

# WORK LIVE PLAY

# ミレニアル世代の働き方改革

## MILLENNIALS

### データが示す彼らの素顔と実現へのヒント

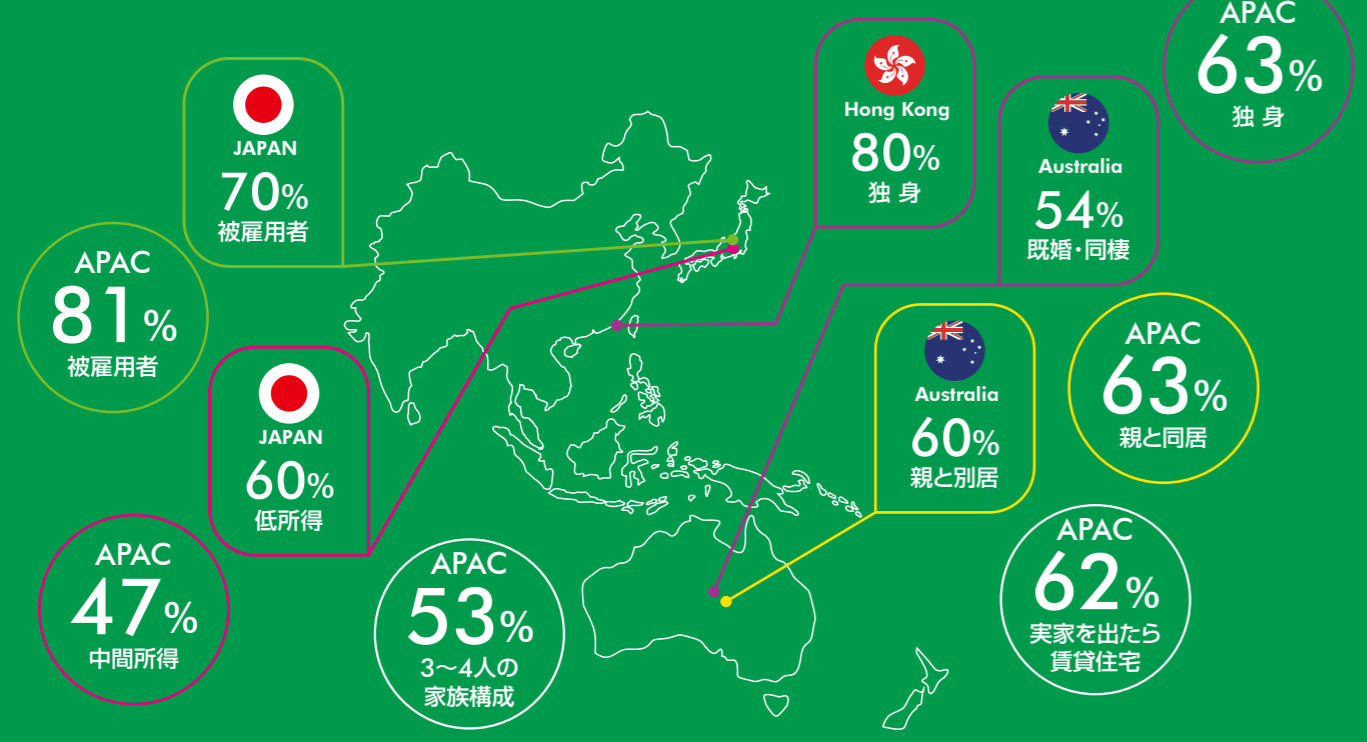
日本におけるミレニアル世代<sup>\*1</sup>は生産年齢人口の約13%を占めており、労働力としてはもちろん、消費者としてもこれからの日本経済の担い手として注目を浴びています。

2015年12月、CBREは世界12ヶ国の22~29歳の13,000人を対象に、職・住・遊をテーマに「ミレニアル世代へのアンケート調査」を実施しました<sup>\*2</sup>。

調査結果は、彼らの嗜好・行動パターンから考えられる今後の働き方の改革の方向性と、それに対応するための企業の不動産戦略を示唆しています。

■日本版データ監修 / CBRE リサーチ アソシエイトディレクター 貝畑 奈央子

### APAC (アジア太平洋地域) ミレニアル世代の全体像

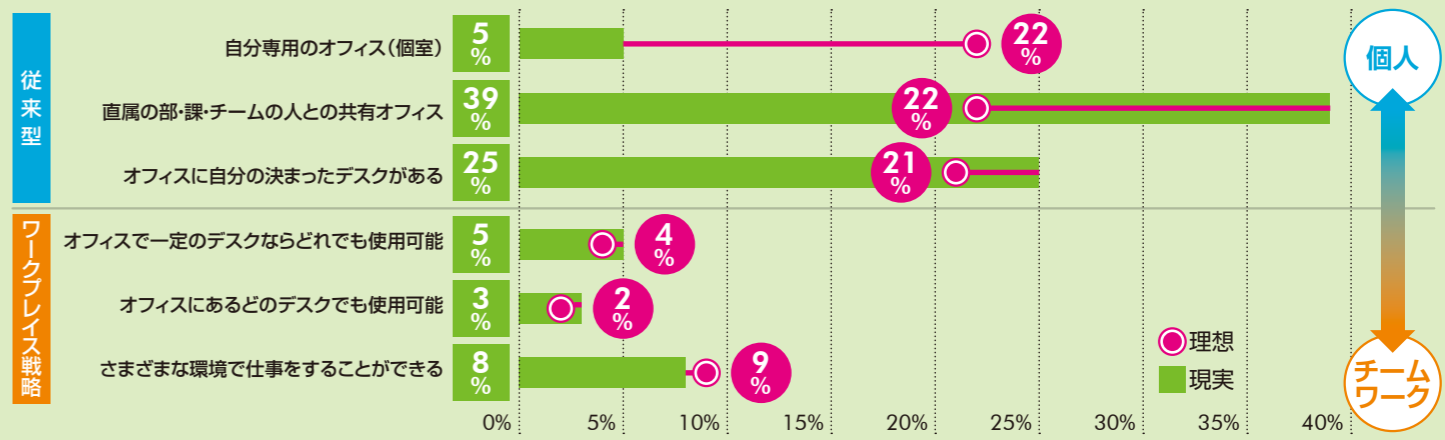


\*1... 1986~1993年生まれ  
 \*2... ミレニアル世代へのアンケート調査 ●実施期間: 2015年12月、●対象国: 世界12ヶ国(米国、カナダ、英国、フランス、ドイツ、スペイン、メキシコ、中国、香港、インド、日本、オーストラリア)、●対象: 調査実施時点で22~29歳の13,000人、●各国から1,000サンプルを収集、性別・就業状況、婚姻状況、学歴、収入状況の違いを考慮

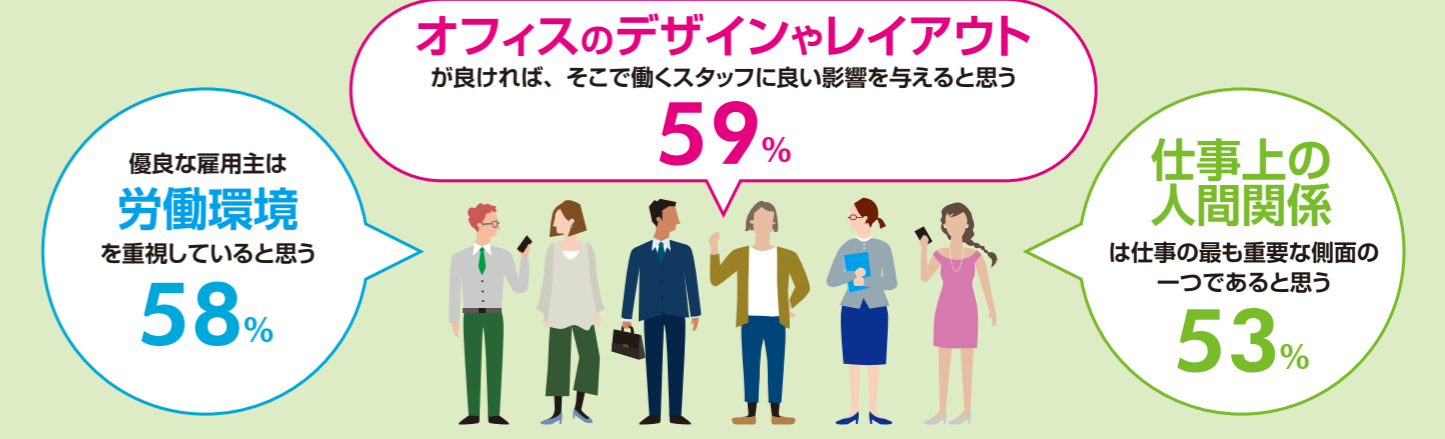
## WORK

### オフィスの立地やデザイン・レイアウトなどの働く環境を重視し、無意識に改善を求めている。

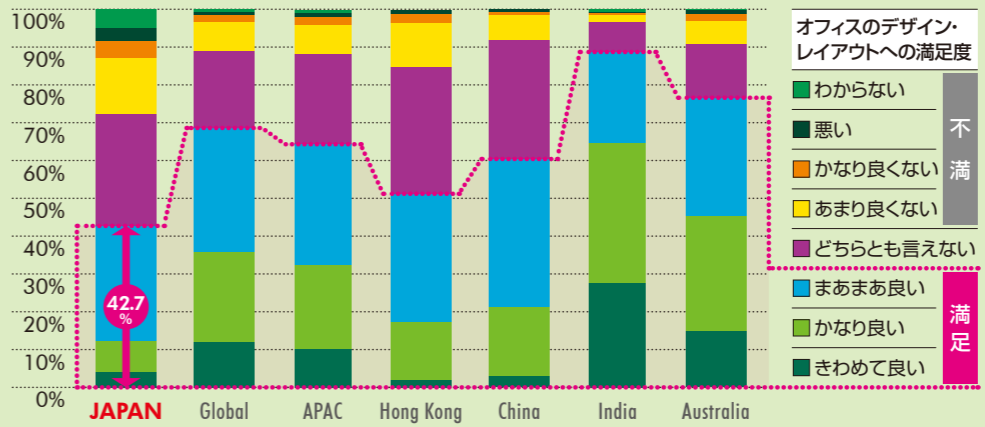
**JAPAN** “ワークプレイス”の普及率は低く、意識・認知度も低い  
 モビリティがより高くなるフリーアドレスの働き方は浸透していない(チームの中での共有オフィスはある程度浸透している)。一方で、個室にも根強い需要がある(APAC平均では約37%が個室を理想としている)。



**JAPAN** ワークスタイル・ワークプレイスに対する考え方  
 日本では、オフィスのデザイン・レイアウトが働く環境に最も影響があると考えている人の割合が一番高い(APACは第2位)。しかし現実はそのようなため、オフィスのデザイン・レイアウトに対する満足度が低い。



オフィスのデザイン・レイアウトの日本での満足度は約40%と低い  
 満足度が低いのは、働き方に関するフレキシビリティが低い、レイアウトの自由度が低い(古い)オフィスビルで働いている、グレードの高いビルにおいてもレイアウトは従来型のままである、等が可能性として考えられる。



**オフィスのデザインは重要**

**JAPAN 65%** (APAC: 71%)

オフィスが今より良ければ...

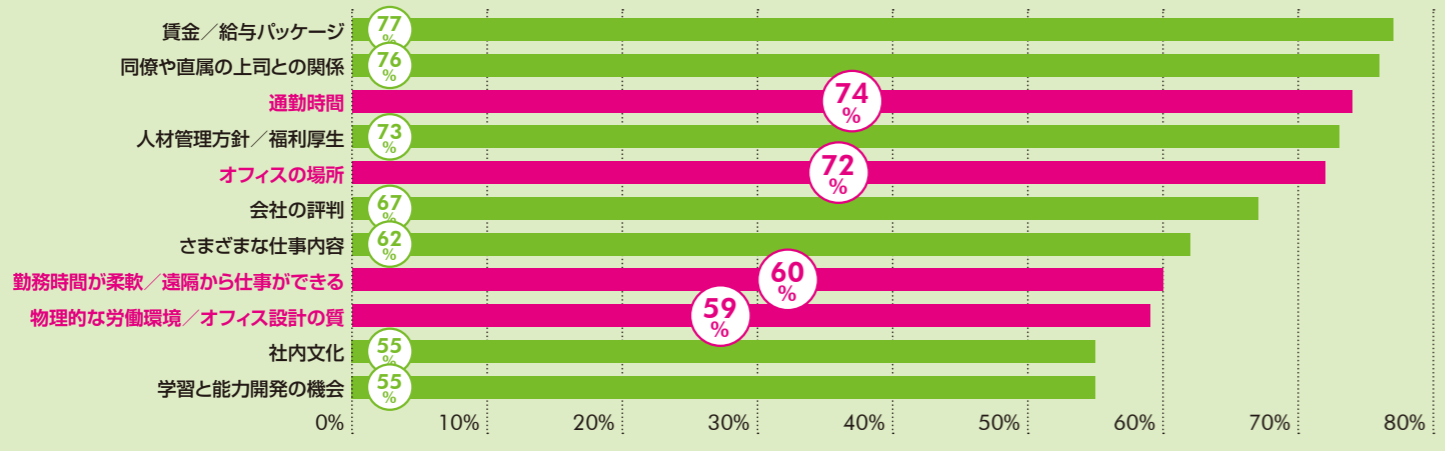
- 15%: 魅力的でない場所に移動してもいい
- 11%: 小規模、知名度が低い会社に移ってもいい
- 10%: 遠い場所まで通勤してもいい

WORK

日本のミレニアル世代が仕事を探すとき、オフィスの立地に加えて、働き方の柔軟性や設備の充実度を重視。

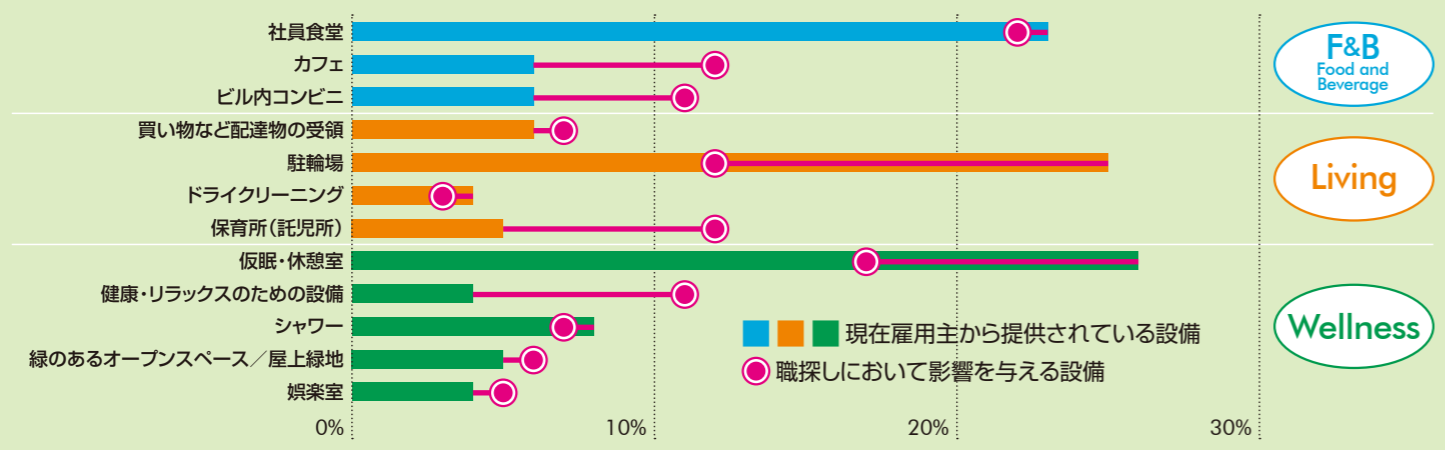
JAPAN 職探しの際に重視する要素トップ10

日本人にとって、働きやすさ(フレキシビリティ/在宅勤務)、オフィスデザインの重要度(物理的な労働環境/オフィス設計の質)は、APAC全体よりも高い(APACはオフィスデザイン11位、働きやすさ12位)。



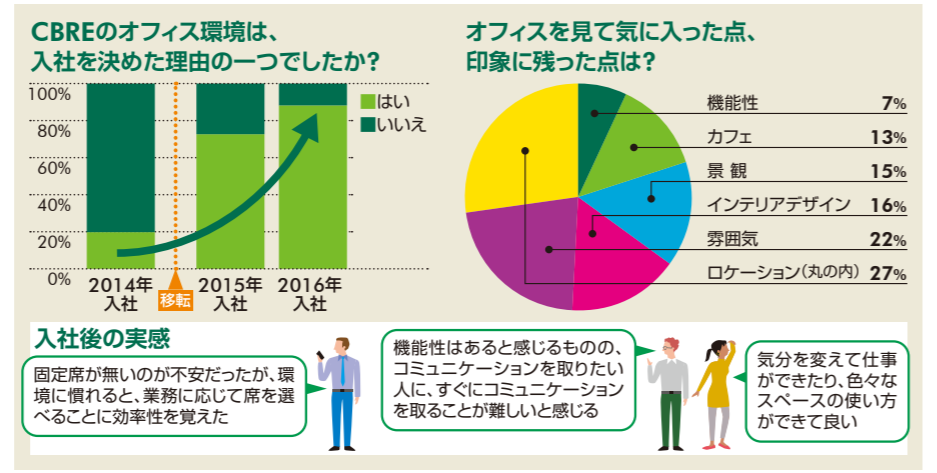
JAPAN 職探しに影響を与える設備とは

必要とされているのは職場での仕事効率向上のための施設だが、日本では、託児所、カフェ、ビル内コンビニ、健康推進やリラックスするための設備のギャップが相対的に大きい。



採用とオフィス(新入社員に聞いた、オフィスの重要度)

2014年4月7日、CBREは、各自のデスクを持つ従来のオフィス環境(浜松町)から、ABW\*環境(丸の内)へと移行した。このオフィス移転が、新卒採用においてどのように影響したか、2014~2016年度の新卒入社社員にアンケートを実施。合計37名の回答は右の通りである。

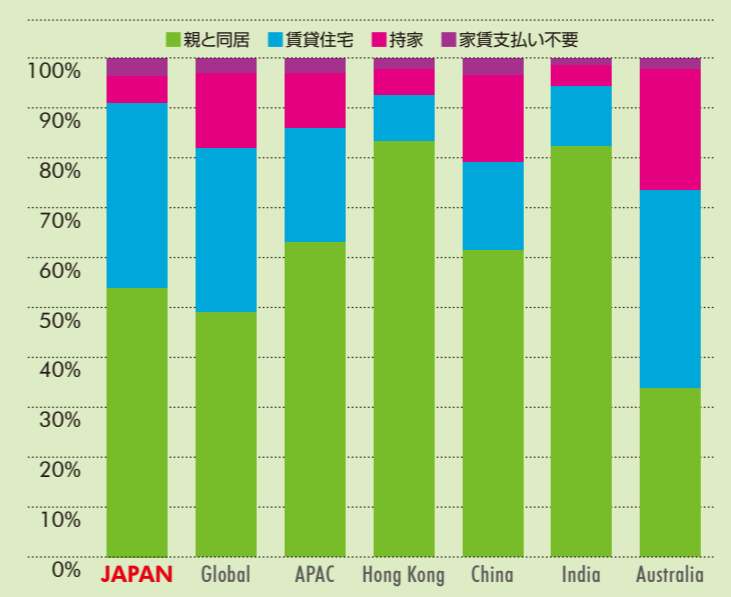


LIVE

半数以上は親と同居。賃貸志向が強く、将来、住宅を購入する可能性は低い。

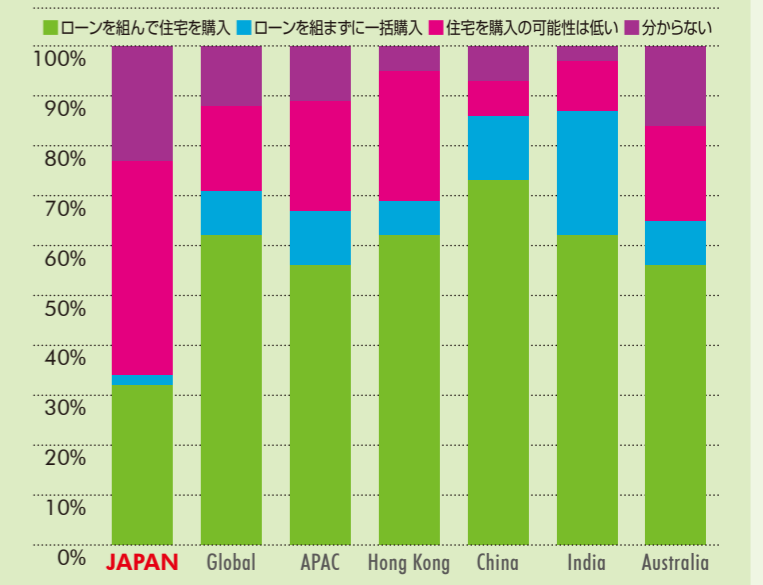
親と同居しているミレニアル世代

APACのミレニアル世代の6割強が親と同居。多くのAPACマーケットにおける居住用不動産のコスト高が背景にある。



親元から離れて住むとしたら購入よりも賃貸

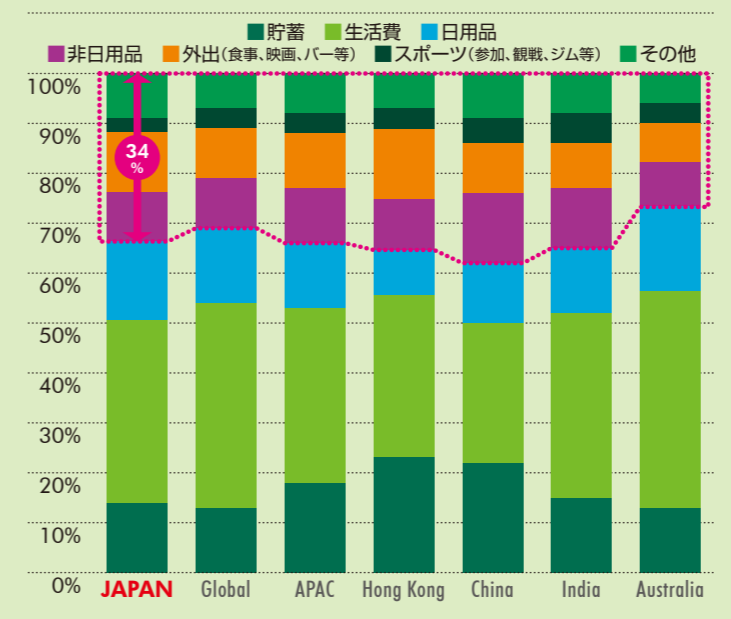
日本のミレニアル世代が将来家を購入する回答は34%と、APACの中で最も低い。また日本では、ミレニアル世代が投機的な目的で不動産を購入するケースは極めて少ない。



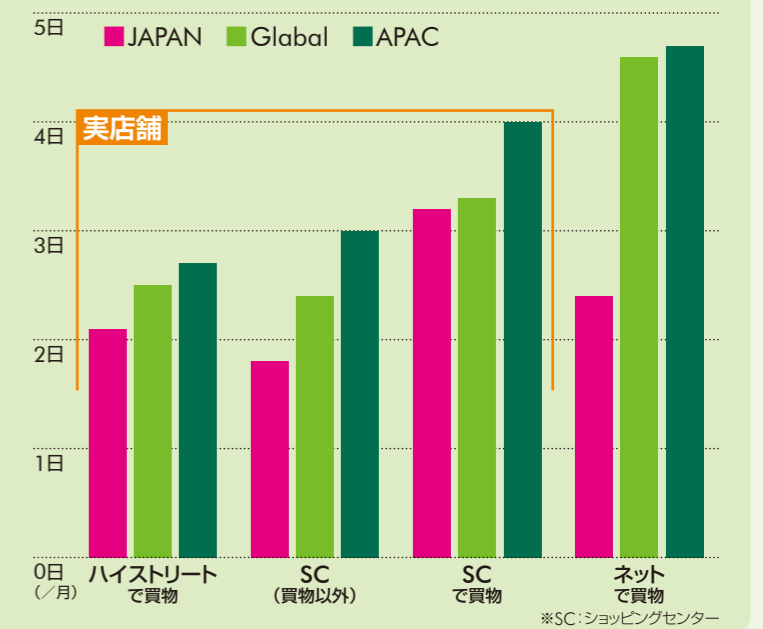
PLAY

オンラインショッピングの普及が著しい一方、実店舗でのショッピングニーズも底堅い。

日本では手取収入の約3分の1をレジャー活動に支出。手取収入のうち貯金に回すのは約14%と、グローバル平均とほぼ同様。APACは約18%、米国では約10%という結果であった。



日本ではネットよりも実店舗へ出向く傾向が見られる。費やす日数で見た場合、グローバルやAPACでは相対的にオンラインショッピングが多かったが、日本では実店舗の利用が多くなっている。







に入ると、まず目を引くのは壁や柱に大きく描かれたメルカリが掲げる“3つのバリュー”である。

**Go Bold – 大胆にやろう**  
**All for One – 全ては成功のために**  
**Be Professional – プロフェッショナルであれ**

「これは、当社が“新たな価値を生み出す世界的なマーケットプレイスを創る”というミッションを達成するためのコアな価値基準です。世の中にインパクトを与える多くのイノベーションを生み出すために大胆なチャレンジをすること、チームワークを重視しメンバーの力を結集すること、そしてメンバーが常にオーナーシップを持って自由闊達に仕事をし、専門的能力をレベルアップしていくこと。これらをメンバー全員で共有し、実行するための施策の1つとして、Face to Faceのコミュニケーションを活性化させる環境づくりを常に意識しています」(佐藤氏)。

オフィスはフリーアドレスを採用しており、席を固定化しないことが情報共有しやすい環境にも一役買っている。また、リフレッシュスペースは一般的な会社と比べても広く確保しており、社内のミーティングや社内外の勉強会やイベントでも利用されるほか、月1回はオリジナルの屋台にデリバリーを用意した社内交流イベントに活用されている。

さらに新入社員に対しては、5日間連続で既存メンバーが交代でメンターランチを実施。これは全社で行われており、さまざまな立場・職種のメンバーと一緒に食事をする中で、入社したてのメンバーにとって悩み相談はもちろん仕事のヒントを得る機会にもなっているという。

「コミュニケーションを大切にするフラットな社風、これが当社の企業文化となっており、この福岡オフィスでも体現されています。現在は立ち上げメンバー20名ほどの拠点ですが、今後は業容の拡大に合わせて拡張も計画しています」と、福岡オフィス開設でリーダーとして中心的役割を担った、CSグループ 光崎拓生氏は語っている。

#### “Go Bold”に働くことを可能にするバックアップ

人材が資本であるインターネット関連業界の中でも、20～30代の若年層が多く働く会社では、社員が長く勤められるように、執務環境だけでなく福利厚生面も充実させている。「スキルを蓄積した人材が家庭環境等の事情で退職せざるを得

なくなるのは、会社と社員の双方にとって大きな損失だと考えております。そのため、当社では社員が「Go Boldにおもいきり働ける環境」をより充実させていくため、2016年2月に人事制度として「merci box」を導入しました。産休・育休中の給与の100%保障をはじめ、妊活費の支援、病児保育費の支援、社員の死亡保険加入などの制度を整えています。また、今年5月には認可保育園と認可外保育園の保育料差額を会社が負担する制度を新たに追加しました」(光崎氏)。若い世代が安心してライフイベントを迎え、仕事とのスムーズな両立が可能となるよう支援するとともに、手厚い制度で他社との差別化も図られている。

世界的なマーケットプレイスの創出をミッションに掲げる同社は、国内3拠点のほか、米国サンフランシスコ・ポートランド、英国ロンドンの海外3拠点も展開。米国でのダウンロード数は現在2,500万を超えており、今年3月には英国でもサービスをローンチをするなど、さらなるグローバル展開も視野に入れている。日本発の世界的アプリとして認識される日も近いだろう。

(取材 2017年7月)



## ミレニアル世代の働き方改革 ケーススタディ

### 勢いある企業に見る、若い世代が大胆に活躍できるオフィスとは



株式会社メルカリ CSグループ 光崎 拓生氏 佐藤 圭一氏



#### 急成長を支え続ける365日の安心・安全

個人間で簡単かつ安全にモノを売買できるフリーマーケットアプリを、グローバルに展開する株式会社メルカリ。2013年7月のリリースから4年間という短期間で、日本では5,000万ダウンロードを突破、1日の出品数は100万品以上、月間流通額は100億円以上(2017年7月現在)と、国内最大のフリマアプリとして急成長を遂げている。

六本木に東京オフィスを構える同社は、2014年4月に仙台にカスタマーサポート(CS)の拠点を開設、そして今年3月には福岡・博多駅至近の立地に国内3番目の拠点となるCSオフィスをオープンした。同社は常に安心・安全な取引を提供するためCSを重視しており、全社員の半数以上にあたるメンバーが、365日体制で問い合わせ対応や規約違反の監視・取り締まり等のCS業務に従事している。

「博多という地を選択した背景には、労働人口の集積が挙げられ

ます。周辺に大学が多く、近郊都市圏から若年層が流入して人口増加率も高い。また福岡市内は製造業が少なくサービス業が多いという産業構造となっており、接客、コールセンターやCS業務等の経験者が多く、当社の業務にマッチングする優秀な人材が多いことも大きな理由です」と、福岡オフィスで人事・総務を担当するCSグループ 佐藤圭一氏は語る。

福岡オフィスでは、メールだけでなく電話でもサポートを行っており、これまでのCS業務や接客でのキャリアを生かして業務をしている。さらに、市内には同業種の企業が多く、情報や知識を共有して共に成長していこうという土壌が、同社のような新しいサービスを展開する企業を惹きつけているということである。

#### フラットな社風を体現する福岡の新オフィス

木の素材感を生かした温かみのあるエントランスからオフィス