

週刊WEB

企業経営

MAGA
ZINE

Vol.937 2025.9.16

ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター

2025年9月9日号

米国経済の見通し

～高関税政策にも関わらず米国経済は
足元堅調維持。今後は景気減速へ～

経済・金融フラッシュ

2025年9月11日号

企業物価指数2025年8月

～国内企業物価は3ヵ月連続の
2%台

経営TOPICS

統計調査資料

消費動向調査

(令和7(2025)年8月実施分)

経営情報レポート

生産性向上や人材育成に役立つ

補助金・助成金の活用ポイント

経営データベース

ジャンル: 労務管理 > サブジャンル: マインドフルネス

マインドフルネスによる効能

マインドフルネスな状態

発行: 税理士法人KJグループ

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

ネット
ジャーナル

米国経済の見通し ～高関税政策にも関わらず米国経済は足元堅調維持。今後は景気減速へ

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

- 1** 米国の25年4－6月期の実質GDP成長率（前期比年率）は+3.3%（前期：▲0.5%）と前期からプラス成長に転換。トランプ関税前の駆け込み需要の反動減に伴い外需が成長率を+5.0%ポイント押し上げたほか、内需は前期並みの伸びを維持。

実質個人消費および実質可処分所得（前月比）



（注）季節調節済み、前月比。棒グラフは寄与度
（資料）BEA よりニッセイ基礎研究所作成

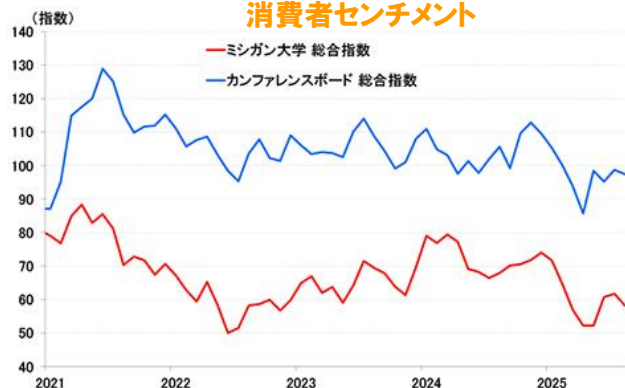
- 2** 関税政策は依然として不透明な状況となっているものの、足元で個人消費は堅調。一頃に比べて経済政策の不確実性は低下したこともあって、株価は史上最高値圏で推移しているほか、長期金利は4%台前半での推移となるなど、金融市場は安定。

- 3** ただし、7月の雇用統計で過去2ヵ月分の雇用者数が大幅に下方修正されたほか、8月も雇用者数が前月、市場予想を大幅に下回るなど、労働市場の減速が顕著となっており、関税政策に伴う実体経済への影響が顕在化した可能性を示唆。

- 4** トランプ政権の経済政策の予見可能性が低いため、経済見通しは非常に不透明。

当研究所は引き続き税制改革が成長押し上げ要因となる一方、関税の引上げや移民の強制送還が成長押し下げ要因とみられ、政策全体では25年と26年ともに小幅ながら成長押し下げが優勢になると評価。実質GDP成長率（前年比）は25年、26年ともに+1.7%と24年の+2.8%から大幅な低下を予想。現時点では景気後退の回避がメインシナリオ。

消費者センチメント



（注）ミシガン大学は1966年1-3月期=100、カンファレンスボードは1985年=100。
（資料）ミシガン大学、カンファレンスボードよりニッセイ基礎研究所作成

- 5** 金融政策は、労働市場の減速を受けて25年9月に利下げを再開、12月にも追加利下げを実施しよう。26年はインフレ低下もあって2回の追加利下げを予想。

- 6** 上記見通しのリスクは、トランプ政権の予見不可能な関税政策を始めとする経済政策。一部の関税に関する違憲判決が確定した場合は成長を押し上げる可能性もあろう。

「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「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

企業物価指数 2025 年8月

～国内企業物価は3ヵ月連続の2%台

ニッセイ基礎研究所 本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

1 国内企業物価の上昇率は3ヵ月連続の2%台

日本銀行が9月11日に発表した企業物価指数によると、2025年8月の国内企業物価は、前年比2.7%（7月：同2.5%）と3ヵ月連続の2%台となった。

内訳をみると23類別中、18類別が上昇し、5類別が低下となった。25年7～9月使用分で電気・都市ガス代の支援策が再開されたことから、事業用電力が前年比▲2.3%（7月：同0.9%）、都市ガスが同▲6.1%（7月：同▲4.5%）となり、電力・都市ガス・水道は前年比▲2.9%（7月：同▲0.1%）と前月からマイナス幅が拡大し、全体を押し下げた。

企業物価指数の推移

	国内企業物価		輸出物価 （円ベース）		輸入物価 （円ベース）	
	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比
24年 7月	0.5	3.3	0.1	10.9	0.4	10.6
8月	-0.3	2.7	-5.2	3.1	-6.2	2.3
9月	0.3	3.2	-1.8	-0.7	-2.9	-2.7
10月	0.5	3.8	2.5	1.2	2.9	-2.5
11月	0.3	3.9	1.9	2.9	1.6	-1.4
12月	0.4	4.1	-0.8	4.8	-0.7	1.2
25年 1月	0.3	4.2	1.2	4.3	1.5	2.1
2月	0.2	4.3	-1.3	1.5	-1.9	-1.2
3月	0.3	4.3	-1.1	-0.3	-1.6	-2.5
4月	0.3	3.9	-1.9	-4.3	-2.9	-7.3
5月	-0.1	3.1	-0.9	-6.6	-1.0	-10.3
6月	-0.2	2.7	0.1	-7.2	-1.6	-12.1
7月	0.3	2.5	1.6	-5.7	2.4	-10.3
8月	-0.2	2.7	0.2	-0.3	0.5	-3.9

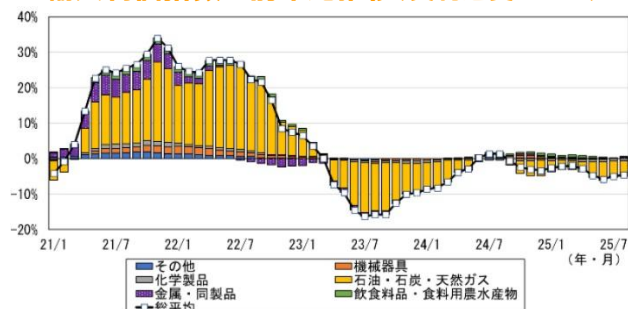
（資料）日本銀行「企業物価指数」

2 契約通貨ベースの輸入物価は前年比▲4.6%

8月の契約通貨ベースの輸入物価は、前年比▲4.6%（7月：同▲5.0%）と12ヵ月連続のマイナスとなった。内訳をみると、ガソリンが前年比▲11.9%と13ヵ月連続のマイナス、ジェット燃料油が同▲8.8%となったことなどから、石油・石炭・天然ガスは前年比▲14.9%（7月：同▲15.3%）と12ヵ月連続のマイナスとなった。

一方、前月比では0.0%（7月：同1.1%）と、前月から横ばいとなった。内訳をみると、原油が前月比0.4%、ナフサが同1.5%と上昇したことなどから、石油・石炭・天然ガスは前月比0.3%（7月：同2.4%）とプラスに寄与した。一方、鉄鉱石が前月比▲5.2%（7月：同0.0%）、パラジウムが同▲8.1%（7月：同16.4%）といずれもマイナスに転じたことなどから、金属・同製品は前月比▲0.9%となった。

輸入物価指数の前年比推移（契約通貨ベース）



（注）機械器具：はん用・生産用・業務用機器、電気・電子機器、輸送用機器
その他：繊維品、木材・木製品、その他産品・製品
（資料）日本銀行「企業物価指数」

3 先行きの国内企業物価の上昇率は10月以降に再び鈍化すると予想

先行きの国内企業物価は、9月には前年に電気・都市ガスの補助金政策が実施された裏が出る形でエネルギー価格が上昇に転じることからいったん上昇するが、その後は再び鈍化に向かうことが予想される。また、コメは前年の急上昇の裏が出やすくなることから、コメ価格の前年比の伸びは次第に鈍化していくことが見込まれる。ただし、食料品値上げの動きはしばらく続く可能性が高い。

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「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

消費動向調査 (令和7(2025)年8月実施分)

内閣府 2025年8月 29 日公表

調査結果の概要

ー消費者マインドは、持ち直しの動きがみられるー (基調判断据置き)

- 今後の暮らし向きの見通しなどについての消費者の意識を捉える消費者態度指数は、8月は前月と比較し 1.2 ポイント上昇 (2 か月ぶりの上昇) となった。
- 消費者態度指数の動きから見た8月の消費者マインドは、持ち直しの動きがみられる。
- また、消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合は9割を超えている。

1 消費者の意識 (二人以上の世帯、季節調整値)

(1) 消費者態度指数

令和7 (2025) 年8月の消費者態度指数は、前月差 1.2 ポイント上昇し 34.9 であった。

(2) 消費者意識指標

消費者態度指数を構成する各消費者意識指標について、令和7 (2025) 年8月の動向を前月差でみると、「雇用環境」が 1.7 ポイント上昇し 39.3、「暮らし向き」が 1.3 ポイント上昇し 32.7、「収入の増え方」が 0.9 ポイント上昇し 39.4、「耐久消費財の買い時判断」が 0.6 ポイント上昇し 28.0 となった。

また、「資産価値」に関する意識指標は、前月差 2.1 ポイント上昇し 43.8 となった。

(3) 基調判断

消費者態度指数の動きから見た8月の消費者マインドの基調判断は、持ち直しの動きがみられる。 (据置き)

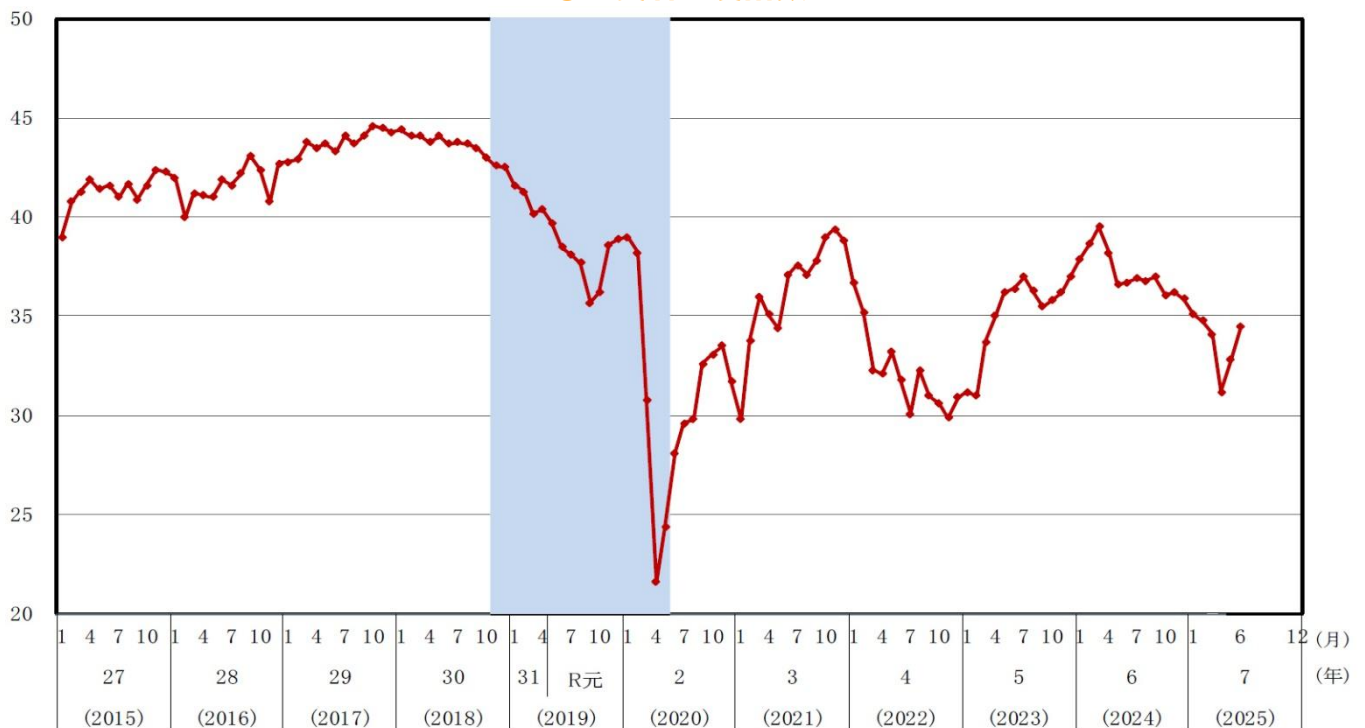
消費者態度指数と消費者意識指標 (二人以上の世帯、季節調整値)

	令和7年 (2025年)						
	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
消費者態度指数	34.8	34.1	31.2	32.8	34.5	33.7	34.9
(前月差)	▲ 0.3	▲ 0.7	▲ 2.9	1.6	1.7	▲ 0.8	1.2
暮らし向き	31.5	30.9	27.3	30.2	32.4	31.4	32.7
(前月差)	▲ 0.5	▲ 0.6	▲ 3.6	2.9	2.2	▲ 1.0	1.3
収入の増え方	39.5	38.8	37.5	38.3	38.9	38.5	39.4
(前月差)	▲ 0.3	▲ 0.7	▲ 1.3	0.8	0.6	▲ 0.4	0.9
雇用環境	40.9	39.2	35.7	37.3	38.3	37.6	39.3
(前月差)	▲ 0.1	▲ 1.7	▲ 3.5	1.6	1.0	▲ 0.7	1.7
耐久消費財の買い時判断	27.1	27.3	24.2	25.4	28.2	27.4	28.0
(前月差)	▲ 0.4	0.2	▲ 3.1	1.2	2.8	▲ 0.8	0.6
資産価値	42.7	40.3	34.1	39.2	40.8	41.7	43.8
(前月差)	▲ 0.6	▲ 2.4	▲ 6.2	5.1	1.6	0.9	2.1

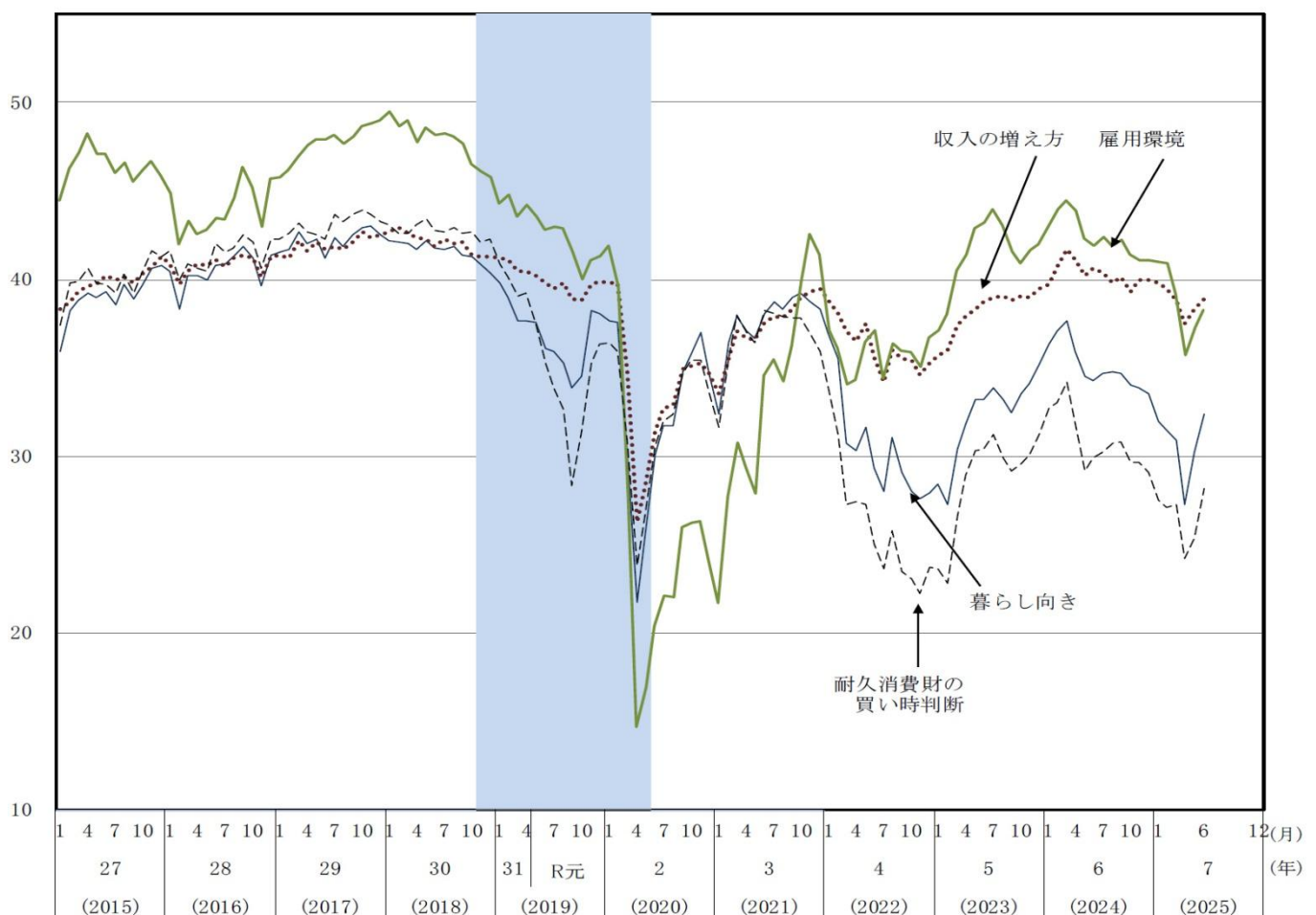
(注) 消費者態度指数 (季節調整値) は、「暮らし向き」、「収入の増え方」、「雇用環境」、「耐久消費財の買い時判断」の4項目の消費者意識指標 (季節調整値) を単純平均して算出している。

消費者態度指数と各消費者意識指標の推移(二人以上の世帯、季節調整値)

①消費者態度指数



②消費者態度指数を構成する消費者意識指標



(注) 1 シャドー部分は景気後退期を示す。

(注) 2 平成 30(2018)年 9 月までは郵送調査、平成 30 (2018)年 10 月から郵送・オンライン併用調査で実施。以下同。

2 物価の見通し（二人以上の世帯）

令和7（2025）年8月の1年後の物価に関する見通しで、最も回答が多かったのは「上昇する（5%以上）」（49.8%）であった。

前月差でみると、「上昇する」が 1.0 ポイント増加したのに対して、「低下する」が 0.8 ポイント減少、「変わらない」も 0.2 ポイント減少した。

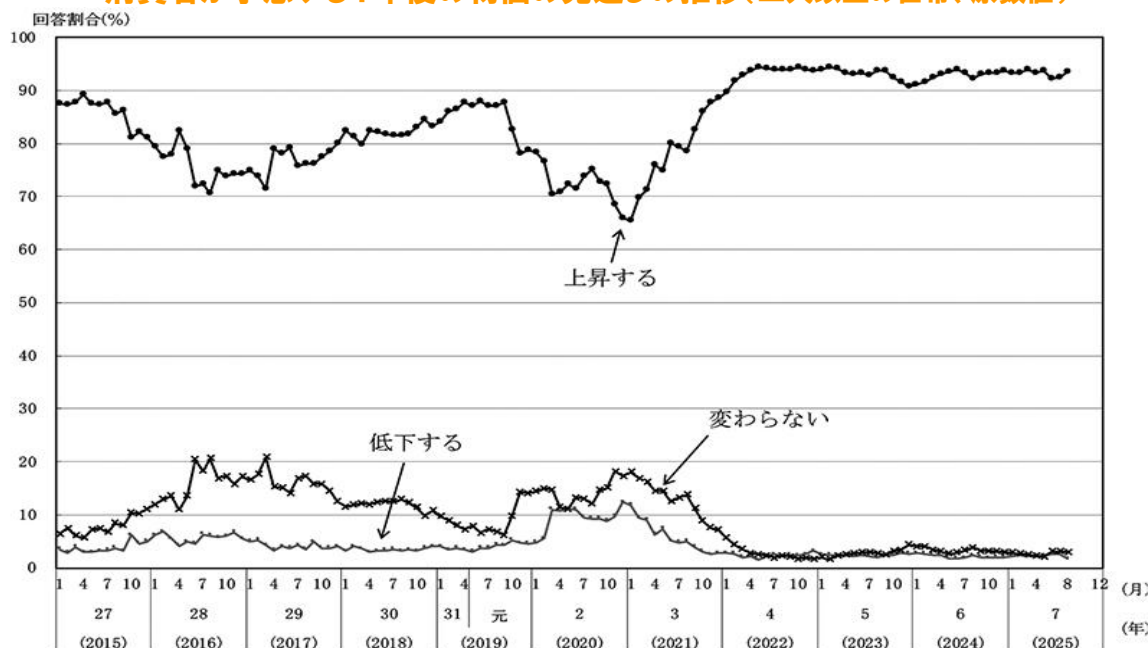
消費者の物価予想については、「上昇する」と見込む割合は9割を超えている。（据置き）

消費者が予想する1年後の物価の見通し(二人以上の世帯、原数値)

(單位：%)

		令和 7 年 (2025年)						
		2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月
低下する	▲ 5 %以上	0.7	0.5	0.9	0.7	0.7	0.7	0.5
	▲ 5 %未満～ ▲ 2 %以上	0.9	0.6	0.7	0.8	0.6	0.7	0.5
	▲ 2 %未満	0.8	1.0	0.7	0.7	1.2	1.1	0.7
	＜計＞	<2.4>	<2.1>	<2.3>	<2.2>	<2.5>	<2.5>	<1.7>
	（前月差）	(0.2)	(▲0.3)	(0.2)	(▲0.1)	(0.3)	(0.0)	(▲0.8)
変わらない	0 %程度	2.6	2.5	2.2	2.1	3.1	3.1	2.9
	（前月差）	(▲0.2)	(▲0.1)	(▲0.3)	(▲0.1)	(1.0)	(0.0)	(▲0.2)
上昇する	2 %未満	8.9	7.4	6.3	8.2	10.4	8.7	9.6
	2 %以上～ 5 %未満	30.5	31.2	26.9	29.9	32.9	32.4	34.0
	5 %以上	53.9	55.3	60.0	55.5	48.8	51.3	49.8
	＜計＞	<93.3>	<93.9>	<93.2>	<93.6>	<92.1>	<92.4>	<93.4>
	（前月差）	(0.0)	(0.6)	(▲0.7)	(0.4)	(▲1.5)	(0.3)	(1.0)
分からない		1.8	1.6	2.3	2.1	2.2	2.0	2.0

消費者が予想する1年後の物価の見通しの推移(二人以上の世帯、原数値)



消費動向調査（令和7（2025）年8月実施分）の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



生産性向上や人材育成に役立つ 補助金・助成金の 活用ポイント

1. 補助金・助成金の基礎知識
2. 令和7年度に活用できる主な補助金制度
3. 令和7年度に活用できる主な助成金制度
4. 補助金・助成金の活用事例とその効果



■ 参考資料

中小企業と個人事業主の補助金・助成金がよくわかる』（植村 裕加著、秀和システム）、『すごい補助金&助成金のもらい方』（石渡 浩・宗像 瞳著、陽だまり出版）、中小機構補助金活用ナビ 他

1

企業経営情報レポート

補助金・助成金の基礎知識

資金調達や人材育成、設備投資などの局面で補助金・助成金を戦略的に活用することは、企業の成長力と安定性を高めるための重要な手段となります。

しかし、制度の複雑さや申請要件の多様性から、十分に活かし切れていない企業も少なくありません。そこで本レポートでは、実務に役立つ補助金・助成金の知識と活用ポイントについて解説します。

■ 補助金・助成金の位置づけ

補助金・助成金は、国や自治体が政策目的の達成に向けて企業活動を後押しするために設けられた公的支援制度です。

設備投資の促進、人材育成や働き方改革の推進、研究開発や新規事業の創出、地域経済の活性化など、幅広い分野での活用が可能です。

特に中小企業にとっては、自己資金や金融機関からの借入に依存せずに資金を確保できる点で、経営の安定性や挑戦の後押しにつながる重要な資金調達手段といえます。

一方で、補助金・助成金は返済不要である反面、採択要件や実績報告などの手続きが求められるため、計画性と正確な対応が必須となります。

とはいえ、企業にとっては単なる資金支援ではなく、国や自治体が掲げる政策方向に沿った取組を進めるうえでの契機ともなり、経営課題の解決や新たな成長戦略の実現につながる「制度的インセンティブ」として位置づけられます。

したがって、補助金・助成金を自社戦略にどう組み込むかが、今後の企業成長における重要なポイントといえるでしょう。

■ 成長支援と働き方改革推進をはかる令和7年度の補助金・助成金

令和7年度は、中小企業・小規模事業者を対象に、新たな成長支援策や働き方改革支援、技術導入促進などを重視した助成・補助金制度が多数整備されている点が特徴です。

まず注目すべきは、「中小企業新事業進出補助金」と「中小企業成長加速化補助金」という二つの新規制度の創設です。

「新事業進出補助金」は「事業再構築補助金」の後継と位置づけられ、新製品やサービス開発、外部専門家活用など広範な経費を支援し、従業員規模に応じて補助金が支給されます。「成長加速化補助金」は、売上100億円規模を目指す大規模投資に対し支援する制度です。産業基盤を支える既存補助制度にも変更・拡充が見られます。たとえば「ものづくり補助金」「IT導入補助金」「小規模事業者持続化補助金」など主要5制度では、上限金額や補助率、対象経費面で柔軟性が向上し、幅広い事業者のニーズに対応したものとなっています。

2

企業経営情報レポート

令和7年度に活用できる主な補助金制度

■ 小規模事業者持続化補助金

小規模事業者持続化補助金は、商工会議所・商工会の支援を受けながら小規模事業者が自社の経営計画を策定し、その計画に基づき販路開拓や業務効率化に取り組む際の経費を補助する制度です。目的は、地域の小規模事業者が自らの強みを活かし、売上拡大や持続的発展を実現できるよう支援することにあります。

対象となるのは常時使用する従業員数が商業・サービス業で5人以下、製造業その他で20人以下の小規模事業者や個人事業主であり、広告宣伝、ウェブサイト作成、店舗改装、設備導入など幅広い取組に活用できます。

■ 小規模事業者持続化補助金の概要

	一般型				創業型	共同・協業型	ビジネス コミュニティ型
	通常枠	インボイス特例	賃金引上げ特例	災害支援枠			
要件	経営計画を作成し販路開拓等に取り組む小規模事業者	免税事業者から課税事業者に転換	事業場内最低賃金を50円以上引き上げる小規模事業者	令和6年能登半島地震等における被災小規模事業者	産競法に基づく「認定市区町村による特定創業支援等事業の支援」を受けた小規模事業者	地域に根付いた企業の販路開拓を支援する機関が地域振興等機関となり、参画事業者である10以上の小規模事業者の販路開拓を支援	商工会・商工会議所の内部組織等（青年部、女性部等）
補助上限	50万円	補助上限 50万円上乗せ	補助上限 150万円上乗せ	直接被害：200万円 間接被害：100万円	200万円 ※インボイス特例は適用	5,000万円	50万円、 2以上の補助対象者が共同で実施する場合は100万円
補助率	※賃金引上げ特例を選択した事業者のうち、赤字事業者は3/4 2/3				2/3	・地域振興等機関 定額 ・参画事業者 2/3	定額
対象経費	機械装置等費、広報費、ウェブサイト関連費、展示会等出展費（オンラインによる展示会・商談会等を含む）、旅費、新商品開発費、借料、委託・外注費				通常枠同様	・地域振興等機関・・・人件費、委員等謝金、旅費、会議費、消耗品・備品費、通信運搬費、印刷製本費、雑役務費、委託・外注費、水道光熱費 ・参画事業者・・・旅費、借料、設営・設計費、展示会等出展費、保険料、広報費	専門家謝金、専門家旅費、旅費、資料作成費、借料、雑役務費、広報費、委託費
昨年度補正予算等からの主な変更点	卒業枠・後継者支援枠を廃止				令和6年奥能登豪雨を対象に追加	参画事業者を「小規模事業者」に限定	

中小企業庁:小規模事業者持続化補助金の要点（2025年）

■ ものづくり補助金

ものづくり補助金（正式名称：ものづくり・商業・サービス補助金）は、中小企業・小規模事業者が革新的な製品・サービス開発や生産プロセス改善を行うための設備投資等を支援する制度です。

目的は、生産性向上や新事業展開を促し、競争力強化や経済成長に貢献することにあります。対象は、独自の技術やアイデアを活かし付加価値向上を目指す中小企業・小規模事業者で、補助対象経費には機械装置費、システム構築費、技術導入費などが含まれます。補助率は中小企業で1/2、小規模事業者や一定要件を満たす場合は2/3となります。大幅な賃上げに取り組む事業者は、補助上限額が100～1,000万円上乗せされます。

3

企業経営情報レポート

令和7年度に活用できる主な助成金制度

■ 業務改善助成金

業務改善助成金は、企業の生産性向上を目的として、設備投資やコンサルティングの導入、人材育成・教育訓練を実施し、かつ事業場内の最低賃金を一定額以上引き上げた場合にその費用の一部を助成する制度です。

本助成金を活用することで、企業は従業員の賃金を向上させながら、業務効率化や競争力の強化を図ることができます。

令和7年9月から対象事業所を事業場内最低賃金額「改定後の地域別最低賃金未満まで」に拡充されます。

■ 業務改善助成金活用のポイント

- 賃上げと設備投資等を含む生産性向上に資する計画の作成が必要
- 中小企業が利用可能
- 助成額は、賃金の引上げ額、引上げ労働者数等によって決定
- 交付決定を受けた後に設備投資等を行う

■ 助成上限額

賃上げコース区分	助成上限額
30円コース	30～130万円
45円コース	45～180万円
60円コース	60～300万円
90円コース	90～600万円

(厚生労働省：「賃上げ支援助成金パッケージ」
リーフレットより)

■ キャリアアップ助成金

パートタイム労働者など非正規雇用労働者の賃金引き上げが対象です。企業が従業員の雇用安定や処遇改善に取り組む際の費用を支援します。

主なコースに、賃金規定等の改定、正社員化、賞与・退職金制度の導入、社会保険適用時の処遇改善などがあります。助成金の申請には、事前にキャリアアップ計画の提出が必要となります。

ここでは活用メリットの大きい①賃金規定等改定コース、②正社員化コース2つのコースを紹介します。

4

企業経営情報レポート

補助金・助成金の活用事例とその効果

■ 生産ラインの自動化による生産性向上と人手不足対応したA社

A社の 企業概要	業 種：精密機械部品製造業	
	資 本 金：5,000 万円	従業員数：30 名
	設立年度：2005 年	所 在 地：東京都

A社は、従来の手作業中心の生産ラインでの人手不足が深刻化しており、品質維持と生産性向上の両立が課題となっていました。

特に熟練作業への依存度が高く、欠員発生時の生産遅延リスクが大きいことに加え、生産効率の低いために、残業による人件費が増加していたことも問題となっていました。

そこで、補助金活用による設備投資で課題解決を図ることを決断、具体的には省力化ロボットの導入による自動化ラインの構築、作業マニュアル整備、および従業員への操作研修を実施し、生産性向上を実現することができました。

今回の補助金を活用した効果については、以下のとおりです。

■ 活用した補助金と活用効果

補助金	中小企業省力化投資補助金
補助金の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・「生産・業務プロセス等の効率化（省力化）」が目的 ・基本要件…「労働生産性」の年平均成長率は4%以上の増加
活用効果	<ul style="list-style-type: none"> ● ロボット導入により作業効率が約25%向上 ● 欠員リスクを軽減 ● 従業員の作業負荷も低減 ● 残業時間が30%削減

■ EC サイト構築による販路を拡大させたB社

B社の 企業概要	業 種：食品小売業	
	資 本 金：1,000 万円	従業員数：8 名
	設立年度：2015 年	所 在 地：愛知県

B社は、販路が地域限定で、店舗販売だけでは売上が頭打ちとなり、集客力が不足していました。そのためECサイトの構築を考えたものの、自己資金だけでカバーできないことがネックとなっていました。

そこで、地元の商工会議所に相談し、補助金制度があることを紹介され、小規模事業者持続化補助金を活用することを決めました。

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。

ジャンル:労務管理 > サブジャンル:マインドフルネス

マインドフルネスによる効能

マインドフルネスによる効能はどのようなものですか。

個人の心身両面から健康をコントロールすることに主眼をおき、日常生活の多様な場面でその効果を発揮することができると考えられています。

■マインドフルネスという方法論が確立してきた経緯

「マインドフルネス」という言葉自体は状態を指す言葉とされ、20 世紀終盤にマサチューセッツ大学のジョン・カバットジン氏が認知療法に瞑想を組み入れた「マインドフルネスストレス低減法」を始めたことにより、米国で定着し始めたと言われています。

本格的にポピュラーになったのは、2007 年にグーグルが「マインドフルネス」に基づいたリーダーシップ研修プログラム「サーチ・インサイド・ユアセルフ」を導入し注目を浴びたことによります。

その後、アップルやジェネラル・エレクトロニック、スターバックス、ゴールドマン・サックスといった、世界規模の大企業でビジネスの活性化や社員の健康維持などで取り入れられるようになりました。日本でも 2010 年頃からワークショップが行われたりするなど、ブームになり、2013 年には「日本マインドフルネス学会」が設立されました。

■マインドフルネスによる効能

これまでの多くの研究から、マインドフルネスな状態のトレーニングやその方法論に基づく治療方法が、抑うつ状態の軽減に効果的であることが臨床的に示されてきましたが、そのメカニズムはまだ明らかになっていません。

しかし、それらの研究から派生した様々なトレーニング方法から、個人の心身両面から健康をコントロールすることに主眼をおき、日常生活の多様な場面でその効果を発揮することができると考えられています。

これをビジネスシーンにも応用することで、職場における社員一人ひとりの自己管理に役立て、ひいては組織全体の活性化に良い影響を及ぼすことができると考えられます。

【マインドフルネス】に基づくトレーニングの効能

- | | |
|------------------|---------------------|
| ①脳の状態を整え、注意力を高める | ②怒りを鎮め、ネガティブな感情を抑える |
| ③身体の痛みを和らげる | ④他人への共感力を高める |
| ⑤他人を慈しみ、思いやる | |

ジャンル:労務管理 > サブジャンル:マインドフルネス

マインドフルネスな状態

マインドフルネスな状態となる考え方を教えて下さい。

■マインドフルな思考法

マインドフルな思考法は、概ね次のような3段階のステップに分解することができます。この中で特に重要なのは最初のステップにおける「気づき」です。

【マインドフルな思考法 3つのステップ】

ステップ	具体的な考え方
①自動思考に気づく	過去の失敗などに起因する「決めつけ」や自分の「考え方の癖」に気づく
②雑念を手放す	自動思考によってもたらされる苛立ちや焦り、不安などを一旦すべて頭の中から取り除く（追い払う）
③今、この瞬間に集中する	目の前に起きている事象に対し、思い込みなどを排し、客観的に因果関係をとらえるよう観察する

重要なのは、まず自身に対し客観的に目を向けて、現状を受け入れることです。自分が今、「怒っている」とか「焦っている」といった状態であることを冷静に認知することができれば、他者を批判したり、逃避したりせず、自己を脅かしている要因に対し客観的に向き合い、それを取り除く合理的な解決策を見出すことができるようになります。自動思考に陥ると、特にネガティブなものは「認知の歪み」と呼ばれており、代表的な分類を次の表に示します。

【認知の歪み 代表的な10パターン】

名称	内 容
①全か無かの思考	物事を100点か0点かでしか判断しないこと
②行き過ぎた一般化	経験や根拠が不十分なまま早まった一般論化をすること
③心のフィルター	全体の中で悪いことにばかりに目が行って、良い部分が除外されること
④マイナス思考	良いことがあっても無視したり、悪いことにすり替えてしまうこと
⑤論理の飛躍	物事が悪い結果になると（飛躍して）予測すること
⑥拡大解釈、過小解釈	失敗や脅威は過大に受け取り、一方で成功やチャンスは過小にとらえること
⑦感情による決めつけ	単なる感情のみを根拠として自分の考えが正しいと結論を下すこと
⑧～すべき思考	個別の事例や事情に関係なく、道徳的に「～すべき」を期待すること
⑨レッテル貼り	偶発性・外因性の出来事にもかかわらず、誤った認識で誤った人物像を創作してしまうこと
⑩誤った自己責任化	自分がコントロールできないような結果が起きたとき、自己の個人的責任として帰属させること

こうした分類は、心の治療法である認知療法（認知行動療法）に役立てられていますが、マインドフルな思考法においても、上記のようなこだわった考え方を軟化させていくことが重要です。