

ウェルビーイング

五感を活用する

🕒 Read 5分



視覚、嗅覚、聴覚、味覚、触覚といった五感を刺激するようにデザインされた職場環境は、従業員のウェルビーイングを高める職場であることが実証された。

ある会社は職場に人間性を取り戻すために、そこで働く人々の感性を重視する手法を採用している。Steelcaseの販売代理店であるイタリアのIl Prismaである。同社はLinkedInのミラノ、ミュンヘン、パリ、マドリード支社のオフィスを設計するにあたり、ユーザー調査をベースにした五感重視のオフィスをデザインし、そこで働く人々のエンゲージメントを高めることに成功している。「私たちの調査や感性を引き出すデザインが人々の仕事に対する意欲や集中力を高めていることが実証されたのです。」と語るのはIl Prismaの建築家 Elisabetta Pero 氏である。その伴となるのは仕事に人々の感性をオフではなく、オンにすることだと言う。

優れた職場環境では、人間工学を配慮したチェアや高さ調整可能なテーブル、屋外の風景へのアクセス、様々なタイプの休憩エリアなど多様な要素が考慮されている。しかし、Il Prismaはそこには何かもっと重要な要素が欠けているのではないかと考えた。それは色、香り、素材や仕上げの質感など、人間が外界を感知するための五感（視覚、嗅覚、聴覚、味覚、触覚）を刺激するものであると Pero 氏は語る。

問題は、職場のデスク数や室温、光量、騒音量といった要素は測定可能だが、五感への影響を測定することはほぼ不可能と考えられていた。

そこで、Il Prisma の建築家たちは、長い間、美的直観 とされてきた質的要素を数量化すべきだと最終判断し、オフィス内での人々の五感が脳科学的にどう影響するかを測定するために科学的調査に着手した。調査では、脳波図（EEG スキャン）を使用して脳の電氣的波動の測定や視線追跡技術による眼の動きや角膜の拡張を検出した。これらの計測によって、「注意を払う」、「集中する」、「学習する」、「呼び起こす」、「単純である」、「落ち着いている」（P140を参照）など、人々を仕事に向かわせる心の状態がどう脳活動に影響するかを特定することができたのだ。



調査は2段階で構成された。第1段階では知覚観点から2種類の環境が用意され、比較調査が実施された。ひとつは画一的な照明の中に白い会議テーブルが設置された特徴のない会議室で、もうひとつは木製テーブルにデザインが違う3脚のウッドチェア、芳香性を持つ質感豊かなシダーウッドの書棚がある感覚重視の部屋である。自然界を生かした葉っぱ柄カーテン、書棚には果物が置かれ、背後にはブルーの照明が組み込まれている。調査被験者たちは2つのグループに分かれ、それぞれの部屋で問題解決のテストを受けるというものだ。

第2段階では、例えば、ブルーの張り地や異なるタイプの作業スペースを画像のみで見た場合の脳反応が、実際に質感を手で触ったり、実際の作業スペースに身を置いた場合と比較された。

多分、多くの人は感覚重視の部屋の方が特徴のない部屋よりすべての活動に適していると思うかもしれないが、それは少し違う。作業内容によっては複数の感覚が同時に働くほうがマイナスであるという結果が出た。つまり、そこでどういう活動をするかでその効果は異なるということだ。「座って長い間何かを書くという行為には感覚重視の部屋の方が適していますが、グループでの問題解決には決して最適とはいえないのです。」と Pero 氏は説明する。

感覚重視の部屋は、聞くことに重きを置くタスクでは成果が高い。「記憶し、学習し、勉強するという活動には、感覚重視の部屋の方が特徴のない部屋よりも、多くの言葉を記憶、再生でき、その集中レベルもより高いのです。」と Pero 氏は言う。この調査結果では、ブルーやグリーンの色、ウッドや天然素材は脳をリラックスさせ、心を落ち着かせる効果があることが分かった。

Il Prismaはかねてから人間主体のデザインを追求するために科学的測定を実施してみることに強い関心を持っていたが、この調査は当初に想定していた以上の成果をもたらした。「私たちは感覚重視のスペースをデザインするために、必ずしもデータや数字だけで評価をするつもりはありませんでした。ただ、個々人の仕事内容や嗜好に応じたスペースをパーソナル化することの意味づけが欲しかったのです。」

五感を生かしたLINKEDINオフィス

LinkedIn ミラノ支社のオフィスでは、「変革」という全体テーマを掲げ、イタリアでの特徴的な5つの場所の名前（劇場、レストラン、仕立屋、ワイン貯蔵室、庭）を各部屋の呼び名として採用している。各部屋は調査結果を参考に、建築家が言うところの「感覚的文法」を当てはめ、そこが何をする部屋かを特定し、その内容に適したように空間がデザインされている。



例えば、「ワイン貯蔵室」はシダーウッドを使用した空間で、音楽を聞きながらグラスワインが飲める。この部屋は非常にプライベート重視のミーティングや、高い集中度が必要な際に最適のスペースとして位置づけられている。その一方、「仕立屋」は感覚的要素が弱く、問題解決のためのミーティングで使用されている。布地や金属などの多様な素材を使用しているが、過度な注意を引きつけるような装飾はない。バリエーションに富んだこれらの5つの部屋は、オフィスでの「スペースのエコシステム」という考え方をベースに相互につながり、仕事内容を的確にサポートする「場」で人々は仕事を最大限にこなすことが可能になる。

最終的に Il Prisma が実施した調査報告書は「現代の人々は無菌状態の画一性よりは独自にカスタマイズされた強い個性を働く場所に望んでいる。」と締めくくっている。少なくとも全ての企業にとって大切なことは、人間の感覚を考慮に入れることで、社員は作業内容に合わせた「場」を選択しやすくなるということだろう。

Il Prisma は調査の全容を「Now We Work」というタイトルで書籍として出版し、ヨーロッパの大学の学術的教科書としても採用されている。

心の状態

- **注意を払う**：人間は外部から入って来る刺激に敏感である。
- **集中する**：自分が会話している人、あるいは現在行っている作業に集中する。
- **学習する**：人間は過去の記憶をたどり、取得した情報を分類するが、注意力が活性化していると情報を知として分類せずに、新しい刺激として認識する。
- **呼び起こす**：人間は刺激を過去の経験と関連づけ、比較する。
- **単純である**：人間は刺激が伝えるものを容易に理解するが、神経が活発でない場合は認知力が疲労した状態になる。
- **落ち着いている**：リラックスした状態で、周囲とも上手くいっている状態。しかし、これがオフになると、抑制状態になり、意志決定が困難になる。

Featured Product



Coalesse Hosu