

経営者アンケート結果集計結果報告

社団法人日本オフィス家具協会顧客政策委員会（委員長 山田匡通副会長）は、経営者層にターゲットを絞り、オフィスに関する考え方や満足度などのアンケート調査を実施しました。その集計結果を報告いたします。

オフィスのあり方については、1986年に通商産業省（当時）がオフィスづくりにおける創意と工夫を促進する「ニューオフィス推進運動」を展開した。2007年には経済産業省が知識創造を誘発するオフィスを「クリエイティブ・オフィス」と位置づけ、産学官の協力により行った分析結果をもとに、知識創造行動をベースに経営力の向上を図る「クリエイティブ・オフィス推進運動」を展開している。

日本オフィス家具協会では、従来からハード・ソフト両面からオフィスの生産性向上を含め、オフィスに関連するテーマについて継続的に研究、普及啓発を行い、主にオフィスづくりの主管部門である総務部門に向け発信してきた。

今回、経営者向けアンケートを実施し、以下の集計結果を得た。

- ①経営層の 60%がオフィス支出は投資と回答。投資と認識している経営層の 57%は、『将来のオフィス支出は増える』、オフィスづくりの全てに関与している経営層の 33%は『今後のオフィス投資は増える』と回答。オフィスづくりには経営者の関与が重要であることが伺える。
- ②経営層が重視する投資項目は、直近、将来ともに“人材育成投資”的回答が多く、人材育成投資を含め、“人に対する投資”を重視していくという方向が伺えた。

今回のアンケート調査により、経営者にあまり関心を持たれていなかった『オフィス環境』について考えてもらうきっかけになり、オフィスが果たすべき役割を改めて認識していただけたと思われる。アンケートのコメント欄に『もっとオフィスに関する情報を伝えて欲しい』との要望もあった。日本オフィス家具協会では、調査結果を踏まえ、今後、経営層（経営者・経営企画部門）に対する情報提供や啓発のためのイベント・セミナー等を実施する予定である。

(調査概要)

調査アンケート項目は顧客政策委員会で作成。経営者自身による回答を促し、回収率の向上を図るために委員会の委員会社が、東京・大阪・中部各地区の顧客に直接持参し回答依頼を行った。

■調査期間 配布日：2012年7月、回収完了日：2012年8月末日

■総配布数：270 件 有効回答数：180 件(回収率：66.7%)

■回答の地区構成 東京地区：136 件 大阪地区：34 件 中部地区：10 件

*回答者のうち、経営層（経営者、経営企画部門）の回答は 76 件（有効回答数の 42%）

*アンケート集計分析は、主として全経営層の回答（76 件）をベースに分析している。

JOIFA 経営者アンケート調査報告書

2013. 2. 28

社団法人 日本オフィス家具協会 (JOIFA)
顧客政策委員会

(調査のねらい)

オフィスのあり方については、**1986**年に通商産業省（当時）がオフィスづくりにおける創意と工夫を促進する「ニューオフィス推進運動」を展開した。

2007年には経済産業省が知識創造を誘発するオフィスを「クリエイティブ・オフィス」と位置づけ、産官の協力のもとに行った分析結果をもとに、知識創造行動をベースに経営力の向上を図る「クリエイティブ・オフィス推進運動」を展開している。

日本オフィス家具協会(JOIFA)は、従来からハード・ソフト両面からオフィスの生産性向上を含めオフィスに関連するテーマについて継続的に研究、普及啓発を行い、主にオフィスづくりの主管部門である総務部門に向け発信してきた。

今回、JOIFA 顧客政策委員会では、今後の協会活動のさらなる充実を図るために、経営者層にターゲットを絞り、オフィスに関する考え方や満足度などを調査・分析するためにアンケート調査を実施した。

(調査概要)

調査アンケート項目は、顧客政策委員会で作成。

経営者自身による回答を促し、また回収率の向上を図るため委員会の委員会社が、東京・大阪・中部各地区の顧客に直接持参し回答依頼を行った。

★調査日 配布日：2012年7月、回収完了日：2012年8月末日)

総配布数：270件 有効回答数：180件 回収率：66.7%

回答の地区構成 東京地区：136件（構成比：75.6%）

大阪地区：34件（構成比：18.9%）

中部地区：10件（構成比：5.5%）

内、経営層（経営者、経営企画部門）の回答は 76件（有効回答数の42%）

アンケート集計分析は、主として全経営層の回答（76件）をベースに分析した。

また、分析の参考として、従業員数1000人以上の経営層データ（24件）・従業員数1000人未満の経営層データ（52件）、非経営層データ（104件）、全データ（180件）を使用した。

(調査結果のまとめ)

【以下に報告する内容は『経営層の回答（N=76）』を分析したものである。】

- ①経営層が重視する投資項目は、直近・将来ともに“人材育成投資”的回答が多く、人材育成投資を含め、“人に対する投資”を重視していくという方向が伺える。
- ②経営層の60%がオフィス支出は投資であると回答。投資と認識している経営層の57%は『将来のオフィス支出は増える』、オフィスづくりの全てに関与している経営層の33%は『今後のオフィス投資は増える』と回答。オフィスづくりには経営者の関与が重要であることが伺える。
- ③今回のアンケート調査により、経営者にあまり関心を持っていなかった『オフィス環境』について考えてもらうきっかけになり、オフィスが果たすべき役割を改めて認識していただけたと思われる。アンケートのコメント欄に『もっとオフィスに関する情報を伝えて欲しい』との要望があった。今後、経営層（経営者・経営企画部門）に対する情報提供や啓発のためのイベント・セミナー等の実施が望まれる。

《調査結果①》【現状のオフィス環境に対する満足度】

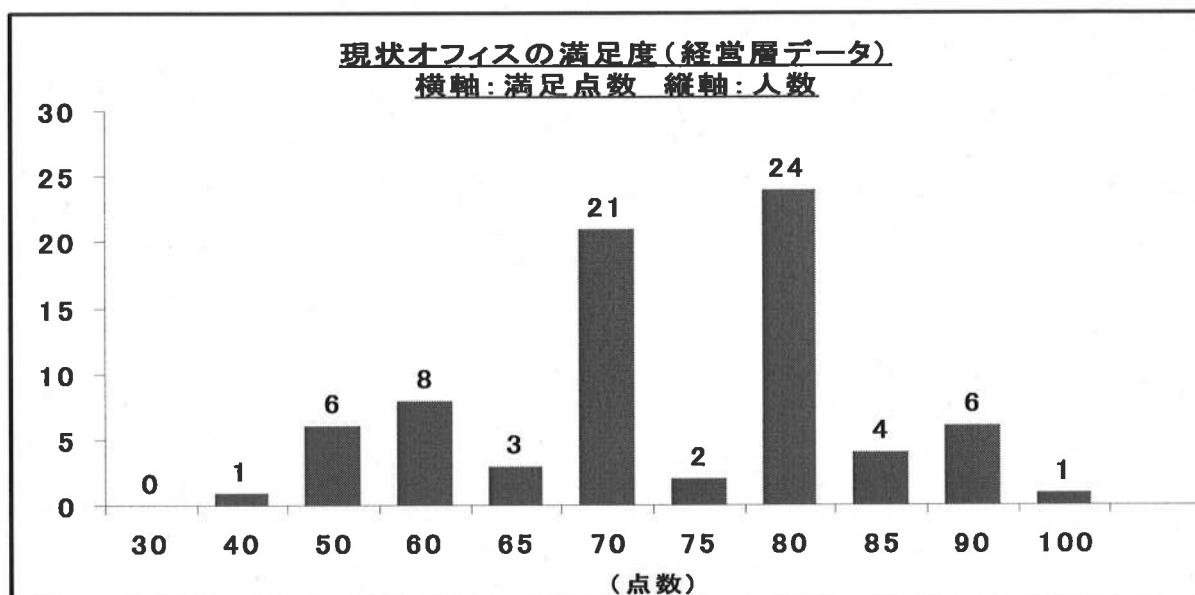
現状オフィスの満足度総合評価は 100 点満点で 70 点から 80 点に集中。・・(グラフ 1)

個別項目では、『満足』『おおむね満足』を合わせると、(1位)立地 80.2%、(2位)空間・内装・家具 73.7%、(3位)建築・設備 65.3%、(4位)ICTツール・情報基盤 59.2%、(5位)社員の働き方 53.9%の順になった。

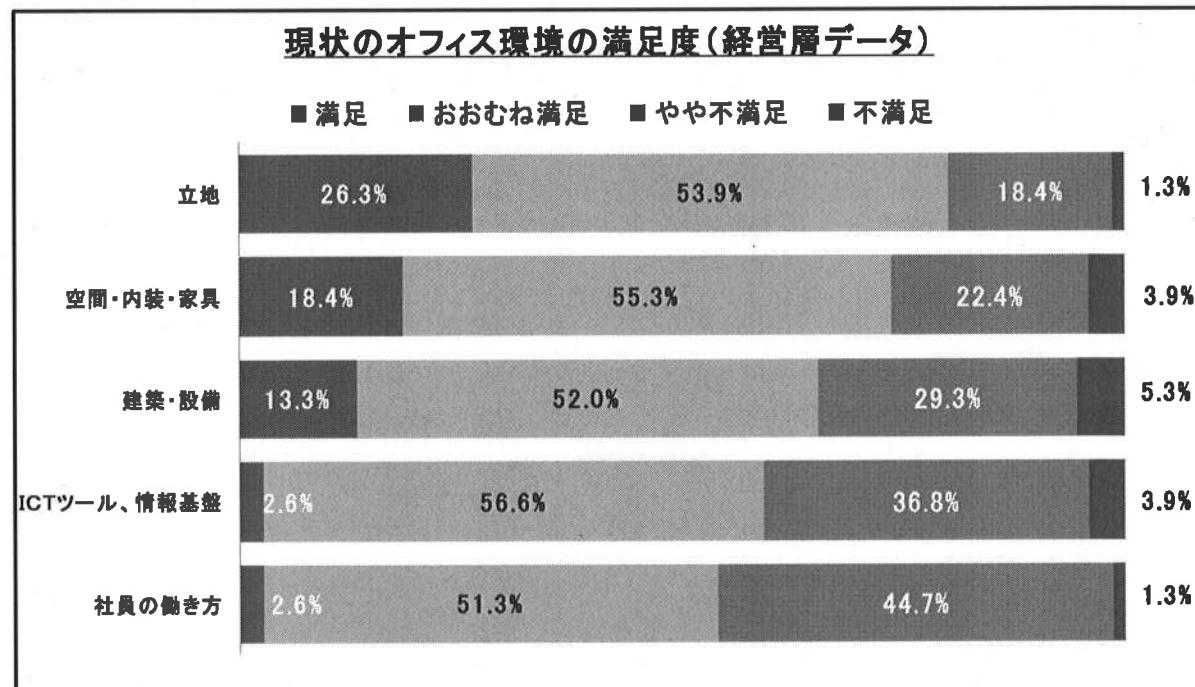
・・(グラフ 2)

尚、『満足』回答が高かったのは、1000人以上の経営層では“空間・内装・家具”、1000人未満経営層では“立地”および“空間・内装・家具”であった。また 1000人未満の経営層では“社員の働き方”および“ICTツール・情報基盤”的『不満足』回答が高かった。

(グラフ 1) 現状オフィスに対する満足度



(グラフ 2) 現状オフィスの項目ごとの満足度



《調査結果②》【重視する投資項目】

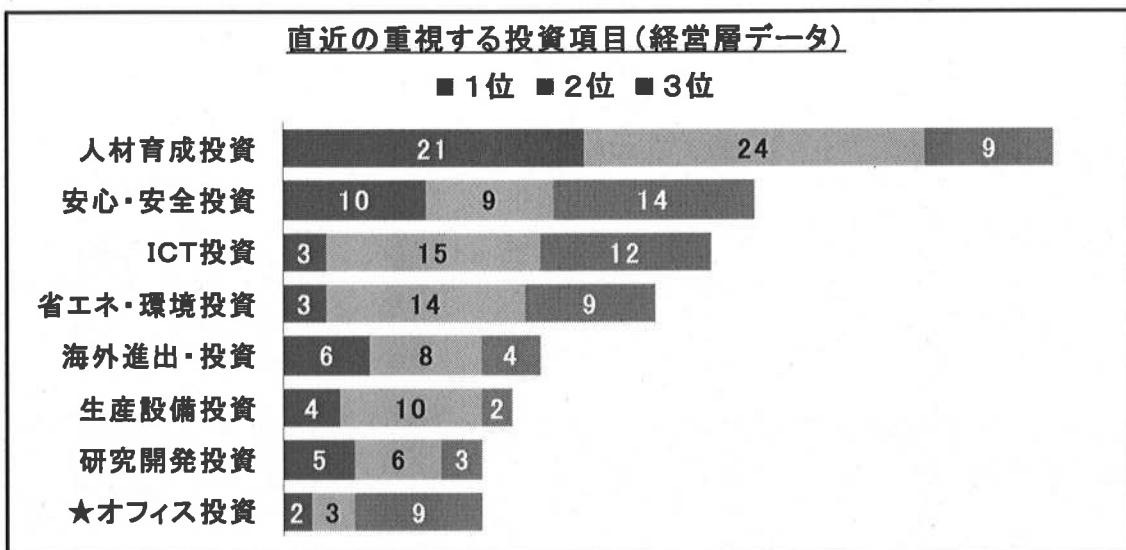
- ・経営層が重視する投資項目は、直近・将来ともに“人材育成投資”的回答が高かった。
- ・オフィス投資は、直近では重要度の最も低い投資項目だが、将来はオフィス投資を重視するとの回答が増加している。
- ・省エネ・環境投資、ICT投資は直近・将来とも重視する順位は高い。

(グラフ3、4) 参照

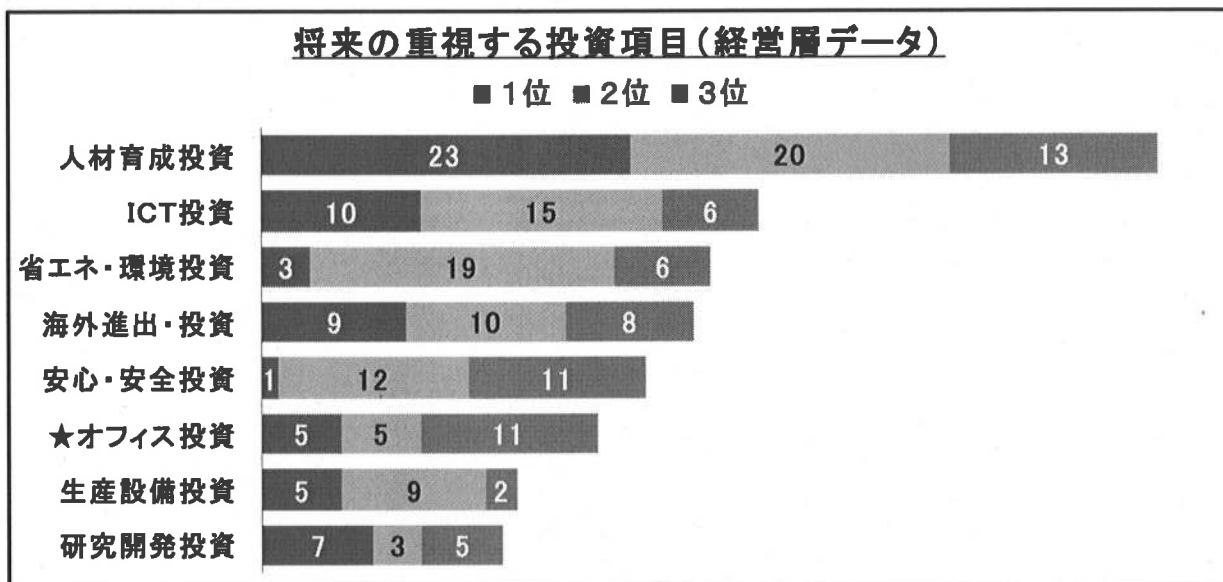
- ・設備投資や研究開発投資より、“海外進出・投資”を重視すると回答。
- ・生産設備投資と研究開発投資については、1000人以上経営層は生産設備投資、1000人未満経営層は研究開発投資を重視すると回答。
- ・安心・安全投資は、東日本大震災を反映し直近は順位・回答数も高いが将来は低下している。
- ・1000人以上経営層は省エネ・環境投資に、また1000人未満経営層ではICT投資に高く回答。

【直近（将来）の投資重要度ランク（1位・2位・3位の回答件数）】

(グラフ3) 直近の重視する投資項目



(グラフ4) 将来の重視する投資項目

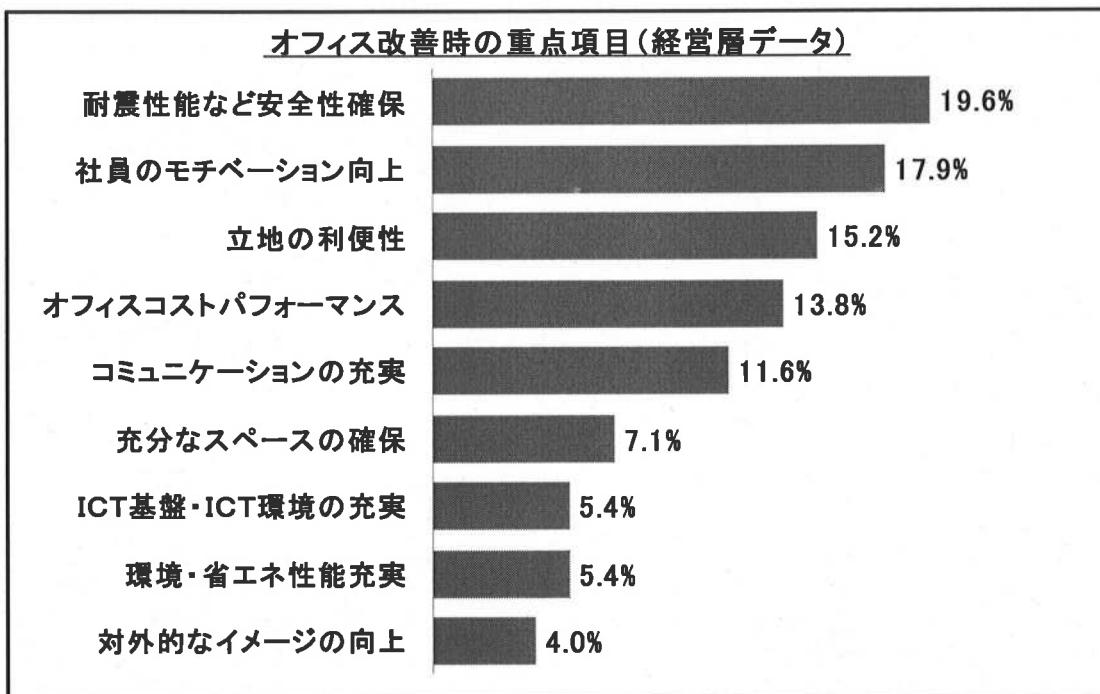


《調査結果③》【オフィス改善の重点項目】

経営層があげた“オフィス改善の重点項目”は、(1位)耐震性能などの安全性確保：19.6%、(2位)社員のモチベーション向上：17.9%、(3位)立地の利便性：15.2%、(4位)コストパフォーマンス：13.6%、(5位)コミュニケーションの充実：11.6%という順の回答。・・(グラフ5)

安全性確保を除けば、オフィス改善の最重点項目は社員のモチベーション向上となる。

(グラフ5) オフィス改善の重点項目

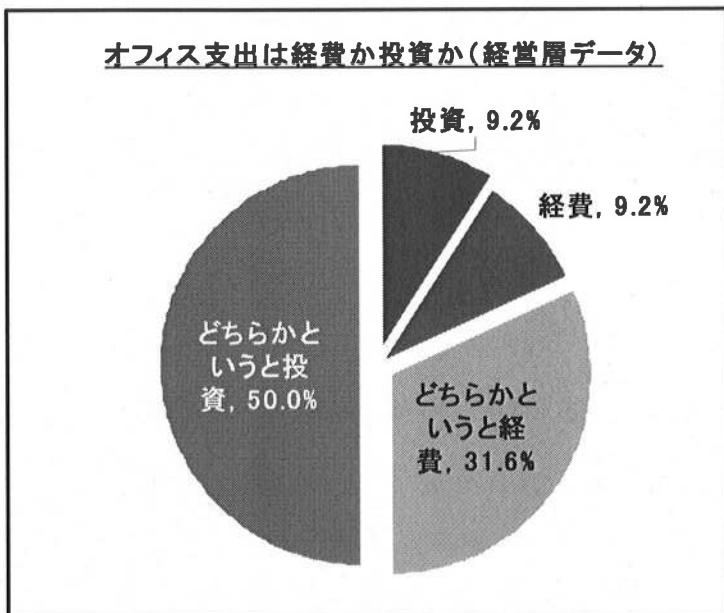


《調査結果④》【オフィス支出のとらえ方】

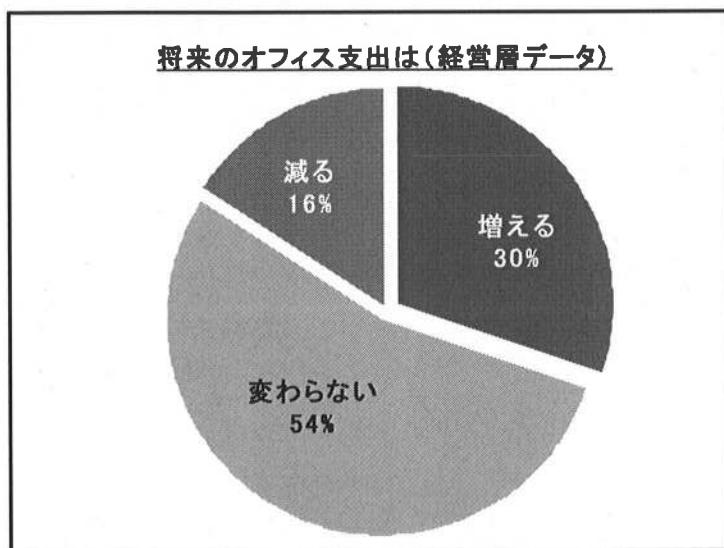
- ・経営層の60%が『オフィス支出は経費でなく投資である』と回答。 (グラフ6)
- ・経営層の30%が『将来のオフィス支出は増える』と回答。 (グラフ7)
- ・オフィス支出を投資と認識している経営層の57%は将来のオフィス支出は増えると回答。 (グラフ8)

《調査結果②》【重視する投資項目】『人材育成投資』、《調査結果③》【オフィス改善の重点項目】『社員のモチベーション向上』、《調査結果④》【オフィス支出のとらえ方】『オフィス支出は経費でなく投資である』を総合的に見ると、今後、経営層は経営成果の向上策として、“人やオフィスに対する投資”を重視していく方向が伺える。

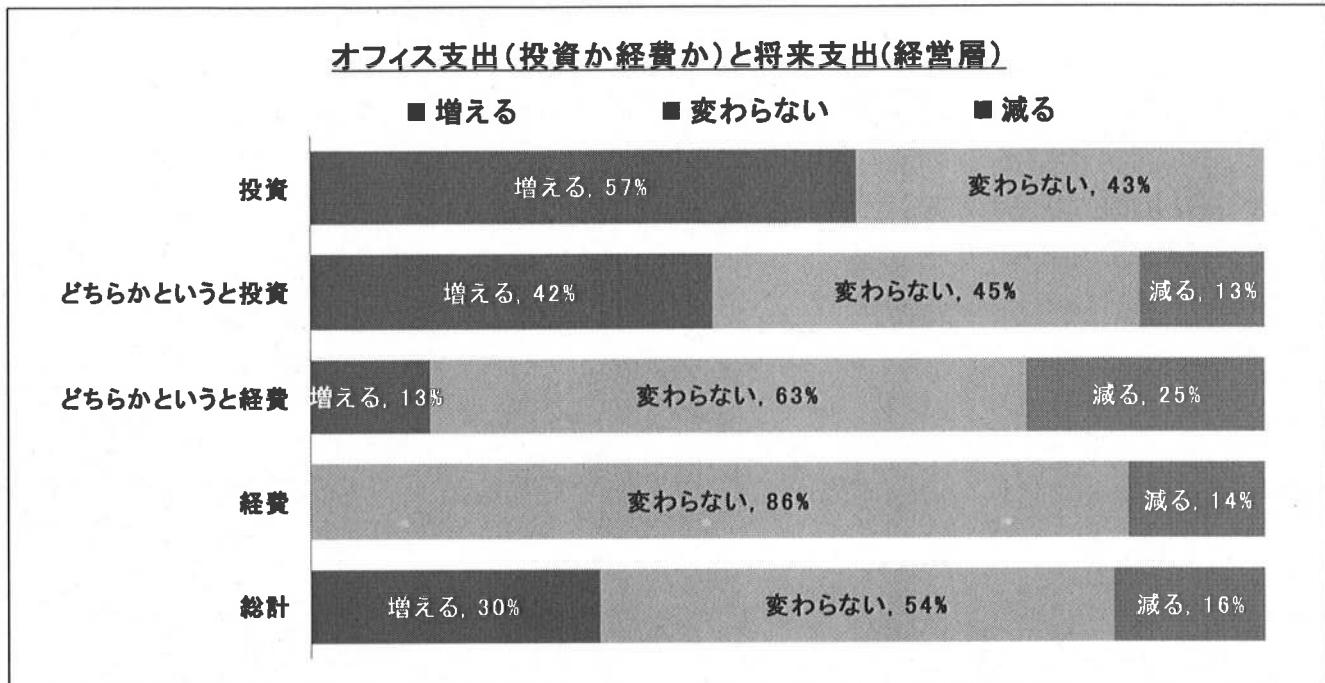
(グラフ6) オフィス支出は経費か投資か



(グラフ7) 将來のオフィス支出は



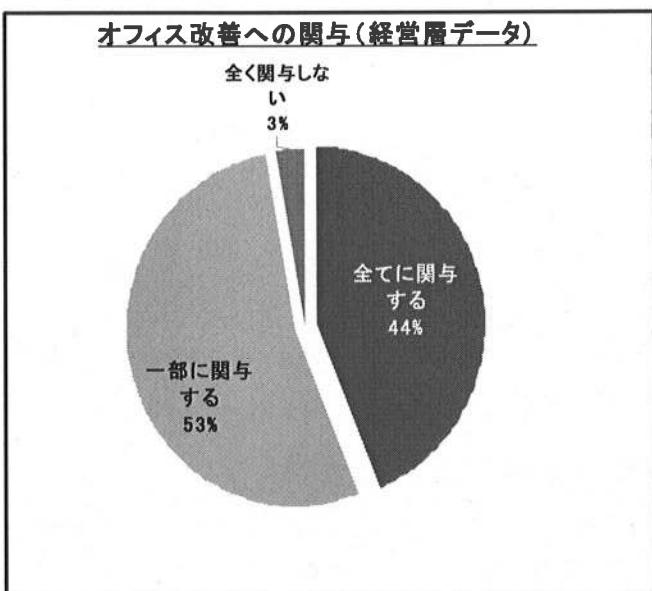
(グラフ8) オフィス支出（投資か経費か）と将来支出の増減



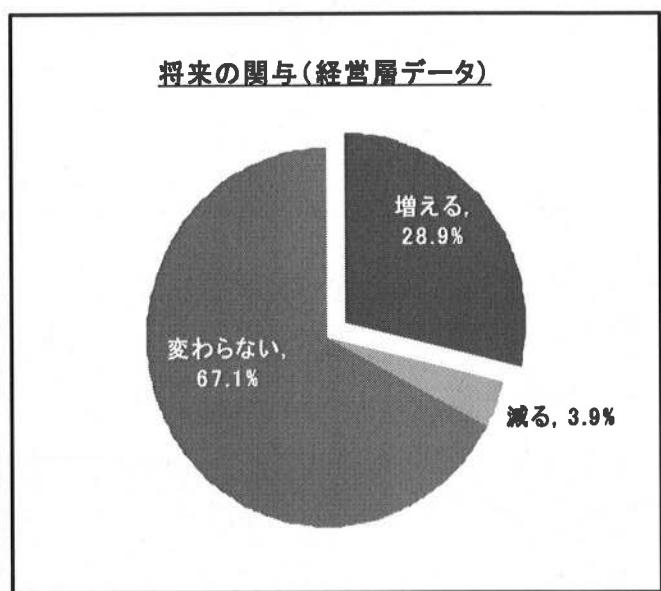
《調査結果⑤》 【経営者のオフィスづくりへの関与状況】

- ・オフィスに関与度が高い経営層ほど将来のオフィス投資は増えると回答。
- ・経営層の回答からは今後、経営者のオフィスへの関心度が高まる傾向が読み取れる。
- ・経営層がオフィスづくりに参画することがいかに重要であるかを積極的に啓発していくことが望まれる。
 - ・現状、オフィスづくりに対し“全てに関与する”は全経営層の44%。(1000人未満が55%、1000人以上が21%)。“全く関与しない”は全経営層の3%(1000人未満4%、1000人以上は0%)とわずかであり、経営層は何らかの形でオフィスづくりに関与している。・・(グラフ9)
 - ・将来の関与が『増える』との回答が28.9%であった。(グラフ10)
 - ・関与する項目は予算、企画・基本構想、入居先選定が上位を占めるが、レイアウト、家具・内装に対しても経営層の半数以上が関与している。(グラフ11)
 - ・全てに関与している経営層の33%は『今後のオフィス投資は増える』と回答。・・(グラフ12)

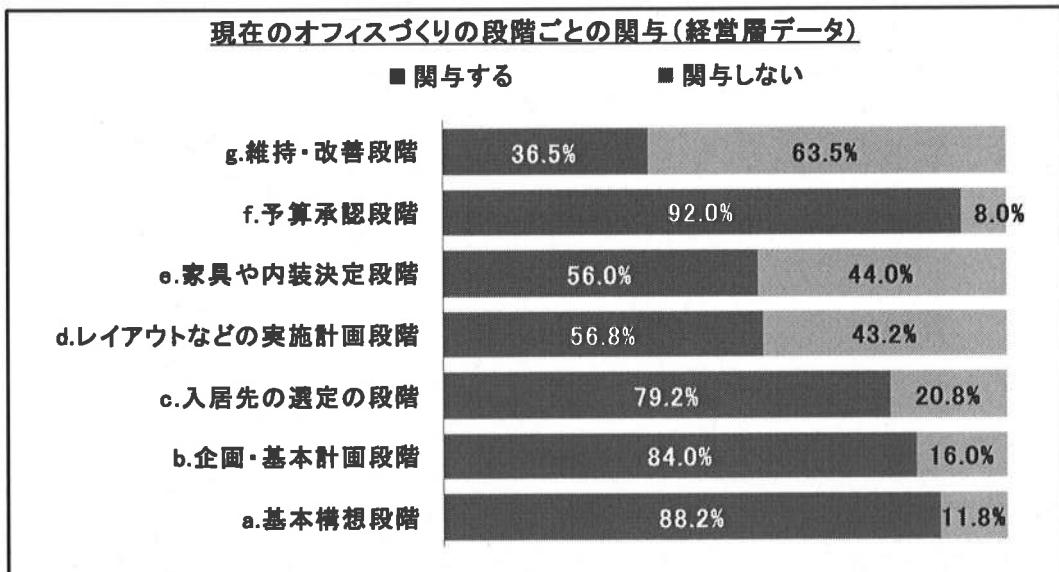
(グラフ9) 現在のオフィス改善への関与



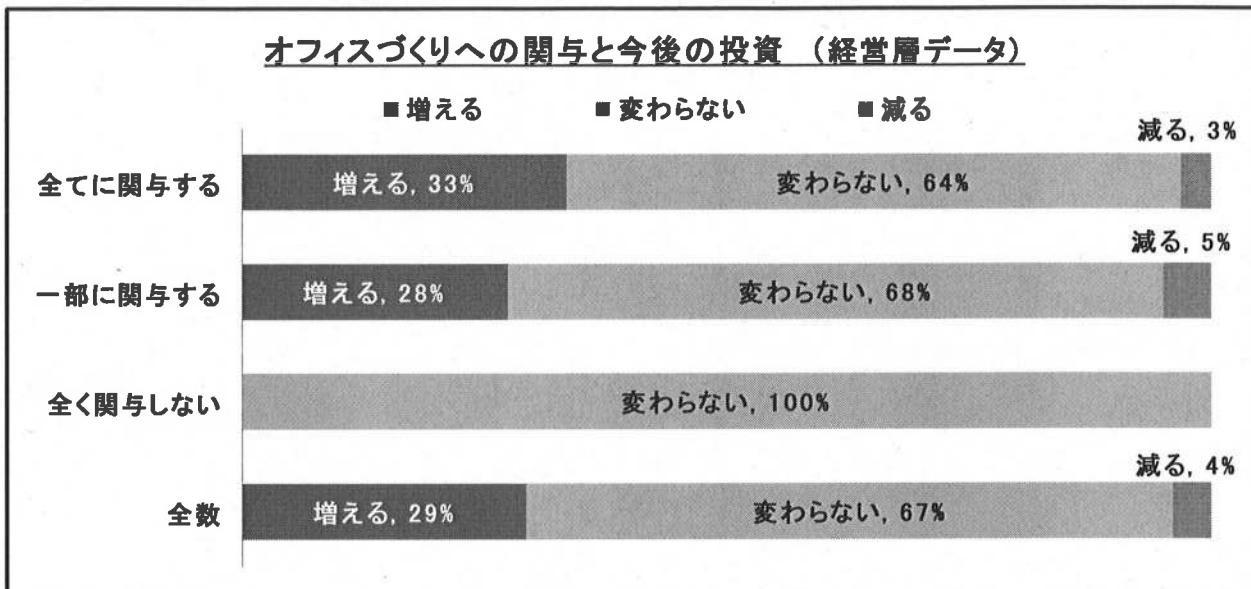
(グラフ10) 将来のオフィス改善への関与



(グラフ11) 現在のオフィスづくりの段階ごとの関与



(グラフ12) オフィスづくりへの関与と今後の投資



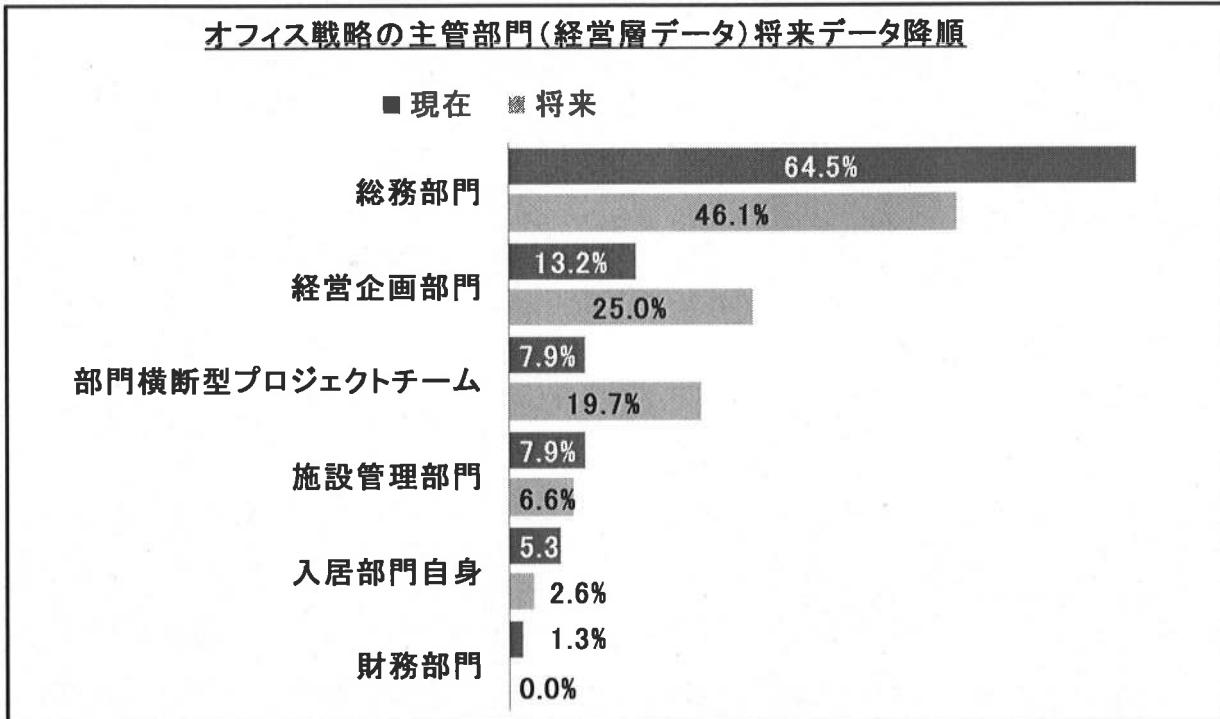
《調査結果⑥》 【オフィス戦略主管部門】

“オフィス戦略の主管部門”は、現状では圧倒的に『総務部門』の回答が多いが、将来は、『経営企画部門』・『部門横断型プロジェクトチーム』という回答が現状の2倍近い回答となつた。（グラフ13）

今後、経営層や経営企画部門にオフィス戦略の必要性・重要性を認識してもらい、オフィス戦略を持つことが経営に不可欠であることを訴えていく必要がある。

また、部門横断型プロジェクトチームの構築・運営方法ならびにその効果を明示し、プロジェクトチームに対するアドバイザーとしての役割を担っていくことが重要となつてくる。

（グラフ13） オフィス戦略の主管部門



《調査結果⑦》【経営層のオフィス戦略観の「今まで」と「今後」】

経営者のオフィス戦略観（オフィスづくりの視点）の優先順位は、現状の【1位：個人、2位：チーム、3位：CSR（環境・安全など社会面）】という順位が今後は変化し、“チーム”、“CSR”的優先順位が高くなって行くであろうとの仮説をもとに設問した。

※個人、チーム、CSRの語句は下記の意を示す。

個人：社員個々の快適性や活動の効率性を支援するオフィスづくり

チーム：コミュニケーションやコラボレーションを促進するオフィスづくり

CSR：情報セキュリティ、環境配慮型オフィス、ダイバーシティなど、社会面を考慮したEHS (Environment, Health and Safety)に対応したオフィスづくり

回答は、

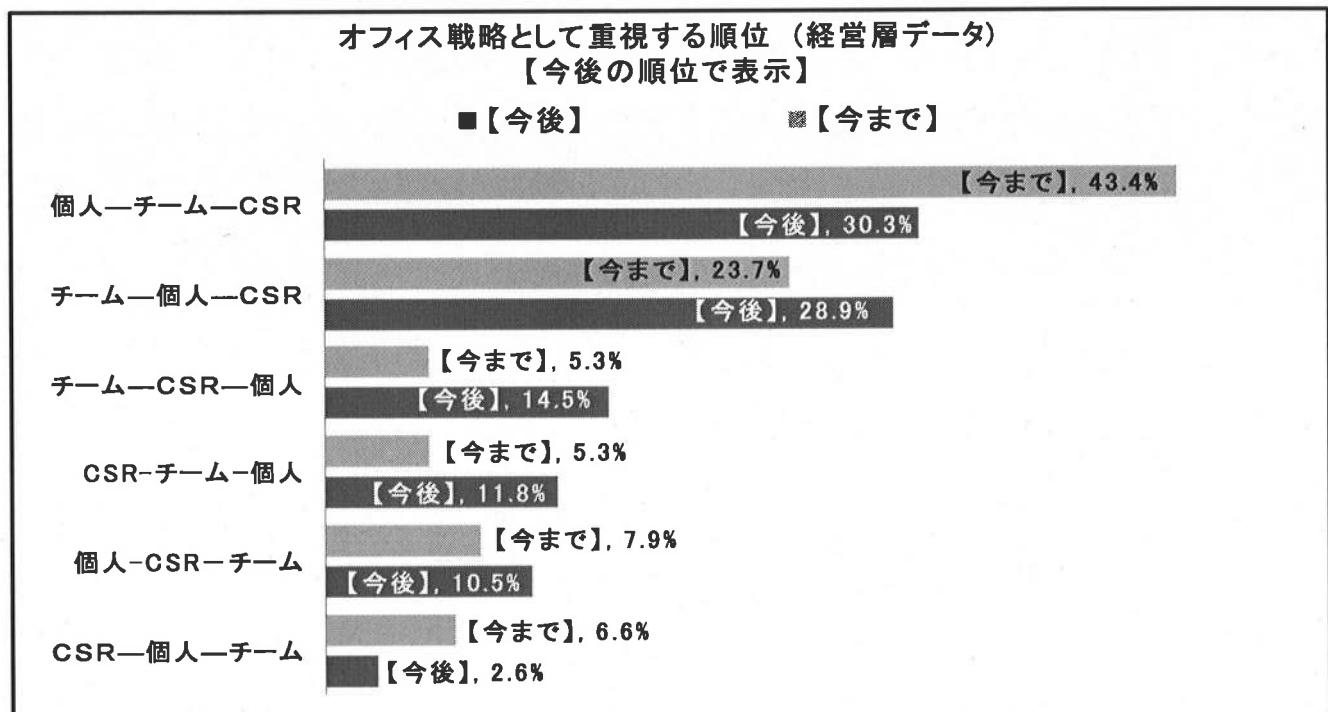
現在は【1位：個人、2位：チーム、3位：CSR】という優先順位が圧倒的に多いが、

今後は【1位：チーム、2位：個人、3位：CSR】へと優先順位が変わっていくことが読み取れ、経営層のオフィス戦略観（オフィスづくりの視点）は『個人』の効率性支援から『チーム』のコミュニケーション重視へと移行する方向を示している。

※順位の変動パーセンテージ（グラフ14）

- 【1位：個人、2位：チーム、3位：CSR】は今まで43.4%⇒今後30.3%に減少
- 【1位：チーム、2位：個人、3位：CSR】は今まで23.7%⇒今後28.9%に増加
- 【1位：チーム、2位：CSR、3位：個人】は今まで5.3%⇒今後14.5%に増加

（グラフ14）オフィスづくりとして重視する順位



(その他アンケート結果からの総括)

- ・経営者は、人材育成・モチベーション向上により『社員の戦力化』を志向している。それを実現するためにはICTを含めた働き方の改革や、省エネ・環境を含めた総合的なオフィス戦略が必要である。
- ・オフィスづくりに経営者が参画しトップの意志を社内に浸透させることが重要である。JOIFAとしても顧客の経営層にオフィスづくりへの関与度合いを高めてもらうための啓発セミナーやイベントを企画し、『クリエイティブ・オフィス※』をさらに発展させるような提言を発信し続けることが肝要である。

※クリエイティブ・オフィス

知識創造行動を誘発させる環境が整備されたオフィス。

2007年に経済産業省は、日本人の本来もっている感性・創造性を磨き高め、国力向上を目指す『感性価値創造イニシアティブ』を発表。これを受けクリエイティブオフィス推進運動が提唱され、(社)ニューオフィス推進協議会、(社)日本オフィス家具協会等では企業の感性価値創造を促進し、知的生産性向上を高める『知識創造行動』のできるオフィスづくりを推進している。

(参考) フレックスタイムなどの導入状況

フレックスタイム・フリーアドレス・在宅勤務（テレワーク）の3制度について“既に導入済”は、

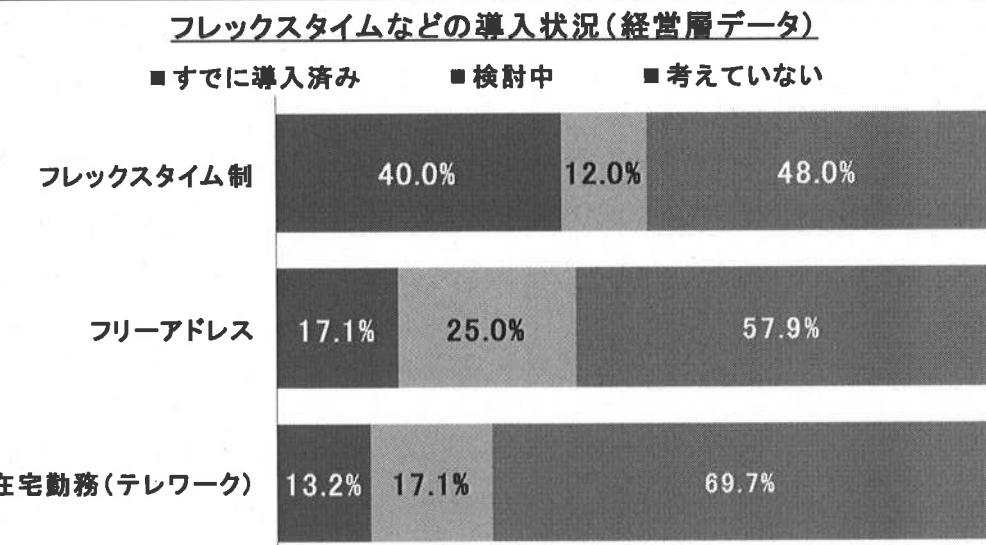
(1位) フレックスタイム制、(2位) フリーアドレス、(3位) 在宅勤務、テレワークの順となった。

3制度とも1000人以上経営層のほうが認知度・認識度が高い。

“導入を検討中”は、フリーアドレスが25%と高かった。(グラフ15)

特に1000人以上経営層の導入検討中は37.5%の回答があり、フリーアドレスの導入は高まると考えられる。

(グラフ15) フレックスタイムなどの導入状況



■顧客政策委員会メンバー

委員長 : 山田 匡通 (株イトーキ)
委員長補佐 : 川島 謙治 (株イトーキ)
委員 : 菊池 繁治 (株岡村製作所)
貫名 英一 (コクヨファニチャー株)
小池 徳彦 (プラス株)
岩田 正晴 (株内田洋行)
中村 健児 (株くるがね工作所)
北野 秀和 (金剛株)
滝本 昇 (株ナイキ)
鈴木 常宏 (株清和ビジネス)