

人と場へのFM投資価値研究部会

人の心と意識に寄り添う 未来のFM新思考



人と場へのFM投資価値研究部会 部会長

岡田 大士郎 おかだ だいしろう

今年のフォーラムのテーマは「FMの未来 新たな価値を求めて」とし、新たな価値の軸を「人」と「場（組織）」にスポットが当てられた。

「人と場」部会発足から3年を迎え、時代はまさに「新たなFM価値」へシフトしつつある。当部会の聴講者が100名を超える盛況となったことから、FMプロの「人と場」への関心の高さと、FMの新しい価値が「社会」に浸透し始めているものと思われる。

価値創造の原動力は、手段としてのAIやIoTではなく「人間の英知」と「英知」を醸し出す「場」の力である。

「人間の英知」を組織の中で、どのように引き出してゆくかは、働いている「人」がワクワクして仕事に邁進できる環境および「感性」に配慮した心地良い「場」の構築と「心理的安全性」を考慮した安定運営への投資が「人と場へのFM投資価値」といえる。

しかしながら、問題はそのFM投資効果をいかにして「測定」し、経営に対し明確な数値・指標、そして「意味と意義」を示せるかがFM現場の共通する課題でもある。一見、「コスト」としか思われな「投資効果」を、経営に対して、いかに「魅せる」かの手法研究と実践への実装が当研究部会のテーマである。

今次フォーラムでの発表は、研究活動をともにする、中堅企業の現役社長を含む多彩なメンバーがパネリストとして登壇し、FM現場の実態と実情や経営目線での提言を行った。特筆できる点は、現役の企業経営者でもあるパネリストの視点から、経営者（社長）の本

音の想いについて興味ある示唆を与えてくれた点。

「社長の立場からは、働く人の意識や環境を整えてゆく『場』づくりを意味する『ソフトFM投資』も重要。ただ、判断や決断をする上で、ある程度の数値・指標化は必須。現場で考え尽くされた上での提案なのかを見る。そして、社長を説得しようとし過ぎるのも得策ではない。社長のプライドもあり、さり気なく繰り返しFMメリットを刷り込まれてゆくうちに、自分流の判断をしてゆく。元々は現場からの提案であっても、あたかも自分が決断をしたかのごとく、事を運ぶアライメント術が、円滑なコンセンサス風土を作る」。

「人と場」への測定し難い仮説をいかにして経営者に納得してもらうかのコツと気づきが示唆されているコメントには、会場のFMプロからの頷きもあった。ちなみに、聴講側には現役経営者は1人もいなかった。

この提言からも、「人と場へのFM投資効果」を科学的に数値化、指標化することの重要性はあるものの、「人」の活力や「やる気度」の根底にあるポジティブ「意識」を「測定」するには限界があり、現場とのコミュニケーションをとりながら、経営や現場の意識調査など、定性的要素を加味したアプローチの重要性が再認識された。

FMの新たな価値とは、組織社会の「幸福資本」と「経済資本」の融合を、FM力により実現してゆく事ではないだろうか。

これからの「人と場へのFM投資価値研究部会」の挑戦テーマでもある。◀