

2016年取材

先進オフィス事例集

～オフィスを経営の力に～

▼掲載企業（11社）

株式会社Gunosy

辻・本郷 税理士法人

株式会社マネーフォワード

PwCコンサルティング合同会社

株式会社バーグハンバーグバーグ

トリップアドバイザー株式会社

freee株式会社

株式会社永和システムマネジメント

株式会社エイチーム

株式会社セールスフォース・ドットコム

ラクスル株式会社

優れた企業文化を継承しつつ、成長に合わせてステップアップしたオフィス

ギリシャ語の「Gnosis（知識）」に由来しつつ、あえてスペルにない「U（You）」を加えることで「Knowledge for you（あなたのための知識）」の意味を込めた社名「Gunosy」。「情報を世界中の人に最適に届ける」をビジョンに掲げ、業務を拡大。2014年12月に六本木の大規模ビルへ移転を行った。その当時の過程は、前回まとめた取材記事をお読みいただければと思う。その後、わずか1年半後の2016年6月、同ビル内にてオフィスを大幅に拡張した。今回の取材では、次のステージへ成長を続けるリニューアル後のオフィスコンセプトについてお話を伺った。



株式会社 Gunosy
コーポレート本部
外所 美知子氏



株式会社 FLOOAT
代表取締役
山田 雅崇氏

事業規模拡大と新卒採用開始で、移転から1年半足らずでスペースが不足した

独自のアルゴリズムで情報をキュレーションするサービス「グノシー」を開発した3名の大学院生が起業し、2012年11月に法人化された株式会社 Gunosy。起業後、急成長を遂げ、2014年12月に六本木の大規模ビルへ本社を移転する。約270坪の面積を使用する大型オフィスであったが、想定を上回るほどの増員ペースで、移転後1年足らずの2015年9月末には早くも席が足りなくなった。そこで、次の移転先の検討にかかると同時に、オフィスデザインを担当した株式会社 FLOOAT に依頼して同年12月にレイアウト変更を行い、最終的に140席分を確保した。「レイアウト変更の効果は一時的なものに過ぎませんでした。遠からず満席になることは見えていましたから、2015年10月の時点で総務部門と担当役員による移転プロジェクトをスタートさせました。当初は、移転先エリアとして六本木のほか、渋谷・恵比寿他も視野に入れていましたね」（外所 美知子氏）

短期間に大幅な増員となったのは、事業規模拡大を背景に、新卒採用を開始したことが大きい。採用対象も、技術職と総合職がほぼ半々の割合で、理系・文系ともに積極的に採用を進め

ている。オフィス内の余剰スペースを削ることで新入社員のためのデスクスペースを確保していったが、それにも限界が来ていた。「もちろん、『スキップヒル』（社内のオープンスペース）を潰してデスクを並べれば、もう少し人が増えても対応できたでしょう。しかし、もともと、より良い就労環境を求めてこちらのビルに移転してきたのですから、この環境を悪くしたくないという思いがあり、移転することにしたのです」（外所氏）

移転先として何棟かの候補を挙げ、実際に内見をしながら検討していったが、その半ばで、期せずして現ビル内の別フロア階にまとまった面積の空室が出ることが明らかになった。同社はこれを好機とし、同フロアへの館内拡張移転をすることになった。「六本木という土地に対して、必ずしもそこまで強いこだわりがあったわけではありません。しかし、前回このビルを選択した大きな理由として、『建物自体の防災性能の高さ』と『BCP関連施設の充実』ということがありました。この部分はやはり維持していきたいポイントでしたし、社員の通勤の便を考えても、まったく違うエリアへ移転するよりは同じビル内で増床したほうが負担をかけずに済む、という結論に落ち着いたのです」（外所氏）

社員の中には、通勤の便を考えて入社後に六本木周辺の赤坂や麻布十番などに引っ越す者もいたという。また、六本木の街には昼食時や退社後に立ち寄り飲食店なども多く、生活環境が充実している点も魅力であった。

デザイン会社3社でコンペを実施し、新オフィスのデザインを決定する

同ビル内で約2倍となる527坪の面積を確保した同社は、さっそく新オフィスのデザイン選定にとりかかった。これに先立ち、旧オフィスのレイアウト変更は前述のように株式会社 FLOOAT に発注していたが、新オフィスのデザインに関しては FLOOAT を含む数社のデザイン会社でコンペを行うことになった。「移転スケジュールについてはすでにご相談を受けていましたが、

Gunosy さんは非常に決断が早かったですね。この規模の会社の移転ですと、最低でも半年、本当なら1年くらいの余裕がほしいという話をしました。その時点で私どもが受注するとは決まっていませんでしたので、可能な範囲でお手伝いさせていただくところからスタートいたしました」（山田 雅崇氏）

デザイン会社は、取引先企業からの紹介などで評判の良い会社を選定し、全部で3社がコンペに参加した。デザインに対する要望としては、原則として「壁をつくらない」「執務エリアを見渡せる」という2点である。審査に公平を期すために、諸条件は2015年12月に一斉に開示され、2016年1月中旬にプレゼンが行われた。その結果、旧オフィスに引き続き、FLOOAT に発注することが決定したのであった。

「もともと FLOOAT さんがデザインを行った旧オフィスは社内でも評判が良かったのですが、企業としてステップアップを図り、より良い仕事環境、そして社員のために居心地の良いオフィスをつくることを目的にあえてコンペを行いました。FLOOAT さんに決定した理由は、コストやデザイン自体の良さはもちろんですが、やはり当社の社風や考え方について一番よく理解して、足りなかったものを補ってくれている点が決め手でした」（外所氏）

「1月中旬のプレゼンの時点でデザインの大枠は決定していましたが、その後 Gunosy さんと話し合いながら細部の調整を詰めていき、5月初頭から工事を開始しました。工期は6月末までの約2ヵ月間。タイトなスケジュールでしたが、ビルの管理会社が協力的であったこともあり、期限内に無事完了させることができました」（山田氏）

透明性とセキュリティの両立をテーマとしたゾーニングと動線の考え方

それでは具体的にオフィス内を紹介していこう。

01 エントランスは、日本建築をモチーフにした縦格子のモダンで落ち着いたある雰囲気だ。向かって左手に大小の会議室が並ぶエリアがある。ここは旧オフィスからの大きな変更点の一つであり、社外の方の出入りを想定したオープンエリアと、社員が働く執務エリアとを意図的に分断している。

02 03 「会社が大きくなり、出入りする人の数が増えてくると、どうしてもセキュリティへの配慮が重要になってきます。その一方で、従来の『壁をつくらず、隅々まで見通せる』というオフィス環境は維持していきたい。そこで、今回のオフィスづくりでは『透明性とセキュリティの両立』をテーマにしました」（外所氏）

04 「透明性という観点では、ガラスによる仕切りを多用し、できるだけ自然光を採り入れることを心がけました。会議室の廊下側の一面は曇りガラスを採用していますが、これは外から見て使用状況がわかるだけでなく、会議室内で閉塞感を感じないようにする狙いもあります。四面が壁に囲まれた会議室では、参加者が無用に緊張してしまい、言いたいことも言えなくなってしまうからです」（山田氏）

05 会議室数は、旧オフィスの5室から9室に増やした。そして最も使用頻度の高い6人掛けの会議室を中心に、用途別に部屋の大きさや形、テーブルの形状や配置などが違う会議室を使い分けられるようになっている。また、ビルの窓に面して大会議室を設ける一方、エリア内に設けられたセミナールームでは集中して話を聞いてもらえるようにわざと窓をなくしている。このセミナールームは、約50名を収容できる規模があり、毎月社内外のエンジニアを集めて勉強

はやわかりメモ

- ①事業規模拡大と新卒採用開始で、移転から1年半でスペースが不足した
- ②デザイン会社3社でコンペを実施し、新オフィスのデザインを決定する
- ③透明性とセキュリティの両立をテーマとしたゾーニングと動線の考え方
- ④フリーアドレスから固定席へ。変更後も変わらないダイバーシティ
- ⑤足りないものが追加され、なくなったものはない。社員満足度の高い新オフィス

会や各種イベントが実施されているという。

06 「旧オフィス時代はホワイトボードをどんどん買い足していましたが、あまり数が増えすぎると視界を遮って社内の見通しが悪くなります。そこで、新オフィスでは壁の一面をホワイトボードとして使えるようにしました」（外所氏）

07 新オフィスのコンセプトは、旧オフィスから引き続き「スキップして会社に来たくなるオフィス」。その象徴ともいえる「スキップヒル」は、新オフィスでももちろん健在である。ただし、新オフィスでは社外の人間の視界には入らない位置に設置されている。

ちなみに、この「見えない、見られない」ことによるセキュリティの向上は、新オフィスのさまざまな場面で応用されている。「単に見えないようにするだけなら壁や個室をたくさんつくればいいのですが、それではオフィスの透明性が犠牲になります。そこで採り入れているのが『距離がセキュリティを担保する』という考え方。このくらい離れていればモニタの内容までは見えない、という目安で、かつ社員がストレスを感じない距離感を設定しています。『動線を通して、空間のつながりと社員のつながりをつくる』のが私どもの提案するコンセプトです」（山田氏）

08 動線設計については、座りっぱなしで仕事をすることの多い社員たちを「半ば強制的に、オフィス内で立って歩くように仕向ける」狙いもあったという。

「例えば、自動販売機は3カ所に設置していますが、それぞれ商品が違います。すると、『コーヒーを飲みたければあっちの自販機』『食べ物ならこっち』と社員はオフィス内を歩き回らなければなりません。多少の不便さはありますが、気分転換や運動不足の解消にもなりますし、思いがけなかった方との接触で、新たなコミュニケーションも生まれます」（外所氏）

フリーアドレスから固定席へ。 変更後も変わらないダイバーシティ

もう一つ、旧オフィスからの大きな変更点としては、フリーアドレスを廃止して固定席へ変えた点がある。新オフィスでは、原則として全社員に固定席を与えられており、デスクはミニマムで幅1400mmを確保している。

「固定席にしたのは、社員数の増加に伴い、誰がどこにいるのがパツと見てわからなくなったことと顔を覚えやすくしたことが理由です。ただし、自席以外で仕事をしてはいけないというルールではありません。そのため沢山用意したミーティングスペースや『スキップヒル』内のソファ席などのフリースペースに移動して仕事をしている人も多いですね。特に『スキップヒル』の一角に設置した一人用の席は人気があります」（外所氏）

退社時にはデスクの上にノートPCなどを出しっぱなしにして



おくのは厳禁で、必ず施錠のできるロッカーに片付けてから帰るよう徹底しているという。自席を離れても仕事ができること、退社時にデスクの上を片づける「クリアデスク化」による勤怠管理などは、フリーアドレスのオフィスに特有の文化であり、いわば固定席とフリーアドレスの「いいとこどり」を目指した実験的な試みであるといえる。「当社に特有の文化といえるかどうかはわかりませんが、『自分たちでオフィスをつくりあげていく』社内文化は間違いなくあると思います。フリースペースのレイアウトは社員が自分たちで使いやすいように動かしていくことが多々あります。そのため、間仕切りなども可動式のものを導入しました。新オフィスに入居した次の日にはもう、こちらは何も言わなくても置いておけば自分たちで好きなところへ動かして使用していましたから、これは社員の文化になっていると

思います」（外所氏）

「私どもから見ても、Gunosyさんはそういう自由な働き方がとても上手だと感じています。この新オフィスも、ダイバーシティといいますが、ミーティング・集中・全体会議など用途によって場所を選べる自由度が高くなっています。ただ、若い方が多いので、あまり自由度が高すぎると秩序を保つことができなくなってしまうのではないかとという懸念はあります」（山田氏）

「確かにその通りで、例えば、人が仕事をしている隣の席でいきなりお弁当を食べ始めたりすると、気が散って仕事に集中できなくなります。先ほどの『退社時にPCをロッカーにしまう』などのルールは、まさに秩序を保つ狙いがあります。ルールはきちんと守ってもらいますが、それにストレスを感じることをないように絶えず配慮しています」（外所氏）

足りないものが追加され、なくなったものはない。 社員満足度の高いオフィス

09 新オフィスについて、外所氏は「『あったらいいな』と常々言っていたことが実現された」と評しており、社員からの評判も上々だと語る。足りなかったものが追加され、なくなったものはない。「今回の新オフィスはセキュリティの構築というテーマがありましたので、個室を設けることが課題になりました。そうした中で、今回は『スキップヒル』の奥に「FARM」と名付けた集中ルームを設けることにしました。ここは靴を脱いで自分の好きな体制で利用できます」（山田氏）



10 機密情報取り扱いの必要性から、執務エリアの奥には新たに正方形の役員エリアが設けられた。ただし、四方を壁で塞がず、入口は常に開放された状態である。

「すべての社員が、気軽に声をかけて入れるような環境を想定しています。扉がないので声が外に漏れることが心配されますが、重要なことは声をひそめて話すのが人間の心理。逆に扉があると、無意識に声を張ってしまうため、かえって声が漏れやすくなるものです」（山田氏）

「その他、新たに追加された機能としては、ライブラリがあります。ライブラリのラックはまだ空きがある状態ですね。今まではエンジンが使用する書籍や雑誌が中心に置かれていましたが、今はビジネス誌やファッション誌なども含めて、メディアらしく色々な角度から仕事の参考になりえる書籍や雑誌が増えてきました。このスペースもまさに社員の要望を受け入れながらみんなで作っているところです。今後もより働きやすい環境を整備していきます」（外所氏）



「未来を発明する」をコンセプトに 現在と未来を調和させたオフィスを構築

2002年の設立以来、急激に事業を拡張。税理士法人としては国内有数の規模を誇る辻・本郷 税理士法人。各専門分野別に特化したチーム編成により1万社以上のお客様からの信頼を積み重ねている。

2016年7月にJR新宿駅直結の新築大規模ビルに移転。

それによって旧オフィスで抱えていたオフィスの課題を解決した。

どのような課題をどのように解決したのか？

新オフィスのコンセプトは？

オフィス移転を担当した辻・本郷 IT コンサルティングの渡辺博文氏と蛸やよい氏にお話をお聞きした。



辻・本郷 IT
コンサルティング株式会社
代表取締役社長
渡辺博文氏



辻・本郷 IT
コンサルティング株式会社
コンサルタント
蛸やよい氏

情報システム導入等のITプロジェクトでは、 一般的な提案依頼書（RFP）による 依頼方法をオフィス設計会社の採用のために活用した

会社設立後、わずか14年で全国50拠点、従業員数1102名（グループ会社含む）と急激に事業を拡大している辻・本郷税理士法人。同社は2002年の設立時から何度か移転を行っているが、時代の変化によって過去の移転と異なることがある。堅牢なITシステムをサポートするセキュリティ面の強化や、効率的なシステム活用ができるユビキタス時代のオフィス環境の構築のために、移転プロジェクトの中心に同法人のシステム部門を担当する辻・本郷ITコンサルティングを据えたことだ。

「辻・本郷ITコンサルティングは、同税理士法人のITインフラの構築や同法人のお客様に対するITサポートを行なうための会社ですが、今回の移転はITを活用した未来型のオフィスの構築が命題だったことから、移転プロジェクトを拝命いたしました。経営陣や総務部など、さまざまな部署の意見を傾聴し、慎重に意見の調整を行いながら推進してまいりました」（渡辺博文氏）

また、オフィス設計会社に対しては、ITプロジェクトで一般的に行われるRFPの提出という依頼方法を採用入れた。RFPとは、情報システムの導入に際し、業務委託先から具体的な概要や構成要件な

どを示した提案書をいう。曖昧な発注と違い、混乱や問題を生じにくくさせる方式だ。

「今回のオフィス構築にあたり各社からRFPをご提出いただきました。これにより依頼事項や日程、契約関連などの業務委託事項が明確になりました」（渡辺氏）

ビルの竣工前の段階で 入居を確定させた

そしてもう一つは次の移転先をまだ完成前の段階で確定させたことだ。

「三幸エステートさんからこのビルのご提案を頂いたのが2014年夏。建築途中の段階とお聞きしています。今までのオフィス同様に新宿区内、それもJR新宿駅直結でした。新宿で注目されている大規模開発ということもあり前向きに検討し、決定したそうです。その後、2015年8月に移転プロジェクトが発足。年末に向けてITシステム、ワークスタイルの変革といったテーマに合わせてデザインレイアウトやコスト計画書を策定させていきました。総費用を確定させたのが2016年の3月。同時期にビルが竣工。什器などを確定させ、内装工事を開始。すべてを完了させ入居したのが2016年7月のことです」（蛸やよい氏）

今後、税理士法人の業務として、マイナンバーを取り扱う場面も増えることが想定される。個人情報保護法の観点からも、セキュリティは同法人にとって非常に重要なアイテムの一つになる。このオフィスビルは最新のセキュリティシステムを採用しているため、タイミングのよい移転だったと語る。

コンセプトは「未来を発明するオフィス」。 デジタル化の第一歩として ペーパーレスの実施からプロジェクトが始まった

「新オフィスのコンセプトを『未来を発明するオフィス』としました。これはパソコンの父と呼ばれているアラン・ケイ氏の『未来を予測

する最善の方法はそれを発明することだ』という言葉がベースになっています。今後は人工知能やIOTといったテクノロジーを活用することで、税理士の業務の幅がどんどん広がっていくものと思われます。具体的にどのように変わるのかは現時点ではわかりませんが、税理士業界の未来図を描けるオフィス環境を構築したいと思いました」（渡辺氏）

「昨年の8月に移転プロジェクトの最初の一步として社内にある紙資料の削減から開始しました。移転先の収納スペースの25%削減目標の達成のために、延べ約8トンの紙を廃棄しました」（蛸氏）

「将来的には、オフィス内のデータがすべてデジタル化されて、そのデータを基に人工知能が分析、判断してロボットが税理士業務を行っているかもしれません」（渡辺氏）

オフィス環境の改善のみならず、 働き方の変革を目指した

旧オフィスは、西新宿の高層ビルに2フロアに分散して入居していたため、異なるフロア同士の社員が打合せをする場合は、内線電話やメールで連絡をとったうえで、決めた時間に会いに行かなければならなかった。簡単なミーティングでさえ、ワンクッションが必要になるため、業務効率の改善が求められていた。

「部署ごとに机の島が分かれており、すべての社員が固定席。固定席にはデスクトップPCが置かれていました」（蛸氏）

加えて、「応接室の不足」も課題だった。

「旧オフィスでは10名まで利用可能な応接室が基本でしたが、4～6名で利用する頻度が高く、営業時間内には常にすべての応接室が埋まっている状況でした。そこで、新オフィスでは、小規模人数に対応するために小さめの応接室を増やしました」（渡辺氏）

限られた空間の効率的な利用を実現するために、先進的なオフィスの事例を参考に、フリーアドレスの導入を決定したという。

「会計業界では珍しい試みですが、自分の居場所を確定しないで仕事を行うフリーアドレスを取り入れました。移転プロジェクトの始まった昨年8月からおよそ2ヵ月間にわたって、日中の執務机の使用状況を調査するため、定点観測でオフィス内の写真を撮りました。分析の結果、日中は全体の60%しか在席していないことがわかり、フリーアドレスの導入により、執務席数を就労人数全体の30%程度減少させることができました」（渡辺氏）

フリーアドレスの効用は空間の有効活用だけでなく、同法人のお客様の顧客満足度の向上にもつながったことが大きいとのこと。同法人は、お客様の要望に応じて専門分野ごとに特化したチームを組んでいるため、一人のお客様の課題解決にさまざまな部署が関わることになる。

「フリーアドレスでしたら、取り組んでいるプロジェクトごとに席を移動させるだけでいいのです。以前と比べるとより横断的に業務ができてるように感じますね」（蛸氏）

「そうは言っても、企画、経理、総務、人事のように固定席の方が、

はやわかりメモ

- ①情報システム導入等のITプロジェクトでは、一般的な提案依頼書（RFP）による依頼方法をオフィス設計会社の採用のために活用した
- ②ビルの竣工前に入居を確定させた
- ③コンセプトは「未来を発明するオフィス」。デジタル化の第一歩としてペーパーレスの実施からプロジェクトが始まった
- ④オフィス環境の改善のみならず、働き方の変革を目指した
- ⑤具体的に新オフィスの機能を見ていこう
- ⑥次の課題を探りながら快適なオフィスを提供していく



効率的に仕事ができる部署もあります。固定席エリアとフリーアドレスエリアのスペースのバランスには一番気を遣いました」（渡辺氏）

以上の話をまとめると、新オフィスはフリー席と固定席のバランスを重視したハイブリッド型オフィスといえる。この他にも巧みにバランスを考えた設計が施されている。オフィススペースのどこでも、無線 LAN が活用できる設計となっているが、オフィスの3分の2の部分（固定席エリアと窓に面していない内側の部分）は有線回線も併用して使えるようにしている。「会計士の仕事は、ソフトウェアを使って記帳を行うことが多く、業務の効率性を考えると有線 LAN を使用した方が、電波の不安定に影響を受けず、ネットワークも安定するし通信スピードも速い。それだけ業務効率が上がるわけです。一方で、パソコンをどこにでも持っていき、仕事ができる環境も求められています。この二つのバランスをとって両立させるのは大変でした。オフィスの内側に総務部門や経営企画といったバックオフィスの部署を集約させて有線回線で繋ぐ。フリーアドレスエリアの中の窓際のミーティングエリア、カフェテリアのような自由度の高いエリアは無線 LAN しか装備しない。全体のバランスを考えながらレイアウトを組みました」（渡辺氏）

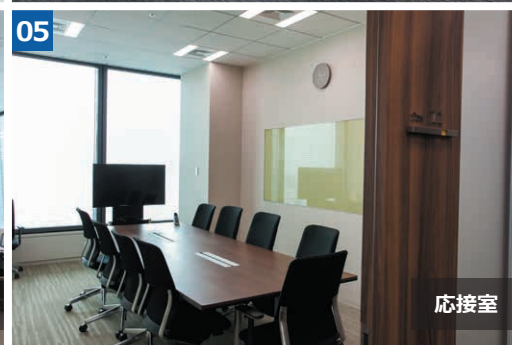
「最適な場所や手段が、最大の効率性を生む」と考えていただけに、自宅でも顧客先でも移動中でも業務ができることを目指しているという。

今回のフリーアドレス導入は、現時点のインフラを考えてのこと。そのため数年先には、さらにフリーアドレスの比率が増えているかもしれない。それを考えて机はすべて可動式となっている。「今回の移転プロジェクトでは、社内外での働き方を一新することをテーマにしています。『外出先でも社内にいるかのようなコミュニケーション環境をつくる』『デジタル化によるペーパーレスで快適な執務環境』『すべてのオフィス環境を持ち歩く』。これら未来の理想像を現実にある課題を調和させながら叶えることが目的でした」（渡辺氏）

具体的に新オフィスの機能を見ていこう

それでは具体的に新オフィスの機能を紹介していこう。

01 02 まずエレベーターホールを抜けるとシックな印象のエントランスが表れる。総合受付には開放的な待合ロビーが併設されている。さらにその奥の眺望の良い場所にお客様がお待ちするラウンジ。窓



ている。3カ所のコーヒースタンドも新設した。ここは従業員同士のコミュニケーションを高める機能の一つとなっている。

07 また、前述のペーパーレス化を推進するために、コピーコーナーは1カ所に集約。旧オフィスと比べてコピー機の台数が大幅に削減された。新オフィスの新たな機能として窓際の5カ所にスタンディングミーティングゾーンを設置。ここのデスクは自分の背丈に合わせて高さ調整が可能だ。健康的でかつ、短時間でのミーティングに最適。社内で人気が高いという。

執務室奥の一角にはコンセントレーションと呼ばれる集中エリアがある。黙々と作業を行うための私語禁止エリアだ。

08 そして新たに生まれ変わったカフェテリアがオフィスの一角を占める。旧オフィスでは明るい色調だったのに対し、新オフィスでは少し落ちついた、心が癒される色合いにした。通常で70席を用意。お客様と会談するシーンも見られるとのこと。社内外のコミュニケーションを推進するエリアで、お客様からの評判も上々だ。

これらの工夫が社内のコミュニケーションを高める。少し意外だが、新オフィスに関しては特に運用ルールを設けていないという。ルールで縛り付けることが、せっかくつくった自由な働き方を阻害してしまうという懸念からだ。

次の課題を探りながら快適なオフィスを提供していく

移転日の前日、午後から新オフィスに従業員を集めた。目的は個人ロッカーの使用方法・登録のやり方、自分のPCの確認などの説明と社内オフィスツアーの実施。従業員の第一声の「驚き」は、プロジェクトメンバー全員の「喜び」となったと語る。「移転による効果には計り知れないものがありますね。従業員のモチベーションがアップ、働き方の変革、顧客満足度の向上、また、採用にもプラスになっていると思います」（渡辺氏）「移転プロジェクトは、これで終わりだとは思っていません。次の課題を見つけ、従業員のための快適なオフィス空間を維持していきたいと思っています」（蛸氏）「おそらく数年後はクラウドをはじめ、さらにIT技術が発達するでしょう。無線LANも安定し、有線回線は必要なくなっているかもしれませんが、常にその時代に向き合い、未来と融合させたオフィスづくりを心がけていきたいと思っています」（渡辺氏）



急成長を続けるマネーフォワードの社員の力が最大限に発揮されるオフィス

「お金を前へ。人生をもっと前へ。」をビジョンに掲げ、さまざまなサービスを通して、個人や企業のお金に対する悩みや不安を軽減。日々の暮らしの改善や夢の実現をサポートすることを事業目的とする株式会社マネーフォワード。2012年5月にマンションの1室からスタートした同社は、急激な増員計画の中でオフィス移転を繰り返してきた。今回は現在の本社オフィスの移転の経緯やコンセプトなどを中心にお話をお聞きた。



株式会社マネーフォワード
社長室広報部長

柏木 彩氏



株式会社マネーフォワード
デザイン戦略室 室長

金井 恵子氏

増員による増床で2フロアに。 その結果、コミュニケーション不足に

個人向けの自動家計簿・資産管理サービス「マネーフォワード」をはじめ、ビジネス向けクラウドサービス「MFクラウド会計・請求書・給与計算・マイナンバー・経費清算・消込」など、クライアントの「お金」に関する各種サービスを提供する株式会社マネーフォワード。6人のメンバーでマンションの1室で創業した同社は、ほどなく事業拡大に伴う増員に対応したスペースの確保を求められ、取引先からの紹介を受けて渋谷区恵比寿のビルへ。その後、短期間で港区三田のオフィスビルへと移転する。そのオフィスでは、2フロア計150坪弱の面積を使用していたが、なおも増員傾向が続き、従業員数は最終的に80人以上に達した。さすがに執務スペースが手狭となり、さらにもう1フロア増床するか、別のビルへ移転するかの二者択一を迫られていた。

はやりわりメモ

- 1 増員による増床で2フロアに。
その結果、コミュニケーション不足に
- 2 PJチームを立ち上げ、アクセスの良い
田町エリアを中心に物件を選定
- 3 生産性向上につながる改善提案と
ブランディングを意識したデザイン
- 4 従業員のアイデアから生まれた
「MokuMoku Room」と「HIROBA」
- 5 入居ビル自体の設備も充実しており、
さらなる活用の可能性が広がる

『「事業拡大を目的として増員を図った』というよりも、お客様からのご要望にお応えするためにサービスを充実していく中で事業が拡大。それに伴い、必然的に多くの人が必要になってきたということです。移転間際は所狭い中で机を並べていた状態でした』（柏木彩氏）

同社の場合、業種的にエンジニア職の採用だけでなく、営業やカスタマーサポート職の採用にも力を入れているという。多くの人が集まってくる職場は、とても魅力的で働きやすい職場環境であることは間違いない。ただし、多くの従業員を抱えることで、一時的にせよ職場環境の悪化を余儀なくされるという面も存在する。以前のオフィスでは、スペースの狭さからいくつかの課題が持ち上がっていた。

「80人以上が2フロアに分かれて勤務していたために、従業員同士の横のコミュニケーションが取りづらくなっていました。毎月メンバーが増えているわけですから、新しいメンバーの顔を覚えるのも一苦労です。しかも、当時は彼らがお互いに顔を合わせてコミュニケーションを取るためのスペースもありませんでした」（柏木氏）

PJチームを立ち上げ、アクセスの良い 田町エリアを中心に物件を選定

同社内で今回の移転計画が持ち上がったのは、2014年の秋頃。三田のオフィスへ移ってから、まだ1年も経ってはいなかったという。10月には物件探しのプロジェクトチームが立ち上げられ、本格的に移転を検討し始めることになった。プロジェクトチームのメンバーには、前職などでオフィス移転に携わった経験のある人間も選抜されていた。

「三田のオフィスへ移転した直後は、増員ペースが今ほど急激ではなかったこともあり『これで当分は引っ越さなくて済むだろう』などと考えていたのですが、予想していたよりもずいぶん早く、その時期がやってきてしまいました」（柏木氏）

旧オフィスは、その立地の面についても改善の余地があったとい

う。最寄り駅としてJR線・田町駅、都営三田線・三田駅、都営浅草線／京急線・泉岳寺駅の三駅が利用可能ではあるが、どの駅へも徒歩10分以上はかかるという微妙な距離にあった。

「ただし三田・田町というエリアの魅力は申し分ありません。都内はもとより、新幹線へのアクセス、さらには浜松町でモノレールに乗り換えて羽田空港にと、日本全国どこへ行くにも便利で、それでいて賃料相場も比較的手ごろ。今回、そんな希望のエリア内でまとまった面積を確保することができました」（柏木氏）

同社では現在、大阪・名古屋・福岡・札幌の4大地方都市に支店を設けており、これらの地方拠点や地方のクライアントなどとのコミュニケーションを密にするためにも、アクセスの良さは譲れない条件の一つであった。なお、同社の従業員は年齢的に30代が多いため、あえてベンチャー企業が多く集積している渋谷や新宿よりも落ち着いた雰囲気を持つ場所が好まれる傾向にあるという。

「前回、恵比寿から三田へ移転した際、通勤に便利のように田町駅周辺に引っ越した従業員も少なくありませんでした。この人たちを含めて、従業員の通勤に支障の出ないようという配慮もありました」（柏木氏）

生産性向上につながる改善提案と ブランディングを意識したデザイン

2014年12月、プロジェクトチームの立ち上げからわずか2カ月で移転先が内定する。具体的な物件選定は経営陣の主導に委ねられた。10棟ほどの候補物件を見学したという。最終的に移転先として

選ばれたのは、港区芝の大手食品メーカー本社ビル内にあるテナントフロアであった。ここは田町駅直結という抜群のアクセシビリティに加え、1フロア330坪と、旧オフィスに比べて2倍以上の面積を確保することができた。

「旧オフィスでの最終年は、とにかく空間に余裕がないため、営業チーム、カスタマーサポート、エンジニアチームなどの執務エリアが混在しているような状況で、生産性が低下していたように思います。今回、執務エリアに余裕が生まれたことによるオフィス移転の効果は大きいですね」（柏木氏）

また、同社のサービスの軸となるのは個人向けとビジネス向けの2つがある。ビジネス向けの営業対象となるのは会計事務所が中心となる。基本は「ごく普通の営業スタイル」。すなわち、顧客先に足を運び、直接相手と対面しての促進活動が中心となる。そこで、駅に直結した立地環境は、営業が顧客先を訪問するフットワークを軽くする。

『「営業力の強化』という経営課題に対しても、間違いなくプラスになっていると思います』（柏木氏）

その後、移転先のオフィスビルの内定とほぼ同時のタイミングで、引越しを担当する会社とオフィスデザインを行う会社が選定された。

内装デザインの会社はベンチャー企業同士のネットワークを通じてご紹介いただいた会社だという。そして、今回のプロジェクトでは、新オフィスのデザインに関して、デザイナーの視点から社内の意見やアイデアを出していくために、デザインチームのリーダーである金井氏もプロジェクトチームに加えられた。

「オフィス選定に関しては以前もお世話になった会社でしたが、



引越しと内装デザインに関しては今回が初めてのお付き合いとなる会社でした」(金井恵子氏)

金井氏が特に意識したことは、「生産性の向上」だという。「そのデザイン案を採用することで、『働きやすい環境が構築できるか?』『効率の良いオフィス環境になるか?』などです。加えて、すべての要素が『マネーフォワードらしいか?らしくないか?』。それを常に念頭に置いて考え、私どものブランディング戦略から外れていないかを確認していきました」(金井氏)

2015年1月から2月にかけてビル側との調整があり、デザイン会社への発注は2月、内装工事の着工は3月の下旬であった。5月9日の入居、同11日からの営業開始はすでに決定していたため、ほとんど時間的余裕のない中での作業となった。

「デザインイメージは、その場で確認をしなくてはならない。そのためには事前の打ち合わせできっちりとイメージをすり合わせておく必要がある。かなり慌しい進行になりました」(金井氏)

プロジェクトチームの意見としては、マネーフォワードらしさを根底に持ち、モノづくりの会社であることやベンチャーとしてまだ成長過程であるというイメージを取り入れる。それでいて顧客に対して信頼感や温かみを感じさせるオフィスデザインにすることだった。「エンジニアやデザイナーのモチベーションアップ、生産性向上のために多少の『遊び心』は必要ですが、それがあまり過剰になってはいけない。かといって、あまり真面目過ぎて息苦しくなってしまうので、その辺のバランスが難しかったですね」(金井氏)

また、これに先立って従業員からの意見も吸い上げられていた。

それまでは特に不満の声などは聞いていなかったというが、いざ移転が確定となると、いろいろな要望が寄せられたという。こうした従業員の声は、主に社内ネットワークツールを通じて集められた。

「『腰が痛くなるのでもっと良いイスを入れてほしい』『仕事に集中できるように、私語厳禁のスペースが欲しい』『自席で食事されると周りの気が散るので、食事ができる場所がほしい』『靴を脱いで裸足になれるスペースが欲しい』等々、オフィスに関する要望だけでなく、仕事に関する改善提案などもたくさん寄せられました。これらについて一つひとつ、『できる、できない』ということを検討していきました」(金井氏)

従業員のアイデアから生まれた「MokuMoku Room」と「HIROBA」

正味1ヵ月半というタイトなスケジュールで完成した新オフィスは、プロジェクトメンバーの想いと従業員の要望を反映しつつ、経営課題解決にも十分貢献するものとなった。

まず、エントランスはシンプルに。余計な装飾はせずにベースは木目。木目の間から執務室の様子が外から見えるようになっている。温かみを感じさせ開放感があり、すっきりとまとまっている。外来者を迎えるオープンエリアには応接室が並び、人数や目的に合わせて6人部屋・4人部屋・10人部屋などに分割されている。ちなみに応接室の名称は、ドル、元、ユーロなど、外国の貨幣の単位が付けられて



いる。これも社員のアイデアによるものだ。さらに、執務エリアは部署やチームごとに分かれ、その中央にフリーのスペースを用意。ここを境に動線が切り替わるようにしている。

「このスペースは、仕事の環境を変えたいときに利用されていて、エンジニアを中心に、さまざまなメンバーに活用されています。また、固定席のない営業メンバーもよく活用しています」(柏木氏)

フリーアドレスを本格的に導入したことに伴い、従業員用ロッカーの使用ルールなども新たに設定された。また、今回の新オフィスの目玉の一つとして新設したのが、「MokuMoku Room」と呼ばれる私語厳禁のエリアだ。文字通りに「黙々」と仕事に集中するための場所となる。

「ここは2時間が上限なのですが、誰にも邪魔されずに集中できるスペースとしてつくりました。ソファ席とボックス席、靴を脱いで作業ができるカーペットのスペースがあり、それぞれ思い通りの姿勢で仕事ができます。利用者はたいていイヤホンを装着し、周囲の雑音を遮断して作業に没頭していますね」(柏木氏)

「MokuMoku Room」は特に事前の予約などは不要で、空いていれば誰でも使用できる。利用中の連絡手段としては、社内のチャットなどで返信があれば入室確認は取れるという。「背後に人に立たれることのない環境」は、原稿書きや資料まとめなどの仕事が捗ると従業員からも好評だ。

「こうした新機能をオフィスに追加することが、従業員の力を最大限に発揮することに繋がると信じています」(柏木氏)

「執務室の中央に設けたフリースペースは『HIROBA』と命名しました。ここのデザインについては、基本的にデザイン会社からの提案をそのまま採用しています。床の一角がステージ状に一段高くなっており、夜間はここだけ暖色系の照明を灯すことで気分の切り替えができます。また、最大60人まで入れる広さがあるので、ステージに立って背後にスクリーンを下ろせば全社会議などにも使用できますし、社内の懇親会なども開催できます」(金井氏)

もう一つの目玉である「HIROBA」の用途としては、社外の人間を招いてのセミナーや勉強会、懇親会などの各種イベント開催にも利用されているという。

入居ビル自体の設備も充実しており、さらなる活用の可能性が広がる

「時間のない中で、これだけのオフィスに仕上げていただいたのは、さすがプロの仕事だと思いました。完成して最初に見たときには『広い!開放感がある!』と感動しました」(金井氏)

「見学会などは旧オフィスでも行っていましたが、ごく小規模なものに限られていました。現在はビル自体の設備が非常に充実しているため、仮に『HIROBA』の収容人数を超える大人数でのセミナーを開催する場合でも、ビル内のセミナールームを借りることで対応できます」(柏木氏)

また、食品メーカーの本社ビルだけに、ビル内に設置されている社員食堂は入居テナントが利用できるようになっている。栄養バランスのとれたメニューがリーズナブルで提供され、従業員からの人気も高い。「移転後は、お陰様で各方面から取材をしていただく機会も増えています。これはオフィス移転の効果だけでなく、当社の事業そのものの注目度が上がっていることも大きな要因だと思っています」(柏木氏)

同社はビジネス拡大に伴い、2017年度は新卒採用も予定している。現ビルへの移転からわずか1年間で従業員数が大幅に増えていることから、同社の驚異的な採用計画が窺われる。「これだけ人数が増えてくると、どうしても社内の一体感をつくるのが難しくなります。それと同時に、創業以来の『ベンチャーマインド』が薄れてしまうのではないかと懸念もあります。そこが悩ましいところでもあり、今後の課題となるでしょうね」(柏木氏)



世界最大級のプロフェッショナルサービスネットワークの日本法人が東京・丸の内に「前線基地」を新設

英国ロンドンをネットワーク本部とし、157ヵ国・756拠点(都市)に20万8,000人以上のスタッフを擁する世界最大級のプロフェッショナルサービスネットワーク「PwC (PricewaterhouseCoopers)」。日本においても監査、コンサルティング、ディールアドバイザリー、税務などに関するサービスを提供している。2016年3月、お客様のサポートを迅速に、かつ多面的に行なうために、東京・丸の内に「前線基地」を新設。その新設オフィスの役割、コンセプトなどを中心にお話を伺った。



PwCコンサルティング合同会社
総務部ディレクター

杉山 優子氏



ドウマ株式会社
代表取締役

小澤 清彦氏



ゲンスラー・アンド・アソシエイツ・
インターナショナル・リミテッド
プリンシパル、デザインディレクター

天野 大地氏

「お客様により近く」を都心一等地で実現した1,000坪のマジック

2009年11月、PwCグローバルネットワークの日本におけるメンバーファームや関連会社(現PwCコンサルティング合同会社、PwCアドバイザリー合同会社、PwCあらた監査法人を含む)は、それまで6ヵ所に分散していた拠点を中央区銀座8丁目の住友不動産汐留浜離宮ビルに統合した。その概要は、以前同コーナーで取材した記事(2010年3月)をご覧ください。

その後、リーマンショック後の景気回復による業績の成長と、それに伴う増員体制により、汐留オフィスがやや手狭に。そこで2016年3月、新たに千代田区丸の内2丁目の丸の内パークビルディングにオフィスを開設することになった。

「今回、PwCの日本におけるコンサルティング部門3社を統合し、新たに戦略から実行までのコンサルティングを専門とするPwCコンサルティング合同会社を設立しました。その部隊の移動となります。ですから丸の内オフィスは『前線基地』という位置づけです」(杉山優子氏)

汐留オフィスは、1棟のビル内で10フロアにまたがっており、エレベーターによる縦移動では待ち時間などにストレスを感じていたと杉山氏は言う。そこで、今回は横移動のみとなる1フロア環境にこだわった。

「丸の内という立地を選定したのは、何よりも『お客様との距離が近い』ということが最大の理由です。クライアントフェイシング(お客様と対面)しやすい環境にしたいという狙いがありました」(杉山氏)

もちろん、丸の内の一等地となれば賃料も高額となる。だが、従前の部門が使用していた面積が合計約1,350坪だったのに対し、丸の内オフィスの使用面積は約1,000坪(人員増に応じ今後拡張予定)。しかも、このうち約300坪を会議室スペースに充てているため、実際の執務室スペースは約700坪となる。およそ半分の面積に関わらず、全員の席がきっちり収まったという。「私はこれを『ワンプレート1,000坪のマジック』と呼んでいます。さらに、汐留オフィスのスタッフの経費を調べてみると、移動のためのタクシー代や通勤定期代がかなり増えていることに気がつきました。これが結構、軽視できない金額で。その点も含めて考えるとトータルでいえばオフィスコストは改善したと思っています」(杉山氏)

これは、同社の社員が主に利用していた路線の区間運賃が他の路線に比べて割高なこと一因となっているだろう。とはいえ、都心一等地に新たなオフィスを構えながら、使用面積縮小と交通費削減などからコスト改善にもつながっているとすれば、まさにマジックといえる。

交流の頻度と質を向上させ モビリティワークの可能な進化型オフィス

丸の内オフィスのコンセプトは、既存の汐留オフィスのコンセプトを受け継ぎつつ、クライアントとより近く、より深くつながるための「前線基地」。そのため、汐留オフィスと同様にコンセプトメークをドウマ株式会社、デザイン設計をゲンスラー・アンド・アソシエイツ・インターナショナル・リミテッドが担当することになった。

「いわば、ドラマの続編のようなものですから、前回と同じ外部専門家にシナリオを書いていただくことになりました」(杉山氏)「今回も、前回と同様に社員の皆さんの働き方を調査させていただいたのですが、その進化には正直、驚かされました。この7年間で、本業であるクライアントと向き合うための時間は約50%増加し、逆に社内の事務作業などに費やす時間は約50%減少していました。方向性といい、スピードといい、実に理想的な進化であると思います」(小澤清彦氏)

この7年間には、ビジネスに使用される各種デバイスなども大きく変化している。最も身近でわかりやすいのが、携帯電話からスマートフォンへの移行だろう。ハードウェアとともに、ソフトウェアも急速な進化を遂げている。

「丸の内オフィスは、3社の統合ということで、交流の頻度と質を向上させることが大きなテーマでした。従前はバラバラだった各種デバイスも統一規格とし、オフィス内は完全なWi-Fi環境を実現。モビリティワークの可能な進化型オフィスを目指しました」(杉山氏)

テレビ会議などに使用されるモニターも、以前はコスト上の問

題から一部は既存のプロジェクターなどで代用していたが、現在ではAV機器の価格も大幅に低廉化されているため、すべてテレビモニターに切り替えたという。

「2年前に汐留オフィスでPwCのグローバル会議が開催された時、参加した他国のカントリーリーダーから『汐留オフィスのグローバル対応できる会議室は素晴らしい』と言われ、とても誇らしい思いをしました。日本のオフィス環境は進化が早いと実感しています」(杉山氏)

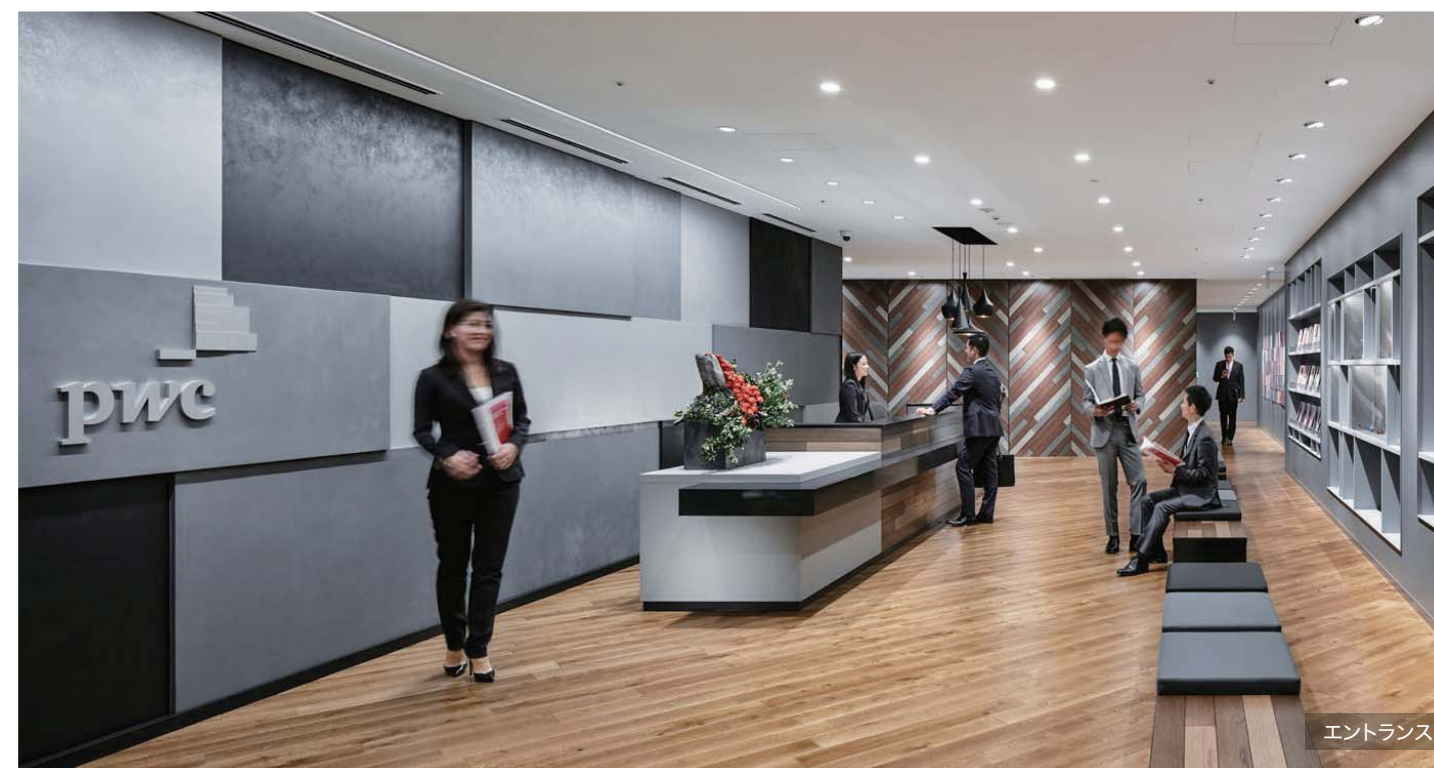
ビル側も参加した1つのチームが 完成までの奇跡的なスピードを生む

グローバル企業の必然として、丸の内オフィスのデザインには全世界共通の守るべきPwCガイドラインがあり、節目でチェックが入るため、合意形成までかなりの時間を要することになる。だが、PwC側とコンセプトメーク、デザイン設計に加え、ビル側も当初から会議に参加し、1つのチームとして取り組んだため、予想以上にスムーズな進行ができたという。

「2015年7月からスタートして、週1回のミーティングを重ね、10月半ばにはすべて決定することができました。これには、ビル側の担当者に『奇跡に近いスピード』と言っていただけました」(杉山氏)

「基本的にPwCのグローバルブランディングを意識し、フレームワークの中にブランドが見て取れるデザインを提案していきました。社員の皆さんが誇りを持つことができ、自然と帰属意識が形成されるような環境を目指したつもりです」(天野大地氏)

最終決定から納期までのスケジュールは決して余裕のある



エントランス

はやりメモ

- 1 「お客様により近く」を都心一等地で実現した1,000坪のマジック
- 2 交流の頻度と質を向上させモビリティワークの可能な進化型オフィス
- 3 ビル側も参加した1つのチームが完成までの奇跡的なスピードを生む
- 4 個人ロッカーのシェアなどオフィスを使いこなすカルチャーの進化
- 5 オーナーシップを廃してメンバーシップによるダイバーシティを実践

ものではなかったが、ビル側も含めたチームの全員が同じ方向に向かい、「これを期限までに絶対終わらせる！」という強い意志を持ってプロジェクトに取り組んだという。

「議論百出でしたが、一つの課題や要望に対して、『できるか、できないか』の議論ではなく、『どうやるか?』という前向きな話し合いになることが多かったですね」(天野氏)

「組織を構築するということをイメージさせるのは難易度が高いことです。しかし、オフィスの完成後のイメージで物事を考えると理解されやすい。目に見えるレベルまで落とし込んで打合せに臨んだのが良かったのだと思います」(小澤氏)

個人ロッカーのシェアなど オフィスを使いこなすカルチャーの進化

今回の丸の内オフィス開設の背景となるPwC Japanグループの組織再編(*注)は、クライアントがグローバル市場での競争優位性をより強固に確立できるよう、サービスの専門性をより高めることを目的としている。これまで以上にPwCグローバルネットワークとの連携を強め、強力なプロフェッショナル集団としての存在感を示さなければならない。そのためには、日常的なワークシフトを基盤として、さらにスピーディにイノベーションを続けていける環境が求められる。

(*注)

PwC Japanグループは、日本におけるPwCグローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社の総称。各法人は独立して事業を行い、相互に連携をとりながら、監査およびアシュアランス、コンサルティング、ディールアドバイザリー、税務、法務のサービスをクライアントに提供している。

組織再編については以下のURLに掲載しているプレスリリースをご参照ください。
<http://www.pwc.com/jp/ja/japan-press-room/press-release/2016/pwcjapan-organization160201.html>



執務室全景

「もともと、汐留オフィス以前から『(日本の企業の中では)進んでいる会社』だと思っていましたが、汐留以降、明らかに進化のスピードが加速しています。これは、2009年の統合移転により組織全体に共通する文化、いわゆるワンカルチャーが根づいたことが大きいと思われます」(小澤氏)

例えば、オフィスに新しいテクノロジーを導入する。あるいは、オフィスそのものを移転する。このような取り組みは、あらゆる企業で日常的に行なわれていることだろう。だが、そうした取り組みによって周囲の環境が変化したとしても、社員がそれらを自発的・自律的に使いこなしていかなければ、何の意味もない。同社の場合は、新しい環境を使いこなすことで、新たなサービスや提案に結びつけている。

前回の汐留オフィスへの統合移転の際には、この点がまだ「お題目的」であるように感じていたと小澤氏は指摘する。だが、今回は組織のカルチャーが進化したことで、社員たちがより戦略的・体験的・感覚的にこれらを使いこなせるようになってきたと感じているという。

「デザイン的なコンセプトとしては、立体的・重層的にいろいろな要素を組み合わせることで、奥行きや業務の幅、歴史といったものが感じられるようなオフィスを目指しました。それぞれのエリアごとに新しい発見がある、それも理屈ではなく、直感的に理解できるようにしました」(天野氏)

オフィスの機能性という意味では、同時代のベーシックな考え方をすでに追い抜いてしまっているのではないかと、天野氏は指摘する。

「結局、PwCはきわめて先進的なプロフェッショナル集団だと思うんです。マネジメント層にしても、個々のプレイヤーにしても、そういう人材が揃っている。そんな人たちだからこそ、このオフィスを



ソーシャルカフェ



コンシェルジュデスク



個室のミーティングルーム



シェアリング式ロッカー



窓際のフリースペース

使いこなせるのだと思っています」(天野氏)

一方、同社独自のオフィスの使い方として象徴的なのがファイリングである、と小澤氏は語る。会議室などの予約システムも進化したテクノロジーをよく使いこなしているが、特に個人ロッカーを利用したファイリングには「感動した」という。

「通常、個人ロッカーといえば社員一人につき一つ支給すると考えるものです。しかし、社員数が増えていけば、ロッカースペースだけでも相当な面積が必要になります。そこで、PwCさんは大変ユニークな発想でこの問題を解決しました。それがすなわち、個人ロッカーを『シェアリングする』という発想です。実物を見てイメージしたのは、ゴルフ場やSPA施設などでよく見るID式の会員用ロッカーでした」(小澤氏)

「オフィスの中に全スタッフが常駐しているわけではありませんから、いない人のロッカーをいる人が使えばいいと考えました。ロッカーの施錠については、カギをなくしたりダイヤルを忘れてたりすることへの対策として、スタッフのIDパスを採用しました」(杉山氏)

ロッカーに限らず、丸の内オフィスでは什器や機器の使用については、社員証のIDですべて管理されている。これは運営側と使用者側双方の負担をできるだけ軽減するとともに、人件費などのコストを低減する狙いもある。パuffァの設定などにもフレキシキュリティ(フレキシビリティ+セキュリティの合成語。柔軟性と安全性の両立を意味する)を担保し、よりプロフェッショナルなオペレーションを目指したオフィス管理を実現しているという。

「IDパスはログが管理できるというのも大きなメリットの一つです。さらに今回はじめて、コンシェルジュデスクを導入しました。これは、秘書業務のうち、テレビ会議のセットアップなどIT機器関連のジョブデスクについて、機器やITに精通した若いスタッフによるバーチャルサポートが受けられるようにするものです。この構想は汐留オフィスのときにもありましたが、諸事情から断念したものの。今回リベンジすることができました」(杉山氏)

オーナーシップを廃して メンバーシップによるダイバーシティを实践

丸の内オフィスで導入されたバーチャルサポートは、産休や育休

制度を終えた40代以上の在宅スタッフが担い手となっている。日本ではまだスタートしたばかりだが、PwC USでは5~6年前からすでに始まっていたという。

「今回のオフィスづくりでこだわったのは、本当の意味での『ダイバーシティオフィス』です。ダイバーシティというと『女性の社会進出』といった狭い意味で捉われがちですが、本来は『少数のアイデアも受け入れよう』という考え方のことだと思っています。多数決ではなく、当たり前前の考えを当たり前のように遂行するのが大事なことです」(杉山氏)

そのためにも、オフィスは重要なキーになっていると杉山氏は語る。「今回、三幸エスレートさんには、当社にマッチした資料を作成していただき、長期間にわたって定期的に情報を提供いただきました」(杉山氏)

さらに、メンバーシップの重要性について語る。「個人ロッカーを用意してほしいと主張した瞬間から、それはオーナーシップの考えになってしまいます。ロッカーのシェア自体はスペース上の都合もあるとはいえ、敢えて共有とすることでメンバーシップの考えを定着させる効果も期待できます。スタッフにはPwCのこれまで培ってきたDNAの正統な後継者であるという自覚を持ってもらう意味もありました」(杉山氏)

「ダイバーシティという言葉は広まっていますが、実際にそれができているところは依然として少ない。さらにシステムとしてそのままお客様に提供できるレベルの完成度で実践できているのですから、PwCの社員の皆さんは、素直に『凄い!』と感じます」(小澤氏)

2015年6月、PwCグローバルネットワークは、UN Women(ジェンダー平等と女性のエンパワメントのための国連機関)によるイニシアティブ「IMPACT10×10×10」に選出された。これは全世界で、日本の安倍晋太郎総理大臣ら10人の国家元首、名古屋大学など10校の大学、そして同社をはじめとする10社の企業が選ばれており、「HeForShe Project」と命名された女性のエンパワメントを推進するプロジェクトにも参画している。

「私自身は、入社初日に聞かされた『Be Proud of PwC』という言葉は今でもはっきり覚えています。ですから、『世界のPwC』の一員という自覚を持ってほしいと思いますし、これから入社してくる仲間にも受け継いでいこうにします」(杉山氏)

日本一ふざけた企画・制作会社が内装にこだわった オフィスをつくってみた

2010年6月に中目黒のシェアオフィスの一角で誕生した株式会社バーグハンバーグバーグ。同社は「笑い」に特化したポータルサイト「オモコロ」の運営を続ける企画・制作会社である。時代とともに進化と発展を続ける同社は、2015年9月、三度目のオフィス移転を中目黒で行なった。その新本社オフィスについてのお話をまとめた。



株式会社バーグハンバーグバーグ
代表取締役

シモダ テツヤ氏



株式会社バーグハンバーグバーグ
クリエイティブ事業部 部長

山口 むつお氏

最初のステージはシェアオフィスから

「ギリギリセーフなコンテンツ作り」をモットーとし、2010年に3名でスタートした株式会社バーグハンバーグバーグ。

「はじめはマンションの1室でも借りようかと思っていたのですが、いかんせん僕らはインターネット好きの暗い3人。1日中黙ってパソコンをパチパチやってる姿が目につきました」(シモダ テツヤ氏)

「そこで、たまたま僕の知り合いの会社さんがシェアオフィスをしている事を知りまして、そこでお世話になることにしました」(山口 むつお氏)

最初のオフィスは中目黒にあるシェアオフィスの一角。4人用の狭いブースで席を3つ借りてのスタートとなったが、起業したての環境としてはとても良かったのだそう。

「シェアオフィスの中で他社さんとも良い関係が生まれ、その刺激はビジネスにも生きました。たくさん人がいたので僕のルーチンワークだった遅刻の罪も3人の世界に比べると薄まって良かったと思います」(シモダ氏)

創業から約3年半、シェアオフィス内のブースを徐々に侵食していく事で増員に対応してきたが、やがて同じ中目黒内にある30坪強のオフィスに移転することに。

「手狭になったのも理由の1つではありますが、どちらかといえばマンネリ打破が狙いでした。そこには2年半ほどいましたね」(シモダ氏)

その後、さらなる増員に対応するために引っ越し。現在のオフィスが入居するビルは、中目黒の山手通り沿いに位置している。ここでもまた中目黒を離れるつもりはなかったという。

「僕の家が中目黒なので……」(シモダ氏)

会社が次のステージへ移行したことが ひと目でわかるオフィスを目指す

「旧オフィス時代は内装にはぜんぜん手をつけず、適当に買ってきた什器を並べていただけでしたので、今回は内装工事も本格的に

入れようと思いました」(シモダ氏)

実用性はもちろんだが、会社が着実に成長し、次のステージへ移行したということが見てわかるようなオフィスづくりを目指した。ただし、いわゆる見た目の面白さ、面白空間をつくる気は初めからなかったという。

「見た目が面白い場所が、必ずしも面白いアイデアが出てくる場所かといえば、僕は違うと思うんです。むしろ、『絶対に笑っちゃいけない場所』の方が、面白いアイデアがポンポン生まれてくるんじゃないかと。内装に関しては、事前に社員からいろいろ要望は聞きましたが、実際の内装はあくまで僕個人の『独断と偏見』で決めさせてもらいました」(シモダ氏)

今回の移転に際し、シモダ代表は「予備知識なしで新しいオフィスを見せて、皆をびっくりさせてやろう」というサプライズ演出を狙っていた。ところが、お披露目の当日、待ち合わせ場所でシモダ代表がワクワクしながら待っている間に、山口むつお氏らの社員たちは、ひと足先に現地を覗いてきてしまったという。

「ようやく皆が待ち合わせ場所に来たと思ったら、第一声が『広いね』ですよ！初めて見たときの、彼らのナマの反応をすごく楽しみ



何の意味もないものがたくさん置かれたエントランス

にしていたのに……。めちゃくちゃ勘ねました」(シモダ氏)
「シモダはその日、おもいきり勘ねてそのまま家に帰りました。子供か!!」(山口氏)

シモダ代表の落胆はさておき、同社は2015年8月末に移転。9月から新オフィスでの業務を開始した。ただし、この時点では内装工事は完了しておらず、完成する同年12月までは、工事の音とともに業務をしていたそう。

面白いネタを考えつく 「クソマジメな雰囲気」と「フラットな社風」

取材当日、エレベーターを降りると、いきなり「家入一真氏のミイラ」と「スクラップ原人」の模型が目飛び込んできた。これは、同社も参画した「大ベンチャー展」(主催・三幸エステート)の展示物だ。2016年2月に開催された同イベントでは、シモダ代表も「ベンチャーがこれからやると面白そうな仕事」というトークセッションにスピーカーの1人として参加し、大いに会場を沸かせている。「あまり『キレイでオシャレなオフィス』という感じにはしなかったんで、エントランスにはわざといろんな物を置いて、ゴチャゴチャ感を出しています」(シモダ氏)

エレベーターを降りた正面には、一段高くなった木製の廊下が設えてあり、手前で靴を脱いで上がる。オフィス内が土足禁止なのは、シェアオフィス時代から「掃除がめんどくさいから」という理由で続く伝統だそう。向かって右側が執務室、左側に上半分を黒い金網で囲ったマルチスペースがあり、その奥がクローズドの会議室という構成である。執務室は白を基調とし、デスクレイアウトはオーソドックスな島型対向型に配置。シモダ代表の席は奥の島の窓際、社員全員の席を見渡せる位置にある。

「シモダも以前は社長用の横幅の広いデスクを使用していましたが、旧オフィス時代に『なんかでかくて邪魔だなあ……』と思い、捨

てました。その後、シモダにはずっと社員と同じデスクを使ってもらっています」(山口氏)

代表のデスクを「捨てさせた」と語る山口氏は、同社の創業メンバーの1人で、シモダ代表にとってはいわば「古女房」であり、怒らせないようにしている相手だという。デスクの件や、こうした山口氏との関係から、同社のきわめてフラットな社風が見て取れる。執務スペースを見渡してみると、オシャレなオフィスにありがちな間接照明がない事に気付く。

「僕は昔から間接照明だけの部屋は暗くて嫌いなので、大型の蛍光灯を後からたくさん取り付けました。その結果、もともとあったスポットライトの意味がなくなりました」(シモダ氏)

マルチスペースは、足元に人工芝を思わせる緑色のカーペットを敷き詰め、窓側とエレベーター側の二面にひな壇状の階段席を設けている。窓際にはハンモックが吊るされ、フリーダムな雰囲気を演出している。

「階段席はガート(ghats)というインドなどの川岸にある階段のイメージ。寝転がっても狭苦しくないように、段の幅を広く取っているのがこだわりのポイントです。ここで自由なアイデアが生まれればいいなと思っていたのですが、結果的に社員たちの昼寝スペースになってしまいました」(シモダ氏)

「先ほどシモダも言っていましたが、意外と真面目な場所のほうがアイデアは出るんですよ。なので、奥にある一番真面目っぽい会議室でプレストをする事が多いです」(山口氏)

当初の想定とは外れた使い方になってしまったが、それはそれで良いとシモダ氏は考えているようだ。

「面白いことを考えるのが仕事なので、執務室の自席にかじりついている必要はありません。そういえば最近、会議室に大型ディスプレイとPS4を導入しました。一番プレストをするこの部屋でゲームをしたり、映画を見たりするようになってしまったので、来年あたり倒産しているかもしれません」(シモダ氏)



執務スペース



社員たちの昼寝スペースと成り下がったマルチスペース

米本社のグローバルスタンダードを満たし 一歩先行する日本法人オフィス

アメリカ・マサチューセッツ州に本社を置くTripAdvisor, Inc.の日本法人であるトリップアドバイザー株式会社。同社は、全世界数億人もの旅行者(=ユーザー)からの生の声や、旅に関するさまざまな口コミ情報を掲載する旅行サイトを運営。ホテルの予約サイトとも連携して各旅行者に最適な旅の計画と予約をサポートしている。2015年6月に恵比寿の超高層ビルへ移転した同社の本社オフィスについてのお話をまとめた。



トリップアドバイザー株式会社
オフィスマネジャー

日向 里佳氏

会社のイメージに合った立地 働きやすい環境にこだわった物件選定

2000年にアメリカ・マサチューセッツ州に誕生したTripAdvisor, Inc.は、旅行者からの口コミ情報を掲載するWebサイト運営を通じて、旅行者一人ひとりの個性や好みに合わせた最適な旅をサポートしている。同社のWebサイトは、現在では48の国々と地域、28カ国語に対応しており、月間ユニークユーザー数3億5,000万人、620万件以上のホテル・レストラン・観光名所に3億2,000万件以上の口コミ情報を掲載する、世界最大の旅行サイトとなっている。日本法人であるトリップアドバイザー株式会社は2008年に開設され、2015年6月、渋谷区恵比寿の超高層ビル内に移転した。

「当社では旅行者の皆様を『ユーザー』、航空会社様、宿泊施設様、観光施設様、OTA(Online Travel Agent)様、行政機関様方を

『パートナー』と呼称しております。ユーザーからの投稿は、当社の口コミのガイドラインに従って審査させていただいており、悪意ある誹謗中傷などのガイドラインに違反する投稿を除いて、原則として投稿された口コミは一切編集などを行わずに掲載しております。私たち日本法人では、約30名のスタッフが在籍し、Webサイトの管理やアップデート、広告展開、口コミ投稿内容のチェックなどを行っております」

以前は恵比寿駅西口にオフィスを構えていた。しかし事業拡大に伴い手狭になってきたなどから、2014年5月より移転先を探し始める。最終的に同エリア内での移転となるのだが、必ずしも恵比寿という立地にこだわりがあったわけではないという。

「あくまで会社のイメージに合った立地、ということで候補物件を探しており、働きやすい環境にこだわった結果の選定です。当初は目黒駅前のビルが第一候補でしたが、残念ながら契約に時間がかかってしまい入居できませんでした。といっても、現ビルへの移転は結果的には最善の選択だったと考えております」

物件選定や契約に時間がかかったのは、アメリカの本社にあるグローバル事業部との二カ国間のやりとりを必要としたためだ。时期的にも、ちょうどオフィス市況が活況を呈し、空室数が激減して人気のビルでは競争が激化しており、現ビルにしても2016年2月現在は満室稼働となっている。移転先候補は物件データから数10棟のビルをリストアップし、さらにそこから絞り込んで、実際に現地に足を運んでの内見も重ねていったという。

「新橋や汐留、六本木近辺のビルも検討しましたが、やはり会社のカラーに合わないのではないかと判断でした。海外支社、本社と時差がある中で、毎週火曜日の深夜から定例会議を約半年間続けてきました。2014年11月にこちらの物件で決定し、12月に契約。そこからすぐに内装工事に取っかかりました。内装はローカルのデザイン会社様との共同で進め、2015年6月の移転ギリギリまでさまざまな苦労がありました。最終的にはデザイン会社様をはじめ、多くの関連会社の皆様のご協力のおかげでなんとかスケジュールを守ることができました」

海外のスタンダードに合わせつつ、 社員の要望に応えるオフィスづくり

新オフィスづくりにあたって、アメリカ本社からは「TripAdvisor, Inc.のグローバルスタンダードに合わせたオフィスとすること」との条件が課せられた。旧オフィス時代には同社のグローバルスタンダードを満たしていなかった。

「確かにIT企業にもかかわらず、旧オフィスには専用のサーバールームもなく、セキュリティに関しても本社のスタンダードからは程遠いものになっていました。面積も約80坪と手狭で会議室も3室しかない。社員からは毎日不満の声があがっていました」

そこで、今回の移転に際しては全社アンケートを実施し、「新オフィスに欲しいもの」「必要なもの」をあげてもらったという。社員の要望としては、会議室不足を訴える声が多く、これは優先的に採用された。その他、細かい要望に関しても一つひとつ精査し、ビル自体の施工条件と合わせて、何が可能か、何が不可なのかをチェックしていった。

「実は広いパントリーをつくる際に『キッチンが欲しい』という声もあり、これはできれば実現したかったのですが、残念ながらビルの構造上無理だということがわかり、泣く泣くあきらめました。

パントリーとは、一般に「食料品貯蔵室」「食器室」「配膳室」を意味するが、同社のケースではガスコンロなどを常設していない簡易キッチンを指す。同社のパントリーには、最大50名程度収容できるブレイクスペースが付設しており、エントランスと並ぶ新オフィスの象徴的存在となっている。ここでは、毎週月曜日に全社員参加による会議が行われ、その後ケータリングサービスによるランチが振る舞われる。

「周辺に手頃なカフェなどが少ないため、本社のポリシーでもあ

る食べ物や飲み物の充実を図るという意味でも重要です。以前は、食事を振舞うイベントが月に1回程度行っておりましたが、移転後は毎週のランチケータリングをはじめ、毎月テーマを変えて小さなオフィスイベントを定期的に行っており、今後も継続する予定です。この場所を社員同士の新しいコミュニケーションや休息の場として活用してもらうためにも、良いシステムであると思っています」

“旅”をイメージさせるエントランスと、 機能と遊び心を備えた内装

新オフィスのビジュアル上の最大の特長となっているのが、スバル360(富士重工業株式会社が開発し、1958~1970年にかけて生産した国産軽自動車の代表的傑作)が鎮座するエントランスだ。車体はもともとオフホワイトであったものを、コーポレートカラーに合わせてイエローに塗装し直されている。ボンネットの上には、年季の入ったアンティークデザインのトランクが積まれている。これは、宮崎駿監督のアニメ映画「ルパン三世 カリオストロの城」をイメージしたという。

「エントランスにクルマを置こう!と、アメリカ本社の上席のアイデアでした。クルマのドアは開閉でき、運転席に乗り込んで記念撮影されていかれる方もたくさんいらっしゃいます。海外のTripAdvisor, Inc.のオフィスでは、エントランスに“旅”をイメージさせる造形物を配置しているところが多く、たとえばロンドンのオフィスではエントランスに飛行機の翼のレプリカが置かれています。また、シンガポールのオフィスでは当社の Mascot キャラクターであるフクロウの『オーリー』の顔をガラスの壁一面に立体的に反映されるようにデザインが施されています」



ブレイクスペース

① 会社のイメージに合った立地 働きやすい環境にこだわった物件選定

② 海外のスタンダードに合わせつつ、 社員の要望に応えるオフィスづくり

③ “旅”をイメージさせるエントランスと、 機能と遊び心を備えた内装

④ 運動不足の解消など、社員の健康管理に 配慮した設備と施策を導入

⑤ お客様を呼びやすい、社外に良いイメージを アピールできるオフィスを構築

はやわかりメモ

エントランスの床には高速道路のように3本の矢印が描かれ、その末端には「WORKSPACE」「RECEPTION(受付はこちらです)」「MEETING」の文字が並列表記されている。正面に透明ガラス壁で仕切られたレセプションルームがあり、ガラスには同社のロゴが掲げられている。ドアの傍らにはアンティークのガソリンスタンドの給油機が設置され、ここにiPadを利用した受付システムが組み込まれている。

「このiPadによる受付システムに関しては、海外に先駆けてまず日本オフィスで導入しました。画面上でアポイントの担当者を名前で検索して、直接呼び出すことができます。当初はiPadのみの予定でしたが、操作に慣れていないお客様もいらっしゃるので、後から電話の受話器も取り付けすることにしました」

なお、iPadの端末は全会議室に付属されており、受付対応だけでなく、会議室の予約状況確認や予約などの操作にも活用されている。会議室はエントランスの左右に配置されており、向かって右手に並ぶ会議室には、「Fuji」「Yuzu」「Sakura」「Wasabi」といった、日本らしさを象徴する名称がつけられている。デザイン先行のため、各室は内装に合わせたネーミングとなり、たとえば淡いブルーの部屋は「Fuji」、淡いオレンジの部屋は「Yuzu」、淡いピンクの部屋は「Sakura」、淡いグリーンの部屋は「Wasabi」と名づけられた。「この4室は、ビデオカンファレンス設備のある会議室となっていま

す。弊社のグローバルオフィスには日本よりも広いオフィスがありますが、この設備がある会議室は多くて3室しかありません。30名の規模で設備が整った部屋を4部屋も与えてくれたのは、日本のマーケットへの更なる期待があつてのことだと感じています」

また、エントランス左手のワークスペース側に設置された小会議室には、やや発想の方向性を変えて「Kitty」「Pokemon」といった日本発のキャラクターの名が冠せられている。これもまた、海外で広く知られている日本語の固有名詞という共通項がある。これらの会議室では、機能性と遊び心を両立したデザインが採用されている。「新オフィスの会議室は大小合わせて7室用意しました。旧オフィス時代は3室だったので、倍以上に増えたことになります。面積は約80坪から約250坪と、3倍以上広くなりました。会議室については、最低これだけの数量と機能が必要だということがあらかじめ決まっていたので、これを第一優先として、その後オフィス全体のレイアウトを確認しつつ動線を設定。ワークスペースやパントリーなどの配置を決めていきました」

新オフィスのオープン1週間前には、社員参加によるオフィス見学ツアーが行われた。初めてここを目にした社員たちの第一声は「広い!」であり、続いて口々に「すごい!」「なにこれ?」といった歓声が上がった。「景色がいいね!」と窓に歩み寄り、眺望を写真に撮影する社員も多かったという。



エントランス全景



受付システム



大会議室



小会議室



打ち合わせルーム



ボルダリングウォール



ストレッチエリア



フリースペース



昇降デスク

運動不足の解消など、社員の健康管理に配慮した設備と施策を導入

窓からの眺望は超高層ビルならではの魅力であり、季節の変わり目や、朝陽に夕陽、夜景など時間帯によってもさまざまに表情を変え、見る者を飽きさせない。ガラス壁を多用した開放感のある内装デザインとともに、社員の働く環境を快適に保つ効果があるという。旧オフィス時代は窓が一面しかなく、また空調効率も悪かったので席によって暑さ寒さの差が激しかったが、新オフィスではビル自体の設備も新しく、空調効率も格段に向上したと語る。

「働きやすい環境づくりには、社員の健康管理という観点も欠かせません。そのため、オフィスの壁の一角をボルダリングウォールとし、ストレッチができる場所を確保し、室内でも簡単にできる運動設備や、ハンモックなどの休憩設備も導入しています」

ボルダリング(=壁登り)はフリークライミングの一種で、手足だけを使って垂直な壁をよじ登る競技である。本来は自然の岩壁を登るものだが、都市部では人工の壁面にホールド(突起)を多数取り付けた壁で代用されている。近年は、採用する企業も増えており、中にはデザイン上の単なる装飾に過ぎないものもあるが、同社の場合は、成人男性の体重を支えるだけの強度を持った実用的なボルダリングウォールだ。垂直の壁と、傾斜したオーバーハングの壁とがあり、下には転落事故防止のためのマットレスも敷き詰められている。

「初心者に対しては社内のボルダリング経験者が講習を行うなど、実際の運用にあたっては安全対策に努めています。運動不足解消の施策としては、こうした設備のほかに、会社インストラクターを招いてヨガのワークショップを行ったりもしました」

日常の業務の中でも、長時間同じ姿勢で仕事をしていることで腰や肩を痛めることがある。そこで、同社ではワークスペースにある社員の自席(固定席)以外にも、パントリーに付設したブレイクスペースや空いている会議室など、社内の好きな場所へ移動して仕事をすることができるようになっている。さらに、自席のデスク

は、スイッチ一つで天板の高さを自由に換えられる昇降デスクが採用された。

「座りっぱなしで疲れたときには、天板を高くして立ったまま仕事をすることもできます。昇降デスクを探すのに手間はかかりましたが、苦労した甲斐はあったと思います。また、リフレッシュや集中効果のあるバランスボールも導入しました」

お客様を呼びやすい、社外に良いイメージをアピールできるオフィスを構築

パントリーを備えたブレイクスペースは、ワークスペースと会議室エリアをつなぐ位置にある。ここにブレイクスペースを配置したのは、社内外とのさまざまなコミュニケーションのきっかけづくりに利用するためだという。パントリーにはコーヒーやドリンク類、各種軽食スナックが充実しており、飲食を楽しみながらリラックスした雰囲気で打ち合わせなどが行われている。

「コーヒーマシンは、エスプレッソとカプセルタイプの2種類用意し、お茶やジュースなどの自動販売機も社員には無料で提供しています。お菓子やドライフルーツ、カットフルーツなども取り揃えており、朝食用のコーンフレークなども常備しています。また、毎月1回、夕方からHappy Hourと称して社内でアルコールを飲む機会も設けております」

こうした環境面の充実も、いわばTripAdvisor, Inc.のグローバルスタンダードであり、海外のオフィスでは、ビールサーバーやワイナリーを備えているところもある。ちなみに、5,000人の社員が勤務するボストン本社では、専任のシェフが常駐し、毎日本格的な料理を振る舞っているという。

「オフィスの坪単価や立地については本社から細かいチェックが入りましたが、デザインに関しては、基本的に私たちのやり方に任せていただけました。営業チームからは『お客様を呼びやすくなった』という声が上がっています。場所もわかりやすく、デザインもどこへ出しても恥ずかしくない。社外にも良いイメージをアピールできるオフィスになったと好評です」

IT企業の新たな聖地となる五反田で さらなる進化を目指すfreeeの新社

中小企業向けクラウド会計ソフトの普及を通じて「クラウド完結型社会」の実現を目指すfreee株式会社。「スモールビジネスに携わるすべての人が創造的な活動にフォーカスできるよう」を合言葉に急成長を遂げている。2012年7月に自宅兼用マンションの一室からスタートした同社は、増員によって短期間にオフィスを拡張してきた。そして2015年12月、西五反田2丁目に通算5目のオフィスを構えるに至る。今回の取材では、新オフィスが体現する同社の理念と思いについてお話を伺った。



freee株式会社
採用マネージャー

鈴木 康弘氏



freee株式会社
メンバーサクセスチームマネージャー

古塚 大輔氏

日本の開業率向上に貢献するため クラウド完結型社会の実現を目指す

現在、日本に存在する企業の90%以上は中小企業によって占められているといわれる。これらの中小企業の中には、会社の規模は小さくても世界トップクラスのシェアを誇るビジネスを展開している優良企業も決して少なくない。数万人規模の従業員を擁する大企業といえども、これら多くの中小企業の存在なくしてそのビジネスは成立しえないといっても過言ではないだろう。

だが、中小企業が自社の強みを十二分に発揮するためには、本業に専念できる環境が整っていることが重要だ。逆にいえば、本業以外の、経理・財務、あるいは従業員の給与計算などのバックオフィス業務に忙殺され、貴重な人員や予算、時間を割かなければならないという現状では、中小企業はその強みを十二分に発揮することができない。これは、単にその会社にとっての損失にとどまらず、

大企業をはじめとする関連業界にも、ひいては日本経済全体にとっても、大いなる損失となる。

「当社の代表である佐々木大輔がfreeeを立ち上げた動機の一つとして、日本における開業率の低さにあります。現在、OECD諸国で最低レベルにある5%程度の日本の開業率、これを何とか向上していきたい。起業の参入障壁となっている煩雑なバックオフィス業務を自動化することで、スモールビジネスに携わる多くの人々が、本当にやりたい創造的な活動にフォーカスできるようになります。その結果、中小企業でも、大企業より強くてかっこよくなれる——そのための環境を実現することがfreeeのミッションです。そうすることで、もっとワクワクする世の中が実現できるはずだと考えたのです」(鈴木康弘氏)

規模は小さくても会社組織である以上、運営していく上で数多くの必要な実務が発生する。組織運営のための実務は、必ずしも本業に直結する領域のことばかりではない。独立・起業に果敢にチャレンジする人々は当然、大いなる夢や目標を追い求めているはずだ。しかし健全な組織運営のために必要な作業や勉強に忙殺され、「本当にやりたいこと」にフォーカスすることがなかなかできないというのが現状である。そのせいで起業に二の足を踏んだり、起業しても早々に挫折したりするケースが多く、結果としていつまでも日本の開業率が向上しないのだと同社は指摘する。

「開業率だけでなく、事業を立ち上げてからも、バックオフィス業務は中小企業にとって大きな負担となります。大企業であれば高価なシステムを導入することも、専門のチームを持つこともできますが、中小企業の場合はそれが困難です。日本企業はもともと、IT化の段階では世界に先駆けて導入が進んでいました。その後のイノベーションをもたらすビジネスプラットフォーム構築の段階で、欧米はもちろん、アジア諸国にも大きく後れを取ってしまったのです」(鈴木氏)

こうした現状に対して、同社はイノベティブなプロダクトおよびサービスの提供を通じて「クラウド完結型社会の実現」を目指しているという。

会社の成長とともに従業員数が急増し 前回からわずか1年半で次の移転

2012年7月、佐々木代表の自宅兼用マンションの一室からスタートした同社は、社員2名からスタートして急速に成長していった。まもなく港区麻布十番に所在する神社の中にオフィスを構えるようになり、従業員数が30名を超えた2014年6月、本社を品川区西五反田のビルに移転した。このオフィスは約230坪の面積があり、30名前後の会社としては十分すぎるほどの広さであったが、その後も積極的に採用を続けていった結果、最終的には従業員数150名に達し、「席が足りない」という状況を呈することになる。

「以前のオフィスは1フロアなので会社としての一体感はあったと思いますが、どんどん人を増やして、席が増えていくうちに、非常に動線の悪い、機動性に難のあるオフィスになっていました。また、ミーティングルームの数も少なかったので、予約が取りにくいという問題が生じていました」(鈴木氏)

旧オフィスのミーティングルームは、来客用が3室、社内用のクロードスペースが2室。このほか、社内のミーティング用にオープンスペースも用意されていたが、採用面接や個人面談に使用できるクロードスペースの数が不足していたという。

「採用面接の場合、最初のカジュアルな雰囲気での面接にはビルの階下にあるカフェなども利用していましたが、採否を判断する最終面接ではそういうわけにもいきません。また、当社は『人の成長を支援する会社』を理念に掲げており、そのために一対一の社員面談を毎週1回設けていますが、これを行うためにもクロードスペース

が必要でした」(鈴木氏)

こうした社内の状況を踏まえ、前回の移転から約1年後の2015年6月頃には早くも「次」の移転を検討し始める。夏には本格的に候補物件を探し始め、同年9月にはある程度の目星がつけられ、現オフィスのあるビルも候補に挙がっていたという。

「その後も『ほかにもっと良い物件はないか?』とは思いつつも、最終的にはこちらのビルに決定いたしました」(鈴木氏)

IT企業が集まりつつある五反田に 自社カルチャーを体現できるオフィスを構築

移転先となったのは、旧オフィスからもほど近い西五反田のビルである。この五反田という立地の選定には、佐々木代表独自のこだわりが反映されているという。

「当社のようなITベンチャーというと渋谷、恵比寿あたりが人気ですが、これらのエリアでは空物件も乏しく、あっても駅から遠かったり、急坂を登る必要があったりします。その点、五反田なら駅から近い物件も多く、賃料相場も渋谷・恵比寿よりは割安。また、近在に住んでいる従業員も多いため、職住近接の環境が実現できます。それと、『すでに多くのIT企業が集まっている渋谷・恵比寿に加わるより、我々が旗を振って五反田にIT企業を集めたい』という佐々木の考えもありました」(鈴木氏)

実際に、近年は飽和状態にある渋谷・恵比寿エリアより、再開発著しい五反田・大崎エリアへIT企業が移転してくるケースが目立っている。



① 日本の開業率向上に貢献するため クラウド完結型社会の実現を目指す

② 会社の成長とともに従業員数が急増し 前回からわずか1年半で次の移転

③ IT企業が集まりつつある五反田に 自社カルチャーを体現できるオフィスを構築

④ 大小のスペースでコミュニケーションの 取りやすい環境を形成する

⑤ クラウド活用やペーパーレス化で 自らが提唱する考え方を体現する

はやりメモ

「佐々木は以前から『ワーク・ライフ・インテグレーション』ということを提唱しており、ビジネスと、遊びや家族間のコミュニケーションを両立させ、オンとオフの融合を実現できる環境、新しいイノベーションが起こりやすい場所として、五反田という街に魅力を感じています。また、五反田は食事のできる店も多く、価格帯もリーズナブル。さらに、JR山手線・東急池上線・都営地下鉄浅草線の3線が利用可能で、交通アクセスの利便性が高いことも魅力の一つです」(古塚大輔氏)

ちなみに、五反田は、佐々木代表ともう一人の創業メンバーである横路氏が初めて出会った街でもあるという。オフィス移転にあたっては、鈴木氏をはじめ社内各部門から選抜された5名によるプロジェクトチームが編成された。移転先ビルでは8・9・10階の3フロアを使用することになっていたが、まず、先行して8階への移転が実施されることになる。

「というのは、当社のお客様である個人事業主の確定申告の時期に向けて、サービスを担当するカスタマーサポート部門の拡充が急務であったからです。確定申告の繁忙期から逆算すると、人員採用と研修期間などを含めて11月上旬にはオフィスを開設する必要がありますがありました」(鈴木氏)

物件選定から8階への入居までの期間は実に1ヵ月余り。この短期間の中で、プロジェクトチームは全社アンケートを行い、さらにデザイン会社を選定するコンペを実施した。決定したのは以前からつきあいのあるデザイン会社であり、同社の企業理念やコンセプトを理解した上で、同社のカルチャーを体現するオフィスデザインを提案してきたという。

「非常に慌たしいスケジュールの中での設計・施工になりましたが、なんとか11月1日には予定通り8階フロアを先行して開設するこ

とができました。ただし、この時点では、9・10階はまだ図面しかできていない状態で、『はたして年内に間に合うのかな……』と内心ヒヤヒヤしていましたね」(鈴木氏)

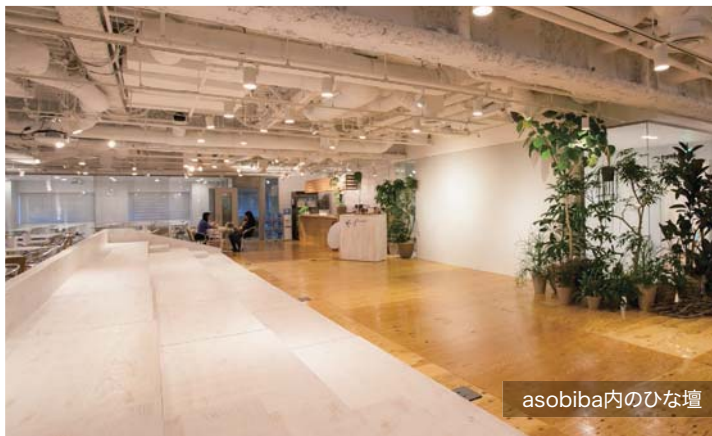
8階はカスタマーサポート部門のほか、経理・総務・人事・広報などのバックオフィス部門の執務室。遅れて施工され、12月23日までに入居を完了した10階にはエンジニア部門、セールス部門、マーケティング部門の執務室を置き、中間層の9階に来客用および社内用のミーティングルームや「asobiba」と命名されたラウンジなどのコミュニケーションスペースが配置されている。各部門の従業員の座席は固定席だが、所属フロアの自席だけでなく、他のフロアのオープンスペースやラウンジ、集中ブースなど、さまざまな場所を選んで仕事をすることができるという。

「これまでのオフィスは1フロアでしたが今回は3フロアに分かれます。組織としての一体感をどのように維持するか、これまで同様の活発なコミュニケーションをどうつくりだしていくかが一番の課題でした。そこで、執務室を8階と10階に置き、中間階である9階には全員が集まれるスペースを設けました。9階は誰でも働ける場であり交流の場としました。そのため9階のみ食べ物を配置し、メンバーが自然に集まれる仕組みをつくったのです。代表の佐々木からは『従業員が、会社が次の段階に成長していることを感じられるオフィスにしたい』という要望があり、これを基に全体的なデザインを考えていきました」(古塚氏)

「全社アンケートを通じて、従業員から『どんなオフィスにしたいか』『どういう設備が欲しいか』といった要望を吸い上げ、自然発生的に、あるいはボトムアップ的に形にしていきました。たとえば、新オフィスには畳敷のスペースをつくりましたが、これは旧オフィスにあったゴザを敷いたスペースがグレードアップしたものです」(鈴木氏)



asobibaと命名されたラウンジ



asobiba内のひな壇



個人用スペース



9階のセミナールーム



畳敷のスペース



9階の集中スペース



執務スペース

大小のスペースでコミュニケーションの取りやすい環境を形成する

9階の「asobiba」は、旧オフィス時代にあったフリースペースからその呼称とコンセプトを受け継ぎ、さらに発展させたものだ。特に使用ルールのようなものは設けておらず、原則として「何をやっても良い」。従業員の自由な使い方ができるスペースとなっている。ここに置かれた卓球台は、ただのインテリアではなく、実際に卓球をプレイすることもできるし、社内パーティなどの際にはテーブルとしても使用される。

「夜にはここに集まってゲームで盛り上がることもありますし、社内でミニ四駆の大会を開くこともあれば、ごろ寝をしている人もいます。また、昨年の『スター・ウォーズ』の新作映画公開に合わせて、シリーズ作品の上映会を開いたこともありました」(古塚氏)

こうした名前の通りの「遊び場」としての機能、休憩スペースとしての役割だけではない。「asobiba」にはひな壇が設置され、最大で200名が着席できます。新しいプロダクトや機能のデモ、新メンバーの紹介などを行なう集まり「デンション上げてこ」や会社としての重要な学びや取組みを共有する「ALL-Hands」なども開催しているという。

「9階には、セミナールームやミーティングルームなども設置しています。セミナールームは全社アンケートの要望に応えたもので、税理士さんなどを集めてスクール形式のセミナーを開講するほか、新入社員の研修や多人数でのミーティングなどにも利用されています。ミーティングルームの大きさについては、旧オフィス時代のデータをエンジニアと協力し分析した結果、4名部屋と6名部屋を設計しました」(鈴木氏)

旧オフィス時代のデータとは、ある一週間における社内の各ミーティングルームの使用状況を、人数や目的、使用時間などについて詳細に調査したものである。旧オフィスでは16名部屋・8名部屋・6名部屋が各1室ずつ用意されていたが、実際にはこれらの大部屋を少人数で使っているケースが多く、スペースのムダが生じていたという。そこで、新オフィスでは少人数用の部屋を数多く用意することになり、8階と10階の執務室にもクローズドのミーティングルームを

各3室、さらにオープンミーティングスペースを多数設け、コミュニケーションの取りやすい環境を形成している。

「これらのミーティングルームには、当社にちなんで、8階は勘定科目、9階はロゴマークにちなんでツバメの種類、10階はクラウドにちなんで雲の名前になっています。9階のツバメは、旧オフィス時代からの当社の伝統を受け継いだものです」(古塚氏)

クラウド活用やペーパーレス化で自らが提唱する考え方を体現する

「当社のビジネスは、クラウドの活用により、ユーザーが本業にフォーカスできるようにすること。そのためには、当社自身がそれを実践していなければなりません。新オフィスでは、こうした価値基準に基づき、クラウドを徹底的に活用していくことで本業にフォーカスできる環境づくりに取り組んでいます」(鈴木氏)

新オフィスのエントランスに設置された受付システムは、同社の自家製ソフトウェアを利用し、来客は訪問相手をチャットで直接呼び出すことができる。来客の利便性に加えて、アポなしの飛び込み営業などを抑止する効果もあり、時間の効率化が図れるという。

さらに、徹底したペーパーレス化が図られ、社外の人間にも、契約書や請求書などは「紙でなくPDFで」と依頼しているという。自らが提唱する考え方を体現するため。紙書類を使わせないため、デスクには引き出しさえ付けていない。

「すべての従業員が、自分が主役となってさまざまなことに取り組むのも当社の企業文化。会社公認の部活動なども活発で、今回本格的に導入した観葉植物も『Green部』が自主的に水やりなどを行っています。また、1階の駐車スペースは内部デザインやシャッターの自動開閉装置の設置など、『自転車部』が中心になってつくりあげました」(古塚氏)

「移転の効果として、社内の生産性は向上していると思います。オフィス内のCO₂濃度や湿度などは数値で測定していますが、以前より快適な環境が保たれています。今後は8階と10階をリアルタイムで相互にテレビ中継するなど、さらなるコミュニケーションの改善に取り組んで参ります」(鈴木氏)

人と人とのつながりを大切に コミュニケーションを図れるオフィスを構築

「お客様とともに成長するエンジニア集団でありたい」を理念に掲げ、1980年に福井市で創業した株式会社永和システムマネジメント。以降、金融システムの構築、医療システムの開発・導入支援、アジャイル開発を軸に事業を拡大している。2002年に港区田町に東京事務所を開設後、2010年に台東区上野へ移転。そして社員増加に伴い、2015年5月に千代田区神田須田町へ増床移転を行なった。今回の取材では、新オフィスのコンセプトや概要を中心に話を伺っている。



株式会社永和システムマネジメント
取締役東京支社長

小山 嘉雄氏

増員対応と立地改善を図り

契約更新のタイミングで東京支社を移転

情報システムの開発や構築、パッケージの開発、コンピュータおよび周辺機器の販売、ソフトウェア開発技術に関するコンサルティングを軸に事業を拡大してきた株式会社永和システムマネジメント。同社は1980年の創業以来、福井県福井市で成長を続けてきた。多くの顧客が首都圏に集中していたため、早い段階から東京への拠点進出を検討していたという。そうして2002年、港区田町（三田）に東京事務所を開設。当初は本社からの出張メンバーが中心であったが、徐々に現地採用の比率が増えていく。以降、社員数の増加に合わせて移転を重ねる。2003年品川、2005年芝浦、2009年に台東区上野のオフィスビルに移転を行なった。「上野に移ってから社員数は順調に増えていき、最終的に60名

を超えました。こうなると福井本社から出張で来た社員用スペースの確保も困難になってきます。さらに入居ビルが2015年に契約更新の時期を迎えるというタイミングもあって、2014年の夏頃から本格的に支社移転を検討するようになりました。本社のある福井との交通の便も考えて、新幹線からのアクセスの良い上野・東京・品川周辺で移転先を探していました」

「移転では三幸エスレートさんのことを前任者から聞いており、今回お世話になることにしました。前回の移転では一緒に仕事が出来なかったのですが、移転後も色々な資料の提供や相談に乗っていただいたのが大きな理由です。当社をよく理解していただいている分、細かい要望にも迅速に対応してくれましたね」

希望面積は最低150坪以上。ただしあまり広すぎても困る。これに立地改善と予算面、階数、さらに天井高や最寄り駅からの距離といった諸条件を加えながら物件を探していった。しかし、折しも都心部では空室不足の傾向にあり、条件に合う空き物件はそれほど残っていない。そこで、飯田橋や新橋周辺までエリアを拡大し、ざっと20棟近い候補物件を検討。それでも、なかなか希望する条件に合致する物件は見つからず、一時は移転を諦めて現ビルでの契約更新も視野に入れていたという。

「もし契約を更新するのであれば、期限までに前もってビル側に通達しなければなりません。そのため物件探しのための時間は実質約3ヵ月しかありませんでした。かなりタイトなスケジュールになってしまいましたが、三幸エスレートさんにもご尽力いただき、『ベストの物件』にめぐり合えました。当初、現在入居しているこのビルの空室は2階のみでした。しかし『7階に入居予定の会社が急遽キャンセル』という未公開情報をいち早く教えていただき、そのままスムーズに7階で契約することができたのです」

「社内外のエンジニアが交流できる場にしたい」 社員からの思いを込めて設計

物件選定後、2015年1月中旬には移転プロジェクトチームの人

「東京支社で受託しているソフトウェア開発プロジェクトの多くは、社外のエンジニアとの人と人とのつながり、すなわち口コミや紹介がきっかけでいただいている仕事です。そこで、新オフィスは、こうした社外のエンジニアが集まってきて、社内外のエンジニアが交流できる場にしたい、という思いでレイアウト設計しました」（小山氏）

旧オフィスから継承したスペースと 新たに設けられたファシリティ

社内からプロジェクトメンバーに寄せられた意見・アイデアは、旧オフィスでの問題点の指摘から、新オフィスに期待するものまで、多岐にわたっていた。たとえば、「今のオフィス（＝旧オフィス）で困っていること」としては、「移動しづらい」「全体が見渡しやすい」「そのため、電話がかかってきたときに誰がいるのかわからない」「オフィスが汚く見える」などがあり、その原因として「本棚やホワイトボードが多く、視界を遮っている」「個人の机の上が整理されておらず、全体に統一感がない」などの点が指摘されていた。

「この業界の中で一歩先を行く内装、レイアウトにしたいという思いがありました。その上で『見栄え良く、効率的なレイアウト』『シンプルで清潔感があり、飽きのこないもの』『社内外の人に当社のマインドセットが伝わるような本棚』といった社内からの要望を拾い上げ、全体的なオフィスのイメージを構築してきました」



① 増員対応と立地改善を図り 契約更新のタイミングで東京支社を移転

② 「社内外のエンジニアが交流できる場にしたい」 社員からの思いを込めて設計

③ 旧オフィスから継承したスペースと 新たに設けられたファシリティ

④ 社員と経営陣から寄せられた要望を 可能な限り実現したオフィス

⑤ 新築同様のきれいなビルに入居し 社員からの満足度も高いオフィス

はやりメモ

社員からの要望（抜粋）

- 業界の中で一歩先を行く内装、レイアウトにしたい
- 見栄え良く、効率的なレイアウト
- シンプルで清潔感があり、飽きのこないもの
- 社内外の人に当社のマインドセットが伝わるような本棚
- 再利用できるものは積極的に利用する
- 一時的に映えるだけのデザインは特に必要ない
- 社員全員が利用する物や場所にこだわって重点的に費用をかけたい
- ビル自体のコンセプトに合わせた凛とした雰囲気のあるレイアウト
- カラーバランスを考えて明るく軽快な感じの色遣い

『東京支社のシンボルにもなっている気がしていますので、なくなると寂しい』という声もあり、新オフィスでもほぼ同サイズのままで受け継ぐことにいたしました」

「現在、キャリア採用、新卒採用ともに力を入れています。旧オフィス時代はエレベーターを上がったらすぐに受付という形で、エントランスも1階のロビーもないビルでしたが、今回はそれらの要素を備えているため、会社としてのブランディングやイメージアップにもつながり、ここで働きたいと思ってもらえるようなオフィスにしていきたいと思います」

社員と経営陣から寄せられた要望を可能な限り実現したオフィス

L字型フロアの長辺部分にあたるセキュリティゾーンは、「和じゃ」や小会議室のほか、社内ミーティングスペース、集中作業用のスペースなども備えた執務室エリアとなっている。執務室の大半は開発チームのエリアとなり、固定席とフリーアドレス席がほぼ半々。このほかに管理部門が席を並べる。

「フリーアドレスの座席は、プロジェクト単位で集合離散するチームのグループアドレスになっており、また、福井本社から出張してきた社員のためのサテライトオフィスとしても活用されています。集中スペースは多くの社員からの要望で2つ設置いたしました。いずれも使用頻度が高いですね」



執務室については、「いろいろな形のフリーアドレスを使い分けたいい」「普段社外にでている人が帰社した際に、誰でも自由に使えるディスプレイがほしい」といった社員サイドからの要望に加え、経営側からは「増員にも対応でき、長くこのオフィスに入居してられるように、支社以外の社員にとっても居心地の良いと思える環境をつくりたい」などの声があった。ちなみに、同社の福井本社は自社ビルということもあり、オフィスレイアウトは伝統的な島型対向式の固定席を採用しているという。

このほか、休憩スペースや仮眠の機能については、「妊娠中などの体調がすぐれないときに休憩できる場所がほしい」という女性社員の要望を取り込んだ。収納スペースについては、「四角い小さめのロッカーを導入してほしい」「レンタルPCや共有ディスプレイの置き場がほしい」「プリンタの周りに用紙を収納できるスペースがほしい」など、色々な視点からの要望が寄せられた。

『瞬間調光ガラスで仕切られた会議室がほしい』といった声もありました。これら数多くの要望をすべて実現することは、スペース上や予算上の制約もあってなかなか難しいのですが、今後も可能な限り社員の声に応えられるように取り組んでいきたいと思います」

新築同様のきれいなビルに入居し社員からの満足度も高いオフィス

移転後、半年余りが経過したが、社内外からの評価はきわめて高い。「最近『スタンディングデスクがほしい』など、前向きな要望はありましたが『あそこをこうしてほしい』といった不満は特に聞いていません。せっかく申し分のないベストなオフィスを得られたのですから、今後も数値に表れないプラスの効果に期待しています」

あらゆるビジネスシーンを想定し 働きやすさを追求したオフィス

インターネット・モバイル端末をベースとしたコンシューマー向けサービスを軸に、「エンターテインメント事業」と「ライフスタイルサポート事業」の2つの事業を展開する株式会社エイチーム。「みんなで幸せになれる会社にする」「今から100年続く会社にする」を経営理念に掲げ、事業を拡大している。そんな同社は2015年12月、本社を名古屋市西区から名古屋駅前の大規模新築ビルへ移転を実施した。今回の取材では、その新オフィスの魅力やオフィスコンセプト、イノベーションを生み出すためのしくみなどについて語っていただいた。



株式会社エイチーム
社長室長

光岡 昭典氏



株式会社エイチーム
社長室広報

尾崎 美鈴氏

中期経営計画の「5年後の姿」を見据えて 「働きやすい環境づくり」を目指す

エイチームの創業は1997年6月、林高生氏（現・同社代表取締役社長）が岐阜県土岐市で個人事業主としてソフトウェアの受託開発を開始したことに端を発する。個人事業ではあったが、当初から「エイチーム」の呼称を使用していたという。その後、2000年2月には岐阜県多治見市に有限会社エイチームを設立。2000年11月から愛知県名古屋市へ本社を移し、2004年11月に株式会社へ組織改編した。名古屋市内では、まず中村区にオフィスを構え、創業10年目となる2007年2月には、同年1月に竣工したばかりの西区の超高層オフィスビルに移転した。

「同ビルへ入居した当初は6階の4分の1のフロアを使用していましたが、半年後には32階の半フロア、その1年後には32階の全フロアへと拡大していきました。社員全員が同じフロアで働いていたので、誰が今どこにいて何をしているのかがお互いによくわかり、コミュニケーションも良好だったと思います。しかし、その後、会社の

急成長に伴い、36階の半分を増床し、さらに分社化によって子会社が近隣にある別のビルへ移転しました。こうして3カ所に拠点が分散したことで、次第にコミュニケーションが取りづらい環境になっていたのです」（光岡昭典氏）

移転前のオフィスの使用面積は、3カ所合計で約1,060坪。ここに子会社を含めて約350名の社員が働いていた。ビル自体の築年数はまだ新しく、まだまだ十分なスペースを有していたが、拠点をまたいだ部署間の連携がスムーズにいかないなど、経営上の課題も一部で指摘されるようになってきた。

「そんなとき、中期経営計画を策定することになり、当社の目指す『5年後の姿』として、いくつかのテーマが掲げられました。その中に『働きやすい環境づくり』というテーマがあり、具体的には『社員食堂が欲しい』『フィットネスジムのような設備が欲しい』『オシャレなオフィスで働きたい』などの項目が挙げられていました。どれも現ビルでは実現困難な内容であり、いずれどこかのタイミングで実現していきたいと考えていたところでした」（光岡氏）

その頃、名古屋駅前の再開発計画が進行しており、2015年末には約10年ぶりとなる大規模新築ビルの竣工ラッシュが予定されていた。同社はこれを絶好のタイミングと判断し、建設中の超高層ビルの一つを移転先と定めて2013年11月に移転計画を決定。同年12月、社内に正式に発表した。移転実施時期は移転先ビルの竣工に合わせて2015年12月と予定された。

「計画の発表後、新オフィスの内装デザインを担当する会社の選定にかかり、数社にお声掛けをし、デザインコンペを行いました。選定基準は、当社について深く理解しているかどうか、会社の課題を見つけて解決してくれるかどうか。ですから働きやすくイノベーションを起こしやすい、企業価値を高められるオフィスをつくれるデザイン会社が望ましいと考えていました」（光岡氏）

全社員にアンケートを実施し オフィスに必要な物と足りない物を分析

デザイン会社として選定した株式会社ミダスと協力して、全社員を対象にアンケートを実施した。これは、単に新しいオフィスをどんなものにしたいかという要望を求めるのではなく、社員一人ひとりが自らの現状をふり振り返り、改善すべき問題点を自分自身で見出していくためのアンケートだった。

「まず、自分の1日のスケジュールを振り返り、いつ、どこで、どんな仕事をしているのかを記入してもらいました。そうすることで、『何が足りない』とか『何が必要だ』といった、普段は気づいていないものが見つかります。そして、回収したアンケートを分析し、必要な物、足りない物を定性的・定量的に検討していきました」（尾崎美鈴氏）

例えば、「会議室が足りない」という問題点があったとして、ただ闇雲に会議室の数を増やせばいいというものではない。現状で1日に何回くらいのミーティングが行われており、それぞれ参加人数や所要時間、シチュエーションなどを調べることで、「どのくらいの大きさの会議室を、どれだけの数が必要なのか」が分析できる。この結果をもとに、今後の増員計画や事業計画、オフィスの面積や予算による制約などを加味して、最終的な会議室の数や種類を決定していった。

「社員へのアンケートをもとにしたオフィスの最終デザインには約10カ月かけて検討を重ねました。ミダスさんは単なるオフィスデザインだけでなく、ワークプレイスコンサルティングを手がけている会社です。アンケートの分析やコンセプトの策定などについても多くの意見やアドバイスをいただくことができました」（尾崎氏）

アンケート調査・分析は光岡氏ら社長室主導で実施され、移転プロジェクトの推進は社内の各事業部門から選出されたPJメンバーによって検討を重ねた。PJメンバーの人選には社長の林氏も立ち会い、積極的に発言できる人、ディスカッション能力の高い人、また女性社員の多い会社であることから女性ならではの感性を活かした意見の出せる人といった基準で選出されたという。

コミュニケーションを円滑にする内階段と 地上150mの社員食堂

「2014年夏から2015年3月頃まで、月1回程度の頻度でPJメンバーによるミーティングを開催していきました。社長室や管理部門がリーダーシップを取り、PJメンバーが意見を出し合って、『社員食堂』『執務スペース』『会議室』など、それぞれのテーマについて調整し、仕様を決定していったのです」（尾崎氏）

新オフィスの使用面積は、31階・32階の2フロア合計1,550坪。通常、この規模であれば、内装工事の期間には2〜3カ月程度見ておけば十分だと考えられる。したがって、2015年12月入居予定であれば、同年の秋口頃までに詳細が決まっていれば余裕で間に合うはずだった。ただし、同社の場合、上下2つの使用フロアを連結する内階段の設置と、社員食堂をつくることが計画に織り込まれていた。

デザイン会社が決まった時点で、移転実施までにはまだ1年以上の時間が残されていたが、ここで同社は思わぬ状況に直面する。ビル建設工事の工程上のスケジュールから、計画に織り込まれた2つの構成要素、すなわち内階段と社員食堂の厨房設備関係については先行して2015年3月までに仕様を決めなければならないことが判明したのである。

「内階段をつくるためには、階段の幅や大きさなどの仕様をあらかじめ決めておかねばなりません。また、社員食堂をつくるには、厨房の広さやレイアウトなどを決めておく必要があります。これらの内装工事に資材を高層階まで運び上げるためには、ビル内に設置された大型資材運搬用のエレベーターがありますが、これはある程度工程が進んだ段階で撤去されてしまいます。エレベーターが撤去された後だと資材の運搬に手間がかかり、それだけ工事費用も割高になってしまうため、この2つの要件だけは早急に決めておかねばならなかったのです」（光岡氏）



① 中期経営計画の「5年後の姿」を見据えて 「働きやすい環境づくり」を目指す

② 全社員にアンケートを実施し オフィスに必要な物と足りない物を分析

③ コミュニケーションを円滑にする内階段と 地上150mの社員食堂

④ 「やりたいことが、障害なくできる」ことが 「働きやすさ」に直接つながる

⑤ あらゆるシーンを想定した ミーティングスペースを設け、未来を拓く

はやわかりメモ

内階段は、2フロアに分かれたオフィスのフロア間コミュニケーションを円滑にするとともに、移動時間の短縮とそれによるストレスの解消、さらに社員の運動不足解消にも役立っているという。

「旧オフィスでは36階にエントランスを設けていましたが、応接用の会議室は32階にあり、お客様がいらっしやると、エレベーターで32階までご案内していました。そのため、お客様をお待たせるストレスや、時間のロスが生じていたのです」(尾崎氏)

また、厨房については、そこで実際に調理を担当する業者の選定も急がなければならなかった。選定にあたっては、他の会社で社員食堂を運営している複数の業者を訪ね、食べ比べてみるということもしてみたという。

「当社は社員の平均年齢が若いので、社員食堂はメニューの種類や味付けなどが若い社員たちの好みに合うかどうかということを考えて選定しました。また、どちらかといえば夜の喫食率が高いというデータがあったので、営業時間も遅くまで営業することとし、仕事を終えて帰る前に軽く一杯、ということもできるようにしています。ネーミングはPJメンバーが考案して『ラピュータ』と命名し、ロゴマークも社内のデザイナーが制作しました。ほかに、ワインセラー付きのバーカウンターを設けるなど、社員のアイデアを積極的に採用しています」(尾崎氏)

社員食堂のネーミングについては、「天空」をイメージして命名されたという。また、座席については、画一的な長テーブルだけではなく、対面型テーブルやボックス型のファミレスタイプなど、さまざまなタイプの座席を混在させている。ひと口に食事といってもいろいろなスタイルがあり、一人で食べることもあれば二人で向き合って食べることも、また、ミーティングしながら数人で食べることもある。そうした食事のスタイルやその日の気分に合わせて、

好きな席を選べるようになっていく。

「社員食堂は、多目的ホールでもあると位置づけています。社員の昼食に使用するだけでは資産効率が悪くなるので、たとえば新卒向け会社説明会など、さまざまな用途で使用しています。業者さん相手の説明会など、数時間におよぶ場合もあります。こうしたイベント時には、正面の大スクリーンの他に、角度的に見づらい席のためにモニターを増設しており、テレビ会議システムなどでも中継されるなど、高い稼働率を実現しています」(光岡氏)

「やりたいことが、障害なくできる」ことが「働きやすさ」に直接つながる

今回の移転により、同社は名古屋駅正面という絶好のロケーションを手に入れることになった。もともと旧オフィスも名古屋駅から7～8分の距離にあったが、移転後はさらに至近距離となり、アクセシビリティは飛躍的に改善されている。

「物件の選定や賃貸契約など、裏方の部分に関しては三幸エステートさんにお世話になりました。契約を決めたタイミングも良かったのか、コスト面でもまずまず順当だと思っています。移転してからまだ1カ月弱なので、厳密な効果測定はできていませんが、今まで色々な面でロスしていた移動時間が大幅に短縮できただけでも移転は成功だったと思います」(光岡氏)

「広報の立場から申し上げますと、駅から近いだけでなく、移転をきっかけにメディアに取り上げられることも多くなり、露出が増えて、会社に『箔がついた』という感じです。入社志望者の方に『こういう環境で働きたい』と思っていただければ、採用戦略の面でも間違いなく有利になったと思います」(尾崎氏)

移転に際して同社が掲げた「働きやすい環境づくり」について



も、さまざまな取り組みがなされている。

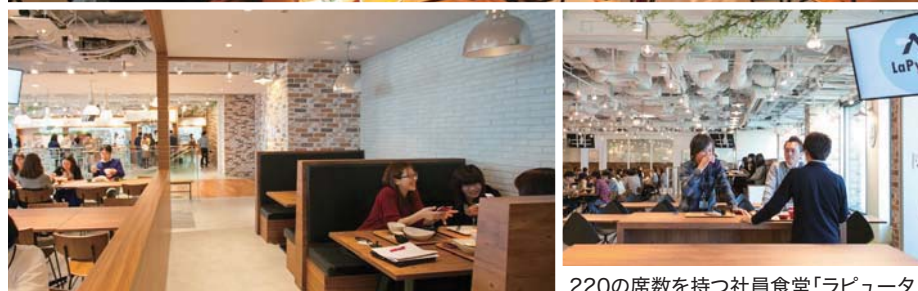
『働きやすさ』といってもいろいろあると思いますが、私たちは『やりたいことが、障害なくできる』ということが『働きやすい環境づくり』につながると考えております。そこで、個人のスペースや収納スペースを減らし、共有スペースを増やしました。デスクサイズは変わりませんが、個人用キャビネットの廃止や、『隠す収納』から『見せる収納』へ変革することでスペースを有効活用し、働く上での障害を取り除くようにしています」(光岡氏)

例えば、一人あたりのファイルメーター (fm:書類を積み上げた高さ) を定め、収まりきれない分はすべて廃棄。また、私物は極力持ち帰らせ、個人が所有する書籍は共有の本棚スペースに収納するようにした。社内に何冊も同じ書籍があると、それだけムダにスペースを消費することになるからだ。

『個人のスペースを奪われるのでは?』という社内の抵抗も予想していましたが、意外とそういうことはありませんでした。移転後、新オフィスの使用ルール構築などの体制づくりについては社長室が中心になって進めてきましたが、今後は総務へ移管するか、オフィス運営委員会を立ち上げることになると思います」(光岡氏)

あらゆるシーンを想定したミーティングスペースを設け、未来を拓く

同社では今後、特に「ライフスタイルサポート事業」の充実を図



220の席数を持つ社員食堂「ラピュータ」

オープンスペースから見た内階段

移転プロジェクトメンバーからの声

山根 裕美子氏

株式会社エイチーム
管理本部副部長



移転を機にオフィス環境という面で会社の目指すべき姿に沿えるよう、当時の課題や今後課題になりうることを解決しようと思っていましたが、竣工前のビルのため、CGパースを見て判断することになり、イメージがつかみにくいという大変さはありましたね。デザイナーさんと電話でやりとりする際にも、こちらの状況をきちんと伝えられているかという不安も常にありました。ただ、実際に竣工後のオフィスに入居してみると、当社が課題としていた部分はほとんど解決されており、社員の感触も良かったです。時間をかけた甲斐がありましたね。

浅沼 伸哉氏

株式会社ニダス
デザインチーム部長



エイチーム様のプロジェクトでは全社員にアンケートを実施し、その内容を分析。そこから全体的な方向性を導き出し、我々からの提案内容をまとめて提示いたしました。当時の提案資料と完成したオフィスとを比較してみると、さほど大きく変わっていないことに気づきます。今になって思うと、最初のコンセプトづくりが一番時間をかけたことが成功の秘訣だったのだと実感しています。

東辻 寛子氏

株式会社エイチーム
社長室アシスタントマネージャー



当初、社員へヒアリングした際、会社の目指すべき姿と社員からの要望に多少のズレがありましたね。当たり前のことなのかもしれませんが、プロジェクトメンバー側では先進的なオフィスの事例を研究して提案しているのに対し、どうしても社員側は現状のオフィスの延長線上で物事を判断せざるを得ない。そこでミダスさんとも話し合って、できるだけ最近のオフィス事情を伝えるようにし、社員の意識改革を図っていきました。

社領 充氏

株式会社ニダス
デザインチーム課長代理



これだけの面積やプロジェクトの規模にしてはやりやすかったですね。とはいえ最後までスムーズに進んだわけではありません。今回の案件は、ビルの竣工とエイチーム様の入居がほとんど同時のタイミング。ビル側のルールが決まる前に厨房施設や内階段などのデザインを先行させる必要もあり、ビル側との折衝には苦労しました。そんな中で無事にお手伝いでき、ほっとしています。

り、1年に1～2個のペースで新たなコンテンツを増やしていく予定だという。社員一丸となってこの目標に取り組み、未来を拓くため、新オフィスにはコミュニケーションを活性化させるさまざまな仕掛けが施されている。

「旧オフィスは、会議室は9室しかなく、来客用も社内用も共通でした。新オフィスでは、来客用だけで10室、社内用に10室以上のクローズドの会議室と、『ワイガヤゾーン』と名づけたオープンミーティングスペースを執務室の周囲に多数配置しました。会議室は予約制ですが、『ワイガヤゾーン』は予約なしで気軽に使用でき、目的に応じて使い分けられています」(光岡氏)

ミーティングにも多様なスタイルがあり、5分程度の打ち合わせもあれば、長時間腰を据えた話し合いもある。旧オフィス時代は限られた会議室の数ゆえに1時間ほどの予約しかできないことが多く、こうしたケースに対応できず、ムダが生じていた。また、密室である喫煙ルームで重要な決定が話し合われることが多いという問題も指摘されていた。

「新オフィスでは、オープンスペースで煙も臭いも外に漏れない喫煙エリアを導入しました。エリア外の非喫煙者にも声が聴こえるので、『喫煙ルームの密室性』はほぼ改善されました。また、『ワイガヤゾーン』ではデスクのガラス天板に設置したマーカーでメモを書くことができ、デスクやホワイトボードのメモはスマートフォンで撮影してネット上で全員が共有するなど、少しでもコミュニケーションの取りやすい環境を心がけています」(光岡氏)

総務省の地域実証事業に参画し、 南紀白浜にサテライトオフィスを開設する

クラウド・ソーシャル・モバイルのテクノロジーを企業で活用するためのクラウドアプリケーション及びクラウドプラットフォームの提供を主幹事業とし、CRM（顧客関係管理）の提供では世界シェアトップ※を誇る米セールスフォースの日本法人である株式会社セールスフォース・ドットコム。本社オフィスの取材は2014年12月に行い、当サイトに掲載されている通りだ。今回の取材では、2015年10月に和歌山県白浜町に開設された同社白浜オフィスについて、その成立の理念と経緯、詳細についてのお話をまとめた。



株式会社セールスフォース・ドットコム
リアルエステイト&ワークプレイス サービス
フアシリティ マネージャー

野上 恭平氏

※2014年のCRMソフトウェア世界市場におけるシェア1位（Gartnerが2015年5月に発表したレポート「Market Share Analysis: Customer Relationship Management Software, Worldwide, 2014」より）

クラウドを利活用した「ふるさとテレワーク」と 地域イノベーション

総務省は2015年3月31日、日本経済再生の力を握る地域創生に向けた「ふるさとテレワーク推進のための地域実証事業」の公募を開始した。同年7月7日に発表された同事業の委託先候補の一つに、株式会社セールスフォース・ドットコムが和歌山県白浜町で推進する「白浜町におけるクラウドサービスを利活用した先進的テレワーク及び生活直結サービス構築・検証事業」が選出された。同社はただちに実現に向けて着手し、同年10月15日には「セールスフォース・ドットコム 白浜サテライトオフィス」の開所式を行い、同日より現地での業務を開始している。「クラウドサービスは、『いつでも、どこでも、誰でも』同じように使うことができるというのが最大の特長です。クラウドを利活用

すれば、日本中どこへ行っても、東京本社とまったく同じ仕事をする事ができるはず。当社では常々そのように考えており、お客様にもそのようにご案内しております。ならば、私たち自身が、それが机上の空論ではないという事実を証明していかなければなりません。『白浜オフィス』はそのための実証実験の場として立ち上げられました」

日本という国は明治維新以降、150年近くにわたって中央集権体制が続いており、首都である東京への一極集中が進められてきた。21世紀の現在もなお、企業の7割以上が依然として東京に拠点を構えており、政府による「地域創生」もかけ声ばかりという現状が続いている。こうしたなかで、近年のネットワーク環境の拡充とクラウド技術の進化は、地方におけるテレワーク推進の上でまたとない追い風になっている。

「東京は確かに、何をするにも便利な場所ですが、私たちの仕事や暮らしの上で『絶対に東京でなければならない』という必然性は、実はそれほどないのではないかという見方もあります。何しろ東京は、土地は狭いし物価は高い。都心に住もうと思えば家賃が高くつきますし、安いところへ住めばそれだけ通勤時間が長くなり、朝夕の通勤ラッシュも大変なストレスです。そう考えていくと、同じ仕事ができるのであれば、必ずしも東京にこだわる必要はないということに気づくはずですよ」

もちろん、企業にとっては、東京にオフィスを構える意味はあるだろう。東京は交通の要衝であり、世界中の物資と情報が集積する場所であり、都心一等地に構えられたオフィスは企業の社会的なステータスを担保する。ただし、そこで働くすべての従業員が東京オフィスに通勤しなければならないとすれば、それはむしろ非合理的なのではないかと野上氏は指摘する。

「私たちセールスフォース・ドットコムは、誰でもITを利用できる『ITの民主化』を推進してきた企業であるといえます。地方でも東京と同じように働ける、もっと言えば『東京と同じ仕事ができる』ことを実証することは、いわば私たちに課せられた“義務”だと言ってもいいかもしれません」

セールスフォース・ドットコム初の サテライトオフィスを南紀白浜に開設した理由

米セールスフォース・ドットコムはサンフランシスコに本社を置き、世界各国に現地法人を立ち上げ、拠点を展開するグローバル企業である。その日本法人である同社も、千代田区丸の内東京本社の他、大阪と名古屋にオフィスを置いている。だが、今回のような「遠隔地において、本社機能の一部を移転して業務を遂行する」純然たるサテライトオフィスの開設は、セールスフォース全体としても初の試みだという。

「サテライトオフィス開設の構想は2015年春ごろからスタートして、西日本を中心に5か所ほど候補地を絞り込んで検討を重ねて参りました。その中で、最終的に白浜町を選択させていただいたのは、主に次の3つの理由によるものです」

「第一に、交通アクセスの利便性。最寄りの南紀白浜空港は小規模な地方空港ながら、1日に3往復、羽田空港からの直行便が発着します。旅客機を降りて約3分で空港正面のロータリーに出ることができ、そこからタクシーで約5分で市街地までたどり着けるのです。

第二に、社員のモチベーションアップ効果。南紀白浜は著名なリゾート地であり、温暖な気候と美しい景勝に恵まれ、アフターファイブには美味しい食事を楽しめる店も多い。慌ただしい東京での仕事に疲れた社員たちのリフレッシュ効果も期待できると考えました。

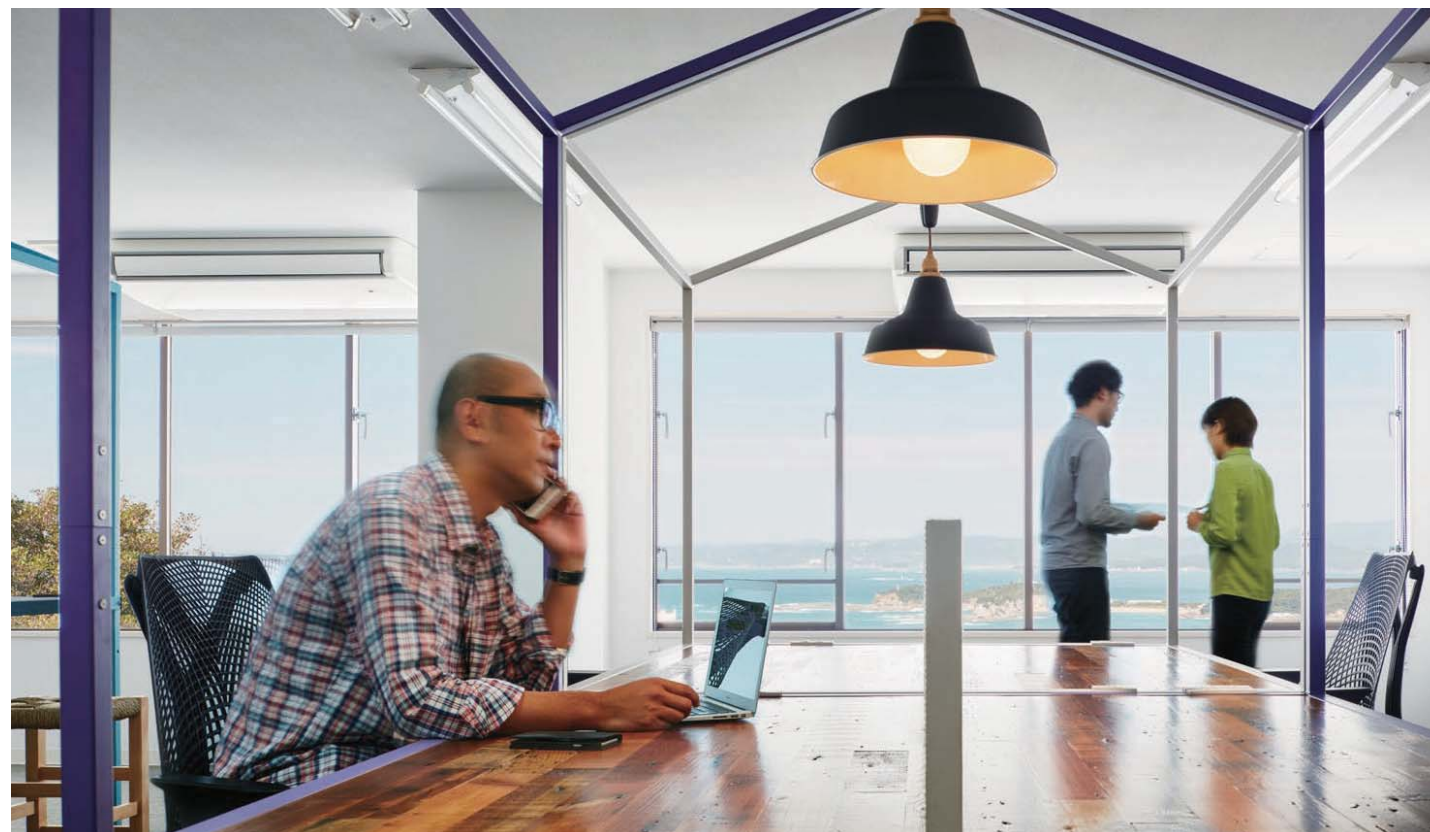
第三に、自治体関係者による受け入れ体制の充実。和歌山県

および白浜町は、自治体を挙げて地域活性化のための企業誘致に力を入れ、ITインフラも整備してきた。白浜町にある観光地の多くで防災用にWi-Fiの無料接続が可能で、テレワークの拠点を置くにも好都合でした」

「白浜オフィスの構成メンバーは、オフィス長以外全員が東京本社からとなります。オフィス長は家族を連れて東京から現地へ移住し、他のメンバーは3か月単位のローテーションという形で会社の用意した宿舎に入っています。独身者が中心ですが、家族連れで行ったメンバーもいます。やはり遠隔地ですから、上からの業務命令ではなく希望者から行ってもらおうようにしています」

テーマは「テレワークの可能性」と 「生活直結サービスの整備と検証」

総務省の「ふるさとテレワーク推進のための地域実証事業」への同社の参画が決定したのが7月7日、同社が和歌山県および白浜町との進出協定を締結したのが同月15日。それから10月15日の開所式までは、わずか3か月という短期間であった。この間に、同社はサテライトオフィスを設置する物件の選定、サテライトオフィスの事業コンセプトとデザインコンセプトの策定、出向メンバーの人选、内装工事と什器機器の搬入など、社内外に関わる膨大な作業を次々に消化していったという。「物件選定について言えば、現地には賃借用のオフィスビルがほぼ皆無という状況でした。そこで、現地にある企業の保養所や大学の合宿所などの施設をいくつか視察しましたが、最終的には、白浜町



- 1 クラウドを利活用した「ふるさとテレワーク」と地域イノベーション
- 2 セールスフォース・ドットコム初のサテライトオフィスを南紀白浜に開設した理由
- 3 テーマは「テレワークの可能性」と「生活直結サービスの整備と検証」
- 4 テクノロジーを通じて人々の交流を促進するデザインコンセプト
- 5 パートナー企業とともに実現するSalesforce Village構想

はやわかりメモ

が数年前に企業誘致のために買い上げた『白浜町ITビジネスオフィス』という施設をお借りすることになりました。これは高台の上に位置する鉄筋コンクリート2階建ての建物であり、当社の入居スペースは1階に配置しましたが、海側の窓から白良浜の美しい海岸線が一望できる絶好のロケーションとなりました」



メインオフィススペース

なお、総務省による実証事業自体は2016年3月までの期間限定となっているが、同社は実証事業終了後もサテライトオフィスでの業務を継続し、将来的には現地採用による地域の雇用創出にも貢献していくという。これを踏まえて、オフィスはその場しのぎの急ごしらえではなく、持続的な機能性が要求された。「施工は現地の工務店にお願いしましたが、現地ではそれまでオフィスビル建築の需要がほとんどないため、オフィスづくりの経験やノウハウを蓄積する機会もなかったと思われ、おそらく相当苦労されたのではないかと思います。しかし、お願いした工務店さんはとても優秀で、初めて扱うような資材も直ちに手配してくれるなど、こちらの細かい要望にもスピーディかつ的確に対応していただきました。素晴らしい工務店さんにめぐり合うことができたのは、誠に幸運であったと思います」

また、サテライトオフィスの事業コンセプトとしては、「テレワークの可能性」と「生活直結サービスの整備と検証」の2つがテーマとされた。前者は、クラウドサービスを利活用することにより、遠隔地でも東京本社と同等の業務遂行が可能であるかどうかを検証することだ。現地での具体的な業務内容は電話による営業であり、これは東京本社とまったく同じだが、営業電話中に窓の向こうに見える風景はまったく違う。本取材時点で、現地での実務を開始して約3ヵ月になるが、こればかりは実際に白浜町で一定期間業務を行ってみなければわからないことも多い。現時点では特に問題はなく、社員のリフレッシュ効果も業務の生産性も上がってい

るとのことだ。

また、後者は、白浜町における地域特性や地域ニーズを踏まえて、地域住民と移住者、観光客が必要とする観光サービス、防災サービス、子育て関連などの行政情報提供サービス、地域課題解決とボランティアのマッチングサービスの4つのサービスを整備し、有効性と効果検証を行うというものだ。これらのサービスについては、今回のプロジェクトに伴い同社とともに白浜町へ進出したパートナー企業や、地元企業などと共同で開発に取り組んでいくことになった。

地域からの雇用や地元企業への人材育成、運用モデルの構築など、持続した活動ができる基盤づくりを支援するため、これらのサービスに関わるプロジェクトには、地域の団体や、大学など教育機関の協力を受けているだけでなく、同社と同時期に白浜町での地域実証事業に参画している大手ソリューションベンダー系企業もプロジェクト支援に加わっていくという。「南紀白浜での生活直結サービスはテンプレート化し、他の自治体への横展開を想定したサービス提供モデルを構築していきます。テンプレートには拡張性・柔軟性の高いパブリック・クラウドサービスを活用しているため、自治体ごとの固有の要件に応じて自由にカスタマイズすることができ、他の自治体でも簡単にサービスを導入することが可能となります。将来的には、この南紀白浜での経験をベースに、他の自治体や地域への展開も視野に入れています」

テクノロジーを通じて人々の交流を促進するデザインコンセプト

白浜オフィスの内装デザインに関しては、丸の内の同社東京本社をはじめ、世界各地のセールスフォースオフィスを手がけてきたデザイン会社Genslerが担当。セールスフォース・ドットコムで国内初のサテライトオフィスということで、採算を度外視して熱心に取り組んでもらった。南国ムードのあふれる海辺のリゾート地であり、ハワイ州の姉妹都市でもある南紀白浜の土地柄にふさわしく、ハワイ語の「Ka Pilina」(カ・ピリーナ。「絆」「つながり」などの意)をキーワードとして、「テクノロジーを通じて人々の交流を促進する」というデザインコンセプトが定められた。「デザインプロセスとしては、まず、実際に白浜の町を歩いてみて、白浜ならではの生活風景をいくつも見つけ出し、イメージボードにまとめた。そこから白浜のライフスタイルにおける象徴的な要素をピックアップして、オフィスデザインに導入することになりました。メインオフィス(執務室)、ミーティングルーム、体験スペース、コワーキングスペースなど、それぞれの使用目的に応じてテーマを定め、『白浜らしさ』を表現したデザインとなっています」

いわば、オフィス内に白浜のミニチュアを創出しようという取り組みであり、その狙いは、「人」「情報」「体験」「地域」「世界」を繋げる中継地として、人々が気軽に集まり、新たな価値観や働き方が生まれる場の提案である。具体的には「選べる環境」「繋がる環



Beach(砂浜)

Market(市場)

Harbor(港)

Park(公園)

来訪者のネームプレート

境」「ブランドを表現する環境」「地域に密着し貢献する環境」という4つの環境をそれぞれの部屋のテーマとし、各部屋に「Beach(砂浜)」「Harbor(港)」「Park(公園)」「Market(市場)」と命名してオフィスづくりを進めていったという。「白良浜を望む『Beach』は、全員靴を脱いで働いており、人々が砂浜でビーチシートを自由に広げるように、スタッフがワークスタイルに応じて家具をアレンジできる自由度の高いスペースです。すぐ隣の『Harbor』と呼ばれるスペースは、セールスフォース・ドットコムの最新コミュニケーション技術により、白浜と世界が繋がる“情報の港”です。またここには、来社した方の名前をプレートに書いてもらったブロックを増やしていく仕組みや、滞在した記憶を積み上げていくカレンダーなどの仕組みを取り入れています。廊下を挟んだ部屋は、人工芝を敷き詰めた、子どもを含む白浜の人々がセールスフォース・ドットコムのクラウド技術を体験できるように開放されており、地元とセールスフォース・ドットコムが触れ合う『Park』です。そして、入口の左側に位置する部屋は、セールスフォース・ドットコムとパートナー企業の方々が出会い、それぞれの特色を備えたパートナーシップを構築する『Market』に例えています」

パートナー企業とともに実現するSalesforce Village構想

今回の白浜サテライトオフィス開設に伴い、同社のパートナー企業4社がそれぞれ人員を派遣し、地域実証事業に参画することになった。オフィスの広さは100坪前後で、そこに同社の社員10名の

ほか、パートナー企業4社が入居し、合計20名ほどが働いており、同社を含む5社による「Salesforce Village」を形成しているという。「Salesforce Villageとは、クラウドサービスを有効活用した戦略的テレワーク拠点です。当社のパートナー4社からも社員が移住または長期滞在しており、将来的にはさらなる事業規模の拡大や、場合によっては現地法人として別会社を独立させるといった展開も視野に入れています」



遠隔地とのTV会議風景

もっとも、前述のように白浜町にはオフィスビルの物件がほとんどないため、将来的にはスペースの確保も課題となってくると考えられるという。「現地では、今回のサテライトオフィス開設をきっかけにセールスフォースのことを知っていただいたお客様もおられます。また、このようなオフィスを白浜につくったこと自体、広く世間へのPR効果が期待できます。今後は、地元での雇用創出などを通じて、中長期的な地域貢献を目指して参ります」

“シェアリングエコノミー企業” 新本社のテーマは「空中庭園」

“仕組みを変えれば、世界はもっとよくなる”をビジョンに掲げ、印刷通販サービス『ラクスル』の運営を皮切りに、IT活用による中小企業の商売構造変革を目指すラクスル株式会社。2009年9月に創業した同社は、業務拡張ごとに港区周辺で移転を重ねてきた。そして2015年11月、品川区上大崎へ大規模な本社移転を実施。今回の取材では、本社移転の経緯や新オフィスの特長、理念などを中心にお話を伺った。



ラクスル株式会社
マーケティング部広報

忽那 幸希氏

インターネット活用で企業の 業務を「楽にする」ビジネスモデル

ラクスル株式会社の社名の由来は「ラクにスル」。読んで字のごとく、中小企業の商売を「楽にする」同社のビジネスモデルからきている。なお、「スル」は「刷る」とのダブルミーニングになっており、同社の展開する印刷サービス『ラクスル』はこれに由来している。

Web広告など、アナログからデジタルへの移行が著しいとされる現代だが、チラシやDMなど、紙媒体の印刷物には依然として根強い需要がある。不特定多数に向けたWeb広告はインターネット上の膨大な情報量に埋もれやすく、特に商圏の範囲が限定された小売業などでは主要購買層である地域住民が直接手に取って見るチラシの方が広告効果ははるかに高いといわれている。ただし、特に中小企業の場合、印刷物は小ロットでの発注が中心となり、印刷費用が割高になりがちなケースが少なくなかった。

はやりメモ

- 1 インターネット活用で企業の業務を「楽にする」ビジネスモデル
- 2 自宅兼用のマンションの1室からスタート。以降、短期間に急成長を遂げる
- 3 元住宅展示場であった高さ12mの天井を最大限に活かす「空中庭園」
- 4 CMYKの4原色をテーマカラーに採り入れたオフィスデザイン
- 5 シェアリングエコノミー新事業を開始し規模を問わず中小企業の応援団を目指す

そこで、2009年9月に創業した同社は、チラシやDMなど中小企業が販促に用いる印刷物等の印刷費用の価格比較サービスサイト『印刷比較.com』を立ち上げた。さらに、同サイトから派生して、2013年には現在の同社の主幹事業となっているインターネット印刷サービス『ラクスル』をスタートさせた。

『『ラクスル』はインターネットの活用により、お客様の発注に対して『早く、安く、高品質な』印刷物をお届けすることを可能とした印刷サービスです。これは、当社の代表である松本がコンサルティング会社に勤務していたころ、当時の顧客企業の諸経費の見直しなどに取り組んでいたとき、『印刷費用の削減率』が非常に大きな比重を占めていたことがヒントになりました」

同社の印刷サービスの最大の特長は、自社で印刷機を保有するのではなく、価格比較サイトの運営を通じて構築したネットワークを基盤に、全国の印刷会社が保有する「今、空いている印刷機」をフルに活用することにある。日本には数多くの印刷会社が存在するが、大部分は中小企業であり、年に数回の繁忙期を除けば、すべての印刷機が常時稼働しているわけではない。こうした稼働率の低い印刷機を抱える中小の印刷会社に、同社が受注した顧客の印刷物を委託することによって、顧客と印刷会社の双方にとってメリットのあるビジネスモデルを実現しているのである。「『シェアリングエコノミー』という言葉がありますが、インターネットを活用することで印刷会社の稼働率の低い印刷機をシェアすると同時に、お客様の小ロットでの発注も複数まとめることで紙のムダを減らすことができます。その意味で、エコビジネスとしても将来性のあるビジネスモデルであると自負しております」

自宅兼用のマンションの1室からスタート。 以降、短期間に急成長を遂げる

2009年の創業時点において、同社の社員は代表取締役である松本恭攝氏1名のみ。他には本業の空き時間に手伝う仲間が2〜3名、当時の松本氏の自宅であるマンションの1室をオフィスにし

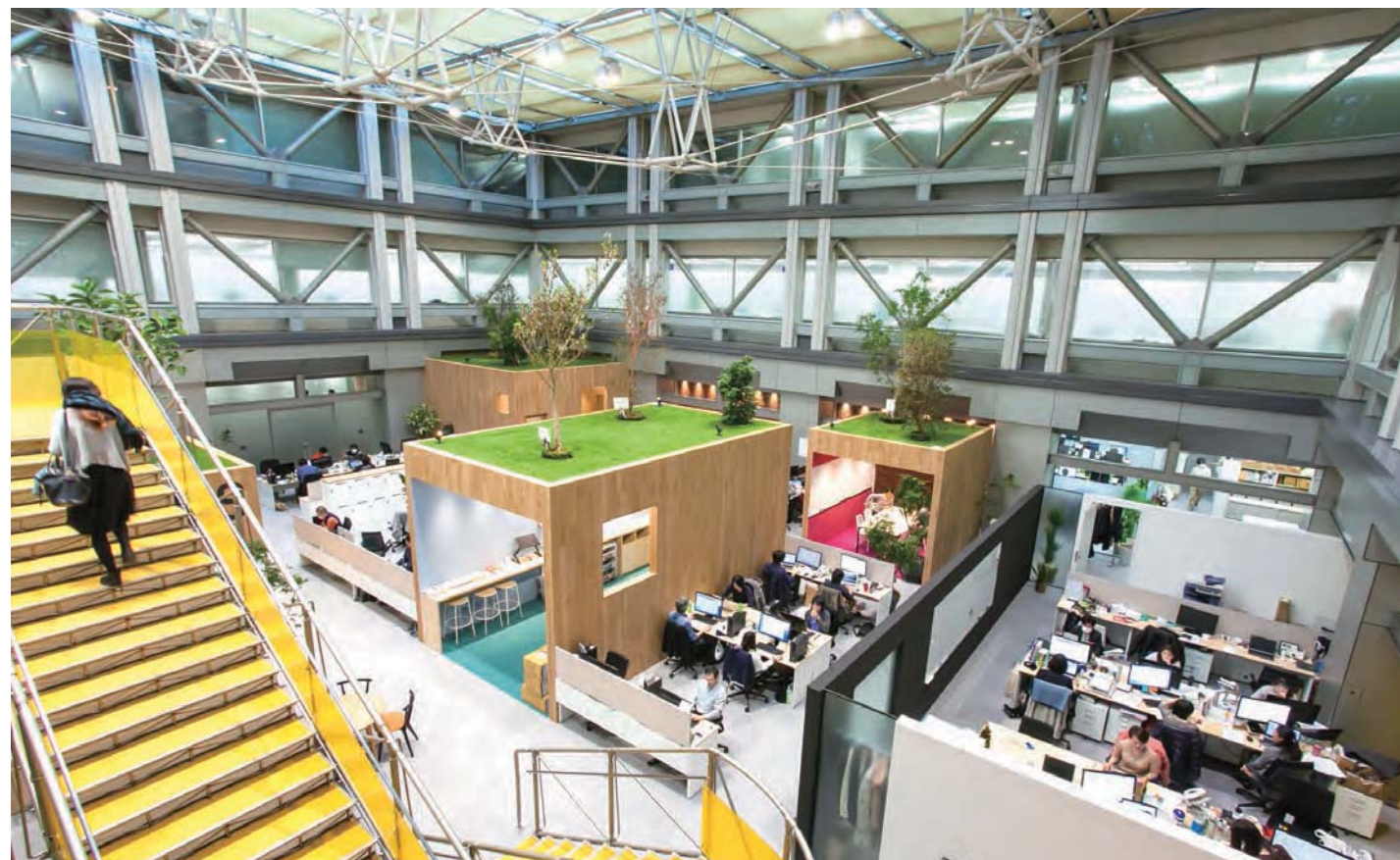
通常、オフィスビルの天井高は2.3〜3m程度であり、12mといえば約4階分に相当する高さである。

元住宅展示場であった高さ12mの天井を 最大限に活かす「空中庭園」

この類例のない12mという天井高を活かして、同社が新オフィスづくりのテーマとしたのが「空中庭園」である。古代ギリシャの数学者フィロンの選んだ世界の七不思議の一つ「バビロンの空中庭園」は高台に築かれた一種の屋上庭園だが、同社が構築した空中庭園は、300坪のオフィス内に点在するボックス型の会議室の屋上部を利用した緑豊かな空間である。ここにある芝も木々も本物の生きた植物であり、週に一度、業者がメンテナンスに入っているが、移転直後には落葉の季節を迎え、従業員が毎朝落ち葉の掃除を行ったという。

「終日パソコンに向き合っている業務が多いので、晴れた日、曇った日、雨の日など、建物の中にいながらにして、外のありのままの自然を感じられるような開放感ある空間で、心身ともに健康的に働くことのできる環境づくりを目指しました。天井の一部はガラス張りになっており、天気の良い日には隙間から木洩れ陽が降り注ぐようになっています」

デスクワーク中に、ふとパソコンから顔を上げると、周囲に本物の緑が広がっている。その一部はちょっとした遊び心から、壁に設置されたハシゴを登って会議室の上に設けた庭園に上がる



こともできるという。通常のオフィスの天井高では絶対に不可能だが、元は一軒家を丸ごと収納できる住宅展示場であった同オフィスならではの空間構成だろう。屋上部に空中庭園を設けている会議室内の天井高でさえ、通常のオフィスより約1.5倍は高い。

もちろん単に天井高だけではなく、目黒駅から徒歩3分という利便性や、今後の増員計画に対応可能なオフィスの拡張性なども考慮した上での物件選定であったという。そして、これまでは、2～3年で次のオフィスへ移転することが多かったが、今回は「10年単位で腰を据えたい」と語る。

「2015年6月末に移転先が決まると、約2ヵ月間をかけて新オフィスのコンセプトや内装デザインなどを検討し、残りの期間で実際の施工にかかりました。かなりタイトなスケジュールでしたが、比較的スムーズに進行できましたね」

オフィス移転にあたっては、管理部門のメンバーを中心に社内で移転プロジェクトチームを立ち上げ、各部署から人選されたメンバーが実務に取り組むことになった。チームリーダーを務めたのは、前職でオフィス移転のプロデュース経験のある人事部の女性であったという。このとき、虎ノ門の旧オフィスの現状分析を行い、いくつか解決すべき課題が取り上げられていた。

「社員からの要望や不満の中で一番多かったのは、『会議室スペースの不足』でした。旧オフィスには会議室が全部で4室しかなく、最大の部屋でも20席ほどしかありませんでした。当社では毎週、約40名の正社員全員が出席する全体ミーティングを開催しますが、移転直前の頃にはギュウギュウ詰めで、入りきれないほどでした」

また、以前から来客をオフィスに迎える機会は多かったのだが、その際には、数少ない会議室の取り合いのようになっていたという。そこで、新オフィスでは十分な数と広さを持った会議室スペースを確保することもテーマとなった。

「この新オフィスでは、大小合わせて11室の会議室をつくり、最大の部屋はスクール形式にして約50席分の広さがあります。この大会議室は小区画に分割して使用することもでき、プレスの発表会や社内外の勉強会などのイベントも開催されるなど、多目的に利用できるスペースになっています。移転前はイベントごとに外部の会場を借りており、それに伴う予約の調整や費用の確認といった手間からも解放されました」

オフィス内の随所には、クローズドの会議室のほかに、簡単な打ち合わせのできるオープンミーティングスペースや休憩スパー



特長的なエントランス



会議室

スが設けられている。これらを利用することにより、移転前に比べて社内のコミュニケーション環境は格段に向上したという。「今回の移転を機に、一部フリーアドレス制を導入しました。集中して作業したいときには集中スペースも用意しており、居心地がよく、作業効率も上がっているという従業員の声も聞いております」

CMYKの4原色をテーマカラーに採り入れたオフィスデザイン

同社のロゴマークは、円の中に頭文字であるRの文字を描き、C（シアン＝青）M（マゼンタ＝赤）Y（イエロー＝黄）K（キー・プレート＝黒）の4色を配置したデザインになっている。CMYKとは印刷に使用される4原色であり、同社のビジネスの基盤を表現していると同時に、「この4色を組み合わせることで（印刷に使用する）あらゆる色を作り出せる」ということから、同社の持つ無限の可能性を象徴している。

「新オフィスのテーマカラーはCMYKとし、エントランスに社名ロゴとともにロゴマークを配置しているだけでなく、黄色や赤の壁、青いガラス、黒いチェアなど、オフィス内のいたるところにCMYKの4原色を配置しています。また、オフィス内には空中庭園の鮮やかな緑のほか、暖かみのある木材や風合いのあるレンガ材なども随所に採り入れているので、目線を少し動かすだけで風景が変化し、気分が変わってリフレッシュできるような仕掛けになっています」

こうしたオフィスづくりの進捗状況については、同社が毎週金曜日に行っている「ランチミーティング」などの時間を利用して移転チームから逐次報告され、さらに内装工事期間中には適宜機会を設けて従業員による見学会が行われた。

「移転後の営業開始日（2015年11月24日）の直前は三連休（土・日・祝）だったということもあり、従業員の家族も呼んで、新オフィスのお披露目を行いました。当社の従業員は平均年齢31歳の『子育て世代』なので、小さなお子さんを連れてきた人も多く、子どもたちは公園へ遊びにきたようにはしゃぎまわっていました。営業開始後にご招待したお客様も含めて、初めて新オフィスをご覧になったときは、誰もが上を見上げて『おおっ！』というような反応を示されるので、当社としても苦労してつくった甲斐がありました」

オフィスの完成後は各方面からのメディアから取材を受けることも増え、認知度も高まり、リクルーティングにも手ごたえを感じているという。現在、新オフィスには、正社員・アルバイト等を含めて約100名の従業員が勤務している。このほか、札幌にコールセンター、また、現地企業と協力して海外にも拠点を設けている。

「エンジニア、ディレクター、マーケター、管理部門、カスタマーサポート部門など、より一層の成長のために、現在すべての職種で積極的に募集を行っております。従業員の大半は中途採用ですが、2016年度からは新卒採用にも取り組んでいます。このオフィスがきっかけでラクスルに興味を持ち、ラクスルとともに成長したいと思ってくれるメンバーが集まってくれることを心待ちにしています」

シェアリングエコノミー新事業を開始し規模を問わず中小企業の応援団を目指す

同社の事業はインターネットの活用を基盤としているが、社内にカスタマーサポート部門を設けるなど、オフラインでのサポートにも力を入れている。これはインターネットの苦手な高齢者層にも好評だという。

さらに、同社はシェアリングエコノミーのノウハウを応用し、移転直後の2015年12月から新たな事業をスタートした。PCやスマートフォンのアプリから「すばやく」「かんたん」に荷物の配送予約ができるネット運送・配送サービス『ハコベル-hacobell-』だ。これは、全国の運送会社や個人運送事業者の「非稼働時間を利用する」という、『ラクスル』と共通する発想から生まれた。すなわち「今、空いている」ドライバーによるダイレクトな配送サービスであり、トラックなどの車両による積載量とバイク便のような小回りの利くサービスを両立するのである。

「2016年1月からは、カーゴ便、軽トラック便に加え、小型トラック便、中型トラック便まで配送可能車両を拡大しました。イベント・展示会・撮影会などで使用する大型サイズや重量のある荷物も配送可能となり、より多くのご注文にお応えできるようになりました。印刷と運送だけにとどまらず、今後もさまざまな展開を視野に入れており、インターネットの活用で『中小企業の応援団』となることを目指しております」



2階フリースペース部分への階段



オープンミーティングスペース



2階書庫とフリースペース



執務室。手前は会議室屋上