

*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

**ミレニアル世代：コミュニケーションとソロプチミストへの勧誘**

ミレニアル世代は、ソロプチミストが会員獲得の対象とするグループの中で最大のグループです。その数は、ベビーブーマーを上回っており、Ｘ（エックス）世代の2倍に当たります。2015年までには、ミレニアル世代は世界の労働人口の75％を占めるようになるとされています。この世代はすでに主要な消費者集団になりつつあります。

この世代は、売り込みを受けることに慣れており、無知な「子ども」として軽んじられるのではなく、敬意を持って扱われることを望んでいます。全体的に明るい展望の世界で育ったことから、「○○しないと大変なことになる」といった脅し戦略、気の滅入るようなイメージは、興味を失わせます。

そうではなく、ソロプチミスト・プログラムの前向きな成果や、女性と女児の生活向上のために何ができるのかを強調することが、このグループの心に響きます。クラブは、女性と女児を具体的な方法で助ける私たちの夢プログラム－「夢を生きる賞」と「夢を拓く」－に焦点を当て、それが女性と女児の暮らしにもたらしている成果や影響を紹介するとよいでしょう。これらのプログラムは、ソロプチミスト・ブランドを形作るものであり、私たちはこれらのプログラムで知られるようになりたいと思っています。ミレニアル世代を引き付けるために、すべてのクラブ活動を、私たちのブランドの約束と一致するものにし、また会員間で励まし合う雰囲気を作るように努めましょう。

伝統的に、ソロプチミストのような組織は、ミレニアル世代の主義主張を受け入れる傾向が少なく、それが会員減少の理由の一つとなっています。組織を動かしているベビーブーマーたちは、若く、革新的で、大きな影響力を持っているとはどういうことか、自分たちの経験を忘れてしまったのかもしれません。気付かぬうちに、ベビーブーマーの要求のみに合わせた排他的な雰囲気が作られてはいないでしょうか？若い会員を引き付けることを望むなら、ミレニアル世代も所属していると感じられるように、彼女たちのニーズ、価値、興味を取り入れ、もっと包括的に人々を受け入れる必要があります。

ミレニアル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。

製品を購入するにしても、組織に加わるにしても、口コミがミレニアル世代に大きく影響を及ぼします。ソロプチミストにとって、口コミとは、満足した幸せな会員が、その経験を他の人に話すことを意味します。それは、何かを買おうとするときに調べるオンラインの「レビュー（感想）」のようなもの、つまり、この組織は素晴らしいようだけど、会員は実際のところどう言っているのかしら？ということです。ミレニアム世代は知りたがりで、答えを求めます。会員が自分の経験を口コミで伝える、言い換えると、ソロプチミストである意義とそれが人生にもたらす恩恵について他の人に正確に率直に話せるようにしましょう。楽しく、健全で、礼儀を尊重するクラブの雰囲気を促進するには www.soroptimist.org\* にある資料を活用ください。

Eメールは、ミレニアル世代に連絡を取るのによい方法ですが、この世代の中でも特に若いグループは、Eメールは時代遅れと見なすこともあるかもしれません。その他のうまくいくコミュニケーションの方法としては、テキストメッセージ、インスタント・メッセージ（Yahoo！メッセンジャー、iChat）やフェイスブック・メッセージなどがあります。この世代は常になんらかの方法で「つながって」いますので、多様なコミュニケーション手段を用いることが最も望ましい結果につながります。会員に加わる可能性のあるミレニアル世代には、Eメール、テキスト、フェイスブックなど、連絡を取るのに何が一番よいのか尋ねましょう。

ミレニアル世代は、前向きで、魅力的で、奉仕に重点を置いた組織に加わることを求めています。若い会員を迎えることを望むなら、柔軟になる必要がある点を心に留めておきましょう。ミレニアル世代の中には、新しく家族を持ち、子供を生んだばかり、あるいは生もうとしているなど、人生の慌しい時期にある人もいることを忘れないようにしましょう。この世代は、利便性とカスタマイズ（製品・サービスを自分用にあつらえること）を期待しています。他のどの世代よりも多くの選択肢・アクセスを持っていますので、不十分なもの、意義を見出せないもの、あるいは満足できないと感じたものに甘んじることは決してありません。

オンラインを利用しなければ、ミレニアム世代にとってあなたは存在しないも同じです。この世代は、生まれつきデジタルに慣れ親しみ、新しい技術にさらされてきました。ミレニアルは、常にオンラインにつながっており、そこで相当の時間を費やしています。この世代は、耳にしたあらゆる企業、ブランド、組織についてオンラインで検索しますので、クラブは、常にウェブサイトに最新情報を掲載し、見た目にも魅力的にしていおく必要があります。ウェブサイトを刷新したり、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。

この世代は、フェイスブックを使いますが、情報源として以上に、消費者情報を得たり（お気に入りのブランドに「いいね」をクリックしたり、レビューを書いたり）、友人と個人的にコミュニケーションを取る手段として利用しています。また、この世代は、コンピューターよりスマートフォンでフェイスブックにアクセスする傾向があります。クラブのフェイスブック・ページをまだ作っていない場合は、ぜひ作成して定期的に情報を掲載するようにしましょう。クラブの行事やプログラム、それに参加する方法を紹介しましょう。コンテンツが必要な場合は、SIAや「夢を生きる（LiveYourDream.org）」のフェイスブック・ページから情報を共有（シェア）しましょう。ソロプチミストの情報や興味深い話題、写真、映像が日々掲載されています。

クラブのEメールアドレスをチェックする担当者はいますか？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、会員候補であるミレニアル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。

会員候補の価値に関心を払うことも重要です。ミレニアル世代が、会員組織に加わることを検討する際には、「志を同じくする女性と一緒に過ごすこと」、それから「友情」が、上位にあげる価値となっています。たとえオンラインにたくさんの時間を費やしていても、ミレニアル世代は、直接顔を合わせて交流し、友情を築くことに大きな価値を見出しています。クラブは、私たちの使命を支えるプログラムおよびプロジェクトに焦点を当てるようにしましょう。また、友好的で温かく人を迎え入れるソロプチミスト精神を反映した雰囲気を作るよう努めましょう。

ミレニアル世代が大切に考えるその他の価値には、順番に、「奉仕活動の機会」、「使命への個人的な結び付き」、「自己開発の機会」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。

* 「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
* 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、会員候補者がどのスキルを使ったり、磨きたりしたいと思っているのかを探る

ミレニアム世代は、すぐに参加し、頭角を現し、変化をもたらす意欲にあふれる人々です。クラブに加わったらすぐに、プロジェクトや行事に関わるように誘いましょう。クラブの指導者や他の会員が、彼女たちのやる気を潰してしまったら、この世代は、ためらわずに退会してしまいます。さらに、ミレニアル世代は情報を「共有」することが好きですので、オンラインのソーシャル･ネットワークを通じてそのマイナスの経験を世界に広めます。この世代は、年齢に関わらず意見を尊重するという姿勢を親から教わっていますので、協力し一緒に活動するには、指導者はそれに合わせた心構えが必要です。

ミレニアル世代にとって利便性はとても大切です。クラブや入会に関する情報は手に入れやすければやすいほど望ましいでしょう。また、クラブが時代遅れで、非友好的で、古びていると感じたら、彼女たちは入会しません。彼女たちは、革新的で進歩的なものに加わりたいと考えており、否定的な経験をもたらす組織には関わりません。

ミレニアル世代に売り込むもう1つのポイントには、ソロプチミストの国際的な広がりがあります。クラブがフレンドシップ・リンクを結んでいるなら、その経験と外国の女性と直接交流する楽しさを紹介しましょう。この世代の若者は、自分を世界の中に位置づけていますので、ソロプチミストの活動の国際的な側面は、魅力的に映ります。外国で開かれる連盟大会に出席したり、同じ価値観を共有する世界中からのソロプチミストを出会う機会を持つことに、ワクワクすることでしょう。

可能なら、ミレニアル世代の獲得には、若い会員からなる勧誘チームを作りましょう。ソロプチミストとどのようにつながればよいのかを理解するのを助け、それが人生にもたらしてくれる価値を教えてくれる同世代の会員に誘われれば、安心でき、クラブに加わる可能性が高まります。ミレニアル世代は、企業や組織ではなく、人に対して忠実です。

ミレニアル世代は、「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その他の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。

ミレニアル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）」「ドメスティック･バイオレンスについて啓発したい」「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）」があります。これら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ミレニアルは、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、会員候補であるミレニアルへ電話をかけたりEメールを送りましょう。返答を受け取るまで1日待ちましょう。でも、もうフォローアップするのをためらってはいけません。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。ミレニアルにとって第一印象はとても重要ですので、迅速に対応しましょう。

ミレニアル世代は、技術とソーシャル・メディアに慣れていますが、人々と関わり交流するために奉仕活動を行いたいと考えています。彼女たちは、奉仕グループの中で何かを学んだり、人と出会うことを楽しみます。彼女たちは、チームに加わることが好きですので、ソロプチミスト･クラブはぴったりです。それから、彼女たちは協同して取り組むことが大好きですが、その努力と貢献が個人として認められることも大切です。（誰もが勝者として育てられた点を思い出してください）

大学のキャンパスにいる女性を会員候補の対象にすることを検討しましょう。女子学生団体に接触してもいいですし、キャンパスに新しいクラブを認証することもできます。女子学生団体に所属する学生は、クラブという設定の下、楽しく友情に満ちた雰囲気の中で、志を同じくする女性と協力して地域で奉仕活動することがどのようなものかを既に知っています。少なくとも、クラブは、キャンパス内のグループと、相互に恩恵のあるプログラムやプロジェクトで連携するとよいでしょう。そうすることで、将来の会員勧誘のための種を蒔く事ができます。

ミレニアル世代の現会員や会員候補に仲間意識を作ったり、それを感じてもらうために、会合に簡単なチーム作りのアクティビティを加えることを検討してもよいでしょう。チームワークはミレニアル世代の心に響くものです。どのようにしてソロプチミスト会員がクラブの仲間や地域団体と協力して地域や世界に変化をもたらしているかを紹介しましょう。

ミレニアム世代は、新しい事を学びたいと思っています。一方、会員の大半を占めるベビーブーマーは、教えることが大好きです。両方のニーズが満たされるように橋渡しをしましょう。若い会員を勧誘する際には、クラブにメンタリングプログラムを作ったり、そのようなプログラムがある点を強調しましょう。それは、現行会員とミレニアル世代の会員候補の両方を引き付ける優れた方法です。双方向のメンタリングを試すことも可能です！ソーシャル・メディアや技術について手ほどきを必要とする会員やリーダーはいませんか？ミレニアル世代の会員を経験豊富な会員と組み合わせることで、お互いにそれぞれがよく知っていることを教え合うことが可能になります。

ミレニアル世代は、自分のやり方で奉仕活動をすることを好みます。LiveYourDream.orgのオンライン・コミュニティを訪れ、登録し、活動に加わるように誘うことは、ソロプチミストを紹介する上で非常に効果的な方法です。また、LiveYourDream.orgのブログを紹介するのもよいでしょう。ミレニアル世代の多くは毎日1つはブログを読んでいます。

最後になりますが、ミレニアル世代の心に訴える以下のマーケティング・メッセージやヒントを参考にして下さい。

* 物事を一緒に行う点を強調しましょう。「一緒に協力することで、私たちは○○を成し遂げることができます」。ミレニアル世代にとって「We（私たち）」がキーワードです。
* 共通の価値、世界のために何かをすること、協力することについて話しましょう。
* 彼らのベビーブーマー世代の親との強い結び付きを利用しましょう。

(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：*

Dunleavy, N., Gloss, D., Sylvia, L. “Engaging the Younger Generations as Employees, Volunteers, and Donors.”Free Library of Philadelphia, Philadelphia, PA.September 9, 2014.

Ehret, J. (June 30, 2011).Marketing to Millennials—Generation Y. Retrieved from http://themarketingspot.com/2011/06/marketing-to-millennials-generation-y.html.

Ivey, L. (February 4, 2015.How to manage multi-generational nonprofit staff and volunteers [Webinar] In *Nonprofit Webinar Series*.Retrieved from http://www.nonprofitwebadvisor.com/schedule/detail/How-to-Manage-Multi-Generational-Nonprofit-Staff-Volunteers.

Sladek, S. (2014) *Knowing Y:Engage the Next Generation Now.*Washington, DC.ASAE:The Center for Association Leadership.

（翻訳：SIA作成）