

「都市近郊の自然を活かしたワークプレイスの意義と構築について考える」

1. 基調講演「新しいタイプのワークプレイスの潮流を展望する」

関西大学社会学部 教授 松下 慶太 氏

はじめに

最近メディアやコミュニケーションの視点からワークスタイルやワークプレイスを研究しています。今日はこうしたメディアの視点からアフターコロナを見越してのワークプレイスを皆様と一緒に考えていきたいと思っています。このコロナ禍の中でワークスタイルやワークプレイスは見直しを迫られています。それをおもちゃに例えるとジグソーパズルのように元通りにしていくこともできますが、ブロックのように他の形に作り直していくこともできます。そういったプロセスに我々はいると思います。つまりコロナの前にどうやって戻すのかではなくて、これをきっかけに我々はどういう働き方ができ得るのだろうかということを考えていきたいと思っています。

オフィス・デザインの変遷とメディアとの関係

まずメディア社会・情報社会における次のパースペクティブを皆様と共有したいと思っています。20世紀は発信者が少数で受け手が多数いるという「1対n」のマスメディア的な世界観でした。そこで受け手は横並びで情報が受けられるようにリテラシーやスキルを身につけて「適応」してきた時代でした。しかし21世紀以降はモバイルメディアやソーシャルメディア的な世界観に変容していきます。つまり発信者も多数、受け手も多数いるという、「n対n」の世界観になってきたということです。これによって横並びから物理的な空間と情報空間とを重ねるといふふうに変わるとともに、自分が適応していくのではなくてメディアを自分に「フィットさせる」ような使い方ができました。このようにマスメディアから、モバイルメディア・ソーシャルメディア的な世界観になってきた中で、組織のあり方であったり都市のあり方も変容してきました。

オフィスデザインの変遷にも触れておきましょう。オフィス研究の第一人者とも言えるジェレミー・マイヤーソン氏によると、第二次世界大戦前はフレデリック・テラーが提唱したテラリスト・オフィスという科学的な管理法で、いかに効率的に空間を使っていくかということが目指されたオフィスデザインが主流でした。それが第二次世界大戦後からソーシャル・デモクラティック・オフィスというふうな、人間関係であったりコミュニティをどう作っていくのかということを考えてきたオフィスデザインが目指されてきたと指摘します。それが2000年前後になってくるといろいろな活動に応じて組み替えていくことができるネットワークド・オフィスが展開してきました。マイヤーソンはこの時点から2010年代にかけてフュージョン・オフィス、ミックス・オフィスと呼ば

れるような、都市に溶け込んでいくようなオフィスデザインになっていくのではないかと予言していました。

これにメディアの展開と重ねて考えると、マスメディアのデジタル化、つまりコンピュータが入ってきます。第二次世界大戦後から 2000 年前後に至るまではワーク・ウィズ・スクリーンというふうに言えるのではないかと思います。つまりスクリーンと共に仕事をしていたということです。それが徐々にモバイルメディアが普及してくる中でワーク・スルー・スクリーン、すなわちスクリーンを通して我々は誰かにつながって仕事をするようになってきました。こうなると先ほどの街へ溶け込むようなフュージョン・ミックス・オフィスというのが現実味を帯びてきています。日本でも 2000 年以降コワーキング・スペースが広がってきましたし、カフェで仕事をするという人が増えてきています。また、JR 東日本が STATION BOOTH という 1 人用のボックスを駅構内に置いて仕事ができるようにしています。建築研究家の南後由和氏は都市における「ひとり空間」の広がり进行分析しています。こうした「ひとり空間」の広がりはいわゆる我々ワーカー 1 人ひとりがモバイルメディアによって街のなか、オフィスの外で働くということが通常になってきたことを示しているとも言えるでしょう。

ニューノーマルのワークプレイスはようになるか？

では、コロナ禍の後を見越してニューノーマルのワークプレイスはようになっていくのでしょうか。まずオンラインとオフラインのとらえ方から整理しておきましょう。1 つはスルー・オンラインというふうには私は呼んでいますが、オンライン上に新たなワークプレイスをつくっていく方向性です。例えばバーチャルオフィスというふうなものが展開していきだろろうということが予想されます。もう 1 つはウィズアウト・オンライン、つまりオンラインなしということですね。むしろつながっていないことを付加価値としていく方向性です。例えば、物理的に一緒にいる意味、自然の中に身を置く意味といったことを探っていくということです。その両者の真ん中がウィズ・オンラインです。これはオンラインとオフラインとを連携させたり、組み合わせたりすることで生み出す付加価値を意識してワークプレイスをつくっていく方向性です。そういった 3 つの方向性があるというふうに考えています。

このように今後のワークプレイスについて 3 つの方向性を考えられるのですが、それはワークスタイルと関連してどのように位置づけられるのでしょうか。私はプレイス・ベースド・ワークスタイル (PBW) からスタイル・ベースド・ワークプレイス (SBW) に変化すると考えています。20 世紀の工場やオフィスのような場所に基いた働き方はワークプレイスは PBW、つまりプレイス・ベースド・ワークスタイルと言えるのではないかと考えています。それが先ほど申し上げたような 3 つの方向性で考えていく中で SBW ということで、スタイルに基いた働く場所を作っていく、そういった方向性になっていくのではないかと考えております。企業がそれについていかに付加価値を付けられるのかということをも鋭く問われていくような時代になると考えております。

今年の最初にアメリカのあるニュースで出たデータで、パンデミックが終わったあとにあなたのチームはどのようなオフィスのモデルを選びますかというアンケートをしたところ、①ハブ・アンド・スポーク型、②リモートを含めて脱中心的なモデルと③プライマリーオフィスのモデルの 3 つのモデルでは 7 割近くの人々が旧来型は選ばないというような結果が出ています。もう 1 つ、アメリカの

非常に興味深いデータは会社をスタートするときどこにオフィスを置くと成功すると思いますかという質問に対して、2020年に調査した段階では約40%がサンフランシスコのベイエリアにオフィスを置いたほうが良いという回答だったのが、2021年には40%強がディストリビューテッド・オア・リモートという形で分散型が良いと答えています。コロナ禍なので多少バイアスは掛かっていると思いますが、結構変わってきつつあることが示されていると思います。

日本でも東京の人口減みたいなのが言われていますがどこに行っているのかというやはり近郊への流れがほとんどで、首都圏で見ると人口は実は変わっていないとも言えそうです。一方あるデータによると大阪市に関しては転入超過です。関西圏でどういうふうにかえることができるのかとか、あるいはこうした東京の流れと対比させながら関西としてはどういった戦略を取り得るのだろうかということは、後で議論するスマートシティ構想のところでも一緒に考えていくことができるかと思っています。

コロナ禍のワークフロムホーム (WFH) からニューノーマルのワークフロム X (WFX) へ

アフターコロナにおけるニューノーマルを見越して私たちのワークスタイルにフォーカスをあてるとワークフロムホーム (WFH) からワークフロム X (WFX) という言葉でまとめられるのではないかと考えています。つまりコロナ禍で WFH というのが余儀なくされたというか、我々は強制的な社会実験に巻き込まれたというかですね、そういう時期だったというふうに言えます。ここでは働く場所の分散の仕方というのは小さい（またはない）です。どこで働くかを自分で選ぶ余地はありません。緊急事態宣言下ではオフィスに行けないから家でということをや余儀なくされていたからです。またそこでの仕事の進め方というのは既存の代替の仕事の進め方をされていて、コントロールについても会社からコントロールされて、緊急事態宣言もあったのでなかなか出歩けないのでセレンディピティ、すなわち偶然誰かに出会うといった余地もかなり少なかった。だからリモートワークは生産性が上がらないとか気分が落ち込むのでダメなのだという話になりやすいのですけれども、これはあくまで緊急事態宣言下の WFH だったという認識が多分大事です。これがニューノーマルになってきた中でどうなるかという WFX というふうに言えるのではないかとことです。この X というのは自宅だけではなくいろいろなところから仕事をするということで、強制的というよりも選択的でいろいろな場所を選べます。だから仕事をする上で快適な場所、行きたい場所、あるいは今いなければいけない場所というふうに分散の仕方はかなり大きいと言えます。そして仕事の進め方もリモート最適化していくし、コントロールについても自分で主体的・自律的に働くということになります。その結果、セレンディピティの余地は大きくなります。そうするとオフィスに限らない働き方に積極的に付加価値を付けたり意味を見出したりするようになるでしょう。他にもワークフロムエニウェア (WFA) という言葉もありますが、これはオフィス不要論にもつながりかねないという恐れがあります。私が申し上げる WFX というのは、WFA とは少し違っていて、全員リモートにするというよりもリモートを前提として好きな場所で働ける。そこには当然、オフィスも含まれます。つまりオフィスが不要になるというよりもオフィスを相対化するということです。オフィスもいろいろある働く場所の1つとして捉えるということが現実的ですし、そうやっていくのではないかなと思っています。

コロナ禍時代におけるオフィスのあり方の変容

では、オフィスが相対化されていく WFX の時代になる中で、オフィスというのはいったいどういった場所になっていくのでしょうか。比喩的な表現をしますと、今までのオフィスは「井戸的なオフィス」でした。つまり今までのオフィスは作業や用件をする場所で、それが中心にあって、その周辺に例えば喫煙室や給湯室、またはコミュニティスペースなど人と触れ合う場所がありました。一方、先ほど述べたようなニューノーマルにおけるオフィスを考えると、井戸ではなく焚き火的な場所になっていくと思います。「焚き火的オフィス」というのはコミュニケーションをする場所ということです。これについていろいろなデータが徐々に揃いつつありますけれども、リモートワークがあまりにも長くなってくるとやはり雑談がなくなってきたりとか、あるいは対面で会っていたときの価値や意義というのは確かにあったということに徐々に気が付き始めています。もちろんオフィスに行って雑談だけすればいいということではなくて、そこでしかできない作業など井戸的な要素ももちろんあります。しかし、オフィスの中心的な価値というのは恐らく「焚き火的要素」に変わっていくのではないのでしょうか。

これらをまとめると、仕事場というのとは仕事と場に分かれるということです。今まではオフィスなどその場所に行くことが仕事でしたが、仕事を純粹に活動と見た場合、場から切り離されるのではないのでしょうか。そして、何によって仕事が成立するのかという仕事の因数分解が必要になってくるでしょう。例えば、近年注目される AI による自動化や DX の文脈の中でワークフローが見直されたりしてくると思っています。

もうひとつ言えることは、オフィスをはじめ物理的な場所が持つその必然性や付加価値は一体何なのかということもやはり鋭く問われてくるということです。私は対面でのゼミや授業で学生から「わざわざ対面で行う意味があるのか」というプレッシャーを感じるがあります。そういう学生たちがこれから社会に出ていく中で、「とりあえず来いよ、それが仕事だよ」というロジックはなかなか成立しなくなってくるのではないのでしょうか。あるいは彼ら、彼女たちがとりあえず出社を強制するような企業に魅力を感じなくなっていくのではないかとすることは十分に考えられるので、この辺りは企業も考えていくべきところなのかなと思いますし、逆にここをうまくデザインしていくといい人材を確保したり、育成したりするためのある種の投資にもなってくると思っています。

このように仕事場が仕事と場に分かれていくということ WFX の世界観で見ると、ひとつは個人にとっての WFX というのがあります。つまり仕事や家庭の状況によってどの場所が最適かということは個人によって違うでしょう。一方でその企業や組織にとっての WFX というのがあります。つまりみんながこれまでのようにオフィスに集まらなかったとしても成立するのとか、あるいはみんなが集まったときに何をするのかみたいなことを考えていくということです。このように個人にとっても組織にとっても WFX の視点というのは重要になっていくと考えています。

ちょっと視点を変えてみると、ファーストプレイス、セカンドプレイス、サードプレイスという分類があります。ファーストプレイスは家で、セカンドプレイスは仕事場、サードプレイスというのが家でも仕事場でもないその地域のコミュニティを成り立たせたりする場所です。アフターコロナ、ニューノーマルを考えていく中で、このファーストプレイスは、テレワークが広がるとワークプレイス化していきます。この辺りは住宅メーカーも自宅ですらどうやって仕事を成立させていくのか

とか、マンションの中でコワーキングスペースやサテライトオフィスのような空間を設けるといったデザインに反映されています。またセカンドプレイスは先ほど申し上げたように焚き火的な機能を中心に考えるようになっていたり、あるいはその企業の文化や価値観を象徴するモニュメント的な場所になっていくでしょう。さらにサードプレイスもワークプレイスになりつつあります。家の近くのサードプレイスで仕事がしたいといったかたちでサテライトオフィスであったりコワーキングスペース、あるいはカフェで仕事をするということはこれからも広がっていくと思いますし、もう少し地域に目を向けるとワーケーションもその文脈で考えることができるでしょう。

これまでワークプレイスというふうには、「スペース」ではなく「プレイス」という言葉を使ってきました。日本語で言うと「空間」と「場所」ということですが、これらは何が違うのでしょうか。イー・フー・トゥアンという人文地理学者が、スペースは開放的・抽象的な意味があり、プレイスは愛着があって安心できるという意味があるといっています。そして彼はトポフィリアという言葉で説明していますが、日常の経験を蓄積して愛着が増すことで空間が場所になっていくと指摘しています。これを踏まえると、今までのオフィスがこうした空間ではなく場所だったのかとか、我々がどうやってサードプレイスを空間ではなく場所としてとらえていくのかとか、場所になるようにするにはどういった支援ができるのかというのを考えることができると思います。

ワークスタイルの多様化

最後にワークスタイルの多様化について触れたいと思います。例えば、近年ワーケーションへの注目が高まっています。ワーケーションという言葉には定義がないので私なりにそれをどう捉えているかということの説明させていただくと、ワーカーが休暇中に仕事をしたり、あるいは仕事を休暇的な環境で行うことで取得できる休み方であり働き方だということです。また、仕事に効果があると考えられる活動を伴う過ごし方も含まれます。この地域で何か社会活動をしてみるということは海外のデジタルノマドと比較すると、日本独特な傾向だと思っています。日本におけるワーケーションを考えたときに、観光や関係人口含めて地方創生とか地域活性化という文脈は確実に1つあるわけです。ですから各地方自治体が頑張っています。一方企業の文脈で行くと、働き方改革の流れの中でワーケーションが位置付けられます。特に去年からのコロナ禍で考えていくと、この地方創生、地域活性化、企業におけるこうした働き方改革、イノベーション、生産性向上に加えてタンジブル・ライフ、つまり手触りがある関係性を求めているというのものもあるかと思っています。つまりニューノーマルとしてのリアルの価値として、ものを作るとか、コミュニティとかつながりとかですね。それをアフターコロナ、ニューノーマルのなかで単に元に戻すのではなく新たにどのように組み立てるのか、どう捉えるのかを考えなくてはならないと思います。

先ほど WFX でいろいろな場所から働くというお話をしましたがけれども、都市で過ごす時間と自然と共に暮らす時間について考えてみますと、都心で職住近接ということであればすべて都市で過ごす時間ということになりますし、地方に移住すればすべて自然と共に暮らす時間になります。ワーケーションというのはこの真ん中あたりに位置付けられます。自分にとってどれが心地よいのか、あるいは企業においてはどれぐらいの割合でできそうなのかということを考えるきっかけや実践になります。人生100年時代と言われている中で、ピボット・ワークスタイルというのが結構大事になってくると思っています。ピボットとはバスケットボールでいうところの軸足を置いて、も

う一方の足をいろいろなところに動かすという働き方です。普段は大阪に住んでいるけれども、週に1~2回はいろいろな地域に行って働くといった、ピボット・ワークスタイルが結構増えていくのではないかと考えています。個人が企業やオフィスに軸足を置きつつ、ほかの地域で働くことによって、環境を変えて自分の仕事のモードを変化させたり、ビジネス・キャリアへの刺激にしたりすることができます。あるいは地域、社会との接点を得ることで自分のキャリアやビジネスを最適化したり、新規開拓したりすることができます。また企業においてもイノベーションなどを考えたときにこのようにピボット・ワークスタイルは有効なアプローチになるのではないかなと考えています。

おわりに

最近 Clubhouse がものすごく流行っています。これを読み解くと、場所と機能が分化していくのがわかります。これは逆に言えば Clubhouse は場所はバラバラだけど音声で一緒になっていくということをして可能にしているメディアとも言えます。その結果、この瞬間にこの人がしゃべっているとか、この瞬間はこの人に会えるということで、場所ではなく時間への愛着というのが生まれています。例えば六甲山に行ったら全然知らない人と会えるといった可能性があるというように、その場所だけではなくて時間ということも大事になってくると考えています。こうした時間と場所への愛着はアフターコロナのニューノーマルを考えていく中で、我々が働きたいように働くためにどういったことができるのか、都市やワークプレイスをどう作っていくのかを考える上で大事なポイントになると思います。本日は、是非皆さんとこのあたりの議論を展開していきたいと思います。

2. パネルディスカッション「都市近郊の自然を活かしたワークプレイスの意義と構築について考える」

松下氏 パネルディスカッションに先立ち話題提供として、まず益谷さんからスマートシティ構想についてお話いただければと思います。

話題提供①「六甲山上スマートシティ構想」

神戸市経済観光局 経済政策課 六甲山活用担当課長 益谷 佳幸 氏

神戸市経済観光局で六甲山へのオフィス誘致を担当しております益谷と申します。昨年5月に神戸市が策定しました六甲山上スマートシティ構想について説明します。六甲山は、阪神間の市街地の北側にそびえる山系で、古くから観光客や市民に親しまれてきた山です。自然豊かで美しい景観、それから1000万ドルの夜景と言われていて、山上からの美しい眺望、そういったものが満喫できる素晴らしい環境でありながら、神戸の都心から車あるいはケーブルカーで約30分でアクセスできるという、優れた立地がその特徴でございます。

こうした六甲山につきましては、私ども働く場としても高いポテンシャルがあると考えております。昨今、テレワークや自然調和型のワーケーションといったウィズコロナ時代の密を避けた働き方が注目されておりますが、六甲山は豊かな自然の中で仕事ができる環境と、いざというときに都会へすぐにアクセスできる優れた立地を持ち合わせており、今後ますますこういった要素は重要に

なってくるのではないかというふうに考えております。多くのクリエイティブな企業やビジネスマンの方々に働く場として六甲山を選んでいただけるために、六甲山上を働く場所として、また先端技術が体感でき、その山上で新たなコラボレーションが生まれる場所ということで整備を進めていくということを目指し、構想をまとめたところでございます。

近年増加した遊休保養所を活用して主にクリエイティブな業種のレンタルオフィスを山上に供用していきたいということで、昨年7月に新たに創設しましたのが六甲山都市型創造産業振興事業ということで、建て替えあるいは改修によって山上にオフィスを設置される事業者向けに最大3000万円の補助制度を創設しています。そのほか山上の交流拠点としてコワーキングスペースやレンタルオフィス、ワーケーション可能な宿泊機能を備えた交流拠点 ROKKONOMAD を令和3年3月下旬に開設する予定です。

次に Be Smart KOBE プロジェクトについて少しご紹介させていただきます。これにつきましては、人口減少とか少子高齢化、そういった地域が抱える課題を解決するために、先端技術あるいはそういうデータをお持ちの事業者様から事業提案を神戸市が公募いたしまして、市内での技術実証や実装の支援を行っているものです。六甲山上特有の課題ということで、例えば移動の円滑化、無人コンビニの設置等による山上の利便性の向上、繁忙期のドライブウェイの交通渋滞緩和、そういった課題解決に向けてこういった技術やデータをお持ちの事業者と連携して、先端技術の活性を促進していきたいというふうに考えています。

最後に環境整備の面ですが、光回線によるブロードバンドサービスがスタートしました。この光回線の通信環境を生かして、現在、山上のホテルや店舗の協力もいただきながらフリーWi-Fiのアクセスポイントの設置を進めているところです。また六甲山上の水道料金が市街地よりも料金が高くなっていましたが、市街地から直接山上エリアに送水できるようになりましたので同一料金にすることを目指しています。このように六甲山上は観光だけでなくウィズコロナ時代の新しい働き方を実践する場として賑わいを作っていきたいと考えています。

松下氏 続きまして、上田様のほうから六甲山のカルチャーや歴史についてお話しいただきたいと思います。

話題提供②「六甲山と言えば」

株式会社いきいきライフ阪急阪神 代表取締役・社長 上田 均 氏

いきいきライフ阪急阪神の上田でございます。私のほうからは六甲山はどういうところかということをお話させていただきたいと思っております。1910年頃の地図をみますと、六甲山上には外国人の方の別荘が林立していました。六甲山を最初に開いたアーサー・グループという方の山荘があって、その方が他の外国人たちと一緒に、日本一古いゴルフ場を作ったという時代です。それから20年ほど経った頃の地図では、先ほどの外国人の別荘が大分消えていまして、その代わりに日本人の別荘であったり、あるいは茶屋とか、郵便局や警察といった施設が山の上にもできております。つまり六甲山の上にも街ができ始めたということです。阪神や阪急がレジャー施設を作る前の時代の話です。ですから六甲山というのは実はレジャーの場所となる以前に、暮らしたり働いたりする場所から始まっているのではないかと、そういう山であるとも言えると思います。

先ほど益谷さんのお話でも、六甲山の山荘が減っているということですが、これは六甲山の人の賑わいの状況を見える化してみたグラフです。緑色になっているのが大体企業の山荘や保養所で使われていたボリューム感、赤色がレジャーのために山に上がってきた人のボリューム感、青色が住んでいる方のボリューム感だと考えていただければ結構です。これを見ていただくと、少しV字型にガクッと下がっているところが神戸の震災のタイミングになります。その前と比べて実はレジャー目的の来山者というのはそんなに変わっていないと私は思っています。六甲山で昔と比べて大きく減っているのが保養所（緑）と住んでいる人（青）です。先ほどの話のとおり保養所や企業の研修所が減っていきました。以前は保養所などで働いている方がたくさんおられたのです。管理人さんであったり、あるいはその保養所がたくさんあることで山の上で商売をされている方であったり、そういった人が随分いたのですけれども、そんな人たちがどんどん減っていった、つまり六甲山というのは、実は観光客が減っているのではなく、山の上で住んでいた人、あるいは山の上で仕事をしていた人、そういった方が随分減ったというのが現在の六甲山ではないかというふうに考えております。

今回我々は、この ROKKONOMAD を共創ラボという言い方をしていますが、ここを Lusie さんと一緒に運営させていただき、改めて六甲山の上に働く場所あるいは住む場所、暮らす場所という要素をもう一度持ち上がれないかということで、このような活動に取り組みさせていただきたいと考えています。

松下氏 では小泉様から ROKKONOMAD についてお話しいただければと思います。

話題提供③「ROKKONOMAD について」

有限会社 Lusie(神戸 R 不動産) 代表取締役 小泉 寛明 氏

有限会社 Lusie という会社の代表をしまして、神戸 R 不動産という WEB サイトを運営している小泉と申します。神戸 R 不動産では古くて趣のある物件を探すとともに、それを使う人を探してきて再生するという仕事をしています。例えば、阪急電鉄神戸本線の灘の高架下をリーシングさせていただく機会がありました。様々なジャンルのものづくりをする個人事業主が集まってきました。それとは別にイートローカル神戸ファーマーズマーケットをやっています。神戸市役所の南側の東遊園地でファーマーズマーケットという朝市を開催しています。神戸市の西区や北区の農家さんとか食の事業者、レストランオーナーなどの小規模な事業者とお付き合いがあります。その延長線上でファームスタンドというお野菜を扱っているお店をオープンしております。その 2 階には、コワーキングスペースの KITANOMAD というのがありまして、こちらにはたくさんの小規模事業者、特にノマド族、クリエイターと呼ばれているパソコン 1 個で仕事するような人たちが数多く入居しています。私はこのようにエリア集中型のデベロッパーのような動きをしています。特に灘エリアと北野エリアと平野エリア、そして北区淡河町の辺りと今日のテーマの六甲山、この辺りを今自分たちが力を注ぐエリアというふうに設定して、非営利事業も営利事業も両方やりながらそのエリアをうまく好転させていくようなことができればということで活動しています。

1 年半ほど前に『ローカルエコノミーの作り方』という本を出版させていただきました。我々がこのように小規模な事業者とお付き合いしている中で感じていることをまとめています。従来の

主流という、材料をローカル圏外から安価に仕入れて商品化は大都会にいる専門家がコンセプトを作って地方都市や外国で作ってもらう。販売は大手大量小売店で販売したりインターネットでどんどん売って、消費者は商品を買うだけでした。結局大都市の企業に売上とノウハウが蓄積して大都市に雇用が増え、大都市に頭脳系の産業が集約されるというものでした。一方私たちの周りにいる人たちは、材料を自分で作って商品も自分で作る、若しくは知っている人と取引して買う。組合的なコミュニティに参加して販売や、まちづくり、購入をする。顔の見える人と取引をして自分たちの周りのローカルで仕事を作り雇用を増やして行って、そのスタッフが独立をしてまた師弟ネットワークを構築するというようなサイズ感で小さな会社がどんどんできていく。そうなるとその街に産業ノウハウが蓄積するとともに、面白い仕事があるとそこに若者が集まってくるというような構図を感じています。

ところで、松下先生のお話しにもありましたワーケーションは今後重要になってくると思います。ワーケーションは、都会に人がどんどん集中して効率化して働くということと反対の動きになります。そのような動きの中で今感じているのは、大きな組織と小さな組織がどうやって協同して新しい社会を作っていくかということではないかというふうに思っています。ですから六甲山という離れた場所にあるオフィスというのは、大きな組織と小さな組織の人たちが話をしたりするのにちょうどいい場所なのではないかという気がしていますし、大きな組織と小さな組織がどうやって一緒に仕事ができるかということを考えることが大事なのではないかという感じがしています。

私は10年前に神戸で起業しようと思って始めました。なぜ神戸がいいかというと、神戸は非常にコンパクトで自然の恵みがあるというような街だということに尽きると思います。ですからさきほど言いました大組織と中小組織がマージする時代においてやはり重要なのは、今言われているテーマとしてはSDGs、持続可能な社会を作ることです。そういうことをどうやって進めていくのかということが大きなテーマなのだろうというふうに思っています。そういうことをやる場所として神戸は非常に適地なのではないかという感覚で、私どもはここで仕事しようと思って10年間続けています。

コロナ禍になりまして、在宅勤務を経験しました。ホームオフィスの機能としては、作業をしたり運用したりメールを打ったりするには適していると思うのですが、やはり管理したり営業したりする都市拠点というのはこれからも生き続けるでしょう。プラスアルファで求められているのは、山とか農村とか海みたいなアイソレートされた拠点で創造する、そして集中して仕事する、さらに関係を構築する、こういう機能があると思います。こういう使い分けができるような都市を作っていくということも、大事なかなというふうに思っています。

ROKKONOMAD はそういう社会を作るための1つのチャレンジとして、神戸市の推進する六甲山上スマートシティ構想の一部として六甲山の森の中に生まれるシェアオフィスになります。せっかく山の上に来たのだから泊まれるようにということも含めて、泊まれる森のシェアオフィスと呼んでいます。レイアウトについては、ワークスペース、寝室、会議室と泊まれるコテージが2棟あります。ワークスペースのほうは集中するための部屋とコミュニケーションするための部屋を用意しています。さらにウッドデッキがありまして仕事をしたりバーベキューをしたりできます。想定しているユーザーとしては、1つ目が阪神間近隣にお住まいで、リモートワークになって山でも仕事ができるというコワーキングユーザーです。2つ目はワーケーション使いで、ブレインストーミ

ングしたり合宿したりということで1泊2日、2泊3日でチームで来られていろいろ議論をしたりするような方々です。3つ目は遠方から、六甲山という場所に試しに来てみるという感じで長期滞在されるワーカーの方々やクリエイターの方々です。

コロナになって一番個人的に感じたことは、パソコンの画面の前においてインターネットの中にはいないといけないという部分もありますが、もうラインから外れて、また電車に乗るという行為から外れて集中没頭するということが大事かなと思います。今回 **ROKKONOMAD** で啓蒙していきたいこととしては、1つ目は森の中に1週間に1回ぐらい入りにきませんかということです。先ほど松下先生がおっしゃっていた「場所」にしていく、「プレイス」にしていくということのように、通ってもらって六甲山が何か居心地いいな、ここ好きだなってというような感覚を持っていただけるような場所づくりができればと思っています。2つ目は関係構築、チームビルディング、いわゆるオフサイトミーティングのための場として活用していただきたいということです。3つ目が違うインプットで、先ほど申しましたように大きな組織と中小組織で働いている人では考え方が違うのでそのような人たちが会話することで何か起こればうれしいと思います。4つ目も先ほど言いましたが身体的な刺激で、人間は都会に近付き過ぎたのでちょっと自然のほうにもう1回戻ったほうが良いというふうに考えています。

今ウェブサイトにもいろいろなプランを掲載しています。個人利用の週1回利用の方をイメージしたプラン、週2、3回の方、若しくは頻繁に来られる方向けのプラン、法人利用では3人チーム、若しくは法人でなくても仲間同士で3人で使い合いをするというようなプランも用意しています。あと神戸市内ですとか大阪市内のコワーキングスペースと連携したようなプランも検討しております、後日ホームページで公開させていただこうと思っています。ということで rokkonomad.org というサイトを見ていただいたらいろんな情報が載っておりますので、是非ご覧になっていただければと思います。

松下氏 ここからお三方を交えて少しお話ししたいと思います。この日本の中で考えたときに、東京とか大阪とか福岡とかと比較して神戸という場所が持っている強みというか、ポテンシャルというのがあると思うのですけれども、これについて少し話していこうかなと思います。まず小泉さん、これまでいろいろな都市に滞在されたり、行かれたと思うのですけれども、神戸の強みというのは一体どの辺りにあると思いますか。

小泉氏 そうですね。神戸の一番の強みは自然に隣接しているということだと感じています。20分とか30分の距離感に、山があって海があって農村があるという街というのはなかなかないと思います。東京であれば週末に高尾山に行こうとか、わざわざ行かないといけない感じがします。あと、福岡も素敵な街で、神戸と似ている部分もあると思うのですけれども、神戸は福岡とはちょっと違う色で売っていくべきなのではないかと思っています。福岡は結構アクティブなIT企業が集積しています。ある意味ITの世界というのはどちらかというと効率化の世界があると思うのですけれども、福岡にはその効率化を目指すIT企業が集積しているのかなと思っています。神戸は少しイメージが違って、もっと自然とかSDGs、持続可能性みたいなことを追求するようなテクノロジーの会社が集積したらいいのかなと思っています。これからは金の時代から命の時代とか健康の

時代と言われています。多分神戸にはそういうことを追求する産業構成みたいものがあるのではないのでしょうか。この数年感じていることはかなりほかの都市に比べてアクティビストみたいなノンプロフィットでいろいろ中小組織でアクティブに動いている人がたくさんいるので、そこに大きな組織の人たちが重なってきていただいて新しい SDGs みたいなことを考える場になればいいのではないかと思っています。

松下氏 ありがとうございます。今小泉さんがおっしゃったことに共感するところが大きいですね。ニューノーマルの都市を考えるとときにもですね、15 ミニッツシティみたいな形で、15 分の中に必要な機能を収めようという動きがあります。先ほどタンジブルという言葉を出しましたが、歩きや自転車の範囲の人間中心、あるいは、手触りのある都市デザインや生活をテクノロジーも活かしつつどうつくっていくのかという中で、神戸は面白いモデルを出し得るのではないのかと思ったりします。益谷さん、神戸市で IT などいろいろ支援をしてきたと思うのですけれども、ちょっとその辺りで何かお聞かせいただくことはできますか。

益谷氏 神戸市のほうでも、IT スタートアップ企業を市内に呼び込んでいきたいということで、いろいろなオフィスを設置していただいた際の支援でありますとか、あるいはレンタルオフィス等に入居される方向けの手厚い支援であったり、そういったスタートアップの方々の取り組みを神戸市として支援しますといったことでのアナウンスをこれまでもしてくる中で、IT スタートアップの方々の集積というのが年々進んできているというふうに思っております。例えばドローン1つ飛ばすのでも、なかなか街中では非常に大変だったりするわけなのですけれども、それを六甲山であれば了解を取る対象が非常に少なく済むということもあります。それでゆくゆくは麓からドローンによる空輸で生活物資を運べるようにすることによっていわゆる買い物弱者と言われるような方々への対応もしていく。そういったことを是非アイデアとか技術をお持ちの方々に六甲山をご活用いただきながら、一方でこういうコワーキングスペースを年々充実させていく中で是非六甲山をそういう拠点にしていければというふうに考えております。

松下氏 私はよくワーケーションをどう進めていけばいいのでしょうかという質問を受けることがあります。そこが便利だからとか、観光地だからという誘致の仕方はもちろんあるのですけれども、結局かわりしろがあるかどうか的大事です。例えば益谷さんのお話の中で六甲山エリアは不便な部分もあるのですが、逆にそこにかかわれるという意味では、ものすごくポテンシャルがあると思います。ですから何かこういう部分でかわれるのではないかとか、自分はこういうことできるのではないかとか、それを何か思い立ったらすぐ行ける距離感にそれがあるという意味ではすごくいいなと思ったりしています。

さっきこれは小泉さんのお話の中にもあったと思うのですけれども、上田さんがずっと六甲山にかかわったり滞在していく中で、何かこうスイッチが変わっていくとか、ちょっとオンラインのところから外れて何か自然と触れ合う中で、何かこういう気分になるということを感じるものですか。

上田氏 私も六甲山に上がるときというのは車で上がったりケーブルカーで上がったり、休みの日

は歩いて上がったりのいろいろするのですけれども、本当に近いので切り替わり感がすごくよく分かるんです。遠くまでの旅行をしながら切り替わるのではなくて、日々の通勤の車の中でもどんどん気分が変わっていく、そういうことも体感できるような、そんな場所じゃないかなと思いますね。

松下氏 私も先週実際に訪れたときに感じたのですけれども、六甲山の距離感がいいと思うのが、ワーケーションで島とかに行くと、東京のビル群とは全然違う風景が見えるという感じになるのですけれども、六甲山から神戸の街とか大阪の街が見えることで神戸や大阪からの距離感を可視化してくれるという意味では、すごくいい距離感だなという気はします。単に遠いというだけではなくて、いつも働いているところがああに見えるとか、住んでいるところがああだというのが眼下に見えるということになります。それが結構離れているという距離感を感じさせることもできるし、何かあったら帰ることができるという安心にもつながっているという、何かそういうところはすごく感じたりしますね。

お三方のお話で、六甲山でポテンシャルがうかがえる面白いことを展開しておられるというのがよく分かりましたし、お金だけではなくて命とか健康とかを考えないといけないということが、このコロナ禍でより一層感じるようになりました。それが、一地域だけではなくて日本全国、もっと言うと世界的な社会課題ですから、それをどうやってリデザインしていくのかというのは本当に今世界中で取り組んでいるところだと思うので、その中でも神戸、そして六甲山がそのようなプロジェクトに取り組んでいるのは意義のあることだと思います。

また、六甲山は手近ですからワーケーションの練習という意味ではすごくやりやすいところなのかなと思いますし、そこでまたその企業がやってみたフィードバックも受けながら、それが反映されていくというような可能性もあると思うので、ROKKONOMAD をきっかけに六甲山にかかわる、神戸にかかわる人や企業が増えていくといいと思いました。

■このレターは、2月10日に開催いたしました第18回 UII まちづくりフォーラムでの関西大学社会学部教授 松下慶太様の基調講演並びにパネルディスカッションの内容を要約したものです。

発行元・問合せ先 公益財団法人都市活力研究所
〒530-0011 大阪市北区大深町3番1号
グランフロント大阪 ナレッジキャピタル タワーC 7F
TEL 06-6359-1322/FAX 06-6359-1329