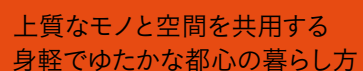


SUSMORE

2024



CONTENTS

02 REPORT

eco検定資格保有率90%超
CO2排出量 2022年度は36,400t

03 SPOTLIGHT

SMILE CUP vol.12 開催

04 STUDYTOUR

IKEA 港北様
株式会社セールスフォース・ジャパン様

06 REALTALK

旅の目的地になるために
感性をシャープに研ぎ澄まし
ホテルを特別な“体験空間”にする

龍崎 翔子 × 枝廣 寿雄

水星 GOOD PLACE
代表取締役CEO 代表取締役社長

08 CASE STUDY

SOCO HAUS KORAKUEN
上質なモノと空間を共用する
身軽でゆたかな都心の暮らし方

10 WORKS

ETOWA KISARAZU
TMES 芝浦本社移転プロジェクト
リクルート岡山拠点

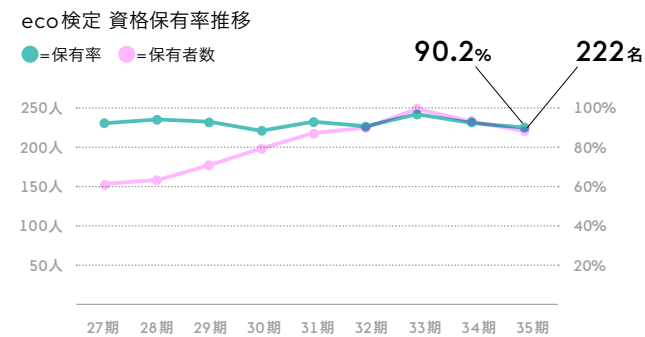
発行人	枝廣 寿雄
編集	GOOD PLACE サステナビリティ推進室
編集協力	ハートノーツ
写真	小田 駿一、Kudo Original Photo
デザイン	箕輪 知也
表紙イラスト	Antonio Uve
発行	株式会社 GOOD PLACE 〒150-0011 東京都渋谷区東三丁目14番20号 ニューホライズンエビス

Report

01. eco検定

eco検定合格率90%超

GOOD PLACEでは、従業員一人ひとり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、東京商工会議所が主催する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メンバー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。2023年度は、222名がeco検定を保有しており、全従業員のeco検定合格率は90.2%となっています。

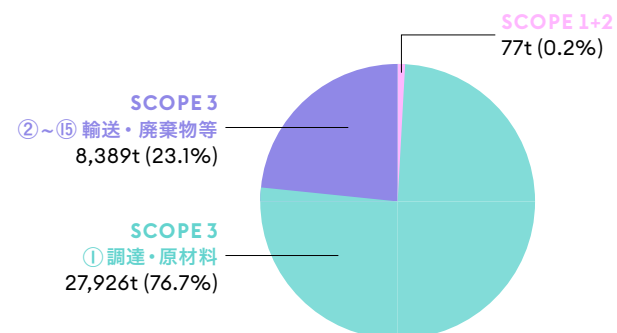


02. CO2 排出量

2022年度は36,400t

GOOD PLACEは2022年より、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排出量を算定するMORE SUSTAINABLE PROJECTをスタートさせました。2022年度の排出量は、36,400tでした。新型コロナウイルスの影響で案件数が減少していた21年度に比べ、施工案件の大幅な増加と、昨年度は計算に入れていなかった大阪支店分などを加えたことで、排出量は約2.3倍になりましたが、プロジェクト2年目で正確な数字を算出でき、ここからのスタートと言えます。GOOD PLACEは今後CO2排出量削減を目指し、さまざまな取り組みを続けていきます。

GOOD PLACEの2022年度CO2排出量構成比
(総排出量36,400t)



SPOT LIGHT

SMILE CUP vol.12

チャリティフットサル大会に10社が参加
森林づくり活動および震災復興を支援

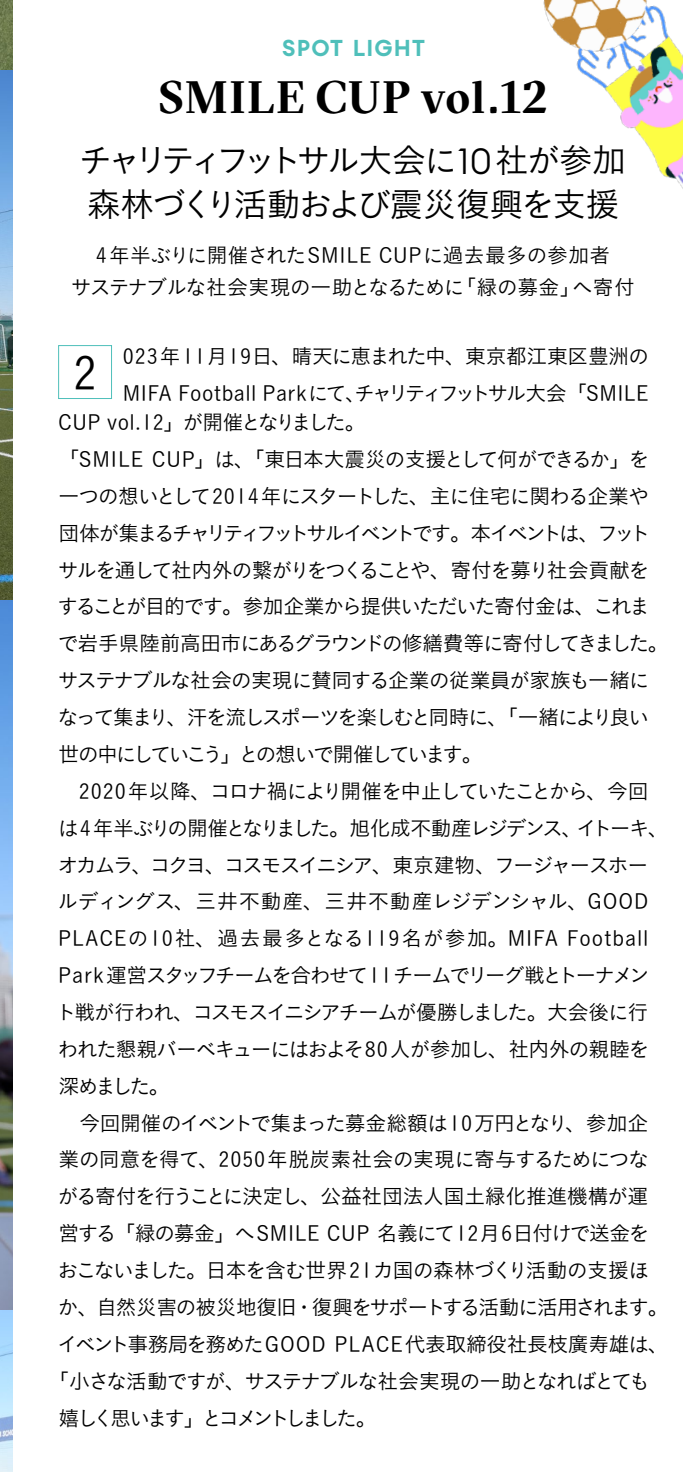
4年半ぶりに開催されたSMILE CUPに過去最多の参加者
サステナブルな社会実現の一助となるために「緑の募金」へ寄付

2023年11月19日、晴天に恵まれた中、東京都江東区豊洲のMIFA Football Parkにて、チャリティフットサル大会「SMILE CUP vol.12」が開催となりました。

「SMILE CUP」は、「東日本大震災の支援として何ができるか」を一つの想いとして2014年にスタートした、主に住宅に関わる企業や団体が集まるチャリティフットサルイベントです。本イベントは、フットサルを通して社内外の繋がりをつくることや、寄付を募り社会貢献をすることが目的です。参加企業から提供いただいた寄付金は、これまで岩手県陸前高田市にあるグラウンドの修繕費等に寄付してきました。サステナブルな社会の実現に賛同する企業の従業員が家族も一緒になって集まり、汗を流しスポーツを楽しむと同時に、「一緒により良い世の中にしていこう」との想いで開催しています。

2020年以降、コロナ禍により開催を中止していたことから、今回は4年半ぶりの開催となりました。旭化成不動産レジデンス、イトーキ、オカムラ、コクヨ、コスモスイニシア、東京建物、フージャースホールディングス、三井不動産、三井不動産レジデンシャル、GOOD PLACEの10社、過去最多となる119名が参加。MIFA Football Park運営スタッフチームを合わせて11チームでリーグ戦とトーナメント戦が行われ、コスモスイニシアチームが優勝しました。大会後に行われた懇親バーベキューにはおよそ80人が参加し、社内外の親睦を深めました。

今回開催のイベントで集まった募金総額は10万円となり、参加企業の同意を得て、2050年脱炭素社会の実現に寄与するためにつながる寄付を行うことに決定し、公益社団法人国土緑化推進機構が運営する「緑の募金」へSMILE CUP 名義にて12月6日付けで送金をおこないました。日本を含む世界21カ国の森林づくり活動の支援ほか、自然災害の被災地復旧・復興をサポートする活動に活用されます。イベント事務局を務めたGOOD PLACE代表取締役社長枝廣寿雄は、「小さな活動ですが、サステナブルな社会実現の一助となればとても嬉しく思います」とコメントしました。



STUDY TOUR 01: IKEA 港北様

世界の家具のバリューチェーンから
CO2排出をゼロにする取り組み

1943年に当時17歳だったイングヴァル・カンブラード氏がスウェーデンの小さな村で創業し、80周年を迎えた2023年7月時点で世界62の国と地域で462のタッチポイントを展開（日本では日本法人のイケア・ジャパンが13店舗を運営）しているイケア。同社は、ビジネスとバリューチェーンを変革して、温室効果ガスの削減（吸収）量が、排出される量より上回る「クライメートポジティブ」なビジネスを実践することを目標に掲げ、サステナビリティへの取り組みを強化しています。2030年までに「商品の原材料を再生可能素材またはリサイクル素材にする」「サプライヤーを含む全オペレーションにおいて再生可能電力100%を目指す」など、具体的な目標を設定しています。GOOD PLACEサステナビリティ推進室は「IKEA 港北」にご招待いただき、ストアでの取り組みを見学しました。

まず目を引いたのは、店内のあちこちに掲げられている緑色のサインボード。原材料となる木材の森林保護、CO2削減、サーキュラー（循環型）社会への転換、よりサステナブルな暮らしのアイデアなど、さまざまな取り組みや提案が書かれています。お客様へのメッセージであると同時に、自社のアクションとビジョンを従業員に浸透させる教育の側面もあることに感心しました。

また脱炭素への取り組みとして、商品パッケージの隙間削減、廃棄する梱包材を圧縮する機械の導入により、輸送回数を減らしてCO2の削減に繋げる等の取り組み、回収した製品を再梱包し、アウトレットで再販売して可能な限り廃棄を出さないようにしていることなどを教わりました。

レストランでは、従来のミートボールを、環境負荷がより少ないプラントベースのプラントボールに置き換えることで、CO2削減に取り組んでいることも教わりました。

世界最大の家具バリューチェーンを持つイケアの取り組みは、地球に大きなインパクトを与えます。GOOD PLACEが取り組めることは何かを考える多くのヒントをいただきました。



STUDY TOUR 02: 株式会社セールスフォース・ジャパン様

“ネットゼロ”のSalesforceが
創業以来続ける1-1-1モデルとは

全世界10万社以上が導入するCRM（顧客関係管理）クラウドシステムを提供する米国Salesforce。マーク・ベニオフ会長兼CEOがリードするサステナビリティへの取り組みは世界が注目しています。2021年にバリューチェーン全体で温室効果ガス排出量を実質ゼロ化するネットゼロを達成し、事業活動において100%再生可能エネルギー化を実現したことを発表した同社。さらに、世界の大企業のネットゼロの推進、1兆本の樹木の保全、育成や、海洋保全による200ギガトンの炭素の吸収、革新的な気候ソリューションを開発するエコプレナー（環境起業家）革命の推進に取り組んでいます。GOOD PLACEサステナビリティ推進室は、日本法人株式会社セールスフォース・ジャパン本社を見学しました。

まず、サステナビリティの思想がオフィスの設計に生きていることに驚きました。米国の建物環境性能評価指標であるLEEDのゴールド認証を取得している日本生命丸の内ガーデンタワーに2022年に移転した同社。ゲストフロアは枯山水を意識した、池や植栽を配したデザインで、漁網をアップサイクルしたサステナブルなカーペットなどインテリアにも環境を考慮したオフィス空間です。

そこで私たちは、ビジネスと社会貢献活動を統合させた「1-1-1」モデルについてレクチャーを受けました。これはSalesforceが創業当時から行っている、就業時間の1%で社会貢献活動をし、株式の1%を地域コミュニティや教育のために使い、自社製品の1%をNPOや教育機関などに無償で提供するという取り組みです。1999年の創業以来累計で、780万時間、6.14億ドルを社会に還元し、5万団体にテクノロジーを提供してきたそうです。同社の従業員はこの著名な社会貢献モデルを理解して入社しており、サステナビリティの意識は非常に高いと思われます。Salesforceのような具体的な目標数値による社会貢献活動は簡単にできることはありませんが、当社も参考にさせていただきたいと考えました。

Salesforceのサステナビリティ salesforce.com/jp/company/sustainability/
Salesforceの社会貢献 salesforce.com/jp/company/philanthropy/overview/

SPOT LIGHT

CSV VISION

GOOD PLACE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-

GOOD PLACE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GOOD PLACE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

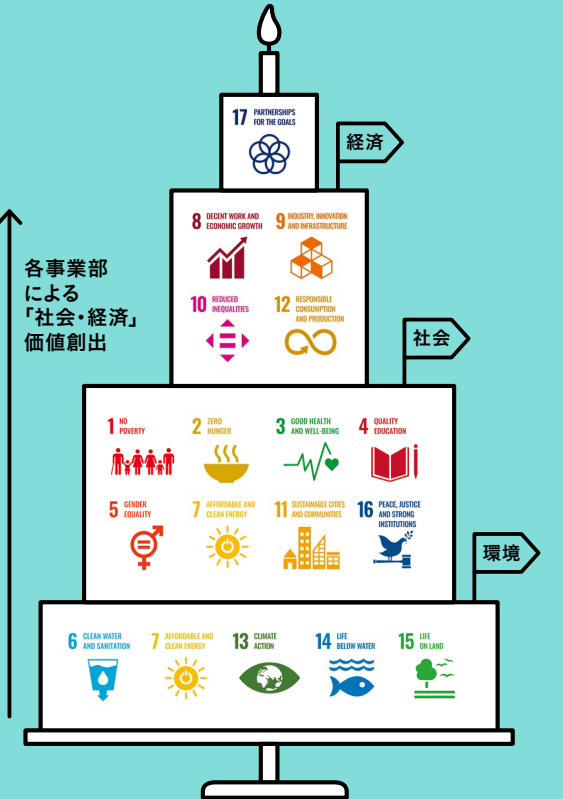
サステナビリティ推進室は、当社が行う事業のバリューチェーンにおける、環境を中心とした社会課題に向き合いたいと思う。結果として、GOOD PLACEがサステナブルな先進企業として評価されることを目指したい。



サステナビリティ
推進室
「環境」系
取組

GOOD PLACE SDGsモデル

GOOD PLACE「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	重点テーマ 目標100%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	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			

GOOD PLACE
代表取締役社長
枝廣 寿雄

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）出向、その後転籍。事業企画・財務・資本施策等の責任者を務め2017年6月コスモスマ代表取締役役に就任。コスモスマでは、大規模高難易度案件の取組増加、自社宿泊事業KYOTOLOGYのスタート、従業員数と収益の拡大、プランディングによる社名変更と組織改革の実現等、主に管理部門を管掌し実現。2024年1月社名変更により、株式会社GOOD PLACE代表取締役社長に就任。



ホテルプロデューサー
水星 代表取締役 CEO
龍崎 翔子

りゅうざき・しょうこ ©1996年生まれ。2015年に株式会社水星（旧社名：L&G GLOBAL BUSINESS, Inc.）を設立。2016年に「HOTEL SHE, KYOTO」、2017年に「HOTEL SHE, OSAKA」、2021年にスモールラグジュアリーホテル「香林居」、2022年に産後ケアリゾート「HOTEL CAFUNE」を開業。その他、ホテルプロデュース事業、宿泊業の自社予約エンジン「CHILLNN」の開発・運営も行う。著書に『クリエイティブジャンプ 世界を3ミリ面白くする仕事術』。

旅の目的地になるために
感性をシャープに研ぎ澄まし
ホテルを特別な“体験空間”にする

ホテルは1日の最後にたどり着く場所。だから旅の目的地にしたい――。8歳で感じた想いを、次々と形にしてきた龍崎さん。社員の多くが20代という若さ“水星”が作る、特別な宿泊体験とは何か。

嶺 竜＝文 小田駿＝写真

枝廣 水星さんは現在、宿泊体験を重視したソーシャルホテル、産後ケアホテルを経営され、また全国各地の自治体および企業に対するホテルプロデュース事業、宿泊業のD2Cをサポートする自社予約エンジン「CHILLNN」の開発・運営を行うなど、多様な事業を展開されています。龍崎さんはいつホテルに興味を持たれたのでしょうか。

龍崎 8歳の時、両親の仕事の都合でアメリカに住んでいて、帰国前の1ヶ月間、車でアメリカ大陸横断の旅をしました。楽しそうに聞こえますが移動ばかりで幼い私にはとてもしんどかった。とにかく早く車から降りたくて、1日の最後に着くホテルを楽しみにしていたのですが、いざ着い

たらどこに行っても同じような部屋ばかり。アメリカって土地によって風土も文化もすごく違うのに、ホテルはどこも一緒ですごくっかりしました。ただ、ラスベガスのホテルは違った。遊園地があったり、フラミンゴがいたり。そのギャップに驚いたのと同時に、旅の目的地になるようなホテルがもっとあっていいんじゃないかって思ったのが最初ですね。

枝廣 ホテル経営を勉強するために東京大学経済学部に進学されたと聞きました。1年生の19歳の時にお母様と一緒に起業して北海道の富良野でペンション経営を始められたそうですが、なぜそのタイミングで踏み切られたのですか。

龍崎 1つは、その頃日本にAirbnbが上陸し

てきたこと。それまでホテルってビルを建てなきゃいけないものと思っていたのに、部屋1つベッド1つあればホテルってできるんだって思えました。もう1つは、その頃バックパッカーズジャパンという会社が蔵前に倉庫を改造して作った「Nui.」というホステルがすごく話題になっていたのですが、彼らはフリーター4人が250万円ずつ出して資本金1000万円で会社を始めたという話を聞いて、それなら私にもできるじゃんって思ったんです。恐れ多いのですが。

枝廣 当初からソーシャルホテルというコンセプトがあったのですか。

龍崎 いいえ。当時はどういう宿泊体験を作ろうといった解像度が全くなくて、自分がただ可愛いと思うままにリノベーションをしてオープンして。すごく苦しんだんですよ。OTA（オンライン・トラベル・エージェント）で一生懸命売ろうとしても価格競争に巻き込まれてしまうし、お客様とのマッチングが難しく思わぬ低評価をもらったりして。そこで、自分たちがどういうホテルにしたいのか、感性をもっとシャープに研ぎ澄まし、土地の空気感を組み合わせて、特別な体験を作らないとお客様に選んでもらえないんだと気づいたんです。

枝廣 宿泊体験こそがホテルの付加価値になると。

それが「HOTEL SHE.」に結びついたわけですね。どのようなホテルか教えていただけますか。

龍崎 「HOTEL SHE, KYOTO」は京都の中心から離れていて烏丸通という大通りにあるので、格子窓に赤い和傘というような京都の雰囲気とは思いきり違う方向に振り切って、アメリカのロードサイドのモーテルのような雰囲気になりました。ロビーにはアイスクリームパーラーがあります。「HOTEL SHE, OSAKA」は弁天町という大阪港の港町にあるので、ニューヨークのペイエリアのブルックリンを意識して、アナログカルチャーを散りばめています。どちらにも、全ての部屋にレコードプレーヤーがあって、フロントでチェックインするときにレコードを選んで部屋に持って行って聴くことができます。

枝廣 異国のような非日常な体験をしながらも、その街の特徴を取り入れていることが驚きです。ホテル内で演劇イベントもされていて、公演日は全て予約で満室になると聞きました。

龍崎 2000年代にロンドンから始まった「イマーシブシアター（没入型演劇）」という手法を取り入れた『泊まれる演劇』をこれまでに600公演ほど開催しています。ホテル空間全体が舞台であり、脚本はオリジナル。観客はロビーや客室を自由に回遊しながら物語を目撃してい

ます。毎回そこでしか観られない特別な公演です。閑散期の集客をどうしようというところから始まったのですが、今はこれを目的に宿泊する方でチケットが毎回完売しています。

枝廣 まさに旅の目的地になっていますね。空間の活かし方という意味でもすごくヒントになります。産後ケアリゾートはどういう目的で始められたのですか。

龍崎 今、高齢出産が増えているので、両親が高齢で介護が必要だったり、諸々の事情があって里帰り出産が難しかったりする方が増えているんです。子供を産んだ後は満身創痍ですから、2時間おきにオムツを替えたりお風呂に入れたりとか本当に意識が飛ぶくらい大変です。母乳のあげ方がいいのかどうかわからないといった悩みもある。そこで、2週間から3週間ほど、頼れるプロのそばでゆっくり体と心を休めてほしいという思いで始めました。日本にはまだまだ数が限られているのですが、韓国では700ぐらいの産後ケア施設があり、2000億円の市場があり、中国や台湾でも増えています。一泊5万円程度しますので不安はありましたが、東急REIホテルさんの中にホテル in ホテルの形をとって開業することができたので、うまく立ち上げられました。

枝廣 サステナブルの観点からも優れていると

思います。出産は前々から分かることですから、予約販売によって部屋数を調整すれば経営を安定させられるし、東急REIホテルさんも一棟まるごと見た時に、稼働率が高い状態を維持しやすい。お互いに事業の継続性を高められますね。

ところで、当社は「SOCO HAUS」で水星さんと一緒にお仕事させていただいて、御社の人材はとてもクリエイティビティが高く、ケミストリーみたいなものがすごくいい形で働いている会社だと感じました。龍崎さんの人材観を教えてくださいませんか。

龍崎 水星は、支配人やスタッフが自分の持っているカルチャーを還元できるキャンパスみたいな場所なんです。音楽もできるし演劇も映画もできるし、アートもデザインもできる。クリエイティブを自分で作れちゃうから、才能に秀でた人が、ホテルスタッフを経て次はプロデュース事業をしたいとか、キャリアパスも考えてうちに来てくれる。一方で、私たちは水星で働く人たちが継続的に面白い企画を生み出していける余白部分を作るということが、実は大切だと思っています。当社の採用はパイプスが合っているかをすごく大事にしている、この採用の仕方が、今の私たちにとって一番バランスが取れる均衡点だと考えています。❶

SOCO HAUS KORAKUEN

上質なモノと空間を共用する 身軽でゆたかな都心の暮らし方

都心の社員寮をリノベーションしてオープンした
賃貸住宅でもシェアハウスでもない、住まいの選択肢とは

嶺 竜一＝文 Kudo Original Photo, 小田駿一＝写真

2024年3月、山手線のほぼ中心に位置する東京都文京区、小石川後楽園からほど近い場所に、1998年に建築された三井不動産の社員寮をリノベーションした一人暮らしの女性に向けた賃貸レジデンス「SOCO HAUS KORAKUEN」がオープンした。

事業主体は三井不動産レジデンシャル。クリエイティブディレクションを水星、基本設計・実施設計・施工はGOODPLACE、デザイン監修をひととまりが担当した。

賃貸住宅とホテルの良い部分を組み合わせたような新しい都市型住宅のスタイル。居室は15.90～18.00㎡の広さで、トイレ、洗面台、シャワールーム、クローゼットが併設されている。一方、共用部には上質なソファと観葉植物を配置したラウンジ、厳選された良書が書棚に並ぶライブラリ、調理器具が備えられた4組同時に使えるキッチンスタジオ、100インチスクリーンのシアタールーム、トレーニングルームが完備。また、ドラム型洗濯乾燥機が並ぶランドリー、ウォーターサーバーも設置されている。セルフレジ式の冷凍・冷蔵食品販売や美容家電のレンタル(有償)もあって利便性が高い。

66
上質なものと
空間をシェアする
ミニマルな暮らし

99

SOCO HAUSは三井不動産グループの事業提案制度「MAGIC」からスタートした。事業創造部事業室主事の藤原圭佑氏が2019年に提案し、2020年に審査を通過。通過後、事業計画をブラッシュアップさせ、2024年3月に開業した。SOCO HAUS事業の開発の背景について、藤原氏はこう語る。

「近年、都市部の家賃は上昇を続けており、とくに一人暮らしの若年層にとって、都会でゆたかな暮らしをおくることのハードルが高くなっています。その結果、郊外から長い時間をかけて都心へ通う、小さな部屋に実用的な家具・家電を詰め込んで暮らすなど、理想の生活を諦めざるを得ない現状がありました。友人や同僚と話をしても、住まいに関する課題はすごく多いんです。」

一口コンロのキッチンが使いにくくて料理をしなくなった、ワンルームマンションにはドラム式洗濯機が置けない、小さな浴槽にはお湯をためて入る気にならない、といった声を多く聞いた。

「不便な設備を狭いスペースの中に無理やり入れるくらいなら、それらを思い切って部屋の外に配置して、部屋の中では自分の好きなものに囲まれて過ごした方がいいのではないか。そして共用部には上質な空間や高機能でこだわりのある家具・家電を揃えて使いたいときにシェアして使えた方が、生活が豊かになるのではないかと思ったんです」(藤原氏)。

そんな藤原氏発案のプロジェクトに、心強い賛同者ができた。2021年に藤原氏が声がけをし、SOCO HAUSのクリエイティブディレクションを担当することとなった株式会社水星代表でホテルプロデューサーの龍崎翔子氏は話す。

「私は今京都に住んでいますが、都心で一人暮らしもしましたし、永住するつもりではない暮らしをすることが多かったんです。そういう人は多いと思う。仕事の都合もそうだし、次は恋人と一緒に住むとか、いったん実家に帰るとか、そういう時に、この冷蔵庫と洗濯機とベッドどうするの?みたいなことになる。その度に誰かにあげたり廃品回収に出すのってもったいないしサステナブルじゃないから、自分1人のためにいい家具とか家電ってなかなか買えないんですよ。でも乾燥機付きのドラム式洗濯機を使えた方が絶対にいいし、クッキー焼きたいと思った時にオープン付きのレンジがあったら生活が豊かになりますよね。そんな実感があったので、シェアリングから生活を豊かにしていくという藤原さんの考えにすごく共感できたんです」

1人時間も、ゆたかな生活も

「SOCO HAUS KORAKUEN」は東京、銀座、永田町、池袋、新宿など都心のオフィス街にアクセスがよく、上質な空間と設備に囲まれてゆたかな生活ができる。

シェアサイクルもあり、自転車を所有する必要もない。近隣には東京ドームシティ、小石川植物園、皇居もあり、サイクリング気分て神楽坂や上野、大手町にもすぐにいける。



1. 設計者のGOOD PLACE笹尾大貴が制作したオブジェ。 2. 三井不動産レジデンシャル事業創造部事業室主事の藤原圭佑氏。 3. トレーニングルーム。 4. 100インチのスクリーンで映画鑑賞できるシアタールーム。 5. 良書がセレクトされたライブラリー。 6. 部屋にはトイレ、収納、シャワーブース、洗面が備えられている。

「普段地下鉄で移動していると全く別の場所だと思っている街に、自転車です少し走るとふらりとたどり着いたりするの、都心に住む楽しさだと思います」(藤原氏)。

自分が使うものは基本的に自分で所有したいという人は賃貸住宅がいい。コミュニティが好きで共同生活を送りたいという人はシェアハウスが向いているだろう。そのどちらでもない人に、新しい選択肢を提供したいと2人は考えた。

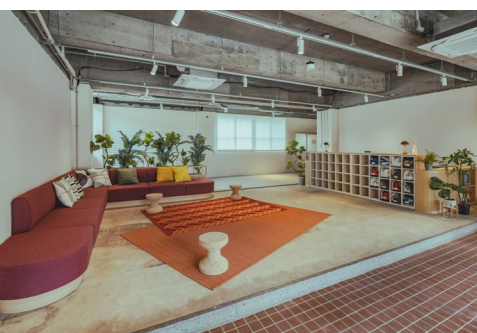
「最終的に自分が本当に入居したいと思う住まいを目指しました。私はみんなで楽しく共同生活をしたいというわけではないですよ。1人時間も充実させたいし、豊かな生活もしたい。ホテルでの滞在を1年、2年と引き伸ばしていったような暮らしをコーディネートしたい。そんな思いでSOCO HAUSを作り込んでいきました」と龍崎氏はいう。

エントランスから2階のラウンジに向かって開放的な吹き抜けがあり、コンクリートの打ちっぱなし、無垢の木材、上質なファブリック、タイル、オールステンレスのキッチンなど、素材を活かし、SRC建築を美しく蘇らせるリノベーションを実現している。ラウンジのソファ、ヴィンテージのチェア、ファイヤープレイス、ライブラリー、のレイアウトについて、設計を担当したGOOD PLACEの笹尾大貴は「共用部はあえてプライベートを保つ距離感、1人時間を静かに過ごせる上質で洗練された空間作りにこだわりました」と話す。

「SOCOは、Small Options City Oasisの頭文字。住まいが提供する「Small Options (些細な機能)」の組み合わせによって、「City Oasis (都会のゆたかさ)」を実現するという想いを表現しています。ドイツ語で家という意味のHAUSを組み合わせた理由は、1990年代初期にドイツにあった美術学校で、「Form follows function (形式は機能に従う)」という理念のもと、無駄を削ぎ、機能性を取り入れたモダンデザインの礎を築いた「BAUHAUS (バウハウス)」の思想に私自身が影響を受けたこともあります」と藤原氏。

洗練された空間の中で、良質の家具と家電を使い、自分の所有物を減らし、身軽に過ごす。そんなライフスタイルがあることで、都会の暮らしがサステナブルなものになっていく。SOCO HAUSが今後、都会の住まいのひとつのスタンダードになっていく可能性は高そうだ。③





Case 01 ↑

ETOWA KISARAZU | Client 株式会社コスモスイニシア

地域の人と宿泊者が交流する
廃校を活用したグランピング施設をオープン

2022年12月、コスモスイニシアは、千葉県木更津市の学校施設（旧木更津市立富岡小学校）の一部をコンバージョンしたアウトドアリゾート施設「ETOWA KISARAZU」を開業しました。木更津東ICから車で5分。都心から東京湾アクアラインを通して車・バスで45分と好アクセス。GOOD PLACEは設計・施工を担当しました。

客室棟として校庭に建設した21棟15区画のログ小屋には、BESSのログ小屋「IMAGO」シリーズを採用。無垢材をぜいたくに使った、シンプルで「気持ちのいい」客室です。各客室の前にプライベートな庭を備え、アウトドアな非日常を感じながら、仲間や家族で安心して楽しんでいただける空間に仕上げました。

また校庭に、「全ての人が楽しめる植物の楽園」をコンセプトに店舗を展開するthe Farm UNIVERSAL協力の下、オリジナルのBBQピットを設置。大迫力のBBQで豪快に肉を焼き上げるディナーを楽しめます。

共用棟として校舎の1階部分を活用。富岡小学校で先生や生徒たちの交流のハブとなっていた職員室には、宿泊者以外の方も利用できるカフェ「会と話 by THE COFFEE」をオープン。宿泊者と地域のみなさまとの交流の場として活用することで、「会と話」の創出を目指しています。また、元保健室をマーケットスペースにするなど、学校当時とは全く違う空間にコンバージョン。そこに集うことで懐かしい会話や、新しい発見が生まれるようなきっかけ作りにもこだわった空間を創出しました。

ここに訪れるゲストの会話が盛り上がり、思わずはしゃいでしまいたくなるような仕掛けを施設内に多数用意しました。100種類以上の選択肢の中から思い思いの飲み物を選んだり、驚くような迫力のある食事をみんなで体験したりすることで宿泊体験がより思い出深いものになることを目指しています。

W O R K S

Case 02 →

TMES 芝浦本社移転プロジェクト
Client TMES株式会社

東京湾の借景と人の動きを交え
順風が吹き渡るようなオフィスを構築

設備総合管理事業を展開するTMES株式会社様の本社移転PJをGOOD PLACEが担当いたしました。コンセプトは“順風”―吹き渡る―。働く方々の「能動的な行動」「帰属意識向上」「会話環境の充実」を3つのポイントとし、働き方のバリエーションを増やすレイアウトやフリーアドレスの導入、要所に会話できる空間作りなど、ABWの働き方への転換を目指しました。できるだけ目線を遮らないL字レイアウトを採用し、エントランスから奥にレインボーブリッジが見渡せるように設計。外の風景と人の動きを交えたことで心地よい風が吹き渡るような情景を作りました。また自然との調和を目指し、珪藻土や植栽で出来るだけ有機物を混ぜ、リラックスできる状態を生み出しました。音のレイヤーを気にしながら構築を進めたり、サイン計画でユニバーサルデザインを採用したりと細かい部分でも気を使っています。



← Case 03

リクルート岡山拠点
Client 株式会社リクルート

デニムの端材をアップサイクルし壁に使用
働く人が地域への愛着を持てる空間へ

個人・チームが、“多様な選択肢”の中から自律的に最適なワークプレイスを選択することで、より柔軟にクリエイティビティ高く働くことを目指しているリクルート様。集まるための場であり、リアルなコミュニケーションを中心に置く場として、中国・四国地方の拠点である岡山支社のオフィスリノベーションの設計、PM、施工をGOOD PLACEが担当しました。従業員のみなさんが、オフィスから岡山らしさを感じることで愛着を持てる空間にするため、岡山の象徴として、国産ジーンズの発祥の地である倉敷市のデニムに着目しました。日本エムテクス株式会社が販売する「NURU DENIM」は、デニム工場から排出されるデニムの端材を粉砕し、左官材へとアップサイクルしたもの。この左官材を柱に用い、リベット（デニムについているボタン）を表現した照明とともに、象徴的なデザインを表現しました。内装の設計をお客様へ提案する際、どういった素材で表現できるのか、それがどのように環境に配慮できているかという見た目の意匠だけではなく提案を行っています。





WWW.GOODPLACE.CO.JP

COPYRIGHT © GOOD PLACE CO., LTD.
ALL RIGHTS RESERVED.