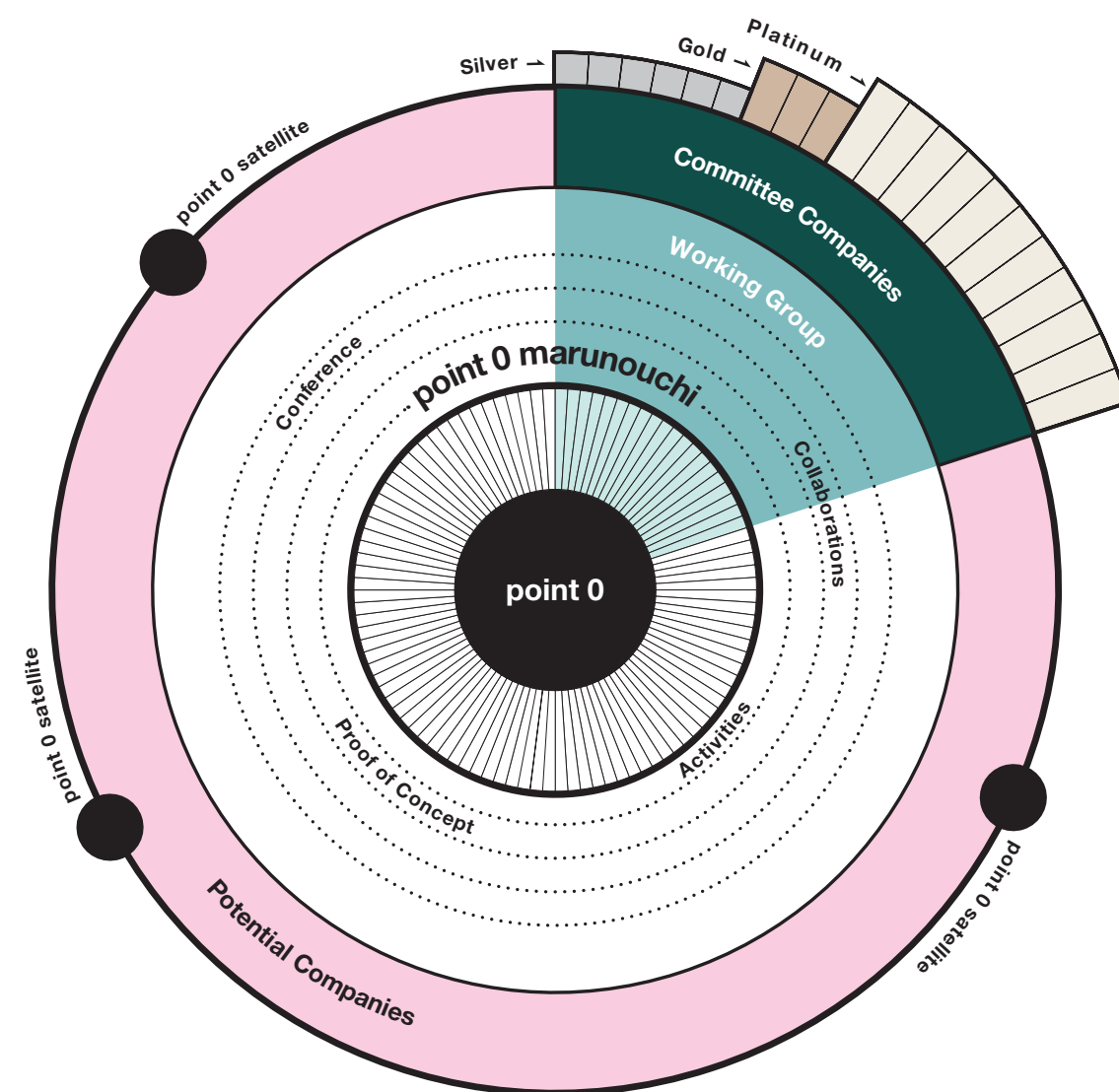


point 0
annual report
2020-2021





point 0という名称には、物事の「再定義」をする、新たな動きの「起点」になる、という意味が込められている。企業や人がオフィスという場を通してつながり、共同の実証実験やワーキンググループの活動を通じて人間中心の働き方、つながり方を模索し、構築していく。参画企業の拡大やサテライトの開設を通じて、point 0という点から始まった動きは、外へ外へと広がっていくのだ。



Index

05	About point 0	32	Community Management
08	At a Glance	34	Working Group
10	By the Numbers	35	_ Creation
12	Timeline & Highlights	36	_ Health
14	Space for PoC	37	_ Efficiency
16	_ Cross Talk1	38	Satellite
19	_ Cross Talk2	40	Information of Committee
22	_ Data Utilization	45	Message
24	_ Case Studies of PoC	48	point 0 Members

About point 0

点からすべて始まる。

2018年にダイキン工業が発表した空間データの協創／共創プラットフォーム「CRESNECT構想」をもとにスタートした「point 0」。その実践の場として19年に誕生したワークスペースが「point 0 marunouchi」だ。発足時には10社だった参画企業数は現在20社になり、国内大手企業のオープンイノベーションを創発する空間として注目を集めている。そんなpoint 0 marunouchiを、Forbes JAPAN Web編集長・谷本有香氏（以下、谷本）が訪問。施設内をめぐりながら、3年目を迎えての知見や今後のビジョンをpoint 0代表取締役社長の石原隆広氏（以下、石原）、取締役副社長の豊澄幸太郎氏（以下、豊澄）に聞いた。

丸の内のオフィスビル4階にあるpoint 0 marunouchiを訪れると、入会員の顔認証によって入り口のドアが開く。エントランス左手にはサーモグラフィと連動して体にまとう外気熱をクールダウンさせる空調スペースが設けられ、正面には超指向性スピーカーから心地よいサウンドが流れるベンチ型サウンドアートが据えられている。オフィス内に設置された自然の空気の流れを再現する大面積の送風機からは心地いい風がそよぎ、フリーアドレスの共有スペースには、デスクのほかベンチやソファなどもある。これらはいずれも参画企業による実証実験の一部である。エントランスの先にはビル内

とは思えないほど緑にあふれた開放感のあるオープンスペースが広がる。パーク・コーポレーションの緑化デザインチームが植栽を手がけていて、スペースの一角に腰かけた谷本氏は「室内だけでなく街路樹の緑も見える気持ちのいい作業空間で、オフィスにおける新しい価値を感じます」と第一印象を述べた。

オフィスのウェルビーイング

point 0 marunouchiの特徴のひとつに、健康的なオフィス空間を評価する「WELL認証」の取得が挙げられる。谷本氏は、世界的にウェルビーイングへの関心が高まるなか、WELL認証取得の意義を尋ねると、石原はこう話した。

「point 0 marunouchiでは『効率』『創造』『健康』という3つのコンセプトを掲げて、それぞれ対応したワーキンググループをつくっています。この3つのコンセプトのなかでも、定量的に測りづらい指標である『健康』を客観的に達成するため、WELL認証を取得しました。ウェルビーイングは、効率的、創造的に働くための最低限のベースラインだと考えています」（石原）

企業コンソーシアムであるということは、

point 0ならではの強みだ。コロナ禍でも重要視される“安心・安全な空気”や“非接触”も含めたWELL認証の多項目をクリアできたのは、ダイキン工業やパナソニックといった日本でも有数のメーカーが参画していることが大きい。point 0では、今後はさらなる各種メーカーと連携して、“WELL認証取得のノウハウ”というひとつのパッケージを海外企業向けに販売していくことも視野に入れているという。

「WELL認証の評価項目には、『光』や『空気』といった明確に論文で定められている定量的な基準だけでなく、『こころ』や『コミュニティ』といった抽象的な項目も具体的な基準に落としこまれています。しかし、WELL認証はあくまでアメリカ発の基準であって、日本にはあまり適さない基準も多くあります。ですので、大手メーカーも多数参画するpoint 0が、日本独自のWELL認証、環境評価基準を



point 0 代表取締役社長・石原隆広（ダイキン工業）／Forbes JAPAN Web 編集長・谷本有香



point0 取締役副社長・豊澄幸太郎（パナソニック）

策定していくということも考えられます。欧米主導のオフィスの在り方を追従するだけではなく、日本らしいマインドを取り入れたハイレードな空間を改めて定義し、発信していけるといいですね」（豊澄）

新しいオフィスのあり方を発信する

point 0 発足から2年。新型コロナウイルスの感染が世界的に拡大した結果、オフィスの在り方も大きく変化した。point 0 marunouchiでもフォンブースの需要が高まり、大部屋だった声出し禁止の集中ブースは、リモート

会議を前提とした1人用個室へと改修された。

谷本氏がコロナ禍の影響について問うと、石原氏はオンラインベースでの運用へはスムーズに移行できたと答えた。point 0 参画企業には大企業が多く、インフラ環境が整っていたこと

に加えて、社会変化に対して柔軟に対応できるメンバーが集まっていたことが大きな理由であるという。

「最初の緊急事態宣言で参画企業各社がとった対応を、point 0というコンソーシアムで比較共有できたことも、大きかったと思います。コロナ禍を通じて、ここが単なるシェアオフィスと違い、目的をもった人々が自発的に集まってアウトプットをする場だということを、改めて認識しました」（石原）

実際にpoint 0では、こうした社会の働き方の急速な変化に対応すべく、今年4月に個室型サテライトオフィス

である「point 0 satellite」の第1号拠点を大阪に設立。新たなスキームを迅速に構築した。

「point 0 marunouchiはこれまで累計で4万人ほどの方に見学に来ていただけていますが、見学の目的のひとつがコロナ禍のオフィスの最適解を求めていることだと思います。今後は、point 0から生み出される空間の価値をどう広げていくか、が重要になっていくと考えます。具体的には、コロナ禍でコストが限られた一般的なオフィス空間を、point 0がプロデュースするような事例を増やしていきたいですね」（石原）

複数企業の協働による実証実験

point 0 marunouchiでは、ワークショップやディスカッションだけでなく参画企業による実証実験が常に行われており、すでに50件近い事例がある。そのため、施設内には至るところに人感センサーや位置情報・環境センサーを設置し、オフィスで過ごす入会員のデータが収集・分析され、研究開発に利活用されている。



左：窓に面したデスクの前には本物の植物が植栽されている。中：オフィスに置かれるアートの評価実験。右：エントランスに設置された空調スペース。夏、外勤者はここでクールダウンすることができる。



たにもと ゆか©Forbes JAPAN Web編集長。証券会社や金融経済アンカーを務めた後、アメリカでMBAを取得。2016年に『Forbes JAPAN』に参画。主な著書に、『アクティブリスニング なぜかうまくいく人の「聞く」技術』（ダイヤモンド社）など。

谷本氏は冒頭に挙げた実証実験のほかにも、オフィス内アートを比較する評価実験や、TOAと大建工業による半個室の遮音実験、TOTO・パナソニック・TOAで取り組む「気持ち切り替えシャワー」などを見学、体験し、point 0を日本で有数のオープンイノベーションの場として評価した。

このようにpoint 0 marunouchiでいくつものオープンイノベーションが生まれる背景には、自社の目的や利益を前提とした一般的な共同開発とは異なり、自然発生的な企業間のコラボレーションがあると豊澄氏は言う。point 0におけるオープンイノベーションは、漠然とした課題やオフィスをともにするなかで浮上した課題と一緒に解決していく過程で立ち上がってくるのだ。「例えば、コロナ禍で増えたりモート会議の需要において音漏れという課題が出てきたとき、吸音建材技術と音響マスキング技術をもつ参画企業2社が、それぞれの知見と技術をもち寄った実証実験をすぐに開始しました。ここでは、企業間オープンイノベーションを開始するうえで必要な手順が、

point 0を主語にすることで省略されます」（豊澄）

0から1を生み出せる人を

最後に、谷本が今後のビジョンについて尋ねた。

「point 0がステップアップするために必要なのは、組織としての底上げだと思っています。point 0を成長させることは、参画企業が潤うことにもつながります。point 0でやれることを考えて実行できる人をもっと増やしていくことが今後の課題です」（石原）

「若い世代に、ここでいろんなものを生み出すやり方や発想を学び、発信してほしいですね。例えば、ワーキンググループで自分の所属する会社とは別の上司が就くことで、多角的な視野や豊かな発想も得られるでしょう。そして最終的には、point 0を、イノベーションを生み出す中心人物へと成長するための場所にしていきたいと考えています。僕らがpoint 0を卒業したとしても、その後もちゃんとこの場を続けていけるメンバーが育っていったらいいですね」（豊澄）



WELL認証とは

鄭 葵 ダイキン工業

WELL 認証は2014年にアメリカで開発された、人々の健康とウェルネスに焦点を合わせたビルやオフィス空間の環境評価システムで、「健康的なオフィス」の世界的基準として、近年大きな注目を集めています。評価項目として「空気」「水」「温熱快適性」「音」のほか、「こころ」や「コミュニティ」といった10のコンセプトが設けられ、それぞれの必須項目を満たしたうえで、必要な数の加点項目を達成するといった厳しい取得基準が設定されています。書類審査に加えて、第三者評価機関による測定や水質・空気質のサンプリングといった現地審査を経て、初めて認証を取得できます。point 0 marunouchiは、個室スペースの全照明を間接照明として、ビル空調だけでなくダイキン工業の空調を導入して良質な空気を保持し、執務デスクの4分の1以上を上下昇降デスクとするなど、設計時から基準項目への適合を配慮しました。



谷本有香 Forbes JAPAN

たにもと ゆか©Forbes JAPAN Web編集長。証券会社や金融経済アンカーを務めた後、アメリカでMBAを取得。2016年に『Forbes JAPAN』に参画。主な著書に、『アクティブリスニング なぜかうまくいく人の「聞く」技術』（ダイヤモンド社）など。



石原隆広 ダイキン工業

いしはら たかひろ©point0 代表取締役社長。国内大手ERPベンチャーを経て、2013年にFintechベンチャーを起業。17年にダイキン工業に入社し、「CRESNECT」プロジェクトに従事。19年2月、point0を設立し、同代表取締役に就任。



豊澄幸太郎 パナソニック

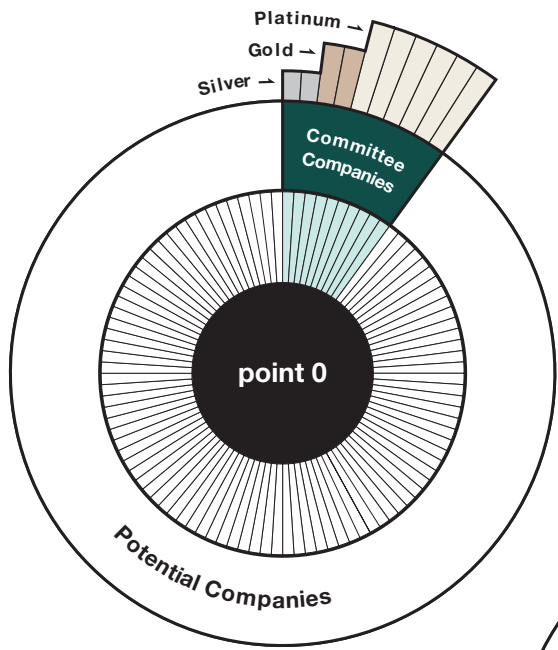
とよずみ こうたろう©point0 取締役副社長。松下電工に入社後、大規模再開発プロジェクトやオリンピックプロジェクトの技術営業を担当し、現在は非住宅分野における「アップデート事業」の社内外共創に従事。2019年7月から現職。



てい い©工学博士。ダイキン工業テクノロジー・イノベーションセンター研究員。WELL評価システムにおける専門資格であるWELL AP (WELL Accredited Professional) を有し、point 0 marunouchiのWELL認証取得を担当。

At a Glance

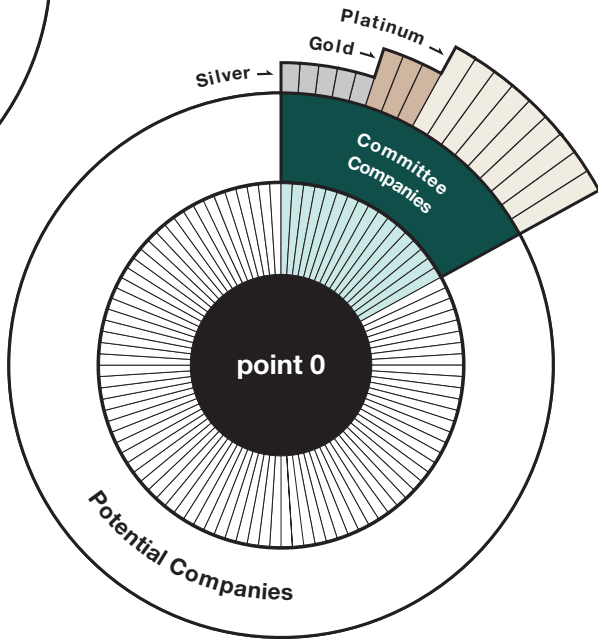
参画企業数は20社となり
新たにpoint 0 satelliteも開設。
大きな動きがあった
point 0のこの一年を、
規模の変化から振り返る。



2019.7

10社からpoint 0が始動し
point 0 marunouchiを開設

ダイキン工業、オカムラ、パナソニック、ライオン、TOTO、MYCITY、アサヒビール、TOA、ソフトバンク、東京海上日動の10社でpoint 0 marunouchiを立ち上げ、活動を開始。



2020.7

7社が新規参画し、企業の垣根を超えた取り組みが始動

清水建設、セイコーエプソン、丹青社、野村不動産ホールディングス、モンデリーズ・ジャパン、鹿島建設、日本マイクロソフトが参画。企業間のコミュニケーションも徐々に増え、オープンノベーションが本格化し始めた。

拡大と深化を続けたpoint 0の2年間

2019年に参画企業10社からスタートしたpoint 0。2021年には20社まで拡大。新たにpoint 0 satelliteも開設した。拠点の拡大は新たな働き方、オフィスのあり方に関する発信の強化を意味している。また、参画企業数や会員登録者数の増加により、ひとつの課題に対して持ち寄り視点やソリ

ューションが多様化し、より深い議論と実験が可能になった。point 0はこの2年間で拡大・深化していると言える。コロナ禍という特殊な状況下においても大きな影響を受けず運営を継続できているのは、こうした拡大・深化によるpoint 0への期待の表れかもしれない。

At a Glance

2021.7

3社の新規参画により20社に。
サテライトオフィスも開設

三菱地所、日本たばこ産業、大建工業が参画。大阪・千里中央と東京・新宿には個室型サテライトオフィスがオープン。さらに、10月中旬には東京・立川にも開設予定だ。



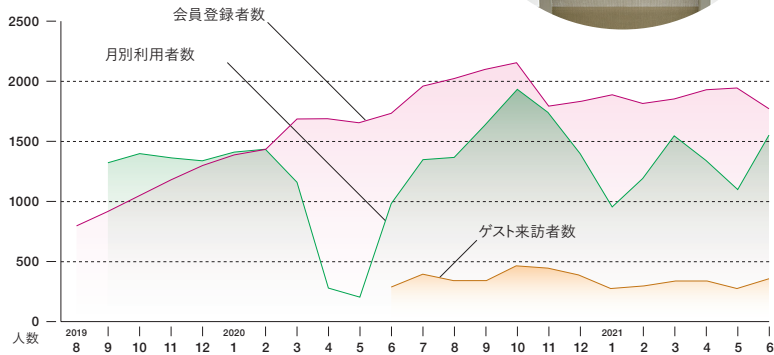
point 0 satellite
2021.4.14 開設
阪急阪神ONS 千里中央



point 0 satellite
2021.3.23 開設
H1T Lab
powered by point 0 新宿野村ビル



point 0 satellite
2021.10 開設予定
REALab 立川
※画像はイメージです



利用者は第一回の緊急事態宣言下で減少したものの、宣言解除後は発令前の水準に回復した。会員登録者数には大きな減少が見られず増加傾向を維持した。

By the Numbers

変化し続ける 生きたオフィスへ

230以上のセンサーが取得したデータから、
利用者の変わりゆく傾向が見えてくる。

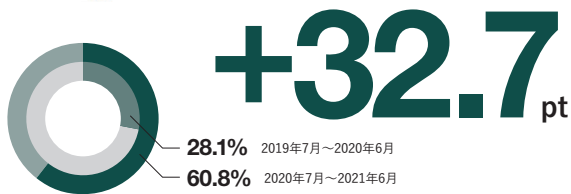
2020年4月、緊急事態宣言が発令され、多くのビジネスパーソンが初めて本格的なりもトワークを体験することになった。結果として、多くの人が仕事環境や対面／非対面によるコミュニケーションの違いなどを意識する機会が増えたことは疑いようもない。なかでも、オフィスの必要性和その役割の再定義は多くの経営者・ビジネスパーソンに注目されている。

point 0 marunouchiにはそんな議論の材料になるようなデータが集まりつつある。企業の実証実験の場としても活用されるこのオフィスには、家具や各設備などに230を超える多種多様なセンサーが設置されており、毎日の利用データが収集される。各スペースの利用回数と利用時間、時間帯や利用者の属性などのデータから見えてくるのは、コロナ禍におけるオフィス利用の目的や働き方の変化だ。point 0 marunouchiではそれらのデータを元に、オープンスペースだった集中ブースの個室化やフォンブースの音漏れ防止の強化などに取り組んだ。感覚値や一般論ではなく、実際の数字を元にオフィス利用の傾向を分析し、レイアウトや家具、設備を更新していくことでその変化に対応した、まさに「生きたオフィス」を実装しているのだ。

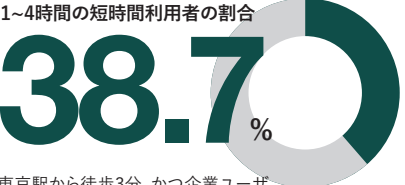
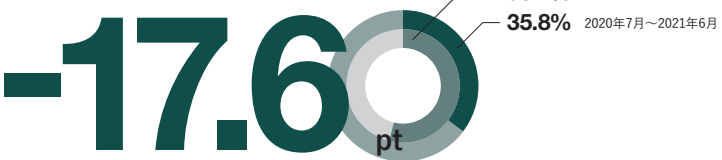


短時間の電話応対などを想定して設けられていた個室のフォンブースは、1日1部屋あたりの年平均利用率が、昨年対比で32.7pt増加した。一方で、会議室は17.6pt減少。この結果からオンライン会議の増加により個室のニーズが高まっていると想定し、フォンブースの音漏れ防止を強化したほか、オープンスペースだった個人用の集中ブースを個室化した。

フォンブースの年平均利用率(1日1部屋あたり)



ミーティングスペースの年平均利用率(1日1部屋あたり)



東京駅から徒歩3分、かつ企業ユーザーの割合が高いため、4時間以内の利用の割合が38.7%にのぼる。短時間の作業や打ち合わせなどの利用ニーズの高さがうかがえる。



カフェとランチは会話のきっかけになることも多い。今年の1日あたりのカフェ平均出杯数は昨年より1.4杯増加したほか、ランチの平均配布数も1.7個増えた。これは緊急事態宣言が一時緩和された期間において利用数が増えたためであり、対面での交流の機会を求めて訪れた利用者が多かったと推測できる。

※ 各月のカフェ出杯数・ランチ配布数の合計を稼働日で割って算出した平均数

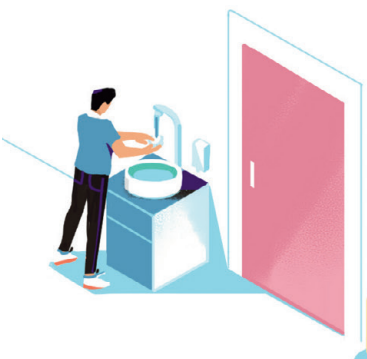
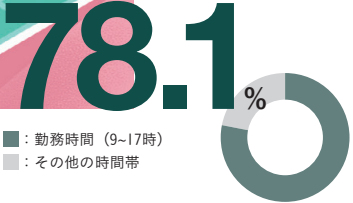
シャワールーム 9~17時の使用割合



point 0 marunouchiには3つのシャワールームと2つのナッブルームが設置されている。多くの利用者の勤務時間である9～17時の利用割合が高く、勤務中のリフレッシュのために活用されていることがわかる。これらの行動が健康にどのような影響を与えるのか、ワーキンググループを中心に検証も実施(▶P36へ)。



ナッブルーム 9~17時の使用割合



手洗い用洗面台の吐水時間の最多秒数



2021年3月、入り口付近に手洗いの洗面台が設置された。利用者の手洗い吐水時間で最も多い秒数は6～8秒となっている。定期的な手洗いが感染予防対策の一助になることが期待される。

20207891011122021123456														
MAIN TOPIC			9月7-8日 point 0 ignite 2020 autumn 澤 円氏と津脇慈子氏が登壇。	11月 三菱地所が参画						4月26-27日 point 0 ignite 2021 spring をオンライン開催 2日間にわたる成果発表会を開催。前野隆司氏、藤本あゆみ氏らをゲストに迎えた。	MAIN TOPIC			
			9月7日 point 0 annual report 2019-2020発行					4月 日本たばこ産業 大建工業が参画						
Timeline & Highlights 新たな働き方、つながり方を模索した point 0 marunouchiの1年 2020年7月から2021年6月までの間で適切な方法を探りながら実施した数々のイベントや活動を振り返る。														
EVENT	7月8日 air .0 主催: ダイキン工業 形態: ハイブリッド	8月20日 robotics .0 主催: ソフトバンク 形態: ハイブリッド		10月8日 new-nomal-office .0 主催: my city 形態: オンライン	11月26日 bcp.0 主催: 清水建設 形態: オンライン	12月14日 Chew gum, stay focused.0 イベント 主催: モンデリーズジャパン 形態: ハイブリッド	1月20日 point0放送局開始 主催: point0放送局 形態: オンライン	2月25日 printing .0 主催: セイコーエプソン 形態: オンライン	3月23日 digital twin .0 主催: 鹿島建設 形態: オンライン	5月26日 tokyo.0 主催: 三菱地所 形態: オンライン	6月29日 zatsudan.0 主催: 日本たばこ産業 形態: オンライン	EVENT		
	7月16日 感謝祭 主催: point 0 marunouchi 形態: オンライン			10月22日 art.0 主催: 丹青社 形態: オンライン			12月17日 year end party 主催: point 0 marunouchi 形態: オンライン							
1月28日 office work .0 主催: 野村不動産HD 形態: オンライン														
ACTIVITY	7月15日 ハンドドリップ講座 主催: point 0 運営 形態: オンライン			9月9日 整体無料体験会 主催: Eight Lab 形態: point 0 marunouchi	10月22日 だいたい26歳会 主催: point 0 marunouchi 形態: オンライン	11月19日 おうちでおいしい レモンサワーの作り方 主催: point 0 marunouchi 形態: オンライン	12月2日 未来のキャンピングカー プレスト 主催: point 0 marunouchi 形態: オンライン	2月17日 ヘルシーランチ開始 主催: 健康Working Group 形態: ハイブリッド	2020年7月から2021年6月までの1年間、イベントの8割はオンラインでの開催となった。また、主催企業数は10社まで増加し、point0参画企業のコミットが強化されたとと言える。コロナ禍において新たなコミュニティ、つながりの生みだし方が模索された1年となった。 イベントの開催形態の割合 20% 80% ハイブリッド:20% オンライン:80% 主催企業数 7社 12社 2019.7-2020.62020.7-2021.6 2019/7 - 2020/6 Summary Event ・ 8回開催 ・ 主催企業数 7社 Activity ・ 2019年7月開設 ・ 参画企業数を 18社まで拡大 ・ 各種部活動を スタート			ACTIVITY		
	7月24日 ライブアート 主催: 丹青社 形態: point 0 marunouchi			9月15日 オンラインミーティングの お悩み解決 主催: TOA 形態: オンライン			12月4日 整体無料体験 主催: Eight Lab 形態: オンライン							
CLUB ACTIVITY	8月28日 ボードゲーム大会		9月16・24日 テーマ飲み会 「本」／「SF」		10月2・8・12日 テーマ飲み会「日本酒」／ ボードゲーム／ ゆるラン部		11月13日 日本酒部			3月15日 オンラインイベント 「映画」	4月13・15日 ゆるラン部／ オンラインイベント 「旅行の会」	5月31日 プレイリスト部	6月14日 プレイリスト部	CLUB ACTIVITY

BERTH COFFEEが
出店するカフェスペース。
香りのよいコーヒーで
リラックスでき、会話も
弾む。



仕事の合間に瞑想やスト
レッチなどの用途で使
できるメディテーション
ルーム。朝と夕方にヨガ
教室が開催されたことも。
©2019 Nacasa & Partners



オンライン会議や作
業に集中したい個人
のためのプライベート
集中ブース。利用
者からの要望に応え、
扉を設けるなどレイ
アウトを変更した。



実証実験数

48件

参画企業の実験場として活用されるpoint 0 marunouchi
では、この1年間で32件の実証実験が開始された。2019
年7月の開設からの累計では48件にのぼる。この実験で
得られた結果は、働きやすい環境を実現していくために
活用されている。

入り口ではダイキン工
業の「Air Spot」が利用
者を迎える。夏には冷
風、冬には暖気で体温
を調整してくれるため、
施設内の一括した空調
管理にもつながってい
る。



ナッブルームにはトゥー
スリーパーとパナソニック
の快眠照明が導入されて
いる。短時間でも深い眠り
に入ることができ、作業効
率の向上につながっている。
©2019 Nacasa & Partners



無料で使用できるシャ
ワールームは、勤務前
後の運動後のほか、勤
務中にも利用され、利
用者の気分転換につ
ながっている。



Space for PoC

これからの働き方を考える実験場として

雑談や各社の取り組みから得られるあらたな気づきと、そこから生まれるイノベーション。
そして仮説を気軽に検証できる環境。最新の技術やアイデアが集まる場所であるpoint 0では
どんなオープンイノベーションや実証実験が行われ、今後どのような役割を果たすのか。
企業を横断した鼎談や事例を通して紹介する。

※01～20の番号はCase Studies of PoC(▶P24)に対応しています

軽井沢で実際に解析し
た風速データを元に、自
然で心地よい風を再現
するダイキン工業の
「Wind Creator」前は、
利用者の人気スポット
だ。





Cross Talk1

オープンイノベーションを生み出す距離感と空気感

point 0から起こったケミストリー。point 0が主語になることで加速する実証実験。未来のオフィス空間point 0は、日本のオープンイノベーションの起点となる。

point 0の魅力やその可能性を、参画企業はどのように感じているのだろうか。point 0の取締役でありTOAの稲畑伸一郎氏、立ち上げ当初より参画している東京海上日動火災保険の渡辺憲蔵氏、そして、今年4月より参画した大建工業・高桑健一氏、日本たばこ産業（以下、JT）・田中洋平氏に話を聞いた。

—— point 0に参画した経緯を教えてください。

稲畑伸一郎（以下、稲畑） 2018年2月に、ダイキン工業が空間データの協創／共創プラットフォームである「CRESNECT」プロジェクトを発表し、

「オープンイノベーションを通じて、空間をアップグレードしていく」というそのコンセプトに引かれました。point 0には多くの有名企業が参画するとあって、TOAとしても一緒にできれば次の事業展開が見えてきそうだという期待感をもって参画することになりました。**渡辺憲蔵（以下、渡辺）** 私どもは、企業の健康経営や従業員向けのヘルスケア関係のソリューション開発に興味があり、プロジェクト発足初期から参画しています。やはり保険会社単独では知見なども限られてくるので、オープンイノベーションを創発するプラットフォーム、コミュニティそのものが魅力だと思っています。

高桑健一（以下、高桑） 大建工業は21年4月からpoint 0に参画したばかりです。建材メーカーである弊社が掲げる長期ビジョン「GP25」のなかには、従来の中心事業である住宅分野だけでなく公共商業建築分野、つまりオフィス市場に注力するといった内容があります。近年、コロナ禍の影響でワークスタイルが著しく変化しており、これまでのプロダクトアウト・自前主義から、アジャイル開発にシフトする必要性を感じていたところでしたので、そこにpoint 0のコンセプトはまさに合致していました。

田中洋平（以下、田中） point 0は、「未来のオフィス空間」を実現するためのコワーキングスペース・実証実験の場です。JTとしては未来のオフィスにおける喫煙所、あるいはリフレッシュスペースについて考えるに当たって、個人的にも使命感を感じて参画を熱望しました。point 0には主に新規事業開発やR&Dの方が参加されている企業が多いようですが、我々は法人営業部の社員を中心に参加しています。参画企業の方とのお付き合いを通じて、自社のコーポレート部門やR&D部門につなげられる新しい価値を生み出していきたいと考えています。

—— point 0では普段どのようにオープンイノベーションが行われているのでしょうか。

稲畑 TOAでは、オフィスに入居してから皆さんが抱えている課題をヒアリングして順に解決していきました。例えば、オープンスペースではバイオフィリックデザインに合った音環境を提供して好評でしたが、これを受けて「より作業効率上がる音環境」を希望する声も上がりました。そこで、エリア

を4分割してそれぞれの音空間を変化させたり、体内外のリズムを整えるように自然環境の音を活用したりといった実証実験を行っています。また、TOTO、パナソニック、TOAによる「気持ち切り替えシャワー」も実証実験として設置しています。視覚や聴覚、触覚を掛け合わせたクロスモーダル効果を発揮するアップデートされたシャワー空間になっています。

高桑 TOAとは私たちも今年6月から、吸音建材と音響のマスキング技術を掛け合わせた個室の静音環境に関する実証実験をやらせていただいています。point 0内で「欄間がオープンになっている個室の音漏れを解消したい」という課題が持ち上がり、私たちの「建築音響」とTOAの「電気音響」、それぞれの分野の知見や技術を持ち寄ったソリューションの実証を進めているところです。実際に稲畑さんとお話しさせていただくなかで、それまで知識でしか知らなかったマスキング技術の有用性を体感するなど、新たな知見を得られました。

田中 point 0 marunouchiに喫煙所はありませんが、我々もオフィス内での喫煙所やリフレッシュルームの未来の在り方を模索するような実証実験を行っていききたいですね。ありがたいのは、point 0では他社の方にフラットに「何か一緒にやりましょう」とお声がけできる点です。普通、他社とともに実証実験するとなると企業のポリシーに左右されたり煩雑な手続きが必要だったり、越えるべきハードルがたくさんあります。しかし、point 0を主語にすると、「point 0 でやりましょう!」といった具合にアイデアベースで相談することもできるんです。

渡辺 私たちは当初、point 0で取得



“保険会社単体では見いだせない価値を”

渡辺憲蔵 東京海上日動火災保険
わたなべ かずひろ◎デジタルイノベーション部 アライアンス推進室
担当課長兼プロジェクト推進室 参事



“未来のリフレッシュスペースを模索”

田中洋平 日本たばこ産業
たなか ようへい◎たばこ事業本部
セールスグループ CSV推進担当
課長



“それぞれの知見を持ち寄り
共同で実証実験”

高桑健一 大建工業
たかくわ けんいち◎商品企画部
イノベーション課 課長



“オープンイノベーションが
自然体で始まる場所”

稲畑伸一郎 TOA
いなはた しんいちろう◎ネクストビ
ジネス推進室 室長

したオフィス空間内でのバイタルデータを基にした保険商品の開発などを想定していました。しかし、現在の技術や保険商品に求められるデータの正確性を考えると難しいといった判断となりました。それでも、コロナ禍を経て新しい働き方が広がり、企業の健康管理の在り方も変化しています。そうした現状に対応する新しいサービスへの手がかりがpoint 0にあるんじゃないかと期待しています。

稲畑 point 0にはメーカー企業が多いなかで、保険会社の方から意見が聞けるというのはすごく貴重なんです。ですから、point 0関連以外のことで、渡辺さんに個人的に相談をもちかけることもよくありますね。ほかにもアイデアやリレーションを創発するため、point 0では多くのワーキンググループが立ち上がっています。個々人が自発的に行っているものもありますし、point 0が目指すテーマである「健康」「創造」「効率」を掲げた3大ワーキンググループも盛り上がっています。

高桑 私と田中さんは「創造」ワーキンググループに入っていて、この前もたまたま一緒に資料作成をすることになったライオンの方を交えて「せっかくなので3社で何かできないか?」という話をしていました。

田中 ワーキンググループの活動では、他社の優秀な人たちが弊社のことを考えて色々なアイデアを出してくれたりもするんです。そのこと自体がすごく価値がありますよね。

—— point 0の今後の可能性についてお聞かせください。

田中 私たちは少人数のチームで参画しているのですが、他部署やグループ会社の方々を呼んで、point 0だ

からこそできる可能性というのを模索しています。ここで得た知見や技術、出会ったものや人といった価値を会社に持ち帰ることで貢献できればな、と考えています。

高桑 私はこれまでも同業他社とアライアンスを組んで、住宅に関する商品開発を長くやってきました。しかし、point 0では異業種の人々と出会うことで、空間に対してよりさまざまな考え方やアプローチに触れられています。実証実験を含めアジャイル開発的なスピード感のあるプロジェクトが展開される一方、他社の方と未来での共創の可能性を探るといった長期的な視座など、複数の時間軸が存在しているようにも感じます。今後はpoint 0で出会った人々と一緒に新しい空間をつくっていきたいですね。

渡辺 我々保険会社は金融機関でもあるため、法的にも業務範囲は限られています。そういった制限のなかでも、色々な技術者の皆さんとご一緒することで、自分たちだけではできない価値をつくっていければと思います。具体的には、健康経営ソリューションの分野での可能性を感じています。

稲畑 point 0は、ソフト・ハードの両面でオープンイノベーションをしやすい空間や制度が構築されはじめ、サテライトオフィス事業としての実績も上がっています。今後は、ESGや地域創生といった観点で地方の社会課題を解決するために、例えば「point 0 local」を展開してみたり、スマートシティのなかで各企業が有機的につながる「point 0 team」を構築するのもいいかもしれません。そうやって、オープンイノベーションによる共創プラットフォームpoint 0全体のプレゼンスを高めていけたらうれしいですね。



Cross Talk2

働き方をアップデートし 共創のきっかけを得る

point 0は企業の実証実験の場であり、新しい働き方を提案する場でもある。参画企業はどんなことを期待し、どんな気づきを得ながらこの新たなワークスペースを活用しているのだろうか。

point 0には、都市開発やオフィスビルの建設を手がける大企業も参画している。コロナ禍を契機に一気にリモートワークが定着したいま、これらの企業にとって、人々がどんなワークスペースを必要としているのかをリサーチし、新しい働き方を提案していくことが新たな課題になりつつある。自身のpoint 0の利用体験からヒントを得たという4人に、話を聞いた。

—— point 0に参画した経緯を教えてください。

竹本 晋（以下、竹本） 当社は、主力事業であるオフィスを取り巻く環境の急速な変化を先取りし、自らの「働

く」を変革し発信していくとの観点から、2018年に本社を移転し、本社を実証実験の場として、「働く」に関する取り組みを行っています。私のチームは本社移転プロジェクトや移転後の運営、社内の働き方改革などを担当していたのですが、社内で「働く」に関する改革を推進してきた経験を活かし、今後はお客様の「働く」にかかわる価値提供をするというミッションが与えられました。そうしたなかで、今後のオフィス機能などの実証実験に対して、本社以外の場だからこそ実現できることや情報収集可能なこともあると考え、point 0への参画を決定しました。参画企業とのコラボや実証実験



“皆さんのヤル気に
触発されます!”

竹本 晋 三菱地所
たけもと すすむ◎ビル営業部
担当部長 FMコンサルティング室長



“アットホームな雰囲気
にホッとします”

久良知亜以子 鹿島建設
くらし あいこ◎建設設計本部
設備設計統括グループ
チーフエンジニア

を通じて、新たな価値提供や、オフィス・街づくりのコンテンツへのヒントを得ることを目的としています。
久良知 亜以子（以下、久良知） 当社では、「スマートビル・スマートオフィス」「新しい働き方」をテーマとする技術開発を行っています。point 0の、利用状況をデータ化してオフィスの改善・進化に活かす取り組みや、健康・ウェルネスを重視した働き方を追求している部分が、開発チームの考え方と合っていました。

実際に利用してみると、想像していた以上の効果が得られました。というのも、私自身の働き方の価値観も変わってきたんです。私の部署は固定席メインのオフィスなので、「リフレッシュはカフェ前」、「集中したいときには個室」、「人とコミュニケーションをとりたいときはオープンスペース」、といった気分と業務内容によって自由に席を選ぶ働き方が新鮮でした。実際に試してみると仕事のパフォーマンスがとて

—— point 0で働くことで、ご自身の価値観も変わりましたか。

伊藤 健太郎（以下、伊藤） 最初にpoint 0の構想をお聞きしたときは、「これが生産性向上に本当に結びつくのか」と半信半疑だったんです。でも使いはじめてみると、腑に落ちました。例えば、point 0と共同で提供している我々のシェアオフィスでは、オフィス内に避暑地をイメージした風を吹かせたり、木漏れ日をつくったり、香りにも工夫をしたりと、人の感性や五感に訴える形で快適に過ごせる仕掛けがたくさんあるんですよね。その効果でとてもリラックスできるので、たまたま居合わせたほかの企業の方とも、フラット

なコミュニケーションがとれるのです。そこからアイデアを得たり、コラボレーションのきっかけが生まれたりする。ワークプレイスにおける感覚的なアプローチの重要性が、自分の実感とともに理解できました。

大田 道広（以下、大田） 日本は名刺交換の文化が強いから、名刺交換していない人には話しかけにくい気がしてしまう。だから、企業の枠を超えたコミュニケーションって、難しいんですよね。でもpoint 0は、ここに登録している時点で「企業の枠を超えてアイデアを持ち寄って、新しいものを生み出したい」という意識が強い人たちだから、初めて会う人ともスムーズに会話を始められる。それが、ほかのコワーキングスペースと大きく違う点になります。こうした自然発生的な交流に加えて、point 0の運営の方にマッチングの機会をセッティングしていただけるようになると、さらに充実するんじゃないかなと期待しています。というのも、サンホセのWeWorkを訪問した際、日本のゼネコンが来た、ということで、他社の方とミーティングする機会を先方が設定してくれたんです。point 0は、そういうたハブになる可能性も秘めていますよね。

—— point 0の取り組み自体が、ご自身の企業やお仕事内容にとって参考になることもありますか。

久良知 point 0では、何種類もの装置を使い、利用状況や室内環境などのデータを取得していますよね。既存のオフィスだと「なんとなく使いやすい」と、感覚的な感想に頼っていた部分が多いのですが、ここでは利用率を数値化できます。例えば、数値が低かった集中ブースは、個室に

リニューアルして、さらに使いやすくするための改善を進めています。自社でスマートオフィスやデータ活用に関する取り組みを進めるうえでも、データの裏付けがあればオフィスの改善が進むと、確信を得ることができました。

—— コロナ禍をきっかけに、ワークスペースの役割や使われ方が問われるようになってきています。オフィスづくりの最前線を担われている立場から、ワークスペースの役割や意義についてのお考えをお聞かせください。

伊藤 我々はオフィスをつくる側の立場であると同時に、自分がどういう場所で働きたいかについても考え、暗中模索しています。当社の新しいオフィスの在り方などの調査研究を行う「HUMAN FIRST研究所」で、今年1月に一都三県の居住者であり、かつチームで仕事をしている人を対象に「仕事における個人のパフォーマンス向上因子に関する調査」を実施したんです。コロナ禍をきっかけに人々の価値観が変化したこともこの調査には反映されていて、その結果のひとつに「パフォーマンスが高い層ほど仕事で利用する場所の『種類』が多く、『目的』ごとに場所を使い分ける傾向が強い」という項目があったのです。まさにそれを実現できるのがpoint 0が提示しているワークスペースです。

ただし、そうした働き方を実現できるオフィスをつくるには、どうしてもコストがかかりますが、これまでの日本では、そのようなコストはカットされがちでした。我々のような企業が、より快適で、生産性が高まるワークスペースを社会に提示するとき、顧客の総務部や、裁裁権限のある人たちにどれだけ訴えかけられるか、という部分は



“ワーケーション気分
で働けるのも魅力”

伊藤健太郎 野村不動産
いとう けんたろう◎経営役
都市開発事業本部 企画室長



“point 0は、来なくなる
仕掛けが豊富!”

大田道広 清水建設
おおた みちひろ◎設計本部
プロポーザル・ソリューション推進室
副室長

大きな課題です。point 0のように具現化している環境があることで社会に対して説得力が増し、働きやすい環境が急速に普及するんじゃないかと期待しています。

大田 point 0を使い始めた当初は、まだコロナ禍前で、正直なことをいうと、ここで働くことになじめていませんでした。というのも、仕事はオフィスの固定席で行う、という習慣が強かったので、「point 0には、未来の働き方のトライアルとして来る」という感覚が強かったのです。しかし、リモートワークが普及して、さまざまな場所で働くことが当たり前ようになってきたなかで、私自身の働き方の視野も広がり、多種多様な働き方を提案するpoint 0が、ぐっと身近に感じられるようになってきました。施設内のミーティングテーブルに社内の人間で集合して打ち合わせをすることもあ

り、人と会いにくくなっている状況のなかで他社の方とコミュニケーションをとる機会もつくれる。コワーキングスペースの可能性が見えてきた気がしています。
竹本 point 0には能動的・積極的に参画している方が多く、街づくりの立場としても、企業の枠を超え、これからさらに面白い仕事ができる気がしてワクワクしてきます。

伊藤 ちょっと大胆なことをする勇氣をもてるというか、一歩踏み込んだアイデアも出てきますよね。風や香りなど、自然の要素がこれだけ仕事にいい効果をもたらしてくれるなら、じゃあハワイっぽい風と一緒に、砂浜ゾーンをつくって裸足でディスカッションするのはどうだろう、とかね（笑）。そういう何気ない会話から、より快適なワークスペースを社会に発信していくきっかけを生み出せたらと思っています。

Case Studies of PoC

point 0だから実現できるスピーディな実証実験

point 0 marunouchiの開設から丸2年を迎えた現在、48件の実証実験が完了あるいは継続されている。コロナ禍という特殊な状況下にもかかわらず、オープンイノベーションの事例数も増加傾向にある。本レポートでは、2020年7月から2021年6月までの間に進捗のあった実証実験の事例を紹介する。

01

気持ち切り替えシャワー

実験フェーズ：Ongoing

TOTO／パナソニック／TOA

開発の背景にある課題

より効果的に気持ちを切り替えるためには、心身へさまざまな刺激を与えることが必要と仮説を立て、すでに多くの人が実践する飲食などの身近な気分転換では不十分と考えた。

提供する価値・体験や検証結果

気持ちの切り替えを促すために、シャワールームの個室という利点と温熱刺激に着目し、照明・映像・音による空間演出とさまざまな種類のシャワーで心身へ刺激を与えるシャワールームを導入。瞑想・癒



し・覚醒をテーマに3種類の空間演出が用意されており、利用者は自身の気分に合わせて演出が選択可能に。また、演出の内容は定期的に入れ替え、アンケートや利用状況データからニーズを分析している。

今後の展開

利用者の8割以上の方に満足いただけているほか、朝の出勤直後に加えて午後の就業時間にも一定数利用されていることがわかった。引き続きデータをもとに課題を可視化し提案につなげる。

02

気分測定ツールやセンサーを使ったアートの検証

実験フェーズ：Finished

丹青社



開発の背景にある課題

オフィスにおけるアートの設置による効果は明確に示すことが難しく、オフィスづくりや運用のなかでその役割や目的が曖昧になっていた。

提供する価値・体験や検証結果

point 0 marunouchiの共用部に丹青社が提供するアート・工芸作品のプラットフォーム「B-OWND」で扱う作品を設置。アンケートの結果、約75%が「アートは気分転換やリフレッシュなどの快適性向上に寄与する」と回答し、主観的な気分測定ツール「KOKOROスケール」では、生産性や創造性を高めることが実証された。センサーを活用した位置情報分析ではアートの設置により人流の変化が表れることも示唆され、空間におけるアート活用可能性を見出した。

今後の展開

上記の定量的な実証結果をもとに、point 0 satelliteをはじめとしたワークスペースにアートを導入する提案を進める。アートパネルスピーカーなど、技術を組み合わせた新商品も開発中。

03

タッチパネル式情報端末「VisualTiles」

実験フェーズ：Finished

丹青社



開発の背景にある課題

デジタルサイネージを設置しても、運用の負荷や操作性の低さからワークスペースでは有効活用されていないことが多かった。

提供する価値・体験や検証結果

各社がpoint 0に参画した目的や実証実験の内容、動画、企業サイトへのリンクなどさまざまな情報を格納し、協創／共創に必要な情報を提供。高速ブラウジングにより直感的でストレスフリーな情報閲覧も可能にした。結果、93%のアンケート回答者が「扱いやすく、直感的に操作ができた」と評価。管理者画面の簡素化によりコンテンツの更新・追加も簡単にできるようになり、情報共有端末として活用されている。

今後の展開

コロナ禍で高まるオフィス内におけるナレッジ共有のニーズに応えるため、AIの活用や管理機能の強化・クラウド化などを通じた機能強化により、さらなる可能性を模索している。

04

「MIGACOT」 歯みがき

実験フェーズ：Finished

ライオン



開発の背景にある課題

口腔内を清潔に保つには、1日3回食後に歯をみがくのが理想だが、ビジネスパーソンには食後の歯みがき（昼歯みがき）があまり普及していない。

提供する価値・体験や検証結果

point 0 marunouchi利用者にコップ付きオーラルケアセット「MIGACOT（ミガコット）」を配布し、昼歯みがきの機会を提供。アンケートの結果、point 0を利用するようになって昼歯みがきへの意欲は78%から88%へ高まったものの、実施者は増えていないことがわかった。一方、昼歯みがきを「身だしなみのひとつだと思う」などの回答も多く、他者との交流が盛んなシェアオフィスで、気配りとしての昼歯みがきが役立つことが示唆された。

今後の展開

新しい働き方、新しい生活様式のなかで、新型コロナウイルスへの感染防止を呼び掛けながら、昼歯みがきの実施を支援する活動を引き続き行う。

05

位置情報・着座センサーを用いた
高精度位置情報の取得検討

実験フェーズ：Finished

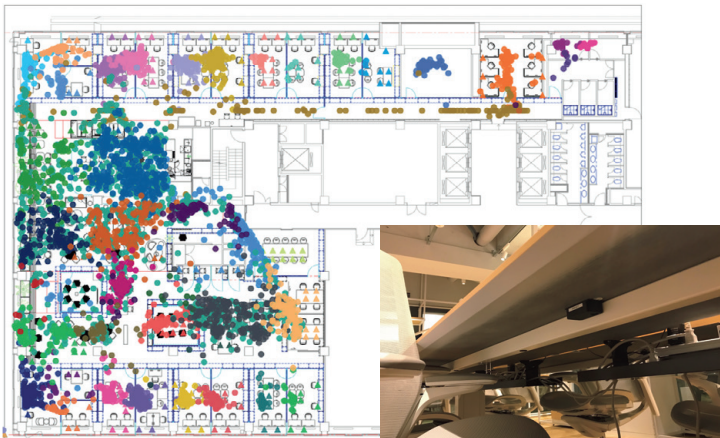
オカムラ／パナソニック／日本マイクロソフト

▶ 開発の背景にある課題

既存の位置情報システムは精度誤差があるほか、個人とエリアの特定はできるものの座席まで特定することができない。一方、着座センサーは座席の特定はできるが個人が特定できなかった。

▶ 提供する価値・体験や検証結果

個人に最適な空間制御の実現や、それぞれのオフィス家具の使い方などのデータ取得を目指し、位置情報システムと着座センサーのデータを統合することで、使用した座席と個人どちらも特定させることを



試みた。結果、オープンエリアでは10分間隔のデータでは動線把握ができず、着座データとの整合性が取れなかったが、個室ブースのような限られた空間ではおおよそ特定することができた。

▶ 今後の展開

1秒ごとの連続した時間で動線をより正確に把握できないか、引き続き検討していく。また、システムごとで原点となる座標が異なることで生じる微妙な誤差の是正方法も模索する。

06

会議活性化ソリューション

実験フェーズ：Ongoing

TOA／ライオン／パナソニック

▶ 開発の背景にある課題

ビジネスの創出・展開において不可欠な会議の有意性の向上は、参加者の能力に委ねられており、室内の空間演出による解決策の検討が進んでいなかった。

▶ 提供する価値・体験や検証結果

第一歩として、会議出席者の発話量と会議室内の音響・香り・照明システムを連動させるシステムを開発。発言しやすい雰囲気づくりや気分転換にも大きく寄与している傾向がみられたほか、多くの利用者から「普段オフィスにて行われている会



議と違う」と好評価を獲得した。こうした結果から、会議室内の空間演出が参加者の緊張をほぐし、発言の質・量の向上に寄与すると考えられる。

▶ 今後の展開

空間内の演出システムがもたらす影響度合いをより分析していくとともに、その他要素も含めたシステムとの連携によるさらなる相乗効果の可能性も追求していく。

07

スマートビールサーバー
(KPAS × IoTビールサーバー)

実験フェーズ：Ongoing

アサヒビール／パナソニック



▶ 開発の背景にある課題

シェアオフィスで人の交流を促すアルコールを提供することが付加価値の向上につながるという仮説をもつ一方で、安心安全で適正な飲酒環境を提供できるかが課題となっていた。

▶ 提供する価値・体験や検証結果

パナソニックのKPAS（顔認証システム）とアサヒビールのIoTサーバーを組み合わせることで、個人の属性情報と酒類の出杯時間、量、杯数のデータを連携。KPASによる本人認証は利用者にとストレスをかけないため、正確なデータ収集が可能になった。また、取得データから出杯の時間帯や1回の出杯における最適量、利用者のニーズなどが分析可能になり、オフィスに適した活用方法を見出すための糸口となった。

▶ 今後の展開

KPASの高精度な本人認証機能を活かし、データをもとに人によって異なる適正飲酒量を定め、それを超える場合は供給を停止するなど、適正飲酒範囲内での酒類の提供を追求する技術の実現を目指す。

08

クリーンブース

実験フェーズ：Ongoing

ダイキン工業



▶ 開発の背景にある課題

コロナ禍においてオフィス内に設置される個室が増加し、個室空間の換気方法への関心が高まる一方で、ビルの換気量を容易に増加できないという課題があり、テナント側でも対策可能なソリューションの提案が求められている。

▶ 提供する価値・体験や検証結果

個室に空気を浄化する専用経路を増設し、ダウンフロー気流を起こして人の周囲の空気を常に浄化する「クリーンブース」の活用を推進。point 0 marunouchi のphoneboothに導入したところ、ビル換気のみの場合と比べて空気の浄化スピードが約3倍に向上した。また、4つの個室のなかでクリーンブース化した個室が最も利用率が高くなるという結果も得られた。

▶ 今後の展開

2021年度中に、point 0 satellite への展開を予定。クリーンブース化した個室の予約率がどのように増加するか引き続きデータを取得するほか、空調営業部門と連携し、ダイキン工業の製品と連携させたソリューションの提案を計画中。

09

オフィス・家具のIoT化に向けた
データ取得とサービスの検討

実験フェーズ：Finished

オカムラ



▶ 開発の背景にある課題

オフィスの定常的な利用状況はオフィス環境を構築しても、把握が困難。ファシリティマネジメントや投資判断のベースとなる情報を取得することが求められていた。

▶ 提供する価値・体験や検証結果

全265席に人感センサーとQRコードを設置。人感センサーで着座情報を自動取得し、利用者による利用開始・終了時のコード読み取りで、着座した個人の特定を狙った。空間ごとの利用傾向だけでなく利用率・占有率などの分析につながるデータ取得に成功し、一席ごとの正確な着座情報取得の有効性を確認できた。一方コードの読み取り忘れが頻発し、利用者のUXに配慮したサービス設計の重要性に気づくことができた。

▶ 今後の展開

データの分析・検証に加え、point 0内のデータ活用グループを通じて他社が取得している各データとの連携を検討。最適な着座センサーの探索・選定を行い、将来的にはサービス化を検討する。

10

音声によるオーダーシステムの導入における利便性の検証

実験フェーズ：Finished

丹青社／TOA



➤ 開発の背景にある課題

コロナ禍のオフィス運用において、接触・接近機会の制限と適切な人員配置によるコスト最適化の必要性を背景に、非接触型で運営をサポートできるシステムが求められていた。

➤ 提供する価値・体験や検証結果

音声のみをトリガーに注文ができる「ボイスオーダー機能」をもつテーブルを開発。マイク・スピーカー・非接触型の照明を一体化させることで、スタイリッシュなデザインを実現させた。また、複数人が参加するWEB会議で「声が聞こえにくい」という課題の解決策も模索。音声認識や照明の精度には一部課題を残すが、アンケートでは約70%から「WEB会議をスムーズに運用することができた」という回答を得た。

➤ 今後の展開

好評を得たWEB会議用音響システムに着目し、会議室用テーブルとして point 0 satellite の関東1号店であるH¹T Lab powered by point 0 に導入。今後もオフィスでの会議環境の向上ソリューションとして提案を続ける。

11

「もぐカップ」発売前アンケートの実施

実験フェーズ：Finished

アサヒビール



➤ 開発の背景にある課題

海洋汚染、使い捨て容器の使用によるごみ増加の原因のひとつになっているプラスチックに代わる素材やソリューションが求められている。

➤ 提供する価値・体験や検証結果

アサヒビールでは使って食べられるコップ「もぐカップ」を開発。発売に先駆け、もぐカップの使用感、耐久（水）性、ドリンクなどの内容物との相性などのアンケート調査を実施した。結果、懸念していた耐久（水）性は問題ないレベルであったが、染みが出ていたという回答も得られた。ドリンクとの味の相性、使用後のもぐカップ自体の味についても概ね好評価であったほか、改善すべき点を明確にできた。

➤ 今後の展開

改善した商品をECで発売することが決定。point 0 へのTV取材を受け、小泉環境大臣より脱プラスチックの事例として挙げられるなど注目を集めたことを受け、スケールアップを予定。

12

バイタルセンシング技術によるワーカーの身体状態変化の見える化

実験フェーズ：Finished

セイコーエプソン



➤ 開発の背景にある課題

昨今の働き方改革を背景に、ストレス、リラックス、集中など、オフィスワーカーの心身の状態変化を手軽に定量評価（見える化）するニーズが高まっている。

➤ 提供する価値・体験や検証結果

エプソンのバイタルセンシング技術（活動量計）を用いて計測した脈波間隔の揺らぎのデータをもとに、ガム咀嚼有無における自律神経の状態変化を把握。アンケートによる生活習慣や嗜好などの定性データとのクロス分析により、ガムを噛む習慣がある人にとっては、ストレス負荷時のガム咀嚼がリラックスにつながる可能性が示唆され、働く人の快適性などへの影響を客観的に可視化できる測定ツールとしての有効性が確認できた。

➤ 今後の展開

手軽に生体情報を計測できる点を活かし、音や香り、アートなど他社が手がけるオフィス環境改善の効果検証や、より個人に最適化された空間の創造などにおける活用を模索していく。

13

サウンドマスキング

実験フェーズ：Ongoing

TOA



➤ 開発の背景にある課題

働き方改革への対応や感染症対策により、自社オフィス以外で業務やWEB会議を行うケースが増えている。WEB会議の音声漏れなどから情報漏洩のリスクが高まっていた。

➤ 提供する価値・体験や検証結果

WEB会議利用の増加で使用率が高まった point 0 marunouchi 内のフォンブースにおいて、ブース間の会話漏れを軽減する独自の自然音マスキングシステムを導入。8割以上の利用者に満足いただけている。また、近年増加傾向にある欄間オープン個室での自然音マスキング検証も実施。結果、効果的なマスキングパターンの取得に加え、利用者から具体的な課題を抽出することで、システム機能向上の可能性を大きく拡大できた。

➤ 今後の展開

欄間オープン個室において、吸音パネルと自然音マスキングの効果を組み合わせた際の音声漏れの度合いを調べ、快適空間の指標づくりを進めている。他参画企業との協業により、point 0 外への導入を加速させる。

14

KPASクラウド

実験フェーズ：Finished

パナソニック



➤ 開発の背景にある課題

これまでのカードを使用した入退室では、カードを取り出しかざす動作が必要であるほか、カードを紛失すると入室できないなど、面倒や不便が生じていた。

➤ 提供する価値・体験や検証結果

顔で認証させることで、カードを取り出す手間や紛失する心配をなくし、スムーズな認証を実現させた。また、生体認証のためセキュリティの向上にもつなげた。検証期間中は誤認証も発生せず、本人認証100%を達成したほか、認証速度もストレスにならない範囲であったことがわかった。予約システムや電気錠システムなどその他のシステムとも正常に連動させることができた。

➤ 今後の展開

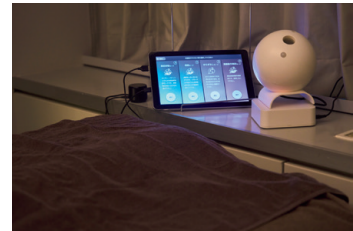
体表面温度測定など他のデバイスとの連携も検討することで、顔認証における付加価値向上の方法を検討する。

15

仮眠室ソリューション

実験フェーズ：Ongoing

パナソニック／ライオン



➤ 開発の背景にある課題

仕事中に15～30分程度の仮眠をとることによって仕事の生産性向上につながると言われているが、その効果は仮眠の質に左右される。仮眠の質向上のためには環境を整えることが重要である。

➤ 提供する価値・体験や検証結果

照明と香りの2つの要素を組み合わせることで、仮眠の質にどのような変化があるかを検証している。照明と香りのソリューションを連携させ、設定した仮眠時間（15、30分）にあわせてそれぞれを自動で作動させることで快適な仮眠空間を演出する。演出がない場合と比較すると、リラクセス感や目覚めのスッキリ感が高まる傾向があり、相乗効果も期待できるという結果が集まりつつある。

➤ 今後の展開

検証数を増やすことで照明と香りの相乗効果の有無を確認し、仮眠だけでなく睡眠自体の質の向上につながる連携の可能性を探る。

16

ベンチ型サウンドアート
「Ruhe(ルーエ)」
実験フェーズ：Ongoing

TOA



開発の背景にある課題

テレワーク化が進み、オフィスに集まることへの意味が問われるなか、対面コミュニケーションの機会創出およびイノベティブな思考や議論の促進を実現する空間ソリューションが求められている。

提供する価値・体験や検証結果

サウンドアーティスト及川潤耶氏（ソニフィデア代表）とのタイアップにより、デザインに合う立体的なサウンドを、木製ベンチに内蔵したスピーカーとセンサーで演出した。人の行動によって変化するインタラクティブなサウンドや滞在スペース化により、人が集い、つながりを醸成し、「また来たい」と思わせる印象的な空間を提供。利用後アンケートから、音の心地よさ、つながりの醸成という点で高評価も得た。

今後の展開

作家に興味をもつ方をターゲットにアート要素の付加価値検証を行う。また、アンケート回答で多かった、ホテルなどのエンタランスでの導入可能性を探るとともに、引き続きオフィスでのコミュニケーション醸成効果を検証する。

17

オフィスにおける瞑想家具の
提案に向けたデータの取得
実験フェーズ：Ongoing

オカムラ



開発の背景にある課題

働き方に大きな変化が訪れるなか、ストレス軽減や仕事のモチベーション向上方法のひとつとして“瞑想”に注目が集まっているが、オフィス内には瞑想できる環境が少ない。

提供する価値・体験や検証結果

オフィスに瞑想できる空間が少ないこと、瞑想姿勢が保てないことの2点に着目。空間が少ないことに対しては、瞑想用のチェアを導入することにより、瞑想を促すことができるようにした。また、自然と背筋が伸びて、瞑想に集中できる姿勢に仕向けた形状のチェアにすることで、瞑想姿勢の維持もサポート。実験を重ね、足が痺れにくく、無理のない正しい姿勢がとれ、万人が使用しやすい形状を実現させた。

今後の展開

今後は空間の仕切りについても検討する。周辺の視線を気にせず瞑想に集中できる環境を簡易的につくり出せる方法を模索し、より多くのビジネスパーソンが瞑想を日常に取り入れられるよう働きかけていく。

18

欄間オープン個室の音漏れ改善
ソリューション
実験フェーズ：Ongoing

大建工業／TOA



開発の背景にある課題

サテライトオフィスが各地で増えるなか、「完全個室」よりコストメリットのある「欄間オープン個室」が増えているが、音漏れにより機密情報が漏洩してしまう懸念がある。

提供する価値・体験や検証結果

point 0 marunouchi内の集中ブースにある欄間オープン個室において、大建工業の吸音パネルとTOAの自然音マスキングシステムを併用することで、秘匿性向上と快適性向上を実現できる最適なバランスを検証。吸音パネルを一定数設置することにより隣接ブースの話し声が聞き取りにくくなることを確認した。また、パネル枚数を増やすことにより、自然音マスキングの音量を下げても聞き取りにくさが保てることも確認できた。

今後の展開

秘匿性／快適性の指標づくりを進めるほか、point 0 satelliteに提案を予定。他のオフィス空間への提案を通して、欄間オープン個室におけるスタンダードソリューションとしての展開を目指す。

19

オープンスペースにおける
音環境制御システム「オトノカサ」
実験フェーズ：Finished

清水建設／TOA

開発の背景にある課題

近年のオフィスでは、打ち合わせや従業員の触れ合いの場として利用できるコラボレーションエリアを導入する動きが広がっているが、会話や議論が盛り上がると、周囲で働く人にはうるさく感じられてしまい、集中力や生産性を減じる要因となる。

提供する価値・体験や検証結果

オトノカサは、放物面状の天井（カサ）と、カサの下で交わされる会話音声を収録するマイク、放物面の焦点からカサに向かって会話音声を拡声するスピーカーで構成さ



れる。パラボラアンテナの原理を活かした構造により、拡声された音声はカサの下にいる人にもみ届くため周囲に与える影響を最小限に留める。point 0 marunouchiへの試験導入により、実際にカサの下で会話をする話者の音声が無意識に小さくなるという結果が得られた。

今後の展開

おもにコラボレーションエリアを設けるオフィスの新築工事や内装改修工事を対象にオトノカサの導入提案を積極的に進め、執務者がストレスなく働けるオフィスづくりに貢献していく。

20

協創を促進するナレッジマイニング
ソリューション
実験フェーズ：Ongoing
丹青社／日本マイクロソフト／
電通国際情報サービス

開発の背景にある課題

コロナ禍によりリアルな場での企業間の接点が減少し、組織を超えた情報共有の機会も大幅に少なくなったことを受け、企業間協創を促進するためには情報共有プラットフォームの構築が必要だと考えた。

提供する価値・体験や検証結果

Microsoftの「Azure Cognitive Search」を活用し、さまざまな形式のファイルを一括して全文検索可能にすることで、直感的な操作を実現。情報提供者やジャンル、特定キーワードによる自動タゲ



付けを採用して分類を容易にし、絞り込みによる検索性を向上。機密性の高いデータに対してはユーザー認証を必須とすることで、セキュリティ面にも配慮した。PCのほか、point 0 marunouchiに設置した他の端末でも使用可能とし、検索から閲覧までシームレスな体験を提供した。

今後の展開

「直感的に情報を見つけられた」「使いやすい」といった反響を受け、社内の情報共有などに課題をもつクライアントへの提案を模索。ソリューションとしてのサービス展開も視野に開発・検討を継続する。

Community Management

心地よく働き、つながる空間づくりを目指して

ただ同じ場所で別々の仕事をしているだけでは人とのつながりは生まれにくい。
企業や肩書きを超えた人と人とのつながりを生む仕掛けが多いこともpoint 0の特徴のひとつだ。

写真左：松橋安莉氏。デザイン会社でワークスペースの立ち上げなどに関わってきた。2021年3月から参加。中央：鈴木あゆみ氏。point 0 marunouchi開設から間もない2019年11月より参加し、運営の中核を担っている。右：佐々木 瞳氏。宿泊施設での経験を活かし、主にカフェを担当。2021年4月から参加。



「企業間の実証実験ありきではなく、それぞれの肩書きによらない、人と人とのつながりを大事にすることを意識しています」（鈴木氏）。point 0 marunouchiは企業ユーザーが多く、そこから生まれるオープンイノベーションや実証実験が特徴ではあるが、実際の利用者の目的はさまざま。それぞれの目的や要望に応えるためには、まずコミュニケーションが欠かせない。それらを吸い上げるのが、運営メンバーの役割だ。仕事の区切りがつき、ほっと一息つくタイミングで立ち寄る受付やカフェなどで生まれる雑談から、

少しずつ利用者との距離を縮め、一人ひとりをもつ目的や専門領域から趣味、興味まで幅広い話を引き出し、場合によってはその情報をもとに人と人をつなぐこともある。

カフェを担当する佐々木氏は「以前は、宿泊施設で旅行者の目的に応えるための旅行案内をしていました。コミュニケーションを取ってその人の要望に応えることで、満足してもらうのが楽しいんです」と語る。彼女たちが目指すのは、「あなたの『はたらく』のターミナル」だという。ターミナル駅に集う人々は、電車の乗り換えやその駅周

辺での用事、もしくはそこから旅行へ出発するなど、目的が異なる。それら個別の目的に応えるインフォメーション・センターのような役割を果たすことを意図している。「個々の満足度を上げていくことで、この場所を好きになってもらえるようなサポートの仕方をしていきたいです」（松橋氏）。このような働きかけが、point 0 marunouchiのカジュアルな風土をつくり、イノベーションの土台づくりへとつながっている。彼女たちコミュニティマネジャーの存在が、心地よいつながりが生まれる理由のひとつである。

職場から失われつつある「雑談」を取り戻し 新たな形のネットワークをつくる

お互いの興味関心を知っているからこそ、気軽にコミュニケーションが取れる。
部活動やラジオ放送、空間づくりを通して、
point 0 marunouchiでは自然なつながりが育まれている。

▶ボードゲーム部

王道からマニアックなものまで、持ち寄ったボードゲームを楽しむ。コロナ禍ではオンラインでも活動。



▶ゆるラン部

皇居周辺などをゆるく走る部活。ランニング後にはシャワー室でリフレッシュ。



部活動

▶プレイリスト部

世代を超えて、月ごとのおすすめ曲を集めたプレイリストを毎月作成。Spotifyで配信中。
プレイリスト収録曲例：Summer Soul (cero) / Wave (ATEEZ) / ピースサイン (米津玄師) / 若者のすべて (フジファブリック) / 夏祭り (Whitebelly) / 金星 (女王蜂) ほか

▶日本酒部

日本酒好きが集う部活。コロナ禍ではオンラインでも活動。各自おすすめの日本酒を紹介する。

▶point 0 放送局

2021年1月より、取締役の宇野氏、遅野井氏をパーソナリティに毎週YouTubeで生配信しているラジオ番組。コロナ禍以前、終業後にビールサーバー前で交わされていた雑談をオンラインでも再現するため、毎週さまざまなゲストを呼んで配信を行っている。



空間



エントランス入ってすぐの受付スペース。出勤・退勤時のささやかなコミュニケーションも関係づくりのきっかけになっている。

カフェスペース。BERTH COFFEEの香りのよいコーヒーを片手に、リラックスしながら雑談ができるスペースとなっている。

左は蔦屋書店がブックキュレーションする本棚。奥には個人の推薦図書も並ぶ。これらの書籍が雑談や実証実験のきっかけになることも。

「効率」グループは、単なる生産性向上・業務時間の短縮ではなく、心理的な安全性を維持し働く人にとって無理を生じない本質的な効率化の方法を模索している。効率のよい働き方とは何か、point 0だからこそ生まれる定義と解決策が期待されている。

Efficiency

「創造」グループは、point 0のイノベーション創出力強化を目指している。多種多様な業界の企業が集まるpoint 0の特性を活かし、コミッティ内はもちろん、外部に向けても斬新なアイデアを提供するための仕掛けをつくり出している。

Creation

「健康」グループは、社会に健康的な働き方を提案していくための実験に取り組んでいる。心身ともに健康的に働くための方法を各業界の専門家が集まって模索し、point 0での実体験とデータを元に発信していくことを目指している。

Health

Working Group

「働く」を再定義するため、多様な知恵を寄せ合う

協創／共創による新たな価値創出を加速する目的で開始された、「創造」「健康」「効率」という3つのワーキンググループ。それぞれの視点で「働く」を見直し、見いだした課題とは。

Creation 創造

多様な専門性を活かしたアイデアで、新たなビジネスの種をつくる

「創造」ワーキンググループではpoint 0に集うさまざまな視点・知見を活かすための活動として「勝手にビジネス提案」を実施。他社の課題に応えるソリューションを考えるハッカソンを実践している。「会社では上司やお客様から与えられたミッションをこなしますが、ここでは自分たちでミッションをつくり出しているんです」（丹青社・町田氏）。0から1を生み出す苦難は並ではないはずだが、ワーキンググループの活動はモチベーションの源になっているという。

2020年度の「勝手にビジネス提案」でクライアントとなったのは、point 0の参画企業でもあるアサヒビールと、300年の歴史をもつ石川県金沢市の老舗鋳物会社金森合金。アサヒビールには新たな立ち飲みスタイルや、「オフィスに最適なお酒」としてノンアルコール飲料を文字通り「勝手に」提案。point 0参画企業ではない金森合金には、ブランドの未来を考えてほしいというお題に対し、コアメッセージを伝えるコンテンツやアイテムを提案した。

提案したアイデアのうちいくつかは実際に評価を得て、開発にも着手している。TOTOの高野氏は「通常のビジネスフェーズでは、自社の利益も念頭に置かなくてはいけないため現業の域を出るようなアイデアが出しにくい。一方、point 0は事業化フェーズ以前の『これは面白そう』という直感から着想を得て、実証実験を行う場なので、ふとした会話から『まずはやって

みましょう!』で検討が始まる風土があります。他のコワーキングスペースに比べて利用者同士の接点をつくる仕掛けも多いので、意見を出しやすいのでは」と語る。「本当に実現できるか」という検討をいったん脇に置いたアイデアが、新たなものづくりやビジネスを生むトリガーになるのだ。

しかし、文化が違う企業同士で意見をまとめていくハードルの高さはないのだろうか。丹青社の町田氏は「まったく異なる専門領域、文化からの意見も大歓迎です」と明るく答えてくれ

た。むしろ異分野同士の意見交換を通して、各企業のバックボーンにも触れられ、「ここでの交流が、自社の業務にも還元できる可能性に気づけた」という。

ライオンの斎藤氏は、こんな言葉で締めくくってくれた。「『そんな視点があるんだ』という学びや発見に次々と出会えるので、意見の違いに疲れたことはありません。point 0は私の好奇心の原点となる場所ですね。ここでの出会いが自分自身の成長につながっていると日々実感しています」



写真左:TOTO デジタルイノベーション推進本部 イノベーション推進四Gの高野枝里子氏。中央:ライオン 研究開発本部 イノベーションラボの斎藤貴大氏。右:丹青社 デザインセンター カルチャー&コミュニケーションデザイン局の町田怜子氏。取材中は笑顔と会話が絶えず、明るいエネルギーが特徴的なワーキンググループである。その明るさは「熱意ある人が創造を起こし、参画企業同士をつなげるトリガーになる」という考えから育まれているものかもしれない。グループ自体がそのトリガーになるための取り組みのひとつが「勝手にビジネス提案」なのだ。その背景には、point 0の価値を最大化しムーブメントを起こそうという意気込みと覚悟が感じられる。

Health 健康

健康のための“行動変容”を持ち帰り広げていく、好循環を生み発信する空間を目指して

point 0は、日本のコワーキングオフィスにおいて初めてWELL 認証（※）を取得。空気、光や音、家具、あらゆる分野において「働く空間」として最上級の評価を得たこの場では、point 0の外でも「健康」を追求するための実証実験が続いている。

コロナ禍に急速に普及した在宅勤務はワークライフバランスを高めるといふ側面をもつ一方で、いわゆる「リモート疲れ」も引き起こしている。「健康」ワーキンググループでは、ウィズコロ

ナ時代で働く人の健康に着目して活動。「オン/オフを上手に切り替える」ためには睡眠の質の向上が必要であり、睡眠の質には日中の働き方が大きく影響しているという仮説を立てた。メンバーが被験者となり、日中の働き方を変えるため、「仮眠」と「睡眠前のデジタルデトックス」、リフレッシュ行動を日常的に取り入れる「自律神経スイッチング」を実践。検証にはセイコーエプソン提供のウェアラブルデバイスを用い、毎日のデータを蓄積した。point 0にはすでに「仮眠室」や「シ



写真左：アサヒビール マーケティング本部 新価値創造推進部の元田清氏。中央：パナソニック ソリューション事業統括部 テクニカルセンター 企画部の道木裕也氏。右：清水建設 技術研究所 未来創造技術センター ウェルビーインググループの雨宮沙耶氏。「いつもマスクをつけているから、こうして素顔を見ると違和感ありますね」。撮影中は、そんな笑い混じりの雑談と、近況報告が交わされていた。オンラインでの活動が中心であったが、会えば自然な会話が交わされる。その様子からは、それぞれが各業界の専門家であることを尊重し、新たな発想や意見を互いに受け入れ合うことで育まれる信頼関係が感じられた。

※WELL 認証は、空間のデザイン・構築・運用に「人間の健康」という視点を加え、よりよい住環境の創造を目指したオフィス空間の評価システム。

ャワールーム」などの設備が完備されているが、業務時間内に利用するには心理的なハードルが高い。その点、「被験者として、という理由があって初めて利用できました。非常に貴重な体験でしたね」と清水建設の雨宮氏は語る。

一見すると健康によさそうに思える行動も、実際にデータを取ってみると個人や環境に大きく左右され、無理に実践してもよい結果にはつながらないことが、実験を通した気づきだった。仮説とは異なる結果が見えてきたわけだが、こうした実験にも積極的に取り組めることはpoint 0の価値でもある。「社内では自然と“認知バイアス”がかかっているんです。例えば『オフィスにビールサーバーは置けない』という認知。point 0では非常に好評で、参画企業のオフィスに設置してほしいという依頼も増えています」とアサヒビールの元田氏は新たな市場を見据え期待を込めて語る。

「point 0での実験結果を自社に持ち帰るとき、『こんな新しい視点が得られた』と実感に伴って話せるんです。僕自身、シャワールームを体験したことで『仕事の合間にシャワーを浴びるとよいアイデアが出せる』ことに気づいて、いまでは在宅勤務時にもシャワーを浴びています。こうした気づきは、人脈だけではなく大きな魅力ですね」（パナソニック 道木氏）point 0で得た体験は自社に持ち帰られ、外へ外へと広がっていく。健康的に働くための、好循環を起こす場として。

Efficiency 効率

「信頼関係」の構築のため、多様な専門性を可視化し運用できる基盤づくりへ

あらゆるビジネスシーンで重要視される「効率」。ただし、無条件に効率ばかりが重視され、やりがいや成果が蔑ろになってしまつては本末転倒だ。丹青社の大川氏は「『効率』ワーキンググループの目的は、ただ“便利”にすることではない」と説明する。彼らが求める効率の基礎には、信頼関係の構築があるのだという。

「効率とは何か？」——さまざまな論点が噴出するなかでたどり着いたのは、効率とは「限られたリソースを使って価値を最大化すること」であり、それを実現するためにはお互いの「信頼」が必要不可欠である、という結論だった。その後、グループは信頼関係を構築できる環境をつくり出す「基盤」と、効率をさらに高める「加速」の2チームに分かれ、活動を進めてきた。

「基盤」チームではヒアリング結果を踏まえ、業務において「専門外のことを誰に相談すればよいのかわからない」という課題に注目。問題解決の場としてpoint 0のオンラインコミュニティツール「Cobot」のプロフィール欄を充実させる活動を推進した。これにより人脈が広げやすくなり、「気軽に相談できる」「各自の役割やスキルがわかる」空間が創出されていった。「加速」チームでは「アイデアや困り事を持ち寄り、企業を超えた専門家集団が相互作用するコミュニティ」を目指し、企業のデータベースを構築。各企業がどのような専門性をもつかを可視化し、協創／共創を検討する際



写真左：ライオン 研究開発本部 イノベーションラボのサボコタ・スマンラル氏。右：丹青社 コマーシャルスペース事業部の大川瑠子氏。それぞれ「基盤」チームと「加速」チームを率いる若手のホープだ。ワーキンググループの打ち合わせもほぼオンラインで実施していたそうだが、二人の間には互いをよく知る会社の同僚かのような信頼感のある空気感があった。ダイキン工業 テクノロジー・イノベーションセンター 主任技師の香川早苗氏。25年以上のキャリアをもつがpoint 0で得られる体験や発見は刺激的だという。本業で多忙ななかでも積極的に意見し、ワーキンググループの運営をバックアップしている。

に参照できるようにした。このデータベースは今後point 0の大きな財産になりそうだ。こうしてpoint 0内のコミュニティが強化されたことによる効果は各社に還元されていく。ダイキン工業の香川氏は、point 0での出会いを「ほかでは得難い希少な価値」と語る。「普段は、手続きを踏まないとなかなか会えない新規事業開発の担当者の方々に、point 0では出会えてしまう。各業界の最先端で、無から有を生み出す仕事の仲間同士、

二言三言交わすだけで課題を共感でき、勇気づけられる。そんな価値を皆さんに共有するための活動を担っていると思います」グループの次なる目標は、先述のプラットフォームやデータベースを活かしたさらなる協創／共創の機会づくりだ。「コーディネーターとしての立場から、他のワーキンググループとコラボレーションして協創／共創の場を創出したいですね。データベースをもとに、さらに提案の場を広げていきたいと考えています」（ライオン スマン氏）

Satellite

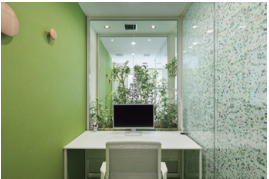
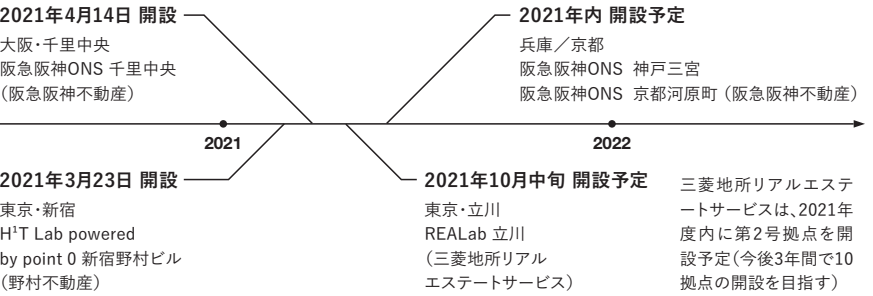
不動産業界へイノベーションを創出するプラットフォームへ

2020年秋にリリース以降、多くの事業会社の反響を集めている「point 0 satellite」。業界の壁を超えたオープンイノベーションによって、想定以上のシナジーも生まれている。パートナー企業として連携する不動産デベロッパー3社（阪急阪神不動産、野村不動産、三菱地所リアルエステートサービス）の担当者に話を聞いた。



©2021 Nacasa & Partners

point 0 satellite Road Map



上2点 | 阪急阪神ONS 千里中央の内観。／左 | H¹T Lab powered by point 0 新宿野村ビルの内観。

point 0 satelliteとは

COVID-19の感染拡大によってリモートワークの普及や働き方の多様化が進み、メインオフィス以外の場所で執務を行うオフィスワーカーが増えている。自宅近くでリモートワークに集中できる環境を求める声に応え、「安心・快適に働ける個室型サテライトオフィス」として開設したのがpoint 0 satelliteだ。point 0 satelliteは、内部空間や利用者向けシステムなどの企画立案、そして技術提供をpoint 0が行い、パートナー企業が施設展開を担う。2021年8月現在、阪急阪神不動産、野村不動産、三菱地所リアルエステートサービスの3社がパートナー企業として参画。10月までに東京・大阪に3拠点が展開され、今後も拡大予定となっている。

高い付加価値が参画の決め手に

point 0 satelliteのパートナー企業は、どのような理由で参画を決めたのか。阪急阪神不動産の小林英樹氏は、次のように説明する。「当社は鉄道を中心とした企業グループの不動産会社として、沿線の価値向上を重視しています。都心部のセンターオフィスに入居するお客様企業の満足度を高めるためにも、沿線にお住まいの社員の方々が安心・快適にリモートワークできるサテライトオフィスの整備を考えていました。ただし後発なので競合他社にない特色が必要。その点、point 0 satelliteは全室個室や感染症対策など多彩な付加価値があり、独自性を打ち出せると考えます」

付加価値への期待の高さは、野村不動産や三菱地所リアルエステートサービスも同様だ。すでにサテライト型シェアオフィス「H¹T（エイチワンティー）」を全国79カ所に展開する野村不動産の宮地伸史郎氏は、競争優位性を高めるべく参画したと明言する。「サテライトオフィスは差別化の難しい事業。『H¹T』がどうすれば光を放てるかを考えたとき、多数のトップメーカーが参画するpoint 0のデジタル先進技術を活用できるのは魅力的でした。今まで築き上げてきた『H¹T』のブランドや当社の個性を活かしつつ参画できるのも大きかったですね」。

各社のブランディングに活かせるよう配慮され、アセット活用策としても展開しやすい点にも着目したい。三菱地所リアルエステートサービスの小森良隆氏は次のように話す。「当社は、法人向けの売買仲介や賃貸管理を行う中で、ビルオーナーやテナント企業に多彩なサービスを提供しています。

分散傾向が高まっている時代の変化を踏まえると、個人利用に特化したサテライトオフィス事業はお客様のニーズにマッチすると確信しました」

時代の動きによるニーズの変化は、開設数カ月ですでに表れている。「郊外が拠点の小規模企業や個人事業主の利用が意外と多く、利用時間は3～4時間が多い」（阪急阪神不動産・小林氏）、「都心部にあるのでタッチダウンニーズ（※）を見込んでいたが、10～18時の長時間利用が多い」（野村不動産・宮地氏）といった実態は、自宅以外で働きたいというニーズの顕在化といえよう。

空調や照明、サーカディアンリズムへの配慮などが、確固としたエビデンスのもとに存在しているのも支持を集める理由だ。高水準な設備環境を持つネットワークを複数社で構築するメリットは大きいと阪急阪神不動産の小林氏は力を込める。「サテライトオフィスは分散型事業であり、自社だけでは供給範囲が限られますが、point 0 satelliteなら同じサービスレベルのネットワークを他社と連携しながら広げていきます。首都圏にもパートナー企業がありますから、エンタープライズのお客様企業に訴求しやすいですね」

相互のマーケットを阻害しないネットワークの広がりや、新たなイノベーションの源泉になると指摘するのは、三菱地所リアルエステートサービスの小森氏。「シェアの取り合いをしがちな不動産業界ですが、point 0 satelliteは先進技術を活用しつつ同業各社がうまく関係を保てると感じています。それぞれの知見やノウハウを共有しながら質を高めていけますので、イノベーション創出の基盤になる可能性は十分でしょう」

不動産のオープンイノベーションプラットフォームの実現は、他事業にも好影響をもたらせると野村不動産の宮地氏。「お客様の満足度を上げるノウハウは、固定型オフィスにも活かれます。良質なフィードバックを積み重ねていけば高価値データが蓄積でき、不動産業界全体の質の向上にも繋げていけるのではないのでしょうか」

旧来型の不動産ビジネスでは起こり得なかった「化学変化」も期待できる、テクノロジー起点の座組。パートナーが増えれば想定以上のシナジーも期待でき、今後の動きにも注目だ。

※タッチダウンニーズ：出張時・外出時にオフィスへ戻らず一時的に仕事をしたいという短時間ニーズのこと



小林英樹
阪急阪神不動産
こばやし ひでき◎開発事業本部 開発推進部 副部長



宮地 伸史郎
野村不動産
みやじ しんじろう◎都市開発事業本部 ビルディング事業三部 事業課長



小森良隆
三菱地所リアルエステートサービス
こもり よしたか◎賃貸事業グループ 賃貸業務部長

Information of Committee

参画の背景と今後の取り組みを聞く

point 0のプロジェクトに参画するコミッティ企業は、2021年9月現在で20社を数える。point 0での実証実験やワーキンググループを通じて、どのような協創／共創を目指しているのか。各社にその目的や狙いを聞いた。

業界を超えた協創／共創
point 0のコミッティは、Platinum・Gold・Silverの3つのランクを用意(Bronzeは新規の募集を停止)。ここに、サービスやプロダクトを通じてサポートするパートナーも加わる。コミッティのメンバー企業は、point 0 marunouchiでの実証実験やワーキンググループ活動による協創／共創を通じて、新たな価値創造を実現していく。

OKAMURA CORPORATION 株式会社オカムラ

家具データとあらゆるものが つながるオフィスを検証

デジタル技術を活用した家具やオフィス空間の新たな姿を探索することを目的として、point 0発足時から参画。着座センサーを用いたOffice IoT実証実験をはじめ、家具のデータがあらゆるものとながらるオフィスのあり方を検証・発信、デジタルトランスフォーメーションによる最適なオフィス空間の実現に向けて



Platinum

DAIKIN INDUSTRIES, LTD. ダイキン工業株式会社

オフィスの建物・空間・ヒトに 着目してデータを活用する

当社はオフィスにおける建物・空間・ヒトに着目し、そこから得られるデータを活用した他社協創による新たな価値創出を目指し、point 0の取り組みをスタートしました。開設からの2年間は、お客様とつながり、取り組みを伝えるショールームとしての活用や、自社だけでは難しい空間全体を切り口とした提案活動といったエ

コシステム活用の中として当初の想定以上の価値がありました。今後は当初目的であるデータ活用、他社協創によるPoCの場としての活用、より積極的に取り組んでいきます。



Panasonic Corporation パナソニック株式会社

コラボレーションを活用し 空間価値を創出していく

人起点の空間価値創出という大きな概念の中で、スピーディーに顧客価値を届けるために様々な企業とコラボレーションして新しい価値を創出したという思いで参画。今後は異業種企業との協業を進めると共にpoint 0 satellite等の出口を見据え、顧客価値創出を進めたいと考えています。人脈構築や技術交流も積極的



Lion Corporation ライオン株式会社

衛生や感染予防に取り組み 安心・安全なオフィスをつくる

オフィスワーカーのヘルスケア、エチケトリテラシー向上に貢献する新たな製品・サービスの開発を目指してpoint 0発足時から参画。異業種企業とのオープンイノベーションの場として、多くの企業とのコラボレーションを進めています。また、point 0は最新技術の体験や人材交流により刺激を受ける場でもあります。今後は

衛生・感染予防：インフェクションコントロールにかかわるイノベーションにも取り組み、安心・安全なオフィス空間づくり・サービス開発を行いたいと考えています。



TOTO LTD. TOTO株式会社

オフィスの水まわり空間の 新たな価値を創出する

先進的な他参画企業との協創や実証実験を通じて、オフィスにおける水まわりの空間での新たな価値創出を目的に参画しました。現在、point 0内設置のシャワールームにおいて、アンケートや機器類に設置したセンサーデータの収集・分析を通じ、「気持ち切り替えシャワー」で新しい働き方の受容性を検討しています。



MYCITY Inc. 株式会社MYCITY

施設運営や会員向けシステム、 アプリの運用を担当

MYCITYは、“都市とあなたをつなぐ”をビジョンに、オフィス・住宅向けのIoTプラットフォームを提供しています。point 0の“オフィスの未来をつくる”というビジョンに共感し、立ち上げメンバーとして参画を決定。施設の運営や会員向けシステム・アプリの運用も担当しています。位置・混雑・環境などの情報を基に、

施設利用データの運営へのフィードバックや利用者一人ひとりがうまく施設を使いこなせるような情報・サービスの提供を引き続き行っていきます。



ASAHI BREWERIES, LTD. アサヒビール株式会社

心をほぐし交流を促進させる 最適な酔いや飲酒方法を研究

アサヒビールは、point 0発足時から「スマートドリンク」をテーマに参画しました。アイデアを生み出す、心をほぐす、コミュニケーションを促進させる、最適な酔いの研究と、個人の特性と飲用シーンに合わせた飲酒方法の探索を目的に、さまざまな実証実験に取り組んでいます。今後は、

飲める人も、飲めない人も互いを尊重し、楽しい時間や空間を共有できる社会の実現を目指して、関連技術の開発やアイデアの創出に取り組んでいきたいと考えています。



Platinum

TOA Corporation

TOA株式会社

数々の実証実験を通じて
音の報せる力の価値を高める

TOAのコアコンピタンスである“音の報せる力”の価値を、各社の技術とかけ合わせて高める目的で参画しました。参画後、パーソナライズした音空間や、クロスモーダル効果を含めた音コンテンツの可能性等を実証しており、新規事業創出に向けた取り組みを進めています。今後も、異業種共創を通じて“音の報せる力”

の4つの要素（「無意識に」「リアルタイムに」「同時に」「何も持たずに」）を見える化し、効率、創造、健康的な空間の実現を目指していきます。



TANSEISHA Co., Ltd.

株式会社丹青社

デザインとデータを組み合わせ
利用者に寄り添った空間を創造

これまで培ってきた空間デザインなどのノウハウに、コミッティ各社がもつデータや技術、最新のIoT技術をかけ合わせることで生まれる、新たな空間の可能性を感じ、参画しました。さまざまなデータから得られる情報を空間デザインに反映し、利用者に寄り添い、創造性、快適性を高めた空間づくりを皆様とともに模索して

います。デザインやアートの視点からテクノロジーを活用し、新しい「ここを動かす空間の創造」を目指していきます。



JAPAN TOBACCO INC.

日本たばこ産業株式会社

「未来のオフィス空間」に適した
リフレッシュスペースを

JTは、point 0にて今後、「未来のオフィス空間」に適した分煙環境やリフレッシュスペースに関する実証実験を行っています。ワーカーがパフォーマンスを最大化するため、自分のペースで、自分の好きなようにリフレッシュできる空間や設えを各社と検証。リフレッシュタイムに仮眠する人、コーヒーを飲む人、たばこを吸

う人……。一人ひとりの「ひとときを、想う。」



DAIKEN CORPORATION

大建工業株式会社

快適な音環境や彩りある内装で
働きやすい空間づくりを行う

大建工業では、長期ビジョン「GP25」として、公共・商業建築分野（非住宅）を重点市場の1つとして掲げ、変化著しいオフィス市場に着目。先進的な取り組みを進める参画企業との共創により、早期にニーズ対応すべく、point 0に参画しました。実証実験やアジャイル型アプローチによる開発プロセスの導入により、快

適な音環境の改善提案やオフィスの彩（いろどり）を豊かにする内装木質化などの取り組みを進めて、快適で働きやすいオフィスの空間づくりを行います。



Gold

SoftBank Corp.

ソフトバンク株式会社

AIやIoTを利用した最新テクノロジーを提供

当社は通信事業、ヤフー、LINEなどのネットサービスを傘下を持つテック企業であり、近年、スマートビルディングやロボットなど先端事業への投資も多く、インターネットを超えた企業体として成長続けています。「未来のオフィス空間」づく

りへの参画に当たり、空間内におけるIoT活用データの収集および可視化、AIを利用した分析など最新テクノロジーを提供します。



KAJIMA CORPORATION

鹿島建設株式会社

利用者のウェルネス向上に資する技術実証を進める

建物のライフサイクルで得られるデータを取得・活用して、社会や顧客に対して価値あるサービス提供を行いたいという考えが、point 0の思想に近かったことが参画のきっかけです。point 0では、「人」にフォーカスを当てたデータ取得・分析

を行い、利用者の快適性・生産性やウェルネス向上に資する技術実証を各分野の専門家である参画企業と連携して進めたいと考えます。



Silver

Tokio Marine & Nichido Fire Insurance Co., Ltd.

東京海上日動火災保険株式会社

未来に向けたヘルスケア領域サービスを共創

当社は、従来型の保険提案にとどまらず、お客様の事業戦略パートナーとして価値を発揮することを目指しています。point 0では、特にヘルスケアの領域において、参画各社とともに未来に向けた新たなサー

ビス協創ができればと考えています。



SHIMIZU CORPORATION

清水建設株式会社

交流を通じて新たなニーズの発掘や技術展開を目指す

さまざまな人が実際に働く環境で実証実験を行い、データを得ることや、他の参画企業との協創による市場展開体制の構築を狙いとして、参画を決めました。これまで、オープン空間での音環境制御や人の位置情報を利用した働き方の評価に

関する実験に取り組んできましたが、今後も、交流を通じた新たなニーズの発掘や技術展開などを行っていきたいと考えています。



Mondelēz Japan Ltd.

モンデリーズ・ジャパン株式会社

ガムによるリフレッシュで仕事効率を向上

「ガム」を噛むことは、リフレッシュや集中力などの面でポジティブな影響を与えるといわれており、「ガムによる仕事効率向上」を目指してpoint 0に参画しています。皆様とともに、社会の生産性向上に取り組

んでいければと思います。



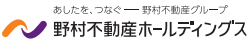
Silver

Nomura Real Estate Holdings, Inc.

野村不動産ホールディングス株式会社

シェアオフィスH¹T Lab powered by point 0を開設

野村不動産グループは、プレミアム賃貸オフィス「PMO」やシェアオフィス「H¹T」等を展開しており、point 0では「次世代オフィスサービスの企画・開発」について、参画企業の皆様と取り組んで参ります。



Seiko Epson Corporation

セイコーエプソン株式会社

持続可能でこころ豊かな社会を共創

point 0においては参画企業との共創により、エプソンと各社が持つアイデアや技術を融合させ、様々な社会課題解決に向けた新たな価値創出を目指します。そして、持続可能でこころ豊かな社会を実現するイ

ノベーションを起こしたいと考えています。



Microsoft Japan Co., Ltd.

日本マイクロソフト株式会社

“人”中心のデータモデルでスマートオフィスを目指す

人を中心としたデータモデルを通してスマートビル、スマートオフィスを実現すべく、参画企業の皆様と実データを通して実証実験を行い、より働きやすく魅力的なワーキングスペースの実現を目指していき

いと考えています。



MITSUBISHI ESTATE CO., LTD.

三菱地所株式会社

実証実験や交流から得た成果をオフィス事業へ活用

参画企業との交流や実証実験を通して、積極的な情報収集を行い、今後のオフィスの在り方や新しい働き方を探り、開発・営業・管理などのあらゆるオフィス事業への活用を行うべく参画しました。丸の内

これらの協創活動を盛り上げていきたいです。



Bronze



空研工業株式会社



※現在は募集停止

Partners



.0



協創／共創を実現するフィールドとして point 0はさらに歩みを進める

2年目を迎えたpoint 0は、COVID-19の影響が社会を覆うなかでも働き方の変化をいち早く捉えながら、その歩みを進めた。企業を超えた協創／共創を実現し、新しい価値を生み出す場として point 0が見据える未来とは。

遅野井 宏 (point0・本誌編集長)=文

point 0コミッティは、本拠地point 0 marunouchiの開設から2年という歳月を無事に駆け抜けることができた。新しい仲間を迎え、コミッティ企業のネットワークは20社にまで拡大した。業界の幅は当初の想定よりも大きく広がり、より多様な協創／共創を行うこと

ができるようになった。
point 0 satelliteの素早い立ち上げ
2020年5月、COVID-19による初の緊急事態宣言下でテレワークや在宅勤務が社会的な話題になった。point 0は働き方の変化をいち早く捉

え、新たな働く場の必要性を認識して議論を進めた。衛生的にも安心安全で、オンライン会議も実施しやすい、長時間籠れるソロワークブースが自宅でもオフィスでもない場所に必要だという結論に至り、point 0 satelliteの基本構想が完成。9月のignite 2020 autumnでプロジェクトを発表し、21年春に東西2拠点の開設を達成した。企画開始から1年も経たないうちに具現化できたのは、コミッティ企業の緊密な連携がもたらした共創の成果である。

共創による実証実験件数の増加

当初23件だった実証実験は、2年目で48件にまで増えた。複数社共創の実証実験は1年目の4件から、8件と倍増。共創による新しい価値を探求する動きがより活発化した。これらの実証実験の一部は、終了後も空間価値を高めるソリューションとして、marunouchiやsatelliteに実装されている。また、常設センサーや各社の実証実験で取得したデータを連携する実験も行われ、開設当初のコンセプトであるIoT取得データによる情報連携が本格的にスタート。緊急事態宣言の影響で一部の実証実験は中断を余儀なくされたが、各社の共創はオンラインで継続し、宣言解除後に堰を切ったように実施件数が増えていった。

共創は容易ではない

共創の重要性が喧伝されるが、多くの企業にとってそれは簡単なことではない。商品化に関わる業務プロセス上、共創の仕組みの取り込みは想定されておらず、機密保持や知財の問題も一筋縄ではいかない。研究所を社内に抱える企業ほど研究成立の

要件が高く、実証実験実現のハードルが高いこともわかってきた。さらに悩ましいのが担当者の熱意でこれらを打破して共創が実現したとしても、思ったような結果を得られなかったり、想定よりも小粒なアイデアになったりと満足いく成果を得られるとは限らないことだ。そうしたとき、共創への期待は逆風に晒され、共創の内部的な困難さが一段と上がってしまう。いわば「失敗しない共創」実現のために、企画立案や調整に多くの労力が割かれ、スピード感を失い時機を逃していく。

それゆえに共創は可能な限り早く始めることが必要だ。point 0には、2年前から実践を繰り返して蓄積してきた経験値がある。例えばデータ連携ひとつとっても、企業間で空間座標やデータ取得の時間単位を合わせないと実現せず、想定以上の困難が伴うことを経験した。これを肌で理解しているのと、理屈だけで理解しているのでは大きな差がある。小粒でも、失敗であっても、着実な一歩を重ねて得られた蓄積が、次の共創の質を上げていく。失敗を恐れ、石橋を叩いて渡る日本企業文化に染みついたマインドセットでは、到達できない境地である。

変化の時代だからこそ共創が必要だ

この1年、働き方や働く環境は大きな変化を迫られた。働き方は個人の自律性がより重要な意味をもつようになり、人が集うことが価値であるオフィスの意義が根底から問われるようになった。世の中が混迷の度合いを増し未来予測が一層難しくなるなか、確実なのは激しい変化がしばらく続くということだ。企業にとっても、そこで働く個人にとっても、来るべき変化変容に対応し続ける力こそが重要になる。

だからこそ企業や組織の内部に留まるだけでは危険だ。セキュリティの名のもとに堅固な城壁を築き、組織内に人や情報を囲い込むことで価値を生み出した時代は、過去になりつつある。城壁の窓から外を眺めれば、眼下に広がっていたはずの戦場は遥かに遠ざかっている。内側で守ってきたはずの人や情報を活かせないだけでなく、コンプライアンスやガバナンスの目的で負荷が増した管理・手続き業務で疲弊しきっている。時代の変化に対応しきれず、新しい価値を生み出せないジレンマに、多くの日本企業が陥っている。

組織の枠を超えた共創が必要だ。組織内の人や情報をもつ本来の力を活かすために、外部の多様な知と交わりながら新しい価値を創出することが求められている。point 0コミッティに集う人々は所属組織の枠を超え、年齢や性別、専門性をも超えて対話を重ねてきた。コミッティ会議やワーキンググループでの議論だけでなく、部活やカフェ前でのカジュアルな会話でお互いを知りあう。新しい考え方や文化に触れながら、誰とどんな新しい価値を生み出したいのかを考え、議論する。組織内のつながり以上に強固な、かけがえのない仲間たちである。

今こそ、組織のエッジに身を置き、他者と交わろう。今こそ、多様な人や情報に触れながら、未来を語ろう。そして今こそ、自分が何を実現したいのか、問い直そう。

まだ見ぬ豊かな協創／共創を実現するフィールドとして、point 0はさらに歩みを進めていく。

0

会社名	株式会社point0
所在地	〒100-0005 東京都千代田区丸の内 2-5-1 丸の内2丁目ビル 4F
役員構成	代表取締役 社長 石原 隆広 取締役 副社長 豊澄 幸太郎 取締役 遅野井 宏／宇野 大介／石田 遼／大橋 英子／稲畑 伸一郎／菅波 紀宏 監査役 荒川 和巳／岩瀬 隆史
設立日	2019年2月7日
資本金	5億9,360万円(資本準備金含む) ※2021年6月現在
株主	ダイキン工業株式会社／株式会社オカムラ／パナソニック株式会社／ライオン株式会社 TOTO株式会社／株式会社MYCITY／TOA株式会社／アサヒビール株式会社／株式会社丹青社 日本たばこ産業株式会社／大建工業株式会社

URL	https://www.point0.co.jp/ https://www.point0.work/
MAIL	contact@point0.co.jp
ADDRESS	(point 0 marunouchi) 〒100-0005 東京都千代田区丸の内 2-5-1 丸の内2丁目ビル 4F

point0 annual report 2020-2021

2021年9月28日発行

発行	株式会社point0
編集長	遅野井 宏(オカムラ・point0)
企画	大橋英子(TOTO・point0)、佐々木昌弘(モンデリーズ・ジャパン)、高野枝里子(TOTO)、 浜田真宏(TOTO)、浜吉勇馬(MYCITY)、松本健一(TOTO)
編集・制作	Forbes JAPAN Brand Studio ディレクター／エディター 鈴木麻里絵 シニアエディター 小澤貴信 エディター 明石康正(5-7p, 16-21p)、吉田彩乃(22-23p) 執筆 伊藤七糸(35-37p)、須賀原みち(5-7p, 16-18p)、高橋秀和(38-39p)、吉田彩乃(19-23p) 撮影 永禮 賢(表紙, 表2, 2-4p, 7p右段上, 14p 中下段, 23p文中)、大中 啓(16p-21p, 23p 右段上中)、 後藤秀二(35-37p)、三木匡宏(5-7p, 14p上段, 15p, 23p右段下, 24p, 26p, 27p, 29p, 30p, 32p, 39p, 45p) アートディレクター／デザイナー 高村雄介、海野隆太(fairground) 企画プロデュース Forbes JAPAN Business Design 石原瑠衣子、水野敬規
印刷・製本	凸版印刷株式会社

point 0 Members

2020年～2021年の1年間は、point 0も新型コロナウイルスの影響を否応なく受け、リモートでのコミュニケーションが大きく増えた。それでもpoint 0は歩みを止めることなく、各社のテクノロジーやアイデアによって感染対策を重ね、協創／共創をより加速させた。オンラインにおいても結び付きをさらに強めた、point 0のメンバーを最後に紹介する。



- 秋田昌史 朝田賢治 阿部将力 阿部ひろの 雨宮沙耶 新井圭介 荒井敏和 飯島孝次 五十川英俊 池内亮太 池田健二 石上 賢 石川 歩 石田 遼 石塚 崇
石原隆広 伊藤健太郎 伊藤貴彦 稲澤宏典 稲畑伸一郎 岩上伸介 岩本健宏 岩本 涼 上西基弘 宇高沙織 宇野大介 海老原裕子 及川千穂 大川瑠子 大田道広
大西直紀 大橋英子 岡 大介 小笠原武文 岡本康宏 小川雄三 小久江佑香 奥川太志 尾下博幸 遅野井 宏 小野 翼 小原伸彦 香川早苗 蔭山貴也 加藤 昌 鎌田 学
家守輝幸 川出実美 川名明彦 河野春菜 川野辺晏実 河村 徹 菊池孝司 菊池雄行 木口 努 菊地有希 岸本彩子 北嶋哉也 橋川達郎 木村紳一 喜村康弘 久良知亜以子
黒田真朗 元田 済 河野智子 郡 大輝 児玉雄三 後藤祐樹 小花光広 小林亜子 小林正博 古原 徹 紺野 慶 斎藤貴大 佐々木香織 佐々木詩織 佐々木 瞳 佐々木昌弘
笹 瑞生 佐藤泰之 佐藤知美 佐藤政宏 佐藤正幸 サボコタ スマンラル 澤田一輝 清水宏之 清水 修 清水淳一 清水 崇 清水美由記 下垣裕一 下田裕子 白川のご
菅波紀宏 杉元康浩 鈴木雄介 鈴木あゆみ 外山貴史 園田明子 園部倫広 園山篤志 空山雅一 平 真優 高井 諒 高桑健一 高澤良輔 高田智治 高野枝里子
高野友美子 高原一生 多久仁清 田窪大地 武内敏文 竹本悠平 竹本 晋 多田文武 太刀川 治 田中洋平 谷口佑太郎 玉井淳一 土屋 仁 土屋寛之 鶴岡信人
鄭 焱 道木裕也 東條泰裕 道地玲香 時久航一 徳田紘陽 戸田直宏 富野義孝 豊澄幸太郎 内藤弘也 長尾臣祐 中沢匡伸 中島浩二 中島千尋 中田昌宏 中 村 徹
鍋島阿子 名雪慎也 沼田美和子 埜中靖夫 野村一樹 芳賀理佳 橋爪美早子 長谷川 咲 長谷部 弥 塙 駿平 馬場菜摘 濱田隼斗 浜田真宏 浜吉勇馬 早石育央
林 湉一朗 原 愛子 東原大介 菱川真吾 福谷優作 藤井克弥 藤井航基 藤村昌平 藤原 亮 本丹由佳 前田耕造 町田伶子 松久保裕康 松橋安莉 松本健一 松本祥昌
御神村友樹 水野朝一郎 三橋憲太 嶺野あゆみ 宮原良輔 武藤美穂 村上千鶴 村田明子 物井則幸 森 繁弘 八島 彩 柳沼桃子 山口崇行 山本聖貴 山本ミゲイル
山本宗典 山本裕治 山下悠輔 由木 大 横幕敦司 吉井ちよ 吉岡絵里 吉川貴明 吉田真司 吉田清一郎 吉田直人 若松正人 脇田麻実 脇光博紀 渡辺憲蔵 渡部朱生 (50音順)



株式会社point0

<https://www.point0.co.jp/>

〒100-0005 東京都千代田区丸の内 2-5-1 丸の内2丁目ビル 4F