

***社会的・経済的エンパワーメントをもたらす
プログラムを通じて
女性と女児の生活を向上させる***

## 国際ソロプチミストアメリカ

**X世代：コミュニケーションとソロプチミストへの勧誘**

Ｘ世代は敬意を払われることを求めます。この世代は、よく言われるような「怠け者」ではなく、自主的で、柔軟性・順応力があり、技術を使いこなすことができます。子供の頃から無数の広告にさらされているので、Ｘ世代はマーケティングに対して洗練された目を持っており、強引な「押し売り」には懐疑的です。ニセモノのメッセージや誇張された約束にはすぐに気付きます。

ソロプチミストの使命とクラブが成し遂げていることの事実を伝えることが、この世代の聴衆を説得するのに力を発揮します。メッセージでは、ソロプチミストに加わることの恩恵、および会員に求められることをはっきりさせるべきです。Ｘ世代は、物事が緻密に計画することを好みます。「こうすると、あなたはこれを手に入れられます」と説明することが有効です。

Ｘ世代にコミュニケーションをとったりソロプチミストに勧誘する際には、ソロプチミスト・ブランドの約束にしっかり従い、正しく宣伝するようにしましょう。ブランドとは、組織が行う活動と、それが一般社会にもたらす価値の累計されたものです。ソロプチミストにとって、そのブランドは、私たちが女性と女児のために行う活動です。私たちの夢プログラム－「夢を生きる賞」と「夢を拓く」－は、女性と女児を具体的なやり方で助けます。これが私たちを体現するものであり、このことで私たちは知られるようになるべきです。そして、クラブの活動も、私たちのブランドの約束を支えるものであるべきです。

Ｘ世代とのコミュニケーションおよびソロプチミストへの勧誘を成功させるために、以下のヒントを参考にして下さい。

新会員の勧誘に取り組む前に、クラブ評価を実施して「健康診断」を行い、クラブの魅力が会員候補者へどのように映るかを認識することが大切です。人が自分の健康を当然のように考えるのと同様に、クラブも自分たちの健全性を当然のように考えがちです。評価を行うと、クラブの強みと弱点を特定したり、改善の機会を見つけることができ、クラブの健全性について貴重な見識を得られます。クラブ評価のサンプルは、www.soroptimist.org\*の会員エリアの日本語資料のページから入手いただけます。

Ｘ世代とコミュニケーションするには、Ｅメールが一番有効です。Ｅメールは、ベビーブーマーにはあまり快適ではなく、ミレニアル世代には時代遅れのように見えるかもしれませんが、Ｘ世代にとっては、効率的に情報を伝える最も好まれる方法です。Ｘ世代は、スマートフォンを人々とつながる方法として受け入れていますので、短いメッセージなら携帯メールで伝えてもよいでしょう。Ｘ世代の会員候補者から携帯電話の番号を得たなら、次の行事のお知らせを携帯メールで送ってかまわないか尋ねましょう。

Ｘ世代はＥメールを通じてつながることを好みますので、クラブのＥメールアカウントを必ず誰かがチェックするようにしましょう。チェックは頻繁に行う必要があります。Ｅメールもまた、クラブと会員候補者をつなぐ貴重な手段です。連盟ウェブサイトには、毎日約1,800件の訪問がありますので、会員候補者であるＸ世代が地元のクラブに接触できる手段を用意しておくことは重要です。クラブのＥメールへのアクセス及び利用に関する手引きは、 www.soroptimist.org.\*の日本語資料のページから入手いただけます。

Ｘ世代は社交行事が得意です。テーマのある行事やワイン試飲会に人気があります。しかし、「勧誘」と名の付いた行事には反応しません。売り込みのように聞こえ、楽しそうでないからです。この世代は、投資から何かを得ること、費やした経費や時間の価値に見合うものを得ることを望んでいます。

この世代は、楽しい時間が大好きで、ユーモアを大切にします。「カジュアル・フライデー」を導入したのもこの世代です。規則や決まりを課すことで、参加を制度化しようとする試みは、Ｘ世代の興味を失わせます。クラブがあまりにも多くの古びた伝統に縛られることのにようにしましょう。Ｘ世代の会員候補者に、その技能や才能をクラブが広く受け入れる用意があることを知らせ、引き付けるために楽しいクラブの活動を前面に打ち出しましょう。

この世代は、仕事に加え、子育てや親の介護をしている可能性があり、人生の非常に忙しい時期にあります。このため、組織のために時間を割くと約束するには、時間とエネルギーを費やす価値があると正当化するために、得られる個人的恩恵を見出せることが大切です。

Ｘ世代の価値とは何でしょうか？ニーズ、興味、期待するものは？Ｘ世代の会員は、組織に加わる際に最も重視することは、指導者能力を磨いたり個人的に成長する機会を得ることだと述べています。会員候補者に、クラブと関連付けて、得意分野について尋ねましょう。あるいはもっと知りたいと思っていることは何かを尋ねてもよいでしょう。お勧めは、www.soroptimist.org\* の日本語資料のページにある能力在庫表を使って、Ｘ世代の会員候補者がどのスキルを使って指導したり、あるいはどのスキルを磨きたいと思っているのかを探ることです。そうすれば、その人が指導力を発揮できる、もしくは何か新しいことを学ぶのに役立つ委員会に紹介することができます。

Ｘ世代が大切に考えるその他の価値には、順番に、志を同じくする女性、使命への個人的結び付き、友情、奉仕活動の機会となっています。これらの価値は次のような形で示しましょう。

* 親しみやすく、温かい、人を迎え入れるようなクラブの雰囲気作りに力を入れる
* 「夢を生きる賞」を女性に贈る
* 「夢を拓く」プログラムに参加する
* 会員候補者を実際のプロジェクトや行事へ招待する

Ｘ世代は、「ソロプチミストに加わることに関心を持つ最大の理由は、女性と女児の生活を向上させることを手伝いたいから」と述べています。この点においてもまた、「夢を生きる賞」、「夢を拓く」プログラム、クラブが取り組んでいる女性と女児を対象とした地域プロジェクトを通じて、クラブがそれをどのように実践しているかを示すことが重要です。

Ｘ世代が入会に関心を持つその他の理由として（順番に）、「女性に教育の機会を提供したい（「夢を生きる賞」があります）」「女児のメンターを務めたい（「夢を拓く」プログラムがあります）」「地域の人と知り合いになりたい」「人身売買の啓発活動に協力したい」があります。クラブがこれらの点にどのように取り組んでいるかを強調したメッセージを作りましょう。

ソロプチミストに関心を持ち、クラブへの入会について問い合わせをしたものの、入会には至らなかったＸ世代は、その最大の理由として、「関心を持っていることを示した後、クラブからの連絡がなかったため」を挙げています。これは簡単に解決できる問題です。あらゆる手がかりを辿り、会員候補であるＸ世代へEメールを送りましょう。1～2日ほど考えてもらう時間を提供した上で、改めて連絡しましょう。ソロプチミストについて詳しく知ってもらうために話をしたいと考えていることや、入会してほしいと願っていることを伝え、最初から彼女たちを大切な存在と考えていることを知ってもらいましょう。情報は誠実に率直に伝えましょう。なぜならそれが、Ｘ世代にとってとても重要だからです。

Ｘ世代は、日常生活の一部としてパソコンとインターネットに触れて育った最初の世代です。オンラインで、ソロプチミストについて調べていますので、クラブのウェブサイトには常に最新の情報を掲載し、視覚的に楽しいものにしておきましょう。ウェブサイトの刷新や、新たに作る必要がある場合は、www.soroptimist.org.\*から「クラブのためのウェブサイト・テンプレート」（英語のみ）を利用しましょう。

ソーシャル・メディアを早くから取り入れているＸ世代は、友人とオンラインでつながることに慣れています。フェイスブックが、この世代が圧倒的に利用しているソーシャル・メディア・サイトです。定期的にクラブのフェイスブックに情報を掲載し、SIAのフェイスブック・ページから最新情報を共有しましょう。さらに多くの会員候補に届くように、友人やページのフォローワーにそのフェイスブックの「ウォール」に共有してもらうように頼みましょう。

Pinterest（ピンテレスト）は、Ｘ世代に広がりつつあるもう1つのソーシャル・メディア・プラットフォームです。しかも、Pinterestの利用者の80～90％は女性ですので、私たちが対象とする会員候補者とつながるためのすぐれた場所です。LiveYourDream.orgには、ソロプチミストを象徴するものを表す活発なPinterestページがありますので、それらをあなた個人のPinterestページに「リ・ピン」することができます。

Ｘ世代に入会について話す際には、柔軟性が鍵を握っています。仕事や家族に負っている責任のせいで、この世代はすべての会合や行事に出席することを約束できないかもしれません。

Ｘ世代は、冒険心や情熱を掻き立てるような活動＝体験が大好きです。（ロッククライミング、トライアスロンなどの「極限スポーツ」を作り出したのはこの世代です）私たちのメッセージは、ソロプチミストとして何ができるかという点を強調すべきです。

　Ｘ世代は、時間が無駄にすることが嫌いですので、直接ソロプチミストの影響力を体験できるような短期間の直接参加型のプロジェクトに招待するとよいでしょう。www.soroptimist.org.\*の日本語資料のページに掲載されている「ソロプチミスト一日クラブ・プロジェクト」の中のそのようなプロジェクトの例があります。Ｘ世代に、ソロプチミストに加わる前にクラブ行事に参加してもらうことは、その懐疑的な性質と、体験したいという彼らの希望に、うまくアピールすることになります。言い換えるとは、投資をする前に「製品」のサンプルを試す機会を提供するということです。

Ｘ世代は、自己能力開発および職業人として成長する機会を大切にしており、また自分の貢献に意義があると感じられることを望んでいます。Ｘ世代の大半は、「やりながら学ぶ」ことに慣れていますので、会員候補者にクラブ内でプロジェクトを担当する機会や指導的地位に就く機会があることを知らせることをためらう必要はありません。

Ｘ世代は、職場で在宅勤務するようになった最初の世代で、奉仕体験にも同様の柔軟さを期待しています。連絡にはＥメールやソーシャル・メディアを使い、技術を取り入れましょう。ウェブベースのスカイプや電話会議を利用して、会議への出席に柔軟になりましょう。

メディアと広告に対して懐疑的であるにもかかわらず、Ｘ世代は一度そのブランドが自分のニーズにかなうとわかると、忠実な顧客になります。この世代はブランドへの忠実度の高さで有名ですので、あなたの努力はきっと報われることでしょう。

オンラインのビデオも人気です。SIAはユーチューブ･チャンネルにたくさんのビデオを掲載していますので、クラブは、それをクラブのソーシャル・メディア・チャンネルやＥメールで共有して会員獲得努力に役立てることができます。ユーチューブを含めSIAのソーシャル・メディアへのリンクは、 www.soroptimist org\* をご覧ください。

最後になりますが、Ｘ世代の心に訴えかけるマーケティングの戦略として以下を参考にして下さい。

* 提供するものを明確に伝えましょう。
* 懐疑的になるような理由を与えないように。
* 詳細を提供し、何かを隠そうとしているように見えないようにしましょう。
* 規則を押し付けるのではなく、こうしてはどうかと提言しましょう。
* Ｘ世代が気に入るようなものを示し、どれがうまくいくかについては相手に選んでもらうようにしましょう。

(Ehret, 2011年)

**\*www.soroptimist.orgでお探しの資料が見つからない場合は、連盟事務局（siahq@soroptimist.org 、電話215-893-9000）までご連絡ください。**

*資料および参照：*

Ehret, J. (June 27, 2011). Marketing to Generation X. Retrieved from http://themarketingspot.com/2011/06/marketing-to-generation-x.html

Fox , P. (July 9, 2014). Gen X and Social Media: Stuck in the Middle. Retrieved from http://www.business2community.com/social-media/gen-x-social-media-stuck-middle-0939476.

Lesonsky, R. (February 13, 2014). [Why Gen X Still Matters and How to Market to Them](https://forum.web.com/why-gen-x-still-matters-and-how-to-market-to-them/). Retrieved from https://forum.web.com/why-gen-x-still-matters-and-how-to-market-to-them/

Sowa, C. (December 22, 2009). 6 Rules of Marketing to Generation X. Retrieved from http://www.americasbestcompanies.com/blog/6-rules-marketing-generation-x.aspx.

（翻訳：SIA作成）