

コワーキングスペースの運営実態と運営成果に関する研究

— 都三県を対象として —

Study on actual situation and business achievement of co-working space

- Case study of the metropolis and 3 prefectures of capital area -

古内 優作* 勝俣 竜治* 室田 昌子**

Yusaku Furuuchi* Ryuji Katsumata* Masako Murota**

In recent years, new working styles have been increasing, and thereby many types of working places are developed as people's offices. People who want to develop their abilities by communication with many types of business people, to work on their own time, to start new businesses use these working spaces effectively. In this research, we focus on the facility type of co-working space and services, and clarify the effective co-working spaces. First, we surveyed co-working space nationwide by Web survey and clarified the actual condition and features to grasp the overall picture of co-working space. Secondly, we conducted a questionnaire survey on co-working space in one city and three prefectures extracted by web survey. Thirdly, we conducted an interview survey and investigated more detailed facts.

Keywords: Co-working space, Actual situation, Business Achievement, Shared Offices

コワーキングスペース、運営実態、運営成果、シェアオフィス

1. 研究背景と目的

1-1. 研究背景と目的

近年、働く場所、時間などを自ら設定し、自分の能力を有効に活用するワークスタイルの増加や、スタートアップビジネスの多様化から、働く場所についても新たなスタイルが増えてきている。本研究では、様々な人々が独立して働きながら交互にアイデアや情報を交換し、同じ空間を共有することで生まれる相乗効果を重視した「コワーキングスペース（以後CWS）」に着目した。

本研究では、CWSの運営実態と施設タイプと、その成果について把握し成果の上がる運営について明らかにする。

1-2. 既存研究について

既存研究として、主に実態把握や交流行動、コミュニティ形成に着目した研究が見られた(参考文献¹⁾²⁾。松村茂の論文³⁾では、必要不可欠なのは利用者交流のためのきっかけづくりだということを論じていた。既存研究として利用者がCWSを利用することによって生まれる成果そのものに着目した研究は見られなかったため、新規の研究として、CWSの成果について着目した研究は有効であると考えた。

2. CWSの定義について

2-1. CWSの定義

本研究では、利用者同士の交流を目的とする空間に着目しているため、CWSの定義を利用者の行動・サービスに着目して以下の2点に定めた。

- ① 共有の事務作業を行う空間
- ② 共有の事務作業を行う空間に付随した支援サービス空間

2-2. 空間に着目したCWSの定義

本研究におけるCWSの空間定義はWeb調査等を踏まえて定義した。CWSは、間取りの中の区画において壁の有無は関係なく、利用者にとって専有のオフィス空間である「A.専有オフィス空間」、利用者にとって非専有のオフィス空間である「B.共有オフィス空間」、利用者によって支援やイベントを提供する「C.共有支援空間」の計3つを含む空間である。

3. 調査について

3-1. 調査対象地

今回調査するにあたって、現在CWSとして運営している全国のCWSの総数を調べると、378件という結果が出た(2016年10月現在インターネット調査で調べた結果^{3)~5)})。そのうち一番大きな割合を占めていたのは関東地方で177件、全体の約45%であった。関東地方のCWSについてさらに詳しく調査すると、東京が137件、約79%となった。次いで神奈川、埼玉と並ぶ結果となった。そこで今回、全国で大きな割合を占めていた東京、埼玉、千葉の一都三県を調査対象地とした。

3-2. 調査方法

第一に、CWSの全体像を把握するために、Web調査によって全国のCWSを調べ、実態や特徴を明らかにした。web調査には、地域ごとにCWSを紹介する4つのWebサイトを利用して調査を行った。第二に、web調査によって抽出した1都三県におけるCWSを対象にアンケート調査を行い、回答を得られた施設のデータから単純集計クロス集計を実施した。なお、アンケート概要については表1に記載した。第三に、インタビュー調査を行い、より詳細な実態をCWSの運営者の方からお話を聞くことを通して明確化した。

〔表1〕アンケート調査概要

調査期間	2016/10/19 (水) ~ 2016/10/28 (金)		
調査方法	郵送によるアンケート回答方式		
調査対象	東京、神奈川、埼玉、千葉 (1都3県) におけるコワーキングスペース事業を行っている企業229社		
回収結果	全229社のうち53社回収 (回収率23.1%)		
調査設問	施設の概要	記入式	施設名、運営組織名、施設の開業年月、オープン時間、休館日
		選択式	利用状況、空間構成、提供サービス、面積、デスク数及び座席数、混雑する時間帯
	利用者・会員制度	記入式	男女比、1ヵ月間の施設平均利用者数、法人会員・個人会員数
		選択式	利用が多い年齢層、利用者の所属、会員制度の有無
	イベント	記入式	イベント開催回数
		選択式	イベントの周知・告知方法、開催回数・テーマ
運営	記入式	半年程度の平均売上高、スタッフ数、賃料	
	選択式	成果、事業資金の出資者、運営収入源、施設の所有	
地域別回収件数	東京 (40)	23区 (34)	千代田区(1)、中央区(4)、港区(6)、新宿区(2)、杉並区(1)、文京区(1)、墨田区(1)、目黒区(1)、大田区(1)、世田谷区(3)、渋谷区(7)、豊島区(2)、足立区(1)、品川区(2)、台東区(1)
		23区外 (6)	三鷹市(2)、調布市(1)、青梅市(1)、国分寺市(1)、清瀬市(1)
	神奈川(9)	横浜(5)、藤沢市(1)、葉山町(1)、海老名市(1)、川崎(1)	
	千葉(3)	千葉市(1)、松戸市(1)、佐倉市(1)	
	埼玉(1)	さいたま市(1)	

注) () 内の数字は件数を示す

3. 空間構成とサービスについて

3-1. 空間構成について

CWSでは、共有スペースを除くと会議室やイベント会場など、催しごとで一般的に利用される空間が最も多く設備されているということが分かった。自習スペースや調理関連スペースなどの用途が限られている空間よりも、使える用途を広くもつ空間の方が需要は高い。

施設の総面積は99m²までが最も多く、各施設がCWSとしている面積も50~99m²が最も多かった。総面積中CWSが何割を占めるかについては、100%CWSとしている施設が全体の30%程度であった。

3-2. サービス・イベントについて

Wi-Fi、複合機などの設備は、非常に高い普及率であり、オフィスとしてCWSを利用する場合には必須の設備である。ビジネス利用でも、郵便物の受け取り、代行系のサービスはCWSを拠点とする起業家の利用が多い場合は用意されていることが多いが、法人登記は起業家の利用が多くない場合でも、用意されていることが多い。また、スペース一日利用やPC貸し出しなどのサービスが用意されているCWSは、都心に位置する施設よりも23区外や地方都市に位置する施設の方が多かった。

イベント開催回数は1回以上10回未満の回数帯が最も多かった。それらの施設の特徴として最も顕著だったのが、運営収入源の回答でイベント参加料をほとんどの施設で収入源ではないと回答しているところである。17施設中16施設がイベント参加料を収入源ではないと回答していた。(全体53施設中16施設がイベント参加料を収入源と回答) このことから、イベント開催回数が少ない施設は、運営収入源として、イベント参加者からの収入を重視していない。

イベントテーマからは、広い意味合いがある利用者交流会を除けば、イベントテーマとして最も高い割合を示したのはビジネスに関するその他の交流会であった。このことから、CWSでは、ビジネスに関する知識・スキルを身につけたい利用者のニーズが高い。また、地域まちづくりに関する会議などという非常に限定的と思われるイベントテーマが高いことより、地域活動の場所としてもCWSのニーズは高い。

〔表2〕CWSにおける空間構成とサービス・イベントの実施

項目	選択肢	件	比率	項目	選択肢	件	比率	項目	選択肢	件	比率
空間構成 複数回答	共有デスク	48	91%	サービス 複数回答	Wi-Fi利用	53	100%	イベント 複数回答 複数回答	利用者交流会	33	73%
	会議室	35	66%		コピー等ができる複合機	48	91%		ビジネスに関するその他の講習会	18	40%
	イベント会場	27	51%		プロジェクト・スクリーンの貸出	43	81%		趣味・娯楽に関する座学・体験教室	14	31%
	専有スペース	23	43%		郵便物の受け取り	39	74%		起業支援の相談会	13	29%
	図書コーナー	19	36%		イベントの企画・開催	37	70%		ITに関するビジネススキル講習会	12	27%
	自習スペース	14	26%		法人登記	34	64%		女性支援に関するイベント	12	27%
	飲食提供スペース	14	26%		イベントの企画・開催	31	58%		地域まちづくりに関する会議	11	24%
	調理関連スペース	13	25%		メンバー同士のマッチングサービス	22	42%		ものづくりに関する体験教室	5	11%
	趣味の活動スペース	12	23%		創業手帳の設置	20	38%		子育て支援相談会・交流会	4	9%
	託児所	2	4%		PC貸し出し	14	26%		子どものための学習サポート	3	7%
	学童・学習支援施設	2	4%		専門家による創業サポート	14	26%		回答者数 (NA 除く)	45	100%
	その他	6	11%		受付代行	9	17%		facebook	41	85%
	回答者数	53	100%		電話代行	8	15%		ホームページ	36	75%
専有 オフィス スペース 座席数	30席以上	8	17%	子どもの一時預かり	2	4%	(施設内) ポスター掲示	21	44%		
	20席以上30席未満	7	15%	回答者数	53	100%	口頭伝達	20	42%		
	10席以上20席未満	7	15%	イベント 複数回答 複数回答	50回以上	6	13%	Twitter	18	38%	
	10席未満	7	15%		30回以上50回未満	7	15%	ブログ	11	23%	
	なし	19	40%		10回以上30回未満	12	26%	メール	9	19%	
回答者数 (NA 除く)	48	100%	1回以上10回未満		17	37%	(施設外) ポスター掲示	6	13%		
回答者数 (NA 除く)	48	100%	0回		4	9%	その他	4	8%		
共有 オフィス スペース 座席数	30席以上	15	29%	回答者数 (NA 除く)	46	100%	回答者数 (NA 除く)	48	100%		
	15席以上30席未満	19	37%	施設 総面積 (m ²)	400m ² ~	6	14%	100~199m ²	10	23%	
	15席未満	16	31%		300~399m ²	3	7%	~99m ²	18	41%	
	なし	2	4%		200~299m ²	7	16%	回答者数 (NA 除く)	44	100%	
回答者数 (NA 除く)	52	100%									

4. 運営について

4-1. 施設利用状況

アンケート結果から、1カ月の施設平均利用者数は、最大値が5,000人、最小値は2.5人と最大値と最小値の差が大きかった。イベント開催回数が多い施設はその開催回数だけ利用者数が多くなっている。CWSの利用者として多いのは、30,40代の男性中心で、何かしらのビジネスを始める人が多い。また、セカンドオフィスとしてCWSを利用する人よりも、CWSを自身の活動の中心として利用している人が多い。

会員制度としては、「ある」と答えた施設が全体の約9割程だったことから、普段からCWSを利用する固定客がいる施設が多いと捉えられる。また、法人・個人会員を別々に見てみると、法人会員数の方が多く傾向があることが分かった。

施設の利用状況から、CWSの利用者層は比較限定的である。主にビジネスを新たに始めようとする人の利用が多く、企業経営者とフリーランスが多いことから、すでにビジネスを始めている人、CWSをビジネスの中心として利用している人が多い。会員制度がある施設が多いのは、そのような目的の利用者が定期的にCWSを利用しやすいからだと捉えることもできる。

4-2. 施設運営状況

事業主体は民間企業が中心となって運営しているところがほとんどであり、その中でも特にIT系の業界と関わりがある企業がCWSの運営主体となっていることが多かった。IT系の企業が運営主体である施設は、自身の施設のPRでもIT系の起業に強いと謳っており、IT技術の講習会などを積極的に行っていることが多かった。関連のある業界のパイプに強いのは他の業界でもいえることであるが、IT系の業界の場合は特にそのような強みが活かしやすいと捉える。

事業資金の出資者は約8割近くの施設で運営組織自身が出資したと回答しており、他から出資を受けていたのはすべて合わせても4割、残りの6割はCWS開設を自力で行ったということになる。開設後の運営収入源では助成金や補助金がほとんどないことから、CWSは開設にあたって他から出資を得られることはあっても、開設後の運営では他からの出資を得られることは多くないということがわかる。また、事業主体は企業という場合が多く、事業主体は単独で運営している場合がほとんどであることから、施設自身で運営資金を捻出することが重要である。

【表3】CWSにおける利用と運営の実態

項目	選択肢	件	比率	項目	選択肢	件	比率	項目	選択肢	件	比率	
1カ月施設平均利用者数	500人以上	8	18%	会員制度の有無	会員制度あり	42	86%	営業形態	無休営業かつ24時間営業	7	19%	
	200人以上500人未満	6	14%		会員制度なし	7	14%		無休営業かつ定時間営業	12	33%	
	50人以上200人未満	10	23%		回答者数 (NA 除く)	49	100%		定休日ありかつ定時間営業	17	47%	
	10人以上50人未満	13	30%		法人会員数	50人以上	6		15%	回答者数 (NA 除く)	36	100%
	10人未満	7	16%			20人以上50人未満	9		23%	運営組織自身が出資	33	77%
回答者数 (NA 除く)	44	100%	10人以上20人未満	4		10%	行政や公的機関からの出資	7	16%			
男女比	男性利用者の方が多い	33	67%	1人以上10人未満		8	21%	親会社などからの出資	6	14%		
	女性利用者の方が多い	8	16%	0人		12	31%	その他	5	12%		
	男性女性ともに五分五分	8	16%	回答者数 (NA 除く)	39	100%	回答者数 (NA 除く)	43	100%			
	回答者数 (NA 除く)	49	100%	個人会員数	50人以上	4	11%	運営収入源 (複数回答)	月額会員費	37	76%	
利用が多い年齢層	10代	0	0%		20人以上50人未満	6	16%		スペース1日利用	24	49%	
	20代	1	2%		10人以上20人未満	7	18%		会議室等のレンタル収入	24	49%	
	30代	28	61%		1人以上10人未満	13	34%		貴施設のサービス利用収入	16	33%	
	40代	15	33%		0人	8	21%		イベント参加料	16	33%	
	50代	2	4%	回答者数 (NA 除く)	38	100%	入会金		13	27%		
	60代	0	0%	事業主体	企業	43	81%		行政・公的機関からの助成金	4	8%	
	70代	0	0%		NPO	3	6%		親会社からの補助金	1	2%	
回答者数 (NA 除く)	46	100%	行政		1	2%	その他		4	8%		
利用者の所属	企業経営者	17	36%		個人事業	2	4%		回答者数 (NA 除く)	49	100%	
	サラリーマン・OL	3	6%		その他の法人	4	8%	賃料 (1カ月)	100万円台	3	15%	
	フリーランス	22	47%	回答者数	53	100%	10万円台		16	80%		
	主婦	4	9%	企業の業界 (複数業界重複)	IT系	15	28%		10万円未満	1	5%	
その他	1	2%	コンサルティング系		9	17%	回答者数 (NA 除く)		20	100%		
回答者数 (NA 除く)	47	100%	メディア系		3	6%	総スタッフ数		15人以上	2	5%	
最も混む時間 (平日)	6:00~9:00	0	0%		メーカー系	2		4%	10~14人	6	14%	
	9:00~12:00	5	11%		その他	12		23%	7~9人	4	10%	
	12:00~15:00	18	38%	回答者数	53	100%		4~6人	10	24%		
	15:00~18:00	18	38%	施設経過年数 (2016年11月基準)	6年以上	4		8%	1~3人	20	48%	
	18:00~21:00	5	11%		4年以上6年未満	8	16%	回答者数 (NA 除く)	42	100%		
	21:00~6:00	0	0%		2年以上4年未満	19	37%	専属スタッフ数	4~9人	7	16%	
	その他	1	2%		1年以上2年未満	11	22%		1~3人	22	51%	
回答者数 (NA 除く)	47	100%	1年未満		9	18%	0人		14	33%		
最も混む時間 (休日)	6:00~9:00	0	0%	回答者数 (NA 除く)	51	100%	回答者数 (NA 除く)		43	100%		
	9:00~12:00	1	3%	施設所有形態	賃貸				41	87%		
	12:00~15:00	15	45%		自己所有			6	13%			
	15:00~18:00	13	39%		回答者数 (NA 除く)			47	100%			
	18:00~21:00	2	6%		利用状況 (複数回答)	個人のオフィス	47	89%	女性限定のオフィス	1	2%	
	21:00~6:00	0	0%			法人のオフィス	44	83%	その他	7	13%	
	その他	2	6%	個人のテレワークオフィス		15	28%	回答者数	53	100%		
回答者数 (NA 除く)	33	100%	法人のテレワークオフィス	11		21%						

5. 成果について

5-1. 成果の特徴

表4より、同業種・異業種ともに法人設立よりも交流会の成果の方が多く上がっており、趣味の成果については全体の1割程度であり、全体として交流>ビジネス>趣味の成果という順に成果が上がりやすくなっている。

【表4】CWSにおける成果

項目	選択肢	回答	比率
成果 (複数 回答)	異業種間で交流会の開催	28	53%
	同業種間で交流会の開催	21	40%
	異業種間で法人設立	10	19%
	同業種間で法人設立	9	17%
	趣味の展覧会開催	7	13%
	NA・成果なし	11	21%
	回答者数	53	100%

表6より、ビジネス系・非ビジネス系両方のイベントを実施している施設は、ビジネス系の成果が上がっている割合がイ

イベントテーマ区分の中で最も高いことがわかる。また、ビジネス系のイベントのみではビジネス系の成果は上がらないということがわかった。一方、非ビジネス系のイベントを実施している施設は、成果としても非ビジネス系の成果が上がっている割合が高いということがわかった。

【表5】CWSにおけるタイプ別の成果とイベントの実施

成果	成果のタイプ区分とその内容			
	区分	内容	区分	内容
	ビジネス系	同業種間で法人設立 異業種間で法人設立	非ビジネス系	同業種間で交流会の開催 異業種間で交流会の開催 趣味の展覧会開催
タイプ別の成果の有無 N=53				
ビジネス系	ビジネス系	非ビジネス系	NA 成果なし	
8件(15%)	6件(11%)	25件(47%)	14件(26%)	
イベント	イベントのタイプ区分とテーマ			
	区分	イベントテーマ		
	ビジネス系	起業支援の相談会、ITビジネス系講習会 ビジネスに関するその他の講習会		
	非ビジネス系	利用者交流会、地域まちづくり系会議、趣味・娯楽系講座 ものづくり系体験教室、子育て支援相談会・交流会 子どものための学習サポート、女性支援に関するイベント		
	タイプ別のイベント実施 N=53			
ビジネス系	ビジネス系	非ビジネス系	NA イベントなし	
22件(42%)	6件(11%)	15件(28%)	10件(19%)	

【表6】タイプ別の成果とイベントのクロス集計表

項目	区分	成果				合計
		ビジネス系 非ビジネス系	ビジネス系	非ビジネス系	NA 成果なし	
イベント	ビジネス系	6件 (27%)	3件 (14%)	8件 (36%)	5件 (23%)	22件 (100%)
	非ビジネス系	2件 (33%)	0件 (0%)	4件 (67%)	0件 (0%)	6件 (100%)
	ビジネス系	0件 (0%)	2件 (13%)	11件 (73%)	2件 (13%)	15件 (100%)
	非ビジネス系	0件 (0%)	1件 (10%)	2件 (20%)	7件 (70%)	10件 (100%)
	NA イベントなし	0件 (0%)	1件 (10%)	2件 (20%)	7件 (70%)	10件 (100%)
合計		8件	5件	23件	14件	53件

5-2. イベントテーマ区分による成果の特徴

表7より、ビジネス系を含むイベント実施施設において、ビジネス系を含む成果が上がっている11施設と、非ビジネス系のみで成果が上がっている12施設では、主に施設の規模や利用者について特徴が見られる結果となった。ここからは、ビジネス系の成果が上がりがやすいのは利用者数が少なく、個人会員数が多い施設

であるという特徴が見られた。5000人というように、極端に利用者数が多い施設にも関わらず、成果が上がっている施設は、会員数もそれに合わせて多いということがわかった。

【表7】ビジネス系を実施したイベント施設の成果

ビジネス系を含む成果 (11施設)			項目	非ビジネス系のみ の成果(12施設)		
平均値	最大値	最小値		平均値	最大値	最小値
224.3	888	57	総面積(m ²)	201.5	417	70
26.3	81	6	共有スペース総坪数	40.1	100	22
186.5	5000	8	平均利用者数(1ヵ月)	488.5	2000	15
39	200	2	イベント開催回数(半年)	31.5	120	2
5(合計)			創業支援サービス	9(合計)		
9(合計)			会員制度の有無	12(合計)		
21	100	6	法人会員数	22.1	40	1
40.4	200	3	個人会員数	14.6	30	2

5-3. 利用者交流会の実施と成果

表8より、ビジネス系を含む成果が上がっている施設は、イベントテーマとして「利用者交流会」を実施している割合が高いということが分かった。ここから、利用者交流会の内容自体は直接ビジネスに関係がなかったとしても、ビジネス系の成果を上げるまでのステップとして利用者交流が必要であると捉えられた。

一方、イベントテーマにおいてビジネス系と分類した「起業支援の相談会」「ITビジネス系講習会」「ビジネスに関するその他の講習会」は、それぞれ一つ一つとしてはビジネス系の成果を上げる大きな要因となっていないことが分かった。

【表8】利用者交流会の開催有無と成果のクロス集計

項目	区分	利用者交流会の開催			
		あり	なし	NA	合計
成果	ビジネス系/非ビジネス系	6(75%)	2(25%)	0(0%)	8(100%)
	ビジネス系	5(83%)	0(0%)	1(17%)	6(100%)
	非ビジネス系	17(68%)	6(24%)	2(8%)	25(100%)
	NA・成果なし	5(36%)	4(29%)	5(36%)	14(100%)
合計		33(62%)	12(23%)	8(15%)	53(100%)

6. まとめと考察

CWSの実態を把握したが、共有デスク以外に会議室やイベント会場、さらには図書コーナーや飲食や料理スペースなど様々な施設を設置するものが多く確認された。また、イベント開催や事務支援など多様な支援を実施するものも確認できた。利用者による自主的な交流会の開催や法人の設立など成果がでるCWSにとって重要な要素として、利用者交流会などのイベント開催があり、なかでもテーマの選定は重要である。特に①ビジネスに関連したイベントの必要性が高いこと、②利用者同士の活発な交流、③個人々人が定期的に交流する密な空間とそれを支える会員制度の必要性が指摘できる。

参考文献

- 1) 宇田忠司・阿部啓和(2015)、「コワーキングスペースの実態調査：2014年度調査の分析結果」,(北信大学「地域経済ネットワーク研究センター年報 第4号」)
- 2) 松村茂(2014)、「地方におけるコワーキングスペースの運営課題に関する考察～山形村山地域を事例に～」,(東北芸術工科大学「第17回日本テレワーク学会研究発表大会 予稿集」)
- 3) 全国シェアオフィス・コワーキング【eシェアオフィス】(<http://eshareoffice.jp/>)(2016年10月時点参照)
- 4) 全国コワーキングスペース最強クチコミガイドcocopo(<http://cocopo.com/>)(2016年10月時点参照)
- 5) コワーキング.com(<http://co-working.com/>)(2016年10月時点参照)