

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

『人生を変える

モーニングメソッド』

ハル・エルロッド著

大和書房 1500円+税、231頁

著者は、二十歳の時に交通事故にあい心肺停止状態になりました。しかし、翌年には元の職場に復帰し、営業で素晴らしい成績を上げます。また、自分の事故の経験をもとにし、講演活動、コーチングなどを始め絶頂期を迎えます。しかし、リーマンショックで大きな痛手を受けます。この苦境で彼が考え出したのが本書で述べられている「モーニングメソッド」です。

モーニングメソッドとは、朝起きて、6つのことを行うということです。その6つ方法を簡単にご紹介します。

★モーニングメソッドの効果

- ・朝目覚めのときに、わくわくする
- ・ストレスが軽減する
- ・思い込みを乗り越えられる
- ・体調がよくなる
- ・生産性が上がる...など。

★モーニングメソッドの内容

1. **サイレンス**=沈黙: 無言で座るだけでいい。瞑想、祈り、振り返り、深呼吸、感謝など。沈黙には人生を豊かにする効果がある。
2. **アフアーメーション**=前向きなひとりごと: なりたい自分、達成したいこと、その手段を繰り返し唱える。「私は世界一だ!」モハメド・アリはこの自己肯定のアフアーメーションを繰り返し使い実現させた。人生で成功者するもっとも効果的なツールのひとつ。
3. **イメージング**=心の中のリハーサル: 想像力を使って具体的な行動や結果を心の中でイ

メージする。スポーツ選手がパフォーマンス向上のためによく使う手法。達成したい目標や手に入れたいものを具体的にイメージし、そのために必要な行動を心の中でリハーサルする。

4. **エクササイズ**=体を動かす: ストレッチ、散歩、ジョギング、筋トレなど。
5. **リーディング**=読書: 朝10ページ、5ページでいい。1日10ページで1冊200ページの本を18冊読める。(10頁/日×365日÷200頁/冊=18.25冊)
6. **ライティング**=書く: 思考を頭から取り出して文字にする。デジタルでも紙でもよい。日記がおすすめ。スマホの無料アプリもある。
★実行方法: これらのことを、60分ほどかける人が多いが、これらをそれぞれ1分、合計6分ですることでもできる。
★継続: 継続のためには、10日ずつ3回にわけてする。また、最初が一番むずかしい。まず始めることだ。そして、20日目、30日目を目指す。しかし、最初の一步が一番難しい。だから、明日始めよう。

いかがでしょうか?モーニングメソッド始められますか? 本書の原題は、『奇跡の朝』、"The Miracle Morning"です。奇跡の朝が、明日の6分からスタートできます。

本書にも書いてあるのですが、モーニングメソッドの6つのことは、著者が考え出したことではありません。どれもが自己啓発でおなじみのものです。広く知られている6つのことをパッケージにして、世に広め、本人は有名になりました。

新商品を作るのは、何も新しいものを作らなくても、既存商品の詰め合わせでできるということです。この点でも仕事のヒントになると思います。

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

アメリカの小売業界

アメリカの多くのショッピングモールが倒産の危機にあえいでいるそうです。アメリカで起きていることは遠からず日本でも起こるといわれています。どうしてそういうことになったのか、ネットで答えを探してみました。

(<https://www.businessinsider.jp/post-100448>)

以下要約です。

アメリカの小売業界は混乱の最中だ。その驚異の閉店率と破産率の元凶は、アマゾンやオンラインショッピングの台頭だとされているが、要因のごく一部に過ぎない。それ以上に、間違いなく影響を及ぼしている要因は、小売業者の過剰出店とアメリカ人の消費習慣の変化だ。

何を買ひ、どこでお金を落とし、どのように消費するのかについて消費者は、以前よりも厳しい目で判断している。また、消費者は、「モノ」よりも「体験」を購入している点だ。

この傾向は特にアパレル小売業者に打撃を与えており、その背景にはソーシャルメディアの台頭がある。「モノ」よりも「体験」の方が、ソーシャルメディア上で話題になりやすいからだ。

加えて、ヘルスケア、テクノロジー、教育などその他の分野で消費者の支出が増えていることを考えれば、ここ10年間でショッピングモールから客足が遠のいてしまったことにも納得がいく。

また、いざ「モノ」を買うとなっても、消費者の大半は正規の価格を支払うことはない。不況時に学び、それ以来身に付いた消費習慣だ。シアーズやメイシーズといった正規の価格で販売する百貨店が苦しみもがく一方、ディスカウントストアは盛況だ。

ノーベル賞：行動経済学

ノーベル経済学賞の受賞者は、行動経済学の権威リチャード・セイラー教授でした。では、行動経済学とはどんなものなのでしょうか？ネットで探してみました。以下、要約します。
(<https://www.businessinsider.jp/post-105760>)

「質問：数年前に1本50ドルで買ったワインの価値が、現在500ドルになっている。これを飲んだ場合、いくら損失になるか？」

ほとんどの人は、損失にはならないと考えるだろう。しかし、行動経済学的に、埋没費用と機会費用の視点から考えると答えは異なってくる。

埋没費用とは、すでに使ってしまった費用のことで、今から何をしても変えようがなく、取り戻すことはできない。数年前に支払った50ドルがこれ。

機会費用は、ある選択を取った場合と他の選択を取った場合を比べた利益。

つまり答えは、機会費用の500ドル。売った場合に手にできたであろう金額が答えになる。

このワインを飲んでしまう人でも、外出先で同じボトルに500ドル支払うことに尻込みするだろう。だが、自分の持っているワインを飲んでも、外で500ドル払って飲んでも経済学的には同じことだ。数年前に50ドルで買ったのだから、得をしていると思いたがるだろうが。

以上です。行動経済学の本には具体的な例がたくさん載せられているものが多く、面白いです。私はまだセイラー教授の本は読んでいないので、これから読んでみようと思います。