

ワンフロアに事業部を集約することで コミュニケーションが大幅に向上した

1950年に共同電気株式会社として設立、1992年に「人と社会に快適テクノロジー」を使命として共同カイツックに社名変更された。現在、「バスダクト」「OAフロア」「屋上緑化」の3つの分野でトップクラスの技術を開発し、世の中を快適にする製品の提供を続けている。2017年7月、様々な課題を解消すべく自社ビルから賃貸オフィスビルへ移転を完了させた。移転理由からプロジェクトの経緯、そしてようやく見えてきた移転効果までのお話を伺った。



オフィスの課題を解決できるビルが タイミングよく見つかった

1950年に創業以来、世の中を快適にする製品の提供を使命として、技術、品質、サービスにこだわり続けてきた共同カイツック。現在の主力は、先進の電力幹線システムを提供する「バスダクト事業部」、優れた耐久性を誇るOAフロアを提供する「フロアシステム事業部」、特長ある屋上・壁面緑化を取り扱う「環境部」の3分野。それぞれの業界でトップクラスの実力を発揮している。「これら3分野の企画・設計・開発・販売を独自のブランドで行っています。時代の変化に合わせて柔軟に製品を開発してきたことが、お客様に評価されている部分ではないでしょうか」（河野和典氏）

旧オフィスは1966年に竣工した自社ビル。50年以上にわたり同社の業務を支えてきた。しかし年数を重ねるごとに、「働く環境」が課題になり始めていたという。「旧オフィスは、縦長で各フロアの面積が狭いビルでした。竣工当時はそれで良かったのですが、業務拡大につれ1つの事業部でさえワンフロアに収まらなくなっていました。それから、部門のカベが自

然にできてしまいましたね」（青木雄一郎氏）
「事業の拡張に伴って、当然社員も増えてきます。数年前からは、増えた社員の席を確保できないため、歩いて5分の場所に分室を設けていました」（戸上真治氏）

オフィスの総面積は分室を合わせて約1700㎡。そこに東京本社・各事業部に在籍する130名が使用していた。近くにあるとはいえ、分室への行き来は次第に面倒になってくる。電話やメールでのやり取りが多くなり、直接顔を合わせる機会が徐々に減っていったという。それに加えて、ビルの老朽化による使い勝手の悪さも目立ち始めていた。

「空調や配管など頻りに修繕を行っていました。それらのメンテナンス費が目立っていた時期でもありましたので、移転のタイミングとしてはちょうど良かったのでしょうか」（青木氏）

もともと代表の吉田建氏は、「部門のカベを取り払い一つのレベルの会社を目指すためにも、分散されている事業部を同じフロアにまとめるべき」と語っていた。

「50年間にわたって恵比寿で業務を行ってきました。立地の安心感で、やはり移転するとしても恵比寿からは離れたくありません。さらに分室を合わせた面積をワンフロアでまとめられる広さを持つオフィスビル。そんな条件をクリアするビルを探していました」（青木氏）

「中々見つけれなかったのですが、三幸エステートさんからまだ一般に公開されていない空室情報を真っ先に提供していただいたのです」（河野氏）

「旧オフィスのウィークポイントは、そこで働いていた社員全員が感じていたことです。ですが、移転できればどこでも良いというわけではなく、条件に合うビルがなければもう少し我慢していたかもしれませんね」（戸上氏）

移転経験の少ない会社が移転をするとき 専門会社が力を発揮する

移転先である現在のビルに決定したのが2016年12月のこと。正

式な契約は未だであったが、各部門長にはやんわりと伝えていた。それから2017年1月に正式にビル側と賃貸借契約を締結する。

「結果的に、空室の関係で5階と6階に分けての入居になってしまいましたが、課題であった3つの事業部をワンフロアにまとめることができました」（青木氏）

その後、移転PJチームを発足させる。「PJチームの人数は、満遍なく各部署から選んだわけではありません。素養を考えて組織しようと。そこで実際の工事現場での作業を管理している担当と社内のITインフラを運営する担当に加わってもらったのです」（河野氏）

「私は、普段現場に入りOAフロアなどの工程管理を担当しています。実務として工事現場を知っているということで、今回のメンバーに選ばれました」（蛭川敏明氏）

「新オフィスでは、どこでも仕事ができる環境を目指すため無線LANやネットワークシステムの構築が必須になります。そこで情報システム室に参加が求められました」（関邦宗氏）

PJチームの最初の仕事は、オフィスデザインを依頼する会社を決めること。とはいえ、50年間自社ビルで働いていた同社にとってオフィス移転は初めてに近い経験となる。どこから手をつけていいのか誰もわからない。そこで三幸エステートが、移転先の提案だけでなく移転プロジェクト全体のマネジメントも担当した。

「当初は、わざわざ間に入ってもらうなくとも自分たちでできるだろうという意見もありました。しかしそれは、移転に関わる業務がこれほど多岐にわたっているとは知らなかったからです。項目の一つひとつをチェックしていただいたおかげで、高い見積りそのまま発注することもなく、結果的に全体の費用を抑えることができました」（河野氏）

「ビルの所有者も内装会社も、ほとんどが当社のお客様になります。直接言いにくいこともきちんと当社の考えとして伝えられたのはいいことでした」（青木氏）

「コストや工程を検討する際にも、三幸エステートさんのチェック後にいただけたので、当社側で確認する時間がだいぶ短縮できたと思います」（蛭川氏）

「限られた時間の中で、通常業務をこなしながら移転に関する業務を行うのはかなりの労力となります。今回の案件では1月末から7月

の約6ヵ月の中で50近い項目を関係各社と調整をしながら進めなければなりませんでした」（草野真氏）

単純に設計施工会社を決めるだけでも、「今回の案件に相応しい候補会社のリストアップ」「コンペ参加会社への依頼書作成」「日程調整」「コンペ開催」「各社の比較表作成」「採用・不採用通知」「決定会社との詳細条件打ち合わせ」と諸々の作業が発生する。

「今回、依頼したのは4社です。各社にはかなり具体的な案を提案していただきました。その中から『3事業部の統合』という今回の最重要課題を分かりやすく提案していただいた会社を選びました」（戸上氏）

そうして3月に内装デザイン会社が決定する。スケジュール調整の中で7月の連休に合わせて移転を完了させることに決まった。

個々で保管していた 大量の書類の廃棄を実施する

新オフィスの面積は1342㎡。旧オフィスとして使用していた面積からはだいぶ縮小できた。最初は、本当にこの面積内に収容できるかが不安だったという。そして、個々で保管していた文書管理・収納量の見直しを実施した。

「面積の削減にもなって、50年の間に溜まっていた資料や製品在庫、試験品などの整理を行いました」（青木氏）

「個々の書類に関しては、『基本は廃棄』としました。1年間使っていないものはすべて廃棄。今までは自社ビルだったため置き場所に困ることもなかったため、一時的に残っているものもあります。そこで今回の移転を好機と捉え、とにかく捨てました」（蛭川氏）

「廃棄にあたり、三幸エステートさんから目安となる可能な収納量を提示していただきました。それから割り出すと、かなりの書類を削減しなければならなかったのです。その内容によって、廃棄・電子化・外部保管に分け、全体の6割くらいは削減できたと思います」（戸上氏）

「廃棄にあたり、社内からのプーイングもありました。それでもルールとしてやってもらうしかなかったのです」（竹村駿氏）

もちろんただ廃棄しただけではない。収納物に応じたファイルボックスへの分類を行い、検索性を向上させながらのファイリング整理を行った。



リフレッシュスペース内のコーヒーマシン

はやりわりメモ

- ① オフィスの課題を解決できるビルがタイミングよく見つかった
- ② 移転経験の少ない会社が移転をするとき専門会社が力を発揮する
- ③ 個々で保管していた大量の書類の廃棄を実施する
- ④ オフィスコンセプトは事業部間での連携メンバー全員がこだわりを持って取り組んだ
- ⑤ 課題であった3事業部をワンフロアに集約 今後は部門を越えたコミュニケーションの向上を目指す
- ⑥ 数値では測れない移転によるプラスの効果が生まれた

オフィスコンセプトは事業部間での連携 メンバー全員がこだわりを持って取り組んだ

新オフィスのコンセプトは「単なる事務作業を行うオフィスではなく、各事業部間での連携を活性化できる環境構築」に決定した。「移転PJ」のお話をいただいてから何度もヒアリングを重ねました。そして旧オフィスの課題や新オフィスに求める条件、移転を機に実施したいことなどをお聞きしてまとめたのです」（草野）

それらを実現するためのキーワードは「クリエイティブ（新しいアイデアの創出）」と「コミュニケーション」となる。そこで新オフィスでは、どこでもコミュニケーションが生まれる仕組みの構築に徹底的にこだわった。

「デザイン会社からの提案をベースに何度も何度も修正を依頼しました。その作業は、工事完成を控えた6月になっても追加修正をお願いするほど。それだけPJメンバー全員がこだわりを持って取り組んだのです」（蛭川氏）

「最終的に内装工事が完了したのが7月10日。それから引越しの準備をはじめ7月18日からの業務スタートに間に合わせました。当初はもっと余裕があると思っていたのですが、実際は間一髪のタイミングでしたね」（青木氏）

課題であった3事業部をワンフロアに集約 今後は部門を越えたコミュニケーションの向上を目指す

ワンフロアに集約した新オフィスでは様々な機能を追加した。それでは新オフィスの特長的な部分を紹介していこう。

5階はメインエントランスと来客・役員スペース、および一部の管理部門で構成されている。

「エントランスのこだわりは、弊社が神奈川県で支援している植林事

業の間伐材を有効に活用していることですね。当社が提供してきた先進性や地球環境への取組みを表現しています。今後は壁に備えた60インチモニターで、当社が行ってきた活動を映像として流す予定です」（戸上氏）**01**

その他、5つの会議室と応接室が用意されている。会議室の一つは、高さを自由に調整できるスタンディングデスクを採用している。**02 03**

6階は執務室が中心となる。執務室内は、見通しを良くするためにパーテーションをつけていないという。

「会議室の数は減っていますが、オープンスペースをたくさん用意しましたので、全然問題は生じていません。ときには普通の作業台がミーティングデスクに早変わりすることもあります」（蛭川氏）**04**

「新オフィスでは、部門長エリアを新設しました。今まではフロアごとに部門長の席を設けていたのですが、今回は一つのフロア内に執務室をまとめられましたので、部門長だけを一カ所に集めたのです」（青木氏）**05**

そのため机の配置を今までにない発想で大きく変えた。

「旧オフィスでは、何の変哲もない島形対向のレイアウトでした。事業部ごとにブロックが分かれていて、部長が全員を見渡せる配置。それですと部署ごとに壁ができてしまうと提案を受け、机の配置を横に展開することにしましたのです」（河野氏）**06**

「そのメリットは、座席の後ろを人が通ることがないので業務に集中できること、一つひとつの島が短いため、デスクの角を使ったコミュニケーションがとりやすいことです」（草野）

「固定席でそういった配置にするのは今まででそういった発想さえなかったのが驚きでしたね」（青木氏）

そしてフロアのメインとなる動線上には、偶発的なコミュニケーションを促進させることを目的としたリフレッシュスペースを配した。

スペース内は、多様なシーンに応じられるようにロングベンチとハイカウンター、テーブル&チェアで構成している。

「旧オフィスにも用意していたのですが、もっと狭い面積だったため使用者も少なかったように思います」（河野氏）**07**

「全体的に温かみのあるデザインで仕上げました。窓側がビルのバルコニーになっていて、うまく協調できたと思っています。用途は様々。打合せだけでなく、リフレッシュやランチなどにも使用されています。誰でも立ち寄りやすいように壁や扉は設けませんでした」（戸上氏）

「新たに設置したコーヒーマシンの利用率がかなり高くて。コーヒ一杯作るのに30秒くらい要するのですが、並んでいる人同士で会話が生まれています。それを見ていると、これも移転効果の一つなんだと思いました」（竹村氏）

その他、ビルのデッドスペースであったサブエントランス部分を上手く活用して、同社の歴史や製品がわかるギャラリースペースを新設した。以前も陳列スペースはあったが、本格的なショールーム機能は同社で初めての試みだ。**08**

「長めの廊下のようなスペースに、当社の歴史ボードと製品群で構成しています。お取引先の皆様が見るだけでなく、新入社員の研修でも使用しています」（戸上氏）

数値では測れない 移転によるプラスの効果が生まれた

新オフィスのスタートから数か月が経過した。自社ビルしか知らない社員にとって、当初は使いにくいところもあったようだ。

「旧オフィスは、自社ビルということもあり自分たちの思うまま使っていました。壁に釘を打つ、廊下に荷物を積む、など当たり前のことでした。それと比べて、今はたくさんの制約の中で運用しています。

そういった点で戸惑うこともあったようですね」（青木氏）

「旧オフィスは、フロアごとに複合機や文房具置場がありました。つまり自席の近くに何でも揃っていたわけです。旧オフィスの方が便利だったと言われることもありましたが」（竹村氏）

もちろん多くの移転メリットも生まれている。

「文房具に関してですが、3事業部分を一カ所にまとめられるので余分な在庫を抱えることがなくなりました。置き場所のスペースも削減できています。更には、そこに人が集まりますのでマグネット効果も生まれる。些細なことかもしれませんが、文房具置場だけ見ても移転効果が誘起されています」（戸上氏）

「今までは何人かで文房具の補充を行っていましたが、今後は一人で管理できます。もちろん文房具の発注や管理のルールを徹底させる必要がありますが、業務の時間効率は間違いなく良くなるはずですよ」（竹村氏）

「部門の統合に伴い、複合機も集約しました。台数を減らしたことによるコストの削減は言うまでもありませんが、そこでもマグネット効果が生まれています。数値で検証したわけではありませんが、プラスの効果は出ていると断言できます」（関氏）

「この数か月を見ていて『事業部間のコミュニケーション向上』の目標は意図したとおりになっているように感じますね」（蛭川氏）

「今まで何も無かったところで、コミュニケーションが発生している姿が少しずつ見えてきました」（青木氏）

「会社として新たな取り組みが始まったばかりです。これからの運用の中で予期していなかったことも出てくるでしょう。オフィスの運用に正解があるのか分かりませんが、一步一步前進していきたいですね」（河野氏）



エントランス



スタンディングデスク



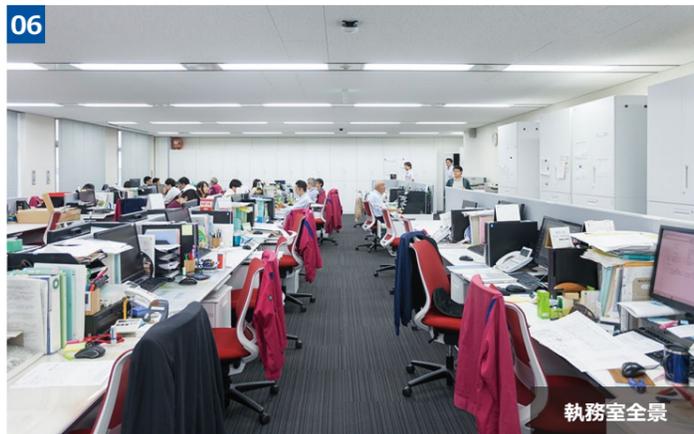
応接室



オープンスペース



部門長エリア



執務室全景



リフレッシュスペース



ギャラリースペース