



予想もしない長いコロナ禍で、私達に力をくれたのは若い日本人達でした。すぐ頭に浮かぶのは松山英樹さん、藤井聡太さん、反田恭平さん、そして大谷翔平さん達です。彼らの共通点は、小さい頃に憧れの人っていて、そして具体的な目標があったということです。その具体的な目標に向って時間を積み重ね、誰もが不可能だといった目標を達成しています。

具体的な目標をインプットすると、不思議なことにその方向に思考そして行動が向きます。それをロータリーに当てはめてみると、実現できないとされた“ポリオ根絶”を地道に35年かけ、今まさに達成されようとしています。この様に世界規模で活動していることは、現在も着々と世間に取り上げられてはおりますが、達成した暁には公共イメージとして大いにアピールできると考えます。

その様な中、今年度「ロータリー奉仕デー」のもと、環境問題に取り組み「海岸美化プロジェクト」を第2820地区が発案し、ロータリアンとその家族と共に世界規模で行われ大成功をおさめました。ローターアクター、インターアクター、米山奨学生、そして地域のたくさんの方々に参加して頂き、多くのマスメディアを通じて公共イメージアップに貢献致しました。

コロナ禍も先行きは不透明ですが、2021年11月現在の状況として日本の新規感染者は、世界が奇跡と驚くほど減少しています。その理由はまだ誰もわかっていませんが、日本人の特性の清潔感そして他人を思いやる心が何らかの形で寄与している可能性があると思います。さらにロータリーは素晴らしい資質、キャリアそして人間力を持ち合わせた他に類のない人材の宝庫です。この「海岸美化プロジェクト」が多方面に伸び、又それらが長期にわたる可能性を秘めていると確信しております。

冒頭のもう一つのヒントは、なるべく若い時からロータリーの情報に接してほしいということです。公共イメージにおいて10年、20年の長期目標として、若者にロータリーの真髄を浸透させ、将来ロータリーに参加してもらう具体的なプロジェクトのプランも大切であると考えます。卓話などはロータリー内だけでなく、地域の学校などに出向くことも視野にいれ、又もし地域で若者のインフルエンサー等が存在していたら、ロータリーのアドバイザーになって頂くのも一考であります。そして漫画、アニメなどでロータリアンが如何に心豊かに人生を送れるかなどをわかりやすくアピールしたいものです。

この様に、地域を良くしたいとの熱意を世界に発信してアピールできること程公共のイメージアップに繋がることはありません。これからの活動を応援し、また皆様の御協力を御願い致します。

第1地域 ロータリー公共イメージコーディネーター補佐 保延 輝文(石岡RC)



皆さんのクラブでは、せっかく入ってきた新会員が3年も経たずにクラブを辞めていくケースがありませんか？ しかも、それが頻繁であるとコトは厄介かも知れませんよね。

その原因を探ったことがありますか？

その原因について、私の経験を踏まえて分析し、その障害を取り除き、新会員がクラブが楽しいと思うようになるための方策をお教えしましょう。

### 原因①シニア会員が自ら自覚すべきことを正しく認識していないこと

特に会長を経験したシニア会員は、もうクラブ内の運営については卒業した気分になって協力的ではなくなるのだ。クラブのことより、自分のことが優先するとの考えを持つ人がいる。

「俺はいままでクラブに十分に協力してきた。もういいだろう」という感覚だ。でも、クラブを辞めようとはしない。ロータリアンとしてのステータスは保持したいのだ。特に、各種の寄付金やニコニコボックスへの協力などには極めて消極的で、若手に対する手本になっていない。

また、せっかく入ってきた新会員なのに、シニア会員が上手におもてなしを出来ないことから新会員が居心地の悪さを感じ退会していくという場面が何度となくあった。その理由の一つに、シニア会員が自分たちの仲間とだけ同じテーブルに座り、他の会員を寄せ付けない傾向があることだ。こういったシニア会員たちは言う。

「別に新会員を邪険にしているわけではない。向こうから胸襟を開いてくればいいことだ」例会は週に一回のこと、自分の仲間と一緒にいたい気持ちも分からないわけではないが、緊張している新会員のために、彼らの緊張を緩和してあげる役割も現役会員にはあると思う。新会員にしてみれば、せっかく入ったロータリーだ。出来るだけいろいろな人と仲良くなりたいと考えるのは自然なことだ。それに応えるのは、現役会員たちの責務だ。立派な先輩は、まず自分から新会員に話しかけ、席に案内し、隣りに座って雑談に応じる、という態度を取ってくれる。

私がクラブ会長のとき、日本のロータリークラブの創始クラブである東京ロータリークラブへメークにいったことがある。帝国ホテルの大会場に高崎クラブの会員10人を連れてお邪魔をした。その際に受けた先方の会員たちのフレンドリーでフランクな対応には痺れたものだ。流石は東京ロータリークラブだ、という感想を皆が持った。見渡せば、テレビで見掛ける顔ぶれがたくさんいる。そういった人たちが皆、親切なのだ。ロータリアンの鑑を見た気がした。

### 原因②新会員へのフォローが不足していること

新会員は、近い将来その周辺の友人たちを連れてきてくれるキーマンであり、その反面彼らを失う(クラブを辞める)ことはその周辺の新会員ターゲット層を根こそぎ失うことを意味する。彼らが、クラブに居続けることは有意義だと思える環境を作ることが大切なのだ。それには、彼らの紹介者やクラブのシニア会員、会長や幹事の役員たちのバックアップ(フォロー)が必要だ。また彼らに対し、単にお客様のようなおもてなしをするのではなく、彼らがロータリーを知り、好きになり、楽しむようになる教育を提供することが大切なのだ。それは本来、彼らを迎え入れたクラブが責任を持って取り組むべきことなのだが、それが出来るクラブは少ない。彼らはロータリー知識を得る機会が与えられることなく、ただ例会に出席し、ポツネンと昼メシを食って帰るだけのロータリー活動になってしまう。これでは続くはずがない。

### 解決策①例会場での着席場所を毎回抽選にした

そこで、毎週、例会において同じテーブルに同じ会員、グループが座らない工夫として、私は着席場所を一年間、毎回抽選にした。そうすれば、会員は毎回いろいろな人と交流ができる。なんと楽しいことか、と独りで納得した。ところがそう決めた途端、シニア会員から多くの叱声、罵声が飛んできた。しかもその声は私にではなく、私の女房役の幹事に対して向けられた。でも、幹事はこう言ってひるまなかった。「これは、田中会長が決めたことです。田中さんは他人の言うことは聞かない人です。皆さん、ご存知でしょう？」

その後は、誰からもその件についてのクレームはなかったという。良いと思ったことはやり遂げることが大切だ。

### 解決策②メークを奨励した

私の会長年度では、「KOC (Know Other Clubs) キャンペーン」(他クラブを知ろう)というメーク奨励のイベントを行った。一年を通じ、他クラブへのメーク回数が一番多かった会員を会長が表彰するというものだ。その効用は次のとおり。

- i 他クラブに行って友人に会い、情報交換ができる。
- ii メークを知らない新会員を連れて行き、他クラブの雰囲気を経験させることができる。
- iii 他クラブにおける見習うべき点を知り、自クラブの運営に取り込むことができる。

実際、こういうことがあった。

- i 高崎市外の他クラブにメークに行って、ロータリーに入りたいという高崎の経営者を紹介してもらったケース
- ii 高崎市外の他クラブにメークに行って、高崎への転勤の報告とそのクラブに退会の挨拶をしている人を見かけ、クラブに誘ったケース
- iii 他クラブにメークに行って、その場で同業者から仕事が回ってきたケース
- iv 他クラブにメークに行って、合同の社会奉仕活動が決まったケース

以上、すべて実話である。つまりは、数多くのメーク経験が多くのチャンスに巡り合わせてくれる、という当然の帰結である。

KOCキャンペーンの一等賞は、なんと一年に32回のメークをした会員だった。

最近、私はKOCキャンペーンに続き、「メーク・ツアー」という他クラブ訪問の企画をしている。一人では訪問出来ないという若手会員数人を引き連れ、私がおその案内役を務めている。これまでに、国内のクラブはもとより海外のクラブにも数回行った。その経験者は延べで150人を超えている。皆、メークのベテランになった。

その他、解決策はたくさんある。皆で考えて、苦勞して、会員増強活動の結果入ってきてくれた新会員を簡単には失わないで欲しい。

以上は、拙著『ロータリークラブに入ろう！』(幻冬舎ルネッサンス新書・2021年6月刊)から抜粋した。詳しくは、拙著を参照してください。

第1地域 ロータリーコーディネーター補佐 田中 久夫(高崎RC)