



Shuntaro Aoi 一級建築士・青木俊太郎の建築の知識が豊富なコラム

旅と僕と名建築

COMICO ART MUSEUM YUFIIN @大分県由布市



今回紹介する建物は、大分県由布市にある「COMICO ART MUSEUM YUFIIN」。本コラムに度々登場している建築家・隈研吾氏が設計した現代美術&デザインミュージアムです。自然豊かな立地に調和しつつ、現代アートを感じる直線美が美しい建物です。外壁は黒、内部展示室は白のシンプルな配色をしており、美術館という目的に合わせて展示作品を際立たせようという配慮を感じます。外壁の黒を単色にしてしまうと、自然界に存在する色ではないので自然豊かな由布院の景色にはそぐわないデザインになってしまいますが、焼杉(杉板を焼いて表面を炭化させたもの)を用いることで、素材感と光沢感を大切にしつつ、遠目で黒を再現した斬新な表現方法でした。

1階展示室見学→2階ホール→屋上テラスという案内があり、2階が上がってみるとそこはまた別世界です。照明の電球色、梁やテーブルの木材の色、壁の和紙など素材や色による温かみがあります。そこは会話をしても良い空間なのだと思える感じがしました。1階が作品と向き合う場であれば、2階は人と触れ合えるような空間という印象です。そこからは由布院の大自然の山並みを一望できる大開口の窓もありました。

“素材独自の色を持つ効果”というのを強く感じ、建物の形状だけでなく、素材にもこだわってこそ名建築であると感じさせられました。

旅のおしえ ~外壁をつくる~

以前のコラムで取り上げた大阪中之島美術館もそうでしたが、その土地に馴染む建築を考える方法として、既製品ではなく、焼杉のように手間を加えた素材の方が効果的に演出できると感じました。いつか素材に手を加えた設計をしてみたいです。

Tomohi Voshihama プロジェクトマネージャー・吉浜知輝のサウナの日記

全国ととのい行脚

らかんの湯 @佐賀県武雄市



今回ご紹介するのは、佐賀県武雄市の御船山楽園ホテル内にある「らかんの湯」。SAUNACHELIN(サウナシュラン…全国12,000施設以上のサウナ施設の中から、様々な観点で評価され今行くべき全国のサウナ施設として発表・表彰されたもの)を2019年から3年連続でグランプリ受賞したのが本サウナ。施設のエントランスは“チームラボ”とコラボレーションした空間

がお出迎え。サウナは文句なしのスペックですが、それ以上に驚いたのは、とどのいスペースにフリーフード&ドリンクが用意され、焚き火のような薪ストーブが鎮座されていること。他に類のない特別な体験をすることが出来ます。サウナ→水風呂→外気浴という一般的なルティンに合わせて、五感でフルに楽しむことができるサウナでした。それでは「ナイスサウナ！」

“SAUNACHELIN”で3年連続グランプリに輝いた殿堂入りサウナ

〒843-0022 佐賀県武雄市武雄町 武雄 4100 営業時間/15:00~24:00 (時間予約制&定員制)

チームラボとコラボしたエントランス

ととのいスペース

Dawei Li プロジェクトマネージャー・李大偉がスムーズな建設プロジェクト方法を紹介

プロジェクトマネジメントのコツ

Vol.27 太陽発電設置条件の注意点



太陽光発電の設置で重要なのは、まずは立地条件です。日本国内でも都道府県によって日照時間が異なります。秋田県や鳥取県などは全国的にも日照時間が短いため、太陽光発電にはあまり向いていません。雪が多く積もるエリアも同じです。反対に埼玉県や群馬県は日照時間が長く、設置に向いているエリアになります。海が近いエリアでは、潮風などによる「塩害」が電子機器の寿命を短くしてしまいます。塩害対策が必要になり、通常の太陽光発電システムよりも余計に費用がかかってしまう場合があります。工場や倉庫の屋根の方角も大切です。南向きの屋根の場合30°前後の傾斜があると太陽光が当たる時間を長くすることができます。太陽光パネルにパネルを敷き詰められ、多くのパネルに太陽光を当てることができます。設置条件がわかれば、都道府県別、月別発電データを使ったシミュレーションも可能です。

「トップファクトリー」サイトはこちら

Ayana Morii グラフィックデザイナー・森居綾那のリアル子育て絵日記

おかーさんえにっき

4さい77かげっ…まいにちにほんにかえるたかったむすこ

海外旅行6年ぶりの母& 初海外の息子と二人旅 友人家で星空を眺めながら 友人家で星空を眺めながら 友人家で星空を眺めながら 友人家で星空を眺めながら

Go to Australia 海外旅行6年ぶりの母& 初海外の息子と二人旅

最高ホリデーでした 友人家で星空を眺めながら

服を着たまま泳いだり 友人家で星空を眺めながら

太陽ギリギリ灼熱ビーチで 友人家で星空を眺めながら

Ria Miyama トイレ研究者・日山莉愛のトイレデザインレポート

トイレデザイン日記

ラ コリーナ近江八幡 @滋賀県近江八幡市



クラブハウスのバームクーヘンで有名なたねやのフラッグシップ店、ラ コリーナ近江八幡のショップ&屋外にある2つのトイレを巡ってきました。今月号はショップ内のトイレをご紹介します。

ラ コリーナのコンセプトは「自然に学ぶ」。建物の周りには田んぼがあり、外から建物の中まで自然素材で仕上げられています。トイレも同じくパーテーションやカウンターは木、壁は漆喰で、自然素材が豊富に取り入れられています。おもしろい点は、ラ コリーナのトイレはただ自然素材を取り入れているだけではないこと。パーテーションにストライプ模様を入れたり、トイレに丸みのある手洗いや鏡を取り入れたりなど細部まで工夫が行き届いています。そのデザインはまるでお菓子の家のように感じたり、トイレの中だけでなく、トイレに向かう途中で通る通路にも自然を取り入れる工夫が施されています。木枠の窓から田んぼが見えるように設計されていますが、窓は波打ガラスなのでくっきりと外は見えません。その曖昧さが空間の柔らかさに合っていました。

通路にある和紙で作られたピクトサインにも注目です。サインも自然素材で統一されており、その世界観の表現に抜かりなさを感じました。

屋外空間・ショップ・トイレのすべてに「自然に学ぶ」コンセプトが行き届いており、すばらしい建築物とトイレでした。

ラコリーナ近江八幡 〒523-8533 滋賀県近江八幡市北之庄町15-1 営業時間/9:00-18:00

自然や環境を生かした建築が得意な藤森照信さんが設計。外観は山々に馴染むようデザインされています。大自然の中で食べるできたてのバームクーヘンは絶品です！

Follow Me / デザイナー・日山の Instagramはこちら！

Masumi Abasaka デザイナー・赤坂真純が全国のスターバックスの魅力を発信

MY STARBUCKS

仙台バルコ店 @宮城県仙台市



牛タンで有名な宮城県仙台市にある、仙台PARCO本館3FのSTARBUCKSに脚を運びました。仙台駅から徒歩2分と中心部に位置しており、立地の良い場所です。

3Fショッピングフロアにある店舗は休憩スペースとして利用している方も多く、多彩な客層で賑わっている印象です。レジカウンターはとて長く、その裏側にはシックなカウンター席があり、日光が入るととても温かく気持ちの良い空間でした。

目の前には仙台駅が見え、外を眺めながら格別な気分でお咖啡を楽しむことができます。一方、反対側のスペースは開放的な先ほどと違い、窓が1つもなく異なる印象の空間でした。ゆるやかなカーブがついた大きな壁面には、ロゴマークのシンボルでもある人魚のサイレンや星座が描かれており、上品でとても美しいデザインウォールでした。まるで違う世界にいるような気分になりました。

壁面のカーブに沿って設置されたベンチは背中をつけて身を預けられ、リラックスできるようにしています。 悩んでいる時、仕事をしたい時、読書をしたい時、1日何回でも行ってしまいたくなる空間、そこが「MY STARBUCKS」。

仙台バルコ店 宮城県仙台市青葉区中央1-2-3 仙台PARCO本館3F 営業時間/10:00-20:30

仙台市の中心部にあるSTARBUCKS。ショッピングフロアにあるので、お買い物の休憩時間や電車の待ち時間に利用するのにピッタリです。

Follow Me / デザイナー・赤坂の Instagramはこちら！

NEWS 中堅・中小企業成長投資補助金相談会開催中

工場建設に利用できる賃上げを目的とした大型補助金が3/6に公募開始。新潟、長野、オンラインで相談会を開催。事業再構築補助金の相談も受付中。

NEWS ジュークの取り組みまとめがリニューアル

ジュークのサービスの1つ「企業のらしさ」を凝縮した「取り組みまとめパンフレット」のジューク版がリニューアル！最新版をぜひご覧ください→

INFORMATIONS

- 4/11 小田島組講演 加藤登壇@O2(小田島組)
- 4/24-26 デザインセミナー●@岩手(第1回はジューク本社で開催予定です)

ブランディングに役立つ本と映画を紹介

チームの生産性を最大化するエマジェネティクス 小山 昇 (著) 2018年1月 / あさ出版

ジュークのスタッフ全員が受けたエマジェネティクスの概要が1冊に。マイクロソフト、IBM、インテル、ヒルトンホテルなど世界の有力企業が導入しているアメリカ発の最新脳科学に基づいた分析ツール。人の思考の特性と行動の特性を色と数字で見える化してくれます。「嫌いが減る」理由は受けてみればわかる！

インサイド・ヘッド 2015年 アメリカ 監督：ピート・ドクター 続編：インサイド・ヘッド2 (8月公開)

今年8月に2の公開も決まっているディズニー&ピクサーの「頭の中の感情たち」によるファンタジー・アドベンチャー映画。エマジェネティクスの思考・行動特性分類と感情は異なりますが、個人的なキャラクターや色分けされたビジュアルは共通点あり！いろいろ考え方や価値観があることを体験できる1本です。

IF YOU WANNA BE UNLIMITED, YOU SHOULD READ THIS !

19UNLIMITED PROJECT DRIVE & DESIGN

TEL 019-601-6619 FAX 019-601-6719 SITE 19unltd.co.jp

全員研修で共通言語づくりと気づきを



ジューク全員研修にお客様、パートナー企業も一緒に参加して頂きました

先日リニューアルしたばかりのジュークの取り組みまとめ「19 DRIVING ACTIONS」。お客様の会社の軸づくりを承る私たちが、プロジェクトドライバーとして成長できる19個の取り組みをまとめたものです。カテゴリは<EVERY ONE><COMMUNICATION><WORK STYLE><WELL BEING>の4つ。代表加藤の前職は300人近い建設会社でした。拠点も岩手〜四国、海外は中国と、全社員が一堂に介して何かをするようなことは難しい組織規模。だからこそジュークでは前職でできなかったことは全部やろう！とカテゴリ<EVERY ONE>を作りました。

全員研修で新たな気づきを

1つのことに異なる職種や価値観の人々が関わることで学び・気づきが何乗にもなる「全員研修」はジュークには欠かせない取り組みです。過去には岩手のイケてる工場を全員で見学、お客様の工場新築お披露目パーティーに参加するため全員で京都・滋賀研修、ブランディングの進捗経過を肌で体感する広島研修を開催してきました。ジュークの社員旅行は学び特化型。全国各地を巡りながらインプットを増やす社員旅行を兼

ねています。2024年の全員研修は「岩手でワークショップを受ける」という今までとは異なる趣向で開催しました。ワークショップの内容も魅力的だったのですが、プロジェクトを導く指南役として日常を過ごす私たちが「教えてもらう立場」になることで新たな気づきを得られる価値があると思いい、ワークショップ導入を決めました。

数値化で納得性UP

今回導入したワークショップは「エマジネティクス®(通称EG)セミナー」。アメリカ生まれのエマジネティクス®は、脳神経科学をベースに発展した脳神経心理学の分野において、統計学を駆使して作り上げられたプロファイリングツールです。あの人とは話が通じない、苦手だ、でもこの人とはウマが合う、といった感覚による感情や原因を数値化してくれます。社員同士、お客様とのコミュニケーションの質をあげる機会として活用できそうだと考えました。講師は久留米でエネルギー業を営む喜多村石油さんにお問い合わせしました。講師の資格があるというだけでなく、自社でもEGを徹底活用し、コミュニケーションロス、業務間ス

トレスが激減。結果、離職率改善などに効果を挙げていることが依頼の決め手でした。当日はジュークスタッフに加えて、お客様やパートナー企業も参加。様々な年齢、職種が集まりました。受講を検討されている方のネタバレになるので内容の多くは書きませんが、半日に及ぶプログラムはあっという間で「おもしろかった!」「腑に落ちた」「自社にも取り入れてみたい(お客様感想)」と好感。懇親会も盛り上がり、チームで共通言語を持つ大切さを再意識しました。

「好き/嫌い」「心地良い/心地悪い」という感覚が数値化されることで、誰もが腑に落ちて「嫌いが減るよ」と喜多村講師に言われたことを実感しました。感情論ではなく「どうお付き合いすると最適、最高のプロジェクトになるか」のヒントを得ることができ、これからのジュークの仕事の大きな糧となる1日でした。

最後に代表加藤のプロフィールを公開しておきます(画像:右一番下)[青・黄・赤の3色顕性、真ん中・右・真ん中]意味がわかる方にはピンとくる。わからない方は共通言語って大事だね、を体感して頂けると幸いです。



リニューアルしたジュークの取り組みまとめ



体を動かしながら行うワークショップスタイル

EMERGENETICS® | PROFILE

加藤 瑞紀 - 2024年11月15日
思考と行動のスタイル

分析型 = 36%

- 明確な計画
- 体系的に問題を解決
- データや事実を重視
- 体系的
- 分析することで学ぶ

コンセプト型 = 25%

- アイデアが得意に思われる
- 問題を解決する
- 長期的な視点
- アイデアを大切に

社交型 = 24%

- 相手との関係を重視する
- 意思を表現する
- 自信を持って
- 人から学ぶことが多い

顕性型 = 10%

- 実直性を重視
- 説明がしっかりしている
- 素直で健全なコミュニケーション
- 自分の経験にもとづいて行動

加藤のプロフィール公開

進行中プロジェクトをチラ見せ!

2024
NO.27

ON-GOING PROJECTS



ブランディング・工場視察

100点もの社内応募ロゴ案

株式会社ニュートン

岩手県八幡平市 / 精密プラスチック部品製造

岩手から世界に繋がる新工場プロジェクト ～過去と未来を繋ぐ軸づくりワーク & 社内巻き込み～

ご紹介がきっかけで昨年の夏より始めたニュートン様とのお付き合い。プラスチックパーツの製造を岩手県八幡平市で行っており、岩手山を正面に捉える絶好のロケーションで企業活動をされています。守秘義務のため企業名は言えませんが、誰もが知る名だたる海外企業からのお引き合いもあり、岩手から世界に繋がっているグローバル企業です。新工場の計画に伴い、ニュートンらしさを工場に取り入れるべくコーポレートブランディングに着手することになりました。

着手前は要視察

ブランディングに初めて取り組む方には丁寧にその過程を説明しますが、どうしてもデザインの成果物しか印象に残らない傾向があります。そこで、ブランディングに興味を持って頂いた方にはジュークが手がけたブランディングカンパニーの視察、進行中のミーティングへの同席を推奨しています。今回はちょうどブランディングミーティング真っ最中だった五日市塗装工業様(塗装業/盛岡市)を着手前に見学。ブランディングメンバーが参加するミーティングの雰囲気などを体感してもらいました。デザインは表現手段であり、チームで会社の過去・現在・未来を考えてデザインに結びつける過程がポイントです。答えは必ずお客様が持っています。私たちはそれを引き出し、導いて形にするのが仕事です。その過程で社長とスタッフの目線合わせや課題解決も行います。「じゃあ提案してください」という丸投げのお話はお断りしている理由はここにあります。お客様に思い入れを持って頂き、共に創り上げるのがジュークスタイルです。

他を知ると物差しができる

視察の良さは他にもあります。会社が100社あれば100通りの「らしさ」があります。他社の特徴を体感すると自社を見直すきっかけになります。真似するのではなく、比べて「自分たちはどうなのか?」という物差しを持ち、プレない軸づくりの第一歩になります。昨年秋にはブランディングチームで滋賀・神戸の工場視察にもご参加頂きました。

白×アップルグリーン

ミーティングを経て、コーポレートカラーは開発・挑戦し続ける未知の領域や余白を連想させる「白」。社名のニュートンから連想するリンゴの中でも挑戦が芽吹く=完熟を目指す、という思いを込めて青リンゴの「アップルグリーン」を採用しました。

応募総数100点! 会社を巻き込む

昨年末にはブランディングチームより歴史の振り返りや未来の目指すべき姿、新コーポレートカラーを発表。ギリギリまで資料作りを一緒に行いました。新しいことには消極的だ...という問題を抱えていたニュートン様。参画を促すためロゴマークは社内公募することを提案しました。集まるだろうか...というチームの不安をよそに応募総数は約100点! 1人で何案も出してくれる方もいて前のめりさが数字になって現れました。これにはブランディングチームも私たちもびっくり! 今回はいつとも何かが違う! そう社員さんに感じて頂ける参画のきっかけづくりもジュークの腕の見せどころです。巻き込み方に問題があるだけで、実は変化を待っている。皆様の企業でもある現象かもしれません。

これから、新工場完成に向けてサインや会社概要などニュートンらしさを見える化していきます! 来年には多くの方が見学できるオープンファクトリーが完成予定なので楽しみにお待ちください。

No.27 加藤の社長ブログ

Design Executive Officer

DEO NOTE



「嫌い」が消える魔法のワークショップを受けてみた

先日、全員研修を兼ねて、あるワークショップを受けました。年に1〜2回「社長も社員も一緒に全員で同じことをする」ことを心がけていますが、これが案外大変です。全員で何かをするというハードルは開催前から始まっています。早々と「予定を決めたから絶対ね!」といっても日々色々起きますし、ステーキホルダーの都合もあります。10人ですら大変なので、これが50人、100人と増えるたびに「1人も欠けることなくみんなでの」ハードルは激高です。だからこそ、今のこの規模感の全員でやれるチャンスを大切にしています。

超ダイバーシティ国「アメリカ」生まれのツール

今回導入したワークショップは「エマジネティクス®(通称EG)」というアメリカ生まれの脳神経科学をベースに発展し、統計学を駆使して作り上げられたプロファイリングツールです。アメリカは人種のるつぽ。世界中から人が集まり建国された国です。宗教や価値観など、日本人の私からは想像できないほど多様な文化の中で生まれたツールなので、その信頼度は高いです。マイクロソフト、IBM、ヒルトンホテルなど世界の名だたる有名企業も取り入れているそうです。あの人とは話が通じない、苦手だ、といった負の感覚がなぜ引き起こされるかを科学的に解明します。社員同士だけでなく、家族やお客様とのコミュニケーションの質をあげる機会として全員が活用できそうだと考え、取り入れることに決めました。

どうすればいいか? に思考と行動をシフトする

100の質問に事前回答し[分析型][構造型][社交型][コンセプト型]のどの傾向があるのかをプロファイルしてもらいます。
(気になる記事の続きは下記QRコードから!)



上記ブログの続きは右記QRコードから「note」で読めます →

