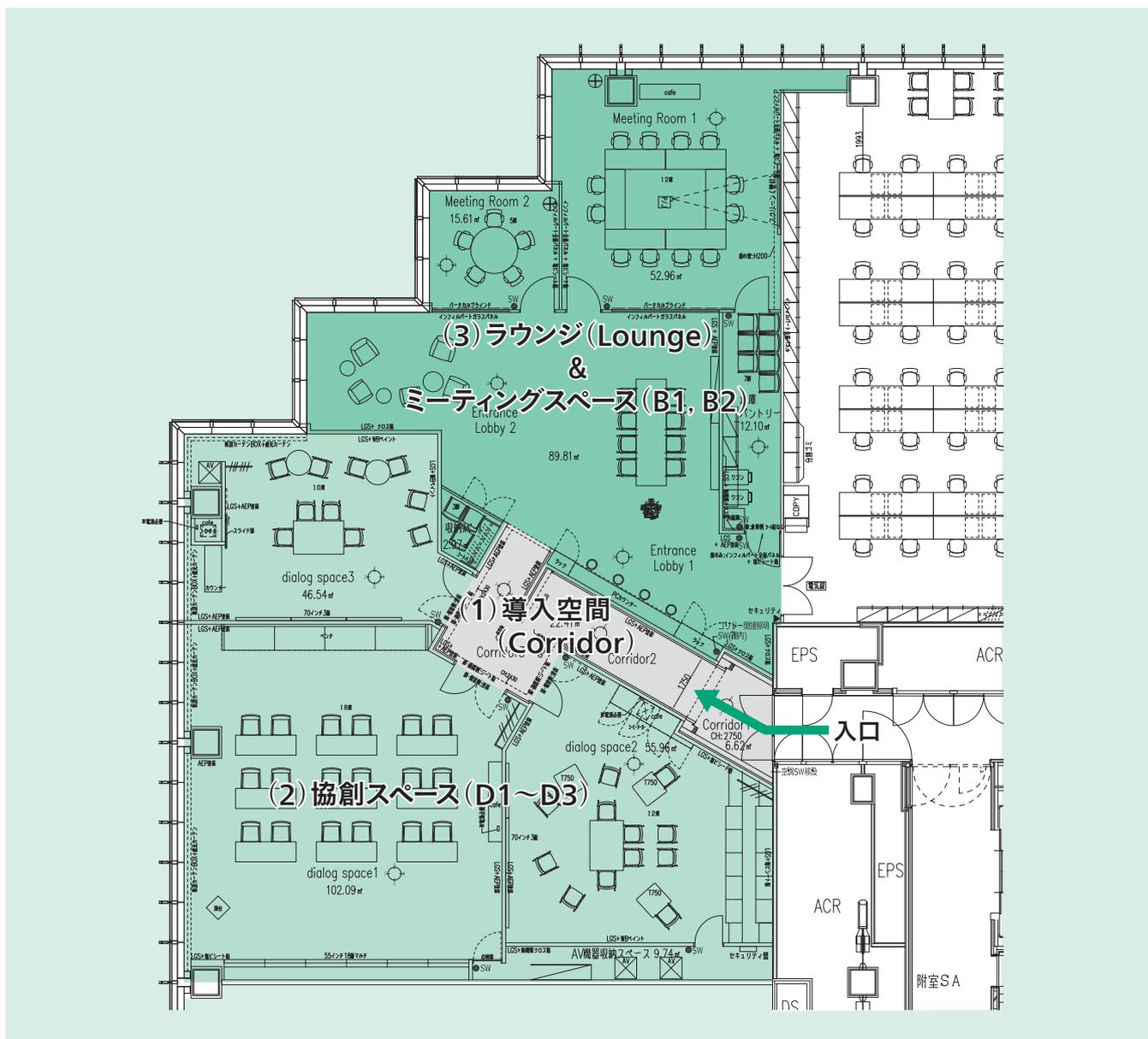


図1 | 協創施設全体の平面図

入口の扉から斜めに続く導入空間 [図中(1)] を中心に、限られたスペースに必要な諸機能を収め、協創に集中するために外部に対して閉じた空間群である協創スペース [図中(2)] と、休憩や会談を目的とした開いた空間群であるラウンジ&ミーティングスペース [図中(3)] を対比的に扱うことで、それぞれのエリアに特徴を持たせた平面計画とした。

ディを重ねた。

平面計画上この施設は、「異化空間としてのCorridor」, 「協創に集中するためのD1~D3」, 「気持ちを解放するためのLoungeと、それに隣接した親密な対話のためのB1, B2」という大きく3つのエリアで構成される。日立の協創空間として独自性をアピールするためには、それぞれの機能要件とは別に、ここで協創をしたいと思わせる一連の魅力的な空間体験を提供する必要がある。

そこで施設全体を貫く独自のデザイン概念を創出するために、日立がプロダクトデザインで実践しているCMF Dominant Designを援用することにした。これは、CMFすなわちColor/Material/Finish（色・素材・仕上げ）の要素が、対象物から受ける印象の中核を成すように設計するデザインコンセプトである。専門家以外の人には、形状よりもCMFのほうがデザインの差異を知覚・弁別しやすい。これは長年にわたる日立の製品デザインから培われた知見であり、形状に優先してCMFを主題に対象物の表現を構成するこの概念は、そこから編まれたメソッドである。CMFはより直感的・身体感覚的に知覚される表現要素であり、面積の制約から平面計画の（形状的な）自由度が低いこの案件でも、魅力的で独自性のある空間体験を生み出すために大いに有効であると考えた。

CMF Dominant Designの概念を用いて、3つのエリアの空間機能を踏まえながらそれぞれの空間デザインを模索した。その結果、Corridorでは「色の元となる光」、D1~D3では「複数の大きな色面の構成」、LoungeおよびB1, B2では「多様な素材感の調和」をテーマに、それぞれの空間体験を編成することを決めた。この多彩な色や素材の響き合いによって空間を構成するデザイン概念を施設全体に適用すれば、全体の整合性を担保しつつ、なおかつそれぞれのエリアに独自性のある魅力的な場が構築できると確信した。また、CMFを主題にこの施設をデザインすることで、「協創が異なる価値を持ち寄り融合させることで、今までにない新たな価値をつくる行為であること」と、「単色でも自らの魅力を主張する色が複数集まりハーモニーを奏でると、単色以上に豊かで美しい世界をつくり出すこと」のアナロジーを示唆できると考えた。

## 5. 竣工した各空間の特徴

各空間は、来訪者のエクスペリエンスに沿ってデザインされている。ここではそのシーケンスに従い、各空間の特徴を解説する。

### 5.1 Corridor

共有廊下を抜けて居室への扉を開けると、白い筒状の空



撮影：吉村昌也

### 図2 | Corridor

これから始まる協創に向けて、来訪者の気持ちの転換を促す非日常的な空間とした。

間がゆったりと変化する光色で彩られている。茶室の露地のような日常を異化する空間を導入部に設けることで、協創に訪れる人の気持ちの転換を促すことを意図した。

この光のインスタレーションは、朝夕の空から光の色をサンプリングし、その移ろいをRGB (Red, Green, Blue) 光源を用いてリデザインしたものである。光と色の研究・デザインをライフワークにしている、社外クリエイターの武藤務氏と協働して実現した(図2参照)。

### 5.2 D1

Corridorを通過してD1と表記された扉を開けると、正面の壁全体が大きなマルチ画面で構成されたプレゼンテーションルームが広がる。

画面の見やすさを主体にして、複数のグレーを中心にまとめた配色となっている。そこに外光を遮る大面積の水色のカーテンと背後の壁一面に赤紫を配することで、それぞれの色彩が呼応しあう格調高い劇場のような印象をしつらえ、プレゼンテーション効果を高めた。通常20名、机と椅子の配置を変えることで最大28名の聴衆を収容可能である。



撮影：吉村昌也



撮影：吉村昌也

### 図3 | D1

前方の大型マルチ画面に意識を集中させ、同時にプレゼンテーション効果をも高めるための華やかさも併せ持つ空間とした。

なお、この施設全体において、それぞれの部屋の諸活動に適した照明効果を計画しつつ、各空間の色彩や素材感を際立たせる光のデザインを行ったのは、社外協働者の有限会社サワダライティングデザイン&アナリシスである(図3参照)。

### 5.3 D2

D2の扉を開けると、そこには濃淡のグレーを基調に、桜色と青のトーンが織り成す明るく快活な印象の空間が広がる。協創のための和やかな対話を誘発するしつらえとなっている。

壁の3連モニタ画面とタッチパネル画面を組み込んだ特注テーブルを囲んで最大18名の協創者と、その背後の階段状のベンチに10名のオーディエンスを収容できる。窓のない閉じた空間であるが、変形五角形の平面形状と、各壁に施された大きな色面の効果で閉塞感を軽減した。

画面左側の壁一面は、金属下地のホワイトボード仕上げになっており、手描きによる表記や付箋の貼り付け、マグネットによるポスターの掲示など、デジタルとアナログを行き来するワークショップにも対応している(図4参照)。



撮影：吉村昌也



撮影：吉村昌也

### 図4 | D2

明るく快活な印象と日立独自の協創ツールで、協創者の活発な対話を誘発する空間とした。

### 5.4 D3

D3の扉を開けると、そこはD2と同じ装備を有する、やや小ぶりで楽しげな空間となっている。

協創への集中を促すためにあえて窓はカーテンで塞ぎ、そのグレー色と壁面のビビッドな黄色が呼応することで、狭さを感じさせない。最大10名の協創者による活発な議論の誘発を意図したデザインである。

この空間も、入り口とカーテンに挟まれた2面の壁が、金属下地のホワイトボード仕上げになっている(図5参照)。

### 5.5 Lounge

Corridorを抜けた先には、開放感にあふれたLoungeが広がる。

D1~D3が集中のための閉じた空間構成であるのに対し、Loungeは窓外の景色を積極的に取り込んだ開いた構成であり、リラックスできるゆとりの空間となっている。また、大きな色面構成で抽象的に表現されたD1~D3と対比させ、それぞれの部位の素材感を強調したしつらえである。

グレイッシュな木目と質感の高い濃茶のカーペット、人造大理石によるハイカウンターなど、それぞれの素材が共鳴して落ち着いた印象を醸成し、インフォーマルな打ち解



撮影：吉村昌也



撮影：吉村昌也

### 図5 | D3

部屋の狭さを感じさせない元氣な印象の配色で、生き生きとした協創を促す空間とした。



撮影：吉村昌也



撮影：吉村昌也

### 図6 | Lounge

窓外を取り込んだ開放感と、空間を構成するさまざまな素材感の響き合いで、ゆったりと落ち着いた時間を過ごせる空間とした。

けた対話を誘発する（図6参照）。

## 5.6 B1, B2

Loungeに隣接した奥には、狭さを感じさせないよう壁をガラスで仕上げた大小の会議室がある。

B1は最大12名、B2は最大5名を収容できる広さである。どちらの部屋も暗い色調の木質家具と青みがかったグレーのカーペット、濃紺の壁を調和させたデザインであり、質感高く落ち着いた印象のしつらえとなっている。

窓外に広がる地上百数十メートルからの眺望が、この場所ならではのグレード感と開放感を醸し出す（図7参照）。

## 6. 接遇への細やかな配慮

この施設の設計にあたっては、来訪者に対する接遇のよさを感じてもらえる環境づくりも重要な要素と捉えて設計を進めてきた。それを実現するために、小さな演出物の一つ一つにまで担当デザイナーが思いを込めた。

例えば、Loungeに飾られた写真は、タイムラプス（こま撮り）撮影を得意とする所員に依頼して、CSIが発足した2015年4月1日の夜明け前後4時間の空を撮影し、それをデジタル合成した作品である（図8参照）。また、各所に飾られているフラワーアレンジメントも、それぞれの空



撮影：吉村昌也



撮影：吉村昌也

### 図7 | B1, B2

Loungeに向けて開きながらも、適度に囲われた安心感を有し、窓の外に広がる美しい眺望と相まって、気持ちよく対話が促される空間とした。



図8 | Loungeに飾られている写真

2015年4月1日の夜明けの空を撮影した、新生CSI（社会イノベーション協創センター）の船出を象徴する写真作品が飾られている。

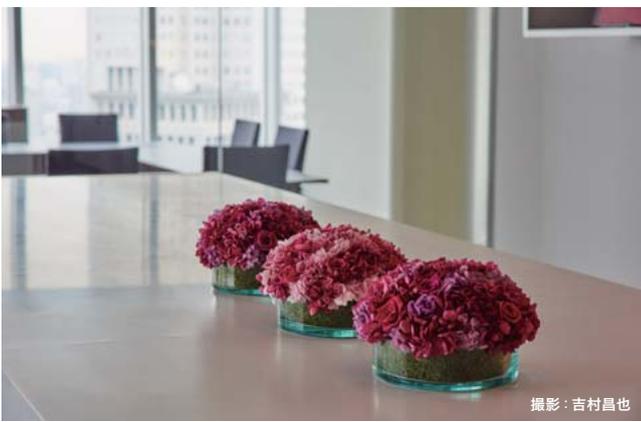


図9 | 空間の各所に設置したフラワーアレンジメント

それぞれの空間に合わせて、特注で色彩をコーディネートしたフラワーアレンジメントをあたえた。

間のCMFに合わせて特注であつた（図9参照）。

こうしたデザインエピソードを糸口に会話が広がることも、来訪者のエクスペリエンスを高め、接遇の気持ちを伝える重要なデザインであると考えている。

## 7. おわりに

CSI東京の協創施設は竣工した。今後はこの施設を有効に活用して、空間と一体化した独自の協創ツールをフルに

駆使した議論を迅速に重ね、日立がめざす社会イノベーションをこの場から数多く生みだしていきたい。

今回の空間設計にあたっては、社内外のさまざまな知見やデザインセンスを結集した。この空間が目標どおりイノベーションを生みだす器としての要件を満たしているとするならば、それは計画に参加したさまざまなタレントの協創による成果である。この計画に携わったすべての協働者に感謝の意を表す。

### 参考文献など

- 1) 梅澤、外：プレミアム戦略に呼応したデザイン開発、日立評論、96、11、734～739（2014.11）
- 2) Castelli Designport-Hall, <http://www.castelldesign.it/hall/hall.php?lang=en&studio=clino&aLinkStudio=divisionStudio3>
- 3) 小倉：成功するプロダクトのためのカラーリング講座、美術出版社（2004.9）
- 4) 小倉：儲かる色の選び方、美術出版社（2010.7）

### 執筆者紹介



#### 熊谷 健太

日立製作所 研究開発グループ 東京社会イノベーション協創センター  
製品デザイン部 所属  
現在、製品デザイン全般に従事



#### 田幸 春菜

日立製作所 研究開発グループ 東京社会イノベーション協創センター  
製品デザイン部 所属  
現在、白物家電、CMFデザイン開発に従事



#### 一瀬 圭介

日立製作所 研究開発グループ 東京社会イノベーション協創センター  
サービスデザイン研究部 所属  
現在、空間デザインに従事



#### 高月 宏明

日立製作所 研究開発グループ 東京社会イノベーション協創センター  
サービスデザイン研究部 所属  
現在、協創ツール開発に従事