

# コワーキングに着目したワークプレイスに関する研究 修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチとテキストマイニングを用いた分析

松本 直人\*1 ○渡辺 修司\*2 松本 裕司\*3  
城戸崎 和佐\*4 仲 隆介\*5 山口 重之\*6

キーワード：コワーキング ワークプレイス 観察調査  
修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ コミュニティ形成プロセス テキストマイニング

## 1. 研究の背景と目的

今日、ICTの発達に伴い、働く場所の選択肢は多様化している。また、企業のダウンサイジングは進行し、ビジネスユニットは企業から個人へと移行しつつある。こうした背景を踏まえ、従来のように特定の個人や組織に固定的に属していたスペースは分散され、一時的な活動拠点として必要に応じて協働できる場が今後求められる。本江(2006)は、没場所性が瀰漫し散漫な様相を示す現代社会において、場所へのコミットメントを支援することを通じて、新たな形の「場所」論的な共同体の再構築をはかるべく、その方法として「環境情報デザイン」という枠組みを提示した<sup>[1]</sup>。筆者らによる研究<sup>[2][3]</sup>では、企業のワーカーを調査対象として、オフィス内における場所選択の重要性を示してきた。しかし、都市に分散化した個人の働き方、働く場に関する研究はほとんど行われておらず、その実態は未だ明らかになっていないと言いがたい。そこで本研究では、次のステップとして個人が非定住型の働き方をしながらも協働する事例として、コワーキング<sup>注1)</sup>(以下CW)、及びそのための場所であるコワーキングスペース(以下CWスペース)をとりあげ、その価値と課題を明らかにすることを目的とする(図1)。

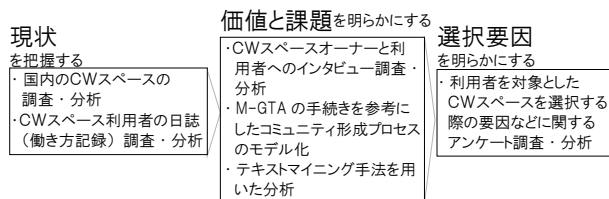


図1 研究のプロセス

## 2. 国内のCWスペースに関する調査

まず、国内のCWスペースに関する情報をインターネットより収集した<sup>注2)</sup>。

国内のCWスペース数の推移を図2に示す。2012年1月現在、国内には54箇所のCWスペースがあり、2011年から急速に増加している現状を確認した。また、CWスペースを「独立タイプ」、「カフェ・バータイプ」、「企業内タイプ」、「シェアオフィスタイプ」、「その他のタイプ」に分類した。独立タイプ以外のCWスペースが半分以上を

占め、これらのスペースは使用されていない場所の活用や新たな機能の付加といった点で都市ストックを活用していると言える。施設タイプごとのスペース数を図3に、それぞれのタイプの特徴を表1に示す<sup>注3)</sup>。

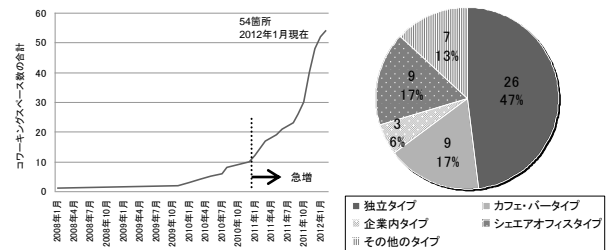


図2 CWスペース数の推移 図3 施設タイプごとのスペース数

<b>独立タイプ</b> CWスペースを主目的に運営するタイプ。 このタイプが最も多く、全体の半分近くの割合を占める。料金は安いところが多いが、規模はワンルームのところが多く、会議室やブース席などの設備は整っていないところも多い。ドロップインと入居の両方を選択できるところが多い。
<b>カフェ・バータイプ</b> 電源や無線LAN環境の整ったカフェをCWスペースとして開放するタイプ。 料金は飲食代に含まれているところが多い。規模はワンルームのところが多く、オフィスとして専用の設備はほとんどない。ほとんどの場所がドロップイン利用にしか対応していない。
<b>企業内タイプ</b> 企業のオフィスの一角をCWスペースとして活用するタイプ。 最も少ない施設タイプである。利用料金は安い、規模はワンルームであり、営業時間も短い。設備も整っていないところが多く、入居には対応していない。
<b>シェアオフィスタイプ</b> シェアオフィスやレンタルオフィスなどの、個室やブース席以外のエリアをCWエリアとして活用するタイプ。 カフェ・バータイプと並び、二番目に多い施設タイプである。利用料金は高いが、会議室や固定ブースなど充実した設備が整っているところが多い。ドロップインに対応しているところは少なく、ほとんどの場所で「入居」形態しかない。
<b>その他のタイプ</b> 銀行や古民家、住宅のガレージ、イベントスペースなど、上記以外の場所をCWスペースとして活用するタイプ。 四番目に多い施設形態である。料金は安いところが多く、イベントスペースの設備を備えているところが多い。ドロップインと入居の両方に対応している場所は少なく、入居のみかドロップインのみの利用形態を取る場所が多い。

表1 施設タイプごとの特徴

## 3. CWスペース利用者の働き方に関する調査

CWスペースの使われ方と利用者の働き方を把握するために、スペースの日常的な利用者7名<sup>注4)</sup>(回収率50%)を対象に日誌調査を行った(2011年12月20日~1月13日の任意の5日間)。収集した行動データの項目を表2<sup>注5)</sup>に示す。

表 2 日誌調査により収集した行動データの項目

①被験者の属性	氏名、性別、年齢、職種、利用しているスペース名	
②「いつ」	「開始時間」、「終了時刻」を記載させた	
③「どこで」	施設内	自席(フリーアドレス席含む)
		自席外(会議室やリフレッシュスペース)
		取引先オフィス(取引先、役所など)
	施設外	自宅・宿泊先
		その他ワークプレイス(カフェやレストランなど)
		移動(鉄道、タクシーなど)
④「何を」	作業(事務・設計など)	
	打ち合わせ・会議	
	食事	
	その他(読書、ネットサーフィンなど)	
⑤「誰と(会話を伴った行動の場合についてのみ)」	共に仕事を進めている(プロジェクトメンバー、取引相手)	共に仕事を進めていない(それぞれ別の仕事を進めている)
	同じCWスペースを通した関わり	d
	他のCWスペースを通した関わり	a
	CWスペースを通した関わりなし	b

3.1 被験者の働き方に関する基礎的な調査結果

被験者ごとに、「働く場所」、「行動内容」、「CWスペースの使われ方」、「コミュニケーション行動」の特徴を整理し、個人の働き方の多様性を示した(表3)。CWスペースの利用の仕方は、大きく「働く選択肢の1つとしての短時間利用」と「働く拠点としての長時間利用」の2通りに分けられた。

表 3 被験者ごとの働き方の特徴

	滞在場所の特徴	行動内容の特徴
被験者 A	取引先の滞在時間が長い CWスペースにもある程度滞在している	定例会議、インフォーマルな話し合いの時間が長い 移動時間が長い
被験者 B	CWスペースでは5日間のうち3日間ほどの利用頻度 CWスペース内においては自席よりも自席外によく滞在している 自宅、宿泊施設の滞在時間が長い	移動の時間が短い 定例会議・インフォーマルな話し合いの時間が短い 事務作業、書類作成、設計の時間が長い
被験者 C	CWスペースでは自席しか使わない その他ワークスペースの滞在時間が長い	事務作業、書類作成、設計などの時間が短い 定例会議、インフォーマルな話し合いの時間が長い 朝食(昼食)会議、宴会などの行動時間が短い 移動時間が長い
被験者 D	CWスペースの滞在時間がかなり長く、自席しか使わない 取引先オフィスの滞在時間は短い	移動時間が短い 読書、ほっとする、ネットサーフィンなどの行動時間が長い 朝食(昼食)会議、宴会などの行動時間が短い
被験者 E	その他ワークスペースの滞在時間が長い	読書、ほっとする、ネットサーフィンなどの行動時間が長い 移動時間が長い
被験者 F	CWスペースでは5日間のうち3日間ほどの利用頻度 取引先オフィスの滞在時間が長い	移動時間が短い 事務作業、書類作成、設計などの時間が短い 読書、ほっとする、ネットサーフィンなどの行動時間が長い
被験者 G	CWスペースの滞在時間は長い日が多い 取引先オフィスの滞在時間が長い 自宅、宿泊施設の滞在時間が長い	朝食(昼食)会議、宴会などの行動時間が長い 移動時間が長い
	個人作業をする場所の特徴	コミュニケーション行動の特徴
被験者 A	自席、取引先、オフィス、自宅を使い分けており、自宅での作業時間が長い。	c,fとコミュニケーションをとっており、fとのコミュニケーションが最も多い。
被験者 B	自席、自席外、自宅を使い分けており、自宅での作業時間が6割以上を占めた。	c,fとコミュニケーションを取っているが、いずれの相手とも時間は短く、被験者全員の中で最も合計時間が少ない。
被験者 C	自席、取引先、オフィス、自宅を使い分けており、自席での作業時間が5割以上を占めた。	a~fの全ての相手とのコミュニケーションを取っており、a,fとの時間が長く、dとの時間が最も短い。被験者全員の中で最も合計時間が長い。
被験者 D	自席、自席外、自宅を使い分けており、自席での作業時間が7割以上を占めた。	c,d,fとコミュニケーションを取っており、dとの対話時間が最も長い。
被験者 E	自席、自席外、自宅、その他ワークプレイスを使い分けており、自席での作業時間が7割近くを占める。また移動中も作業するところもある。	a,c,d,fとコミュニケーションを取っており、cとの対話時間が被験者の中で最も長い。被験者全員の中で合計時間が3番目に長い。
被験者 F	自席でのみ作業している。	Cとのみコミュニケーションを取っている。
被験者 G	自席、取引先、オフィス、自宅、その他ワークプレイスを使い分けており、自席での作業時間が6割近くを占める。また移動中も作業時間にあてている。	A以外全員とコミュニケーションを取っており、cとの時間が最も長い。被験者全員の中で合計時間が2番目に長い。

3.2 時系列でみた行動場所の分析<sup>注6)</sup>

CWスペース(施設内)は昼過ぎから夕方頃に利用される傾向があり、日中に自宅・宿泊施設での行動も見られた(図4)。また、会話相手別の推移(図5)を見ると、被験者C「CWスペースを通した関わりがなく、共に仕事

を進めている相手」とのコミュニケーション時間が最も多い(44%)。このコミュニケーションは、12時を境に減少していることから、午前中に「取引先オフィスで打合せ」をした後にCWスペースを利用すると考えられる。

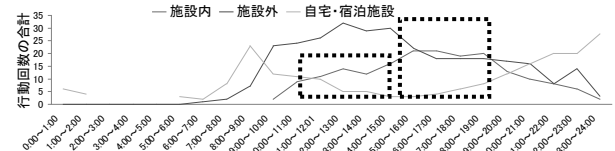


図 4 場所別の行動回数の推移

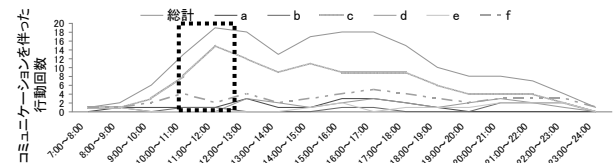


図 5 会話相手別の行動回数の推移

4. CWの価値と課題に関するインタビュー調査

CWの価値と課題を明らかにするために、CWスペースのオーナー11名、利用者11名を対象に半構造化インタビュー(30分~40分/1名)を行った(平成23年12月15日~17日、21~30日)。主な設問項目を表4に示す。

表 4 インタビュー設問項目

<b>オーナーに向けた質問項目</b>
オーナーの属性、施設の概要、利用者の特徴、コラボレーションについて、コミュニティについて、メリット・デメリット、今後の課題と展望、その他
<b>利用者に向けた設問項目</b>
利用者の属性、働き方について、利用の経緯、企業との比較、集中とコミュニケーションについて、コラボレーションについて、コミュニティについて、空間について、メリット・デメリット、今後の課題と展望、その他

4.1 インタビュー調査の基礎的な分析結果

インタビュー調査の回答を分類すると、<①利用者の特徴>、<②場所の使い分け>、<③問題意識、ビジョン>、<④CWの価値と課題>、<⑤コミュニケーション>、<⑥コミュニケーションを促す施策>、<⑦CWの理解>の7項目に分類できた。特徴的な知見が得られた④、⑤、⑥について、以下に述べる。

<④-1: 働く場所を選ぶ際の新たな選択肢>

オーナーと利用者共通して、CWスペースの選択要因として、「人」が多く(6名/利用者11名)挙げられた。「誰と」働くかが、働く場所選択に影響を与える要因の1つとして重要視されていると考えられる。

<④-2: CWの価値>

- ・利用者、オーナーともに「コミュニケーションできる」ことに価値を感じていることを確認し、場所の共有により「ミーティングコスト(時間、手間)を下げる」価値が挙げられた。
- ・その他の価値としては、「価格が安い」、「信頼関係の構築」、「都市ストックの活用」、「集中できる」、「アイデアが出やすい」、「働いて楽しい」が挙げられた。

<④-3: CWスペースの機能>

・「新しいサービスや家具をテストする場」、ショールームとしての機能が挙げられた。

<④-4: CWスペースの課題>

利用者の回答から、「集中できない」課題が挙げられた。また、今後の課題として「コミュニティが強まり、新しい人が入りにくくなる」課題が挙げられた。

・オーナーの回答からは、「セキュリティがない」ことが共通して挙げられた。

・利用者、オーナー双方から、オフィススペースを共有している点で「入居企業の格が下がる」課題が挙げられた。

<⑤: コミュニケーションが起こりやすい要件>

コミュニケーションが起こる要件が、「利用者同士の共通項があること」、「適度な距離感があること」、「利用者の多様性があること」、「利用者の流動性があること」の4点に整理された。

<⑥-1: 情報発信の重要性>-CWスペース内-

場所の選択ができないCWスペースでは、「お互いに空気を読む」ことで集中とコミュニケーションのバランスを取っているという回答がオーナーと利用者に共通していた。空間による仕切りやイヤホンといった分かりやすい意思表示はもとより、facebookやtwitterなどによる発信も状況をコントロールするためのツールとして機能していると考えられる。また一方で、他者の「発信」に「気づく」ための設えも重要であると考えられる。

<⑥-2: 情報発信の重要性>-CWスペース外-

オーナーがCWスペースの情報を外部に発信することにより、自動的に利用者のフィルタリングが掛かり、職種や興味の似た人を呼び寄せるという回答が共通して挙

げられた。外部にどんな情報を発信するかによって、どれだけ似通った人が集まるかをある程度コントロールできると考えられ、情報発信によるコミュニティ形成が可能になっていると考えられる。

4.2 CWコミュニティ形成プロセスのモデル化

人間の行動の説明と予測と、説明力に優れた理論の生成に有効であるM-GTA（修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ<sup>注7)</sup>[4]）の手続きを参考に、CWスペースにおけるコミュニティ形成プロセスのモデル化を行った（図6、表5）。コミュニティ形成の施策として、オー

<b>1) 多様な人のハブ・プラットフォームとなる場の構築</b>
目的:「イノベーションを起こす」、「プロセスのモデル化」、「地方に活かす」(③より)
<b>2) 利用者を求心力としたコミュニティ形成、場所のキャラクターの定着</b>
他には、「空間、設え」、「価格」、「アクセス」、「オーナー」による求心力(④より)
<b>3) 利用者同士の共通のコンテキスト</b>
「場所と時間の共有」、「職種、ビジネスの共有」、「仕事以外のところでの共有」(⑤より)
<b>4) 適度な距離感</b>
コミュニティの求心力(利用者の場へのコミットメント)と遠心力(利用者の多様性と流動性)のバランスが取れている状態(⑥より)
<b>5) オーナーによる適切なファシリテーション</b>
「紹介」、「イベント」、「営業」、「発信」、「利用者のフィルタリング」、「場所のイメージ作り」、「制度作り」、「場の更新、把握」、「セキュリティ対策」(⑥より)
<b>6) 利用者の意識改革</b>
利用者が積極的にコミュニケーションする、場を盛り上げる状態(⑥より)
<b>7) 利用者による運営体制の確立</b>
利用者同士でのコミュニケーションやコラボレーションが自然発生する状態(③より)

表 5 プロセスの詳細(番号は4.1と対応)

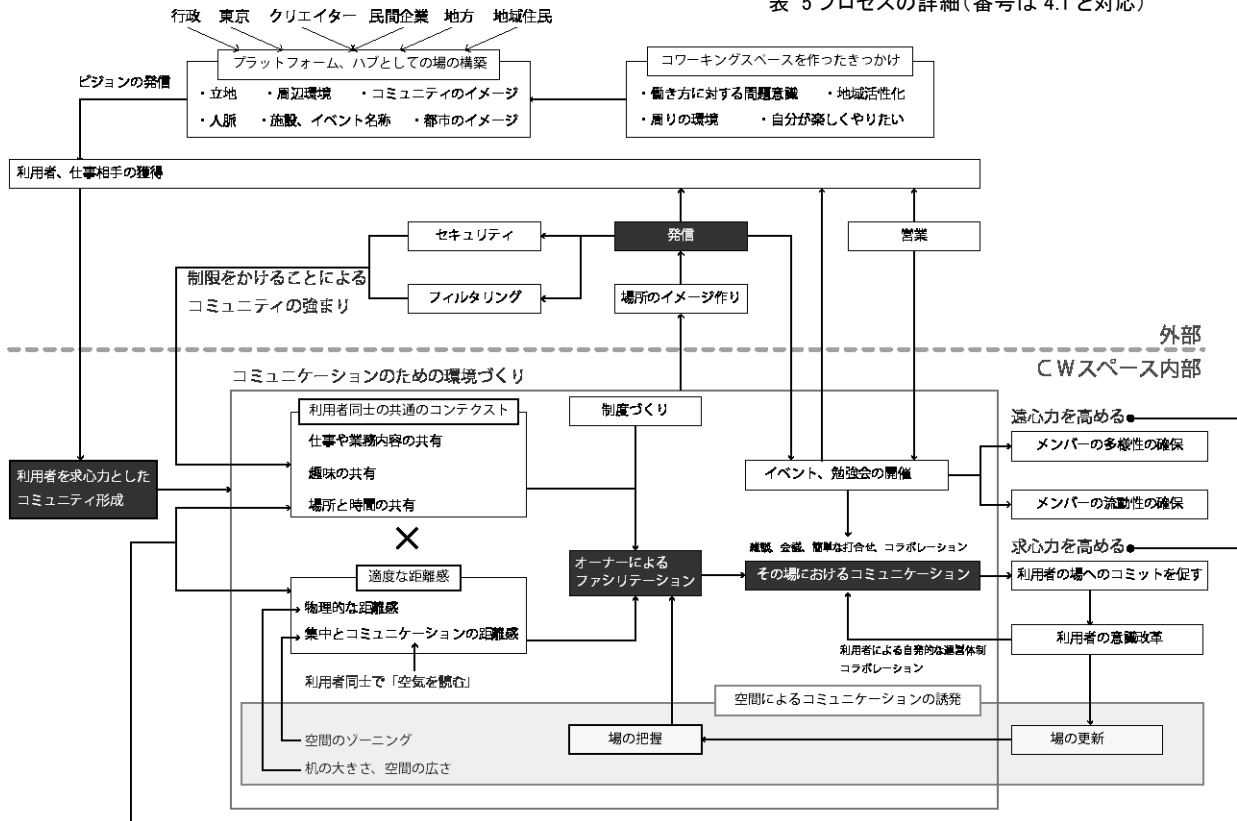


図 6 M-GTAによるコミュニティ形成プロセスのモデル化

ナーに共通して「コミュニケーションを強要しない」姿勢が挙げられ、「利用者同士の自発的なコミュニケーション」が理想として挙げられた。従って、利用者に「コミュニケーションを取る」意識を浸透させると共に、そうしたコミュニケーションを阻害しない環境の形成、維持が重要だと考えられる。

### 4.3 テキストマイニング手法による分析

インタビュー調査で行われた知見に定量的な考察を加えるためにテキストマイニング手法を用いた。まず、インタビューの発言内容から頻出語を抽出するために形態素解析を行った。その結果、「面白い」が頻出しており<sup>注8)</sup>、働くことに対する「面白さ」という概念が、近年新たに注目されている現状が伺え<sup>注9)</sup>、CWスペースで起こる事象に対する印象としても特徴的だと考えられる。

「面白い」と出現パターンの似通った語を調べるために、共起ネットワーク分析を行った。グラフを見ると(図7)、「人」や「話」、「コワーキング」、「言う」と共起関係が見られ、CWスペースを利用する人や、CWスペースでのコミュニケーションについて「面白い」と評価されていると考えられる。

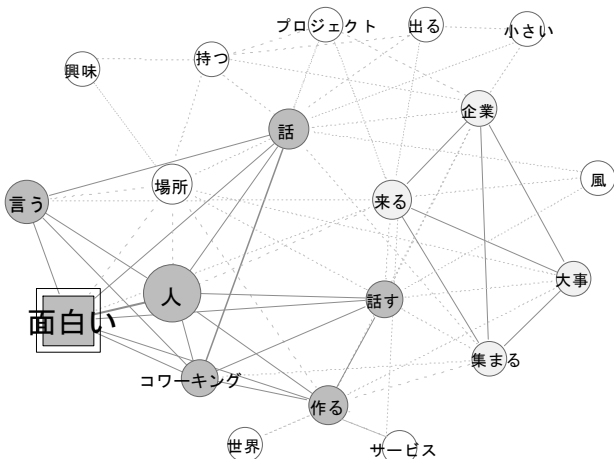


図7 「面白い」の共起ネットワークグラフ

## 5. CWスペース利用者の場所選択要因

利用者がCWスペースを選択する要因を明らかにすることを目的とし、CWスペースを日常的に利用するワーカー40名を対象としたWebアンケート調査を行った(2012年1月10日～16日)。設問項目を表6に示す。

表6 アンケート設問項目一覧

＜被験者の属性に関する項目＞	
A01 年齢	A02 所属
A03 職種	A04 利用しているコワーキングスペース名
A05 利用の仕方	A06 平均的な滞在時間
A07 利用頻度	A08 スペース内においてグループワークを行う頻度
A09 イベント(勉強会、新年会など)の参加頻度	A10 スペース内における雑談内容の傾向
A11 利用しているスペースの総合的な満足度	
＜スペース選択に与える影響度と満足度に関する設問項目＞	
B01 興味ある内容のイベントが開催	B02 利用料金が安い
B03 いつでも利用できる	B04 セキュリティ対策が取られている
B05 アクセスが良い	

B06 オーナーの仕事内容や人柄	B07 利用者の仕事内容や人柄
B08 オーナーの適切なファシリテーション(紹介など)がある	B09 利用者の数
B10 スペースのレイアウトや動線が適切である	
B11 空間デザイン(インテリア・照明・植栽など)が好みである	
B12 スペースに個性が表現されている	B13 広さは適切である
B14 リラックスしながら自由にコミュニケーションできる	
B15 あまり話さない人とも、偶発的に話す機会が得られる	
B16 各自が他のメンバーに向けて、情報を発信できる	
B17 見通しがよく、周りの人の状況や個性が見えやすい	
B18 集中して作業できる	
B19 作業の内容や気分に合わせて場所を選ぶことができる	
B20 デスクの広さや形状は適切である	
B21 執務チェアの座り心地や形状は適切である	
B22 設備(コピー機、スクリーン等)が適切に配置されている	
B23 第三者からのイメージ、評価	
B24 スペースのビジョン、コンセプト(課題意識)	

## 5.1 属性の分析結果

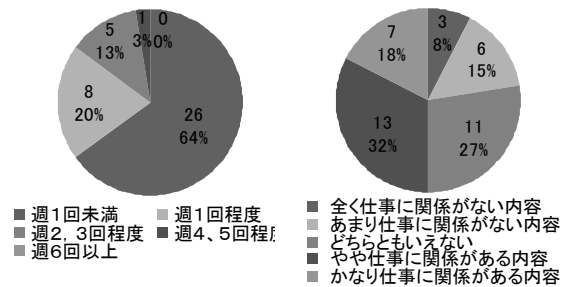


図8 グループワークの頻度 図9 雑談内容の傾向

A08「グループワークの頻度」は週1回未満が最も多く(図8)、それぞれ別の仕事を進めていると考えられる。A10「雑談内容の傾向」は「仕事に(やや、かなり)関係がある」の割合が半分以上を占めたのに対し、「(全く、あまり)仕事に関係がない」は2割程度だった(図9)。利用者が別の仕事をしながらもお互いの仕事についてアドバイスや相談を行っていると考えられる。

また、A10「雑談内容の傾向」別にB14「リラックスした自由なコミュニケーション」の満足度をみると(図10)、雑談内容が仕事に関係のある方が、リラックスしながら自由にコミュニケーションできると評価される傾向が読み取れた。

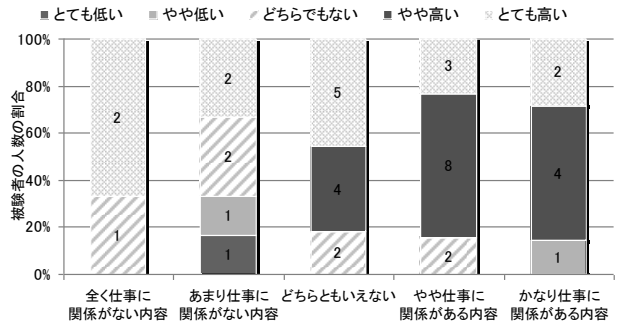


図10 雑談内容の傾向別の「リラックスした自由なコミュニケーション」の満足度

## 5.2 場所選択への影響度と現状の満足度に関する分析結果

それぞれの項目の平均値を図11に示す<sup>注9)注10)</sup>。

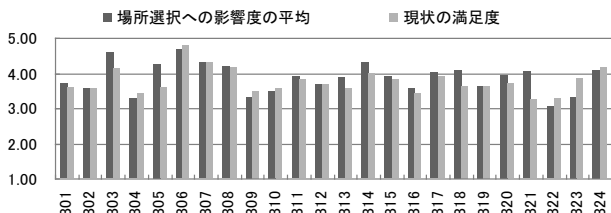


図 11 項目ごとの影響度と満足度の平均

### <影響度について>

B03「いつでも利用可能」、B06「オーナーの仕事内容や人柄」、B14「リラックスした自由なコミュニケーション」が他の項目より高く、B04「セキュリティ対策」、B09「利用者の数」、B22「設備の適切な配置」が他の項目より低い。

### <満足度について>

B06、B07「オーナー、及び利用者の仕事内容や人柄」が他の項目より高く、B21「執務チェアの座り心地や形状」、B22「設備の適切な配置」が他の項目より低い。

## 5.3 相関分析の結果

### <総合的な満足度との相関分析結果>

表 7 総合的な満足度と他の項目との満足度の相関分析結果

利用しているスペースの総合的満足度との相関係数	B01	B02	B03	B04	B05	B06	B07	B08
	.565**	.018	.320*	.378*	.477**	.555**	.416**	.443**
	.298	.294	.398*	.396*	.416**	.578**	.476**	.290
	.469**	.512**	.411**	.450**	.308	.174	.363*	.366*

Spearman の順位相関係数による検定 \*5%水準で有意 \*\*1%水準で有意  
Spearman の順位相関係数による検定 \*5%水準で有意 \*\*1%水準で有意

総合的満足度と最も高い相関が見られたのは、B14「リラックスした自由なコミュニケーション」の満足度であり、B01「興味ある内容のイベント開催」、B06「オーナーの仕事内容や人柄」の満足度とも中程度の相関を示した。

### <それぞれの設問項目同士の相関分析結果>

設問項目の満足度と影響度同士について相関分析を行った。相関係数が 0.600 以上のみ合わせを表 8 に示す。

表 8 設問項目同士の相関分析結果

B06 影響度と B08 満足度	.611**	.653**	.634**	.811**	.618**	.605**	.640**
B14 満足度と B14 影響度	.663**	.634**	.747**	.637**	.608**	.713**	.630**
B16 満足度と B15 満足度	.625**	.614**	.695**	.642**	.627**	.606**	.611**
B19 満足度と B18 満足度	.617**	.649**	.710**	.603**	.658**		

影響度と影響度の組み合わせ 満足度と満足度の組み合わせ 満足度と影響度の組み合わせ

Spearman の順位相関係数による検定 \*5%水準で有意 \*\*1%水準で有意

B14「リラックスした自由なコミュニケーション」と B15「他のメンバーへの情報発信」の満足度は強い相関が見られた。B18「集中して作業できる」と B19「作業の内容、気分に合わせて場所選び」の満足度に中程度の相関が見られ、作業内容や気分に合わせて場所を選ぶことにより、集中とコミュニケーションをコントロールできて

いると考えられる。また、B15「他のメンバーへの情報発信」と B16「見通しがよく、周りの人の状況や個性が見えやすい」の影響度に相関が見られ、情報発信をする人は周りの状況が把握できる環境を望む傾向がある。

## 6 まとめ

本研究では、先行研究のない新たな働き方であるコワーキング、及びコワーキングスペースの基礎的な実態を、多角的な調査・分析を通して明らかにした。また、働く場所の選択要因として「共に働く人」の重要性を示すとともに、情報発信の重要性について述べた。今後はコワーキングスペースにおける利用者の「雑談」や「情報発信」に着目した研究が求められる。

### 補注

注1)「個々に仕事を持ち働く人たちが、場所の共有だけではなく、コミュニケーションを図ることで、互いに情報、知識を共有する働き方」と定義した。

注2) 収集において、以下6点を満たす施設、またはそれが併設されている施設をCWスペースと定義した。1.所属する組織が異なる、又はフリーランスとして働く不特定多数のワーカーが集う/2.空間が仕切られていない/3.日常的に使用される/4.ワーカー同士のコミュニケーションを誘発させるファシリテーター、またはその役割を担う人物が常駐している/5.個人作業ができる/6.コワーキングという言葉を用いて施設の説明を行っている(なお、用い始めた時期は明確に判断できないため、施設の設立日をCWスペースの設立日として集計した)。

注3) ドロップインは数時間、一日単位で利用できるシステムであり、入居(または会員制)は一ヶ月以上、継続的に利用するためのシステムである。

注4) 対象者の選定については、4章で述べるインタビュー調査実施の際に直接協力を依頼した。職種は「フリーランス Web デイレクター」、「フリーランス/マーケティング」、「インターネット関連会社経営」、「会社経営(教育業界)」、「ライター/コンサルタント」、「製造業営業(新規事業、新規市場開拓)」、「演劇系 NPO」であった。

注5) 施設は「CWスペース等、普段よく利用するワークスペース」、自席は「フリーアドレス席を含め、施設内において拠点とするワークエリア」と定義した。

注6) 被験者の行動データを 0:00~24:00 までの一時間単位に分割し、一時間の間にその行動が一回でも行われていれば「一回」として集計した。

注7) 質的研究法の 1 つであるグラウンデッド・セオリー・アプローチは、データに現れた一事例の状況を知るのではなく、データを通して、その現象の構造とプロセスとを把握し、他の事例にも応用できるような理論を作り上げることを目標としている。M-GTA は分析方法に対する考え方の違いによりオリジナル版よりタイプ分けされたうちの 1 つである。

注8) インタビュアー、インタビュイーの発言内容を対象に行った。全体で55回出現しており、形容詞としては「多い」に次いで二番目に頻出していた。

注9) 影響度は「そのスペースの選択にどれくらい影響があるのかの程度」、満足度は「そのスペースの現状にどれくらい満足しているか」の程度であり、いずれも「とても低い」-「とても高い」の中から5段階で評価させた。

注10) 有意確率5%水準(games-howell の多重比較)で有意な差が見られた項目のうち、4つ以上の項目との差が見られた特徴的な項目について述べた。

### 参考文献

- [1] 本江正茂:場所へのコミットメントを支援する「環境情報デザイン」に関する研究; 日本機械学会 Design シンポジウム 2006 講演論文集, pp263-266, 2006
- [2] 松本直人, 他:ワーカーの視点から見たオフィス環境の要件に関する研究-キャプション評価法による評価傾向の分析; 日本オフィス学会誌第3巻第2号, pp71-76, 2011
- [3] 松本直人, 戸田久美子, 他:ワーカーがオフィスに求める場所選択の多様性に関する研究-業務内容及び空間特性の違いによる選択要因の把握-; 日本建築学会第 34 回情報・システム・利用・技術シンポジウム論文集, pp43-48, 2011
- [4] 木下康仁:グラウンデッド・セオリー・アプローチの実践; 弘文堂, 2003
- [5] 新世代オフィス研究センター:仕事をより面白くするオフィス; 北斗書房, 2011

- \*1 NEC ネットエスアイ株式会社 修士(工学)
- \*2 京都工芸繊維大学大学院工学研究科 博士前期課程
- \*3 京都工芸繊維大学大学院デザイン経営工学部門・新世代オフィス研究センター 助教 博士(学術)
- \*4 神戸大学大学院工学研究科建築学専攻 客員教授 修士(工学)
- \*5 京都工芸繊維大学大学院デザイン経営工学部門 新世代オフィス研究センター 教授 博士(学術)
- \*6 京都工芸繊維大学 NEO 特任教授/東京都市大学 工学博士

# A Study on Workplace for Coworking

-Analysis by Modified Grounded Theory Approach and Text Mining-

Naoto MATSUMOTO\*<sup>2</sup> ○Shuji WATANABE\*<sup>1</sup> Yuji MATSUMOTO\*<sup>3</sup>  
Ryusuke NAKA\*<sup>4</sup> Nagisa KIDOSAKI\*<sup>5</sup> Shigeyuki YAMAGUCHI\*<sup>6</sup>

Keywords : Coworking, Workplace, Interview Exploration,  
Modified Grounded Theory Approach, Process of Community Formation, Text Mining

## Background and Purpose

Today, with the development of ICT, choice of work place has been diversification. In addition, corporate downsizing in progress, the business unit is moving from corporate to individual.

Then, the spaces belong permanently to specific individuals and organizations as in the past are being dispersed, the place can work together as needed as a temporary base for non-settlement work style is required in the future.

Therefore, in this paper, we study focusing on “coworking” as an example of this work-style and “coworking space”.

## Methods and Results

First, using the internet survey, we clarify the current status of coworking spaces of the domestic, and using diary method for the users of coworking spaces, we clarify how the spaces are used.

Second, through interview survey for owners and users of coworking spaces, we clarify the value and problems of coworking and coworking spaces, and illustrate the process of community formation in coworking space by "Grounded Theory Approach". In addition, showed the importance of "working with who" as a factor in choosing a place to work, and importance of information dissemination in coworking.

Third, through the questionnaire survey for coworking space users, we made it clear the height of the impact of the owner in choosing a coworking space.

## Conclusion

This study picks up “coworking” as an example of non-settlement work-style and “coworking space”. Through several research and analysis, we grasp the basic reality of coworking, new work style.

---

\*1 NEC Networks & System Integration Corporation, M. Eng.

\*2 Graduate student, Kyoto Institute of Technology

\*3 Assistant. Prof., Design Engineering and Management, Kyoto Institute of Technology, Ph.D.

\*4 Visiting Prof., Dept. of Architecture, Kobe University, M.Eng

\*5 Prof., Design Engineering and Management, Kyoto Institute of Technology, Ph.D.

\*6 Kyoto Institute of Tech. NEO/ Tokyo City Univ., Prof., Dr.Eng.