

2012年10月1日

# E M C 通信

事業主任主題：今こそワイズへ！！

担当事業：クラブ拡張（E）＋会員増強・維持・啓発（MC）＋広報（PR）

会員増強事業主任 鈴木 茂（横浜つづき）

## 会員増強の新戦略手法

甲府クラブにおける取組み（平原貞美ワイズからのご報告）

### 1. 甲府クラブにおける危機意識

甲府クラブは20年前、会員数が40名台から28名にまで減少し、ワイズ活動に支障をきたしたことから事態の打開を図るべく、全会員が総力をあげて会員増強に取組み、1993年～1994年の2年間に20名程の会員増加を達成、爾来、長期に亘り56名を最高に50名体制が当たり前という実績があった。

ところが近年、その当時の意識が薄れがちとなり、本年は39名にまで落ち込むところとなったことから、伝統を誇る甲府クラブの名を汚すことになりかねないとの危機意識が高まり、平原貞美ワイズを中心に、会員増強への新しい戦略に取り組むことになった。以下は、2011～2012年度東日本区の奈良傳賞を受賞された甲府クラブ・平原貞美ワイズからのご報告の要旨である。

### 2. ワイズに相応しい人材の発掘

甲府クラブが今回まず取り組んだことは、新戦略手法を織り込んだ会員増強マニュアルを作成することであった。そこに強調されている最大の戦略項目は、甲府クラブが求めようとする人材の発掘である。甲府クラブが目指す様々な奉仕活動を地域社会の中で展開し、推進し、持続するためには、ワイズの目的達成に相応しい人材を見出し、仲間にするのが不可欠である。甲府クラブは、必要とする人材の人物像として次の8項目を挙げている。

- ① パワーと行動力のある人（JCシニアは期待できる）。
- ② 地域社会の中で、活発な活動を行っている人。
- ③ 地域で影響力のある人物との幅広い人脈がある人。
- ④ 経済分野とは別の職業分野で有望な人。（例）弁護士・会計士・税理士・医師・歯科医師・芸術家・文化人・メディア関係者・・・。
- ⑤ 女性の商工業分野での経営者またはそれに準ずる人、及びキャリアウーマン。
- ⑥ 年齢に拘わらず想像力豊かで人生経験豊富な人（リタイヤ組？）。
- ⑦ 専業主婦で知識や奉仕活動に意欲のある人。
- ⑧ 年齢的には40代～50代が目安となる。

以上8項目の中、いずれかに該当する人に過去、現在を問わずYMCAのプログラムに参加経

験のある家族（親・本人・子供・孫）がいれば、誘いかけの突破口になる。

甲府クラブは国際協会加盟の一クラブであるとともに、地域のためのクラブであるという認識を持つことが必要であり、一定の資質を持つ会員（30名～50名は必要）の人材目標を定めることが戦略的手法のスタートであることを明確に打ち出した。この認識のもとに、甲府クラブは既に130人に及ぶ候補者リストを作成し、これをベースにクラブ内のEMC委員会でも有力候補11人を選考するとともに、担当者を決めて一人ひとりをフォローして、毎月の例会で報告する体制で臨んでいる。

### 3. 会員増強戦略手法のポイント

甲府クラブは、会員増強活動を推進する上で大切な戦略手法のポイントとして次の諸項目を挙げている（いずれも平原ワイズの長年の経験と実績から生み出された貴重な知恵とクラブの財産であると考えられる）。

#### イ) クラブ全員がチームになって取組む連帯感を引出す

- ・ クラブ会長が会員に向かって「一人が一人増やそう」と叫ぶだけでは効果は期待できない。会員一人の狭い交友関係には限界がある。
- ・ 一人でできないことも、皆で協力し合い、各々が責任を果たせば必ずできる。
- ・ この連帯感を引出すことこそ、会長及びEMC委員の役割。

#### ロ) 自クラブの置かれた地域の特性を知り、地域が何を必要としているかを考える

- ・ 行政が行なっている青少年・障がい者・高齢者に対する施策、商工会議所や法人会の活動状況、それらに所属する企業・商店・医療機関等の活動状況、ロータリーやライオンズクラブの動きなどの情報を集める。
- ・ 社会に進出している女性の活動には、特に注目する。
- ・ こうした調査が貴重な人脈の発見に結びつく。

#### ハ) 会員候補の名簿作り

- ・ 会員に知人・友人そして直接の交流関係がなくても、「あの店の若旦那」、「あの企業の常務さん」、「近所の医院の若先生」などと思いつきままに書いてもらう。
- ・ できるだけいろいろな業種・職種から選ぶ（場合によっては、業種・職種・企業名だけでもよい）。
- ・ 候補者名簿を全会員に公開し、いろいろな関係を補足・補充する。
- ・ 名簿候補者には、少しでも関わりのある会員名を記入する。
- ・ 候補者のランク付けを行う。

#### ニ) 候補者本人への連絡・訪問

- ・ 本人を少しでも知っている会員を中心に2～3人で訪問し、皆でワイズや時代環境の諸問題を話題に出すことから始める。
- ・ 訪問の際、簡単な推薦書用紙を用意し、氏名・職業・家族構成等分かる範囲で記入する（本人でも同行者でもよい）。
- ・ 訪問は必ず2～3回は実施する。
- ・ 訪問する際、ワイズ勧誘のしおり、クラブやYMCA活動のパンフレット、ブリテン等の資料を持参する。ブリテンは勧誘を続けている間、送り続ける。
- ・ 2～3回訪問した頃、例会へ誘う。また、入会に関係なく雰囲気を見てもらうために、会長名で次の〇〇月例会にゲストとしてお招きしたい、などの案内状を送ると効果的である。

以上のような会員増強活動を続けることがお互いの刺激となって、「たくましいクラブ作り」となり、「クラブの活性化」につながることになる。根気とねばりを発揮する以外に方策はない。その情熱をどこまで持ち続けることができるかが鍵となる。それでも、結果が必ず出るという保証はない。会員増強はクラブ運動を地域に拡大するための永遠の課題であり、挑戦である。

以上