Practical Study & Research

第19回

働き方改革と今後のオフィスの あり方に関する一考察

~ オフィス需要の量的・質的側面からのアプローチ



代表取締役社長 (ARES マスター M0600051)



石崎 真弓 株式会社ザイマックス不動産総合研究所 株式会社ザイマックス不動産総合研究所 マネジャー



山崎 千紗 株式会社ザイマックス不動産総合研究所

はじめに

東京23区では2018年から2020 年の3年間、毎年連続で年間約20 万坪(賃貸面積)というオフィスの大 量供給が予定されている。さらに 2021年以降に関しても東京駅周辺 や虎ノ門、浜松町といった都心3区 のエリアを中心に国家戦略特区など における大規模開発が予定されてお り、オフィスを含む業務施設のほか、 商業施設、住宅といった複合的な開 発が進む。

こうした「供給」の変動は見通し やすい一方、比較的把握しづらいの が「需要 | の動きだ。特に昨年頃か

らは、企業の働き方改革の取り組み が進むなかで、これまで固定されて いたオフィスワーカーの働く場所と時 間に大きな変化が生じ始めている。 働き方が多様化することにより、オフィ スの使い方も変わることとなり、オフィ ス需要を"量的"側面だけでなく、そ の "質的"側面の変化からも捉えるこ とが重要となってきている。

しかしながら、需要を量的・質的な 面から具体的に捉える調査データは ほとんどない。そこで株式会社ザイ マックス不動産総合研究所(以下、 「ザイマックス総研」)では、従来公表 してきた1人あたりオフィス面積など の量的動向に関するデータに加え、

企業やオフィスワーカーへ定期的なア ンケート調査を行うことで、大都市圏 オフィスマーケットの需要の質的変化 を捉えるアプローチを開始している。

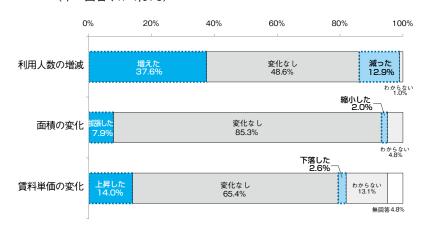
来年以降の東京の大量新規供給 を受け、オフィスマーケットがどう変化 するかを読むためにも、需要データを 量・質の両面から把握することの意義 は大きい。本誌 Vo.29 (2016年1・2月 号)では「変わる働き方とオフィス利 用からみる将来のオフィス需要の方 向性」と題して、働き方の変化に伴う オフィス利用や需要の変化の兆しを 紹介した。本稿ではさらに一歩進め て、今年6月に企業を対象に実施した 「大都市圏オフィス需要調査2017 | 注1 と、前年10月に実施した「大都市圏オフィス需要調査2016」^{注2}、2016年11月に首都圏オフィスワーカーを対象に実施した「テレワークの実態調査」^{注3}という3つの調査結果を踏まえてオフィス利用の実態と変化を見通し、それらが今後のオフィスマーケットに与える影響やオフィスのあり方について考察する。

1. 企業のオフィス需要動向

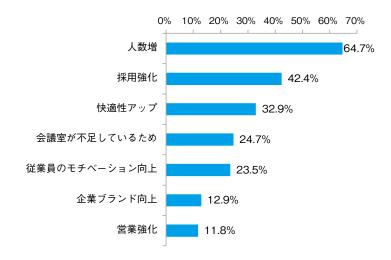
まず足元の東京23区オフィスマーケットに目を向けると、前回の大量供給があった2012年以来、空室率は現在の3%台まで下落を続け、タイトな需給バランスが続いている。一方、新規賃料水準は緩やかな上昇傾向が続いているものの、上昇の勢いは比較的弱いままだ。こうした状況を踏まえ、「大都市圏オフィス需要調査2017」にみる企業の入居中オフィスの利用実態から、需要の量的動向を見通してみたい。

【図表1】の通り、過去1年(2016年4月~2017年3月)の間にオフィスの利用人数が「増えた」と回答した企業の割合は37.6%で、「減った」企業(12.9%)を大きく上回った。同じくオフィス面積を「拡張した」企業の割合は7.9%(「縮小した」2.0%)、賃料単価(共益費込)が「上昇した」企業は14.0%(「下落した」

図表 1 2016 年 4 月~ 2017 年 3 月における入居中オフィスの変化 (単一回答、n=1,073)



図表 2 オフィス面積拡張の理由(複数回答、n=85、抜粋)



2.6%)と、オフィス需要は堅調であったことがわかる。

オフィス面積を拡張した理由としては、「人数が増えたため」「会議室が不足していたため」といった物理的な理由のほかに、「快適性アップのため」「従業員のモチベーション向上のため」などを選択した企業が

多くみられた(【図表2】)。オフィスが働く人の心理面に与える影響について、関心が高まりつつあるといえるかもしれない。

また、31.6%の企業が依然、現在 入居中のオフィスを手狭だと感じてい る(【図表3】)上に、1~2年程度先 までのオフィスの利用人数について

注 2

参考: 2017 年 1 月 12 日発表レポート「大都市圏オフィス需要調査 2016 <需要動向編>」https://soken.xymax.co.jp/2017/01/12/1701-office_demand_survey_2016/

注3

参考: 2017 年 4 月 13 日発表レポート「働き方改革と多様化するオフィス」https://soken.xymax.co.jp/2017/04/13/1704-workstyle_reform_and_diversified_officespace/

「増える」と答えた企業 (34.3%)が 「減る」 (4.8%)を大きく上回った (【図表4】)。2~3年程度先までの オフィス面積に関する意向も、「拡張 したい」 (17.2%)が「縮小したい」 (3.8%)を上回り、オフィス需要は引き 続き堅調に推移すると予想される。

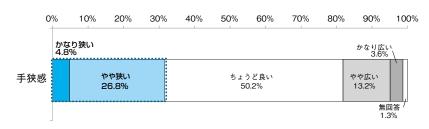
ただし、企業規模別にみると、従 業員1,000人以上の大企業は中小 企業に比べ、今後の拡張意欲が比 較的低くなっていた。企業にとってオ フィスコストは経費に占める割合が大 きく、コストコントロールは常に懸念事 項のトップである。賃料水準の上昇リ スクに対する危機意識が拡張意欲を 抑制している可能性はあり、人員増 加に伴って単純にオフィス面積を拡張 し続けようと考える企業は多くないだ ろう。特に大きな床を必要とする大企 業の中には、来年以降のまとまったフ ロア面積の供給を受けてオフィスの 統合・集約を狙う企業も少なからずあ るのかもしれない。大企業を中心に オフィスの統合・集約が誘発されれ ば、オフィススペースの効率化が進む 可能性はある。

2. 働き方の変化に伴う オフィス需要の質的変化

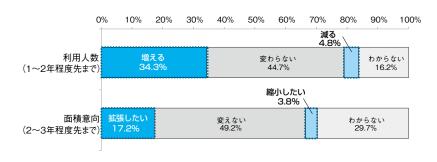
次に同調査から、働き方の変化に 伴うオフィス利用の変化をみていきた い。

まず、現在のメインオフィスの居室 内の使い方については、オフィススペース効率化の手法とされるフリーアドレス席の導入率は2割に満たず、前年の同調査と比べて伸びもみられなかった。対してリフレッシュスペース

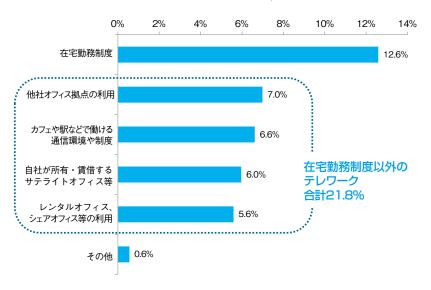
図表 3 現在入居中のオフィスの手狭感 (単一回答、n=1,073)



図表 4 今後のオフィス利用人数の変化と面積の意向(単一回答、n=1,073)



図表 5 テレワークする場所の内容(複数回答、n=1,073)



やオープンなミーティングスペースなど、多様な目的で利用できるスペース の導入が広がっており、オフィスに求められる機能が変わりつつある様子 がうかがえる。

一方、メインオフィス以外で働く、いわゆる「テレワーク」ができる場所の整備状況をみると、在宅勤務制度の導入が12.6%と、他の選択肢に比

べてやや進んでいるようにみえる (【図表5】)。働き方改革に取り組む 際、在宅勤務から着手する企業が 比較的多いためだと考えられるが、 一様に自宅で仕事させればよいとい う発想では、働き方改革の主目的で ある生産性向上につながらないケー スもあるようだ。オフィスワーカーを対 象とした「テレワークの実態調査」に

Business Trend

よると、【図表6】の通り、自宅でのテレワークは自宅以外の場所に比べて「仕事のON / OFFの切り替えがしづらい」「長時間労働になる」といったデメリットが指摘されている。

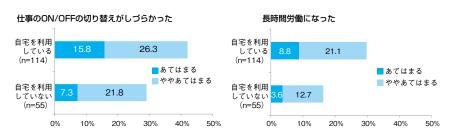
こうしたデメリットを解消する選択 肢として、自社で整備したサテライト オフィスや専門事業者が提供するレンタルオフィス・シェアオフィス等、いわゆる「サードプレイスオフィス」での 勤務が考えられる。

サードプレイスオフィスとは、メインオフィスや自宅に並ぶ第三の場所としてのオフィスの総称である。【図表5】破線枠内の通り、各選択肢の導入率は現状5~7%にとどまるが、合算して「自宅以外にテレワークする場所を整備している企業」と捉えると2割を超えており、多様な場所で働けるような環境整備が進みつつあるといえるかもしれない。

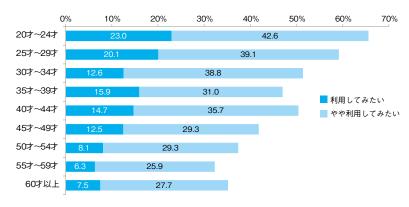
特に、自社で所有・賃借する必要がない「レンタルオフィス・シェアオフィス等の利用」率は前回の同調査と比べて1.2ポイント伸びており、働き方にあわせて月単位や時間単位でフレキシブルに利用できるオフィスの需要が拡大しつつある。

ただし、企業におけるテレワークの 取り組みはまだ始まったばかりである。在宅勤務にせよサードプレイスオフィス勤務にせよ、日本の企業文化や慣習、住宅事情などと馴染みづらい部分もあり、導入したもののすぐに効果を実感できないという企業は多

図表 6 テレワーク実施場所によるデメリットの感じ方の差(複数回答、抜粋)



図表 7 〈年代別〉サードプレイスオフィス^{注 4} の利用意向 (単一回答、n=1,858)



いだろう。短期的に結論を出すのではなく、トライアンドエラーを繰り返して最適化を図る努力が必要だ。オフィスワーカーを対象とした「テレワークの実態調査」では、若年層ほど場所を選んで利用できるタイプのサードプレイスオフィス^{注4}で働くことに対する意向が高い結果となっており、生産年齢人口が減少していく今後の人材確保策としても、テレワークの推進はもはや必須の経営課題になると考えられる(【図表7】)。

3. 今後のオフィスに 求められる役割

このように働き方が多様化すると、「オフィスワーカー数×1人あたり面積」という単純な式ではオフィスの必要面積を算出できず、オフィス需要の捉え方が変化することとなる。働く場所の分散が進んだ結果、従来のオフィス面積は縮小すると考える向きもあるが、果たして本当にそうだろうか。

「働き方改革」の主たる目的は生産性の向上である。その実現のためには、単にオフィスコストを効率化するという発想から脱却し、オフィス戦略を経営により近いポジションに位

注 4

当調査では、首都圏ターミナル駅最寄りほか主要なオフィスエリアに複数あるなかから、自身の都合にあわせて場所を都度選び、仕切られた個別ブースで単独作業ができるタイプのサードプレイスオフィスについて質問。

置づけ、働く人の生産性に寄与する オフィスのあり方を考えていく必要が ある。仮に働く場所を分散させ、都 心の本社オフィスを縮小することでコ ストを縮減できたとしても、根本から 生産性向上を意図したオフィス戦略 に基づいていなければ、チームワーク やコミュニケーション等が課題となっ て改革の効果を得られない場合もあ るだろう。

では、生産性を高めるオフィスとは 具体的にどのようなものだろうか。働き方改革の一環としてオフィス改革に 取り組む企業の例をみると、オフィスに 「快適性」や「ウェルビーイング」と いった要素を取り入れようとするもの が多い。こうした潮流の背景として、 (一財)建築環境・省エネルギー機構 (IBEC)の知的生産性研究コンソー シアムが作成した「スマートウェルネ スオフィス」のコンセプトを紹介したい (【図表8】)。

これはオフィスを「知的生産資源の集積・運用の場」と定義し、必要な条件を示したものである。まず、災害などに対する強靭性・耐久性や、省エネ性能、地球環境への配慮などを必要とした上で、ワーカーが健康かつ快適に働ける場所であることの重要性を指摘している。

そして、これらの要件を充足した上で、知識創造を促すオフィス環境が理想的であるとしている。従来、オフィスに求められていたのは安全性や清潔さ、狭すぎないスペースなど、最低限必要なハード面のニーズだけだった。しかし近年は働く人の心理面に影響し、モチベーションや創造性を高めるオフィス環境の整備が重

図表8 「スマートウェルネスオフィス」コンセプトの階層構造



(出所) (一財)建築環境・省エネルギー機構/知的生産性研究コンソーシアム 『知的創造のためのワークプレイス計画ガイドライン』

要なテーマとなっており、オフィスの移転を機にそうした環境づくりに取り組む企業も多い。例えば、部門の壁がないオープンなスペースでコラボレーションが生まれたり、リフレッシュスペースによってストレスが緩和されモチベーションが高まり、より創造的な仕事ができたりするという例はすでにみられ始めている。オフィスという場所に求められる役割は、ただ必要人数を収める"ハコ"だった時代以上に高度になりつつあるといえるだろう。

4. 多様化するオフィスの あり方

働き方の多様化に対応するには、 オフィスの居室内だけでなく、働く場所 (立地)を戦略的に考えることも重要 だ。そこで次に、従業員が集まって 働く集約型オフィス(例:都心の本社 オフィス)と、別々の場所で働く分散 型オフィス (例:自宅やサードプレイス オフィス)、それぞれの機能や役割を 整理してみたい。

まず、集約型オフィスの役割は、働く場所の分散に伴い大きく変わりつつある。ICT環境の進化によりどこででも仕事ができるようになった今、それでも集まることで価値を生み出すような場所として求められているのだ。偶発的なミーティングを促すオープンエリアや、従業員の心身の健康をサポートするリフレッシュスペースといった機能は、その実践例といえるだろう。最近では、こういった共用スペースを執務スペース以上に重視してオフィスレイアウトを考える企業もみられ始めている。

また、用途も多様化・柔軟化し、その使い方はユーザーの自律性に任される部分が大きくなっている。 従業員の自律性を尊重するオフィス環境は、仕事へのモチベーションや組織へのエンゲージメントを高める効果も

期待できるかもしれない。そういった 機能を持つオフィスであれば、通勤 時間をかけてでも集まる価値があると いえるだろう。

一方の分散型オフィスは、「どこで でも仕事ができる」という状況を最大 限に生かすための場所であるべき だ。従業員の移動時間削減につな がる立地戦略はもちろん、エリアごと に最適なオフィスのタイプを使い分け る必要がある。従業員の育児・介護 支援のため、住宅街にサテライトオ フィスを用意したり、営業担当者の移 動を効率化するため、取引先企業 付近のシェアオフィスを契約したりす る方法が考えられるだろう。こうした 施策は時間・コストの効率化だけでな く、従業員の精神的・肉体的ストレス を軽減し、仕事の質向上や雇用維 持、採用強化への効果も期待できる。 また、テレワークにおいて課題となり がちなセキュリティ面のリスクをクリア できる点も、企業にとって大きな魅力 だろう。

さらにオフィスの形態についても、 所有("持つ")や賃借("借りる")といった固定的な形だけでなく、今後 は必要に応じて月単位・時間単位で 利用("使う")できるワークプレイスの 供給が増えていくことが予想される。 前記2.で述べた通り、こうしたフレキ シブルなオフィスは働き方の多様化に 対応しやすいことから、企業のオフィ ス戦略における選択肢として存在感 を増していく可能性があるだろう。

例えば【図表9】Cゾーンは数年 前まで、個人事業主やスタートアップ 企業がメインオフィスとして使うイメー ジが強かったが、最近は大企業のプ

図表 9 多様化するオフィスのあり方

		オフィスの契約形態	
		所有·賃借(固定的)	利用契約(フレキシブル)
働く	集約型	1か所の 固定的なオフィスで 集まって働く 例:都心の本社オフィス	1か所の フレキシブルなオフィスで 集まって働く 例:チーム単位でプロジェクト期間のみ 利用するレンタルオフィス
場所		В	D
	分散型	複数の 固定的なオフィスで バラバラに働く	複数の フレキシブルなオフィスで バラバラに働く
		例:本社オフィスとは別に設けた 郊外のサテライトオフィス	例:外回りの途中で立ち寄る ターミナル駅付近のシェアオフィス

(出所) ザイマックス総研

ロジェクトチームが期間限定で利用するなど、新たな需要を取り込んで市場を拡大している。また、Dゾーンについても、営業担当者などのテレワーク支援を目的とした企業の利用が増えつつある。

重要なのは、これら多様な選択肢をニーズにあわせて使い分けることだ。企業が多様な働き方と働く場所を用意し、ワーカーが選択できる環境が望ましいだろう。

日本の生産年齢人口が減り続ける中、「同じ時間、同じ場所に集まれる人」だけしか働けない企業は人材を確保できず、競争力を失っていくかもしれない。働き方改革が進んだ先に「多様な人が、多様な時間に、多様な場所で」働く時代が来るとすれば、必要なオフィスのあり方も多様化すると考えるのが自然である。これまで企業は、画一的かつ全体効率的な標準仕様をオフィスに適用してきたが、

今後はワーカー個人レベル、チーム レベル、そして企業レベルといった各 レベルにおいて、生産性を向上する ためのレイアウトや働く場所の最適化 が検討されなければならない。

おわりに

今後、IoTやビッグデータ、AIなどのテクノロジーがますます進化すれば、すべての業種業態の働き方に新たなパラダイムシフトが起きる。この変化は容易に予測しうるものではないが、働き方が変われば、オフィスだけでなく住まいやコミュニティのあり方も変わってくるだろう。新規開発で住宅や商業施設などを含む複合的な街づくりが進めば職住近接化が加速し、通勤スタイルも変わるかもしれない。企業は、これまでのオフィスのあり方にとらわれずに、あるべき方向性から方針を策定し、戦略的に取り組

んでいくことが重要となる。

大都市圏の人口も長期的には減少し、オフィスワーカー数の減少が確 実視されるなかでの供給に対して、 需要がこの先どこまで伸びていくの か、またオフィス利用の形態がどのように変化していくかは不透明である。 ザイマックス総研では、オフィスストックや新規供給に加えて、オフィス需要とオフィス利用の変化を量的・質的側 面から定期的に捉えることで、今後も オフィスマーケットに対する有益な情 報発信につなげていきたい。

なかやま よしお

1985年一般財団法人日本不動産研究所に入所、数多くの不動産鑑定・コンサルティングに従事。2001年より11年間、ドイツ証券にてドイツ銀行グループの日本における不動産審査の責任者を務める。12年より現職。不動産全般に係る調査・研究およびザイマックスグループのPR等を担当。不動産鑑定士、CRE、FRICS、MAI、CCIM。不動産証券化マスター養成講座「102不動産投資の実務」及び「201不動産投資分析」の科目責任者。ニューヨーク大学大学院不動産修士課程修了。からくさ不動産塾塾頭。

いしざき まゆみ

1990 年リクルート入社、リクルートビルマネジメント (RBM)出向。オフィスビルの運営管理や海外投資家物件のPM などに従事。2000 年RBMがMBO にてザイマックスとして独立後、マーケティング部にて数多くの投資家向けのマーケットレポートやデューデリジェンスなどを担当。その後も、ザイマックス不動産マーケティング研究所(ザイマックス総研の前身)及び現ザイマックス総研で一貫して不動産マーケットの調査分析、研究に従事。さらに最近では、働き方とオフィスについてのメイン担当。ザイマックスの不動産データベースの管理担当者。上智大学外国語学部卒業。

やまざき ちさ

2009年マーケティングの専門出版社に入社 し、ビジネス書籍や専門誌の企画・編集を担当。 2015年ザイマックスグループ入社。ザイマッ クス総研にて企業の働き方やオフィス需要に関 する調査分析、研究、執筆に従事。早稲田大学第 一文学部卒業。