

2020年取材

先進オフィス事例集 ～オフィスを経営の力に～

www.sanko-e.co.jp/case

掲載企業（9社）

株式会社ソルクシーズ	ClipLine株式会社
スマートキャンプ株式会社	株式会社エレクトロニック・ライブラリー
株式会社アウローラ	株式会社Legaseed
株式会社BitStar	
株式会社RECEPTIONIST	
ディップ株式会社	デジレバ

株式会社ソルクシーズ

contents

1. 従業員の負担軽減のために同じエリア内で移転先を探した
2. 働き方を変えることで使用面積の削減に成功した
3. オフィスコンセプトは「会社に戻ってきたくなるオフィス」
4. 女性の視点を有効に、働きやすい環境を考える
5. より良い「働きやすさ」のために時間をかけて改善していく



エントランス



株式会社ソルクシーズ
管理本部 総務部長
高野 裕行 氏



株式会社ソルクシーズ
事業支援部
情報化推進グループ
担当マネージャー
浅山 大輔 氏



株式会社ソルクシーズ
事業支援部
情報化推進グループ
担当マネージャー
平尾 尚香 氏

ソリューション・カンパニーが構築した 誰もが帰ってきたくなるオフィス

株式会社ソルクシーズは1981年に創業以来、生損保業界、証券、クレジット業界など金融向けのシステム開発を中心に業務を拡大してきた。現在は業務メニューも広げ、多種多様な企業を対象にITソリューションを提供している。2019年2月、オフィス移転を実施。その理由は入居していたオフィスの建て替えによるものであったが、それをいい機会と捉えて新たな「働き方」に挑戦している。今回の取材では新オフィス構築で行った具体的な施策についてお話を伺った。

1 従業員の負担軽減のために 同じエリア内で移転先を探した

同社は1981年に受託ソフトウェア開発をメイン事業として創業。以降、生損保業界、証券、クレジット業界など金融業界を中心に業務を拡大してきた。現在、SI業務、セキュリティコンサルティング、システム開発など、メニューを広げさまざまな企業にITソリューションを提供している。

社名のソルクシーズとは、ソリューションとXYZとの合成語。究極の問題解決を提供したいという願いが込められており、その姿勢は東証一部上場後も変わることがない。

同社は過去に数回、事業の成長とともにオフィス移転を行ってきた。

「旧オフィスは田町駅前のオフィスビルです。田町を選んだのは、神奈川エリアと埼玉エリアに住む従業員が多いこともあり、従業員の通勤を考えて選定しました。想像以上に周辺環境やお客様とのアクセス性に優れていたこともあり、10年以上入居していましたね」（高野氏）

同社の多くのエンジニアはクライアント先での常駐勤務が基本となる。そのため業務拡張による大量採用を行ったとしても、オフィス環境に影響を及ぼすことがなかった。一部の社員から、「会議室を増やしてほしい」「コミュニケーションスペースがほしい」といった要望はあったが、移転のトリガーとなるほどの大きな課題ではなかったという。

そんな中で田町駅前の再開発計画が決定する。開発計画の中には入居していたオフィスビルも含まれていた。

「今から3年前のことです。開発によるビルの建て替えが正式に決まったとのことで。オーナーさんとは契約更新の話を進めていたタイミングでした。そこで移転先を探すべく三幸エステートさんに相談をしたのです。定期的に情報交換しており、当社の考えも熟知している。我々が求めている情報が迅速に届けられました」（高野氏）

資料を見ると慣れ親しんでいた田町駅を中心に、なるべく従業員の通勤時間や乗り換えによるストレスをかけないような立地で候補ビル情報がまとめられていた。

2 働き方を変えることで 使用面積の削減に成功した

それから候補ビルの賃料、立地、面積と条件を比較していく。絞り込んだ中で実際に内覧を行いながら移転先となるオフィスビルが確定する。旧オフィスと同じJR田町駅に竣工した大規模オフィスビルである。当初の計画通り新築ビルには本社機能が、グループ会社は本社から徒歩圏内にある別のビルに入居する。いわば分室という形となる。

「別々のビルへの入居となりましたが、トータルの使用面積は維持できました。本社スペースは縮小しなければなりませんでした。が極力無駄なスペースを省いたバランスのいい配置ができたと思っています」（高野氏）

「グループ会社に関しては今までよりも広い面積を確保しました。その中には気軽に利用できるコミュニケーションスペースも用意しています。立地部分で不便さを与えてしまう分、余裕を持った構成でストレスを軽減したかったのです。運用面ではまだ改善点は多いですが、できるだけ使いやすいオフィスに仕上げていきたいです」（高野氏）

3 オフィスコンセプトは 「会社に戻ってきたくなるオフィス」

オフィスコンセプトは「会社に戻ってきたくなるオフィス」とした。そのコンセプトに合わせてオフィスデザインや機能を構築していく。オフィス構築のマネジメントは三幸エステートPMチームが担当する。





「内装デザインに関しては数社でのデザインコンペを行いました。遊び心のあるゆったりしたイメージのデザイン案が最終選考まで残っていましたが、最終的には堅実なイメージの案を採用しました。その段階で当社の要望をうまくヒアリングしていただいたこともあり、完成まで大きな変更もせずに進めることができました」(高野氏)

4 女性の視点を有効に、働きやすい環境を考える

過去に実施してきたオフィス移転では総務部員だけで完結してきたが、今回は久々の大きな規模となる。そこで多様な視点からオフィスを考えるためにプロジェクトメンバーを増やすこととした。

「私は情報化推進グループの一員として移転プロジェクトに参加しました。ネットワークインフラや電話システムの構築を担当しました」(浅山氏)

「私はプロジェクトの途中からの参加となります。当初は移転プロジェクトメンバーに女性が参加していなかったこともあり、女性の視点から意見を出させていただきました。当社従業員の男女比は大体9：1です。これだけ女性の割合が少ないと、女性側からの主張はなかなか受け入れられにくいものです。そのため自分にとっての働きやすい環境ってなんだろうと考えました。そこがクリアできれば必然的に女性にとって、そして社員全員にとっての働きやすい環境がつくれると思ったのです」(平尾氏)

予期していなかったオフィス移転とはいえ、時間やコストをかけるからには、今まで以上にパフォーマンスを生み出せるオフィスにしなければならぬ。そのためには新しい働き方を採り入れる必要があると考えた。それがタッチダウンスペースの新設となった。

「面積に余裕のあった旧オフィスと違い、新オフィスでは座席数に限界があり、取引先に常駐している社員やグループ会社の社員が利用できる席を十分に用意できませんでした。

座る席がないのではわざわざ帰社する気も起きないでしょうし、会社への帰属意識も薄くなりますので、新オフィスではタッチダウンオフィスとして、固定席ではないものの社外常駐しているエンジニアやグループ会社の社員が自由に使えるエリアを設け、効率的に少ない座席を利用できるように設計しました。まだまだ改善点は多いですが、少しずつ浸透させていきたいと思います」(高野氏)

新オフィスに設けたクロズドの会議室は6部屋。旧オフィスと同数である。旧オフィスでは会議室使用の割合が90%以上であったため、当然、改善しなければならない。しかし全ての打ち合わせが個室である必要もないため、オフィス内にオープンスペースを大幅に増やして改善を行った。

「オープンスペース内にはファミリーレストラン風のボックス席やソファ席、カフェテリアをイメージした丸いテーブルなど、色々なデザインの家具を採用しました。使い方にルールを設けておりませんので歓談やコーヒープレイクをしている方もいます。そのように気分転換しながらの会話は、新たな発想の創出につながるがあります。この使い方をもちと広く伝えていきたいですね。ちなみに現状では窓際の集中席の使用頻度が高いです」(平尾氏)

「応接の家具も部屋ごとに変化をつけています。応接室のほかに3室のミーティングルームを備えていますが、可動式の壁を組み合わせて大会議室が誕生します。最近では内定式や説明会などの用途として使用することも多くなっています」(平尾氏)

細かい社員との意見交換や要望のまとめは平尾氏が担当した。会社の方針として決定したフリーアドレスの導入を前提として、必要な機能や要望について議論を重ねた。その結果、いくつかのアイデアが形になったという。「フリーアドレスになった場合、各自がノートPCを持ち歩くことになります。通常業務でしたら問題ないのですが、確認業務や設計画面は大きなモニタの方が適していることは間違いありません。そこで常到大画面モニタを取り付けた席を用意しました。また、今後は個人ロッカーを使用することに

なるのですが、日常に使う書類やPCなどの持ち運び用のバックが必要となります。それでオフィス家具・什器メーカーが出席するビジネスフェアに参加して。何種類ものバックを手にとって比較しました。そしてデザイン面、機能面で最高の商品を選ぶことができました」(平尾氏)

インフラ周りでは、オフィス面積の削減による苦労もあった。「フリーアドレス実現のため、従来の有線LANから無線LANに全面的に切り替える必要があり、セキュリティ面を含めて大きな改革となりました。またサーバーールームを縮小したことが本社のコンパクト化に繋がりました。これまでクラウド化を積極的に進めて来たためサーバーールームに多くの機器は残っていませんでしたが、可能な限り分室に移設しました」(浅山氏)

「三幸エステートさんには、物件選びからブランニング、スケジューリング、工事工程管理と幅広くサポートしていただきました。おかげ様で何の不便を感じることもなく移転が完了できました」(高野氏)

5 より良い「働きやすさ」のために時間をかけて改善していく

本社移転を行って約10ヵ月が経過した。新オフィスに対する評価は概ね好評だ。

「来訪されるお客様からも、採用応募者からも評判がいいですね。今後はオフィスが内定後の入社率を左右するかもしれないので、オフィスの維持は重要な役目となりそうです」(平尾氏)

しかしフリーアドレスの導入に関しては評価が分かれているという。

「確かにフリーアドレスを実施するにあたり、本社在席者への啓蒙や適切な運用の周知が不十分でした。ですから一度大々的にヒアリングの実施を予定しています。回答の中で、それなりの理由が導き出された場合は、改善も考えなくてはなりません。そうやって『働き方の改善』は終わることなく継続していきます」(高野氏)



スマートキャンプ株式会社



入口



スマートキャンプ株式会社
取締役 CFO

峰島 侑也氏



スマートキャンプ株式会社
Business Development Div.
Design Team Leader

森重 湧太氏



スマートキャンプ株式会社
Corporate Strategy Div.
Corporate IT

菊地 桂太氏

国内最大級のクラウドサービスのプラットフォーム「BOXIL (ボクシル)」を運営するスマートキャンプ株式会社。法人向けの多様なSaaS[※]を無料で比較・検討、資料請求までを可能とするサービスで、企業の業務効率化をサポートする。近年のSaaS需要の高まりに比例して人材採用も活発に。それに伴い2019年6月に大規模なオフィス移転を実施した。今回はそのコンセプトとこだわりを持って構築したオフィスデザインについてお話を伺った。

※SaaS：従来のように利用者がパソコン内のアプリケーションを使用するのではなく、提供者が管理するアプリケーションをネットワーク上で使用する仕組みのこと

新オフィスのコンセプトは「キャンプ場」。 時間の流れを感じさせる オフィスを構築した

contents

1. 働き方の非効率を減らすために良質なテクノロジーを提供する
2. 業務拡大による増員を見込んで取り壊し予定のビルに入居していた
3. 駅からのアクセスの良さ、適正な広さと賃料。そんな条件に合致したオフィスを探した
4. 新オフィスのコンセプトは時間の流れを感じられるキャンプ場
5. 移転によりコミュニケーションの活性化に成功。今後の改善点はその都度柔軟に対応していく

1 働き方の非効率を減らすために 良質なテクノロジーを提供する

近い将来、労働人口の減少による経済成長の低下が目に見えている。その対策の鍵となるのが非効率な働き方の改善といわれる。その実現のためには良質なテクノロジーの活用が欠かせないと考え、スマートキャンプ株式会社が設立された。設立当初は資料作成代行サービス「SKET」の運用が主業務であったが、2015年4月に営業資料掲載サイト「BOXIL」をリリース。そして9月に「BOXIL」をSaaS比較サイトに方向転換し、現在の主力業務のベースを築いた。

現在、「BOXIL」は3種に分類して運営されている。「BOXIL SaaS」は法人向けSaaSの無料比較・資料請求を行うもの、「BOXIL STORE」はSaaSのオンラインストア、「BOXIL HR」は人事担当者向けの専門情報を集めたメディアとなる。「BOXIL」上では、国内外の多様なクラウドサービスをカテゴリ別に分類。画面サンプルや仕様の比較、サービス導入企業からのリアルなレビューなどを詳細に掲載している。レビュー数は実に1万件以上。それがSaaSの比較サイトで国内最大級と言われる所以だ。

「情報を入れる『BOX』+情報を『知る』の造語で『BOXIL』と名付けました。そのビジョンは創業当時から何も変わっていません。『大きなビジネスをするのに、ヒト、モノ、カネの数や大きさは関係のないこと。少人数でも世の中を変えることができる』。その思いをキャッチフレーズにしたものが『Small Company, Big Business.』です。私どもはまだまだ発展途上の会社にすぎません。ですから順次テクノロジーを進化させていき、少しでも社会の非効率を減らしていきたいと思っています」(峰島氏)

2 業務拡大による増員を見込んで 取り壊し予定のビルに入居していた

旧オフィスはJR田町駅近くに立地していたオフィスビル。120坪を借りていた。入居当時の社員は20名程度であっ

ため余裕のある使い方をしていたが、入居からわずか1年半で60名に増加。突発的に人員が増えることは想定していたこともあって、あえて取り壊し予定のオフィスビルに入居していたという。

「我々のようなベンチャー企業にありがちな急激な人員の増減に無駄なく対応するためにはそうする方法がベストだと考えたのです。また、取り壊し予定のビルでしたら比較的割安な賃料条件で入居できますし、原状回復義務もありませんのでコストメリットも大きいですね」(峰島氏)

2018年8月、オフィスが手狭になってきたこともあり峰島氏を中心とした移転プロジェクトチームが発足する。旧オフィスであるJR田町駅周辺を希望していたものの空室が少ないことから想定していたエリアよりも少し範囲を広げて移転先を探した。

「田町駅周辺という立地にはこだわりました。当社社員の平均年齢は約28歳。単身者が多く、田町周辺に住んでいる人が半数以上を占めていました。そんな社員の通勤事情も考慮してのことです」(峰島氏)

そうして田町駅を中心に現状よりも広い面積を求める。最終的に見学したオフィスビルは10棟を超えたという。

3 駅からのアクセスの良さ、適正な広さと賃料。 そんな条件に合致したオフィスを探した

「移転に際しては立地、面積以外に、賃料も重要な優先条件としました。ランニングコストはできるだけ抑えたかったからです。あとは駅からのアクセスにもこだわりました。単純に最寄り駅から要する時間だけではなく、ビルの分りやすさ、途中までの横断歩道の数なども検討材料に加えました。今後は採用活動もより活発になると想定して、応募者が少しでもスムーズに到着できる方がいいと。それだけでも会社のイメージが変わると考えたのです」(峰島氏)

また、社員同士のコミュニケーションや業務効率を考えた1フロアに集約できるオフィスも希望条件の一つとした。「最初は全ての希望条件を叶えるのは無理があるかなと。あ

る程度の妥協も必要かと思っていたのですが、タイミングよく現在のオフィスを紹介いただきました。交通アクセスとしては今まで同様にJR田町駅が最寄り駅となり、使用面積も250坪。ここまでの広さがあればスペースを気にせずに採用活動を行うことができます。さらに賃料条件も想定内で。ここまで希望条件に合致した物件ですから逃すわけにはいきません。すぐに契約の準備を進めました。それが2018年12月のことです」(峰島氏)

4 新オフィスのコンセプトは 時間の流れを感じられるキャンプ場

新オフィスのコンセプトづくりの段階で、同社の各種デザインを担当している森重湧太氏が加わる。ちなみに森重氏は、ビジネス書の分野でロングセラーとなっている『一生使える見やすい資料のデザイン入門』の著者でもある。

「オフィスデザインは前回のオフィスづくりでお世話になった株式会社ドラフトさんに引き続き依頼しました。デザインイメージを感覚的にお伝えただけでそのイメージに合わせた提案をしていただける。そんなところが気に入っています」(森重氏)

新オフィスのコンセプトは「時間の流れを感じるキャンプ場」。社名でもある「キャンプ」をオフィスに採り入れた。旧オフィスのデザインコンセプトが「田町らしさ」であったので、大きく変化することになる。

「キャンプ場では、そこにいる人たちが一つのチームとなって炊事やテントの設営などをします。そのチームワークによって結果を出す、加えてコミュニケーションが自然に生まれるイメージ。そういった行動を新しいオフィスに求めたのです」(峰島氏)

「最初に時間をかけてコンセプトを明確にし、プロジェクトメンバー全員で共有したことが良かったのでしょう。途中でブレることもなくスムーズに進行できました」(森重氏)

情報システム部門を担当したのは菊地桂太氏だ。ネットワーク、音響、設備面の専門家である。入社して間もなかったが、前職で移転プロジェクトを経験していたこともあり、内装工事業者の選定から現場でのチェック、業者とのやりとりまで行った。

「2019年1月に工事が始まり6月には完成というスピードでした。居抜きで入居したためそのまま流用した部分はありますが、壁、天井など主要部分は全て廃棄。新たなオフィスをつくりあげました。新オフィスの特長の一つとして大きなモニターで札幌オフィスとテレビカメラで接続したことです。いつでもミーティングを行えるというメリットのほか、拠点を含めて一つの会社という一体感を生み出すことができました」(菊地氏)

それでは新オフィスの特長な機能やデザインを紹介していこう。

エントランスは、キャンプのスタート地点というイメージを表現した。その名称は「ガレージ」とした。エントランス右側に広がるのは野外広場に見立てた「キャンプスペース」。全社ミーティングやソロワークといった業務以外に休憩、ランチなど多目的で使用する。時には最大60名を収容するイベント会場として、社外関係者が集まるコミュニケーションスペースとなる。中央にはコーヒーマシンやウォーターサーバーを配置させ、社員同士が偶発的に顔を合わせようとする動線の工夫をしている。

お客様向けのセミナーは週に数回行われるため、都度セミナールームを借りる手間、コストが大幅に削減できた。そのほか、新たな試みとしてバーカウンターやビールサーバーを置いて終業後に無料で飲めるようにした。並行して業務終了後に各種社内イベントを企画。会社としての一体感が増しているという。

「色々なイベントを通じて異なる部署間とのコミュニケーションが活発になればと思っています。移転後の様子を見てみると普通にすれ違っただけで会話が生まれていることが多くなったと感じています」(峰島氏)

「時間の流れを感じる空間」をテーマにした会議室は11室用意した。部屋ごとのデザインも時間の流れを表現している。「会議室はエントランスから時計回りに「AM7」から始まり「PM5」までの名前を付けました。「AM7」の部屋は朝焼けのイメージで壁の色を青に、「PM5」の部屋は夕方を表すオレンジ色を壁の色にするなど、細部にこだわりましたね」(森重氏)

新オフィスでは2人用の小さな会議室を増やした。「旧オフィスでの使用状況を分析した結果、4人部屋を2名で使用するシーンが多かったのです。ミーティング自体はなるべくオープンスペースで行っていますが、採用面接や守秘的な内容の会議もありますので」(菊地氏)

「会議室の空きを待って会議自体を遅らせることはほぼ非効率なことはありません。そのため多めに会議室のキャパシティを保持することにしました」(峰島氏)

実際に新オフィスの運用を見ていると小会議室の利用頻度は高いという。

同社の組織は、開発事業、メディア事業、営業、コンサルティング事業で構成されている。多様に配置された部署同士のコミュニケーションを考えて、各部署の座席を中央に集めた。

「執務室に足を踏み入れてから自席に着くまでのルートを考え



大会議室



セミナースペース



キャンプ全景



小会議室



バーカウンター



中会議室



スタンディングデスク



執務室

て配置しました。少しでも社員同士が交差するように。執務室の中にはコミュニケーションを高めるためにつくったエリアもあります」(森重氏)

新たにスタンディングデスクも採用した。長時間に渡って集中作業を行うエンジニアの健康を考えたことだが、今では10分程度のミーティングが頻繁に行われているという。

また、実際のキャンプ用品を一部のオフィス家具、什器として使用している。全体のデザインとコストのバランスを考えながら採用していった。

5 移転によりコミュニケーションの 活性化に成功。 今後の改善点はその都度柔軟に 対応していく

オフィス移転後に満足度調査は特に実施していない。しかし社員の顔を見ているだけで満足度が高まっているのを感じるという。

「座席と座席の通路幅も余裕を持たせています。旧オフィスとの比較だけでなく、転職で入社された方からも以前の会社よりも働きやすいと評判を聞きます」(菊地氏)

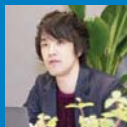
「コンセプト通りに、社員だけでなく来社されたお客様にもキャンプ場に来たような空気感を感じてもらえれば嬉しいですね」(森重氏)

今後のオフィス運用であるが、社員からの改善要求があれば迅速に対応していく考えだ。「もちろん何でも受け入れるのではなく経営的な判断は必要です。しかしそこに必然性を感じられたらスピード感を大事にして改善していきます」(峰島氏)

株式会社アウローラ



AURORA GARDEN



株式会社アウローラ
サービス開発部兼
採用サービス事業部
多久 博之氏



株式会社アウローラ
採用サービス事業部
中島 恵音氏

創業時から「女性の働き方」を意識して事業を展開してきた株式会社アウローラ。2019年12月、オフィスに関するいくつかの課題解決を目的に本社移転を行った。今回の取材では、新オフィスの最大の特長であるコワーキングスペース構築の背景やデザインコンセプト、各機能についてお話を伺った。

新規事業の開始に合わせて 斬新なデザインのオフィスを構築した

contents

1. 創業時から「女性雇用」の夜明けを願ってきた
2. 旧オフィスの課題は、執務スペースが3区画に分かれてしまったこと
3. 時間がない中での移転プロジェクト。移転先が確定する前からデザイン案を企画した
4. 気分によって働く場を変えられるように多様なバリエーションを用意した
5. 大きく生まれ変わったオフィス。今後も働きやすさを追求していく

1 創業時から「女性雇用」の 夜明けを願ってきた

社名のAURORA（アウローラ）とはローマ神話に登場する「暁」の女神名。創業時から女性雇用の夜明けを願ってきた同社は、その想いをそのまま社名に込めたという。そして創業6年目の2013年4月、その強い想いがオウンドメディアを誕生させることになる。「自分らしくHappyに働きたい女性をサポートするためのメディア『RUN-WAY』をつくることができました。『働く女性の困った』を解決し、キャリアを豊かにする情報をお届けしています」（多久氏）

その後、人材紹介サービス「おしごとスタイリスト」、「働く子育て」の両立を支援するための保育園の運営が事業として加わる。

「おしごとスタイリストはポテンシャルが高いといわれる20代の女性求職者と企業をマッチングさせるサービスです。当社の専門アドバイザーが細かい部分までヒアリングをして求職者のスキルに合致する企業を導き出します」（中島氏）

「保育園では自社開発の保育補助プログラムをロボットに搭載し、保育現場の人手不足といった環境改善を図っています。園児とのコミュニケーション向上、登校データの分析、各種行事の写真撮影とロボットの業務範囲はとても広いですね。今後もIT機能を活用しながら革新的な保育事業を目指しています」（多久氏）

2 旧オフィスの課題は、執務スペースが 3区画に分かれてしまったこと

旧オフィスは西新宿に立地する超高層ビルに入居していた。業務拡張による突発的な増員にはスペースの増床に対応してきたが、結果として3区画に分かれ、執務室の反対側から反対側へ移動するために2分程度かかってしまう事態となった。幸いなことに3区画とも同フロア内ではあったが、コミュニケーションの低下は避けては通れない課題となっていた。「当社は『RASHISシフト』という独自の制度としてコアタイムのないフルフレックス制度を推進しています。極端な話、

1ヵ月の前半に集中して勤務し、一定の成果を上げさえすれば残りの2週間は出社しなくてもいいという制度です。そのため、誰が出社しているのかさえも分かりにくい状況で。直接話せば簡単に済む案件でも、相手の所在を確認することから始めなければなりません。その非効率な過程に大きなストレスを感じていました」（多久氏）

それに加えてスペース改善も大きな課題の一つであった。「一昨年前に事業の見直しをしたことでスタッフが減少して。決して実用的な使い方とはいえませんでした。使用していない区画だけを解約する。そんな選択もありましたが、社内のコミュニケーションを向上させるという命題もあったため1フロアに集約できるオフィスを求めることにしたのです。期限は次の契約更新まで。至急、プロジェクトをスタートさせる必要がありました」（多久氏）

3 時間がない中での移転プロジェクト。 移転先が確定する前から デザイン案を企画した

オフィス探しは三幸エステートが担当する。同社からの希望条件をヒアリング後、数棟の移転先候補が提案された。実際に内見をしながら絞り込んでいく。現オフィスのある千駄ヶ谷という場所は特段に馴染みのあった場所ではなかった。それでも「最寄り駅からの近さ・分かりやすさ」「中央に柱がない1フロア」「適切な面積」「入居時期」「賃料条件」と、考えていた移転条件が揃った物件だった。

物件が確定する前にフリーランサー事業部の新設が決定する。せっかく新オフィスを構築するタイミングである。オフィスデザインを活用して新事業を加速させるための援護ができないかが話し合われた。

「そこで少しでも時間を有効に使うために移転先が確定する前から移転プロジェクトチームを立ち上げて社内の要望を取りまとめました。当初はブレンストレーミング形式を採用して、率直な意見を出し合いました。斬新なアイデアも多かったですね」（多久氏）

「家具はあえてメーカーや色調を統一させないほうが自由な社風のイメージが出るのではとか、気分を変えられるハンモック

クを採り入れようとか。最終的には管理上の問題やコスト面を考えて採用できませんでしたが、いずれチャレンジしてみたいです」(中島氏)

そうして2019年7月に賃貸借契約が締結される。そこから外部デザイナーを交えて詳細部分を決めていく。同社からの要望は「オフィスっぽくないオフィス」であった。「その要望に合わせてあえて店舗設計に多くの実績を残している設計デザイン会社に依頼しました。移転完了の期限は2019年12月末。残り約半年で形にしなければならないスケジュールでした」(多久氏)

それから次々と新オフィスにふさわしいデザイン案が提出される。両社で打ち合わせを重ねる中、同社からのリクエストで決まったのが今回のオフィスの特徴である女性専用のコワーキングスペースの設置だ。「コワーキングスペースは「AURORA GARDEN」と名付けました。執務エリア全体に配置し、登録したフリーランサーの方々が自由に使えるスペースをつくりました。フリーランサー本人の経験やスキルによっては仕事の紹介も可能です。まさに仲間と仕事に出会えるスペースとなっています」(多久氏)

4 気分によって働く場を変えられるように 多様なバリエーションを用意した

その他にもデザイン会社からの多くの提案により、オフィス内に斬新な機能が加えられていく。まるでオシャレな街のカフェに来たようだと言客者からの反応も上々だ。

それでは個性的かつ機能的な新オフィスを入口から順に見ていこう。入口はカフェのような円型のハイカウンターデ

スク。フラッパーゲートを使つての入室となるためセキュリティ面も万全である。室内に入ると右側がミーティングエリア、左側が執務室エリアとなる。ミーティングエリア手前にはセミナールームが設けられている。

「60人超が着席できる本格的な部屋になっています。外部の方を対象にしたセミナー開催や社内勉強会、会社説明会などの用途で使用する予定です」(多久氏)

その他、12人用部屋、8人用部屋、6人用部屋、4人用部屋、2人用部屋と用意。会議の内容や人数に合わせて使い分けられる。旧オフィスでは、1on1や面談で使用する部屋が足りなかったことから新オフィスでは2人用部屋を増やしたという。

「どの部屋も円滑に打ち合わせができるようにモニターやプロジェクターを取り付けました。壁は全面ガラス張りにして透明性を演出しています。会話内容の音漏れを聞こえにくくするためにサウンドマスキングを導入。オフィス全体にBGMを流して雑音遮断の工夫をしています」(多久氏)

執務室エリアは集中エリア、コラボレーションエリア、ソファ席、ファミレス風ミーティング席など、最近のトレンドを考えながら組み合わせた。そして旧オフィス同様に完全フリーアドレスを採用している。

「当社は『自分らしく働く』を大切にしている会社です。ですからその瞬間の気分や業務内容に合わせて個々が働く場所を選べるようにしました」(中島氏)

「オフィス全体のテーマは「カフェ」です。その構想は、女性専用のフリーランサー事業をスタートする段階からある程度決定していました。とにかく女性が働きやすい環境をつくろうと。新規事業でもありますので、オリジナリティのあるブランドイメージがあふれるオフィスが必要だったということもあります」(多久氏)

執務室エリアの中央には巨大な机が配置されている。椅子の形状や色調はまちまちで。あえて統一はしなかったという。

「この机は4つに分割することができま



白い丸いテーブル

図書館の個人閲覧室風の「Carrel」



す。そうすることで、16名の座席を生み出します。急激な増員計画への対応として考えられました」(中島氏)

窓際には図書館の個人閲覧室風の「Carrel(キャレル)」を5室。自分の作業に没頭する、電話を掛けるなどでの使用が多く、稼働率も高い。その片隅では同社の福利厚生の一つでもある「社内ネイル」サービスを提供している。

執務室奥には多久氏がこだわった「白い丸いテーブル」が置かれた。上座がなく常にフラットの関係を生み出せるため自由な発言が生まれやすいという。

「チーム会議で使用されることが多いようです。これを配することでオフィスイメージの払しょくができました」(多久氏)

そして最奥の壁に面したスペースに機密情報を扱う部署を配置した。ここで社内の有益な情報管理を行うとはいえ、見通しの良いガラス張りのため堅苦しさは感じられない。「全体的に開放感が出るように工夫しました。当社のミッションは「女の子の世界を変える」ですが、本質としては、ジェンダーギャップのないフラットな世界を創るということなので、そういった世界になるように今後も働く人を応援していきたいと思います」(中島氏)

5 大きく生まれ変わったオフィス。 今後も働きやすさを追求していく

今回のオフィス移転プロジェクトでは、単にオフィスデザインだけではなく働き方そのものも大きく変化させた。そのため全スタッフを対象にオフィスの機能や使用ルールの説明会を実施したという。「コワーキングスペースの誕生によって不特定多数の方が

自由に出入りすることになります。セキュリティ面を危惧される方もいましたので、オフィス全体のガイドラインを作成して説明しました」(多久氏)

そして入居直後には、バックオフィスのメンバーを中心に『オフィス見回り隊』を結成。オフィス内を一定の時間を決めて巡回したという。

「基本は個々の判断としていますが、外部の方に見られても恥ずかしくないように最初はかなり厳しく指南しました」(中島氏)

移転後に管理部が主体となって行った「移転後アンケート調査」では細かい要望を集めた。その中には、ゴミ箱や冷蔵庫が執務室内に1ヵ所しかないことへの不平不満もあった。しかし多久氏の目的は1ヵ所だからその優位性。そこにマグネット効果生まれ、偶発的なコミュニケーションが活発になることに期待してのことだ。したがって特に改善する予定はないという。

「もちろん要望に妥当性があり、働きやすさや生産性につながるのであれば改善を検討していきます。せっかく働きやすさを求めて構築したオフィスですから、これで完成とせずに時代に合わせながら更新していきたいと思っています」(多久氏)



円型のハイカウンターデスク



ミーティングエリア



執務室



2人用部屋



ファミレス風ミーティング席



株式会社アウローラ

同社では、一人ひとりが「自分らしく」輝くことができる組織であるために、「チャレンジしよう」「ハッピーにしよう」「オシャレになろう」「イチバンになろう」「プロになろう」の5つのアクションを心がけている。

株式会社BitStar

contents

1. インフルエンサーを支援する事業を多面的に展開
2. ビルの建て替えに合わせた移転計画で、まずは旧オフィスの課題解決から
3. お客様に向き合い事業戦略に立ち返る。ファミリー感をキーワードにオフィス構築
4. オフィス戦略は始まったばかり。自社のブランド・価値観を表現



エントランス通路



株式会社BitStar
コーポレートユニット
事業開発マネージャー
原田 直氏



株式会社BitStar
コーポレートユニット
広報
本田莉子氏

「インフルエンサーが活躍できるインフラを創る」というビジョンのもと、広告、プロダクション、メディア制作×テクノロジーでインフルエンサーマーケティングのトータルソリューションを提供する株式会社BitStar。インフルエンサーを中心とする事業展開が順調に進み、それに伴う採用計画もスムーズに行われている。2020年1月、旧オフィスの建て替え計画も重なり、本社移転を実施。機能面、デザイン面をアップデートさせ、効率的な働きやすいオフィスの構築を実現した。今回の取材では、旧オフィスの課題から新オフィスのコンセプトまで、幅広くお話を伺った。

経営戦略に立ち返りブランドを更新。 オフィスコンセプトは「Down To Earth」

1 インフルエンサーを支援する 事業を多面的に展開

「新たな産業・文化を創り人々に幸せや感動を提供する」をミッションに掲げ、インフルエンサーマーケティングのトータルソリューションを展開する株式会社BitStar。「設立当社からSNSで情報を配信しているインフルエンサーを支援してきました。YouTubeを始めとし、さまざまなSNSで活躍するインフルエンサーをサポートしております。インフルエンサーは“タレント”“クリエイター”“メディア”という3つの側面を兼ね備えた存在であり、スマホネイティブ世代が増える中で新しいスターになっています」(原田氏)

現在、同社には多くのインフルエンサーが所属している。「人気インフルエンサーが配信するYouTubeチャンネルは動画1本で数十万～数百万回以上の再生数を誇り、その数は従来のマスメディアを超える影響力を持つものも出てきています。YouTube市場が拡大する中でプロダクションとしての事業も順調に育ってきたところです」(原田氏)

同社では美容系、ゲーム系、大食い系など、さまざまなジャンルのクリエイターが活躍している。また、芸能人のYouTube進出に伴い、同社でもサポートしているという。「最近では所属インフルエンサーが毎週テレビに出演していたりするので、インフルエンサーの活躍の場が広がっていることを実感しています」(本田氏)

そして2019年6月、VTuber市場の立ち上がりを受けて「BitStar Akihabara Lab」を開設した。「これは「VTuber」の研究開発を行うスタジオで、モーションキャプチャスタジオを併設しており、国内最大級となるVTubeスタジオになります」(原田氏)

インフルエンサーを中心に多面的に事業を展開しており、各事業間での最大限のシナジーを創出させるのが同社の当面の目標となる。しかしそれだけに固執しているわけではない。世界中の人々に幸せや感動を与えるためには別事業が加わる可能性も大いにあると語る。

2 ビルの建て替えに合わせた移転計画で まずは旧オフィスの課題解決から

今回の移転プロジェクトのリーダーを務めた原田氏は創業間もないころに入社し、社内の様々な事業・業務に携わってきた。いわば同社の課題を総合的に判断できる貴重な立場にあるといえる。

「合意形成をスムーズに行うために、社内をよく理解しているものが担当するのがいいだろうと。それで任命されたのだと思います。当社の規模感で専門部署をつくるわけにもきませんので、オフィス移転のプロジェクトは私が担当することになりました」(原田氏)

今回の本社移転は旧オフィスの建て替え計画が大きな理由となっている。ただしベンチャー企業特有の採用による会社組織の急拡大も想定していたため、オフィス移転は常に念頭にあったという。そのため単なる場所の移動ではなく、移転をいい機会と捉えて旧オフィスの課題を解決しようと余裕を持った対応ができた。

「旧オフィスでは何よりもスペースの使い分けに課題がありました。社内外での活発な交流・議論のスペースとなっていたラウンジが手前に、その奥に来訪者用の応接室が配置されていたのです。社員とお客様の動線を分けたいという課題がありました」(本田氏)

移転先を探すにあたり、渋谷という立地は大前提の条件だった。それは創業時からずっとこだわり続けてきた部分だ。「何よりも渋谷の魅力は若者たちの情報発信の街であることです。インフルエンサーにとって渋谷は活動拠点の一つでもあります。当社にとってインフルエンサーの皆様を支援するには最適な場所になります。同時にベンチャー・IT業界を中心としたパートナー企業とのアクセス性も良く、相互に行き来が容易な立地でもあります。もちろんベンチャー企業にとってランニングコストの急激な増加は回避しなければなりません。そうすると入居できるビルも限られてしまうものですが、タイミング良く隣接していたオフィスビルに面積、入



エントランス

居時期、賃料といった条件が合致した移転先を見つけることができたのです。ほぼ即決に近い形で賃貸借契約の締結を進めました」(原田氏)

新オフィスは部屋型が整形になったため、デッドスペースがなくなり効率的なレイアウトが組めたと語る。「課題であった社員とお客様の動線を分けることができたのでラウンジ自体の活用も増えています。間違いない社内コミュニケーションも向上していますね」(本田氏)

3 お客様に向き合い事業戦略に立ち返る ファミリー感をキーワードにオフィス構築

「新オフィスは『BitStar』の新たなブランドの場にしなければならないと考えました。デザインを決めるにあたってコーポレートユニットの部署を中心にデザイナーや、総務部門を中心に6名ほどのチームをつくりました。コンセプトづくりに一番時間をかけましたね。事前に全社アンケートも行いました。必要だと思う機能や要望など、自由に意見を受け付けました。最終的には細かい要望を満たすことに尽力するのではなく、会社の事業戦略上の重要度を優先的に考えました。結果としてオフィスコンセプトを明確にした一体感のあるオフィスが構築できたと思っています」(原田氏)

オフィスコンセプトは「Down To Earth」。それに会社としての事業を設計する上で「インフルエンサーの皆様が喜ぶサービスを多面的に増やしていく」ことを重要視している。そのような観点から「ファミリー感」を出発点にしてオフィスデザインを組み上げてきた。

「インフルエンサーの皆様と結びつきを強くして最良の関係を築くこと。その中でオフィスはどうあるべきかを考えました。そうして『自然体』『落ち着いた』『現実的』『合理的』といったキーワードが見えてきたのです」(原田氏)

会社としての考えをデザイナーがまとめて内装デザイン会社と打ち合わせを重ねる。そして打ち合わせの中で「お客様を意識したデザイン」が形になっていく。

それでは同社の新オフィスを順番に紹介していこう。

「エントランスの中央にはシンボルツリーを配しました。壁の棚

にはクリエイターさんの紹介パネル。受付で待っている時間を有効に使ってもらいたいと考えたのです。また、インスタントカメラ『チェキ』やサインペンも用意していますのでクリエイターの方々にも楽しめる空間になったと思います」(原田氏)

エントランスを抜けると長い廊下の両側に、制作スタジオとミーティングルームが配置されている。旧オフィスでの利用率を分析してミーティングルームは最適な数を設定。大・中の部屋を設定した。バランス良く使用されているという。「このデザインの特長はダイニングをイメージさせたことですね。自然体で向き合える空間を考えて設計してもらいました」(本田氏)

制作スタジオは動画制作の業務が増えてきたため、事業を拡大するために増設した。「会社としても今後はクリエイティブやコンテンツづくりに力を入れていきたいのでスタジオを充実させる必要があったのです。そしてオフィスに訪れるお客様やクリエイターの方々と地に足をつけて真摯に向き合い、最良の人間関係が築けるような空間づくりを目指しました」(原田氏)

会議室は、社内だけではなく社外の打ち合わせにも使用されている。「Down To Earth」というコンセプトを起点に、「簡素」でも「派手」でもない「落ち着いた」を重要視したと語る。照明や家具什器なども部屋ごとの用途に合わせて一つひとつを確認しながら揃えていった。

「エントランスや廊下には『BitStar』のロゴマークを見栄え良く配置しました。インフルエンサーの皆様がSNSで情報配信をする際に少しでも引き立つようにと意識したのです」(原田氏)



クリエイターさんの紹介パネル



制作スタジオ



ダイニングをイメージさせたミーティングルーム



多目的のラウンジ

そしてエントランスの扉の向こう側には多目的のラウンジが広がる。

「ラウンジは旧オフィスにも設けていましたが、『業務』『打合せ』『カフェテリア』『休憩』など、さまざまな利用シーンを想定して、より使いやすい空間としてつくりました」(原田氏)

基本は社員のためのスペースとなるが、インフルエンサーのファンイベントの企画などにも活用していく予定だ。「実現したいことに対して価値観や行動をオフィスにも落とし込んでいくことが必要だと思っています。その考えはオフィスだけでなく、名刺などのコミュニケーションツールも含まれます。そういう意味では、自社のミッション・ビジョン・バリューや事業戦略から、ブランディングを提案し形にする優秀なデザインチームが社内には在籍していることは幸運なことだと感じています。デザインに関しては実にスムーズな流れの中で検討が進みました」(原田氏)

そしてセキュリティに守られた内側に執務エリアを配置した。「執務エリアは全て固定席となっています。現状ではオープンに打ち合わせをするスペースは設けていません。隣接したラウンジを使ってもらおう。そうすることでより社員同士の接点が生まれると考えたのです。現在考えているのはホワイトボードの導入。少しでもオフィスの使い勝手をアップデートさせられればと思っています」(原田氏)

4 オフィス戦略は始まったばかり 自社のブランド・価値観を表現

「新オフィスでは配色を落としライトの光量・光色を調整

することで、気分が和らぐ、集中できる空間に変わっています。その他、ラウンジが使いやすくなった、他人の視線を気にせずにオープンなディスカッションができるなどの好意的な声が多いですね」(本田氏)

社内だけではなく、オフィスに訪れた外部の方からの評価も高かったという。「移転後すぐにラウンジでオフィスのオープンパーティを行いました。そのとき参加された皆様から居心地の良さをお褒めいただきました。自画自賛するようですが、新オフィスの完成度には非常に満足しています」(原田氏)

ただし同社のオフィス戦略はこれで終わったわけではない。より幸せや感動を提供するためにも、もっと多方面からの意見に耳を傾けていきたいと語る。

「まずは当社事業の重要な構成要素である『動画』という点など、オフィスを通して自社のブランドをさらに強く打ち出していけるか。身近なところから始めていく予定です」(原田氏)

株式会社BitStar



インフルエンサーが活躍できるインフラを創る」というビジョンのもと、広告、プロダクション、メディア制作の3領域×テクノロジーでインフルエンサーマーケティングのトータルソリューションを提供。インフルエンサーを軸とした新しいコンテンツ産業を創るべく今後もさまざまな事業を展開予定。

株式会社RECEPTIONIST

contents

1. 企業の業務効率改善のためにクラウド受付システムを開発する
2. 面積、立地、経済条件を視野に入れてオフィス移転を行った
3. コンセプトに合わせたサブスク家具を採用し移転初期費用を大幅に抑えた
4. 会社の顔であるエントランスの拡充と執務室内の働きやすさを意識した
5. サブスク家具だからその可変性で今後もオフィス運営を容易にする



エントランス全景



株式会社RECEPTIONIST

鈴木 諭氏



株式会社RECEPTIONIST
広報・PR

藤村 理紗氏



株式会社subslife
Sales Manager

直井 洋文氏



株式会社subslife
Product&Design / Leader

北尾 真陽子氏

サブスクリプション家具の採用で 可変性の高いオフィスを構築した

商品名でもあるクラウド受付システムの開発・運営をしている株式会社RECEPTIONIST。将来的な事業拡大を見据えて本社移転を行った。オフィスをつくるにあたって心がけたのはシンプルかつ使いやすさ、そして可変性。それらを実現するために可能な限りサブスクリプション（以下サブスク）家具を採用した。今回の取材では、サブスクの魅力を含めて新オフィスの全容を紹介する。

1 企業の業務効率改善のために クラウド受付システムを開発する

受付やその周辺業務の運用を容易にするクラウド受付システム「RECEPTIONIST」。開発・運営は株式会社RECEPTIONIST（旧社名：ディライテッド株式会社）が行っている。同社代表である橋本真里子氏は過去10年以上にわたって大手IT企業を中心に受付業務を担当してきた経歴を持つ。「受付嬢として接してきた人数は実に120万人。業務に従事する中で、どんなに時代の先端をいくIT企業でさえも受付業務は非効率だったと実感していたそうです。さらに現在、『労働人口の減少』『労働生産性の低迷』といった社会的課題の改善が求められています。企業の業務効率を向上させないことには社会全体の経済活動も成長が見込めません。受付業務を変えることで社会全体の生産性を上げる。それこそが長年受付に関わってきた自分の使命だと考えた」と聞かれています」（藤村氏）

起業にあたり、過去に築きあげてきたネットワークを活用してエンジニアを揃えていく。開発体制を整備し、思い通りの受付システムを完成させる。そして2017年1月、本格的にサービスを開始する。以降、「受付嬢が開発した受付システム」というキャッチコピーが注目を集め、多くのメディアで紹介されていく。

「導入にあたり必要な機材は何も要りません。iPadさえあればアプリケーションをインストールするだけ。その後は、自動的にアップデートしていきますので常に最新の状態で使うことが可能です。加えてシステム自体は非常にシンプルな構成ですからシステムダウンすることはありません。そういった操作性や安定性も評価につながっているのだと思います」（藤村氏）

「従来の受付システムと違って、受付を行ったお客様の情報はクラウド上で集積できます。それによってお客様にお出しする飲料水の購入計画、会議室の稼働率調査、来客動向分析などが可能です」（鈴木氏）

次第に商品の利便性が口コミで広がっていく。導入企業はサービス開始後約3年で2,500社を超えた。同社ではシステムに関する特許を取得し、今後も事業を拡大していく。

「導入企業の増加は、当社の人材採用計画にも大きく変化をもたらしました。創業時は4名でのスタートでしたが現在は32名に。今後の事業計画を考えると、まだまだ優秀な人材を採用していく予定です」（鈴木氏）

2 面積、立地、経済条件を視野に入れて オフィス移転を行った

旧オフィスの面積が45坪だったのに対し、移転後のオフィス面積は130坪前後を目安とした。中途半端な面積で何回も移転を繰り返すよりは最初から広めの面積を確保したほうが結果的にコスト削減につながると考えたからだ。「当社の場合、エンジニアはリモートで業務を行っています。それでもコミュニケーションを重要と考え定期的にオフィスに集まるようにしていました。しかし旧オフィスではエンジニアが座る席が足りないという問題が発生していて。必要な打ち合わせがあってもミーティングルーム不足で業務に支障をきたすこともありました」（藤村氏）

創業の場所でもあり、多くの取引先が集中しているエリア。そんな渋谷という立地には強いこだわりを持っていた。「渋谷はスタートアップにも人気のエリア。移転先候補は非常に限られており、競争率が高かったんです。しかし、以前から橋本とお付き合いがあった住友不動産様とのご縁で、138坪の面積を確保できるオフィスビルの情報をいただいたのです。それも渋谷を象徴する大規模オフィスビルです。幸いなことに私は以前勤務していた会社で総務全般を担当しており、今回のビルの担当者とは面識がありました。そんなこともプラスに働いて移転に向けて入居条件を詰めることができたのです」（鈴木氏）

実は、以前入居していたオフィスビルでも別のフロアに空室があったため、同ビル内で増床するという選択肢もあった。しかしフロアの分断はコミュニケーション低下につながるリスクもありえる。そこで「1フロア」のオフィスを強く望んでいたという。

2019年10月、正式にビル側と契約を締結。それからオフィス移転プロジェクトを編成する。メンバーは同社代表を含めて4名。広報担当の藤村氏は状況の把握に努めた。「リリースを出す立場とすれば、オフィス構築の想いやコン

セプト、特長などはしっかりと知っておかなければなりません。なるべく進行状況をヒアリングするようにしました」(藤村氏)

オフィスの内装デザインに関する打ち合わせは早い段階からスタートさせた。

「旧オフィスとの契約上、2020年2月には原状回復工事を終わらせる必要がありました。予想以上にタイトなスケジュールであることをふまえて正式契約前の8月から内装デザインの打ち合わせを始めたのです」(鈴木氏)

最初の打ち合わせでは、求めている機能、デザインに合致させるための資材などについて内装デザイン会社と時間をかけて議論を交わす。自分たちの素直な思いを知ってもらうことと併せて、大まかな予算を確認するための重要なミーティングであった。

「移転プロジェクト開始前には社員からの要望を集めました。そこで『ランチエリア』『休憩スペース』『リモート会議』『集中スペース』『テレフォンブース』『会議室の増設』といった必要性を再認識したのです」(鈴木氏)

オフィスコンセプトは社外向けと社内向けに用意した。社外のお客様に向けてのメッセージは「開放的空間の創造」「眺望を生かしたレイアウト」「受付カウンターのイメージ」とし、それらを統括したデザインを求めた。

社内向けは「全員が働きやすいオフィス」といいたるところで偶発的なコミュニケーションが生まれる空間づくりを目指した。「そして移転とほぼ同じタイミングで社名を変更しました。社名とサービス名を統一することで営業促進につなげやすくなるという判断からです。加えてブランド価値の向上も目的としています」(藤村氏)

3 コンセプトに合わせたサブスク家具を採用し移転初期費用を大幅に抑えた

デザインの方向性が見えてきたところで株式会社subslifeのメンバーがプロジェクトに合流する。サブスク家具を活用したオフィス提案に定評があり、安定した事業を展開している会社だ。

「当社のサービスメニューの特長は大きく3つあります。一つはファイナンシャルマネジメント。多くのサブスク家具会社では中古製品の取り扱いが多いものですが、当社は新品を

利用できます。しかも費用は月額定額制。そのため初期費用を大幅に削減することが可能です。二つ目は家具のメンテナンスと返却の容易さです。差額分の支払いで所有も返却も借り換えも可能です。将来的な移転やリニューアルを踏まえると一括購入をするよりもコストメリットが生まれます。そして三つめは商品メニューの多さです。多様なメーカーの多様な商品ラインナップを揃えています。ですから本当に気に入った商品を選択することが可能なのです」(直井氏)

「そのような当社のメリットを理解していただいた上で、10月からミーティングに参加しました。その段階で決まっていたコンセプトに合わせて、家具の種類や色合い、配置などを提案。そして打ち合わせを重ねる中で、サブスク家具を活用すべき部分と造作する部分とに分けていったのです」(北尾氏)

「最終的にはオフィス内の8割近くにサブスク家具を活用していただきました」(直井氏)

「幅広い提案ができたと感じています。今回の案件では10社ほどのメーカーの商品を採用しました」(北尾氏)

「各メーカーとの間に生じる手配や搬入といった業務はすべてsubslifeさんで行っています。ですから当社側に手間が掛かることは一切ありませんでした」(鈴木氏)

4 会社の顔であるエントランスの拡充と執務室内の働きやすさを意識した

それでは新オフィスをエリアごとに紹介していこう。

エントランスには同社のサービスを象徴する**受付カウンター**を設置した。オフィスでも同社の商品同様に「シンプル」な世界観を表現している。実際に、移転後に金融機関の担当者が来社されたとき、「堅実さや信頼感が表現されたオフィスですね」と称賛されたという。

「いまだにその言葉が忘れられません。嬉しかったですね。まさにそのイメージを目指していましたから」(鈴木氏)

このエントランスは大人数での使い方ができるように多様な機能を盛り込んでいる。一つはスクリーンとプロジェクタを備え付けたこと。それらを使って説明会や会議、イベントなどを開催していく予定だ。その際、座席となるように周囲に一段分のステップをつくった。使用したのは座り心地の良い木材。その分、コストは掛かったが、サブスクの活用で



抑えられた費用をそこに充てることができたという。

ステップを上ったところに**クローズの会議室**を4室配置した。どれも透明性を意識してガラス壁を用いている。「エントランスから応接までのエリアは新オフィスを象徴する最も重要な部分となります。何度も各メーカーのショールームに出向き、商品の形状、大きさ、感触、色味などを確認しながら進めていきました」(北尾氏)

「北尾さんには、私どもの頭の中にある漠然としたイメージを言葉にして説明していただきました。また専門用語をわかりやすく通訳していただいたことで、各メーカーと意思の疎通を図ることができました」(鈴木氏)

執務室にはICカードを使って入室する。入口すぐに**通常の業務デスク**。シンプルで美しいラインの長机が3列配置されている。左側を見ると移動式の**集中ブース**が3室、これもサブスク家具のメニューの一つとなる。その横に並ぶのが造作でつくられた**個室**。3室が用意され、電話やWeb会議として使われることが多いという。

その奥にはソファエリア。ランチ、休憩などで使用することを目的につくられた。社員からの要望に応じて新設したエリアである。

「多目的のコミュニケーションエリアとなります。フリーアドレスですから『どこで働いても自由』という以外は、あえて細かいルールは定めていません。そして最奥の**窓際にソロワーク席**を配置しました。眺望がいいこともあり人気がありますね。右側の壁際には**ファミレス席**が2つ。一番入り口に近いところに**ベビーベッド**が置かれています。働く女性を応援するように旧オフィスから引き継がれています。私も採用面接に来た時にこのベッドの存在を知り、社員に対する優しさを感じました」(藤村氏)

5 サブスク家具だからその可変性で今後もオフィス運営を容易にする

現時点での席数、広さはまったく問題がない。ただし今

後の採用計画で変化が出ればその都度、働きやすいオフィスに改善していくという。

「現在、将来的な人員計画上の社員数でレイアウトしています。今後の業務に大幅な変化があれば家具を入れ替えて配置し直します。それを容易にできるのがサブスク家具の魅力だと思います」(藤村氏)

「通常の家具の場合、メーカー保証は1年間です。しかし私どものサブスクでは使用期間中はすべてアフターサポート期間としています。無償で新品への交換も可能です」(直井氏)

「今回の移転計画の中でサブスクという新たな家具の活用方法を提案させていただきました。お客様のより良い空間づくりをサポートしたいという想いからですが、このような導入事例をもっと増やしていきたいですね」(北尾氏)

「集中ブースやテレフォンブースを新設したことで働き方が大きく変わりました。社員のモチベーションも上がっているのがよくわかります。社員の要望にもある程度応えられましたし、今回のオフィス移転プロジェクトには満足しています」(鈴木氏)



株式会社RECEPTIONIST

RECEPTIONIST

無駄のない来客業務をクラウド受付システムで提供する。スタンダード、エンタープライズ、プレミアム、オプションと、機能別に提供サービスを分類している。併せて「日程調整」「会議室管理」機能を利用することで、来客にかかわる業務をワンストップで効率化することが可能となる。



ディップ株式会社 デジレバ

contents

1. 人、AI・RPAの両面から支援するために「Digital labor force」事業を開始する
2. 事業は本社オフィスの一角からスタート。そこから緩やかに拡張していく
3. 強いセキュリティを保ちながら自由に使える共有スペースを構築した
4. 将来的な事業拡大をファシリティの面から支えていく



エントランスと多目的エリア



ディップ株式会社
経営管理本部 総務統括部
ファシリティマネジメント室
室長

藤川 淳氏



ディップ株式会社
経営管理本部 総務統括部
ファシリティマネジメント室

深澤 貴啓氏

他社に先駆けたデジタルサービスの 新設に伴ってオフィスを開設した。

アルバイト・パートの求人情報サイト「バイトル」、正社員・契約社員の求人情報サイト「バイトルNEXT」、総合求人情報サイト「はたらこねっと」、看護師人材紹介サービス「ナースではたらこ」などの人材サービスで全国展開をしているディップ株式会社。

2017年に「日本一コミュニケーションがとりやすいオフィス」を掲げて本社移転を、

2018年には同コンセプトをベースに大阪オフィスの移転を行った。

今回の取材では新事業の紹介とともに、新たに開設した特長的なオフィスの詳細をお聞きました。

※本社オフィスの記事：<https://www.sanko-e.co.jp/case/dip> ※大阪オフィスの記事：https://www.sanko-e.co.jp/case/dip_osaka

1 人、AI・RPAの両面から支援するために 「Digital labor force」事業を開始する

ディップ株式会社は1997年3月に情報提供サービスを目的に名古屋で設立。以降、アルバイト・パートの求人情報サイト「バイトル」、正社員・契約社員の求人情報サイト「バイトルNEXT」、総合求人総合サイト「はたらこねっと」、看護師人材紹介サービス「ナースではたらこ」といった主力ブランドを中心に質の高いサービスで事業を拡大している。

ディップ(Dip)という社名には「夢(Dream)」「アイデア(Idea)」「情熱(Passion)」の3つのメッセージが込められており、その熱い想いは現在も揺らぐことはない。それどころか常に新たな人材サービスのあり方を模索し続けている。

新ビジョン「labor force solution company」を掲げたのは2019年3月のこと。それは今後の人材マーケットでの諸問題を解決するには、人材サービス(Human labor force)とAI・RPA(Digital labor force)の両面でのアプローチが必須だと考えたからだ。RPAとは、Robotic Process Automationの略。これまで人の手を介して行ってきた定例業務をロボットが代行し、業務の効率化を図っていく。その手段として従来の作業を自動化するFAST RPA「コボット」が開発された。

「今までは『人材を募集して採用する』という側面から労働力の問題を解決・改善してきました。今後は従来の事業ドメインを拡大し、労働力の総合商社として諸問題の解決に立ち向かっていこうと考えています。『コボット』は業界・業務に特化したロボットです。業界は派遣会社、不動産向けのサービスを、業務に関してはアルバイトや中途社員の採用面接を効率化することに特化したサービスの展開を開始しています」(藤川氏)

ちなみに新事業および新オフィスの名称は「デジレバ」とした。これは新ビジョンであるDigital labor forceを親しみやすく4文字に略したものとなる。

2 事業は本社オフィスの一角からスタート。 そこから緩やかに拡張していく

AI・RPA事業部は2019年4月にスタートした。

「私は2018年12月からファシリティの部署に異動となり、その数ヵ月後にAI・RPA事業部を担当することになりました。当事業部は中途採用が多く、幅広い意見や要望を常に聞いていかなければなりません。そのため初期段階からファシリティマネジメントの観点で同事業部をサポートしていました」(深澤氏)

当時はまだ売り上げの見込みが立たないような事業。そのため本社オフィスの窓際の一角からスタートしたという。「スタート時の広さは4坪程度でした。そこから徐々に人材を採用していった。最終的には渋谷オフィスの一室をリニューアルして開発を行っていました」(藤川氏)

そうした状況が大きく変わった。「毎年開催している社員総会でのことです。社長が『今後はAI・RPA事業に力を入れる』と宣言しまして。そこから専門のエンジニアや新事業に相応しいメンバーを採用していただきました」(深澤氏)

「もちろんその前から今後のオフィス展開について議論はしていました。しかし空室不足のためなかなか話が進展しなかったのです。シェアオフィスの活用も検討したこともありました」(藤川氏)

時間だけが経過していく。と、そんな中でタイミングよく空室の情報が飛び込んできた。その空室は、同社渋谷オフィスの別フロアに位置する。面積は223坪。90名で使用するには少し広く感じたが、将来的な事業拡大を意識して思い切って契約を決めたという。

「渋谷は多くのスタートアップ企業が集積しているのが魅力です。それだけ色々な人材や情報があるということですから」(藤川氏)

「渋谷オフィスと連続フロアであれば申し分なかったのですが、そんなに都合よくはいかないですね。同ビル内にオフィスを設けられただけでもラッキーだと思います」(深澤氏)

3 強いセキュリティを保ちながら 自由に使える共有スペースを構築した

新オフィスは新技術の開発ということもあってセキュリティ面は強固にしなければならない。しかし同社の企業理念は「夢とアイデアと情熱で社会を改善する存在となる」。創業



3面のサイネージ



多目的エリア



会議室

以来、大事にしていた「発想の転換」の妨げになることはしたくない。そこで新オフィスのコンセプトは「明るく、自由な空間」とした。そしてデジタルを活用した新たな人材サービスを象徴するデザインを採用し、多種多様な情報や人材が集まる機能を設けた。

「事業部以外の社員は執務室エリアへの入退室不可とするなど、セキュリティの権限を厳しくしています。その一方で、執務室周辺のエリアにはセミナールームやバーカウンター、ライブラリー、ミーティングスペースといった共有スペースを配置して誰もが自由に使えるようにしました」(深澤氏)

同社の決算時期に合わせて新オフィスの運用開始を2020年2月とした。スケジュール的に問題はない。外部スタッフと共にオフィスコンセプトや内装デザインについて打ち合わせを重ねていく。そうしてデジタルのイメージを全面に打ち出したイメージ通りの新オフィスが完成した。**エントランスのサイネージ**はチームラボが担当した。

「デジタル事業に特化したオフィスの構築は、当社としても初めての試みです。そんな記念的なオフィスですから、エントランスには『先端技術』を集約させたいと思ったのです。チームラボさんは最新のテクノロジーを使ったデジタルコン

テンツ開発のパイオニアだけあって今までにないオフィスが構築できました。最大の特長は正面に設けたDigital information Wall(デジタルインフォメーションウォール)と呼ばれるタッチパネルサイネージの3面構成のもの。ここで来訪者に楽しんでいただき、さらに上質な会話が生まれれば良いと思っています」(藤川氏)

エントランスの一角にはライブラ

リーとしてAI・RPA関連の書籍を並べている。ここも簡単なミーティングを行うスペースとなる。

エントランスを抜けると**多目的エリア**が姿を現す。通常はテーブル席で構成しているが、セミナー開催時は椅子50席超を並べることができる。

「この機能は事業部からの要望に応えたものとなります。ただしセミナーの用途に特化してしまうとセミナー期間以外は無駄な空間になってしまいます。ですから空いているときは自由に使える多目的エリアとしました。一般的にこうしたエリアの周囲は可動式の壁を設置するものですが、この周りにはあえて半透明のカーテンで仕切っています。そうすることで閉じられた環境でありながらセミナーの内容を知らせることができます。その目的は社員の興味を引くこと。そんなこともあって中央に設けたのです」(藤川氏)

セミナーの一角にはバーカウンターを設置。セミナー後に交流を深めて情報交換できる場にしたいと語る。

そして**会議室**が4室。一番小さい部屋でも8名使用となり、採用面接や研修で使用することが多い。「ホワイトボードにもこだわりましたね。デジタルが主体の業務ではありますがアナログの良さは残しておきたくて。直感的に思いついたことを順次書き込めるので重宝されています。また、緩やかな開放感を大事にしているため透明のガラス壁を多用しました。全体的に採光の良さを生かした設計としています」(深澤氏)

これら会議室の名称はすべて世界で有名なサッカースタジアムから名付けられた。将来、同事業が世界に羽ばたけるようにとの願いが込められているという。

次に**執務エリア**内を紹介しよう。手前には「Clubhouse」と名付けたロッカールーム。全社フリーアドレスのため退社時はここに自分の持ち物を収納するルールとなっている。

執務エリアに目を向けると機能的なオフィスデスクが並べられている。

「一定方向に並べると動線が限られてしまうため、あえてランダムに配置しました。エンジニアの皆さんは淡々と業務をこなすイメージがありますが、実はそうではなくて。想像以上にコミュニケーションを密に取って業務を進めています。それを考えて、いくつもの動線が生まれるようにレイアウトを考えました」(深澤氏)

デスクもグループアドレスでの業務が多いことを思慮して開発チームの人数に合わせたサイズを選んだという。そして今回、新たな試みとして**個室ブース**を新設した。「最近ではWEB会議を用いての営業促進が増えています。そのため個室で電話やWEB会議ができる機能が必要でした。図書館の閲覧室のイメージです。個室だけで12席を用意しました」(深澤氏)

その他、本社でも稼働率の高い「集中席(コモルーム)」や「ファミレス席(プレストBOX)」**「スタンディングデスク(トークスタンド)」**を採用。執務エリア内にバランスよく配置されている。

「新オフィスを開設して間もないですがとても評判がいいですね。今後は、このクオリティを維持していかなければなりません。また、他拠点の社員からの要望にもあるように、ここに備えた機能を他の拠点でも展開したいですね。もちろん全国すべてのオフィスに適用は難しいですが、将来的な課題として考えていきたいと思っています」(藤川氏)

4 将来的な事業拡大を ファシリティの面から支えていく

新オフィス「デジレバ」は限られたメンバーの使用ということもあり、内装デザインや工事の進捗状況、完成後の姿などを大々的に告知することはしなかった。大部分のメンバーは入居日に初めて新オフィスを目にすることになる。「同社では、オフィスの開設ごとに『オフィスユーズガイド』を入居メンバーに配布しています。そこにはオフィスの使い方に加えて、入居ビルの入退館方法や館内ルールなども記載しています。今回も作成して配布しました」(深澤氏)「特に今回のメンバーは中途採用が多いため、社内承認のやり方や社内規定といった内容も多く盛り込みました。もちろん今後の状況や事業展開によって内容を更新していきます。デジレバはスタートしたばかりですが、いずれは『デジレバ札幌』『デジレバ大阪』と全国展開を視野に入れていきます。そのためには働きやすい環境は不可欠です。今後もファシリティの面からサポートしていきたいと思っています」(藤川氏)



執務エリア



個室ブース



ファミレス席



スタンディングデスク

ディップ株式会社 デジレバ

デジレバ

同社は常に働き方の新しいスタイルを提案している。本年4月にリリースしたばかりのアルバイト面接日程調整サービス「面接ロボットforアルバイト」にWEB面接機能を追加。常に働きたい方と採用担当者との間にスムーズな採用活動が生まれるようなサポートを行っている。



多目的エリア内
カウンター席

ClipLine 株式会社

contents

1. 「できる」をサービスの品質基準とし、プロダクトを提供してきた
2. リモートワークだけではなく、オフィス環境も必要という結論に
3. リモートワークの移行には、会社ルールの変更も必要になる
4. 新オフィスのコンセプトは「協調行動の場」。生産性向上に繋がるように意識的に構築した



スタンディング用ミーティングテーブル



ClipLine株式会社
取締役
ビジネス・アクセラレーション部

遠藤 倫生氏

リモートワークに移行しながら その働き方に合ったオフィスを構築した

社内教育や多店舗チェーンのマネジメントを効果的にするために動画を活用したマネジメント支援サービスを展開しているClipLine株式会社。同社はリモートワーク主体の働き方に移行しながら新オフィスへの移転を実施した。その際、リモートワークにおいて考えられる課題を洗い出し、新オフィスでの運営に生かしたという。今回の取材では、「働き方改善」「コスト削減」を行いながら、生産性向上の施策を行ったオフィス移転についてお聞きした。

1 「できる」をサービスの品質基準とし プロダクトを提供してきた

多様化する業務情報やノウハウを組織全体にバラツキなく伝達させたい。多店舗ビジネスを行っている多くの企業がそんな悩みを抱えている。特に最近では教える側の人材不足といった問題もよく聞こえてくる。そんなマネジメント全体のオペレーションからスタッフ教育までを効率よく、高品質で利用できるプラットフォームを提供しているのがClipLine株式会社だ。

従来のように言葉や紙の資料だけでは伝わりにくいノウハウを動画にする。同社のプロダクトは本部と現場との距離を近づけ、単なるマニュアル作成ツールとは違った効果を生み出している。

「当社の特長は多店舗展開をしている大手チェーンのお客様が多いことです。導入いただいた企業の皆様からは、『社員教育が遠隔で実現できた』『離職率が下がった』『人事育成が効果的に行えた』といった評価をいただいています。とてもありがたいことです」

従来、本部から各店舗に指示を出す場合、確実に伝達できているのか、同じクオリティで再現できているのか、それらを確認する必要があった。同社のClipLineでは店舗ごとに写真や動画を容易にアップロードができ、アップされた動画を評価しコメントを付けることも可能だ。双方向で現場オペレーションの改善を重ねながらの運用が可能なツールといえる。

また、デジタル情報をアップロードするにあたって特別な機材は一切必要ない。最近はスマホを活用した動画アップも増えているという。そんな使いやすさを強みに急激に需要が増加。現在、18万人、約9,000店舗の利用となっている。（2020年8月末時点）

2 リモートワークだけではなく オフィス環境も必要という結論に

「旧オフィスはJR田町駅近くに立地したオフィスビルに入居していました。使用面積は約180坪。少し前からリモートワー

クの実証テストをしていました。外回りの営業や顧客支援などでメンバーが活躍しており、コロナ前の平時でも一日のオフィス使用人数は40名弱だった。ハイグレードなオフィスビルでとても使いやすかったのですが、一人あたりのランニングコストを算出する10万円超と、固定費としては大きな金額だったと言えます。経営的に見直す必要が出ていたのです」

そんな中で新型コロナウイルスが発生。それを大きな機会と捉え、感染予防も含めて本格的なリモートワークへの移行が加速する。実行するにあたって「開発」「映像編集」「セールススタッフ」「コンサルタント」「バックオフィス」と全ての部門にヒアリングを行った。

「すると『リモートワークは効率的に時間を使える』『通勤ストレスが緩和される』といった好意的な声がある一方で、『何気ない会話やコミュニケーションが減少してしまう』『自宅の環境では満足なパフォーマンスが発揮できない』『業務経験が乏しいため仕事を完結できるか不安』といった多くの不安材料も見つかりました。そこでリモートワークだけではなく、オフィス環境も必要という結論になったのです」

しかし旧オフィスの固定費について課題認識もあり、効率的にオフィスを使いたい。その結果、オフィス面積を大幅に縮小した移転となった。仮にコロナウイルスが収束したとしても、リモートワークは継続していくと考え、思い切った施策を行ったという。

縮小移転を実施する結論が出た。そこで至急、移転先オフィスの選定に入った。移転先の条件を固めるために全従業員の住所をMAP上に落とし込んでみる。従業員にとって公平感のある立地を探った。そうして旧オフィスと変わらない城南エリアが移転先の立地として選ばれたという。

オフィス面積は、全従業員数の20%が出社すると仮定して約80坪とした。今後の採用計画を視野にいたれた面積だ。それでも当初考えていた面積よりは広めとなった。

「今回の移転のポイントは居抜き物件に入居できたことというのもあると思います。居抜き物件とは、前の入居テナントが使用していた内装をそのまま引き継ぐという契約です。したがって新オフィスの内装デザインにかかる時間やコストの軽減が可能です。デザインに關しての費用は多少の改修費だけで済ませることができました」

社内での移転条件がある程度確定した段階で、数社のオフィス仲介会社に物件の提案を依頼する。届いた物件資料は300件超。そこから一つひとつを見比べていった。「最終的に40件くらいに絞りこんだでしょうか。そして具体的に見学をしていました」

新オフィスの移転完了は同社の決算時期を考えて8月末を目標に設定した。ほぼ予定通りだったという。計画立案からわずか4ヵ月。時間が限られている中で多様な希望条件をクリアしたオフィスビルを選定する。結果的に旧オフィスと比べて年間約5,000万円のコストダウンが図れた。「移転計画の成功は三幸エステートさんのサポートのおかげだと思っています。こちらからの要望に対して迅速かつバランスの良い提案をしていただきました。それも居抜きという特殊な案件だったにもかかわらず、レスポンスも早くて。本社移転は3回目ですが慣れているというわけではありません。契約に際しての条件折衝も円滑に進めていただき、大変感謝しております」

3 リモートワークの移行には 会社ルールの変更も必要になる

リモートワーク中心の働き方となり、徐々に社内ルールも変えていく方針だ。「顔を合わせる機会が減少するため、毎日決められた時間にオンラインミーティングを行うことにしました。これによって

チーム内の情報をメンバー全員で共有し、相談しながら案件を円滑に進めることができています」

あくまで一例だが、リモートワーク移行を理由に郊外に引っ越した社員もいるという。

「頻繁に行われているオンラインミーティングのおかげで業務上の不便さは感じていないようです。オンラインでの促進活動を相手先からも求められていることもスムーズに移行できた要因かもしれません」

通勤交通費は実費支給に変更した。もちろん住んでいる場所によっては定期を購入するよりも高くなってしまうこともあるかもしれない。しかし本来、電車を使って訪問していた業務がオンラインに変わり、その分の営業交通費が大幅に削減できているという。

その他、新たな取り組みとして全従業員を対象に毎月1万円のリモート手当の支給をはじめた。

4 新オフィスのコンセプトは「協調行動の場」。 生産性向上に繋がるように意識的に構築した

新オフィスは居抜きで入居したため、ほぼ旧テナントの仕様を引き継いでいる。**エントランス**には同社の企業ロゴ、その両サイドにはガラス壁で仕切られた会議室。正面の壁には同社の**企業ミッション**を表示。目の前の通路を進むとカウンター式のテーブルが設けられている。「以前の会社はここにコーヒーカーンターを設けていたようで



エントランス



バックオフィス



ソロスペース



オフィス全景



ラウンジ

すが、当社は**スタンディング用のミーティングテーブル**として使用しています。ここは人気のエリアとなっていますね」

その奥、一面が執務空間となる。入口を背に右側がワークスペースだ。**バックオフィス**と映像編集の席は固定されているが、その他の部署はフリーアドレスとなっている。

「新オフィスのコンセプトは『協調行動が生まれる場所』としました。社員同士がお互いに影響を与え合って、少しでも生産性の向上に繋がるように意識的にゾーニングしました」

同社ではオフィスの役割を、「雑談を含めたコミュニケーションの場」「オンライン上だけでは共有が難しい共同作業の場」「ホワイトボードを使用したアイデア出しの場」「同僚や先輩の仕事の進め方を学ぶ場」としている。それだけにリモートワークへ移行することで、本来考えていたオフィスの役割を失うことは避けなければならない。そのための施策が執務空間左側の**ラウンジ**となる。窓際には**ソロスペース**、**ファミレス風のミーティングスペース**、自由な多目的スペースで構

成されている。今ではリアルな会話が生まれる重要な場として欠かすことができないスペースになっているという。

新オフィスは社内だけでなく社外からの評判も上々だ。「採用面接を行うため新オフィスの場所をお伝えすると、『有名なビルなので知っています』『知っているベンチャー企業と同じですね』などと言われることが多くなりました。シンボルビルへの入居で当社のステータスも上がったようで嬉しいですね。加えてこの時期に移転を行ったことで、当社の決断力や行動力を褒められることも少なくありません」

今後は早い段階で「オフィス満足度調査」を実施したいと語る。

「その回答の中で出てきた要望や意見にはしっかりと向き合っていこうと思っています。そして新入社員を採用していく中で、その都度、働きやすい環境に整えていきます。その結果、会社全体の生産性向上が図れればいいですね」



正面壁の企業ミッション



ファミレス風ミーティングスペース

ClipLine 株式会社



2020年9月、同社は総額5億円の資金調達を実施した。これにより従来事業の開発強化と新規事業「サブスペ」を推進していく。サブスペとはコロナの影響を受けている飲食店舗の空席をワークスペースとして場所を提供するサービスで、店舗ビジネスの収益化とテレワーク推進を後押しするサービスとして注目されている。

株式会社 エレクトロニック・ライブラリー

contents

1. 時代に先駆けたクリッピングのデータ提供で事業を拡大してきた
2. 旧オフィスは情報発信の街「銀座」とのアクセスの良さを考えて選んだ
3. 旧オフィスでの課題は大きく4つ。一気に解決するためにオフィス移転を実施した
4. 移転経験がないため、移転プロジェクト全体をマネジメントしてもらえる会社が必要だった
5. 新オフィスには事業を象徴する都内でも希少なスペースを誕生させた
6. リモートワークが進んだとしても社員同士がつながるハブ機能は必要



執務室全景



株式会社エレクトロニック・ライブラリー
執行役員(経営管理部長兼務)

大村 弘一氏



株式会社エレクトロニック・ライブラリー
経営管理部 管理課長

渡辺 雄一郎氏



株式会社エレクトロニック・ライブラリー
経営管理部 管理課 参与

平松 保久氏

オフィス移転で新たな機能を構築。 旧オフィスの課題を解消した

100紙以上の新聞や1,500を超えるWebコンテンツまで幅広いメディアからのクリッピング、記事データベース検索などを提供している株式会社エレクトロニック・ライブラリー。業務効率の改善を求めて2019年7月に本社移転を行った。移転後1年半が経過した今、プロジェクトの概要と移転効果を中心にお話を伺った。

1 時代に先駆けたクリッピングのデータ提供で事業を拡大してきた

当日の朝刊記事からお客様の要望に応えた情報を届ける「モーニングクリッピング」をはじめ、クリッピングサービスの分野で事業を拡大してきた株式会社エレクトロニック・ライブラリー。提供する記事情報は著作権侵害を気にせず安心して利用できるのが大きな魅力だ。同社は常に新たなシステムや機能を導入することで事業を拡大してきた。現在のユーザー数は全国の企業、官公庁を中心に約1,300社超。コロナ禍の中、在宅ワークであっても営業活動に欠かせない記事情報をPC、携帯端末などから確認可能なこともあり各企業や団体などの担当者から高い評価を得ている。

会社設立前は発起人である大手メディア各社との共同研究のために銀座に準備室を設けていたという。「当時、他社で行われていたのは切り抜いた記事を台紙に貼ってFAXで送るというもの。時代に先駆けたビジネスのあり方を考えて情報の提供方法や著作権法に則った事業展開についてさまざまな議論を重ねました。そうして現在の事業の原型となるクリッピング記事のデータ提供というサービスを確立させたのです」(大村氏)

2 旧オフィスは情報発信の街「銀座」とのアクセスの良さを考えて選んだ

そして約半年の準備期間を経て1986年に会社が設立された。「設立の翌年、西五反田のオフィスビルに本社を構えました。多くのメディアや広告代理店が集積している銀座周辺で見つけられれば良かったのですが、条件に合った空室が確保できなくて。そこで銀座との鉄道路線や国道との利便性を考えて西五反田が選ばれたのです」(平松氏)
「当社の事業は深夜に出来立ての新聞を入手することから始まります。それからスキャナでデータを取り込んでクリッピング作業をしていく。ですから各新聞社との交通アクセスは重要なファクターなのです」(渡辺氏)
「旧オフィスの1フロア面積は74坪。当時は2階から7階まで

を使用していました。スキャニングやクリッピングの業務をフロアごとに分けて。まるで一つの工場のようなでしたね。4階には多くのサーバやストレージ設備を設置していました」(平松氏)
「2006年に記事データの入力拠点を沖縄県那覇市に移行し、その後もデータサーバを外部に移設するなど、順次オフィススペースのスリム化を促進してきました。オフィス移転計画を本格的に検討する前に、どこまでスペース削減が可能になるかを把握しておきたかったのです」(大村氏)

3 旧オフィスでの課題は大きく4つ。一気に解決するためにオフィス移転を実施した

旧オフィスでは、「営業効率の悪さ」「スペース効率の悪さ」「快適な職場環境の形成」「コミュニケーションの低下」と大きく4つの課題を抱えていた。
「退去直前は3フロア185坪を45人で使用していました。部署ごとにフロアを分けていたこともあって社員同士のコミュニケーションはあまり活発ではなかったですね。また、年に数回、ビジネスセミナーを開催しているのですが、その会場費や手配に要する時間を以前から改善したいと感じていました。さらに30年以上も同じオフィスだったため、私物の量や資料の重複も増えてきて。それらを一気に解決するためにはオフィス移転が最も有効と皆で話し合いました」(大村氏)

そうして2018年に移転計画を立案。同年3月に計画が承認された。そして平松氏がプロジェクトリーダーとなり、大村氏が主幹部門の責任者、渡辺氏が運用リーダーとする体制がつけられた。

「全社横断のプロジェクトとしました。第一フェーズとして社員からの意見や要望を聞き、それに対する解決案を明示していく。それを半年以上繰り返しながらありたい姿に近づけられるオフィスの構築を目指したのです」(平松氏)

新オフィスに加える機能を確定させ、書類の廃棄やデジタル化によって削減できるスペースを算出。新オフィスに必要な面積を割り出した。そうして2018年10月から本格的に移転先探しを始める。

「移転先の条件の中で最優先させたのは利便性でした。



受付



セミナールーム



執務室

それは営業先への行き来を容易にするだけではありません。当社に多く訪問していただくことで当社への理解を深めてもらいたいと考えたからです。さらにセキュリティレベルの高いビルへの移転によって企業価値や企業ブランドも高めよう意識しました」(大村氏)

「100棟以上の候補ビルの中からは条件に合うビルがなかなか見つかりません。それでも今回の移転プロジェクトは当社の課題解決を目的としたものですから中途半端に妥協はしたくありませんでした」(渡辺氏)

「それで条件としていたエリアを少し広げてみたのです。結果的にはそれが功を奏しました。タイミング良く希望条件通りのオフィスを見つけることができたのです。銀座線と都営浅草線が利用でき、JR東京駅にも徒歩圏内。銀行の支店がテナントとして入っていたこともあって堅牢なセキュリティも保っている。予算面もクリアしていることもあり、すぐに賃貸借契約締結へ向けての準備を始めました」(大村氏)

新オフィスビルの2階と3階を使用する。面積は174坪。2階42坪は応接専用のフロアとし、3階132坪に執務室をまとめた。旧オフィスより少し面積は縮小したが、デッドスペースの削減をしたため、無駄のないレイアウトが組めたという。「どこでも仕事ができるようにノートPCと無線LANを採用。固定電話を廃止してスマートフォンに移行しました。個人用デスクから長デスクに変更してペーパーレスに。資料は共有キャビネットに保存するルールとしました。それらの施策がスペースの効率化につながったのです」(平松氏)

4 移転経験がないため、移転プロジェクト全体をマネジメントしてもらえる会社が必要だった

今回のオフィス移転では三幸エステートがプロジェクト全体のマネジメントを担当した。

「今まで当社はオフィス移転の経験がないため、何から始め

ればいいのか全くわかりませんでした。ですからどんなに些細なことでも気軽に相談できる専門会社の力が必要だったのです」(大村氏)

「デザイン会社との打ち合わせでも、当社側に立って色々な交渉をしていただきました。社内メンバーだけでは見落としがちなこともプロの視点での助言をいただきとても心強かったですね」(平松氏)

「提案も的確でした。役員説明が何度かありましたが、理詰めで説明していただいて。おかげでプロジェクトの推進がスムーズにできました」(渡辺氏)

5 新オフィスには事業を象徴する都内でも希少なスペースを誕生させた

オフィスのデザインコンセプトは「オープンで効率よく働けるオフィス環境」「オフィス改革による業務の共有と見える化の実現」「共用スペースの確保とコミュニケーションの活性化」「オフィススペースの利用効率を高めコストダウンを図る」とした。「執務室を1フロア内にまとめることで社員同士のコミュニケーションを向上させ、新たな機能を付加させることで働きやすいオフィスづくりを心掛けました。全体のイメージでは、爽やかで、開放感のある『海』を感じるようなデザインでまとめたいただきました」(大村氏)

それでは2階フロアから特長的な部分を紹介していこう。「受付は、2016年に刷新したコーポレートロゴをうまく組み合わせで新たな会社の誕生を予感させるデザインイメージとなっています。そこを過ぎると応接室エリアとなります。応接室は4室。旧オフィスよりも増室しました。会議室の1室にはTVチューナーを取り付け多目的な使い方ができる部屋も用意しました」(渡辺氏)

社員からの要望も参考にしながら会議室兼用の**セミナールーム**も新設した。

「ここは新オフィスの重要なポイントの一つとなります。プロ

ジェクタとスクリーンを天井に備え付けて、来訪されるお客様向けのセミナールームとしての利用を想定しました。もちろん防音壁で装備し、音漏れの対応も万全です。現在、コロナ禍の中で対面式セミナーの開催が困難になっていますので、ここを「スタジオ」として動画を制作し、配信するなど別の使い方ができています。新型コロナウイルスの発生を想定して構築したものではありませんが、結果的にコロナ禍の状況の中でも慌てることなく運用できています」(平松氏)

3階には同社を象徴する「**107紙ギャラリー**」をオープンさせた。全国紙のほか、47都道府県の地方紙や業界紙、専門紙を一堂に並べたギャラリーで、社内外との交流の場でもあり、一種の営業ツールでもある。ここまで全国の新聞紙を集積させたスペースは都内でも極めて希少だという。

「当社は新聞を扱う業務をしていますのでそれを表現したかったのです。新聞もただ飾っているわけではなく、備え付けのデータベース端末で記事検索も可能です。100紙以上を取り扱っているといっても中タイメージはわからないもの。それを一望できるとても有効的なスペースになりました。また、実際に新聞を手にとることでその質感が全く異なるといった驚きや発見もあるみたいで会話のきっかけづくりにも有効です。このギャラリーをご覧いただいた方は皆さん本当に驚かれますね」(大村氏)

「執務室内には思いついたときにすぐに打ち合わせができる



107紙ギャラリー



ハイカウンター席



ファミレス席

ように、『**ハイカウンター席**』『**ファミレス席**』などいくつかの打ち合わせスペースを用意しました。机の配置もただ机を並列させるのではなく、斜めに配するなど単調さの解消も意識しました」(平松氏)

「ペーパーレス化もコスト削減だけでなく、業務効率化にプラスに働いています。紙書類のスキャンにより、過去の書類の検索が容易で、業務効率が改善できました。また個々で抱え込んでいた書類や資料を共有したことで意見交換も活発になっているように思えます」(渡辺氏)

「現在も新型コロナウイルス予防対策は継続していますが、実際にオフィス移転がなければ全社員のノートPC化もデータベース化も実現が難しかったかもしれません。やはり適したタイミングってあるんですね」(大村氏)

6 リモートワークが進んだとしても社員同士がつながるハブ機能は必要

「オフィス移転を実施して1年半が経過しました。今は、将来的な働き方を考えてリモート会議専用ブースの機能を充実させる予定です。今後も働きやすい環境のために柔軟に社員からの要望に応じていきたいと思っています」(平松氏)

「コロナ禍の中でリモート会議の便利さを知ることができました。ですから今回構築した機能や働き方は継続していくと思います。しかし会社は個人事業主の集まりではありません。コミュニケーションをとりながら業務を進めていく。その交流のハブとなるオフィスはとても重要な役割を果たすと思っています」(渡辺氏)

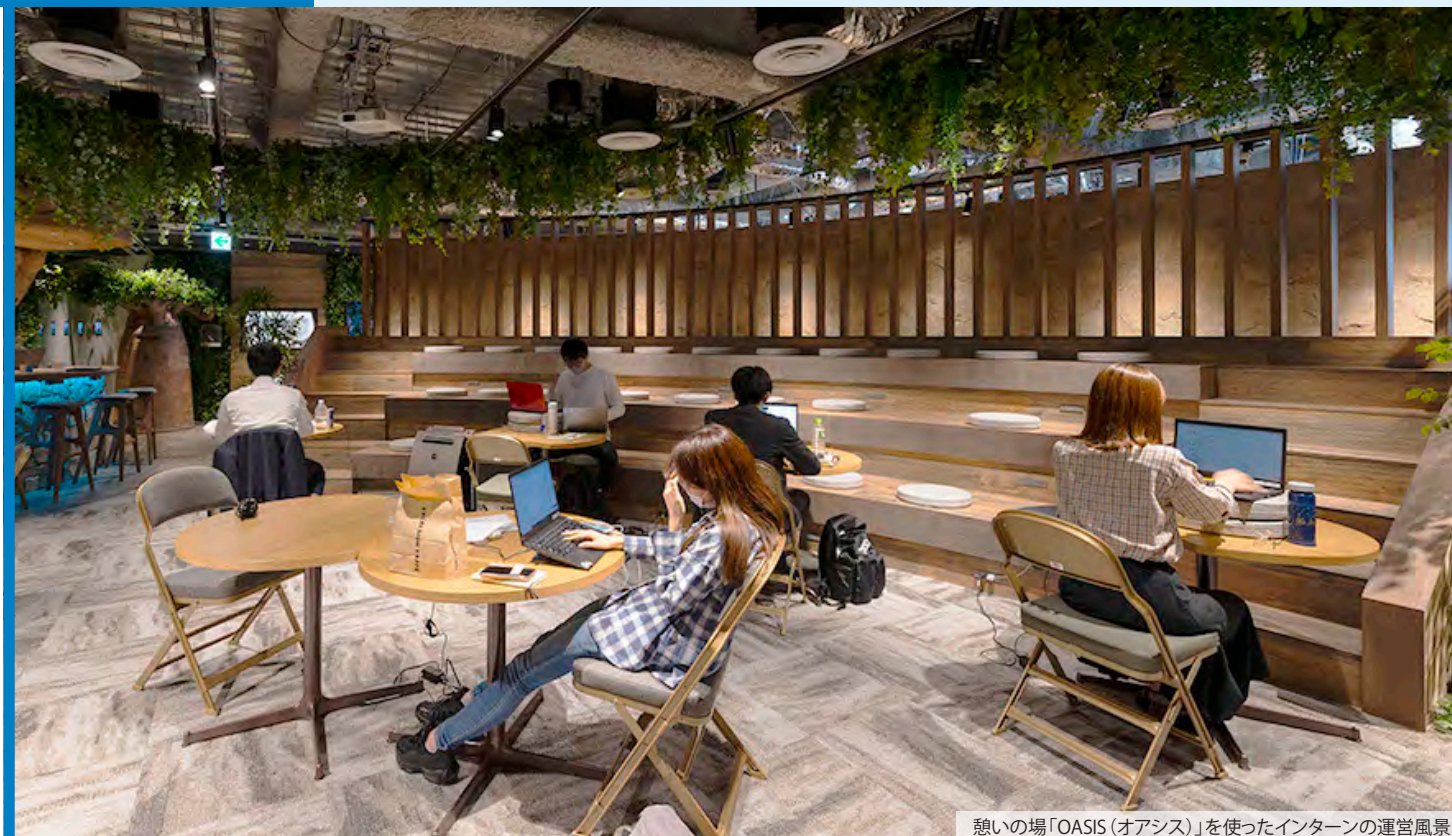
「移転後は採用活動時の応募も増えました。オフィスの持つ価値をあらためて感じています。将来的にデジタルでの働き方が進化しても、人と人をつなぐ場としてのオフィスがなくなることはないでしょうね」(大村氏)

株式会社 エレクトロニック・ライブラリー



株式会社エレクトロニック・ライブラリーは、「スピード(朝一番)」「スマート(著作権の利用許諾済み)」「ストレート(掲載された紙面イメージ)」を基本方針とした記事情報の提供サービスを行っている。それらの記事は業種を問わず企業の広報部門、経営部門、営業部門、研究開発部門などの各部署で幅広く利用されている。

株式会社 Legaseed



憩いの場「OASIS (オアシス)」を使ったインターンの運営風景



株式会社Legaseed
代表取締役

近藤 悦康氏

コロナ禍の中で拡張移転を決意。 その驚きと感動を与えるオフィスとは

成長企業の経営者にノウハウや情報、ツールを提供することで、人と組織の成長コンサルティングを行う株式会社Legaseed。コロナ禍の影響で2020年3月末に全面テレワーク体制に移行した。その後9月末に品川駅港南口に立地する大規模ビルに本社移転を実施する。テレワーク導入による「オフィスの縮小」を実施する企業もある中、なぜ拡張移転を決意したのか？その想いを代表取締役 近藤悦康氏にお話を伺った。

contents

1. 完全テレワークの実施から一転、必要に迫られてオフィスを構築した
2. 「都会のオアシス」をコンセプトに癒しと未来への希望をもたらすデザインに
3. アミューズメントパークのアトラクションのようなオフィス
4. 「永遠に愛され、命を持つ会社」となるべくさまざまな工夫を凝らす
5. 中途半端なモノでは誰も感動しない。徹底してこそ人に感動を与えられると考える

1 完全テレワークの実施から一転、 必要に迫られてオフィスを構築した

「はたらくを、しあわせに。」を経営理念に掲げ、人と組織の可能性を最大化させるサービス提供を行う株式会社Legaseed。同社は2013年11月11日、マンションの一室から業務をスタート。その後、港区芝周辺に本社移転を実施した。それが旧オフィスとなる。

当時は、いずれ近い将来に移転することを想定して建替予定のオフィスを対象に物件探しを行ったという。建替工事の直前に退去するのであれば原状回復をする必要もなく、割安な賃貸条件で借りることができると判断したためだ。しかし5年後と考えていた建替時期は予想よりも早く、入居約3年後に移転時期が訪れた。「想定よりも早かったとはいえ、入居時から中長期の移転計画を立てていましたから問題はありませんでした。スケジュールを調整し直して移転候補ビルのリストアップを行いました。そして品川駅から東京駅までのエリアを対象に数多くの候補物件を検討。最終的に約20棟に足を運んで周辺環境やビルの設備環境を確認しました」

移転先選定までの工程に関してはほぼ近藤氏の主導で行われたという。そんな中、移転先を確定するタイミングで新型コロナウイルス感染症が全国的に広がる。3月末には完全テレワーク体制に移行。シェアオフィスを活用しながら業務を行っていた。従来は対面で行っていた営業促進や人事採用、その他全ての業務をリモートに。全社的にワークスタイルの転換を図った。「いざ実施してみると、思っていた以上に円滑に活動できることがわかりました。しかし、『テレワークでは生産性が下がる』という社員も一定数いたことも確かです。私もオフィスは絶対に必要だと考えていましたから移転先探しは継続して行っていました。しかし次第に、コロナ感染対策もあってオフィスの内見自体が困難になります。思案していたところに現オフィスビルを見つけることができました。面積、立地の2大条件をクリアしていることもあり、あとはトントン拍子に。何しろターミナル駅の大規模ビルです。当社としては少々背伸びをしたと思われるかもしれませんが、ここで出会えた縁を大事にしました」

2 「都会のオアシス」をコンセプトに 癒しと未来への希望をもたらすデザインに

移転先は、品川駅港南口からペDESTリアンデッキで直結している超高層ビル群の1棟。多くの優良企業が入居している大規模オフィスビルである。新オフィスの面積は約235坪。旧オフィスよりも少し広い面積を確保した。

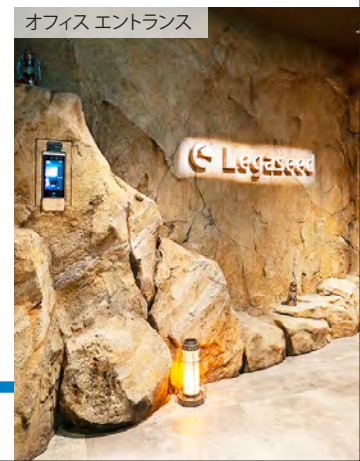
契約締結後、すぐにオフィス構築のフェーズに入る。近藤氏が詳細なイメージを組み立てていき、内装デザイン会社と打ち合わせを行う。デザイン会社も次第に同社の思いやイメージを感じ取っていく。打ち合わせを重ねるごとに思い描いていたデザインが形になっていく。

旧オフィスのコンセプト「都会の秘密基地／宇宙船」に対し、新オフィスのコンセプトは「都会のオアシス」とした。「現在、コロナ禍の中で不安な気持ちになりがちです。それでもオフィスに来ることで気持ちが癒され、未来への希望が持てるようにとさまざまな機能を加えました。思う存分につくり込んだオフィスです。増員計画を行いながら長期にわたって使っていく予定です」

3 アミューズメントパークの アトラクションのようなオフィス

エレベータホールから案内図に沿って進むとオフィスエントランスに。間接照明で「Legaseed」の社名ロゴが浮かび上がっている。岩肌を模した壁と床で洞窟のイメージでつくり込まれており、まるでアミューズメントパークのアトラクションの様相だ。受付に配されたカメラは、顔認証システムで来訪者を識別するとともに非接触型体温計を組み込んだ。発熱者やマスク不装着者などの入室を禁止することでコロナ感染症対策も講じているという。「エントランスから執務室までの通路は『GENESIS ROAD (ジェネシスロード)』と命名しています。岩肌には壁画風のイラストを描いていますが、その中にさりげなく社名の由来も紹介しています。また、サ

オフィス エントランス





ウンドエフェクト効果で洞窟の中にいるような風情を醸し出すなど、雰囲気づくりにも配慮しました」

GENESIS ROADの曲がり角には「**CAVE (洞窟)**」と呼ばれる小会議室が配置されている。この部屋の入口は木目状で組み立てられ、さながら秘密基地のような趣を持つ。さらに道なりに進んでいくと徐々に明るくなる。ちょうど「洞窟を抜けた」位置に「**OASIS (憩いの場)**」と呼ばれるエリアが現れる。ここは「満月」と「三日月」の形状の円卓が並べられており、いくつかの机同士を組み合わせることが可能だ。個々のワークプレイスとしての利用のほか、内定者の研修プログラムなどに使用される。「研修プログラムはオンラインでも開催され、在宅で出席する方もいます。来社しても講師とは対面で向き合わずにノートPCのモニターを介して対話。感染リスクを下げながらの工夫を行っています」

OASISの中には「**DEW COUNTER (露、しずく)**」が設置されている。喉を潤して渴きを癒すためにドリンクバーを配置する。このカウンターでは、勤務時間終了後、社員がアルコール飲料を楽しむことも可能だという。ちなみにこのOASISの天井部分は「青空の広がり」をイメージさせている。天井をスケルトンにして照明を付けているが、もう少し改善の余地があると考えているという。

そこを進むと「**FOREST (森)**」エリアとなる。「森をイメージさせた通路になります。壁に隠し扉があって通路からではここに部屋があるなんてわかりません。内部は掘りごたつ仕様の会議室を設置しました。こういう隠れ家的な仕掛けは遊び心からつくったものですが、オフィスへ足を運んでいただいた方に驚きを与えているようです。その驚きが感動に変わっていく。そして『また来たい』と思っていただく。それだけで今回のオフィスづくりは成功したと考えています」

FORESTを抜けると、そこから先は高セキュリティを備えた**OFFICE AREA**となる。ここは、セールスやマーケティング、開発など会社に直接的な利益をもたらす部門が集結する「OFFENCE (オフェンス)」、総務・人事・経理などのバック

ヤードのメンバーが集まる「DEFFENSE (ディフェンス)」、それにインターンシップの学生やパート従業員などが勤務する「FLEX (フレックス)」にそれぞれ分割されている。オフェンスエリアに隣接して執行役員が主に使用する「COCKPIT (コックピット)」がある。

「COCKPITでは、会社に関するあらゆる情報が常時表示されています。社員一人ひとりが今日どれだけの売上を立てたかはもちろん、『今、どこにいて、何をしているか?』までリアルタイムで追跡可能です。逆に社員に対しても、会社全体の今月の売上高から当期の損益、どこ金融機関にいくら借金しているかまで開示。全てオープンにしています」

4 「永遠に愛され、命を持つ会社」となるべく さまざまな工夫を凝らす

FLEXとDEFFENSE AREAに挟まれた小部屋「VIEW (ビュー)」は、オフィス内で最も眺望の良い窓際の一角に位置する。ここは内定者の最終面接や重要な商談などが行われる場所としてつくられた。さらに通路を進むと、ちょうどオフィスを半周してOASISに戻ってくる仕掛けだ。この通路は「FUTURE ROAD (フューチャーロード)」と呼んでいる。「FUTURE ROADの壁には、社員一人ひとりの叶えたい夢を飾っています。壁の一角には誕生月ごとにパネルを分けました。そうすることで社員同士がお互いの夢や誕生月を知り、理解を深め合うという効果を期待しています。その中には将来、当社を巣立っていく方もいるでしょう。しかし、退職されたとしても会社の歴史を創った一員ということに変わりはありません。当然、書かれたパネルはいつまでも残しておこうと思っています」

FUTURE ROADを抜けると、OASISの手前には「**バオバブの木**」が置かれている。アフリカのサバンナ地帯に実在する樹齢数千年に達することもある植物のレプリカで、「永遠に愛され、命を持つ会社になる」という願いを込めたものだ。旧オフィスでは見学に来た学生がエントリーシートを投函



するポストとして使用していました。

OASISから通路を挟んで窓側は「**LOUNGE (ラウンジ)**」と呼ばれるお客様向けのエリアになっている。エリア内には陽当たりのいい丘をイメージしたミーティングルーム「HILL (ヒル)」や集中作業のための「MOBILE BOOTH (モバイルブース)」が設けられている。LOUNGEの外周部は本棚になっており、ここには近藤氏や社員が読んだビジネス書や専門書、さらに近藤氏が執筆した著書がずらりと陳列されている。LOUNGEの突き当たりには「STUDIO (スタジオ)」と呼ばれる防音室があり、動画や音声コンテンツの制作、オンライン配信の部屋となっている。

「オフィス内の壁は『セルフフィール』という有害物質を分解して消臭や抗菌効果のある化学物質を塗装しております。これは『空気中の水分を過酸化水素とオゾンに分解することで、ウイルスの膜を破壊して不活性化させる』というものです。また、オフィス内の動線も往路と復路が交わらないように配慮した動線設計になっており、狭い通路でのすれ違いによる接触感染のリスクを可能な限り低減しています」

5 中途半端なモノでは誰も感動しない。 徹底してこそ人に感動を与えられると考える

移転前は30名だった社員数が、今では50名まで増員している。2021年4月にはさらに約30名の新卒採用が決定している。この他にパート従業員が約10名、半年後には90名前後が新本社オフィスで働くことになる。

そして、業務の可視化を推進することと、テレワークをうまく併

用することで、「密」にならない労働環境を維持していくという。「新オフィスを構築するにあたり想定していたコストよりも増えてしまいました。しかし会社が成長していく過程でのこと。全く問題ないと思っています。前年比の目標も高い数値を設定していますが、現在のメンバーと来春の新卒者、中途採用者らの人材が当たり前に機能すればできない数字ではないと確信しています」

なお、今回の移転では社員のほぼ全員に新オフィスの内容を知らせていなかったという。

「できるだけシークレットにしてサプライズ効果を狙いました。お招きしたお客様も言葉が出ないくらいに驚いてくださいました。中途半端なモノをつくっても『こんなものか?』で終わります。徹底してこそ人は感動してくれると改めて知ることができました。きっとこのことは仕事でも同じなんじゃない」

株式会社 Legaseed



新卒や人材採用を切り口に理想の組織づくりを提案するコンサルティング会社として2013年に設立された株式会社Legaseed。サービスポリシーは「自分たちにしかできない。自分たちだけの価値を創造する」。その言葉通り、同社でしかできないサービスにこだわり、完全オーダーメイドの採用システムを提供している。

OFFICE MAP



