



今こそ元気な経営を part II — ドーパミン型経営の提言 —

平成21年12月号では「今こそ元気な経営を一元気の出る私案7ヵ条の提言」として、シンクタンクの立場から、日頃考えていることをまとめさせていただきました。

今回は、新たな切り口から、元気の出るような話を part II として述べさせていただきたいと思います。

◎今年こそ元気な年に

福島県は日本の偉大な作曲家、故古関裕而さんの出身県です。実は、私どもの財団法人福島経済研究所は、古関裕而さんの生誕の地に建っている東邦スクエアビルの3階に入居しています。

古関さんは福島市最初の名誉市民で市内には記念館もあります。毎年音楽祭が開催され、郷土が生んだ大作家の偉大な業績を顕彰しています。

代表的な作曲は、戦前では「露営の歌」、「暁に祈る」、「若鷺の歌」などが挙げられます。戦後は「とんがり帽子」、「栄冠は君に輝く」、「鐘の鳴る丘」、「長崎の鐘」、「さくらんぼ大将」、「君の名は」、そして出身校である「福島商業高等学校校歌」ほか全国300校以上の校歌を作曲されました。さらには東京オリンピックの選手入場行進曲「オリンピック・マーチ」も手掛けられるなど、生涯を通じ幅広いジャンルにわたって約5,000曲も作曲されました。

社長さん方の中にも知っておられる方は多いと思いますが、読売ジャイアンツの応援歌や阪神タイガースの応援歌（六甲おろし）、中日ドラゴ

onzの応援歌も古関裕而さんが作曲されました。

セリーグの野球チームの半分の応援歌の作曲家が古関さんなのです。特にタイガースの応援歌は、昭和11年に「大阪タイガースの応援歌」として誕生し、昭和36年には「阪神タイガースの応援歌」と名前は変わっても70年以上歌い続けられている名曲です。早大応援歌「紺碧の空」は、これよりも古く昭和6年に作曲されています。他にも大学関係では慶大・明大・中大・東農大 etc. の応援歌など数多く作曲しています。

このような古関裕而さんの偉大な業績にあやかりまして、1つ提案させていただきたいと思います。それは、福島県を野球応援歌の聖地（メッカ）として、東京・名古屋・大阪・神戸あたりから野球好きな観光客を呼ぼうという企画を立ち上げ、福島県内の観光地なり温泉地で協力し合っ経済効果を上げられるように実行していくことを提案したいのです。

その実現の為には、行政サイドからの側面的なバックアップも必要かと思いますが、是非関係者の方々には実現に向けてご尽力いただきたいと

思っております。すでに、県内各地で東京6大学の応援団の夏期合宿や交流会は行われるようになっておりますが、観光客誘致促進という視点が必要かと思えます。

さて、野球の話になりましたのでもう少し述べさせて頂きたいのですが、昨シーズンの日本シリーズを制し名実共に日本一となった読売ジャイアンツの球団カラーは、橙（だいたい）色です。この橙色は赤と黄色の混色ですが、その赤色というのは色彩心理学の本によりますと、一番熱く感じる色（暖色の中でも一番）で力があふれ出ようとする「エネルギーの色、情熱、興奮、歓喜、元気の色」とのことです。

同じ赤色でも、日本人は朱赤、お正月に見たあの神社の巫女さんの袴の色が好きなのです。なお、中国人は真っ赤、ヨーロッパの人達はマゼンダ（赤紫）を好むと言われています。したがって、ジャイアンツの球団カラーの橙（だいたい）色は、日本が好景気に向かう時に一番合っている色だと思います。ジャイアンツファンの人も、そうでない人も今年の景気も引き続き厳しいということは重々わかっておりますが、どのマスコミもこぞって言っているように、厳しい、厳しい、二番底だ、円高だなどとばかり言っていないで、この色に合った優勝（好景気）を目指して今シーズンの坂を着実に上っていきたいものだと思っております。

無理してでも顔をグイッと上げて明るい気持ちを持って、眼を輝かせて、少しでも明るい展望を切り開いていきたいものだ、そのように努力していかなければならないと思っております。

一方、不本意ながらセリーグ4位で終わった阪神タイガース球団のイメージカラーは、当然虎の色である黄色と黒色なわけですが、今年は何と言っても寅年ですから阪神タイガースを話題にしないわけには参りません。先程の色彩心理学の本によりますと、黄色は「甘え、依存、求愛」の色とのことですが。

心が開かれた（解放された）幼児が絵を描く時に、盛んに使うのが黄色と言われています。両親の愛情を欲求する時に現れる色と言えます。子どもではないのですが、あの有名な天才画家ゴッホが、「ひまわり」という代表作品を描いた時の心理状態は、将来の自分に対する希望や期待が膨らんでいる時の絵だと言われておりました。黄色がたくさん使われています。黄色には、「希望、幸福、明るさ、開放感」というようなイメージがあります。

現在、政府も認めたデフレなどによる不景気が続いており、将来に向けて少しでも成長の明るい兆しを是非見たいというような時期に黄色を多用することは、企業にとっても個人にとっても良いことなのだと思います。心理学的には当然の行動と思われる。したがって、黄色を使ったビジネスや商売なども考えてみていただきたいと思うわけです。必ず社長さんも社員の皆さんもお客さんも元気に幸せな気持ちになるはずですが、勿論これは、万能ではありませんので企業のイメージカラーとしてや、食品や健康産業などの一部の商品に関するものなどで考えて頂ければと思います。

タイガースファンでない人も、ジャイアンツ

ファンの人でも今年の景気を期待して、是非このタイガースカラーも並行して使ってみたら如何でしょうか。今年の干支のカラーでもあるわけですから、必ずや古関裕而さんの応援歌ともども、元気が出てくると思います。

◎エンドルフィンを利用してドーパミンを出そう

前置きが長くなりましたが本題に入りたいと思います。これからは元気の出るホルモンについて話してみたいと思います。

全くの門外漢である私のことですから、専門的なことは脇に置いて、聞きかじったことを私流に勝手に解釈して述べてみたいと思います。日進月歩の医学の世界に、ズブの素人が挑戦するわけですから、その恥をかく勇気に免じて内容の正確性については目をつむって頂きたいと思います。

昨今、脳の研究が猛烈に進んでおります。以前に「脳の中に元気になるシステムが見つかった」という記事を読んだことがあります。元気を出し続けるシステムが脳の中にあるということのようです。

若干紹介させていただきますと、脳の脳幹というところに「A10神経核」という神経細胞核がありまして、これが働くと、ドーパミンという神経伝達物質（ホルモン）が出て、前頭葉に出てくるのだそうです。このドーパミン系が働くことによって、人はやる気が出たり、意欲的になったりします。頭の回転も良くなるそうです。また、身体も免疫力が強くなって血液の循環が良くなってきます。

それが全部、元気につながっていくのだそうです。元気を出すには、このドーパミン系列を使えば良いというわけです。

以前から、ドーパミン系の解明は進んでいたようです。年老いたサルはドーパミンを増やすと、若いサルと同じくらい記憶力が戻って、ワーキング・メモリー、これは考えたり、判断する時に一時的に覚えておく能力なのですがこのメモリーが回復するとのこと。若くても動きが悪くなった若年寄りのようなサルにドーパミンを施すと、力が出て運動のスピードが速くなるそうです。しかし、何事においても、ほどほど適量というのが大事で、多過ぎても少な過ぎても重大な病気になってしまうので注意する必要があるようです。

それでは、どうすればドーパミン系を活発にできるのかということです。いくつかあるようですが、快感を得るとドーパミンを分泌するという事は、よく知られているようです。特に効果があるのは「美味しいものを食べる事」や「異常な刺激（大きな音、地震、突飛なこと、マラソン、快感、ほめ言葉等）を受ける事」だそうです。美味しいものを食べる人、いわゆるグルメ（食通）の人は、非常に元気です。メタボを気にしても、気にしなくても、美味しいものを食べている人は元気です。

前回（昨年12月号）述べた速読も、一種の異常な刺激なのだと思います。速読すると、短時間で多くの情報が入ってきます。スピード感が出ます。快適になります。自信がつかます。そして元気が出ます。身体が快適さを感じてドーパミン系が

働いて、やる気が出て行動に現われる。それがまた快適につながる、という好循環なのだと思います。

したがって、これを読んで頂いた社長さんは、どうぞ社員の方々が快感と感じることを、心地良いと思うことをしてあげて下さい。徹底的に褒めてやって下さい。どんな些細なことでも、良い点を見つけて褒めてやって下さい。そして、仕事をやらせて下さい。ひたすら、精神論の一生懸命だけでは駄目です。社員が面白がってやるように仕向けてやることです。ただし、異常な刺激とともにストレスを感じるようでは意味がありません。恐怖心を感じると、今度はノルアドレナリンというブレーキのような物質が血液中に出てきますから逆効果となります。

例えば、速読がどうしても苦手な社員の方に無理強いしてはいけません。社長さんには、社員を叱る時も、恐怖心を与えないように、快感を与えるように叱っていただきたいと思うわけです。難しいと思いますが是非そうしていただきたいのです。

社長さんとなかなか会話ができない社員とか、1回も話したことがない社員などは、社長さんから直接名前を呼ばれて、叱られる事がかえって快感になるということもあると思います。「社長が私の名前を覚えていてくれた」「私みたいな若い社員のために本気で叱ってくれた」。

したがって、時には、新鮮な異常な刺激につながるように意図的に叱るということも必要なのだと思います。

ドーパミンと似て非なる脳内物質でエンドルフィンという神経伝達物質（ホルモン）もあります。円とドルの終わりという意味ではありません。私は決して本意ではないのですがそう覚えて記憶しています。ドーパミンは脳内にとどまっていますが、エンドルフィンには脳内はもちろん、全身の重要な部位に分泌されています。これは、モルヒネと同じような働きをする物質で、脳内麻薬と呼ばれることもあります。

今年も箱根駅伝で柏原選手（本県出身）が山上市の5区で圧倒的な走りをみせて東洋大学を優勝に導きました。この駅伝やマラソンなどで長時間走り続けると気分が高揚してくる作用「ランナーズ・ハイ」は、このエンドルフィンの分泌によるものとの説があります。マラソンなどで苦しい状態が一定時間以上続くと、脳内でそのストレスを軽減するためにエンドルフィンが分泌されて、やがて快感や陶酔感を覚える「ランナーズ・ハイ」と呼ばれる現象が起こるのだそうです。これは、マラソンに限ったことではなく登山が好きな人は「クライマーズ・ハイ」、オートバイが好きな人は「ライダーズ・ハイ」、釣りが好きな人にとっては「フィッシャーマンズ・ハイ」、水泳が好きな人には「スイマーズ・ハイ」、そして、仕事が好きな人にとっては「ワーカーズ・ハイ」と、仕事・趣味を超越して言えることなのだと思えます。社長さん方は、こういうことも念頭に、社員1人1人に向き合うべきだと思うのです。

要するに、社員を仕事好きにさせることです。そういう工夫を社長さん自ら考え実行すること

です。仕事を単に、お金や義務、強制、ノルマだけでやらせるのではなくて、社員全員が心底から仕事が好きだという風に仕向けるのです。趣味や遊び以上のものに仕事を位置付けて、仕事が好きでたまらない社員ばかりになったら、その企業は最強だと思います。

こう考えてくると、京都の堀場製作所の堀場雅夫さんを思い出します。堀場さんご自身の人生哲学でもある「おもしろ、おかしく」の経営哲学は、この辺の機微に精通した、実に理にかなった経営哲学だと思うわけです。

最後に「即効的に元気を出させるためには、どうしたらいいか」を申し上げたいと思います。できるだけ早いうちに、社員の方々を焼肉屋さんに入れて行ってあげて下さい。勿論、社長さんのポケットマネーでご馳走してやって下さい。こういう時こそ太っ腹のあるところを見せてやって下さい。焼肉をタップリ食べてもらうのもいいのですが、肉はそんなに多くなくてもいいのです。キムチでも、ビビンバでも良いですから、とにかく唐辛子の入った辛いものを食べさせて下さい。疲れている社員には特に大量にです。必ず元気が出てきます。気のせいではありません。

唐辛子に含まれているカプサイシンという物質によって、体内の新陳代謝が活発になりまして、身体が動き出すということなのです。カプサイシンは、中枢神経を刺激してアドレナリンなどのホルモンの分泌を促すために脂肪を分解する酵素が活性化されます。そのために、エネルギーの代謝が活発になって身体が熱くなったり、汗を

かいたりします。こうして身体が温まることによって、血行が促進され、冷えやむくみや肩こりが解消されたり、胃炎や口内炎も改善させるという効果があるのだそうです。

このカプサイシンには、エンドルフィンを分泌させ、このエンドルフィンが脳内の痛覚を伝達する神経を遮断しまして、ドーパミンを分泌させるという説があるのです。

つまり、痛みを感じなくさせ、気持ち良く感じるようにさせるというわけです。高揚した気持ちは、精神的にもパワーアップします。従って社員の方々の仕事に立ち向かう姿勢も変わってくると思います。

よく「辛いものは癖になる」と言いますが、これは、エンドルフィンを放出して、ドーパミンが増え続ける状況になりたいという欲求が生まれるからなのではないかと私は私なりに解釈しております。良い循環に入ってゆくのではないかと思っております。

いろいろ申し上げましたが、要は、社長さんがアイデアや工夫をこらして、社員の方々の身体に「ドーパミン」ホルモンを引き出す経営を是非実践していただきたいということです。私は、この元気の出る経営を「ドーパミン型経営」と呼んでいます。

今年は、「ドーパミン型経営」を実践していただき、社員の方々と一緒に全社一丸となって、元気溢れる1年を造り上げて行って頂きたいと念じております。

(担当：松野)