

2026 JOIFA 企業ヒアリング報告書

経営層に聞く、 人的資本経営と オフィス



JOIFA

一般社団法人 日本オフィス家具協会

C O N T E N T S

03	はじめに
04	〈総括〉 これからの日本のオフィスの役割はどう変わるか 企業レポート
10	CASE 01 株式会社アイシン
14	CASE 02 MMPC コンサルティンググループ
18	CASE 03 KDDI 株式会社
22	CASE 04 株式会社 SHIFT
26	CASE 05 須賀工業株式会社
30	CASE 06 株式会社船場
34	CASE 07 中野区役所
38	CASE 08 株式会社日東システムテクノロジーズ
42	CASE 09 日本グッドイヤー株式会社
46	CASE 10 ネットワンシステムズ株式会社
50	CASE 11 パナソニック エナジー株式会社
54	CASE 12 株式会社 PHONE APPLI
58	〈考察〉 働く場とオフィスについての継続調査
64	JOIFA オフィスアワード クレジット

はじめに

一般社団法人日本オフィス家具協会（JOIFA）は、オフィス家具、各種施設家具並びにその周辺についての調査研究、情報の収集・提供・公開により、広く普及啓発することによって、オフィス家具産業の健全な発展を図ると共に、経済の発展、社会、文化の向上に寄与することを目的とした団体です。

ここ数年で働き方/ワークスタイルが大きく変わり、オフィスに求められる役割にも変化が生じています。従来は出社や稼働率、均一なルールが生産性の象徴でした。今は時間や場所ではなく、成果と創造性、コミュニティの強さが競争力です。オフィスづくりはコストから人への投資へと、重心が移っています。

以上のような社会背景において、人的資本経営がキーワードとして議論される機会も増えてきました。オフィスは「席の提供」から「価値創出の装置」へと役割が変わり、心理的安全性を醸成し、学びと挑戦を後押しし、偶発的な出会いを生む機能が求められています。さらにはこういった意思を込めたオフィスづくりが経営者主導で行われるようになってきているように感じられます。

そこで、JOIFAオフィスイノベーション推進委員会では、働き方や人的資本経営をどのようにオフィスづくりに活かしているかについてアンケートとヒアリング調査を実施しました。この調査では、2025年9月に全国のワーカー約33,300人へのwebアンケートを行い、現状の働き方の全体像を把握しました。続いて、同年12月から翌年2月にかけて先進的な働き方を行っている12社の企業の経営層の方々を中心にインタビューを実施し、オフィスの役割や人的資本経営に対する考え方などをお伺いしました。

今回は、この調査結果に考察を加えて報告書としてまとめ、公開いたします。みなさまにとって、これからの働き方やオフィスの役割を考える際の参考になれば、幸いです。

2026年3月10日
一般社団法人日本オフィス家具協会 副会長
オフィスイノベーション推進委員会 委員長

今泉 嘉久

これからの日本のオフィスの役割はどう変わるか

一般社団法人日本オフィス学会 会長 **松岡利昌** (まつおかとしあき)



筆者プロフィール：

一般社団法人日本オフィス学会会長、株式会社松岡総合研究所 代表／経営コンサルタント

略歴：慶應義塾大学、ハーバード大学留学を経て、慶應大学経営管理研究科修士課程終了(MBA取得)。米国マサチューセッツ工科大学 ISFE (国際 FM 学会) アワード会員、名古屋大学大学院環境学研究科特任准教授を経て 1999 年日本オフィス学会発起人理事として設立、現会長。日本ファシリティマネジメント協会副会長理事 / フェロー。EuroFM 日本大使。ISO FM 専門委員。

要旨 (エグゼクティブサマリー)

本調査は、一般社団法人日本オフィス家具協会 (JOIFA) が実施したもので、働き方の多様化が進展する中で、日本のオフィスが果たすべき役割と、そのあり方を明らかにすることを目的としている。コロナ禍における 2022 年の前回調査に引き続き、コロナ後の状況を調査するために実施された。

2025 年調査の結果からは、以下の 3 点が明確に読み取れる。

第一に、テレワークは定着したが、万能な働き方ではないという認識が広く共有されている。テレワークは多様なライフスタイルへの対応という点で高く評価される。一方、コミュニケーションの希薄化や一体感の低下といった課題も依然として大きい。

第二に、オフィスは「不要」になったのではなく、「役割を変えて必要」とされている。約 7 割が今後もオフィスは必要と回答しており、「これまでと違った形で必要」とする回答も含めると、オフィスの存在意義は依然として高い。

第三に、求められているのは「席の集合体としてのオフィス」ではなく、「人が集い、関係性と価値を生む場としてのオフィス」である。集中、対話、共創といった多様な活動を支える空間機能が強く求められている。これらの結果は、2023 年の企業ヒアリングで示された「オフィスの都市化」「創発の場としてのオフィス」という方向性を、定量データによって裏付けるものである。また、創発の源泉である人的資本経営やワーカー同士の関係性資本をいかに構築するかにつながる。

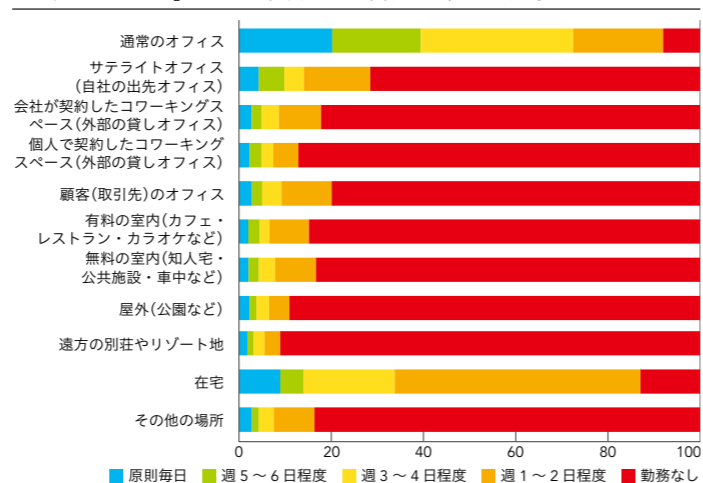
(本文中の※ Q 番号については、巻末の「考察」をご参照ください)

調査結果：テレワークに対する評価

まずは、今回の調査で「Q6：直近 1 か月はどこでどれくらいの割合で勤務していたか」をたずねている。その結果、通常のオフィスと在宅が中心であることがわかった。また、さまざまな外部のコワーキングスペースなどの利用がなされていることがわかったが、とりわけ自社の出先オフィスとしてのサテライトオフィスがより利用されていることがわかる。

Q6：直近 1 か月はどこでどれくらいの割合で勤務されましたか。

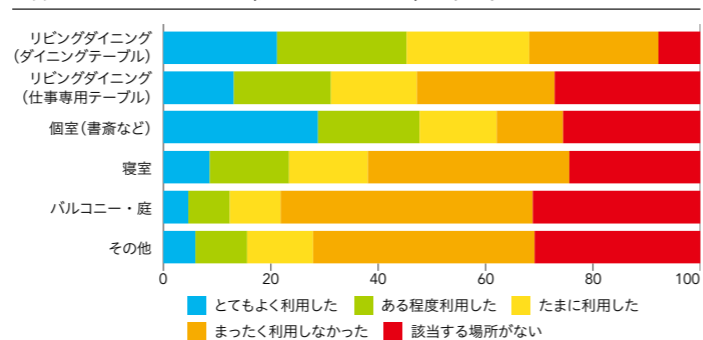
「通常のオフィス」「在宅」以外は利用機会が少ないが、「屋外 (公園など)」「遠方の別荘やリゾート地」でも 10% 程度は週に 1 回以上の利用がある。



今回在宅勤務の場合に、Q9 で「主にどこで在宅勤務をしているのか」を確認した。その結果、書斎などの個室がある場合はそこを使うが、リビングダイニングのダイニングテーブルを利用している様子うかがわれた。テレワーク開始当初は寝室やバルコニーなども利用していたこともあったようだが、多様なライフスタイルとの連動として、在宅勤務に慣れ、使い分けができていく様子垣間見える。

Q9：(在宅勤務をされた方にお伺いします。)主に在宅勤務をしている場所をお答えください。

「とてもよく利用した」は個室が一番多いが、「ある程度利用した」「たまに利用した」を含むリビングダイニング (ダイニングテーブル) が多い。



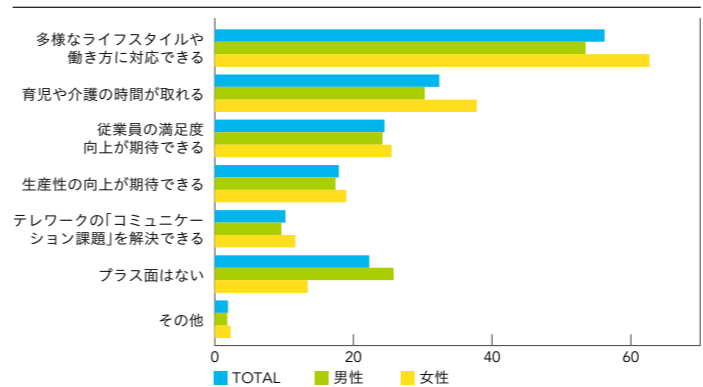
このようにコロナ禍を経て、その後もテレワークは実施され定着してきたことがわかる。また、今回、そのテレワークのプラス面とマイナス面をたずねている。

Q13 にみるように、テレワークのプラス面として最も多く挙げられたのは、「多様なライフスタイルや働き方に対応できる」(56.2%) であった。時間や場所の制約から解放されることで、働く側の裁量と満足度が高まっていることがうかがえる。また、在宅勤務により「育児や介護の時間が取れる」(32.4%) が多く、女性が 37.8% として男性を大きく上回ってプラスと認識しているのが特徴である。女性の方が男性以上に多様な働き方に対して対応していることを物語っている。

一方、Q14 のマイナス面では「コミュニケーションが減少する」(53.1%) が最多となり、次いで「緊急時の対応が難しくなる」(40.7%)、さらには「勤怠業務管理が難しくなる」(35.3%) となっている。これは利便性の向上と引き換えに、ワーカー同士の様子がお互いにわからないことから、組織としての BCP/BCM 対応や業務管理が難しいという構図が浮かび上がる。ワーカーの顔が見えないためか、人事評価の公平感にも課題を感じている様子もうかがえる。コミュニケーションの減少については、女性よりも男性ワーカーの方がより強く感じている点も特徴といえる。

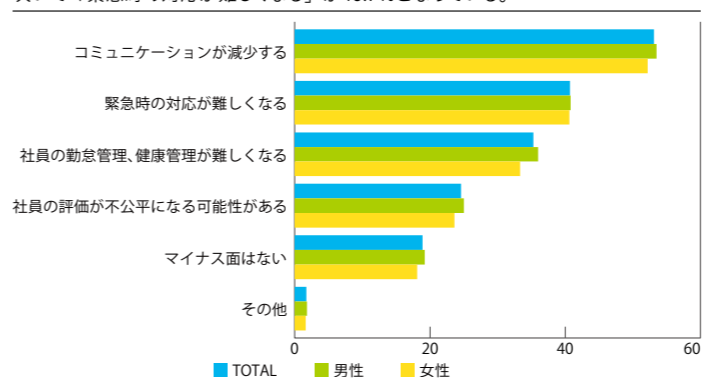
Q13：テレワーク (在宅勤務含む) のプラス面についてお答えください。(男女別)

男性、女性とも「多様なライフスタイルや働き方に対応できる」という回答が一番多いが、次に多いのが男女とも「育児や介護の時間が取れる」であった。前回調査で次点であった「プラス面はない」は女性は 5 番目、男性は 3 番目の回答数となった。



Q14：テレワーク (在宅勤務含む) のマイナス面についてお答えください。(男女別)

男性、女性とも同じ傾向で「コミュニケーションが減少する」が 53.1% と一番多く、次いで「緊急時の対応が難しくなる」が 40.7% となっている。

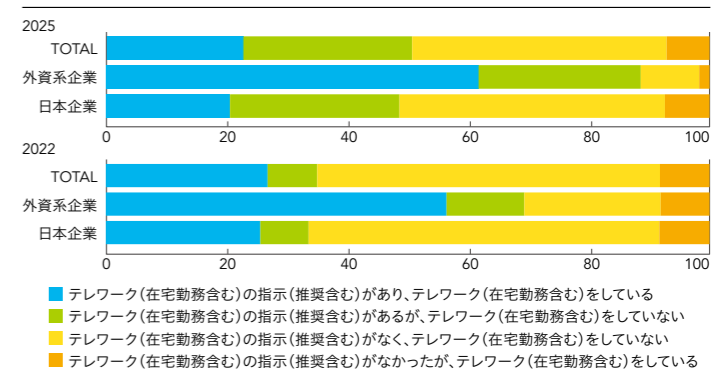


経営層は出社派が多く、若者はテレワークを希望

また、前回 2022 年のレポートでは、「ハイブリッドワークのジレンマ」について指摘した。外資系企業では、在宅かオフィスのどちらが優位なのかは絞りきれないという状況だった。今回の調査では、外資系企業は明確にルールを置いており (61.7%)、一方、日本企業では明確なルールを置いていないことがわかった (44.0%)。

Q2：現時点でテレワーク (在宅勤務含む) に関して勤務先からあなたにどう指示され、あなたはどのように対応していますか。(外資系企業、日本企業別)

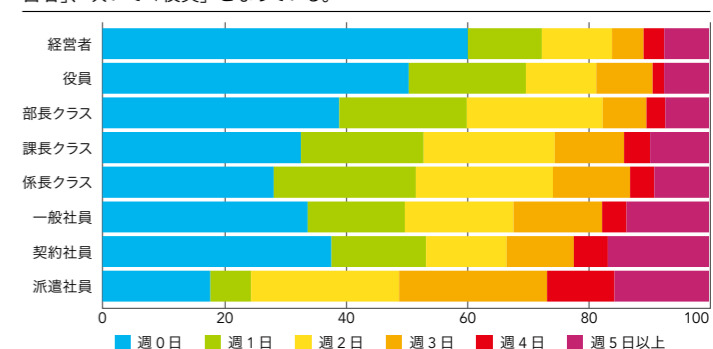
外資系企業は「ルールあり」が 88.6% と明確になっているのに対し、日本企業は半数以下の 48.6% しかない。実施率では外資系が 71.4% に対し、日本企業は 64.5% とせまっている。日本企業では明確なルールが確立できていないことがうかがえる。この傾向は前回調査でも同様であった。



そこで、Q20 では、役職別に「週何日間テレワークで働きたいか」をたずねた。この結果、経営者 (60.3%)、役員 (50.5%) などの経営管理者層はテレワークで働くよりも、出社して働きたいと考えていることが顕著である。

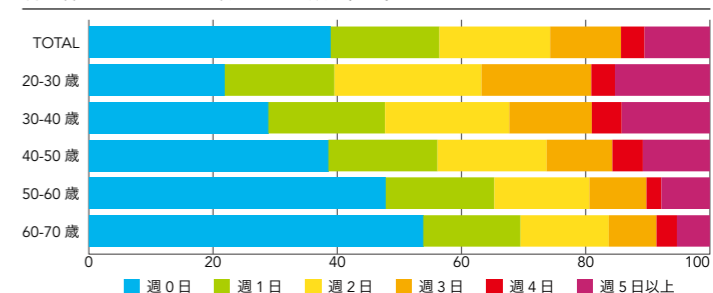
Q20：あなたは週何日間、テレワーク (在宅勤務含む) で働きたいですか。(役職別)

「派遣社員」を除き「週 0 日」の回答が最も多い。「週 0 日」の回答が最も多いのは「経営者」、次いで「役員」となっている。



Q21：あなたは週何日間、テレワーク (在宅勤務含む) で働きたいですか。(年代別)

若い層ほどテレワークで働きたい日数が多い。



また、年代別に見ても一般社員、係長クラスが該当する 20 代、30 代、40 代と 1 日以上テレワークを実施したい世代は、6 割以上を占めており、若い世代ほどテレワークで働きたいという思いが強いことがわかる。この世代による格差は、その職位の役割や業務内容とも関連していることが推測される。

オフィスの必要性に関する認識

前回の調査結果同様に、現在も外資系企業は日本企業よりもテレワーク実施傾向が強く、週 3～4 日以上、毎日実施を含むテレワークの比率は 54.0% であり、日本企業の 32.4% を大きく上回っている。その理由は、外資系企業のジョブ型人事制度に基づく成果主義の採用にある。どこで働いても成果をあげれば構わないことから、コロナ後もこの傾向が続いていると考えられる。

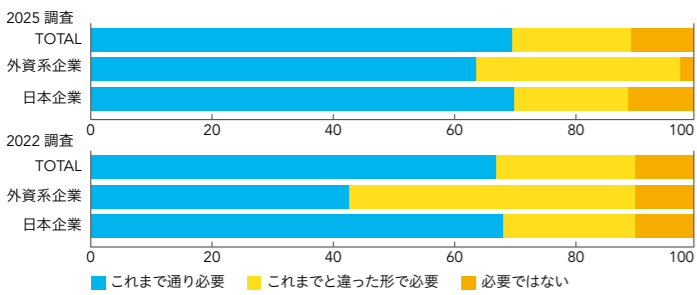
そのような違いの中、Q18 ではオフィスの必要性について、前回同様に質問した。その結果、外資系企業および日本企業で「今後もオフィスは必要である」と回答した割合は 69.9% に達し、「これまでとは違った形で必要である」（19.8%）を加えると、約 9 割が何らかの形でオフィスの必要性を認めている。

また、「必要ではない」とする回答は 10.3% にとどまり、オフィス不要論が少数派であることは明らかである。

また、2022 年調査と比較しても「オフィスは必要」とする割合は微増しており、コロナ禍直後に見られた急進的な縮小論は沈静化しつつある。

Q18：今後もあなたが働いているオフィスは必要だと思いますか。（外資系企業、日本企業別）

前回調査では外資系企業は「これまで通り必要」と「これまでと違った形で必要」が半々だったが、今回は「これまで通り必要」が増加した。



テレワーク時代におけるオフィスの再定義

本調査結果から、テレワークとオフィスは対立概念ではなく、相互補完的な関係として再編されつつあることがわかる。

個人作業や定型業務はテレワークで効率的に行い、一方でオフィスは、「偶発的な対話」「チームでの思考の同調」「組織文化の体感と共有」といった、オンラインでは代替しにくい価値を提供する場として期待されている。まさに、各個人がもつ経験値や考え方などの暗黙知を表出し、形式知化しながら交流す

るための場である。見える化された情報や経験値は相互の交流の中で、仕事の質を変えていく。つまり、オフィスは「来なくても仕事ができる場所」ではなく、「来ることで仕事の質が変わる場所」へと役割を移行しているといえる。言い換えれば、「仕事の質を向上させる場」なのである。

オフィスの価値は「機能」から「関係性」へ

2022 年の企業ヒアリングでは、「オフィスの都市化」「創発の場」という表現で、オフィスの新たな価値が語られた。

2025 年調査は、その方向性が一過性の議論ではなく、実務レベルでも共有され始めていることを示している。オフィスはもはや、面積をどれだけもつか、席を何席確保するかといった量的指標だけで評価される存在ではない。一人ひとりの価値を議論し、リスクリングを通して、付加価値をもたらす「人的資本経営」*1 の考え方が重要視されている。同時に、人と人がどう関わり、どんな関係性が生まれるかが課題となる。そして、その質こそが、これからのオフィス評価軸となる。

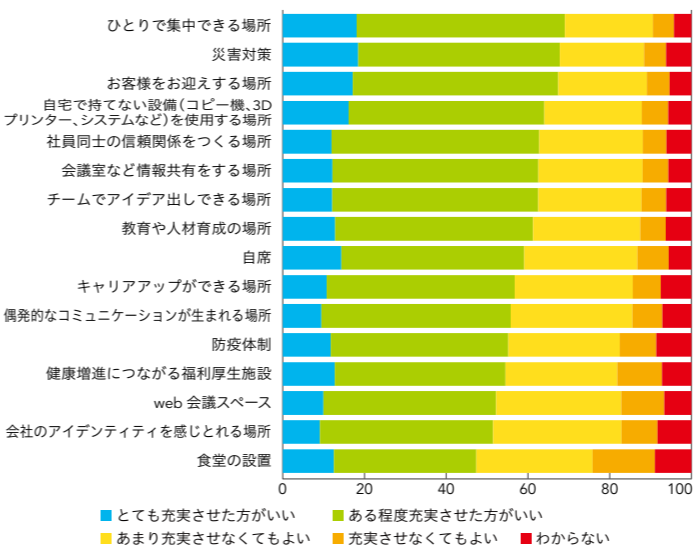
このことを「関係性資本（社会関係資本：Social Capital）*2 と呼ぶ。組織や個人がもつ「信頼、ネットワーク、つながり」を一つの資本とみなす考え方だ。オフィスは、まさに、関係性資本を育む場所へと役割が変化している。

「行きたくなるオフィス」の条件

調査では、Q19 で「行きたくなるオフィス」にするために、今後オフィスで充実させたい機能をたずねている。その結果、「ひとりで集中できる場所」「チームでアイデアを出し合える場所」「会議や情報共有のための場」といった項目が高い支持を集めた。これは、従来型の固定席中心のレイアウトから、活動に応じて選択できる多様な「場」への転換を求める声が強いことを示している。重要なのは、単に空間を増やすことではない。「何をするための場所なのか」が明確であり、使う側が意味を理解できることが、オフィス価値を左右する。ABW（Activity Based Working）*3 が広がったのもこれが理由なのだろう。

また、「お客様をお迎えする場所」も充実させたい重要項目である。これは、対外的にもホスピタリティのあるオフィスにしたい意思を示している。ワーカーに対して、あるいは顧客に対してのホスピタリティサービス（いわゆるアメニティサービスなど）の充実を示しているともいえる。

Q19：今後のオフィスでは、どの機能を充実させれば行きたくなくなりますか。「とても充実させた方がいい」「ある程度充実させた方がいい」の合計では、「ひとりで集中できる場所」が最も多く、次いで、「災害対策」「お客様をお迎えする場所」の順となった。



これからのオフィス戦略に向けて

本調査結果を踏まえ、以下の点を示唆したい。

1. テレワークを含めた働き方を検討する場合、オフィスを「経費」ではなく「投資」として再定義すること：オフィスはすでに採用や維持のための戦略的な装置でもある。その構築には投資が必要となる。ワーカーにとっての仕事の質を上げるオフィスは、強力な魅力づけとなる。

2. 集中・対話・共創という活動軸で空間を再構成すること：暗黙知の表出による交流が重要。あらかじめアクティビティを確認しながら構成を考えることも重要である。
3. 利用実態を可視化し、運営モデルを充実させる：素晴らしいオフィス環境をつくっても運用モデルがなければ、やがて飽きられてしまう。ホスピタリティ空間として心地よい関係性を演出することが肝要である。
4. オフィスに集う人と人との関係性資本を高める場とすること：人と人がつながる仕掛けを組み込む。関係性資本が増えていくような工夫こそが必要となる。

このように、オフィスは完成品ではなく、使われながら育つメディアなのである。その視点に立てるかどうか、これからの企業競争力を左右するに違いない。

- * 1：人的資本経営：人的資本（Human Capital）を重視した経営。2022 年経済産業省の「伊藤レポート 2.0」参照。
- * 2：関係性資本（社会関係資本：Social Capital）：組織や個人がもつ「信頼、ネットワーク、つながり」を一つの資本とみなす考え方。
- * 3：ABW（Activity Based Working）：時間や場所に縛られるのではなく、「今やっている仕事の内容（アクティビティ）」に合わせて、最も生産性が上がる場所を自ら選んで働くスタイルのこと。

2026 JOIFA 企業ヒアリング報告書
経営層に聞く、人的資本経営とオフィス

企業レポート



株式会社アイシン



業種 自動車部品、エネルギーソリューション関連機器の製造販売業
 設立年月日 1965年
 資本金 450億円
 訪問先 アイシン本社本館（愛知県刈谷市朝日町）
 ご担当者 グループ人事部 本部長 グループ経営戦略本部 コーポレートガバナンス推進・ブランディング強化担当 執行役員/中村裕司様

人的資本投資の1つとしてオフィス環境を変革し、自社の開発技術を活用することで、会社としての Well-being 向上への取り組みが社員へ伝わり、コミュニケーション促進の効果もすぐに実感できました。

愛知県を拠点に自動車部品、エネルギーソリューション関連機器の製造販売をグローバルに展開している株式会社アイシンは、2021年のアイシン精機とアイシン・エイ・ダブリュの経営統合により、新しい社風や方向性を示し自律的な働き方を具現化すべく、本社オフィスの環境を革新しました。最新技術を活かしたオフィスづくりは、社員の Well-being にもつながっています。

オフィス環境の変革は1つの人的資本投資

自動車産業の大変革期に伴って、今まで以上に意識や働き方をアップデートさせる必要性を実感するなか、2021年の経営統合により、企業としてのあり方や方向性を新たに提示する必要がありました。当社は、日本だけでなく世界の様々なニーズに応えるために、グローバルでの事業基盤を構築しています。この先より創造的で自律的な働き方へとシフトしようとするなかで、役員を含めて全社員で目線を合わせて同じビジョンを目指して進むには、オフィス環境の変革が重要でした。

オフィス環境を変えることは、働き方を変えるための人的資本投資の1つであるという強いメッセージとして伝わり、社員の行動変容の外発的動機になると考えています。本社オフィスだけではなく全社的に製造現場の暑熱対策、休憩所整備など、より働きやすくなるように進めています。

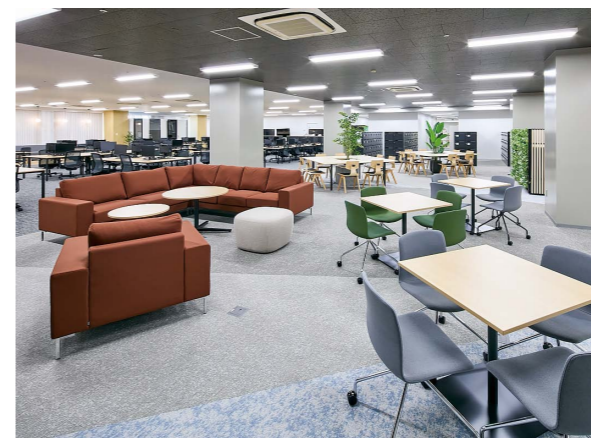
この変革の効果はすぐに実感され、社内の意識調査結果では、この1年で生産本部の社員のエンゲージ

メントスコアが10%以上向上しているという驚異的な伸びを見せています。どこで働くかによらず、快適な環境を提供することが、社員の Well-being につながります。コミュニケーションを重視しているので、本社オフィスでは基本的に入社での勤務が多いですが、社内サテライトオフィスやコワーキングスペースも利用でき、在宅勤務にも柔軟に対応しています。



オフィスのコンセプトが伝わり コミュニケーションが促進される

新オフィスへの移転前には、全社に対して本社オフィスの位置づけや各フロアのコンセプトを共有しました。より創造的で自律的な働き方への行動変容を促すために、オフィスとして目指した姿は、壁を無くし圧迫感のない空間（Open）、ミーティング・シェアスペースを充実しコラボレーション機会の創出（Opportunity）、緑や景色、ゆとりによる新たな発想や前向きなマインドの誘発（Oasis）の3Oの実現です。事前に各部門へのヒアリングを行い、会社としての考え



方や方向性を浸透させる場を設けたことで、風通しのよい空間の意図が伝わり、移転後は社員同士が積極的にコミュニケーションをとるようになりました。

オフィスでのコミュニケーションが促進されるよう、フロア全体でフリーアドレスを採用しています。物理的にも壁のないオープンスペースとなっていて、業務連携しやすいだけでなく、あえて不規則なデスク配置にすることで偶発的なコミュニケーションやコラボレーションが生まれる仕掛けが機能しています。

フリーアドレスのテーブル席には、モニターと肘付き椅子が用意されています。肘付き椅子というと、かつては権威的な象徴という面もありましたが、今ではPC作業をする全社員の身体的な負担の軽減のために、執務がしやすい環境を用意しています。

固定的な部門長席や課長席をなくしたことにより、上司のほうから進んで部下へ声をかけられるようになりました。部門長だけが集まって情報交換をするテーブルは中央に配置し、モニター付き4人用テーブルではメンバーがすぐに上司へ相談できる場所となっています。

活動や機能に合わせた動と静の空間配置

開放的な空間でありながら、個人が集中作業できる席やwebミーティングブース、BOXソファやロングソファでのコミュニケーションスペースなど、環境音（静か～にぎやか）の順で配置されています。動と静の活動・機能に合わせた場所が用意されていて、中央はみんなで集まってアイデアを生むスペース（動）、窓側は個人の集中スペース（静）、その中間は執務スペースといった配置になっています。人数やスタイルを自由にセッティングできる可動式テーブルも活用されています。

オフィスの中心部には、両サイドから人が集まるマグネットスペースがあります。行動変容を促して偶発的なコミュニケーションを生むために、通りすがりにすぐに立ち寄れるようにデザインされました。オープンで会話がしやすいオフィスは、社員の心理的安全性にも寄与しています。

アプリ開発にもつながった Well-being への取り組み

広大なオフィスのなかでも、自社開発の在席管理システムで社員の状況が大画面モニターに投影され、誰がどこにいるかに加えて、その人の体調までもひと目でわかるようになってきました。このシステムでは社員が自由にメッセージを発信できるので、個人個人の顔をイメージしやすくなるとともに、お互いのコミュニケーションツールとして活用できます。



エントランスには、当社が新規事業として取り組み開発したコミュニケーション支援アプリ「YYSystem」を置いています。スマートフォンやディスプレイパネルなどに会話の内容をリアルタイムで表示することができるシステムです。これは、実際に社内で働く聴覚障害のある人とのコミュニケーションを円滑にとるために開発したツールになります。工場環境下での有用性と精度を実証しました。今では高齢者のコミュニケーション支援ツールとしても活用され、多言語にも対応し、自治体の窓口や教育機関、企業の受付などにも普及しています。自社の社員のWell-beingや多様性への取り組みにもなっています。

課題を創造していく力で成長する

人的資本戦略として、①課題創造（世の中の課題にどう貢献していくか）と②全員活躍（どこよりも人が育つ企業）の2軸を定めました。自動車産業は、電

気自動車や自動運転などの技術の進化や、海外での展開を常に意識しなければなりません。受け身の働き方ではなく自律的な働き方へ、今まで以上に積極的な課題創造を求められます。

新入社員やキャリア採用社員には、はじめに「課題創造研修」として、課題創造に必要な理論や知識を、「課題創造と戦略的思考」「ミッションとは何か」「ビジョンとは何か」「戦略とは何か」「戦略を立案する」の5つの観点で学び、考えてもらっています。研修だけでなくOJTで誰も取り残されないようにサポートしながら、一方通行の指導ではなく、お互いの対話やディスカッションによる経験がそれぞれの成長につながっています。

また、専門性の強化という面では、「変革力」「問題解決力」「人間力」をもった人材をプロ人材として育成しています。DXや生成AIの活用がますます重要になっていくなかで、「人にしかできない創造的な仕事」に挑戦できる場所でありたいです。

多様な人が頑張りたい、 働き続けたいと思える製造現場を目指して

製造現場の環境改善にも力を入れて推進しています。休憩時間をよりリフレッシュできる時間にするために、休憩所やトイレも全工場で順次改修しています。

今までの休憩所は現場の延長のようなスペースにベンチが並べられているような空間でしたが、緑の導入や床の改修、多様な座席の用意などを行い、現場と気持ちを切り替えリフレッシュできる空間にすること

で、休憩所の満足度も向上しコミュニケーションも活性化しています。

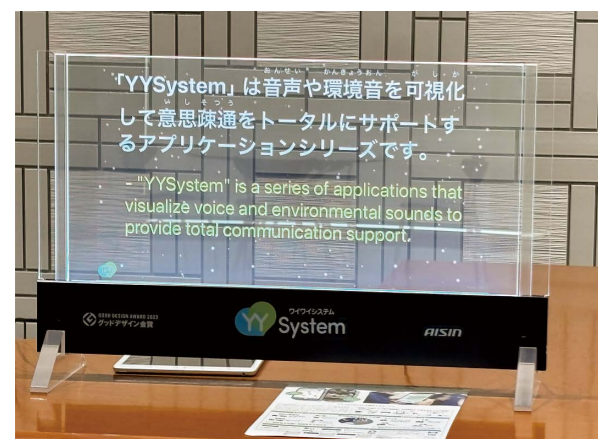
役員を含めた社員の声として、オフィスアワード受賞をきっかけに、オフィスという場所の重要性和オフィス環境への投資の重要性に気づかされ、場所への愛着も生まれたと聞きます。さらに変えていきたい、よりよくしたいという声も挙がっています。今後もPDCAを回しながら、働き方や働く環境を向上させていくことを考えています。

最新技術を活かしたオフィスの将来

DXや生成AIの活用によって業務が効率化して生まれた時間を、個人の成長と企業の価値創造につなげていきたいと考えています。オフィスは、そのように時間を生み出し、場所への付加価値を与えられる空間です。

例えば、将来的には、AIエージェントとリアルな秘書がいるなど、ソフト面での変化の流れも注視したいです。バーチャルの技術によって、海外など遠隔地の人とのコミュニケーションが強化されることなどにも期待しています。

（訪問日：2026年2月2日）



工場休憩所



MMPC コンサルティンググループ



業種 企業経営コンサルティング（税理士法人、行政書士法人など）
 設立年月日 1973年8月9日
 資本金 24,000,000円（グループ合計）
 訪問先 高山オフィス（岐阜県高山市）
 ご担当者 理事長／松井孝知様

地域で長く働くためには、コミュニティを支える人が重要です。
 このオフィスは、コミュニケーションという創発の機会を通して、
 付加価値を高める場となっています。

岐阜県高山市と愛知県名古屋市の2拠点で、税務・会計・経営コンサルティング業務を展開しているMMPCコンサルティンググループ。地域企業の経営支援を通して地域を活気づける会社として、オフィスは開放的な空間となっており、顧客も社員も活発に交流しています。

すべての人にとって 居心地の良いオフィスを目指して

岐阜県高山市のオフィスを『studio mirai』として、2020年にリニューアルしました。コンセプトは「創発によって付加価値を高める」ことです。多くの組織は経営戦略に基づき組織構築を行いますが、私たちはその一環としてオフィスづくりを進めました。この新オフィスのためのプロジェクトでは、役員会でコンセプトを練り、社員全員でワークショップを開催し、それぞれが活躍できるオフィスを検討しました。

コンセプトには、顧客への「お役立ち度」と社員の「活躍度」を高めることで生産性を向上させる、というねらいも含まれています。オフィスの1階は開放的な空間で、来客の敷居が低く人と情報が集まる「賑エリア」となっています。セミナーやイベントの開催を通して、顧客へのサポートや社外との交流を促進します。中2階は個人が静かに集中できる「静エリア」、2階はチームでの作業やコラボレーションができる「創エリア」としています。

このオフィス環境は、当初のキーワード「ワイワイ・モクモク」が反映されています。「ワイワイ」はただ賑やかという意味ではなく、顧客やパートナー、そして社内で活発にコミュニケーションをとるための場であり、「モクモク」は静かに集中して仕事の効率を高める場を意味しています。顧客やパートナーにとっては訪れたい場所、社員にとっては居心地の良い家のような存在を目指しました。



オフィスでのコミュニケーションが 創発のきっかけとなる

業務内容や目的に応じて、メンバーそれぞれが自分に合った最適な働く場所を選択できるよう、当社ではABW (Activity Based Working) の運用を強く意識し、実際のオフィス設計や運用にも積極的に取り入れています。例えば、「顧客や提携先とのイベントの日だったら賑やかなエリアでアイデアをぶつけ合おう」「集中して決算書を作成したいから静かな中2階で孤独に向き合おう」など、仕事の内容や気分に合わせて自在にワークスペースを選択できる環境が整っています。

当グループでは出社を基本とし、多様な人々が日々オフィスに集うことで、意図せぬ出会いや予定外の会話から新しい発想や相互理解が生まれやすい土壌を大切にしています。目の前に人がいることで、「ちょっといいですか?」と何気なく声をかけて小さな疑問が即座に解決したり、一つの案件について多角的に意見を出し合えるのは、やはり対面ならではの醍醐味です。こうした頻繁なコミュニケーションの積み重ねによって、業務上の属人化や情報の偏在が防がれ、知識やノウハウが組織内で自然と補完・共有されていきます。また、集中を必要とする個人作業においても、オンとオフにしっかり切り替えられる環境のおかげで、作業

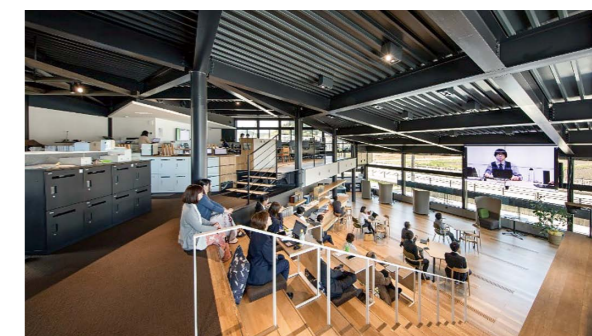
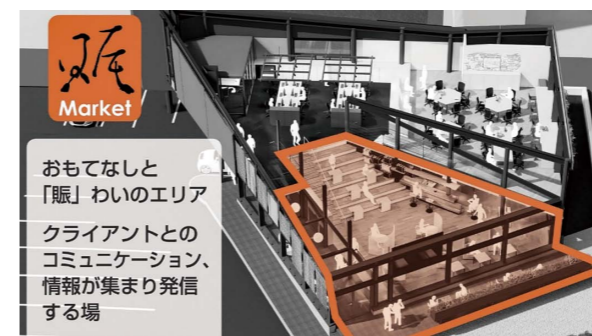
効率のメリハリを生むことができています。

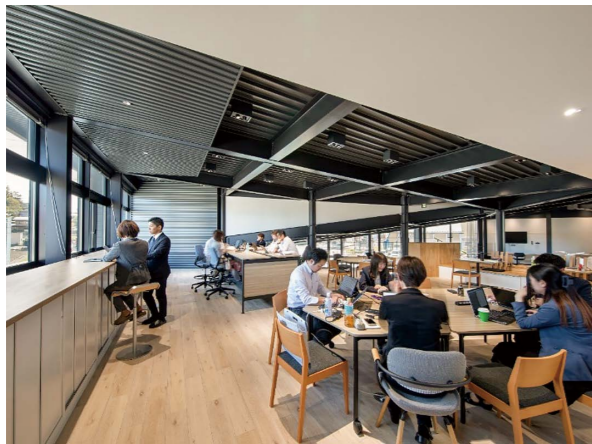
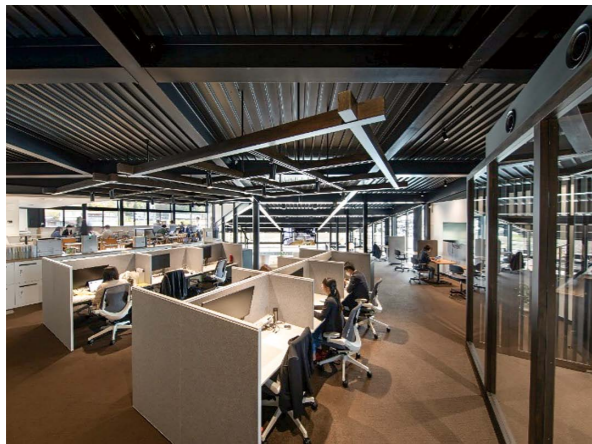
社員のエンゲージメントを高める仕掛けもあり、オフィスでは、耳に心地よいBGMが静かに流れ、窓からは飛騨高山の風景が一望できるなど、働く人の心身に安らぎを与えてくれる空間デザインが施されています。社員同士が一息つくカフェカウンターに集まり、コーヒー片手に直近の案件や雑感について語り合うといった光景もしばしば見受けられ、そこからまた新たな協働や提案が生まれることも珍しくありません。

多方面から訪れるお客様を囲み、チーム全員で知見を出し合いながら業務を進めることで、「自分一人では成し得なかった発見」にもつながっています。このような「動き」と「交流」が絶えず循環する現場こそ、ABWの柔軟性と対面コミュニケーションの強みが最大限に発揮される舞台となっています。

私たちは会計事務所としての業務が中心のため、毎年顧客の決算期に合わせて繁忙期がやってきます。特に繁忙期には業務効率の向上が求められる一方、通年という長期的な視点で顧客に価値を提供する姿勢が大切です。「行ってみたいオフィス」を目指した環境づくりが営業担当者や専門社員、そして顧客との関係性を高め、その結果としてよりよい価値提供につながっています。

全体として社員数を上回る座席・デスクを設けてい





ることで、開放的なオフィス空間から顧客との打ち合せへもスムーズに移行できます。

事業の性質上、現時点ではバーチャルオフィスやメタバースといった環境導入は難しいところもありますが、飛騨高山という地域で事業を継続していくために、多様な働き方や働く場所の可能性について今後も模索していきたいと考えています。

テクノロジー活用の面では、名古屋オフィスと常時接続されている仕組みにより拠点間の連携強化を進めています。また、社内コミュニケーションやセミナーなどのイベントも1階の賑エリアを配信スタジオとして活用しています。

企業群経営による 地域の持続・発展を目指して

オフィスをリニューアルして以降、飛騨高山に縁のなかった方からも求職の応募が増えています。その理由の一つに「働いてみたいオフィス」という評価があ

り、オフィスと人との関係性が高まっていることを実感しています。

企業として活動を続けるには、地域コミュニティの存在が不可欠であり、それを支えるのはやはり「人」です。飛騨高山で働くということは、仕事と生活が密接に結びついていることを意味します。こうした環境下で持続可能な経営を行うためには、地域に必要とされる企業であることが前提です。地域企業を軸に、私たちの理念に共感していただける多様な組織との協業を積極的に進め、互いに補完し合いながら成長していく「企業群経営」を実現したいと考えています。

組織内では、人数が限られていても一人ひとりが多能化し、持続可能な組織づくりを目指しています。税務会計業務に加え、付加価値業務も担うことで、組織と個人のエンゲージメント向上がより重要なプロセスになっています。コミュニケーションは、その中でも最も重視する要素の一つです。

目的・目標を共有して それぞれの能力を発揮する

私たちは、組織の理想を実現するプロセスとして、「組織に目的・目標を設定し、それぞれのチームに役割と責任を与え、組織自らが仮説と検証を繰り返す」という考え方を持っています。そのため、経営計画の策定段階では経営幹部はもちろん、現場リーダーともじっくり時間をかけてコミュニケーションを図っています。

KGI(Key Goal Indicator、重要目標達成指標)として、「人時生産性(1人時間あたりに生み出す付加価値)」「生産高(一人ひとりに任せられる技量)」「販売高(提案力に基づく将来の見込売上高)」の3つの指標をもとに組織運営を行っています。

これらの指標は、単に個別の生産性評価にとどまらず、組織内外のパートナーを巻き込んだ大きな仕事へ発展する可能性も視野に入れていきます。

オフィスの今後

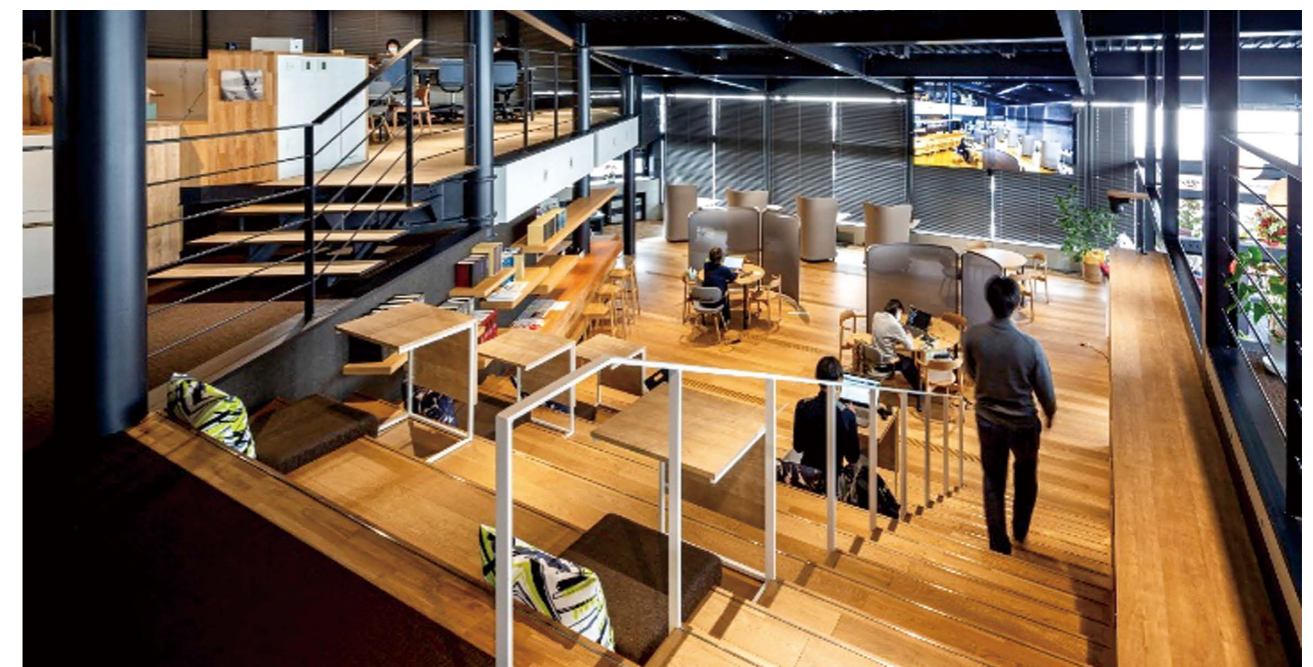
JOIFA オフィスアワード受賞をきっかけに、多くの企業の方々に見学にお越しいただきました。現在も日本全国の同業者から見学希望のお問い合わせをいただいています。自社の個性や取り組みを発信できている



ことに、大きな意義を感じています。今後のオフィスは、企業や組織の価値観が反映されたデザインが主流になればと考えています。

私たちのオフィス家具には、岐阜県産の木材や飛騨高山の伝統技術が活かされており、「地域の企業の幸せを考える」という価値観が表現されています。飛騨高山の産業を多くの方々に知っていただき、地域に貢献できていることを嬉しく感じています。

(訪問日：2026年1月27日)



KDDI 株式会社



業種 情報・通信業
 設立年月日 創業：1984年6月 発足：2000年10月
 資本金 1,418億5,200万円
 訪問先 KDDI高輪本社 THE LINKPILLAR 1 NORTH（東京都港区）
 ご担当者 コーポレート統括本部 総務本部長／堀井啓太様
 コーポレート統括本部 総務本部 総務部長／大沼悠太様

集う人々の「夢中の挑戦」を後押しする、
 「イノベーションを生み出す実験場」としてのオフィスづくりを
 目指しました。

「つなぐチカラを進化させ、ワクワクする未来を発信し続ける Connectable City」をコンセプトに掲げて2025年、「TAKANAWA GATEWAY CITY」のTHE LINKPILLAR 1 NORTHへ本社を移転。KDDIグループだけでなくお客さまやパートナーが集い、新しいアイデアを出し合って試行錯誤し、発信し続ける「街」のような場所になることを目指しています。

自然と人が集まるオフィスづくり

当社ではコロナ禍を経て、新しい働き方を再定義しました。2021年に策定した「KDDIビジョン2030」を実現するために、まずは全本部から社員を募ってプロジェクトチームをつくり、どんなオフィスが必要なのか議論を重ね、「つなぐチカラを進化させ、ワクワクする未来を発信し続ける Connectable City」をコンセプトに決めました。このコンセプトには、単に自社

内の業務効率化だけを目的とするのではなく、多様なステークホルダーとつながり、共創・発信する開かれた場でありたいという想いが込められています。また、コミュニケーションの中で新しいアイデアを創出し、コラボレーションできる場所を多く設けることで連帯感も生み出しています。

このように、自然と人が集まってくるオフィスづくりを目指した結果、移転後の出勤率は80%程度に上昇しました。



Photo：永禮 賢



Photo：永禮 賢

イノベーションを生み出す実験場として、
 自らが体験して試行錯誤していく

新オフィスは社員にとっての「実験の場」です。業務にあわせてモジュール型の家具をパズルのように組み合わせ、自分たちの働き方にマッチしたオフィスにカスタマイズできることで、業務特性に応じて最適な場所を選ぶABW（Activity Based Working）な働き方を推進しています。オフィス内の執務スペースにはビレッジ（村）というコラボレーションエリアがあったり、ダイニングやカフェがあったりと、「街」の要素が散りばめられています。キャンプ場をイメージしたスペース「Knowledge Camp」では、ワーケーションのようにリラックスしながら業務ができます。

社内外とのコラボレーションを目的とした「TSU-NAGU BASE」では、イベントを行う「Lounge」、当社戦略や先進技術等を展示・説明する「Showroom」、「Tomorrow Lab」、「Theater」などのほか、ライトカフェや会議室があります。

また、フロアごとにグループで業務を進める空間「Groove」と、一人で集中できる空間「Chill」を交互に配置しており、これらの空間を内階段でつなげて自由に行き来することで、一体感を生んでいます。これらのコラボレーションエリアも含めると、社員数以上の座席を用意しています。

このように新オフィスは、当社が提供する商品やサービス、働き方そのものを社員自らが体験して磨き

上げ、イノベーションを生み出す実験場と位置づけています。

生産性を高める取り組みとしての
 健康経営とSDGs

食堂やカフェテリアのほか、未来のコンビニ「Real×Tech LAWSON」があり、スマホアプリを活用したレジのないコンビニ、働くロボットなどの実証実験を行っています。そしてそれらは社員がユーザー視点で体験できるようになっています。SDGsの観点では、スマホアプリへのクーポン配布による食品ロスの低減にも取り組んでいます。なお、この建物は、CO₂排出実質ゼロの実現を目指す当社の本社にとって不可欠な要素として、LEED認証を取得しているほか、RE100にも対応しています。



Photo：永禮 賢



Photo：永禮 賢

通信インフラの強みを生かし 途切れないコミュニケーションを重視

当社は日本の通信インフラを担う企業として、災害発生時でも通信サービスという社会インフラを止めることなくご提供できるよう、BCP機能を担う社員約500人を収容できる危機対策室を設けています。この対策室はStarlinkをはじめとした複数の衛星通信によって通信の冗長化を行い、通常の通信網が途絶えても各拠点と連絡を取り合うことができます。

また、社内では社員のPCのWi-Fi情報により、会議室の利用状況や社員の居場所などのデータを取得し、見える化しています。これにより、広大なオフィスの中でも施設利用の効率化が進み、社員同士のコミュニケーションにも貢献しています。当社はリアルコミュニケーションを重視している一方、バーチャルコミュニケーションの取り組みとして、JR東日本様との共同プロジェクトである空間自在も新オフィス内に設置しています。

専門性を組み合わせた 多彩なコラボレーションで成長する

多彩なコラボレーションでイノベーションを生み出し続けることが、当社の成長要素の1つであると考えています。従来のオフィスでの働き方は、個人の業務や自部門でのコラボレーションが主体となっていま

また、社員のパフォーマンスを高め、創造的な業務へシフトするために、ロボットに接客用の水や社内の郵便物の配送などの周辺業務を任せています。さらに総務業務の一部をBPOに振り分け、ファシリティ管理や消耗品の発注、その他オフィスに関する各種問い合わせ対応などをコンシェルジュに集約させて効率を高めています。このように、社員がコア業務に集中できる環境をつくり、オフィス環境での生産性の向上を目指しています。

そして社員の健康のために朝食クーポンなどの実験を行っています。健康メニューなど食事面だけでなく、運動セミナーも開催しています。「Knowledge Camp」には運動器具も設置しており、ウォーキングやフィットネスバイク+デスクという環境でも業務ができます。



Photo：株式会社エスエス企画



Photo：永禮 賢

したが、新オフィスでは他社／他部門とコラボレーションできる場所を増やしました。様々な専門性を組み合わせて新しいものを生み出していくことを重視することで、オフィスと人事戦略を関連づけるように変化しました。

また、最低でも月に1回は全社員が上司との1on1ミーティングをするというルールを設けていますが、高輪本社では個室ブースだけでなくカフェなどのリラックスできるオープンスペースで1on1を実施するというケースも増えています。

夢中に挑戦できる会社としてのオフィス

「KDDI VISION 2030」で掲げた「誰もが思いを実現できる」ことや、KDDIの目指す姿である「夢中に挑戦できる会社」としてのオフィスづくりは、人財への投資の一部と考えています。

「コラボレーション強化」や「パフォーマンス向上」を実現するこの実験場で、社員それぞれの挑戦を後押し、様々なイノベーションが生まれることを期待しています。

また、AIやデジタル領域の先進技術を強化していくためには、今後も優秀な人財を確保する必要があるため、採用活動における新オフィスのポジティブな効果もねらっています。大学生の職場見学やインターンはもちろんのこと、地域交流の一環で近隣の中学生に職場見学の機会を設けた際には「将来KDDIで働きたい」というお声を頂き、KDDIに期待を持っていただけたことをうれしく感じました。オフィスを通して夢中に挑戦したいという想いが連鎖し、拡大していくこ



Photo：永禮 賢

とを楽しみにしています。

オフィスは「働く場」から 「イノベーションを生み出す実験場」へ

今までのオフィスは「働く場」として業務効率を上げることが重視されてきましたが、業務内容、技術、働き方が多様化するにつれ、人やアイデアが出会い、新しいものを生み出す場所としての価値が高まってきていると感じています。

AIやロボット、その他さまざまなICTやサービスなどを、小さな街であるこのオフィスで、社員自らが実験・体感し、みんなで磨き上げることでアイデアが掛け算され、新しいイノベーションを生み、それを社会に発信していく。そのような社員一人ひとりが夢中に挑戦する「イノベーションを生み出す実験場」を目指して、これからもオフィスをアップデートしていきます。

(訪問日：2025年12月9日)



Photo：永禮 賢

株式会社 SHIFT



業種 情報通信業
 設立年月日 2005年9月
 資本金 —
 訪問先 本社（東京都港区）
 ご担当者 上席執行役員CHRO 兼 AI本部 本部長／菅原要介様
 コーポレート人事統括部 総務部部长 兼 秘書室 室長／坂本俊一様

本社オフィスは、社員が忘れられない1日となるようなイベントを通じてインスパイアされ、企業の哲学や帰属意識を再認識する場所です。特定の社員のためではなく、全社員に開かれたハレの場として、社員の一体感を育んでいます。

ソフトウェアの品質保証・テストに始まり、現在では幅広い業界、業種に対してITの総合ソリューションを提供する株式会社SHIFT。同社は本社オフィスを経営の戦略本部であり、文化を醸成し社員がインスパイアされる「ハレの場」と定義しています。AIによる可視化やデータに基づく「おせっかい」なマネジメントで個の多様性を活かし、エンゲージメントを向上。人と人を結びつけ、文化を育む「装置」としてのオフィスのあり方を追求しています。

忘れられない1日となる体験で インスパイアされるオフィス

当社では現在、独自の厳格なセキュリティ体制、システム環境のもと、社員の約6~7割が在宅やお客様先のリモート環境で勤務をしています。そのような職

場環境のなか本社オフィスは、全国から社員が集まる場所として、プロジェクトのキックオフやクロージング、社員表彰、期初や期末の懇親会まで社内外のハレの日のイベントに幅広く活用されています。社内イベント開催時にはオンライン配信を併用することで、在宅勤務の社員も視聴・参加可能にしています。オ



フィスでの体験価値を高めることでポジティブな感情変化を起し、個人が自らレベルアップしていくことを重視しています。本社オフィスは執務をする場所というよりも、社員が忘れられない1日となるようなイベントを体験することでインスパイアされ、企業の哲学を体感できる場所といえます。

すべての社員の魅力を 最大限に発揮して盛り上げていく

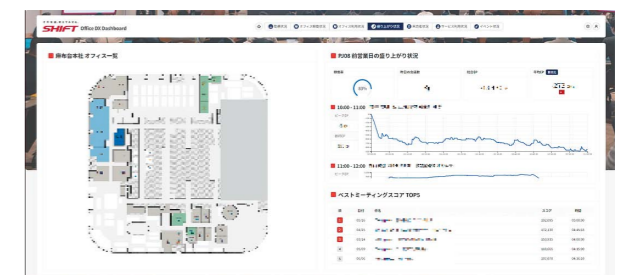
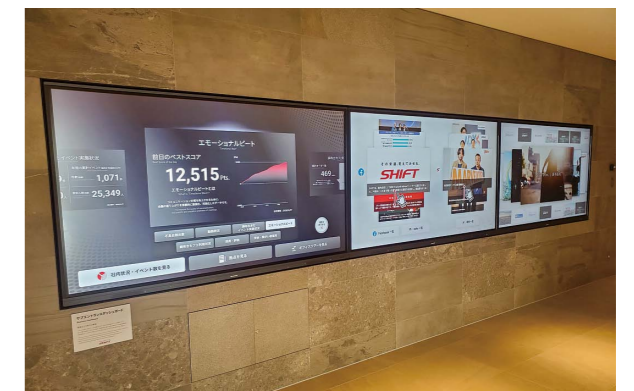
本社オフィスで開催されるイベントは社内の様々な部署が主体となって考え、どうすれば社員がつながり、盛り上がるかを意識し、時には役員自らもイベントの舞台に立ちます。大事なことは、オフィスは全社員のためのものであり、多くの社員が様々な機会を訪れ、その体験価値が最大化されるようにすることです。

配信されるイベントも、視聴するだけでなく参加者がリアルタイムで、リアクションを送信できるシステムを構築しました。これにより、在宅でイベントに参加する社員も積極的に、双方向のコミュニケーションがとれるようになっています。社長自らが出演し、多

彩なコンテンツを発信する“社内ラジオ”や、経営チームが決算説明会の内容を社員に向けて解説するトークイベントなど、社員たちが経営に対して親近感をもってもらえる配信なども数多くあります。イベント配信に注力する背景には「社員全員が大事で、誰も取り残されたい」という思いが込められています。配信を視聴することで、社風や経営陣の思いが全国の社員たちに伝えられていく設計です。

データを可視化して 効率的な施策につなげる

当社は人的資本経営の実践のため、社員に関する様々なデータを取得・活用していますが、オフィスでの活動も例外ではありません。会議の盛り上がり具合をAIで可視化するほか、社内のコンシェルジュアプリの利用ログを通じて位置情報やサービスの利用情報を取得し、ダッシュボード上で「勤務状況」「オフィス稼働状況」「盛り上がり状況」「イベント状況」などのデータを可視化し、施策に活用しています。



「おせっかい」なマネジメントシステムで より働きやすく

自社開発の人材マネジメントシステムでは、個人の蓄積された情報（パーソナルな特徴、社内のつながり、業務内容など）が見られるようになっていて、それがマネジメントに活かされています。例えば、一人ひとりの仕事に対する指向性や価値観もわかるので、上司と部下で認識の齟齬が生まれにくい関係づくりを行うことができます。「給与」「やりがい」「働く仲間」という人が働くうえで重視する3要素の優先順位や、部下と上司のキャリア意向や満足度に対する認識の差異も可視化されるため、適切な評価や業務アサイン、人間関係の調整に活かしていくことができます。データに基づいた積極的な「おせっかい」を行うことで、社員一人ひとりのエンゲージメントを高めています。

これらのデータ取得には定期的なアンケートのほか、最近ではAIも活用することで、潜在的な不満やニーズを取得できるようになってきました。データを基にした分析で退職リスクを予測するなど、社員の变化に早期に気づき、対策を講じています。このほかにも社員にとってより良い会社になるように、自社のデータ解析技術とAIを融合させて、様々な実証・活用を行っています。人材マネジメントシステムに蓄積

された膨大なデータは、社員一人ひとりに注目した人事施策を実現し、個人の特性や専門性を活かした人材配置も役立っています。

特性と専門性を活かして 得意なことができる働き方

SHIFTは、グループ全体で障がいのある方の採用や活躍推進にも力を入れています。障がいも一つの個人における特性と捉え、それぞれが得意なことを活かし活躍できる仕事づくり、またその仕事で適切に評価される仕組みを用意しています。一例として、障がいのあるアーティストを採用して作品を自社ノベルティとして展開したり、そのままオフィスで飾ったり、販売したりしています。ほかにも、自社のカフェ運営やオフィスコンシェルジュ、ソフトウェアテストエンジニアとして活躍しています。

オフィスの未来を考える

日本でも転職が当たり前となり、これまで以上に人材の流動性が高まっています。また、AIの進化など技術のコモディティ化が進み、特にIT業界においてはどの会社で働いても仕事の内容に大きな差がなく

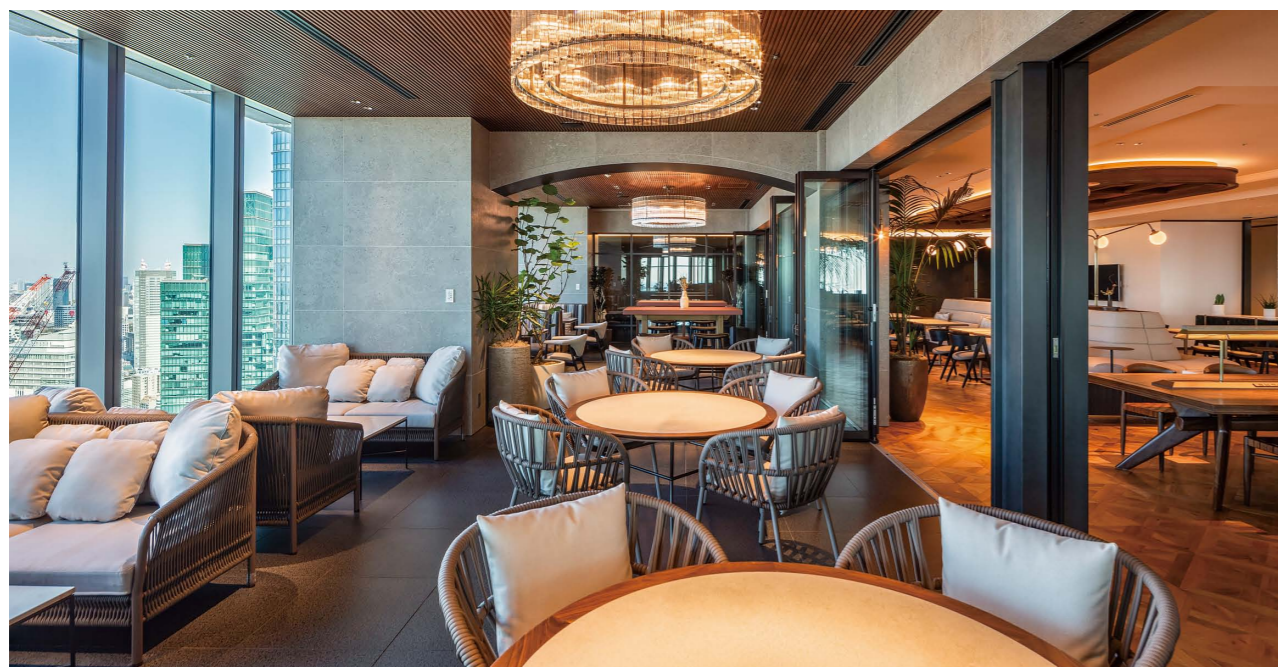


なってきました。そうしたなか、「この会社で働きたい」と社員を惹きつけるためには、会社の文化と社員同士の関係性が重要になると考えています。オフィスはただ働く場所ではなく、人と人を結びつけ、行動をとともにすることで会社の文化を育てていく「装置」としての役割が期待されています。

また、様々なデータの取得・分析を通じて、これまで定性的な評価に頼ることが多かったオフィス施策の

効果測定も、より定量的な評価が可能になっていくでしょう。データドリブンが標準化されていくなかで、オフィス家具や備品へのIoT導入が当たり前になるなど、さらなるデジタル化が進んでいくものと想像されます。

(訪問日：2026年1月16日)



須賀工業株式会社



業種	建設業
設立年月日	1901年
資本金	19億5,000万円（令和7年（2025年）3月末現在）
訪問先	須賀工業株式会社本社ビル（東京都江東区）
ご担当者	専務取締役 経営企画本部長／上藤英昭様 執行役員 経営企画本部 事業企画室長／鈴木正美様

自社技術をふんだんに取り入れた計画により、オフィスそのものが「実験の場」となり、ワーカーがその価値を体感・発信する拠点となっています。

1901年の創業以来、空気調和・衛生設備事業のパイオニアとして、空気調和設備から給排水衛生設備、防災設備、電気設備、工場生産設備などを提供する須賀工業株式会社。SDGsやWell-beingの推進、技術深化の場を備えたオフィスを通じて、さらなる「安全・安心・快適な空間環境」の提供と「新しい価値」の創造を追求しています。

120年の歴史からその先へ 新しい時代のオフィス環境

2021年の創業120周年事業の一環としてこのオフィスは誕生しました。オフィスは須賀工業の経営理念を実践する場と位置付けられており、先進的な技術の導入に加え、社会で求められている新しい働き方を体現する場として計画されました。

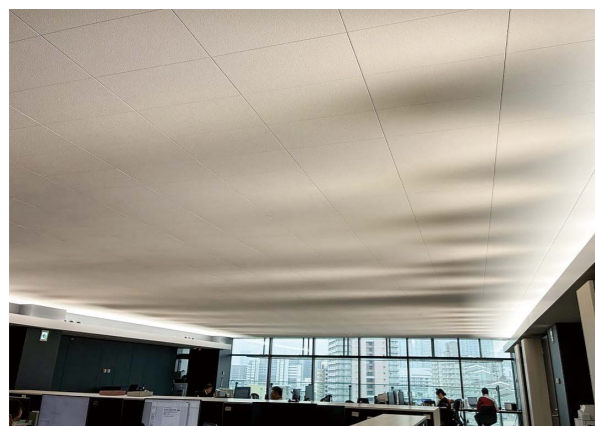
本建物には「建築的コンセプト」と「ワーカーが取

るべきコンセプト」という2つの柱があり、先進的な技術の導入はもちろん、社会が求める新しい働き方を実践する場として存在しています。また、都会的な永代通りと、自然あふれる大横川という対照的なロケーションを建物がつなぎ、多様な働き方を可能にするウェルネスオフィスとして機能しています。

SDGs・Well-beingに つながる環境デザイン

「建築的コンセプト」である「健康になる環境デザイン」は、「建築的骨格」「設備技術」「ICTやオフィス家具」「多様な働き方」の4つの要素を軸に構成され、ワーカーと環境が対話するワークスペースを実現しています。特に、設備技術には自社技術をふんだんに取り入れ、脱炭素社会への貢献に寄与しています。

執務空間の空調には、温度・湿度を均一に保つ従来の設計思想ではなく、風量にゆらぎを持たせたシステムを採用し、快適性の向上と省エネ効果を両立しています。これにより、環境の変化を感じ取り働く場所を



自ら選ぶ、といったワーカーの主体的な行動を引き出します。

照明計画では、間接照明と自然採光により、従来のオフィスで用いられていた天井照明やタスクライトに依存しない光環境を実現しています。間接照明には、執務エリア中央部を照らすスポット照明と、近距離を均一に照らすライン照明の2つの光源を採用。これらが、光を拡散させる性質を持つ天井材を照らすことで、まぶしさを抑えた柔らかい明るさが生まれ、目への負担を軽減しています。さらにセンサーによる自動調光制御により、必要な明るさを確保しながら省エネ運用も行っています。

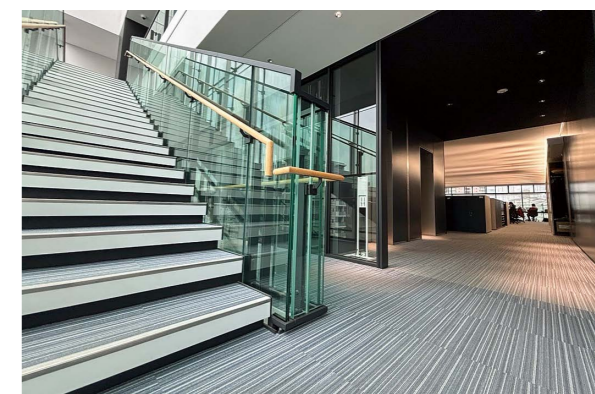
また、南北の広い採光面と、南側バルコニーに設置したライトシェルフにより、自然光を効果的に取り込んでいます。ライトシェルフは、直達日光を遮って空調負荷を低減しつつ、屋外の反射光を天井面に導き、明るく心地よい室内環境を作り出します。大横川の水面のゆらめきが天井に反射し、視覚的なリラックス効果が得られるなど、ウェルネスの観点からも好影響をもたらしており、自然の光を効果的に取り込みながら、環境負荷を抑えた快適なオフィス空間を実現しています。

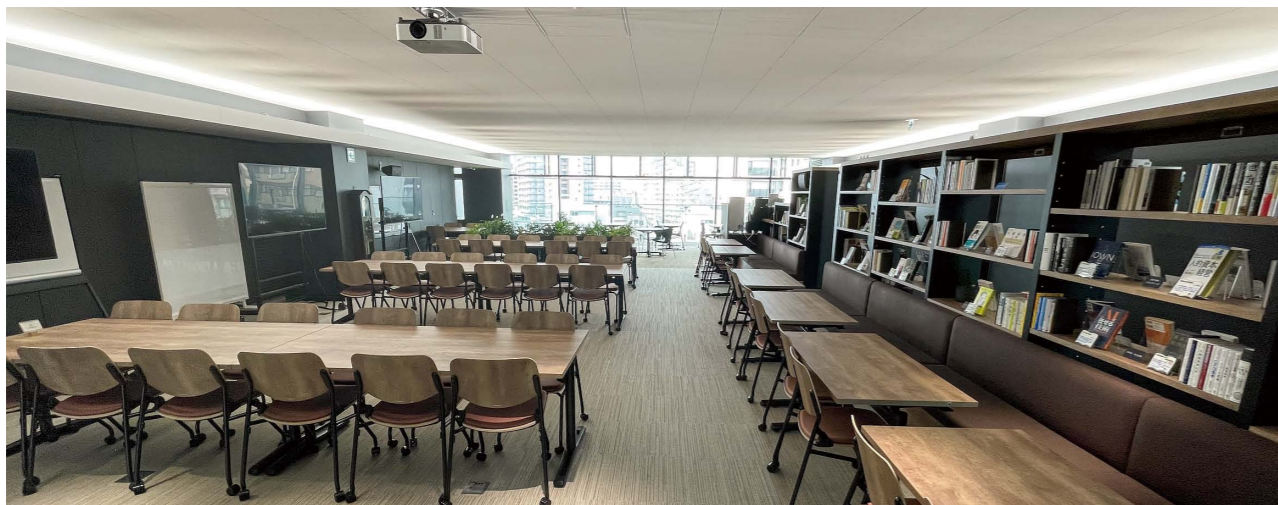
他にも、トイレ排気の熱回収による省エネシステムや自然換気システムの導入など、環境に配慮した設備技術の導入により、BELS認証においてZEB Ready認証を取得。CASBEE-新築、およびCASBEE-スマート

ウェルネスオフィス認証においてもSランクを取得しています。そして現在も、データ検証とチューニングを継続し、オフィス環境の品質を改善し続けながら、脱炭素社会の実現に貢献しています。

コミュニケーションを生み出す空間づくり

もう1つの柱である「ワーカーが取るべきコンセプト」は、「集まる・始める・広げる」というワーカーの自発的な行動をテーマにしており、実践の場を「SUGA BASE」と名付けています。建築設備の仕事は、施工現場で多くのメンバーが協力して進めるため、人と人との関わりなしには成立しません。「SUGA BASE」には、本社ビルが業務の原点に立ち返り、成長や技術の幅を広げる基点となってほしい、という思いが込められています。オフィスに人・技術・情報を





集め、新たな価値を生み出し、自らの成長につなげる。その好循環を生む場として「SUGA BASE」は存在しています。

ワーカーの主体的な行動を促す象徴的な仕掛けが、建物を印象付ける前面ガラス張りの階段室です。全フロアをつなぐこの階段は、偶発的な出会いを生み、部署やフロアを越えた交流を活発にします。さらに非常時のみ閉鎖する防火扉を採用することで、階段室と執務エリアを一体化したオープンな空間を実現しました。縦横に視線・動線・空気が流れる開放的な環境は、従業員同士のつながりを育む場となっています。

執務エリアでは、部門特性や業務内容に応じて「フリーアドレス」または「固定席」を採用しています。各フロアには、デザインの異なるミーティングスペースやフルクローズ型ワークブースが配置され、機能的な空間が業務効率の向上にもつながっています。

また、個人作業やミーティング、休憩など多用途に利用できる共有エリアを1フロア設けており、「本社」と「東京支社」という2つの組織をつなぐ緩衝エリアとして機能しています。ここにはライブラリーやカフェスペースがあり、集中とリラックスを切り替えな



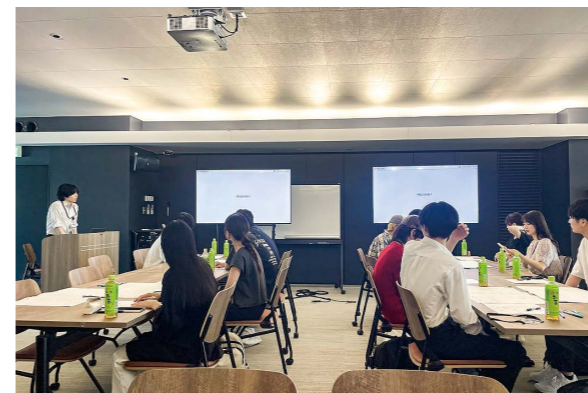
がらメリハリのある働き方を可能にしています。内勤者だけでなく、普段は施工現場に常駐する工事部員や、他支店の社員の活動拠点としても活用されており、部門や勤務地に関わらず、誰もが気軽に集まれる「居場所」となっています。

ライブラリーの書籍管理や展示、コーヒーマシンの運用など、共用エリアの維持管理は有志サークルが担当しています。この活動によって共用エリアの心地よさが保たれるだけでなく、社員同士のつながりが自然と生まれやすい雰囲気広がっています。

オフィス自体が「実験の場」となり、技術を深化させる

当社は建築設備の施工会社としての強みを活かし、本社ビルそのものを「実験の場」として活用しています。自社技術を実際の建物に適用し、その効果を検証しながらチューニングを行うことで、技術力の向上と新たな価値創出につながっています。

例えば、屋上には自社の施工技術である設備機器のプレハブ・ユニット工法を積極的に採用し、さらに電



解微酸性次亜塩素酸水を、排気の脱臭や空調機廻りのカビ抑制に応用するなど、建物全体の環境性能を高める多様な技術を取り入れています。さらに温熱環境の最適化を図るため、半年ごとに実測を行い、データに基づいた継続的なチューニングを実施しています。

ほかにも、オフィスは自社技術のショールームとしての役割も果たしており、同業の方々をはじめ多くの皆さまが見学に訪れています。特に建築を学ぶ学生にとっては、設備技術を知るきっかけとなる学びの場として活用されており、実際の設計から施工までの流れを体験できる見学プログラムも実施しています。学生向けプログラムは、若手技術者が企画・運営を担っており、事前準備や説明内容の検討を通じて、次世代のリーダーや技術者を育てる場にもなっています。

このように、本社ビルは「技術を実際に体感できるオフィス」として、技術検証を行う「実験の場」とすると同時に、若い世代や学生の学びを深める「育成の場」としても活用されています。

Well-being に対する様々な取り組み

当社ではオフィスが創り出すハード面の整備だけでなく、ソフト面においても様々な施策に取り組んでいます。健康経営に関わる社内勉強会の実施やメンタルヘルスの相談窓口の設置、インセンティブのある運動促進プログラムの導入、ウォーキングイベントの開催など、健康と働きやすさを支える取り組みを幅広く展開しています。これらが総合的に評価され、3年連続で健康経営優良法人に認定されました。さらに健康経営への積極的な取り組みは、人と人の関わりが自然と広がる環境づくりにもつながっています。



また、定期的に「CASBEE オフィス健康チェックリスト」によるアンケート調査を行い、従業員の満足度や生産性の変化を定性的・定量的の両面から捉えています。オフィス移転をきっかけに満足度スコアは大きく向上し、移転から数年が経過した現在も高スコアを維持しています。そしてこれらの結果を活かしながら、執務環境改善の取り組みを継続的に進めています。

オフィス環境の整備が未来につながる

本社ビルの移転を機に、全国の支社・支店でも規模や特性に合わせたオフィス環境整備を進めており、こうした取り組みがワーク・エンゲージメントの向上につながり、働く場そのものが人の成長と意欲を高める基盤になっていることを実感しています。

また、オフィス環境の改善は採用活動にも良い影響をもたらしており、SDGsやWell-beingへの取り組みが、企業価値としても評価されています。そしてJOIFA オフィスアワード受賞後は、異業種企業からの見学依頼も増え、新しいつながりも生まれました。快適なオフィス環境づくりの重要性を改めて認識しています。

本社オフィスで実践する「健康になる環境デザイン」は、従業員の安全・安心・健康を支えるだけでなく、当社が大切にしている「品質」に新たな価値を加え、設備技術の発展にもつながる取り組みです。私たちはこれらの活動を継続し、選ばれ続ける企業を目指していきます。

(訪問日：2026年1月26日)

株式会社船場



業種 空間デザイン・調査・企画・内装設計・制作・施工
 設立年月日 1947年7月（創業）、1962年2月（設立）
 資本金 4億4,822万円
 訪問先 本社（東京都港区）
 ご担当者 エグゼクティブフェロー CVX 戦略室 室長 Social Design Port
 クリエイティブディレクター／成富法仁様
 人事部 人事部長／阿部洋介様

「地球や人・社会にやさしいグッドエシカルなオフィス」をコンセプトに、2021年にオフィスを全面リニューアルしました。

デザインコンセプトは、変わり続ける時代に、試しながら空間をつくり変えていくことができる「Hackable Design（ハッカブルデザイン）」と、未来にやさしい空間の共創を目指す「Ethical Design（エシカルデザイン）」の考え方に基づいています。多様な視点や分野での挑戦を重ねることで、リアルおよびデジタルの空間創造企業として進化しています。

つなぎ目・起点となるハブオフィス

当社は、戦後直後に陳列ケース販売の個人商店として開業し、店舗の内装から売り場づくりを中心に業容を拡大してきました。その後、事業領域をオフィス、学校、公共施設、宿泊施設などに広げ、さらに約40年前から海外への事業展開にも注力しています。

オフィスの全面リニューアルに伴って働く場所やスタイルを自由に選択できるABW（Activity Based

Working）を導入したことで、どこにいても仕事ができる一方、オフィスには「ハブオフィス」という新しい価値を創出しました。人と人、人と組織、組織と社会、リアルとバーチャルの「つなぎ目・起点」の役割を担うのが「ハブオフィス」の位置づけです。

資源循環型リノベーションに取り組み、当社のビジョンである「Good Ethical Company」の体現を目指しました。このプロジェクトは、企画から設計、施工に至るまで自社グループで実施しています。



photo by Katsuhiro Aoki



photo by Katsuhiro Aoki

ニーズに応えるを超えて 柔軟にアップデートしていく

リニューアルの前からフリーアドレスや在宅勤務を推進していく中で、オフィス内のカフェやライブラリなど余白の部分がWell-beingにつながって、より効率的に・より生産性が向上するという考え方が、経営層からも社員からも双方向的に挙がっていました。

本格的にフリーアドレスを導入した時に座席数を社員数に対して120%に設定しましたが、業務によってはダブルモニターが必要だったり、集中してソロワークが行える場所が必要だったり、さまざまな要望が出てきました。「未来にやさしい空間」という企業理念を体現して生産性の向上を図るためには、こうしたニーズにこれからも柔軟に対応し、アップデートしていくことを目指しています。



photo by Katsuhiro Aoki

手を動かしながら考えられる 実験場で答えを見つけ共有する

現在のオフィスには、社員の感性が刺激され、想像力が豊かになるような実験的な要素が散りばめられています。例えば、模型や簡単な試作品を製作できる工具・機材が揃っていて、アイデアを具現化して見る場所があります。ここではモノに触れながら考えることができます。

また、マテリアル・新着情報の展示や、リアルサンプルの組み合わせを確認できる場所、ライブラリなど情報をストックし共有する場所もあります。

来客・パートナーと社員で使うコラボレーションエリアには、ショールーム・カフェ・配信機能・ミーティングスペースなどがあります。社員のアイデアでつくったアップサイクル家具やオリジナルマテリアルを設置し、船場の推進する「Ethical Design」を発信しています。もちろん、ABWの執務スペースとしても利用できます。

職種や繁忙期によって出勤率に違いはありますが、社員にとっての実験場として、トライアンドエラーを繰り返しながら解答を見出していく場になっていると感じています。

経営のスピードが加速度的に増してきて、採用人数も増えている中では、オフィスをより柔軟に、いかに「Hackable」にできるか、をテーマにしています。



photo by Katsuhiro Aoki



新しい価値を与え、発信する

国内外に拠点が10数か所ありますが、東京の本社は船場を代表し体現するフラッグシップオフィスです。ビジョン/ミッションがあり、それをどう推進するのか。働き方や経営戦略も含めて、ここで実験しながら一つの解を得て、各エリアの拠点オフィスに反映していくので、本社は常に半歩先で何かを回転させているというイメージです。

本社リニューアルプロジェクトでは、オフィス家具の約80%を転用し、廃棄物リサイクル率は99%を実現しました。以前に使用していたオフィス什器や備品はもちろん、使用済みのマテリアルサンプル、現場工事で排出された廃材などをソファやテーブル、アート作品としてアップサイクルし、新しい価値を与え、空間に使用する資源を循環させました。

多様なカルチャーが交流するなかで 同じ未来を見据える

オフィスが変わるとカルチャーが変わっていくと思っています。特に当社は職人気質なところがありますが、コミュニケーションが生まれやすいオフィスに変わると一つの会社として、みんなで協力して何かを

生み出すということにこだわられます。

また、中途採用の社員が大幅に増えたことによって、今までになかったカルチャーが入ってきました。多様な背景の社員が働く中では、出社を促すことはマネジメントの観点だけではなく、コミュニケーションを生み出す意味でも効果を感じています。みんなが一つの屋根の下で働いていることが目に見えることで、自然と社員同士が「何かを一緒に生み出したい」と自走していきます。現代はAIの利活用によって、コミュニケーションがなく自己完結型になってしまうことも増えていると思いますが、コミュニケーションによってカルチャーが変わっていく未来に期待しています。



多彩な行動を評価して 取り組みをシェアする

多様な環境でいろいろと試したうえで実装し、みんなが裁量をもって働けるような状況になれば、組織としては2段階ぐらいのステップを上がったと思えるのではないのでしょうか。どこに行っても仕事ができるという自信は、心理的な安全性も高くなります。

マネジメントの強化という点では、人事制度を2026年から大幅にアップデートしました。具体的には、評価の仕組みをかなり細かく制度化しています。賞与は業績に関連づけて還元しますが、業績はあくまで目標管理として設定しています。各事業部や職種によって、どのような役割が発揮できたかを個別に評価することで昇進していくというルールづくりをして、組織のあり方を整理しました。

社内副業も可能としています。新しい部署を立ち上げたり、イベント企画として「エシカルデザインウィーク」を開催したり、社員同士で自然発生的に行っています。社内BARがあることで、いろいろな社員が本音で話し合える場にもなっていて、月1回程度イベントが開かれています。

共創パートナーとの取り組みをさらに広げ、空間づくりを通じた社会課題の解決に向けて、新しい活動の場「Social Design Port」を立ち上げました。全国のいろいろな課題先進エリアでワークショップを行い、地域と手を取って、みんなで課題解決しようとする取り組みです。1泊2日で古民家に泊まって地域での活動を体感するなど、ワーケーションとしての側面もあります。これがかかなり好評で、新入社員からベテラン社員まで、職種もエリアも多様で、まさにダイバーシ

ティの体現となっています。このような多彩な行動を評価するために、船場アワードとして半年に1回、優秀な行動をした社員を称えています。

オフィスアワード受賞については、社内SNSでも情報発信し、多くの社員からリアクションがありました。対外的にも「グッドエシカルオフィス」というものが理解・評価されていることは、全社でのオフィス改革推進のモチベーションにもなったと思います。来社いただいた方からも話題にさせていただくこともあり、これをきっかけに、我々の取り組みがより発信しやすい形になったと感じています。

時代の流れを読むデザインへ

会社としてオフィスデザインも手がけていますが、世の中の動向を見ても、この数年で大きな変化があります。そうすると、絶対こうすべきという凝り固まった考え方ではなく、自分たちも含めて柔軟にアップデートしていくことが求められます。

生産性や創造性など企業として重視するポイントがありますが、それを発揮するための理念を考えた時、これからはWhy/Whatは変わらなくて、Howの部分が変わっていくのだと思います。時代にあわせて、手法や戦略を変えていく。その先駆けとなるデザインを追求したいと考えています。

今後も、長年培った伝統の技術とサービスを基盤に、国境や既成概念を超えた創造性と革新性への絶え間ない挑戦を続けることで、ステークホルダーのみならず、みんなにとっての「サクセスポートナー」となれるよう企業努力を続けてまいります。

(訪問日：2026年1月13日)



中野区役所



業種 自治体
 設立年月日 —
 資本金 —
 訪問先 中野区新庁舎（東京都中野区）
 ご担当者 区長／酒井直人様
 企画部 企画課 区政経営推進係長／小川大介様

組織のあるべき姿や理念を実現する役割を担うのがオフィス。中野区では、基本構想で定めたキャッチフレーズ「つながる・はじまる・なかの」に基づき、部門を超えた職員同士のコミュニケーションを促進するオフィスを目指しました。

中野区新庁舎は、自治体庁舎として全国で初めて窓口を共用化しました。執務スペースは、フリーアドレスやABW（Activity Based Working）、デジタル化・ペーパーレス化を推進し、区民と職員双方にとって快適で効率的な環境を実現しています。

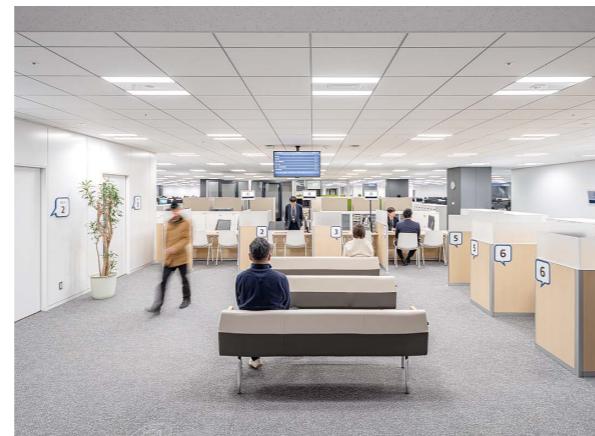
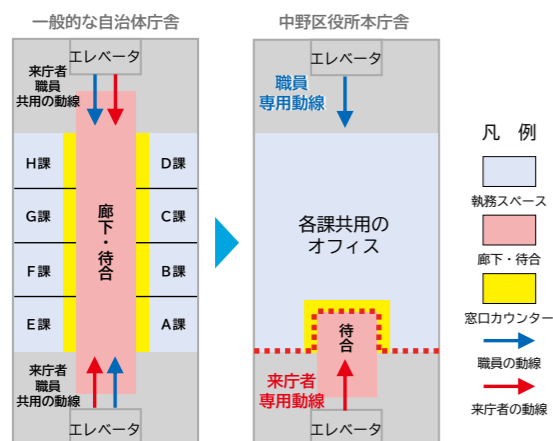
自治体庁舎で全国初の試み 「オフィス集約・窓口共用化」

これまでの自治体庁舎のほとんどは、課ごとに窓口カウンターや待合、相談室、専用の執務スペースを備えており、この構造が縦割り行政の要因の一つとなっていた可能性もあります。中野区新庁舎では、自治体庁舎として全国で初めて、このような来庁者対応のスペースを集約した「共用窓口」の導入と、課ごとに分

散していた執務スペースを共用化する「オフィス集約」を実現しました。

来庁者はフロア案内スタッフのサポートにより迷うことなく呼び出し番号を発券でき、待合に誘導されます。職員は空いているカウンターに来庁者を呼び出して対応するため、来庁者は窓口を探し回ることなくワンストップでサービスを受けることができます。

また、分散していたカウンターや待合、動線が大幅に削減され、執務スペースとして有効活用できるよう

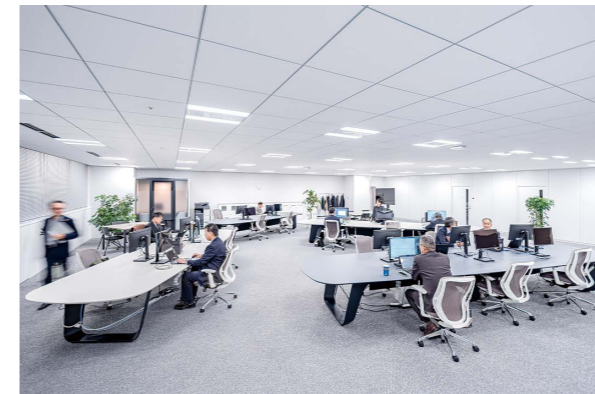


になりました。さらに、窓口を集約することで、待合の入口にシャッターを設置できるようになりました。これにより、窓口サービス終了後の執務スペースのさらなるセキュリティ向上にも貢献しています。

来庁者対応スペースを集約したことで、執務スペースとは最大40mも距離が生じるため、窓口での接客中に自席まで書類を取りに戻ることはできません。この課題に対応するため、業務のデジタル化・ペーパーレス化を3年半かけて徹底しました。職員は常にノートPCを持ち歩き、接客中でも自席に戻ることなく必要な書類やデータを確認・共有できる環境を整備しています。

役職や部門の垣根を超える新しい働き方

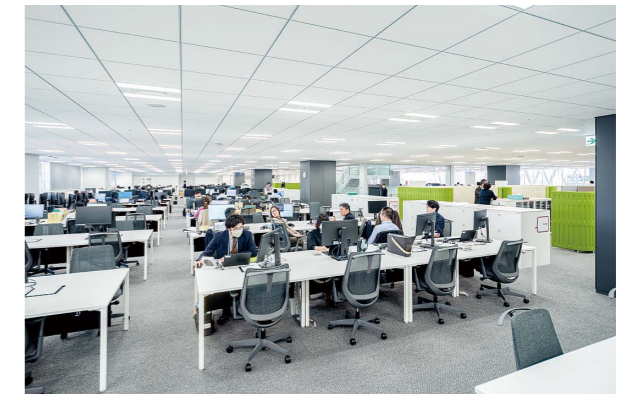
民間企業では役員にあたる部長間のコミュニケーションを促し、部門をまたいだ連携を強化するため、個室の部長室は廃止し、大部屋の合同部長室を設置しました。実際に、速やかな情報共有が行われるようになり、横の交流を生み出しています。職員のオフィスでは課長席も廃止し、課内フリーアドレスやABWを採用しています。職員は、自席だけでなく、共用のワー



クラウンジでも作業ができ、ミーティングブース、防音ブース、集中ブースなど多様なスペースを業務内容に応じて選んで動いています。さらに、固定電話を原則廃止してコミュニケーションツールはMicrosoft 365に統一することで、職員は庁舎内の自由な場所で業務が可能です。

住民のニーズは複雑化しており、単一の課や係などでは解決できない課題がどんどん増えてきているため、部門の枠にとらわれず、様々な人とコミュニケーションがとれるように、最適な場所を選んで動いてほしいという考えからABWやフリーアドレスを導入しました。

旧庁舎では、各部門に打ち合わせスペースがあり、部門の上下関係や縄張り意識のようなものがありました。たとえば、部門間で業務を連携するとき、依頼する側が依頼先の部門の打ち合わせスペースへ出向くべき、というような意識です。新庁舎では、フリーアドレスやABWの導入とあわせて打ち合わせスペースも共用化することによって、従来の意識が薄れ、部門を超えて“本音”で話せる環境になったという実感があります。



働きやすさと安心感の両立

来庁者対応スペースを執務スペースから分離したことで、職員の心理的安全性の向上にもつながりました。従来の庁舎では、職員の自席付近まで来庁者が訪れることができたため、自席での作業中や休憩中でも“見られている感覚”が避けられませんでした。特に昼食時に来客がある場合は、昼食を中断して窓口対応する必要がありました。

新庁舎では各フロアの執務スペースのバックヤードに休憩スペース兼作業スペースのコミュニケーションラウンジを設けています。昼食時は、コミュニケーションラウンジに集まって同期でお弁当を食べたり、一人で落ち着いて食事をしたりすることが可能になりました。多様な休憩のとり方が可能になり、多くの職員から好評を得ています。

在宅勤務の推進

子育て・介護中の職員や、遠方から通勤する職員も多いため、在宅勤務制度を導入しています。窓口対応や個人情報の取り扱い業務の量は部門によって大きく異なり、在宅勤務の実施が難しい部門もあります。

しかし、窓口対応のある部門でも、個人情報を扱わない業務や顧客対応が不要な業務など、庁舎外で可能な業務をまとめ、在宅勤務時に実施する工夫をしている職員もいます。また、Microsoft Teamsでのチャット・通話の活用や、希望する職員にはBYOD（私物端末の業務利用）を許可しています。そのため在宅勤務中でも職員間の連絡に加え、外線電話にも対応可能になりました。

新庁舎への移転前後で在宅勤務の申請件数は約4倍に増加し、職員のワークライフバランスの改善にもつながっています。現在は、職員約2,000名のうち、月200件程度の申請があるため、約1割の職員が月1回程度在宅勤務を実施している換算になります。今後は、さらなる環境整備と制度利用を促進し、職員の約3割が月2回程度の在宅勤務の実施を目指したいです。

新しい働き方を推進する工夫

新庁舎移転に向けて、3年以上かけてデジタル化・ペーパーレス化やABWなど新しい働き方の推進に取り組まれました。その一環として、モデルオフィスの設置や職員を対象としたワークショップの実施、職員報やガイドブックの作成、見学会や説明会などを実施し

ました。職員の意識醸成に即効性のある“特効薬”はないと思うので、できることを積み重ね試していくことが重要です。新しい働き方や新庁舎の整備には、区長も関わり、区としての方針を明確に示したことも大きな推進の要因となりました。

また、チャットやメールといったコミュニケーションツールの使い分けから、職員の休憩スペースの冷蔵庫の使い方まで、新庁舎での新しい働き方をガイドブック等に整理して職員に共有しています。今後も実態に合わせたルールの見直しを継続して行い、運用をフォローしていきます。移転前は働き方の変化に不安を感じていた職員もいましたが、移転から1年が経過した現在では「新庁舎の新しい働き方を体感して良さがわかった」との声があがっています。

これからの庁舎のあり方

新庁舎への移転によって、快適に働ける環境が整い、職員のエンゲージメント向上にもつながっています。実際に、庁舎移転後は「働く職員の表情が変わった」「以前よりも仕事が捗るように感じる」といった反応が寄せられています。

採用説明会の参加者数も増加し、新庁舎の環境や、

デジタル化・ペーパーレス化した働き方を見学することで、応募者からは、「実際に働くイメージがしやすくなった」「志望度が高まった」という声も寄せられています。

今回導入した「オフィス集約・窓口共用化」は自治体初の取り組みでしたが、窓口サービスの向上やセキュリティの強化、床面積の効率利用といった即時的な成果を得られただけでなく、組織や職員の連携を強化し、新たな行政サービスを生み出していく土壌にもなりました。そして将来、社会状況の変化により来庁者数や職員数の増減があっても、オフィスを変えることなく柔軟に対応できる、いわば持続可能性（SDGs）を備えた庁舎にもなりました。

今後、多くの自治体が庁舎建設やオフィス改修を予定していると聞いていますが、中野区の取り組みが全国に広がっていくことを期待しています。

（訪問日：2026年1月7日）



株式会社日東システムテクノロジーズ



業種	ソフトウェア開発（パッケージソフトウェアの開発・販売、ポータルサイトの開発・運営、オーダーメイドシステムの開発）
設立年月日	1982年9月20日
資本金	30,000,000円
訪問先	本社オフィス（群馬県太田市吉沢町）
ご担当者	代表取締役／青木 稔様

オフィス自体が、働き方や環境を選択していく仕掛けとして機能しています。働きやすい職場環境や制度を提供することで、社員も会社も成長していきます。

日東システムテクノロジーズは、群馬県太田市の本社を拠点に、ハードウェア&ソフトウェア&インターネットでトータルソリューションを提供しています。2021年の本社オフィス移転前の早い段階から、社員一人ひとりが快適に働くことができ、持続的に成長できるように、Well-beingとSDGsに取り組んでいます。

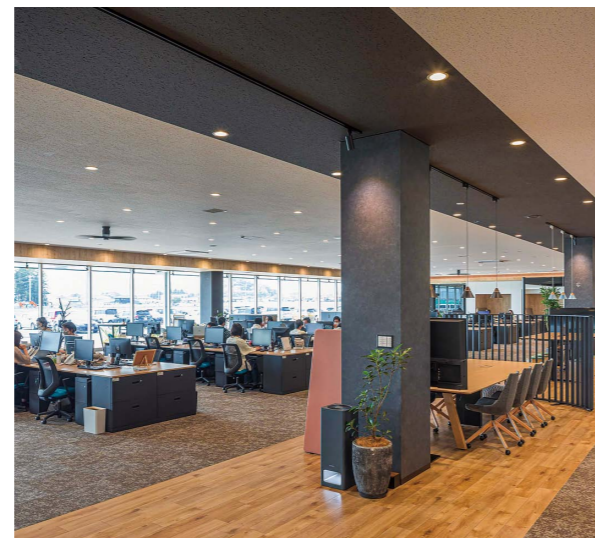
対話を重ねて築いたコンセプト 「コミュニケーションと集中」の実現

「コミュニケーションと集中」をコンセプトに、ABW（Activity Based Working）を基本としたオフィスづくりを進め、ほぼ5年が経過しました。経営者である自分が、社員との対話を何度も重ね、建物、オフィスレイアウト・デザイン、オフィス什器の一つひとつまでコンセプトを詳細につくり込み、想いを込めて実現させたオフィスです。

業務の特性や生産性に応じて、社員一人ひとりが自由に働き方を選択しています。ABWを基本としつつ、80%くらいが自分の執務席で仕事をしていますが、これは固定的に動かないのではなく、1日のうち20%くらいは他のエリアで働き、また戻ってくるような状態です。例えば、カフェで仕事する感覚でラウンジへ行ったり、スタンディングデスクやソファ席で気分を変えたりできます。そのほか、私語厳禁のブースや靴を脱いで足を伸ばせるエリアもあります。それぞれが集中できる環境を選んでいて、人によってお気に

入りの場所がある状態になっています。

社員数に対して執務席は約2倍と余裕をもって用意しました。コラボレーションエリアを含めると3倍近くになります。働く人に圧迫感を与えない環境をつくっていたので、コロナ禍でも社員同士の距離はあまり気になりませんでした。毎年10%程度、社員数が増えています。将来を見据えて余裕をもたせていたので、現在も快適な環境となっています。



オフィスが仕掛けとして機能する

出社したほうが円滑で効率的なコミュニケーションが進むので、基本的には95%以上の出勤率です。実際、人が近くにいる環境を選んで働いている社員が多く、そのほうが心地よさそうに見えます。会社としても、現在のテクノロジーだと出社するメリットのほうが大きいと考えています。センターオフィスは非常に重要だと実感しており、このオフィスへ移転してから生産効率が上がり、良い成果が生まれています。

会議室や応接室だけでなく、ワークフロアには多様なミーティングエリアを設けています。面談室や一人用のオンラインブースなど、業務内容にあわせて用途と雰囲気を自在に選ぶことができます。

オフィス自体が、社員一人ひとりが働き方や環境を



選択していく仕掛けとして機能しているので、他部署との交流が増え、イノベーションが起きやすくなっています。密室から解放されたオープンミーティングが広く行われることによって、自然と他部署の情報にも触れやすくなっています。コミュニケーションが増えていくことで、明らかに発想のスピードも速くなっていると感じています。

働きやすい職場環境が 個人も会社も成長させる

社員一人ひとりが持続的に・効率的に働けることが重要なので、リモートワークの制度もあります。障害者雇用にも取り組んでいますので、100%在宅勤務の



社員と出社がメインの社員が、お互いにノーストレスで働けるような仕組みもあります。

個々の生産性を計る指標のようなものは会社としては設定していませんが、働きやすい職場環境や制度を提供することで、社員も会社も成長していくことができると考えています。実際、この16年間は増収・増益を続けており、年々利益率が向上していることから、生産性の向上を意味していると思われます。

柔軟な発想で生産性が高まる働き方へ

社員は時間で働いているのではなく、成果のために働いているという考え方のもと、5年前からナップルーム（仮眠室）を取り入れています。仮眠後の業務をより生産性の高いものができるよう、時間の管理は個々の自主性に任せています。3室用意していますが、社員から好評なので、もっと設置していても良かったかもしれません。

キッズルームは、稼働率という点では高くはありませんが、子育てをしている社員にとっては必要不可欠なエリアとなっています。

社員の健康のために、ジムも設置しています。平日



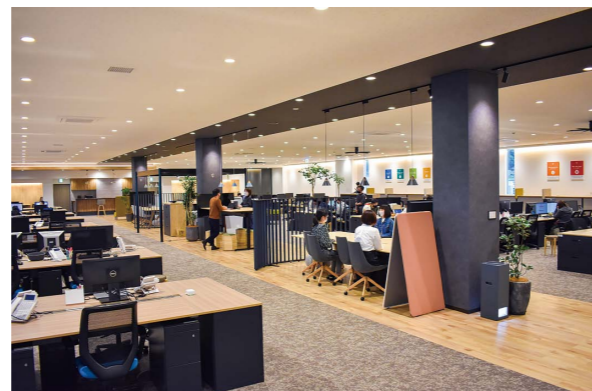
早朝の利用が多いですが、土日にジムにだけ通っている社員もいます。また、残業する社員には、お菓子やレトルト食品・インスタント食品・冷凍食品などの夜食を無料で提供しています。これによって、夜ご飯をつくるご家族にとって負担が減るといって喜ばれています。

キャリア形成も 自主的に選択できる評価制度

やりたい仕事にチャンスを与えることが会社としての役割なので、働き方のほか評価制度も自律的に選択できます。特徴的な人事制度として、キャリアマネ制度とフラット制度があります。

キャリアマネ制度は、自分で目標設定をしてキャリアの成長を目指す制度で、最初から残業代 + α が自動的に給与として支給されます。ある程度は自分の裁量で働けますが、しっかりと成果を求められるシステムです。

フラット制度は、今まで以上の成長や成果を求める目標は設定されず、持続可能な範囲で働く働き方で、基本給は固定となる制度です。



どちらも自分で選ぶことができ、途中で変更することもできます。社員がメリット・デメリットを考えてキャリアや賃金制度を選択できるように、会社として評価制度をしっかりとつくり込んでいます。そのため、特に資格などを求めることはなく、資格よりも成果を重視しています。

交流を促すことで醸成される文化

社員同士の評価・交流を促す「サンクスカード」というものがあります。感謝を伝えるためにサンクスカードを贈るのですが、そのカードで社内を設置された「ガチャ」を引くことができ、褒賞金などが当たります。この制度によって、助け合う文化・感謝を伝え合う文化が醸成されています。

企業文化としては、個人の成長と効率・チームワークを重視しています。OJTでの教育のほか、個人のレベルにあわせた社内研修、外部研修、eラーニングのカリキュラムを提供しています。また、社内YouTubeで定期的に経営者としての考え方をインタビュー形式で発信しています。

持続的に成長できる仕掛けが 地域貢献やSDGsにつながる

JOIFA オフィスアワードを受賞したことで、大手企業を含めて多くの方々が見学のためにご来社され、こ

れによって知名度が上がりました。見学や取材の効果もあって、就職希望者も増え、会社にとっての持続的な成長にもプラスに影響しています。

このほか、学校向けのビジネスを展開していることもあり、地域貢献として中学生の職場体験なども意識して実施しています。

開放的で明るく、オープンな空間を建物設計段階から意識していたので、太陽光パネルの設置や自然光の採り込みなど、早い段階からSDGsへの取り組みも行っていました。「SDGs」や「人的資本経営」などの言葉は意識していませんでしたが、それぞれが快適に働くことができ、持続的に成長できる仕掛けを提供することが、今の評価にもつながっていると思います。今後も良いオフィスづくりの普及に貢献できればと思います。

(訪問日：2026年1月13日)



日本グッドイヤー株式会社



業種 市販用タイヤ販売事業、直需タイヤ販売事業
 設立年月日 1952年
 資本金 23億3,600万円
 訪問先 本社（東京都港区）
 ご担当者 人事本部長／大上竜介様

オフィスは、コミュニケーション促進・集中作業・コラボレーション誘発・リラクゼーションの場としての機能を強化し、多様な働き方を可能にする環境整備により、業務効率の向上を図っています。

110年以上にわたってタイヤ・ゴム業界および市場のリーディング・カンパニーとして歩んできたグッドイヤー。スーパーフレックスやリモートワークなど柔軟な働き方をする中で、出社のメリットは、多くの事柄を身近にいる人たちと共有し、解決できることです。グローバルに展開する当社では、フェイストゥフェイスでのコミュニケーションとバーチャルな環境、双方の利点を活かすことを重視しています。

働く場所としてのオフィスの役割

グッドイヤーは、世界中で約64,000人の従業員を擁し、22か国48施設で製造しているタイヤメーカーです。日本グッドイヤーでは2024年から米国人社長

が就任し、グローバルあるいはアジアパシフィックの力を活用しながら、効率的な利益創出を目指す方向へと変革が進められています。世界での日本マーケットの位置づけが変化中、これまでの数量重視から利益重視へと価値観が転換しています。



オフィスには様々な用途に対応した空間を用意しています。大きなテーブルでの打ち合わせスペース、カフェエリアのカウンター席、集中作業用の個別ブースなど、多様な働き方に対応しています。当初は、カフェエリアのテーブルの高いカウンター席は利用頻度が低いと予想していましたが、実際には立ち作業や気分転換の場として予想以上に活用されています。

柔軟な働き方と4つのフレキシビリティ

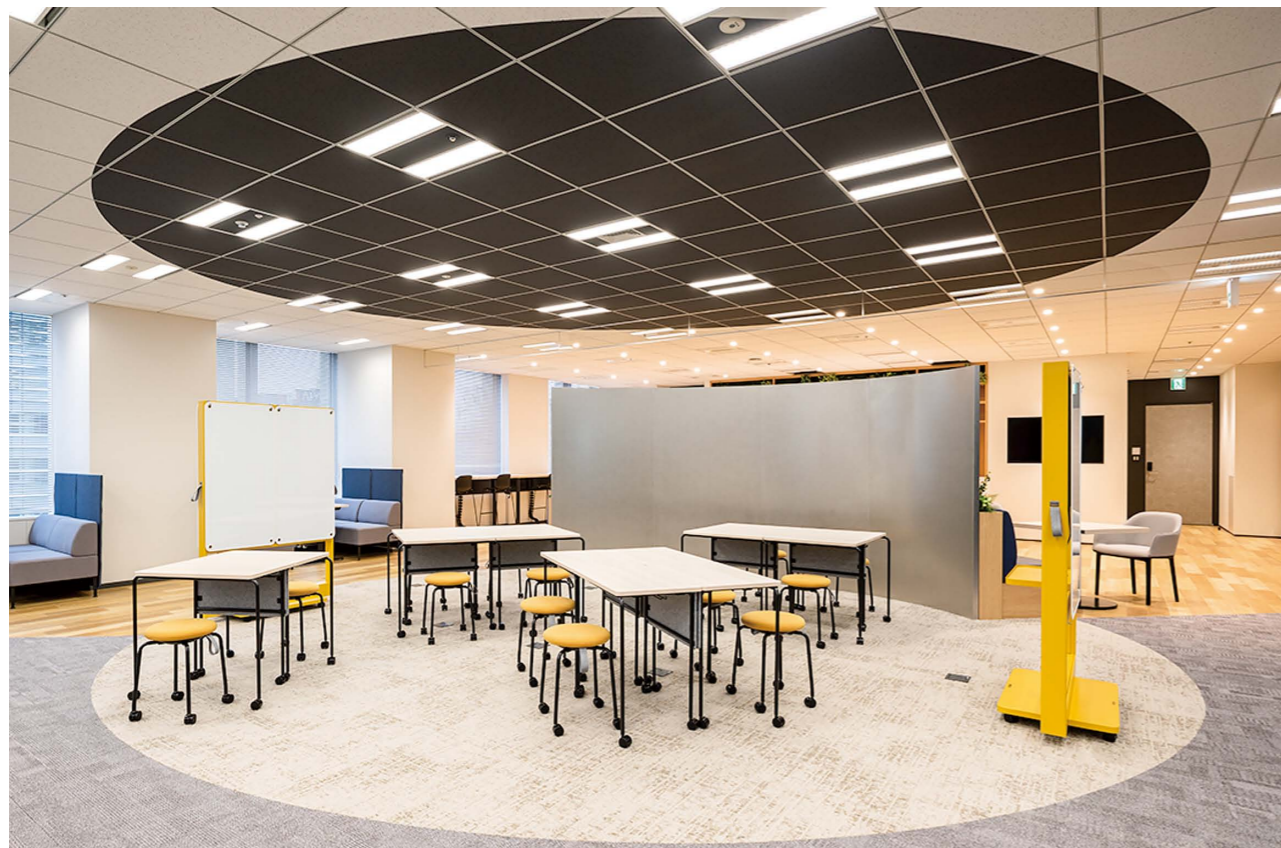
革新的な戦略と、スマート&セーフモビリティ社会の実現に向けたビジョンを示すという理念を支えるには、会社全体でのコミュニケーションが重要です。そのため、センターオフィスでの勤務とリモートワークを基本としている中、働く場所としてのオフィスの役割については、コミュニケーション促進、集中作業、コラボレーション誘発、リラクゼーションスペースの確保を重視しています。特に効率性を重視し、業務内容に応じて適切な場所を選択できる環境を整備しています。

オフィス内では、顧客からのオーダーを受ける部署（約5名）のみ、FAXや電話、過去の書類管理の必要性から固定席を採用しています。それ以外の部署はすべてフリーアドレスで運用しています。個人の荷物やパソコンは専用ロッカーで保管し、出社時に必要なものを取り出して好きな場所で業務を行う仕組みです。

出社のメリットは、多くの事柄を身近にいる人たちと共有し、解決できることだと思います。当社では、フェイストゥフェイスでのコミュニケーションとバーチャルな環境、双方の利点を活かした働き方を重視しています。

本社勤務者は週2〜3回の出社、支店勤務者は週1回の出社を基本ルールとしています。新型コロナ収束





後には原則出社を検討する動きもありましたが、社員にとっての有益性・生産性の面から、現行のルールを明文化することで個人の自律性を重んじることにしました。一方で、ほぼ毎日出社する社員もいますし、出社頻度は個人の裁量に委ねています。

当社では、「スーパーフレックス（コアタイムなし）」「リモートワーク（場所の自由）」「服装の完全自由化」「フリーアドレス」の4つのフレキシビリティを重視しています。

スーパーフレックスの制度では、月間の所定労働時間を満たせば、日々の勤務時間配分は自由に設定できます。例えば、ある日は1時間、別の日は10時間という極端な配分も理論上は可能ですが、もちろん上司との適切なコミュニケーションが前提としてあります。海外とのやりとりが多い部署では、この柔軟な時間設定が有効に機能しています。

リモートワークの制度では、働く場所を自宅に限定せず、カフェや海辺など場所を問わない柔軟な働き方を認めています。

服装は完全に自由です。「ジーンズ不可」など細か

い中途半端なルールを撤廃し、完全自由化したことで従業員から好評を得ています。顧客対応などは社員の判断に委ね、適切な服装を選択しています。

これら4つのフレキシビリティが、オフィスの移転によって完成したという実感です。アジア地域全体でも同様の取り組みを検討していたようですが、各国でコロナ収束後の対応が異なり、現在は日本独自の取り組みとなっています。

コミュニケーションの重要性

多様な働き方を可能にする環境整備により、業務効率の向上を図っています。オフィスでは、偶発的な対面コミュニケーションにより、情報共有や問題解決の効率化を実現しています。例えば、社長主導で月1回のフリードリンク・フリーフードの場を設けるというユニークな機会があります。朝9～10時頃から半日程度、カフェスペースに飲み物やドーナツなどを用意し、自由に利用できるようになっています。かつての喫煙所のような偶発的なコミュニケーションの場とし



て機能しており、部署を超えた情報交換の機会となっています。

また、従業員の心理的安全性の確保に向けては、フレキシビリティの重視だけではなく、年間を通じた研修プログラムを実施しています。社内でのカウンセリングイベントもありますし、ユニークな取り組みとしては、落語を活用した講座なども実施しました。

評価から課題を認識し、コミュニケーションを強化する

当社では、グローバルエンゲージメントサーベイを年1回実施しています。約60問の詳細な質問による世界共通の調査で、従業員の意識や評価を把握しています。特にトップマネジメント層と一般社員とのコミュニケーション強化を課題と認識し、マネジメント層が各支店・営業所を訪問してコミュニケーションをとっています。部署単位でのラウンドテーブルミーティングも実施しています。



会社全体や各部署の業務内容の理解促進のために、教育面では、中途入社者に向けて約1週間にわたる集中オリエンテーションを実施しています。その後、3～6か月後にタイヤの実習トレーニングなど、実務的なOJT研修を行います。特に営業職については、先輩社員との同行を通じた実地研修が重要になっています。

多様性への対応

グローバル企業として多様性に富んでいますので、女性も活躍しやすく、役員クラスから部長、課長職まで、女性が登用されています。一方で、LGBTQへの取り組みや障害者雇用については、今後の課題として進めていきたいと考えています。

また、SDGsへの取り組みとしては、森ビルの環境配慮型設備を活用し、エリアごとの空調管理や効率的な電力利用を実現しています。

今後について

オフィスは今後、快適性・安全性・機能性のさらなる向上が求められると思います。特に安全面では色彩計画の工夫、機能面では遮音性の向上など、具体的な改善ポイントがあります。この先も、オフィス設計の専門家による新しい使い方の提案や、従来にない発想でのアイデア提供に期待しています。

(訪問日：2026年1月16日)



ネットワンシステムズ株式会社



業種 情報・通信業
 設立年月日 1988年（昭和63年）2月1日
 資本金 122億7,900万円（2025年3月31日現在）
 訪問先 イノベーションセンター netone valley（東京都品川区）
 ご担当者 管理本部 総務部長／内田雅裕様

人と人の接点を促し新たなアイデアからイノベーションの創発を

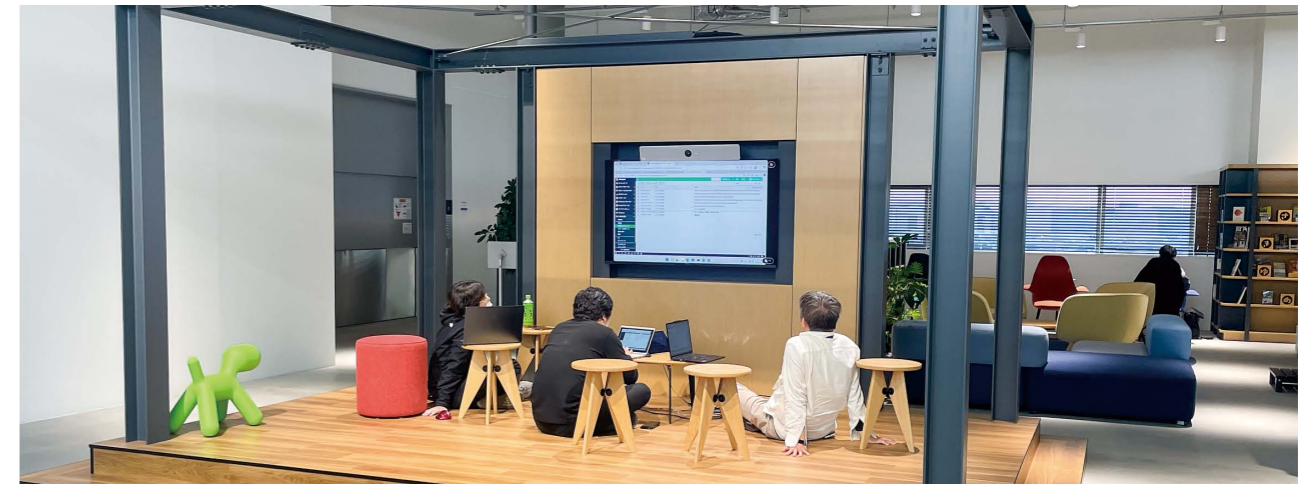
「新しい価値を創造し豊かな未来を切り拓くチャレンジの場」をコンセプトとして、2023年、事業拠点として、「イノベーションセンター netone valley」を品川区に開設。新しい出会いと多様なコラボレーションといった、人と人のネットワークによって生み出されるアイデアから豊かな未来の創造を目指します。

「うまれるアイデア、ひろがるネットワーク。」の実現

オフィスは単なる執務場所ではなく、イノベーションやコミュニケーション、コラボレーションを誘発し、「社員の成長機会を創出する場」と位置付けています。2023年に開設した7階建てのイノベーションセンター netone valley は、人と人の接点を増やしながら、企業文化を育み、自律的な働き方でイノベ

ーション活動を促すといった役割を担っています。

フロアごとに、イノベーションとコミュニケーションを生む「共創空間」、社内連携を強化する「ワークエリア」、イベントスペースやカフェテリアなどの「多目的エリア」に分かれています。働き方という観点では、社員の成長、可能性、潜在能力を引き上げるという意味で、基本的にはハード面の施設をベースにソフト面の施策を入れながら、真のファシリティマネジメントを回す必要があると考えています。



フロアごとに変化する空間

それぞれのフロアについては、1階はこれまで関係性のなかった方々との出会いと共感を得るまでのプロセスを追求するという意味で、自社で運営する出島的な「コワーキングエリア」を配置しています。2階にはメインエントランスがあり、3階は「物流倉庫」、4階は「作業エリア」としてプレインストールエリアとテストルームになっています。5階はイノベーションの「創発プラットフォーム」として、心地よいコミュニケーションを育む、開放的な空間となっており、InformationHUBというライブラリには知的好奇心を掻き立てる書籍がこのエリアの佇まいを演出しています。6階は5階のイノベーションエリアとの連続性を吹抜け内部階段でつなげ、執務をメインとした3つのオフィスエリアと役員エリアが配置されたオフィス空間となっています。7階は多目的なイベントが可能なホールとカンティーンがあり、ランチ時には食を楽しむ社員が集まり、カフェエリアでは食後の時間にコーヒーを飲んで過ごすこともできます。壁越し

の扉の先には、スポーツジムやダーツ、ビリヤードで楽しめるウェルネスエリアが配置されていて、思いのままに心身を調整して、リフレッシュできるエリアになっています。

つながりによって化学反応を起こしていく

いかに人と人がつながるか、つながるだけではなくぶつかるか、そういう化学反応のきっかけづくりが必要だと感じています。日々、同じ空間で同じ時間を過ごすだけでは何も変化は起きません。イノベーションをもたらすためには、ハード面の施設だけの変化ではなく、ソフト面、つまり企業の理念やカルチャーをも取り入れていかないといけない。当社の企業風土をさらに醸成していくために、まだ自分自身でも可能性や潜在能力に気づいていない、能力が埋もれたままになっている才能を掘り起こすような、人の成長と密接にかかわる機会提供をこのオフィス空間が後押しできればと考えています。



多様な働き方で空間と時間を共有する

出社に関しては現状社員の自主性に委ねています。1日1回でもイノベーションセンターに立ち寄れば出社としてカウントしています。現在、出社率は30～40%程度で推移していますが、今後は、ファシリティの利用や出社の意義をさらに深めていくことが重要であると考えています。

働く場所は、オフィス内だけでなく、時間や社外の空間も選択肢に含めた広義のABW (Activity Based Working) に近い運用形態です。フロアごとにひろがるワークプレイスはノンテリトリーで、多様な空間として人の活動をもとに変化をもたらしています。このような自律的な働き方を支えるICT環境として、VDI (仮想デスクトップ基盤) を活用しており、あらゆる端末から自身の業務環境にアクセスが可能となり、場所にとらわれない働き方が実現できています。

在席管理に関しては、自社で開発したツールで管理していたこともありますが、チャットや電話、対面などシチュエーションに合わせた手段でコミュニケーションをとることで、場所を把握する必要がなくなっています。

柔軟な働き方を目指して進めてきたアプローチは、社員一人ひとりの可能性や自律性を求めて、いかに多様な環境を提供し、社員が最適な選択をするか、ということでした。



柔軟なコミュニケーションから可能性を広げる

日常の業務から可能性を広げるために、アート思考を触発させるためのワークショップも総務が主体となって開催しています。アート思考は自分の特徴や考え方を表現することを引き出すためのものとして、netone valleyにおける主要な概念にもなっています。例えば、クリスマスの時期にオリジナルキャンドルづくりのワークショップを5階で開催したこともあります。ただキャンドルをつくって置くという目的ではなく、イベントをきっかけに新たな関心や人とのコミュニケーションが生まれ、意識や行動が変容していくきっかけとすることに期待が込められています。

ウェルビーイングを促進することは、社員の可能性

を広げ、意思変革や行動変容につながる重要な取り組みだと考えています。自由で多様な環境を提供することで、空間と時間が共有でき、組織横断的な交流も生まれます。まさに企業理念の「人とネットワークの持つ可能性を解き放ち、伝統と革新で豊かな未来を創る」場となっています。

個人の意識変革が企業文化の醸成につながる

企業文化を醸成するための活動として様々なワークショップも行ってきました。「企業文化」「働き方」「ワークプレイス」の3つを連動させるために、社員個人がどういう存在でありたいかを考えるところから、働き方やワークプレイスへの意識改革を促し、個人のビジョンと会社の理念を結ぶ意識づけをするというねらいがあります。この参加者がインフルエンサーとなり、この先も広く普及して欲しいと願っています。

個人の専門性を育成し、会社を越えた横断的な交流で変化のきっかけを

長期的な視点で個人と会社の成長を促すため、専門人材を育成する「匠制度」も導入しています。高度な専門性を持つ人材を「匠」として認定し、社外での講演や執筆活動も奨励しています。また、多様な働き方を支える制度として、副業や勤務地選択もあります。ジョブ型の要素も取り入れつつも、社員のスキル向上・育成を目指した取り組みもなされており、社員の成長を人財戦略面からも進めています。

このほか、会社を越えた横断的な交流の場を設けることで、多様な経験が得られる機会創出も行っています。Jリーグクラブの大分トリニータや日本車いすテニス協会などの共創パートナーと共催する体験会、品川区の難民支援団体のイベント開催など多面的な活動への参加は、社員個人の成長につながり、共創パートナーや地域との関係性を築きます。

働き方や価値の変化に応じたワークプレイスへ

オフィスは、建物や空間というハード面だけでなく、人の関わりというソフト面とのバランスが価値の中心となり、両方を兼ね備えた真のファシリティマネジメントを実施する必要があります。多分野における価値や要素が入り混じった中で、従来業務に必要な効率化要素とともにアイデアやイノベーションを創出する場が求められつつあります。そうした意味で、多様なコミュニケーションによって利用者のエンゲージメントを高め、専門的な能力・知見を持っている人材を輩出し、その企業の文化醸成を促す戦略と実践がこの先のワークプレイスを形づくっていくと考えます。

オフィスのあり方は、それぞれ企業の戦略に応じてより多様化していき、その方向性の一端としては、大学のキャンパスや郊外における商業施設のような要素も取り込まれ、オフィスとそれ以外のものの境界が曖昧になった新しい存在が生まれていくのではないのでしょうか。

(訪問日：2025年12月10日)



施設1Fのコワーキングエリア

パナソニック エナジー株式会社



業種	一次電池（乾電池、リチウム一次電池）、車載用円筒形リチウムイオン電池、産業・民生用リチウムイオン電池、蓄電モジュール・蓄電システム、ニッケル水素電池等の開発・製造・販売
設立年月日	2022年4月1日
資本金	-
訪問先	パナソニック エナジー株式会社 守口本社 B1 棟 4 階（大阪府守口市松下町）
ご担当者	モビリティエナジー事業部 事業部次長/長崎 顕様 モビリティエナジー事業部 開発戦略部 技術管理推進課 課長/長谷川敬士様 モビリティエナジー事業部 開発戦略部 技術管理推進課 技術管理 1 係 係長/山本雅士様

「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現。」というミッションをオフィスが体現することで、すべての社員にとって働きやすい環境が実現しています。

「電池をつくる会社ではなく、社会課題を解決する会社になる」という方向性を見定め、2022年にパナソニック エナジー株式会社として設立。事業拡大に伴う人員増加からオフィス環境の改善が課題となり、オフィス改革プロジェクトが発足し、移転後の現在もオフィス委員を中心としてアップデートを継続しています。

連続的なアップデートを目指す 「WinRing（つながる 勝つ）」

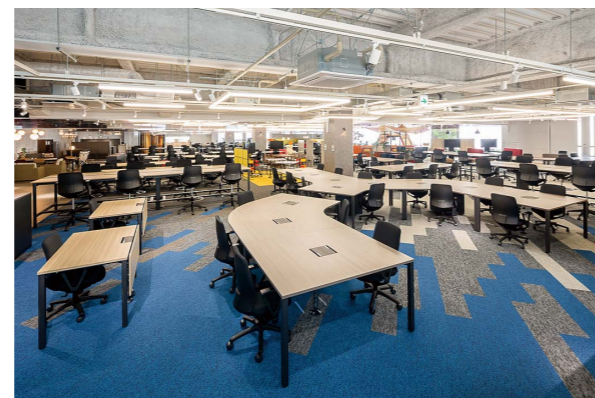
将来ますます電動化が進み、電池メーカーが“社会のインフラを支える存在”になるという未来を見据えて、各社が電池関連事業の研究開発に注力している状況下で、パナソニック エナジーとして当社事業の枠組みを大きく捉え直し、ポテンシャルを拡張する必要がありました。新しいオフィスづくりにあたっては、「誰も見たこともないものを」「つくって終わりではなく、時代のニーズや規模に沿って連続的にアップデートする」「事業の特性を体現し、オフィスが事業貢献に結び付く」という経営層の思いや考え方が従業員とも共有され、各部門から選出されたオフィス改革プロジェクトのメンバーを中心に、対話を重ねながら企画がスタートしました。

本社オフィスフロアだけでなく住之江の研究開発拠点や事業部などの各拠点を含め、私たちのオフィスの共通コンセプトは「WinRing」です。円筒形電池の心臓部は上から見るとセパレーターと極板が渦のように

なっていて、その関係をセンターオフィスと周囲のオフィスにも空間表現し反映させています。共通項と各拠点の特性を組み合わせ、連続的にリンクさせ、さらなる改善を継続しながら進化していくオフィスを目指しています。

加速と充電を行き来し、自然と調和する

センターオフィスでは、通路が直線ではなく、様々な人と出会い関わるができるようデザインされて

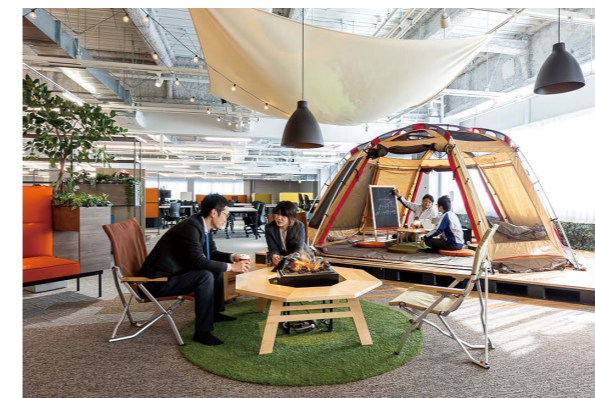


います。中央に配置された休憩スペースでは多くの人が集まり、コミュニケーションが活性化されています。これによって働き方にも変化がありました。にぎやかなゾーンがあることで、自然と会話が発生します。研究開発部門と各種企画部門などの他部門が、垣根を越えてコミュニケーションできることを重視しました。

オフィスの中には「加速」と「充電」の2つのエリアを配置しています。「加速エリア」は、業務を共有するチームが集まって働く場所で、課や部の単位のフリーアドレスが採用されており、境界線をあえて曖昧に設定しています。部署の境界にも重なる「充電エリア」は、他部門の人と交流しながら異なる視点を取り入れ、イノベーションを誘発する場所です。充電エリアをオフィスに散在させることで、コミュニケーションが促進され、働きやすさを実現しています。執務スペースのコンセプトは「Crazy & Cool」で、言い換えると「ちょっとかっこよくて面白い」オフィスになるよう工夫をしています。

フリースペースにはテントやキャンプギアを設営し、オフィスにいながらも自然環境を意識しながらくつろげる空間があります。いつもとは違うアイデアや社員同士のつながりが自然と生まれるユニークな環境です。スイッチスポット（焚火）やアロマの香りがするスペースもあり、気軽に気分転換ができ、カジュアルなミーティングスペースとしても活用されています。

会議室は透明なガラスで仕切られています。執務室で起きていることが会議室でも身近に感じられるように、境界をできるだけなくしていく設計を意識しました。カーテンも設置されていますが降ろすことはなくなり、開放的な空間を心地よく過ごしつつも、コミュニケーションやディスカッションの活性化が見られます。



オフィス全体を通して、「出社するのが楽しくなるようなオフィス」を目指した結果、業務や部署にかかわらず、9割以上が自発的に出社しています。

すべての社員の Well-being 向上へ

旧来型の島型対向レイアウトでつくられたオフィスから現在の新オフィスへの移転・改装によって、エンゲージメントスコアの数値も向上しています。オフィス環境が個人のパフォーマンスや Well-being の向上に寄与して、会社としての業績に結び付くのであれば、自信を持ってオフィスに投資していただけます。具体的なパフォーマンスや業績の指標の表現は、これからも検討を進めていきたいです。

DEI (Diversity, Equity, Inclusion) の取り組みは、社長自らが DEI 担当として、性別、年齢、国籍にかかわらず「社員一人ひとりが生きる幸せな会社づくり」を目指して取り組んでいます。事業としてもグローバルに展開しているため、外国籍の方も多く、女性の管理職も増えています。部門によっては比率のばらつきがあり、業務内容によっては子育て世代の課題を解決する必要があると考えています。

障がい者雇用については、様々な場で働くことができます。オフィスコンシェルジュ業務を立ち上げ、職場で困っていることや支援してもらおうと助かることなどを請け負うお役立ちチームをつくりました。また、「パナソニックファーム」でつくった野菜の生産販売等の取り組みもあります。障がい者が健常者と同じ職場で働けるか働けないかの2択ではなく、個々人の能力や特性と可能性に応じて、できること・やりたいことをつないでいくパスを用意し、継続できる仕組み





としています。

個人の成長を体系的に支援

個人のキャリアビジョンの実現と成長を支援するため、定期的な 1on1 ミーティングを行い、個人が希望するキャリア形成をバックアップしています。一人ひとりの意欲に応えられるよう様々な研修機会を提供し、研修の受講を管理するシステム「マナビコ」を本格導入しました。階層別の研修、専門性を高める研修、幹部研修など数多くのプログラムがあり、実際にキャリア採用の社員からも「教育体制が手厚い」という声が聞かれています。これまでは部門ごとに専門的な教育を実施していましたが、会社としての標準化と効率化を推進したところ、現場での OJT ではカバーできなかったところまで整備を進めることができました。また、キャリア採用者や若手社員が専門スキルを段階的に習得し、電池の開発やモノづくり現場での挑戦につなげられるよう設計された「技術・モノづくりアカ



デミー」もあります。

一方で、体系的な成長支援によって、社員が希望する業務を兼任できるというメリットもあります。本人の希望に沿ってパナソニックグループ内での副業が可能で、部署間の異動にとどまらず、社内でのマッチングにも積極的に取り組んでいます。海外ではジョブ型の働き方が一般的ですが、自分たちに適した働き方を選択していくという考え方です。

緑豊かなオフィスで 調和への意識が芽生える

会社として研究開発部門が多いため、セキュリティシステムを重視しています。一人ひとりの入館情報はもちろん、PC のログでオーバーワークを自動管理しています。業種によってはタフな作業や緊張感と集中力を要する業務もあるので、オフィスは緑豊かで季節の変化、時間の変化、世の中の変化を感じられる空間にして、心理的なリラックス効果を生んでいます。

エントランスは「調和の森」というテーマで、たくさんの草木が生い茂り、鳥の鳴き声が聞こえる森のような空間デザインです。日々働きながら「自然と矛盾のない調和」を感じることができるようという経営層の思いが込められた場所です。

オフィスの植物はなるべく本物にこだわり、LED 電球と調和させています。当社のミッションである「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現。」をオフィスで体現することで、社員への意識付けとなっています。会社としてトップダウンで環境への配慮を求めるのではなく、オフィスに環境配慮商



材を取り入れ、土地の活用を含めて持続可能な調和を目指しています。

オフィスづくりの評価から

オフィスづくりをプロジェクトとして自分たちで考え、こだわりをもって進めてきたことの評価として、JOIFA オフィスアワードの最優秀賞をいただけて嬉しです。社内媒体でも広く周知されたことにより、オフィス委員をやりたいという人も増えてきました。現状、オフィス委員は専任ではないため、「オフィスづくりをしている人が経営に貢献している」と自信を持てるような体制にしたいです。

社外からのオフィス見学も月 1 回程度受け入れ、企業認知度も向上しています。国内外のお客様からも良い反応をいただいている、初めて来社されると「がやがやしている」と驚かれますが、オフィスの意図した

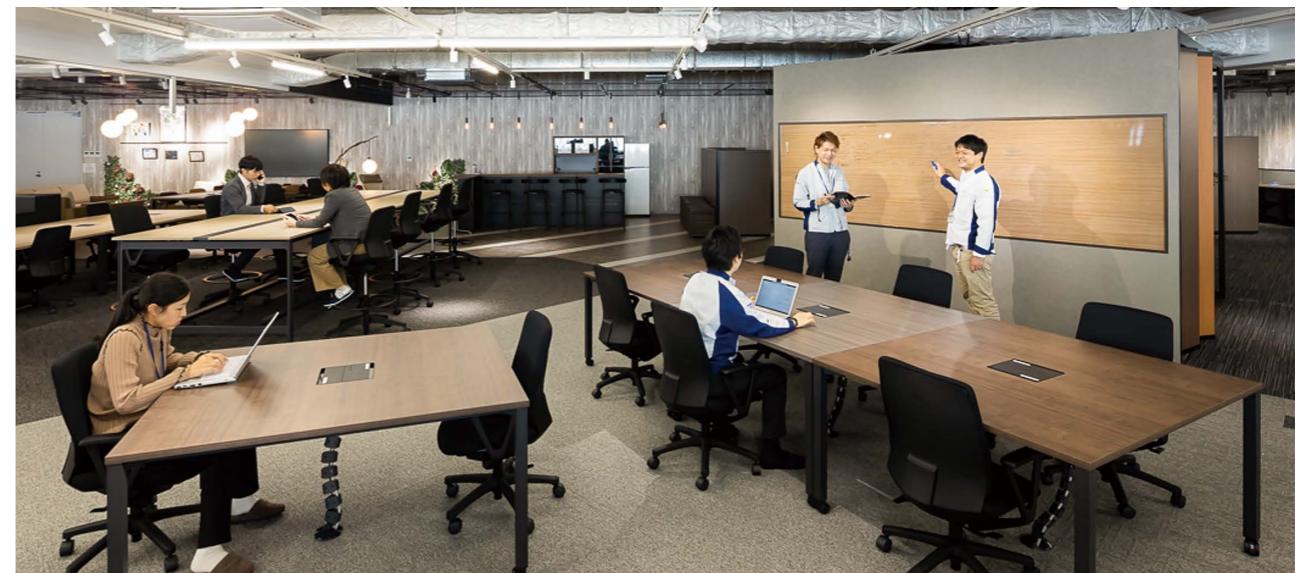
ところなのでポジティブに捉えています。インターンシップや他部門からのオフィス見学、「MIRAI 奨学金」制度で支援を行う奨学生との懇談会でも本社オフィスを利用しており、リクルート効果も感じられます。

オフィスアワードをきっかけに、他社がどのような考え方で魅力的なオフィスをつくっているのかを知る機会にもなり、自分たちのオフィスにもフィードバックできています。オフィスの変化は、どんな場所でも適応してやっていけるという学びがありました。

未来のオフィスづくりに向かって

今後のオフィスづくりも従来通りとするのではなく、「幸せの追求と持続可能な環境が矛盾なく調和した社会の実現。」を目指して、常識を変えていく挑戦をしていくことが重要です。受け身で建設会社にまかせてしまうのではなく、自分たちで何を依頼したいのか検討し、働き方や働く環境を考えていく必要があります。オフィス家具も誰かにおまかせではなく、より働きやすくするために必要なものを自分たちで考えていくことが、エンゲージメントの向上につながります。拡張性、デザイン性、柔軟性、コストを含めた長期的な計画と継続的な改善によって、オフィスのオリジナリティを生むことができると思います。

(訪問日：2026年2月6日)



株式会社 PHONE APPLI



業種 情報・通信業
 設立年月日 2008年1月18日
 資本金 3億9,836万5,710円
 訪問先 CaMP I (本社8F) (東京都港区)
 ご担当者 取締役 コーポレート統括 CHCO/松本 智様
 CWO 執行役員 ウェルビーイングデザイン室
 室長/藤田友佳子様

「人々がいきいきと働く社会を実現する」ことを目指し、社員の心と体、そして人とのつながりを大切にするウェルビーイング経営を推進しています。

PBXの構築事業やIP電話・スマートフォンを効率的に使うための「Web電話帳」の会社として2008年1月に創業し、現在はPHONE APPLI PEOPLE(組織を強くするコミュニケーションポータル)等クラウドサービスの企画・開発・販売を中心に事業を進めています。電話という概念を超え、ウェルビーイングや経営スタイル、働き方そのものを体験として提供する方向へとシフトしています。

柔軟な出社体制とチームワークでパフォーマンスの向上を実現

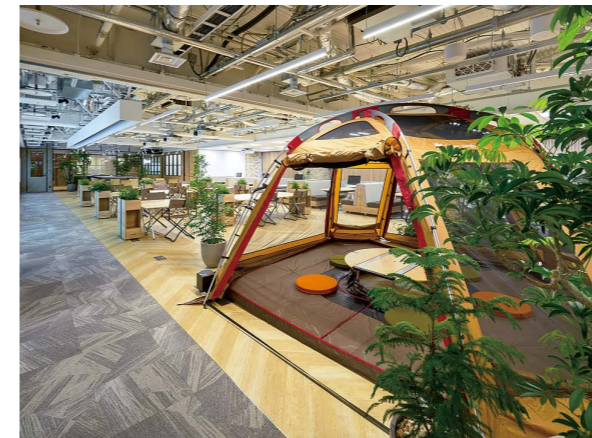
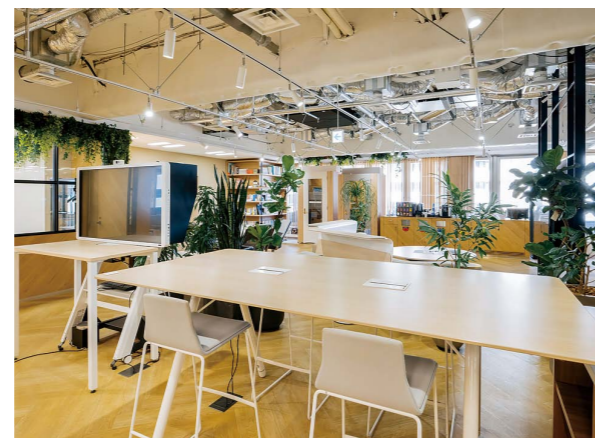
社員の最適なパフォーマンスを重視し、フルフレックスタイム制を取り入れた柔軟な出社体制を採用しています。オフィスは「人と人が出会って偶発的なコミュニケーションが生まれる場所」として重要な位置づけであり、コロナ禍での完全リモートワーク期間を経て、その価値を改めて認識しているところです。最近のセンターオフィスの出社率は30%未満(2025年1月~6月平均)ですが、各チームが主体的に出社日を設定することで、対面でのミーティングやコミュニケーションの機会を効果的に確保しています。特に、同じチームのメンバーが揃う日を設定することで、情報共有と協業を促進できています。

出社については週3日相当(約60%)を推奨しているものの、画一的なルールは設けずに、チームの業務特性や個人の状況に応じて、在宅勤務も柔軟に取り入れています。朝の通勤ラッシュを避けるため、昼休みを利用した出社や、業務の繁忙に応じた時間調整も

可能です。こうした出社時間の柔軟化によって、疲労軽減と業務効率の向上を実現しています。

集中作業が必要な時は、防音性の高い個室ブースやフォーカスエリアがあります。必要に応じて外部のコワーキングスペースも活用可能です。

ハイブリッドワークを前提としていますので、出勤可能な社員数に対して50~55%程度の座席数を確保しています。この座席数の設定は、実際の利用状況やアンケート結果を基に決定されており、コストと利便

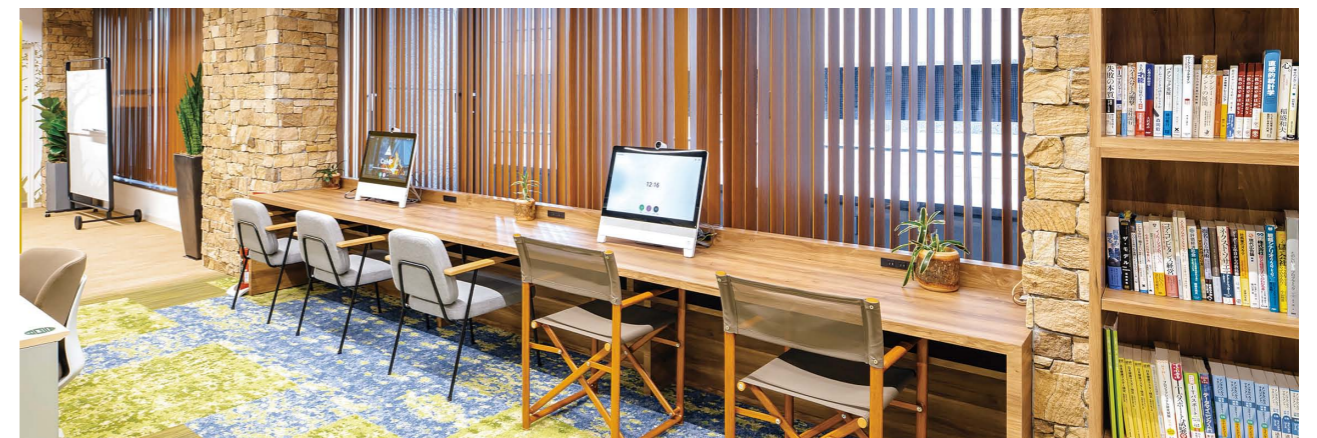


性のバランスを考慮しながら、必要十分な環境を整備しています。目的に応じたゾーニングによって、業務効率の向上を図っています。

ワークスタイルにあわせたオフィス環境

オフィス環境においては、イノベーション、コミュニケーション、集中作業の3つを特に重視しています。業務内容に応じた多様なスペースを用意し、効果的に活用しています。イノベーション促進のためには、偶発的な出会いを生む動線設計を取り入れ、状況に応じてエリアを行き来します。

様々なワークスタイルに対応する家具の配置を行っています。カジュアルな打ち合わせ用のキャンプ椅子を設置した「Park (パーク)」、チームでの対面ミーティング用のソファ席「Fami-ress (ファミレス)」、大型モニター完備の「Lounge (ラウンジ)」、ストレッチや軽い運動が可能な「Field (フィールド)」、1 on 1 ミーティング用のブースなど、各エリアの特性を活



かして、業務効率とコミュニケーションの活性化を両立しています。

全社員がオープンスペースで働き、自由なコミュニケーションが活性化

ABW (Activity Based Working) を採用し、業務内容に応じて最適な場所を選択できる形態を実現しています。エリアごとに明確な用途を定めることで、その日の業務内容に応じて適切な場所を選択できる環境を整備しています。

また、コミュニケーションの活性化を最重要視していますので、社長を含む全社員がオープンスペースで執務を行っています。役職に関係なく自由なコミュニケーションを促進し、ABWに加えてフリーアドレスによる部門間交流もあります。

座席は事前予約制で計画的に確保でき、窓際の席や立って作業できるデスクなどが人気のスペースです。エリアによって利用率にばらつきが見られるものの、

混雑状況はデジタルツール（PHONE APPLI PEOPLE）で可視化されています。

さらに、「PHONE APPLI THANKS」というツールを用いて社員同士が「サンクスカード」を贈るシステムを導入しており、デジタルサイネージと連動させた情報共有によって、偶発的なコミュニケーションも可視化され、組織の一体感の醸成や生産性の向上に寄与しています。

コラボレーションの中心拠点と 地域連携と人材育成の場

複数の働く場を提供していますが、それぞれに特性があります。東京のセンターオフィスは、コミュニケーションとコラボレーションの中心拠点として機能しています。

山口県萩市のオフィス「CaMP HAGI（CaMP = Communication and Motivation make Performance）」は、開発拠点としての機能に加えて、人材育成の場として機能しています。地理的な距離による情報格差を生まないように、ワーケーション制度を活用して、本社メンバーが定期的に訪問する仕組みを構築し、一体感のある組織運営を行っています。

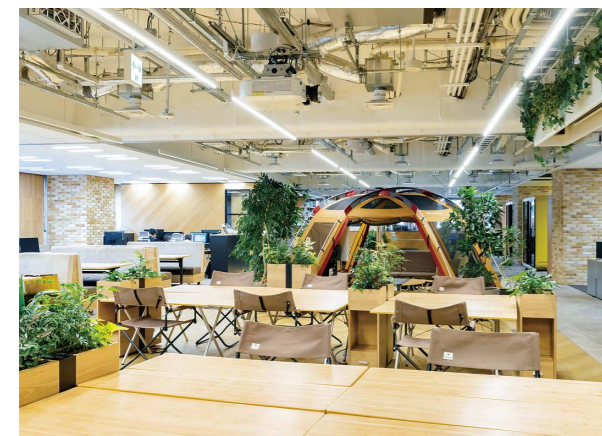
「CaMP HAGI」では、特に若年層へキャリア形成の機会を提供する場として、人材育成に注力しています。地域人材育成プログラムの中でも、2019年から開始した地元高校生の採用は、毎年数名のペースで継続しており、現在では20名以上が在籍するまでに成長しています。定期的な1 on 1ミーティングを通じて、継続的な人材育成を展開しています。



地域社会との連携を深めることによって、地域経済の活性化・人口減少の抑制・地域の持続可能な発展にも貢献しています。

自身の目標をオープンにして評価、 柔軟なキャリア形成を支援する

2025年度から新たな人事制度の運用を開始しました。スキルアップによる昇給を可能にするため、役職と給与の連動を緩和しています。社員が自身の目標達成に注力できるように、相対評価から絶対評価へ移行しました。また、柔軟なキャリア形成を支援するため、職能とジョブのハイブリッド型評価を導入しています。全社員の目標をオープン化して、部門間連携の促進を図っているところです。目標のオープン化により、他部門との協業機会が創出でき、適切な目標設定ができているか相互チェックできるという効果もあります。



ウェルビーイングへの細かな対応

ウェルビーイング経営の軸として、デジタルツールによる組織状態の可視化を進めています。柔軟な働き方の促進に加え、社員の心理的安全性の確保に取り組んでいます。毎月12問の簡易調査（Well-being Company Survey：WCS）によるウェルビーイングスコアの測定を実施し、さらに年1回の詳細な精密調査を行い、実施後にはアンケート分析を行います。組織としての健全性の維持・向上は、生産性の向上と一体感の醸成につながっています。

「PHONE APPLI THANKS」の活用によって、コミュニケーション量が可視化され、送信状況を分析することで、組織内のコミュニケーションの健全性や個人のメンタルヘルスの状態も把握できる仕組みを構築しています。

ウェルビーイングの観点から、オフィスは自然光や植物を取り入れた快適な環境づくりとなっています。SDGsへの取り組みとしても、オフィス内のほとんどは実際に水を与える本物の植物です。環境に配慮した長期利用が可能なオフィス家具、つまりメンテナンスをしながら長く使い続けられる家具を用いたオフィスづくりが、結果としてファンを獲得していくのでしょう。

効率的なスペース活用で 最新のオフィス環境へ

社員数の増加に伴い、現状の築35年の建物において、より効率的なスペース活用が課題となりました。

オフィス面積は変えずに、デジタルサイネージなどの最新技術を活用し、現代的なオフィス環境を実現しています。この取り組みは同じビルのお客さまからも関心が寄せられており、既存の建物でも工夫次第で最新のオフィス環境が実現可能であることを示すこととなりました。

今後の展望

2023年のJOIFA オフィスアワード受賞を契機として、社員の職場環境への誇りが向上し、自社環境の優位性を改めて認識する機会となりました。さらに、オフィスツアーを活用した営業活動が活性化し、他社からの関心も高まっています。実際の働き方や活用シーンを見学できることで、潜在顧客の興味を引き、協働へとつながるケースも増加しています。オフィスでの対面でのコミュニケーションがイノベーションを促進し、組織の一体感を醸成する上で重要な役割を果たしています。

2008年の創業時は物理的な電話帳機能の開発会社としてスタートしました。2018年にクラウドサービスへと業態を転換し、現在は電話という概念を超え、ウェルビーイングや経営スタイル、働き方そのものを体験として提供する方向へとシフトしています。

長期的な視点では、このような業態変化に合わせて、今後はオフィス環境だけでなく社風や社名までも変えていく議論が出てくる可能性がありますね。

（訪問日：2026年1月7日）

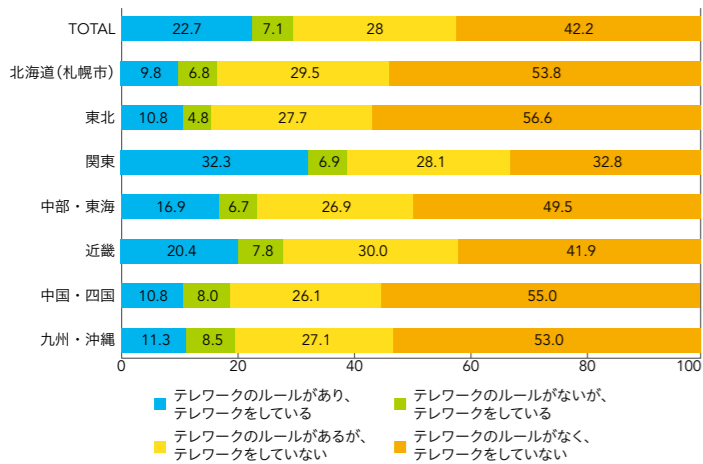


考察 働く場とオフィスについての継続調査

調査期間	2025/9/16～19
調査対象	全国のオフィスで働く人（調査会社が保有するモニターの内、オフィスワーカー約40万人から就業人口分布に合わせて抽出）
依頼数	26,233s
有効回答数	3,339s（回収率 12.7%）
役職構成比	経営者・役員：24.3% 部・課長：25.4% その他：51.3%
外資系企業、日本企業構成比	外資系企業：175社（5.2%） 日本企業：3,164社（94.8%）

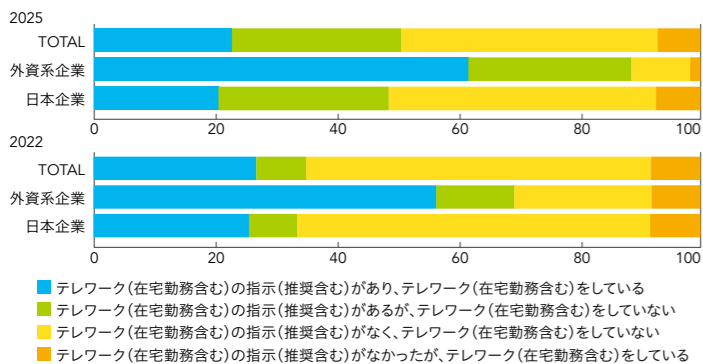
Q1：現時点でテレワーク（在宅勤務含む）に関して勤務先からあなたにどう指示され、あなたはどうか対応していますか。（地域別）

関東は「ルールがあり実施」が32.3%、「ルールなしで実施」が6.9%で、テレワーク実施率が顕著に高く、合計4割近くがテレワークを実施している。これは、情報通信業などテレワークに適した産業が集積していることや、通勤時間の長さなどの要因が考えられる。



Q2：現時点でテレワーク（在宅勤務含む）に関して勤務先からあなたにどう指示され、あなたはどうか対応していますか。（外資系企業、日本企業別）

外資系企業は「ルールあり」が88.6%と明確になっているのに対し、日本企業は半数以下の48.6%しかない。実施率では外資系企業が71.4%に対し、日本企業は64.5%とせまっている。日本企業では明確なルールが確立できていないことがうかがえる。この傾向は前回調査でも同様であった。



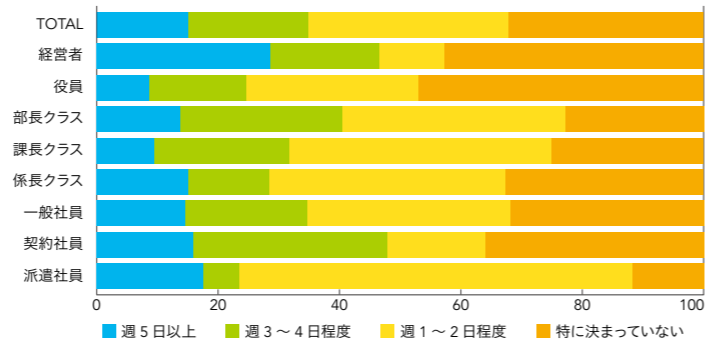
■ テレワーク（在宅勤務含む）の指示（推奨含む）があり、テレワーク（在宅勤務含む）をしている
 ■ テレワーク（在宅勤務含む）の指示（推奨含む）があるが、テレワーク（在宅勤務含む）をしていない
 ■ テレワーク（在宅勤務含む）の指示（推奨含む）がなく、テレワーク（在宅勤務含む）をしていない
 ■ テレワーク（在宅勤務含む）の指示（推奨含む）がなかったが、テレワーク（在宅勤務含む）をしている

前回の調査については「2023 JOIFA 企業ヒアリング報告書」からご覧いただけます。
 URL https://www.joifa.or.jp/pdf/report_2023.pdf



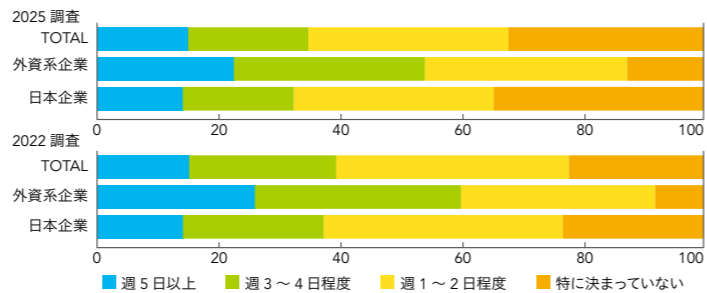
Q3：どのくらいの頻度でテレワーク（在宅勤務含む）をしていますか。（役職別）

テレワークをしている人のうち、「週5日以上」している人は15%あった。経営者では20%の人が「週5日以上」と回答している一方、役員では週5日以上は8.6%にとどまった。



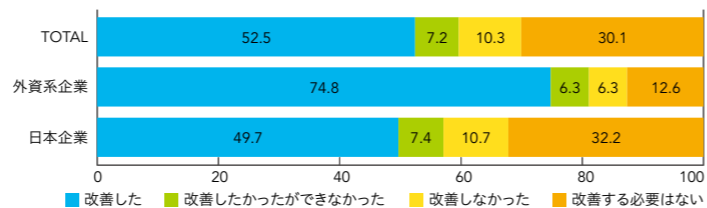
Q4：どのくらいの頻度でテレワーク（在宅勤務含む）をしていますか。（外資系企業、日本企業別）

外資系企業では「週5日以上」と「週3～4日程度」で全体の54%を占めるが、日本企業では32.4%の回答だった。また日本企業では「特に決まっていない」が1/3以上あった。こちらもやはり前回調査と同傾向だった。



Q5：コロナ禍と比べて在宅勤務をする場合、パソコンや通信環境などの面で環境は改善しましたか。

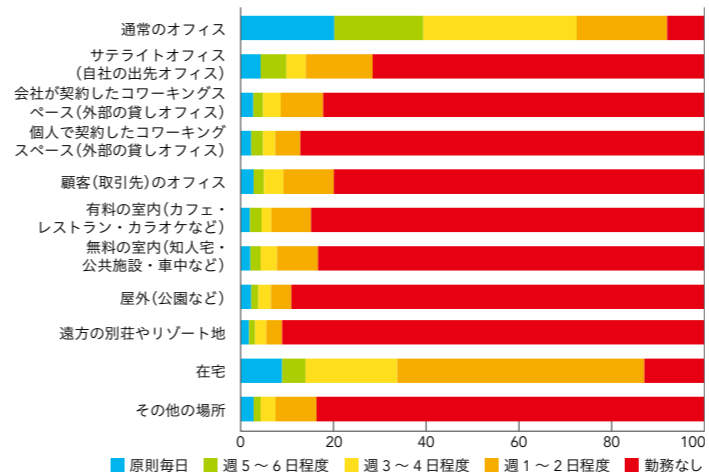
「改善した」は日本企業の49.7%に対し、外資系企業は74.8%の回答があった。



■ 改善した ■ 改善したかったができなかった ■ 改善しなかった ■ 改善する必要はない

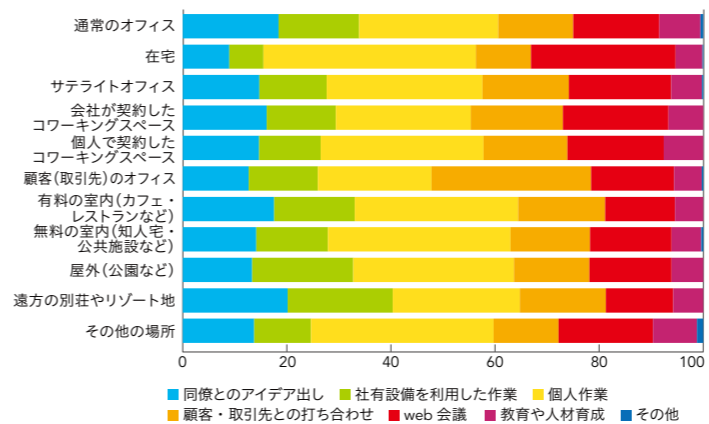
Q6：直近1か月はどこでどれくらいの割合で勤務されましたか。

「通常のオフィス」「在宅」以外は利用機会が少ないが、「屋外（公園など）」「遠方の別荘やリゾート地」でも10%程度は週に1回以上の利用がある。



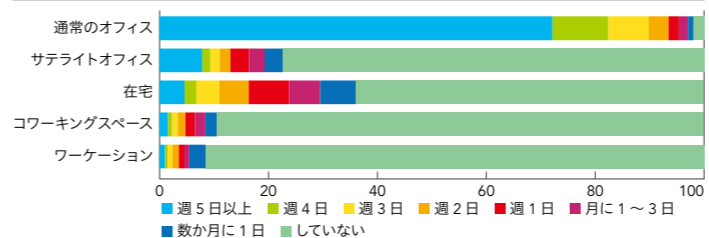
Q7：直近1か月はどこでどのような働き方をしましたか。

「顧客（取引先）のオフィス」を除き、「個人作業」の割合が最も高く、「通常のオフィス」では「同僚とのアイデア出し」、「在宅」では「web会議」の割合も高くなっている。



Q8：次の勤務された場所におけるあなたの平均の勤務日数をお答えください。

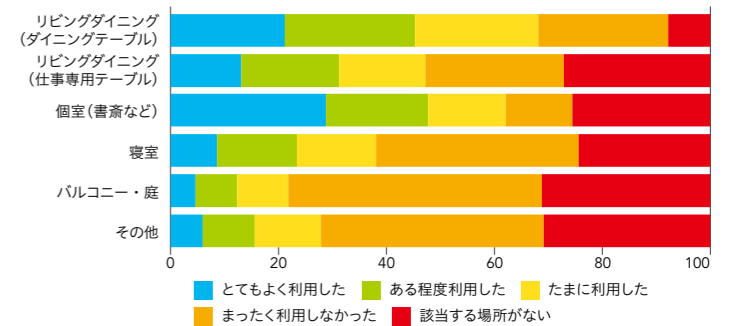
「通常のオフィス」で「週5日以上」が72.1%となり、センターオフィス回帰がうかがえる。ワーケーションを利用している人は1割にも満たなかった。



■ 週5日以上 ■ 週4日 ■ 週3日 ■ 週2日 ■ 週1日 ■ 月に1～3日 ■ 数か月に1日 ■ していない

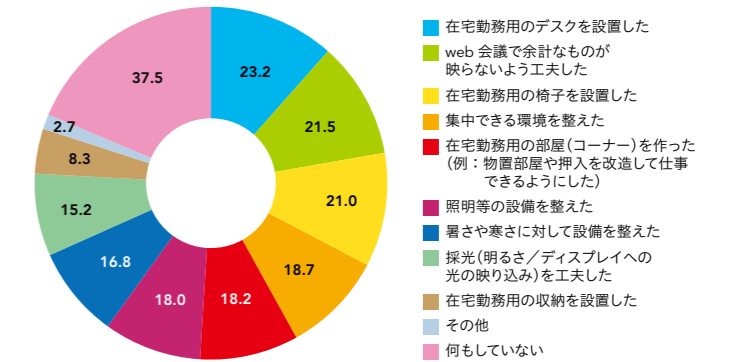
Q9：（在宅勤務をされた方にお伺いします。）主に在宅勤務をしている場所をお答えください。

「とてもよく利用した」は個室が一番多いが、「ある程度利用した」「たまに利用した」を含むリビングダイニング（ダイニングテーブル）が多い。



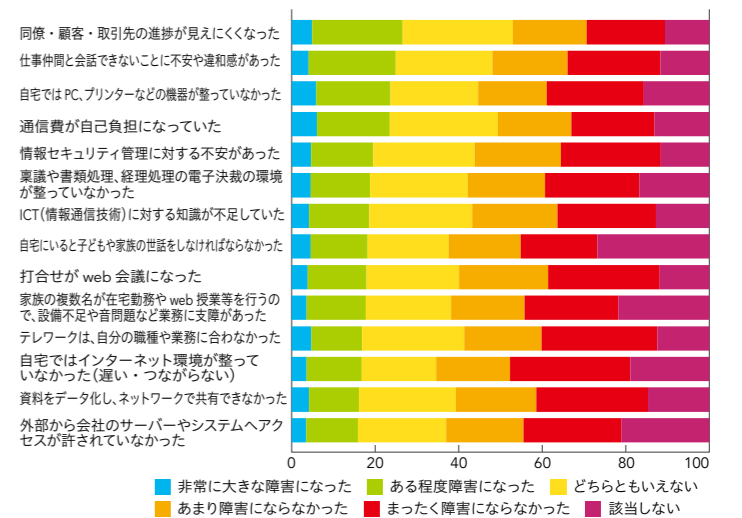
Q10：在宅勤務のために次のような環境の改善に取り組みましたか。

前回調査では「何もしていない」が48.6%で一番多かった。今回も一番多かったが37.5%と10ポイント以上減少した。改善で多かったのは「在宅勤務用のデスクを設置した」が23.2%。



Q11：以下の項目について、在宅勤務にあたって、どの程度障害となりましたか。

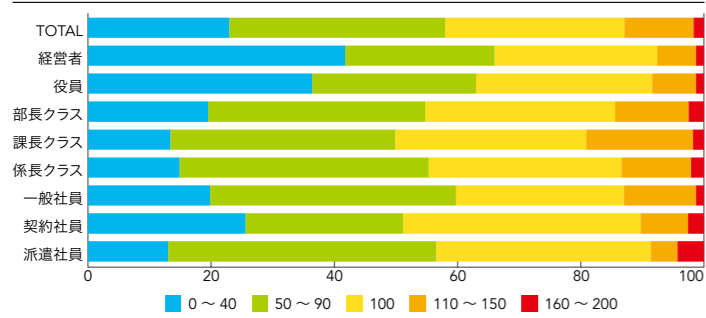
「非常に大きな障害になった」「ある程度障害になった」の合計では「同僚・顧客・取引先の進捗が見えにくくなった」が一番多く、次いで「仕事仲間と会話できないことに不安や違和感があった」となった。



■ 非常に大きな障害になった ■ ある程度障害になった ■ どちらともいえない ■ あまり障害にならなかった ■ まったく障害にならなかった ■ 該当しない

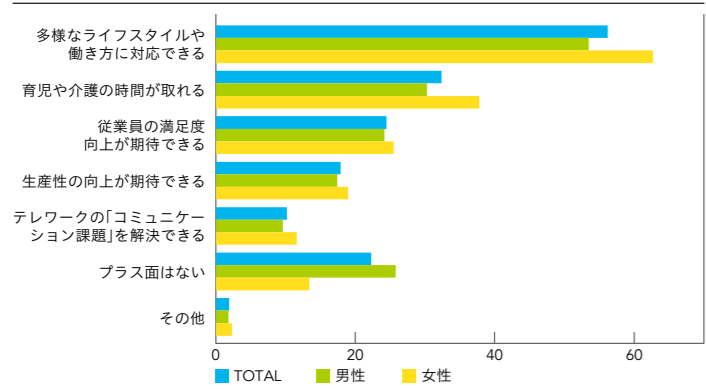
Q12：通常通りの勤務に比べて、テレワークによる成果はどのように変化しましたか。通常通り勤務していた場合の仕事の成果を100とした場合の数字でお答えください。(役職別)

「50～90」という回答が35.0%で一番多く、次いで「100」が29.1%となった。100未満は経営者が6.1%で一番多く、次いで役員が63%であった。



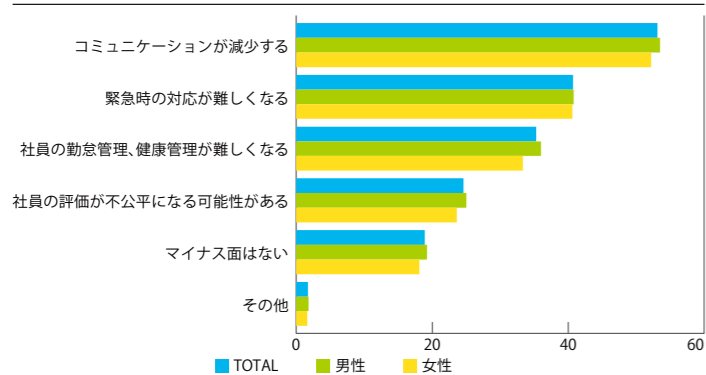
Q13：テレワーク（在宅勤務含む）のプラス面についてお答えください。(男女別)

男性、女性とも「多様なライフスタイルや働き方に対応できる」という回答が一番多いが、次に多いのが男女とも「育児や介護の時間が取れる」であった。前回調査で次点であった「プラス面はない」は女性は5番目、男性は3番目の回答数となった。



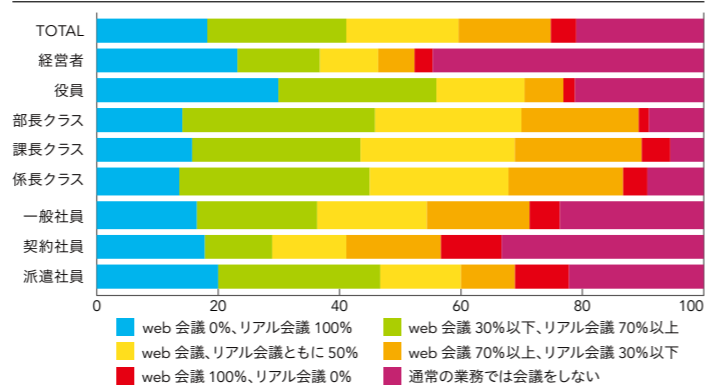
Q14：テレワーク（在宅勤務含む）のマイナス面についてお答えください。(男女別)

男性、女性とも同じ傾向で「コミュニケーションが減少する」が53.1%と一番多く、次いで「緊急時の対応が難しくなる」が40.7%となっている。



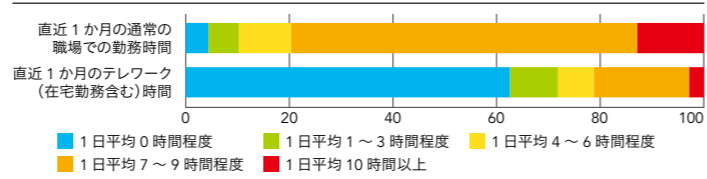
Q15：会議室で1か所に集まって行う通常の会議とweb会議の割合についてお答えください。(役職別)

経営者、役員が行う会議の中ではリアル会議100%の回答が一番多いが、部長クラス以下ではweb会議50%以上の割合が高くなっている。



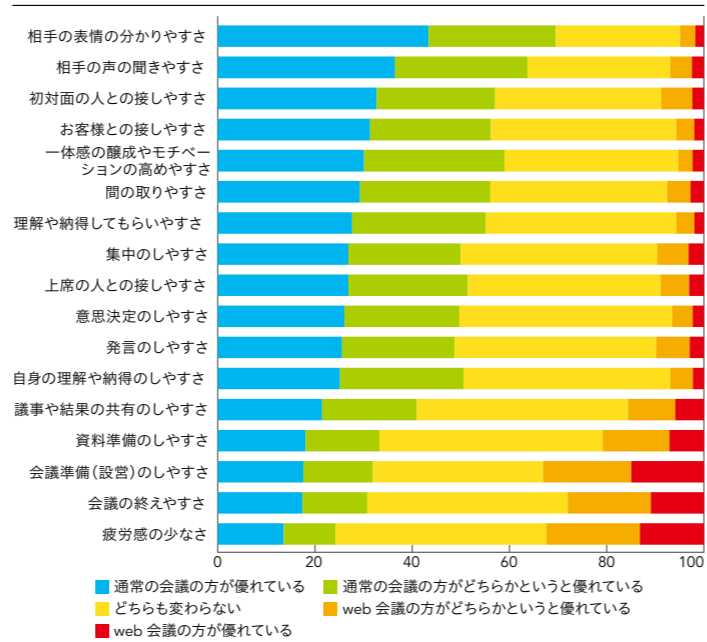
Q16：以下の項目について、あなたの1日の平均的な勤務時間は何時間でしたか。(※通常の職場での勤務、あるいはテレワーク（在宅勤務含む）を行っていない場合は「0時間程度」としてください。)

「直近1か月の通常の職場での勤務時間」の大半は「1日平均7～9時間程度」。「直近1か月のテレワーク（在宅勤務含む）時間」の「1日平均7～9時間程度」はコロナ禍、コロナ禍以前を大きく下回る。



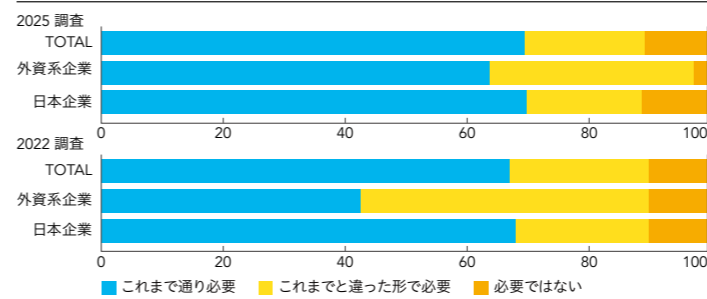
Q17：会議室で1か所に集まって行う通常の会議とweb会議について、どちらの方が優れていると思いますか。

「相手の表情の分かりやすさ」「相手の声の聞きやすさ」では、「(1か所に集まる)通常の会議の方が優れている」という回答が多かったが、他の項目は「どちらも変わらない」が多かった。

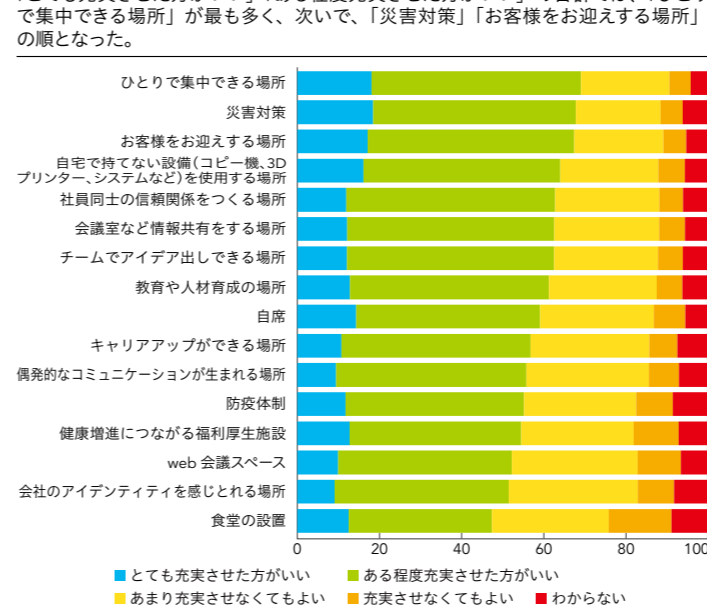


Q18：今後もあなたが働いているオフィスは必要だと思いますか。(外資系企業、日本企業別)

前回調査では外資系企業は「これまで通り必要」と「これまでと違った形で必要」が半々だったが、今回は「これまで通り必要」が増加した。

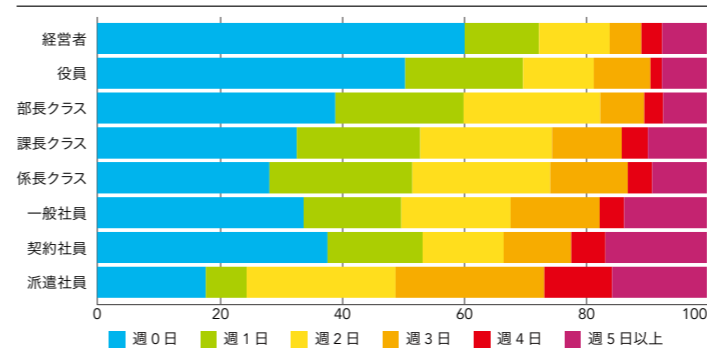


Q19：今後のオフィスでは、どの機能を充実させれば行きたくなりますか。「とても充実させた方がいい」「ある程度充実させた方がいい」の合計では、「ひとりで集中できる場所」が最も多く、次いで、「災害対策」「お客様をお迎える場所」の順となった。



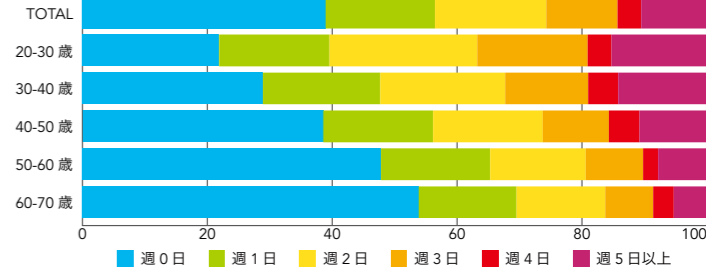
Q20：あなたは週何日間、テレワーク（在宅勤務含む）で働きたいですか。(役職別)

「派遣社員」を除き「週0日」の回答が最も多い。「週0日」の回答が最も多いのは「経営者」、次いで「役員」となっている。



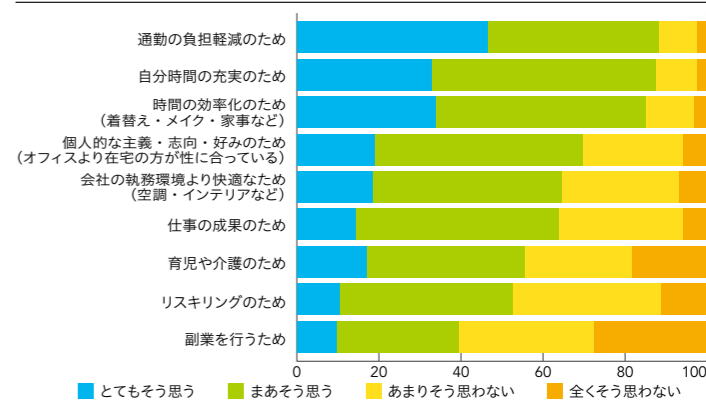
Q21：あなたは週何日間、テレワーク（在宅勤務含む）で働きたいですか。(年代別)

若い層ほどテレワークで働きたい日数が多い。



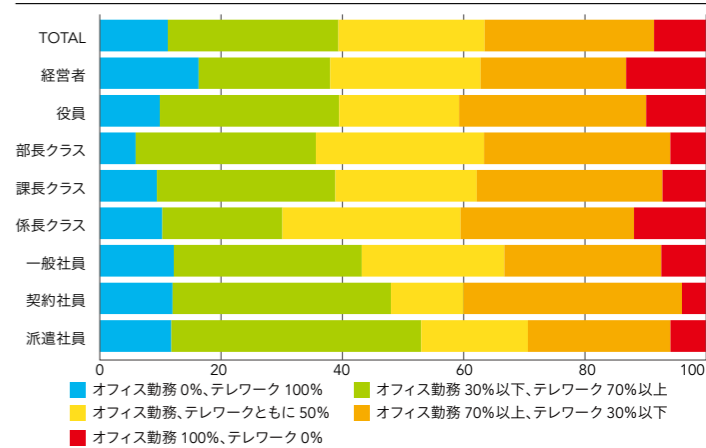
Q22：テレワーク（在宅勤務含む）をしたい理由をお答えください。

「とてもそう思う」「まあそう思う」の合計では、「通勤の負担軽減のため」が最も多く、次いで「自分時間の充実のため」「時間の効率化のため(着替え・メイク・家事など)」の順となった。

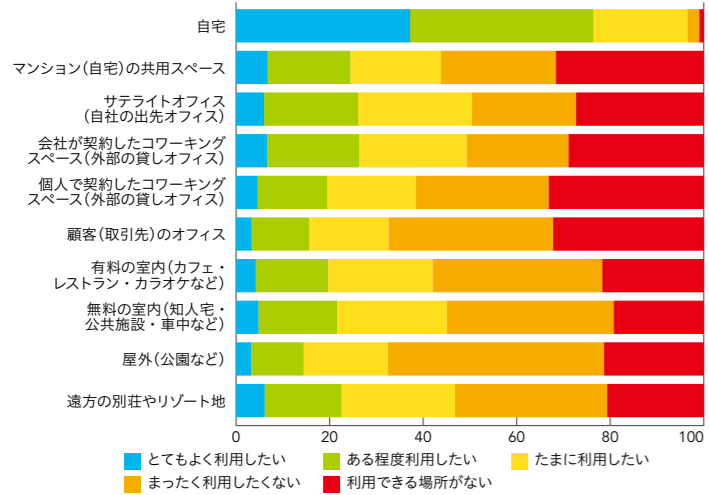


Q23：今後オフィス勤務とテレワーク（在宅勤務含む）の割合の希望を教えてください。(役職別)

「オフィス勤務0%、30%」の合計では「契約社員」「派遣社員」がテレワーク希望が多いが、「契約社員」はオフィス勤務希望も多く2極化。他の区分では希望は概ね類似している。

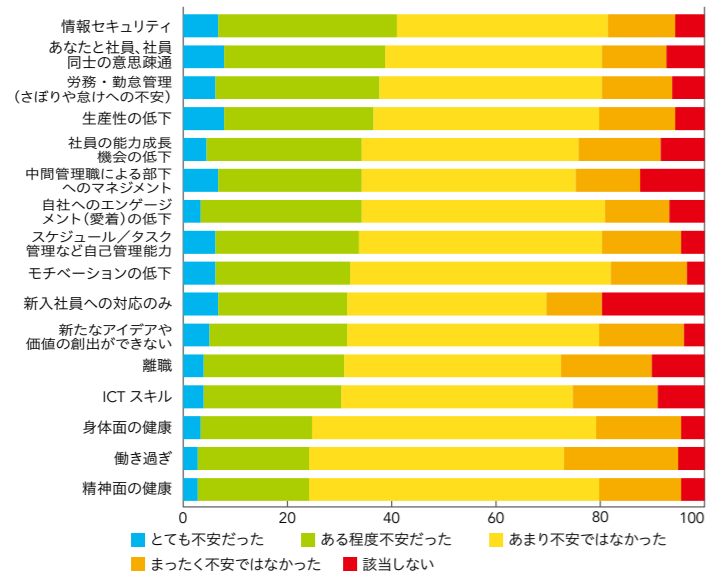


Q24：あなたはテレワーク（在宅勤務含む）をどこで利用したいですか。
「自宅」を利用したいという回答が一番多く「とても」と「ある程度」「たまに」を合わせたと96.5%を占める。「利用できる場所がない」という回答が多かったのが「個人で契約したコワーキングスペース（外部の貸しオフィス）」「顧客（取引先）のオフィス」「マンションの共用スペース」。



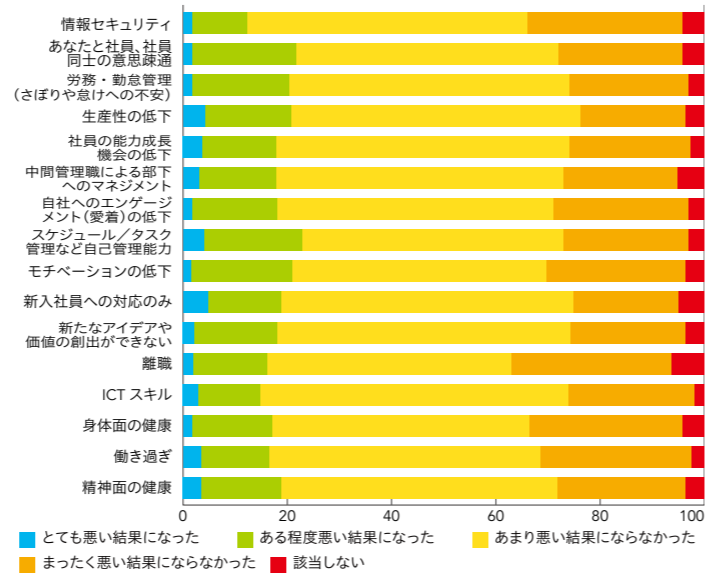
Q25：（経営者に対する質問）あなたの会社の社員がテレワーク（在宅勤務含む）を行う際、以下の点についてどの程度不安がありますか。

「とても不安だった」「ある程度不安だった」の合計では、「情報セキュリティ」が最も多く、「あまり不安ではなかった」「全く不安ではなかった」の合計では「精神面の健康」が多かった。



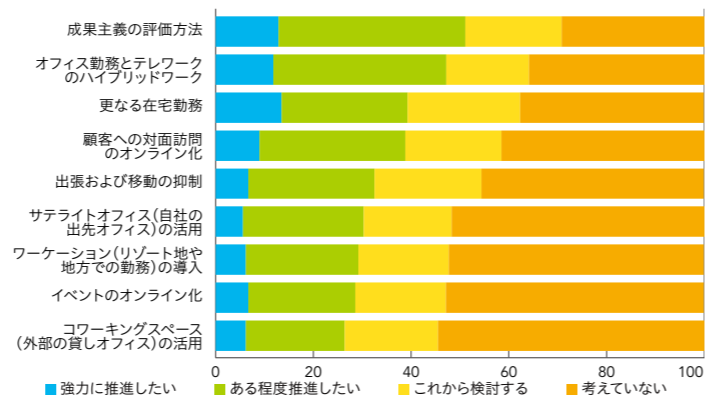
Q26：（経営者に対する質問）先ほどの質問（Q25）に対して結果はどうでしたか。

「とても悪い結果になった」「ある程度悪い結果になった」への合計がQ25の回答を上回った項目はなかった。「あまり悪い結果にならなかった」「まったく悪い結果にならなかった」の合計でもQ25を下回る回答はなかった。総じて不安視されたが、実態はそれほどでもなかったという傾向が見られた。



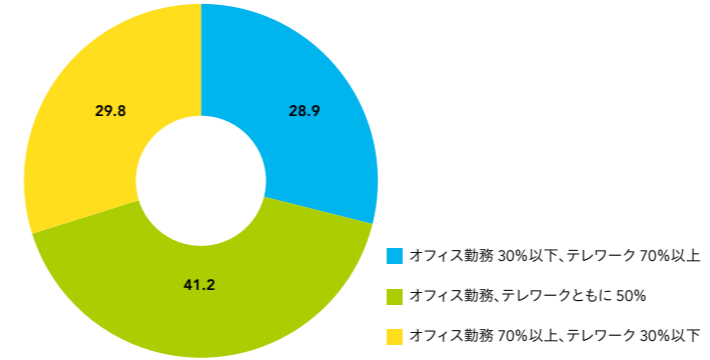
Q27：（経営者に対する質問）今後社員に常態化させたい働き方は何ですか。

「成果主義の評価方法」に「強力に推進したい」「ある程度推進したい」合計で51.1%が回答している。



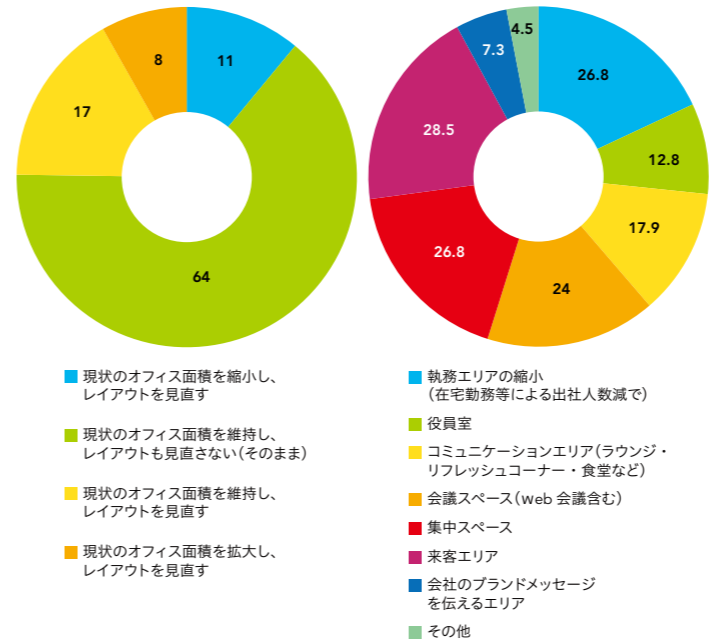
Q28：（経営者に対する質問）今後社員のオフィス勤務とテレワークの割合についてお答えください。

「オフィス勤務、テレワークともに50%」が41.2%。残りの6割の回答は半々だった。



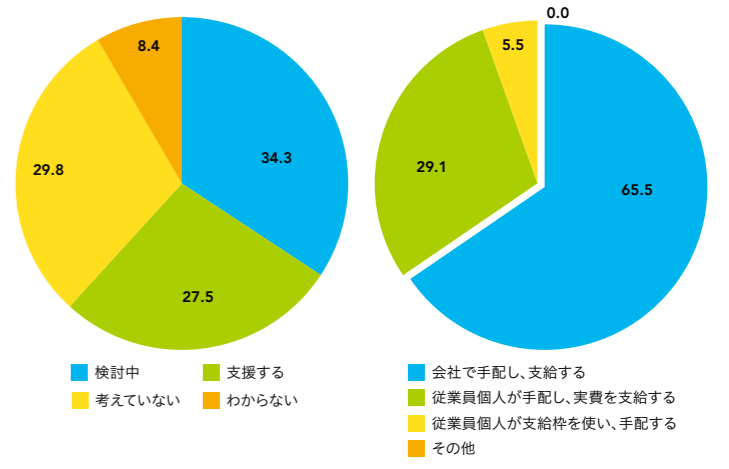
Q29, 30：（経営者に対する質問）今後、あなたは自社のオフィスの規模またはレイアウトを見直しますか。また、見直すエリアは。

「現状のオフィス面積を維持し、レイアウトも見直さない（そのまま）」の回答が過半を占めた。見直す場合のエリアについての回答上位は「来客エリア」「集中スペース」「執務エリアの縮小（在宅勤務等による出社人数減で）」。



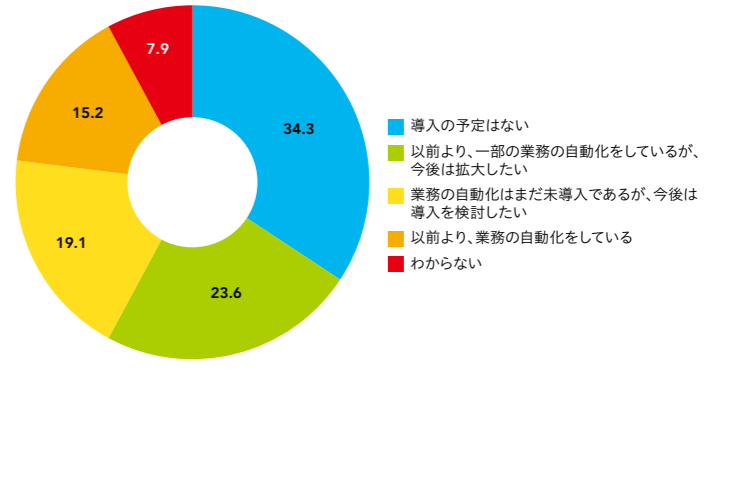
Q31, 32：（経営者に対する質問）あなたの会社は、社員がテレワーク（在宅勤務含む）を行う際に、必要に応じてパソコンやスマートフォン、家具や通信環境などの環境整備を支援していますか。支援している場合はその方法についてお答えください。

61.8%が「支援する」「検討中」との回答があり、支援は「会社で手配し、支給する」との回答が65.5%であった。



Q33：（経営者に対する質問）今回のテレワーク（在宅勤務含む）を通じて、業務の自動化などを検討しましたか。

「導入の予定はない」との回答が34.3%で最も多く、前回調査26%よりも増加した。「業務の自動化はまだ未導入であるが、今後は導入したい」が23.6%で2番目に多く前回調査と同程度。



JOIFA オフィスアワード

JOIFA OFFICE AWARD

主催 一般社団法人 日本オフィス家具協会 (JOIFA)

後援 月刊総務

2022年からスタートしたJOIFAオフィスアワードは、単にオフィスのしつらえを評価するものではありません。オフィスを新築・移転・リニューアルしたことで、経営にどのような影響が出ているか。そこで働く社員のウェルビーイングにどのような効果が出ているか。当初の目論見通りに機能していなかった場合など継続的な改善を行っているか。そういった観点から審査をするため**実際に1年以上使用しているオフィス**が応募対象となります。

審査の視点

JOIFA オフィスアワードは、以下の「審査視点」にもとづいて審査を行います。

そのオフィスが、経営理念を実現していることを前提に

- ・ウェルビーイングを実現するワークスタイルに根ざしたコンセプトが立案されているか
 - ・そのコンセプトが正しく実現され、ユーザーが理解し、継続的に改善されているか
 - ・地域や、その文化の活性化や共有に貢献しているか
- といった視点から、単にオフィスの建築、家具、設備、装置だけでなく、働き方や運用改善の継続性などオフィスに関わる全般を総合的に審査・評価します。

審査プロセス

1次審査：応募資料を基に一定数のオフィスを選出します。

2次審査：1次審査で選出されたオフィスの（リモートによる）バーチャル審査を行い、JOIFA オフィスアワード候補を選出します。

最終審査：2次審査にて選出された JOIFA オフィスアワード候補の中から、意見交換を行った上、総合評価を行い、まず「優秀賞」と「特別賞」を選出します。そして、「優秀賞」の中から、オルガテック東京開催会場にて「最優秀賞」を選出します。

表彰

- ①「優秀賞」「最優秀賞」「特別賞」の3つの表彰を行います。
- ②表彰は受賞オフィスの所有者、または運営管理者を

表彰し、表彰状と表彰盾を贈呈します。

- ③「優秀賞」「特別賞」は、決定後、応募者に通知するとともに JOIFA ホームページにて公表いたします。
- ④各受賞者はオルガテック東京開催会場にて5分ほどのプレゼンテーションをお願いいたします。
- ⑤「優秀賞」の中から、当日のプレゼンテーションを経て「最優秀賞」を審査・決定します。

*「最優秀賞」は「優秀賞」の中から選出されますが、最終的な表彰は「優秀賞」と「最優秀賞」のW受賞とはならず、「最優秀賞」のみとして表彰状と表彰盾を贈呈します。

審査委員会委員（敬称略）

審査委員長

地主 廣明（東京造形大学 名誉教授）

審査委員（五十音順）

妹尾 大（東京科学大学工学院経営工学系 教授）

豊田 健一（株式会社月刊総務 代表取締役社長）

成瀬 友梨（株式会社成瀬・猪熊建築設計事務所 代表取締役）

廣川 玉枝（SOMA DESIGN デザイナー）

箕浦 龍一（公務部門ワークスタイル改革研究会 研究主幹）

若月 貴子（クリスピー・クリーム・ドーナツ・ジャパン株式会社 代表取締役社長）

※第5回（2026年）の応募要領等は2026年7月

JOIFA ホームページにて公開予定です。

<https://www.joifa.or.jp/award/index.html>



（お問い合わせ）

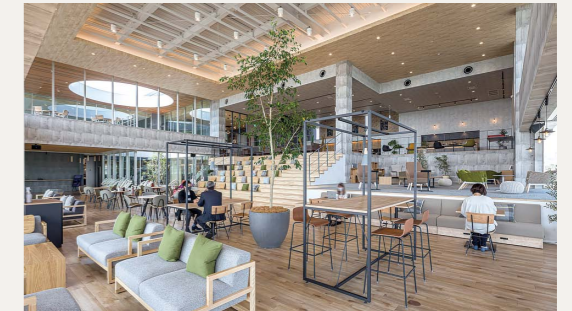
JOIFA オフィスアワード事務局 award@joifa.or.jp

JOIFA オフィスアワード 受賞社

第1回

最優秀賞

株式会社日東システムテクノロジーズ（群馬県太田市）



優秀賞

株式会社 PHONE APPLI（東京都港区）

MMPC コンサルティンググループ（岐阜県高山市）

株式会社ニッセイ・ニュークリエーション（大阪府大阪市）

特別賞

株式会社北海道新聞社（北海道札幌市）

第2回

最優秀賞

パナソニック エナジー株式会社（大阪府守口市）



最優秀賞

株式会社船場（東京都港区）

優秀賞

清水建設株式会社（石川県金沢市）

フマキラー株式会社（広島県廿日市市）

特別賞

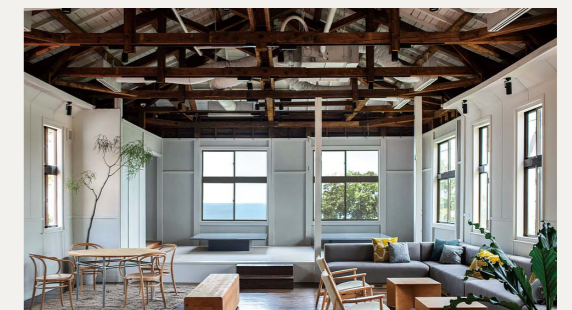
第工株式会社（東京都港区）



第3回

最優秀賞

株式会社文祥堂（神奈川県小田原市）



優秀賞

第一生命保険株式会社（東京都千代田区）

株式会社 LIXIL（東京都品川区）

日本グッドイヤー株式会社（東京都港区）

特別賞

株式会社アイシン（愛知県安城市）

須賀工業株式会社（東京都江東区）

オフィスイノベーション推進委員会メンバー

委員長	今泉 嘉久（プラス株式会社）
委員長代行兼ワーキンググループリーダー	北尾 知道（プラス株式会社）
委員長補佐兼ワーキンググループサブリーダー	長浜 崇史（プラス株式会社）
委員	星 幸佑（株式会社イトーキ）
委員	平 勝文（イナバインターナショナル株式会社）
委員	五百部 宗一（株式会社イヨベ工芸社）
委員	澤田 浩幸（株式会社内田洋行）
委員	藤原 篤（株式会社オカムラ）
委員	石倉 禎夫（株式会社くろがね工作所）
委員	加藤 田歌（コクヨ株式会社）
委員	小田部 隆（金剛株式会社）
委員	木村 稔（株式会社ナイキ）
委員	澤見 年泰（日本ファイリング株式会社）
委員	古川 善康（株式会社文祥堂）
委員	島 徹（株式会社ライオン事務器）

オフィスイノベーション推進委員会ワーキンググループメンバー

北出 由紀（株式会社イトーキ）
平 勝文（イナバインターナショナル株式会社）
澤田 浩幸（株式会社内田洋行）
嶺野 あゆみ（株式会社オカムラ）
佐藤 恵（株式会社くろがね工作所）
谷 亮浩（コクヨ株式会社）
廣田 渉（株式会社ナイキ）
中柴 秀明（株式会社ライオン事務器）

協力

一般社団法人 日本オフィス学会 会長	松岡 利昌（松岡総合研究所）
--------------------	----------------

（敬称略）

委員会運営事務局

一般社団法人 日本オフィス家具協会

■発行元 一般社団法人 日本オフィス家具協会

■発行日 2026年5月8日

※「企業レポート」各社の部署名・役職等は訪問当時のものです。
（無断複製 転載 配布行為を禁止します）

JOIFA

一般社団法人 日本オフィス家具協会