

# ブリーフィングで変えよう！ 日本のFM企画力

Pre-Design力で伸ばす施設価値

大成建設株式会社

丸山 玄



生き生き

していますか？

働き甲斐のある「働く場」があなたにはありますか？

# FMを導入すると なにが変わんだ？



たとえば、  
無駄を省きながら、  
スタッフのモチベーションを  
高めて、生産性を上げる  
イメージです。



FMのめざすもの...

業務の効率化

知的生産性

モチベーション向上

企業価値の最大化

---

施設の無駄の最小化

未使用施設の対応

エネルギー削減

運用費削減

省エネや業務効率の話はわかるが、モチベーションを上げる方法なんてあるのか？



今までの慣習にとらわれず  
将来の目標に向かって、  
新しいことを始めることです。

将来の目標って、  
数値以外に何か  
出せるのか？



今日のお話のポイントです。  
我々が意識下にある、  
ニーズを掘り出して、  
わが社の将来ビジョンを具現化  
してみましよう！





Pre-Designから始まる  
クリエイティブ・オフィス

# プレデザインでやるべきこと

工夫された空間を生き生き働くための設計条件整理

- ①ニーズの洗い出し
- ②ゴールの明確化
- ③合意形成
- ④ユーザー参加

プレデザインは、  
作り手主導で  
進める  
イメージ！？





プログラミング、  
ブリーフィングって  
何だ？



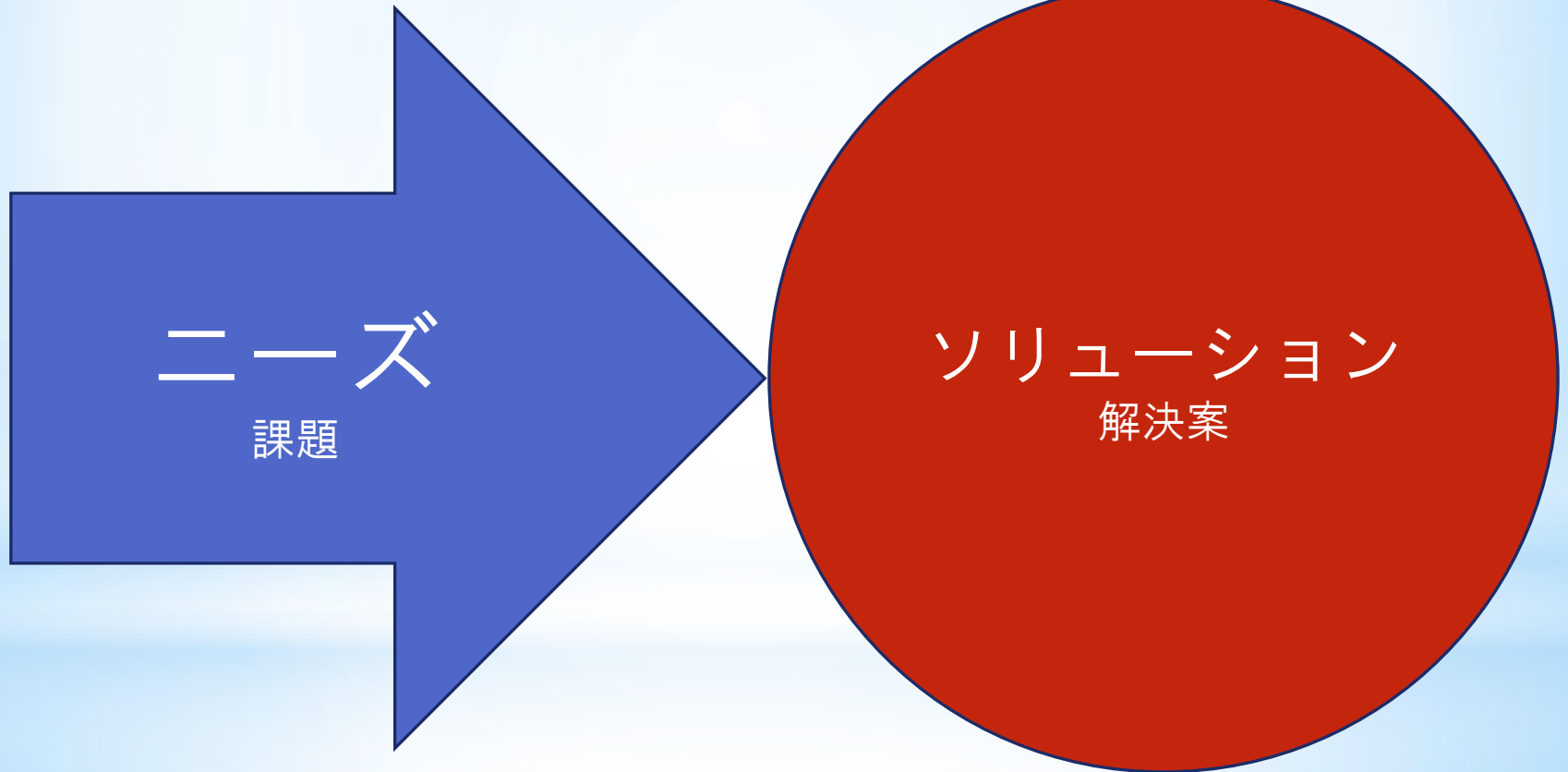
目標を達成するための  
要求条件や制約条件を  
明確化し、しっかりと明文化  
することです。



# ニーズとソリューション

---

## ブリーフィング

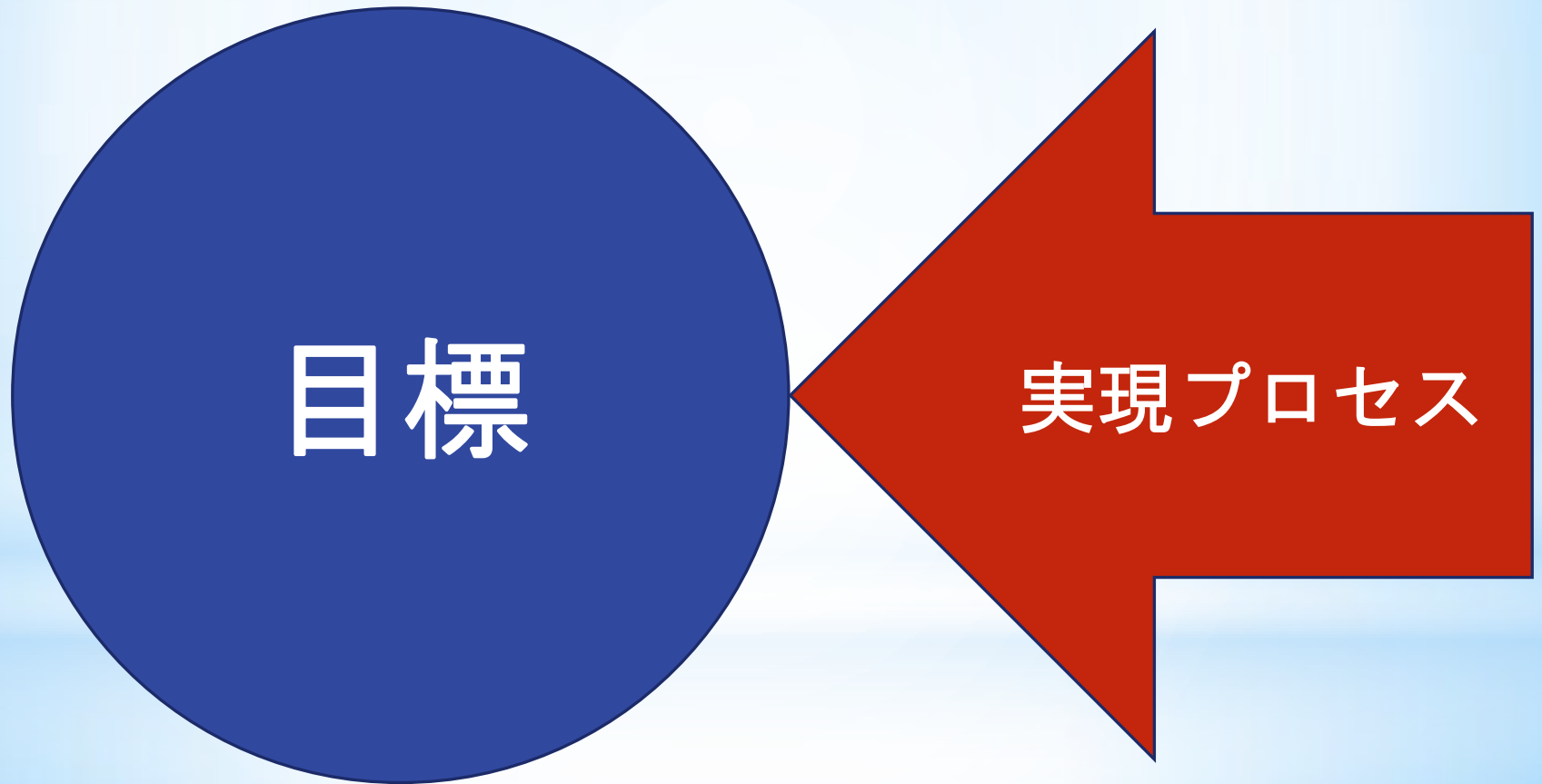


# 目標と実現プロセス

---

発注者

コンサル・作り手



ブリーフィング

要求条件

×



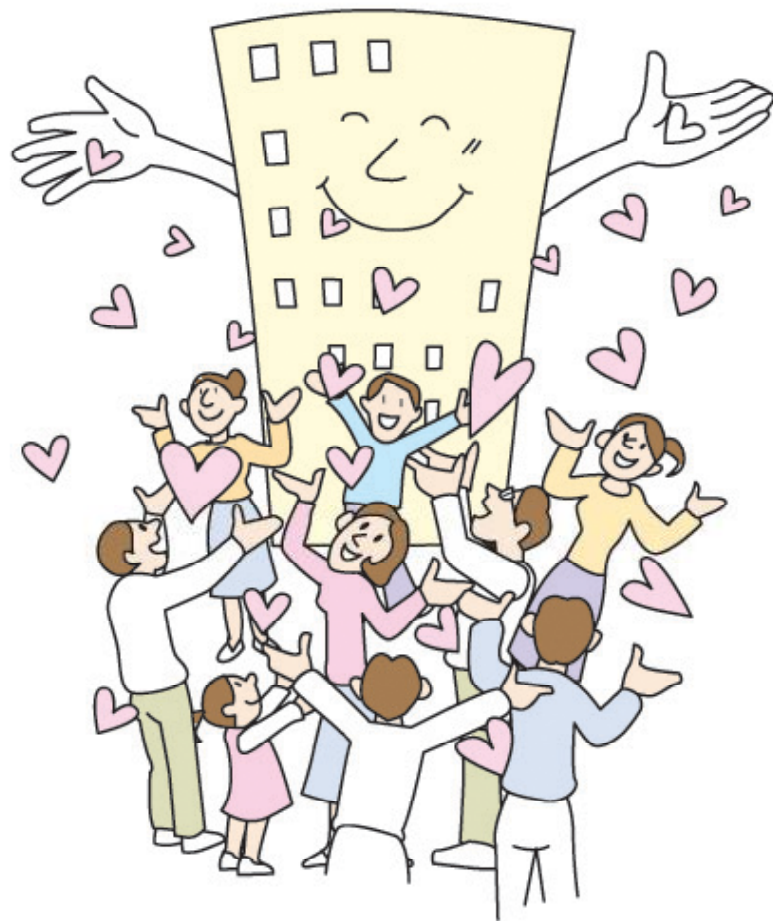
×

制約条件

=

ファシリティの

あるべき姿



要求条件

何を目指しているのか？

何を実現なのか？



目標

制約条件

守るべきことは何か？

最低限どこまでやるべきか？

# 設計と条件書の目次例

---

1. はじめに
2. プロジェクトの目標と概要
  - ・ 目的／コンセプト／全体構想と位置づけ／要求条件／設計範囲
3. 敷地の考え方
  - ・ 計画地／敷地条件／周辺環境との調和／留意事項／要求条件
4. 敷地計画（規模）
  - ・ 要求機能／必要居室／必要面積／ゾーニング
5. 施設計画（部門・人員）
  - ・ 入居組織と特性／入居人員
6. 予算計画
7. スケジュール
8. コンセプトと具体的な要求条件
  - ・ ワークスタイル／ライフサイクル／サステナビリティ／  
ユニバーサルデザイン／地震災害対策／セキュリティ／省エネ・・・
9. 設備計画
  - ・ 設備の基本的考え方／自然エネルギー利用／空調／給排水・衛生／  
防火・防災／情報通信
10. POE（利用者施設満足度）より



なぜ

日本のFMでは、  
プログラミング／ブリーフィングが  
定着しないのでしょうか？



なぜ

効果がわからない？

やり方がわからない？

忙しくてやる時間がない。

設計者がやってくれるからお任せする。



それでいいのでしょうか？

何が必要なのか  
人任せに進めていいのでしょうか？

プロに任せるという意味を  
取り違えてはいませんか？

あるべき姿は、自分たち自身で  
問いただし、探して見つけていくものです。

潜在的なニーズに「気づき」そして、  
話し合い合意形成を取ることが大事です。

将来ビジョンが  
なかなか見えないのは、  
何が原因だ？



日常に流されていると  
「かわる」ことに壁ができます。

潜在意識をくすぐり、  
「かわりたい！」気持ちを  
大きく育てることです。



コンセプト&プランニングは  
「人が主役のFM物語」の脚本づくりです。



C  
ONCEPT  
P  
LANNING

大成 ブリーフィング手法

人が主役のFM物語

施設のあるべき姿を明確にしていきます。

コンセプト&プランニングは  
「人が主役のFM物語」の脚本づくりです。

---

施設のあるべき姿を具現化したシーンを描きます。

具体化したシーンを描き出す脚本化して、設計者という監督に渡します。

オリジナル作品「人が主役のFM物語」が生まれるための大事なプロセスです。

施設に対する思いを、  
物語にしていきませんか。

お客様の思いを、物語に描いていくことで、  
施設のコンセプトを明確にしていく手法をご提案します。



## 大成フリーフィング手法「コンセプト プランニング」

- お客様の真のニーズを顕在化させることから始めます。
- お客様と共にファシリティ方針を検討しながら、  
施設のイメージを分かりやすい物語（ストーリー）として表現します。
- あらゆる用途の施設で活用できる手法です。
- 施設のコンセプトや要求条件が分かりやすい形で明確化され、  
満足度の高い施設づくりがスムーズに行えます。





# 大成ブリーフィング手法「コンセプト プランニング」の プロセス

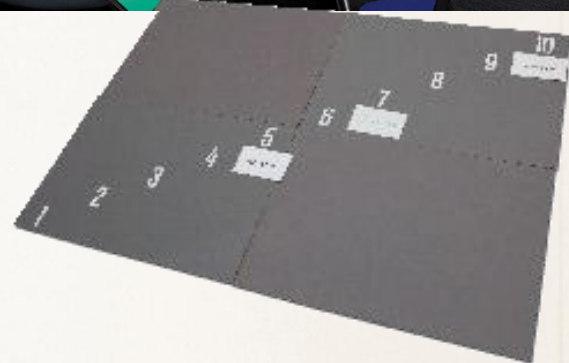




## 第1章 ニーズの顕在化

お客様の真のニーズを  
顕在化していきます。

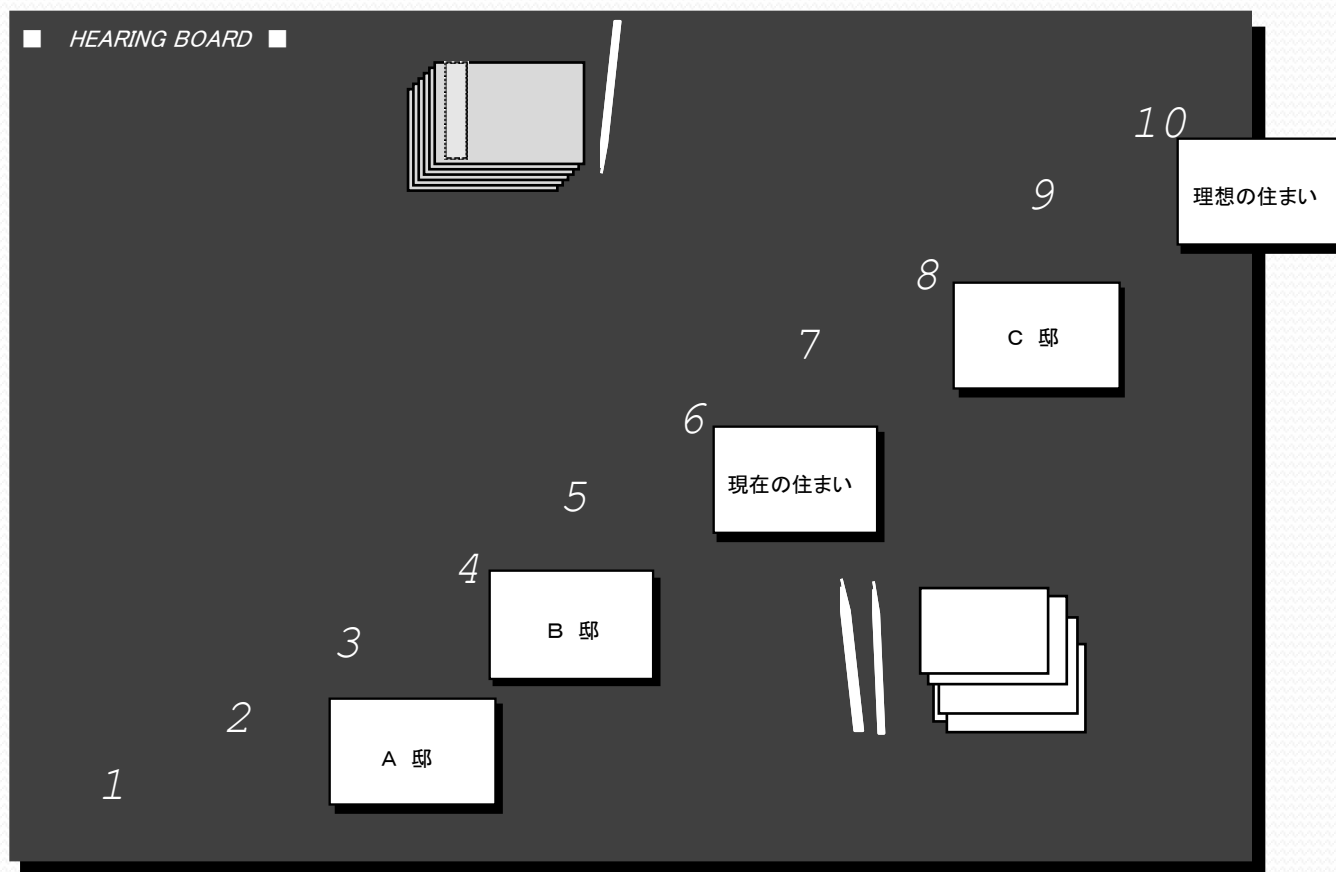
- その施設に関わる幅広い人を対象に、独自のインタビュー手法「T-PALET」を実施。
- その施設に対する、真のニーズを顕在化。
- 結果は、その後のディスカッションのベースに活用。





**T-PALET**

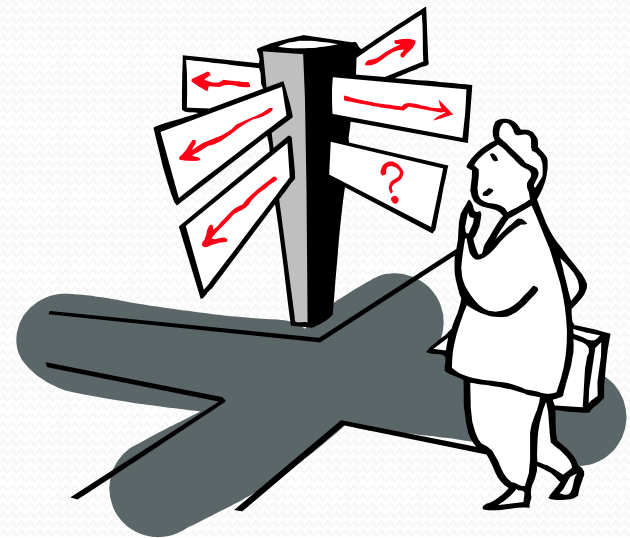
**T-PALET**はお客様に話のきっかけをつくり、  
想起をスムーズに進める手法です。



T-PALETは、施設づくりの道しるべ

ゲーム感覚の個別インタビュー手法

一対比較しながらたくさんの真のニーズを抽出



- 施設の方針が明確になる
- 満足度の高い施設ができる
- 無駄なコストがかからない
- 途中の手戻りが少ない

# 大成インタビュー手法(T-PALET)

ラダーアップ

パーソナル評価項目

ラダーダウン

理由はなんですか

評価の差は？

どうなっていれば  
いいでしょう

何の話か  
3階テラス

たくさんのお客様と家で楽しむ

餅をついたり、焼肉・バーベキューができる

3階テラスでバーベキューコーナーを作る

3階テラス

スカイラウンジのような雰囲気が味わえる

景色がいいところでビールが飲める

3階の庭をライトアップする

プライバシー

家の中でプライバシーが保てる

玄関からリビングを通らず個室・トイレ・風呂にいける

玄関と各室の動線を直結する

風呂

快適な風呂である

風呂の洗い場や脱衣場が広々としている

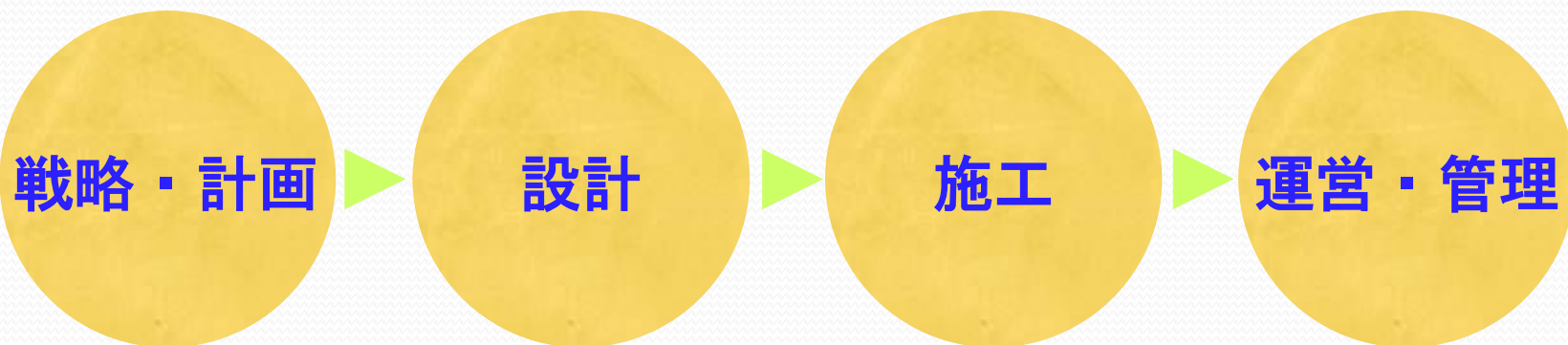
脱衣所にローリングベッドが置ける

**T-PALET**により、こんな結果がわかります。

# 大成インタビュー手法(T-PALET)

**T-PALET**は戦略・計画時のニーズ調査と  
運営・管理の満足度調査で実施するPOEの手法です。

POE : Pre/Post Occupancy Evaluation



- **ニーズ調査**
- 立地特性
- 規模調整
- 方針設定

- 設計条件設定
  - インサイドアウト設計
  - ワークプレイス計画
  - 移転マネジメント

- **満足度調査**
- 運用方法支援
- CAFM導入



# T-PALET実績イメージ

約20年間 約400件

対象施設:

オフィス  
研究所  
学校  
病院  
工場  
ホテル  
住宅  
商業施設  
テーマパーク  
商品開発  
...



缶コーヒー 新商品開発プロジェクト



サンシャイン水族館



エーザイ 小石川ナレッジセンター



スノーピーク キャンプフィールド・本社・工場

## 第2章 方針の検討

ファシリティ方針について  
ディスカッションを行います。

- T-PALETで浮き彫りになった課題について、お客様とディスカッション。
- 方向性を絞ると共に、施設イメージをストーリー化。
- この時点で、必要に応じて、現状調査、建物ハード面での各種診断を実施し、総合的視点からファシリティ方針について検討。

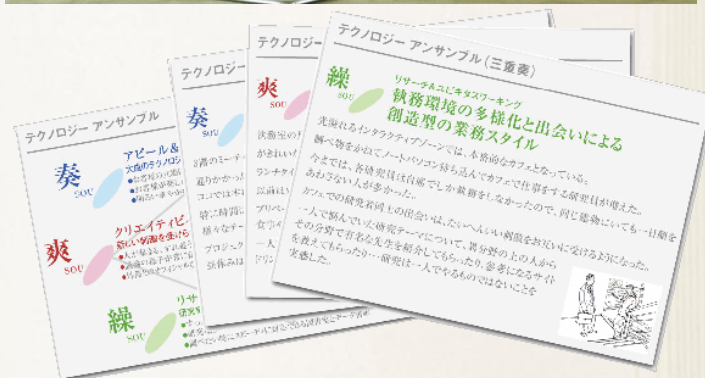




## 第3章 方針の確立

方針を物語として整理し、  
イメージを共有していきます。

- ファシリティ方針においては、関係者の共通認識をもとにした合意形成が大切。
- 専門的な数値や用語で示された方針は理解しにくく、後々のトラブルの原因にも成りかねない。
- 施設の活用イメージを物語としてストーリー化し、分かりやすい形で提示することが有効。



## 第4章 ブリーフの完成

コンセプトを構築し、  
要求条件を整理します。

- ファシリティ方針に基づき、コンセプトを構築し要求条件をストーリー化して整理。
- 一連の動きの中で、計画初期段階で特に重要になるブリーフィングが十分に行われることに。

真のニーズに配慮した、  
満足のいく施設づくりが  
できます。



お客様と設計者が共に理解できる  
ブリーフが作成でき、  
ブレのない施設づくりを実現します。

- 施設の活用イメージをストーリー化することで、  
図面では表せない利用者心理まで具体的に表現できます。
- 「空間」「時間」「人間」の3つの「間」を表現する手法。
- 結果として、明確なコンセプトと分かりやすい要求条件を作成できます。

# アウトプット

- ニーズの顕在化
- 施設方針の確立
- 要求条件の整理
- 施設イメージのストーリー化
- コンセプトの構築



# 効果

- プロジェクトを進める上で重要となる、計画初期段階でのブリーフィングが十分に行えます。
- お客様の意図が設計者に正確に伝わるブリーフを作成できます。
- 絵や図面でイメージを固定することなく、文字や言葉で機能やイメージを共有できます。
- 設計者の創造性やノウハウを引き出せるブリーフを作成できます。
- 関係者がコンセプトを共有することで、その後の合意形成や意思決定がスムーズになります。





## 『次代へつなぐ協同』を具現化するオフィス

東京むさし農業協同組合

# JA東京むさしの概要

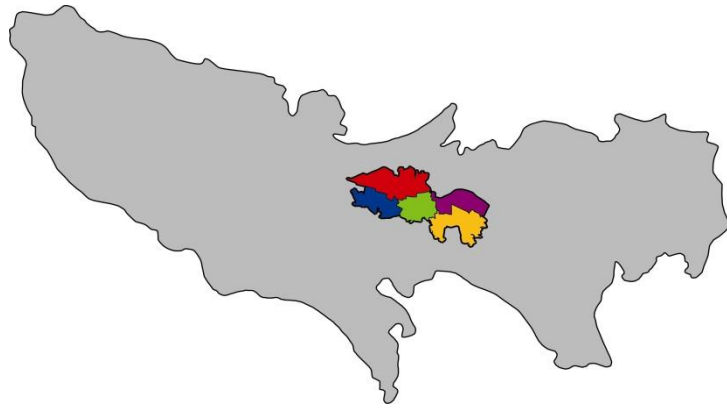
## 【建築の経緯】

平成10年 5つのJAが合併/誕生

平成22年 用地取得

分散していた本店機能を集約・統合

平成24年5月 竣工



店舗数 本支店 18店舗

経済センター 5店舗

緑化センター 1店舗

組合員数 24,189名

(正組合員 3,221名)

(准組合員 20,968名)

職員数 453名

事業区域 武蔵野市・三鷹市・小金井市

小平市・国分寺市



# JA東京むさしの概要



総務・金融・共済(保険)・農業資材供給・農産物販売・営農指導・不動産活用等  
 営農支援・葬祭・結婚相談・経理支援・農業機械修理販売

# 次代へつなぐ協同

「力を合わせることの大切さを、次の世代へつなぎたい」

安全で安心な国産の農畜産物を  
将来にわたって提供していくこと。

JAの事業を通して地域の活性化や  
豊かな暮らしに貢献すること。





## JA東京むさし

JA東京むさしは、地域の人々とともに自然環境を守り、健康で豊かな『農』を基にしたまちづくりを目指します。

『ありがとう』といわれるJA、笑顔と感謝の地域づくりに貢献します。

# 基本構想段階（コンセプト）

JA東京むさし本店「三位一体の構図」

JA東京むさし新本店建設計画  
「事業を伸ばし、人が活き活きとする」ファンリティ戦略の実践へ



T-PALETインタビュー コンセプト

すこやかに

A.元気にのびる本店

職員の  
本店ビジョン

はなやかに

B.惹きつける本店

組合員の  
本店ビジョン



JA東京むさし  
三位一体の  
新本店ビジョン

さわやかに

C.開かれた本店

地域住民の  
本店ビジョン

# 基本構想段階（コンセプト）

T-PALETインタビュー コンセプト

## 強靱な本店

- ・「強いJA東京むさし」のための強靱な本店組織・施設づくり  
→支店との役割を明確化して、新本店での組織力の確認  
→組織力を発揮するオフィス機能の整備
- ・本店施設として機能の充実と信頼性向上  
→理事会や本店会議のための会議機能強化  
→セキュリティとオープンコミュニケーションの両立
- ・エリア中心（小金井地区）を生かした機動力と効率化機能  
→経済センター・農機センター・メモリアル機能について  
本店立地の機動力を備えた施設設備  
→メモリアルセンターは24時間対応できる独立したエリアで  
運営できるようにする

## 惹きつける本店

- ・「農」ならではの自然志向・省エネを  
地域にアピールするランドマークとする  
→緑化・農地を積極的にランドスケープに  
→太陽光発電や発熱利用など環境配慮設備
- ・農業指導・営農支援・農機・経済の機能を  
センター化して組合員を元気に育成する  
→ショールームや相談ブースを設けて、本店まで  
組合員が来るメリットを明確化する  
→カフェで組合員がおしゃべり・商談もできる
- ・料理教室・夏祭りなどのイベントの拠点として  
地域・組合員・職員が一体となって楽しむ  
→組合員が自分たちの施設と感じて積極的に利用する  
→JA東京むさしのブランドが生まれる創造的活動を支援する



組合員を元気にし、  
地域の自然と健康を守る  
『農』のオアシス

## 開かれた本店

- ・農業を通して地域とのふれあいを実現する  
→体験農園で子供たちと野菜や果物を育てたり収穫する  
→地元の新鮮な生産物とその料理法を知ってもらう
- ・地域市民に喜ばれるイベント・サービスを充実する  
→料理教室・手芸教室などで市民との接点生まれる  
→会議室やライブラリーを市民に開放する
- ・自然を大切に作る姿勢を市民に理解してもらう  
→華美なデザインではなく自然に溶け込むJAを見もらう  
→屋上や駐車場を緑化し、ポケットパークとして、また  
地域の避難場所として活用する

# 基本構想段階 (シナリオ)

JA 東京むさし 新本店建設計画



## ムーちゃんが住む新本店

(基本構想シナリオ)

2010年5月  
東京むさし農業協同組合

基本構想シナリオ

資料 6

基本構想シナリオ

### ●外観・アプローチ

【メインアプローチ・体験農園・メモリアルホールエントランス】

武蔵小金井駅に電車が近づくと、いつものように窓に顔をつけて新しい本店を見る。枝垂れ桜がきれいだ。この桜は、組合員が本店建設時に移植し、丹精に育てたものである。近所の人たちがお花見を楽しんでいる。おしゃれな風車が元気に回っている上には、かわせみ「ムーちゃん」の風見鶏があるので、すぐJA東京むさしの本店だとわかる。建物は屋上の緑が印象的で、朝露に光っている。さすが、自然を大切にするJAだと思う。

建物の向こう側には、隙間から子供たちとJAの人たちが野菜の収穫準備をしている様子が見えた。この農園は、公園を体験農園化したもので、NPOの方々子供たちに収穫方法を丁寧に教えてくれている。駅までの一瞬の光景だが、とても印象的だ。隣の小学生たちもうらやましそうに見ている。

レッドロビンをはじめ、カラーコーディネートされた垣根が周囲を囲い、その間から農園が朝日を浴びて輝いている。通りを行き来する人たちは、生垣のカラーだけでなく、季節の香りも楽しめる。都市部のオアシスを思わせる施設は、このエリアにおける、これからの農業のイメージを感じさせてくれる。メインの建物は、奇をてらうこと無い凛とした佇（たたず）まいであり、「JA東京むさし」として地域に安心感と将来への希望を与えてくれる。

春の日差しがさわやかな季節、駅から10分ほど歩く。本店に近づく気配は花の香りである。様々な木々に可憐に咲く花とアプローチの生垣やお花畑、その奥に続く様々な果物や野菜の農園と、みことな「見本庭園」となっている。木の落ち着いた感じの入口から中に入ると、土間のような床で長靴姿でも平気な感じが良い。

細い道を曲がるとおしゃれなプランターにゴールドクレストなどの植栽がきれいに並び、こうした植物は園芸緑化組合の方々が入力している。垣根越しに落ち着いた儼かな感じがするメモリアルセンターのロビーが見える。中に入ると、ゆったりとした雰囲気の影響があり、相談が受けられるようになっている。

仕切りの奥は「ペットエンジェル」である。ペットのお葬式も最近では増えているが、人間の葬儀とはしっかり空間を分けて対応する姿勢が感じられる。



# 基本構想段階（シナリオ）

## ●外観・アプローチ

### 【メインアプローチ・体験農園・メモリアルホールエントランス】

武蔵小金井駅に電車が近づくと、いつものように窓に顔をつけて新しい本店を見る。枝垂れ桜がきれいだ。この桜は、組合員が本店建設時に移植し、丹精に育てたものである。近所の人たちがお花見を楽しんでいる。おしゃれな風車が元気に回っている上には、かわせみ「ムーちゃん」の風見鶏があるので、すぐJA東京むさしの本店だとわかる。建物は屋上の緑が印象的で、朝露に光っている。さすが、自然を大切にするJAだと思う。

建物の向こう側には、隙間から子供たちとJAの人たちが野菜の収穫準備をしている様子が見えた。この農園は、公園を体験農園化したもので、NPOの方々が子供たちに収穫方法を丁寧に教えてくれている。駅までの一瞬の光景だが、とても印象的だ。隣の小学生たちもうらやましそうに見ている。

レッドロビンをはじめ、カラーコーディネートされた垣根が周囲を囲い、その間から農園が朝日を浴びて輝いている。通りを行き来する人たちは、生垣のカラーだけでなく、季節の香りも楽しめる。都市部のオアシスを思わせる施設は、このエリアにおける、これからの農業のイメージを感じさせてくれる。メインの建物は、奇をてらうこと無い凛とした佇（たたず）まいであり、

# 施設の概要



所在地: 東京都小金井市貫井北町1-10-1

用途: 事務所

構造: 鉄骨造

竣工: 平成24年4月

## [東棟]

建築面積: 757.86㎡

延床面積: 1,991.35㎡

階数: 地上3階 地下1階

用途: 事務所・会議室

## [西棟]

建築面積: 787.06㎡

延床面積: 2,012.26㎡

階数: 地上3階

用途: 事務所・会議室・作業場・倉庫

『すこやかに』強靱な本店

『はなやかに』惹きつける本店

『さわやかに』開かれた本店

# 『すこやかに』 強靱な本店

## 機能性・安全性・快適性を備えたオフィス

- ・機能的・効率的で作業性の高いコンパクトオフィス
- ・マルチストリートによるスペースシェアの提案
- ・サーカディアンリズム導入の照明計画
- ・セキュリティエリアの明確化 他





# 『はなやかに』 惹きつける本店

## 環境性とシンボル性を備えたオフィス

- ・サステナビリティオフィスとしての様々な取組み
- ・カゴルーバーデザインによる組織理念の表明
- ・タスクアンビエント照明による消費電力53%カット 他





# 『さわやかに』 開かれた本店

## 地域・社会に貢献するオフィス

- ・良質な景観の形成
- ・ロビーギャラリーの市民開放
- ・農業を身近に感じてもらう体験農園の設置
- ・地域のイベント開催が可能な駐車場
- ・市道拡幅整備・公園や花壇整備 他



# 1階ロビー・接客ブース

## 通りからの直接的な視線を制御する接客ブース

東棟1階ロビーギャラリーの接客ブース。金融関連事務室に対する、通行人からの視線に配慮。ブース壁面は展示や映像投影スクリーンとして利用可能。





## その他の内部空間



