

第2回

オフィスでも忘れてはいけない「おもてなしの心」

作法の文化を若い世代に伝えていけるオフィスなら 贅沢な空間がなくとも「おもてなし」はできます。



山田節子氏
ライフスタイルコーディネーター
株式会社トゥイン 代表
株式会社東京生活研究所 ディレクター

1966年、多摩美術大学卒業。1974年、山田節子事務所を設立するとともに、銀座松屋とコーディネーター業務契約。1988年、トゥイン設立、東京生活研究所のディレクターに就任し、百貨店「松屋」のシンクタンクとして、生活フロア、食品フロアのディレクターを務める。また地場産業や固有性のあるライフスタイルをテーマに、ものづくりやイベント・店舗企画などを続けている。著書に『和の暮らしが好き』『生きるお中元お歳暮』など。



フランクフルト「MI・TA・TE」展示から「清水康孝氏の水桶」

昨年、連載の内田繁氏による「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10月号 仮説の空間
04年7月号 空間の領域
04年4月号 仕切りの構造

オフィスでも忘れてはいけない「おもてなしの心」

05年 II号 「おもてなし」はその場その時のコミュニケーションの工夫

「水の国」日本の新しい文化を紹介する 水回りの現代デザイン展をドイツで開催

この3月に2週間ほど、ドイツとオーストリアを回ってきました。

フランクフルトで開催される展覧会「MI・TA・TE」のコーディネーターを務めるのが目的です。「MI・TA・TE」は、日本から発信される新しい生活文化を世界に紹介していこうという意欲的な展覧会です。とりわけ日本は水を扱う文化では伝統的に優れたものを持っていますので、その長い歴史を受け継いだ現代のデザイン、たとえば洗面ボウルや花器、お風呂場の空間、茶席など、水に関係する工芸品とそのしつらいを展示することで、相互の文化理解を深めることがテーマでした。

会場には、今日的なデザインのバス空間に、日本の最高級素材であるヒノキの風呂が設営され、以前にニューヨークのメトロポリタン美術館で披露され好評を博した立札(椅子の茶席)の茶の湯のもてなしが行われ、ドイツだけでなく欧米、アジア各国から多くの人が来場し、大変なにぎわいを見せました。

私が担当したのは、水回りに使われる現代工芸や新しいスタイルのデザインプロダクトを展示するゾーンで、最近この分野は日本製品に注目が集まっているだけに、話題になりました。

建物でも街でもゆっくりできるヨーロッパは 空間全体で「おもてなし」を考える文化がある

今回は、ダニエル・リーベスキンド設計のユニークなデザインで話題になっているベルリンのユダヤ博物館や、ウィーンの現代美術館なども見て回りました。やはり感心するのは、ヨーロッパにおける空間づくりの見事さでした。たとえばユダヤ博物館では、ユダヤ2000年の歴史を伝えながら、鉄板でつくられた顔型の落ち葉の作品の上を歩く音は、誰もがホロコーストの悲劇を暗示させられ、天に向かい伸びるオリーブの丘は平和への道のりを肌感じさせてくれる、空間全体で伝えたいテーマを演出する工

オフィスでも忘れてはいけない
「おもてなしの心」

はやわかりメモ

フランクフルトで開催された「MI・TA・TE」は、日本人が得意とした生活文化を現代的にアレンジした展示で、ヨーロッパでも高い評価を受けている。ヨーロッパの街や建物は、空間を上手につかって、くつろぎを演出している。それに比べると、今の日本のオフィスは、工夫に欠けている。「おもてなし」は広いスペースや贅沢なデザインでするものではない。限られた空間であっても、そこに作法を加えることで充分にもてなすことができる。家庭で作法を伝えにくくなっている現在、その役目を果たすのは、多くの年代の人が集まっているオフィスかもしれない。職場のコミュニケーションを活発にし、作法の意味や目的を伝えていければ、限られた空間であっても「おもてなしの心」は活かしていける。伝統に学び、オフィスに現代の床の間を設けることで、オフィスの雰囲気が変わる。

夫に驚かせられました。歴史を直視し、けじめをつけ、わかりやすく見せる手法には、凄みすら感じました。

ダニエル・リーベスキンド (Daniel Libeskind)

建築家。ポーランド生まれ。ベルリンのユダヤ博物館(2001年9月開館)、英国マンチェスターの北帝国戦争博物館(2002年7月開館)などの前衛的なデザインで有名。なかでもユダヤ博物館の設計は、現代美術を通して深い人類愛と平和を世界へ伝えたと評価され、2002年夏に第5回「ヒロシマ賞」を受賞した。また、ニューヨークのワールドトレードセンター跡地再開発計画のコンペでは作品が最終デザイン案に選ばれ、建築を任されている。

ヨーロッパでは、どの美術館や博物館でも、観覧途中に座って休憩するためのコーナーが何カ所も設置されています。椅子にゆっくり座りながら作品と静かに対話し時を楽しみすることができるのです。

考えてみれば、ヨーロッパでは街の中には必ず広場などのくつろぎの空間があり、しかもそこにはたいていの場合、カフェが店を開いているので、散歩していてもあまり疲れを感じません。そして公共の建物をつくるときにも、同じ発想で設計されています。これはやはり、訪れる人に対する「おもてなし」の心があるからでしょう。

一方、日本の美術館や展覧会では、展示物を揃えることに懸命で、空間づくりと心地良い運営まで手が及んでいないケースが目立つように思います。せっかく良い作品が集められているのに、その前を通過するだけのスペースしか用意されていない。「美術館に行ったら疲れた」という経験をした人は少なくないはずですよ。

「MI・TA・TE」がヨーロッパで注目されたことでもわかるように、本来、日本は世界に誇るべき生活文化の空間づくりともてなし方を持っている国なのです。なのに、現代の建物は機能一辺倒で「おもてなし」のゆとりが用意できない。ヨーロッパと比べますとあまりに貧相な現実には、古さと新しさを混在させながら美しく変貌する街を歩きました。

「おもてなし」は空間のデザインだけではなく そこで行われる作法によって完成する文化です

ところで、「おもてなしのできる空間」といった話を続けていますが、必ず誤解する人がいます。それは、広いスペースや、デザイン面で工夫した贅沢な内装を採り入れれば、それだけでおもてなしができるという発想です。

しかしそれは間違っています。

なぜなら、空間だけに頼る発想は、当然の帰結として、「うちはスベ



フランクフルト「MI・TA・TE」展示から「洗面ボウル」

ースに余裕がないから、おもてなしはできない」という考えにつながり、すべてをあきらめてしまうからです。現在、企業のオフィスの多くが、高まるコスト意識によってスペースを減らされ、その結果、無味乾燥な空間になってしまったのは、こういう理由からではないでしょうか。

何も、お金をかけるだけが「もてなし」ではありません。思い出して見てください。日本の伝統的な「もてなし」であるお茶は、広いスペースを必要ともしません。茶室の多くはわずか四畳半の狭い空間で、余分を廃したデザインです。

そこで大切なことは、何も無い空間に、その季節、その時の花一輪が生けられていることで、お客さまを迎える空間が生まれます。良く片付けられていて、余分なものが何も無いスペースがあれば、そこで楽しむことができるのです。

なぜ、そんなことが可能なのでしょうか?

ここで重要になってくるのが、私は「作法としての心使い」と「体験」ではないかと思っています。

片付け一つにしても、チリや埃を払うだけではなく、その空間に置かれているもの一つひとつの配置やバランス、花の種類や色、花入れと花のバランスなど、センスの良い気遣いでなければなりません。湯のみ一つにしても、飲みやすく、持ちやすい気の利いた器が選ばれて、タイミング良く、美しく出されることで、レベル確かな出会いが生まれます。

もてなしとは、幼い時から、もてなされた体験の積み重ねと、もてなしの創意工夫によって初めてできるのです。

残念ながら、今は核家族化が進み、親も子も自分のことに忙しく、作法の基本を育む場であった家での体験が不毛の時代です。その結果、「若い人はマナーを知らない」と嘆いてもいた仕方ないことです。しかし、それでいいのでしょうか。

手間はかかりますが、もてなしに必要な生活文化を伝えていくことは不可能ではないと思っています。少なくとも、こういう時代になったからこそ、私たちはその方法を考えていかなければなりません。



フランクフルト「MI-TA-TE」展示から「内田繁氏デザインの茶席花活け」

ヨーロッパでも事情は同じで、親から子供へ作法を伝える機会は少なくなっています。ところが、そんな問題に着眼した試みが、はじめられたようです。

たとえば、最近、パリにキッチンレストランと呼ばれるビジネスがはじまり注目されているとのこと。ここでは、お客さまがシェフと一緒に調理体験をし、料理の過程を学びながら、素材を知り、その扱いを知り、料理を楽しむ。もちろん伝えるのは料理の手法だけではありません。食事によってお客さまをもてなす、盛り付け、セッティングなど、作法そのものを身につける貴重な場になっているのです。

違う世代の人が集まるオフィスこそ 「おもてなしの心」を伝えていける

作法を伝え、学べる場は、何もキッチンレストランのような特別な場だけではありません。さまざまな年代の人が同じ空間に集まり目的達成のため、長時間過ごすオフィスこそ、それに最適な場所ではないかと思っています。とりわけ、日本の企業のように、欧米に比べればウェットな人間関係を築ける職場は、家庭で十分にできなかった教育を補える場といえるのではないのでしょうか。

たとえば、前回到触れましたが、お客さまにお茶を出すという行為

一つにしても、「なぜそれをするのか?」「どうすれば喜んでもらえるのか?」を興味深く教えれば、若い人であっても、作法が身につくはずです。

ただそれをするためには、社内で行き届いたスムーズなコミュニケーションがなければなりません。年齢の異なる人たちが、お互いを信頼して話ができる環境と、手本を示さなければ、そっぽを向かれるだけでしょう。

ここ数週間、ライブドアの堀江貴文社長のニッポン放送株取得問題のニュースで、「会社は誰のものか?」という論議に沸きました。これには複数の答があると思います。

たしかに彼が主張する「会社は株主のもの」という考えにも一理あり、そういう意味では、既存の枠組みの中で安心しきっていた方たちにはいい刺激になったかもしれません。

ただその一方で、「会社は社員のもの」という考えも、同時に成り立ちます。

採用という、人を選び選ばれる基準は、決して学力や仕事能力だけではありません。オフィスという一つの空間で一緒に働くからには、当然、人としてフェアな価値観を持っていて欲しいと思いますし、さらに心地良い作法を持ち合わせていることが重要です。

機械の部品を買うのとは訳が違います。ですから、「性能」以外にチェックしなければならないポイントはたくさんあるのです。これはすなわち、会社は様々な能力を持った社員という名の人達の組み合わせで成り立ち、会社組織は人によって成り立っているという証でもあります。

だから、もし堀江さんがお金だけで企業を自分の好きにコントロールできると考えているのなら、やはりその考えは悲しすぎるといわざるをえません。会社を買うことは、機械を手に入れるのとは違うのですからね。

ところが、堀江さんの行動に疑問を持っている多くのサラリーマンたちも、自分の部下とつきあうときになると、往々にして「部品扱い」をしてはいないでしょうか。若い人の持っている文化を理解しようとはせず、ただ「彼らはマナーを知らない」という一言で切り捨ててしまおうとする。そこから、コミュニケーションの不毛が始まります。若い人たちから見れば、手本になる体験を積ませてくれる人、示してくれる人がいないともいえましよう。

効率と前年比ばかりが優先される企業風土では、疲労感と不安感ばかりが充満してしまいます。オフィスは仕事の場という以外にも、そこにいる人々みんなが気持ちよく過ごせる空間にするように工夫されるべきです。あらゆる世代がお互いを認めあい、上の世代の人は若い人に作法を伝え、若い世代の人は新しい作法を伝えあうことが肝心に思えます。日ごろの社内の風土は社外から訪ねて来る方にも必然的に伝わるものです。そんな社外との信頼感がビジネス風土を育み、しいては、住みよい社会が構成されていくのですから、オフィス一つのあり方が、希望ある未来を構築していくことになるのではないのでしょうか。

そこには身に備わった作法というものが重要です。

朝一服のおいしいお茶を社員がお互いに入れ、感謝の心で飲

むという日々の体験が、形式でない来客への豊かなもてなしへとつながります。その間に交わされる挨拶や会話の一つひとつが血の通ったものとなり、一人ひとりの顔が見え、精気ある力となります。

どうぞ、忘れないでください。おもてなしは、広いスペースや、お金をかけたデザインだけでできるものではありません。体験を積み、作法を身につけることこそ肝心です。

作法はコミュニケーションの手段であり、文化のかたちでもありましよう。オフィス空間に必要な以上のコストを使わずとも、経営者はもちろんのこと、社員一人ひとりの心のあり方で、もてなしの環境は成立するということです。これは経営的にも、得策なのではないでしょうか。



フランクフルト「MI-TA-TE」展示から「中村卓夫氏の花活けと水撮」

オフィスにおけるくつろぎ空間の創出が 「もてなし」の場づくりです

「もてなし」は労をねぎらうことであり、「もてなされる」とはねぎらわれることです。労が給料すべてであり、労が取引高だけで評価される近代社会の枠組みが、息苦しさを増殖しているともいえましよう。その場、その時は気分の転換の場であり時間です。ねぎらいは次へのエネルギーへと循環します。京都俵屋の12ヶ月のしつらいが注目され、一度は泊まってみたいという人の何と多いことか。

西欧文化に憧れ、追随した後、伝統的空間やもてなしの作法が

大切にされ始め、現代茶会も気軽に楽しまれています。時代の空気に敏感になり、仕事空間にちょっとした工夫を加えるだけでも、イメージは一変し、社員や訪れてきたお客さまの気持ちが和らぎます。

たとえば、一つの提案として、オフィスの中に床の間のような空間を設けるのはどうでしょうか。これなら、棚の上など、ちょっとしたスペースを用意すれば可能です。

そこに季節の花を生けたり、風物詩となる小物を置けば、ずいぶん雰囲気は変わります。

「もう夏祭りの時期なんだ……」「うちの田舎ではお祭りが終われば、もう秋の準備をするよ」

というように会話はずみ、新たなコミュニケーションが生まれるかもしれません。

ただそのためには、床の間は飾りつばなしではいけません。ちゃんと模様替えをしていく必要があります。

この場合、空間の演出にはセンスと工夫が必要です。まず掃除をし、余分なものを片付ける。好みの良いものを選ぶ。例えば来社するお客さまになじみのものを飾り、季節の花を添えることで、会話の糸口になり、いっそうコミュニケーションは活発にならましよう。

多くの会社では、応接室に絵画や工芸品を飾っています。本来、これらは床の間のあしらいと同じ意味を持ち、もてなしのための演出だったのですが、残念ながらほとんどのケースが何の脈絡もなく並べられ、何時も同じものを飾りつばなしで、なかには埃を被っていることも少なくありません。センスや好みはこれからの重要なバロメーターです。

「蔵のある家」というわずかな空間を生かした住宅を開発したハウスメーカーがありました。同じ発想で言えば、「蔵のあるオフィス」も良いのではないかと考えています。そこに、花器やちょっとした工芸品などをしまっておき、季節や、おもてなしの目的によってオフィスの中を飾っていく。それだけで季節の床の間が生まれ、大規模な工事で内装を替えるよりも、ずっと心に響きます。

室内の飾りつけであったり、さまざまな作法であったり、日本人の伝統的な生活文化には、限られたスペースを有効に使い、人々がくつろげるセンスの良い工夫がたくさんありました。先人たちの蓄えてきた知識に学び、コストをかけずにゆとりを取戻していくべきではないかと思っています。



フランクフルト「MI-TA-TE」展示から「立礼茶席」