

組織固有のコミュニケーション・スタイルを支援する空間

日本のオフィス空間について考えるとき、多くの人が思い浮かべるのは対向島型にデスクが並べられたオープンスペースの光景だろう。そんな典型的なイメージは海外にも存在する。例えばアメリカのオフィス。一人ひとりが「キュービクル」と呼ばれるパネルに囲まれた四角いブースに入っているというものだ。

イギリスやドイツのオフィスでは、部署単位などの小規模なオープンスペースに、二人一組か四人一組でデスクが向かい合って並び、北欧諸国では、各人が窓付きの個室に入っているといったイメージがある。近年のオフィス革新の流れで、オフィス空間の役割が見直されるなか、こうした伝統的な形態にも変化が起こり始めている。

■空間の形態が組織のコミュニケーション・スタイルに影響する

一般的に、オフィス空間のデスク配置は、複数の要望や条件の優先順位とその組み合わせによって決まる。主として、組織のマネジメントやコミュニケーションのスタイルとの相性、空間の効率的な使用、仕事や組織の変化に対応できる柔軟性といったことが考慮される。

日本型のオープンオフィスは、「目で見える管理(あるいは監視)がしやすく、部署単位で仕事を進めるときのコミュニケーションも取りやすい」うえ、一席当たりの占有面積が少なく効率的」といった条件の微妙なバランスのうえに成り立っている。

対照的に、アメリカ型のキュービクルオフィスは、各人の仕事の明確な区分と成果管理を前提に、担当する作業に集中しやすく、個室よりも柔軟にレイアウト変更が可能であるなどの条件に合っている。一方、北欧の個室型オフィスは、「すべての人に平等に人間的な空間が与えられるべき」という価値観が反映されたものといえるだろう。

近年は、こうした空間構成の前提となっていた情報処理作業の自動化が進み、より創造的なオフィスワークが求められるようになってきた。チームのコミュニケーションが重視されるようになって、そのための空間のあり方が見直されている。問題意識や目標を共有し、互いの状況を把握したうえで、臨機応変にアイデアを交換し、新しいアイデアを生み出していける。そんなダイナミックなチームワークを支援できるような空間が求められているのである。

■二人用の個室から開放的な一体空間に移したスウェーデンOMX

ヨーロッパの大手証券取引所の一つであるスウェーデンのOMXが、分散する本社オフィスを移転統合したのは2004年のこと。その際、二人で1室を使う個室型のオフィスを、経営陣も含めて全社を対象にオープンオフィスに変えた。証券取引部門とテクノロジー部門を一つのオフィスにまとめ、相互に有機的な関連を築くことを目指したのである。出来上がったのは、3フロアに最大1500席が収容できる規模を持ちながら、多彩なパブリックスペースも備えた開放的な一体空間であった。

そんな大空間が実現したのは、1930年代に建てられた郊

外の元自動車工場を改装したからだ。立地が郊外のため、飲食施設などの公共空間は自前で用意。建物の中央部に巨大な吹き抜け空間をつくり、その周りをガラス張りの執務空間が取り囲むような構造にした。

天井が高い執務空間には、このオフィスのためにデザインされた標準デスクが並ぶ。社員同士の有機的なコミュニケーションを促すだけでなく、年間に延べ1000人も異動するという組織変更に対応できる柔軟性も実現している。

標準デスクといっても、利用者が自分の好みに応じて机上面の高さを調整できるなど、個人の自由なワークスタイルを阻害しないように工夫している。その結果、移転から数年を経た今では、これまで個室型のオフィスを使っていた従業員ほとんどがオープンオフィスに満足しているという。



写真01:スウェーデンのOMX社のオフィス。自動車工場の外観はそのまま残された



写真02:中央の吹き抜けに置かれたひな壇の空間。ランチタイムには多くの社員が集まる。



写真03:郊外オフィスだけにレストランは不可欠だが、共に食事をすることがコミュニケーションの活性化にも貢献している。



写真 04: ユニークな形状のテーブルが置かれた「バー・シーティング」と呼ぶスペース。打合せからランチまで、多用途に利用される。



写真 05: 吹き抜けから見た執務空間。



写真 06: 開放的な執務空間。



写真 07: ワンタッチで上下昇降できるデスクは、各人の体格に合わせるだけでなく、こんな立ち話にも向く。



写真 08: 半透明の樹脂フィルムに囲われたユニークなミーティングコーナー。のれんをくぐるように、どこからでも出入りできる。

■社員全員で巨大テーブルを囲む、英Mother

英国・ロンドンに本拠地を構える広告代理店 Mother。1996年に6人で設立した会社も、100人を超える規模に成長した。何度かのオフィス移転の末に、現在の場所に落ち着いたのが2004年。このとき彼らがこだわったのが、自分たちのワークスタイルだった。

創業時、小さな広告代理店だったころには、社員全員が一つのテーブルを囲み、活発に意見を交わし合っていた。そんなコミュニケーションのスタイルは、彼らにとって組織の創造性の原点である。成長と共にテーブルは大きくなってきたが、従業員が100人以上になっても、あのころの雰囲気を残したい。大きな家族がキッチンテーブルに揃ってみんなで話すような仕事場にしたい。

そんな Mother の思いに応じて建築家が提案したのが、幅4m、全長76mの巨大なコンクリート製のテーブルである。かつて倉庫だった建物の3階に、ランニングのトラック(競争路)のような楕円(だえん)リング状に配置されている。ベテランから新人まで、誰もが同じ条件でこのテーブルに着いている。

個人用の設備はキャスター付きのワゴンと椅子、それにノートパソコンである。天板の下には電源コンセントが並び、ネットワークは無線 LAN。一枚板の天板には継ぎ目も脚も無いので、自由な位置に席を決めることができる。通常はチーム単位でまとまって座るが、3週間に1度は席替えもするという。周りの誰とでも気軽にコミュニケーションを取れる刺激的な空間である。

最大200人までは座れるというこの巨大テーブル。この会社固有のコミュニケーションの「型」とでも呼べそうな創業時のスタイルを、当分は維持できそうなユニークな仕掛けだ。



写真 09: 幅4m、全長76m、厚さ7cmのコンクリートテーブルを囲んで座る。



写真 10-12: ちょっとしたコミュニケーションも、そのままテーブル周辺で起こる。



写真 13: テーブルの周囲には、色々なタイプの打ち合わせコーナーが用意されている。



写真 14-15: 1階から3階までつながる階段は同じ幅で、そのままテーブルにつながっている。これだけ広く見通しがいいと、上下階の移動も苦にならないし、行き交う同僚たちとの出会いの場にもなる。



■効率重視から効果重視の空間へ

ここ数年、都心に建設されたオフィスビルの中でも、特に人気が高いのは1フロアの面積の広いものだとか聞く。また、「フレックスタイムを廃止した」「朝礼を始めた」といった話題も耳にする。ともすると時代の流れに対する逆行とも聞こえかねないこんな取り組みも含めて、いずれも、組織内のコミュニケーションを促して情報や意識の共有を図る試みと無関係ではないだろう。

しかし、伝統的なオフィスの風景は温存されている。全員がデスクに向かって黙々と作業にまい進。無駄話はせず、必要以上に席外しもしない。監督する窓際の管理者からは部下全員を見渡すことができる。そんな働き方に合う単位空間が、広いフロア全体に整然と繰り返し配置されている。

どこか、昔の工場のようなマネジメントスタイルの名残が感じられる日本のオフィスの典型的なデスクレイアウトは、所要面積の低減やレイアウト変更の容易さといった「オフィス空間の効率」の向上には寄与しても、「効果的なオフィスワーク」を支援できるとは限らない。

ビジネス環境が常に変化し、オフィスワーカーの移動と分散が進むなど、組織の流動性が高まりつつある今日。多くの組織が人材に注目し始めているようだ。与えられた仕事を単に間違いなくこなす「人手」ではなく、モチベーションが高く、自ら考え、知識を創造するチームのメンバーとなる「ナレッジワーカー」を求めているのだろう。

そんな人々が集まる組織が、自身の「らしさ」を見出し、なりたい姿を明確にし、望ましいワークスタイルを自覚するとき、それぞれの組織に合ったオフィス空間の形が考えられるはずだ。そんなオフィス空間の影響力は「計れない」のではなく、「計り知れない」のであり、だからこそデザインする価値があるといえないだろうか。