

## ライブラリーやカフェがもたらすオフィス出社の新しい価値

リモートワークの働き方が浸透する中で、ワーカーは仕事以外のどこに「出社の価値」を感じるのでしょうか。ワーカーが出社に伴い行う活動とその価値について探るため、オフィスワーカーに対しアンケートを行いました。

本調査では、出社によって生じるオフィス外(通勤中や昼休みの外出)の活動とオフィス内の活動のうち、楽しんでいる/有意義だと感じる活動を自由記述で収集し、さらに「経験価値\*1」の考え方をを用いて、その活動に対する5つの経験価値を7段階で評価してもらいました。

その結果、回答数の順位を見ると、オフィス外では[読書]、オフィス内では[コミュニケーション/交流]が最も高くなっていました(図表1)。年代別に分析すると、どの年代でもオフィス内の[コミュニケーション/交流]の回答が多く、20~30代のワーカーはオフィス内外の[飲食・食べ物]を、40代以上のワーカーはオフィス外[読書]を回答していました(図表2)。

それでは、ポイントである[読書]には、どんな価値があるのでしょうか。[読書]を行っている人のうち、5種類の経験価値をそれぞれ感じている人の割合を算出しました(図表3)。オフィス外では学びによって得られる【認知的】価値を中心に高く、オフィス内ではそれらに加え【関係的】価値も高くなっていました。回答では「社内の読書会」などが記述され、同僚と共に[読書]を行うことで、【関係的】価値が生まれていると考えられます。

このように、一見仕事と関係がなさそうな活動でも、オフィス内で行えることで出社の価値となり、関係づくりのきっかけになります。さらに、年代ごとに好まれる機能を組み合わせることで、世代を超えた交流が生まれる可能性があります。カフェやライブラリーなど仕事以外の機能やさらにそれらを組み合わせる場によって、オフィス出社の新しい価値を生み出すといえるでしょう。

	出社に伴って楽しんでいる/有意義だと感じていること	
	オフィス外	オフィス内
1位	読書	コミュニケーション/交流
2位	スマホ/携帯を使う	飲食/食べ物
3位	飲食/食べ物	スマホ/携帯/PCを使う
4位	寄り道をする	気分転換/リラックス
5位	音楽/ラジオを聞く	睡眠
6位	運動/スポーツ	オフィス環境/ハードを満喫
7位	映像視聴	副業/投資/ポイ活
8位	睡眠	勉強/学習
9位	気分転換/リラックス	運動/ストレッチ
10位	勉強/学習	読書

図表1: 出社に伴って楽しんでいる/有意義だと感じる活動

	20代~30代	40代~50代	60代
1位	コミュニケーション/交流 (オフィス内)	コミュニケーション/交流 (オフィス内)	コミュニケーション/交流 (オフィス内)
2位	飲食/食べ物 (オフィス内)	読書 (オフィス外)	読書 (オフィス外)
3位	飲食/食べ物 (オフィス外)	スマホ/携帯をいじる (オフィス外)	スマホ/携帯をいじる (オフィス外)

図表2: 年代別楽しんでいる/有意義だと感じる活動

	[読書]に対して各経験価値を感じている人の割合				
	行動的	感覚的	認知的	関係的	情緒的
オフィス外	51.1%	40.3%	77.8%	33.0%	63.8%
オフィス内	57.1%	42.9%	61.9%	52.4%	66.7%

図表3: オフィス内外の[読書]に対して経験価値を感じている人の割合 ※回答率50%以上を赤字で掲載

\*1) 経験価値とは物事を経験を通して感じる5つの価値のことで、本調査では以下のように定義し、尋ねた。

行動的:【実際に体験・使用】して感じる(総合的な)良さ 感覚的:【五感から】直感的に感じる良さ

認知的:【興味・関心】や【思考の展開や学び】 関係的:【組織/メンバーとの【関わり・つながり】】 情緒的:活動を通して得られる【感情や気分】

出典: 出社の価値見直しに向けた対面での状況・情報共有や副次的活動の実態調査/名古屋市立大学・株式会社オカムラ共同研究/2024年  
経験価値の視点からみたオフィス内外での対面交流および副次的活動の価値の考察/名古屋市立大学・株式会社オカムラ共同研究/2025年

## 1. 背景

近年情報通信技術などの発達により、オフィスに出勤せずに仕事が行えるワーカーも増えていきます。一方で情報共有の必要性などから、出勤を求める企業も多く、ワーカーにとっての「出社の価値」を高めるためのオフィスづくりが重要です。そこでワーカーが出社に対してどのような価値を感じているのかを探るため、マーケティング研究者であるシュミット\*2の提唱した「経験価値」に着目し、調査を行いました。

## 2. 調査方法

インターネットを経由したアンケート調査を行いました。

- 調査期間： 2023年11月10日~11月14日
- 対象者： 以下の条件に当てはまる20代~60代のオフィスワーカー  
三大都市圏に在住し、勤務先の立地が都市部(産業・経済が活発で電車・バスは1時間に数本以上)  
従業員100名以上の企業に勤め、週3日以上出勤している
- 設問項目： 出勤に伴った活動に関する設問
  - 出勤によって生じるオフィス外での活動(通勤中/出勤前後/昼休み等の利用先での活動、出勤の準備等)のうち楽しんでいる/有意義だと感じる活動(自由記述)
  - 出勤してオフィス内にいる時間の活動のうち楽しんでいる/有意義だと感じる活動(自由記述)
  - 上記の活動に対して感じている経験価値 5種類(7段階評価)
  - 「出勤の意義を感じるか」「創造性を発揮できているか」などの14項目の総合評価(7段階評価)

### ※ 経験価値について

経験価値は、「商品・サービスの機能だけではなく、それを利用するときの体験を付与することで顧客を満足させる」という考え方で、以下の5種類に分類されます。

- 行動的：【実際に体験・使用】して感じる(総合的な)良さ
- 感覚的：【五感から】直感的に感じる良さ
- 認知的：【興味・関心】や【思考の展開や学び】
- 関係的： 組織/メンバーとの【関わり・つながり】
- 情緒的： その活動を通して得られる【感情や気分】

\*2) Bernd Schmitt: コロンビア大学ビジネススクール教授。経験価値マーケティングを提唱したマーケティング研究者。

### 3. オフィス外で楽しんでいる/有意義な活動として最も選ばれていたのは[読書]

「出社によって生じるオフィス外での活動(通勤中/出社前後/昼休み等の利用先での活動、出社の準備等)」として楽しんでいる/有意義だと感じる活動について、自由記述回答形式で尋ねました。

その結果について、上位10位まで示したものが図表4となります。オフィスの外での活動としては、[読書]や[スマホ/携帯を使う]、[飲食/食べ物]などの回答が多く見られました。

続いて、オフィス外での活動と同様に、「出社してオフィス内にいる時間の活動」についても楽しんでいる/有意義だと感じる活動について尋ねました。オフィス内では、[コミュニケーション/交流]が最も多く、次に多かった[飲食/食べ物]の回答にも、「同僚とのランチ」のように、飲食を通じたコミュニケーションに関する内容が見られました。

	出社に伴って楽しんでいる/有意義だと感じていること	
	オフィス外	オフィス内
1位	読書	コミュニケーション/交流
2位	スマホ/携帯を使う	飲食/食べ物
3位	飲食/食べ物	スマホ/携帯/PCを使う
4位	寄り道をする	気分転換/リラックス
5位	音楽/ラジオを聞く	睡眠
6位	運動/スポーツ	オフィス環境/ハードを満喫
7位	映像視聴	副業/投資/ポイ活
8位	睡眠	勉強/学習
9位	気分転換/リラックス	運動/ストレッチ
10位	勉強/学習	読書

図表4: 出社に伴って楽しんでいる/有意義だと感じる活動

### 4. 飲食や読書など世代別の楽しみを共有できる空間が重要

では、楽しんでいる/有意義な活動に対する感じ方は、年代による違いがあるのでしょうか。そこでオフィス内外で行われている、楽しんでいる/有意義な活動について年代別の傾向を確認しました(図表5)。

年代別の傾向を見ると、どの年代からもオフィス内の[コミュニケーション/交流]が最も回答されていました。20代~30代のワーカーは、オフィス内外での[飲食/食べ物]を、40代以上のワーカーは[読書]を回答する傾向にありました。若い世代にとっては、カフェコーナーやランチなどの“飲食の要素”が、出社するきっかけとなる可能性が考えられます。このような年代ごとの特徴を把握し、各世代の楽しみや価値を共有できる空間を設けることで、年代を超えたワーカー同士の交流が促されることが期待できます。

	20代~30代	40代~50代	60代
1位	コミュニケーション/交流 (オフィス内)	コミュニケーション/交流 (オフィス内)	コミュニケーション/交流 (オフィス内)
2位	飲食/食べ物 (オフィス内)	読書 (オフィス外)	読書 (オフィス外)
3位	飲食/食べ物 (オフィス外)	スマホ/携帯をいじる (オフィス外)	スマホ/携帯をいじる (オフィス外)

図表5: 出社に伴って楽しみ/有意義だと感じている活動(年代別)

## 5. 読書やコミュニケーションがもたらす認知的・関係的な価値

ワーカーはそれぞれの活動に対して、どのような価値を感じているのでしょうか。それを明らかにするため、オフィス内外で楽しんでいる/有意義だと感じている活動別に、各経験価値を感じていると回答した人の割合を算出しました(図表6)。

その結果、オフィス外で最も回答されていた【読書】は、オフィス外では学びによって得られる【認知的】価値を中心に高く、オフィス内ではそれらに加え【关系的】価値も高くなっていました。回答では「社内の読書会」などが記述され、同僚と共に【読書】を行うことで、【关系的】価値が生まれていると考えられます。同じように【認知的】価値が高かった【勉強/学習】でも同様の傾向が見られました。知識を取り入れるような【認知的】な経験価値が高い活動がオフィスの中で行なわれることで、オフィス外とは異なる価値を感じる事ができる可能性が考えられます。

またオフィスの中で最も回答されていた【コミュニケーション/交流】では、人とのつながりで得られる【关系的】な価値以外にも感じられていました。特に【認知的】価値や【情緒的】価値が高くなっており、コミュニケーションをとることで関係構築だけでなく、ワーカー自身の学びや感情的な側面に対しても価値が生じていることが考えられます。

	N	オフィス外				
		行動的	感覚的	認知的	关系的	情緒的
読書	370	51.1%	40.3%	77.8%	33.0%	63.8%
スマホ/携帯を使う	341	38.7%	31.4%	58.1%	33.4%	48.4%
飲食/食べ物	267	71.2%	75.7%	66.7%	53.9%	77.2%
寄り道をする	254	68.1%	65.0%	65.0%	42.1%	71.3%
音楽/ラジオを聞く	246	53.7%	67.9%	65.9%	37.4%	74.4%
運動/スポーツ	224	69.2%	70.5%	66.1%	38.4%	80.4%
映像視聴	134	37.3%	44.0%	64.9%	39.6%	64.9%
睡眠	116	32.8%	22.4%	26.7%	10.3%	40.5%
気分転換/リラックス	84	65.5%	66.7%	57.1%	33.3%	61.9%
勉強/学習	81	58.0%	42.0%	79.0%	45.7%	81.5%
	N	オフィス内				
		行動的	感覚的	認知的	关系的	情緒的
コミュニケーション/交流	867	60.3%	53.6%	67.1%	67.1%	68.3%
飲食/食べ物	337	55.8%	63.2%	44.2%	43.9%	58.2%
スマホ/携帯/PCを使う	102	51.0%	37.3%	53.9%	36.3%	49.0%
気分転換/リラックス	79	48.1%	50.6%	38.0%	46.8%	53.2%
睡眠	64	46.9%	39.1%	21.9%	12.5%	46.9%
運動/ストレッチ	57	70.2%	63.2%	56.1%	54.4%	73.7%
オフィス環境/ハードを満喫	35	45.7%	62.9%	60.0%	54.3%	60.0%
副業/投資/ポイ活	25	60.0%	24.0%	56.0%	28.0%	52.0%
勉強/学習	23	65.2%	56.5%	87.0%	65.2%	78.3%
読書	21	57.1%	42.9%	61.9%	52.4%	66.7%

図表6: 出社に伴って楽しみ/有意義だと感じている活動別の各経験価値を感じている人の割合

※選択率50%以上を赤字で掲載

## 6. まとめ

ワーカーが出社の価値を感じるオフィスづくりのヒントを探るため、経験価値に着目し調査を行いました。社員がオフィス内での楽しんでいる/有意義な活動としては、[コミュニケーション/交流]が最も多く挙げられ、つながりに対して感じる【関係的】な価値のほかに、【情緒的】【認知的】な価値が高く感じられていました。コミュニケーションをとることで、関係構築だけでなく、個人の学びや感情面にも良い影響を与えていると考えられます。

また[読書]や[勉強]などの学びに関する活動は、オフィス外では学びから得られる【認知的】な価値が中心ですが、オフィス内では【関係的】な価値も高まることが確認されました。アンケートの回答の中には社内での読書会や勉強会といった取り組みの例も見られ、学びにつながる活動が、コミュニケーションを生み出すきっかけにもなっていると考えられます。

さらに、年代ごとに楽しんでいる/有意義な活動が異なることから、それぞれの世代が楽しめる活動を組み合わせた空間をつくることで、世代を超えた交流が生まれやすくなるでしょう。例えば、図表7のようにカフェとライブラリーの機能を組み合わせた空間は、世代間を横断したコミュニケーションを促す有用な場といえます。



[飲食/食べ物]と[読書]の両方が集約された機能をオフィス内に設けると、世代に関わらず立ち寄り・留まりやすいクロスポイントとなり、自然と共存し、接点生まれやすくなります。

図表7: 各世代が楽しめる活動を掛け合わせた空間([飲食/食べ物]×[読書])の例

### 参考文献

- 1) 遠藤真智子, 野々田幸恵, 佐藤泰, 花田愛, 他(2024)  
:出社の価値見直しに向けた対面での状況・情報共有や副次的活動の実態調査  
その1:経験価値によるクラスター分析およびクラスター毎の特性の把握プロジェクトとしてのパフォーマンス発揮要件の考察  
その2:オフィス内外の副次的活動による経験価値の詳細な把握  
日本建築学会建築学会大会学術講演梗概集, 建築計画, pp.423-426
- 2) 遠藤真智子, 野々田幸恵, 佐藤泰, 花田愛, 他(2025)  
:経験価値の視点からみたオフィス内外での対面交流および副次的活動の価値の考察  
日本オフィス学会誌, Vol17No.1, pp.33-42

### 担当

株式会社オカムラ ワークデザイン研究所 野々田, 花田, 鯨井