

# 信 通 者 営 経

Keiisha Tsushin  
Vol.7 July 2010

VOL.  
**07**  
July.2010

CHECK  
1

Special Interview

北尾 吉孝

きたお よしたか

SBIホールディングス 代表取締役 執行役員CEO

学び、洞察し、備える

右手に算盤、左手に論語

## 原理原則を修める



CHECK  
2

Professional Interview

CYBER CROSS JAPAN 代表取締役  
松浦 修徳 まつうら おさのり



ミスターフューション 代表取締役  
石嶋 洋平 いしじま しょうへい



アットナビベトナム 代表取締役副社長兼 CEO  
加藤 優次 かとう ゆうじ



# 成長企業のトップが語る 「私がオフィスに投資する理由」

インフォランスは、設立11年目を迎える経営コンサルティング会社。財務・人事・広報など幅広い分野でクライアントの企業経営を支援している。

そんな同社の業績は好調だ。同業他社が軒並み業績を落とす中、2009年度も増収増益を達成。

さらに、事業収益の一部をボランティア団体に寄付するなど、社会貢献活動にも積極的に取り組んでいる。そして2010年4月、同社は「PMO東日本橋」に拡大移転を果たした。数あるオフィスの中で、なぜPMOを選んだのか。今回は代表の佐々木氏に話を聞いた。



## 不況下でも増収増益の経営コンサルティング会社 インフォランス

代表取締役 佐々木 雅士 ささきまさし

1968年、福島県生まれ。大学卒業後、1991年に三和銀行系の保険代理店部門に入社。企業の保険コンサルティング業務に従事し、連続トップセールスマンとして記録的な成績を残す。2000年に株式会社インフォランスを設立し、代表取締役に就任。

### 株式会社インフォランス

設立/2000年12月4日 資本金/3,500万円 社員数/12名

事業内容/税務コンサルティング事業、企業保険コンサルティング事業、  
税理士紹介事業、Web戦略支援事業、新卒採用支援事業、出版メディア戦略事業

URL/http://www.inforance.co.jp

### コピーレイトカラーを使い 社員の帰属意識を高める

——オフィスのレイアウトやデザインについて、御社がこだわっている点を教えてください。

佐々木：まずレイアウト面では、来客スペースと執務スペースを明確に分離しました。そして、以前のオフィスより来客スペースを広く取ったんです。当社では、クライアントが来社されることも多い。ですから来客スペースをゆつたりと取って、快適性を高めようと考えたんです。

次にデザイン面では、当社のコピーレイトカラーである赤色をふんだんに使いました。オフィスの壁と家具の色は、赤色が中心。サブカラーとして、シャープなイメージの黒色を使っています。このオフィスで働く社員は、自然と赤色に愛着を持つようになっています。つまり、会社に対する帰属意識を醸成できると考えたんです。実際、社員も移転後にいつのまにか赤色の私物を買うようになっています(笑)。

——オフィスを移転してから1カ月。社内の反応はどうですか？

佐々木：私も含めて、社員みんな喜んでいますが、立地、ビルグレード、オフィスデザイン、すべて気に入っています。特に女性社員が喜んでいますが、女性用のレストルームは、まるで高級ホテルのよう。きめ細やかな心配りが行き届いた設計になっているんです。やはり良いオフィスは社員のモチベーションを高めます。今後も社員のモチベーションを高めながら、収益力の高い会社を作っていきたいと思っています。

取材文/丸山広大 撮影/小島アツシ

### 全国600社の企業経営を 側面支援

——まず御社の事業内容を教えてください。

佐々木：企業の経営側面支援コンサルを行っています。クライアントが安心して本業に専念できるように、経営側面部分をワンストップで支援しています。具体的には、税務・財務・人事労務・採用・広報・Webなどの分野です。中でも、当社の強みは税務分野。企業の資産防衛コンサルティングを得意としています。ちなみに、当社のクライアントは600社以上。その多くが黒字企業で、経営者の年齢が比較的若くて情報に対するアテンションが高い点が特徴です。

——御社はこの不況下でも、増収増益を達成したそうですね。その強さの理由は何ですか？

佐々木：提案力の違い、これに尽きると思いますが。当社のビジネスは、単に商品を売る「物売り」ではありません。クライアントの課題を解決する「コンサルティング」です。クライアントのニーズをヒアリングしたうえで、そのニーズに合った最適な商品を組み合わせて、ご提案しているんです。つまり、商品ありきではない

### ベンチャー企業は オフィスに投資すべき

——御社は設立から現在までの11年間で4回のオフィス移転をしているそうですね。

佐々木さんのオフィス観を教えてください。

佐々木：オフィスとは、単に社員が働くだけのスペースではありません。私はオフィスの価値を「社内」と「社外」のふたつに分けて考えています。

まず「社外」に対しては、企業の信用力の向上につながります。特に未上場のベンチャー企業は信用力が不足しがち。設立年数が浅いためブランド力がないんです。ですから、ベンチャー企業こそオフィスにもきちんと投資し

た方がいい。豪華なオフィスにする必要はありませんが、綺麗で落ち着いた雰囲気のあるオフィスに入居すべきだと考えています。そうすれば信用力を補うことができ、人材採用や営業活動がスムーズに進められます。

次に「社内」に対しては、社員満足度を向上させることができます。やはり綺麗で快適なオフィスで働く方が、会社に対する帰属意識は高まります。自社で働くことに対して、誇りを持つようになるんです。さらに、仕事に対するモチベーションが上がれば、仕事の生産性も向上します。

——2010年4月、御社は「PMO東日本橋」にオフィスを拡大移転しました。なぜ数あるオフィスビルの中からPMOを選んだのですか？

佐々木：理由はふたつあります。ひとつは、オフィスビルのグレードの高さ。ビルの外観は重厚感があり、ビル内のデザインも非常に洗練されています。またエントランスに流れるアロマ空調など、細部にまでこだわりが行き届いている。洗練されている感がありました。正直、経営コンサルティング会社のオフィスイメージにピッタリでした。このオフィスならば、企業信用力も社員満足度も向上させられると思っただけです。

もうひとつの理由は、立地の良さ。社員の移動時間が短縮できれば、それだけ仕事の生産性が向上します。ですから、オフィス選びの際には立地の良さも重視しました。その点、このオフィスは徒歩10分圏内で4駅4路線が使えます。最寄り駅は都営浅草線の東日本橋駅とJRの馬喰町駅。どちらもわずかな徒歩2分です。そして主たるターミナル駅へのアクセスも良い。東京駅まで4分、銀座駅まで7分、新宿駅まで11分でスムーズに移動できます。



PMOシリーズは2009年度グッドデザイン賞を受賞しました。  
(2010年3月までに竣工する6物件が対象となります)