

# 大都市圏オフィス需要調査2024秋

## ＜詳細版＞

ハイブリッドモデルでの運用を模索、会議室不足が喫緊の課題に

2025年1月22日

ザイマックス不動産総合研究所

# 調査概要

新型コロナウイルス感染症の流行は、日本企業の働き方を変え、オフィスの使い方に影響を与えた。一応の収束を迎え、各社が今後の働き方を模索するなか、コロナ禍に最適化されたオフィスには新たな課題も生じている。

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17回調査の結果を公表するものである。

調査期間	2024年11月14日～11月24日
調査対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・法人向けサテライトオフィスサービス「ZXY（ジザイ）」契約先</li> <li>・ザイマックスインフォニスタの取引先</li> </ul> 上記合計 55,699件
有効回答数	1,693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る場合は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）
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	上場／非上場	本社	1,059 (62.6%)
						支社・支店	411 (24.3%)
農業、林業	2 (0.1%)	本社	東京23区	30坪未満	29 (1.7%)	150 (8.9%)	960 (56.7%)
漁業	1 (0.1%)	支社・支店	大阪市	30坪以上50坪未満	9 (0.5%)	29 (1.7%)	191 (11.3%)
鉱業、採石業、砂利採取業	1 (0.1%)	営業所	名古屋市	50坪以上100坪未満	1 (0.1%)	282 (16.7%)	135 (8.0%)
建設業	98 (5.8%)	分室	福岡市	100坪以上200坪未満	34 (2.0%)	282 (16.7%)	98 (5.8%)
製造業	282 (16.7%)	コールセンター	その他	200坪以上	309 (18.3%)	電算室	309 (18.3%)
電気・ガス・熱供給・水道業	10 (0.6%)	その他	その他	無回答	336 (19.8%)	その他	309 (18.3%)
情報通信業	258 (15.2%)	30坪未満	30坪以上50坪未満	30坪以上100坪未満	211 (12.5%)	30坪以上100坪未満	211 (12.5%)
運輸業、郵便業	21 (1.2%)	50坪以上100坪未満	100坪以上200坪未満	200坪以上	279 (16.5%)	100坪以上200坪未満	279 (16.5%)
卸売業、小売業	238 (14.1%)	100坪以上200坪未満	200坪以上	無回答	233 (13.8%)	200坪以上	233 (13.8%)
金融業、保険業	54 (3.2%)	200坪以上	無回答	354 (20.9%)	299 (17.7%)	無回答	299 (17.7%)
不動産業、物品賃貸業	73 (4.3%)	30坪未満	30坪未満	40歳～49歳	335 (19.8%)	30坪未満	335 (19.8%)
学術研究、専門・技術サービス業	140 (8.3%)	30坪以上50坪未満	30坪以上50坪未満	50歳～59歳	32 (1.9%)	30坪以上50坪未満	32 (1.9%)
宿泊業、飲食サービス業	18 (1.1%)	50坪以上100坪未満	40歳～49歳	60歳以上	530 (31.3%)	50坪以上100坪未満	530 (31.3%)
生活関連サービス業、娯楽業	19 (1.1%)	100坪以上200坪未満	50歳～59歳	無回答	900 (53.2%)	100坪以上200坪未満	900 (53.2%)
教育、学習支援業	30 (1.8%)	200坪以上	20歳～29歳	60歳以上	182 (10.8%)	200坪以上	182 (10.8%)
医療、福祉	24 (1.4%)	無回答	30歳～39歳	無回答	39 (2.3%)	20歳～29歳	39 (2.3%)
複合サービス事業	16 (0.9%)	354 (20.9%)	40歳～49歳	無回答	10 (0.6%)	30歳～39歳	10 (0.6%)
サービス業（他に分類されないもの）	354 (20.9%)	50歳～59歳	50歳～59歳	60歳以上	296 (17.5%)	40歳～49歳	296 (17.5%)
公務（他に分類されるものを除く）	5 (0.3%)	60歳以上	60歳以上	無回答	1,364 (80.6%)	50歳～59歳	1,364 (80.6%)
分類不能の産業	49 (2.9%)	無回答	わからぬ	上場企業	33 (1.9%)	60歳以上	33 (1.9%)
100人未満	835 (49.3%)	上場企業	わからぬ	非上場企業	293 (17.3%)	20歳～29歳	293 (17.3%)
100人以上1,000人未満	559 (33.0%)	非上場企業	わからぬ	不明	1,000人以上	20歳～29歳	1,000人以上
1,000人以上	293 (17.3%)	不明	20歳～29歳	6 (0.4%)	100人未満	20歳～29歳	6 (0.4%)

## 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在籍人数が「増えた」と回答した割合（28.7%）は「減った」（12.8%）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、「拡張（した+する可能性）」（14.0%）が「縮小（した+する可能性）」（7.1%）を上回った。DIは6.9とプラス方向に伸長している。
- 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」と回答した割合（19.0%）が「縮小したい」（6.2%）を上回った。

## 2. オフィス需要に影響を与える要素 (P.15~)

- 出社率「100%（完全出社）」の企業は22.8%で、のこりの77.2%はテレワークを継続している。2023春調査以降は出社率に大きな変化はみられず、ハイブリッドモデルが定着している。
- オフィスが狭いと感じている割合は34.4%で、広いと感じている割合（14.1%）を上回った。

## 3. 働き方とワークプレイス (P.22~)

- メインオフィス内で今後増設・新設したいスペースとして「リモート会議用ブース・個室」（22.9%）などのニーズが高く、多様なスペースを備えたABWのためのオフィスレイアウトの整備が進んでいくことがうかがえる。
- メインオフィスに関する困ったことや課題の1位は「会議室やリモート会議用スペースなどが不足している」（60.2%）であった。具体的には「1人用（リモート会議用ブース・個室）」「2~4人用」「4~10人用」といった日常的な会議で利用する規模の会議用スペースが不足している。会議室不足への対策としては、自社内の対応にとどまらず、外部サービスを活用するニーズもうかがえた。
- 在宅勤務制度の導入率は2023秋調査から微増、サテライトオフィスは微減した。テレワークの具体的な運用について模索段階であるかもしれない。
- テレワークの運用で設けているルールや制限が「特になし」と回答した割合（37.6%）が高く、自由なテレワークを実施している様子がうかがえる。
- 6つのタイプのフレキシブルオフィスについて、自社の働く場としての利用関心度を聞いたところ、「貸会議室サービス」や「テレワーク支援型」について、認知・利用の浸透がうかがえた。
- 人的資本経営の具体的な取り組み状況として、「すでに取り組んでいる」と回答した企業は25.1%、「これから取り組む予定である」も合わせると過半数であった。また、取り組みが進んでいる企業ほど、テレワークする場所の整備率が高い結果となつた。

# 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

## オフィス在籍人数は「増えた」「減った」とともに横ばいで推移

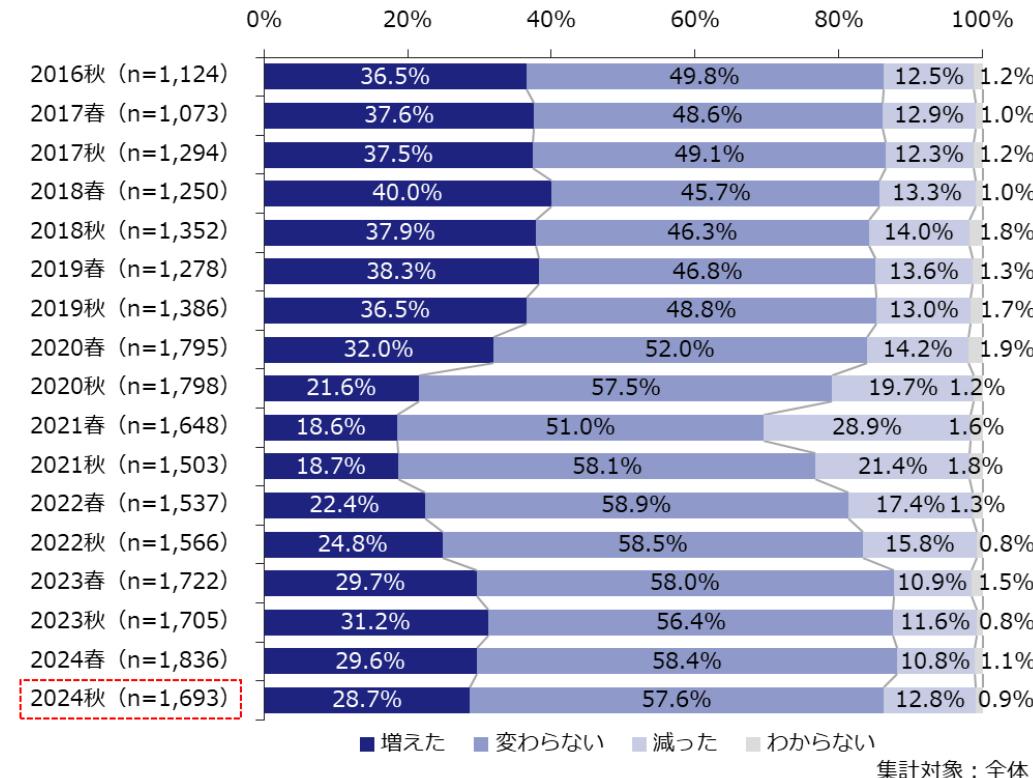
過去1年間におけるオフィスの在籍人数（\*）の変化を示したのが【図表1（赤枠）】である。

オフィスの在籍人数が「増えた」と回答した割合は28.7%で、「減った」（12.8%）を上回った。

「増えた」は2021春調査で底を打ってから増加傾向、「減った」も2021春調査をピークに減少傾向にあったが、直近は横ばいで推移している。

\* 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】オフィス在籍人数の変化



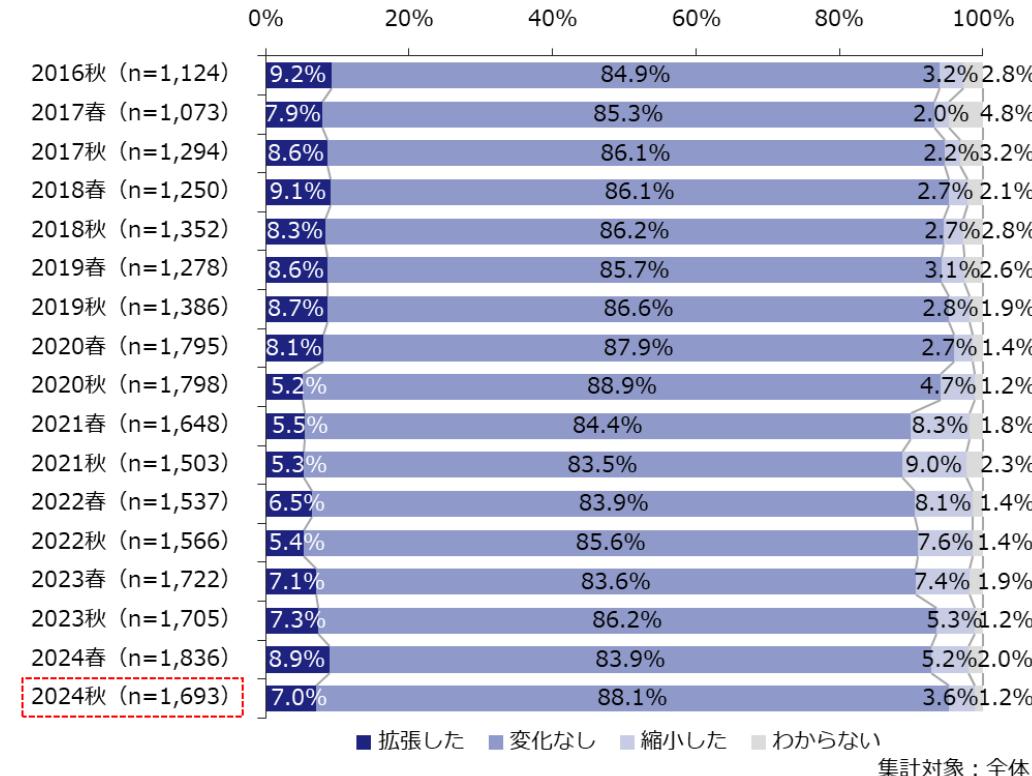
## 1.1. 過去1年間の変化

## オフィス面積を「縮小した」割合は減少傾向が続く

過去1年間におけるオフィス面積の変化を聞いた結果、オフィス面積を「拡張した」と回答した割合は7.0%、「縮小した」は3.6%であった【図表2（赤枠）】。

前回に続き「拡張した」が「縮小した」を上回ったが、回答割合はそれぞれ微減となった。特に「縮小した」は2021年秋調査をピークに減少傾向が続く。

【図表2】オフィス面積の変化



## 1.1. 過去1年間の変化

## 面積拡張の理由は「人が増え手狭になったため」や「会議室が不足していたため」が上位に

面積拡張の理由としては、過去調査から引き続き「人が増え手狭になったため」(58.8%)が最も多かった【図表3】。

また、「会議室が不足していたため」(31.9%)は、順位が上がり2位となった。

反対に、「今後の採用強化による人数増加に対応するため」(28.6%)は2022秋では2位だったが4位に下がっている。

【図表3】面積拡張の理由

	2022秋 (n=84)	2023秋 (n=124)	2024秋 (n=119)
1位	人が増え手狭になったため 56.0%	人が増え手狭になったため 64.5%	人が増え手狭になったため 58.8%
2位	今後の採用強化による 人数増加に対応するため 40.5%	オフィス環境の 快適性アップのため 45.2%	会議室が 不足していたため 31.9%
3位	オフィス環境の 快適性アップのため 39.3%	会議室が 不足していたため 40.3%	オフィス環境の 快適性アップのため 31.1%
4位	会議室が 不足していたため 39.3%	今後の採用強化による 人数増加に対応するため 33.1%	今後の採用強化による 人数増加に対応するため 28.6%
5位	従業員のモチベーションを 上げるため 26.2%	従業員のモチベーションを 上げるため 21.8%	従業員のモチベーションを 上げるため 16.0%
6位	オフィススペースを 効率化するため 15.5%	オフィススペースを 効率化するため 19.4%	オフィススペースを 効率化するため 13.4%

集計対象：拡張した企業／複数回答／抜粋

## 1.1. 過去1年間の変化

## 面積縮小の理由「テレワークにより必要面積が減るため」は、一段落

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」（52.5%）が1位であった  
【図表4】。

2位の「テレワークにより必要面積が減るため」と回答した割合が減少傾向であることから、コロナ禍を経て変化した新たな働き方に対するオフィス面積の調整は落ち着いてきたことがわかる。

【図表4】面積縮小の理由

	2022秋 (n=119)	2023秋 (n=90)	2024秋 (n=61)
1位	テレワークにより 必要面積が減るため 61.3%	オフィスコストを 削減するため 47.8%	オフィスコストを 削減するため 52.5%
2位	オフィスコストを 削減するため 47.1%	テレワークにより 必要面積が減るため 45.6%	テレワークにより 必要面積が減るため 37.7%
3位	オフィススペースを 効率化するため 46.2%	オフィススペースを 効率化するため 36.7%	オフィススペースを 効率化するため 26.2%
4位	人員減のため 15.1%	より立地や質のよいビルに 移転するため* 15.6%	人員減のため 19.7%
5位	その他 10.1%	前のビルの建て替え ・取り壊しのため 12.2%	より立地や質のよいビルに 移転するため* 11.5%
6位	前のビルの建て替え ・取り壊しのため 5.0%	人員減のため 11.1%	前のビルの建て替え ・取り壊しのため 11.5%

集計対象：縮小した企業／複数回答／抜粋

\* 2022秋調査では当該選択肢なし

## 1.1. 過去1年間の変化

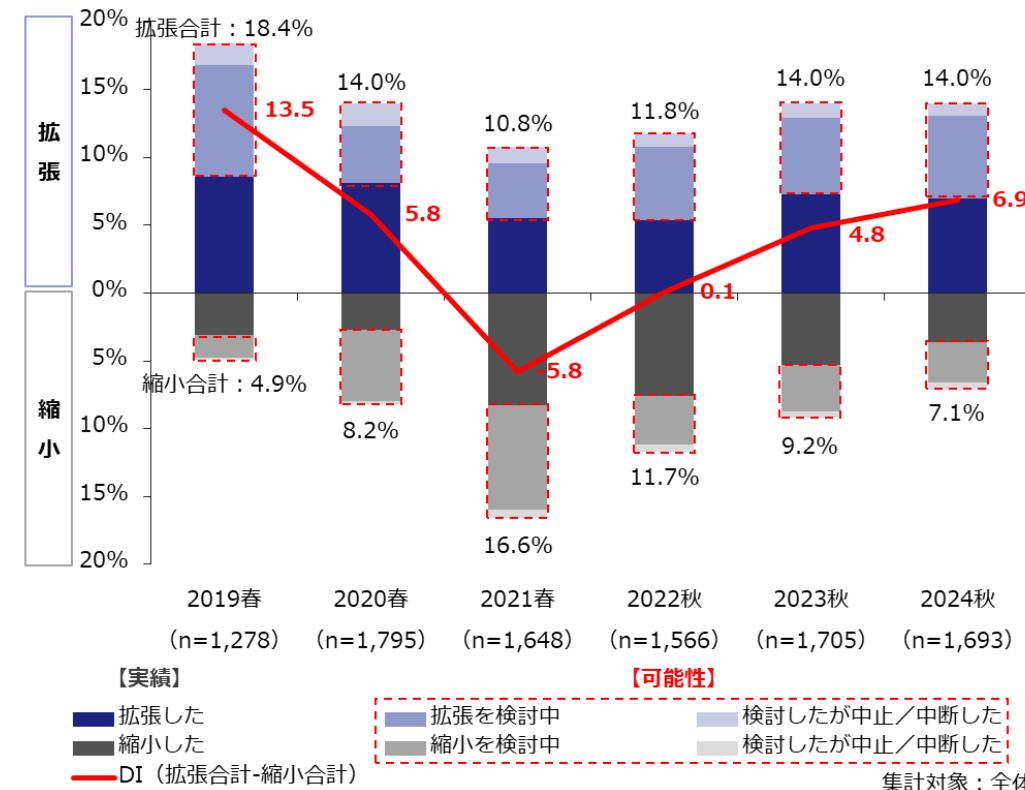
## オフィス面積変化の実績(可能性含む)：拡張が縮小を大幅に上回り、DIはプラス方向に伸長

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2021春調査を底に増加傾向だったが、今回調査では2023年秋調査から横ばいの14.0%となった【図表5】。

同様に、「縮小（した+する可能性）」の割合をみると、今回調査では7.1%となり、2021春調査をピークに減少が続く。

実績（【図表2】）でも拡張が縮小を上回っていたが、可能性も加えるとその差はさらに大きくなり、DIは6.9とプラス方向に伸長している。コロナ禍発生後の縮小トレンドから転換し、拡張トレンドが強まってきている。

【図表5】過去1年間のオフィス面積変化の実績+可能性



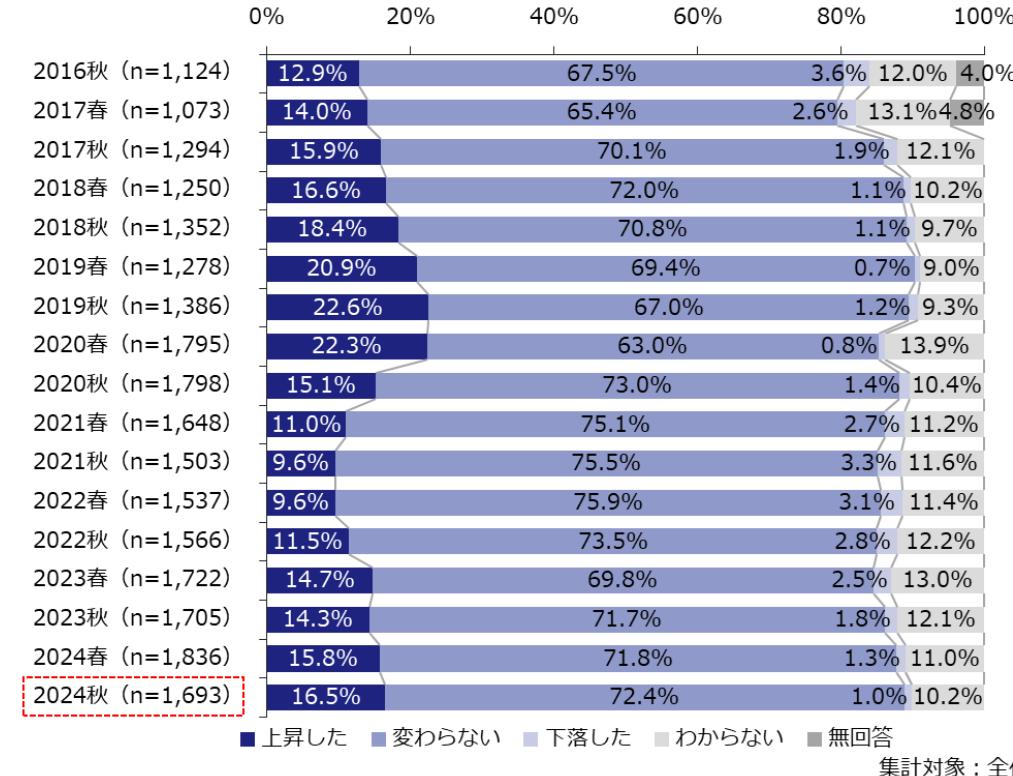
## 1.1. 過去1年間の変化

## 賃料単価が「上昇した」企業の割合は16.5%、「下落した」を大きく上回る

賃料単価の変化をみると「上昇した」と回答した割合は16.5%で、「下落した」の1.0%を上回り、上昇傾向が続いているといえる

【図表6（赤枠）】。

【図表6】賃料単価の変化



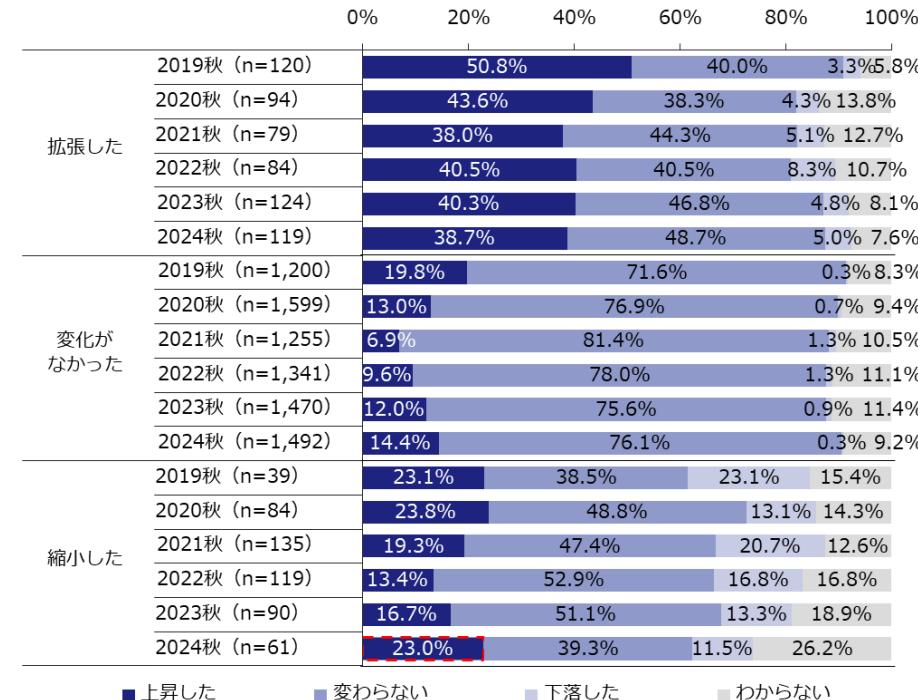
## 1.1. 過去1年間の変化

## 面積を縮小した企業のうち、賃料単価は「上昇した」割合が23.0%

賃料単価の変化をオフィス面積の変化別にみたところ、面積を「縮小した」企業で、賃料単価が「上昇した」と回答した割合は23.0%であった【図表7】。

市場の賃料水準上昇を受け、コスト削減を理由にオフィス面積を縮小する企業のほか、立地改善等で賃料が上昇したケースが考えられる。

【図表7】&lt;オフィス面積の変化別&gt;賃料単価の変化



集計対象：全体／抜粋

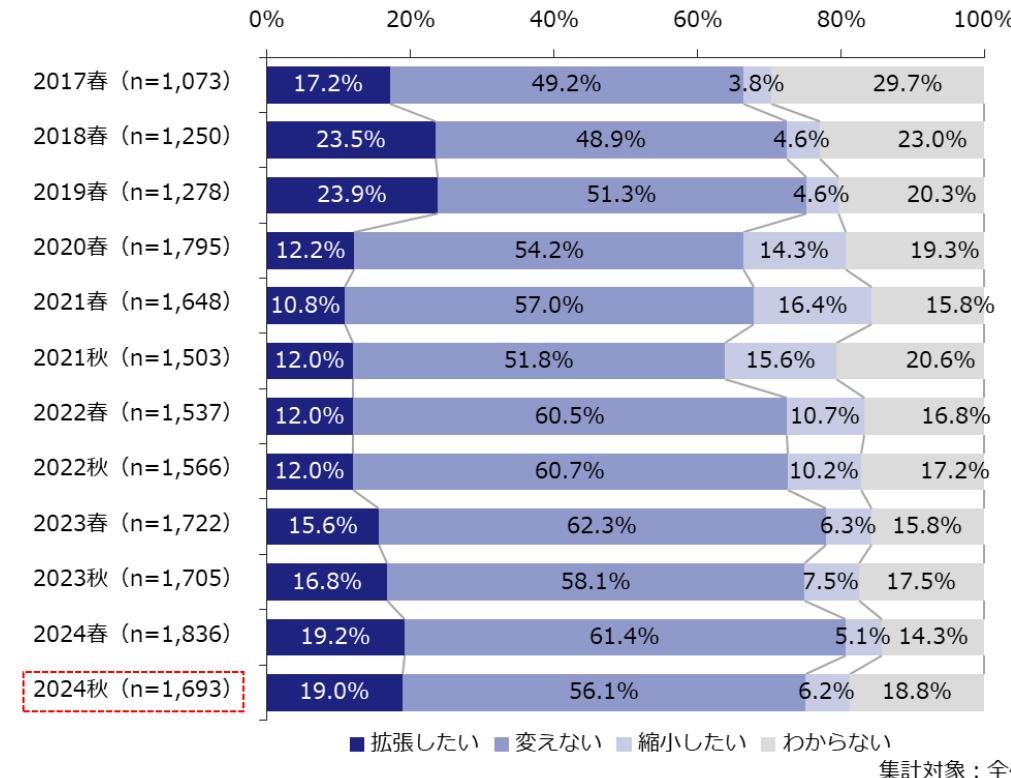
## 1.2. 今後の意向

## 2021春調査を底に増加傾向が続いた拡張意向は横ばいに

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19.0%で、「縮小したい」（6.2%）を上回った【図表8（赤枠）】。

経年では2021春調査を底に「拡張したい」が増加傾向であったが、コロナ禍以前（2019春調査以前）の水準までは戻らず横ばいとなった。

【図表8】今後のオフィス面積の変化



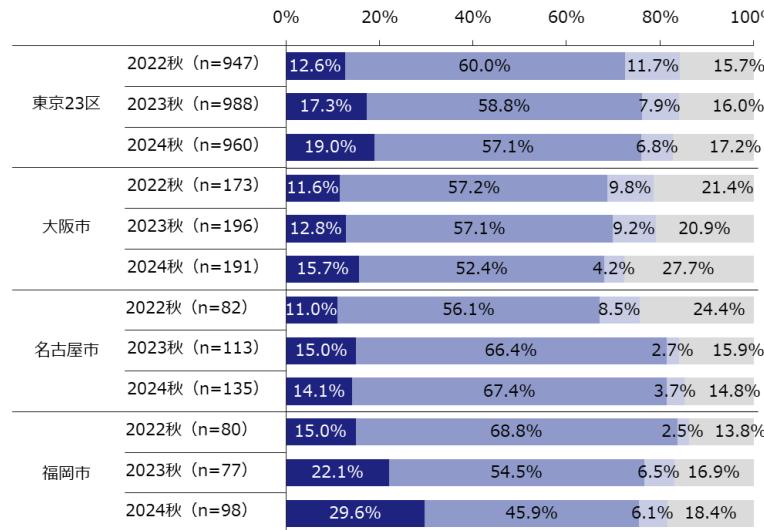
## 1.2. 今後の意向

## オフィス所在地や従業員数を問わず、面積拡張意向が縮小意向を大きく上回る

今後のオフィス面積の変化の意向を属性別に比較する。オフィス所在地別では、すべてのグループで「拡張したい」の割合が「縮小したい」を大きく上回り、経年では名古屋市を除き「拡張したい」が増加傾向であった【図表9】。

従業員数別でも同様に、すべてのグループで「拡張したい」の割合が「縮小したい」を上回った【図表10】。特に1,000人以上の企業では2023秋調査からの変化が大きく、「拡張したい」(20.1%)がほぼ倍増している。

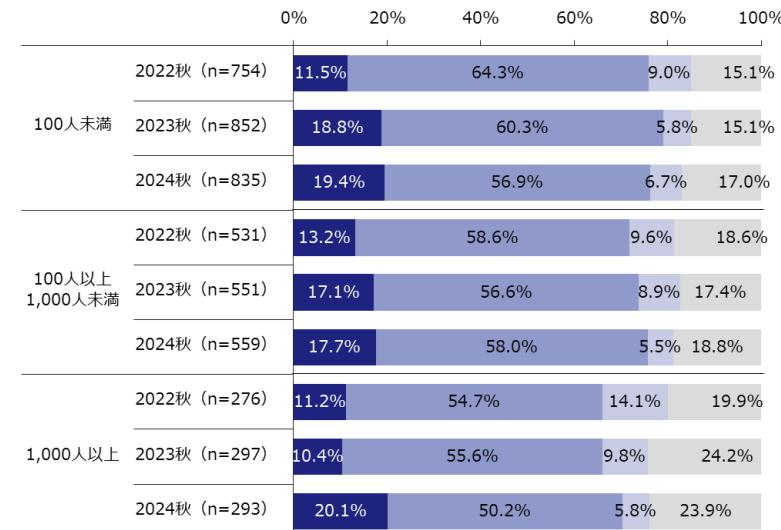
【図表9】&lt;オフィス所在地別&gt; 今後のオフィス面積の変化



■ 拡張したい ■ 変えない ■ 縮小したい ■ わからない

集計対象：全体／抜粋

【図表10】&lt;従業員数別&gt; 今後のオフィス面積の変化



■ 拡張したい ■ 変えない ■ 縮小したい ■ わからない

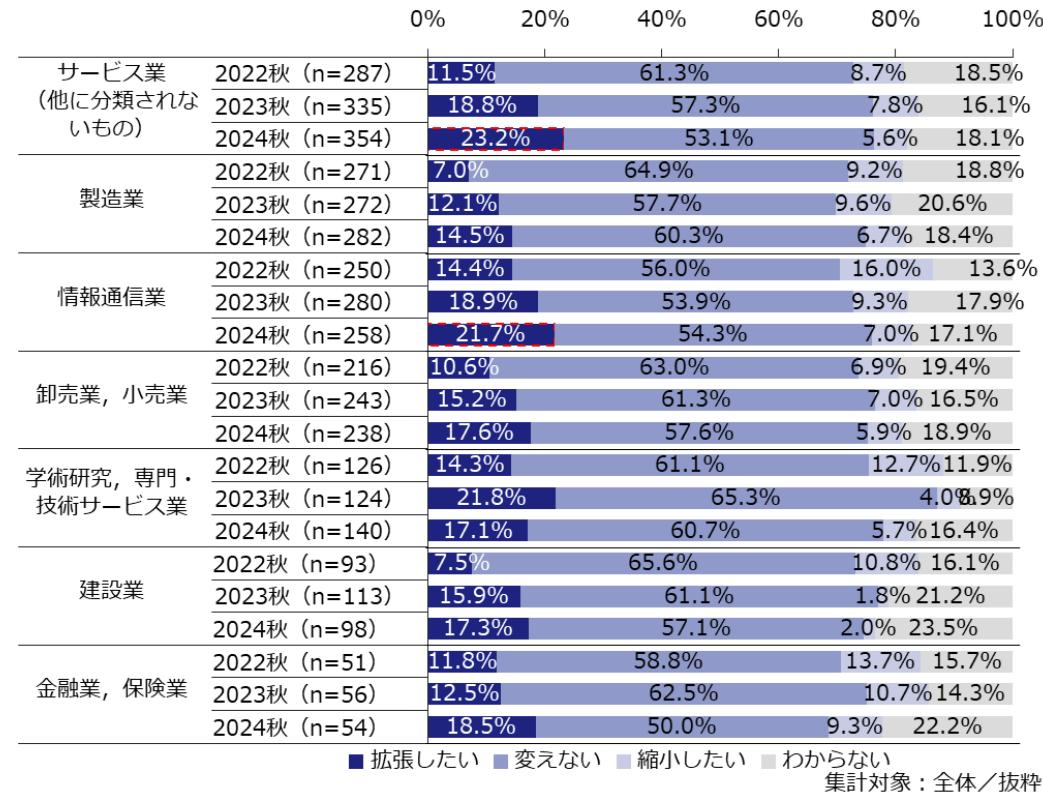
集計対象：全体／抜粋

## 多くの業種でオフィス面積を「拡張したい」が増加傾向

業種別でみても、すべての業種で「拡張したい」が「縮小したい」を上回った【図表11】。

なかでもサービス業や情報通信業は、「拡張したい」の割合が2割を超える、経年でみても増加傾向である。

【図表11】<業種別>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

## 現在もテレワークを継続している企業が約8割

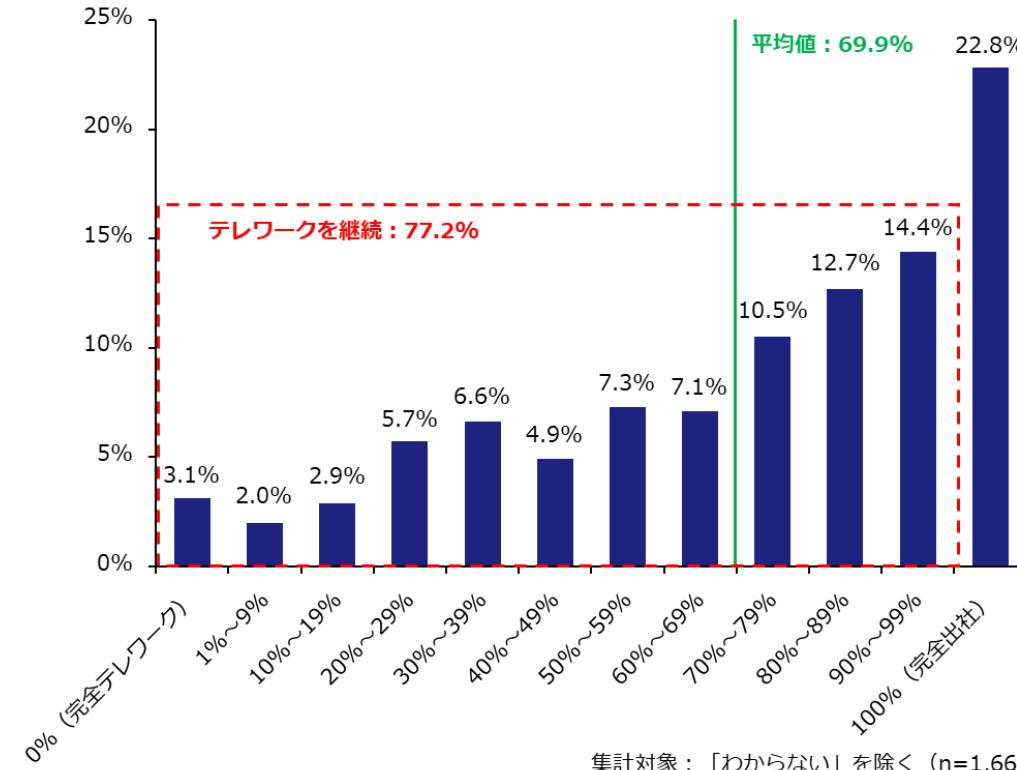
全社員がオフィスに出社した場合の出社率を100%とし、「現在の平均的な出社率」を聞いた【図表12】。

調査時点では22.8%の企業が「100%（完全出社）」と回答し、残りの77.2%は程度の差こそあれテレワークを継続していることがわかった。

平均値（\*）は69.9%であった。

\* 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12】出社率の実態



## 2.1. 出社率

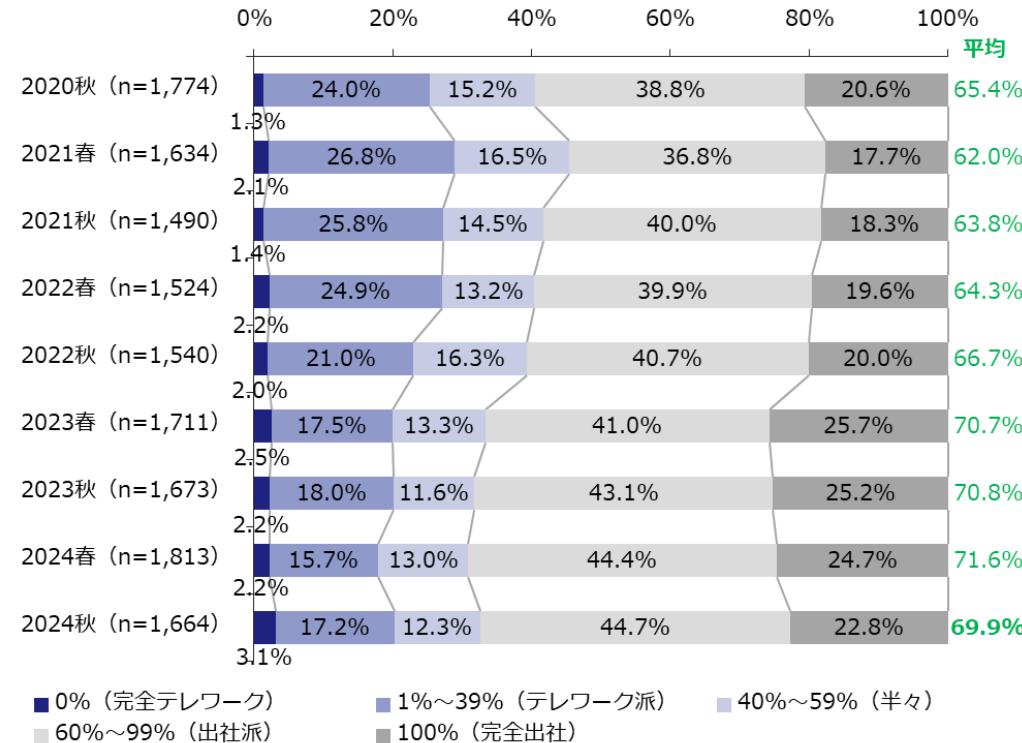
## 2023春以降は横ばいで推移し、ハイブリッドモデルが定着

【図表12】の出社率を、「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13】。

2023春調査以降は、「100%（完全出社）」が微減傾向・「60%～99%（出社派）」が微増傾向であるなどの変化はあるものの、概ね横ばいで推移している。2023年5月の新型コロナウイルス感染症の5類移行を経て、出社回帰に振れたが、直近は出社率の変化が落ち着いていることがわかる。

\* 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13】出社率の実態（経年比較）



集計対象：「わからない」を除く

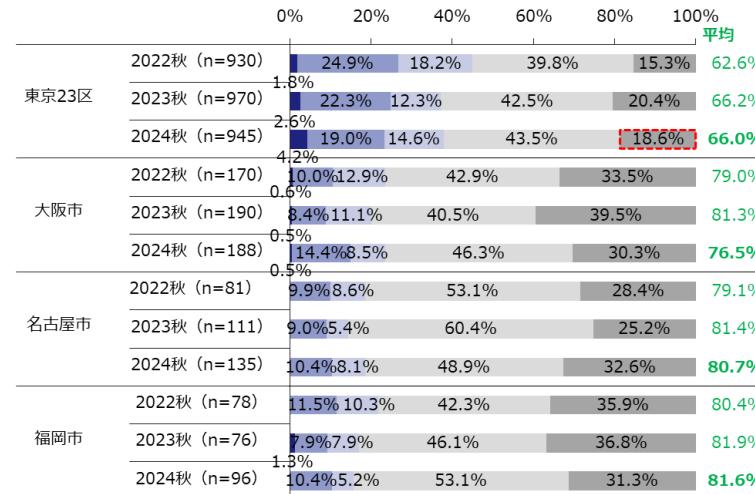
## 2.1. 出社率

## 東京23区は完全出社が2割未満、ほかの地域よりもテレワークが定着

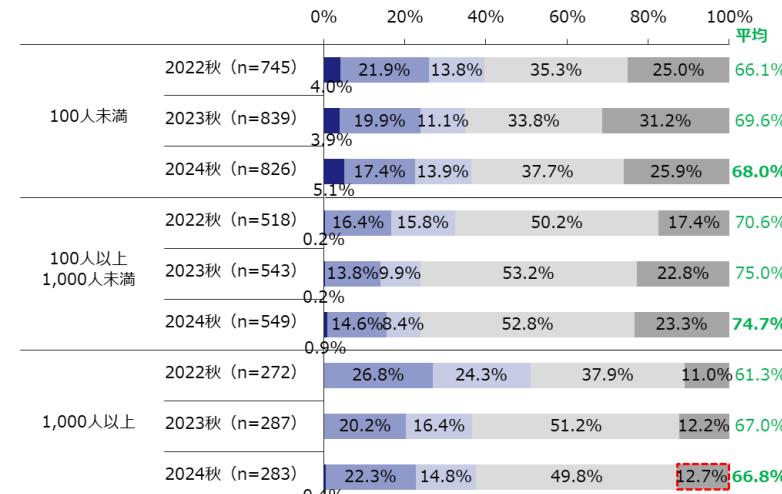
出社率をオフィス所在地別でみると、東京23区は「100%（完全出社）」の割合が2割未満、平均値は66.0%と、ほかの地域に比べてテレワークが定着している傾向がみられた【図表14】。

従業員数別でみると、過去調査から引き続き1,000人以上の大規模企業では「100%（完全出社）」が1割程度にとどまり、テレワークの定着がうかがえる。一方、100人未満の小規模企業では「100%（完全出社）」の割合が2割を超えるものの、平均値をみると大規模企業と大きな差はなかった【図表15】。

【図表14】&lt;オフィス所在地別&gt;出社率の実態



【図表15】&lt;従業員数別&gt;出社率の実態



■ 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）

集計対象：「わからない」を除く／抜粋

■ 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）

集計対象：「わからない」を除く／抜粋

## 2.1. 出社率

## 各業種で新たな働き方が定着しつつある

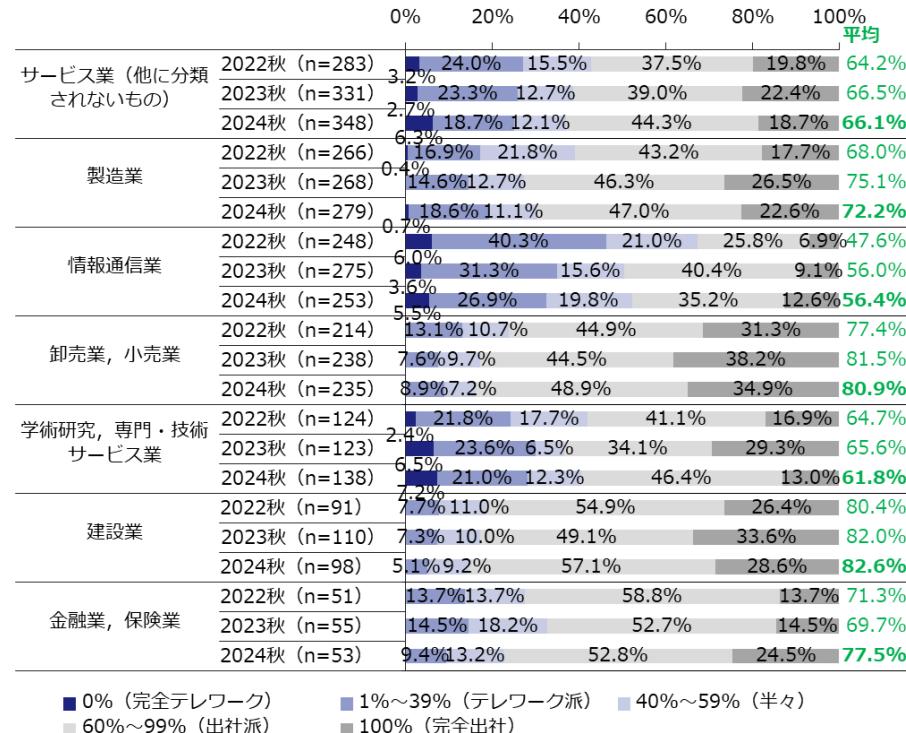
出社率を業種別でみたものが【図表16】である。

「卸売業、小売業」「建設業」では平均値が80%を超えるが、最も低い「情報通信業」では56.4%と、業種により傾向が異なることがわかる。

また、「学術研究、専門・技術サービス業」では前回調査と比べて「100%（完全出社）」が減り「60%～99%（出社派）」が増えるなどの変化があり、出社率の方針については過渡期であるかもしれない。

一方、2022秋調査から2023秋調査にかけて「60～99%（出社派）」や「100%（完全出社）」の割合が増えた「製造業」や「情報通信業」含め、多くの業種が2023秋調査からの変化が少なく、各業種で新たな働き方が定着しつつあると考えられる。

【図表16】<業種別>出社率の実態



集計対象：「わからない」を除く／抜粋

## 2.2. 座席数の割合、手狭感、景況感

## 入居中オフィスが「(かなり・やや)狭い」と感じている割合が34.4%

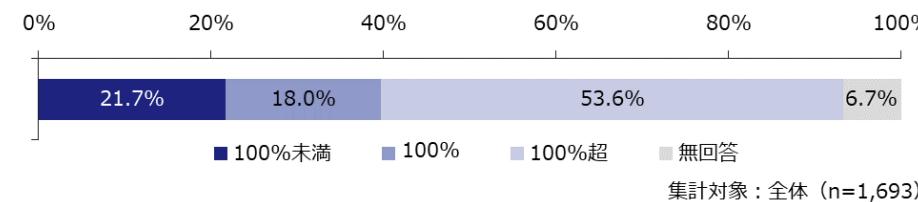
調査時点のオフィスの在籍人数および座席数をもとに、在籍人数に対して用意している座席数の割合を算出した結果を、それぞれ「100%未満」「100%」「100%超」の3グループに分けた【図表17】。

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(53.6%)、 「100%未満」は21.7%となった。

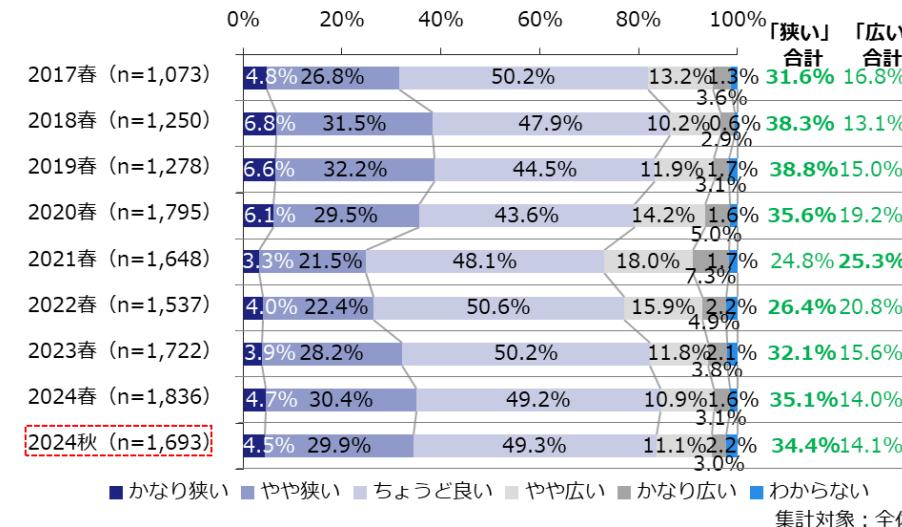
また、入居中のオフィスの面積についてどのように感じているかを聞いた結果では、「かなり狭い」と「やや狭い」の合計が34.4%、「かなり広い」と「やや広い」の合計が14.1%となった【図表18】。

2021春調査以降、「(かなり・やや)狭い」は増加傾向、「(かなり・やや)広い」は減少傾向であったが、今回はいずれも横ばいで推移した。出社率の変化が落ち着いてきたことに伴い、手狭感の変化も安定したと考えられる。

【図表17】オフィス在籍人数に対する座席数の割合



【図表18】手狭感



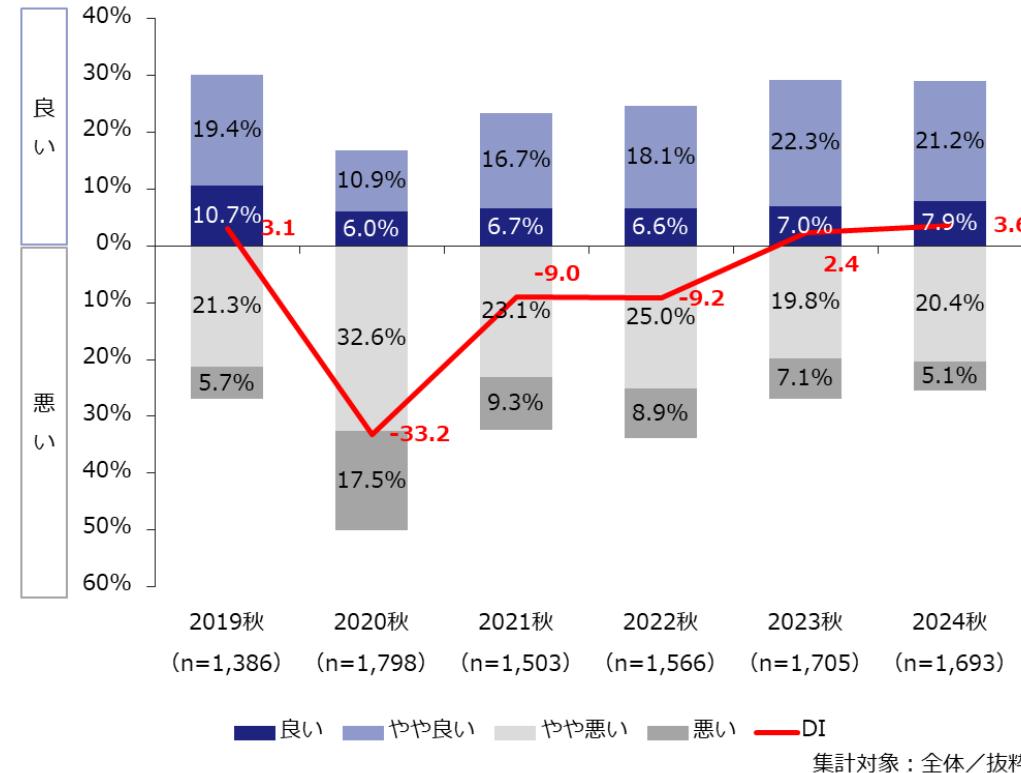
## 景況感DIはプラスで推移するも横ばい

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DIとして【図表19】に示した。

今回の調査では、「良い」「やや良い」の合計が29.1%、「悪い」「やや悪い」の合計が25.5%となった。

DIは3.6と、2023秋調査に続きプラスで推移した。

【図表19】景況感



### 3. 働き方とワークプレイス

---

1. メインオフィスの使われ方と課題
2. 働き方とテレワーク
3. 評価指標、人的資本経営

## 今後オフィス内に増設・新設したいスペースは「リモート会議用ブース・個室」

メインオフィス（\*）内の多様なスペースについて、現在あるものと、今後増設・新設したいものを聞いた【図表20】。

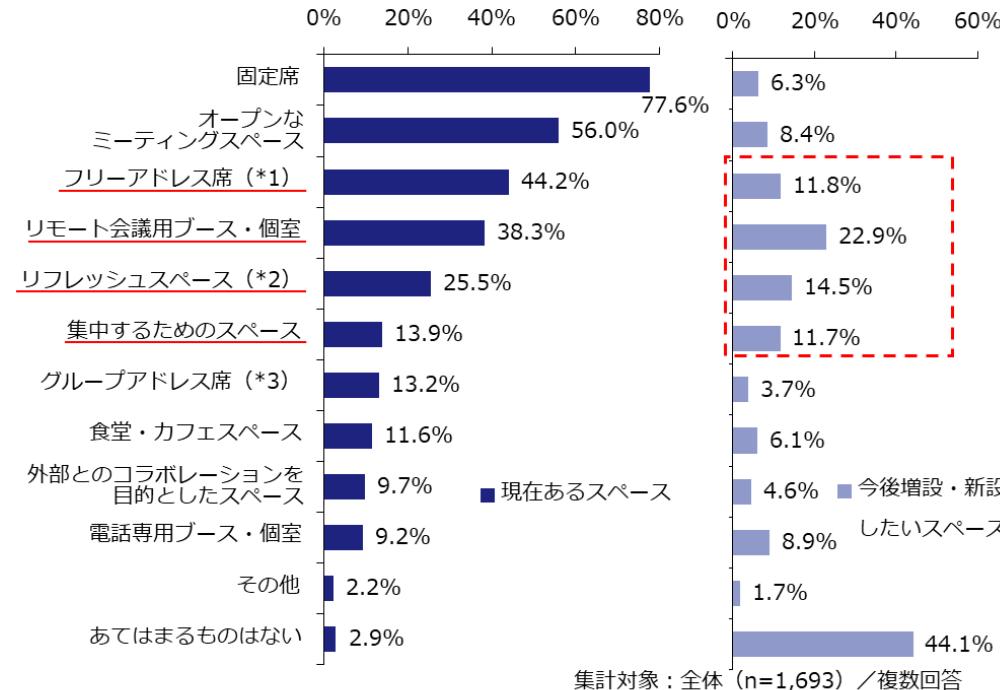
現在あるもの（図表左）では「固定席」（77.6%）に次ぎ、「オープンなミーティングスペース」（56.0%）、「フリーアドレス席」（44.2%）が上位となった。

今後増設・新設したいもの（図表右）では「あてはまるものはない」（44.1%）と回答した割合が高く、現状で十分だと感じている企業が多かった。

ただし、「リモート会議用ブース・個室」（22.9%）をはじめ、回答率が10%以上となつた項目もいくつかみられた。ハイブリッドモデルが定着しつつあるなか、リモート会議用ブース・個室やフリーアドレス席、リフレッシュスペースなど多様なスペースを備えた、ABWのためのオフィスレイアウトの整備が進んでいくことがうかがえる。

\*メインオフィス……テレワークの拠点となる分散型オフィス（サテライトオフィスなど）ではなく、従来の集まるためのオフィスを指す。

【図表20】オフィスに現在あるスペース（左）と、今後増設・新設したいスペース（右）



\*1 フリーアドレス席…個人が自由に選ぶことができるスタイルのデスク

\*2 リフレッシュスペース…心身のリフレッシュのために設けられたスペース。

休憩だけでなく健康増進や従業員同士のコミュニケーション活性化のためにも利用される

\*3 グループアドレス席…部署やチーム等の決められたエリアの中で、個人が自由に選ぶことができるスタイルのデスク

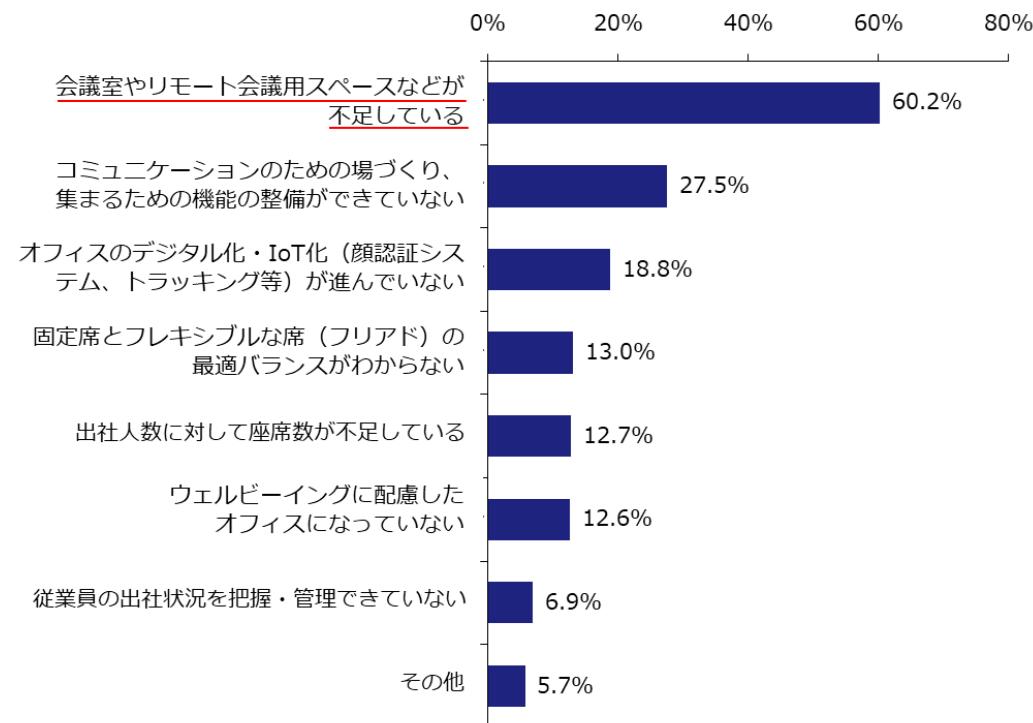
## メインオフィスの課題、トップは「会議室やリモート会議用スペースの不足」

メインオフィスに関して困ったことや課題を感じている企業に、具体的な内容を聞いた  
【図表21】。

1位は「会議室やリモート会議用スペースなどが不足している」（60.2%）であり、突出して高い結果となった。会議室やリモート会議用スペースは業務に欠かせない機能であり、その不足は喫緊の課題として認識されていると考えられる。

2位以降は、「コミュニケーションのための場づくり、集まるための機能の整備ができない」（27.5%）、「オフィスのデジタル化・IoT化（顔認証システム、トラッキング等）が進んでいない」（18.8%）となった。オフィスに求める役割や機能が高度になってきていることがうかがえる。

【図表21】メインオフィスに関して困ったことや課題



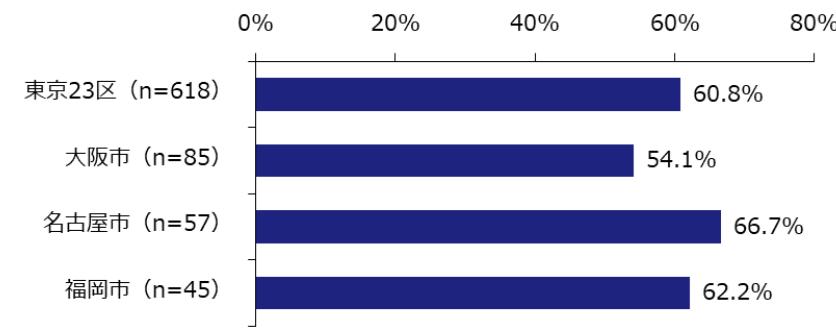
集計対象：メインオフィスに課題を感じている企業（n=990）／複数回答

## オフィス所在地や従業員規模問わず「会議室やリモート会議用スペースの不足」を感じている

メインオフィスの課題としてトップであった「会議室やリモート会議用スペースの不足」について、オフィス所在地別（【図表22】）、従業員規模別（【図表23】）にみた。

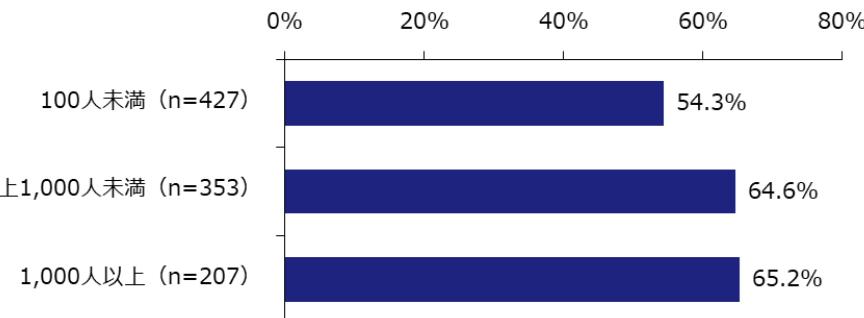
地域や規模問わず、共通の課題であることがわかる。

【図表22】<オフィス所在地別>会議室やリモート会議用スペースの不足



集計対象：メインオフィスに課題を感じている企業／複数回答／抜粋

【図表23】<従業員規模別>会議室やリモート会議用スペースの不足

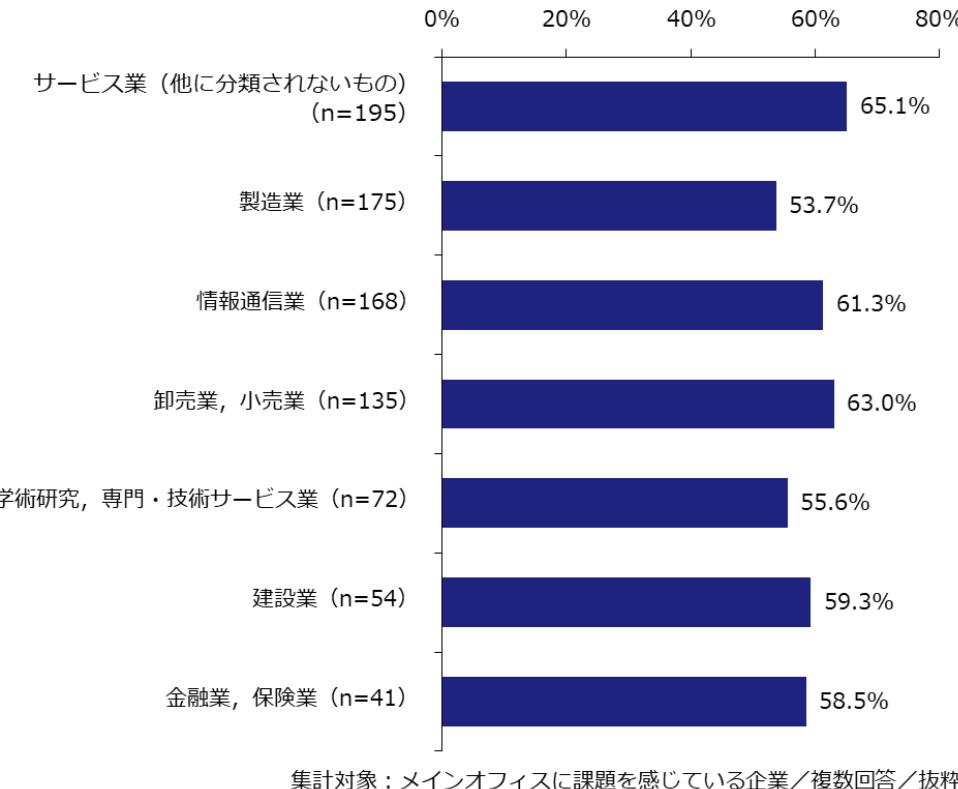


集計対象：メインオフィスに課題を感じている企業／複数回答／抜粋

## 業種問わず「会議室やリモート会議用スペースの不足」を感じている

同様に、業種別にみても、業種問わず会議室やリモート会議用スペースの不足を感じていることがわかる【図表24】。

【図表24】<業種別>会議室やリモート会議用スペースの不足



集計対象：メインオフィスに課題を感じている企業／複数回答／抜粋

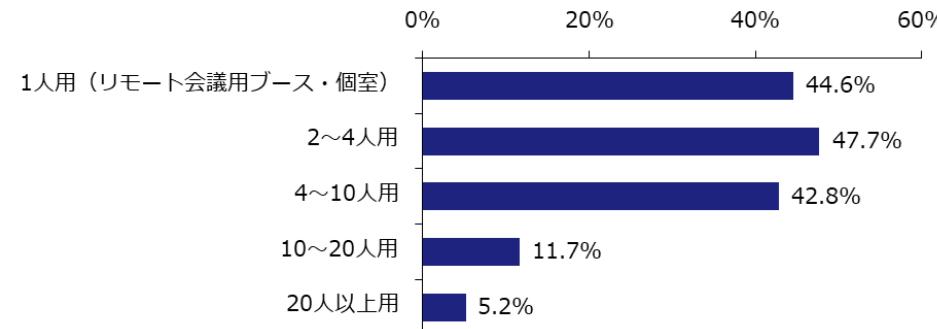
## 3.1. メインオフィスの使われ方と課題

## 日常的な会議に使われる「1人用」「2~4人用」「4~10人用」のスペースが不足

メインオフィスの課題としてトップであった「会議室やリモート会議用スペースの不足」を感じている企業に対し、具体的にどのような会議室が不足しているかを聞いた結果、「1人用（リモート会議用ブース・個室）」「2~4人用」「4~10人用」と回答した割合はそれぞれ4割超であった【図表25】。日常的な会議で利用する規模の会議用スペースの不足感がみてとれる。

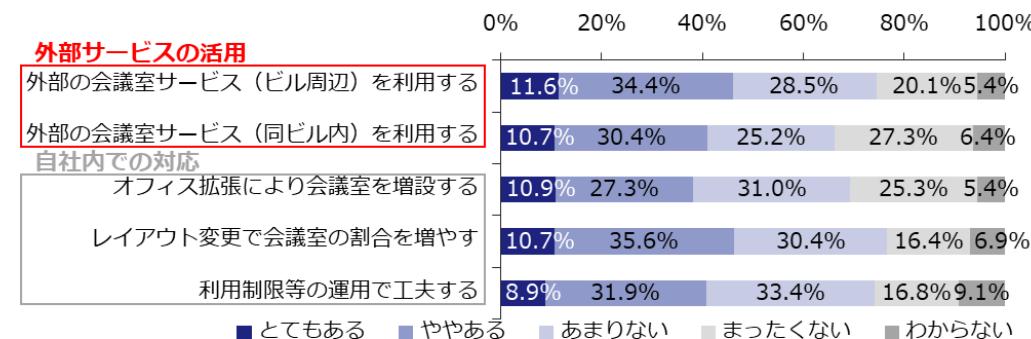
また、会議室不足への対策を5つあげ、それぞれの興味度を聞いた結果が【図表26】である。オフィス拡張やレイアウト変更による増設、運用の工夫といった自社内での対応にとどまらず、外部サービスの活用も同等の興味を集め、各施策で4割前後が「（とても・やや）ある」と回答した。

外部サービスの活用施策のうち、同ビル内のサービスだけでなく、ビル周辺のサービスへの興味度も高く、自社オフィスのあるビルの外であっても会議室を求めるほどの枯渇状況がうかがえた。

【図表25】不足している会議室のタイプ<sup>6</sup>

集計対象：「会議室やリモート会議用個室などが不足している」と回答した企業（n=596）／複数回答

【図表26】会議室不足への対策についての興味度



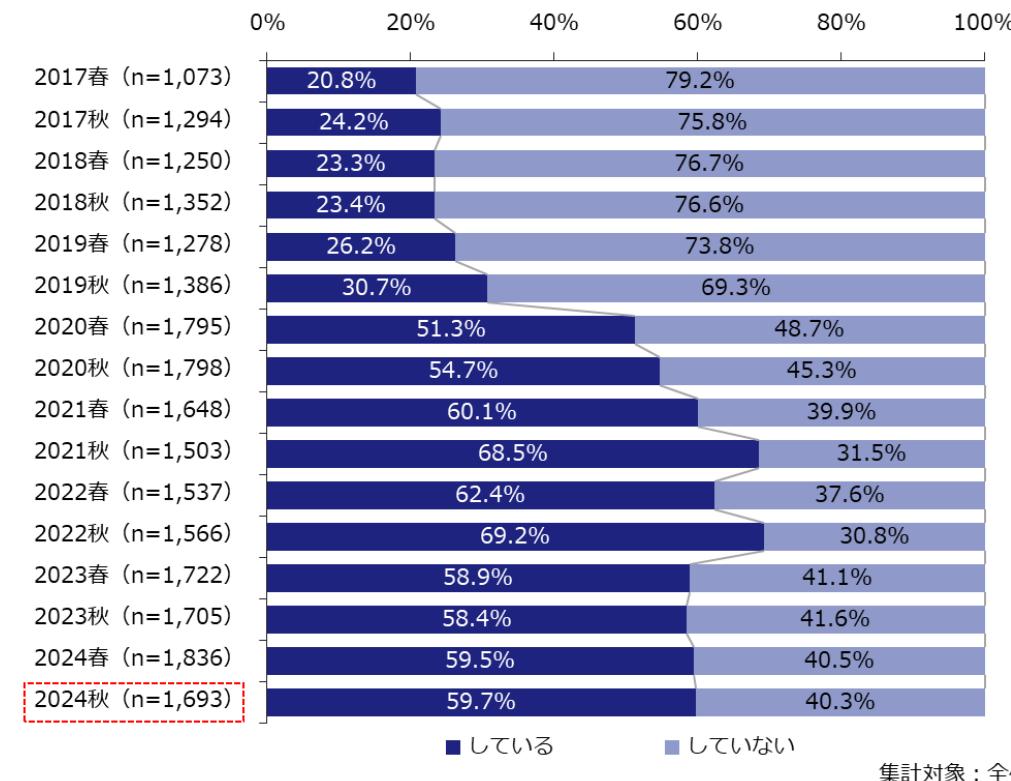
集計対象：「会議室やリモート会議用個室が不足している」と回答した企業（n=596）

## テレワークする場所を整備している企業の割合は、約6割で推移

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59.7%であった【図表27（赤枠）】。

2023春調査以降は横ばいで推移している。

【図表27】何らかのテレワークする場所を整備している割合



## 在宅勤務制度の導入率は微増、サテライトオフィスは微減

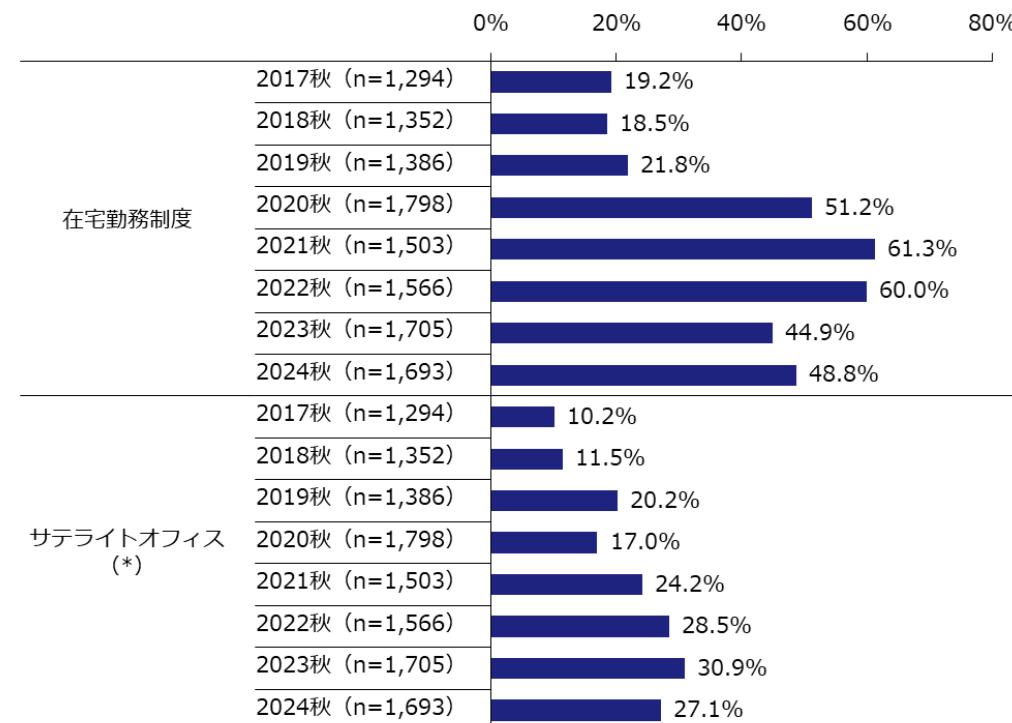
テレワークする場所に関する施策として、「在宅勤務制度」と「サテライトオフィス」（「専門事業者等が提供するサテライトオフィス等の利用」と「自社が所有・賃借するサテライトオフィス等の設置」の2つのうちどちらか1つでも選択）の導入率について経年変化を示した【図表28】。

在宅勤務制度の導入率は2022秋調査から2023秋調査にかけて減少したが、今回の調査では微増し48.8%となった。

また、サテライトオフィスの導入率は2020秋調査から増加傾向であったが、今回は微減し27.1%となった。

テレワークが定着した企業も、恒常的な方針を定めていくなかで、テレワークを認める場所などの具体的な運用は、摸索段階であるのかもしれない。

【図表28】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

## テレワークのルールや制限「特になし」が37.6%、多くの企業で自由度の高いテレワーク

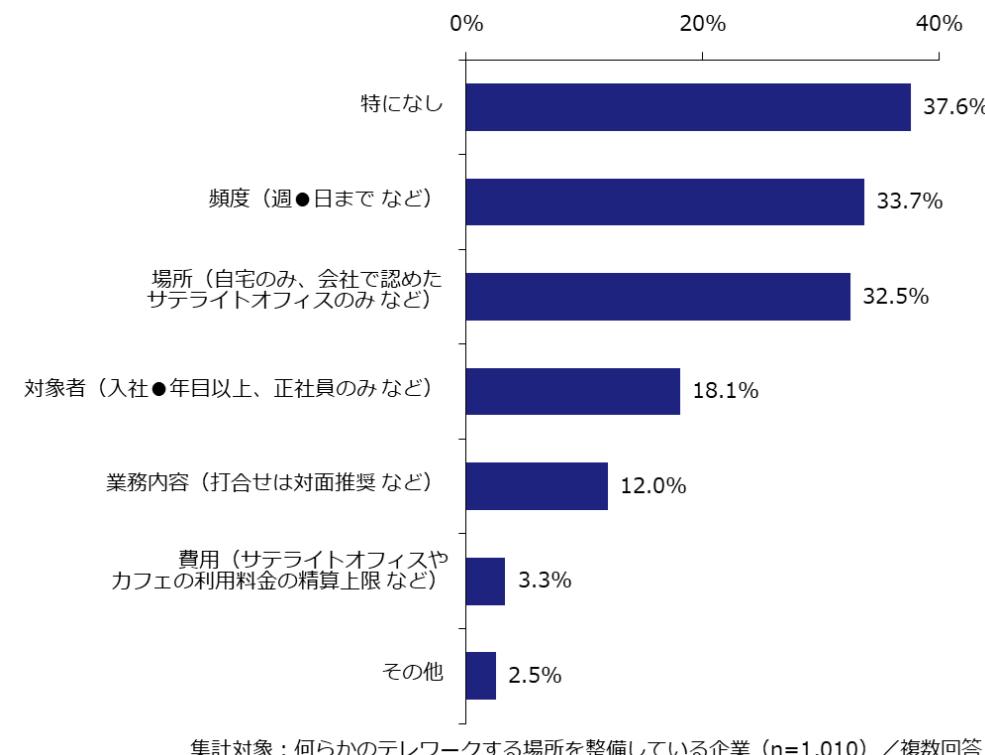
何らかのテレワークする場所を整備している企業（【図表27】）に対し、テレワークの運用で設けているルールや制限について聞いた【図表29】。

「特になし」と回答した企業が37.6%と最も多く、ルールを設げず自由なテレワークを実施している様子がうかがえる。

「頻度」や「場所」に関するルールを設けている企業はそれぞれ3割超であった。ただし、制限がある企業のなかには、「自宅のみ」と制限している企業も、複数の場所から選択可能な自由度の高い企業もあり、厳しさには幅がありそうだ。

自由回答で聞いた、具体的なルールや制限について、主な内容を次ページにまとめる。

【図表29】テレワークの運用について設けているルール



## ルールや制限の具体的な内容(自由回答より抜粋、編集)

### 【頻度】

「（テレワークは）週2日まで」、「週2日は出社する」といった、月や週ごとの回数／日数／テレワーク率の制限のほか、「やむを得ない理由がある日」や「全社一律ではなく、部門、職種ごとに一定の制限を設けている」、「月・金テレワーク可」など。

### 【場所】

「自宅」のほか、「会社で認めたサテライトオフィス」、「自社グループの事業所」などの選択肢を用意している企業もあった。  
「個人情報を扱う為、自宅以外禁止」、「セキュリティが担保できる場所」、「個人情報の管理の観点からテレワークの場所の限定」など、セキュリティへ配慮したコメントもみられた。

### 【対象者】

「家庭環境（育児・介護ほか）」、「体調不良」、「遠方に住んでいる社員」などの事情により個別に認めるほか、「入社2年目以上」や、「正社員のみ」・「在宅勤務前提での採用者」、「リモートワークが効率がよい職種（営業など）」・「定型業務を行うスタッフだけ」など、年次や雇用形態、職種による制限もあった。

### 【業務内容】

テレワーク可能な業務として「明らかに成果が提示できる業務」、「出社を必要としない業務」、「オンラインセミナー受講」、「個のスキルがメイン」などがあげられた。「打合せ」、「面談」、「コミュニケーションを前提」の業務は対面や出社が推奨されている。「対面の必要がある場合のみ出社する」という回答もあった。

### 【費用】

「個人利用は1日4,000円上限、会議室など他者との利用は上限なし」、「費用は所属部署の負担」など。

### 【その他】

セキュリティ対策として「フリーWi-Fi」や「個人機器の接続」を禁止する。「事前申請」や「始業、終業連絡」、スケジュールや居場所の明示を求めることで管理しやすくする。「金曜日は原則出社勤務」、「全員出社日を定めている」のように、一定の集まる機会を設けるルールや、「通勤手当を廃し、代わりにリモートワーカー手当を支給」、「テレワークでの就業時間は固定」など。

## 3.2. 働き方とテレワーク

## 「出社／テレワークの社員間コミュニケーションが希薄になっている」などの課題が残る

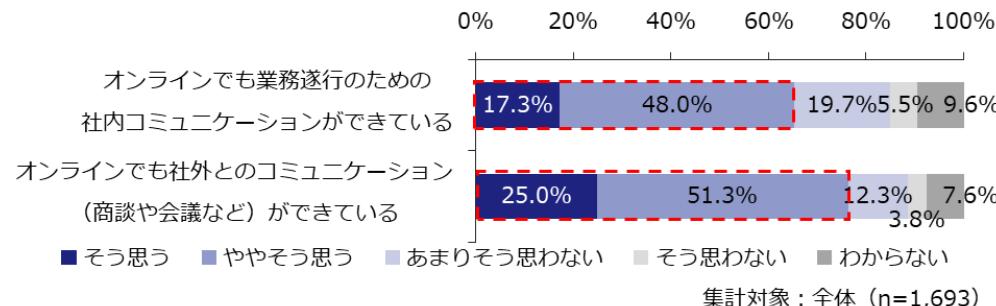
社内外のコミュニケーションに関して、オンライン（【図表30-1】）とオフライン（【図表30-2】）の両面から計5つの項目について状況を聞いた。

【図表30-1】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。

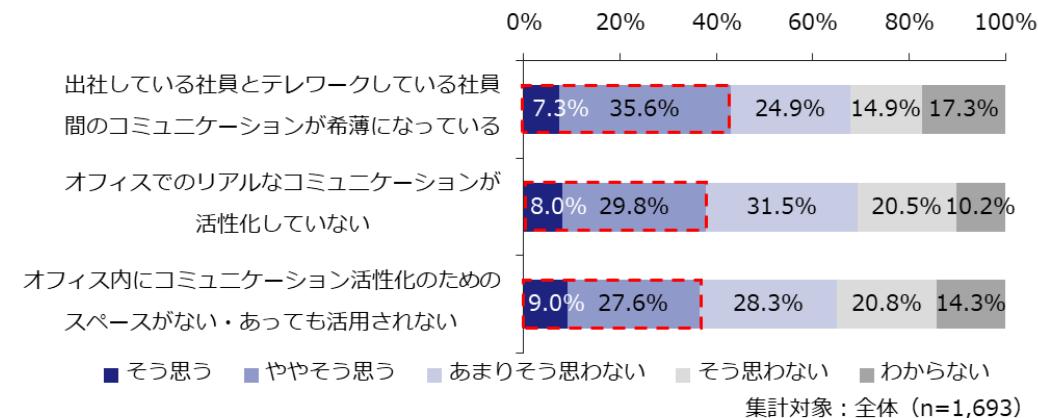
一方、【図表30-2】からは、オフラインのコミュニケーションについて少なくない企業が課題を感じていることも明らかとなった。特に「出社している社員とテレワークしている社員間のコミュニケーションが希薄になっている」は42.9%が「そう思う（\*）」と回答しており、今後取り組むべき課題であることがわかる。

\* 「そう思う」と「ややそう思う」の合計

【図表30-1】コミュニケーション（オンライン）に関する状況



【図表30-2】コミュニケーション（オフライン）に関する状況



## 社内コミュニケーションの活性化のために取り組んでいる施策(自由回答より抜粋、編集)

自由回答で聞いた、社内コミュニケーション（オフライン／オンライン）の活性化のために取り組んでいる施策を以下にまとめる。

**業務内のコミュニケーション機会創出：**「毎週リアルで短い時間の会議をおこなう」、「定期的なミーティング」、「朝礼、夕会」、「勉強会」、「部署ごとに週一度は出勤して顔を合わせる様にしている」など、意識的にコミュニケーションの機会が設けられている。「対面ミーティング／コミュニケーションの推奨」をするコメントがあった一方、「オンラインで社員全員で週に1度は打ち合わせを行う」や「月1回全社ミーティング（ハイブリット開催）」など、オンライン／オフライン問わないコメントもみられた。「入社や異動したてのメンバーがいる場合はリアルでのOJTや研修を中心とする」など、状況に応じてコミュニケーションを使い分ける工夫もみられた。

**業務外のコミュニケーション機会創出：**「不定期ランチ会等の開催」、「定期的なレクリエーションの実施」、「ほぼ毎月社内イベントを企画して部署を超えた交流を促している」、「社員旅行などの全社行事を何らか実施」など、頻度や規模はさまざまにコミュニケーションの機会が設けられている。「月1回程度のオンラインでの交流会」、「ハイブリット（リアル+オンライン）形式でのコミュニケーションタイムの開催」などのコメントもあり、必ずしも対面の交流に限らない。また、「サークル活動」や「同好会推奨」、「コミュニケーション機会創出のため食事代補助」など制度面で支援する内容もみられた。

**オフィスの工夫：**「打合せスペース」や「オンラインスペース」、「会議室」を新設・増設するほか、「フリーアドレス」の活用などレイアウトの工夫がみられた。「リフレッシュスペース」や「ラウンジ」など、休憩時間やリフレッシュに使用できるスペースについての回答も多くみられた。こういったスペースを、業務終了後の社内イベント等に使用できるケースもあった。ファシリティの工夫以外にも、「フリードリンク」や「お菓子」の設置など飲食アメニティを充実させたり、「BGMを流している」、「カフェコーナーを有人運営に変更」などソフトの工夫もみられた。

**ツールの導入・活用：**雑談や部活動のコミュニケーションも含め「チャットツールの活用」をしている。そのほか、「支社同士を常時WEBで接続」、「全ての会議室にオンライン会議ツールの設置」、「バーチャルオフィスでの雑談」など、ツールによりハイブリッドな働き方を円滑化させている。

**その他：**「自己紹介シートの作成」、「雑談タイムの設定」、「ウェブ会議はカメラをオンにする」など、「話しやすい雰囲気の醸成」につながる工夫がみられた。「（コミュニケーションの）活性化について話し合うグループを作っている」という回答もあった。

## 3.2. 働き方とテレワーク

## 「AIによる仕事の変化への対応」の導入率が増加、今後さらに伸びる可能性

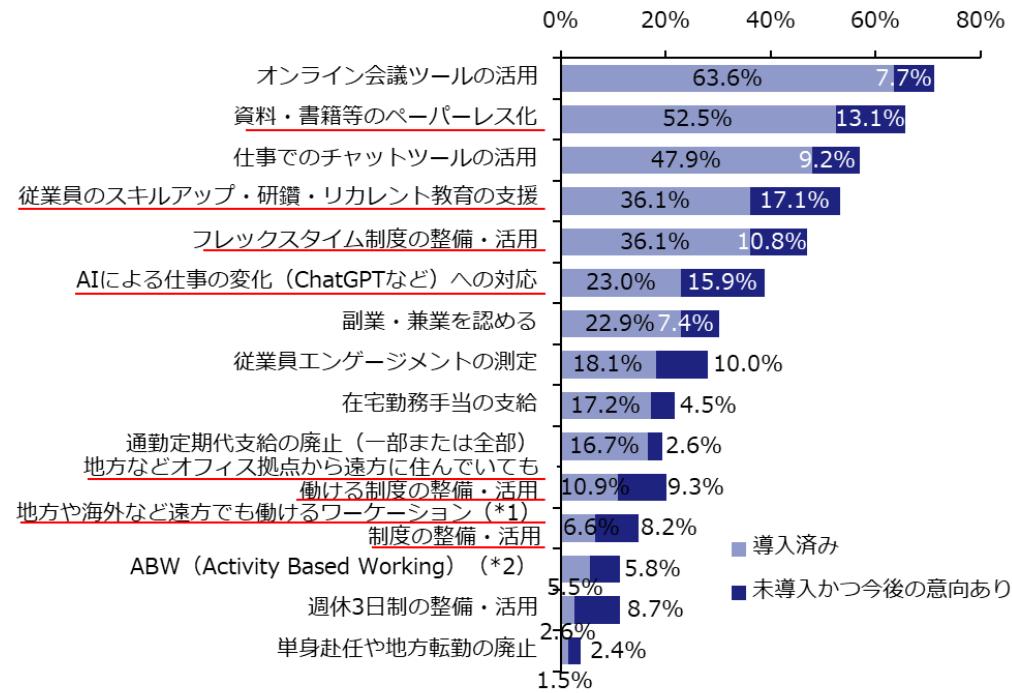
【図表31】は、働き方に関する施策について、現在導入済みであると回答した割合に、現在は未導入だが今後取り組みたいと回答した割合（未導入かつ今後の意向あり）を積み上げたものである。

すでに過半数が導入済みである「資料・書籍等のペーパーレス化」（52.5%）や、3割以上が導入済みである「従業員のスキルアップ・研鑽・リカレント教育の支援」（36.1%）、「フレックスタイム制度の整備・活用」（36.1%）でも、今後の導入意向がそれぞれ10%超あり、さらなる取り組み拡大が予想される。

また、「AIによる仕事の変化（ChatGPTなど）への対応」の導入率は、[2023秋調査](#)の16.0%から7ポイント伸び23.0%となったが、今後の導入意向（15.9%）も比較的高い結果となった。

「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」や「地方や海外など遠方でも働けるワーケーション制度の整備・活用」といった先進的な施策も、現在の導入率は低いものの、今後の伸びが予想される。

【図表31】働き方に関する取り組み状況



集計対象：全体（n=1,693）／複数回答

\*1 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  
 \*2 ABW（Activity Based Working）…集中するためのブース、チームで作業するためのスペースなど、業務に合わせて選べる多様なワークエリアを設ける

## 3.2. 働き方とテレワーク

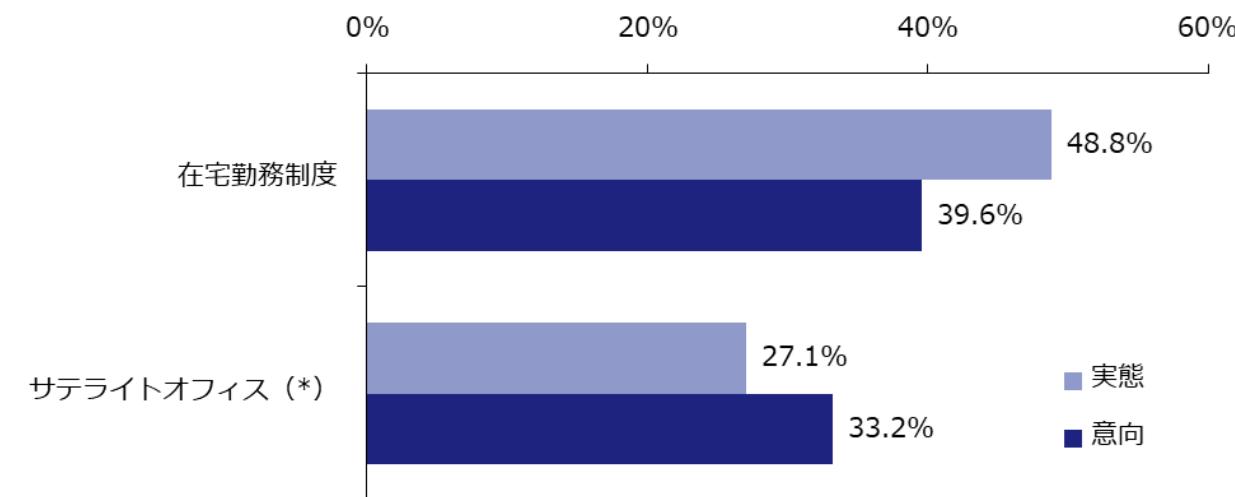
## 今後、サテライトオフィスを導入したい割合は33.2%に

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32】である。

「在宅勤務制度」は、【図表28】で2023秋調査と比較して導入率（実態）は増加していたが、導入意向は39.6%と、実態よりも低くなつた。

一方、「サテライトオフィス」は2023秋調査と比較して導入率（実態）は減少していたものの、導入意向は33.2%と実態よりも高くなつた。

【図表32】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=1,693) / 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

## 「テレワーク支援型」「貸会議室サービス」は、認知・利用の浸透がうかがえる

テレワークの進展によりオフィス以外の場所で働くことが定着したほか、他社との交流や新規事業創出などの目的に特化したワークスペースなど、働く場は多様化してきている。

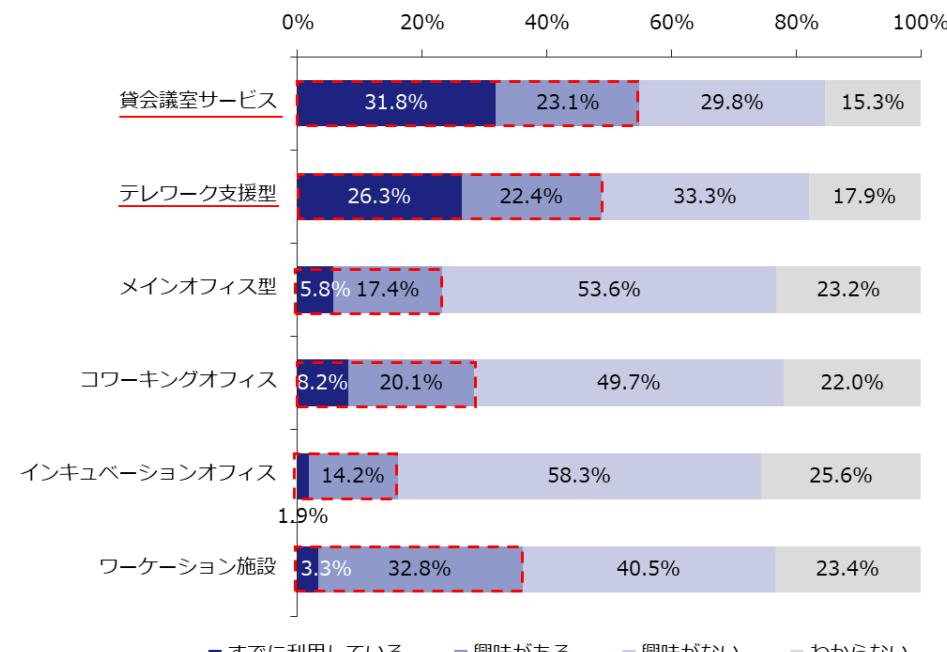
そこで、6つのタイプのフレキシブルオフィス（\*）について、自社の働く場としての利用関心度を聞いた【図表33】。各タイプの詳細は次ページに掲載する。

\* 一般的なオフィスの賃貸借契約によらず、利用契約・定期建物賃貸借契約などさまざまな契約形態で、事業者が主に法人および個人事業主に提供するワークプレイスサービス

「貸会議室サービス」や「テレワーク支援型」は、「わからない」と回答した割合が比較的少なく、「すでに利用している」と回答した割合が高いことから、認知・利用ともに浸透していることがうかがえる。「すでに利用している」と「興味がある」の合計はそれぞれ約5割となった。

それ以外の4タイプは、利用対象者や用途が限定的なこともあります、「興味がない」と回答した企業が目立った。また、興味があっても利用に至る割合は少ないことがみてとれる。特に「ワーケーション施設」は「興味がある」と回答した割合は6タイプのなかで最多だが、「すでに利用している」割合は3.3%にとどまった。

【図表33】フレキシブルオフィス6タイプの利用関心度



集計対象：全体 (n=1,693)

## フレキシブルオフィスの6タイプ(詳細)

### 貸会議室サービス

NO IMAGE

- 必要な時間だけ利用でき、自社オフィス内で用意する会議室の数を減らせる(面積効率化)。
- 入居ビル内や、近隣のオフィスビルで日常的に利用が可能。

### コワーキングオフィス



- フリーランス、スタートアップ、大企業の新規事業開発を担う部署などが交流・コラボレーションを目的に利用する。
- イベント開催、コミュニティマネージャーによるサポート、プラットフォームアプリによりビジネスに活かせるコミュニティ形成がしやすい。

### テレワーク支援型

NO IMAGE

- 従業員の日常的な業務をするテレワークの場として、自宅や外出先の近くで利用することができる(移動時間削減)。
- 集中作業やオンライン会議がしやすいファシリティ、コピー機など働く環境が整備されている。
- その日の都合に合わせて拠点を選び、分単位～1日単位の利用ができる。

### メインオフィス型

NO IMAGE

- 部署単位、プロジェクトチーム単位で専用区画を拠点として利用する。小規模企業のメインオフィスとなる場合もある。
- 企業の成長やプロジェクトの進行状況等に合わせて、契約期間や面積を柔軟に変更できる。

### インキュベーションオフィス



- スタートアップや新規事業開発部などが専用区画を拠点として利用する。
- 入居者同士の交流やメンターによるサポートを受けながら新規事業創出を目指す。

### ワーケーション施設



- 自然豊かな観光地等で働くことで、新たなアイディア創出やフレッシュ効果も期待される。
- 研修やチームビルディングにも利用できる。

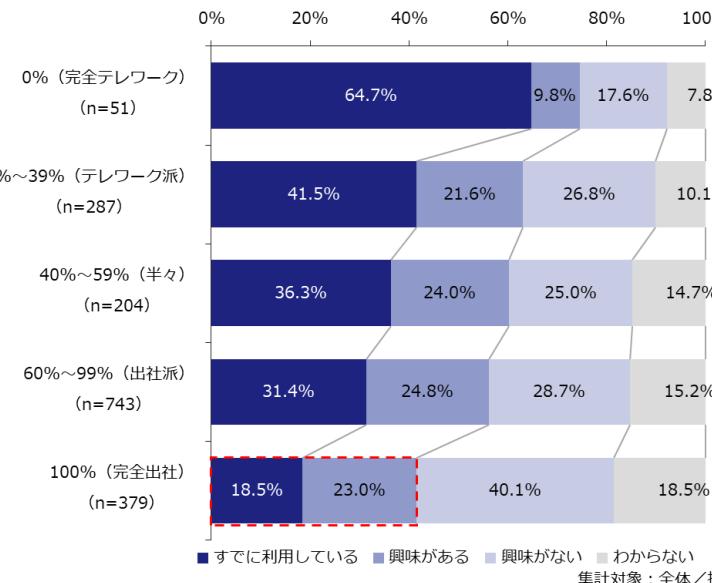
## 3.2. 働き方とテレワーク

## オフィス以外の働く場所の選択肢であるほか、オフィス機能を補完する役割も

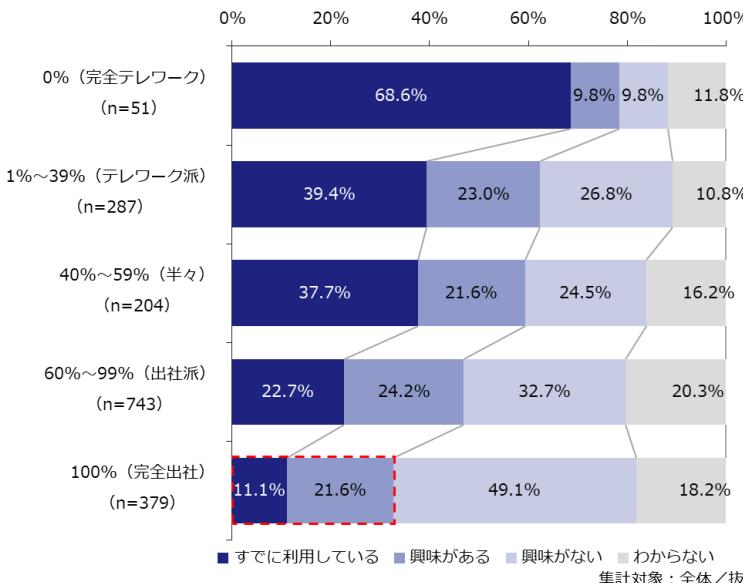
【図表33】で利用関心度が比較的高かった「貸会議室サービス」と「テレワーク支援型」について、利用関心度を出社率別に比較したところ、いずれも出社率が低いグループほど利用関心度が高い結果となった【図表34・35】。このことから、両タイプとも柔軟な働き方を支える、メインオフィス以外の働く場所の選択肢として活用されていると考えられる。

また、「100%（完全出社）」のグループでも、一定数の利用・興味があることから、テレワーク支援だけでなくオフィス機能を補完する役割としても注目されないとことがわかる。特に「貸会議室サービス」では、「100%（完全出社）」のグループの「すでに利用している」と「興味がある」の合計は4割超にのぼった。

【図表34】&lt;出社率別&gt;「貸会議室サービス」の利用関心度



【図表35】&lt;出社率別&gt;「テレワーク支援型」の利用関心度



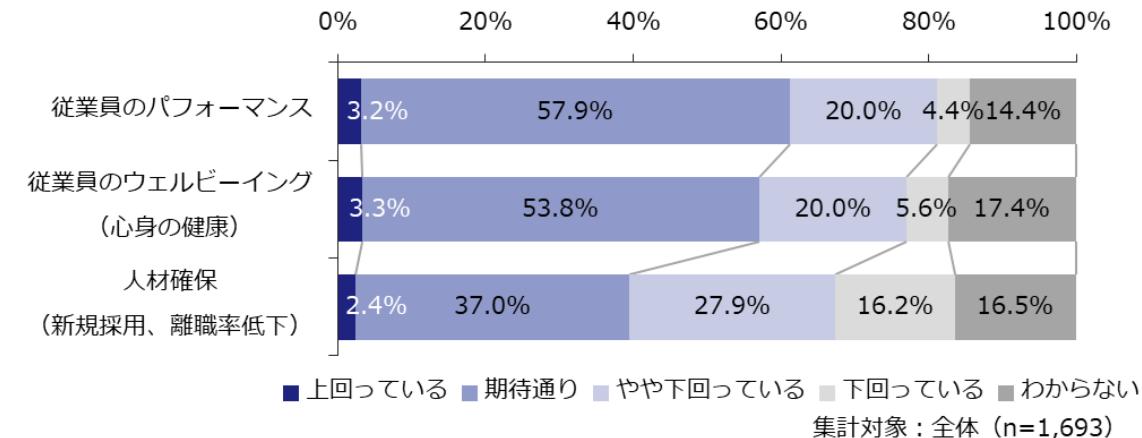
## 期待する水準に対する「従業員のパフォーマンス」や「ウェルビーイング」、「期待通り」が過半数

「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つの項目について、期待する水準に対する現在の自社の達成度を聞いた【図表36】。

「従業員のパフォーマンス」と「従業員のウェルビーイング（心身の健康）」については、「期待通り」が過半数を占めた。

最も評価が低かったのは「人材確保（新規採用、離職率低下）」で、「上回っている」と「期待通り」の合計（39.4%）よりも「やや下回っている」と「下回っている」の合計（44.1%）の方が多い結果となった。

【図表36】期待する水準に対する各項目の達成度

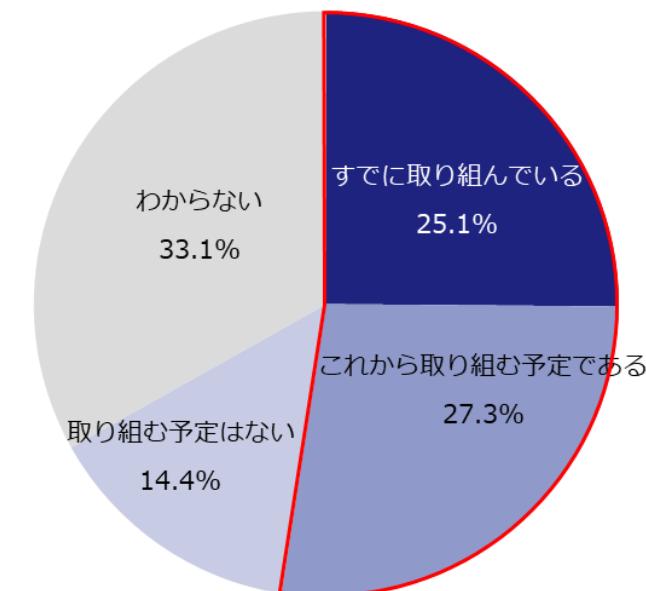


## 人的資本経営について具体的に「取り組んでいる」企業が25.1%

人的資本経営の具体的な取り組み状況（\*）  
を聞いた結果、「すでに取り組んでいる」と回答した企業は25.1%、「これから取り組む予定である」も合わせると過半数であった。

\* 人的資本経営とは、人材を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すことで、中長期的な企業価値向上につなげる経営のあり方。ここでの「具体的な取り組み」とは、人材への投資のほか、社内外への「人的資本経営」という言葉を使った情報発信などを指す。

【図表37】 人的資本経営の具体的な取り組み状況



集計対象：全体 (n=1,693)

## 人的資本経営に関する取り組みが進んでいる企業ほど、各施策の導入率が高い

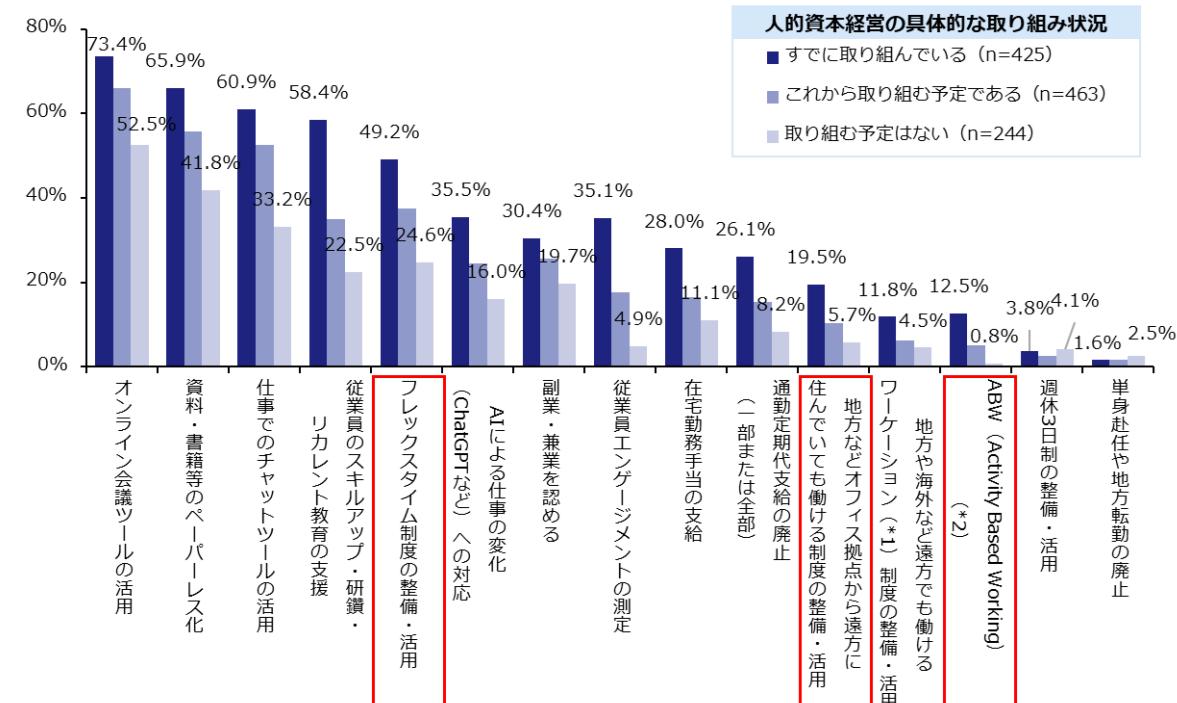
人的資本経営の具体的な取り組み状況（【図表37】）別に、働き方に関する取り組み状況（【図表31】）を比較した【図表38】。

多くの施策で、人的資本経営に関して「すでに取り組んでいる」グループほど導入率が高い傾向がみられた。

特に、「従業員のスキルアップ・研鑽・リカレント教育の支援」や「従業員エンゲージメントの測定」は、取り組み状況による導入率の差が大きく、人的資本経営の取り組みを進める企業で特に優先的に取り組んでいる施策といえるだろう。

そのほか、人的資本経営に取り組む企業にとって働く場所や時間の柔軟性も重要であることが、「フレックスタイム制度の整備・活用」や「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」、「ABW (Activity Based Working)」といった施策の結果からみてとれる。

【図表38】<人的資本経営の具体的な取り組み状況別>働き方に関する取り組み状況



集計対象：全体／複数回答／抜粋

\*1 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

\*2 ABW (Activity Based Working) …集中するためのブース、チームで作業するためのスペースなど、業務に合わせて選べる多様なワークエリアを設ける

## 人的資本経営に関する取り組みが進んでいる企業ほど、テレワーク場所を整備している

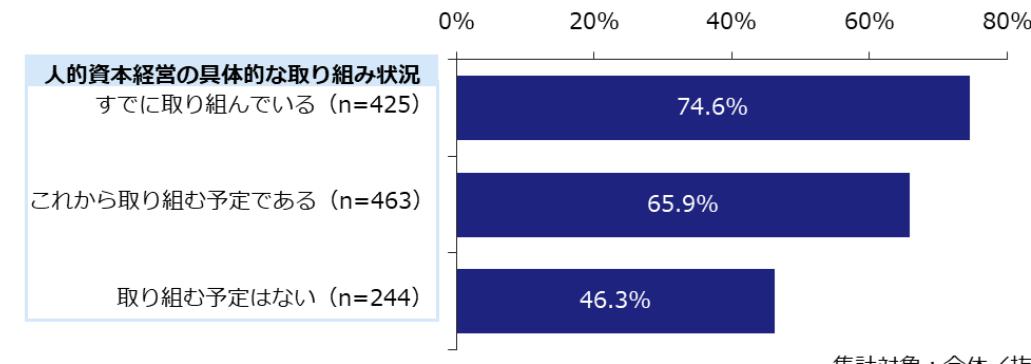
同様に、人的資本経営の具体的な取り組み状況（【図表37】）別に、テレワークする場所の整備状況（【図表27】）およびサテライトオフィスの導入率（【図表28】）を比較した。

テレワークする場所の整備率は、人的資本経営の取り組みが進んでいる企業ほど高い結果となった【図表39】。「すでに取り組んでいる」グループのサテライトオフィスの導入率（40.0%）は、「取り組む予定はない」グループの約2倍にのぼる【図表40】。

人材を「資本」と考える人的資本経営において、ワークプレイス戦略により、従業員にとって働きやすい環境を提供することも、重要な施策の一つであると考えられる。

【図表39】

＜人的資本経営の具体的な取り組み状況別＞何らかのテレワークする場所を整備している割合



【図表40】＜人的資本経営の具体的な取り組み状況別＞サテライトオフィスの導入率

