

第 65 回

仕事と職場の
グローバルトレンド 2024

中山 善夫

株式会社ザイマックス不動産総合研究所
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
主任研究員



Truong Thi Truc Quynh

株式会社ザイマックス不動産総合研究所
研究員

仕事とワークスペースをメインテーマとする世界的な知識ネットワーク「WORKTECH Academy^{注1}」(ワークテック・アカデミー)では、グローバルトレンドを俯瞰する多彩な記事を発表している。今回はその中から、2024年1月に発表したトレンドレポート「The world of work in 2024」を紹介する。

このレポートでは、「人」「場所」「テクノロジー」という切り口で、2024年に注目すべき20の主要トレンドを取り上げている。「人」に関する予

測では、企業がウェルネスへの表面的な取組みを減らすことや、ハイブリッドワークにおける経営者と従業員の対立の終結、またエクスペリエンスに関してその場しのぎのアプローチを取らなくなるなどが挙げられる。「場所」においては、品質よりも個性への逃避が進むことや、香りの空間、循環型の家具、バイオモーフイズムなどが取り上げられて

いる。「テクノロジー」のトレンドでは、スマートビルの管理およびデザインにおけるAIの役割とスマート通勤の新潮流が予測される。

なお、本誌では誌面の関係で一部の紹介にとどめ、20全てのキーワードの内容はザイマックス総研のHP中の「働き方×オフィス」のサイト記事にて確認されたい。

WORKTECHTM ACADEMY
HOW WE'LL WORK TOMORROW

参考) HP <https://www.worktechacademy.com/>

注 1

英国 WORKTECH Academy (ワークテック・アカデミー) は、2016年に設立され、ワークスタイル変革と不動産・ワークスペースをメインテーマとする世界的知識ネットワークである。また、イギリスの Unwired Ventures 社と共に、毎年各国で WORKTECH (ワークテック) コンファレンスを開催し、不動産や IT、サービス、建築、インテリアといった業界関係者を集めて知識共有やネットワーキングを行い、新たなトレンドを生み出そうとしている。

仕事と職場のグローバルトレンド2024「20のキーワード」	
1. 個性への逃避	11. E-ゲームをアメニティとして
2. 香りの空間	12. 思慮深い都市主義
3. よりスマートなビル	13. デザインにおけるAI
4. 木材の時代	14. 映えるオフィス
5. ウェルネスの「見せかけの光沢」が薄れる	15. コーポレート・コワーキング
6. 街中の建築物	16. 通勤を正す
7. オレンジ・エコノミー	17. 循環型の家具
8. 出社をめぐる管理者と従業員の対立の終結	18. バーンアウトにブレーキを
9. バイオモーフイズム	19. 15分都市
10. 大いなる眠り	20. リターン・オン・エクスペリエンス

1. 個性への逃避

高品質またはプレミアムな スペースでは不十分かもしれない

パンデミックの余波を受け、企業がオフィススペースの見直しを余儀なくされるなか、ESGや持続可能性の基準が厳しい一等地のAクラスオフィスへの需要を生み出した「質への逃避」は不動産業界にとって数少ない慰めの1つであった。

しかし、2024年には、「高品質」または「プレミアム」なスペースだけでは、もはや人々をオフィスに呼び戻せなくなるかもしれない。コンサルティング会社ERA-coのユーザー戦略グローバル責任者であるアマンダ・スタナウェイ氏によると、人々が居場所に意味や目的、納得感を見いだしたいという欲求は、むしろ「個性への逃避」につながるという。組織は、スペースに物語や歴史、目的を結びつけることで、ユーザーに完璧さではなく「違い」を提供するよ

うになる。

「個性への逃避」とはどのようなものなのか？組織は、無個性な商業タワーの均質なスペースを借りる代わりに、技術的なパフォーマンスを保ちつつ個性豊かな場所や建物を探し求めるようになるだろう。このアプローチの鍵は、異なるボリュームや空間配置、あるいは歴史的な参照点など、さまざまな属性を持つ豊かで重層的な空間をつくり上げることにある。

個性にこだわることで、BランクやCランクの不動産を模範的なワークプレイスに変えることができる。ERA-co社は、このアプローチの事例としてシドニーで手がけた2つのプロジェクトを挙げている。1つは、M&Cサーチ社と共同で、100年以上の歴史がある指定文化財のスペースを多様な広告会社のための個性的な拠点に生まれ変わらせたプロジェクトである。もう1つは、不動産開発のグッドマン社と共同で、

古い帽子工場を産業遺産を生かした光あふれる緑豊かなキャンパスに改装したプロジェクトである。どちらのプロジェクトも、その場所、歴史、目的に真正銘リンクした個性的な空間を創り上げようという意欲を示す先駆けとなっている。

2024年は、「個性への逃避」が始まる年になるだろうか。

2. 香りの空間

オフィスはブランド戦略に 寄り添う香りを求めるようになる

2024年、オフィスはバラの香りに包まれるだろうか。今年は、ワークプレイス設計において軽視されがちな嗅覚が前面に押し出され、香りの風景がようやく注目を集めるようになるだろう。

香りは、私たちの考え方や行動に大きな影響を与えることが一貫して示されている。例えば、ラベンダーの香りはリラックスさせると同時に、

他人を信頼する可能性を高めることが科学実験で明らかになった。また、ローズマリーの香りは記憶力を高め、レモンの香りは仕事のパフォーマンスを高め、オレンジの香りは不安を軽減する効果がある。

ニューヨーク・タイムズ紙の「When You Think About Your Credit Card, Does a Fragrance Come to Mind? (クレジットカードについて考えるとき、フレグランスが思い浮かびますか?)」という記事によると、特定の香りがアレルギー反応の可能性を下げることから香りへの注目が高まっているという。

この著者はまた、「企業は今、ファッションデザイナーを模倣し、顧客が忘れないような特徴的な香りを作るために開発会社を雇っている」と述べ、マスターカード社のエクスペリエンス・センターの香りの選定について紹介している。同社のマーケティング・チームは、「ブランドが市場シェアを奪い合い、特にワーカーや顧客が自宅からオフィスに戻り始めているなかで、香りはますます企業のブランド戦略の重要な一部になる」とみて、顧客の五感すべてを刺激するような空間を作りたいと考えている。

2024年には、ワークプレイスの香りは、家具や照明と同じように、企業が考慮すべきものとなっているだろう。

3. よりスマートなビル

AIをビルのシステムに統合することがゲームチェンジャーとなる

スマートビルは次にどこへ向かうのか？ 2024年には、ビル管理システムに人工知能を組み込む企業が増加する見込みである。これらのシステムは入居者の行動から学習し、まったく新しいレベルの効率化が実現するだろう。

センサーや他のデータ収集インフラと組み合わせることで、AIは将来のシナリオや利用状況を予測することができ、この情報をビル管理・運営の意思決定に活用することで、持続可能性の向上、コスト削減、プロセスの簡素化が可能になる。

このようなAI主導のアプローチについては、2022年にロンドン大学バートレットの研究者ウィル・セラノー氏がコンピューティング専門誌に寄稿した論文で、「iBuilding (iビルディング)」という造語を用いていた。セラノー氏は、建物が「資産、機能、空間の利用状況を監視する方法において、よりインテリジェントになる」と語っている。

意思決定プロセスの高速化は、企業が複雑な環境のなかでより変化に対応でき、より機敏になることを意味する。また、さまざまなデータセットを統合し、利用パターンが互いにどのように関連しているかをよりよく理解することで、建物の稼働率や行動に関するより深い洞察を得ることができる。

ビル管理システムにおけるAIの役割は、オフィス設計などを手掛けるアリア社が2024年の重要なトレンドとして説明する「没入型、インテリジェント、パーソナライズされたワークプレイス」を実現するため

の、ジグソーパズルの最後のピースになるかもしれない。

アリア社によれば、没入型複合現実、メタバース、デジタル・ツイン、ゲーミフィケーションの技術が、照明、温度、音響、人間工学など個人の好みに合わせて将来のワークスペースをパーソナライズする技術と並ぶことが予想されるという。しかし、スマートビルを次のレベルに引き上げるには、AIにしか提供しえない衝撃を、ビル管理システムに与えられるか否かにかかっている。iBuildingが実現する日は、それほど遠くないかもしれない。

4. ウェルネスの

「見せかけの光沢」が薄れる

従業員は健康に対するより深いアプローチを期待する

2024年に、企業文化からウェルネスの見せかけの光沢は失われるのか？ワークプレイスにおける健康とウェルビーイングの取組みが見直される時期が迫っている。コロナ禍以来ウェルネスへの関心と投資は増加傾向にあったが、ここにきてウェルネスに対する表面的な取組みを減らし、より深いアプローチを採用する動きが広がりつつある。

2024年には、より多くの従業員がその場しのぎの解決策ではなく、より科学的根拠に基づいた解決策を求めるようになるだろう。職場に犬を連れてくることや、モチベーションを高めるような講演を聞くこと、メンタルヘルスに関する企業セミナーに参加することだけではもはや

十分ではない。従業員は、健康とウェルビーイングを向上させる、より踏み込んだ取組みを求めるようになるだろう。

その場しのぎの解決策はすでに欠陥を見せ始めている。アメリカ心理学協会の「2023 Work in America」報告によれば、調査対象の55%の従業員が、雇用主は職場が実際よりもはるかに心理的に健康的で安全だと考えていると感じている。これは、従業員の実験の経験と、ウェルビーイングへの投資効果に対する経営者の評価との間に乖離があることを示唆している。

健康と仕事に対するより深いアプローチとはどのようなものだろうか？これにはさまざまな側面がある。シカゴを拠点とするリサーチ・デザイン・コネクションズのサリー・オーガスティン氏は、仕事における3つの中核的動機づけ（能力、自律性、他者とのつながりを感じる）を特定する自己決定理論（SDT）などの基本モデルに、改めて焦点を当てることを提案した。また、スウェーデンの心理学者ソフィア・ヴィオッティ氏は、人々が仕事を進めるためにコンピュータを与えられるのと同様に、職場でメンタルヘルスを管理するためのツールも与えられるべきだと語った。一方、インドを拠点とするデザイン会社であるアドリアン社の社長チンマエ・アナント氏は、ウェルネス対応のワークスペースを設計しようとする動きは非常に強くなっているが、多くの取組みが取引的でプログラマティックであると指摘した。彼女によれば、健康と仕

事に対する統合的なアプローチは、ワークプレイスを構成するさまざまなシステム（技術、自然、物質、文化、人間、空間）をより包括的な枠組みの中で調整することが必要である。

このトレンドがどのように展開するにせよ、2024年にはウェルネスの光沢は失われそうである。

5. オレンジ・エコノミー

クリエイティブ産業は、他の産業が低迷するなかでも好調を維持

2024年には、苦境に直面するビジネスセクターがある一方で、クリエイティブ産業（イギリスの作家ジョン・ハウキンズの造語で「オレンジ・エコノミー」とも呼ばれる）は1つの例外として脚光を浴びている。

オレンジ・エコノミーの中核をなすのは、デザイン、広告、建築、芸術、出版、ソフトウェア、研究開発などのクリエイティブ産業である。オレンジ・エコノミーは、人々の創造性を市場性のある商品やサービスに変えることから生まれる知的価値によって推進されており、雇用を創出する潜在力として広く認知されつつある。

パンデミック以降、イギリスのクリエイティブ産業は平均を上回る成長を遂げている。ロンドンでは現在、雇用の5人に1人がクリエイティブ・セクターであり、他のビジネスセクターがスペースを縮小するなかで、オレンジ・エコノミーは、コワーキングやイノベーション地区などさまざまなタイプのオフィスにとって潜在的な光となっている。

研究によれば、2030年までにイギリスのクリエイティブ産業ではIT、音楽、テレビなどの需要により、追加で120万人の労働者が必要になるという。ただし、この成長は英国政府の適切な支援があってこそ維持できるものである。ロンドンの仕事のエコシステムは、ますます文化的かつ創造的な経済の繁栄に依存するようになり、それに伴って、よりインフォーマルでコラボレーティブなワークスペースが求められるようになるだろう。

スペインの主要都市もまた、オレンジ・エコノミーの可能性を注視している。ワークテック・マドリード2023では、クリエイティブ産業の拡大が都市変革の触媒として機能することを学んだ。2024年にはクリエイティブ産業への注目が高まることが予想される。

6. 出社をめぐる管理者と従業員の対立の終結

管理者と従業員、フレキシビリティをめぐる対立の回避へ

2023年、管理者と従業員との間には、フレキシブルワークの将来をめぐる分裂が広がっていた。

WFHコンソーシアムが2023年夏に実施したグローバル調査では、完全出社を求める管理者と、少なくとも週の一部は自宅で働きたいという従業員との間に、34カ国でギャップが広がっていることが明らかになったのだ。この不一致は憂慮すべきものと見なされた。

しかし我々は、2024年には出社

頻度をめぐって、管理者と従業員との間で休戦が成立するかもしれないと予測している。テスラ社CEOのイーロン・マスク氏が「ラ・ラ・ランドに住むラップトップ層」を声高に軽蔑したことが話題になったが、他の多くの大企業は、ハイブリッドワークに適応し、リモートワーカーを管理する方法を肅々と学んでいる。

休戦が成立するとしたら、その条件は経済の見通しによるところが大きい。厳しい経済状況が続き、雇用市場がさらに逼迫すれば、雇用主はすでに優位に立っているため、義務化、監視、モニタリングを通じてオフィス回帰を積極的に推し進めるかもしれない。

しかし、米国が景気後退を回避し、世界的な景気の見通しが明るくなれば、従業員がパンデミック時代の柔軟性を少なくとも一部維持するような、より現実的な調整が行われるだろう。この「適温(Goldilocks)シナリオ」では、従業員は、週に2~3日出社することになるかもしれない。

対立の終結をもたらす重要な要因は、フレキシブルに働く権利を保護する新しい法律の導入である。例えばイギリスでは、フレキシブル・ワーキング法案が2024年春に成立する見込みで、従業員は入社初日からフレキシブルな勤務形態を要求できるようになる。休戦の効果を確認する手掛かりとしては、企業が「対面のプレミアム」(出勤するスタッフに対するより高い給与)を支払うこと、または「チーフ・ハイブリッド・オフィサー」を雇い、経営幹部から新しいハイブリッドワーク環境を適

切に管理できるようにすることなどが挙げられる。

7. 映えるオフィス

このインテリアは インスタ映えするの?

一部の大手企業が従業員をオフィスに戻そうと苦心するなか、新しいタイプのオフィスが話題になっている。それは、「映えるオフィス」(*ゴールドバーグ氏とコデ氏がニューヨーク・タイムズ紙に寄稿した2023年11月の記事「The Envy Office: Can Instagrammable Design Lure Young Workers Back?(映えるオフィス：インスタ映えするデザインは若者呼び戻せるか?)」で用いた造語)である。

映えるオフィスとは、「リビングルームの快適さと休暇の華やかさを組み合わせようとしたときに起こるもの」であり、「カラフルな壁、布張りの家具、厳選されたコーヒーテーブルの本が特徴」と定義されている。これらのスペースは、職場で撮った写真をソーシャルフィードに投稿する機会を多く提供し、従業員を引き寄せる。

ギャラップ社の調査で一貫して示されたとおり、ワーカーの半数以上が仕事からアイデンティティを感じていることから、若者がアイデンティティを表したオフィスをソーシャルメディアに載せたいと思うのは当然かもしれない。

一方、ゴールドバーグらは、映えるオフィスで人々が得ているものと、仕事を効率よく進めるために必要な

ものとの間にギャップがある可能性を指摘している。

「映えるオフィス」は、一部の企業目標に適合しない可能性が明らかになるにつれ、一時的なトレンドとして下火になるかもしれない。しかし、2024年には、少なくともソーシャルメディアフィードを彩るオフィスインテリアへの愛着が残ることが予想される。

8. コーポレート・コワーキング

大企業ユーザーを魅了する新しい メンバーシップ・アメニティ

フレキシブルな働き方の新時代において、コワーキングが回復し、急成長している。ただし、フリーランサーやスタートアップ企業、起業家へ依存していた従来の顧客層が変わりつつあり、2024年のコワーキングスペースは、企業のオフィススペース市場でさらに大きなシェアを獲得しようとしている。

ワークテック・アカデミーとワークプレイス管理ソフトウェアのザップフロア社との共同調査によると、コワーキングスペースは個室やチーム専用オフィスの数を増やし、法人顧客を獲得しようとする傾向がみられた。

コワーキングスペースは、企業の従業員が期待する基準を反映し、託児施設や最先端のジム、マッサージを導入するなど、アメニティ提供のギャップを埋めるためのステップを踏んでいる。また、クライアントとスペースを共有できるようにするなどメンバーシップをより柔軟にし

たり、国際的なネットワークを構築し、グローバル企業に対して主要都市の拠点を提供している。

最先端のテクノロジーを導入し、よりシームレスな体験と最高水準の企業向けサービスを提供する。これらの変化は、コワーキングスペースが2024年に、企業が検討すべき代替不動産の基盤としてその競争力をさらに増すことを示唆している。そしてこれは、双方向に効果的である。企業の不動産チームは、コワーキングスペースから学び、どの要因がユーザーからの人気を高めているかをより深く理解できるようになるだろう。

9. 通勤を正す

「通勤を稼ぐ」が「通勤を正す」に変わる

「通勤を稼ぐ」(通勤時間を有効活用する)は、2023年によく聞かれた言葉である。多くのワーカーが本格的にオフィスに戻ることに抵抗を感じたが、その要因として、毎日の通勤にかかる時間とコスト、ストレスが大きな障壁となっていることが研究で示唆された。

2024年には、オフィス回帰を阻む通勤について企業が何らかの対策を講じるようになり、通勤を「稼ぐ」から「正す」に変わるかもしれない。

正すためには何をすればいいのだろうか?多くの企業はすでに、職場にデジタルダッシュボードを設置し、従業員にリアルタイムの交通情報を提供している。駐輪場や自転車修理店、e-バイクやスクーターの

ための充電スポット、徒歩や自転車で通勤する人のためのシャワー施設などの投資もみられた。さらに、バス路線の改善を市当局に働きかけてもいる。

これらはすべて有益なイノベーションであるが、変革をもたらすものとはいえない。では、次はどうか?ワークテック・アカデミーは、インフラ企業アコム社およびロイヤル・カレッジ・オブ・アートと共同でスマート通勤の未来のシナリオを作成した際、都市モビリティのソリューションとテクノロジーが活用される新たな世界を発見した。ここでは、ウェルネスとバイオフィリアを中心に設計された自律型通勤ポッドから、EVTOL(電動垂直離着陸)飛行機や直感型ループ、ジップラインスクーターまで、探求すべき可能性は数多くあった。

以下の4つのキーワードは、未来の通勤のあるべき姿を表象したものである。

- 拡張型(Augmented): AIや自動化を最大限に活用する
- バランス型(Balanced): 仕事と私生活を両立させる
- 適応型(Adaptable): あらゆる年齢層や能力に合わせて利用できる
- 心身一体型(Holistic): 職場へ通勤する時に疲れ果てるのではなく、むしろリフレッシュできるようなシームレスな旅を創造する

2024年は、通勤を負担の少ないものにするために、ようやく本格的な設計が注目される年になるだろうか。

10. リターン・オン・エクスペリエンス

「エクスペリエンス・メーカー」は、投資に値する

2024年の主要トレンドのレビューを、新しいワークプレイスの最大のテーマの一つである「エクスペリエンス」で締めくくる。今年は、ROI(リターン・オン・インベストメント:投資利回り)の話は少なくなり、ROE(リターン・オン・エクスペリエンス)に焦点が当てられるだろう。

アンワーク社のグローバルコンサルティング社長であるキャサリン・ハーヴィ氏によると、従来のスペース中心のオフィス評価指標は、新しい指標によって脅威にさらされるだろう。これらの指標は、より体験的で人中心のものとなり、人々を職場に引き戻すために何が機能しているかを理解することを目的としている。

これに伴い、大企業では、従業員の1日を通しての体験をサポートする「エクスペリエンス・メーカー」(体験をつくる専門職)への投資が増えるだろう。顧客サービスが業務の中心であることを保証するために、多くのエクスペリエンス・メーカーは、ホスピタリティ分野から採用される。

エクスペリエンスへの投資にはさまざまな形がある。前述で紹介したスマート通勤やバイオモーフイズム、スマートテクノロジー、香りの空間、eゲーミングは、その一部の事例である。さらに、アンワーク社のキャサリン・ハーヴィ氏は、ワークプレイスエクスペリエンスの新しい要素

として、ワーキングテラスを挙げている。これは、新規オフィス検索で最も人気のある要素の1つとなっているという。

暖かい季節に従業員が集まって仕事ができるテラスは、最近非常に望まれているアメニティ

である。コロナ禍中のロックダウンの余波かもしれないが、テラスは、日光と新鮮な空気の中で仕事をしながら、同僚とコミュニケーションをとったり、メールを整理したりすることができる屋外のワークスペースを提供するため、オフィス入居者

や従業員にとって大きな魅力となっている。屋外の強いWi-Fiとたくさんの素晴らしい植栽は必須であり、ビーハイブ(蜂の巣箱のような形をしたワークスペース)の1つか2つあればなおよい。

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「103 不動産投資の基礎」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。からくさ不動産みらい塾塾頭。

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。

ちゅおん ていちゆくくいん

2018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働く場所の調査分析、研究に従事。企業やワーカーに向けたアンケート調査やワークプレイス関連指標分析を担当。また、働き方と働く場所を考えるWEBメディア「働き方×オフィス」(<https://soken.xymax.co.jp/hatarakikataoffice/>)のグローバルコンテンツ編集も行う。横浜国立大学大学院コーポレートファイナンス専攻修士課程修了。