

DXで時間創出

新たな業務挑戦

河野製作所（千葉県市川市、河野淳一社長）は、デジタル変革（DX）を推進するため、東京本社を東京都文京区から同千代田区に移転拡張した。変化の激しい業界の中で成長する米IT大手4社の「GAF A」をモデルにしたもので、生産性の向上で生まれた時間で新しい業務に挑戦し、主力の医療機器を中核に新規事業を創出する。（編集委員・中沖泰雄）

議論や大きな意思決定 イン化したところ、移動が必要なケースなど、動時間などが削減でき、河野社長は「これまでの4分の1の半日間で実施できる」と言った。

「多くの場合はオンラインでできる」と言った。実際に医師が対面する工場見学をオンラインで実施した時間を生かす。

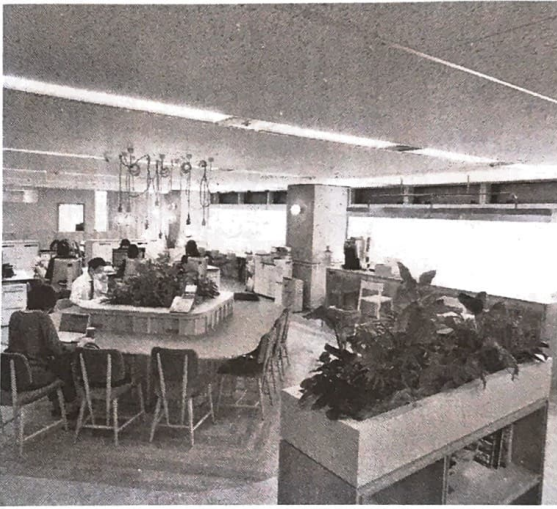
河野製作所、東京本社刷新

し、グループを挙げて取り組む「7対3ルール」を加速していく。

これは7割は従来の業務を行い、3割で新しい業務に挑戦するもので、女性化粧品に続き、男性化粧品、ペトケア、美容などの開発プロジェクトが進行している。

プロジェクトは部署や年齢、性別、社歴を越えた4、5人のメンバーで構成されており、「組織の縦だけでなく、横のつながりも強くできる」（河野社長）メリットがある。

新東京本社に出社する社員はグループ会社を含めて多くとも10人、旧本社と比べて4



河野製作所の新東京本社

分の1以下になった。評価ができる環境を整える。さらに自宅で育児や介護をしたり、観光地にいたりしながら、オンライン環境を駆使する環境をつくり、DXを人材採用にも結び付ける。

河野社長は「大手や海外企業と渡り合っている」と強調するが、リアルなコミュニケーションを軽視しているわけではない。新東京本社は東京駅に近い御茶ノ水駅か、新東京本社を拠点にDXを推進する。さらにオフィスをアナログ的な働き方にも適する環境にし、DXと融合したハイブリッド型の働き方改革を進める。（河野社長）

今後は国内外の医師をオンラインでマッチングするサービスを始めるほか、ウェットラッシュを設置し、オンラインで商品の共同開発や、周辺には取引先の

男性化粧品など開発進む

旧東京本社には同社を含めてグループ会社が2フロアに分かれて入居していたが、新本社は延べ床面積を従来比10%増の460平方