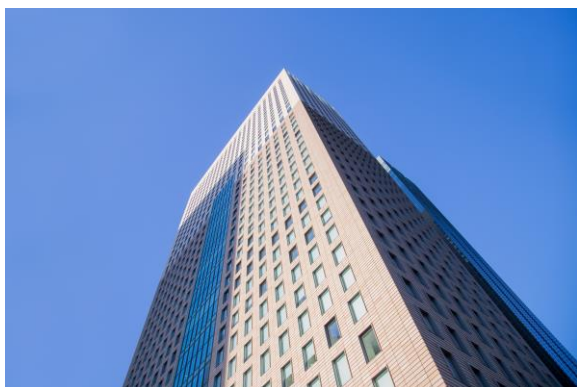


資生堂本社 汐留オフィス”GLOBAL VISION CENTER”が 第34回 日経ニューオフィス賞「ニューオフィス推進賞」を受賞

資生堂の本社汐留オフィス「GLOBAL VISION CENTER(以下 GVC)」は、日本経済新聞社と一般社団法人ニューオフィス推進協会(NOPA)が共催する第34回日経ニューオフィス賞にて、「ニューオフィス推進賞」を受賞しました。

当社は企業使命「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD(ビューティーイノベーションでよりよい世界を)」の実現に向けて、GVC からビューティーイノベーションを起こす新しいアイデアを創出していきます。



イノベーション創出に向けたワークプレイス戦略

資生堂では、新たなビューティーイノベーションを創出する働き方を目指したワークプレイス戦略を、2016年より推進してきました。企業成長の原動力は「人」とであるという考え方“PEOPLE FIRST”に基づいた経営方針に則り、コラボレーションによる知の創造を強化するワークスタイルコンセプト「創造力の交差点」を策定しました。Activity Based Workplace(以下、ABW)*対応のオフィスリノベーションを実施、さらに新型コロナウイルス感染拡大の影響を踏まえ、オフィスワークとリモートワークそれぞれの業務を最適に設計し、スピードを伴った確実な成果創出を果たす働き方「資生堂ハイブリッドワークスタイル」を今年1月から推進するなど、多様で柔軟な働き方を実施し社員の自主性を引き出しています。

※オフィス内外を問わず、働く「時間」と「場所」を自由に選択できる働き方

本社汐留オフィス”GLOBAL VISION CENTER”の概要

GVCは、グローバル本社として各地域本社を牽引するために、オフィス機能や働き方をアップデートさせ、今年6月に本格稼働しました。ワークプレイスコンセプト「創造力の交差点」と、各ブランドの世界観を体感できる機能とデザインを掛け合わせた、ビューティーイノベーションを創出するオフィスです。

社内外問わず、グローバルへの情報発信を迅速に行うために、オフィス内にはオンライン配信スタジオを設置しています。また多様性のある企業文化の醸成、社員がお互いを尊重し革新し続ける風土に向けて、非日常の空間で自由な発想を得る新価値創造フロア、「食」を通じて社員同士のコミュニケーションを促進するカフェテリアなど社内外とのコラボレーションを創出する場や、ユニバーサルデザインの推進などにより誰もが安全かつ快適に過ごせる環境を構築しています。内装はフロア全体でブランドの世界観を表現し、吹き抜けの建築特性を活かしてブランド部門とコーポレート部門のフロアを交互に配置したフロア設計により、全社員がブランドの世界観を感じながらブランドビジネスに携わる意識を醸成し、ビューティーイノベーションに貢献します。

【ご参考】

GVCの象徴フロア



【4階 コンテンツスタジオ「Creative Lab.」】

コンテンツスタジオの設置により、オフィスからタイムリーに経営トップのメッセージの収録・配信や、ブランドでは商品紹介のライブ映像を撮影するなどライブコマースにも対応。同フロアのスペースと連結させることで大型フォーラムの開催も可能



【11階 新価値創造フロア「ELEVEN」(イレブン)】

執務エリアと差別化した、森林をイメージした非日常の空間により、想像力の刺激とヒエラルキーを排した自由な発想を得る新価値創造フロア。個人で思考を深める、偶然の出会いにより新しいアイデアを得る、タウンホール等、目的に応じて自由に活用できる



【12階 カフェテリア「ZEBRA」】

ランチはもちろんカフェ営業もっており、ABWでクリエイティブな業務を推進。また「手ぶらでキャンプ@オフィス」をコンセプトとした社員が調理できるパントリーを設置。会議用のお弁当も充実させチームワークでの作業もサポートするなど、「食」を介したコラボレーションによるビューティーイノベーションの創出をサポート

※新型コロナウイルス感染症対策のためサービスを変更しています



【日常的にブランドの世界観を感じられるワークプレイス】

家具・什器・会議室の内装など、フロア全体でブランドの世界観を表現。模擬店舗も設置し各ブランドのお客さまを想定したフロアとすることで、社員一人ひとりがお客さまを意識した価値創出を行う