

###free1###

###name### 様

◆コロナショックが健康と経済活動の「安心・安全」の大いなるリスクとなっており
ます。更に今月末まで延長になりました。アフターコロナの対策を考えて経営する時を迎えて
ますが皆様はいかがですか？ 免疫力を高めて、タフに生き抜きましょう！

~~~~~

後継者・後継社長の悩みを解決する

**社長の人生と理念経営の実戦＝組織の活性化と後継者育成の成功のポイント**

=====

「はやぶさ」340号 2020年05月08日(金)

**【第4回】 「自分を幸せにする“力”」**

著者：自分と周囲を幸せにする・研究所

スーパーサポーター 辻 騎志

・3代目として企業のどん底を経験。その体験がにじみ出る、「できない」を「できる」にする現状打破研修等。

PHP 研修所登録講師。

著書に松下幸之助の商人道を、マンガと小説にした「ショーバイ・クエスト」がある。

~~~~~

◆目次にかえて・・・5回シリーズでお届けいたします

＊＊「理念経営」と「経営理念」は、その位置づけが違います。

理念経営が上位概念です。

① #337・・・200327・・・バックナンバー

http://rinenkeieishi.net/archives/data/mls722lpdf_1_393.pdf

「社長が最高に幸せで自分らしく輝いて生きるには・・・」

② #338・・・200410・・・バックナンバー

http://rinenkeieishi.net/archives/data/mls722lpdf_1_394.pdf

「社長の人生の目的と経営理念」

③ #339・・・200424・・・バックナンバー

https://rinenkeieishi.net/archives/data/mls722lpdf_1_395.pdf

「経営理念の根幹は社長の人生哲学」

④ #340・・・200508・・・今回の記事

「自分を幸せにする“力”」

⑤ #341・・・200522

「経営理念を浸透させるために」

＊ ＊ 予告ですので変更することがありますので、悪しからずよろしくお願い致します。

~~~~~本文~~~~~

#### 【第4回】 自分を幸せにする“力”

経営理念や基本方針を構築する上で、是非とも入れて欲しいのが「自分を幸せにする力」を發揮することである。経営理念って「お客様のために」ってやつじゃないの？と思うかもしれないが、そもそも経営理念とは会社の存在意義を明確にするものだ。だから社会の公器として「お客様に貢献する」のは確かに当たり前だ。

##### ①「社員が幸せを感じやすい環境づくり」

しかし、合わせて社員の幸せにも貢献しなくてはならない。その方が結果的にお客様に貢献できるということもあり、「お客様よりも先に社員を大事にする」と言っている社長もいるぐらいだ。

だから、社長の役割の中には「社員が幸せを感じやすい環境づくり」も含まれているわけだ。ここで大事なことは、社員自身に「自分で自分を幸せにする」という自立心を持ってもらうことだ。「会社や社長が自分を幸せにしてくれる」と思うと“口を開けて待っている”状態（＝依存心）を作ってしまうからだ。

##### ②「自分を幸せにする力」には3つのポイントがある

- 1) 自分の夢や目標を次々と達成していく力
- 2) 幸せを感じる力
- 3) 周囲の幸せをサポートする力

である。1つずつ説明していこう。

1) 自分を幸せにするために「自分の夢や目標を次々と達成する」というのはわかりやすいと思う。自分のための目標管理とっていいだろう。ここで大事なことは「チャレンジすること」である。いまの自分の実力でできることしかやらなければ「自信（自己効力感）」「自己肯定感」をアップさせることはできない。

ちょっと頑張ればできることを目標にする（ストレッチ目標）ことで実力をアップさせて行くのだ。

また、初めは「できない」と思ったことでも、やって行くうちにヒントが見つかったり協力してくれる人が出てきたりするものだ。最も愚かなことは「はじめから“できない”と思い込んでチャレンジすらしらないこと」である。この他にも、「できない」を「できる」に変えて行くための様々な方法を学ぶ研修プログラムがあるので関心のある方は問い合わせいただければと思う。

2) 2つ目は、「**幸せを感じる力**」である。同じ環境にいる二人なのに、片方は幸せを感じており、もう片方は不満や愚痴ばかりで不幸を訴えるということがある。「幸せを感じる力」の差が現れているのだ。

「幸せを感じる力」を左右する最も大きな要因は「感謝」であると思う。感謝の気持ちが大きい人は“幸せだ”と感じやすい。では、「どうしたら感謝の気持ちが感じやすくなるか」である。社内で“サンキューカード”を実施するのも方法だし、「親や仕事や食べ物、水や空気や太陽など、在ることが当たり前だと思っていることについて「もし無かったら」と考えてみたり、小さい頃の写真を見て、その時の周囲の人たちから何をしてもらったか、レンズの向こうにいた人はどんな気持ちだったかを考えて見たり、色々工夫して“**感謝体質**”になっていくことが大事だと思う。

3) 最後は、「**周囲の幸せをサポートする力**」である。人は誰も「誰かのために役に立つ自分でありたい」という気持ちがある。お客様のお役に立つことはもちろん、会社や同僚、そして地域社会のお役に立っているという実感を持てるようにしていく仕組み（先ほど挙げたサンキューカード）や仕掛け（キャンペーンや演出）を作っていくことが大事だと思う。

このように、経営理念（基本方針含む）の中に「自分を幸せにする力」を盛り込んでいくことで、社員は自分を幸せにしながら周囲（お客様や同僚など）の幸せをサポートしていく、それが相乗効果となって輝く会社となるのです。

結果的にはそんな会社が、社会から支持され生き残るのである。

次回は#341号 200522「経営理念を浸透させるために」

をお送りいたします。

最後までお読みいただいて感謝いたします。本当にありがとうございます。

では、また次号で元気でお会いしましょう！

\*\*\*\*\*第6回ビジネスモデル発表交流大会のご報告\*\*\*\*\*

バックナンバーは

、[https://rinenkeieishi.net/archives/data/mls722|pdf\\_1\\_382.pdf](https://rinenkeieishi.net/archives/data/mls722|pdf_1_382.pdf)を

ご覧ください

\*\*お問い合わせ・質問は

メールアドレス： [hos\\_biz@hosbiz.net](mailto:hos_biz@hosbiz.net)

発行責任者：平本 靖夫、 編集長：石川 昌平

配信解除URL：配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

[http://1legend.com/stepmail/dela.php?no=xxewhs&a\\_mail=###mail###](http://1legend.com/stepmail/dela.php?no=xxewhs&a_mail=###mail###)