

ハビトゥス(Habitus)とはラテン語で、習慣、行動様式、ものの見方、感じ方などを意味しています。

## 第 24 回 Habitus マーケティング研究会 講演概要 (2020 年 12 月 11 日開催)

### 「ニューノーマル下におけるワークスペースの在り方

#### － 企業に求められるワークスペースの在り方 －

玉木 慶介 氏 三菱地所株式会社 営業企画部  
新事業ユニット ユニットリーダー 専任部長

1. これからのワークスペースに求められることは?.....	1
2. センターオフィスに求められる機能とその変化.....	2
3. 顧客ニーズの多様化への対応と課題.....	3

第 24 回のハビトゥス研究会では新型コロナウイルスの感染拡大で大きく変化した働き方を背景に多様化するワークスペースの在り方や新規事業の取り組みなどについて三菱地所株式会社営業企画部新事業ユニットリーダー専任部長の玉木慶介氏をお招きしてお話を伺いました。

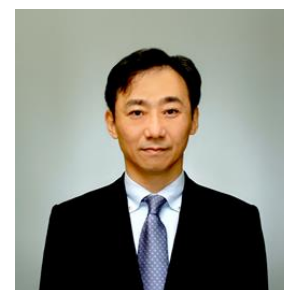
東京に本社を置く企業の約 7 割が、コロナ収束後もテレワークを拡大したり、継続するという方針を示しており、ワークスペースや企業の本社の在り方などが改めて問われています。研究会ではワークスペースの先進的事例や課題などについて、お話いただきました。以下は、2020 年 12 月に開催された研究会での講演概要です。

### 1. これからのワークスペースに求められることは？

#### ◆オフィスワーカーの働き方と働く場の多様化

2020年6月下旬、三菱地所は、最初の緊急事態宣言が解除された直後に、東京に勤務する首都圏在住のオフィスワーカー1万5千人を対象にテレワークに関するアンケートを実施した。コロナ収束後の働き方について聞いたところ、オフィスだけで働きたいという人は減っていた。一方、テレワークだけで働きたいという人も減っていることがわかった。つまり、オフィスとテレワーク、両方の良いところを取り入れながら働きたいという声が多かった。

具体的には、コミュニケーションをとる必要がある仕事はオフィスでのリアルの対面の方がよく、話を聞くだけでよかったり、自分だけで集中して作業をする場合は、わざわざオフィスに行かなくても良いと考えている傾向が明確にあらわれていた。特にコミュニケーションについては、進行中のプロジェクトの確認や遂行は、WEB 会議でもやりや



三菱地所株式会社 営業企画部  
玉木 慶介 氏

すいが、新規プロジェクトなど、相互のコミュニケーションを活性化しながらアイデアを出しあって、新しいものを作るという仕事はウェブ会議では遂行しにくいといった声があった。

オフィスワーカーがワークスペース求めていることは、大きく2つある。1つは「集中できる」ということで、もう1つは「コミュニケーションが取りやすい、活性化される」ということである。矛盾したニーズにも見えるが、テレワークを経験した結果、仕事の目的に応じて、どのような場で働きたいかをオフィスワーカー自身が考えるようになったともいえる。このようなニーズを満たすために働き方やワークスペースの多様化が求められている。

#### ◆企業がワークスペースに求める3つの要素

一方、企業にとって重要となるワークスペースの要素は3つある。1つは、付加価値創出ができる場であることだ。一カ所に集まることによる業務の効率化といったことだけではなく、ワークスペースのコミュニケーションから新しい事業アイデアが生まれることが期待されている。次に組織の求心力である。働き方が多様化すると、社員同士が共に過ごす時間が減少し、組織に「遠心力」が働く。そのため、組織をまとめる「求心力」を創出する場としての本社オフィスの重要性が増す。3つめは、フレキシビリティである。ビジネスサイクルが短くなるなど、事業環境は大きく変化している。5,000坪必要だったオフィススペースが、2年後は7,000坪要るかもしれない。あるいは、3,000坪で済むようになるかもしれない。業界ではコア・アンド・フレックスと呼ぶが、必ず使う面積のコアと伸び縮みができるフレックスのスペースをうまく組み合わせたワークスペースが企業側の新たなニーズとしてある。

これからは、オフィスワーカーと企業の両方のニーズを満たすようなオフィス戦略が重要になる。多様化する働き方に対応するためのワークスペースと、企業としての統括機能をもつセンターオフィスをどのように組み合わせるかを考えていく必要がある。

---

## 2. センターオフィスに求められる機能とその変化

---

#### ◆センターオフィスに求められる「求心力」

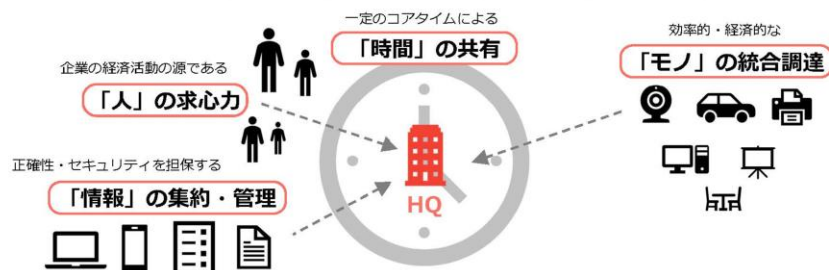
日本の企業は、トップダウン型というより、ボトムアップ型の企業が多い。「同じ釜の飯を食う」という言葉があるが、同じ場所、同じ時間を過ごして、苦楽を共にして組織として動いているケースが多い。また、リアルな場でのコミュニケーションを通じて、組織への信頼や仕事へのモチベーションに関わるエンゲージメントを高めている。さらに、新しいアイデア、イノベーションの創出は、リアルな場でのコミュニケーションから生まれる可能性が高い。

今後、企業の本社は、組織のセンターオフィスとして「人」、「モノ」、「情報」、リアルな「時間」の共有など、求心力を高めることが重要になる。そして多様化する働き方やワークスペースを繋ぐハブ拠点としての役割も担うようになるだろう。

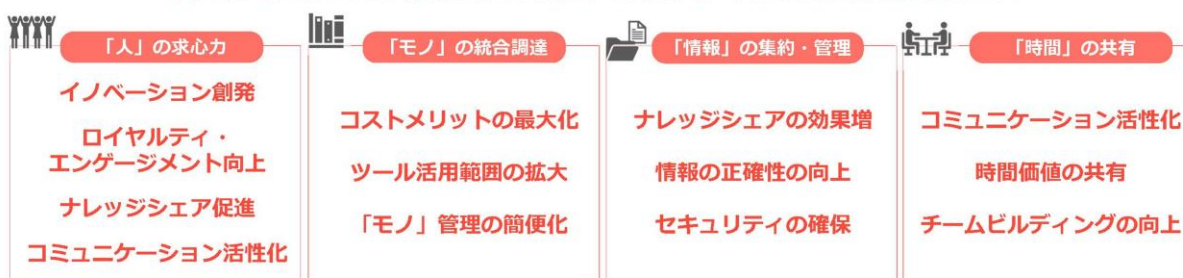
センターオフィスの役割は、顧客など社外とのコミュニケーションにおいても重要となる。顧客とのリアルなコミュニケーションがとりやすい利便性の高い立地環境が求められると考えている。

## Afterコロナにおける企業の「遠心力」のリスクと本社機能の「求心力」の必要性

## 本社オフィスに求められる「求心力」とは



働き方の急速な変化をチャンスに変える為には、一定の人・モノ・情報を、  
本社オフィスというハブ機能に集め、分散して活躍する一定の層を継ぐ役割が必要となる。



Copyright © MITSUBISHI ESTATE Co., Ltd. All Rights Reserved.

人を、想う力。街を、想う力。三菱地所 14

ご講演資料より

## 3. 顧客ニーズの多様化への対応と課題

## ◆多様な働き方を支える3つのサービス

働き方の多様化と企業に求心力が求められるなか、働く場所をサポートするために、現在、提供しているサービスの事例を紹介する。

## 【テレキューブ（BOX型ワークプレイス）】

コロナ禍前から「いつでも、どこでも働けるオフィス」のニーズはありと取り組んでいたのがBOX型ワークプレイスのテレキューブである。どこでも働けるオフィスという意味では、サテライトオフィスがあるが、WEB会議時の防音性や情報セキュリティ面で「個室」ニーズが高まっていること、働く場所の分散化が加速していることに着目して生まれたサービスである。

サテライトオフィス内に遮音性の高い「個室」を設けるには高額な施工費用やオフィス退去後には撤去費用がかかる。テレキューブはプライバシーやセキュリティが確保できる完全個室型の什器で、どこにでも設置可能で撤去も簡単である。デスクワークに十分な広さと高い遮音性が確保されていて、電源やPCモニターも設置されている。スマートフォンで簡単に予約・ロック解錠ができる。個人でも法人でも利用が可能で、15分、275円（税込み）から利用できる。

テレキューブは、IT系企業の株式会社ブイキューブとオフィス什器メーカーの株式会社オカムラとの協創で実現することができた。これまでにないコンセプトのためBOXの開発から設置にいたるまで、数多くの苦労があった。例えば、テレキューブは密閉型BOXで、火災時の防災性を担保するためには

従来はスプリンクラーを設置する必要がありコスト、ハード面で大きな負担があった。これをクリアするため消火剤を入れた簡易スプリンクラーを内蔵する新しい手法を開発したものの、前例がない規格であったためなかなか許可が下りず、最終的に消防庁の担当職員の目の前でテレキューブを燃やし、消火を確認してもらい、了解してもらうことができた。

新型コロナウイルス対策では、完全個室なので周囲からの飛沫を防ぐことができるのはもちろん、BOX 内には行政でも採用実績のある抗ウイルス・抗菌コーティング剤を塗布して接触感染も防いでいる。また、45秒でBOX内の空気を入れ替える換気システムはエアロゾル感染対策にも有効といえる。テレキューブの利用は、前の利用者から次の利用者まで5分間のインターバルを設けており、BOX内の空気は7~8回入れ替わる設計となっているためである。

設置場所は、都心のオフィスビルのエントランスの空きスペースや、移動時の隙間時間を活用できる駅構内が中心である。コロナ禍でテレワークが普及し、個室を必要とするWEB会議が急増したため、郊外の住宅地周辺の商業施設などへの設置も広がっている。足元では学生の就職活動でWEB面接が普及しつつあり、顔映りの良さ等のメリットからこのような「働く」以外でのテレキューブの利用も増えている。2020年10月時点で50カ所、100台を突破し、20年内に60カ所120台、23年に約1,000台の設置を目指している。

テレキューブはオフィス室内の什器としても販売しており、1人から4人用までである。WEB会議の普及でオフィスでも個室が足りない状況だが、什器として設置ができるため、需要が拡大している。



テレキューブ  
<https://telecube.jp/>  
 ご講演資料より

### 【WORK×ation（価値創造を実現するワークプレイス）】

ワーケーションは、欧米からきた言葉で、workとvacationをあわせた造語である。欧米では長期休暇を取得する機会が多く、休暇先から働くケースもある。一方、過疎化で悩む地方は、観光地などを整備してワークスペースとして活用すれば、ワーケーションは地方創生など社会的価値を生む可能性がある。そこで、新たなワークスペースのサービスとして打ち出したのが、WORK×ationである。

但し、検討を進めた結果、私共のWORK×ationは、欧米型のworkとvacationのタイアップではなく、多様な働き方を受け入れるワークスペースの提案する場とした。日本でも有休消化を促進はさまざまな企業が取り組んでいるが、文化的な違いや制度上の問題もあり、vacatoinの観点からのニーズはまだ育っておらず、日本の風土に合ったものにカスタマイズする必要があるからである。具体的には、Location（場所）を変え、Motivation（動機）を上げ、Communication（対話）を深め、Innovation（刷新）を創出する。更にはDiversification（多様化）を進める、など、いろいろなationを実現できるワークスペースのサービスとしたいと思っている。

現在、和歌山県の南紀白浜と長野県の軽井沢で展開していて（その後、2021年3月に新たに熱海、伊豆下田にも展開する旨をリリース）、1社専有で1日単位の利用が可能である。和歌山県は日本のワーケーションの先進県と言われていて約5年前から地域全体でのWi-Fi展開などIT環境の整備に取り組んでいる。



私自身がワーケーションを体験して気づいたことが3つある。1つは、場所を変えたり、環境を変えたりすることは、発想の転換につながりやすいということである。2つめは、同じ場所での目的を明確にした密度の高いコミュニケーションは新しいアイデアの創出、効率性の向上につながるということである。3つめは、組織としての求心力を高めるのに効果的であるということである。例えば私たちワーケーション事業は部署横断のプロジェクトチームで推進しているが、5月に全員で合宿を行い深く議論できた効果で、その後全員が集まる機会がなかったにも関わらず、チームは有機的に齟齬なく動くことができた（全員が集まったのは11月）。目標と志が一致し、組織の求心力がなくてはできないことだと自負している。

WORK×ation は、現地で様々な活動を体験することができる。和歌山県であれば、日本で唯一、体験者が自ら手を加えることができる世界遺産、熊野古道の道の補修をする「道普請」(みちぶしん) のボランティア活動がある。作業を通じてお互いの理解が深まりチームワークが高まる。軽井沢で評判がよいのはカーリングで、プレイ経験のある人がほとんどいないので、横並びの状態からゲームを始めることができる。ゲームでは戦略が重要で、チームでのディスカッションなどコミュニケーションが必要となるため、お互いの理解を深め、同じ目標に向けて協力するチームビルディングには最適な活動と言われている。

## 多様な働き方を支えるサービス : WORK×ation

### 1. WORK×ation Site 南紀白浜の立地



- 羽田空港からワーケーションオフィス迄**1時間15分**。
- 紀伊半島には世界遺産（高野山、熊野古道）もあり、ロンリープラネット社発行の「ベストイントラベル2018」地域部門において、紀伊半島が**世界第5位**にランクイン。
- 海岸や宿泊地エリアは災害時も途切れない、**防災通信ネットワーク**が整備。



### 2. WORK×ation Site 南紀白浜のオフィス仕様



白浜町第2 ITビジネスオフィス外観






他賃借人と共用のコワーキングスペース  
議論が煮詰まったら、一歩外へれば公園の美しい緑が広がる。  
リフレッシュすることが可能。wifi完備のため、公園でも議論が弾む。




遊び心のあるオフィスで根詰めて議論

人を、想う力。街を、想う力。  三菱地所

Copyright © MITSUBISHI ESTATE Co., Ltd. All Rights Reserved.

ご講演資料より

**【×LINK（什器付きフレキシブルスペース）】**

この他に、大規模なオフィスビルが多い丸の内エリアに初期投資が不要で解約等の自由度の高い小規模オフィス、×LINK を展開している。大規模オフィスビルのハイグレードなエントランスなど共用部分や関連設備が利用でき、×LINK 専用の受け付けやラウンジなどもある。企業の事業環境の変化に応じてスペースの調整がしやすく、自由度の高い契約ができることが特徴である。

最近、サテライトオフィスやシェアオフィスなど、さまざまなワークプレイスを提供するサービスが登場しており、「いつでも、どこでも働ける」、「スペースをフレキシブルに何でも使える」ということを強調している企業が多い。しかし、三菱地所では、ワークスペースの利用は、ユーザー企業のコストに直結すると捉えており、「何にでも使える」スペースというより、企業の利用目的を明確にしたサービスの提供を心掛けている。何でも使える、は一見すると魅力的に映るが、利用者は自らが使わないサービスにも対価を支払うこととなるためである。従って、私たちは必要なサービスを必要な分だけ提供する事こそ、顧客満足度を最大化できると考えている。

×LINK の事業を展開するにあたり、長期的に施設運営コストを上回る収益をあげ、プレミアムを創出できるかどうか、その源泉を明らかにすべく検討を続けてきた。その結果、フレキシブル性を提供する事業者にとっての最大のリスクは、稼働率の急激な低下であり、これをコントロールできれば競争優位を確立できるとの結論に至った。当社が多数の物件を保有・管理している丸の内エリアにおいては、当社は市場のどのプレーヤーよりも多くのニーズを把握できているはずであり、その需要を上手く活用することで、空室リスクを抑制し、プレミアムを創出できるという考え方である。そして、競争優位のある当社は、当然ながらユーザー企業に最もリーズナブルな価格でサービスを提供できる事業者でもあり、社会全体に価値を創出できることも確認できた。

この×LINK 事業を通じて、何が競争優位の源泉であるかを突き詰めて考えることが、新規事業ではとくに重要だということを学んだ。

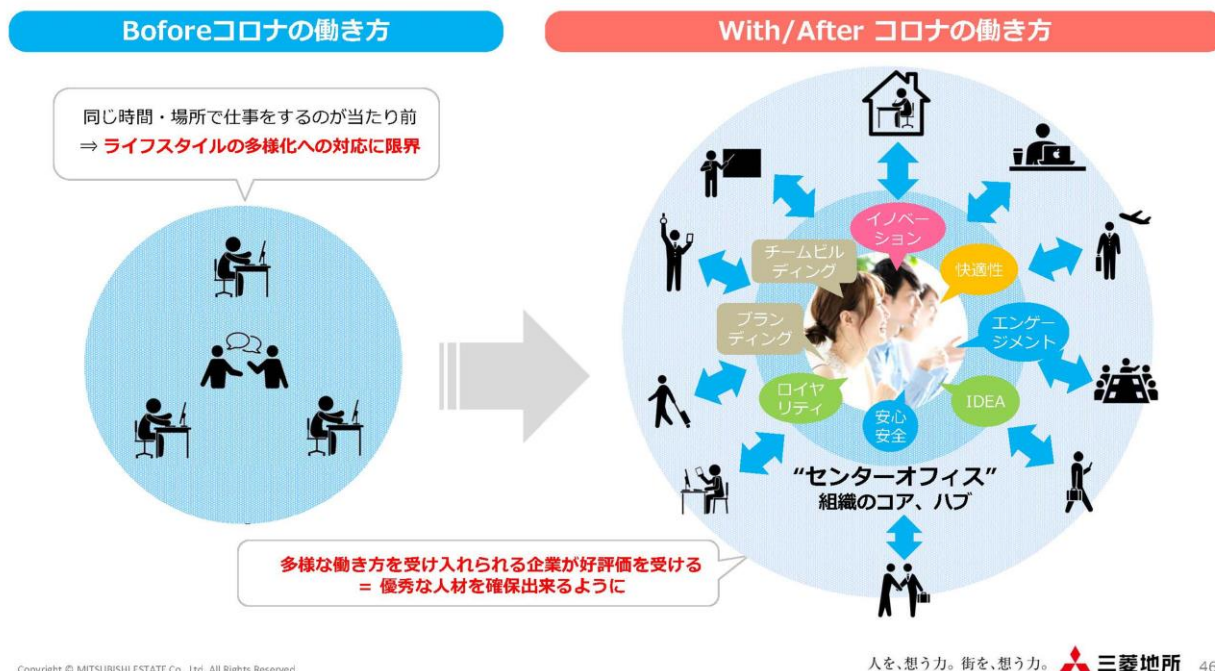
**◆課題は、多様化するニーズへの対応と新しい価値の創出**

最後に課題についてお話する。

働き方が多様化するということは、需要の拡散を意味している。同質性の強い市場から、少量多品種の市場に移行する訳であり、これは投下資本を簡単に回収することが難しくなるということを意味している。従って、サービスを提供する側が、拡散型の需要に対処するためには、自分たちの強み、競争優位の源泉を明確にして、マーケットへの参入を検討するマーケティング力がカギとなる。また、自社のみで優位性を構築するのが難しい場合は、他社との連携の可能性もあるだろう。

一方、利用者である企業もワークスペースの在り方を見極めることが重要になる。自社がワークスペースで何を成し遂げたいかなど、利用目的を明確化することが大事である。そして、その目的を達成するためには、どのようなワークスペースが必要であるかを慎重に検討することが必要になる。例えば、豪華なワークスペースの内装が本当に必要であるかどうかなど、目的と手段を明確に分けて、冷静に効用を見極めながら、ワークスペースのポートフォリオを構築することが求められる。

センターオフィスと多様化する働き方をサポートする施設による、  
働く場の最適ポートフォリオを模索していくことが必要に



ご講演資料より

三菱地所は、多様化するワークスペースへのニーズに対し、最適且つ、新しい価値を創出するようなサービスの提供を目指していく。(文責：新井佳美) ■