

“空間の心理学：場所のデザインは人々の行動にどのような影響を与えるか”

岡本博氏

イオ・ミン・ペイの事務所で延べ25年以上勤務した後、2010年にプランニング、コンセプトデザイン、設計等を手掛けるOLI Architecture, PLLCを林兵（リン・ビン）氏と設立。現在はニューヨーク、上海、パリにオフィスを構えている。岡本氏は、American Institute of Architectsのメンバーで、NY州のLEED Accredited Professionalでもある。

作品の紹介（プレゼン資料 2-9頁）

OLI設立の前に手掛けた作品としては、ルーブル美術館（1989、1993 フランス・パリ）、Miho美術館（1997、滋賀県・信楽市）などを手掛け、イスラム美術館（2008、カタール・ドーハ）においては、インチャージ（現場責任者）を務めた。2008年に美術館を完成させた後、デザインコンサルタントとして独立し、2012年にMiho美学院・チャペル（2012、滋賀県・信楽市）は建築家リーダーとして完成させた。

起業から6年間でOLIは様々な商業、文化及び国際教育施設プロジェクトを手掛けてきたが、中でもWuzhen Mu Xin Museum(2015, 中国・烏鎮)、上海証券取引所-取引所フロアー、オフィス改装（2014、中国・上海）及びむ・ラーメン（2014、アメリカ・ニューヨーク）などは数々の賞やアワードに選出された。

・レストラン・美術館・オフィスの設計を通じての探求 -大切なことは、デザインは「人」から始まること。

む・ラーメン（プレゼン資料 13-22頁）

ロングアイランドシティにある小規模なラーメン店（800スクエアフィート：22席）。以前はアイスクリーム屋だった。夫婦で経営しており、初めはポップアップショップ店舗だったが、ソーシャルメディアなどで評判となり、店舗を開くことを決意した。場所柄、ターゲットは若者でトレンドイヤーだが温かみがある雰囲気を作り出したいとのことで、オープンキッチンスタイルでカウンターと共有テーブルを採用。居心地がいいのは勿論のことだが、最高でも20分から30分位で回転し、一日の回転率を6から8回を目安と考えた。

温かみのある店の雰囲気を出すために、インテリアにもこだわった。例えば、中央のテーブルは、入り組んだ感じにすることで、共有されつつも、プライバシーが保てる。また、ストールやカスタムベンチも長居しないまでも、心地よさは重視している。天井及び照明についても、ラーメンの麺から影響を受けたカスタムフィンの天井と昆布のような照明で、屋外のランプもLEDの変色も可能なものとしてむの文字から影響を受けた赤提灯を模ったようなカスタムデザインとなっている。

この結果、店舗の集客も平日は最低1日6回転、週末は9-11回転率を達成し、Pete Wells氏によって、ニューヨークタイムズランキング1位のラーメン・レストランに選ばれた。

Mu Xin Art Museum (プレゼン資料 23-44頁)

芸術家であり、文章家及び哲学者でもある Mu Xin の生涯や作品を記念するための美術館。裕福な家庭に生まれ、高い教養を持ち、多彩な才能を発揮した。文化大革命及び西洋への亡命時期に3度の投獄生活を経験しながらも、数々の作品を作り続けた。投獄中に何度も作品を破棄されたが、彼が亡くなった2011年に Mu Xin の故郷である街・鳥鎮（うちん）に記念美術館の建設を決定し、同事務所がデザイン・設計を担当する事となった。

作品としては、美しい抽象風景画の作品が多く、彼の投獄中のメモは彼が好むトルストイやニーチェとの会話形式となっている。

建設された場所は、1000年の歴史を持つ運河の街で、上海から1時間程郊外に位置し、歴史的町並みが保存・再生され、観光地としての開発に成功した街である。コンセプトとして、水は街の中の運河のように空間を繋いだり区切ったりするものだと捉えており、「橋」は重要なメタファーとなった。

それぞれのギャラリーごとに、異なった面積や天井高を有しており、棟ごとに水に浮かんでいるように表現されている。窓からの風景はストーリー性を持ってデザインされている。ギャラリーの空間は、来場者がアーティスト自身と1対1で対話しているような空間を演出している。例えば、彼の監獄でのメモを展示しているギャラリーは、わざと低い天井で照明を暗くし、鑑賞者に圧迫感を与えるようにした。

この美術館全体に漂う時の流れと経験の移り変わりによって、空間の体験は日常よりもゆったりと流れ、来場者が自分自身とアーティストのストーリーを紡いでいく場所となっており、街への人の流れも依然と比べ活発になった。

こちらの美術館は、2016年 American institute of Architect NYS Award of Merit for Institutional projects を初め、国際的にも評価され、世界建築フェスティバルにおけるコンペで竣工した公共建築部門でファイナリスト進出も果たした。

Y プロジェクト (プレゼン資料 45-46頁)

現在進行中のプロジェクトとして、裕福な起業家が施工主であり、高層の建物が立ち並ぶ上海の中心に位置し、黄浦江沿いに位置する。ビル自体の設計者は SOM(アメリカ企業)で国際的な会社である。3棟全てでワンフロア 2000平米の広さを有しており、OLIがそのうち一つの区画の内装設計を依頼された。

要望としては、急進的な金融サービス企業であり、またチベット仏教アートのコレクションを展示するためのギャラリーを兼ね揃えた空間を求めつつも、スタートアップ企業のようなカジュアルでオープンなオフィス空間を求めている。

リサーチ（プレゼン資料 47-63 頁）

このプロジェクトに際し、リサーチを開始した。過去のトレンドを見てみると、1900 年から 1940 年代のオフィス環境は、ビジネスが発達した年代であり、基本的には個人が 1 つのタスクを担う形式で、オープンスペースで組み立て作業効率を考慮したような配置であった。その後、1970 年から 1980 年にかけて、人口の増加、男女平等を掲げるようになり、ますます労働人口も増え、スペースに限りが出てきた。それに伴い、従来のオープンスペースでは騒音問題も浮上してきたため、キュービクルと呼ばれる自分のスペースを持つ環境が主流となった。

現代は、デジタル化及びグローバル化した社会になり、透明性とコミュニケーションの必要性が増加している。また、働く場所についてもオフィス内だけでなく、いつでもどこでも仕事ができる環境が求められている。個々の能力を最大限に引き出せるように個人のニーズに合わせてオフィスをデザインするなど、多様性が求められている。

また、ソーシャルメディアの発達に伴い、仕事、交流の仕方、知識の取り入れ方、管理の仕方、社員の仕事に対する考えかたなど変化がある。コラボレーションも重要な要素となっている。情報はあふれているが、それをどのように応用するのか、また共有するかが重要になってきている。これは、グローバル化にもコラボレーションが必要となってくる。

ハーマン・ミラー社の統計によると、現在の従業員に対する投資の割合が 85% に対して、実際のオフィススペースなどのインフラに対しては 15% というデータがある。この事実は、生産性を向上させるために、空間の質を効率よく向上する必要があると言える。

1970 年から 1980 年代にかけてのオフィスプランニングは、最大限の人数を収容するためのレイアウトだったが、現代のオフィスレイアウトは、多様性とインフォーマルな協働を最大化するものとなっている。例えば、固定席がない、オープンなレイアウトで稼働が可能である他、小さな部屋でミーティングやプライバシーが守られた静かな場所での作業も可能である。

また、管理職もチームとともにオープンスペースで働くなど、ヒエラルキーを取り払う環境になりつつある。個人のスペースが小さくなっていく一方で、オフィス全体が自分のスペースという考えにすることで、空間が生まれ、オープンスペースを作り、人々が集える場所を提供し、コミュニケーションを誘発することで、新しいアイデアが生まれる。加えて、オフィスの中を歩き回るような「動き」という行為は、脳の活性化につながり、新たなアイデアが浮かびやすいというデータもあるため、有効である。

結論（プレゼン資料 64-68 頁）

今日のオフィスで働く人々は、テクノロジーの発展によりカフェや図書館等好きな時に好きな場所で働ける流動的なモバイル環境に暮らしている。限られた空間を上手くデザインすれば、個性とチームの両方の生産性を高めることができる。また、オープンスペースを設ける事で職場でのコミュニケーションの円滑化やアイデアが生まれやすい環境となる。

よって、オフィスのデザインは、職場での行動、会社組織としての機能性、人の動きを考慮しつつ、実際に働く人の意見や利害関係者がプロジェクトの初期段階から密接にかかわることが重要である。

質疑応答：

Q: アメリカのオールドマインドな会社で現在のスタートアップ企業のようなオフィスパースを作る予定はあるのか？

A: 施主と一緒に初めから作り上げていくのが大事。最近ではエンドユーザーのような会社と関係のない一部の人達を集め、意見を聞くなどテスト形式で聞く場合もある。失敗も成功もあるが、様々な意見が出されるため参考になる。

Q: 東京やNYのような非常に限られたスペースの中で、オープンスペースをどのように作るのか？

A: スペースが限られるほど、創造性が必要になると思う。

Q: 業界ごとの建築家としての成功指標は何？

A: 建築事務所なので、経営に際し、ボトムラインはある。お金だけで物事は図れないが、お金にならない仕事もある。基本ラインは、人に心地よい空間を作るのが仕事である。個々の仕事に対して、ブランドを作りあげて、次の仕事に繋げるのが大事。美術館のような仕事は4~5年の仕事であり、勿論、賞を受賞することもうれしいが、自ら設計した空間が多くの人に継続して使われているというのは、成功したと感じる。

Q: 小売業について、現在オンライン化が進んでおり、店に足を運ばなくなっている現状を踏まえ、将来的な実店舗のデザインは今後どのように変わっていくのか？

A: オンラインで物を買う人は増えてはいるが、face to face のコミュニケーションはなくなることはないし、大事である。逆にソーシャルメディアを見て、実店舗に来るお客様がいるなど、バーチャルとフィジカルの世界を跨いでいる。まずブランディングを考え、コミュニケーションを密にする必要がある。例えば、Yelp を見て、お店に行くというような考え方もその一つ。今までは業態でストアコンセプトは決まっていたが、これからはお店のコンセプトやブランディングを先に考慮し、ストアタイプを決めるということもありえる。

今後は、バーチャルとフィジカルを融合して、新たなストアタイプが生まれるだろう。

Q: 世界中で仕事をしている中で、NY にオフィスを構えることはプラスに作用しているか？

A: 現在、NY, 上海、パリ（バーチャルオフィス）、にもオフィスがあるが、NY にオフィスがあるというのは、一種のステイタスもあり、プラスになっていると思う。場所は問わず、日本でもアフリカでも仕事が出来れば良いと考えている。

Q: NY で気に入っている建築物はあるか？

A:

・911 メモリアルミュージアム

新しい事件のためのミュージアムで、展示内容を分単位・秒単位でリアルタイムに追っていく流れの展示方法に衝撃を受け、これからのミュージアムのあり方について考えさせられた。

・活気のあるオープンスペース（町の中のポケットパークなど）

・グランドセントラル駅

大空間の中に、昔ながらの装飾に加えて、サイバーなアップルストアの融合が見られるのが印象的。

・カラトラバの新駅は機能性やプランニングはあまりよくないと思うが、マンハッタンの大都会の中にあのような壮大な空間ができるのはなかなかすごいと思う。

Q: 建築業界の中でのサステナビリティの意識は？

A: クライアントからではなく、自分達が設計に入れるものであり、これから絶対にやらなければならないものである。テクノロジーがエコノミックのエンジンになっていく。

Q: Lead certificate はアメリカの建築業界でどれくらいの割合で増えてきているのか？また世界的な動きなのか？

A: ポイント制で認証を取る方法だが、加点法的にしかデザインが評価されない点や、それぞれのポイント評価のバランスが悪いなど、まだまだ成り立っていないシステムである。ただ総論としては、将来的には絶対意識していかないとダメになると思う。

以上