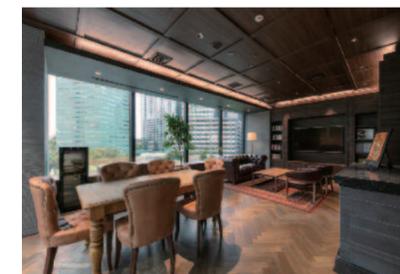




## 可視化オフィスで創造性と生産性アップを

(株)ジーニー 本社オフィス

エントランス



オフィスエリア

「テクノロジーで新しい価値を創造し、クライアントの成功を共に創る」をミッションに掲げて、マーケティングテクノロジー事業を展開している(株)ジーニー。2018年9月、事業拡大に伴う人員増加を理由に、新宿区西新宿6-8-1住友不動産新宿オークタワー6階に移転した。今後数年間を見据えた事業拡大と人員増加に耐えられるスペースの確保、戦略的な飛躍に向けてのワークプレイス拡大であった。

今回、経営企画室・飯田紗耶加氏にお話をうかがった。

創業は2010年4月、アドテクノロジー領域で多くのプロダクトの自社開発、提供を行ってきた。今は広告事業だけでなく、業務は広いジャンルのマーケティングテクノロジー事業に及んでいる。2016年にマーケティングオートメーション『MAJIN』をリリース、2018年には顧客管理・営業管理システム『ちきゅう』の事業を承継し、企業のデジタルマーケティングに広く貢献できる、新しい価値創造に向けて体制を整備してきた。

新オフィスに移転する前のオフィスも、近くの西新宿にあった。今回

のオフィス移転は、急速な事業拡大と次の10年につながるステージに進むための不可欠な事項であった。

以前のオフィスはエンジニアと営業がそれぞれ2フロアに分かれて執務していた。どうしても1フロアに集約し、コミュニケーションの活性化を図り、生産性アップを図りたいという願いがあった。なお、社名・ジーニー(GENIEE)には、「アラジンと魔法のランプ」に出てくる魔人(genie)と天才のジーニアス(genius)の意味がかかっている。「魔法のように最先端の技術を使っ

て、1人ひとりが才能を発揮し、世界を変えていきたい」という願望だ。

新オフィスの面積は1817.96㎡、従業員数は約200人。2012年から海外事業も展開、現在はベトナム、タイ、シンガポール、インドネシア、インドの5カ国に連結子会社を構えている。連結での従業員数は約300人になる。

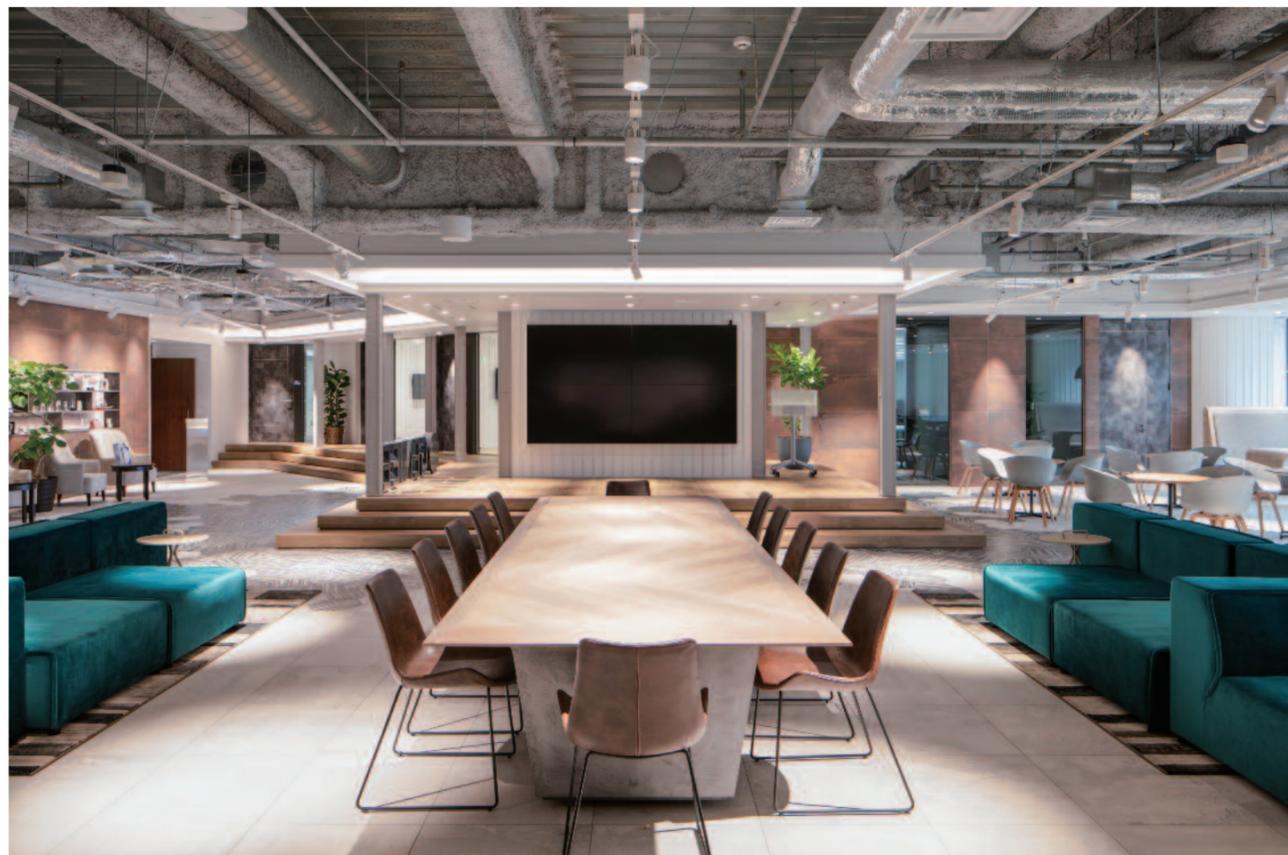
新オフィスの特徴を飯田氏に聞いた。「オフィスを見るとデザイン先行に見えるかもしれませんが、機能面と効率性を重視しながら、社員の創造性と生産性の向上を念頭におい

て作りました」という。受付に入ると広い、開放感のある斬新なデザインのエントランスが印象的だ。エントランス中央に重厚なロングテーブルを設置している。同テーブルはキャスター付きで可動式。大勢の人を集めてのセミナー開催等の場合は、テーブルを片付けて広い会場を設営することができる。講演会やセミナーが開催されると、ステージで講演者が聴講者に語りかけるわけだ。同スペースが同社オフィスの中心的なエリアといえる。

執務スペースには小さなミーティ

ングスペースを多く設けている。会議室は予約制で使用しているが、このスペースで打合せをしたい時は自由に使用できる。

執務エリアはフラット、遮るものはない。会議室もガラス張りで可視化に徹している。さまざまな情報をオープンにして、共有化を図っている。オープンスペースで、オープンな意見が出せるようにしている。執務エリアは社員それぞれが固定席を持っている。フリースペースではどこでもWi-Fi使用が可能のため、自席以外でも仕事ができる環境になっている。



セミナースペース

窓際のフリースペース、エントランス、ラウンジ等、どこでも自由に仕事に没頭できるようになっている。

経営トップの工藤智昭氏は37歳、ジーニーは10期目を迎える。社員平均年齢は20歳代だ。文字通り、ITベンチャー企業の先端を走っている会社だ。社長室はなく、一般社員と席を並べて執務している。デスクは創業時に購入したIKEAの組立式デスクを今も使っている。飯田氏は「創業時の想いを忘れないために使用していると聞いています」という。社員との距離が最短にある。すぐそばにるので、確認事項等のスピード、決断判定は早いそうだ。考え方も前例に縛られず、社員に自由に活

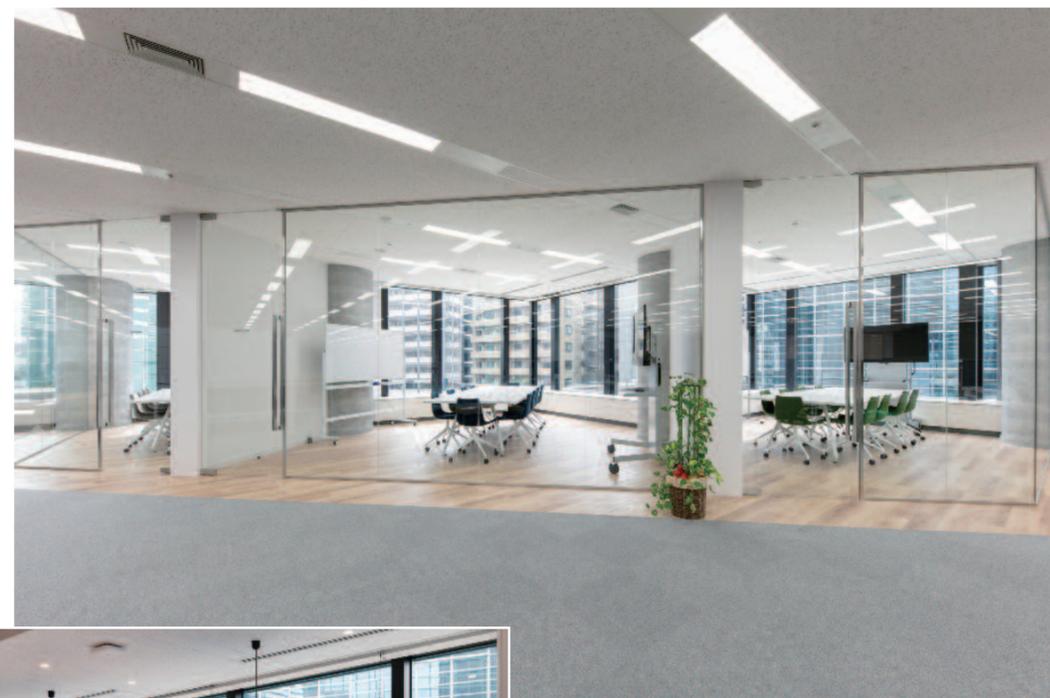
発な活動を促している。「自分で思った通りに仕事をやらせてもらえる。ただ節目、節目の確認は上層部がきちんとしています。ですから社員は安心して働けている」と飯田氏。

同社にはベンチャー企業にありがちな「とにかくやってみよう」という雰囲気はないという。実直に真面目に、その仕事をやったらどのような成果がでるか、過去に基づくデータがあるのか否か等を重視している。実施した場合、どうなるのか等を考えながら詰めていく。一歩ずつ進んでいくという、堅実な活動を展開しているそうだ。

オフィス移転の際は、社内でプロジェクトチームを編成し、社員の声

を聞きながらオフィス環境の創造を行った。移転完了まで準備期間は約1年費やした。移転後の社員は「簡易的な打合せスペースが随所にあり、コミュニケーションがとりやすくなった。ラウンジは、以前のオフィスの場合は人の通りが多く気になったが、今のオフィスは奥が深く広いので、気にならない。ラウンジで執務作業する人は以前のオフィスよりも多い。集中して仕事ができるという意味でも移転してよかった」という声が多い。

移転前に使用していた家具を再度使用しているのだろうか。飯田氏は「持ってきた家具を使用する社員は多い。社長自身も先ほど言いましたようにIKEAの家具を使っているし、



ミーティングルーム



執務スペース



会議室



社員たちも創業時当初の思いを忘れないようにしましょう、気を引き締めていこうと思っているようです」という。執務エリアのスポットエリアで上下昇降デスクを4台置いている。打合せスペースのテーブル、立ち姿勢作業のデスクとして使用している。コンペの結果、オフィスをデザインした設計会社はドラフト。偶然にも前回のオフィスデザインも同社であった。エントランスの壁には、映画「ローマの休日」で有名な“真実の口”が備えてある。空きスペースが出て、どうしようということになり、アイデアを募集したら“真実の口”の

提案が出た。それが採用となり、訪問客の間でも人気を集めているそうだ。正直に誠実に生きていこうという会社の思いを含めて設置している。おもしろいのは会議室の名称。会議室ごとにテーマを設けていて、世界のIT企業の著名人の名前を付けている。ソフトバンクの孫氏、Googleのラリー・ペイジ氏等の名前が会議室のプレートについている。最も奥にある会議室の名前は同社社長の工藤氏の名前が明記されている。いつか世界のIT企業の先駆者と肩を並べるようになりますようにという願いが込められている。