

「人と場」FMが創出する ウェルネス組織運営

今年のフォーラムテーマは「人フォーカスの時代 ファシリティマネジメントが拓く未来」のごとく、「人」にFM 価値の焦点が当てられたエポックの年となった。「人と場」部会発足から4年目を迎え、時代はまさに「新たなFM 価値」、つまりヒューマン・オリエンティッドFM の新思考が「社会」に浸透し始めたといえる。

あらためて「人と場へのFM 投資」とはどういうことなのかを考えてみたい。

日本の組織社会では「働き方改革」や「健康経営」「ダイバーシティ」「テレワーク」といった、働く工夫と働く「人」の視点での意識改革が問われている。「価値創造」の原動力は、手段としてIoT やAI ではなく「人間の英知」と「英知を醸し出す『場』の力」である。「人間の英知」を組織の中で、どのように引き出していかかは、働いている「人」がワクワクして仕事に邁進できる環境、および「感性」に配慮した心地良い「場」の構築と「心理的安全性」を考慮した、サステナブルで新価値を生み出していく組織運営への投資が「人と場へのFM 投資価値」である。

しかしながら、問題はそのFM 投資効果をいかに「測定」し、経営に対し明確な数値・指標、そして「意味と意義」を示せるかがFM 現場の共通する課題でもある。一見、「コスト」としか思われない「投資効果」を、経営に対していかに納得感を持ってもらえる「魅せる」手

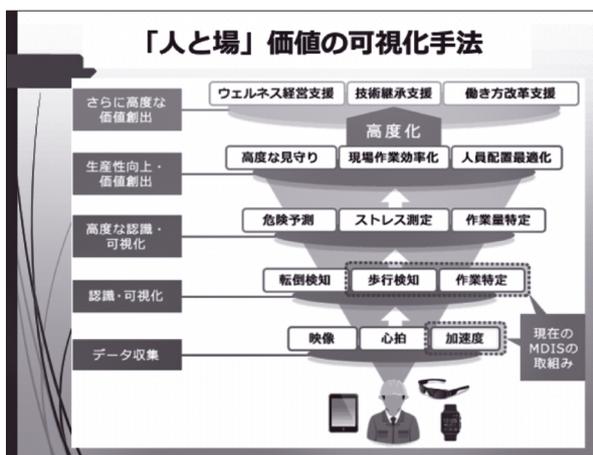
人と場へのFM資産価値研究部会 部会長
岡田 大士郎 おかだ だいしろう
三幸エステート株式会社
ワークプレイス戦略室
ワークスタイル・プロデューサー



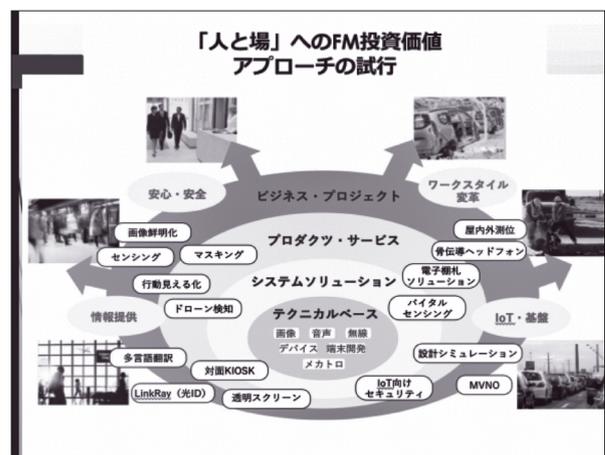
法研究と実践への実装が当研究部会のテーマである。

今次フォーラムでの発表は、FM テクノロジー& センシングに焦点をあて、「人と場へのFM 投資価値」の可視化への発想法と思考法、そして組織意識（経営者や関係者）に対するセンスメイキング（腹落ち感）の具体的手法を紹介した。人類社会にとってのウェルネスを創造し、それを意味のある「ウェルビーイング社会」に昇華させてゆく原動力は、働き暮らす人々の幸福社会創出への希求意識とわくわく感を最大化させて、「人間」の英知と情熱、そしてイノベーションパワーを触発・創発させてゆく「場」の仕掛けが必要といえる。

仕事が最大化できる最適な「時空間環境」「意識環境」「心理的安全度合」、そして「自分の心身健康状態の自覚」等をサポートできるビックデータと情報を有意な解析・分析を行って、働く人たちが「価値創出」にわくわくして勤しめる「場」づくりの「ツール」がセンシングテックの役割と言える。「人」の活力や「やる気度」の根底にあるポジティブ「意識」を「測定」するには科学的アプローチだけではなく、アート&デザイン思考法などの応用、そして、現場とのコミュニケーションをとりながら経営や現場の意識調査など、定性的要素を加味したアプローチも重要である。これからの「人と場へのFM 投資価値研究部会」の挑戦テーマでもある。◀



図表1 「人と場」価値の可視化手法



図表2 「人と場」へのFM投資価値アプローチの試行

人と場へのFM資産価値研究部会