

## 『新歓の仕方』

今の団体に参加した理由はなんですか？

### 【イントロダクション】

新歓とは勧誘とともに、定着を考える事も重要です。

模擬国連に限って言えば、勧誘に関してはうまくいったとしても、定着に対するサポートの欠如が見られます。

毎年、多くのメンバーが夏休みに辞めて行きます。

それはなぜでしょう？

また他の団体ではどうでしょうか？

自分の団体の売りはなんですか？

新入生のターゲットは誰ですか？(ターゲットのマトリックス分析)


新歓で大切なことは新入生のニーズに答える事とともにニーズを掘り起こす事。

まず説明を聞いてもらえる状況を創出することが重要。

そして説明の中で相手のインセンティブを掘り起こす言葉を伝えるべき

## 【裏技】

### ■広報と新歓

新歓は新歓期間だけではありません。

ただ多くの学生は団体への加入は新歓期しかチャンスとして把握していません。

その場合に重要になってくるのが、**通年広報**です。

たとえば、団体にホームページがあれば、入学前に調べて連絡を取る人も中にはいます。

また新歓期間後も、ホームページに加えてポスターや通年ビラを置く事によって、**通年新歓**も行なえます。

\* 関連 ホームページのリニューアルとコストパフォーマンス

### ■mixi の利用

新歓を行なう場合でも、まず認知度がなければ話しになりません。

自分の団体の認知度を上げる場合、連想出来るものやキャッチコピーがあると認知度の上昇に寄与することになります。

また新生をターゲットにする場合、新生の多くがインターネットに不慣れである事が多いです。その反面、mixi を利用している可能性は多くあります。よって、イベントとして講演会などを開催し、その広報とともに参加者募集をするというのは常套手段です。(新歓期以外でもイベントでの新歓的価値の付与は有効な方法です。)

\* 例 UNHCR ユース

### ■コストパフォーマンスとのバランス

新歓活動で、よく国際協力系だから理系の学生には勧誘をしないという人がいます。

確かにコストパフォーマンスの観点から考えると理系学生の国際協力団体への参加率は低いです。

しかし国際協力関係で活躍しているメンバーの理系の比率は逆に高かったりします。

コストパフォーマンスを重視して、戦略を練る事も重要ですが、新歓に動員出来るメンバーなど体力的な余裕があれば可能性の追求はしてもいいと思います。

また今回行なった新歓が来年の新歓に繋がる事もあります。つまり一年次では参加しなくても、二年次から参加するケースもあるということです。

\* また理念に立ち返って新歓活動の戦略を練るのもよいでしょう。

### ■周期の把握

一年の中で新歓の絶好期というモノがあります。4月の新歓期、5月の連休明けの第二次新歓期、そして秋新歓です。

### ■キャッチコピーとビジュアル

新歓、特にビラ配りでは、短時間にその人の関心を引く言葉をかけることが必要です。それがキャッチコピーです。

またビラの場合でも、新生は一日に何枚もビラを貰います。その中で自分達のビラをとってもらわなければなりません。その場合、

### ■ターゲット

新歓のターゲットは大学生だけですか？

将来性を考えた高校生や大学院生は選択肢としてありませんか？

また国際協力系団体の場合、たとえ、メンバーとして高校生の受け入れが難しい場合でも、事業として高校生への啓発活動は出来るのではないのでしょうか？またその際に団体概要などを知らせるキットを作成しておけば将来的に新歓はぐっと楽になるでしょう。

\* 模擬国連の高校生大会

## 【モチベーションストラテジー】

### ■新歓する意義

国際協力系の団体が新歓する意義とはなんのでしょうか？