

MAGAZINE

週刊 企業経営 ウェブマガジン

発行
株式会社 常陽経営コンサルタンツ

1 ネットジャーナル **要旨**

Weeklyエコノミスト・レター 2010年8月6日号

金融市場の動き(8月)

～米国で高まるデフレ懸念:デフレに陥るかは期待インフレ率がかぎ

経済・金融フラッシュ 2010年8月9日号

7月マネー統計:

資金需要の減少続き、銀行貸出は8ヶ月連続の前年割れ

2 経営 TOPICS **抜粋**

統計調査資料

景気動向指数(平成22年6月分速報)

3 経営情報レポート **要約版**

ピンチをチャンスに変えCSを向上させる!

クレーム対応力向上の秘訣

4 経営データベース

ジャンル:労務管理 サブジャンル:メンタルヘルス対策

会社全体で取り組むべきメンタルヘルス対策

現場単位で取り組むべきメンタルヘルス対策

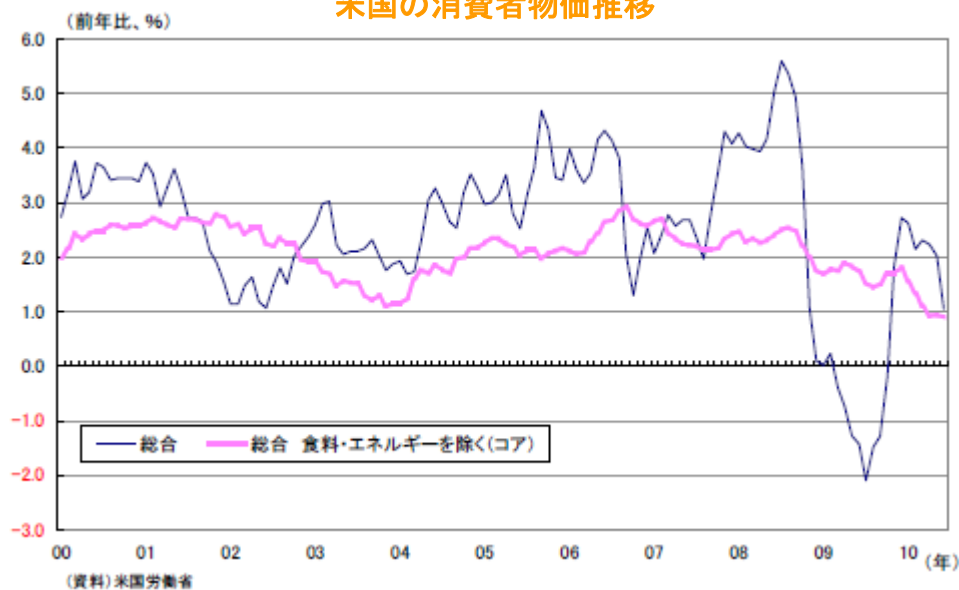
金融市場の動き(8月)

～米国で高まるデフレ懸念:デフレに陥るかは期待インフレ率がかぎ

要旨

- 1 (米国で高まるデフレ懸念) 米国ではFRBが先行きの経済見通しを下方修正したように、数ヶ月前と比べて景気回復の足取りが緩慢になってきている。労働市場の回復が遅くデフレのリスクも高まっている。デフレに陥るかは現在落ち着いている「期待インフレ率」がかぎとなるだろう。
- 2 (日銀金融政策) 日銀内でも米国経済の先行きなど先月に比べて下ぶれリスクが高まっているとの見方が増えているはず。今回の決定会合では政策変更はないが、今後米FRBが追加緩和に踏み込めば日銀も追加緩和の議論が本格化するだろう。
- 3 (長期金利) 今後とも米経済指標の結果に一喜一憂する。引き続き国内要因はあまり材料視されないだろう。日本の長期金利も当面は低位安定で推移すると見る。
- 4 (為替) 今後もドル低迷の流れは続くと思われるが、ユーロドルは既にかんりのスピードで上昇してきたため、今後調整局面を迎えることもあり得る。従って、円ドルの上昇圧力が続く可能性が高く、85円を一時的に突破する可能性もある。

米国の消費者物価推移



「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「ネットジャーナル」よりご確認ください。

7月マネー統計:

資金需要の減少続き、銀行貸出は8ヶ月連続の前年割れ

要旨

1 貸出動向: 8ヶ月連続の前年割れ

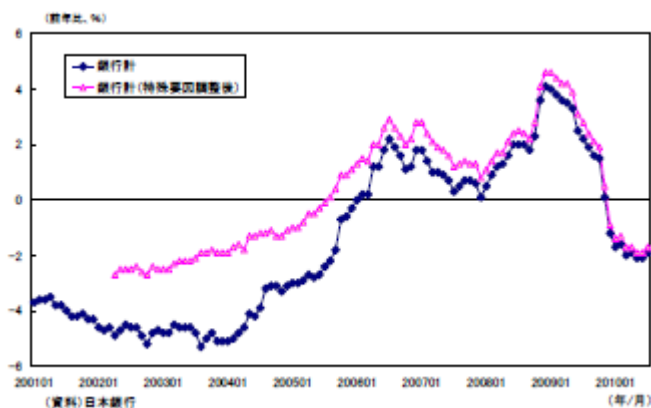
日銀が発表した貸出・資金吸収動向等によると、7月の銀行総貸出（平残）の前年比伸び率は▲1.9%と、8ヶ月連続の前年割れとなった（前月は同▲2.1%）。地銀（第2地銀含む）は前年比横ばい（0.0%）で推移しているが、都銀等（同▲3.7%）では大幅なマイナスが続いている（図表1）。日銀による「成長基盤強化を支援するための資金供給」が来月から開始される。研究開発や環境などの分野への投融資に取り組む金融機関に対して、日銀が年0.1%の低利で資金を供給するものである。1金融機関1500億円、総額3兆円の上限があること（⇔銀行貸出はこの1年で約8兆円減）、現在の資金需要低迷は金利の問題というよりも世界経済の先行き不安にあるとみられることなどから、実効性には疑問も残る。ただし、銀行貸出にとって久々のプラス要因ではあるだけに、動向が注目される。

2 主要銀行貸出動向アンケート調査: 資金需要の減少が続く

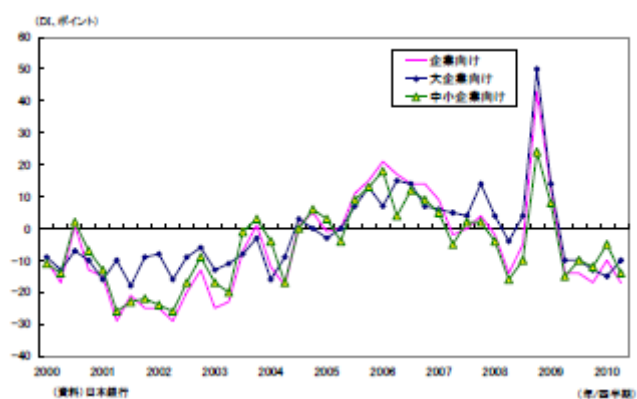
主要銀行貸出動向アンケート調査によれば、2010年4-6月期の銀行から見た企業の資金需要増減を示す資金需要判断D.I.は▲17と前期から7ポイント悪化、資金需要の減少が続いているという結果となった。大企業の▲10（前期比5改善）に対し、中小企業では▲14（同9悪化）と、特に中小企業での資金需要減少が顕著のようだ。減少理由としては、大企業では「他の調達手段へのシフト」「資金繰りの好転」を挙げる割合が高い一方、中小企業では「設備投資の減少」「売上の減少」といった後ろ向き理由の割合が高い（図表2）。

一方、銀行の貸出運営スタンスの変化を示す貸出運営スタンスD.I.は、大、中小企業ともに改善、プラスを維持しており、引き続き貸出運営を積極化しているとの結果になった。

■ (図表1) 貸出動向



■ (図表2) 主要銀行貸出アンケート 資金需要



「経済・金融フラッシュ」の全文は、当事務所のホームページの「ネットジャーナル」よりご確認ください。

景気動向指数

平成22年6月分速報

1 概要

1 6月のC I（速報値・平成17年=100）は、先行指数：98.9、一致指数：101.3、遅行指数：83.4となった。（注）

先行指数は、前月と比較して0.3ポイント上昇し、3ヶ月振りの上昇となった。3ヶ月後方移動平均は1.00ポイント下降し、15ヶ月振りの下降、7ヶ月後方移動平均は1.12ポイント上昇し、12ヶ月連続の上昇となった。

一致指数は、前月と比較して0.1ポイント上昇し、2ヶ月振りの上昇となった。3ヶ月後方移動平均は0.27ポイント上昇し、14ヶ月連続の上昇、7ヶ月後方移動平均は0.92ポイント上昇し、11ヶ月連続の上昇となった。

遅行指数は、前月と比較して保合となった。3ヶ月後方移動平均は0.47ポイント下降し、3ヶ月連続の下降、7ヶ月後方移動平均は0.38ポイント上昇し、6ヶ月連続の上昇となった。

2 一致指数の基調判断

景気動向指数（C I一致指数）は、改善を示している。

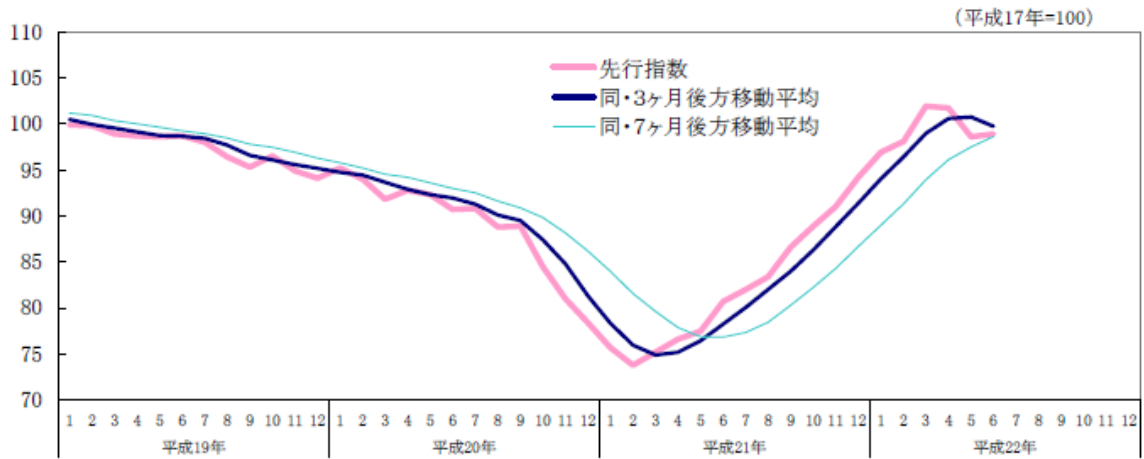
3 一致指数の前月差に対する個別系列の寄与度は以下の通り。

寄与度がプラスの系列	寄与度	寄与度がマイナスの系列	寄与度
C6: 投資財出荷指数(除輸送機械)	0.30	C2: 鉱工業生産財出荷指数	-0.41
C11: 有効求人倍率(除学卒)	0.28	C1: 生産指数(鉱工業)	-0.18
C3: 大口電力使用量	0.15	C10: 中小企業売上高(製造業)	-0.07
C7: 商業販売額(小売業)(前年同月比)	0.03	C5: 所定外労働時間指数(製造業)	-0.05
		C8: 商業販売額(卸売業)(前年同月比)	-0.01
C4: 稼働率指数(製造業)	0.00	C9: 営業利益(全産業)	-0.00

「C4 稼働率指数」と「C9 営業利益」は現時点では未公表であるため、トレンド成分を通じた寄与のみとなる。なお、各個別系列のウェイトは均等である。

1 CI先行指数の動向

1 先行指数の推移



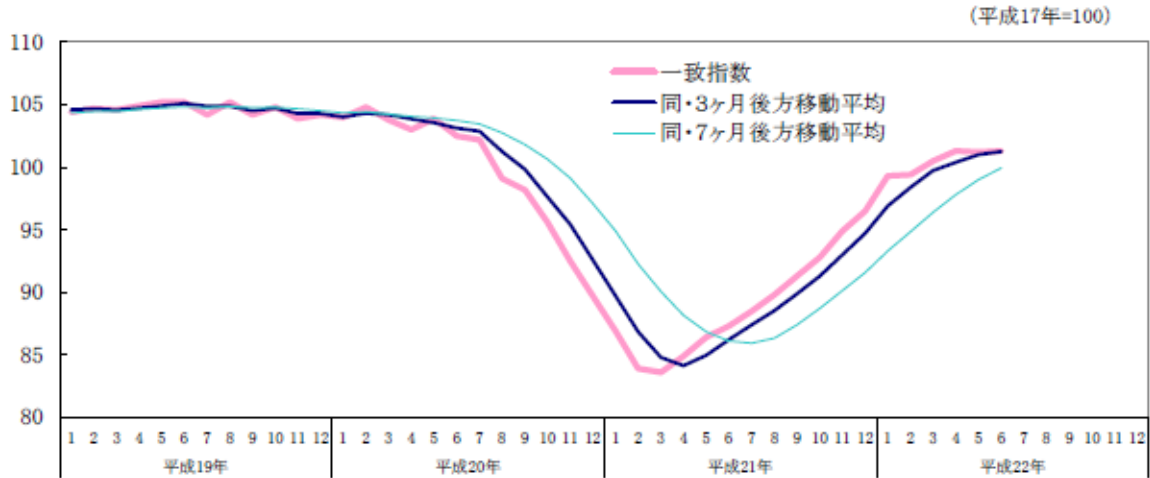
2 先行指数採用系列の寄与度

		平成22年(2010)					
		1月	2月	3月	4月	5月	6月
CI先行指数		96.9	98.1	101.9	101.7	98.6	98.9
	前月差(ポイント)	2.7	1.2	3.8	-0.2	-3.1	0.3
L1 最終需要財在庫率指数	前月差	-2.8	-1.4	-4.2	-0.9	7.1	-3.1
	寄与度(逆サイクル)	0.28	0.14	0.43	0.11	-0.65	0.38
L2 鉱工業生産財在庫率指数	前月差	-2.9	2.1	-6.7	2.1	4.8	-0.3
	寄与度(逆サイクル)	0.36	-0.28	0.59	-0.32	-0.66	0.05
L3 新規求人数(除学卒)	前月比伸び率(%)	-1.1	-0.4	5.6	0.9	-1.3	5.8
	寄与度	-0.05	0.02	0.64	0.16	-0.09	0.77
L4 実質機械受注(船舶・電力を除く民需)	前月比伸び率(%)	-2.9	-3.7	5.8	4.1	-9.1	
	寄与度	-0.08	-0.11	0.21	0.17	-0.33	
L5 新設住宅着工床面積	前月比伸び率(%)	5.2	-8.7	6.1	-4.9	-5.2	3.1
	寄与度	0.30	-0.52	0.35	-0.33	-0.33	0.22
L6 耐久消費財出荷指数(前年同月比)	前月差	24.6	13.7	1.6	-7.4	-20.8	-2.3
	寄与度	0.55	0.55	0.04	-0.43	-0.69	-0.16
L7 消費者態度指数	前月差	1.5	0.6	1.0	1.1	0.6	0.9
	寄与度	0.52	0.24	0.36	0.44	0.25	0.38
L8 日経商品指数(42種総合)(前年同月比)	前月差	3.6	3.7	3.4	1.4	-1.2	-3.8
	寄与度	0.57	0.58	0.54	0.23	-0.25	-0.74
L9 長短金利差	前月差	0.04	-0.01	0.11	-0.09	-0.01	-0.16
	寄与度	0.06	-0.00	0.15	-0.12	-0.01	-0.24
L10 東証株価指数(前年同月比)	前月差	6.3	3.4	6.3	-5.3	-15.8	-8.0
	寄与度	0.24	0.13	0.24	-0.26	-0.66	-0.38
L11 投資環境指数(製造業)	前月差	-0.03	0.02	-0.10			
	寄与度	-0.03	0.01	-0.09			
L12 中小企業売上げ見通しD.I.	前月差	-1.8	4.8	3.8	1.0	3.5	-1.6
	寄与度	-0.10	0.33	0.27	0.08	0.27	-0.12
一致指数トレンド成分	寄与度						
		0.06	0.08	0.09	0.08	0.09	0.08
3ヶ月後方移動平均		94.0	96.4	99.0	100.6	100.7	99.7
	前月差(ポイント)	2.66	2.37	2.57	1.60	0.16	-1.00
7ヶ月後方移動平均		89.0	91.3	93.9	96.1	97.5	98.6
	前月差(ポイント)	2.31	2.30	2.64	2.16	1.39	1.12

(注) 逆サイクルとは、指数の上昇、下降が景気の動きと反対になることをいう。「L1 最終需要財在庫率指数」及び「L2 鉱工業生産財在庫率指数」は逆サイクルとなっており、したがって、指数の前月差がプラスになれば、CI先行指数に対する寄与度のマイナス要因となり、逆に前月差がマイナスになれば、プラス要因になる。

2 CI一致指数の動向

1 一致指数の推移



2 一致指数採用系列の寄与度

		平成22年(2020)					
		1月	2月	3月	4月	5月	6月
CI一致指数		99.3	99.4	100.5	101.3	101.2	101.3
	前月差(ポイント)	2.8	0.1	1.1	0.8	-0.1	0.1
C1 生産指数(鉱工業)	前月比伸び率(%)	4.3	-0.6	1.2	1.3	0.1	-1.5
	寄与度	0.32	-0.06	0.11	0.13	0.01	-0.18
C2 鉱工業生産財出荷指数	前月比伸び率(%)	7.4	-2.1	2.0	0.1	0.1	-3.1
	寄与度	0.31	-0.21	0.20	0.00	0.00	-0.41
C3 大口電力使用量	前月比伸び率(%)	2.9	-0.6	1.2	1.1	0.0	0.8
	寄与度	0.30	-0.11	0.18	0.18	-0.02	0.15
C4 稼働率指数(製造業)	前月差	6.0	0.0	0.5	0.0	0.7	
	寄与度	0.32	-0.00	0.05	-0.00	0.07	0.00
C5 所定外労働時間指数(製造業)	前月比伸び率(%)	3.3	0.8	2.2	-0.3	0.1	-0.5
	寄与度	0.28	0.07	0.20	-0.04	0.01	-0.05
C6 投資財出荷指数(除輸送機械)	前月比伸び率(%)	4.2	7.3	-1.3	4.0	-2.2	3.5
	寄与度	0.28	0.32	-0.09	0.30	-0.18	0.30
C7 商業販売額(小売業)(前年同月比)	前月差	2.5	1.9	0.5	0.2	-2.0	0.3
	寄与度	0.17	0.14	0.04	0.02	-0.16	0.03
C8 商業販売額(卸売業)(前年同月比)	前月差	8.5	3.4	4.2	1.6	-2.4	-0.2
	寄与度	0.31	0.16	0.21	0.09	-0.13	-0.01
C9 営業利益(全産業)	前月比伸び率(%)	-2.1	-2.1	-2.2			
	寄与度	-0.14	-0.15	-0.15	-0.00	-0.00	-0.00
C10 中小企業売上高(製造業)	前月比伸び率(%)	6.3	-2.3	1.8	1.3	0.4	-0.5
	寄与度	0.32	-0.23	0.18	0.14	0.04	-0.07
C11 有効求人倍率(除学卒)	前月差	0.03	0.01	0.02	-0.01	0.02	0.02
	寄与度	0.31	0.14	0.23	-0.04	0.26	0.28
3ヶ月後方移動平均		96.9	98.4	99.7	100.4	101.0	101.3
	前月差(ポイント)	2.17	1.50	1.33	0.67	0.60	0.27
7ヶ月後方移動平均		93.3	94.9	96.4	97.8	99.0	99.9
	前月差(ポイント)	1.71	1.56	1.53	1.42	1.20	0.92

(注) CIはトレンド(長期的趨勢)と、トレンド周りの変化を合成し作成されるが、トレンドの計算に当たっては、現時点で未発表の系列(前月比伸び率(%)又は前月差が未記入である系列)についても、過去のデータから算出(60ヶ月から欠落月数を引いた後方移動平均)した長期的傾向(トレンド成分)を使用している(詳しくは14頁参照)。そのため、現時点で未発表の系列にもトレンドによる寄与度を表示している。

「景気動向指数(平成22年6月分速報)」の全文は、当事務所のホームページの「経営 TOPICS」よりご確認ください。

ピンチをチャンスに変えCSを向上させる！ クレーム対応力向上の秘訣

ポイント

1 クレームが高度化、多様化している背景

2 個人スキルを磨き、クレーム対応力を向上させる

3 クレームに組織で対応する

4 業種別のクレーム対応事例

<参考文献>

- 「クレーム対応・処理 完全実務マニュアル」佐藤 孝幸 著 日本法令
- 「クレーム対応の極意」山本 貴広 著 同文館出版
- 「クレーム対応の教科書」日本能率協会コンサルティング 著 日本能率協会マネジメントセンター
- 「モンスタークレイマー対策の実務と法」升田 純・関根 真一 民事法研究会

1 クレームが高度化、多様化している背景

■ クレームが高度化している背景

昨今、クレームが高度化している情報を新聞紙上等で目にする機会が増えてきています。従来の手順では、なかなか解決しないクレームが増えてきているようです。

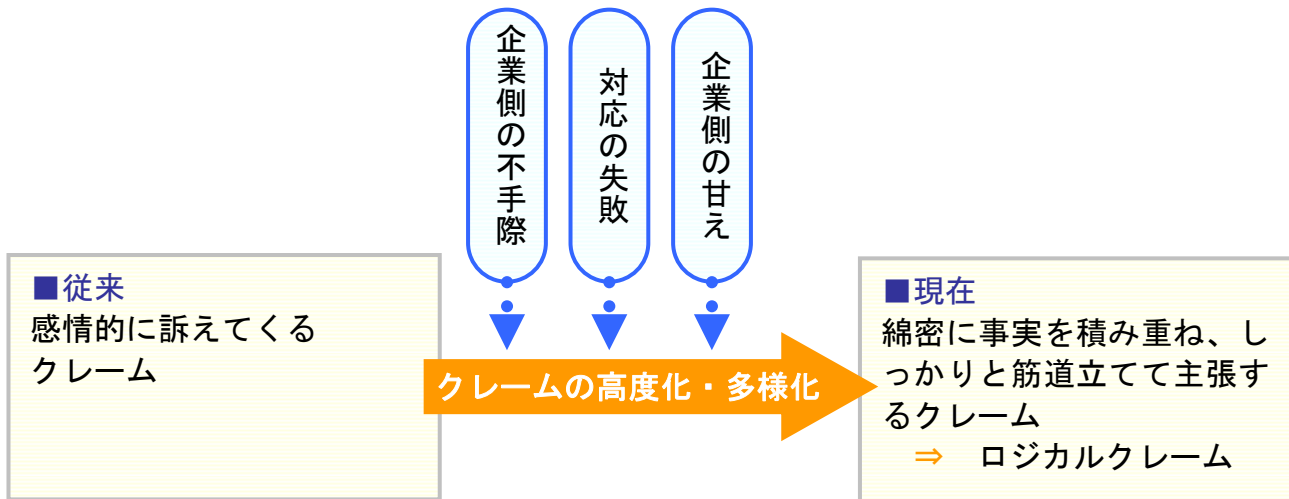
日本能率協会コンサルティング（JMAC）の実態調査でも、いわゆる「難クレーム」が増えたという回答が全体の3割程度に上っています。

基本的なクレーム対応手順については、従来から様々な書籍で語られ、各企業のなかでも教育・実践されてきましたが、こういった従来の手順だけでは解決できないクレームが増えてきています。たとえ、全体に占める割合はまだ少なくても、対応する担当者にとって心理的負荷が非常に大きいので、何らかの対策が必要です。

高度なクレームにもいろいろなタイプがあります。そのなかで、『綿密に事実を積み重ね、しっかりと筋道立てて主張してくるクレーム』というタイプがあります。

これを本レポートでは「ロジカルクレーム」と呼ぶことにしますが、昨今はこのタイプが著しく増えています。

■ クレームは高度化・多様化の時代へ



■ クレームの解決が難しくなっている理由

(1) 企業不祥事による信頼関係の喪失

このところ、様々な企業不祥事がマスコミに取り上げられることが多くなりました。食品、金融、公共事業など、実に様々な業界で、様々な内容の不祥事が取り沙汰されています。

こういった状況ですので、お客様の心理に「企業は信用できない」「有名な会社だからといって決して信頼できない」という認識が広がっています。

このような状況を前提に、クレーム対応場面を考えてみます。信頼関係があるなら、企業からの誠心誠意の説明にお客様が納得する可能性は高いでしょう。

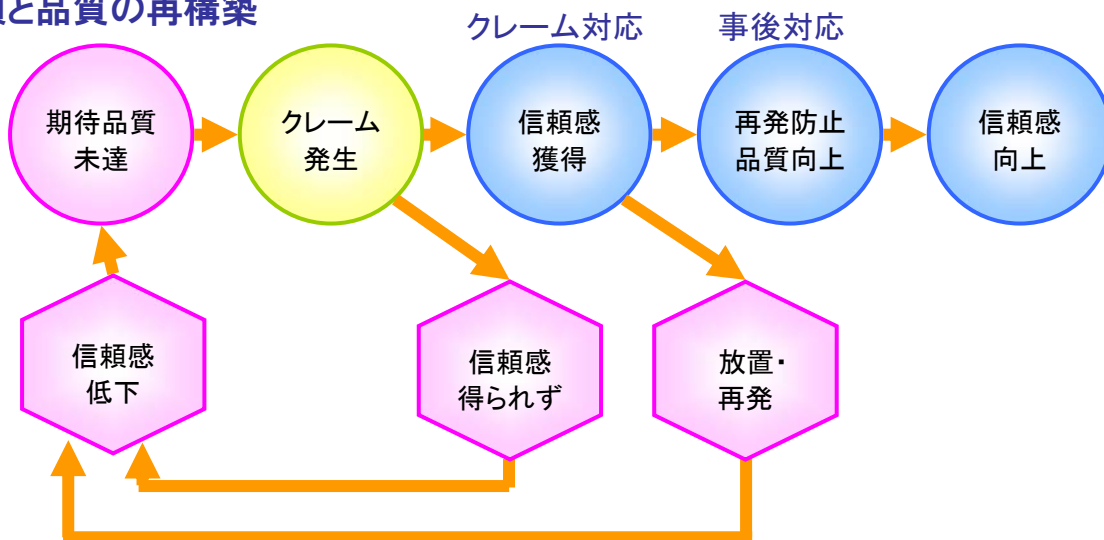
しかし、信頼関係がない場合は、企業側のどんな説明も疑いの眼で見られてしまいます。結果として、クレーム対応は困難を極めます。信頼がない故、用意周到に準備し、筋道立ててクレームを訴えようという意識が働きます。結果として、「ロジカルクレーム」が生まれてきます。

(2)クレーム対応は信頼と品質の再構築

信頼関係がない中でクレームを解決していくためには、クレーム対応を通じて信頼関係を再構築していく必要があります。

また、クレームというのは、お客様が期待している品質を提供できていない時に発生します。たとえクレーム対応で信頼関係を築けたとしても、提供品質が同じであればクレームは再発してしまいます。従ってクレーム対応は、その後の様々な改善を通じてお客様が期待する品質を作り上げていくことにつなげる必要があります。その意味で、クレーム対応とは、お客様との信頼関係を再構築し、さらにお客様が期待するレベルに自社の品質を再構築していく作業だと言えます。

■信頼と品質の再構築



■「個人のスキルアップ」と「組織の対応力アップ」の重要性

(1)始めにダメージの最小化を図る

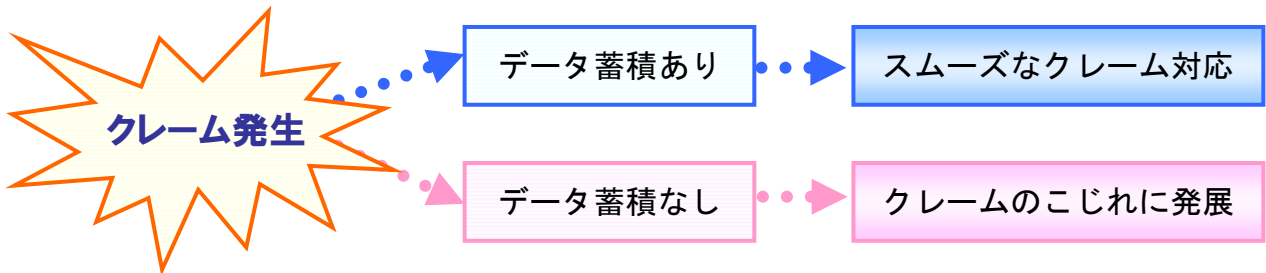
クレーム対応には、確かに顧客との関係構築のチャンスという側面があります。しかし難クレームが増えていることを考えると、まずはクレームをリスクとしてとらえ、ダメージの最小化を図る必要があります。例えばクレーム対応中のリスクには、対応時間の増大や対応する担当者のメンタル面のダメージ、クレーム場面に居合わせる他のお客様への影響、場合によっては、お客様の暴力的な振る舞いによる身体的なダメージなどが想定されます。これらのダメージをまずは最小化することが、企業とお客様の双方にとって優先すべきこととなります。

2 個人スキルを磨き、クレーム対応力を向上させる

■ クレームデータを蓄積する

クレームへの対応プロセス・結果は、事例（データ）として残しておくことをお勧めします。対応データがあると、事例から学ぶことができます。

「対応指針」「判断基準」で、会社（店）の方針を示すことに加え、事例で知識を深めることで、クレーム対応力を向上させることにつながります。



クレーム解決後は可能な限り“クレーム事例”の作成と周知徹底を行う必要があります。知識としてある程度頭に入れておけば、「こういうケースはこう判断する」と経験の少ない方でも前例に習うことができます。

対応事例を積み重ねていくことで、社内におけるクレーム対応についてのフレームワークが構築されるとともに、全スタッフの共通認識となっていきます。

ここで必要になるのが、クレーム対応の記録です。

クレーム発生から現在までの経緯・経過や事実関係を客観的な視点で時系列にまとめ、お客様から要求とそれを受けての当方（企業・店舗）からの提案・対応などを資料としてまとめます。あくまでも、対応（会社・店）側の主観や感情を排除し、事実関係のみを客観的な視点で作成するものです。

報告書作成時はもちろんのこと、クレーム情報の知識化を行なう場合に重要なことは、事実・経過の把握はもちろんですが、対応した当事者が何をどのように考えて対応したのかという点が一番重要なポイントとなります。

第三者である上司が、実際に対応した部下に聞き取りを行う時も同様です。

その部分の多くが、今後のサービス改善につながるポイントがあることが多いのです。当事者だけに任せると、自分に都合のいいように書いてしまい、ミスについてはオープンにしないという弊害が起こりがちなため、報告書を作成する場合は、第三者の俯瞰的な視点を入れましょう。当事者に聞いた後で、第三者（上司など）が客観的にまとめることで、より体系だった報告書となります。

聞き取りの際に注意すべき点は、致命的でなければミスについては責めないことです。一番知りたいことは、対応した当事者がどのように考えて、どう対応してしまったのかという生々しい情報なのです。

3 クレームに組織で対応する

■「体制」を確立する

前章で個人のスキルアップによる、クレーム対応力向上について述べました。次のステップは、組織でクレーム対応力を向上させていく手段を解説します。まず始めに、自社において、クレーム対応する部門はどこか？ という点を考えます。企業とお客様との関係にもよりますが、大きく以下のように大別されます。

①クレーム対応部門

②後方支援部門

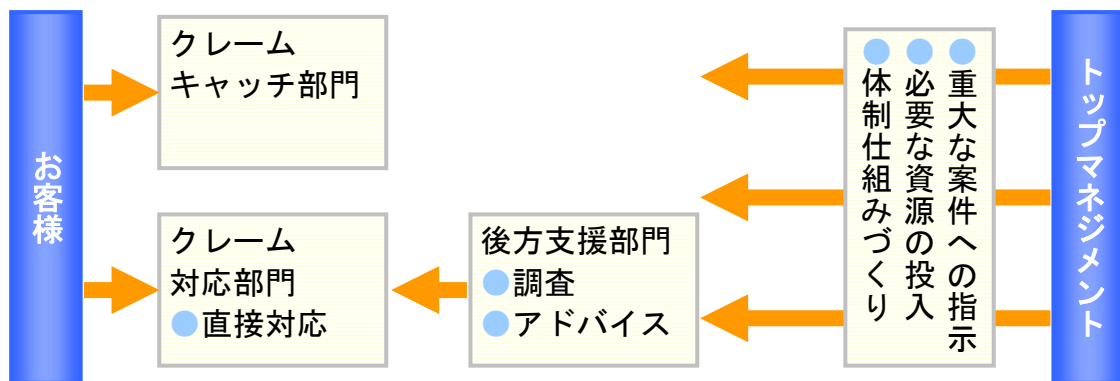
③トップマネジメント

このうち、①のクレーム対応部門は、お客様対応部門とは異なります。あくまでもクレーム対応の体制を考える場合、「どの部門がクレームに対応すべきか」という観点で定めなければなりません。

②の後方支援部門については、責任の所在が明確になってなければなりません。例えばレストランの店舗がクレーム対応にあたるのであれば、対応方法のアドバイスなどは本社が後方支援部門になります。また、メーカーなどの場合は、お客様相談室がクレーム対応部門で、品質保証部門や製造部門が原因調査を行ったり、対応方針を検討したりする役割を担う後方支援部門となります。後方支援部門についても「どういうクレーム、どういう場合は、どの部門が支援を行う」ということが明確になっていなければなりません。

では、③についてですが、トップはクレーム対応においても企業の最終的な責任者です。

しかし、通常のクレームであれば、一つ一つに関与することが役割ではありません。トップの役割は、まさにクレーム対応の体制を構築し、適切にクレーム対応ができる仕組みを作り上げ、管理することです。また、重大なクレームについてはトップとして対応方針を示し、最終的な判断を下すことも重要な役割です。



レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

経営データベース ①

ジャンル: 労務管理 > サブジャンル: メンタルヘルス対策



会社全体で取り組むべきメンタルヘルス対策

会社単位で取り組むメンタルヘルス対策について、詳しく教えてください。



1 従業員の労働状況を把握する

予防対策で最も重要なことは、労働時間の適正化です。メンタルヘルス不全発生の最大要因は、過重労働であるからです。

予防対策で最も重要なことは、労働時間の適正化です。メンタルヘルス不全発生の最大要因は、過重労働であるからです。これが、メンタルヘルス不全を未然に防止するための第一歩となります。

2 社内チラシ、ポスターで情報を発信する

メンタルヘルスに関して、従業員がセルフチェック、セルフケアができるように情報提供をします。

自分の心の健康状態をチェックして、不全状態に陥らないために自分でどのように対処したらよいかを知っておくことは、従業員にとって役に立ちます。

これは、紙での配布や貼り出しでなくても、メールや社内イントラネット上での情報発信でも対応いただくことが可能です。

心の健康

メンタルヘルスケアのポイント

ストレスの感じ方には、個人差があります。ある人にとっては嬉しいことも、他の人にとっては重荷に感じることもあります。また、自分自身では自覚してなくても、体や心に負担がかかっていることがあります。
あなたの心と体の健康状態を点検してみてください。

次のような症状はありませんか？

<input type="checkbox"/> 眠れない	<input type="checkbox"/> 食欲がない	<input type="checkbox"/> だるい
<input type="checkbox"/> 疲れが取れない	<input type="checkbox"/> 憂鬱だ	<input type="checkbox"/> 胃腸の具合が悪い
<input type="checkbox"/> 集中できない	<input type="checkbox"/> 頭が痛い	<input type="checkbox"/> やる気が出ない
<input type="checkbox"/> 首筋や肩がこる	<input type="checkbox"/> イライラする	<input type="checkbox"/> 動悸、息切れがする

12項目のうち3つ以上当てはまる場合、あなたの心は疲れ気味です。休養と気分転換が必要です。心の健康は、働き過ぎ（月 80 時間以上の残業）や仕事上のストレスなどが重なって、損なわれる場合が多いと言われています。

3 社内勉強会を実施する

全従業員向け、管理者向けに社内勉強会を実施することも有効です。従業員向けの勉強会では、自己チェックとセルフケアの方法をテーマにした勉強会が望ましいでしょう。管理者向けの勉強会では、部下のメンタルヘルスケアをどのように行ったらよいかを中心に行うと良いでしょう。

外部講師を招くことができれば理想的ですが、市販されている書籍を題材にして、輪読して、ディスカッションするだけでも十分に効果があるといえます。

4 産業医を活用する

産業医と契約している企業であれば、毎月数万円の料金を支払っているはずで

毎月1回、あるいは2ヶ月に1回程度、来社してもらい、残業時間の多い従業員との面談を行ってもらい、チェックしてもらうという方法もあります。医師との面談によってメンタルヘルス不全の発生を未然に防ぐことができます。

経営データベース ②

ジャンル: 労務管理 > サブジャンル: メンタルヘルス対策



現場単位で取り組むべきメンタルヘルス対策

現場単位で取り組むメンタルヘルス対策について、詳しく教えてください。



仕事は、現場での上司と部下の上下関係を通して行われます。上司は部下のメンタルヘルスをよく知ることができる立場にいるはずで

現場における上司のリーダーシップによるメンタルヘルスケアが、最も重要です。早期発見や発生時の対応策も重要ですが、現場管理職の最も重要な役割は、日々の仕事を通して、未然の防止対策を取ることです。

1 上司は部下の気持ちに配慮する

業績や成果に強い達成意欲を持つ上司ほど、部下の気持ちに対する関心が薄くなりがち傾向にあります。部下の気持ちに配慮して、部下のストレス心因を和らげ、信頼関係を築いていくことが、メンタルヘルスの最も効果のある部分なのです。

そのために有効なスキルが「コーチング」です。コーチングには部下のメンタルヘルス維持に役立つスキルが多く含まれています。コーチングに関する書籍は多く出されていますので、管理職は是非勉強して身に付けてください。

ただし、最も重要なことは、コーチングの基本姿勢である「上司は部下の味方である」という立場をきちんと取るということです。

いくらテクニックを身につけても、基本姿勢ができていなければ、何の役にも立ちません。

2 セルフケアのアドバイスを

うつ病にかかりやすい特性を持つ従業員に対して、ストレスを解消するセルフケアの仕方をアドバイスすることも有効です。

■うつ病にかかりやすい傾向とセルフケア手法

傾 向	セルフケア手法		
危険生活習慣傾向	①認知行動療法	②リラクゼーション	③食事改善
消極傾向	①認知行動療法		
漂流傾向	①目標、価値観の明確化		
焦燥傾向	①リラクゼーション	②時間活用法	
神経質傾向	①認知行動療法	②リラクゼーション	
孤高傾向	①認知行動療法	②コミュニケーションスキル	

※認知行動療法：自己の思考や行動の傾向を認識し、悪い思考傾向、行動パターンに陥りそうな時に、自己軌道修正を図る癖をつけていくこと