

※一般財団法人日本ビルディング経営センター 機関誌「いしずえ」 No.190（2022年1月発行）に掲載されました。

2021年のオフィスマーケットの振り返りと2022年の展望

～ 企業のワークプレイス戦略が進み、需要が主導するマーケットに ～

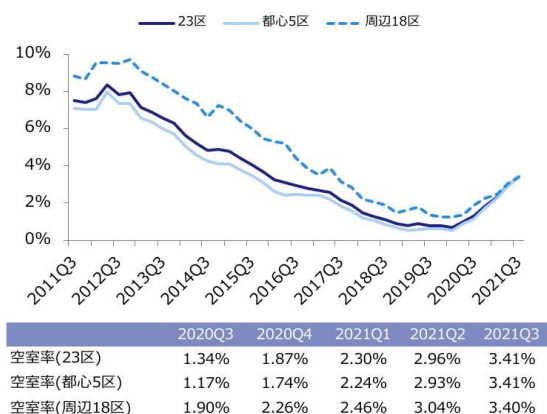
1. 2021年の振り返り

新型コロナウイルスの発生から2年目を迎えた2021年は、感染拡大と収束が繰り返された。日本経済は、2021年7-9月期の実質GDPが前期比年率3.0%減と4-6月期のプラス成長から再びマイナスに転じるなど停滞が続いているが、一方で、2020年3月に16,000円台まで下落した日経平均株価は2021年には何度も3万円を超えるまで回復し、多くの企業は2020年の最悪期を脱出しつつある。ワクチン接種が進み、新規感染者数が低位で推移するようになった2021年9月末には緊急事態宣言が解除され、各種の行動抑制の段階的な縮小とともに、社会経済活動の再開が徐々に進み始めた。

コロナ禍は、人々に場所にとらわれない生活・働き方が可能であることを実感させ、生活や消費に対する価値観と行動様式に変化をもたらした。この変化の一部は不可逆的なものであり、あらゆる不動産、とりわけ“働くこと”に関するオフィスビルのあり方に大きな影響を与えている。

東京のオフィスマーケットに目を向けると、コロナ前のオフィス需給は逼迫していたが、2020Q2から空室率上昇、2020Q3から賃料下落が始まり、その傾向が現在に至るまで続いている。空室率は、コロナ前は都心部が周辺部よりも常に低かったが、2021Q3にはほぼ同水準となっている【図表1】。また、建物規模別でも、コロナ前は大規模が中小規模よりも低かったが、最近ではほぼ同水準となっており、従来から言われてきた「近・新・大」というオフィスビルの選好性がコロナにより構造的に変化していることがわかる¹。

【図表1】東京23区オフィス空室率（エリア別）



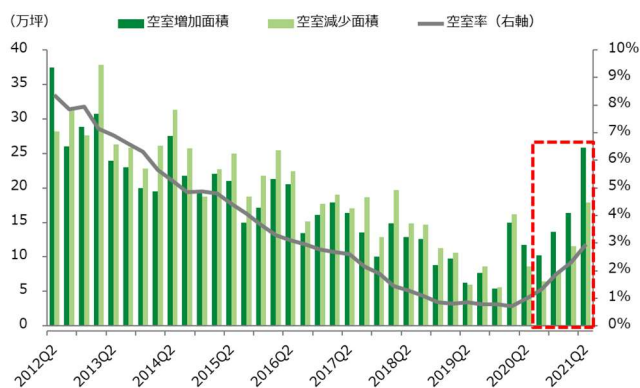
（出所）ザイマックス不動産総合研究所「オフィスマーケットレポート 東京 2021Q3」2021.10.27

¹ ザイマックス不動産総合研究所「オフィスマーケットレポート 東京 2021Q3」2021.10.27

次に企業の動きに注目すると、2020 年はコロナ禍で打撃を受けた企業のコスト削減を理由とした移転が多くみられたが、2021 年には業務効率化を理由にした移転が増加した²。様々なエリアや区画面積の空室が賃貸市場に増えたことで、企業の移転の選択肢が広がり、賃料下落も後押しして、企業の移転需要が顕在化し始めた。テナント退去による空室が発生する一方で、移転による空室の消化も増えてきており、移転市場は活発化してきている【図表 2】。

空室率上昇・賃料下落が続いている 2021 年のオフィス市況を、過去の景気後退時の出来事と同様にとらえてはいけない。コロナ禍によりオフィスのあり方を含む様々な構造変化が発生しており、2022 年以降のオフィス市況を見通す上で、これらは重要な要素となる。

【図表 2】空室増減量（東京 23 区・全規模）



（出所）ザイマックス不動産総合研究所「オフィスマーケットレポート 東京 2021Q3」2021.10.27

2. コロナ後も継続するトレンド

コロナ禍は、デジタル化や働き方改革などこれまで徐々に進んでいた社会の変化の流れを加速させた。以下では、今後も続くと考えられる企業の行動や人々の価値観の変化など、今後のオフィス市況を占う上で大切なトレンドをみていく。

（1）ワークプレイス戦略が企業の重要な経営課題に

企業は働き方の変化とそれに伴うワークプレイス戦略を経営課題として捉えるようになってきた。実際、弊社調査では首都圏の約 6 割、大企業の約 8 割が、ワークプレイス戦略を経営課題として重要視していると回答した³。企業がワークプレイス戦略について考えるきっかけとなったのが、働き方改革と緊急事態宣言下の大規模なテレワーク実施であろう。感染状況が落ち着くにつれ、従来のオフィスワークに回帰する動きもみられるが、コロナ収束後の出勤率意向をみると、76%が「テレワークを併用する」と回答している⁴。つ

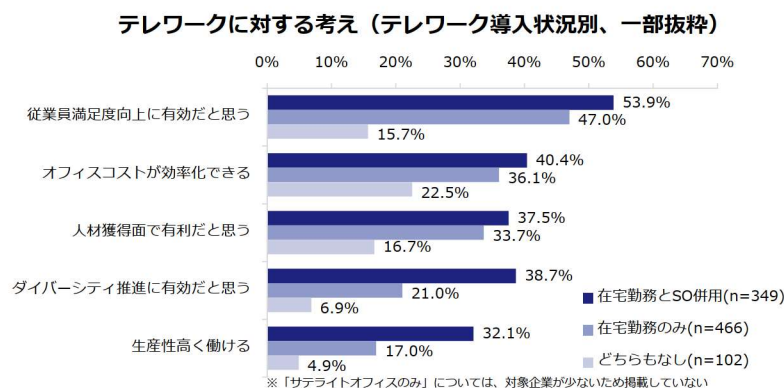
² ザイマックス不動産総合研究所「経最近の空室率上昇を読み解く」2021.10.1

³ ザイマックス不動産総合研究所「経営課題としてのワークプレイス戦略」2021.3.22

⁴ ザイマックス不動産総合研究所「大都市圏需要調査 2021 秋」2021.12.22

まり、企業はテレワークを、コロナ禍の感染予防対策のための一過性の施策としてではなく、コロナ後も続けていく施策として考えているのだ。その背景には、テレワークは、従業員がワークライフバランスを実現でき、社員の満足度が向上する、コストや採用面で有利になる、といったメリットがあると企業が考えていることが挙げられる【図表3】。企業のワークプレイス戦略の方向性として、立地や機能面で多様な働く場所をネットワークとして活用し、本社、サテライトオフィス、在宅を使い分ける「ハイブリッド戦略」が浸透していこう。

【図表3】テレワークに対する考え（テレワーク導入状況別）



（出所）ザイマックス不動産総合研究所「働き方とワークプレイスに関する首都圏調査2021年7月」（2021年8月）

（出所）ザイマックス不動産総合研究所「働き方とワークプレイスに関する首都圏需要調査 2021 年 7 月」2021.8.13

（2）メインオフィスの役割が見直される

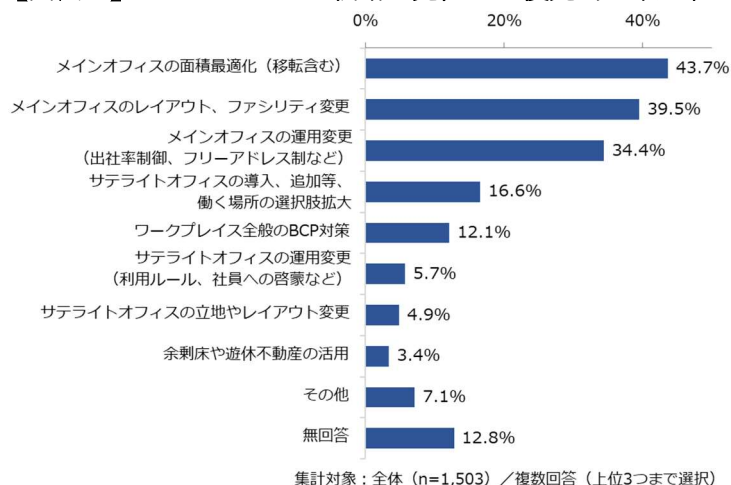
企業がテレワークを導入することで、本社のあり方が改めて問われ、見直されるようになってくる。企業はメインオフィスである本社に対して、社員同士のコミュニケーションや一体感を感じられる場としての役割を求めるようになるだろう。世界的なワークプレイスの研究組織である Worktech Academy 代表の Jeremy Myerson 氏は、「ポストコロナのオフィスは、明確な目的を持ち、積極的に人とつながるために不定期で訪れるホスピタリティ重視の場所へ進化する。企業の本社がプレゼンやイノベーション、交流のための場となるとすると、今よりも『より良い体験』に重きが置かれるようになるだろう。」と述べている⁵。つまり、従業員は目的をもってメインオフィスに行き、オフィスはそこでしか得られない価値を提供するように進化していく、という考え方だ。この実現は、今までの机と椅子がただ並んでいるだけのオフィスのままでは難しいだろう。メインオフィスで働く社員の創造力を高め、イノベーションを生み出すためには、オンライン会議用の個室ブースが用意されているだけでなく、好奇心や喜び、共感性を実感できるワークプレイスであることが重要になってくる。

企業はワークプレイス戦略の見直しで優先的に取り組みたいものとして、「メインオフ

⁵ ザイマックス不動産総合研究所「働き方×オフィス」特設サイト

イスの面積最適化（移転を含む）」「メインオフィスのレイアウト、ファシリティ変更」
「メインオフィスの運用変更（出社率制限、フリーアドレス制など）」を挙げており、企業にとってメインオフィスの重要性は今後も変わることはない【図表 4】。

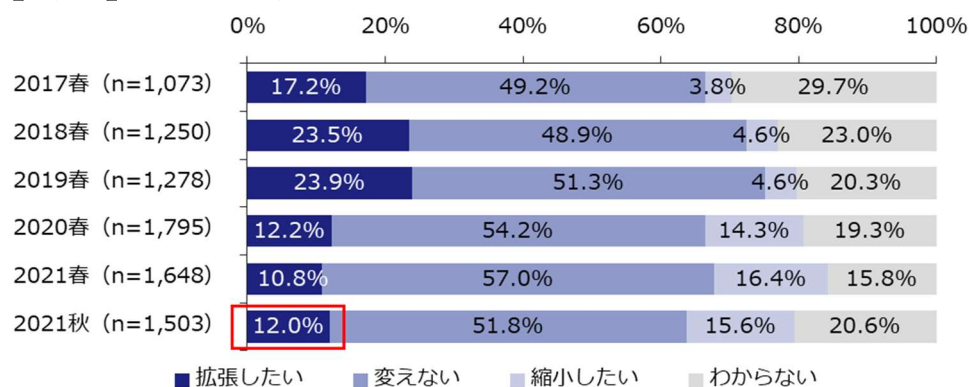
【図表 4】ワークプレイス戦略の見直しで優先的に取り組みたいもの



（出所）ザイマックス不動産総合研究所「大都市圏需要調査 2021 秋」2021.12.22

メインオフィスの再編やレイアウト変更など、メインオフィスに関する施策を実施するうえでは、現状のオフィス面積だけでは足りず、面積を増やす必要がある場合も多い。テレワークの導入により面積を縮小する企業ばかりが増えているように感じられるが、拡張意向を持つ企業の割合が微増しているのはこうした背景が理由と考えられる【図表 5】。

【図表 5】オフィス面積の意向



（出所）ザイマックス不動産総合研究所「大都市圏需要調査 2021 秋」2021.12.22

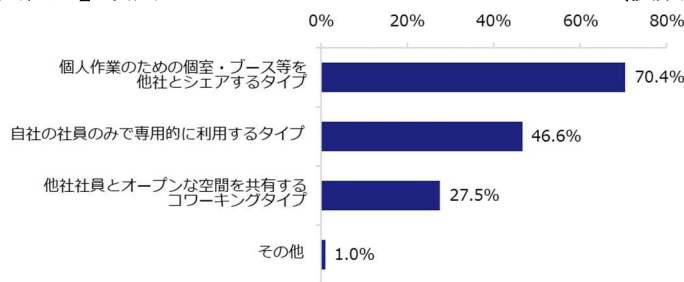
また、必要とするオフィス面積の考え方が変わってくる可能性もある。従来は全員出社が当たり前の時代だったため、在籍人数に1人あたりオフィス面積を乗じて面積を算出で

きたが（社員数×1人あたり床面積）、今後は社員の出勤率や必要席数を考慮した「座席×1席あたりオフィス面積」という考え方で必要なオフィス面積を求めることになるだろう。

（3）サテライトオフィスの活用が進む

働き方改革の進展に伴って、在宅と並びテレワークを支えるフレキシブルオフィスの数は増えてきており、2021年時点で東京オフィス市場のストックの1.5%を占めるまでに成長した⁶。今後も本社以外の働く場としてのフレキシブルオフィス市場は拡大が続くだろう。最近では、コロナ禍でオンライン会議が増えたこともあり、個室やブース型の人気が高まっている【図表6】。他社社員と空間を共有するコワーキングタイプは、都心立地のほうが利便性が高い。一方で、一人で仕事をするのに適している個室タイプやブースタイプの場合は、社員の居住地に近い郊外エリアで、集中できる執務環境の確保が優先され、今後、郊外エリアのフレキシブルオフィスが増えていくだろう。

【図表6】利用したいサテライトオフィスのタイプ（複数回答、n=483）



（出所）ザイマックス不動産総合研究所「働き方とワークプレイスに関する首都圏調査 2021 年 7 月」2021.8.13

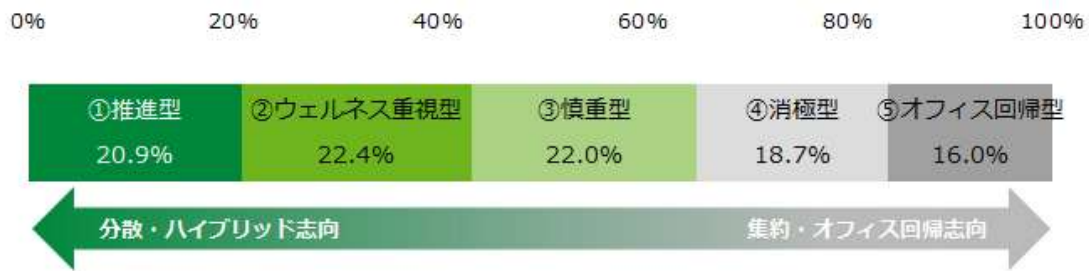
（4）企業のワークプレイス戦略の方向性とスピード

前述のとおり、企業はワークプレイス戦略を重要な経営課題と捉えているが、全ての企業が一律な考えを持ち、同じスピード感で進めているわけではない。首都圏の企業（926社）に対して、働き方とワークプレイスの取り組み状況などを示す項目を用いてクラスタリング分析を行った結果、すでに分散型の働き方に移行しつつある企業からコロナ禍収束後は元に戻ると予想される企業まで、段階的な5つのタイプに分類することができた【図表7】。また、2021年秋に行った調査では、6割以上の企業がワークプレイス戦略の見直しを実施・予定しており⁷、2022年はワークプレイス戦略の見直しに伴う企業の移転が一層活発化してくるだろう。

⁶ ザイマックス不動産総合研究所「フレキシブルオフィス市場調査 2021」2021.02.17

⁷ ザイマックス不動産総合研究所「大都市圏需要調査 2021 秋」2021.12.12

【図表 7】企業のワークプレイス戦略を 5 タイプに分類



(出所) ザイマックス不動産総合研究所「コロナ禍を経てみえてきた企業のワークプレイス戦略」2021.12.1

(5) 環境やウェルネスに対する意識の高まり

SDGs の世界的な流れの中で、不動産においても環境だけでなくウェルネス（身体的・精神的・社会的に健康で安心な状態）への配慮が重視されるようになってきた。健康性、快適性に優れた不動産を評価する CASBEE-ウェルネスオフィスの認証制度が 2020 年よりスタートし、現在、認証取得は 47 物件に達している。弊社の分析では、ウェルネス性能が高いビルはそうでないビルに比べ、6.6%賃料が高いことがわかっている⁸。また、環境省では、テナント企業等による脱炭素化への取り組みをまとめた「リーディングテナント行動方針」を策定し、これに賛同する企業を募集・公表することで、テナントのニーズを建物オーナーに伝え、賃貸オフィスビル等の脱炭素化の促進を図ろうとしている⁹。不動産市場における環境やウェルネスの経済的価値、テナントニーズが明らかになってくることで、環境やウェルネスに配慮したオフィスビルがより選好される時代が到来するだろう。

3. 2022 年のオフィスマーケット展望

現在のオフィスマーケットは空室率が上昇し、賃料が下落する下降局面に入っている。過去にもマーケットが悪化したことは何回もあり、その主な要因は企業の業績悪化による人員やコストの削減に伴うオフィス需要の減退と単年度の大量の新規供給だった。しかし、今回の変化はそう単純なものではない。

供給に関しては、2022 年～2025 年の今後 4 年間の合計の新規供給は約 60 万坪、4 年間の年平均 15 万坪と、過去 10 年の平均約 18 万坪より少ない¹⁰。すなわち、供給面はマーケットを悪化させる大きな要因とはならず、今後の市場変化をリードするのは需要面だ。原油高や金融緩和縮小に向けた動きなど世界経済の不透明感が増しているうえ、新型コロナウイルスの変異株が出現するなど、企業業績は予断を許さない状況が続くだろう。そして、企業が本格的に見直し始めたワークプレイス戦略の影響を受け、2022 年のオフィスマーケ

⁸ ザイマックス不動産総合研究所「ウェルネスオフィスの経済的価値の分析」2021.11.01

⁹ 環境省 HP「リーディングテナント行動方針への賛同者の募集について」<https://www.env.go.jp/press/110035.html>

¹⁰ ザイマックス不動産総合研究所「オフィス新規供給量 2022」2022.1.12

ットは変動していく。メインオフィスでの業務とテレワークをどのように使い分けるか、出社人数に応じたオフィスの面積や機能をどうするか、サテライトオフィスをどこに設置し、どのように使っていくか等々、これから企業の様々なワークプレイス戦略が実行されていくことになる。

2022 年の東京のオフィス市況は、【図表 8】に例示するような空室率を上昇させる要因と下落させる要因が交錯しながら、企業の需要の変化に応じて、都心部でメインオフィスを活性化する動きと、郊外でのフレキシブルオフィスや企業のサテライトオフィスなどの新たなニーズの拡大の両方が同時進行することとなろう。

【図表 8】 オフィスマーケットの変動要因（例示）

空室率を上昇させる要因	空室率を下落させる要因
・企業業績の悪化 ・人員削減 ・賃料削減 ・出社率に見合った必要な座席数の見直し ・テレワーク導入に伴うメインオフィスの機能と面積の見直し ・定期借家契約の期間満了による退去の増加 ・大規模な新規供給量	・企業業績の好転 ・新規採用などによる人員増加 ・コロナ収束に向けた出社率の引き上げ ・移転によるオフィス立地や建物グレードの改善 ・メインオフィスへの新たな機能やスペースの追加 ・ソーシャルディスタンスの確保 ・メインオフィス内での ABW の実践 ・サテライトオフィスの利用・開設ニーズの拡大（特に郊外） ・低水準の新規供給量

（出所）ザイマックス不動産総合研究所

中山 善夫：（株）ザイマックス不動産総合研究所 代表取締役社長

1985 年（一財）日本不動産研究所に入所、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。2012 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、不動産証券化協会認定マスター、CRE、FRICS、MAI、CCIM。

山方 俊彦：（株）ザイマックス不動産総合研究所 主任研究員

1991 年日本生命保険に入社、不動産部にて投資用不動産の運営実務に携わり、1997 年にニッセイ基礎研究所出向。オフィスマーケットの調査研究に従事。2003 年ザイマックス入社。マーケティング部で不動産のデューデリジェンス等に従事し、2013 年より現職。不動産マーケットの調査分析・研究を担当。不動産証券化協会認定マスター。