

「一人あたりのオフィス面積」大研究

「オフィスの広さ」の目安となるデータを新しいワークスペースづくりに役立てよう!

『オフィスマーケット東京』ではこれまで、オフィス関連企業や団体の発表してきた「ワーカー一人あたりのオフィス面積」についてレポートしてきました。他社の事例を参考にオフィスづくりを考えるベンチマークの手法が普及してきた現在、これらの貴重なデータを、ぜひ活用し、ファシリティコストの最適化と執務環境の向上にお役立てください。今回の特集記事では、最新のデータの紹介と企業の活用事例、そして「一人あたりの面積」から考える次世代オフィスについてまとめてみました。

一人あたりの執務面積は10㎡の水準に収束の方向

1999年から2001年にかけて行われた「一人あたりのオフィス面積」の調査結果を見ると、一部のデータを除いて微増の傾向を見せていることがわかります。そして、データの取り方によって数値に開きはあるものの、ある程度、目安となる数字にはなっているようです。

たとえば、最も広範囲の企業に調査を行っているニューオフィス推進協議会(NOPA)の「オフィス環境に関する実態調

査」から、一人あたりの執務室面積のデータを時系列に並べてみましょう。ちなみに執務室面積とは有効面積から役員室や書庫、会議室、機器関連スペース、福利厚生施設、パブリックスペースといった特定の目的を持つ部分を除いたもので、オフィスの快適性や生産性の向上を前提にスペースを考えると、この数字が最もわかりやすい指標になります。

この経緯を見ると、1980年代のかなり低い水準から、90年半ばまでは急激に上昇しているものの、その後、ほぼ10㎡のレベルに収束しています。

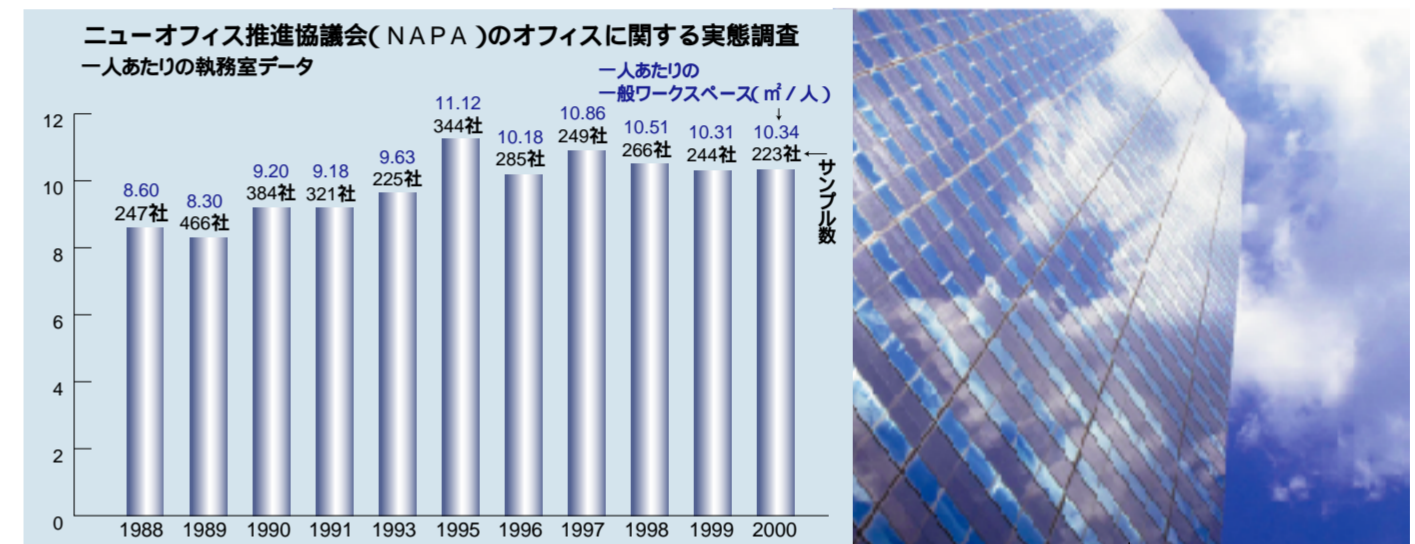
いまでもなく1980年代は首都圏のオフィス不足が問題になっており、ワークスペースはかなり窮屈になっていました。その後、バブル期に建設されたビルが竣工し、オフィスが借りやすくなったことで、一時的には「一人あたりの面積」は反動で上昇しますが、やがてリストラによる経費の見直し、そして快適なオフィス環境が求められるにつれ、この数字は徐々に適正值に向かっていくようです。

あとで紹介しますが、独自の調査にとってオフィススペースのスタンダードを決めたソニーでも、一人あたりの面積は、事務系社員で10㎡を基準としており、統計結果は、かなり正確な値を示しているといえます。

調査データをコストの最適化と生産性の向上に活用する

ここに示した企業や団体による調査結果は、データの内容やサンプルの企業数が異なるため、どうしてもばらつきは出てしまいますが、新しいオフィスづくりの目安としては十分参考になる数字だと思います。このため、今回のレポートでは、統計数値を利用したベンチマークの実例と、実際のオフィスへの応用例、さらに標準スペースの有効な活用方法まで、オフィスづくりで先進的な試みを進めている企業に取材してみました。

オフィスに求める条件は、企業によってそれぞれです。したがって、これらのデータを上手に活用することで、ファシリティコストの最適化と、生産性の向上にお役立てください。



「一人あたりのオフィス面積調査」最新データ(2001年発表)

調査企業・団体	調査対象	総延床面積あたり	有効面積あたり	執務(専用)面積あたり		計測方法
				役員室含まず	役員室含む	
日本ファシリティマネジメント推進協会(JFMA)	・全体	—	15.2㎡	—	15.2㎡	(執務面積)÷(執務者数) (オフィス面積)÷(執務者数) 調査対象と方法 FMベンチマーク参加企業にアンケート。前回の参加企業に新規企業を加えて集計。 備考 執務室面積...役員個室、部長個室、一般執務室面積のトータル面積 オフィス面積...執務面積、業務支援面積(受付、会議室、応接室等の業務をサポートする施設)、生活支援面積(社員食堂、売店、リフレッシュルーム等の福利厚生、生活を支援する施設)、通路面積(左右両側が壁として仕切られた通路)の合計
	・日本企業	—	14.8㎡	—	14.8㎡	
	・外資系企業	—	17.8㎡	—	17.8㎡	
ニューオフィス推進協議会(NOPA)	・全体	—	—	10.34㎡	—	(一般執務面積)÷(執務者数) 調査対象と方法 上場企業(店頭登録含む)1000社、非上場企業1000社を無作為に抽出しアンケート。備考 一般執務室面積...オフィスの専用面積または契約面積から会議室、応接室、給湯室、個室形式の役員室、エレベーターホール、洗面所、廊下、倉庫、階段、厚生施設、コンピュータ室等の面積を引いた面積。
	・東京エリア	—	—	—	—	
日本ビルディング協会連合会	・東京エリア	23.6㎡	13.6㎡	—	—	(会員ビルの延床面積合計)÷(在館内人数合計) (会員ビルの契約面積合計)÷(在館内人数合計) 調査方法と方法 (社)東京ビルディング協会所属会員を対象にアンケート。備考 各階のフロア面積の合計は、壁芯で計算
住信基礎研究所	—	—	16.46㎡	—	—	(契約面積)÷(常勤従業員数) 調査対象と方法 都心6区(千代田、中央、港、新宿、渋谷、品川)の主要オフィスビルに入居しているテナント企業にアンケート。備考 賃貸借契約面積で計算。共用部は含まれていない。
森ビル	・全体	—	14.3㎡	—	—	(一般執務面積)÷(常勤従業員数) 調査対象と方法 森ビルが経営しているビルに入居しているテナント企業にアンケート 備考 賃貸借契約面積を壁芯で計算。共用部、ショールームは含まれていない。
	・日本企業	—	13.7㎡	—	—	
	・外資系企業	—	16.2㎡	—	—	
オカムラ	—	—	17.88㎡	7.48㎡	—	(オフィス面積)÷(オフィス室内の椅子数) (一般執務面積)÷(執務室内の椅子数) 調査対象と方法 日経ニューオフィス賞に応募した企業(応募を検討した企業も含む)のうち、オカムラがプランニングに携わった企業データを集計。備考 打ち合わせコーナーにある椅子やOA機器用の椅子は含まない。執務室内の簡易受付にある椅子は含む。計測にあたっては内法で算出。

他社のデータを参考にしたベンチマークでオフィスの生産性を向上していく手法とは

本誌でも何度か登場いただいている日本ヒューレット・パッカートのファシリティマネジャー小田 毘古さんは、JFMAでもベンチマーク調査を担当し、多くの企業のオフィスづくりに協力されています。ここでは小田さんが調査結果をもとに、どうやって自社のオフィスのリニューアルを進めてきたのか、「一人あたりのオフィス面積」データの活用方法について、詳しく解説していただきます。

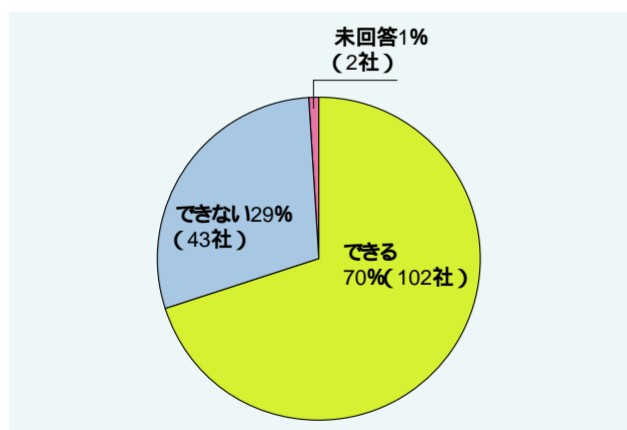


日本ファシリティマネジメント推進協会 (JFMA)
ベンチマーク・データセンター
日本ヒューレット・パッカート株式会社
ワークプレイス・サービス部門 部門長

小田 毘古氏

JFMAの「2000年ベンチマーク報告書」によると、日本企業のオフィスづくりにおける問題点がデータとして表れています。まず、オフィス戦略を立てるうえで最も基本的なデータである全社面積の把握状況について企業にアンケートを行ってみると、「把握できる」と答えているのは全体の70%、147社中102社に過ぎません。事業所が何百もあるような大企業では難しいかもしれませんが、しかしこれでは、効率的なオフィス運営などできないでしょう。

全社面積の把握状況

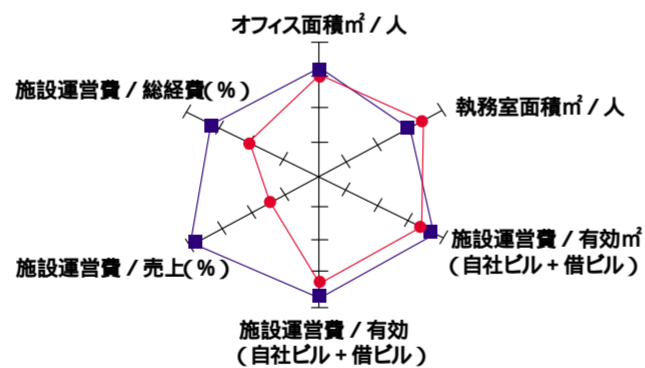


さらに「把握できる」と答えた企業に実際に行なっているか確認したところ、明確に回答できたのは43社。最初のサンプル数147社と比較すると、全社面積をデータとして持っている企業は全体の30%しかありません。これは驚くべき数字ですね。

ベンチマークを利用すればオフィスの問題点がわかる

ベンチマークは、他社のオフィス利用の実態と比べていくことで、自分の会社が無駄や非効率なワークプレイスの使い方をしていないか、改善点の洗い出しをしていく手法です。活用するには、できれば全社的なデータを把握するべきなのですが、

オフィスベンチマークデータ スペース / コスト

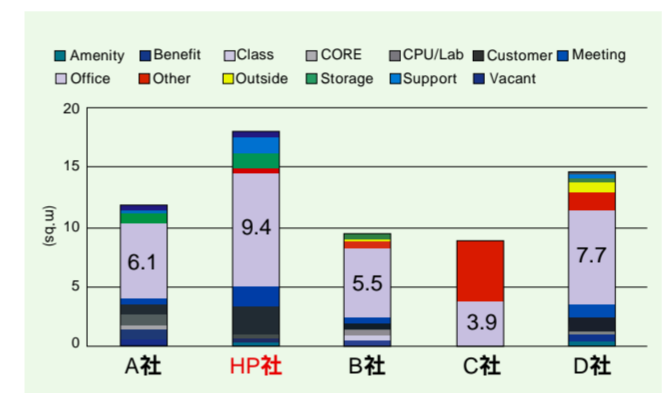


2000 (工場・倉庫等を除く)	ALL 147社 206建物	日本HP
オフィス面積㎡/人	16.0	17.1
執務室面積㎡/人	9.1	9.9
施設運営費 / 有効㎡ (自社ビル + 借ビル)	95,900	81,805
施設運営費 / 有効 (自社ビル + 借ビル)	1,370	1,232
施設運営費 / 売上 (%)	4.7	1.7
施設運営費 / 総経費 (%)	12.6	7.9

特定のビルに絞って進めることも可能ですので、ここでは私が日本ヒューレット・パッカート (HPJ) で行った方法について解説しますので、参考にしてください。

比較対象は、私たちがも参加しているJFMAの調査データです。これによると、オフィス面積、執務室面積、施設運営費などが平均値と比べ、別表のようになっていることがわかりました。さらに見やすくするためにチャート化してみましょ。すると、施設運営費に関しては、売上や総経費、面積、人数との比率において平均値を大きく下回っており、かなり効率的な運営をしていることになりす。しかし、一方でオフィス面積や執務室面積は若干高い。したがって、ここに改善点があるのです。

有効面積 / 人員 (賃貸ビル・東京地区)



これを見て、「コストセービングには成功しているのだから、オフィス面積をこれ以上多くなくてもいいじゃないか」と感じる人がいるかもしれません。確かに施設運営費だけを考えれば、HPJは合格点をいただけるでしょう。ですが、調査対象となった企業の中には私たちより狭いオフィスでも業務を行っているのですから、もしかするとそこに無駄があるかもしれません。もちろん、スペースを減らすだけがオフィス戦略ではないのですが、こうやって一つひとつの条件を検証し、常にベストプラクティスを追っていくことがファシリティマネジャーの務めなのです。

同業他社データとの比較が検証の出発点

それでは、この「一人あたりのオフィス面積が他社に比べて広すぎる」という問題を解決するために、どうい手法があるのでしょうか。

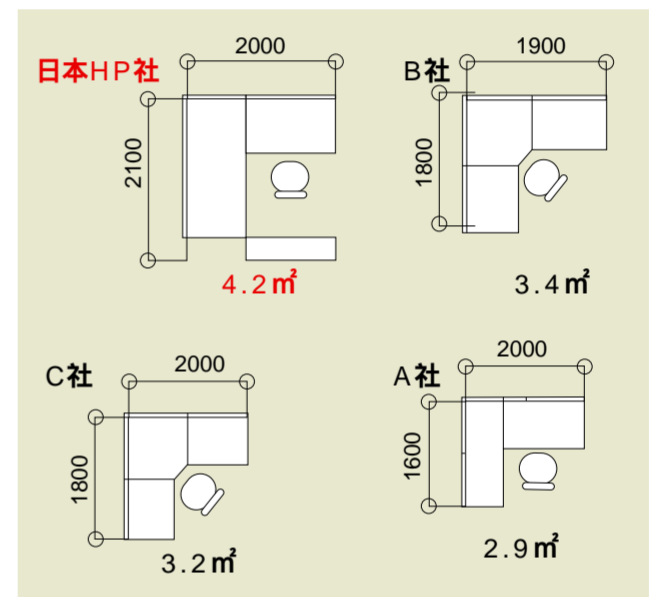
私たちはさらに細かい分析をするため、コンピュータ関連の会社で行っているハイテク・コンソーシアムというベンチマークのデータを参考にしてみました。ここには外資系だけでなく日本企業も参加しているのですが、1998年の数字と比較すると、同業他社はHPJに比べ、より狭いオフィスになっていることがわかります。スペースの、より効率的な使い方を考えていとき、この数字は検証の出発点になるのです。

その原因は、デスクまわりのワークプレイスのベンチマークを行なってはつきりしました。この時点でHPJが2000mm x 2100mmのブースを導入していたのに対し、他社はもっと小さ

いデスクになっている。理由は明白でした。HPJではUNIX用とWindowsNT用に一人のワーカーが2台のマシンを持ち、モニターもそれぞれについていたため、広いブースが必要だったのです。ここまでわかれば解決策ははつきりします。

必要なのは、オフィスのリニューアルをするときには、先に目標を設定することです。私たちはまずC社の3.2㎡のワークプレイスを第一目標にし、最終的には最も小さかったA社の2.9㎡を目指すことにしました。そのためにはシステムやマシンを換え、1台ですむようにしたり、書類を減らすためのファイリングの工夫も必要になりますので、これらのデータをもとに、経営トップへの提案を行います。

ワークプレイス競合3社との比較



目的はスペースの削減ではなく生産性の向上

ここまではデータをもとにしたベンチマークで答が導き出せますが、ただオフィス面積を削減するだけでは、ファシリティマネジャーの仕事としては不十分です。なぜなら、ワーカーにとっては自分の領域が狭くなってしまうのですから、不満につながり、本来のオフィス改善の目的である「生産性の向上」が達成できないからです。

このため私たちは、ワークプレイスのスペースを縮小しても作業性に支障がないように、より使い勝手のいいデスクデザインなどを検討しました。また、『オフィスマーケット東京』の1月号と3月号でも紹介していただいた市ヶ谷オフィスや全国の新しいオフィスは、その発想が活かされています。

オフィスづくりの基本は、一人ひとりのワーカーに対して快適なワークプレイスを提供することです。だからこそ、それぞれのスペース効率を調べるベンチマークは有効です。中でも「一人あたりの面積」のデータは重要でしょう。

そして正確なデータをもとに目標をつくり、競争力の発揮できるオフィスをつかっていく。ファシリティマネジャーが経営体質改善のためにできることは、たくさんあるのです。

「一人あたりのオフィス面積」大研究

ワークスタイルに合ったオフィスづくりは面積のスタンダードを決めることから始まる

ソニーでは「生活の場としても、創造性を発揮できる場としても、全社員に一定のレベルのオフィスが与えられるべきだ」という考えから、1980年代後半に標準とされるオフィスの基準「オフィススタンダード」をつくり、執務環境の改善を進めています。スタンダードを基準に、一種の社内ベンチマークを行って全社のオフィスの条件を統一していく手法は、多くの企業にとって参考になるのではないのでしょうか。



ソニーファシリティマネジメント株式会社
御殿山事業部 施設工事業部企画課
渡辺 光氏

Q・オフィススタンダードでは、一人あたりのオフィス面積について、どのくらいを標準だと考えていますか？

「オフィスのスペースは、一般事務系社員と技術系社員とでは異なると考えています。事務系については、一人あたり10㎡が標準です。一方、技術系はこれにサイドデスクや作業スペースなどのオプションが付き、もう少し広くなります」(詳細別表)
「ソニーでは、壁芯で測定。計測方法は、(一般執務面積)÷(デスクを使用しているすべてのワーカー数)

Q・技術系の場合は、数字では決めにくいのですか？

「そうですね。エンジニアは開発作業にあたって検査機器などを使うこともあり、すべて同じというわけにはいきません。このため、機器開発のエンジニアやソフトウェアエンジニアというように、業務形態に合わせて複数のスタンダードを設定しています」

Q・オフィスのレイアウトについてもスタンダードはありますか？

「レイアウトに関しては、基本モジュールはありますが、特別な規制やガイドラインは設定せず、部門ごとの裁量に任せています。実際には、事務系は島型対向のデスク配置のほうが効率的だと考える人が多いようで、それが主流になっていますね」

Q・新しくオフィスを設置したり、リニューアルを行う場合は、このスペーススタンダードが基準になるのですか？

「単純に10㎡×人数というかたちではなく、一人あたり2㎡ほどのフレキシブルファクターを設け、柔軟な対応ができるように工夫しています。ソニーの場合、事業の状況によって人が増えたり、減ったりすることは日常茶飯事なので、ある程度、人数の増減があってもトータルスペースは変えないですむようになっています」

Q・オフィススタンダードを社内のオフィスに定着させるには、どのような方法を探ったのですか？

「オフィススタンダードを最初に導入したときには、半年に1度、

各部門ごとにデスクスペースや打合せスペース、ファイリングスペース、通路などのスペース分析を実施して、定着しているか調査しました。しかし4~5年続けた段階で、だいたい傾向がわかってきたのと、オフィススタンダードの考え方が社員の間に浸透してきたことから、今では、大規模な改修や、オフィス移転等プロジェクトが発足したときなどにスポットで入居部門に説明し、定着を促すくらいですね。また全社的には、半期に一度、(社内)カンパニーごとのトータルオフィス面積と社員数を調べ、スタンダードに近づいているか、統計をとっています」

Q・その調査結果をどのような形で活用しているのですか？

「導入当初は、オフィススタンダードの基準より広い面積のオフィスを使用している部門や、逆に一人あたり8㎡以下という狭いオフィスも多数あったため、実際に現場に向向いて実態を調べたうえで、必要に応じて、面積の削減や拡張などの処置を進めていきました。最近では、もう少し長いスパンで考え、中長期的なスペース戦略や、各カンパニーの拠点計画策定のときに、オフィススタンダードを守るように指示を出すほか、必要に応じて経営トップへの報告を行っています」

Q・オフィススタンダードを導入した成果は？

「公平・公正なスペース配分と、ある一定のレベルまでオフィス環境を改善する上でとてもよい成果をあげる事ができ、更にはスペース計画もしやすくなりました」

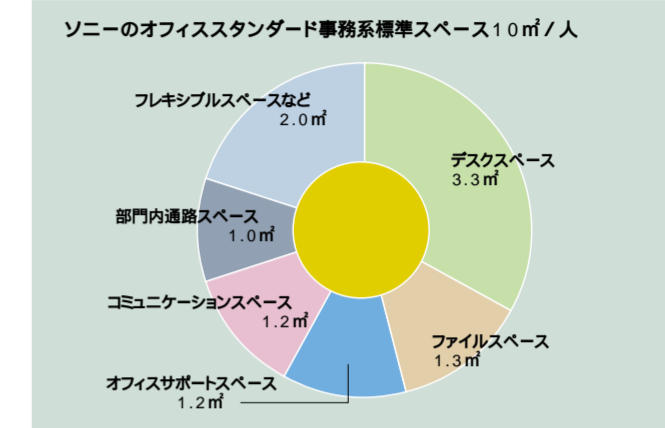
「ここ数年、分社化や業務の外部委託が進んでオフィスが流動化しているうえ、派遣スタッフの増員などによって、建物ごとにどのくらいの従業員がいるのか調査するのが困難になってきていました。しかし、リスクマネジメントの必要性からも入居者数の把握は欠かせません。このため、イントラネットを利用した自動集計システムをつくり、定期的にオフィスの利用状況がわかるようにしているところです。部門ごとに調査用紙を配布し、人数などを記入してもらっていた時代と比べると、オフィス戦

略の立案には、大きな効果を発揮していますね」

Q・オフィススタンダードの今後の展開は？

「今後は今までのノウハウを活かし『面積重視型』から、ワークスタイルの変革や投資対効果の向上に重きを置いた『効果重視型』のオフィス戦略へとシフトし、より一層、執務環境の変革を図っていくつもりです。藤沢にある湘南テクノロジーセンター*は、その戦略に基づくオフィスの第一号といっていでしょう。幸い、第14回日経ニューオフィス賞のニューオフィス推進賞を受賞することができ、大きな成果に喜んでいます」

*本誌7月号で紹介しています。詳しくは、当社ホームページバックナンバーをご覧ください。



コラム

今回、一人あたりオフィス面積が減少したのは一時的なもの。2003年にかけて次第に回復していくと予測。



森ビル株式会社
営業部 営業戦略室
寺本 稔氏

森ビルでは毎年、一人あたりのオフィス面積を調査しています。方法は、私どものオフィスビルにご入居頂いている企業に対して、常勤従業員数をヒアリングし、賃貸借契約面積(事務用途の部分のみ)を分子、常勤従業員数を分母として、その数値を算出しています。

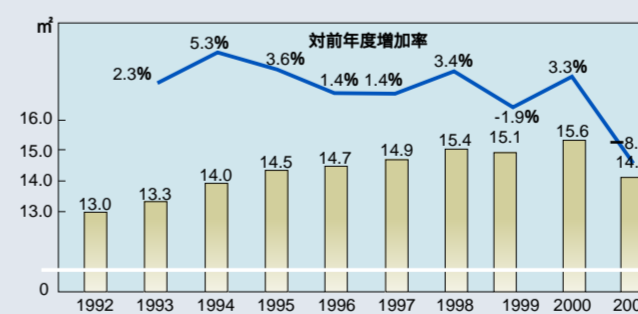
今回の調査結果の大きな特徴は、一人あたり床面積が昨年より1㎡程度減少したこと。この理由は、使用面積では入居企業の9割にほとんど変化が見られなかった一方、従業員を増加させた企業が日本企業で3~4割、外資系企業では半数を超えたことによるものです。同様の現象は1997年にも外資系企業で見られましたが、今回もその時と同様に、景気の影響を受けて使用面積の拡張ができない事による一時的な現象が発生したと考えられます。

今回の結果が1997年と異なる点は、1992年の調査開

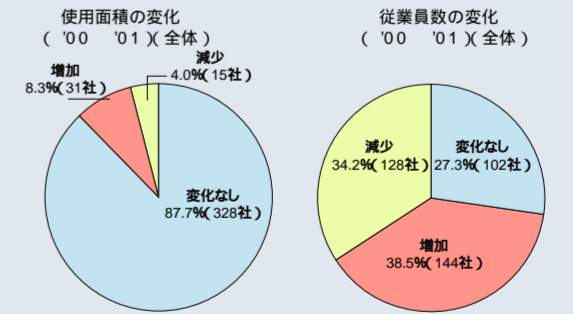
始から順調に増加していた日本企業の一人あたりオフィス面積が、今回初めて減少したことです。一人あたり床面積が外資系企業に比べ3割程度少ない日本企業では、一人あたり床面積は今後まだまだ増加していくと考えていましたが、予想外に減少に転じてしまいました。今回の不況の影響が予想以上に大きく、床面積の拡張に対して大きなブレーキとなったと考えられます。ただし、このような人員増加による一人あたり床面積の減少の場合、1997年の事例に見られるように、その翌年には減少分を補う以上の増加が見られており、今回も景気が上向きになれば床面積の伸びも回復するものと思われる。見方によれば、より一層の潜在的需要が膨らんでいるとも考えられます。

今回の一人あたりオフィス面積の減少は一時的なものであり、2003年にかけて次第に回復していくものと考えています。

オフィスワーカー 一人あたり床面積の推移



使用面積及び従業員数の変化



「一人あたりのオフィス面積」大研究

同じ面積のオフィスでも 工夫によって生産性は大きく変わる

ステーションリーやオフィス家具の代表的なメーカーであるコクヨでは、2001年10月、品川駅前にある東京ショールームの5階にイノベティブ・ナレッジ・ガーデンと名づけられた新しいコンセプトスペースをオープンしました。実際に執務中のオフィスを「ライブオフィス」として公開し、次世代のワークプレイスの提案を行うもので、オフィス関係者の注目を集めています。企画・製作を担当された一色俊秀氏にお話を伺いました。



コクヨオフィスシステム株式会社
東京設計部
プロジェクトマネージャー

一色 俊秀氏

オフィスづくりは重要な企業戦略の一つですが、机上のプランニングだけではなかなか新しい試みに挑戦することができません。このため、ショールームの中に次世代のオフィスを開設し、実際に従業員が働いている様子を見ていただくことで、「こんなスペースの使い方もあるんだ」と気づいてもらう目的からイノベティブ・ナレッジ・ガーデンをつくりました。

ライブオフィスということもあって、このフロアには二つの違う業務部門が入っています。一つはコクヨのIT部門である情報環境事業部で、一人ひとりが事業上の提案を行うセクションであるため、私たちはプロフェッショナルワーカーと呼んでいます。そしてもう一つが総務や庶務業務を担当する関連会社のコクヨビジネスサービスです。こちらは社内へのサービス部門であるため、サポートワーカーと位置づけています。通常の企業であれば、前者が開発やマーケティング部門、後者が管理部門にあたると考えてください。

さて、ライブオフィスをつくるにあたって、当然、私たちは「一人あたりのスペースがどのくらい必要か?」という点から企画と設計を始めました。

ショールームに移動する前の情報環境事業部とコクヨビジネスサービスのオフィスの執務面積は合計960㎡で、一人あたり8.2㎡になります。新しいオフィスでは若干、減員があったため、合計865㎡で一人あたりは8.4㎡。この数字は、他社の事例などをみてもかなり平均的なものだと思いますが、図面を見ていただければわかるように、ここにはコミュニケーション用のパブリックスペースがかなり含まれています。結果として、デスクまわりの面積は大幅に減らしながら、より快適なワークプレイスをつくることに成功しているのです。



Point 1
プロフェッショナルワーカーの
ブースは1600mm×1300mmで十分

プロフェッショナルワーカーのオフィスについては集中して作業を行うことが多いことからブース式のデスク配置を踏襲していますが、サイズを1600mm×1600mmから1600mm×1300mmへと縮小しました。これは実際に机上面の広さを変えられるデスクを用意し、綿密にシミュレーションを実施した結果、人間の手の届く位置の関係から、このスペースで十分だとわかったからです。

ブースを小さくしたことで、袖机代わりのワゴンは1台のみの使用となりましたが、ワーカーへのヒアリングの結果では、特に作業性に問題はないという声が主流でした。また4人一組でコーナーをつくり、中央に打ち合わせ用の小さなテーブルを置くことで、コミュニケーションがしやすくなりました。

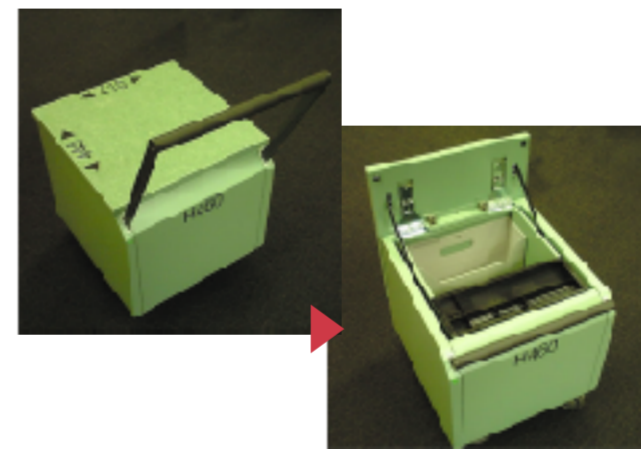
Point 2
管理部門のノンテリトリアル化で
業務効率は大幅に向上

サポートワーカーはこれまで標準的な島型対向のデスク配置でしたが、ワークスタイルを検討しノンテリトリアルタイプのオフィスにしました。通常、このようなフリーアドレス方式は、在席率の低い営業セクションなどでよく用いられていますが、業務内容を改善することで、管理部門でも導入は可能なのです。たとえば、総務や庶務ではさまざまな社内サービスを行いますが、多くの企業では出張の申請をしようとしても、経費の精算は誰、宿泊や交通機関の手配は誰というように、細かく分かれています。これだと同じ席に着いていないと不便です。

しかし、今はすべてネットワーク上で処理できるので、総務や庶務の中で担当者を区別する必要はないのです。早い話、出張に関わる事務処理と文具の補充を全員ができるようにすればいい。これなら、サービスカウンターに受付窓口として数人の固定席を設け、あとは決まった席がなくてもかまいません。

ライブオフィスでは1600mm×1600mmの4人掛けテーブルを基本とし、カウンター以外は個人席をなくしました。最も、管理部門では在席率が低いわけではありませんから人数分の席は用意され、テーブルに3人掛けで全員が着席できるようにしています。したがって、私たちはこのレイアウトを「ゆるやかなノンテリトリアル」あるいは「シェアドテリトリー」と呼んでいます。

固定席ではありませんから、パソコンはノート型にして一人1台を支給し、退勤時は個人のロッカーに収納します。またロッカーの下に納められるスツールワゴンを新たに開発しました。これはファイルボックス4つ分の書類が収納できるだけでなく、フタを開ければ椅子になり、各自の席の近くに置いておくことで、その場で打ち合わせに活用できます。



サポートワーカーの固定席をなくしたことで、「オフィスのリニューアル」とか「ネットワーク構築」といった期間の決まったプロジェクトごとにチームで近い席をフレキシブルに利用できるようになり、業務効率は大幅に向上しました。管理部門のノンテリトリアル化というのはまさに「クロムプスの卵」的な発想の転換ともいえると思いますが、試してみる価値はあるのではないのでしょうか。

Point 3
オフィススペースを有効に使う
レイアウトが企業の競争力を高める

イノベティブ・ナレッジ・ガーデンの設計にあたって、最も重要視したのがコミュニケーションスペースを増やすことでした。現在のオフィスにおいて、イントラネットやグループウェアにおけるバーチャルな情報伝達手段は常識です。しかしこれだけでは、社内のコラボレーション効果は生まれません。実際、「ネットワークがあるから固定席は必要ないとノンテリトリアルにしたが、新人が先輩のそばに座れないため、教育上弊害がある」とバーチャルコミュニケーション時代の弊害を訴える人は多いのです。

このため新しいオフィスでは、ヴァーチャルとフェース・ツー・フェースのコミュニケーションを両立させるようにさまざまな工夫をしました。たとえば人が集まりやすいようにプラザとして空間の中央に設置したコラボレーションスペースはその代表です。カフェやライブラリー、コピーコーナーなどもその近くに配置することで、人が出会い、会話を交わらせるようにしています。

さらにミーティングルームもガラス張りにして外から見えますし、使い方のルールとしてコラボレーションなどで使ったホワイトボードはそのまま残し、次に利用する人が消すようにしました。これはビジュアルシンキングというコミュニケーション活性化の



手法で、他のチームがどのような仕事をしているかわかるようになっていくのです。

ナレッジマネジメントの理論では、データベースなどにある形式知だけでなく、ワーカーの頭の中にある暗黙知の活用が重要だといわれています。それを実現するのはオフィスなので、一人あたりの面積を有効に使うレイアウトが、企業の競争力を決めるといっても過言ではないのです。

GUIDE

ライブオフィス「イノベティブ・ナレッジ・ガーデン」
は自由に見学することができます。

コクヨ株式会社
東京ショールーム
〒108-8710
東京都港区港南1丁目8番35号
TEL 0120-201594(お客様相談室)
営業時間:9:00~17:30
休館日:土曜日、日曜日、年末年始および夏期休暇

一人あたり面積の面積調査 データ集

用語の解説

・延床面積あたりのオフィス面積(日本ビルディング協会連合会)
ビルディング協会会員ビルの延床面積を館内人数で割った数字

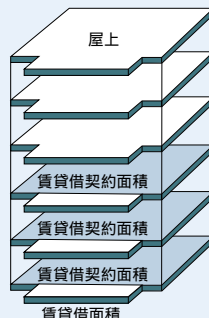
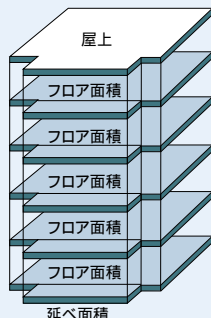
・有効面積
建物の賃借面積を壁芯、内法計算のいずれかで測定した面積

・執務面積

一般執務室、役員室、部長個室などのこと。一人あたりの面積調査では役員室を含むかどうかでかなり数値が変わる

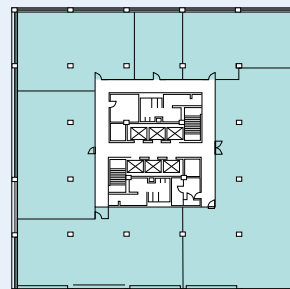
延面積(日本ファシリティマネジメント推進協会例)

建築物の各階のフロア面積の合計値です。



賃借面積(日本ビルディング協会連合会例)

一般的にはフロア面積からコア面積などの共用面積を除いた専用面積のことをいいます。賃貸借契約書において賃料支払いの対象として記載されている面積はこれにあたります。共用面積とは、エレベーターホール、空調機械室、トイレ、給湯室、避難階段などのスペース



「一人あたりのオフィス面積調査」過去データ(調査年で作成)

有効面積あたり

調査企業・団体		1999年	2000年	2001年
日本ファシリティマネジメント推進協会 (JFMA)	・全体	——	15.3㎡	15.2㎡
	・日本企業	——	14.9㎡	14.8㎡
	・外資系企業	——	17.6㎡	17.8㎡
日本ビルディング協会連合会	・東京エリア	13.5㎡	13.5㎡	13.6㎡
住信基礎研究所		——	16.3㎡	16.46㎡
森ビル	・全体	15.1㎡	15.6㎡	14.3㎡
	・日本企業	14.5㎡	14.7㎡	13.7㎡
	・外資系企業	16.7㎡	17.9㎡	16.2㎡
オカムラ		17.07㎡	14.24㎡	17.88㎡

執務面積あたり

調査企業・団体			1999年	2000年	2001年
日本ファシリティマネジメント推進協会 (JFMA)	・全体		——	9.4㎡	9.1㎡
	・日本企業	役員室含む	9.1㎡	9.2㎡	9.0㎡
	・外資系企業		9.9㎡	9.6㎡	9.8㎡
日本ビルディング協会連合会	・東京エリア	役員室含む	10.51㎡	10.31㎡	10.34㎡
住信基礎研究所		役員室含む	7.74㎡	6.90㎡	7.48㎡