

企業のユニバーサルデザイン運用事例(パネルディスカッション)

宇多村志伸 + 平田賢典 + 金英範 / 進行 諏訪直俊 (東京海上日動ファシリティーズ)

諏訪：まずは、漠とした質問と思われるかも知れませんが、ワークプレイスのユニバーサルデザインに関してご意見を戴きたく思います。

宇多村：ハードも大事ですが、むしろ障害者に対する周辺の人からの配慮、つまりソフトが重要ではないかと思っています。

金：施設よりサービス。サービスありきだと思います。オフィスを利用するユーザー、外からオフィスを訪れるユーザーへのサービスです。サービスとはビジネスへのニーズから生まれるものです。そして企業により当然、ニーズというものは異なります。それぞれの文化に応じたサービスです。そしてデザインはサービスを実現するためにあるものです。

今井：私はデザイナーの立場でオフィスづくりをしてきました。20年以上、外資系企業のオフィスのデザインをしてきました。身長2メートル以上の社員がいたりして、その対応というのは大変ですが、その度に疲れては駄目です。体重160キロの社員が座ると椅子は壊れるということもあります。デザインする時点で想定していなかったことが起こります。結局、社員それぞれに合わせて、ワーク環境を作っていくことも必要。社員が窓側でも廊下側でも同じように仕事ができる環境をすることも必要。そうしたプロセスを楽しむことも大事です。

諏訪：3人とも立場は違いますが、ワーク環境を作っていくという目的では一致しています。さて、前々回の週末セミナーの際にも似た質問ですが、「いったい、ユニバーサルデザインはビジネスに繋がるのか?」という質問を、今日もお訊ねしたいと思います。私見ですが、例えば、ユニバーサルデザインが生産性向上ということを通してビジネスに貢献する。そうした観点で「生産性の高いオフィス」とは何か、といった点について、ご意見をお聴きしたいと思います。

今井：まず、生産性とは何かということです。仕事にすぐつきやすく、すぐ抜けられる環境。つまり集



中とリラックスがクイックにできるワーク環境が必要なのではないかと思います。デザイナーとしては、そうした環境を、「モノ」のデザインでサポートします。例えば、仕事の最終にふと目を上げたときに、ホッとする絵画があるとかも大事。しかしワーカーの性格、働き方についての洞察も大事だと思います。

金：企業の目標は生産性向上。そして生産性はワーカー個々のモチベーションに依っています。そしてワーカーにとってのモチベーションはもちろん本人の職業のやりがいや上司、人間関係など不確定要素もありますが、会社としてコントロール可能な部分で単純に順位つけると、 処遇(給与) IT 環境、ファシリティ環境(職場環境)の順で重要と思います。このうち、処遇に関してはビジネス部署直轄、または HR 管轄であり我々 FM ではコントロールできません。IT とファシリティに関しては影響力をもてますが、何かをやって生産性を上げるというカッコいいものではなく、むしろ阻害要因をなくすことに徹することが大事かと思っています。ユーザーのスピーディな業務を邪魔しない、生産性向上のためのボトルネックをなくすことが重要です。

宇多村：生産性もソフト面が大事だと思います。仕事に集中するためには心理的要因が大切で、コミュニケーションなどに対し影響を与えます。ユニバーサルデザインの観点からすれば、障害などに対する理解が必要です。単にファシリティの整備にコストを注ぎ込むと、障害のある人がプレッシャーに感じることもあります。そのあたり全てハード面だけで解決するというのではなく、ソフト面とのバランスが必要だと思います。

諏訪：次はワークプレイスに関する質問ですが、オフィスという場になぜ人は集まって仕事をするのか。人と人のコミュニケーションという点で空間は如何にあるべきか。オフィスの空間という点について、お話を聞かせ戴きたいと思います。

金：コミュニケーション活性化のためのスペースについて話すと、例えば、役員室内にプリンターを置かず、意図的に遠いところに置いておく。そうすれば、役員がプリンターに印刷物を取りに行く間の行き帰りで、部下とのコミュニケーションが可能であり、その中でいくつかの用事が済んでしまう、などという発想は我々 FM に精通しているものではよく知っている話ですが、こういう話を聞くと、企業の経営者は「凄い」といいます。コミュニケーション活性化のために、オフィスのレイアウト、デザインの力は大きいと思います。マイクロソフト社のオランダのオフィスなどでは、社長を含めて全てがフリーアドレスとなっています。オフィスというイメージからはほど遠い、実に格好の良い空間ですが、そのワークスタイルを支えているのはモバイルなどの IT ツールです。そう考えると、オフィスを変えるのは、やはり革新的なハードの提案かな、と思うこともあります。

宇多村：私は現在産休中ですが、産休の前の期間は在宅ワークをしていました。在宅ワークだと、生産性は上がりますが、コミュニケーション、特に対面コミュニケーションができないことが欠点です。そうしたことを、身を以て体験しました。それから、喫煙室では良く話が盛り上がっているということがあります。喫煙そのものは健康にはよくありませんが、そうした活発なコミュニケーションができる場という意味では、喫煙室を見習っていいところを応用できないかと思うところがあります。

諏訪：それではコミュニケーションという話題になってきたところで、オフィスの中でコミュニケーシ

ョンを形成する場を、どうやってつくるかということについてお聴きしたいと思います。

今井：コミュニケーションのツールとしては、今はITの活用が一番大事ではないでしょうか。多国籍企業の場合、出張費と掛かる時間が馬鹿にならない。そこで、テレビ会議を使うケースが多く、いつでも誰でも使えるようになっている。それはひとつの大きな進化だと思う。環境面でも重要なことです。それからリアルなオフィスでのコミュニケーションという点では、動線が絡み合うようなデザイン。コピーマシン、トイレ、郵便物の受け取り場所など、動線の設計で、人と人が顔を合わせるようなつくりかたを、最近よくするようになりました。また、人は見られているという意識を持つことで、自律的な振る舞いをするものです。喫煙室のデザインなどでも、観られていることを意識できるようなデザインも大事かと思います。

諏訪：それでは会場からのご意見を伺いたいと思います。

質問者：コミュニケーションのための動線についてはなるほどと思いました。質問ですが、動線がどのように活きたときにコミュニケーションが活性化するのでしょうか。

今井：動線自体のコントロールは難しいが、コミュニケーション、つまり交差すること、集まることを設計することにより、情報をシェアする機会を作ることができると思います。

金：答はないと思う。重要なのは、その会社のビジネスをどれだけ理解しているかということです。欧米、日中韓でコミュニケーションのパターンがそれぞれ異なります。実際にやってみて、失敗してもキチンと修正して次の成長、進化に繋げることが重要だと思います。失敗することを前提にしておく、修正もしやすいと思う。失敗を過度に警戒した発想だと結果的に閉塞的なアイデアとなってしまう、中長期では大きな失敗です。

宇多村：人であっても、「キッカケ」が大事です。プライバシーも、ついたてひとつで変わります。少し「観られる」環境を作ることで、キッカケが生まれるということもあります。

質問者：在宅ワークについて、どのような実践をなされたのか、宇多村さんにお聴きしたいと思います。

宇多村：私の場合は、在宅と出社の組み合わせでした。経験からいえば、週2日くらいの在宅がちょうど良いと思いました。週4日だと刺激が少なすぎるのではないかと思います。

質問者：コンセントレーション（集中）の場などは、どうなっているのでしょうか。

金：シスコシステムズ社、マイクロソフト社は、フリーアドレスのオープンスペースが主流のオフィスに、最近、コンセントレーションルームを造っています。しかし管理の問題もあり、上手くいっているケースも少ないようです。ゆっくりと仕事をしたい場合は、喫茶店などを探し回っているケースもあるようです。

今井：窓側に個室を作ってみんなで利用しているケースもあるが、あまりうまく言っている例は少ないようです。

宇多村：在宅ワークと比較した場合、オフィスは「観られる」という心地よさがあり、それも大事だと感じます。コンセントレーションという点では難しいかも知れないですが。

諏訪：東京海上日動火災でも営業部門でフリーアドレスをやってみました。同時にコンセントレーションスペースを造りましたが、とても人気が高くほとんどが埋まっている状態でした。

金：「これがコンセントレーションルームですよ。」という失敗することが多いのではないかと。集中できるスペースを探してウロウロしているときに、いくつかのチョイス（仕組まれた選択肢）があることが大事ではないかと思います。

諏訪：私から質問ですが、障害者などのミニマムなユーザビリティに目がいき、多様化していく多くのユーザーの生産性などには、なかなか目がいかないというのが現実ではないでしょうか。その中で、多様性とどう設計に取り込んでいくのでしょうか。

宇多村：多様性を認める、相手を知る。ユーザーの能力、障害のレベルなどを知る。一緒に働く人の心を近づけることから始めるべきかと思います。

金：ファシリティに限ったことではないのですが。例えばコーラの缶の開け方は世界中どこでも同じです。しかし一方、会社は会社ごとに違う。企業文化が企業ごとに異なるので、ユニバーサルデザインを一律に押しつけることはできません。例えば欧米系は個室文化。それに上手く適用するように考えればよいのです。逆に日本の会社の場合、日本の特質にあわせればよい。アジア人は日本のやり方にすぐ慣れてくれる。会議を3時間やるとか（笑）。まずは、それぞれに異なる企業文化を受け入れることが大切です。

今井：同じ「青」でも感じ方が違います。あまりデザイナーがデザインで変わったことをやってやろうとかしない方がよいと思う。オフィスビルでも初めから考えられているモジュールがあります。つくり込みすぎず、骨太なデザインを行っていくことがフレキシビリティを引き出します。初めからモジュールに合わせてつくっていくなど、バランスを考えることも大事です。オフィスは運用されている最中に、どんどん変わります。それに右往左往せずに、対応していくことが大事です。

諏訪：ユニバーサルデザインがビジネスに繋がるか、という課題から始まり、コミュニケーションの問題などと進めてきました。さて会場からご質問などないでしょうか。

質問者（塩川）：いろんなタイプの社員がいるときに、金さんだったらどんなオフィスビルを選びますか？

金：まずは、その会社の属している業界次第というところがあります。金融業なら、「ファイナン

シャルセンター」といった名前が付いた新しいビルに定期的に移動するのがある意味慣習ですね。競争心理も働きブランドを強烈にアピールできます。それから、ワーカーがそのビルに自信を持てる立地、ランチやアフターなどの生活環境も大事です。製造業ならば、都心から少し離れたところでしょう。まずは所属する業界で決まり、次に各企業の社風でしょうか。

宇多村：障害のある人が安全にアクセスできる場所を選択するのも重要ですが、障害のある人のためのアクセスマップを作成し、ウェブなどで公開していくという方法もあると思います。

今井：どのビルを選ぶ場合でも、スパン、階高などの基本的な建物の項目に加え、最寄り駅からのアクセスなども重要です。また、単純に面積だけではなく、「有効に使える面積」を評価したいと思います。

諏訪：時間が来ました。議論不足の点もあるとは思いますが、これでパネルディスカッションを終了とさせていただきます。講師のみなさま、聴講のみなさま、ありがとうございました。

