成長産業支援プラットフォームの進化を牽引する「The Flagship」実現

フォースタートアップス㈱

フォースタートアップス㈱は2024年11月11日、東京都港区麻布台１丁目麻布台ヒルズ森JPタワー31Fに、新本社「The Flagship」を開設し業務を開始した。

「Flagship」とは、コーポレートロゴのモチーフである旗「Flag」と、ビジョンに共に向かう船「Ship」を組み合わせ、「至高のもの」という意味を合わせ持つ語句でもあり、同社のブランドが目指す姿を表現している。この名称は2018年３月にオープンした「Flagship」、2022年４月にオープンした「New Flagship」と歴代のオフィス移転でも掲げられている。そして2024年11月、今回の移転では「The Flagship」という冠詞のTheを用いた、現時点における集大成ともいえるオフィスが誕生した。

本ビルは高さ330mにも及ぶ日本一高い超高層ビルで、中でも際立った特徴はフロアの四隅が丸みを帯びていることだ。「The Flagship」はビルの形状に寄り添うように動線が計画されている。「Entrance」をくぐるゲストを、植栽と一体になった緩やかなアール形状のベンチが迎える。続く横幅4.6mのゆとりのある通路は25m先まで伸び、明るいオフィスの中心部に向かって自然と誘われるかのような心地よい体験を提供している。

その先にあるのが「The Flagship」の顔ともいえる象徴的なエリア、古代ローマ時代の集会所を思わせる円形スペース「Central」だ。約90°にわたり大きく弧を描いた大窓は、31階の高さから麻布台の景色を一望できる。社員が業務を行う「Working Area」では、目の前には東京タワーや六本木ヒルズ、晴天時には富士山まで見渡せる。区画選定の段階から、日の出から日没までの光の入り方を考慮し、建物内で最も美しい景色が見える位置を特定。フロア面積の大きいビルでありながら見通しがよく、３面採光が得られる設計にもなっている。

今回のオフィス移転に携わったのは㈱ソーシャルインテリア。プロジェクトマネジメントからインテリアコーディネート・AVシステム設計ディレクション・家具導入に至るまで全面的に同社の移転プロジェクトを担当した。設計は、moss. 志摩健氏とcozzi 片山恵一氏の２人。建築費の高騰時期にも重なり、目指す空間設計と施工費の調整は困難を極めた。しかし、関係各所と最後まで調整し、素材の選定や工法の工夫などにより、クオリティを諦めることなく、予定の予算内で収めたという。さらに、プロジェクトのキックオフから完工までは、約11カ月の速さであった。

今回、同社のブランディングを手がける石橋宗親氏（社長室 Experience Designer/Brand）とPRの井口葵衣氏にお話を伺った。

●

フォースタートアップスは「（共に）進化の中心へ」というミッションを掲げ、その“進化の中心”にいることを選択する挑戦者たちが集まる場所としてオフィスを重要な場所として位置付けている。

一般的にオフィスは、自宅とは異なる第２の場所であり、仕事をするための「ワークプレイス」とされている。フォースタートアップスでは、オフィスを「場」であると同時に「コミュニティ」として捉えている。人が多くの時間を費やす場所であり、会社に集う人々にとって、単なる共同体としてだけではなく、１人ひとりの自己実現や社会との関わりを支える重要なコミュニティにもなるのがオフィスの本質だ。人間性や個性を損なうことなく、志高く活力ある人々が集うその場所は「ワークプレイス（働く場所）」にとどまらず、日々を――もっと言えば人生をも輝かせる「リビングプレイス（生きる場所）」であることが重要だと石橋氏は考えている。

オフィス面積は2323.46㎡、執務エリアは現時点で337席を設置。一部の職種を除いて約260人が原則フル出社している。今後の増員にも対応可能な余裕ある配置になっている。部署ごとにゾーニングされつつも、異なる部署間の自然な交流が生まれる構造だ。

同社は、スタートアップ企業向け人材支援を中核に、データベース運営・コミュニティ形成・資金支援・出口戦略支援等の企業成長を支える「成長産業支援プラットフォーム」構築を目指し、スタートアップや挑戦者を支える各種サービスを提供している。フォースタートアップス㈱は、東証1部上場企業子会社の新規事業部門から始まり、2016年９月に会社分割により設立された。これまでに３回のオフィス移転を経験している。

①アークヒルズフロントタワーRoP 705：会社設立時の拠点はレジデンスマンションの１室だった。社員数が約40人に達する頃まで使用していたが、オフィス内にトイレが１つしかなく、フロアの共有スペースのトイレを利用しなければならないケースがあるなど、物理的制約の多い環境だった。それでも室内は木製のブラインドが都会の喧騒を和らげ、ダウンライト中心の落ち着いたアットホームな雰囲気で、立ち上げ期のメンバーが集い、仕事を超えた信頼

多彩な家具什器を随所に設置

石橋氏が語った家具什器の詳細説明は次の通り。新オフィスは、女性比率の増加やさまざまなバックグラウンドの社員が集う今後の組織の姿、そして海外から様々なゲストが訪れる場所になることを想定して、包容力のある温かさと洗練を両立する空間にしたいと考えていた。家具の選定にも細やかな配慮をした。来客用の会議室には、ヴィトラの家具を中心に揃えるが、コンパクトな会議室ではマルニ木工の「HIROSHIMAチェア」や「EN Round Table＆Chair」、KARIMOKU CASE「A-DT02」などの木製家具の持つ柔らかさや心地よさをとりいれて空間の個性とした。執務エリアの一角にもKARIMOKU CASE「N-S02」のコーナーソファとコーヒーテーブルに堀田カーペットのウールラグが置かれた場所があり、気分を変えて仕事ができるスペースとして社員から人気が高い。日本から世界に挑戦する家具メーカーを選定し、“本物”に触れられるようにしたことは社員の感性・感覚を磨く上でも重要であり、社員からも高評価を得た。

執務エリアのチェアはハーマンミラーの製品の中でも機能・デザイン・価格のバランスが良いヴェラスチェアをメインに採用。エンジニアには旧オフィスでも使用してきたオカムラのバロンチェアに加えて、今回の移転時に強いニーズがあったアーロンチェアを新規に追加した。デスクはハーマンミラーの「OE-1」を、寸法やコンセントの取り付け位置など自社のワークスタイルに合わせて特別仕様でオーダーした製品を採用した。

関係を築いていた。ビジョンに向かって日々切磋琢磨する中でも「共同体としての親密さ」が感じられる良さを次のオフィスにも引き継ぎたいという想いが芽生えていた。

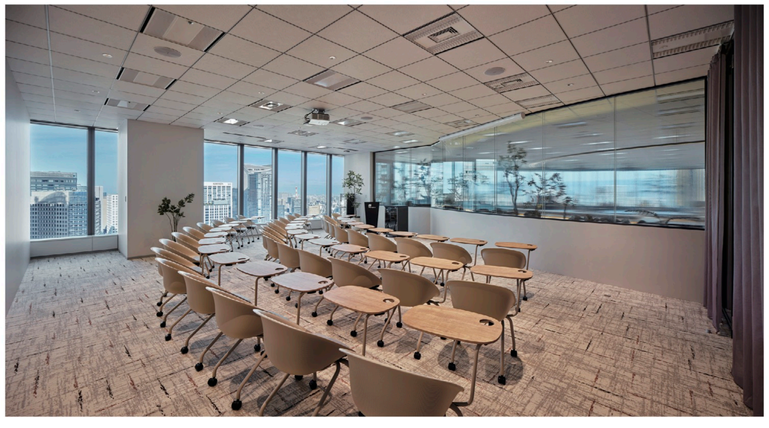
②「Flagship」泉ガーデンタワー36F：2018年3月、同社にとって初のタワービルへの移転となった。このタイミングで社名を「ネットジンザイバンク」から「フォースタートアップス」へと変更し、日本から世界で勝負できる起業家・スタートアップを創出するために挑戦する姿勢を明確にした。その2年後となる2020年に東証マザーズ市場上場（現・東証グロース市場）を達成。

③「New Flagship」泉ガーデンタワー同フロア別区画：組織は急成長し従業員数は40人規模から100人規模へと拡大していた。2022年４月には隣接する区画へ拡張移転する。スペースは約２倍に広がった。しかし、その後社員は倍増し、わずか２年後には再び満員状態となり、会議室不足や音の問題が顕在化した。

④「The Flagship」麻布台ヒルズ森ＪＰタワー31F：デザインの根底にあるのは、「Site-Specific Art（サイトスペシフィックアート＝特定の場所で生み出される固有の芸術）」の思想。新潟県「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」で公式サイトのアートディレクターを務めた石橋氏の経験が元になっている。この芸術祭では、国内外の著名な現代美術家らが会期前から現地に訪問したり滞在したりしながら、時には地元住民と共に作品を創り上げていく。美術館のホワイトキューブ（白い箱としての展示室）ではなく、この場所でしか生まれず、体験することができない、場所の特質に深く根差した作品が特徴となっている。

「ここでしか生まれない芸術文化」のあり方を目の当たりにしたことで、「その場所、その風土でしか成り立たないもの」、それが独自の個性や風景を生み出し、他社との差別化につながるという考えにつながった。そこで、立地特性や麻布台ヒルズという街の環境や質に寄り添うようにデザインし、内外が繋がる調和を目指してオフィスが設計された。

石橋氏は歴代のオフィスを振り返りながら「４年前の新卒入社式で、代表の志水が、まだ半分も建設されていない工事中の森ＪＰタワーを指差して『麻布台ヒルズにオフィスを移したい』と語ったことがあった。その背景には、同社はVCと共に新産業創出に取り組んできた経緯がある。そして、麻布台ヒルズには、スタートアップエコシステムの中心とも言える、シリコンバレーのサンドヒルロードのように、VCやCVCが集積する『Tokyo Venture Capital Hub』が開設される。次世代を創る意志をもった人たちが集結する場所で共に挑戦したいという強い想いがあった。2018年から代表のもとで仕事をしてきた私は、その希望が叶うのをずっと期待していた。大きな投資でもあるため、業績が伴わなければならず、株主やステークホルダーへの説明責任もある。麻布台ヒルズの開業が遅れて一度は隣接区画に移転をするが、その後も会社は急速な成長を成し遂げた。高いハードルを乗り越えて、ついに移転が決定した」と語った。



最終的にコーポレート本部が移転プロジェクトを担い、代表・志水氏は全体を見守る立場を取った。コーポレート本部長がプロジェクトオーナー、石橋氏がプロジェクトマネージャー兼クリエイティブディレクターとして関わることになった。総務、情報システム部門のメンバーもチームに加わり、部署横断的な取り組みが始まった。プロジェクトは約１年というタイトなスケジュールで進んだ。

「The Flagship」は、単なる執務空間を超え、これからの次世代を創ることに挑戦する国内外の人々が集まる場所を目指している。Notionの共同創業者が来日した際は、最新のテクノロジーが紹介された。また、同社が運営する成長産業カンファレンス「GRIC」関連のイベントでは、海外投資家が多く参加するネットワーキングパーティが開催され、多くの人で賑わった。

現在約260人が勤務しているが、数年後には400人規模に達する見込み。石橋氏には、今後執務エリアのコミュニケーションスペースの充実化など、段階的なアップデートの構想がある。中長期にわたって利用されるオフィスとして設計された「The Flagship」は、今後も同社の象徴として進化し続けることになりそうだ。

＊