

効率化の線引きと、考える余白 効率化しないと決める領域を、どう見極めるか



①効率化が目的になると、何が失われるのか

こんにちは、クエストリーの櫻田です。新年最初のレポートでは、「効率化しすぎない勇氣」、「考える余白を経営の真ん中に置くこと」について書きました。反応が多かったので、今月はあと2回、このテーマに具体化してみます。

今回は、効率化と考える余白について、もう一步踏み込んで「どこを効率化せずに残すのか」、その見極めについて考えてみたいと思います。誤解のないように付け加えますが、効率化そのものを否定するつもりはありません。

業務を早く回し、無駄を省き、生産性を高めることは、経営の大切な基本です。ただ問題は、「効率化が目的化してしまう」ことにあります。何でも効率化することが正解だと思いついた瞬間から、経営は少しずつリズムを崩していきます。

②効率化していい仕事、しない方がいい仕事

効率化してよい領域と、あえて効率化しない領域。この線引きをすることが重要です。一つの目安は、「正解が決まっているかどうか」です。手順が明確で、誰がやっても同じ結果になる仕事は、効率化や仕組み化が向いています。

一方で、正解が一つではなく、その都度考える必要がある仕事は、効率化しすぎると力を失います。たとえば、顧客との対話、社員同士のすり合わせ、新しい企画を考える時間、これらは、一律ではなく、どうしても手間がかかります。

しかし、ここを効率化しすぎると、会社の独自性が少しずつ抜け落ちてしまいます。仕事はマニュアル通りに進むようになりますが、その一方で、「自分たちはどう考えるか」「何を大事にするのか」という視点が失われていきます。

③事例：樽の味：効率を優先しない経営が育てたもの

2024年7月の「ブランディングセッション & ツアー@和歌山県御坊市」で、塩路家具の塩路真隆さんに紹介いただいた一社が、漬物メーカー「樽の味」（代表・細田幸平さん）です。同社の経営は、効率化を最優先にしていません。

発酵の力を生かした昔ながらの製法を守るため、食品添加物に頼らない手間と時間がかかる工程を残しています。大量生産や価格競争には向きませんが、「体にやさしい本物」を求める顧客と深くつながることができています。

また、社員を大切にし、一人ひとりが考え、工夫する余地を残すことで、「自分たちの仕事だ」という意識が育ち、商品づくりへの納得感を高めています。その積み重ねが、他にはない価値と信頼を育てています。

④考える余白が、会社を強くする理由とは何か

押さえておきたいのは、効率化は経営を楽にしてくれる一方で、社員の考える力を奪ってしまうことです。だからこそ、すべてを速くしない。すべてを詰め込まない。あえて余白を残すという判断が、これからの経営には必要になります。

効率化と非効率化を意識的に使い分ける。その判断の積み重ねが、会社の個性をつくり、簡単には真似できないブランド力につながっていきます。また、考える余白は、単に答えを出すためだけのものではありません。

「何を大切にしたいのか」「どんな会社でありたいのか」を問い直すための時間です。その問いを持ち続けられるかどうか、生き抜く力となります。今回は、この考える余白を、組織の中にどうつくっていくのかについて考えていきます。

（櫻田弘文）

大根を半分以下の重さになるまで乾かす天日干し



今週のアクション

一度、立ち止まって考えてみる

自社の仕事を思い浮かべながら、「本当に効率化すべき仕事は何か？」と一度立ち止まって考えてみてください。日々の業務の中で、「無意識のまま答えを出している場面」「効率優先で進んでいる会議があれば、それは見直しのサインかもしれません。

その中から一つだけ選び、あえて結論を急がず、話す時間や考える時間を少しだけ増やしてみてください。