

特別企画

今、オフィス ニーズの 主役は誰？

業種・業界研究から紐解く
近年のオフィス移転動向

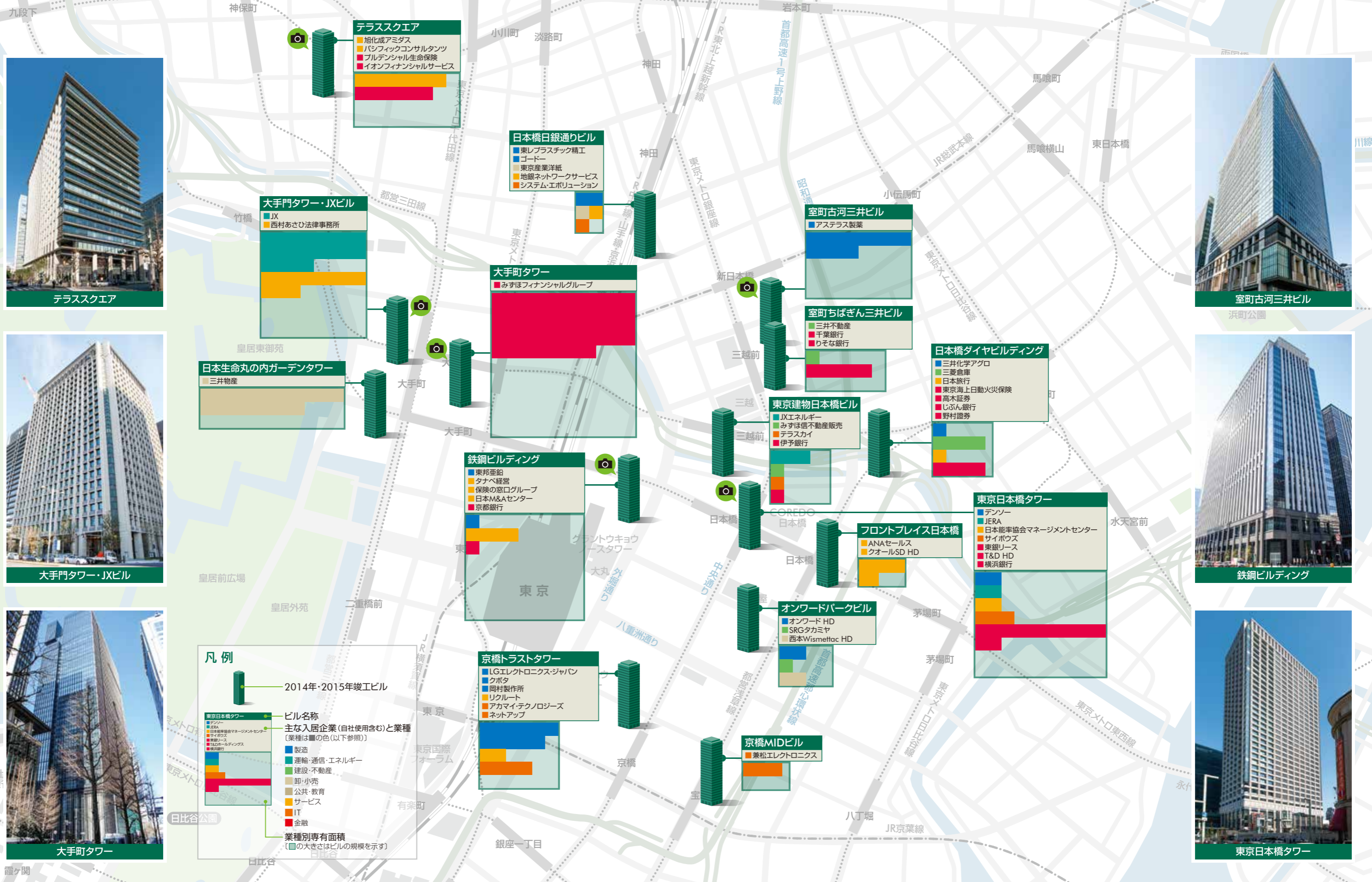
SPECIAL FEATURE

東京のオフィスマーケットは、これまで年を追うごとに逼迫の度合いを強めてきた。東京23区の空室率は、四半期ベースの調査で12期連続で低下を続け、需給バランスが取れている状態と言われる5%を大きく割り込み、最新の調査では2.9%と極めてタイトな状況となっている。移転を希望するテナントの選択肢が極めて少ないことに加え、中国経済の失速や米国金利政策、ヨーロッパの情勢不安といった将来の景気見通しに対する不透明感もあり、新規開設や大型移転に代表されるテナントの積極的な動きは、やや落ち着きを見せ始めたとする向きもある。東京では、今後2016年から2017年にかけて、年平均約19万坪の新規供給が計画されているが、この供給に対するオフィスニーズは、一体どのような企業群が担っていくのか。もちろん、明快な将来予測で答えを出すことなど誰にもできはしないが、本稿ではその問いに対するいくつかのヒントを記していきたいと思う。

東京オフィス市場のボトムは2012年後半から2013年にかけてであったが、移転の準備期間を考えると近年実施された移転は、ちょうどこのボトムを過ぎて計画を実行に移した企業群と言えるであろう。まさに、昨今の市場の活況ぶりを牽引してきた業種、業界、企業と言って差し支えない。次ページから掲載している東京駅周辺と東京都下の地図は、近年竣工したオフィスビルに入居したテナントから、業種別の移転動向を視覚化したものだ。もちろん、企業移転は新築ビルに限った話ではないが、ハイグレードビルの代表格とも言える新築ビルに入居する企業群を見ることで、昨今の業界別の移転動向をうかがい知ることができるだろう。掲載テナントは、おおむね300坪以上を使用していると想定される企業を選出し、「製造」「運輸・通信・エネルギー」「建設・不動産」「卸・小売」「公共・教育」「サービス」「IT」「金融」の8業種に分類。対象ビルは、

2014年と2015年に竣工した主だった賃貸オフィスビル35棟。各ビルの緑の枠は、延床面積から図化したおよその規模で設定しており、業種別の使用面積は、報道発表や各企業の使用フロアの状況から面積を概算してグラフ化している。使用面積はあくまで当社の想定値であり、加えて入居している全テナントを記載したものではない。また、1棟借りであっても延床面積と使用面積の違いがある点にご留意いただきたいが、それでも、入居テナントの使用スペースを加味して図化したことで、各ビルや各エリア毎の業務集積傾向の違いが把握しやすいだろう。特に、比較的伝統的な企業が多いハード系の業種を青～緑、逆に新興の企業が多いソフト系の業種を黄～赤で示した。その点もふまえてご覧いただきたい。

上記の記載、さらには企画タイトルにさえ矛盾してしまうが、昨今の企業群は、業種・業態でのセグメント分けの線引きが極めてあいまいで、加えて細分化していると言える。例えば、本稿の最後に移転ケーススタディとしてご登場いただいた「Booking.com」は、旅行業界における世界的大手企業であるが、その業務スタイルはITサービスであり、さらにeコマースでもある。また一口にIT企業と言っても、金融のシステムインテグレーターとゲームアプリ開発では市況は大きく異なるだろうし、製造業でもコンシューマー向け製品製造の家電業界と、工業部品や素材といったいわゆる「川上」の製造業とでは、大企業に限定したとしても景況感が様々なのは、あらためて説明するまでもない。そういった点をふまえ、企画後半は業界別視点での全体市況の解説と、今、ホットな業界を数件取り上げて解説を加えた。また、発展著しい業界・企業の拠点戦略として、前述のとおり「Booking.com」のカスタマーサービスセンター構築取材している。本稿が、昨今の移転トレンドを知る一助となれば幸いである。





虎ノ門ヒルズ森タワー



飯田橋グラン・ブルーム



大崎ブライトタワー



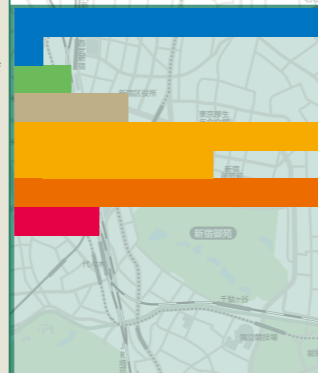
品川シーズンテラス



楽天クリムゾンハウス

虎ノ門ヒルズ森タワー

- バクスター
- ノバルティスファーマ
- 西松建設
- 国際キャリア・コンサルティング協会
- はこだて未来大学
- 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会
- ベイカレント・コンサルティング
- アサツーディケイ
- K&LゲイツLLP
- アールナイン
- ウォルトディズニー・ジャパン
- フリーマン国際法律事務所
- 日本ビジネスシステムズ
- シンプルクス
- オークローンマーケティング
- NHN PlayArt
- アイレット
- ステートストリートバンク
- 中国銀聯



住友不動産千代田ファーストウイング

- 三谷産業
- ニッコー



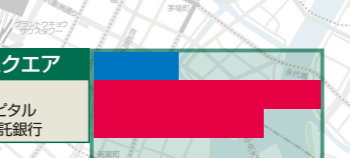
住友不動産平河町ビル

- LVMH フェンディ・シバンシイ



ビューリック虎ノ門ビル

- 虎ノ門中央法律事務所
- メディカルシステムネットワーク
- 磯野国際商標特許事務所



西新橋スクエア

- 日本水産
- 日立キャピタル
- SMBC信託銀行



フロントプレイス御成門

- 経済調査会
- 広友リース



住友不動産御成門駅前ビル

- 西松建設
- 旭化成アドバンス



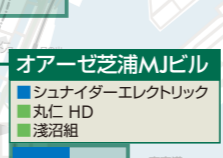
住友不動産三田ビル

- パンダイナムコ



芝フロントビル

- グローブシップ



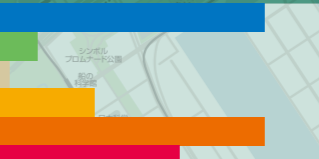
オアーズ芝浦MJビル

- シュナイダーエレクトリック
- 丸仁 HD
- 浅沼組



品川シーズンテラス

- オイレス工業
- SCREENセミコンダクターソリューションズ
- 日立金属
- 日東電工
- 丹青社
- SOU
- 日本メトロニック
- エムオーテックス
- レベルファイブ
- クロスキャット
- 富士通システムズ・イースト
- ジブラルタ生命保険



恵比寿ファーストスクエア

- スタイラ
- アレクシオンファーマ
- パンダイビジュアル
- ロイヤリティマーケティング
- VASILY



大崎ブライトタワー

- かんぽ生命



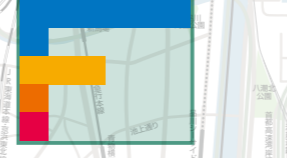
大崎ウィスタワー

- 日本写真印刷
- バリーカレポー・ジャパン
- 日立製作所
- クアーズテック
- コバレンドマテリアル
- フューチャーアーキテクト
- インディ・アソシエイツ
- ソネット・メディア・ネットワークス
- 信興テクノミスト
- キューブシステム
- ファミリーネット・ジャパン
- 第一フロンティア生命
- ネオファースト生命保険
- 損保ジャパンDIY生命



大崎ブライトコア

- コベルコ建機
- アズビル
- 中外製薬
- 巴工業
- FOXインターナショナルチャンネルズ
- NRIプロセスイノベーション
- Booking.com
- オリックス・レンテック



上野イーストタワー

- 日立グループ



飯田橋グラン・ブルーム

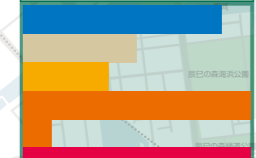
- ジェイアイエス
- テトラパック
- サムスン電子ジャパン
- IJ
- 前田建設工業
- NTTコムCS
- MSジャパン
- アイロムグループ



豊洲フォレシア

豊洲フォレシア

- ルネサスエレクトロニクス
- MMモバイルリンク
- RHTラベラー
- ムラヤマ
- SCCK
- ルナセンティス情報サービス
- 農中情報システム
- 三菱UFJリース



凡例

2014年・2015年竣工ビル

ビル名称

主な入居企業（自社使用含む）と業種（業種は■の色（以下参照））

- 製造
- 運輸・通信・エネルギー
- 建設・不動産
- 卸・小売
- 公共・教育
- サービス
- IT
- 金融

業種別専有面積（■の大きさはビルの規模を示す）

業界研究 「金融」「スマホ」「B to B」が市場のキーワード？ 今、ホットな業界はどこなのか。

近年の東京都心部におけるオフィスの移転動向を俯瞰すると、いくつかの業界が目立った動きを見せている。その筆頭が先の地図の赤色で示された金融業界だろう。「みずほフィナンシャルグループ」の2014年に竣工した大手町タワーへの移転。また、2010年に丸の内本店ビルを1棟借りした「三井住友銀行」は、2015年に日比谷通りを挟んだ向かい側に東館を建設し、一部の本社機能を移転させた。メガバンク3行のうち2行が東京駅周辺に新拠点を誕生させたことになる。また、地方銀行の動きも活発だ。日本橋は以前から地銀が集積するエリアであり、同地の再開発により誕生した新築ビルに、横浜銀行、千葉銀行、伊予銀行などが、次々と新拠点を開設している。半面、数年前ならこそって名が挙げられた外資系金融機関や、証券会社の社名は少なく、これらの業界の動きは落ち着きを見せているようである。

また、新築ビルへの移転では特に示されていないものの、保険業界も動きが出ている。同業界は、ネット保険の参入や情報漏えい回避のための執務空間のセキュリティ強化、「ほけんの窓口」のような代理店制度や銀行の窓口販売など、事業環境や営業手法が従来とは大きく異なってきた。そのため組織改編が多く、地域密着型の多拠点展開から、合理化に向けた組織の再編・拠点集約の動きが目立っている。大きめなフロアへの移転にはこのような背景があると見られる。

金融に関連して、現在、巷で話題になっているのがフィンテック(FinTech)だ。金融を意味するFinanceと技術のTechnologyを組み合わせた造語で、金融ITあるいは金融テクノロジーと訳される。具体的な例を挙げれば、専用機ではなくスマホによるクレジットカードの決済技術や、明細書から自動で家計簿を作成できるクラウドサービスなどがある。フィンテック企業の多くはベンチャーであり、従来なら丸の内や日本橋のビジネス街に拠点を構えるとは考えにくい。だが、例えば三菱地所が電通等と組んで、大手町にフィンテック関連企業の集積地「FINO LAB」をスタートさせた。さらには平和不動産が、日本橋兜町の自社保有ビルを利用した誘致活動を活性化させるなど、その成長性を見越しての「囲い込み」が始まっている状況だ。

金融とITの融合となれば、その恩恵をもっとも受けられるのが、eコマース関連企業だろう。B to C ECの詳細は次

ページに譲るが、2014年の日本国内のB to B ECの市場規模でも280兆円に達しているという。こうした取引を実現しているのが、安定して稼働するシステムの構築、迅速に情報を伝達する技術、安心できる取引決済、外部の攻撃から情報を保護するセキュリティである。さらにeコマースだけでなく、企業内のシステム構築でもクラウド技術が導入されるなど、近年のIT業界の重要性は高まっている。移転動向を見ても、様々な業種・業界のシステムインテグレーター、ソフトウェア開発企業が名を連ねている。

昨今の消費マーケットのキーワードは、なんとと言ってもスマホの普及と消費行動の変化と言って過言ではない。2015年上期には楽天の利用者のモバイル比率が過半数を超えたことからわかるとおり、今やスマホがネット通販の主演、ひいては無視できない消費行動の一翼を担うようになっている。このためスマホゲーム関連企業や、ポイントシステムを提供する「ロイヤリティマーケティング」のような消費関連サービス企業の業務拡大に伴う移転が目立ってきている。こうした傾向は、例えば、スマホの伝導性フィルムを作る「日東電工」のような、独自の技術を提供する素材や部品のメーカーにも関連しており、部品・素材製造企業が移転動向にも多く顔を出している。ただし、同業界は伝統的な企業が多く、業績拡大による拡張というだけでなく、移転を機としたスペースの合理化や、社員の意識改革といった旧態からの脱却の目的が含まれていることが多い。

近年の移転動向でもう1つ目に付くのが、コンシューマーではなく企業を対象としたプロフェッショナルサービスを展開している企業群である。例えば、10ページで紹介する法律事務所では、四大事務所のうち3つが移転。また、経営や建設、医療に特化したコンサルティング会社、M&A関連サービス、特許事務所、ネット広告代理店、さらには経理会計系の人材派遣に特化した「MSジャパン」や、教育・採用コンサルティングを展開する「アールナイン」などが目を引く。ビジネスのグローバル化への対応や、本業集中を目的とした事業会社のアウトソーシングが加速したものと思われる。

いずれにしても、賃料負担が高い新築のハイグレードビルへの入居を実現しているこれら業界の躍進が、今後数年の日本の景気を先導していくことになるだろう。

業界研究 Vol.1

eコマース

経済産業省が2015年5月に発表した、電子商取引に関する市場調査によると、2014年の日本国内のB to C EC(消費者向け電子商取引)の市場規模は、前年比14.6%増の12.8兆円にまで拡大している。登場以来、右肩上がりの成長を続けてきたこの業界の勢いはとどまるところを知らず、2020年には20兆円に達する可能性が見えてきた。この業界の二強は、自社で在庫を仕入れ即日配送を実現する「アマゾン」と、昨年、二子玉川に集約移転を果たした国内eコマースの雄「楽天」で、どちらも商品が多岐にわたる総合ネット通販である。この他、アパレルやオフィス用品、医薬品などに特化したサイトをはじめ、「e+(イープラス)」のようなチケット販売、さらには実商品でなく、「ウェブクルー」が運営するような価格比較情報や、宿泊予約、飲食店情報といったサービスを提供するサイトもeコマースと言っていいだろう。最近では、実店舗を持ちながらオムニチャネル化を目指す家電、衣料、スーパーが、続々と参加している。こうした、ネット通販の拡大を支えているのがスマホの急速な

普及である。PCがなくても、いつでもどこでも買い物ができる手軽さが、購買の大きな動機付けになるからだ。もう1つ、まだ規模は小さいがC to C ECも注目される。スマホ向けのフリーマーケットサイトを運営する「メルカリ」などは、双方のいいとこ取りと言える。

あまりに身近になったことから当たり前前に感じがちだが、こうしたサイトを有効に運用するには、ITネットワークが重要なことはいままでもない。データの配信を最適化するCDN(コンテンツデリバリーネットワーク)の最大手である「アカマイ・テクノロジーズ」をはじめ、ソリューションプロバイダーの「テクマトリックス」、eコマース市場の購買分析ツールで名高い「アドウェイズ」などが近年、移転を実施していることから、業績の好調さをうかがわせる。とは言え、eコマースが小売全体に占める普及率は3%に過ぎない。今後目が離せない業界の筆頭と言えるだろう。

eコマース 近年の主な移転

- 2015年3月、フリマアプリの「メルカリ」が六本木7丁目から近隣の六本木ヒルズ森タワーに本社移転
- 2015年5月、eコマースITソリューションのプロバイダー「テクマトリックス」が、高輪と御殿山の本社を港区三田の国際興業三田第2ビルに統合移転
- 2014年6月、スマートフォン向け広告事業を展開しeコマース市場購買分析ツールで名高い「アドウェイズ」が、近隣ビルから住友不動産新宿オークタワーに拡張移転
- 2014年インターネットチケット販売の「e+(イープラス)」が大崎から恵比寿ガーデンプレイスタワーに本社移転
- 2014年7月、各種保険の比較見積りサイト・保険スクエアbang!やスリットを運営する「ウェブクルー」が、渋谷から恵比寿ガーデンプレイスタワーに本社移転
- 2014年9月、CDNのトッププロバイダーで世界中のeコマース企業にネットワークサービスを提供する「アカマイ・テクノロジーズ」が、虎ノ門から京橋トラストタワーに本社移転
- 2015年6～9月、日本最大のインターネットショッピングモール・楽天市場を運営する「楽天」および楽天グループ各社が、品川他都内各所から二子玉川の楽天クリムゾンハウスに統合本社移転
- 2014年9月、多チャンネルで商品販売を行うショップジャパンを運営する「オークローンマーケティング」が東新橋から虎ノ門ヒルズ森タワーに本社移転



業界研究 Vol.2

法律事務所

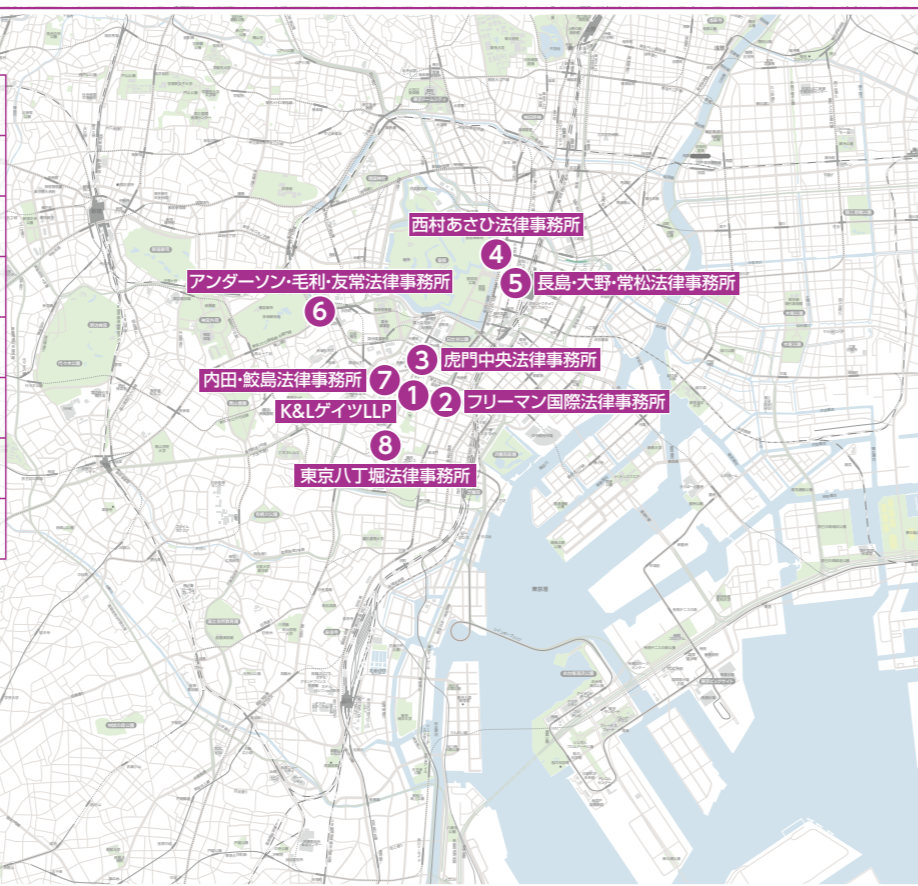
2014年3月末時点で、我が国には15,325の法律事務所がある。所属弁護士数のランキングでは、上位100位で18人、50位でさえ27人という小規模なものがほとんどだ。だが、その一方で所属弁護士数300人を超える巨大な事務所も存在する。それが四大法律事務所と呼ばれる「西村あさひ」「長島・大野・常松」「森・濱田松本」「アンダーソン・毛利・友常」の各法律事務所である。これらの事務所に共通するのは、大手企業を顧客にし、M&Aや株主総会の運営、および海外との折衝を行う渉外案件を中心に据えていることだ。国内に初めて弁護士100人規模の事務所が誕生したのは2000年の長島・大野・常松の合併による。その名が示すとおり、大手法律事務所はそれ以降、積極的に統合を繰り返すことで、わずか15年の間に拡大を続けてきた。これは2003年の外弁法改正による外資系弁護士事務所の活動の自由化に先駆けたものである。さらに司法制度改革により、2006年からの新司法試験導入以降、年2,000人規模の新人が誕生し、弁護士数は10年前の約1.5倍に増えて

いることが背景にある。

注目すべきは、四大事務所のうち3社が2013年以降オフィスを移転している点だ。近年、国内企業の中国やインド、東南アジア圏への業務が拡大している。様々な言語、各国の法律と照らし合わせて業務を遂行するには、大勢のメンバーのコミュニケーションによるチームワークが欠かせない。それが個室スタイルの一般的な法律事務所から、広いワンフロアのビルへの移転に向かわせた一因であったと思われる。一等地のハイグレードビルへの移転は、優秀な人材の確保にも有効な手段。また、各社の移転計画のスタートが移転から2、3年前だと考えると、当時の東京のオフィス市場はちょうどボトムから上昇局面へと転じる頃であり、オーナーサイドがキーテナントとして積極的に誘致したことも要因の1つとして挙げられるかもしれない。拡大したといっても、欧米の超大手事務所と比較すれば国内法律事務所の規模はまだ小さい。今後の国内企業の海外展開によっては、さらなる成長が見込める業界である。

法律事務所 近年の主な移転

- 1 アジア太平洋地域における最大規模の米系法律事務所「K&LゲイツLLP」が霞が関から虎ノ門ヒルズ森タワーに移転
- 2 「フリーマン国際法律事務所」が虎ノ門ヒルズ森タワーに入居
- 3 2015年8月、「虎門中央法律事務所」が新橋1丁目からヒューリック虎ノ門ビルに移転
- 4 2016年1月、業界最大の「西村あさひ法律事務所」が赤坂から大手門タワーJKビルに移転
- 5 2015年5月、「長島・大野・常松法律事務所」が長年居を構えてきた紀尾井町から東京駅前のJPタワーに移転
- 6 2013年7月、「アンダーソン・毛利・友常法律事務所」が六本木1丁目から元赤坂の赤坂Kタワーに移転
- 7 2015年8月、知的財産や技術法務で名高い「内田・鮫島法律事務所」が西新橋から虎ノ門2丁目の虎ノ門ツインビルディング東棟に移転
- 8 2014年1月、四半世紀にわたり八丁堀で業務を行ってきた「東京八丁堀法律事務所」が港区麻布台のCR神谷町ビルに移転



業界研究 Vol.3

旅行業界

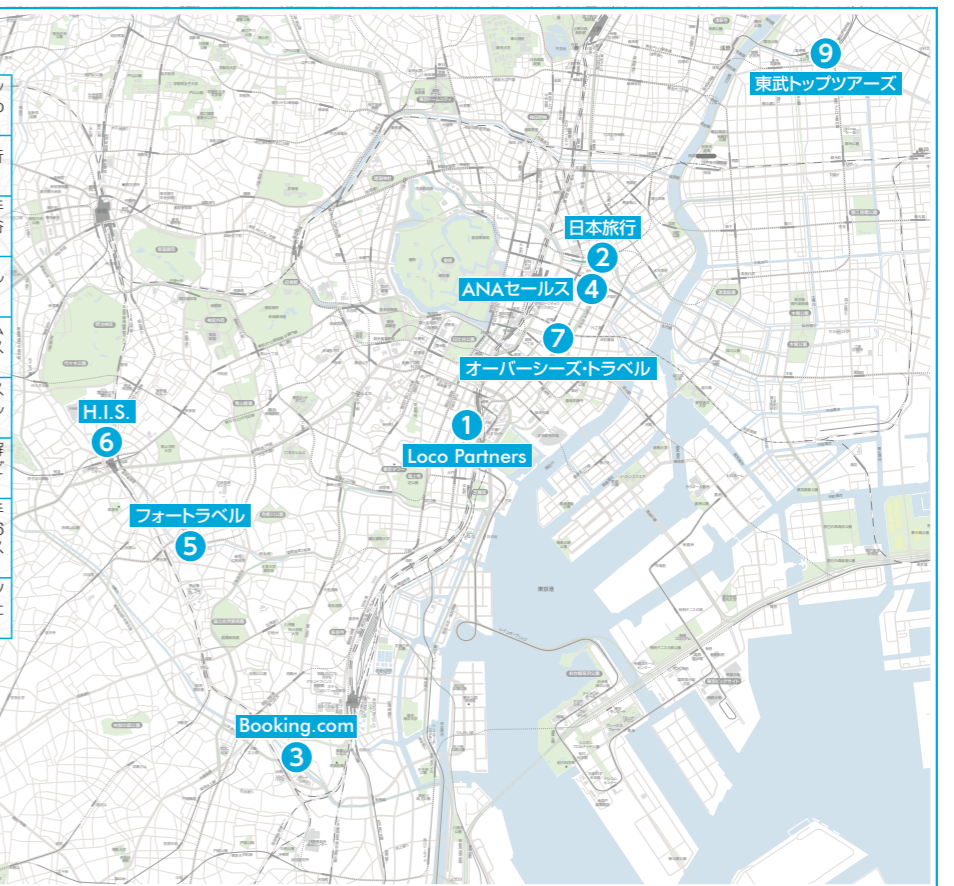
2016年1月の観光庁の発表によると、2015年の訪日外国人旅行者は過去最高の1973万7千人に上った。これは前年比47.1%の増加であり、政府が観光立国を目指し目標とした訪日客1000万人を突破した2013年から、さらに掲げた2020年に2000万人という数字を、わずか2年でほぼ達成したことになる。訪日客の多くは東アジアからで、もっとも多い中国の499万人、韓国400万人、台湾368万人と、3ヶ国だけで全体の約3分の2を占める。彼らによる「爆買い」は、連日報道されるとおりで、ホテルや小売業、外食産業に大きな利益をもたらしている。一方、日本からの海外旅行者だが、2014年は1690万人と、2012年来の微減傾向にある。円安やエボラ出血熱などの伝染病に対する不安が影響していると見られる。

我が国で、観光を目的とした海外旅行が自由化された1964年以來、業界をリードしてきたのが、航空券や宿泊先を仕入れて販売する旅行代理店だ。パッケージ・ツアーが隆盛を極め多くの日本人が海外旅行を余暇に取り入れたが、収益性が低い

ビジネスモデルゆえに、代理店数は1997年以降、減少傾向が進んでいる。こうした流れに対抗すべく、代理店最大手の「JTBグループ」は、分社化により国内旅行を強化。一方、東武トラベルとトップツアーによる「東武トップツアーズ」のように、統合合併を果たし、新社屋に移転するケースもある。「日本旅行」や「ANAセールス」も同様に体制強化を目指して移転している。もう一つの大きな流れが、ネット系代理店の登場だ。国内・海外を問わず多様化する旅行ニーズに対応すべく、既存の代理店の商品仲介だけでなく、宿泊先予約に特化するなど、様々な形態のサービスを提供することで近年、急速に成長してきた。2014年には楽天が「楽天トラベル」を完全子会社化し、グループ全体を本社ビルに統合して体制強化を目指すほか、「Loco Partners」も拡張移転を果たした。またこの分野では、宿泊予約サイト最大手の「Booking.com」や「トリップアドバイザー」など、外資系企業の参入も多く、群雄割拠の状況にある。

旅行業界 近年の主な移転

- 1 2015年3月、高級旅館・ホテルの予約サイトrelux(リラックス)を運営するインターネット総合旅行代理店「Loco Partners」が港区新橋の新橋菊栄ビルに拡張移転
- 2 2015年1月、長く新橋駅前に拠点を構えてきた大手旅行代理店「日本旅行」が日本橋ダイヤビルに本社移転
- 3 2016年1月、オンライン宿泊予約サイト世界大手「Booking.com」が、カスタマーサービスセンターを渋谷から大崎フライトコアに大規模拡張移転
- 4 2014年3月、全日空グループの旅行代理店「ANAセールス」が、新橋・汐留からフロントプレイス日本橋に本社移転
- 5 2014年12月、旅行情報・比較サイトを運営するカカコムグループの「フォートラベル」が、近隣から恵比寿ファーストスクエアに本社移転
- 6 2015年11月、大手旅行代理店「エイチ・アイ・エス(H.I.S.)」の渋谷本店が、マルイシティ全館リニューアル後の渋谷モディ地下1階に移転リニューアル
- 7 2014年3月、「オーバースーパートラベル」が入居ビルの解体に伴い本社業務部・営業部を中央区銀座の銀座大栄ビルに移転
- 8 2014年4月、「楽天」がオンライン旅行予約サービス大手の「楽天トラベル」を吸収合併し完全子会社化。2015年6～9月、グループ全体が二子玉川の楽天クリムゾンハウスに本社移転
- 9 2015年4月、2013年合併の「東武トラベル」と「トップツアー」が「東武トップツアーズ」に社名変更し、同時に本社を東京スカイツリーイーストタワーに移転





新カスタマーセンターの構築で 事業成長の促進を目指す。

オンライン宿泊予約サイト世界最大手「Booking.com」の日本法人、ブッキング・ドットコム・ジャパンが、2016年1月、大崎ブライトコアに新カスタマーサービスセンターを開業した。急成長を遂げる業界の新オフィスは、どのようなポイントを重視し、そしていかなるワークスペースを構築したのか。その過程をおうかがいした。



ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社
Booking.com

世界最大の宿泊予約サイトを 支えるカスタマー・サポート

我が国において海外旅行と言えば、かつては大手旅行代理店が企画したパッケージツアーが主流だった。しかし今日では、インターネットの普及やLCC(ローコストキャリア)の登場などを背景に、旅行を自らプロデュースし、予算に応じた目的地や宿泊先を決め、航空機のチケットを手配する、アクティブな旅行者が急増しているという。ネット上を眺めれば、旅行関連のサイトが数多く立ち上がり、そこでは様々なサービスが提供されている。

こうした中、世界最大のオンライン宿泊予約サイトを運営し

ているのが、ブッキング・ドットコムである。同社は1996年、インターネットが民間に普及した直後に、オランダ・アムステルダムに設立された。そして創業20周年を迎える今日、世界60ヶ国以上に173のオフィスを展開し、1万人以上の社員を有する企業に成長しており、現在でも、世界のどこかで、毎日のように新たなオフィスが開業している状況にあるという。

世界212の国と地域で85万軒以上の宿泊施設と提携し、1日当たり95万泊以上の部屋が予約される。2014年度の売上は日本円に換算して9120億円と、前年度比33%増を記録し1兆円に迫る勢いだ。手数料収入のみでこの金額を売り上げていることを考えると、宿泊予約サイトのみならず様々なeコマース企業と比較しても、トップクラスの規模を誇っていると

言えるだろう。
「私たちのミッションは、観光・レジャー、出張利用等すべての旅行者が、世界中の宿泊施設を、ご予算に合わせて簡単に検索・予約し、最高の宿泊体験ができるようにサポートすることです」。そう語るのは、カスタマー・サービス部門のアジア太平洋リージョナルディレクターであるエフエム・モック氏だ。その言葉どおり、同社におけるカスタマー・サポートの意義は大きい。

宿泊予約だけでなくWeb上で完結するが、言葉が通じないかもしれない海外に向かう旅行者にとって、頼れる相手はカスタマー・サポートしかない。それだけに、問い合わせや予約内容の変更、クレームまですべてに対応しなければならず、常に電話かメールが入ってくる。2015年に扱ったサービスの4800万件という数字が、その重要性を物語っている。言い換えれば、彼らの対応ひとつで会社の評価が決まるわけであり、質の高いサービスを提供することこそが、企業成長の原動力だと言えるのである。そのために同社では、世界14ヶ所にカスタマーサー



ビスセンター(以下CS)を置き、4,500人のスタッフが365日24時間対応している。65ヶ国の人員で構成されるメンバーは、いずれも英語、およびいずれかの言語に精通したバイリンガルであり、計42ヶ国語に対応している。海外のCSにも日本人スタッフがおり、いつかけても日本語で対応してもらえる。他の言語でも同様だ。

急拡大する人員の確保と 執務環境向上のために移転を決意

同社の日本法人であるブッキング・ドットコム・ジャパンのCSが、2016年1月、大崎ブライトコアに移転を実施した。日本に進出したのは2009年、渋谷にレンタルオフィスを借り、宿泊施設と提携を結ぶ営業部門1人が駐在する形での業務スタートだった。それが1年後には10名以上に増え、2011年2月には渋谷マークシティにオフィスを借りることになる。

「提携施設様が増えることでインバウンド(訪日客)利用が多くなったのは事実ですが、近年ではそれ以上にアウトバウンドのユーザー数も急拡大しています」というモック氏の言葉を裏付けるように、時差の関係もあって米国とオランダのCSで日本をカバーすることが難しくなり、2013年1月、日本国内のCSが渋谷本社内に4名体制でスタートした。さらに3月には15名、その後もスタッフは増え続け、これまで会議室として使っていたスペースをCSにしても入りきれない事態となる。そのため、7月には事務・営業部門が表参道に転居し、124坪のオフィスをすべてCSとして改装、席数も40席から74席に拡大した。だが、その後も一度の求人募集で10~15名を採用しており、さらに入社後5週間と規定している研修のためのトレーニングルームの必要性も高まってきていたという。



「今回の移転の最大の理由は、言うまでもなく手狭になったスペースを拡張するためです。当社にとっては人材が財産ですから、快適に働ける執務環境を作ることは、仕事しやすいだけでなく、バイリンガルの人材を確保するためにも重要なことなのです」。そう語るのは日本法人総務部長の下島朋子氏である。

世界各地に展開される同社のグループのオフィス群は、各都市でも一等地のハイグレードビルに入居している。もちろん、優秀な人材を集めやすくするためだ。加えて、同グループには、従業員1人当たりのスペースから、内装、什器備品までを細かく規定したグローバルガイドラインが存在する。例えば、「いつでも水分が取れるよう、オフィス内に水場を用意する」といった具合である。こうしたガイドラインは、ブランド力を高めるために2013年にグローバルスタンダードが規定されたが、渋谷マークシティ内のオフィスはこれらの条件を満たしていなかった。そのことも含め、2014年末には新オフィスを探すことが急務となった。移転先の条件は、ワンフロアで500坪程度の広さがあること。これは旧オフィスの3倍の広さである。そして、移転に際し今いる社員の負担が極力少ないことと、バイリンガルなスタッフを採用しやすいことであった。

移転に当たってはCBREの協力を求め、当初は渋谷近辺で候



補先を探したが条件に見合う物件がなかった。その後はエリアを広げ、都内の山手線内外から横浜まで、50件近い物件をリスト化。その中から十数ヶ所に候補を絞ったところで、アムステルダムのリアルエステート部門専属の社員が2名来日し、1日半かけて内覧を行い3ヶ所に絞られた。その後、オフィスから45分で、どこまでが通勤可能圏内かをシミュレーションした結果、現在の大崎ブライトコアが選ばれた。広さに加えて新築だったことも、大きな決定要因だったという。

世界的レベルのオフィス環境の実現に向け 時差を超えた週1のミーティング

オフィスの最終候補が絞られたのは2015年3月。その直後から、4月の最終契約を待たずに移転に向けてのプロジェクトがスタートした。メンバーはPMの中心となるアムステルダムのリアルエステートチーム、アジア地域のカスタマー・サポートを統括するモック氏とCSのチームリーダー、日本の総務、およびCBREのメンバーという陣容である。彼等によりオランダ、シンガポール、日本を股にかけた時差を超えるテレビ会議が週に1回のペースで催されプロジェクトの情報が共有された。また、細部の調整に関しては、夜中であってもメールが行き交っていたという。「当社の組織はオープンでフラットな関係なので、お互いが主張すべきことは主張する、というスタンスで臨んでいました。それに、物件はもちろん、ファシリティなどにも詳しい、外部の専門家が加わってくれたことで、内装などの細かい点も、比較的スムーズに進めることができました。11月までのわずか9ヶ月で移転を実施できたのは、こうした点が大きかったのでしょう」(下島氏)。

働きやすさと遊び心が融合した 快適さに溢れたオフィス空間

こうして誕生した新CSには、現在、約100名のサポート・スタッフが在籍している。内部を見ると、ガイドラインに規定されたとおり、音量や酸素濃度までが守られている。また、会議室の壁には世界各地の観光地の写真を散りばめた中に会社のロゴマークをあしらった、ディスティネーションウォールと呼ばれるグローバルで統一されたデザインが施されている。

その一方で、執務空間の内装の自由度が高いのも特徴だ。各国のオフィスも、グローバルに沿いながらローカルの特色を取り入れているという。このオフィスでは、山手線をモチーフに構成された。またミーティングルームには、国内外の都市名がネーミングされている。例えば、2つのトレーニング・ルームは三田と早稲田、打ち合わせ用のスペースには六本木や銀座、休憩室には秋葉原の名を冠し漫画やゲーム機まで置かれている。動物のオブジェを置いたリラックススペースは上野、食堂には渋谷と浅草をイメージしたテーブルのレイアウトを施すといった具合に、遊び心が溢れている。これらは、移転を社内発表した夏以降、社員の意見を取り入れた結果である。休憩中に仮眠したいという要望に応え、ファーストエイドの救護室にはリクライニングチェアを用意した。また、6割以上を女性が占める人員構成の中、育児中の女性のために安心して搾乳も保管できる冷蔵庫まで完備しているほどだ。「シフトで決められた休憩時間以外、席を立てない彼らに、いかに時間を有効に使ってリフレッシュしてもらえるかが大切なのです」(下島氏)。

彼らが使用する椅子や机はオランダから輸入したもので、天板は最大140cmまで昇降する。長時間座ったままだと心身とも



にストレスが溜まるので、立った状態でも業務ができるようにするためだ。食堂に自販機を入れたほか、執務室内にコーヒーマシンを設置。食堂で提供される弁当は無料で、ベジタリアンなどのニーズにも対応している。時間をかけずに気軽にリフレッシュするための、至れり尽せりの配慮である。

「2020年の東京オリンピックに向けて、インバウンドの需要がさらに増えることは間違いありません。また、国内旅行で当社のサービスを利用するユーザーも急激に増えています。こうしたニーズに対応するために、宿泊先の登録数をさらに拡大する予定ですし、当然、カスタマー・サポートも忙しくなるでしょう。そのためにも、今後もオフィス環境のアンケートを続けて、より良い環境を提供していきたいと思っています」(下島氏)。

現在、140名超まで対応するこのオフィスが手狭になる日も、そう遠くないかもしれない。

