



会員増強ガイド

地域に合った計画を立てよう



アイデアを広げる：rotary.org/ja/membership

このガイドについて



このガイドはクラブのリーダーと会員増強委員会の参照用です。クラブ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アイデアとツール、新クラブのスポンサーとなる方法など、会員増強のための情報を紹介しています。クラブの現状評価とビジョンづくり、新会員の入会促進と例会の強化など、会員増強計画の立案にお役立てください。本ガイドの最後に、会員増強計画を立てるためにクラブが実行できる具体的なステップを記した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	12
第3章	入会への魅力を高める	13
第4章	会員の積極的参加を促す	18
第5章	新クラブのスポンサーとなる	22
第6章	クラブへのサポート： ロータリーのリソースとツール	24
補遺資料	会員増強計画ワークシート	27

はじめに

会員増強はロータリーの重要な課題であり、会員一人ひとりの協力が求められます。ロータリーに必要なのは、活動に積極的に参加する会員、そして、成長の機会を見出して行動を起こすことのできるリーダーです。会員基盤がしっかりとしていれば、奉仕活動の可能性も広がります。

会員増強のアプローチは地域やクラブによって大きく異なります。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。

会員増強計画を立てることで、会員増強のビジョンと目標を定めた上で、入会と参加を促進するための実行項目を立てることができます。クラブ全体で計画を立て、全会員の意見を取り入れれば、意欲が引き出され、成功につながります。完成した計画は、会員増強の目標に向けた進展を確認するための記録となります。

第1章 クラブの現状を 評価する



ラーニングセンター から利用できるコース「あなたのクラブは健康ですか？」でクラブの課題に対する改善策をご参照ください。



会員満足度アンケート
を利用しよう

- 率直な意見を集めるため、アンケート調査は匿名での実施も可能
- 提案に耳を傾ける
- 多方面での満足度をさぐる
- アンケートに含める質問をみんなで考える
- 工夫をこらし、楽しみながら実施する

新会員を増やし、現会員による積極的な参加を促すには、魅力的なクラブをつくる必要があります。まずは会員と地域社会の人びとの視点からクラブを客観的に見つけ、クラブの強みと改善点を考えてみましょう。

「[クラブの健康チェック](#)」を活用すれば、クラブでうまくいっている部分と、変えたほうがよい部分とが一目瞭然になります。健康チェックの結果と今後の実行項目を理事会で話し合しましょう。

また、会員の声に耳を傾け、クラブについてどう感じているのかを聞いてみましょう。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全会員に協力してもらうことが重要です。ガバナー補佐や地区会員増強委員長など、第三者からのフィードバックを得ることもできます。

まずは、以下の方法で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。

- 直接尋ねる
- 「[会員の満足度を高める](#)」（「[会員増強のための評価ツール](#)」の一部）に含まれている会員満足度アンケート
- くつろいだ雰囲気でのディスカッション（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。会員がせっかくだ意見を出しても、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会員の意欲が薄れてしまいます。

現状評価の際に検討すべき点：

- 会員の多様性
- 職業分類のバランス
- クラブの存続性
- 会員が活動を続ける理由、退会する理由
- クラブの革新性と柔軟性
- 地域社会におけるクラブの認知度
- クラブで活用できるデジタルコミュニケーション
- 会員以外の人が抱くクラブのイメージ



会員基盤の多様化を図るためにクラブで実行できる方法を、[ラーニングセンター](#)の「会員増強」セクションにある「クラブ会員基盤の多様化」のコースをご覧ください。



全世界で会員の52%が50歳～69歳、22%が70歳以上です。若い年齢層の入会を促すにはどうすればよいでしょうか？



調査によると、現会員の約71%が現役で仕事をしており、約26%が定年退職者です。クラブの会員構成を分析し、不足しているグループに的を絞って入会を促進しましょう。

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、性別が偏っていませんか？地元地域の人口を適切に反映していますか？

女性や若い世代を含む多様な会員基盤をもつことには、以下のよう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める
- 地域社会からの信頼と支援が得やすくなる
- 幅広いスキルと知識を結集できる
- 活動でのボランティアや将来リーダーとなる人材が増え、募金の可能性が大きくなる

「[多様な会員が集まるクラブ](#)」（「会員増強のための評価ツール」の一部）に含まれている「[会員多様性に関するワークシート](#)」を活用し、現状評価を行ってみましょう。

多様性について検討すべき点：

- 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はクラブ全体をまんべんなく代表しているか
- 多様な考え方が奨励されているか

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。ロータリー章典には、地域社会の職業と事業を適切に反映するようクラブが努力すべきであると記載されています。会員の専門知識を最大限に活用するために、「[地元の職業を反映したクラブに](#)」（「会員増強のために評価ツール」の一部）に含まれている職業分類調査を実施するとよいでしょう。地元地域に存在する職業のうち、クラブに反映されていない職業があるかどうかを確認できます。

ホームページ作成やファンドレイジングなどの新興職種、起業家、在宅ビジネス、若い職業人、地域で率先してボランティア活動をしている人も忘れてはなりません。多種多様な職業の会員がいれば、さまざまな分野の知識や洞察力、スキルを生かした活動ができるでしょう。各自のスキルや専門分野を役立てることのできる委員会や奉仕活動に抜擢しましょう。会員に活躍の場を与えることで、積極性が引き出され、クラブに留まり続ける可能性が高まります。



新会員を迎え入れるさまざまな方法については、[ラーニングセンター](#)の「[会員増強](#)」のセクションにあるコース「[新会員オリエンテーションの計画](#)」をご覧ください。

ラーニングセンターの「[会員増強](#)」のセクションから利用できるコース「[会員参加を促すためのベストプラクティス](#)」で、現会員の参加を促す方法をご覧ください。

クラブに柔軟性と革新性を取り入れる上で役立つ資料を、[ラーニングセンター](#)もしくはrotary.org/ja/flexibilityから利用できます。



どこに重点を置くべきか、戦略的な決定を下すために、[会員報告](#)を活用しましょう。まずは [Understanding Membership Reports](#) (会員増強レポートの読み方) をご参照ください。

クラブの持続可能性

クラブの会員数がずっと同じ、あるい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ければ多いほど、効果的な運営、奉仕活動、入会候補者の勧誘が難しくなります。

会員基盤の現状を深く探るには、過去3～5年間のデータを見るとよいでしょう。[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、入退会のパターンが見えてくるはずです。

留まる理由、退会する理由

[退会理由を理解する](#)ことで、的を絞った対策を立てることができます。「[会員維持力を高める](#)」(「[会員増強のために評価ツール](#)」の一部)を参考にして、在籍年数ごとに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后2年以内に退会している場合、その対策として、比較的新しい会員に例会や奉仕活動に積極的に参加してもらうことができます。

クラブのリーダーがこの調査を行い、例会やクラブ協議会で[会員増強委員会](#)がその結果を検討した上で、全会員で具体策を話し合います。

クラブの革新性と柔軟性

めまぐるしく変わるこの世界でクラブが成功するかどうかは、[変化への適応力](#)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)によると、自分の(仕事、家族、個人的な)関心やニーズにクラブが応えていると考える会員ほど、クラブに留まり続ける確率が高くなっています。入会したいと思われるクラブとなるには、入会候補者の関心に沿ったクラブづくりが必要です。

2016年規定審議会後、例会の時間と場所を変える、出席要件を緩和する、新規会員や若い会員の会費を減額する、奉仕活動の幅を広げる、会員種類に多様性をもたせるといった柔軟性をクラブが取り入れられるようになりました。会員のニーズに沿ったクラブ運営を行うことで、会員の意欲がさらに引き出されるでしょう。柔軟な運営を可能とする変更をご検討ください。詳しくは、「[クラブ運営の柔軟性](#)」のページをご覧ください。

ブランドリソースセンターからダウンロードできるイベント計画ガイドを活用し、イベントを企画しましょう。参加した入会候補者には、入会候補者用パンフレットやクラブ独自のクラブのパンフレットを渡しましょう。ロータリーを紹介するパワーポイント資料もご利用ください。



ロータリー関連のSNS（ソーシャルネットワークサービス）のリストは、ロータリーウェブサイト（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。

地域社会における存在感

公共イメージの構築は、組織の成功のカギを握る要素です。ロータリーの名前とロゴの認知度は世界的にも比較的高い一方で、ロータリーが何をする団体なのか、世界中の地域社会にどのように貢献しているのかは、一般にあまり理解されていません。理解を得る一番の方法は、地域社会でのロータリークラブの活動をより多くの人びとに知ってもらうことです。

まずはクラブのパンフレットや推進用資料を見直してみましょう。地域社会で行動するロータリアンの姿を表しているでしょうか。ロータリーへの入会意義や、活動への参加方法をわかりやすく説明しているでしょうか。一貫したメッセージを伝えているでしょうか。推進用資料やメッセージの作成に役立つ各種リソースを、[ロータリーブランドリソースセンター](#)からダウンロードできます。

次に、ロータリーの活動について多くの人に伝えるよう、会員に呼びかけましょう。会話の話題にしたり、イベント告知やニュースの記事、ホームページ、ソーシャルメディアなど、さまざまな方法があります。ロータリーについてもっと知る方法、あるいは活動に参加する方法も必ず伝えてください。

調査によると、人びとは、具体的な活動成果を出している団体に参加または支援したいと考えていることが分かっています。国際ロータリーの資料を活用し、クラブの活動について地域社会での認知と理解を深めましょう。クラブのパンフレットや青少年プログラム推進用カードなど、[ブランドリソースセンター](#)のテンプレートを使ってクラブ独自の資料を作成できます。また、[ロータリーショーケース](#)にプロジェクトを掲載し、クラブが国内外で行っている活動の情報を発信しましょう。

クラブで活用できるデジタルコミュニケーション

ウェブサイトだけでなく、フェイスブック、ツイッター、リンクedinなどのソーシャルメディア（SNS）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方法です。

クラブのウェブサイトは、会員以外の目にも魅力的なデザインにしましょう。ロータリー専門用語の使用を避け、読みやすい一般向けの情報を発信し、クラブの連絡先も必ず記載してください。

デジタルコミュニケーションでは、工夫を凝らし、役立つ情報や興味深い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発信するのに最適です。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（Rotary.org/ja）、ロータリーの雑誌「[The Rotarian](#)」（英語）と「[ロータリーの友](#)」（日本語）、ロータリーの日本語ブログ「[ロータリーボイス](#)」には、会報やウェブサイトに転載できる情報が掲載されています。

デジタルコミュニケーションは、世間一般に働きかける力がある有効な手段です。人びとの心を動かすような投稿をシェアすれば、奉仕と親睦の輪が広がるでしょう。オンラインメディアに詳しい人を見つけ、ソーシャルメディアの管理を手伝ってもらいましょう。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。



Instagramでロータリーの物語を発信しましょう。



入会希望者のために、ロータリーへの入会へのリンクを貼りましょう。

フェイスブック (Facebook)

ロータリーの日本語公式フェイスブックページ (facebook.com/rotaryjapan) と英語公式ページ (facebook.com/rotary) で、ロータリー的话题をご覧ください。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。クラブのフェイスブックページを開設し、入会案内、イベント告知、活動の写真、ロータリーウェブサイトへのリンクを掲載できます。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。気に入った投稿があれば、コメントをつけて友達と共有できます。

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6万4000人以上の会員との交流をお楽しみください。

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 (twitter.com/rotaryjapan) と英語版 (twitter.com/rotary) をフォローすれば、国際大会などのイベント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やメディアに発信するのも便利です。

ユーチューブ (YouTube)

ロータリーのユーチューブチャンネル (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、クラブ紹介の動画を制作すれば、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。動画作成ができる会員や、プロの撮影者をお願いして動画を制作し、ユーチューブに掲載することをお勧めします。

会員以外の目にはどう映るか

クラブのイメージ

ゲストが例会やプロジェクトについてクラブの基本的な情報を知りたいと思った場合、簡単に探ることができるでしょうか。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いいでしょう)。

- クラブの活動内容
- 例会の頻度
- 例会場所と所要時間
- ゲストが例会に出席する前に連絡を取るべきかどうか
- ゲストが例会に出席するための費用
- 例会の内容
- 例会以外の活動内容

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、せつ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。



詳しくは、[ラーニングセンター](#)のコース「入会候補者情報プログラム」をご利用ください。

クラブでの経験

ソーシャルメディアやウェブサイト、広告でロータリーを知り、関心を抱いて入会しても、**実際の体験が期待と違っていた**という人が時々います。ゲストを歓迎する雰囲気があるかどうか、楽しく充実した例会となっているかどうか、クラブの現状をもう一度見直してみましょう。

- 例会やイベントでゲストを歓迎する係が決まっているか。
- 例会やイベントは企画も運営もしっかりしているか。
- 例会は興味深く、洞察に富み、重要な内容か。
- 例会の方法や日程は多様なものとなっているか。
- 会員のニーズや関心に配慮しているか。
- 会員同士の交流を促すイベントを定期的に行っているか。

客観的にクラブを観察し、第三者の意見を得るために、会員に他クラブの例会に出席してもらったり、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。

ロータリーに関心を抱き、Rotary.orgにある「ご入会」のリンクから「入会希望者フォーム」を提出する人もいます。このフォームを通じて寄せられた**入会候補者の情報**は、国際ロータリーが審査した後、該当する地区に指定されます。その後、この地区のリーダーが情報を確認し、適切なクラブを指定します。指定された地区とクラブにはEメール通知が送信されますので、このEメールの指示に沿って入会候補者へのフェローアップを行ってください。

奉仕プロジェクト

調査によると、ロータリーに入会し、会員であり続ける理由は、**地域への貢献(奉仕)**と**会員同士の友情(親睦)**であることが分かっています。充実した奉仕プロジェクトは、入会への関

心や現会員の参加意欲につながります。クラブが行っている奉仕プロジェクトを見直してみましょう。クラブ独自の奉仕活動を実施し、全会員が参加していますか。大きな影響を及ぼしているでしょうか。

- すべての会員が参加する奉仕活動がありますか。
- 会員以外(友人、家族、同僚、ロータリー学友、ロータリーアクター、地元市民など)にも奉仕活動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。
- 地元地域のニーズに応じていますか。
- 会員の才能や専門知識を生かしていますか。
- 会員は、プロジェクトの恩恵を受けた人たちと会ったり、交流したりする機会がありますか。

イベントや奉仕プロジェクトの実施後、会員以外の参加者には必ずフォローアップを行ってください。クラブについて知ってもらうために、例会に招待しましょう。たとえ入会に至らなかったとしても、好ましい印象を抱いてもらうことで、ロータリーの公共イメージ向上につながります。詳しくは、「[ロータリーでの経験は入会前にはじまる：入会候補者対応マニュアル](#)」をご参照ください。

会員以外の参加者の感想を集める

クラブをより良くするために役立つ提案を得るには、個人でもグループでも、直接話を聞くのが効果的です。例えば、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話を聞いたり、ロータリーを紹介したりするのに最適です。外部のプロのモデレーター(進行役)に司会をお願いすれば、先入観のない立場で話し合いを行うことができます。市場調査会社などを雇ってフォーカスグ



魅力的なクラブづくりと新
会員探しのアイデアを、
ラーニングセンター のコ
ース「入会促進のさまざま
な方法」をご覧ください。

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な進行を心がけましょう。

ステップ1：参加者を招待する

招待したい地元市民をリストアップします。できるだけ幅広い年齢・職業・性別の人を選び、入会候補者、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を明記し、出席者からの意見が地域のニーズを知るための貴重な参考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る

自由かつ率直にリラックスして話し合える環境を作るよう心がけます。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きっかけなど）、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。

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、参加者に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問は挙げておきます。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を保つことが重要です。「はい」「いいえ」だけで答えられる質問は避けます。

- この町の良いところは何ですか。
- 毎日1時間、自由に使える時間があったら、何のために使いますか。
- この町が抱える問題は何でしょうか。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どのような第一印象を持ちましたか。
- この町の人は、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。あまり発言しない人がいたら、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、これを例会で紹介し、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ります。

また、フォーカスグループの結果を話し合う際には、会員からもアイデアを出してもらいましょう。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。リラックスしてつるげる場所、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。ビジョンづくりのロータリアン親睦活動グループのウェブサイト (rivationfacilitation.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、クラブが近い将来(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。ビジョンを描くプロセスには、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。

検討すべき点:

- クラブの強みや得意とすることは何か。それをどう生かせるか。
- クラブの弱みや不得意とすることは何か。
- 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。
- すぐに導入できる変化は何か。
- ビジョンの実現に向けた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、どのような計画が必要か。
- 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に誰を含めるか。

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。このプロセスと進捗の確認、および長期目標と短期目標の設定には、「**戦略計画立案ガイド**」が役立ちます。行動計画表を作成し、各実行項目の担当者を決めたら、早速計画を実行に移しましょう。



第3章 入会への魅力を 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。

クラブからの連絡を待っている入会候補者がいませんか。ロータリーのウェブサイト経由での問い合わせは、クラブがフォローアップを担当します。担当クラブが決まると、そのクラブのリーダーに通知が送られます。詳しくは[入会候補者情報の管理方法\(クラブ用\)](#)をご覧ください。

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る存在です。

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重要課題に取り組むための戦略を立てます。これらの課題の一つとして、**入会の促進**があります。多様性調査や職業分類調査を行うなどして、最も効果的に取り組める方法を考えましょう。

入会候補者とは どのような人びとか

入会候補者となる可能性があるのはどのような人でしょうか。友人、仕事上の知り合い、ローターアクター、ロータリー学友(青少年交換の参加者を含む)、家族、最近知り合った人など、さまざまところに目を向けてみましょう

ロータリーの価値観を実践し、地域社会に変化をもたらしたいと考えている人、地元で高い評判を得ている人は、理想的な入会候補者と言えます。以下のグループの中に入会候補者がいるかどうか検討してみましょう。

- 友人や同僚
- 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
- 元会員(その時々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、元ロータリー友情交換参加者、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、元米山奨学生)とその親や祖父母
- プログラムに参加した青少年のホストファミリー

年に1度、全会員に「[入会候補者を見つける](#)」(「会員増強のための評価ツールの一部」)を記入してもらいましょう。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、例会時間の都合、リーダーとしての資質、会員の多様性など、入会の適性を検討します。入会后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。

候補者にすぐに入会してもらえなくても、クラブで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、関係を保ちましょう。「[ロータリーでの経験は入会前にはじまる：入会候補者対応マニュアル](#)」もご参照ください。

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。



入会候補者を奉仕活動や行事に招き、クラブが地域社会に貢献する姿を直に見てもらいましょう。また、後日入会候補者に連絡をする担当者を決めておきます。入会候補者との関係を保つことは、(特に若い世代の)入会を促進する上で重要です。

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るべきです。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に、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。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、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など、**個人的な体験談**を伝えるのが一番です。

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しょう。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。新しい仲間との出会い、社会貢献、仕事の人脈づくりなど、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。

「[入会候補者対応マニュアル](#)」を活用して、ロータリーに良い印象を抱いてもらえるようにしましょう。

入会のメリットをどう伝えるか

前述のように、ロータリー入会のメリットをどう説明するかは**相手の関心やニーズ**によって異なります。入会のメリットには、以下のようなものがあります。

- 奉仕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。経験豊かな先輩から学ぶことができる。
- イベントの企画、人前でのスピーチ(パブリックスピーキング)、ファンドレイジング(寄付推進)など、仕事に役立つスキルが身につく。
- 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。
- 世界各地に友人をつくることができる。海外旅行中に現地の会員と交流できる。
- [ロータリー グローバル リワード](#) でさまざまな割引特典が利用できる。

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。

地元での奉仕活動

地元に住むある男性は、ボランティア活動に熱心で、その様子がニュースでよく取り上げられています。クラブの次回の奉仕プロジェクトにこの男性とその仲間数人を招き、アイデアや経験を分かち合ってもらうことで、奉仕活動のノウハウと学び、社会貢献の機会としてのロータリーの魅力を紹介できるでしょう。



ロータリーに入会する利点についてクラブで話し合い、リストにまとめましょう。このリストを基に入会促進のためのメッセージを作成し、[クラブのパンフレット](#)や[ロータリー紹介のブレイゼン資料](#)に取り入れましょう。

友情とつながり

最近退職した同僚が、することがなくて退屈だと漏らしています。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えるチャンスがあります。あなた自身もロータリーでの出会いを通じて多くを学び、生涯の友人ができたことを説明した上で、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。

家族の参加

近所に住む人が、子どもにボランティア活動を体験させたいと話しています。ロータリーでは家族で奉仕活動ができること、また、奨学金や海外訪問の機会を通じて若い世代の育成を支援していることを説明しましょう。

国際的な奉仕活動

ある友人が、慈善活動への寄付や海外でのボランティア活動に関心をもっています。ロータリークラブが実施している国際奉仕活動（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。

入会候補者への情報提供

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、招待制による入会など）を十分に説明しましょう。多数のゲストが出席する例会や、入会候補者が参加するイベントで「[ロータリーのご紹介](#)」（パワーポイント資料）や「[世界を変える行動人](#)」の動画を活用したり、[入会候補者用パンフレット](#)と[クラブのパンフレット](#)を配布するのも一案です。

説明会では、数名の会員に体験談を語ってもらい、会員の生の声を聞いてもらいましょう。入会候補者がロータリーアクター、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知識があるとは限りません。新会員にどのような情報を提供すべきかは、「[新会員オリエンテーション：ロータリーでの第一歩を踏み出してもらうために](#)」をご参照ください。



クラブの奉仕プロジェクトや行事について、フェイスブックのイベントページを作り、広報に活用しましょう。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。

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、何らかの事情でクラブに入会できないという人がある場合は、[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、直接紹介してもよいでしょう。どのクラブに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か地区ガバナーに相談しましょう。

会員コーナーから[入会者紹介フォーム](#)に入力して、候補者を紹介することもできます。このフォームを利用した場合、国際ロータリーが最寄りの地区に情報を伝えます。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 (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。フォームを提出した人はクラブからの連絡を待っています。このため、候補者情報が寄せられているかどうかをクラブのリーダーがこまめに確認することが重要です。詳しくは「[入会候補者情報の管理方法 \(クラブ用\)](#)」をご覧ください。

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和[会員多様性調査](#)について第1章で触れましたが、性別、年齢など、地域別の会員統計データについては、ロータリークラブ・セントラルのレポートとMy ROTARYの「クラブの運営」セクションで確認できます。世界どの地域でも、若い職業人と女性の会員数の割合は全体的に低くなっています。

若い職業人の入会を促す 10のアイデア

若い世代の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です。しかし、若い職業人は多忙で、幼い子どもがいたり、経済的に余裕がなかったりと、入会をためらう人が少なくありません。若い会員も参加しやすいクラブとなるために工夫しましょう。

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。週末に、またはオンラインで例会を開く衛星クラブの設立を検討する。
3. 例会の食費を減額するか、食事を任意とする。例会に食べ物や飲み物を持ち寄ったり、会員が順番で準備する。
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. 数人を同時にクラブに入会させることで、仲間をつくりやすくし、クラブに馴染めるようにする。また、ローターアクターの入会を促す。



新会員や多様な会員を集めるためのアイデアをロータリーセンターのコース「入会促進のさまざまな方法」と「クラブ会員基盤の多様化」をご覧ください。

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、出席に関する規則を緩める。会員のニーズに合わせて、クラブの方針に変更を加える。これについては、「[例会と出席の要件に柔軟性を取り入れるクラブのためのスタートガイド](#)」をご覧ください。
7. 奉仕活動に参加する機会を設ける。
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。メンタリングについては、「[新会員オリエンテーション: ロータリーでの第一歩を踏み出してもらうために](#)」をご覧ください。
9. 積極的にクラブにかかわってもらおう。若い会員は、創造的で新しいアイデアをクラブにもたらしてくれます。「[奉仕と友情の輪を広げよう](#)」で、会員同士の交流を促し、活動に積極的に参加する方法をご覧ください。
10. 新会員がロータリーに参加できる方法を紹介する。能力や関心をクラブで最大限に発揮できるチャンスを提供する。

若い会員に合わせたクラブ運営については、「若い世代の会員を: ツールキット」とロータリーウェブサイトの「[クラブ運営の柔軟性](#)」のページをご覧ください。

ロータリーの女性会員

2015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22%。世界の多くの地域では、その割合がこれよりもずっと低くなっています。さらに、ロータリー入会の理由は、性別にかかわらず「地域社会への貢献」と「友情」であることが分かっています。クラブの女性会員の割合が50%以下である場合、地元の人口を適切に反映するために、女性会員を増やすことに力を注ぎましょう。女性は、クラブに新しい考え方をもちこみ、奉仕プロジェクトの可能性を広げてくれるでしょう。

もちろん、若い職業人と女性だけが勧誘の対象ではありません。地元の職業人とつながりを保ちたいと考えている最近の定年退職者は、いわばベテランの職業人であり、豊かなスキルと専門知識をクラブにもたらしてくれるでしょう。

第4章 会員の 積極的参加を促す



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、会員同士の友情とつながりであることが分かっています。



ロータリーに参加するさまざまな方法については、「**奉仕と友情の輪を広げよう**」をご参照ください。奉仕プロジェクトへの参加、青少年交換学生の実習ファミリー、ロータリー国際大会で海外のロータリアンとの交流など、ロータリーだからこそ味わえる数多くの機会を紹介しています。

前章で触れたように、新会員の入会は、クラブが新しい視点を取り入れて発展していくためのカギです。しかし、強固な会員基盤を築くカギは現会員の維持にあります。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。会員維持で重要なのは、**会員の積極的な参加**です。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、さまざまな参加方法があります。

ロータリーを通じて得られる友情も、会員維持の重要な要素です。クラブに愛着を抱き、活動に積極的にかかわっている会員は、自ら広告塔となってロータリーを推進してくれるでしょう。

現会員の参加

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にも当てはめ、どうすれば会員（顧客）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。会員から要望があれば、出席の要件を緩め、例会の方法を変更することも検討できます。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を踏まえ、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。

会員による貢献に対して感謝やねぎらいを示すことも忘れるべきではありません。

- 会員歴の節目（1周年、5周年、10周年など）、昇進、誕生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。
- 出席率が低い会員にそのわけを尋ね、積極的な参加を呼びかける。
- 会員満足度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してもらう。
- クラブの長期目標と活動目標を定め、明確な目的意識を持てるようにする。
- 地区大会やセミナーへの出席を奨励する。
- 会員の関心についてアンケートを行い、その結果に合った主題と活動を例会やイベントに盛り込む。
- 奉仕活動や行事に参加している会員の写真をクラブのウェブサイトやフェイスブックに載せ、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。
- 「**会員の満足度を高める**」（「会員増強のための評価ツール」の一部）に含まれている会員満足度アンケートを活用して、うまくいっている部分、うまくいっていない部分を探る。



退会した会員の53%は、クラブのリーダーから定期的に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。

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ます。「[退会理由を理解する](#)」に含まれている退会者アンケートに記入してもらったり、会員と1対1で対話する機会を設け、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つかないという場合には、「[会員移転書式](#)」に記入してもらるか、ほかのクラブにこの会員を[紹介](#)しましょう。

「[会員満足度アンケート](#)」は、クラブに対する要望や改善点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、何を変えることができるかを全員で話し合みましょう。

クラブ内でのコミュニケーション

ロータリーとクラブに関する情報を会員に伝えているクラブほど、会員維持率が高くなっています。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連絡手段が違うことを踏まえ、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
- 海外の奉仕活動に参加する機会
- ロータリーのウェブサイトですぐ入手できるツールやリソース
- ロータリーの最新情報とニュース

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の予定
 - 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
- ロータリーのプログラムやプロジェクト
- 行事（国際大会、地区大会など）
- 会員勧誘のアイデア
- クラブ・地区委員会の目標と活動状況
- クラブの目標に向けた進捗状況
- 賞・表彰
- 新しいロータリークラブのスポンサーとなる機会



クラブの課題と対応策を架空のシナリオに沿って学ぶことのできる「会員参加を促すためのベストプラクティス」、新会員参加のアイデアを学ぶことのできる「新会員オリエンテーションの計画」を[ラーニングセンター](#)からご利用ください。

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、入会者の家族も招待しましょう。新会員には、「[ロータリーの基本情報](#)」、「[奉仕と友情の輪を広げよう](#)」([オンラインショップ](#)から「新会員歓迎キット」としてセットで販売)、会員証([ブランドリソースセンター](#)でテンプレートを無料でダウンロード)を渡してください。

入会后すぐに正式な新会員オリエンテーションを開催しましょう。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を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伝え、クラブにどのようにかかわっていきたくかを尋ねるとよいでしょう。詳しくは「[新会員オリエンテーション：ロータリーでの第一歩を踏み出してもらうために](#)」をご覧ください。

新会員の参加

ロータリーの活動に積極的に参加している会員は、クラブ内での友情を深め、クラブに対する愛着が強くなるのが分かっています。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。「[奉仕と友情の輪を広げよう](#)」は、ロータリーの活動に参加し、交流を深めるさまざまな方法を紹介しています。最初からあまり大きな役割や責任を割り当てず、ロータリーとどれくらい深くかかわっていきたくのかを本人に確かめましょう。

奉仕を通じて得られる感動

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入会する人もいます。前述のように、「地域社会への貢献」は入会の主な理由となっています。このため、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。

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と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。

- 同じ関心や趣味を仲間と分かちあう
- 同じ職業の会員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 (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、国際レベルの行事への新会員を促しましょう。

- クラブ協議会
- 地区大会
- 地区の研修セミナー（会員増強セミナー、公共イメージセミナー、地区ロータリー財団セミナーなど）
- ロータリー研究会
- ロータリー国際大会



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。



会員増強委員長の役割については、ラーニングセンターのコース「クラブ会員増強委員長の基本情報」をはじめとする会員増強関連のコースをご覧ください。

会員を知る

クラブで築かれる友情は、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、趣味や関心を分かちあえるよう、さまざまな工夫を凝らしましょう。

- 今後予定されている活動や奉仕プロジェクトのうち、何に関心があるかを会員に尋ねる
- 会報または例会で、毎月一人の会員を紹介するコーナーを設ける
- 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）」について会員にスピーチをしてもらう。

クラブ会員増強委員会

会員増強の目標を達成するには、会員増強計画の立案と実施を担当するチームが必要です。クラブ会員増強委員会は、計画に盛り込まれた実行項目が確実に実施されるよう確認し、全会員からの協力を奨励します。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
- ウェブサイト経由の問い合わせを管理し、関心のある入会候補者へのフォローアップを行う
- 新会員オリエンテーションを行う
- 会員を勧誘し積極的に参加してもらうことの重要性について、会員に伝える
- 会員へのアンケート調査を実施したり、会員の意見を反映した変化を取り入れたりするなど、会員の満足度を高めるための行動計画を立てる
- クラブの現状評価を行い、会員の勧誘と維持の方法を探る
- 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) 新しいクラブのスポンサーとなる（「[ロータリークラブ結成ガイド](#)」を参照のこと）

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。新クラブの結成について詳しくは、「[ロータリークラブ結成ガイド](#)」をご覧ください。

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必須ではありませんが、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、ガバナーと地区会員増強委員会は、以下の条件を考慮に入れます。

- 発足後少なくとも3年が経っていること
- 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を投票により決定したこと
- 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（2つ以上のクラブ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る）
- 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。加盟認証の後、スポンサークラブが1～2年間、新クラブを指導します。

スポンサークラブの責務

スポンサークラブの会長は、新クラブのアドバイザーとともに新クラブ理事会の初会合に出席します。それ以外にも、スポンサークラブの会員全員が協力して、以下の責務を果たします。

- 新クラブの運営計画や組織づくりにあたり、ガバナーと新クラブアドバイザーを援助する。
- クラブの設立後1年間は新クラブの顧問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を報告する。
- 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。
- 合同で募金活動を計画する。
- 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。

新クラブで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年目が最も多くなっています。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、充実したクラブとして自立し、発展していくことができるでしょう。

詳しくは「[スポンサークラブ](#)」をご覧ください。

新クラブの相談役となる

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。

一緒に目標を立てる

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話し合い、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

例会プログラムの企画を援助します。例会は、新クラブの目標に向けた前進を促すものとなります。

定期的な連絡方法を確立する

新クラブと定期的に連絡や会合を行い、設立後しばらくは助言と指導を行います。

新クラブの要件

新クラブは、以下の条件を満たしている必要があります。

- 少なくとも20名の創立会員がいること（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る）
- 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こと

第6章

クラブへのサポート： リソースとツール



ロータリーのリーダーと職員

以下のロータリーのリーダーと職員は、効果的な会員増強計画についてクラブにアドバイスをしたり、質問に答えることができます。連絡先は、ロータリーウェブサイト (Rotary.org/ja) または公式名簿をご参照ください。

地域のリーダー

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、地域別会員増強イニシアチブ、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を企画したりします。

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、ウェブサイトでの問い合わせを各クラブに割り振ります。

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、新会員と現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、ほかのクラブに紹介することができます。



フォーラムの「[Membership Best Practices](#)」グループに参加して、他クラブと交流しましょう。

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、その他RI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 (my.rotary.org/ja/contact/representatives)。

そのほかの事務局職員

国際ロータリー世界本部 (米国イリノ州エバンストン) 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)。

My ROTARY

My ROTARYで最新ニュース、お知らせ、参考資料をご覧ください。

- 会員増強関連の資料と出版物 (rotary.org/ja/membership)
- 会員コーナー (他クラブへの会員紹介、移籍、入会問い合わせやロータリー グローバリワード)
- 各種出版物、ロータリー徽章入り商品は
- オンラインショップ (shop.rotary.org) (新会員歓迎キット、印刷した資料など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](#) (クラブのパンフレットやイベントのちらしなどが作成できます)
- [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

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、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) の目標と進捗をクラブが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。ここで提供した情報のおかげで、次世代のリーダーは情報に基づいて決定を下すことができます。また、国際ロータリーが世界中のクラブの活動状況を把握するのにも役立ちます。

クラブのリーダーは、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。



会員増強の戦略、リソース、クラブの成功例、会員の紹介などの情報が詰まった「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。受信のお申込みは、www.rotary.org/ja/newslettersから。

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。

ラーニングセンター

ラーニングセンター (learn.rotary.org) でオンラインコースを受講しましょう。補助金やウェビナーほか役職別のコースなど、さまざまなコースがそろっています。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。

会員増強計画 ワークシート

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。クラブの現状評価が済んだら、クラブの課題に取り組むためのステップを考えましょう。各ステップ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。

以下の実行項目について例会で話し合い、クラブ全体で会員増強に積極的に取り組むための指針としてご活用ください。



ステップ1: クラブの現状を評価する

- 「[クラブの健康チェック](#)」を活用し、クラブが改善すべき分野を特定した。また、[ラーニングセンター](#)の「あなたのクラブは健康ですか?」にあるモジュールで、その分野に取り組むためのアイデアを学んだ。これらを基に、以下のことを実行する。

改善の余地がある分野

具体的な実行策

- 革新的で柔軟なクラブづくりに役立つアイデアやベストプラクティスを、[「元気なクラブづくりのために」](#)で見つけた。

- 「[多様性に関する調査](#)」を実施し、[ラーニングセンター](#)の「クラブ会員基盤の多様化」コースを利用した。そこで学んだことを基に、新しいアイデアや考え方を奨励するために以下のことを実行する。



- 「[職業分類調査](#)」を行った。そこで学んだことを基に、地域の職業の多様性をより良くクラブに反映させるために以下のことを実行する。

ステップ2:クラブのビジョンを描く

- 当クラブはビジョンを検討し、以下のビジョンを描いた。
3～5年後、当クラブは.....

- 当クラブには、このビジョンと会員増強計画の実施を導く会員増強委員会（委員長と最低5人の委員で構成）がある。

- このビジョンを実現するための長期的目標には、以下が含まれる：

ステップ3:入会への魅力を高める

- 当クラブは、[ラーニングセンター](#)の「入会促進のさまざまな方法」を利用した。そこで学んだことを基に、入会への魅力を高めるために以下のことを実行する。

- 当クラブは「[入会候補者を見つける](#)」にあるワークシートに記入した。そこで学んだことを基に、入会候補者を探すために以下のことを実行する。

- 当クラブは、入会候補者にロータリーを紹介する際、入会のメリットとして以下の点を強調する。



- 当クラブは、クラブが取り入れることのできる[柔軟なクラブ運営の選択肢](#)について理解するため、[ラーニングセンター](#)の「柔軟性と革新性を取り入れる」を利用した。そこで学んだことを基に、会員のニーズと期待に応えるために以下のことを導入する。

- 当クラブは、[ラーニングセンター](#)の「入会候補者情報プログラム」のコースを利用し、入会候補者情報をクラブで生かすことの重要性を学んだ。
 - 当クラブのリーダーは、クラブに指定された入会候補者の管理を担当する会員を決めた。
 - 当クラブは、入会候補者情報プログラムを通じて紹介された候補者への連絡を行う手続きを定めた。
- 当クラブは、「[ロータリーでの経験は入会前にはじまる：入会候補者対応マニュアル](#)」を読み、入会候補者の経験がロータリーへの印象に与える影響を理解した。これを基に、最終的に入会するか否かにかかわらず、入会候補者に良い経験をしてもらうための対策を立てた。

ステップ4：会員の積極的参加を促す

- 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、その結果に基づいて以下の点を変更することを決定した。

- 当クラブの会員増強委員会は、[ラーニングセンター](#)の「新会員オリエンテーションの計画」コースを利用し、[新会員オリエンテーション：ロータリーでの第一歩を踏み出してもらうために](#)を読んだ。そこで学んだことを基に、新会員の教育と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た。オリエンテーションには、以下の内容を盛り込む。



- 当クラブは、「[会員維持調査](#)」を実施し、その結果を話し合った。これを基に、会員の参加と維持を促進するために以下のことを実行する。

- 当クラブは、[ラーニングセンター](#)の「[会員参加を促すためのベストプラクティス](#)」のコースを利用した。そこで学んだことを基に、会員参加を促すために以下のことを実行する。

- 当クラブは、「[奉仕と友情の輪を広げよう](#)」に紹介されているものを含め、会員がロータリーに参加するさまざまな方法を検討した。その結果を基に、以下の新しい方法でロータリーに参加することを会員に奨励する。

- 当クラブは、退会理由をさぐるため、最近退会した会員を対象に[退会者アンケート](#)を実施し、その結果を話し合った。これを基に、最も退会者が多いのは在籍年数が何年の会員であるかを特定し、この在籍年数グループの会員の参加を促すために以下のことを実行する。

在籍年数グループ

具体的な実行策



ステップ5: 公共イメージを向上させる

- クラブのソーシャルメディアを担当する会員を選んだ。
- 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の管理・更新を担当する会員を選んだ。
- 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テンプレートを使ってクラブ独自のパンフレットを作成する会員を選んだ
- 当クラブは、ロータリーの[ブランドリソースセンター](#)から利用できるそのほかの資料や素材を使い、地域社会でのロータリーの推進に役立てる。

- 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。

ステップ6: 新クラブのスポンサーとなる

- 当クラブの会員増強委員長は、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。
- 当クラブのリーダーは、衛星クラブの親クラブとなること、および、さまざまな会員の異なるニーズに応えるための選択肢の一つとして検討することに前向きである。
- 当クラブは、クラブに役立つロータリーのさまざまな資料に目を通した。

ステップ7: クラブへのサポート: ロータリーのリソースとツール

- 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り合っており、必要に応じて支援を要請する。
- 当クラブの会員増強委員会は、過去1カ月間にrotary.org/ja/membershipを参照した。また、クラブに役立つロータリーの資料をどこで入手できるかを知っている。

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。

membershipdevelopment@rotary.org

国際ロータリー

One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, IL
60201-3698 USA

[Rotary.org](https://www.rotary.org)



417-JA—(1217)