

# ナチュラルライフ ワークプレイス



三輪 政幸

オーフィ・アーキテクト  
アンド デザイン代表

\*本稿は、昨年12月11日に行われたセミナーの内容を講師にまとめていただいたものです。

最近のオフィス事情を見ると、社内の偶発的なコラボレーションが重要であるという視点から、コミュニケーションスペースを大きくとり、デザインにも趣向を凝らしたプランが流行になっています。こういったワークプレイスが作りやすくなったことは、デザイナーにとっては嬉しいことです。どんどんクリエイトすることが許されるからです。ただ、その中で見落とされてしまった「大切なこと」があるような気がしてなりません。

## 心地よい時が流れるオフィス

3年前、私が設計したオフィスにヒューレット・パッカードの名古屋オフィスがあります。約250㎡の小規模オフィスですが、ワーカーに「自分のホーム」であると感じてもらえるように、エントランスにコーポレートカラーでデザインした曲面の壁を設けました。オフィス空間には、コミュニケーションの核になるティーカウンタ

ーをオフィスの中心に配置しました。オープンから1年経ち、オフィスを訪れる機会がありました。オフィスは大切に使用されているようでとてもきれいです。お茶を入れながら雑談をしている方がいれば、コミュニケーションスペースのテーブルでは、何人かがとても打ち解けた雰囲気でも議論をしています。思い描いたワークプレイスがそこにはあり、たいへんうれしかったことを今でも覚えています。

この名古屋オフィスと同じ理想を描き、同時期に設計した1フロア約900㎡のヒューレット・パッカード市ヶ谷オフィスがあります。エントランスのしつらえ、コミュニケーションスペース・デスクスペースの構成は名古屋オフィスと同じです。そこは100名以上がフリーアドレスで働く、活気あるオフィスになりました。でも、どうしてか、名古屋オフィスの心地よさがそこには表現できなかったように思えてなりません。その理由、答えを私自身、



ヒューレット・パッカード名古屋オフィスの中央に設けられたティーカウンター

導き出せないうまにいました。そんな折、中沢フーズ(株)という、高品質の生クリームに特化した乳業会社のオフィスデザインをお手伝いすることになりました。IT企業のオフィスしか経験がなかった私は、ちょっと

違う空気を感じました。その空気とは時間の流れ方だったのかもしれない。

「おいしいものをゆっくり、しっかり作る」。この言葉を耳にしたとき、私はとても心地よい時間の流れの中にいる自分を思い浮かべました。企業理念の理解からスタートし、クライアントと共にコンセプトワークを行いました。デザインコンセプトを作る段になり、この企業で感じた「心地よい時間の流れ」をオフィスブランディングとして表現したい、そのキーワードを「北欧」に求めてみてはどうだろうか、と思うようになりました。

## 物を慈しむ大切さ

森と湖、凜とした空気、サンタクロースの国。折しも雑誌『エスクァイア』に「北欧へ・スローライフを求めて」といった特集が組まれたときのことでした。そんなことがきっかけで、デンマークのコペンハーゲンにスカンジナビアの真の生活を見に行く機会に恵まれました。

デザイナーの誰もが憧れるアーネ・ヤコブセン設計のSASロイヤルホテルに到着すると、スワンチェア・エッグチェア・ルイポールセンのアンティチョークランプが50年の時を超えて迎えてくれました。

コペンハーゲンのメインストリート、ストロイエを歩いていて、気づいたことがあります。

ショップに並ぶ生活雑貨のほとんどにデザイナーの名前が表記されているではないですか。マクドナルドとケン



ヤコブセン設計のSA Sロイヤルホテルロビー。手前にアンティーククランプ、奥にスワンチェアが見える

ご招待いただいたお宅に飾られていたたくさんのバラはアアルトのフラワーベースに生けられていた



タッキーはあるけれど、どこを歩いても100円ショップらしき店はありません。ロイヤルコペンハーゲンの店では、ごく普通の家族連れが、日常使用するのであろうと思われるシンプルなカップをいくつも買っていました。

どれもが日本では見られない光景です。その光景一つ一つに、「物を慈しむ」という北欧の人々の精神が宿っている気がしました。

いいものを長く大切に使う。本来、日本人も持っていたその精神は、今の時代の日本では希薄なものになっています。「生活」を大切にするという、人間本来の姿を、北欧の街角で垣間見た思いでした。

現地の方のお宅に招待された時のことです。少し郊外にある、海に面した高台の家でした。窓からは海の向こうにスウェーデンが霞んで見えます。その家のテーブルには使い込まれたアアルトのフラワーベースにたくさんのバラが活けられていました。手作りの料理を囲み、ゆっくりと時間が流れていきました。帰る頃にはもう大切な友人になっていました。

考えてみましょう。私たちがビジネス上の初対面の相手を休日の自宅に招くことがあるでしょうか。残念ながら私にはありません。「Life（生活・人生）」の上にビジネスもある。そのことを北欧の人々から教えられた思いです。

中沢フーズのオフィスは、そんな北欧の経験と思いを映す空間にできあがったと思います。

## 「ナチュラル」を大切に

はじめに述べた、見落されてしまった「大切なこと」。それは、中沢フーズのオフィス作りを通して気づかされた「自然な生活」という視点です。

日本には「向こう三軒両隣」という言葉があります。この言葉は、日本人が自然にコミュニケーションをとれる単位を表しているのではないかと考えています。それは、思いやりを持って共に生活できる、という単位です。

しかし、オフィスにおける流行のコミュニケーションスペースはその単位を越えてしまっているのではないのでしょうか。そろそろ私たちは目的と理論だけのワークプレイス作りから卒業すべきではないのでしょうか。「自然な生活になっているかどうか」を基準に一旦組み直す時が来ているような気がします。

オフィスの床を例にとって考えてみましょう。「住宅はフローリングなのにオフィスはどうしてカーペットなのか？」と疑問に思いませんか。それは目的と理論を優先したOAフロアがあるためです。中沢フーズの執務スペースはフローリングを選択しました。それは「ナチュラル」と「ライフ」の価値を優先し、テクノロジーをそれに合わせてゆく考え方ができたからです。

これからのワークスタイルは「いつでも、どこでも」仕事ができるユビキタスな働き方にシフトしていくことでしょう。これを「よりたくさんの仕事を処理できるようになった」と考えるのではなく、「趣味や家族との時間を優先できるようになった」と考えられる社会であるべきです。そして、そこにはナチュラルワークプレイスの姿があってほしいと思います。



フローリングを採用した中沢フーズの執務スペース