

サービスオフィスの概要

スペースを賃貸する通常のオフィスとは異なり、
様々な付加価値を付け加え提供される「サービスオフィス」。
その形態、サービス内容はまさに多種多様で、
それが故か、我が国では十分に認知されているとは言い難い。
本項では、このサービスオフィスの状況に詳しい
(株)価値総合研究所の山口まみ氏に登場いただき、
今後数回にわたり、その使い方、選び方等のヒントを紹介する。
その第1回は、サービスオフィスの多様な商品性を、
4方向からみた概観である。

(文)山口まみ氏 株式会社価値総合研究所 戦略調査事業部 副主任研究員

はじめに

サービスオフィスとは、「個室・机等の専有スペースをベースに、会議室等を他社と共有し、受付代行・電話応対・簡単な入力作業等業務に必要な各種サービスを外注化することで、オフィス設置のトータルコスト削減を可能とした、一種の付加価値型パッケージ商品」である。この商品は現段階では「レンタルオフィス」「ビジネスセンター」「SOHOオフィス」等、様々な呼称を持つが、本稿では「サービスオフィス」と総称することとする。

欧米では「ビジネスセンター」と呼ばれ、数十年の歴史がある商品として広く一般にもその名前・概念が浸透しており、供給量も多い。日本で従来の若干いかがわしいイメージの貸机業とは異なる「サービスオフィス」の概念が一般に認知されたのは、外資系のサービスオフィスが新宿に開業した1990年代中盤頃とされる。その利便性とコスト面のメリットが一部で話題となり、1999年頃より拡大基調に乗り始めた。その背景にはベンチャー等のスタート

アップ段階の企業の社会的認知、SOHO事業者やモバイル機器の一般化に代表される働き方の多様化に伴ったオフィス空間の新しい捉え方等があり、オフィス事業者サイドの思惑（空室対策等）とも合致したものであろう。

サービスオフィス自体の供給量ははっきりしないが、現在、東京都内だけでも70ヵ所以上が開業していると言われている。

施設のグレード・立地からみた分類

1. 施設のグレード

①一般型

サービスオフィスの典型的なタイプで、1~数名程度を対象とした個室専有空間と会議室・リフレッシュスペース等の共有空間がある。専有空間は機能性に富んだシンプルなレイアウトで、2~5坪程度が中心である。オフィスによっては、消防法の規定により、専有部（個室）が天井まで完全に閉じた空間になっていない場合がある。什器はあらかじめ設置されているか、レンタルすることになる。サービスは受付代

行、秘書機能、文書入力等様々であるが、一般的には受付代行・電話応対が良く用いられる。IT環境はおおむね整っているが、高付加価値なタイプになるとIT専門業者にも十分対応可能なインフラが用意される場合もある。

これら付帯施設やサービスは基本料金として含まれる場合と利用に応じて課金される場合があり、考え方は様々である。共通しているのは保証金・敷金・入会金等のインシヤルコストの安さであり、これを最大のメリットとみる利用者は多い（価格に関しての詳細は次回以降掲載）。

②ハイグレード型

外資系や大手不動産会社を中心に供給されているタイプで、一等地のオフィスエリアの中でも高いグレードのビルに設置される。一般型よりも専有空間は広く、天井まで閉じる完全な個室タイプである。内装・什器類は会議室や廊下に至るまで高級感が漂う。人的サービス機能についても、マルチリンガル対応の秘書を日常的に使えるなど、高質なサービスが提供される。外資系の場合は世界中のオフィスが利用でき

るのも魅力である。通常のオフィスと同様に作りこむことを考えれば割安だが、一般型よりは高額となるため、利用者層は比較的限定される。

③貸机型

以前のいかわしいイメージとは異なり、清潔で明るい機能的な空間である。パーティションで区切られた机1つ分が専有スペースであるが、一般型と類似のサービスを利用することができる。

価格は一般的には②>①>③となり、また利用者のイメージもそれぞれ若干異なる(図表)。

2.立地

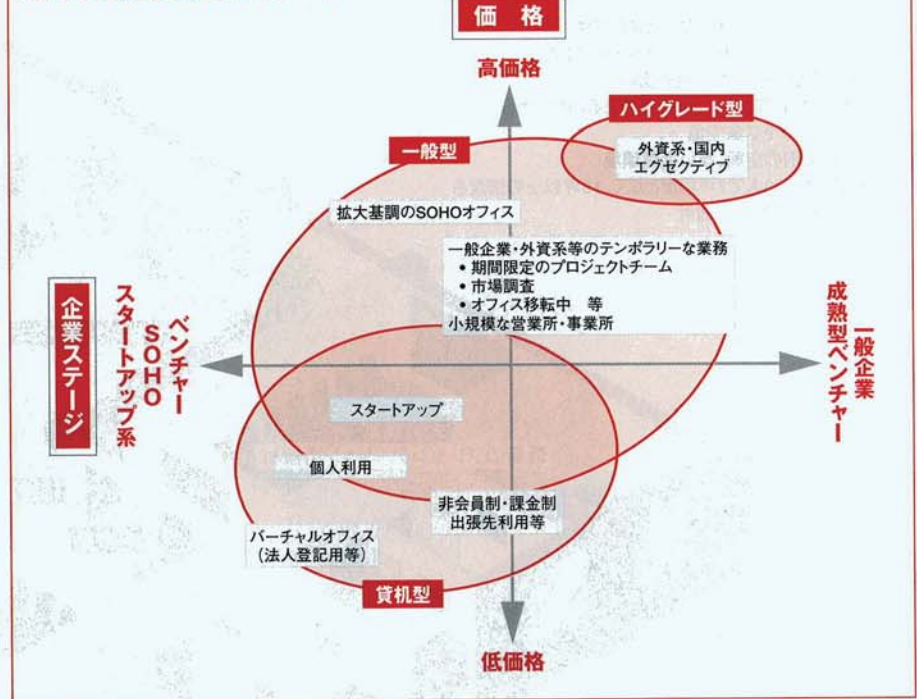
東京都心部、大阪等大都市中心部に近い場所、県庁所在地等、一般的なオフィスエリアにおけるニーズが高い。普通にオフィスを借りるには高額な場所(例えば東京の虎ノ門、新橋等)でも、サービスオフィスであれば設置が可能な場合も多い。ただし行政・大学等が設置した場合は、最初に場所ありき(リサーチパーク内、大学構内等)となり、必ずしもこの限りではない。

専有型と共有型

一般的なサービスオフィスは、特定の個室・机を固定的に確保できる「専有型」である。利用者がたとえ月に1度程度しか個室を利用しない場合であっても、その空間を他人が利用することはない。

一方、「空いていれば」個室・机を利用できる「共有型」ともいえるタイプがある。個室や机に自社の持ち物を置いておくことはできず、常に同じ個室・机を確保することもできない。共有型の中では、会員として登録した者のみがそのオフィスを利用することが

図表 価格と利用者のイメージ



できる場合と、不特定多数の利用が可能なものがある。前者では個室・机は空いている時のみ利用可能で、ロッカーに荷物を預けておける等の工夫がなされている。後者はキンコーズに代表される「ビジネスコンビニ」系や、インターネットカフェ・マンガ喫茶に近い概念のものが多い。いずれも利用時間に応じた課金がなされる。

運営主体(民間、行政、大学等)による分類

①民間

利用者にとって選択の幅が最も大きいのは、民間が提供するタイプである。行政系・大学系の場合は、各種施策と連動している場合が多いため、利用者の事業内容等について原則審査されるが、民間の場合、企業規模や業種、職種、利用年数等の制限はあまりみられない。利用者は、例えば企業の営業所やプロジェクトチーム、外資系企業の日本参入調査時点でのテンポラリーな

利用、スタートアップ段階の企業、個人の勉強部屋代わり等、様々である。提供されるサービスも単なる場所貸しに近いものから付加価値サービスが大きなものまで、取捨選択の幅が広い。

参入企業は、外資系のサービスオフィス専門企業や大手不動産会社、ビルオーナーだけでなく、メーカー、サービス業等、業種を問わない。

民間の運営者が、行政の助成制度を受けて数部屋を期間限定で安価または無料で提供することがある。この場合は起業支援等、対応する施策に応じた入居者審査がある。また、ベンチャーキャピタル等ベンチャー支援組織がベンチャー企業に安価でサービスオフィスを提供し、成長・経営を支援するタイプがあるが、その性質上、利用者の業種・事業内容・企業のステージ等に対する審査・制限がある。

②行政系

行政主体の場合、中小企業施策・ベンチャー支援等の施策に連動して技術

Service Office

サービスオフィス利用ノウハウ・第1回 サービスオフィスの概要

ハイグレード型 サービスオフィス

- ハイグレードな設備・サービスを提供
(マルチリンガル秘書によるサービスなど)
- ビルのグレード、知名度が高い
- 個室・共有部ともに、高級感のある内装・什器
- フリーアクセス床完備
- 各室個別の空調、高い通信環境
- 個室は2~3人で7坪程度と広く、10坪以上の部屋も
- 極力窓を確保する設計



系のインキュベーター機能がリサーチパーク等の構内に設置されたり、地方自治体が東京に産業振興のためにオフィスを提供したり等、目的と特徴が施策に連動する商品供給となる。よって価格は民間系よりも安価であるが、事業内容の審査や、業種・企業規模(ステージ)の制限、利用年数の制限等がある。

③大学系

1999年に施行された「新事業創出促進法」の施策の一環として、各自治体内の産業支援機関をネットワーク化し新事業に係る者を総合的に支援する「地域プラットフォーム」の整備が推進されている。この施策を背景として、起

業家予備軍やベンチャー向けに、キャンパス・インキュベーター機能として大学構内にサービスオフィスを提供する例が増えている。価格は民間系より安価に設定する場合が多い。大学教員が技術・経営相談等に応じる等のバックアップ機能を有する他、大学構内の施設への入居ということで、入居者が社会的信用を得やすいというメリットがある。

付加価値の考え方・サービス形態による分類

①ビジネスサポート機能重点型

ビジネス一般に必要な機能である人

的サポート機能(受付、電話対応、秘書機能等)、空間(会議室、応接室、リフレッシュルーム、駐車場等)、インフラ(IT環境等)を重視した、汎用性の高いタイプ。受付と電話対応+空間的な付加価値の組み合わせが重宝されることが多い。施設のグレードとこれらサービスの対応範囲はほぼ比例するが、個室のない貸机型であってもサービスの質が高い事例もある。

②場所貸し型(バーチャルオフィス含む)

貸机型に多いミニマムな形態。サービスは電話転送と郵便受け、簡単な電話対応程度で、受付がないこともある。例えば営業戦略上特定の地域での法人

オフィスジャパンネット
 新コンテンツ

サービスオフィス セクレタリーオフィス SOHO一覧

オフィス検索でおなじみの、商業用不動産のポータルサイト“オフィスジャパンネット”。約2万件もの掲載物件から、「希望のオフィスが必ず見つかる」便利サイトが、さらにバージョンアップしました。本誌でも今号から特集するサービスオフィスに関してOJ-Netでも情報提供をスタート。今までの検索ではカバーしきれなかった、秘書サービス、オフィス家具付、高速インターネット対応等、様々なサポートサービスを付加したビジネス空間を紹介し、オフィス選びに新たな選択肢を提供します。

サービスオフィス選びには…

<http://www.oj-net.co.jp/serviceoffice/>



The screenshot shows the OJ-Net website interface for "サービスオフィス・SOHO". It features a search bar at the top right and a list of listings on the left. Each listing includes a company logo, name, location, and a brief description of the office's features. Photos of the office interiors are shown to the right of each listing.

- サーブコープ**: サーブコープジャパン株式会社. 世界最高水準のサービス付エグゼクティブ・レンタルオフィス。...
- 西ビル株式会社 (エグゼクティブタワーシリーズ)**: 西ビルが提供する都心型SOHO。住宅としての機能はもろもろ、オフィスも想定した仕様 (OAフロア、高速インターネット回線、高水準の電通容量) を完備。...
- ジャパン・ビジネス・センター (三井不動産株式会社)**: 「虎ノ門」駅徒歩9分、「霞ヶ関」駅徒歩9分と、交通利便性の高さで企業の良いビジネスネットワークを提供。...
- ディ・エグゼクティブ・センター株式会社**: お客様のビジネスを成功に導くため、各種サポートメニューの充実した高級オフィススペースを、迅速かつ低コストでご提供いたします。...
- リージャーズビジネスセンター (日本リージャーズ株式会社)**: 小人数でのご利用だけが、サービスオフィスの特長ではありません。リージャーズでは、会社全上げ等の1~2名様でのご利用から、プロジェクツトオフィスから100名様以上でのご利用まで、お客様のニーズに合わせたフレキシブルな対応が可能です。...
- スペースデザイン株式会社**: 都内屈指のロケーションを誇るインテリジェントオフィス・ビュレックス。...

登記が必要な場合に、住所貸しのパーソナルオフィスとして利用されている。

③特定機能強化型

特定業界の振興やベンチャーへの投資的色彩が強く、技術・会計等のコンサルティング機能や、営業支援機能、高度なIT環境等の付加価値を提供するタイプ。行政系・大学系はこの部分で差別化を図ることが多い。

次回はサービスオフィスにおける付加価値と課金の考え方について述べる。