



「誘ってみよう！」

勧誘の文化を培う

クラブのための新会員勧誘ガイド



Lions International



はじめに

本ガイドの目的は、クラブに勧誘の文化を培うことです。新会員を加えることがクラブの成功にとって不可欠であることをクラブの全会員が認識しているような勧誘の文化を培うことは、クラブが新会員を勧誘するために役立つでしょう。会員が増えることで、ライオンズはその使命である奉仕を行うことができます。より多くの会員がいるということは、地域社会を改善するためにより多くのことができるということです。

強力な勧誘の習慣があるクラブは以下のことをしています。

- クラブの勧誘や会員維持の状況を定期的に見直し改善する。
- 会員の満足度を理解するためのツールを活用し、計画を更新する。
- 全ての会員が勧誘に携わっている。

「誘ってみよう!」ガイドは、最も簡単でありながら最も重要な勧誘方法、つまり声をかけてみるということを再確認させてくれます。本ガイドでは、勧誘活動を計画し、入会を勧める上で成功する方法を提示します。

クラブが新会員を加えクラブを活性化させるために、グローバル・メンバーシップ・アプローチの四つのステップを通してご説明します。

- **チームを作る:** 勧誘活動を支援するリーダーを特定する。
- **ビジョンを構築する:** クラブの将来に向けて明確な目標を決める。
- **計画を策定する:** クラブ拡大のアイデアを行動に移す。
- **成功を収める:** 新会員を歓迎し参加させる。

ステップ 1: チームを作る

クラブを備えさせる

最初のステップは、クラブ会員の拡大に胸躍らせている人々のチームを作ることです。

クラブの勧誘活動を支援してくれるのは？

本ガイドに添えられた「会員増強チーム」用紙を役立てて、クラブの会員増強チームを組織してください。

会員のスキルや関心は千差万別

勧誘のプロセスにおいて何らかの役割を引き受けるようクラブ会員に依頼することで、彼らの長所が活かされるようにしてください。重要な役割としては、以下が挙げられます。



役割	長所と好み
企画する	計画が得意な会員は、どのような手順を踏み何を最初にすべきかを知っています。こうした会員にクラブの勧誘活動を先導してもらうとよいでしょう。
PRする	独創的なアイデアを持った会員は、チラシの作成やプレスリリースの配信、またウェブサイトやソーシャルメディアを更新するのに長けています。
アウトリーチ	ある会員は新しい人に会いクラブについて話すことを楽しいと感じます。地域のソーシャルメディアのグループ、Eメール、地元の行事で新会員候補者と繋がりを持つことで、ライオンズ・インターナショナルの情報を共有してもらいましょう。
歓迎する	親切でフレンドリーな会員は、新会員がクラブで居場所を感じられるようにする上で一役買います。また、このような会員にはメンター・プログラムを担当してもらうと、新会員がすぐに馴染めるようになるでしょう。国際協会では、新会員オリエンテーションと基礎メンター・プログラムに関する研修を提供しています。詳細は lionsclubs.org/ja/MembershipChair をご確認ください。

ステップ2:ビジョンを構築する

クラブのビジョンを掲げる

このステップでは、「[地域社会奉仕ニーズ調査](#)」を実施することでクラブの長所と地域社会のニーズを特定し、クラブのビジョンを作り出します。地元で最も重要な事業や奉仕を選ぶためにも役立ちます。

この過程において地元の組織や地域社会のリーダーと協力することで、クラブは強いパートナーシップを構築し地域でのインパクトを高めることができます。

「地域社会奉仕ニーズ調査」の結果から以下の質問に答えましょう。

1.自分のクラブにどのようなになってほしいか？

- クラブとして重点的に取り組みたいのは何か？
- 来年のクラブのあり方をどのように思い描いているか？5年後は？
- なぜ、クラブには新会員が必要なのか？人々に入会を呼びかける前に、その理由を明確にしておきましょう。「より多くの奉仕をするため」だけでなく、具体的で意義深い答えを出すようにしましょう。例えば：「もし会員が3人多くいれば、ホームレスの人々のために毎月これまでよりも100個多くの昼食を準備することが出来る」などとすると良いでしょう。
- 新会員はクラブにどのようなメリットをもたらすか？新会員は新鮮なエネルギーや新しいアイデアをライオンズクラブにもたらしてくれます。クラブの活動をより活発なものにし、独創的な奉仕事業のアイデアを開発してくれるかもしれません。また、クラブの繋がりを広げ、地域でのパートナーシップや、より多くの人たちとの出会いを可能にしてくれます。
- 誰を勧誘するか？誰にクラブに加わってほしいかを考えましょう。既存会員にクラブへの入会に関心を持ってもらう人を考えてもらいます。

2.クラブに何を達成してほしいか？

- クラブとして、どのような奉仕事業を実施したいか？
- どのぐらいの頻度で？
- どこで？

3.今年度何人の会員を勧誘すべきか？

本書にある「勧誘目標」の用紙を用い、クラブの会員拡大目標を明確にします。クラブの目的を果たすために新会員がどのように協力できるかを考えましょう。

新会員を勧誘する際に、彼らがどのように関わることでクラブが目標を達成できるかを説明してください。そうすることで、期待値を明確に設定することができ、新会員も自分の価値を認められていると感じ満足することができます。

その他のヒントは以下の通りです。

- 過去の勧誘活動からの新会員候補リストを活用する。
- クラブと関心を共有している企業や組織を探す。
- クラブ会員とブレインストーミングを行う。クラブと同じ地域にある企業や組織の名称を全員に三つ書き出してもらいましょう。
 - 例えば、地元の商工会議所、コミュニティセンター、小児病院、フードバンク、民間慈善組織などです。
- 本ガイドの最後にある「新会員勧誘の円盤図」を使ってアイデアに役立ててください。また、「ライオンズ・ネットワークを築く」用紙を使って組織の名称や連絡先の情報を整理しましょう。
- 勧誘したい人やグループのプロフィールを作成する。本ガイドに添えられた例を参照し、空白のテンプレートをを使って始めましょう。

➡特定の企業やグループについて知りたいとき、通常そのウェブサイトを見してみるものです。クラブのサイトから、会員候補は何を知ることができるでしょうか？

- 国際協会ウェブサイトにあるクラブ検索ツールを使って、所属クラブを見つける。クラブのリンクをクリックすると、どのようなサイトになっていますか？
- 閲覧しやすいか？あなたのクラブが十分に説明されているでしょうか？

次のような情報が最新であるようにしてください。

- 例会の詳細
- 行事予定表
- 奉仕事業の説明や写真

有益な情報が掲載されている魅力的なウェブサイトは会員候補に素晴らしい第一印象を残します。

ステップ3:計画を策定する

クラブの会員拡大計画を立てて実施する

クラブの会員拡大計画の策定には、クラブ会員委員長が率先して当たるべきです。目標ごとに行動計画を立てて完了日を設定し、作業を割り当てます。本ガイドに含まれる「クラブ会員拡大計画」用紙と「行動計画」用紙を、行動計画を構築するテンプレートとして役立ててください。

計画が準備できたら、それをクラブの会員と共有してください。クラブの会員拡大チームに作業を割り当て、定期的に確認して援助を申し出、順調に進むようにします。

いつ、どこで勧誘するか？

会員候補と会う最も良い機会を考えましょう。地域社会のニーズや勧誘しようと考えている人たちのスケジュールに合わせるようにしましょう。アイデアをいくつかご紹介します。

- **地域行事:** 地元のフェアやお祭り、農産物の直売市に参加しましょう。このようなイベントでは気を張らない雰囲気の中で人が集まるので、クラブとその活動について話すのに良い場所となります。
- **クラブ懇親会:** 都合の良い日の夜や週末に交流会やオープンハウスを主催しましょう。家族で参加しやすく、様々な人たちを歓迎し惹き付ける集まりにしましょう。
- **奉仕事業:** 奉仕事業に関連づけて勧誘の計画を立てましょう。奉仕事業は既に人の役に立ちたいと思っている人々を惹きつけ、力を合わせて意義深い作業をしながら繋がりを持つことができます。
- **季節に関連したタイミング:** 祝日の後、学校の新年度の始まり、年次の地域行事など、主要な時期に勧誘をしましょう。このような時は目標を設定し関わろうとする意欲を持っている人がよくいます。

これらの会員候補と関係を築くにはどうすればよいのか？

会員候補と関わるということは、真の繋がりを作り、ライオンズクラブの会員であることがどんなに意義深いものであるかを示すということです。ソーシャルメディアや地元の行事、あるいは地域社会奉仕事業など、彼らがいるところで会うことから始めましょう。このような場所は、クラブのインパクトについてのストーリーを共有したりライオンズと奉仕をするとはどのようなものかを体験するように招いたりする素晴らしい機会です。例えば、地域の清掃事業や慈善募金活動に参加するように呼びかけ、会員としての仲間意識や目的を直接体験してもらうこともできます。

また、地元の企業に直接出向いて、事業主や管理者にクラブへの入会や地域社会への奉仕における提携について話すこともできます。興味を持ってもらえたら、従業員を奉仕事業に招くように勧めましょう。そうすることで、より強固な地域の絆を築くことができます。

アプローチを考えるにあたり、「勧誘プロフィール」テンプレートをご確認ください。これらのプロフィールは、様々な個性や背景に応じた活動や役割を提案し、よりカスタマイズされた勧誘体験を作成する上で役立ちます。八つのグローバル重点分野に特化しているライオンズ・インターナショナルの奉仕事業プランナーを使って地元のニーズに対処する行事を作成することもできます。本ガイドにある「勧誘のシナリオ」は、自信をもって会員候補を招き、信頼関係を築き期待を膨らませると同時に、ライオンズがなぜ特別なのかを強調するために役立ちます。



どの資料を使って勧誘するか？

勧誘をするときに、クラブとその活動について提示することのできる資料を持っていることは重要です。人々はクラブについて、そしてクラブがどのように社会に貢献しているのかを知りたいと思っていますことでしょう。必ずクラブのウェブサイトやソーシャルメディアのコンテンツを更新し、最近の写真や奉仕のストーリー、新会員がどのように関わることができるかについての詳細が載っているようにしましょう。

ライオンズ・インターナショナルでは、クラブでカスタマイズできる以下のようなリソースを提供しています。

- **ブランド推進キット**：デザイナーでなくても使えるカスタマイズ可能な宣伝用テンプレートでプロのようなマーケティングを実現しましょう。イベントのチラシ、ポスター、ハガキなどを見つけて、次の奉仕事業や行事、例会に人々を招待しましょう。
- **クラブのパンフレット作成用テンプレートおよび「ライオンであることのメリット」パンフレット**：これらのテンプレートは、クラブ独自の特徴や最近の成果を強調するために役立ちます。クラブ名、連絡先、最近の事業例を記入してください。これらのパンフレットはダウンロードした上でプリントアウトし、行事で配布したり会員候補が家に持ち帰って詳細を知ることができるために渡すことができます。
- **インパクトをアピール**：クラブが地域で成し遂げたことを示すような資料を作るようにしましょう。1ページのファクトシートでもいいですし、最近の事業についての小さなフォトアルバムでも構いません。クラブの歴史、現在の会員、そしてクラブによって生活が改善した人々の例を入れるようにしてください。

勧誘のエレベーター・スピーチはどのように準備するか？

エレベーター・スピーチとは、クラブ入会に関心を持ってもらうために30秒ほどで手短かにストーリーを伝える会話術です。効果的なエレベーター・スピーチのカギは個人的であり共感できるようなものにするということです。事実や統計に集中するよりも、ライオンズであることが人生に良い影響をもたらしたストーリーを共有するようにしましょう。クラブの奉仕が地域社会をどのように改善したか、また奉仕がどのように人々を結び付けたかを説明してください。誠実で偽りのないストーリーによって会員候補は入会する価値を見ることができ、社会を改善することに胸躍らせることでしょう。



会話を価値あるものにする方法をご紹介します。

- **繋がりに始める**：「ライオンズクラブに誘われたことはありますか？」と尋ねましょう。もしなければ、ライオンズがどのように地域社会に貢献しているかを説明し、参加したいか聞いてください。前に勧誘されたことがある場合は、入会しなかった理由を聞き、もう一度考え直してみる気はないか尋ねましょう。もし本人が興味を持っていないければ、関心がありそうな人を知っているか尋ねましょう。
- **質問をする**：ボランティアをする際に何を大切にしているかを聞きましょう。会員候補が地域社会奉仕に対して持っている目標にクラブは合っていますか？
- **話を個人的なものにする**：事業主や地域社会のリーダーに話をするときには、予告なしに突然訪問するのではなく面会の予約を取りましょう。その際に、社会奉仕の機会について話すために数分を割いてほしいと説明しましょう。
- **手がかりを探す**：オフィスにある写真や表彰、装飾品に注目しましょう。これらから、彼らの価値観や関心について知ることができ、繋がりを作るために役立ちます。
- **前向きに、そして簡潔に**：例会やイベントへの招待状など、持参する資料は最小限にしましょう。後でフォローアップできるように、連絡先を聞きましょう。覚えておいてください。あなたは相手が他者の人生を変えられる機会を提供しているのであって、商品売り込みをしているわけではありません。もし本人が関心を示さないなら、他に興味がありそうな人を知っているか尋ねましょう。

フォローアップ

会員候補と連絡を取ったら、次のクラブ行事に招待しましょう。彼らの関心事を尊重し、歓迎されていると感じてもらいたいという思いを示すことができます。個人的に招待をすることで、彼らが参加しクラブについてより良く知ってもらう可能性を高めることができるでしょう。これは、繋がりを築き参加を促す上で不可欠な手順です。



ソーシャルメディアを勧誘戦略に活用する

ソーシャルメディアは、ライオンズクラブが地域住民と繋がりを作り新会員を招き入れるための強力なツールです。既に持っているソーシャルメディアのアカウントを使うことで、クラブはその使命、活動、行事を発信し会員候補を惹き付けることができます。このガイドでは、ソーシャルメディアを使って新会員を勧誘する方法を分かりやすいヒントや例を挙げて説明します。

1. 会員候補者にFacebookページやその他のソーシャルメディアをフォローするようにお願いします。

- **例:** 行事の時に、参加者が自分のソーシャルメディアのアカウントを記入できるような登録用紙を用意する。フォローアップの際に、クラブのページをフォローするように招く。
- **ヒント:** チラシや名刺のQRコードからソーシャルメディアのプロフィールへのリンクへ飛べるようにし、オンラインでのつながりを保ちやすくしましょう。

2. 全てのチラシ、パンフレット、勧誘資料にクラブのソーシャルメディアの情報を載せる。

- **例:** ソーシャルメディアを目立つ形で載せたチラシをデザインする。例えば、「最新情報や行事については、@CityLionsClubをFacebookで、@CityLionsをInstagramでフォローしてください。」などと加える。
- **ヒント:** Eメールの署名やクラブのウェブサイトにソーシャルメディアのアカウントを必ず載せるようにしましょう。

3. 行事の後で会員候補にソーシャルメディアを通じてメッセージを送る。

- **例:** クラブに関心を持った人に出会ったら、そのあとにLinkedInやFacebookで個人的なメッセージを送る。関心を持ってくれたことに感謝を伝え、入会に関する情報を提供する。
- **ヒント:** メッセージを個人に合わせたものにし、その人が自分の価値を認められていると感じられるようにしましょう。会話の具体的な内容に触れ、心から関心を持っていることを示しましょう。

4. クラブの行事や活動をクラブ会員に個人のソーシャルメディアのアカウントでシェアしてもらう。

- **例:** クラブが地域社会奉仕を主催する時に、全会員が「今度の清掃事業が楽しみです! 社会をより良くするため、今週土曜日に参加しましょう。#WeServe」といったメッセージを沿えてソーシャルメディアのイベントページを共有する。
- **ヒント:** 投稿を共有することで、地域社会での認知度が高まります。

5. クラブのソーシャルメディアに絶えず投稿し続け、閲覧者を引き込む。

- **例:** 定期的な更新を確実にするため、コンテンツの予定表を作る。最近の行事の写真や会員に焦点を当てた内容、次の活動を投稿する。
- **ヒント:** Hootsuite (フートスイート) や Buffer (バッファ) などの管理ツールを使って投稿の計画を立てて自動化し、安定してコンテンツが投稿されるようにすると良いでしょう。

6. ストーリーや体験談を共有することで既存会員を取り上げる。

- **例:** 会員の写真と短い経歴に焦点を当てた「メンバーマNDER (今週の会員)」を毎週投稿し、その会員の成果やライオンズクラブに入会した理由を取り上げる。
- **ヒント:** 体験談の動画を使うと個性が加わりストーリーがより魅力的になります。



7.目を引くような画像を使い、次の例会、奉仕事業、社交行事の情報を共有するよう分かりやすい行動の呼びかけを行う。

- **例:**間もなく開催されるチャリティー・ランに活気あふれるチラシをデザインし、あらゆるソーシャルメディアのプラットフォームで共有する。チラシに「楽しい一日を過ごしながら、重要な社会問題に取り組みましょう!今すぐご登録を:[リンク]」というような行動への呼びかけを含める。
- **ヒント:**FacebookやLinkedInでイベントページを作り、詳細を記載して出欠を回答できるようにしましょう。

8.ソーシャルメディア広告を活用してより広く閲覧者に働きかける。

- **例:**ボランティアや地域社会奉仕に関心を示した地域住民を対象としたFacebookの広告キャンペーンを活用する。心を引き付けるような画像を使い、「[都市名]ライオンズクラブに入会して地域社会をより良くしよう! 詳細はこちらをご確認ください:[リンク]」といった明確な呼びかけをする。
- **ヒント:**重要な投稿を後押しして、より多くの人に届くようにし認知度を高めましょう。

9.コメントやメッセージにすぐに返信し、感謝を表すとともに質問に答える。

- **例:**誰かが投稿にコメントをして入会の方法を尋ねてきたら直ちに返事をして入会に関する情報と会員ページのリンクを送る。
- **ヒント:**投票や質問などの双方向的な投稿を作成し、参加を促すとともに意見を収集しましょう。

これらのベストプラクティスに従うことで、ライオンズクラブはソーシャルメディアを効果的に活用して地元の地域社会と関わり新会員を勧誘できるようになります。ソーシャルメディアはクラブの使命、活動、そしてインパクトを紹介できるダイナミックで双方向的な方法であり、地域社会奉仕に情熱を持った人々を惹きつけやすくします。

ソーシャルメディアの効果的な使い方に関するリソース

ソーシャルメディアによる勧誘戦略を最大限に活用したいなら、以下のリソースを強く推奨します。

- **ライオンズクラブのためのソーシャルメディア:**このページはライオンズクラブに対応したソーシャルメディアにおけるベストプラクティス、ツール、ヒントをまとめています。

クラブの会員拡大計画を見直す

計画が順調に進んでいるか、定期的に目標やスケジュールを見直しましょう。必要に応じてスケジュールや目標を調整するようにしてください。



ステップ4：成功を収める

新会員の入会を祝い歓迎する

新会員の入会を祝い、歓迎する時が来ました！

新会員入会式を実施する

入会式は、ライオンとしての正式な始まりを象徴するものです。新会員が帰属意識を感じ長期にわたってクラブに留まりたいと思えるようなものにすることが重要です。新会員入会式ガイドを活用して意義深い行事を計画しましょう。各新会員用にライオンズShopから無料の新会員キットを取り寄せることを忘れないでください。

新会員オリエンテーションを提供する

新会員が歓迎されていると感じ、他のライオンズとの関係を構築することができるように援助することは、新会員が成功しクラブに関わるためのカギとなります。必ずオリエンテーションとメンタリングを提供してください。

オリエンテーション：オリエンテーションは新会員にとって最も重要なステップの一つです。クラブの運営やクラブ内の役職について、そしてライオンズクラブが地元でまた国際的にどのように運営されているかを理解するのに役立ちます。これらの基礎を理解した新会員は安心して早くクラブに関わる傾向があり、長年にわたりクラブに留まる可能性が高くなります。新会員オリエンテーション・ガイドを使って、入会から最初の3カ月以内にオリエンテーションを実施しましょう。

メンタリング：ライオンズ・メンター・プログラムは会員がスキルを高め、地域社会により良く奉仕をし、ライオンズ・インターナショナルにおける指導的役割に向けて取り組むうえで役立ちます。また、このプログラムは会員が個人的・職業的に成長する絶好の方法です。オリエンテーションの3カ月間と同時に基礎メンター・プログラムのレベル1を完了させるべきです。このプログラムは新会員オリエンテーション・ガイドの目標や活動と密接に関連しています。

次のステップは何でしょうか？新会員を参加させましょう！

スポンサーは新会員がクラブ例会や奉仕事業に必ず出席してクラブに溶け込めるようにするべきです。新会員が自分は歓迎され、参加していると感じるなら、長くクラブに留まることになるでしょう。

勧誘戦略を評価する

年度末には、クラブの勧誘戦略と行動計画を主要なツールを使って評価します。「期待を超える」アンケートで会員の意見を集めたり小さな問題に早期に対処することから始めましょう。「地域社会奉仕ニーズ調査」を実施して、満たされていないニーズを特定し、インパクトの大きい事業を計画し、新会員を呼び込みましょう。最後に、「クラブ活性化計画(CQI)」ワークショップに参加して、取り組みをグローバル・メンバーシップ・アプローチに合ったものにし、新会員を勧誘するとともに既存会員に新たな活力を吹き込みましょう。これらのステップにより、クラブは成長し地域社会により良く奉仕をすることができます。



会員増強チーム

このチームはクラブの勧誘活動を主導し、メンバーはそれぞれに才能を発揮して取り組みの効果を最大限に高めることを目指します。このチームの主な四つの役割は以下の通りです。

企画: 勧誘プログラムを企画し、活動を計画し、作業に優先順位をつける。

氏名: _____ 電話: _____

Eメール: _____

氏名: _____ 電話: _____

Eメール: _____

PR: パンフレット、勧誘資料、プレスリリースを作成し、写真を管理し、クラブのインターネット上のコンテンツを更新する。

氏名: _____ 電話: _____

Eメール: _____

氏名: _____ 電話: _____

Eメール: _____

勧誘: クラブについて、会員候補、地域の人々、家族に説明する。会員候補を勧誘し、説明会の後で連絡する。

氏名: _____ 電話: _____

Eメール: _____

氏名: _____ 電話: _____

Eメール: _____

歓迎: 新会員入会式を実施し、新会員のスポンサーと連携して新会員オリエンテーションと基礎メンター・プログラムを手配する。

氏名: _____ 電話: _____

Eメール: _____

氏名: _____ 電話: _____

Eメール: _____

勧誘目標

クラブ名：

日付：

新会員の勧誘に備えて、私たちは：

新会員がなぜ必要なのでしょう？

（例：会員が5人増えれば、毎月これまでよりも100人多くの子どもたちに視力検査を提供できる。）

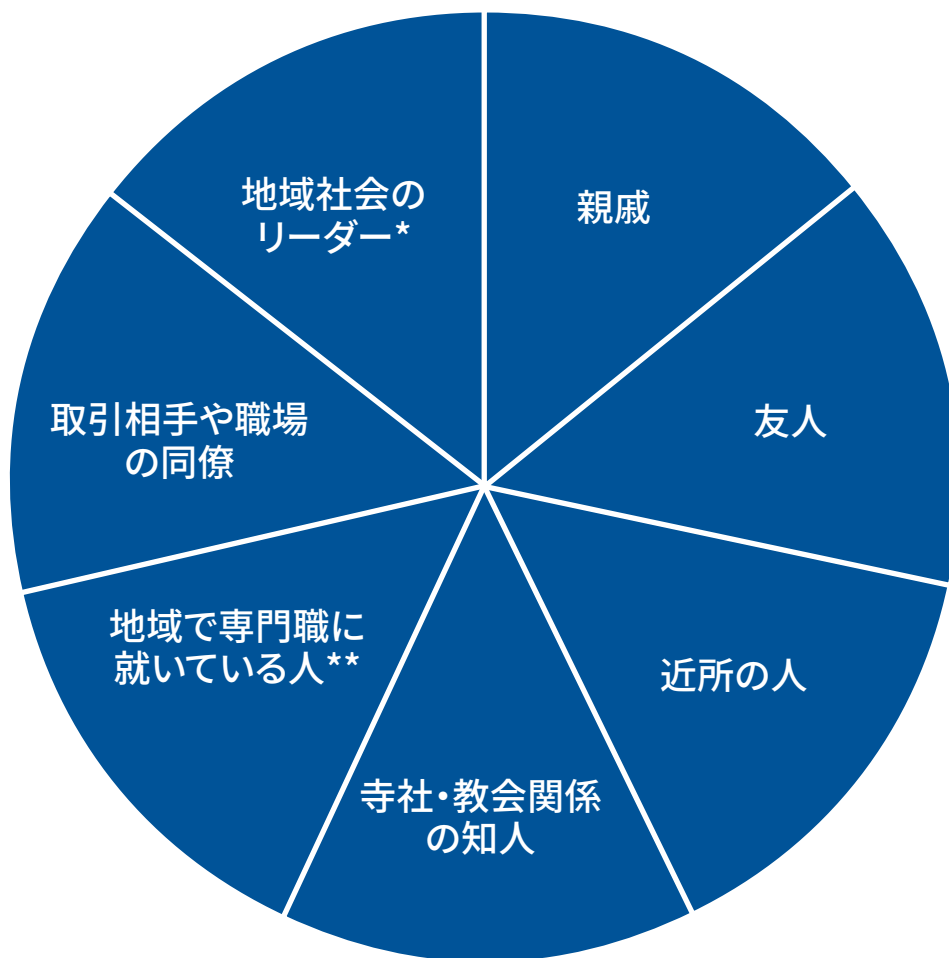
クラブが必要としている新会員はどのような人ですか？それはなぜですか？

（例：現在の会員の年齢よりも10歳若い会員を招請することで、クラブを若返らせ、長く存続できるようにしたい。）

新会員勧誘の円盤図

新会員勧誘の円盤図は、クラブに招請できそうな人々をリスト化する効果的な手段です。例会でこのページを配布します。この図の各分野について、経験豊富なライオンが次のように尋ねます。「ここに該当する人は誰ですか？」

例：「地域を改善するために貢献したいと思っている親戚の人はいませんか？」など。会員に少し時間を与えて該当者を考えてもらい、「ライオンズ・ネットワークを築く」用紙にできる限り詳しく記入するよう求めてください。

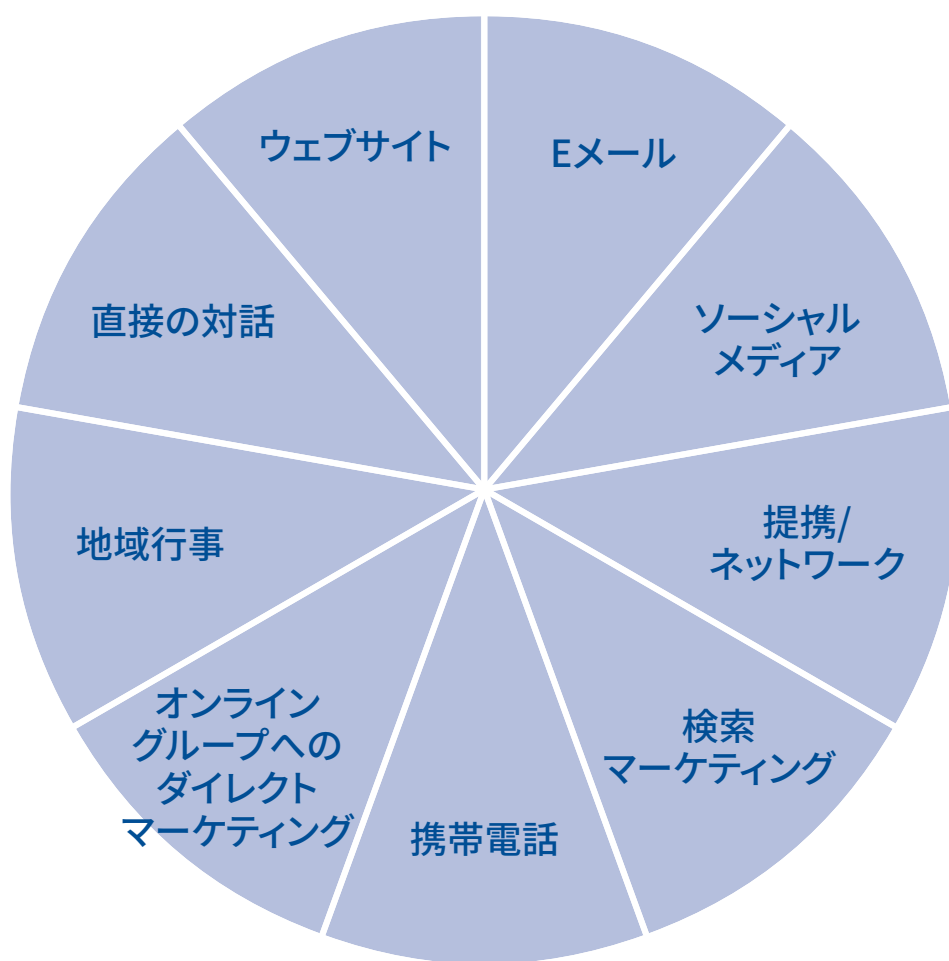


* 知事や市長、議員、学校長、警察署長、消防署長、病院管理責任者などが含まれますが、これらに限定されません。

** 医師、会計士、歯科医、弁護士、銀行員などが含まれますが、これらに限定されません。

コミュニケーションの円盤図

「コミュニケーションの円盤図」は、会員候補を特定・リスト化して関係を築くもう一つの手段です。入会を呼びかけ、クラブの活動をPRするために役立ててください。このページを例会で配布し、輪の中のカテゴリーごとに、会員候補と関係を築く戦略について検討していきます。PRまたは勧誘を担当するメンバーの誰かに、クラブ会員に意見を求めながら、作業に当たってもらうとよいでしょう。



ライオンズ・ネットワークを築く

ライオンとして貢献することは、名誉なことです。ですから、私たちの理念に献身する為に人々を招請するのです。

調査によると、会員の40%以上は、友人がライオンだった、という理由で入会しています。ライオンズクラブへの入会に関心のある人を知りませんか？今は思い当たらなくても、友人、家族、職場の同僚などが関心を持っているかもしれません。

氏名：	自分との関係：	
住所：		
氏名：	都道府県：	郵便番号：
電話：	Eメール：	

氏名：	自分との関係：	
住所：		
氏名：	都道府県：	郵便番号：
電話：	Eメール：	

氏名：	自分との関係：	
住所：		
氏名：	都道府県：	郵便番号：
電話：	Eメール：	

氏名：	自分との関係：	
住所：		
氏名：	都道府県：	郵便番号：
電話：	Eメール：	

氏名：	自分との関係：	
住所：		
氏名：	都道府県：	郵便番号：
電話：	Eメール：	

氏名：	自分との関係：	
住所：		
氏名：	都道府県：	郵便番号：
電話：	Eメール：	

氏名：	自分との関係：	
住所：		
氏名：	都道府県：	郵便番号：
電話：	Eメール：	



クラブ会員拡大計画

誰を勧誘するか？（クラブの会員候補をリスト化）

いつ、どこで勧誘するか？（会員候補を勧誘する効果的な日時と場所を特定）

完了日：

どの資料を使って勧誘するか？（印刷版か電子版かを考慮）

完了日：

クラブの説明会への参加をどのように促すか？

完了日：

説明会の後でどのように連絡するか？

完了日：

行動計画

うまく立てられた目標は、具体的、測定可能、実行可能、現実的で、期限が設けられています。練り上げた目標ごとに、下のテンプレートを埋めてください。目標の進捗度を評価する方法を、必ず含めるようにしてください。目標を評価した結果、その目標または行動手順に変更の必要が生じた場合には、それらを修正点の欄に記入します。

焦点分野				
☐ 奉仕事業 ☐ 指導力育成 ☐ 独自のカスタム目標 ☐ 会員拡大 ☐ LCIF				
目標文				
行動手順	責任者	必要となるもの(チームメンバー、テクノロジー、資金など)	開始日	完了期限
進捗評価			修正点	

「勧誘プロフィール」ワークシート

クラブに会員候補を呼び込めるよう、以下の情報を明確にして勧誘プロフィールを作成し、地域社会の特定の層に働きかけて関係を築くために役立てましょう。

対象者層：

分野：

勧誘の対象にすべき理由：	
地域社会にもたらされるメリット：	
12カ月間の取り組み：	
今すぐ取りかかること：	



医療従事者を勧誘して参加してもらう方法

医療従事者をクラブに参加させることのメリット

- 医療従事者はクラブに新しいレベルの専門知識をもたらす
 - 公衆衛生問題への新しい治療法やアプローチに関する知見が得られる
 - クラブの保健関連奉仕事業の全体的な効果が高まる
-

地域社会は自分たちで作り上げるものだから

- 専門家の経験に基づく医学的助言を提供する
 - クラブと地域社会の全体的な健康を改善する
 - リスクの高い地域住民に検査や情報を提供する
-

12カ月間の取り組み

- 地域社会で視力検査や糖尿病検査と関連プログラムを実施する
 - 糖尿病予備軍を対象とした健康フェアを企画する
 - 高齢者施設、学校、図書館で学習昼食会を開催する
-

今すぐ取りかかること

- 地元の医療施設と提携する
- ライオンズが糖尿病グローバル重点分野で奉仕している方法について情報を提供する
- 医療従事者をクラブに招いて研修を提供してもらう





小企業主を勧誘して参加してもらう方法

クラブに小企業主を参加させることのメリット

- 小企業主は幅広いリソースにアクセスできる
 - 彼らは地域社会の繁栄に寄与している
 - 多様な対象者層と個人的なつながりがある
-

地域社会は自分たちで作り上げるものだから

- 地域社会のニーズに関する知見が得られる
 - 小企業主の成長を支援・促進することで、ライオンズは地域に寄与し続ける
 - 小企業主は地元の組織と地域奉仕事業に寄与する
-

12カ月間の取り組み

- 地元の商工会議所による行事に参加する
 - 小企業主にライオンズの季節行事のスポンサーになるよう依頼する
 - 地元の企業と提携して奉仕事業や地域スポーツ大会に寄与する
-

今すぐ取りかかること

- 企業家やその従業員を奉仕事業に招く
- ライオンズの資金獲得活動を通して寄付を募ることで、地元の企業家を支援する
- 地元企業のサービスを利用することで企業家を引き込む
- 小企業主を対象とした行事を主催してライオンズのリーダーを紹介する



若い職業人を勧誘して参加してもらう方法

若い職業人をクラブに参加させることのメリット

- 地域社会のニーズに関する新たな視点がもたらされる
 - クラブがテクノロジーを取り入れてPRに利用するための支援が得られる
 - クラブの既存のネットワークを、新世代のライオンズを含むものへと拡大できる
-

地域社会は自分たちで作り上げるものだから

- 若い職業人はライオンズの奉仕の対象者層を拡大する
 - 地域の人々に対するライオンズの奉仕のあり方を刷新する
 - 地域社会の新興リーダーと今後数十年にわたる関係を築く
-

12カ月間の取り組み

- 年間を通じてメンタリングの機会を提供する
 - 新興の地元企業と若い職業人を紹介する
 - 若い職業人がクラブの奉仕と指導力育成の機会に参加できるようにする
-

今すぐ取りかかること

- 地域の小企業協会と提携して若い職業人にメンタリングを提供する
- 地域社会におけるライオンズ・インターナショナルの重点分野について情報を提供する
- 交流行事を主催し、若い職業人に次回の奉仕事業に参加してもらう





自治体関係者を勧誘して参加してもらう方法

クラブに自治体関係者を参加させることのメリット

- 地域社会の変革に直接インパクトを及ぼす人々である
 - 地域社会における主要リーダーである
 - 地域社会の奉仕組織を結束させることでライオンズの持つインパクトを拡大できる
-

地域社会は自分たちで作り上げるものだから

- 地域社会でライオンズに対する認識を高める
 - 地域社会の既存のリソースとライオンズを結び付けて強化する
 - 既存のパートナーシップを高め、新たな地域パートナーシップを生み出す
-

12カ月間の取り組み

- 地域社会におけるライオンズの活動について、毎月最新情報を提供する
 - 地域社会でライオンズの事業に対する認識を高める
 - 毎月の行動に向けて自治体の機関と提携する
-

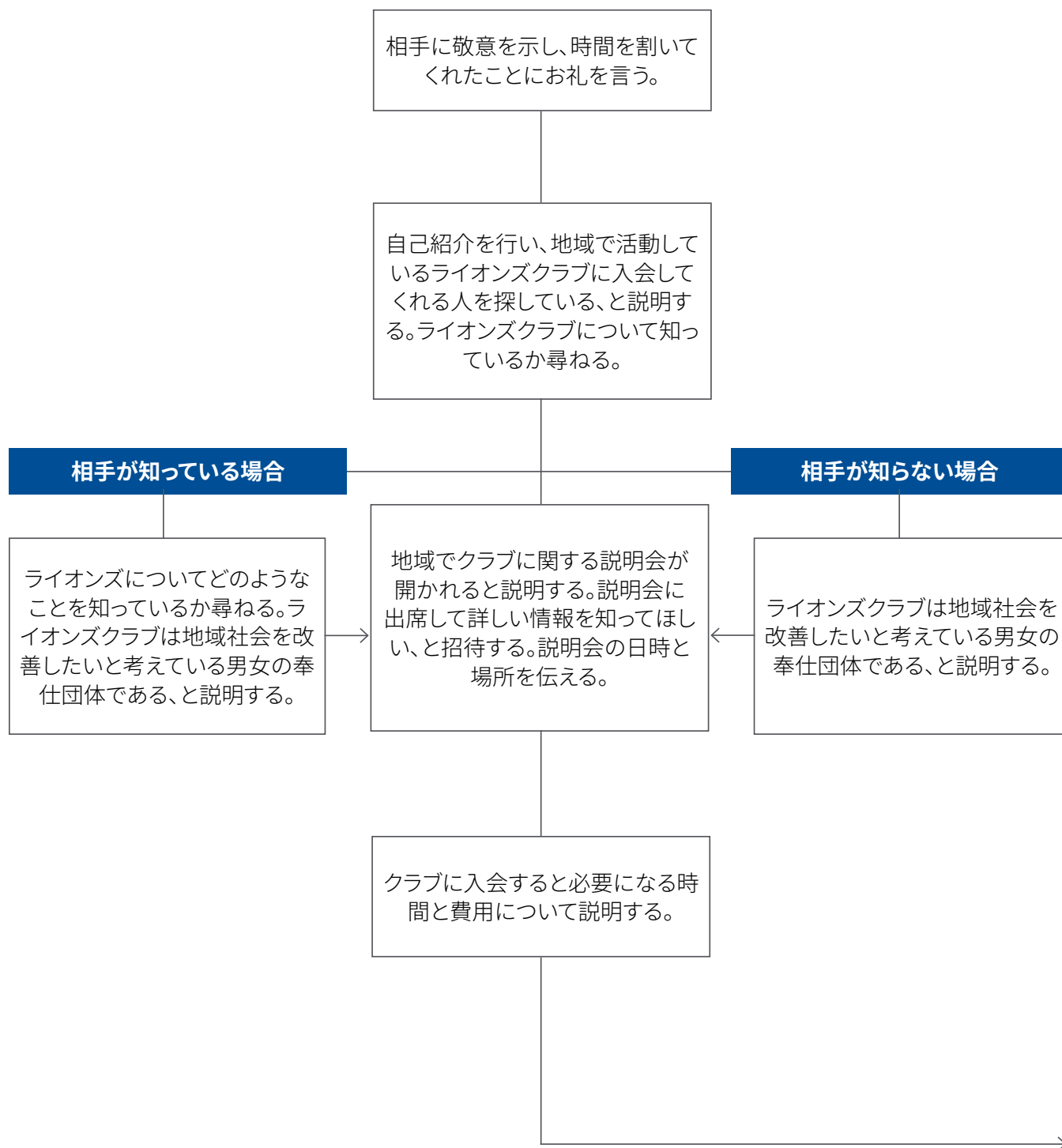
今すぐ取りかかること

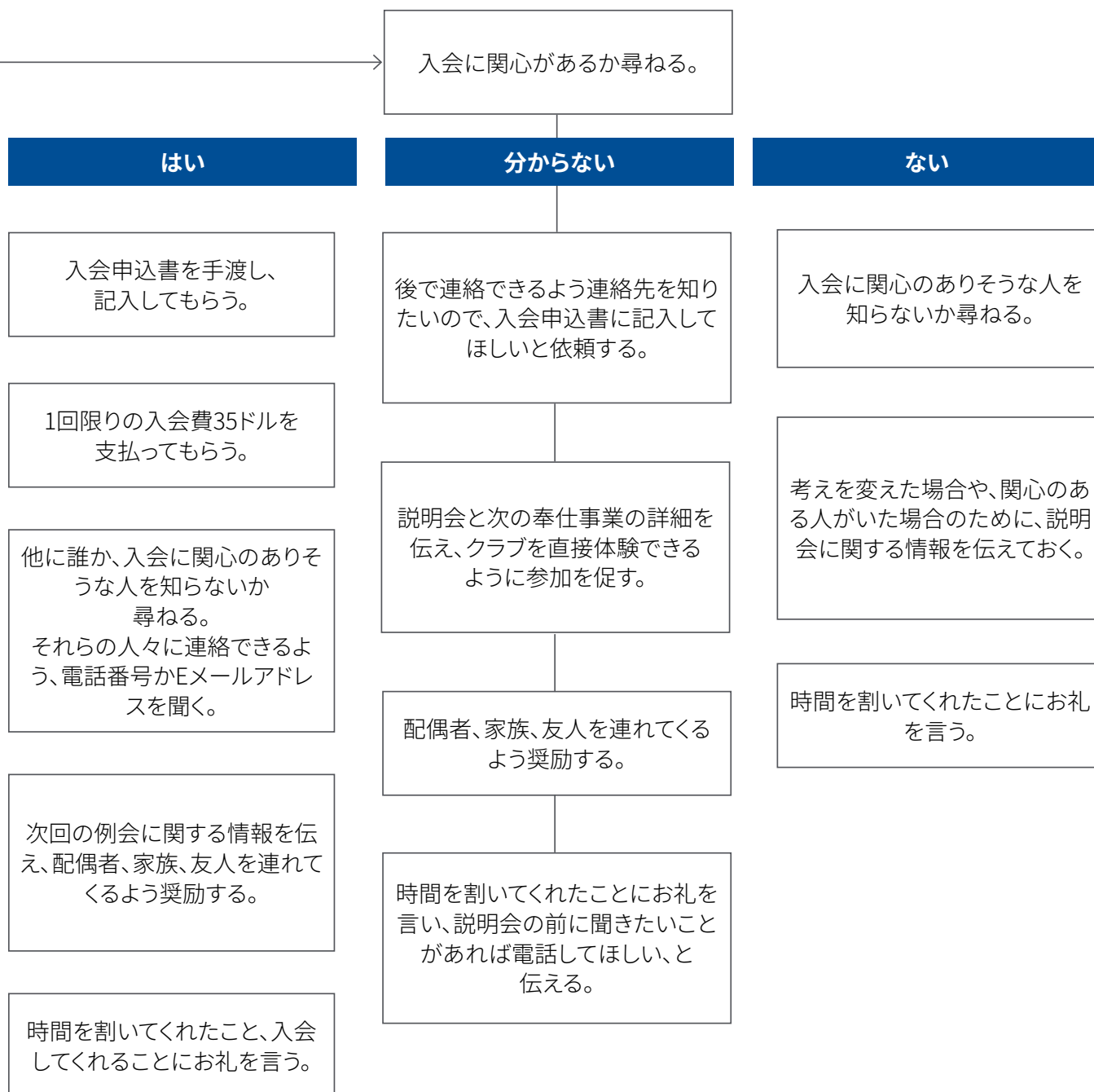
- 自治体関係者にクラブおよび地域社会奉仕ニーズ調査に参加してもらう
- ライオンズが奉仕に協力できる方法について情報を提供する
- 地域社会に対するライオンズの奉仕のインパクトについて、地域のフォーラムで情報を提供する
- 自治体関係者に次回の奉仕事業の企画に参加してもらう



勧誘のシナリオ

以下のシナリオを、会員候補との会話に役立ててください。各自の個性に合わせて変更し、心からの言葉を発した時に、最大の効果を発揮することになるでしょう。





新会員へのアンケート

クラブ名：

日付：

ライオンズクラブに入会した理由は何ですか？

クラブでの取り組みに、どのようなことを期待していますか？

クラブのために役立ちそうなものとして、どのようなスキルをお持ちですか？

どのようなクラブ活動に参加したいですか？

私たちはどうすれば、クラブでの体験を高めることができるでしょうか？ご意見をお聞かせください。

クラブが現在行っていない奉仕事業には、どのようなものがあるでしょうか？ご意見をお聞かせください。

上記以外で、重要と考えていることはありますか？





Membership Division

Lions Clubs International

300 W 22ND ST

Oak Brook IL 60523-8842 USA

lionsclubs.org/ja

Eメール: membership@lionsclubs.org

電話: +1-630-468-3831