

一般論文

関連するSDGs



イノベーションを誘発する新事務棟

Shiga Works New Office Building to Bring about Innovation

井上 舞 香
Inoue Maika
古賀 雄 二
Koga Yuji
上山 辰 司
Ueyama Tatsushi

徳田 真 陽
Tokuda Masaaki
浜口 公 平
Hamaguchi Kohei

概要

当社は、イオンビーム・プラズマ技術を多角的に捉え、イノベティブな装置・技術・サービスを展開していくために、新事務棟「LINK SQUARE（リンクスクエア）」を滋賀事業所内に設立した。本稿は、イノベーションを誘発する場としてさまざまな仕掛けを施した「LINK SQUARE」について解説し、またその仕掛けの効果について検証する。

Synopsis

We have newly established "LINK SQUARE" in Shiga Works to develop innovative equipment, technology and services based on a multifaceted view of ion beam and plasma technology. This paper describes "LINK SQUARE", a place that has been designed to induce innovation, and examines the effects of these ingenuity.

1. はじめに

当社は、テクノロジーを俊敏、高度かつ複雑に進化させ、絶え間ない変化を求められる半導体・フラットパネルディスプレイ（FPD）の製造装置メーカーとして、常に新しい価値を創造、提供してきた。新しい価値の創造には、活発な議論は不可欠であり、社内のコミュニケーションが活性化し、新しいアイデアが生まれるような環境づくりは、当社にとって非常に重要なものである。本稿では、これらの環境実現を目指した新事務棟「LINK SQUARE」の取組みについて、紹介する。

め、2017年に半導体、FPD部門で個別に保有していた技術、人材の共有・流動化を目的に、組織改正を行った。

より効率的な事業活動を実施すべく、これまで滋賀と京都の2拠点に分かれていた開発・設計・アフターサービスの人材を製造拠点である滋賀事業所に集約し、開発からアフターサービスまでモノづくりの拠点とすることを目的に、新事務棟「LINK SQUARE」を設立した。

「LINK SQUARE」の概要を以下に、外観を図1に示す。

2. 「LINK SQUARE」設立の背景と概要

当社では、日新電機グループ中長期経営計画「VISION2020」の実行に伴い、2015年頃から事業構造転換を行った。これは、既存事業を効率的な運用体制にした上で、新規事業にリソースを割き、新たな柱となる事業を創出することを目指すもので、そのた

所 在：日新イオン機器株式会社滋賀事業所内
滋賀県甲賀市水口町ひのきが丘29
近江水口第二テクノパーク内
竣 工：2020年5月
建築面積：1,627.95㎡
延床面積：4,163.34㎡
階 層：地上3階建て



図1 外観

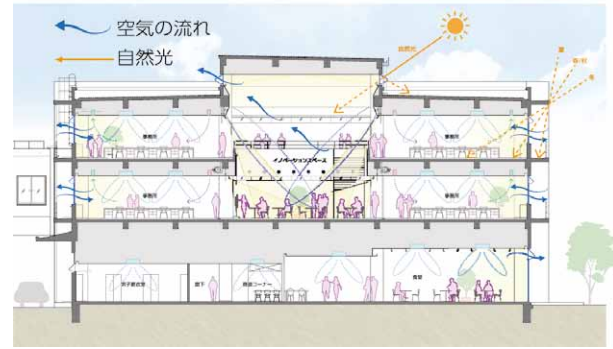


図3 建物立面図

3. 「LINK SQUARE」の狙い

「LINK SQUARE」の設立にあっては、働く環境の変革、技術部門と生産部門を統合しモノづくりの強化を実現でき、「社員が【一体感】を持って意欲的に働き、オープンでフレキシブルな思考を作ることができる」をコンセプトに、建設に着手した。以下に「LINK SQUARE」の特徴を紹介する。

3. 1 一体感を生み出す吹き抜け

前章で示した通り、「LINK SQUARE」では、地上3階建ての多層構造を採用した。しかし、多層構造とするとフロア間での隔たりがあり、一体感のある職場の実現は困難である。そこで、「LINK SQUARE」では、多層構造と一体感のある職場を両立すべく、事務所に吹き抜けを作ることとした(図2)。

吹き抜けを作ることによって、どの階からも事務所全体が見渡せ、一体感のある職場を演出することができた。また、図3に示す通り、自然光の取り入れや、空気の循環による自然換気により、環境に配慮した建物を実現した。



図2 吹き抜け構造

3. 2 働きやすい執務空間の創出

「LINK SQUARE」内の執務空間の検討に際しては、その場所で働く社員の意見を取り入れるとともに、固定概念にとらわれない新しい環境の創出を目指した。そのため、各部署から若手・中堅社員を中心に「執務空間検討委員会」を組織して、検討を実施した。この委員会では、「これからの働き方」についての検討からスタートした。検討の結果、これからの働き方として、「勤務地内ABW (Activity Based Working)^(注1)」を目指し、「LINK SQUARE」では、以降で紹介するさまざまな仕掛けを施した執務空間を創出した。

3. 2. 1 多様なワーキングスペース

「LINK SQUARE」には、自席のほかに、1人での集中が必要な作業の際に活用することが出来る「集中ブース」(図4)、自然に囲まれ、リラックスしながらアイデア出しなどが出来る「ベンチエリア」、飲み物を飲みながら対話が出来する「カフェ・吹き抜けエリア」(図5)といった、自席以外でも作業内容に合わせて、仕事ができる共有エリアを設けている。社員は各自の業務にあった場所を選んで、その都度場所を変えて働くことができる。

(注1) 業務内容や目的に合わせて働く場所を選択することができる働き方のこと。



図4 集中ブース



図5 カフェ・吹き抜けエリア

3. 2. 2 執務のレイアウト

「LINK SQUARE」の2階および3階の平面図を図6、図7に示す。



図6 「LINK SQUARE」2階平面図

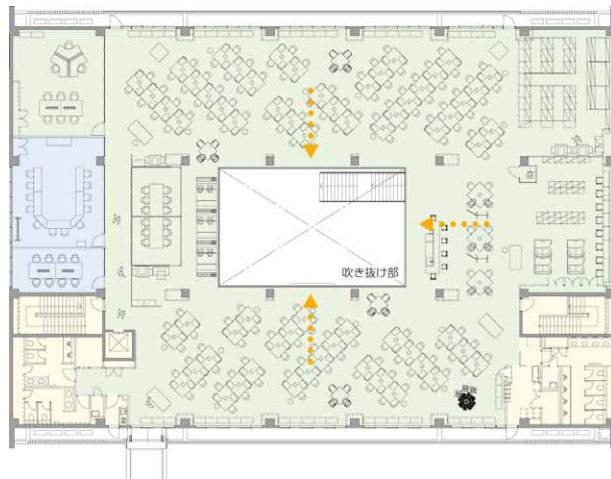


図7 「LINK SQUARE」3階平面図

「LINK SQUARE」では、執務エリアのどこからでも吹き抜けを感じられるように、自席の机を斜めに設置するユニークなレイアウトとしている。また、閉鎖空間である会議室は数を減らし、執務空間から遠ざけた配置を行ったうえで開放感を保つために基本的にガラス張りとしている。一方、立ち会議机などの「オープンミーティングエリア」を自席付近に多数設け、気軽に打合せが出来るようにしている。

自席のフリーアドレス化に関しては、現在、一部の部署で導入しており、選択肢の一つとして考えている。また、フリーアドレスを採用する部署も増えてきており、自席の概念が変わりつつある。

3. 3 歩き回るオフィス

Marilyn Oppezzoらの研究報告⁽¹⁾では、歩くこととクリエイティビティの増加の関係性が示されており、歩くことがクリエイティブな作業には有効であると考えた。「LINK SQUARE」では、中央部分の吹き抜けやコピー機等共用什器の集中配置により、意図的に社員がオフィスを歩く必要があるレイアウトとした。

また、オフィスを歩き回ることにより、他部署を含めた多くの社員と接する機会が多くなり、コミュニケーションの活性化のきっかけにつながる。

優れたビジョンや戦略であっても、それが社員全員に共有されないと意味をなさず、想定外の問題が起きたとき、それを対処するための判断の元となる「価値観」や「目的」がコミュニケーションによって共有されている必要がある⁽²⁾。そのため、「LINK SQUARE」では、社員が部署や仕事の枠を超えて繋がり、社内のコミュニケーションが活性化することで、新しいアイデアが生まれるような環境づくりを目指した。

4. 狙いの検証

前章では、「LINK SQUARE」の特徴とその狙いについて説明した。「LINK SQUARE」の狙いに対し、社員にアンケート形式で検証を行った結果を以下で報告する。

4.1 はたナビ・プロ^(*) アンケートでの検証

「LINK SQUARE」設立による社員満足度の変化を調査するため、設立後1年が経過した2021年11月に、はたナビ・プロを活用してアンケート調査を実施した。その結果を前事務所でのアンケート結果（2018年2月実施）と合わせて図8に、その項目を表1に示す。

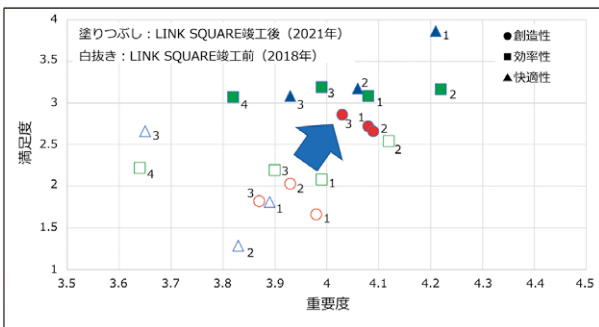


図8 重要度および満足度 散布図

表1 働きやすさ10のテーマ^(注2)

凡例	質問項目
■ 1	効率的な会議の仕方
■ 2	効率的な社内コミュニケーション
■ 3	日々の業務のムダ削減
■ 4	オフィススペースの有効活用
▲ 1	誰もが気持ちよく働ける環境づくり
▲ 2	ONを活かすためのOFFの取り入れ方
▲ 3	働く場所や時間を選べる働き方
● 1	個人の創造性を刺激する働き方
● 2	コミュニケーションを促進する働き方
● 3	創造性を促進する会議の仕方

図8及び表1より、「LINK SQUARE」設立後はいずれの項目についても社員満足度が向上していることがわかる。

特に「誰もが気持ちよく働ける環境づくり」の項目において、前回のアンケートでは重要度および満足度は低い値だったが、今回大きく向上していることから、イノベーションを誘発するために、社員が精神的にも物理的にも広々と気持ちよく「LINK SQUARE」で働けるように工夫した結果、社員の意識が変化したものと考えている。

今後は、いずれの項目においても更なる向上を目指して、改善を図っていく所存である。

4.2 多様なワーキングスペースの活用状況

図9に多様なワーキングスペースの活用状況のアンケート（2021年4月実施）の結果を示す。

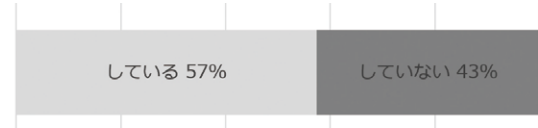


図9 ワーキングスペース活用状況

4.2.1 自席を含むソロワークエリアの考察

ワーキングスペースのうち、最も活用されていた場所は、集中ブースであり、次いで、比較的静かで外の風景が見られる窓際のカウンター席であった。

これらワーキングスペースを活用している社員が感じている利点としては、「気分転換や一人で集中できる環境であること」が多く挙げられた。このことから、「LINK SQUARE」の狙いであるコミュニケーションの活性化に反して、ABWの活用では、社員がソロワーク（単独作業）、つまり1人になりたがっていることが分かった。

他方で、ワーキングスペースを活用している社員が感じている欠点を図10に示す。

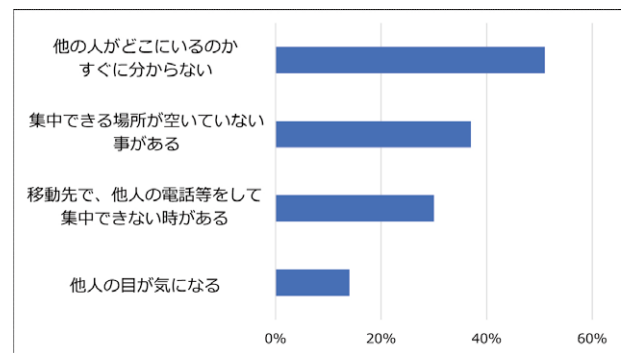


図10 ABWを利用時の欠点

図10から、ABWの活用において、社員が「他の人がどこにいるのかすぐに分からない」と感じていることが課題であることがわかる。これは、自席を離れて作業することで、自分がコミュニケーションを取りたい相手の居場所が不明になってしまうことに不満があることを示唆している。

加えて、図9における自席以外のワーキングスペースを活用していない社員についても考察を行った。

(注2) コクヨ株式会社が考える働きやすさ（効率性・快適性・創造性）を10のテーマに分類したもの。

ワーキングスペースを活用していない理由を調査した結果、「自席以外で仕事をする利点が特にない」や「自席でないと作業ができない」という意見が挙げられ、特に設計業務を行う人がワーキングスペースを活用することにメリットを感じていないことが分かった(図11)。これは、当社ではモバイルPCが標準であり、第2画面として自席には液晶ディスプレイモニター(以下、ディスプレイ)が必ず設置されているのに対し、ワーキングスペースには必ずしも設置されていないことが要因の1つであると考えられる。

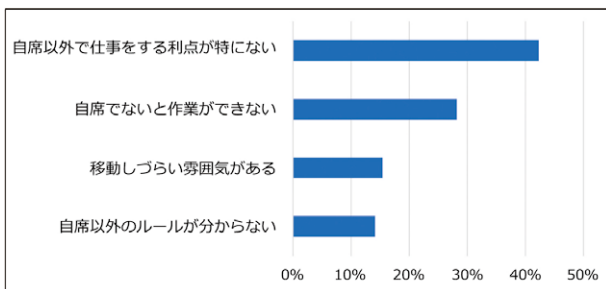


図11 ワーキングスペースを活用しない理由

さらにオフィスを観察したところ、自席でコミュニケーションをとっている社員がいる中で、多くの社員が黙々と作業を行っていることが分かった。これは、自席がソロワークができる集中ブースの機能を持つことを示している。

これらのことから、ABW活用にあたって、自席エリアは、他の社員の出社の有無や、状況を確認できるだけでなく、自席での作業をしながら、タイミングを計って社員が相談や雑談などのコミュニケーションが取れる場所として機能していることが推測される。

すなわち、「LINK SQUARE」における自席とは、作業中に他の社員の動静を把握しつつ、必要に応じて軽いコミュニケーションが取れるエリアであり、オープンとソロワークの中間に位置するエリアであることがわかった。

しかしながら、Tore Kristensen『The Physical Context of Creativity』の研究では、クリエイティブの段階ごとに必要な空間に違いがあるとしており⁽³⁾、個人の業務の段階に応じて、コミュニケーションが取りやすいオープンなエリアとソロワークができる集中ブースを使い分ける必要がある。また、Tore Kristensenは準備および習得する段階では、コミュニティ空間とプライベート空間の両方が必要であり、インキュベーションおよび洞察段

階では、さらに多くのプライベート空間を必要とするとも述べている。つまり、イノベーション創出に向けて、コミュニケーションの活性化のために、オープンなエリアの利用を促進させることが重要である。

本節では、ワーキングスペースの活用状況から、自席を含むソロワーク用のエリアについて考察を行った。次節では、ワーキングスペースのうち、コミュニケーションの活性化が期待できるオープンなエリアについて考察する。

4. 2. 2 オープンエリアの考察

筆者がオフィスを設立1年後に観察した結果、「LINK SQUARE」の設立直後と比べて、オープンなエリアの活用が減少しているように感じられた。

4.2.1より、ABW実施の有無にかかわらずほぼ全員がソロワークはできていると言える。また4.1より、社員の満足度は全体的に向上しているが、イノベーションを起こしていくために、今後は創造性の項目の向上に努めていきたい。この実現に向けた課題は、前述の通り、コミュニケーションの活性化であり、そのための手段の1つとしてオープンなエリアの利用率を向上させる必要がある。

以下で、オープンなエリアの利用率の向上に向けた取り組みについて考察および紹介する。

図11より1つには、オープンなエリアにおけるディスプレイ設置場所の拡充が挙げられる。集中ブースにはディスプレイを設置しているが、オープンなエリアにはディスプレイが設置されているところは少ないため、ディスプレイを設置する必要があると考える。

次に、「自席以外のルールが分からない」という意見からオープンエリアを活用しやすいようルールの制定を行う必要がある。こちらは「執務空間創造委員会^(注3)」でWEB会議のスピーカー利用の有無や、電話の使用の可否などを既に定めて掲示している。

他にも、図10より「他人の目が気になる」というアンケート結果から植物(緑)を設置することで、外からある程度全体が見えないよう目隠し機能対策を検討している。また、コロナ禍で急増したWEB会議などで発生する音については、吸音機能のあるパーテーションを隣り合う会議室の間に採用することによって、音が漏れにくくする対策を同じく検討中である。以上の対策を講じることで、利用率の向上を図ることができると期待している。

(注3) 執務空間検討委員会より移転後7名を選抜し、これからの働き方に関する検討を行っている組織である。

5. 終わりに

以上、本稿では、「LINK SQUARE」の取組みについて紹介した。

「LINK SQUARE」では、イノベーションを起こすために、さまざまな仕掛けを施し、社内のコミュニケーションの活性化を目指した。しかしながら、これら仕掛けは実証実験の途中であり、また、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う新常態への対応など、今後更なる改良が必要である。

これらの活動自体がイノベーションであり、また、「LINK SQUARE」は単なる事務棟・オフィスという括りから超越した、知的創造のファクトリーおよび、ラボラトリーとして機能すると考えている。

今後とも、社員が気持ちよく働き、思考を開放して追求を楽しむ場になるよう、試行錯誤を繰り返し行っていく所存である。

参考文献

- (1) Marilyn Oppezzo and Daniel L. Schwartz : 「Give Your Ideas Some Legs: The Positive Effect of Walking on Creative Thinking」、Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition、Vol. 40, No. 4、pp1142-1152 (2014)
- (2) 清水勝彦：「良い失敗とコミュニケーション 今私たちが本当に考えなくてはならない戦略へのアプローチ」、一橋ビジネスレビュー、64巻3号、pp.56-67 (2016)
- (3) Tore Kristensen：「The Physical Context of Creativity」、Creativity and Innovation Management13 (2)、pp.89-96 (2004)
- (4) 清水洋：「加速するイノベーションと手近な果実」、一橋ビジネスレビュー、64巻4号、pp.90-98 (2017)
- (5) トム・ケリー&ジョナサン・リットマン：「発想する会社!」、株式会社早川書房、2002

(*) はたナビ・プロは、コクヨ株式会社の登録商標です。

執筆紹介



井上 舞香 Inoue Maika
日新イオン機器株式会社
総務人事部



徳田 真陽 Tokuda Masaaki
日新イオン機器株式会社
管理・企画部 主任



古賀 雄二 Koga Yuji
日新イオン機器株式会社
総務人事部 グループ長



浜口 公平 Hamaguchi Kohei
日新イオン機器株式会社
総務人事部長



上山 辰司 Ueyama Tatsushi
日新イオン機器株式会社
執行役員
管理・企画部長