サスモア――共有価値を育てるマガジン

SUSMORE

MORE SOCIALLY, MORE SUSTAINABLY.

vol.15
2023

CASE STUDY
サプライチェーン全体の
CO2 排出量算出をスタート

SPOTLIGHT
新築・リノベーション工事における
“カーボンウォッチ”サービスとは

REAL TALK
顕在化する環境問題、金融界からの要請、価値観の変化・・・今、脱炭素に踏み込む理由とは

SUSMORE

2023 vol.15

CONTENTS

02 REPORT

eco検定資格保有率93%超
「地球にやさしいお仕事イス展」開催

04 CASE STUDY

MORE SUSTAINABLE PROJECT

自社事業のサステナビリティ向上を目指し
サプライチェーン全体のCO2排出量算定をスタート

07 SPOTLIGHT

Carbon Watch

“減らす”ためには“見る”ことから
新築・リノベーション工事における
“カーボンウォッチ”サービスとは

08 REAL TALK

顕在化する環境問題、金融界からの要請、
価値観の変化・・・
今、脱炭素に踏み込む理由とは

田部井 進一 × 枝廣 寿雄

アミタ 代表取締役社長　コスモスモア 代表取締役社長

10 WORKS

京都レジデンシャルサロン
ソーシャルレジデンスアカデミア大阪尼崎
JSOL本社オフィス移転プロジェクト
リクルートエージェント面談エリア

発行人　枝廣 寿雄

編集　コスモスモアサステナビリティ推進室

編集協力　ハートノーツ

写真　早坂 卓也

デザイン　箕輪 知也

表紙イラスト　Lena Podobed

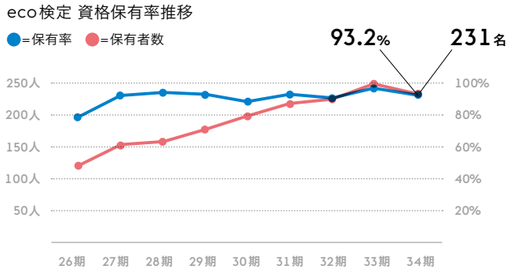
発行　株式会社コスモスモア
〒150-0011
東京都渋谷区東三丁目14番20号
ニューホライズンエビス

Report

01. ECO TEST
eco検定資格保有率93%超

コスモスモアでは、従業員一人ひとりが環境への配慮を意識しながら事業を推進していくことが必要不可欠だと考え、東京商工会議所が運営するeco検定の取得を推奨しています。試験対策として、サステナビリティ推進室が受験対象者に模試を実施し、合格まで手厚くサポートを行います。2022年度は、231名がeco検定の資格を取得しており、全従業員でのeco検定資格保有率は93.2%となっています。

eco検定 資格保有率推移



02. SUSTAINABLE CHAIR EXHIBITION
「地球にやさしいお仕事イス展」開催

コスモスモアは、2022年3月23日～25日の3日間、コスモスモア本社ビル1階ロビーにて、「地球にやさしいお仕事イス展」を開催しました。カリガリス、フリッツ・ハンセン、マジスの3ブランドのチェア9脚を展示。全て、リサイクル素材や再生可能素材などを用い、FSC認証（適正に管理された森林から産出した木材の認証）やGREENGUARD認証（世界で最も厳しい化学物質の規格）を受けており、地球にも人にもやさしいチェアを紹介しました。

SPOT LIGHT

CSV VISION

コスモスモアをサステナブルな先進企業に導く
－事業のバリューチェーンの社会課題解決を先導する－

コスモスモアサステナビリティ推進室は、2022～26年の5カ年計画として、「CSVビジョン」を策定しました。ここに宣言いたします。

組織のVISIONの背景、込めた思い・意志

5年先の目指す状態

1. SUSTAINABLE SOCIETY
未来の人たちが、豊かに暮らすことができ、
また誰も取り残されない、サステナブルな社会を
実現してゆきたい。

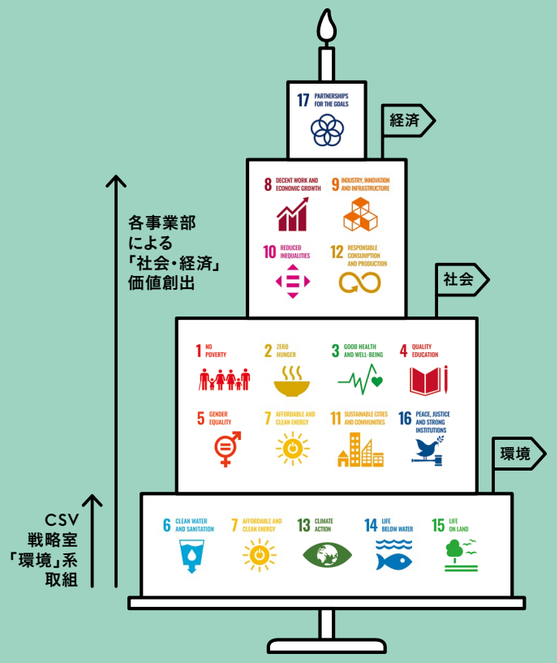
2. SUSTAINABLE COMPANY
その時にコスモスモアは、世の中から評価され
クライアントから選ばれるサステナブルな
企業でありたい。

3. PROBLEMS TO SOLUTIONS
事業部門中心に、日々、世の中およびクライアントの
ニーズに応える提案は行っている。
しかし、短期的視野において環境分野における
社会課題への向き合い方は不足している。
そこで、クライアントと共に、より多くの
社会課題解決を行い価値を創造したい。

4. VALUE CHAIN ANALYSIS
CSV戦略室は、当社が行う事業の
バリューチェーンにおける、環境を中心とした
社会課題に向き合いたいと思う。
結果として、コスモスモアがサステナブルな
先進企業として評価されることを目指したい。

コスモスモアSDGsモデル

コスモスモア「社会・経済・環境」価値創出



VISION実現へ向けたTIMELINE

	2022年 1年目, 34期	2023年 2年目, 35期	2024年 3年目, 36期	2025年 4年目, 37期	2026年 5年目, 38期
バリューチェーンに特化した事業改善計画	・現状把握 ・目標設定 ・施策設定 ・KPI 設定	課題解決に向けた実行 重点テーマの成果を出す		課題解決に向けた実行 テーマを見直し継続して成果を出す	
		重点テーマ 目標40%達成 サブテーマ 目標20%達成	サブテーマ 目標50%達成	重点テーマ 目標100%達成 サブテーマ 目標80%達成 中間振り返り	サブテーマ 目標100%達成 新5ヶ年課題設定
新規事業の創出	社内新規事業提案コンペ	CSV・SDGsを取り入れた新規事業創出			
行政・地域への貢献	ヒアリング・調査研究	行政・地域課題に対しデザイン等で貢献			

ICONS MADE BY FREEPIK FROM WWW.FLATICON.COM

MORE SUSTAINABLE PROJECTメンバー。左から、笹尾大貴、刀根亮、栗原奈緒子、金子雄一

MORE SUSTAINABLE PROJECT
自社事業のサステナビリティ向上を目指し サプライチェーン全体のCO2排出量算出をスタート

嶺 竜一 = 文　早坂卓也 = 写真

2022年4月、コスモスモアはMORE SUSTAINABLE PROJECTをスタートさせた。環境コンサルタント「アミタ」の協力のもと、サステナビリティ推進室が主導して行う。サステナブルな地球環境を取り戻すために世界が団結する中、日本が目標に掲げる2050年のカーボンニュートラルの実現、またその中間目標である「2030年に2013年比で温室効果ガスの排出を46%削減」に向け、コスモスモアも、CO2排出量の削減に取り組むものだ。

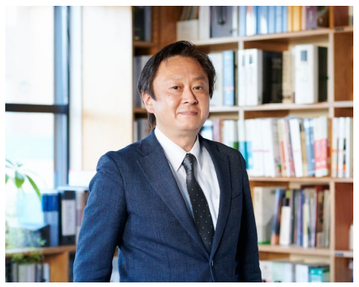
「コスモスモアCSV戦略室では、2024年度より温室効果ガスの排出量の削減目標（エンゲージメント）を定めて具体的なアクションを進めていくことを決めました。そのためにはまず自社の実態を把握することが第1ステップです。自社物件の温室効果ガスの排出量をCSV戦略室のメンバーで手分けして手作業で算出するところからスタートしました」とオフィス構築部門の栗原奈緒子はいう。

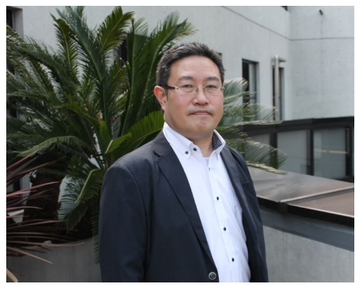
> 温室効果ガス排出量算出は多くの企業に求められる

環境省は、「地球温暖化対策の推進に関する法律」に基づき、「温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度」を強化している。これは一定以上の温室効果ガスを排出する企業等（特定排出者）に対し、温室効果ガスの排出量を算定し、事業者単位で報告することを定めたものだ。東証プライム市場上場企業は全て対象となっており、さらに金融庁は今後対象を広げる方針だ。

「当社は特定排出者ではありませんが、大手不動産会社などはその対象になっています。排出量を算出するとともに、今後は削減目標を設定し、具体的な取り組みを進めていくでしょう。大手不動産会社は当社の取引先でもあります。当社も同じ方向を向いていかなければなりません」と栗原は話す。

建築・リノベーション事業そのもののCO2の排出をゼロにすることは不可能だが、減らしていくことはできる。製造時にCO2排出量の少ない素材やオフィス家具を選ぶ、環境負荷の少ない工法や空間設計を選ぶ、将来的にリユースやリサイクルが可能（産業廃棄物にならない）な材料を選ぶ、輸送距離の短い国産の材料を使用する、新築ではなくリノベーションを選択するなど、選択を組み合わせて全体の排出量を減らすことになるだろう。そのためには、まず自社の建築物およびリノベーションにおいてどの素材やどの工程にどれほどの排出量があるか分解して把握する必要がある。





下段写真左から、MORE SUSTAINABLE PROJECTメンバーの建築事業部　建築部　施工管理課　笠野悦史、大阪支店　ストラテジックデザイン課　土居直人、管理部　総務人事課　上野公久

CO2削減を提案できることが優位性になる

コスモスモアの主力事業である鉄骨造等による中規模建築業界、オフィスの内装業界では、温室効果ガスを算出して公表している企業はまだ少ないが、「いずれ必要不可欠になることは明白ですので、業界に先んじて取り組むことは優位性にもなります。当社の事業戦略としても当然のことだと認識しています」とオフィス構築部門の刀根亮はいう。

昨今、建築やリノベーションにおけるCO2排出量削減を志向する動きは、クライアント（施主）にも広がっている。コスモスモアのクライアントの1社であるリクルートは、2021年3月に都内の7つのオフィスで働く1500人を1箇所に集約・移転するプロジェクトを検討する際、当初は新築物件に移転する案もあった中で、築60年の九段坂上KSビルをリノベーションして移転することを選んだ。その背景の一つには「CO2排出量の大幅な低減につながる」という理由があった。日本全体で、今後この志向はより強まっていくだろう。具体的な削減案を提案できるかどうかが受注のための決め手となる可能性が高い。

建築事業部門に所属するメンバーは新築物件の排出量の算出、オフィス構築部門に所属するメンバーはオフィス内装工事の排出量の算出、大阪支店のメンバーは自社保有するホテルKYOTOLOGYからの排出量の算出、管理部のメンバーは従業員の移動や業務の中での排出量を算出した。

> クライアントも建築におけるCO2排出量削減を求めつつある

建築領域の2022年度の建築実績はおよそ30件、リノベーション等の事業の実績はおよそ2000件あり、その全てを手作業で算出することは不可能だったため、初年度は、すでに施工が終了している実績の中から代表的なものを数件ずつサンプルとしてピックアップし、物件ごとの算出を行った。さらに、平米あたりの平均排出量を算出し、全体の施工量をかけて、昨年1年間の当社のトータルの排出量の推定も行った。

「見積書や納品書をもとに算出を行いましたが、例えばコンクリートであれば単位はm3ですし、鉄筋であれば単位は太さと長さですし、石膏ボードやガラスであれば厚みと枚数など、単位が統一されておらず、そのバラバラの数字から環境省の算定マニュアルに沿って係数をかけて、排出量を算出する作業は本当に大変でした。この排出量の計算は、今後は前期(2022年)に計算したものよりも精緻化したいと考えていますので、そのルール作りをこれから行う予定です。ただ、いずれはコンクリートや鉄筋鉄骨、ボード、ガラス、床材などの各メーカーさんが、商品ごとに単位あたりのCO2の排出量を明記するようになるのではないかと思いますし、そうしていただけるように働きかけていきたいですね」と建築事業部門の金子雄一はいう。

削減ターゲットを明確にすることができた

今回の算出結果を経て、メンバーは何を思ったのか。建築事業部門の笹尾大貴は次のように話す。

「石油やガスなどの燃料を燃やしたり化学変化を起こしたりするなどで自社の事業から排出されるCO2をScope1（直接排出）、電力の使用によって間接的に排出しているCO2をScope2（間接排出）、その他からの排出をScope3（サプライチェーン排出）と分類されています。当社はScope1は全くなく、施工の際の電源などでScope2が発生しますがその割合は少なく、ほとんどがScope3であることがわかりました。さらに、Scope3には、材料の調達、輸送、廃棄物、従業員の移動など15のカテゴリーがありますが、当社の排出量のおよそ95%はカテゴリー1によるものでした。カテゴリー1は、原材料や部品など、購入した製品・サービスの製造による排出です。つまり、サプライヤーから調達する製品をどうするか、ということがこれからの当社のCO2排出量削減に向けて最も重要なテーマだとわかりました」

なお、調達する製品の中で最も排出量が多いのはコンクリートで、2番目が鉄（鉄骨・鉄筋等）であった。ファシリティ事業に比べ、新築事業のCO2排出量が多いこともわかった。コスモスモアの主な建築工法である鉄骨造はコンクリートを使用する部分は基礎のみであるためRC造に比べてCO2排出量は少ない。またマンションギャラリーのプレハブは鉄骨を再利用するためにさらにCO2排出量は少なくすることができている。

> 排出量を減らすためには
> まずターゲットを
> 明らかにすることが重要

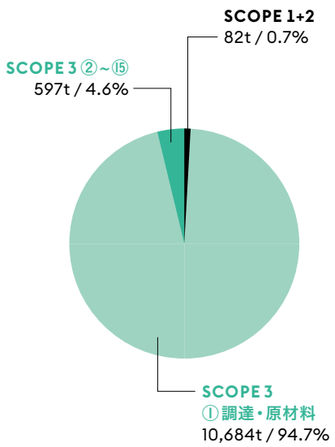
ただ、いずれにせよ、まだ削減の余地はある。「いかに総量を減らしていくかということを考えたときに、ターゲットが明確になったことは大きな成果だった」と刀根は話す。

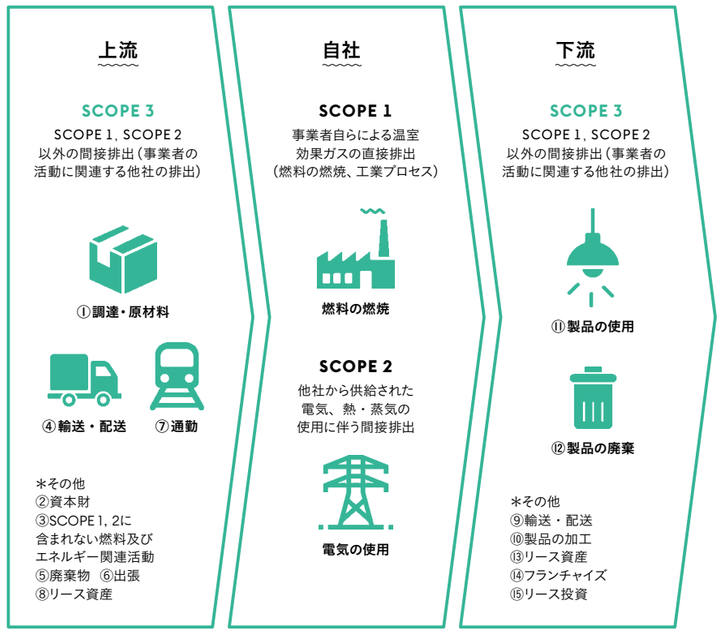
「今、世界中で環境に配慮した原材料の製法や、工法が研究開発されています。例えばコンクリートでも、土に還るコンクリートや、廃棄物を利用して作られるコンクリートなども研究されています。3Dプリンターによる工法も可能性がありますし、鉄筋や鉄骨のリサイクルなども期待されます。人類がこれからもこの地球で生活していく以上、建築をしないということはありえませんから、いかにサステナブルな建築にシフトしていくかということが問われていると思います」と金子はいう。

2023年度以降も、MORE SUSTAINABLE PROJECTは継続する。2年目となる2023年度は、CO2算出のルール作りとフローの開発を行い、より簡便かつ正確な算出の仕組みづくりを行うと同時に、その先に取り組むべきCO2削減に向けての資材や工法のリサーチ、サプライヤーとの協力関係の構築を進めていきたいという。

将来的には、「CAD図面からCO2排出量が自動算出されたり、見積書や納品書からCO2排出量が自動算出され、サプライヤーとコスモスモアとクライアントで共有できるようなシステムの開発や導入を検討していきたい」と栗原は話す。業界をリードしてサステナビリティに取り組んでいくことに意味がある。

コスモスモアの
2021年度　CO2排出量構成比
（総排出量11,281.8t）





ICONS MADE BY FREEPIK FROM WWW.FLATICON.COM

SPOT LIGHT

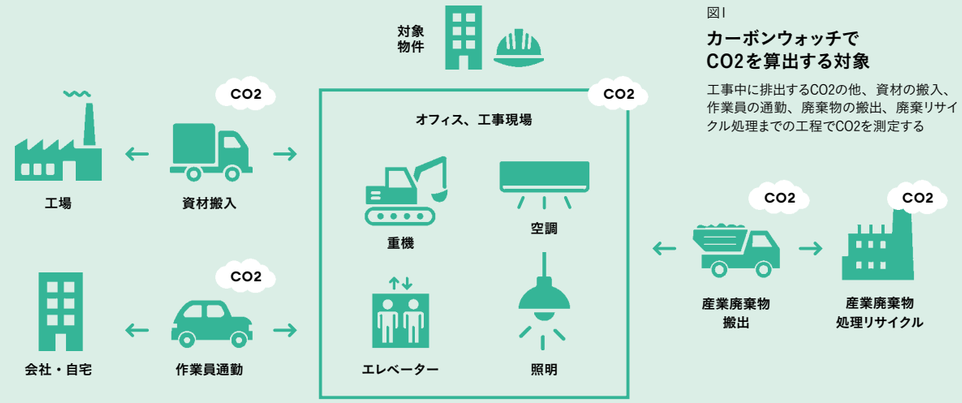


図1
カーボンウォッチで
CO2を算出する対象
工事中に排出するCO2の他、資材の搬入、作業員の通勤、廃棄物の搬出、廃棄リサイクル処理までの工程でCO2を測定する

Carbon Watch

“減らす”ためには“見る”ことから 新築・リノベーション工事における “カーボンウォッチ”サービスとは

オフィスの新築・リノベーション工事における電力、輸送車両、廃棄等、
工事で生じるCO2の排出量算定サービスを14年ぶりにリニューアルリリース

嶺 竜一＝文

今、上場企業は自社が発生する全てのCO2の排出量算定を求められている。東京証券取引所はプライム市場の上場企業に対して、気候変動原因への取り組み（主にCO2排出量削減）の開示を要求しており、各社はその対応に力を入れている。さらに、近々にスタンダード市場、グロース市場の上場企業に対象を広げる考えだ。企業は、それを受けて自社製品の製造、仕入れした材料や商品の製造、材料や製品の運搬、オフィスビルで使う電力、営業活動、従業員の通勤などの過程で発生するCO2の算出を自社で行わなければならないが、工事で発生するCO2の算出については、自社では難しい。

そこで、コスモスモアは2023年4月3日より、同社が請け負う建築工事において発生するCO2の排出量を算出するサービス「Carbon Watch（カーボンウォッチ）」の提供を開始した。「電力（照明・空調・エレベーター）」「資材、人員輸送車両の走行、稼働重機による燃油消費」「廃棄物処理（運搬含む）」から排出されるCO2を算出し、報告書を提出するサービスだ（図1）。

カーボンオフセットプロバイダとも提携しており、顧客の要望に応じて、排出権取引およびカーボンオフセット調達証明書の発行も行うことができる（図2）。

オフィス構築部門の栗原奈緒子は、「カーボンウォッチは、工事中の電気使用量、エレベーターの使用回数、車種ごとの燃費と走行距離、廃棄物の量など各工程のCO2排出を細かく記録し、環境省が公表している原単位を使用して算出しています。信頼性と精度の高いデータ提供が可能です」と話す。

14年間積み重ねたノウハウ

コスモスモアは2009年より、業界に先駆けて、オフィスのレイアウト変更や移転の際に発生するCO2排出量を独自の計算式で算出し、カーボンオフセットで相殺するサービス「eco-to（いいこと）オフィス」を提供してきた。同サービスは2012年より環境省の「カーボン・オフセット認証制度」の第三者認証の資格を取得している。今回のカーボンウォッチはそれをベースに、対象工事・算出範囲を拡充し、リニューアルした。

「14年前から協力会社とともに工事におけるCO2を算出する体制と算出方法を作り、サービスを提供してきた当社のノウハウは他社よりも高いものであると自負しています」（栗原）。

脱炭素社会に向けて全世界が取り組む中で、企業が自社のCO2排出量を算出するのははじめの一歩。その次の排出量削減に役立てていただきたい。

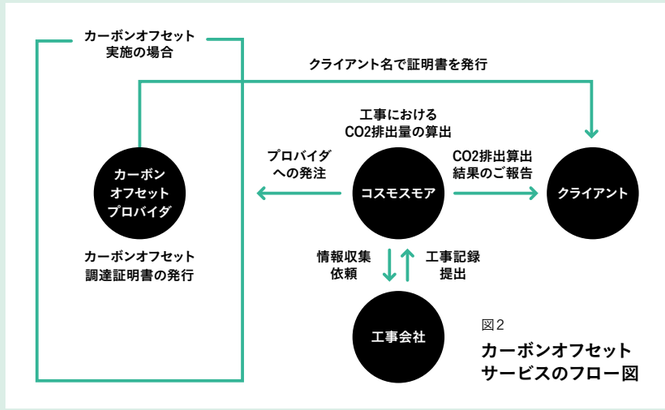


図2
カーボンオフセット
サービスのフロー図

REAL TALK

Shinichi Tabei
田部井 進一
アミタ代表取締役社長

×

Hisao Edahiro
枝廣 寿雄
コスモスモア代表取締役社長

顕在化する環境問題、金融界からの要請、価値観の変化・・・今、脱炭素に踏み込む理由とは

なぜ今、世界は脱炭素の取り組みが一気に加速しているのか。
田部井氏によれば3つの理由があるという。
そんな中、コスモスモアが脱炭素プロジェクトをスタートさせた理由とは。

嶺 竜一 = 文　早坂卓也 = 写真

たべい・しんいち◎2004年アミタ（現：アミタサーキュラー）に入社。関東地区の製造工場に向けたリサイクルの営業、企業の環境戦略支援といった本社向けの営業、川崎循環資源製造所の立ち上げ、ICTサービス「AMITA Smart Eco」の開発などを行う。2019年からは企業のサステナブル経営を推進するためのソリューション提案の営業、実行部門のグループリーダー、2020年からは営業部門所管の取締役を務める。2023年1月、アミタ代表取締役社長に就任。

えだひろ・ひさお◎1985年リクルート入社と同時にリクルートコスモス（現・コスモスイニシア）に出向、その後転籍。企画、営業部門などを経験し、その中でも事業用地の仕入及び事業企画の企画開発部門が長く、横須賀のニュータウンの事業企画など大規模物件に携わる。リーマンショック後は企業再生・資本施策の責任者を務める。2017年6月、現職に就任。2019年4月よりCSV戦略室長を兼務。

枝廣　数年前から多くの企業がCO2の排出量の算定及び削減の取り組みを始めたという実感があります。当社も昨年からアミタさんの支援のもと脱炭素プロジェクトをスタートさせました。今、企業が脱炭素の取り組みを行うことの重要性をどう考えたら良いでしょうか。

田部井　なぜ今なのか。グローバルな視点で見るとポイントは3つあると思います。1つ目は地球に暮らす私たちが身をもって体感するほど環境問題が顕在化しているということです。地球温暖化の問題、それに伴う水害や火災などの自然災害、水の枯渇、生物多様性の劣化など、因果関係を持って負のスパイラルが目に見えて起こっており、SDGsにも記載があるプラネタリー・バウンダリーでは、4つの領域ですでに人間が安全に暮らせるレベルを超えていると指摘されています。

2つ目は金融界からの要請です。企業が環境、社会、ガバナンスにどれだけ配慮しているかを評価して投資するESG投資が今や世界の総投資額の3分の1を超えています。またスイスに本部がある金融安定理事会のTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）は、世界の企業に気候関連情報の開示を推奨しています。

3つ目は個人と企業の価値観の変化です。世界人口が増加し続ける中で、これまでの大量生産・大量消費・大量廃棄というものづくりのメカニズムそのものに問題があるとの認識が強まったと思います。2030年あたりまでにこのメカニズムを変え、その先の経済や人の営みをどう維持していくかに今世界が全力を注いでいます。2040年までに全世界で7370兆円が脱炭素に注ぎ込まれると言われています。

枝廣　日本における脱炭素の取り組みはどうなっていますか。

田部井　日本ではグリーントランスフォーメーション（GX）を推進しようという企業群が一体となり、CO2削減に取り組むGXリーグという動きが2022年に始まっています。また日本政府は日本の地方自治体46箇所を脱炭素先行地域に認定して支援したり、2023年度から公共工事に使用する原材料にはCO2排出量の提示を義務付けるといった政策を行なっています。ただ、建築業界はサプライチェーンが長く複雑であることもあり、CO2算出と削減は非常に大変です。私からも枝廣さんにお聞きします。コスモスモアはなぜ今、脱炭素の取り組みを始めたのでしょうか。

枝廣　まず、コスモスモアが所属する大和ハウスグループ全体の方針がありました。大和ハウス工業はカナダの出版社コーポレートナイツ社が選定する「世界で最も持続可能な100社」に度々選出されており、社内に環境対策とサステナビリティ推進に対応する2つの部門を作り、環境および社会課題の解決に積極的に取り組んでいます。外側に目を向ければ、建築業界においては1年以上前から、多くのデベロッパーから建設会社に対してCO2排出量の削減を求める声が出てきています。そうした環境にある中で、当社も脱炭素を進めるべきだとおよそ1年前に考え、取り組むことを決めました。実は当社は、14年前から、オフィスの構築時における電力や運送費用などにかかるCO2排出量を算出する「eco-to（いいこと）オフィス」というサービスを提供しており、考え方のベースがあります。

田部井　昨年、竣工した建物やオフィスに対してCO2排出量の算定をしたわけですが、振り返っていかがですか。

枝廣　やはり一から手作業で算定を行うことの大変さは身にしみた部分はありますし、これからルール作りをしたりシステムを導入するなどして効率化を図る必要がありますが、それも簡単ではありません。ただ当社も10年以上、全社的に環境や社会に取り組んできて、全事業においてCSVを推進し、ほぼ全社員がエコ検定を取得してきていますから、社員の意識はゼロからのスタートではないと思っています。

田部井　私も1年間CSV戦略室のメンバーと一緒に仕事をさせていただいて意識の高さを強く感じました。

枝廣　現場のメンバーもクライアント様からさまざまな生の声を聞く中で、これからは脱炭素の取り組みが競争軸に入ってくると感じていますし、私たちがあえて入れていくべきだと思います。お客様に選ばれる存在になり、将来の成長に繋げるためには、ここでアクセルを踏み、我々が自ら一歩先に進んだ姿を示すことが重要であるということについて、社員にも一定の理解はしてもらえることだと思っています。

田部井　確かに私どもから見ても、今、環境への取り組みを先行していってサステナビリティに関連する市場を作っていこうという会社と、今は少し静観をして市場ができてから取り組もうという会社に、二極化しているように感じます。1年間の成果を振り返って今回のプロジェクトをどう評価されていますか。

枝廣　私たち自身がサプライチェーンの中でどこがCO2の排出量が多く、何を変えたら削減できるのかといったところを可視化することができたのは非常に大きな成果でした。今後、算出も削減もサプライチェーン全体で行わなければならないので、社外を巻き込んだ仕組みづくりが今後の課題になります。現場でクライアント様から直接的に「CO2排出量の計算書をつけてほしい」「CO2をここまで下げてほしい」といったオーダーが明確に入るようになるまでまだ数年かかると思います。ただ、我々の方から「ここはこういう低炭素素材に変えるとこれだけ下がります」「新築ではなく既存ビルのリノベーションにすればこれだけ下がります」といった提案ができるようになれば、そのタイミングを早めていけるのではないかと思います。

田部井　私は、CO2の算定というのは過去や現在の話で、サステナビリティというのは未来の話なんだと思います。過去と現在をきちんと調べて、そこを出発点に未来のウェルビーイング（幸福）をどう作っていくのか、私たちは何にどう貢献していくのか、この順序を間違えないことが重要だと思っています。S

WORKS

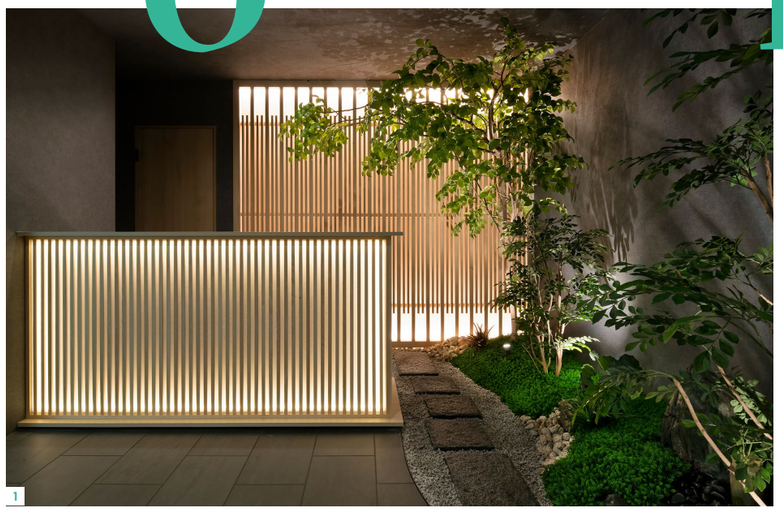
Case 01 →

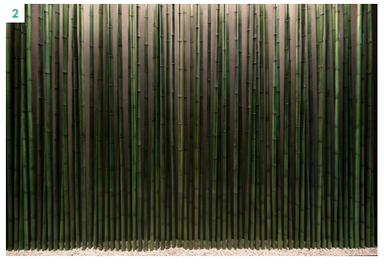
京都レジデンシャルサロン
Client　三井不動産レジデンシャル

呉服屋格子の玄関、室内庭園、竹林のコリドー“古都の風情”を体感できるマンションギャラリー

京都市内中央に位置する四条通り沿いに、近隣にて建設予定の新築マンションの魅力を伝える集合ギャラリー「京都レジデンシャルサロン」をコスモスモアが設計施工いたしました。京都をはじめとした西日本の自然素材を採用。エントランスにもうけた樹木と白川玉砂利の室内庭園は地元の造園会社である京都造園様と、山に残っている放置竹林を再生利用したコリドーは老舗竹材店の竹定商店様と協業して作り上げました。クライアントである三井不動産レジデンシャル様の歴史と京都の魅力を融合させた、高級感を感じられる非日常的な空間となっています。

1. 呉服屋をイメージした受付　**2.** 玄関から続く竹林のコリドー
3. 樹井の歴史ある家紋をあしらった暖簾

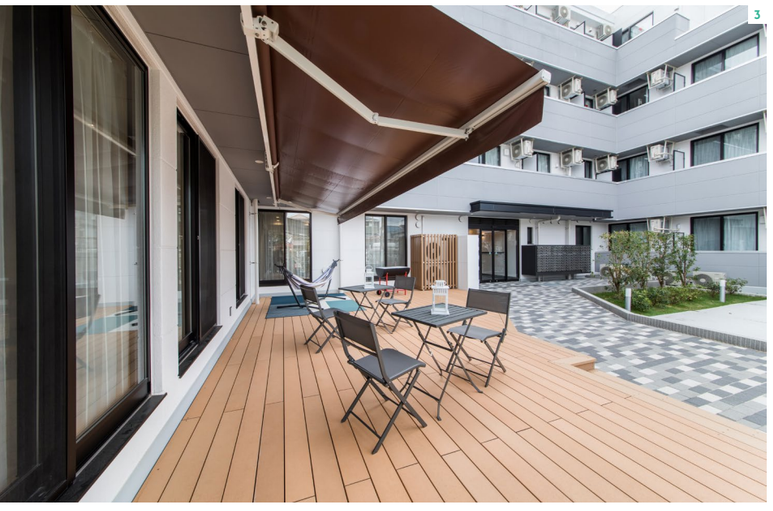

1


2

3

1

2


3

← Case 02

ソーシャルレジデンスアカデミア大阪尼崎
Client　関電不動産開発シャル

入居者が自然と交流する充実した設備多国籍、多様性を受け入れるシェアハウス

2019年9月にオープンした110部屋の多国籍シェアハウス「ソーシャルレジデンスアカデミア大阪尼崎」をコスモスモアが設計施工しました。ハウスメイトが自然と交流する広いキッチンとラウンジのほか、ジムスタジオ、シアタールーム、コワーキングスペース、ライブラリーも備えています。大柄な人にも使いやすいように洗面台は高めでドアはワイド。インテリアは意図的に統一せず、全フロア違うデザインに。サインはユニバーサルデザインを採用しました。近隣からは極力緑越しの風景となるよう外構を設計。またゆくゆくは賃貸物件などに変更できるように設計しました。

1. 入居者が料理や食事を楽しめるダイニングキッチン　**2.** 部屋ごとにデザインのテーマが分かれている　**3.** バーベキューもできる広いテラス

Case 03 →

JSOL本社オフィス移転プロジェクト
Client 株式会社JSOL

有形文化財を建て替えたオフィスに多様なチームが協働するPARKを施工

JSOL様はオフィスの在り方の再定義による新たな価値創出、ハイブリッドワークによる生産性向上などを目的に、2022年9月、東京地区のオフィスを集約し、登録有形文化財建造物である旧九段会館を一部保存しながら建て替えた九段会館テラスに移転。コスモスモアは設計施工を担当しました。コンセプトは「PARK」。街にある建物と公園の様に補完的な関係をゾーニングに落とし込みました。また、働き方を協働・集中・リラックスの3つに分類。Ionlで、チームで、部署を超えて、リアルなコミュニケーションで創造する協働を軸として働ける場を作りました。

1. 自然と人が集まるカフェスペース　**2.** ABW（Activity Based Working）エリア　**3.** 窓際の緑が優しいデスクエリア

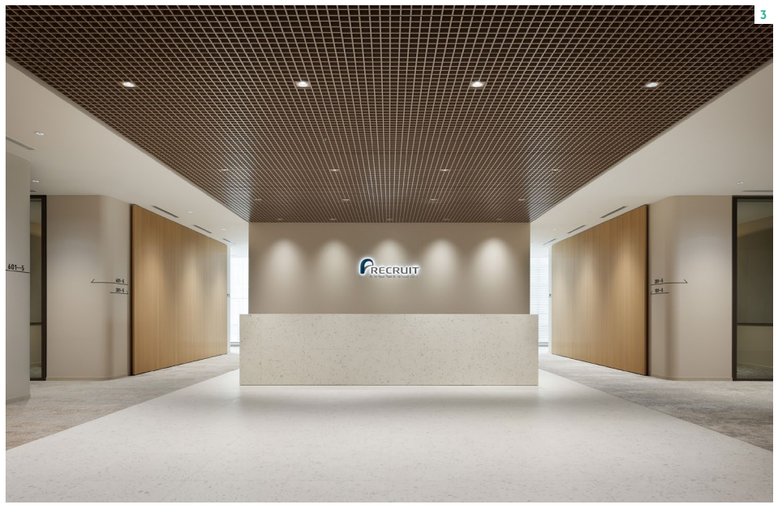
1

2

3

1

2



3

← Case 04

リクルートエージェント面談エリア
Client 株式会社リクルート

転職活動に励む人の緊張がほぐれ迎え入れられているような柔らかな空間

リクルートエージェントのサービスを利用される方が求職の面談時に利用するエリアのリニューアルをコスモスモアが担当。転職活動に励む方のストレスや緊張感が少しでも和らぐよう、曲線デザインを取り入れ、優しいベージュカラーを基調としたニュートラルな空間としました。各面談ブースは、扉を開けた際に廊下側に内部の様子が見えてしまうことを防ぐために、扉を廊下に対して並行ではなく斜めになるように設置。ブースの閉塞感を軽減するため大きくガラス壁を設け、また連続して並ぶ部屋番号の視認性を上げるため、突き出しサインを設置しました。

1. 角の取れた丸みのあるデザインを多用　**2.** 部屋番号の視認性を高める突き出しサイン　**3.** ブランドの信頼感を感じるエントランス

コスモスモア

Daiwa House Group®