

Evolving Workforces

オフィスの 利用状況に関する テナント調査 2025

REPORT

CBRE RESEARCH
DECEMBER 2025



サマリー

企業の経営層は人材確保のためにオフィス環境改善の投資を増やす一方、柔軟な働き方やオフィス立地では社員のニーズとギャップがみられる

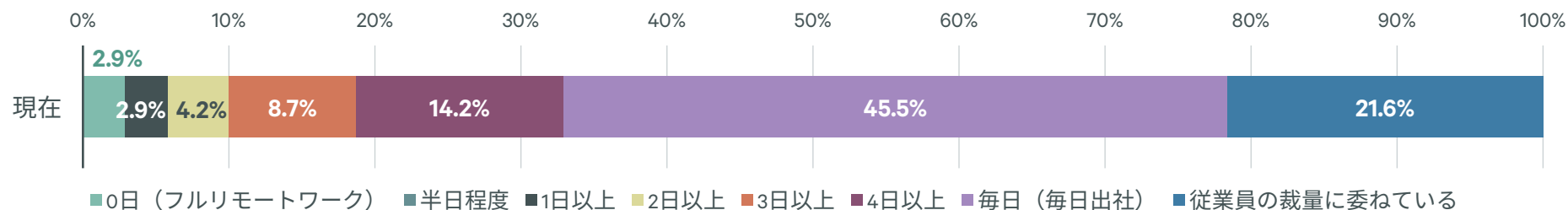
- 2025年7月実施の「オフィスの利用状況に関する調査」によると、「毎日出社」を求めている経営層は多く、一般社員の全国の出社率は72.2%となった。しかし、一般社員はすべての世代で現在より今後の出社頻度を減らしたいと希望している。
- 企業の事業活動におけるリスクは昨年調査に引き続き、「人材の確保」がトップだった。そのような環境の下、オフィス戦略においても、従前からの「快適性」「コスト」「立地」などの条件に加えて、「人材採用の優位性」の重要度も高い。
- 一般社員がオフィスについて重視する項目は「快適性」「立地」「オフィス空間のゆとり」「耐震性・BCP対応力」が上位。ただし、若年層では「ラウンジ・カフェ・食堂」等のビルの付帯設備や他のワーカーとの交流イベントなどでも相対的に回答率が高く、より多くの付加価値を求めている。
- 今後もオフィス環境の改善・充実のための投資を増やす予定の企業は多い。また、実際にオフィスを変更した企業のほうが変更していない企業と比較して、採用が進んでいる企業が多いことがわかった。
- 現在のワークプレイスの形態は固定席が半数以上を占めているが、今後はABW型などフレキシブルな形態の導入を予定する企業が多い。一般社員は今後はフレキシブルな形態を望む割合が増えるものの、引き続き固定席を希望する割合が多かった。
- 経営層が人材採用・雇用維持のために実施する施策と、一般社員が職選びで重視する項目の間には、「通勤可能な場所」や「勤務可能な時間」の柔軟性や「交通便利性の高いオフィス立地」など、柔軟な働き方やオフィス立地に関する項目で一般社員の回答率が高く、経営層とのギャップが大きかった。
- 実際に柔軟な働き方を導入している企業のほうが採用は進んでいる。企業は人材確保の視点から就業環境における物理面と制度面の両面を考慮し、オフィス戦略を図る必要があろう。

01

オフィスの利用状況

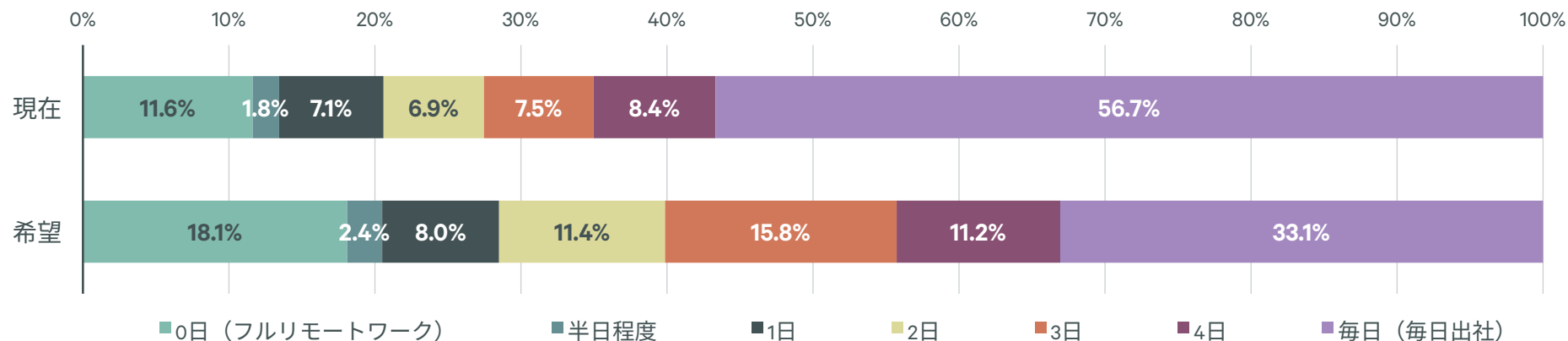
従業員に求める1週間あたりの出勤日数と従業員の1週間あたりの平均出勤日数の現在と希望：
 経営層は「毎日出勤」を求める回答割合が最も多い。実際従業員も「毎日出勤」の割合が最も多い。
 今後の希望では「毎日出勤」の割合が減少、一方で「0日（フルリモート）」、「3日」の回答割合が増加

Figure 1: 【経営層】従業員に求める1週間あたりの出勤日数



n=310

Figure 2: 【一般社員】現在および希望する1週間あたりの平均出勤日数



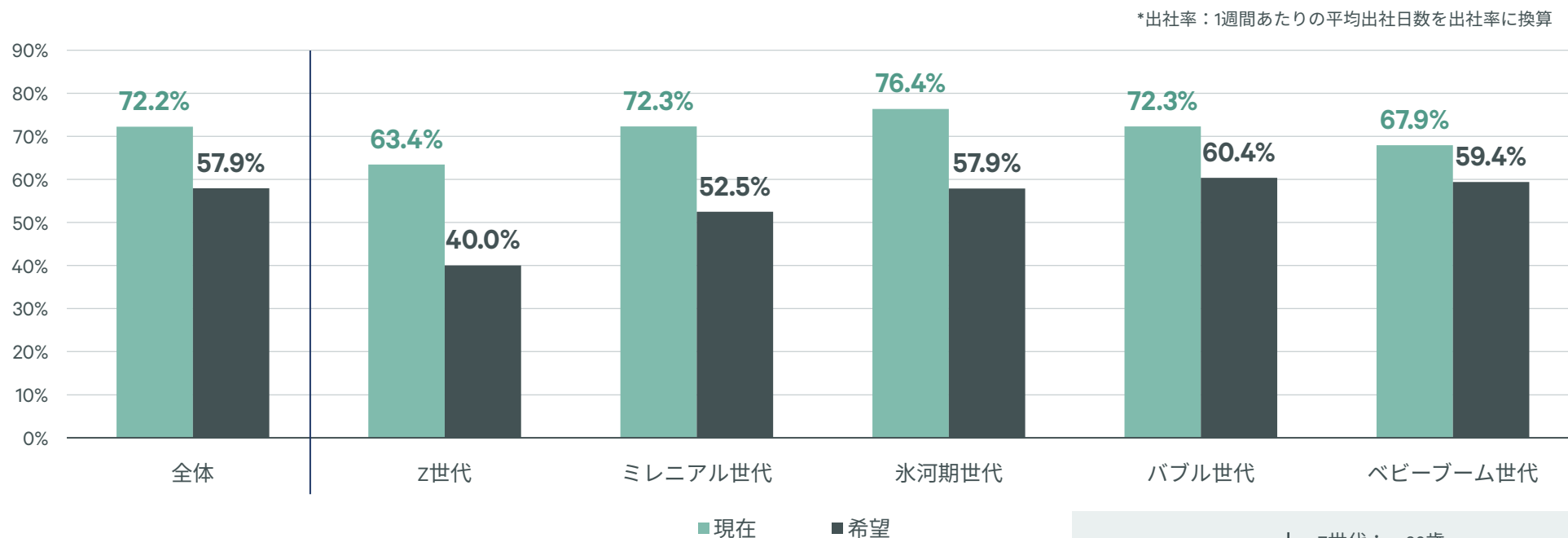
n=1,161

出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

世代別の出社率（現在と希望）：

Z世代の出社率が最も低く、氷河期世代が最も高かった。またいずれの世代も希望する出社率は現在より低かった

Figure 3: 【一般社員】 世代別の出社率*



全体n=1,161、Z世代n=32、ミレニアル世代n=133、氷河期世代n=346、バブル世代n=368、ベビーブーム世代n=282

出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE「オフィスの利用状況に関する調査」2025年7月

世代の定義は
右の通りとする
調査時点の年齢

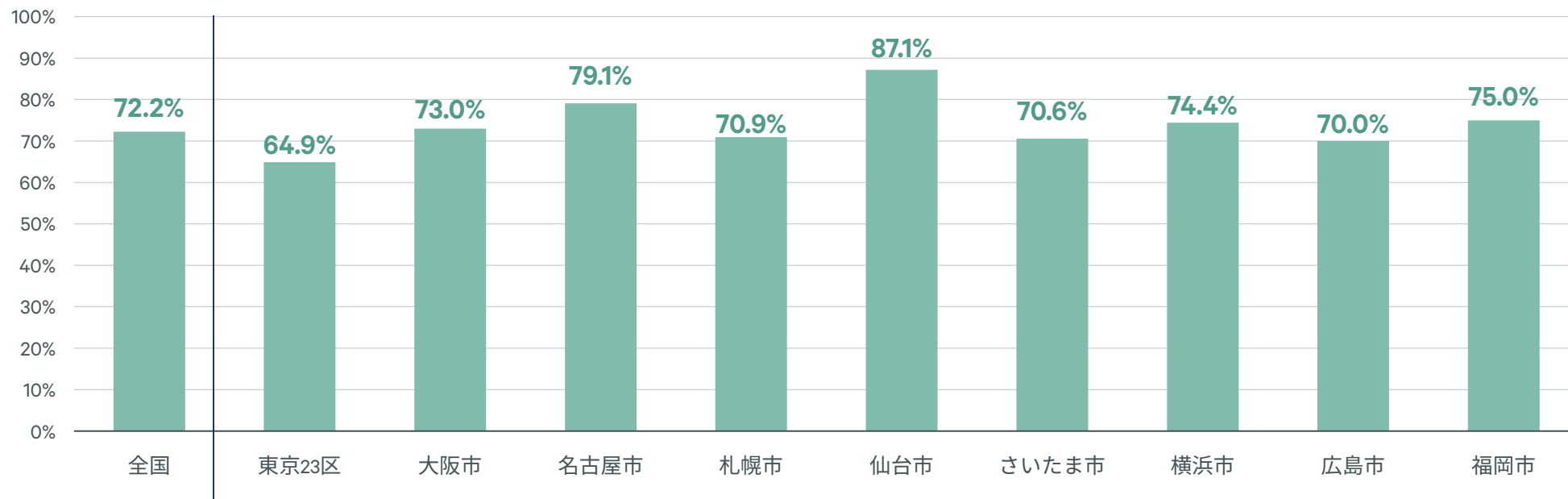
Z世代：～30歳
ミレニアル世代：31～42歳
氷河期世代：43～53歳
バブル世代：54～60歳
ベビーブーム世代：61歳～

勤務地別出社率：

全国の出社率は72.2%。出社率が最も高いのは「仙台市」の87.1%となった。

一方、出社率が最も低いのは「東京23区」の64.9%となった

Figure 4: 【一般社員】勤務地別の出社率



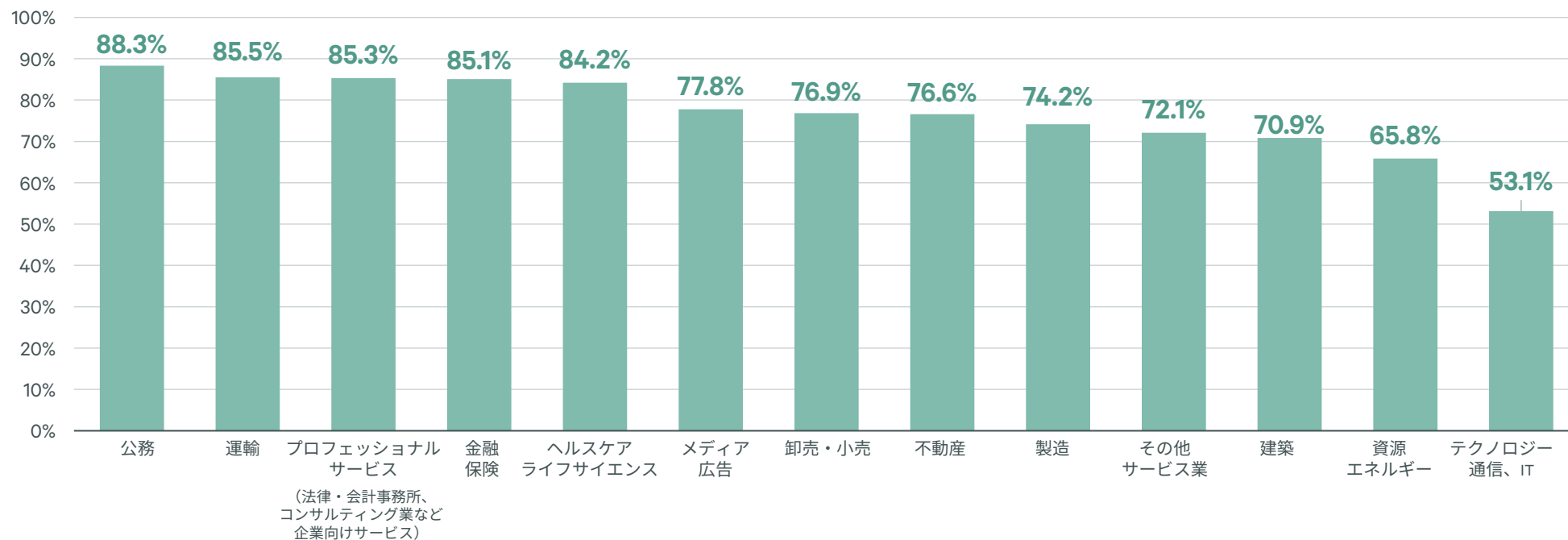
全国n=1,161、東京23区n=374、大阪市n=97、名古屋市n=77、札幌市n=33、仙台市n=35、さいたま市n=18、横浜市n=61、広島市n=16、福岡市n=32

出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE「オフィスの利用状況に関する調査」2025年7月

業種別出社率：

最も出社率の高い業種は「公務」。次いで、「運輸」「プロフェショナルサービス」「金融・保険」となった。一方、最も低い業種は「テクノロジー・通信・IT」となった

Figure 5: 【一般社員】業種別の出社率



公務n=53、運輸n=51、プロフェショナルサービスn=15、金融・保険n=97、ヘルスケア・ライフサイエンスn=19、メディア・広告n=18、卸売・小売n=115、不動産n=41、製造n=338、その他サービス業n=94、建築n=46、資源・エネルギーn=24、テクノロジー・通信・IT n=243

出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

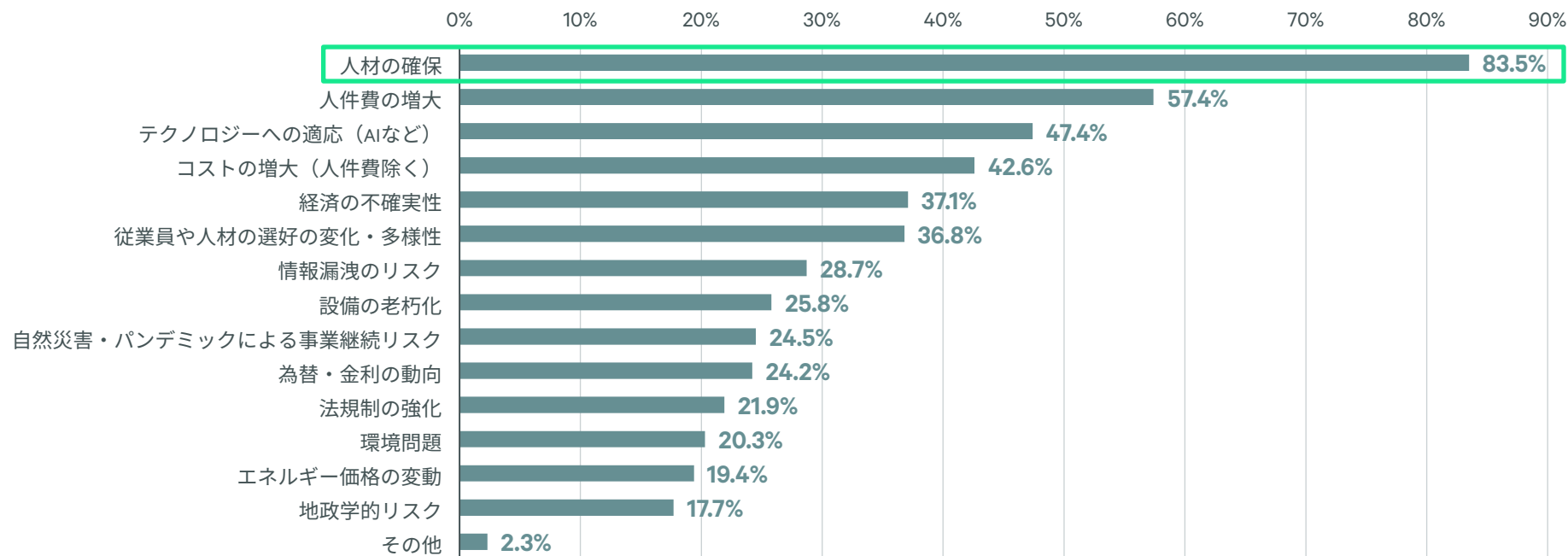
02

入居ビル選定時の重視項目と 注目されるオフィスエリア

今後の事業において想定されるリスク・課題：

「人材の確保」の回答率が突出して高かった。企業は引き続き、人材の確保を最大の課題としている

Figure 6: 【経営層】 今後の事業において想定されるリスク・課題



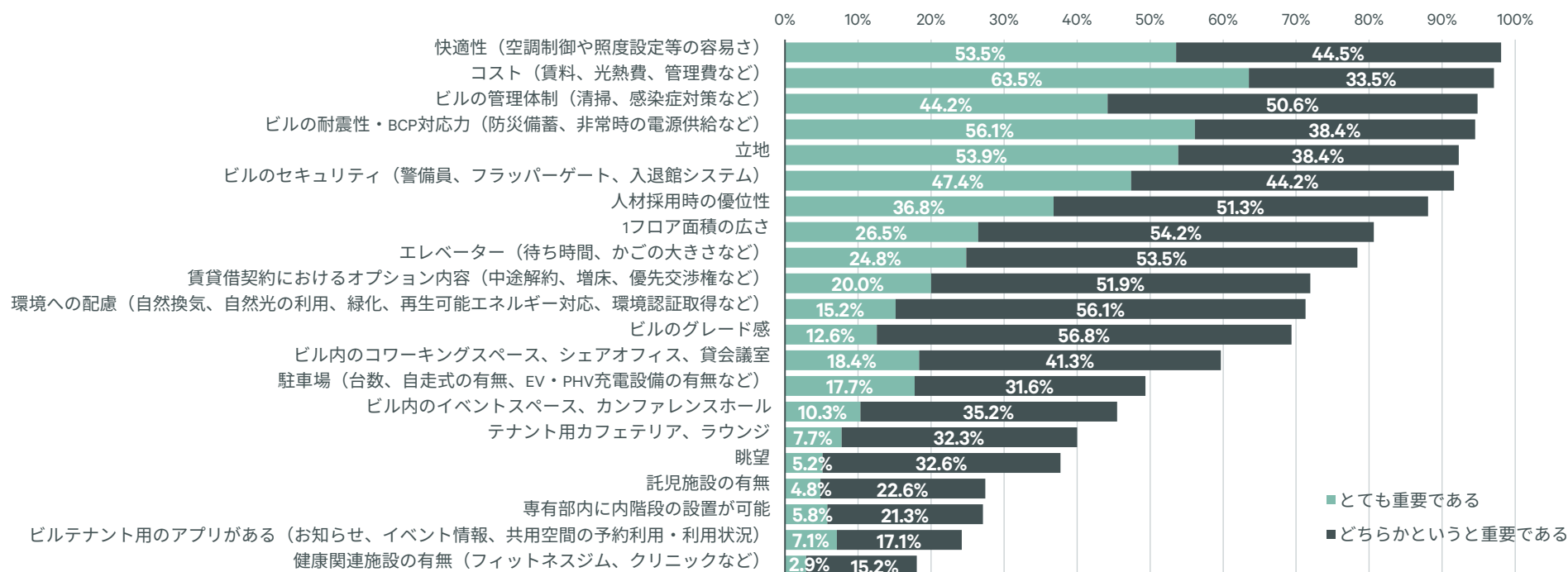
出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

n=310

オフィス戦略上の重要度：

「快適性」「コスト」「ビルの管理体制」「耐震性・BCP対応力」「立地」「セキュリティ」などの従来から重視されている項目に加えて、「人材採用の優位性」も上位となった

Figure 7: 【経営層】オフィス戦略上の重要度

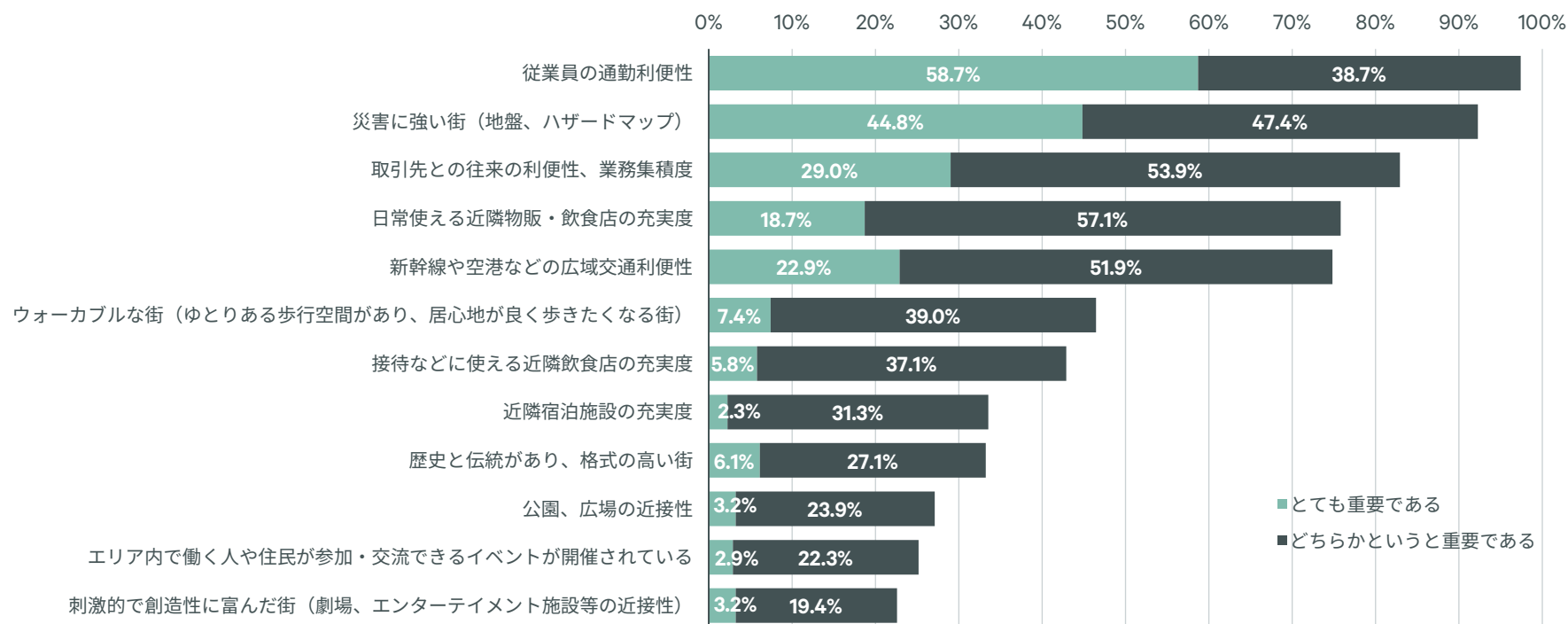


出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE「オフィスの利用状況に関する調査」2025年7月

n=310

オフィスの立地選定の際の重要度： 「従業員の通勤利便性」が最も重視されている

Figure 8: 【経営層】オフィスの立地選定の際の重要度



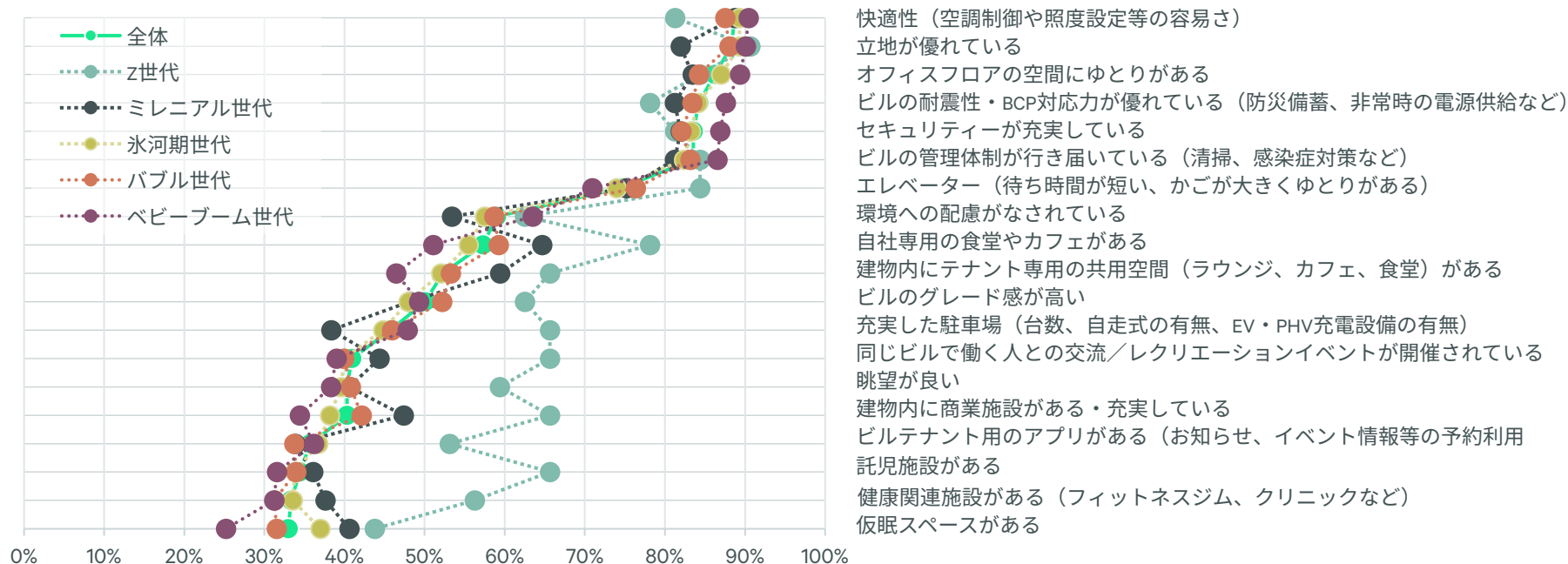
出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE「オフィスの利用状況に関する調査」2025年7月

n=310

オフィスについて重視するもの（世代別）：

いずれの世代も上位項目の回答率に大きな差異はみられなかった。しかしZ世代やミレニアル世代では下位項目の回答率も相対的に高く、若年層はオフィスにより多くの付加価値を求める傾向がみられる

Figure 9: 【一般社員】 オフィスについて重視するもの（世代別）



全体n=1,161、Z世代n=32、ミレニアル世代n=133、氷河期世代n=346、バブル世代n=368、ベビーブーム世代n=282

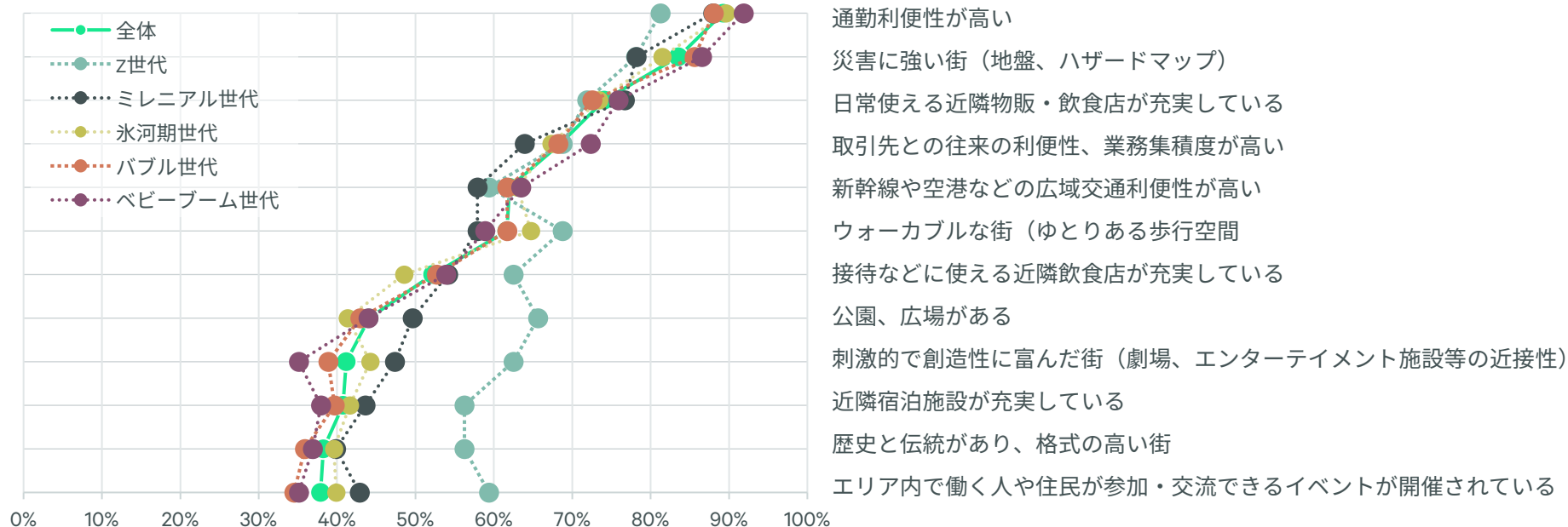
・「とても重要である」と「どちらかという重要である」の回答率合計

出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE「オフィスの利用状況に関する調査」2025年7月

働く街について重視するもの（世代別）：

いずれの世代も上位項目の回答率に大きな差異はみられなかった。しかしZ世代やミレニアル世代では下位項目の回答率も相対的に高い。若年層は働く街にもより多くの付加価値を求める傾向がみられる

Figure 10: 【一般社員】 働く街について重視するもの（世代別）



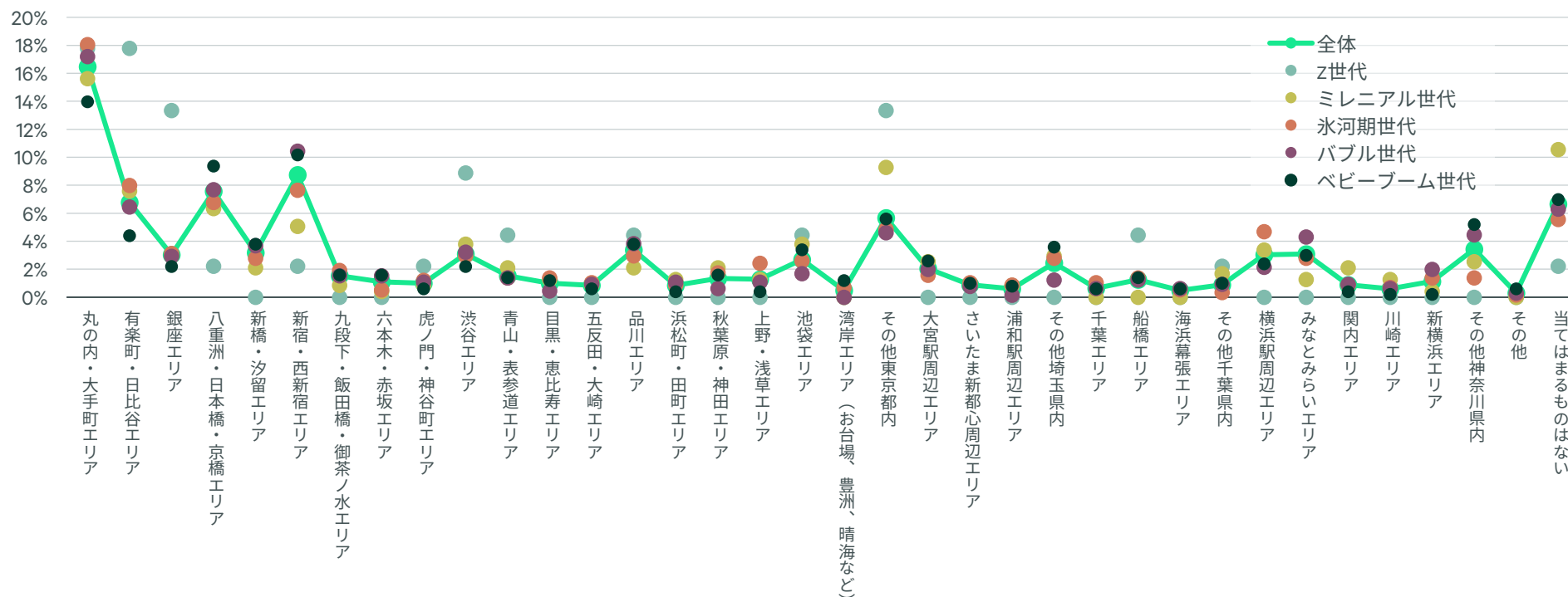
全体n=1,161、Z世代n=32、ミレニアル世代n=133、氷河期世代n=346、バブル世代n=368、ベビーブーム世代n=282

* 「とても重要である」と「どちらかというと重要である」の回答率合計

出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE「オフィスの利用状況に関する調査」2025年7月

首都圏のオフィスワーカーが働きたいと思うエリア（世代別）：
 全体では「丸の内・大手町」の割合が最も多い。Z世代では「有楽町・日比谷」「銀座」や「渋谷」エリア、バブル世代やベビーブーム世代では「新宿・西新宿」「八重洲・日本橋・京橋」エリアの割合が多かった

Figure 11: 【一般社員】働きたいと思うエリア



全体n=670、Z世代n=15、ミレニアル世代n=79、氷河期世代n=192、バブル世代n=217、ベビーブーム世代n=167

*1番目を2点、2番目を1点とした全エリアの総合計に対する各エリアの合計点の割合

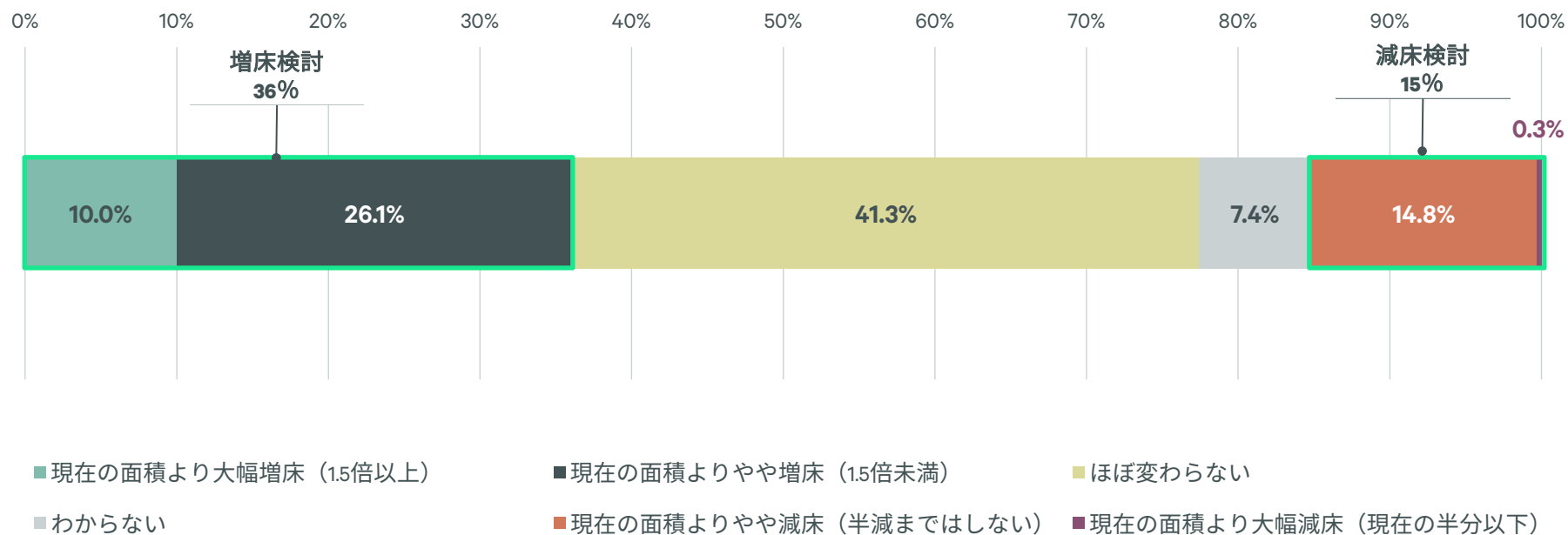
出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

03

働き方と
ワークプレイス戦略

オフィス全体の面積の見通し： 今後増床を検討している企業は36%と、減床を検討している企業15%を大きく上回る

Figure 12: 【経営層】 オフィス全体の面積の見通し

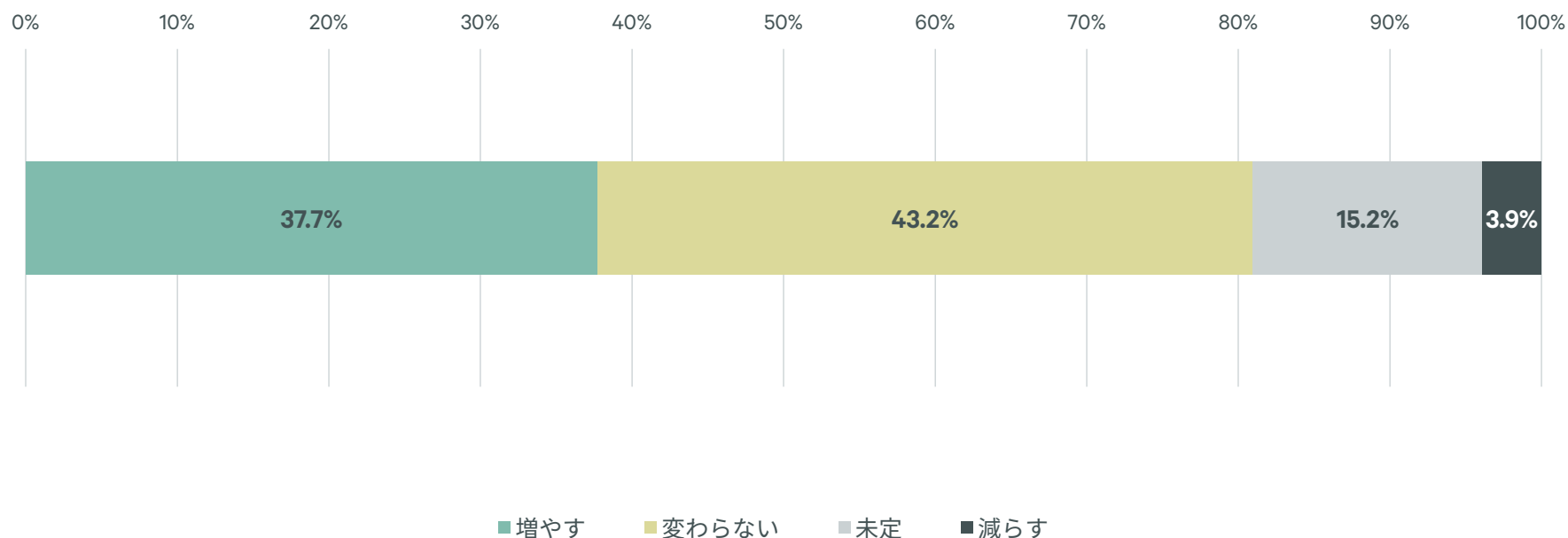


出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE「オフィスの利用状況に関する調査」2025年7月

n=310

オフィスの環境改善に対する投資額の予定：
投資額を「増やす」と回答した企業の割合は「減らす」と回答した割合を大きく上回る。
企業のオフィス環境改善に対する投資意欲は底堅い

Figure 13: 【経営層】 オフィスの環境改善に対する投資額の予定



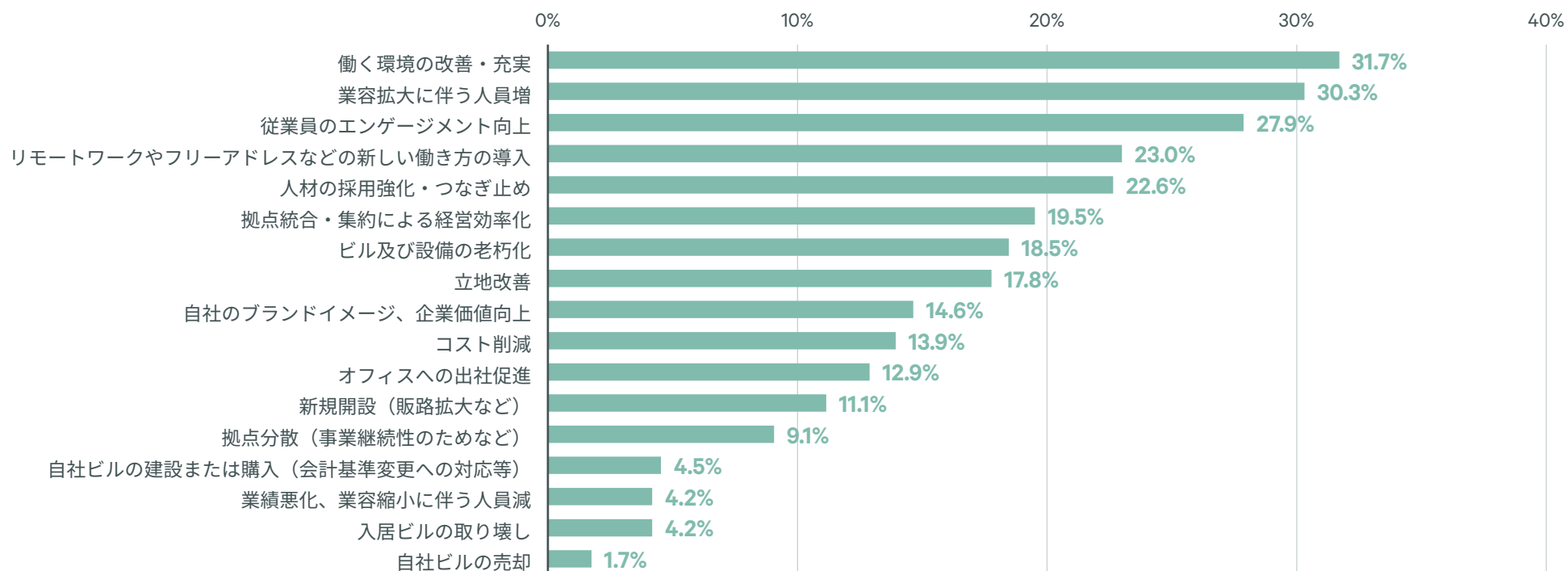
出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

n=310

オフィスの変更や面積増減の理由：

最も回答率が高かったのは「働く環境の改善・充実」。次いで、「業容拡大に伴う人員増」、「従業員のエンゲージメント向上」など人材確保や働き方に関連した項目が上位を占めた

Figure 14: 【経営層】 オフィスの変更や面積増減の理由



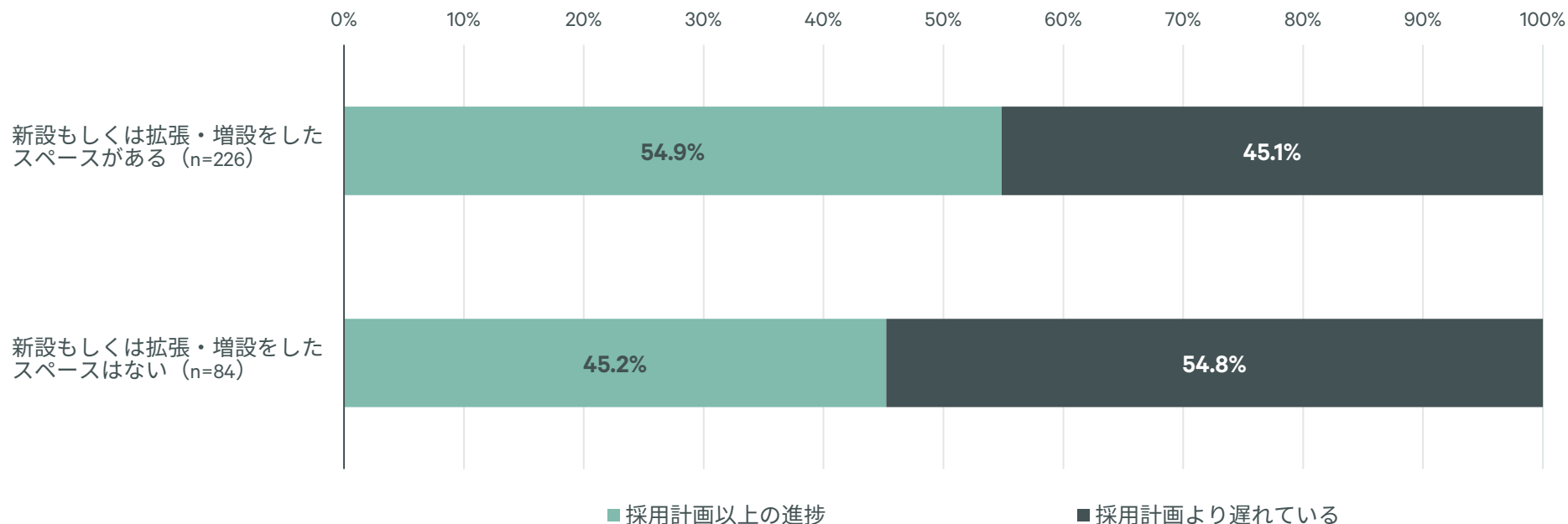
出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

n=287

オフィス改変の有無と採用計画との関係：

オフィスを改変した企業のほうが改変していない企業と比較して、採用計画が進んでいる割合が多い

Figure 15: 【経営層】 オフィスにおける新設、拡張・増設スペースの有無と採用計画の進捗



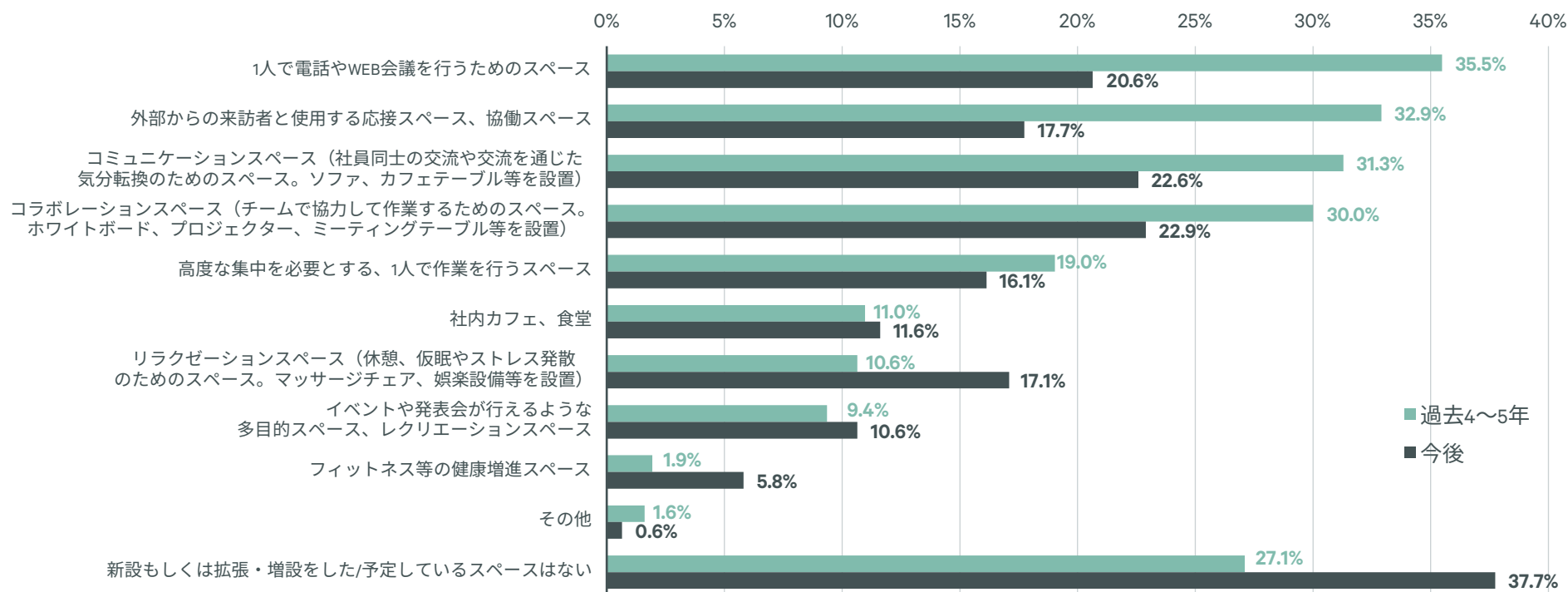
「採用計画以上の進捗の企業」 = 「前倒して計画を達成できている」 + 「計画通りに進んでいる」

出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

オフィスにおける新設、拡張・増設スペース：

コロナ禍で需要が増えた「1人で電話やWEB会議を行うためのスペース」が最も多い。今後は「リラクゼーションスペース」の改変予定の割合も多い。オフィススペースの更なる付加価値創出を図る企業もみられる

Figure 16: 【経営層】 オフィスにおける新設、拡張・増設スペース



出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE「オフィスの利用状況に関する調査」2025年7月

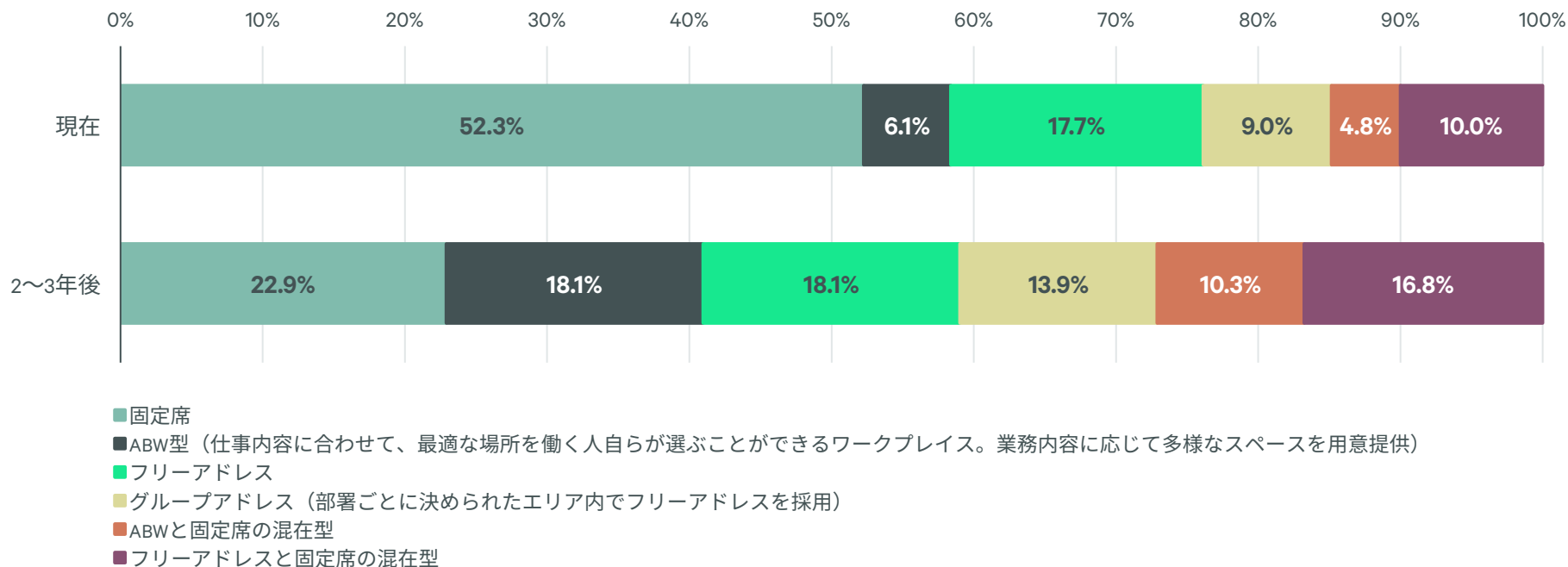
n=310

ワークプレイスの形態：

現在は固定席の割合が半数以上を占める。

今後は固定席を減らす一方で、ABW型など固定席以外のフレキシブルな形態のワークプレイスを増やす意向がみられる

Figure 17: 【経営層】ワークプレイスの形態



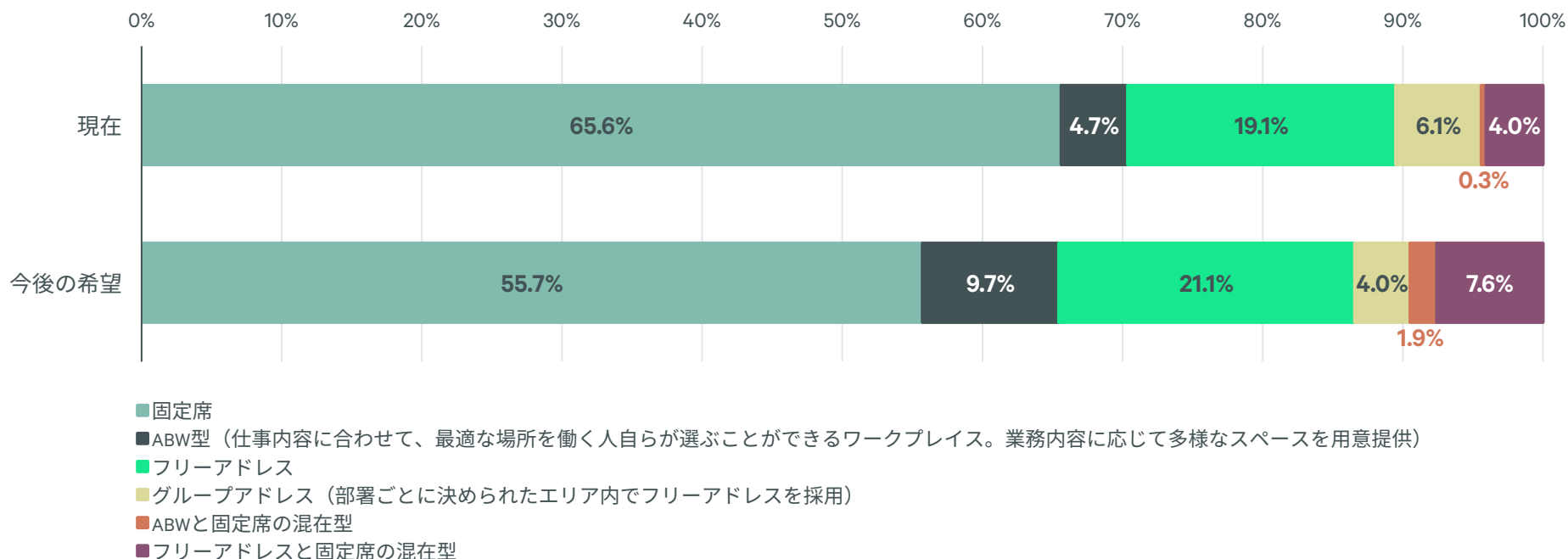
出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE「オフィスの利用状況に関する調査」2025年7月

n=310

ワークプレイスの形態：

現在は固定席の割合が7割弱を占める。今後はABW型やフリーアドレスなどのフレキシブルな形態のワークプレイスを希望する割合は増加するものの、依然として固定席の割合が過半を占める

Figure 18: 【一般社員】ワークプレイスの形態



出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

n=1,161

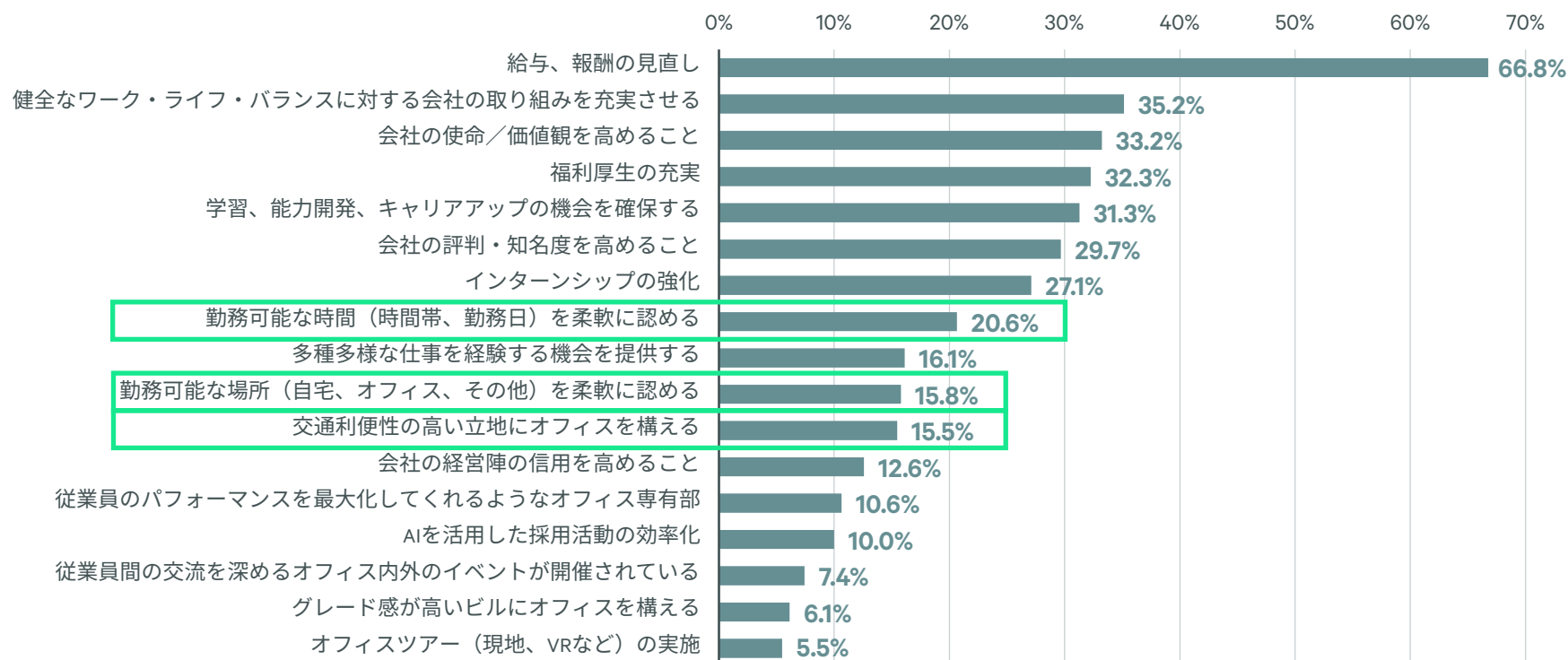
04

採用強化のための施策と 職選びの際に重視する項目

人材採用及び雇用維持のための施策：

「給与、報酬の見直し」が最多。「通勤可能な時間」や「通勤可能な場所」の柔軟性や「交通利便性の高い立地にオフィスを構える」など働き方やオフィス立地に関する項目は経営層では中位以下にとどまった

Figure 19: 【経営層】 人材採用及び雇用維持のための施策



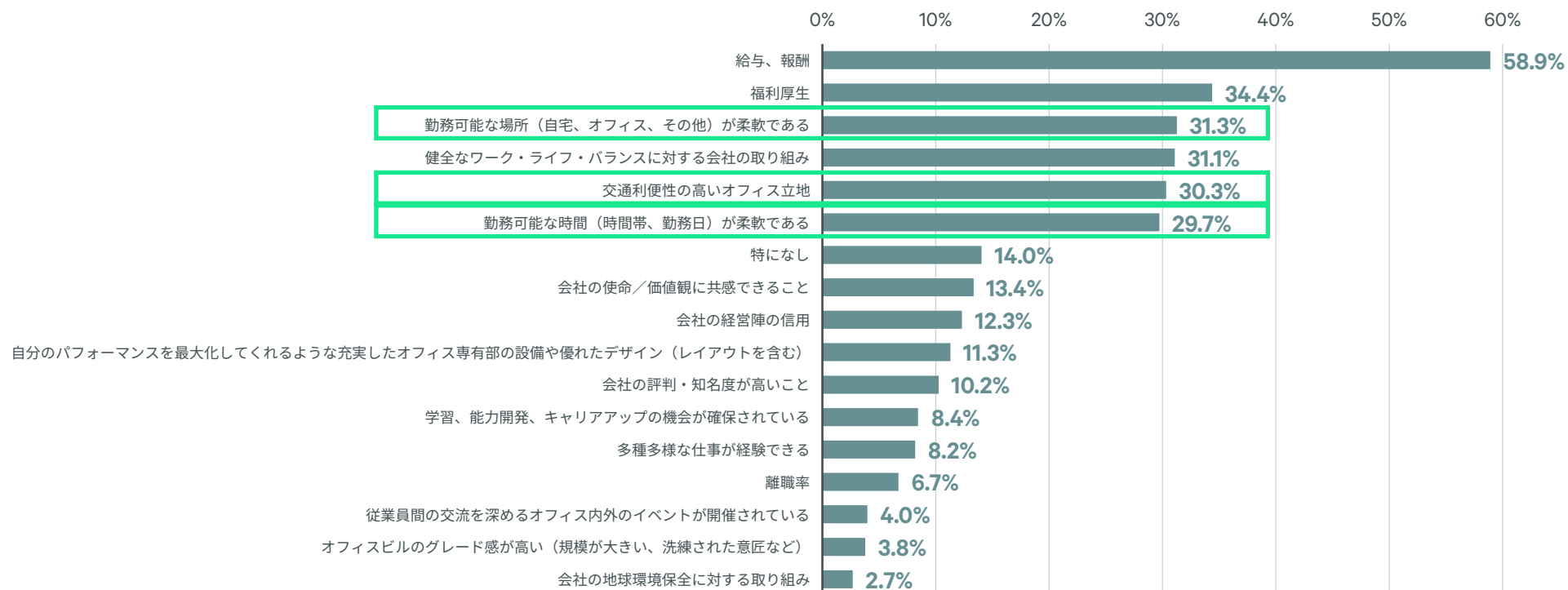
出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

n=310

現在または将来の職選びの際に検討する主要要素：

「給与、報酬」が最も多い割合を占めた。「通勤可能な場所」や「勤務可能な時間」の柔軟性や「交通利便性の高いオフィス立地」など働き方やオフィス立地の項目は一般社員では上位となった

Figure 20: 【一般社員】現在または将来の職選びの際に検討する主要要素

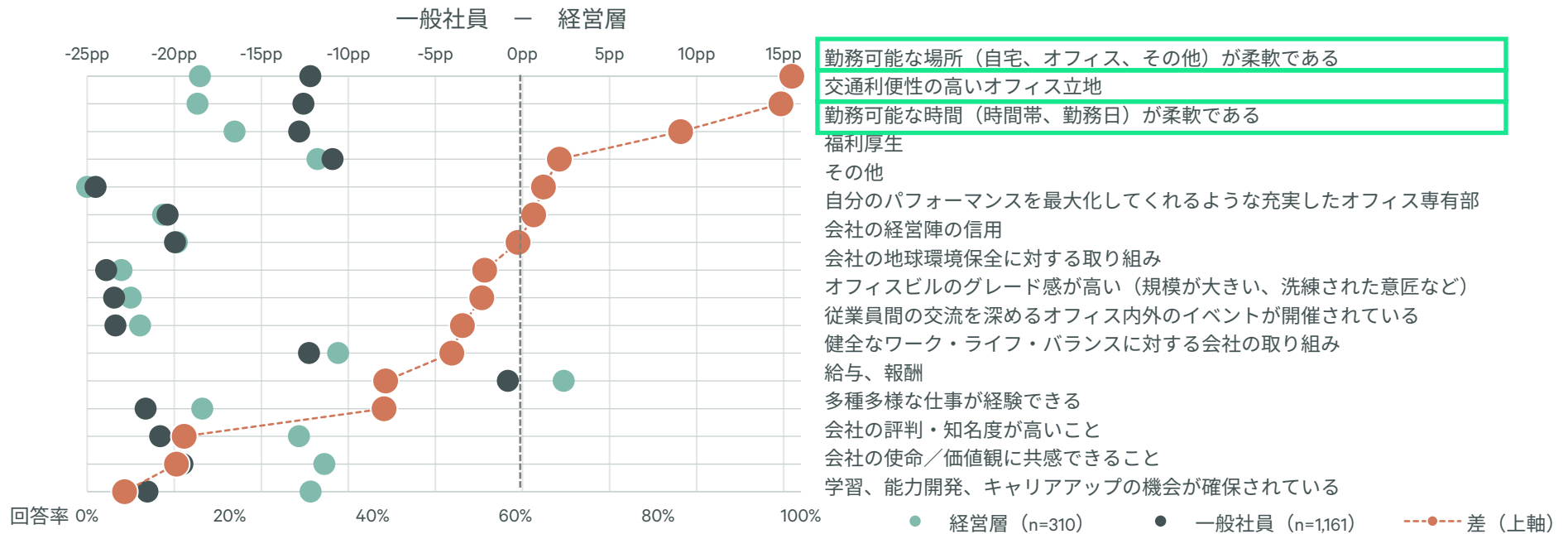


出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

n=1,161

経営層の人材採用及び雇用維持のための施策と一般社員の職選びの際の重要項目とのギャップ：
 経営層と一般社員とで「通勤可能な場所」や「勤務可能な時間」の柔軟性や「交通利便性の高いオフィス立地」など
 働き方やオフィス立地の項目でギャップが大きい

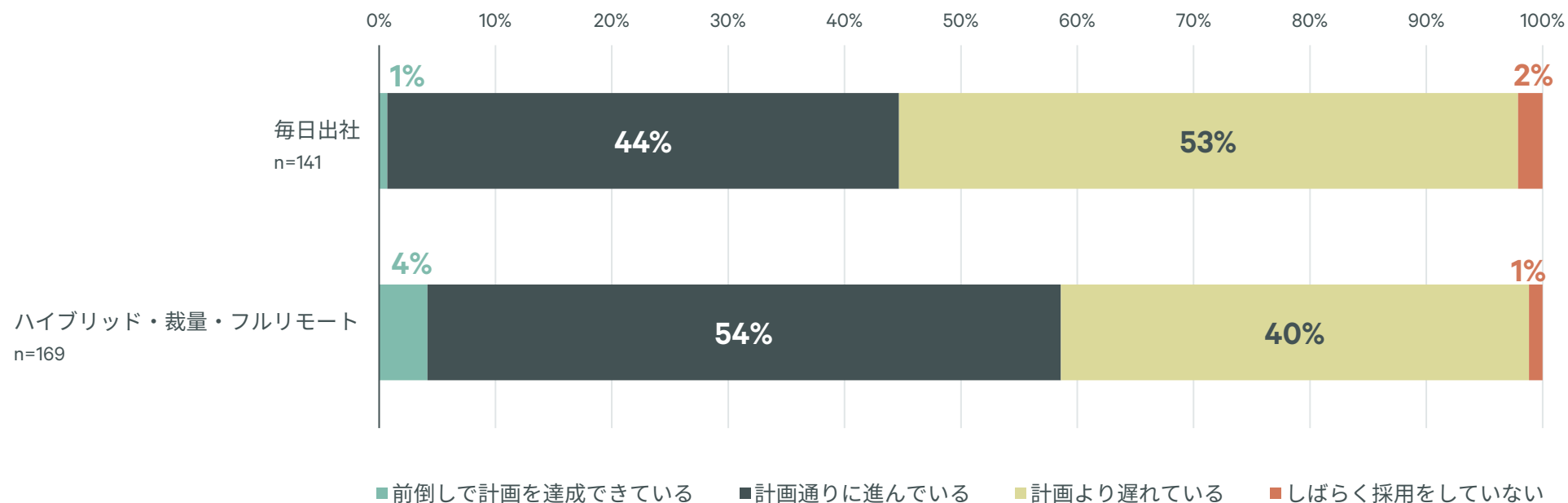
Figure 21: 【経営層・一般社員】 経営層の人材採用及び雇用維持のための施策と一般社員の職選びの際の重要項目とのギャップ



出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

企業が従業員に求める出社頻度と採用計画の進捗との関係：
 ハイブリッドや従業員の裁量に出社を任せるなど柔軟な働き方を導入している企業のほうが採用が進んでいる

Figure 22: 【経営層】企業が従業員に求める出社頻度と採用計画の進捗との関係



出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

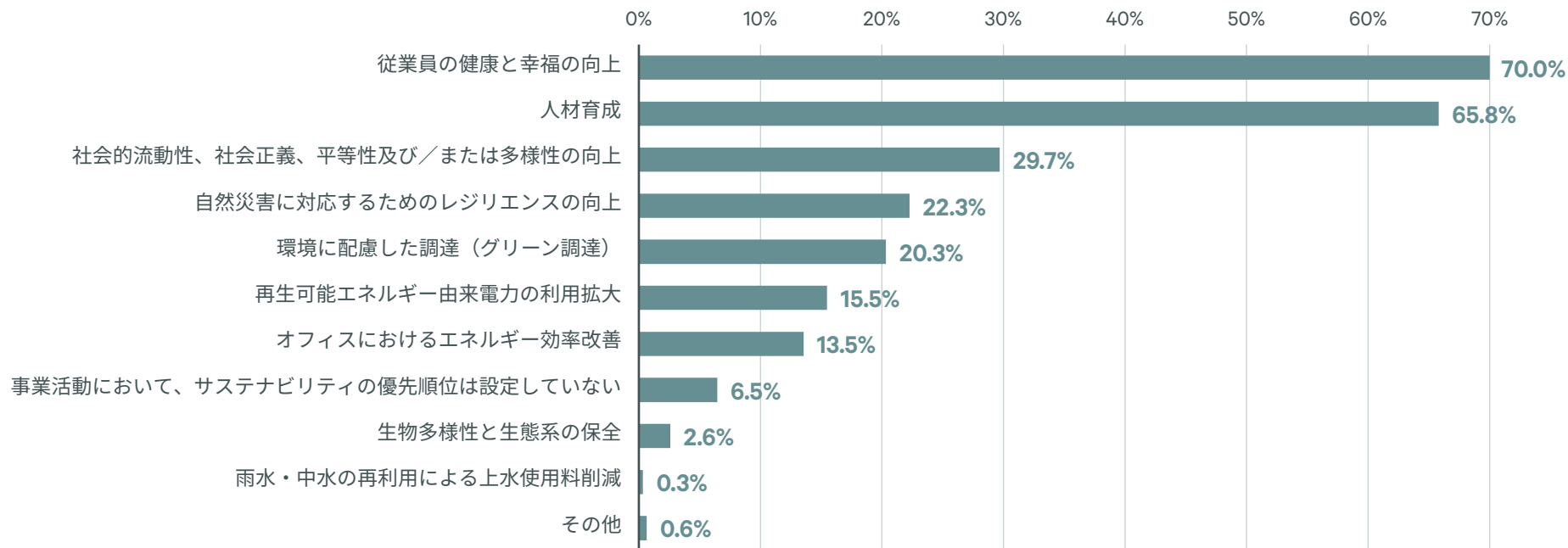
05

賃貸ビルのサステナビリティに 対する意識

サステナビリティの優先事項：

「従業員の健康と幸福の向上」の割合が最も多く、7割を占めた。次いで「人材育成」となった。企業のサステナビリティ活動は従業員を重視している

Figure 23: 【経営層】 事業活動におけるサステナビリティの優先事項



出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

n=310

06

調査概要

調査概要

01 調査目的

働き方やオフィスの利用状況及び考え方を経営層及び従業員の両視点から把握し、人材採用において世代別に効果的なオフィス環境改善の要件を明らかにする

02 実施方法

Webによるアンケート調査

03 実施期間

2025年7月22日～同年7月30日

04 回答対象者

日経リサーチ保有企業データベース

05 回答対象者地域（勤務地ベース）

東京都、大阪府、愛知県、埼玉県、神奈川県、千葉県、福岡県、札幌市、仙台市、広島市

06 有効回答数

経営層310人、一般社員1,161人

07 回答者属性

Figure 24: 回答者地域（勤務地ベース）

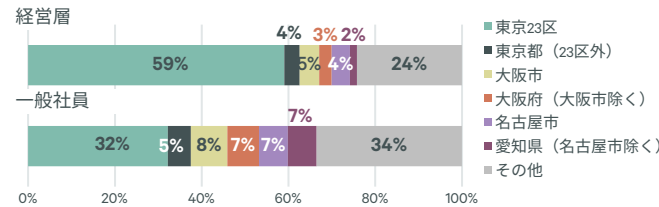


Figure 25: 回答者年齢層

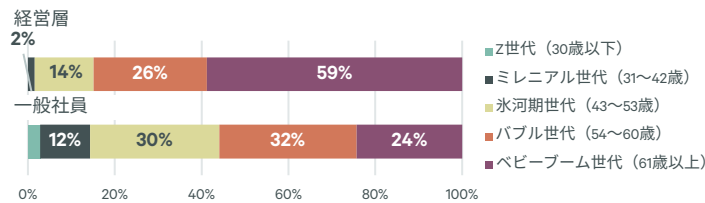
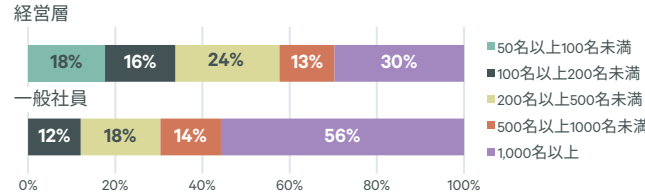
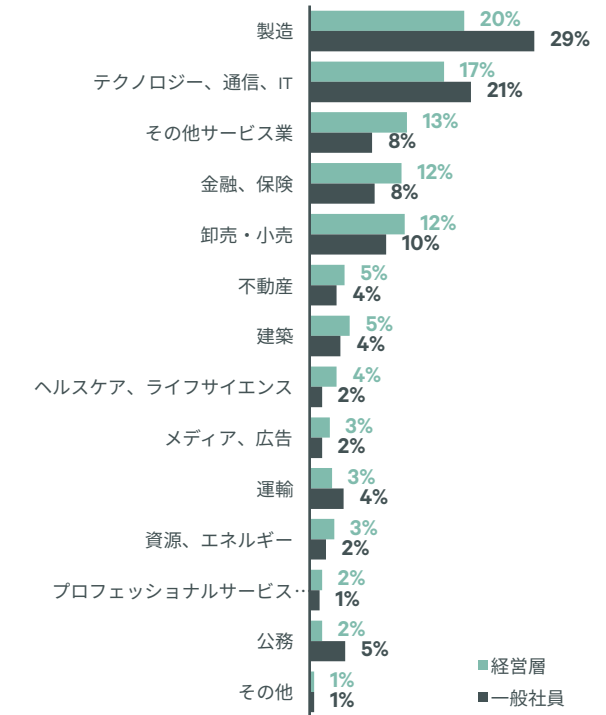


Figure 26: 従業員規模



上記グラフすべて n=経営層 310、一般社員 1,161
出所: 主催: 日本経済新聞社メディアビジネス 調査: 日経リサーチ 調査協力: CBRE 「オフィスの利用状況に関する調査」 2025年7月

Figure 27: 業種割合



Contacts

Japan Research

岩間 有史

シニアディレクター
オフィスチームリーダー
yuji.iwama@cbre.com

五十嵐 芳生

ディレクター
オフィスチーム
yoshitaka.igarashi@cbre.com

二之宮 久美子

シニアアナリスト
オフィスチーム
kumiko.ninomiya@cbre.com

羽仁 千夏

シニアディレクター
リサーチヘッド
chinatsu.hani@cbre.com

© Copyright 2025. 無断転載を禁じます。本レポートは、事業用不動産市場に関するCBREの現在の見解に基づいて誠実に作成されています。CBREは、その見解が本資料作成日現在の市場動向を反映していると考えているものの、それらは重大な不確実性や偶発事象の影響を受けて変化する可能性があります。また、CBREの見解の殆どは、現在の市場環境に対するCBRE独自の分析に基づく意見または予測であり、ここに記載された内容が記載日以降の市場や経済情勢の状況に起因し妥当でなくなる可能性もあります。CBREは、その意見、予測、分析、または市場環境が後に変化した場合、本レポート中の見解を更新する義務を負いません。

本レポートは、CBREが発行する有価証券、もしくは他社が発行する有価証券の将来的なパフォーマンスを示唆するものではありません。特定の投資や投資戦略に関してはお客様ご自身で独自に検討する必要があります。CBREは、投資の適合性について評価する責任を一切負いません。本レポートを閲覧された方は、本レポートの情報の正確性、完全性、妥当性、あるいはその利用に起因するCBREおよびその関連会社、役員、取締役、社員、エージェント、アドバイザー、代表者に対する一切の請求権を放棄したものとみなされます。

CBRE