

原則中心 専用テキスト

「原則中心リーダーシップ」および「7つの習慣」はフランクリン・コヴィー・ジャパンの登録商標である。
「四つの元型」は、ジェームス・スキナーの登録商標である。

© 2014 James Skinner and Franklin Covey Co. All rights reserved.

原則中心リーダーシップへようこそ

原則：時代を超えた普遍の真理。成功を司る法則。

中心：集中点。こころの内。

リーダーシップ：人生や事業に方向性を持たせ、目的地まで導く活動。

従って、原則中心リーダーシップとは、不変の真理や成功を司る法則を明確にし、それにこころをとめて、人生の目的地まで進んでいくことである！

あなたは今、何あるいは誰に対してリーダーシップを発揮するように求められているだろうか？

原則中心リーダーシップのパラダイム

パラダイム：地図、モデル、物事をみる時にかけるメガネ。

ここで、「原則中心リーダーシップのパラダイム」を紹介していく。

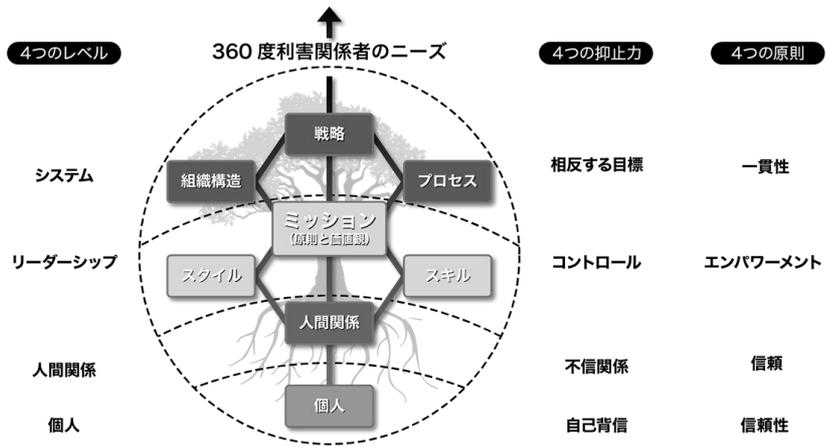
このパラダイムは：

- ① 時代を超えた普遍の真理、つまり原則に基づいている。
- ② 組織の全体図を提供してくれる。
- ③ それにおけるリーダーの役割を明確にしてくれる。
- ④ 集中すべき原則を明確にしてくれる。
- ⑤ 人間の四つの元型を網羅し、人間のニーズを満たし、動機付けを引き出してくれる。

ワーク 1

会社の地図を書いてみてください

原則中心リーダーシップのパラダイム



原則中心の見分け方

原則を見分ける方法はふたつある。

- ① 自分の良心に問いかけること。(やっていることを母に自慢できるのか？すべてをお客様に開示できるのか？自分の本当の姿を子供に知ってほしいと思うのだろうか？)
- ② その反対の考え方に基づく長期的な成功を想像できるだろうか？

ワーク 2

成功を司る原則を考えよう

ここで、いくつかの原則を考えてみよう。

家族の成功を司る原則は何だろうか？

商売の成功を司る原則は何だろうか？

健康の成功を司る原則は何だろうか？

ワーク 3

家族、商売、健康のそれぞれの原則について導入方法をいくつか考えてみよう
原則と手法とは違う。

原則は時代を超えて変わらないが、導入の手法やアプローチは、時代によって
違うし、相手によっても違うし、自分の今の能力によっても異なってくる。

例えば、「運動する」ことは「健康」の正しい原則だが、スポーツチームに入っ
て毎日ジムに通っている高校生と、山歩きを楽しむ社会人とでは、導入の方法
が違っている。

「顧客満足」とは、「商売」の正しい原則であるが、豪華ホテルの提供する徹底
したサービスは、ビジネスホテルの提供する安価とは違う。しかし、どちらも
顧客満足を達成する手段になる。

そこで、それぞれの原則について、導入方法をいくつか考えてみよう。

家族の原則： _____

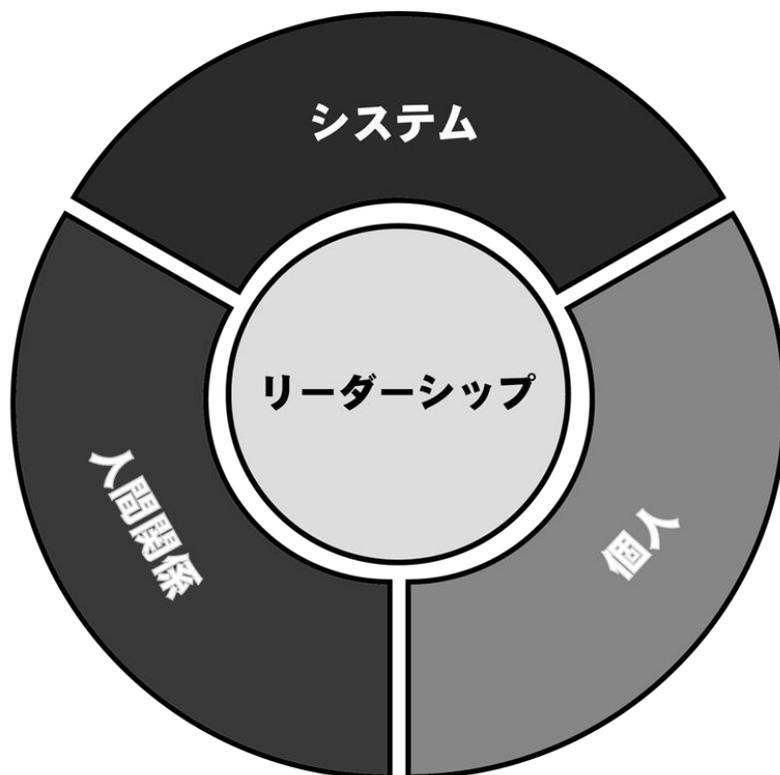
導入方法： _____

商売の原則： _____

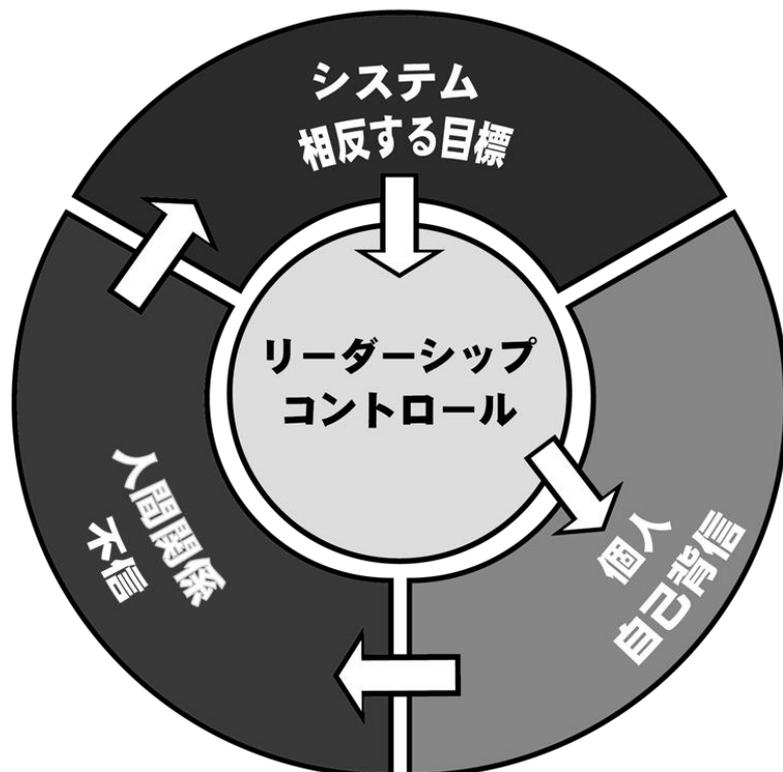
導入方法： _____

健康の原則： _____

導入方法： _____



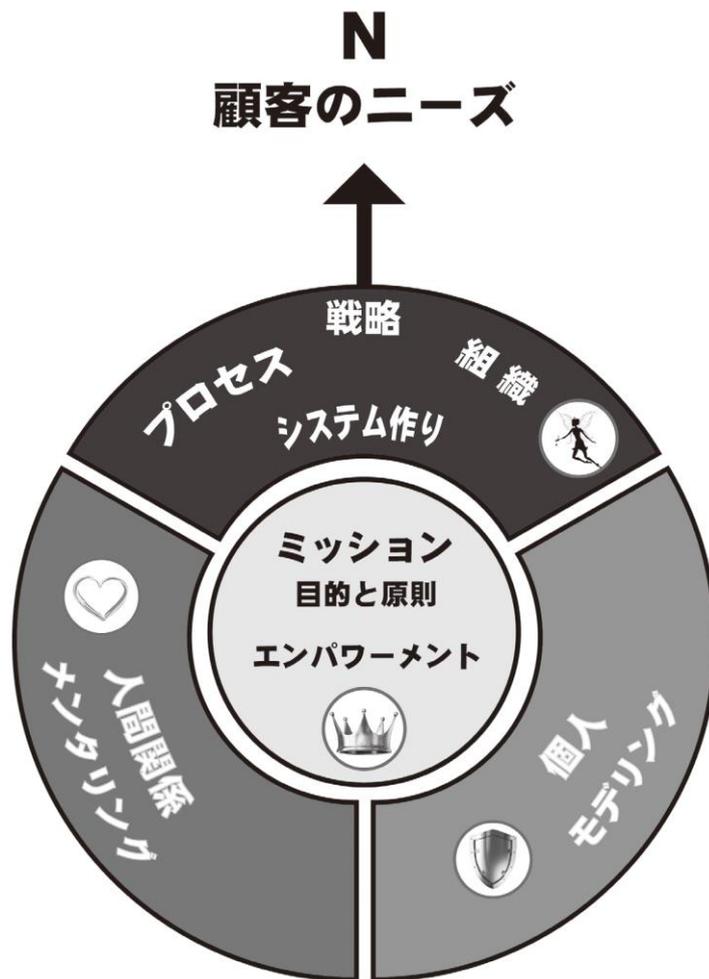
会社を失敗させる抑止力



自己リーダーシップ

原則中心リーダーシップパラダイムが四つの役割を示唆してくれる。

- ① モデリング（模範を示すこと）
- ② メンタリング（コーチングと育成）
- ③ システム作り（戦略、プロセス、組織構造）
- ④ エンパワーメント（人間の可能性の最大の発揮）



モデリング：あなたは誰をモデリングしていくのか？誰のためにモデルになれるか？

メンタリング：あなたは誰をメンターとするか？誰のためにメンターになれるか？

システム作り：あなたの目標を達成するための戦略、プロセス、組織構造は何か？

エンパワーメント：もっと高い率先力を発揮することで、自己エンパワーメントを進める。どうしたら、大切なひとたちをもっとエンパワーできるのか？

率先力の6段階

