

今月は、整理整頓について考えてみましょう。私自身は、整理整頓は苦手な方です。しかし、仕事のできる人や業績が伸びている企業は、たいてい掃除や整理整頓が良く出来ています。昨年は植村花菜の「トイレの神様」の歌の大ヒットで、トイレ掃除にも関心を持つ方が増えた？ かもしれませんが、昔からトイレ掃除は金運の向上につながると言われてます。掃除を徹底することが、会社の業績アップや個人の生活および能力の向上になる事例も多いようです。古くは「掃除道」の鍵山秀三郎氏（㈱ローヤル（現イェローハット）の創業者）、少し前では「そうじ力」の舛田光洋氏、「断捨離」の やましたひでこ氏 など多くの方の 掃除や整理方法や片付け術の書物が多数あります。世の中には掃除が嫌いな人や整理整頓が苦手な人が多いため、今後も この手の本は出版され続けるでしょう。

掃除の基本である整理整頓についてですが、整理と整頓とは分けて考えなければなりません。曖昧な人が多いようです。理解出来ていないと正しい行動ができません。

整理とは 必要でないものを区分し処分すること

整頓とは 使いやすいように工夫し配置すること

この二つのうち、難しいのは整理のほうです。決断力の弱い人や優柔不断な人はなかなか処分が出来ません。その結果、整頓を中心に行うので片付かず、時間が掛かり、結局、右にあったものを左にやるような状態で終わります。大幅な改善にはなりません。これでは、効率や精神衛生上からも同様の効果です。

ただし、処分するには勇気や決断力があるものです。また個人的な思い出や過去の努力、金銭的支出、恩、厚意など 多くの情報がモノには含まれています。そのため処分の基準が必要となります。使用頻度（過去一定期間に使用したか、今後一定期間内に使用する可能性はあるか）。価格や価値（心理的なものを含む）。大きさ、量など考えて優先順位を付け、低いレベルのものは処分するのが良いようです。

モノや情報の量が増えるのは望ましいことではありません。パソコンの例で分かるように、ハードの機能は著しく向上しているのに、プログラムや取り扱いデータ（情報）が膨大に増えているため、それほど早くならないのは実感されていると思います。日常の仕事においても、モノや情報（資料）を探し回ることがありますが、これも整頓による効率的な引出法を考える前に、整理を徹底し管理出来る絶対量を減らした方が効果が上がります。こんにち事業を行うに当たって一番のコストは人件費です。モノや情報が整理整頓されていないため、社員が付加価値を産む本来の仕事に従事する時間を減らし、価値を生まない検索や移動に時間を割くのは問題です。一日22分価値のない作業をし、1ヶ月22日では484分つまり8時間になります。1ヶ月の1日は無駄な仕事を社員にさせていることになります。もしその状態で残業等の割増し賃金を払っているならば会社の負担はさらに大きいと言えます。だから、企業の管理職は整理の基準をはっきり示し徹底させることが大切だと思います。それが出来さえすれば、後の整頓はある程度現場に任せても問題はないと思います。