

**演題：「先駆者ザイマックスが見るサードプレイス
（シェアオフィス）の現状と地方都市への展開は？」**
—そもそも、オフィスワーカーの勤務実態の現状とパンデミック終了後の将来像はどうなる

講師：辛島 秀夫 先生（株式会社ザイマックス 取締役 執行役員 副社長）

■主宰者 佐藤一雄氏より

辛島氏には、ちょうど2年前に、このZXY（ジザイ）について講演をしてもらった。当時は首都圏を中心に140拠点を展開し、1400社と契約していると聞いた。この2年間で郊外にも拠点は増えたのか。地方都市への展開状況も含めてこの2年間の進化をお聞きしたい。

また、サテライトオフィス市場はメインオフィスとの組み合わせ・補完的な役割とされているが、中にはNTTグループのようにリモートワークを主体とする企業が登場するなど変化も起きている。

■講演〈辛島秀夫氏〉

ザイマックスは、もともとリクルートのビル事業部だった。2000年にリクルートから全従業員参加型で独立をし、それまでのノウハウを生かし、「日本のプロパティマネジメント会社」を目標にスタートした。独立後、何百件もの企業の不動産購入をサポートし、建物の修繕履歴などのデータ蓄積を大切にしてきた。

ZXYを始めたきっかけは、当社の社員（営業担当者）が日中、何か所もの会社を訪問するが、その都度会社に戻ると移動時間があったいので次の訪問まで喫茶店で仕事をする人がいたこと。若い社員の場合は喫茶店を使っているとコーヒー代がかかるため、大きなビルのロビーで過ごす聞いた。情報漏洩や健康面が心配だったので、彼らが過ごすための拠点を都心に設置することを考えた。当時、社内コンテストで、このZXYのベースとなる提案があった。そして営業マンが過ごす場所に課題を持っているのは当社だけではないと思い、2016年に事業化した。

現在、拠点数は首都圏を中心に254拠点、会員数は51万人に上る。拠点数はサードプレイスではナンバーワンだろう。個室を希望する人が多いので、最近の拠点は個室形式がメインだ、予約はスマートフォンで行う。以前は会員増加ペースに対して拠点数が少なく、「予約できない」とクレームがあった。今は

2年前の2倍の拠点数だ。倍増したのはコロナの問題が大きかった。自宅近くで仕事ができるように住宅地に増やした。拠点数が増えたので今はクレームを抑えられているが、もっと需要は伸びると思うので、拠点数を増やす必要があると考えている。

2016年からの世の中の変化を見ると、当時はICTの進化でどこでも働くことができるようになり、一方で人手不足のため効率性（移動時間削減）が求められるようになっていた。そこで、都心での営業マンのタッチダウン利用を想定して、「ちよくちよく…」の名称で事業を始めた。2017年、2018年頃になると働き方改革ブームが起きた。営業職だけでなく、企画職や事務職にもリモートワークが拡大し始めた。我々は、多くの人々が長時間利用することを想定し、出店を拡大。名称を現在のZXYにリブランドした。その後、東京五輪開催の前に、東京都から企業に対して「五輪期間は通勤を控えてほしい」との要請があり、企業は分散ワークに本腰を入れ始めた。当社も受け皿として貢献したいと思い、大学内や公共施設の空きスペースに、簡単な造作で働く場を提供できるよう準備をしていた。そこにコロナが流行した。密を避けることが大前提となった。社内（同一フロア）で感染者が出ると、他の社員も出社できない。急に自宅で仕事をせざるを得ない状況となり、当時は在宅勤務のストレスが大きかった。狭い自宅で夫婦そろってテレワークする家庭も多かった。企業としても情報管理や従業員のエンゲージメントを考え、働く環境を整えることが大切になった。そこで、我々も拠点数を増やした。住宅地にはオフィスビルがないため、商業施設の中を借りて出店した。当時、当社の建築部署は非常に忙しかった。

当社が社員を対象に実施した調査では、自宅近くのサテライトオフィスを利用することで、通勤時間を平均1時間削減できている。コクヨの社員調査では、ほとんどの人が「週に2、3回出社」するのが望ましいとしている。こうした結果を踏まえ、我々はサテライトオフィス事業をもっと進化させていきたい。

ZXYの現状と展望については、担当者に説明させたい。

■講演<ZXY担当者・平井 淳氏>

ZXYの現状

先ほども説明があったが、直近の数字では拠点数はオープン済みが264拠点。工事中を含めると301拠点だ。会員数は約3000社・52万人。

特徴的な拠点事例を紹介したい。郊外にはオフィスビルがないため、オフィスビルではないところに出店した事例だ。たとえば三井住友銀行との取り組み。三鷹支店の3階フロアが丸々空き、遊休スペースの有効活用として同行専用の

サテライトオフィスとZXYが併設している。動線を分けることが大切で、セキュリティ面での問題がないように出店している。また、商業施設にも出店している。パルコやマルイなど都心型ショッピングセンターや、イトーヨーカドーといった総合スーパーに、テナントとして出店している。ZXY利用者が、仕事のあと、その店舗で買い物をしていくという効果も出ている。最近では大手鉄道会社とも取り組んでいる。鉄道会社は沿線を魅力的にしたい、ZXYとしては自宅（住宅地）近くに出店したいという狙いがある。駅前の商業施設内や、駅の売店・ATM跡地、高架下区画に出店している。

今後の展望について。ザイマックス不動産総合総研所の資料を使いながら説明する。現在、東京23区のフレキシブルオフィス（サテライト、レンタルオフィスも含む）は増え、面積は21万坪・1080拠点となっている（開業予定含む）。賃貸床面積ストックに対して1.6%を占めている。比率（拠点数）は都心5区が70%、周辺が30%、2021年単体では6対4であり、コロナで郊外型が増えていることが分かる。

出社率はどうか。実態として出社率は60~70%で、企業の今後の意向も同程度だ。2年前のような出社制限ではなく、6~7割くらいに落ち着いている。

在宅勤務制度とサテライトオフィスの導入率推移（2021年春~2022年春）を見ると、在宅勤務の導入率が今年はやや下がった。一方、サテライトオフィス導入率は伸びている。「今後取り組みたいテレワークする場所に関する施策」でもサテライトオフィスが伸びている。その理由は、在宅勤務での不満・デメリットを解消する場としてサテライトオフィスが期待されているからだ。在宅での不満・デメリットとは、仕事に必要な機器や什器、通信環境が整っていないことだ。

今後、ワーカーはどうしたいのか。ワーカー調査では、概ね出社とテレワークを半々にするハイブリッド型を志向していることがわかる。そしてテレワーク頻度がパフォーマンス・エンゲージメント評価に対する影響はどうか。ザイマックス総研の調べでは、週に3回相当以上の場合、パフォーマンスもエンゲージメントも高くなる確率が有意だった。エンゲージメントはフルリモートだと下がる可能性がある。そのため企業側もハイブリッド型を志向するだろう。

ZXYの今後について

地方都市圏への出店を考えている。首都圏よりも通勤時間が短いため、住宅近接型ニーズが強いかは不明だ。家も割と広い。ただ、社内にウェブ会議用の部屋を備えている企業は少ないため、オフィス機能の代替としてZXYの需要があるのではないかと仮説を立て、地方圏のオフィス集積地に出店を検討している。たとえば関西圏ならば梅田や堂島、淀屋橋など、福岡ならば博多や天神、

札幌ならば大通公園、東海ならば名古屋や栄だ。さらに、移住して働く人向けにも挑戦している。家庭の事情で首都圏を離れなければならない人もいるだろう。いったん仙台に出店し、検証を進めているところだ。

従来とは異なる出店の仕方にも挑戦している。たとえば、ボックス型。大型ビルのエントランスに設置し、そのビルのテナントにZXY会員になってもらっている。これまで20~50坪のフロアを借りて展開する方法だった。それから大学内にウェブ面接用として設置する。つまり「働く」以外の使われ方に挑戦している。自治体とのコラボレーションにも取り組んでいる。自治体にとっては住民に「働く」「遊ぶ」などのサードプレイスを提供することは意義があるから。東京・国立市で実証実験を行っている。

まとめとしては、企業や職種にもよるが、一定程度はテレワークが定着。パフォーマンスやエンゲージメントとのバランスから、ハイブリッドワークが主流になるのではないかと考える。また、ワークスペースの在り方は、つまり本社と在宅、サテライトオフィスをどう使い分けるか、リソースをどう分配するかという経営戦略に波及していくと考える。そのためZXYとしても多様な需要にこたえるサービスを目指す。首都圏での出店は引き続き拡大し、また全国への出店、ビルとの協業、新しい使われ方など未来に向けたチャレンジをしていく。

■辛島秀夫氏

今、仮説を立て、コストをかけてチャレンジしているところだ。仮説の原点は、日本が人材・人手不足時代に入り、各企業では働き手の転職が横行していること。働き手は財産のはずだが、従来はコストと考えられていた。少子高齢化であり、高度人材の確保は企業の生命線だ。仮説として、優秀な人材は東京だけにいるのではない。また、親の介護をしながら仕事をするという時代が来ることも想定している。そういう人はこれまでは会社を辞めて地元（親元）で再就職という選択だったが、リモートワークならば会社を変えずに、月に1度の本社出社でミーティング、営業フォローはリモートを最大限活用といった働き方が可能ではないか。今、企業は経営的な感覚を持ち、人は財産だと考えなければ、人が去っていく。加えて円安の影響で海外人材の確保が難しくなっている。日本ではなく、韓国や台湾を選ぶ比率が増えているようだ。日本は環境や衛生管理がよく、人のやさしさ、文化もある。同じ経済効果があるなら日本で働きたいという外国人は多いはずだ。一方で、優秀な日本人が海外に流出する可能性も高い。

当社が会員を法人としている理由だが、トラブルなく、安心して働くためには、そこで働く人がセグメントを受けた人であることが非常に大切と考えるか

らだ。法人会員ならば、利用者の素行に何かあればその企業に報告がいく。今の段階では法人のフィルターを掛けて成長させたい。SNSが発達しているので、マナーの悪い人がいると拡散される。そうすると、非常に悪影響を受ける。

■MEQQE（メッケ）について

新事業として、「MEQQE（メッケ）」を始めたので紹介したい。これは地図を活用した情報発信アプリ。地域の情報をデジタルブックにして社会に広めていければ、店舗の販促にも地域活性化にも利用者にも便利ではないかと考えた。日めくりのように情報が変わっていく。まだスタートして2年半で、先行投資の段階で、回収はできていないが、地域の皆さんの声を聞くと期待は高いので、もう少し投資してよいものにしたい。

<質問コーナー>

Q. **喜多秀正木氏(株)喜多金属**：収支について

A. **辛島氏**：前回講演時も質問があったが、答えにくい。基本は15分単位の従量課金制で、フリードリンク。利益率は高くないが、一定稼働率（3～4割）があれば損益分岐点に到達する。低くみえるかもしれないが、人の出入りがあるので。実際のオフィスの稼働率も同じくらいだ。

Q. **喜多氏**：賃料負担力は？

A. **辛島氏**：相場のオフィス賃料並みであれば出店できる。

Q. **櫻井裕氏(ジーク)**：社内アイデアから生まれた事業のようだが、事業の検討から開始までの過程について聞きたい。スピード感はどのようにして生まれたのか。

A. **辛島氏**：社内のアイデアコンテストは随時受付していた。このサテライトオフィス事業は6～7人のチームで提案してくれた。ただ、いろいろな提案が来ているので、セグメントするのに時間がかかる。そこで、私が会長らを直接説得した。最初は6拠点をモデルとして出店し、使ってもらい、反響を確認しながら進めた。

提案してから1～2カ月で経営判断してスタートした。一般的に新規事業を立ち上げる場合、その案に可能性を感じても検証が数値化できないため、そこで逡巡している企業が多い。だからオーナーやトップが決断するのが一番のスピード感もたらずものだと思う。当社のサテライト事業では、まず、トライアルでニーズがあることが確認できた。やるならばトップバッターでやらないと勝機はない、大資本家が後から来るだろうから一気に進めようと考えた。6拠

点とは、営業マンが立ち寄る前提だったので、品川、新橋、渋谷、新宿、赤坂、八重洲という都心部だ。

Q. 佐藤一雄氏：新しい事業を始める際、必ずトライアルする慣習があるのか。

A. 辛島氏：これはリクルート文化だろう。

Q. 田幸正彦氏：円安で日本から人材が流出しているという話があった。日本と韓国と台湾における国としての魅力とウィークポイントは？

A. 辛島氏：聞いた話程度だが、台湾はIT産業への知見が高い。高度人材は、台湾では高給という思考があるようだ。

当社としてはビルメンテ事業やホテル事業のスタッフとして、技能実習生にぜひ来てほしいが、社員との給与バランスが問題となる。外国人だけドル換算でアップすることはできない。労働対価がこの円安で、韓国や台湾よりも劣っている。この10月11日からインバウンドが急増した。来日しているのは、シンガポールやアメリカ、台湾などだ。円通貨とのギャップがあるほうが来やすいからだ。今後もこの円安が続くと厳しい。

Q. 喜多氏：建物オーナーとの契約方式は。清掃はどこがやっているのか。

A. 辛島氏：一般的な賃貸借契約だ。中には定期借家契約を希望するオーナーもいるが、その場合は期間7年以上でお願いしている。造作などの投資を行っているので、最低でも7年間はないと、当社としてメリットがない。清掃はグループ会社の清掃会社のこともあれば、そのビルの清掃会社が行うこともある。日々、清掃やドリンクサーバーの補充で入退室するので、その事業者には専用のQRコードを配布している。

Q. 本多信博氏(株住宅新報)：フレキシブルオフィス市場は、ザイマックスのように法人契約が主流なのか。

A. 辛島氏：明確な比率は不明だが、個人向けよりも法人向けのほうが多いと思う。

Q. 本多氏：今後、この市場が拡大するとすると、それは働く側、企業側、どちらの主導力が強いのか。

A. 辛島氏：難しい。ZXYの場合、社員がサテライトオフィスの利用を希望し、それを会社が許可している。企業と働く人は対等と言えるのではないかと。

Q. 佐藤一雄氏：新規事業をやるときには新規なのだからトラックレコードがない。世の中に存在するデータを組み合わせる判断するのは大変なことだと思

う。

A. 辛島氏：事業を起こすとき、仮説を立て、その結果、何か幸せになることが浮かんで来たらやったらいいと思う。世の中のためにならず、金はもうかるという仮説ならばうまくいかないと思う。そういう文化はリクルートにもあっただろうし、当社も大切にしている。

Q. 田幸正彦氏：法人契約とのことだが、利用者がその法人の従業員であるという確認はどのようにしているのか。また企業から時間・人事管理との連携などの相談はないのか。

A. 辛島氏：まず利用者の確認方法としては、契約すると、企業がどの従業員が利用するかを決め、アドレスなど登録し、アカウント発行されるので、関係のない人は利用できない。利用者の利用状況（日時や入退室時間など）は、データとして企業の管理者が確認できるようにしている。時間管理は、各企業とも重要視している。

Q. 飯田雅隆氏(毎日リビング)：商業施設への出店をしている。どの程度の面積を利用するのか。

A. 辛島氏：今、スーパーなどは上層階の衣料品などの売上げが伸びていないため自社運営を減らし、テナント貸へと変わっている。ここでのZXYの面積は通常の出店面積（30～50坪）の半分程度でそんなに大きくはない。スーパーの上層階を使うと、そこで働いた人が帰りに買い物したりできて便利だ。また、東京・自由が丘ではスポーツクラブに出店している。運動してから仕事、もしくは仕事の後に運動する場となっている。

Q. 石井裕子氏(大成有楽不動産)：ZXYの利用者としての感想だが、夕方に行くときとコーヒーが切れていることが多い。無人だからしょうがないとは思っている。ZXYは法人契約だからいいが、個人が利用料を払っているオフィスの場合にはクレームになると思う。利用者が自分で補充できるように在庫の置き場所が表示してあるとよいが。また、ZXYは造作が真っ白で、汚れが目立つ点も気になっている。

A. 平井氏：補充の頻度については改善中だ。また、白くて汚れやすい点については他の客からも声がある。そのため、新拠点から木目の机にしたり、パーテーションもグレーにしたり、変更している。

＜参加者の声＞ アンケート(印象に残った点)より

- ★新規事業に対する姿勢に共感しました。 (株)荒井商店 取締役

- ★興味深いテーマで内容も大変良く講演資料も大変良かった。
(喜多金属株)

- ★ZXYはコロナ禍において大変お世話になりました。今後もますます拡大してより使いやすくなることを願っております。
(東京建物(株)投資事業推進部)

- ★ユーザーです。
(東京建物不動産販売(株)投資商品開発部)

- ★ザイマックスの社内文化がとても印象に残りました。やはり新規事業は、トップ主導でスピード感をもって推進しないと成功しないと改めて感じました。
- ★大変勉強になりました。誠にありがとございました！
- ★いつでも準備できておりますので、ぜひ工事のご発注を宜しくお願い致します！
(株)ジーク代表取締役

- ★わかりやすい説明で感謝します。 (株)ジーク統括部長)

- ★新規事業企画体質
- ★収益モデル (株)テイクグッドケア代表取締役

- ★ストレートな説明でわかりやすかったです。
- ★資料も充実していました。 (フリー)

以上