

ロゴセラピーの人間学的仮説とコーチング／ メンタリングのための技法

安 井 猛*

The Anthropological Assumptions In Logotherapy And The
Techniques For Coaching And Mentoring

Takeshi Yasui

Summary: Has Logotherapy contributed to the development of techniques for coaching and mentoring? Answering in the affirmative, the author of this article tries to link the Franklian anthropological assumptions to the anthropological suggestions of D. Clutterbuck and D. Megginson in their recent article "client focused techniques".

Key words: goals, decision making, understanding of environment, self, values

1章 人間と技法への問いとそのコンテキスト

我が国において、ヴィクトール・フランクル（1905～1997）によるロゴセラピーは労働および経済の領域で適用可能であるとの認識は、この心理療法の他の、たとえば精神医学、教育、哲学、宗教などの領域における適用可能性の認識ほど広まっていない。しかしながら、少数の産業カウンセラー¹⁾はロゴセラピーの労働および経済の領域における適用事例を提供しており、企業マネージャや経営コンサルタントはこれに続くことは想像される。この論文の著者はドイツ語圏の国々におけるロゴセラピーの、労働と経済の分野での適用事情を見聞しているが、そこではどの標準的なロゴセラピー研究所も労働および経済部門をもっており、企業マネージャと経営コンサルタントのためにセミナーやトレーニングを提供している。この論文の著者も、これまで「ロゴセラピーは労働世界と経済の何処に幸福を位置づけるか」²⁾と「ドラッカーとフランクルは相乗効果を発揮する」³⁾の中でロゴセラピーの労働と経済にとっての意義を検証している。その後、この論文の著者は2009年5月、シャフハウゼン／チューリッヒで開催されたロゴセラピー&実存分析訓練および研究のための国際学会の集まりのために「ロゴセラピーと武士道」という日本におけるロゴセラピーと労働／経済の関係を示唆する報告を提出した。それは参加者たちによって議論され、彼らの反応はポジティブだった。この経験を通して著者は、いっそう良い文化横断的コミュニケーションを可能にするために、議論をフランクルの人間学的仮説の上に樹立するの必要を感じた。まず、フランクルの人間学的仮説を叙述し、そのあとそれに対応すると思われるヨーロッパ文化圏における産業分野でのコーチング／メンタリングのための技法を取り上げる。これらの技法の前提として人間観と、ロゴセラピーを基礎づける人間観が通底することが明らかになるなら、このことはロゴセラピーにとって2つ

* 尚綱学院大学 教授

のことを意味するだろう。1つは、ロゴセラピーはその分だけ、その有効性において普遍性を獲得するという。もう1つは、両者が通底する分だけ、ロゴセラピーはその外で成立した技法を正当に、すなわち自分自身の本質を喪失することなしに利用できるということ。このようにロゴセラピーがすでにヨーロッパ文化圏内部においてコーチング／メンタリングのための技法との乗効果を発揮できているなら、それは文化横断的に「日本の経営」との出会いにおいてその分だけ多くの解釈および比較の視点を提供するだろう。

2009年度のヨーロッパにおけるコーチング／メンタリングのための技法の開発には著しいものがあつたが、この論文の筆者はデーヴィット・メッギンソン&デーヴィット・クラッターバック著『コーチングとメンタリングのさらなる技法』⁴⁾(2009年)に注目する。彼らは彼らが「マネジされた折衷主義」と名づける接近方法を採用する。それは幅広い接近を、そしてその内部において「ふさわしい道具と技術を選択する知的かつ感受性の強い能力」のことである。この能力は彼らによると、「特別な時における、特別なクライアントの特別な必要に答える」という。この引用に注目しよう。クライアントは特別な時、特別な状況において特別な必要をもってコーチ／メンターに出会い、後者は前者の特別な必要に答える役割を引き受ける。コーチ／メンターはその場合、「幅広い接近」の仕方を採用し、クライアントのために「ふさわしい道具と技術を選択」できるようにする。すなわち、コーチ／メンターはクライアントの問題へと開かれており、それについて固定した考えを持たない。むしろコーチ／メンターはクライアントを学び知り、どのような接近と枠と考えが彼にとってもっともしっくりするかについてのヒントを用意する。どの対話もコーチ／メンターとクライアントの両方にとって1つの実験となる。このような見解を採用するメッギンソンとクラッターバックは実存分析を創始したフランクルと共通するところが多い。彼もまた、各々の人格とその人生の唯一性、そしてそれ故にこの人格が担う課題の唯一性を語った。そしてまたこの人格の生の状況は刻々と変化することも強調し、ロゴセラピストはクライアントがその都度新しく直面する特別な状況にどう答えるべきかを彼とともに考えなければならないとした。この意味でメッギンソン／クラッターバックとフランクルの組み合わせには、以下に詳論するように、興味深いものがあるように思われる。なお、クラッターバック(以下、Cと略)はシッフイーロッド・ハッラム大学とオクスフォード・ビジネス・スクールの客員教授であり、専門はコーチングとメンタリングである。メッギンソン(以下、Mと略)はシッフイーロッド・ハッラム大学の人材開発の教授で、ヨーロッパ・メンタリング&コーチング会議の共同議長でもある。

この論文の著者はまずロゴセラピーの基本的な人間学的仮説を描写したあと、上掲のC&Mの書、第10章「クライアントに焦点を当てた技法」⁵⁾の概要を、ロゴセラピーとの比較を遂行するために必要な限り再構成し、それを解釈することを試みる。そして最終章においてロゴセラピーの人間学的仮説を、C&Mのコーチング／メンタリングのための技法が示唆する人間観と比較しよう。ロゴセラピーによる経営コンサルタント、企業マネージャそして産業カウンセラーたちは、C&Mがロゴセラピーの外においての開発したコーチング／メンタリングのための技法を使用できるようになると同時に、C&Mのコーチング／メンタリングを実践する者たちはロゴセラピーの人間学を自らのものにするには可能となる。

2章 ロゴセラピーの基本的な人間学的仮説

ロゴセラピーは一定の人間学的な仮説を含むが、ロゴセラピストはそれに方向づけられてクライアントの症状の見立てを行い、治療の目標を定める。それ故、ロゴセラピーの人間学的仮説はすでに久しく議論の対象となっている。この論文の筆者はこの仮説を5つの点においてまとめ、最後に、この人間学的仮説が人間の労働および経済活動の実存分析に適用できるようになった経緯を述べたいと思う。⁶⁾

1節 次元存在論：三次元的人間

フランクは人間の人格存在の構造を明らかにするために、次元的存在論という概念を導入した。彼によると、人間の人格存在は身体的次元と心的次元と精神的次元という3つの次元を持つ。それらはそれぞれ区別されているが、切り離されておらず、1つの統一をなす。そのうちの身体的と心的次元は相互に入りあう。身体的次元において起こること（有機的、生理学的、化学的、物理的機能）は即座に心的次元で起こること（認知、思考、感情）に影響を与え、その逆も同様である。フランクはこの意味で心身は「並行関係」にあるという。このような関係における心身有機体はしかし、それ自身によって成り立つのではなく、それは精神的次元に接触している。並行関係にある心身と精神の次元の関係にはしかし、厳格な区別があり、また逆にできない秩序がある。精神的次元は絶対に心身有機体の次元に先行し、後者は精神的次元の下位あり、この次元に従属する。ロゴセラピーはこのような精神的次元と心身有機体の次元との関係に焦点を当てることによって心理的健康を回復する心理療法だといえる。フロイトとアドラーはただ人間の人格存在の身体的と心的次元を語っただけで、精神的次元の存在を無視した。フランクはこれら2人の先達と袂を分かち、ロゴセラピーを創出した。これはフロイトとアドラーによって心理療法から締め出された人間の人格存在の精神的次元を回復するためだったと解釈される。人間はその身体的次元においては生理的反射の閉ざされたシステムであり、その心理的次元において心理的な反応の閉ざされたシステムである。それに対して人間はその精神的次元においては世界に対して開かれており、世界の中に価値を実現することによって生きる意味を見つける。そのような精神的存在として人間は自己を超越する。そして世界の中でどのように価値を実現し、生きる意味を見つけ、何を目標とするかはどこまでも精神的存在としての人間の自由と責任による。

2節 人間の精神的次元

うえに、フランクがロゴセラピーの人間像の中へ精神的なものの次元を導入したことを見た。彼はキルケゴール、ヤスパース、マルセル、ブーバー、さらにシェラーやハルトマンなどの影響を受けた。人間の精神的次元を語ることは哲学史的に見るとごく普通のことだったが、普通ではなかったことはフランクがそれを心理療法の決定的要素とし、心理療法において精神を活性化する道を開いたことだった。彼は、人間的精神はいかなる他のものからも導き出すことはできないとした。フランクによると、精神の次元には次のような特別に人間的な出来事が属する。事柄への、および芸術的興味、創造性、宗教性そして倫理的感性（良心）、自由な決断、愛、自己距離化、自己超越、自由、責任、態度、価値および意味による方向づけ、希望、世界への開け、感動、職業倫理など。身体-心は精神的なものの成立にとって確かに必要

ではあるが、決して十分な制約ではない。人間の精神性は決して周縁的現象ではなく、何かそれ自身で精神的でないものへ帰せられ、何かそれ自身において精神的でないものから導き出されてはならない。フランクフルトは繰り返しこのことに注意を促した。人間を特徴づけるこの精神的なものはそもそも初めて人間の空間を定義し、人間の空間を構成する次元である。人間の精神性と意味への関わりは自由と責任と並んで3つの人間の実存の構成要素 (die Existenzialien) であるという。人間は素質、衝動、教育そして環境による刻印を受けているにもかかわらず、人間を動物から区別する精神のおかげでこの事実に対して態度を取ることができ、なんらかの仕方でも決定し行動する能力を持っている。これはフランクフルトによると、ある仕方でも精神病患者にとっても当てはまる。彼はまだ自由の残滓を持つのである。フランクフルトの関心は、精神病患者はただ単に病気の形態のみならず、人間存在の様式と諸可能性も示すということに向けられていた。

3節 ログセラピーの中心概念としての自己超越

フランクフルトによると、意味 (ロゴス) は精神性の客観的側面であり、実存 (特殊人間的なもの) は精神性の主観的側面である。精神的なものは意味に向かって方向づけられていることはすでに指示したが、フランクフルトはこの事態を志向性 (目標あるいは目的にむけられていること) という概念で表わした。彼は哲学的に言えばそれをシェーラーから、シェーラーはそれをブレントラーノから引き継いだことは知られている。人間の存在において、志向性に対しては自己超越が対応する。自己超越そのもの、そして自己超越をする能力はログセラピーにおいて中心的な概念および事態となっている。フランクフルトは誤解を避けるために、自己超越という概念は現世に対する「あの世」とは何の関係もないことを強調している。そうではなくそれは人間存在がいつも自分自身を超えて何ものかに向かうことをいうのである。その向かう対象は再び自分自身の延長ではない。それは何ものか、あるいは誰か、人間を満たす意味、あるいは彼が会う仲間の人間存在のことである。このように人間がある事柄への奉仕において、ある課題への献身において、あるいはある他の人格への愛において自分自身を超越すればするほど、それだけますます彼は自分自身も実現する。別言すると、人間が全体の人間であることができるのは元来ただ、彼がある事柄の中へ解消するところにおいてだけ、まったくある他の人格へ献身していることにおいてだけである。彼が自分自身を超えて先を見、そして自分自身を忘れるところで彼は自分自身になる。このように自己超越を通して自己実現が可能になる。フランクフルトにとってこの順序と秩序を守ることは重要だった。彼はアメリカに進出したとき、その地の人間性心理学の代表者たちが自己実現の概念に非常に大きなウエイトを懸けていることを見て、それに強く反対した。自己実現は自己超越の結果に過ぎないのであって、人間は最初から自己実現を目指すことはできないとした。フランクフルトは勿論ヨーロッパにおいても終生この立場を貫いた。

4節 身体、心そして精神

物質身体、心そして精神の関係について言えることは、その都度いっそう低い次元はいっそう高い次元のための前提および条件となるということである。身体は心身的なもののための、心身的なものは精神の刻印を受けた人間という全体性のための前提および条件である。

フランクフルトはこのようにいうとき、彼が決して身体、心そして精神のあいだの地位の秩序あ

あるいは価値判断を意味しているのではないことを強調する。「いっそう高い」というのはただ、いっそう低い次元が、それを自らの中に含み把握するいっそう包括的な次元と関係するという消息をいうにすぎない。いっそう低い次元は従って、ヘーゲルの多義的な意味においていっそう高い次元の中に「拾い上げられている」。一層低い次元はその存在のためにいっそう高い次元を必要としないが、しかしいっそう高い次元によって浸透される。身体と心はいつも既に人間の身体と人間の心である。我々人間は精神的人格を一般にただその心身の有機体との共存においてだけ知る。

身体的なものとの心的なものとの間に境界は存在するが、それはシャープな境界ではない。このことは絶えまない相互作用を呼び出す。そして例えば、心身のおよび機能的疾患へ通ずることができる。すでに言及したように、心と身体は相互に対立することはなく相互に並行に存在する。精神と心身（Psychophysicum）の間の関係はしかし、対立によって特徴づけられる。精神は心身に対することができる。精神－心身の対立はいつもただ、そのように力強い心身にたいして導入され得る一つの可能性にすぎない。

「人間が衝動から距離を保つことができ、そしてそれと自分を同一視する必要がないことは人間における人間的なものを構成する－動物にはそれができない。人間は衝動を持つ、しかし衝動は彼を持たない。彼は衝動から何かを作る－しかし衝動は彼を構成しない。それ故、我々は衝動を肯定することに反対しないが、しかし我々はまず何のために存在するか？それは衝動に対して自由を肯定するためである。」⁷⁾

動物においては、精神－心の対立はなく、いつもただ心と体の並立があるだけである。

5節 精神の反抗力

ロゴセラピーの創出者によると、人間はその全生涯において彼の生物学的、心理学的そして社会学的制約に結びつけられている。制約は人間が形成しなければならない素材をなす限り、そうである。生物学的、心理学的そして社会学的種類のすべての要因はそれゆえ人間の存在様式と行為を構成するために必要ではあるが、十分ではない。すなわち人間は彼の外的および内的環境に対して距離を取り、彼の内的および外的環境と対決し、彼の内定および外的環境に立場を取ることができる。この彼の二重の環境から距離を取り、それと対決し、それに立場を取る能力は人間の自由の必要な前提である。

フロイトが「精神の反抗力」と名づけたこの能力は人間の自由の前提であると同時に、そのようなものとしてロゴセラピーにとっての基礎的な前提である。困難な制約のもとで、一見最高度の不自由にあつて人間は常になお彼の行動、彼の体験あるいは少なくとも彼の態度を自分で決定する可能性を保持する。フロイトは強制収容所体験を記した本の中に書いた、「強制収容所では人は人間からすべてを奪うことはできた。ただ与えられた諸関係に何らかの態度を取る最後の自由は奪うことはできなかった」と。⁸⁾フロイトはこのことと関連して障害ある、あるいは病気の人間も自由を持つことを指示することができた。

6節 3つの価値についての考え方の補足修正

ヴィクトール・フロイトは彼の開発したロゴセラピー、すなわち意味による心理療法を主として神経症の治療と、精神病患者のための精神医学的治療と並ぶ補助的治療として適用した。しかし、彼の弟子達はロゴセラピーの原理をただ単に医療の分野において使うばかりではなく、

労働と経済の世界、家族療法、教育および人格形成、神学および宗教などのためにも適用し得ることを証明しつつある。この論文の著者の関心はロゴセラピーは労働と経済世界においても適用可能であることを日本におけるロゴセラピー研究者たちの認識へもたらすこと、ロゴセラピーの基礎をなす人間学的仮説は労働世界におけるコーチング／メンタリングのための技法とどう関係するかを明らかにすることである。このような問いを設定できることを彼はロゴセラピーの発展史との関連でいうと、企業経営コーチでロゴセラピスト、ワルター・ベックマンに負う。彼はフランクルの価値の3つのカテゴリーを一部差異化した。

すでにフランクルは労働の世界においても役割を果たす価値の3つのカテゴリーを定義づけ、それを

- (1) 創造的価値 (2) 体験価値 (3) 態度価値

であるとしていた。ベックマンはこのフランクルによって使用されるロゴセラピー的価値概念は労働世界の社会学的そして心理学的テーマを顧慮しながら部分的に変えることができることを強調した。つまり、上述の3つの価値は

- (1) 創造的－生産的価値 (創造的を優先しない)
 (2) 同僚であること、連帯性、仲間であることなどの体験としての社会的体験価値
 (3) 理念的体験価値 (宗教的、イデオロギー的、審美的などの価値)
 (4) 態度価値

となるとした。ベックマンにとって重要なことは(1)創造的価値を創造的－生産的価値とし、創造的と生産的は等価であるとする、(2)(3)体験価値を「社会的に制約された」体験価値と「社会的に制約されない」体験価値を区別することだった。この2点の変更はいまやロゴセラピストの共通認識としてロゴセラピー理論構成要素の一部になったが、そのことによってロゴセラピーは労働と経済領域の中で使用可能になった。人間はなんらかの意味を与えるものを実現することになっているが、その際どのような価値を満たすかはただ各自の固有な意味理解のみが決定する。ロゴセラピー的コーチ／メンターはその職務からして主として生産的価値と社会的体験価値に意を注ぐことになる。この論文の筆者はこのことを踏まえて、すでに言及したコーチング／メンタリングの専門家たちが開発し、収集したコーチング／メンタリングのための技法を紹介し、それがロゴセラピーの基本的な人間学的仮説に対応することを示そうと思う。他方、企業コーチング／メンタリングがロゴセラピー原理を応用することによって成長し得ることを示すこと、そしてすでにこの論文の冒頭に言及したようにロゴセラピストたちによって開発されたコーチング／メンタリングのための技法とその外にいる者たちによって開発されたその相乗効果を確認することがこの論文の狙いである。

3章 コーチング／メンタリングのための技法

クラッターバックとメッギンソンはコーチとメンターの区別と関係について、メンターをどちらかという多くの経験とそれにもとづく知恵を縦横に使える随伴者として、従ってメンタリングを「ある種の社会的役割」として理解している。コーチはそれに対して技術を使うことに重点を置きながら、クライアントに随伴する者であると考えている。しかし、コーチはしばしば彼の好む単一の枠構造に固執しがちであるので、できるだけ折衷主義的に技法を集め、その中からその都度一つを選ぶ自由を必要とするという。メンタリングは知恵と経験を重んずる

あまり、技法を軽んずることも起こるが、これは修正されなければならないともいう。いずれにしてもC&Mによると、労働と経済の領域において技法は重要であって、コーチもメンターもともにその都度の事情によって技法を使うべきかどうか、どの技法を使うべきか、そしてどのように技法を使うかを考えなければならない。C&Mの提供する技法は事情と時宜にかなった、的確な短い問いの形をとっている。すべてこれらの理由から以下の叙述において、この論文の著者がときおりコーチとコーチングのこととして書くことは同時にメンターとメンタリングにも関わることに読者は留意されたい。

C&Mは7点に亘って彼らの技法を描写している。1) ゴール - ゴールの設定、ゴールの追求そしてゴールの達成 2) 決定する 3) 環境を理解する 4) 自己を理解する 5) 信念と価値を探索する 6) 感情をマネジする 7) 極度に難しい問題

C&Mは第7)において100個の技法を列挙する。それはすべて特別な示唆を含み、有益であるが、それはどちらかといえば附録として位置づけられるので、ここでは立ち入らない。この論文の著者の関心は彼らの技法のすべてを再現することではない。引用する技法はC&Mの集めた技法のほんの一部にすぎない。この論文の著者の関心はむしろ、彼らの集めた技法が個別的に、また総合的に描き出す人間像を再構成し、それをロゴセラピーの人間像と比較および評価することである。

1節 ゴール - ゴールの設定、ゴールの追求、そしてその達成

C&Mは現代マネジメントの、問われることのない基礎の1つであるSMARTゴール理論⁹⁾は否定される必要はないけれども、もっと実情にあったゴール理解が必要だという。SMARTゴール理論によると、ゴールが正確であればあるほど、それは達成される。それがほんやりしていることは貧弱な遂行と凡庸さに通ずると考えられる。それにたいして刺激-反応-プロセスの連鎖を2様の仕方で行うことができるという。「問う-いっそう良く問う-どの時点においても止めることができる・どの時点においても再び取り上げることができる」あるいは「痒い-引掻く-それを承認するか、無視するかを決める」。SMARTゴール理論にたいして、このような選択肢もあることをC&Mのクライアント達はよく知っており、C&Mもそれを無視できないという。そこで彼らは「ゴール進化 (Goal evolution)」と名づけられるモデルを開発する。それによると刺激-反応的ゴール-脈絡化と反省-支持された推進-達成の認識-達成の反省という流れがある。この流れの中で特に注目すべき段階は第3段階、「脈絡化と反省」である。そこではすでに刺激に対して反応的に立ち現れたゴールはいっそう大きなイメージ、他の複数のゴール、価値そして倫理の光の下で吟味され、状況に合うよう修正される。この段階の内部において適合させられたゴール-行動への刺激-適用という流れがある。この流れは繰り返され得る。このような理由でC&Mのコーチング／メンタリングの技法は次のような原則を獲得する。1. ゴールの中毒になるな 2. 本当のゴールを出現させよ、しかし出現のプロセスの舵をとれ 3. ゴールが現れるなら、それを本当に遂行すべき人材がそれを所有するよう確認せよ。C&Mはこの原則に従ってコーチング／メンタリングの技法を作成および収集するが、その場合、彼らの使う見出しは、1) 将来を見る 2) 前進するために振り返る 3) 目的の感覚を作る 4) 意味深い瞬間 5) 「穴を確認する」そして 6) 正しく差異化する、である。

1) 将来を見る：いつそれは現実になるのか? → 将来を実現する歩みとして行動あるいは

- 出来事を描写できるか？→ 成功の蓋然性を改善するために今日何ができるか？
- 2) 前進するために振り返る：あなたは仕事に着手するためなぜこのゴールを選んだか？→ あなたを助けるかもしれないどのような資源を見つけたか？→ あなたはゴールをマネジすることに関して、過去においてよりもいっそう良い何をできるか？
- 3) 目的の感覚を作る：生きる目的（あなたは何によって名を覚えられたいか？）、重要性（なぜこれがあなたにとって重大なのか？）、分かち合い（誰があなたの生の目的を分かつか？）、時（いつあなたはあなたの生の目的を達成することに真面目に投入し始めるのか？）。
- 4) 生の目的を扱う際のサブ技法は意味ある瞬間（いつあなたはもっとも生き生きとした感覚を得たか？）。
- 5) 「穴を確認する」（あなたは喪失や絶望に直面して空虚感を得たことがあるか？）。
- 6) 正しく差異化する（あなたはもっとも他人を益するどんな才能を持っているか？）。

2節 決定する

人は往々にしてすべて妥当な事実を集め、選択を熟考し、それから最も合理的な道を選んで進むと考えがちであるが、実際には事実を飾りかけ、その結果偏見に大きな重さを与える。様々な選択について評価し判断し、それを彼の本能的な反応を合理化するために使う。間違った決定は多くの形において現れる。仕事がどのくらいの時間を要求するかを過小評価する。グループ外の情報よりもグループ内部からのそれにいっそう大きな価値を置く。自分自身のチームあるいは組織の善意、能力そして遂行について独立した観察者よりもいっそう肯定的であり続ける。コーチの役割は、クライアントが決定を再考し、彼らが行ったプロセスと仮説を理解するよう助けること。これからなされるべき決定における彼らの仮説と偏見に気づくこと。そのようにして特殊な事柄においても一般的な事柄においても学習者の考え方の質を強化すること。

C&Mはこれらすべての役割を果たすために決定を下すことに関して、決定的な6つのステップを提供する。

- 1 目的：なぜ我々はこれについての決定を下す必要があるのか、そしてなぜ今？
- 2 気づき：我々はどの程度よくこの問題とその文脈を理解しているのか？
- 3 定義づけ：我々は問題を描写することにおいてどのように正確でありえるか？
- 4 創造的思考：我々はどのような選択肢を生み出すことができるか？
- 5 選択肢から選ぶ：我々がどのように選択するかに関して、どのような偏見に気づくべきであるか？
- 6 完成すること：我々は完成するための資源とエネルギーを持っているか？

C&Mによると、この6つのステップをコーチング/メンタリングの技法の枠構造として使うことができる。彼らは以下のような役に立つ付加的技法を挙げる。

- 1) 賛成、反対、面白さ、本能：アイデアの潜在的な長所、可能な欠点、長所でも短所でもないが、アイデアのもつ面白さ、アイデアに関する感情を明らかにすること。
- 2) 共同の分析：このように名付けられた技法の目的は、異なったゴールあるいは異なった選択の間の優先を決めること。
- 3) ぐずぐず延ばすのは後にする：ぐずぐず延ばすことは習慣になり得る。それを破り始める1つの方法は次の問いを問うことである。「これについてぐずぐず引き延ばす最善の時

はいつだろうか？」

- 4) 問題をチャンスに変える：これをクライアントに実行させることは、C & Mによるとコーチ／メンターの核となる技法だという。変えることへの恐れを除去する、何を変えるべきかを理解させる。状況から何を学ぶべきかを明らかにし、積極的な反省と行動を促す。最悪な事態のシナリオを描き、事柄をいっそう大きな展望の中にもたらす。そのことによって否定的なものは解消されるので、クライアントは肯定的なものの領域を開拓し始める。
- 5) 原因 (Antecedents)、行動 (Behaviours)、結果 (Consequences)：ABC分析によって行動には原因があり、結果を伴うことを理解する。行動を変えることはこのパターンが破れるときにのみ起こる。このことはクライアントから3つの段階のそれぞれに気づくことを要求するが、行動を肯定的にすることによって肯定的な結果を期待できる。

3節 環境を理解する

クライアントは彼らの生活および労働環境から切り離され得る問題を持ちこむことはまれである。コーチはクライアントの問題が結びつくコンテクストを理解し、諸々の環境的要素が困窮の解決に影響することを認識するよう彼を助ける。コーチはクライアントとの会話を解決モードへ持って行く前にクライアントが彼の状況のコンテクストを理解したことを確かめる必要がある。コーチが同時に助けることをする専門家であるとしても、対話のあまりにも早い段階で解決を提供し、結論（あなたのどこがおかしいか私は知っている…）に至ることは間違いである。C & Mはコーチとクライアントが会話の流れのどこにいるかをテストするための問いを提案する。解決を決定する前にまったく素朴にこの問いに近づくなら、我々は一体それについて何を知りたいか？コンテクストのどの部分を重要ではないこととして避け、あるいは抜かしたか？

1 トピックを開く

問題を定義づける：これはデレンマか？為す必要のあることを知ってはいるが、それをしたくないか？為すべきことを知ってはいるが、どのようにしていいかわからないか？何をしたいかも、どのようにしていいかも分からないか？妥当な概念の脈絡を定義づける：人々－誰？プロセス－どのように？ 資源－何？どのくらい？ 目標／結果－何？クライアントの創造性を刺激する：あなたがここで絶対欲しくないことは何？～かどうかをあなたはどのようにして知るのか？それはどんなぐあいになっているのか？言葉ではなく、絵かシンボルで描いてみよ。

2 責任の地図を描くこと

責任を様々な展望から眺めたあと適用できる問い：現在の責任をどう果たしているか？責任はよく定義づけられているか？どの程度の責任はあなたに課せられているか、あるいは喜んで引き受けられているか？保持したいとおもう責任をどの程度コントロールしているか？幾つかの責任をだれに移譲したいか？責任の地図を変えるなら、それをどのように感ずるか？

3 問題をほぐす

問題状況の中で何が間違いだったかを、物事がうまくいった同じような状況と比較対照することによって認識する。

4 異なった現実

議論のために盲点を開くための問い：この状況の中にあなたはなにを見るか？他人は何を見

るか？差をどのように描写するか？この状況を見るときどのようなフィルターを使うか？あなたは何を気づくことを避けているか？他人がどのようなフィルターを使っているか？あなたは思うか？彼らは何を避けているかもしれないか？現実についての見方をはっきりさせることは、あなたにどのような利点があるか？彼らにとっては？あなたと他人が現実についての共同の見方を分かち合うことの組織にとっての利点は何か？現実についてのあなたの知覚を適合させるためにどのような対話があるか？あなたと他人を助けるか？

5 影響を達成する

管理職はセニョアになればなるほど命令によってではなく影響によって何事かを達成する必要がある。そのための「環境管理」と呼ばれる技法：他の人々はどれ程の頻度で、あなた自身とは違う優先順位で仕事をする事について欲求不満に陥るか？他の人たちにしたいとあなたが思うことをさせるために彼らを操縦するプラスとマイナスは何か？人々があなたによって引きずられるよりも、あなたを引いて行く環境を作るためにあなたは何かができるか？黙従、応諾あるいは献身からひとつを選ぶとしたら、どれをあなたは選ぶか？

6 サポート母体

組織は意義深い心地良くない変化を導入する人々に復讐するという注目すべき傾向を持つ。サポート母体という技法は「チャンピオン」、つまり行動的サポートをするセニョア・レベルの人々、「同盟者」、つまり実際の基礎的サポートと勇気づけを与えてくれる人々、「敵」つまり反対者、そして「間違った友」、つまりサポートをしているふりはするが、サポートし損なうか、あるいは変化のプロセスを破壊する人々、この4種の人々を区別する道具である。

4節 自己を理解する

C&Mによると、どんなに多くの心理測定テストを受けようとも、自分自身を理解することはできるかどうかは疑わしい。我々が達成できることはせいぜい自分自身をかなりいっそうよく理解することにすぎない。コーチング／メンタリングの文脈においては、自分自身を個人的な、仕事の目標を達成するにふさわしい仕方理解することにすぎない。コーチ／メンターは目標にかなった自己の気づきを刺激する。このために、正しい時に正しく問う。これは反省を促し、結果的に自己洞察を生む。いっそう複雑なレベルでは、認知的行動的コーチは思考と行動の故障あるパターンを認識し、自分でパターンを見るようクライアントを導くことができる。ここでC&Mの提供する技法はコーチング／メンタリングの概念的モデルの広い範囲から引き出される。

1 スクリプトを変える

会社やその他の場所で重要な会話が否定的で機能しない結果に終わり、それが習慣化する場合、そのことに気づき、話の流れを変える必要がある。会話の流れにおいてクライアントのいったこと、他の人間がいったこと、そしてクライアントがそれを聞いて感じたことを想起し、以後会話の流れをどの部分で、どう変えられるかを明らかにする。

2 学ぶためのマインドセット

固定されたマインドセットをもつ人々は意識的、無意識的に、彼らに得意なことと得意でないことがあること、そして彼らの能力は変更不可能であると仮定する。それ故、彼らは挑戦を避けがちである。それは彼らを知覚された弱さの領域、あるいは失敗のリスクがある所へ連れ

て行く。成長のマインドセットを持つ人々は自分を、エリアの広い範囲の中で能力を持つ者と看做す。コーチは固定されたマインドセットを持ち行き詰まるクライアントに、それを打破させるために問う、「成長のマインドセットから見るとこの会話のどこの部分を変えたらよかったですか？」と。

3 起業家の選択

C&Mによると、起業家の仕事は、チャンスを認識する、提携する、開発する、資源を集める、リスクをマネジする、そして活動を方向づけることである。コーチはこれらにおいて起業家を助け、彼らがよいアイデアをよい結果へ結びつけそこなうのはなぜかを認識し、将来いっそう有効であるための実際的な方法を開発させる。彼らは失敗を認め、前進し、少し違った仕方でも試みる。本当の起業家と単なる努力家の違いを引き出す問いがある。どのようにしたら人々にもっとアイデアを持ってこさせられるか？物事の仕方を問うために何が出来るか？どう正しい提携パートナーを特定し、彼らを引きつけるか？あなたでなければ誰がアイデアを肉づけするのか？アイデアのために市場を確実にするため、どんな専門技術を調べる必要があるか？これを実現するために金を得る戦略は何か？危険を減らすためにどんな戦略を使うか？プロジェクトのためにどのようなチームは理想的か？どう危険をマネジするか？自分の、そして他人の熱心さを引き出し、それを維持するにはどうすればよいか？どう不可避的な後退を克服するか？

4 5つのなぜ？

「なぜ？」という問いを使って動機づけと決定を査定できる。

なぜ私は学位を取りたい？私の役割においてもっと資格づけられたいから。

なぜ私は私の役割においてもっと資格づけられたい？もっと金を稼ぎたいから。

なぜもっと金を稼ぎたい？借金を返したいから。

なぜ借金を返す必要があるのか（なぜ家賃を払うのではないか）？なぜなら私は私自身の家を所有する安全をほしいから。

なぜ安全を必要とするのか？答えは？

C&Mによると、このような「なぜ？」を巡る問答は価値と自己同一性を包含する反省の深いレベルへ通ずることがあり得る。

5 時間的方向づけ

過去に方向づける者は習慣と知られたものを優先する。今起こっていることあるいは将来起こるかもしれないものよりもかつて起こったものを参考にする。

現在に方向づけられている者は極端な場合、現在の瞬間のために生きる。彼らは「過ぎたものは過ぎたもの」という考え方を採用し、次の問題あるいは機会へ動いて行く。

将来の方向づけられた者はよくすると予見力のある人、悪くすると夢想家である。彼らは現在に方向づけられた同僚に固有な緊急性の感覚を欠くがしかし、しばしば長期的目標に向かって着実に働くことに強い。現在起こることを、ゴールが出来事となる条件を創造するために使う。

すべて3つの時間的方向づけをバランスよく使うことがマネジャと組織には求められる。コーチの仕事は①時間的方向づけはどのようなことかに気づかせる。②時間的方向づけの含むものを調べる。③チームメンバーの間における時間的方向づけに関する個性的なヴァリエーションを利用する。④チームが有効にゴールを達成するため、時間的方向づけのバランスをと

ることを確実にする道具とプロセスを開発する。

5節 信念と価値を変える

クライアントの考えと行動を支配する意識的、無意識的な規則を認識し、それを理解するようクライアントを助ける。この規則を明白にし、生きるためのもう1つの規則を提供する。そして行動を変える。どのようにしてクライアントの信念、特に彼を制限する信念を変えるよう助けることができるか？これを理解することはコーチの役割の本質的部分である。

1 信念のセットを変える

このための技法は基本的に問いを論理的に連続させることである。

XYZについてのあなたの信念は何か？それを正確にしてくれるか？／この信念はどのように首尾一貫しているか？いつも？大抵？ある程度？／どこで、どのようにこの信念を実際に提供するか？例えば、どのようにあなた自身の行動と動機を判断するか？どのように他人のそれを判断するか？この信念から行動した仕方の幾つかの例をいってくれないか？／この信念はどこから来ると思うか？個人的な経験？両親？一般に社会？

C&Mはさらに、クライアントの持つ信念について、①この信念の利益は何？②その他者にとっての利益は何？③どのようにこの信念はあなたの不利に働き得るか？④他の信念のあなたにとっての価値はどんなものか⑤あなたが別の信念を持つならその価値は他者にとってどんなものか？M&Cはこの5つの問いを、心的、身体的、物質的、精神的という4つの観点において答えるようクライアントに要求するよう指示する。これはC&Mの人間学的基本仮説を理解する上で興味深い。この作業のあと、クライアントに問うべき2つの問いが残る。他の選択肢である信念を受け入れ、それを生きることを妨げているのは何か？それについて何をしたいと思うか？

2 認知的不一致

クライアントの行動と彼の信念や価値の間に葛藤があると思われるとき、コーチは彼の価値に再び焦点を当てさせ、葛藤の別の、いっそうよい解決の仕方を特定するよう試みる。そのために、クライアントに価値あるいは信念の葛藤のない状況を可視化させる。量化する：あなたが異なる結論に至るためにはどれほど大きな環境への衝撃が必要なのか？情緒的混合を特定するのを助ける。／一連の推論に従う：いつ、そしてどのようにあなたは価値の潜在的葛藤に気づいたか？あなたが決断への責任を誰か他人に移譲したなら、あなたは彼らに何をいって欲しかったか？あなたが下した決断はあなたの理想的自己を高めるか、それともそれを卑しめるか？

3 多様性の気づきの梯子

人は職場において相互の多様性を認識し、各人の反応をマネジする必要がある。人種、性別、性的好み、障害、人格等における差異への気づきを可能にし、それに正しく対応しなければならない。「多様性の気づきの梯子」はそのための技法である。それは恐れ、警戒、寛容、受け入れ、評価の5段階からなる。例えば、最高段階である評価では、この人から何を学べるか？彼らを知ることはどのように私をいっそうよく完成した人間に為し得るか？このようにクライアントは内面的対話を通して自分に問う。これを外面的対話の形で表わすと、我々は互いから何を学ぶことができるか？どのようにして我々は互いから学ぼうとするのか？となる。評価す

ことは関係と対話を相互学習の領域へと持って行く。差異は、新しい展望とアイデアを探究し、仮説をテストし、新しい、いっそう力強い現実感覚を作る貴重なチャンスとなる。改革、自己覚醒そしていっそう広い、いっそう健康なそして包括的なコミュニティ創造の推進力になる。

4 諸々の価値を探究する

クライアントが価値ありとする様々なテーマについての議論を始める。…について最も重要なことは何？議論を内的世界（何に注意を向けながら生きる必要があると感ずるか？何があなたに生きる目的を与えるか？など）、親しい他者の世界（誰のことを一番心配するか？それは何故か？さまざまな関係の中であなたが価値ありとするものは何か？など）、外の世界（誰のために、誰と働くか？どこに住んでいるか？など）、遠い世界（環境に関してどんな価値を抱くか？外国からの援助？経済的移住？など）へと拡大していく。

5 価値の母体

自己イメージ：あなたは現在誰か？あなたは誰になろうと努力しているか？あなたはどのようなあなたが好きか？最善の時あなたは何か？／他者イメージ：どのように他人があなたを認識してほしいと願うか？あなたは誰に印象あるいは衝撃を与えたいか？／自己の責任：他の人々へのあなたの責任。何を与えたいか？／他者の責任：人々があなたにたいしてどのような責任を負うべきだと考えるか？あなたはなにを他者から受け取りたいか？

すべてこれらの問いに対するクライアントの答えから彼の価値の母体を認識できる。

6節 感情をマネジする

感情を避ける、表現しようとしなない。他人による感情の開示も不快に思う。感情はコントロールされるべき弱さであると考え。このようなことは経営管理においても従業員の生活においても不都合である。障害のある人格においては場合によれば、専門家のセラピーの助けが必要となる。C&Mはすべてこのようなこともコーチング／メンタリングの課題の範囲に入るものとみなす。コーチはクライアントの展望を尊重し、彼が情緒の放射と個人的な開示において自分自身のレベルをマネジできるように指導する。クライアントは次第にいっそう大きな感情的開けと気づきを示す。C&Mはそれには2つの接近方法があるとする。

1 感情の地図を作る

クライアントが感情的な反応を引き起こした問題を、別の展望から眺めるのを助ける。矛盾する感情を特定する、そして分析と洞察の深さを到達するよう勇気づける。個々の感情を調べることが許す。クライアントはどのようにそれと関わるかを決めることができる。

M&Cは30個の、それぞれ4～7つの感情の段階からなる感情地図を描くための感情リストを用意する。例えば、

(当惑した 惨めな 悲しい すくんだ 嬉しい 幸せな 喜びに満ちた)

(希望に満ちた 無関心な 心配している 絶望している)

(軽蔑される 無視される 尊敬される 評価される 誇りに思っている)

などの感情リストだが、クライアントは現在の感情を選ぶ。しばしば彼らの感情が複雑であること、感情を意識のなかに登録していることに気づかなかったことを認める。言葉（例えば、軽蔑される）はあなたにどのような意味を持つか？何があなたにそのような感情を引き起こす

か？どのような内的な必要がそのような感情を駆り立てるか？感情の変化を引き起こすために行えるか？など。肯定的な感情は感情の一般的、否定的な混合の部分となっている。この肯定的な感情に焦点を当てるようクライアントを助けることは、彼がいつそう強い否定的な感情を受け入れ、そしてそれに対処するよう力を与えることになる。1つの極端な感情にとどまるとき、極端な感情の間を繰り返し往復するとき、1つの感情が恒久的、半恒久的に支配するときには心理療法家の助けを借りる必要がある。

2 クライアントをいつそう幸福にする

幸福のレベルに影響する3つの因子。遺伝的因子は50%、個人の現在の境遇は10%の割合で幸福レベルに影響する。残りの40%は人格がどのように目標を設定し、そして追及するか、どのように楽天的に彼らが彼らの世界を眺めるか、どのように彼らが身体的に活動的であるかによって決まる。別言すれば、あなたが行くことはあなたの境遇よりもいつそう重要である。それゆえ、コーチはクライアントに、特別で直接的な問題を超越して、彼がなにごとかができる事柄に集中させる。このことはクライアントにいつそう大きな快適感を与える。彼が活動的であればあるほど、それだけますます彼の幸福感を減少させる境遇を変えることができる。どのようにあなたはあなたの現在の関心をいつそう大きな展望の文脈の中に置くことができるか？あなたはあなた自身とあなたの境遇をいつそうよく感じさせるどのようなゴールを設定できるか？

上に、この論文の著者はC & Mの「クライアントの焦点を当てた技法」の概要を再現することを試みた。紙数の制限のゆえすべての技法を引用できなかったが、C & Mの人間観の輪郭を描くため、そしてそれをロゴセラピーの人間観と比較評価するためには十分彼らの原著に公平であることに努めた。次章において手短に両方の人間観の比較評価をおこなおう。

4章 フランクルの人間学的仮説との5の共通点

フランクルのロゴセラピーで問題になる人間学的仮説とクラッターバック&メッギンソンによるコーチング/メンタリングのための技法に見られる人間観を比較評価する際に、この論文の著者はフランクルの人間学的仮説から出発しながら、その仮説の、C & Mの人間観に対する関係を、簡潔さを期するために以下の5点において確認する。

1 この論文の著者はまず人間の人格存在の構造を表す仮説としてフランクルの次元存在論に触れた。フランクルの人間の人格存在の根本規定はそれが3つの次元を持つことだった。人間は彼によると、(物質)身体と心と精神という3つの次元を備えた3次元の人間である。ロゴセラピー的観点から問題にできる人間観はそれがこの人間の3次元性に触れているかどうか懸かっている。ところがC & Mの人間観はこの条件をみたくは注目には値する。彼らは「信念のセットを変える」という技法と関連して、信念が労働と経済、そして企業のあり方にとって正しい信念であるかどうかを物質的、身体的、心的、精神的という4つの観点において検証しなければならないという。(本論文の3章5節の1以下、指示される章および節はすべて本論文の章および節にかかわる)ここでC & Mが物質的、身体的、心的観点と並んで精神的観点を挙げることは注目には値する。すなわち、コーチング/メンタリングはC & Mにとって究極的

には人間の精神の働きであり、彼らがこの点において فرانクルと一致することは評価してもし過ぎることはない。

2 フランクルによると人間における精神的なものは心身の存在と働きに対して独立自存しており、それは心身の働きと状態を正常化するために心身に反抗する。彼はすでに見たように精神的なものによる心身への「反抗」をロゴセラピーにおける重要な要素と見做した。フランクルはすでに見たように、この精神的なものの次元の内容として次のものを挙げた。事柄への、および芸術的興味、創造性、宗教性そして倫理的感性（良心）、自由な決断、愛、自己距離化、自己超越、自由、責任、態度、価値および意味による方向づけ、希望、世界への開け、感動、職業倫理などである。非常に興味深いことに、C&Mも精神的なもの（Spirit）にかかわる概念によって彼らのコーチング／メンタリングのための技法を描写する。この技法集の各章に付されたタイトルそのものがすでにこのことを証明している。3章1節のタイトルは「ゴール」であり、それは将来を見ること、前進するために振り返ること、目的の感覚を形成すること、意味ある瞬間というサブタイトルと持っている。彼らにとってもゴールは意味あるもの、価値あるものと結びつかなければならない。3章2節のタイトルは「決定すること」であり、これも精神的なもののカテゴリーである。それには1つのアイデアをさまざまな角度から考量すること、異なった目標や選択の間に優先をつけること、引き伸ばさないこと、問題をチャンスに変えること、仕事のプロセスの中に流れを変える工夫ができること、これらすべては精神的なものの事柄である。

3 フランクルは自己超越を語った。人間はその精神の自由を使ってそのつどの自分を世界の何ものかに向かって超越し、それに自分を投入する。投入すること、献身することが重要なものであって、自己実現あるいは自分の幸福はその結果に過ぎないとした。C&Mもこの自己超越と自己実現の順序は重要とした。前者との関連ではじめて自己実現のための諸条件が理解されるからである。それゆえ彼らはまず3章3節で「環境を理解する」ことを論じた。環境とはこの場合、労働世界と経済における人間関係だが、それへと自分を開いて行くことが重要である。C&Mはそのあとではじめて自己理解について語る（3章4節）。習慣を破るためにスクリプトを変える、学習のためにマインドを閉ざされた状態から開かれた状態にする。チャンスを認識する、提携する、開発する、資源を集め、リスクをマネジする、活動を方向づける。すべてこれらに関して絶えず訓練する。自分の決断の動機を明らかにする。また過去と現在と将来の時間の3様相を自由に使いこなす。

4 フランクルによると人間はその唯一性に従って彼に固有な価値を選択することになっている。また人間がそのつどその一部をなしている状況もまた一回限りである。彼は一回限りの状況が含む一回限りの課題と取り組むが、この課題も一回限りである。それに従って人間は彼の信念とするもの、彼が実現すべきだと思われる価値を絶えず検討する必要がある。フランクルの場合、創造価値、体験価値、態度価値とこれらの価値の間の自由自在な移行と調和が問題だった。これと同じように、C&Mも「信念と価値を探索する」ことをテーマとする。（3章5節）信念のセットをかえる、価値の葛藤を解決する、多様性を統合する工夫をする、もろもろの価値を探索する、そして価値の母体を認識する。すべてこのようなことを達成するために、C&Mは彼らのコーチング／メンタリングのための技法を披瀝する。

5 フランクルによると心理的次元の出来事には認知と思考と並んで感情があるが、それは仕事の組織と条件と状態に制約される。どの社会にも歪みと抑圧がついて回るが、彼は感情の起伏、混乱および摩滅は必ずしも人格形成の障害にならないとした。これはロゴセラピーにとって重要な認識だが、C&Mの提供する技法によっても、否定的と肯定的な感情のバランスを保つ、あるいは肯定的感情を強化することによって否定的感情を緩和することはできる。(3章6節1) フランクルとC&Mによると、人を幸福にするのは遺伝的因子でも、境遇の因子でもない。決定的な要因は「人格がどのように目標を設定し、そして追及するか、どのように楽天的に彼らの世界を眺めるか、どのように身体的に活動的か」である。ロゴセラピストもコーチ／メンターもこのような意味で彼らのクライアントの幸福に貢献することを期待されている。(3章6節2)

結 び

本論文の著者はフランクルの人間学的仮説とクラッターバック／メッギンソンの示唆する人間観との間に上記5つの共通点を確認することができた。しかもC&Mはフランクルから独立して彼らの開発したコーチング／メンタリングのための技法を、事実上フランクルの人間学的仮説の図式に対応する仕方でも組織化することができた。このことはロゴセラピストが、ロゴセラピーの伝統の外部でコーチング／メンタリングを専門とする経営管理学者たちと協働するならば、後者は彼らの技法開発のためにロゴセラピーの人間学的仮説を実り豊かにすることができることを意味する。反対に、ロゴセラピストは彼らの人間学の内部にとどまり、これらの経営管理学者たちからの刺激を受けながらコーチング／メンタリングのための技法を開発し、それを蓄積することができる。

フランクルは「ソクラテス的対話」をロゴセラピーと実存分析の技法として使ったことは周知である¹¹⁾。彼自身がこの技法そのものだった。彼の弟子たちはこの技法を踏襲し、ロゴセラピーの技法を開発および蓄積しつつある。フランクル自身の作った短文、あるいは譬えを集め、それをロゴセラピーに適用する場合もある。¹²⁾ さらにまたエニアグラムをロゴセラピー的に再構成および再評価して人格教育の方法として採用する場合もある。¹³⁾ しかし労働と経済の領域に特化したロゴセラピーと実存分析のために適用可能な技法の集積は本論文の冒頭に示唆されたように、まだ十分といえるほど多くはなく、これからの課題となっている。この論文の筆者が紹介した労働および経済活動の領域を覆うコーチング／メンタリングのための技法は上に見たような仕方でもロゴセラピーの人間論的仮説と結びつき、かつそれによって消化されながら、これからの日本型経営のために大いなる刺激と変化へのチャレンジを用意することになるだろう。

この論文の意図は直接ロゴセラピーの人間学を日本型経営と突き合わせることで、後者の持つ現代的諸問題を描写することでもなかった。それはむしろ日本型経営の諸問題¹⁴⁾をきめ細かく観察し、それを解釈し、そしてできるだけ良く解決するための文化横断的な視点を準備することだった。この論文の筆者はフランクルの人間学とC&Mによるコーチング／メンタリングのための技法の間に成り立つ5つの共通点を指摘したことによってこの課題の一端を果たすことができたと思う。準備された視点が日本型経営の諸問題を扱うためにどの程度有効であるかを確認することは次の作業となる。

注

- 1) 例えば、千葉征慶、*職場のメンタルヘルス活動とフランクル*。山田邦男（編）*フランクルを学ぶ人のために*。世界思想社 2003年、86頁～110頁
- 2) 安井猛、*ロゴセラピーは労働世界と経済の何処に幸福を位置づけるか？*。尚綱学院大学紀要 第57集 2009年、59頁～77頁
- 3) 安井猛、*ドラッカーとフランクルは相乗効果を発揮する*。ドラッカー学会年報 Vol. 3『文明とマネジメント』ドラッカー生誕100年記念特別号、2009年
- 4) David Megginson & David Clutterbuck, *Further Techniques for Coaching and Mentoring*. Oxford Elsevier 2009
- 5) David Megginson & David Clutterbuck, *Further Techniques for Coaching and Mentoring*. Oxford Elsevier 2009, p.129～p.193
- 6) Jörg Riemeyer, *Die Logotherapie Viktor Frankls und ihre Weiterentwicklungen*. Bern Huber 2007, S.91～S.128; Elizabeth Lukas, *Lehrbuch der Logotherapie*. München Profil 2006, S.14～S.66; Hedwig Raskob, *Die Logotherapie und Existenzanalyse Viktor Frankls*. Wien/New York Springer 2005, S.129～S.185
- 7) Viktor Frankl, *Ärztliche Seelsorge. Grundlagen der Logotherapie und Existenzanalyse*. Wien und Frankfurt/Main Deuticke 1982, S.158
- 8) Viktor Frankl, *...trotzdem Ja zum Leben sagen. Ein Psychologe erlebt das Konzentrationslager*. München dtv 1997, S.108
- 9) Peter F. Drucker, *The Practice of Management*. New York First HarperBusiness edition 1993; Tim Hannagan, *Management Fifth Edition*. Harlow England Prentice Hall 2008 p.396～p.402
- 10) Christiane Schlüter, *Die wichtigsten Psychologen im Porträt*. Wiesbaden Marix 2007, S.163～S.167
- 11) Mick Cooper, *Existential Therapies*. London/Thousand Oaks/New Delhi Sage 2004, p.56～p.58
- 12) Elisabeth Lukas, *Arzt und Philosoph zum 100. Geburtstag von Viktor E. Frankl*. München/Wien Profil 2005, S.86～S.105; *Der Seele Heimat ist der Sinn*. München/Kösel 2005
- 13) Uwe Böschmeyer, *Vom Typ zum Original*. Norderstedt Book on Demand GmbH 2005
- 14) 勿論、現在、諸問題を取り出すための議論は活発になされている。例えば、日本の経営の安定化要素を維持しながら、どのようにして将来の経営者を育成するのか？育成に当たる者自身は人間観、世界観そして歴史観的な面での未熟さを抱えているのではないか？という問いなど。伊丹敬之／三枝匡、『日本の経営』を創る。日本経済新聞出版社 2008年。外国の著書による問いかけもある。ペーター・F・ドラッカー、*日本の経営から学ぶもの*。DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー。ダイヤモンド社 2009年12月号。62頁～79頁。ジェームス・C・アベグレン、『新・日本の経営』。日本経済新聞出版社 2009年。上記の問いにフランクルのロゴセラピーと実存分析はどう答えるかは興味深いだろう。

