

FM (Facility Management)에 관한 제언

서울대학교 경영학과 안 중호

Abstract

The purpose of this paper is to introduce the concept of facility management (FM). FM pursues the improvement of the office productivity by combining space (i.e., hardware) and people (i.e., software) in space through office environment betterment. In Japan, Ministry of Trade and Industry already initiated the New Office movement, and expedited its efforts to improve overall office environment.

Needs to efficiently manage facilities emerged recently due to the increasing portion of service industries in the national economy, the growing importance of the overhead staffs in manufacturing, and the globalization. This paper goes through the current topic of FM and makes efforts to import the idea to the management research.

1. 들어가며

이 글의 목적은 개별 기업과 공공 기관의 FM(Facility Management)과 관련된 인식의 제고를 통하여 개별 기업은 물론 국민경제 전반의 자산 운용의 효율화를 기하기 위함에 있다. 여기서의 자산이라 함은 대차대조표 상의 모든 자산을 의미하며 이 분야는 아직 우리의 기업과 공공 기관에서 그다지 관심을 갖고 있지 않은 분야라고 볼 수 있다.

그러나 여기서 이야기하는 자산의 효율적인 이용은 지금보다 훨씬 관심이 높아져야 하는 분야이다. 특히 국토의 면적이 넓지 않은 우리 나라의 경우는 공간의 효율적인 활용을 통한 자산의 효율적 운용 즉 공간 생산성 등의 관점에서 중요성을 강조하지 않을 수 없다.

미국과 일본 등의 선진국에 있어서도 FM에 대한 역사는 짧다고 볼 수 있다. 10년 정도 전의 하버드 대학의 논문 발표가 본격적인 출발이라고 보고 있다. 당시로서는 대단히 쇼킹한 논문으로 주목을 받았는데 그 내용은 "당시 미국에 있어서 기업 소유의 부동산 면적은 영국의 전 국토에 필적하고 총자본의 25%를 점하고 있으나 그중 60%는 전혀 관리되고 있지 않다. 따라서 FM은 1990년대에 기업의 큰 과제가 될 것이다"라는 내용이었다.

그로부터 10년이 지난 오늘날 현재는 미국의 기업 내에 있어서 경영자를 FM부문의 책임자로 하고 있고 FM 관리자 상호간의 지휘 향상과 정보 교환의 장으로 IFMA라는 단체의 회원이 12,000명에 이르는 커다란 조직으로 발전하고 있다. 게다가 교육면에서도 대학 또는 대학원에서 FM에 관한 학과를 개설하고 또한 관련 서적이 출판되고 있는 등 착실히 성장하고 있다.

한편 국제적으로도 선진 각국은 FM 관련 기관을 설립하여 활발하게 활동하

고 있다. 일본에서도 통산성과 건설성의 지원을 받는 유관 기관들이 일본의 문화와 풍토에 맞는 FM의 추진을 위해 노력하고 있다. 특히 일본의 경우 자격 제도의 창설을 위해 그 동안 축적된 경험과 노하우를 바탕으로 독특한 제도를 통해 FM이 확산될 수 있도록 준비하고 있다.

이와 같은 관점에서 살펴볼 때 우리나라에서도 FM에 대한 관심을 제고하고 아울러 이의 확산 방향에 대해서 연구하는 것은 매우 시의 적절한 일이라고 할 수 있다.

먼저 FM과 같은 맥락에서 일본에서 진행되고 있는 New Office운동에 대해서 살펴보도록 하자.

2. 일본의 뉴오피스 운동에 관하여³⁾

이웃 일본은 이미 1986년에 통산성을 중심으로 New Office선언의 기치 아래 오피스를 인간 생활의 장, 정보화 중핵의 장, 기업 문화 발현의 장, 국제화 전선의 장으로 삼고 "뉴오피스 추진협의회"를 구성, 이의 보급을 시작하였으며 1992년도에는 제2단계 도약을 위한 제2지침이 보고서로 공표된 바 있다. 이들 각각을 좀 더 깊이 살펴보도록 하자.

2.1. 인간 생활의 장

사무실은 사무 처리를 하는 곳이고 또는 정보를 생산해 내는 곳이지만 가장

3. 뉴오피스, 한국금속가구 공업협동조합 역, 1992

중심이 되는 것은 인간 그 자체이다. 사무실에서 살아 있는 인간이 사고하고 토론하여 휴식하는 것 등의 여러 가지 행위를 하고 있다. 일에 오랜 시간 매달려 있지만 계속적으로 일에만 집중할 수는 없을 것이다. 이렇게 여러 형태의 인간 행위가 이루어지는 사무실을 단순하게 생산을 위한 장소라고만 인식할 것이 아니라 생산 활동도 넓게는 근로자 생활의 일부라고 생각해 사무실을 생산 활동을 포함한 인간 생활의 장소로 인식하는 것이 중요하다.

사무실의 쾌적함을 추구하는 것은 화려하거나 사치스러운 것을 찾고자 하는 것이 아니라 사무실 근무자들이 편하고 행복하게 일할 수 있게 하자는 것이다. 사무실 근무자들은 그들 생활 시간의 상당 부분을 지내는 사무실이 개선된 환경을 지닐 때 고품질의 생산을 이룰 수 있을 것이다.

2.2. 정보화 중핵의 장

정보화는 사무실, 공장, 가정 등의 각 부문에서 실현되고 있으나, 그 중에서도 사무실은 정보 자체를 생산해 내는 곳으로 정보화의 중핵이라 할 수 있겠다. 앞으로의 정보사회에서는 사무실이야말로 생산을 하고, 이익을 낳는 장소라는 것을 생각해 보다 더 OA화를 진전시켜 사무실의 기능화를 꾀해야 할 것이다. 이는 사무 종사자가 OA기기에 의해 이용되는 것이 아니고 그것을 도구로 삼아 그 기능을 충분히 활용할 수 있게끔 환경을 정비하는 것을 의미한다. 사무실이 정보화의 중핵이 되기 위해서는 각종 집기·비품의 보다 높은 기능화를 포함한 사무실 환경의 정비가 필요하다고 하겠다.

2.3. 기업 문화 발전의 장

사무실은 기업의 존재와 행위 바로 그 자체이다. 최근 기업 전략으로 CI(Corporate Identity)를 채용하는 기업이 증가하고 있으며 그 기업이 가진 특징적인 문화를 외부에 강력하게 소구하는 것과 아울러 종업원의 의식 향상을 도모하는 것은 앞으로도 중요한 것이라고 생각된다. 종래의 Symbol Color, Symbol Mark 광고 등에 머무르지 않고 사무실 환경을 개선하는 것은 CI를 실현함에 있어 대단히 유효한 수단이다. 사무실은 고객, 종업원 쌍방에 대해서 자사의 기업 문화를 강하게 드러내는 장소라는 것을 인식하여야 한다. 또 각각의 사무 처리 성격에 따른 여러 가지 특성에 비추어 그에 맞는 환경 개선을 진행해야 할 것이다. 이렇게 함으로써 사무실이 사무 처리 방법에 대응하는 각 사무실만의 독특한 개성을 가질 수 있을 것이다.

2.4. 국제화 전선의 장

경제의 국제화에 대응해서 사무실의 모습도 변화해 가지 않으면 안된다. 외국인도 우리나라 사무실에 오는데 불편이 없도록 하는 Software(안내판, 국제전화 등)의 개선을 통하여 국제적으로 개방된 사무실로 만들어 갈 필요가 있다. 또 우리나라의 사무실이 세계적인 정보 유통의 흐름에 늦지 않도록 주의를 기울이는 것이 필요하다.

2.5. 제2차 뉴오피스운동 지침

제1차 지침의 개요는 1) 사무실 환경 개선과 관련한 구체적 수치 목표(사무실 공간의 넓이, 천장 높이, 밝기, 방음 등)와 2) 사무실 내부의 하드웨어에 관련한 가이드라인(OA기기, 책걸상, 가구, 공조 설비, 조명 기기, 탁자 등)등을 제시하고 있다.

제2차 지침에서는 그 개요가 하드웨어 중심의 사무실로부터 인간중심주의에 입각한 사무실 모습 등의 소프트웨어 측면에 보다 중점을 두고 다양화하는 가치관에 대응한 사무실을 지향하는 가이드라인을 제시하고 있다. 구체적으로는 고령화 여성들의 직장 진출 등의 사회 환경 변화, 정보 창조, 교류 지향, 지역사회에 있어서의 기업의 역할, 국제화와 환경문제 등에 대하여 사무실을 관리하는 수단으로서 시설·설비 관리(Facility Management)의 필요성을 들고 있다.

이상과 같이 일본에서 진행되고 있는 뉴오피스 운동은 급격한 환경 변화에 대응하기 위한 것으로 FM과 같은 맥락에서 진행되고 있다. 다음에서는 FM에 대해서 구체적으로 살펴보도록 하자.

3. Facility Management

FM은 미국에서 1950년대 중반부터 공장을 중심으로 한 생산 시설의 합리화에서 출발하여, 그 계획 관리에 OR(Operation Research)의 수법이 사용된 IE(Industrial Engineering)로 거슬러 올라갈 수 있다

그 후 제조업 이외에서도 자산의 효율적인 운영이 기업 경영의 입장에서 추구되어 오피스 빌딩을 중심으로 호텔, 외식 산업, 병원, 백화점등 대규모 시설을 취급하는 경영자들 간에 관심이 높아졌다.

FM도입의 효과는 거액의 경비가 절약 가능하고, 사원의 근로 의욕이 높아지

고, 아울러 업무의 질과 생산성을 높이는 것이 기대 되어진다는 점이다. 현재 FM은 미국의 경영자에게 있어서 무시할 수 없는 비중을 차지하고 있다.

일본의 경우도 산업의 소프트화, 정보화에 대한 급속한 대응이 요구되고 동시에 지가 상승과 오피스 수급의 균형이 악화되어 토지, 건물, 빌딩, 설비, 공간, 내장, 가구, 사무 기기, OA 및 통신 기기 등의 Facility(설비)라고 불리는 업무용 하드웨어의 운영 관리에 거액의 경비가 지출되어 FM에 대한 관심을 높이고 있는 원인의 하나로 되고 있다.

FM은 토지, 오피스, 시설, 설비, 기타 경영 자산을 단순히 유지하고 관리하는 것뿐만 아니라 사업 포트폴리오의 관점에서 경영 자산의 효과적인 활용이나 재분배를 도모하는 것을 의미한다. 특히 미국에서는 이를 최첨단의 경영 기법으로 기업에 도입시켜 업무의 효율화와 생산성의 향상을 꾀하고 오피스 등의 시설 입지나 사업 개발 추진 시 중요한 역할을 수행하도록 하고 있다.

현재 일반화된 FM의 개념은 조직, 업무 기능 및 가구, 설비, 기기 등을 특정 공간(토지, 시설)에 효과적으로 배분, 설치하고, 비용의 합리성을 추구하면서 경영 자산을 형성하고 유지해 가는 기능이다. 즉 FM은 기업이 현재 보유하고 있는 경영 자산을 효율적으로 관리, 배분해서 경영 계획에 의거하여 구체적인 시설 입지나 뉴오피스계획 및 사업 개발에 주력하자는 것이다.

21세기를 눈앞에 두고 치열하게 전개되고 있는 기업간의 생산성 경쟁은, 한마디로 시간 경쟁과 공간 경쟁이라고 할 수 있다. 즉, 어떻게 하면 시간과 공간적 측면에서 기업 내부 인력의 효율성을 제고하고 경쟁 상대보다 시공 우위(時空優位)를 달성하여, 고객이 만족할 만한 제품과 서비스를 제공할 수 있느냐 하는 경쟁으로 압축해 볼 수 있다.

시간에 관한 과제는 지금까지 경영관리 상의 여러 가지 기법이 소개되고 있다. 직무 분석의 과정에서 개인이 수행하고 있는 직무의 시간을 측정하여 정원

을 산정하는 등의 기법을 비롯하여 업무 간소화를 통하여 불필요한 업무를 없애 시간을 절약하는 방법 등이 있다.

반면 공간의 중요성에 대하여 우리는 관심을 덜 기울인 편이라고 볼 수 있다. 최근 선진국에서 추진하고 있는 사무 선진화의 한가지 기법인 FM(Facility Management)은 공간과 자산의 개념을 강조하여 공간 생산성을 추구하고자 하는 개념이며 이에 대한 관심이 필요하다.

즉 국제화 시대에 화이트칼라 부문 종사자가 근무하는 공간 혹은 빌딩의 전략적 중요성을 강조하여 정보통신의 고도화는 물론 공간의 기능성, 쾌적성, 경제성을 추구하여 고부가가치를 창출하자는 개념인 것이다.

시간에 관련된 과제를 해결하기 위한 주된 접근 방법은 주로 인적 자원에 대한 관심의 증대를 통해서 달성 가능하다. 즉 사람과 사람이 하는 일에 대한 접근을 통해 효율성을 제고하려는 노력이 그것이다.

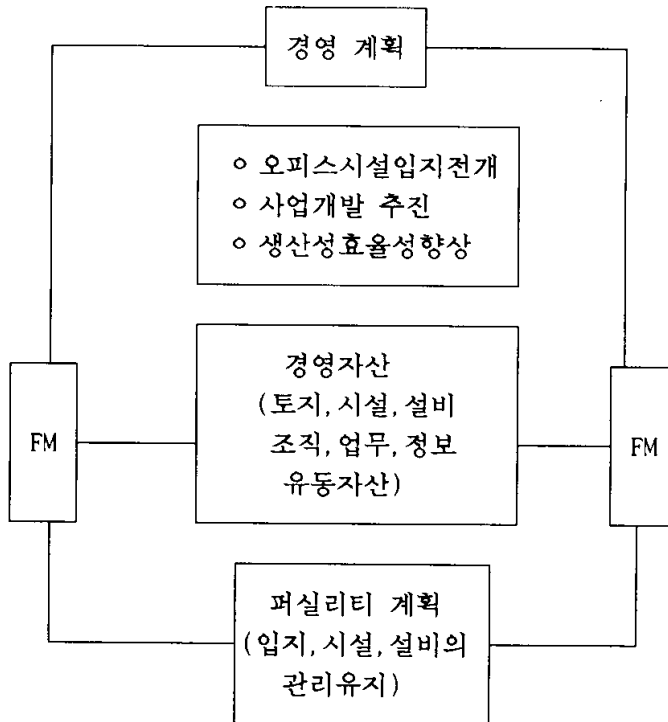
한편 공간에 관련된 과제를 해결하기 위한 주된 접근 방법은 주로 물적 자원에 대한 관심의 증대를 통해서 달성 가능하다고 볼 수 있다. 여기서 화이트칼라의 경우 물적 자원인 원재료라든가 공장설비등의 자원이 없다는 특징이 있으며, 사무실과 통신 기기 사무 자동화 기기 등이 중요한 물적 자원이다.

FM은 이와 같은 시간과 공간, 인적 자원과 물적 자원의 양자를 종합한 개념이다. 공간이라는 하드웨어와 공간 속의 인간이라는 소프트웨어를 종합하여 궁극적으로는 사무 환경의 개선을 통하여 사무 생산성을 향상시키고자 하는 개념인 것이다.

이처럼 FM은 간단하고 실질적인 공간의 효율적인 활용뿐만 아니라, 본사와 지점의 사무실 입지를 어디로 선정할 것인가 하는 입지 선정의 문제를 비롯하여, 기업의 전략적인 자산 증식을 감안한 방안까지 여러 가지 방법론이 있을 수 있다.

따라서 사무 선진화 달성을 위해 궁극적으로는 사무 환경을 개선하되 궁극적으로는 사무 그 자체까지 개선하는 광의의 개념인 것이다. 즉, 어떻게 하면 시간과 공간적 측면에서 경쟁 상대보다 시공 우위(時空優位)를 달성하여, 고객이 만족할 만한 제품과 서비스를 제공할 수 있느냐 하는 경쟁 우위의 달성을 추구하는 것이 FM의 기본 이념이다.

<도표1> FM체계



경영 전략상, FM이 큰 비중을 차지하는 이유는 첫째로 내부의 이동에 대응하기 위한 것이고 둘째로 「자산의 적절한 평가」가 그 기업의 전략목표 달성의 핵심이 되기 때문이다.

조직 변경 등으로 인한 사람의 물리적인 이동의 빈도는 성장과 변화가 심한 기업에 있어서는 꽤 심하고 유명한 미국의 하이테크 기업에 있어서는 연간 200-300%의 이동이 있는 것으로 보고되고 있다.

미국의 일반적인 기업에 있어서도 평균 년 30-40%의 이동율을 보이고 있다. 이것은 기업의 전략과 계획에 기초해 이루어지는 것이나 이러한 전략에 대응 가능한 오피스 퍼실리티의 제공이 유연하게 이루어지지 않으면 계획을 수행하는 장이 없어지는 등 경영 계획 그 자체의 실현을 저해하는 것이 되고 결과적으로 경영 목표의 미달성을 초래하는 것이 된다.

또 자사의 「자산의 적절한 평가」에 대하여는 경영자가 자신이 경영하는 기업의 최신의 종합적인 가치를 파악하는데 불가결한 항목이고 M&A에의 대응과 자금 조달에 있어서도 영향을 받는 것이다. FM 관리자가 그들 정보를 적시 적절하게 경영자에게 제공하는 것에 의해 보다 올바르고 빠른 판단이 실시되는 것이다.

다음에서는 우리나라에서의 FM의 필요성, 현황과 과제에 대해서 살펴보도록 하자.

4. 우리 나라 FM의 현황과 과제

4.1. FM의 필요성

4.1.1. 서비스 산업의 비중 증대

산업 사회가 고도화되어 감에 따라 서비스 산업이 국민경제에서 차지하는 비중은 점차 높아지고 있다. 서비스 산업은 제조업과는 달리 공장이 없고 사무실에서 지적 창조 활동에 의해 서비스를 생산하는 특성을 지니고 있다.

즉 서비스 산업의 경우 공장 설비나 원재료 등의 투입 요소보다도 사무 자동화 설비를 포함한 사무 공간이라는 요소가 차지하는 중요성이 제조업 등에 비해 상대적으로 크다고 볼 수 있다.

따라서 앞으로 국민 경제적 차원에서 산업 정책의 초점은 서비스 산업의 특성을 간과하고서는 효과를 거둘 수 없을 것으로 예상되며, 서비스 산업 내부에서는 서비스 산업 종사자들이 근무하는 작업환경 즉 FM에 대한 관심이 높아지지 않을 수 없을 것으로 여겨진다.

4.1.2. 제조업의 관리 간접 부문 역할 증대

제조업의 경우 생산 기술의 비약적인 발전과 더불어 공장이 자동화되어 가는 추세이며, 이에 따라 점차 생산 부문 못지않게 간접 부문인 본사 부문의 역할이 증대하고 있다. 이를 반영하여 관리 간접 부문의 인원은 증가하고 있는 추세이고 코스트도 더불어 증대되고 있다.

다시 말하면 공장에서의 제품의 생산 못지않게 간접 부문이라고 볼 수 있는

사무실에서의 마케팅 전략의 구상, 연구소에서의 제품 설계 개선 등은 앞으로 제조업 분야에서 중요성이 강조되지 않을 수 없는 추세이다. 이는 바꾸어 말하면 관리 간접 부문의 FM에 대한 관심과 아울러 개선의 필요성이 증대되고 있다는 것을 의미한다.

4.1.3. 사무실 근로자의 욕구 증대

그 동안 생산 현장의 경우 작업환경의 개선이라는 측면에서 많은 개선이 이루어져 왔다. 이는 화이트칼라 부문의 사무 환경에 비하여 상대적으로 생산 현장의 작업환경이 열악했던 데서 연유한다고 볼 수 있다.

그러나 공장이 자동화되어지고 작업환경이 개선되는 것에 비해 상대적으로 화이트칼라의 사무 환경의 경우 쾌적한 사무 환경이라는 측면이 소홀히 취급되어져 왔다. 책상과 의자만 있으면 일을 할 수 있는 것으로 여겨 왔다고 해도 과언이 아니다. 다시 말하면 사무자동화기기등의 도입과 아울러 FM의 개선이 걸맞게 추진되어야 했으나, 기기의 도입이라는 측면이 강조되어 온 감이 있다.

그러나 기기의 주인인 사람을 중심으로 한 인간공학적 측면을 비롯한 사무실 근로자의 욕구는 증대되고 있는 실정이다. 특히 국민경제의 발전과 더불어 소비자로서의 욕구도 증대되고 있는데 이는 FM의 필요성의 하나로 작용하고 있다고 볼 수 있다.

4.1.4. 국제화의 진전

급변하는 환경 변화에 능동적으로 대처하기 위해서 국제화는 필연적이라고 볼 수 있다. 국제화에 있어서 사무실은 전략 본사의 역할을 수행해야 하고 각종 첨단 통신 기술의 적용은 필수적이다.

따라서 자동화기기의 도입과 아울러 첨단 통신기기의 도입이 감안된 빌딩의 인텔리전트화는 향후 우리 기업이 지향해야 할 방향이라고 볼 수 있다. 이와 같은 관점에서 보다 광범위한 광의의 개념으로서의 FM은 앞으로 중요성이 강조 되지 않을 수 없다.

4.2. 우리 나라 FM의 현황⁴⁾

4.2.1. 업무 공간의 협소

우리 나라 기업의 일인당 평균 업무 공간은 9.14제곱미터로 나타났으며⁵⁾ 이는 일본의 10제곱미터와 비슷한 수준인 반면 미국 등의 20.7제곱미터에 비하면 좁은 편인 것으로 나타났다. 한편 업무 공간의 넓이에 대하여 부분적 혹은 전면적인 개선을 요망하는 응답자가 74.9%로 나타나 업무 공간에 대한 개선의 필요성이 대두되고 있다.

특히 업무 공간은 임대 빌딩보다는 자사 빌딩, 제조업 이외의 업종보다는 제조업종, 그리고 서울보다는 서울을 제외한 지방이 보다 협소한 것으로 나타나 협소함을 느끼는 업종과 지역의 업무 공간에 대한 관심을 더욱 제고할 필요가 있는 것으로 나타났다.

4.2.2. 손님 접대 공간의 개선 필요

공간 중에서도 가장 개선이 시급한 부문은 손님 접대 공간으로써 전체 응답자의 77.3%가 부분적이거나 전면적인 개선이 요구된다고 응답하였다. 최근 중

4. FM자격제도에 관한 연구, 통산산업부, 1995

5. 실태조사 및 설문조사의 결과는 前掲書의 자료를 바탕으로 서술한 것임.

요성이 강조되고 있는 고객 만족의 측면에서 검토해 볼 때, 손님 접대 공간에 대한 관심은 고객의 관점에서 고객이 어떠한 환경을 요구하는지에 대한 파악과 아울러 개선 방안에 대한 관심이 앞으로 제고되어야 할 것으로 여겨진다.

4.2.3. 사무 환경 관련 하드웨어

사무 환경과 관련된 하드웨어중 조명 설비나 카펫등의 바닥재, 벽, 천장, 색조 등의 내장 부문에 대해서는 다른 하드웨어에 비하여 상대적으로 개선의 필요가 많지 않은 것으로 나타났다. 반면 사무환경과 관련된 하드웨어중 특히 체육 시설이나 주차장, 휴식 공간에 대한 개선의 욕구가 강한 것으로 나타났다.

또한 사무 환경과 직접적인 관련이 있는 공조 설비에 대한 개선의 욕구가 강한 것으로 나타나 사무실 환기와 관련된 소음과 흡배기등의 설비의 질적 수준이 높아져야 함은 물론 적절한 설치가 이루어져야 할 것으로 나타났다.

4.2.4. 사무실 레이아웃

설문 조사 응답기업 중 절반 정도의 기업이 1년에 평균 1회 정도 사무실 레이아웃을 변경하고 있는 것으로 나타났는데 조직 개편과 인사이동 그리고 인원 증가등의 인사 조직상의 이유로 인해 84.3%가 레이아웃을 변경하고 있는 것으로 나타났다.

한편 사무실의 레이아웃에 대해서 응답 기업의 80.2%가 부분적 혹은 전면적인 개선을 바라고 있는 것으로 나타났다. 이는 인사 조직상의 변화에 탄력적으로 대응할 수 있는 레이아웃의 기법이 검토되어야 한다는 것을 의미한다.

4.2.5. 문서 관리

설문 조사 응답 기업의 89.3%는 사무 환경 개선과 관련된 업무내용중 문서 관리를 부분적으로 혹은 전면적으로 개선할 필요가 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 문서 관리는 양적인 측면에서 많은 스페이스를 차지하므로 사무 공간과 관련이 있고 아울러 질적인 측면에서는 사무 개선과도 관계가 되는 요인이므로 이에 대해 보다 많은 관심이 촉구된다.

4.2.6. FM 담당 부서

사무 환경의 개선과 관련하여 관리를 담당하는 부서는 거의 대부분이 총무 혹은 서무 담당 부서인 것으로 나타났다. 한편 사무 환경 개선과 관련된 주요 업무 내용은 사무실의 유지 보전과 운영 관리 업무가 주된 것으로 나타났고 사무 환경과 관련된 중장기 계획의 책정 등과 같이 전략적 관점에서 사무 환경과 관련된 업무는 취급하지 않고 있는 편인 것으로 나타났다.

4.2.7. FM담당 전문스텝 결여

사무 환경 개선을 전문적으로 담당할 전문스텝은 응답 기업의 12%가 있다고 응답한 반면 84.2%가 없다고 응답하여 사무 환경의 개선은 전문가 없이 그때 그때 임시방편 식으로 다루어지고 있는 것으로 보인다. 또한 사무 환경과 관련된 매뉴얼이 있는 기업도 14%에 불과해 전문 인력의 양성과 관련 자료의 숙지가 필요한 것으로 여겨진다.

4.2.8. FM관련 근로자의 만족도 조사 미비

사무 환경의 개선을 위해 기초적으로 필요한 근로자의 만족도에 대하여 만족도 조사를 실시하고 있다고 응답한 기업은 19.9%로 나타났으며 조사 방법을 몰라서 못하고 있는 기업이 43.8%로 나타났고 만족도 조사의 필요성조차 인식하고 있지 못한 기업이 전체 응답 기업의 36.4%로 나타났다.

근로자의 만족도 조사는 실태 조사와 아울러 사무 환경 개선의 첫걸음이라는 점을 고려할 때, 만족도 조사에 대한 보다 높은 관심이 촉구된다.

4.3. FM 개선 과제

4.3.1. 하드웨어의 미비

우리나라 기업의 사무 환경과 관련된 하드웨어는 대체적으로 도입 실적이 미미한 것으로 나타났다. 카페트의 경우 응답자의 70.7%가 설치하고 있지 않다고 응답하였으며, 파티션은 44%, 그림등은 40.9%, 배경음악은 70.1%, 휴식 공간은 47.5%, 흡연 장소는 31.6%, 탈의실은 60.9%, 식당은 58.6%의 기업이 도입하고 있지 않은 것으로 나타났다.

따라서 FM과 관련하여 종합적으로 살펴볼 때 사무실 근로자의 52.5%는 사무환경중 하드웨어에 대하여 매우 나쁘거나 나쁘다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이는 우리나라의 기업이 사무 환경의 개선을 위하여 향후 하드웨어 측면의 관심과 배려가 뒤따라야 한다는 것을 의미한다.

4.3.2. 사무실 환기의 문제 심각

사무실의 환경과 관련하여 살펴 볼 때 사무실의 환기 문제가 가장 큰 문제점으로 지적되었다. 즉 응답자의 54.2%가 사무실의 환기가 나쁘거나 매우 나쁘다고 인식하고 있는 것으로 조사되었다.

이와 같이 사무실의 환기가 문제가 되고 있는 이유 중의 하나는 실내의 흡연 때문인 것으로 여겨지는데 금연을 해야 한다는 견해가 79.1%에 달하여, 39.4%가 흡연 장소를 지정하고 있음에도 불구하고 사무실 환기의 측면에서 보다 적극적인 대책 마련이 시급한 것으로 분석되었다.

이밖에도 실내의 소음은 39.1%, 실외의 소음은 20.6%, 온도와 습도의 조절은 33.9%, 조명은 12.2%의 응답 기업이 나쁘거나 매우 나쁘다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

4.3.3. 1인당 스페이스의 부족

한편 사무실 전체의 스페이스와 관련하여 응답자의 36.3%, 1인당 스페이스는 37.4%가 나쁘거나 매우 나쁘다고 응답하여 사무 공간의 협소함에 대하여 다소 불만족스러워 하고 있는 것으로 나타났다.

따라서 신축 건물의 경우 여유 있는 사무실 공간의 확보에 주력해야 할 것이며 기존 건물의 개조 시에도 1인당 스페이스에 대한 조사 등을 통하여 적절한 조치가 뒤따라야 할 것으로 여겨진다.

4.3.4. 출퇴근 거리를 고려한 오피스타운

우리나라의 사무실 근로자는 분산형 오피스에 대하여 65.5%가 긍정적으로

인식하고 있는 것으로 나타났다. 즉 오피스타운등의 건립시 출퇴근 통근 시간이 감안되면 이를 긍정적으로 수용할 수 있다는 것을 의미한다.

따라서 신도시 건설 등의 주거 정책에 못지않게 오피스타운의 이전에 대해서도 관심을 갖고 검토할 필요성이 있으며 이 경우에는 선진국의 예에서 살펴볼 수 있는 것처럼 국제화를 향한 거점 도시로 육성하는 방안 등이 검토될 수 있을 것으로 여겨진다.

4.3.5. 사무 생산성 향상의 일환으로서의 FM

우리나라 사무실 근로자의 79. 1%는 사무 환경이 개선되면 사무 생산성이 향상될 것으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 아울러 사무 환경으로 인해 생산성이 영향을 받고 있는 것으로 때때로 느끼고 있는 응답자가 64. 1%, 항상 느끼고 있는 응답자도 16. 2%에 달해 80. 3%가 사무 환경이 사무 생산성 향상의 저해 요인이라고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

그 동안 사무 생산성의 향상을 위한 접근 방법은 주로 시간의 효율적 활용이라는 측면에서 강조되어 왔다. 그러나 사무 환경의 개선을 통한 공간의 효율적인 활용 측면과, 사무 환경의 개선을 통한 쾌적한 근무 분위기를 조성을 통한 사무 생산성의 향상에 대해서 앞으로 우리 기업이 관심을 가져야 한다는 것을 시사하는 것이라고 볼 수 있다.

4.3.6. 사무실의 레이아웃 연구

사무실의 레이아웃에 대하여는 응답자의 51. 6%가 나쁘거나 매우 나쁘다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 실태 조사 결과 대부분의 기업이 대향식 혹은

학교식을 채택하고 있는 것으로 나타난 점에 비추어 볼 때, 부서별 업무 특성에 맞는 사무실 레이아웃에 대한 관심이 필요할 것으로 여겨진다.

사무용 가구를 공급하는 공급 업체나 건축 설계 전문가 등은 사무실의 레이아웃 기법에 대하여 연구하여 개별 기업에 보급될 수 있도록 해야 할 것으로 여겨진다. 이때 사무실의 휴식 공간에 대해서도 응답자의 57.1%가 필요 불가결하다고 응답한 점등을 감안하여 쾌적한 사무 공간의 실현을 위한 레이아웃 방안 모색에 노력해야 할 것이다.

4.3.7. 지속적인 사무 개선의 추진

현재의 서류 량에 대하여 응답자의 44%가 많거나 매우 많다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 특히 부서에서 당장 폐기할 수 있는 문서가 10%라고 응답한 응답자가 27.2%, 20%가 28.7%, 30%가 27.8%로 나타나 10%에서 30%정도의 문서를 당장 폐기할 수 있는 기업이 전체의 82.8%에 이르는 것으로 나타났다.

이는 업무 간소화, 문서삭감등의 사무 생산성 향상을 위한 개선이 실시되고 있음에도 불구하고 아직도 불필요한 낭비 요소가 많은 것을 의미하므로 지속적인 사무 개선의 추진이 필요할 것으로 판단된다.

4.4. FM의 저해 요인

4.4.1. 경영층의 인식

사무 환경의 개선에 대하여 의욕을 보이고 있는 기업의 우선적인 관심은 사

무 환경이 개선되면 생산성이 향상되는가 하는 점이다. 이는 당연한 관심 사항이라고 여겨지며, 공장과 달리 제품 혹은 서비스의 투입과 산출이 눈에 보이지 않는 사무실에서 사무 환경 개선이라는 일종의 투자가 소기의 목적을 달성할 수 있는지에 대한 관심이라고 볼 수 있다.

그러나 사무 환경의 개선은 사무실의 기능성과 쾌적성 그리고 안정성의 실현을 모색하며 아울러 경제성도 추구하는 방향으로 추진되어야 한다는 점이 중요하다. 다시 말하면 사무 환경이 개선되면 사무 생산성이 향상되는가를 따지기 이전에 사무 환경의 개선은 생산성을 추구하며 아울러 사무실의 기능성과 쾌적성, 안정성을 추구하는 방향으로 나아가, 사무 생산성을 향상시키는 방향으로 추진되어야 한다는 인식이 중요하다.

따라서 사무 환경의 개선은 사무실에서 근무하는 근로자 중심 즉 인간 중심의 경영을 실현하여 생산성의 향상을 모색하는 개념이란 점을 인식하지 않으면 안된다.

설문 조사에 나타난 바에 의하면 사무실 근로자중 응답자의 79.1%가 사무 환경이 개선되면 생산성이 향상될 것이라고 응답한 점을 감안하여 조직 구성원과 함께 사무 환경을 개선하며 그를 통해 생산성도 향상시키려는 경영 층의 적극적인 인식의 전환이 중요하다.

4.4.2. 사무실 근로자의 의식

사무실 근로자의 욕구 수준이 점점 높아지고 있음에도 불구하고 우리 나라 사무실 근로자는 사무 환경의 불만족스러운 상황에 대하여 잠재적으로 느끼고 있을 뿐 적극적으로 개선 요구를 하고 있지 않는 것으로 나타났다.

실제로 설문 조사 결과 사무실 근로자가 제일 첫번째로 인식하고 있는 사무

환경 개선의 저해 요인을 자신들의 의사표시가 없다는 점인 것으로 나타났다.

예를 들어 사무실의 온도가 너무 더워 업무에 지장이 있을 정도인 경우 이를 개선하여 쾌적한 환경에서 근무하면서 업무의 능률도 높이려는 사무실 근로자의 적극적인 사무 환경의 개선 의식이 없이 사무 환경 개선은 실현되기 어렵다. 따라서 사무실 근로자의 소극적인 관심은 사무 환경 개선의 저해 요인으로 작용한다고 볼 수 있다.

4.4.3. 예산과 전문가의 부족

사무 환경 개선과 관련하여 많은 기업은 기업 내부에서 스스로 해결해 보려는 노력을 경주하고 있다. 그로 인해 불필요한 시간과 인력의 낭비 과정을 거치는 시행착오를 하고 있는 기업도 있다. 이러한 이유로는 사무실 설계 등은 사무 가구를 공급하는 회사에서 서비스로 하는 것으로 인식하고 있고, 실제로 그런 형태로 공급이 되고 있는데서 연유한다고 볼 수 있다.

특히 사무 환경 개선을 담당하는 부서 혹은 내부 전문가가 없다는 사실도 빼놓을 수 없다. 기기의 구매를 담당하는 담당자 혹은 부서는 있으나 전반적으로 사무 환경에 대한 전문지식이 부족하다.

선진국에서는 오피스 디자인은 물론 기업의 리뉴얼등을 전문적으로 담당하는 사람이 존재하고 있다. 우리는 전문적으로 담당하는 자의 필요성은 인정되나, 비용, 기술적인 제약으로 인해 채용하지 못하고 있는 기업이 많아, 이것이 사무 환경 개선의 저해 요인이 된다고 볼 수 있다.

5. FM의 방향

5.1. 개인의 창조성의 추구

우리 나라의 사무 환경 개선이 궁극적으로 지향해야 하는 목표의 첫번째는 개개인의 독창성과 창조성의 구현이다. 유구한 역사와 전통과 아울러 미래 지향적으로 지녀야 할 목표의 하나로는 개개인의 창조성이 중시될 수 있는 풍토의 조성에 초점이 맞추어져 사무 환경이 개선되어야 한다. 앞으로 산업이 서비스화, 소프트화 되어 가면서 개개인의 창조성의 계발은 중요성이 더욱 증대될 것이다.

5.2. 조직의 팀웍 실현

개개인의 창조성을 중시하는 가운데 조화를 이루어야 할 요소로 감안해야 할 점은 조직의 팀웍이다. 조직은 공동운명체라는 의식이 실현될 수 있도록 사무 환경을 개선해 나아가야 하며 개개인과 조직의 팀웍을 균형 되고 조화롭게 모색하는 것이야말로 우리나라의 사무 환경 개선이 지향해야 될 목표이다. 개개인의 창의성이 결집되어 조직이라는 집단을 통해 발휘될 수 있도록 사무 환경을 개선하려는 노력이 절실히 필요하다.

5.3. 국제화의 추진

개개인의 창조성과 조직의 팀웍을 바탕으로 궁극적으로 지향해야 할 목표의

하나는 국제사회에의 공헌이다. 기업경쟁력, 국가경쟁력의 향상을 통해 국제사회에 공헌할 수 있는 미래의 실현이야말로 궁극적으로 사무 환경 개선이 지향하는 목표인 것이다.

5.4. 사무 환경 개선의 가이드라인 숙지

5.4.1. 사무 환경 실태의 조사 및 경영에 반영

○ 사무환경의 실태 조사 분석

- 사무 환경의 실태 조사 분석 담당 부서를 선정하여 사무 환경 및 사무실 근로자 의식조사분석등을 실시하고 개선 후의 평가 방법에 대하여도 연구한다.

○ 사무환경 개선 계획의 수립

- 장래의 변화까지를 고려하여 기업의 기본 방침을 설정하고 조사 분석결과 등에 입각하여 전사적이며 조직적인 단기, 중장기 개선 계획을 구비하고, 계획에 의해 기기, 설비의 선정시 경제성 및 비용의 효율성을 감안한다.

○ 사무환경 개선 체제의 구축

- 사무환경 개선 계획을 사내 교육에 의해 전파하고 최고 경영자로부터 사무실 근로자에 이르기까지 사무환경 개선에 대한 이해와 협력 수준을 높인다.

는 장소의 경우 발열에 대해서도 고려한다.

- 습도는 특히 동절기의 습도 조절이 가능해야 한다.

- 환기는 담배 냄새 제거를 위한 대책의 수립, 인구밀도에 따른 외부 공기 공급량의 제어 등이 필요하고 현재의 실내의 오염 정도, 실외 공기의 청정도에 의하여 영향을 받으나 환기 회수는 6회/시간 이상이 바람직하다.

- 소음중 공조 설비의 소음은 45DB미만으로 하고 VDT작업은 55DB이하로 한다.

- 운전 관리를 위해 공간을 세분화하여 온도 습도 운전 시간을 분산 제어하고 중앙에서 상태를 감시한다.

- 일상적인 유지 관리를 위하여 데이터 수집, 분석 업무의 전산화를 추진한다.

- 레이아웃의 변동에 대해서도 유연하게 대응할 수 있도록 배려하여 궁극적으로 개인별로 최적의 공기 환경을 제공할 수 있도록 한다.

- 커뮤니케이션을 위한 회의실 등의 장소나 휴식 공간은 방의 환기 회수를 10회/H미만으로 한다.

○ 조명

- 통상 작업은 500-700LX, 세밀한 작업은 1000-2000 LX 내외의 조도를 확보하되 레이아웃이나 방의 용도변경등에 자유로이 빛의 질을 유지할 수 있도록 한다.

- 항상 일정한 조도를 유지하며 불량 램프를 검색한다.

- 휴식 공간은 눈을 쉬게 하는 인테리어 요소(식물, 그림, 조각)에 대한 조명을 고려한다.

○ 소음

- 벽이나 바닥은 소음을 고려하여 벽은 차음성, 바닥이나 천장은 흡음성을 배려한 재질을 사용한다.
- 프린터등 소음이 나는 OA기기는 파티션 혹은 적절한 차음 장치를 하여 소음의 발생을 줄이고 소음이 적게 발생하는 사무 기기를 구입한다.

○ 배선

- 가급적 통로 부분에 노출된 배선이 없도록 하되 OA기기는 1인/대에 대응할 수 있는 배선 기능을 갖도록 한다.
- 바닥면, 가구, 기기 둘레에도 노출 배선이 없어야 한다.
- 배선의 변경, 추가, 철거 등의 관리, 기록이 정확하게 이루어진다.
- 업무 공간 외의 회의 공간, 휴식 공간의 배선은 눈에 띄이지 않도록 한다.

5.4.3. 레이아웃

○ 스페이스

- 부서간의 연관성을 감안하여 층간, 층내 배치를 한다.
- 근로자 개인의 공간과 커뮤니케이션 및 프라이버시를 배려한 레이아웃을 실시하여 개개인이 업무에 집중하고 전념할 수 있도록 한다.
- 업무 공간 넓이의 여유가 있으며 장래의 대응도 고려하여 쾌적함을 유지한다.
- 화일링 시스템 등의 도입에 의하여 적정화된 문서량 및 그에 맞는 스페이

스가 확보되어 있어 공간이 유효하게 활용된다.

- OA기기의 도입은 스페이스를 고려하여 계획적으로 도입해야 한다.
- 천정높이는 향후 이중바닥등을 감안하여 2.6M를 넘도록 여유 있게 한다.
- 커뮤니케이션을 위한 회의 장소나 휴식 장소는 기업 문화를 감안한 독특한 공간으로 구성되어 있고, 특히 휴식 공간은 누구라도 자유롭게 이용할 수 있도록 한다.

○ 사무기기

- 책상은 사무 환경과 유기적인 관련성이 높아 작업자의 필요에 대응할 수 있다.
- 의자는 높낮이, 각도 등의 조정이 가능하여 인간공학적 측면의 배려를 통해 피로감이 거의 없고 심리적으로도 쾌적함을 유지할 수 있다.
- 수납 가구는 시스템이 확립되어 장래의 정보화와 안전성을 확보하여 사무 환경과 잘 조화된다.
- 파티션은 모듈화되어 레이아웃의 변경에도 유연하게 대응할 수 있다.

○ 인테리어

- 색채 계획을 감안하되, 기업의 상징적 이미지를 대표할 만한 인테리어가 있고, 화분 등의 녹색식물의 유지, 보전이 이루어져 사무 환경이 여유와 윤택함이 있다.

5.5. 한국형 FM의 추진

이론적 관점에서 사무 환경 개선의 궁극적인 지향점은 한국적 FM을 추진하는 것이라고 볼 수 있다. 한국적 FM이란 한국의 실정에 걸맞는 사무 환경의 개

선과 더 나아가 사무 생산성의 향상을 도모하는 기법이라고 할 수 있다.

이를 위해서는 구미의 FM과 관련된 제반 정보의 수집은 물론이고 일본이 어떻게 일본식으로 소화해 내는가를 눈여겨보며 우리의 풍토에 걸맞는 FM을 추진해야 할 것이다.

5.6. 인텔리전트화

실무적인 관점에서 사무 환경 개선의 궁극적인 지향점의 하나는 인텔리전트 빌딩의 완벽한 국산화 실현이라고 볼 수 있다. 설계에서부터 시공과 내장에 이르기까지 우리의 제품과 서비스로 가능하도록 관련 산업이 노력하는 과정에서 사무 환경의 개선은 이루어질 것이다.

물론 거시적인 차원의 인텔리전트화에 못지 않게 부분적인 개조나 보수 등도 사무 환경 개선의 범주에 넣어 검토해 볼 수 있으며 이러한 현실적이면서 실현 가능한 사무 환경 개선의 토대 위에 인텔리전트화를 추구해야 한다고 볼 수 있다.

5.7. 시공 우위의 실현

이론적인 면과 실무적인 면을 종합적으로 검토해 볼 때 결국 사무 환경 개선 운동이 지향하는 바는 시공 우위의 실현을 통한 국제 경쟁력의 강화이다. 이와 같은 시공 우위의 실현은 개개인의 시간과 공간에 대한 개념의 정립에서부터 시작한다.

개개인의 시간과 공간에 대한 개념은 기업이라는 조직의 시간과 공간이라는 차원으로 연결이 되고 개별 기업의 시간과 공간이라는 개념은 국가의 인적 자원과 물적 자원이라는 개념으로 연결이 된다.

부존자원 부족한 우리로서는 우리에게 주어진 제한된 시간과 공간을 활용하
되 경쟁대상국에 비하여 시공 우위를 실현할 수 있는 방향으로 사무 환경 개선
운동의 미래상을 설정해 볼 수 있다.

5.8. FM의 대상 및 확립 조건

FM에서의 Facility란 오피스를 구성하는 환경의 일체를 의미하고 있다. 토지,
건물, 건물에 부속된 기계 설비, 건물의 내부 공간과 사무실, 가구, OA기기, 정
보 통신 네트워크 시스템 등을 포함하고 있다.

매니지먼트란 용어는 일반적으로 관리라고 불려지나 여기서의 의미는 오히
려「경영」에 근접하는 개념이다. 즉, FM은 어느 목적을 달성하기 위해서 물적인
환경을 최대한 효율적으로 경영하는 것이다.

FM은 폭넓은 개념으로 정의되어지고 있으나, 요약하여 말하면 사람(조직, 업
무 기능)과 물건(OA기기, 가구)을 공간(건물)에 효과적으로 배분, 배치하고 코스
트의 합리성을 추구하면서 쾌적하여 기능적인 집무 환경을 계획하고, 실현하고,
유지 관리하고 운영하는 것이다.

FM이라는 명칭은, 확실히 퍼실리티를 취급하는 업무이나, 퍼실리티는 인간
의 제활동을 원활히 하기 위한 물적인 환경을 의미하고 있다. 즉 퍼실리티는 인
간과의 관계에서 존재하고 있고 인간 중시의 경영 이념을 실현하기 위한 기법
의 하나라고 보는 것이 타당하다.

FM을 실현하기 위해서는 2개의 조건이 있다. 하나는 조직의 체제와 관련되
는 것이고 또 하나는 방법에 관계되는 것이다.

첫번째에 관해서는 보통 일반의 기업에서는, 총무, 경리, 용도, 정보, 부동산
등, 각부서에서 계획하고 관리하고 있는 오피스 환경 관련 업무의 통합화 일원

화와 조정 기능을 확립하고 쾌적하고 기능적인 오피스 환경의 계획과 실현, 그리고 유지를 담당하고, 전문가를 참여시켜 기본적인 조직을 만들 필요가 있다.

즉, 이것은 조직, 체제의 정비라는 커다란 과제로 발전하기도 한다. 따라서 경영자가 경영을 위해 전략적 의미를 인식하고, 관심을 갖는 것이 필수적이다. 또 담당자 레벨에서는 최고경영자의 관심을 얻을 수 있는 객관적인 기초 자료를 준비하여 적극적으로 제시하는 것이 중요하다.

한편 FM의 접근 방법을 생각하면, 정확한 정보의 수집 관리, FM의 수순, 기법, 표준 등의 합리적인 방법, 그리고 그것을 지원하는 기법이 불가결하다.

지금까지 관리 기법이라고 불리는 것은 단순히 관리 정보를 집약한 것에 지나지 않는 대장(장부)과 도면류 뿐이었다고 해도 좋다. 수순과 수법을 적절히 운영하는 것은 근본적인 인간 측면의 일이다. 정보관리라고 하여도 종이와 연필에 의한 것만으로는 변화가 현격한 현대의, 또는 미래의 비즈니스에 한계가 있다. 신속한 정보 제공과 빠른 처리를 위해서는 당연히 오토메이션화된 FM지원 기법이 필요하다. 여기서 CAD(Computer Aided Design)기술과 컴퓨터화된 데이터베이스 그리고 DBMS(Data-Base Management System)기술 등이 이용 가능한 소지가 있는 셈이다. 이것들은 일반적으로 CAFM(Computer Aided Facility Management)이라고 불려지고 있다.

그러나 최근에는 소형 컴퓨터의 용량이 커져 규모가 작은 조직에서는 CAFM시스템의 도입은 큰 투자가 된다. 또 비교적 소규모 조직에서는 꼭 컴퓨터에 의한 관리를 필요로 하지 않는 곳도 많다.

컴퓨터를 사용하던 사용하지 않던 합리적인 공간의 계획, 설계, 운용의 표준적인 수순과 수법은 확립해 놓지 않으면 안된다.

6. 외국의 FM 관련 조직의 추이

FM과 관련된 활동이 대표적인 나라로는 미국을 들 수 있다. 미국에서는, 1970년대 후반, 오피스 오토메이션의 급속한 보급에 의해 오피스 업무 및 공간이 변모했다. 또한 경제성장의 둔화로 인해 퍼실리티의 유효활용이 기업의 절실한 문제가 되었다. 이로부터 퍼실리티의 현상 파악과 그 유효 활용에 대한 전략 입안이 많은 기업의 중대 관심사로 대두되었다.

한편 유사한 시기에 기업의 요청에 부응하여 컴퓨터를 이용한 여러 가지 도구가 개발되었다. CAD(컴퓨터 지원 설계 제도)에 의한 건물, 건축 설비, 가구, 워크스테이션등의 도면과, 스프레드시트(표계산 소프트웨어)데이터 베이스 소프트웨어 등이 활용되었다.

퍼실리티 자산의 현상을 도면과 수량으로 시각적으로 파악가능한 소프트웨어, 건물 내부에 조직의 워크스테이션의 배치를 근접성(업무상 가깝게 있어야 하는 필요성)에 따라 자동적으로 레이아웃을 하는 소프트웨어 등, 말하자면 CAFM(컴퓨터 지원 FM)의 소프트웨어가 속속 개발되어 1980년대에는 그것들이 미국에서는 많은 기업과 공공시설에 이용되게 되었다.

1980년에는 미국에 IFMA(International Facility Management Association)가 설립되었다. 이 기관은 당초 40명의 Facility Manager의 그룹에 의해 설립되었고 당초에는 N(National)FMA로서 설립되어 졌으나 캐나다, 오스트레일리아가 참가하여 개칭되었다. 1970년대 후반부터 각종 기업 내에 급증한 FM업무 담당자를 주체로 한 국제적인 협회이고 직능 단체로서의 성격이 강하다. 이 IFMA는 FM업무의 교육과 연구 활동을 주목적으로서, FM의 계몽과 보급에 노력하고 있다.

또 미국에서는, 1980년대 전반부터 코넬대학등에서 FM교육이 개강되고 있

다. FM은 미국에서 시작되었으며 그후 각국에 확대되어 FM의 조직이 계속 설립되었다. 각국의 FM관련 조직의 현황을 개괄적으로 살펴보면 다음과 같다.

<도표2> 각국의 FM 관련 조직

| 국 가 | 기 관 | 회원수 |
|--------|---|-------|
| 미국 | International Facility Management Association(IFMA) | 12000 |
| | International Development Research Council(IDRC) | 3000 |
| 영국 | Association of Facility Management(AFM) | 1000 |
| | Center of Facility Management(CFM) | |
| | Institute of Facility Management(IFM) | 330 |
| 프랑스 | Association Nationale des Responsables de Services(ARSEG) | |
| 독일 | Deutscher verbrand fur Facility Management(GEFMA) | 40 |
| 덴마크 | Danish Facilities Management Association(DFMA) | 35 |
| 네덜란드 | Netherlands Facility Management Association(NFMA) | 179 |
| 헝가리 | Hungarian Facility Management Association(HFMA) | |
| 유럽 | Euro FM | |
| 남아프리카 | AFM South Africa | 221 |
| 캐나다 | Federal Interdepartmental Facility Management Association | |
| 오스트렐리아 | IFMA Australia | 340 |

이중에서 영국에서 1986년에 설립된 Association of Facility Management와 1990년에 설립된 Institute of Facility Management가 합병하여 1994년부터 British Institute of Facility Management로 개칭하였다. 또 오스트레일리아의 IFMA Australia는 그후 FMA australia로 개칭되었다.

미국의 IFMA는 국제 FM협회와 이름은 다르지만 주체가 미국이므로 국제적 조직 형성의 움직임이 1994년부터 구체화되고 있다. Global FM 으로서의 활동을 개시하고 있다.

또 FM이라는 명칭을 쓰고 있지는 않으나 FM적인 활동을 하고 있는 조직이 위에서 언급한 조직 이외에도 각국에서 활동하고 있다. 특히 영국의 Industrial Development Research Council(IDRC) 그 연구 조성 기관인 Industrial Development Research Foundation(IDRF)은 기업의 부동산의 유효 활용 전략에 대해 최고경영층을 대상으로 국제적 활동을 해 오고 있고 각국의 FM 활동과 깊은 관계를 맺고 있다.

일본의 경우 주된 조직으로서 1987년 (사)뉴오피스 추진위원회 (NOPA)와 일본 FM협회인 JFMA가 설립되었다. 또 대학등의 교육기관으로서는 미국에서는 주로 대학원에 FM을 교육하는 (코넬대, 미시간주립대)코스가 설치되어 있으나 일본의 경우 아직 존재하지 않는다.

參考 文獻

- ① 한국금속가구 공업협동조합 역, 뉴오피스, 1992
- ② 한국FM연구회, 퍼실리티매니지먼트 및 사무환경개선 국제세미나, 1995
- ③ 통상산업부, FM자격제도에 관한 연구, 1995
- ④ NOPA, 뉴오피스와 경영혁신, 1990
- ⑤ 小河 誠, "뉴오피스화와 경영전략", Office Automation Vol.12 NO.4, 1992
- ⑥ 多摩大學總合研究所, 뉴오피스를 시작한다., 1992