

## 第2回 応用編 「人の関わり」をデザインする作法\*さくほう Method of Office Design for Communication

# 「知的生産」に結びつくコミュニケーションは「自律・協調」の場から生まれる

オフィス内のコミュニケーションを活性化するには、単に会議室を増やせばよいというわけではありません。それだけでは、連絡や報告の会議が増えるだけで、実質的な知的創造につながるコミュニケーションを活性化することはできません。インフォーマルコミュニケーションの導入という従来にないオフィスづくりにおける発想の転換が必要になっている現在、新たなコミュニケーションのスタイルに基づいた要件設定をし、そのうえでスペースデザインを行わなければなりません。今回も、オフィスづくりの専門家である大倉清教氏に、実例を交えたコミュニケーションスペースの設計方法を教わっていきます。



アドバイザー

## 大倉清教氏

1954年生まれ。金沢美術工芸大学産業美術学卒業。ココロ株式会社設計部、企画部を経て、2001年5月にケブラデザインスタジオを設立。これまでに約2000件のオフィスプランニングとデザインを手掛ける。現在、ファシリティマネジメントの導入・運用コンサルティングをはじめワークプレイスデザイン、オフィスファニチャーのデザインなど、オフィス関連の幅広い分野で活躍中。

### 「人の関わり」をデザインする作法 はやわかりメモ

- 自律協調型のコミュニケーションを!  
単に人が集まるだけでは理想のコミュニケーションは期待できない。メンバー全員が自律的に「知」を提示でき、共通の理念に結びつける協調性を発揮することが知的創造につながる。
- インフォーマルコミュニケーションはフェイスtoフェイスが基本  
自律協調型のコミュニケーションを活性化するには、バーチャルな情報ネットワークだけでなく、リアルなフェイスtoフェイスの「場」が欠かせない。
- プレエンストーミングの適正な人数設定  
自律協調型コミュニケーションの代表が集団思考法のプレエンストーミング。活発な意見を出し合い、独創的なアイデアを引き出す最適人数は7人。
- コミュニケーションの機能設定からオフィスデザインを  
オフィスに必要なコミュニケーションのスタイルを設定し、それからコミュニケーション機能に適合した仕掛けや場の設定。そしてそのためのスペース要件設定へと考えるのがこれからのオフィスづくりには大切な。
- 会話が「拡散」する場、「収束」する場  
円滑にコミュニケーションを行うには、自発的に意見を出し合う「拡散」と、実りを生み出す「収束」の場の使い分けが必要であり、参加者全員が暗黙の気配を共有するプロトコルが必要である。

### コミュニケーションに必要な「場」とは ただ人が集まるだけのスペースではない

これからのオフィスでは、インフォーマルコミュニケーションが重要なキーワードであることは、おそらくほとんどの人が気付いています。しかし、そのための「場」をどうしたらつくれるかということが、現実的な課題とな

っているのではないのでしょうか。

今回は、インフォーマルコミュニケーションを生み出す場について、具体的なアイデアを展開したいと思います。では、まず条件を整理してみましょう。

なぜインフォーマルコミュニケーションが重視されるのか。それは、オフィスのワークスタイルが指示命令、報告・管理といった単純に与えら

れる仕事のやり方から、自ら課題発見して、多様な能力を持ったチームで解決策を創り出す知恵創造型へと進化してきたために、従来の枠を超えた発想によるブレークスルーが求められるようになったからです。

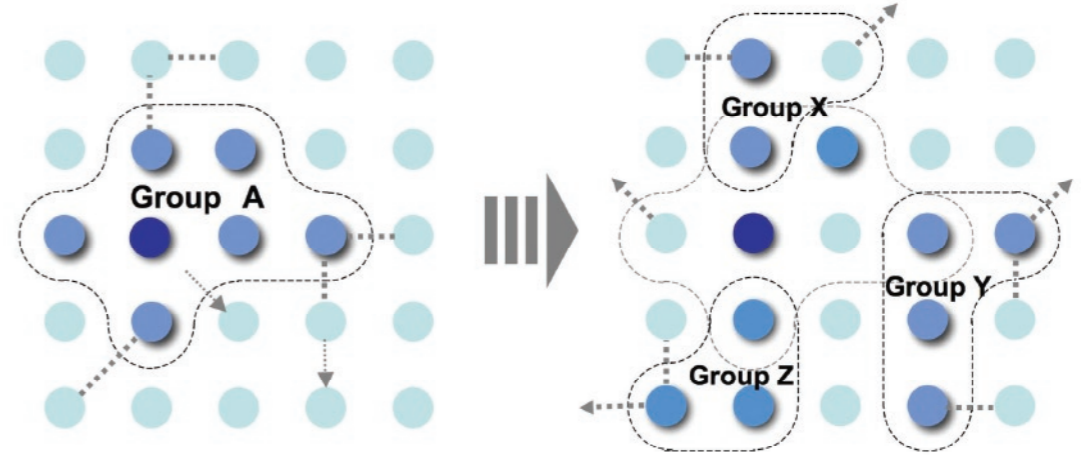
従来どおりの形式的な会話のための単なる会議室や応接室をたくさん確保したからといって、期待通りのインフォーマルコミュニケーションが活性化するわけではありません。

知的創造につながるインフォーマルコミュニケーションとは、第一条件として、参加者の一人ひとりが自律的に活動する必要があります。参加メンバーには、自分の経験や知識、考え方に基づいた深い専門知識と課題解決能力が必要であり、同時に広い視野を持ちながら新たな分野に挑戦する意欲を持ち合わせていることが求められます。このような人々がお互いに魅力を感じ、自らの意志によって互いに引き寄せ合うのです。

第二条件として、これらの多様なメンバーがお互いの相違点を認識し、尊重し合う組織風土と、多様な価値観を同じ目標に向けるための共感できる理念と強力なインセンティブ（誘因）や仕組みが必要です。これら「人材育成」と「組織風土」によって、はじめて主体性と協調性のある人材が活躍できるのです。

もちろんその組織は、従来のように固定的な職務分掌で定められたものでなく、状況に応じて、常に分裂・変化・再編を繰り返すいわばアメーバのような有機的な動きをするネットワーク型の組織です。次々に生ずる課題に対して、個々の構成メンバーがそれぞれ新たなチャネルを見いだして、ネットワークを探り、思いもかけない連携を展開します。 ✓

### ■自己増殖する組織：「ニューロンコンセプト」



課題やテーマを開拓したものが、自律的にパートナーを求めネットワークをつくり上げる。

© Kepla Design Studio

このような「自律・協調」的なワーカーの働きが、現在の先行き不透明で流動的なビジネスには不可欠であり、そのようなワーカーをいかに集めて、彼らのモチベーションを高めるか、生き残りをかけた企業にとって重要な課題となっているのです。

このように企業が求めるワーカー像も従来とは異なっていますし、ここで働くワーカーの意識も同様に大きく変化しています。従来の効率優先や管理主体では、ワーカーの能力を自発的に発揮させることはできないのです。また人間の知恵を生み出す場として、もはや限界にきているのです。

したがって、これからのオフィスに求められる要件は、従来のオフィスとは異なることが理解できるでしょう。そこには、ワーカーの五感を刺激して感性を高め、モチベーションを生み出す環境があり、自律協調型のネットワークを醸成するのに必要な「場」を自在に産み出すことができる仕組みが必要なのです。

### 自律協調型コミュニケーションには「場」の目的に合った工夫が必要だ

もちろん社会全体においては、まだ従来型の組織構造に依存することは必要であり、一挙にこのような変革などあり得ないことですが、徐々にこの変化は浸透するものと考えています。ここで私が課題にしているのは、効率や生産性を追求するよりも、創造性や独創性を優先した組織づくりに有効といえるでしょう。

「新たな知恵」を生み出すことを目的としたインフォーマルコミュニケーションを促進するには、従来の効率・生産性一辺倒のオフィスづくりの反省から考える必要があります。

### 反省点1. 結論を急ぎすぎているか？

一つは組織内の情報伝達のスピードを必要以上に高めていることです。情報通信システムによるバーチャルな情報伝達をベースとした組織では、ときとして通信機器を使いこなすことを仕事と錯覚させることにあります。

確かに、グループウェアやメール等のネットワーク機能などを使えば、一見、効率よく多数の共有ができるかもしれませんが。しかし顔の見えないバーチャルな「場」では細かな意図などのニュアンスが伝わらず、齟齬が生じる。それをいちいち修正しているくらいなら、みんなが一堂に集まって意見交換したほうが早いのです。「百聞は一見にしかず」。✓

### 反省点2. 受け手を考えずに情報の発信をしていないか？

コミュニケーションは情報の「受け取り」があってはじめて成り立つので、伝達できる情報の質や量は受け手の能力に依存します。当然のことながら、理解力は人によってまちまちなのに、一斉に同報をすれば

### ▼「失敗しないオフィスづくり」「総務の悩み大研究」の下記バックナンバーは、<http://www.websanko.com>をご覧ください。

- 「人の関わり」をデザインする作法
  - 07年 II号 コミュニケーションの本質を知ることから「オフィスづくり」をスタートさせよう!
- オフィスにおける「失敗」の科学
  - 06年 VI号 次世代型オフィスへの変革は経営資源としての人材を認識することから始まる
  - 06年 III号 失敗がわかりにくい日本のオフィスと失敗を恐れすぎるアメリカのオフィス
  - 06年 II号 失敗から目をそらしたり、失敗を恐れるのではなくそこから何を学べるのか考えるべきだ!
- 失敗しないオフィスづくり
  - 05年 VI号 知的情報を協創共有するオフィスを使いこなすには、日本の伝統文化が参考になるであろう
  - 05年 III号 オフィスの満足度も会社への帰属意識もキーワードはコミュニケーションだった
  - 05年 II号 時間軸を加えた「四次元デザイン」でオフィスの性能を最大限に発揮
  - 04年10月号 専門家を活用するためには「審査する側」にも十分な知識が必要
  - 04年 7月号 オフィスづくりには事前の綿密なオフィス診断と入居後の評価が肝心
  - 04年 4月号 プロジェクトを理解できないと、「良いオフィス」はつけれない
- 総務の悩み大研究
  - 03年11月号 ゼロから始めるファシリティマネジメント
  - 03年 9月号 リユースを進めることでコストを大幅に削減できる
  - 03年 7月号 オフィスの環境や性能を保ち続けるには
  - 03年 5月号 オフィスの三大問題を一気に解消する方法とは?
  - 03年 3月号 突発的に発生したプロジェクトのコストを削減する
  - 02年11月号 プロジェクトマネージャーによる手間とコストの削減
  - 02年 9月号 施設分散の弊害の悩み
  - 02年 7月号 資産のオフバランス化と喫煙対策の悩み
  - 02年 5月号 オフィスの高替え
  - 02年 3月号 オフィスの合格点
  - 02年 1月号 空調の悩み
  - 01年11月号 FMのコストダウンとアウトソーシング
  - 01年 9月号 先進的で働きやすいオフィス
  - 01年 7月号 書類削減の悩み
  - 01年 5月号 オープンオフィスでワークスタイル削減
  - 01年 3月号 オフィスマネジメントの悩み
  - 01年 1月号 レイアウトの悩み
  - 00年11月号 経費削減の悩み
  - 00年 9月号 オフィスリニューアルの悩み
  - 00年 7月号 オフィス移転の概算予算
  - 00年 5月号 流動化オフィスオペレーションとFM
  - 00年 3月号 戦略的な総務とは
  - 00年 1月号 プロジェクトマネジメントの業務範囲
  - 99年11月号 オフィスのリニューアル計画
  - 99年 9月号 電子ファイリングのポイント
  - 99年 7月号 オフィス情報化の悩み
  - 99年 5月号 社員のモチベーションアップの秘訣

全員に同じように伝わっていると錯覚しがちです。

たとえば10の情報を提供しても中には1しか理解できない人もいれば、逆に先読みをして100のことを想像する人もいるでしょう。また情報は伝えるタイミングや伝達方法によってもロスが生ずるものですから、正確に100%伝わることはまずありません。それどころか、コミュニケーションは伝達を繰り返せば繰り返すほど、ロスが生じ、時にはまったく異なった内容が伝達されることもあるのです。

異なる分野のコラボレーションによるインフォーマルコミュニケーションは、相手を信頼してはじめて成り立つものです。相手の話し方や表情、会話の反応を確認することのできるフェイスtoフェイスの場が今まで以上に重要な役割を持つことはいうまでもありません。

### 知的生産を目的にした「会議室」は 目的別に最適な「場」づくりが必要である

それでは、このような考え方から、実際の「場」をどうすべきか検討してみましょう。

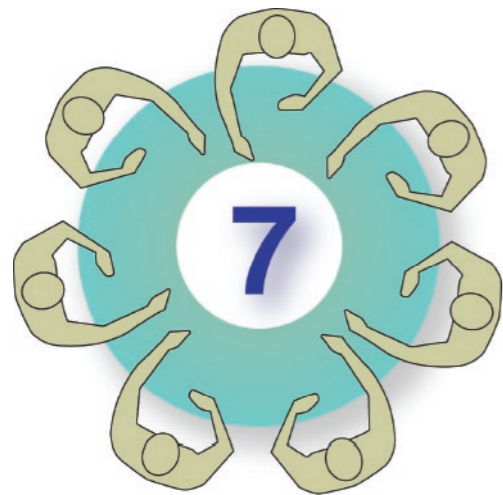
フリーディスカッションやブレインストーミングを活発にするには、参加する人数設定が重要です。それについては科学的な証明があるわけではないのですが、私の経験から最適なのは7人だと考えています。

よく「十人十色」といいますが、基本的な個性は、7人で概ね揃うと言われています。(黒澤明監督の代表作「七人の侍」はまさにそのことを示唆しています。)本来、無限の色数のある虹は7色、ドレミも7音階、つながっている海は7つの大洋、1週間は7日、「世界の七不思議」という言葉からも、人類は違いを認める数を「7」としてきたのです。

つまり、異なったキャラクタや個性は7人で十分であり、それ以上いても発言しないで頷くだけの人が増え、またそれ以下だと検討すべき観点が不足する可能性があるということですね。

よってフリーディスカッションの部屋は7人程度収容可能で、それぞれが輪になって自由に発言できるようなレイアウトが望ましいのです。この人数による円卓配置では前号で説明した最も適切な会話距離を確保することができます。

#### ■【七】の不思議



- ・七不思議
- ・七曜日
- ・七洋(7つの大洋)
- ・七色(虹)
- ・七音階(ドレミ…)
- ・七人の侍
- ・七福神
- ・七草
- ・七宝
- ・七光り
- ・七つ道具
- ・七彩
- ・七味
- ・七面倒
- ・七転び

© Kepla Design Studio

結論を求めて討議すべき議題がある討論の場では、角テーブルの両側に分かれて座る方がよいでしょう。角テーブルの場合は、横並びの人とは話しにくいので、論敵の隣に座ることはまずありません。対面した相手とのディベートには便利なのでそれぞれに座った側が連合化しやすくなります。司会や調整役の席はニュートラルな端の位置に設定しましょう。このような位置関係と対話距離は、相手の表情が見えるか見えないかによって微妙な駆け引きが生じ、会議の内容と進行に少なからず影響を与えます。

ファシリテータのいるフリーディスカッションの場合はファシリテータを中心に半円形の配置が適しています。テーブルや演台を使わずに、できるだけコンパクトにメンバー間の距離を保つと良いでしょう。人前でプレゼンテーションをする際に表情を交えて伝える距離の限界は7mくらいです。この距離を超えたら、モニターTVや拡声器などが必要になるので、どうしてもリアリティある伝達力が低下してしまいます。

いずれにせよ、以上のように部屋の大きさやテーブルのサイズと形は、コミュニケーションに影響を与える非常に重要な要素なので、用途に応じて活用することを勧めます。

### コミュニケーションの「場」から考えるのが オフィスづくりの第一歩

もう少し具体的に言えば、会議室は広すぎても狭すぎても使い勝手が悪く、適切な情報交換ができません。会議室の広さによって対人距離が相対的に変化します。たとえば広い体育館の中で1mの距離と電車の中での同じ1mの距離では二人の関係が異なるように、比較的小さな部屋に人が集まると仲間意識が芽生えて気分高揚に役立ちます。また第三者の存在と位置関係によっても相対的な関係が変化します。三角の位置にある第三者が相手との距離や角度より親密な位置にあれば、必然的に相手との関係が変化するためです。ですから、会議椅子は必要以上にテーブルに設置しないことです。人数以上に設置されると場が閑散とするだけでなく、間を開けて座ることで対立と派閥を生み出す要因にもなるからです。

さらに会議の規模が大きくなればなるほど、まとまらなくなるので事前準備が重要になり、進行も考慮しなければなりません。ということは30人以上の会議をスムーズに行うには事前調整が前提となり、討議の意味がほとんど無いということですね。

オフィスでは人が集まる目的や人数はさまざまですから、大きな会議室をつくるよりもそれぞれの「場」に適した多様なスペースをいたるところで整備されていることが望ましいのです。

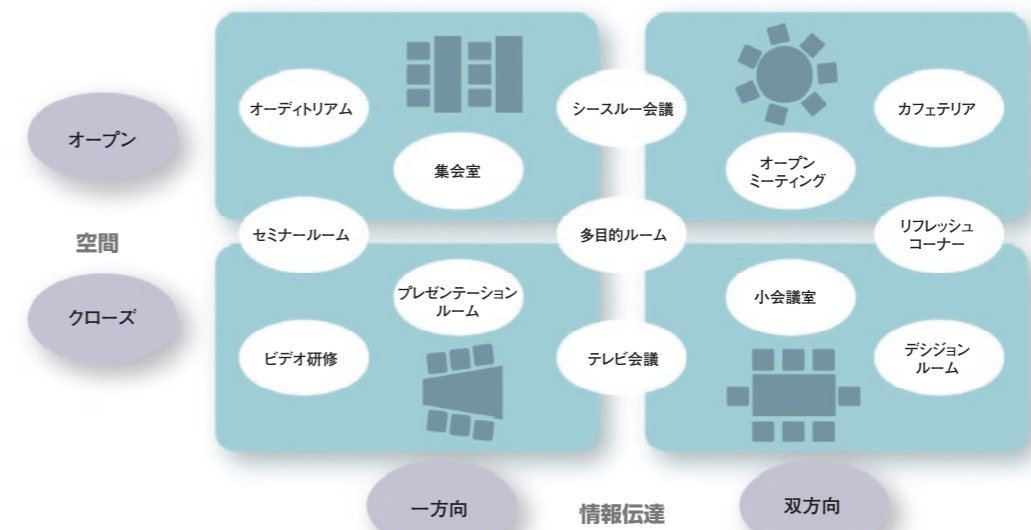
クローズで参加者が対等な双方向のコミュニケーションを行う「場」、たとえばブレインストーミングを行う部屋は正方形あるいは円形のリースペースが適していますが、ディベートによりデシジョン(意志決定)を行うには、議長や意志決定者の位置が明確になる長方形がよいでしょう。

またセミナーなど比較的オープンなプレゼンテーションを行う場では、発表者やスクリーンに向けて意識が集中できるようなインテリアの仕様と家具配置が重要です。オープンでインフォーマルな人の出会いを期待するスペースでは、対人距離を自由に設定できるようにできるだけ広く、動かすことのできる椅子やスクリーンを設置し、人数を限定しないさまざまな組み合わせのできるテーブルがあれば、効果的です。

従来の3人掛けテーブルで構成された会議室だけでは、多様化したコミュニケーションには対応できません。

主題とははズレますが、以前に「多目的」は無目的と揶揄された目的のはっきりしない中途半端な「多目的ルーム」のいい加減さもひょっと

#### ■ コミュニケーションに応じた会議室



価値観を共有する。そのときの[雰囲気]が場の魅力となる

© Kepla Design Studio

したら必要になっているのかもしれませんが、目的なしに集まることでインフォーマルなコミュニケーションを誘発することもあるからです。

とはいえ、コミュニケーションにはその機能的要求に適合した環境が必要です。先ほどのテーブルの形や大きさはもちろん、コミュニケーション装備、室内の色彩計画や仕上げ素材など場に応じた設定は場の雰囲気演出する上で重要です。ワーカーが必要に応じて、自由に選択して使うことのできるさまざまな機能を持ったスペースを用意することで、総合的に知的コミュニケーションを支援する場を構築することができるのです。

### 「収束」の方向を目指すだけでなく 「拡散」型のコミュニケーションも!

ここで、少し頭をほぐして考えてみましょう。私たちは常にどこに行けば、仲間が集まり、楽しい会話が交わされるのかを考えています。そこは会議室のようなフォーマルな会議とは別なカフェテリアなど日常的な場であり、気を紛らすことのできるオープンな空間でありながら、ある程度プライバシーも確保されることが条件になるでしょう。

そこでの会話には結論は求めていません。他人を批判せず自由闊達な意見を出し合い、話題をつないでいくことお互いにもっと多くの情報を得ようとする。つまり「拡散型」の会話です。従来の会議では報告や連絡、決定を伝えることを目的とした「収束型」が主体でしたが、ここでは電子メールの方がよほど正確で効率的でしょう。

ビジネスの場では、最終的に共通の結論や理念に収束させていくものですが、途中の段階ではむしろ話が拡散することが求められます。拡散の度合いが高いほど、収束の成果が大きな意味を持つからです。最初に説明した自律協調型のコミュニケーションとは、この幅広い知恵を取り込むために「拡散型」のコミュニケーションの場を上手に活用できるかどうかのポイントになってきます。

従来型の組織構造やワークスタイルには、禁則的なルールも多くて息苦しさがあり、自由なコミュニケーションを行うにはたくさんの障害があります。その一つは、いわゆる「心地よい場」を創り出すことです。新

たなワークスタイルを思考する組織にとって必要とされているのは、知恵のネットワークを柔軟に変化させるために、刺激と弛緩を調和させて、多くの仲間を引き寄せることのできる感性豊かな空間であり、そのキーワードは従来のオフィスでは禁句とされた「あそび」、「ゆとり」、「こだわり」といえるでしょう。

「あそび」とは人を惹きつけるユーモアや魅力のことです。「ゆとり」とは変化に対応するための余裕です。「こだわり」とは、マニュアルからはずれた独創のことです。残念ながら、これまでの多くのオフィスのスペースは、禁欲的でスペース効率を優先して、標準化による無駄の排除を徹底的に機能重視でつくり上げてきました。そこは確かに事務作業の生産性は追求できたかもしれませんが、今後は事務作業というより、知恵のネットワークをつくり上げる＝「人の関わり」のデザインをするという発想が必要なのです。

### オフィス全体がコミュニケーションの場 ノンテリトリアル化する空間

従来のオフィス計画では、まずスペースの配分から始まります。組織の関わりと人員配置によって執務スペースを設定し、それに必要な倉庫や会議室を設けて…といった順序でアウトラインを決めていきます。

しかし今後の社会環境の変化を考えれば、ますます組織や業務は組織図の書換えが追いつかないくらいにドラスティックに変化し流動化しています。そこで働くワーカーも正社員ばかりでなく派遣社員やパート、業務委託のプロジェクトメンバーが加わり固定的ではなくなっています。さらに今までとは異なった部署や組織との連携が求められることは必然的です。したがって執務スペースのゆとりをなくして固定的に考えていたのでは変化に対応できなくなっているのが実情なのです。

会議スペースについては、従来のように予約して使用する一般的な中小のクローズな会議室だけでは、インフォーマルなコミュニケーションや知恵のネットワークの拡がりを期待することはできなくなっていることは前述の通りです。

さらに、従来のオフィスにあった資料室は、紙情報は電子媒体に置

き換えられて省スペース化が図られ、収納を目的としたクローズな資料室から、情報の閲覧や共有のためのブラウジングルームへと変化しています。しかも最新の情報はネットを通じて入手可能であるため、書類に埋もれた資料室のイメージから通信とAV装置を装備したプロジェクトルームの様相へと変化しています。

多くのオフィスで見られるように食堂は自由に使えるカフェテリア、休

憩室はオープンなフレッシュコーナー、廊下やエントランスは快適なロビーへと変化しています。

ようするにオフィス全体がコミュニケーションの場として変化しつつあるのです。そのためにどこでも情報交換できるようにユビキタスやモバイルワークが進展し、個人の執務スペースは限定する必要がなくなり、フリーアドレス化が進展するでしょう。このことはオフィスのノンテリトリアル(無

領域)化を促進し、執務室と会議室・資料室などの境界を曖昧にしています。ますますオープンでフレキシブルな仮設型のスペースへの要求を高めてゆくことでしょう。

このような現象は一般企業だけでなく、今まで比較的保守的であった組織においても社会的な要請とともに現実のものとなりつつあります。例をあげれば、教育研究機関の学際化、医療関係のチーム医療型組織、

さらに官僚組織や自治体の総合窓口化などは、従来の固定的な組織や業務からの脱皮を余儀なくするものです。これらのオフィスにおいてもオープンでフレキシブルであることが求められ、インフォーマルなコミュニケーションを活性化することで価値を創出し、サービスの向上を目指すものです。

このようにコラボレーションを生み出す場合は、オフィス全体を使って演出するものであり、ワーカーのためのステージづくりのようなものなのです。

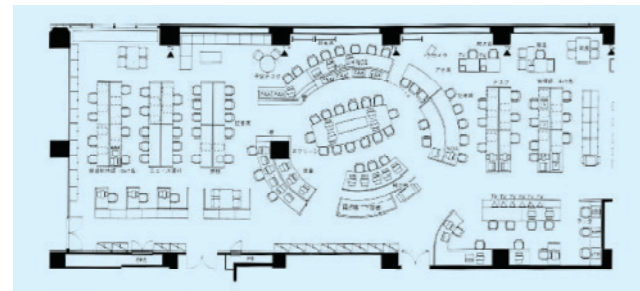
## コミュニケーションスペースの機能別デザイン実例

ここでは、クローズとオープン、インフォーマルとフォーマルといったコミュニケーションのスタイルごとに、どんなスペースが最適か、デザインの実例をあげながら考えてみましょう。紹介するのは、私が実際に手掛けてきたオフィス。「こんなデザインも可能では…」といった提案型のものまで含めてあります。もちろん、理想的なワークプレイスは組織の形態などによって異なりますので、オフィスづくりの参考にいただければ幸いです。

### ● ノンテリトリアルを指向した報道局オフィス

ある放送局の報道局では、放送のデジタル化を機に、テナントビルに移転することになりオフィスを見直して情報処理の効率化を図った。そのために全てオンエアに必要な電子機器やキー局の映像モニターを集約し、即座にディレクションできるオペレーションスペースを中央にデザインした。そのまわりには記者席をフリーアドレス化して、リアルタイムに原稿を手渡しできるテーブルを配し、まさにオフィス全体をコミュニケーションのための装置空間化したワークスペースを実現したのである。

#### ■報道局のオフィスプラン



#### ■周りの気配を感じながら意識を集中できるコミュニケーションツール



### ● 役員会議スペース

ある製造業の役員会議室をオフィスフロアの中央に設置し、三方をガラス張りでシースルーとしたこともある。その中では、どのようなメンバーが集まりどんな雰囲気で開催しているかを周りからうかがい知ることができる。もちろんブラインドを降ろして見えなくすることも可能だが、立ち聞きする人はいないので、多くは開けたままで会議が行われる。これにより経営会議の雰囲気が伝わるので、周りのワーカーにはより現実的で明確な経営の意志を伝達できる場となっている。

### ● ブレーンストーミングの部屋

ブレーンストーミングの部屋を設計する場合は、前述のように7名前後の収容人員を計画することが多い。ゆったりとしたテーブル付き椅子だけの部屋、テーブルの形は円形から楕円形、三角形など状況に合わせて選択できるようにする。最近はテーブルや演出をなくしてキャスター付きソファだけの部屋を作ることも多い。

ラフな雰囲気を演出するために大きな笠を差したり、掘炬燵の部屋を用意するなど、気分によって選択することができる様にする。

#### ■ディスクワークやミーティング、パーティ会場として利用できるタッチダウンオフィス



### ● コミュニケーションサロン

地方都市のメーカーのオフィスでは、遠方からの訪問客用に特別な来客スペースを設けている。ここは高級クラブのような専用エントランスで出迎えて、来訪者はそこに案内されるのをちょっとした「ステイタス」と感ずるように少し秘密サロンをイメージしてつくったことがある。ゴージャスで落ち着きを感じさせるその空間とサービスによって、会話の内容も秘密めいた特別な情報もたらされることが多いという。

### ● フリースペース

コンピュータソフト開発の派遣会社では、多くの社員がクライアント企業に在籍するためにほとんど固定席を必要としない。ワークステーションの席数は社員数の3分の1程度にしている。しかし受付ロビーは円形のバーカウンターを置き、フリーに利用できる飲み物を用意。大型のディスプレイには、ゴルフレッスンに使用するイメージスイングの映像が常時流れている。ここは受付カウンターを兼ねた社員のための「我が家」の憩いの場として利用されている。

### ● デジジョン型役員会議室

ある映像プロダクションの社長室では、社長が自らプロジェクト企画とディレクションをすることになっていた。社長デスクそのものをプロジェクトミーティングの場とした。7~8名の会議室が社長室というわけだ。社長用には鍵のかかるワゴンと書棚があるだけ。社長が不在の時は、社員用のミーティングスペースとして使用している。

#### ■収容人数別会議室パターン

	ミーティングタイプ	フリーキングタイプ	ディスカッションタイプ	セミナータイプ	レセプションタイプ
~4人	1台	1台			Low High
~5人	1台		1台	1台	
~6人		1台 1台			
~7人			1台	1台	
~8人	2台				
~12人	2台	1台	1台	1台	6台
~18人				6台	6台
~24人					6台
~36人					12台