

「4つのテストに照らし合わせた会社案内」のご提案

1. 「4つのテストに照らし合わせた会社案内」⇒4つのテストに照らし合わせた自社の検証と内部・外部に向けた発表・宣言を行い、「宮の杜の会員企業は信用・信頼できる」という「宮の杜のブランディング」につなげる活動。
2. 7月24日 IDM卓話での「職業奉仕とは」の結論
⇒真っ当なビジネスを「誠実」に行い社会からの「信用」と「信頼」を得ること
3. 本年度職業奉仕委員会の活動方針・活動計画
(ア)【活動方針】
会長の行動指針「やってみよみゃー やらんとわからんて」に基づき、会員一人一人が、職業奉仕のあり方を深く学び、高い職業倫理に基づき、自らの職業を通じて奉仕活動を実践する。
(イ)【活動計画】
 - ① 職業奉仕の理解を深める卓話の実施⇒次回 IDM で職業奉仕の理解を深め、4つのテストに照らし合わせた会社案内のキックオフとする
 - ② 会員一人一人が「四つのテスト」をもとに職業奉仕実践の評価を行い、その結果と今後の取り組み方針を「職業奉仕の道」で発表する(⇒4つのテストに照らし合わせた会社案内の形で)ことで職業奉仕への会員相互の理解を深める。(⇒さらに、外部に対する宮の杜の会員の「信用」と「信頼」のブランディングの構築⇒宮の杜のブランディング)
 - ③ 職場見学(職場例会)として、職業を通じて奉仕活動を実践する会員の企業を訪問することで職業奉仕への理解を深める。
4. (参考1) 定款
第5条 目的 第2 職業上の高い倫理基準を保ち、役立つ仕事はすべて価値あるものと認識し、社会の奉仕する機会としてロータリアン各自の職業を高潔なものにすること
第6条 五大奉仕部門 2 奉仕の第二部門である職業奉仕は、事業および専門職務の道德水準を高め、品位ある業務はすべて尊重されるべきであるという認識を深め、あらゆる職業に携わる中で奉仕の理念を実践していくという目的を持つものである。会員の役割には、ロータリーの理念に従って自分自身を律し、事業を行うこと、そして自己の職業上の手腕を社会の問題やニーズに役立てるために、クラブが開発したプロジェクトに応えることが含まれる。
5. (参考2-1) 村井総一郎「超入門 職業奉仕の入口」国際ロータリー第2760地区2013-14年度(初版時)
職業奉仕委員会
この四つのテスト、もともとはハーバート・J・テラーという人が、倒産しかけていたクラブアルミニウム社の再建を図る時に考案したもので、当時の部下の4人の宗教が異なる部長に、自分の信じている宗教の教義や理念に反するものがないかを確認して賛同してもらったということです。
従いまして、この四つのテストは職業上の取引や労務管理などの企業運営上の確認なのです。
これをいきなり、人生の岐路に立ったときに使おうとすると、その矛盾点が出てきますので、ここでは職業上の確認としておきましょう。(注2)
(例:末期癌の告知は医者として、真実を話すか、好意と友情を取るか、の議論は適切ではないと思います)
注2: 手続要覧2013年の基本理念には「四つのテストを複製あるいは使用する唯一の目的は、人間関係

の道徳的水準の向上を図り、維持することにでなくてはならない」と書いてあります。

さて、これを下記の通りに職業奉仕の観点で、解釈してみましょう。

あなたの営んでいる職業には

1. 嘘や偽りはないか？
2. すべての取引先に公正か？
3. 信用を高め、取引先を増やすかどうか？
4. すべての取引先に利益をもたらすかどうか？

このような文章になります。

ここでは「all concerned」を「みんな」と訳さずに、「すべての関連する＝すべての取引先」と解釈しています。このように解釈すれば、四つのテストこそ職業倫理を問うている、まさにそのものであるのです。

【参考 2-2】手続き要覧 四つのテストの複製と使用に関する記述

複製と使用 四つのテストを複製あるいは使用する唯一の目的は、人間関係における道徳的水準の向上を図り、それを維持することであるべきである。また、四つのテストは、販売や利益目的の広告に複製してはならない。しかし、四つのテストの方針に沿って真摯な姿勢で運営していることを示すため、会社、団体、機関の便箋やその他の印刷物にこれを使用することはできる。四つのテストの複製はすべて上記の形式で複製しなければならない。

【資料 2-3】「四つのテストの由来」ダレル・トンプソン（米国カリフォルニア州モローベイ RC）

（前略）

このテストは、自らの動機と目標を思慮深く検討するよう求めるものです。真実、公平さ、思いやりに対する強調は、道徳的要素を多く含有しているため、“倫理的消化不良”を起こしてしまう人たちも確かにいます。しかし、1930年代のクラブ・アルミニウム社においては、あらゆることが、四つのテストに照らして判断されたのです。まず広告に対してそれは適用されました。「より良い」とか「最上の」とか、あるいは「最高の」や「最高級の」といった表現が広告から削られ、製品に関する事実に基づいた説明文が載せられることになりました。競合他社の欠点を論ずる文面も、広告や企業案内から取り除かれたのです。

（中略）

ある日のこと、販売部長が、調理器具 5 万点の注文が取れるかもしれないと発表しました。売り上げは低迷状態にあり、会社は依然として倒産の危機から脱していませんでした。最高幹部の人たちは、明らかにこの販売の機会を逃すことなく、商談が成立することを望んでいました。しかし、一つの問題点がありました。販売部長が聞いたところでは、注文主である業者は商品を値引きして販売したいというのです。「これでは、これまでわが社の製品を地道に宣伝し販促してきてくれたディーラーに対して不公平となります」というのが販売部長の意見でした。結局、この注文は断ることになりました。その年には、ほかにいくつか厳しい決断が下されましたが、これは、その中でも最も苦渋に満ちた決断の一つでした。この取引を行ってれば、疑う余地もなく、同社が営業活動のよりどころとする四つのテストを嘲笑（ちょうしょう）することになったでしょう。

（後略）

THE ROTARIAN 1999年10月号、ロータリーの友 2000年1月号、ロータリーの友 2003年10月号

以上