

アパレルやヘルスケア用品などを手掛けるカインドウェア（渡邊祥一郎代表取締役兼最高経営責任者〈CEO〉）が、昨年7月に東京都港区虎ノ門に本社を移転した。グローバル展開を見据えて社内文化も変えていこうと、新オフィスにはさまざまな工夫を凝らした。実施に当たってPM（プロジェクトマネジメント）を導入。担当したFortec Architect（東京都港区、大江太人社長）は顧客の意図を深掘りして、理想的なオフィス空間づくりを後押しした。

## カインドウェア本社 移転プロジェクト

# PMで顧客の思いを具現化

## Fortec Architects

カインドウェアは、東京・日本橋で洋服商の「渡喜商店」として1894年に創業した。礼服コーナーを業界で初めて百貨店に設置するなど時代に応じて新たな試みを続けてきた。今後はグローバル展開を強化しようと同地区へ移転した。

「老舗ベンチャーのレジエンド（伝説）になるという目標を実現するオフィスにできなかった。要望を融合してくみ上げてもらえ、150%体現できた」。渡邊代表取締役は仕上がりの受け止めをこう話す。

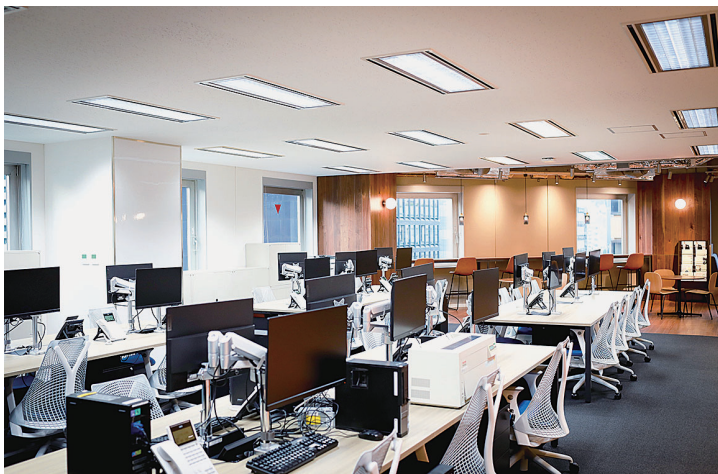
オフィスはコーポレートシンボルや主力商品などの陳列コーナーを入り口脇に配置。その先に年表や写真などの展示コーナーを設け、多くの顧客の信頼を得て今に至る姿を示した。「受付があつて待つのではなく、どういう会社か自然と興味を湧くようなウエルカムな空気にした」と考え、オフィスに入った瞬間奥まで見渡せるような演出とした」と大江社長は説明する。



中心軸に設けたコラボレーションゾーン（カインドウェア提供）

奥の窓側に至る部分は、スケルトン天井の下にテーブルセットやバーカウンターなどを配置。商談や打ち合わせ、社内全体会議から、食事、カジュアルミーティング、パーティーまで幅広く利用する。これらの場はコラボレーションゾーンと位置付け、中心軸に置くことで多様な交流を導き従業員同士がストレスなくコミュニケーションできる場とした。渡邊代表取締役は「雑談から生まれるアイデアや一体感、解消される悩みがある」と期待を寄せる。

## 新たな交流や気付き生むオフィスに



コラボレーションゾーンの両脇は執務ゾーンで、一部にはフリーアドレスを取り入れた。アパレルとヘルスケアのチームが商品を企画するクリエイティブゾーンは執務ゾーンの奥に配置し、広々と作業できるスペースを用意した。

白を基調とした執務ゾーン（カインドウェア提供）

旧オフィスは7階に分かれていたが、今回はワンフロアで壁を設けずに一体化した。照明はコラボレーションゾーンを暖色系に、執務ゾーンを白色系にして、壁などの色合いも切り分けている。「些細（ささい）なこ



入り口すぐのコーポレートシンボル。渡邊氏（右）と大江氏

大江社長は「プロセスが一番大事だ。『老舗ベンチャーという思いを、どう建物や内装に落とし込んでいくのか』『本当は何をやりたいのか』など入念に要件を整理して、顧客の側に立つって仕様書を作ることがPMの本質」と話す。渡邊代表取締役は「無理と思えるような要望も含めて、すべてをぶつけて進められた。こちらの心理を深くまで理解した上で、思っていたことを言語化してくれた。安心感と信頼があった」と振り返る。特に悩んだ点に会議室の数を挙げる。旧日本社は五つあり、実績などを踏まえ四つ設ける計画

とだが、メリハリが付いたことで壁がない空間でも気持ち切り替えられる。巧妙かつ絶妙で驚いている（渡邊代表取締役）。

だった。だが大江社長はコラボレーションゾーンのブースを上手に活用することで三つに減らせると提案。「コラボレーションゾーンを犠牲にしてまで会議室が必要かという質問で、はっとした」（渡邊代表取締役）。ぎりぎりまで悩んだ末、納得して三つの案を受け入れた。もう一つの会議室が入る予定だった場所には、コート掛けやロッカーを設けた。「パズルのよう

