

RLI ロータリー・クラブ会員の増強について

東京大森ロータリー・クラブ
谷 學

1. はじめに

ロータリー・クラブが抱える喫緊の課題の一つが「会員の増強」です。日本のロータリアンがマックスを数えたのが1996年の約13万人、そして現在は8万9千人と32%も減少していることです。高度経済成長における延長としてのロータリアン数はともかく、ここ3年間における会員数の減少は2009年が前年度比で3.5%減、2010年は2.4%、そして2011年が1.8%減と、減少率は下がりつつも、減少に歯止めがかかっていないと言うところが大きな課題と言えます。

会員が減少しているから会員を増やす(会員増強)では“トートロジー”的思考(言葉通りく繰り返す定義上の虚偽)であり、私は、このメッセージを発すべきでないと考えます。組織が行き詰った時、今一度“原理原則”に立ち戻れと言います。私は、2・6・2の原則にしたがい、トップ2割のロータリアンに向け、ロータリー理念(ロータリーの目的、四つのテスト、RI戦略計画)を組織の社会的責任の国際規格(ISO26000)に沿って翻訳し直したものを、徹底的に刷り込む必要があると考えています。特に日本のロータリーは、CLPのミス・アンダースタANDINGにより、「内向き」「下向き」「後ろ向き」になってしまいました。徹底的な組織の改革が急務と考えます。

特に、RI戦略計画の3つの柱、①クラブサポート強化、②ニーズの高い人道的支援活動の拡大、③公共イメージ形成と認知度向上(ブランディングアップ)の咀嚼と実践が求められると考えます。戦略計画の2つ目の柱②は、日本のロータリー・クラブの多面的な国際奉仕を求めたものと受け止めています。

2. 会員増強

2-1 ロータリー・クラブに加入した90%以上の会員は、自ら新たな会員の勧誘行動が取られていないと指摘(RIの見解)されています。

理由その1)：これは、先輩がロータリアンで、その義理で付き合っている。決して「ロータリーの理念」を受け止めた訳ではない。したがって、積極的な会員勧誘活動を行わない。

理由その2)：銀行の支店長がロータリアンで、銀行との取引の関係上、お付き合いで加入した。ロータリアンになってみたけれど、昼間の会合は、親睦と食事、話題はゴルフや投資の話などに終始し、ロータリーの存在意義が語られる状況にないので、ロータリーのことが良く分からない。

2-2 新会員を勧誘する特典は何ですか？

この設問は、ロータリーを受け入れている会員に対してしたもので、そのことが曖昧であるロータリアンから、明確な回答を得ることは難しい。以下は、受け入れていることを前提に記したものです。

① 新会員によって良いことは

- ・ 新しい友人を作る機会が得られる
- ・ ロータリー理念を知り、奉仕活動に対するモチベーションが高まる。
- ・ 多様な行動機会が与えられ、あるいは得られることから、物の見方、考え方に広がりができる。

② クラブによって良いことは

- ・ 新しい会員の参加は、クラブ組織を活性化（強化）させる。
- ・ 奉仕活動に打ち込む人材が増える。
- ・ 財政基盤が強化できる。
- ・ 公共イメージ、認知度の向上につながる。
- ・ 下線の内容については **RI 戦略計画の実践の形**と言える

③ 地域によって良いことは

- ・ 地域社会貢献に対する理解者の増加を意味し、活動が活発化する。
- ・ 友達の輪が広がる。

④ 世界によって良いことは

- ・ 人道的奉仕活動の支援者の増加を意味し、地域社会活動と同様に活性化が期待できる。
- ・ 世界に対する良き理解者が増える。

3. ロータリーは、事業家や専門職、また地域リーダーの参加を期待しています。そうしたリーダーとなりうる潜在的な会員をどのように勧誘していますか。

- ① 効果的な方法として、取引上の関係者に声を掛ける。
- ② 今日、1業種 1～2人は現実的ではない、要するに人道奉仕活動に対する理解者に対する会員勧誘と選択がポイントと考える。
- ③ 会員勧誘の事例：ある司法書士に、不動産登記手続等をお願いした。話や所作などからロータリーを紹介しても良い相手ではないかと、
 - ・・・ロータリーについてご存知ですかと質問？
 - ・・・実はついこの間某ロータリー・クラブに加入したばかりです。
 - ・・・そうでしたか、そのクラブに入られた動機は？
 - ・・・先輩がいて、ロータリー・クラブに誘われるということは名誉ですよと、言われたから。

4. 会員勧誘に当って、量より質を主張されケースがあります。これをエリート主義ではと、問われることがあります。この場合の「質」とは、どのようなことを言っているのでしょうか。
- ① ロータリーは、会員減少に歯止めがかからず、衰退しつつあると見ることが出来る。
 - ② 単に会員増強を図るのではなく、この課題を解決できる人達の参加を求めている。
 - ③ つまり、プロブレムソルバー（問題解決者）を求めており、そうした意味での人材の必要性を説いている。これが「質」として表現されている背景と考える。
 - ④ 要するに、ロータリアンになっていただくのは、誰でも良いと言うことではなく、会員減少と活力減退という深刻な課題を抱えているロータリー・クラブの現状を鑑みれば、必然的な要求事項であると考ええる。
5. 多様性を反映したクラブにするために、あなたは何ができますか？
多様性の概念には「ジェネレーション」「ジェンダー」「職種」「人種」等が考えられます。
- ① ジェネレーションについては、デジタルデバイド問題も大きな壁となっている。特に青年・中年層のリーダー（事業家、専門職者等）は、極めて繁忙な状況に置かれているのが実際であり、その意味で昼間（一般的に昼の例会が多い）の2～3時間を割くことは難しいと考える。その意味で例会のありようについても早朝、あるいは夜、そして、インターネットのような時空を超えた環境下での例会開催も検討が必要であると考ええる。
 - ② ジェンダーについては、拘泥するロータリアンが比較的多く、これらのロータリアンがいるクラブでは、クラブ崩壊の危機を身近に感じなければ、この壁を超えることは難しいと考える。・・・「ロータリーの理念」に基づき思考できるロータリアンの育成が喫緊の課題であると考ええる。
 - ③ ジェネレーションによる多様性の課題は、iPadのようなユーザーインターフェイスの優れたツールを使うことで、ギャップを埋めることは可能と考える。あらかじめ、ロータリー例会実施システム（仮称）を開発し、これをPCやiPadあるいはスマートフォン等の環境で使えるようにすることで、情報デバイド問題が改善され、ひいては、これがジェネレーションギャップを埋めることにも役立つものと考ええる。
6. ロータリー・クラブになぜ加入するのでしょうか？
- ① お友達だから
 - ② 仕事上のお付き合いで
- が圧倒的に多いと考える。ロータリーが行っている「人道的奉仕活動」に参加して

みたいとか、「ロータリーの理念」に心打たれたとする形で加入してくる人達は、極めて限られていると考える。大方は、入会した後、先輩にリードされこうした活動に参加するといった形が一般的であると見ている。

7. 自分のクラブをみて

- ① 可能性のある会員をひきつけるクラブですか？：残念ながら自クラブではそう感じとれない。真面目な活動に対するリアクションが極めて少ない。ニコニコボックスは、ゴルフ例会の後に集中する傾向にある。
- ② 可能性ある会員候補者が自分のクラブに訪れた時：恐らく、多くの人は昼飯を食べべ談笑する場と写っているのではないだろうか。
- ③ クラブ活動情報の整理改善について：週報は作られているが、月報、年報は作られていない。加えて、年度当初の会長ならびに委員会方針が示されるが、1年か終わってクラブ協議会で報告される内容は、PDCAの形が採られていない。つまり、例年のスタイルの踏襲、言い換えればマンネリ化している。その意味で改善は必須と考える。
- ④ CLPの理解が不足している。したがって主体性のない人が会長になるケースがあり、そうした場合、外部の情報に振り回される傾向がある。
- ⑤ クラブ例会で、「ロータリーの理念」を語るような場（プログラム）が用意されていない。
- ⑥ ホームページが更新されないばかりか、ビビットな情報発信が殆どない。
- ⑦ クラブ内でロータリーの事についての勉強会が開かれることがほとんどない。そうしたことを避けようとする雰囲気がある。
- ⑧ クラブ事務局に環境経営システムを導入したが、余計なことをしてくれたという空気を感ずる。また、この環境経営の発展形として東北復興支援を兼ねた“カーボン・オフセット”活動を実施したが、個人の金儲けとして受け止められてしまった。極めて有意義な活動であると信じているが、誤解され反対者が出たことは、至極残念なことである。理解者を作り出すためのきめ細かな活動ができなかったことについて、反省している。

8. 会員増強のキャンペーン

- ① ロータリー・クラブが、“世の中の新しい考え方の発信基地”になることを期待したい。
- ② 特に、「ロータリーの理念」（ロータリーの目的、四つのテスト、RI戦略計画等）について、2010年11月発行された組織の社会的責任（SR: Social Responsibility）の国際規格（ISO26000）のガイダンス規格に翻訳し直し、ベテラン会員はもとより、中堅の事業家あるいは専門職者に浸透させることが急務と考える。

- ③ 事業経営者、専門職者のバックグラウンドとして SR（組織の社会的責任）の理解は必須であり、SR の視点で「ロータリーの理念」見直すことを勧める。
- ④ 早急に地区に「SR 委員会」を組織し、ロータリー理念の SR 翻訳に取り掛かるべきであるとする。
- ⑤ ジェンダーを含む多様性（人権）、説明責任、透明性、ステークホルダーの利害の尊重、コンプライアンス、ガバナンス、環境、公正な事業取引慣行、地域社会貢献、貧困・飢餓の撲滅、ポリオ、水・衛生問題解決の取組み、紛争解決等々、組織の社会的責任 (SR) 誕生の背景には、産業革命まで遡ると説明されている。これは、ポール・ハリスによる RC 誕生（1905 年）より古い時代の課題を精査し、組み込まれたガイダンス規格と説明されている。例えば、産業革命時の労働者の労働環境は劣悪であった。その延長に作られたのが ILO（国際労働機関）であり、SR の「人権」は、多分にこの部分がベースになっていると紹介されている。また、水汚染による赤痢、コレラ等の感染症の蔓延等に対する問題解決のために WHO（世界保健機関）が誕生、同規格にはこれらの思想も盛り込まれている。SR は、先進国も、途上国も賛同したガイダンス規格であることに意義がある。これからのロータリー・クラブは、この理解を避けて通れないと考える。

9. まとめ

私は、ロータリー理念は、2010 年 11 月発行された ISO26000（組織の社会的責任）と一致したものと考えます。今日的に、ロータリーを説明する手法として、ISO26000 の活用（ロータリーの多くの過去実績を、ガイダンス規格の視点で翻訳し直す）を推奨したい。そのためには、早急に地区組織内に「SR 検討委員会」を立ち上げ、これまでの数々のロータリー実績を、SR の視点で翻訳する必要があります。そして、あらゆるメディアならびに組織を活用し、ロータリーが SR の実践組織であることの情報発信を行います。そうすることによって、ロータリー・クラブの新しいイメージの紹介が可能となります。すでにロータリーが公共性の高い組織である否めない事実ですが、具体的にその公共イメージを説明する今日的な言葉が不足していると考えます。

反面、ロータリー・クラブは昼食を取りながら親睦を深める（談笑する）組織イメージが刷り込まれています（ナイフとフォーク・クラブ）。これを払拭するために、ブランディングアップ作戦が不可欠で、それにはロータリー理念を ISO26000 の視点で翻訳することが最適であり効果的であると考えています。「RI の戦略計画」は、これらのことを考慮した戦略だと私は受け止めています。この事の実践は、すでにカルヤン・バネルジー前 RI 会長と黒田前国際職業奉仕委員長が行っています。しかし、RI 会長が毎年変わることで、これらの活動が継承されず、時間とともに薄れ

てきているのが事実です。**Strategic Plan** を掲げたのだから、単に **RI** と財団が進むべき方向性を一にしたとするメッセージだけでは、ロータリーは変わらないと考えます。まったく新しい視点で、ロータリー理念のメッセージを放つべき時代が到来したと考えます。

これが、冒頭の、ロータリーの原点回帰（理念に立ち返る）の意味するところだと認識しています。

以上は、「理念の表現は、時代とともに変わる」ことを受け入れられる人々に向けたものであることを、お断りしておきます。