

FORBES ARCHIVE

「外食産業」日本上陸!
そのときマクドナルドは?

FORBES EYE

アマゾン「卸売業界支配」
へのカウントダウン

THOUGHT LEADERS

北京語は「世界の
共通語」になりえない

FORBES LIFE

ビジネスを変えていく
新しいワークスタイル

2014

10

No.03

定価890円

Forbes JAPAN

COVER STORY

小林りん

始動した「スーパーハイスクール」

未来のチェンジメーカーは軽井沢で育つ

100人のファウンダーが支援する人材教育

投資は哲学だ! バフェットと伝説の投資家たち

ここが違う! 「オマハの賢人」と「ハゲタカ」 / 伝説の投資家 9 人の「今に生きる哲学」

私を「ベンチャー 150 億円投資」に駆り立てた言葉 / 格言で学ぶ「バフェット流」の神髄

「ヒップホップの帝王」と「投資の王者」の成功体験

THE LEGENDS OF INVESTMENT



実際にプレイ可能なバスケットボールコートを中心に、遊び心たっぷりの空間が広がる5階の「ストリートフェス」フロアは、広告業界のイベントなどで使われることも多い。

OFFICE

WORK WONDERLAND

The New Way to Work and the New Office

Due to recent advancements in IT, the possibility of working from home is becoming much more common. Therefore, it is even more important for the office to be a good place to communicate. The new generation of offices should appeal to the new way of working that shows not only high design and efficiency, but also reveals the character of the company.

photographs by Michinori Aoki @ LIGHT, text by Miho Sauser



Recycled materials and LED lights are prevalent throughout the office. The small meeting rooms are located by the window with a view and each room is named after a famous athlete such as Zinedine Zidane.



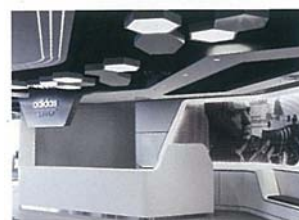
The Brand Image Enhanced by Design

About a year and half ago, the top six floors of the Ark Hills Sengokuyama Mori Tower was fitted out as an office. adidas Japan Headquarters, which includes the Reebok and Rockport brands, unified their offices and showrooms in order to emphasize speed in the way they work and communicate internally. On every floor, there is a public "Communication Hub" space. It is highly appreciated by the staff so they feel more integrated as a group. Due to globalization, the work environment is changing,

and management focuses on giving the best structure to the staff for producing good results. We can understand this trend through this office design. We can feel the strong image of the brand through the attention given to history and legacy through the design. Behind the reception area is a wall composed of 14,000 screw-in cleats arranged in a mosaic image of Adi Dassler, the founder of adidas. There are images of key professional athletes in the conference wing, which educate visitors of the legacy and global

----- adidas Japan -----

reach of the adidas brand. The designer, Christopher Brooks, created the Sky-Pitch Lounge on the 47F rooftop and included shower booths to support sports activity. He explains, "We integrated sports as an important part of our work-lifestyle". The atmosphere of yoga lessons taking place in the early morning against the beautiful view of Tokyo Tower & Tokyo Bay, evokes the re-acknowledgement of the value of sports to the staff. We can see from all this that adidas is always looking to progress towards the future.



adidas Japan

Service ● adidas Japan is the Japanese subsidiary of the German sports equipment maker. They have sponsor contracts with many professional athletes and teams. The screw-in cleat shoe shown in the mosaic image was invented and developed by the founder. www.adidas.com/
Office design ● Christopher Brooks (Garde U.S.P. Multi-National Design Division)



実際にプレイ可能なバスケットボールコートを中心に、遊び心たっぷりの空間が広がる5階の“ストリートフェス”フロアは、広告業界のイベントなどで使われることも多い。

OFFICE

WORK WONDERLAND

新しい働き方、新しいオフィス

ITツールの進歩によって、さまざまな業種で在宅勤務の可能性がさらに広がりつつある昨今。
だからこそリアルなコミュニケーションの場として、オフィスの存在が見直され始めている。
デザイン性や効率性のみならず、企業の個性をより強くアピールする仕事場から見えてくるのは、
新しい働き方に呼応する新時代のオフィスのあり方だ。

photographs by Michinori Aoki @ LIGHT | text by Miho Sauser



リサイクル素材やLED照明を多用。ゲストが美しい景観を享受できるよう窓際にしつらえた各会議室には「ジネディーヌ・ジダン」などスターたちの名が冠されている。



ブランドイメージをより高めるためのデザイン アディダスジャパン

東京・六本木のアークヒルズ仙石山森タワー最上6階層を占める新オフィスが約1年半前に完成。以前は分散していたアディダスグループのブランドであるリーボック、ロックポートのオフィス、各ブランドのショールームすべてを1カ所に集結し、業務の効率化と社内コミュニケーションの改善を図った。各フロアには「コミュニケーション・ハブ」と呼ばれる公共スペースが設けられ、グループの一体感が高まったと社内からも好評を得ている。

グローバル化が進むなか、企業の環境にも変化が生じ、個々の社

員がいかに働きやすくパフォーマンス成果が出せるかという点に経営層も重きを置き始めている。その風潮が、こういった大企業のオフィスからも読み取れる。そしてブランドイメージをより高める役割を果たすのは、企業の歴史とレガシーを強調するデザイン。レセプションには1万4,000個のサッカースパイクの交換用スタッドで描かれた創業者アドルフ・ダスラーのモザイクアートを設置。ミーティングエリアにはアディダスとかかわりのある著名スポーツ選手の写真が飾られ、彼らが成し遂げた偉業を思い起こさせる

場としている。

デザインを手がけたクリストファー・ブルックスは「スポーツはライフスタイルの一部だということも提示したかった」と、47階のルーフトップに気軽にスポーツが行えるシャワールーム付きの「スカイピッチ」も設けた。そこは東京湾や東京タワーを一望する気持ちのいい空間で早朝のヨガクラスが行われるなど、社員自身がスポーツの価値を再確認できる絶好のスペース。世界的ブランドならではの、常に成長し続ける姿勢がさまざまな部分で体現されている。①



adidas Japan

業務内容 ●ドイツのスポーツ用品メーカーの日本法人。多くのトップチームや著名スポーツ選手とスポンサー契約を交わしている。モザイク画のスタッド交換可能なスパイクは、創業者自らが開発したもの。www.adidas.com/ オフィスデザイン ●クリストファー・ブルックス (ギャルドUSP 国際デザイン事業部)