

シリーズ「変革への第一歩」⑦

少しずつ常に改良～ 厳しい経営環境を生き残る秘策 ～



マンネリからの脱却

100年企業創り 合同会社

小野 知己 ・ 日高 安則 ・ 林 浩史

1. 今回の着眼点

ここ数回に亘り、経営の仕組みやビジネスモデルづくりというような視点で提言させて頂いたが、今回は、経営を担う“人”そのものに目を向けて考えてみたい。

どんなに優れた経営の仕組みや制度、ビジネスモデルを創造しても、それを機能させるのは、“人”である。

ところが、「人生の大病、傲の一字なり」「大企業病」などと言われるように、人間であるがゆえに、思考や感情・意識が、時として為すべき行動・態度(行為)の阻害要因となってしまうている。

つまり、人間の持っている“特性”が、優れた仕組みなどを機能させる働きを邪魔しているわけだ。

この特性が邪魔しないようにするにはどうするかについては、後述するが、本テーマである「マンネリからの脱却」も、マンネリ(正式にはマンネリズム、本稿ではマンネリと省略して表現する)が、為すべき行動・態度の阻害要因となっている。

従って、企業にとっては、マンネリは、患ってはいけない大病なのである。しかしながら、気付かないところで“マンネリ病”に罹っていることもある。

そこで、マンネリとは、どのような状態を表すのかという「マンネリの考察」を基にして、「マンネリからの脱却」を申し上げることとする。

※本寄稿文においては、企業名の敬称を略させて頂く。

2. マンネリの考察

(1) マンネリの意味

マンネリ(マンネリズム:mannerism)とは、文学・芸術・演技などの表現が型にはまっていることである。形式主義、様式主義。日本ではマンネリとも略す。「礼儀作法・行儀といった意味のマナー(manner)と同じ語源である」といわれ、本来は肯定的な意味合いを持っていた。

だが、現在では、否定的な意味合いにとられ「飽きの来る・飽きてきた」、「新鮮味が無く、やる前から結果が見える」、「新たな魅力性が弱いこと」、「毎度同じ、単調でつまらない」、「ワンパターン」、「時代遅れ」などの意味合いを持つようになり、「生気がない」、「惰性的」、「因習的」イメージをつくり出している。

このようなことから、“マンネリ”とは、ある技法や形式を繰り返し使用することで、独創性や新鮮度を失っていく傾向のことといわれている。

(2) マンネリの原因

ではマンネリは、どのような時に起こるのであろうかを考えてみたい。

- “より良くしよう”とか、反対に“悪くしてやろう”とか、善意も悪意もなく、何も考えずに、ただやってしまった時
- 「このやり方が一番よい」・「これ以上改善の余地がない」などという思い込みで行った時
- 今までの先輩や上司が行ってきたなどという前例に囚われた時
- “この業界では”などという固定概念や“あの優秀な人がやっていた”などの先入観に囚われた時
- 改善することが目的となり、改善の結果が、周りに対して良い成果を生み出していないなど、行動が形骸化してワンパターンとなった時
- 過去に成功したやり方や考え方が忘れられず、それに固執してしまっ
た時
など

このように整理してみると、マンネリに陥ってしまう原因が浮かび上がってくる。