

ワークプレイス・ワークスタイルの柔軟化と 空間感覚の変容に関する研究 —Hubud、FabCafe Hida における ワーケーションを事例に—

松下 慶太

実践女子大学人間社会学部

1. はじめに

モバイル PC、スマートフォンなどモバイルメディアの発展・普及によってモビリティ（移動可能性）が高まり、テレワーク、リモートワーク、コワーキングなど必ずしもオフィスに規定されない柔軟なワークスタイルが可能になった。一方で、これらのワークスタイルは 1970 年代に始まる OA 化やサテライトオフィスなど、これまでも可能性や期待を受け、実践が重ねられながらも現在まで本格的な普及には至っていない。

本研究では柔軟化したワークプレイス、ワークスタイルについて、主にメディア論、空間論を中心とした理論的枠組みを参照しつつ、日本、インドネシアの滞在型コワーキングスペースにおいてワーケーションを行うワーカー、および運営者へのインタビュー・参与観察を中心としたフィールドワークから得られたデータによって、ワークプレイス、ワークスタイルとメディア、空間感覚との関連について論じる。

2. 本研究の背景と目的

ワークプレイスとイノベーションとの関連については 1990 年代までの合理的・効率的なオフィスを目指す「快適なオフィス」研究からそれ以降の「知的空間としてのオフィス」研究への流れがある。近年では経営学や建築学を中心にコラボレーションやイノベーションをキーワードにオフィスデザインやオフィスでの活動などに注目したワークプレイス研究は増えている（阿部 2013、大倉 2014、稲水 2014 など）。また離れたワーカー同士がコラボレーションするワークスタイルについても「コプレゼンス・ワーク」（池田 2011）など実践に基づいた研究がなされている。

本研究で取り上げるコワーキングスペースについても、これまでのオフィス研究を整理しつつ、コワーキングスペースの概要的な調査、またそこでの相互作用に着目した研究は徐々に蓄積されてきている（阿部・宇田 2015、2016、宇田・阿部 2015）。コワーキングスペースはワーカーがオフィス以外の仕事場・作業場として集い、仕事をする空間というだけではなく、利用するワーカーたち

がアイデアを交換したり、活動したりする中での偶発的なコラボレーションによってイノベーションが生み出されうる可能性を提供する空間としての意味が重要視されている。

時流を遡るとテレワーク、リモートワークに関しては1990年後半以降、研究蓄積が見られ、2000年以降はテレワーク学会を中心に知見が蓄積されている。またそれ以外にもワーカーへのアンケート調査、インタビュー調査によって働く時間と場所の多様性を示した一連の調査（小倉・藤本 2007、労働政策研究・研修機構 2006、2009、2011 など）やワークライフバランスとの関連からテレワークを論じたもの（下崎・小島 2007）、テレワークに従事する人々へのインタビューなどによって実態を示したもの（佐藤 2006、佐藤 2008）などの知見が蓄積されている。

2010年以降、以上のような研究がより注目を集めるようになった社会的な背景として、2011年の東日本大震災によるBCP（Business Continuity Planning：事業継続性）を重視する傾向の高まり、2015年の女性活躍推進法案の可決、2016年からの一連の「一億総活躍プラン」「働き方改革」の流れなどが挙げられる。これらは長時間労働、雇用格差、少子高齢化、グローバル化などに対して働き方を見直し、労働生産性の向上を目指すという政策目標が掲げられている。こうした中で、柔軟な働き方がしやすい環境整備のアプローチのひとつとして、テレワークは位置づけられる。例えば、2017年3月に出された「働き方改革実行計画」では、テレワークを長時間労働を招かないようにガイドラインの制定が必要としながらも「時間や空間の制約にとらわれることなく働くことができるため、子育て、介護と仕事の両立の手段となり、多様な人材の能力発揮が可能となる。副業や兼業は、新たな技術の開発、オープンイノベーションや起業の手段、そして第2の人生の準備として有効である。我が国の場合、テレワークの利用者、副業・兼業を認めている企業は、いまだ極めて少なく、その普及を図っていくことは重要である」ものとして、取り上げている。

本研究はこうした社会背景を踏まえつつ、とりわけ2000年代以降のモバイルPCやスマートフォンなどのモバイルメディア、ソーシャルメディア、クラウドサービスをはじめとするICTが可能にしてきた働き方を実現する「場」に着目し、その意義を検討する。

3. 調査の背景

3-1. テレワークからサードワークプレイス

テレワーク、リモートワークを普及させていくことは近年の「働き方改革」にも紐付いたひとつの政策課題となっている。例えば、総務省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、学識者、民間事業者などで構成されているテレワーク推進フォーラムによる呼びかけで、2015年より11月を「テレワーク月間」としている。テレワーク月間の意図はどういったものなのか。2017年の「テレワーク月間宣言文」は以下のように述べる。

私たちは、テレワークが「持続可能な成長と実感できる豊かさ」を実現する働き方であることを確信しています。

- 私たちは、産業社会から知識社会への移行期にいることを実感しています。社会・経済のグローバル化や未体験ゾーンに入った少子高齢化社会の中であって、テレワークという強くしなやかな生き方、働き方の方法を身につけた人々が、これからの時代に活躍することを期待しています。
- 私たちは、情報通信技術の進展が新しい時代を動かしていること実感しています。もはや「ICT を活用し、時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方」を阻害する「技術的な壁」は存在しないと考えます。
- そして私たちは、テレワークの実践を通して得ることができる、多くの価値創造活動を支援します。

テレワーク月間は、テレワークに関心を持ち、実践する人々が「共鳴し、体験を拓げる場」として位置づけられています。この場に参加することで得られる全ての新しい価値創造の成果を共有することで、「持続可能な成長と実感できる豊かさ」の実現を目指します。

ここから見られるように、テレワークは「強くしなやかな生き方・働き方」であり、それによる「価値創造活動」を通じて「持続可能な成長と実感できる豊かさ」が実現できると主張されている。より具体的にはテレワークは個人の「起業」「選択」「ワーク・ライフ・バランス」、企業の「競争力」「技術・サービス」「BCP」、社会の「貢献」「環境」「交流」という9つの領域において貢献することで「持続可能な成長と実感できる豊かさ」が実現できるとされている。

こうした動きを推進することを目指している組織として、日本テレワーク協会がある。日本テレワーク協会は「ICT（情報通信技術）を活用した場所や時間にとらわれない柔軟な働き方であるテレワークを、広く社会に普及・啓発することにより個人に活力とゆとりをもたらし、企業・地域が活性化できる調和のとれた日本社会の持続的な発展に寄与する」ことを理念として設立された。1991年に設立された日本サテライトオフィス協会を前身とし、2000年に日本テレワーク協会に名称を変更した。そういった意味で、ICTを軸として、90年代のサテライトオフィスから2000年代のテレワークへの系譜が伺える。また松下（2016）も指摘するように、テレワークは2003年の「e-Japan 戦略Ⅱ」、2006年の「IT 新改革戦略」、2013年の「世界最先端 IT 国家創造宣言」に取り入れられるなど、ICT 普及戦略のひとつとして取り上げられつつ、その過程で次第に多くの社会課題を解決するものとして期待を受けていくものとなっていった。

それではテレワークを推進するにあたり、オフィス以外でどのような場所での仕事を想定しているのか。日本テレワーク協会の前身が日本サテライトオフィス協会であったことから分かるように、90年代まで働く場所は大きく「オフィス」「自宅」「サテライトオフィス」という3つに分類されていた。しかし、近年モバイルメディアやクラウドサービスの発展・普及に伴い、オフィス、自宅以外の場所のバリエーションが増加した。そこで日本テレワーク協会は2017年の『ワークスタイル変革に資する第三の場（サードワークプレイス）活用の可能性』報告書においてオフィス、自宅以外の働く場所として「サードワークプレイス（Third Work Place）」という概念を提唱して

いる。サードワークプレイスとはシェアオフィス、コワーキングスペースに加えて喫茶店、カラオケボックス、ロビー等公共スペースなども含まれ、営業などの移動の合間での短時間利用と仕事をする人のニーズに起因する比較的長時間利用がある。

同報告書では近年、オフィスデザインで注目される ABW (Activity Based Workplace : 活動に基づくワークプレイス) をオフィス以外にも適用することを主張している。これまでテレワークは育児や介護をせざるを得ないワーカーへの救済処置や営業の隙間時間の有効利用というネガティブな意味合いであったのを、「ABW の観点で見直すと、テレワークは特別な働き方ではなく、その業務タスクを行うことのできる適切な場所がオフィス外であるだけの違いとなる。つまり、テレワークは『特別な人が実施する』のではなく、『業務の生産性向上のために全ての人が実施する』ことが自然になる」というように、生産性を上げるためにすべての人がテレワークを実施する・できる状態を望ましいとする論理が展開される。

3-2. ワークーションの登場

ここまで見てきたように、テレワークは「どこで仕事をするか」が焦点となっている。例えば、在宅でテレワークをする場合、通勤しなくても良いというメリットがあるが、一方で「セキュリティの問題」「1人で孤独を感じる」「メリハリがつかない」などの課題も挙げられる。このようにメディアによる物理的空間と社会状況の分離については J. メイロウィッツの研究がある。

メイロウィッツは「口誦文化と印刷文化は大きく異なっているが、物理的場所と社会的場所が分ち難く結びついているという点で両者は共通していた」(Meyrowitz 1985=2003: 230) 時代から、電話やラジオ、テレビなど電子メディアが普及することで、「私たちが物理的にどこにいるかということは、私たちが社会的にどこにいて誰であるかということを決定するものではもはやなくなったのである」(Meyrowitz 1985=2003: 231) と指摘する。またこうした状況において、「伝統的に近隣や建物や部屋は、人びとをそこに物理的のみならず、感情的にも心理的にも閉じ込めてきた。ところが今や、情報は壁を通り抜け、膨大な距離を瞬時に超えてしまうため、物理的に縛られた空間は以前よりも重要でなくなっている。そのため、人がどこにいるのかということと、人が何を知り、経験しているのかということとの関係は、だんだん小さなものになっている。電子メディアは社会的相互行為にとっての時間と空間の意味を変えてしまった」(Meyrowitz 1985=2003: 231) のである。こうした状況はインターネット普及以降、より顕著であると言えるだろう。

さらに 2000 年代以降、スマートフォンを中心とするモバイルメディア、ソーシャルメディアの普及はオンラインでの情報とオフラインでの行動を重ねる状況を生み出した。富田 (2016) はそれをセカンドオフラインと位置づける。セカンドオフラインとは「リアルな空間にバーチャルな情報が重畳されている状態、人々が日常生活において常にネット上の情報を参照しているような状況、オンライン情報を常時参照しているオフライン」(富田 2016: 2) である。すなわち、スマートフォンなどのハードウェア、ソーシャルメディアやアプリなどソフトウェアの普及によって、オンラインとオフラインが、それぞれが相互に影響を及ぼしている中間の状態を指している。

こうしたモバイルメディア、ソーシャルメディアによる物理的空間と社会的状況との結合の曖

味化、オンライン、オフラインの重畳による新たな社会的状況（セカンドオフライン）の登場はワークスタイル、ワークプレイスにも変容をもたらしている。その好例が近年、欧米を中心に仕事（work）と休暇（vacation）とを融合するワーケーション（workation）というワークスタイルである。リゾート地などで1週間、1ヶ月単位で滞在し、現地のコワーキングスペースなどで仕事をするワークスタイルである。例えば、午前はコワーキングスペースで仕事を行い、午後はそれぞれの趣味を行うといったスタイルで過ごしている。その多くはフリーランスやIT企業など比較的、PCとインターネットがあれば仕事ができるという職業・企業のワーカーを中心に取り入れられているが、近年ではそれに限らず導入する企業が出てきた。

日本でも日本航空（JAL）がテレワーク推進の一環としてテレワーク・デイ、時差Biz、障がい者テレワーク導入のための総合支援事業と並び、2017年7-8月にワーケーションを導入することを発表した。そこでは次のように説明されている。

ワーケーションとは仕事（work）と休暇（vacation）を組み合わせた造語で、国内外のリゾート地や帰省先、地方などでテレワークを実施します。休暇先（旅先）で仕事をするという新たな働き方により、早朝や夕方以降の時間を社員が自由に過ごすことで、業務への活力につながることが狙いです。また、ワーケーションにより、旅行の機会を増やし、家族と過ごす時間が増えることが期待されます。さらに、地方で開催されるイベントなどに積極的に参加することで地域の活性化の一助としてまいります。（下線筆者）

ここから分かるように、ワーケーションの狙いは（1）業務への活力、（2）家族と過ごす時間の増加、（3）地域活性化、ということが示されている。こうした企業からの動きと軌を一にして、ワーケーションを打ち出す地域も登場している。例えば、和歌山県では、2017年2月からワーケーションの普及・誘致活動を開始し、同年8月には東京でワーケーション・フォーラムを開催した。和歌山県白浜町ではセールスフォース・ドットコムやNECソリューションイノベータ、ブイキューブなどIT企業がサテライトオフィスを設置し、業務を一部実施している。笹井・山本（2000）は『メディアと生涯学習』において、情報化の進展による大きな変化として、「労働と余暇を区別した従来の職業生活に対する柔軟な労働時間や職場管理の進行に見ることができる。職場、家庭、地域、学校といった場所、そしてそれぞれの場所で空間と時間が完結していた領域が、通信環境の整備によってその境界線を失いつつある。それはまた人生の前半を労働、後半を余暇と考える時代の終わりを意味している」と指摘し、テレワークを取り上げているが、ワーケーションはその現代的な事例と言えるだろう。

4. Hubud と FabCafe Hida におけるフィールドワーク

以上を踏まえて、本論文ではモバイルメディア、ソーシャルメディアなどのICTの発展・普及が可能にしてきたワークスタイルのなかでもとりわけワーケーションを事例に取り上げる。ワー

ケーションがどのように実践されているのか、また実践される「場」がワーカーやその地域においてどのように機能しているのか、について岐阜県飛騨市（2016年11月11日～13日）のコワーキングスペース「FabCafe Hida」およびインドネシア・バリ島・ウブド（2017年2月26日～3月3日）のコワーキングスペース「Hubud」において参与観察とワーカー、運営者への半構造化インタビューを含むフィールドワークを実施した。

4-1. インドネシア・バリ島ウブド「Hubud」

インドネシア・バリ島は飛行機でシンガポールから2時間半、バンコクから4時間、シドニーから6時間、東京から7時間の距離にあり、アジアでの拠点になりうる立地にある。バリ島のなかでもウブドは内陸に位置し、森と田園に囲まれている。首都ジャカルタのあるジャワ島ではイスラム教徒が多いのに対して、バリ島はヒンドゥー教が盛んである。なかでもウブドには多くのヒンドゥー寺院が集まっており、それに関連した伝統工芸や音楽、絵画、舞踊などが盛んである。20世紀初頭にはオランダを中心にヨーロッパから多くの画家が移り住んだことでも知られている。こうしたことからウブドは観光資源に恵まれており、現在でも多くの観光客が訪れる街となっている。そのためウブドには多くのカフェ、コワーキングスペースがあり、観光客だけではなく、ワーケーションに多くのワーカーが来訪しているエリアでもある。

「Hubud」は2012年のミートアップでアイデアが出され、2013年3月に設立されたコワーキングスペースであり、ウブド地域におけるワーケーションの拠点として先駆けとなっている存在である。Hubudでは(1) Co-Working、(2) Co-Learning、(3) Co-Giving、の3つの「Co（協業）」が掲げられている。オープンしている時間は月曜 - 金曜の24時間、土曜・日曜の9:00-24:00（このうち従業員がいるのは月曜 - 金曜8:00-20:00、土曜・日曜9:00-17:00）である。Hubudの内部は大きく3つのエリアから構成されている。ひとつは受付後ろにある一般的なコワーキングスペースである（図1参照）。もうひとつは2階にあるコワーキングスペースである。こちらは静かに集中して作業をするためのスペースであり、大きな声で喋ったり、食事をしたりしないように注意書きが貼られている（図2参照）。3つ目は田園に面した屋外スペースで飲食物を販売するカフェスペースが併設されている（図3参照）。これ以外に、1、2階にそれぞれミーティングルーム、2階にSkypeなどでオンラインミーティングを行うためのブースがある（図4参照）。利用者は自分の気分や予定、タスクに合わせてこれらのスペースを使い分けながら仕事をしている。

利用料は1日のDay Passが20\$であり、無制限の利用が月額275\$である。2017年3月の時点でのべ75カ国、5,104人が利用しており、250人ほどがアクティブメンバーであるという。2016年にはグラフィック講座からインドネシア語、料理教室まで430のイベントが開催された。また「Startup Weekend Bali」（アイデアを持ち合い参加者がビジネスプランとしてブラッシュアップする）、「Pecha-Kucha Night」（自分の関心のあること、取り組んでいることをスライドにし、1枚20秒で話す）、「Connecting Dots」（技術提供から資金提供まで様々な人が集まる）など他の地域やコワーキングスペースでも見られる起業・ビジネス向けのイベントも多く開催されている。これらのイベントはwebページに加えて、Hubudの中にある掲示板でもチェックできる（図5参照）。



図 1. Hubud 内部 (1) (筆者撮影)



図 2. Hubud 内部 (2) (筆者撮影)



図 3. Hubud 内部 (3) (筆者撮影)



図 4. ミーティングスペースと Skype ブース (筆者撮影)



図 5. Hubud でのイベント (筆者撮影)

実際の利用者はドロップ・イン（一時利用）もいるが、多くは1ヶ月以上の滞在である。こうした長期滞在者向けに毎週水曜日には新規参加者の顔合わせ昼食会も開催されている。そこに参加していたイギリス人のワーカーは「日本の大学で語学教師として働いているけど、今は休暇とプログラミング学習を兼ねて1ヶ月ほど滞在している」ということであった。この時の参加者は他にはロシア人、オーストラリア人、アメリカ人など欧米系が中心であり、また多くが1ヶ月単位での滞在を予定していた。一方で、ウブドの地元の人が仕事をしに、あるいはカフェ利用などで入ってくることはほとんど見られなかった。

運営者、運営スタッフは1階スペースと屋内スペースを中心にそこにいる利用者に話しかけたり、紹介したりしている。運営者、運営スタッフとも IT や経営などに関して経験のある専門家が

多く、コミュニケーションを円滑にし、コミュニティを形成しているだけでなく、実際にコラボレーションでのビジネスが生まれるように方向づけている。

Hubudの場所としての特徴を検討してみよう。Hubudはバリ島、ウブドの地理的・文化的な特徴を活かした場としてデザインされている。地元の人というよりもこうした地理的・文化的な特徴に魅力を感じている海外からのワーカーが多く集まっている。こうしたワーカーが集まり、仕事をするために図4で示したようにミーティングをするスペースのすぐ横にSkypeなどのオンラインミーティングを行うスペースがあるというデザインは示唆深い。すなわち、オンラインにおいてワーカーたちはそれぞれがインターネットを介して地球上のさまざまな相手や場所とコミュニケーションを取ったり、データのやり取りができたりする「ノード (Node: 節)」であるからこそ、オフラインにおいてそれらが集まり Hubud が文字通りコラボレーションやコミュニティを提供する「ハブ (Hub: 結節点)」として機能するのである。こうした Hubud の場所としての特徴はオンラインにおける「ノード (Node: 節)」と、オフラインの「ハブ (Hub: 結節点)」の二重性にあると言えるだろう。

4-2. 岐阜県飛騨市「FabCafe Hida」

日本における事例として、2016年に酒造や木工アトリエとして使用された古民家を改装し、開設された飛騨市古川町のコワーキングスペース「FabCafe Hida」を取り上げる。

飛騨地域は、歴史的に広葉樹を中心に森が広がる地域であり、組木技術などを活かした家具作りなどが盛んであった。FabCafe Hidaは株式会社「飛騨の森でクマは踊る」によって運営されている。株式会社「飛騨の森でクマは踊る」は飛騨市、主に間伐材活用プロダクト開発や林業プロセスの改革を通し、地域再生に実績をもつ株式会社トビムシ、クリエイターネットワークや、グローバルに展開するデジタルものづくりカフェ「FabCafe」の運営をはじめ、多様なクリエイティブサービスを提供する株式会社ロフトワークによる合併会社で、いわゆる第三セクターである。FabCafe Hidaは開設時期が新しく、新たなコミュニティを形成していく過程にある。そこでの運営者、ワーカーたちの空間感覚の変容、地元感覚を中心に検討していく。

FabCafe Hidaは「デジタルものづくりカフェ」でもあり、「ローカルなデザインコミュニティ」でもあり、「グローバルなビジネスネットワーク」でもあることを目指している。そのため、3Dプリンターや3Dスキャナー、レーザーカッターなどデジタルファブリケーションのためのツールを設置し、また2階には宿泊スペースを準備し、デザイナーやアーティストが長期滞在できるようにしている(図6参照)。

このようなFabCafe Hidaを訪問する人は大きく3つに分けられる、(1) 外部からやって来て比較的長期間滞在するデザイナーや職人など、また地域の人々でも(2) 様子を見にくる人々、(3) ものづくりが好きだったり、デザイナーの人と触れ合ったりしたい地元の職人などである。普段は(2)(3)の人が多いが、夏休みなど長期休みのシーズンになると都内などから(1)の人たちが多くなる。彼ら彼女らは地域移住やデジタルと伝統との組み合わせで新しいものをつくることに関心を持っている人が多い。そのため数日間～数週間と比較的長期にわたる。例えば、2016年



図6. FabCafe Hida の内部 (FabCafe Hida web ページより)

5月28日～6月20日の約3週間にわたり台湾・交通大学、カナダ・トロント大学、アメリカ・パーソンズ、日本・情報科学芸術大学院大学 (IAMAS)、東京藝術大学の学生と教授が木工、組み木及びフィジカルコンピューテーションを学ぶ「Smart Craft Studio Hida 2016」と題した合宿を行い、飛驒の木工技術とIoTを組み合わせ、社会にインパクトをもたらす新しいプロダクトの実作と、新しいサービスのプレゼンテーションを行った。

それではこうしたFabCafe Hidaではどのように利用者がコミュニケーションをし、コミュニティを形成しているのか。運営の森口さんは「やっぱりものをつくる人は地域関係なく話しかけますね。何つくってるの?とか声掛けから始まって。その人が東京(出身)だろうが、イスラエル(出身)だろうが飛驒(出身)だろうが、ものづくりでリンクできるので」という。一方で、こうした職人やデザイナーと、カフェを利用している人、イベントに関心があってやって来た人とのコミュニケーションをどう取るか、は課題である。そのため、森口さんは人々をつなげるための「女将」役を果たしつつ、運営者だけがそれをするのではなく、そこに集まる人達が自然にコミュニケーションを行うように人を呼ぶし、またその空間そのものがそれをアフォードするようにもデザインしていると言う。実際、FabCafe Hidaの工房はガラス張りで外の道から見えるようになっている(図7参照)。また地元の人々が関心を持つようなイベントも定期的で開催し、ものづくりを



図7. FabCafe Hida の外観 (株式会社ロフトワーク web ページより)



図8. カナダナイトの様子（筆者撮影）

軸にしながらもその空間を利用するための「間口」を広げようとしている。例えば、訪問中は飛騨市のALT（Assistant Language Teacher = 外国語指導助手）の人たちを中心に「カナダナイト」というイベントが開催され、地元や近隣の人が交流を行った（図8参照）。こうしたイベントで利用されるモバイル屋台も地元の木材を用いて制作されたものである。このようにコミュニティを形成していく中で、地元の人も含めて巻き込む場としてデザインされているという意味ではHubudと異なっている。

FabCafe Hidaは以上で見てきたように、運営、利用者、空間の三者それぞれがコミュニケーションをアフォードし、コミュニティの軸になるように多重にデザインされていることが特徴であると言える。森口さんは「木を切る、製材、大工、職人、プロダクトデザイナーすべてを包含する拠点になりたい」というようにそれらを繋ぐ役割を担っている。そうした中で、FabCafe Hidaがお互いが共有するプラットフォームとしての「場」になり、「職人のclosedの世界からopenな関係性へ」とすることを目指している。

FabCafe Hidaの事例は一種のアートインレジデンスであると言えるだろう。アートインレジデンス（Art In Residence）は20世紀後半から広がり始めたもので、アーティストが一定期間、地域に滞在し、作品をつくったり、リサーチをしたりする活動を指す。アーティストにとっては日常から離れた地域で素材や文化、人々との交流など「非日常」に浸ることでインスピレーションを得るなどのメリットがある。同時に、その地域にとってはアーティストとの交流や彼ら彼女らによる地域の魅力の発見やそれを活かした制作などのメリットがある。職人を含めたアーティストが日常から離れて「非日常」に浸ることがアートインレジデンス1.0であるとする、FabCafe Hidaの事例は日常としての仕事を行いつつ、飛騨地域やその素材としての木材、木工などの技術という非日常を重畳することによるアートインレジデンス2.0と言えるだろう。

FabCafe Hidaの場所としての特徴をまとめよう。FabCafe Hidaはアートインレジデンス2.0とも呼べる経験を提供しつつ、地元の人も含めてコミュニティを形成することを目指している。そのためさまざまな工夫がなされているが、とりわけ地元の飛騨地域の木工技術などのコンテンツとレーザーカッターや展示物などの「モノ」がその軸になっている。一方で、それゆえにそこに集う

ワーカーは「一般的なワーカー」というよりもデザイナーやアーティスト、職人といった職業に偏っている。

5. まとめ

5-1. ワークーションにおける Place の意味

フィールドワークからワークーションにおいてはその地域とワークプレイスの2つの Place をどのように捉えるかが重要であることが示唆された。

地理学者 Y.F. トゥアン (1977) は『空間の経験』のなかで、Space を運動する能力によって与えられるものであるとし、そのため我々は (1) 対象物や場所の相対的位置として、(2) 場所と場所を隔てたり結びつけたりする感覚・広がりとして、(3) いくつもの場所がつくるネットワークによって限定される地域として、経験すると指摘する (Juan 1977=2009: 29)。そういった意味で、Space は自由や Mobility と結びつく概念であるとしている。一方、Place は価値が凝縮したもの、経験が蓄積したものであり、それゆえに愛着 (トポフィリア) や安全と結びつく概念であるとしている。同時期に『場所の現象学』を記した E. レルフ (1976) は Place を「人々が彼らの場所であり、また場所がその人々なのだ」というように、共通の経験と共通のシンボルや意味へのかかわりを通して創造され周知されるものであり、その場所の物質的・象徴的な特性 (=Placeness) によって理解されるとしている (Relph 1976=2013: 94)。そういった意味で、Place は公共的 (Public) なものであり、(1) 静的な物質的要素、(2) 人間の活動、(3) 意味、など Place に対するアイデンティティが重要であると指摘する (Relph 1976=2013: 123)。

そういった意味で、ニューヨークやロンドン、パリ、シンガポールや東京といった都市と比較したときに、固有のローカルなコンテンツと結びついたウブドや飛驒もそれらの都市と同様に、あるいはそれ以上に Place として魅力的であることがワークーションをする (あるいは誘致する) 上で重要であると考えられる。

ワークーションはまた前述したサードワークプレイスの文脈からも考察されうるだろう。サードワークプレイスの概念はアメリカの都市社会学者 R. オルデンバーグによる「サードプレイス」からの派生である。オルデンバーグ (1989) は家庭 (第一の場所) でも職場 (第二の場所) でもない、街の居酒屋やカフェといった第三の場所 (サード・プレイス) が日常生活の充実において、とりわけ地域コミュニティにおいて重要な役割を果たすと指摘した。オルデンバーグ (1989) によると、サード・プレイスは「家庭と仕事の領域を超えた個人、定期的で自発的でインフォーマルな、お楽しみの集いのための場を提供する、さまざまな公共の場所の総称」であり、「インフォーマルな公共生活の中核的環境」と位置づけられる (Oldenburg 1989=2013: 59)。「インフォーマル-フォーマル」「パブリック-プライベート」の二軸で考えると、家庭は「インフォーマル-プライベート」な場であり、職場は「フォーマル-パブリック」な場である。サードプレイスは家庭でも職場でもない、「インフォーマル-パブリック」な場なのである。ここで重要なのは、「インフォーマル (非公式)」であり、「パブリック (公共)」であるという一見すると相反する性質が同時に存

在することであろう。

HubudやFabCafe Hidaはその地域におけるワークプレイスとしてそこでの経験を蓄積するために運営者はさまざまなイベントやネットワーキング、空間のデザインを施しているのも、「インフォーマル-パブリック」なPlaceとしての価値を高め、維持することにつながっていると考えられる。逆に言えば、これら2つの要素がある地域や場が、ワーカーにとってワーケーションの行う場として魅力あるものとなる。

5-2. セカンドオフラインとしてのワーケーション

一方、ワーカーからの視点でワーケーションを検討してみよう。オフィスにとどまらずワーケーションを行うワーカーは現代版の「ノマド」と言えるだろう。J.アタリ(2006)はノマドをハイパー・ノマド、下層ノマド、バーチャル・ノマドと3種に分類した。このうちバーチャル・ノマドは実際には定住民で、ネットを通じて世界とつながりつつ生活をする中産階級を指している。

ワーケーションはハイパー・ノマドとバーチャル・ノマドが重畳したワークスタイルを生み出したと言える。松下(2016)も指摘するように、こうしたワークスタイルを可能にしているのは、アタリの言う「オブジェ・ノマド」、すなわちwi-fiなどインターネット環境によるソーシャルメディア、クラウドサービスとそれを利用するためのスマートフォンやモバイルPC、タブレットなどモバイルメディアである。こうした「オブジェ・ノマド」を活用することで、バーチャル・ノマドとハイパー・ノマドの差は少なくともワーケーションの期間においてはなくなり、「一時的なハイパー・ノマド」になれる。この期間、個人の働き方において両者のスタイルは相互排他的なものではない。つまり、ワーケーションは、少なくともワーカーにとって、「非日常(Vacation)」を過ごすことによる「日常(work)」からの一時的に逃避ではなく、むしろ積極的に「日常」に活かしていくための時間、経験なのである。さらに付け加えると、仕事が急速に情報化(オンライン化)していくなかで、ワーケーションは日常(work)と非日常(vacation)とが切り離されているわけではなく、重畳(Superimposed)されているセカンドオフライン的な行為であると言える。

また仕事が情報化(オンライン化)することで、仕事をmobileすることが可能になると、コワーキングスペースで同じ志や志向を持っている人達が集まることでコミュニティが形成され、それがplaceになる。そういった意味では、トゥアンは前述したようにSpaceがMobilityや自由と結びつくとしていたが、現代においてはむしろPlaceがMobilityや自由と結びついているとも言える。

おわりに：「エデン的な田園」としてのワークプレイス

トゥアン(1974)は『トポフィリア』において、「原野」「田園」「都市」という3つのタイプの環境を提示する。その中で都市は秩序、自由、抑圧を象徴するものであったが、18世紀の自然=ロマン主義、またその後の産業革命以降、イメージが逆転し、都市は混沌であり、社会から見捨てられた人々が支配するジャングルになったと指摘する(Tuan 1974=1992: 408-9)。こうした都市と「原野」「田園」との関連をどのように捉えるか。トゥアンは、二分法として「田園-都市」が

対極に置かれがちであるが、田園は「生の自然」ではなく人工物であり、対極に置かれるべきは「原野-都市」であると指摘する。むしろ田園は中間的景観であり、少なくとも18世紀以降、理想的な人間世界としての「エデン的な存在」なのである。

ワーケーションは都市やオフィスから離れてバリ島や飛騨のような自然が多い場所で滞在することが多い。こうしたトゥアンの指摘を援用すると、「オフィス=都市」と位置づけることができる。それではワーケーションを行う場所、あるいはコワーキングスペースはどのように捉えられるだろうか。本調査で取り上げたウブドのHubudも飛騨のFabCafe HidaもWi-Fiなどインターネット環境は十分に整っており、宿泊施設やCafeなども備えられている。すなわちウブド、飛騨あるいはHubud、FabCafe Hidaも「原野」ではなく、「田園」であるがゆえにワーケーションが可能なのであり、ワークプレイスとして魅力的なのである。現代的な意味において、「原野」を「田園」に切り開くのは斧や農具ではなくカフェとWi-Fiなのである。

本調査におけるフィールドワークではバリ島、飛騨にとどまったが、ワーケーションはじめ「エデン的な田園」としてのワークプレイスを開拓する動きは世界的に広がっている。例えば「Nature. Your office.」を掲げるオランダの「Kantoor Karavaan」や日本のスノーピークが提唱する「OSO/TO (Outdoor Small Office/Third Office)」などが代表的な事例であり、またワークプレイスそのものではないが「Outcamp' in the City」をコンセプトとするサンフランシスコのCampsyteなども「エデン的な田園」としてのワークプレイスをデザインする動きとして挙げられる。今後もこうした流れを追っていくとともに、逆説的に「原野」になりうるワークプレイスはどのような形を取りうるのかについて、は検討すべき課題である。

※本論文は2016-2017年度電気通信普及財団研究調査助成を受けて行った調査研究の成果である。

参考文献

- ・阿部智和, 2013, 「日本におけるオフィス空間のデザイン研究の変遷：快適性と機能性の追求」『経済学研究』63(1)：87-113.
- ・阿部智和・宇田忠司, 2016, 「コワーキングスペースの運営の現状と課題」『日本オフィス学会誌』8(1)：18-27.
- ・阿部智和・宇田忠司, 2015, 「コワーキングスペースの様態：国内施設に関する相関分析」『経済学研究』65(1)：97-135.
- ・Attali, Jacques, 2006, *Une brève histoire de l'avenir*, Fayard. (=2008 林昌宏訳『21世紀の歴史—未来の人類から見た世界』作品社.)
- ・Bachelard, Gaston, 1957, *La poétique de l'espace*, Presses Universitaires de France. (=2016 [2002] 岩村行雄訳『空間の詩学』筑摩書房.)
- ・池田晃一, 2011, 『はたらく場所が人をつなぐ』日経BP社.
- ・稲水伸行, 2014, 『流動化する組織の意思決定：エージェント・ベース・アプローチ』東京大学出版会.

- Meyrowitz, Joshua, 1985, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford University Press. (=2003 安川一・高山啓子・上谷香陽訳『場所感の喪失・上—電子メディアが社会的行動に及ぼす影響』新曜社.)
- 日本テレワーク協会テレワーク最新事例研究部会, 2017, 『ワークスタイル変革に資する第三の場(サードワークスペース)活用の可能性 ~2016年度テレワーク最新事例研究部会報告書~』.
- 小倉一哉・藤本隆史, 2007, 「長時間労働とワークスタイル」『労働政策研究・研修機構ディスカッションペーパー No. 07-01』.
- 大倉清教, 2014, 「『場』こそ経営資源: オープンな場がイノベーションをもたらす」『日本オフィス学会誌』6(2): 4-11
- Oldenburg, Ray, 1989, *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*, Da Capo Press. (=2013 忠平美幸訳『サードプレイス』みすず書房.)
- Relph, Edward, 1976, *Place and Placelessness*, Pion. (=2013 [1999] 阿部隆・石山美也子訳『場所の現象学—没場所性を越えて』筑摩書房.)
- 労働政策研究・研修機構, 2006, 「働き方の現状と意識に関するアンケート調査結果」『調査シリーズ No. 20』.
- 労働政策研究・研修機構, 2009, 「働く場所と時間の多様性に関する調査研究」『労働政策研究報告書 No. 106』.
- 労働政策研究・研修機構, 2011, 「仕事特性・個人特性と労働時間」『労働政策研究報告書 No. 128』.
- 笹井宏益・山本慶裕, 2000, 『メディアと生涯学習』玉川大学出版部.
- 佐藤彰男, 2006, 『テレワークの社会学的研究』御茶の水書房.
- 佐藤彰男, 2008, 『テレワーカー「未来型労働」の現実』岩波書店.
- 下崎千代子・小島敏宏, 2007, 『少子化時代の多様で柔軟な働き方の創出—ワークライフバランス実現のテレワーク』学文社.
- 富田英典, 2016, 『ポスト・モバイル社会—セカンドオフラインの時代へ』世界思想社.
- Tuan Yi-Fu, 1977, *Space and Place: The Perspective of Experience*, University of Minnesota Press. (=2009 [1993] 山本浩訳『空間の経験』筑摩書房.)
- Tuan Yi-Fu, 1974, *TOPOPHILIA: A Study of Environmental Perception, Attitudes and Values*, Prentice-Hall. (=1992 小野有五・阿部一訳『トポフィリア—人間と環境』せりか書房.)
- 宇田忠司・阿部智和, 2015, 「コワーキングスペースの様態: 国内施設に関する記述統計分析」『経済学研究』65(1): 67-95.