

## 「居酒屋とインターネットのワークスタイル」

似内志朗（JFMAユニバーサルデザイン研究部会）

JFMAユニバーサルデザイン（以下UD）研究部会は、今秋ダラスで開催されるワールドWP2003で、「居酒屋ワークプレイス（Productive “I-I (Izakaya Bar and the Internet) Work Style”）」をエントリーしました。これは、研究部会の主題であるUD自体とはほとんど関係なく、部会（正しくは部会となる以前の検討会）のワークスタイルそのものを研究題材にしたものです。いわば副産物です。以下は会議梗概からの抜粋です。「呑みながら働くなど不真面目！」と感じられる方もおられると思いますが、インターネット時代の知的生産性を高めるひとつのヒントとして、ご笑読いただきたく思います。

（以下は、WPP2003ダラス論文からの抜粋。約1/2）

### 1 居酒屋WPとは

居酒屋と呼ばれる伝統的な日本の酒場は、値段も安く気楽な雰囲気世代を越えて人気が高い。典型的な日本のビジネスマンは、仕事の後に同僚や部下と連れだって酒を飲み、オフィスにいるときよりずっと親密に仕事について議論をする。ある意味で、酒場でも働いているのである。しかしこの悪名高き「ノミュニケーション」と呼ばれる呑み方は、既に流行らなくなった。若い世代のクールなビジネスマンが時代遅れだと感じているからである。

この1年、私たちJFMAユニバーサルデザイン研究部会では新しいワークスタイルで仕事を行った。会社に毎日遅くまで勤務しているため、定期的なミーティングを持つことはかなり難しい。当然のように私たちは、時間と場所に拘束されないインターネットでこの仕事を行うようになった。インターネットはこうした目的の仕事では絶対的に有用である。しかし唯一の問題点は、フェース・トゥ・フェースのコミュニケーションが新しいアイデアを生み出すために必要なことであった。

私たちは「居酒屋」で月に1~2度ほどのブレイクストーミングのためのミーティングを行った。多少のアルコールも手伝ってアイデアだしには大変、効率的であった。必要性に迫られて採った「実質的な仕事を効率よく進めるためのインターネット」と「気持ちよく議論しながらアイデアを産むためのミーティング+居酒屋」の組み合わせは思いの外、生産的だったのだ。

「実質的な仕事を効率よく進めるためのインターネット」はSOHOスタイル、つまり自宅でリラックスし資料を読み、パソコンで数時間集中する。疲れたらBGMをかけ、コーヒーを飲みながら資料を読み、時には数時間眠ってしまう。特に企画中心の仕事では、このワークスタイルはオフィスワークと比べストレスが少なく能率がよい。

後者の「気持ちよく議論しながらアイデアを産むためのミーティング+居酒屋」は、軽いアルコールが発想の制約を壊し、議論が佳境になってくると、ひとつのアイデアを他のメンバーがワンステップ上げ、それをまた別のメンバーが次のステップに繋げるといった、アイデアの連鎖反応を起こす。簡単なメモを取っておくことも大事である。翌朝、酔って書き付けたメモを解読しながら、昨晚のアイデアをメールに打ち込み、メールリングリストに流す。ここで文字にするときに、僅かながら論理が与えられる。その記録を芯にして、アイデアや具体的な計画を、皆で結晶化させていく。

これはとても効率的なワークスタイルで、インターネットと居酒屋が上手い補完関係となって機能していると言える。二つの全く異なるワークプレイスの組み合わせ、つまり実質的な成果をまとめるためのバーチャルスペースとアイデアを生み出すための居酒屋が、セントラルオフィスに取って代わる可能性すら示唆しているのだ。あるいは、流行らない「ノミュニケーション」がインターネット時代を迎えて再びその役割を得たとも言える。私たちはこれを「居酒屋ワークプレイス（以下、居酒屋WP）」と呼んだ。

## 2 居酒屋とインターネットの補完関係

近年、知的生産性やナレッジマネジメントの重要性が、取り上げられるようになっていいる。それらがブランド等と並んで企業価値を決定づける大きなインタンジブルな要素であることへの認識が広がってきたためである。

知的生産性を向上するには、今までのように勤務時間内で知識を切り売りするだけでは十分ではない。むしろ時間や場所を問わず、自らが対象に対して高い関心を持続することがナレッジを創造する。そして近年のワークスタイルを抜本的に変化させたのは、言うまでもなくインターネットの発展である。anytime anywhere (場所と時間に拘束されない)のワークスタイルは、ノンテリトリアルオフィス、SOHO、テレコミュティング、テレワークセンター、バーチャルオフィスとバリエーションを広げている。



WPはそもそもビジネスのために存在している。ビジネスの完成度を高めていくための「手段」としてのWPである。成功したプロジェクトの初期のアイデアは、電車の中の立ち話であったり、あるいは食事の最中のたわいもない会話から生まれたりするとはよく言われることである。

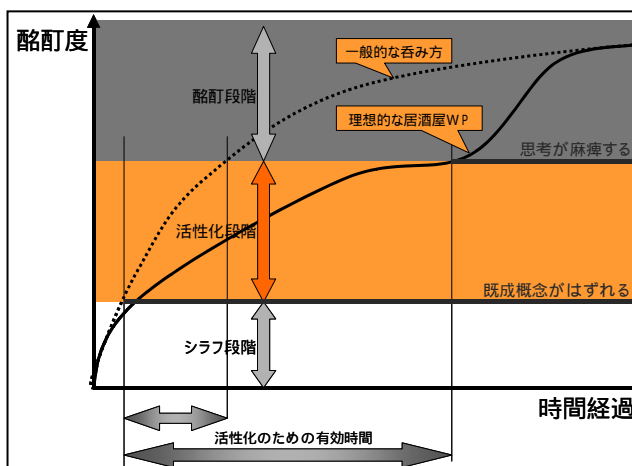
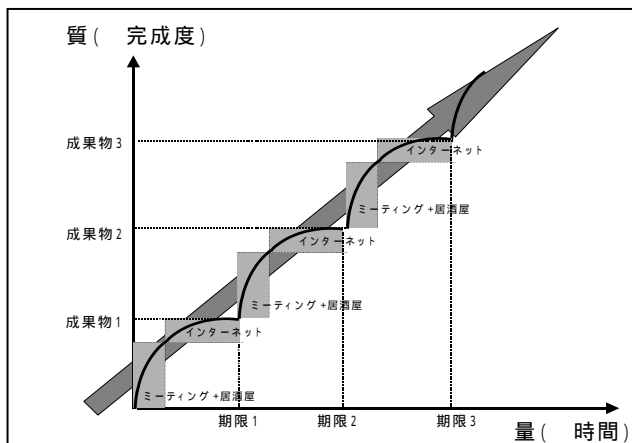
多くの企業ではこうした「化学反応」を以下に有効に起こすか、つまり構想段階(アイデア・企画)の「質」をいかに醸成するか熱心である。しかし重要なことは、構想段階(アイデア・企画)の「質」を充実させるためには、ワークスタイルそのものが変わらない限り、ワーク環境を変えたところで無駄ではないだろうか。「WPありき」ではなく、ビジネスにおいて最も生産性の高いと思われるワークスタイルに、どのようなWPを与えうのかを問うことが重要である。

居酒屋 = 構想段階 (アイデア・企画) の「質」を生み出すための最適な環境  
 インターネット = 作業段階 (ルーティンワーク) の「量」を生み出すための最適な環境

プロジェクトの作業段階(ルーティンワーク)は、既にできあがったアイデアや企画を詰めていく力作業である。時間を掛け注意深く調べものをして、データを整理するといった忍耐力を必要とする。しかし、構想段階(アイデア・企画)では、頭脳の活性化とそれをブラッシュアップする他者との会話が有効である。良いアイデアが出れば、時間を掛ける必要はない。多くのプロジェクトで、この二つの段階は混在しているが、異なる性質のものである。

私達が「居酒屋WP」で行ったことは、構想段階の「質」とインターネット=作業段階の「量」の繰り返しである。居酒屋でアイデアを練って大方のアウトラインを決め、インターネットによるワークで肉付けをしていく。この繰り返しにより仕事が進むのである。

居酒屋WPの特徴を生理学的に見ると、通常の職場と切り離されて環境が変わっていること、アルコールが入ること、時間の制限がゆるやかであること、思考がいい加減になりやすい等である。また、論理的な左脳の分析的、抽象的、論理的な部分抑制され、情動的右脳が合成的、全体的、感覚的、直観的働きやすいということといえる。左図のように、居酒屋WPに最適な「既成概念がはずれ、思考やコミュニケーションが活性化しているが、呑みすぎて思考力が落ちる前の段



階」は意外と短い。仮にこれを「活性化段階」と名付けるならば、この段階の有効時間を引き延ばすことが重要である。

次に、居酒屋WP(インターネット+居酒屋)を、他のワークスタイルと比較したい。居酒屋WPは、セントラルオフィスの「構想段階を生み出す環境」と「作業段階のための環境」を、二極分化したものである。新しいワークスタイルのイメージとして、カフェや居酒屋にPCを持ち込むようなスタイルが描かれることが多いが、はたして本当にそうであろうか。むしろ、居酒屋WPのように構想段階と作業段階のメリハリをつけて、それぞれの環境を最適化することが、トータルに見て望ましいのではないだろうか。

ワークスタイル	知的生産性 (創造)	知的生産性 (ルーティン)	企業負担 (コスト)	ワーカー負担 (QOWL)
セントラルオフィス				
サテライトオフィス				
インターネット				
インターネット+オフィス				
インターネットワーク				
面積縮小したオフィス				
インターネット+居酒屋WP				
インターネットワーク				
居酒屋WP		x		

図:ワークスタイルの生産性・ファシリティコスト等の比較

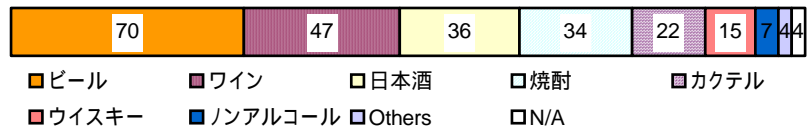
### 3 オフィスワーカー調査

「居酒屋WP」は誰もが経験しているはずである。一步踏み込み、知的生産活動を行っているオフィスワーカーを対象に、アンケート調査を実施した。

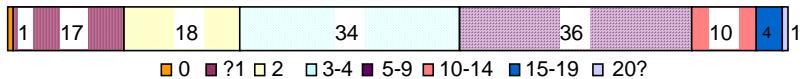
- ・有効回答数:121 / 男女比 : 7:3
- ・年齢構成 : 20代8人、30代53人、40代34人、50代19人、60代6人、無回答1人
- ・職種 : サービス関連81人、製造関連21人、官公庁、教育・研究機関17人、無回答2人

#### 酒場について

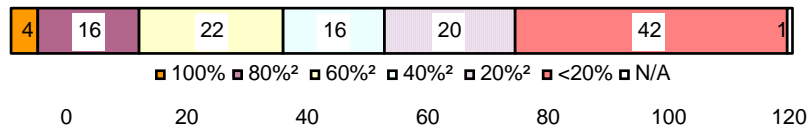
Q1. どんな酒が好きか?



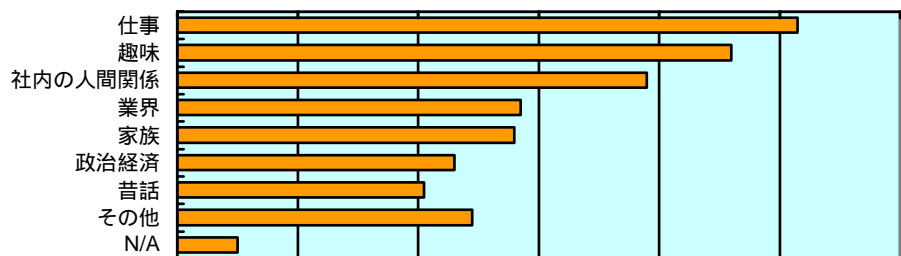
Q2. 月に何度、酒場に呑みに行くか



Q3. 職場の同僚と酒場に行く割合は?



Q4. 同僚との酒場での話題は?  
(複数回答可)

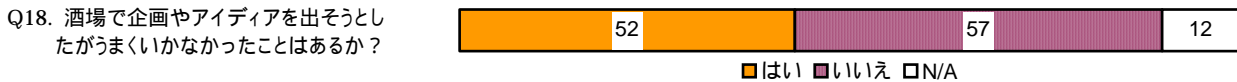
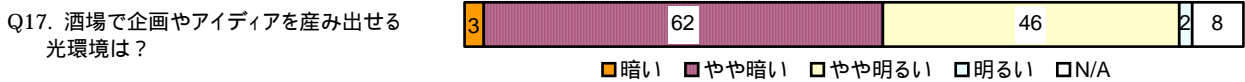
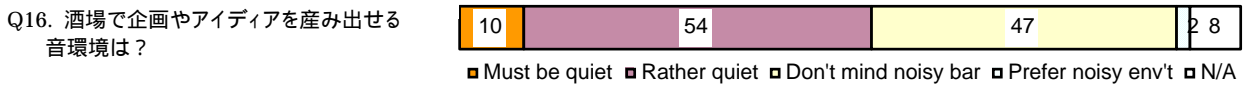
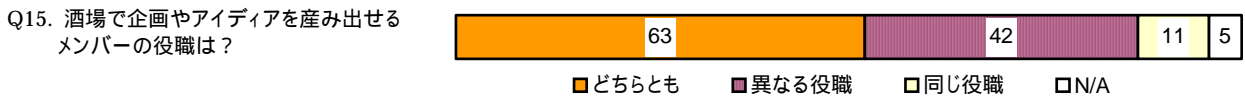
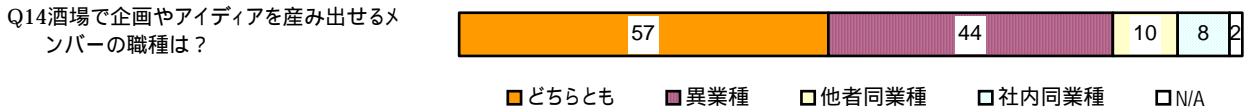
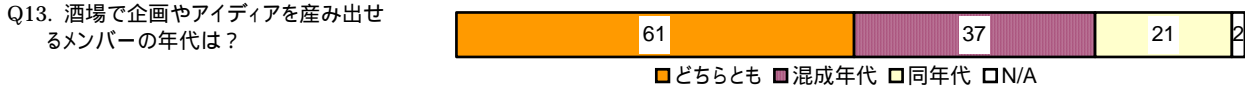
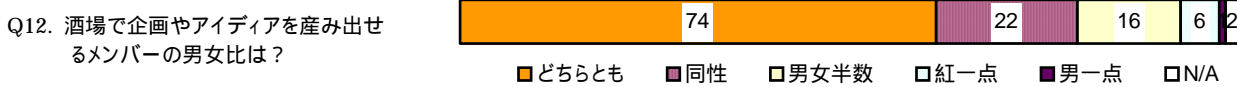
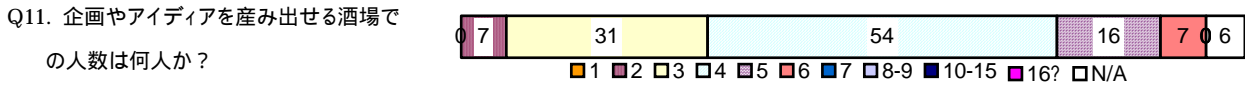


Q5. 酒場で仕事を話題にすることに対する貴方のスタンスは

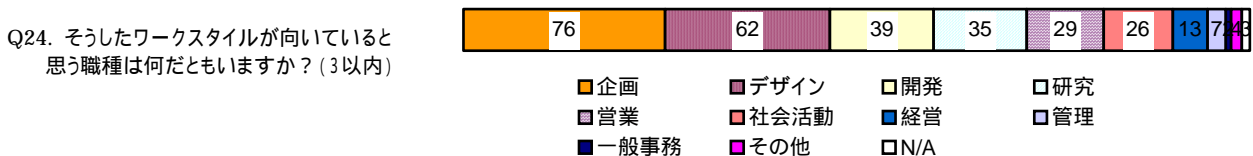
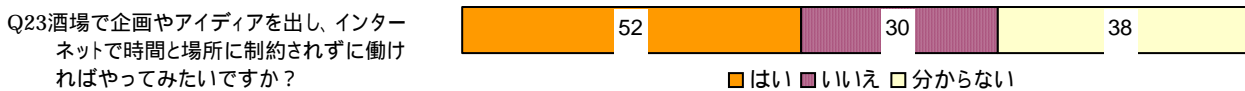
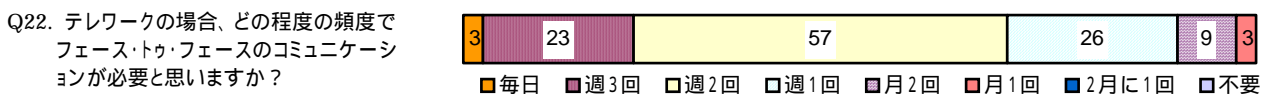
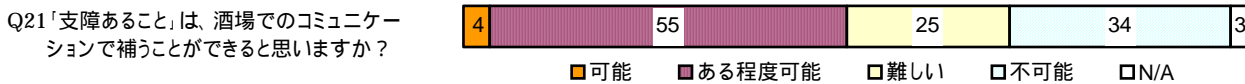
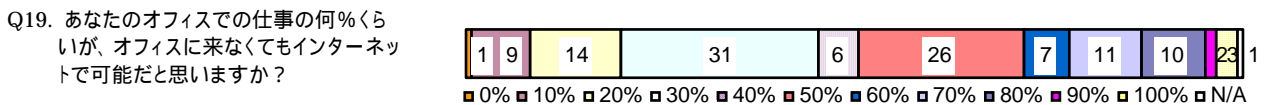


Q6. 仕事上の企画アイデアが生まれたことがあるか?





### ワークスタイルについて



#### 酒場について

- ・酒の席で仕事の話をする事抵抗のある人は121人中15人と意外に少ない。
- ・酒場で仕事上のアイデアが出た経験のあると回答した人が121人中94人で、76人が、実際の仕事に結びついた経験を持っている。
- ・半数以上の70人が、酒の席の良いアイデアを忘れてしまった経験がある。
- ・約半数の52人が、酒の席でアイデアを出すことに失敗した経験を持っている。
- ・アイデアを生みやすい人数は3～5人。
- ・アイデアは男女比には依らないが、年代・所属・役職には多様性があった方が望ましい。
- ・音環境・光環境は、中庸（静かすぎず、明るすぎず、うるさすぎず、暗すぎない）がよい。

#### ワークスタイルについて

- ・業務のうち半分以上の仕事がオフィスに来なくてもインターネットで可能と回答した人が約半数。
- ・オフィスに来ない場合の最大の問題点は人的コミュニケーション。
- ・インターネットワークを酒場のコミュニケーションで補えると考える人は、約半数。
- ・居酒屋WPをやってみたいと思う人は、約40%。やりたくない人は約25%。
- ・居酒屋WPに適した職種ベスト3は、企画、設計・デザイン、研究・開発。

居酒屋WPは、一部に道徳的な慎重意見はあるものの、少量のアルコールの力を借り、オフィスとは違った雰囲気味わいながら自由な意見や発想を羽ばたかせるという意味では、うまく利用できるものならばやってみたいという意味合いの回答が多かった。一方、アイデアを出すことに失敗したり、アイデアを忘れてしまったりしたケースも多い。また、酒場に料理や酒を楽しむことを求め、仕事とは切り離して考えたいという人や、アルコールを好まない人もいることを理解したい。

このアンケート結果から、予想以上に酒の席で仕事上のアイデアが生まれ、かつ実際に仕事に結びついた経験を持っていることがわかった。またインターネットと酒席の相互補完が可能であるという回答も多かった。こうしたワークスタイルをやってみたいと考える人も回答者の約4割にのぼる。

#### 5 ワークプレイスはどこへ向かう

「居酒屋WP」は、実は全く新しくない考えである。恐らく誰もがそんなことは考えているに違いない。私たちはFMの仕事をしてきたことから、「居酒屋WP」は、まさにFMそのものだと気づいただけのことである。居酒屋でのミーティングをインターネットによるノン・オフィスワークの欠点を補うものとして考えるうちに、現在のセントラルオフィスがある意味で中途半端に持っている「効率的な作業のための機能」と、「フェース・トゥ・フェースによる知的創造のための機能」を二極化・二分化することができるのではないかと思いついたのである。これも新しくはないのかも知れない。

ノンテリトリアルオフィス、SOHO、テレコミュニケーション、テレワークセンター、バーチャルオフィスと、従来型のセントラルオフィス中心のワークスタイルのあり方が変わってきている。これらは従来の「オフィス」から発想されていないだろうか。こうしたWPや空間をベースにした発想ではなく、ワークそのものの目的や機能という視点が必要であると思う。「オフィス」という先入観から完全に脱しないと、新しいワークスタイルは見えてこない。ビジネスあるいは知的生産そのもののために、どんな環境的な設えが必要なのか、それが施設であっても情報システムであっても良い。あるいは居酒屋の環境であっても、公園でも、カフェでも、ベッドの上でも良い。つまり何でも良いのである。よく言われるオルタナティブオフィスは過渡的なものである。居酒屋WPももちろん過渡的である。WPに対する先入観から離脱し、ワークそのものの生産性から考えること。知的生産性を最大化すると共に、QOWLを向上させる最上の方法を求めることが重要である。そこまで到達して、オフィスやWPに求められるものの輪郭がクリアーになるのだと思う。