

総務FMIレボリューション -イノベーションを起こす戦略総務-

2015年2月20日
ファシリティ・オフィスサービスコンソーシアム(FOSC)
理事兼東京支部長
岡田大士郎

総務とは？ 総務のイメージ

「**総**て」の「**務**め」を行う

総務は元々全ての管理部門の母体

経理、法務、人事、情シス..等は総務から産まれたもの

総務は雑用係りではないんです！

総務は縁の下の力持ち！

ではありません

総務は経営を支援する戦略部門

総務とFM&CRE

- * **総務** → General Affaires
日本流の伝統的管理業務部門
- * **ファシリティマネジメント**
→ Facility Management
米国で生まれた経営手法！
 - 1987/6 ニューオフィス推進協議会(NOPA)
 - 1987/11 設備維持保全推進協議会
(LCA後にBELCA)
 - 1987/11 日本ファシリティマネジメント協会(JFMA)
1996一般社団法人化 → 2012/1 公益社団法人
- * **企業不動産**
→ Corporate Real Estate (CRE)
 - 1960年代に米国で生まれた概念 日本では2006年頃より概念化

コア業務とノンコア業務

コアコンピュタンス業務とノンコアコンピュタンス業務

プロフィットセンター Vs コストセンター の誤解

総務FMはコストセンター？

いいえ！総務FMは 収益部門であり
コア業務を担っています

総務FMは業務改善・投資部門であり

知識経営を支える「場」の創造・構築部門

知識経営

情報から知識へ

価値創造

戦略から知識・価値の時代へ

知識経営のフレームワーク

知識経済のメカニズム

- 知識に基づく競争と成長
- 知識と資本価値(知識資本)
- 知識経営の段階的発展

知識創造

(イノベーション)

- 知識創造プロセス
- 「場」と有機的・生態系組織
- ナレッジプロデューサー

組織的知識資産活用 (ナレッジマネジメント)

- 知識ワーカー
- 知識資産活用(共有)としてのナレッジマネジメント
- 知識情報・情報技術

「知識ベース」高知識比率製品・サービス」事業戦略

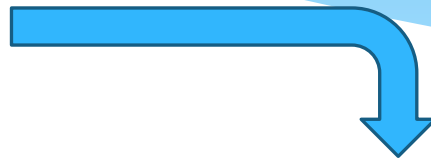
- 知識製造業
- 顧客知を基盤とする継続的成長
- 創造パラダイム経営

(参考)
知識経営のすすめ
ナレッジマネジメントとその時代
野中育次郎/紺野登
ちくま新書 より引用

総務FMの役割とは

* 業務基盤構築

オペレーション・管理



経営基盤の構築

* 知識創造活動を支える「場」の構築・創造

知識経営の基盤を構築するナレッジプロデューサー 戦略・戦術・業務改革

* ワークスタイルプランナー

働き方の変革と知識経営の推進プロデューサー

* 知識創造型経営へのイノベーションマネジメント

企業価値最大化から社会価値最大化へ

総務FMは
知識創造活動を支える
「場」のプロデューサー

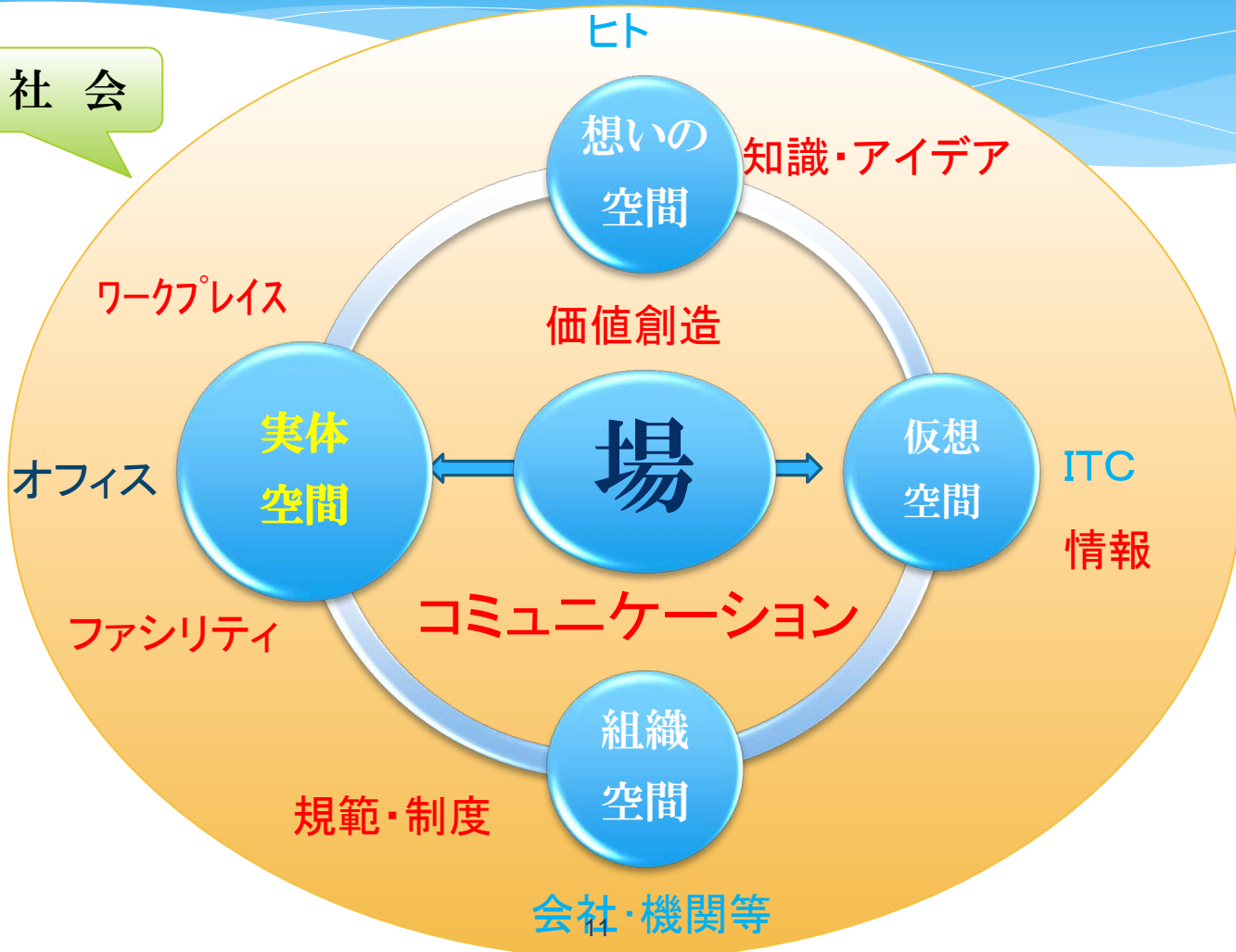
「場」とは

- * 空間・スペース、ITC基盤、規律、そして人々の想いにより創られる組織社会
- * 人々の「知」が集積し価値創造やイノベーションを誘発するナレッジ空間
 - ➡ 知識資産と知識創造を連動させるプラットフォーム

「場」の要素

- 「場」は知識・アイデア創造の原点 -

組織社会



「場」の関係性

空間

時間

人間



バーチャル空間



「場」の作法 → 「知」の作法

- * **創発場** (共同化 暗黙知獲得共有の場)
- * **対話場** (表出化 暗黙知から形式知を産出す場)
- * **体系場** (連結化 形式知を組み合わせる場)
- * **実践場** (内面化 形式知を実践を通じて身体化する場)

総務FM人が学ぶべき人間科学

総務FM仕事のベースは「人間」を知ること
人間科学の探求と「場」創りへの応用


* 心理学

* 社会学

* 自然科学・応用科学

総務FMは
ワークスタイルのプランナー

働き方変革と会社力の向上

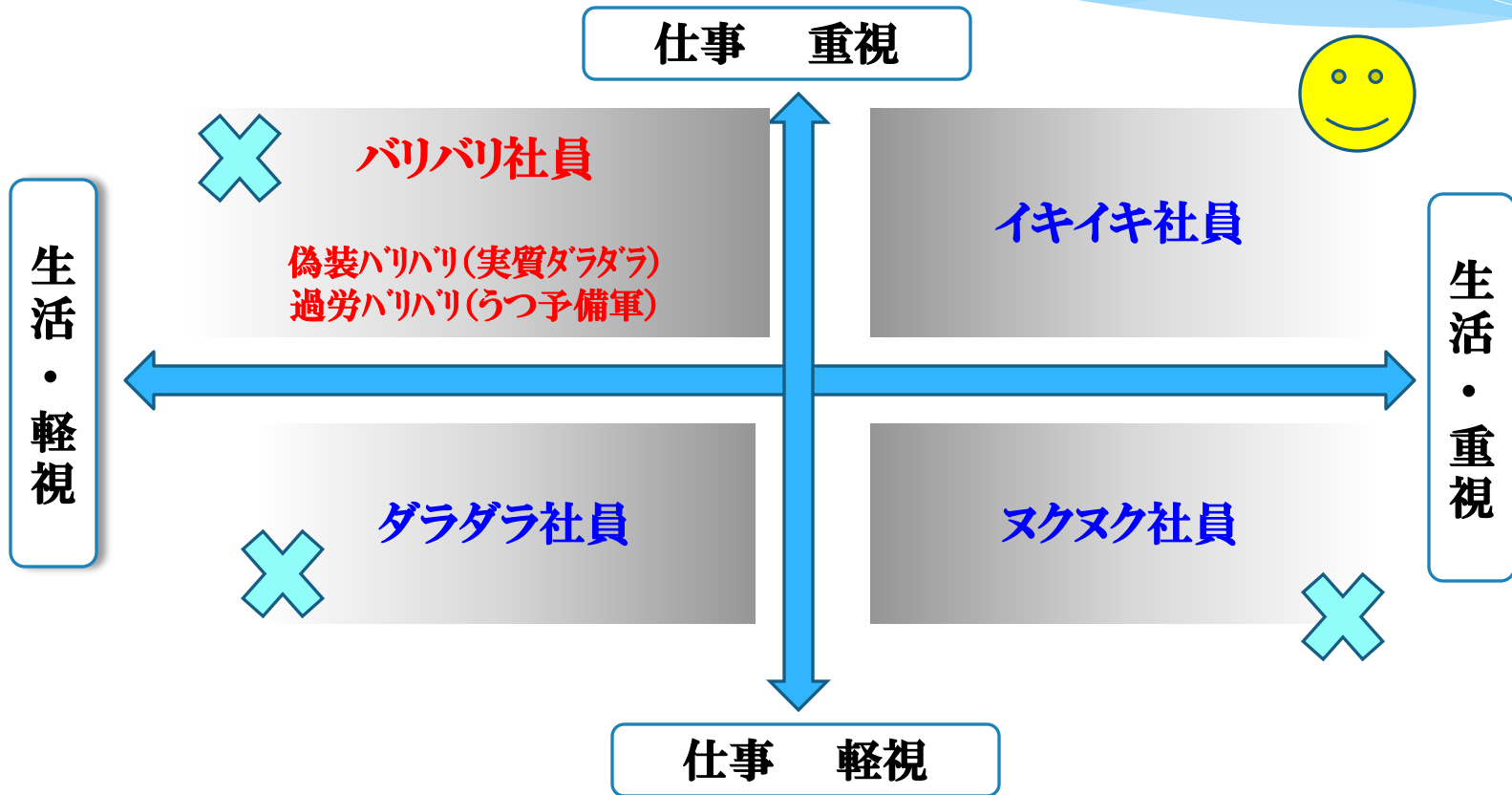
- * ワークスタイルと生産性
 - * ワークライフバランス(WLB)のベストミックス
 - * 風土変革とインナーブランディング
- 
- * 社員力の劇的な向上！

「日本型組織」の特徴


- * 中間管理職層等の仕事至上意識
→仕事こそが人生 自己や家庭は二の次といった意識
- * 部下も当然そうあるべきとの意識
- * 社員間の不公平意識や無関心

- * 長時間労働＝よく頑張っている →評価される傾向
- * 人目が気になる
- * 建前と本音 → 制度はあるが利用し辛い

企業を強くするWLBとは



ワークスタイルプランニングのポイント

- * 業務のオープン化
 - * → 見える化
 - * 業務の見直し
 - * → 効率化 …… 残業の削減
 - * お互いの思いやり
 - * → コミュニケーションと相互理解
- 
- * メリハリのある働き方と個人の「責任意識」

「働き方」を考える

- * 組織と個性

 - ーナレッジマネジメントに相応しい組織と個人の関係

- * 企業風土

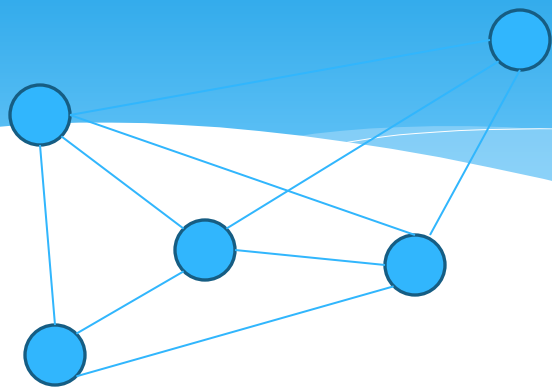
- * プロフェッショナル ナレッジワーカー

組織と個性

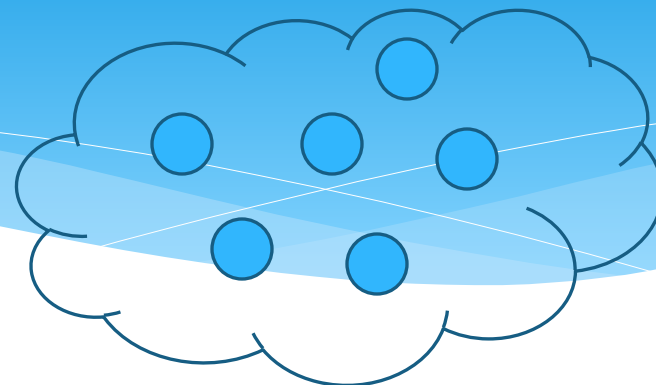
- * 自律的な個の知識創造の「場」としての組織
 - * → 知識組織

 - * 知識創造型組織のパターン
 - ネットワーク組織
 - * • コミュニティー型組織
 - * • 独立自由組織
 - * • インセンティブ組織
- 「共同体意識」と「規範・技能の共有度」で整理してみると・・・

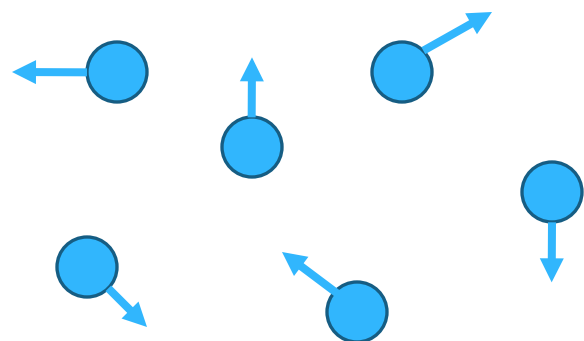
* ネットワーク組織



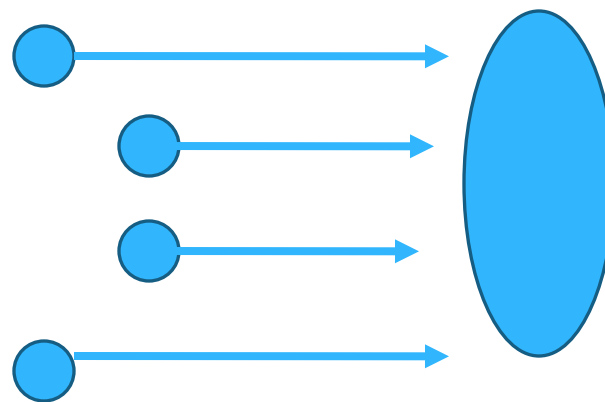
コミュニティー型組織



* 独立自由組織



インセンティブ組織



個人の役割

- * 知識創造者としての「個」の存在
- * 自発的に学び、考え、知を生み出してゆく過程としての業務行動

自己信念の形成と成長

個がネットワークされるナレッジワーカーの集団

企業風土とは・・・

企業の歴史の中で形成された独特の
価値観や行動様式のこと。
最近では、企業風土がマネジメントの
対象になってきている。



企業風土を可視化しようとする試みや、
改革の取り組みが活発に行われている

企業風土は2つの軸から4つのタイプに分類できる

戦略活性度

企業経営の戦略性に対する社員の
認識レベルを表す
(変化に対応する力)

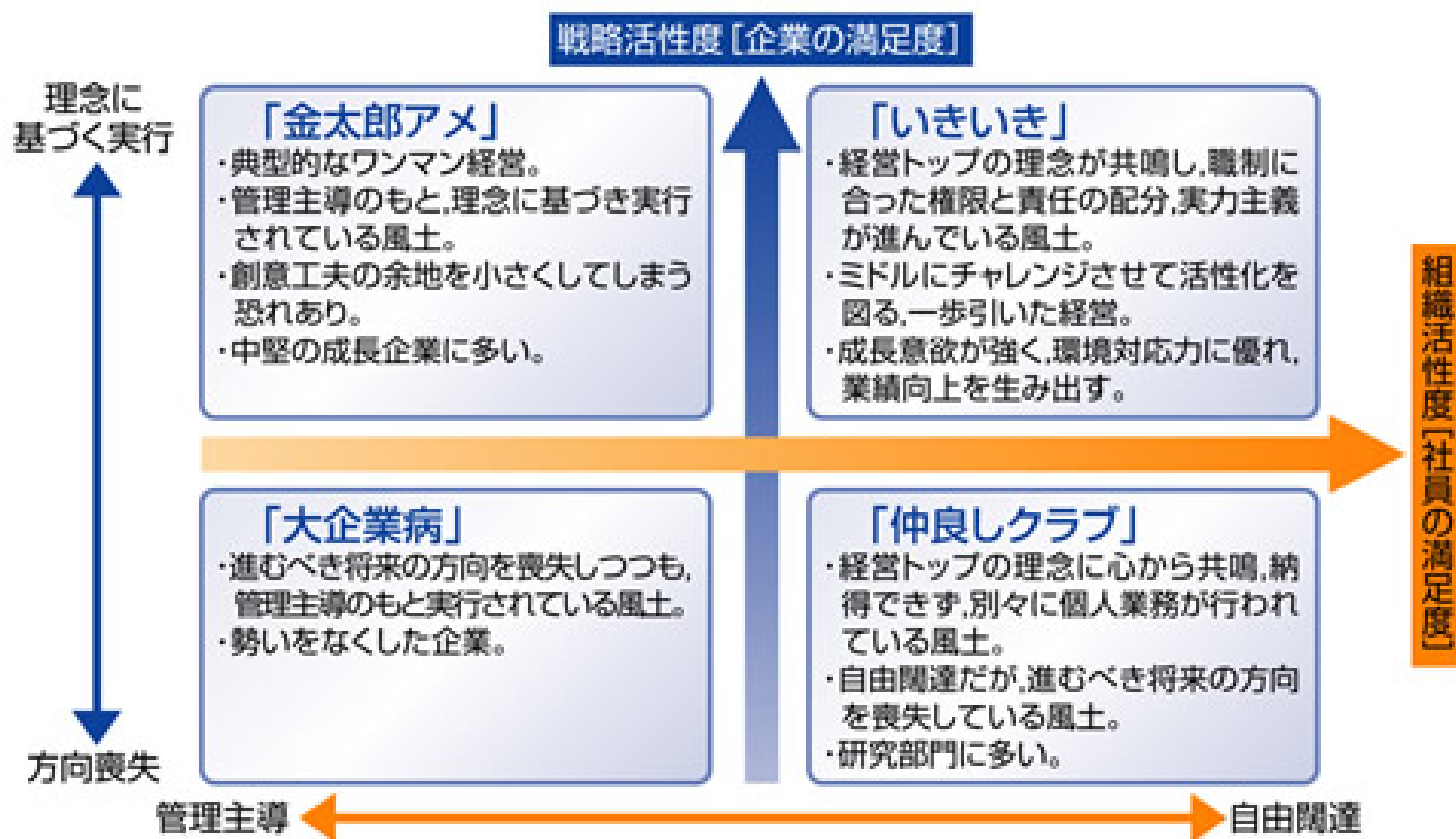
組織活性度

組織の風通しの良さに対する社員
の認識レベルを表す
(変化を創造する力)



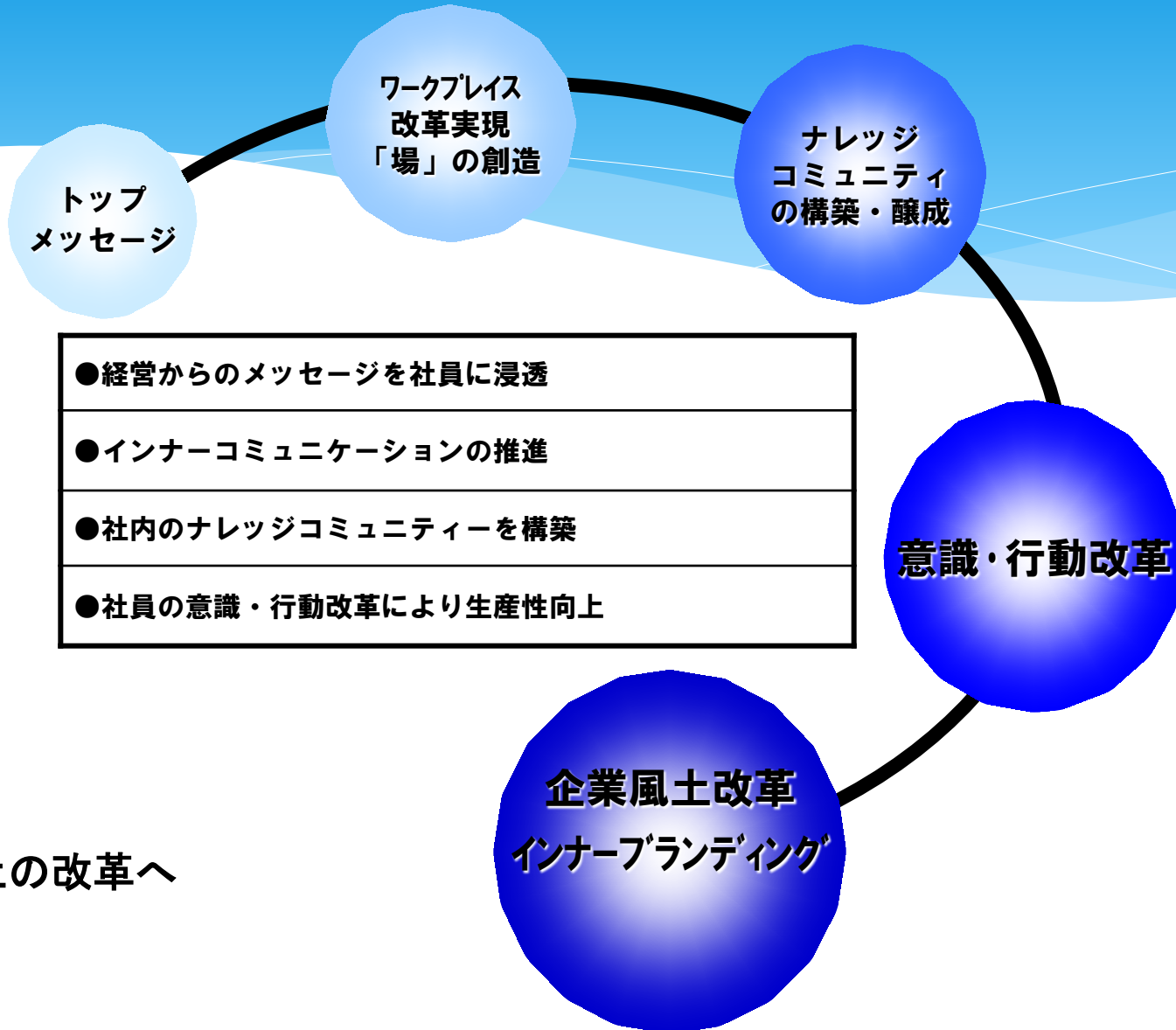
4つのタイプへ分類(次項へ)

自社の企業風土の姿を客観的に捉える



上記をもとにさらに細かく分析し、強み・弱点を明確にする

インナーブランディング プロセス



企業風土の改革へ

知識創造型経営への イノベーションマネジメントへ

総務FM'erは
イノベーターの意識を！

プロフェッショナル心得10か条

- ・FMプロとしての自覚と自負
- ・ホスピタリティマインド & SERVANT LEADERSHIP
- ・「人」を知り「想い」を感じる感性
- ・人間力 → 誠実 謙虚 情熱 信頼
- ・専門知識の研鑽と情報力
- ・数字に強く
- ・現場に強く
- ・賢慮とバランス感覚
- ・情報・知識ネットワーク
- ・七転び八起き → 失敗から学び不断のチャレンジ