

モバイルワーカーの実態

携帯端末技術の発達によって知識労働者はいつでも、どこでも仕事ができるようになりました。何百万人もの人がそうやって仕事をしています、それは決して容易いことではありません。

🕒 所要時間 10分

携帯端末技術の発達によって知識労働者はいつでも、どこでも仕事ができるようになりました。何百万人もの人がそうやって仕事をしています、それは決して容易いことではありません。遊牧民のように動きながら仕事をする少数派のノマドワーカーは時に不便さや不快さを感じながら仕事をしていることは確かです。Steelcaseグループのブランド、Coalesseは彼らの抱えている問題を深く理解するためにモバイルワーカーに関する研究調査を実施しました。

Coalesseの研究員でデザイナーのShujan Bertrand氏はミニブログの投稿が増えたこと、そして仕事はベットルームやキッチン、車の中、ホテル、空港ラウンジ、カフェ、地下鉄の中、路上や待合室など至るところで起きていることに目を付け、そこに何かヒントがあると嗅ぎつけました。彼女の研究に参加した人たちからはさまざまな意見が寄せられ、まさにそれはノマドワーカーの実態を物語っていたのです。

「カフェでの会話、ある人は人目につく場所を、ある人はプライベートな場所を好むことも、その好みはいろいろです。人によってはヘッドフォンも必要かもしれません。食+人+コンテンツ=正しい創造的方程式がそこにはあると思います。」

「所謂、典型的なオフィスの1日。サンフランシスコのベンチを“私のスポット”として陣取り、金曜からの東京への出張の準備をしていた時、突然ネット接続が不安定になり、このままだったらスターバックスに行くしかないという状況でした。」

「仕事をはかどらせるためにここを離れよう。このスペースは刺激がない。憂鬱な1日を一掃するために景色を変えようと思うことはよくあります。」

革新的な現地調査キャンペーンの一貫として、Bertrand氏はシリコンバレーのTumblr（メディアミックスブログサービス）を活用しているクリエイターの1日を追跡したことがあります。ブログ投稿はかなりプライベートで意見も率直で、そこには多くの発見があります。1週間に渡り、参加者は自分の意識に集中するよう求められました。ある人はクライアントに呼び出されたり、出張だったり、自宅で子供の世話と仕事を両立させたりと、全員がオフィスから離れながら、毎日の仕事とプライベートとのバランスをどうやってとっているのかを意識的に観察することを要求されました。

「何故なのか」と常に考える

「私たちは皆、急速に進化するテクノロジーが生活や仕事の仕方を変化させていることは実感しているはずです。Coalesseは製品を通してモバイルワーカーをサポートし、刺激する体験を創造することを目指しています。これを実現する唯一の方法は彼らのニーズから発見を見いだすことなのです。」とBertrand氏は言います。

毎日がインスピレーションに溢れる 行動様式を探しています。」

2010 年、ノマドワーカーが実際は自宅はどうやって仕事をしているのかを把握するために、Coalesse は変わった試みをしました。それは家に人を送るというものでした。Coalesse のシニア研究員であった Emily Ulrich 氏は参加者が働いているニューヨークとサンフランシスコのベイエリアで仕事をする自宅や他の場所での人々の様子を観察しました。

Ulrich 氏はその結果を報告し、360 マガジンの 62 号において「Untethered」というタイトルで寄稿しています。携帯端末によって人々はデスクやオフィスに縛られなくなりました。時間に追われている知識労働者は自分たちが仕事をしたい場所で働いているのが現状です。なぜならばすぐに自分を柔軟に対応できるようにしておくことがビジネスにおいて重要で、多くの人は仕事と生活の間を常に行き来し、この 2 つの状態を交互に切り替えながら仕事をしています。

ホームアローン

当然、その切り替えはストレスを生むのも事実です。Ulrich 氏が調査した人々はこの根幹からの変化をこのような日常に見ていました。孤独で、人間工学的にも感情的にもサポートされず、携帯デバイスを持ち歩き、ダイニングテーブルで、リビングのソファで、ベッドでと夜寝るまで、延々と何件もの仕事がつきまとうという具合です。インターナショナルデータコーポレーション (IDC) によると、現在、グローバルで 12 億人ものモバイルワーカーがおり、アメリカだけでも 1 億 2 千万人もの人がモバイルで仕事をし、これは全労働人口の 75.5% を占めています。その次は日本の 5 千万人で労働人口の 74.5% を占めています。

2010 年以降、テクノロジーは進化しつづけ、モバイルワーカーをサポートするスペースをデザインすることはさらに複雑になり、モバイルワーカーを取り巻く環境は厳しくなっているようにも思われます。ほとんどの人々が 1 日中、スマホやタブレットやノートパソコンを通して複数のクラウドに接続しています。そしてネットワーキングやソーシャルメディアの選択肢が広がっているため、それを管理することにも時間を要しています。

「私たちは真のニーズをソリューションとして変換するために、製品開発の新たなプラットフォームを提案できる 毎日がインスピレーションに溢れる 行動様式を探しています。」

SHUJAN BERTRAND | Coalesse researcher and designer

モバイルは主流ではない

しかし、そこには 2 つの避けられない矛盾が残ります。オフィス以外でのモバイルワークはまだ主流ではないこと、そして職場に変化をもたらしているテクノロジーの普及によるモバイルワーカーの行動様式とニーズを繋ぐという意味では調査がまだ不完全だということです。

Facebook やEvernote などの名だたる企業のオフィススペースを設計デザインした、サンフランシスコを拠点とするオルタナティブオフィスの設計事務所、Studio O+A の代表であるPrimo Orpilla 氏は「オフィスではない他のワークプレイス、つまりちょっとしたスペース、廊下、休憩エリア、建物の外、街のカフェなど、これらの需要を把握しなければならない真のニーズがそこにはあるのです。昨今では人々はどこでも働けるようになり、そのニーズを把握したり、面白いスペースを創ったりする機会が多くあります。しかし、多くの人はそのことをあまり考えていないのです。」と述べています。

Coalesse はこれに関して多くの思考を重ねてきました。Coalesse のクリエイティブディレクターであるBob Arko 氏はそこにはまだ埋めなければならない領域があると言います。「建築家やインテリアデザイナーは通常このような調査研究は行わず、ワークプレイスのトレンドについては大手メーカーに依存しているのが現状です。Coalesse では従来のオフィス環境を超えて、人々の広がる生活の中でのノマドワーカーの働き方を理解するために独自の研究調査を展開しています。」

クロスオーバー

Coalesse によるノマドワークの探求、それはまるで種々の境界を超えるようなものでした。実際に「クロスオーバー」という言葉を基礎的な概念として定め、それはまさに異なった要素を交ぜあわせて何かを創り出すようなものでした。そしてノマドワーカーの多様なニーズに対応し、場所にとらわれない製品やソリューションを提案することでもありました。

Bertrand 氏が言うには、これらのニーズを探求することは素晴らしいデザインに種を蒔くのと同じだということです。「私たちは真のニーズをソリューションとして変換するために、製品開発の新たなプラットフォームを提案できる行動様式を探しています。」

Bertrand 氏は多くの企業へのインタビューを実施し、ノマドワークに関して徹底的に話す機会を設けました。Google、Oracle、Facebook、Square、Accenture、IDEO、Studio O+A、Worktech、国際家具見本市（ICFF）、スタンフォード大学デザイン研究所、そしてコ・ワーキングのパイオニアでもあるThe Hub、The Grind、WeWork、NextSpace など名だたる企業がその活動に参加協力をしたのです。

ノマドを縛りつけるもの

ノマド研究の難しい部分はノマドワーカーを縛りつけることでした。オフィスにいる人々を観察するのは極めてシンプルで簡単なことですが、常に動いている標的を観察するのは容易なことではありません。

そこにミニブログの必要性がでてきたのです。Tumblr（タンブラー）のスマホアプリは携帯から短い文章でつぶやくには簡単な方法で、画像や動画も数秒でアップロードが可能です。クリエイティブな人々は自分の身の回りのことを撮影し、その状況に率直なコメントを投稿しているので、そこはまさに発見の宝庫でした。

Bertrand 氏の周りのブロガーには、Accenture のワークプレイスの変化に携わる部署のシニアマネジャー、グラフィックデザイナー、IDEO のアソシエイトパートナー、Steelcase のグローバルクライアント折衝担当、マーケティング、フリーランスの家具デザイナー、広告代理店のシニアデザインディレクター、営業、そしてイラストレーターなどさまざまな職種の人間がいました。彼らは世界をまたにかけて仕事をしている人、出勤する人、自宅で仕事をする人などさまざまでした。Bertrand 氏は彼らを「経験が豊富、分散型、要求に応じて仕事をするオンデマンド型」と定義し、「クリエイティブな知識労働者」と分類しています。

目標は1日中動いて仕事をこなす彼らの仕事の仕方を追跡することでした。Bertrand氏が知りたいことは「彼らが第1、第2、第3の場所のどこで、どうやって仕事をしているのか? 日中、夜、週末、また旅行中の苦悩や喜びを追跡すること。そしてプライベート、コラボレーション、ソーシャルな仕事の間を個人としてどうやって切り替えているのか? どこでも、いつでも仕事をするには何を必要とし、望んでいるのか? どのような行動が新たな疑問や発見をもたらしているのか?」というようなことでした。

最前線からのつぶやき

つぶやきブログから見える発見

「ダイニングテーブルで仕事をするのはかなり難しく、絶え間なくモノを移動することを強いられます」。

「ホテルの部屋のもう片方のベッドは仕事をしたり、スーツケースを整理したり、洋服を置いたりする場所です。

「。昨」日、4つの異なるスペースで仕事をしました。」

「特定の仕事スペースがないのはやはり時間を無駄に使います。」

平凡に気づく

多くのブロガーが投稿する際に一時、手を止め、周囲や行動を観察し、見落としたことで妥協し、不快にならないようにその状況を正確に描写するという順序だった段階を踏むことが分かっています。

「それに加えて、テクノロジーには限界があることも知ってほしいのです。まさにハードウェアのインターフェイスをサポートする適切な製品がそこには必要なのです。」と言うのは世界中を動き回っている（年間32万キロ）Accenture Real Estate Solutions PracticeのシニアマネジャーのAbby Levine氏で、「世界はまだモバイルワーキングに対応していません。スターバックスのような場所でも対応しているといっても実際はまだまだです。ネットにちゃんと繋がって、その場所を見つけて奪い合うようなことをしないような環境がほしいです。」と述べています。

もう1人の参加者は定期的にクライアントのオフィスを訪問する自宅ベースで働くデザイナー兼アーティストで、そこで働く際の異なるオフィス環境の雰囲気はどう感じるかについてコメントしてくれました。「私にとってはインスピレーションを得ることが大事で、それは仕事の質にも影響するからです。

自宅やオフィスでは問題なくインスピレーションを得るクリエイティブな環境であるけれど、他の場所は空間的にも人間が集まるソーシャルな観点からも陰気で重くする場合が多いです。」と述べています。

ネット上に大量に放出された言葉を整理した後で、Bertrand氏はインタビューやブログなどをパターンマップに落とし込み、詳細なる情報と画像を含む111ページにもおよぶ「ノマドワークのランドスケープデザイン研究調査」というタイトルのレポートにまとめあげました。

何か驚いたことは？

「それはEmily が2 年前に実施した「生活/ 仕事」の研究を検証し、さらに広げることになりました。私たちが把握している今日のノマドワークの実態とテクノロジーのトレンドを組み合わせることで、どうやったら新たなワーク体験を創造できるかを明確にしなければなりません。私たちはノマドワーカーの現在の困難な状況とそれがどのくらい容易になるかという隙間にイノベーションの機会を見いだしているのです。

「重要なことは新たな体験を生み出し、人々の生活にインスピレーションをもたらすことです。まずは生活を楽しむことから始められます。ネット環境の整備は今しばらく時間がかかるかもしれません。」

Coalesse の研究調査から、「目的地を刺激する」、「モバイル化を最大限に活用する」、「五感を養う」という3 つの正式な製品開発アプローチが生まれました。

「目的地」を刺激する：タッチダウンスペースを向上させる

ノマドワーカーを収容するとなると、まず基本的質問は「どうやって、高品質なタッチダウン体験を提供できるのか？ どうやったら「わあ、すごい。絶対また来よう。」って思えるかということです。

Coalesse はまず重要検討事項を明確にしました。例えば、それはダイナミックで変更可能なスペース、「セルフ・アセンブリー」の創造、外向的な人やコラボレーションのためのオープンでソーシャルな空間であったり、内向的な人や個人の集中ワーク用として閉じられた、プライベートな空間であったりと様々なワーク体験の選択肢の提供などがあげられます。実際には、最近のデジタルワークや拡大するパーソナルな交流、そしてワークチーム間のもっと効果的なバーチャルな相互交流に対する欲求が大きくなっているため、企業は「雰囲気のよい」、インスピレーションが湧く企業文化を素晴らしいワーク体験に変換する空間を創ろうとしています。例えば、デスクでの個人ワークのためには小部屋や天蓋付きのラウンジ、またコラボレーションにはクッション付きのチェアや電源コンセントの側に置く低いテーブルなどを使用するということです。

今年、Coalesse は新たな製品ラインを発表しました。Lagunitas というもので高品質なタッチダウン体験の代表格となる製品です。イタリアのミラノを拠点とするデザイナー、Toan Nguyen がデザインした、配置が容易な間仕切り付きラウンジシリーズです。コラボレーション、ソーシャルライゼーション、そして個人での作業をすべて柔軟にカスタマイズでき、ビルトインされたカフェ機能でまさにオフィスの中に「第3 の場所」を創出することが可能です。

Lagunitas は間仕切り付きラウンジ& テーブルコレクションで、どこにでもカフェのような「第3 の場所」を創出します。

モバイル化の最大化：サポートするツールも重要

「モバイル化の最大化とは製品がいかにユーザーの行動に影響するかを見るプラットフォームのようなものです。一時的ということが重要で、人々は一時的にスペースを所有することに快感を覚えています。それは、例えば、港のドックとか、便利に配置された電源コンセントの近くに（電源・通信へのアクセスはノマドワーカーの最大の悩み）デジタル機器を置ける台のようなシンプルなものかもしれません。または「計画されたタッチダウン機能」を備えた製品かもしれません。」とBertrand氏は述べています。

「例えば、多くのオフィスチェアやサイドテーブル、ラウンジチェアはあなたが携帯デバイスを置いて一時的に仕事ができたり、バックを安全に置けたりするという環境をサポートしていないのが現状です。」

モバイル化を最大化にするという彼女の戦略はスペースのパーソナル化、一時的な収納、ホワイトボードやポストイットウォールのような共有コラボレーションツール、モバイルワーカー（リラックスしたり、腰掛けたり）とツール（高さや角度を変える）の両方の姿勢に対応することなどを含んでいます。つまり、私たちの戦略はモバイルワーカーが働きたいと思うところで、生産的に仕事ができるように適切な製品を与えることでいくつかの選択肢を提供するというものです。

その期待はノマドワーカーにとってインスピレーションが湧くようなスペースをデザインするためのマインドのフレームともいわれ、モバイルワーカーが姿を見せて席があることを認め、彼らが時間をかけずに、簡単に仕事にとりかかることができるようにしなければなりません。その作業フローを増大することなのです。

Coalesse が昨年発表したFree Stand というノートパソコンやタブレット用のテーブルは折り畳めて持ち運びができ、瞬時にどこでも仕事ができる場を提供しています。Free Stand が似たような競合製品と異なるのはその折り畳める機能で、自宅での仕事もモードを切り替えて瞬時にリラックスモードにはいることができます。

5 感を磨く：身体的、精神的な快適さ

Bertrand 氏はノマドワーカーの5感が満たされたときにそのワークスペースやワーク体験はより良いものになると言います。私たちのリサーチを通して度重なる観察によるとPCのスクリーンを無理に見ることや情報過多から起こる身体の姿勢の悪さが起因する不快さです。

彼女が提案するものは「デジタル姿勢のパレット」と呼ばれるもので、正しい照明、動画コミュニケーションの音質、アウトドアスペースの利用、そして「創造性とイノベーションを刺激し、鼓舞させる感覚の調整」などがそれには含まれています。

快適で生産性を高める製品としてCoalesse から発売された、Jean-Marie Massaud によってデザインされた Massaud ワークラウンジはまさにその代表となるプロダクトです。航空機のファーストクラスのラウンジシートからヒントを得たその製品は収納にもなるオットマンとペアで使用するものです。このワークラウンジの特長のひとつが首振り機能付きタブレットアームでプライバシー用のキャノピーとともにチェアに搭載されています。

高さ調節可能な首振りタブレット機能付き Massaud ワークラウンジ、収納オットマン付き

「交差点」をつくる

Arko 氏はBertrand 氏のレポートを新鮮な発見と機会を与える「レンズ」と呼びました。彼のチームは非公式に「デジタル姿勢」と呼んでいる活動を始めました。それはノマドワーカーの仕事をしやすくするという目的のもとに行われ、彼らの多様なニーズがBertrand 氏の掲げた3つのテーマと交差する着地点を調べるというものでした。

しかし、果たしてこのモバイル研究と発見がオフィス環境やスペースデザインという領域にまで当てはまるものなのでしょうか？

Arko 氏はそれにはまだ時間がかかると言います。「オフィス環境になるとまだ従来型のアプローチをとっている企業が圧倒的です。私たちの仕事は人々の行動の変化を見て、これらの進化するニーズに応える新しいアプローチ方法で人々を刺激していくことなのです。」とArko 氏は語っています。

将来の変化に順応する

Orpilla 氏はこう指摘します。「ホテルなどのホスピタリティ 業界ではすでにモバイルワーカーを主要顧客ターゲットのひとつとして位置づけ、無料WIFI 機能を完備し、飲食エリアの近くに快適な仕事空間を設置し、台頭する新たなビジネスニーズに着目し始めています。」

「私たちの企業プロジェクトの多くがこのホスピタリティ空間のロビーやレストラン、カフェの雰囲気似てきています。最近デスクにいる時間よりこれらのスペースにいる時間が多くなっています。」Orpilla 氏は以前、ほとんどシリコンバレーの外で仕事をすることがありませんでしたが、今はミッドウェストからの仕事依頼もあります。「私たちは創業2-3 年後に思わぬ成功を治めるIT 系の新事業ベンチャーに代表されるように、最も有能な賢い人材が集まるスペースのデザインを手がけてきました。そして、今、これをどうやったら模倣できるかという関心が国中に広がり始めているのです。」

こうして見ると、Bertrand 氏は目の前にさまざまな機会が広がっていることを確信せざるをえないのです。「シリコンバレーだけを眺めても、それは明らかです。人々は新たなテクノロジーをどう使って、何を生み出しているのか、テクノロジーは仕事場と自宅でどのように仕事をサポートしているのか、どこで、いつ仕事をするかの縛りを人々からどう解放しているのかということが見てとれるのです。それはまるで私たちの未来を見ているようです。」

Featured Products
