

大都市圏オフィス需要調査2023秋

<詳細版>

コロナ禍収束後も7割超の企業がハイブリッドワークを継続、オフィスは拡張トレンドへ

2024年1月18日

ザイマックス不動産総合研究所

調査概要

長きにわたったコロナ禍とその収束は、日本企業の働き方およびオフィス需要にどのような影響を与えているのか。

ザイマックス不動産総合研究所（以下、ザイマックス総研）では2016年秋より、企業のオフィス利用の実態や働き方に関して半年に1回アンケート調査を行い、オフィス需要との関係について継続的に分析を行っている。本レポートはその第15回調査の結果を公表するものである。

調査期間	2023年11月15日～11月26日
調査対象	<ul style="list-style-type: none"> ・ザイマックスグループの管理運営物件のオフィスビルに入居中のテナント ・法人向けサテライトオフィスサービス「ZXY（ジザイ）」契約先 ・ザイマックスインフォニスタの取引先 上記合計 48,049件
有効回答数	1,705件 *事業所単位で集計しているため、同一企業であっても事業所が異なれば別の回答として処理している。
調査地域	全国（東京都、大阪府、愛知県、福岡県、神奈川県、埼玉県、千葉県、その他）
調査方法	メール配信による

レポート内のグラフに関して

・構成比（%）は、小数点第2位を四捨五入しているため内訳の合計が100%にならない場合がある。

回答企業属性

業種	オフィスの種類	オフィスの所在地	オフィスの契約面積	従業員の平均年齢																						
農業、林業	2 (0.1%)	本社	1,095 (64.2%)																							
鉱業、採石業、砂利採取業	2 (0.1%)	支社・支店	387 (22.7%)																							
建設業	113 (6.6%)	営業所	146 (8.6%)																							
製造業	272 (16.0%)	分室	20 (1.2%)																							
電気・ガス・熱供給・水道業	14 (0.8%)	コールセンター	9 (0.5%)																							
情報通信業	280 (16.4%)	電算室	1 (0.1%)																							
運輸業、郵便業	31 (1.8%)	その他	47 (2.8%)																							
卸売業、小売業	243 (14.3%)	東京23区	988 (57.9%)																							
金融業、保険業	56 (3.3%)	大阪市	196 (11.5%)																							
不動産業、物品販賣業	80 (4.7%)	名古屋市	113 (6.6%)																							
学術研究、専門・技術サービス業	124 (7.3%)	福岡市	77 (4.5%)																							
宿泊業、飲食サービス業	13 (0.8%)	その他	331 (19.4%)																							
生活関連サービス業、娯楽業	17 (1.0%)	30坪未満	312 (18.3%)																							
教育、学習支援業	24 (1.4%)	30坪以上50坪未満	217 (12.7%)																							
医療、福祉	27 (1.6%)	50坪以上100坪未満	292 (17.1%)																							
複合サービス事業	20 (1.2%)	100坪以上200坪未満	227 (13.3%)																							
サービス業（他に分類されないもの）	335 (19.6%)	200坪以上	313 (18.4%)																							
公務（他に分類されるものを除く）	7 (0.4%)	無回答	344 (20.2%)																							
分類不能の産業	45 (2.6%)	20歳～29歳	40 (2.3%)																							
100人未満	852 (50.0%)	30歳～39歳	549 (32.2%)																							
100人以上1,000人未満	551 (32.3%)	40歳～49歳	888 (52.1%)																							
1,000人以上	297 (17.4%)	50歳～59歳	185 (10.9%)																							
不明	5 (0.3%)	60歳以上	33 (1.9%)																							
		無回答	10 (0.6%)																							

主な調査結果

1. オフィス需要の見通し（P.4～）

- 過去1年間におけるオフィスの在籍人数が「増えた」と回答した割合（31.2%）は「減った」（11.6%）を上回った。
- 過去1年間におけるオフィス面積の変化について、2020秋調査以来初めて「拡張した」と回答した割合（7.3%）が「縮小した」（5.3%）を上回った。また、「拡張（した+する可能性）」の割合も2021春調査を底に増加傾向が続き、拡張合計と縮小合計の差であるDIは4.8とプラスで推移している。
- 今後、オフィス面積を「拡張したい」と回答した割合（16.8%）は「縮小したい」（7.5%）を上回った。

2. オフィス需要に影響を与える要素（P.12～）

- 出社率「100%（完全出社）」の割合は25.2%で、コロナ禍以降最高となった2023春調査（25.7%）から横這いとなった。今後の意向では「100%（完全出社）」とした割合が25.1%で、残りの74.9%は引き続きテレワークを行う意向があることから、コロナ禍収束後もテレワークは恒常的なワークスタイルとして定着していくとみられる。
- 新型コロナの5類移行を機に出社やテレワークの方針を「見直した」と回答した企業は29.5%、「見直しする予定はない」は56.4%であった。
- オフィスが狭いと感じている割合は29.6%で、広いと感じている割合（15.8%）を上回った。

3. 働き方とワークプレイス（P.19～）

- 人材確保や人的資本経営の観点で、ワークプレイス戦略が「重要だと思う」または「やや重要だと思う」と回答した企業は72.2%に上った。
- 入居中のオフィスにあるスペースをコロナ禍以前の2019春調査と比較すると、「固定席」（78.7%）が減少した一方で「オープンなミーティングスペース」（57.2%）や「フリーアドレス席」（44.0%）が大きく伸長し、オフィス内のフレキシブル化が進んでいる様子がうかがえた。
- 地方でのワークプレイス展開に「興味がある」企業は全体の40.8%で、特に回答割合が高かった施策は「リゾート地などで一時的に働くワーケーション施設を整備・利用する」（地方でのワークプレイス展開に興味がある企業の50.7%）や「地方のサテライトオフィスをサービス利用する（一時的・定常的）」（同47.7%）などであった。
- 在宅勤務制度の導入率は44.9%で、2021秋調査をピークに減少傾向にある。一方、サテライトオフィスの導入率は30.9%と年々増加している。
- オンラインでも業務に関するコミュニケーションはできている企業が多数であり、特に社外とのコミュニケーションは8割近くができることがわかった。
- 今後サテライトオフィスを利用したい意向がある企業は34.4%であった。これらの企業に、利用したいサテライトオフィスのタイプを聞いたところ「個人作業のための個室・ブース等を他社とシェアするタイプ」（60.0%）が最も人気であった。
- コロナ禍以前と比べた「従業員のパフォーマンス」について、「上がった」と評価した企業は17.0%で「下がった」（10.7%）を上回った。経年で比較すると「下がった」の割合が年々減少し、評価が改善していた。

1. オフィス需要の見通し

1. 過去1年間の変化
2. 今後の意向

1.1. 過去1年間の変化

オフィス在籍人数が「増えた」企業の割合は、2021春調査を底に増加傾向が続く

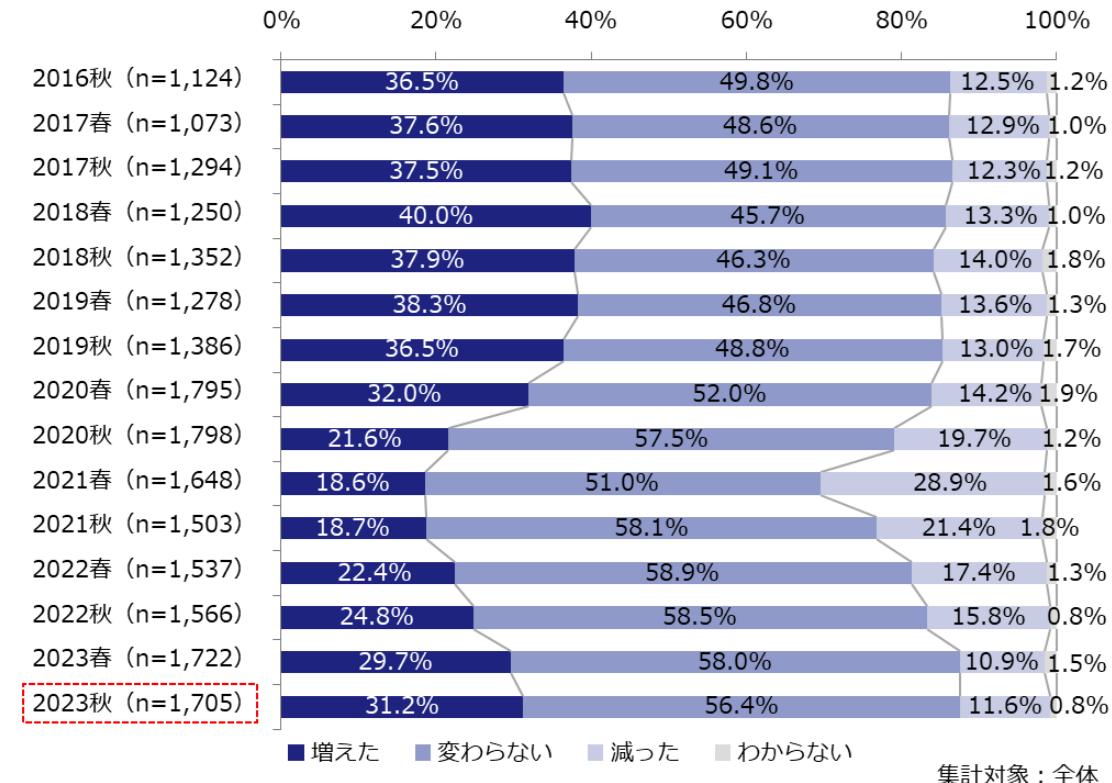
過去1年間におけるオフィスの在籍人数（*）の変化を示したのが【図表1（赤枠）】である。

オフィスの在籍人数が「増えた」と回答した割合は31.2%で、「減った」（11.6%）を上回った。

過去調査と比較しても、「増えた」は2021春調査を底に増加傾向にある。

* 出社しているか否かに関わらず、そのオフィスに籍を置いている人数

【図表1】オフィスの在籍人数の変化



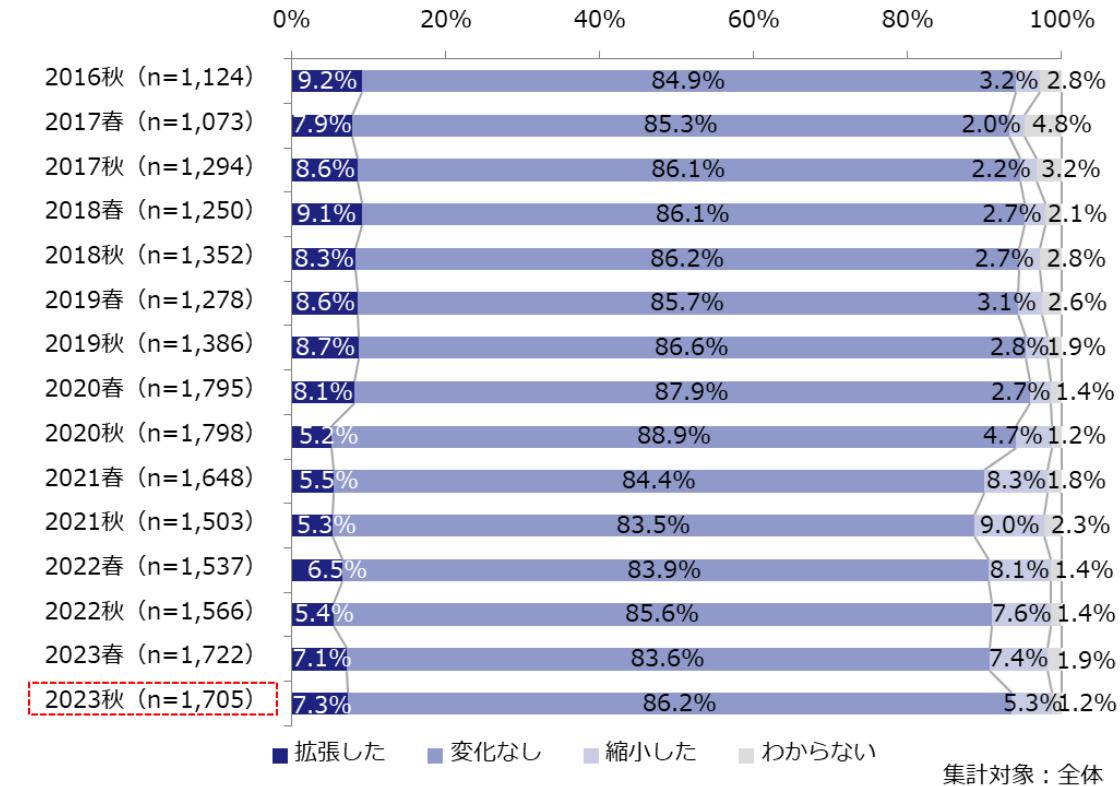
1.1. 過去1年間の変化

オフィス面積を「拡張した」割合が、2020秋調査以来初めて「縮小した」を上回る

過去1年間におけるオフィス面積の変化を聞いた結果、オフィス面積が「拡張した」と回答した割合は7.3%で、「縮小した」(5.3%)を上回った【図表2（赤枠）】。

「拡張した」が「縮小した」を上回ったのは2020秋調査以来初となった。

【図表2】オフィス面積の変化



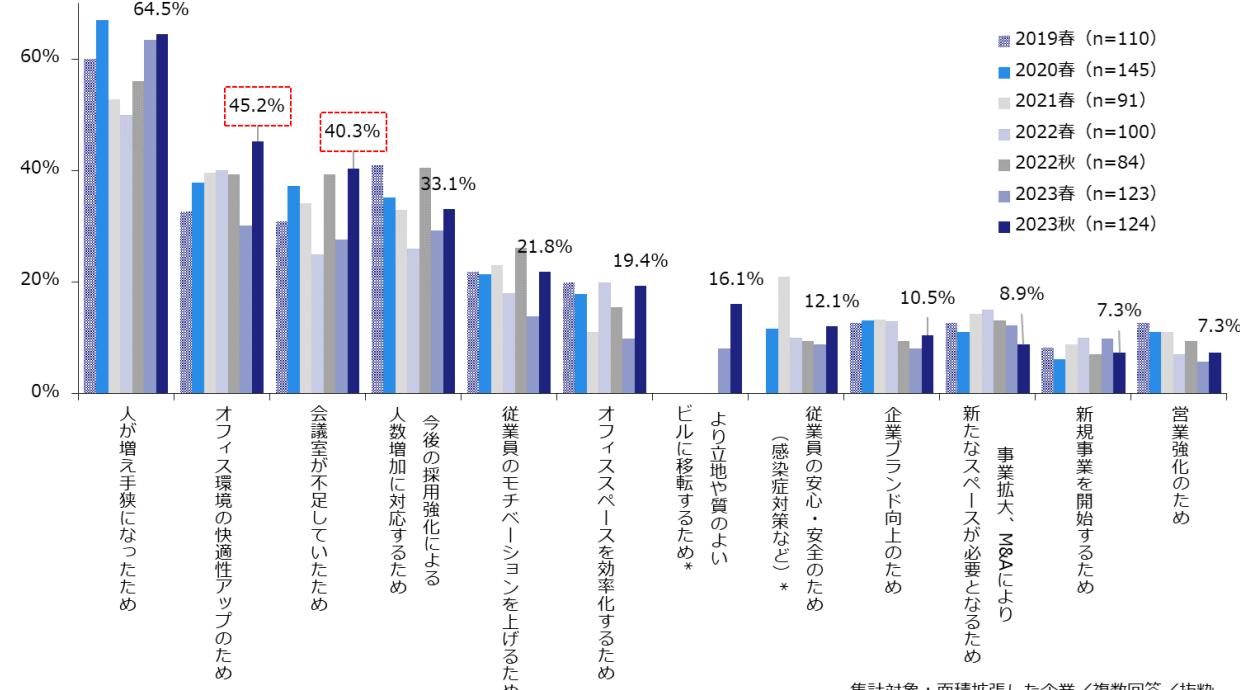
1.1. 過去1年間の変化

「オフィスの快適性アップ」や「会議室不足」が、面積拡張の理由として伸長

面積拡張の理由としては、「人が増え手狭になつたため」(64.5%)が最も多かった【図表3】。

また、「オフィス環境の快適性アップのため」(45.2%)と「会議室が不足していたため」(40.3%)が2023春調査と比べて大きく伸び、過去最高となった。

【図表3】面積拡張の理由



集計対象：面積拡張した企業／複数回答／抜粋
*当該選択肢がなかった回についてはグラフ掲載なし

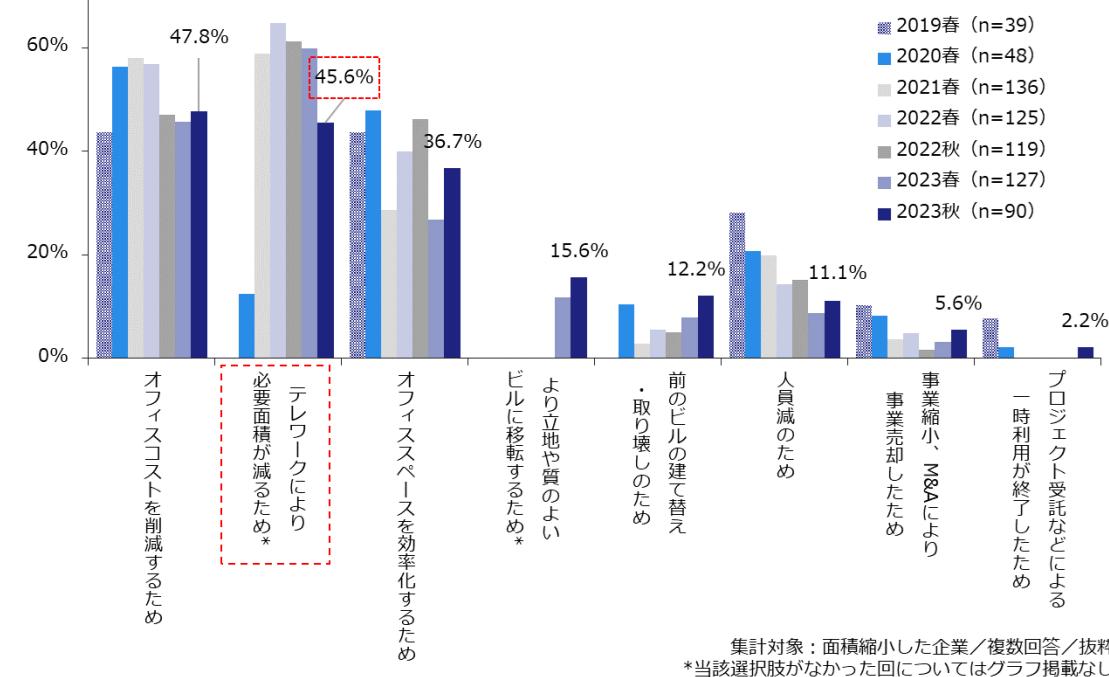
1.1. 過去1年間の変化

面積縮小の理由1位は「コスト削減」、「テレワークにより必要面積が減るため」は低下傾向

面積縮小の理由としては「オフィスコストを削減するため」(47.8%) や「テレワークにより必要面積が減るため」(45.6%) が上位となつた【図表4】。

ただし、「テレワークにより必要面積が減るため」は2022春調査をピークに減少傾向であり、コロナ禍において盛り上がつたオフィス縮小トレンドの落ち着きがうかがえる。

【図表4】面積縮小の理由



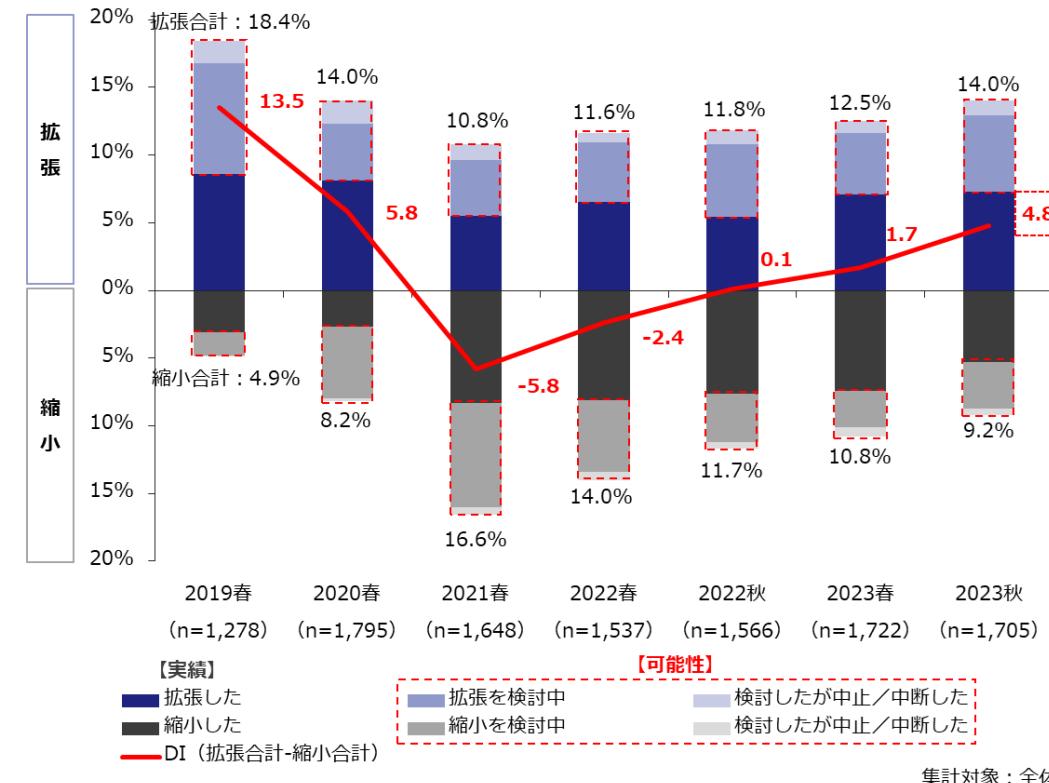
1.1. 過去1年間の変化

2021春調査を底に、面積拡張(した+する可能性)が伸長

過去1年間のオフィス面積について「変化なし」であっても、「拡張を検討している」と「拡張を検討したが、中止／中断した」と回答した割合を「拡張する可能性」の割合とすると、「拡張（した+する可能性）」の合計は14.0%となり、2021春調査を底に増加傾向がみられる【図表5】。

同様に、「縮小（した+する可能性）」の合計は9.2%となり、拡張合計と縮小合計の差であるDIは4.8とプラスで推移している。コロナ禍以降続いた縮小トレンドは落ち着き、拡張フェーズに入ったといえる。

【図表5】過去1年間のオフィス面積変化の実績+可能性

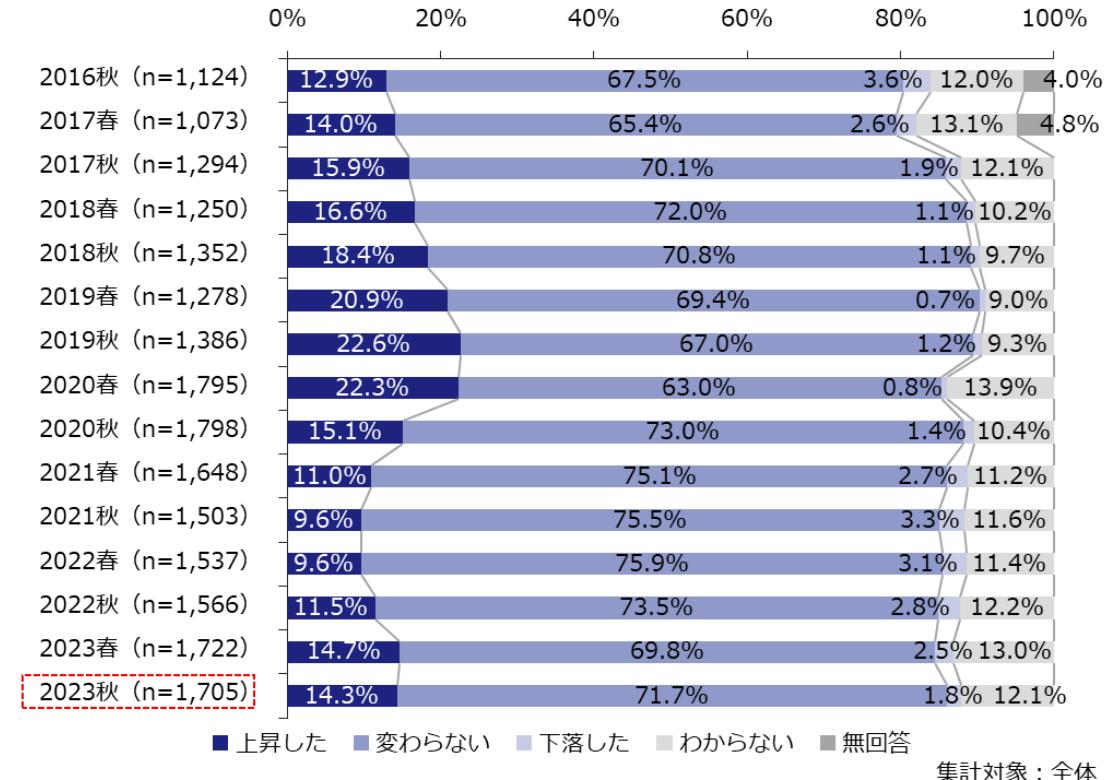


1.1. 過去1年間の変化

賃料単価が「上昇した」企業の割合は14.3%、「下落した」を上回る

過去1年間の賃料単価の変化をみると「上昇した」と回答した割合は14.3%で、「下落した」の1.8%を上回った。ただし、コロナ禍以前と比べるとその差は小さい【図表6（赤枠）】。

【図表6】賃料単価の変化



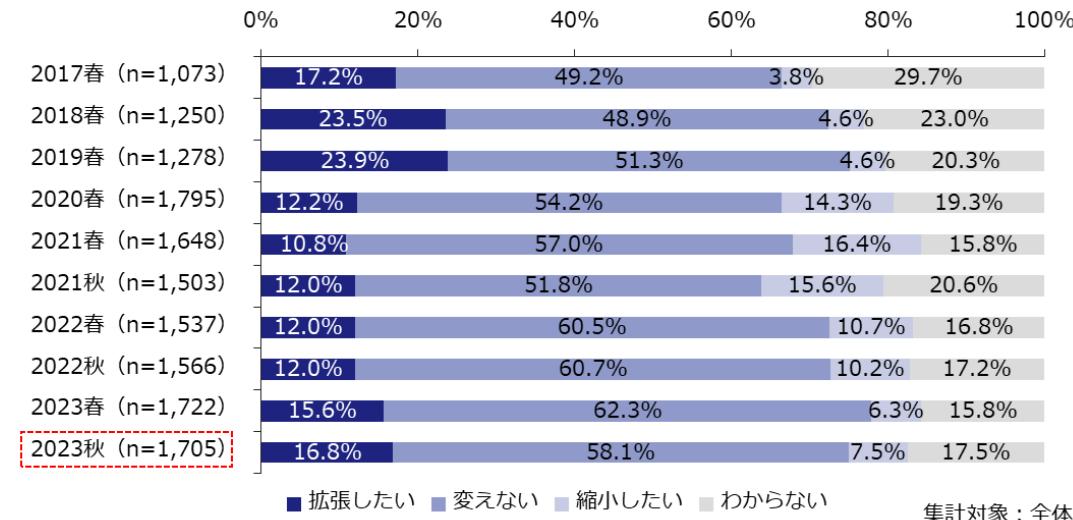
1.2. 今後の意向

今後のオフィス面積を「拡張したい」割合は増加傾向も、コロナ禍以前には戻らず

今後（2~3年程度先まで）のオフィス面積について「拡張したい」と回答した企業は16.8%で、「縮小したい」（7.5%）を上回った【図表7（赤枠）】。

経年でみても「拡張したい」の割合は2021春調査を底に増加傾向である。ただし、コロナ禍以前（2019春調査以前）の水準には戻っておらず、ハイブリッドワークの定着などが影響していると考えられる。

【図表7】今後のオフィス面積の変化



2. オフィス需要に影響を与える要素

1. 出社率
2. 座席数の割合、手狭感、景況感

2.1. 出社率

コロナ禍収束後もテレワークを行う意向がある企業は74.9%

全社員がオフィスに出社した場合の出社率を100%とし、「現在の平均的な出社率（実態）」と「今後の出社率（意向）」を聞いた【図表8】。

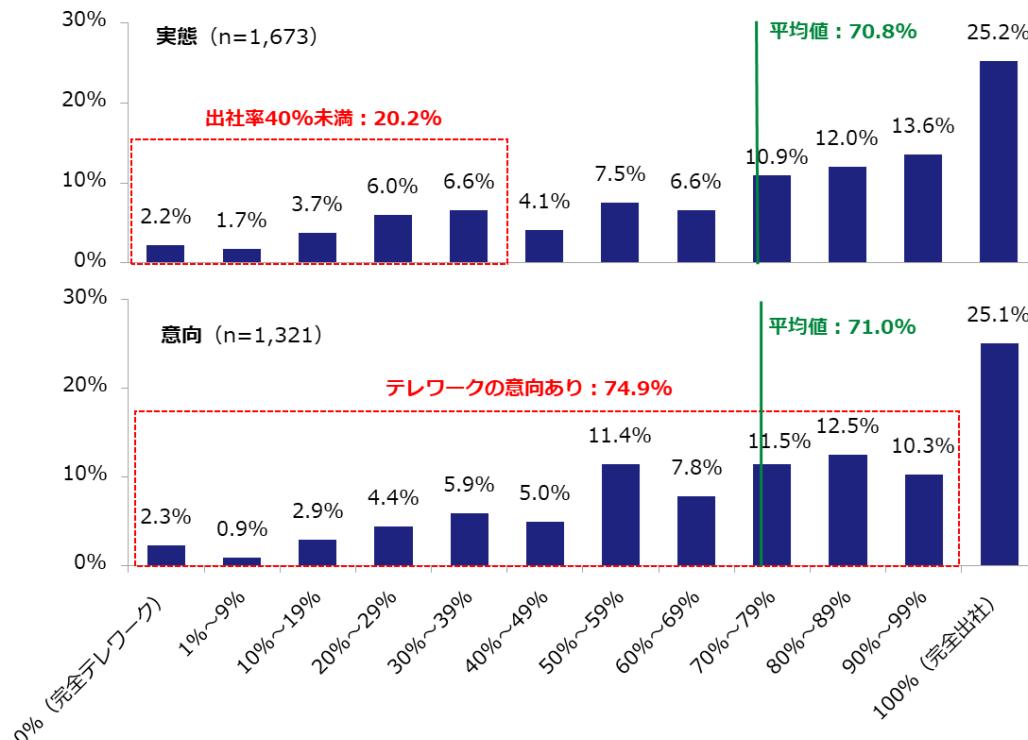
実態では25.2%の企業が「100%（完全出社）」と回答した一方で、20.2%は「出社率40%未満」に抑えていることがわかった。

今後の意向では「100%（完全出社）」は25.1%で、残りの74.9%は引き続きテレワークを行う意向があることから、コロナ禍収束後もテレワークは恒常的なワークスタイルとして定着していくとみられる。

なお、今後の意向として「従業員に任せる・特に設定しない」を選択した企業は、全体（n=1,705）の12.1%であり、2023春調査（11.4%）から微増となった。

* 平均値は、各選択肢が示す範囲の中央の数値を採用して算出した。「1%～9%」（は5%、「10%～19%」（は14.5%、「20%～29%」（は24.5%…以下同様。

【図表8】出社率の実態と意向



2.1. 出社率

「出社率100%（完全出社）」の割合は25.2%と、コロナ5類移行後から横這いで推移

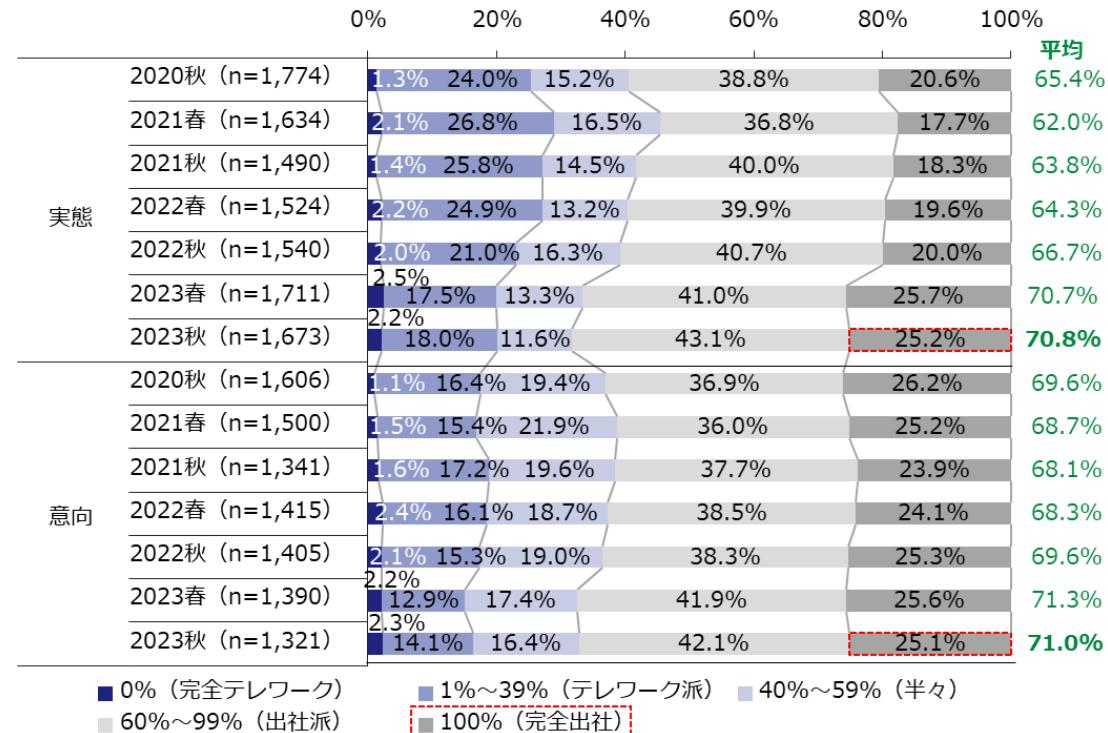
【図表8】の出社率（実態／意向）を、「0%（完全テレワーク）」、「1%～39%（テレワーク派）」、「40%～59%（半々）」、「60%～99%（出社派）」、「100%（完全出社）」の5段階に分け、過去調査の結果と比較した【図表9】。

実態については、新型コロナ5類移行直後に実施した2023春調査では「100%（完全出社）」の割合が25.7%に増加し、コロナ禍以降最高となったが、今回は25.2%で横這いとなつた。

意向も同様に、「100%（完全出社）」の割合（25.1%）は2023春調査から横這いであった。

また、平均値（*）をみても実態（70.8%）と意向（71.0%）のギャップはほぼなくなり、すでに現在は意向に近い状態が実現しているといえる。

【図表9】出社率の実態と意向（経年比較）



集計対象：【実態】「わからない」を除く
 【意向】「わからない」「従業員に任せる・特に設定しない」を除く

2.1. 出社率

新型コロナの5類移行後、出社やテレワークの方針を見直した企業は3割

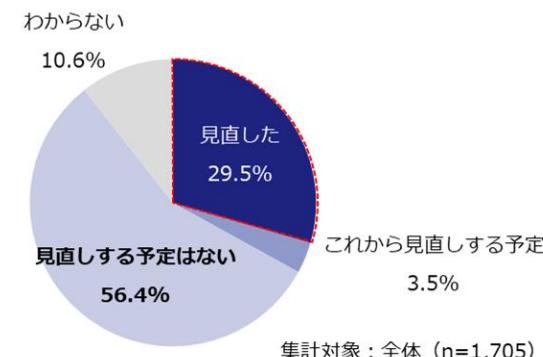
新型コロナの5類移行を機に出社やテレワークの方針を見直したかを聞いた結果、「見直した」を選んだ企業は29.5%、「見直しする予定はない」は56.4%であった【図表10】。

長きにわたったコロナ禍のいったんの区切りを受け、コロナ禍以前の働き方に回帰すると予測する向きもあるが、実際には働き方を変えていない企業が6割近くに上った。

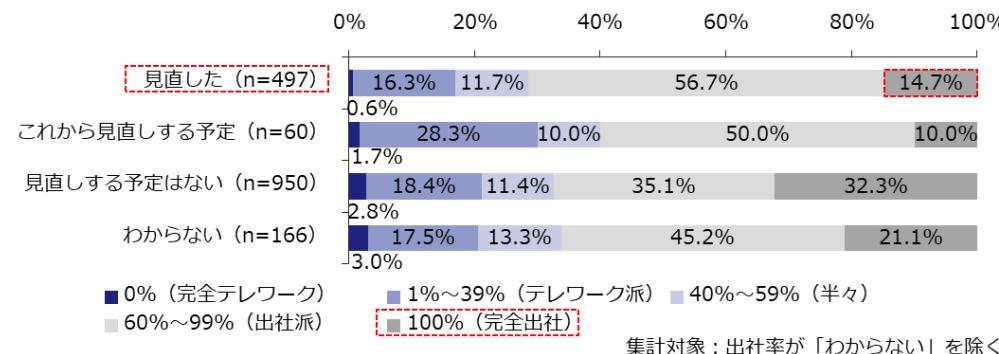
なお、出社方針の見直しの有無別に現在の出社率をみた結果、方針を見直した企業でも「出社率100%」の割合は14.7%にとどまり、必ずしも「コロナ禍収束=出社回帰」でないことがわかる【図表11】。

一方で、「見直しする予定はない」と回答した企業の32.3%は出社率100%であることから、これらの企業群には、コロナ禍中もテレワークなどの対策に取り組まなかつた企業が一定数含まれると推察される。

【図表10】新型コロナ5類移行後の、出社方針の見直し有無



【図表11】<出社方針の見直し有無別>出社率の実態



2.1. 出社率

コロナ禍収束を機に、ハイブリッドワークの運用ルール策定に取り組む企業が多数

出社やテレワークの方針の見直し（【図表10】）について自由回答で具体的な内容を聞いたところ、一部「原則出社に戻した」「在宅勤務を廃止した」など出社に舵を切る企業がみられるものの、テレワークの運用ルールをこの機に決めている企業も多く、必ずしも完全出社に回帰しているわけではない状況が浮き彫りとなった。

また、「時代や状況の変化に合った働き方を考えるようになった」「出社とリモートの積極的な使い分けへの転換を促進している」など、コロナ禍とその収束が、企業の働き方を再考するきっかけとなっている様子も見受けられた。以下に回答の一部を抜粋して紹介する。

【参考】5類移行後に実施した見直しの内容（自由回答・抜粋）

- コロナ禍中は暫定で実施していたテレワークを、正式に制度化した
- テレワークの位置づけを「コロナ対応」から「ライフワークバランス対応」に変更
- 月1度の帰社日（月初）は、原則全員がオフィスに出社するよう変更した
- 部門ごとに任意に出社日を設けることを推奨
- 「出社」「在宅」「出社と在宅」の3つから選択できるようにした
- 「極力在宅勤務をするように」という指示から「業務のアウトプットを最大化するように」という指示に変化
- コロナが落ち着いてもまたの有事の際に備えて、外回りの人間はそのままテレワーク継続、事務方も交代でテレワーク継続。加えてコスト低減方法を模索
- 5類移行後、在宅勤務を週1日までに制限したが、9月からは週2日に変更し、現在は特別な事情のある場合は無制限となった
- 在宅勤務をいったんは廃止したが、若干は認める方向で再度見直し中
- 部署による出社率の違い等に対しての従業員同士での不平不満感を解消すべく実態調査を行い、基準を再構築する。具体的には、在宅勤務希望なのにできていないのであればその課題の検証、希望はしていないが制度上不公平感を感じているのであればその原因の検証、通勤交通費等の支給基準の見直しや、在宅勤務手当の検討を行う
- シェアオフィスを契約して外出先から事務所に戻らなくてよくなった

テレワークの運用ルール詳細

- 出社率の制限50%の撤廃。出社か在宅かは個人の自由とし、月単位のスケジュールを事前申請
- テレワークの開始を入社後1年から3か月に短縮した
- 在宅ワークは、その人の能力・経験に応じて許可制にする
- 出社日数のガイドラインを策定した（週2回、月間出社率50%）
- 週1の出社はマスト、残りの週4はフレキシブルに
- 週1日以上の原則出社を規定
- 週に一度の全員出社による部会実施などを規定
- 部署により出社率を3割⇒6割程度に見直し
- 役職者の出社日数を増やした
- テレワークの場所として自宅に加え実家を追加

2.2. 座席数の割合、手狭感、景況感

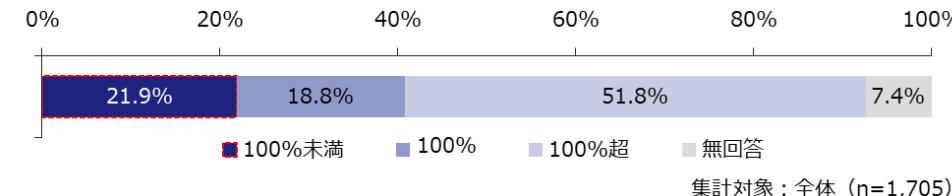
29.6%がオフィスを「かなり狭い」「やや狭い」と感じている

調査時点のオフィスの在籍人数および座席数をもとに、在籍人数に対して用意している座席数の割合を算出した結果を、それぞれ「100%未満」「100%」「100%超」の3グループに分けた【図表12】。

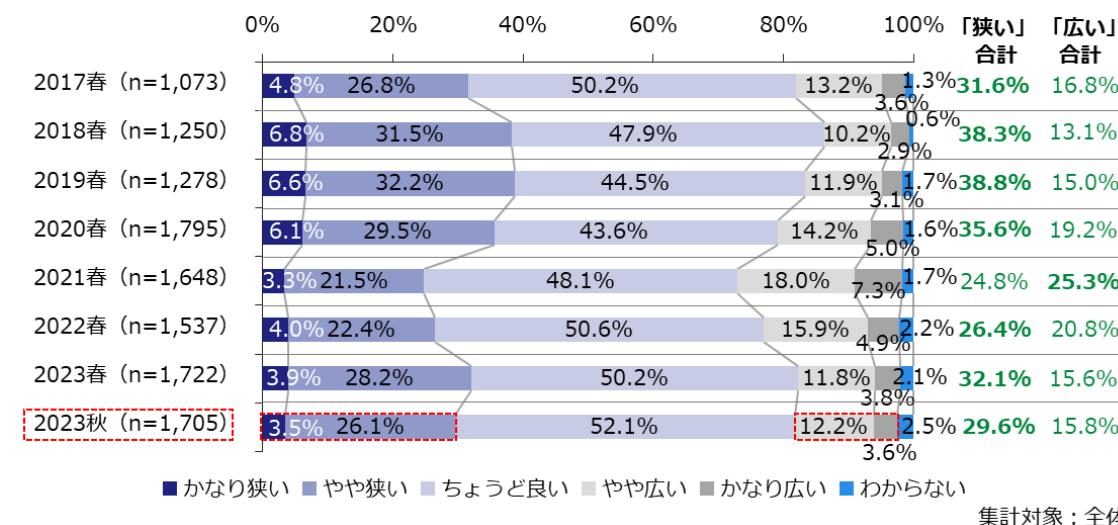
在籍人数に対して「100%超」の座席数を確保している企業が最も多く（51.8%）、「100%未満」は21.9%となった。

また、入居中のオフィスの面積についてどのように感じているかを聞いた結果では、「かなり狭い」と「やや狭い」の合計が29.6%、「かなり広い」と「やや広い」の合計が15.8%となった【図表13（赤枠）】。

【図表12】オフィス在籍人数に対する座席数の割合



【図表13】手狭感



2.2. 座席数の割合、手狭感、景況感

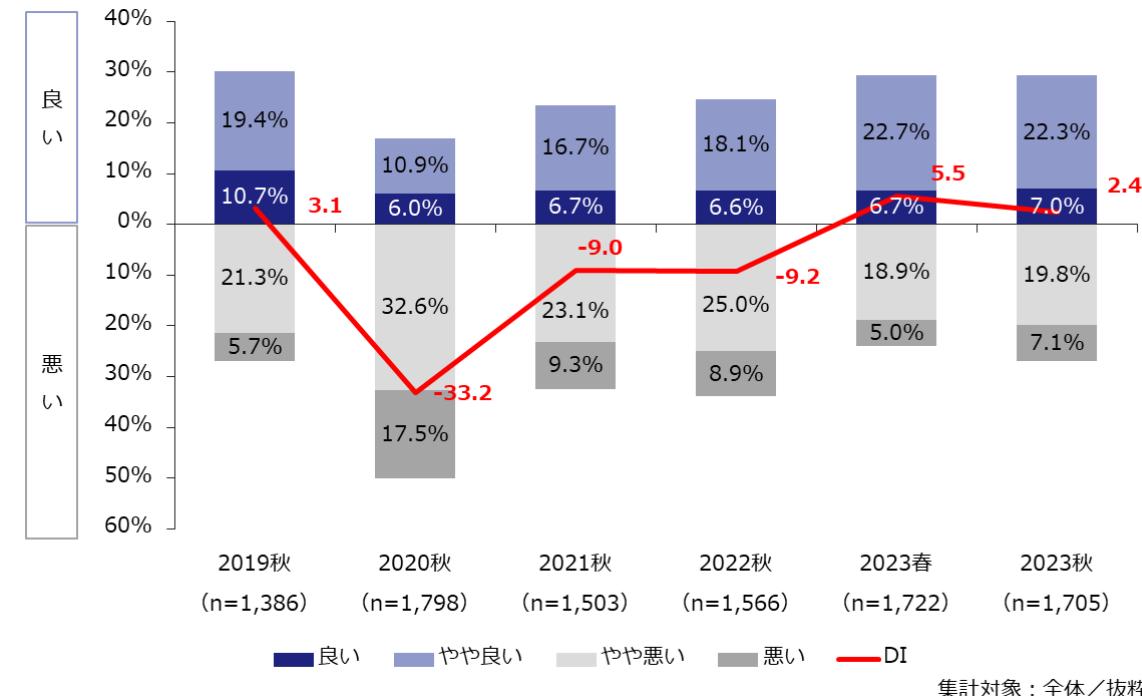
景況感DIは2.4、前回に続きプラスで推移

自社の景況感について「良い」「やや良い」「どちらともいえない」「やや悪い」「悪い」の5段階で聞き、「良い」「やや良い」の合計割合から「悪い」「やや悪い」の合計割合を引いた値を「景況感DI」として【図表14】に示した。

今回の調査では、「良い」「やや良い」の合計が29.3%、「悪い」「やや悪い」の合計が26.9%となった。

また、景況感DIは2.4と、コロナ禍発生以降初めてプラスに転じた2023春調査に続き今回もプラスで推移した。

【図表14】景況感



3. 働き方とワークプレイス

1. ワークプレイス戦略とメインオフィス
2. 働き方とテレワーク
3. コロナ禍以前と比べた評価

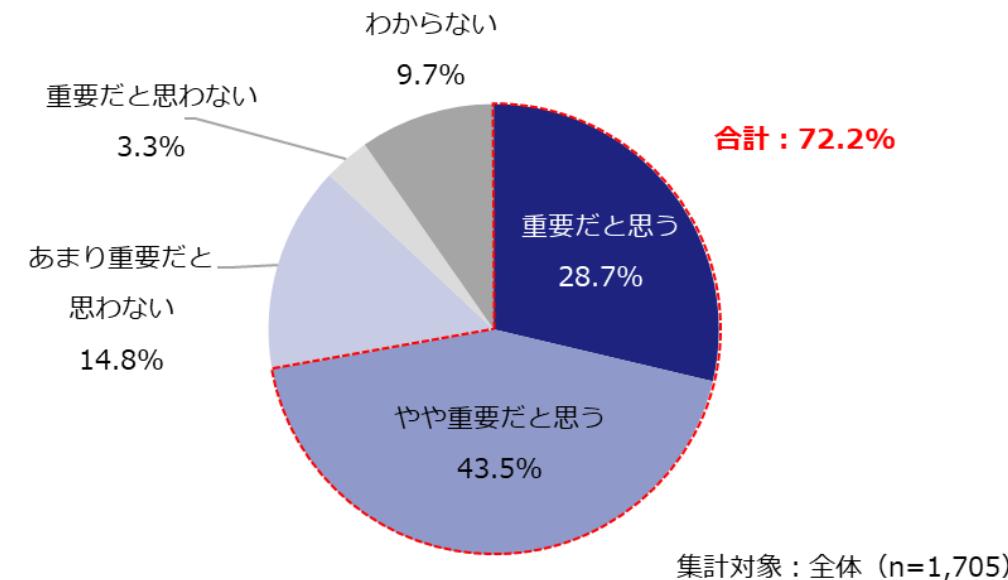
3.1. ワークプレイス戦略とメインオフィス

人的資本経営の観点で、ワークプレイス戦略を重視する企業は7割超

人材確保や人的資本経営の観点で、ワークプレイス戦略（*）が重要であると思うかを聞いた結果、7割超の企業が「重要だと思う」または「やや重要だと思う」と回答した【図表15】。

* メインオフィスの環境整備だけでなく、テレワーク拠点の整備などワークプレイス全体についての戦略を指す

【図表15】人材確保や人的資本経営の観点におけるワークプレイス戦略に対する意識



3.1. ワークプレイス戦略とメインオフィス

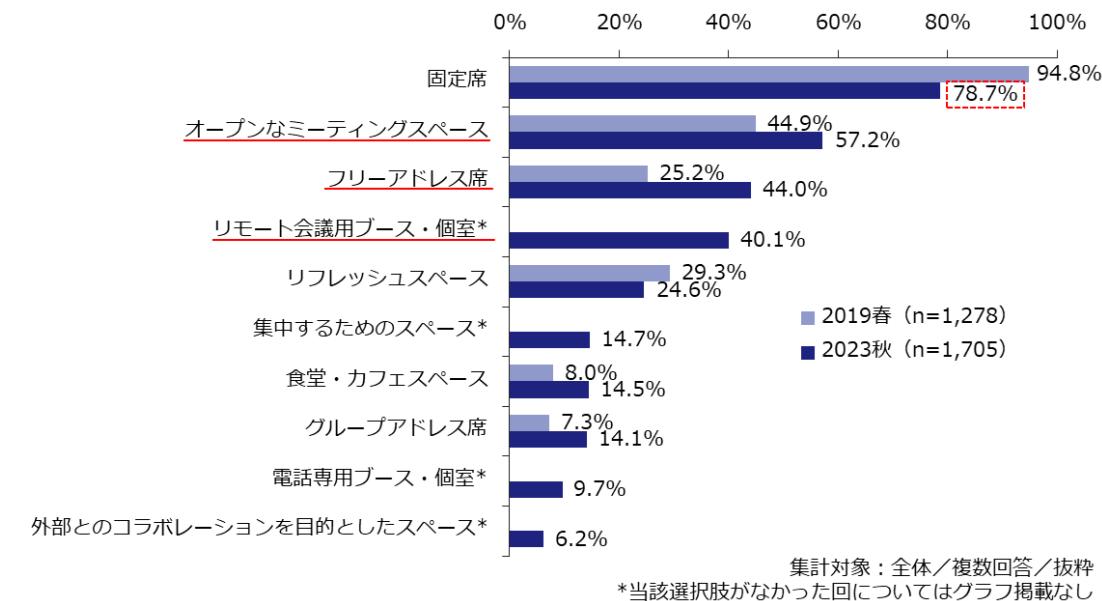
コロナ禍以前よりも「固定席」が減少し、オフィス内のフレキシブル化が進む

入居中のオフィスに現在あるスペースを聞いた結果を、コロナ禍以前の2019春調査と比較した【図表16】。

「固定席」（78.7%）が約16ポイント減少した一方で、「オープンなミーティングスペース」（57.2%）や「フリーアドレス席」（44.0%）が大きく伸長しており、コロナ禍を経てオフィス内のフレキシブル化が進んでいる様子がうかがえる。

また、コロナ禍以降に存在感を増しつつある「リモート会議用ブース・個室」も40.1%と、多くの企業が導入していることがわかった。

【図表16】入居中オフィス（貸室内）にあるスペース



3.1. ワークプレイス戦略とメインオフィス

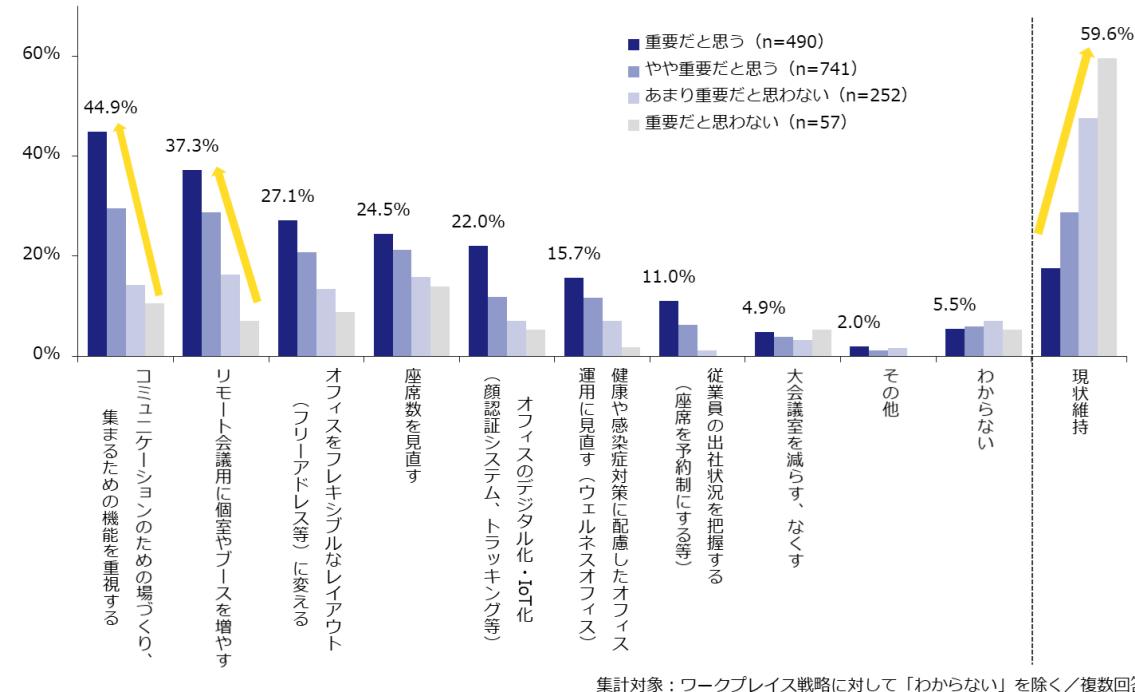
ワークプレイス戦略を重視する企業は、メインオフィスの機能の高度化に关心あり

人材確保や人的資本経営の観点におけるワークプレイス戦略に対する意識（【図表15】）別に、メインオフィスについて関心のある施策を聞いた結果では、「重要だと思う」グループほどいすれの施策に対しても関心が高い傾向がみられた【図表17】。

特に、「コミュニケーションのための場づくり、集まるための機能を重視する」や「リモート会議用に個室やブースを増やす」といった施策で差が大きかった。

逆に、メインオフィスについて「現状維持」とする割合は「重要だと思わない」グループの方が高く、ワークプレイス戦略の重要性を認識している企業ほど、メインオフィスの機能の高度化に対して高い関心を持っている様子がうかがえた。

【図表17】<ワークプレイス戦略に対する意識別>メインオフィスについて関心のある施策



3.1. ワークプレイス戦略とメインオフィス

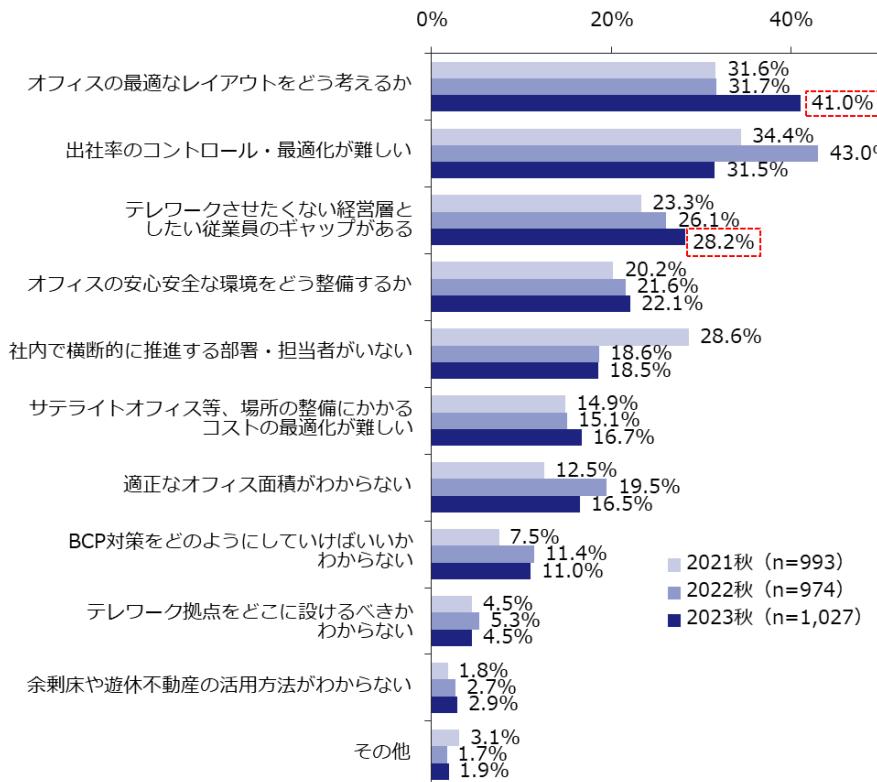
困ったことや課題として、「オフィスの最適なレイアウトをどう考えるか」が伸長

ワークプレイス戦略の見直しに関して困ったことや課題を聞き、結果を経年で比較した【図表18】。

2022秋調査では1位であった「出社率のコントロール・最適化が難しい」（31.5%）は11.5ポイント減少し、代わりに「オフィスの最適なレイアウトをどう考えるか」（41.0%）が9.3ポイント伸長して1位となった。出社とテレワークを組み合わせたハイブリッドワークの広がりを受け、メインオフィスの使い方に関心が向いている様子がうかがえる。

また、「テレワークさせたくない経営層としたい従業員のギャップがある」（28.2%）も微増した。

【図表18】ワークプレイス戦略の見直しに関して困ったことや課題



集計対象：課題が「特になし」と回答した企業を除く／複数回答

3.1. ワークプレイス戦略とメインオフィス

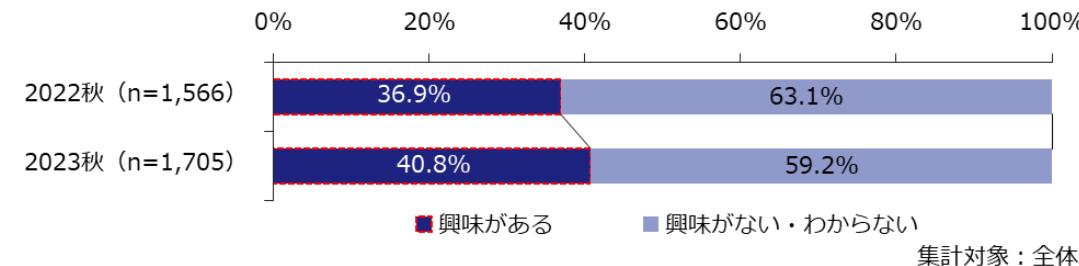
4割が「地方でのワークプレイス展開」に興味あり、トップはワーケーション施設の整備・利用

地方（*）でのワークプレイス展開について興味のある施策を聞いた結果、いずれか1つ以上の施策に「興味がある」と回答した企業は全体の40.8%であり、2022秋調査（36.9%）と比べ微増であった【図表19】。

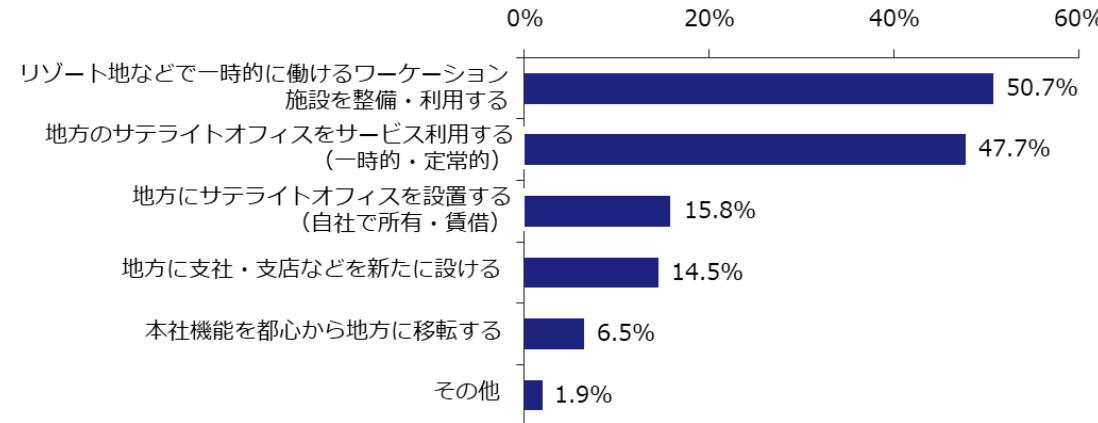
特に回答割合が高かった施策は「リゾート地などで一時的に働くワーケーション施設を整備・利用する」（50.7%）や「地方のサテライトオフィスをサービス利用する（一時的・定常的）」（47.7%）などで、地方でのワークプレイス展開に興味のある企業のうち半数程度が興味を持っていることがわかった【図表20】。

* 現在の本社所在地以外のエリア

【図表19】地方でのワークプレイス展開に関する施策への興味の有無



【図表20】地方でのワークプレイス展開に関して興味のある施策

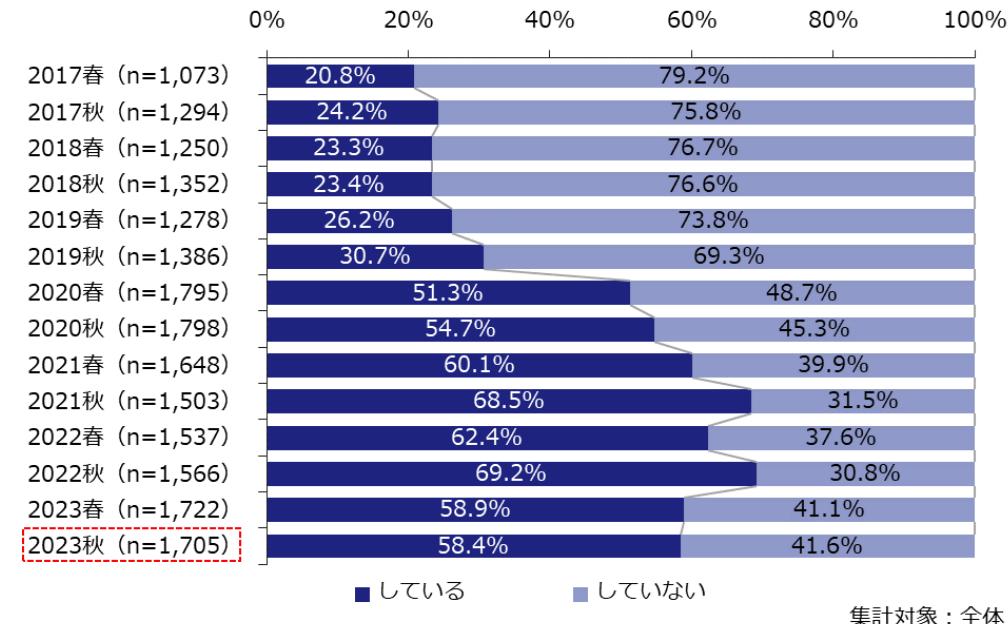


集計対象：地方でのワークプレイス展開に興味がある企業（n=696）／複数回答

約6割の企業が、従業員のためにテレワークする場所を整備している

従業員がテレワークする場所について、「在宅勤務制度」、「専門事業者等が提供するサテライトオフィス等」、「自社が所有・賃借するサテライトオフィス等」の3つのうち1つ以上を整備していると回答した割合は58.4%であった【図表21（赤枠）】。

【図表21】何らかのテレワークする場所を整備している割合



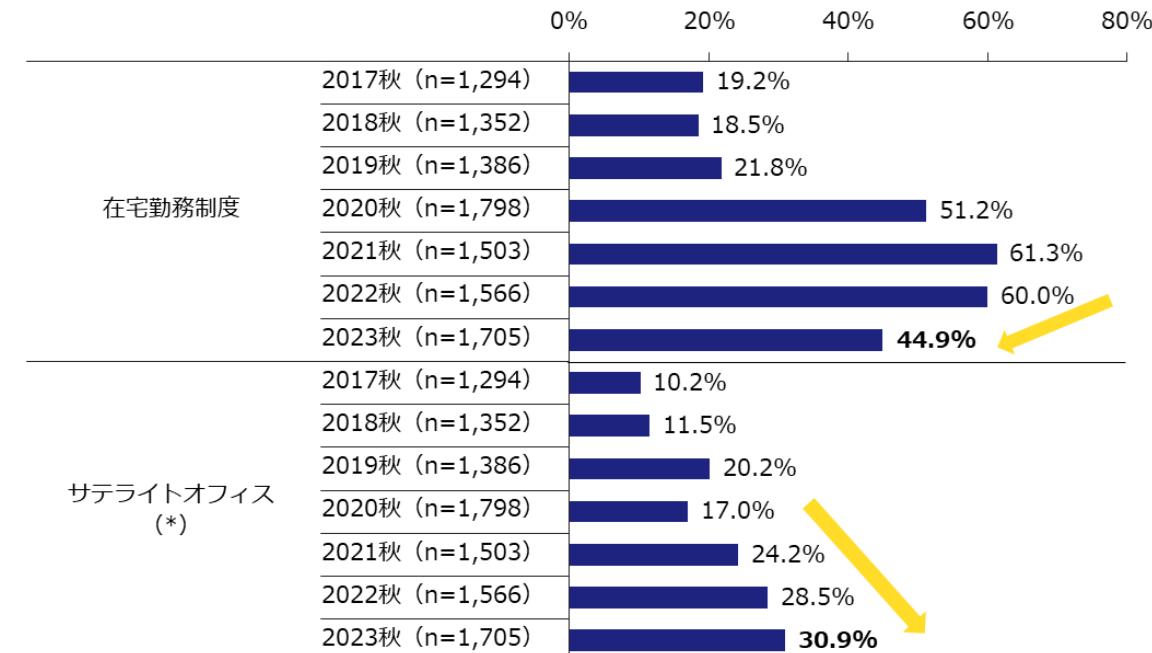
3.2. 働き方とテレワーク

在宅勤務導入率は減少傾向、サテライトオフィス導入率は年々伸長

在宅勤務制度の導入率は2021秋調査をピークに減少しており、今回の調査では44.9%となった【図表22】。

一方、サテライトオフィスの導入率は年々増加しており、今回は30.9%となった。

【図表22】在宅勤務制度とサテライトオフィスの導入率



集計対象：全体／複数回答

* 「専門事業者等が提供するサテライトオフィス等の利用」と「自社が所有・賃借するサテライトオフィス等の設置」の2つのうちどちらか1つでも選択

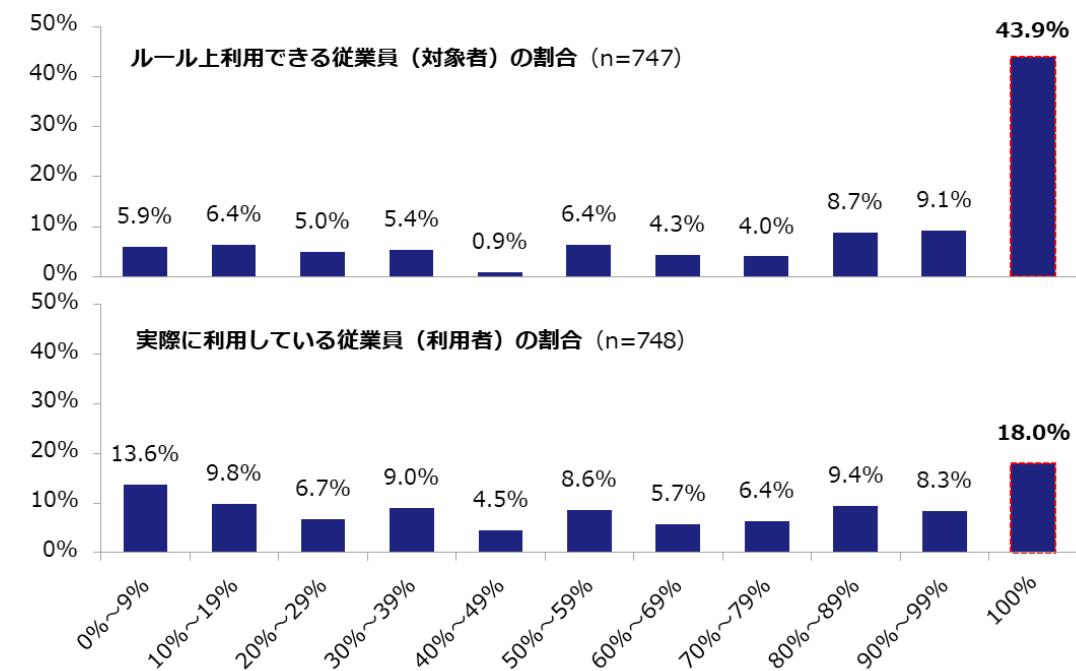
3.2. 働き方とテレワーク

在宅勤務制度：「ルール上の対象者」と「実際の利用者」の割合にギャップあり

在宅勤務制度を導入している企業（【図表22】）に対して、「ルール上利用できる従業員（対象者）の割合」と「実際に利用している従業員（利用者）の割合」を聞いた結果の分布を示した【図表23】。

従業員の「100%」が対象者であると回答した企業は43.9%に上り、在宅勤務制度を導入している企業のなかの多数派となっていることがわかる。一方で、従業員の「100%」が利用者であると回答した企業は18.0%にとどまり、ルール上の対象者とのギャップがあることがわかった。

【図表23】在宅勤務の対象者（上）と、実際の利用者（下）の割合の分布



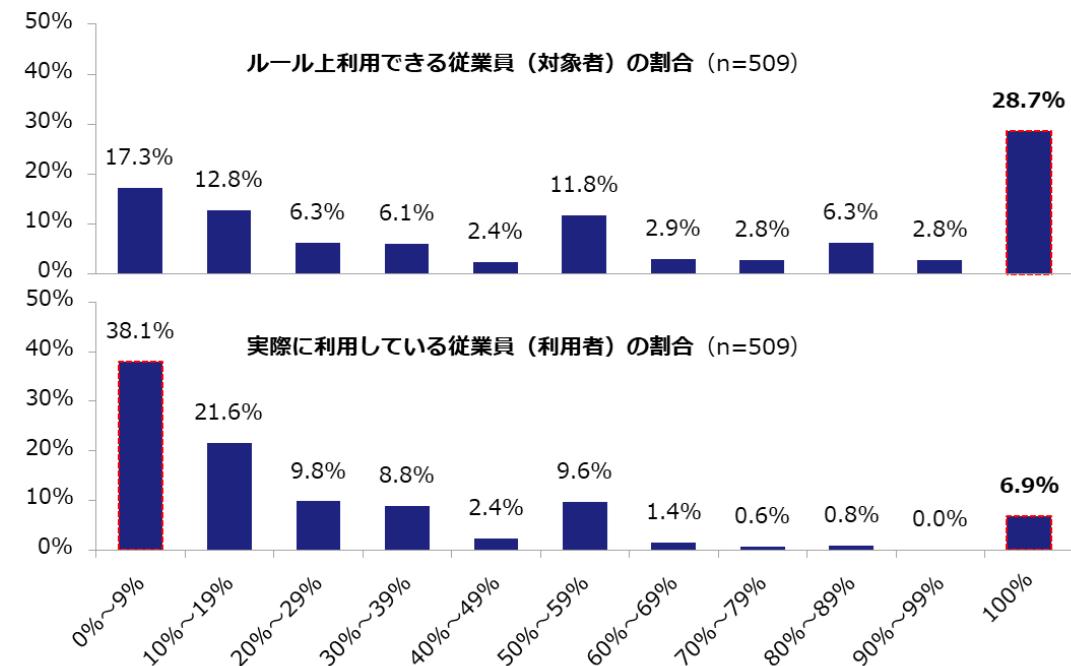
集計対象：在宅勤務制度がある企業（無回答を除く）

企業のサテライトオフィス整備が進むものの、実際の利用には伸びしろあり

サテライトオフィスを導入している企業（【図表22】）に対して、「ルール上利用できる従業員（対象者）」と「実際に利用している従業員（利用者）」の割合を聞いた結果の分布を示した【図表24】。

従業員の「100%」が対象者であると回答した企業は28.7%と最多であった。しかし、従業員の「100%」が利用者であると回答した企業は6.9%にとどまり、約4割の企業では、従業員の「0%～9%」しか実際に利用していないことがわかった。サテライトオフィスを利用できる環境が整っているにも関わらず実際の利用が少ない企業では、利用者数が今後伸びる余地があるといえる。

【図表24】サテライトオフィスの対象者（上）と利用者（下）の割合の分布



集計対象：サテライトオフィスを導入している企業（無回答を除く）

3.2. 働き方とテレワーク

オンラインでも業務遂行のためのコミュニケーションは「できている」が多数

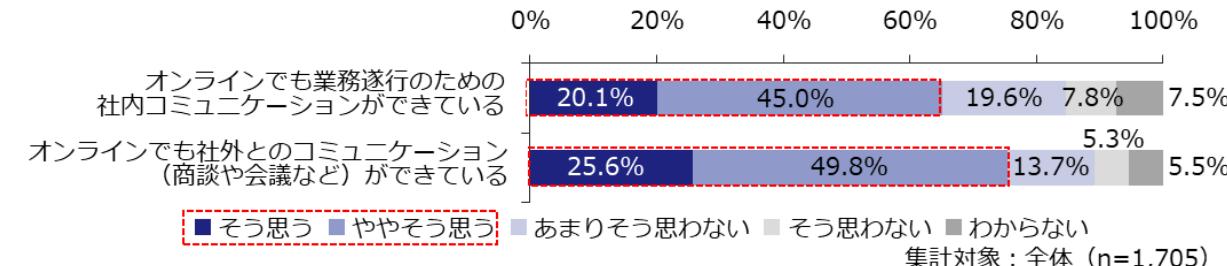
コミュニケーションに関する5つの状況について、それぞれ「そう思う」～「そう思わない」の尺度で回答してもらい、オンラインコミュニケーションについての結果は【図表25-1】に、オフラインコミュニケーションについての結果は【図表25-2】に示した。

【図表25-1】から、オンラインでも業務に関するコミュニケーションはできている企業が多数であり、特に社外とのコミュニケーションは8割近くができることがわかった。

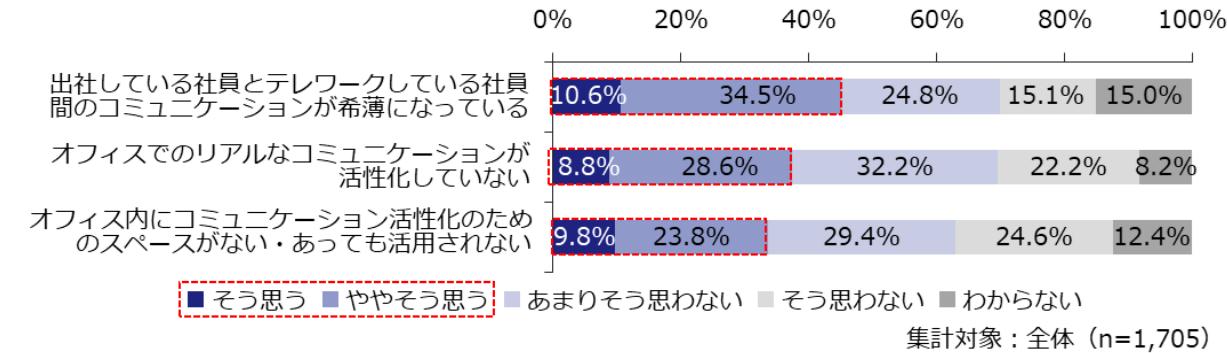
一方、【図表25-2】からは、オフラインのコミュニケーションについて少なくない企業が課題を感じていることも明らかとなった。特に「出社している社員とテレワークしている社員間のコミュニケーションが希薄になっている」は45.1%が「そう思う（*）」と回答しており、今後取り組むべき課題であることがわかる。

* 「そう思う」と「ややそう思う」の合計

【図表25-1】コミュニケーション（オンライン）に関する状況



【図表25-2】コミュニケーション（オフライン）に関する状況



コミュニケーションの課題、キーワードは「部門間」「新人育成」「個人間ギャップ」

コミュニケーションに関して現在感じている課題を自由回答で聞いた結果、特に多かったのが「部門間コミュニケーションの希薄化」や「新人・若手の育成」、「個人間の意識のギャップ」などに関するコメントであった。以下に回答の一部を抜粋して紹介する。

なお、課題を感じていない（「コミュニケーション促進を目的としたタスクフォースチームを設置しており現状課題はない」「オンラインで定期的なミーティングが可能になって効率が上がった」等）という意見や、コミュニケーションの課題とテレワークとは関係ない（「コミュニケーションを率先してとらない人はオフィスでもテレワークでもとらない」「テレワークだとコミュニケーションがとりづらいと思い込んでいる経営層をどう説得するか」等）とする意見も一定数みられた。

【参考】コミュニケーションに関して現在感じている課題（自由回答・抜粋）

- 部署横断的なコミュニケーションの場がない
- オフィスに必要最低限のスペースしか無く、他部署とのコミュニケーションをとるスペースや機会が無い
- チーム内では大きく変化していないが、他チーム・業務外のコミュニケーションはテレワークの影響が大きく試行錯誤が続く
- リアル店舗に勤めている人間、テレワーク主体の人間、本社勤務の人間それぞれ個別に動いているため情報共有が希薄
- 新しく入ったメンバーが既存メンバーと馴染むまで時間がかかるかも
- 新人教育においてはリアルでないと難しいと感じている
- 中途入社者の立ち上がりにやや時間を要している
- コロナ以降に入社した若手社員の顔と名前がわからないので廊下ですれ違っても挨拶もできない
- コミュニケーション力が低く自立して行動できない人はリモートワークに向いていないが、それが面接時点でわかりづらい
- 仲間意識が昔より希薄になっているように感じられるが、そもそもその仲間意識の必要性がわからなくなってきた
- コミュニケーションを図る場として業務時間を利用して交流会みたいなものがあるが、あまり機能していない
- 勤務外での交流（飲み会など）が極端に減ったが、そういうことに対する社員ごとの意識が違うので、今後どのような対応がいいのか悩む
- 昭和世代とZ世代などでコミュニケーションに関する意識が異なり、世代間ギャップを感じる
- オンラインツールの利用の得意／不得意があるため、人によってコミュニケーションのとり方にムラがある
- 営業現場のマネジメント層のITリテラシーが総じて低く、オンラインツールではなく電話やメールのやりとりがメインになりがちなこと
- チャットによるコミュニケーションは証拠が残り良い点もあるが、適切な表現に配慮が必要である
- お客様との商談で先方が複数人いる場合、曇った表情の方のフォローが難しい
- 社内外の雑談の中から相手のニーズを引き出すことが難しくなった
- スピード感に欠ける場面がある
- ほぼ全従業員が出社しているが役職者は在宅勤務を継続しており、そういう階層とのコミュニケーションロスが生じている。会議ツールなどが整っているが、気軽に時間をとてもらえる空気感ではない

3.2. 働き方とテレワーク

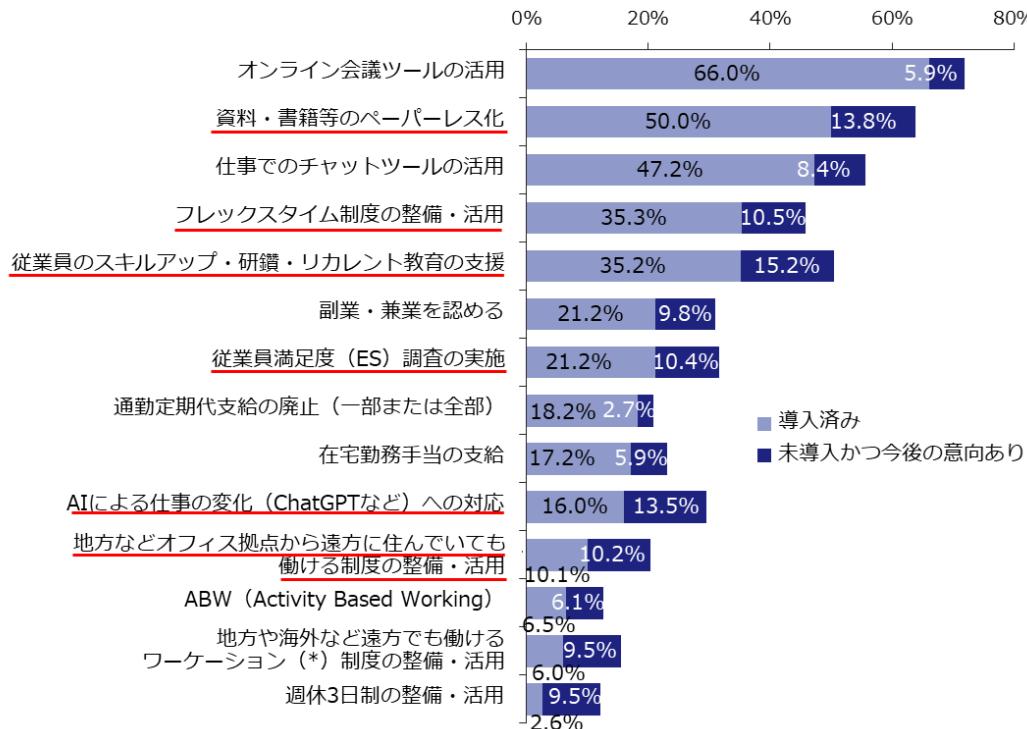
「AIによる仕事の変化(ChatGPTなど)への対応」などの施策は今後伸びる可能性

【図表26】は、働き方に関する施策について、現在導入済みであると回答した割合に、現在は未導入だが今後取り組みたいと回答した割合（未導入かつ今後の意向あり）を積み上げたものである。

積み上げた結果が上位の項目のなかで、未導入かつ今後の意向ありの割合が高い項目は、「資料・書籍等のペーパーレス化」や「フレックスタイム制度の整備・活用」、「従業員のスキルアップ・研鑽・リカレント教育の支援」などであった。

また、現在の導入率は低い「従業員満足度（ES）調査の実施」や「AIによる仕事の変化（ChatGPTなど）への対応」、「地方などオフィス拠点から遠方に住んでいても働ける制度の整備・活用」といった先進的な施策も、未導入かつ今後の意向ありの割合が10%以上あり、今後の導入率の伸びが予想される。

【図表26】働き方に関する取り組み状況



集計対象：全体（n=1,705）／複数回答

*ワーケーション…旅行先などで働くことを意味する、ワーク（仕事）とバケーション（休暇）を組み合わせた造語

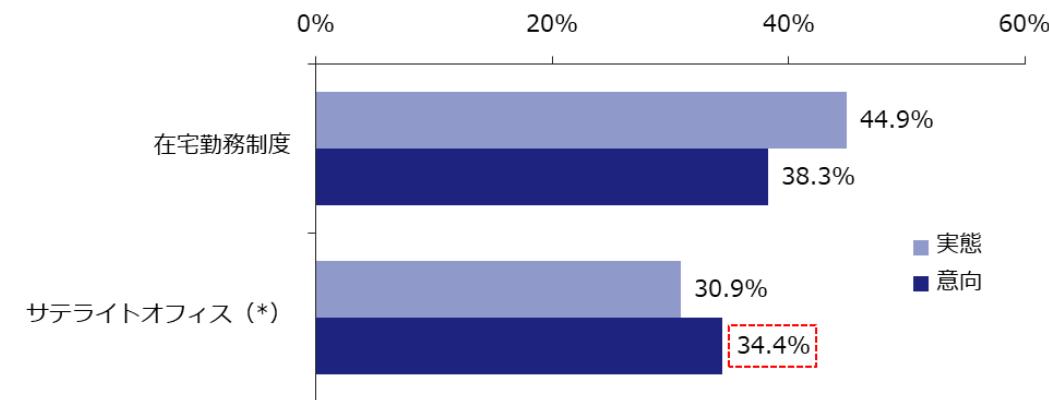
3.2. 働き方とテレワーク

今後、サテライトオフィスを導入したい割合は34.4%に

現在の状況に関わらず、テレワークする場所について今後（1～2年程度先まで）取り組みたい施策について聞いた結果が【図表27】である。

現在44.9%が導入している「在宅勤務制度」の導入意向は38.3%に減少している一方、「サテライトオフィス」の導入意向は34.4%と、実態よりも若干伸びていることがわかる。

【図表27】今後取り組みたいテレワークする場所に関する施策



集計対象：全体 (n=1,705)

* 「専門事業者等が提供するサテライトオフィス等の利用」と「自社が所有・賃借するサテライトオフィス等の設置」の2つのうちどちらか1つでも選択

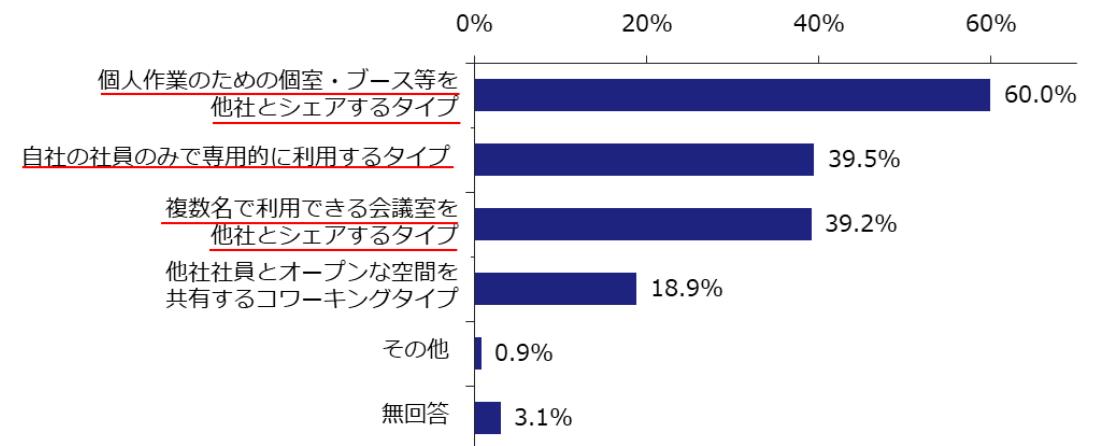
3.2. 働き方とテレワーク

「個人作業のための個室・ブース等を他社とシェアするタイプ」が人気

今後サテライトオフィスを利用したい意向がある企業（【図表24】）に対して、利用したいサテライトオフィスのタイプを聞いた【図表28】。

もっとも人気のあるタイプは前回調査に引き続き「個人作業のための個室・ブース等を他社とシェアするタイプ」（60.0%）であった。また、「自社の社員のみで専用的に利用するタイプ」（39.5%）や「複数名で利用できる会議室を他社とシェアするタイプ」（39.2%）も一定の支持を集めた。

【図表28】利用したいサテライトオフィスのタイプ



集計対象：サテライトオフィスを導入・継続したい企業（n=587）／複数回答

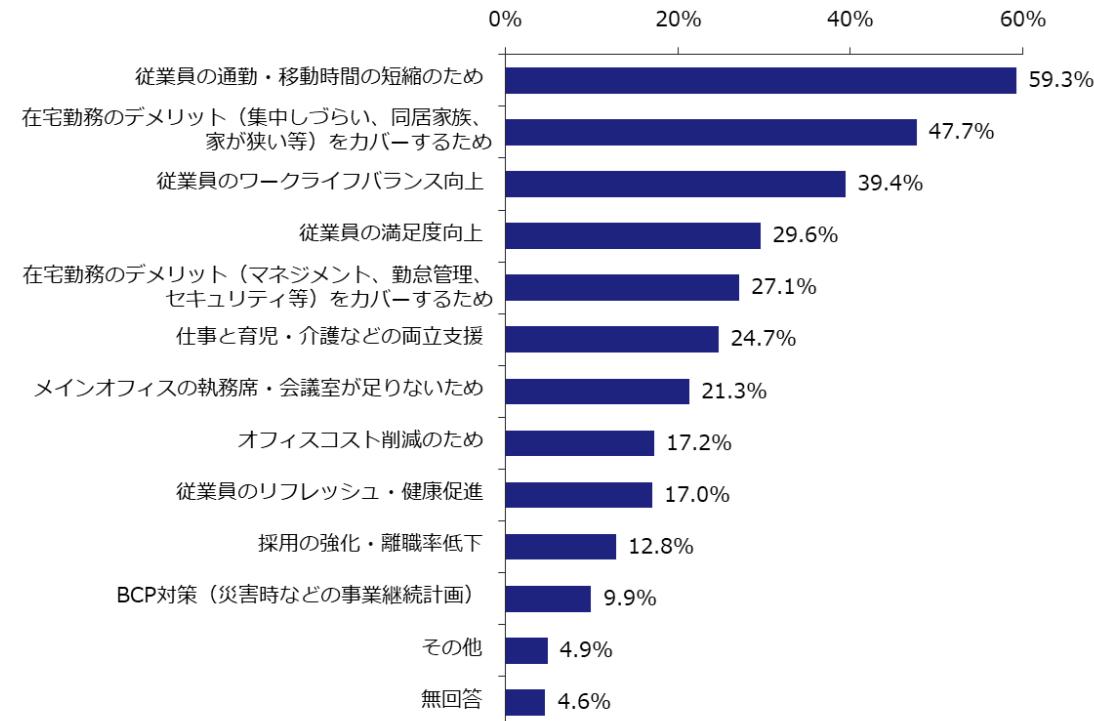
3.2. 働き方とテレワーク

サテライトオフィスを利用したい理由は、「通勤時間短縮」「在宅勤務のデメリットをカバー」など

サテライトオフィスを利用したい理由を聞いた結果が【図表29】である。

「従業員の通勤・移動時間の短縮のため」(59.3%) のほか、「在宅勤務のデメリット(集中しづらい、同居家族、家が狭い等)をカバーするため」(47.7%) や「従業員のワークライフバランス向上」(39.4%) が上位となつた。

【図表29】今後サテライトオフィスを利用したい理由



集計対象：サテライトオフィスを導入・継続したい企業(n=587)／複数回答

3.3. コロナ禍以前と比べた評価

コロナ禍以前と比べた従業員のパフォーマンス、「下がった」の割合が年々減少

コロナ禍以前と比べ、自社の「従業員のパフォーマンス」、「従業員のウェルビーイング（心身の健康）」、「人材確保（新規採用、離職率低下）」の3つの指標についてどのように評価しているかを聞いた結果、いずれも「変わらない」が過半数を占めた【図表30】。

「従業員のパフォーマンス」と「従業員のウェルビーイング」については、「上がった（*1）」が「下がった（*2）」を上回った。

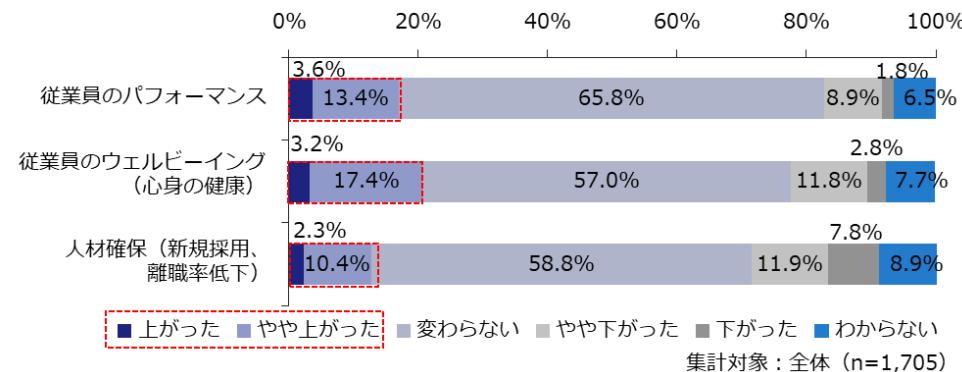
さらに、【図表31】は「従業員のパフォーマンス」の評価について過去調査と比較した結果である。

2023秋調査では「上がった」の合計が17.0%、「下がった」の合計が10.7%となり、特に「下がった」の割合が年々減少している。背景として、コロナ禍を機にテレワークを導入した企業で環境整備や従業員の適応が進み、新しい働き方が定着してきたことが関係していると考えられる。

*1 「上がった」と「やや上がった」の合計

*2 「下がった」と「やや下がった」の合計

【図表30】コロナ禍以前と比較した現在の評価



【図表31】コロナ禍以前と比較した現在の「従業員のパフォーマンス」の評価（経年比較）

