



## オルタナ・オフィスの事業性・収益性

### ◎レンタルオフィス

各業態の分類については「図表2-3」でまとめた。東京では、公的施設からインキュベーションオフィスまで含めると、およそ200拠点程度の規模まで拡大しているオフィス形態である。

このオフィス形態では、主に起業に適した1~2名用から5名程度までのスペースに区分しており、多店舗出店を行うオフィスプロバイダーでは、オフィスデザインや入居企業のビジネスを支援するサービスにも注力し、利用者の付加価値を高めている。

2000年初めに誕生したこの形態は、起業直後やアーリーステージの企業を中心に広く認知され、その数は増加傾向にあり、需給がマッチした一例であることは間違いない。

ただし、その運営方法は、フロア内に30~100社程度の契約が存在し、かつサービス提供も含まれる。そのためビルオーナーや不動産会社の直接参入は難易度が高いが、オペレーターへの運営委託等で事業参入の障壁はクリアされる。

改修工事費は、15~25万円/坪程

度と若干コストがかかるものの、収益性は坪単価を相場より下げずに賃貸する人数(社数)を増やすことができるので、相場賃料の概ね1.5倍程度を見込め、収益性が高く、投資回収も早い。

共用スペースを多くとるため、ワンフロア30坪未満の小規模ビルでは出店は難しいが、それ以上の広さのビルでオフィス立地であれば、出店も可能で、ビルの新たなリーシング手法としても相性が良いオフィス形態である。

### ◎シェアオフィス

まず、シェアオフィスの主たる利用者である個人事業主は、住居と仕事場の分離を図るまたは資金面で余裕もないため、1か月5万円以下の利用料金で抑えられるこのオフィス形態を選択する。

事業者は、このような利用者の特性・入居目的を理解したうえで、利用者に対し営業サポートの提供や入居者間交流を促すことにより、利用期間の長期化を図る。しかし日本人独特の個室文化やセキュリティ概念があり、安定性に長けているとは言い難い。

そこで、最近では収益安定化を目

指し、専用デスクや1~3名用程度の個室を設ける(実際のシェアードスペースはフロア全体の30~50%程度に抑える)傾向にあり、業態としては、レンタルオフィスに限りなく近づいているのではないだろうか。

改修工事費等の再投資コストは、設備や家具等も含めて10~15万円/坪程度と、レンタルオフィスやサービスオフィスに比べて抑制されることから、費用対効果としては、ローリスク・ローリターン、賃料は相場もしくは若干の上積みは期待できるため、安定収益の確保と“起業家支援”など社会的役割を求めるオーナーには適していると言える。

### ◎サービスオフィス

主にAクラスビルや1棟ビルなどの比較的大きなスペースで提供されるブースや個室提供サービスとして事業者が使用している名称がサービスオフィスである。

イメージとしては、レンタルオフィスより、ビルや内装のグレードが高く、バイリンガルのフロントなどを置くといった、ホテルに近い印象を持つオフィス形態である。

提供されるスペースは数名規模から20坪程度までと、比較的広く、ワ

ンフロアの分割貸しに設備機器や共用スペースを付加し、グレードアップしたものであるという表現がわかりやすいだろう。

最近では、提供スペースもサイズダウンし、レンタルオフィスの形態に近づいている。またレンタルオフィスの内装グレードも向上していることから、現状はサービスオフィス≒レンタルオフィスと、同義語に捉えられる傾向にある。

この業態は、スモールオフィスに非常に近い形態で、サービス提供もフロント業務がメイン、そして投資コストもレンタルオフィス程度であるため、新規参入も容易だ。最近では、空室対策で事業者系ビルオーナーやデベロッパーが事業化している。

利用者への提供料金は、近隣相場の同等物件が競合となり、坪単価はそう高い設定はしにくい(相場賃料の1.5倍程度)ため、収益拡大を求めるとは、むしろビルのリ・サイジングによる収益安定のためのリーシング手法であると捉えた方がよい。

### ◎コワーキングスペース

日本ではまだ馴染みの薄いコワーキングスペース。2005年にイギリスのプリントンで初めてのコワーキングス

ペースが誕生し、欧州を中心に20拠点程度まで拡がり、ここ1~2年で日本でもオープンが続くニューワークスペースである。

業態としては、シェアオフィスをさらにフレキシブルにした形態で、利用者は数万円の月会費または時間・日単位の利用料を支払い、スペースや設備を利用、空港のビジネスラウンジがカジュアルになって街に出たというイメージである。

いままでカフェを仕事場代わりに使用していたフリーランスのワーカーやSOHO事業者が、利用者同士の交流から新しい仕事のプロジェクトも生まれるという構図を強く意識したワークスペースで、日本では、レンタルオフィス業界から参入した当社だけでなく、非不動産事業者(起業家支援ビジネスを展開する企業など)がユーザー候補を囲い込むコミュニティビジネスとして参入、中小企業が自社ビル・自社ワークスペースを活用して実験的に運営するタイプなど各方面からオープンが続いている。

利用形態は、オフィスというより会員制サービスという側面が大きいため、坪単価での表現はしにくい。会員料金と会員の募集数から想定すると、坪3万円程度の収益が見込まれ

る。運営は、施設のコンセプトとコンテンツありきの部分が強い(どのような入居者を集め、どのような雰囲気のコミュニティをつくり、維持するか)、難易度は非常に高い。

投資コストは、同様にコンセプトありきのため、一概に程度の目安は立てにくい、坪20~30万円程度は必要とされる。

まだ始まったばかりのワークスペースのため、総合的な実績評価はできない。しかし今後の大手企業のワークスタイルの多様化、テレワーカーの急増していく背景を踏まえると、その役割と期待は大きい。

若林 武  
代表取締役



1967年静岡県生まれ。中堅不動産会社の賃貸及び建物管理の部門長を歴任した後、1999年に独立。不動産再生生活性化のサービスデベロッパーとして、コンセプト立案からコンテンツ制作、運営までの総合力を備えたPM&オペレーター企業として業容を拡大している。