



1

CHAPTER

# オフィス移転、その前に

オフィス移転は、企業にとってとても大きなイベントです。現状の問題点の把握から移転後のレイアウトに至るまで、考えなくてはならない準備事項は山ほどあるのです。最初から完璧なスケジュールを組むのは不可能なので、最後に「作業時間が足りない!」ということのないように、スタート時から余裕を持って行動しましょう。

## オフィス移転計画立案の前に決めておくべきこと

- 移転の目的、動機を明確化
- 新オフィスの規模・立地・設備などの移転先条件を決定

オフィス移転計画として「移転の目的と動機」を明確にしておきましょう。このキーワードと基本コンセプトは最後まで念頭に置いておいてください。たとえば、「オフィスを拡大したい」「オフィスを縮小したい」「企業イメージをアップしたい」「社員のモチベーションを高めたい」「オフィス環境を改善したい」「コストを削減したい」などの目的や、「賃料が高い」「立地が悪い」「建物・設備が古い」などの動機です。

それらに基づいて、新オフィスの規模、立地、設備などの移転先条件を決めていきます。「事務所スペースは何坪くらい必要か?」「どこの地域が最適か?」「賃料と共益費などのランニングコストの予算は?」「保証金も含めた総予算は?」「空調時間、OAフロア、電気容量、電話回線、光ファイバー、駐車場などの必要な設備は?」「今後の事業計画は?」「増員計画は?」「移転時期はいつ頃の予定か?」などです。

- 企業ブランディングと社内モチベーション
- 心地よい場所にいると、いいアイデア

## 1 企業戦略として考える移転

企業イメージの統一	<ul style="list-style-type: none"> <li>● オフィス移転を機会に、企業コンセプトやCI(コーポレートアイデンティティ)に基づいたオフィス空間をデザインして、企業イメージの統一をはかる</li> <li>● 企業イメージを向上させることで顧客の好感を得ることができ、業務拡大を実現する</li> </ul>
エントランスデザイン	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業のイメージアップをはかるため、エントランスでのゲスト対応やプレゼンテーション機能を備えたゲストスペース、来訪者に質の高い受付スペースを提供する</li> <li>● 社内の従業員に対しても、会社のメッセージや理念を視覚的に理解させ、モチベーションを向上させるという効果が期待できるエントランスデザインにする</li> </ul>
リクルーティング効果	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業の魅力が高まり、リクルーティングにも効果を発揮するオフィスデザインに見出す</li> <li>● 優秀な人材を採用・育成・確保することができる従業員「働きやすさ」や「心地よさ」を取り入れたオフィスデザインを導入する</li> </ul>
ビルのグレード	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業の信頼度向上のために、充実したアメニティスペース、高度なセキュリティシステムが整備されたオフィスビルへ移転を目指す</li> <li>● 企業として、従業員からの信頼性も高めるため、安心して働けるセキュリティレベル</li> </ul>

## 2 業務拡大・業務縮小それぞれの目的に合わせた移転

急速な成長に伴いオフィスを拡大する場合	「人員増加により広いオフィスに」という場合、それに伴い「対外的な企業イメージのアップ」「社員のモチベーションアップ」も考えられているはずです。会社の成長と同時に「自社らしさ」を表現することが必要となってきます。その際、オフィスビルの立地やオフィス環境には、非常に重要な役割を持っています。また、入居しているテナントの質や内容でビルのグレードが評価されます。あらかじめ確認しておくとういでしょう。
人員整理、コスト削減などに伴いオフィスを縮小する場合	「人員減少、賃料コスト削減により狭いオフィスに」という場合であっても、「対外的な企業イメージ」「社員のモチベーション」は決して下げることはできません。オフィスビル選定とオフィスプランニングはきちんと行いましょう。オフィスレイアウト後に余ったデスクやチェア、ロッカーなどを廃棄するには費用がかかりますので注意が必要です。最近では、オフィスの空室率上昇により、現オフィスの賃料よりも安く、立地もよく、設備も新しいオフィスビルが比較の見つかりやすくなっています。

アが生まれそうな気がするものです。快適な空間は心の中の開放感を生み出します。オフィスは単に机やイスがある空間ではなく、「働く人たちをやる気にさせる場所」と捉えましょう。

昨今では、採用活動や企業ブランディングにおいても、オフィスデザインが重要なファクターになっていきます。オフィス空間を変えることで、人がイキイキと働く。会話がはずみ、新しいアイデアが生まれ、企業も人も成長していく。新しいオフィスを構えることは、企業戦略の一環ともいえます。そのため、オフィス移転という絶対の機会を、単なる広さや地域によるオフィス物件選びで終わらせるのではなく、業績アップのチャンスと考える企業も増えてきました。

そのような企業は、たとえば図表①のようなことを考えることで、他社との差別化をはかり、業務拡大を実現しています。

### 移転する際の注意点

- 現入居オフィスの契約書で解約予告の時期・保証金の返還時期・原状回復などを確認
- 解約予告をする時期
- 賃貸オフィス契約の解約には、契約期間終了による場合とテナント側の諸

事情による中途解約があります。

一般的には同じ扱いですが、通常「六か月前まで」に解約予告をする旨が契約書に記載されています。確認し、早めに移転の連絡を済ませましょう。正式な解約予告の通知は、移転先が決定してから提出する場合があります。

● 予告期間に満たない中途解約  
予告期間に満たない中途解約の場合、予告期間までの賃料は支払わなければなりません。その場合、解約日までは賃料を支払うことになるので、新入居オフィスと現入居オフィス両方の家賃を二重に支払うこととなります。このような事態は避けたいですが、その際、賃料だけでなく、共益費を含むのかをきちんと確認しましょう。

● 保証金の返還時期と返還額  
保証金の返還は、返還時期、返還額を確認しておきましょう。

保証金とは賃料の支払い債務、あるいはそのほかの債務の担保として無利息で貸主(ビルオーナー側)が預かるもので、賃貸借契約が終了したときに借主(テナント側)に返還されます。返還時期は、旧オフィスの明け渡し時、または明け渡しから三か月後、あるいは六か月後という場合が多いようです。

賃貸借契約終了明け渡しまでに、テナント側(借主)に賃料の未払いやその他の債務がなければ、保証金は通常、

原状回復費用を差し引いた金額がテナント側(借主)に返還されます。また、償却(敷引)がある場合は、何%かなどを確認しましょう。

● 現オフィスの原状回復費用支払い  
オフィスの原状回復は、契約終了後にテナント側(入居企業)が現在入居中のオフィスを原状回復する義務を負うのが通常です。一般的には、壁、天井、床などの塗り替え・張り替えはテナント側が費用負担する場合がありますが、「どこまでが原状回復か」「工事の施工会社の選択はテナント側で決めることができるか」などの問題があるため、事前にビルのオーナーと相談しましょう。

原状回復の範囲は、内装全般から設備関係に至るまで入居時の状態に戻すことが基本です。工事の施工会社の選択はビルにより異なりますが、基本的にはビル側の指定施工会社が存在します。特に大規模のビルやビル管理会社、ビルメンテナンス会社が入居しているビルの場合は、必ず指定されます。できれば入居時の写真を撮影し、付き合っている施工会社などがあれば、そこに見積もりしてもらった方がよいでしょう。それを基に、指定の施工会社による原状回復工事の見積もりをチェックします。原状回復の費用に関しては、交渉次第という場合もあるので、必ず

- 移転計画のチェックポイント
- 解約予告をする
- 保証金の返還時期と返還額を確認
- 原状回復の条件を確認
- 移転の目的・動機・理由
- ※重要(最後まで念頭に置き、忘れないようにしよう)
- 移転する時期(年 月 頃)
- 必要な面積(坪)
- 最適な地域・立地条件
- 必要な設備
- 駐車場の有無
- 賃料・共益費の確認
- 保証金の予算
- 移転にかかる総予算

交渉した方がよいのです。



● オフィス移転の計画を立てるときには、必ずその目的を明確にすること

● オフィスの移転は企業戦略の一環と考え、企業価値や従業員のモチベーションにも影響を与える

● 移転の際は、現在入居しているオフィスの解約予告の時期・保証金・原状回復などについて、契約書を

確認すること