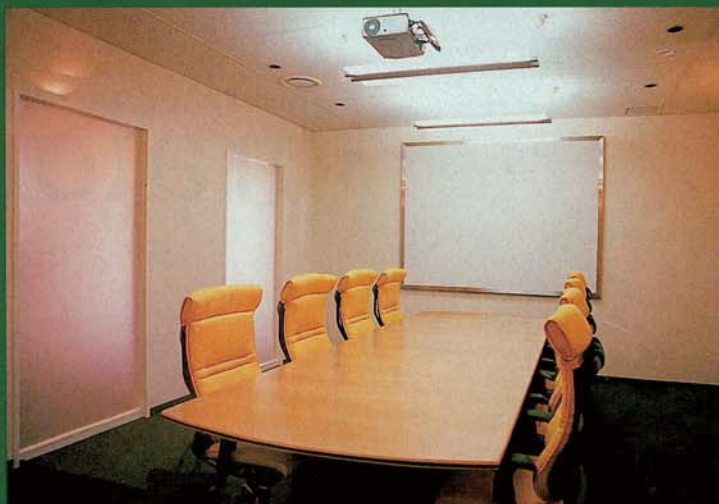


# トリトンスクエアオフィスタワーに 存在するWeb生産工場



Introduce—  
**init**  
イニット

▲(株)イニット受付



▲社内では「黄色」と呼ばれる会議室

Webを生産ラインで制作する、と言ってもピンとこない人がほとんどだろう。確かにベルトコンベアがあるわけではないし、作業着を着た人が座っているわけでもない。しかし、整然と並んだオフィスの机を一工程ずつ移動するうちに、一定の品質が保たれたWebは完成していく。

そんな工程を重視してWebを生産する手法を生み出した(株)イニットは、自社のオフィスを「e-Factory」と呼ぶ。

Web Solution Integrator

生産ラインに乗って、  
の高いWebがどんどん



▲広いスペースでライン状に並ぶ机

クリエイティブタイ  
ン完成していく



Web



▲Webの映像や音楽を作る防音室

egrator

◀▲「かんばん」の数々

## ■ 工程で作るクリエイティビティー

インターネットのWeb(ホームページ)を制作する会社というと、狭く散らかった部屋で不健康そうな人たちが、髪を振り乱しながらパソコンに向かっている、というイメージがわく。しかし、今回紹介する(株)イニットは、その逆だ。300坪のスペースに個々の大きな机が、整然と並ぶ。その様子は、まるで生産工場のラインだ。そして壁には様々な工程表が貼ってある。ここでWebを作っているとは、にわかには信じがたい。

同社は、1996年に5.5坪のオフィスでスタートした。当初は製品に人による品質のバラつきが多く、収益もなかなか上がらなかったようだ。その後、1997年にトヨタ自動車(株)のWebコンテンツの制作を請け負い始め、それが縁でトヨタ生産方式の指導を受けて、同社は大きく飛躍する。その方式は、「品質は工程で作こむ」と「かんばん」という言葉に集約できる。

同社の早見泰弘社長は語る。「Webのマーケットニーズは非常に多く、その方法論を語る人は多いのですが、その後の生産工程が、十分成熟していません。この部分を改善しなければ、市場全体が伸びないと思いました」。そこで同社は、企画・立案が中心のWeb業界で、「企画・制作・運用」の3ステップを、まとめて請け負うことにした。特に力を注いだのが制作工程だ。企画ができたWebは、業務調査室から、ラインの出発点であるスケルトン(骨組み)制作に送られる。スケルトンが完成すると業務調査室に戻され、次はデザイン部門に送られる。デザインができると業務調査室を通してHTMLコーディング部門に送られる。というように、業務調査室を通じて一つひとつラインを移動していき、終点であるシステム設計から業務調査室に戻されるとWebは完成だ。そして120人で作る工程ラインを、4人の業務調査室スタッフが見守る。まさにWeb工場であるから、同社がこのシステムを「e-Factory」と呼ぶ理由がわかる。



▲ラインを管理する「業務調査室」

▼ラインのかたわらに設けられたミーティングスペース



## ■ トリトン移転で大きく飛躍する

そして、この5月のトリトンスクエアへの移転で、「e-Factory」システムはより大きく花開く。早見社長によると「以前は3フロアに分かれて業務を行っていましたが、どうしても全体の流れがつかみづらかったのです。そこで「e-Factory」をワンフロアに収められるオフィスを探し出しました」。移転後は、ワンフロアの端から端へ、業務が一工程ずつ流れていく。業務調査室が同一フロアにあるため、滞ったときも対応が早い。そして壁に貼られた様々な工程表「かんばん」を見ると、現在だれがどんな仕事をしているか、この仕事の進捗状況はどうか一目でわかる。今後どんな仕事を受注されそうかまで知ることができるので、「私は次にこの仕事がしたい」と立候補することもできる。そのため積極的に仕事をする人が増えたという。

また、ちょっとした打ち合わせをしたいとき、いちいち会議室に行かなくても済むように、ラインのかたわらにミーティングスペースを数多く確保している。ほかにもスタッフがより親密になるなど、「e-Factory」をワンフロアにまとめたことは大成功だった。同社が請け負う企業の数や名前を見ても、成功ぶりがわかる。

「Web業界はまだまだ発展途上。だからきちんとものを作ることで、顧客満足度を高めていきたい」と、早見社長は語る。質が伴わなければ、Web業界自体の伸びる需要も伸びなくなってしまうという危惧が、彼にはあるようだ。Webの安定した品質をキープするためには、オフィスから独創的に改良してしまう。これが真のクリエイターの、あるべき姿なのだろう。