

ファシリティマネジメントフォーラム 2024
JFMA CREマネジメント研究部会

「ジェネレーションの価値観から紐解く 企業不動産（CRE）マネジメントの新潮流」

FACILITY ファシリティマネジメント
フォーラム 2024
MANAGEMENT
FORUM 2024

第18回 日本ファシリティマネジメント大会

主催 公益社団法人 日本ファシリティマネジメント協会(JFMA) 後援 経済産業省 / 国土交通省 / 日本経済新聞社

テーマ

FMIのチカラ

イノベーション経営を支えるファシリティマネジメント

2024年2月

CREマネジメント研究部会長 堀雅木
同メンバー 原悠子

自己紹介 堀雅木 (Masaki Hori)

国内海外での建築・不動産に係る様々な経験を活かし、現在は、第一生命にて、不動産（リアルアセット）を活かし、先進的な経済価値、体験価値、社会価値の共創を推進中。

	国内 (Domestic)	海外 (Global)
学歴 (Academic)	 <p>TOKYO METROPOLITAN UNIVERSITY 東京都立大学</p> <p>1997年 建築学科卒業 民家の環境工学的機能を研究</p>	 <p>2004-2006年 PM/CM修士 建築・不動産に係るマネジメントを学ぶ</p>
サービス サイド	<p>NIKKEN EXPERIENCE, INTEGRATED</p> <p>1998-2000年 設計部、PMC所属 建築設計、マネジメントビジネスを担当</p>	<p>DEGW PEOPLE, PLACE, PERFORMANCE</p> <p>2005年 ワークプレイス 戦略コンサルティングに従事</p>
職歴 (Professional)	<p>一生涯のパートナー</p> <p>第一生命</p> <p> Dai-ichi Life Group</p> <p>1997-2003年 不動産部 営業用物件の新築、保安全管理に従事 2008年～現在 不動産開発（豊洲、相互館、烏山G等） 本社事業所再編、CRE・FM推進を担当</p>	<p> imagination at work 日本</p> <p>2006-2008年 本社移転、FM導入、EHSを担当</p>
業界団体	<p> JFMA 公益社団法人 日本ファシリティマネジメント協会</p>	<p> CORENET GLOBAL</p>

我々を取り巻く環境の変化とファシリティへの影響

2006年 国連PRI



ESG

2011年 東日本大震災



BCP、節電

2015年 国連SDGs
パリ協定



サステナビリティ
脱炭素、再エネ

2019年 新型コロナ
ウィルス感染症



パンデミックレディ
非接触

2020年 日本2050年カーボン
ニュートラル宣言



脱炭素

「人」、「（自然）環境」、「ファシリティ」の関係性

環境負荷最小化 + **ウェルビーイング最大化**

エネルギー、資源、生物多様性・・・

健康・安全・快適、ウェルビーイング、生産性、格差、寛容・・・

自然



ファシリティ = 都市・建築・ワークプレイス

- ハード(built environment)
- ソフト(place making)



人

環境負荷
min

環境
E

環境課題の解決へ

ウェルビーイング
max

社会
S

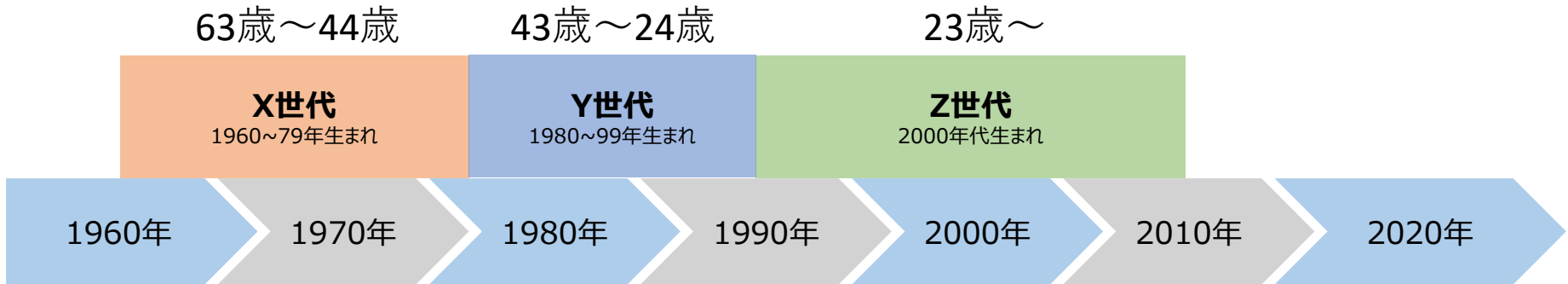
社会課題の解決へ



JFMA SDGsタスクフォース (似内)

(出典) JFMA「SDGsで変わるファシリティマネジメント」2021より

XYZの世代分類



世代	年代	他世代との違い	その他特徴
X世代	1960～79年生まれ	個人主義的傾向が強い	・団塊ジュニア世代
Y世代	1980～99年生まれ	リベラルな価値観が強い	・ミレニアル世代とも呼ばれる ・ゆとり世代とも呼ばれる
Z世代	2000年代生まれ	幼い頃からスマホやSNSに親しむ	・デジタルネイティブ世代 ITリテラシーが高い

各世代の特徴

63歳～44歳

43歳～24歳

23歳～

X世代

Y世代

Z世代

1960年

1970年

1980年

1990年

2000年

2010年

2020年

世代

主な特徴

X世代

- 高度経済成長期やバブル期に生まれ、物質的な豊かさに価値を置く傾向がある
- **自己主張や個人的な成功を重視する傾向**
- 地域や家族との結びつきやワークライフバランスを大切にする
- デジタルネイティブでは無いもののデジタルに慣れ親しんでいる

Y世代

- 幼少期からインターネット環境が整っていた
- 新聞や雑誌などの紙媒体から情報を収集する場合も多く、複数の媒体からバランスよく情報収集することに長ける
- 旅行をはじめとする『体験』にお金を使いやすい傾向。**『モノよりコト』を重視**
- SNSを積極的に利用
- **社会的な意識が高く、社会貢献(環境や社会的責任)のアピールに強い関心がある**
- 価格を比較し、コストパフォーマンスを重視する傾向がある

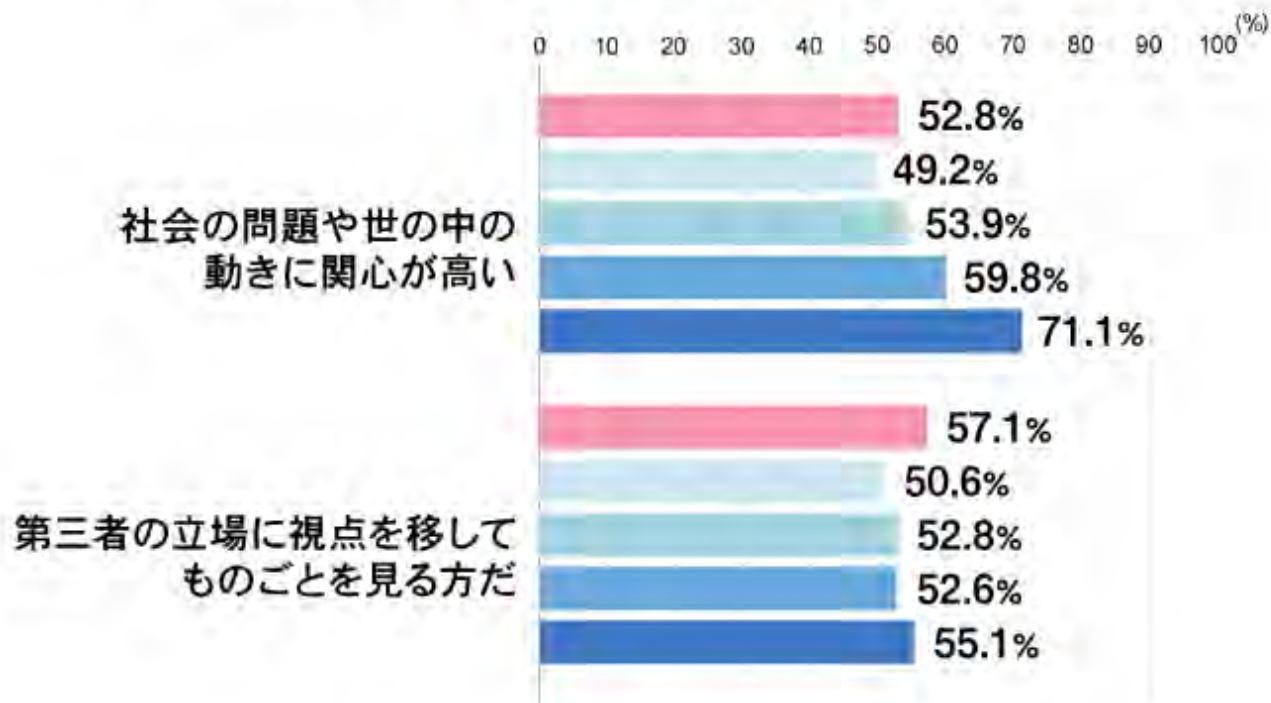
Z世代

- デジタルネイティブ
- 商品やサービスは情報収集し価値があると感じるものを購入する
情報の信頼性を重視し、インフルエンサーのSNS投稿で紹介した商品を購入する傾向
- 体験や価値観、好きなものに対しSNSを通し他社と共有する習慣が根付いている
- **多様性やダイバーシティに対する意識が強く、社会的な意義を重視する傾向がある**
- ジェンダー・固定概念・偏見で判断することに抵抗がある。(「女だから」「男らしく」)
- SNSを中心に世界中に多様な価値観に触れているため、**自分の価値観(自分らしさ)を大切にする**
自分の好きなことや関心があることについて時間やお金を惜しまない
- オンラインのコミュニケーションに慣れている

Z世代が、X,Y世代に対し、社会への関心が高く、世の中を鳥瞰して捉える向き

社会への関心やものごとの見方（世代別）

■ 15-24歳 (Z世代) ■ 25-34歳 (ミレニアル世代) ■ 35-44歳 (ジェネレーションY) ■ 45-54歳 (Z世代の親世代) ■ 55-74歳 (シニア世代)



橋元教授 & 電通 2021年共同調査

Z世代の環境問題に対する意識

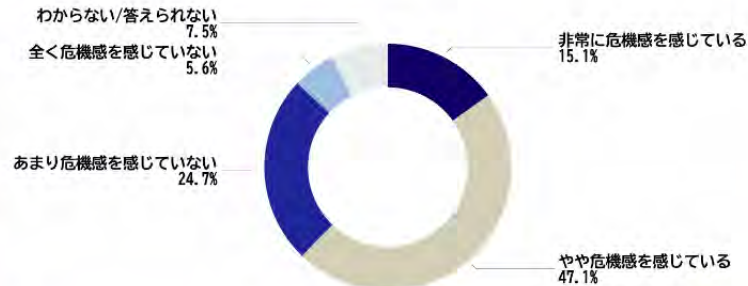
Z世代の62.2%が、環境問題に対して危機意識あり

「Q1.あなたは、環境問題に対してどの程度危機意識を感じていますか。」(n=1009)と質問したところ、「非常に危機感を感じている」が15.1%、「やや危機感を感じている」が47.1%という回答となりました。

57.5%が、日常生活の中でも環境を意識

「Q5.あなたは、日常生活の中で環境や自然について意識する瞬間はどの程度ありますか。」(n=1009)と質問したところ、「非常にある」が13.2%、「ややある」が44.3%という回答となりました。

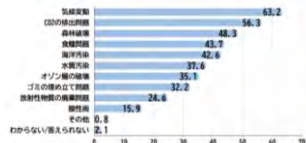
Q1. あなたは、環境問題に対してどの程度危機意識を感じていますか。



n=1009

ZURICH

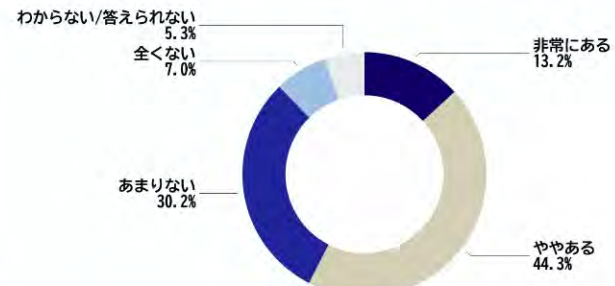
Q2. あなたが危機感を感じている環境問題を教えてください。(複数回答)



n=827

ZURICH

Q5. あなたは、日常生活の中で環境や自然について意識する瞬間はどの程度ありますか。



n=1009

ZURICH

Z世代のブランド意識

Z世代と他世代を比較したときのブランド意識の違い

Q.企業・ブランドをどのように意識しているか教えてください

※「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」から単一選択
※世代間のアンケート回答傾向による偏りを取り除く目的で、各世代ごとの回答率を偏差値に換した上で比較しています。



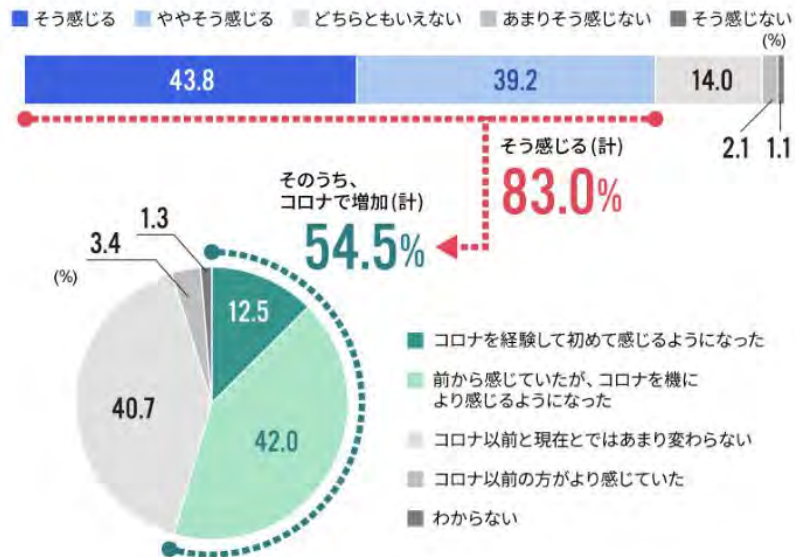
tête_{arche}

©tete marche CO., LTD.

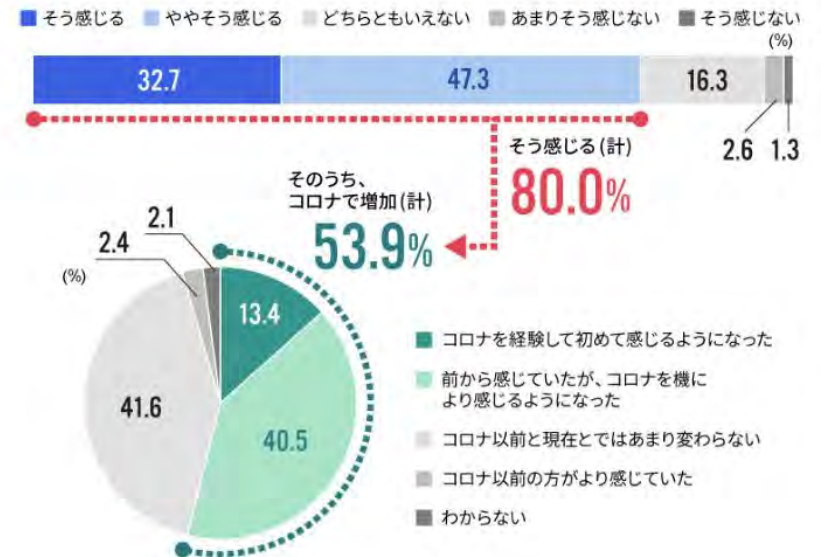
出展：『テテマーチ株式会社』【男女3000名回答／Z世代の消費に対する意識調査】Z世代が購買時に参考にする情報源「SNS」6割「店頭」は1割にとどまり他世代より低い結果に | テテマーチ株式会社のプレスリリース (prtimes.jp)

環境・社会の不確実性 ➡ 環境・社会課題の「自分ゴト化」が加速

Q. 地球環境や社会問題は、決して他人事ではない



Q. 「良い社会」があってこそ、自分の暮らしが良いものになる



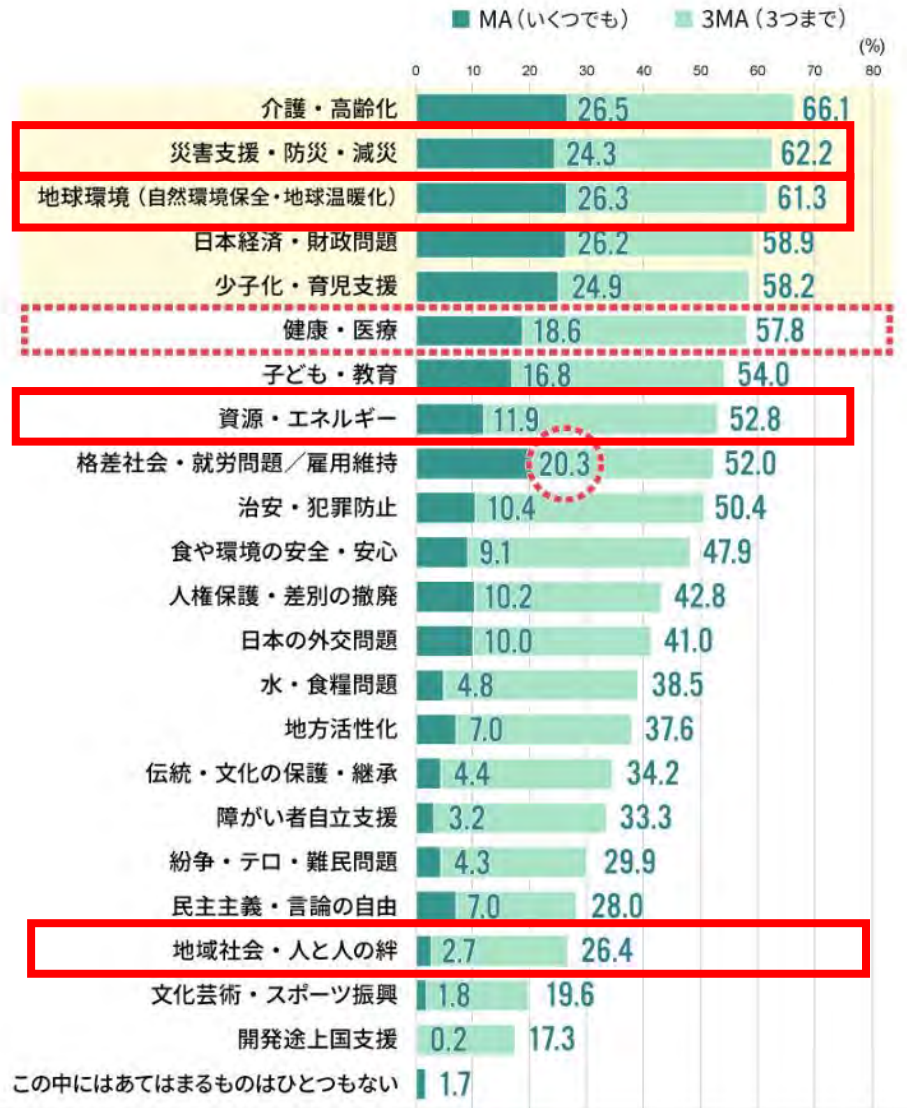
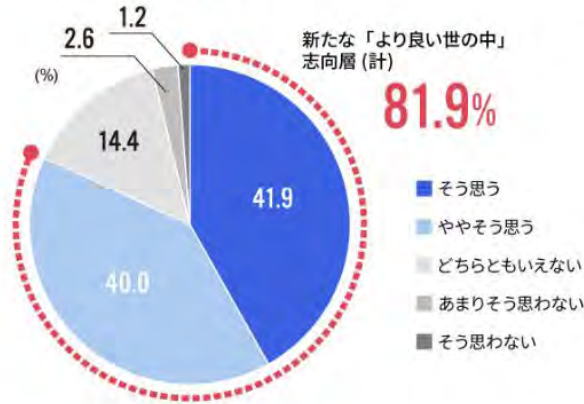
出展：電通

サステナビリティや企業/ブランドのパーパスに関する意識調査

よりサステナブルな世の中へ。コロナ禍がもたらした生活者意識の「5つのシフト」 | ウェブ電通報 (dentsu-ho.com)

「新たな『より良い世の中』志向層」が「社会全体が本気になって取り組む必要がある」と考える社会問題や環境問題

Q. コロナ禍から復活する際は、コロナ以前に戻るのではなく、これを機に
より良い世の中になってほしいと思う



出展：電通

サステナビリティや企業/ブランドのパーパスに関する意識調査

よりサステナブルな世の中へ。コロナ禍がもたらした生活者意識の「5つのシフト」 | ウェブ電通報 (dentsu-ho.com)

ヒアリングを実施

FM従事者に対する世代別ヒアリング

Q1 : あなたの感覚で、最近のFM/CRE取組で優れていると思うものは何か？なぜか？

Q2 : E（環境） S（社会） G（ガバナンス） 優先順位は？なぜそう考えるか？

Q3 : 今後ご自身はどのようなFM/CREを志向するか？

ヒアリング結果 (対象：Z世代含む～30代)

Q1：最近のFM/CRE取組で優れていると思うもの

- A：
- ・日本郵政、SONYのCRE
理由：日本郵政・・・ファシリティの価値を見直すことに対する意欲
SONY・・・ファシリティに対する経営判断
 - ・国立競技場
理由：競技をする上で特別な競技場
 - ・ミッドタウン日比谷
理由：官民で道路や建屋まで一体的な開発ができているから
 - ・大阪中の島親水地域
理由：水辺の心地いい空間を市民に提供できているから
 - ・グリーンビルディング
理由：様々な取り組みがあり、うまく組み合わせる事で多少のイニシャルコストのアップはあるが、長期に見て、ランニングコストの削減、設備効率化を行うことができ、建物自体に価値を持たせることができるため。

Q2：E（環境）S（社会）G（ガバナンス）優先順位は？なぜそう考えるか？

- A：
- ・G ガバナンス
理由：法令順守など3つの中で一番基礎的な項目だから
 - ・S 社会
理由：消費者が最も感じやすいから、社会への貢献度が今後重視されると考えるため
 - ・E 環境

Q3：今後ご自身はどのようなFM/CREを志向するか？

- A：
- ・ステークホルダーとのタッチポイントとしてのFM/CRE
 - ・商品以外はあまり知られていないことが多いため、企業の商品と絡めた積極的なFM/CREをアピール。
 - ・これからも増える高齢者に配慮したファシリティの取り組み(高齢者が住みやすい街 など)
 - ・長期修繕計画

2023年 第17回日本ファシリティマネジメント大賞 (JFMA賞・優秀FM賞)

「第一生命のファシリティ活用を通じた社会価値創造取組の推進」



一生のパートナー
第一生命
Dai-ichi Life Group

FM取組の概要

第一生命グループビジョン「すべての人々の幸せを守り、高める」の実現を目指し、当社唯一のリアルアセットである不動産、ファシリティ活用を通じた近年（2018～2022年度）の社会価値創造取組

ファシリティを活用した社会価値創造取組

主な社会価値

保有不動産への保育所誘致を通じた10年越しで全国待機児童数の約1割以上（約3,000名）の解消



RE100早期達成、当社専用の太陽光発電所からの再エネ調達（オフサイトPPA）、木造等環境配慮ビル等の環境先駆取組を通じた地球温暖化の防止



帯広市等と連携し、当社施設を活用したワーケーション等の推進に基づく関係人口創出・拡大を通じた地域活性化



当社の福利厚生グラウンドを有効活用し、社外パートナーとの協業により様々な社会課題を解決。地域住民のウェルビーイングを高めるまちづくり（詳細次スライド）

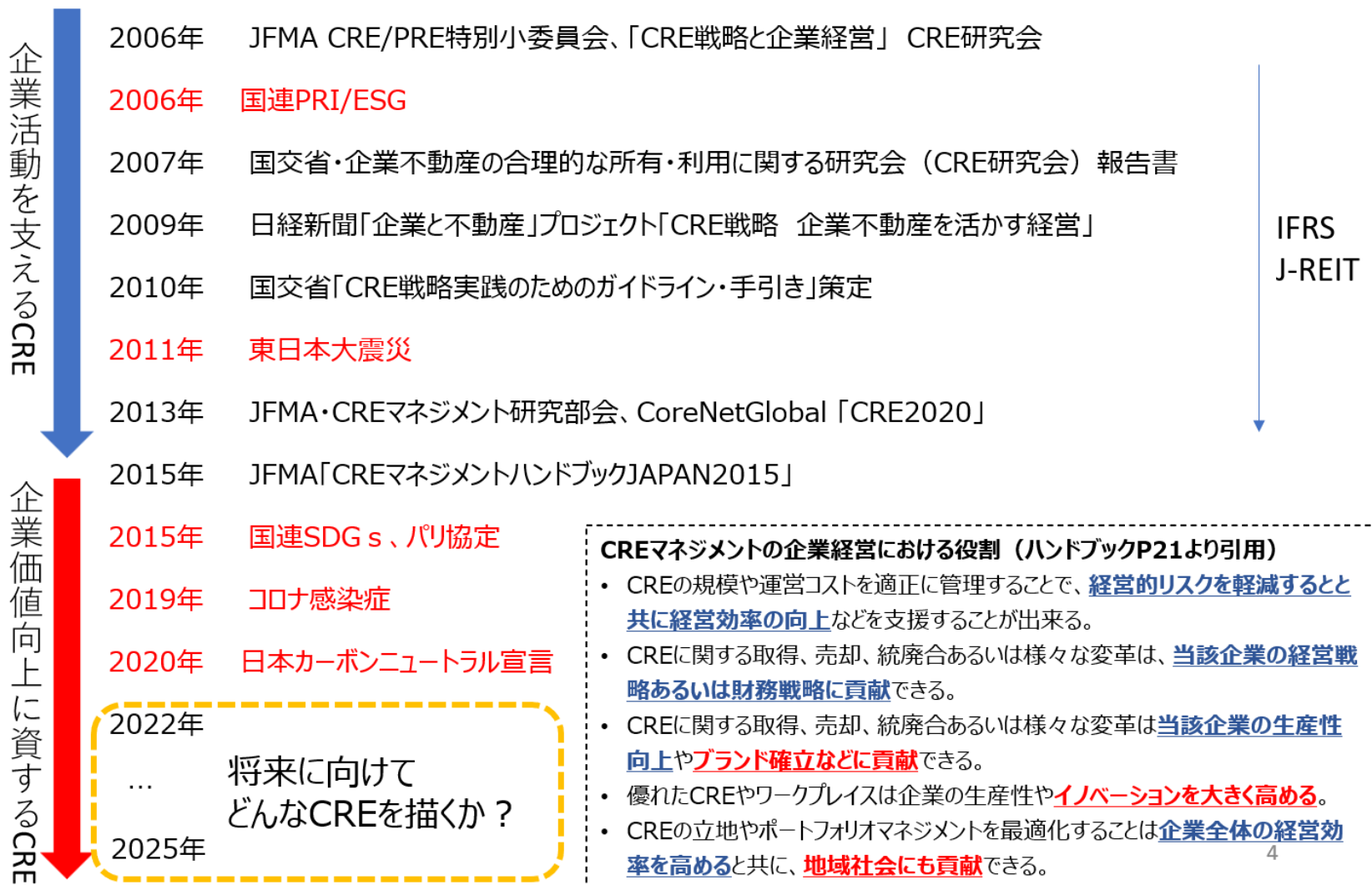


アフターコロナの働き方、感染症対策配慮、人とのつながりを促す新しいオフィスビルへの再生、日比谷本社ビル大規模リノベーションプロジェクト



まとめ 日本のCREマネジメント発展の主な歴史と新潮流

「企業活動を支える企業不動産（CRE）」から、「企業価値向上に資するCRE」、いわゆる攻めのCRE（新しいCREの活用：CREを通じたコアビジネスへの裨益、社会価値創造）へ



JFMA・CREマネジメント研究部会

2013年、CREマネジメント研究部会発足。今年で11年目。

CREマネジメント研究部会 (SCM16) 【マネジメント研究】

企業価値向上に資するCRE（企業不動産）マネジメントを考える



部会長：堀 雅木
第一生命保険株式会社
不動産部長
認定ファシリティマネジャー

● keywords ●

企業戦略、CRE（企業不動産）戦略、オフィス戦略、財務価値、非財務価値

サマリー 従来研究「企業活動を支える企業不動産（CRE）」を踏まえつつ、「企業価値向上に資するCRE」、いわゆる攻めのCREを主軸に事例調査（特に新しいCREの活用手法等）を通じて研究する。同研究を基に外部発信、国内外企業への普及促進を目指す。

活動内容

- ①CREマネジメントに関する最新事例、好事例の調査研究
 - ・グローバル企業を含む国際動向研究
 - ・国内企業等における先進事例研究
 - ・国土交通省等関連組織の最新施策調査
 - ・コロナ禍、アフターコロナにおけるCREマネジメント事例調査
- ②CREマネジメントの最新事例、好事例の紹介と普及
 - ・CREマネジメントハンドブック（2015年）を踏まえつつ、それ以降のCREマネジメントの変化や直近動向を重点的に調査研究し、外部発信につなげる。
 - ・具体的には、働き方改革、ESG、well-being、SDGs、サステナビリティ、DXなどの最近の経営テーマとCREとの密接なつながりを先進事例のヒアリング等を通じて調査研究を行う。
 - ・2022年にSDGsをテーマにした部会レポートとして取りまとめた「ESG不動産の価値評価」の深堀を行う。
 - ・本部会の活動を通じて、CREマネジメントの有効性をJFMA会員企業並びに多くの国内外企業に対して積極発信する。

※定例会開催日程(原則) 平日18:00~19:30、月1回

成果

- ・JFMA JOURNAL R6 (ジャフマジャーナル別冊) 調査研究部会特集号2023に、「ESG不動産の価値評価について～直近動向や先進事例から学ぶ～」を寄稿。
- ・毎月1回部会開催（先進事例研究等）
- ※研究成果の詳細を閲覧することが可能です：[「研究成果 他」の項目へ](#)

メンバー

部会長：堀 雅木(第一生命保険)
副部会長：大野 晃敬(東京オペラシティビル) 佐藤 俊朗(ジョーンズラングラサール)
部会員：板谷 敏正(プロパティデータバンク) 鏡原 大輔(日本郵政不動産)
嘉門 隆史・松浦 裕(山下PMC) 河原 透(日建設計)
高藤 真澄(T-FMコラボレーションLab.) 坪本 裕之(東京都立大学)
中山 善夫・吉田 淳(ザイマックス不動産総合研究所)
百嶋 徹(ニッセイ基礎研究所) 三田 正浩(東京ガスファシリティサービス)
事務局：安東 慎吾(JFMA)

＜部会メンバー（企業名）＞

(事業会社) 第一生命保険
東京オペラシティ
日本郵政不動産
東京ガスファシリティサービス
L I X I L

(サービス) プロパティデータバンク
ザイマックス不動産総研
J L L
ニッセイ基礎研究所
日建設計
山下 P M C
三菱地所リアルエステート

(学術) 東京都立大学

他多数

Thank you.