

サービスオフィス その付加価値と課金

サービスオフィスが注目された理由の一つに、
ビジネス空間の提供以外の
さまざまな付加価値が挙げられる。
今回は、それら付加価値と、
その課金の仕組みに触れながら、
サービスオフィス選定の考え方を整理してみる。

(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

立地と建物

1. 立地

民間のサービスオフィスの供給は、オフィス街としてブランドイメージが確立されている立地に多い。供給側の「既存ビルの一部改装により新業態（サービスオフィス）の展開を図る」という事情に起因するものだが、利用者側がサービスオフィスを選択する理由の一つである「オフィスエリアとしての立地グレードが高い場所に、比較的安価でオフィスを設置する」という目的に合致している。

東京では丸の内・大手町、霞が関、新橋、新宿等の一等地のオフィスエリアに加え、IT関連の集積が多い新宿区から渋谷区（例えば初台、恵比寿、青山等）に、特定の業種を意識した供給がある。

地方都市においては、県庁所在地、特に、官庁街に集中する傾向にある。

なお、いずれの場合も、周辺にコンビニエンスストアやビジネスコンビニ、カフェ等の飲食店があると利便性が向上する。

2. 建物

ビル全体がサービスオフィスの場合と、ビルの一部テナントとしてサービスオフィスが設置される場合がある。後者の場合、稀にビル地下階にサービスオフィスが設置されることがある。この場合は、周辺相場に比べ比較的安価での提供となるが、窓がないことと、携帯電話の受信の可否について留意が必要となる。

一般型ではビルのグレードは様々であり、立地を優先して雑居ビルに入居する場合もある。

ハイグレード型の場合、イメージ重視のため、ビル自体のグレード・規模等にも留意している。外国人の来客が多いこともあり、地名、前面道路、ビル等「誰が聞いても分かる場所」であり、アクセスが比較的容易であることを重視する傾向にある。

空間・設備面での付加価値

1. 共有部分

受付、会議室・応接室、打ち合わせ・作業スペース、リフレッシュスペース・

パントリー、FAX・コピー室、スタッフルーム等が基本アイテムである。

① 受付

受付は、多くは9時～17時対応で、来客対応、電話対応、宅急便の受け取りが行われる。これらのサービスは、通常、賃料に含まれるが、それ以上のオプションサービスの有無及び課金は各社まちまちである。スタッフは、一般型で1～3名常駐であるが、ハイグレード型等、比較的スタッフ数の多いサービスオフィスの場合、スタッフルームが受付近く（大抵は後ろ）に設置され、スタッフの事務作業室や休憩室等に用いられる。

② 会議室・応接室

会議室・応接室は、ドア付の閉じられた空間であり、利用に際しては予約制となる。時間に応じて課金する場合が多いが、賃料に含まれている場合もある。時間に応じての課金は30分～1時間単位であることが多いが、資料の受け渡し等の短時間利用を想定した15分単位のきめ細かい対応を行っている事例もある。料金設定は、同じエリアで会議室を借りる場合よりも格安の設

定という点は共通しているが、サービスオフィスに共通する相場価格は特になく、会議室の利用頻度等に応じて各社がそれぞれ設定している。

③打ち合わせ・作業スペース

打ち合わせ・作業スペースは、開放型またはパーティションで仕切られた空間に机と椅子が設置されている。予約は不要で、空いていれば使える場合が多い。利用料金は賃料に含まれているのが一般的である。

④リフレッシュスペース・パントリー

リフレッシュスペース・パントリーについては、自動販売機やコーヒーマーカー等が置かれているだけのものから、机と椅子が設置されているもの、原則室内禁煙の場合は喫煙スペースとなっているもの等々である。ハイグレード型では、給湯施設やコーヒーマーカー、冷蔵庫等が設置され、利用者が自由に利用できる場合もある。コーヒー等は利用に応じて支払うが、空間の利用自体は賃料に含まれる。

⑤FAX・コピー室

FAX・コピー室は、廊下の一部分やパーティションで囲った場所に設置される場合が多い。共有FAXは特に受信の際に機密保持の観点から問題があり、FAX付電話が普及したこともあって、共有部への設置の要望は少なくなった。コピーについてはメンテナンスの問題もあり、キンコーズ等のビジネスコンビニを外部利用させる方向で設置をしない場合や、必要に応じてスタッフに頼む場合もある。いずれにせよ、課金は利用に応じてなされる。

⑥倉庫・トランクルーム

利用者からの要望が多い倉庫・トランクルームは、スペースの制約上、設置されているところはほとんどない。ただし、貸机型の場合、専有空間が狭

いことから、別途ロッカー等の貸与がなされる場合がある。

⑦駐車場

駐車場は、ビル全体の駐車場事情に左右され、ビル内に確保することはきわめて難しい。サービスオフィス全体で近隣の駐車場と契約していることもあるが、実際には入居者が自分で確保しなければならない場合も多い。特に東京区部では、駐車場の確保は困難である。地方都市の一般型以上では必須アイテムと言えるが、実際に1室につき1台を確保できているところは少ない。特に貸机タイプの場合は確保されていない場合が多い。上述の事情から、ほとんどの場合、駐車場料金は市場価格である。例外的に自社ビルのオーナーがサービスオフィスを自ら運営する場合は、駐車場台数も確保されており、リーズナブルな価格で提供されている。

⑧シャワールーム他、ビル共有部

シャワールームは、ビルオーナーからの制約、メンテナンスの問題に加え、要望ほどには実際には使われないこともあり、設置してあるところはほとんどない。

ビルのワンフロアのうち一部をサービスオフィスとして利用する場合、トイレ、エレベーター、パントリーは通常のテナントと同様、他テナントと共

有となる。ビルのワンフロア全部、もしくはそれ以上を利用したサービスオフィスの場合、エレベーター前、廊下、トイレ等もサービスオフィスの共有部分に含まれる。ハイグレード型のオフィスでは、ワンフロア全体を借りた場合、ビルオーナーの許可が下りさえすれば、エレベーター前やトイレにいたるまで内装を取り換えてしまう場合もある。

なお、サービスオフィスとして利用している空間のうち、専有部分（個室・机の合計）と共有部分の床面積比率は、5：5～7：3程度が一般的である。

2.専有空間（個室）

個室面積と空間イメージについては連載第1回で述べたが、改めて下記の表に整理した。内装・什器のグレードは施設グレードに連動する。

ハイグレード型は1人当たりの面積も大きく、キャビネットや応接セットを置く十分な空間がある。防音にも留意されていることから、多人数の会議以外で個室を出る必要は減多にない。一般型については、個室には大きめの机・椅子にキャビネットやロッカーがある程度。来客用の小テーブルや椅子を置くことができる場合もあるが、来客対応にはやや手狭なことが多い。

施設グレード	専有スペースのタイプ	専有面積	利用人数*
ハイグレード型	個室（天井まで閉じているもの）	7坪程度（4～16坪）	1～5人
一般型	個室（天井まで閉じているもの）	2～6坪	1～3人
	高いパーティションの個室 （天井から10cm程度開口 *消防法対策）		
貸机型	パーティションで区切られた机	机1台～2坪弱	1人

*貸し手側で想定するもの。必ずしも想定人数で用いられるとは限らない。
ハイグレード型では、3人で想定したものが1人で用いられるといった場合も多い。

また、天井まで閉じていない個室の場合、打ち合わせの音が隣室に漏れる等、セキュリティ上の問題がある。

窓の有無で個室の価格設定を変えているケースも多い。ハイグレード型では窓があるのが基本だが、眺望の良さで料金や個室面積が異なる場合もある。一般型では、個室の面積が狭い分、窓なしの部屋が増える傾向にある。

床は、サービスオフィスのグレードにかかわらずOA床が基本である。

机・椅子・ロッカー・キャビネット・応接セット（広い個室の場合）等の比較的大きめの什器については、最初から備え付けの場合と、入居毎にオフィスサプライヤーから入居者の選定によりリースする場合、サービスオフィス会社が在庫を倉庫に抱え、入居時のみセッティングする場合、入居者が持ち込む場合等がある。最初から什器がセットされている部屋は、賃料にその利用料が含まれている。入居者の持ち込みについて、特に別料金を取られることはない。

電話機は、最初から設置されている場合と入居者が持ち込む場合があるが、PCやプリンタ等OA機器は、すべて入居者が持ち込むことになる。

個別空調は、ほぼ対応しているが、ビルによっては非対応の場合がある。セントラル空調の個室は、個別空調の個室より安価に設定されている。

サービス面での付加価値

1. 受付・電話対応・来客対応

サービスオフィスでは最もベーシックなサービスで、賃料に含まれるのが一般的である。運営スタッフが少ない（常駐1～2名）場合は、原則、人的サービスはこれだけで、それ以上は行

わないケースも見受けられる。

通常、オフィスを開設する場合、電話番号や事務対応として事務員を1人は確保することが一般的であるが、受付等を他社と共有することで、その分のコストを削減できる。電話に関しては、携帯電話の普及により不要の場合もあるが、対外的に人が対応すべき場合等に有効である。特にハイグレード型ではスタッフの人材を厳選しており、バイリンガル以上の語学力に加え通常の事務職としてのスキルも高く、日本でのスタッフ確保に悩む外国企業等に評判が良い。

2. 簡易ビジネスサポート・秘書機能等

サービスオフィスには、入力等の簡単なビジネスサポート機能を備えている場合もある。この場合の料金は賃料に含まず、利用に応じて別途課金されるパターンが多い。サービスオフィスが供給されはじめたころ、供給側は多様なサービスの利用を想定したが、一般型で要求されるのは電話対応等の簡易なサービスがほとんどとなっている。例えばコピーサービス等は、外部店舗を利用の方が現実的であり、実際にはあまり利用されなかったようである。ただしハイグレード型では、スタッフのスキルが高いこともあり、スケジュール管理等の秘書機能や、翻訳、簡単なビジネスドキュメント作成等、日常的に利用されている。

3. OA・通信環境

PCについては、入居者持ち込みが基本である。ただし時間で机や個室をレンタルするタイプでは、PCが用意され利用時間に応じて課金される。

通信環境は日進月歩であるが、基本的な業務インフラとして十分なレベル

で用意されるケースが多い。IT関連企業を主要ターゲットに、光ファイバー等超高速大容量の通信環境を用意している場合もあるが、一般的には通常のデスクワーカーをターゲットに、あまり高額にならず、しかも回線スピードがストレスにならない程度に確保されている。また、専用インターネットアドレスや入居者用HP等のサービスが用意されている場合もあるが、一般的なサービスとはなっていない。

料金については、賃料に含まれる場合と別途徴収の場合（月額固定、あるいは利用に応じた徴収）とがある。

4. コンサルティング等

インキュベーション色が高いサービスオフィスでは、税理士・会計士等による起業サポートや、各種コンサルタントによる技術コンサルティング、営業支援等が受けられる場合がある。一般的には別料金だが、行政系・大学系では、この部分が比較的割安だったり、一定時間は無料の場合もある。

5. その他

オフィスへの24時間の入退は、一般のオフィス同様サービスオフィスでも当然求められる。ほとんどが実現可能だが、ビルの状況によっては確保されない場合がある。

ビルエントランス部への表札出しは、地味だが有用なサービスの一つである。価格・規模等でサービスオフィスと競合となるマンションオフィスの場合、事業者名での表札出しは一般的に不可であるが、サービスオフィスはオフィスビルにあるため、その問題はない。ビル入口にサービスオフィス名と各社の名称が併記される場合と、サービスオフィス名のみ表示される場合がある。

後者に関してはビルオーナーの意向もあるが、外資系では入居者の意向であえて表示しない場合もあるという。

清掃サービスは、原則的には賃料に含まれることが多い。

主要な新聞・ビジネス用雑誌が共有スペースに用意される場合がある。

ハイグレード型のなかには、世界中の都市に展開するサービスオフィスがあり、全世界でほぼ同様のオフィス環境を用意するため、入居者は他都市でもシステムの違いに戸惑うことなく安心して利用することができる。

以上に挙げてきた、立地・設備・サービス等を前提に、業種・職種や利用方法に適したサービスオフィスを選択していくことになる。その際に、付加価値は価格とトレードオフの関係にあることを前提として、優先事項を抽出して検討する必要がある。

例えばIT関連の技術職であれば大容量高速の通信環境は必須条件であろうし、外国企業が市場調査に利用するならばバイリンガル対応のスタッフの質が最優先されるだろう。役所対応の業務であれば官庁街への近接が優先されるが、地方の営業職では立地よりも駐車場の確保が必須となる。ベンチャー設立ならば、企業の信用力を増すために立地のブランド力が必要な場合もあるかもしれない。まず、利用者は付加価値に対するプライオリティを付けて検討することが必要である。

各項目で触れたとおり、設備・サービスに対する課金の考え方は各社まちまちであり、それがサービスオフィスの価格体系を横並びに比較するのが困難にしている。次回は価格体系についてのまとめと、契約について述べる。

サービスオフィス SOHO一覽

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。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、様々な付加価値を有するサービスオフィスを紹介。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 displays the 'サービスオフィス・SOHO' (Service Office SOHO) search results on the OJ-Net website. The page features a search filter on the left and a main content area with multiple office listings. Each listing includes a title, location, size, and a brief description of the office's features and amenities. Small images of office interiors are provided for each listing to give users a visual reference. The listings are organized in a grid format, making it easy to browse through the available options.