



2023年取材

# 先進オフィス事例集 ~オフィスを経営の力に~

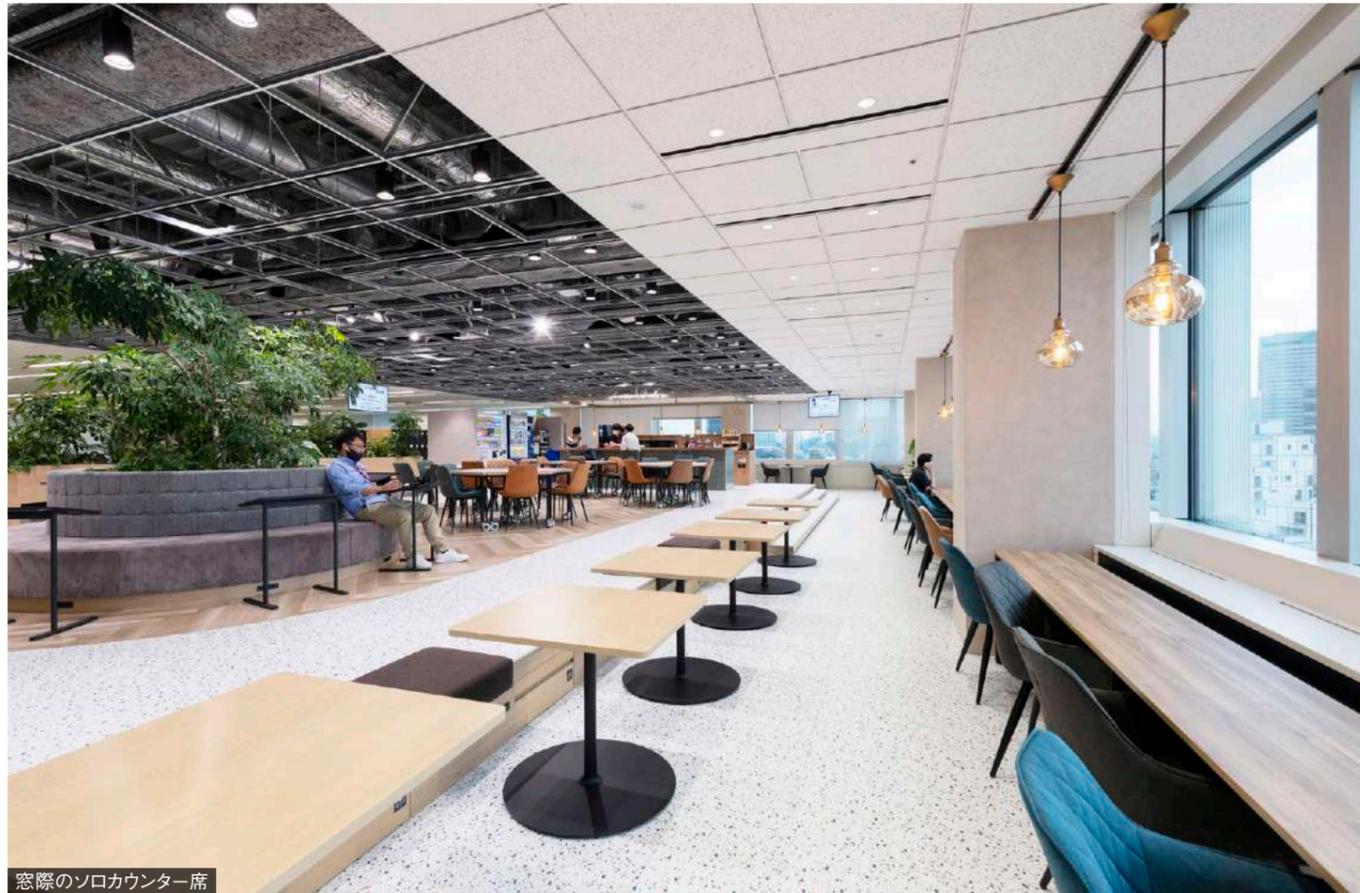
[www.sanko-e.co.jp/case](http://www.sanko-e.co.jp/case)

## 掲載企業（12社）

株式会社ブレインパッド	株式会社インソース
SAPジャパン株式会社	株式会社G S I クレオス
freee株式会社	株式会社HBA
株式会社ハイリンク	株式会社ambr
Trip.com Group	株式会社エンファクトリー
マーケットワン・ジャパン合同会社	キャシュモグループ

三幸エステート株式会社

© Sanko Estate Co., Ltd. All Rights Reserved.



窓際のソロカウンター席

三幸エステートの先進オフィス事例

株式会社ブレインパッド

新時代の働き方への適応と持続的な事業成長を目指し社員間の共創をテーマとしたオフィスに集約移転

データを活用して企業の経営改善を支援している株式会社ブレインパッド。ここ数年は社会環境の変化に応じて、リモートワークを併用した働き方を確立していた。しかしその一方で、コミュニケーションの量と質の低下に課題を感じていたという。そこでさらなる事業成長と多様化する働き方に対応するために新オフィスの構築を優先課題に。そして2022年5月に本社移転を実施する。今回の取材では、移転計画の概要や背景、新オフィスのコンセプトなどをお聞きした。



株式会社ブレインパッド  
執行役員 ESG 推進  
コーポレート本部  
総務部長 兼 経営企画部 副部長

新木 菜月氏



株式会社ブレインパッド  
コーポレート本部  
総務部  
総務グループマネジャー

鴨志田 亜美氏



- ・ データサイエンスに価値を見だし創業。データ活用のプロとして総合的に事業展開
- ・ リモートワークにより働き方が効率的になる一方で対面で得られるコミュニケーションの量・質が低下
- ・ さまざまな社員の意見を聞くことで新オフィスへの参加意識を持たせた
- ・ 分散していたフロアの統合で社員だけでなく、ステークホルダーとの共創も実現させる
- ・ 今後、さらに多様化する働き方に対応。共創が生まれるオフィスを維持していく

データサイエンスに価値を見だし創業。データ活用のプロとして総合的に事業展開

2004年3月に創業した株式会社ブレインパッド。創業以来、一貫して「データサイエンス」の知見をもとに、企業が抱える経営課題の解決に必要なデータ活用のバリューチェーンを提供してきた。

同社の特長は、さまざまな業種に対するデータ活用支援実績が1,300社を超え、多様なプロフェッショナルが協働して「データ活用戦略立案」から「データ収集・分析」、「アルゴリズム開発」、「データ活用人材の育成」といったデータ活用の一連のフローをワンストップでサポートできることにある。

創業以来変わらずミッションは「データ活用の促進を通じて持続可能な未来をつくる」。現在、データ活用の必要性はさらに高まりを見せ、同社が目指していたそのミッションは世界的なテーマとなりつつある。

「近年、データを経営資源の一つと捉えてビジネスに活用すべきであることは当たり前になってきました。しかし実際は、IT人材の不足という日本全体の課題から、本質的にデータを活用して経営を変革できている企業は多くはありません。当社は、データ活用に必要なサービスメニューを取り揃えて企業のデータ活用を支援することで、日本企業が持続的な成長を実現し、競争に打ち勝っていくご支援をしたいと考えています」(新木氏)

リモートワークにより働き方が効率的になる一方で対面で得られるコミュニケーションの量・質が低下

品川区西五反田で創業した同社は、その後、南北線「白金台」駅が最寄り駅となるオフィスビルに移転する。「2013年8月のことです。それから増員計画も順調に進み、館内増床を行うことでオフィス面積を拡張しました。さらに2019年10月には同沿線にある目黒に分室オフィスを開設して『手狭さ』を補っていました。順調に増員が進むと早々にスペース不足となることが予測できていたため、中長期的なオフィス計画を進めようとしていました。その矢先、2020年4月の緊急事態宣言発令を契機に、せっかく開設し

た分室オフィスがほとんど活用されないまま、在宅勤務の比率が上昇しました。それ以降、新型コロナウイルスの感染拡大防止を前提としたハイブリッドワークが当たり前となり、スペース不足への不安は緩和されたものの、次第に社員間のコミュニケーションの量と質の低下が経営課題として表れるようになっていきました」(新木氏)

「当社はもともと在宅勤務制度を取り入れていたため、社員個人において新しい働き方に対する準備はできていたと思います。しかし、オフィス設備は旧来型のものであり、ハイブリッドワークへの対応はできていませんでした。多くの社員が自宅で働くことが当たり前になっていくにつれ、出社した時にその価値を感じられるオフィスの必要性が唱えられるようになっていきました。そこで、ハイブリッドワークを前提とする新たな働き方でも事業成長を実現できるよう、オフィス移転を検討することになったのです」(鴨志田氏)

さまざまな社員の意見を聞くことで新オフィスへの参加意識を持たせた

それまでもオフィスに関する情報は定期的に収集していたという。「三幸エステートさんからは、オフィス移転セミナーの案内やオフィスマーケットデータを定期的に提供していただいています」(新木氏)

「旧白金台本社には10年弱入居していましたので、いつの間にか東京の西側エリアを生活圏とする社員が増えました。その生活圏から大きく外れることがないよう、南北線沿線を中心に移転先候補となる物件探しを開始しました」(鴨志田氏)

「2021年1月頃に、現在入居しているビルの空室情報入手しました。『白金台3フロア、目黒1フロアに分散していたオフィスを集約できる広さ』『柱が少ないため自由度のあるレイアウトが可能』『白金台や目黒と同沿線』『駅直結のためアクセスが良好』。多くの希望条件にマッチしていたこともあり、すぐに役員へ報告しました」(新木氏)

すぐに検討を進めるよう指示があり、契約締結に向けてスピーディに動き出した。「旧オフィスの契約期間満了までには少し余裕がありました

が、実現可能な工期と社員の負担を考慮して2022年のゴールデンウィークを引越時期と設定しました」(鴨志田氏)

その後、内装デザイン会社を選定するために数社コンペを行う。そして選定した内装デザイン会社と同社側のメンバーでプロジェクトチームを結成した。社内のリソースには限りがあったため、プロジェクト全体のマネジメントも外部企業に依頼した。そのおかげで、社内メンバーはオフィスの事例研究や情報収集、社員の声の取りまとめ、設計・デザイン・素材など、細部などところまで集中できたという。

「新オフィスを構築する上で、一人でも多くの社員の意見を聞いていこうと思いました。しかし全員にヒアリングするには時間が足りません。そこで各部門からメンバーを募り、部門別・職種別に意見を取りまとめるワークショップを開催しました。ワークショップでは、『オフィス出社と在宅勤務の比率』『あるべきハイブリッドワークの形』『理想的なオフィス』といった具体的なテーマを用意しました」(新木氏)

「コロナ感染が比較的落ち着いた時期を見計らって、対面でワークショップを実施しました。その結果、私たちだけでは想像できなかった意見がたくさん生まれ、新オフィスの設計に取り入れたいと思えるアイデアを得ることができましたし、参加した社員からは『対面で集まって意見を交わすことの価値を改めて感じた』という嬉しい声をもらえました」(鴨志田氏)

執務室のイス選び、コーヒーマシンの選定など新たな福利厚生サービスの導入に関する賛否なども、実際に社員に使用感を体感してもらい、投票式アンケートを実施しながら決定していった。

「そうすることで『オフィスづくりに参加した』という意識を共有してもらえたかったです。手間と時間をかけることにはなりませんが、投票するために久しぶりに出社してくれる社員もいて、ワークショップも含め、価値あるプロセスになりました」(新木氏)

### 分散していたフロアの統合で社員だけでなく、ステークホルダーとの共創も実現させる

そうして「六本木一丁目」駅に直結した大規模オフィスビルへの移転が確定する。1フロア面積は約520坪。同ビルの11階と12階に入居することで、これまでの2拠点・4フロアに分散していた不自由さを大きく改善する。

11階は総合受付(エントランス)フロアとなる。フロア内には60人を収容できるセミナールーム、来客用会議室、社内用会議室など、全52部屋の個室が並び、「個室だらけ」のゾーニングとした。来訪者が最初に訪れる総合受付(エントランス)を進んだ先の窓から「谷町junction」が見えることからインスピレーションを受け、フロアコンセプトは、「BrainPad Junction」とした。社内外の人が交差し合って新しい価値を生み出す空間にしたいとの思いが込められている。

「ただでさえ個室数が多いので、来客用会議室のネーミングは、空が見える窓側を『sora(空)』、内側を『naka(中)』、『sora』、『naka』から離れた所にある会議室を『hanare(離れ)』とすることで、わかりやすさ・覚えやすさを重視しました」(新木氏)

「来客用会議室は、デザインコンセプトと各部屋の色調にもこだわりました。最初の部屋となる『sora1』からアルファベット順に鉱石の名前(例:sora1はAmethyst、sora2はBloodstone)を当てはめ、全24部屋全てにそれぞれの鉱石をイメージした色調の什器を選定しました」(新木氏)

「オンラインでの採用面接などで活用できるように、2名が横並びで会議ができる**会議室**も用意しました」(鴨志田氏)

旧オフィスでは社員から、「会議室の数が足りない」「会議室の壁が薄く話が漏れてしまう」という要望が多く寄せられていた。そこで、来客用・社内用ともに個室を多く配し、来客用会議室はダブルガラスを採用することで音漏れを改善した。

「旧オフィスでは、会議室の予約が取りにくいことを理由に『仮予約』が頻繁に行われていました。予約が入っていても、実際に使用しないケースもありました。会議室不足という状況がさらなる会議室不足を生んでいたのです。そこで、『来客用会議室では原則は社内会議を行わない。ただし、当日に開いている時間帯ならば使用しても良い』といったルールを設定しました」(新木氏)

全体的に応接エリアはシックな雰囲気でもとめているが、2部屋だけ全く違うデザインの雰囲気の特別応接室を用意している。まるでリビングをイメージした「Platinum」と、もっとも眺望がよい場所で2面が大きな窓で囲われている「Xonotlite」だ。

「**特別応接室**のデザインは当社の取締役がデザイン監修し、リビングのような設えとしたPlatinumには、お客様との会食をしながらの商談も行えるように、ワインセラーを用意しています」(鴨志田氏)

12階は完全フリーアドレスの**執務スペース**を中心としたエリアとなる。視界を遮る高さの什器やパーテーションは必要最低限の設置とすることで、開放感や一体感のある空間づ



オンライン用会議室

特別応接室

執務室全景



ベースキャンプ

イグニションサークル全景

ファミレスブース席

くりを行っている。また、リラックス効果や空気環境の改善を目的としてフロアのいたるところに植栽を配置し、社員の生産性向上に繋げている。

そして、業務内容や気分によって働く場を選べるABWを採用した。

「仕事のちょっとした相談・会話が生まれやすい空間にしたかったので、それぞれの席の配置にもこだわっています。着席時に周囲の視線は気にならないが、意識的に視線を向けた際に、会話が生まれるような設計にしました」(新木氏)

「窓際には眺望の良い空間で集中作業ができるソロカウンター席、会議室に入るまでもないようなちょっとしたミーティングに適した**ファミレスブース席**、オンラインミーティングを想定したフォンブースなど、多様な機能を揃えており、ソロワークだけでなく、チームでの出社にも対応しています」(鴨志田氏)

同フロアの最も眺望が良いエリアには、プレーンストーミングを積極的に行うためのエリア「**Base Camp**」を設けた。「複数人でのチームでアイデアを出し合うためのエリアです。気分を変えて発想ができるように什器選定にもこだわりました。壁一面をホワイトボードにして思いついたことをその場で書き込めるようにしており、社内の勉強会などでも積極的に使われています」(新木氏)

そして、新オフィスの最大のスポットがフロア中央部に設けられたコラボレーションエリアとなる。新たな働き方である「共創」を促進するためのエリアで、ここだけ一段高く床を上げて、執務エリアとの差別化をしている。

「**Ignition Circle**」と名付けました。この場所から今までになかったコミュニケーションやアイデアが生み出される着火点となることを期待したネーミングです。テーブルは組み合わせを自由に変えて1人でも複数人でも使うことができるほか、カフェカウンターなど、80席を用意しています」(新木氏)

「これらに加え、出社時に集中して作業を行うことができる環境が必要という声を聞き、『会話』『電話』『オンラインミーティング』を禁止したエリアも新設しました。その席数は52席。デュアルモニターやファーストクラスのようなリクライニング式のブース席を備えており、作業に没頭できる場所として『Dive!』と名付けました」(鴨志田氏)

### 今後、さらに多様化する働き方に対応。共創が生まれるオフィスを維持していく

移転プロジェクトは大きな混乱を生じさせることなく無事に完了できた。

「今後は定期的に社員アンケートを実施するなどして、オフィスに対する要望を吸い上げながら、今後の改善に役立てていきたいと思っています」(鴨志田氏)

「オフィスは構築して終わりではありません。これからも新たな施策を講じていく必要があると思っています。せっかく『共創』を促進するオフィスを構築したので、出社したときは黙々と一人で勤務時間を過ごすのではなく、誰かと対面のコミュニケーションをとってほしいです。今後も、さらに働きやすい空間づくりを行っていきます」(新木氏)

株式会社ブレインパッド

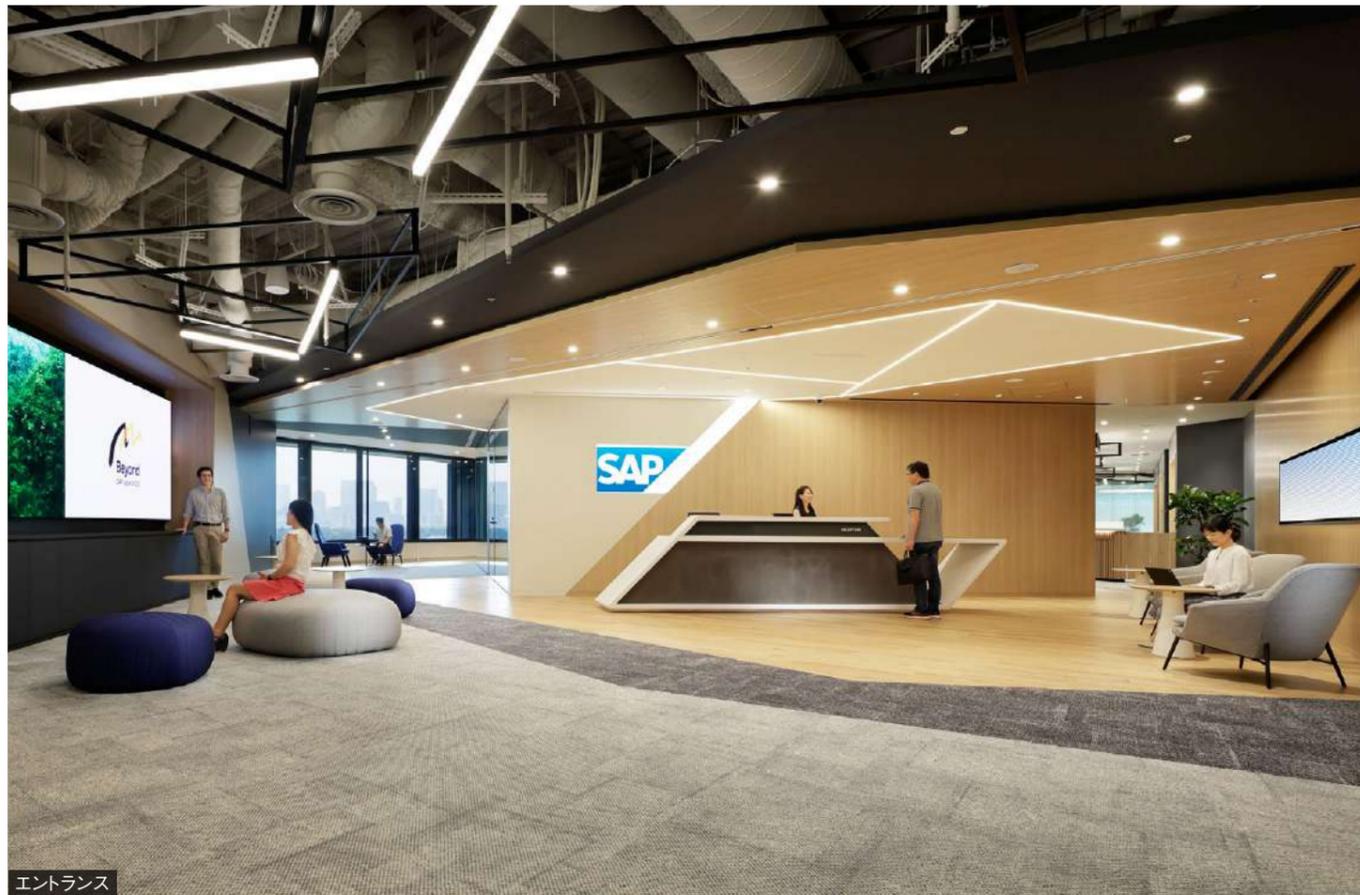


データ活用により企業のビジネス創造や経営変革を支援している株式会社ブレインパッド。今後はデータ活用の用途に脱炭素や省エネルギーといった持続可能性の向上という視点も加え、その動きを加速させて次代に繋げる提案を続けていく。



エントランス

会議室廊下



エントランス

三幸エステートの先進オフィス事例

## SAPジャパン株式会社

# SAPジャパンが構築した ABW<sup>\*</sup>を進化させた新時代のオフィス

※ABW(アクティビティ・ベースド・ワーキング:仕事内容や気分に合わせて、働く環境や時間を自由に選ぶ働き方)



カフェカウンター

ドイツに本社を置くヨーロッパ最大級の企業向けソフトウェア会社SAP SE(欧州会社)。その日本法人であるSAPジャパン株式会社が2022年9月に本社移転を実施した。今回は移転プロジェクトを推進したお二人にお話を伺った。



SAPジャパン株式会社  
社長室室長

服部 貴志江氏



SAPジャパン株式会社  
総務部(Global Real estate and Facilities)  
オフィスプロジェクト  
総務グループマネジャー

瓜田 良介氏



- ・ 目の前にある課題の改善のために思い切って環境を変える必要があった
- ・ 全従業員を巻き込んでいく。それがプロジェクトの成功に繋がると考えた
- ・ 柔軟に働く場「Flex Workspace」にふさわしい場をつくるためのオフィスコンセプトづくり
- ・ ABWの進化系を意識して新時代のオフィスを構築した
- ・ リアルに会えることの安心感はオフィスでしか体験できない

## 目の前にある課題の改善のために 思い切って環境を変える必要があった

ERPパッケージ(企業内の全ての業務を一元的に管理するシステム)の開発・販売を行うSAP SE(欧州会社)。1992年、その日本法人としてSAPジャパン株式会社が設立された。その後、企業の品質改善や業務効率の向上をサポートする製品群の提供、DX推進の高まりなどを背景に事業を拡大してきた。

設立時は東京都港区に本社を構えた。その後、業務拡張に合わせて2000年に千代田区大手町に移転。その約12年後に大幅な人員増加を理由として千代田区半蔵門に本社を移した。

「旧日本社は9フロアにグループ会社を含めた約1,200人が入居していました。1フロア面積が360坪でしたから総面積で3,250坪。かなりの広さでしたが、部署ごとにフロアを分けていたため社内のコミュニケーションは決して良好とはいえない環境でした」(服部氏)

「そんな折、新型コロナウイルスが発生しました。当社も感染予防対策の一つとしてリモートワークでの働き方に移行していきます。しかし出社の制限を行うことで社内のコミュニケーションの活性化が一つの命題となりました。それが働き方や働く場を見直すきっかけになりました」(瓜田氏)

「今後の出社率を把握するために社内アンケートを実施しました。その結果を見ると、週1回の出社が一番多く、次に多かったのが月1回の出社でした。コロナが収束したとしても、リモートワークでの働き方は継続していく方針です。使用していたオフィス面積を縮小しながら、コミュニケーションを活発にするオフィスはつくれるものか。そのためにはオフィス移転を行って、思い切って環境を変化させる、という選択肢が挙がりました」(服部氏)

## 全従業員を巻き込んでいく。 それがプロジェクトの成功に繋がると考えた

同社の場合、総務部門がSAPジャパンの組織下にはなく、最終的に合意形成をするための組織は「Global Real estate and Facilities」が行うことになっている。しかし、現

場運営は、「Project Management Office」が行う。そのメンバーは4名。同社の総務部、社長室、グループ会社の管理部門の責任者で構成している。

「単なる引越してしたら総務部がリードするのが望ましいのですが、私どもは今回のプロジェクトを『一つの変革』と位置づけました。したがって普段から経営企画面でもサポートをしている社長室もメンバーに加わったのです」(服部氏)

そうして当社会長、社長と共に、移転先探しが始まる。立地の条件は特に設けなかったという。

「まずは不動産サービス会社から推奨いただいた数棟の候補物件の見学からスタートしました。どのビルも面積やビルグレードといった条件は満たしていましたが、肝心の入居時期が合いません。そんなときに三幸エステートさんから全ての条件に合致する移転先の提案があったのです。大手町駅徒歩1分の好立地でした。大手町は日本を代表するビジネス街です。そのこともドイツ本社に提案しやすかったですね。本音を言うと三幸エステートさんとオフィスを見学したときから、ここは抜群に素晴らしいと思っていました。その思いが伝わったのか、ドイツ本社の承認をスムーズに得ることができ、2021年1月に契約を締結しました」(服部氏)

新オフィスは1フロア870坪。2フロアを使用する。旧オフィスの約半分の面積となったが、1フロア面積が広がったことでデッドスペースが無くなる。スペース効率は格段に上がったという。

移転プロジェクトを進めるにあたり、ロードマップをきちんと定めた。2021年の前期は新オフィスのコンセプトづくりやレイアウトを考える作業に集中した。

コンセプトメイクをしっかりと立てて、オフィスの意義を明確にする。オフィスの価値を最大化するために、一方的にオフィスを構築するのではなく全従業員を巻き込んでいくことが重要と考えた。それが「オフィスカタリスト」というチーム組成に繋がった。

「部門や年齢、性別などをバランス良く考えながら45名を選出しました。それらメンバーと共に新オフィスでの議論を活発に行ったのです」(瓜田氏)

## 柔軟に働く場「Flex Workspace」に ふさわしい場をつくるための オフィスコンセプトづくり

「SAPグローバル全体で『Pledge to flex』という従業員の働きがいを向上させるための指針が出されています。『Flex Location』『Flex Time』『Flex Workspace』と、働く場所、時間、場に柔軟性を持たせ、自らが自らの成果を最大限引き出すために自身の働き方をデザインすることを提唱しています。この『Pledge to flex』の『Flex Workspace』をどのような場所にしていくのか明確に定義するためにオフィスコンセプトを考えていきました」(瓜田氏)

SAPジャパンの役員および社員の意見なども考慮の上、決定したのが以下3つのコンセプトとなる。

- ・フレキシブルな働き方をサポートするオフィス
- ・従業員のコラボレーションをサポートするオフィス
- ・新しいエコシステムをつくりだすオフィス

「一つ目は、『ビジネス変化への対応』を想定してのコンセプトです。当社は今後もハイブリッドワークをベースとした働き方を続けていきます。その中で今後ビジネス環境の変化によって新たな働き方が必要になるかもしれません。そのためにはフレキシビリティが最も重要だと考えたのです。もう一つが『コラボレーションの場』であること。これは従業員アンケートで書かれていた課題でもあります。どれだけ組織の壁を超えられ、どれだけオフィスを出会いの場にできるか。チームビルディングの場として活用できるかを重視しました。最後が『エコシステム』の創造です。移転によって大手町エリアには、SAPジャパンに関連する施設として、新本社のみならず、SAPのソリューションをショーケースするSAP Experience Center、Start-upとのCo-Innovationを創出するInspired. Lab の3つの場が共存することになります。この3拠点を大きなキャンパスのよう

に活用し、お客様およびパートナー様とのイノベーション、コラボレーションを通して、新たなエコシステムの創造を目指していきます」(服部氏)

「これらのコンセプトをベースに関係者と議論を重ね、オフィスデザインに落とし込んでいきました」(瓜田氏)

「旧オフィスは、部署長を中心とした島型のレイアウトでした。固定席で個室の役員室もありました。基盤の目のように整頓され、使用している家具も画一的なものです。そこで新たな働き方を実現するために、根本的に見直しを行いました」(服部氏)

### ABWの進化系を意識して 新時代のオフィスを構築した

それでは新オフィスを具体的に紹介していこう。オフィスフロアは11階と12階。11階にお客様専用のフロアがある。用意した**社外のお客様用会議室**は18室。各室のルーム名は日本古来の色の名前をつけた。これは社内投票での結果だという。その他、オープンな**ミーティングエリア**やセミナールームなどを配している。

「フレキシブルな働き方をサポートするオフィスというコンセプトを実現するため、ミーティングルームには多彩な家具を用意して、カジュアルさを演出しました。**セミナールーム**はスクール形式で64席を用意しています。ここの間仕切りの壁は可動式になっていて、容易に動かせるように設計したのも特長の一つになります」(服部氏)

同フロア内には執務エリアの一部が設けられている。そして12階の執務エリアとは**内階段**で繋いだ。階段周辺での偶発的な出会いを創出させる狙いがあるという。

同社は、記者会見で「進化し続けるオフィス」を発表した。それはデザインやレイアウトを固定化せず、利用者のニーズに対応し、働く人の好奇心を刺激するオフィスの実現を目指すというものだ。

「**執務エリア**は完全フリーアドレスを採用しました。プロジェク



トによって机を合体しやすいように可動式の家具を揃えています。特長的なのは、斜めに動線を確保したことです。最短距離ではなくあえて回り道をする事で、偶発的な出会いを創出し、組織や階層を超えたコミュニケーションの確率を高めます」(瓜田氏)

「近年、オフィスの中に集中エリアや**コラボレーションエリア**をつくり、ABWを導入する企業が増えています。今回、私たちがチャレンジしたのは固定したエリアをつくるのではなく、いつでもその場で目的に適した場所を構築できるオフィスです。ABWの進化系を意識しました」(服部氏)

オフィスの所々には間仕切りを兼ねたホワイトボードが備えられている。

「ホワイトボードに書き込んだ内容はあえて消さずに残しています。そうすることで通りがかった人に気づいたことを書き加えてもらうのが目的です。ホワイトボードを活用してコミュニケーションの上書きを行う。ドイツ本社のやり方を実験的に取り入れてみました」(瓜田氏)

「個人ロッカーは廃止しました。人はどうしても自分の**ロッカー**近くの席に座ってしまうものです。そうするとフリーアドレスの意味がなくなると考えたのです」(服部氏)

家具に関しては、本移転前にモックアップのスペースを13階に用意して、いくつもの家具のサンプルを並べた。オフィスカタリストのメンバーも巻き込む施策として、座り心地や素材感を確認してもらったりもした。

「参加型での投票を行いました。そしてどのような使い方が適しているのかを何度もディスカッションしました」(瓜田氏)

また、新オフィスは、Well-beingの認証制度を取得するため、さまざまな取り組みを盛り込んでいる。その中で、従業員から一番フィードバックが高かったのが音環境だという。

「日本にまだ代理店もないイギリスのスタートアップ企業の製品を採用しました。川のせせらぎから小鳥のさえずり、波打ち際の音といった色々な音を再現します。それも入口から奥に進んでいくとともに異なる音が体験できるため、まるで一つの島にいるような感覚を生み出します」(瓜田氏)

「通常のオフィスの2倍のスピーカーを用意しました。そのためオフィス全体が音に包まれている体験ができます。例えば波

の音に向かってはいたはずが、いつの間にか通り過ぎて波の音が後ろから聞こえてくる。本当に浜辺にいる感覚になりますね。それが心地良さを生んでいます。小鳥のさえずりが良く聞こえるカフェエリアには部署や役職を超えて多くの人が集まるようになりました。音が交流を生む装置となっています」(服部氏)

オフィス全体に流れる音は、生産性向上やホワイトノイズの役割もしている。キーボード音も気にならないという二次的な効果もあるという。

### リアルに会えることの安心感は オフィスでしか体験できない

約2年もの期間をかけて新たな働き方を表現したオフィスを構築した。そんなオフィスの思いを語っていただいた。

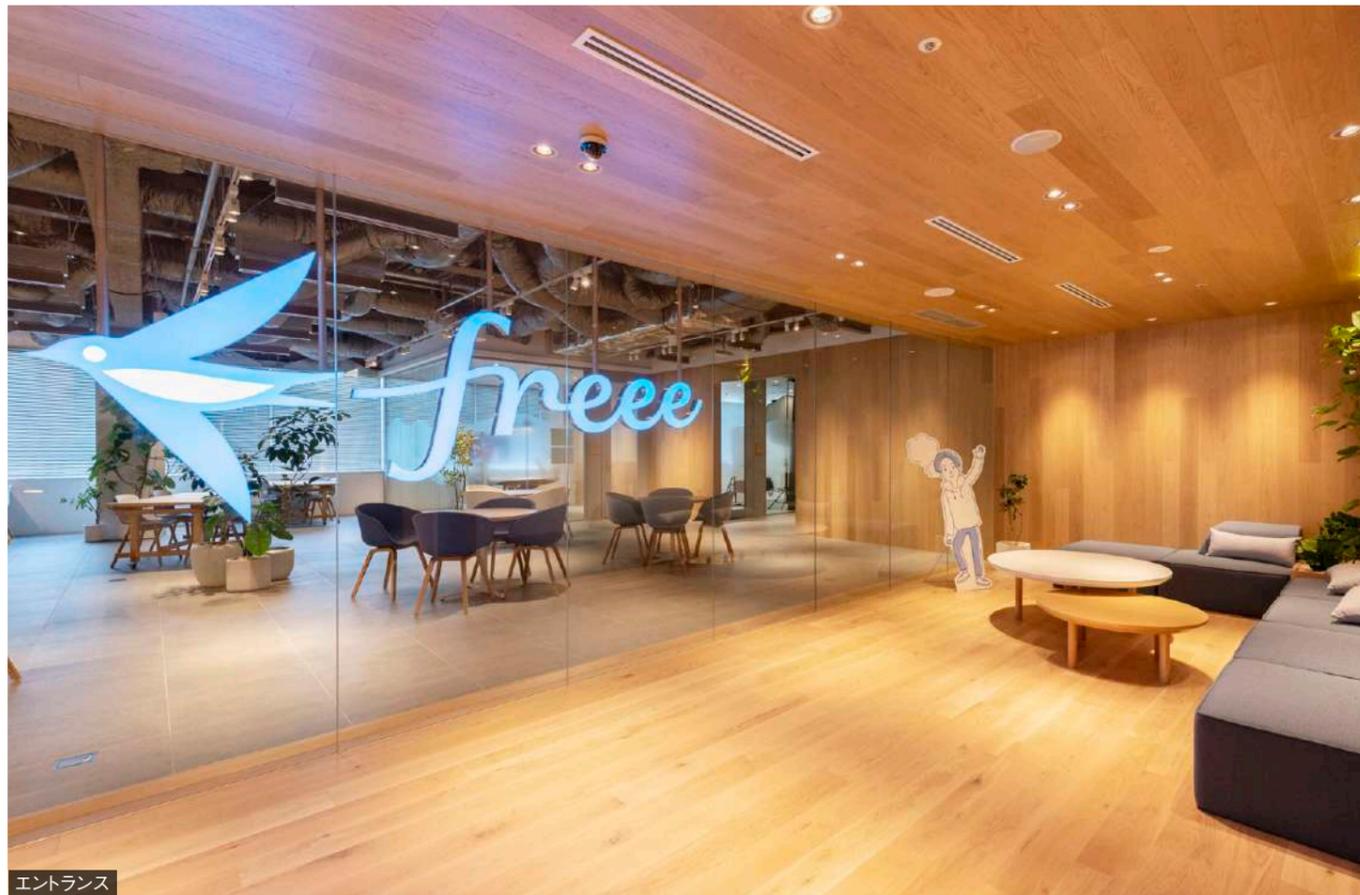
「今までオフィスには『働くための場』という固定概念がありました。しかし、本来は生産性が上げられれば何をしてもいいはずなんです。ですからオフィスのあり方にきっちりとした正解はないのかもしれませんが、オフィスには無限の可能性があると思っています。利用者のニーズに対応し、働く人の好奇心を刺激するために、常に進化し続けていくオフィスの実現を目指したいと思っています」(瓜田氏)

「今ではオンラインでどこにいても繋がる時代ではありますが、リアルに『出会う』ことの安心感は何ものにも代えることができません。そして全従業員が『出会う』を共有できる場はオフィスしかないと思っています。オフィスに魅力をつくれれば必然的に人が集まってきます。それが会話となり、アイデアの創造を可能にします。きっと採用面でも有利に働くでしょう。自分自身のモチベーションもプラスに影響させ、それが結果的に会社全体の業務や生産性の向上に繋がってくるのだと思います」(服部氏)

#### SAPジャパン株式会社

従業員のウェルビーイングをサポートし、大手町を一つのキャンパスと見立てて、新たな働く場を構築したSAPジャパン株式会社。今後も新オフィスから生み出される革新的な製品群で、多くの企業にソリューションを提供していく。





エントランス

三幸エステートの先進オフィス事例

freee株式会社

「たのしさダイバーシティ」をコンセプトに「働きやすさ」「交流」「出会い」を実現する

freee株式会社は「スモールビジネスを、世界の主役に。」をミッションに掲げて、統合型経営プラットフォームの開発・提供を行っている。2022年8月、「従業員同士の一体感再構築」を理由に東京本社オフィスの移転を実施した。今回の取材では移転の経緯や新オフィスのコンセプト、特長についてお話を伺った。



- ・ 創業当初から働きやすさとコミュニケーションを重視してオフィス環境にこだわった
- ・ オンラインの良さを感じる一方で、対面のメリットも感じていた
- ・ 新たな交流と出会いを生むための工夫がこらされた「楽しいオフィス」
- ・ 会社の考え方が明確に表れたオフィスは採用活動にも良い影響をもたらした

創業当初から働きやすさとコミュニケーションを重視してオフィス環境にこだわった

2012年、「CFO株式会社」として創業した「freee株式会社」が現在の社名が変わったのは、会計ソフト「freee会計」をリリースしたタイミングだった。eが3つあるのは、同サービスを3名の社員で開発したことが由来となる。

以来、会計業務に関連するさまざまなクラウドサービスのリリースを重ね、2019年には東証グロース市場への株式上場を果たしている。

そんな同社は従業員同士のコミュニケーションや働きやすさに重きをおき、オフィス環境にこだわってきた。世界最大規模の従業員意識調査機関「Great Place To Work®」が毎年発表している「働きがいのある会社」では、8年連続でベストカンパニートップ10にも選出されている。

オンラインの良さを感じる一方で、対面のメリットも感じていた

オフィス移転計画が最初に持ち上がったのは2019年のこと。当初は2022年夏の移転を目指していたという。

しかし新型コロナウイルス感染拡大に伴い、2020年3月に全社一斉にリモートワークに切り替えたことで、オフィスの移転計画も一時的にストップした。それから約1年半は生産性を維持するため、オンライン全社集会、全部署「雑談」の義務化など、さまざまな施策を実施。結果、従業員数・顧客数ともに約2倍の急成長を遂げた。一見すると順風満帆なりリモート期間だったが、部署をまたいだアイデアの創造、自由闊達な議論、従業員同士の一体感など、「freeeらしさ」として大切にしてきたものが薄れつつあるという現実があった。

「オンラインでは、ちょっとしたミーティングでも時間調整が必要になる。ミーティングもすぐに本題から入るため、雑談が生まれにくい。本当はこの無駄に思える会話こそ、何かを生み出すためのヒントが隠されているのではないかなど、オンラインの利便性を感じる一方で対面のメリットも感じていました」

従業員の結束力を高め、事業のさらなる成長を実現するためには、オフィスという物理的な場所でコミュニケーションを

取る機会を増やす必要がある。そのためには、手狭になった旧オフィスから、十分なスペースを確保できる場所へ、オフィス移転が有効だと考えた。

移転計画は社内にオフィス移転の経験者がいない状態でのスタートとなった。

「スタート地点で何をやらないといけないのか、どこから手をつければいいのかかわからなくて、当初は大変でしたね」

知識・経験の不足を補うためにも、外部リソースを有効活用した。情報を共有していく中で、社内からの協力メンバーが増えていったという。

「最初は少人数でスタートしたプロジェクトでしたが、結果的にすごい数の人が関わっています。プロジェクトを進行しながら学びにつなげていきました」

最終的にプロジェクトチームは、毎日コミュニケーションを取るメンバーが5名、さらに毎週のミーティングに参加するメンバーも含めると13名という構成に。オフィスマネジメント、ITチーム、ブランディングチームなど、各部署からメンバーが集められた。

移転先は、旧オフィスと同じ五反田周辺に絞って探すことにした。同エリアに住んでいる従業員も多く、生活が大きく変わらないようにという配慮もあったという。最終的にアクセスの良さを考えて、JR大崎駅徒歩圏内のオフィスビルを確保した。

フロア数は旧オフィスの8.5フロアから4フロアと半分以下になった。一方、使用面積は約1,500坪から2.3倍となる約3,500坪に拡大。移転時の入居者数1,080人に対して十分なスペースを設けた。感染予防対策を徹底しつつも交流が生まれるよう、ワンフロアになるべく多くの人が集まることを重視した結果だ。

内装デザインを担当する会社は、数社コンペで決定した。「ディスカッションを通じて、『当社の要望にどのようなコミュニケーションで応えてくれるのか』『当社の希望を組み取ってどのような提案してくれるのか』という点を中心に結論を出しました。最終的には、freeeの一員のように一緒に考えて、一緒に走ってくれる。そんなスタンスが決め手になりました」

従業員のためのオフィスを目指すため、新オフィスの設備や機能に関するアイデアを社内から募った。

「滝が欲しい、サウナが必要、足湯があったらいいなど、オフィスの制約を知らないからこそ出てくるいろいろなアイデアもありました。最初の1週間で100件以上のアイデアが集まって、それにプロジェクトメンバーも反応してと、みんなで盛り上がりながらアイデアを形にしていきました」

最終的に集まったアイデアは216件にもぼる。「議論の軸をつくるためにも方針は決めるべきですが、具体的なアイデアは2、3人で考えるよりも200人、300人で考えた方が、振りがあって良いものが出てくると思っています。当社にはもともとムーブメント型チームという価値観があって、一人ひとりの熱意が周囲を巻き込みながらつくりあげる。自由な意見を歓迎する文化なのです」

集まったアイデアを選定する際には、コスト・時間・ビルの物理的な制約に加え、「働きやすさ」「交流の生まれやすさ」という切り口を重視した。「たのしさダイバーシティ」という新オフィスのコンセプトが決まったのもこのタイミングだ。「多様な人たちが考える『多様な楽しさ』が詰め込まれた場所にしたいという思いを込めました。個を大事にする当社のあり方も一体となったコンセプトだと思います」

移転前は、毎週的全社ミーティングで新オフィスのコーナーを設けたり、写真や動画を共有したりと、新オフィスの情報を少しずつ開示することで会社全体の士気を高めたという。

### 新たな交流と出会いを生むための工夫がこらされた「楽しいオフィス」

それでは新オフィスの紹介をしていこう。偶発的な出会いを生むため、迷路のような形に設計した4つのフロアには、それぞれ異なるテーマ色を用意した。またフロア内の位置表記は「東西南北」ではなく「+×÷」と計算式で表した。「ネンマツチョウセイ(年末調整)」「タイシャクタイショウヒョウ(貸借対照表)」など、ユニークな名前の打合せスペースも用意した。

会計ソフトを提供する同社ならではの遊び心だ。

オフィス家具には、会計ソフトの一般的なイメージとは異なる、かわいらしい雰囲気の製品を揃え、「自然体」「開放感」「楽しさ」といった「freeらしさ」にこだわった。細部のデザインの調整は、プロジェクトのコアメンバーでもあるブランディングチームが行ったという。

「ブランディングチームのメンバーは、freeがどのような会社でどのようなことを大事にしているかを深く理解しています。椅子の質感、木目の大きさ、節の有無、それに壁紙の色まで、ブランドのイメージをオフィス全体に反映してくれました」

執務エリアでは、コミュニケーションの取りやすさを重視して固定席を採用した。

「カフェスペースなど、オフィスのどこで仕事しても良いということは前提としています。そのうえで、フリーアドレスではなく固定席にしました。”自分の席がある”ことを意識してほしい、また同僚間で会社に来ていることをわかりやすくしてコミュニケーションを取ってもらいたいという理由からです」

各席にサイドワゴンがないのも特長的だ。提供するサービスの性質もあり業務上はほとんど紙を使わないため、このような形が採用されたという。

会議室は、駄菓子屋のような「ゲンブツシキユウ(現物支給)」、キッチン付きの「シャシヨク(社食)」、キャンパススペースを備えた「キャンプ」、ビーチをイメージした「はろはろビーチ」など、創造性を刺激する多種多様なエリアを新設した。

「ただ楽しいだけの場所をつくったわけではありません。バリエーションがあることで視点を変えたり、別のチームビルディングにつながったり、アイデアを創造させやすかったりと、結果として仕事に還元されることを意識しました」

同時にフリースペースの増設、オンライン商談や1on1に適した42台のフォンブースの設置など、業務に集中できる環境構築も行っている。フロアの状況をスムーズに把握できるよ



うに、フリースペースの空席を確認できるセンサーも配置した。「当社には一般的なコーポレートITチームやセキュリティチームの他に、カルチャーITチームという部署があります。今回のプロジェクトではコミュニケーションが取りやすい会議システムや、社内の情報が行き渡りやすいシステムなど、カルチャーが盛り上がるための仕組みを彼らが考えてくれました」

応接会議室の名前には「シェアリング」「エンターテインメント」「シッピツ(執筆)」「ホイク(保育)」など取引先の業種名が付けられ、実際に取引を行っているユーザーの写真も飾られている。いつでもユーザーのことを忘れないようにという企業精神の現れだ。応接室の近くには、コーヒーカウンターを設置。ミーティングエリアとして利用するだけでなく、ささやかなコミュニケーションが生まれる場でもある。コーヒーサーバーはあえてフロアごとに異なるコーヒー豆を用意した。好みのコーヒーを飲むにはフロアを移動する必要がある。従業員同士の新たな交流を生むための仕掛けだ。

新オフィスの定員は当初2,000人程度を想定していたが、現在はそこまで厳密には考えていないという。「社員の増減については、状況やチームに応じて、スペースに余裕が作りやすいフリーアドレスと固定席を混ぜていくことで対応できると思います」

移転完了後、本格的な出社方針を出すまでに1ヵ月の期間を設けたが、この自由期間に新オフィスを訪れた社員から、さっそく反応があった。「『すごく楽しい』『アミューズメントパークみたい』という言葉もありました。会議をした写真や、一緒にごはんを食べた写真を社内SNSに投稿してくれた人もいて、笑顔でコミュニケーションをしてくれていることが嬉しかったですね」

9月に改めて出社を促してからの出社率は80%を超えた。移転からまだ1ヵ月経過しただけだが、すでに従業員同士の新たな交流が生まれているという。「『チームビルディングしました』『入社してからはじめて顔を合わせてご飯を食べました』といった声も挙がっています。なかなか会う機会がなかった人とコーヒーを待つ間に喋ったり、リモートでは知り得なかったメンバーの別の一面を知れたりということが、全社的に起こっています。会うためのハードルが下がった

ことで、協業のスピードやクオリティは今後さらに上がっていくでしょう」

### 会社の考え方が明確に表れたオフィスは採用活動にも良い影響をもたらした

「ある取材記事に当社が紹介され、そこから『freeに興味を持った』『働きやすかった』と面接で言ってくれる人もいます」

同社ではリファラル採用も重視しており、社員の友人・知人が見学のためにオフィスを訪れた際には、食事代を出すというキャンペーンも行っているという。

「その人が、今すぐに転職するというタイミングではなかったとしても、心にとめてもらえることが大事だと思っています」

新たな出会いを生む場としてオフィスが持つ意義は大きい。どんなことでもイノベーションのきっかけになると考える。

働きやすいオフィスのアイデアを募るなど、プロジェクトチーム以外の社員とも一体になって進められた今回のプロジェクト。しかし本当は「もっともっとみんなを巻き込みたかった」と振り返る。

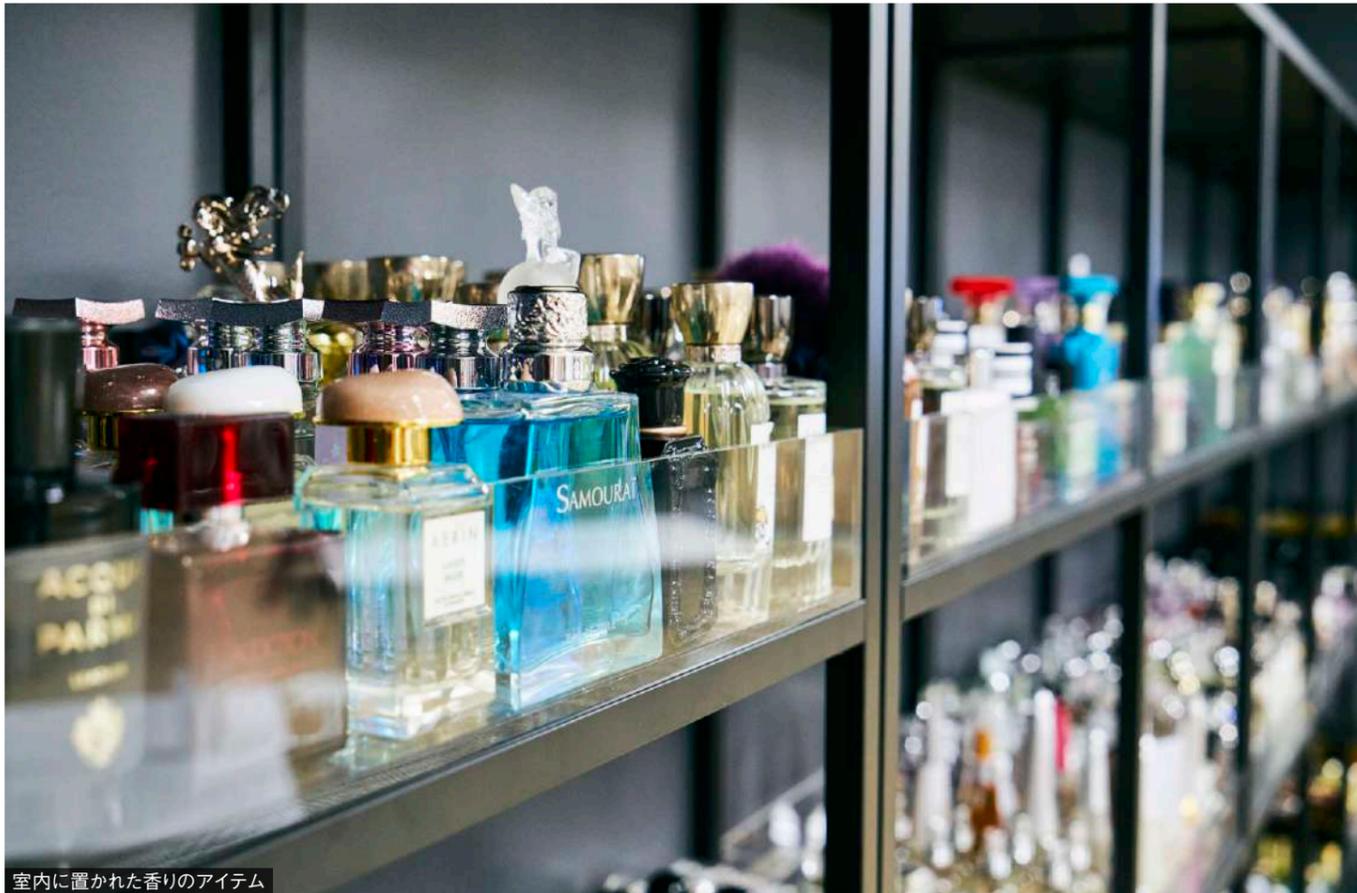
「一緒に何かをつくることはすごく楽しい作業です。オフィスを通じて会社に対する愛着もわくことでしょう。大人数になればなるほどまとめる作業は大変で難易度は上がりますが、そういう過程も含めて『たのしさダイバーシティ』だなと感じています」「ツールで業務の効率化はできても、コミュニケーションの効率化はできません。ちょっとした思いつきと、それに対する反応からイノベーションがはじまることは多いと思います。一見コアではないように感じられますが、実は大事な『コミュニケーション』を創造する場としてオフィスは必要だと考えます」

free株式会社



「解放」「自然体」「ちょっとした楽しさ」の3つのキーワードを新たなブランドの指針として設定した free 株式会社。今後もスモールビジネスに携わる人の環境構築を通して、誰もが自由で自然体に経営できる環境づくりを行っていく。





室内に置かれた香りのアイテム

三幸エステートの先進オフィス事例

株式会社ハイリンク

事業拡大に伴い従業員のパフォーマンス向上、採用強化を目的にオフィスの拡張移転を行った

香りの総合プラットフォーム「カラリア」を運営し、「香り」を通じた未来を提供している株式会社ハイリンク。主要事業の一つである香水のサブスクリプションサービス「カラリア 香りの定期便」は順調に会員数を伸ばしている。そんな同社は、今後の事業拡大を見込んで2023年1月にオフィス移転を実施した。今回の取材では、新オフィスに取り入れたさまざまな工夫や機能、その目的についてお話を伺った。



株式会社ハイリンク  
プロダクトマネージャー

小西 彰仁氏



- ・ 香りに新たな可能性を見つけて創業。以降、順調に事業を拡大してきた
- ・ 事業規模の拡大に伴い働き方を考え抜いたオフィス
- ・ 新オフィスのコンセプトは「個とチームの居場所づくり」
- ・ 個々の判断に任せたオフィス運用で自由な発想の創出をサポートする
- ・ 対面でのコミュニケーション。オフィスは安心感を守る防波堤となっている

香りに新たな可能性を見つけて創業。以降、順調に事業を拡大してきた

2017年6月、株式会社ハイリンクが創業した。同社の代表を務めるのは、大学在学中からベンチャー企業2社のインターンを経験してきた南木将宏氏である。南木氏は経営システム工学を専攻しており、日々、進歩しているテクノロジーやAIの技術を活用することで新たな価値創造を実現できるという強い意志を持っていた。

「ファッションやコスメの領域はECでの購買体験が少しずつアップデートされています。しかし香水は目に見えないこともありオフラインでの購入が主流となっていました。特に化粧品ブランドの地方戦略は大型百貨店などを通じての販売が中心となっています。オフラインでの購入が中心ということもあり、香りに関してはお客様の行動分析や興味趣向といったデータの蓄積が満たされていませんでした」(小西氏)

「このような背景で、『香り』のサブスクリプションサービス『カラリア 香りの定期便』がスタートしました。SNSを上手く活用することで、全国の香り好きな方にキャリアの認知拡大を図りました。現在、新型コロナウイルス発生前と比べて約30倍も会員数を伸ばしています」(小西氏)

同社は、現在約130ブランド1,000種類の香りアイテムを取り扱っている。また、香りに関する専門メディア「カラリアマガジン」を運営している。フレグランス(香り)に特化した情報を満載したメディアで、Instagram、TikTok、Twitterで配信を行う。総フォロワー数は40万人を超えており、ほぼ毎日、社内の専門部署のメンバーが内容の更新・配信を行っているという。「創業時からはユーザー数の獲得を第一目標にしました。今後は、ブランドメーカーとの協業といった違う角度からの事業展開も実現させたいと思っています。当社が蓄積してきたさまざまなデータは唯一無二のもので、新たな商品開発の支援ができると考えています」(小西氏)

事業規模の拡大に伴い働き方を考え抜いたオフィス

移転前は千代田区内神田に立地するオフィスビルに入居していた。面積は約80坪。新型コロナが発生する前から

モトワークと出社を併用するハイブリッドワークを導入していた。しかし会議室は一室のみ。規模の拡大に応じたオフィス環境を整えることが経営課題の一つとなっていたという。

「おかげさまで我々の事業は堅調に成長しています。しかし、その一方で自分たちに課せられた課題の難易度も高くなっています。その解決のためには、より高い専門知識を持つ人材の雇用、多様なワーカー同士の活発なコミュニケーションの促進などが求められていました。それには単純に面積の広い場所に移るだけではなく、しっかりと考え抜いたオフィス戦略が不可欠だったのです」(小西氏)

2022年3月、代表の南木氏を中心に緩やかながらオフィス移転に関するプロジェクトがスタートした。移転先の情報収集を進める中で、旧オフィスの周辺エリアに固執することはなかったという。どちらかといえば面積や交通アクセス、最寄り駅からの距離、周辺環境などを重視し、総合的な判断を行った。最終的には移転候補先を数棟に絞り込み、内見を実施。現在の入居ビルへの移転を決定した。そして将来的な働き方への考えをプロジェクトとして共有していく。その後、小西氏が正式に移転プロジェクトリーダーとして任命された。

「私自身、初めての経験でした。しかし立ち止まっている暇はありません。急いで部署を横断した移転プロジェクトメンバーを招集しました。そして打ち合わせを重ねながらオフィス構築のフェーズに進んでいったのです」(小西氏)

新オフィスのコンセプトは「個とチームの居場所づくり」

「自分たちが身を置いている香水のマーケットというのは、日本ではまだまだ未開拓の部分がたくさんあります。そんな不確実なマーケットですから、何をするか? なぜするのか? を議論しつくしたうえでアイデアや結論が求められると考えます。そういった新たな発想や思考を創出するための環境をつくること。それがオフィスの一番の目的のはずです。それを考えるとやりがいがありましたね」(小西氏)

「もちろん閃きが生まれにくい日もあると思います。そんなときは気持ちの切り替えが必要です。どんな時でも集まって、相談できる場所がある。そうした働く環境を求めていました」(小西氏)

新オフィスのコンセプトは、「個と組織の居場所をつくる」と



エントランス

した。オフィスに来ることで何かを解決する。同じ場所で、同じ時間を共有することの大切さを言葉にしたという。そして自分たちで決めたオフィスコンセプトを内装デザイン会社に提出。両社で打ち合わせを重ねながら、その思いを具現化していった。「当社には、『振り返り』というイベントが毎週行われています。何をしたか、何ができなかったのか、今後どうするべきか。中には言葉では伝えにくいこともあります。そんなときでも全員が理解できるまでコミュニケーションを取り続ける。そんな自慢できる文化をオフィス機能として形にしたいと思いました」(小西氏)

### 個々の判断に任せたオフィス運用で 自由な発想の創出をサポートする

それでは新オフィスを順に紹介していこう。

エレベーターを降りると開放感のあるエントランスが表れる。同社のロゴマークの下には受付システムのタッチパネルが配置されている。そこを抜けると会議室が3室。各部屋には「香り」の名前が付けられている。

「手前にはシンプルな6人用会議室『Bergamot (ベルガモット)』を配しました。窓面が大きく明るい部屋になっています。その正面には『Zinger (ジンジャー)』。生姜を意味するジンジャーはGingerですが、あえてZingerにしています。音感とは同じですが、Zingerにはあっと驚く、ひらめきという意味があります。そういった発想が生まれやすいように、オフィス什器ではなく、ソファやクッションを並べました。この部屋は代表の

考えを最も具現化した部屋といえます。会議というよりはセッションの場になることを目指しています。そして一番奥の部屋が『Rose (ローズ)』です。ここも6人席なのですが、壁際にソファを付けたことで、大人数での参加を可能にしています」(小西氏)

扉の向こう側が執務室になる。セキュリティカードをかざして入室。執務室は、大きく執務スペースとフリースペースとに分けられている。フリースペースの奥の棚には、約1,000種類の香水が並べられており、そのアイテムは今後も増え続けていく予定だという。

「このスペースはミーティング、集中作業、食事と自由な使い方をしています。スクリーンを降ろすことで勉強会を行うことも可能です。その他、3室の集中ブースとスタンディングデスクを配置。そして、さらに自由な会話が生まれるようにダーツ台、卓球台、ボードゲームなども揃えています」(小西氏)

「仕事って究極的に考えると高度な伝言ゲームだと思うんです。どれだけ正確に伝えられるか。自分たちが取り組んでいる課題も、もっと気分を上げて取り組んでいきたい。しかし気分を上げる行為って、言葉にするととても難しいですよね。それを体感的に理解できるように考えたのが、このフリースペースになります。ミーティングの内容によって会議室を使うのか、スタンディングデスクを使うのかをその時の感覚で選べばいいのです。用途に応じて働く場の選択肢を増やした。それが新オフィスの最大の特長になります」(小西氏)

執務エリアは、部署ごとに机の島がわかれているが、どこで仕事しても自由となっている。

「当社は、在宅と出社のハイブリッドを取り入れています。そのため、その日の自分の業務を考えて、突然在宅勤務にすることもあります。あくまでも個々の判断に任せています。従業員同士はチャットや共有のカレンダーを使って出社情報を共有しているので、今のところ業務に支障は出ていません」(小西氏)



フリースペース全景

集中ブース

スタンディングデスク

### 対面でのコミュニケーション。 オフィスは安心感を守る防波堤となっている

さまざまな「居場所」を付加させた新オフィス。移転後は出社して業務を行う従業員が増えているという。

「来訪者の方々からの評価も高いですね。オフィスが一つの企業ブランディングとして機能しているようです」(小西氏)

「今後、このオフィスによってどのような『わくわく』が生まれていくのか。とても楽しみです。コンセプトである『居場所』の意識が高まっているのだと思います」(小西氏)

「もともと当社にはコミュニケーションを密に取っていくという企業文化があります。新オフィスでは、さらに会話が生まれて全体の雰囲気も良くなっています。会話が生まれることにマイナスな要素は一つもありません。コミュニケーションを促進するための手段としてオフィスってやはり大事ななと思っています」

(小西氏)

「やはり同じ場を共有できるというのが個々の安心感につながっていますね。対面という最も伝わりやすい方法で意見交換が出来るのですから。その安心感を守るための防波堤となっているのがオフィスではないかと思っています」(小西氏)

## 株式会社ハイリンク High Link

目に見えない「香り」とテクノロジーを組み合わせ、「わくわく」の持つ無限の可能性を信じ、心躍る事業に挑戦している株式会社ハイリンク。今後も、「わくわくする未来と新たな熱狂をつくる」をミッションに、世界中に「わくわく」を届けていく。



Bergamot

Zinger

Rose



約1,000種類の香りを揃えた棚

執務室全景



イベントスペース

三幸エステートの先進オフィス事例

## Trip.com Group

# 入居ビルを丸ごと「私たちのオフィス」と捉え 高スペック&低コストの レイアウトプランを構築した

全世界38の国・地域において、数億人の会員へ25ヶ国語でサービスを展開する世界最大級のオンライン旅行会社「Trip.com Group」。その日本法人が2022年11月に東京オフィスの移転を実施。ハイブリッド型オフィスを構築した。今回の取材では移転の背景やコンセプトを中心にお話を伺った。



株式会社 Trip.com International  
Travel Japan  
代表取締役社長  
日本グループ代表

勝瀬 博則氏



株式会社 Trip.com International  
Travel Japan  
総務部マネージャー

奥田 穰太郎氏



- ・ 2003年にNASDAQへ上場。グループ創業24年目の世界最大級のオンライン旅行会社
- ・ 最適な働き方を模索する。ハイブリッドワークもその一つだった
- ・ 多様なメリットを総合的に評価したことで必然的に移転先が決まった
- ・ 「来なくなる」や「会話のしやすさ」を感じさせるオフィスを構築した
- ・ オフィスは仕事のクオリティを上げるためのオプションの一つと考えればいい

## 2003年にNASDAQへ上場。 グループ創業24年目の 世界最大級のオンライン旅行会社

1999年に設立、その後のグローバル展開で世界最大級のオンライン旅行会社となったTrip.comグループ。2003年にNASDAQ上場し、「あらゆる旅を最高に」をミッションに多彩な旅行商品やコンテンツを提供している。「オンラインサービスではありますが、かなり高額な商品も扱っております。お客様の属性もForbesにランキングされているような富裕層の方が半数以上を占めています。富裕層の中でも女性の方の利用率が高いですね。好奇心が旺盛で、消費意欲も高い。そして何よりもタイムパフォーマンスの意識が強いという特長があります。当社のサービスの特長はスマートフォンだけで航空券から宿泊先までの予約が完結できること。きっとその使いやすさが評価を得ているのだと思っています」(勝瀬氏)

さらに、「カスタマーサポートの充実」も優れているサービスの一つとなる。「24時間365日で、多様な問い合わせに対応しています。メンバーは全て必要なスキルや知識を身につけたバイリンガルスタッフで構成しています」(勝瀬氏)

2014年、日本法人が設立。以来、国内外の航空券、宿泊施設、鉄道などの予約サービスを中心に事業を展開している。現在、日本全国に6拠点を設けるなど、安定した事業展開を続けている。

## 最適な働き方を模索する。 ハイブリッドワークもその一つだった

旧オフィスは出勤率100%の完全固定席で、会議室は7室を設けていた。当時の従業員数の比率から考えると、賃貸スペースは十分な面積ではあったものの、会議室の利用が一気に増加していた。顧客との商談のほか、電話会議、WEB会議、Live配信、各従業員の集中作業の場。それ以外にも、自社の採用面談、来客との軽い閑談スペースなど、全て会議室で行っていたため、会議室不足が明白に。業務に大きな支障をきたしていた。

「一方で大型イベントスペース(40名程度収容)などは、利用率が低く、スペース効率の悪さが解決すべき問題となっていました。しかし、完全固定席でしたし、容易にレイアウト変更もできない状況でした」(奥田氏)

そんな中で2019年に新型コロナウイルス感染症が発生する。そこで急遽、在宅勤務を取り入れた。そして近い将来にオフィス移転を控えていたこともあり、東京オフィスで新たな働き方を試すことになった。

「グループ本社でもどういった働き方が最適なのかを模索していました。東京オフィスの移転は、グループ全体にとっても一つのチャレンジでした」(勝瀬氏)

## 多様なメリットを総合的に評価したことで 必然的に移転先が決まった

新オフィスに選ばれたのは、旧オフィスに近い立地に建てられた東京駅至近の新築大規模ビルだった。「JRだけでなくメトロの利便性も良く、新幹線や成田・羽田空港へのアクセス性、企業ブランドにふさわしいビルのグレード感、エリアのポテンシャル、といった多様なメリットを総合的に評価しました」(奥田氏)

加えて、ビルが有する施設も入居を決める決定打となったという。

「ビルには就業者専用の社食『My Shokudo(約450坪)』、フロンツブスを整備した無料ワークスペース『就業者専用ラウンジ(約200坪)』、大小合わせて7室のカンファレンスを持つ『XLink』、管理が容易な『防災備品倉庫』、その他、サーバー室や会員制レストランなど、さまざまな施設が用意されており、それらの施設を最大限に活用することで自社の賃貸スペースを削減できる。それでありながら効率良く働くことが可能になると判断したのです」(勝瀬氏)

ビルグレードを上げることによるコスト面の増加を懸念したが、ビル施設をフル活用することで旧オフィスよりも賃貸スペースの30%削減が可能に。そのためコスト的にはほぼ変わらないことが判明した。それでいて環境は飛躍的に便利になる。もし賃貸スペースのレイア

ウトだけを考えていたら、ここまで大幅に効率化できなかったと語る。

「大手町に誕生したハイグレードビルへの入居ですから、今後の採用活動にもプラスになるはず。今回の移転は我々にとって最適解を導き出したと思っています」(勝瀬氏)

## 「来たくなる」や「会話のしやすさ」を感じさせるオフィスを構築した

移転プロジェクトは、従業員の声を拾い続けることに時間と苦勞を費やしたという。

「当時はこのパンデミックが収束するかどうかも含めて、その後の働き方がどう変化するか本当に手探りでした。だからこそ、工事が進んでいく中でも従業員の皆さんのオフィスづくりの具体的なアイデアを積極的に取り入れました。そのため決めかけたレイアウトの変更や微調整の提案の度に、デザイン会社様を困らせたことも。しかし関係者の方々の熱意やご協力のおかげもあり、結果として最適解のレイアウトにどんどん近づいていきました」(奥田氏)

移転を機に働き方も柔軟に変えていった。「世の中を見渡すと働く環境が大きく変化しているのを実感します。我々もそれらの変化に順応していかなければなりません。それどころか積極的に優秀な人材の確保をしていく必要もあります。そのためにはオフィスというハードの面だけに目を向けるのではなく、就業規則のようなソフトの面からも「働きやすさ」をサポートしていくことが大切だと考えました」(勝瀬氏)

在宅ワークやリモートワークの導入はフレキシブルな働き方ができる一方、従業員の帰属意識が薄れてしま



ことが懸念された。そこで新オフィスは、「来たくなる」「カッコよさ」「出会い」「会話が生まれる」などをキーワードとした。

それでは新オフィスを具体的に紹介していこう。エレベータを降りると開放的なエントランスが目の前に現れる。旧オフィスでの課題の一つでもあった会議室不足を解消するために、2室の応接会議室が配置されている。「ビルの構造として窓側近くには必ず一定間隔で大きな柱がありその周辺がデッドスペースなりがちです。そこで電車内のボックス席のような会議室を、柱と同じ幅で設置しました。さらに全面ガラスばりにしたことで、エントランスからも眺望を楽しめて、且つ広く見えます」(奥田氏)

入室すると入口手前にはイベントスペースが広がる。普段は執務エリアとしているが、家具は可動式であるため容易に移動ができる。50名程度のセミナーも開催可能だという。中央の小上がり部分にはファミレスブースを配置。真上に設置しているスクリーンを下ろせば、セミナーや説明会の壇上となる。もちろんオフィスのフレキ



シブルさを追求するだけでなくセキュリティ対策も万全に。手前から奥に行くにつれてセキュリティレベルがグラデーション的になり、機密性の高い情報や作業内容に対してアクセス制限がかかっていく工夫もされている。

イベントスペースの左側には応接会議室を集めた。社長室兼用のボードルームも合わせると4室が並ぶ。「全ての会議室のガラス面に声漏れ対策としてサウンドマスキングシステムを導入しています。利用者は安心して会話できます。オフィスの開放感を維持しつつ、情報の機密性を高めました」(奥田氏)

応接会議室の予約は個々のPCから予約が可能となる。執務室内のモニターで予約状況を映し出しているため、部屋の空室状況が一目でわかる仕組みだ。

右側には「桐」と名付けた応接会議室を設置。同社の主要サービスであるホテルの部屋を象ったデザインとなっている。

「動画配信の撮影やインタビューなどの利用も想定しています。会議室の目隠しはブラインドやフィルムではなく布カーテンを採用し、雰囲気柔らかくしました」(奥田氏)

イベントスペースの奥が執務エリアとなる。壁側にフォンブースが2台用意されている。

「フォンブースの導入で会議室を一人で利用することがなくなりました。これによって会議室の過剰予約の問題が解消されています」(奥田氏)

そしてフリーアドレスを採用したデスクが並ぶ。全てのデスクにモニターアームが設置されていて、モニターの高さと位置が自由に調節できる仕様。窓側にはカウンター席やソファ席が置かれ、リフレッシュスペースとして使われている。

「執務エリアの最奥には壁で仕切ったハイセキュリティスペースをつくりました。経理や人事といった機密情報を扱う部署が使用しています。契約書や社外秘資料の保管場所にもなっています」(奥田氏)

移転後、海外拠点のメンバーが頻りに視察に訪れてい

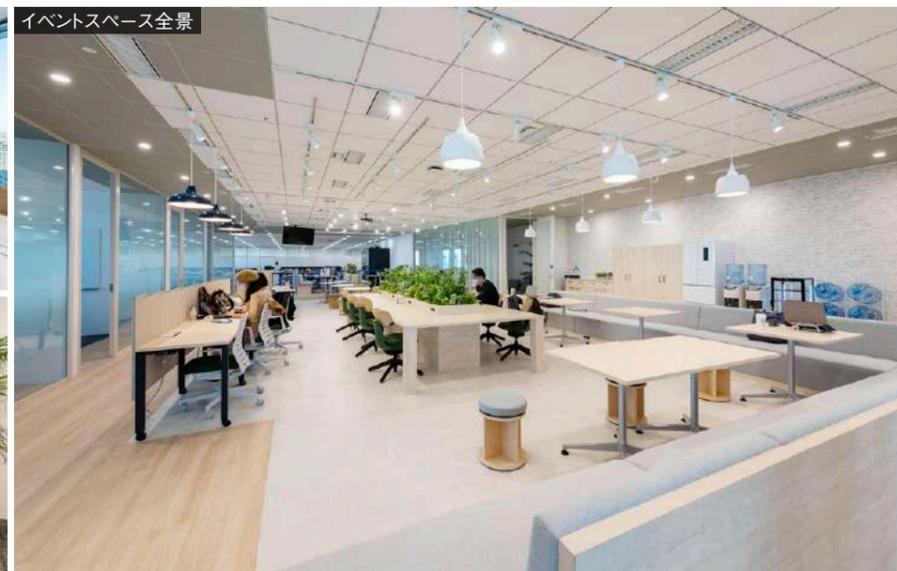
て、次にオフィスをつくる際の参考にしたいと言われているという。

## オフィスは仕事のクオリティを上げるためのオプションの一つと考えればいい

「オフィスは、『洋服』みたいなものと考えています。業界や業務によって、スーツが常識的だったり、ラフなスタイルが当たり前だったりします。オフィスにも色々なスタイルがあってもいいわけで、正解はどこにもありません。結局のところは、どのように人に見られたいか、どのように自分を表現したいか、その価値観の違いだけのような気がします」(勝瀬氏)

「お客様も従業員も海外グループの出張者も、シンプルで安全で安心してコミュニケーションできる場所が必要でした。それがこのビルであり、オフィスだったのです」(奥田氏)

「オフィスも旅行も、生活する中で絶対的に必要な要素とはいえません。ただ、せっかくそこで時間を費やすのでしたら多少の遊びを用意してもいいのではないかと思います。オフィスの『存在理由』を堅苦しく考えるのではなく、『オフィス』は仕事のクオリティを上げるためのオプションの一つ。そんな風に気楽に考えればいいのではないのでしょうか」(勝瀬氏)



### Trip.com Group

株式会社Trip.com International Travel Japan  
株式会社Trip.com Air Ticketing Japan  
株式会社Trip.com Japan

Trip.comグループの日本法人は2014年に国内業務を開始。現在、東京、大阪をはじめとする全国6ヵ所にオフィスを構えている。海外ユーザー向けインバウンド事業、ホテル・宿泊施設の予約、航空券の販売、コールセンターの運営など、グループ内で旅行が完結するワンストップサービスを実現する。



スタンディングテーブル

三幸エステートの先進オフィス事例

マーケットワン・ジャパン合同会社

オフィスが「仕事をするための場」から「仕事を生む、価値を創るための場」に生まれ変わった

BtoBマーケティングのアドバイザーサービスを軸に事業展開をしているマーケットワン・ジャパン合同会社。さらなる業務拡大を目指し、日本橋エリアから銀座エリアへ本社移転を行った。移転後の新オフィスには、コミュニケーションを生み出すための多様な仕掛けを採用しているという。今回の取材では、移転計画の概要やオフィスに対する考えを中心にお話を伺った。



マーケットワン・ジャパン合同会社  
代表社員

山田 理英子氏



マーケットワン・ジャパン合同会社  
執行役 経営管理兼人事管理

水野 亮氏



マーケットワン・ジャパン合同会社  
ビジネスオペレーション部  
アシスタント

岡崎 明子氏

contents

- ・ 日本市場向けにサービスを開始。段階的に事業を拡大してきた
- ・ 周辺環境も「働く」の重要な要素と考えて次のオフィスの移転先を探した
- ・ デザインに落とし込む前のフェーズに多くの時間をかけた
- ・ 多様な会話が生まれる。そのための環境をつくる必要があった
- ・ 働く環境はワンパターンではなくバリエーションを用意するべきと考えた

日本市場向けにサービスを開始。段階的に事業を拡大してきた

米国ボストンにグローバル本社を置く MarketOne International。1998年6月の設立以降、新たなマーケティング手法を開発してサービスを展開してきた。日本市場へのサービス開始は2003年1月。約3年の営業準備期間を経て東京オフィスが開設された。当時はわずか3名でのスタートだったという。その後、業務拡張に合わせて何度かのオフィス移転を実施。2013年5月には将来的な人員増を見据えた本格的な「働く場」を構築した。

2021年7月には日本市場における事業基盤のさらなる強化を目的に、マーケットワン・ジャパン合同会社を設立。「デマンドセンター」といわれる持続的な売上拡大のためのマーケティング手法を軸とする各種のサービスを提供することによって事業を拡大し続けている。「私どものサービスは、新規市場で売上につながる高精度な情報を収集・提供するところから始まりました。現在では「事業戦略を実現し、売り上げに貢献するBtoBマーケティング」として、『デマンドセンター』と言われる、売り上げを創る機能の設計と実行支援を軸にしたサービスを大手企業様向けに展開しています。最終的なゴールはお客様の成長変革の実現を支えること。そこに特化している点が一般的なマーケティング会社との違いになります」(山田氏)

「具体的には、お客様の商品に対する課題や問題点を洗い出し、そのビジネスシーンに合わせた施策を考えていくというものです。CX(コーポレート・トランスフォーメーション)支援といった大規模な組織変革の中でのコンサルティング業務からはじまり、インサイドセールスの強化を目的としたサポートの依頼もありますし、新規顧客の獲得に特化した要請もあります」(水野氏)

「解決策は中長期的に導き出します。私どもは、そんな手法を伴走型マーケティングと名付けています。社内にはさまざまなシーンに合わせてプロフェッショナルが存在しており、ソリューションごとにチームが組成されます」(山田氏)

周辺環境も「働く」の重要な要素と考えて次のオフィスの移転先を探した

旧オフィスは中央区日本橋に立地していた。オフィスビルの1フロア約160坪を使用。その執務室は、ごく普通に机を並べたレイアウトだったという。

「新型コロナウイルスの感染予防対策として、まん延防止等重点措置が発令されたときはフルリモートを選択しました。2022年1月からは、在宅と出社を両立させるハイブリッド型の働き方を導入しています。この働き方は現在も続いており、今後の社会情勢の変化に左右することなく継続していく方針になっています」(山田氏)

「今回の移転計画は、入居していたビルの建替えが正式に決定したことでスタートしました。移転先を探すにあたっては、毎年従業員が増えることを見込んで、現状よりもオフィス面積は縮小しないと決めていました」(水野氏)

「働く環境の整備は絶対的に必要ですが、実は「どこで仕事をするか」も重要な要素だと考えています。当社は企業と企業を繋ぐ中間点に位置している会社です。それを考えると、都心のビジネスエリアの中でもさらに中心となっている場所が、新オフィスの立地には最適だと考えました」(山田氏)

そうして面積とエリアを優先条件として候補物件の情報を集めていく。実際に見学したのは、慣れ親しんでいた日本橋で数棟、そのほかには虎ノ門や丸の内、銀座といったビジネスエリアに立地するオフィスビルが中心だった。最後は、候補物件同士を比較することで理想的なオフィスを導き出した。

デザインに落とし込む前のフェーズに多くの時間をかけた

移転先との賃貸借契約を2022年5月に締結。それからデザインコンペを実施した。コンペの末、選ばれた内装デザイン会社には、「オフィスに対する思い」に対して同じベクトルを感じたからだという。

「プレゼンの中で、出てきたキーワードが『綺麗』や『カッコいい』ではなく、『働きやすさ』や『会話』でした。その部分に共感を覚えたのです」(岡崎氏)

最初の打合せはヒアリングから始まる。デザインに落とし込む前の重要なフェーズである。そこではデザイン要件よりも、「会社の文化」「価値観」「目標」といった項目に多くの時間がかけられたという。それによって同社のありのままの想いが次々に具現化されていった。「オフィスデザインに関してはプロの考えを尊重すると決めていました。あえて社内からの細かい要望を受け付けなかったのですが、そのことも最後までテーマがぶれなかった要因だと思っています」(水野氏)

土壇場でのやり直しといったこともなく、7月からB工事、8月からC工事がスタート。当初の予定通り10月末に完成し、11月に移転が完了した。「ボストン本社からの指示もなく、自由につくらせていただきました。当社はグローバルとしての結束が強い中で、拠点ごとに異なるスピリットも尊重されています。その自由度の高さが強みでもあります」(山田氏)

### 多様な会話が生まれる。 そのための環境をつくる必要があった

それでは新オフィスを具体的に紹介していこう。オフィスコンセプトは、「出社したくなる、家よりも会社が仕事しやすい」とした。

エントランスを抜けると執務室に入る手前に「ラウンジ」と名付けたスペースが広がる。誰もが使用できるスペースのため、あえてセキュリティレベルの低い場所に配置している。

「このエリアは二通りの使い方を想定しています。一

つはオープンなミーティングをするための場所、そしてもう一つは仕事以外のことをする場所です。ここで見ることも、自然に聞こえてきたことなど、想定していなかったことで会話が広がっていく。そんなシーンを求めて構築しました」(山田氏)

「旧オフィスでも会話自体はありましたが、リモートやハイブリッドによってオフィスの使い方が次第に変わっていきました。リモート中心の働き方では、コミュニケーションの現状維持はできても、それ以上にパフォーマンスを向上させることは難しいと判断したのです」(岡崎氏)

「もともとリモートでは、現時点での必要な情報しか入ってきません。我々は『今は不要な情報』にも価値を求めたのです。不要な情報も必要な情報に転化する。そのためには会話ができるたくさんの環境を増やす必要がありました」(水野氏)

ラウンジの中だけでもさまざまな機能を揃えている。「バーカウンター」「のびのびホワイトボード」「ソファエリア」。椅子を並べるとスクール形式で約60席の配置が可能で、顧客を対象にした勉強会の開催も行える。

「新オフィスに移ってから、個々の従業員が自分らしくなっているのを感じます。顔つきとか、笑顔とか。仕事に没頭している人は集中エリアで、誰かの意見が欲しいときはオープンスペースで。時にはホワイトボードを活用しながら意見交換を行う。ソファに座ってゆっくりと資料を読み込んでいる人もいます」(山田氏)  
「『開放できる環境』が用意できました。これこそが自分たちに合ったオフィスといえるかもしれません。訪問されるお客さまの数も増えました。反応も上々ですね。ラウンジでミーティングを終えた後に一緒に食事



をすることもあります。そんな社外の方とのコミュニケーションにも有効に活用できています」(水野氏)  
「業務後に、ラウンジのモニターにテレビ回線を繋いでスポーツ観戦をしたこともあります。本当に色々な発想が実現できていますね。まさにオフィスを使いこなしているという感覚があります」(岡崎氏)

執務室に入るとチームごとに机が並べられている。パーティションも低く設定しているため視線を遮るものがない。全体の席数は従業員数よりだいぶ多めの150席を用意しており、増員対策も万全だ。

「常にチームを超えたプロジェクトが進行していますので、いつでも集まれるように多様なエリアをいたるところに配置しました。例えば『スタンディングテーブル』や『ファミレス風のブース』、『ソロカウンター席』、『Web会議用ブース』などです。それらは、現時点での業務に合わせて自由に使えるエリアになっています」(山田氏)

「執務室内の動線には工夫をしました。『人が交差する』ということも狙いの一つですので、あえて人の流れが重なるようにしています。違うチーム同士のメンバーが会話を楽しんでいる姿を見ると嬉しくなりますね」(岡崎氏)

執務室の最奥には、「プレイルーム」と名付けた多目的の部屋。部屋の中央にはリフレッシュ目的の卓球台が置かれている。ここは打ち合わせやプレストルームとして使われることも多いという。



### 働く環境はワンパターンではなく バリエーションを用意すべきと考えた

移転から約4ヵ月が経過した。現時点では従業員からの不満や要望は出ていない。

「実際に在宅でも可能な業務はたくさんあります。毎日、会社に来る必要がないのかもしれませんが。しかし対面だからこそお互いがわかりあえるのも事実です。今後もエンゲージメントが高まるようなオフィスを維持していきたいです」(岡崎氏)

「旧オフィスは、8時間の『仕事をするための場所』にすぎませんでした。しかし、私たちにとっての仕事は作業ではありません。仕事は新たな何かを価値創出するための行動だと考えています。であれば、会社にはそのための機能を提供する必要があるのです。新オフィスは、『仕事を生み出すための場所』に変わってきたように感じることがあります。これからは、オフィスは使うだけではなく、人を紡ぐ場所、オフィスから新たな価値を創造する、その成果を社会・顧客に還元する。それが可能となることを考えていく必要があるのかもしれないですね」(水野氏)

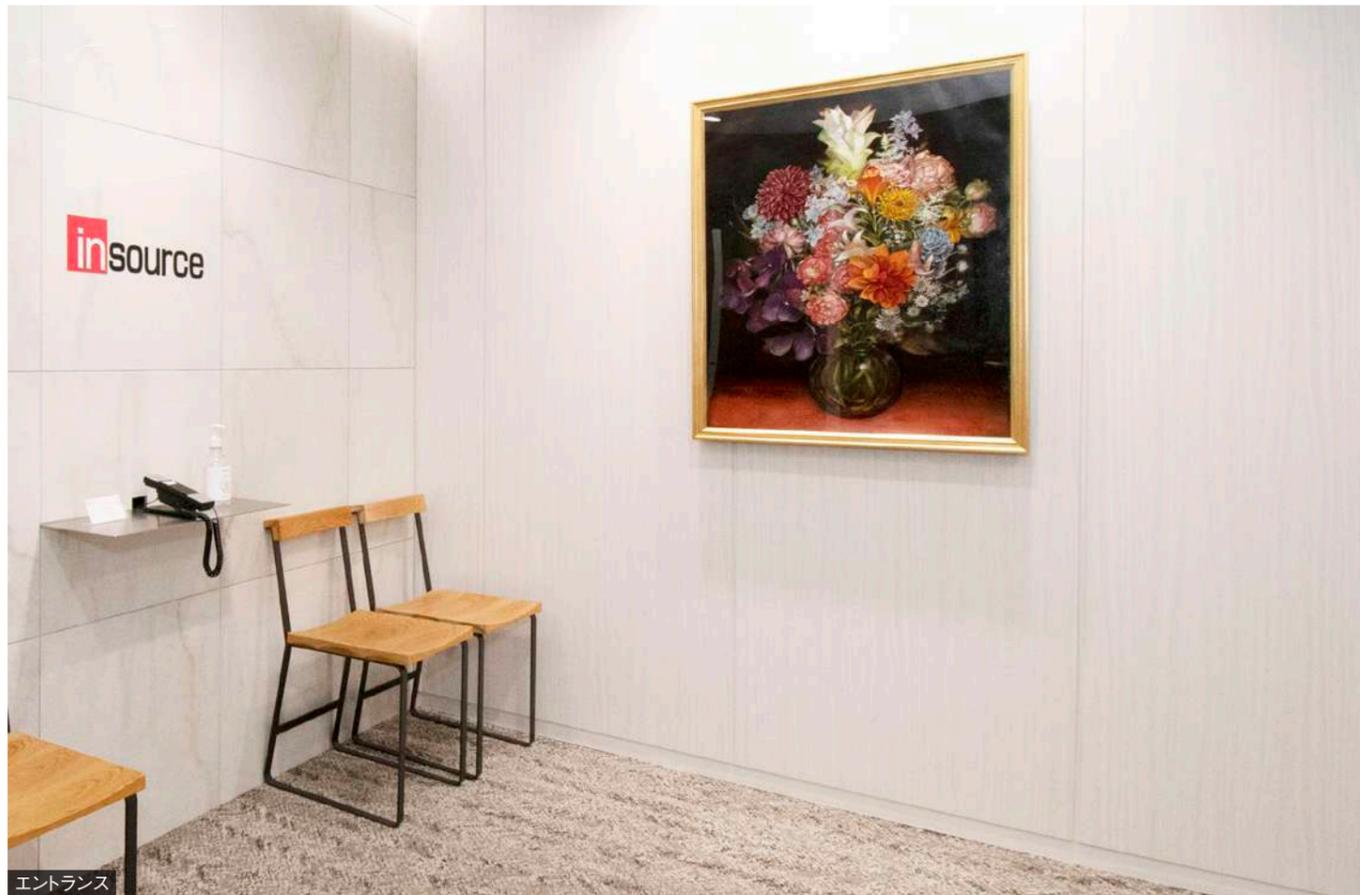
「私どもの仕事の形は、今後どんどん複雑に枝分かれしていくのでしょうか。ですからそれに合わせて働く環境もワンパターンではなく、たくさんのバリエーションを用意すべきだと思っています。一瞬に見せた表情、ふいにつぶやいた言葉、時おり感じる視線など、対面でしかわからないことは、日常業務の中にたくさん見え隠れしています。そしてそこには次の価値創造のヒントがあります。これからも当社の価値を維持し向上させるためには、『人との交わり』が必要なのです」(山田氏)



**MARKET  
ONE.**

マーケットワン・ジャパン合同会社

米国ボストンに本社を置き、グローバル30ヵ国以上を対象にサービスを提供するMarketOne Internationalのアジア最初の拠点として2006年に設立。「事業戦略を実現し、売り上げに貢献する」BtoBマーケティングの実現を、アドバイザーと実行の両面からサポートする、「伴走型コンサルティング」を特長としている。



エントランス

三幸エステートの先進オフィス事例

## 株式会社インソース

# 都内2カ所の営業拠点を拡張統合し、社内コミュニケーションを活発にした

顧客の経営戦略にマッチさせた教育支援サービスを提供している株式会社インソース。コロナ禍では、対面式研修サービスの需要減少という問題に迅速に対応し、売上を増加させている。そんな成長下の中、都内の営業拠点2カ所の統合移転を行った。今回の取材では、新オフィスでの働き方、オフィスに対する考え方を中心にお話をお聞きした。



株式会社インソース  
取締役執行役員常務

川端 久美子氏



- ・ 迅速に組織変革を行いコロナ禍でも業績拡大を果たした
- ・ 対面での会話こそが重要と考えて営業拠点の統合を決断した
- ・ 「基本は入社」とはいえ、各家庭の事情に合わせて対応してきた
- ・ 開放感のある新オフィスは社内コミュニケーションを活発にする
- ・ 自由に働く環境が社内DXを推し進め、Something Newを生む
- ・ 近くに誰かがいる安心感。それがオフィスで働く理由

## 迅速に組織変革を行い コロナ禍でも業績拡大を果たした

2002年11月、株式会社インソースが設立。社名には、「組織の内側『in』に眠る個人の力『source』を引き出したい」という思いが込められている。「事業開始は2003年1月です。創業時は、戦略コンサルティングを行っていました。しかし、コンサルティングのレポートを提出した後に実行性、再現性のある活動に関わることはごく少ないというのが現実でした。『研修』は多くが1日程度です。短い時間ながらも、受講者一人ひとりにとって役に立ち、仕事が楽しく思えるように続けていくことが実は広く社会に貢献することである、という気づきがありました。それから社会人教育をメインとした研修事業にシフトしました」

企業理念を「あらゆる人が『働く楽しさ・喜び』を実感できる社会をつくる」に定め、堅実に事業を展開してきた。現在のサービスメニューは大きく分類すると、講師派遣型研修事業、公開講座事業、ITサービス事業、その他事業の4つとなる。講師派遣型研修事業は、組織に講師を派遣するオーダーメイド型研修を提供するもの。階層型、テーマ別と3,000以上のラインナップを揃えている。公開講座事業は、1名から参加できるオープンセミナー。オンラインでも来場でも受講が可能だ。ITサービス事業は、ITによる業務の効率化を目指すもので、主に人事サポートシステムの開発を行う。その他事業では、人事部門を中心に人材アセスメント、人材紹介、Webマーケティングなどを展開する。

「『研修』は、一つの教室に集まって、向かい合わせにグループで座って、ディスカッションをする。究極の『三密』です。コロナ禍では、研修サービスの売上が激減しました。そこで当社はオンライン教育事業部を立ち上げるなどして、迅速に組織変革とサービス拡充を行いました。加えて短期間に急激に増えたオンライン研修を効率的に、ミスなく実施するためのスタジオの開設と社内システムの開発を行いました。eラーニング教育の需要の高まりも追い風となり、コロナ禍であっても業績を拡大

させました」

## 対面での会話こそが重要と考えて 営業拠点の統合を決断した

「現在の本社は荒川区西日暮里。駅から数分の好立地に構えています。もともと神田錦町に立地していたオフィスビルに入居していたのですが、タイミング良く希望面積に合致した売却物件があったので購入しました。西日暮里は中心部から離れているイメージがありますが、JR山手線、東京メトロ千代田線が乗り入れている、公開講座事業の拠点である御茶ノ水や、ITサービス事業の中心の巣鴨にもアクセスが良い場所です。現在、本社には、広報・IR、人事、総務、経営管理等の管理業務の部署と営業部門の一部が入居しています」

同社は、西日暮里本社の他にも都内に数カ所のセミナールームや営業拠点を配置している。今回の新オフィス開設の目的は、日本橋と浜松町に設けていた営業拠点の集約だった。

「日本橋オフィスは30坪に約20名、浜松町オフィスは28坪に約10名が在席していました。コロナ禍では、従業員が一斉に集まるような交流会の実施を自粛していました。働く場所が異なってしまうと、社員同士でもまったく顔を合わせることが無くなり、社内の活性化や情報共有に問題が生じていました。また、より事業拡大を目指すためには、業務に必要な知識やスキルを継承させて、個々の能力をステップアップさせる必要があります。そのためにも『対面』は重要な条件だと判断しました」

そこから都内2カ所の営業拠点を統合する計画が具体的にとなった。統合に際してのオフィス探しは、三幸エステートが担当する。同社の賃貸オフィスの仲介サポートを一任されており、同社のこだわりやニーズを理解しているのが理由だ。

「単に当社の希望に合わせたビル情報だけではなく、必ずプラスアルファの情報を提案いただいています。その情報には魅力的な提案が含まれていることが多いです」

今回は拠点集約ということで、各拠点の中間点にあたるエリアを立地条件としていた。



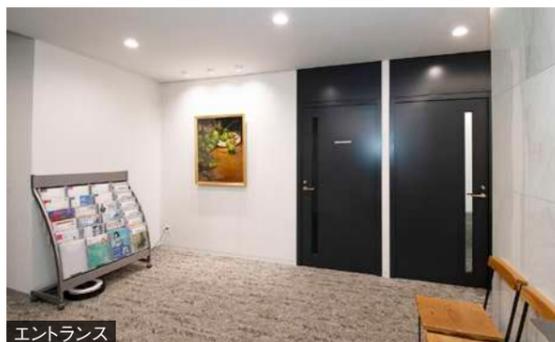
エントランス

「それぞれ30坪程度でしたので60坪もあれば十分だと思いましたが、今回もそれとは別の視点での提案がありました。少し広い面積でしたが、最終的に契約を締結したのは新橋駅至近の大規模オフィスビル。98坪の区画でした。今後の『採用』『Something New』を支えるスペースとして、その提案を受けることにしたのです」

### 「基本は入社」とはいえ、各家庭の事情に合わせて対応してきた

同社の特長の一つに、多様な人材が働く組織というのがあげられる。ダイバーシティを特別に意識したわけではなく、事業に必要な人材を採用していった結果だという。「育休率は男女ともに高いですね。男性社員でも90%を超えています。日常から情報共有をしっかり行っているからこそ、スムーズな対応ができていますのだからと思います」

「コロナ禍、まん延防止対策時も、『基本は入社』でありながらもあえて会社として『全員、\*\*』という方針にはしませんでした。本人や家庭の状況が異なるからです。高齢者や小さなお子さんと一緒に住んでいる場合、出社は



エントランス

できない、できるだけ控えたいでしょう。また、一人暮らしで仕事の報・連・相や通信インフラの事情で入社したいと考える社員もいるでしょう。そこで当社に関しては、在宅勤務や時差通勤、時短勤務など、それぞれの事情に合わせて対応することにしました」

同社では、コロナ禍以前から、ライブイベントにあわせた働き方を選択できる環境と実績があった。「『あらゆる人が、それぞれの個性と能力を最大限に発揮し、お互いが尊重し認め合うことを通じて、組織の成長を実現する』というのが当社の組織づくりの指針にあります。オフィスに出社できないことを理由に会社を去ることは、結果として組織にとって大きな損失だと思うのです」

### 開放感のある新オフィスは社内コミュニケーションを活発にする

それでは新オフィスを順に紹介していこう。エレベーターを降りると落ち着いた佇まいを感じさせるエントランスが現れる。「当社はCSRの一環として、東京藝術大学出身の若手アーティストや研究者を支援する取り組みを行っています。新オフィスのエントランスには、作品を幅広く鑑賞いただくために作品を展示し、展示作品は定期的に変えていく予定です」

エントランスの内装は、港区西麻布の三ツ星レストランを担当したデザイン会社が手掛けている。「店舗や商業系の内装を得意としているデザインの会社さんをお願いをしました。当社からの希望通りにミュージアムや画廊のようなイメージを漂わせることに成功し

ています」

その他、エントランスエリアには**応接会議室**、**セミナールーム**、**オンライン配信ルーム**の3室を設けている。営業拠点にセミナールーム、オンライン配信ルームを備えたことで収益性も向上した。

「オンラインでも対面でも研修ができる部屋をつくることができ、結果としてこの面積にして正解でした。新卒採用活動が活発になるシーズンにはこのオフィスでも面接を行うため、このエントランスが当社の『顔』にもなります」

扉の奥が**執務室**となる。明るく開放感のある空間に机が並べられている。新オフィスへの移転を機に少人数のチーム構成に変えた。それは経営戦略上、より部下の行動や言動を確認すべきとの考えからだ。

「新オフィスは『区切らない』をルールとしました。見通しをよくするためにパーティションのような遮るものは極力減らしました」

執務室の中には、3つの**オンライン商談ブース**、2つの**チームミーティング用デスク**が配置されている。

「オンライン商談が定着し稼働率も高いです。また、別の拠点の営業メンバーが訪問の途中に新オフィスに立ち寄って仕事をしていくケースも増えて、今までになかったコミュニケーションも生まれています。それも大きな移転効果の一つと言えるでしょうね」

### 自由に働く環境が社内DXを推し進め、Something Newを生む

「コロナ禍と時を同じくして『DX(デジタルトランスフォーメーション)』の推進が求められるようになりました。当社でも社内のDX推進の一環で全社員が「Python(パイソン)」というプログラミング言語の研修を受講しました。若手ほど積極的に研修に参加し、その言語を使って業務に活かすために独自のシステムを組み始めました。ごく自然な形で社内DXが推進されました」

そしてこれを機に事業所内に新部署が急遽、誕生。IT研修や社内システムを構築するチームとなる。



セミナールーム

社内DXを推進することによって、大きく3つの効果が生まれたという。

「1つは、システムの構築によって業務効率が上がったこと、2つ目は、携わった社員それぞれに達成感が生み出されていること。そして3つ目は、当社が持つDXツールの促進に、自分の経験を活かしたセールストークが展開できることです」

### 近くに誰かがいる安心感。それがオフィスで働く理由

「少人数のチーム制によって新しいリーダーも生まれました。チーム内で、お互いに助け合い、アイデアを出し合っている姿を目にします。また同期入社メンバーと遭遇する機会が圧倒的に増えました。お互いが刺激しあうことで、プラスの効果が生まれています」

そういった部分も含めて、対面での働き方は会社にとって必要だと語る。

「コロナ禍を経験して、対面でのコミュニケーションの必要性を再認識しました。今後も仕事をしていく中で、近くに誰かがいる安心感を大切にしていければと思っています。それがオフィスで働く最大の理由だと思っています」

**in source**  
株式会社インソース

創業以来、お客様が求めるものを早く、最適につくり、リーズナブルな価格で提供することに徹してきた株式会社インソース。今後も、どのような人でも活躍できる社会の実現を目指し、お客様が求めるサービスを提供し続けていく。





管理部門と営業部門の接合点「Big Table」

三幸エステートの先進オフィス事例

株式会社GSIクレオス

コロナ禍での新たな働き方をきっかけに  
約30年ぶりの本社移転を実施した

繊維と工業製品の両分野を軸に多様な事業展開をしている株式会社GSIクレオス。コロナ禍で導入した在宅勤務が働く環境を見直すきっかけとなったという。その結果、約30年ぶりの本社移転が実施された。今回の取材では、移転プロジェクトの背景や新オフィスの概要を中心にお話を伺った。



株式会社 GSI クレオス  
人事総務部 部長

楠田 久裕氏



株式会社 GSI クレオス  
人事総務部 総務課課長

大熊 周平氏



株式会社 GSI クレオス  
人事総務部 部長補佐兼  
株式会社オフィス・メイト  
取締役 エステート部部長

飯田 直樹氏



contents

- ・ 1931年に米国へ生糸の輸出を行う商社として設立。事業創造型商社として進化し続けている
- ・ 数年前からオフィス移転は経営上の大きな課題の一つとなっていた
- ・ BCP、業務効率、スペース効率の改善にはオフィス移転がベストな解決策だった
- ・ 全て自社内だけでプロジェクトを遂行することは困難と判断した
- ・ 中期経営計画とリンクさせてオフィスコンセプトは「Connecting」とした
- ・ 多様な働き方に合わせてさまざまな働く環境を整備した
- ・ 目指したのは「繋がり」の場の構築。それこそがオフィスの役割と考えている

1931年に米国へ生糸の輸出を行う商社として設立。  
事業創造型商社として進化し続けている

株式会社GSIクレオスは、林大作氏が1931年に設立。米国へ生糸の輸出を行う商社として事業を開始した。その後、1955年には米国・ニューヨークに現地法人を設立。婦人用靴下編機の世界的メーカーとの代理店契約締結を機に工業製品分野に進出した。以降、繊維と工業製品の両事業でグローバル展開を行っている。

2001年、創業70周年を機にグンゼ産業株式会社から現在の社名に改称した。社名は「Global Sophisticated Intelligence (グローバルで洗練された知性)」と「創造(Create)」「新しい方向(Reorient)」「曙の女神(Eos)」の単語の組み合わせでつくられている。

「新しい商材やビジネスを創造し、近未来の夢といわれていたものを現実に変えていく。そんな意味が社名に込められています。次代を創るビジネス・プロデューサーとして、世界中から商材を調達、ときには自社製品を生み出すことで、明るい未来の創造に貢献していきます」(楠田氏)

数年前からオフィス移転は  
経営上の大きな課題の一つとなっていた

「当社は約30年にわたり、千代田区九段下に立地するオフィスビルに本社を構えていました。1974年竣工の旧耐震ビルで、1フロア面積は約200坪。移転前は3フロアを使用していました」(楠田氏)

2011年に東日本大震災が発生したときは、従業員の安全性の確保を理由にオフィス移転が議論になったという。それ以降も移転は経営上の大きな課題の一つとなっていた。「オフィスマーケットや賃料データ、多くのオフィス関連情報を持つ三幸エリートさんには、定期的に相談をしていました」(飯田氏)

BCP、業務効率、スペース効率の改善には  
オフィス移転がベストな解決策だった

2020年、同社でも感染予防対策として在宅勤務を導入

した。それをきっかけにオフィス移転プロジェクトが立ち上がった。

「従業員の安全性の確保のほかにも、フロアの分散による業務効率の悪さや従業員同士のコミュニケーション不足といった課題の解決も求められていました。さらに執務室内には柱がたくさんあり、多くのデッドスペースが生じていました。それらの多くの課題に取り組むにはオフィス移転がベストな解決策だったのです」(楠田氏)

全て自社内だけでプロジェクトを  
遂行することは困難と判断した

オフィス移転を進めるにあたり、三幸エリートと打ち合わせを重ねていった。

「三幸エリートさんからは、物件選定の前段となるワークプレイススタディ(各種働き方調査、必要面積の策定、シナリオ策定)といったコンサルティング業務から、物件選定後の『基本設計支援』『内装工事管理』『コスト管理』『原状回復見積』といったプロジェクトマネジメント業務までをトータルで行うサービスの提案がありました。私どもにとって、これだけの大規模な移転プロジェクトというのは初めての経験です。全て自社内で行うのは難しいと判断をしてトータルサービスをお願いしました」(飯田氏)

新本社の面積を大幅に縮小したのは、経営会議を重ねる中で現行面積の30%削減を目標にしたことが理由となる。

「そして削減目標として生まれた面積が400~500坪でした。移転先の立地は都心3区。まずは面積と立地を優先条件にして物件の提案をお願いしました」(楠田氏)

そうして数十棟のビルが移転先候補として提案される。それらの候補ビルを対象に、テストレイアウトの検証が何度も行われた。

「移転先を確定するまでに二転三転しました。エリアを絞り込んだり、逆に広げたり。この先、数十年にわたって働く場所と考えると、時間をかけてでも満足のいくオフィス探しをする必要がありました」(飯田氏)

移転によって大幅な面積縮小が求められる。依頼した会議室利用度調査、収納量調査などの結果から、現状把握を行った。そして三幸エースからは、フリーアドレスを採用し、多くのABW機能を付加させたレイアウトの提案を受けた。

2022年4月に新オフィスの契約を締結したが、その後も数多くのシミュレーションをお願いする。特に、通勤費調査は最寄り駅を変えながら何度も依頼したという。「旧オフィスは複数の路線が使い、どの駅からも徒歩10分程度の距離に位置していました。そのため、会社が従業員の居所を勘案し、最寄り駅がどの駅になるのかを決めていました。その結果、一定の妥当性のもと、コストを抑えた路線経路となっていました。新オフィスは駅から徒歩2分。アクセス面で大幅に向上できるものの、比較的高コストの都営地下鉄の駅になります。従業員の利便性とコストの両面を考慮し、かつ妥当性のある運用ルールを決めるためには、どの程度のコスト上昇になるのかを事前に判明させる必要がありました。そこで通勤費シミュレーションの資料を作成していただいたのです。明確なコスト情報をもとにした資料でしたので、運用ルールを決めるにあたり非常に有益な資料となりました」(大熊氏)

### 中期経営計画とリンクさせて オフィスコンセプトは「Connecting」とした

物件選定が終わり、プロジェクトマネジメントのフェーズに入る。同社からは10名のコアメンバーが移転プロジェクトに参加した。主なメンバーは、経営企画部門、総務部門、システム部門、営業戦略部門。そこに三幸エースのプロジェクト担当と内装デザイン会社の担当が加わり定例会を実施していった。

「三幸エースさんには、定例会の中で方向性を導く役割を担っていただきました。その他、全体の予算管理、スケジュール管理をしていただいたので、自分たちは目の前の課題解決に専念することができました」(大熊氏)

そうして新オフィスのオフィスコンセプトとレイアウトコンセプトが決まる。オフィスコンセプトは「Connecting」とした。

「当社は中期経営計画で、当社グループをさらに進化・成長させて、新たなステージへCONNECTする『GSI CONNECT 2024』を掲げています。新オフィスでは、社内の個々のメンバー、各部門、ビジネスパートナーとの繋がりを通じて新たなイノベーションを起こしたいと思っています」(楠田氏)

レイアウトコンセプトは「Open communication with

fun」。フリーアドレスの採用や利便性の良い会議室、リフレッシュスペースの確保などで、従業員は楽しみながら柔軟なワークスタイルや活発なコミュニケーションを実現する。そんな働き方を願って考えられた。ちなみに当初は「Open communication」だけであったが、最後に同社の吉永社長によって「with fun」が付け加えられたという。

### 多様な働き方に合わせて さまざまな働く環境を整備した

それでは新オフィスを見ていこう。エントランスの左側には会議室を集中させている。

「旧オフィスでは大人数で使用できる会議室が3室ありましたが、必ずしもその広さが必要な会議室ばかりではなかったため、スペースの無駄が生じていました。新オフィスの会議室は9室。稼働率や適正人数を考えた設計となっています」(大熊氏)

執務室への入室は高度なセキュリティを求めた。「大阪支店では指紋認証システムを導入しています。セキュリティ的には問題ないのですが、今後の感染症対策を考えると直接触れるシステムは変更しようと。結果的に、当社では初めてとなる顔認証システムを導入しました」(大熊氏)

「かなり精度が高い認証システムですね。何よりもICカードなどの発行管理業務が不要になったことで、業務



の大幅な改善ができました」(楠田氏)

「入室管理だけでなく、体温検知も行えるため従業員の健康管理もしっかりとできるようになりました」(飯田氏)

執務室は開放的な空間で、窓側がコラボレーションエリア、内側が執務エリアとなっている。

「コラボレーションエリアには、『テーブル席』『ソファ席』『カフェカウンター』『人が集まりやすいAgora Space』など、用途に応じたさまざまな席を備えました。もちろんどこで仕事をしても自由としています」(大熊氏)

「執務エリアは入口手前が管理部門のグループアドレスエリア、奥が営業部門のフリーアドレスエリアとなる。そしてその接合点には『Big Table』を配し、部門を超えたコラボレーションを促進しています」(楠田氏)

その他、勉強会の会場としても使用可能な「可動式デスクエリア」。今後の働き方を考えた「リモートワーク用ブース」を配置。今後の多様な働き方に対応する。

### 目指したのは「繋がり」の場の構築。 それこそがオフィスの役割と考えている

移転後3ヵ月が経過したことで、新オフィスで働く従業員を対象に「オフィスアンケート」を実施した。「移転前にもアンケートを行ったのですが、回答率はともに高かった。それだけ従業員の関心も高かったので

しょう。移転後のアンケートによって、新オフィスに導入した機能の一つひとつに対する意見を収集できましたので、今後はそれらの内容を検証し、より良いオフィスにしていきたいと思っています」(大熊氏)

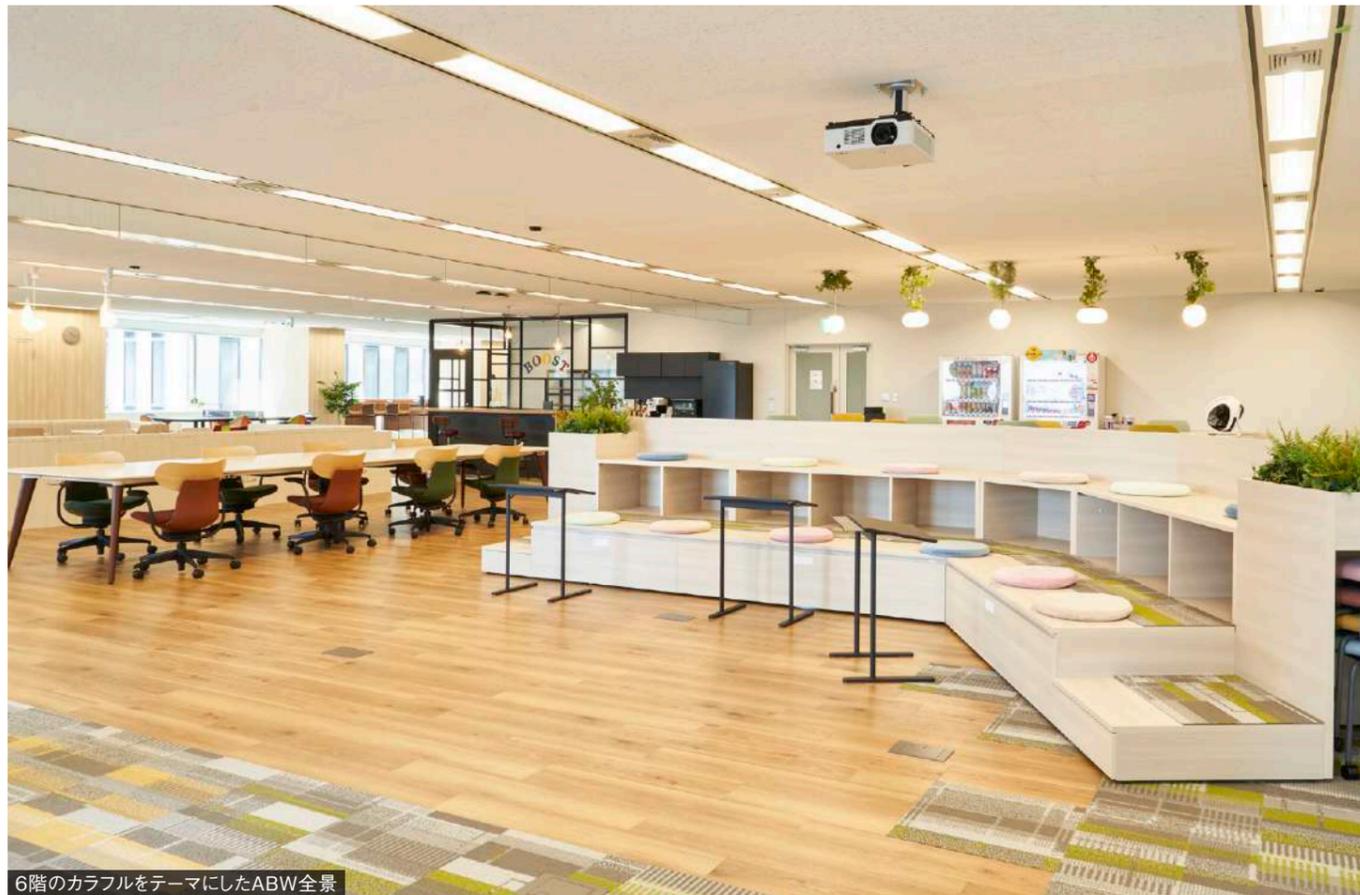
「人と人との交わり、それは生活するうえでとても重要です。きっと社内も同じことだと思っています。誰かに会える場所。そんな「繋がり」がオフィスの役割だと感じています」(楠田氏)

「在宅勤務とオフィスへの出社をバランス良く、働き方にメリハリをつけることができるオフィスになったと思います。働く環境を整備することで利便性を高める。それが従業員のストレス軽減に繋がれば、今回の移転プロジェクトは成功だったのではと思っています」(飯田氏)

GSI Creos

株式会社GSIクレオス

次代の生活品質を高める事業の創造者として人々の幸せを実現する株式会社GSIクレオス。今後もグループ企業間の連携をより一層深めながら、SDGsの達成に資する「環境」「生活・健康」「エネルギー」分野の事業を深耕・拡大し、企業価値の向上を図っていく。



6階のカラフルをテーマにしたABW全景

三幸エステートの先進オフィス事例

## 株式会社HBA

# 旧オフィスでの課題を改善して 従業員のエンゲージメントを高めた

システムインテグレーション、アウトソーシング、ソフトウェア開発をメイン事業として、ITソリューションを提供している株式会社HBA。旧オフィスの課題改善を理由に2023年3月、オフィス移転を実施した。新オフィスでは、「共創」を目的としたビジネス空間の構築を実現している。今回の取材では、新オフィスのコンセプトや特長を中心にまとめた。



株式会社 HBA  
経営企画本部 副本部長

高野 達氏



株式会社 HBA  
ICTソリューション本部  
データマネジメント部 部長

佐々木 要氏



株式会社 HBA  
ICTソリューション本部 クラウドソリューション部  
クラウドソリューション一課

北川 茜氏



三幸エステート株式会社  
プロジェクトマネジメント部  
プロジェクトマネジャー

板羽 尚大

## contents

- ・札幌で創業後、3つの事業をメインにITソリューションを提供してきた
- ・旧オフィスの課題改善にはオフィス移転が不可欠だった
- ・スケジュール管理、コスト管理など自社だけで行うのは困難だと判断した
- ・社内でプロジェクトチームをつくりオフィスデザインについて議論を重ねた
- ・デザインコンセプトは、フロアごとに「カラフル」と「ナチュラル」とした
- ・新オフィスの一番の特長は、フロアの四分の一以上の面積を持つABWエリア
- ・目指したのは「繋がり」の場の構築。そこそがオフィスの役割と考えている

### 札幌で創業後、3つの事業をメインに ITソリューションを提供してきた

株式会社HBAは、1964年4月に北海道ビジネスオートメーション株式会社として設立。「ITとHumanityの融合により、お客様と社会の幸せに貢献します。」を経営理念に、北海道のIT産業を牽引してきた。現在も、システムインテグレーション事業、アウトソーシング事業、ソフトウェア開発事業の3つの事業をメインに高度なITソリューションを提供している。

札幌を起点に道内各地に営業所を増やしなが、東京、関西、山梨、そして海外への進出を果たしている。東京への進出は1976年のことだった。

東京拠点は開設から今まで何度かオフィス移転を行っており、札幌本社との行き来を考え、羽田空港とのアクセスを重視した立地で拠点展開を行ってきた。

### 旧オフィスの課題改善には オフィス移転が不可欠だった

旧オフィスは、東品川に立地するオフィスビルの3フロア、合計約670坪を使用し、入居して約30年が経過していた。東京オフィスは首都圏市場のソフトウェア開発事業の拠点という位置づけで、全社の50%近くを売り上げており、約250名の従業員が所属している主要拠点となっている。

そんな旧オフィスでは4つの課題を抱えていたという。「一番大きな課題は『ビルの老朽化』です。かなりの築年数が経過しており、過去の地震の影響かはわかりませんが、窓ガラスに亀裂が入るなどの不具合が発生していました。BCPを考えたときに安全性の面から至急の対応が必要でした。二つ目は『手狭感』です。首都圏での事業拡大によって人員を大幅に増やしたため、座席数が足りなくなる直前でした。三つ目は『感染症対策』です。三密を避けるためには一定の距離を保てる空間が必要でした。在宅勤務は導入していましたが、それだけでは対策としては不十分だったのです。そして四つ目は『コミュニケーション不足』です。企業カルチャー改革のためにコミュニケーション活性化を進めているのですが、

旧オフィスはフロアごとに部署を分けていたため、他部署同士のコミュニケーションが円滑に取れていませんでした。その対策として5階フロアにコミュニケーションエリアをつくったのですが、なかなか人が集まらなくて。社員同士がもっと自然な形でコミュニケーションがとれる環境をつくりたいと思っていました」(高野氏)

### スケジュール管理、コスト管理など 自社だけで行うのは困難だと判断した

同社から相談を受けたのは、札幌本社との付き合いもある三幸エーステートだった。これまでも関西ソリューションセンター、山梨ソリューションセンターで移転のサポートを行ってきた。

「三幸エーステートさんには、品川エリア内の空室物件状況を調べていただきました。その中の1棟が立地、面積、予算が、当社の希望していた条件にピッタリの物件でした。ほぼ即決です。すぐに条件の交渉に入っていただきました」(高野氏)

2022年8月に賃貸借契約を締結。1フロア約450坪の6〜7階。合計約900坪と拡張移転となった。2023年4月からの入居を想定すると、わずか半年たらずしかない。そこで必然的にオフィス構築のプロジェクトマネジメントを三幸エーステートに依頼をした。

「スケジュール管理、コスト管理、関係各社との調整など、専門的な知識が必要になります。全てを自社だけで行うのは無理があると判断してお願いしました」(高野氏)

### 社内でプロジェクトチームをつくり オフィスデザインについて議論を重ねた

まず社内でプロジェクトを組成した。メンバーは、東京の各部署から招集した10名ほどの従業員となる。「オフィスのレイアウトデザインを検討するチーム、ネットワークや設備系のチーム、全体のバランスを考えるチームに分けて進めていきました。過去のオフィス移転は主に総務部門が主体となりましたが、今回は解決すべき課題が多いオフィス移転プロジェクトです。そのため、現場の意見もしっかりとヒアリングする必要があると考えま

した。同時にそうすることで従業員のエンゲージメントの向上にもつながると思ったのです」(佐々木氏)

そうして同社で構成されたプロジェクトチームと三幸エステートのプロジェクトマネジャー、内装デザイン会社が一体となってオフィスづくりを進行していく。

「オフィスコンセプトは『コラボレーションができるオフィス』としました。旧オフィスは仕切りを多く用いたため、偶発的なコミュニケーションが生まれにくくなっていました。それで新オフィスでは、仕切りを大幅に減らすデザインを目指したのです」(北川氏)

「入居人数から割り出して大まかなスペース配分を行いました。それをもとにレイアウト案を作成いただき、その提案に要望を加えていく。その繰り返しでした」(佐々木氏)

プロジェクト全体の事務局は、三幸エステートプロジェクトマネジメント部の板羽尚大が担当した。

「工事期間を考えるとレイアウト案は約2ヵ月で確定させる必要がありました。曖昧なまま進めてしまうと、今後の工程に支障が出てしまいます。特にデザインに関しては活発な意見が出ていましたので、都度内容を確認しながら速やかに判断をしていきました。それによって生じる関係各社とのスケジュール調整にも気を使いましたね」(板羽)

「定例会ではしっかりとサポートしていただきました。通常の業務を抱える中でのプロジェクトでしたので、効率的な時間の使い方ができてとても助かりました」(北川氏)

「各社との調整でも、常に私どもの目線で交渉をしていただきました。スケジュールもコストも安心してお任せできました」(佐々木氏)

## デザインコンセプトは、フロアごとに「カラフル」と「ナチュラル」とした

「旧オフィスでは、席の配置の関係で一日中ブラインドを下げていました。そのためせっかくの天気でも、景観を楽しむことができません。新オフィスではもっと開放的にして、スペースの有効性を高めたいと思っていました」(北川氏)

レイアウトを考えるヒントとして、三幸エステートの関連会社のオフィス見学やWebサイトの数多くのオフィス紹介記事を参考にしたという。

そうして具体的な内装デザインの工程に入っていき。「社内のDX化を進める」「新規事業を創出させる」「ブランドバリューを向上させたい」といった課題を踏まえて、デザインのテーマを「個人と組織が一体となって、双方の成長に貢献しあう空間にする」とした。

「デザインテーマを突き詰めていく中で、『共創』『コラボレーション』『十人十色』といったキーワードが浮かび上がってきました。そこからさらに発展させて、受付・エントランス、ABWエリア、営業・管理系を中心に構成した6階は『カラフル』、技術・開発系が中心となる7階は『ナチュラル』としました」(佐々木氏)

「今までの『東京支社』から『品川コラボレーションオフィス』と名称を変更しました。移転を機に、新オフィスのコンセプトを表現したネーミングにしたのです」(高野氏)

## 新オフィスの一番の特長は、フロアの四分の一以上の面積を持つABWエリア

6階の**受付・エントランス**から執務室に入ると目の前に開放感あふれるABWエリアが現れる。エリア内には、



「ハイテーブル」「スクリーンエリア」「ベンチ・ソファ」「ブロックソファ」「バーカウンター」「無人コンビニ」「ダーツエリア」「卓球テーブル」などの、存在感のある機能がバランス良く配置されている。

「このABWエリアが新オフィス最大の特長となります。誰かと一緒にランチをとる場、気分を変えて働く場、リラックスして会話を楽しむ場。多様な用途に応じた環境を提供しています」(北川氏)

応接・会議室は、ABWエリアの北側に置かれている。「来訪いただいたお客様は、このABWエリアを通して、応接・会議エリアに向かうことになります。少しでも当社の雰囲気を感じてもらえればと動線計画をしました」(高野氏)

「応接・会議室は旧オフィスよりも減らしています。旧オフィスでは通常の会議室でオンライン会議を行っていたケースが多かったからです。それならば将来的な働き方を見据えて、個室ブースや**Web会議用ブース**を増やそうと判断しました」(北川氏)

「その他、High-Lowを組み合わせた作業デスク、歩いている人と視線が合うように高さを調節したテーブルなど、今までになかった家具も採用しています」(佐々木氏)

7階は、ABWエリアや個室ブース、Web会議用ブースを一部に取り入れながら、技術開発の部署を集中させた。そのため固定席が中心となっている。もちろんユーザーなどの現場常駐の従業員が帰社時に業務をするためのフリーアドレスも用意している。

## 目指したのは「繋がり」の場の構築。それこそがオフィスの役割と考えている

移転後、まだ問もないが新オフィスで働く従業員を対象にアンケートを行った。全員ではないが、「移転して良かった」が96.2%と満足度の高い数字が出ている。満足している点は、「デザイン」が最も多く28.4%、次に「立地」が25.7%、「執務スペース」が14.9%と続く。

「今までの利用駅を継続している人にとっては少し距離が遠くなりましたが、最寄り駅からは直結の利便性を誇ります。その点も評価が高い理由なのかもしれません」(北川氏)

このようにして新オフィスが完成した。最後に、オ



フィスに対する思いを語っていただいた。「何年前かは現場に常駐する業務でした。たまにオフィスに戻ってくるのですが、自分の席がないときは寂しい思いがありました。やはり自分が帰る場所があるとホッとします。そんな安心感がオフィスにはあると思います」(北川氏)

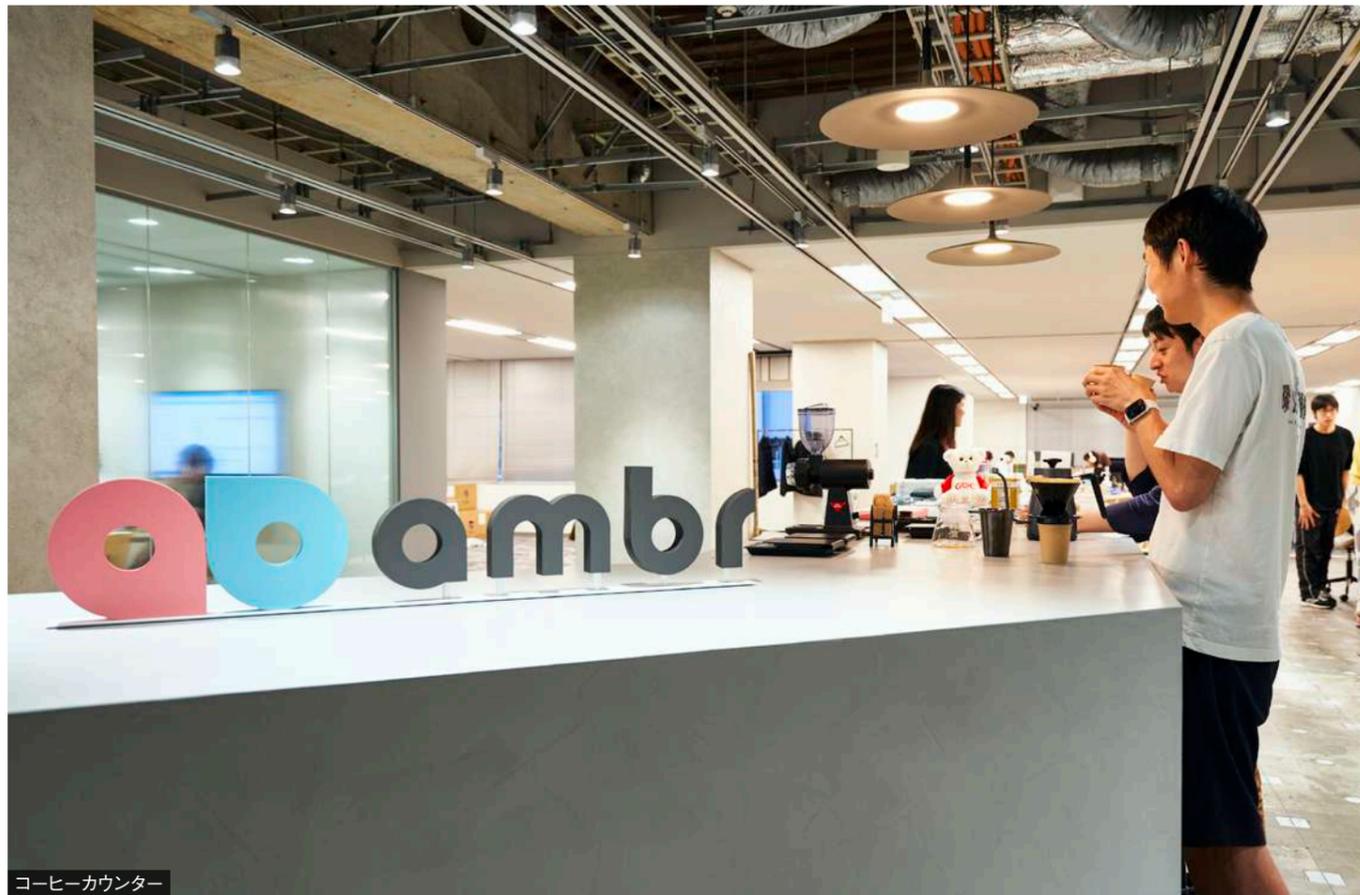
「コロナ禍では3割出社としていました。在宅勤務を中心とする中で孤独を感じる従業員も少なくなかったと聞いています。やはり人と人のコミュニケーションはオンラインでは生まれにくいかもしれません。だからこそ新オフィスでは『繋がり』にこだわったのです」(佐々木氏)

「対面での会話を楽しめる場をつくることで、従業員のエンゲージメントが高められると考えました。また、中期経営計画でイノベーションによる事業構造変革を掲げているのですが、その達成のためには社員同士はもちろん、お客様やパートナー企業などさまざまな人や会社と「コラボレーションする」ことが重要だと感じています。そしてこのオフィスから総合力や技術力などHBAの持つ魅力をもっと社内外に発信していきたい。そのためにオフィスを活用した色々な仕組みやイベントを考えていきます。そのような意味においてもオフィスは必要だと思います」(高野氏)

**株式会社HBA**

「IT」で「幸せ」に挑む。それを最大のミッションに最適なソリューションを提供してきた株式会社HBA。今後も高い創造力や技術力を持つプロフェッショナルとして、社会全体の「幸せ」の実現のために各種事業を拡大していく。





コーヒーカウンター

三幸エステートの先進オフィス事例

## 株式会社 ambr

# 「Playground」をコンセプトとし、遊び心のあるオフィスをつくりあげた

仮想空間の可能性を信じて2018年に設立された株式会社 ambr。その後の事業計画、人材確保も順調に推移し、2023年1月にオフィス移転を行った。新オフィスは「Playground」をコンセプトにした開放感のある空間となっている。今回の取材では、新オフィスの概要や新機能を中心にお話をお聞きした。



株式会社 ambr  
代表取締役 CEO

西村 拓也氏



株式会社 ambr  
CXO

番匠カンナ氏



- ・新しいエンターテインメントの可能性をVRに感じて創業した
- ・旧オフィスの立地は東中野に。モノづくりの空気感を共有するための戦略だった
- ・今回、移転を検討した理由は手狭感の解消と働くエリアの再考
- ・オフィスコンセプトは、企業ビジョンと重ね「Playground」とした
- ・仕事をする場から人と会うための場に。オフィスの役割が変わっていく

## 新しいエンターテインメントの可能性をVRに感じて創業した

2018年8月に株式会社 ambr を設立した西村拓也氏。学生時代は法律・政治を専攻しており、特別にVRとの関わりが深かったわけではない。

「幼いころからエンターテインメント、特にハリーマスターやデジタルモンスターのような世界感がものすごく好きでした。その世界観は、その後の人生観や自己形成において大きな影響を受けています」(西村氏)

一昔前であれば、そういった世界への入口は本を読む、映画を見るといった、文字や画面越しの体験で成り立っていた。しかし現在はVR技術を使うことで容易に別世界への体験が可能になっている。

「それも今まで想像することすらできなかったような体験です。その世界は日々進化し続けています。そんな世界をつくることに参加したい。そして仮想世界の可能性をもっと広げていきたい。そんな思いで起業しました」(西村氏)

起業当時はすぐにビジネスとして成立するとは考えていなかったという。まずは多くの人に楽しんでもらい、人々の生活に感動や喜びを伝えたい。そうすることで、おのずと結果はついてくると考えていた。

そんなビジョンに共鳴して2021年から参加しているのが、現在CXO(チーフ・エクスペリエンス・オフィサー)という肩書の番匠カンナ氏だ。

「私は、約8年にわたって設計事務所で働いてきました。そこでのゴールは設計した建物を完成させることです。しかしVRの世界では、建物をつくる行為はあくまでも体験づくりの一つに過ぎません。最終目的は、ユーザーに心に残るような強い体験をしてもらうこと。空間で流す音楽やインタラクションによっても体験する内容が大きく変わってきます。ですから全体を俯瞰的に見なければいけません。そこが今までの設計に無かった魅力になります」(番匠氏)

ちなみに社名の ambr であるが、特に何かの意味を示

唆しているわけではない。仮想の世界をつくる会社ということもあり、あえて意味のない文字列を並べた結果だという。

## 旧オフィスの立地は東中野に。モノづくりの空気感を共有するための戦略だった

起業後、インキュベーション施設で開発を行っていたが、人員の増加によりオフィス移転を実施。新オフィスに移転する前は、東中野に立地するオフィスビルを本社としていた。

「多面的にコンテンツ事業を手掛けていく方針の中で、アニメ会社が集積するエリアに身を置き、コンテンツカルチャーの空気感や文化を共有したいと考えました。実際に協業した事例はありませんが、エリアの持つ雰囲気を感じるだけでもプラスに作用すると思ったのです」(西村氏)

約60坪の面積であったが、移転直前には入居人数も30人超に増えていた。会議室は1室だけ。机が並んでいるだけのオフィスだったという。

「新型コロナウイルスの発生前は原則出社で、緊急事態宣言時に在宅勤務制度を導入しました。宣言の解除後は週1回の出社ルールにし、その運用は現在も続けています」(西村氏)

## 今回、移転を検討した理由は手狭感の解消と働くエリアの再考

今回のオフィス移転には、オフィスの手狭感、打ち合わせスペース不足といったオフィスの「広さ」に関する改善点に加えて、働くエリアを再考したいという目的があった。

「今まではクリエイティブを重要視して東中野というエリアで成長してきたわけですが、次なる課題は技術力だろうと。そうしてテクノロジーが強いエリアを移転先の候補としたのです」(西村氏)

2022年7月から物件探しがスタートする。広さ、空気感、賃料などを総合的に検討していく。広さは中長期的

な採用計画を想定して、200坪前後の広さを求めた。その結果、文京区内に条件が一致するオフィスビルを見つけることができた。

「VRを含めた先進の技術力を強みにしている企業が集積しているエリアです。私どもにとって最適な移転先でした」(西村氏)

入居を検討していたフロアは、全方位に窓があり、200坪という広い面積でありながら密閉感がなかったのも魅力の一つだったという。

## オフィスコンセプトは、企業ビジョンと重ね「Playground」とした

移転先が決まり、オフィスの構築フェーズに入る。オフィス内装会社に打ち合わせから参加してもらい、デザインの提案を受ける。その提案に対してクリエイティブディレクションとして番匠氏が要望を返していく。

「9月に、一回目のレイアウト案が提出されました。以降、4名のプロジェクトメンバーで意見を出し合って進めていきました」(番匠氏)

「当社には『The World is a Playground』という企業ビジョンがあります。その訳を『楽しみに満ち溢れた世界』としています。私は、エンターテインメントの作品にワクワクすることで、世界を前向きに捉えることができました。今度は、当社が制作するVRで、色々な体験を提供していきたい。そんな思いをビジョンに込めています」(西村氏)

「このビジョンは、全ての従業員のもので。それならば、新たに働く空間にも適応すべきと考えました。それでオフィスコンセプトを『Playground』としたのです」

(番匠氏)

新オフィスには多様な部分に「遊び」が演出されている。エレベーターを降り、ガラス扉の中に入る。手前にはコーヒーカウンターを配置。よくありがちな無人受付システム用iPadはどこにもない。

「来訪者に気づいた人が取り次げばいい。そんな単純な考えです」(西村氏)

「オフィスに入って、無人受付があって、内線して。一般的にはそれがよしとされていることでも、『Playground』というコンセプトを活かそうと思ったときに違った方法が見えてきたのです。このコーヒーカウンターには、常駐で誰かが座っているわけではありません。ただ、美味しいコーヒー目当てに人が集まる。そんな自然発生的な場所にしたかったのです」(番匠氏)

「受付には壁もなく、視界が遮られることもありません。これなら当社に訪れた方々に風通しの良い社風を伝えることもできます。特にこれからの人材採用はファーストインプレッションが重要といわれています。今のところ、狙い通りの結果が出ています」(西村氏)

よく見ると、コーヒーカウンターの上部だけ天井がない。「私が指示を出しました。まだまだ成長過程の会社でもありますので、あえて造作を完成させない方が、当社らしいと思ったのです。また、こうすることでより開放感をデザインできると考えました」(番匠氏)

従業員からの要望は大きく2つ。1つは会議室が足りない点だった。そこでエントランス左側の大空間「Play Area」内に会議室3室を用意した。コンセプトである「Playground」にあわせて、それぞれ室名を「Swing」「Seesaw」「Sunaba」としている。「Swing」「Seesaw」

は6名用、「Sunaba」は10名用となっている。

「全従業員が出社する木曜日だけは、社内ミーティングが多いため稼働率がとても高いですね。それを想定してたくさんのおpensペースを用意しています」(番匠氏)

2つ目が開発チームからの要望でVR検証エリアの新設だった。そこでPlay Area内にVR専用のエリアを確保した。

「音響機器にもこだわりました。最新のシステムでVRの体験ができます」(西村氏)

その他、全社の報告会や軽食をとりながらのワークショップ、スクリーンに投影しながらのゲームイベントや映像鑑賞などを行う場として活用される。このエリアが外部向けのコミュニティエリアとなる。

「この空間から新たな交流が生まれ、さらには採用にも影響を与えるようなスペースになることを願っています」(番匠氏)

ちなみに同社には「Play to Learn」という社内福利制度がある。ゲーム機やエンタメへの補助、ワークショップでの食事代、プレゼン発表者への商品費用など、「遊びながら学ぶ」を実践している。

執務室はエントランスから向かってカフェカウンターの先の奥側に配置した。このエリアは内部向けのコミュニティエリアと設定されている。手前には卓球台を配置。自由な時間にプレイでき、リフレッシュや発想の転換に役立てばと考える。卓球台は、大手卓球メーカー製で打ち合わせスペースとしても使用される。

実際はカフェゾーン。丸テーブルや懸垂器具が置かれる。その奥が執務室ゾーンとなる。同社は、企画、開発、営業、バックオフィスで構成されている。デザイナーや開発スタッフが半数以上を占めるため、固定席を採用している。席数は約100席。今後の採用計画を見据えてレイアウト計画を行った。

「オフィス全体のオープンな雰囲気は、神奈川工科大学内のKAIT工房という建物を参考にしました。鉢植えが単純に置かれているように見えて、実は細かく計算されている。ここはそこまでの計算はしていませんが、そんな雰囲気を目指しています」(番匠氏)

## 仕事をする場から人と会うための場に。オフィスの役割が変わっていく

「全員が同じベクトルに向かって一つのものをつくりあげていく。モノづくりをしていると、その熱量がとても大事だと感じることがあります。熱量は何よりもフィジカルな体験で生まれやすいと思っています。そんな働く



Communication Area

卓球風景



開発風景

環境をつくりたかったのです」(西村氏)

VRの開発会社ではあるが、バーチャルオフィスの検討は全くしなかったという。

「VR技術が進化しているといっても、まだまだ進化途中にあります。そこにオフィスの機能を全部持たせられるかという点と足りないことだらけです。もちろん、以前と比べたらVR導入のハードルは低くなりつつあるのかもしれませんが。しかしどんなにVRが進化しても、仕事終わりに軽く一杯、といった部分は不可能です。そうなるまでバーチャルと対面でのいい部分の使い分けになるのだと思います」(番匠氏)

「当社が唱えている『楽しみに満ち溢れた世界』の実現のために、従業員がいつでも集まれる場が不可欠でした。そのためには費用をかけてでも絶対的にオフィスは必要だったのです」(西村氏)

「近未来の世界では、オフィスのあり方はだいぶ変わるはずですが、これまでのような執務室を中心としたオフィスではなく、コミュニケーションシーンを目的としたオフィスが主流になると思っています。それを考えると、全面芝生のような、机のないオフィスでも成立するかもしれません。それでもオフィスは必要だと考えています」(番匠氏)



創業以来、VRSNSの開発や仮想空間のプラットフォームの構築など、メタバースクリエイティブスタジオとして展開してきた株式会社ambr。世界三大ゲームショーの一つである「東京ゲームショー」のVR会場の開発など、日本を代表するVR開発の会社として成長し続けている。



会議室よりPlay Areaを臨む



PlayArea全景



会議室



シャボンティ諸島「テーブルエリア」

三幸エステートの先進オフィス事例

## 株式会社エンファクトリー

# 新オフィスのコンセプトは「Play Adventure」。自由な働き方を象徴するオフィスを構築した

ECサイトを中心としたマーケティングサービスや各種専門家とのマッチングサービスを展開している株式会社エンファクトリー。2023年4月、働く環境の向上を目的にオフィス移転を実施した。新オフィスには、自由度の高い働きやすい機能が設けられているという。今回の取材では、新オフィスのコンセプトや具体的な機能についてお話を伺った。



株式会社エンファクトリー  
みんなのユニット  
ユニット長

花崎 亜希子氏



株式会社エンファクトリー  
みんなのユニット  
みんなのスタッフ

浅尾 真由氏



- ・たくさんのen(縁)を大事にする。そんな気持ちが事業の根底に流れている
- ・従業員のモチベーションの向上を求めてオフィス移転を決断した
- ・新オフィスのコンセプトは根底に流れていた「Play Adventure」
- ・オフィスの中には、対面ならではの必要なシーンがたくさんある

## たくさんのen(縁)を大事にする。そんな気持ちが事業の根底に流れている

総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアウトより、2011年4月にスピニアウトし、さらなるサービスの拡充を目的に株式会社エンファクトリーとしてリスタートした。

設立当初から人材理念に「専業禁止!! ~生きる力、活きる力を身につける~」を掲げてきた。もちろん単純にパラレルの働き方だけを推奨しているわけではない。そこには「これからの不確実な社会に適応するためには、生活や働き方、生き方をデザインし、生きる力を身につけることが重要である」といった考えが根底に流れている。現在、その理念に共感して集まってきた従業員は約50名。中には、北海道や鹿児島といった遠い地域からフルリモートで働く従業員も存在するという。

同社の事業は、大きく3つに分類したユニットで構成されている。1つ目が「ショッピングユニット」だ。「私と暮らしとアップデート」をミッションにライフスタイル型のセレクトショップ「スタイルストア」を運営する。他社との違いは、取り扱っている商品群にある。社内のバイヤーが全国を奔走して商品化計画を実施し、地方の工房で制作された作品など、こだわりを感じさせる商品が大多数を占める。その他、着物や地域といったテーマを絞ったECサイトの運営を行っている。

2つ目は「プロクルユニット」。これはさまざまな分野の専門家と企業、個人をマッチングさせるサービスとなる。「企業の課題解決に向けて専門家へのアサイン」「専門家の知見を使ったWebサイトの制作支援」「相談したい分野の専門家探しのサポート」といったメニューを揃えている。

そして3つ目が、「ライフデザインユニット」と呼ばれるものだ。企業向け越境学習「複業留学」のピアラーニング、越境・対話型オンライン研修「越境サーキット」の実施、個と組織の成長を促進するプラットフォーム「Teamlancerエンタープライズ」の提供を行う。

「各ユニットだけを見るとまったく異なる事業に見え

すが、実は「人」「縁」「支援」といったキーワードがベースにあります。当社の最初の事業である「ショッピングユニット」に関しても、高品質な商品と買い手との有益なマッチングが目的でした」(花崎氏)

## 従業員のモチベーションの向上を求めてオフィス移転を決断した

旧オフィスは、JR恵比寿駅から徒歩圏内のビルに入居。使用面積は80坪。約40名が勤務していた。

「普通に机と椅子を並べただけのレイアウトでした。コロナ禍で次第にWeb会議が増えたのですが、周辺の雑音が業務を妨げていました。このままアフターコロナを迎えたとしてもWeb会議は続けていきます。業務効率の向上のためにもWeb会議専用ブースを早急につくる必要がありました」(花崎氏)

2022年10月、ハイブリッドの働き方を前提に移転の検討に入る。出社率を考慮して、面積縮小も視野に入れた。立地も、旧オフィスの周辺だけではなく全方位的に広げた。新宿、五反田、大手町と内見を行っていく。その中で大手町駅から徒歩圏内のオフィスビルに出会った。旧オフィスと変わらず80坪を確保しながら月額賃料は変わらない割安感のある物件だった。そうして移転探しから約2ヵ月。2022年12月に契約を締結した。

2023年1月からオフィスデザインのフェーズに入る。なるべく多くの意見を知るために、各ユニットから選抜メンバーが集められた。その中でも中心的な役割で進行管理を行った部署が管理部門全般を担当する「みんなのユニット」だ。

「総務、経理、法務、人事、広報といったバックオフィス業務全般を専門的にを行っています。今回の移転プロジェクト



エントランス



ロゴパネル



会議室「Zipang」

は部署を横断した6名に参加してもらいました」(浅尾氏)  
内装デザインは、株式会社オールアバウト時代から付き合いがあるdada株式会社の野村大輔氏に依頼をする。

株式会社オールアバウトの移転事例  
<https://www.sanko-e.co.jp/case/allabout/>

ミーティングを重ねる中で、元々の課題だった「Web会議専用ブースの設置」に加えて、「撮影部屋と会議室の兼用」「会話が生まれやすい環境への整備」「グリーン採用によるリフレッシュ効果」など、多くの要望が寄せられた。それらの要望を野村氏に伝える。そして要望を反映したデザイン案が提出された。

## 新オフィスのコンセプトは根柢に流れていた「Play Adventure」

最初に、執務室の中央に大きなデスクを配置。デスク中心に木を茂らせるというデザインが提案された。「それを見たメンバーの一人から『ジャングルみたいでカッコいい』という発言があったんです。それは、普段から代表が口癖のように発している『冒険しよう』や『とりあえずやってみよう』といったフレーズに妙にマッチしていて。結果的にそこからオフィスコンセプトが生まれましたが、そのルーツはもともと会社に根付いていた言葉だったのです」(花崎氏)

新オフィスのコンセプトは「Play Adventure」さあ、冒険のはじまりだ!」となった。  
「木があることで直接の視線を外すことができます。そ

れでいて会話も促進できる。何よりもこの木は私たちを象徴するモニュメントになりえると思いました」(浅尾氏)  
それでは新オフィスを順番に見ていこう。

エレベーターを降りると、同社の**ロゴマークが象られたパネル**が正面に現れる。

「このパネルは旧オフィスで作成したものをそのまま使っています」(浅尾氏)

入口には、壁に取り付けられた内線電話と丸テーブル。テーブルの上には、総合受付の内線番号のプレートが置かれている。

執務室までの通路には会議室が2室。1室は「Tenjiku」と名付けられた6人用の応接会議室。もう1室が「Zipang」。ここはオンラインショップに掲載する商品の撮影を行う撮影部屋も兼ねている。当初は撮影専用の部屋を借りるという案もあったが、撮影部屋との行き来や商品の受け取り、細かい運用などを考えてオフィス内への設置となった。

「撮影日は毎週水曜日と決めています。撮影部屋が別の建物でしたら、別のユニットメンバーとのコミュニケーションが取りにくくなっていただいでしょうね」(花崎氏)

扉の奥がセキュリティに守られた執務室となる。手前にはソファやテーブル、バランスボールなどが置かれたコミュニケーションエリアが広がる。ここは「**シャボンティ諸島**」と名付けている。少年漫画「ONE PIECE」に登場する地名の一つだ。「物語の中に『また、シャボンティ諸島で集まろう』というセリフがあって。集まるを象徴する言葉としてピッタリだったのです」(花崎氏)

そしてオフィスの中央には前述したコンセプトのもとになった大テーブルがある。

「この10人がけのテーブルは『**世界樹**』と名付けました。世界中で語り継がれているさまざまな神話に登場する樹木の名前です。世界は1本の大樹で成り立っているという概念がとても気に入っています」(浅尾氏)

実際には大型モニターが並んだカウンター席が配置されている。この名称は「**グリードアイランド**」。同じく少年



世界樹と名付けられたテーブル



本棚「学びの場」



ハイカウンターテーブル

漫画「HUNTER×HUNTER」に登場する名称だ。その横の壁一面には本棚を設置。同社の「**学びの場**」というメッセージを伝える空間となっている。

「この本棚は、当社がECサイトで取り扱っている工芸作家さんの作品です」(花崎氏)

電話対応を考慮して部屋の最奥にはカスタマーサポートの部署を配置した。その途中に**ハイカウンターエリア**を配する。

「まだ完成していませんが、部署を超えたコミュニケーションの創出を目的につくりました。月1回、アルコールを提供するイベントを企画する予定です。そういった集まりがエンゲージメントにつながると思っているからです」(花崎氏)

その他、**Web会議用の部屋**が2室。稼働率はとても高いという。

「移転後にアンケートを取ったのですが、『広く感じる』『リラックスできる』『会話がしやすい』など、満足度の高い結果がでています」(浅尾氏)

「毎日出勤するメンバーは限られており、不満を訴える意見はあまりありませんでした。むしろ、複数を使える交通路線、飲食店の多さといった部分で、社内からの満足度は高まっています」(花崎氏)

## オフィスの中には、対面ならではの必要なシーンがたくさんある

旧オフィスではサヨナラパーティー、新オフィスではお披露目パーティを開催した。

「単なる飲み会にはしたくなかったので、ケータリングにも気を使いました。外部の方にも参加いただいたのですが、とても満足した様子で。それを考えると対面ならではのパワーを実感した思いです」(浅尾氏)

コロナ禍に入社してきた社員へも対面が効果を発揮したという。

「リモートだけでは、オンボーディングが難しいことを痛感しました。それで入社後もしばらくはオフィスへの出社を続けてもらい対面でのレクチャーを続けました。どんな些細なことでも対面だからスムーズにいく。そんなことを思い知らされました」(花崎氏)

「人間関係ができてい同士のリモートワークは比較的効果的だと思いますが、それでも対面で話した方がコミュニケーションは取りやすいです。テキストが中心になるやり取りではどうしても冷たい印象になってしまいますので。そういったことを踏まえて、出社したくなるオフィスづくりを目指しました」(浅尾氏)

「ハイブリッドの働き方に転換はしましたが、やはりオフィスに来ることって大事だと思っています。例えば、何かをテーマに議論するときも、言葉や表情があるからこそわかりあえるのだと思っています。だからこそ出社したときはなるべく対面でのコミュニケーションが生まれる仕組みを考えました。それはこれからも変わりません」(花崎氏)



株式会社エンファクトリー

創業以来、一貫して「en(緑)」を大事にしてきた株式会社エンファクトリー。新オフィスへの移転後は、新たな働き方での「冒険」が定着できるように考えている。そして、ここから始まる新たなチャレンジ、それらを楽しめる組織づくりを目指していく。



シャボンティ諸島「ソファエリア」



シャボンティ諸島「バランスボールエリア」



グリードアイランド



オフィス全景

三幸エステートの先進オフィス事例

## キャッシュモグループ

# 企業ブランディングと採用の強化を 目的に移転を行った

中小企業を対象に、経理・税務・財務・労務といったバックオフィス業務のアウトソーシングサービスを提供しているキャッシュモグループ。2023年7月に、働く環境の課題解消を目的にオフィスの拡張移転を行った。今回の取材では、移転の背景や新オフィスのコンセプトを中心に話を伺った。



キャッシュモグループ  
グループ代表

梶井 伸一氏



キャッシュモグループ  
コーポレート本部

堤 洸平氏



- ・新時代の働き方の提案としてバックオフィス業務をサポートしてきた
- ・企業ブランディングと採用の強化を目的に移転を決意した
- ・新オフィスは営業ツールの一つとして機能している
- ・富士山を望める眺望は、商談前の会話の広がりというプラスの要因を生む
- ・オフィスを構築する際は若手メンバーをリーダーに抜擢して進めた
- ・新オフィスのコンセプトは「スピード感」と「健康」とした
- ・オフィス移転によって、予想以上にコミュニケーションが向上した

## 新時代の働き方の提案として バックオフィス業務をサポートしてきた

キャッシュモグループは、株式会社キャッシュモ、税理士法人キャッシュモ、社会保険労務士法人キャッシュモの3社で構成。現在は、従業員数20人程度の企業をメインターゲットにして、経理・税務・財務・労務といったバックオフィス業務のアウトソーシングサービスを展開してきた。「従業員数が20人前後の企業では、経理や総務の専門スタッフを1人しか雇用することはできません。それらのほとんどの企業では、1人のスタッフが多くのバックオフィス部門を担当していると思われる。その場合、万が一、急な退職者が出た場合など、引継ぎ業務でさえスムーズにいかないといったリスクを抱えているのが現状なのです」(梶井氏)

税理士である梶井氏は、中小企業が業務拡大のチャンスを見逃してきた多くのケースを目の当たりにしてきた。そこから、企業の間接部門の包括的なアウトソーシングサービスの意義を感じたという。一般的な数字ではあるが、経理や総務スタッフは1人あたり、40万円ほどのコストがかかるといわれている。さらに、税理士や社労士などに支払う金額を加えれば、毎月60万円ほどが必要となる。キャッシュモグループのサービスは、これらの業務をワンストップで、かつ半分の値段で提供するものだ。

また、キャッシュモグループが業務拡大をしてきた背景には、バックオフィスに求められる資質が変化していることも関係する。

「経理業務を例にとると、今までは簿記資格を持っていることが最優先でした。しかし昨今はクラウドサービスの進展とともに法改正も進んでおり、デジタルへの対応力も必須になりつつあります。両方を兼ね備えた人材は、企業規模を問わず高いニーズを有するため、中小企業での採用はますます困難になってきています。そこで、優秀な人材を雇用するのではなく、バックオフィス業務のプロに完全ワンストップでお任せする。そうすることでお客様は、本業に100%集中できる環境を実現できると考えました」(梶井氏)

そのコンセプトが、多くの中小企業に受け入れられ、業務が拡大していく。それに伴って人材の採用も随時行ってきた。

「当グループのオフィスは港区(青山)と世田谷区(用賀)に構えていました。用賀オフィスは振り込みや記帳業務などの実務部隊。20人ほどのスタッフが働いています。一方、青山オフィスは、来客対応や本社機能としての役割を持ちます。青山オフィスは入居してから12年ほどが経過していました」(梶井氏)

## 企業ブランディングと採用の強化を 目的に移転を決意した

今回の移転計画を実施する前に、働きやすさの改善を行ったことがあるという。リニューアル工事は2020年3月に完成したが、運悪くコロナ禍に差し掛かったタイミングだった。

「旧オフィスの面積は約70坪でしたが、そのうちの30坪を会議室として使用していました。次第にコロナ禍も落ち着きを見せず。来客者が増えたのはいいのですが、それにより、会議室は再び不足していきました。そして、このままでは会議室だけでなく、執務室自体にも手狭感が出てしまうことが明白でした」(梶井氏)

それ以外にも、企業ブランディングを高めたい。それによって新卒・中途を問わず採用計画を強化したい。そんな強い思いが、オフィス移転を決断させたという。

## 新オフィスは営業ツールの 一つとして機能している

実際に新オフィスを訪れる来客者からは驚きや感動の声が多く上がっている。「自分たちも移転したくなった」と声をかけてくる経営者も多いという。

「中小企業の代表者は、『オフィスは最低限の機能があれば問題ない』と考える方も多く聞きます。しかし、オフィスは立派になればなるほど、自社のイメージアップにもつながります。プラスの要因が多いことに今更ながら気が付きました」(堤氏)

「まさに、新オフィスは営業ツールの一つのように機能し

ていると感じています。このオフィスを通じて、中小企業の皆様に『働きやすい空間』を持つことの重要性を示していければと思っています」(梶井氏)

そうして移転後は、来客者も大幅に増えているという。これは自分たちのオフィスを見てもらいたいという従業員のモチベーションが高まっている効果と考えている。

### 富士山を望める眺望は、商談前の会話の広がりというプラスの要因を生む

それでは、オフィス移転までの経緯を説明しておこう。移転先のオフィス探しには、以前からお付き合いのあった三幸エステートに依頼をした。移転先の条件は「費用」「広さ」「立地」。優良ビルであっても空室を抱えているケースが多い時期だったため、価格交渉のチャンスが生まれるという計算もあった。「『広さ』に関しては中期計画をもとに想定従業員数を算出しました。その結果、2026年には従業員数が200人ほどになる計算でした」(梶井氏)

コロナが収束しても、出社とリモートワークを併用したハイブリッドワークとすることは決定していた。「たとえ50%出社のルールにしたとしても毎日100名はオフィスに出社する計算になります。そうすると150坪前後の面積は必然でした」(梶井氏)

次に「立地」の検討に入る。当初はもともとオフィスを構えていた青山周辺を希望していたが、同エリアではなかなか理想的な大規模物件がない。そこで六本木や虎ノ門、赤坂といったエリアまで範囲を広げた。「三幸エステートさんからは数多くの情報をいただきました。その中で10棟ほどに絞り込み、比較検討をしていったのです。最終的に選んだのは、赤坂に立地するオフィスビルでした。面積は約200坪。旧オフィスに比べると約3倍の広さになりました」(梶井氏)

最終的に決め手になったのは、以外にも「眺望」だったと語る。六本木や虎ノ門は、ビルが林立しており、高速道

路が走っているため開けた眺望が望めない。今回選んだビルは、赤坂エリアの中でも高台に立地していることもあり、晴れているときは富士山を望むことができるという。「創業時から『日本一を目指そう』というのが社内の合言葉でした。富士山が見えることで、気分も高まりますし、商談前に会話が広がるといったプラスの効果にも期待しました」(梶井氏)

### オフィスを構築する際は若手メンバーをリーダーに抜擢して進めた

移転先が確定したことで、オフィス構築のフェーズに入る。「グループ内には4つの部門があります。今回は、『働き方を考える』ことを経験させたくて、財務コンサルティング部門の若手従業員をリーダーに抜擢しました。そのリーダーを中心に、コーポレート部門と情報セキュリティ部門が協力し合って進めたのです」(梶井氏)

2022年11月に、デザイン会社へのコンペを企画し、翌年1月に3社コンペを完了させる。2月末に今回のオフィスデザインのパートナー会社を決定。3月から工事に着手する。そこから、わずか4ヵ月で完成させる。かなりタイトなスケジュールだった。「もちろん我々は、オフィスづくりに関しては全くの素人ですから、皆様のサポートなしではできませんでした。テーブル1つを決めるだけでも、何度も打ち合わせを繰り返したものです」(梶井氏)

### 新オフィスのコンセプトは「スピード感」と「健康」とした

「我々のミッションは、中小企業の経営課題を解決することです。そのためにはスピード感が重要だと、常々言い続けています。新オフィスでは、そんな当社のスピード感を象徴できる空間づくりを目指しました」(梶井氏)

旧オフィスには3室しかなかった会議室を7室に増



室。室数を大幅に増やしたことで、予約を取りやすくした。会議室の名称には、「フレディ」「マリリン」など、誰もが知っているようなスターの名前を付けた。「これはデザイナーさんからの提案です。部屋ごとに色調を変えて、『印象に残る』ことを意識しました。その他にも数多くのアイデアをいただきました。エントランスのデザインも英国風で、とてもインパクトのあるものに仕上がったと思います」(梶氏)

同じような空間をたくさんつくるのではなく、多様な機能を用意したのも新オフィスの特長となる。「立ちながら簡易な打ち合わせができるスタンディングテーブル、お茶を飲みながらゆっくり話せるようなソファエリア、ファミレス風のミーティング席、勉強会の開催を見込んだ大テーブルのスペース、Web会議などの用途に最適な小ブース、VIP用の応接室など、多様な働く場を用意しました。自分の業務に合わせて自由に選べるようにしています」(梶氏)

加えて、昨今は健康経営が企業に求められていることを受けて、オフィス内にフィットネスジムを新設した。「オフィスには珍しい設備に見えるかもしれませんが。旧オフィスでは近くのパーソナルジムを使っていました。元社員でトレーナーに転身した者がいて、社員数名が通っていました。しかし、移転によって通いにくくなってしまいました。従業員の『健康活動』は維持したかったので、思い切ってオフィス内に造作しました」(梶井氏)

朝と夕方、就業時間外であれば自由に使えるルールになっている。「機材に関しては、実際のフィットネスジムに視察に行き、サイズ感や重量などを確かめてから購入しました」(梶氏)

### オフィス移転によって、予想以上にコミュニケーションが向上した

新オフィスは、フリースペースを広く構えたことから、ごく自然な形で従業員間のコミュニケーションが生まれているという。「いたるところで会話が生まれていますね。所属部署をまたいで、ランチをしている様子も目にするようになりました」(梶氏)

対外的なアピールや、社内のコミュニケーション強化につながるオフィス。コロナ禍では、「オフィス不要論」が一部で展開されることもあったが、やはりオフィスは必要だと強調する。

「オフィスは、従業員同士が共有できる唯一の場所です。他愛のない会話でも、何らかの『気づき』につながることが多くあります」(梶氏)

「従業員にとって、働きたくない場所、帰ってきたくない場所は絶対に必要です。それで新オフィスには色々なバリエーションを設けました。それが従業員のストレス解消や安心感につながればいいと思っています」(梶井氏)

会議室「フレディ」 会議室「マリリン」



2004年の設立以降、ミッション「良い会社を増やし日本を元気に」、ビジョン「中小企業経営のあたりまえになる」、バリュー「Challenge」を掲げて、メンバー全員で価値観を共有するキャッシュモグループ。今後も日本の未来のために躍進を続けていく。

---

# MEMO

---

# MEMO

