

オフィス運用に関する実態調査 ＜詳細版＞

レイアウト・体制・戦略からみるオフィスのいま

2025年11月12日

ザイマックス総研

調査概要

新しい働き方の定着やデジタル化の進展、そして人材獲得をめぐる競争の激化など、企業を取り巻く環境は大きく変化している。こうしたなかで、オフィスの役割は単なる執務空間から、従業員の生産性やエンゲージメントを高める場、組織の価値を体現する場へと進化しつつある。

そこで、ザイマックス総研では、早稲田大学建築学科石田航星研究室と共同でオフィス運用に関する調査を行った。調査では、働き方、オフィス運用の実態、今後のワークプレイス戦略について企業にたずねた。本資料はその結果をまとめたものである。

<調査概要>

調査期間	2025年8月～9月
調査対象	首都圏及び大阪市に本社を置く ・東証市場に上場している企業 ・従業員300人以上の企業 合計8,712社
有効回答数	355件（回答率：4.1%）
調査方法	Web回答による
調査内容	1. 貴社の働き方とオフィス戦略 2. オフィスの運用に関する現状と課題 3. オフィスの運用に対する考え方と今後の展望 4. 貴社について

レポート内のグラフに関して

・構成比（%）は、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。

1. 働き方とオフィスの利用現状(P.4～)
 1. 働き方の実態
 2. オフィスの使い方と利用評価
2. オフィスの運用体制(P.9～)
 1. 業務範囲と運用体制
 2. レイアウト設計の基準と運用指標
 3. データ管理とDXの現状
3. オフィス運用に対する考え方と今後の展望(P.17～)
 1. オフィス運用上の課題と重視項目
 2. オフィス戦略の方向性
 3. 担当者に今後求められるスキル

1. 働き方とオフィスの利用状況

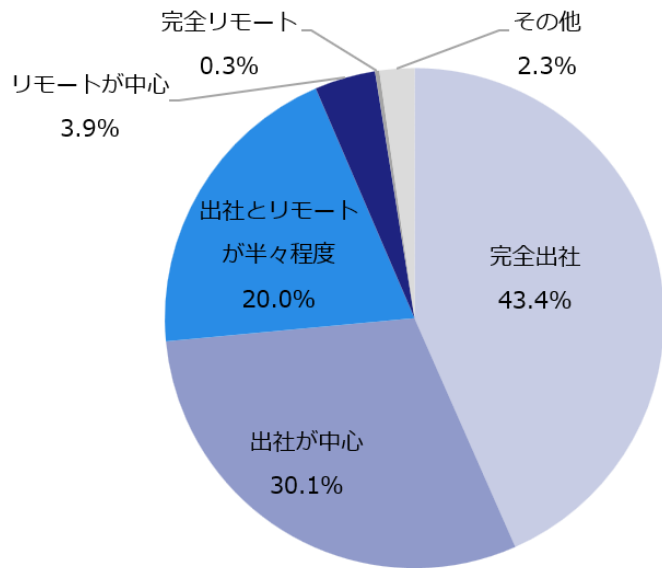
1. 働き方の実態
2. オフィスの使い方と評価

出社回帰が進む一方、個人や部門の裁量を残す運用が広がる

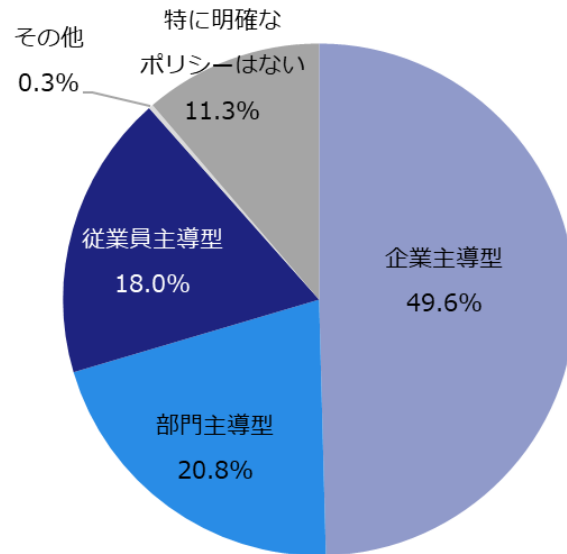
企業に現在の出社頻度をたずねたところ、「完全出社」が43.4%と最も多く、次いで「出社が中心」が30.1%となった【図表1】。この二つを合わせると、出社を基本とした働き方を採用する企業は全体の70%を超え、出社回帰の傾向が明確にみられる。一方で、「出社とリモートが半々程度」とする企業も20.0%あり、リモート勤務を継続的に組み合わせる企業も一定数存在する。

出勤に関するポリシーでは、「企業主導型（会社が出社日数や頻度を義務付けている）」が49.6%と約半数を占め、「部門主導型」20.8%と「従業員主導型」18.0%が続いた【図表2】。これらの結果から、多くの企業で出社を基本としながらも、部門や個人の裁量を残す柔軟な運用が広がっていることがうかがえる。

【図表1】 主な出社頻度（n=355）



【図表2】 オフィス出勤に関するポリシー（n=355）

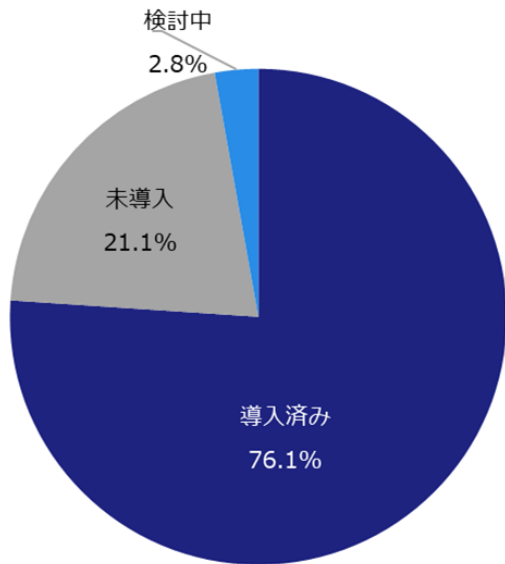


在宅勤務制度は定着、一方でサテライトオフィスの導入は限定的

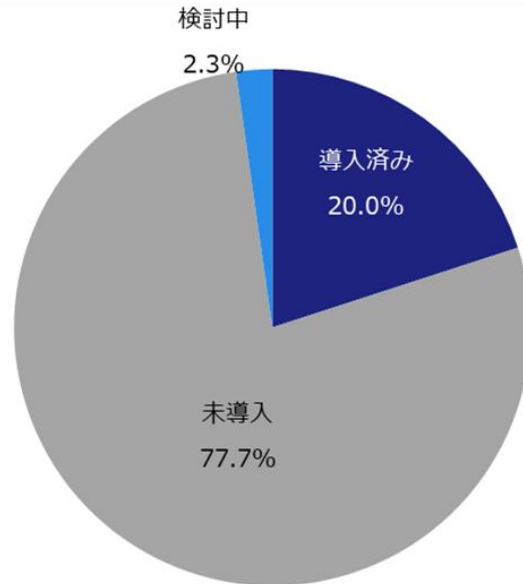
在宅勤務制度の導入状況では、「導入済み」と回答した企業は76.1%に達した【図表3】。この結果と、前頁【図表1】の出勤頻度では「完全出勤」が44.5%を占める実態を合わせて考えると、多くの企業は日常的な出勤を前提としつつも、必要に応じて在宅勤務を行える仕組みを整備していると考えられる。

一方、サテライトオフィスの導入状況については、「未導入」が77.7%と大多数を占めた【図表4】。在宅勤務と比べると導入率は大きく下回り、分散拠点を活用する働き方は依然として限定的である。

【図表3】在宅勤務制度の導入状況（n=355）



【図表4】サテライトオフィスの導入状況（n=355）

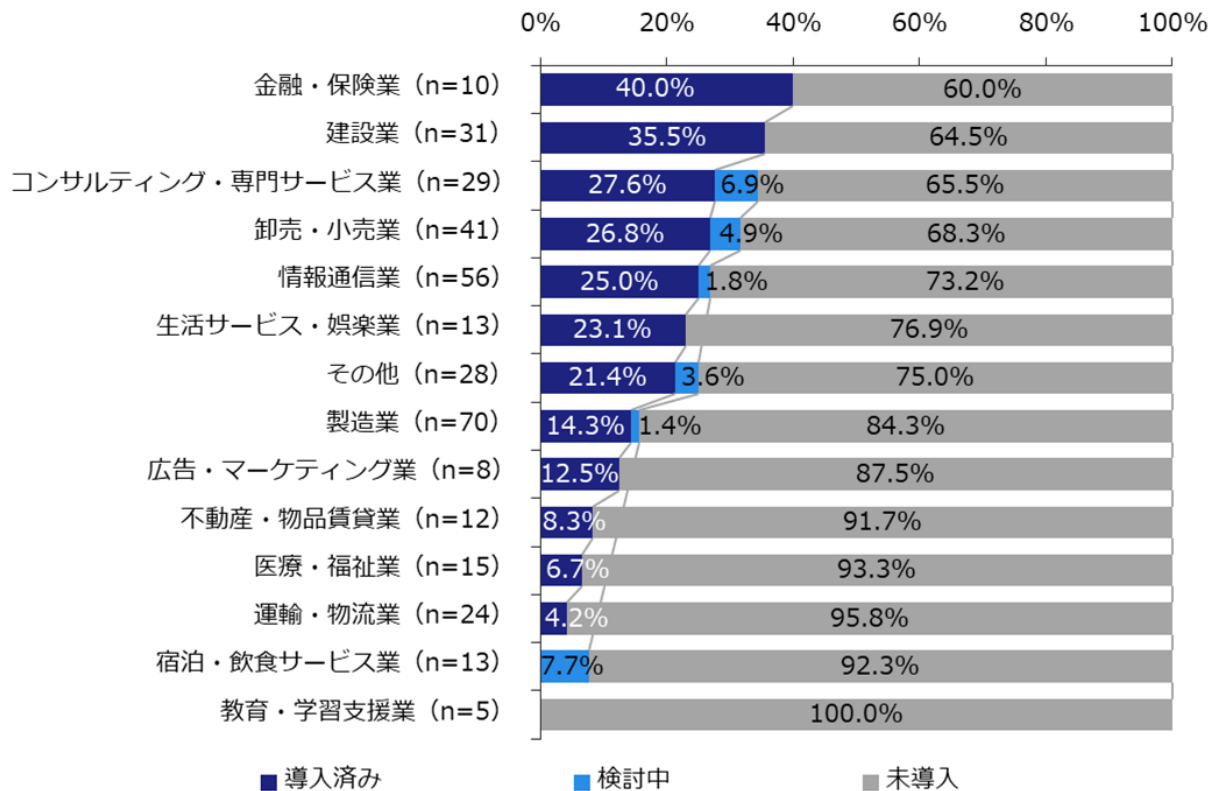


サテライトオフィスの導入は営業・外出型業種で進展

サテライトオフィスの導入状況を業種別にみると、最も導入率が高いのは「金融・保険業」で40.0%、次いで「建設業」35.5%、「コンサルティング・専門サービス業」27.6%、「卸売・小売業」26.8%となった【図表5】。

これらはいずれも営業・顧客対応・現場訪問など、外出を伴う業務が多い業種である。サテライトオフィスの利用は、営業拠点の補完や出張時の立ち寄りなど、時間を効率化する手段としての位置づけが強く、外勤型業務の効率化インフラとして利用が進んでいると考えられる。

【図表5】 業種別のサテライトオフィスの導入状況（n=355）

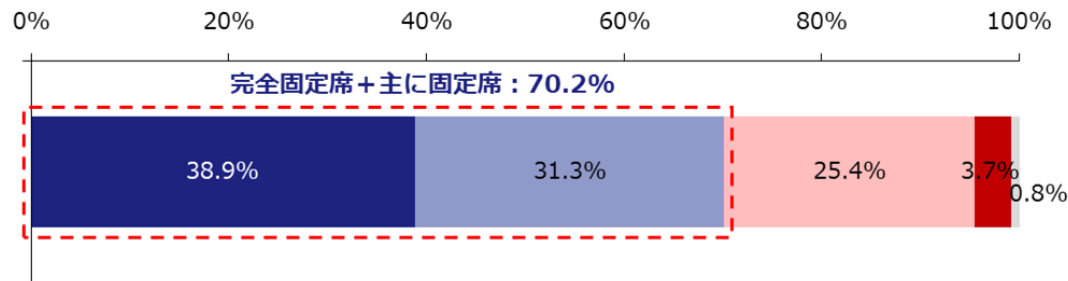


固定席が主流だが、大企業ではフリーアドレスが過半数

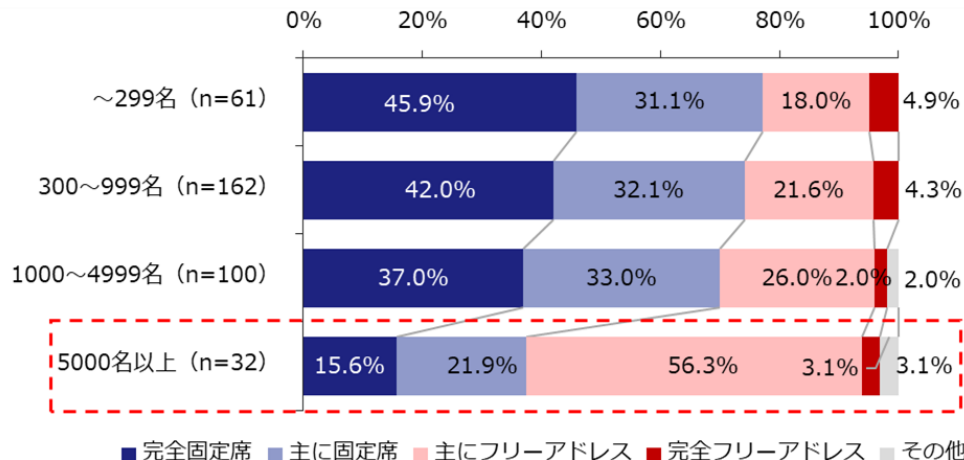
オフィスのレイアウト形式をたずねたところ、「完全固定席」が38.9%、「主に固定席」が31.3%で、両者を合わせると70.2%に達した【図表6】。固定席を中心とする運用が依然として主流であり、多くの企業が従来型の座席配置を維持している。

一方で、規模別にみると、従業員規模が大きいほどフリーアドレスの導入率が高い傾向が明確である【図表7】。とくに「5,000人以上」の企業では、「主にフリーアドレス」と「完全フリーアドレス」を合わせると半数を超え、「完全固定席」は15.6%にとどまった。大企業を中心に、フリーアドレス化が進んでいることが確認できる。

【図表6】 オフィスレイアウト (n=355)



【図表7】 従業員規模別のオフィスレイアウト (n=355)



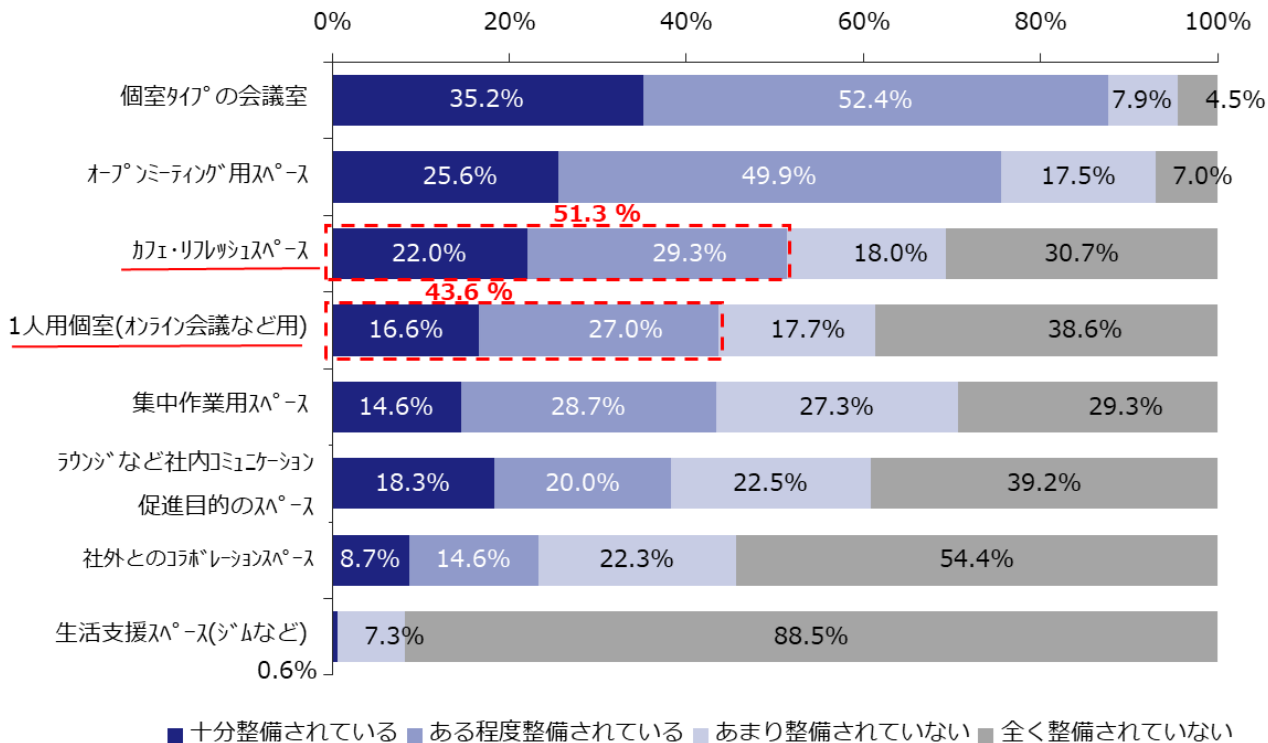
リフレッシュスペースの整備が進む、オンライン会議対応個室も一定水準

オフィス内各スペースの整備状況をみると、「個室タイプの会議室」や「オープンミーティング用スペース」が最も整備が進んでいる【図表8】。

続いて、「カフェ・リフレッシュスペース」は「十分整備されている」（22.0%）と「ある程度整備されている」（29.3%）を合わせて51.3%となり、過半数の企業で導入が進んでいる。従業員の休憩や気分転換のための空間が、近年ではオフィスの標準的な要素として定着しつつあるといえる。

また、「1人用個室（オンライン会議など用）」も43.6%が整備済みと回答しており、オンライン会議の普及に対応した個室環境が一定程度整っていることがうかがえる。

【図表8】 オフィス内各スペースの整備状況（n=355）



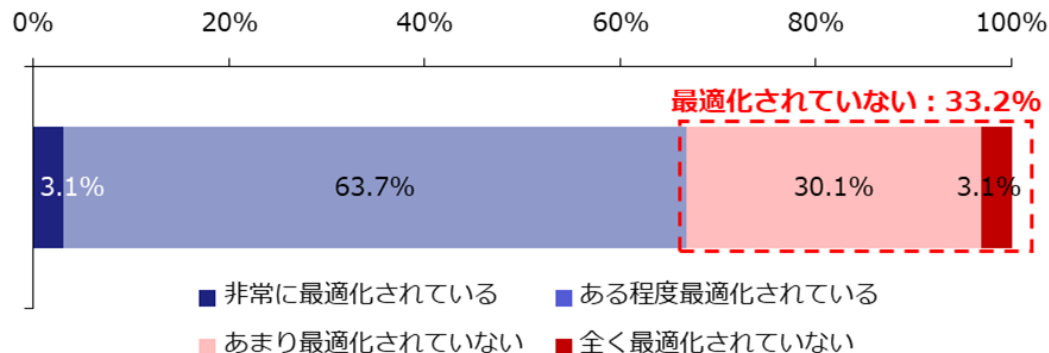
多くの企業がオフィス最適化を実感、自社ビルでは改善余地も

現在のオフィス利用状況に対する評価をたずねると、「非常に最適化されている」（3.1%）と「ある程度最適化されている」（63.7%）を合わせて66.8%となり、多くの企業が自社のオフィス運用を概ね適切とみなしている【図表9】。一方で、「あまり最適化されていない」「全く最適化されていない」と回答した企業も33.2%あり、約3分の1の企業で改善の余地が残されている。

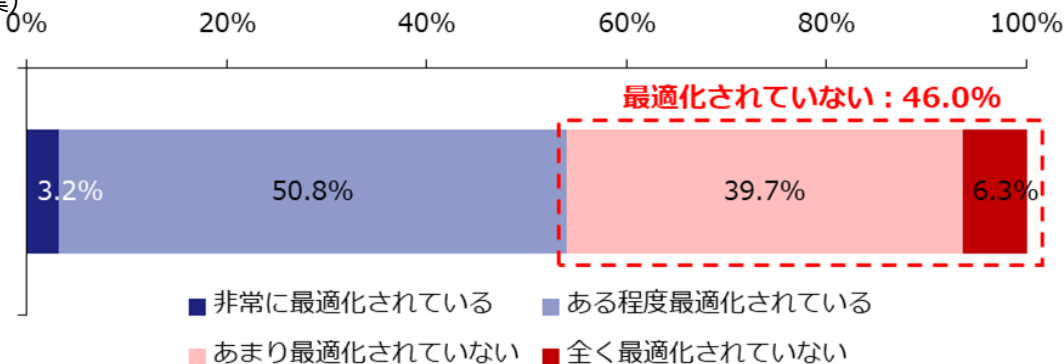
自社ビルでオフィスを構える企業に限定してみると、最適化されていないと回答した割合は46.0%にのぼる【図表10】。

自社ビルの場合、レイアウト変更やスペース再構成などの自由度が高いと考えられるが、実際には十分に活かされていない企業が多い。

【図表9】 オフィス利用状況に対する評価（n=355）



【図表10】 自社ビルのオフィス利用状況に対する評価（n=63 集計対象：自社ビルでオフィスを構える企業）



2. オフィスの運用体制

1. 業務範囲と運用体制
2. レイアウト設計の基準と運用指標
3. データ管理とDXの現状

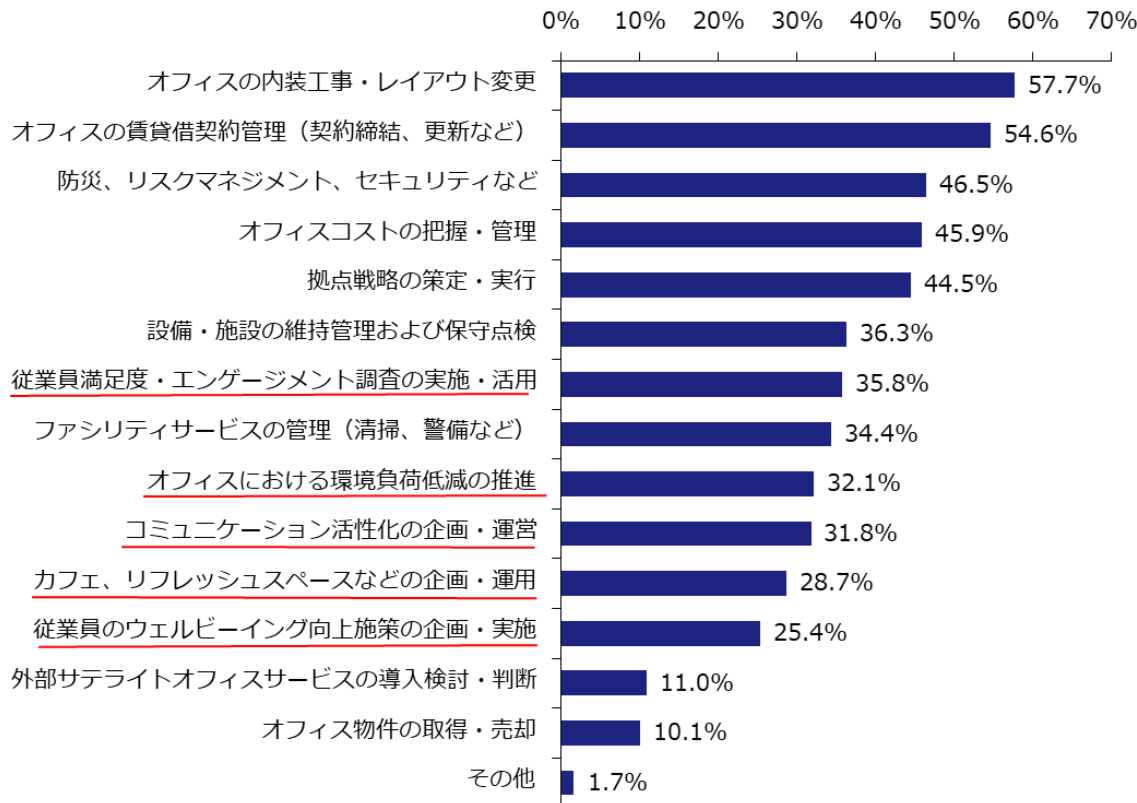
従来業務に加え、従業員体験や環境配慮など新たな領域に拡大

オフィス運営業務の実施範囲をたずねたところ、「内装工事・レイアウト変更」や「賃貸借契約管理」などの基本業務に加え、従業員体験の向上や働く環境の質を高める取り組みも広がっている。

たとえば、従業員満足度・エンゲージメント調査は35.8%の企業で実施されており、オフィスを通じて従業員の意識やエンゲージメントを把握・改善しようとする動きがみられる【図表11】。

また、「オフィスにおける環境負荷低減の推進」（32.1%）、「コミュニケーション活性化の企画・運営」（31.8%）、「カフェ・リフレッシュスペースなどの企画・運用」（28.7%）、「従業員のウェルビーイング向上施策の企画・実施」（25.4%）など、従来の施設管理の枠を超えた業務も一定数みられる。オフィスの役割の変化に伴い、運営業務の幅が拡大していることがうかがえる。

【図表11】 オフィス運営業務の実施範囲（n=355/複数回答）



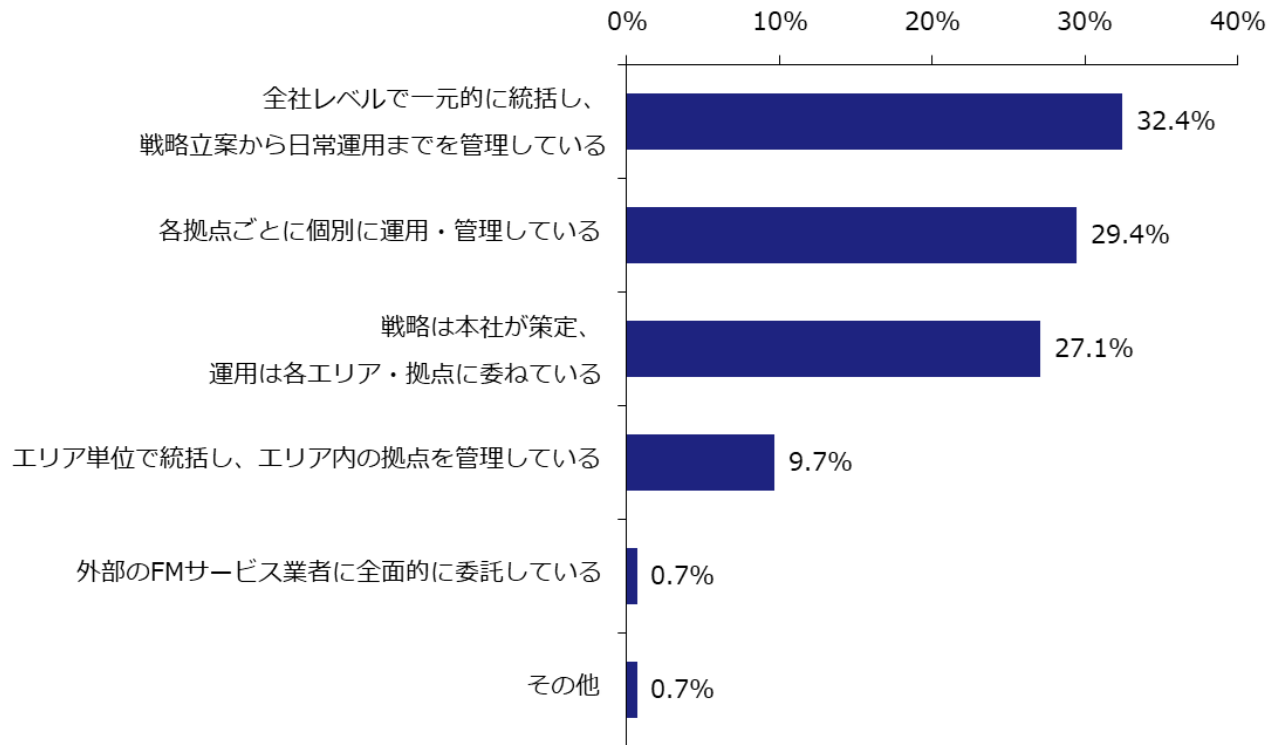
オフィス運営体制は企業でばらつき、外部委託は限定的

複数拠点を有する企業のオフィス運営体制では、「全社レベルで一元的に統括し、戦略立案から日常運用までを管理している」が32.4%、「各拠点ごとに個別に運用・管理している」が29.4%で、統括管理と個別運用が拮抗している【図表12】。

また、「戦略は本社が策定、運用は各エリア・拠点に委ねている」（27.1%）も多く、運営体制は企業によって多様である。

一方、「外部のFMサービス業者に全面的に委託している」は0.7%にとどまり、オフィス運営の外部委託はごく少数である。

【図表12】 オフィスの運営体制（n=299 集計対象：2つ以上のオフィス拠点を有する企業）

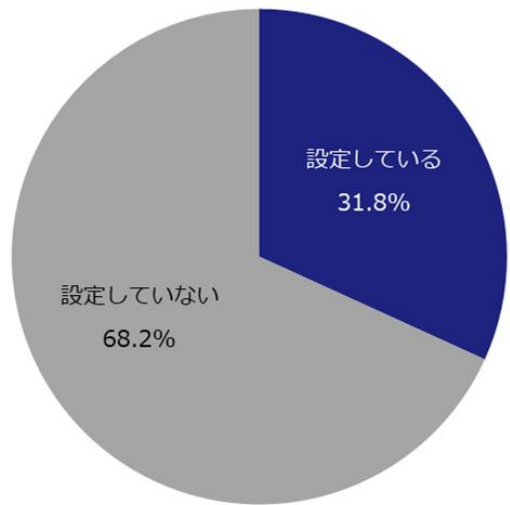


レイアウト設計の基準を設ける企業は3割にとどまる

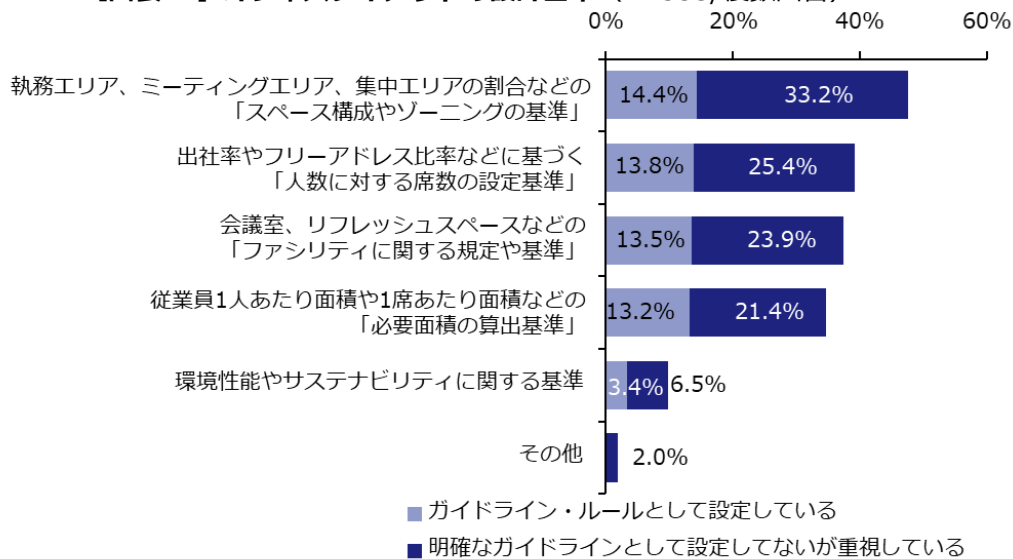
オフィスレイアウトを設計する際の基準についてたずねたところ、約7割の企業が「設定していない」と回答した【図表13】。経験や感覚に基づいてレイアウトを決定している企業が多いことがうかがえる。

具体的な基準をみると、スペース構成やゾーニングの基準から必要面積の算出基準まで、いずれの項目もガイドライン・ルールとして明確に設定している企業は1割台にとどまった【図表14】。一方で、「明確なガイドラインとしては設定していないが重視している」とする企業も一定数みられるものの、両者を合わせても半数には達しておらず、基準に基づくレイアウト設計はまだ浸透していないことがわかる。

【図表13】ガイドライン・ルール設定の有無（n=327 集計対象：「わからない」を除く）



【図表14】オフィスレイアウトの設計基準（n=355/複数回答）



出社率や従業員満足度継続的に把握する企業は一定数あるが、半数はモニタリングなし

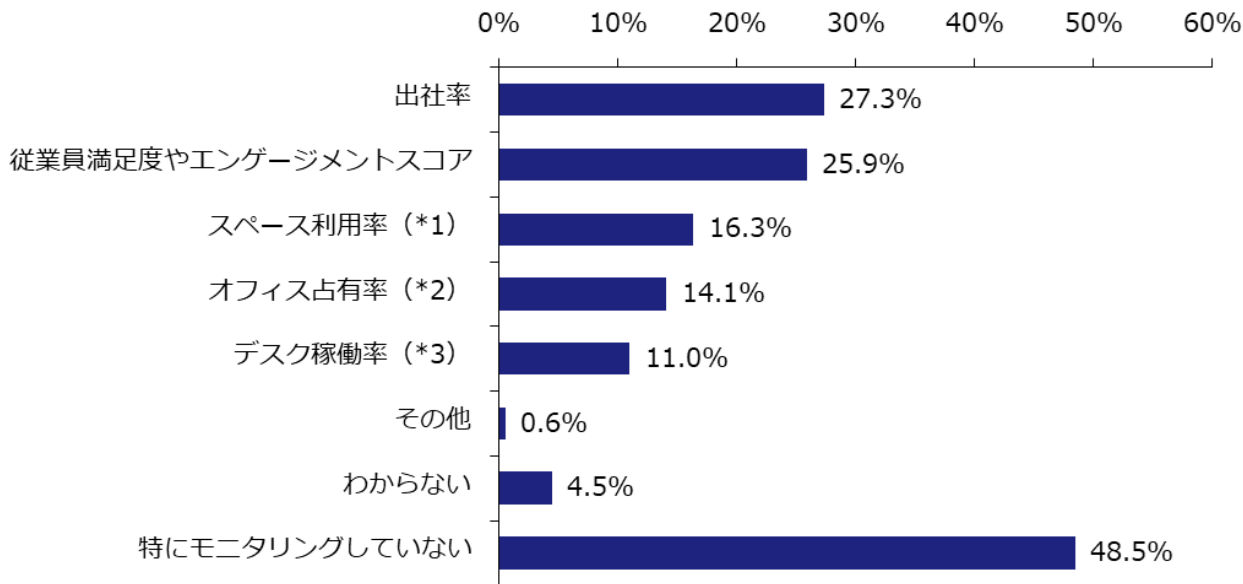
オフィスの利用状況を把握するために継続的にモニタリングしている指標をたずねたところ、「特にモニタリングしていない」企業が48.5%と半数近くを占めた【図表15】。多くの企業で設計時の基準が曖昧であるだけでなく、運用後のモニタリングも十分に行われていない現状が明らかとなった。

各指標の中では、「出社率」（27.3%）をモニタリングしていると回答した企業が最も多く、リモートワークが定着した環境下で出社状況を把握したい企業が多いことがうかがえる。

また、「従業員満足度やエンゲージメントスコア」（25.9%）をモニタリングする企業も一定数あり、【図表11】でみられた満足度調査の実施傾向と整合している。

一方、「スペース利用率」（16.3%）や「オフィス占有率」（14.1%）などの指標を継続的に管理している企業は少数にとどまった。

【図表15】モニタリングしているオフィス関連指標（n=355/複数回答）



*1 スペース利用率…座席や会議室の利用時間割合など

*2 オフィス占有率…オフィス全体の収容可能人数に対する実利用者数の割合

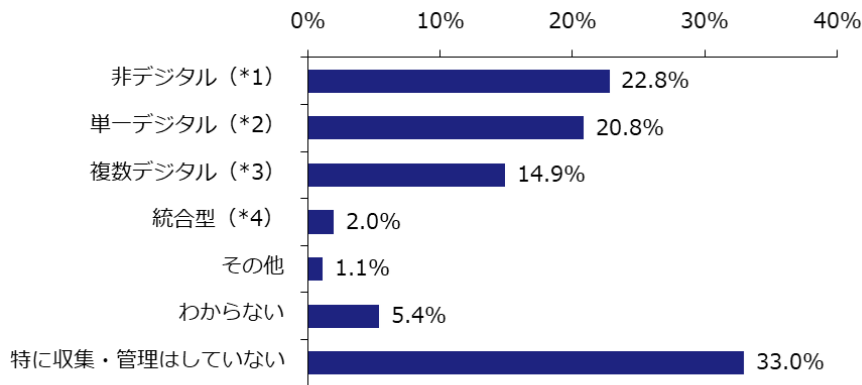
*3 デスク稼働率…予約・実際に使用されたデスクの割合

オフィス関連データの収集・管理は限定的、DXは部分的にとどまる

オフィス関連データの収集・管理方法をみると、「特に収集・管理していない」が33.0%で最も多いことがわかった【図表16】。また、「非デジタル」（22.8%）や「単一デジタルツール」（20.8%）を利用している企業が多く、複数ツールを連携させた「統合型」は2.0%にとどまった。データのデジタル管理は一部で進んでいるものの、全体としては手作業や紙での管理方式を採用する企業がまだ多い。

導入しているITツールに関しては、「スペース予約システム」（73.0%）が突出して多く、「社内SNSなどのコミュニケーション活性化ツール」（36.3%）が続いた【図表17】。一方で、ほかのツールの導入は少数にとどまり、オフィスDXの進展はまだ限定的であることがわかる。

【図表16】 オフィス関連データの収集・管理方法（n=355）



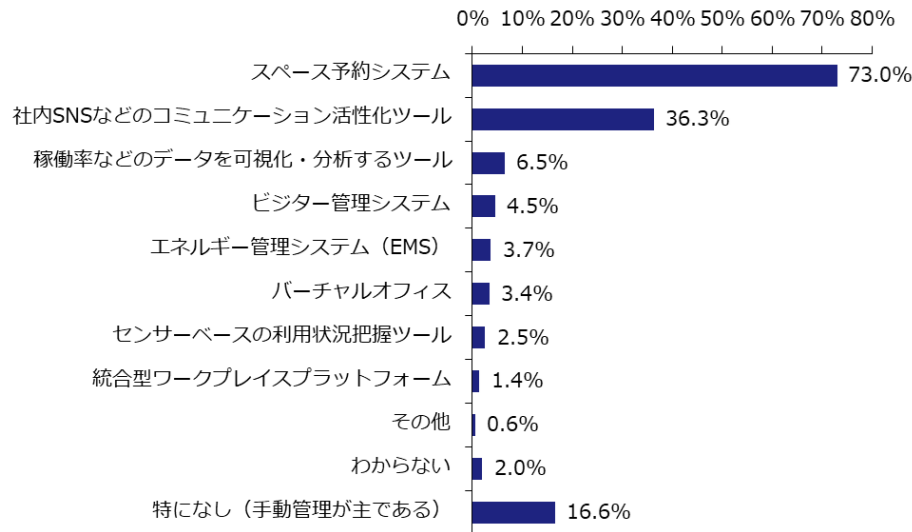
*1 非デジタル：ほとんど手作業で収集している

*2 単一デジタル：特定業務ごとに単一のデジタルツールを利用している

*3 複数デジタル：複数のデジタルツールを利用しているが、ツール間の連携は限定的

*4 統合型：主な業務ツールが統合されたプラットフォームを利用している

【図表17】 オフィス管理に導入しているITツール（n=355/複数回答）



3. オフィス運用に対する考え方と今後の展望

1. オフィス運用上の課題と重視項目
2. オフィス戦略の方向性
3. 担当者に今後求められるスキル

スペース活用とコスト管理が主要課題、人材関連項目も上位に

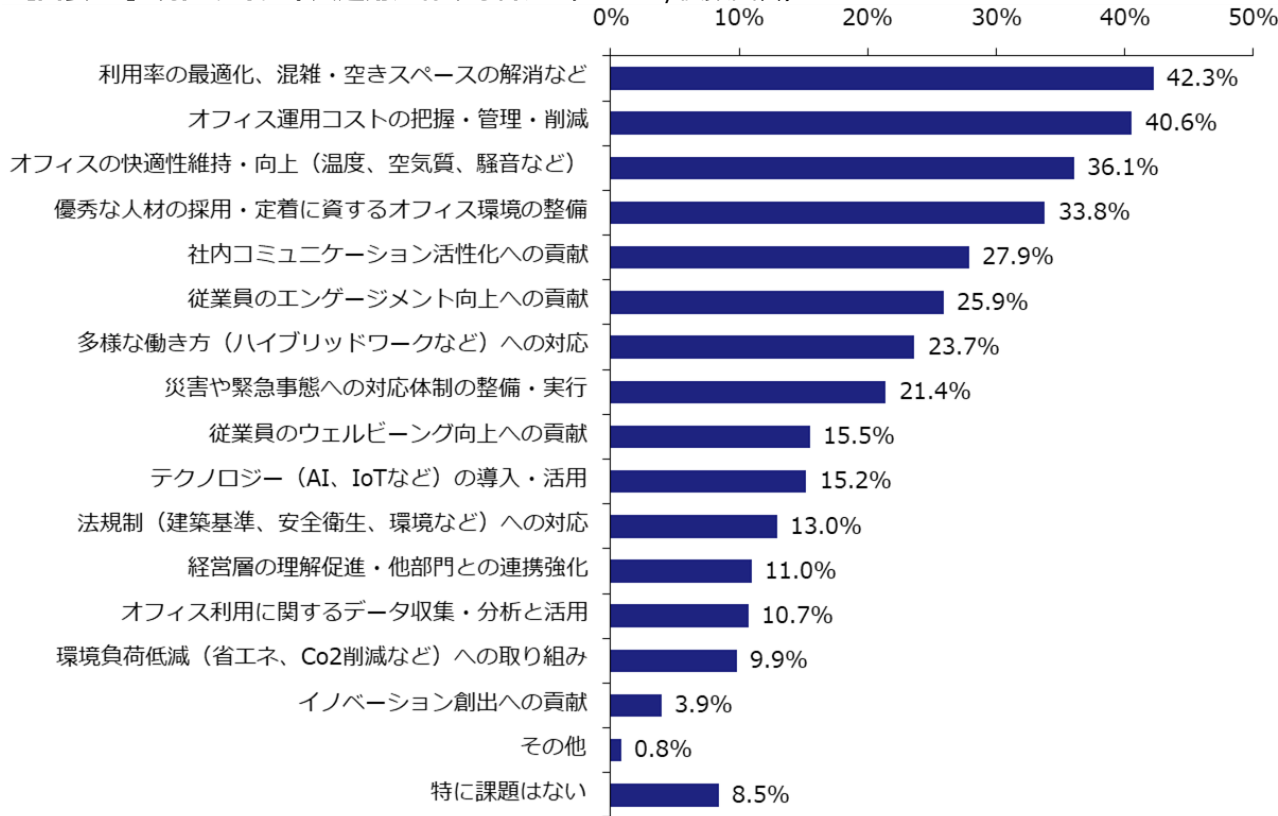
オフィス運用上の課題として最も多く挙げられたのは、「利用率の最適化、混雑・空きスペースの解消など」（42.3%）であった【図表18】。「オフィス運用コストの把握・管理・削減」（40.6%）が続き、スペースの有効活用とコスト管理が二大課題となっている。

そのほか、「オフィスの快適性維持・向上」（36.1%）や「優秀な人材の採用・定着に資するオフィス環境の整備」（33.8%）など、従業員の居心地や働きやすさに関わる項目も上位に挙げられた。

また、「社内コミュニケーション活性化への貢献」（27.9%）や「従業員エンゲージメント向上への貢献」（25.9%）など、人的資本の観点からオフィスの価値を見直す動きもみられる。

一方、「特に課題はない」と回答した企業は8.5%にとどまり、多くの企業が何らかの改善余地を抱えていることがわかる。

【図表18】現在のオフィス運用における課題（n=355/複数回答）



3.1. オフィス運用上の課題と重視項目

法規制対応と人材関連で進展、DX・イノベーションは今後の課題

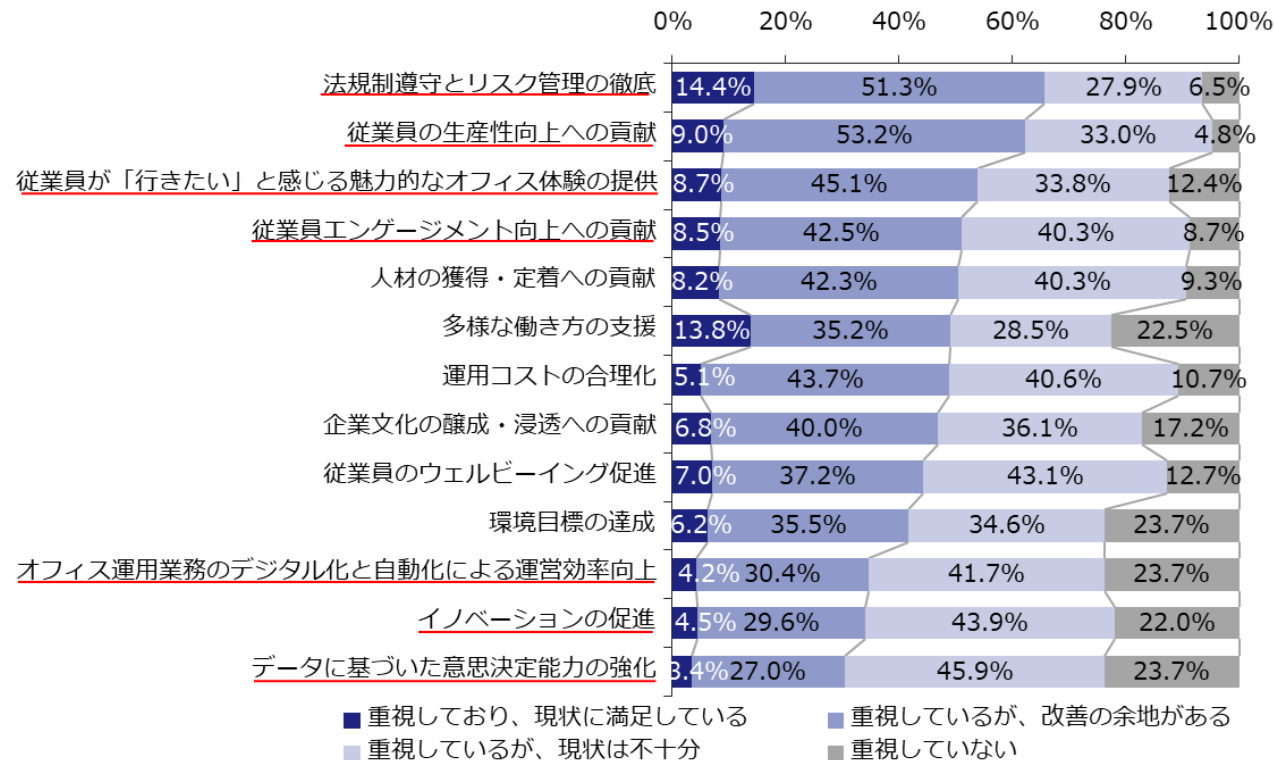
オフィス運用における重視項目と現状の評価についてたずねた。【図表19】は、現状評価の高い（「重視しており、現状に満足している」と「重視しているが、改善の余地がある」を合わせた割合）順に並べたものである。

最も整っているのは「法規制遵守とリスク管理」で、安全・コンプライアンス意識の高さがうかがえる。

次いで、「従業員の生産性向上への貢献」、「従業員が『行きたい』と感じる魅力的なオフィス体験の提供」、「従業員エンゲージメント向上への貢献」、「人材の獲得・定着への貢献」など、人的資本に関わる項目が上位に挙げられた。企業がオフィスを「従業員のパフォーマンスを支える場」として位置づけていることがうかがえる。

一方で、「オフィス運用業務のデジタル化と自動化による運営効率向上」、「イノベーションの促進」、「データに基づいた意思決定能力の強化」といったDXやイノベーション分野の取り組みは下位にとどまっている。

【図表19】 オフィス運用における重視項目と現状評価（n=355）



3.2. オフィス戦略の方向性

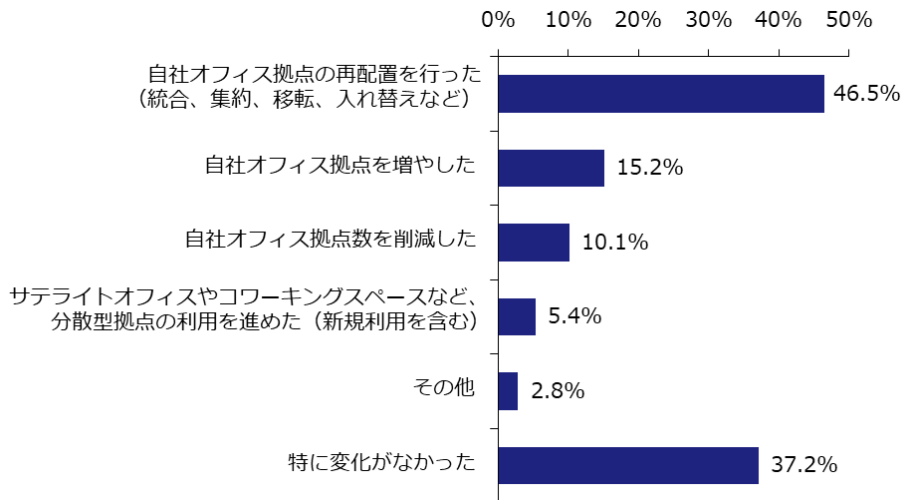
拠点再配置の動きが進む一方、今後の方向性は模索段階

過去3年間のオフィス関連の変化をみると、「自社オフィス拠点の再配置を行った」（46.5%）が最も多く、半数近くの企業が統合、集約、移転などの再配置を実施していることがわかる【図表20】。一方で、「特に変化がなかった」とする企業も37.2%あり、オフィスを見直す動きがあった企業と、現状を維持する企業に分かれる傾向がみられる。

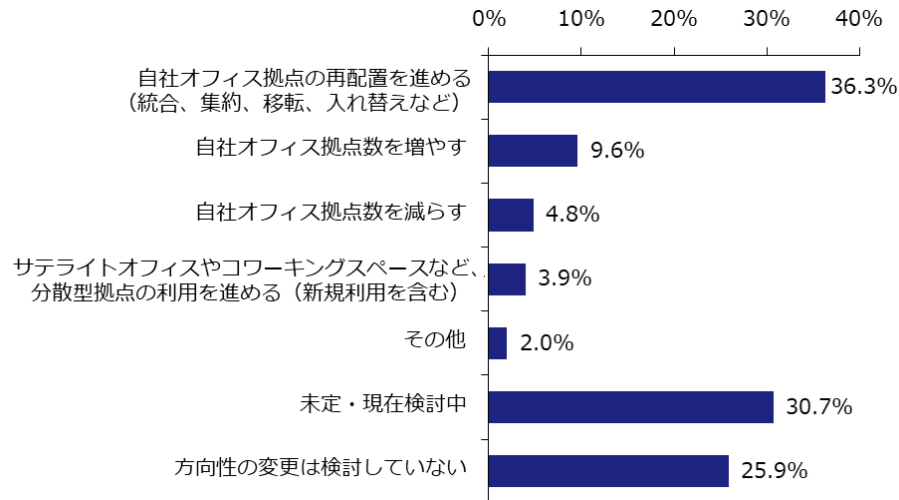
今後5年間の見通しに関しては、「自社オフィス拠点の再配置を進める」（36.3%）が最多であるが、「未定・検討中」（30.7%）や「方向性の変更は検討していない」（25.9%）も多く、明確な戦略を定められていない企業も少なくない【図表21】。

一方で、自由記述では「移転を希望しているが賃料高騰で見送りになった」「人数増に対応できる拡張性のあるオフィスにしたい」「新しい取り組みをしたいが費用に懸念がある」「身体が不自由な社員への配慮を進めたい」といった声も寄せられた。こうしたコメントから、コスト上昇や柔軟性・多様性への対応が、オフィスの再配置や改修を進める上での実務的な課題となっていることがうかがえる。

【図表20】 過去3年におけるオフィス関連の変化（n=355/複数回答）



【図表21】 今後5年におけるオフィス戦略の方向性（n=355/複数回答）



3.3. 担当者に今後求められるスキル

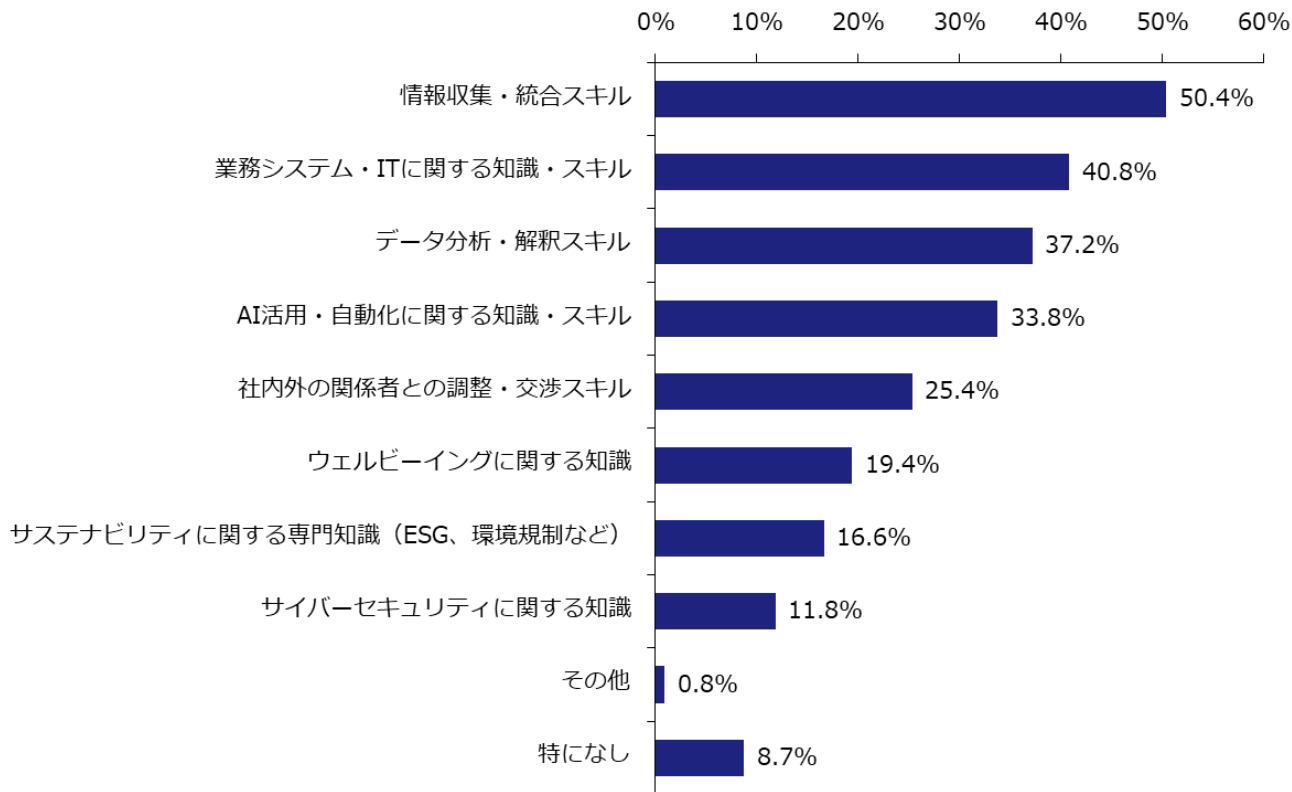
情報収集・データ分析など、DX時代に対応したスキルが求められる

今後2～3年でオフィス運用担当者に求められるスキルとして最も多く挙げられたのは、「情報収集・統合スキル」（50.4%）であった【図表22】。

次いで「業務システム・ITに関する知識・スキル」（40.8%）、「データ分析・解釈スキル」（37.2%）、「AI活用・自動化に関する知識・スキル」（33.8%）があり、DX対応やデータ活用を重視する傾向が明確に表れている。

一方で、「ウェルビーイングに関する知識」（19.4%）や「サステナビリティに関する専門知識」（16.6%）は2割未満にとどまり、環境・健康面への関心は高まりつつあるものの、ほかの実務スキルに比べると優先度はやや低い傾向にある。

【図表22】 オフィス運用担当者が求められるスキル（n=355/複数回答）



<参考> 回答企業の属性

全体 (n=355)

業種	建設業	31 (8.7%)	従業員数	300人未満	61 (17.2%)
	製造業	70 (19.7%)		300人以上1,000人未満	162 (45.6%)
	情報通信業	56 (15.8%)		1,000以上5,000人未満	100 (28.2%)
	運輸・物流業	24 (6.8%)		5,000人以上	32 (9.0%)
	卸売・小売業	41 (11.5%)	拠点数	1拠点 (本社のみ)	37 (10.4%)
	金融・保険業	10 (2.8%)		2～10拠点	170 (47.9%)
	不動産・物品賃貸業	12 (3.4%)		11～20拠点	55 (15.5%)
	コンサルティング・専門サービス業	29 (8.2%)		21拠点以上	93 (26.2%)
	宿泊・飲食サービス業	13 (3.7%)	本社の所有形態	自社で所有している	63 (17.7%)
	生活関連サービス・娯楽業	13 (3.7%)		賃借している	278 (78.3%)
	教育・学習支援業	5 (1.4%)		その他	14 (3.9%)
	医療、福祉業	15 (4.2%)	上場／非上場	上場企業	124 (34.9%)
	広告・マーケティング業	8 (2.3)		非上場企業	231 (65.1%)
	その他	28 (7.9%)			