

## フィーカ

### ～日本企業での効果的な取り入れ方～

中野 優香

#### 目次

##### はじめに

#### 第1章 フィーカとは

1. フィーカの歴史と背景
2. フィーカの利点

#### 第2章 日本の企業文化と働き方

1. “飲みにケーション”について
2. 日本企業だからこそフィーカを取り入れるべき理由

#### 第3章 日本企業とフィーカのケーススタディ

1. プレジデント社の例
2. ヨックモックの例

#### 第4章 日本企業での効果的なフィーカの取り入れ方

1. 企業に合った頻度と規模
2. テーマ設定
3. コロナ禍におけるフィーカの可能性

##### おわりに

##### 謝辞

##### 参考文献

##### はじめに

私はスウェーデンに合宿に行った際に、その街並みを見てとても幸せな気分になった。数多くのカフェが立ち並んでおり、多くの人がカフェで時間を過ごしていた。カフェには見ているだけで心が躍るような可愛らしいお菓子やケーキが並んでいる。確かに日本にもチェーンのカフェは町中に存在している。しかし、日本とスウェーデンのカフェの空気感は少し異なるように感じた。スウェーデンのカフェは人々の生活により根付いていて、ゆったりとした雰囲気であった。この違いはスウェーデンの伝統文化フィーカ (Fika) にある。スウェーデンの人々はフィーカという“休憩”を一日の中で5回ほど取る。フィーカの時間になるとコーヒーやお菓子を手に持ち、仕事場でも家庭内でもみんなで団らんをする。私はこの人々に根付いているフィーカがスウェーデンの人々のゆったりとした雰囲気、人柄を作り会社や学校などの社会全体に影響を与えているのではないかと考えた。

“日本人は働き者だ”と私は小さいときから耳にしてきた。しかしそれを美学だとすべきではない。休むことが苦手な日本人だからこそ、フィーカのような文化が必要なのではないだろうか。以下では、このフ

イーカが日本企業の働き方改革を促進するとの仮説に立ち、日本の企業文化をスウェーデンと比較しながら、日本とフィーカについて考察する。

## 第1章 フィーカとは

### 1. フィーカの歴史と背景

スウェーデンにはフィーカという言葉が生まれる前から似たような文化が存在していた。1930年代、スウェーデンの女性達は『カフェレープ』(kafferep)というお茶会を頻繁に行っていた。しかしこのカフェレープは現在のフィーカとは異なる点が多い。第一に現在のフィーカはカジュアルな形式で、よく食べられるお菓子も見目はシンプルで飾らないものが多い。一方でカフェレープはきらびやかな食器が用いられ、どちらかと言うとイギリスのアフタヌーンティーのような雰囲気だった。また、菓子は7つ用意しなければならないと言われており、食べる順番まで決められていた。第二に、フィーカと大きく異なるのが女性達のみが行っていたという点だ。カフェレープは子どもや旦那抜きで女性達だけが楽しむものだった。興味深いのはこのカフェレープが女性の社会進出とともに衰退していったという点だ。現代の私たちは『スウェーデンは男女平等の国』というイメージしか持たない傾向にある。しかしこうした昔の文化からもスウェーデンもかつては日本と同じように女性は家、男性は外へという概念が根付いていたことが分かる。女性の社会進出に伴いカフェレープは衰退し、代わりに普及したのがフィーカで

あった(サリネン、2016年)。

### 2. フィーカの二つの利点

フィーカには“コミュニケーション”と“リフレッシュ”の二つの大きな利点がある。

スウェーデンの人々は他の北欧の国と比べてもおしゃべり好きが多い。フィーカを通してお互いのことを知ったり、新しいアイデアを思いついたりする。日本企業では“無駄話”と言われてしまう会話もスウェーデンの人々はとても大切にしている。“無駄話”が人間関係を作り、良い環境を作っているのだ。日本企業では勤務時間内に自分の家族などのプライベートの話をするのは少ない。さらに、フィーカの特徴として、部署や上下関係は無関係にコミュニケーションを取るという点がある。フィーカが無ければ話す機会もない人と話すチャンスがあることで、新しい視点や刺激を得ることができる。企業のトップに社員がアイデアを提案したりすることも可能だ。フィーカによってより柔軟で風通しの良い企業を作ることができるのだ。

“リフレッシュ”という点でもフィーカは優れている。スウェーデンの多くの企業では午前と午後に関らずにフィーカが設けられている。一日2回のフィーカに加えてランチもあるため、日本人からすると“休みすぎ”と感じるかもしれない。

フィーカがどのように1日の企業の業績や効率化に影響を与えるかという統計はないが、より短い期間で見れば実際に“休息”が良い成果を生み出すことは証明されている。どうやら人間の脳は科学的に見ても長時間続けて作業するよりも、短時間の作業

を繰り返す方が生産性を上げるようである。たとえば東京大学の池谷裕二教授は15分を3回に分けて学習するグループ（計45分）と65分休まずに学習するグループに分けて英単語を暗記させ、テストを実施するという実験を行った（池谷、2020年11月20日閲覧）。すると、前者が後者よりテストスコアが上回り、1週間後にはその差はより大きくなった。後者の方が長い時間作業をしているにもかかわらず、前者がより良い結果を残したのだ。この実験では、生徒たちの脳波も調べられた。下が脳波の変化を表すグラフである。

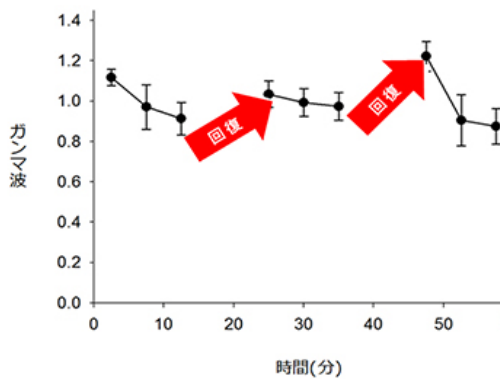


図 1

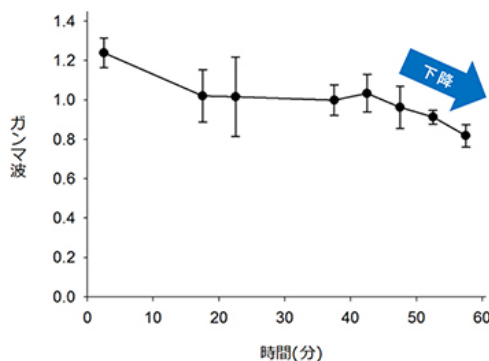


図 2

出所：池谷、2020年11月20日閲覧

図1の15分ごとに休憩を取った生徒たちはその都度脳波が上がっており、より集中力が続いているのがわかる。

こうした実験結果は、朝から仕事を始め、ランチまでの間に一回、ランチから仕事終了までに一回と細かくブレイクを入れるフィーカのある働き方が、作業の効率を上げるのに有効であることを示唆している。

## 第2章 日本の企業文化と働き方

### 1. 日本の企業文化“飲みにケーション”について

日本の企業で古くから浸透している文化と言えば“飲みにケーション”だ。この言葉は高度経済成長期に生まれたと言われている。女性の社会進出は現在よりも遅れており、さらに男性は身を粉にして働いていた時代に生まれた言葉だ。飲みにケーションには様々なマイナス点がある。最も大きな欠点は男女を家庭と仕事場に分断してしまうという点である。日本では2019年度男性の育児休業取得率が7.48%、女性が83.0%であった（厚生労働省、2020年）。男性は前年比から1.32ポイント上昇したものの、男性の育児への参加が進んでいるとは言えない。休業を取る男性は少ないが、子どもが生まれたからという理由で飲み会に参加しなくなる男性も少ない。子どもをもって飲み会に参加しなくなるのは多くの場合、女性である。女性は飲み会に参加しなくなり、会社の中で上を目指すというレースから必然的に抜けるのだ。男性は

家族を養う為飲み会や付き合いに精を出し続ける。このような構造を飲みにケーションは日本に強く植え付けてきた。

飲み会の場をコミュニケーションの場としてしまうことには他にも多くの問題点がある。現在日本では非正規雇用されている男性が22.3%、女性は56.4%にも上る（総務省統計局、2015年）。勤務後に行う飲み会に参加する非正規雇用の人は正規雇用者よりも少ない。正社員と非正社員との間にここでもコミュニケーションの機会の不平等が生まれてしまうのだ。さらに、飲み会には出費が大きいことに加えて、終了時刻が決まっていない。上司との飲み会となれば一軒のみならず、二次会や三次会にもなるだろう。勤務後にただらとお金と時間を飲み会に使うことは効率的だとは言えない。お酒を飲むという点で、中身のある話ができないという欠点もある。私自身お酒を飲む場を何度も経験しているが、お酒を入れないで話した方が頭が明確に働いていることは言うまでもない。ビジネスや企業にとって良い結果をもたらす点で考えれば、お酒を入れずにコミュニケーションを取る方が賢明である。

ここまで日本の企業文化”飲みにケーション“について考えてきた。これから、なぜ日本企業にフィーカが必要と考えるのか、具体的に見ていきたい。

## 2. 日本企業だからこそフィーカが必要な理由

これまで飲みにケーションのマイナス点を述べてきた。飲みにケーションが浸透している日本企業においてフィーカを飲みにケーションに代わるコミュニケーションツ

ールとして取り入れるべきだ。フィーカを取り入れるべき理由は多く挙げられる。

まず、フィーカは勤務時間内に行うことですべての働く人が参加できるという利点がある。それにより、男女の不平等が解消される。男性の育児休業取得を促進することは最重要であるが、なかなかすぐには進まないのが現状だ。フィーカを取り入れることで子どもを持つ持たない、男性女性関係なく勤務後に家庭の時間を持つことができる。さらに、非正規雇用が多い日本企業にとっては全員が参加できるフィーカを取り入れることによって会社全体のコミュニケーションの差をなくすることができる。

日本企業特有の構造もフィーカを取り入れるべき理由だ。日本企業は縦社会で部下がトップの上司に直接意見を伝えたりするチャンスは少ない。それゆえに古い企業文化が無くならない。フィーカは役職や部署に関係なく参加することができる。縦社会の日本企業でフィーカを実施すれば普段トップの社員が聞くことができない部下のアイデアや他の部署の現状などを知ることができる。企業全体の風通しが良くなり、新しい企画や商品が生まれるなど業績向上にもつながる可能性がある。

リフレッシュという点で見れば、勤務時間が長い日本企業はフィーカを取り入れることで作業効率を上げることができる。

OECDによると、週50時間以上働く雇員の割合において日本は世界第2位で29.54%である。世界第33位で1.28%のスウェーデンと比較すれば日本人の労働時間の長さが分かる。このような労働環境の日本企業だからこそこまめな休息を入れるべきであり、それにより大きな効果を得るこ

とができると考えられる。

さらに飲み会よりもフィーカのほうがはるかに経費がかからない。飲み会となれば何件もはしごをし、一日で高額な出費となる。フィーカならばコーヒーとお菓子のみなので経済的だ。また、飲み会はお酒が入るため、確かに楽しい気分にはなるが中身のある話にはできない。フィーカのように会社の業績につながるようなアイデアや意見交換をすることは難しい。休憩の時も仕事につながるコミュニケーションを取ることができるフィーカを取り入れるべきである。

### 第3章 日本企業とフィーカのケーススタディ

#### 1. プレジデント社の例

実際にフィーカを実施している日本企業としてプレジデント社の江崎真紀さんにお話をうかがった。プレジデント社では、全体でフィーカを実施しているわけではないが、江崎さんの部署で自主的に実施している。“フィーカ”とは銘打っていないが毎週金曜日の会議後に会社のカフェテリアでコーヒーを飲みながら休憩する形だ。

まず伺ったことは“飲みにケーション”の現状だ。江崎さんが所属するプレジデント社の出版業務を担う部署では飲み会は自由参加で飲み会を重要視することは無い。しかし、以前勤めていた企業の営業職では飲み会がかなり重要だったそうだ。飲み会に参加する回数で出世のスピードが変わるといふこともあるようだ。また、男性よりも女性のほうが勤務後の時間は自分のために

使いたいという人が多く、男性はまだ多くの人が飲み会へ参加したいという現状からも男女で認識の差があることが分かった。江崎さんと部署の編集長にはお子さんがいるが、子どもがいると飲み会はきついと話していたというお話もあり、仮説と一致した。また、江崎さんは実体験として飲み会ではお酒が入ってしまうため、くだけすぎで重要な仕事の話をしたことは無いとのことであった。

フィーカを実施してみて感じた利点としては前章で挙げた仮説が当てはまっていた。その中でも「フィーカは会議よりも砕けて、飲み会よりもビジネスライク」という江崎さんの言葉が印象的だった。江崎さんたちは会議後にフィーカを行っているが、明らかに雰囲気異なるという。会議では後輩が先輩のプレゼンに対して質問や意見をすることは難しい。しかし、フィーカになるととてもしやすい。江崎さん自身、フィーカの際に、会議で出た案について上司に自分のアイデアを提案した経験があるそうだ。会議後のこうした時間が無ければ部下の意見を伝える機会がないため、この時間は部署全体にとって大切なコミュニケーションの時間になっている。また、フィーカは勤務時間内に行うことで、“勤務の一部”という認識が社員の中にあるため、くだけすぎず、ビジネスに関する会話をできる。フィーカは飲み会と会議の間のような理想的なバランスであることが分かる。

さらに、勤務後の時間を有効に使えるという点の良さとして、キャリアアップのための勉強に充てられるということをお話されていた。勤務が長く、そのあとに飲み会

もあるとなると、業務をこなすだけで一杯で勉強に時間を当てる余裕はない。フィーカによって勤務後の時間を有効に使えることができれば、現在だけでなく未来にも目を向ける余裕を持つことができる。

江崎さんの部署では毎週金曜日の会議後だけにフィーカを行っている。スウェーデンの多くの企業では午前と午後の決まった時間に15分程度毎日フィーカが行われる。スウェーデンのような形でフィーカを行う事に困難があるのか伺ってみた。江崎さんの部署は出版業務を担っており、各自が異なった担当がある。故に、休憩も各自自由に取っていて、同じ時間に全員がオフィスにいるのが金曜日の会議だそうだ。スウェーデン式のように毎日時間を定めてフィーカを行うことは難しい。

また、仮説に反して、インターンや非正規の社員はフィーカよりも飲み会のほうが参加しやすいという。会議後に行う為、会議に参加している社員にフィーカは限られてしまう。部署などの小さい規模で行っているため、全員が参加することは困難のようだ。江崎さんはフィーカよりも飲み会のほうがやはり親密な関係は作りやすいとも話していた。確かに中身のある話にはできないが、お酒が入ることで普段しないような会話もできる。この点が飲み会文化が無くならない理由だと考えられる。さらに考えられる困難として、経費の問題が挙げられる。江崎さんは部署という小さい単位で行っているため、各自がコーヒーなどを自主的に用意しているが、会社規模になったり経費に厳しい企業になるとフィーカの導入は難しい。また、中小企業のほうがこうした新しい試みを取り入れやすいのではと予

想していたが、江崎さんは中小企業だからこそ難しいと言う。中小企業は大企業よりも人手不足だったり、経済的にも余裕がない。労働環境改善につながることで新しいことを取り入れることに寛容ではない場合があると話していた。江崎さんのお話を伺って、フィーカは日本企業にとって利点しかないと思っていたが、実際には困難があることが分かった。

## 2. ヨックモックの例

2つ目のフィーカを実施している日本企業はお菓子シガールで有名な株式会社ヨックモックだ。ヨックモックという名前はスウェーデンの町 Jock mokk から由来している。ヨックモックではコミュニケーションの向上、生産力向上、お菓子の知識を増やすという3つの目的で『ま、フィーカ!』を行っている。『ま、フィーカ!』と言う名前には仕事の複雑化や仕事量が増加している今、追い詰められがちな社員に楽しむ気持ちや一息付いて良いという気持ちになってほしいという想いが込められている。ヨックモックのフィーカは先述したプレジデント社の江崎さんの例よりもさらに規模を拡大したものだ。月1回、30分間出入り自由、誰でも参加できるというもの。この取り組みを開始した2019年当初は社長室を開放していたが、2020年からはより広いスペースで色々な人が交流できるようにミーティングルームでの開催になっている。お菓子の会社という事もあり、フィーカをお菓子の知識向上の機会としている点が面白い。毎月のフィーカではテーマを決め、テーマに沿ったお菓子を主催している総務部が用意する。自社のお菓子のみなら

ず、他社製品も揃え実際にみんなで食べて意見を交換しているそうだ。ヨックモックにもフィーカを実際に行ってみてわかった利点、難しいと感じた点について伺った。

まずフィーカを取り入れて良かった点として、社員のリフレッシュ効果だ。フィーカを実施する日は明らかに社員の集中力が上がるという。私はフィーカの後に集中力が上がると思っていたが、意外にもフィーカの後も休憩前の追い込みのような感覚で集中力が上がるという。ヨックモックの妹尾さんは

「仕事が複雑化している今、今までのやり方ではより良い成果が生まれづらい。フィーカのようにしっかり休むという時間を強制的に設けることでONとOFFを作ることができる」とおっしゃっていた。さらに感じられた成果として、普段交流することの無い人ともコミュニケーションを取ることができるという点だ。ま、フィーカ!にはヨックモックの社長も参加している。また、会社全体で行うからこそ、普段関わらない部署の人と交流できることが大きな利点だ。例えば、人事や総務が営業や企画と交流することで、普段現場から遠い役職の人が現場の声を聞くことができる。さらに、ま、フィーカ!を主催している総務が毎回のテーマを決めるために営業や企画に相談することも増えたという。これは明らかにフィーカをしたことによりコミュニケーションの輪が広がったと言える。このように同じ会社でも全く異なる仕事をしていて普段なら関わらない人と交流することで新しいアイデアが生まれる可能性がある。

次に実際にフィーカを取り入れてみて感じた困難について、まず挙げられたのは費

用である。ヨックモックでは社員全員参加のため、本社120人に行き届く量のお菓子と飲み物を用意しなければならない。さらに、ま、フィーカ!の目的の一つである

『お菓子の知識向上』のために様々な種類のお菓子を用意する必要があるため、月1回という頻度が費用的に限界である。さらに、スウェーデン企業のようにフィーカの15分は作業の手を強制的に止めるという強制参加は難しいという。ヨックモックでは30分出入り自由となっており、多くの社員がそのうち15分程度滞在する。強制参加にする際の困難の理由としては顧客とのやり取りを途絶えさせられないという点だ。全国にあるヨックモックの販売店やお客様から常に問い合わせが来て、それに対応する必要がある。それゆえに、全員強制参加は難しい。

また、日本人ならではの難しさとして、話す内容や相手に気を使ってしまうという声があったという事だ。フィーカを始めた当初は同じ部署の人で固まったりすることもあり、総務が意図的に異なる部署の人を繋げたりなどする必要もあったそうだ。話す内容と言う点では毎回のお菓子にまつわるテーマがあるため、それが会話の助けになっているようだ。開始当初はこのようなぎこちなさが見られたものの、3、4回目あたりから社員もフィーカに慣れ、ま、フィーカ!自体が会社に根付いてきた事もあり、自然と他部署の人との交流や活発な会話が行われるようになったそうだ。ま、フィーカ!の実施日の前にテーマを告知することで、フィーカの前から社員たちの会話の種になっている。日本人らしい点として、フィーカを導入した当初は休憩するこ

とに抵抗感を持つ社員もいたようだ。休憩は各自自由に取る形だが、フィーカを取り入れる前は『休憩をとって良いのか?』と言う雰囲気があったという。ま、フィーカ!を通して、休憩してもいいという心の余裕も社員の中で生まれたと妹尾さんは話す。

なお、現在最もヨックモックの妹尾さんが感じている困難はコロナだ。ヨックモックでもリモートワークを取り入れており、現在出社は5割程度。2020年3月からま、フィーカ!も中止されている。しかし、オンラインで初めてま、フィーカ!を実施する予定だという。リモートワークになり、事務連絡や会議など公式のコミュニケーションは支障なくできても、雑談や相談など非公式のコミュニケーションが難しくなっているという。こうした状況だからこそま、フィーカ!を実施することで人間関係を作りたいと妹尾さんは話す。特にコロナ禍に入社した社員の顔を覚えたり、人柄を知る機会が無くなっている。ま、フィーカ!を通して、交流を持ち、リアルに仕事をする時にスムーズにいく人間関係を構築することを目指している。

ヨックモックのフィーカは会社規模という大きなもので、だからこそそのフィーカから得られる利点も多かった。一方で規模が大きいからこそその難しさもあることが分かった。

## 第4章 日本企業での効果的なフィーカの取り入れ方

### 1. 企業に合った頻度と規模

日本企業でスウェーデン式のフィーカをそのまま取り入れることは難しい。中小企業は新しいことを取り入れる余裕が無かったり、大企業でも経費の問題がある。さらにスウェーデンのように毎日2回全員がフィーカを取ることも業務の負担になったり、社員が受け入れにくいこともある。故に、日本企業ではそれぞれの企業にあった頻度と規模でフィーカを取り入れることが最もフィーカの利点を生かすことができると考えられる。第3章で挙げた二つの企業の例に加え、例えば以下のような例が提案できる。

- ・ 毎日のフィーカは部署ごとで、会社全体は月1回。
- ・ 各自のランチ休憩の後5分間を全体でのフィーカの時間に設定し、ランチ休憩から業務開始へのメリハリに使う。
- ・ 人事部と営業部というように二つの部署でのフィーカを毎回異なる部署で実施する。

他にもそれぞれの企業が社員、企業共に負担にならないように実施していくことが重要だ。また、日本人にとってフィーカと聞くと『コーヒーやお菓子を用意しなくてはいけない』と身構えてしまうかもしれない。しかし、フィーカの目的はコミュニケーションの向上やリフレッシュである。各自で持っている飲み物を飲みながら雑談をするというラフなイメージでフィーカを捉えることも必要だと考えられる。

### 2. 会話のテーマを設定する

実施例で挙げた江崎さんのようにいつも



仕事をしている部署内でのフィーカなら話題に困るという事はあまりないだろう。しかしヨックモックのように会社全体でのフィーカは普段全く話をしない社員と会話することになる。話題を見つける事にプレッシャーを感じてしまう人も日本人には多い。コミュニケーション向上、会社の風通しを良くするためのフィーカなのに、社員がストレスに感じてしまっただけは逆効果だ。故に、異なる部署間や企業全体で行う場合はあらかじめ話題を社員に提供することが好ましいと考える。

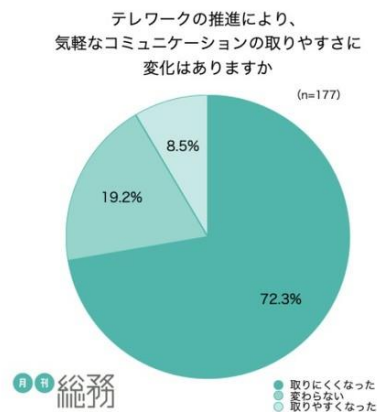
ヨックモックのように企業の商品に関連したテーマを設けることで、商品の品質向上にもつなげることができる。また、仕事に関係がないテーマをあえて設定することも社員同士の理解向上には有効だ。例えば『今週の休日は何をするのか』『好きなランチは』と言ったラフな話題だ。一見仕事に無関係の無駄な会話に思えるかもしれない。しかし、知らなかった相手の一面を知ることによって職場の雰囲気は良くなったり、思いもよらないところで商品開発のアイデアなどにつながるかもしれない。さらに、現在日本企業で大きな課題となっている子育てと仕事の両立を助けることにもつながると考えられる。鈴木ゼミ卒業生で会社に勤めている女性に子育てが理由で仕事を休むという点について伺った際、興味深いことを言っていた。

「いくら企業が育児休業などの制度を充実させてもそれを実施できるかは現場次第。実際、この人のためなら休みをみんなで埋めようと思うか思わないかが大きい。そのためには日々の仕事ぶりや、人間関係を構築しておくことが大切だと思う。」

制度ばかりに目が行きがちだが、人間関係という根本の部分が育児と仕事を両立できる環境づくりには重要なのだ。フィーカを通してたわいもない話をしたり、時には相談をしたりすることで人間関係を作る。そして『制度で決められたから』ではなく『その人を助けたいから』という理由でみんなが協力し誰もが育児や介護、そのほかの理由でも仕事を休むことができる会社が理想なのではないだろうか。

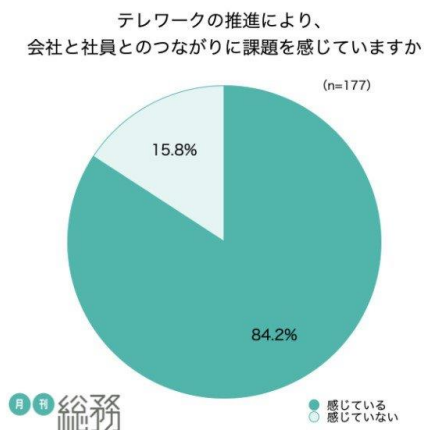
### 3. コロナ禍におけるフィーカの可能性

現在新型コロナウイルスが問題となっており、海外には追い付かないものの日本でもリモートワークが進んでいる。ヨックモックでもリモート勤務の中でのフィーカを実施している。リモートワークだからこそ今、日本企業にはフィーカが必要だ。外食が難しくなり、飲み会やケータリングを行うのは困難となった今、社員間でのコミュニケーションは大きな課題である。ITmediaの豊田健一によるとリモートワークでコミュニケーションが減ったと答えた人が7割以上に上る。



出所：豊田（2021年）

リモートワークでは相談や話をするためにチャットを繋いだり、電話をかけるという手間がある。そのため気軽にコミュニケーションを取ることは難しい。業務に関する会話のみになると、お互いのつながりを感じることができず、ストレスも抱え込みやすい。



出所：同上

さらに、リモートワークでオフィスに行かなくなったことにより企業への帰属意識が低下している。企業側にとっては大きな問題だ。(攻める総務) こうした問題を解決するためにもフィーカを取り入れるべきだ。例えば、リモート会議の後10分間フィーカを行う。リモートで人数が多いと話しづらいという人も多いため、少人数にグループ分けを行い、声を発しやすい環境を作る。この時対面でのフィーカと同じように事前にテーマを振っておくと会話しやすい。

コロナでコミュニケーションが取りづらくなった今、“雑談”をする休憩を意図的に取り入れていくことが社員のモチベーション維持には必要不可欠だ。コロナ禍のよ

て日本企業にもフィーカはさらに取り入れるべきものになったと言える。

## おわりに

これまでフィーカについて、日本企業での例と効果的な取り入れ方を論じてきた。今回実際にフィーカを取り入れている企業に取材できたことで、フィーカの良さだけでなく様々な課題も見つけることができた。フィーカは確かにいいものだが、そのまま日本企業に当てはめるのではなく、それぞれに合った形に柔軟に変化させていくことがより効果的だと分かった。

日本人は休むことが苦手だ。TBSの『逃げるは恥だが役に立つ』の中で印象に残ったセリフがある。主人公とその夫が育児休業を会社に申請した際に上司の反応に対して発した言葉が

「なんで休んじゃダメなんですか？」  
 と言うものだった。会社は全体で誰が休んでも運営できるようにする。育児や介護、体調不良で休むことは権利である。こうした当たり前のことが日本では浸透していない。“休むことが悪”と言った考え方を払拭するためにもフィーカを取り入れていくべきだ。ほっと一息つける。何かあれば休むことができる。こうした環境が日本企業にも広まってほしい。

## 謝辞

本研究の調査のためにご協力くださった株式会社プレジデント社の江崎真紀様、株式会社ヨックモックの妹尾堅之介様に心から感謝いたします。

## 参考文献

### <和文資料>

池谷裕二『集中力の維持と長期的な学習効果につながる方法』朝日新聞 DIGITAL  
[[http://www.asahi.com/ad/15minutes/article\\_02.html](http://www.asahi.com/ad/15minutes/article_02.html) 2020年11月20日閲覧]

厚生労働省『令和元年度雇用均等基本調査』、2020年。

サリネンれい子『スウェーデンの素敵なカフェ文化、フィーカをご存知?』All about、2016年 [http:// 2020年11月5日閲覧]総務省統計局『最近の正規・非正規雇用の特徴』  
[<https://www.stat.go.jp/info/today/097.html> 2021年1月4日閲覧]

豊田健一『「リモートワークでコミュニケーションが減った」実際何が問題なのか? 調査データを基に解説』、2021年。  
[[https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/06/news019\\_2.html](https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/06/news019_2.html) 2021年1月4日閲覧]

芳子ビューエル (2019)『Fika 世界一幸せな北欧の休み方・働き方』

### <英文資料>

OECD, “Employees working very long hours” OECD Better Life Index.  
[<http://www.oecdbetterlifeindex.org/topics/work-life-balance/> 2021年1月26日閲覧]