

## OfaaS Quarterly Report



## CONTENTS

### Interview 「アフターコロナのオフィスの在り方 [GAFa] が増床を進める理由」 03

#### アフターコロナのオフィスの在り方 [GAFa] が増床を進める理由 ..... 03-07

● 「オフィス」はイノベーション創出のための経営資源

- ・ コロナ禍の中で増床する [GAFa] とオフィス見直しに傾く日本企業 ..... 03-05
- ・ 「リーン」型経営と「組織スラック」を備えた経営イノベーションを起こすのはどちらか ..... 05
- ・ 総工費50億ドルのアップル本社はイノベーションの源泉として機能 ..... 06
- ・ 一刻も早く創造的なオフィス戦略を取り入れ、「ウォー・フォー・タレント」に備えよ ..... 06-07

### Topics 「変化する働き方とワークプレイス」 08

#### 国内企業のワークスタイルとオフィス戦略 ..... 09-18

● オフィスはどこへ向かうのか。新しい働き方を実現するオフィス事例 ..... 09

#### [CASE1 コクヨ株式会社] ..... 09-13

- ・ モットーは、“お客様より一歩先に失敗する”。新しい働き方を提案し続け、50年 ..... 09
  - ・ 連日見学者が訪れる、コクヨ株の働き方の実験場「THE CAMPUS」 ..... 10
  - ・ コロナ禍で激変した見学者の熱意 ..... 11
  - ・ オフィスの役割は、オペレーションワークからコミュニケーション重視へ ..... 12
  - ・ 世界中で働くことの意味、オフィスについて考えられた1年 ..... 13
  - ・ 「出社しない」という選択肢がある今、問われるオフィスの存在意義。 ..... 13
- オフィスこそが企業活動や創造性、ワーカーの豊かさの源泉

#### [CASE2 プロパティエージェント株式会社] ..... 14-18

- ・ 18期連続の増収増益を達成。DX推進が原動力に ..... 14
- ・ 社内もDX推進中。本社移転を機に、フリーアドレスとペーパーレスを実現 ..... 15-16
- ・ 入室は顔認証システム『FreeID (フリード)』で。オフィスと社会をシームレスにつなぐ新サービス ..... 16-18
- ・ オフィスの変化と進化に目を見張った1年。これからの姿にも期待 ..... 18



～コロナ禍が変える新しい働き方とワークプレイスの変化を読み解く～	19-44
・調査対象	19
・回答者の属性	20
・調査の要約	21
・今回調査からのファクト	21
・テレワークの状況と今後の意向	22
・出社の頻度	23
・オフィスの面積と今後の意向	24
・テレワークとレンタル/シェアオフィス・テレワークの課題	25
・地方移転・地方分散	26
・ワーケーション	27
・レンタル/シェアオフィスの利用動機	28
・他の利用者との交流上のメリット（成果）の有無	29
・レンタル/シェアオフィスの選定理由（全体）	29
・契約拠点数・契約スペース（専有・共用）	30
・契約人数（従業員規模別）	30
・利用開始年	31
・利用期間	31
・利用頻度	32
・1日あたりの利用時間	32
・レンタル/シェアオフィス利用停止理由	33
・レンタル/シェアオフィス利用の再検討	33
・レンタル/シェアオフィスの非選定理由（全体）	34
・レンタル/シェアオフィス検討の際の重視項目	35
・今後のレンタル/シェアオフィス利用意向	36
・あったらいいなと思うサービス	36
・テレワークの状況/テレワークの不自由な点	37
・オフィス勤務に戻りたいか/会社からオフィス勤務に戻るような働きかけ	38
・テレワークの不自由な点/シェアオフィスの活用によるテレワークの課題解決の可能性	39
・シェアオフィスの自社オフィスとの代替可能性/自社オフィスの今後の方向性	40
・Workusのニーズ/ワーケーションの実態	41
・他の入居企業との交流	42
・シェアオフィスを利用する理由	42
・当該シェアオフィスを選んだ理由/社内決裁上のポイント	43
・今後レンタルオフィス/シェアオフィスに要望する箇所	44

「オフィス」はイノベーション創出のための経営資源

# アフターコロナのオフィスの在り方 「GAFA」が増床を進める理由

Interview

百嶋 徹 氏

●ニッセイ基礎研究所 社会研究部 上席研究員



## アフターコロナのオフィスの在り方 「GAFA」が増床を進める理由

「オフィス」はイノベーション創出のための経営資源

日本で初めてテレワークが導入されたのは、38年前。1984年に日本電気（NEC）が、東京・吉祥寺にサテライトオフィスを設置したのが最初と言われている。だが、新型コロナウイルス禍の下で、働き方は大きく変化した。エッセンシャルワーカー以外は、在宅で仕事をする機会が大幅に増えたのだ。そして、オフィスの床面積を大幅に減らす企業、本社オフィスを売却する企業も出てきた。アフターコロナ時代の「オフィス戦略」は、どうあるべきか。企業経営研究の一環でCRE（企業不動産）・オフィス戦略を研究するニッセイ基礎研究所・社会研究部上席研究員の百嶋徹氏に伺った。

### コロナ禍の中で増床する「GAFA」と オフィス見直しに傾く日本企業

東京都が2017年度に行った、都内企業1万社を対象にテレワークの導入状況の調査を見ると、「導入済み」と答えた企業の割合は、わずか6.8%に過ぎない。2018年度でさえも19.2%程度だった。

ところが、2020年4月に実施した緊急調査では、62.7%が「導入済み」と回答。この背景には、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、テレワークの導入を急

ぎょ迫られた企業が多く存在した。

その結果、経営者も従業員も「業務によっては出勤せざるもこなせる」という気づきを得た。「コロナ禍」という未曾有の緊急事態の最中、日本の産業界では、「新しい働き方」として位置づけた在宅勤務を中心とする体制に早々と移行しオフィスを退去・縮小移転する動きが、従業員規模が数十人以下の小回りの利くIT系スタートアップを中心に一部の企業で、2020年前半に先行してみられた。大企業では、オフィススペースを削減することにまで踏み込んだ企業は当初ごく一部に限られたが、2021年に入って業種を問わず本社を売却する動き（セール・アンド・リースバック、一部減床を含む）が見られるようになった。

一方、CRE・オフィス戦略の先進企業でもある米国の巨大デジタル・プラットフォーマー、「GAFA」（グーグル、アップル、メタ（旧フェイスブック）、アマゾン・ドット・コム）は、コロナ禍の中、ロックダウンの下での厳しい出社制限を経験しながらも、あえてオフィス増床を進めている。

中でも、アマゾンは2020年8月、全米6都市で14億ドル超を投じて技術開発拠点とコーポレートオフィスを約8.4万㎡拡張し、3,500人の高度技術人材・コーポレート人材を新規雇用するといち早く発表した。この計画の中で増床面積で全体の7割、雇用増で同6割を占め、突出している

のがニューヨーク州マンハッタンでのプロジェクトだ（図表1）。アマゾンには17年にシアトルに続く第2本社の建設計画を発表し、翌年にニューヨークとバージニア州アーリントンに2つの新本社を設置することを決めたが、ニューヨークの計画は地元の反対などで19年に断念していた。マンハッタンには、GAFAやスタートアップなどハイテク企業が優秀な人材を求めて近年相次いで進出している。

続も、基本的には従業員の健康・安全を守るためのBCP発動期間の延長ととらえるべきである、と私は考えていますが、1回目の緊急事態宣言期間以降のテレワークの継続を、BCPというより『ニューノーマルな働き方』ととらえる日本企業が増えてきているように感じます。そもそも多くの日本企業では、これまでオフィスをイノベーション創出や企業文化体现の場として十分に活かし切れていなかった

●【図表1】 アマゾン・ドット・コム：米国でのオフィス増床・雇用増計画（2020年8月18日発表）

所在地名	所在州名	オフィス増床面積		雇用増（名）④	1人当たり面積（㎡）③÷④	【参考】各州単位での活動	
		平方フィート（公表値）	㎡換算③			従業員数（名）	累積投資（億ドル）
ダラス	テキサス	100,000	9,290	600	15.5	43,000	160
デトロイト	ミシガン	25,000	2,323	100	23.2	13,000	25
デンバー	コロラド	20,000	1,858	100	18.6	10,500	28
マンハッタン	ニューヨーク	630,000	58,529	2,000	29.3	24,000	70
フェニックス	アリゾナ	90,000	8,361	500	16.7	17,000	110
サンディエゴ	カリフォルニア	40,000	3,716	200	18.6	90,000	500
上記6拠点または6州の合計①		905,000	84,077	3,500	24.0	197,500	893
北米オフィススペース合計（2019年末）または米国従業員数②		23,012,000	2,137,885	100,000	21.4		
①÷②		3.9%	3.9%	3.5%			

（備考1）網掛けをした数値は「more than（超、以上）」を示す。  
 （備考2）北米オフィススペース合計（2019年末）は賃借と所有の合算値。  
 （備考3）オフィス面積の平方フィートから平方メートルへの換算は、筆者が0.09290304を乗じて算出した。  
 （備考4）米国従業員数（10万人）は2019年7月22日のプレスリリースから引用。  
 （備考5）各州単位での活動として記載した従業員数は2020年8月18日現在（currently）の数値、累積投資は2010年以降の累積値。  
 （資料）百嶋徹「アフターコロナを見据えた働き方とオフィス戦略の在り方（前編）」ニッセイ基礎研究所「基礎研レポート」2021年3月30日（アマゾンの19年7月22日および20年8月18日付のプレスリリース、19年アニュアル・レポートから百嶋徹作成）。

また、グーグルは2021年3月、同年内に全米各地でオフィスとデータセンターの新増設に70億ドル超の投資を行い、少なくとも1万人のフルタイム従業員を新規雇用する計画を公表した。オフィス増床は、13州17都市の米国全土におよぶ（図表2）。このうちニューヨークでは、従業員数を28年までに倍増させることを18年にコミットしており、この目標を達成すべく同市でのキャンパスの存在感を高める大規模な投資を実施する。

対照的な「オフィス戦略」をとる日米相違について、百嶋氏は次のように説明する。

「2020年4月に1回目の緊急事態宣言が発出された際に、日本の産業界で初めて大規模に導入された在宅勤務でのテレワークは、緊急時のBCP（事業継続計画）対策であって、従業員が時間・場所にとらわれない多様で柔軟な働き方を個々の事情に応じて自らで選択できるようにする『働き方改革』とは全く次元が異なるものでした。常に感染再拡大のリスクを警戒せざるをえない、平時（日常）とは言い難いウィズコロナ期におけるテレワークの継

●【図表2】 グーグル：米国での2021年オフィス増床計画（2021年3月18日発表）

所在州名	所在都市名	オフィス増設の概要（2021年）
バージニア	レストン	新オフィス（new Reston office building）の開設
テキサス	ヒューストン	初のヒューストンオフィスの開設
	オースティン	キャンパスへの投資の継続
ジョージア	アトランタ	キャンパスへの投資の継続
ミネソタ	ロチェスター	初のミネソタオフィスの開設（2021年初めに開設済）
ミシガン	デトロイト	オフィス改修（further improvements to our Detroit, Ann Arbor, and Chicago offices）
	アナーバー	
イリノイ	シカゴ	
ニューヨーク	ニューヨーク	従業員数を2028年までに倍増させる目標に向けたキャンパスの存在感を高める投資の継続
マサチューセッツ	ケンブリッジ	オフィスへの投資の継続
ペンシルベニア	ピッツバーグ	オフィスへの投資の継続
—	ワシントンD.C.	従業員の増員（increase our workforce in Washington, D.C.）
オレゴン	ポートランド	新オフィスの開設
コロラド	ボルダー	成長の継続（Our growth continues in Boulder, Colorado）
ワシントン	カークランド	キャンパスへの投資の継続
	シアトル	
カリフォルニア	（マウンテンビュー）	オフィスへの投資の継続（10億ドル超）

（備考1）赤字は新オフィスの開設。  
 （備考2）カリフォルニア州は都市名が記載されていなかったが、筆者が本社所在地のマウンテンビューと推測した。  
 （備考3）アトランタ、首都ワシントン、シカゴ、ニューヨークでは、「数千の業務（※≒雇用）を追加する計画である（plans to add thousands of roles in Atlanta, Washington, D.C., Chicago and New York）」という（※は筆者による注記）。  
 （資料）百嶋徹「アフターコロナを見据えた働き方とオフィス戦略の在り方（前編）」ニッセイ基礎研究所「基礎研レポート」2021年3月30日（グーグルの21年3月18日付の公式ブログから百嶋徹作成）。

た、と言わざるをえません。さらに、コロナ禍でオフィスの利用率が大幅に低下した結果、『オフィスは不要』とまでは言わないまでも、『現状のスペースを維持するのは難しい』と考えている日本企業は多いとみられます。一方、GAFANAなど米国の先進企業は、2020年、コロナ禍が始まると速やかにBCPを発動し、躊躇なくオフィスを完全閉鎖して在宅勤務態勢に移行しました。一方でワクチンと治療薬が行き渡って、ウイルスの脅威が後退して従業員の安全確保が確認できれば、BCPを直ちに解除しオフィスで業務を全面的に再開するのが基本形でしょう。すなわち、CRE戦略の下でオフィス戦略を組織的に実践できている先進企業であれば、コロナ後には平時の体制に戻るのであって、最先端のワークスタイルやワークプレイスを活用したこれまでの戦略に大きな変更は生じないはずだからです。昨夏以降、変異株への懸念から入社再開の延期が続いていますが、『コロナ禍が終息すれば平時の体制に戻す』というこれまでの戦略を大きく変更しているわけではない、と私はみています。GAFANAは、オフィスが持つ重要性を熟知しています。だからこそ、従業員の健康と安全を守るBCPの厳格な運用の下でオフィスの全面再開を延期する一方で、コロナ後の日常を見据えて、コロナ禍の中でも、あえてオフィス増床の動きを見せているのです

## 「リーン」型経営と「組織スラック」を備えた経営 イノベーションを起こすのはどちらか

テレワークは通勤時間を節約できるため時間的効率性が高い。さらにテレワーク中心の働き方に全面的に移行してオフィス面積を削減すれば、コスト低減効果も見込めるだろう。高度なIT技術を持つGAFANAなら、完全リモートワーク態勢に移行することは技術的に非常にたやすいにもかかわらず、GAFANAは、なぜリアル空間における「オフィス」を重要視するのか。百嶋氏によると「最大の理由はイノベーションの創出」だと言う。「平時でのテレワークは、従業員が働き方の選択肢の1つとして、できるだけいつでも自由に選択できるようにすべきであり、オフィス勤務を中核に据えつつも、在宅勤務などのテレワークも選択肢として

備えるハイブリッドワーク態勢がコロナ後の在り方」と前置きし、次のように分析する。

「サイバー空間にはできないことが、リアル空間にはあります。人が集まることで、社員間の信頼関係が育まれ、協働して画期的なアイデアを生む。“ワイガヤ”で、イノベーションを起こす。それは、変えようとしても変わらない人間の本性に根差した人間社会本来の在り方なのです。リアルなコミュニケーションやコラボレーションの蓄積の結果、企業文化も醸成され従業員の帰属意識も高まります。また、逆にテレワークの円滑な運用には、オフィスで醸成された社員同士の信頼感が欠かせません。グーグルが図表2に示したオフィス増床計画を発表した公式ブログの中で、サンダー・ピチャイCEOは、『社員間でコラボレーションし、コミュニティを構築するために直接集まることはグーグルの文化の中核であり、今後も我々の将来の重要な部分となるだろう』と述べています。これが企業にとってイノベーションの源となる基盤（プラットフォーム）です。イノベーションを生み続けるのは、『リーン』型の経営なのか、『組織スラック』を備えた経営か。もちろんリーン型を全否定はしませんが、イノベーションを生み続けるためには、良い意味で『経営資源の余裕部分』、すなわち『組織スラック』型の要素が必要不可欠となります。これは、世界最先端のイノベーションを起こし続けてきたGAFANAが証明しています」

「リーン（lean）」型とは経営資源をぎりぎり必要な分しか持たない、効率性を高めた経営のことであり、「組織スラック（organizational slack）」型は緊急事態への備えやイノベーション創出などに向けた中長期の投資として、経営資源にある程度の余裕を備える経営ととらえられる。従業員のためというよりも、経営コスト削減を重視してテレワーク中心の働き方へ傾斜するならば、それは行き過ぎたリーンな経営だ。その延長で「オフィス不要論」まで唱えてしまうと、目先の不動産コストは削減できても、事業の持続可能性（サステナビリティ）に必要なイノベーションが生まれず、企業文化も醸成されない悪循環に陥るだろう。結局中長期で見れば、行き過ぎたリーンな経営は経済的リターンをもたらさない。

## 総工費50億ドルのアップル本社は

### イノベーションの源泉として機能

「まず働く場の中核に据えるべきメインオフィス（本社など本拠となるオフィス）がフルパッケージの機能を装備して充実し、さらに多様な働き方の選択肢としてサテライトオフィスが用意され、自宅でのテレワークやワーケーションなども選べる。社員が個々の事情に応じてできるだけ自由にさまざまな場所で働ける選択肢が用意されていることが、『働き方改革』には重要なのです。グーグルのオフィスの写真を見ると、移動手段としての滑り台や滑り棒、思索にふけるためのブランコ、エレキギターなど楽器の演奏やゲームができる防音仕様のゲームルーム、奇抜で多様なコミュニケーションスペースや休憩スペースなど、一見すると業務に関係なさそうなものが目に飛び込んできます。従業員にとって至れり尽くせりともいえる、個性的で遊び心満載の快適な空間が提供されています。『組織スラック』型のオフィス戦略は、優秀な社員の創造性を最大限に発揮させ、イノベーションにつながると、GAFAはしっかりと理解しているのです」と百嶋氏は分析する。

では、日本企業は組織スラックを備えたオフィス戦略を取れるのだろうか。この点について百嶋氏は、マインドセットの抜本的転換が必要だと指摘する。

「例えば、アップルは2017年、カリフォルニア州クパチーノの約71万㎡にもおよぶ広大な敷地に総工費50億ドルとされる新本社屋『Apple Park』を構築しました。この新本社屋の構築は、創業者の亡きスティーブ・ジョブズ氏が指揮・主導したプロジェクトでした。最先端の建築技術や環境技術を惜しげもなく駆使し、従業員の創造性やコラボレーション、ウェルネス（健康）、気候変動対策の促進に重点を置いたApple Parkは、ジョブズ氏にとってクリエイティブオフィスの集大成だったのではないのでしょうか。日本企業がアップルに学ぶべき点は、従業員の創造性・コラボレーション・ウェルネス・ウェルビーイング（幸福感）の促進を通じたイノベーションの継続的な創出、企業文化の醸成や経営理念の体現のためには、ワークプレイスへの戦略投資を惜しんではいけないということなのです。一

方、日本の大企業の多くは、四半期決算の開示義務付けや外国人株主の台頭など資本市場での急激なグローバル化の波に翻弄され、2005年前後を境に目先の利益追求を優先する経営の短期志向に陥った、と私はみています（※注）。例えば、従業員が気軽に集える休憩・共用スペースは、イノベーション創出のために確保しておくべき『組織スラック』型の仕掛けの代表例ですが、短期志向の経営の下では、仕事に関係のない単なる余分なコストとしてみなされ撤去されてしまうかもしれません。従業員の創造性を育み、結果として中長期での経済的リターンを獲得するためには、イノベーションの源となる『組織スラックに投資する』という発想が欠かせません。多くの日本企業は、コロナ禍を契機に、経営の短期志向と決別できるかが問われているのです」

（※注）詳細は、百嶋徹「社会的ミッション起点のCSR経営のすすめ」ニッセイ基礎研究所『基礎研レポート』2019年3月25日、同「CSR（企業の社会的責任）再考」『ニッセイ基礎研REPORT』2009年12月号を参照されたい。

### 一刻も早く創造的なオフィス戦略を取り入れ、「ウォー・フォー・タレント」に備えよ

GAFAがオフィス戦略を重視し、巨額投資を行う理由は、他にもある。米国でハイテク企業が多く集積するシリコンバレーやシアトルなどでは、「ウォー・フォー・タレント（War for Talent）」とまで言われるほど、企業間で人材獲得競争が激化しているためだ。巨大IT企業において、優秀な人材の引き抜き合いは日常茶飯事。社員を自社に引きつけておくための努力を企業側も日々行なっている。

百嶋氏は、「ウォー・フォー・タレント」は日本国内でも既に始まっている、と警告する。

「日本企業では、一部の大企業やスタートアップなどごく一部の先進企業を除き、『オフィス環境の整備の巧拙が人材確保に大きな影響を及ぼす』との危機感は、これまで欠如していたのではないのでしょうか。特定の領域においては、日本でも優秀な人材の引き抜き合戦が始まっています。例えばデータサイエンティスト、AIエンジニア、プ

プログラマーなどの『DX人材・デジタル人材』はその代表例です。日本の人口が減少する中、優秀な若手や経験豊富なプロフェッショナルのデジタル人材を獲得するために、『ウォー・フォー・タレント』が激化する可能性は高い。だから今こそ、日本の経営者には、創造的で自由なオフィス空間の整備と柔軟で裁量的なワークスタイルへの変革を、セットで推進することが一刻も早く求められるのです。そのためには、多くの日本企業で導入・実践が遅れている大本の『CRE戦略』をしっかりと取り入れた上で、それに基づく創造的なオフィス戦略を新たに構築することが急務となります。そもそもCRE・オフィス戦略に関わる人材にも、分野横断的な知見を持つ専門性の高いプロフェッショナルが本来欠かせません。ちなみに、米国など海外のCRE先進国では、CRE専門人材の転職市場が形成され、企業間の人材移動が頻繁に起こっており、日本でも外資企業間では、既に同様の状況にあります。日本企業には、CRE戦略を実践する専任の人材を一刻も早く育て、その専門人材が外部ベンダーなど専門機関の知見も上手に取り入れ使いこなすことが望まれます。オフィスを自社の経営理念や企業文化の象徴と位置づけ、オフィスという不動産に“魂”を吹き込む。その上で、ワークスタイルの変革を実施することが望ましいのです

百嶋氏は「クリエイティブオフィス」の構築・運用の重要性を強調する。

「従業員の創造性を企業競争力の源泉と認識し、それを最大限に引き出し、イノベーション創出につなげていくための創造的なオフィス、すなわち『クリエイティブオフィス』の在り方は、オフィス全体を街や都市など一種の『コミュニティ』や『エコシステム』と捉える設計コンセプトに基

づくことを『大原則』とし、この大原則の下で、従業員間のつながり・信頼感や交流・人的ネットワーク、すなわち『企業内ソーシャル・キャピタルを育む視点』や、多様でバランスの取れた働く場の選択肢を従業員に提供する『多様性を尊重する視点』、従業員の安全確保やBCP遂行に資するオフィスを構築する『安全性に配慮する視点』などを具体原則として取り入れることである、と私は考えています。この原理原則は、私が先進事例の共通点から抽出したものであり、『クリエイティブオフィスの基本モデル』と呼んでいます（図表3）。さらに、この基本モデルという“器”を各社仕様にカスタマイズして実際に起動させるためには、経営理念とワークスタイル変革という“魂”を吹き込む必要があります」と百嶋氏は解説する。

人と人が出会い、コミュニティを形成させ、イノベーションを生む。新しい働き方を提唱するワークスペース、「Workus（ワークス）」は、その一翼を担うのかも知れない。



#### Profile

百嶋徹（ひやくしま・とおる）

■株式会社ニッセイ基礎研究所 社会研究部 上席研究員

1985年野村総合研究所入社、証券アナリスト業務、財務・事業戦略提言業務に従事。野村アセットマネジメント出向を経て、98年ニッセイ基礎研究所入社。専門は企業経営を中心に、産業競争力、イノベーション、AI・IoT、CRE（企業不動産）・オフィス戦略、スマートシティ、CSR・ESG経営等。日経金融新聞（現・日経ヴェリタス）および米Institutional Investor誌のアナリストランキングで素材産業部門第1位（94年）。明治大学経営学部特別招聘教授を歴任（2014～16年度）。国土交通省「企業による不動産の利活用ハンドブック」の発刊に寄せて、論考「地域活性化に向けた不動産の利活用」を寄稿（2019年）。CRE戦略の重要性をいち早く主張し、普及啓発に努める。

### ● [図表3] クリエイティブオフィスの基本モデル（大原則・具体原則）の概要

大原則	5つの具体原則	概要
エコシステムと捉える オフィスをコミュニティ	① 企業内ソーシャル・キャピタルを育む視点	休憩・共用スペースの効果的設置、執務フロアのレイアウトの工夫などにより、従業員間のつながり・交流を促進
	② 多様性を尊重する視点	多様な働き方など様々な利用シーンを想定した、多様でバランスの取れた働く場の選択肢を従業員に提供
	③ 地域コミュニティと共生する視点	不動産が地域社会の自然環境・景観に及ぼす外部不経済を抑制・解消する一方、地域社会に生み出す外部経済効果（地域活性化など）を最大化
	④ 安全性に配慮する視点	ビルの耐震性能、省エネ性能、自家発電機能の強化などにより、従業員の安全確保やBCP（事業継続計画）遂行に資するオフィスを構築
	⑤ 「健康経営」を実践する視点	従業員の心身の健康・活力、快適性、働きがいの向上に資するオフィスを構築、健康経営や働き方改革推進のドライバーと位置付ける

（備考）「健康経営」は、特定非営利活動法人健康経営研究会の登録商標。

（資料）百嶋徹「第7章・第1節イノベーション促進のためのオフィス戦略」『研究開発体制の再編とイノベーションを生む研究所の作り方』（技術情報協会、2017年10月）



# Topics

## 変化する働き方とワークプレイス

---

- 国内企業のワークスタイルとオフィス戦略
- ～コロナ禍が変える新しい働き方とワークプレイスの変化を読み解く～

Information

# 国内企業のワークスタイルとオフィス戦略

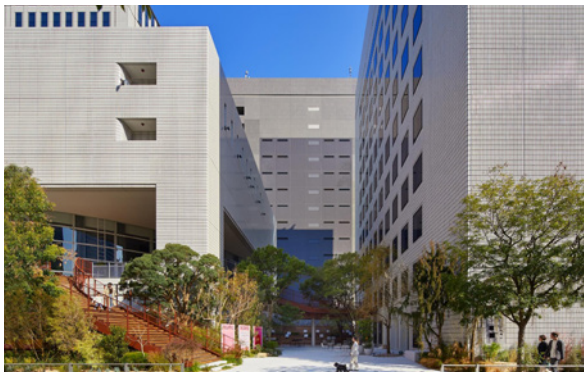
## オフィスはどこへ向かうのか。新しい働き方を実現するオフィス事例

コロナ禍から1年、リモートワークが定着するなど、ワークスタイルとオフィスの在り方は、この1年で大きく変化しました。オフィスはどこへ向かうのでしょうか。世の中の潮流と今後の方向性を知るヒントとなる2社の事例を紹介します。

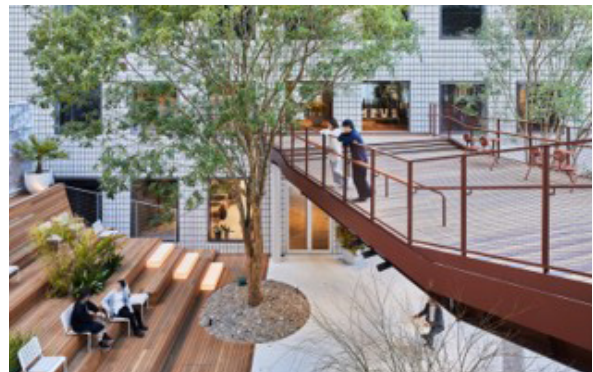
1社目は、文具・事務用品、オフィス家具のメーカーとして自ら先進的なワークスタイルを実践し、世に提案してきたコクヨ株式会社。コロナ禍に直面して以降、転換期にある働き方とオフィスの在り方を発信してきました。2021年2月に、東京品川オフィスの自社ビルをリニューアルし、コクヨの働き方の実験場「THE CAMPUS」としてグランドオープン、公開中（一部は法人限定・完全予約制）です。2社目は、不動産開発・販売をメイン事業とするデベロッパーながら、DXによる事業拡大を目指し、最新のテクノロジーを駆使して、オフィスと外の世界がシームレスにつながる新サービスも展開するプロパティエージェント株式会社です。2020年9月に、新オフィスへの移転を機にフリーアドレスとペーパーレスを実現。その様子もご紹介します。

### CASE 1 コクヨ株式会社

モットーは、“お客様より一歩先に失敗する”。新しい働き方を提案し続け、50年



「THE CAMPUS」外観&ブリッジ部分



コクヨ㈱の「働き方提案」は、1969年に完成した大阪市の新本社からスタートしました。1960年、スチール製品業界への参入とともに、トータルオフィス提案に取り組み始めたコクヨ㈱は、本社を兼ショールームとして、社員が実際に働く姿をお客様に見学してもらう画期的な試みを始めました。現在、北海道から沖縄まで全国に展開する「ライブオフィス」の始まりです。

モットーは、“お客様より一歩先に失敗する”。この言葉通り、1990年代には、オフィスのOA化を見据えて早くもフリーアドレスを実践。2000年代初頭には、社内どこでも利用できる無線LANシステム、IP携帯電話を導入し、2010年代にはコミュニケーション重視の観点から、社内外とのつながりを創出するワークスタイルとオフィスプレイスを提案するなど、常に時代を先取りした提案を続けてきました。



## 連日見学者が訪れる、コクヨ(株)の働き方の実験場「THE CAMPUS」

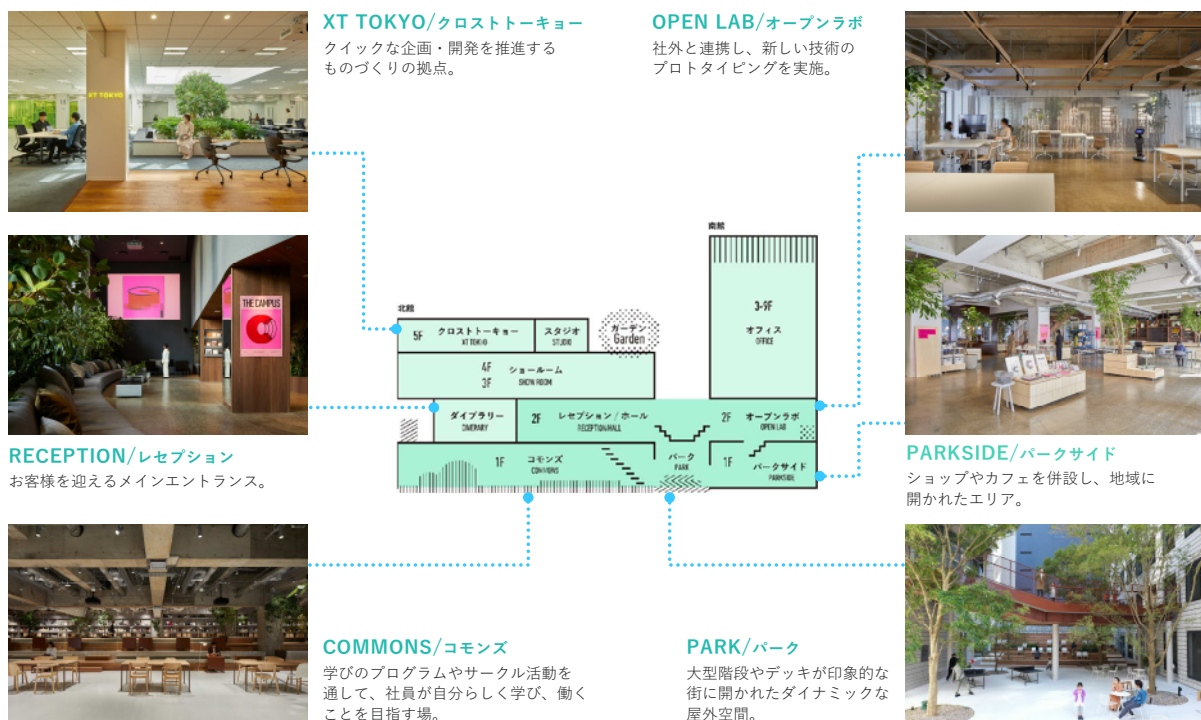
その最新動向が、コクヨ(株)の働き方の実験場「THE CAMPUS」です。品川オフィスを全面リニューアルし、長期的視点で社会課題解決に取り組むための実験・実践の場として、2021年2月15日にグランドオープンしました。

2030年の未来を予測してふさわしいオフィスを構築しようと、2016年にプロジェクトが発足しましたが、コロナ禍により世界は一変。発足当初は労働人口の減少やテクノロジーの進化を背景とした働き方の変化、価値観の変化を軸に据えていましたが、コロナ禍後は、完全在宅勤務の経験を経て「そもそもオフィスはこれからも必要なのか」と、より根本的な問いに立ち返って計画を再考することに。コクヨ(株)からの一つの答えとして誕生したのが、「THE CAMPUS」でした。

掲げるメッセージは「働こう。街で、チームで。」。「みんなのワーク&ライフ解放区」というコンセプトの下、「THE CAMPUS」を街に開かれたオフィスとしました。パブリックスペース、ショールーム、ライブオフィスの3つの要素を持ち、街との接点になる1階と2階にはショップやカフェを設置。屋外空間も含めて地域の人も自由に入出入りできるパブリックエリアにしました。3階以上は社員が働くオフィスエリアで、このうち南館の4階から9階の部分がライブオフィスとして、法人限定・完全予約制で公開中です。

### ● THE CAMPUSのフロア構成

WORK TRANSFORMATION  
Case Study



ライブオフィス部分は「経験を拡張する」をコンセプトに、フロアごとにテーマを設定しており、4階から9階まで順に「歩く」「整う」「遊ぶ」「試す」「集う」「企画」。部門別ではなく、これらのアクティビティに特化した機能別のフロア構成となっています。例えば「集う」フロアの8階は、チームでディスカッションしながら働くのに適したスペースに。全フロアは完全なフリーアドレスで、社員はその日の業務状況や気分などで好きなフロアの好きな場所を選ぶことができます。



8階「集う」フロアではチームで集まってディスカッションやワーク



4階「捗る」フロアにはハイスペックな機器や家具を置き、業務に集中

感染予防対策も、「THE CAMPUS」のポイントの一つです。例えば、社員がオフィス内のどこにいるか可視化される位置情報システムがあります。コミュニケーションのフォローになるとともに、人の分布状況を見ながら、各人が密を避けて空いている場所で仕事ができるようになっています。また、それぞれの席は、対面も隣同志もアクリル板で仕切られています。



## コロナ禍で激変した見学者の熱意

「THE CAMPUS」を世に送り出したファニチャー事業本部のマーケティング本部 提案マーケティング部 プラットフォームグループで広報を担当する海老澤 秀幸氏は、「一言でいうと非常に使いやすいです。安心・安全で、快適に仕事できています」と、実際に「THE CAMPUS」で執務している感想を口にします。

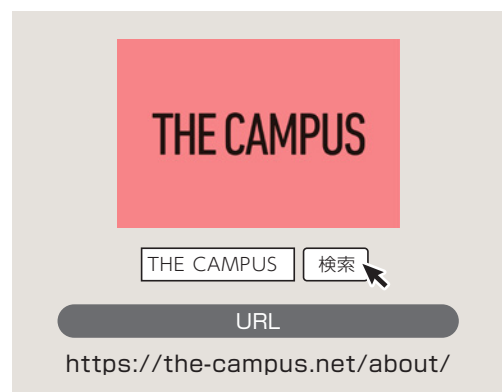
ライブオフィスには連日見学の申し込みがあり、なかには2度、3度と見に来るお客様もいるとのこと。「コクヨは『お客様より一歩先に失敗する』ことを心がけて、これまでもオフィスでかなり実験的なことをしてきました。以前は『でもこれって、オフィス家具メーカーだからここまでやるのでしょうか?』と、見られていた部分もありましたが、今は違います。コロナ禍でオフィスの在り方が問われるなか、皆さまが本当に、他社がどうしているのかと気になり、私たちのオフィスを非常に参考にされていると感じます」と、見学者の熱意を実感しているのは同部 コンテンツグループの幸森 史氏です。



こうもり  
幸森 史氏



海老澤 秀幸氏



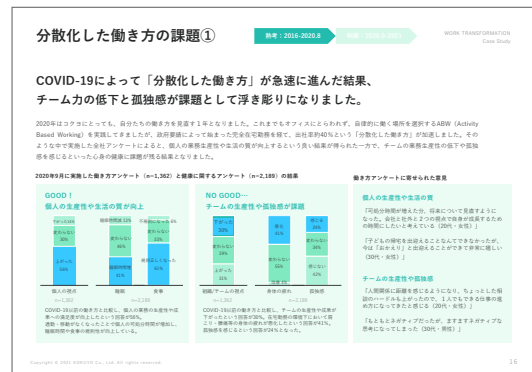


## オフィスの役割は、オペレーションワークからコミュニケーション重視へ

このような実践と並行して、コクヨ(株)ではコロナ禍の急激な変化を記録に残しました。それが、幸森氏などが制作にあたった『WORK TRANSFORMATION コンセプトブック』です。これからの働き方とオフィスの在り方について考察・提言したもので、2021年8月現在、Vol.3まで発行されています。刻々と状況が変わるなか、みんなが共有したいことをまとめたいと考え、発信し続けた結果、この1年余りの間に3冊も発行することになりました。



『WORK TRANSFORMATION コンセプトブック Vol.3』



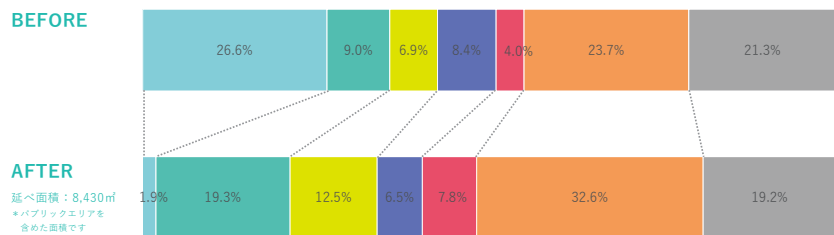
Vol.1の発刊は2020年6月。コクヨ(株)は感染対策という短期的視点ではなく、コロナ禍において働き方が変わっていくという視点に立ち、今後のオフィスを考えるべきだという信念をもって情報を発信しました。とても好評で、具体的にオフィスをどのようにつくっていけばよいかを提言したのがVol.2です。2020年10月に発刊しました。

Vol.2では、コロナ禍の半年間の行動をデータで振り返り、その上でオフィスに必要な要素を考えました。今後もオフィスに残されると考えられる活動を、センターオフィスをデザインする上で必要な「アクティビティ」とし、「チームビルディング」「高集中ワーク」など7つに分類。7つのアクティビティを取り入れた具体的なプランニング例を、誌面で紹介しました。

2021年4月に発刊したVol.3は、コロナ禍が始まってほぼ1年が経過したなかで、皆さんがどのようなことを考えたのかを共有するために、様々なアンケート結果を載せて、データで振り返りました。職種別のリモートワーク実施頻度、入社頻度別の会社に対するストレス・不安、オフィスで行いたい業務とリモートワークで行いたい業務など、この1年余りで定着しつつある新しい生活様式や働き方の実態を明らかにしました。このうち、コロナ禍の中、リニューアルした「THE CAMPUS」において、オフィスで行うアクティビティが以前のオフィスと変わったことを示すのが以下の図です (『WORK TRANSFORMATION コンセプトブック vol.3』より)。

### ●2019年までのオフィスと、THE CAMPUSのアクティビティポートフォリオの比較

7つのアクティビティ



アクティビティポートフォリオ。「THE CAMPUS」におけるオフィスリニューアル前後での7つのアクティビティを比較。

以前のオフィスはオペレーションワークに比重を置き、執務デスクが並ぶスタイルでした。しかし「THE CAMPUS」では、オペレーションワークは自宅やサードプレイスでやるが増える予測し、オフィスは人と人のつながりやチームのつながりを想定したものと考えると考え具現化しています。

## 世界中で働くことの意味、オフィスについて考えられた1年

WORK TRANSFORMATION の発刊を通じて、様々な声やデータに接した幸森氏は「この一年余り、世界中で働くということやオフィスの在り方が考えられるようになりました。これは今までになかったことではないでしょうか。それまでは、私たちが実験的なオフィスをつくり、先導してきたと自負していますが、今はお客様が、日本中の方が『これからのオフィスをどうしたらいいだろうか』と、自分ごととして考えるようになりました」。働く立場でも、その環境を整えるファシリティ担当の立場でも、経営の立場でも、誰もが真剣にオフィスについて考えた1年でした。

リモートワークについても、企業の意識は刻々と変わっています。変化を感じる象徴が、オフィスチェアです。昨年来、コクヨ(株)は自宅でも使っても違和感のないデザインや機能のオフィスチェアを開発、販売し、好評を博しています。「リモートワークが始まった当初は、企業はセキュリティを気にしました。でも今は、例えば社員にチェアを配る会社もあれば、自宅の環境を整えるようにと一時手当を出す会社もあります。在宅勤務の環境を個人任せにせず、生産性保持や社員の健康などの観点から、会社が関与する動きもだんだん出てきました」(幸森氏)。在宅勤務も快適に。家は働く場の1つとして確実に定着し、オフィスはオフィスでしかできないことをする場へと変わりつつあります。



リモートワーカーに人気のコクヨ(株)のオフィスチェア「ing (イング)」

## 「出社しない」という選択肢がある今、問われるオフィスの存在意義。 オフィスこそが企業活動や創造性、ワーカーの豊かさの源泉

幸森氏に、3冊の発刊を通じて感じた今後のオフィスの方向性について聞きました。「オフィスに対して『行かない』という選択肢が出てきたなかで、オフィスは、気持ちとして行きたくなくなる快適性があり、パンデミックに対しては安心して行ける環境であり、かつ人と接し、新たな刺激が得られる場所だからこそ行くものになりました。机が並んでいるだけのスタイルでは、オフィスとしての存在感が弱くなっていきます。『仲間がいる』と感じられる場所になるために、人とのつながりを生み、自分らしく働けて、この会社に所属してよかったと思えるような具体的な環境が、今後はどんどん求められると思います」。

最後に海老澤氏も、広報を担当する立場から改めてオフィス空間の創出に取り組むコクヨ(株)の使命を語りました。「昨年、コロナ禍で最初の緊急事態宣言が全国一律で発出され、首都圏や大阪などでは様々な社会活動が一時停止を余儀なくされました。それに伴い、当社もそうでしたが、多くの企業が、ワーカーが一時出社停止する“がらんどう”のオフィスになってしまいました。そのような光景は、大きなインパクトで、メディアなどでは『オフィス不要論』という言葉も出ました。しかしコロナ禍のなかで、オフィスは改めて必要であることがわかりました。私たちが提案しているのは、オフィスこそ企業活動、ワーカーの豊かさ、創造性を育み、やりがいやつながり感を高める重要な要素だということ。企業にも個人にも、それぞれの視点でのオフィスの価値があるはずで、それをこれからも、コクヨが形にして提案していきます。それが昔も今も変わらないコクヨの使命です」。

(本内容は2021年9月時点の情報です。)



## CASE 2 プロパティエージェント株式会社

### 18期連続の増収増益を達成。DX推進が原動力に

次は、具体的なオフィス移転の事例とそこから予見される未来の姿を紹介します。

プロパティエージェント株式会社は投資用マンション・居住用コンパクトマンションの開発・販売事業を中心に、プロパティマネジメント事業や不動産クラウドファンディング事業などを手がけている会社です。直近の2021年3月期決算は、コロナ禍にも関わ

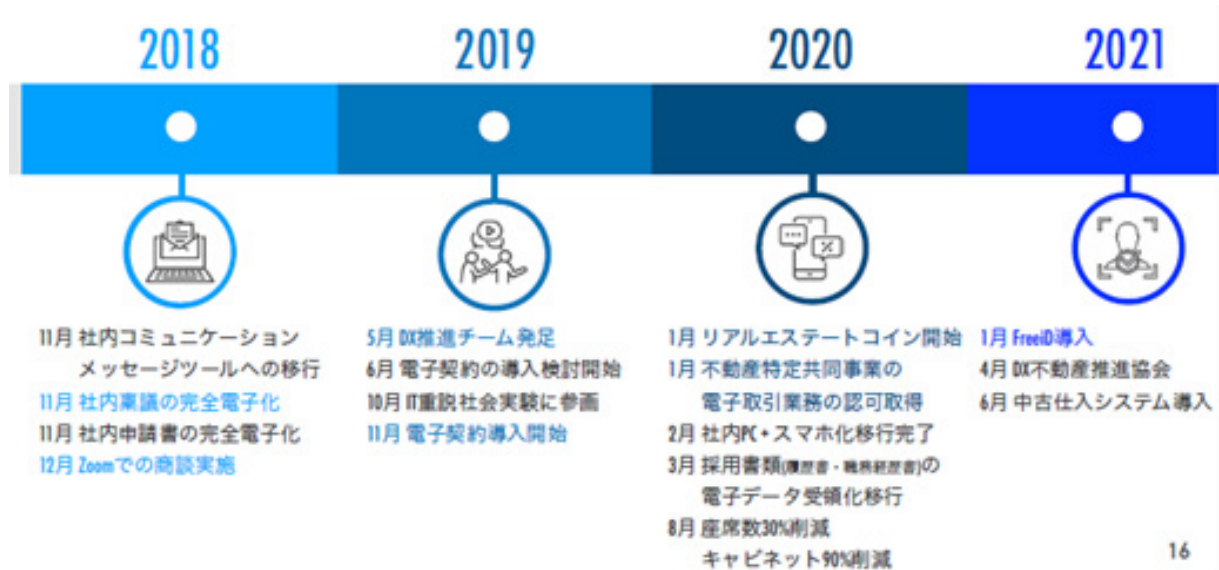


エントランス

らず18期連続の増収増益を達成しました。その原動力となったのがDX（デジタルトランスフォーメーション）です。

同社は2018年からDXに注力し、お客様への営業活動と社内業務のDXを進めてきました。営業活動では、2018年から遠方の顧客との商談をzoomに置き換え、国によるIT重説の社会実験が始まった2019年には、すぐに手を挙げて社会実験に参画しました。また、同年には投資用マンションの売買取引において電子契約サービスを導入するなど積極的にDXを推進してきました。コロナ禍で内見や対面の商談などが滞った2020年には、着々と進めてきたこれらの対応がお客様に受け入れられ、営業活動の底上げにつながりました。業務効率化によるコスト削減により、利益率も改善。コロナ禍にあって、むしろ業績を伸ばすことに成功しました。業界内で先駆けとなって進めてきたこれらの取り組みは、他社との差別化ポイントになっています。今後もDXを成長の原動力に据えていく考えです。

#### ●プロパティエージェント(株)が取り組んできたDX推進



## 社内もDX推進中。本社移転を機に、フリーアドレスとペーパーレスを実現

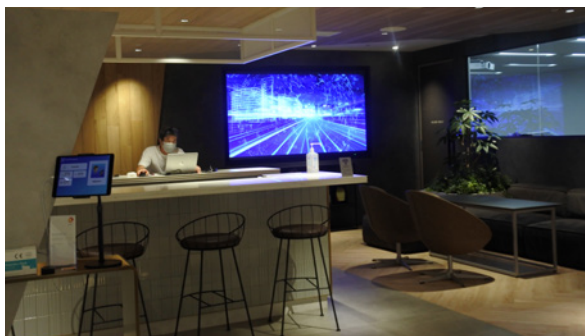
DX推進の一環で、本格的に社内業務、社内環境の改革も進んでいます。2020年9月には、新オフィスへの移転を機にフリーアドレスとペーパーレスに取り組みました。ペーパーレスは、徹底して書類の電子化を進めました。移転前に90基あった天井までの高さのキャビネットは、移転後は7基に減りました。「最初は、キャビネットを完全になくすと言ったのですが、さすがにゼロにするのは難しく、最終的には7基になりました。しかし、地道に電子化を行ったことにより90%の紙類を削減できています。これにより、以前は書類を見るために会社に来ないとできなかった業務が、家でもできるようになり、リモートワークの促進にもつながりました。通勤交通費も削減できています」。こう話すのは、総務業務も兼務し、DX推進の一翼を担った広報担当者です。

ただし、実行は決して容易ではなく、強い意志を持って社内に働きかける必要がありました。全体のキャビネットだけではなく、社員一人一人も、フリーアドレス化により個人の机と袖机がなくなることから、机周りに納めていた書類などをすべて処分、または電子化しなければなりません。「まずは意識改革が必要でした。不動産業界全体に紙文化が根付いており、それをいかに電子化するか。一人一人のマインドを変えることがポイントでした。個人が持っていた書類は、基本的に捨てるか電子化するように徹底しました。『残っていたら捨てますよ』と強く言い、通常の業務と並行して身の整理を進めてもらいました。2020年のゴールデンウィーク明けに移転が決まり、実質2カ月で処分と電子化を終えました」（広報担当者）。

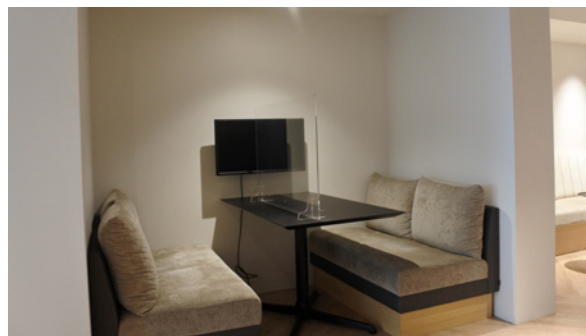
フリーアドレスになった現在、貴重品は個人のロッカーに入れ、普段の業務はパソコンを持ち歩き、好きな場所で行っています。以前は各自の机に様々な資料が置かれていましたが、すっかりなくなり、社内の美観も向上しました。ペーパーレス化に伴ってゴミ箱も、1人1個からフロア全体で3個になり、極力紙を出さないスタイルを徹底しています。1人1台あった固定電話も、通話・受信確認用に各部署に2台程度に激減。全員が社内用のスマートフォンを持ち、営業担当者もスマートフォンで支障なく電話営業を行っています。

雑然としていた個人の机がなくなり、キャビネットやゴミ箱も激減したオフィスについて、広報担当者は、「精神的に解放感があり、仕事にも集中できるようになりました」との感想を持っています。

社員が執務をする場所は、通常の執務スペースに加え、エントランスからつながるオープンスペースにあるカフェ風の席、打ち合わせにも使えるファミレス風の席など、空いてさえいればどこでも自由です。固定席だったときと比べ、年代や部署も異なる人と隣り合う機会ができ、思わぬコミュニケーションも生まれているそうです。「社内のいろいろな部署の人と話せるようになりましたし、特に女性社員は、周辺の人にお菓子を配って、そこから会話が生まれることなどもあるようです。以前は執務スペースが2つの部屋に分かれていて、部屋が違うとほぼ交流がなかったのですが、今はワンフロアで、しかもフリーアドレスなので、目に見えて社員間の交流が増えています」と広報担当者。社内の雰囲気も明るくなりました。



カフェ風席、ファミレス風席でも自由に仕事ができる







部署によって異なりますが、オフィスへの出勤率は全社平均で6割程度。営業担当は出社が多く、人事総務部、経営企画部などのバックオフィスの部門は在宅が多いそうです。営業担当に出社が多い理由は、「お客様とのコミュニケーションはオンライン化が進んでいますが、自宅で一人での商談は難しい点もあります。わからないことがあれば周りの人にすぐに聞ける環境が大事なので、オンライン営業でもあえてオフィスを選ぶ人が多いです」とのこと。

このほか、以前から顧客管理などにはSaaS（Software as a service）を導入しており、営業活動のDX、社内業務DX、そしてこのフリーアドレス&ペーパーレスと、着々とプロパティエージェント(株)のオフィスは変革しています。同社では、2年余りにわたって取り組み、蓄積してきたDXのノウハウを、今後はコンサルティングサービスとして外部に展開することも視野に入れています。失敗も含めて実地に経験したからこそ提供できるソリューションがあり、それが、不動産業界全体のDX推進につながると思っています。



## 入室は顔認証システム『FreeID(フリード)』で。 オフィスと社会をシームレスにつなぐ新サービス

DXが進むプロパティエージェント(株)のオフィスの入口にあるのが、子会社DXYZ株式会社が開発した顔認証システム『FreeID』です。カードキーは不要で、顔がIDとなって開錠できる仕組みです。現在は、自社開発したマンションで導入が進んでいます。元々、マンションの付加価値として開発が始まったシステムですが、マンションだけでなく大きく広げていく構想を持っています。



オフィス入口には、自社で開発した顔認証システム『FreeID』

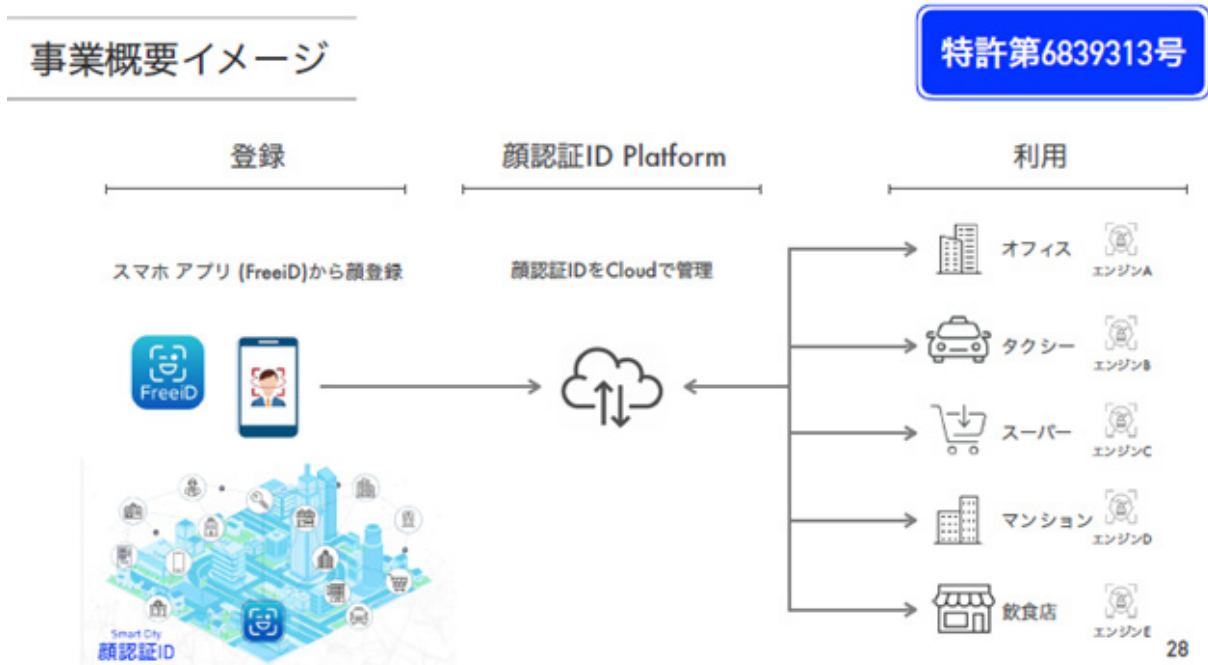


執行役員 兼 CDO  
しんぐう  
**新宮 由久氏**

『FreeID』の将来の姿について、開発を担当した執行役員 兼 CDOの新宮由久氏に聞きました。「家やオフィスの鍵、自販機、コンビニ、駅の改札など、現在、スマートフォンをかざして認証しているものを、すべて顔でできるようにするシステムです。目指すのは、朝起きて家を出て、電車やバスで会社に行き、お昼にコンビニで買い物をし、途中でタクシーにも乗り、最後は家に帰ってくる。その行動すべてを何も取り出すことなく、顔をかざすだけでできてしまう世界です。スマートフォンは忘れるし、電池も切れますが、顔ならその心配はありません。顔をすべてのIDとして使うことを考えています」。

既に、技術的には充分可能で、その世界の実現を目指し、現在、開発と導入を進めているところです。自社のオフィスと開発物件だけでなく、外部のカプセルホテル、エンターテインメント施設、オフィスビルなどへの提案と導入が着々と進んでいます。顔一つで入退出や決済などが何でもできる世界が、少しずつ現実になっているようです。

●顔認証システム『FreeID』事業概要



プロパティエージェント(株)の本社では、エントランス、執務スペース、会議室などの入口に『FreeID』を設置。顔で開錠できようになっています。来訪者も同様に、あらかじめ顔を登録しておけば、当日はその時間に顔認証で入室できます（タッチパネルで操作する通常の受付システムもあります）。

特許第6804678号

特許第6896131号

**入退室機能**

オフィスのエントランスが顔認証だけで開錠可能。  
カード等をカバンから取り出すあの煩わしさから開放!

**オフィス受付機能**

訪問時、顔をかざすだけで担当者を呼び出し可能。  
訪問時、担当者入力不要で入力の煩わしさから開放!



「鞆からカードを出すのは、手がふさがっているときは案外面倒です。顔をかざして入れるのは、慣れると非常に楽ですね」と、新宮氏がユーザーの立場で感想を言えば、広報担当者も「以前はよく、社員から入室カードをなくしたから再発行してほしいと言われていました。その手間も大変ですし、何よりセキュリティ面が不安です。顔認証になってそのようなことがなくなりました」と利点を挙げます。支店やサテライトオフィスなど拠点が複数ある会社なら、さらに利便性は増すでしょう。

『FreeID』導入済の自社の分譲物件では、入居者の方々にも好評とのこと。特に荷物と子どもで手がふさがりがちな子育て世代などには、非常に安心かつ便利に使われているようです。現在はまだ「点」での導入であり、利便性を感じられる機会も限られますが、例えばユーザーとの接点が多い生活やインフラ関連の会社などで導入されれば、使える場所が一気に増え、利便性は大きく向上するでしょう。「面」となれば、それをきっかけに、一気に広く世の中に導入が進むかもしれません。プロパティエージェント(株)では、『FreeID』をそのような世界のスタンダードにすることを目指しています。

オフィスからその先に広がる世界へ。少し先の未来を予見させるサービスです。

## オフィスの変化と進化に目を見張った1年。これからの姿にも期待

コロナ禍により、人々の意識や行動は大きく変わり、その変化にアップデートするために、世の中のありとあらゆる場が変革を余儀なくされました。なかでもこの1年余りのオフィスまわりの変化と進化は、本当に目を見張るものがありました。オフィスに対して「行かない」という選択肢が出てきた—という本質的な指摘や、「顔」でオフィス、家、サードプレイスを自在に行きする未来図が印象的な2つの事例でした。これからも進化を続けるオフィスから目が離せません。



# ～コロナ禍が変える新しい働き方とワークプレイスの変化を読み解く～

ここ数年、企業では人材確保や生産性の向上を目指した働き方改革が進められ、毎日会社に出勤するという習慣化された働き方から、場所や時間に捉われないフレキシブルな働き方への転換を目指す企業が増えつつある。2020年春からの新型コロナウイルスの世界的な感染拡大から約1年半以上が経ち、企業の働き方やワークプレイスに関する考えはどのように変化しているのだろうか。オリンピック・パラリンピックも開催される中、日本政府が時差出勤やテレワーク等を強く推奨したことにより、多くの企業やオフィスワーカーは働き方の見直しを余儀なくされた。この過渡期に実際のオフィスワーカーはこの状況をどう感じ、どう捉えているのか。

株式会社オファーズ（以下、オファーズ）では大手シンクタンク会社連携のもと、2021年7月より、2カ月に渡り企業のオフィス利用の実態や働き方に関して大規模なwebアンケート・デプスインタビュー調査を行い、現在利用中のフレキシブルオフィス・シェアオフィスへの満足度、関心度合いの可視化及びこれからの新しい働き方の方向性について詳細な分析を行った。本レポートはその調査の結果を公表するものである。

## 調査対象

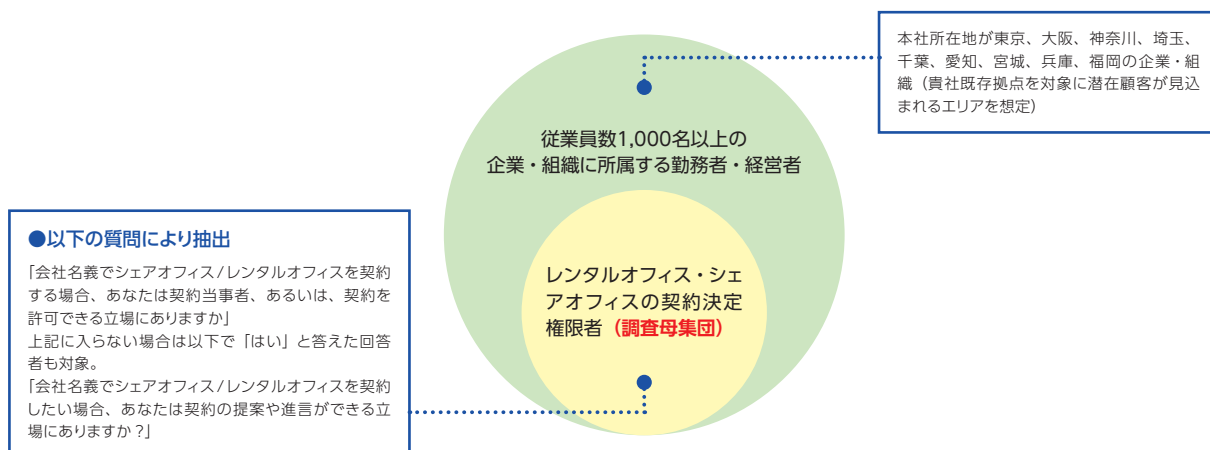
Webアンケート調査対象対象者は下記①～④すべて含む者とした

- ①日本国内に在住する成人就労者および経営者（※休業者は含む）
- ②所属する企業、組織の従業員数が1,000名以上
- ③本社所在地が東京、大阪、神奈川、埼玉、千葉、愛知、宮城、兵庫、福岡の企業・組織に所属
- ④レンタルオフィス・シェアオフィスの契約決定権限者、あるいは契約進言者

調査対象（母集団）の条件に該当する者の中から、サンプル（標本）として合計600サンプルを目標として抽出。

その割付方法として、レンタルオフィス/シェアオフィスを契約したことがある（過去利用含む）サンプルを400サンプル（母集団AおよびA'）、契約したことがないが、契約を検討したことがあるサンプルを200サンプル（母集団B）を目標として取得し、それぞれの母集団に対して、異なる質問を合計49問質問した。

※SA=シングルアンサー：アンケート調査における質問・回答形式の1つである。1つの質問に対して複数の選択肢がある際に、その中から回答を1つだけ選ばせる方式





## 回答者の属性

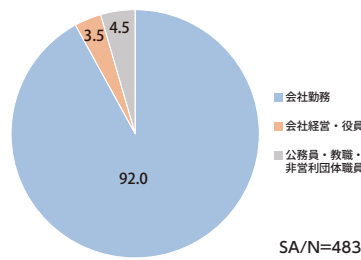
### 職業・都道府県・業種

回答者の職業は9割超が会社勤務者・都道府県は東京都が最多。

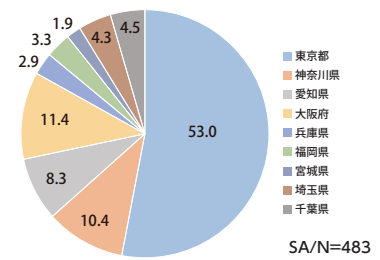
■回答者を属性別に分類すると、各項目で最も多い属性としては、会社員（91.1%）、東京都の企業に勤務（53.0%）、情報サービス業（11.0%）となった。なお、製造業は合算すると28.1%となり、情報サービス業を抜いて首位となる。

■なお、従業員規模別に利用業種をみるとほぼ比率に変化はないが、従業員規模1,000人～1,999人の企業では「その他の製造業（食料品、繊維、出版など）」が全体平均よりも約5ポイント大きく全業種でトップとなり、従業員規模5,000人以上の企業では「金融業（銀行、保険、証券）」の比率が平均よりも約5ポイント多く全業種でトップとなった。また、従業員規模1,000人～1,999人の企業では「その他のサービス業」が平均よりも約3ポイント少なかった。

SC1. 職業

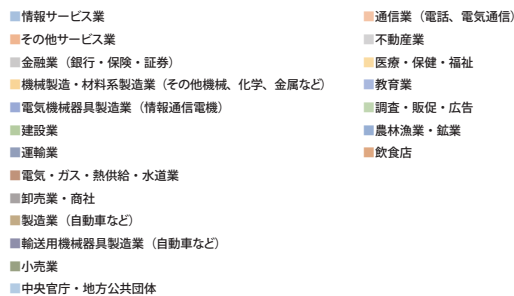


SC2. 勤務先の都道府県



回答者の業種は情報サービス業が最多。

SC3. 勤務先の業種



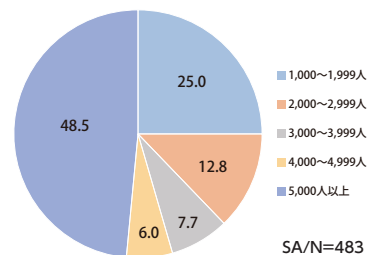
SA/N=483

### 勤務先の総従業員数・役職・決裁権限

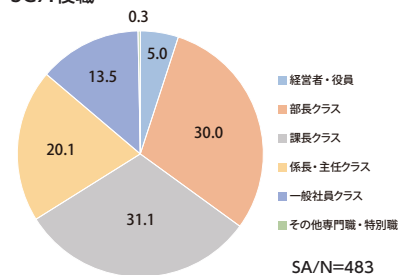
回答者の勤務先の総従業員数は5,000人以上が最多。役職は課長クラスが最多。

■回答者を属性別に分類すると、各項目で最も多い属性としては、総従業員数5,000人以上（48.4%）、課長クラス（31.1%）、契約当事者（70.8%）となった。  
 ■本調査では、役職が部長クラス以上レベルのサンプルをある程度取得することに成功（35.4%）し、決裁当事者の面から見ても多く獲得（70.8%）することに成功した。

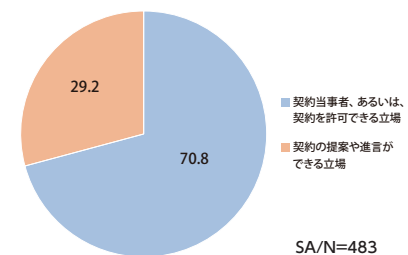
SC4. 勤務先の総従業員数



SC7. 役職



SC12. 決裁権限



## 調査の要約

- レンタル/シェアオフィス利用動機は「オフィススペースを削減するため」が1位、「柔軟な働き方を実行するため（働き方改革・子育て支援など）」が2位、「サテライトオフィスとして利用するため」が3位。
- レンタル/シェアオフィス選定理由は「拠点の場所/アクセス」が大差で1位、「利用コスト・料金」が2位、「設備の充実」が3位で続く。
- シェアオフィスの非選定理由は「利用コスト・料金」がトップ。「拠点の場所/アクセスの問題」「室内セキュリティ・プライバシーの問題」も上位。
- 「入居人員規模（床面積）の拡大」を考えている割合は約3割。コロナ禍を契機とした利用が多く、レンタル/シェアオフィス事業者として今が追い風。

## 今回調査からのファクト

### シェアオフィスの需要拡大の傾向調査

- **テレワーク利用率は8割以上**。そのうち、サテライトオフィスでのテレワークは36%
- レンタル/シェアオフィスの利用停止理由は「**労務管理上の都合**」「**必要性が薄かった**」が**トップ2**。  
労務管理上の課題は部下の仕事の状況が分からないことが中心。  
Workusは「利用したい」との声が多かった。部下の状況把握のほか、シェアオフィス契約が従量課金制の場合、コストを把握することができるため。
- 「テレワークの課題」のトップは「**(自社) 社員間コミュニケーション**」
- **(自社) 社員間コミュニケーションの課題があることが、「オフィスが必要である」理由の一因**。  
部下の顔色や様子を見ることができなくなったことでマネジメントに課題。  
シェアオフィスに不定期・定期的に集まって作業をしたりすることで課題解決につながる可能性あり。
- 他の利用者との交流上のメリット（成果）を感じた企業は全体の5割以上だが、入居動機に他の利用者との交流を上げたのは全体の2割。コロナ禍前でも他社との交流メリットを感じることはほぼなく、交流内容は案件獲得よりも同業種との情報交換が中心。

### シェアオフィス入居者数拡大の傾向調査

- 従業員はオフィス面積はやや足りないとするも、**今後の方向性は面積縮小傾向**。
- レンタル/シェアオフィスの利用動機は「オフィススペースを削減するため」が1位、「柔軟な働き方を実行するため」が2位。  
会議スペースを増やして個々の作業スペースは半減という形で設計している。  
フリースペースを多くして、将来的にAIで代替できる営業部門等の面積を削減。との意見も。  
小田原や静岡に家がある社員向けに、そのような郊外に拠点を作っても良い。単身赴任手当の削減も可能。
- 従業員規模が大きくなるほど1企業あたり契約人数が大。従業員5,000人以上の企業の全体の3割が201名以上での契約。  
従業員数1,000人以上の今回調査対象者は総じて部署ではなく会社での契約が多い。

### シェアオフィス非選定理由・希望サービス内容傾向調査

- 非選定理由は「利用コスト・料金」が1位。  
社内決済上のポイントは立地、料金、セキュリティのほか費用対効果（作業生産性、交渉の場としての利用など）。コストが高くても、それを上回る効果が見込まれるならば、コストは問題にならない（取引先との交渉に当たって利用する際に、利便性の高い立地やグレードの高いオフィスであれば、取引先から歓迎されるケースもある）希望サービスでは、「一人用の小部屋」についてが全体の3割が重視している（同質問で最上位）。
- レンタル/シェアオフィス検討の際の重視項目では、「多拠点での利用」について全体の3割が重視。  
シェアオフィスは、自社オフィスよりも自宅もしくは顧客のオフィスビルから近い場合に利用する。従業員の居住地が分散している場合や、ユーザー企業の顧客のオフィスビルの場所が分散している場合に多拠点利用する。

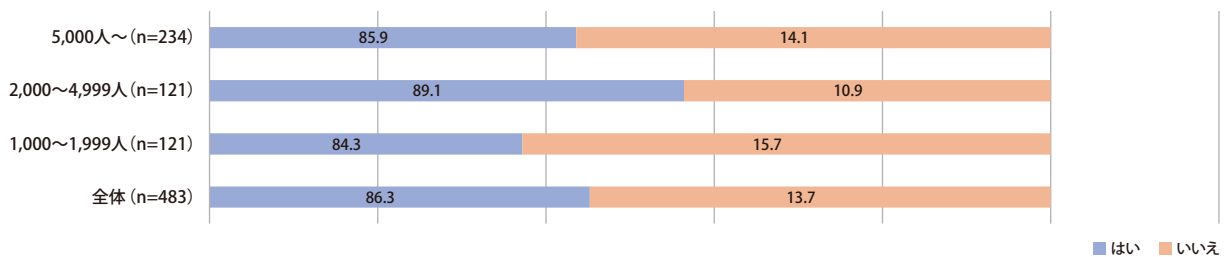


## テレワークの状況と今後の意向

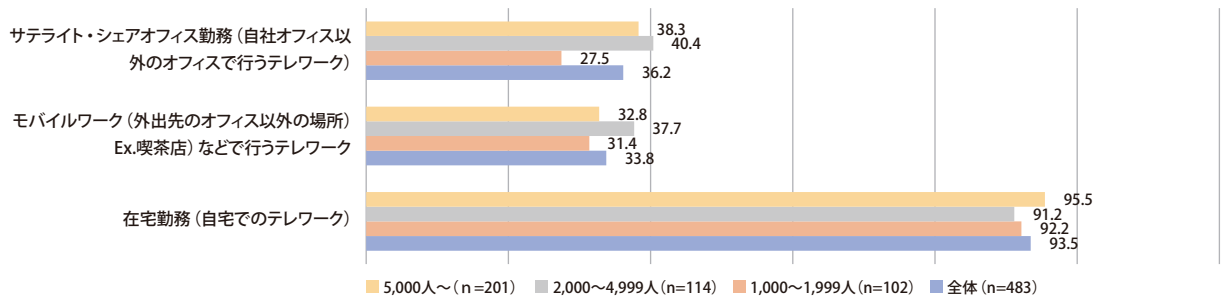
テレワーク利用率は8割以上。そのうちサテライトオフィスでのテレワークは36%が実施。

- 「Q1.回答者のテレワーク利用率」より、回答者のテレワーク利用率はおよそ7割となっている。会社としてレンタル・シェアオフィスを利用しているにも関わらず「いいえ」と回答した回答者もわずかに存在したが、これはレンタル・シェアオフィスを本社・支社オフィス、営業拠点としているなどが想定される。なお、回答者のテレワーク利用率は従業員規模1,000人～1,999人の企業が突出して高くなった。
- 「Q2.テレワーク形態」より従業員規模別にテレワーク形態をみると、従業員規模1,000人～1,999人の企業は「サテライトオフィス勤務」が少なくなっており、従業員規模が小さい場合はサテライトオフィスへの勤務があまり浸透していないことがうかがえる。

回答者のテレワーク利用率・従業員規模別 SA



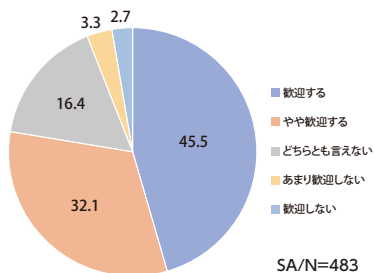
回答者のテレワーク形態・従業員規模別 MA



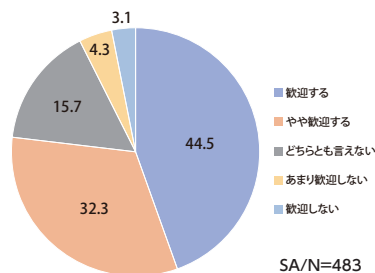
## コロナ収束後もテレワークを歓迎。

- 「Q3.テレワークへの態度」、「Q4.新型コロナウイルス収束後のテレワークへの態度」より、テレワークへの態度をみると7割以上が歓迎しており、新型コロナウイルス収束後もその意向は変わらない。

Q3.テレワークへの態度



Q4.新型コロナウイルス収束後のテレワークへの態度

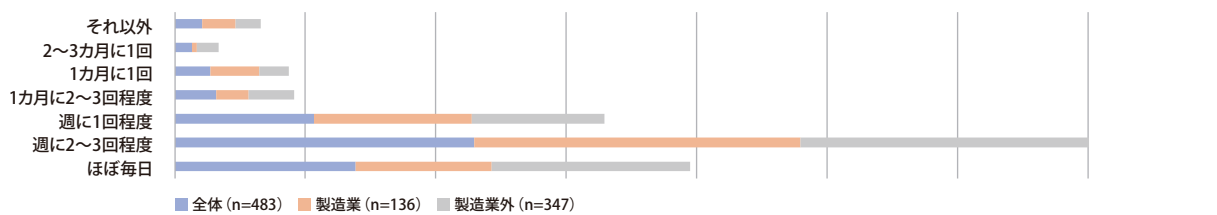


## 出社の頻度

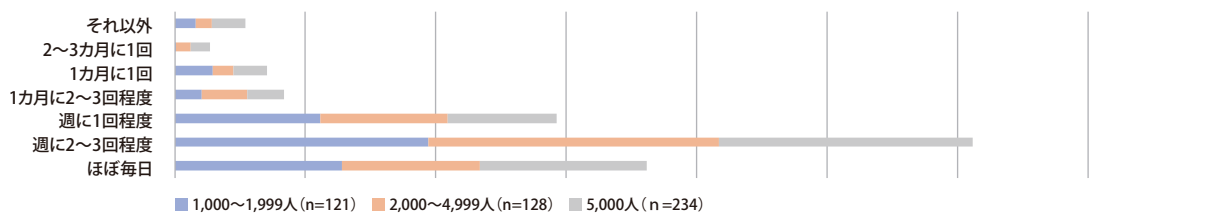
### 出社頻度は「週に2～3回」が最大。フルリモートは少数派。毎日出勤者はテレワーク導入ニーズ大

- オフィスへの出社頻度を見ると、「週に2～3回」が最も多く40.3%、次いで「(ほぼ)毎日」が24.4%、「週に1回」が18.8%で続いており、現在でもフルリモートの企業は少数派で、オフィスも必要とされていることがうかがえる。一方、本調査は課長クラス以上の役職者のサンプルの割合が高くなっており、部署監督のため出社の割合が高くなっている可能性もある。
- 業種別に見ると、製造業は非製造業と比べると「(ほぼ)毎日」の割合が低く(-8.4ポイント)、「週に2～3回」も非製造業より低くなっており(-5.2ポイント)、製造業の出社頻度の低さがうかがえる。
- 「Q1.回答者のテレワーク利用率」より、1,000人～1,999人の企業でテレワーク利用率が高い(84.3%)場合でも、ほぼ毎日出社している人が25.6%も存在するのは、制度としてテレワークを導入しているが、テレワークの課題により利用に至っていない層が一定数存在することが伺える。
- 希望する出社頻度を実際の出社頻度と比較すると、「(ほぼ)毎日」が少なくなっており、代わりに「週に2～3回」「週に1回」が多くなっているため、毎日オフィスに出社している回答者が、オフィスへの出社を減らしたがっている(テレワークを利用したがっている)ことがうかがえる。この傾向は製造業でより顕著である。また、従業員数1,000人～1,999人の企業でより顕著である。

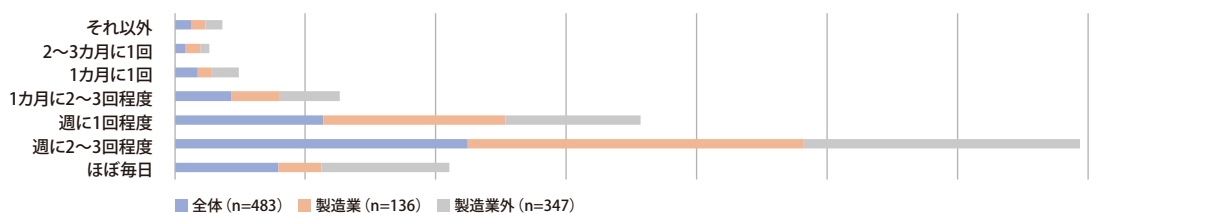
Q5.出社頻度・業種別 SA



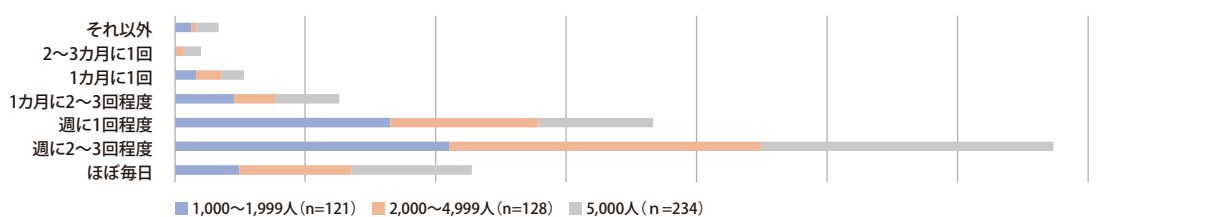
Q5.出社頻度・従業員規模別 SA



Q6.希望出社頻度・業種別 SA



Q6.希望出社頻度・従業員規模別 SA





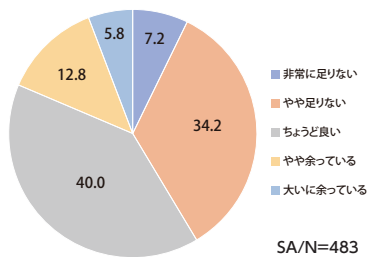


## オフィスの面積と今後の意向

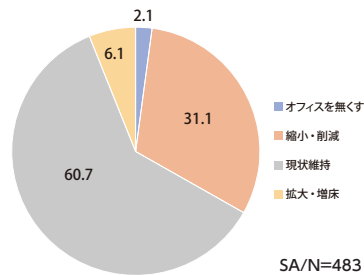
オフィス面積はやや足りないとするも、今後の面積意向は縮小傾向。

- 「Q7. 自社オフィス面積への態度」より、「ちょうど良い」が最も多く44.0%、次いで「やや足りない」が34.2%で続いた。「足りない」全体では41.4%にのぼり、「余っている」全体の18.6%を大きく上回っており、オフィス面積の不足傾向がうかがえる。
- しかし、「Q8. 自社オフィス面積の今後の意向」より、「現状維持」が60.7%、「縮小・削減」が31.1%となっており、オフィス面積を増やす動きは広まっていない。

Q7. 自社オフィス面積への態度



Q8. 自社オフィス面積の今後の意向

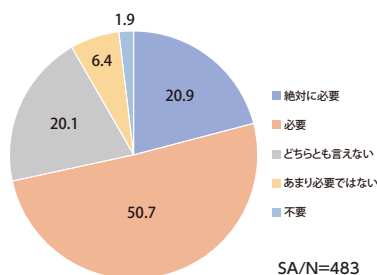


オフィス面積はやや足りないとするも、今後の面積意向は縮小傾向。

自社オフィスの必要理由は社員間コミュニケーションがトップ。

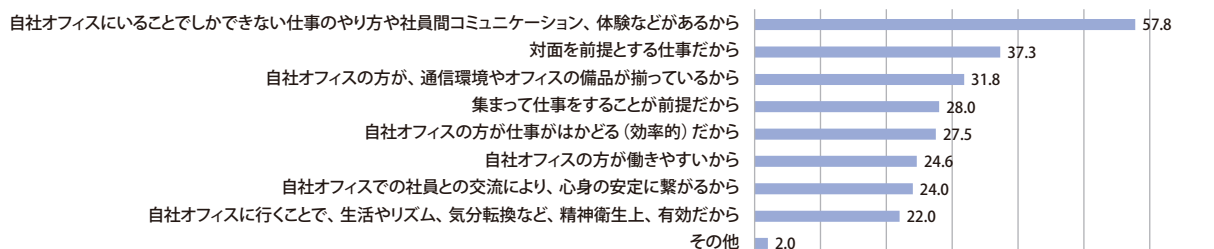
- 「Q9. 自社オフィスの必要性」より、「必要」全体で71.6%となっており、今後もフルリモートはあまり広まらず、オフィスは企業活動にとって重要な役割を果たしていくことが想定される。「Q10. 自社オフィスの必要性」より、その理由としては、「自社オフィスでしかできない仕事のやり方や社員間コミュニケーションがあるから」がトップとなっており、生産性関連の選択肢は比較的低い回答率となった。なお、「自社オフィスでしかできない～」は従業員規模が大きくなるほど回答率も高まった。
- Q10. 自社オフィスの必要性」より、その理由としては、「自社オフィスでしかできない仕事のやり方や社員間コミュニケーションがあるから」がトップとなっており、生産性関連の選択肢は比較的低い回答率となった。なお、「自社オフィスでしかできない～」は従業員規模が大きくなるほど回答率も高まった。

Q9. 自社オフィスの必要性



Q10. 自社オフィスの必要理由

MA/N=346

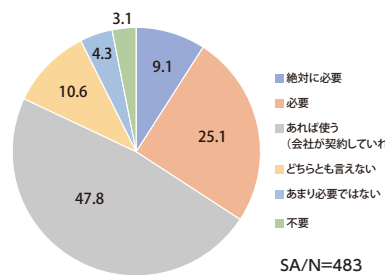


## テレワークとレンタル/シェアオフィス・テレワークの課題

テレワークに伴うレンタル/シェアオフィスは「あれば使う」が最多。  
 まだ、マストアイテムにまで至っていない

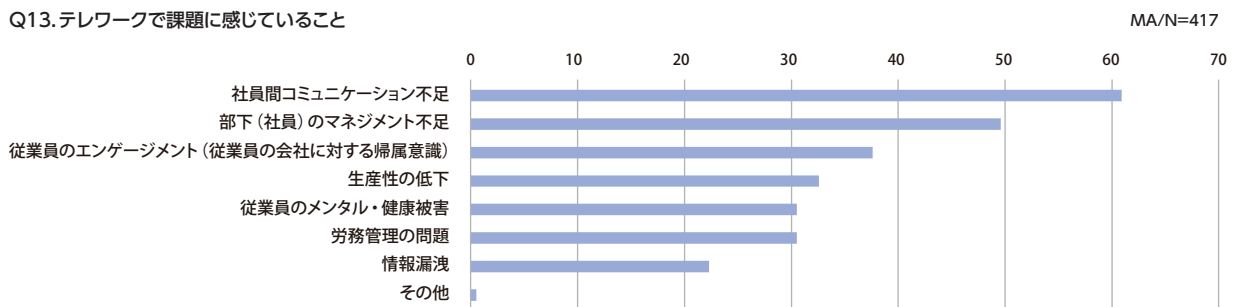
- 「Q12.テレワークの際のレンタル/シェアオフィスの必要性」より、「あれば使う」が最も多く47.8%でトップとなっており、「絶対に必要」「必要」と答えたのは全体の34.2%にとどまった。このことより、社内からレンタル/シェアオフィスを利用したいという声が出ることは少ないが、会社としてレンタル/シェアオフィスを契約した場合は多くの利用率が見込めることがうかがえる。

Q12. テレワークの際のレンタル/シェアオフィスの必要性



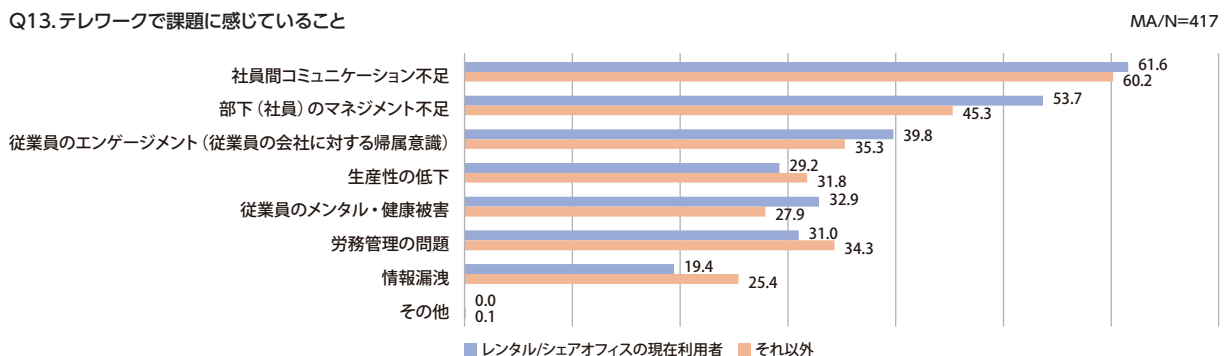
- 「Q13.テレワークで課題に感じていること」より、テレワークの課題として最も多く挙げられたのが「社員間コミュニケーション不足 (60.9%)」で、「部下(社員)のマネジメント不足 (49.6%)」、「従業員のエンゲージメント (帰属意識) の低下 (37.6%)」が続いた。このことより、チャットや電話では解決できないコミュニケーション・仕事のやり方が存在しており、課題となっていることがうかがえる。

Q13. テレワークで課題に感じていること



- 「Q13.テレワークで課題に感じていること」より、レンタル/シェアオフィス現在利用者・非利用者別に見るとこの課題はレンタル/シェアオフィスでは解決が難しいことがわかる。一方で、「生産性の低下」に関してはレンタル/シェアオフィス利用者の方が2.6ポイント低く、若干ではあるが効果が認められる。

Q13. テレワークで課題に感じていること



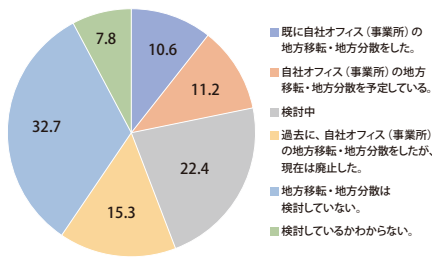


## 地方移転・地方分散

地方移転・地方分散を導入・予定している企業は全体の1割とわずか。  
ただし、「歓迎」する割合は全体の5割に達する

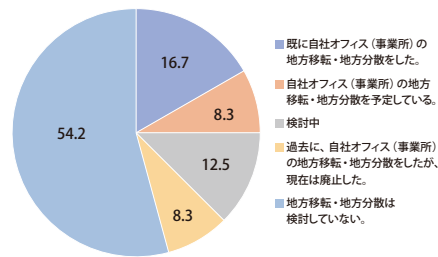
- 「Q14. 過去5年～今後5年程度以内のオフィス（事業所）の地方移転・地方分散の状況」より、「既に地方移転・地方分散をした」が10.6%、「今後地方移転・地方分散を予定している」が11.2%となっており、「地方移転・地方分散は検討していない」の32.7%、「過去地方移転・地方分散を行ったが現在は廃止した」15.3%と比べると低い数値にとどまった。

Q14. 過去5年～今後5年程度以内のオフィス（事業所）の地方移転・地方分散の状況



SA/N=483

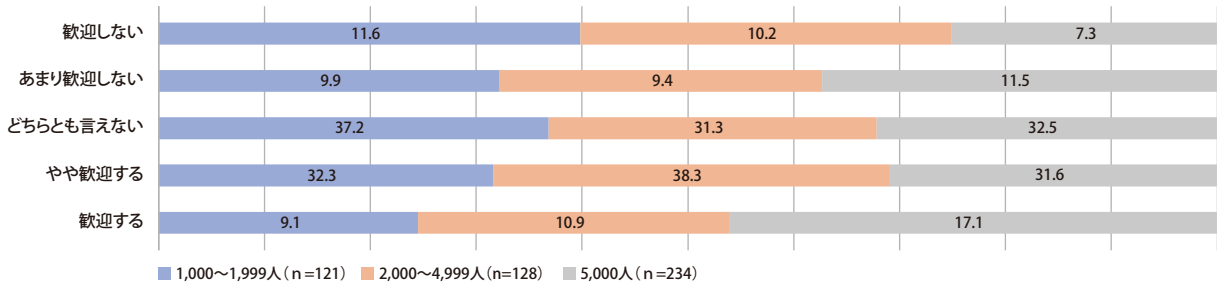
Q14. 過去5年～今後5年程度以内のオフィス（事業所）の地方移転・地方分散の状況／経営層・役員



SA/N=24

- しかし、「Q15. オフィス（事業所）の地方移転・地方分散への態度」より、「歓迎する」「やや歓迎する」が5割近くを占めており、歓迎している人が多いことがわかる。なお、従業員数1,000人～1,999人の企業では比較的歓迎されていないこともうかがえる。

Q15. オフィス（事業所）の地方移転・地方分散への態度・従業員規模別SA

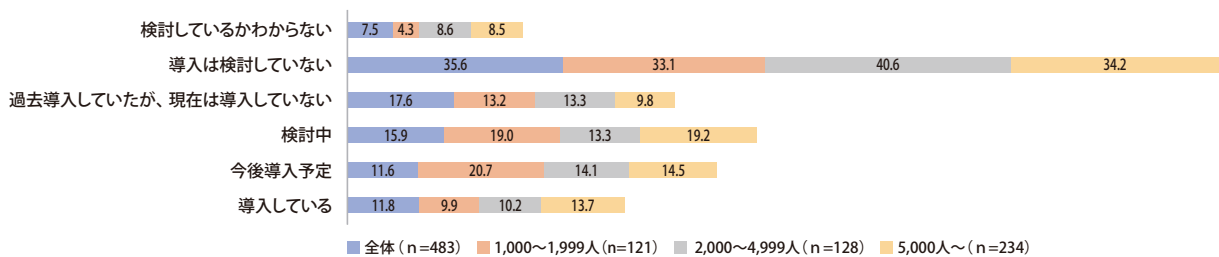


## ワーケーション

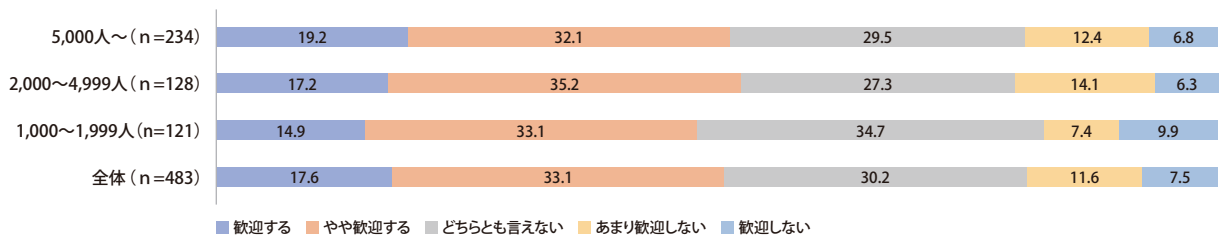
ワーケーションを導入・予定している企業は1割程度とわずか。  
ただし、「歓迎」する割合は全体の5割に達する

- 「Q16. 所属企業へのワーケーションの導入」より、ワーケーションの導入率は1割程度（「今後導入予定」も加えると全体の3割程度）となっており、従業員規模が大きくなるほど導入率も高くなっている。しかし、「今後導入予定」と答えた企業をみると従業員規模1,000人～1,999人の企業の割合が高くなっており、今後は1,000人～1,999人規模の企業での導入が増えてくることが予想される。
- 「Q17. ワーケーション導入への態度」より、ワーケーションは5割近くの回答者が歓迎している。

Q16. 所属企業へのワーケーションの導入・従業員規模別 SA

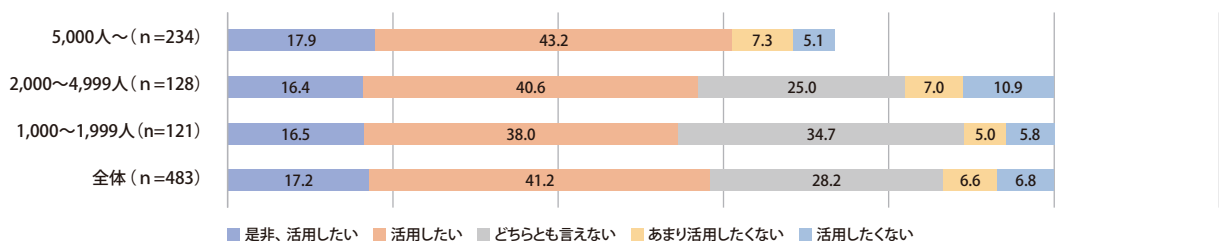


Q17. ワーケーション導入への態度・従業員規模別 SA



- 「Q18. ワーケーションの際のレンタル/シェアオフィス利用への態度」より、ワーケーションの際レンタル/シェアオフィスがあった場合「是非活用したい」「活用したい」と答えた人は全体の5割以上となっており、特に従業員規模5,000人以上の企業では61.1%になっている。

Q18. ワーケーションの際のレンタル/シェアオフィス利用への態度・従業員規模別 SA



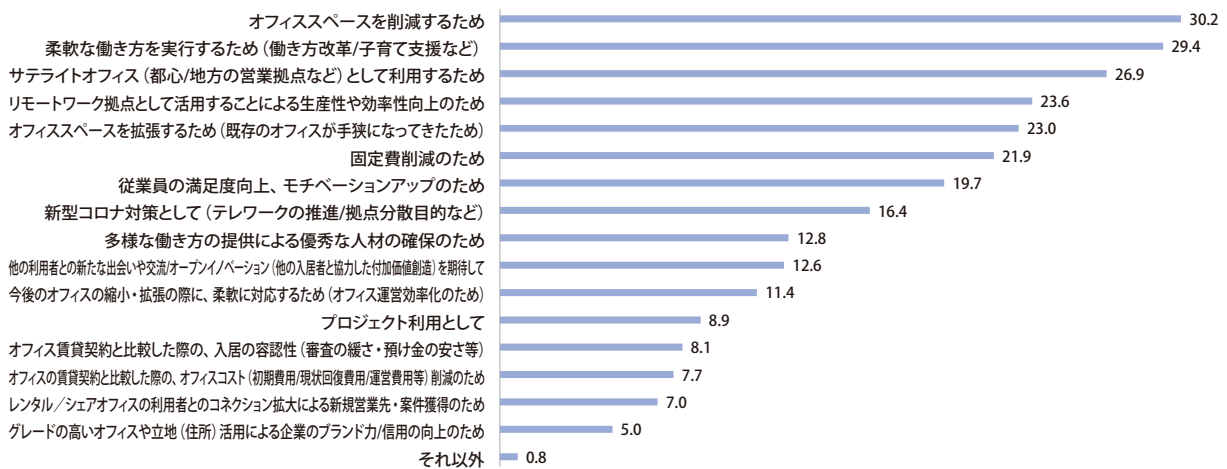


## レンタル/シェアオフィスの利用動機

利用動機は「オフィススペースを削減するため」が1位、「柔軟な働き方を実行するため」が2位

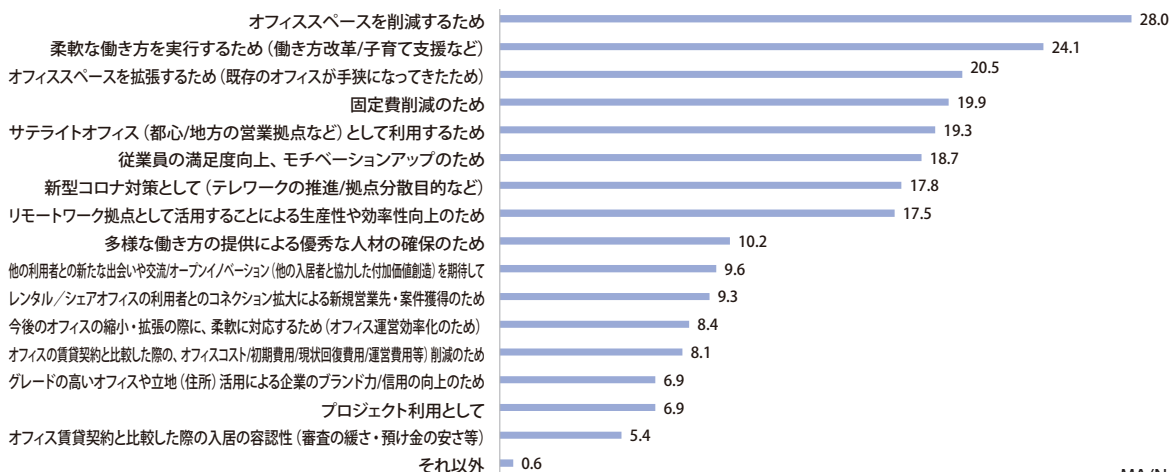
●レンタル/シェアオフィスの利用検討理由（利用動機）を問うたところ、「オフィススペースを削減するため」がトップで30.2%、次いで「柔軟な働き方を実行するため（働き方改革・子育て支援など）」が29.4%、「サテライトオフィスとして利用するため」が26.9%となった。なお、従業員数1,000人～1,999人の企業では、「柔軟な働き方を実行するため（働き方改革・子育て支援など）」は22.3%にまで落ち込み、「リモートワーク拠点として活用することによる生産性や効率性向上のため」も17.4%に下がる。

レンタル/シェアオフィスの利用動機



●「Q20.レンタル/シェアオフィスの当初の利用目的と比較して、最近になって重視している目的」より、増加しているのは最大で「他の利用者とのコネクション拡大による新規営業先・案件獲得」の+2.3ポイントで、大きな増加項目はなかった。逆に、減少しているのは「サテライトオフィスとして利用するため」が-7.6ポイント、「リモートワーク拠点として活用」が-6.1ポイントとなっている。

Q20. レンタル/シェアオフィスの当初の利用目的と比較して、最近になって重視している目的



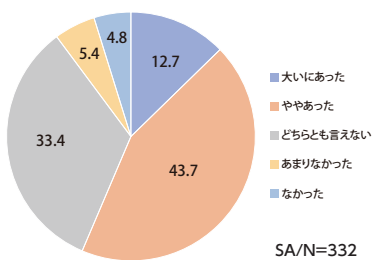
MA/N=332

## 他の利用者との交流上のメリット(成果)の有無

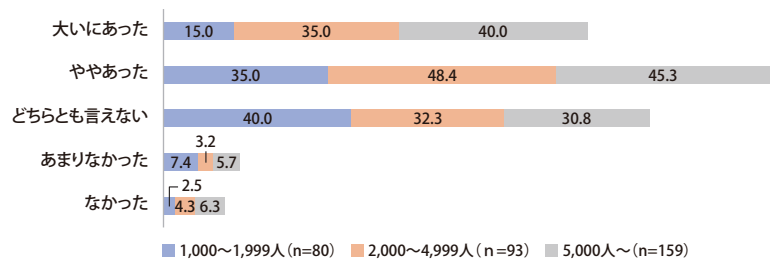
他の利用者との交流上のメリット(成果)を感じた企業は全体の5割以上。

- 「Q21.他の利用者との関係性の面でレンタルオフィス/シェアオフィスにメリット(成果)はあったか」では、交流/オープンイノベーション、コネクションの拡大による新規営業先・案件獲得などで利用者間にメリット(成果)があったかを問うた。
- この結果、「大いにあった」「ややあった」が合計して56.4%となり、多くの利用者がメリット(成果)を感じていると回答した。
- なお、従業員規模別にみると、従業員数2,000人以上の企業の方がメリット(成果)を感じやすかった。

Q21.他の利用者との関係性の面でレンタルオフィス/シェアオフィスにメリット(成果)はあったか



Q21.他の利用者との関係性の面でレンタルオフィス/シェアオフィスにメリット(成果)はあったか・従業員規模別 SA

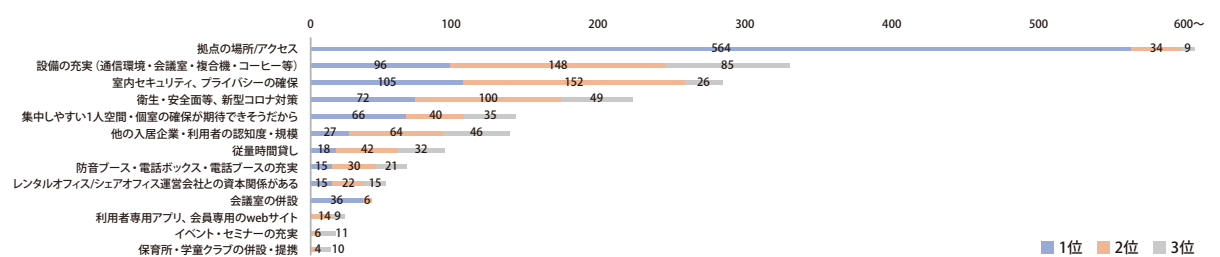


## レンタル/シェアオフィスの選定理由(全体)

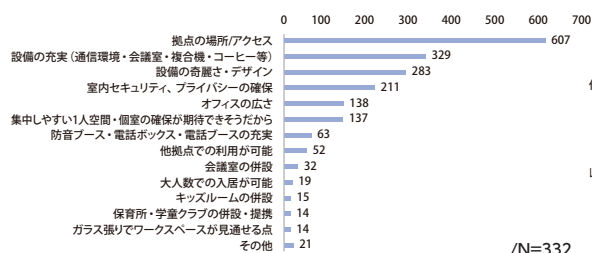
選定理由は「拠点の場所/アクセス」が大差でトップ

- 利用したレンタル/シェアオフィスについて、なぜそのブランドを選んだのかを、施設・環境面と、ソフト・サービス面でそれぞれ1~3位の順位をつけてもらい、その後1位を3点、2位を2点、1位を1点として、全回答者の点数を積み上げた。
- この結果、施設・環境面では多くの人が1位に「拠点の場所/アクセス」と答え、2位の「設備の充実」に大差をつけトップ、ソフト・サービス面では、「利用コスト・料金」がトップとなった。しかし、「設備の充実」「綺麗さ・デザイン」「ブランド力」も大きく影響していることがわかる。

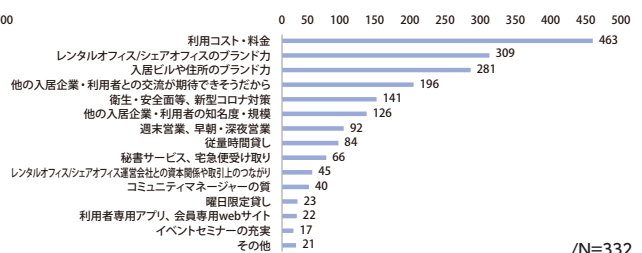
Q22+Q23.レンタル/シェアオフィスの選定理由・全選択肢 順位付



Q22.レンタル/シェアオフィスの選定理由・施設・環境面 1~3位 順位合計



Q23.レンタル/シェアオフィスの選定理由・ソフト・サービス面 1~3位 順位合計



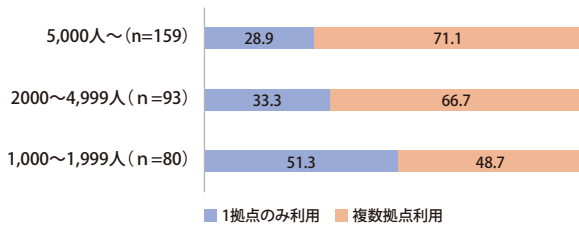


## 契約拠点数・契約スペース(専有・共用)

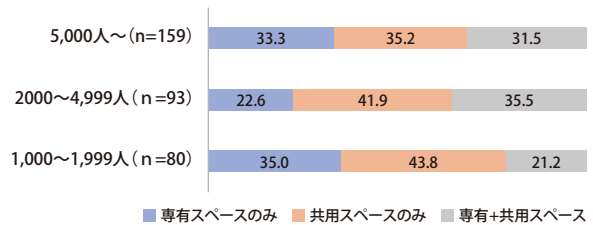
### 複数拠点契約している企業は6割超。利用スペースは専有・共用ほぼ同じ割合

- 「Q24. 契約拠点数」より契約拠点数（1拠点のみか・複数拠点か）を問うたところ、1拠点のみ契約にしているのは全体の35.5%にとどまっており、多くの回答者が複数拠点を契約していることが判明した。
- 契約拠点数は従業員規模で大きな差があり、従業員規模が大きくなるほど複数拠点契約比率が高くなっている。
- 「Q25. 契約スペース」より契約スペース（専用・共用・専有+共用スペース）を問うたところ、最も多いのが「共用スペース」の39.2%、「専有スペース」30.7%、「専有+共用スペース」30.1%となっており、それぞれほぼ同数となった。5000人以上の大企業では共用スペースのみの利用が一番少なく、セキュリティを重視している傾向も見られる。

Q24. 契約拠点数・従業員規模別 SA



Q25. 契約スペース・従業員規模別 SA

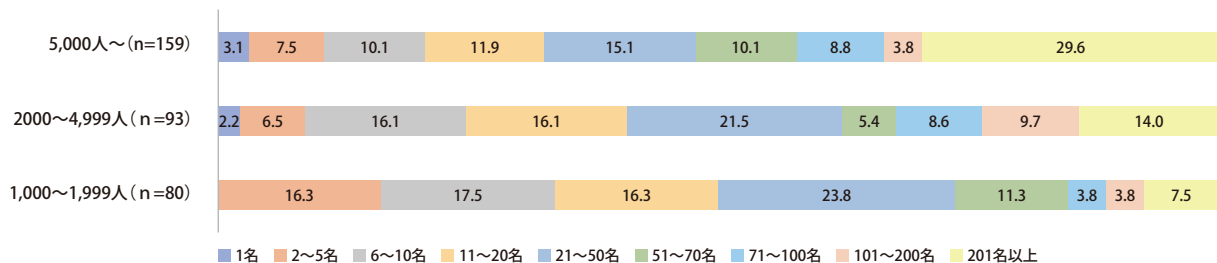


## 契約人数(従業員規模別)

### 従業員数が増えるほど、1企業当たり契約人数が増。 5,000人以上の企業では「201名以上」の契約が約3割に上る

- 従業員規模別に契約人数をみると、従業員規模が大きくなるほど契約人数が大きくなっており、特に「201名以上」は従業員規模5,000人以上の企業は全体の29.6%、1,000～1,999人の企業では7.5%になっており、大きな差が出ている。このことから、従業員規模5,000人以上の企業への営業を行った方が営業収益効率が高いと言える。
- 逆に、50名以下の契約の場合は1,000～1,999人の企業の割合が大きくなっており、レンタル/シェアオフィスのキャパシティによってはこの層へのアプローチも検討される。

Q26. 契約人数・従業員規模別 SA

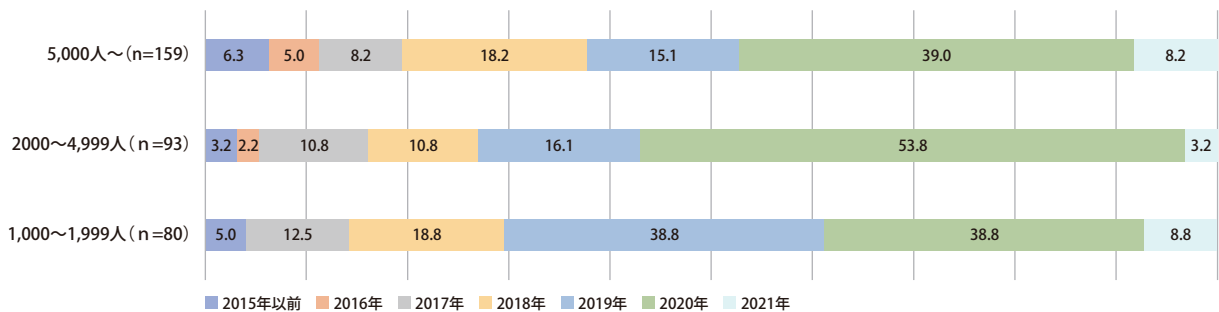


## 利用開始年

新型コロナウイルス感染拡大以降の利用者は約5割。施設によっては約4割がコロナ禍を契機に利用開始

- 「Q28.利用開始年」より、2020年以降が50.0%、2019年が16.3%、2018年が15.7%となっており、新型コロナウイルス感染拡大後レンタル/シェアオフィスの利用率が高まっていることがうかがえる。
- 国内大手ワーキング施設の利用開始年をみると、各社とも新型コロナウイルス感染拡大以降（2020年以降）の利用者数が増えている。

Q28. 利用開始年・従業員規模別 SA

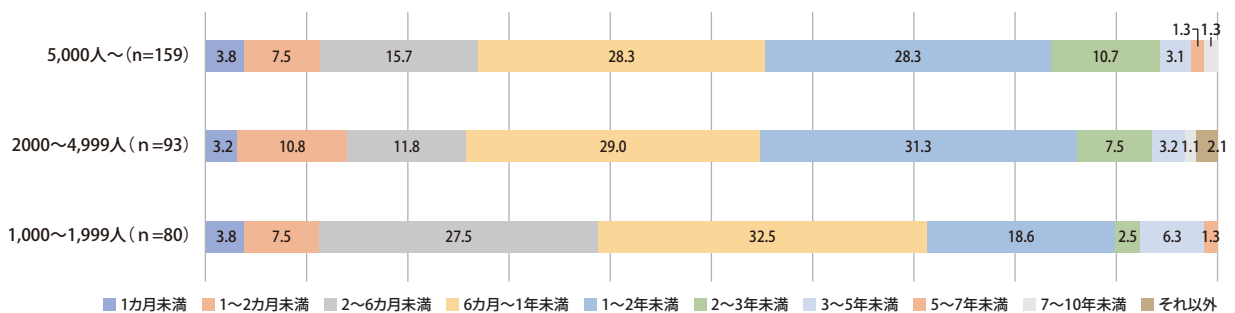


## 利用期間

利用期間が1年未満の企業は全体の約6割。

- 「Q29.利用期間」より、最も多いのが「6ヶ月～1年未満」の29.5%、次いで「1年～2年未満」の27.1%、「2ヶ月～6ヶ月未満」の17.4%となった。利用期間1年未満の企業は全体の29.5%となった。
- 従業員規模別にみると、従業員規模1,000人～1,999人の企業は利用期間1年以上の割合が低く（全体の28.8%）、従業員規模2,000人以上の企業の方が利用期間が長くなっている。

Q29. 利用期間・従業員規模別 SA





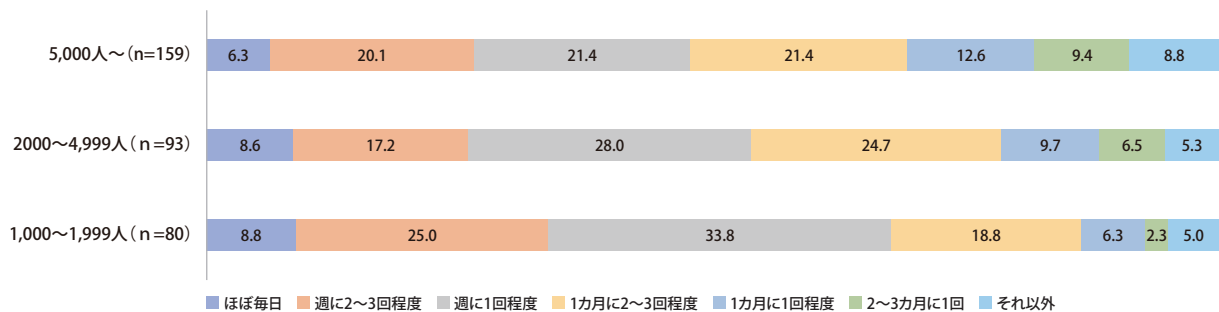


## 利用頻度

週に1回以上のユーザーは全体の5割超。

- 「Q30. 利用頻度」より、最も多いのが「週に1回程度」で26.2%、次いで「1ヶ月に2~3回程度」で21.7%、「週に2~3回程度」20.5%が続いている。週に1回以上利用している回答者は全体の53.7%となった。
- 従業員規模別にみると、従業員規模が大きくなるほど利用頻度は減少していくことがわかる。

Q30. 利用頻度・従業員規模別 SA

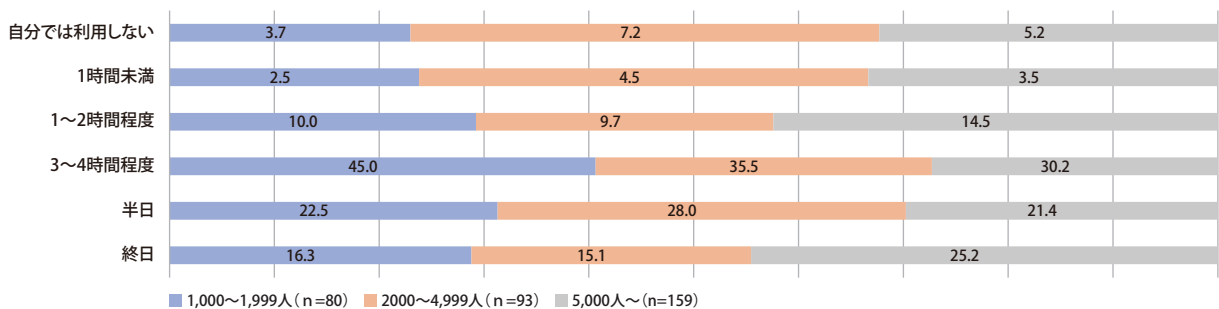


## 1日あたりの利用時間

1日あたりの利用時間は「3~4時間」以上の利用が8割近くを占める。

- 「Q31. 1日あたりの利用時間」より、最も多いのが「3~4時間」で35.2%、次いで「半日」23.5%、「終日」20.2%が続いている。
- 従業員規模別にみると、従業員規模が大きくなるほど半日以上利用者の割合が多くなるが、3~4時間利用者の割合は従業員規模が小さくなるほど大きくなることわかる。

Q31. 1日あたりの利用時間・従業員規模別 SA



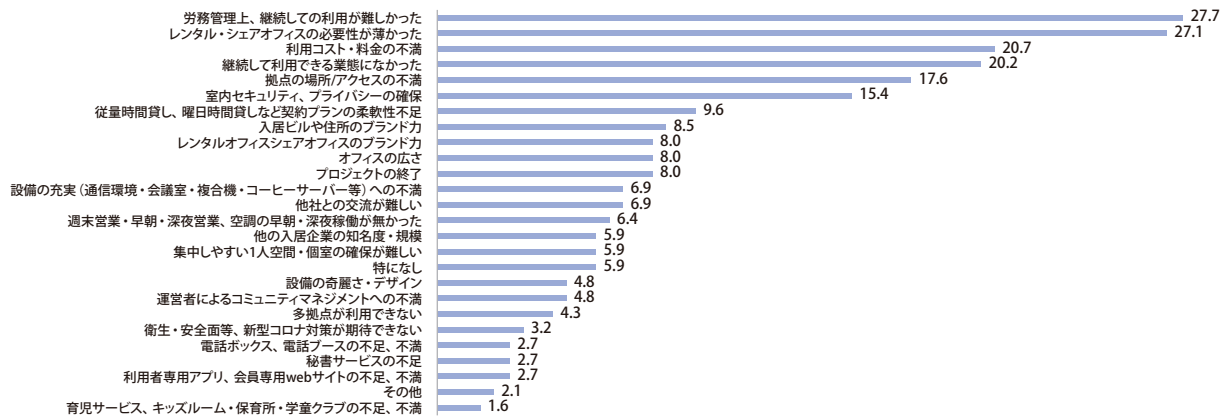
## レンタル/シェアオフィス利用停止理由

### レンタル/シェアオフィス利用停止理由は、「労務管理上の理由」、「必要性の不足」

- 「Q43.レンタル/シェアオフィス利用停止理由」では、過去に利用していたが現在は利用を停止しているレンタル/シェアオフィスがある回答者に対して、利用を停止した理由を問うた。
- この結果、「労務管理上、継続しての利用が難しかった」が27.7%、「レンタル/シェアオフィスの必要性が薄かった」が27.1%でほぼ並んでトップ、4位に「継続して利用できる業態になかった」が20.2%となっており、レンタル/シェアオフィス側の問題ではなく、どちらかといえば利用者側の理由が上位となった。

Q43. レンタル/シェアオフィスの利用停止理由

MA/N=188

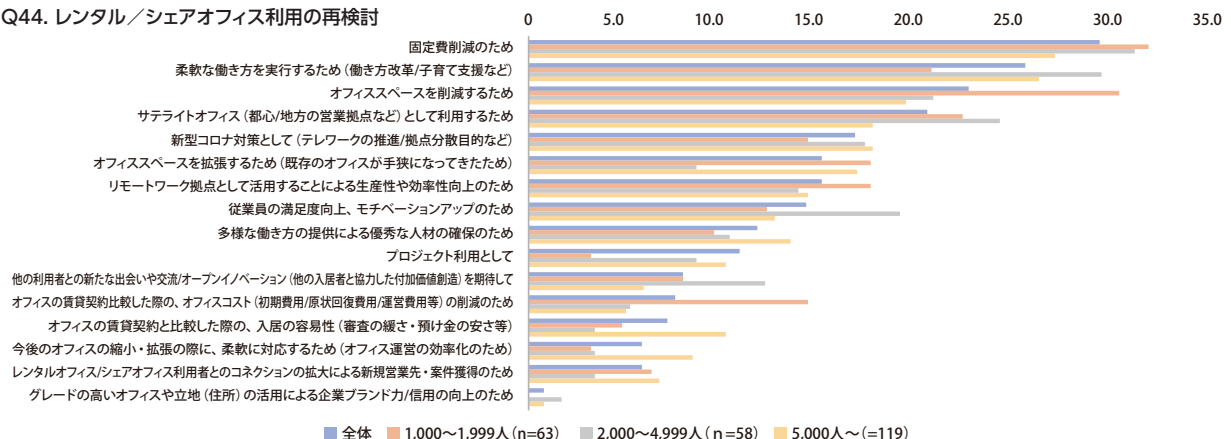


## レンタル/シェアオフィス利用の再検討

### レンタル/シェアオフィスの利用再検討のきっかけは、「固定費削減のため」がトップ

- 「Q44.どのようなニーズがあればレンタル/シェアオフィス利用を再検討するか」では、レンタル/シェアオフィスの利用を過去に検討したが、利用に至らなかった回答者に対して、どのようなニーズがあればレンタル/シェアオフィスの利用を再検討するかを問うた。・この結果、「固定費削減のため」がトップで29.2%、「柔軟な働き方を実行するため」が2位で25.4%、「オフィススペースを削減するため」が22.5%となった。
- レンタル/シェアオフィス利用経験者に対し、過去にレンタル/シェアオフィスの理由に至った理由を聞いた設問(Q19)と回答順位を比較したところ、Q19で6位だった「固定費削減のため」がQ44で1位となったほか、「Q19.レンタル/シェアオフィスの利用検討理由」で1位だった「オフィススペースを削減するため」はQ44では3位となった。Q19で2位だった「柔軟な働き方を実行するため」はQ44でも変わらず2位だった。Q19で8位だった「新型コロナ対策として」はQ44では5位となった。

Q44. レンタル/シェアオフィス利用の再検討





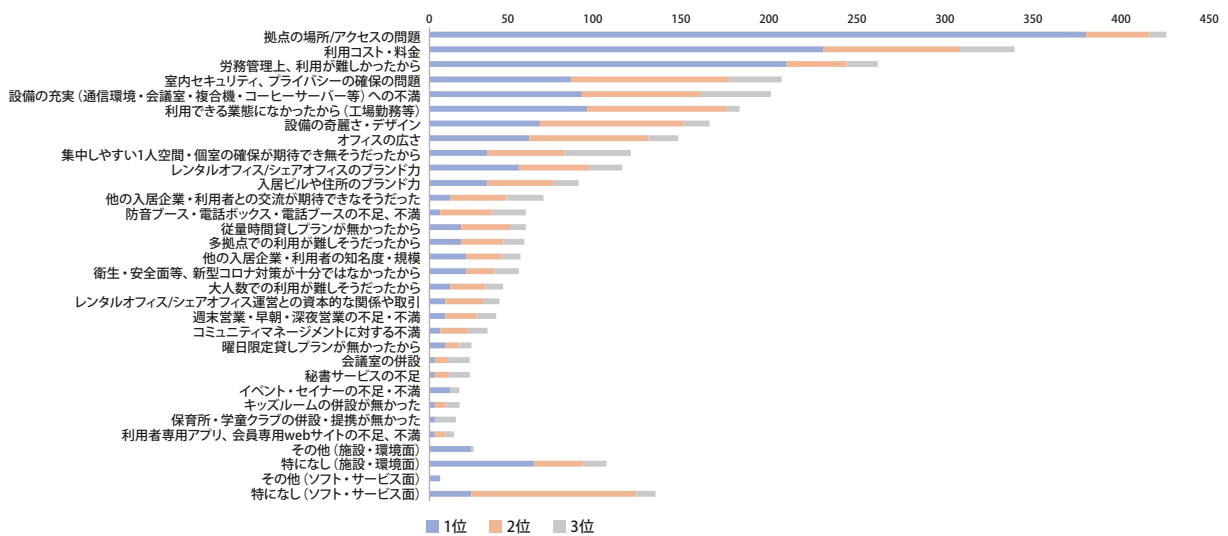
## レンタル/シェアオフィスの非選定理由(全体)

### 非選定理由は選定理由と同様の傾向だが、プライバシーの問題が高い

- 利用を検討したが契約に至らなかったレンタル/シェアオフィスについて、なぜ利用に至らなかったのかを施設・環境面とソフト・サービス面でそれぞれ1~3位の順位をつけてもらい、1位を3点、2位を2点、1位を1点として、全回答者の点数を積み上げた。
- この結果、施設・環境面では多くの人が1位に「拠点の場所/アクセス」と答え、2位の「設備の充実」に大差をつけトップ、ソフト・サービス面では、「利用コスト・料金」がトップとなった。しかし、特に「労務管理上の問題」も大きく影響しており、また「室内セキュリティ・プライバシー確保の問題」、「設備の充実面」も影響要因として大きい。

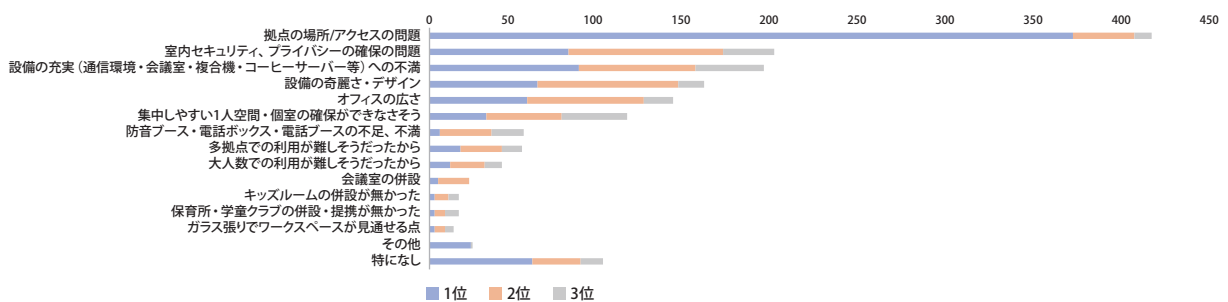
Q45+Q46. レンタル/シェアオフィスの非選定理由・全選択肢 順位付

/N=276



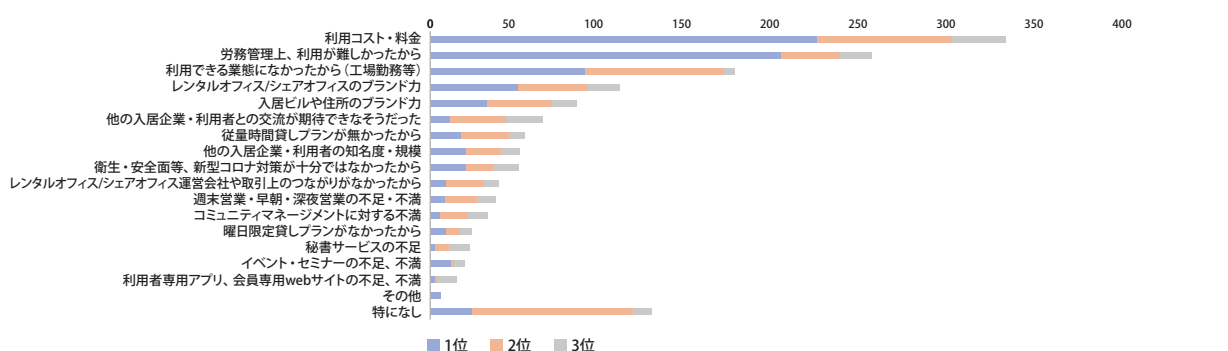
Q45. レンタル/シェアオフィスの非選定理由・施設・環境面 順位付

/N=276



Q46. レンタル/シェアオフィスの非選定理由・ソフト・サービス面 順位付

/N=276



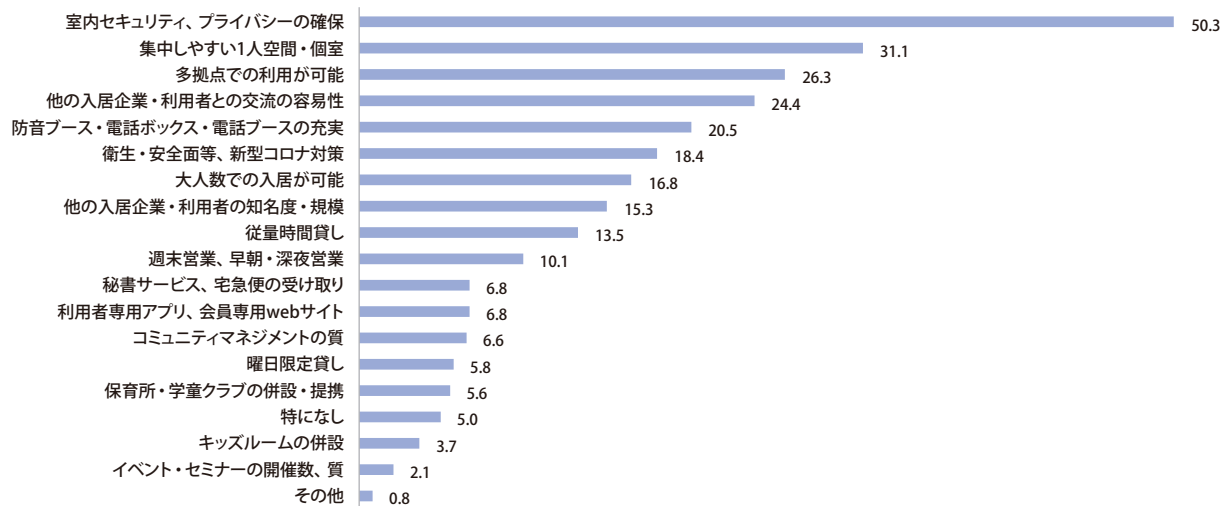
## レンタル/シェアオフィス検討の際の重視項目

場所/コスト以外の重視項目は、「室内セキュリティ、プライバシーの問題」が圧倒的

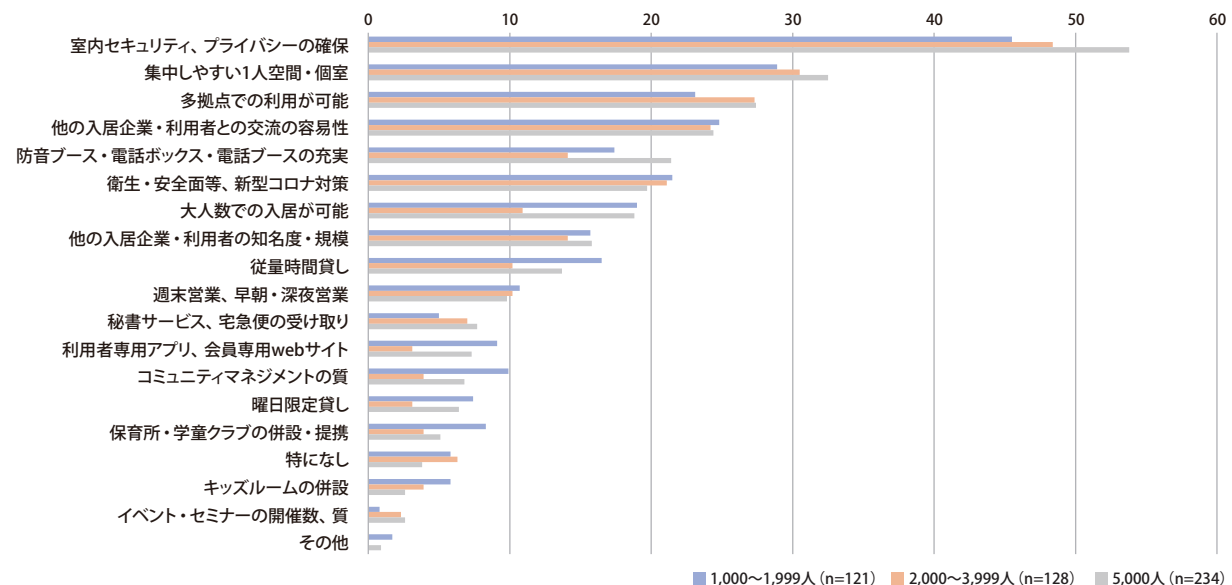
- 「Q47.レンタル/シェアオフィス検討の際の重視項目」では、レンタル/シェアオフィス検討の際の重視項目について、マルチアンサーで問うた。「拠点の場所・アクセス」「利用コスト・料金」はほぼ確実に重視されるため、選択肢に組み入れなかった。
- この結果、「室内セキュリティ、プライバシーの確保」が1位で50.3%、2位で「集中しやすい一人空間・個室」が31.1%、3位が「多拠点での利用が可能」26.3%となった。
- 従業員規模別にみると、「室内セキュリティ、プライバシーの確保」「集中しやすい一人空間・個室」「多拠点での利用が可能」は従業員規模が大きくなるほど重視される傾向にあることがわかった。

Q47.レンタル/シェアオフィス検討の際の重視項目・全体

MA/N=483



Q47.レンタル/シェアオフィス検討の際の重視項目・従業員規模別 MA



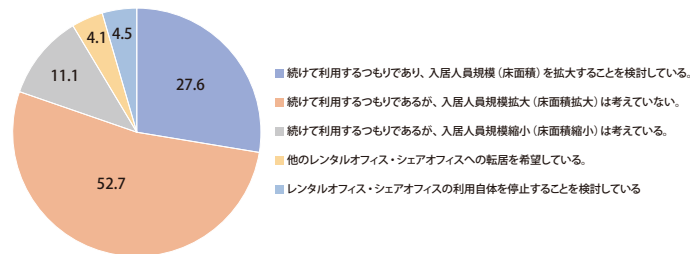


## 今後のレンタル/シェアオフィス利用意向

### 「入居人員規模（床面積）の拡大」を考えている割合は約3割。増床契約の大きなチャンス

- 「Q48. 今後のレンタル/シェアオフィス利用意向」では、レンタル/シェアオフィスを現在利用している回答者に対して、今後レンタル/シェアオフィスの入居人員規模（床面積）をどのように変化させていく意向なのかを問うた。
- この結果、1位が「続けて利用するつもりであるが、規模拡大は考えていない」で52.7%、2位が「続けて利用するつもりであり、規模拡大を検討している」で27.6%、3位が「続けて利用するつもりであるが、規模縮小を検討している」で11.1%となった。このように、「規模拡大」が「規模縮小」「転居」「利用停止」の合算値である19.7%を追い抜く結果となり、レンタル/シェアオフィス利用面積は今後も拡大が予想される。

Q48. 今後のレンタル/シェアオフィス利用意向



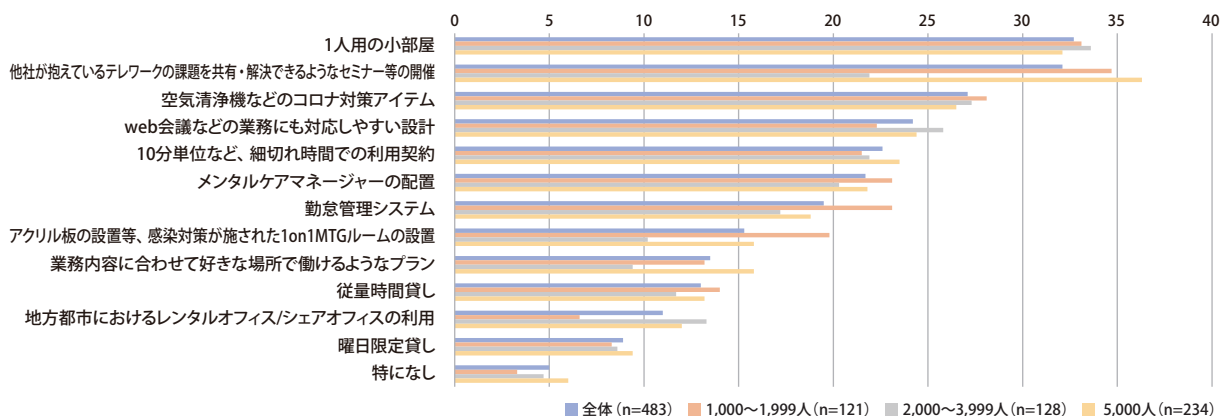
## あったらいいなと思うサービス

### あったらいいなと思うサービスは、「一人用の小部屋」がトップ。

### 「地方都市におけるレンタル/シェアオフィス」のニーズは約1割とわずか。

- 「Q49. 今後レンタルオフィス/シェアオフィスにあったらいいなと思うサービス」では、今後レンタルオフィス/シェアオフィスにあったらいいなと思うサービスについて選択肢から問うた。
- この結果、「一人用の小部屋」がトップで32.7%、次いで「他社が抱えているテレワークの課題を共有・解決できるようなセミナー等の開催」が32.1%、「空気清浄機などのコロナ対策アイテム」が27.1%となった。
- 従業員規模別にみると、「一人用の小部屋」はすべての従業員規模で支持されたが、「他社が抱えているテレワークの課題を共有・解決できるようなセミナー等の開催」は従業員規模2,000～4,999人の企業で低い水準となったが、従業員規模5,000人以上の企業では36.3%まで達した。・「地方都市におけるレンタル/シェアオフィスの利用」は低い水準にとどまった。

Q49. あったらいいなと思うサービスは



## テレワークの状況/テレワークの不自由な点

※デプスインタビューでの声

■テレワークは週2~3回で、会社もそれを推奨

■テレワークの課題は部下のマネジメントと機密情報の取り扱いが中心。その他WEB会議上でのディスカッションやニーズ探索型の営業活動に支障があるといった声もあり

※デプスインタビュー(depth interview, 深層面接法)は、対象者とインタビューが一対一で対話するインタビュー手法で、定性調査の代表的な手法のひとつ。

### ●デプスインタビュー結果

業種・職種	役職	利用スペース	テレワークの状況 (いつから、頻度、周りの人はどうか)	テレワークをしてみたの不自由な点
金融機関で営業	課長クラス	大手シェア オフィス施設	2020年より週に3回、若年者はもっと多い。課長と主席ぐらいの職以上はお客様の対応とかで出社しないといけない対応があるため多く出勤。	個人情報の流出を懸念し、在宅やシェアオフィスから直接お客様のところに行くのが許されてないこと。
サービス業の経理、会計系	課長クラス	大手シェア オフィス施設	2021年に入ってから週に1回、テレワークを実施している。	同僚・部下とのコミュニケーションが難しい。
IT関連でシステム開発	課長クラス	大手シェア オフィス施設	テレワークの制度自体はもう10年ほど前からある。コロナの前は月に1回程度だった。現在は週に2回ほど、周りは平均週に2~3回ほど。	部下の様子が見えない(忙しそうにしている、手が埋まっていそう、電話が掛かってきて困ったような対応している…など)。現場にいると「電話でトラブルっぽい相談を受けている」などがわかるが、テレワークではキャッチアップしづらいのが問題点。
運輸業(空輸)で法人営業	課長クラス	大手シェア オフィス施設	自分は週3回テレワークを実施している。周りはほぼ毎日。	スタッフとのコミュニケーションが取りにくかった。Zoomではスタッフの体調面・精神面の状態がわかりにくく、仕事を任せたいかの判断するときに悩ましいことがあった。お客様に対しても必要な時しか話せなくなってしまったため、普段の接点のなかで提案する…といったことがなくなってしまった。
固定系の通信業の法人営業	課長クラス	大手シェア オフィス施設	2020年4月からテレワークを始めている。現在は週に2~3日程度。現在、営業フロントは出社率3~5割という状況。よくあるのが午前中人事系の書類を扱って午後家に帰ってくる形。	ローパフォーマーの社員の生産性をいかに担保するか。
飲食店運営会社の事業本部長	本部長クラス	大手シェア オフィス施設	昨年4月頃コロナが始まって緊急事態宣言が出たから。頻度は週2,3回。部下も週2,3回	電波が悪いことやタイムラグがあること。ヒヤリングや報告会はいいのだが、みんなで会議をしてモノを決める時に、その空気感や意思疎通がわからない。話がずれ始める。会議の落としどころが見えないというところ。
クレジットカード業の営業統括	部長クラス	大手シェア オフィス施設	会社としては週1もしくは週2の在宅勤務を推奨して、管理職以外のメンバーは週1もしくは週2の在宅勤務を実施している。	不自由な点はなし。コロナ禍前の通常出社しているときの生産性を1と考えると、シェアオフィスだとそれが下がるという考え方はない。リモートワークやシェアオフィスでの仕事の生産性が1であれば、出社してるときはそれが1.1とか1.2とかプラスになるような考え方に少しずつ慣れてきた。
製造業のSEで、社外のコンピューターシステムを製造	部長クラス	大手シェア オフィス施設	本格的に開始したのはコロナがきっかけでちょうど1年ぐらい前から。全体として出社比率50%以下という目標があるが、出社頻度は人によってそれぞれ。	①社外のシステムを作るためにお客さんの情報を扱うので、部署的にシェアオフィスでの仕事が難しい。②自宅:空調、暑がりやで広い部屋に自分しかいないのに冷房をつけるのが非常に罪悪感で電気代も結構上がった。③自宅:仕事場所の確保、今は自分用の小さな机を買って半畳ぐらいのスペースをテレワーク用に使っているが、それまではコタツでやっていたり環境がよくなかった。④会社から支給されたノートパソコンが小さい画面で非常につまらなかった。今はディスプレイも使ってやっているのだからマシになった。



## オフィス勤務に戻りたいか/会社からオフィス勤務に戻るような働きかけ

- テレワークにも慣れ、**移動時間を考えるとオフィス勤務に戻りたくはない様子。**
- テレワークを前提に1人当たりオフィス面積を減らす方針の会社が散見され、オフィス回帰の動きは乏しい。

### ●デプスインタビュー結果

業種・職種	役職	あなた自身はオフィス勤務に戻りたいですか	在宅勤務からオフィス勤務に戻るような動き (会社からそのような働きかけ)
金融機関で営業	課長クラス	出社する時間を考えると今のままで、週に1,2回は在宅が良い。	近隣店舗と統合した。テレワークを導入しているため、オフィス面積を小さくしても社員をまかないきれという判断である。本社の大手町オフィスも面積を減らして、シェアオフィスでカバーする方針。
サービス業の経理、会計系	課長クラス	<b>通勤と在宅勤務のハイブリット型を希望。</b>	本社機能を分散できるようにするため、サテライトオフィスを作るという動きはあるが、従業員が入りきれだけのスペースが確保できない点で難しい。サテライトオフィスをシェアオフィスにすることは長期で見たときに費用が合わない。コロナが収まれば、シェアオフィスは使わなくなり徐々にもとに戻していくものと考えている。
IT関連でシステム開発	課長クラス	<b>戻りたいとは思わない。</b> 通勤のための移動時間は無駄ではないと思う。世界的に見るとやっぱりリモートでの仕事のやり方っていうのはやっておかないと、日本だけ遅れてしまうことになるので、そういう意味でも継続したい。	無い。
運輸業（空輸）で法人営業	課長クラス	<b>あまり思わない。</b> 当初は出社してる方が仕事の効率が高いなっていう認識でいたんが。遠隔での打ち合わせ等にも慣れてきたため、通勤時間を削減できる、プライベートの時間が充実する…ということを考えたら、テレワークもありかと思う。	今のところ無いが、予約を取る部門や個人情報を扱う部門など一部部署では人数を減らしながら週5で出勤せざるを得ない状況になっている。
固定系の通信業の法人営業	課長クラス	判断に迷う。	<b>ない。出社率は3割に、と会社から言われている。</b> 今年度未までにオフィスを移転するが、面積は7割ぐらいで、会議スペースを増やして個々の作業スペースは半減という形で設計している。
飲食店運営会社の事業本部長	本部長クラス	現場に行く機会が多いので、 <b>出社を増やしてテレワークを減らしたい。ただ、オフィス勤務に戻りたいというよりも、現場にも行っているので、極端な話オフィスというよりも集まれる場所があればどこでもいい。</b>	今ちょうど検討中。管理部門に関しては出勤しなくてもできる仕事があることがわかった。
クレジットカード業の営業統括	部長クラス	管理職で、かつ、金融関連のため、毎日出社しており、オフィス勤務が基本。	大きな流れとして、テレワークが後退する感じはあまりない。むしろテレワークはこれからの働き方の一つとして、在宅であったりシェアオフィスの活用だったり、それを前提とした働き方というものからスタンダードなものに変わっていくと思う。コロナが収束したからといって出社率は戻らないと思う。
製造業のSEで、社外のコンピュータシステムを製造	部長クラス	<b>個人的には全く戻りたくない。</b> 出勤の時間が単純に削減できる、服装も気軽、昼ご飯も自分で作って食べられるなど時間の使い方に柔軟性が出たため。	<b>全社的にもテレワークは続くと思う。</b> 今まさにフレースペース化を進めているところで、今までは1人に一席必ず机があったが、今は例えばグループで何十席みたいな感じにしている。完全にできた頃にまた元に戻そうというのはなかなか難しいと思う。

## テレワークの不自由な点/シェアオフィスの活用によるテレワークの課題解決の可能性

- 部下の顔色や様子を見ることができなくなったことでマネジメントに課題。
- シェアオフィスに（不）定期に集まることで課題解決につながる可能性。

### ● デブスインタビュー結果

業種・職種	役職	テレワークの不自由な点（具体期に）	レンタル/シェアオフィスの活用によるテレワークの課題解決の可能性
金融機関で営業	課長クラス	コミュニケーションの面での課題は感じていない。LINE、WORKSとかも導入されているので、コミュニケーションというのは取れると思っているから	特になし
サービス業の経理、会計系	課長クラス	Zoomでは資料のやり取りが難しい。対面ではその場で解決できる問題でも、Zoomでは「後でやっておきます」となりがち。	シェアオフィスで同僚や部下と顔を突き合わせるということとはなかった。
IT関連でシステム開発	課長クラス	自分の知らないところで何かトラブルが起きている、あるいは困っている人がいた…など。リモートミーティングだと用がないと話せないためトラブルに気づけない。	例えば打ち合わせの後にみんなでシェアオフィスに行って、会議室に数人を入れて確認・相談したのは有効的な使い方だったと思う。
運輸業（空輸）で法人営業	課長クラス	対面営業の場合、会って話す中からヒントが得られたりその場で提案等もできるが、リモートになってからは営業スタイルが機械的になってしまった。部下とのコミュニケーションも、普段は上司の顔色等を伺って、相談するかを確かめるが、それもなく相談しづらくなってしまった。	チームで集まる日を決めるなど通勤と在宅勤務のハイブリッド型も良いと思う。
固定系の通信業の法人営業	課長クラス	これまでマイクロマネジメントを行っていたが、在宅下でマネージャー側からコミュニケーションを行うことが、ハラスメントにつながる可能性がある。	社員が（不）定期に集まる必要はないと思う。ただ、社員が集まることによって、気分転換にはなると思う。大手シェアオフィスの会議室にメンバーを全員集めた際、高層階でリゾーパフォーマーに対しては、チャットをうまく使い、進捗管理を意識することで、生産性をキープするようにしている。
飲食店運営会社の事業本部長	本部長クラス	健康管理や心理面は画面越しなので確認しづらい。社員の健康管理や状況というのは画面上で集団でコミュニケーションをとっている時は本人に何かあっても言えない。対面であれば、「後でちょっと話が〜」と言えるが、画面上で「後で〜」とはなかなか言えない。	事業部や課ごとに週1、2回ほど集まれる場所であれば、レンタル/シェアオフィスで良いのではないかとと思う。
クレジットカード業の営業統括	部長クラス	人材の育成。コロナ禍以降の新入社員は、コロナ禍前に入社したメンバーよりも育成スピードが遅い。出社していれば気軽に近くを通って、PCの画面をちらっと見ながら空気感を感じられるが、在宅ではわからない。	
製造業のSEで、社外のコンピューターシステムを製造	部長クラス	今までは職場を見渡して悩んでいそうな人がいたら話しかけられたけど、姿が見えないとできなくなったのでつらい。ホワイトボードを使って、絵を描きながらここがこうなると指で指しながら話すことがよくあったが、それもやりづらくなった。	特にレンタルオフィスで解決はしていない。コミュニケーションは、いわゆる定例ミーティングみたいなものを設けてこちらから積極的に問いかけている。仕事を進めるときはZoomのホワイトボードツールなどの機能がなんとか頑張っている。





## シェアオフィスの自社オフィスとの代替可能性/自社オフィスの今後の方向性

- 機密情報の漏洩リスクがない場合や、**他部門との連携があまり必要でない部署に限りシェアオフィスはオフィスの代替になりうるとの声がある**
- 営業部門では顧客のオフィスに近いシェアオフィス拠点があれば、自社オフィスよりも営業上有利との意見も。

### ●デプスインタビュー結果

業種・職種	役職	レンタル/シェアオフィスの自社オフィスとの代替可能性	今後の自社オフィスについて、拡大/縮小/維持する理由
金融機関で営業	課長クラス	金融機関に勤務しているため、個人情報を含めた機密情報が守られるのであれば自社オフィスの代わりになると思う。	検討中
サービス業の経理、会計系	課長クラス	<b>十分使える。オフィスでやっている事と変わらないもの（事務作業など）をやっていた。</b>	検討中
IT関連でシステム開発	課長クラス	個人作業やwebミーティングに参加する際は、シェアオフィスは代わりになる。 <b>ただし、対面でのコミュニケーションを取りたい時は、シェアオフィスは自社オフィスの代わりになりにくい。シェアオフィスは各人の自宅から近いところへ選ぶため、一つのシェアオフィスにみんなで集まるのは合意が取りにくく、それなら自社オフィスでよいと思う。</b>	検討中
運輸業（空輸）で法人営業	課長クラス	例えばその部門で孤立して仕事ができる営業セクションは、代わりになり得ると思う。 <b>他部署との連携が必要な部署は、対面よりもリモートの方が壁があるので難しいと思う。間接部門の総務・経理の部門は、ひよっとしたらできるのかもしれない。</b>	(縮小)3~4名のスタッフしかいない地方の部署は、わざわざ出社しないで、自宅近くにサテライトオフィスとして大手シェアオフィスを契約することを考えている。 <b>神奈川、千葉の営業担当も自宅近郊にサテライトオフィスを設置することを検討している。</b> 営業や予約部門のような将来的にAIで代替できる部門のスペースを縮小させて、他部門に移すことも検討している。
固定系の通信業の法人営業	課長クラス	業務の機能的な部分とはなり得ない。 <b>サービスオーダーを回したりだとか、顧客の機密情報をいじる場合というのは、社内の基幹システムに入らなければならない。よって、出社は必要。</b>	(縮小) <b>出社率は3割</b> に、と会社から言われている。今年度未だにオフィスに移転するが、面積は7割ぐらいで、会議スペースを増やして個々の作業スペースは半減という形で設計している。通信設備を抱えているビル、人はいないが、無人のビルはかなり持っているので、そこを今もう一度サテライトオフィスとして開き直すことになると思う。
飲食店運営会社の事業本部長	本部長クラス	<b>なりうる。</b> 昔ならば千代田区の良い場所にあることが信用、ステイタスになったが、今はお客様に来ていただくのではなく我々が出向く形が良い。都合が悪ければカフェ、ホテルのロビーになるケースもあるが、 <b>プレゼン等を考えるとレンタルシェアオフィスは時間や日単位で借りられるので合理的で良いとも思う。お客様の近くでということも可能。実際の形で動いていて効果あり。</b>	(縮小) <b>管理部門に関しては出勤しなくてもできる仕事が結構あることがわかったので、オフィス自体の存在意義はないかなと思うようになった。</b> フロアをより小さく、または家賃を安くするなど検討中。その経費をお客様に充てるほか、社員のリモートワークデバイスを最新バージョンに変えるなどしている。
クレジットカード業の営業統括	部長クラス	特になし	(維持) オフィスは縮小しない。情報流出のリスクから <b>自社オフィスは必要。</b> 段階的に緩和しているがやはりコアな個人情報については、リーチできないような仕組みを持っている。オフィス自体の面積を減らすというよりは、出社率を減らしながら、オープンアドレスで固定の席をもたないなど、 <b>ちょっとゆとりがあって遊び心がある職場環境に変える動きは進んでいる。</b>
製造業のSEで、社外のコンピューターシステムを製造	部長クラス	今のところ、あくまで一時的な作業場所の位置づけ	(縮小) <b>今まさにフリースペース化を進めていて縮小している。</b>

## Workusのニーズ/ワーケーションの実態

■ Workusは「利用したい」との声が多かった。部下の状況把握のほか、シェアオフィス契約が従量制の場合のコスト管理上のニーズあり。

■ ワーケーションは導入可能な部門とそうでない部門との間での不公平感がボトルネック。

※ Workus: 弊社株式会社オファーズが提供するスマートフォンアプリ「Workus (ワークス)」[Workus] は、提携企業などが保有するワークスペースの時間単位の利用や、自社オフィスの利用状況の可視化が可能な法人顧客向けのサービスであり、今後働き方のデジタルシフトを実現するための様々なコンテンツを提供していく予定  
<https://workus-web.com/>

### ● デブスインタビュー結果

業種・職種	役職	Workusのようなサービスの利用意向	ワーケーションの利用意向 ワーケーションの導入による、仕事上の支障
金融機関で営業	課長クラス	利用したい。部下が、どこで何をやってるかっていうのもある程度把握ができた方が良いかなと思う。出社してるときは目で確認できたが、在宅勤務だとパソコンつけて寝たりしてることも場合によってはあるかなと思う。ただ <b>仕事の場所を把握したいというよりは、あくまで進捗度合いを確認したい。</b>	会社として導入していないが、利用してみたい。仕事上、支障が出ることはないと思う。
IT関連でシステム開発	課長クラス	利用したい。部下の状況を把握したいのと、 <b>現在利用中の大手シェアオフィスは利用ごとに料金が発生するため、コストを把握する意味でも誰がどれくらい使ったかの確認に使いたい。</b>	ワーケーションの制度が使える人・生産性が上がる人は、積極的に使って良いと思う（個人的には、オン・オフの切り替えが難しそうに感じるが）。
固定系の通信業の法人営業	課長クラス	スケジュールツールが別にあるため、それで十分。現在利用中の大手シェアオフィスの管理ページはサイトの利用状況がわかるし、当月・前月のトータル利用時間や、どこで使ったかわかるため、それで十分だと思う。	制度化はされていないが、2~3か月に1回程度はワーケーションをしている。 <b>ただし、部署によって不公平が出るため</b> （基幹システムを操作する人が利用できない）、制度化は難しいのでは。
クレジットカード業の営業統括	課長クラス	<b>Workusのようなサービスものは魅力的かなと思う。</b>	恐らく、会社として今すぐ導入することは考えておらず、また、そのような情報もない。恐らく難しいと思う。部署間でワーケーション可能な部署と不可能な部署の不公平感といった問題が当然出てくる。
製造業のSEで、社外のコンピューターシステムを製造	課長クラス	現在はパソコンと勤務状況が連動する形になっているため、追加機能次第では導入検討を社内でも検討したい。	<b>できる人はやっても良いと個人的に思っていて、自分もやってみてみたい派。</b> 会社としての導入の予定は今のところないが、リモートワーク中心であるため、やろうと思ったら個人レベルでできる。ただ会社の立場として考えると、緊急の場合に本社まで何時間以内で到達できるみたいな制限はつけざるを得ないだろうと思う。専門性が高い仕事なので当番制は厳しい。



## 他の入居企業との交流

- コロナ禍前でも他社との単発的な繋がりはあったものの現時点（コロナ禍）で、具体的に事業化・マネタイズしたケースはほぼ無い状況
- 交流内容は案件獲得よりも同業種との情報交換が中心。

### ●デプスインタビュー結果

業種・職種	役職	他社との交流についての具体的なメリット（成果）
金融機関で営業	課長クラス	他の入居企業と少し話す程度で、新たに案件に繋がった事例はなし。同じ金融機関のような人と話す機会が多かったが、案件獲得につながるというより、うちの会社はこういうふうにやってるよとか、こういうのが売れ筋だよっていうような情報共有程度。
サービス業の経理、会計系	課長クラス	現在入居中の大手シェアオフィスではメリットは特になかった。シェアオフィスに同業者がいれば、お会いする意味があると思う。こちらの部署が会計税務の部署と、ある程度専門的なところなので、異業種よりも同業の方が参考になる（情報交換ができる）。
IT関連でシステム開発	課長クラス	業務上気密性が高いため、他社との交流はほぼ皆無
運輸業（空輸）で法人営業	課長クラス	案件獲得までは難しいが、コロナで営業体制がどう変わったという話について、情報交換ができた。他業界の動向を知ることができた。昔でこういう状況になって、こういうことした方が良いのでは、というような提案力の向上につながったと感じる。
飲食店運営会社の事業本部長	本部長クラス	契約当初は大きなスペースで色々な話ができると最初は期待していたし、そういうところから情報を拾うということがある。しかしながら、今はコロナ禍ということもあり、それ程会話もできない。

## シェアオフィスを利用する理由

- シェアオフィスは、自宅や取引先のオフィスから近い場合の利用が多い。
- また、自宅だと家族がいたり、ワークスペースの確保の問題や通信環境面、オフィシャル性などで問題がある場合に利用するケースが多い

### ●デプスインタビュー結果

業種・職種	役職	自社オフィスを使わず、レンタル/シェアオフィスを利用する理由	自宅ではなく、レンタル/シェアオフィスを利用する理由 自社オフィスを使わず、レンタル/シェアオフィスを利用する理由
運輸業（空輸）で法人営業	課長クラス	自社オフィスがややアクセスしにくく、シェアオフィスの方がアクセスしやすい。環境が静か、IT・インフラ関係がきちんと整っている、好きなときに飲み物が飲める。自社オフィスよりも綺麗に管理されているのではないかとと思う。	自宅のネット環境が整っていない。スタッフによっては家よりもレンタルオフィスなどで仕事をした方が、スーツなどを着て身だしなみを整えるため、生活リズムを整えることができる。家から全く出ないのは、精神的にもやられてしまう。
固定系の通信業の法人営業	課長クラス	誰にも話しかけられずに、別空間で集中して作業したい時があるから。前後の移動時間の削減のため。	集中して業務にあたるため
飲食店運営会社の事業本部長	本部長クラス	①お客様や取引先との交渉の場。出資してくれる人のオフィス近くのレンタルオフィスでプレゼンすれば、お客様の都合の良い時間に合わせられるし、他の業者もすり合わせしやすい。店を売却するとか、買取するなどの場合、フットワークが軽く、立地上の利便性の高い拠点があるとかかなり有利。 ②従業員に対しては、出社はしないけど何かあったらそこで話そうという場所（オフィスの代用として）	家庭の状況
クレジットカード業の営業統括	課長クラス	複数の営業先に訪問する際、シェアオフィスを活用することで、わざわざ会社に戻る必要性がなくなったりとか、相手先の近くのシェアオフィスで何か資料を作ったり、準備をしたりする場合に利用。	家に子供がいたり、ワークスペースの問題、家のWi-Fiの調子が悪いという理由など。
製造業のSEで、社外のコンピューターシステムを製造	課長クラス	人事考課的なものは密室でやりたいが、オフィスの会議室では場所が限られていて予約が取りづらいので、シェアオフィスに集まってやっていた。 コロナ禍前は、いつもの職場での会議室だとわかりばえがしなかったので、少し気分を変えてっていう意味で利用していた。	外出先の打ち合わせの直前/直後に打ち合わせが入っているときなどに家で一人になれない、今日の会議は聞かれないという人が使っているという話も聞く。

## 当該シェアオフィスを選んだ理由/社内決裁上のポイント

- シェアオフィス選定は拠点数（立地網羅性）がポイント。
- その他決め手は立地のほか郊外拠点の存在、アクセスのわかりやすさ、価格面も。
- 社内決済上のポイントは立地、料金、セキュリティのほか費用対効果（作業生産性、交渉の場としての利用など）。

### ●デプスインタビュー結果

業種・職種	役職	当該レンタル/シェアオフィスを選んだ理由	契約時に、社内決裁を通すためのポイント
金融機関で営業	課長クラス	<b>立地。今支店の統廃合中</b> で、大型の拠点に集約している結果、ターミナル駅でも支店がない状況となっている。現在利用中のシェアオフィスではそれがある程度カバー出来ると判断したのが、影響している。	小田原や静岡に家があって、単身赴任してる社員がいるが、 <b>単身赴任手当をなくして、そのような場所にシェアオフィスの拠点を持つ方がコストメリット</b> があって、上に説明が付きやすい。
サービス業の経理、会計系	課長クラス	<b>一番は立地面</b> 。ドリンクなど、アメニティが使いやすかった。	コロナ対策、立地、費用。 コロナが続く限り利用するつもりであり、IDももう少し増やす可能性あり。
IT関連でシステム開発	課長クラス	管理部門ではないので不明だが、 <b>セキュリティとか、あとは拠点の多さ</b> だと推測される。セキュリティ面は個室や会議室があるため、パソコンを覗かれたり、Web会議の内容を聞かれたりするリスクが少ない。	<b>セキュリティ確保が第一</b> 。「誰が何時から何時まで使った」など、入退室の記録がしっかり残らないと困る。また、パソコンのディスプレイを覗かれると困るため、個室がガラス張りのところは避けている。
運輸業（空輸）で法人営業	課長クラス	（サテライトオフィスを設置）九州の営業所からの推薦があったため。また、料金面で柔軟に対応してくれたため。営業のフォロー体制もしっかりしている（対応が迅速）。電話スペース充実、ネット環境も安定、ほかの利用者もしっかりした企業が多い印象。 <b>立地は千葉、神奈川、佐賀といった郊外部にサテライトオフィスを設置できる立地であった。</b>	一番は料金面。部署内決裁で済むと社内を通しやすかった。
飲食店運営会社の事業本部長	本部長クラス	一番大事なのは立地とアクセス。契約したクライアントの近くの拠点であったから。渋谷、東京、品川あたりに3つもあれば従業員にとっても良い。	<b>コスト面より使うにあたってのメリットが重要</b> 。一千万円投資する事によって利益を得られるのだったらそれはそれでいい。極端な話、多少損してもお客さんが満足して次につなげられるのであれば、それでも良い。
クレジットカード業の営業統括	部長クラス	<b>拠点数</b> だったり、その拠点もその箱の大きいものからコンパクトなシンプルなものとかいろいろ種類があった	<b>社員の生産性が上がるかどうか、がポイント</b> 。駅近、ターミナル駅周辺など。金額面よりは生産性を重視。



## 今後レンタルオフィス/シェアオフィスに要望する箇所

■ サテライトオフィス用途の関東近郊の地方拠点の拡充、出張・帰省時利用用途の地方都市への展開、シェアオフィス内のアテンド・プレゼン外注機能、**スポット利用の手続き簡略化、メンタルヘルス機能、従業員同士がもっと話せるような場所の提供**、などが挙げられた。

### ● デブスインタビュー結果

業種・職種	役職	今後レンタルオフィス/シェアオフィスに要望する箇所
金融機関で営業	課長クラス	<b>関東近郊の地方の拠点の拠点数</b>
サービス業の経理、会計系	課長クラス	<b>個室、会議スペースをもっと使いやすい価格帯にして欲しい</b>
IT関連でシステム開発	課長クラス	<b>地方都市への展開</b> 。地方に出張に行ったときや、帰省をしたとき、首都圏よりも地方の方が少ないので地方にもあった方が良くと思う。
運輸業（空輸）で法人営業	課長クラス	若い社員が望むのは、駅から濡れない範囲で移動できる、アクセスしやすいところ。
固定系の通信業の法人営業	課長クラス	<b>アテンド機能の充実</b> 。アテンド用の人を1時間一緒に貸してもらって、プレゼンのサポートをしてもらえるような立場の人。さらには、アテンドの人に、資料を事前に渡しておいて、プレゼンまでやってもらえるような立場の人。
飲食店運営会社の事業本部長	本部長クラス	①メンタルヘルスマネージャー。自社の人間じゃなくて第三者に聞けるような場所として提供。 ②気軽に従業員同士が話せるような場所にしたい。自社オフィスだと堅苦しくなる。 ③手続きを簡略化してほしい。極端な話カラオケボックスみたいに気軽に借りられたら良い。今は契約しているところは好きに行けるけど、スポットで行くと手続きがそれなりに必要で煩わしい。



## 会社概要

社名(商号)	株式会社オファーズ
設立年月日	2018年(平成30年)1月15日
本社所在地	〒100-0005 東京都千代田区丸の内一丁目6番5号 丸の内北口ビルディング12階
代表電話番号	03-5962-9355
代表者	代表取締役社長兼CEO 大島 吾希洋
資本金	3.5億円
株主	ソフトバンク株式会社 100%
免許番号	宅地建物取引業/東京都知事(1)第101729号 一級建築士事務所/東京都知事登録第63572号
所属団体	公益社団法人 東京都宅地建物取引業協会 一般社団法人 東京都建築士事務所協会

## お問い合わせ

### 株式会社 オファーズ

〒100-0005 東京都千代田区丸の内一丁目6番5号  
丸の内北口ビルディング12階

[TEL] **03-5962-9355** [URL] <https://ofaas.jp/>

[発行] 株式会社オファーズ <https://ofaas.jp/>

[監修] (P03~P07) ニッセイ基礎研究所 [https://www.nli-research.co.jp/topics\\_detail2/id=61?site=nli](https://www.nli-research.co.jp/topics_detail2/id=61?site=nli)  
(P09~P18) 一般財団法人 日本不動産研究所 <https://www.reinet.or.jp/>

当レポート記載の内容等は作成時点のものであり、正確性、完全性を保証するものではありません。当社の事前の了承なく、複製、引用、転送、配布、転載等を行わないようにお願いします。  
Copyright © 2021 OfaaS Corp. All rights reserved.