

R I 会員増強委員会より（若い会員を迎い入れるには）

2018年2月配信

★若い人に魅力を感じてもらおうクラブになるには？

若い職業人は、クラブに新しい考え方、専門知識、活力をもたらしてくれます。皆さんのクラブでは、若い職業人にアプローチし、彼らのニーズを把握していますか？皆さんのクラブはこのような若い職業人にとって魅力があるでしょうか？また、若い職業人の参加を促し、ロータリーのメリットを伝える方法を知っていますか？[若い職業人の参加](#)のための新しいオンラインツールキットをご覧ください、これらのすべての質問に答えが出ます。

このツールキットでは、会員増強を広い観点からとらえながら、具体的な方策を提示しています。多様性のある若い会員を対象とした動画、体験談、画像、出版物などが含まれています。若い職業人について知り、クラブの文化に変化をもたらし、次世代のリーダーの参加を促す方法を模索するため、このツールキットをぜひご活用ください。

社会で活躍する若きリーダーたち

最近では起業や事業を通じて社会をけん引し、地域活性に貢献している若い世代が増えています。未来の可能性を秘めた若きリーダーたちの中には、異業種間交流や社会貢献に関心を抱いている人が少なくありません。ロータリー入会の資格を十分に備えたこれら若い世代をクラブに迎え入れることは、ロータリーとクラブの未来にとっての必須課題です。しかしそのためには、まず相手をよく理解する必要があります。

「若い世代の職業人とともに」キットには、若い世代の入会・参加促進のアイデアから具体的な方法まで、幅広い情報が紹介されています。今までのやり方にとらわれずに仲間を増やしていくための参考としてください。

本キットの内容

1. はじめに [2,若い世代を理解する](#) [3,文化](#) [4,つながり](#) [5,参加促進](#) [6,価値の提供](#)

若い世代を理解するには、社会の変化とその影響について考えてみましょう。テクノロジーの進化のおかげであらゆるものを自分用にカスタマイズでき、何でも手に入る現代で、モノを所有するだけでは物足りないと感じる若者は多くいます。

そこに共通するのは「体験の追求」。それは、体験を通じて地域社会や世界のために役立ちたいという思いです。**そのチャンスを得られるのがロータリーです。**

若い世代は情熱を注ぐことのできる何かを求めています。地域社会とつながり、その発展に貢献し、経験豊かな人たちとの交流を通じて自分の可能性を広げたいと望んでいます。**それができるのがロータリーです。**

幅広い年代と多業種の会員が所属するロータリーでは、社会的な肩書や職業が何であれ、みんなが仲間となって友情を深め、地域社会のために一緒に活動します。伝統と革新が共生し、信頼と尊重の心で世代をつなぐのがロータリーです。

[2,若い世代を理解する](#)』＜若い世代の職業人とともに＞

クラブの例会やボランティア活動に参加してくれる若い人は多くても、入会にはなかなか至りません。ロータリーで **40歳未満の会員は、全体のわずか5%にすぎません。**

若い職業人をクラブに迎え、末永くロータリーで活躍してもらうには、まず、若い世代を理解することから始めましょう。敬遠・遠慮する必要はありません。大切なものを見つけたい、そのためなら時間を惜しまないという

のは、若い世代も同じです。

Y 世代／ミレニアル世代のうち、慈善活動やボランティア活動に携わる人の割合（77%）

出典：[2017 Deloitte Millennial Survey](#)

Y 世代／ミレニアル世代のうち、会費の負担が理由で会員制団体を去った人の割合（37%）

出典：[Abila Member Engagement Study](#)

「リーダーシップの発揮」が重要だと考える Y 世代／ミレニアル世代の割合（61%）（X 世代は 57%）

出典：[Harvard Business Review](#)

若い職業人の生活ペース

今日の世界では、ニュース、テキストメッセージ、SNS 投稿で新しい情報が次々と舞い込んできます。若い世代にとっては、これが日常となっています。テクノロジーと文化的転換により、若い人は欲しいものをすぐに手に入れ、自分用にカスタマイズする、いわば「自分流」の生活スタイルに従うことに慣れてしています。

しかしその一方で、人とのつながりも求めています。自分より経験のある同業種や異業種の人たちとつながり、新しいことを学びたいと考えています。新しい体験を渴望し、自分の持てる力を生かして社会に役立つチャンスを探しています。

「行動人」のネットワークであるロータリーなら、この期待に応えることができます。

若い世代を駆り立てるもの

世代を問わず、打ち込むことのできる何かを見つけたい、と考えている人は少なくありません。ロータリーは、そんなニーズに応え、世代間の橋渡しをすることができます。地元の若い世代を対象に意見調査を行い、何に関心をもっているのか、何を求めているのかを調べてみましょう。青年会議所や若い人が集まる市民グループとつながりを築き、その声に耳を傾けることが大切です。

X 世代（1965 年頃～1970 年代生まれ）

- 良きリーダーに対して忠誠
- 従来型メディア（テレビなど）を利用するが、ソーシャルメディアの積極的使用も増えている
- 家族との時間を優先（子どもや住宅）
- 仕事と生活のバランスを重視
- 現実主義・実用主義

Y 世代／ミレニアル世代（1980 年代～1990 年代生まれ）

- 商品情報やユーザー評価に敏感
- スマートフォンとインターネットが日常的な環境で育つ
- 「所有」よりも「利用」や「体験」を重視
- 運動、ヘルシーな食事、禁煙など健康を重視
- 楽観主義・理想主義

どうアプローチするか

若い世代の特徴を理解したら、効果的にコミュニケーションを図る方法を考えましょう：

テクノロジーを活用：若い世代にとってテクノロジーは日常的であり、社会とつながるための手段です。

情報の透明性を大切に：若い世代をターゲットとする企業や組織は多い一方で、必ずしも誠実とは限りません。

何度も情報を発信する：若い世代は、情報収集や友だちの近況確認のために絶えず SNS やネットを利用しています。

動画で注目を引く：若い世代は、興味深い動画や面白い動画があればすぐに友だちと共有します。

結果重視の世代：若い世代は、持続可能な方法で地域社会や世界に変化を生み出したいと考えています。

3,[文化](#)若い世代の職業人とともに<クラブに新しい風を>

ロータリアンから見たロータリーと、外部の人から見たロータリーの間にはギャップがあります。残念ながら、ロータリーが排他的な「高齢男性のクラブ」だと思っている人が少なくありません。

若い世代の職業人をより多く迎え入れるには、**まずロータリーのイメージを変えなければなりません。**

ロータリーが今後も重要性をもった団体であり続けるには、現代というコンテキストの中でロータリーを考える必要があります。ロータリーは現代の組織であり、今も社会的変化を生み続けているのです。

クラブの現状を見てみましょう。ロータリーならではの体験をクラブで味わうことができますか？ダイナミックで活気がありますか？会員は満足していますか？不平や不満の声が出ていませんか？仲間に迎え入れたい人はクラブに親近感を抱いていますか。「若い世代が入会しない」「入会してもすぐに退会してしまう」という場合、**現代にそぐわない慣習が原因になっていることも考えられます。**

世代を問わないクラブをつくるには

時代の変化に敏感になることが大切です。運営方法を定期的に見直すことは、どんな組織にとっても重要なことです。もちろん、会員が満足していることや誇りとしていることを無理に廃止する必要はありません。会員の情熱と誇りは、クラブの生命線とも言えます。その一方で、会員が不満に感じていることや、入会者を遠ざけてしまうような慣習がある場合は、新しい方法を取り入れることを検討してみましょう。

クラブで実行できる 10 のアイデア

- 1. 伝統を見直す：**例会での斉唱や唱和、点鐘といった儀礼的慣習が入会候補者の目に奇異に映ったり、関心をそぐ原因となることもあります。多くの会員が不要だと考えているにもかかわらず、単に「伝統だから」という理由で残している慣習がないかどうか検討してみましょう。
- 2. 専門用語を控える：**ロータリーについて話すとき、無意識にロータリー用語を多用していませんか？組織構成や例会ばかりではなく、奉仕活動、会員同士の交流、職業人としての成長の機会について、誰にでもわかりやすく説明できるようにしておきましょう。
- 3. 身構えずにソーシャルメディア：**若い世代はソーシャルメディア（SNS）を日常的に利用しています。フェイスブック、ツイッター、インスタグラム、リンクトインなど、クラブの SNS ページをつくり、活動の情報、写真、参加方法など発信すれば、多くの人目のとまる可能性が高まります。
- 4. 会費を下げる：**高額な会費で入会をためらう人もいます。会費（地区賦課金と国際ロータリー人頭分担金を含む）の内訳と使途について透明性を心がけ、会場代、食事代、事務局費などを見直しましょう。高額な食事の代わりに軽食や飲み物だけにしたり、食べ物を持ち寄ったり、地元の店で集まるなど、会費を抑える方法を検討してみましょう。クラブの柔軟な運営については rotary.org/ja/flexibility をご参照ください。
- 5. 出席規定を和らげる：**忙しい現代人にとって、例会への出席規定が負担となることがあります。メイクアップを義務づける代わりに、オンラインでの例会参加や奉仕活動への参加を認めるなどして、負担を和らげることができます。柔軟な例会運営については rotary.org/ja/flexibility をご参照ください。
- 6. 個人的なかかわりを大切に：**結婚、出産、誕生日、昇進、表彰など、家族や個人的なできごとを会員全員で祝いましょう。例会や行事に家族も参加できるようにしたり、例会中に託児サービスを提供すれば、家族との時間を犠牲にせずに参加できるでしょう。
- 7. “メンター制度”を導入：**それぞれの若い職業人に対し、職業、趣味、特技などを同じくする現会員を割り当て、アドバイスや相談を行う“メンター制度は、新会員がいち早くクラブに馴染むだけでなく、世代間で交流し、学びあう方法として効果的です。
- 8. マンネリ化させない：**例会の方法と頻度はクラブが柔軟に決めることができます。毎週同じ例会の繰り返しではなく、趣向を凝らしてバラエティ豊かな体験を提供しましょう。例会の場所を変えたり、会員の要望に基づいてテーマを決めるなどして、出席したいと思われる例会を計画しましょう。
- 9. スマートフォンでつながる：**電話や E メールではなく、テキストメッセージを頻繁に利用する若い世代が増えています。連絡手段のひとつとしてテキストメッセージを活用しましょう。

10. **パンフレットだけでは不十分**：クラブの紹介用には、パンフレットや印刷資料に加え、無料または少ないコストで利用できる SNS やウェブサイトなどのデジタルコミュニケーションが効果的です。

4. つながりを築く若い世代の職業人とともに

入会した人に「当団体ではこんなことができます」とリストを提示するのは、どの団体でもよくあることです。しかし、「あなたは何がしたいですか」と入会者に尋ねる団体はめったにありません。

しかし、**新会員が入会することの一番のメリットは、それまでにはなかったアイデアや考え方がクラブにもたらされることです。**

多世代の会員がアイデアを持ち寄って地域社会の課題を解決するのがロータリークラブの強み。会員基盤のダイバーシティ（多様性）が重要なのは、このためです。

地域社会とのパートナーシップ

クラブの会員は何に関心を抱いていますか？ ロータリアン行動グループは、会員が自分の職業や関心に応じて参加できる、奉仕志向のグループです。同じ専門分野のロータリアンたちとともに、自分の経験とスキルを生かして地域社会や世界に貢献することができます。

ロータリー地域社会共同隊 (RCC) を結成すれば、ロータリアンではない地元市民とともに地域の課題と解決策を考え、地域に密着した活動に取り組むことができます。

地元メディア（テレビ、ラジオ、ネット、印刷媒体など）は、報道できる情報やストーリーを常に探しています。クラブの活動やイベントの情報をメディアに伝えましょう。課題の取り組み、市民との協力、ユニークな奉仕活動など、メディアは社会的・人間的なストーリーを求めています。ブランドリソースセンターと「広報」のページをご参照ください。

ソーシャルメディアの活用

ソーシャルメディアが仕事の一部となっている今の時代、ウェブサイトだけでは十分ではありません。ネット上のクラブの「顔」となるソーシャルメディアは、入会候補者や市民社会のリーダーとつながるための重要な手段です。

ソーシャルメディアを始めるための3つのステップ

1. **ターゲットとする相手を理解する**：誰に情報やメッセージを届けたいのか、相手の関心を引くコンテンツは何かを考えましょう。奉仕活動の写真やイベントの告知など、ソーシャルメディアをフル活用してください。グループやチャットで会員同士の連絡を行ったり、例会プログラムや卓話講師の告知に利用することもできます。
2. **必要な労力を理解する**：始める前に、誰がソーシャルメディアを担当するか、運営にどのくらいの時間がかかるのかを検討しましょう。
3. **まずは1つのプラットフォームで**：フェイスブック、ツイッター、LINE など、各ソーシャルメディアの特徴を調べ、最初はクラブに最もあったもの一つ選びましょう。ツールが多すぎて投稿や更新が滞ってしまうよりは、一つに絞って頻繁に投稿したほうが効果的です。

ソーシャルメディアのリソース

- ソーシャルメディアを活用しよう

ソーシャルメディアを最大活用したクラブの事例をご覧ください、

- フェイスブックでの存在感を高める

ソーシャルネットワークのロータリアン行動グループ委員長、メリッサ・ワードさんがクラブのフェイスブック

[で存在感を高める 7つのステップ](#)を紹介してくれました。

ロータリーのソーシャルメディア

国際ロータリーの[ソーシャルメディア](#)をフォローし、投稿をシェアしたり、情報入手にご利用ください。クラブのソーシャルメディア投稿のアイデアやインスピレーションを得ることもできます。

顔を合わせた交流：ネットワークの元祖

1905年の創設以来、世界中で交流の輪を広げてきたロータリーは、いわば「ネットワークの元祖」とも言えます。もちろん、インターネットを欠かすことはできませんが、直接会うことで、クラブでの体験を詳しく語ったり、活動の様子を直に見てもらうことができます。友人や同僚を例会や行事、交流会に招いたり、ほかの会員に紹介するなどして、クラブの楽しさを肌で感じてもらいましょう。

イベント・催しを計画しよう

イベントや催しは、地元で活躍する人との関係を築き、ロータリーとクラブの活動への理解を深めるチャンスです。ロータリーをより深く知ってもらうことで、活動への参加や入会に関心をもつ人が増えるでしょう。

イベントのアイデア

- 月1回のオープンハウス、奉仕活動、交流会など、市民も参加できるイベントを企画する。参加費は無料または極力少なくし、市民とロータリアンが自由に話し合える機会をつくるのが肝心です。
- 商工会議所、青年会議所、事業者団体、地元 NPO/NGO との組んで、地域社会のニーズに取り組む奉仕活動を実施する（ホームレス支援、子ども支援など）。
- 若い社会人が地元の事業者や市民リーダーと交流できるネットワーク行事や夕食会を主催する。

行事計画の参考用に、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「[イベント計画ガイド](#)」をご利用ください。行事計画のチェックリストや参考資料が紹介されています。

奉仕を通じてつながる

今のリーダーに求められるのは、発想力と大胆さ。米国では、数名のロータリアンがミニバンで米西海岸の都市を回り、訪れる先々で奉仕プロジェクトを実施しました。このツアーがきっかけとなって、クラブを超えたロータリアンのネットワークが広がり、地元 NPO との協力も盛んになりました。ロータリーの価値観、活動分野、成果を各地で効果的に紹介できたそうです。[詳しくはこちらの記事（英語）をお読みください](#)。

多世代のつながりを通じて学びあう

若いリーダーを対象としたロータリーのプログラムでは、リーダーシップを発揮できるチャンス、国際交流、スキル研修や職業指導を通じて、若者のエンパワメントを推進しています。ロータリーの理念や活動に触れることのできるこれらのプログラムの恩恵を受けるのは、参加する若者だけではありません。この活動に携わるロータリー会員も、自分のスキルや関心を生かして地元の若い世代とつながり、新しい文化や考え方を学ぶことができるでしょう。

いつの日かクラブに入会してもらうために、青少年支援を通じて未来のロータリアンをどのように育て、関係を維持していくことができるでしょうか。

- [ローターアクト](#)で若い社会人の参加を推進する。就職指導や職業研修、ローターアクトとロータリークラブの二重会員の奨励、地域社会を基盤としたローターアクトクラブの結成、ローターアクトクラブとの合同奉仕活動など、ローターアクトとのつながりを通じて多世代のネットワークを広げることができます。
- 地元高校の関係者、保護者、教師、市民社会のリーダーと対話し、中学・高校生のための奉仕の機会を紹介しましょう。[インターアクト](#)では、ボランティア活動でリーダーシップを発揮することができます。

ローターアクターやインターアクターとの連絡・交流をかかさないと重要です。関心をもったことに積極的

に取り組んでもらい、リーダーシップを発揮する機会を設けましょう。

5, [参加促進](#)若い世代の職業人とともに

若い世代の特徴を理解し、地域社会の若いリーダーを見つけ、その特徴がわかったら、次に大切なのはロータリーへの関心を持ち続けてもらうこと。

そのためには、ロータリーが若い世代にとって興味深い存在であり続けることが重要です。

入会候補者の参加を促すには

サンフランシスコ・イブニング・ロータリークラブは、「会員パスポートプログラム」を考案し、入会候補者に対するユニークなアプローチを採用しています。[詳しくはこちらをご覧ください](#)。

- クラブについて一方的に伝えるのではなく、入会候補者の関心事や入会理由を尋ねてみましょう。新会員は新しいアイデアや才能をクラブにもたしてくれます。
- 個人的なつながりを大切にしましょう。漠然と「ロータリーはいいですよ」「入会してください」と言うのではなく、「ロータリーでは……のような体験ができます」と相手の関心に合わせて具体的に提示しましょう。
- クラブによって文化や活動が異なります。このため、入会に関心がある人がいたら急がずに、ロータリーで何がしたいのかを尋ね、それを実現するのに適したクラブを紹介すれば、会員としてとどまり続ける可能性が高まります。「[ロータリーでの体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。

ロータリーとは何か、紹介できますか？

友人、家族、同僚など、将来ロータリアンとなる可能性のある人はどこにでもいます。即座の入会が無理でも、ロータリーについて伝えておくことで、いつの日か入会に関心を持ってもらえるかもしれません。大切なのは、クラブの全会員が「ロータリーとは何か」を効果的に紹介できるようにしておくことです。

次の例会で、入会候補者にクラブの魅力を効果的に紹介する方法を、全会員で考えてみましょう。

新会員の参加を促すには

本やネットでは学べないことを、人とのつながりの中で学ぶことができますでしょう。

コロンバス・ロータリークラブ（米国）は、「メンター制度」を導入することで将来のリーダーを育成しています。[詳しくはこちらをご覧ください](#)。

- 奉仕活動、委員会会合、行事等に新会員を招き、関心のある活動に参加してもらいましょう。ベテラン会員と新会員がペアになって一緒にロータリーのことを学べば、新会員は多くのアドバイスを受けながら、早くクラブに溶け込むことができます。
- 新会員オリエンテーションは、新会員の積極性を引き出す大切な機会です。積極的な参加を促し、退会を防ぐために、オリエンテーションを入念に計画しましょう。「[新会員オリエンテーション：ロータリーで第一歩を踏み出してもらうために](#)」をご参照ください。
- 会員からの提案やアイデアを奨励しましょう。どんなアイデアも尊重し、検討することが大切です。

新会員を役員に抜擢したり、奉仕活動の計画を任せるなどして、積極性や発想力を引き出すことも大切です。必要ときには、そっと支えてあげましょう。

現会員とクラブリーダーの参加を促すには

- 「[クラブの健康チェック](#)」（PDF）を使って、クラブが直面している課題を明らかにし、その対応策を

探りましょう。

- 「クラブに新しい風を入れたい」とお感じの場合は、「[会員増強のための評価ツール](#)」をダウンロードしてご利用ください。
- 会員の声に耳を傾けましょう。新会員であれ、ベテラン会員であれ、会員との信頼関係と尊重の文化がクラブ発展のカギとなります。[会員満足度調査](#) (PDF) の実施もご検討ください。
- イベント、講演会、奉仕活動を企画して、クラブの活動を地域社会の人びとに知ってもらいましょう。「[プロジェクトを立ち上げる](#)」のページをご参照ください。
- 会員の才能と個性を生かした活動を実施しましょう。「[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](#)」をご参照ください。

会員はどう思っている？

クラブの活動や慣習について会員の本音や気持ちを知る方法として、「やめる／始める／続ける」の分類法があります。一枚の用紙に「やめる」「始める」「続ける」と書き入れ、それぞれの下に余白を入れ、記入できるようします。これを会員に回し、方針・慣習・活動、運営方法などについて、各自が「やめるべき」「始めるべき」「続けるべき」だと考えるものを書き入れていくものです。ぜひクラブで試してみましょう。

戦略計画を立てているクラブの会員は、立てていないクラブの会員よりも、クラブに満足し、積極的に参加する傾向があることが分かっています。また、会員維持率も高くなっています。「[戦略計画立案ガイド](#)」と「[会員増強ガイド：地域にあった計画を立てよう](#)」をご参照ください。

6, [ロータリーの価値の提供](#)＜若い世代の職業人とともに＞

調査によると、**退会は入会后 2 年間で起きる頻度が高い**ことが分かっています。このため、早い時期に新会員の参加を促すことが極めて重要となります。クラブが新しい体験を提供してはじめて、ロータリアンであることの価値を実感してもらうことができるでしょう。

数多くの NPO や NGO がある中で、ロータリー独自の価値とはどのようなもののでしょうか。

ロータリーの特質は、事業や市民社会のリーダーが協力して草の根の活動を行っていることです。多世代の会員が交流を通じて学び、人として、また職業人として成長できるのがロータリーの魅力と言えます。

ロータリーは、世界 200 の国と地域で、市民の力をつなげ、グローバルなネットワークを形成しています。一人ではできないことも、ロータリーでは可能になります。一人の発想が大きな活動に発展し、出会いから大きな機会が生まれるのがロータリーです。

会員がロータリーでの体験を友人や知り合いに伝えれば、波及効果となってロータリーに対する公共の認識も変わっていくでしょう。

- 「ロータリーの醍醐味は人とのつながり、つまりネットワークづくりです。若い人にはこれが入会の動機となります。ロータリーなら、地元企業の社長と同じテーブルに座り、歓談できることもしばしば。地域社会を支えているグループの一員になれるのが魅力です」
- キャシー・フェイ (アイオワ・グレートレイクス・ロータリークラブ)
- 「世界中どこへ行ってもロータリアンがいる。ロータリーバッジをつけているだけで会話が始められ、そして友達になれる。地元でのつながり、世界的なつながり、ローカルとグローバルその両方で信頼できる友情を育めます。ロータリアンになる一番の魅力は、世界中のお友達候補と出会える権利が得られることだと思います- 赤山 聖子 (2720 Japan O.K. ロータリーEクラブ)
- 「これほど多世代、多業種の会員がいるグループや団体はめずらしいと思います。ロータリーは非常にユニークです。世代間交流の機会、地域社会を動かしている人たちと親密に交わる機会は、ロータリーにしかありません」 コナー・ギー (シカゴ・ロータリークラブ)

クラブの体験：チェックリスト

クラブで得られる体験が、会員にとってのロータリーの価値となります。職業人としての成長、地域社会への貢献、生きがいの発見など、会員が望む体験をクラブで味わうことができるでしょうか。クラブでの活動に時間を捧げる価値があると、会員は感じているでしょうか。以下の問いについて考えてみましょう。

地域社会への影響

地域社会のために活動できる機会はありますか。海外で奉仕活動を行う機会はありますか。

【参考】

- [奉仕プロジェクトの計画と実施のヒント](#)
- [ロータリアン行動グループ](#)：自分やクラブの関心分野にかかわるロータリアン行動グループに連絡し、グループに参加したり、クラブが計画中の活動について助言してもらうことができます。

職業人としての成長

卓話の講師として地元の事業者や市民社会のリーダーを招いたり、会員が自分の仕事を紹介するなど、職業人として学び、ネットワークを広げる機会がありますか。メンター制度、リーダー育成、スキル研修も取り入れていますか。

【参考】

- ロータリーや地域社会に参加するためのアイデアを紹介した「[奉仕と友情の輪を広げよう](#)」をご利用ください。会員への配布用にも最適です。
- 会員、地元市民、ビジネスリーダーを対象としたスキル開発やリーダーシップ研修を行い、「学び」の場としてクラブで人びとをつなぐことができるでしょう。「[実践リーダーシップ](#)」をご参照ください。
- 職業の経験やスキルを生かして地域社会のニーズに応える活動を立案しましょう。「[職業奉仕入門](#)」をご参照ください。

つながりを築く

新しい仲間を迎え入れ、世代を超えた交流をしていますか。会員の関心に応じて、クラブで、またクラブを超えたネットワークを築く機会を設けていますか。

【参考】

- 異なる国や文化の会員が結びつくことのできる[ロータリー親睦活動グループ](#)にご参加ください。趣味や関心を同じくする世界中の仲間との友情を培うことができます。
- 顧客だけでなく従業員の満足度を重視する企業が増えています。会員が満足できるクラブづくりのために、「[会員増強のための評価ツール](#)（PDF）」をご利用ください。

新会員をクラブに迎え入れ、積極性を引き出すために、「[新会員オリエンテーション：クラブ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。