

資生堂本社汐留オフィス、「CASBEE-ウェルネスオフィス評価認証」において 最高位「S ランク評価」を取得

資生堂の本社汐留オフィス「GLOBAL VISION CENTER」が、建物利用者の健康性、快適性、知的生産性などに配慮したオフィスとして「CASBEE-ウェルネスオフィス評価認証」の最高位 S ランクを取得しました。今回の受賞は、当社が取り組んでいる健康経営や安全衛生施策のもと、グローバル本社として各地域本社を牽引すべく働きやすい環境づくりを行っている点や、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計画が実施されている点が評価されたものです。



CASBEE-ウェルネスオフィスとは

CASBEE-ウェルネスオフィスは、建物利用者の健康性、快適性の維持・増進を支援する建物の仕様、性能、取組みを評価するツールです。建物内で執務するワーカーの健康性、快適性に直接的に影響を与える要素だけでなく、知的生産性の向上に資する要因や、安全・安心に関する性能についても評価します。

※一般財団法人 住宅・建築 SDGs 推進センター IBECs 「CASBEE ウェルネスオフィス評価認証」より引用

https://www.ibec.or.jp/CASBEE/certification/WO_certification.html

評価された点

① 健康性・快適性

- 執務室は ABW(Activity Based Working)を基本とし、様々な用途に合わせた利用ができる打ち合わせスペースや会議室を設置しているほか、グローバルブランドの世界観を各フロアで再現し、ブランドマーケティングを常に意識できるワークプレイスを設計している。
- 新価値創造フロアとして森林をイメージした非日常空間を設け、サーカディアンリズムを再現した光やゆらぎ、ディフューザーからの香りなど、五感に心地よく感性を刺激される空間としている。

② 利便性向上

- 低層階、高層階双方からアクセスが良い中間階に、「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を設けている。
- エレベーターホールやトイレ、打合せ室などの主なエリアにアクセスしやすい場所に昇降テーブルを設置、十分な通路幅を設定することで、車いすユーザーや視覚障がい者にも配慮した環境となっている。

③ 安全・安心性

- 建物全体の揺れを抑える装置を採用し耐震性に優れていることに加え、入退管理システム、機械警備および防災センター(24時間常駐)により、高い防犯性が保たれている。
- 誰にでも分かりやすいイラスト・日英併記を表示、オリジナルピクトサインを導入している。

④ 運営管理

- 消防計画を作成し、法令及び計画に基づく消防訓練への参加を促す取組みの実施、維持・保全計画体制（アセットマネジメント・プロパティマネジメント・ビルマネジメント）が確立しており、日常の維持管理及び計画的な保全を行っている。
- 港区と災害支援協力協定を締結し、周辺の帰宅困難者受入れ用の備蓄品を保管している。

⑤ プログラム

- 「女性特有の健康課題」「がん治療と仕事の両立支援」をはじめとした、様々な健康増進・美への増進プログラムを提供し、健康経営にコミットしながら積極的に社員の健康増進を支援・推進している。

本社汐留オフィス GLOBAL VISION CENTER の概要

GLOBAL VISION CENTER 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、2021年6月より本格稼働しました。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。



ブランドの世界観を感じられるワークプレイス



新価値創造フロア「ELEVEN」(イレブン)



カフェテリア「ZEBRA」

資生堂のサステナビリティ

資生堂は、1872年の創業時から、人、社会、自然を敬い、社会価値の創造を行ってきました。「PEOPLE FIRST」という考えのもと、人財は会社の大切な資産であり、人財への投資こそが企業価値を高めると信じ、人事制度や施策を進化させ続けています。企業理念である「BEAUTY INNOVATIONS FOR A BETTER WORLD (美の力でよりよい世界を)」を実現し続けていくために、性別や年齢、国籍に関係なく、個々人の違いを認め尊重しあい、新しい価値創造に向けて議論する風土醸成を推進しています。そして、ビューティーカンパニーならではのアプローチで社会課題を解決し、2030年に向けて「美の力を通じて“人々が幸福を実感できる”サステナブルな社会の実現」を目指し、本業を通じた社会価値創出と社会・環境課題の解決に向け、取り組みを促進しています。

資生堂のサステナビリティ

<https://corp.shiseido.com/jp/sustainability/>