

アイデンティティの確立が自己の成長を高める!

参考テキスト(出典) 企業再構築の仕掛け バリュー・マネジメント 竹内日祥 現代書林 2006年6月

能力 客観的合理性・・・個人主義者・・・分離思考 = 客観的 (分析) 目標達成・・・能力 技術が必要  
思想 主体的責任性・・・共同体主義・・・統合思考 = 主体的 (洞察) 目的達成・・・思想 哲学が必要

統合思考	分離思考
全体性思考 関係性思考	部分性思考 実体性思考
主体的 直観的 洞察思考	客観的 合理的 分析思考
21世紀脱近代複雑系パラダイム	17世紀近代古典科学のパラダイム

悪い面 : 人間の運命はパラダイムに支配される= パラダイム効果 「支配性」「独善性」「盲目性」

良い面 : パラダイムは新しい課題・テーマを発見し 成功への意思決定を助けてくれる (120p)

・責任を伴う主体性のある区別を行う 重要かどうか?

・自分にとって、この問題はどのような意味があるか? 価値があるか? 役割か?

出逢ったことの自分との関係性 意味 価値あるものにする ものの考え方

「信じるから見える」ことにより 人間は成長できる (121p)・・・**洞察!**

法則 関係性や繋がりに 条件 要素 システム

アイデンティティの確立が自己の価値を高める= 最終目標 「人格完成」(126p)

価値観を改めて定義

第1 「この世の中で価値を創造するうえで必要なもの」

第2 「自己がいかに価値ある存在であるかを論理的に説明する言葉」

日本人は、自分の価値観を振返ったことがない! だから価値を語れない!

「自我」と自己」(129p)

自我 主観的自分 (客観と主観に分けて考える場合の主観)・・・自分が意識できる自分 (表面)

自己 主体的自分 (相手に対して主体性を持って関わる際の主体)・・・無意識の世界 (深層)

自己の中には多様な自己が存在、多数の人格、他の人格が入り込んでいる! (集合的無意識)

「自我」 他人を意識する自分 (プライド・面子) 自己本位、自己主張

特徴 同一、自律、持続・・・画一性 類似

特徴 自己保身、打算的・・・損得計算

特徴 対立、利己的・・・分離 比較検討 分析

分離思考 「ペルソナ (仮面 嘘の顔)」 表面的

・・・自己と向き合う= 自己の中に他者が住んでいる! 統合思考 (存在論的に統合) 136p

アイデンティティの確立の第1歩は 「プラスとマイナスの自己」を知ること(137p) **自己同一性**

**自己イメージ** プラス (好ましい 誇らしい)とマイナス (嫌い 醜い 悪い)

マイナスの自己イメージ 隠したくなる 「仮面 (ペルソナ)」 マイナスをプラスにする (自憤 ENR)

自己に探りを入れる3つの方法 (139p)

第1の方法: 「何を信じている自分であるか」を明確にする **自己信頼性**

第2の方法: 「何を理想・目的にして生きている自分であるか」を明らかにする **自己理想性**

第3の方法: 「誰を尊敬している自分であるか」 **自己尊厳性**

信じていない場合 あなたは、誰からも尊敬されない、信頼されない!

**真理 = 私達は、自分が信じられる人しか、絶対に信じられない! (尊敬 理想 目的)**

## アイデンティティの確立とは人格完成である (140p)

自己概念「自己」を認識する主体です。

---

### 自己」と他者」との相互に主体的な関係性が、今、ビジネスにとって最大の課題

我々は、「自己」の中に自分が心から信じられる「自己」を見出せるか。

この命題の「解」が今、求められています。

我々は、真の自分自身、即ち究極の「自己」の存在を確認し、この「自己」の中から充分にして、且つ完全に信じられる「自己」を見出した時に、始めて自分を信じる事が出来るに至るのです。

次に我々は、その同じ「自己」を自分以外の「他者」にも見出せるか。

そして、その他者自身もまた「自己」の中に信じる事の出来る「自己」を見出す事が出来た時、我々もまた、改めて心からその「他者」を信じる事が出来るのです。

そのような私と、その他者との相互に主体的な関係性を通し、その相手もまた、私を心から信じる事の出来る明確な根拠を「自己」の中に見出す事が出来るのです。

このような人間どうしの複雑な関係性が含む、普遍的な法則性につき、人間どうしは互いに真摯に学ぶべきです。

それこそが、現代のビジネスの現場を通して知らされる経営人間学にとって最重要な課題なのであります。(竹内日祥上人レジメより)

### リーダーが持つべき4つの勇気

現状の自己にとっての価値観、行動様式、思考態度に満足せず、更に自己のあり方を求める勇気

自己の現状を革新し、自分の問題や課題を率直に認め、自己と向き合う勇気

他人の意見や考え方を素直に学び、自己の足らざるを認め素直に学ぶ勇気

今すぐ、ただちに自己と向き合う為の小さな第一歩の行動を踏み出す勇気

自己アイデンティティの確立

## 「勝利の方程式」3年に一度は変えなさい!

参考テキスト：3年に一度は「勝利の方程式」を変えなさい サマンサタバサ寺田和正 サンマーク出版

「勝利の方程式」を否定し続けること 不況はチャンス!  
人が成長していくためには、ポジティブに「自己否定」することが必要なのです。

「感じて、考えて、行動した」

行動は2回目から「結果」として表れる!...行動には必ず結果が伴う

「考える」と「考えたつもり」の差...行動こそ真実...具体的な方法を真剣に考える!

「仮説」と「検証」を繰り返し、感性を磨き続けていると敏感になっていく!

「なぜ」と問うのではなく、「どうすれば」と問え!

なぜできないのかと「出来ない理由」を問うのではなく、

どうすればできるのかと「出来る方法」を問えばいい。

**好き嫌いをはっきりさせる!**

好きな人としかつきあわない

楽しくない仕事には「隠れた弊害」が山ほどある。

...仕事が楽しくない! 経営の悪化よりも人間関係にある!

...嫌いな人との人間関係をすべて清算する 自分の感性に背いた時、必ず仕事はダメになる  
人間関係は間口を「狭める」ほど広がっていく!

「好」と言えないリーダーに成功はない!

**どんなときも高い目線を持ち続ける!**

「たまたま」は高い目線の人にやってくる!(ヒルトン姉妹・ビヨンセ)

目標を立てる前に「なりたくない自分」を描きなさい。

...「高い目標」は「高い目線」から導き出される!

...「夢物語」で終わらせないためのメジャーメントを持ちなさい(測定基準)

...「目標」は達成するずっと前に書き換える!

...「目線の高さ」は細部にこそ表れる! 大切なこと、目の前の仕事をどれだけお客の立場

**運のいい人とつきあい、自分の運を信じる。**

運の強さは「言葉遣い」で決まる! 感謝の心

運の強い人や周囲の助けを得て上がっていく! 人の助けを得られるか否かが分かれ目。

...どんな言葉を使うか、どんな思いを発しているか?がその人の運命の良し悪しを決定。

運の強い人には2種類いる

本当に感謝とポジティブなマインドを持った運のいい人

他人の運を吸い上げてしまう人 「ありがたさ」を見せつける!

自分で自分の運を信じる!(一番大事なこと)

...「高い志」と「努力」がスタープレイヤーを育てる 魅力として感じる

**自己を否定し勝利の方程式を変える**

自分を変えるきっかけは「怒り」の中にある

成長するとは、変化すること チャンスは「文句を言わない人」にやってくる

3年ごとの自己否定が人生の転機となる 「幸せな未来」は変化の先に訪れる

「仕事を手放す」ことが次なる成長を作り出す

成長は「できる」と信じた人にやってくる

## 繁盛の秘密（30分サークルフィットネスが大人気）

日本のフィットネス人口3%（アメリカ10%）

原因 羞恥心が停滞

### **カーブス（Curves）**      新しい市場を開拓

日本での創業2005年

店舗数769（10月末）会員数25万人（8月末）

滞在時間30分

女性専用

入会金 1万5000円（店舗により各種割引あり）

月会費 5250円～6900円

主たる利用客 50代30%

店舗坪数 平均40坪

ロッカー・シャワー なし

一店舗平均マシン数 8～12台

一店舗平均トレーナー 3人

カーブス創業者 CEO ゲーリー・ヘヴィン

女性をジムから遠ざけてきた鏡、男性、化粧という3つの障害を取り除いた。

男性の視線を受けず、化粧なしで自分の姿を気にせず運動できるようにした。

時間のない女性が利用できるよう30分でこなせる短時間トレーニング法も提案した。

住宅地など通いやすい場所への立地も支持を集めた一因。（日経産業新聞 2007.12.21）

フランチャイズ方式

初期投資 約2100万円

ロイヤリティ 5%

広告負担金 3%

損益分岐会員数 300人

## バリュー・イノベーション「ブルーオーシャン戦略」

「バリュー」とは.....**買い手が本当に評価する「本質的価値」**

**戦略キャンパスとバリュー・カーブ（97p）**

1 現状診断（業界・競合他社・自社の戦略プロフィール）

2 将来の打ち手の検討（買い手のバリュー・将来自社の戦略プロフィール）

**ビジュアル化（縦軸：価値 横軸：各要素）...議論しなから比較感で決める！**

Q1 「何を取り除くか」という視点

Q2 「何を大胆に減らすか」を業界標準に比べ見直す

Q3 「何を大胆に増やすか」

Q4 「今後新たに創造するファクターは何か」という顧客の視点

**業界、過去の常識を問い直す！**

バリュー・カーブには、3つの特徴がある（111p）

・資源のフォーカスが明確である

・差異の明確な独自性がある

・極めの一言で市場に訴えかけられる

**重要なことは、すべての競争ファクターに対応しようとしなないことだ！**