



会員増強ガイド

地域に合った計画を立てよう

このガイドについて



このガイドは「会員増強ガイド：地域に合った計画を立てよう」（旧「会員増強推進手引き」）の2015年版です。クラブ会長、クラブ会員増強委員会、地区会員増強委員会の参照用としてご活用ください。クラブや地区の会員増強計画を立てる方法、会員の勧誘と維持に役立つ戦略とツール、新クラブのスポンサーとなる方法など、会員増強に役立つ情報を紹介しています。クラブの現状評価とビジョン、新会員の入会と既存会員の積極的な参加に焦点を当てた戦略など、会員増強計画を立案する際の参考としてください。

本ガイドの最後に、会員基盤を強化するためにクラブが実践できる具体的なステップを記載したチェックリスト形式のワークシートが収められています。

目次

はじめに

第1章	クラブの現状を評価する	5
第2章	クラブのビジョンを描く	11
第3章	入会の魅力を高める	12
第4章	会員の積極的参加を促す	17
第5章	新クラブのスポンサーとなる	21
第6章	クラブへのサポート:リソースとツール	23
補遺資料	会員増強計画ワークシート	26

はじめに

会員増強の目標と戦略を盛り込んだ「会員増強計画」は、活動の指針である同時に、目標に向けた進展を確認するためのツールとなります。会員増強計画を立て、目標の達成に向けて会員が一丸となれば、クラブの存続と発展の基礎が築かれるでしょう。

世界各地のクラブによって、会員増強のアプローチは大きく異なります。それぞれのクラブや地区が、地元地域のニーズと慣習、最近の傾向や変化を認識し、それに沿った行動計画を立てることが大切です。クラブの会員増強目標と行動計画を立てる際には、「地域別会員増強計画」を参照しましょう。「地域別会員増強計画」は、www.rotary.org/ja/membershipplansからダウンロードするか、地区ガバナーまたは地区会員増強委員会から入手できます。

強固な会員基盤は、クラブが地域社会や世界で活動するための土台です。クラブによる社会奉仕活動や海外での人道的支援活動を通じて、ロータリーに対する認識や理解が深まり、財団とそのプログラムへの支援も増えるでしょう。会員増強は、RI理事会、ロータリーコーディネーター、地区リーダー（第6章を参照）にいたるまで、ロータリー全体の最重要課題ですが、中でも重要な役割を果たすのがクラブです。クラブが会員増強に真剣に取り組めば、目に見える成果が得られるでしょう。



第1章 クラブの現状を評価する



- 率直な意見を集めるために、アンケート調査は匿名で実施する
- 提案や改善点に耳を傾ける
- どんな意見も前向きに検討する
- アンケートの質問は、事前にみんなで決める
- 工夫をこらし、楽しみながら実施する



全世界で50代と60代(50~70歳)の会員が全体の**68%**を占めています。あなたのクラブは若い人に門戸を開いていますか？

新会員を増やし、現会員による積極的な参加を促すには、魅力的で楽しいクラブづくりが必要です。まずはクラブを客観的に見つけ、強みと改善点は何かを考えてみましょう。クラブの現状評価を行う際には、クラブづくりの担い手となる会員全員にかかわってもらうことが重要です。また、ガバナー補佐や地区会員増強委員長など、クラブとは直接かかわりのない人からのフィードバックを取り入れることもできるでしょう。まずは、さまざまな人からの意見や提案を集めることから始めましょう。

意見を集める方法

- 直接尋ねる
- アンケート調査
- ディスカッション(少人数、大人数、通常の例会以外の場所も可)
- 会員、入会候補者、地元市民を交えた座談会

現状評価は、形式的なものに留めるべきではありません。集めた意見を基に、実際にクラブに変化を取り入れることが大切です。会員がせっかく意見を提供しても、それが実際に生かされなければ、クラブをより良くしようという意欲が薄れてしまいます。

現状評価を行う際には、以下の各点を検討しましょう。

会員の多様性

クラブの現在の会員構成に目を向けてみましょう。職業、年齢層、性別に偏りがないですか。地元地域の人口を適切に反映していますか。女性会員や若年会員を含め、多様な会員基盤をもつことには、さまざまなメリットがあります。

- 地域社会のニーズに多角的に取り組むことができる
- 地域社会からの信頼と支援を得やすくなる
- 幅広いスキルや知識を結集できる
- ボランティアをより多く確保できる
- 将来リーダーとなる人材を多く確保できる

会員増強のための評価ツール(旧「クラブ評価ツール」)に含まれている「会員の多様性に関する調査」を活用して、クラブの多様性に関する現状評価を行いましょう。この資料は、ロータリーのウェブサイト(www.rotary.org/ja)からダウンロードできるほか、オンラインショップ(shop.rotary.org)からもご注文いただけます。

多様性について次の点を検討してみましょう。

- 男女の比率はどうか
- 40歳以下の会員は何人いるか
- 欠けている職業分類は何か
- クラブの役員や委員となっている人は、クラブ全体の会員構成を反映しているか
- 多様な考え方が奨励されているか



調査によると、現会員の約80%が現役、約20%が退職した人であることが分かっています。

職業分類のバランス

地域社会の職業人口をより良く反映した、バランスの取れた会員基盤を築くために、クラブの現在の職業分類を調べてみましょう。ロータリー章典は、地域社会の職業と事業を適切に反映する努力をクラブが払うべきであると規定しています。会員増強のための評価ツールに含まれている職業分類調査を活用し、地域社会に存在する職業のうち、クラブで反映されていない職業があるかどうかを調べましょう。

多種多様な職業の会員がいれば、会員がもつスキルや専門知識をクラブで生かせる可能性が高まります（ホームページ作成、広報、ファンドレイジングなど）。また、起業家、在宅ビジネス、地域で率先してボランティア活動をしている人びとも忘れてはなりません。

各会員の職業スキルや専門分野を知り、それを生かせる委員会や奉仕活動に抜擢しましょう。役割が与えられれば、会員が積極的になり、クラブに留まり続ける可能性が高まります。

会員の維持と純増の分析

クラブの会員数がずっと同じ、またはたとえ増えていても、実は会員維持の問題を抱えていることが少なくありません。会員の入れ替わりが多い場合には、効果的なクラブの運営、奉仕プロジェクト、入会候補者の勧誘が難しくなります。

クラブの会員増強の現状を深く探るには、過去3～5年間のデータを見るのが効果的です。ロータリークラブ・セントラルで過去数年間のデータとレポートを見れば、会員の入退会のパターンが見えてくるはずで

会員増強のための評価ツールに含まれている会員維持モデルに記入し、クラブの傾向を分析してみましょう。このモデルは、ある一定期

間の入退会状況を分析することによって、会員の入れ替わり状況を調べるものです。

退会現況図の活用

会員の在籍年数を調べることで、クラブの強みと弱みを知ることができます。会員増強のための評価ツールに含まれている退会現況図を使って、在籍年数ごとに会員のグループ分けをしてみましょう。例えば、退会した会員の過半数が入会後2年以内に退会している場合、比較的新しい会員を中心とした教育を行ったり、入会後すぐに例会や奉仕活動に積極的に参加してもらうといった対策を取ることができます。

クラブのリーダーが退会現況図に記入し、会員増強委員会がその結果を検討した後で、例会やクラブ協議会において全会員で会員維持の具体策や活動を話し合しましょう。

クラブの刷新と柔軟性

めまぐるしく変わるこの世界で成功するかどうかは、クラブが積極的に新しいことを取り入れ、柔軟に変化に対応できるかどうかにかかっています。これまでに実施された調査とフォーカスグループ（座談会調査）によると、会員の（仕事、家族、個人的な）関心やニーズにクラブが応えてくれると考えている入会者や若い会員ほど、クラブに留まり続ける確率が高いことが分かっています。

クラブの活動や伝統的慣習が会員の関心に沿っているかどうか、入会したい、または留まり続けたいと思うようなクラブとなるには何を必要とするのかを、考えてみましょう（例：例会の時間と場所を変える、会費を減額する、奉仕活動の幅を広げる、例会の内容に多様性をもたせる、など）。

クラブに刷新と柔軟性をもたらすためのアイデアは、「元気なクラブづくりのために：クラブ・リーダーシップ・プラン」をご覧ください。



ロータリーのウェブサイト
の**広報**のページで、メ
ディアとの協力方法、地
元ロータリーイベントに
関するプレスリリースの
書き方などをご参照く
ださい。地元新聞がロー
タリークラブの記事を無料
で掲載してくれる場合も
あります。

地域社会における存在感

地域社会での認知は、クラブの発展と成功のカギを握る要素です。クラブは、地域社会の多くの人びとに知られていますか。会員は、友人や同僚、近所の人たちに、自分がロータリークラブ会員であることを伝えていませんか。人びとは「ロータリークラブ」と聞いて何を連想するでしょうか。

調査によると、人びとが参加または支援したいと考える団体は、具体的で目に見える成果を出している団体であることが分かっています。クラブの活動成果について、地元の人びとに定期的に伝えましょう。また、入会候補者に奉仕活動へ参加してもらい、会員との交流を促すことで、クラブの活動を直に見てもらうことができます。

ロータリーウェブサイト (www.rotary.org/ja) の広報のページから、クラブの広報に役立つリソースとツールをご利用ください。

クラブで活用できる デジタルコミュニケーション

デジタルコミュニケーションとは、電子メディアを通じてメッセージを発信することです。ウェブサイトだけでなく、フェイスブックページ、ツイッター、リンクトインなどのソーシャルメディアを活用すれば、イベントや活動の情報を発信できるだけでなく、世界中のロータリー会員とオンラインで交流したり、関心を同じくする人や団体とつながることができます。ソーシャルメディアは、地域におけるクラブの認知度を高め、入会候補者や協力団体の関心を引き、会員に情報を伝えるのに最適な手段です。

デジタルコミュニケーションでは、工夫を凝らし、一貫した内容や役立つ情報を発信しましょう。ビデオ、ポッドキャスト、ブログなどは、ロータリーやクラブの情報を紹介するのに適しています。

また、情報を入手するのにも、デジタルコミュニケーションが役立ちます。ロータリーのウェブサイト (www.rotary.org/ja) やロータリーのブログ「[Rotary Voices](#)」には、クラブの会報やウェブサイトに掲載できる情報が掲載されています。

オンラインのコミュニケーションツールを使い慣れた会員がクラブに一人もいない場合には、オンラインメディアに詳しい人やコミュニケーションの専門家を例会に招き、アドバイスをしてもらいましょう。また、分かりやすく生き生きとロータリーを伝える方法については、[ブランドリソースセンター](#)をご参照ください。以下は、世界中のロータリー会員とクラブがよく使っているデジタルコミュニケーションです。

フェイスブック (Facebook)

ロータリーの公式フェイスブックページ (www.facebook.com/rotary) で、世界中のロータリーの話者をご覧ください。ロータリーのニュースやストーリー、イベント、ビデオへのリンクが掲載されています。クラブ独自のフェイスブックページを開設して、入会案内、イベント告知、クラブ活動の写真、ロータリーウェブサイトへのリンクを掲載することができます。また、世界中のクラブだけでなく、他団体とつながりを築き、互いの活動を共有するのにも最適です。

リンクトイン (LinkedIn)

世界最大のビジネス特化型ネットワークである「リンクトイン」で、ロータリアンやロータリー支援者とのネットワークを築きましょう。ロータリアンは、地域ごとのグループや全世界のグループに参加して、情報を交換することができます。[国際ロータリーの公式リンクトイングループ](#)のディスカッションに参加するなど、世界約5万人の会員との交流をお楽しみください。



ロータリー関連のソーシャルネットワークサイトのリストは、ロータリーウェブサイト (www.rotary.org/ja) のソーシャルメディアのページをご参照ください。

ツイッター (Twitter)

140文字以内で情報を発信するツイッターで、大勢の人や団体とつながることができます。ロータリーの公式ツイッター日本版 (www.twitter.com/rotaryjapan) と英語版 (www.twitter.com/rotary) をフォローすれば、国際大会などのロータリーイベントの情報や話題を入手し、ほかの参加者との情報交換も可能です。また、クラブの活動やイベントの情報を地元の人びとやメディアに発信するのにも便利です。

ユーチューブ (YouTube)

ロータリーのユーチューブチャンネル (www.youtube.com/rotaryinternational) には、数多くの動画が掲載されており、日本語の字幕や吹き替えの付いた動画もあります。動画へのリンクをクラブや個人のウェブサイトやソーシャルメディア、ニュースレターで共有することも可能です。また、クラブ紹介のビデオを制作すれば、入会希望者や支援者にクラブを生き生きと紹介できるでしょう。ビデオ撮影のできる会員や、プロの撮影者をお願いしてビデオを制作し、ユーチューブに掲載することをお勧めします。

ゲストの視点で見る

例会の前に

ゲストが例会に出席する前に、クラブの基本情報を知りたいと思った場合、簡単に探することができるでしょうか。クラブについて以下のような情報がすぐに探せるかどうか、試してみましょう (友人や家族に試してもらおうとよいでしょう)。

- 例会時間 (開始時間と終了時間)
- 例会場所 (詳しい場所や地図)
- 例会について問い合わせるための連絡先
- ゲストが例会に出席するための費用
- 食事付きかどうか
- 例会の内容

上記の情報がクラブのフェイスブックやウェブサイト、またはロータリーの **クラブ検索** で簡単に探せない場合には、せっかくの入会候補者を逃してしまっている可能性があります。

例会で

ゲストを歓迎する雰囲気があるかどうか、楽しく充実した内容となっているかどうか、もう一度見直してみましょう。

- ゲストを歓迎する係が決まっているか。
- 例会は時間通りに開始・終了するか。
- 例会の式次第 (議題やプログラム) が事前に決まっているか。
- 講演は興味深く、洞察に富み、重要な内容か。
- 講演や例会の主題は多様なものとなっているか。
- 会員同士の交流を促しているか。
- 例会がマンネリ化していないか。

第三者の目から見た客観的な意見や感想を得るために、ロータリアンではない友人や他クラブの会員にビジターとして出席してもらうのも一案です。

奉仕プロジェクト

クラブが実施している奉仕プロジェクトを見直してみましょう。

- クラブ独自の奉仕プロジェクトを実施し、全会員が参加していますか。このプロジェクトは、楽しく、やりがいがあるものでしょうか。
- 会員以外（友人、家族、同僚、ロータリー学友、ローターアクター、地元市民など）にも奉仕プロジェクトに参加してもらっていますか。参加した人びとに、クラブやロータリーを紹介していますか。
- 地元地域のニーズや会員の関心に応えていますか。
- 会員は、プロジェクトの恩恵を受けた人たちと会ったり、交流する機会がありますか。

フォーカスグループ

各クラブは独自の存在であり、地元地域のニーズもそれぞれ違っています。フォーカスグループ（座談会調査）は、ロータリアンではない人たちを招いてロータリーを紹介し、クラブをより良くするための意見やヒントを得るのに最適です。外部のプロのモデレーター（進行役）にフォーカスグループの司会をお願いすれば、先入観のない結果が得られるでしょう。市場調査などの代理店を雇ってフォーカスグループを実施しているクラブもあります。外部のモデレーターを使えない場合には、会員が進行役を務めることもできますが、先入観を持たずに客観的に進行することが重要となります。以下、ご参考までにフォーカスグループの実施に向けたステップをご紹介します。

ステップ1: 招待状を送る

招待したい地元市民のリストをまとめます。できるだけ、幅広い年齢・職業・性別の人を選びます。リストには、入会候補者だけでなく、ローターアクター、ロータリーの学友、そのほかロータリーについてほとんど知らない人も含めましょう。招待状には、フォーカスグループの趣旨や、出席者からの意見が将来の活動やプロジェクトの貴重な参考材料となることを説明します。

ステップ2:

自由に話し合える雰囲気をつくり出す

フォーカスグループ当日には、自由かつ率直に話し合える環境を作るよう心がけます。モデレーターが投げかける質問を基に、参加者がリラックスして自由に話し合えるようになります。最初にモデレーターが簡単に自己紹介をし（自分がロータリーとかかわるようになった経緯など）、このフォーカスグループがなぜ重要なのか、どのような成果を期待しているのかを説明します。

次に、参加者に自己紹介してもらいます。職業、地元での在住年数、所属団体（職業団体や奉仕団体、等）など、自分のことを自由に話してもらいます。

ステップ3: 活発な話し合いを促す

参加者に答えてもらいたい質問を、事前に10ほど挙げておきます。活発な話し合いを促進するため、「はい」「いいえ」で答えられる質問は避けます。

- この町の良いところは何だと思いますか。
- 毎日1時間、自由に使える時間があつたら、この時間を何に費やしますか。
- この町が抱える問題は何だと思いますか。
- この町に住む（または働く）人びとは、この問題をどう解決できるでしょうか。
- 世界中どこでも、どのような方法でも、自分が貢献できるとしたら、どのように貢献したいですか。
- ロータリーについての第一印象はどのようなものでしたか。
- この町の人々は、ロータリーについてどのような印象を抱いているでしょうか（良い印象、ネガティブな印象の両方を含む）。

全員に発言のチャンスを与え、少数の人だけが会話を独占しないように気をつけましょう。答えを誘導するような質問は避け、モデレーターが中立的な立場に立つことが重要です。あまり発言しない人がいる場合、その人が話したさそうな様子を示していたら、名指しで発言を促すこともできます。ただし、発言を強いることは避け、参加者が不快な思いをしないよう配慮しましょう。

ステップ4:結果を紹介する

フォーカスグループで得られた調査結果のうち、一番重要と思われるものを5つ選び、これについて例会で紹介し、全会員で話し合います。また、結果を1ページの文書にまとめ、参考として全員に配るとよいでしょう。

さらに、フォーカスグループの参加者から出されたアイデアや提案を基に、入会候補者の関心を引くようなイベントを実施するのも一案です。クラブの現状評価の結果が目に見えるかたちで生かされれば、会員のモチベーションも高まります。



第2章 クラブのビジョンを描く



ビジョンを描くプロセスは、自由な発想で創造力を働かせるために、例会とは違う場所で行うとよいでしょう。リラックスしてつろげる場所、広々としたスペースのある場所など、会員にとって都合の良い場所を選びます。また、ビジョンを描くプロセスを専門としたモデレーターに話し合いを進行してもらうこともできます。ビジョンに関するロータリアン親睦活動グループのウェブサイト (www.rivisionfacilitation.org、英語) も併せてご参照ください。

第1章で紹介したクラブの現状評価が済んだら、クラブのビジョンを描く作業に入ります。ビジョンを描くとは、クラブが「3～5年後にこうありたいと望む姿」を思い描くことです。活気にあふれ、入会したいと思われるようなクラブとは、どのようなクラブでしょうか。

ビジョンを思い描くプロセスに全会員が参加することが重要です。そうすることで、クラブの一員としての自覚が生まれ、自分たちでクラブを作り上げているという実感がわきます。また、全員が目標を認識し、その達成に向けて協力することができます。

クラブのビジョンを描く際に検討すべき点

- クラブの強みや得意とするものは何か。それをどう生かせるか。
- クラブの弱みや不得意とするものは何か。
- 地元の人びとに一番知ってもらいたいクラブの活動は何か。
- クラブの強みと弱みを基に、戦略的な優先事項をどう定めるか。
- クラブの短期目標と長期目標は何か。
- これらの目標を達成するには、何をすべきか。どのような計画を立てるべきか。
- 戦略計画の実施状況を確認し、必要に応じて提案を行うチームを設けるべきか。

クラブのビジョンを描いたら、そのビジョンを実現するための戦略計画を立てます。ビジョンを描くプロセス、およびその後の進捗の確認には、「**戦略計画立案ガイド**」が役立ちます。長期目標と年次目標の設定にも、この資料が有用です。



第3章 入会の魅力を高める



ロータリーが実施した調査によると、ロータリークラブ入会の理由として一番多かったのは、「地域社会に貢献したい」というものでした。



若い社会人のネットワークや女性団体など、地元団体と協力して入会候補者を探してみましょう。

どのクラブも、活気を保つには新会員が必要です。新会員は、新しいアイデアや考え方をもたらし、クラブの可能性を広げてくれます。

現状評価（第1章）とビジョンづくり（第2章）が済んだら、これらのプロセスで明らかになった最も重要な課題に取り組むための戦略を立てます。課題（勧誘、会員維持など）はクラブによって異なりますが、いずれの場合も、クラブの強みを最大限に生かしながら、最も効果的に課題に取り組む方法は何かを考えましょう。

入会候補者とは どのような人びとか

入会候補者となるのはどのような人たちでしょうか。

- 友人や隣人
- 同僚や仕事でつきあいのある人
- クラブの奉仕活動やイベントでボランティア活動をしたことのある人
- 以前に会員だった人（その時々で事情で一度退会した会員が、後にもう一度推薦されて入会するケースも多くあります）
- 学友（研究グループ交換 [GSE] と職業研修チーム [VTT] の元メンバー、元国際親善奨学生、元ロータリー平和フェロー、元ローターアクター、元インターアクター、元RYLA参加者、元青少年交換留学生）
- プログラムに参加した青少年の親とホストファミリー

年に1度、**会員増強のための評価ツール**に含まれている資料を全会員に記入してもらい、入会候補者のリストを作りましょう。会員となるにふさわしい人は誰かを考え、リストをつくるという簡単なものですが、地元にも思ったよりも多くの入会候補者がいることに気づくでしょう。

リストを作ったら、挙げられた入会候補者一人ひとりについて、勤務先はどこか（通勤時間が長いかどうか）、例会時間はその人にとって都合がよいか、リーダーとしての資質を備えているか、クラブに多様性をもたらすか、など、クラブに適しているかどうかを検討します。入会後すぐに退会してしまったり、やる気のない会員を生み出さないためには、慎重な人選が重要です。

会員となるにふさわしいにもかかわらず、例会の時間や場所の都合がつかないという人がいる場合は、ほかのロータリークラブへの入会を勧めましょう。

候補者に入会してもらえなくても、クラブのボランティア活動や親睦活動に参加してもらうなどして、関係を保ち続けましょう。



2011年にロータリーが実施したアンケート調査では、ロータリアンの**86%**が、家族、友人、仕事上の知り合いを通じて入会したと回答しました。



ロータリアンではない人を奉仕活動や行事に招待し、クラブの活動や地域社会に貢献する様子を直に見てもらいましょう。後日フォローアップの連絡をする担当者を決めておきます。入会見込者とクラブとの関係を保ち続けることは、(特に若い世代の)入会を促進する上で重要です。



ロータリー会員となることの価値やメリットは何かを、クラブで話し合ってみましょう(ブレインストーミング)。話し合いで出されたアイデアを、入会を誘う際のメッセージに取り入れましょう。

入会候補者へのアプローチ

入会を誘う際のメッセージはごくシンプルなものに留めましょう。最初からロータリーについてすべてを説明しようとせず、まずは例会や奉仕活動に参加してもらい、実際にロータリーを体験してもらうのが効果的です。話をする際には、ロータリーが自分の人生や仕事にどのような影響を与えたかを伝えます。事実や数字もある程度は役立ちますが、相手の心情に訴えるには、個人的な体験談を交えるのが効果的です。また、相手の関心やニーズに応じて、ロータリー入会によって何が得られるかを説明します。ロータリーに何を求めるかは、人によって異なることを念頭に置きましょう(新しい友人をつくる、社会貢献、仕事の人脈を広げるなど)。

また、相手がロータリーのどのような活動に関心を持つかを考えます。例会や親睦行事に関心をもつ人もいれば、奉仕プロジェクトや募金活動への参加に興味がある人もいます。

入会のメリットをどう伝えるか

相手の関心やニーズに応じて、ロータリー入会のメリットを説明することが肝要です。ロータリー入会のメリットとして、会員から以下のような点が挙げられています。

- ボランティア活動を通じて地域社会に貢献できる。
- 仕事上の人脈や生涯の友情を築くことができる。
- イベントの企画、人前でスピーチ(パブリックスピーキング)、ファンドレイジング(寄付推進)、後輩への指導など、仕事に役立つスキルを身につけられる。
- 家族と一緒にボランティア活動や親睦行事に参加したり、地元や海外での青少年活動に子どもを参加させることができる。
- 世界各地に友人を持つことができる(特に、海外旅行中に現地知り合いがいることはありがたい)。

相手の関心に応じてロータリーを紹介する例を以下にいくつかご紹介します。

地元に住むある男性は、社会奉仕ボランティアに熱心である

ボランティア活動のアイデアや経験を分かちあってもらうために、この男性と、この男性のボランティア仲間数人に、クラブの次回の奉仕プロジェクトに参加してもらいましょう。これによって、より充実した奉仕活動が行えると同時に、地域社会に貢献できるというロータリーの魅力を紹介できます。

最近退職した同僚が、することがなくて寂しいと漏らしている

ロータリーでは、地域で活動しながら、地元のビジネスリーダーと知り合いになれるチャンスがあることを説明しましょう。また、あなた自身も、ロータリーでの出会いを通じていろいろなことを学び、生涯の友人に出会えたことを説明します。その上で、クラブの親睦行事、奉仕活動、例会にこの元同僚を招くとよいでしょう。

近所に住む人が、子どもにボランティア活動をさせたいと話している

ロータリーでは家族一緒に奉仕活動ができること、また、ロータリーは奨学金や海外訪問の機会を通じて若い人びとを支援していることを説明しましょう。

ある友人が、海外でのボランティア活動に関心をもっている

ロータリークラブが実施している国際奉仕活動(発展途上国でのきれいな水の提供、貧しい子どもへの教育支援など)について説明しましょう。

入会候補者への教育

ロータリーの知識をもたずに入会した人は、1～2年以内に退会する傾向があることが調査で分かっています。入会候補者を対象とした説明会を開き、クラブの活動や入会のメリット、クラブの仕組み（会費、例会、推薦制による入会など）などを十分に説明しましょう。また、説明会で数名の会員に体験談を語ってもらい、現会員の生の声を聞いてもらうとよいでしょう。入会候補者がローターアクター、平和フェロー、ロータリー学友であっても、ロータリーについて深い知識があるとは限りません。

入会候補者の紹介

ロータリアンとなる優れた資格を持ちながら、何らかの事情であなたのクラブに入会できないという入会候補者がいる場合は、他クラブを紹介することもできます。他クラブの例会にあなたも同行し、直接紹介するのも一案です。どのクラブを紹介すればよいか分からない場合は、地区会員増強委員長または地区ガバナーに相談しましょう。

また、www.rotary.org/membershipreferralから会員紹介書式に入力して、候補者を紹介することもできます。この書式を利用した場合、国際ロータリーが最寄りの地区に情報を転送します。また、ガバナーや地区会員増強委員長も、ロータリーウェブサイト (www.rotary.org/ja) を通じて提出された会員紹介書式、会員移転書式、入会問い合わせを、最寄りのクラブに送る場合があります。

多様な会員基盤を築くには

多様な会員基盤を築くことの重要性と「会員の多様性に関する調査」について第1章で触れましたが、多くのクラブで勧誘に苦労している若い職業人と女性の入会を促すためのヒントをいくつかご紹介します。

若い職業人の入会を促す10のアイデア

若い会員をクラブに迎え入れることは、クラブの存続と発展のカギとなります。しかし、若い職業人は仕事も多忙で、幼い子どもがいたり、経済的に余裕がないため、入会をためらうことも少なくありません。若い会員も参加しやすいクラブとなるために、工夫を凝らしてみましょう。

1. 一定期間、会費を免除または減額する。
2. 若い入会候補者にとって都合のよい例会時間や例会形式を用いた衛星クラブを設立する。土曜日の午前中に例会を開く衛星クラブや、衛星Eクラブの設立を検討する。
3. 例会の食費を減額するか、食事をオプション（任意）とする。例会にスナックや軽食を持ち寄ったり、会員が順番で食べ物と飲み物を準備する。
4. 若い職業人の関心を引くような親睦活動やネットワークづくりのチャンスを設ける。
5. 複数の若い人びとを同時にクラブに勧誘することによって、仲間をつくりやすくし、クラブでの居心地が良くなるようにする。
6. 現代の職場環境では、例会への100%の出席が難しいことを念頭に入れ、例会をやむを得ず欠席しても後ろめたい思いをしないような雰囲気を作り出す。会員のニーズに合わせて、クラブの伝統や方針に変更を加えることも時には必要です。
7. 社会奉仕ボランティアに参加する機会を設ける。



元国際親善奨学生、研究グループ交換(GSE)や職業研修チーム(VTT)の元メンバー、ロータリー青少年交換の元留学生、元ローターアクター、元インターアクターといったロータリーの学友も忘れてはいけません。プログラム終了後もロータリーの活動やイベントに招待し、いずれロータリアンになってもらうために関係を保ちましょう。



フェイスブック広告を利用してクラブの奉仕プロジェクトや行事の広報をすることもできます。これは、ロータリーについてよく知らない地元の人びとにボランティア参加の機会を紹介する最適な方法です。

8. 若い新会員にベテラン会員をメンター(相談役)として割り当て、新会員がクラブにいち早く馴染めるようにする。メンタリングに関する詳細は**新会員のオリエンテーション:クラブの手引き**を参照のこと。
9. 積極的にクラブにかかわってもらおう。特に若い会員は、創造的かつ新しいアイデアで問題を解決できるかもしれません。
10. 新会員がロータリーに参加できる多様な方法を提示する。新会員の能力や関心に応じて、それをクラブで最大限に発揮できる方法を探してみましょう。

ロータリーの女性会員

2013年にロータリーが実施した調査によると、女性会員の割合は全世界で19%。多くの地域では、その割合はこれよりもずっと低いものとなっています。ロータリーの別の調査によると、ロータリー入会の理由は、性別にかかわらず「地域社会に貢献したい」と「親睦と友情」でした。クラブの女性会員の割合が50%以下である場合、地元の人口をクラブでできるだけ正確に反映するために、女性会員を増やすことに力を注ぎましょう。女性は、クラブに違った考え方をもち、奉仕プロジェクトの可能性を広げてくれるでしょう。

統計資料の入手方法

性別や年齢など、地域別(日本を含む)の会員統計データは、会員増強補足資料をダウンロードしてご覧ください(www.rotary.org/ja/membership-resources)。

クラブの推進と広報に役立つ資料

クラブのウェブサイトやフェイスブックページに「資料&リソース」のセクションをつくり、ロータリー関連の資料を掲載しましょう。また、以下のリソースやツールを活用して、入会候補者にロータリーを紹介しましょう。

ブランドリソースセンター:クラブ独自の推進用パンフレットやポスターをつくり、地元行事で配布したり、例会に来た入会見込者やゲストに渡すことができます。

「**ロータリーとは**」名刺サイズのカード:オンラインショップ(shop.rotary.org)からご注文いただけます(日本語のカードも注文可)。

「**Proud Member**」という文字の入ったバナー(車、自宅、事務所の窓に付けるもの。shop.rotary.orgからも注文可)。

新会員推薦者の表彰

「新会員推薦者のための認証プログラム」は、新会員を推薦して会員増強に貢献した会員を表彰するプログラムです。推薦した新会員数に応じて、異なる色の裏当てのついた特別なピンが贈られます。ピンと裏当てはクラブに送付されますので、例会で贈呈式を行い、新会員を推薦することの大切さを全会員に再認識してもらいましょう。

このほかにも、クラブ独自の表彰を行ったり、楽しみながら会員を増やす方法を考案するなど、工夫を凝らして会員増強に取り組みましょう。



第4章 会員の積極的参加を促す



ロータリーに参加するさまざまな方法については「**奉仕と親睦の輪を広げよう**」をご参照ください。奉仕プロジェクトに参加する、青少年交換学生のホストファミリーとなる、ロータリー国際大会で海外のロータリアンと交流するなど、ロータリー会員だからこそ味わえる数多くの機会を紹介しています。



調査によると、会員がロータリーに留まり続ける第一の理由は、会員同士の友情と交流であることが分かっています。

新会員を迎え入れることはもちろん大切ですが、会員を維持することの重要性を軽視すべきではありません。クラブの会員増強計画には、勧誘だけでなく、会員維持の戦略も盛り込みましょう。会員維持のカギとなるのは、会員の積極的な参加です。参加の方法は、クラブ活動、例会、イベント、奉仕プロジェクト、リーダーの役職など、さまざまです。また、ロータリーでの友情と親睦を楽しんでいる会員は、クラブに愛着を抱き、活動やプロジェクトに積極的にかかわるようになり、クラブの活動について人びとに紹介することにも熱心になります。

既存会員の参加

ビジネスでは、顧客を維持するためにどのような努力をするでしょうか。この「顧客」という発想をクラブの会員にも当てはめ、どうすれば会員にロータリーを最大限に味わってもらえるかを考えてみましょう。積極的な会員ほどクラブに留まり続ける可能性が高いことは明らかな事実です。会員が参加できるさまざまな機会を設け、参加を奨励しましょう。また、会員による貢献に対して感謝やねぎらいを示すことも大切です。

- 会員歴の節目（1周年、5周年、10周年など）、昇進、誕生日、記念日などをクラブで祝う。
- 積極的に活動している会員が、新会員や消極的な会員を指導する「メンター」プログラムを立ち上げる。

- 会員がクラブに満足しているかどうかを調べるためのアンケート調査を定期的実施する。
- 各自のスキルや関心に合った委員会に参加することを奨励する。
- クラブの長期目標と活動目標を定め、会員が明確な目的意識を持てるようにする。
- 地区大会や地区セミナーに会員を招待する。
- クラブの奉仕活動のリストをつくり、各会員が関心をもった活動でリーダーシップを発揮できるようにする。
- 希望するゲスト講演（卓話）の主題についてアンケートを行い、会員の関心に合った講演者を選ぶ。
- 奉仕活動や行事に参加している会員の写真をフェイスブックや会報に載せ、会員の活躍を紹介する。
- クラブ目標に向けた進捗や達成状況を定期的に伝え、長期目標の実現に各会員が貢献しているという自覚と誇りを培う。



退会した会員の**53%**は、クラブのリーダーから意見や提案を求められたことがないと答えています。



退会した会員の多くは、クラブについて十分な情報が伝えられなかったと答えています。元ロータリアンの半数以上は、自クラブについての情報を「The Rotarian」誌または地域雑誌から得ていたと答えています。



新会員オリエンテーションでは、vimeo.com/rotaryに掲載されているロータリーのビデオを上映しましょう（「世界でよいことをしよう」など）。日本語のビデオも数多く掲載されています。ロータリーの活動について新会員に紹介する最適な方法です。

会員の意見を大切に

会員（特に退会する会員）を対象に調査を行うことで、会員維持に役立つ情報が得られるでしょう。**会員増強のための評価ツール**に含まれている「退会会員用アンケート」に記入してもらったり、時には会員と1対1で対話する機会を設け、クラブを改善するための率直な意見を聞いてみましょう。

移転が理由で退会する場合、または例会時間の都合が見つからないという場合には、移転会員書式に記入してもらるか、直接ほかのクラブにこの会員を紹介しましょう。

会員増強のための評価ツールに含まれている「会員満足度アンケート」は、クラブについて会員が何に満足しているか、何を改善してほしいと望んでいるかを調べるのに役立ちます。全会員に記入してもらい、結果を例会で報告して、何を变えることができるかを全員で話し合しましょう。

クラブ内でのコミュニケーション

ロータリーやクラブに関する情報を会員に伝えているクラブほど、会員維持率が高いことが分かっています。クラブ会報、ウェブサイト、ソーシャルメディアなど、さまざまなコミュニケーション手段を活用して、会員に情報やニュースを伝えましょう。会員によってよく使うコミュニケーション手段が違うことを理解し、2つ以上の連絡手段を用いるようにします。

会員に役立つロータリーの情報

- クラブの情報（奉仕プロジェクト、活動、ニュース、行事）
- クラブの財務報告
- 海外での奉仕活動に参加する機会
- ロータリーの新しい出版物（とその入手方法）
- ロータリーのニュース、など

定期的に会員に伝えるべき情報

- さまざまな機会
 - リーダーシップの役割に就く機会
 - クラブ協議会と地区セミナーに出席する機会
 - 多地区合同の会合に参加する機会
 - クラブや地区の活動や奉仕プロジェクトに参加する機会
- ロータリーのプログラム、プロジェクト、活動
- ロータリーの特別行事（国際大会、地区大会など）
- 会員勧誘の方法
- クラブと地区の会員増強委員会の目標と取り組み
- 会員増強目標に向けた進捗状況
- 会員増強に関する賞・表彰プログラム
- 新しいロータリークラブのスポンサーとなる機会

新会員オリエンテーション

ロータリアンとなる瞬間は、会員にとってもクラブにとっても特別な感慨を伴うものです。入会式は、新会員をロータリーに迎え入れることの喜びと感動をクラブ全体で分かちあうものとしましょう。入会者の家族も招待するとよいでしょう。

入会後まもなく、正式なオリエンテーションを実施し、会員として得られる恩恵、地元や海外での奉仕活動に参加する機会などについて、新会員に説明します。また、クラブの最近の活動状況や今後の活動予定を紹介し、新会員がクラブにどのようにかかわっていきたいかを尋ねるとよいでしょう。思い出に残る入会式のアイデアは、「**新会員のオリエンテーション：クラブの手引き**」をご覧ください。



新会員にはロータリーから歓迎の書簡が送られます。この書簡には、ロータリーに参加するさまざまな方法が紹介されています。

- 「奉仕と親睦の輪を広げよう」でロータリーについてもっと知る
- MyROTARYのアカウントをつくり、「プロフィール」を作成する
- ロータリーのソーシャルメディアを通じて交流の輪を広げる



退会した会員の48%は、自分が抱いていた懸念についてクラブのリーダーに相談できなかったと答えています。

新会員の参加

ロータリーの活動に多く参加する人ほど、クラブ内での友情を深め、クラブに対する愛着の気持ちが強くなるのが調査で分かっています。新会員が一早くクラブに馴染めるよう、どのようなプロジェクトや活動に関心があるかを新会員に尋ね、参加を奨励しましょう。会員が関心をもつ活動は、必ずしもその人の職業と関連しているとは限りません。

奉仕活動で得られる感動

地元や海外でボランティア活動に参加したいという理由でロータリークラブに入会する人もいます。調査によると、「地域社会への貢献」は入会の主な理由となっていることが分かっています。会員ができるだけ多く奉仕活動に参加できるよう、一つではなく、複数の活動を行うとよいでしょう。大切なのは、奉仕活動への参加を通じて感動を体験してもらうことです。

奉仕プロジェクトの計画、実施、評価については、「活動する地域社会：効果的なプロジェクトのための手引き」が参考となります。この手引きは、地域社会の重要なニーズに基づくプロジェクトの立案方法など、役立つ情報を掲載しています。

ロータリー親睦活動グループとロータリアン行動グループ

ロータリー親睦活動グループやロータリアン行動グループは、以下のような機会を求めている会員に最適です。

- 同じ関心や趣味をほかの会員と分かちあう
- 同じ職業の会員たちとともに奉仕プロジェクトを実施する
- 世界中に友人をつくる
- 奉仕の新しい機会を見つける

ロータリー親睦活動グループとロータリアン行動グループに関する詳細は、ロータリーのウェブサイト (www.rotary.org/ja) をご参照ください。

ロータリーの行事

例会のほかにも、クラブ、地区、国際レベルの行事に新会員を招待しましょう。

- クラブ協議会
- 地区大会
- 地区の研修行事
- 地区会員増強セミナーと地区ロータリー財団セミナー
- ロータリー研究会
- ロータリー国際大会

会員を知る

クラブで築かれる会員同士の友情は、会員がクラブに留まり続ける一番の理由となっています。会員が互いの仕事、家族、趣味や関心について理解しあえるよう、さまざまな工夫を凝らしてみましょう。

- 一番関心をもっている活動や奉仕プロジェクトは何かを会員に尋ねる
- クラブ会報で毎月一人の会員を紹介するコーナーをつくる
- 例会、親睦活動、奉仕プロジェクトに家族も参加してもらう
- 例会で「心に残るロータリーの体験（ロータリーモーメント）」について会員一人ひとりにスピーチをしてもらう。

会員増強のための評価ツールに含まれている「会員満足度アンケート」を活用して、会員の声や懸念に耳を傾けましょう。懸念が提示された場合には、できるだけ早くこれを解決し、会員にとってクラブでの体験が楽しく、充実したものとなるようにしましょう。

クラブ会員増強委員会

会員増強計画の立案と実施にあたるクラブ会員増強委員会を設置しましょう。委員会は、計画に盛り込まれた実行項目が確実に実施されるようにし、全会員からの協力を奨励します。クラブ会員増強委員会の責務は次の通りです。

- クラブの次年度の会員増強目標を立てる
- 会員を勧誘し維持することの重要性について、会員に伝える
- 会員を対象とした調査を実施し、会員の意見を反映した変化を取り入れるなど、会員の満足度を高めるための行動計画を立てる
- 会員の勧誘と維持を効果的に行うために、クラブの現状評価を行う
- クラブ広報委員会と協力して、入会候補者と現会員、および地域社会全体にとって魅力的なクラブのイメージづくりを行う
- 該当する場合、地区で新しく結成されたクラブのスポンサーとなる



第5章 新クラブのスポンサーとなる

新クラブ設立の責任者となるのはガバナーですが、このプロセスにおいて重要な役割を果たすのがスポンサークラブです。クラブがこの役割を引き受ける前に、スポンサーの責務や新クラブ設立の手続きについて会員に十分に説明し、協力する意思があることを確認しましょう。

スポンサークラブの資格

新クラブにスポンサーをつけることは義務ではありませんが、強く奨励されています。スポンサークラブを選ぶにあたり、ガバナーと地区拡大委員会は、以下の条件を満たしているクラブを探します。

- 新クラブ加盟後、少なくとも1年間は新クラブに指導を行うことに同意すること
- ロータリーに対して財務的に健全な状態にあること
- 少なくとも20名の正会員がいること
- バランスの取れたロータリー奉仕プログラムを実施していること

新クラブの成功は、結成後の数カ月間に効果的な組織づくりと運営ができるかどうかにかかっています。加盟が認証された後、スポンサークラブがアドバイザーとして1～2年間、指導することになります。詳しくは、「[新クラブを結成する：地区ガバナーおよび特別代表のための手引き](#)」をご参照ください。

スポンサークラブの責務

スポンサークラブの責務は次の通りです。

- 新クラブの管理運営の計画や組織にあたり、ガバナーの特別代表を補佐する。
- クラブの設立後1年間は新クラブのアドバイザーとしての役割を果たし、ガバナーからの要請に応じて、状況報告を行う。
- ロータリーの方針と手続きについて新クラブに説明する。
- 合同で募金活動を企画する。
- スポンサークラブの会長が、新クラブの理事会の第1回会議に、特別代表とともに出席する。
- 設立後1年間、新クラブがプログラムやプロジェクトを計画するのを援助する。

新クラブにおいて会員が最も多く退会するのは、設立後2年目であることが調査で分かっています。同様に、新クラブが終結するのも、2年目が最も多いことが分かっています。設立後2年目にスポンサークラブからの力強いサポートを受け、この時期を乗り越えることができれば、新クラブが強く、自立し、実り多いクラブとして発展していくことができるでしょう。

新クラブの「メンター」となる

スポンサークラブは、以下のような方法で新クラブと強い関係を築きます。

新クラブとともに目標を立てる

新クラブが直面する可能性のある課題や弱みについて率直に検討し、それを乗り越えるための目標を立てます。

例会を軌道に乗せる

例会の設定と議題づくりを援助し、新クラブの目標に向けた前進を促すような例会にします。

定期的な連絡方法を確立する

新クラブと定期的に電話連絡や会合を行い、設立後しばらくはアドバイスと指導を提供します。

クラブの人数

新クラブの設立とスポンサークラブは、以下の条件を満たしている必要があります。

- 新クラブは、少なくとも20名の創立会員がいなければなりません（この条件を免除する十分な理由がある場合は、理事会により例外が認められます）。
- 創立会員の少なくとも50%は、そのクラブが設立された地元地域に居住または勤務している人でなければなりません。
- スポンサークラブには、少なくとも20名の正会員がいなければなりません。2クラブ以上がスポンサーとなる場合、この条件はそのうち1クラブのみに適用されます。

第6章 クラブへのサポート：リソースとツール

シニアロータリアンと職員

以下のシニアロータリアンと職員は、効果的な会員増強計画の立案についてクラブにアドバイスをしたり、質問に答えます。ロータリー職員と地区リーダーの連絡先は、ロータリーウェブサイト (www.rotary.org/ja) または公式名簿をご参照ください。地域コーディネーター／アドバイザーの連絡先は、www.rotary.org/ja/coordinators-advisersをご参照ください。

地域コーディネーター／ アドバイザーによるサポート

ロータリーコーディネーター (RC) は、会員増強のベストプラクティスや戦略、地域別会員増強計画、RI戦略計画の優先項目と目標など、ロータリーのあらゆる面について知識が豊富なロータリアンです。

ロータリー公共イメージコーディネーター (RPIC) は、クラブの会員増強と深く関連するロータリーの公共イメージ向上について、クラブと地区にアドバイスや情報を提供します。

ロータリー財団地域コーディネーター (RRFC) は、補助金、ファンドレイジング (寄付推進)、プログラム (ポリオプラスやロータリー平和センターなど) など、財団関連の幅広い事柄について、クラブと地区にアドバイスや情報を提供します。

恒久基金／大口寄付アドバイザー (EMGA) は、地域コーディネーターや地区リーダーと協力して、大口寄付者の特定、開拓、懇請の計画を立てたり、財団支援者と寄付見込者のための行事の企画などを行います。

地区会員増強委員会

地区会員増強委員会は、地区の会員増強戦略を立案、推進、実施します。委員長は、会員増強の事柄について、ガバナー、ロータリーコーディネーター (RC)、国際ロータリー、地区内クラブの間の連絡を行います。

地区会員増強委員会の連絡先は、ガバナー補佐またはガバナーにお問い合わせください。

ガバナー補佐

ガバナー補佐は、新会員と既存会員の両方にとって魅力あるクラブづくりのために、クラブと緊密に協力します。ガバナー補佐の連絡先は、ガバナーにお問い合わせください。

クラブの会員増強目標や活動状況を、地区会員増強委員会とガバナー補佐に伝えましょう。クラブにおける会員増強の成功事例や方法を地区が知ることは、とても重要です。地区はこのような成功事例を集め、地区内クラブに紹介することができます。

クラブ・地区支援室 (国際ロータリー日本事務局)

クラブ・地区支援室の職員は、以下についてクラブからのご質問にお答えします。

- RI定款と細則、ロータリー章典、
 手続要覧、RI理事会の方針
- 国際ロータリーと事務局
- ロータリークラブ・セントラル

クラブ・地区支援室の連絡先は、ロータリーのウェブサイトをご覧ください (www.rotary.org/ja/representatives)。

そのほかの事務局職員

国際ロータリー世界本部 (米国エバンストン) の会員増強部職員も、ご質問にお答えします (Eメール: membershipdevelopment@rotary.org)。

ロータリーのリソース

ウェブサイト (www.rotary.org/ja)

ロータリーのウェブサイトで最新ニュース、お知らせ、参考資料がご覧いただけます。そのほかにも、ウェブサイトから以下の情報とツールがご利用いただけます。

- 会員増強関連の資料と出版物
(www.rotary.org/ja/membership)
- 会員を対象とした調査の結果
- 会員候補者、移転会員、
 会員紹介用フォーム
- 各種出版物: 多くは無料でダウンロード
 できます。印刷した資料をご希望の場合は
 オンラインショップ (shop.rotary.org) から
 ご注文ください (日本語の資料もご注文
 いただけます)。
- ウェビナー
- ブランドリソースセンター
- クラブ検索
- クラブ・地区支援担当職員の連絡先
- フォーラムの「[Membership Best Practices](#)」
 グループ
- フォーラムの「[Young Professionals
 Network](#)」グループ

ロータリークラブ・セントラル

ロータリークラブ・セントラルは、クラブと地区のリーダーが、3つの主な分野 (会員増強、奉仕プロジェクト、財団への寄付) の目標と進捗を随時確認できるオンラインツールです。このツールで閲覧できるデータを基に、行動計画を立てたり、活動状況を確認したりできます。また、世界中のクラブの活動状況を国際ロータリーが把握するのにも有用です。

クラブのリーダーは、ロータリーウェブサイト (www.rotary.org/ja) のMy ROTARYのアカウントを作成し、ロータリークラブ・セントラルでデータを入力することが奨励されています。

アイデア応援サイト

活動への支援を集めるためのロータリーの「クラウドソーシング」ツールとなるのが、アイデア応援サイト (ideas.rotary.org) です。このサイトを通じて、ロータリークラブとローターアクトクラブは、プロジェクトに必要な支援 (資金、物資、ボランティア、協力クラブ) を募ることができます。

ロータリーショーケース

ロータリーが世界中の地域社会で行っている活動を、ソーシャルメディアを通じて多くの人に紹介しましょう。ロータリークラブやローターアクトクラブが実施したプロジェクトの情報、写真、動画をロータリーショーケースに掲載すれば、フェイスブックやツイッターでも共有できます。



「会員増強詳細報告」ニュースレターをEメールで受信しましょう。

- ロータリー会員を対象とした最近の調査結果
- 新会員勧誘の方法とベストプラクティス
- 新会員オリエンテーションプログラムのアイデア
- 会員を維持するためのアイデア

「会員増強詳細報告」とそのほかのニュースレターの受信のお申込みは、www.rotary.org/ja/newslettersから。

ラーニングセンター

ラーニングセンター (learn.rotary.org) から利用できるオンラインコースを利用して、ロータリー活性化、補助金、奉仕プロジェクトの計画方法、ウェビナーの運営方法など、さまざまな主題について学ぶことができます。ユーザープロフィールを作成すれば、コースの進み具合を確認したり、コース修了証を印刷することも可能です。また、各コースのオンラインコミュニティで、ほかの利用者やコースモデレーターと情報交換を行うこともできます。ラーニングセンターは、My ROTARYにログイン後、上部メニュー「ラーニング&参考資料」の中の「ラーニングセンター」をクリックしてご利用ください（またはlearn.rotary.orgから直接開くことも可能です）。

クラブの会員増強計画を立案する際にこのワークシートをご利用ください。各章ごとに実施すべき項目がチェックリスト形式で挙げられています。各項目を実行後、ボックスに印(✓)をつけ、特定した内容(調査や検討の結果など)を空欄に書き入れてください(3つ以上書き入れても構いません)。

以下の実行項目について例会で説明し、クラブ全体で会員増強に継続的に取り組むための指針としてご活用ください。



第1章:クラブの現状を評価する

「会員の多様性に関する調査」を実施した結果、会員の多様性という面で当クラブには以下の強みと弱みがあることが分かった。

1. _____

2. _____

3. _____

「職業分類調査」を行った結果、地元地域に存在する職業のうち、以下の職業の会員が当クラブにいないことが分かった。

1. _____

2. _____

3. _____

「会員維持モデル」を用いて分析を行い、クラブでその結果について話し合い、会員維持の課題に取り組むために以下の行動計画を立てた。

1. _____

2. _____

3. _____



「退会現況図」を用いて分析を行い、クラブでその結果について話し合い、最も退会の可能性が高い会員グループの維持を図るために以下の行動計画を立てた。

1. _____
2. _____
3. _____

「元気なクラブづくりのために」の中から、当クラブの刷新性と柔軟性を高めるのに最も適した以下の3つのベストプラクティスを選んだ。

1. _____
2. _____
3. _____

クラブのウェブサイト管理を担当する会員を選んだ。

クラブのソーシャルメディアを担当する会員を選んだ。

ロータリーウェブサイト (www.rotary.org/ja) の「広報」のページを参照し、クラブが地元地域での広報に活用できる以下のツールを選んだ。

1. _____
2. _____
3. _____

当クラブは、地元地域でフォーカスグループを実施し、以下のような結果が得られた。

1. _____
2. _____
3. _____



第2章:クラブのビジョンを描く

当クラブはビジョンを描き、以下の目標を立てた。

1. _____
2. _____
3. _____

当クラブは、戦略計画立案ガイドを参照して、長期目標と年次目標を立てた。

第3章:入会の魅力を高める

当クラブは、入会候補者リストをつくるための調査を行い、職業分類調査や多様性に関する調査の結果を基に、リストに挙げられた人びとの審査を行った。この調査のほかに、当クラブは、入会候補者を探すために以下の3つの方法を用いることを決定した。

1. _____
2. _____
3. _____

当クラブは、入会候補者にロータリーを紹介するために、以下の3つの方法を用いることを決定した。

1. _____
2. _____
3. _____

当クラブは、ロータリーのブランドリソースセンターからダウンロードできる資料を使ってクラブのウェブサイト管理・更新する会員を選んだ。

会員の多様性に関する調査の結果に基づき、当クラブは、入会候補者にクラブを紹介する際、以下の3つのメリットを説明することを選んだ。

1. _____
2. _____
3. _____



第4章：会員の積極的な参加を促す

- 当クラブは、既存会員の積極的な参加を促すために、以下の3つの方法を用いることを決定した。

1. _____

2. _____

3. _____

- 当クラブは、全会員に「会員満足度アンケート」を記入してもらい、以下の3つの点を変更することを決定した。

1. _____

2. _____

3. _____

- 当クラブの会員増強委員会は新会員のオリエンテーション：クラブの手引きを読み、新会員の教育の参加促進を目的としたオリエンテーションの計画を立てている。オリエンテーションには、以下の3つの内容を盛り込む。

1. _____

2. _____

3. _____

- 当クラブは、新会員をより良く知るための計画を立てた。この計画には、次の3つの内容が含まれている。

1. _____

2. _____

3. _____

- 当クラブは、以下の方法で新会員の積極的な参加を促す。

1. _____

2. _____

3. _____



第5章：新クラブのスポンサーとなる

- 会員増強委員長は、当クラブが新クラブのスポンサークラブとなる意思があることを地区ガバナーに伝えた。
- 当クラブの会員はスポンサークラブの責務について話し合い、この役割を引き受けることに同意した。

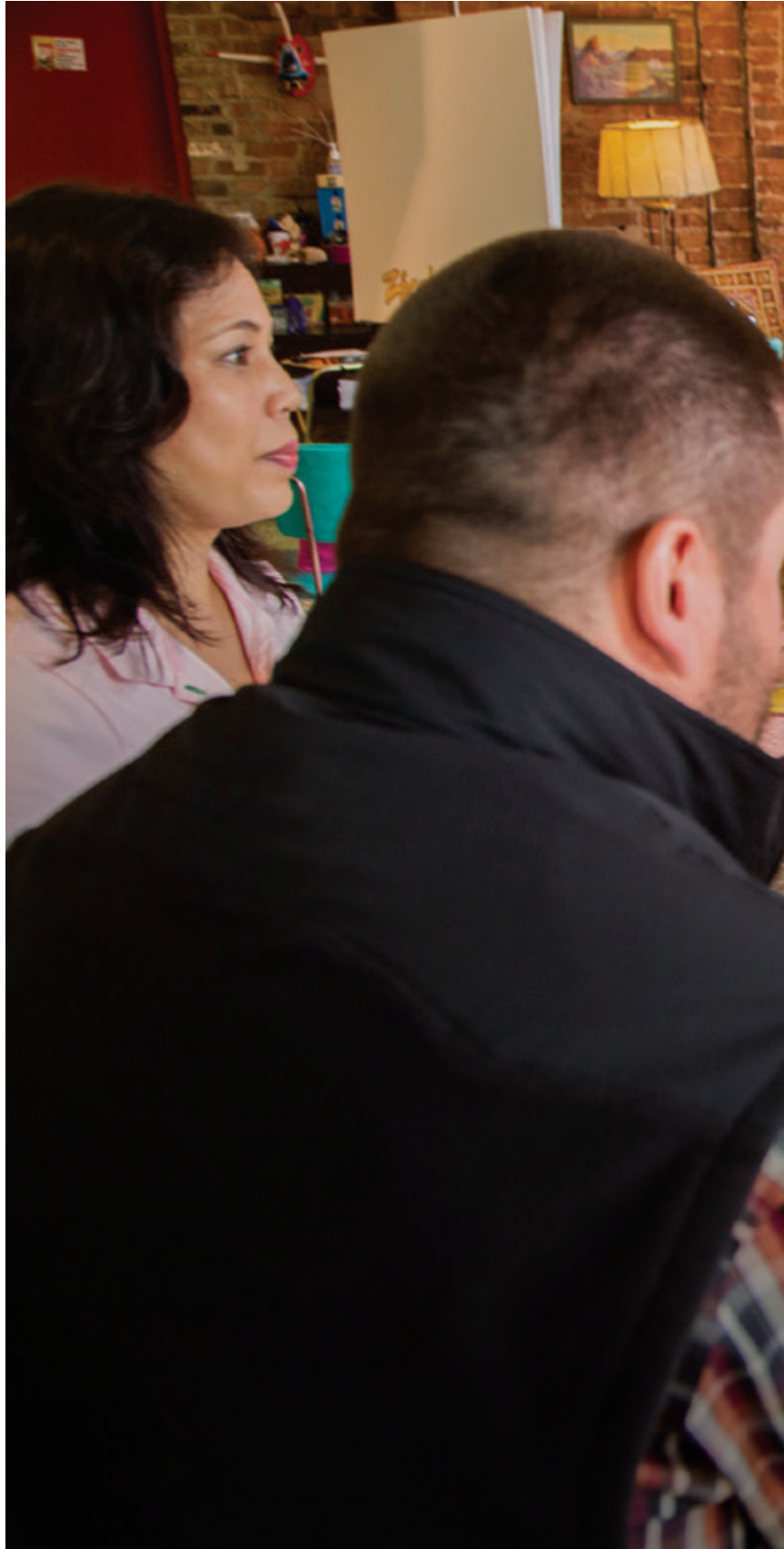
第6章：クラブへのサポート：リソースとツール

- 当クラブの会員増強委員会は、地区会員増強委員会と定期的に連絡を取っている。
- 当クラブのリーダーは、ガバナーおよびガバナー補佐と定期的に連絡を取っている。
- 当クラブの会員増強委員会は、過去1か月間にロータリーウェブサイトを参照した。また、クラブと関連するロータリーの資料を定期的に活用している。
- 当クラブは、クラブに役立つロータリーのリソースにはどのようなものがあるかを確認した。

お問い合わせ

このガイドに関するご質問、コメント、ご提案がありましたら、
以下の担当部までお寄せください。

Membership Development (MD100)
Rotary International
One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, IL
60201-3698 USA
membershipdevelopment@rotary.org



ROTARY INTERNATIONAL

One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, Illinois
60201-3698 USA
www.rotary.org/ja