
東北芸術工科大学 紀要

BULLETIN OF TOHOKU UNIVERSITY OF ART AND DESIGN

第30号 2023年3月

山形県におけるコワーキングスペースの現状と課題

— 利用者拡大のために —

Current Status and Issues of Coworking Spaces in Yamagata Prefecture

— For User Expansion —

松村 茂 | MATSUMURA Shigeru

山形県におけるコワーキングスペースの現状と課題

—利用者拡大のために—

Current Status and Issues of Coworking Spaces in Yamagata Prefecture

— For User Expansion —

松村 茂 | MATSUMURA Shigeru

Due to the impact of the new coronavirus infection, the spread of telework, which has not been popular until now, is expected, and migration, freelance, and side jobs are expected, and the use and opening of coworking spaces is progressing. Nomad workers and their coworking spaces, which have been attracting attention as a way of working, have spread worldwide since around 2005, and around 2010, the wave surged to Japan, forming the first boom. Started as a private business in Yamagata in 2014. After that, coupled with the venture boom, local governments have opened coworking spaces one after another. However, even though the number of immigrants is increasing little by little, users are still not riding the wave of coworking spaces. The number of users of coworking spaces in rural areas, not limited to Yamagata Prefecture, is considerably smaller than in large cities. It's pointed out that the development of coworking spaces through regional revitalization is also important from the perspective of increasing immigrants and promoting entrepreneurship, and that it is necessary to develop new freelancers in conjunction with attracting immigrants and promoting entrepreneurship.

Keywords:

テレワーク、コワーキングスペース、移住、起業、フリーランス、副業、地域活性化、ICT

telework, coworking space, migration, entrepreneurship, freelance, side jobs, regional revitalization, ICT

1.はじめに—テレワークの普及—

COVID-19によるパンデミックが今も続いている。感染拡大防止策として在宅勤務が推奨されテレワークが一般に広く認知された。それまで20%を超えることのできなかったテレワークの普及率(導入企業ベース)は50%に達した(総務省調査)。

そもそもテレワークは、ICTを活用した時間と場所にとらわれない柔軟な働き方であり、働き方改革や一億総活躍社会の推進、2020東京オリンピックパラリンピック時の混雑緩和などの手段として、政府は導入を積極的に進めていた。

テレワークはワーカーの自由度を高め、フリーランス的になっていくだろう。株式会社タニタは雇用契約から業務委託契約にシフトすることを検討している。また、サントリー新浪社長が45歳定年説をとりあげ話題になった。ワーカー流動化の動きは進んでいこう。

ワーカーの流動化が進んだ社会を考えたときに課題がある。個人の力を結集させ、チームとして活動するためのチーム作りの場が必要になる。

本稿は、チーム作りに資するサテライトオフィス、コワーキングスペースの機能について考察し、地方地域のコワーキングスペースの特徴を導き出すことを目的としている。

2.コワーキングスペースを生み出したテレワーク

2.1 テレワークの本質

テレワークの特徴は、時間と場所によらずに、社会参画できる点にある。就労を希望する無職の人、高齢者、障がい

者等々、ワーカーのペースで働ける点にある。政府の就労規則のモデルが、2017年副業禁止から副業を認める方向に転換してから、副業解禁は広がり、テレワークは副業のツールにも認識されるようになった。

テレワークは、働き方を変えていくと考えられている。すなわち、ジョブディスクリプションの普及、労働の流動化、イノベーションの創出などである。さらには、生き方改革とも言われる、起業、フリーランス化、また二地域居住や移住の動きも加速させると考えられている。一方、テレワークによって出産できる、介護離職せずにキャリアアップ続けられるなど、ワーカーが諦めていた希望・夢を実現できる手段でもある。

2.2 テレワークの効果

図1はテレワークの効果について曼陀羅風にまとめたものである。テレワークは社会の課題を解決し、発展させるものとして普及が期待されていた。

社会に対しては、パンデミック時や災害時のBCP対応、エネルギー削減による環境負荷削減、社会インフラにかかるピーク時の負荷削減・インフラの適正化、また、特に地方には、移住や二地域居住の普及や関係人口増による地域創生、地域DXの推進などにテレワークは繋がる。

ワーカーに対しては、通勤できない障がい者や高齢者の社会参画、ワーカーの通勤時間の削減、自宅時間の増加、ワークライフバランス(WLB)の改善、子育てや介護時間の

増加、自己啓発やリスキリング、リカレント、副業などワーカーのスキルアップの推進に繋がる。

企業には従業員の労働環境改善、ジョブディスクリプションの普及、人事考課システムの普及、副業普及による人材の獲得や事業承継、人材の流動化によるオープンイノベーション、新規事業開発、企業内起業などが進むと考えられる。

2.3 テレワークのワークプレイス

テレワークの職場(ワークプレイス)は情報漏洩の安全性を担保しながら、これまでの企業オフィスから、徐々にサテライトオフィス、コワーキングスペース、自宅、観光地のホテル、喫茶店、新幹線車内など社外に広がった。現在、機密情報がのぞき見される公共的な場を除いて、場所の制限を設ける企業は少なくなっており、ワーカーの執務環境(居心地のよさ)などで選択できるようになっている。

そのなかで我が国の住宅事情からサテライトオフィスやコワーキングスペースが選択されていると言える。コワーキングスペース等は増加傾向にある。

2.4 ハイブリッドワークとワーケーションへ

パンデミック下でテレワークは政府から推奨され、日本全体に広く認知された。ワーカーの間では、COVID-19収束後もテレワークを望む声は大きく、企業においても出社と在

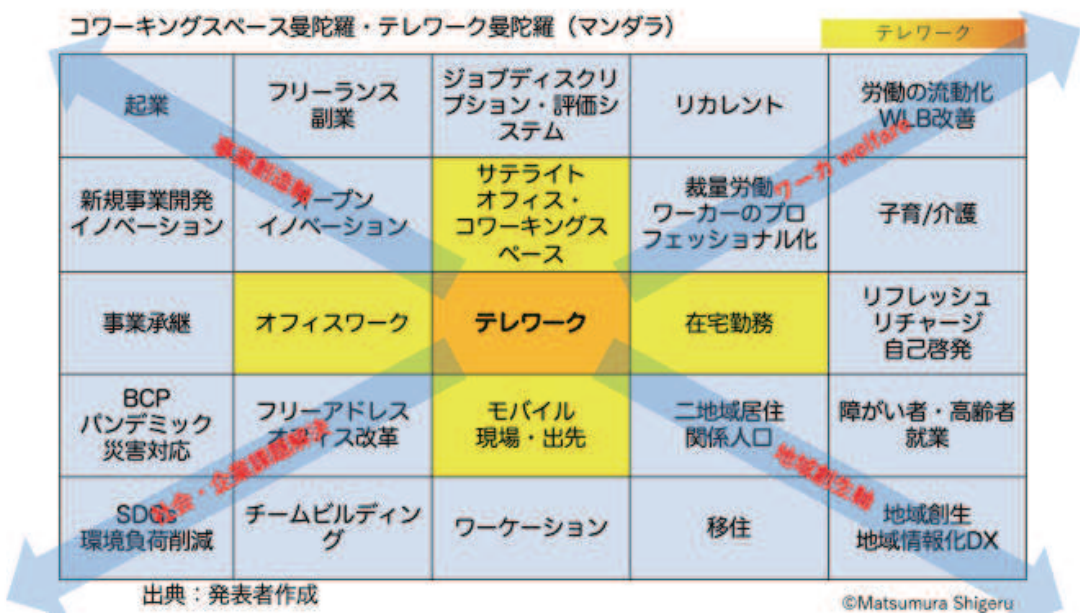


図1.テレワークの効果(テレワーク曼陀羅)

宅勤務を合わせた、いわゆる『ハイブリッドワーク』が広がりを見せている。ハイブリッドワークとは、一人でできる仕事は在宅で行い、会議やディスカッションなどチームで行う仕事は出社する、在宅と出社とを組み合わせた働き方を言う。

地方のテレワークへの理解も進んでいる。地方においてはこれまでも移住促進の政策が推進されてきたが、テレワークの導入によって出社頻度は下がり、出社不要とする大手企業も現れ、移住環境は好転している。各県、各市町村の公表する移住者数の増加に現れている。

ワーケーションの動きも活発になってきている。ワーケーションとは、workとvacationからなる造語で、観光客（ワーカー）が観光地からテレワークで働くワークスタイルである。仕事と観光を一日のなかに織り交ぜながら働くことができる。

またワーケーションワーカーを集めるツアーを開発する動きも活発化している。ツアーを企画する地元自治体は、将来の移住につながると考えており積極的である。ツアーは地元企業のワーカーも参加し、地元との交流などを売り物にする。参加者は多様な出会い、セレンディピティを期待して参加する。

ワーカー、企業、社会・地方においてテレワークの理解は進み、テレワークが日常である社会が一般化しつつあると言える。テレワーク社会を支え発展させるハード、ソフト両面の実験的整備が続いている。

3. コワーキングスペースの定義

3.1 サードプレイス

テレワーク社会を支える働き場の施設として、サテライトオフィス、コワーキングスペースがある。サテライトオフィス、コワーキングスペースは共に、サードプレイスと呼ばれるものである。企業のオフィスがファーストプレイス、自宅がセカンドプレイスである。

テレワークの普及とともに、貸し会議室、カラオケボックス、一時利用のホテルなど、さまざまなサードプレイスが現れた。サードプレイスに喫茶店や新幹線車内を含めることもあり、多様なスペースがサードプレイスにはある。

3.2 サテライトオフィス

なかでもサテライトオフィスは、企業が従業員の職場として設け企業オフィスと別に通勤時間の削減等の従業員の

利便性向上のために設けるオフィスを言い、狭小住宅の日本ではワーカーの評価は高い。このタイプの派生として不動産企業がサードプレイスを設け、企業が不動産企業と契約し、自社のサテライトオフィスとして利用するタイプがある。また、複数の企業が不動産企業と契約し複数の企業が共同で利用するサテライトオフィスもある。前者を専用型サテライトオフィス、後者を共同型サテライトオフィスと呼ぶ。

専用型サテライトオフィスは大都市圏の大企業が自ら開設するものであり、ワーカーが多くない中小企業は一般的には設けない。地方企業においても同様でそこまでの体力はない。

3.3 コワーキングスペース

フリーランスや会社員、学生など一般の個人が契約する個人会員向けのオフィスがある。それがコワーキングスペースである。コワーキングスペースは喫茶店のようなオープンなワークスペースを提供するものとしてスタートし、名前の通り共同のワークスペースとして発展してきた。

コワーキングスペースは2006年前後米国に生まれたとされ、2011年にはweworkの世界1号店がオープンした。日本では2010年神戸市にカフツ、東京都世田谷区にPAX Coworkingがオープンしたのが最初である。当時のコワーキングスペースはフリーランスの集まるコミュニティ機能を謳い、単なる共同のワークプレイスではなく、利用者相互のコミュニティが生まれ、そこから新たな知が創出される、そのような場として解された。

カフツ創業者の伊藤富雄氏が代表理事を務めるコワーキングスペース共同組合は、コワーキングスペースを『個々に仕事を持ち働く人たちが、働く場所(空間)を同じくするだけでなく、コミュニケーションを図ることで、互いに情報と知恵を共有するという概念およびそのための施設』と定義している。

つまり、コワーキングスペースは、利用者を選ばず誰もが参画できコミュニティと知を創出・共有しイノベーションを生み出すことを目的とした場と言える。

技術の変化が著しい現在こそイノベーションのチャンスであり、知を結集することこそが、地域間競争になっている。全国でコワーキングスペースが開設されている背景である。コワーキングスペースの有効性を認識し整備していくことが期待される。

表1.東北各県・東京都・大阪府の人口当たりのコワーキングスペース数比較

項 目	山形県	宮城県	青森県	岩手県	秋田県	福島県	東京都	大阪府
人口(2015年)	1,082,296	2,292,385	1,275,783	1,235,517	1,023,119	1,881,981	13,834,925	8,839,469
20代後半～30代 (25歳～39歳)	154,683	388,842	177,813	175,565	127,030	286,293	2,920,639	1,550,215
CWS数(2021年)	15	31	8	9	4	16	520	140
県民人口10万人 当たりのCWS数	1.4	1.4	0.6	0.7	0.3	0.9	3.8	1.6
中心層10万人 当たりのCWS数	9.7	8.0	4.5	5.1	3.1	5.6	17.8	9.0

出典:筆者作成

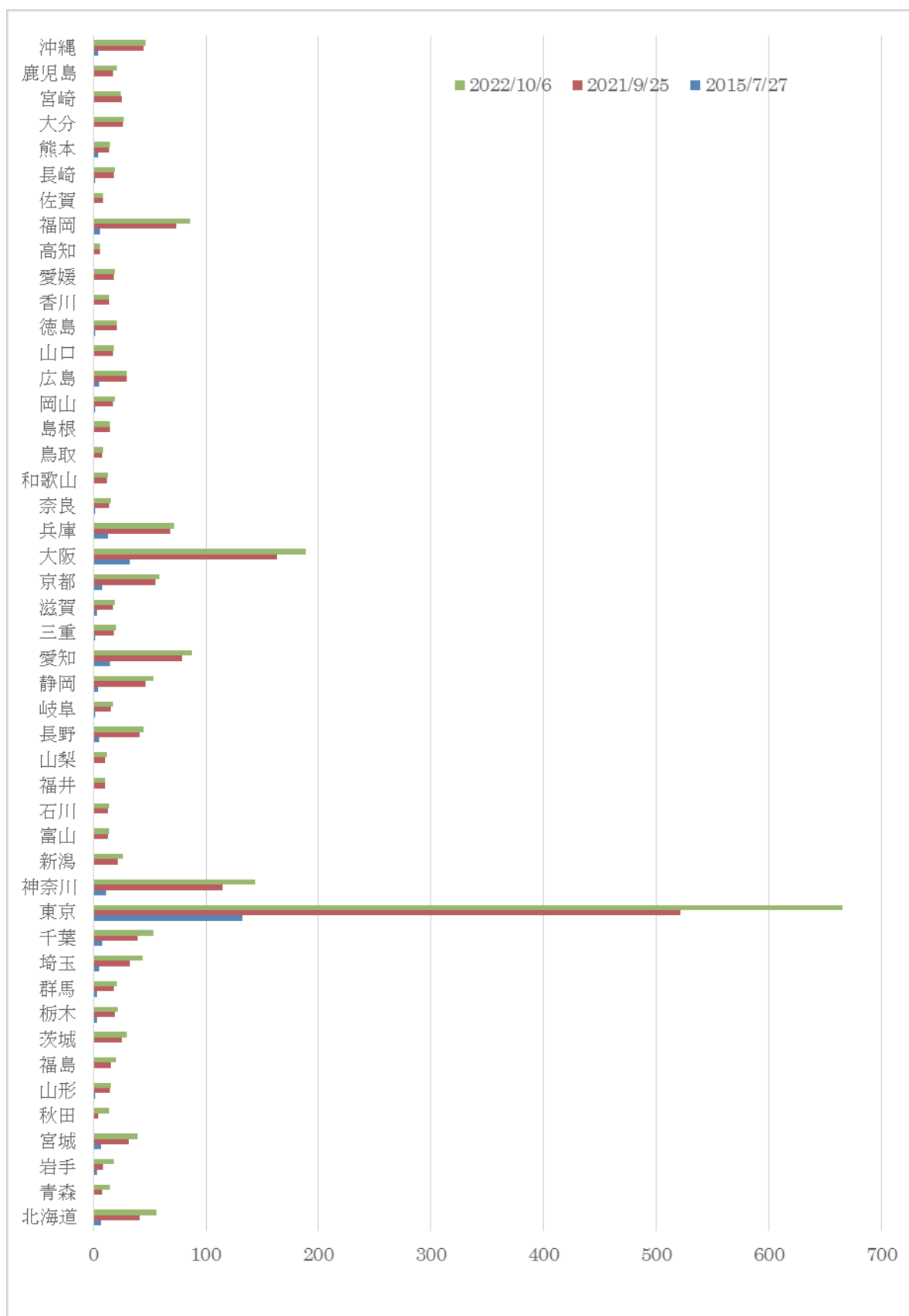


図2.都道府県別コワーキングスペース数（コワーキング.com掲載数）

4. コワーキングスペースの現状

4.1 コワーキングスペースの数

コワーキングスペースの数の公的な統計はなく、コワーキングスペースのポータルサイト『コワーキング.com』に登録されているコワーキングスペースの全国数は2015年7月には、300箇所、2021年9月には1,864箇所、2022年9月には2,222箇所である。増加傾向が続いている。

表1は東北各県と東京都、大阪府のコワーキングスペース数を比較したものであるが、人口規模でみると東北各県とも大阪府の0.25～0.88程度でテレワークの普及率を考慮すれば少ないとも言えない。

しかしながら、利用者の全体数で見ると統計情報はないものの、大都市圏のコワーキングスペースは多くの利用者が賑わい、地方圏では日々の利用者は数名と少ない現状がある。表3は山形県内の主なコワーキングスペースの利用者数(会員数)を示す。一日の利用者は少ないことが分かる。東北各県においても同様と推察できよう。その結果、大都市圏と地方圏では、コミュニティ創出、セレンディピティ(偶然の出会い、予想外の発見)創出の面で圧倒的な差がある。

コワーキングスペースは前述の通りコミュニティを創出し情報・知恵を共有する場として定義されるが、少ない利用者でコミュニケーションを活性化し、情報と知恵を共有することは容易ではないことが想像できる。

4.2 コワーキングスペースが提供するサービス

コワーキングスペースがコミュニティの創造、知恵の共有を実現するために提供するサービスは、ワークスペースの提供、情報セミナーの提供、営業やコミュニティ・仲間作りをサポートするサービス、起業家を支援するピッチサービスなどがある。以下のようにまとめられる。

(1) ハード的提供

- ・オープンワークスペース、個室、防音性個室、会議室、防音性会議室、セミナー室
- ・シェアオフィス(固定ワークスペース)

(2) ソフト的提供

- ・セレンディピティを生む会員紹介サービス(会員の紹介(掲示))やコミュニティ生成・マッチングサービス(交流会)
- ・会員の課題を解決する最新情報の提供サービス(セミナー開催)やコンサルティングサービス(個別相談)

・フリーランス・学生など

(3) 付帯サービス

- ・コーヒー等飲料提供
- ・プリンター・コピー機
- ・無料wi-fi

(4) 特殊サービス(コワーキングスペース毎に異なる)

- ・物品委託販売
- ・小売トライアル
- ・レストランライアル
- ・喫茶店トライアル

など

ワークスペースは、仲間作りのオープンスペースとweb会議のできる音漏れの心配のない一人個室、複数人で会議できる会議室などが設けられているのが一般的である。

情報サービスの提供では、最新情報を提供するセミナー、個別相談会などがある。また営業活動やコミュニティ・仲間作り、セレンディピティのためのサービスには、施設内に設置された会員の自己紹介パネルの提供、食事会・懇親会イベントの開催、交流を促すためのプロジェクトの企画・運営などがある。起業家向けには、ワーカーや投資家など仲間を見つけるピッチイベントや登記等の法人化サポートがある。

4.3 コワーキングスペースの利用者

地方のコワーキングスペース利用者は大都市圏のコワーキングスペースに比べ多様である。大都市圏ではフリーランス、会社員、税理士・会計士等の士業、学生などが中心であるのに対して、地方は加えて、商工業者、農林漁業者、さらに大都市圏からの移住希望者や二地域居住などが加わる。地方の利用者には地場産業に関連し多様な利用者がいる。しかし、それでも利用者の絶対数は少ない。

起業を目指す起業家はワークスペース、人材の獲得、情報・アイデア・コミュニティに繋がるセレンディピティを求めている。大都市では、会社員であってもフリーランス志向、起業志向が強く、地方はビジネス市場が小さいこともあり起業志向の利用者は少ない。

副業ワーカーや仕事を求める主婦などフリーランスは仕事場として利用するとともに、営業目的で利用する。ただし、地方では少ない。

地方の特徴は、会社員はコワーキングスペースを自宅に

代わるワークスペースとして利用ケースが多い点と、大都市からの移住希望者が移住後の地域に溶け込むコミュニティの雰囲気をつくるために利用するケースである。現代の移住はUターンばかりでなくIターンも多い。Iターン希望者は、全国を選択肢にし、コミュニティの雰囲気で移住地を決めている。

長野県富士見町のコワーキングスペース『森のオフィス』や徳島県神山町のコワーキングスペース『神山コンプレックス』などはコミュニティが厚く移住者に人気のあるコワーキングスペースである。

4.4 コワーキングスペースの競合と優位性

コワーキングスペースは利用者のニーズに応えるために多様なサービスを提供しているが、当然ながら利用者はすべてのサービスを求めているわけではない。いくつかのサービスを利用するために会員になっている。

ここでそれぞれのサービスの競合について考えてみたい。

まず場所の競合から考える。一人でパソコンを使う仕事の場所、移動しながらであれば新幹線等の交通機関が選択される。移動が伴わなければ、一般的には喫茶店が選ばれる。一方web会議など音の出るケースは防音個室のあるコワーキングスペースが優位である。

次に最新情報の提供サービスでは、利用者の検索力にもよるがインターネットが最有力である。無料のものが多くかつ情報量が圧倒的である。一方、コワーキングスペースの優位性は、利用者の知らない幅広い情報を提供すること、すなわちプッシュ型の情報提供である。このプッシュ型の情報を利用者がどの程度評価するかでコワーキングスペースの優位性は決まる。

マッチングなどのセレンディピティ環境の提供については、単純なマッチングでは人数の多い分、インターネットが優位である。しかし、一方、コワーキングスペースではマッチング相手が上手く見つければリアルな同体験を通じて深い関係を築くことができる。また、友達の友達という数次の人間関係を通じて人脈を広く構築できるという点においてもコワーキングスペースに高い優位性がある。

仕事を得る営業面（マッチング）では、クラウドソーシングで探す方法が効率的である。クラウドソーシングサイトに掲出されている仕事の数膨大であり、自分に合った仕事を見つけることは容易である一方、コワーキングスペースで仕

事を見つけることができれば、打合せを対面ででき、仕事をスムーズに進めることができる点に優位性はあるが、地方のコワーキングスペースで仕事を発注しようとする利用者は少ない。

地方のコワーキングスペースで仕事を受けることは極めて稀なケースである。むしろコワーキングスペース運営者やフリーランスが自らプロジェクトを起こしていくことで仕事を作り出すこの方が、仕事の依頼を待つよりも早い。地方の場合は利用者にプロデュース能力が求められ、能力があれば活躍の場ができると言える。

移住希望者にとっては、地域情報はインターネット上である程度得ることができるが、移住を成功させるにはリアルな人間関係を構築する必要があり、コワーキングスペースで繋がりを作りたいという移住者は少なくない。移住者にとってはコワーキングスペースが大きなツールである。

以上競合優位性の視点でコワーキングスペースを見れば、コワーキングスペースは、やはり対面性に大きな優位性がある。ユーザーの期待は、仲間・コミュニティづくり・セレンディピティにあり、すなわちコワーキングスペースの交流会、イベントが優位性のあるサービスと言える。

コワーキングスペースは、場所、情報の提供を通じて、コワーキングスペースしか提供できないコミュニティの形成、セレンディピティの提供が最大のサービスとなる。

5. 山形県のコワーキングスペース

山形のコワーキングスペースは、他県と同様に増加している。現在コワーキング.comに登録されている数は16である。2014年に山形県第1号で民営の『スタジオ八百萬』、同年山形市に『なれあい』、2017年に酒田市に『LIGHT HOUSE』等、民間の開設が続いた。一方、行政では2021年山形県が山形駅霞城セントラル内に『ジョージヤマガタ』、22年村山市『Link MURAYAMA』、など、近年は行政による開設が続いている。22年の『Co-GO Works』（米沢市）を除けば最近民間による開設は多くない。その背景にはやはり利用者が少ないという現実があるのだろう。

表2. 2021年以降の山形県内の開設状況

名 称	開設年
天童コワーキングスペース (天童市図書館内)	2021年6月
コワーキングスペースジョージヤマガタ (山形駅霞城セントラル内)	2021年11月
コワーキングスペース高畠 (高畠町産業振興センター内)	2022年4月
コワーキングスペース プラス2 (長井市)	2022年5月
Link MURAYAMA (旧楯岡高校跡)	2022年9月
コワーキングスペース Co-Go Works (米沢市 米沢総合卸売センター内)	2022年5月
コワーキングスペース米沢 (米沢駅内)	2023年1月 (予定)

出典:筆者調査 (2022年)

6.山形県のコワーキングスペース利用者

コワーキングスペースの利用者として最も期待されるのはコミュニティを求めるフリーランスとなるが現状山形では多くない。

山形県に限らずビジネス市場の大幅な拡大が現状期待できない地方では、従来からのフリーランスはすでに仕事を受注するルートを持っていると考えられ、コワーキングスペースでコミュニティを作り、仕事を得るという発想はあまりない¹⁾。

表3. 山形県内のコワーキングスペースの会員数

名称	所在地	会員数
kokage (Link MURAYAMA前身)	村山市	会員:327名、年間3,000名が利用
サンロク	酒田市	会員数90人(一般69人、学生21人)
スタジオ八百萬	米沢市	実働6人
LIGHT HOUSE	酒田市	シェアオフィス会員9社 バーチャルオフィス会員3社 メンバーシップ会員(無料会員)400人超
のくらし	新庄市	20人、社会人のみ。

出典:新しい働き方コンソーシアム調査(2019年10月)

また新たにフリーランスなるワーカーが同じ理由で多くなく、結果としてフリーランスの利用者が増えない現状がある。

また会社員が在宅勤務時に自宅代わりに利用するケースやコミュニティ・セレンディピティを求めて利用するケースは、山形県内企業のテレワーク実施率が首都圏等の大都市圏よりも低く、利用者数は少ない。

対して起業者の利用については、セレンディピティが期待され他に代わる場がなく、利用者を増やす可能性は高いと思われる。

また、移住希望者についても同様に、コワーキングスペースに代わるものは少ない。ただ山形県が移住を促進するには、厚いコミュニティが必要であるが会員の少ない現状では十二分なコミュニティの醸成、コミュニティの活動が必ずしも活発でない現状ではある。

7.山形県のコワーキングスペースの課題

コワーキングスペースの優位性はコミュニティの形成、セレンディピティの提供であるから、これを活かしていくために現状から見える今取り組むべき課題をあげる。

起業志望者、移住希望者への一層のサービスが必要になっている。起業志望者には、技術開発・製造、販売・PR、経営・マネジメント、財務・税務・法務等起業に必要な各分野のコンサルティング支援を強化すべきであろう。

移住希望者には、地元とのマッチング、コミュニティづくりのための交流会の開催など支援が欠かせない。ワーケーションツアーをコワーキングスペースで開催するなど有効

である。

フリーランスについては、ビジネス市場の拡大を支援すべきで、やはり新規でコワーキングスペースを利用するフリーランスの育成を推進していくことが重要になろう。無職層や副業希望者の掘り起こし、コワーキングスペースの魅力を伝えていく必要がある。無職層、副業者、起業家の掘り起こしを目的とした各種イベントのコワーキングスペースでの開催などが想定される。

8.まとめ－ユーザーの育成－

テレワークが引き起こすサードプレイスの発展、さらにはワーカーの流動化から生まれるコワーキングスペースの実態、ならび地方の代表例として山形県内のコワーキングスペースの実情を確認した。コワーキングスペース黎明期の先進的運営者の開設が続き、起業支援でもあるコワーキングスペースの整備が現在行政の手で続いているが、利用者増に至っていない。

新しいワークプレイスには、やはり新しいワーカーが必要であり、起業家、移住者、新たなフリーランスワーカーの育成、そしてテレワークの推進が必要であろう。山形県内のコワーキングスペース数は人口当たりでは大阪等近畿圏に次ぐものであり、県民の意識は高い。

コワーキングスペースの開設が続いた今、第2弾の施策としてユーザーの育成を進めていくべきであろう。

参考文献

- 1)松村茂(2022)「テレワーカーが地方で仕事を継続できない条件」、日本テレワーク学会第24回研究発表大会予稿集原稿,pp32-36
- 2)松村茂・佐藤洋介(2021)「地域活性化におけるコワーキングスペースの役割に関する考察」、東北芸術工科大学紀要29号
- 3)松村茂(2019)「テレワーク社会が開く地域社会地域社会におけるテレワークとコワーキングスペースの考察」、東北芸術工科大学紀要27号