

withコロナ期におけるワークスタイル（働く場所）
に関するアンケート
結果レポート

2020.07.15



DE-SIGN

株式会社FaMil

東京都中央区京橋3-3-11 VORT京橋

TEL 03-6262-1446 FAX 03-3243-2501

■ アンケート概要

【アンケート期間】

2020年6月23日～6月30日

【アンケート方法】

webアンケート

【回答数】

108社

※株式会社FaMilとお取引等の接点があった企業を対象

【設問項目】

Q1：貴社名

Q2：従業員数

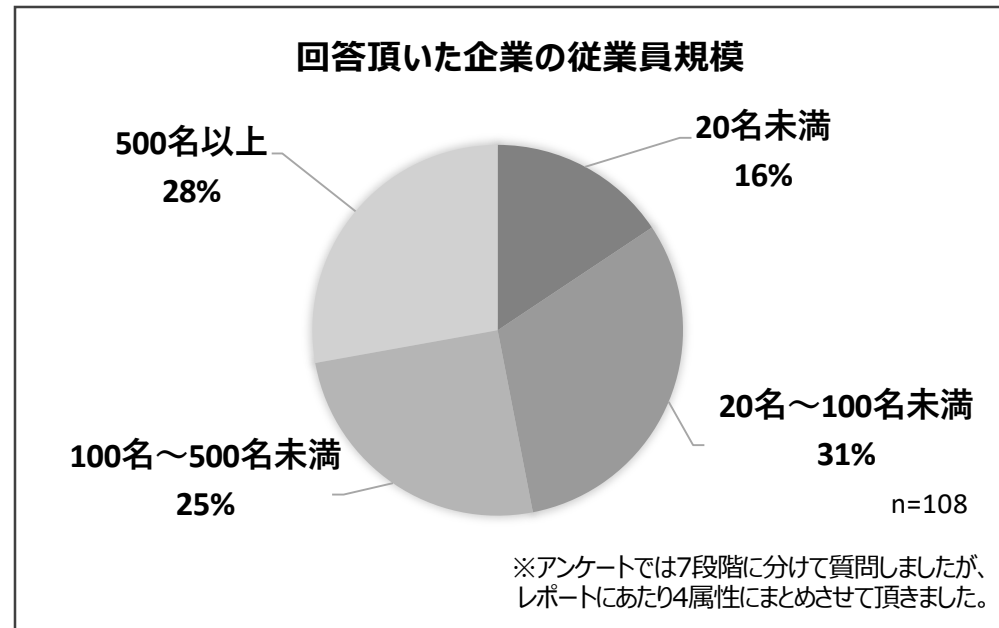
Q3：コロナ禍前(2020年2月頃まで)の自社のワークスタイル（働く場所）について

Q4：withコロナ期における自社のワークスタイル（働く場所）の目指す姿について

※withコロナ期=緊急事態宣言の解除以降1年程度の期間

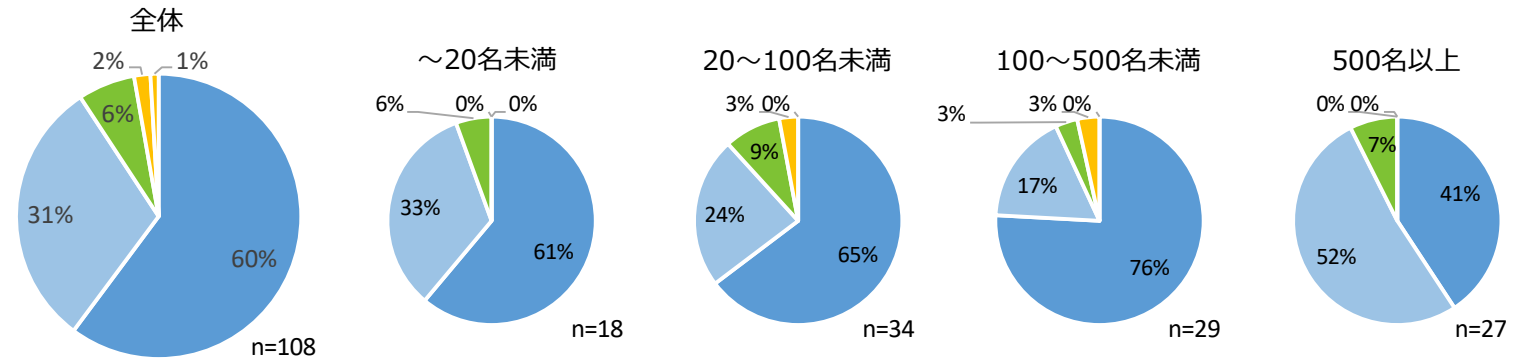
Q5：withコロナ期における、自社のオフィススペースについて

Q6：withコロナ期において、自社のワークスタイル（働く場所）についてのお考えや気になっていることなど、自由にお書きください。

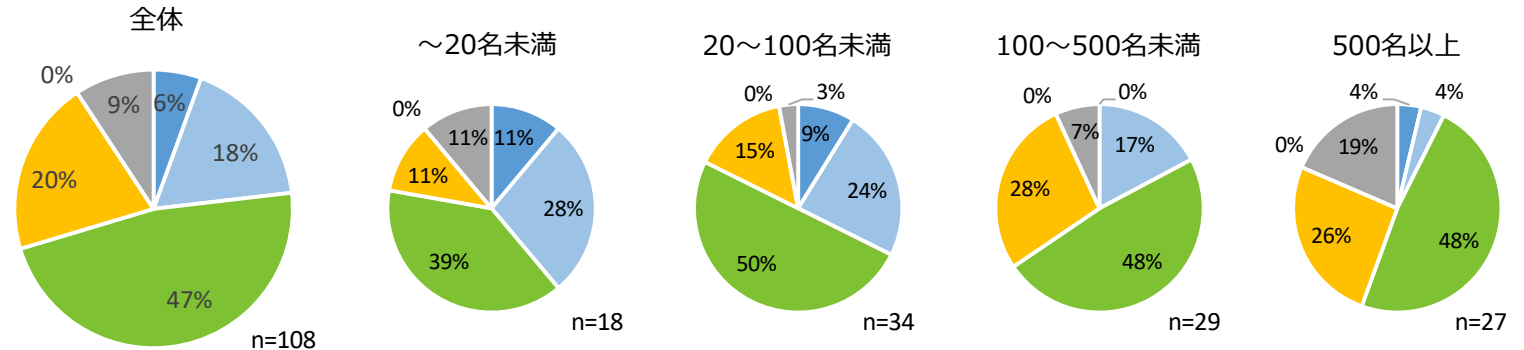


■ワークスタイル（働く場所）の変化

コロナ禍前（2020年2月頃まで）の
自社のワークスタイル（働く場所）
について



withコロナ期における
自社のワークスタイル（働く場所）の
目指す姿について



凡例

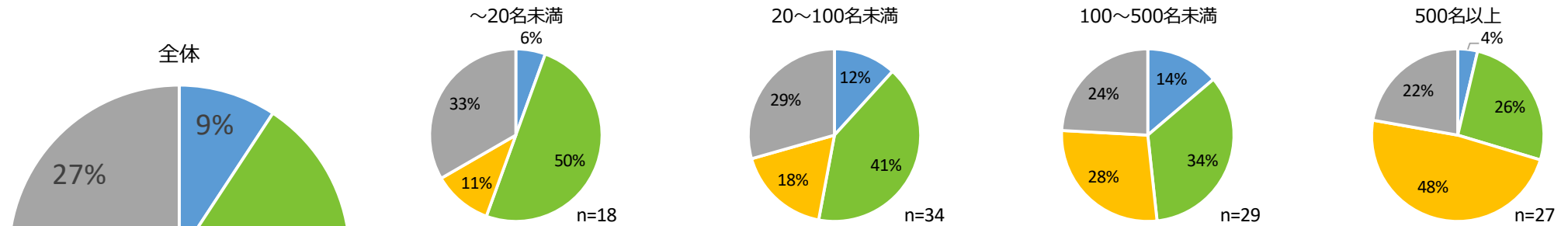
- オフィスのみ
- オフィス中心、一部テレワーク（自宅など）
- オフィスとテレワーク（自宅など）を併用
- テレワーク（自宅など）中心、一部オフィス
- テレワーク（自宅など）のみ
- まだ決まっていない

コロナ禍前までは、従業員規模に関わらず、オフィスを中心としたワークスタイルであった。
 テレワークについては全体で4割程度、特に20名以下の小規模企業や500名以上の大規模な企業に活用が進んでいた。
 一方で、withコロナ期においては、最も多い回答は「オフィスとテレワークを併用」であった。
 また、大きな従業員規模の企業ほど「オフィスのみ」「オフィス中心」を見直す傾向が強いことがうかがえる。

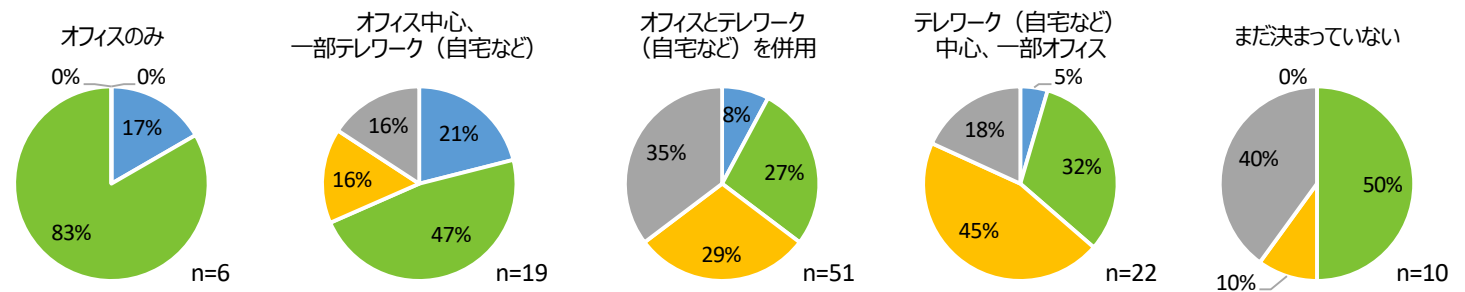
withコロナ期におけるワークスタイルとオフィススペースの関係性

withコロナ期における、自社のオフィススペースについて

「自社のオフィススペース」x「従業員数」とのクロス集計



「自社のオフィススペース」x「自社のワークスタイル（働く場所）の目指す姿」とのクロス集計



凡例 ■ 拡張予定である ■ 現状維持の予定である ■ 縮小予定である ■ まだ決まっていない

全体としてはオフィススペースについては現状維持、もしくは縮小する傾向がある。
 従業員規模別に見ていくと、規模が大きいほど、オフィススペースを縮小する傾向が強いことが分かる。
 また、「今後のワークスタイル」とのクロス集計から、今後のテレワークをより広く活用しようとしている企業ほど、オフィススペースの縮小を計画している傾向がある。
 ワークスタイルの見直しとともに、オフィススペースを同時に見直そうとする動きがあることが分かった。

■ 各社の工夫と今後の課題

withコロナ期において、自社のワークスタイル（働く場所）
についてのお考えや気になっていることなど、自由にお書きください。

【コミュニケーション】

- ・ コミュニケーションが希薄になっていたり、取りづらくなっている。
- ・ コラボレーションやコミュニケーションをどう生み出すのが課題。
- ・ Face to Faceのコミュニケーションの不足により、気落ちする方など、メンタルケアの施策が必要。

【働き方】

- ・ 今後は、柔軟な働き方をしようと考えており、オフィス出社、リモートを併用していく予定であるが、部署毎に働くスタイルが違うので、個別対応が必要となる。

【制度・ツール】

- ・ 社内規定の変更・設計や、各種手当などを検討する必要がある。
- ・ 自宅勤務時の環境改善、費用負担が課題。

【オフィススペース】

- ・ 在籍率低下により、オフィス縮小/レイアウト変更などを検討中。
- ・ 大量採用を予定しているが、在宅メンバーがいるため、今までのようにオフィス拡張スピードは鈍化する予定。

【その他】

- ・ 若手のフォローや帰属意識をどう醸成していくかが課題。
- ・ テレワークの導入方法の違いで、ワークスタイル変革の「イメージ戦略」の側面の重要性や利活用の可能性を感じている。

リモートワークを導入にしていくにあたり、オフィス等のハード面だけでなく、制度変更等のソフト面での対応を検討しなければならないと考えている企業が多く、特にコミュニケーションや教育面での課題を感じていることが分かった。

一方、オフィスに対しては、現状維持もしくは縮小しつつも、活用方法やイメージ戦略など、新たな施策の必要性を考え始めているようだ。コロナ禍を経て、事業拡大＝オフィス拡張ではなくなりつつあることがうかがえる。