

職業奉仕の重要性

私たちがロータリークラブに入ったのは 1970 年でした。今から 52 年前の昔話になります。その頃は、どのクラブにもロータリーの深い知識を持った、明治生まれの怖いロータリアンがいて、クラブの長老として仕切っていました。

平成生まれの人が徐々に入会してくる現在、昭和初期の人がクラブの長老としてクラブを仕切る責任があるのですが、世の中がすっかり変わってしまいました。

昔の長老は知識も豊富で、手取り足取りしてロータリーの教育をし、若手はそれをよく聞いて勉強しましたが、今の長老は単に在籍年数が長いだけで教える力もなく、若手も長老にロータリーのことを聞くこともありません。それを良しとして、ロータリーを学ばずに徒に馬齢を重ねているのが現状です。私の経験からすると、ロータリーのことをある程度知って、ロータリー・ライフに興味を抱くのは、入会 5 年はかかるのに、入会 3 年未滿で退会するのは、初期の教育が悪いからだと思います。会員増強を重視する余り、不適格者を入会させるのも大きな原因です。

RI の方針が大きく転換して、ロータリアンもロータリークラブも一緒にして、ボランティアをする個人であり、団体であることを強制します。

RI はロータリークラブの連合体であるため、クラブを管理することはできますが、呱呱のロータリアンには RI の権限は及びません。

勉強不足のロータリアンはそのことが分からないために、ロータリアンはボランティア活動をする義務があると信じて、その活動に専念します。今やロータリークラブはボリア活動に専念する組織になりましたが、ロータリアンには RI の権限が及ばないことを知る必要があります。

それならばロータリアンは何をすればよいのでしょうか。ボランティア活動は誰でもできますし、その活動をすれば達成感に満ち溢れ、良い気分になります。正しくて、良い活動には違いありません。私も 1980 年代は留学生に対する活動、1990 年代以降は WCS や 3H 活動に没頭しました。しかし、ボランティア活動はロータリアンでなくとも、だれを誘ってもできる活動です。

ロータリアンは更に上の活動をめざさなければならないのです。

それが職業奉仕の実践です。職業奉仕は理念を提唱しただけではだめで、その実践が不可欠です。

職業奉仕活動とはアーサー・フレデリック・シェルドンが提唱した理念に基づく活動です。シェルドンは自ら設立したシェルドン・スクールの活動指針として作った He profits most who service best というフレーズを、1910 年にロータリークラブ連合会の Business Method Committee の委員長になったときに、ロータリーのモットーとして提供しました。

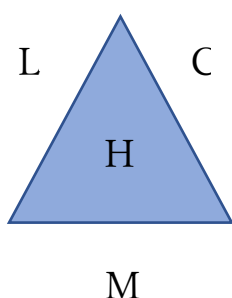
その言葉に秘められた意味は Do unto others as you would have them do unto you 道徳律と同じであり、自分が他人からしてもらいたいことを先に他人にしてあげなさいということです。この道徳律はマタイ伝に記載されているために、宗教だという人もいますが、普遍的に各国で使われているため、宗教ではなく哲学だと考えられます。

このモットーは事業で得た利益は、自らが独り占めするのではなく、その事業に関連した人と適正に再配分することが必要だと説いています。

自らは事業を通じて**幸福**に必要があります。自らが幸福になるために提示したのが**幸福の三角形**です。

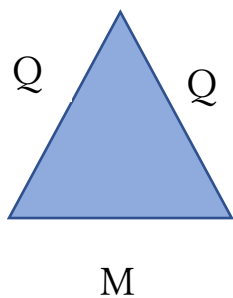
価値ある幸福の要素「H」は「幸福」という概念を表します。「L」は「仲間からの愛情」「他人からの尊敬」を表します。「C」は「良心」「自尊心」を表します。「M」は、物質的な富や必需品や楽しみや贅沢等の象徴である「お金」を表します。

他人からの愛情や尊敬を受け、曇りのない良心と自尊心を持って、仲間との毎日、取引をし



た結果として物質的な富即ち、報酬または利益を得ることは、事業を営む人として、この上ない幸福と言うべきでしょう。奉仕哲学における利益という言葉には、お金とお金がもたらす恩恵が含まれています

ロータリアンの奉仕は**価値ある奉仕**でなければなりません。



価値ある奉仕の要素 売るためには良い製品を作って適正な価格をつけることが最初のステップです。まず品質の高い製品を作ることが一番重要です。次のステップはいかにして十分な量を作るかです。第 3 のステップは、管理の状態即ち事業を営む人間の行動を正しく管理することです。「品質、量、管理の状態」という公式は、物質的な値を測定する方法、即ち物の価値を計る普遍的な基準なのです。

すべての事業所には正しい「質・量・管理の状態」が適用されなければなりません。良いセールスマンになろうと思えば、正しい「質・量・管理の状態」で商談を進めてください。

あなたが顧客に使っている言葉の質を確かめてください。顧客の心証を害するような発言はしていませんか。商談の長さは適切ですか。論理的に話していますか。要点をしぼって話していますか。顧客の前での態度はどうですか。くわえ煙草ではありませんか。セールスマンを雇っている会社は、そのスタッフによって評価されるのです。

貴方が製造業の良い事業主になろうと思えば、正しい「質・量・管理の状態」で企業経営を進めてください。自社の製品の質に自信がありますか。うっかりミスに備えた対策を講じていますか。常に研究開発を進めていますか。十分な製品を作るための設備投資を行っていますか。万一の場合に備えた対策を講じていますか。マン・パワーを開発するための社員教育を行っていますか。社員の意見を聞いて、それを反映する機会を設けていますか。

小売商の場合も同様に、正しい管理状態の下で、十分な量の良い商品を顧客に提供することです。商品の品質が高いこと。一度売った商品には責任を持つこと。適正な価格であること。商品の種類が豊富で、十分な量が確保できること。店主や従業員の態度が良いこと。商品知識があること。広告が適正であること。

こういうことが守られている店には、何度でも行きたくなるものです。

商売に成功する方法は、継続的に利益をもたらす顧客を確保することです。一見さんだけを相手にしては、継続的な事業の発展はあり得ません。リピーターとなって再三、店に訪れる常連客を確保することが、すべての事業所を繁栄させます。事業所の顧客と常連客の確保こそが、事業を発展させる鍵なのです。

以上が職業奉仕を実践する具体的な一例です。各業種でこの例を参考にして最適な方法を考えてください。そして、自分の事業所で取り入れると共に、業界の中で取り入れるように努力してください。

RI は職業奉仕を社会奉仕の中の一部として軽視しています。しかし職業奉仕は自分の事業を成功させるために最も重要な活動です。

経営者は自らの事業を発展させる義務があります。そのためには職業奉仕の実践が不可欠になってきます。

職業奉仕の受益者は自らです。更にその事業に関係するすべての人が受益者になります。従って事業を営む人にとって最も大切な奉仕は職業奉仕だといえます。

20 世紀の初頭、シカゴの町は金もうけを企む人が世界中から集まりました。金を儲けることがアメリカにきた理由であり、法の隙間をかい潜って金を儲けた者が、アメリカン・ドリームを達成した者として賞賛をあげました。殺人、強盗、詐欺そして行政や司法の私物化が横行する中で、あらゆる手段を使い、何でも有の商売がまかり通りました。計量やお釣りのごまかしは日常であり、広告は誇大、虚偽に満ちていました。

そんな商道徳を是正して、真面目な事業を営んでいる人が適正な報酬を受けられるために考えられたのが職業奉仕です。アメリカの事業者にとっては、ハードルが高く、受け入れにくいものでしたが、これを自らの事業に取り入れると事業が発展することが分かりました。

それに反して、日本では古くから商道徳が根付いていました。

二宮尊徳の報徳講がその原点であり、石田梅岩や近江商人の三方の得の志向は日本人の遺伝子の中に秘められていました。それが、職業奉仕の理念が、日本で容易に取り入れられ、且つ理解されるようになった最大の原因だと考えられます。

日本に古くからあった道徳的な思考を蘇らせてくれたのが、ロータリーの職業奉仕です。日本人の潜在意識を蘇らせてくれたこの奉仕理念を大切に、その実践に励もうではありませんか。