

# 大都市圏オフィス需要調査2025秋

## <詳細版>

---

ハイブリッドワークの運用を模索、会議室不足や社内コミュニケーションが課題に

2026年1月29日

ザイマックス総研

# 調査概要

コロナ禍を受けて普及した出社とテレワークのハイブリッドワークは、恒常的な働き方として定着しつつある。新たな働き方に適したワークプレイスとはどのようなものだろうか。

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關して半年に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19回調査の結果を公表するものである。

調査期間	2025年11月25日～12月7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 59,294件
有効回答数	1,555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、大阪府大阪市、愛知県名古屋市、福岡県福岡市、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	オフィスの面積	従業員の平均年齢	上場／非上場	本社																								
						支社・支店	営業所	分室	コールセンター	電算室	その他	東京23区	大阪市	名古屋市	福岡市	その他	30坪未満	30坪以上50坪未満	50坪以上100坪未満	100坪以上200坪未満	200坪以上	無回答	20歳～29歳	30歳～39歳	40歳～49歳	50歳～59歳	60歳以上	無回答	上場企業	非上場企業
農業、林業	3 (0.2%)					1,000 (64.3%)																								
漁業	0 (0.0%)					361 (23.2%)																								
鉱業、採石業、砂利採取業	0 (0.0%)					132 (8.5%)																								
建設業	88 (5.7%)					23 (1.5%)																								
製造業	249 (16.0%)					6 (0.4%)																								
電気・ガス・熱供給・水道業	8 (0.5%)					1 (0.1%)																								
情報通信業	262 (16.8%)					32 (2.1%)																								
運輸業、郵便業	27 (1.7%)					284 (18.3%)																								
卸売業、小売業	219 (14.1%)					284 (18.3%)																								
金融業、保険業	44 (2.8%)					30坪未満																								
不動産業、物品販賣業	80 (5.1%)					30坪以上50坪未満																								
学術研究、専門・技術サービス業	132 (8.5%)					198 (12.7%)																								
宿泊業、飲食サービス業	12 (0.8%)					253 (16.3%)																								
生活関連サービス業、娯楽業	13 (0.8%)					222 (14.3%)																								
教育、学習支援業	28 (1.8%)					268 (17.2%)																								
医療、福祉	27 (1.7%)					303 (19.5%)																								
複合サービス事業	17 (1.1%)					23 (1.5%)																								
サービス業（他に分類されないもの）	299 (19.2%)					486 (31.3%)																								
公務（他に分類されるものを除く）	6 (0.4%)					813 (52.3%)																								
分類不能の産業	41 (2.6%)					179 (11.5%)																								
従業員数						45 (2.9%)																								
100人未満						9 (0.6%)																								
100人以上1,000人未満						234 (15.0%)																								
1,000人以上						1,285 (82.6%)																								
不明						36 (2.3%)																								

## 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（27.7%）は「減った」（12.2%）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）」（12.9%）が「縮小（した+する可能性）」（6.2%）を上回った。DIは6.7とプラス圏を維持している。
- 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（18.0%）が「縮小したい」（5.5%）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22.3%で、残りの77.5%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、出社多めのハイブリッドワーク（出社率60~99%）が47.0%と約半数を占めている。
- 1年前と比べた出社率の変化では「変わらない」が77.2%と最も多く、今後の出社率の意向についても「変えない」（64.6%）が大半を占めた。
- オフィスが狭いと感じている割合は32.4%で、広いと感じている割合（13.3%）を上回った。

## 3. 働き方とワークプレイス (P.25~)

- 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」（16.9%）や「会議室（個室）」（15.6%）などのニーズが高く、出社多めのハイブリッドワークに適応したABWのためのオフィスレイアウトの整備が進んでいくと考えられる。
- 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」（57.7%）で、他の項目を大きく上回った。また、会議室不足を課題に感じているグループでは「1人用（リモート会議用ブース・個室）」（47.5%）と「2~4人用」（46.9%）の不足が顕著であった。
- 在宅勤務制度の導入率は45.1%、サテライトオフィスの導入率は29.7%となり、どちらも1年前の2024秋調査から大きな変化はみられなかった。
- 社内コミュニケーション（リアル／オンライン問わず）を活性化できていると思うかを聞いた結果、約6割が「（やや）そう思う」と回答した一方、33.4%は「（あまり）そう思わない」と回答した。具体的な課題では「オンラインではコミュニケーションが不足しがち」（65.1%）が最も高かった。
- 人的資本経営に「すでに取り組んでいる」と回答した企業は28.2%で、「これから取り組む予定である」も合わせると54.3%であった。

# 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」(27.7%)が「減った」(12.2%)を上回る。ともに横ばいで推移

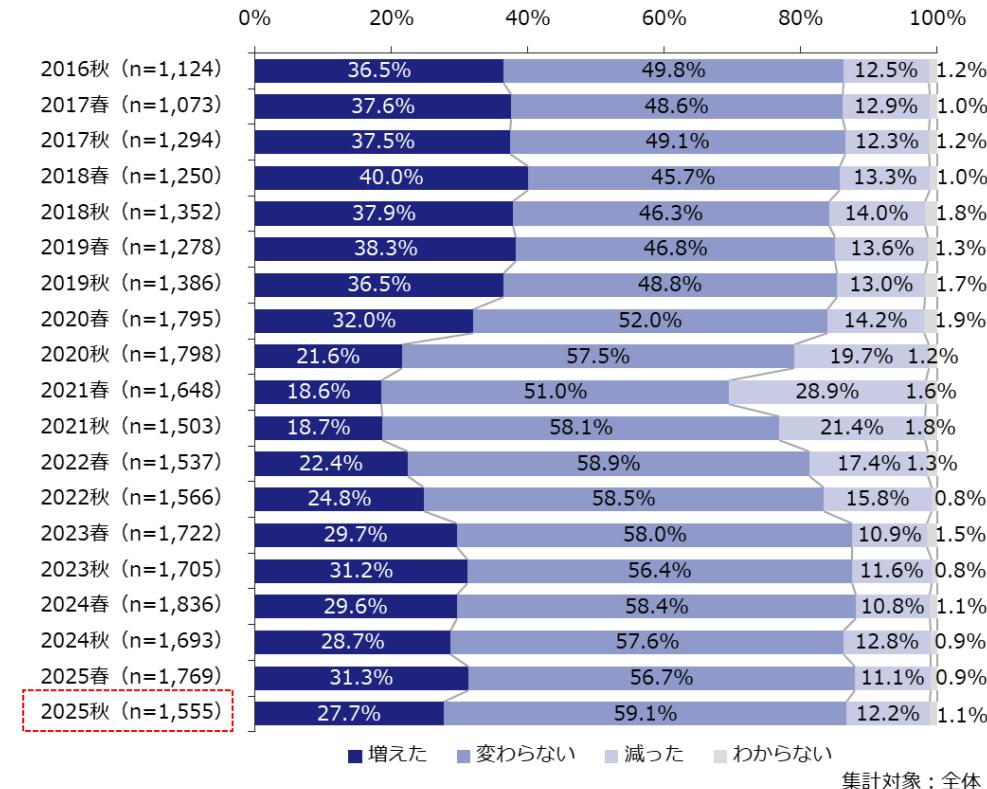
過去1年間におけるオフィスの在籍人数（\*）の変化を示したのが【図表1（赤枠）】である。

オフィスの在籍人数が「増えた」と回答した割合は27.7%で、「減った」(12.2%)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。

\* 在籍人数…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



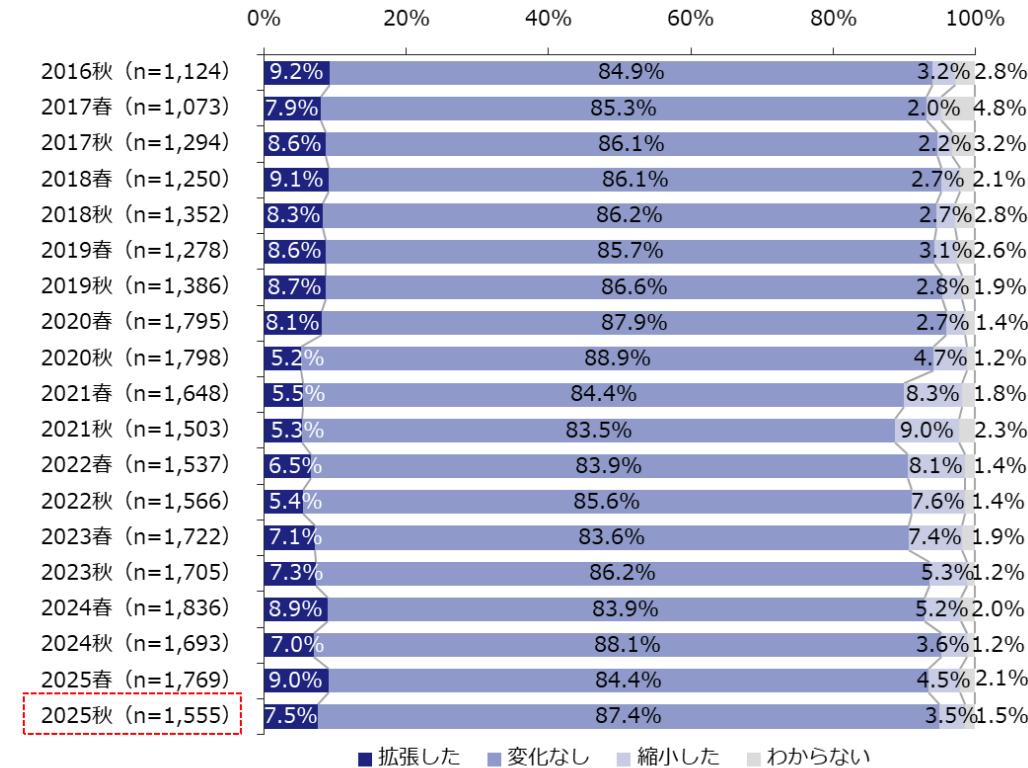
## 1.1. 過去1年間の変化

## 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7.5%、「縮小した」は3.5%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



集計対象：全体

## 1.1. 過去1年間の変化

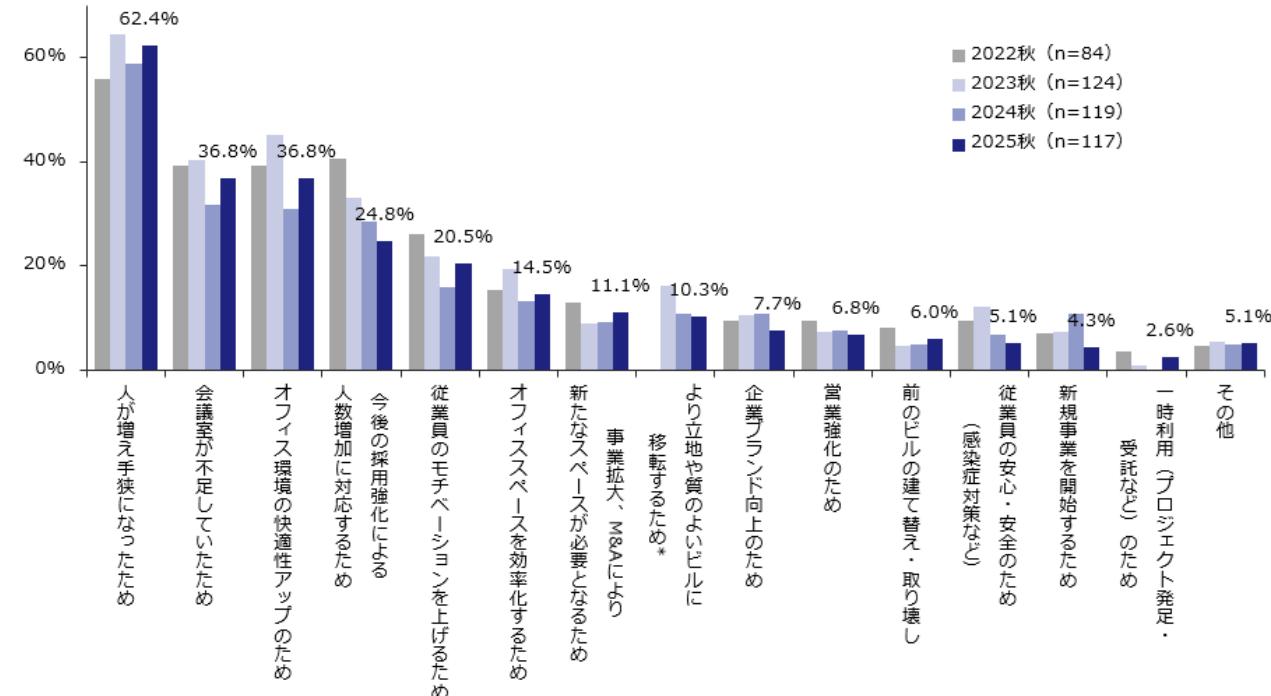
## 面積拡張の理由は「人が増え手狭になったため」や「会議室が不足していたため」が上位に

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」(62.4%)の回答割合が最も高かった【図表3】。

次に「会議室が不足していたため」(36.8%)と「オフィス環境の快適性アップのため」(36.8%)が続いた。

一方、「今後の採用強化による人数増加に対応するため」(24.8%)は2022秋調査から一貫して減少が続いている。

【図表3】面積拡張の理由



集計対象：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

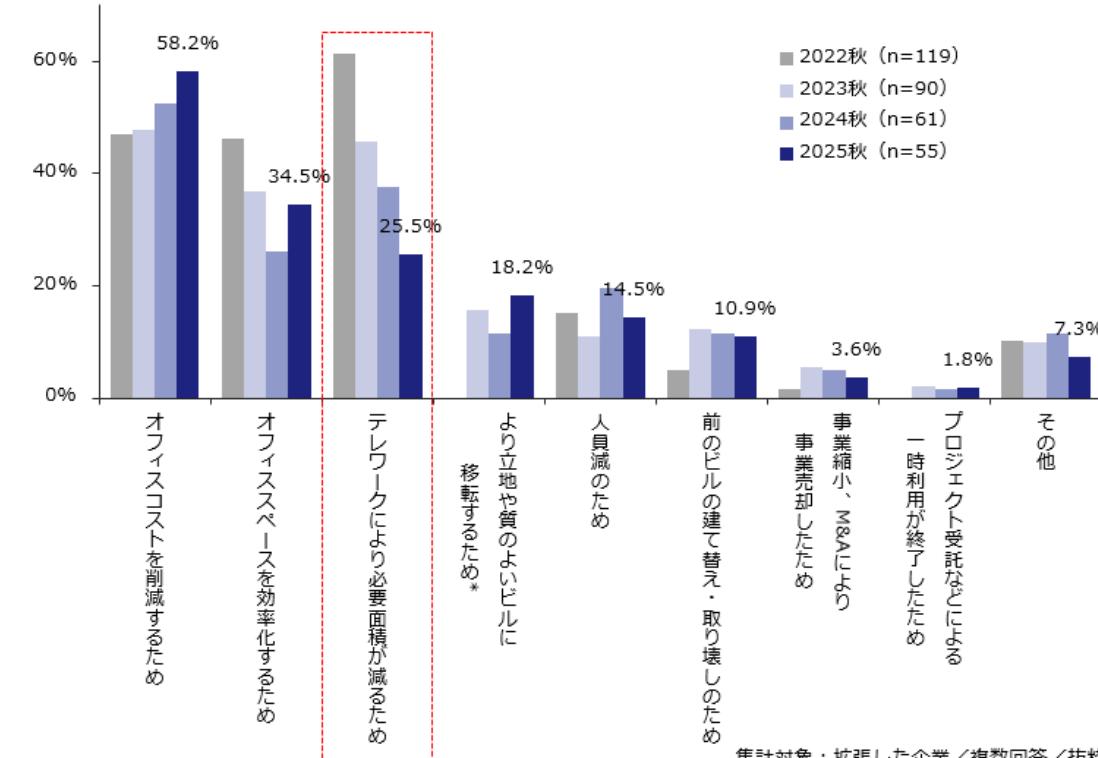
## 1.1. 過去1年間の変化

## 面積縮小の理由「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」(58.2%)が1位であった  
【図表4】。

3位の「テレワークにより必要面積が減るため」は2022秋調査以降減少傾向が続いている  
おり、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

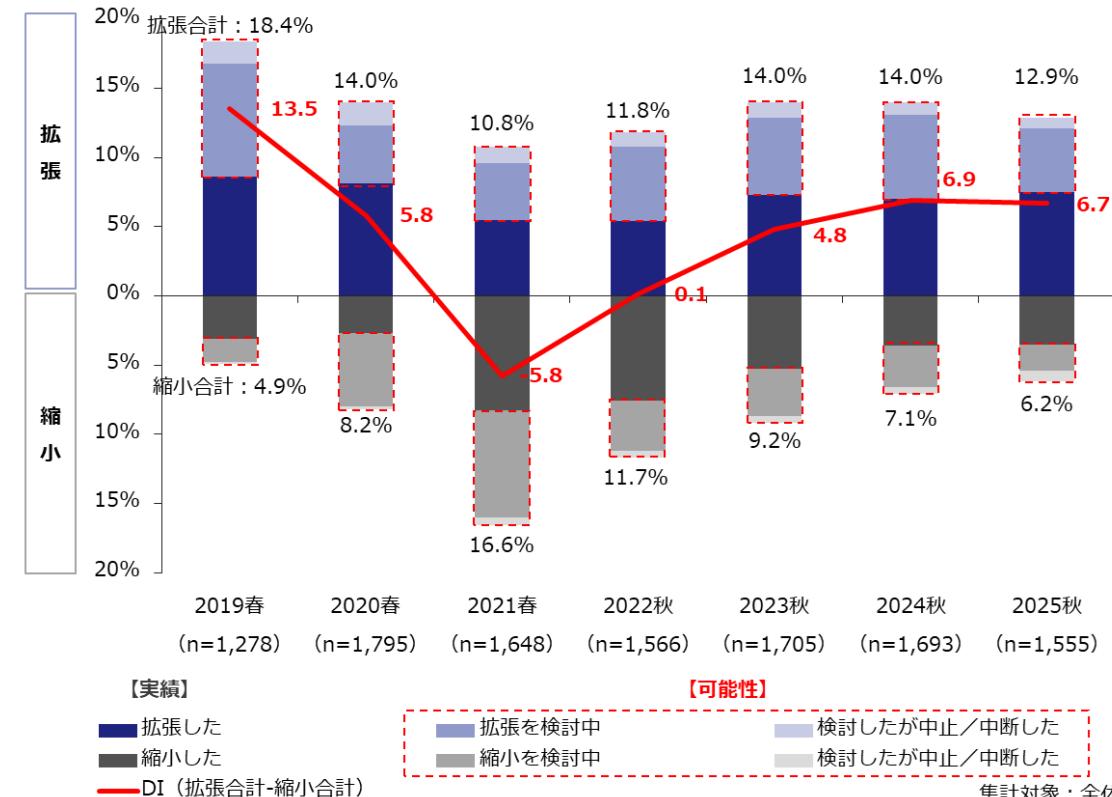
## オフィス面積変化の実績(可能性含む)：拡張が縮小を大幅に上回り、DIはプラス方向に伸長

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」の割合とみなすと、「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、2023秋調査から横ばいとなり、今回は12.9%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6.2%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6.7とプラス圏を維持している。コロナ禍発生後の縮小トレンドから転換し、拡張トレンドが継続しているといえる。

【図表5】過去1年間のオフィス面積変化の実績+可能性



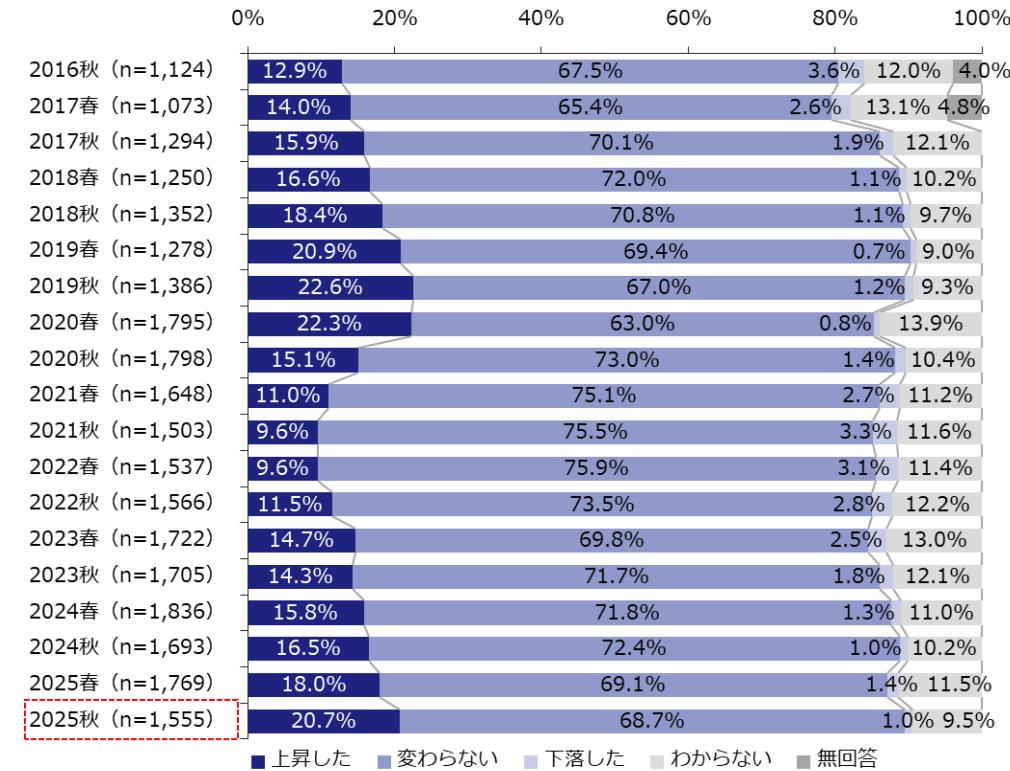
## 1.1. 過去1年間の変化

## 賃料単価が「上昇した」企業の割合は20.7%、経年で増加傾向が続く

賃料単価の変化をみると「上昇した」と回答した割合は20.7%で、「下落した」の1.0%を上回り、賃料上昇トレンドにあるといえる【図表6（赤枠）】。

経年でみると、「上昇した」の割合は2021秋調査を底に増加傾向が続いている。

【図表6】賃料単価の変化



集計対象：全体

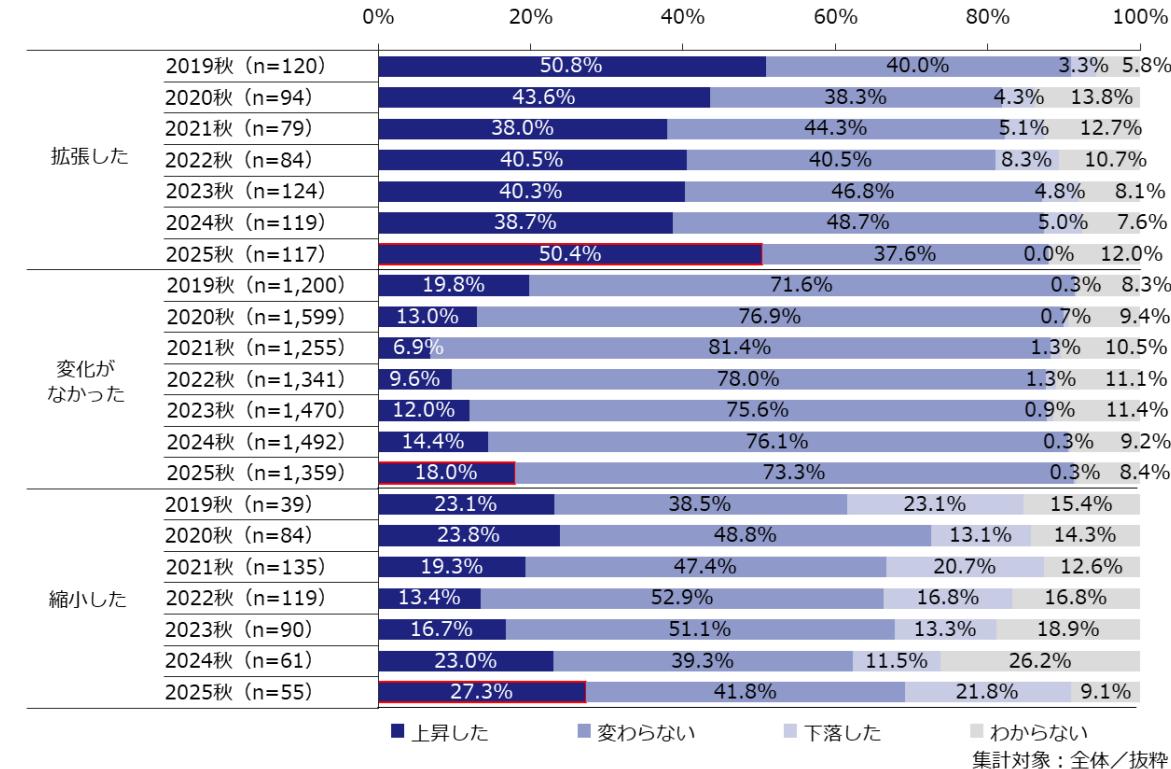
## 1.1. 過去1年間の変化

## 面積に変化がなかった企業でも、賃料単価は「上昇した」割合が18.0%

賃料単価の変化をオフィス面積の変化別にみたところ、賃料単価が「上昇した」と回答した割合は、面積を「拡張した」企業で50.4%、「縮小した」企業で27.3%と、いずれも「下落した」の割合を上回った【図表7】。

また、面積に「変化がなかった」企業でも、賃料単価が「上昇した」と回答した割合は18.0%に上った。市場の賃料水準上昇を受け、移転などをしていなくても契約更新により賃料が上がったケースが一定数あったと考えられる。

【図表7】&lt;オフィス面積の変化別&gt;賃料単価の変化



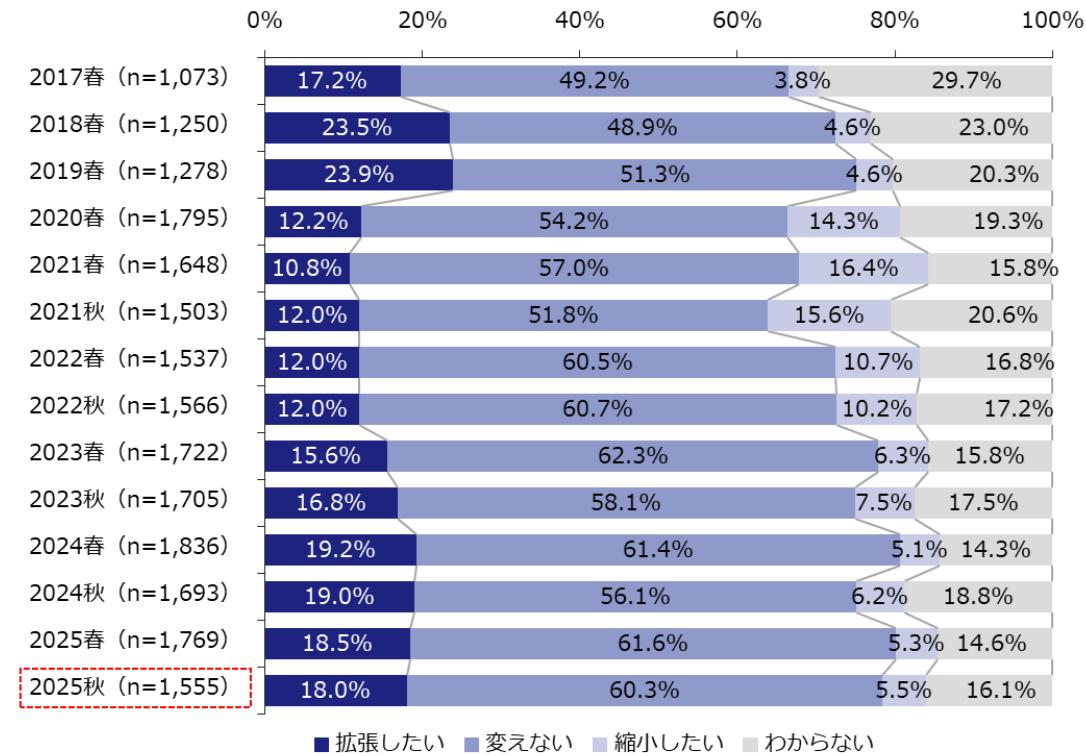
## 1.2. 今後の意向

## 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18.0%で、「縮小したい」（5.5%）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、横ばいで推移している。

【図表8】今後のオフィス面積の変化



集計対象：全体

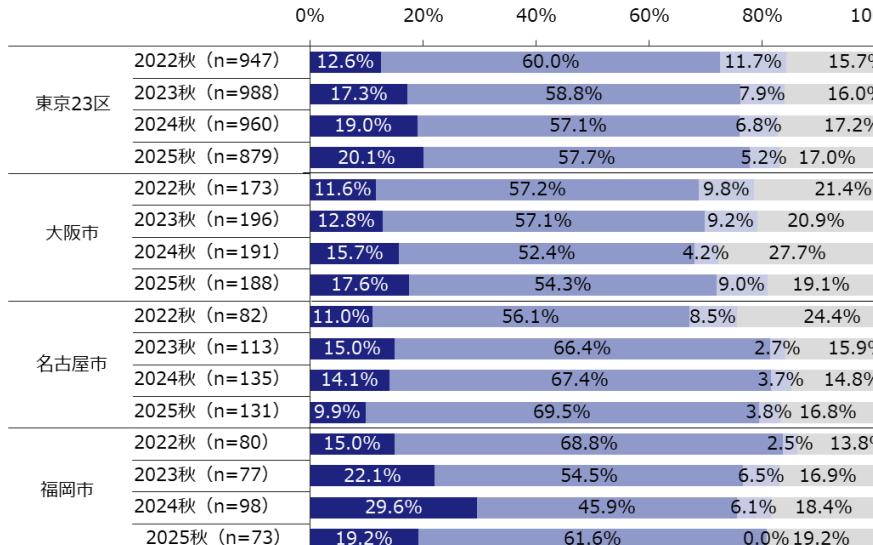
## 1.2. 今後の意向

## 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

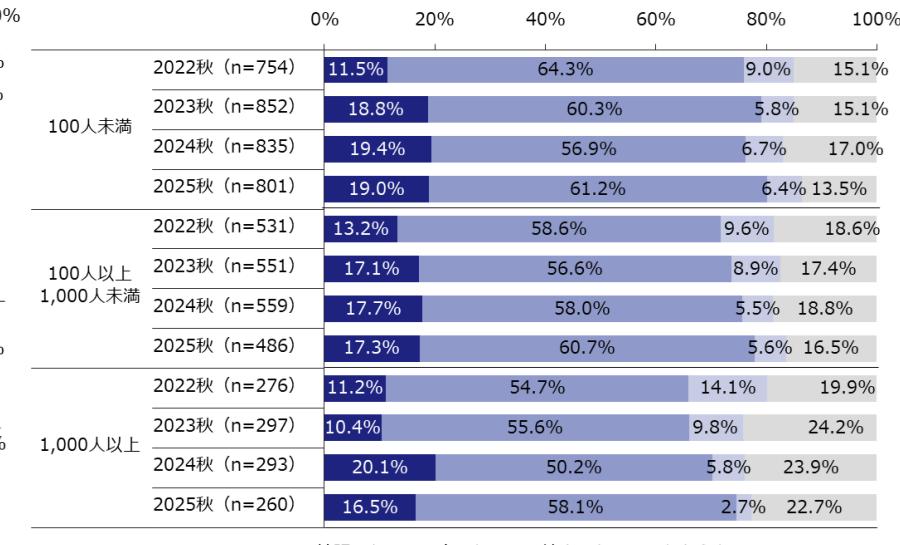
今後のオフィス面積の変化の意向を属性別に比較する。オフィス所在地別では、すべてのグループで「拡張したい」の割合が「縮小したい」を大きく上回った。ただし、過去調査と比較すると、名古屋市と福岡市の「拡張したい」は減少した【図表9】。

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】。ただし、「1,000人以上」の大企業では2024秋調査と比べて「拡張したい」(16.5%)の割合が3.6ポイントと、他のグループに比べて大きく減少している。

【図表9】<オフィス所在地別> 今後のオフィス面積の変化



【図表10】<従業員数別> 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

■ 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

集計対象：全体／抜粋

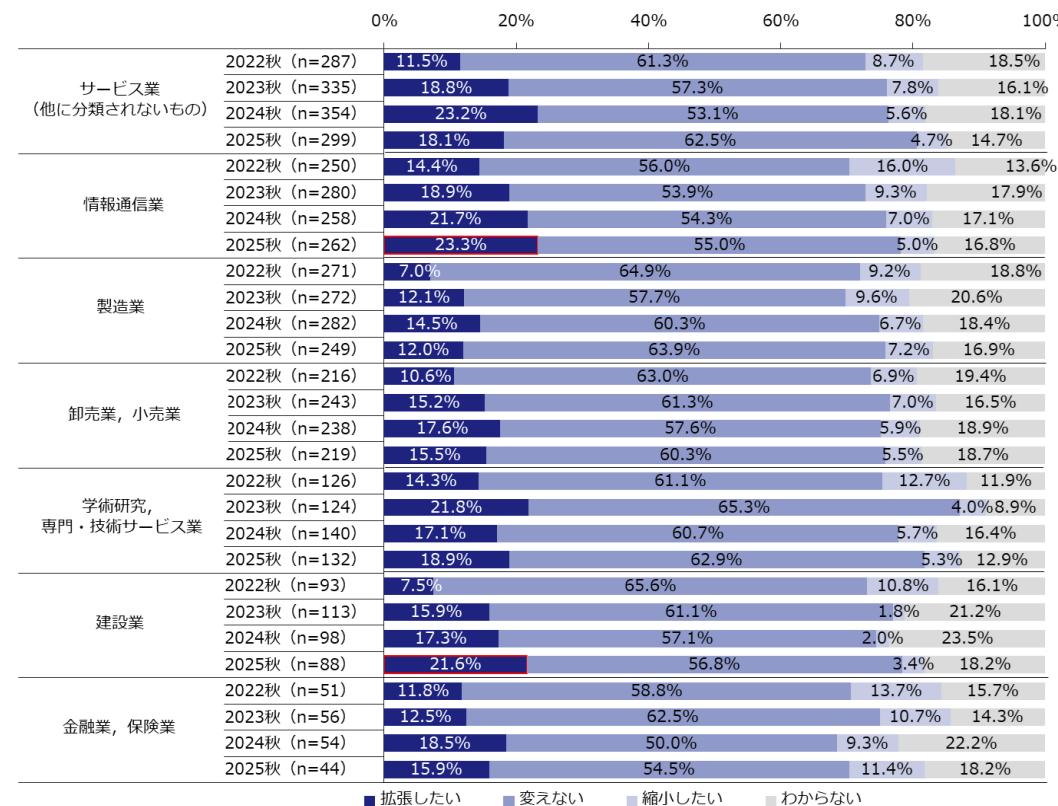
## 1.2. 今後の意向

## 情報通信業や建設業で「拡張したい」が2割超、経年でも増加傾向

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】。

なかでも情報通信業や建設業は、「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



■ 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

## 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

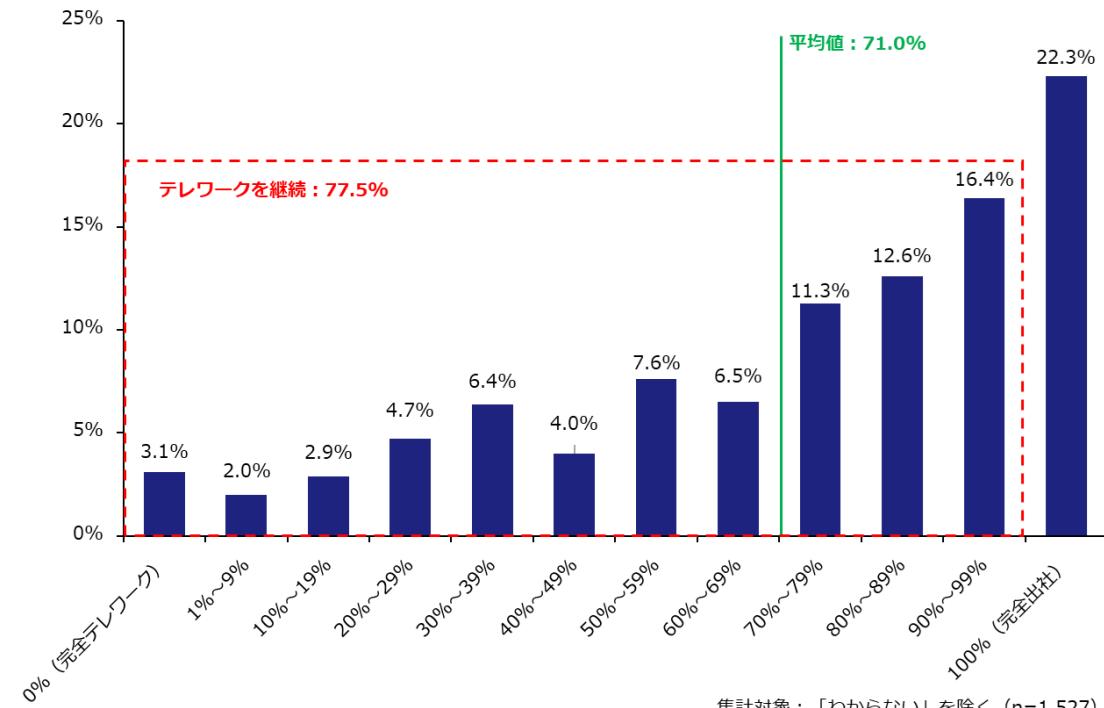
全社員がオフィスに出社した場合の出社率を100%とし、「現在の平均的な出社率」を聞いた【図表12】。

調査時点では22.3%の企業が「100%（完全出社）」と回答し、残りの77.5%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71.0%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



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。

## 2.1. 出社率

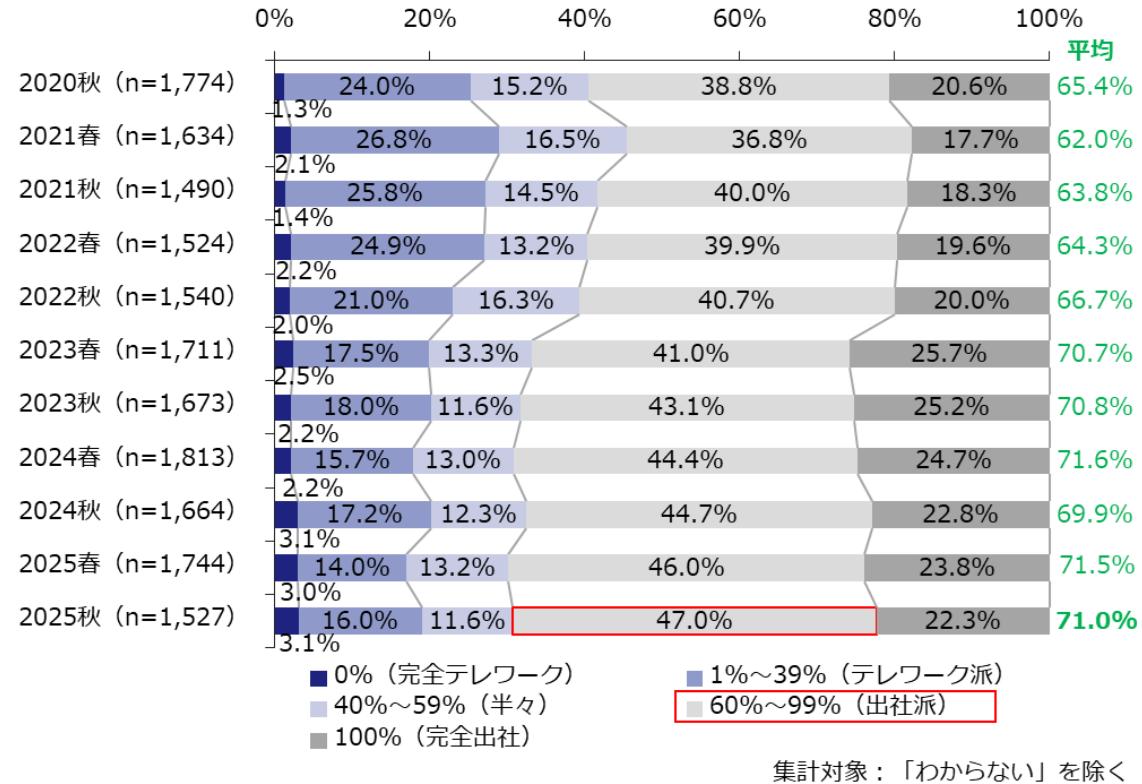
# 約半数の企業が、出社多めのハイブリッドワーク(出社率60~99%)を採用

【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春調査をピークに「100%（完全出社）」は緩やかに減少し、今回調査では22.3%となった。一方で「60～99%（出社派）」は増加しており、47.0%と約半数が出社多めのハイブリッドワークを採用している。平均出社率は71.0%で、概ね横ばいで推移している。

\* 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）



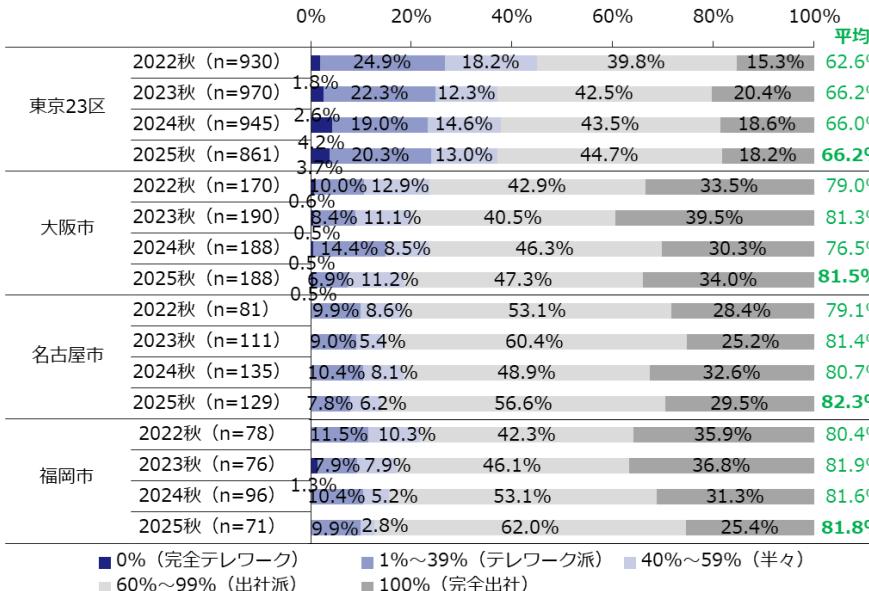
## 2.1. 出社率

## 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

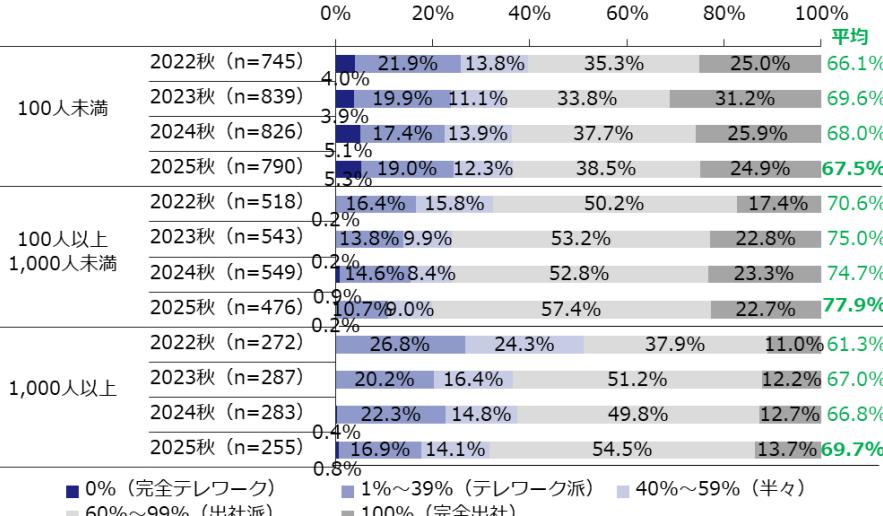
出社率をオフィス所在地別でみると、東京23区は「100%（完全出社）」の割合が2割未満、平均出社率は66.2%と、ほかの地域に比べてテレワークが定着している傾向がみられた【図表14】。また、福岡市は平均出社率は81.8%と高いものの、「100%（完全出社）」の割合に減少傾向がみられる。

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】<オフィス所在地別>出社率の実態



【図表15】<従業員数別>出社率の実態



集計対象：「わからない」を除く／抜粋

集計対象：「わからない」を除く／抜粋

## 2.1. 出社率

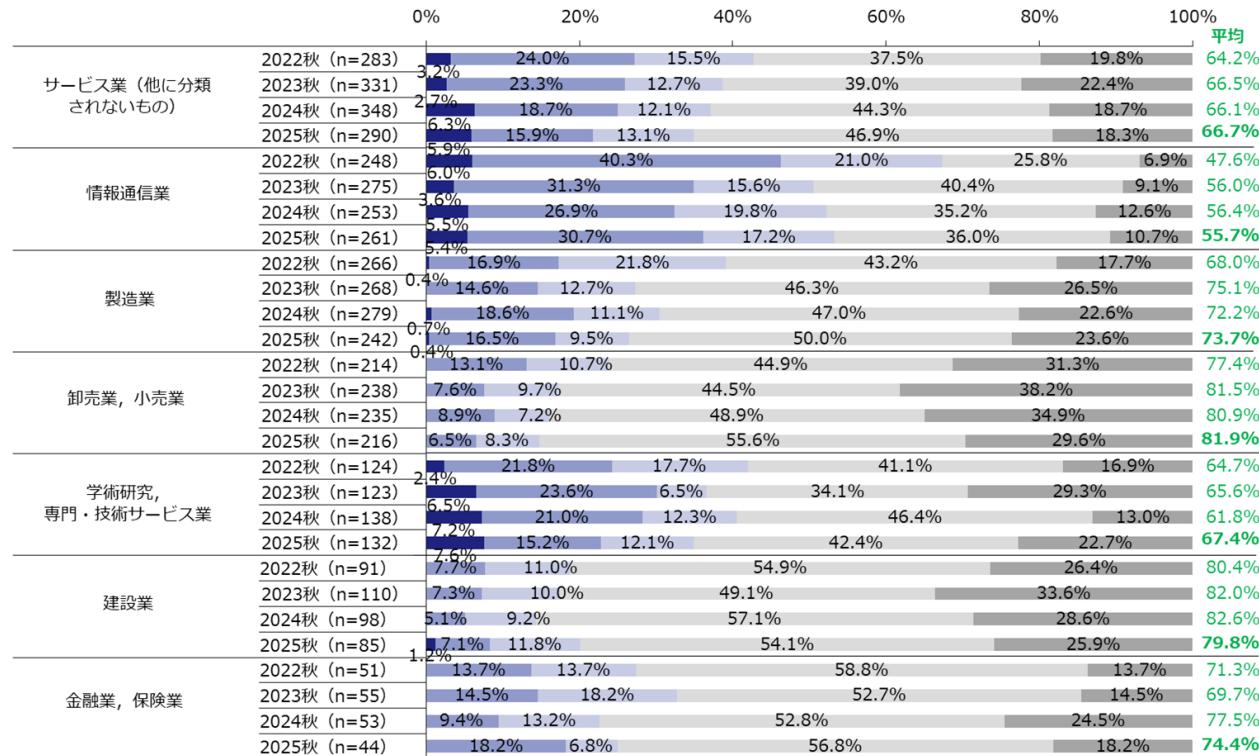
# 出社率の高い「卸売業, 小売業」や「建設業」でも、「100%（完全出社）」は減少傾向

出社率を業種別でみたものが【図表16】である。

平均出社率が最も高くなったのは「卸売業, 小売業」(81.9%)、最も低くなったのは「情報通信業」(55.7%)と、業種によって差があることがわかる。

しかしながら、平均出社率が比較的高い「卸売業, 小売業」と「建設業」においても、経年でみると「100%（完全出社）」が減少傾向にあり、業種を問わずハイブリッドワークが広がっているといえるだろう。

【図表16】<業種別>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

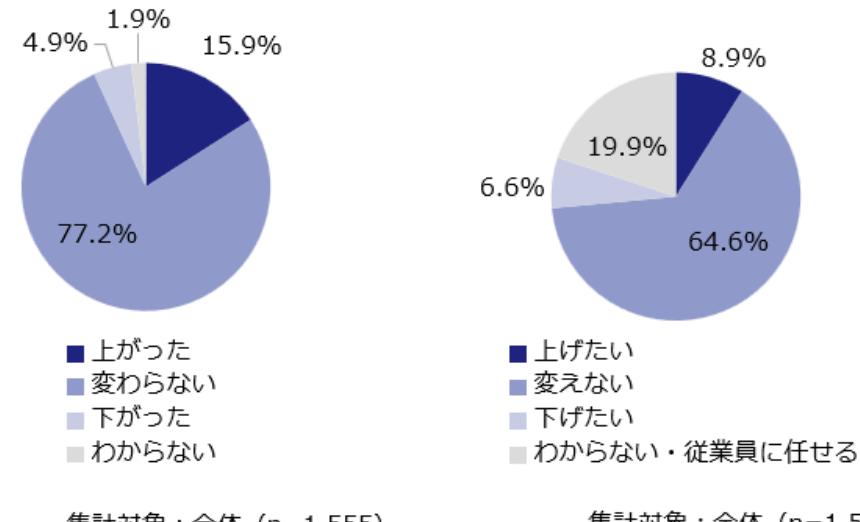
## 2.1. 出社率

## 今後の出社率は「変えない」(64.6%)が大半を占める

1年前と比べた出社率の変化では、「変わらない」が77.2%と最も多く、2番目に多い「上がった」(15.9%)を大きく上回った【図表17（左）】。2023年5月の新型コロナウイルス感染症の5類移行から2年以上が経過し、足元では出社率が安定している様子がうかがえる。

今後の出社率の意向についても、「変えない」(64.6%)が大半を占めており（【図表17（右）】）、当面は現状維持の姿勢が主流といえそうだ。

【図表17】1年前と比べた出社率の変化（左）と、今後の出社率の意向（右）



## 2.1. 出社率

## コロナ禍に出社率を低く抑えていた大企業は、直近1年で出社回帰へ

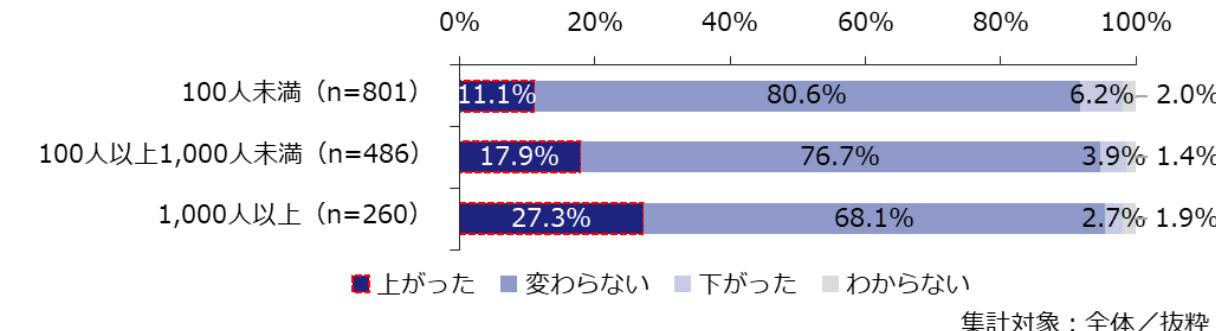
1年前と比べた出社率の変化と今後の出社率の意向（【図表17】）を、従業員数別に比較したところ、企業規模による特徴がみられた。

まず、1年前と比べた出社率の変化については、規模の大きい企業ほど「上がった」の割合が高い傾向がみられ、従業員がテレワークからオフィスに回帰している様子がうかがえた【図表18】。

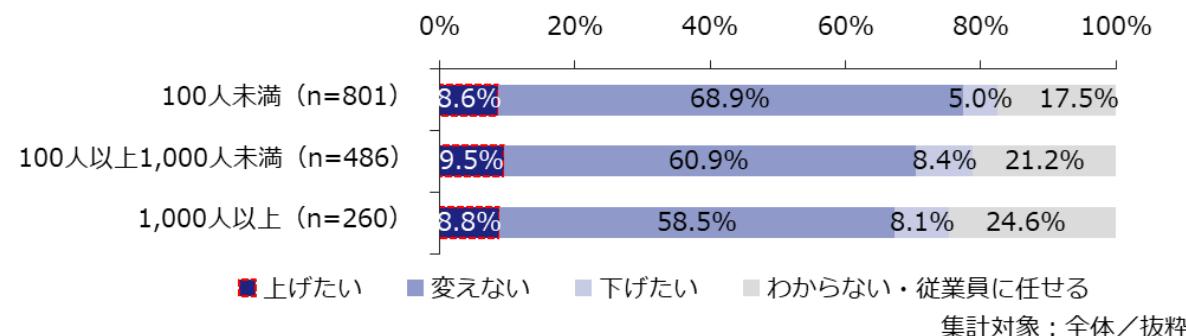
一方で、今後の出社率の意向について「上げたい」と回答した割合には差がみられず、代わりに「わからない・従業員に任せる」の割合が大企業ほど高い傾向がみられた【図表19】。

これらのことから、大企業では特に出社率を上げようとはせず従業員の自主性に任せる運用を行っているが、コロナ禍で出社率を低く抑えていた（【図表15】）こともあり、直近1年間の変化が大きかったと考えられる。

【図表18】<従業員数別> 1年前と比べた出社率の変化



【図表19】<従業員数別> 今後の出社率の意向



## 2.1. 出社率

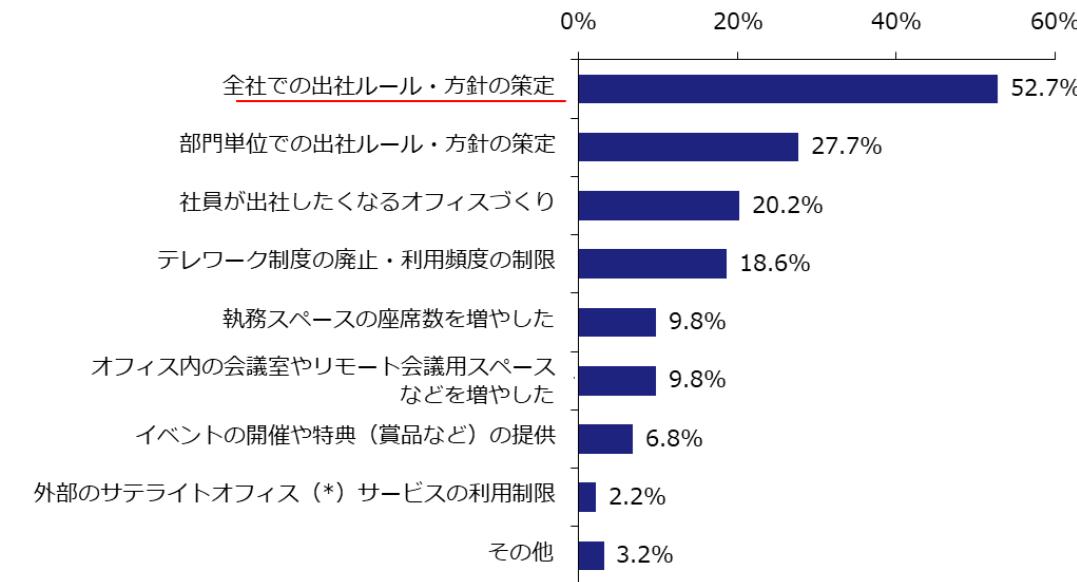
## 出社率を上げるためにの施策は「全社での出社ルール・方針の策定」が1位

出社率を上げるために何かしらの施策を講じている企業に対し、その内容を聞いた結果が【図表20】である。

1位は「全社での出社ルール・方針の策定」(52.7%)で、他の項目を大きく上回った。「テレワーク制度の廃止・利用頻度の制限」は18.6%に留まり、それよりもルール策定や「社員が出社したくなるオフィスづくり」などの取り組みが優先的に行われている状況がうかがえた。

なお、従業員数別の特徴を確認したところ、「社員が出社したくなるオフィスづくり」や「オフィス内の会議室やリモート会議用スペースなどを増やした」といったオフィス環境整備に関する施策は、大企業ほど取り組んでいる割合が高いことがわかった。前ページにて、大企業ほど過去1年間の出社率が上がっていることに言及したが（【図表18】）、こうした「来たくなるオフィス」づくりの取り組みも、出社率向上に寄与している可能性がある。

【図表20】出社率を上げるために講じた施策



集計対象：「特に何もしていない・出社率を上げようとしていない」を除外 (n=499) / 複数回答

\*サテライトオフィス…メインオフィスや自宅とは別に、テレワークのために設けるワークプレイスの総称。

## 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32.4%

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

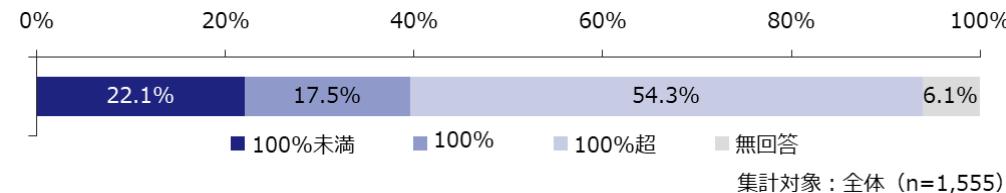
「100%未満」「100%」「100%超」の3グループに分けた【図表21】。

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（54.3%）、  
「100%未満」は22.1%となった。

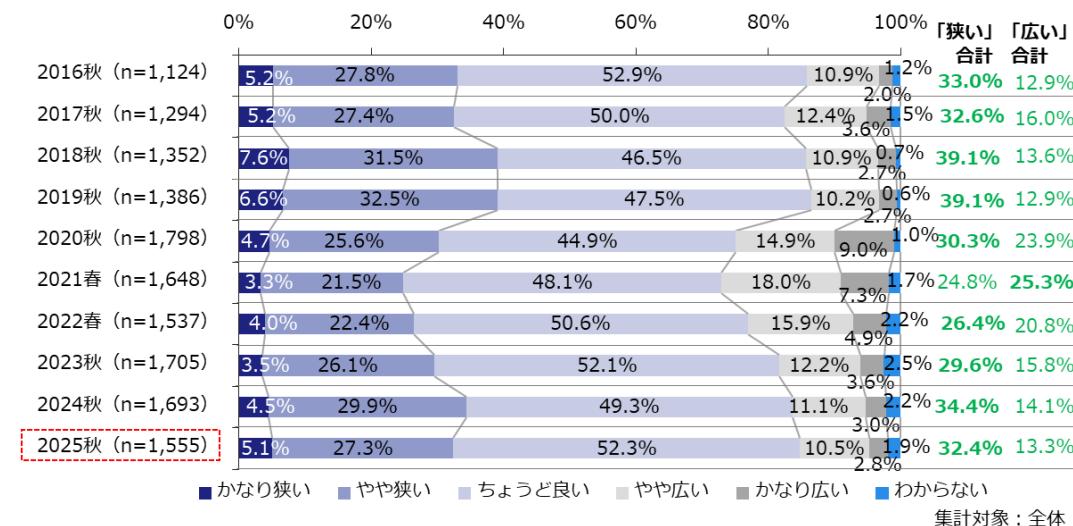
また、入居中のオフィスの面積についてどのように感じているかを聞いた結果では、「かなり狭い」と「やや狭い」の合計が32.4%、「かなり広い」と「やや広い」の合計が13.3%となった【図表22（赤枠）】。

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、今回はいずれも減少した。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21】オフィス在籍人数に対する座席数の割合



【図表22】手狭感



## 2.2. 座席数の割合、手狭感、景況感

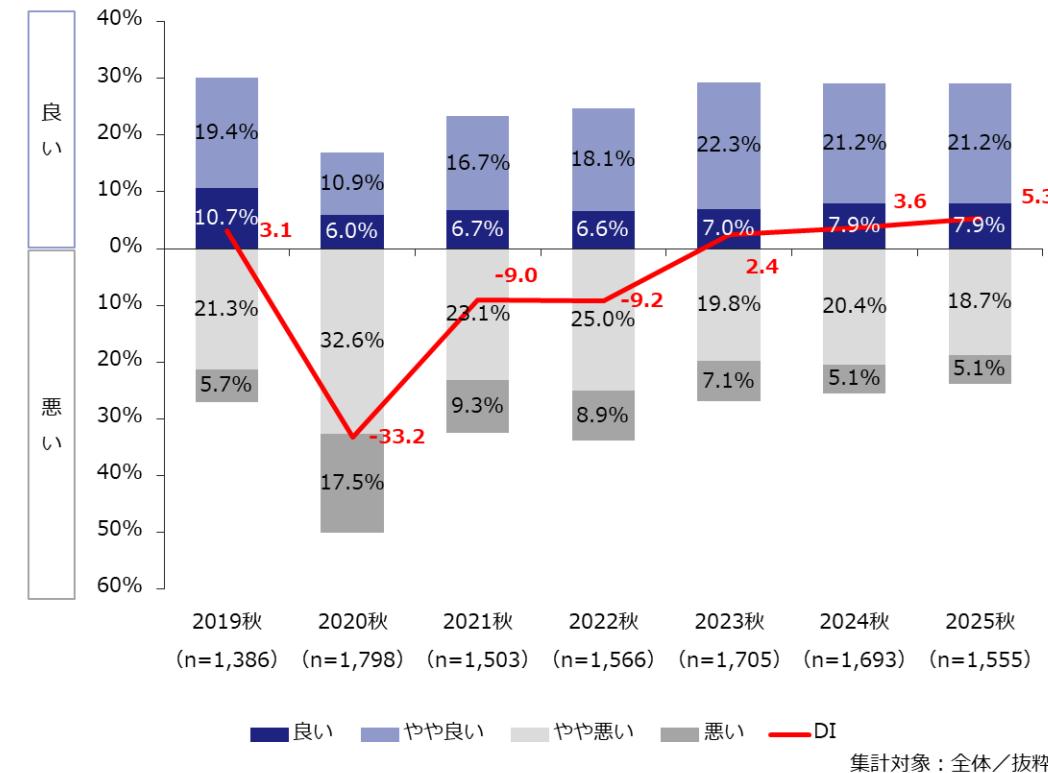
## 景況感DIはプラスで推移するも横ばい

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23】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23.8%となった。

DIは5.3と、2024秋調査に続きプラスで推移するも横ばいとなつた。

【図表23】景況感



### 3. 働き方とワークプレイス

---

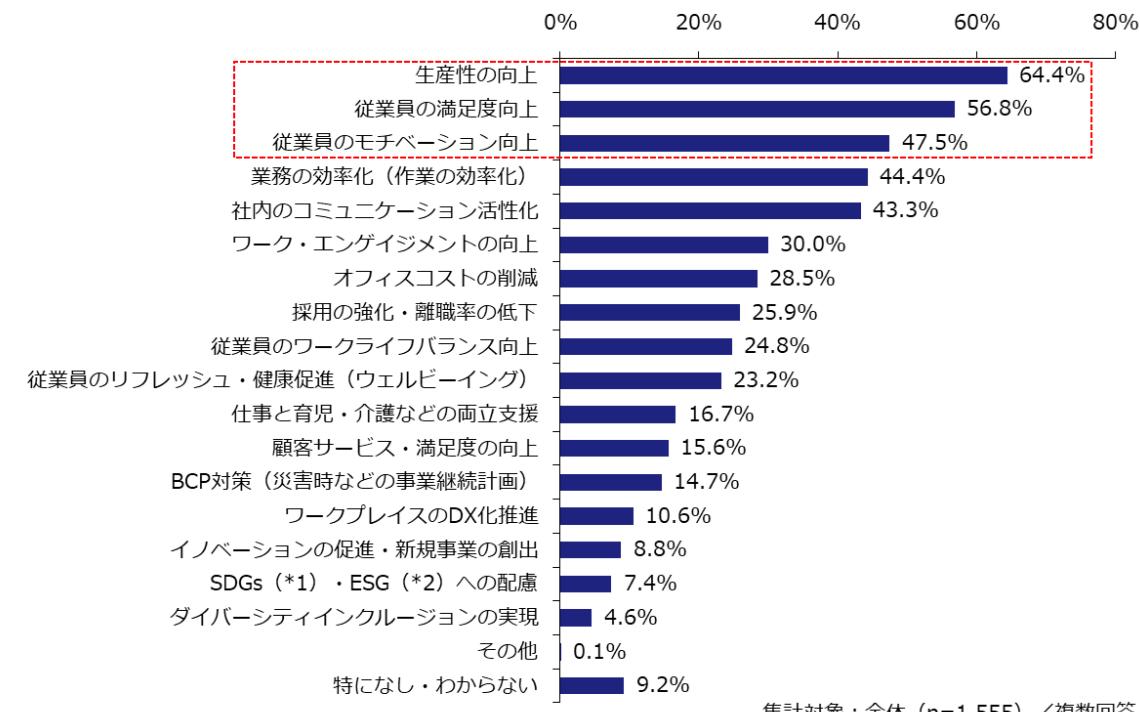
1. メインオフィスの使われ方と課題
2. 働き方とテレワーク
3. 人的資本経営と評価

## オフィス施策を実施する上で重視することは「生産性の向上」や「従業員の満足度向上」

オフィス施策を実施するうえで重視することを聞いた結果、「生産性の向上」（64.4%）や「従業員の満足度向上」（56.8%）、「従業員のモチベーション向上」（47.5%）が上位となつた【図表24】。

これらは、従業員の体験やパフォーマンスに直結する要素であり、近年の人的資本経営の文脈においても重要性が高まっている。コロナ禍を経て、オフィスに求められる役割が多様化した状況は、引き続き定着しているといえる。

【図表24】オフィス施策を実施する上で重視すること



\*1 SDGs…Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略称

\*2 ESG…Environment（環境）、Social（社会）、Governance（企業統治）といった非財務情報による企業価値の評価指標

# 出社率を上げたい企業は「生産性」や「コミュニケーション」、下げたい企業は「満足度」などを重視

オフィス施策を実施するうえで重視すること（【図表24】）を、今後の出社率の意向（【図表17】）別に比較した結果が【図表25】である。

今後の出社率を「上げたい」と回答した企業では、「生産性の向上」や「社内コミュニケーションの活性化」、「ワーク・エンゲイジメントの向上」を重視する割合が、総計と比べて高い傾向がみられた。

一方、出社率を「下げたい」と回答した企業では、「従業員の満足度向上」や「従業員のモチベーション向上」、「ワークライフバランスの向上」、「リフレッシュ・健康促進（ウェルビーイング）」を重視する割合が相対的に高かった。

このように、オフィス投資において何を重視するかという企業の価値観の違いが、出社方針の違いとして表れていると考えられる。

【図表25】<今後の出社率の意向別> オフィス施策を実施する上で重視すること

	今後の出社率の意向				
	上げたい (n=138)	変えない (n=1,004)	下げたい (n=103)	わからない・従業員に任せる (n=310)	総計 (n=1,555)
生産性の向上	73.2%	65.5%	64.1%	56.8%	64.4%
従業員の満足度向上	65.9%	55.8%	74.8%	50.0%	56.8%
従業員のモチベーション向上	54.3%	45.7%	64.1%	44.5%	47.5%
業務の効率化（作業の効率化）	49.3%	43.3%	50.5%	43.9%	44.4%
社内のコミュニケーション活性化	66.7%	40.7%	51.5%	38.7%	43.3%
ワーク・エンゲイジメントの向上	47.1%	26.3%	40.8%	30.6%	30.0%
オフィスコストの削減	31.9%	28.1%	38.8%	24.8%	28.5%
採用の強化・離職率の低下	34.8%	25.4%	34.0%	20.6%	25.9%
従業員のワークライフバランス向上	30.4%	21.1%	46.6%	27.1%	24.8%
従業員のリフレッシュ・健康促進（ウェルビーイング）	27.5%	21.3%	37.9%	22.3%	23.2%
仕事と育児・介護などの両立支援	18.8%	16.0%	21.4%	16.5%	16.7%
顧客サービス・満足度の向上	18.8%	16.1%	12.6%	13.2%	15.6%
BCP対策（災害時などの事業継続計画）	17.4%	13.6%	18.4%	15.8%	14.7%
ワークプレイスのDX化推進	15.2%	9.4%	16.5%	10.6%	10.6%
イノベーションの促進・新規事業の創出	17.4%	6.6%	14.6%	10.3%	8.8%
SDGs（*1）・ESG（*2）への配慮	3.6%	7.4%	9.7%	8.4%	7.4%
ダイバーシティインクルージョンの実現	5.8%	4.2%	4.9%	5.2%	4.6%
その他	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%
特になし・わからない	0.7%	8.8%	1.9%	16.8%	9.2%

集計対象：全体（n=1,555）／複数回答

\*1 SDGs…Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略称

\*2 ESG…Environment（環境）、Social（社会）、Governance（企業統治）といった非財務情報による企業価値の評価指標

### 3.1. メインオフィスの使われ方と課題

## 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（\*1）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26】。

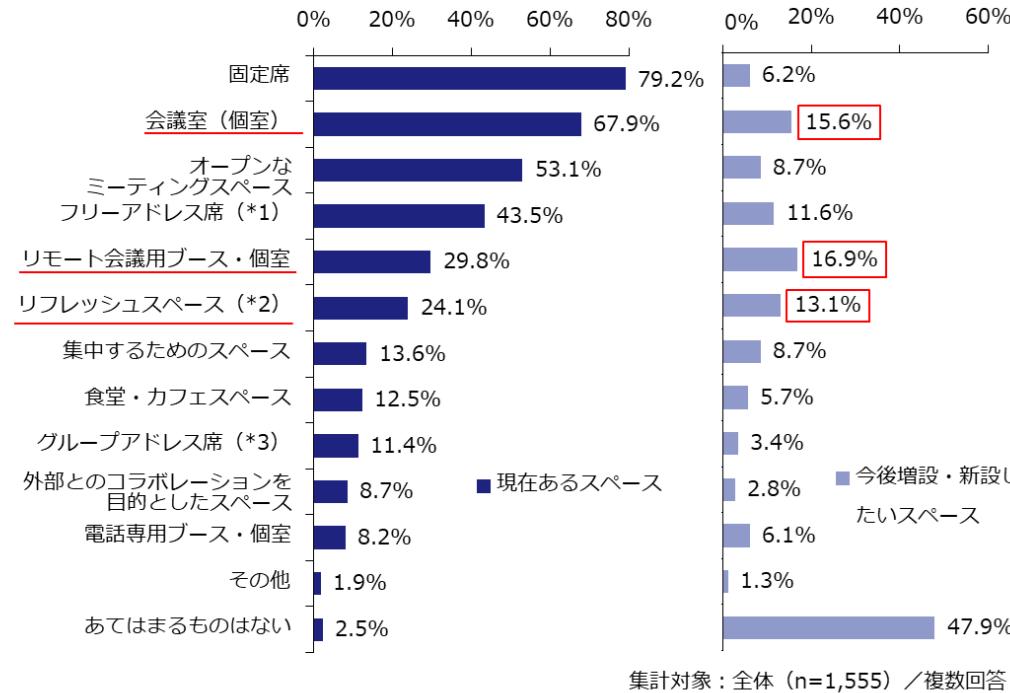
現在あるもの（図表左）では「固定席」（79.2%）や「会議室（個室）」（67.9%）、「オープンなミーティングスペース」（53.1%）が上位となった。

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」（47.9%）の回答割合が高く、現状で十分だと感じている企業が多くた。回答割合が比較的高かった項目は「リモート会議用ブース・個室」（16.9%）や「会議室（個室）」（15.6%）、「リフレッシュスペース」（13.1%）などであった。【図表13】で確認したとおり、出社多めのハイブリッドワークが定着しつつあるなか、そうした働き方に対応するABW（\*2）のためのオフィスレイアウトの整備が進んでいくと考えられる。

\*1 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。

\*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。

【図表26】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

### 3.1. メインオフィスの使われ方と課題

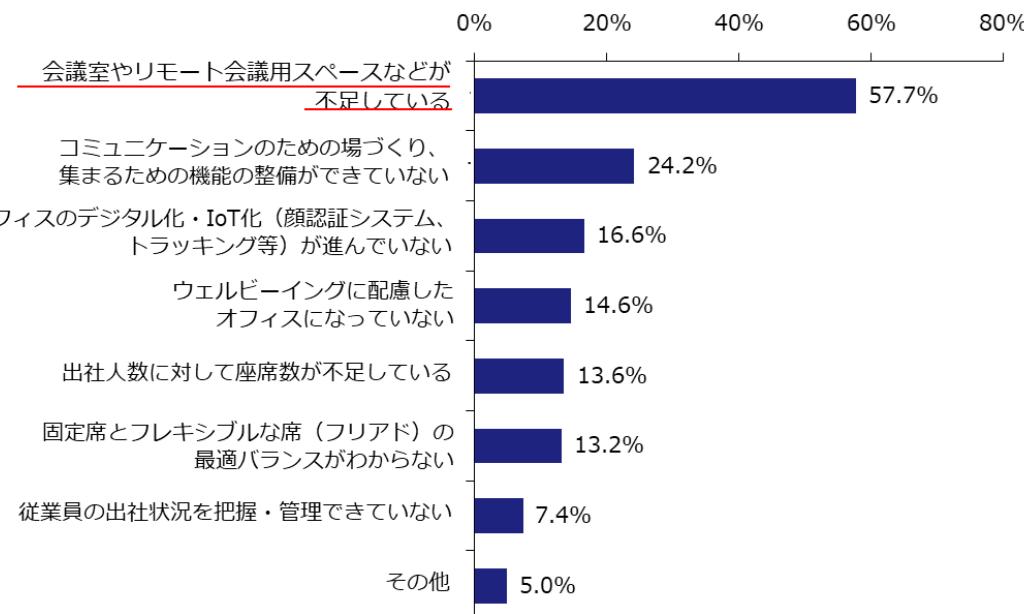
## メインオフィスの課題、トップは「会議室やリモート会議用スペースの不足」

メインオフィスに関して課題を感じている企業に対し、具体的な内容を聞いた結果、「会議室やリモート会議用スペースなどが不足している」が57.7%と最も高く、他の項目を大きく上回った【図表27】。

会議室やリモート会議用スペースは日常業務に不可欠な機能であり、その不足が多く企業にとって喫緊の課題として認識されていることがうかがえる。

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るていない」(24.2%)、「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」(16.6%)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27】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=895) / 複数回答

## 3.1. メインオフィスの使われ方と課題

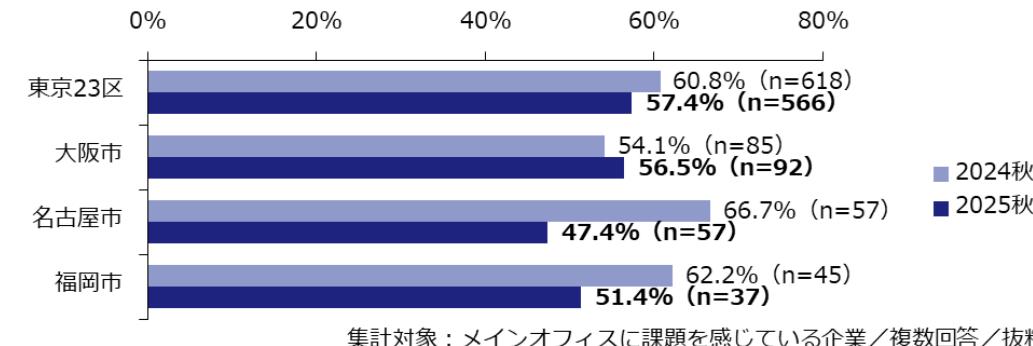
## 東京23区と大阪市で「会議室やリモート会議用スペースの不足」が比較的高い

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28】）、従業員数別（【図表29】）に確認し、2024秋調査と比較した。

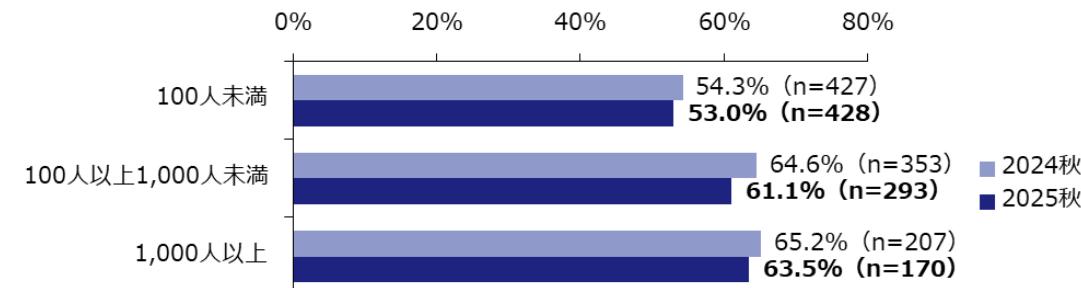
オフィス所在地別では、東京23区と大阪市で不足している割合が比較的高い。また、名古屋市と福岡市では、1年前の2024秋調査と比べると不足感が緩和されている状況がうかがえた。

従業員数別では、大企業ほど不足している割合が高く、従業員数「1,000人以上」では63.5%に上った。

【図表28】&lt;オフィス所在地別&gt;会議室やリモート会議用スペースの不足



【図表29】&lt;従業員数別&gt;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

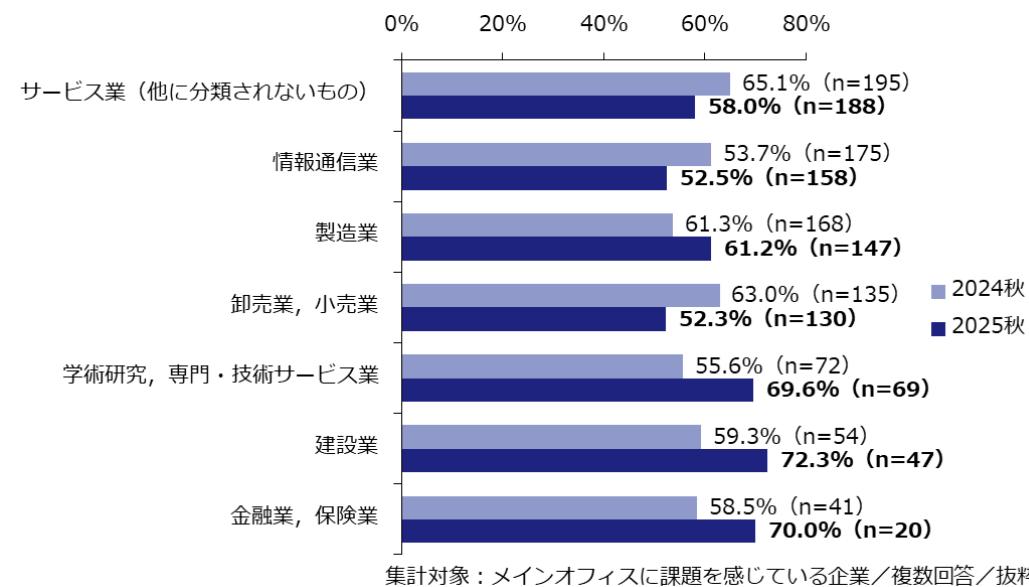
## 1年前より「会議室やリモート会議用スペースの不足」が解消されつつある業種も

同様に、業種別にみた結果が【図表30】である。

今回調査では「学術研究、専門・技術サービス業」(69.6%) や「建設業」(72.3%)、「金融業、保険業」(70.0%) で7割前後の企業が会議室不足を課題に感じており、いずれも2024秋調査より伸長した。

一方で「情報通信業」(52.5%) や「卸売業、小売業」(52.3%) では5割程度に留まり、2024秋調査よりも不足感が解消されつつある状況がみられた。

**【図表30】<業種別>会議室やリモート会議用スペースの不足**



### 3.1. メインオフィスの使われ方と課題

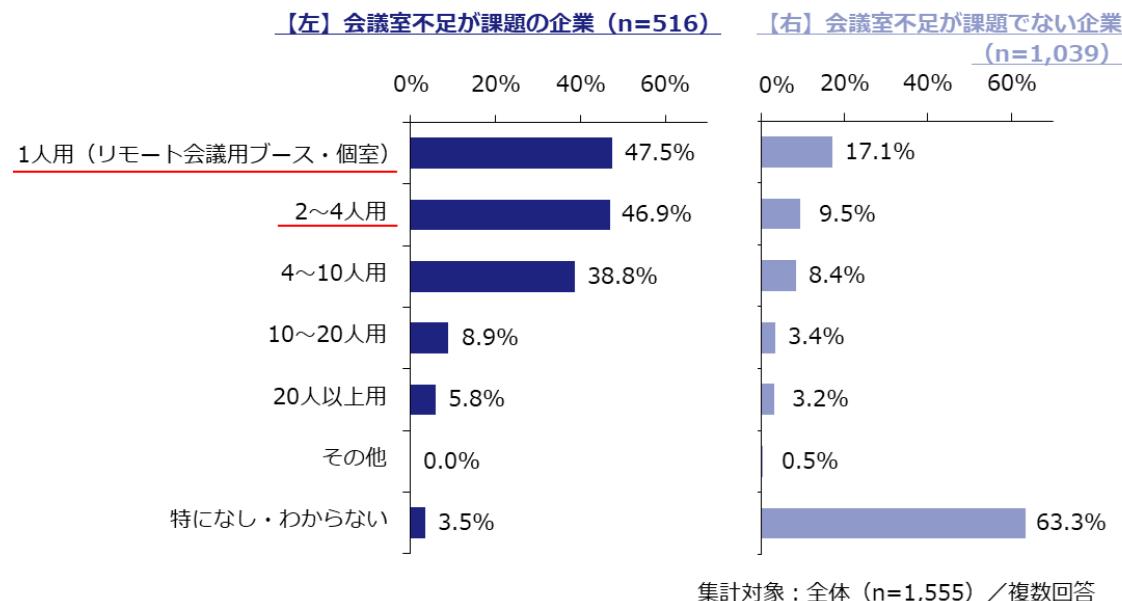
## 会議室不足を感じているグループでは「1人用(リモート会議用ブース・個室)」と「2~4人用」が不足

次に、現在不足している会議室のタイプについて、【図表27】の設問で「会議室やリモート会議用スペースが不足している」と回答した企業と、回答しなかった企業に分けて比較した【図表31】。

その結果、会議室不足を感じているグループでは「1人用(リモート会議用ブース・個室)」(47.5%)と「2~4人用」(46.9%)の不足が特に顕著であった。

一方、会議室不足を感じていないグループにおいても、「1人用(リモート会議用ブース・個室)」(17.1%)をはじめ、各タイプで一定割合の不足感がみられた。会議室不足が表立った課題として認識されていない企業においても、実態としては日常的に会議室が足りていない状況が存在する可能性がある。

【図表31】<会議室不足の課題感の有無別>不足している会議室のタイプ



会議室不足への対応は、外部リソースの活用や運用改善など多面的に取り組まれている

会議室不足への対策として、実施または検討している内容を自由回答で聞いた。【図表32】はその回答に対して形態素解析を行い、名詞・動詞・形容詞を抽出したうえで、ワードクラウドとして可視化したものである。最も出現頻度が高かったのは「外部」であり、そのほか「貸会議室」「契約」「レンタル」「シェアオフィス」などがみられることから、社外のフレキシブルな会議室サービスを活用して不足に対応する企業が多い状況がうかがえる。

さらに、542件の自由回答を読み解いた結果、会議室不足への対応策は主に次の4つに大別された。以下に代表的な回答例を示す。

**1. 外部サービスの利用**：「外部のシェアオフィスを数社契約している」「近隣の貸会議室の一時利用」「各社コワーキングスペースやレンタルスペースを駆使している」「別階にあるビル共用会議室を借りている」など

**2. レイアウト変更、スペースの用途転換**：「ボックス型リモートブースの設置」「個室ブースの増設を検討中」「レイアウト変更により音が漏れにくい環境を整備」「休憩室を社内会議に使う」「役員個室を部分的にシェア個室に変更し、空いているときは会議室として利用」など

**3. 移転・増床**：「外部会議室を利用しつつ、次回移転時に拡張予定」「同じビル内で小部屋を追加賃借」「やむを得ず増床した」など

**4. 運用面での工夫**：「リモート会議の推奨」「会議室予約システムの導入」「オープンスペースでの社内ミーティング推奨」「会議室利用状況の可視化・分析によるルール再設計と周知」「会議体ごとの優先順位設定」「空予約の禁止」など

これらの回答から、会議室不足への対応は、物理的なスペース確保にとどまらず、外部リソースの活用や運用改善を含む多面的な取り組みとして進められていることがわかる。

### 【図表32】会議室不足への対策として実施：検討していること（自由回答）



※出現回数が多い単語ほど大きく表示される

※「会議室」「利用」「こと」「もの」「ため」「当社」など、読み解きに無関係な単語は除外している。

### 3.1. メインオフィスの使われ方と課題

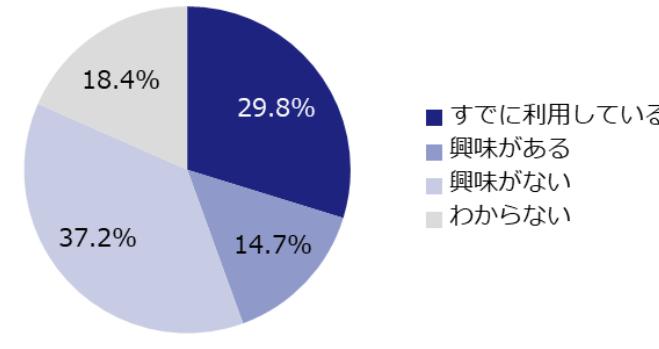
## シェア型会議室サービスを「すでに利用している」企業は約3割

現在、シェア型会議室サービス（\*）を利用しているかを聞いた結果、「すでに利用している」と回答した企業は29.8%、「興味がある」は14.7%であった【図表33】。

【図表32】で確認したとおり、多くの企業は会議室不足に対応するために外部サービスの活用を実施・検討している。コロナ禍収束後、特に都心部ではオフィス需給がひっ迫して賃料も上がっており、移転や増床のハードルが上がっていることを考えると、フレキシブルに利用できる会議室サービスの利用は今後広がっていく可能性がある。

\* シェア型会議室サービス…近隣ビルや入居ビル内にある小規模（4～8名程度）な会議室を、必要な時間だけ従量課金制などで利用できるサービス。自社オフィス内の会議室不足対策や、オフィス面積効率化の観点から企業の利用が増えている。

【図表33】シェア型会議室サービスの利用状況



集計対象：全体 (n=1,555)

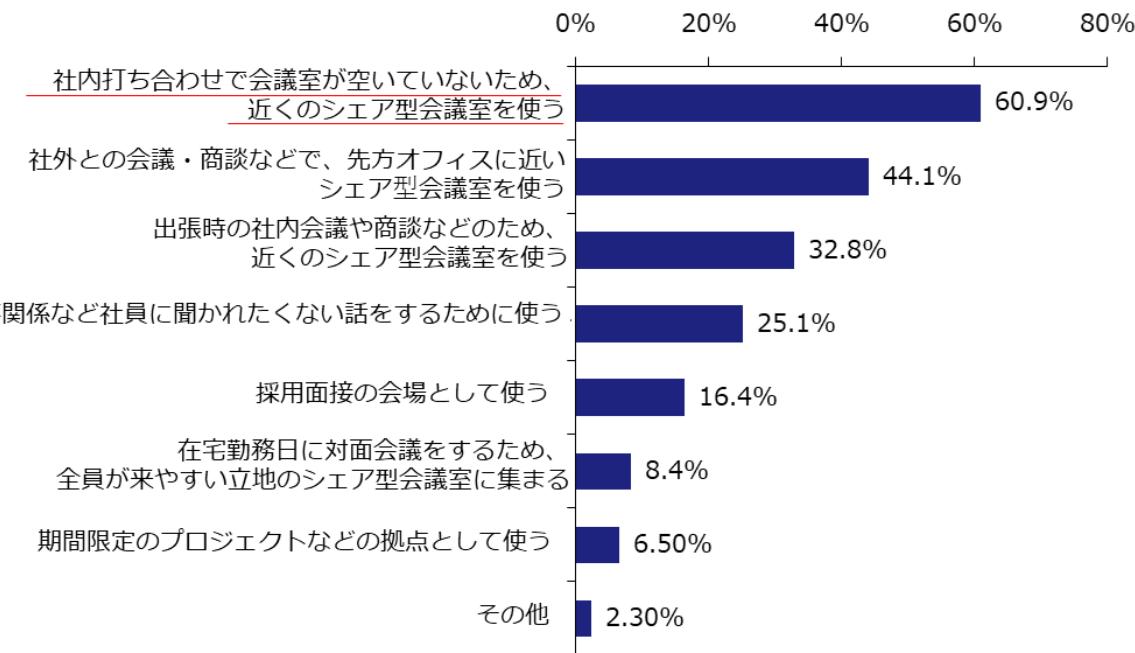
### 3.1. メインオフィスの使われ方と課題

## 社内の会議室が空いていない場合に、シェア型会議室の利用を想定

シェア型会議室（4～8名向け）の使い方として想定されるケースを複数提示し、自社での利用がありえそうなケースを選択してもらった結果が【図表34】である。

1位は「社内打ち合わせで会議室が空いていないため、近くのシェア型会議室を使う」（60.9%）、次いで「社外との会議・商談などで、先方オフィスに近いシェア型会議室を使う」（44.1%）となった。

【図表34】シェア型会議室を利用する場合に想定するユースケース



集計対象：「わからない・いずれのケースでも利用しない」と無回答を除外（n=989）／複数回答

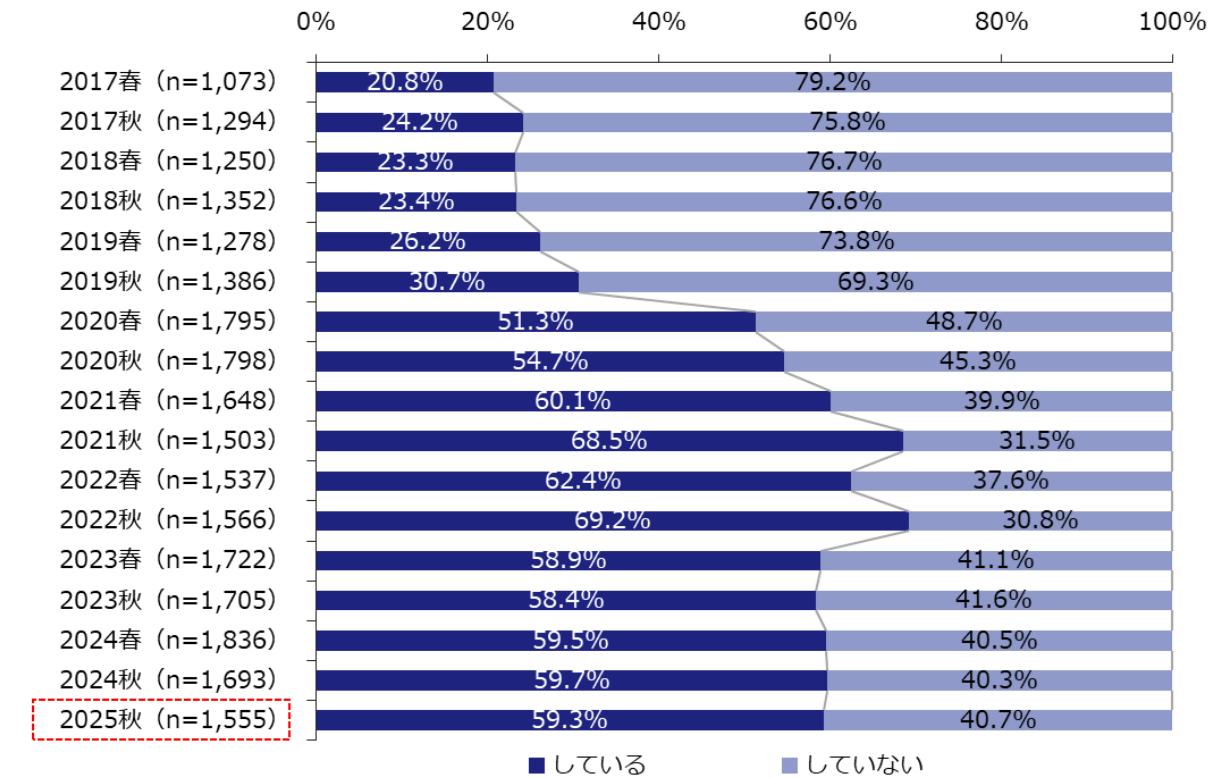
## 3.2. 働き方とテレワーク

## 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59.3%であった【図表35（赤枠）】。

2023春調査以降は横ばいで推移している。

【図表35】何らかのテレワークする場所を整備している割合



集計対象：全体

## 3.2. 働き方とテレワーク

# 在宅勤務制度・サテライトオフィスの導入率はともに横ばいで推移

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」(\*)の導入率について経年変化を示した【図表36】。

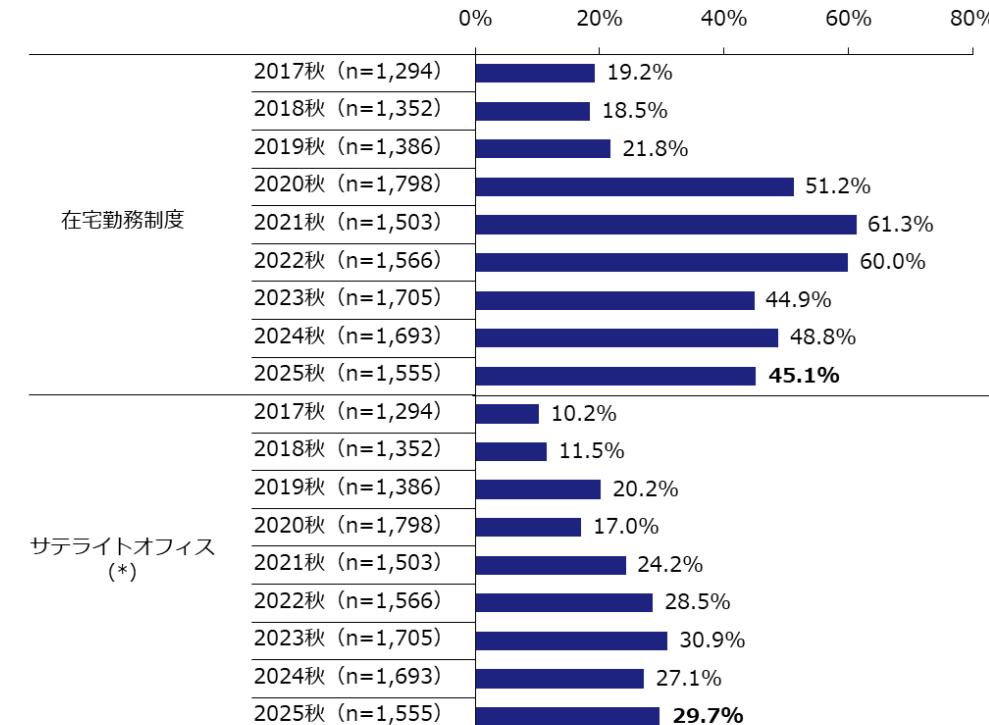
在宅勤務制度の導入率は、2021秋調査の61.3%をピークに低下し、コロナ禍収束後は4割台で推移している。今回調査では45.1%となった。

また、サテライトオフィスの導入率は29.7%となった。

どちらも1年前の2024秋調査から大きな変化はみられず、横ばいで推移した。

\* 「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

【図表36】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

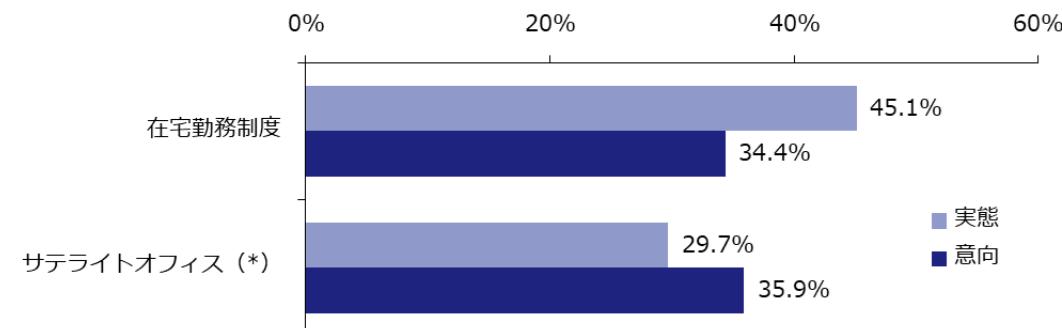
## 今後、サテライトオフィスを導入したい割合は35.9%に

現在の状況に関わらず、テレワークする場所に関して今後（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37】である。

「在宅勤務制度」の導入意向は34.4%と、実態（45.1%）よりも低くなった。

一方、「サテライトオフィス」の導入意向は35.9%と、実態（29.7%）よりも高く、また、「在宅勤務制度」の導入意向よりも高い結果となった。

【図表37】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=1,555）／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

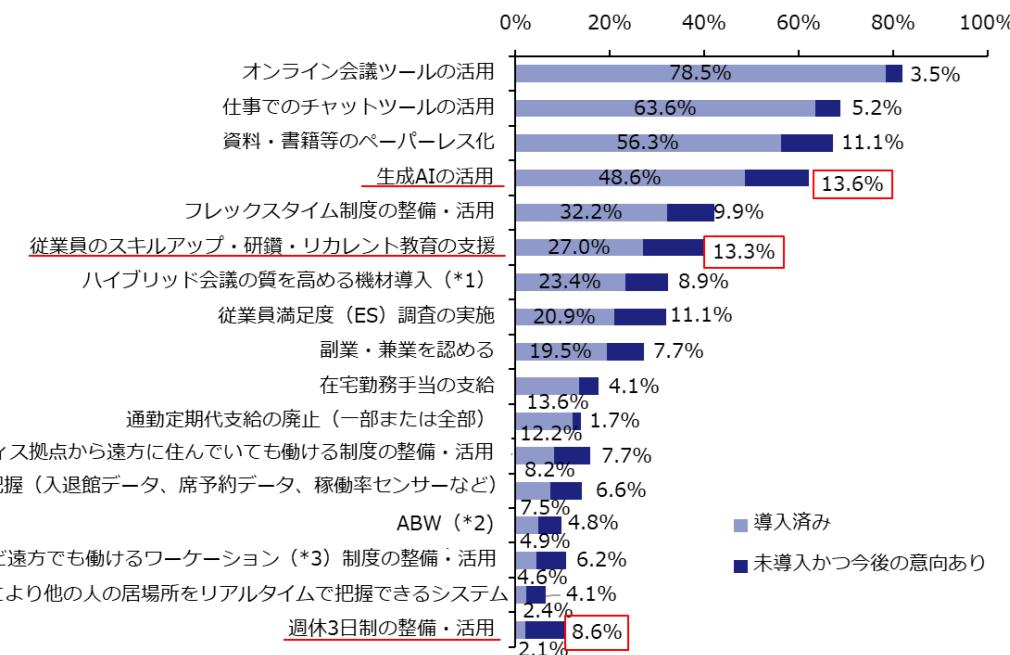
## 「生成AIの活用」や「従業員のスキルアップ・研鑽・リカレント教育の支援」は今後伸びる可能性

【図表38】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。

現在導入済みの施策では、「オンライン会議ツールの活用」（78.5%）や「仕事でのチャットツールの活用」（63.6%）などが上位となつた。

今後の導入意向が高かった施策は「生成AIの活用」や「従業員のスキルアップ・研鑽・リカレント教育の支援」であり、いずれも13%超となつた。これらの施策は、今後さらに取り組みが拡大する可能性がある。また、「週休3日制の整備・活用」も、現在の導入率は2.1%とわずかながら、今後の導入意向は8.6%となつた。

【図表38】働き方に関する取り組み状況



集計対象：全体 (n=1,555) / 複数回答

\*1 360°カメラ、大型モニター、デジタルホワイトボードなど

\*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 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

## 社内コミュニケーションが活性化できていない企業は3割超。活性化のため各社さまざまな工夫を凝らす

社内コミュニケーション（リアル／オンラインを問わず）を活性化できていると思うかを聞いた結果、約6割が「（やや）そう思う」と回答した一方、33.4%は「（あまり）そう思わない」と回答し、一定数の企業が課題を感じていることがわかった【図表39】。

また、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を自由回答で聞いた結果、主に以下の4タイプに大別された。各タイプについて、代表的な回答例を示す。

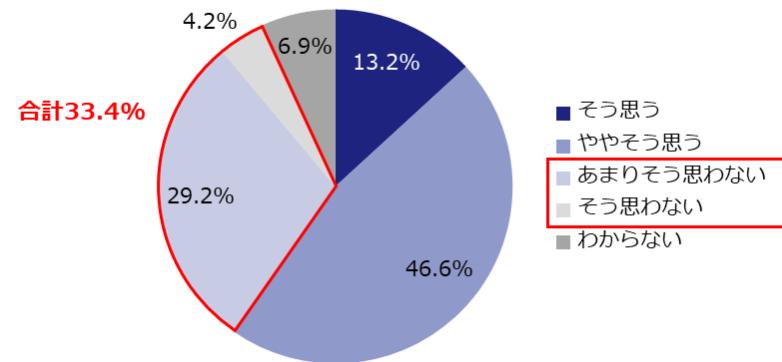
**1. 空間設計・福利厚生による日常接点づくり：**オフィス内への「カフェスペース」「ラウンジ」「ゲーム・ピアノ・卓球台・ドラムを置いたフリースペース」「お酒を提供する歓談スペース」の設置のほか、「フリーアドレスのくじ引き運用」「フリードリンクやお菓子の提供」「サントリー『社長のおごり自販機』の導入」「配達弁当の導入（社内で昼食をとる機会を増やす）」など

**2. 出社・対面機会を増やす運用：**「全社出社日を月1日設定」「チーム単位での出社推進」「全体会議後の昼食会」「他部署とのランチ会の定期開催」「終業後の飲み会を促すため金曜日を出社日に設定」など

**3. イベント・レクリエーション施策：**食事会やボーリング、ゲーム、サイクリングといった社内イベントのほか、「健康やマナーなど私生活に役立つセミナーの開催」「社内サークルの奨励」「趣味やプライベート写真の掲示」「地方ごとのBBQ大会」「単純作業（袋詰め等）の一斉実施」など

**4. 業務プロセス内での対話促進：**「定期的な1on1の実施」「会議は可能な限り対面を推奨」「会議前後の雑談時間の確保」「SNSやグループウェアの活用」「バーチャルオフィスの運用」「オンラインシャッフルランチ」「雑談用チャットスペースの設置」「PCにカメラを取り付けて顔が見えるようにした」など

【図表39】社内コミュニケーション（リアル／オンラインを問わず）を活性化できていると思うか



集計対象：全体 (n=1,555)

### 3.2. 働き方とテレワーク

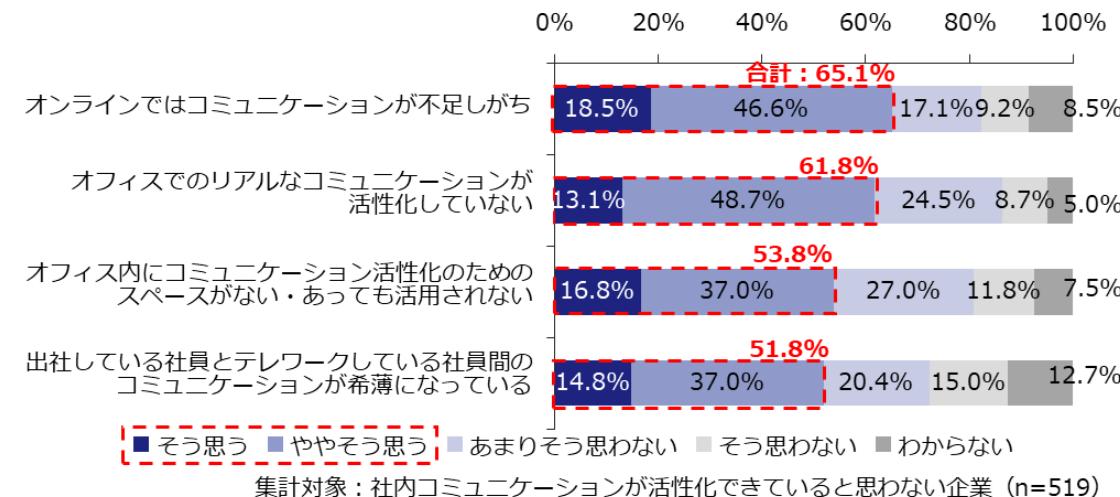
## ハイブリッドワーク下で、「オンラインではコミュニケーションが不足しがち」などの課題が浮き彫りに

【図表39】で社内コミュニケーションが活性化できていると「思わない（\*）」と回答した約3割に対し、具体的な課題を聞いたところ、「オンラインではコミュニケーションが不足しがち」（「（やや）そう思う」合計65.1%）が最も高く、「オフィスでのリアルなコミュニケーションが活性化していない」（同61.8%）が続いた【図表40】。

【図表13】で確認したとおり、ハイブリッドワークは多くの企業で定着しており、今後はそれを前提としたコミュニケーション施策やワークプレイス環境の整備が求められるだろう。

\* 「そう思わない」と「あまりそう思わない」の合計

【図表40】コミュニケーションに関する課題

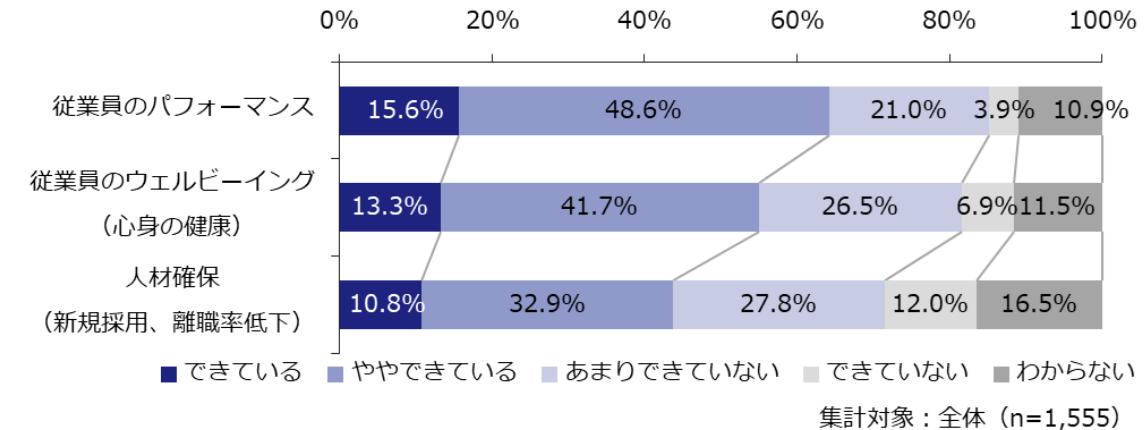


## 現在のワークプレイス環境が「従業員のパフォーマンス」に「(やや)貢献できている」企業は6割超

現在のワークプレイス環境が、「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つの項目に貢献できているかどうかを聞いた【図表41】。

「(やや)できている」の割合は、「従業員のパフォーマンス」では6割超、「従業員のウェルビーイング（心身の健康）」でも過半数を占めた。「人材確保（新規採用、離職率低下）」では43.7%と、他項目よりは低い結果となったものの、「(あまり)できていない」（39.8%）を上回った。

【図表41】現在のワークプレイス環境の各項目への貢献度

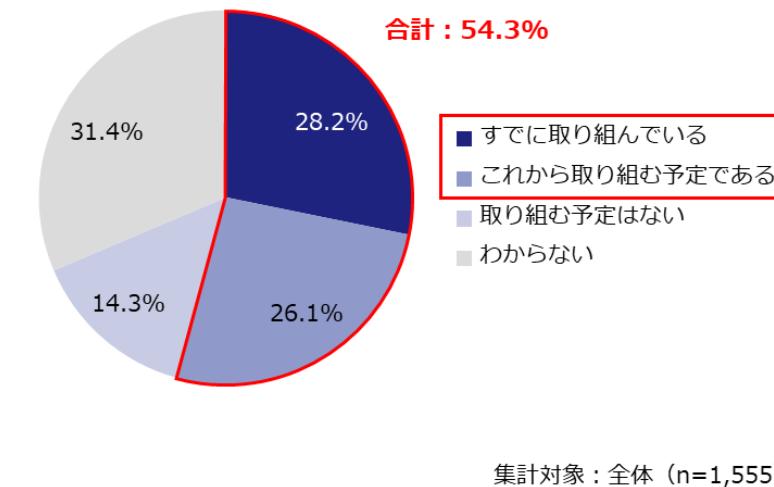


## 人的資本経営に「すでに取り組んでいる」企業は28.2%、「これから取り組む予定」は26.1%

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28.2%、「これから取り組む予定である」(26.1%)も合わせると54.3%であった【図表42】。

\* 人的資本経営…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。ここでいう「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42】 人的資本経営の具体的な取り組み状況



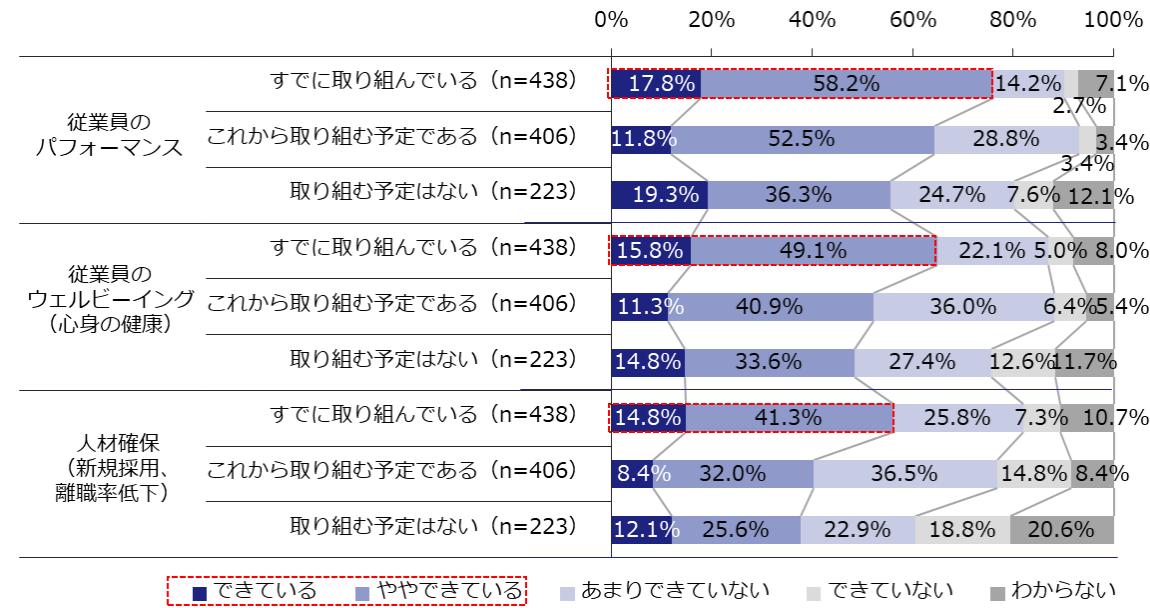
## 人的資本経営の取り組み状況が進んでいる企業ほど、ワークプレイス環境の評価が高い

【図表41】の評価について、人的資本経営の具体的な取り組み状況（【図表42】）別に比較した結果が【図表43】である。

いずれの評価項目においても、「（やや）できている」の割合は人的資本経営に「すでに取り組んでいる」企業が最も高いことがわかった。特に「従業員のパフォーマンス」への貢献は、人的資本経営に取り組んでいる企業の8割弱が「（やや）できている」と回答した。このことから、人的資本経営に積極的な企業ほどワークプレイス環境への投資にも前向きであり、その効果が従業員のパフォーマンスなどのアウトカムとして顕在化している可能性が示唆される。

なお、出社率向上の施策として「テレワーク制度の廃止・利用頻度の制限」（【図表20】）を選択した企業について【図表41】の評価をみると、選択していない企業に比べ、「従業員のウェルビーイング（心身の健康）」の評価が約13ポイント低い結果となつた。テレワークを制限し出社を強制する手法よりも、社員が自発的に出社したくなるような魅力的なワークプレイス環境を整備することが、企業にとって望ましいアウトカムにもつながると考えられる。

【図表43】<人的資本経営の具体的な取り組み状況別>現在のワークプレイス環境の各項目への貢献度



集計対象：人的資本経営の取り組み状況が「わからない」を除外