

カレント
2011

5 Current

JFMA

CONTENTS

坂本会長 東日本大地震とファシリティマネジメント②
JFMA主催 「緊急節電セミナー」開催報告④
復旧・復興におけるファシリティマネジメント①
(JFMAヘルスケアファシリティマネジメント研究部会)

特集:「ワークプレイス」

特集総括⑫

オフィスづくりの潮流

特集⑬

NTTデータの次世代パイロットオフィス構築プロジェクト

特集⑭

(株)再春館製薬所一つむぎ商館
経営方針に柔軟に対応する“フレキシブル・オフィス”

特集⑮

パソナグループ本部
自然との共生を体現した都会のアーバンファーム

特集⑯

インタビュー

コミュニケーションで進化するプロジェクト・キャンパス

KEYWORD⑳

オフィスのFM

お知らせ㉑

第163号

社団法人 日本ファシリティマネジメント推進協会
Japan Facility Management Promotion Association



社団法人
日本ファシリティ
マネジメント推進協会
(JFMA) 会長

坂本 春生

東日本大震災とファシリティマネジメント

このたびの東日本大震災により亡くなられた方々、ならびに被災された方々には、心よりのお悔やみとお見舞いを申し上げますとともに、被災地の少しでも早い復旧をお祈り申し上げます。

当協会としては、ファシリティマネジメントの一環として、既存建物等ファシリティの防災対策の推進に、引き続き努力していく所存です。

また、当面お役にたてる施策として、「緊急節電セミナー」を企画し、4月18日と26日の2回実施いたしました。震災の影響で、電力会社の発電能力が約40%低下し、首都圏エリアは、大規模停電に見舞われる危機下に置かれており、政府は、各方面に対し電力需要抑制についての緊急な協力を要請しています。この情勢を受けて、「緊急節電セミナー」を開催し、会員企業のみならず、広く一般企業・地方自治体を対象とし、「緊急節電」の必要性についての意識昂揚と、具体的手法に関する知見の普及を行い、もって喫緊の要請である、首都圏エリアの電力需要抑制に貢献するために企画したものです。

セミナーは、企業、自治体、大学、研究所等から省エネや節電に見識と実績をお持ちの方々10数名の方々に講師としてご協力いただくと共に、豊富な資料提供もさせていただきましたところ、約1,000名の方々のご参加を得、熱心な聴講の姿勢と共に、関係者の関心の高さがうかがわれました。NHKはじめ、マスコミの取材も行われました。緊急節電セミナーの詳細については、このセミナー実施を提案するとともに、プログラムの構成にご尽力いただいた、JFMAカレント編集委員のひとりである緑川道正氏（日本メックス担当部長）が、本号で速報しております。

さらに、災害復旧・復興に資するファシリティマネジメントについて、

当協会の「ヘルスケアファシリティマネジメント研究部会」有志の皆さんが、「今後の100年・500年のための第一歩が、仮設計画から始まります」と題し、別掲の提言をまとめていただきました。すでに、JFMAのホームページに掲載をいたしております。その内容については、今後議論はあるとは思いますが、「緊急節電セミナー」と同様、速やかにアクションを取ることの意義を考慮し、本号紙面にてご紹介いたします。

このたびの震災発生により、建物とまちづくりのあり方、ライフスタイルとワークスタイルのあり方、省エネの意義等、ファシリティマネジメントの分野で扱ってきたテーマの重要性について、改めて認識させられました。

また、JFMAの活動の場を介して築かれてきた、ファシリティマネジメント各分野の多様な専門家のネットワークが、上記緊急節電セミナーや提言の速やかな実行を可能にしました。

わが国におけるファシリティマネジメントは、さらに必要とされるようになるでしょう。JFMAは、ファシリティマネジメントの需要家と供給者がともに参画し、研鑽できる各種の「場」を提供することにより、わが国のファシリティマネジメント普及と定着に貢献していく所存です。関係の皆様のご理解とご協力を、心よりお願い申し上げます。

JFMA主催 「緊急節電セミナー」開催報告

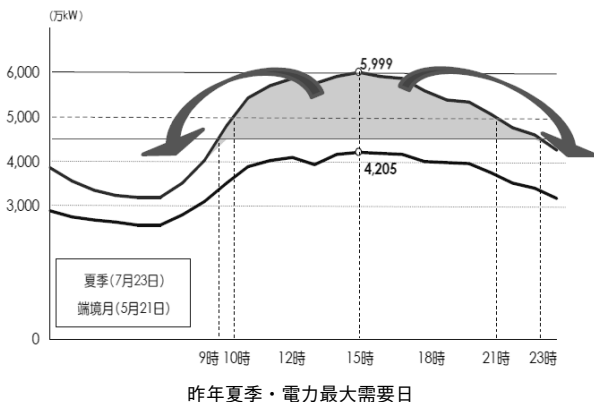
1. 東日本（東京電力、東北電力エリア）の電力状況

今回の東日本大震災によって、日本経済、企業活動、社会生活は大きな打撃を受け、困難に直面しています。課題は多く、また大きく、その全貌を把握するだけでもかなりの時間と努力を要しますが、中でも震災をキッカケとして生じた電力需給のアンバランスにより、万が一でも停電発生となった場合の影響は、IT化、グローバル化が高度に進んだ現代において計り知れない程のものとなります。

電力需給ギャップがどのように推移していくかは、供給能力の回復状況や気候によって大きく変動していくわけですが、何れにしても今夏（および暖房ピーク期）は大胆な節電が求められることから、ファシリティマネジャーは先頭に立っての適切な対応が必要となります。

上図は、東京電力エリアにおける昨夏の最大電力発生日（7月23日）トレンドグラフです。

今夏が昨年と同様な電力需要、気候だとしても、かなりの供給不足（⇒節電対応）が必要であることが分かりますが、平成13年（7月24日）に6,430KWを記録したのを最高に、この10年間の内、6年も6,000KWを超えた年度があり、現状の電力使用状況の適確な把握と徹底した節電計画の作成、実行（PDCA）が求められています。



昨年夏季・電力最大需要日

2. 環境行動計画の作成、効果の見える節電の実行

昨夏の最高使用電力を確認し（不明な場合は電力会

社に提供依頼）、節電目標を明確化することが第一です。そのためには、

- ①現状で、時間帯・曜日・季節によって停止、時間短縮・変更、設定緩和などによる電力低減がどれだけになるか確認し、平行して社員をはじめ、各ステークホルダーに対しての周知・啓蒙、節電方法の提供等も進める。
- ②パートナーを含めた節電連絡会議を定期開催し、PDCAに沿って取り進めていく。
- ③目標に足りない場合、潜在化している電力ロス洗い出し是正を図る（冷房・換気運転や蓄熱・放熱運転適正化など）。外部専門家による支援を検討することも効果的。
- ④グループ、同業他社その他で電力使用ピークを平準化していく 等の検討、実施が求められます。

下記に節電行動計画の作成例（経済産業省）を示します。

オフィスの例 節電行動計画 記入様式（記載例）		
事業所名：株式会社〇〇商事 △△営業所 (1) 事業所の営業形態・使用電力等 勤務実時間： 9:00～20:00 休日： 毎週 土・日曜日 契約電力： 120kW 昨年夏のピーク使用電力： 110kW (2) 具体的な節電目標・目標の実現に向けた対策 今夏の節電目標：昨年夏ピーク比でマイナス22%		
対策		対策効果
① 照明設備関係	<ul style="list-style-type: none"> 日射の影響が少ない場所はブラインドを開け、太陽光を取り入れる 人がいない部屋はこまめに消灯する 執務室・昼間は50%消灯 廊下や玄関の照明の開き 80% →以上の全体で、概ね照明電力を半減する 電力消費の内訳：約20%	▲10%
② 熱源・空調・換気設備関係	<ul style="list-style-type: none"> 室温設定を〇〇℃から△△℃に上げる 空調開始時間を始業開始60分前から15分前に変更するとともに、終業時の1時間前に空調を止める CO2濃度基準値であることを確認し、換気ファンの運転台数を半減する。扉、窓を開け放しにしない 夜間の換気を行い、業務開始時の空調負荷を軽減する。ただし、換気装置は最小限に絞る 建物東面の窓は業務終了時にブラインドを閉め翌朝の日射負荷を軽減する 電力消費の内訳：約40%	▲4%
③ 室内機器関係	<ul style="list-style-type: none"> 席を離れるとき、昼休み、帰社時にはパソコンの電源をオフにする。また、夜間のコピー機やプリンタの電源は確実に切る 電気式給湯器の温度設定を下げるとともに、冷蔵庫の温度設定を強一中に変更する 電気ポット、テレビなどは極力使用しない 使わないときはコンセントからプラグを抜く 就業時間以外の給茶器などは電源を切る 電力消費の内訳：約30%	▲4%
④ エレベーター等動力関係	<ul style="list-style-type: none"> エレベーターの稼働を半減し、なるべく階段を使う 降りる場合は原則として階段を使用する(特に午後) 電力消費の内訳：約5%	▲1%
⑤ コンセント等	<ul style="list-style-type: none"> 電気暖房便座のコンセントからプラグを抜く 温水洗浄トイレの設定温度を下げる 電力消費の内訳：約5%	▲1%
⑥ 作業調整等その他の対策	<ul style="list-style-type: none"> 節電担当者を任命している 毎週水曜日の午後1時～3時は「自主休業」を行う 従業員やその家族に対して指導や啓蒙をしている 	▲2%

3. 緊急節電セミナーの開催

以上から、JFMAでは、4/18と4/26の2回に渡って緊急節電セミナーを開催しました。

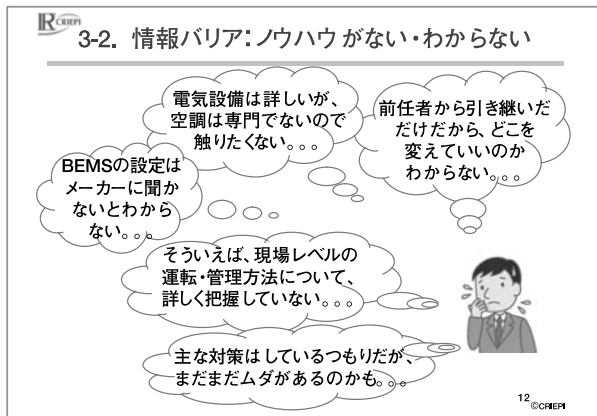
以下に講演概要を記しておきます。



①「節電・省エネルギーを妨げる“バリア”とその解消策」

(財)電力中央研究所 木村氏

過剰なエネルギー使用になっている例が多いこと、節電が進まない理由、改善事例などを豊富なデータで説明していただきました。研究者らしい切り口も好評でした。



②「かながわecoネットワーク～企業・市民・NPO・行政のパートナーシップによる地球環境保全の推進～」

神奈川県地球温暖化対策課 浦氏

神奈川県は、93年の「アジェンダ21かながわ」採択をはじめ数々の有効かつ有機的なネットワークを構築し、進められてきています。その手法や成果は、節電対策にも参考となる制度や成果が多く、引き続いての展開が注目されます。講演では、企業・各種団体・学校・自治体(市町村)からNPO・住民までを網羅しての「かながわecoネットワーク制度」や「マイアジェンダ制度」等、興味深い取組みがお聞きできました。

かながわecoネットワーク 【概要】

(組織のマイアジェンダ)

参加組織

- 企業・団体・学校・
- 自治体・NPO等

主な登録内容

率先実行による取組	パートナーシップによる取組
✓ 温室効果ガス排出量削減の実績や数値目標	✓ 見学の受入れや、施設の開放の有無
✓ グリーン購入の取組の有無	✓ ホームページや冊子による環境情報の提供
✓ 環境マネジメントシステムの有無 など	✓ 公開講座の開催の有無 など

③富士ゼロックスの節電活動のご紹介

富士ゼロックス 木村氏

CSR、サステナビリティやステークホルダーといったキーワードが、企業活動として重要視される前から、同社はポジティブな環境マネジメントを進めてきたことは、よく知られるところです。中でもよく知られる、全社員を対象にした「省エネ点検108チェックシート」は今もって新鮮かつ有効なツールであることを認識させられました。

総務の方にとっては常識(?) かもしれませんが、コピー機や複合機での節電説明も大いに参考になるものでした。

省エネ点検のオフィスと事業所の共通36項目	
<p>1. 省エネルギー活動の進め方</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 組織の整備 2. 人材教育 3. 省エネ目標管理の展開 4. 省エネ設備予算の確保 5. 省エネ管理標準の設定 6. 省エネパトロールの実施 7. 一斉休業(夏季)の実施 8. ノン残業デーの設定 9. 定期的計測、記録の実施 10. 計測器の設置、運用状況 11. 使用量の把握(月、年) 12. 機器の日常点検、定期点検の実施 13. 機器の清掃(フィルター等) 14. PDCA 目標値管理 15. 継続的改善実施状況 <p>2. 空調調和、換気設備の管理方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 16. 温度設定、湿度の適正化 17. 運転時間の見直し設定 18. 不使用室の空調停止 19. 空調区画の限定 20. HFC等5ガスの使用量管理 	<p>4. 照明、電気設備の管理方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 21. 適正照度の管理 22. 不要時間帯消灯(昼光利用) 23. 照明器具清掃、器具交換 24. 灯具取付位置、回路分割 25. 待機電力削減(省エネ複写機PCプリンター等導入) 26. OA機器不要時電力遮断 27. 自販機省エネ型機器の導入 <p>5. 昇降機、建物の管理方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 28. 階段の利用 29. 窓の日射防止(カーテン、遮光フィルム) <p>7. 自動車の省エネルギー法</p> <ol style="list-style-type: none"> 30. 定速走行 31. 空圧圧チェック 32. 暖気運転の削減 33. ゆっくり加速 34. 運転経路の最適化 35. 環境配慮型車両の導入 36. 車両の小型化

④オフィスワーカーができる節電・省エネ

三菱地所設計 高瀬氏

国土交通省大臣官房官庁営繕部作成の省エネマニュアル「地球温暖化対策に寄与するための官庁施設の利用の手引き」を主題に、テナントビルでの節電・省エネの難しさと、可能性について説明いただきました。用途・対策を区分しての節電可能性(26%+α)については、もう少しじっくりとお聞きしたいとの感想を

持ちましたが、同氏のノウハウにあるデータセンターでの節電手法、事例も興味深いものであり、機会があればそちらも願うものです。

省エネのススメ、
空調機器のそばに物を置かないように注意しましょう。

省エネ内容

壁などに設置されている空調機制御用の温度センサーは、室内の温度を感知して、室内が適切な温度になるように空調機へ働きかける役割を持っています。この温度センサーのそばに発熱する機器（コピー機等）を配置している。室内は涼しいのに空調機は暑いものと判断して、冷やし過ぎることになります。また、建物の外壁にあるパナソニック空調機は、室外機は、周囲の空気を熱交換しているため、まわりにものを置くと空気が滞って効率が低下します。

空調機を適切、かつ効率良く運転させ、エネルギー消費を抑えるために、一度温度センサーの周りや室外機の周辺を点検してみましょう。

省エネ効果

エネルギー	CO ₂	¥
113 GJ / 年削減	3,500 kg-CO ₂ / 年削減	14.6万 円 / 年削減

標準的な事務庁舎のCO₂発生量の約0.1%に相当。

JFMA 緊急節電対策セミナー(23.04.18) 25

⑤戦う総務の節電・省エネ

キヤノンマーケティング 齊藤氏

後述の「パナソニック電工本社ビル」と並び、最新ハイスペックビルにおける（信じ難い？）節電・省エネ成果事例として知られる「キヤノンタワー」での省エネ活動であり、内容も感動的なものでした。省エネビルなので「乾いた雑巾を絞っても何も出てこないだろう」と思われていたが、結果として多大な節電・省エネ・省コストを達成したプロセスおよび手法は、ファシリティマネジャーの立場からも非常に参考となる内容でもありました。

I. 今日のお話しの概要

■当事業所(キヤノンタワー)は建設当初から「省エネビル」として設計され、平成15年4月に竣工した。

■省エネビルなので「乾いた雑巾を絞っても何も出てこないだろう」と思われていたが、諦めず、できる事を一つ一つ積み上げて行くと宝の山がゾロゾロ出て来た。

結果として、特段の費用をかける事なく運用面だけで取組み、開始から3年間で、1次エネルギーの使用量を**24.6%削減**
4,400万円のコストダウンを実現した。

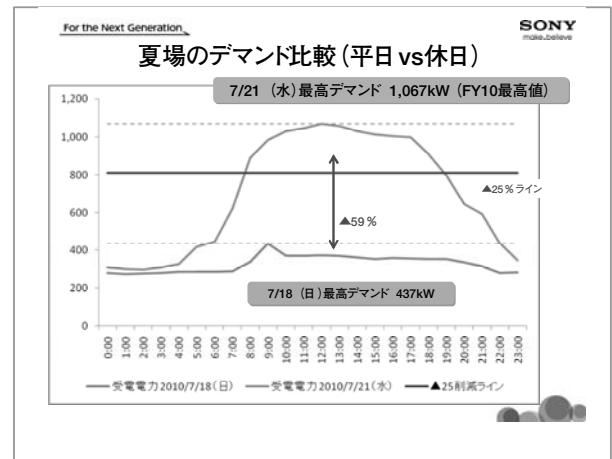
⑥ソニーグループにおける電力使用抑制への取り組み

ソニー 田村氏

インハウス側の総務にこんなに凄いレベルの方がおられる場合、専門家・サプライヤーは何をすれば・証明すればいいのかと悩むのでは、との思いで講演を聴いていました。

BEMS (ビルディング・エネルギー・マネジメント・システム) データの解析を含め、節電対策の抽出、

具体的な電力抑制施策、フォローアップの手法などは会場いっぱいのリスナーにとっても参考になったのではないのでしょうか。今夏に向けた同社の節電自主計画も注目される内容になる模様ですが、今後とも注視していきたい事例です。



⑦協働スキームによるビル省エネ、計測・見える化によるビル省エネ

パナソニック電工 栗尾氏

06年度の経済産業大臣賞受賞（省エネ優秀事例全国大会）によって同社および対象となった本社ビルでの省エネ・節電手法、成果は大きな話題となり、世間の関心呼びました。

推進・管理体制の整備やリーダーシップの大切さを再認識すると同時に、最新鋭・ハイスペック・ショールームを含む大規模多用途ビルにおいて、2018年までにエネルギー原単位を竣工時（03年）比較で50%削減しようと（10年度実績では37%削減の実績）する心意気と、それを裏付けるスキーム、システムは本当に賞賛されるものです。

計測データを活用した専門家による推進体制

「見える化・分析」ツールを使った分析推進の効率化

BAシステム BEMS 中央監視盤 SatTool

データ転送

SatTool SatTool SatTool

社内 専門員 社内 運用部門

社内 専門員 社内 運用部門

メール受信 社内 専門員 社内 運用部門

メール受信 社内 専門員 社内 運用部門

各員が事前に省エネ評価実施
メール討議等で事前検証実施

※データ配信機能はPCの機能を活用

【省エネ専門委員会】

- 事前検証結果を基に、ある程度の見地を持って協議
- 詳細な検証・対策立案を実施
- 検証はデータをその場で加工、分析しグラフ化

省エネチューニングの技術的な検討と恒久対策を効率的(時間・コスト)に立案!!

Panasonic Business for All © Panasonic Electric Works Ltd. 2011 パナソニック電工

⑧高島屋の節電・地球温暖化対策及び百貨店協会の取り組み 高島屋サービス 新村氏

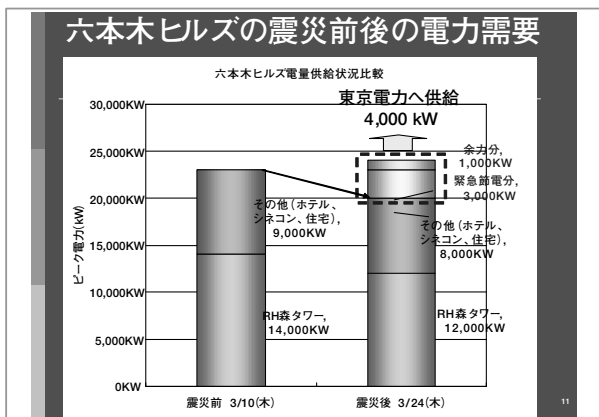
デパートに代表される流通業界は、顧客サービス・満足自体が商品でもあることから、節電や省エネが難しいと思われる面もあります。その中で、COP3（気候変動枠組条約締約国会議・京都会議）以前から全社的な環境マネジメントを推進してきました。従業員5万人による職場・家庭での節電意識やステークホルダー（顧客）への「びっくり！エコ100選」イベント、経営方針としての具体的なSRI（社会的責任投資）活動も注目される内容です。

<p>従業員に向けたエコアンケート</p> <p>高島屋で働く従業員は5万人。その一人ひとりが仕事・家庭でエコ活動を実施すれば、大きな力に。第1弾として、平成20年に全従業員への啓発を目的とした「エコライフアンケート」を実施。</p>
<p>環境投資</p> <p>高島屋が排出するCO2の削減を目的に、各店舗の設備（照明・エスカレーターなど）を省エネ型ものに更新。平成20年から、5年間で100億円を投資する。</p>
<p>びっくり！エコ100選</p> <p>「一人でも多くの人に一つでもエコの種を持ち帰ってもらう」をテーマに平成17年から京都店で開催している環境取組みを啓発するイベント。平成20年から新宿店でも開催。</p>

⑨森ビルの節電・デマンド対策とテナントエネルギー開示 森ビル 武田氏

震災直後から機動的かつ効果的な節電対策をとってきたのが、大手デベロッパー数社です。本講演では、その具体的対策と活用したツールと成果が詳細に紹介されました。

緊急策定され全ビルに配布された16項目の節電対策も、「（大電力使用の）ターボ冷凍機運転抑制」、「キュービクル換気ファン停止」といったオーナー判断が不可欠な内容まで含まれ、他社にとっても参考となった



ことでしょう。

電力会社への供給もCSRの意味で大きく注目されました。

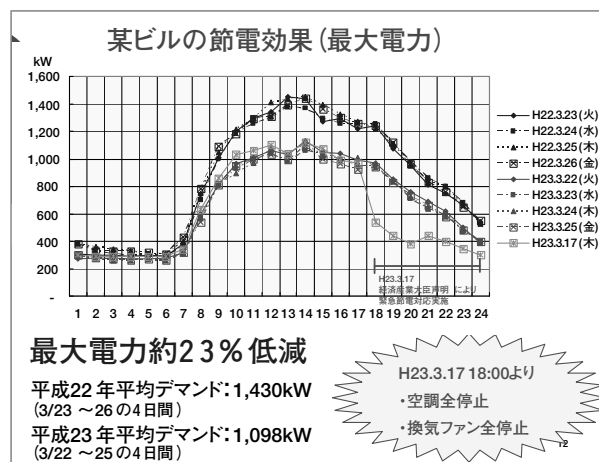
⑩計画停電後の自社及び保有ビルでの取り組み

東京建物 碓氷氏

講師の碓氷氏は、業界団体や行政の各種委員会のほかBCP、防災など多方面でご活躍されている方です。

1回目と2回目のセミナーの間に（社）日本ビルディング協会連合会からリリースされた「電力需給緊急対策への対応」にも触れられ、最新資料も示していただきました。

同社経営層としての対応についても、用途や設備システム、管理体制が多様化した現代にあって「有人管理ビル」、「無人管理、休館ビル」等に区分しての問題点整理と対策提示などはファシリティマネジャーにとっても大きな参考になるものと考えます。



⑪明るすぎるニッポンのオフィス照明！～1/2照度削減で快適空間をつくる手法

オフィスビル総合研究所 本田氏

常識といわれていたオフィスの机上照度750ルクスは、細かい視作業向けの推奨照度であり、現在のコンピュータ画面を通じて行うオフィスワークには半分以下の照度でも支障はなく、大きな節電効果が見込まれます。

必要なとき・ところに・必要なファシリティ環境を提供するという事はFMミッションの一つですが、「オフィスは作業場ではない」という提示も含め大事な視点・課題提起です。

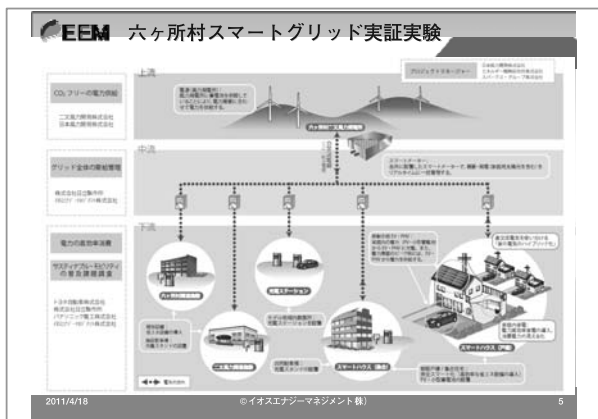
フェーズ	特徴	構築手法
(～1960) オフィスづくりの第1期 作業空間としてのオフィス	安全・生理的欲求 オフィスは人が働くのに必要な「場」でしかなく、単にスペースさえあればそこで仕事ができる時代。	スペース(面積)効率 効率設計
(1960～1980) オフィスづくりの第2期 機能空間としてのオフィス	働きやすさ コンピュータなどの導入によるOA化によって、オフィスに「機能」が求められてきた時代。スペースだけでなく、効率性が重要になってくる。	作業効率・近接度 機能空間設計 環境決定論的設計 レイアウト設計
(1980～1990) オフィスづくりの第3期 快適性を考慮したオフィス	快適性 オフィスの機能だけでは差別化が不可能であるという、人材の質的向上に自らが向けられる。その結果、「快適性」「働きやすさ」などがオフィスづくりの条件に加えられた。	社員満足度 モチベーション エルゴノミクス リフレッシュ 快適性設計 インテリア設計
(1990～2010) オフィスづくりの第4期 人間・環境系を考慮したオフィス	知識創造の場 ポスト工業化社会に入り、知的創造こそが差別化の重要なポイントになってくる。そのためには人材の質だけでなく、組織のあり方や働き方までも改革し、それに合ったオフィス環境を用意する必要が生じる。	ナレッジワーク コミュニケーション 変化・多様性・可視化 人間環境系デザイン ワークデザイン 職の創造 自社目標のデザイン設計

⑫ 「再生可能エネルギーの概要」と「グリーン電力証書の活用方法」

イオス・エナジー・マネジメント 岡田氏

日本のみならず、今後の世界(地球)はエネルギー供給側からだけの措置・対応だけでなく、生活スタイルも含めて使用者側からの視点、対応も強く求められていきます。

温暖化防止、生物多様性、CSRといった新たなキーワードを含んだベストプラクティスが真剣に求められてくるわけですが、本講演で示された新エネルギー、スマートグリッド、グリーン電力証書制度、デマンドコントロールツール等々もその選択肢の一つになってくると思われます。



⑬ 「(季節別) 節電・省エネ・デマンド軽減対策」の具体的手法

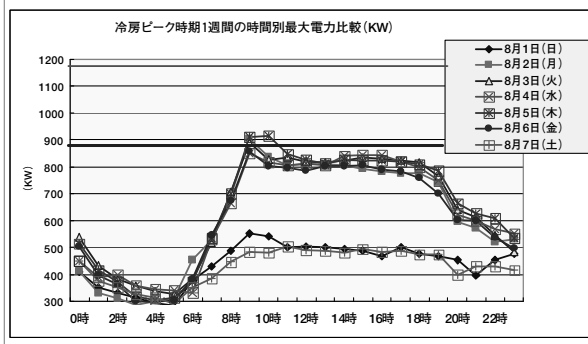
Current編集委員 緑川

有効な節電項目、手法は経済産業省、国土交通省を含め数多く提示されています。大事なことは、本セミナー各講師のようにそれを実践・実行するかどうかです。

ただ、BEMS に代表されるように80年代後半以降

らのビル自動制御等は、相対的オペレーション力の不足・不適による電力ロス、温室効果ガスおよびエネルギーコストの増加も数多く発生させ、課題となっています。本項については、また機会により具体的な説明の場を設けてと考えています。

例えば(2) 管理会社との打合せで協働分析してみる



⑬ 建築・住宅における夏期の節電方策と留意点/空調・衛生工学会 震災対応緊急提言

東京理科大学 井上教授

4月20日に、社団法人空気調和・衛生工学会/「震災対応緊急節電」節電支援部会からビルおよび住宅の節電ガイドが急遽リリースされました。井上先生はビル(非住宅)部門の中心的存在としてもご活躍されておられますが、今回のセミナーでは熱源・空調設備の運用方法変更(※)による節電対策を効果度・難易度判定も加え、解説していただきました。

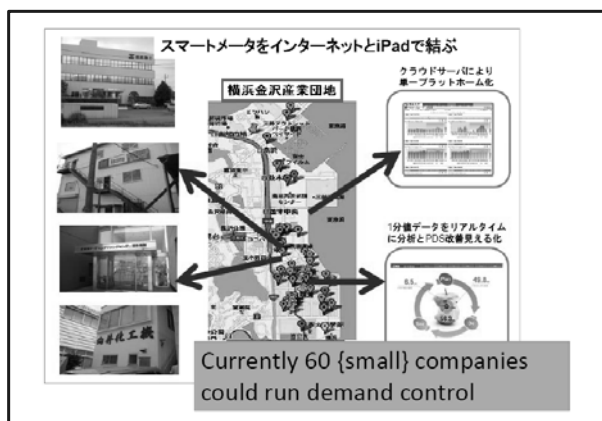
- ※①運用の適正化、②条件の緩和、③範囲の限定、④負荷の平準化(電力ピーク時間帯の節電)

業務用建築における節電メニューと留意点									
<p>冷凍機の出口冷水温度を上げる</p> <p>現在、電動機駆動冷凍機の出口冷水温度の設定を5～7℃で運転している場合、設定値を9～10℃に変更することで、6～8%の電力削減が期待できます。インバータタイプでは特に効果が期待できます。出入口温度差を拡大することで冷水ポンプ動力の低減も期待できます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 冷凍機の種類により節電効果は異なります。 ● 低い設定値が高くなっている場合には効果は期待できません。 ● 設定温度を上げすぎると、二次側(空調機)が能力不足を起こしたりポンプやファン動力が増加する可能性があります。 	<table border="1"> <tr> <td>空(中)</td> <td>条件の緩和</td> </tr> <tr> <td>▲</td> <td>節電効果</td> </tr> <tr> <td>▲</td> <td>採用の難易度</td> </tr> <tr> <td>中</td> <td></td> </tr> </table>	空(中)	条件の緩和	▲	節電効果	▲	採用の難易度	中	
空(中)	条件の緩和								
▲	節電効果								
▲	採用の難易度								
中									
<p>電気・ガス等併用熱源の場合は非電気系熱源をベースに運転する</p> <p>ガスなどを燃料とする吸収式冷凍機をベースに運転することで、屋間の電力消費量を低減することができます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 吸収式冷凍機の出口温度を下げすぎると、冷房能力の減少につながる場合があります。 ● 冷却水ポンプや冷却ファン動力の増加にも留意する必要があります。 ● 自動制御プログラムを変更する必要がある場合があります。 	<table border="1"> <tr> <td>空(中)</td> <td>条件の緩和</td> </tr> <tr> <td>▲</td> <td>節電効果</td> </tr> <tr> <td>▲</td> <td>採用の難易度</td> </tr> <tr> <td>中</td> <td></td> </tr> </table>	空(中)	条件の緩和	▲	節電効果	▲	採用の難易度	中	
空(中)	条件の緩和								
▲	節電効果								
▲	採用の難易度								
中									

【予告編】節電本番の夏前に、より詳細、具体的なプログラムによるセミナー開催（第3回目）を企画しています。

左記はその一部で、4月11日に東大グリーンICTプロジェクトから「『事業所における節電対策』とりまとめ」としてリリースされた節電対策資料の一部ですが、次のセミナーでは同プロジェクト代表世話人である東京大学大学院 江崎教授にご講演いただけることになっています。

東大グリーンICTプロジェクト 電力危機対策

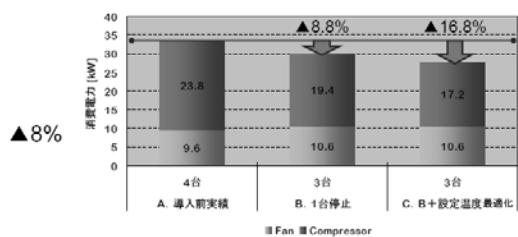


Case Study

導入事例

・効果検証

－CRACのエネルギー消費に関する削減効果



導入後実績値にて16.8%の省エネルギー効果

節電対策

1. 電力使用量のオンラインリアルタイム見える化
2. 高効率照明への取り換え
3. ガス空調の利用
4. 100V電源プラグでの電力使用量モニタリング
5. パソコンの動作モードの管理制御
6. サーバ(計算機)の仮想化・集約化
7. サーバ(計算機)の移設
8. デスクトップパソコン、サーバのノートPC化
9. サーバ室内の節電工夫
10. 発電設備の設置

「節電対策」とりまとめ は、ビルや大学、自治体などにおいて節電の適否に大きく影響する項目を、具体事例や効果検証も交えて記されており、今後の節電推進において大きなヒント、ツールになると考えられます。

4. まとめ

・本号が出版される頃には、内閣府（電力需給緊急対策本部）および経済産業省から「夏に向けた電力需給に関する政策パッケージ」が示されているかと思われます。

・これまでの省エネルギー（温暖化防止）対応とはまた違った対策も求められるわけですが、国を支えるともいえる産業・活動にも大きな影響を与える状況でもあることから、電気事業法27条対応という範疇に留まらず、あらゆる対策（※）を駆使しての節電対応が必要とされます。

※夏季休業期間の延長、分散

操業・営業時間の短縮、残業の禁止

時差通勤、フレックスタイム、直行直帰、テレワーク

生産拠点の見直し 等々 も含めて

・節電は、専門家や技術担当だけでなく、場合によっては総務、ファシリティマネジャーがより大きな成果を出す可能性があることは、キヤノンやソニー、富士ゼロックス等の事例に明確です。

・パートナーも含めた節電推進体制を早期に構築し、意識の共有・節電項目の抽出・効果検証をPDCA的に進めていくことが何よりも大事で、最優先事項としてください。

※1担当だけに任せたままでは、前例や狭い範囲のスキルのみとなり、節電効果が上がらない場合もあり

※例えば、日常清掃後の洗濯機使用を翌朝にする、揚水ポンプのポンプアップを早朝または夜間にするだけで首都圏全体では大きなデマンド軽減が図れる。

・省エネ、温暖化防止対応と同様に、緊急節電も業務用ビル、住宅（家庭）の対応度が全体の節電効果に結果として大きな影響を与えます。

ファシリティマネジャーも、それぞれの職場・組織で対策の先頭に立ち、夏に向けて頑張っていきましょう。

5. 参考；節電関係情報リンク

(経済産業省) 電力需給緊急対策本部

http://www.meti.go.jp/earthquake/electricity_supply/0325_electricity_supply.html

(経済産業省) ピーク電力削減策に関する説明会資料集

<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2011/029/index.html>

(経済産業省) 節電自主行動計画書フォーマット

<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2011/032/shiryo1-4.pdf>

(日本ビルディング協会連合会) 電力需給緊急対策への対応

<http://www.birukyo.or.jp/japan/information/index.html>

(東京電力) 電力の使用状況グラフ

<http://www.tepco.co.jp/forecast/index-j.html>

(東京電力) 過去10年間の最高電力推移

<http://www.tepco.co.jp/cc/press/08091601-j.html>

当日における更なる節電対策

<http://www.jdsa.or.jp/www/rireki/shousai/20PDF/setsuden.pdf>

昨年夏の各地方自治体における節電取組事例

<http://www.enecho.meti.go.jp/policy/setsuden/02.jirei/jichitai.pdf>

(東京大学グリーンICTプロジェクト) 事業所における節電対策

<http://www.jdcc.or.jp/news/article.php?nid=c81e728d9d4c2f636f067f89cc14862c&sid=57>

(空調・衛生工学会) 「業務用建築における節電メニューと留意点」

<http://www.shasej.org/topics/1103/setsuden20110420.pdf>

(東京都環境局) 用途・業界別省エネマニュアル

<http://www.tokyo-co2down.jp/c1-jigyuu/j2/j2-02.php>

(社団法人情報サービス産業協会) 省エネルギー対策事例集

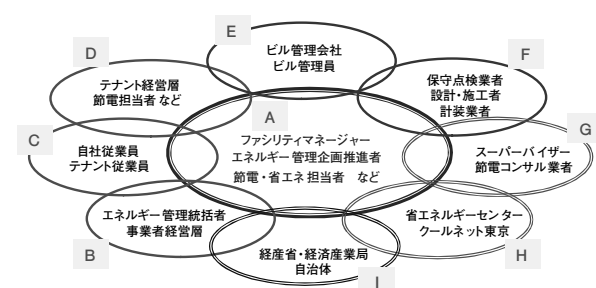
<http://www.jisa.or.jp/report/shoene0907.pdf>

(電気事業連合会) 電力需要の負荷平準化

<http://www.fepec.or.jp/present/jigyuu/juyou/index.html>

各業界向け「省エネルギー実施要領」

<http://www.meti.go.jp/press/20080331014/20080331014.html>



JFMA主催 第3回緊急節電セミナー ご案内

JFMAは、4月18日、26日と「JFMA主催 緊急節電セミナー」を企画実施いたしました。両回とも定員一杯のお申込みをいただき、参加いただけなかった方からのご要望おこたえするため、下記のとおり、3回目の開催を企画いたします。地方自治体や大学における実施例などを含み、前2回とは内容が異なります。多数のご参加をお待ち申し上げます。

趣旨：3月11日に発生した東日本大震災の影響で、電力会社の発電能力が約40%低下し、首都圏エリアは、大規模停電に見舞われる危機下に置かれており、政府は、各方面に対し電力需要抑制についての緊急な協力を要請しています。この情勢を受けて、JFMAは、下記のとおり「緊急節電セミナー」を開催し、会員企業のみならず、広く一般企業・地方自治体を対象とし、「緊急節電」の必要性についての意識昂揚と、具体的手法に関する知見の普及を行い、もって喫緊の要請である、首都圏エリアの電力需要抑制に貢献することといたします。

セミナー概要

目的：「緊急節電」の意識昂揚と具体的手法に関する知見の普及を目的とした「緊急節電セミナー」の開催

日時：2011年6月1日(水) 10:00~16:00

会場：タワーホール船堀 5階 大ホール (タワーホール船堀地区)
(東京都江戸川区船堀4-1-1 都営新宿線「船堀」駅すぐ)

定員：先着順 750名 (定員になり次第締め切ります)

参加費：1,000円

申込方法：JFAM ホームページよりお申込み下さい。 URL: <http://www.jfma.or.jp/>

内容：緊急節電に資する実施事例・ノウハウ紹介等講演
(講演順調整中/内容と講師は一部変更になる場合があります)
詳細はJFMAホームページでご確認ください。

問合せ先：社団法人日本ファシリティマネジメント推進協会 (JFMA)

担当/清水・西村・加藤

TEL: 03-6912-1177 FAX: 03-6912-1178

『今後の100年、500年のための第一歩が、仮設計画から始まります』 復旧・復興におけるファシリティマネジメント

JFMA ヘルスケアファシリティマネジメント研究部会

忘れ去られていた津波の記憶を、100年を超えるスパンで目覚めさせた東日本大震災は、被災直後の人命救助期を過ぎました。現在は、避難所におられる被災者に対して、生命維持のための避難所から一定水準の生活を確保できる仮設を提供する段階に移りつつあります。また、並行して、復旧・復興のための様々な検討が開始されています。

応急に生活環境を作りながら、長期にわたる生活や都市サービスの基盤を、限られた財政の中で短期間に構築しなければならないという、三重苦、四重苦の今だからこそ、私たちの協会はお役に立つ責務があると痛感し、第一弾として、差し迫っている「仮設建設の在り方」を発表することにいたしました。

仮設は、期間限定の施設ではあれ、設備投資がゼロではありません。政府では財源確保論が戦わされておりますが、それ以上に、仮設建設を含めた復興コストを如何に軽減できかつ費用対効果を最大化できるかの解決策が大事です。仮設建設にあたっての、重要なポイントを4点示します。

- ① 仮設建設の場所は将来の本設を予定する立地を選び、仮設建設を復興の準備活動にする
- ② 被災が軽度な既存施設の周辺に、破壊された施設の機能を仮設で集約し、将来の拠点化を導く
- ③ 浸水地域を建設制限区域に指定し、住宅・学校・医療福祉等の生活基盤施設は建てない
- ④ 新しいコミュニティを住民自らが前向きに形成する、心理的方法・誘導ノウハウを組み込む

次に、医療福祉施設、住宅、学校について、仮設建設の考え方を説明します。

【医療福祉施設のケース】

被災が軽度であった地域の中核病院（2次医療圏に2箇所程度）の駐車場や周辺空き地に、仮設の病棟と介護施設を建設します。壊滅した病院・福祉施設の患者・入所者、避難所で発病した患者を受け入れ、医師・看護師も集約します。（別図参照）

高度な医療機器は、中核病院の資産ストックを活用することで投資を軽減でき、不足分の機器は、移動検査車両やポータブル機器で補完できます。各避難所や被災地に住み続ける病人等には、往診車（救急車等も活用）できめ細かく出向いて巡回対応し、住民の不安を払拭します。

将来これを恒久化することで、医療福祉が連携する中核拠点と診療所（GP、サテライト）のネットワーク体制が定着し、長年望まれていた、医療費の最適化を可能とする地域医療が実現します。当然、こうした計画の実施に当たっては地元医師会の協力が必要です。

【住宅仮設のケース】

今回の災害は、立地の安全性を再確認する機会であったと言えます。特に、生活の根底をなす住宅こそ、安全な土地に建設すべきと考えます。

浸水しなかったエリアに用地を確保し、数百年以上の長期間にわたり安全に暮らせる都市構造を、仮設住宅の建設から開始します。斜面地の造成コストが必要になっても、防波堤等の投資に比べ、極めて軽微です。但し、行政は鬼になっても、強制取用レベルの覚悟で臨むべきです。

仮設住宅は、2～3階建てで集中して建設し、3年後には、順次、集合住宅に建替えます。従前の土地で戸建てを再建する総コストより少ないコストで済みます。「コンパクトシティ」を目指し、店舗や公共サービス等の生活支援施設も併せて移転します。住民が、新しいコミュニティに無理なく溶け込め、時間経過とともに、「住めば都」になるような、タウンマネジメントのノウハウが重要です。

【仮設学校のケース】

被災・浸水エリアに、将来がある小・中・高の生徒が暮らす学校施設を作るべきか否かの議論が先ではないでしょうか。私たちは、安全が最優先すると主張します。

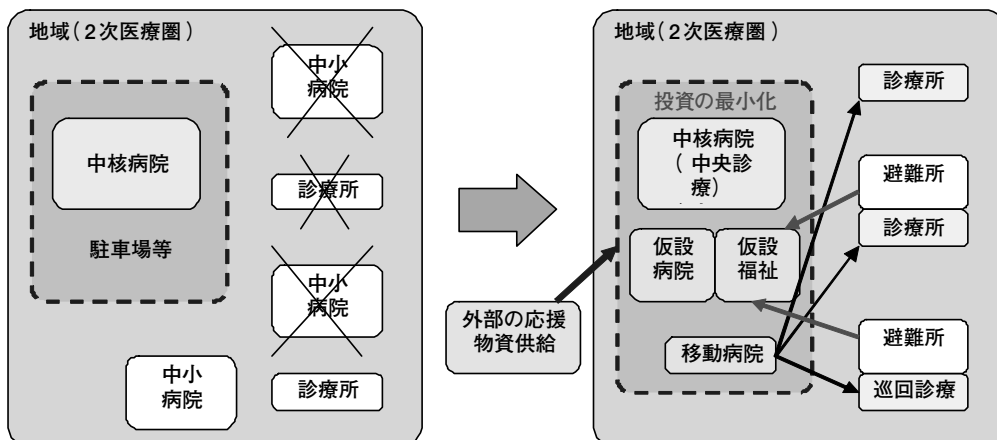
被災せず避難所として使用されている学校では、仮設施設の整備に従い、順次授業を再開します。これを機会に、少子化の地域では、仮設教室を増設する形で、学校を統合する方法もあり得ます。

太平洋戦争の戦後の混乱を考えれば、子供たちに、環境変化への高い順応力を期待したいと思います。「自分たちで学校を再建するんだ」という精神・経験・達成感を育む方法論こそ、真の教育のはずです。一方、メンタル面でのケアは、後遺障害（将来の社会コスト）を最小化するために、可能な限り行うべきでしょう。

我々の生活や仕事は、抽象的な小説や絵画ではありません。太古の昔から、人間は、シェルターである施設（ファシリティ）によって守られて初めて生存することができる生物です。加えて、多数の産業活動で成立している都市社会では、単体の産業施設の建設・運用のみならず、地域的な視点で様々な施設機能をマネジメントすることが必須条件になっています。

当協会は、今回の災害の復興に役立つべく、今まで説明した「ファシリティマネジメント」によるBCPの解決策を継続的に提唱していきます。また、これらは、国内外での災害復興の新しいモデルを目指した提案でもあります。

今後は協会の総力をあげて東北地方復興のお役に立ちたいと思います。



図【仮設建設による地域医療の再建・再構築イメージ】

鯨井 康志

株式会社岡村製作所 オフィス研究所



初めに、この度の東日本大震災と福島原子炉事故での被害に遭われた多くの方々に謹んで哀悼の念とお見舞いを申し上げます。また、一日でも早い復興をお祈り申し上げます。

本稿では、最新オフィス事例紹介の導入部として近年のオフィスづくりの潮流について述べてみたいと思います。

オフィスは企業・組織の経営戦略に対応して設けられるものです。以降の頁に掲載されている四つのオフィスはいずれもそれぞれの戦略達成を目指して入念につくられたもので、だからこそこに紹介されているのです。さて、経営戦略はいうまでもなく各企業独自のものです。このことを考えると、それに応じたオフィスもまた独自のものでなければなりません。オフィスは百社百様であるべきなのです。他者のオフィス事例を見てしまうと「我社もあれと同じオフィスにしよう」といった安直な考え方に陥りがちですが、事例はあくまで参考にする材料であり、これらを土台あるいはきっかけとして自社のオフィスのあり方を考えていく必要があるのです。

オフィスは百社百様と言っておきながら、近年のオフィスの潮流といった総括的なことを述べるのはいささか矛盾しているようにも思えます。しかしどんな分野にも基本となる考え方や普遍的なテーマはあるはずで、本稿ではそうした大きな流れとして、①Creativity、②Well-being、③Ecologyの三つを取上げてみます。

①Creativity

ワーカーが生み出す創造的な知的価値こそが競争力の源泉だとP.F.ドラッカーが語ってからすでに長い年

月が過ぎていきます。私達は日々新しい価値をつくるためにオフィスで働いているのですから、創り出す知的資産の価値をいかにして高めるか、いかにして効率よく生み出すかを考え、そのためにオフィスはどうあるべきかを考えることは、オフィスづくりのもっとも根源的な課題だといえます。

組織全体のクリエイティビティ向上を目指すときに近年もっとも注目されているのは、人と人のつながりを強化することです。新たな価値をつくるのは最終的には一人の人間であるのかもしれませんが、その過程においては同じ組織の人間やプロジェクトチームのメンバーなど多くの人間と関わり合って活動しています。アイデアを膨らましたり、関連する知見を取得したり、最終成果の有効性を高めるためには、単独の活動ではうまくいかないからです。うまくコミュニケーションをとり、コラボレーションする中から価値ある成果は生み出されるのです。さまざまな形態のコミュニケーションやコラボレーションに対応した設えを準備することが近年のオフィスづくりにおける一つの流れであることはいうまでもないことでしょう。

さらに少しだけ将来のことを考えてみたいと思います。これから労働力不足が加速すると、通勤弱者と呼ばれる育児中の女性や障害をもつ方などと離れた場所で働くことが増え、円滑なコミュニケーションがとりづらくなることが予測されています。また、災害などに備えリスクを分散する目的から、在宅勤務を核とするテレワーク制度を取り入れる企業が増えることで、ワーカー同士の関係性が薄くなっていくことが今心配されているのです。そもそも多くの仕事をPCの画面でこなしていく現在の働き方では、オフィスで机を並べて働いている人間同士であっても、今置かれている状況をわかり合うことがやりづらくなっています。このような状況がさらに進むとコミュニケーションやコラボレーションをうまく行えなくなるのではないかと、という心配が生まれつつあるのです。こうしたことを

解消するためにオフィスに求められているのは、個人の状況を見える化し互いのことを認知し合えるようにする機能です。これまで以上に他者と「つながる」ことのできる環境がオフィスに必要な時代が来ると私は考えています。

②Well-being

Well-beingとは、WHO（世界保健機関）が1946年に定義した考え方で、身体的・精神的および社会的に良好な状態のことです。心身ともに健全で、豊かにいきいきと働くことのできるオフィス環境は、個人の能力を発揮させるために重要な基盤だといえるでしょう。

身体的な安全を保つことは多くのオフィスで既に取り組みられていると思われます。具体的には、地震や火災に対する物理的な対策（家具の転倒防止、防火対策の施された内装、避難経路の確保や誘導サインなど）であったり、人間工学に基づく家具（特に事務用椅子）の採用などがあげられます。こうした安全性の確保はオフィスづくりにおいてまず実施しなければならない対策だといえるでしょう。

近年私達が特に配慮しなければならないのは、ワーカーの精神面の健全性を確保することです。新たな価値を創り出すことを常に求められる現在のワーカーには過度のストレスがかかっているといわれます。厳しい企業間の競争の中、「いかにつくるか」だけでなく、「なにをつくるか」から考えなければならないワーカーには精神的なケアが必要になります。これまでの我国のオフィスではともすると無駄と思われてきた「ゆとり」を感じさせるような環境が今オフィスにも求められているように思われます。

事例で紹介されているオフィスコンセプトにも「働く人を健康にする」というものがあります。職場でのストレスを軽減するためにワーカーの皆さんが自らの手で植物を栽培する取り組みをオフィスの中で展開していらっしゃいます。自然に触れることが癒しにつながるという考えで、まさにWell-beingを実践する好例だと思います。

また、照明デザイナーの石井幹子先生は、一般的なオフィスの照明環境に関して疑問を感じておられます。蛍光灯の白く強い光の中で朝から晩まで働くことはワーカーの体内時計を狂わせ、深い睡眠がとれなくなる恐れがあるのです。こうしたことを配慮し、人間が数百万年もの間慣れ親しんできた太陽の光を再現するような照明システムが開発されています。効率重視であったオフィスに、これまでの常識ではありえなかった「ゆとり」を感じさせる仕掛けが入ることで精神的な健全性を保たれる。このことが、長い目で見ればオ

フィスの生産性を高めることになるのではないのでしょうか。

③Ecology

地球環境の保全は社会的な要請であるとともに、CSRの観点においても、コスト削減による利益率向上といった点においても企業経営に直結する問題です。さらに地球環境と共生している感覚を持ち、環境問題に積極的に取り組むことが、ワーカーにとって自分の存在価値を高めることに通じ、モチベーションの向上させることにつながるのです。

オフィスにおける地球環境保全対策としてもっとも身近なものは省エネ対策でしょう。確かにすべてのオフィス、すべてのワーカーが実施すべき対策であることに異議を唱える人はいないと思います。しかし、ここで間違えてはならないことがあります。オフィスの目的はあくまでもそこで働く人々が新たな価値を創造することであり、なによりもこのことを優先すべきなのです。ともすると省エネのために空調の設定温度を上げ（下げ）すぎたり、不適切な照明環境をつくってしたりすることで、ワーカーの生産性を損なうようなことがあっては本末転倒です。知的活動が十分に行え、心身の安全性を確保することを担保した上での省エネ対策でなければなりません。

最近の増えてきた省エネ対策に天井照明のLED化があげられます。まだまだイニシャルコストが高くつくという問題はあるものの、確実に実施件数を伸ばしていることに間違いはありません。既にビル丸ごとすべてLED照明というオフィスビルも登場しており、需要増大に伴う価格の低廉化が期待されるところです。

こうした省エネ対策で見落とししてはならないのは、きちんとマネジメントすることだといわれています。運用管理がなされなければ継続的な省エネ活動は立ち行かなくなってしまいます。マネジメントの第一歩は現状の把握。つまりエネルギー使用の見える化です。ファシリティマネジャーだけでなく、ワーカーに対してもエネルギーの使用状況を見えるようにすることで、改善への気づきを生み、省エネに対する意識づけをすることが可能になります。

以上、最近のオフィスづくりにおけるテーマを三つ述べさせていただきました。これらについては次の頁から紹介されているオフィスに取り組み、いろいろな工夫として展開されています。参考にすべき事項が数多くありますので、期待して読み進めていただければと思います。

NTTデータの 次世代パイロットオフィス構築プロジェクト

羽村 大輔

株式会社エヌ・ティ・ティ・データ ファシリティマネジメントビジネスユニット



このたびの東日本大震災で被災された皆様に謹んでお見舞い申し上げます。

皆様の安全と一日も早い復旧を、心よりお祈り申し上げます。

NTTデータグループといたしましても、復旧に向けて全力を尽くしてまいります。

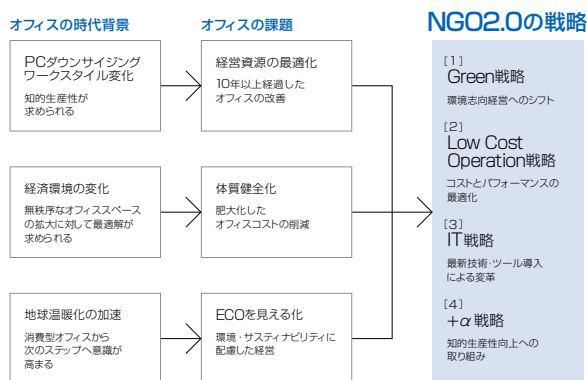
また、今回ご紹介する「環境志向な働き方」を通じて、社会貢献

をしてまいります。

■環境性とコスト性を追求しながら働き方の変革をめざした次世代パイロットオフィス構築プロジェクト

NTTデータグループの本社（豊洲センタービル：地上37階建）は竣工から10年以上が経過し、ワークスタイル・イノベーションが経営課題の1つに挙げられていました。

その第1歩として、ファシリティ管理部門であるファシリティマネジメントビジネスユニット（以後FMBU）が、「Next Generation Office 2.0 Project (NGO2.0)」を立ち上げ、13階



NTTデータグループの次世代オフィスモデルNGO2.0

にある自らのオフィスの改革に取り組みました。

約5万人が所属するNTTデータグループ全体に展開するためのパイロットオフィスとして位置付けられ、環境性・コスト性に優れた次世代オフィスの構築に挑んだ特別プロジェクトをご紹介したいと思います。

■自主的メンバーによるワークショップでプランを熟成

将来的にNTTデータグループ全社的なオフィス改革を実現させることをめざす「NGO (Next Generation Office) 2.0」。

この基盤となるのが、ワークプレイスのアプローチからワークスタイルをイノベートする「Unified Field Design」であり、究極の効率化によってコストを最小化しつつ、ワーカーのパフォーマンスアップを図る考え方です。そこで、「NGO2.0」の第1フェーズとして、2009年9月の運用開始に向けて、FMBU（約80名）のパイロットオフィス構築プロジェクト「NGO1.1」がスタートしました。FMBUからコアメンバーを募り、自主的に集まった6名でプロジェクトチームを結成。7ヶ月間に渡り約30回、100時間以上のワークショップ（WS）を行い議論を重ねました。

■ペーパーレスに向けたハイブリッドオフィス化

当プロジェクトでは昨今の社会状況を踏まえ、Green戦略とオフィスコスト削減が2大テーマとして掲げられました。Green戦略のメイン施策は業務のペーパーレス化の推進?!しかし、大量の紙書類をいきなりフル電子化することは不可能です。そこでハイブリッドカーが全盛の今、オフィスもハイブリッド化すべきだと考え、電子書類をメインに紙書類は必要最小限にすることが現時点での最善策だと考えました。

その具体策として、ノートPCによるモバイルワーク、液晶モニターの活用により、会議資料は紙を使わずにモニター表示とするなど、ペーパーレス業務を徹底するようトライしました。同時にオフィス内のプリンター複合機も3台から1台へと削減しました。さらに収納量を大幅削減するためファイリング・システムを導入し、紙文書の共有化を徹底することにより、1人当たりの収納量を8fmから4fm（個人収納0.8fm+共用3.2fm）へと半減させるプランを実現しました。これらの施策実施により、紙使用量は実に69%の削減が実現しています。

また、省エネ施策として天井灯をすべてグリーン灯（蛍光灯型LED照明）とし、窓際席にはLED式タスクライトを設置しました。さらに、19時になると半分の天井照明を消灯し残業者は点灯エリアに移動して執務を続けるという運用による省エネ化にも果敢に挑みました。

オフィスコスト削減施策としては、コストを抑えながらもワーカーの生産性を向上させる最適化オフィスの実現をめざしました。具体的には、フリーアドレス化の導入等でオフィス面積を現行より26%削減し、賃料ベースで年間約1800万円を削減し、さらにフリーアドレスをベースとしたクリエイティブオフィスへの移行によって、ワーカーのパフォーマンスアップをめざすプランの実現をめざしました。

また、今回の什器調達方法として、什器メーカーとNTTデータの双方のグループ会社を取り込んだ、新たなスキーム（ECO-JV）によるレンタルサービスを採用し、レンタル

終了後の什器を、引き取ってもらい再レンタルに廻すことでGreen戦略になるスキームを確立しました。レンタルは短期間での什器入れ替えができ、常に変化が求められるパイロットオフィスには有効な方法であると考えたからです。

■CO₂とCostを削減しつつ知的生産性アップを実現した先進のクリエイティブオフィスとは

『環境性を高めつつ、できるだけコスト削減をめざしながら、働き方の変革によって業務のパフォーマンス向上を図る。』

この目標に向け、クリエイティブオフィス化を核に、さまざまな重点施策を実行しました。



ライブラリーとリフレッシュスペース機能を兼ねた「クロスカルチャースポット」。カウンター上の壁面は、プライベートの写真等を貼って会話を誘発させる「アイデンティティウォール」。

■「ひとりで」から「みんなで」をテーマに

リニューアル前は執務デスク、会議室、リフレッシュスペースが間仕切りで分断されており、人や情報の流れが少ない環境でした。そのため、自席で黙々と作業をする時間が長く、協働で知的創造性を高めるようなことは少なかったと思います。そこで、新オフィスでは「ひとりで」から「みんなで」、「まとめる」から「ひろげる」へ、というテーマを掲げクリエイティブオフィス化を進めました。

従来の個々に囲まれた執務環境から、4人用テーブル席をメインとしたオープンな空間を構築。席に居ながら通路を通るさまざまな人との自由な打ち合わせができる環境作りを考えました。また、フリーアドレスの採用や、オフィス内に多様なコミュニケーション空間を散りばめることで、活動的に人が動くオフィスプランをめざしました。具体的にはリフレッシュ機能とライブラリーを融合させた「クロスカルチャースポット」、ファミレス風ブースの「Club-D」、やぐらで囲まれた「マーケット」、会議機能を高めた「ハンドリングブース」など、創造性とコミュニケーションを促進させる多彩な仕掛けの場を用意しています。また、壁面やキャビネット面に、世界都市やビル周辺（豊洲）地図、森林などをモチーフとしたグラフィック装飾を取り入れ、創造性を高める為のきっかけづくりにも積極的にトライしました。今回は外部デザイナーにトータルコーディネートを一任したことで、統一感のあるインテリアデザインが実現できたと思います。

また、フリーアドレス運用による新しい働き方をサポートするために、オフィスコンシェルジェを設けたのも大き

通常は執務デスクだが、ロールスクリーンで会議スペースになるマルチエリア「マーケット」。



な特長です。荷物の受け渡しや備品管理・貸出のほか、困った時に相談できるサービスカウンターがあることで、社員の不便さを解消するのが狙いでした。

■最新のITツールがオフィス変革をサポート

社会的な最新ニーズを捉えた施策にもチャレンジしてみました。その1つが先進のIT技術&ツールによって働き方の変革をめざすIT戦略です。ノートPCによるモバイルワークのパフォーマンスを高める最適なLAN環境について検討を重ね、その結果、無線に比べ電波が遠くに飛ばないセキュリティ性と通信の安定性に優れた最新ツールとして注目されている、二次元LANシステム「LANシート」を全席に設置することにしました。

ファシリティ管理部門独自のパンデミックや大災害時のBCP（事業継続計画）対策として、「ハンドリングブース」は災害対策室機能も担っています。そのため、特大モニターによるTV会議システムを導入し大阪オフィス他全国10拠点と常時、交信ができるようにしました。日常的に遠隔会議が行えることで、出張コストや時間を削減するとともに、バーチャル的に大阪と空間的なつながりをもたせる効果も狙ってみました。

予約なしでいつでもどんな話題でも語り合える、ファミレス風スペース「Club-D」。



■協働作業に適した満足度が高いオフィス

リニューアル前（PRE）と後（POST）でPOE（利用者満足度）調査をした結果、PRE調査では、1人当たりのスペースや収納量、部内会議室が充実していたため満足度は59.5点と、什器メーカーのデータベース平均値（47.6）より高い評価を得ました。POSTでは、スペース・収納・会議室などを大幅に削減し、働き方の変革を行ったため厳しい評価も予想しましたが、61.2点と、PREを上回る評価となりました。クリエイティブオフィス化の効果としては、PREでは個人作業時間が多かったのですが、POSTではグループで検討してまとめていく時間が増え、協働作業を増やす試みが実証される結果を得ることができました。今後は当パイロットプランを軸にして、NTTデータグループ全社展開を早期に実現させて、環境対策とコスト削減効果をより高めていくことが目標のひとつであり、このパイロットオフィスも時代に合わせてバージョンアップしていかなければならないと考えています。

テレビ会議システム、大型モニターを備えた「ハンドリングブース」。

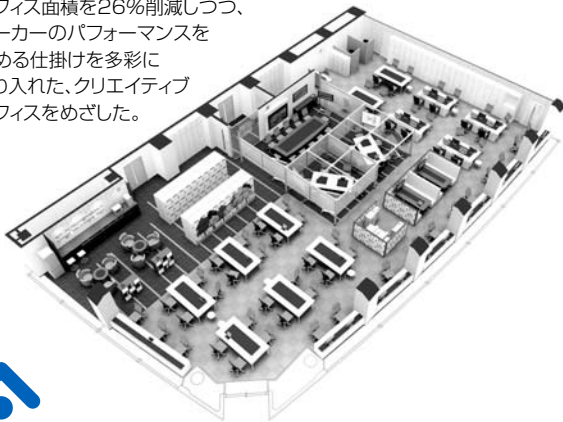




全席に「LANシート」を装備した明るくオープンな空間のフリーアドレスオフィス。

After リニューアル後

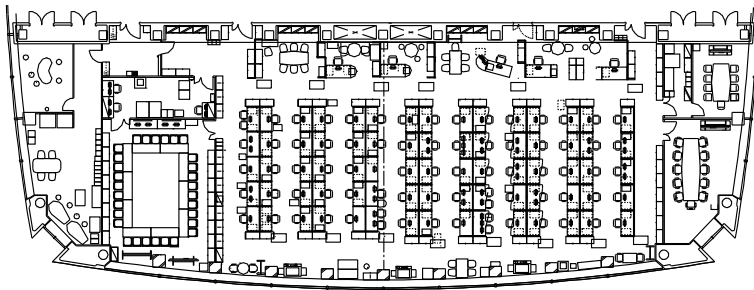
新オフィスは、フリーアドレス導入により
オフィス面積を26%削減しつつ、
ワーカーのパフォーマンスを
高める仕掛けを多彩に
取り入れた、クリエイティブ
オフィスをめざした。



フリーアドレスオフィスでは、“角”席が人気となるため、4つの“角”を持つ4人用テーブルを採用し、そしてツールを常備し、簡易な打ち合わせがすぐに行えるように考えた「HOME1」。

Before リニューアル前

一般的な島型対向オフィスであり、大量の紙書類が存在していた。
また3つのFMBU専用会議室で閉鎖的な空間をつくっており、
偶発的かつ自然な交流が生まれにくい環境でもあった。



リニューアル前のオフィスレイアウト



実施された具体的な施策

TV会議システム導入で出張数削減
 東京-大阪間でTV会議システム(Cisco TelePresence)を導入。常時空間を共有することで、出張回数を減らし、出張費とCO₂排出を削減した。ファシリティ管理部門ならではの災害対策室機能も兼備している。



災害時に威力を発揮した高性能TV会議システム
 FMBUのオフィスでは、遠隔地とのコミュニケーションも重要であるとともに、インフルエンザ等によるパンデミックや大災害時のBCP(事業継続計画)対策として、災害対策室機能を兼備する必要があった。高性能TV会議システムは今回の災害においても移動が制限される際のコミュニケーション手段としても、大きな威力を発揮し、日本のミッションクリティカルシステムを維持する1つのツールとなった。



CO₂&コスト削減施策

残業時の省エネ徹底
 CO₂削減施策の1つとして、残業時(19時以降)は照明点灯エリアを限定し、そこに集まって仕事をする事で電気使用量の削減を徹底した。また、残業者が多数の場合は、LEDタスクライトが設置された窓際カウンター席でも執務ができる。



LED照明で省エネ化
 すべての天井照明に省エネ効果が高い蛍光灯型LED照明を導入。残業時のエリア限定点灯やオフィス面積圧縮による絶対削減効果と併せて、電気使用量を約2.4%削減。年間約144万円のコスト削減効果が得られた。



大幅なスペース削減
 フリーアドレス導入による働き方の変革により、省スペース化を追求し、26%のオフィス面積を削減。これにより、賃料は年間約1,800万円の大規模削減を実現し、電力使用量減少によるCO₂排出の削減効果も果たした。写真は面積削減で空いたスペース(175m²)。



IT&セキュリティ施策

先進の通信システム導入
 モバイルワークに最適なLAN環境の検討を重ねた結果、無線LANに比べセキュリティ性と通信の安定性に優れた二次元LANシステム「LANシート」を採用。すべての席で、LANシートが使える環境を整えた。また、カメラ付のノートPCで顔を映しながら、社内外の複数の人と同時に会話ができるWEB会議システムも導入した。



電子ロックキャビネット
 でセキュリティ強化
 一部の重要書類を収めるキャビネットには、u:ma(複数のICカードに対応するNTTデータが開発したICカード認証技術)対応の電子ロック(システムセキュリティ)キャビネットを採用し、セキュリティを強化した。



Design クリエイティビティ施策

創造性を高めるグラフィック装飾
 クリエイティブオフィスの要素として、壁面やキャビネット面に地図や森林をモチーフにしたグラフィック装飾を取り入れるなど、創造性を高める工夫を随所に施した。窓際の柱面には、世界各都市の建築物のシルエットをモチーフに鮮やかなイエローで彩りあるインテリアを創出させた。



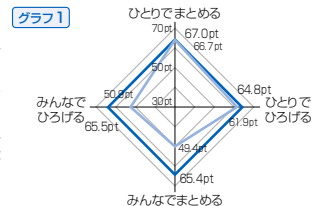
実施した主な具体的施策	実施前	実施後
モバイルワーク	80名全員デスクトップPC	80名全員121インチ型ノートPC化
ひとり当たりの面積の縮小	8.7m ² /人	5.2m ² /人
書類保持量の削減	8fm/人	4.0fm/人(個人0.8fm/人+共用3.2fm/人)
複合機台数の削減	27名で1台(複合機台数合計3台)	80名~100名で1台(複合機台数合計1台)
省エネ業務	残業時はいつでも照明が全点灯状態	19時以降は照明点灯エリアを半分に限定(フリーアドレスのメリットを活用)

削減項目	導入施策	効果
スペースコスト(賃料)	○フリーアドレスの導入 ○ひとり当たり面積の縮小 ○会議室専用スペースの廃止	26%OFF 175m ² の面積圧縮 1,865万円/年削減
電気使用量	○LED蛍光灯の導入 ○残業時集まって仕事をする省エネ業務 ○面積圧縮による絶対量削減	2.4%OFF 300kWh/日の削減 144万円/年削減
書類保管量	○ひとり当たりファイルメーター導入 ○部門共通集中書庫の設置	50%OFF 4.0fm/人削減
紙使用量	○ノートPCによるモバイルワークや液晶モニター活用によるペーパーレス業務徹底 ○複合機台数の削減	69%OFF 28枚/人・日の削減 33万円/年削減

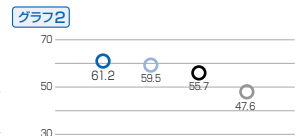
削減項目	導入施策	CO ₂ 排出抑制効果
電気使用量	○LED蛍光灯の導入 ○残業時集まって仕事をする省エネ業務 ○面積圧縮による絶対量削減	27t/年削減
紙使用量	○ノートPCによるモバイルワークや液晶モニター活用によるペーパーレス業務徹底 ○複合機台数の削減	3t/年削減
出張回数	○東京-大阪間でCisco Tele Presenceを導入し出張回数を削減	1.5t/年削減

POE(利用者満足度)調査結果

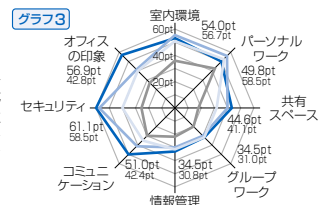
グラフ1:4つの思考モードのやりやすさ(クリエイティブオフィスの効果検証として「4つの思考モード」のやりやすさを調べた。リニューアル前(PRE)は、「ひとりで~」(個人ワーク)に比べて「みんなで~」(グループワーク)の点数が低かったが、リニューアル後(POST)は、「みんなで~」の点数が上がり、4つの思考モードすべてがやりやすいオフィスとの評価となった。



グラフ2:総合満足度評価
 PREでも、什器メーカーデータベースの平均より高い満足度であったが、POSTではさらに高い満足度が得られる結果となった。



グラフ3:要素別満足度支持率
 POSTでは「オフィスの印象」が大きく向上し、全体的にバランスよく支持されている。パーソナルワークの点数が低いのは、執務作業が大半となる派遣社員には、ノートPCやフリーアドレスが多少使いづらい面があることが影響している。



— NITデータ POST — 什器メーカーデータベースPOST
 — NITデータ PRE — 什器メーカーデータベースPRE

(株)再春館製薬所「つむぎ商館」 経営方針に柔軟に対応する“フレキシブル・オフィス”

井手 芳信

(株)再春館製薬所 漢方事業部 (元本社移転プロジェクトリーダー)



「この度、東北・関東の太平洋沖で発生した地震、津波で被災された皆様、並びにご家族、知人の方々に謹んでお見舞い申し上げます。」

はじめに

学ぶ、つくる、感謝する丘「再春館ヒルトップ」は、世界中どこにもない、ひとと自然がひとつになったまったく新しい丘です。敷地面積は約10万坪。その総面積の約80%は、雑木林や花畑や芝生などの緑地帯、その豊かな自然のなかで製造から販売、発送まですべてを行っています。

なぜ、そのような変わった丘をつくらうと思ったのか...そもそも再春館製薬所は、自然からいただいた恵みを人の力に役立てようとする漢方の製薬会社です。だからこそ、自然とともに暮らすだけでなく、自然に学び、学んだことをものづくりに活かし、そして自然に熊本に感謝を届ける、今までにない工場を作りたいという強い思いを抱いていました。2001年に竣工した「再春館ヒルトップ」。そして2007年1月にはコールセンター&本社機能を有する“つむぎ商館”が移転することで「製販一体」の夢の場所が完成したのです。

今回は、この“つむぎ商館”の建設にいたるまでの経緯と、完成した新本社の特徴そして完成後の運用についてご紹介させていただきたいと思います。

移転前の課題

弊社は、創業以来、「自社製造・直販体制」によって



再春館ヒルトップ全景

商いを続けています。直販により、お客さまと直接コミュニケーションできる一この「お客さま一人ひとりのダイレクトな関係」から得たものを、最大限に活用することで、個人商店のように心の通ったサービスを提供する。それとともに組織力を活かして個人商店にはできないレベルでのサービスとご満足を提供する。この両立こそが、再春館製薬所のめざす「大きな個人商店」経営なのです。オフィスは、その「大きな個人商店」を運営する重要なファクターの一つ。常にお客さまと繋がりをもち、的確にお客さまの要望をくみとり、かつ迅速にお客様に満足を与える対応をするには、社内の認識一致、スムーズな情報交換が必須です。そのためには、オフィスも見通しがよく、あらゆるものが“見える”状況にあることで、いわゆる個人商店のように隅々までゆきとどいたサービスが提供できると考えております。

しかしながら、企業の急激な拡大成長とともに、「大きな個人商店」経営を妨げるような課題が移転前の旧社屋において、次第に顕著になってきました。それは、その1. 人員増により、オフィスが手狭になった。その2. 増築された旧社屋は、EVコアや柱が邪魔で、見通しが悪い。その3. 部署が2フロアに分かれてしまい、コミュニケーションが取りにくい。その4. もともと製造部門とは離れて立地しているため、社内の情報共有が難しい。その5. 床の歩行音や照度、温度などの環境面で劣化が著しい。

そこで、経営方針である、「大きな個人商店」経営をより強化するため、もともと「再春館ヒルトップ」構想にもある製販一体を実現し、全社一枚岩となるべく新本社移転の計画を開始しました。

新本社移転プロジェクト

新本社の建設は、ただ単に建物をつくることではなく、自分たちの働く場、行動する場を作ることだととらえ、弊社では独特なプロジェクトの進行を思いつきました。それは、建築家や一部の専門家に任せるのではなく、全社員が参加し、まるで我が家を建てるように知恵を出し合い、そこで働く自分たちにとって、目

指す働き方がいつでも実現できるというこだわりのある新本社を作り上げるということです。まずは、各部署の責任者を集め、新しいオフィスのコンセプトを探ることから始めました。「お客様満足」を追求する上で、自分たちの強みは何かを考えると、第一には、顧客とダイレクトにつながっていることがあげられます。そしてもう一つ重要なことは、「大きな個人商店」経営の根底となっているワンフロア主義です。職種や部門や立場に関係なく、フェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションを行いながら、どのような状況にも素早くかつ柔軟に対応できること。そしてその過程において一人ひとりがさまざまなことに気づき、成長することができるのがさらに重要なのです。このワンフロア主義を徹底するために、すべての部門、機能をワンフロアに集め、とことん“見える化”を進める「一つ屋根の下の大部屋経営」というコンセプトを掲げました。このコンセプトを再現するために、45項目にわたって独自のこだわりを実現するべく、メンバーを集め、あわせて200人以上の社員が参加する大プロジェクトを進めていくことになりました。

そして完成したのが“つむぎ商館”です。

“つむぎ商館”の概要

所在地 : 熊本県上益城郡益城町寺中1363-1
 建築面積 : 8,717m² (2,641.5坪)
 延べ床面積 : 12,593m² (3,816.1坪)
 階数 : 2階
 ワーカー数 : 約1000人
 オフィス面積 : 5,460m² (1,654.5坪)
 執務開始 : 2007年1月

新本社“つむぎ商館”の特徴

壮大なプロジェクト進行のもとに完成した、“つむぎ商館”には、じつにさまざまな特徴やこだわりがたくさん盛り込まれています。例えば、全社員が行き来するスロープを設け、そのスロープで情報共有ができるようにしたり、こまめに空調や照明の入切ができるスイッチパネルなど、徹底して詳細にこだわったところは枚挙にいとまがありませんが、大きな視点での特徴は次のとおりです。

- その1. 1,000人が連携して働く“ワンフロアの実現”
- その2. 全社の状況がわかる、“すべて見える化”
- その3. 経営方針の変更に対応できる、“フレキシブル・オフィス”
- その4. “エコ・オフィス”

その1.

すべてを見通し、連携するワンフロア主義を徹底するために、設計者と長い時間を費やして実現したのが、約4500平米の屋根を支えるたった3本の柱。もちろん、全く柱のない無柱空間にしたかったのですが、建築コストを押さえながらも最小限の数の柱とするために考案されたのが、天井高約9メートルの天井まで、まるで樹木のようにのびる3本の柱です。そしてできあがったワン

フロアの中には、コールセンターはもとより、研究開発部門、システム部、企画部門などすべての部門と会議室や休憩コーナーなど付帯する機能を兼ね備えています。



見学通路より望むオフィス



オフィスに通じる情報共有のためのスロープ



ガラス張りの会議室



オフィスに隣接する見える倉庫

その2.

ワンフロアに収められたうえに、すべて“見える化”を実現しています。例えば会議室は全面ガラス張り。研究開発の実験室やサーバー・ルームまでガラス張りとなっており、“見える倉庫”まで存在しています。また、ワンフロアの特徴を最大限に活かすべく、背の高い中間什器やパーティションなども一切配置しないというこだわりようです。(原則、高さ1,000ミリ以下に抑えています。)

その3.

どのような状況にも素早く対応できるような工夫として、ほぼすべてのファシリティが可動性のよいものを選択しています。組織変更や経営状況の変化にシフトして、レイアウト変更を容易にする配慮をあらかじめ装備しています。企画職のデスク、テーブルはもちろん、コールセンターのお客様プリーザー（オペレーター）のデスクまでも可動式のデスクを採用しました。再配線もしやすい様に、フリーアクセスフロアーに先行統合配線を施しています。

その4.

建築に於いてもエコ、完成後の運用でもエコなオフィスを実現しています。新本社建設予定地にあった樹木は、伐採したあと什器の一部として再利用しています。完成したオフィスでは、自然の風を取り入れた換気システム、天窓からの採光と木漏れ日のように配列された照明による調光。雨水をためてトイレなどの中水としての活用もしています。

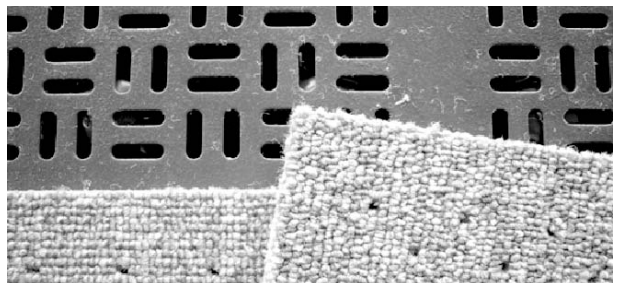
また、高い天井高のなかで効率的に温度管理をするために、床下空調方式を採用しています。



自然の風を取り入れ換気するスイング窓



木漏れ日のような照明



床下空調用OAフロアと専用カーペット



サーバー室もガラス張り



可動式のデスク



エリア毎に照明・空調が容易なビジュアルスイッチパネル

以上のように、多岐にわたりこだわりを持ってつくられた“つむぎ商館”ですが、重要なのはこのこだわりを永続的に維持管理していくことだと思っています。次には、移転後の運営についてご紹介したいと思います。

移転後の運用

建築計画当初より、外部のアドバイザーの支援も受けながらプロジェクト推進しましたが、完成・移転後の運用についても一緒に知恵を出し合い、基本のコンセプトを維持しながら、その時その時の経営方針に機敏にシフトし、ファシリティを可変しながら経営課題をクリアすることに日々努力しています。別図のような運用体制にて各々が密接に連携しPDCAをまわして継続的運営をしています。その具体的な方策は以下のとおりとなります。

・ローコスト運用

FMの基本的な考え方は、コストをかけずに変化に俊敏に対応すること。弊社では、組織変更やプロジェクトの発足、終焉が頻繁に行われます。それに対応してオフィスレイアウトも柔軟に変更していますが、その作業は極力自社内で賄っています。定期的に図面管理されたデータをもとにレイアウトプランを作成し、レイアウト変更作業は、就業時間後に一斉に行います。

電話・LANの接続工事を専門業者に委ねる以外は、すべて自社のスタッフで賄うことで、各部門との調整時間の短縮、施工時における速やかな修正が可能で、余計な経費の発生もおさえています。変更が頻繁に行われるオフィスは、外部支援者によるPOEを毎年実施することでオフィスとしての評価を数値として客観的に計り、継続的に行われるオフィスの進化に反映させています。

また、オフィス内外で使用しているファシリティは、グループ各社間で流用しあうことで、最小限にて最大の効果をもたらしています。会社行事（入社式やパーティ等）や研修、地域活動などの際に必要なファシリティは、新規購入あるいは特別に借り入れることもありません。ファシリティの機種を絞り込むこととともに、各社で共有できるよう仕様の統一を行っているため可能となっています。

・グループ全体でのFM

施設の維持・管理は、グループ企業である(株)キューネットが担当。定期的な点検・保守を行っています。施設の修繕や什器の保守、あるいは建築物以外の敷地内の外構のメンテナンスなども、グループ企業の営繕部門が行います。そのため、社内の安全衛生委員会や外部支援者からの指摘事項に対して、スピーディに対処することが可能です。セキュリティ・チェックも(株)キューネットがグループ全社をカバーしています。グループ各社の施設には、人為的、機械的に見た目には緩やかですが厳格な監視が行き届いており、昼夜を問わず外部からの不法な侵入に備えています。

・環境配慮

環境配慮の点でも徹底しています。自然への感謝を忘れず、いただいた恵みを大切にしたいとの思いで、「環境への取り組み」「もったいない運動」を長年に渡り続けてきました。氷蓄熱システムにより電力消費の少ない夜間電力を用いたり、10,054枚（平成22年2月現在）の太陽光パネルを張り巡らし、日中晴天時には、必要電力100%をクリーンエネルギーで賄うこともできます。社員食堂から排出される生ゴミも粉碎器にかけ堆肥化（コンポスト）し生ゴミゼロ化にも取り組んでいます。廃プラスチックや廃食油から油を作り出す油化装置を導入し、ボイラーの燃料などに再利用リサイクルを行ってまいります。これらの取り組みにより、2003年3月には、ISO14001の認証取得にも成功しています。“つむぎ商館”のなかにある、分別廃棄場所では、細かな分別を行っており、できるだけ廃棄物を出さずにリサイクルにまわすよう心がけています。

これら様々な取り組みにより、平成20年2月、熊本はもとより九州からも初めてという「第17回地球環境大賞」のうちの一つである、フジサンケイビジネスアイ賞を受賞いたしました。

これからの再春館オフィス

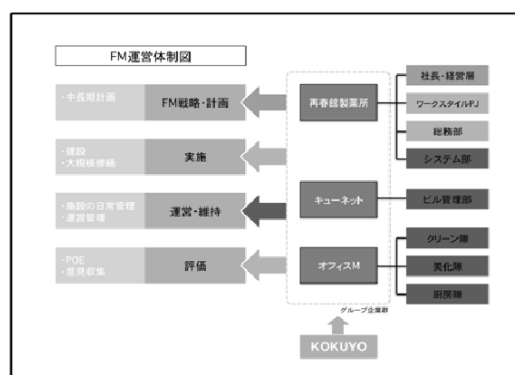
完成した“つむぎ商館”には、野中郁次郎：一橋大学名誉教授もご来訪いただき、その感想を日経Works



分別廃棄箱もリサイクル品



建築物のすべてに設置された太陽光パネル



再春館製薬所 FM運営体制図

84号の成功の本質（特別編）にて「再春館製薬所のオフィスは社員の行動や仕事のプロセスが基礎になっている。社員たちを名詞的存在ではなく、動詞的存在にしようとしている。動詞的存在の人間は互いに結びつき、自ら関係を深める。そうでなければ顧客満足という目標は実現しない。オフィスづくりこそ究極の人づくりなのだ。」と評していただいています。“つむぎ商館”は、2007年1月に完成してからすでに4年を経過していますが、コンセプトが全く陳腐化することはありません。大切なのはこだわりを持って作り上げた当初のコンセプトを保持しながら、時代とともに変化する環境に対応するようオフィスを進化させ続けることだと考えています。

<参考文献>

日経Works 84号（2007年10月10日（株）リクルートワークス研究所発行）

日経ビジネスONLINE 新日本的経営の姿（2007年4月11日 日経BP社発行）

「イノベーションの知恵」野中郁次郎/勝見明著（2010年10月25日 日経BP社発行）

パソナグループ本部 自然との共生を体現した都会のアーバンファーム

山口 徳喜

株式会社パソナグループ 執行役員 総務部長



初めにこの度の東日本大震災と福島原子炉事故での被害に遭われた多くの方々に謹んで哀悼の念とお見舞いを申し上げますと共に、一日でも早い復旧をお祈り申し上げます。

■「働くを応援する」パソナグループ本部

パソナグループ本部は、今まで都内に点在していた人材派遣のパソナのほか各グループ会社の拠点を一点に集約することで、グループの総合力を最大限に活かし、「ワン・パソナ」を強化すること目的に開設しました。これにより、各自のコミュニケーションを密に、さらに情報伝達をスピーディにし、「ワン・パソナ」としてグループ会社間、社員間のつながりがより強固なものになりました。働く人、クライアント双方に、パソナグループのすべての雇用インフラサービスをワンストップで提供できる体制も整いました。

パソナグループの仕事は、「人を活かす」こと。「人」が最大の財産であると考えています。

それぞれが働く楽しさ豊かさを感じながら、積極的に自分自身の持つエネルギーや才能を100%発揮できる「新しい働く場」としてパソナグループ本部にはたくさんの人が集い、様々な情報発信を行っています。

パソナグループ本部が位置するのは、東京駅に程近い呉服橋交差点。東京駅 丸の内、八重洲では、近年都市開発が進み近代的なインテリジェンスビルが立ち並んでいますが、呉服橋周辺はまだ歴史のあるビルが多く残っているエリアで、パソナグループ本部も例外ではありません。築50年以上たつ古いビルをリノベーションすることにより常に人々が集う、まったく新しいオフィスとして生まれ変わりました。

■オフィスデザインは経営戦略に直結する最重要課題

オフィスデザインは経営戦略における最重要な戦略をかたちにする場です。パソナグループでは、創業以

来変わらぬ企業理念のもと、その理念を体現するためのCI管理を徹底しています。パソナグループ本部は、CIを統括する経営トップと各セッションが連携しながらオフィスコンセプトをまとめ形にしました。オフィス完成後も、オフィスで働くパソナグループの社員一人ひとりが、心からお客様をお迎えし、パソナのブランドを作っていく、日々進化を続けています。パソナを訪れてくださるすべての方々に、パソナにきてよかったと感じていただき、また訪れたいと思っていただけるオフィス、そして何か新しい発見ができると予感させるそんなオフィスを目指します。



写真1 ビル外観



写真2 エントランス

■オフィスのコンセプトは「健康」「エコ」「農業」

オフィスでは「健康」「エコ」「農業」の3つをコンセプトに、様々な工夫、取り組みが行われています。

<働く人を健康にする>

まず、一つ目は働く人の健康。仕事や職場で抱える様々なストレスを軽減し、社員がイキイキと活躍できる環境を整備しました。社員が自らの手で植栽の手入れを実施、直接緑に触れることで、癒しを感じやすさを育み、互いのコミュニケーションが取りやすくなりました。これはスムーズなプロジェクト進行や、新たな発想でビジネス構築させたりと、企業のエネルギー・活力を生む結果にもつながります。水遣りなどは、気分転換で業務効率を促進しますし、職場でのストレス軽減にもつながっています。緑がもたらす自然の力は非常に大きなものを感じます。

また、「自産自消」のコンセプトのもと、サラダ菜やトマト、ハーブなどオフィスや植物工場で育てた野菜を収穫し、社内で食材として使用。自分たちで育てた採れたての新鮮野菜を使い、安心・安全な食事を提供することで、社員が健康的に働けるよう配慮するなど心と体の両面から健康をサポートしています。



写真3 社員食堂

<環境にやさしいエコ>

2つ目はエコ。昭和32年竣工の歴史あるビル基礎を残し、リノベーションすることで、環境に優しい新しいオフィスビルに生まれ変わりました。外壁と屋上、バルコニーには落葉樹を多く取り入れ、エコロジーカーテンにより夏には太陽光を遮り、冬には落葉して光を効率よく取り入れるために、以前はオフィスだったところにオフィススペースを削ってバルコニーを設けました。これにより、年間約2トンのCO₂排出量を削減、環境省「クールシティ中枢街区パイロット事業」に認定されています。バルコニーからの緑・季節の花々が、オフィスで働く私たちは室内から、そして街行く人々や高速道路を走る車からも自然の豊かさを感じていた

だけです。

また、古いビルの天井の低さをそのまま活かし、全フロアで間接照明を採用することで、行灯効果により、通常の6割程度の電気量でオフィスに必要な照度（700～800ルクス）を確保しました。企業の顔となるエントランス床には、建築現場で作業用の足場に使われる「足場板」を、社員・スタッフの憩いの場、カフェテリアの柱には「間伐材」を使用するなど環境に配慮した資材を多用しました。オフィスの机、収納扉には、以前のオフィスで使用していたガラスパーテーションを活用、無駄を省き資源の再利用を徹底しています。甘美な装飾は避け、壁・天井は当時のままに簡単な塗装のみの仕上げとするなど、旧きよきものを残しつつ、新しい表情を見せています。



写真4 カフェテリア



写真5 オフィス

<新しい農業の提案>

3つ目が、農業です。ビル全体を「アーバンファーム」と位置づけ、自然との共生をテーマに、目にも体にも心にも優しい、緑に囲まれた環境を都会の真ん中に再現しました。2005年にオープンして話題になった「PASONA O2」での取り組みをさらに発展させたかたちで緑化を導入し、オフィスのほぼ全フロアに野菜を中心とした植物を植栽しています。一歩足を踏み入れると、エントランスには16.5×5.4の一面水田が広が

り、訪れる人の目を楽しませてくれます。メタルハライドランプと高圧ナトリウムランプで成長を促し、この水田では年に3回の収穫が可能です。

また光、温湿度、二酸化炭素濃度、培養液などの環境条件を人工的に制御し、季節に関係なく自動的に連続生産する植物工場が各所に設けられ、葉物野菜をHEFL（ハイブリッド電極蛍光管）というライトで育てています。植物工場は、フリーラウンジのパーティーの役割を果たしたり、ミーティングスペースのベンチの下の引き出しでは、スプラウトを栽培したりと楽しい工夫も見られます。



写真6 水田



写真7 植物工場



写真8 花畑

アーバンファームは、農業の魅力を知ってもらいその可能性を広く社会に提案、新たな農業の発信基地としても注目を集めています。地方自治体、小・中学、高校の修学旅行など国内はもとより、海外VIPをはじめ、アジア、アメリカからの旅行者等多数の方にご来館いただき、今では観光バスが立ち寄る新名所となっています。

一方、就農の窓口という点では、農業を志す人たちに「農業とはどのようなものなのか」を示す場として活用され、田植え・稲刈り体験、植物工場など新しい仕組み紹介、農業ビジネスセミナーなど勉強会や交流会も開催し、農業に関するビジネス窓口として成果を挙げています。

■働くを応援する様々な仕組み

・子育てしながら働くお母さんを応援「パソナファミリー保育所」

子育てしながら働くパソナグループ社員のための企業内保育所を2階に設置、0歳から未就学児を預かります。グループ会社の(株)パソナフォスターが自信をもって提案する保育カリキュラムや知育玩具、そして社員から寄付された楽器や絵本に囲まれ、子どもたちの笑顔があふれています。ボランティア社員による英会話レッスンや、リトミックスなども体験できます。一般保育の他に、お仕事探しのためのイベント参加やスキルアップ研修に参加するスタッフの方の一時保育も受け入れています。



写真9 ファミリー保育園

・緑の手入れ、水遣り、清掃は社員が担当

落葉樹のフジ200本、バラ140種320本、花木と果樹、紅葉する樹木約75種類680本がバルコニーに植えられています。紅葉のシーズンが終わると、バルコニーから一斉に落葉する道路を、社会貢献委員会を中心としたメンバーが毎日清掃にあたります。

館内は、天井や壁の植物には「イスラエルの灌水装置」を導入。自動灌水チューブで作物によって適切な



写真10 バルコニー



写真13 アート工房



写真11 ミーティングスペース



写真12 トマトの会議室



写真14 イベントホール

がミシンを使ってサシェやシューキーパーなど制作しています。併設の「アート村ショップ」では、一つひとつ心を込めて手作りしたアート村商品を販売しています。

・イベントホールから情報発信

情報発信基地として、スタッフ・クライアントをはじめ、学生から中高年の方に向けて毎日様々なセミナー、イベントを開催しています。

水と肥料の量をコンピュータで調整しています。このシステムを使うことにより、節水及び肥料の節約をしています。その他は、フロアごとに担当を決めて、社員が水遣り清掃を行っています。

・アート村工房大手町

アート商品の企画・制作・販売を通じて障害者の自立支援を行う「アート村工房」。裁縫が得意なメンバー

コミュニケーションで進化するプロフェッショナル・キャンパス

杉山 優子

プライスウォーターハウスクーパース株式会社 総務部シニアマネージャー

取材・執筆：JFMA Current編集委員 岩田 幸小里



今回は、第23回日経ニューオフィス賞にてニューオフィス推進賞、情報賞を受賞されたプライスウォーターハウスクーパースジャパン（以下、PwC Japan）の東京オフィスについて、総務部シニアマネージャーの杉山優子氏にお話を伺いました。

東京・浜離宮近くに構えるPwC Japanのオフィスは、短納期の移転プロジェクトの遂行などがフォーカスされることが多いですが、今回は移転後1年経過して感じていることから、実際に現場で活躍されるCurrent読者の方のヒントになるようなお話までを伺いました。

岩田

オフィス移転から1年が経った今、「良かった」と感じていることを教えてください。

杉山

実際に作っておいて良かったのは、22Fのマルチパーパスフロアです。ここは、可動式の間仕切りによってレイアウト変更可能な研修施設に、カフェテリア、プレイルームなどを集約したエリアです。移転前は、研修施設については予約からオペレーションまでの全てを研修部のみで管理をし、研修目的のためのみに利用していましたので、仮に空いているスペースがあっても予約状況がわからずに使えない、という状況だったのです。

移転前に研修部と総務部で「どんなスペースが必要なのか?」「その場所に行かなくては出来ない研修なのか?」「PC、モバイルワーク、e-learningを上手く活用できないか?」「誰が管理するのか?」という議論と確認を続けました。その上で、今まで通り「研修センター」と銘打ってしまえば「研修以外には使えなくなってしまうのでは?」という危惧から、オペレーションを研修部から総務部へ移管し、予約状況の可視化を図りました。その結果、研修だけでなく、「顧客企業向けセミナー」や「インターナルの会議」「パーティー」などの用途にも利用できる、非常に回転率の高いフロアに変貌させることができました。徹底的に話し合いを進めたことが大きな功績に繋がったと感じています。

全スタッフに対して、マルチパーパスフロアの利用機会の可能性を広げたという意味においても、オペレーションを総務部で引き受けたことは大きな意味があります。この建物の中にPwC Japanのグループであるあらた

監査法人とプライスウォーターハウスクーパース株式会社の2法人が入っていますが、移転後はこの2法人のスタッフが相互に自由にこのフロアに出入りしていますので、より自然な交流が出来る場になっています。



図1 カフェテリアを備えるマルチパーパスフロア

岩田

2法人が利用されている執務スペースは、同じものなのでしょうか?

杉山

サービスライン（監査、ディールズ、コンサルティング）ごとにフロアを割り振っており、各フロアのレイアウトなどに若干の違いがあります。フリードレス制を採用しているのですが、サービスラインごとに集合していることとなります。PCやモバイルなど同じツールを使って同じような働き方をしているようでも、各フロアの雰囲気はラインによって若干異なるようですね。

その点でマルチパーパスフロアは、最初から2法人（3サービスライン）のスタッフが利用することをコンセプトにしているので、合同研修会や外部スピーカーを招いた講演会などが開催されたり、カフェテリアや自由に懇談できるスペースに集まるなど、交流の場にもなっています。どちらかの法人やラインの色に偏ることのない、いわば「PwC Japanのエリア」になっているのではと感じています。今回の移転コンセプトが最も花開いたエリアともいえるかと思います。

岩田

実際に総務部でマルチパーパスフロア（旧研修センター）のオペレーションを引き継いで問題ありませんでしたか?

杉山

最初はオペレーションに不安がありましたが、今は予

約も可動式の間仕切りの移動もスムーズに対応できています。

エリア内にはカフェなどの新しいコーナーもあり、当初スタッフは「誰が使うの?」と戸惑っていた部分もあったかと思うのですが、今では「誰が使ってもいいのだ」という雰囲気が出ていて、実際に利用者も増えています。

岩田

22F以外に2社で共有しているフロアはありますか？

杉山

インフラストラクチャー部門というプロフェッショナルスタッフにサービスを提供するバックオフィス系が、1フロアに集まっています。部門ごとにエリアが分かれており、そのフロアに来れば、総務、人事、経理、ITなど全ての相談が出来るようになっていきます。

岩田

既にご存知の方も多いと思いますが、オフィスを統合する経緯を教えてください。

杉山

都内6拠点に点在していたオフィスを1拠点に集約し、監査部門と、M&A（合併・買収）・事業再生や経営戦略策定などを行うコンサルティング部門との間にシナジー効果を生み出そう、というのが始まりです。移転準備を推進している最中に、プライスウォーターハウスクーパースコンサルティング株式会社（旧ベリングポイント株式会社）とPwCアドバイザリー株式会社が2010年1月1日に経営統合して「プライスウォーターハウスクーパース株式会社」となることが決まり、単なる移転ではなくなりました。

バラバラにあった拠点を1つにする、というだけではなく、経営統合という組織の変化も視野に入れたプロジェクトであった点が注目されます。

岩田

異なる組織でお互いをよく知らない中、プロジェクトを進められるということでのいろいろな意見があったのでは？

どのようなことを心がけていらっしゃいましたか？

杉山

移転プロジェクトの担当者サイドから、全社に対して一方的なコミュニケーションをするのではなく、スタッフとディスカッションする形式を取りながらメッセージとして発信していく、ユーザであるスタッフからのメッセージを受け取るということがキーでした。

また何より、トップマネジメントが毎回ミーティングに参加し、その場でディシジョンマークをしていったというスピードの速さと、それを各サービスラインに持ち帰り、自らの言葉できちんと説明し伝えていったことが功を奏したと思います。

岩田

トップの方が参画するという事は珍しいですね。多くのプロジェクトは、プロジェクト内だけで会話をしていざ上層部に報告すると変更になってしまうということが少なくないと思いますから。

杉山

弊社の場合、全スタッフがITツールを使いこなしていますので、そのツールを用いた参加しやすい調査を設計して、協力してもらえるように工夫をしました。例えば、スタッフの1日12時間の行動について、時間帯ごとに、何人で、どこで、何のツールを使って仕事をしたのかなどについて、アクティビティ調査をしました。7日間にわたり全スタッフを対象に実施しました。

岩田

多くの方に参加頂けたのは、うまくコミュニケーションが取れた結果なのでしょうか？

杉山

そうですね。それと、新しいオフィスへの興味と現状への不満があったのだと感じています。だからこそ、より良いものへの提案をしてくれたのだと思います。

岩田

今までPwC Japanのオフィスについて、オフィスのデザイン性の面や組織の統合と合わせて移転を実施したことが注目されることが多かったようですが、実際にはコミュニケーションだとか、「人を大事にする」ということがキーワードなのでは？と感じました。

杉山

そうですね。まず、「誰のためのオフィスなのか」と考えると、それを利用するスタッフのためのオフィスですから、その声をできるだけ拾いあげるようにしました。

岩田

短期間（3カ月～半年）でプロジェクトを完遂できた理由は？

杉山

大きな要因は、「トップマネジメントの決断の速さ」ですね。意見がまとまらない時にも、その場でディスカッションして決めていく、ということの繰り返しでした。

岩田

実際にお話を伺い、オフィスを見せて頂くと、驚くほど上手く運用されているように感じるのですが、何か困っていることはありますか？

杉山

10フロア（10階）にまたがるオフィスになり、「縦の行き来がこんなに大変なもの」とは思っていませんでした。エレベータの乗り継ぎをしないと他のフロアに行けない場合もありますので、その際のエレベータの待ち時間などは想定外でした。

ワンフロアでの横の移動は、自分の脚によるものなので待ち時間も発生しないですから不快に感じませんが、縦の移動ではエレベータなどで強制的に待たされることになりますので、やや不満が募るようです。移転してみて初めて感じた感覚でした。

その時間ロスを「もったいないな」とも感じています。

岩田

それでは、マルチパーパスフロア以外に何か上手くいったことはありますか？

杉山

オフィスに導入する機材等の選定の際の工夫でしょうか。各法人間で文化の違いのようなものがありましたので、会議室の液晶モニターすら導入することに対して反対の意見もありました。会議資料のプリントアウト費用とモニター購入費用の比較をして検討しようという意見も出ましたので、コスト比較をして提示しました。このような工夫を1つ1つ積み重ね、より有用な機材の導入ができました。

また、デジタルコミュニケーションツール（電子掲示版）を各フロアに配置したことも良かったと感じています。メールでのコミュニケーションは、文章だけで相手の表情や息遣いがわからないということがありますが、デジタルコミュニケーションツールを導入し、デジタル映像を利用してトップマネジメントのメッセージを流したり、画像を利用して部門からのお知らせを掲載したり、と重要なコミュニケーションツールとして活用されています。

岩田

入居する時にペーパーレスをされる企業が多いですが、PwC Japanでは実施されましたか？

杉山

10分の1を目指して、最終的には7分の1まで削減をしました。

岩田

経営統合をされる中で、当然総務部も統合されたと思うのですが、チームをまとめられる上で心がけたことありますか？

杉山

法人ごとに仕事の仕方が違うことに気がきました。組織的な働き方ではなく、個々が属人的な対応をしているケースが多く見受けられましたので、「人で動くのではなく、組織で動く」、つまり組織化することに取りかかりました。総務内に小さなタスクチームをいくつも作り、人をアサインしていきました。

その中で、「4,000人近い規模になったのだから属人的な業務では回らない」ということを伝え、チームで働くように心がけました。それによって、誰が何をやっているかが、よく見えるようにもなりました。



図2 窓際の執務スペース

岩田

ファシリティ業務をしていると、ついつい属人的になってしまうこともありますよね。

もともと6拠点に別れていたことや別会社だったということから、従業員の方も相談しやすい方に話してしまうこともあるのでしょうか？

杉山

誰に対しても同じレベルのサービスを提供する必要があるので、「全ての人に同じYesとNoを提供しないとブレてしまう」という意識をもって1本の軸を確立し業務を進めることが大事だと感じます。

移転してきて初めて隣同士になって、今まで働いてきた企業文化が違う中で、さあ統合です、と言われても、皆にとってそうスムーズに事は運ばないと思います。「外資系にいたから慣れているでしょうか？」とおっしゃる方がいますが、そう簡単に慣れる訳がないですよね？

統合して3~5年というのは、人間関係の構築に時間がかかるものだと考えていて、逆に上手いかなければ統合する意味がなくなってしまうという思いもありますね。その点で、私達がラッキーだったのは「統合と同タイミングで移転をして、みんなが同じように新しい箱（オフィス）の中に集った」ということです。これが時間短縮に繋がったのでは？と感じています。

岩田

杉山さんの想いで構わないのですが、実際に業務をされていて移転を通じて気が付いたことなどありましたら、教えてください。

杉山

モバイルツールなどを利用することによって、仕事は、どこでも出来るようになりましたし、Face to Faceで話すことも減ってきていますので、改めて、「オフィスは何のための場所なのか？」と考えるようになってきました。さらに「コミュニケーションをもっと取ってもらい、より良いオフィスにするためにはどうしたらいいのか？」と考えると、枠は作れてもソフトの部分は人ですから、非常に難しいと感じていますね。

併せて、このオフィスに移転してくる際にもう少し「ホームオフィス」（在宅勤務）の観点を取り入れていたら、もっと変わってくる部分もあったのでは？とも感じています。

岩田

タッチダウンオフィスを取り入れる企業、フリーアドレス制を導入している会社も多いですが、想像通りの結果を残せていない企業もあるのが現状だと思います。その多くが「コストカット」といった表向きの標語にフォーカスして導入したケースが多いと感じるのですが、例えば某グローバル企業の海外オフィスで「どこでも仕事ができるようになったけれど、どうやってコミュニケーションを取るのか？オフィスに来なくなったらどうするか？」という課題を耳にしました。それについてはいかがですか？

杉山

これは私の感覚ですが、会社の規模・スタッフの人数とコミュニケーションの取り方には密接な関係があるのではないかと感じています。あまり人数が多くなると、

直接の会話やFace to Faceのコンタクトが少なくなるのではないかと、ということです。

岩田

面白いですし、何となく感覚的に想像がつかます。

杉山

「メールをした方が早い」という携帯世代もいて、当然だと思っていた双方向のコミュニケーションが難しいという現実もあります。

実際にオフィスでのダイレクト・コミュニケーションのデータ結果などをみると、これは誰かがFace to Faceで話をする、あるいは携帯電話などで相手と直接話をするというダイレクトなコミュニケーションを推進していかないと、この先怖いと感じます。メール文化を考え直すタイミングなのでは？と感じています。

どこの企業でも、移転やレイアウト変更をする際にコミュニケーションにフォーカスしますが、実態からするとコミュニケーションの取り方に関して悩んでいるところが多いのではないかと思います。

岩田

そうですね。メールに代表されるツールで便利になることもあるけれど、本来あるべきコミュニケーションにフォーカスした方が良いのでは？ということでしょうか？

杉山

そうですね。また、コミュニケーションエリアのことで言うと、オフィスを設計するデザイナーの方々に対して「移転時だけでなく入居後のことも考えて設計して頂けると嬉しいな」ということを感じます。いかがですか？

岩田

感じることはありませんね。

杉山

理論やヒアリング内容に基づいてハードを作り込んでくださるのは大変ありがたいのですが、実際に運用するソフトは人なので、5~10年の間コミュニケーションを取れる場所として考えて頂きたいと感じます。

私は移転を手伝ってくださった企業の方々に「1年後、2年後にデザインメンテナンスに来てください」とお願いしています。なぜなら、企業である以上は少なからず



図3 白いデスクを配置した執務スペース

組織変更がありハードにも変更が必要になりますよね？そこに新たにご提案いただく機会があるからなのです。それこそ、Face to Faceでお付き合いすることでデザイナーの方にとっては新たなビジネスチャンスになると思うのです。

実は、失敗したなと感じているのはデスクの色。きれいなので白にしたのですが、汚れますね。汚れたままだと、フリーアドレス制を採用しているので、全員がきれいな席に座りたいという気持ちに応えることができません。そこで、3カ月に1度、総務部全員で「オフィスクリーンアップ」と銘打って全フロアのデスクを拭いています。総務部全員で10時間くらい掛けて清掃をしています。

岩田

最後に、今回の移転でいろんな施策が上手くいったのはトップマネジメントが参画し、みんな同じということをお伝えしていったということでしょうね。

杉山

それももちろんありますが、さまざまに異なる意見の調整を、広い視野でかつ具体的に検討した、ということも挙げられると思います。会議室などのモニタもその一例で、無かったら無いで済むことも、実際に使ってみると便利であることを実感してもらい、しかも実はコスト削減に繋がっている、ということを示しました。そういうことが良い結果につながったと思います。

岩田

私達ファシリティマネジャーは、多くの人が要望することを「そうじゃないよ」と伝えることが多いですが、それと同じくらい「いいよ」と言われたものも、具体的な利点を示して「必要だよ」と伝えていくことも大事だということですよ？

杉山

そうですね。

岩田

いろいろお話を伺うことが出来て有意義でした。従業員のためのオフィスというキーワードから始まり、実体験に基づくお話はCurrent読者のヒントになることも多いと思います。ありがとうございました。

※当インタビューは、2011年2月16日に実施されました。

東日本大震災により被災された方々に謹んでお見舞いを申し上げます。

一日も早い復旧・復興を心よりお祈り申し上げます。

PwC Japanでは今回の地震による従業員やオフィスへの被害はありませんでした。震災後、総務部では、オフィス内の節電対策として、空調の原則OFF設定、執務エリアの通路部分や日のあたる部分の消灯、複合機・プリンターの利用台数制限や節電モードの強化などを実施しています。また、テナントビルによるトイレのエアータオルやウォームレットのOFFなどの省エネにも協力しています。

※オフィス情報：延べ面積 1,506,656.0m²
座席数 1968席

オフィスのFM



コクヨ北関東販売株式会社
取締役
一箭 憲作

この度の、東日本大震災で被災された皆様に心よりお見舞い申し上げます。こうした災害に備えた常日頃からの対応も含めてオフィスのFMは遂行する必要がありますが、今回は全般的な論述とさせていただきます。

■FMの対象施設

「総解説ファシリティマネジメント」では、ファシリティマネジメント（以下FMと略す）を「企業、団体等が組織活動のために施設とその環境を総合的に企画、管理、活用する経営活動」と定義し、ここでいう「施設とその環境」をファシリティと定義している。

さらにこの定義の前段では『人々の働く「場」を経営資源としてとらえ、活性化し、いかに経営に貢献させるかということ』をFMの考え方の基本としている、と記述されている。これらから、「施設」という物理的空間の中＝屋内で働く人々を対象として改めてファシリティを考えると、働く「場」としての施設は産業により様々存在する。

日本の産業別就業者数を総務省の2011年統計で見ると、第1次産業就業者は全体の3.0%、第2次産業では24.7%、第3次産業では72.3%となっている。屋内の働く場が第2次産業では工場であったり、第3次産業では店舗や病院や教室であったりするとしても、やはり「オフィス」という情報加工の場はどのような産業においても必要であり、「オフィス」が屋内の働く場の主とした施設に上げられることに異論を唱える方は少ないであろう。

■ファシリティとしてのオフィス

ファシリティ＝「施設とその環境」であるから、まず物理的空間としての施設の構成要素である土地・建物がある。

さらに「その環境」の説明として、「総解説ファシリティマネジメント」では「人が働き、利用する内部環境（中略）施設を取り巻く外部環境（中略）さらに（中略）コンピュータネットワークを利用する情報環境がある」と解説している。

そうすると、ファシリティとしての「オフィス」は、実際に人々が働く個々の物理的空間（床、壁、天井で囲まれた空間）と共に、その内部環境（空調、温湿度、照明、音環境、臭気環境など）や地球環境問題対応、情報環境なども全て含んだ「場」ということになるのである。

そして、働く人々の「場」としての物理的環境を構成す

る要素として、働くための支援ツールとしての什器備品やその配置具合、空間のセキュリティのための設備や機器類とその配置も対象になる。

■オフィスのFM

日本の企業・団体においては、オフィスを管理する担当部門は総務部であることが多い。では現状、総務部で行っているオフィスの維持管理はFMなのか？という点、確かにFMである。

しかし欧米のFM部門が実践しているFMと、日本の一般的な総務部が実践しているFMには、違いがある。

まず、FMの概念は、戦略型の経営手法に基づいている。欧米のFM部門には戦略部門が内在し、「投資」の概念がある。日本では、大規模な施設改修や新築・移転などは経営企画部門が計画し、検討が始まると総務部から社員は出すが、全社プロジェクトが組まれてプロジェクトリーダーは総務部の社員ではないことが多い。つまり運営維持管理だけの部門なのである。維持管理に関しては「費用」＝コストとして扱われ、問題が発生したら受動的・営繕的に対処していくので不急事項は後回しになる。

「投資」を行うには戦略や企画・計画が必要になり、リターンとしての付加価値や効果を計る。維持管理においても、将来を見越して調査分析し、問題発生の可能性を追求し、未然に防ぐ措置を取ったり、現状維持ではなく、常に最適化を追求して検討するのである。つまり能動的なのである。

2つ目として、戦略を練るためには、情報やデータの一元管理による分析が必要である。問題発生対処療法型は部分最適でもよいが、未然防止型は課題の発見が必要であり、課題が多い場合には優先順位をつけた対応が必要である。そして大きな投資を行うのであれば、全体最適を求める計画が必要である。課題が見つかり、解決策を考えていく手法としてFMではベンチマーキング手法を使っている。当該オフィスと近似した条件下で最適な結果を出している事例（＝ベストプラクティス）を目標とし、ベストプラクティスに向かって、現状を変更していく手法がベンチマーキングであり、欧米のFM部門はこの手法を活用することが多い。当該オフィスの前年実績や前例などを検討材料として計画を立てることが多い日本とは大きな違いである。

3つ目に、目標を決めたら達成時期を決め、一定の単位期間毎のマイルストーンを設定して時間軸での計画を立てる。期間単位で計画と実施後にどのような差異があるのか？その原因は？などを分析評価し、次の期間での修正目標にしていくことになる。これがPDCAのサイクルと呼ばれる業務遂行のパターンであり、ISOの各種認定業務がこのPDCAのパターンを踏襲しているのと同様、FMでもPDCAを業務遂行サイクルとしている。

以上大きな違いを3点挙げてみたが、皆さんのオフィスのFMはどうだろうか？

（出典）・「総解説ファシリティマネジメント」、2003.1日本経済新聞社発行
・総務省「労働力調査」平成23年2月速報

■ JFMA ウィークリーセミナーのご案内

“FMを究めよう”

2011年5月～7月予定

2011年5月16日現在

5 月	第2回		
	5月25日 (水) 地球環境問題の動向と環境ISO (社)日本能率協会 審査登録センター 笹森 幹雄 氏 WS0377		
6 月	第1回	第2回	第3回
	6月1日 (水) デューデリジェンスと エンジニアリングレポート [3月23日より延期] (株)アースアプレイザル 山縣 滋 氏 WS0378	6月8日 (水) 2011年 東北地方太平洋沖地震 の特徴について 応用地質(株) 地震防災部 松山 尚典 氏 WS0379	6月22日 (水) 今からでも遅くない! 多拠点の耐震対策方針と実践の考え方 いのうえFMコンサルティング (元パナソニック) 代表 井上 英夫 氏 WS0380
	第1回	第2回	第3回
7 月	7月6日 (水) 広域災害時における 企業・施設の危機管理対策 (株)セノン 上倉 秀之 氏 WS0381	7月13日 (水) IPv6時代のユビキタス環境と ファシリティーズ・ネットワーク [4月13日より延期] (株)ユビテック GREEN ITタスク 伊藤 公祐 氏 WS0382	7月27日 (水) [調整中] WS0383

※各回の定員は30名。時間は18時～19時30分予定。開催場所は原則JFMA会議室。
 ※参加費は会員2000円、一般3000円です。当日は現金又は回数券にてお支払い下さい。
 ※受講者はファシリティマネジャー資格更新ポイントを1講座につき1ポイント取得できます。
 ご希望の方は当日ポイントカードをご持参ください。ポイントカードをお持ちでない方は、当日受付にて新規交付を受けられます。

ウィークリーセミナー参加申込書

Fax : 03-6912-1178

年 月 日 申込

申込講座番号 :

WS

※セミナー一覧表に記載の
WS□□□□をご参照下さい

(参加者氏名)

(勤務先名称)

(所属・役職)

連絡先 (e-Mail)

@

(電話)

当てはまるものに
○をしてください

会員 2,000円

一般 3,000円

回数券

※お申込み受領後、当方より上記 (左側優先) 宛に確認のご連絡をいたします。連絡がない場合お問合せ下さい。
 ※当紙1枚につき、1名様のお申込みとさせていただきます。

JFMAウィークリーセミナーに関するお問合せ先 :

(社)日本ファシリティマネジメント推進協会 (JFMA) 〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町2-13-6 浜町ビル6F
 e-Mail : info@jfma.or.jp Tel : 03-6912-1177 Fax : 03-6912-1178 「ウィークリーセミナー担当」宛

編集後記

今月号のJFMA Currentは、当初予定されていた5月号の編集企画を、急きょ、一部変更いたしました。

今年の春は、日本のみならず世界中の人々にとって深く考えさせられる禍が続いています。自然の力について、人智の浅はかさについて、そして生命の逞しさについて謙虚に思いを巡らし、明日への希望を見出さなければなりません。企業や個人は、各々がやるべきことを見つけて同じ方向に向かって行動を起こしました。これから先、私たちファシリティマネージャーには、考え、行動しなければならないことが山積しています。日本を強く支えていくために、知恵や技術を持ち寄り、広く伝えていく場としてCurrentが活用されることを強く願いながら、発刊いたします。

最後になりましたが、被災された方々の生活が少しでも早く立ち直り、心の中に新緑の眩しい季節が訪れますように祈っております。

(野瀬かおり)

JFMA Current No.163/5月号

編集長代行兼委員長 川野史雄(プラス株式会社)

アドバイザー 松成和夫(プロコード・コンサルティング)

編集委員〔五十音順〕

青木正克(郵便局株式会社)

一箭憲作(コクヨマーケティング株式会社)

岩田幸小里(株式会社シープランニング)

上ノ畑淳一(FMリサーチャー)

岡 直登(アルゴラータアソシエイツ)

小野泰輔(熊本県)

小林 寛(W.M.C.ワークプレイスマネジメントクリエイト)

鈴木絵美(株式会社岡村製作所)

那須由理(富士フィルム株式会社)

野瀬かおり(ファシリティマネジメント総合研究所 オフィス・ケイ)

萩原芳孝(株式会社 久米設計)

日高昇治(株式会社 NTTデータ)

松岡利昌(株式会社松岡総合研究所)

緑川道正(日本メックス株式会社)

渡辺 光(ソニーファシリティマネジメント株式会社)

発行日 2011年5月23日

発行 (社)日本ファシリティマネジメント推進協会

発行人 坂本春生

事務局 清水静男

〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町2-13-6
浜町ビル6F

TEL.03-6912-1177/FAX.03-6912-1178

e-mail : info@jfma.or.jp

URL : http://www.jfma.or.jp

制作協力 NPC 日本印刷株式会社

※本誌掲載内容の無断転載・複写を禁じます