

第3回 仮設の空間

第1回 仕切りの構造(4月号)・第2回 空白の領域(7月号)

大切にしたい ”もてなしの心 ”

日本の伝統に学ぶ 21世紀のオフィス文化

認識的仕切り、空白、仮設性……
日本の空間文化がオフィスを変える



仮設の空間 奈良 興福寺「新能」c カラーボックス

仮設空間で行われる「野だて」は
日本の空間原理を象徴する文化だ



これまで2回にわたり、日本の空間づくりにおける固有の特徴「仕切りの構造」「空白の領域」について、お話ししてきました。西洋建築のように物理的な壁で仕切るのではなく、障子や襖のような認識的な仕切りを巧みに利用する点や、縁側に代表される「外でも内でもないあいまいな領域」を活用して上手に時間や空間を分けていく工夫は、私たちの祖先がこの国の風土の中で確立していった文化なのですから大事にするべきなのです。そしてオフィスを快適にし、仕事の生産性をあげるためのヒントとしても、十分に有効でしょう。

3回にわたった連載の最後にとりあげるのが、もう一つの特徴である「仮設の空間」です。

仮設といっても工事現場にあるプレハブ小屋のことではありません。日本人はある目的のために「仮屋」と呼べるような一時的な空間をつくってきました。奈良・興福寺で毎年開かれる薪御能(たきぎおのう)の野外舞



内田 繁氏
デザイナー

1943年、横浜生まれ。桑沢デザイン研究所卒業。81年、スタジオ80設立。代表作にYOHJI YAMAMOTOの店舗、京都ホテル・ロビー、神戸ファッション美術館、門司港ホテルなどがある。毎日デザイン賞、第1回桑沢賞ほか多数受賞。著書に『インテリアと日本人』『椅子の時代』『日本のインテリア』などがある。

台はその代表的な例ですが、もっと身近なところでいえば、茶の湯の「野だて」が挙げられるでしょう。野だてに用いられる「場」は、日本の空間のあらゆる特徴を含んでいます。

ご存じの通り、野だては、野外に布を1枚敷いただけの場所で行われます。「建築物は固定され、強固なものでなければならない」といった西洋的な思考では、こんなものは仕切られた空間でも何でもありません。しかし私たちは、たとえお茶の心得がなくても、そこに靴を脱いで上がるだけで「外とは違うんだ」と認識できます。つまり茶室に招き入れられたと同じ気持ちになるのです。

それと同時に、そこはやはり壁もないオープンな空間なので、お茶を楽しむながら、春であれば桜、秋であれば紅葉を眺められる。その景色は、ただ外に立って見るのとは、また別の味わいがあるはずです。

そしてお茶の時間が終われば、敷布は片づけられ、一瞬にして「特別な空間」は消え去ってしまう。まさに仮設空間は、認識的な仕切り、空白領域、仮設性といった日本の空間原理のすべてが具現化されたものといえるのです。

日本の伝統に学ぶ
21世紀のオフィス文化

はやわかりメモ

お茶の「野だて」のように、わずかな道具で仮設の空間をつくってしまうのも、日本文化の特徴の一つ。「ウツ」と呼ばれるカラッポの空間は、さまざまなものを受け入れ、変化していけるという意味において、むしろ可能性があり、役に立つ。そんな発想が仮設性につながる。日本の空間原理である「仕切りの構造」「空白の領域」「仮設の空間」は、その本質を掴むことでオフィスにも応用が可能だ。本当のオフィスデザイナーとは、クライアントのニーズだけでなく「理念」までも引き出し、限られた予算や建築条件の中で表現していく技能を持っている。オフィスデザインにおいては、日本人の持つ文化的背景を十分に意識し、自然に快適性を感じられる空間をつくっていくべき。オフィスはワーカーのためだけにあるのではなく、企業の理念を外に向かって表現する場である。そしてそれをちゃんとすることが「もてなし」になる。

変化できる空間ほど可能性があるのに
近代は「もの」を固定化してしまう



日本ではかなり古い時代から、さまざまな神事を仮設空間で行う文化がありました。神が降りてくる場はそのたびにつくり、一定期間が終わると撤去される。盆踊りの櫓を思い浮かべてもらえば、よくわかると思います。

その固有の文化は、海外の文化が入ってきて変わりません。上手にそれを取り込み、日本化してしまう。奈良時代以降、中国から新しい絵画の技法が伝えられたときも、板絵や壁画のようなスタイルは定着しませんでした。発達したのは襖絵や屏風絵であって、これらは決して固定的に飾られるのではなく、簡単に換えることのできる、やはり仮設の空間なのです。

日本語には「ウツ」という言葉があります。これは、空、虚、無……などの漢字が当てはめられてきましたが、要するに中がカラッポであるという意味です。転じて「ウツワ(器)」になりました。

カラッポというのは、ただ合理的に考えれば、「何もない=何の役にも立たない」となります。しかし日本の伝統文化では、そうは受けとりません。空虚な空間ほど多様なものを宿らせる力があるのです。それは、ウツが「ウツロヒ=ウツロイ」となって「移る」「映す」「写し」などの言葉に展開されていったことでも明らかです。これらはどれも、何か新しいものによって変わっていく可能性を示しています。だからこそ、私たち日本人は仮設性によって空間の性格を固定しないように努めてきたのです。

住宅の中でいえば床の間がそうですね。西洋でも中国でも、部屋の装飾品はあまり動かしません。同じ絵を、それこそ何十年、何百年も飾りっぱなしにしておく。しかし日本の床の間は、掛け軸を頻りに換えたり、花を生けたりすることで室内のムードを一変させます。床の間の飾り付け一つでカラッポな空間である部屋を季節感で一杯に満たしてしまうなんて、すごいアイデアだと思いませんか？

実をいえば、ウツロイを大事にする文化は、日本だけでなく世界中にありました。西洋では家具のことを「動かすもの(モビールなど)」と呼んでいた時代があり、昔は馬車や荷車に積んで移動しながら生活する人が少なくなかったのです。つまり、インテリアは決して固定的なものではなく、本来は動かすことを前提にしている仮設物だということになる。したがって、ときには部屋の模様替えなどをしなければいけないんですよ。私の母親など、何かといえば家具の配置を変えるタイプで、子供のころは「手伝わされて嫌だなあ」と思っていたのですが、あとから考えてみると、そのたびに気分が新しくなり、楽しかった思い出になっています。だから、オフィスでも、ときどき模様替えくらいしてみてもいいのです。

近代建築は、モノをどんどん固定化する方向に進んできました。その代表であるオフィスは、人事異動のような外的要因がなければ家具一つ動かさない。そのような習慣が、空間の可能性を狭めてしまっているのかもしれない。



ミラノ展よりc Thomas Libiszewski

仮設の領域

『インテリアと日本人』内田繁著(晶文社)より抜粋



日本の儀礼にしばしば現れる「仮屋」は、用が済み次第直ちに取られ、瞬間に消えることによって「仮屋」の存在を際立たせるのである。この空間概念こそ、日本固有の仮設空間の本質を表している。仮設空間にとって重要なことは、「いま」という時間と空間をつくり出すことだったのである。

私たちが日常生活で接する「床の間」の存在は、日々の日常の世界のものである。しかし、私たちはまた日常の世界においても「いま」という時を取り込み、新しい一日を祝福するための空間をつくり出す。「床の間」に季節を取り込み、儀礼に対応し、人びとの想いを道具の飾りとともに表すのである。そして日本人のコスモロジーは、わずかな空間「床の間」を通して、日々変化する「時」に感応する。

「いま」という時間と空間をつくり出す場もまた「ウツ」でなくてはならない。「水平の感覚」の項で明らかにした「ウツ」の概念は、こうした仮設空間にも生きている。仮設空間もまた「ウツ」である空なる空間であるがゆえに、すべてのものを取り込むことができるのである。そうした意味において、仮設空間は日本の空間原理のすべてが象徴的に表れたものであった。

興福寺の薪能に見られる舞台は、沓脱の場でもある。沓脱の場は聖とケガレを分離する結界でもあった。また注連縄によるヒモロギは神の呪力を高める「締められた」場でもある。このように多重に結界された空間などの「空間を認識としてとらえる思考」、さらに「仮屋」が生命の更新としての「穴」に見立てられることから生まれる「いま」という概念、そして、そうした「いま」をとらえるための「ウツ」という空なる場、などの思考こそ、日本人が深層の心理に持つ空間観なのである。

そうした空間心理がダイナミックに表れたものが、茶の湯における「野だて」である。

「野だて」は野外空間に一枚の布を敷くだけで行われる、茶の湯の儀式である。一枚の布だけが「坐の空間」、室内をつくり出し、竹矢来に幔幕という仮設の仕切りによって、聖なる空間をつくり出す。桜の季節には桜の下で、楓の季節には楓とともに、茶の湯は行われる。自然をまるごとつかみ取った「野だて」は、空間を仮設することによって生まれるものである。さまざまな場に出現する仮設の茶室は、建築の自由な移動に他ならない。

一般に、建築とは固定化されたものであり、その微動だにしない建築の在り方が建築の信頼を高める。だが、日本における建築の概念とは、そのような固定化された強固なものとは違って、認識的なものである。日本の建築の本質は、室内とつくり出すための手段でもあった。そしてその室内とは、聖と俗とを分離した「聖なる空間」のことである。外に充滿する邪悪な霊から守られた聖なる場こそ、室内が求めたものであった。

聖なる空間を規定するものは沓脱の場、床の存在である。つまり沓脱の場は、たとえ屋根などで覆われていなくとも厳格に室内として存在する。こうした思考の展開が仮設空間を生み出すとともに、「一枚の布」が十分に室内空間をつくり出すのである。日本人なら誰でも、野外に床が敷かれ、靴を脱ぎ静かに坐って茶の湯などを行うとき、そこに内部空間としての豊かな精神的世界を感じる。野外であることが、それをより際立たせることにもなる。

日本人のコスモロジーが「いま」という観念の上に成立しているならば、まさに「野だて」ほど「いま」を実感する空間はないだろう。いまという時が多くの季節、自然の流れによって生み出される感覚であったとしたら、野だてという行為はまさに、それらの自然の中に自らを投入することである。たった一枚の布によって自然に包まれるのである。こうしたダイナミックな発想こそ、仮設性の中心的な概念であり、認識としての空間が際立つものであった。

そうした仮設空間は、瞬間に生まれるのである。日本人の死生観とともに生まれた仮屋の存在も、必要なときにつくり出され、その行為が終了したならば、直ちに取られ壊される。茶の湯における野だての空間も、瞬間に生まれ、瞬間に消え、もとの自然の空間に戻る。こうした仮設性こそ「時」の凝縮されたものであり、「いま」という時間を濃密なものにするのである。

「日本の伝統に学ぶ21世紀のオフィス文化」下記バックナンバーは<http://www.websanko.com>をご覧ください。

04年7月号 空間の領域 04年4月号 仕切りの構造

日本の伝統に学ぶ 21世紀のオフィス文化(総論)



STAR ALPHA オフィス © Satoshi Asakawa

オフィス全体に光を入れるデザインは「日本の空間」を応用した快適さの実現



さて、これまで「仕切りの構造」「空白の領域」「仮設の空間」と、日本の空間の特徴についてお話ししてきました。ちょっと抽象的な解説になってしまいましたが、人がその土地で快適に過ごすには、まずベースにある文化を知る必要がありますから、ぜひ、みなさんなりにいろいろな事例を眺め、どんな空間が気持ち良さを感じるのか、考えてみてください。

ここからは、私が実際にデザインしたオフィスの例をあげながら、快適空間のつくり方について考えていきたいと思います。

写真(上)で紹介しているのは、中央区新川にあるケーブルテレビ会社のオフィスです。新しいメディアを普及させていこうという目的の企業ですから、私はまず「未来を感じさせるデザインにしよう」と考えました。ただ、予算や建物の条件により、工事ができる範囲には限りがありますので、あくまでその前提のもとでオフィスづくりを行わなければなりません。ここが、デザイナーとしては腕の見せどころだったので。

全体構造としては、セキュリティで区切られるスタッフルームとオープンなミーティングスペースに分けていますが、ガラスを多用した仕切りによって閉鎖的な印象にならないように配慮しました。これは、この会社の「情報開示をするオープンな経営方針である」という姿勢を示すためで、一種のCIといえますね。さらにカラーリングはブルーを基調にし、濃度やアクセントとなる別の色の配置で動きが感じられるようにしています。

デザインをするうえで最も気を使ったのが「光」です。フロア面積が、比較的、広いことから、ビルのコア部分に近くなるとどうしても暗くなってしまふ。このためガラスの仕切りでどの部屋にも外光が入るようにしました。これはオフィスづくりにおいて非常に大事な点です。何も、本が読めるほどの明るい光が入る必要はありません。それでも、ほんの少し外の光が感じられる部屋と、完全に閉鎖的な部屋とでは、まったく雰囲気違います。つまりそこに、認識的な仕切りの要素を加えることが重要なですね。実際、いくつかデザインのバリエーションがある会議室の中で、ガラス面が広く、中が覗けるような透明な部屋が、いちばん人気があるそうで、やはり人は自然にオープンな環境を好むのでしょう。

いちばん頭を悩ませたのがエレベーターホールでした。ここはどうやっても外光は導けません。それで、コーナーのところにスリット式の間接照明をつけたのです。まるで窓からの光が漏れているような仕組みにしたところ、「暗く

内田 繁氏

で落ち着かない空間が生き返った」と評判はいいようです。

プロのオフィスデザイナーの仕事とは
与えられた条件でベストな空間をつくること



この連載の依頼を受けたとき、私はそれまでオフィスについて強く意識したことがなかったため戸惑ったのですが、あれから自分の仕事の経歴を改めて調べてみると、けっこうたくさんのお仕事を手掛けていたことに気づきました。私にとっては、オフィスもホテルも茶室も、同じ「空間づくり」の作業なので、それらを区別して考えたことがなかったんですね。

私は、もっといろいろなデザイナーがオフィスづくりに参画すべきだと思うし、企業側も相談するべきだと思います。どうも世の中には、「デザイナーっていうのは自分勝手に派手なデザインをしようとするから信用できない」との誤解があるようですが、それはむしろ希なケース。デザイナーは空間づくりのプロなので、期待通りのオフィスになるはずなんです。

私を含めた多くのデザイナーは、依頼を受けると、クライアントやユーザーに対し徹底的にヒアリングを行い、要望と条件を把握します。その作業は、臨床医が患者の話をもとにカルテをつくるのと同じですね。そしてそのうえで、オフィスであれば、その会社が目指すもの、仕事の空間で表現したいことといった「理念」をまとめていきます。

もちろん、明確な理念を意識していない企業もあります。そんなときでも、ヒアリングの内容の中から、その会社が目指しているものを引き出していくのも、デザイナーの大事な仕事のひとつなんです。

最終的に、その理念をデザインという形にしていけるのですが、そこで無視することができないのはさまざまな付帯条件です。先ほど挙げたケーブルテレビ会社の例でいえば、本当なら天井までいじりたかったのですが、それをするにはビルオーナーとの交渉が大変ですし、予算的にも厳しいためあきらめました。それでも床の色を変え、仕切りの構造やデザインを工夫することで、ちゃんと「理念の見えるオフィス」になったのです。

このように、デザイナーはクライアントの提示する条件の中でベストを尽くすのが仕事です。決して予算を無駄に浪費するわけじゃない。

たいたい、もし潤沢なお金があるなら、むしろデザインの工夫なんかしないでもいいんですよ。全面、大理石貼りにですれば、センスは別として、とりあえず栄えのいい空間だけは確実にできる。しかしそんな経費がないからこそ、デザイナーに「限られた予算と条件の中で最高のオフィスをつくってくれ」と頼むのです。

私たちデザイナーは、その会社のオフィスへのニーズや理念を具体化しますし、また多くのオフィスを見てきた経験からも適切なアドバイスができます。たとえば、オフィスは業種によっても異なります。銀行には銀行、メーカーにはメーカー、メディア会社にはメディア会社に合ったデザインがある。そこまで考えると、やはり、プロの技能を導入したほうが大きな成果を得られるのです。

空間の連続性を大事にしてきた日本建築
そのエッセンスはオフィスにも生かせる



ただ、デザイナーがオフィスづくりを任せられた以上、そこには自分の方針がなければなりません。クライアントのニーズを一つひとつバラバラに実現していくだけでは、いいオフィスはつくれません。

そして、そのために必要なことの一つが、これまで解説してきたような日本の空間文化なのですね。それを知ることにより、どういった設計思想をベースにすれば快適で過ごしやすい空間をつくれるか、その方向性が見えてくるのです。

私が空間デザインをするうえで大事にするのは「連続性」です。先ほど、オフィス全体に光を入れる工夫についてお話ししましたが、これは別の言い方をすれば、「空間を閉鎖的に仕切らず連続性を持たせるべきである」との方針に基づいています。そしてもちろん、日本の空間の文化から学んだものが参考になっています。

高温多湿な気候を持つ日本では、空間はできるだけ閉じないようしてきました。風通しを良くすることでカビの発生を防ぎ、病気になるようにしてきたのです。

その発想から襖や障子といった可動性のある仕切りが生まれていきます。夏はオープンにして湿気を少なくし、冬は閉じて寒さを防ぐ。空間の連続と閉鎖を巧みに使い分けているのが伝統的な日本建築なのです。

もちろん近代的なビルで完全に同じことはできません。しかし、私たちはそのような文化を背景に育っていますから、やはり全面的に閉鎖された空間では落ち着かない。たとえば幅20センチのガラス窓でいいから、外の光が入るような部屋を求めます。

そうやって考えていくと、オフィスにおいても日本文化から学ぶことはたくさんあるのでないでしょうか。何も、畳や障子を入れることが和風ではありません。日本建築にある空間づくりのエッセンスを今のオフィスに生かしていければいいのです。

たとえば仮設空間である床の間などは、容易に導入が可能でしょう。オフィスの1か所のほんの小さなスペースを利用して季節感のある風物を飾るだけで、雰囲気は一変します。これはかなり有効ですね。だから私は、半分冗談で「これからの企業は季節の飾りものをしまっておくような蔵を持つべきだ」と主張しているくらいです。

オフィス空間の合理性だけを追求していくと、そこで働いているワーカーは一つの部品になってしまいます。しかし残念ながら人間は機械ではありませんから、達成感が得られないと、どんどんモチベーションは下がってしまうのです。

そんなことは昔からわかっていました。農業において毎日の作業は大変です。それが長く続くと、村人たちのストレスは溜まる一方で、収穫の喜びだけはカバーできません。だからこそ、古来から日本では夏に祭りをし、ストレスを発散できるようにしてきました。あるいは季節ごとに節句などのイベントも同じ目的です。

日常的な「ケ」と祭りのような「ハレ」をバランスよく配置することで私たちは上手にガス抜きし、辛い労働にも耐えることができます。これは人間が機械の部品ではないからこそ、大事なのです。

オフィス空間においても、デスクワークをする「ケ」のスペースだけでは息がつかってしまいますよね。窓もない、息抜きする場所もない、ただ作業に必要な面積だけを与えられたからといって、いい仕事はできないのです。それな



STAR ALPHA オフィス内部 © Satoshi Asakawa

第3回 仮設の空間

日本の伝統に学ぶ
21世紀のオフィス文化
認識的な仕切り、空白、仮設性……
日本の空間文化がオフィスを変える



GOLD CREST オフィス © Satoshi Asakawa

のに、近代のオフィスは、どんどん合理的な方向に進んでいってしまっている。そろそろ、そんな方向性を見直してもいいのではないのでしょうか。

keyword

「ハレ」と「ケ」

人は通常、毎日、同じような生活を繰り返しています。それを古来から日本では「ケ(褻)」と呼んできました。これに対し、旅に行ったり、外で食事をしたり、祭りをするとといった普段と違う行動を「ハレ(晴れ)」といいます。ケのほうは現代の日本語ではあまり使われませんが、ハレは「晴れがましい」という用法などに残っています。ちなみに、民俗学者の柳田国男は、ケを「俗」、ハレを「聖」という形で区別しました。

会社の理念をオフィスで見せること
それこそが最高の「もてなし」になる



最後にもう一つだけ、この連載のテーマにもなっている「もてなしの心」についても触れておきましょう。

オフィスはそこで働くワーカーのためだけのものではありません。訪れるさまざまな人に会社の理念を見せるショールームでもあるのです。そういう意味では、店舗デザインと通じるところがあります。

私自身、商業空間のデザインは、いくつも手掛けてきました。そのとき、ふと、思うのです。商売なんていうのは、実は戸板1枚あればできます。そこに商品を並べ、お客さんを待てばいい。ただし、そんな「店」で利益をあげるの簡単ではありません。並はずれた商人としての能力が必要でしょう。もちろん、天才ばかりいるわけではないから、そこで空間デザインを工夫し、お客さんを集めたり、商品を買いたくなるような環境をつくるのです。

オフィスもまったく同じですね。いくらいい商品やサービスを提供している会社でも、オフィスに理念や意志が感じられなければ、印象は一気に悪くなります。その結果、社員たちに必要以上の労働力を求めることになってしまうのです。これでは生産性は上がりません。

もてなしとは、何も過剰なサービスをすることではありません。自分たちはこういう考えを持ち、こういう方針でビジネスをしている。それを理解してもらったうえで、未永いお付き合いをしましょう……と伝えるのが最高のおもてなしなのです。

では、具体的にはどうすればいいのか？ それを考えるヒントは、私たちの祖先が築いてきた智恵や文化の中にたくさんあります。そのことを、ぜひ忘れないでいただきたいですね。