

これからのオフィスとは

—働きやすさ&働きがいを実現する本社オフィス—

やました しげはる
山下 薫治

三井デザインテック(株) スペースデザイン事業本部 ワークスタイルデザイン室長

1 三井デザインテック(株)について

私たちは、住まいからパブリック空間まで、六つの領域において、空間デザインを通じて企業や人々の暮らしに新たな価値を提供している。様々な領域の空間を手がけることで培われたノウハウの掛け合わせによって、想像を超えた空間創出を行っており、表面的な意匠だけではなく、対象を根本的に捉え直すことこそがデザインと捉え、人々の幸せのために、この世のすべてをデザインの対象にしている(図1)。

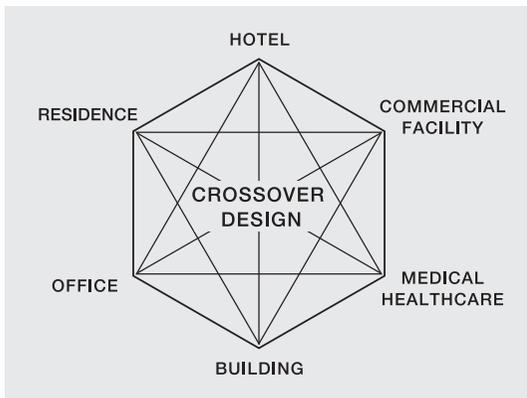


図1 六つの領域における CROSSOVER DESIGN

2 本社オフィスの必要性

2020年10月1日の三井デザインテック(株)と三井不動産リフォーム(株)の統合に伴い、新本社作りを行うことになった。デザインを生業にする私たちが、この「新本社作り」をどのようにデザインしていったのか、当社の取組みをご紹介します。

3 物質的な豊かさから心の豊かさへ

一般的に、これまでの社会において、働く上での「幸せ」というのは、成果を挙げて地位が向上することや、インセンティブが得られることなどといった経済的・物質的な豊かさが重視されがちであった。このような、お金や名誉に関する豊かさの追求には限界がある。そんな中で世界的には、経済的・物質的なものよりも一個人としての「幸せ」や精神的な豊かさが重視されるようになってきた。近年、企業経営でも「Well-Being」が注目されている。良好な人間関係を築いたり、主体的に学び経験を積んだりといったことから仕事の意義を見出してこそ、社員は高いパフォーマンスを発揮することができる(図2)。その背景をしっかりと意識した企業戦略としての「オフィスの役割」を考えていったのである。

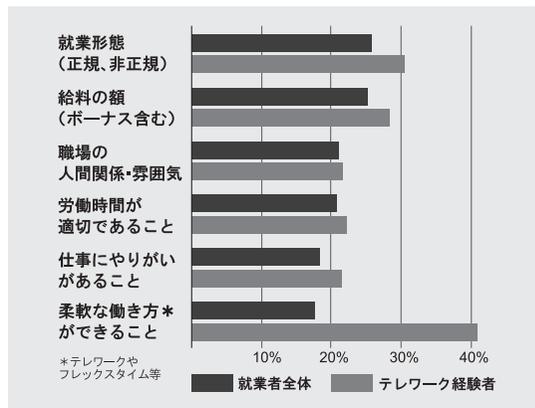


図2 働く上で重視するもの

出典：内閣府「第5回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」より

4 これからのオフィスに求められる役割

企業にとって大事なことは、ワーカーにとっての「Well-Being」を実現することである。私たちは、社員の「働きやすさ」だけではなく、「働きがい」を感じられることが必要だと考えている。企業としてこれからどんなオフィスを社員へ提供すべきなのか。重要なことは主に次の3点が挙げられる。まずは、セレンディピティ(人やアイデアとの偶発的な出会い)、次に、信頼関係・コミュニティの形成、そして、企業文化の浸透である。社員がオフィスに集まる最大の目的は、様々な人や情報、アイデアとの出会いだと考える。偶発的な出会いはオフィスでこそ起こり、その積み重ねによって信頼関係が生まれ、コミュニケーションの加速とともに、連携・協創につながっていく。それが当社の求めるオフィスのかたちなのである(図3)。

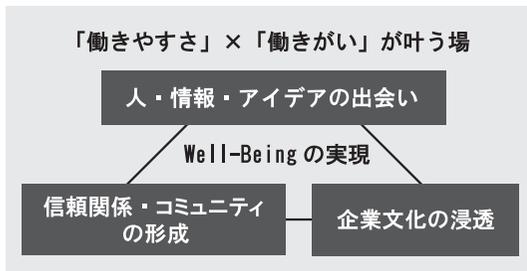


図3 オフィスの役割

5 三井デザインテックにおけるオフィス作り

オフィスは経営課題を解決する重要な戦略の一つである。前述の考え方をベースに、オフィス作りにおける私たちのオフィスに対する取組みとして、まず、企業として「どうありたいか(企業のありたい姿)」を考え、そのありたい姿を実現する「理想の働き方」は何かを掘り下げ、最後に「働く環境(オフィスやICT環境)」に落とし込むという順番を大事にしている。オフィス環境においては、オフィスの役割である「セレンディピティ・信頼

関係形成・企業文化の浸透」達成のための「Community エリア・Co-creation エリア・Drive エリア」の三つのエリアと、働く場作りに重要な「Activity Setting(人の活動)・Flow Setting(人の流れ)・Well Setting(人の健康)」の三つのセッティングを取り入れて環境構築を行っている(図4)。今回の当社の本社オフィス作りにおいても、オフィスに来る最大の目的である「交流・人との出会い」が生まれる「Community エリア」を中心とした環境構築を行った。



図4 オフィス作りにおいて重要視している三つのテーマ

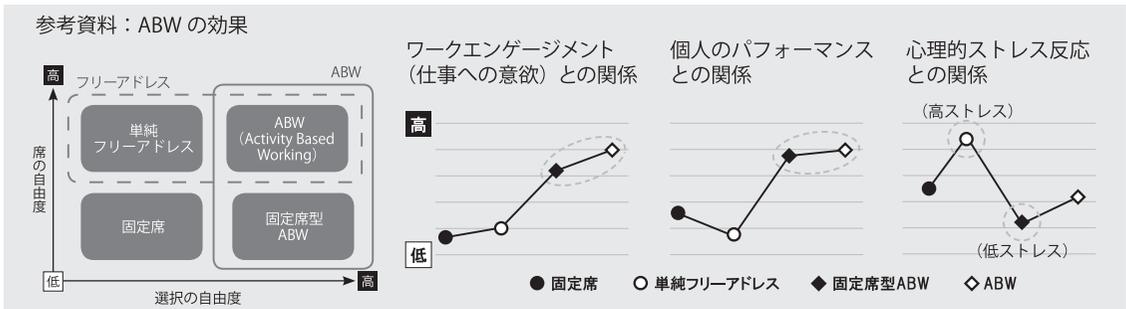


図5 三井デザインテック本社オフィス作りでの取組み

出典：「Activity Based Working に関する調査報告書」(北里大学教授 島津明人、東京大学大学院経済学研究科准教授 稲水伸行、三井デザインテック 産学協同研究プロジェクト)© MITSUI Designtec Co.,Ltd. All Rights Reserved.

6 働く場の選択の自由度の向上

社員一人ひとりの働き方をより柔軟にするため、広義の「ABW(Activity Based Working)」を採用した(図5・6)。新本社オフィスだけでなく、全国100カ所以上のシェアオフィスや在宅での勤務を可能にした。働く場の「選択の自由度」を高め、個人の自律性、生産性、ワーク・エンゲージメント(仕事への意欲)の向上、心理的ストレスの低減を図り、「働きやすさ・働きがい」の向上を実現している。本社オフィス内においても、ABWを実現する様々な仕掛けを取り入れて環境を構築している。

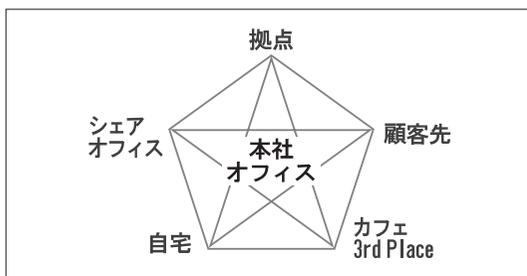


図6 広義のABW

7 社員同士の偶発的な交流を促す仕掛け

オフィスの重要な役割の一つが「セレンディピティ」である。メイン動線を置くことで人の流れを作り出し、その動線の交わる中心に様々な交流が生まれるような場の仕掛けを作った。3階の社員専用カフェのほか、敢えて壁を設けず、そばを

通りかかった際にアイデアや情報が自然と耳に入るプロジェクトルームやオープンミーティングルームがその例である。人やアイデア・情報との偶発的な出会いの積み重ねにより、コミュニティや信頼関係の形成を図っている(図7)。



図7 社員専用カフェ「D's Cafe」コーヒーを入れる社員同士の自然な交流が生まれる

8 企業文化の浸透

当社には、様々な課題をデザイン力で解決する企業文化がある。新本社の移転先の建物は築50年以上の古いビルだが、そういった建築ストックをデザイン力で蘇らせる実証の場として様々な試みをしている。3階の「SORANIWA」は機械バルコニーだったスペースを、リノベーションによりアウトドアを感じられる居心地の良い空間として蘇らせている。古いビルならではの多くの柱も個性として活かした(写真1)。

また、新本社での新しい働き方のコンセプトは「CROSSOVER」である。新本社では「協創」



写真1 「SORANIWA」唯一屋外にあるワークスペース。交流イベントやリフレッシュスペースとしても利用

をテーマとした様々なアートワークを随所に散りばめている。2階の廊下に設置した壁面アートは、社員がそれぞれの目標を書き、手作りしたパーツで構成している(写真2)。3階に設置している壁面アートは、社員の愛着のある仕事道具を組み合わせで作っている。社員はオフィスにいて、自分たちの生業や「らしさ」に触れることで、企業文化の浸透につながっている。



写真2 社員が手作りしたパーツを使った壁面アート。階段を上ると正面にコンセプトが飛び込んでくる

9 WELL(人の健康)への取り組み

「働きやすさ・働きがい」実現のために、心身の健康だけでなく、前向きな気持ちの醸成や、学ぶ機会の創出など、Well-Beingの実現につながるハード・ソフト両面での取り組みを行っている。空間デザイン的手法に「バイオフィリックデザイン」があるが、今回のオフィス計画では当社グループ会社である第一園芸(株)が独自に試算した「植栽ボリューム指数」と「緑視率」による植栽計画を採用している。3階の「SUNROOM」ではさ

らにサーカディアンリズムを応用した照明を取り入れ、朝・昼・夜で照明の明るさを調整した(写真3)。生きた植栽を感じながらより自然の光に近い環境の中で過ごすことができ、忙しい仕事の合間のひと時のリフレッシュに利用するなど、社員に人気のエリアとなっている。テラスには菜園スペースがあり、種まきや野菜の収穫イベントなど体験価値を向上するイベントを開催している。外部の有識者に登壇していただく「クリエイティブラウンジ」では様々な業界の最新情報を学ぶことができる。当社の癒し担当社員である3体のAIロボットは、社内を動き回り日々社員の心を癒している。



写真3 「SUNROOM」常に視界に6～8%の植栽が入るように設計。調光により自然に近い環境に

10 働きやすさ・働きがいを実現するオフィス

オフィスに対する効果測定として、移転後3か月のアンケートでは、オフィス満足度：13.0%UP、場所の選択性：32.1%UP、生産性：9.5%UPという結果となった。価値観や働き方は時間の流れとともに変化するため、それに合わせオフィスを最適化する必要がある。当社でもオフィスのPDCAチームを組織し、日々改善検討に取り組んでいる。

オフィスは企業戦略の大きな要素だが、大切なのは、企業やそこで働く社員が共により良い方向に変化しようとする姿勢である。その姿勢こそが、「Well-Being(働きやすさ・働きがい)」を実現する最大の原動力となると私たちは考えている。