

ウィズ／ポストコロナでのワークプレイスプログラミング

～事例からみる今後のパースペクティブ～

ワークプレイスプログラミング研究部会

Workplace Programming in With/Post Covid-19 : Future Perspectives from Case Studies

Workplace Programming Research Group

松本 裕司 (京都工芸繊維大学)、溝上 裕二 (ジョーンズラングラサル株式会社)、大川 徹 (株式会社竹中工務店)、
丸山 玄 (大成建設株式会社)、市村 匡生 (株式会社イトーキ)、母ヶ野 仁 (株式会社ヴィス)、
萬行 扶美 (立教大学)、北山 善一 (ジョーンズラングラサル株式会社)

Yuji MATSUMOTO, Yuji MIZOUE, Toru OHKAWA, Gen MARUYAMA, Masaki ICHIMURA, Hitoshi HOGANO,
Fumi MANGYO, Yoshikazu KITAYAMA

2. はじめに

本部会では、過去 2 年の間コロナ禍で見えてきた新しい働き方¹⁾ やそれら働き方の変化や社会状況に呼応したワークプレイスプログラミングのあり方²⁾ について議論を続けてきた。勿論、未だに刻々と状況は変化しているが、少し見通しが良くなってきたのではないだろうか。そして、ここ 2 年で体験的な蓄積と学びが増えてきている。このような体験と学びの事例の共有が今年度の部会の主な活動テーマである。

そもそも、働き方やその環境は百社百様であり、決まった正解はない。故にそれぞれの組織にあった個別解をみんなで模索することがプログラミングの意義であり動機である。また、プログラミングそのものにも決まったやり方はなく、その都度工夫しながら実施している現状がある。勿論一方では、これまでの蓄積から、標準的ないくつかのカタや外せない芯のようなものも出来てきている。つまり、個別解を積み重ねる中で見いだされる共通パターンのようなものである。本年度の活動の念頭にあるのは、そのような共通する大切な事柄を見出すことであるが、本稿ではその一部を紹介する。各事例の紹介の最後には、部会での主な議論について触れているが、読者の皆様それぞれに感じることもあり、多様な考えのきっかけになれば幸いである。

2.360 度動画を用いたオフィスツアーに関する研究

(京都工芸繊維大学 松本裕司)

最も素朴な研究事例から紹介したい。コロナ禍におけるプログラミングの際の困りごとの一つが「良例となるオフィス見学ができない」ことである。この課題を少しでも軽減した

いという動機ではじめた研究が 360 度動画の活用による VR オフィスツアーの手法とその効果に関する研究³⁾ である。

この研究ではまず、大学キャンパス内の施設で実物とディスプレイ及び VR での体験感覚の違いや VR ツアー（ヘッドマウントディスプレイによる視聴）の際の不足点についての基礎実験を行っている。次に、当初公開されていたワークプレイス紹介の 360 度動画 18 本について、その見せ方の工夫（編集・構成・表現の手法）を分析した上で、その目的や視聴ターゲットによる違いを類型化している。最後に、ユーザー参加型のプログラミングでの活用を念頭にして、いくつかの表現手法（例えば、視線誘導、情報提示など）を盛り込んだ実オフィス事例とした検証動画（図 1）を作成し、見せ方に関する印象評価と視聴感のアンケート調査を行っている。

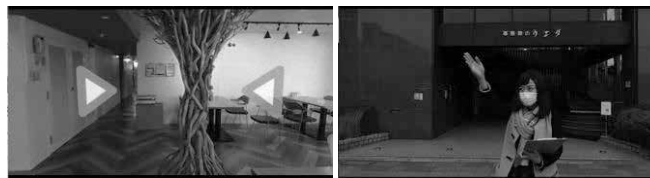


図 1 VR 動画中の視線誘導手法の例

●得られた知見

この研究で得られた大きな成果は、360 度動画を活用した VR オフィスツアーのポテンシャルの確認である。あわせて、VR の弱点、活用の際に配慮すべき点、見せ方と印象の関係が知見として得られた。例えば、「矢印による視線誘導の方がわかりやすく親しみやすい一方で、人による視線誘導は

古風な印象を与えるとともに視認性が低くなる」といった知見である。これらは「どのように魅せたいか」の指針となる。

さらに、実地見学では得られない、VR ツアーならではの体験価値を強化するためのいくつかの方向性が見いだされた。その一つが、ワークショップとの組み合わせ⁴⁾であり、この研究と並行して取り組んでいる。

■部会での主な議論

- ・ コロナ禍で否応なしに試した ICT を用いたプログラミング上の工夫（手法）は、今後の顧客ニーズに合わせてますます発展させていく必要がある。例えば、360 度動画を用いた観察手法のブラッシュアップなどである。
- ・ VRに限らず、ICTの活用は、プログラミングの効率化、効果化のための強力なツールになる。
- ・ リクルーティング目的等で当たり前に VR での働く環境の公開が進めば、オフィスの質向上への動機につながる。
- ・ VR技術は、ますますの普及が予測され、プログラミングのみならず、働き方そのものに取り入れられる可能性が高いが、リアル空間との関係性のデザインが重要である。

3. 業務特性の変化に合わせた ABW 型オフィス体験による働き方やエンゲージメント評価

（大成建設 丸山玄）

コロナ後の企業のワークプレイスのあり方は、ABW をはじめ多様な働き方により、ワーカーがいかにか的生産性を高めるため、自律的に場の選択ができるかが鍵になる。

同じ電力会社の社員を母集団とした知的生産性向上のためのワークプレイス改革に関するアンケート調査の結果、従来の業務を継続する 4 つのオフィスと、新しい会社設立により新しい業務を始めた 1 つのオフィスは、ワーカーの働き方やエンゲージメントに関する評価項目に差があることが確認できた。前者はユニバーサルプラン的な対向式、後者は 6 つのワークエリアを自律的に選択できる ABW 式である（図 2）。ABW 式では多様な席を選択することや、新しい働く場への好感度、周りの部署の方へ積極的に声をかけて話をしたくなる場など、働くモチベーションを上げ、エンゲージメントを高める傾向が、主観評価の調査から読み取ることができた。こうした結果は、従来のノルマをこなす業務から今後求められる知的生産性を高める業務への変化を見越して、新しい業務特性とワークスタイルと働く場の 3 者の適性を分析し、ソフトハード一体で働き方改革を推進すべきであると考えられる。

アンケート調査概要として、ABW 式は従来の対向式と比較すると、情報共有と意思決定のスピードの寄与への投票率が際立って高く、エンゲージメントに関する愛着やモチベーションに関しても 4 人島対向式がほぼ 0 に対し、投票者が数名確認できる。こうした意思決定のスピードやエンゲージメ

ントへの意識の芽生えが結果から感じられる。他のグループとの会話や風通し、新たな人脈といった人との関係性の項目。また、新たな発想や気づきが生まれる創造性や空間の広がり、さらに役職を超えたフラットな場やミーティングのしやすさといった空間の機動性の項目。オフィスに愛着や出社するモチベーション、イキイキと元気に仕事ができるといったエンゲージメントに関する項目。これらの項目は、新会社設立後にゼロから作り上げる企画型業務に ABW 式が適合し、社員の意識が創造性やエンゲージメントアップへの気づきにつながったと考えられる。



対向式オフィス

ABW式オフィス

図 2 対象オフィスの様子

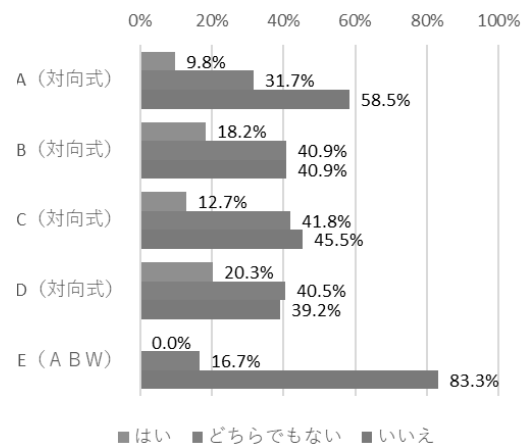


図 3 「以前のオフィスに戻りたいか」の調査結果

●得られた知見

ここでは調査結果の中で「以前の対向式固定席レイアウトに戻る意思」を取り上げ紹介する。

図 3 を見ると ABW 式 (E) では、「戻りたくない」を選択した割合が高く、「戻りたい」という回答が全くみられなかった。これはエンゲージメント向上のエビデンスのひとつと言える。逆に本店事務系 (B) や発電所技術系 (D) では、「戻りたい」への回答が比較的高い。これは、業務の特性としてグループ内での連携ややりとり、機密情報の取り扱いなどがあり、フリーアドレス方式がなじまないことから、固定席への要望があるものと推察される。

■部会での主な議論

- ・ 作るときだけでなく、継続的な維持・改革のためのプロ

グラミングの重要性を示す良例である。プログラミングの巻き込む力が期待されている。

- ・ ウェルビーイングやエンゲージメントへの態度（価値観）が大きく変わってきている現状において、改めて働き方や環境を再考する必要（ニーズ）があり、その際のプログラミングの技術を磨く必要がある。
- ・ エンゲージメントや心理的安全性を前提に、健康経営やウェルネスによる「社員が行きたくなるオフィス」への期待は、今後大きくなるであろう。
- ・ 数年前まで島型対向式での組織ごとに任務を全うする電力会社が、電力自由化に伴う働き方改革の効果が見える調査結果は興味深い。
- ・ 新しい企画を作ることから始まる新組織と、発電所の管理など従来の電力会社の延長上での業務改革が求められる組織では、ワークスタイルとワークプレースの構造的な違いを意識する必要がある。
- ・ ワーカーの年代の変化、リモートワークの浸透など、AIやIoTへのリテラシーを鑑みたリアルオフィスのあり方は、今後ますます議論が活発化する。

4. コロナ禍を超えた、企業の社会課題を受けた活動を踏まえて新しい働き方を実現した ABW オフィス

（竹中工務店 大川徹）

コロナ禍が第 6 波を経て小康状態にある現在、コロナ禍がワークプレースに及ぼした課題は、テレワークとリアルワークがどうなっていくか、という点に絞られて来ている。

そうするとオフィス計画で行うことは、もちろん感染防止のための施策は採るにしても、出勤率の設定と機能ごとの面積設定、できるだけ来たくなるオフィスの考え方、に収斂されることになると思われる。

しかし実際のオフィスづくりを考える場合、これではミニマムな要件の域を出ず、本来プログラミングで考えるべき、企業経営上、必要な事業やブランディングを実現するものとはなっていない。多くのそれは、社会的要請である SDGs、脱炭素、健康、地域への貢献の要請から来る、省エネやウェルビーイングなどの大前提をどう踏まえるかという役割の方がはるかに大きい。

ここで挙げる事例⁵⁾は、そのような前提のもとで計画されたある製造業の ZEB 技術を実証するための、「省エネと快適性・健康性」を両立させる実証オフィスである。

「人や技術と出会い、常に進化を体感できる“アドバンストコミュニケーションラボ”」をゴールとし、目指すワークスタイルのための以下 4 つのコンセプトを定めている。

- ・ コミュニケーション: 垣根を越えて人と人が繋がり、刺激し合う。
- ・ 技術・研究開発: レガシーを伝承しつつ、世界に誇れる技

術で新たな価値を創出する。

- ・ 働く環境・制度: いきいきと健康的に働く場を自分達自身で育む。
- ・ 風土・企業文化: お互いの個性や努力を尊重し、新しい一歩を共に踏み出す気風をつくる。

建築的には、ZEB を実現する平面・断面計画は所与のものがあり、部屋ごとに快適性の比較を行う実証オフィスが計画されていたが、プログラミングではそれに「知層」と名付けたフロアごと、部屋ごとの働き方を設定した（図 4、5）。

これは、ゴールを踏まえて、ワーカー主導で新しいワークスタイル・運用ルールを策定する「ワーカー参加型プロセス」により、「いきいきと健康的に働く場を自分達自身で育む」というワークスタイルコンセプトと、下記 4 つのポイントから成る ABW による新ワークスタイルを創造した。

- ① 目的を持って会社を訪れるニューノーマルな働き方
- ② 省エネ×快適性の比較実証による研究深化
- ③ 多様な場所選択によるワーカーの創造性向上
- ④ 全館フリーアドレスによるワーカーの流動性(出会い・刺激)向上

計画期中にコロナ禍に見舞われたが、非接触の自動扉やエレベータの導入もしつつ、コンセプトを始めとする計画骨子は殆ど変更することなく、運用による感染防止対策を施しただけで、当初の目的を達することができた。

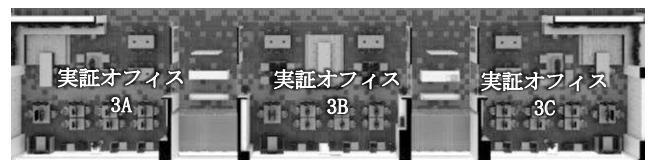


図 4-3 部屋比較による快適性を実証比較実験



図 5 ZEB とウェルビーイングを両立する建築構成

●得られた知見

POE 満足度調査により、ワークエンゲージメント、生産性の指標で日本人平均値より大幅に高い結果が得られた（図 6）。ワーカーの自律的な新しい働き方による効果と考えられる。

プログラミングの過程でワーカー主導の検討を行ったことが、ワーカーが働く場の改善を自分事として捉え、コンセプ

トの実現を実感できるような自律的な活動に繋がっている。

注目すべきは、ワーカーの中には従前は在宅勤務中心の働き方であったところを、新オフィスの方が快適に働けるということで、出社の比率を高めたという例も出て来ている。

なお、ウェルビーイングの観点では WELL Safety Lating を取得し、今後 WELL 認証プラチナ取得も目指している。

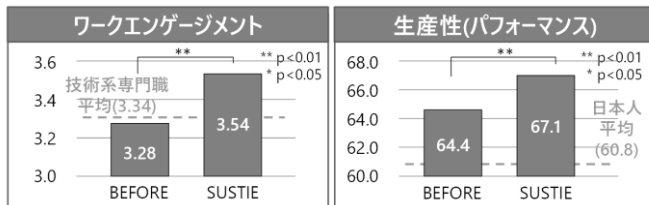


図6 POE 満足度調査による事前、事後の効果検証

■部会での主な議論

- ・ コロナ禍前からの計画であるが ABW の導入によりコロナ禍での柔軟な対応が可能となった例。
- ・ コロナ禍への対応そのものは、オフィスづくりにおける本質的な課題とはなり得ない。
- ・ SDGs、脱炭素、健康、社会・地域の課題に向き合う企業姿勢にワークスタイル、ワークプレイスからの解決を示すことができることが望まれるようになった。
- ・ ワーカー参加型プロセスの採用は、自律的なワーカーを育て、ワークエンゲージメントを高める。参加型プログラミングの学習的側面は重要である。
- ・ ABWは自律的なワークスタイルを生む有効な方策である。

4. オフィスの必要機能と必要数の考え方に関する変化

(イトーキ 市村匡生)

アフターコロナを見据えてオフィスの見直しを検討する企業は、ハイブリッドワークの増加、ワークスタイルの変化に伴い、オフィス面積の見直しやオフィスの各種機能の見直し等を検討している。しかし、これまでと同じように検討することが難しくなり、企業の経営者やファシリティマネージャーは、考え方に変化が求められており、頭を悩ませている。これまではオフィスを利用する社員一人当たりの面積からおおよその必要面積を算出してきたが、オフィスへの出勤率や滞在率が大きく変化したことで、これまでの考え方が通用しなくなった。

そこで相談が多く寄せられるようになったのが、ワーカーのワークスタイルの変化を受けて、企業または組織の『新しい働き方のありたい姿』を定義し、執務環境を検討したいという企業からの依頼である。ある企業からの相談では、入居ビルの老朽化等の問題があり、移転を検討しているが、移転計画に向けた必要なオフィス面積のシミュレーションをして

ほしいという依頼があった。コロナ禍の影響で出勤率が低下、ワークスタイルの変化を受けて、『これからの新しい働き方のありたい姿』を定義し、そこから理想的なオフィス環境を検討していきたいという要望が挙がった。

インタビュー調査やワークショップ実施等で「ありたい姿」の検討と並行し、ワーカーへのインタビュー調査の結果から必要面積のシミュレーションを実施した。ワーカーへのアンケート設問は、ワーカー自身が生産性が高まると感じる働き方に関する設問、例えば、オフィスへの出勤割合や滞在時間、オフィスや自宅以外での業務時間の割合、オフィスでの業務時間割合、などに関する設問などを回答してもらった。ここから得られた定量データを元に、執務スペース・コミュニケーションスペース・その他スペース毎に必要な機能と必要数を算出し、算出した必要機能とその数を元に面積シミュレーションを実施した。

アンケート結果から定量データを参照することで、ワーカーが理想とするオフィス滞在率を元にしたオフィスのシミュレーションや経営層が考える想定出勤率を元にしたオフィスシミュレーションなど、複数のシミュレーションを実施し、そこから「ありたい姿」に一番望ましい必要面積の検討が可能となった。

●得られた知見

必要面積のシミュレーション手法において、アンケート調査から得られる定量データを用いることで、これからのありたい姿に基づいたオフィスを検討できたことは一定の成果を得られた。

しかし、アンケート調査結果だけではシミュレーションすることができない機能やスペースもあることや、ワークスタイルの変化に合わせた各スペースの基準⁶⁾となる考え方には検討の余地がまだ多く残っていると考える。



図7 「人の集積」→「活動の集積」へ変化

■部会での主な議論

- ・ 働き方、働く環境の再定義のためのプログラミングの需要が高まっている。
- ・ 働き方が大きく変化している中で、利用人数をベースにしたロジックはすでに成り立たないのではないかと。
- ・ 1 席あたり面積といった基準化をどう進めていくのかが

課題だが、そもそも基準化が必要なのか。

- ・ コロナ禍での働き方の変化を受けて、多くのワーカーが「場所はある程度どうにでもなるかも」という感覚を身につけたことは、プログラミングの自由度が増すと同時に検討すべきパラメーターが複雑になるともいえる。
- ・ ダイナミックプライシングや混雑予測のように、出勤・利用人口（需要）を積極的かつ上手にバランスする方策も必要となるかもしれない。
- ・ 今後は、換気回数など衛生基準の観点からも必要面積を求める必要があるのではないかな。そういった意味での人数基準は必要になるのではないかな。

6.「リモートネイティブ世代であり、Z 世代」を通してみるワークプレイス

（ヴィス 母ヶ野仁）

2019 年 12 月初旬に感染確認から世界を覆った COVID-19。一瞬にして我々の日常の行動に変化が起きた。企業活動の中においてもその変化は著しく、主に対面で行われていた活動のほとんどはパソコンなどのモニタ越しでおこなわれるようになり、2020 年 4 月に色々な企業へ入社した方達は「リモートネイティブ」と呼ばれるようにもなった。

急激かつ半ば強制的にあらゆる事柄がオンライン上で行われるようになり、これまで当たり前にあった対面でのコミュニケーションが減ってしまった状況の中で2年間という期間リモート環境で学生生活を送り、2022年4月に入社した「リモートネイティブ世代であり、Z 世代」が考えるこれからのオフィスの在り方に関して、ワークショップを通して探った。

ワークショップは以下の 3 テーマで、KJ 法を用いて行った。

- ・ あなたが考える未来のワークプレイスは？
- ・ 未来のワークプレイスはどのように変化するのか？
- ・ 2030 年のワークプレイスについて

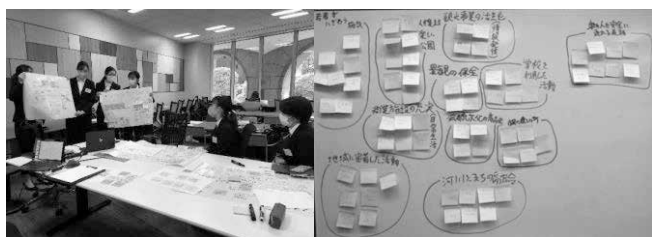


図 8 ワークショップ状況

このようなワークショップを通していわゆる「リモートネイティブ世代であり、Z 世代」の感覚として必ずしも行かないといけない場所ではなく、多様な働き方の中で「安心して帰ることのできる場所」や、「自分自身のパフォーマンスを最大限にするために行く場所」などの意見が出てきた。従来であれば、出社するということが当たり前だったが、世代に

よっての価値観の違いが表出する結果を得た。

●得られた知見

これらのワークショップを踏まえ、後日インタビューを行った。その中で、「プライベートの時間の中で仕事ができることが心地よく思える」というような、プライベートな時間と仕事をしている時間がマージしている感覚でいることや、出社をするということの動機として「周りの人との関わりを持ちたい」があることもわかった。急激な変化の結果、周りとの関係性がたれたことで、「逆に周りの人たちとの関わりを強く意識するようになった」との意見も出てきた。

リモートで繋がるのが当たり前になっていることで、対面のコミュニケーションに価値を見出し、自分の状態を選び調整することにも適応のはやいこの世代をワークプレイスという中でどのように文化形成をしていくかということもこれから考えて行かないといけないと思われる。

■部会での主な議論

- ・ それまでに蓄積された人間関係をベースにコロナ禍を乗り切ったと思われがちな分散型の働き方がある一方で、入社時点から分散型のワーク環境に置かれた世代の振る舞いや心情をしばらく注視する必要がある。
- ・ このようなワークショップの機会を設けることそのものが縦・横のコミュニティ形成に役立つ。
- ・ リモートワークは、ワークライフバランスの観点からの良し悪しがある。
- ・ あくまでも、その人本人内面的な部分の影響が大きい節もある。

7.資生堂のワークプレイスづくりから得られた、今後のワークプレイスプログラミングの展望

（JLL 溝上裕二・北山善一）

資生堂では、2016 年より経営層のリーダーシップのもと、ユーザー参加でワークプレイス戦略が構築され、複数支社のトライアルを経た後、グローバル本社のワークプレイスが2021年1月に完成した⁷⁾。新しいワークプレイスは、資生堂の「Beauty Innovations for a better world」を具現化する本丸である。ワークプレイスコンセプトを「創造力の交差点」とし、社員の自律とクリエイティビティを喚起し、皆でイノベーションを起こす環境として構築されている。

入居ビルは、二層吹き抜けのフロアが 1 セットとなっており、この構造を利用して、下層階を主要ブランドの世界観、上層階にコーポレート部門を配置し、全社員がブランドを感じながら「何のための働くのか」を常に感じるしくみとなっている。また、心理的安全を確保し、部署を超えたコミュニケーションを創発するため、ブランドを表現したフロアとは全く異なる、自然豊かで五感に心地よい「新価値創造フロア」

が設置されている。その他、ゲストとのコラボレーション・イベントのエリア、本格的な動画配信スタジオとタウンホールエリア、スチール写真スタジオとタレントの楽屋、充実した飲食のカフェテリア、社員向けのショップなどの機能が完備し、その運営を支えるコンシェルジュを含めたファシリティマネジメントの仕組みが充実している（図 9）。これらのハードとソフトの両輪で、社員の自主性と活動の選択肢を増し、最高のパフォーマンスを発揮できる環境を提供している。



ブランドの世界観のフロア



スタジオ・タウンホールエリア

新価値創造フロア

図 9 主要フロアの様子

●得られた知見

このワークプレイスはコロナ以前に計画されたが、コロナ後の活用も見据え、下記の知見を得た。

- ・ 社員の自主性促進を中心に据えた ABW は、100%在宅勤務への緊急措置にも迅速に対応でき、コロナ後のハイブリッドワークのオフィスのあり方のベースの考え方となる。
- ・ 特徴ある機能、ここにしかない機能、ここでしか感じられない環境が、オフィスに「自然に集まりたい」という動機になっている。
- ・ ハイブリッドワークが定着すれば個人ロッカーの活用が減り、他機能への転換が可能になりそうである。
- ・ 自主的に動き、イノベーションを起こす人材の増加・育成のためには、自社ブランドを肌で感じ、「何のために働いているか」を常に意識するインナーブランディングが効果的である。

また、今後のワークプレイス環境に下記が求められた。

- ・ オフィス出社時に、細切れの Web 会議にも迅速に対応できるなど、在宅の利便性を担保できる機能充実が必要。
- ・ オフィスでこそこそできることを更に充実。部活など、業務以外のコミュニティづくりで人的ネットワークを促進。

■現地見学後の部会での主な議論

現地見学会を開催し、見学後に議論した内容を示す。

- ・ 社員が ABW にコロナ以前から順応していたため、在宅とオフィス機能の活用を上手く選択して活用している。
- ・ 一律な出勤率の設定ではなく、業務や個人の働き方に合わせた柔軟な対応が、社員満足度を高めている。
- ・ オフィスに特徴ある機能、そこにしかない機能をつくることは、ハイブリッドワークとなっても、オフィスに集まるきっかけとなる。
- ・ オフィスのハードづくりと、制度やチェンジマネジメントなどのソフトづくりとの両輪が成功の秘訣である。
- ・ 変化が激しいため、継続改善の仕組みが必須である。
- ・ 「オフィスに集まる主な意味」は下記であり、組織に合わせて柔軟にワークプレイス設計に反映する必要がある。
 - － パフォーマンスを最大限に発揮
 - － 対面のコミュニケーション・コラボレーション
 - － チームビルディング、ネットワークづくり
 - － ここしかない機能や環境
 - － 偶然の出会い、アイデアのきっかけ
 - － 学習、教育、成長
 - － 気持ち良い・元気になる、ワクワク楽しい、美味しい
- ・ 上質なインテリアデザインがブランドを体现でき、そこで働く人の意識を向上させ、豊かな表情となっている。
- ・ 議論や開発のときの雑然の中でも整い、奇麗に散らかすができしており、「上質なカオス」が実現している。
- ・ ハイブリッドワークで自由な働き方が広がる中、「集まる意味」を重視する組織は、「それでも来たい」と思われるオフィス環境を、経営方針や組織文化に合わせて構築することが課題である。

8.欧米でのワークプレイスに関する最近の研究

（立教大学 萬行扶美）

Ancillo らは COVID-19 に関する文書、出版物、調査を分析し、職場の現状と将来の進化を調査している⁸⁾。ワークプレイスは、人々が仕事をする場所としての理解を超えて、社会的関係、創造性、トレーニング、エンゲージメント、自己実現などの側面を持っている。COVID-19 後の新しい状況に備えるために、企業は仕事のやり方と場所を再定義する必要がある。ほとんどの企業は従業員の在宅勤務を躊躇していたが、このパンデミックにより、より多くの人々が自宅で仕事をしなければならないという世界的な実験が余儀なくされた。COVID-19 は新しい働き方のモデルを実践させ、今後も在宅勤務への傾向を加速する可能性がある。そして、ワークプレイスの役割は劇的に変わり、「過去を破る」ことが必要となった。リモートワークの新しい方法を模索しバーチャルの可能性と限界に直面するなど、さまざまな研究の成果は、ワークプレイスを変えることではなく、ワークプレイスを再発明することを考える必要性を強調している。

また、Dingel らは米国労働省のデータベースを活用し、在宅勤務に適した仕事と適さない仕事の研究を行っている⁹⁾。マネージャーや教育者、テクノロジー、金融、法律で働く人々は主に自宅です仕事をする事ができ、農場、建設、工場の労働者は在宅勤務ができない。37%は在宅勤務が可能であり、彼らの仕事は賃金が高いことも明らかとなった。Dingel らは在宅勤務できる仕事とできない仕事の間には補完関係があることを見逃してはならないと述べている。

COVID-19 の働き方や価値観の変化はワークプレイスが単独ではなく、様々な要素と相互補完で成り立つという変化をもたらした。ワークプレイスの役割について仕事の満足度と生産性について新たな評価の仕組みが必要になる。プログラミングにおいては、相互補完の概念をどのように盛り込み、どう評価するかがこれからの課題になるのではないだろうか。

9.まとめ

以上、研究・プロジェクトの7事例に加えて、欧米の研究動向についての概要を紹介し、その共有を通して得られた部会内での議論の一部についても触れた。この議論は途上であるが、現時点で少しまとめてみたい。

まず、社会として働くことに対する興味とアンテナが格段に高くなった実感がある。このことは、ワークプレイス業界にとっては大きな期待が寄せられることに繋がるだろう。

プログラミングの視点に立てば、取り扱う対象の時間的・空間的広がりが見られる。例えば、計画時点のみならず、その後の維持や継続的な改善の必要性への気づきが広がりつつある。また、テレワーク等の普及により、いつ働くのかも曖昧になってきている。空間的には、検討対象の範囲が、点から面、面から立体へと膨らんでいる。そして、オフィスそのものが立体の中心にあるとも限らず、流動的である。

取り扱う課題の広がりに加えて、プログラミングのプロセス面や実現する環境面からの「働く人たち（経営者含む）の学習効果」にも注目したい。ワークスタイルの柔軟性を高める計画（コロナ禍前や最中での ABW 導入など）が、コロナ禍においては、継続的で主体的な学び（工夫、改善、納得）の恰好の場となっている。単に現状のニーズを集めて作るのではなく、ニーズを拡張、ときには変えていくプログラミングの力が見えてきた。この学習プロセスとしてのプログラミング活動は、上述したような課題の複雑化や流動化、さらには働き方への意識が高まったワーカー達の高度な“わがまま”（≒働き方に対する個別のこだわり）に対応するための鍵を握ると考えている。

現在、部会外部や他分野も含めた多様な事例・知見の収集（現地見学等を含む）を続けている。それらについても機会を見て報告したい。

参考文献

- 1) 松本裕司、他本部会メンバー10名：コロナ禍で見えてきた新しい働き方～ワークプレイスプログラミングの視点から～、日本オフィス学会誌、Vol12-2、pp.17-22、2020
- 2) 松本裕司、他本部会メンバー8名：ポストコロナでのワークプレイスプログラミングのあり方～今、見えつつあるもの～、第22回日本オフィス学会大会梗概集、pp.42-47、2021
- 3) 前原茉莉子、大野愛莉、松本裕司：360度動画を用いたワークプレイスのVRツアー体験の実践的研究、日本オフィス学会誌、vol.14 No.1、pp.29-36、2022
- 4) 大野愛莉、松本裕司：ユーザー参加型オフィスづくりの初期段階におけるVRの活用に関する研究 その2 ワークショップ実験の分析結果、日本建築学会2021年度大会学術講演梗概集、pp.1057-1058、2021
- 5) ニューオフィス推進協会：THE BEST OF NEW OFFICES 2021 - 三菱電機 ZEB 関連技術実証棟 SUSTIE -、2022
- 6) イトキ：WORKPLACE DATA BOOK、2022、<https://www.itoki.jp/solution/databook2022/>（最終閲覧日2022.7.15）
- 7) ニューオフィス推進協会：THE BEST OF NEW OFFICES 2021 - 資生堂 本社オフィス GLOBAL VISION CENTER、2022
- 8) de Lucas Ancillo, A., del Val Núñez, M. T., & Gavril, S. G.: Workplace change within the COVID-19 context: a grounded theory approach. Economic Research-Ekonomska Istraživanja, 34(1), pp.2297-2316, 2021
- 9) Dingel, J. I., & Neiman, B.: How many jobs can be done at home?, Journal of Public Economics, 189, 104235, 2020