

北海道ブロック記念講演

10月28日 札幌ガーデンパレス

## IT時代のニューオフィス

——会社を強くするファシリティマネジメント——

米川清水 株式会社 NTTファシリティーズ FM事業推進本部 副本部長兼事業企画部長



## FMは経営にとって必須条件

ITの進化、特にここ10年におけるインターネットの進化は、国境を超え、時間の壁を超える世界をもたらした。世界中のお金が1円でも多くの利益還元を求めて、24時間世界中を飛び回るようになり、投資先である企業の経営内容は世界共通の基準で開示されるべき時代になってきた。こう言った流れの中で、資本、資産に対してどれだけ高い利益を還元できるか、またキャッシュフローのプライオリティが非常に高いものとなっている。その生存競争に勝ち残るには、従来の会社のあり方、仕事の進め方をガラッと変えなければならない。社会のパラダイムが劇的に変わり始めている今、経営にとってファシリティマネジメント（以下FM）の果たす役割は非常に大きい。なぜなら、FMは会社経営の骨格に直接的に関わる非常に有効な手法だからである。

FMの対象とするファシリティとは、企業・団体などの組織が事業活動を展開するために自ら使用する施設（土地・建物・各種設備）および利用する人間の環境（執務空間・居住空間等）を包含する概念である。その役割は、大きく4つに分かれる。

- 1) 経営資源であるファシリティの戦略的展開による利益の最大化
- 2) 社会の変化に対応した新たなビジネスプロセスを具現化するワークプレイスの構築と供給

3) ITとファシリティが連携するビジネスインフラの統合化

4) 環境負荷軽減と長寿命を目指すライフサイクルマネジメント

この中の「ビジネスプロセスの具現化」がニューオフィス運動とFMが直接的に関連する部分であり、企業発展の鍵になってくる。

一方、経済が低迷する昨今、FMのコスト削減をどうしたらいいかという相談もよく受ける。

社団法人日本ファシリティマネジメント推進協会（JFMA）が5年前より継続して、会社運営の総コストに占めるファシリティコストの割合を調査しているが、2000年における調査では12.6%という数値であった。会社運営コストの8分の1をファシリティのコストが占めており、その比率は非常に高い。

外資系企業の場合、平均は10%ほどで、ミッションが明確なファシリティマネージャーを置く、先駆的な取り組みをしている企業では、8%を切っているところさえあった。

ちなみに2003年の同調査では、日本の企業も平均で10%近い数字を示すようになってきている。

## ファシリティ効率性の追求

いかにファシリティに掛かるコストを下げていくか。逆に言えば、ファシリティの効率、オフィスの生産性をいかに高めるか。そのためにはFMの施策をどう展開していくかがポイントとなる。

ファシリティコストの構造を見てみよう。

まず資産を持っていることによって掛かるコストがある。賃借料や税金、減価償却、借入金の利息などだが、これらはかなり戦略的な施策によらないと下がらない部類のお金である。

他方、光熱費・維持費・家具什器、ファシリティを管理する社員の人件費など、運営・維持に掛かるコストは、割に手を付けやすい部分である。このためには、他社やビルごとの収益や維持管理費用を比較してみるといったベンチマーキングが有効な手法である。

## 最後に

また、建物には新築・リニューアル関わらずIT化装備が求められている。またIT化に伴い停電や情報喪失といった新たなリスクも発生している。

最も重要なことはITの圧倒的なインパクトにより、社会の仕組みそのものが変わり、それに伴いビジネスプロセスを変え、知的創造性を向上させていかねばならぬことである。

それらを解決し、体現する場がニューオフィスであり、ワークプレイスにほかならない。ビジネスプロセスと、その具現化の場であるワークプレイスを一体で考えていく。その取り組みこそがファシリティマネジメントであり、ニューオフィス運動である。