



2013-14年度六甲部
EMC事業活動履歴

 実り豊かで、楽しくなければワイズじゃない！自分が連れてきてもらったように1人が1人を連れて来よう！ 

六甲部EMC事業主査 小野 勅紘(西宮クラブ)

20130630現在	145名	→	2013年08月31日現在	150名(5名増員)	今後候補数	3名	退会数	0名	今期増員目標	11名	達成率	45%
------------	------	---	---------------	------------	-------	----	-----	----	--------	-----	-----	-----

No	掲載年月日	活動年月日	活動内容	クラブ	入会式立会	会場	備考
		11月～5月	茨木(11)、宝塚(12)、神戸西(1)、さんだ(2) 神戸学園都市(2)、神戸ポート(3)、芦屋(4) (西宮4)、神戸(5)各クラブ訪問予定	六甲部他各クラブ			
		20140215	神戸学園都市クラブ20周年記念例会	神戸学園都市 クラブ			
30							
29							
28		20131020	さんだクラブ20周年記念例会	さんだクラブ			
27		20131015	六甲部会員数の経年変化グラフ	8クラブ・HP			資料庫
26		20131015	9月度EMC集計結果	8クラブ・HP			
25		20131008	神戸クラブ入会式立会	神戸クラブ	3人候補予定	ANAクラウンプラザ 新神戸	
24		20130928	神戸YMCA国際協力ボランティアリーダー会設立 10周年記念研修会(一泊研修)でアピール	神戸YMCA		神戸YMCA他	
23		20130919	神戸学園都市クラブ公式訪問・アンケート実施	神戸学園都市 クラブ・HP		神戸学園都市YMCA	
22		20130915	EMC目標値・実績比較グラフ(8月末現在)	8クラブ・HP			資料庫
21		20130915	中西部部会出席	中西部		茨木市スカイレストラン	
20		20130914	阪和部部会出席	阪和部		紀泉わいわい村	
19	20130915	20130901	勧誘リーフレット・勧誘名刺活用例サンプル公開	8クラブ・HP	奈良ク、京都パ レスク、京都セ ン		資料庫
18	20130915	20130910	8月度EMC集計結果	8クラブ・HP		クラウンホテル神戸	
17	20130915	20130907	六甲部部会出席(神戸ポートクラブ25周年記念例会)	六甲部		神戸クリスタルタワー	138名参加
16	20130915	20130901	京都部部会出席	京都部		ホテルグランピア京都	460名参加
15	20130915	20130827	西宮クラブ新入会会員研修会・懇親会 (3年以内会員も)ロースター、ワイズ読本など	西宮クラブ		山本常雄メン宅(きらら) 15名参加	西宮クラブ EMC委員会

14	20130915	20130821	芦屋クラブ公式訪問・アンケート実施・入会式立会 新入会員事前オリエンテーション開催(11名参加) (芦屋クラブ作成オリジナル資料)	芦屋クラブ・HP	篠坂幸彦メン 坂東幸子ウイメン 畠中光成メン	ホテル竹園芦屋	
13	20130915	20130816	西宮クラブ公式訪問(アンケート回収)	西宮クラブ・HP		西宮YMCA保育園 ホール	
12	20130915	20130814	宝塚クラブ公式訪問・アンケート実施	宝塚クラブ・HP		宝塚ホテル	
11	20130915	20130813	神戸クラブ公式訪問・アンケート実施	神戸クラブ・HP		ANAクラウンプラザ 新神戸	
10	20130915	20130801-06	第25回アジア地域大会参加 AYCに27名参加(西12、東6、フィリピン9)	六甲部6人参加 (西宮1、神戸西1、神 戸ポート1、宝塚3)		フィリピン・マニラ (+セブ島)	総参加数 302名(内 日本116)
9	20130915	20130727	さんだクラブ公式訪問・アンケート実施	さんだクラブ・HP		三田市民センター	
8	20130901	20130901	勧誘リーフレット・勧誘名刺活用例サンプル公開	8クラブ・HP	宝塚、芦屋他		資料庫
7	20130901	20130723	六甲部EMC事業委員会	8クラブ・HP		神戸YMCA	
6	20130901	20130825	7月度EMC集計結果	8クラブ・HP			
5	20130901	20130719	西宮クラブ第一例会にてアンケート実施	西宮クラブ		西宮YMCA保育園ホール	
4	20130901	20130716	神戸西クラブ公式訪問・アンケート実施	神戸西クラブ・HP		神戸YMCA	
3	20130901	20130711	神戸ポートクラブ公式訪問・アンケート実施 ・入会式立会	神戸ポートクラブ ・HP	西澤他喜衛メン	グリーンホテル神戸	
2	20130901	20130701	神戸学園都市クラブ転会報告受理	神戸学園都市 クラブ	田辺征一メン		鹿児島クラブ より転会 為国EMC主 任 吉本芸人
1	20130901	20130713	2013-14年度六甲部EMC事業活動方針 EMC研修会併せて開催	第一回評議会・ HP		神戸大学海事科学部深 江キャンパス梅木ホール	

画像:六甲牧場・神戸学園都市YMCA・神戸港の練習船海洋丸・六甲山高山植物園・百万ドルの夜景・芦屋さくら祭り・甲子園球場・宝塚市民クリスマス
・バレンタインコンサート・六甲部エクステンション

スローガンの説明: **実り豊かで** (自分にとっても地域社会にとっても有益なボランティア活動)、**楽しくなければワイズじゃない!** (根底には皆が力を
結集することで成果を上げることが出来る。それには皆が親睦を図ってよりお互いを理解し合うことが大切) **ワイズじゃない! 1人が1人を連れてくれば**
倍になる。(2010年8月横浜で開催された第69回国際大会での、ダルマス前国際書記長の退任挨拶)

EMCのヒント

2013年9月8日

1. 会員一人一人が**かけがいのない大切な資産**である意識を持ちましょう。**「一人位いなくてもどうってことはない」とは思わせない**ようにしましょう。
2. **メイクアップ**をうまく利用して出席率を高めましょう。会員数が増えない場合は出席率を高めることで、会員増強への道はいずれ開けるものです。
まずは出席率が上がるような例会の工夫をしましょう。ドライバーの輪番制などで役割を分散して出席を恒常化しましょう。役割が固定化してしまって
ドライバーや会長などに任せっきりにならないようにしましょう。誰かがやってくれているから、自分は関係ないと思っている内に、疎遠になっていき
ます。支援出来る場合はお手伝いを申し出ましょう。ただし、お手伝いの可否や内容はお互いに話し合っておきましょう。支援とおせっかいの違いは
お互いが話し合って理解しているかどうかです。
3. メイクアップの可能な例: **自クラブの第二例会・事務例会・役員会などに出席で可能です。(クラブで重要な行事を第二例会とすることは可能**

です)、他のクラブへの例会出席で可能です。区大会(東西)、部会、評議会に出席で可能です。ワイズの例会が、ワイズやYMCAの国際的な行事日程と重なっているような場合可能です。(ロースターに記載) (YMCAの評議会、理事会、常議員会などと例会が重なっているような場合はクラブで判断して下さい)

4. 広義会員制のお勧め: 単身赴任・転勤などの勤務形態の変化や、高齢・病気などで例会への出席が困難な方は、会長から理事に申請することにより「広義会員」とすることが可能です。広義会員制の利用により、クラブの出席率を高めることが可能です。都合の良い時は自由に出席して頂きましょう。広義会員制度利用によって、クラブの出席率を向上させることができます。(広義会員制の有効期間は毎年1年間)
5. 例会に欠席の方へは積極的にメイクアップを勧めましょう。メイクアップ出来る行事への出席をお勧めすることも有効です。欠席された方には安否確認も兼ねてお声掛けする習慣を付けましょう。放置することのないよう会長、ドライバーが中心に行って下さい。欠席した翌月のお声掛けは大切です。ちゃんと自分のことを気に掛けてくれているという認識は大切です。「何で休んだんや!」と言われるよりも「先月はお見掛けしなかったけれど、お元気でしたか?」と言われる方が受ける方は気持ち違うものです。「いやあ、法事があったり風邪も引いてしまってね」となれば「そうでしたか。大変でしたね。どうぞお大事に。」でまた次月に繋がります。人には言いたくない都合もあるのです。

ご挨拶

2013年7月1日(9月9日加筆)

2013 - 14年度六甲部EMC事業主査 小野 勲紘(西宮)

1. はじめに

今期の六甲部EMC事業主査を拝命いたしました西宮クラブの小野勲紘(とくに)です。ワイズメンズクラブ西日本区六甲部の活動の根幹のEMC事業のお役目を担うことになりました。微力ではありますが、今期1年間、皆様とご一緒にEMCのお役目を果たしていきたいと思ひます。皆様のご支援をよろしくお願いいたします。



2. 西日本区と六甲部の現状

さて、西日本区では「西日本区2000小委員会」が結成されて2000名達成を目指しておりますが、1,700名を越えた時期もありましたが、前期2012 - 13年度末における区勢は1,604名と100名の減となっております。六甲部においては5年前から「六甲部200」キャンペーンを掲げてエクステンションを目指す「EPJ」委員会が結成されて活動しております。しかし、新規クラブ設立は中々厳しいものがあり現在は模索中です。まずはエクステンション出来る体力を付ける増員が先決でしょう。

今年度がその「六甲部200」キャンペーンの最終年度の5年目においては200に達するどころか、前期は2012年6月末の前々期末比で150名から-5で逆に145名と減少しております。そこで、今期は原点に立ち返って、この200に対してどのように対策を立案し、それをどのように実施していけば効果的であるかを検討し直して、次年度を開始年度とする「新六甲部200」チーム結成へのスタートの原資にしたいと思っております。

3. 「六甲部200」キャンペーンの見直しと、目標の設定根拠、そしてそれを実現出来る秘密の方法

毎年の傾向を見直してみますと200という目標を掲げてきましたが、毎年一定の増員があるものの、その同数程度の退会すなわち「ドロップ」があるために増減数に変化がなく結局「現状維持」という便利な言葉のもとに増員が叶わないという結果になっていきます。そこで、200に対して現状の145名から増員する場合、その差の200 - 145 = 55名が増員目標ではないということです。毎年「増員数」=「減員数」が増員出来ない理由であるなら、(増員数×2)-減員数=年間の増員数となるのです。実際に数字を当てはめると、(200 - 145)×2 - 55 = 55名増員となるのです。年間目標では増員数11名×2 - 減員数11名 = 年間増員数11名となります。各8クラブに置き換えると、増員2.75名 - 減員1.375名 = 1.375名増員となります。四捨五入すると「増員数3名員数1名」=「年間増員数2名」となります。これを受けて各クラブでは結果となる2名を増員目標とするのではなく、「増員数3名以上」を年間増員目標としていただきたい。何故ならば、毎年の傾向として「ドロップ」は避けられないからです。どうか、この目標を着実に実行していったら、5年後には確実に「六甲部200」を達成いたしましょう。それには、部長、EMC主査、クラブ会長、クラブEMC委員といったスタッフが中心となって活動を展開することは当然ですが、それだけではなく、会員の皆様ご自身、お一人がお一人を連れてくる習慣を培っていただきたいと思ひます。それはごく簡単な方法で実現出来るのです。

毎日大変お忙しくされておられる皆様の日頃のお仕事や生活の中で、ワイズのプライオリティー(優先度)をたった一段アップしていただくだけで実現

出来るのです。この方法は私が実感した方法でもあり、他の活動への成果向上にも大いに有効な方法なのです。ご一緒に達成感を味わいましょう。

4. 2012 - 13年度成瀬直前理事の理想である「顧客満足度(CS)実現」のワイズにおける主題・スロー「CS: Customers Satisfaction 顧客満足(度)

さて、私事です。昨年8月にノルウェーのスタバンゲルで開催された第70回国際大会に参加いたしました。その折、奇しくも2013年2月25日に帰天された故成瀬晃三西日本区直前理事と4日間ルームメイトとして一緒させていただきました。成瀬さんは大学で航空工学を学び、三菱重工業に就職された折、もともとは最近公開された宮崎駿のアニメ映画「風立ちぬ」の舞台でもある航空機のエンジニアとして勤務することを希望されていました。しかし、配属されたのは三菱重工業の自動車部門である三菱自動車。ご存知のように三菱自動車ではリコールの問題で、顧客満足(CS)の分野で立ち遅れを取っていたとのことでした。成瀬さんはそんな三菱自動車の特に海外勤務を中心に、いかに顧客満足度を回復するかに力を入れて、原点に立ち返り活動されてこられたとのことでした。そういったことを何とかワイズにも応用したいということで、2012 - 13年度の理事主題のスローガンとして「満足度」を取り上げておられます。ワイズにおける顧客とは誰のことでしょうか。言うまでもなくワイズメンバーそのものが顧客に当たります。一般企業において顧客ニーズやシーズを理解せずに経営に当たることはあり得ません。それは暴挙というしかありません。今顧客(ワイズメンバー)が何を望んでいるのか(ニーズ)、社会一般や消費者はどのような方向に進もうとしているのか(シーズ、マインド)等を調査して、その対策を立てていくことは、市場発掘やトレンドを敏感に読む上で大切なことです。そこで、入会したワイズズメンが本当に「満足感」を実感できているのかどうか、それがワイズズメン自身がワイズ活動を継続していくかどうかの、バロメーターであると主張されました。十分に満足感を得られていないから、退会していくのだとおっしゃいました。しかし、ワイズにおける満足度は与えられものではなく、ワイズズメン自身が多くの活動や経験を通して自ら獲得し、それを次の活動に生かしていくことが重要であることは、各ワイズズメン自身が充分心得ているはずです。

5. ワイズズメンズクラブにおいて「満足感」を高める方法

まず新会員となった方が、ワイズズメンズクラブという異空間に紛れ込んで(多くの新メンバーはこう感じているのではないのでしょうか。実は私もそうでした。)最初に感じることは、世間一般の会社企業や団体とは組織が全く異なることです。それが何であるか分かりませんでしたが、最近ようやく分かってきました。

それは導入時に聞かされたロースター55ページのワイズの組織そのものです。一般の企業などでは社長から社員までのいわゆるピラミッド型のヒエラルキー(階層)が明確になっていて、多くの場合トップダウン方式で、トップが方針や年度計画を立てたら、階層の上(トップ)から下へ順に降ろしていった(ダウン)上意下達方式で運営する。方針が間違いなく進められているかどうかを検証するのが「報連相」といわれる手法で、問題点を共有をするためのものです。

一方ワイズズメンズクラブは全く異なる組織で、一度理事や主任、会長を経験しても任期が終われば平会員に戻ります。一方、平会員であっても翌年は会長、主任、理事といった役員になることも常です。ワイズズメンズクラブは組織としては珍しい「極めて民主的な組織」なのです。この点をよく理解しないで一般企業の組織運営方式を持ち込むと、軋轢が生じるのです。会長になったから「自分の方針や考え方に従え」ではうまく行きません。時間は掛かって実にはじけたのですが、小さな課題でもとことん話し合い、互いが理解し合い進めなければならない。自分が主張することが理解されないで揉めた経験はありませんか。役員になった方は命令者ではなく、会員のための奉仕者であることはロースターに書いてあっても中々理解されないのです。

ご存知のように最近「2020東京五輪」が実現して、深夜に見事なプレゼンテーションをご覧になった方も多くおられるでしょう。その中でフリーアナウンサーの滝川クリステル氏が日本の素晴らしい伝統的習慣の「おもてなし」を強調して好感を得ていました。ワイズもまさにこの通りでしょう。「おもてなし」でお客様(メンバー)に満足感を得ていただくのです。満足感を得るまでは準備に時間を掛けて、とことん話し合って理解し合うことが必定なのです。一人でも不満足であるなら、そこから亀裂が生じて、その連鎖が大きくなった時に「退会」というきっかけに繋がっていく危険性を孕んでいます。

ワイズに入って間もない頃、西日本区大会の実行委員としてアピールのために西日本区の部会をキャラバンした経験があります。ある部会に参加したときでした。その部会のホストクラブは14、5人のクラブでしたが、部長自身が経営するホテルでの部会で、そのホテルの「売り」は従業員が総動員で繰り広げる「手品」で、部会は大いに盛り上がりました。ところが、部会が終わってから、そのクラブは一人、また一人と退会者が相次ぎ、とうとう2人になってしまいました。結局そのまま数年が経過しましたがついにクラブは解散してしまいました。漏れ聞こえてくるところによると、当時そのホテルの経営者であった部長がワンマンで、充分メンバーの意見を聞いていなかったようでした。ワイズではメンバーが企業人である以上、打算もあるのは仕方ありませんが、その根底は「極めて民主的」な運営方法が必要なのです。ご存知のようにワイズでは、高齢なベテランメンバーでも、最近ユースリーダーからメンバーとして入会した新人でも、平等に「○○ワイズ」、「□□メン」と呼び合うのはその証左です。

そのために、ワイズは小さな議会(国会)でもあるでしょう。議案の提案者はその提案理由を明確に説明し、それに賛同した議案がワイズの活動として運

営されます。採決までは充分な議論を展開し、一旦採決されたら総力で実行していく。もし間違いや修正事項があれば常に検証していく。そこにはトップダウンもボトムアップもありません。全員が満足いくような議論をして、理解した上で進めていく、これこそワイズの素晴らしいところでしょう。全員が「一平会員」として良い方向に進めるために議論して理解し合うこと。これ以外に満足感を高める方法はありません。

役員はあくまでも奉仕者なのです。従って会長やドライバーは例会や行事の度に、メンバーに対して「満足感」が満たされたかどうかを常に検証しなければなりません。その繰り返しによりワイズの輪が拡大していきます。自分が得た満足感を仲間にも経験してもらいたいから勧誘出来るのです。自分が満足出来ないものを仲間に勧めるわけがありません。そのためには、全員が会長やドライバーを経験することにより、ある時は奉仕者になり、またある時はその顧客(メンバー)になります。奉仕者は顧客であるワイズメンに満足感を与え、顧客であるワイズメンは、次の順番には奉仕者になるために、例会等の満足感を高めるための準備をしていただきたい。高齢者にはこの準備活動は結構労力が必要です。しかし、それに対する挑戦が若さを保つ秘訣でもあるでしょう。

6. 満足感を検証するための意識アンケート(ニーズ・シーズ調査)の実施

このように、ワイズメンクラブでは多くの年代や違った分野のメンバーが混在で一緒に活動しています。満足感も個々に違うはずですが、それさえ十分に満足感を得られないままドロップしてしまい、早々に退会してしまうために増加しないという厳しい現実もあります。栗本薫氏の小説「シンデレラシンドローム」に見られるような「深夜12時にはガラスのハイヒールに見合う王子様が現れて、シンデレラに幸せを与えてくれるはず」という期待感と似ています。私自身の経験にもありますが、入会間もない1～3年目位はそういった不安感で一杯なのではないでしょうか。メンバーの話す用語が判らない、自分のワイズでの位置がない、例会がつまらない、これで本当にいいのだろうかといった焦りはないだろうか。そういった不安感の入会間もない内は誰でも経験することですが、あくまでも個人的な想像の域ですが、そういった導入時期のフォローやケアがドロップを防止する道であることは自明の理でもあると思われるのです。何でもない日頃の声掛けやお誘いが重要であることは言うまでもありません。解決出来なくとも話を聞いてもらうだけでもすっきりすることもあるでしょう。問題点を吐露してくれる方はむしろ親切な方なのです。「去る者は追わず」と言わず追っていただきたいのです。CSにおいてはそこに真の姿があり、むしろそれこそが宝の山なのです。口うるさい顧客こそが本当のファンなのです。阪神タイガースファンなら心底理解出来るはずです。(因みに私はGファンです)

ワイズメンご自身の意識はどうか、そういった不安感はないだろうか、真の姿はどうか、今迄正確に調査した実績はありません。実際にはどうかを検証して、その対策を講じていかねば成果は期待出来ません。そこでその傾向を調査するための「アンケート」を実施して効果的な対策を立案したいと思います。1年間を通して意識アンケートを実施していきたいと思いますので、皆様にはどうかご協力をお願いいたします。それが故成瀬直前理事が私に託された遺言であると受け止めて、奮励努力する所存です。皆様のご協力をお願いいたします。

Y'sly for Y'sdom