

# ウェルビーイングを生み出すワークプレイスに関する調査手法 トライアル報告書

公益社団法人日本ファシリティマネジメント協会  
こころとからだのウェルビーイング研究部会

2024年3月

## 部会紹介

# こころとからだのウェルビーイング研究部会

設立：2018年

### ■活動目的

ファシリティマネジメントを通じて、人々のウェルビーイング（身体的、精神的、社会的に良好な状態）の実現に貢献し、笑顔と活力の溢れる社会を実現する。

→ウェルビーイングに働けるワークプレイスづくりについて研究

1946年に国際保健会議が世界保健機関憲章を採択（1948年発効）

国連の専門機関として世界保健機関（WHO）を設立し、その目的や活動内容等について定める。



健康の定義（WHOは語として、“ウェルビーイング”を定義していない）

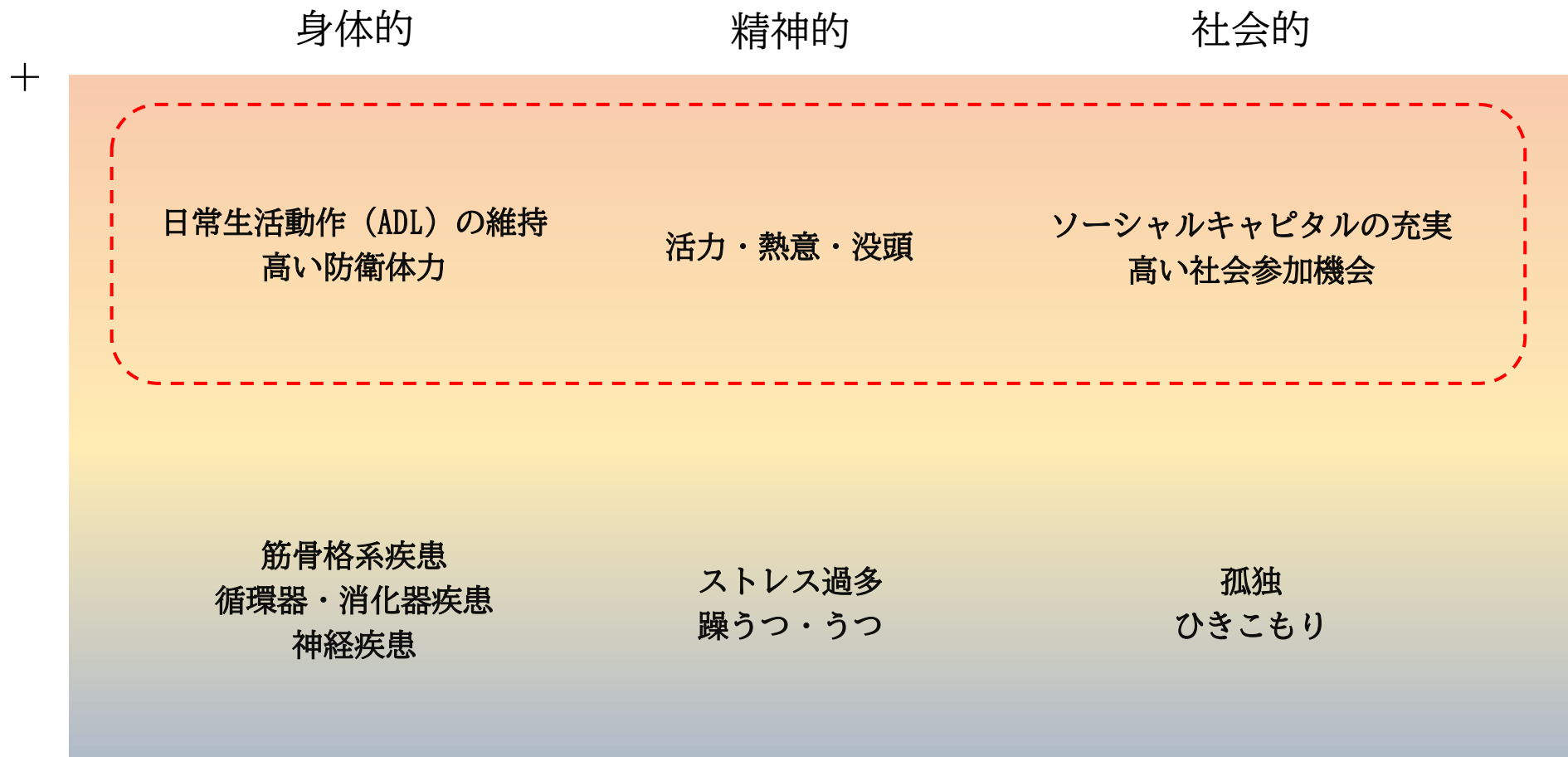
“Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.”

（訳例）

健康とは、単に病気や虚弱でない状態のことではなく、身体的、精神的、社会的にすべてがウェルビーイングな状態であること。

## ウェルビーイングとは

3つの軸において、よりポジティブな状態（＝健康）であることを示す言葉です。  
ウェルビーイングは、一般的には個人の視点（身体・心理）に着目した概念です。



# ウェルビーイングに関する建築認証（主なもの）

ウェルビーイングにつながる性能評価の枠組みは、複数あります。日本国内の認証企業が増加しています。主に物理的な要件で評価し認証されます。

## CASBEE

### ウェルネスオフィス評価認証

[\(一財\)住宅・建築SDGs推進センター](#)

建物利用者の健康性、快適性の維持・増進を支援する建物の仕様、性能、取組みを評価するツール。国内で開発され、2019年より認証がスタート。

#### <評価項目>

1. 健康性・快適性  
(空間・内装、音環境、光・視環境 等)
2. 利便性  
(移動空間・コミュニケーション、情報通信)
3. 安全・安心  
(災害対応、有害物質対策 等)
4. 運営管理  
(維持管理計画、満足度調査、災害時対応)
5. プログラム

## WELL BUILDING STANDARD v2

[WELL V2 \(wellcertified.com\)](https://wellcertified.com)

人の健康とウェルネスに焦点を当てた空間評価システム。2014年にアメリカで発表され、北米、欧州、アジア等で認証取得が広がっている。

#### <評価項目>

1. 空気
2. 水
3. 栄養
4. 光
5. 運動
6. 温熱快適性
7. 音
8. 材料
9. ところ
10. コミュニティ  
+イノベーション

## fitwel

<https://www.fitwel.org/>

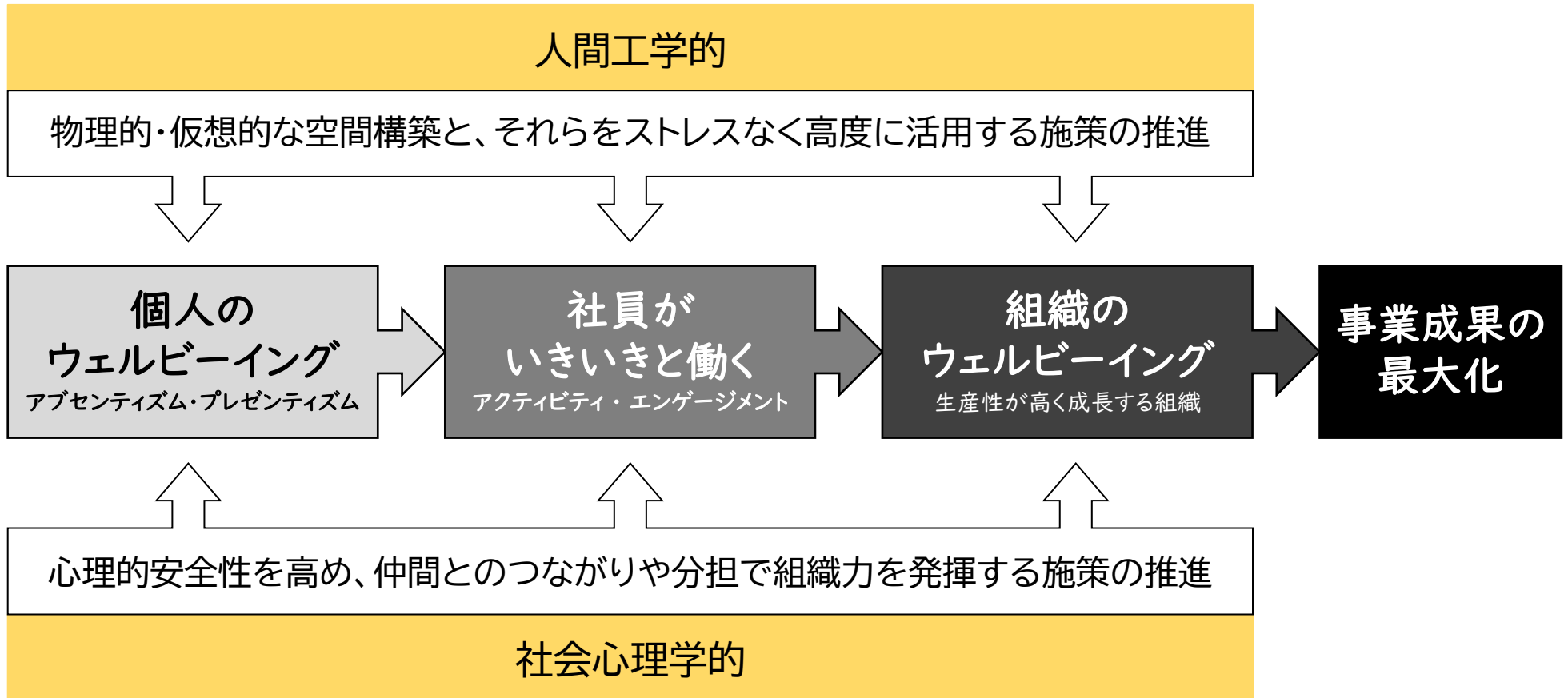
米国疾病予防管理センターと米連邦政府一般調達局が共同で開発した認証システム。2017年に開発。

#### <評価項目>

1. ロケーション
2. 建物へのアクセス
3. 屋外スペース
4. エントランスや1階
5. 階段
6. 屋内環境
7. ワークスペース
8. 共有スペース
9. 給水
10. フードサービス、
11. 自販機
12. 緊急時の準備

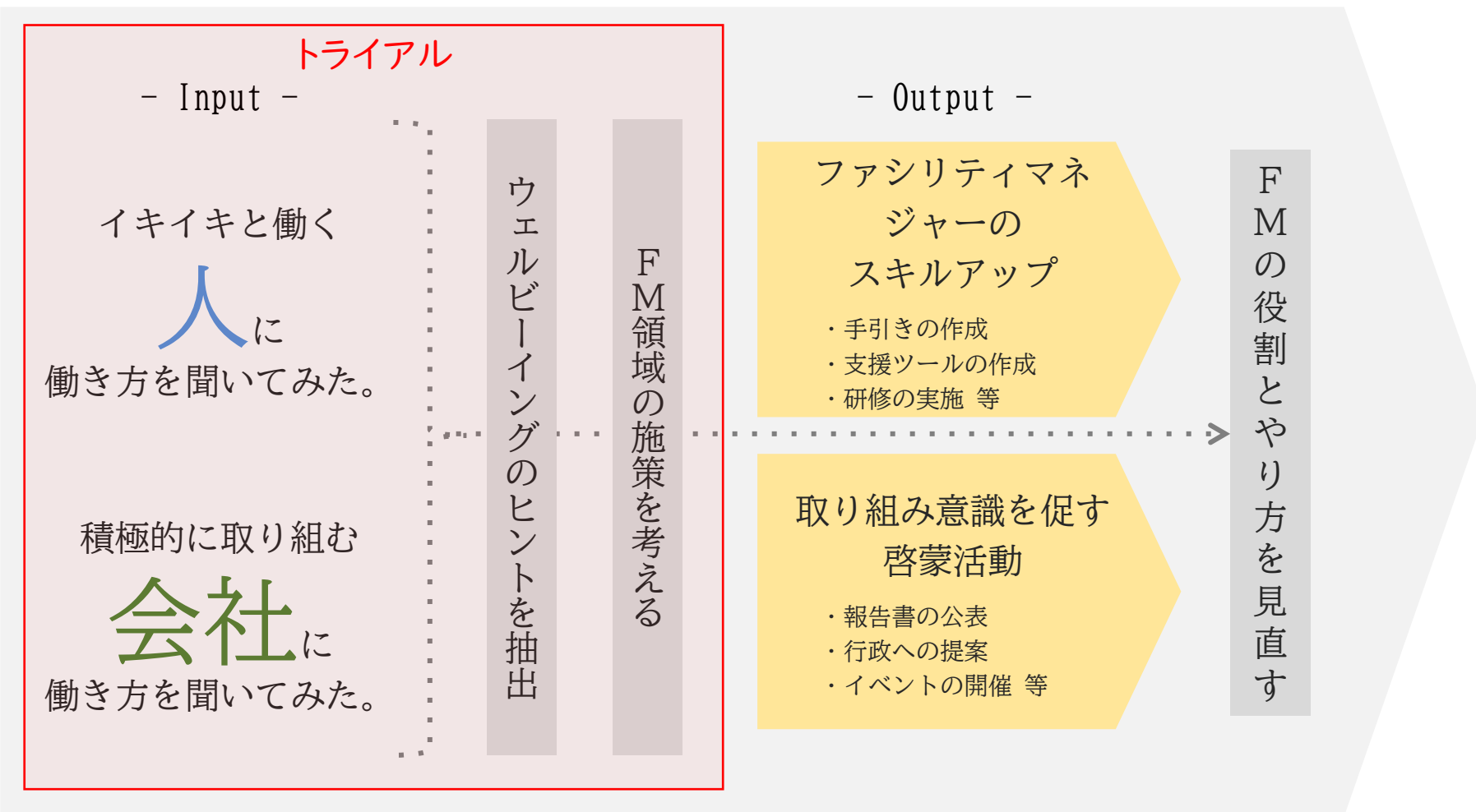
# 研究部会の2つのアプローチ

私たちは、個人のウェルビーイングだけではなく、組織のウェルビーイングの向上につながるマネジメントモデルの構築を目指しています。



# ウェルビーイングを生み出す ワークプレイスに関する調査手法

「幸福」や「働きがい」など、人の価値観に踏み込んだ場合、どのようにアクションが良いか、悩むファシリティマネジャーが多い。このテーマにどう向き合い、施策を立案するのか調査手法の開発と通してトライアルを実施しました。





研究部会メンバーの知人や著名な方から対象を絞り込み、ヒアリングを実施しました。  
ヒアリングはできるだけ、複数人で実施し、承諾いただいた場合は会話を収録しました。

“ウェルビーイング” だと思っ  
た人に聞いてみる！



- ・ ウェルビーイングに関する  
ライフチャートの作成を依頼
- ・ 内容のヒアリングを実施
- ・ 影響するライフイベントを抽出



# 調査の8つのステップ（進め方）

個人のウェルビーイングに着目し、ファシリティマネジャーが推進する施策との関係性を推定し、施策に展開しました。ただし、施策の具体化はアイデア出し、優先順位付けは方法論の整理までとしました。

## ヒアリングの実施

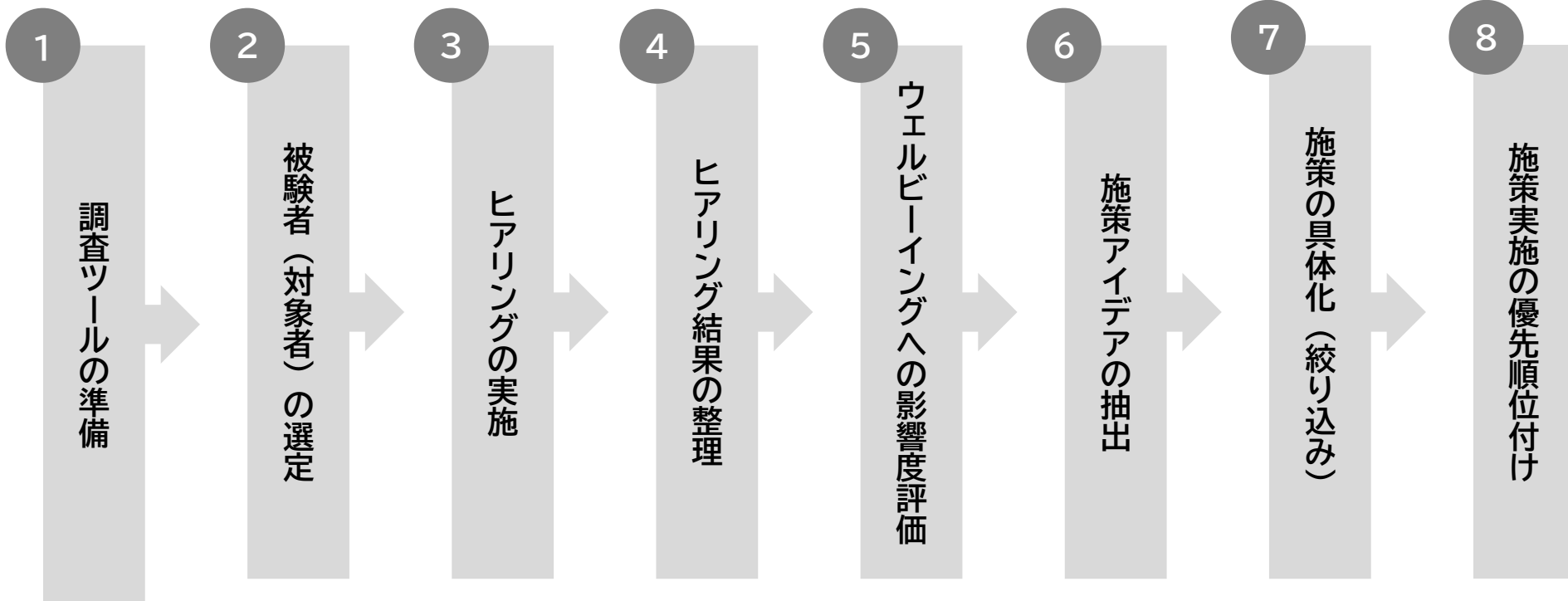
## 結果のまとめと分析

## FMの方法論への展開

公私の区別なく、ストーリーで振り返り「ウェルビーイングに大切なキーワード」の洗い出す

- ・ 共通する要素は何か？
- ・ 影響が大きい要素は？

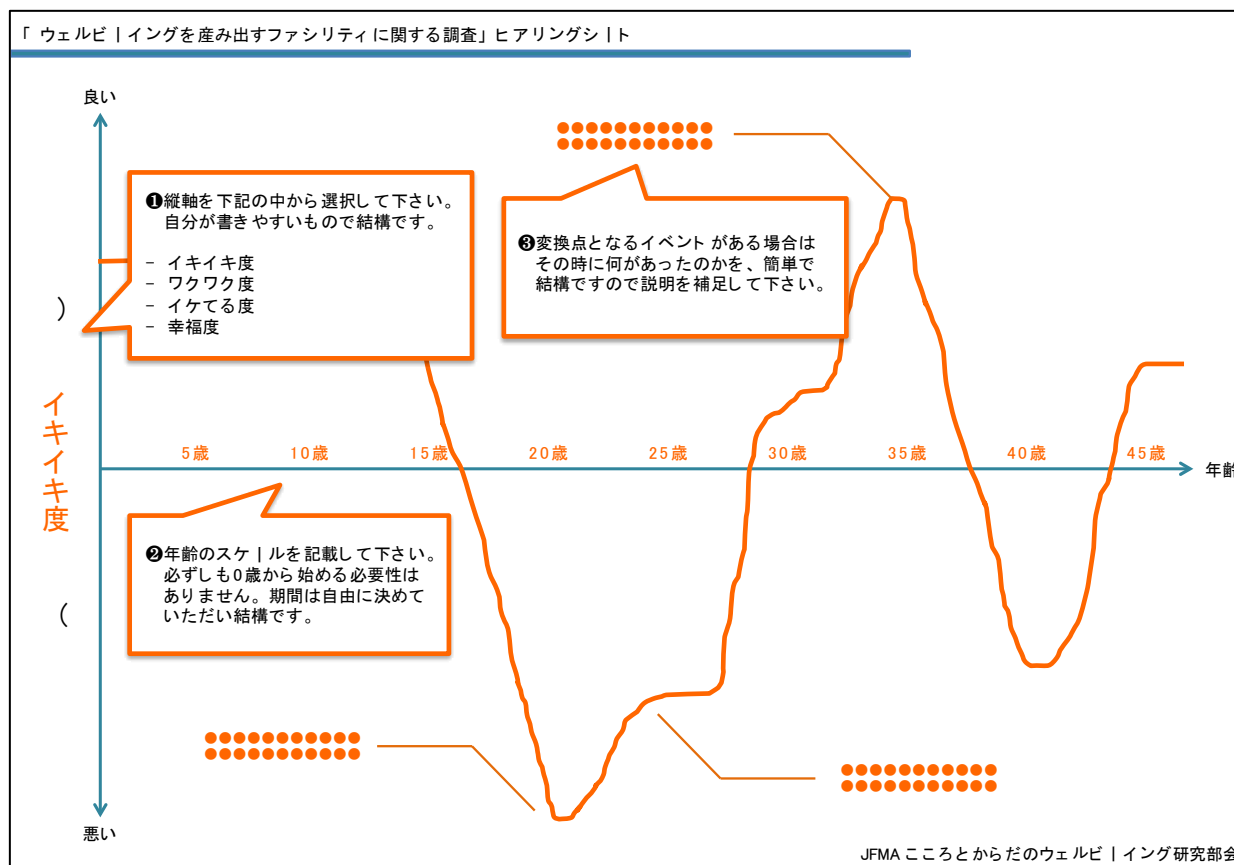
- ・ FM領域のテーマに再整理
- ・ 推進する施策の明確化



次ページ以降でステップごとの概要を解説します

被験者（対象者）へのお願いは3つです。

- ① ウェルビーイングの視点で縦軸を設定
- ② どのように変化したので自由に描く
- ③ 変化があった時期、停滞していた時期など状況やそのときの気持ちを文章で記載



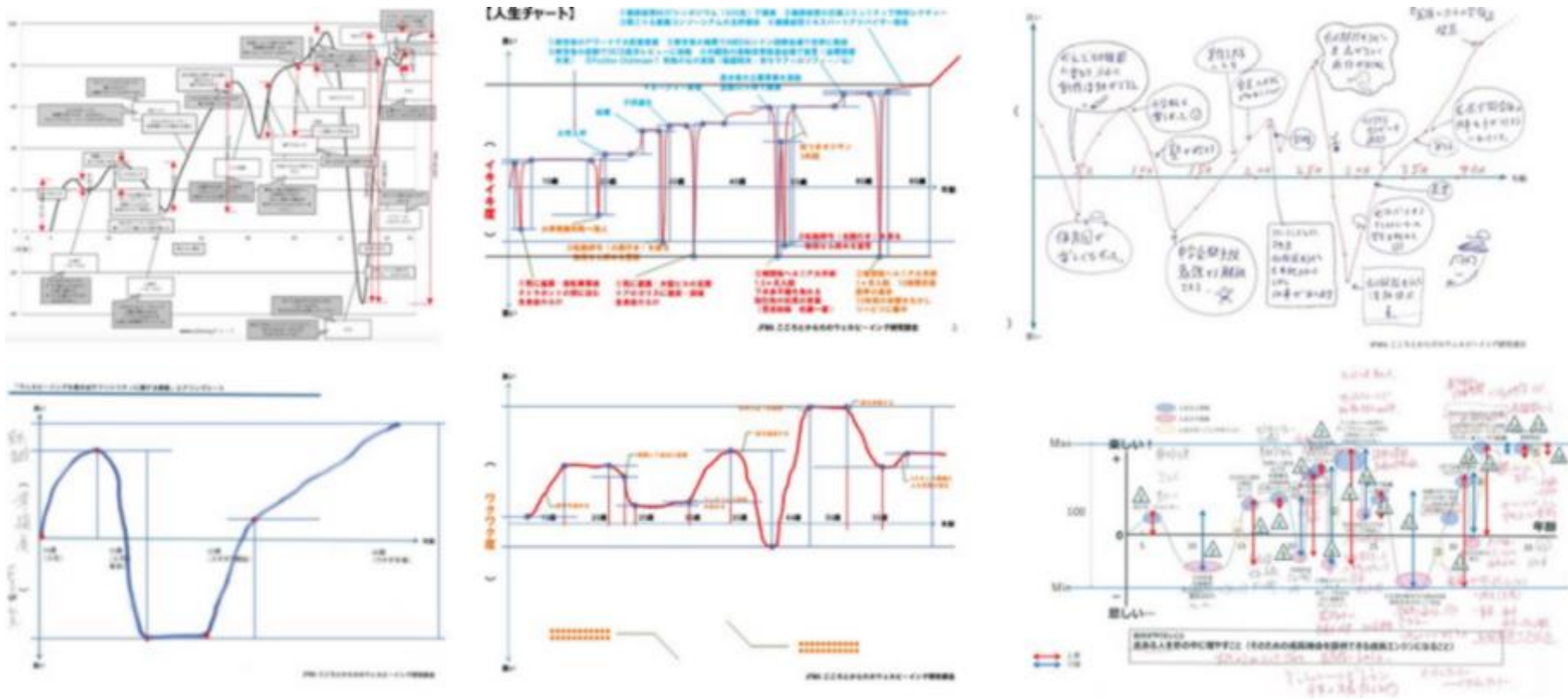
## 2 被験者（対象者）の選定（主なヒアリング対象者）

いわゆるホワイトカラーに限定せず、イキイキと活動されている方で多様な属性となるよう配慮しました。統計的に傾向や共通点を見出すのではなく、ウェルビーイングが“上がる”要因を探りました。

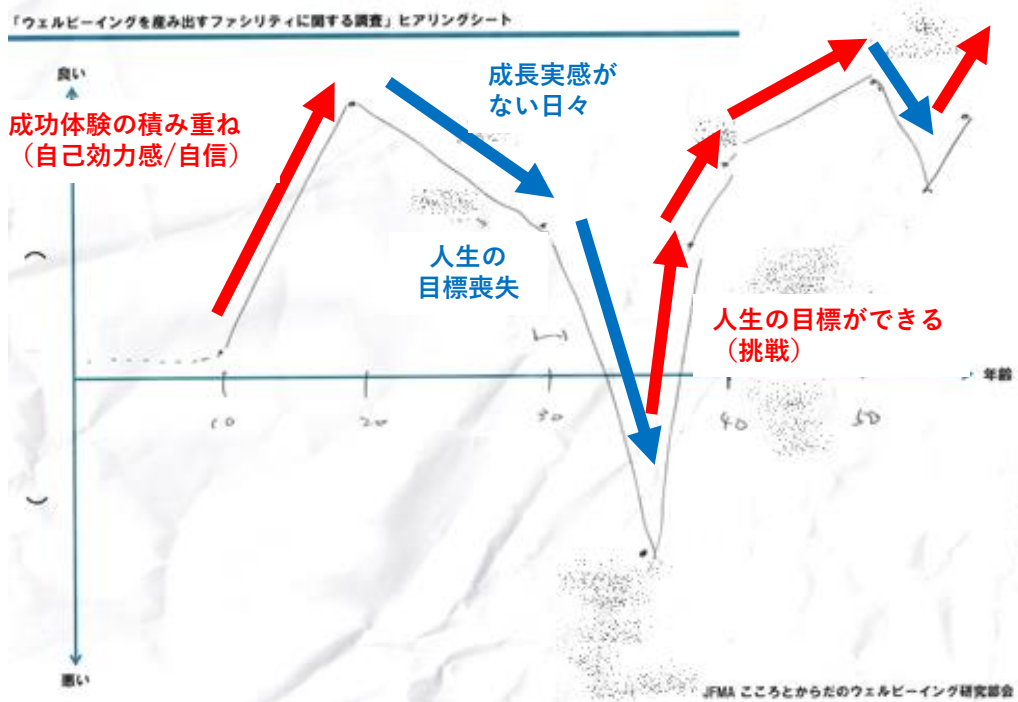
No.	年齢	性別	所属・職業等	ポイント
1	60代	男	弁護士	大きな事件の弁護などを担当し、メディアでも取り上げられる
2	60代	男	デザイナー/大学教員	周囲の理解が得られない時期も、自身の信念を持ってデザイン活動を継続
3	30代	男	パーソナルトレーナー	日本代表チームに帯同。世界一周旅行やSASUKE出場などの経験も有
4	60代	男	ベンチャー企業役員	大手企業で定年まで勤務後、ベンチャー企業でセカンドキャリア
5	30代	男	会社員	30代会社員で県知事選に出馬
6	30代	女	大手コンサルティング会社社員	企業間のマッチングプラットフォームを運営し、コミュニケーターとして活躍
7	20代	女	動物園飼育員	動物園で働く夢を叶えた
8	50代	男	会社員/世界記録保持者	プライベートでの競技活動で世界記録を保持
9	30代	男	似顔絵アーティスト	似顔絵を通じて、病気の人を元気にする活動を行う
10	50代	男	医師	官公庁技官として数々の行政改革に貢献。現在は民間企業で新しいチャレンジ
11	50代	男	ベンチャー企業社長	大手企業での勤務を経て40歳で起業。首都圏と地方での二拠点生活を送る

### 3 ヒアリングの実施（ライフチャート例）

縦軸は、対象者によって「ウキウキ」「ワクワク」「幸福度」などが設定されました。  
公私の視点で細かい変化を表現される方と、特に大きな転機を表現される方に別れました。



総合的に分析すると、軸の設定に関係なく、公私の出来事（イベント）によって、度合いが上下することが分かりました。また、対象者の、年齢や性別、職歴などの属性による違いは見出せず、公私の出来事は、個人のウェルビーイングに影響することが確認できました。



ウェルビーイングに影響した  
軸の符号が反転するポイントと  
その前後の状況に着目



ポイントを要素として洗い出す

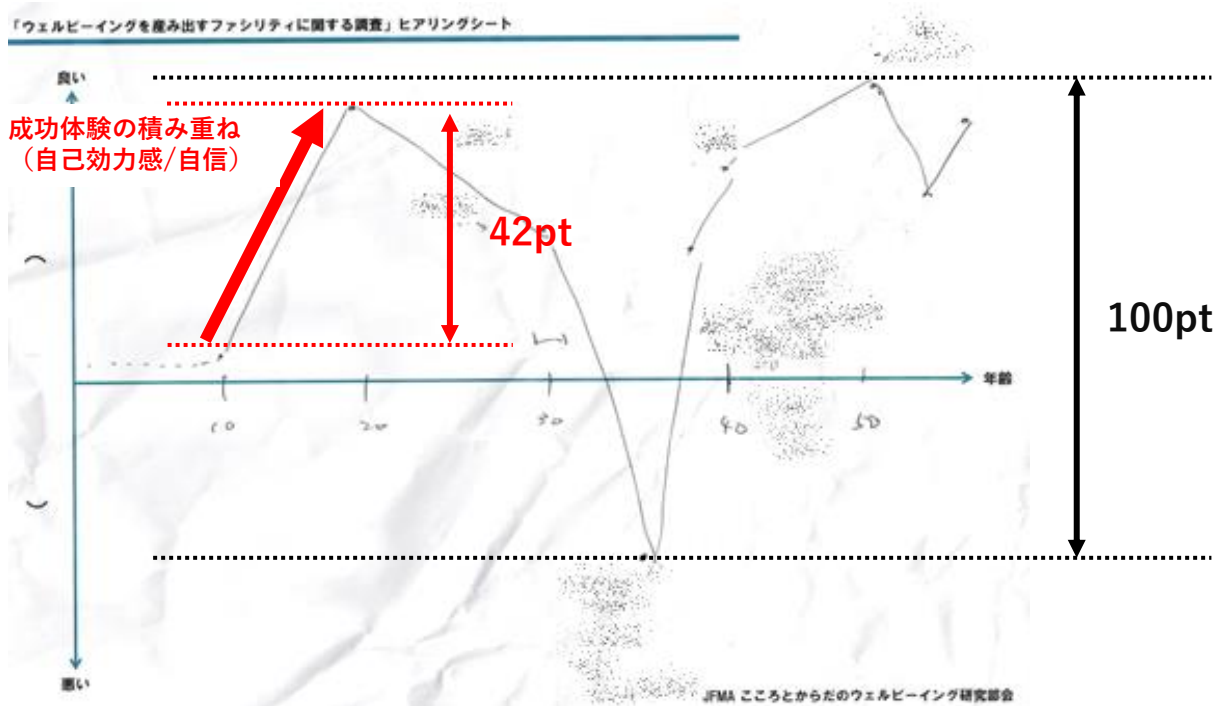


高める要素・下げる要素に分類



公私に関係なくイベントが  
ウェルビーイングに影響する“要素”

縦軸は対象者が任意で設定する尺度のため、個人ごとに影響度（変化の度合い）を相対的に把握することとしました。



影響には大小がある(単位はない)



度合い(影響度や尺度)や描き方は  
個人差がある

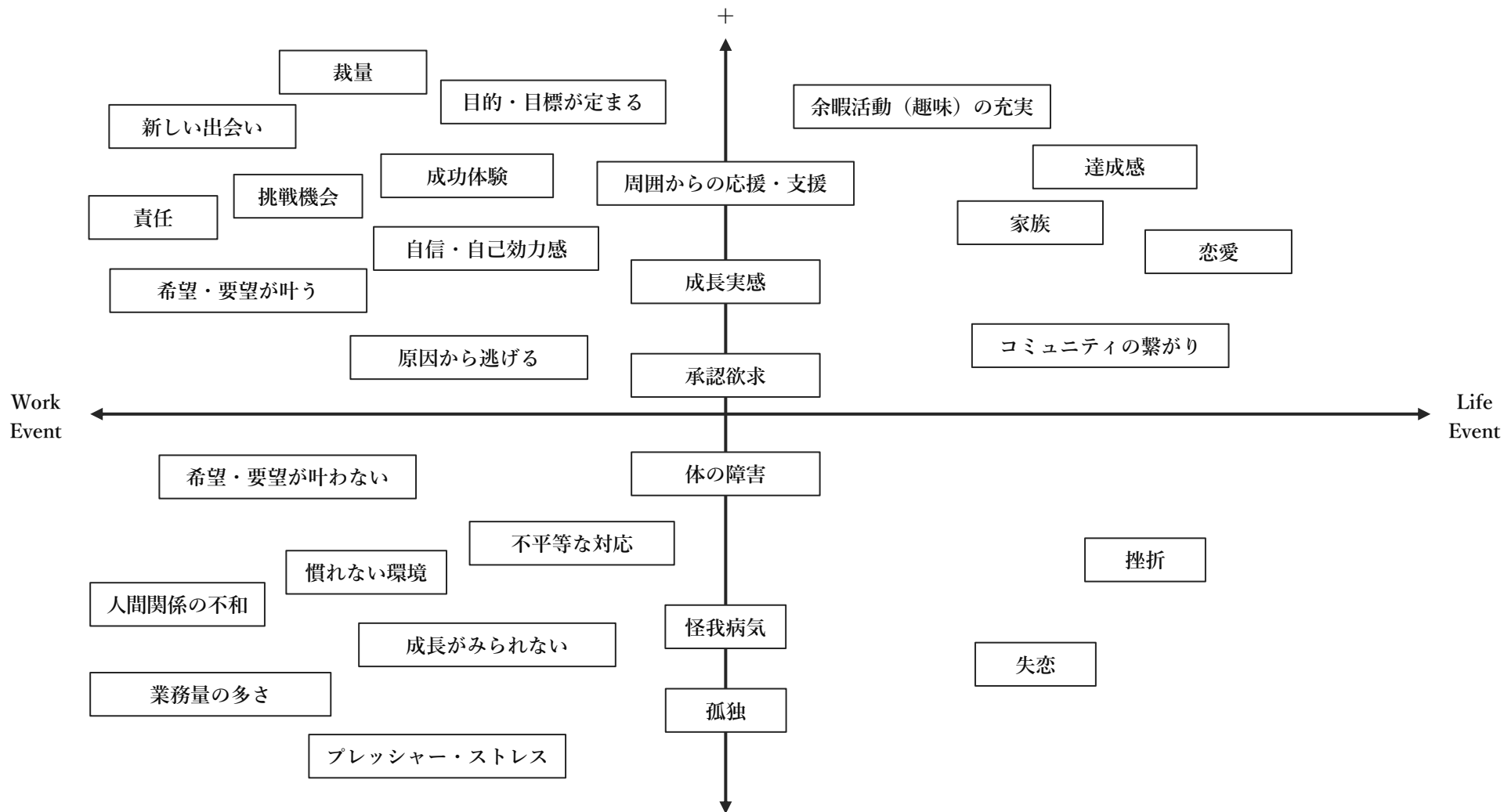


最も大きな差を100ポイントとして  
各要素(イベント)の影響度を  
相対的に指数化



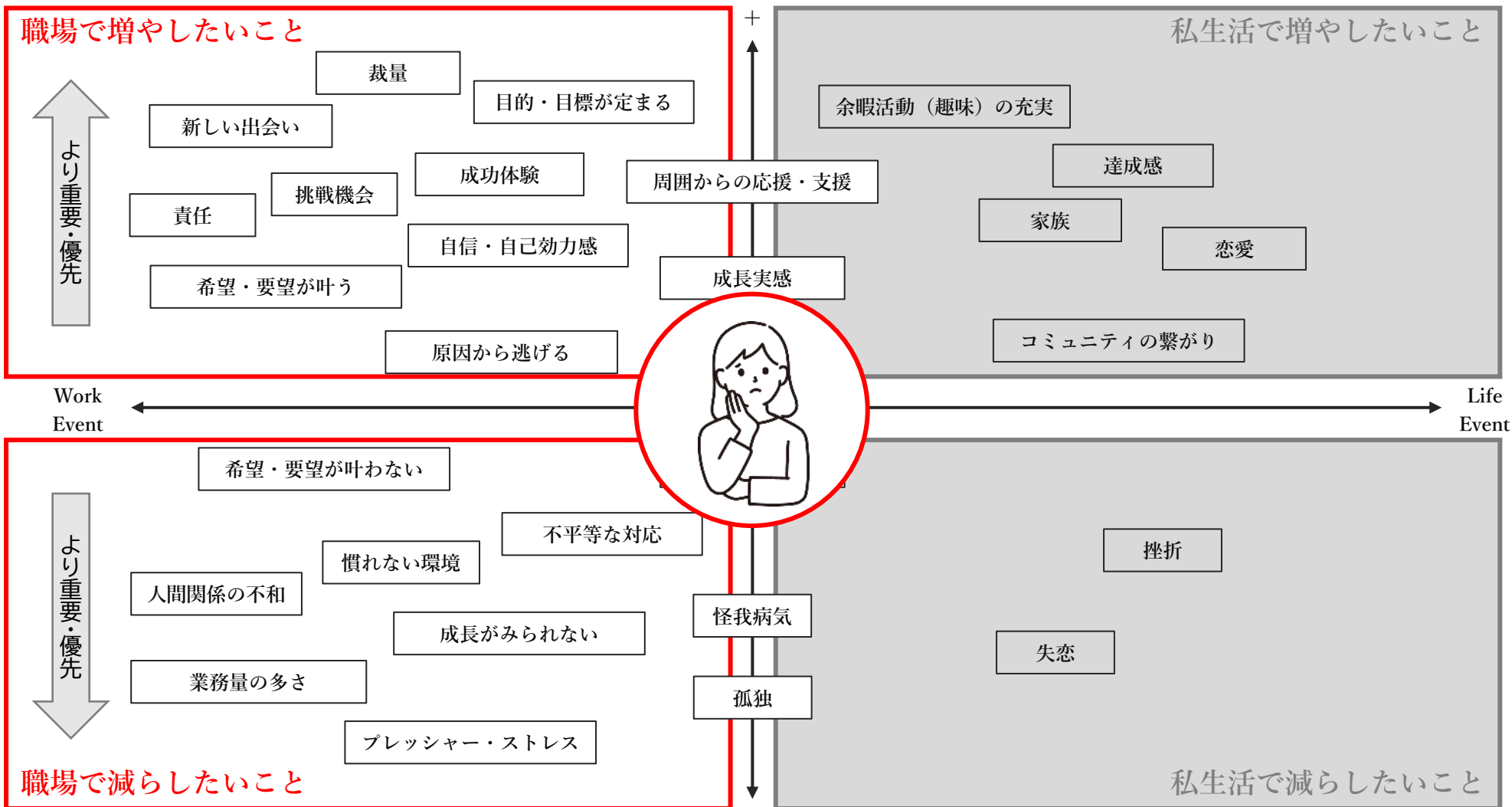
指数を重要度評価に活用する

公私の出来事 (WorkとLife) に分けて要素をプロットしました。Lifeの要素は大きな節目として、認識されること、要素によってはWorkとLifeが不可分でどちらの要素ともなり得る場合もあります。





仕事に関わるイベント項目（下図左側）に着目し、施策の効果（組織の状態）を念頭に発散的に抽出しました。



Working Stateに目標感を規定しアイデアを出し、共有しました。

ベテランファシリティマネジャー、インハウス若手、研究者などでグループを組成し分科会を開催しました。アイデア出しには、いくつかの切り口を用意しました。 右表参照 →

### アイデア出しの切り口例

スキル/ツール/マインド  
ルール/ロール/ツール  
空間/ICT/運用

### Work Event

### Working State

### Ideas for ファシリティマネジャー's Action

#### 周囲からの応援・支援

- ・同僚が仕事をたすけてくれる
- ・私生活の活動も応援してくれる

- ・部門毎の(または企業対抗)ウォーキングチャレンジ
- ・駅伝、BBQ
- ・ビル入居者の懇親会
- ・出身地や食に関する情報連携(美味しいお店情報など)
- ・アートの高揚
- ・ウォーキングキャンペーン
- ・チーム席(オープンなスペース)
- ・安全衛生活動の一環として(強化月間など)
- ・社内外におけコミュニティの場を提供
- ・コミュニケーションエリアで共通話題を掲示し話しやすい環境を提供
- ・アートを通じたコミュニケーションの活性化
- ・歩数の可視化により、他者への興味、協業を促す
- ・困っていることを取って目に見えるように掲示
- ・定例MTG進捗確認
- ・同年代の交流(5年次研修)
- ・スマホアプリ、SNS、YouTube
- ・多様なイベント企画
- ・日本地図を掲示し付箋にてコメント記載
- ・名刺や名札などに出身地をつける(例:都道府県の形など)
- ・若手や美大生からの提供
- ・目標達成に応じてポイント付与とギフト券のプレゼント
- ・社内報/サイネージ

#### 目的・目標が定まる

- ・数年後に独立すると決意する
- ・解決したい社会課題が定まる

- ・社内プロジェクトの参画(見を重視)
- ・社内新規事業開発(グループ会社)
- ・lonlに生かせる席(可変)
- ・活動場所の提供
- ・定例で意見交換を行う(ワクワクする意
- ・社内ベンチャーの推進
- ・lonl、キャリアプラン共有、研修
- ・トレーナー制度
- ・自己啓発活動の補助(講演会の参加など)
- ・コミュニケーションツールによる意見の立案(ポイント制)
- ・社内ベンチャー制度の規定改訂

#### 成功体験

- ・大きな仕事を成し遂げる
- ・自立している実感がある
- ・満足感、達成感を得る
- ・褒められる

- ・社内に外部解放スペース
- ・集まれる場所をつくる
- ・良くない方法を発見(失敗事例)した情報を掲示
- ・良くない方法を発見(失敗事例)した情報を共有することに
- ・より、類似的な失敗を防ぎ、改善案を講じる。
- ・表彰制度、実績共有
- ・社内イベント(スポーツ、靴磨き、マッサージ)
- ・社内イントラ

#### 新しい出会い

- ・仕事が変わる(動、転勤)
- ・仲間が増える
- ・務以外のつながりが生まれる

- ・コワーキングスペースの活用(更)
- ・ワーケーションと地域創生
- ・勤務年数に応じた長期休暇の取得推進
- ・副業の推進
- ・ビル施設やイベント会場の提供
- ・感性と五感を磨く
- ・積極的なワーケーション推奨(社内規定の変更)
- ・出張+ワーケーション
- ・リフレッシュ休暇と部下の育成
- ・副業による新たなコミュニティ形成の確立
- ・自分の新たな可能性を探索
- ・例:世界農業遺産活性化PJT(梅収穫ワーケーション)
- ・ワンウィーク、長期休暇制度の規定改訂
- ・副業を推進する規定改訂
- ・社外イベント(テナント会、異業種交流会)

同様のアイデアが複数の分科会から提出される場合もありました。また、目的や目標感が本質的に同じでも、アイデアとしての表現（文言）が異なる場合があります。

Work Event	Working State	Ideas for ファシリティマネジャー's Action
責任	<ul style="list-style-type: none"> <li>仕事を任される</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新人研修、メンター</li> <li>社内匿名SNS</li> </ul>
希望・要望が叶う	<ul style="list-style-type: none"> <li>希望の部署に配属される</li> <li>企画が通る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社内プロジェクトの参画</li> <li>参加型のオフィスプログラミング</li> <li>社内新規事業開発（グループ会社）</li> <li>企画・人材公募</li> <li>昇進制度</li> <li>社内SNSで発信</li> </ul>
原因から逃げる	<ul style="list-style-type: none"> <li>仕事からしばらく離れてみる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワーケーションと地域創生</li> <li>勤務年数に応じた長期休暇の取得推進</li> <li>副業の推進</li> <li>自分の新たな可能性を探索</li> <li>旅行やリフレッシュ活動に対する補助金</li> <li>業務のシェアリング</li> <li>リフレッシュスペース積極的なワーケーション推奨（社内規定の変更）出張＋ワーケーション</li> <li>界農業遺産活性化PJ（梅収穫ワーケーション）</li> <li>リフレッシュ休暇と部下の育成</li> <li>副業による新たなコミュニティ形成の確立</li> <li>ワンウィーク、長期休暇制度の規定改訂</li> <li>副業を推進する規定改訂</li> <li>異動</li> <li>ソロワークエリア</li> </ul>
自信・自己効力感	<ul style="list-style-type: none"> <li>仕事がかまうようになる</li> <li>第三者に気軽に相談できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取引先や社内以外のコミュニティ形成を図る</li> <li>仕事とは関係がない人間関係の構築</li> <li>固定席（自分の居場所）</li> <li>リスペクトトレーニング</li> <li>資格取得支援</li> <li>学会や協会、団体への参加</li> <li>サンクスカード</li> <li>リスペクトカード</li> </ul>
承認欲求	<ul style="list-style-type: none"> <li>自分の仕事が社外で表彰される</li> <li>役職が上がる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>部門、個人への表彰制度</li> <li>経営者とのコミュニケーションを図る場づくり</li> <li>経営者から従業員へ声を掛けられる仕掛け</li> <li>食を通じて話題の共有を行い活性化させる</li> <li>異動や希望部署への配属</li> <li>社内表彰</li> <li>自己申告シート</li> <li>社内行事（仕事始めなど）に合わせて、経営者（社長が望ましい）がオフィス廻りを行う</li> <li>社内SNS（イイネ！）</li> <li>出張や長期中休暇、ワーケーションの際にストーリー性があるご当地お菓子を従業員へ配布する</li> </ul>
成長実感	<ul style="list-style-type: none"> <li>成果がでるようになる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1on1エリア</li> <li>絶対評価</li> <li>資格取得、社内試験</li> <li>資格補助</li> </ul>
裁量	<ul style="list-style-type: none"> <li>仕事の進め方や内容を任される</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ABW/フリーアドレス</li> <li>1on1でのフィードバック</li> <li>業務の細分化業務分掌</li> <li>昇進・役職</li> </ul>

## アイデアから施策への展開例（周囲からの応援・支援の場合）

創造性や効率性の向上などの目的視点で表現を分類（語群に整理）し、その分類を基に、FMのテーマとなる施策を導出します。このプロセスでは、アイデアの表現（文言）を施策表現に整理しなおす必要がありました。

### 6 施策アイデアの抽出（語群に整理）

#### 《互いに知り合う機会の創出》

- ・ 出身地や食に関する情報連携（美味しいお店情報など）
- ・ スマホアプリ、SNS、YouTube
- ・ 社内への情報発信（デジタルサイネージの設置）
- ・ 名刺や名札などに出身地をつける（例：都道府県の形など）
- ・ 多様なイベント企画
- ・ 若手や美大生からの提供
- ・ 日本地図を掲示し付箋にてコメント記載
- ・ 同年代の交流（5年次研修）

#### 《組織の一体感の醸成》

- ・ チーム席（オープンなスペース）
- ・ 定例MTG進捗確認
- ・ 部門毎の（または企業対抗）ウォーキングチャレンジ
- ・ ウォーキングキャンペーン
- ・ 駅伝、BBQ、ビル入居者の懇親会
- ・ 歩数の可視化により、他者への興味、協業を促す
- ・ アートを通じたコミュニケーションの活性
- ・ アートの高揚
- ・ 目標達成に応じてポイント付与とギフト券のプレゼント

#### 《業際活動の促進》

- ・ 困っていることを敢えて目に見えるように掲示
- ・ 社内外におけるコミュニティの場を提供
- ・ 安全衛生活動の一環として（強化月間など）

### 7 施策の具体化（絞り込み）の例

※アイデアのまま施策として採用しても良い

#### 機能スペースの整備

チームワーク用スペースの整備

人材交流できる場所の整備

#### 運用面の工夫

グループアドレスの導入

交流機会を増大させる運用ルールの見直し

#### ICT

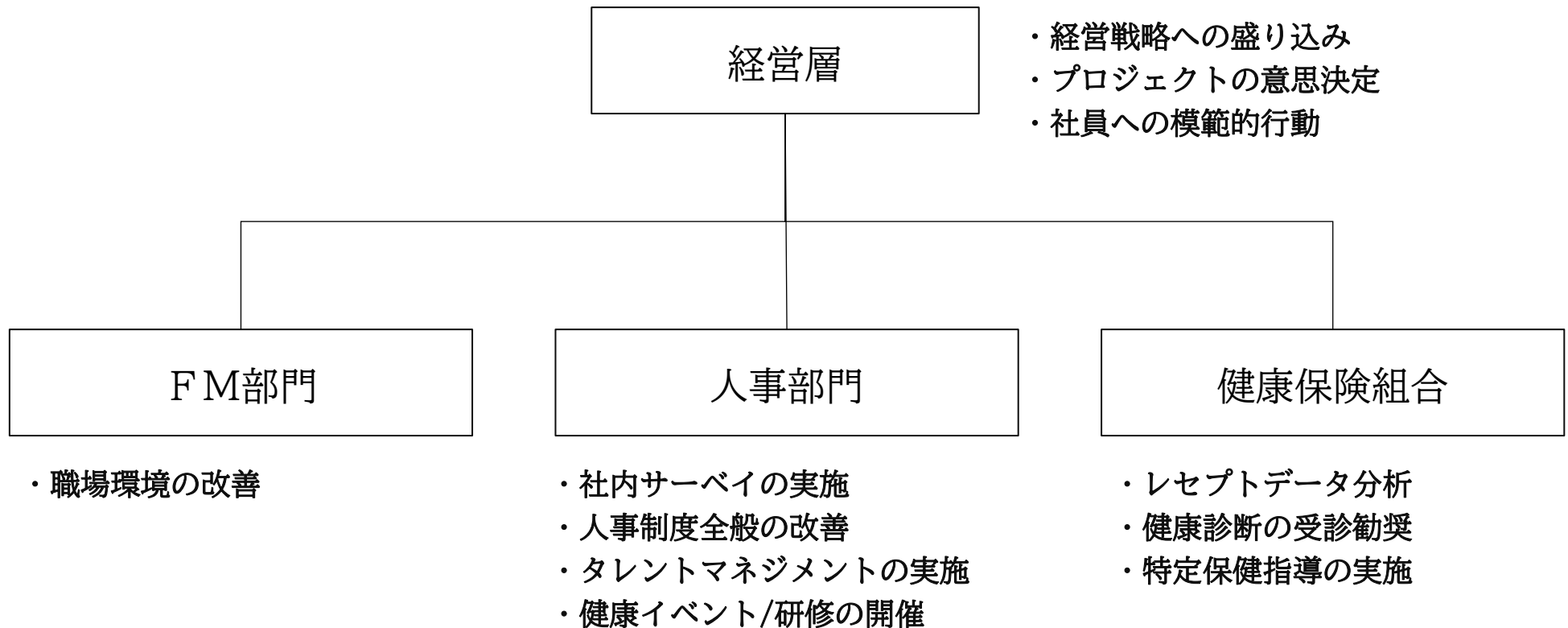
個人プロフィールのサイネージ表示

経験・経歴情報のグループウェアでの公開

## 施策の推進（健康経営における社内体制とFMの役割）

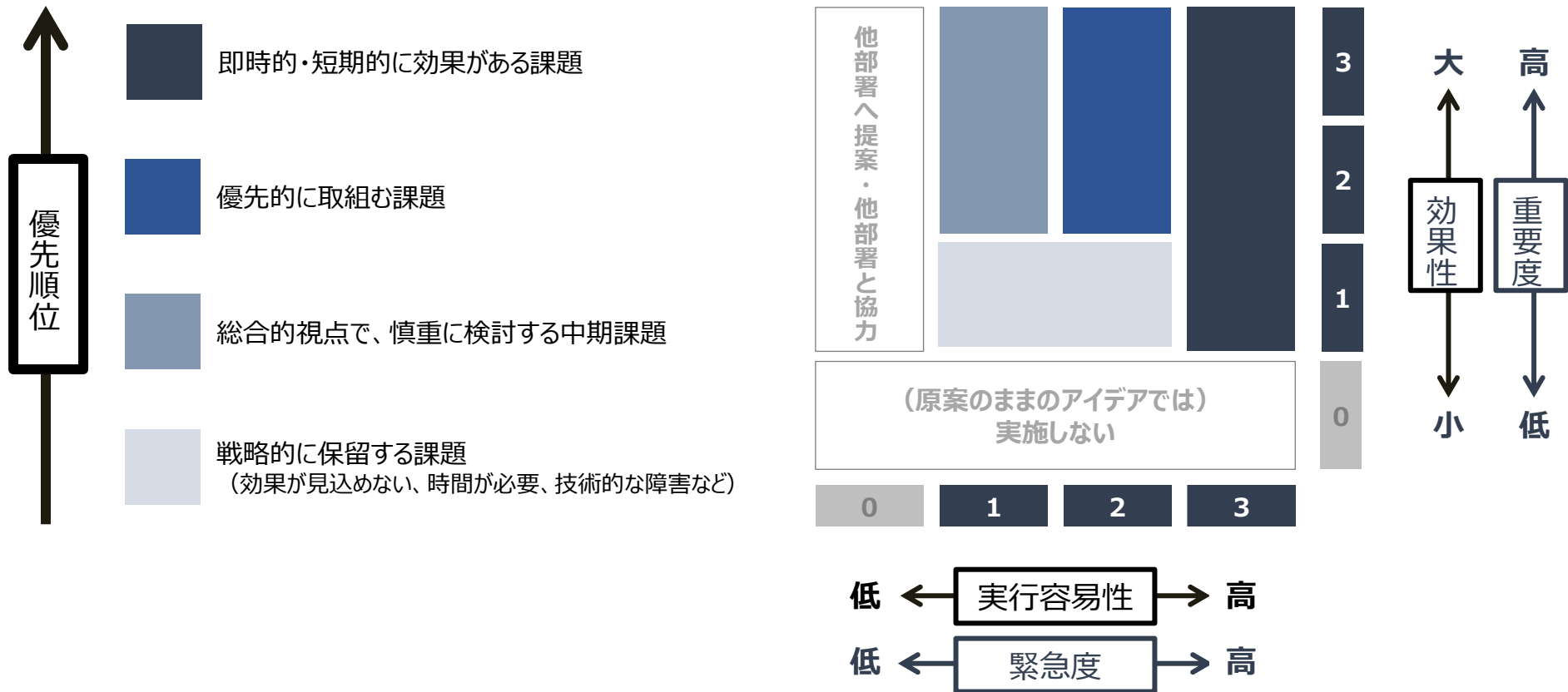
健康経営の文脈では、下図のような機能組織体制が考えられます。

導出された施策アイデアには、ICT部門が推進すべきテーマもありました。社員のパフォーマンスを向上させるための投資の観点では、これらのマネジメントスタッフ部門や財務部門との連携も必要です。



# 8 施策実施の優先順位付け（検討の枠組み例：パイオフマトリクス）

施策は玉石混交です。より大きな効果が見込める、すぐに取り組みが進められるといった2つの軸で主観的に評価し、優先順位を設定します。



主観的に判断する場合も、できるだけ客観的に説明できるように、基準を設定します。

### 【効果性（重要度）の評価】

従前の取組みや組織方針など鑑み設定する。  
期待効果の大きさの視点で評価する。

#### 効果性3（重要度高）

見直しすることが必須で効果が大きいと考えられる。

#### 効果性2（重要度中）

見直しすることが重要で効果があると考えられる。

#### 効果性1（重要度低）

見直しの効果は組織全体に波及するものではない。

#### 重要度0

見直しの成果（変化）がほとんど無いと考えられる。

### 【実行容易性（難易度）の評価】

必要に応じ関係する専門家の助言を得ながら評価する。

#### 実行容易性3（難易度低）

既に着手している、着手予定である。

#### 実行容易性2（難易度中）

実行するための計画が立案できる。  
ボトルネックはあるが、対応策が想定できる。

#### 実行容易性1（難易度高）

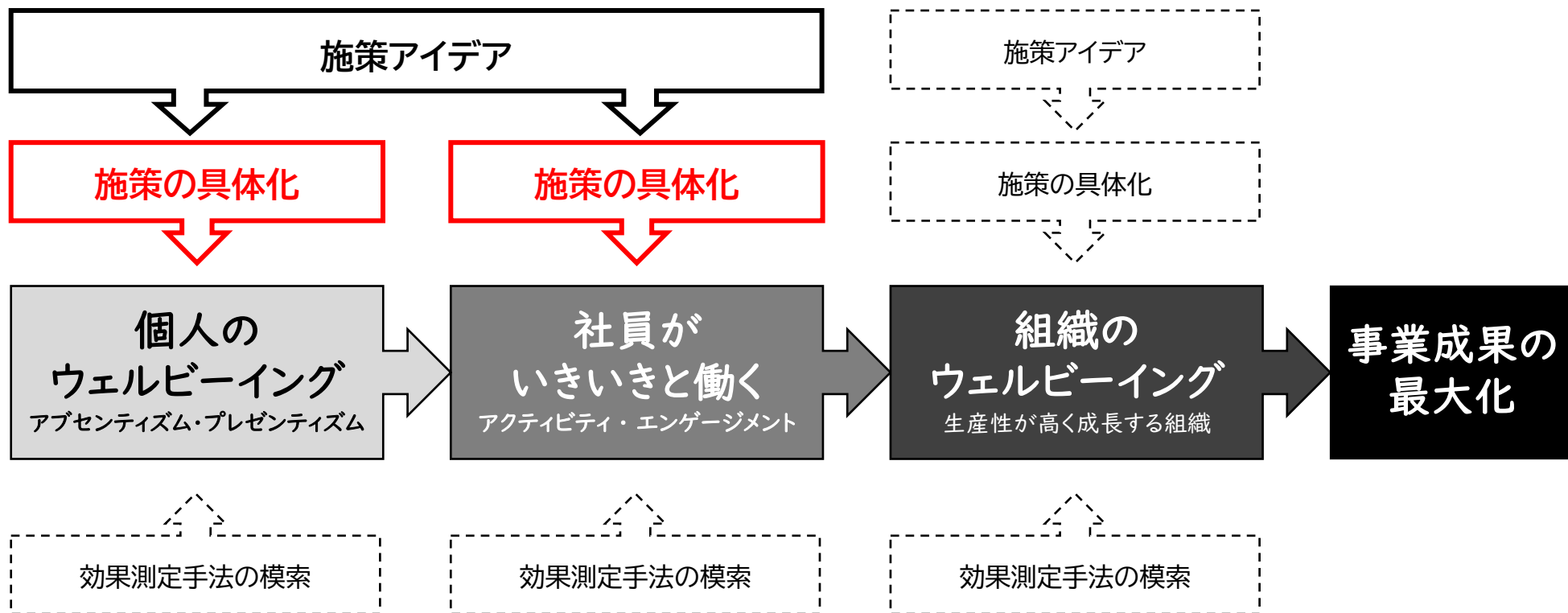
実行するための進め方が現時点で想定できない。  
高度な組織間調整が必要である。

#### 実行容易性0（対象外）

当該施策を検討するのに相応しい組織、部門やプロジェクト等へ移管する、または提言事項とする。

# 研究部会の今後の活動

施策アイデアの検討プロセスにおいて、マネジメントスタッフとして、社員のパフォーマンス向上を担う関連部署との連携が不可欠であることが再確認されました。関連部署との連携を念頭に、組織のウェルビーイング向上と、施策推進の進捗およびそれらの効果測定方法の研究を行う予定です。





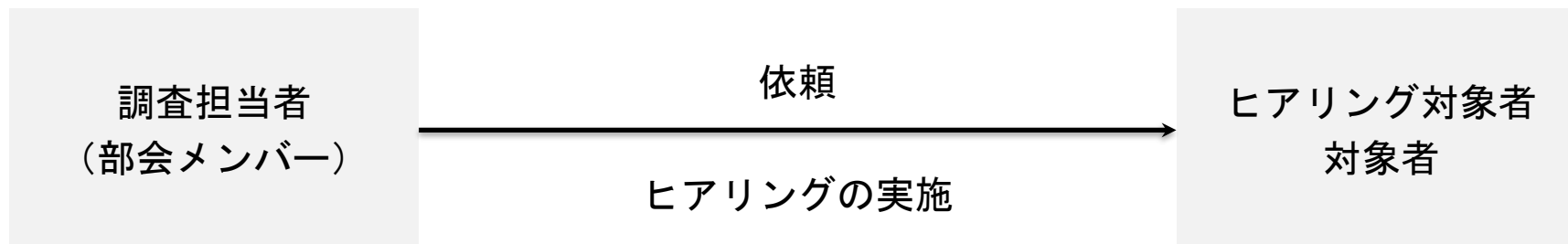
# 研究部会メンバー（2023年度）

部会長	野間 操	株式会社清和ビジネス
副部会長	中沢 佳代	株式会社ネルケプランニング
部会員	石崎 真弓	株式会社ザイマックス総合研究所
	石本 研	株式会社ユニティ
	遠藤 淳子	大成建設株式会社
	川尻 晴菜	株式会社朝日ビルディング
	吉瀬 茂	株式会社FRS（フォーバル・リアルストレート）
	齋藤 敦子	コクヨ株式会社
	佐藤 さくら	株式会社ネルケプランニング
	渋谷 高陽	株式会社サンケイビル
	菅野 文恵	株式会社ゼロイン
	高橋 靖	東京美装興業株式会社
	高橋 泰洋	株式会社朝日ビルディング
	高原 良	株式会社TATAMI
	田中 瑠伊	株式会社朝日ビルディング
	近間 絢子	株式会社ネルケプランニング
	西澤 竣也	株式会社朝日ビルディング
	萩生田 弘	株式会社内田洋行
	秦 正真	株式会社朝日ビルディング
	古澤 由美	東京不動産管理株式会社

他 お試し参加のみなさま

事務局 公益社団法人日本ファッションリティマネジメント協会  
重綱 鉄哉、佐々木 信、豎山 和人、安東 慎吾

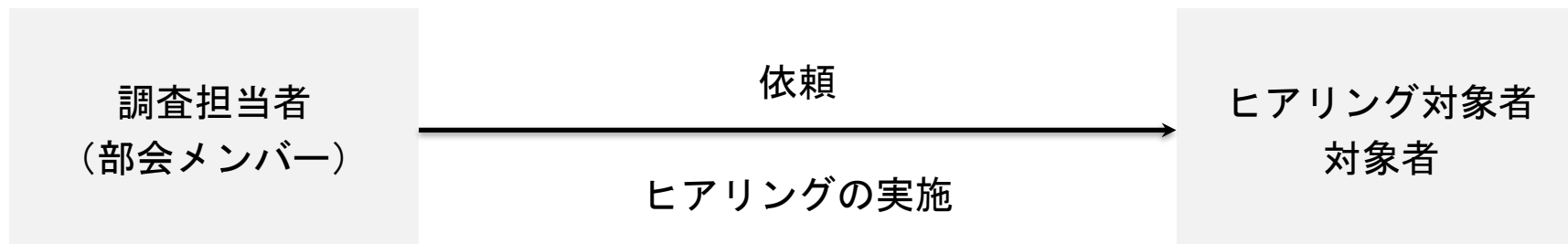
# 付録



### 【依頼時】のポイント

- ・ 担当者にて対象者へのアプローチを実施
- ・ 依頼状および同意書の送付
- ・ ヒアリング日程/場所の調整
- ・ 部会メンバーとの日程/場所の共有、同席者の確認
- ・ 道具の準備
  - ヒアリング用紙、カメラ（高解像度のものならスマホでOK）
  - ICレコーダー（必要に応じて）、献本（JFMA既刊誌）

## ヒアリングの進め方



### 【ヒアリング時】のポイント

- ・ 企画内容の説明
- ・ 同意書の回収
- ・ 録音/記録用の写真撮影 (可否を確認の上)
- ・ ヒアリング (1時間半～2時間程度) の開始
  - 基本情報 (年齢、家族構成、趣味、座右の銘、影響を受けた人物)
  - ストーリーマップの作成 (当日作成でOK、各イベントで起きた出来事、その時の周辺環境を具体的に聞く)
  - あなたがウェルビーイングになれるファシリティとは
- ・ 献本の贈呈

