



Microsoft


JFMA FORUM 2009

一般-11

マイクロソフトにおけるFMの取り組み II

Microsoft Real Estate and Facilities

BUILDING INTELLIGENT SOLUTIONS



マイクロソフト株式会社  
コーポレートリアルエステートグループ  
プログラムマネージャー  
長坂 将光

**Enhanced Work Placeの実現**  
いつでもどこでもコミュニケーションが取れる環境へ

**Unified Communications**  
自社ビジネスでもある先端ITの活用

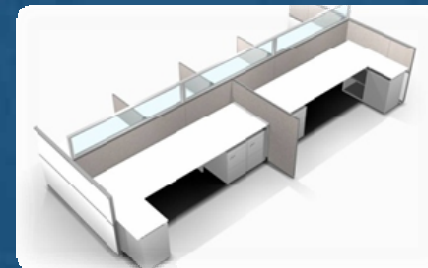
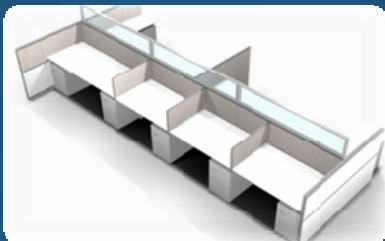
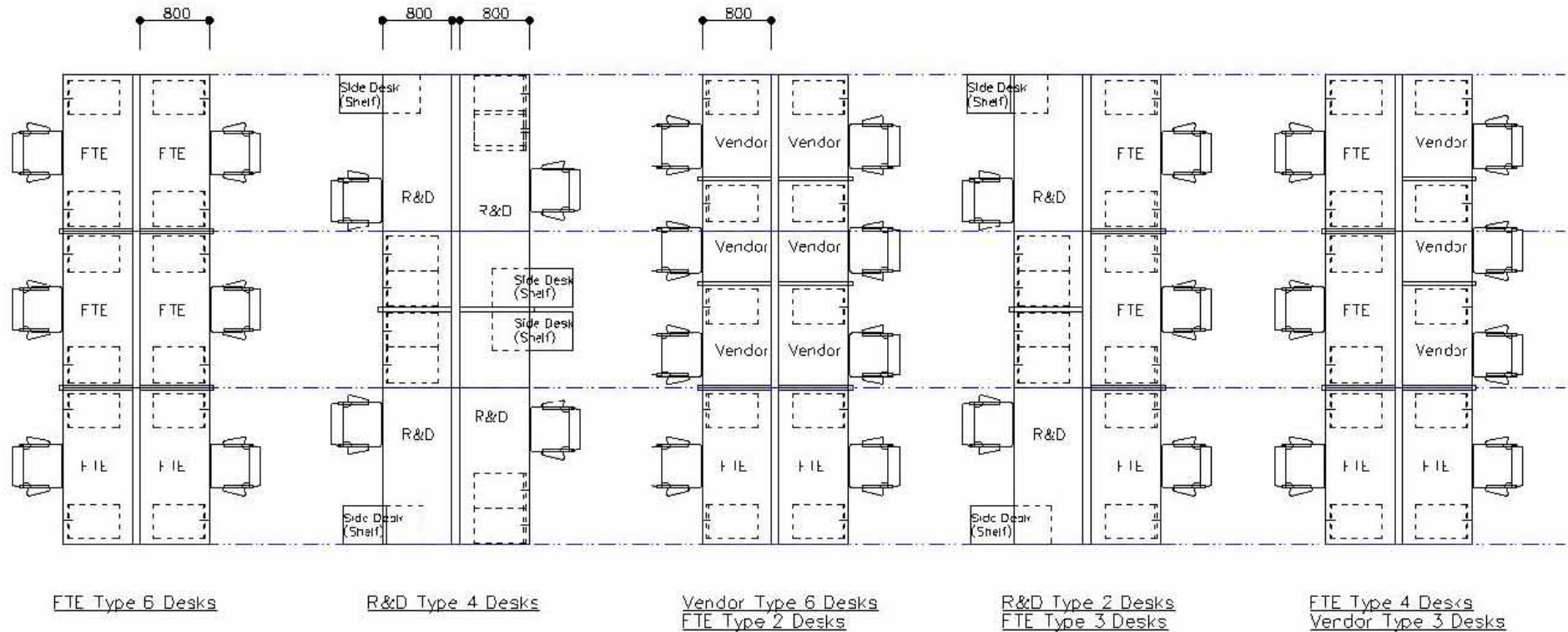
**環境負荷の低減**  
物を捨てない物の造り方

**スタンダードとダイバーシティの共存**  
ユニバーサルデザイン



# Microsoft -スタンダードとダイバーシティの共存-

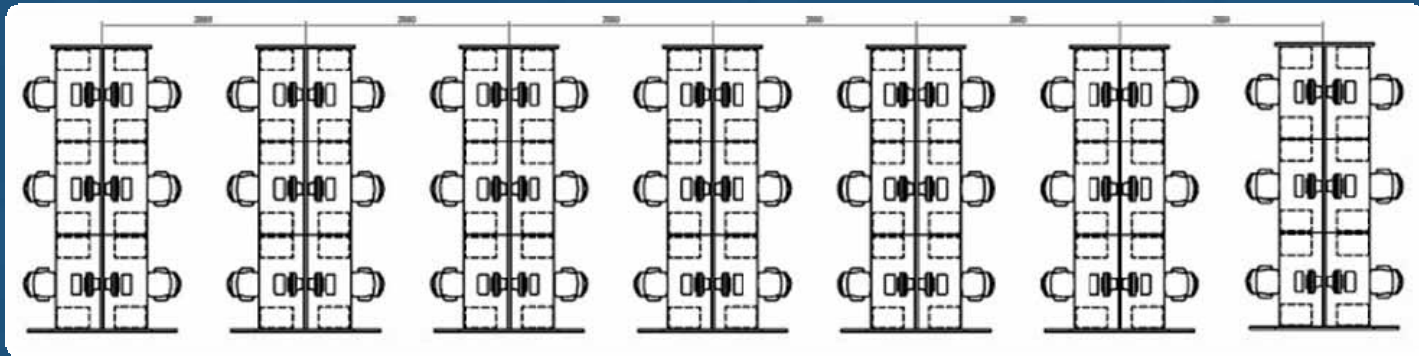
## Desk System



# Microsoft -スタンダードとダイバーシティの共存-

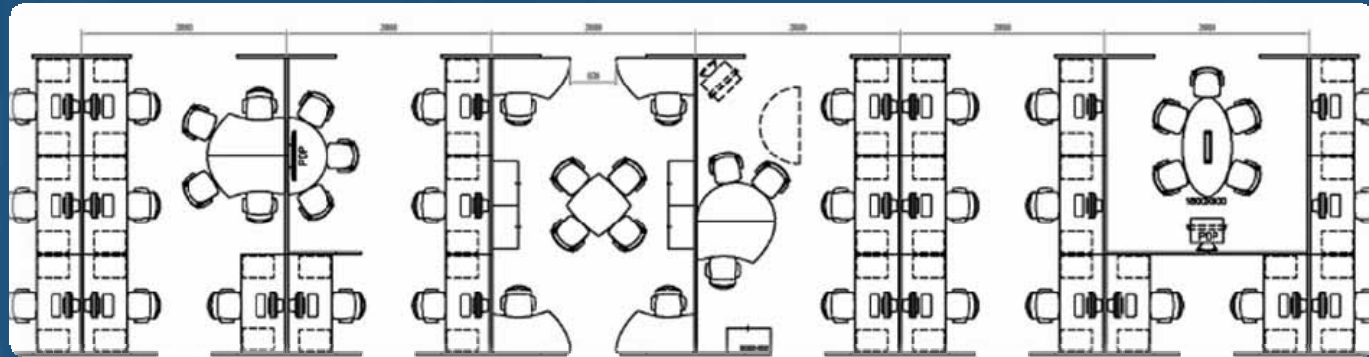
Type A

42WS 3.3m<sup>2</sup>/WS:



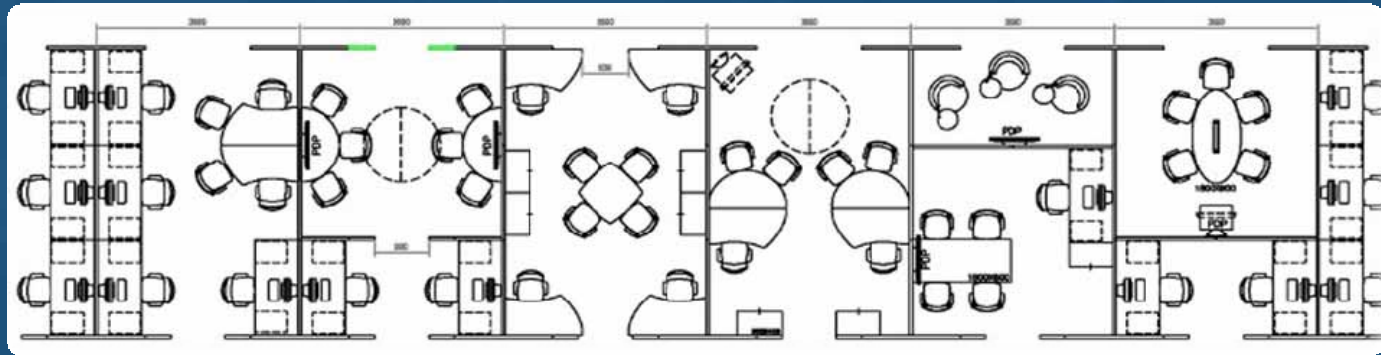
Type B

25WS 5.6m<sup>2</sup>/WS:



Type C

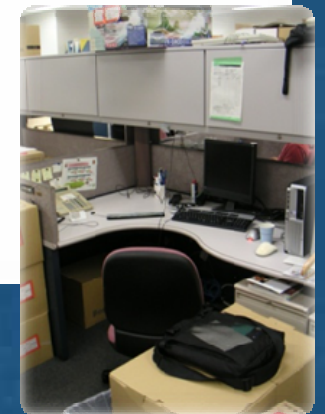
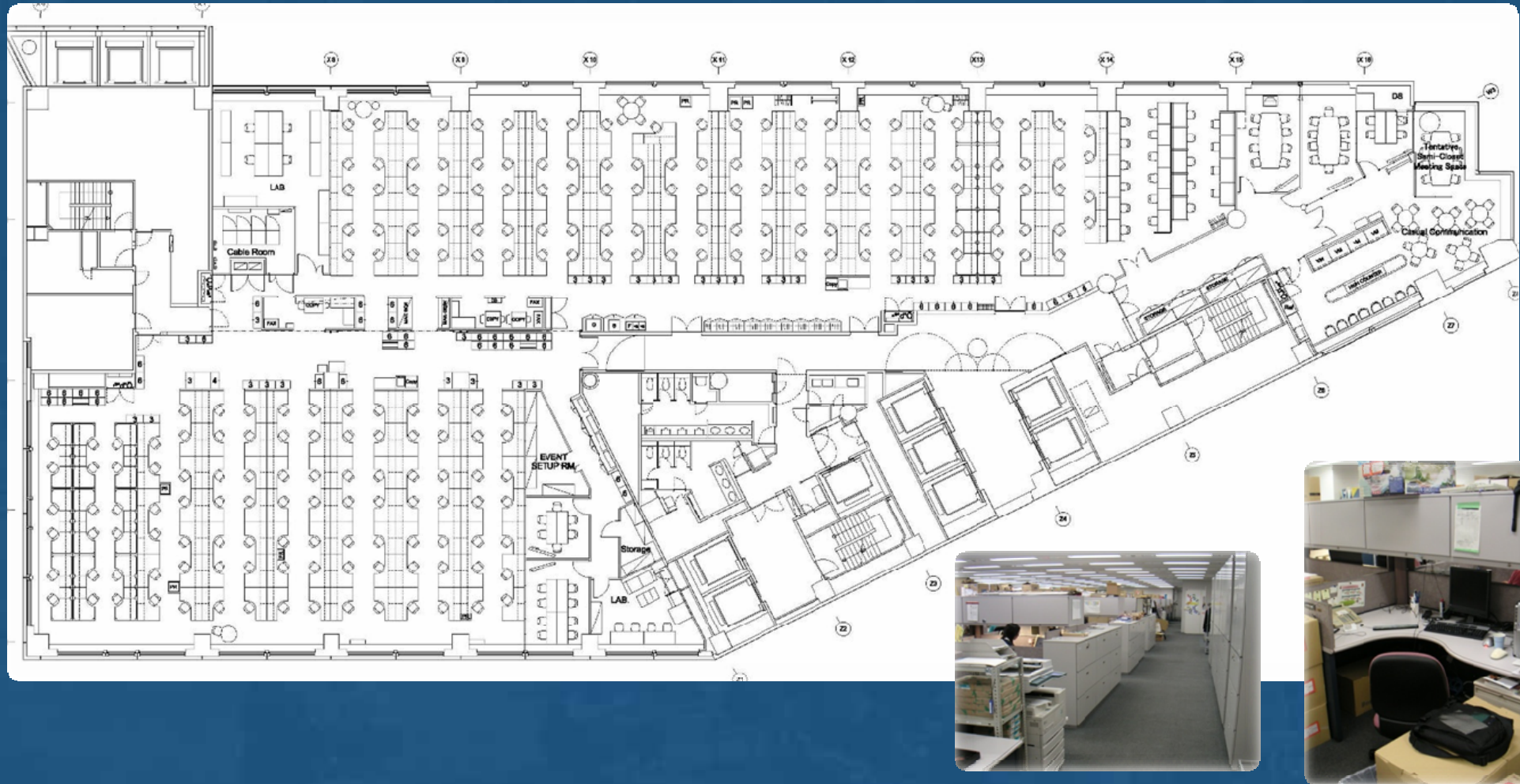
14WS 10m<sup>2</sup>/WS:



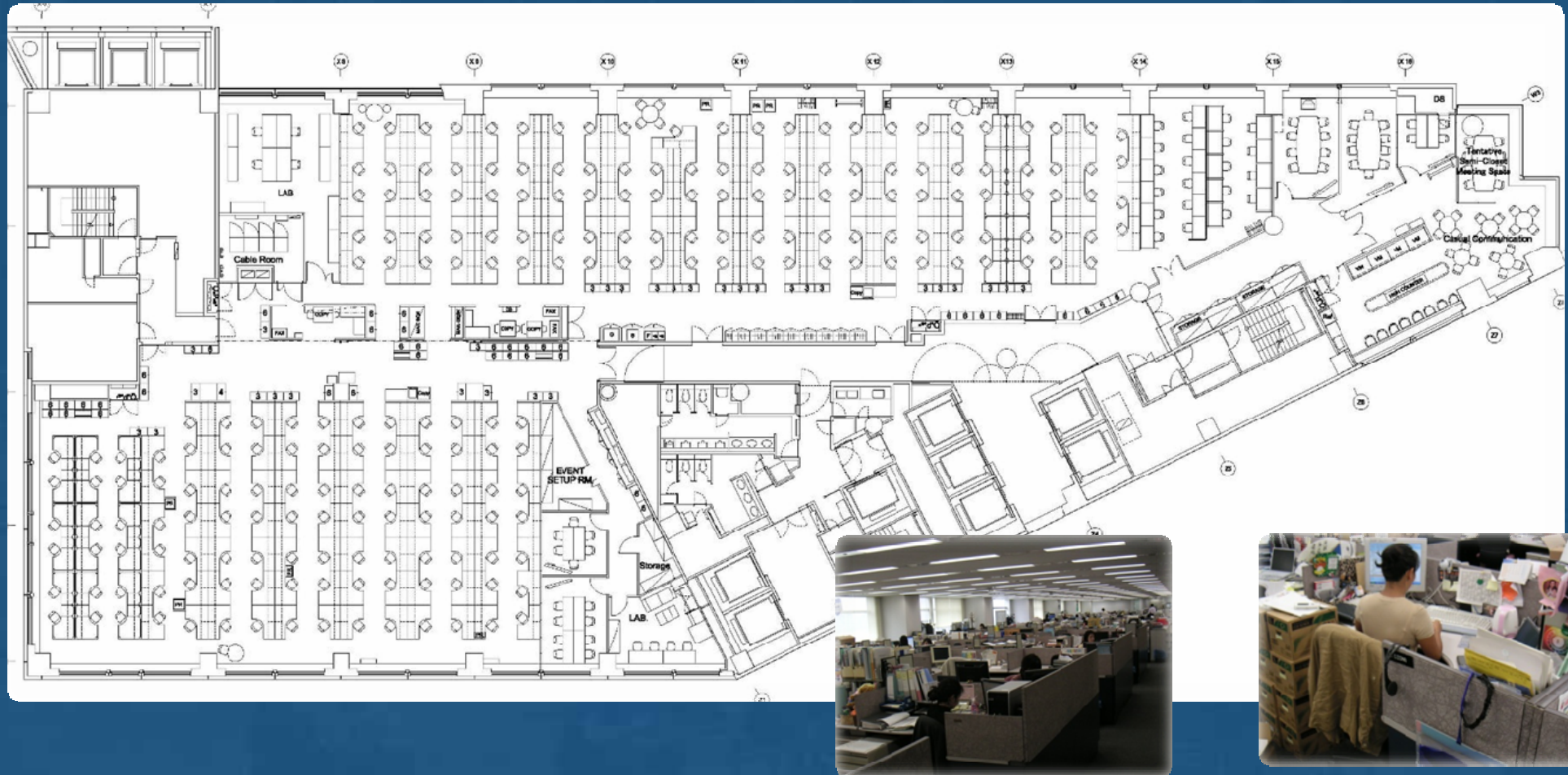


ビル・ゲイツのデスク (1984)

# Microsoft - Workplace 新宿本社 -



# Microsoft - Workplace 新宿本社 -

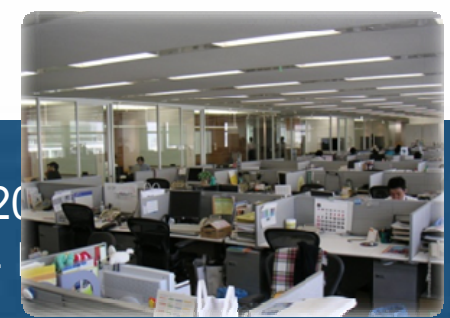


# Microsoft - Workplace 新宿本社 -



is based on the result of survey on Oct.12.2006. \* The number of New library shelf is not including.

- ・w1440mm 固定席
- ・個人ファイル量
- ・共有ファイル量 320
- ・1席当り 1.64





# Microsoft - Workplace 新宿本社 -



# Workplace Advantage...

より高度な生産性を発揮する環境を通じて、  
競争有利性を提供する。



# WPA: Global Principles

ワークプレイスデザインを当該組織のビジネス機能に合致させ生産性を向上する

オフィスワーカーはより多く、また多様で違うタイプのコラボレーションスペースを、フォーマルまたはインフォーマルに欲している

オフィスにおいては人間的要素がより注目すべきである、例えば自然光、色彩、材質、透過性、個人の要望に対する柔軟性

組織のアイデンティティやワークプレイス内でのコミュニティ的な面を積極的にサポートする

# WPA Considerations — Collaboration

- お互いに遭遇するチャンスを最大化する。
- 多種多様なコラボレーションエリアを設け、正規の会議、よりカジュアルなものまでサポートする。
- 家具も含めて、上記の多様性を具現化する設計をする。
- 「体験・実感」ゾーンとして位置付ける

# WPA Considerations — Workpoint

- ビジネスニーズに合致させる。
- グループ毎に別のスタイルになるかもしれない。
- 運営の中から、最適解を見つけ出す。
- スタンドアードの中に多様性を生かす。
- 管理手法を変えること、これが決め手！

# WPA Considerations — Human Factors

- 最大限“明るく” 自然光, 人工照明, 透過性のある材料, “vista(眺望)”
  - オフィスに自然光を取り戻そう
- 様々な色彩や材質をデザインに取り入れよう
- 人間工学に優れた家具を取り入れよう
- 地球環境に優しい解を
  - 天然素材優先
  - リサイクルを考慮した材料

# Microsoft's Workstyles



高い移動性 (mobility)

**M4 TRAVELER (旅行者)** - あちこちを飛び回り、様々な人々との交流にその精力を費やす。出張やビデオ会議も多い。職責は役員、幹部マネージャー、コンサルタント等。

**M3 ORCHESTRATOR (作編曲者)** - ビル内を飛び回るモバイルワーカー。与えられたプロジェクトの内容に応じて様々な社内組織と横断的に業務を行う。職責は主任エンジニア、製品責任者、マーケティング責任者、プロジェクトマネージャー等。

**M2 CONCENTRATOR (集中作業)** - 指示されなくても自発的に作業ができるワーカー。コード作成、コンテンツ作成、製品リサーチ業務などを行う。彼らは打ち合わせで飛び回るより、独立した作業環境を必要として、集中差超を行う。職責は開発者、デザイナー、テスター、研究者等。

**M1 PROVIDER (業務提供者)** - マイクロソフトにおいて最も固定デスクを必要とする社員で、チームをサポートする役割。派遣社員、総務業務、会計処理業務担当社員など。

低い移動性 (mobility)

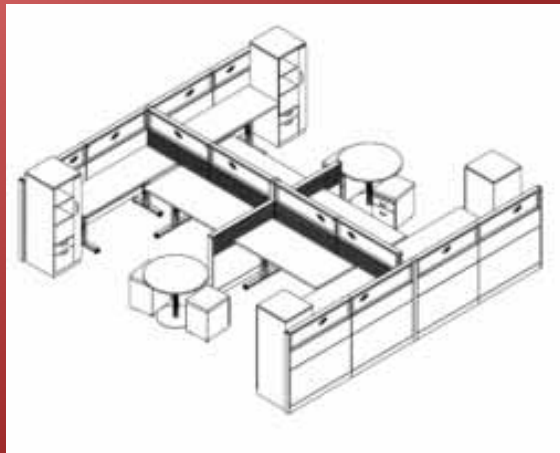
# Application Of WPA

個室感覚の部屋



or

オープンスペース



+

会議室



+

機能

## 機能選択



タッチダウンスペース



フォーンブース



フォーカスルーム



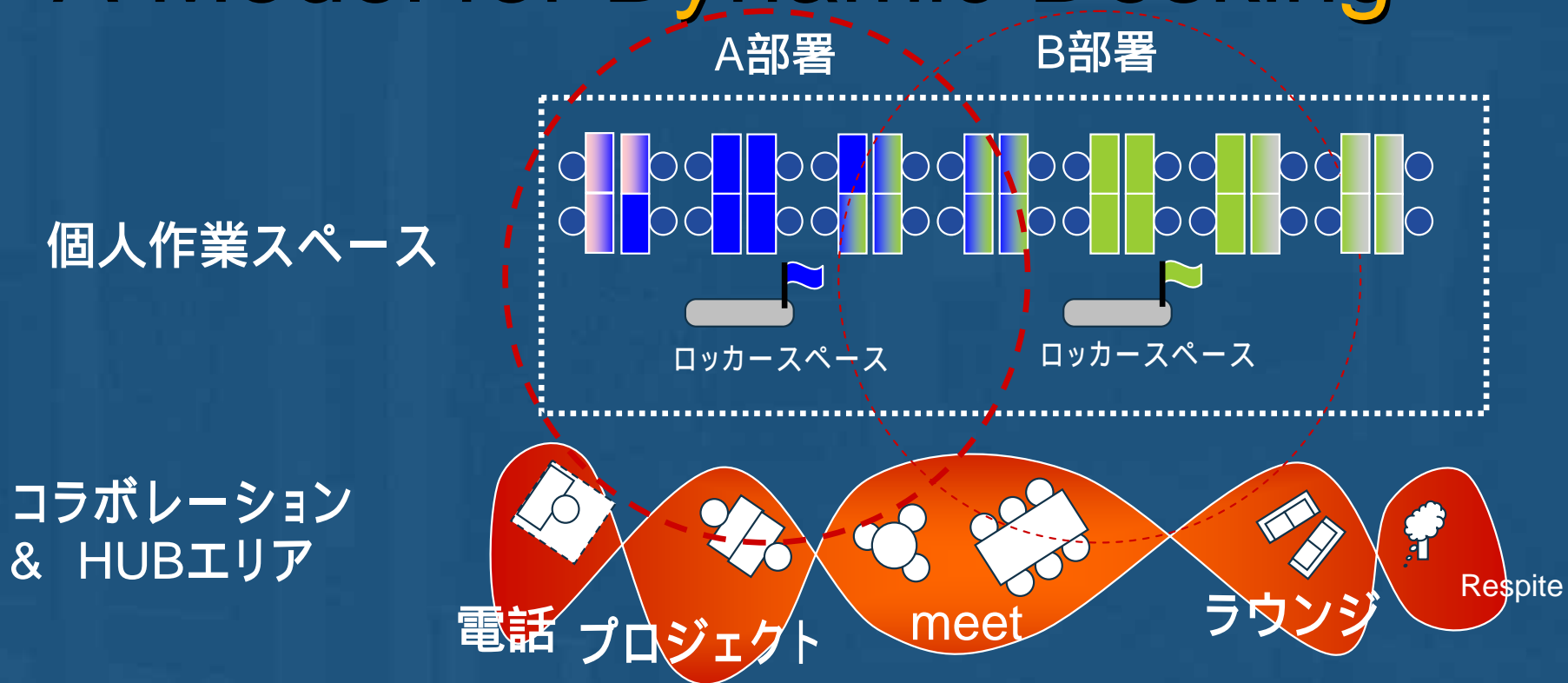
カフェスペース



ブレイクエリア



# A Model for Dynamic Desking



Roam zone (徘徊) – モバイル・ワーカーの‘home base’

Phone room – 予約不可の小部屋で必要に応じて個人作業に使用される

Hub – 業務エリアだが、個々の作業をサポートする柔軟な作業空間スペース

Lockers – モバイル・ワーカー(travellers and orchestrators)の収納場所

Respite (小休止) – 個人作業またはチーム作業のためのエリア、第2 local hub

Touchdown – 短時間の仕事のための一時的な作業場所 (email checking, etc.)

# クリエイティビティ



Technology(技術)

Talent(才能)

Tolerance(許容性)

現在の経済・社会がもめているのはクリエイティビティであり、  
都市が成長するのに必要な「3つのT」は  
技術 (technology) , 才能 (talent) , 寛容性 (tolerance) だと著者はいう。  
これらをもつ都市にクリエイティブ・クラス (新たな経済階級)  
の人々があつまって活性化する。

出典:『クリエイティブ資本論 新たな経済階級の台頭』  
リチャード・フロリダ

トロント大学ロットマン・スクール・オブ・マネジメント教授

一般 11

18

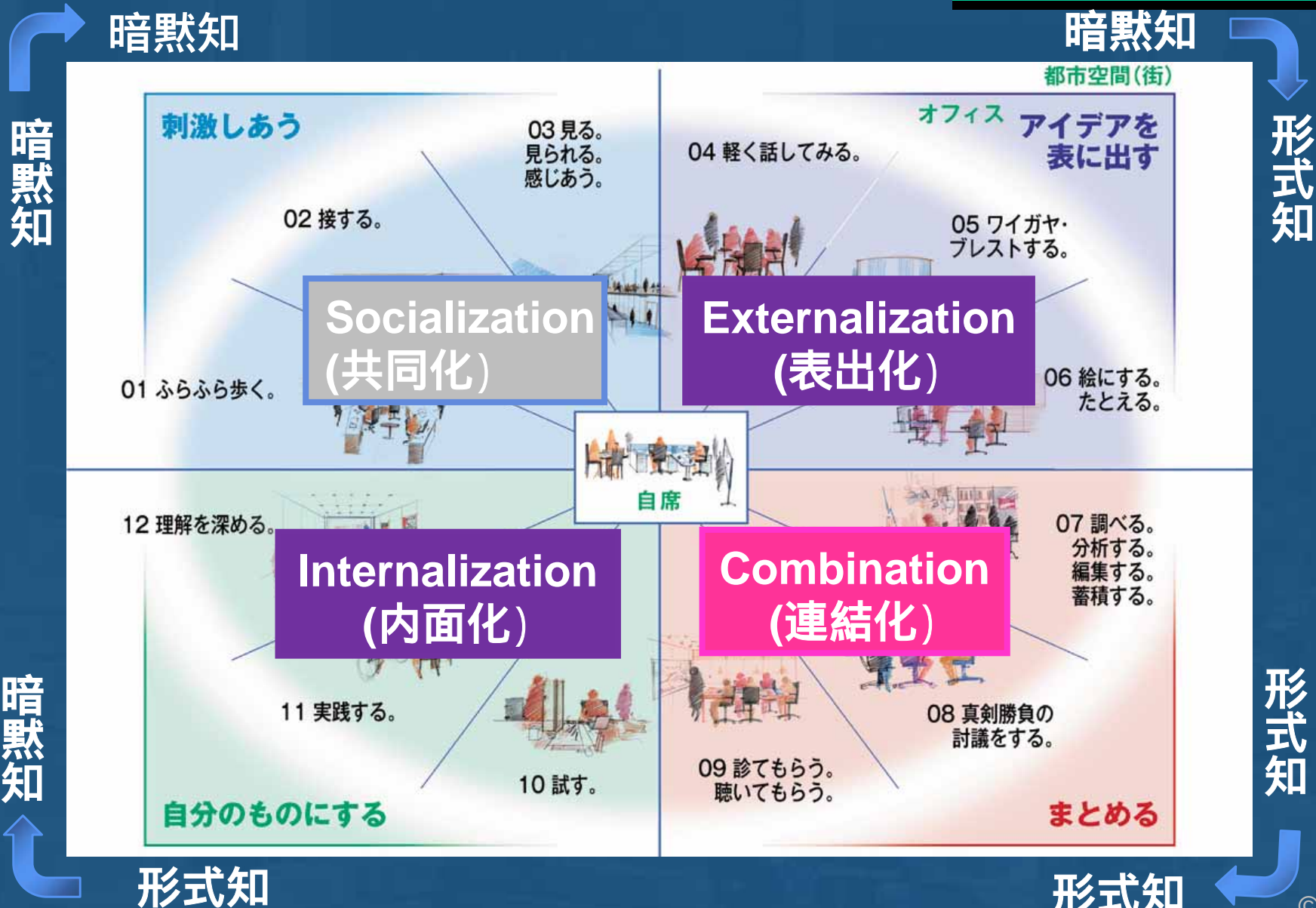
# クリエイティビティの条件

- 開放的なデザインとレイアウト
- 高い天井
- 外壁の周囲に回廊がある(だれもが景色を眺められる)
- 共用空間(デザイン・配置・内装がよい)
- 十分に「ブラブラできる」広さ
- 雑然としておらず、見えないように収納が配置されている
- 実験的な環境  
(高品質なデザイン、大胆な色遣い、むき出しの構造部材など)
- 間接照明
- 豊富なアート

出典:『クリエイティブ資本論 新たな経済階級の台頭』 リチャード・フロリダ

# クリエイティブ・オフィス・レポート1.0

12の知識創造行動



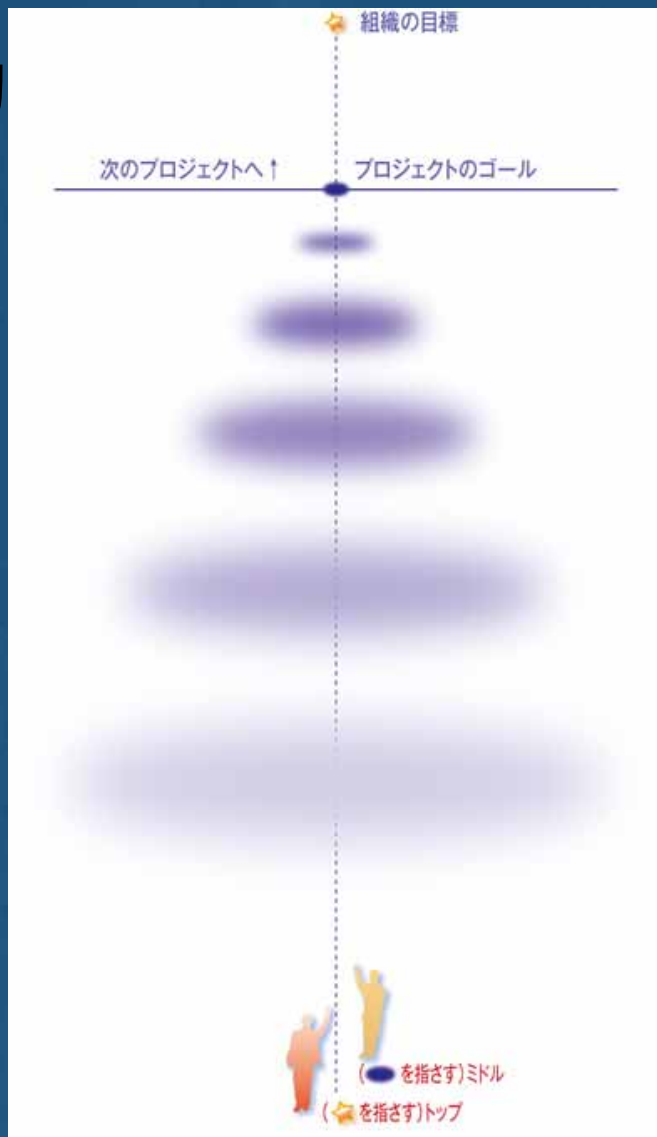
©2008 NOPA

# 組織的知識創造 クリエイティブ・オフィス・レポート2.0

12の知識創造行動と駆動力/加速装置

1.0を検証・深化させた。

駆動力



空間

+

ICTツール

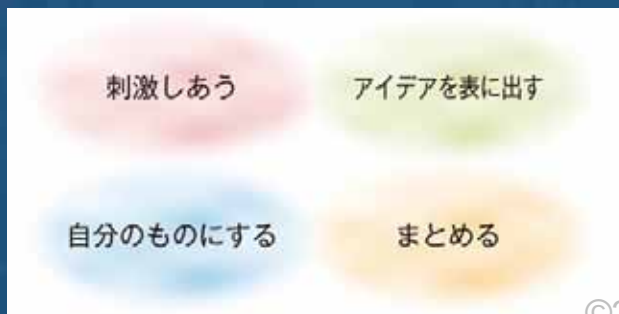
+

ワーカーへの  
はたらきかけ

加速装置



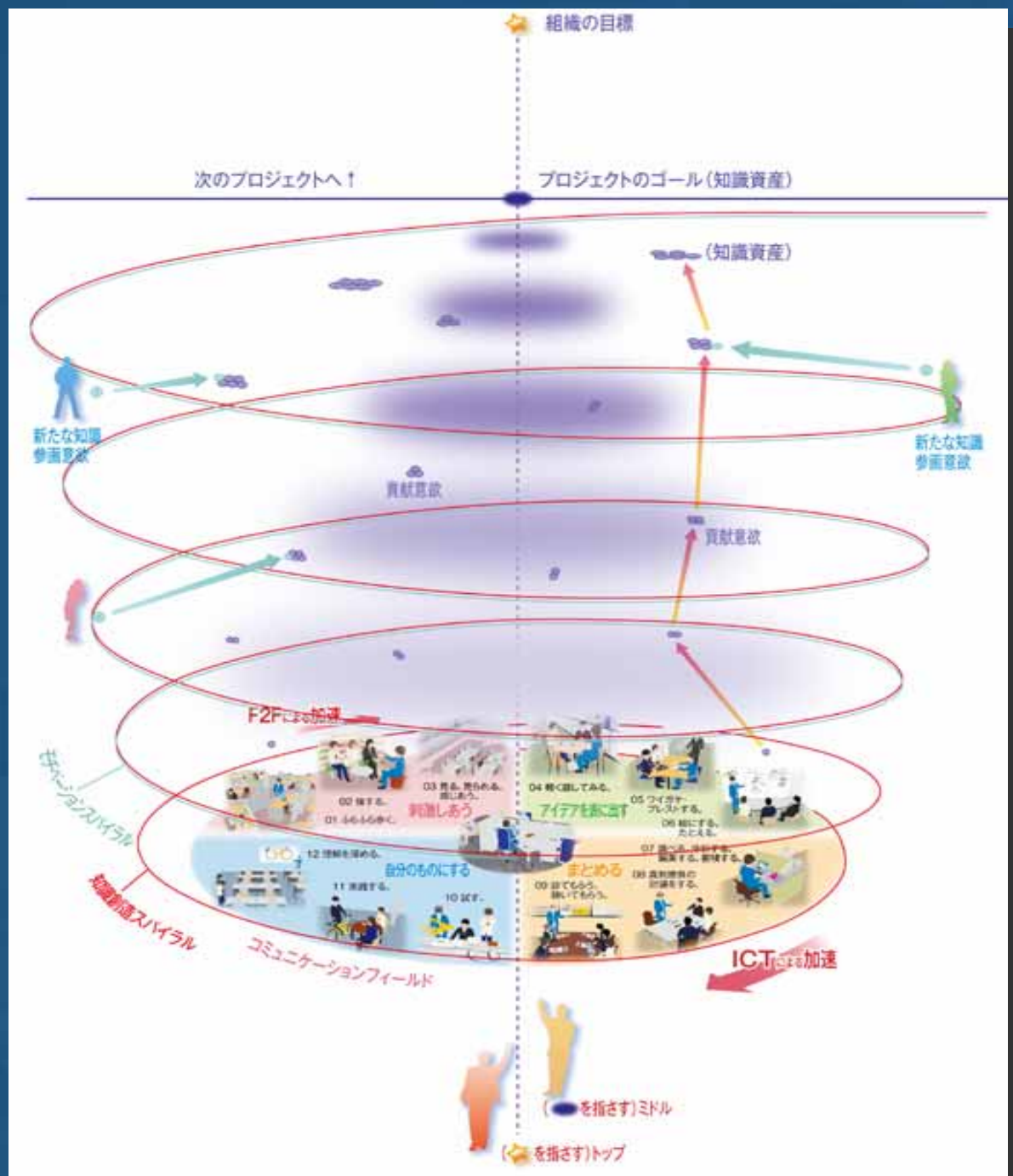
行動	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
ぶらぶら歩く	○											
探す		○										
見る、見られる、感じあう			○									
軽く試してみる				○								
ワイガヤ・プレスする					○							
結にする、たどる						○						
調べる、分析する、編集する、蓄積する							○					
真逆勝負の対談をする								○				
試してもらい、聞いてもらう									○			
試す										○		
実践する											○	
理解を深める												○



©2008 NOPA

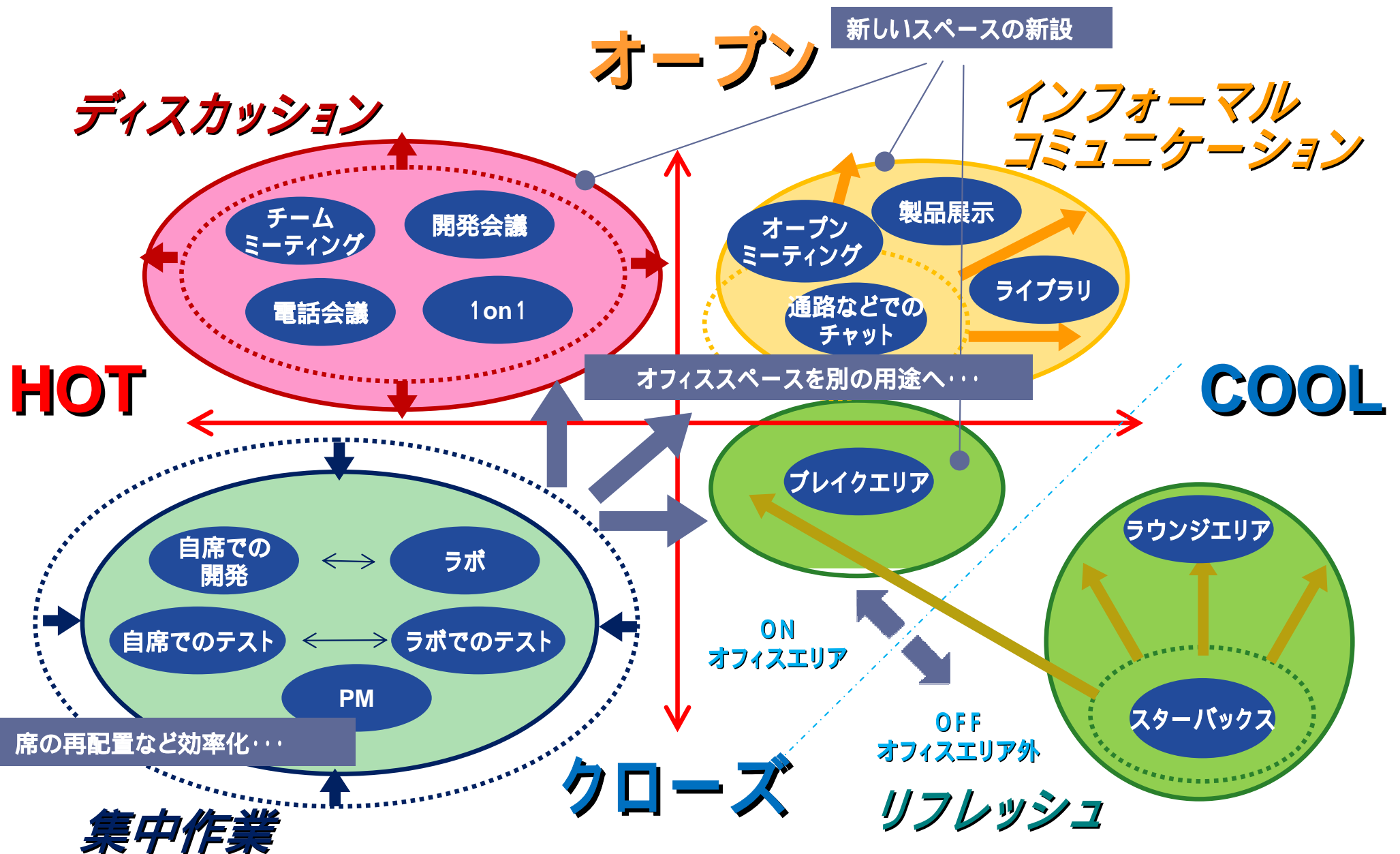


# トルネードモデル



©2008 NOPA

# CTC オフィスコンセプト



©2009 竹中工務店



*Decorative*

**Energy**

**Emotional**

**Humanity**

*Natural*

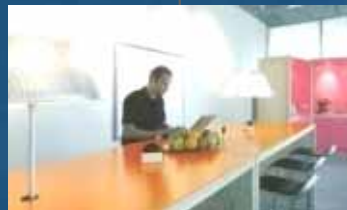
**Comfortable**

Target range

**Bright**

*Minimal*

*Artificial*



Refresh Area

Open Area

Conf. RM

Desk Area

©2009 竹中工務店

# Microsoft®

Mail to : [masanag@microsoft.com](mailto:masanag@microsoft.com)

© 2009 Microsoft Corporation. All rights reserved. Microsoft, Windows, Windows Vista and other product names are or may be registered trademarks and/or trademarks in the U.S. and/or other countries. The information herein is for informational purposes only and represents the current view of Microsoft Corporation as of the date of this presentation. Because Microsoft must respond to changing market conditions, it should not be interpreted to be a commitment on the part of Microsoft, and Microsoft cannot guarantee the accuracy of any information provided after the date of this presentation. MICROSOFT MAKES NO WARRANTIES, EXPRESS, IMPLIED OR STATUTORY, AS TO THE INFORMATION IN THIS PRESENTATION.