

組織のマンネリ化を打破する～新しい食と農の活動をつくる！～

第2回「つながる幸せをおすそわけ」

シチズンシップ共育企画

川中大輔・鈴木陵

新しいメンバーをどう増やすか？

全国各地の伝統的な地域団体や協同組合では、多くが人材のマンネリ化が課題になってきています。新しい人が入ってこない、色々なイベントや集会をやっているけど参加者は毎回同じ顔ぶれ、若者不足…。人材のマンネリ化は、すぐにわかる組織のマンネリ化の一つです。そこで、今回から2回にわたって人材のマンネリ化の打破を考えていきましょう。

人材のマンネリ化の打破と言えば、すぐに新規組合員や新規の活動参加者をどう増やすかという話になります。新しい参加者を増やすためには、何をすればいいと思われませんか。チラシを配る、新規加入キャンペーンを展開する、口コミで呼びかける、新たな企画を実施するといったことが挙げられることでしょうか。いずれも確かにすべきことです。しかし、その前にすべき下ごしらえが2つあります。

今のメンバーを「分析」する

下ごしらえの一つ目は、現在の組合員や活動参加者の「分析」です。分析と聞くと、難しいことのように聞こえるかもしれませんが、この場で求められることは簡単なことです。今、活動に参加されている方などから、アンケートをとってみたり、インタビューをしてみましょうということです。

例えば、現在、活動に参加されておられる方々が「よし、参加しよう！」と決めた理由を聞いてみれば、私たちの生活文化活動のどういう部分に対して、組合員や市民の方々が興味を持ってもらえているのかが分かります。そうした興味を持ってもらった部分を類型化し、図1の円グラフに書き込んでみましょう。ここで「決定打」として最も挙げた要因について、実感してもらえる場をどうつくるのか。ここが担当者の考えどころとなるでしょう。

また、活動に継続的に参加されている方でしたら、「何があるから、継続的に関わっているのか？」を聞いてみれば、継続性を支える要因を明らかにできます。できれば、あまり参加されていない方や参加を辞められた方にも「何がなかったから／何があったから。参加を辞められたのか？」を聞いてみましょう。そこには、今の活動の課題を浮き彫りにするヒントが隠されています。

ただし、参加を辞める理由で最もよく聞かれる「忙しいから」「お金がかかるから」という回答は、もう少し掘り下げて確かめる必要があります。「限られた時間の中での使用先」や「限られたお金の支出先」として、優先順位が上がらないのは、一体何が不足しているからなのかを聞いてみましょう。

私は自分が活動していた NPO でボランティアが急減していった時期にこの分析を行い、メンバーの意見を吸い上げるシステムの不備や、活動上の悩みをケアする機会がないことを課題として発見しました。そして、個別面談を通じて意見交換や相談対応をしたり、外部の専門家にケアワーカーを依頼するなどの対策をとり、減少傾向に歯止めをかけました。

回答を類型化し、表にまで落とし込む作業は、面倒なようにも思われるかもしれませんが、前回にも触れた通り、マンネリ化の打破は問題意識の共有が重要な鍵を握ります。現状を図表で可視化することは、共有を円滑化します。

あなたがいただいた「幸せ」は？

下ごしらえの二つ目は、こうした分析を「私」に向けてみることです。あなたは JA の生活文化活動を通じて、どのような「幸せ」を得ているのでしょうか。みなさん自身が、継続的に関わり続けているのは何があるからなのでしょう。何に喜びを見いだし、どのようなことに働きがいを実感しているのでしょうか。生活文化活動の担当者の方は、JA だからこそ得られる「幸せ」を最もよく知っている人の一人である必要があります。

なぜならば、こうした問いへの「自分なりの答え」を持たないままに、新規の参加者を得ることは不可能だからです。JA の生活文化活動につながる幸せを分かっていない人が、他の人の心を動かせるのでしょうか。自分が見いだした幸せや喜び、働きがいを他者と共に感じあえた時に、新たな参加者が加わることとなります。新規の参加者を得るということは、つながる幸せをおすそ分けしていくことに他なりません。

自分がいただいた幸せを共に感じ合うための言葉や機会を考えることが、チラシや企画の根っこにあります。広報や企画のマンネリ化も今後取り上げていきますが、幸せのおすそ分けという考え方は、それらを考える前提となります。

参加者から協力者、協力者から組合員へ

以上の2つの下ごしらえを経て、広報や企画を展開して、活動への参加者を増やしていくだけでは、組織のマンネリ化は打破できません。活動の担い手としての人材が増えなければ、人材のマンネリ化状態は変わりません。

どのような組織でもそうですが、いきなり正規の会員になることには、抵抗感を感じられてしまいがちです。組合員になることで、どのようなメリットを見いだせそうかを考える期間や自分がメンバーとしてフィットするのかどうかを見極める期間が必要です。

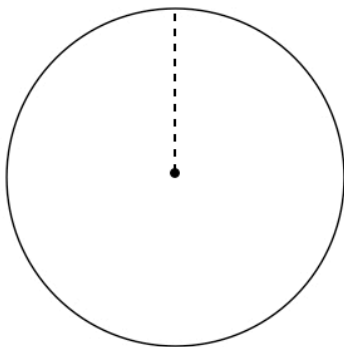
活動の参加者は、JA の生活文化活動の社会的必要性を体感している方々ですから、担い手へとなりやすい層のはずです。活動の参加者の方々に単純にリピートしてもらうだけではなく、徐々に協力者（当日ボランティアやプロジェクトベースの有期ボランティア）になっていただきながら、そうした抵抗感を減じていく期間を過ごしてもらうことが必要でしょう。活動参加者から協力者へ、協力者から準組合員へ、準組合員から組合員へ。こうした流れを意識して、働きかけていけると抵抗感なく参

加を巻き込めるのではないのでしょうか。

しかし、現場で活動されておられれば、強く実感されておられるように、新規の組合員を増やすことは決して容易なことではありません。現在いる組合員や準組合員の方を活かすかたちで、人材のマネリ化を打破していくことも考えられます。次回は既存人材の活用を考えます。

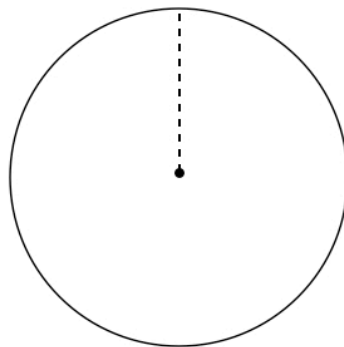
図1 メンバーを「分析」する

あなたの活動の参加者に聞いてみよう



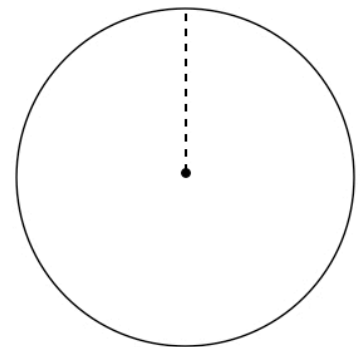
活動参加の決定打は？

興味をかきたてる要因を
誰に伝える？
どこでどう分かってもらう？



継続参加の理由は？

今の活動の魅力を
どう膨らませる？
どの場面でどう表現する？



参加しなくなった理由は？

組織として解消できる
問題は？
問題になる前の予防策は？