

日本マイクロソフト株式会社における FMの成功事例(1)

マイクロソフトは設立25周年を契機とし、「日本マイクロソフト」として新たなスタートをきりました。日本に根付き社会に貢献できる企業を目指し、本社オフィスの移転をその重要イベントとして位置づけました。FMの手法を取り入れコストの最適化と適切なサービスレベルでの運用に取り組み、社員の快適な環境の実現しました。

日本マイクロソフトが目指すべき企業像

- お客様に顔が見え、親しまれ、かつ尊敬される企業
- パートナー様との密な協業を推進できる企業
- 前向きで生き生きとした人材にあふれ、仕事を通じて自己の成長を実現できる企業
- ビジネス市場、コンシューマー市場において、常に革新的な技術をお届けできる企業
- 日本社会に根ざし、良き企業市民として、社会に貢献できる企業

これらの企業像実現にあたり、経営戦略からオフィスづくりを一気通貫で実施し、プロジェクトのスタート時より経営指針を基に、社員やマネージャと共に、目指すべき企業像からオフィスへの具体的施策の浸透にむけて度重なる働きかけを行いました。

日本マイクロソフトにおけるFM

日本マイクロソフトが目指す企業像を実現するため、どのような場創りをおこなうべきか。

- 連続性のある FM運営
- コアビジネスであるICTを使った先進的な場創りと効率的なFM運営
- 環境負荷を低減するための取り組み

これらの運用を実施するために 専門知識を有するパートナー企業の協力得て。数値の見える化やデータベース化。ライフサイクルコストを視野に入れた運用を実施することにより

いままで以上のWork Placeの構築を実施し、社員、経営層の満足度の高いオフィスが完成し、順調な運営を行うことができた。



日本マイクロソフトの変遷

- 1985 千代田区三番町に日本法人設立
- 1989 西新宿木村屋ビル
- 1993 笹塚NAビル
- 1998 小田急サザンタワー
- 2006 赤坂オフィス (*1)
- 2007 初台オフィス
- 2008 九州支店 (*2) (*3)
- 2011 品川グランドセントラルタワー

“One Microsoft” 社員が一丸となった環境創造と「日本に根付き、信頼される企業」に向けた変革

日本マイクロソフトにおけるFM運営の特徴

FM手法を活用したオフィス運営

連続したPDCAサイクルの実施

新しい価値の再創造

Business Planとの連動

最先端のテクノロジー

コアビジネスを利用したワークプレイス創り

生産性を高めるワークプレイス

ICTを利用した仕組みづくり

FM運営におけるEcoSystemの確立

快適性を照度削減

社員が気が付かないEcoな取組み

ICTを利用した効率化

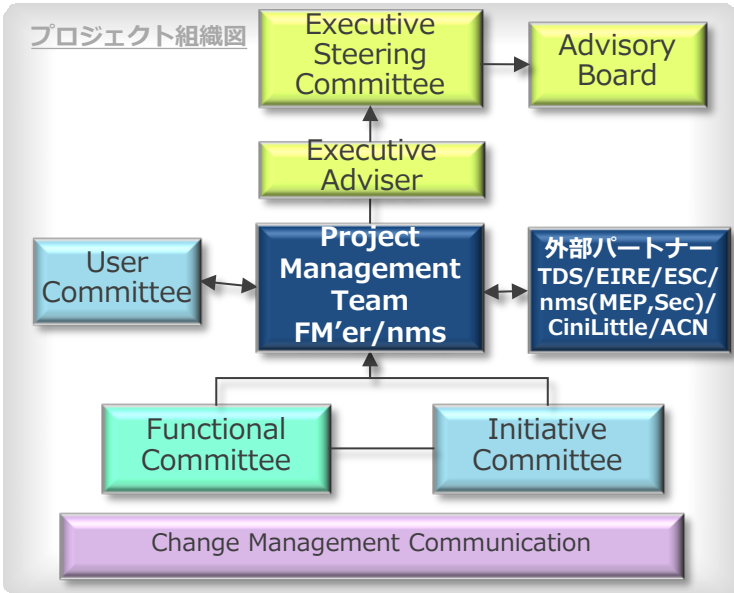
(*1) : 新宿本社・赤坂オフィス 第20回「日経ニューオフィス賞」情報賞

(*2) : 九州支店 第22回「日経ニューオフィス賞」

(*3) : 新品川本社ビル 第24回「日経ニューオフィス賞」 経済産業大臣賞・クリエイティブオフィス賞
テレワーク協会 第12回「テレワーク推進賞」会長賞を受賞

日本マイクロソフト株式会社における FMの成功事例(2)

一貫通貫のオフィスづくりを実現する組織体制 ～トップから社員まで全社の意識変革～



社長が主催する Executive Steering Committeeを承認機関とし、経営戦略とオフィス構築が密接な連携を取りながらプロジェクトを進行できる組織体制としました。

オフィスの変革として新たな付加価値を創出すべく、部門横断組織を立ち上げ、お客様対応 (CRM: Customer Relation Management) 、環境、ワークスタイル変革に向けての検討をしました。

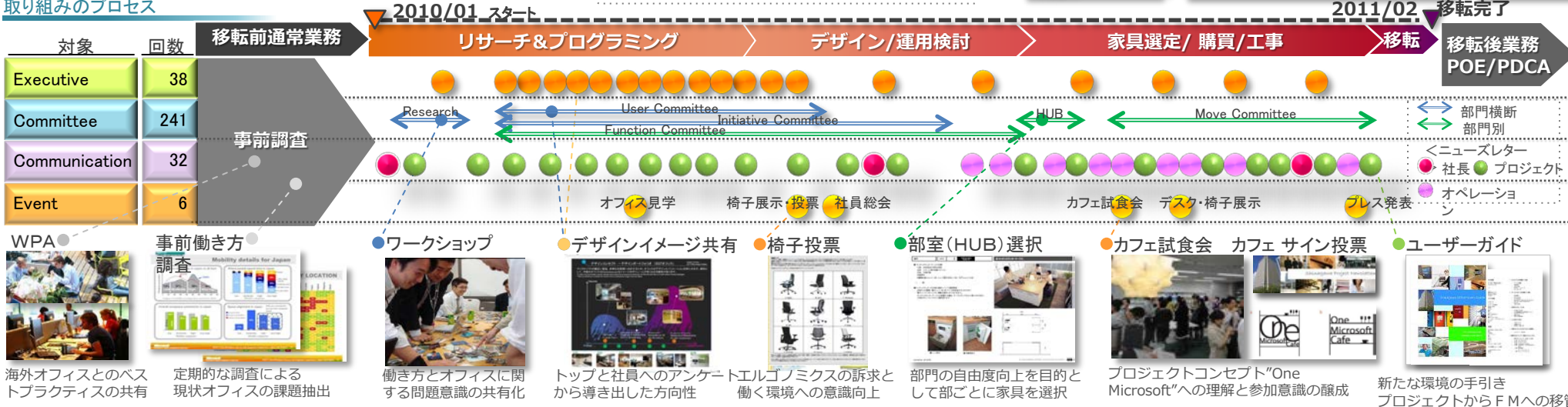
社員ひとりひとりの参加意識を醸し、新しい働き方とオフィスを理解するためのプロセスとしてチェンジマネジメントを実施。ニュースレター、数々のイベント、プロセスの可視化を行い 社員全体がオフィスについて考える場を共有しました。

- 承認機関・アドバイザー
- 部門横断情報収集・検討機関
- 部門情報収集アクション
- 全社対象調査・アナウンス

組織	目的	実施回数
Advisory Board	最終承認機関	14
Executive Steering Committee	プロジェクト活動に対する意思決定機関	8
Executive Adviser	プロジェクトマネジメントチームに対するアドバイザー	16
User Committee	各部門の代表者により、新しい働き方の検討	7
Initiative Committee	全社横断的に議論が必要な要件についての検討機関	CRM:27 環境:23
Functional Committee	各部門の要望、要件、働き方に関する情報収集 特殊要件の情報収集	103
Change Management Communication	ニュースレター、社員総会 チェア、カフェメニュー投票	32
Project Management Team	プロジェクトの運営 外部パートナーの調整	54

nms: 日建設計マネジメントソリューションズ TDS: ザ・デザイン・スタジオ EIRE: エイラシステム ESC: 映像システム CiniLittle: シニリトルジャパン ACN: アクセンチュア

取り組みのプロセス



日本マイクロソフト株式会社における FMの成功事例(3)

テナントビルでの費用対効果の高い環境配慮

ソフトウェアとテクノロジーには世界中の人々や企業が環境維持を促進するのに役立つ能力があります。マイクロソフトではGo-Greenのバーチャルチームを中心に、画期的なテクノロジーと信頼できるビジネスプラクティスを活用して世界中の環境問題の解決に取り組んできました。

対象領域ごとに現状課題の抽出、削減シナリオ、削減効果、移転後のオペレーションを検討したうえで6つの評価指標により実施内容を策定しました。

環境対策の6つの評価指標

- ① 目標達成度 (削減率)
- ② MSテクノロジー(先進性)の活用
- ③ 社会的な視点
- ④ 投資回収 (経済効果)
- ⑤ 現場負担
- ⑥ 環境投資効率

評価指標	現状	目標	達成率	備考
① 目標達成度 (削減率)	53%	53%	100%	
② MSテクノロジー(先進性)の活用	高	高	100%	
③ 社会的な視点	高	高	100%	
④ 投資回収 (経済効果)	高	高	100%	
⑤ 現場負担	低	低	100%	
⑥ 環境投資効率	高	高	100%	

エネルギー消費量削減に向けた6つの実施項目



新しいオフィス創りのアプローチ

ファシリティマネージャならではの問題意識により、オフィスのデザインを通して環境負荷低減に貢献しています。

- **オートオープンドア**
通常、未使用時は閉の会議室のドアを開放するオートオープンのヒンジの工夫応用に成功しました。品川オフィスでは、すべての会議室にオートオープンのドアを導入しました。
 - ・空調の流動性向上 (空調負荷低減)
 - ・使用・未使用の可視化
 - ・室内の可視化でセキュリティ向上
- **リサイクル可能なアルミパーティション**
退去時にリサイクルが可能な無塗装のアルミのパーティションを採用。
- **施工期間の短縮と原状回復のコスト削減**
マグネット式の壁面化粧脱着パネルを3072枚使用し、施工期間短縮、原状回復工事コスト削減、入札プロセスによるコスト削減

新しいFMの形へのトランスフォーム

新本社ビルに移転等同時に、FMの形も変革を行った。インハウスのFM'erとしてはよりストラテジックに。そして新しい価値の創造へ。標準化できる業務に関しては、Best-in-Classのサービスを提供できるパートナーへのアウトソースを行うことにより、いままで以上に満足度の高いサービスと適切なコストマネジメントを実施。今回のモデル変更により今まで以上に戦略的かつBusinessと連動したFM戦略が可能になりました。



新しい働き方へのトランスフォーム

業務に応じた働き方のバリエーション

役割や業務内容に応じて「固定の座席を持たない働き方」「固定席」の選択が可能に。同じ部署内でも職種に応じた座席の選択ができ、個人だけでなくチームの生産性の向上に寄与しています。

チームのつながり

部門内の業務やコミュニケーションを円滑に進め、個別要件の実現の為にチーム専用のHUBスペースを設置。HUBスペースは各チームが独立して管理運営するエリアにしました。

ユニバーサルなオフィス

会社全体のスペースへはユニバーサルデザインのコンセプトを導入。社員がいつでもどこでも原猛環境と共に運用コストを抑えたフリーアドレス型の働き方を導入しました。

POE

入居後6か月後に全ユーザーを対象にPOEを実施。すべての項目において改善がされており、満足のいく環境と働き方への移行を完了することができた。また入居1年後に各会議室及びHUB(チームスペース)、カフェテリアの利用率調査を実施。利用率の低い部屋や場所に関しては、機能の変更、追加を行うことにより効率的かつ満足度の高い環境への変化を追加投資計画の中で実施し、改善をおこなった。

移転後満足度調査



日本マイクロソフト株式会社 品川本社オフィス概要

日本マイクロソフト株式会社 品川プロジェクト デザインコンセプト



ICTとFace to Faceで“Lync”し、人が中心となるオフィス
環境負荷-30%を実現する為のアイデアと実践

マイクロソフトはWindowsやMicrosoft Officeなどのソフトウェアのほか、サーバー/クラウドビジネス、ソリューションビジネス、BingやMSNなどのオンラインサービス、エンターテインメントのXbox 360ビデオゲームシステムや、キーボード、マウスなどのデバイスを取り扱い、多様なビジネスを持っています。今回、首都圏にある7拠点のうち、テクノロジーセンターを除く5拠点を品川に統合しました。日本でビジネスを初めてから今年でちょうど25周年にあたり、この移転プロジェクトを機に社名を「マイクロソフト株式会社」から「日本マイクロソフト株式会社」に変更、日本に根付いてきたマイクロソフトの新しいオフィスとして今回はどうあるべきか？ 限られた短いスケジュールの中、試行錯誤しながら創り上げました。

「日本のマイクロソフト」

マイクロソフトのオフィスには外資系企業でよく見られる「グローバルオフィススタンダード」なる世界統一規格は無く、一定の指針を示す「ガイドライン」が存在します。それは国によって働き方や設けが異なるであろう、という考え方です。“Think Globally Act Locally” 其中で日本のマイクロソフトはどうあるべきか？

日本の商習慣に合わせ、お客様をお迎えするカスタマーエリアの充実させることながら、「オフィス」で働くユーザーがいかにか快適で生産性が高められるか、自社のテクノロジーを利用してユーザーの可能性を最大限に引き出せる為の設けはどんな物か？ オフィスでのユーザーの働き方がいかにマイクロソフトのお客様に見て感じてもらえるか、結果それがマイクロソフトのビジネスに繋がるように。

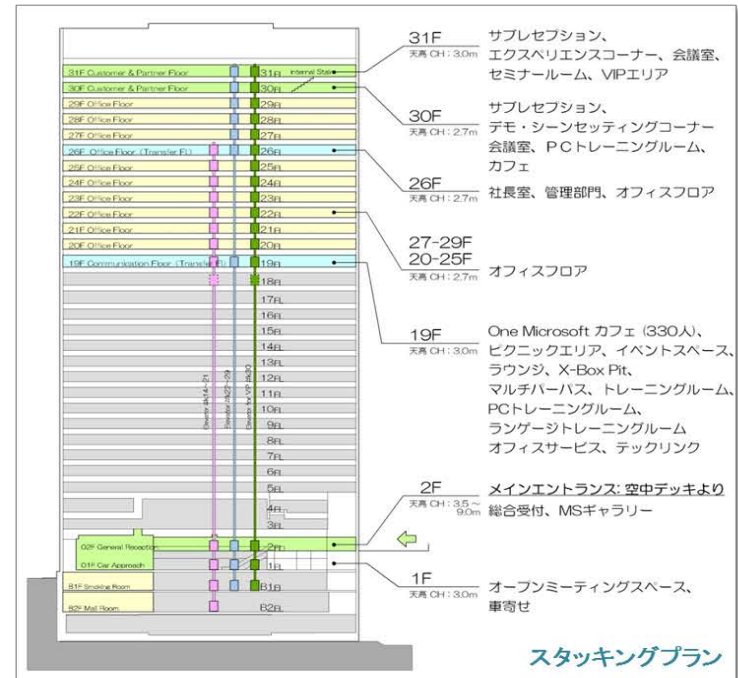
品川オフィスのデザインコンセプト

- ・世界の中の日本のMicrosoftの在り方 日本ならではのスタイルの表現 働き方や日本のデザイン要素の適宜導入
- ・人それぞれに合わせたしつらえ(来訪者にはもてなしの心を、社員には働きやすさを)
- ・「間」の取り方 空間、時間、人と人との適切な「間」、距離感や空気感

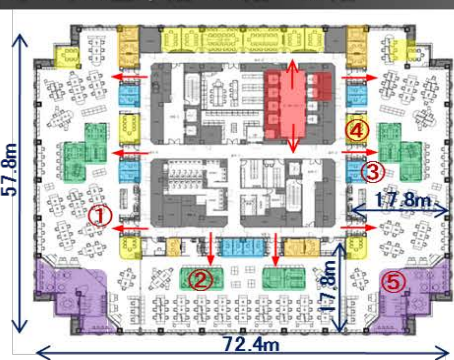
→カスタマーエリアは「Microsoftを伝える為の場所」最上階の2層を使用して、自社の多様なビジネスをフォーマルとコンテンポラリーな2フロアの空間で表現。

→オフィスエリアは「多様性のある働き方が出来る場所」働く場所、相手、人数、家具などのスタイルを選択出来る。

→One Microsoftフロアは「部門の垣根を越えて社員同士を引き合わせる為の場所」用が無くてもつつい来してしまう設え。



オフィス基準階 29階～20階



① 執務スペース

互いを感じられる視界が通る空間、ふらふら歩くのに有効なデスクの配置計画



② 部室

接することを目的に今回新たに導入したチームスピリット醸成の場所



③ フォンブース

調べる、一人で考えるなどの、個人集中作業のための場所、使い方は自由 半数は予約制



④ フォーカスルーム

面談や上司にみてもらい、きいてもらうことを主眼に設置 小会議にも利用可



⑤ 会議室

絵にすることをホワイトボード、ペーパーレスに貢献するLCDを全室設置

執務スペースは固定席と非固定席、職性に対応出来るデスクを採用。基本照度を下げLEDタスクライトを設置、会議室は人感センサーで消し忘れに対応し省電力化を目指す。大空間になり過ぎぬよう、効率化だけではなく人の動線や距離感を考慮したレイアウトとしています。

図中凡例: ■ ELVホール ■ 部室 ■ フォンブース ■ フォーカスルーム ■ 会議室 ■ リフレッシュエリア → スタッフ動線

日本マイクロソフト株式会社 品川本社オフィス概要

カスタマー&パートナーフロア 31階



① **ニューワークスタイルデモエリア**
弊社のICTテクノロジーを体感して頂く為の**実践の場**



② **ボードルーム・大会議室**
真剣勝負の討議にふさわしい設え 同時通訳室を備えて会議を支援



③ **社内のアートプログラム**
CSRの一環で行われている美術品を展示



④ **テレプレゼンス**
海外の他拠点との同時TV会議 距離を越えたコミュニケーションが可能



⑤ **セミナーホワイエ**
セミナールームには飲食可能なホワイエを併設し、パーティーにも対応

お客様との「信頼性」をイメージした、よりビジネスライクな31階の空間。この階のキャラクターは企業向けの製品やサービスです。ICTを利用した新しいワークスタイルを展示したデモスペース設置。100%LED照明を採用し省電力化を実施。

図中凡例: ■ ELVホール ■ VIPエリア ■ デモスペース ■ 会議室 ■ オープンミーティングスペース ■ セミナールーム → お客様動線 → セミナー動線

カスタマー&パートナーフロア 30階



⑥ **30階サブ受付/待合**
商材を手にとって見て**理解を深めて**頂く展示エリアを併設



⑦ **来客フロア内に内階段**を新設して上下空間を連結



⑧ **お客様にお使い頂けるカフェコーナー**



⑨ **会議室**
全ての会議室にはPC接続の為の大型ディスプレイを設置

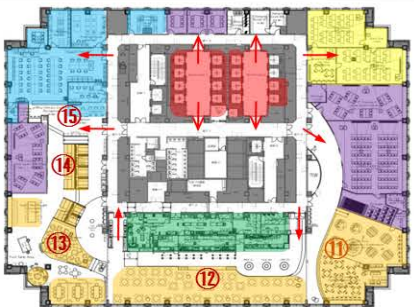


⑩ **シーン展示エリア**
最新のコンシューマー向けの商品を見せるシーン毎に**試して**頂ける場所です

コンシューマー向けビジネスをイメージした31階とは異なる雰囲気のある30階。有機的な楽しい空間で多様な弊社のビジネスを具現化。31階とお客様を分けるのではなく、弊社の多様性を見て感じて頂く為の設えです。このフロアでも100%LED照明を使用しています。

■ ELVホール ■ デモスペース ■ 会議室 ■ オープンミーティングスペース ■ カフェ ■ トレーニング/セミナールーム → お客様動線

One Microsoftフロア 19階



⑪ **カフェテリア**
ピクニックエリアで外の午前中のイメージ オレンジと緑の壁は**フレックスタイム**の黒板です



⑫ **カフェテリア**
昼のレストランのイメージ オフィス全体のリフレッシュエリア



⑬ **カフェテリア**
夜、ラウンジ/自宅のイメージ 座って**軽く話したくなる**ような仕立てにしています



⑭ **ダイナーブース**
弊社で以前から設けている多用途で人気の高いファミレスベンチ



⑮ **オフィスサービスカウンター**
コピー、メール、携帯、AV、PCなどの総合サービス窓口

単なる社員食堂では無く、「休日の一日」をコンセプトにし、行きたくなる感じや集まりやすい設えと工夫をして、昼食時以外にも打合せや個人作業のワークスペースとしても計画し、実用されています。ここでも全域でLED照明を設置し省電力化を図っています。

■ ELVホール ■ 厨房 ■ カフェテリア ■ トレーニングルーム ■ PCトレーニングルーム ■ オフィスサービス → スタッフ動線