

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

はじめに

われわれ CRE マネジメント研究部会は、CRE は「主に財務的な側面で企業活動を支える経営資源」という従来認識を踏まえつつ、コアビジネスへの裨益や社会価値創造につなげる「企業価値向上に資する攻めの経営資源」という新しい CRE について、先進事例の研究・普及促進を目的に活動している。

企業の SDGs や ESG の取り組みにおいては、これまで比較的着手しやすく、評価が分かりやすい環境取り組みやガバナンス強化が重視されてきた背景があるが、近年は、評価方法が乏しくとも、また一定のコストがかかったとしても、“S”の社会的な取り組みにチャレンジする先進的な事例が出始めている。

2022 年の第 17 回 JFMA 賞では、これまでファシリティ単体でのオフィス構築や FM 推進が主流であったのに対し、SDGs の視点を経営に取り入れ、ファシリティを活用した社会課題解決や地域共生の取り組みが優秀賞を受賞している。(図表 1)

世代傾向から見る ESG 不動産の価値評価

ファシリティマネジメントフォーラム 2024 では、トピック的に、FM 従事者の世代ごとの価値観がどのように FM 実践取り組みに影響しているかについて、今後の CRE マネジメントの方向性の予測も含めて、既往データのリサーチと実務者アンケートを行った。

実施内容

今回は生まれた年代を X (1960~70 年代)、Y (1980~90 年代)、Z (2000年~α 世代)の3つの世

部会員 **原 悠子**
はら ゆうこ

三菱自動車工業株式会社
ファシリティマネジメント部



部会員 **堀 雅木**
ほり まさき

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



代に分け、特に FM の将来を担う Z 世代に注目した。

一般的に Z 世代と他世代の価値観で大きなギャップがある項目として、他世代より Z 世代の方がダイバーシティ&インクルージョンに対する意識が強い。また、社会課題解決等への関心や、自分の価値観(自分らしさ)を大切にしている傾向も強い。その傾向はコロナ禍を経て強まっているというリサーチもある。そのような意識の高い層が「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には、ファシリティに関連するものが多くある。(図表 2)

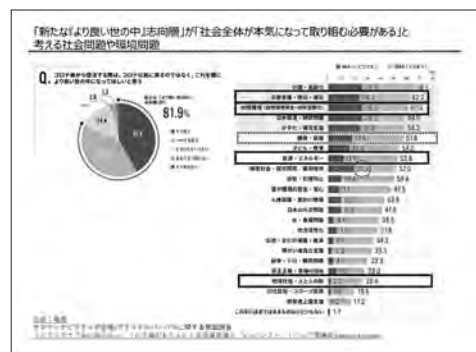
以上の既往調査結果を踏まえ、FM に従事する Z 世代を含む 30 代までの若手に、今後どのようなファシリティが好まれるか等のヒアリングを行ったところ、社会への貢献度が今後重視されるとともに、グリーンビルディングや地域社会との共創など S (社会面) への取り組みが重要であるという声が半数以上を占める結果となった。

結論

以上を踏まえ、ファシリティを通じた ESG の S (社会面) の取り組みがより注目される傾向は、コロナ禍を経て加速され、特に元々社会課題解決に敏感だった若手への注目度は上がっていると推測される。また、先の見えない VUCA の時代、このような CRE の担い手がコントロールするアウトプットはその傾向をさらに加速するものと考えられる。◀



図表1 第17回優秀FM賞(第一生命保険)



図表2 既往研究結果のリサーチ