

2024年度
「正会員に対する活動助成」活動報告書

| | |
|---------------|---|
| (ふりがな) 団体名 | こうえきしゃだんほうじん ふくおかけんしゃかいふくししかい 公益社団法人 福岡県社会福祉士会 |
|---------------|---|

■活動報告の詳細

| 活動名称 | 入会2年目会員等の退会抑止及び若年層をはじめとした入会促進に関する両輪対策事業 |
|-------|--|
| 活動の目的 | <p>(1) 退会抑止とその狙い</p> <p>○退会を考え始める特に入会2年目の会員が、当該年度で退会という選択を思いとどまらせ、3年目への継続入会に気持ちの流れを誘導する事がこの活動の最大の狙いである。</p> <p>○退会を考え始める時期は、傾向としてはほとんどがその年度の秋から冬にかけてである。年明けの1~3月の時期は、事務局に電話やメールで退会方法についての問合せが急増する時期でもあり、事実上既に退会の決意が固まっている時期である。従って、退会を思いとどまらせるには、年内(12月まで)に何らかのアクションを起こす必要があり、遅れば手遅れになる可能性が高くなると考えられる。</p> <p>○アクションプランとしては、まず<u>入会メリットを思い出させる、あるいはメリットに気づく為のきっかけを提供すること</u>。そのきっかけによって、当該年度で退会という選択を思いとどまらせ、3年目への継続入会に気持ちの流れを誘導する。<u>入会メリットに気づかせる方策の基軸は会報の内容を質・量ともに充実させること</u>。入会しなければ得られなかった情報、特に自己研鑽に資する情報(研修・福祉業界情報等)をこれまで同様重点的に継続していく。</p> <p>○かつその流れに誘導する策として、下記「実施した活動の内容」のとおり対象者全員にグッズ類(翌年度に有効な研修参加費補助券と福岡県社会福祉士会グッズ)を配布・進呈する。</p> <p>○さらに「永年会員への特別感謝キャンペーン」として、2023年度から入会10年目、20年目、30年目の全会員に対して記念品を進呈し大変好評を得たことから、入会年数の長い会員にも喜ばれる仕掛けが良い効果を生み出すこともあり、退会抑止対策としての第二手とする。</p> <p>○ただしこれらの取組は、今回だけで終わらせることなく、毎年継続してこそ効果が見込めるものと考えている。</p> <p>(2) 入会促進</p> <p>○「若手入会促進キャンペーン」に関しては、2023年度は30歳未満の新規入会者数を従前の約10人から20人増やし30人を目標としたが、PR不足もあり21人に留まった。2024年度に関しては、再起を期し再度30人以上を目標に設定した。さらに、若手入会者を紹介してくれた会員にもグッズをプレゼントすることで会員の協力も得る。</p> <p>○入会促進の第二手として2024年度は「<u>社会福祉士実習指導者講習会</u>」受講申込受付にあたって会員優遇措置を強化することによって、入会促進の一助とする。</p> |

実施した活動
の内容

1. 会員・非会員への広報・周知活動

(1). 2024 年度の入会キャンペーンを会報「ふくおか社会福祉士通信」(以下、「通信」という)で断続的に案内・周知

- ① 会員継続感謝キャンペーン
(通信 4 月号、5 月号、10 月号、2・3 月合併号)
- ② 若手入会促進キャンペーン
(通信 4 月号、5 月号、6・7 月合併号、8 月号、10 月号、2・3 月合併号)
- ③ 永年会員特別感謝キャンペーン
(通信 9 月号、10 月号、11 月号、12 月号)
- ④ 秋得入会キャンペーン
(通信 10 月号、11 月号、12 月号)
- ⑤ シニア入会大歓迎キャンペーン
(通信 10 月号、11 月号、12 月号)
- ⑥ 入会 3 年継続キャンペーン
(通信 10 月号、11 月号、12 月号)
- ⑦ 2025 年度会員 2,000 人突破記念キャンペーンの予告案内
(通信 1 月号)
- ⑧ 2025 年度先行入会申込受付キャンペーン
(通信 2・3 月合併号)
- ⑨ 2024 年度入会キャンペーンの実施報告
(通信 2・3 月合併号)

(2). 若手入会促進キャンペーンをHPで案内……8 月

ホームページで若手の入会者の会費減免(2024 年度から、オリジナルネクストラップもプレゼント)を案内。また更に若手入会者を紹介してくれた会員にオリジナルネクストラップを進呈する旨案内した。紹介者にとってもお得な特典となる。

(3). 社会福祉士実習指導者講習会の開催にリンクさせた入会促進

- 会員優遇対策として、開催要項に①会員の受講は確約すること、②非会員は受講できない場合もあることを明記。また会員の受講料は値下げし非会員を値上げすることにより会員との格差を浮き彫りにして、非会員であることは相対的不利であることを強調し、入会への誘導・動機付けの一助とする。

【受講料の 2024 年度改定】

| | 会員 | 県外会員 | 非会員 |
|------------|----------|----------|----------|
| 2023 年度受講料 | 11,000 円 | 16,500 円 | 22,000 円 |
| ↓ | ▲1,000 円 | +3,500 円 | +8,000 円 |
| 2024 年度受講料 | 10,000 円 | 20,000 円 | 30,000 円 |

- 受講料は、施設が全額負担する所がほとんどであり、非会員本人には負担が無い場合入会に繋がらないのが今までの実情であった。しかし非会員を受講させる施設側としては、入会してもらえば確実に受講でき、かつ安い受講料負担となるため、施設側から受講者への入会勧奨に繋がる可能性も期待できる。実際に施設の窓口担当者から「本人に聞いてみます」との声も数カ所あり。
- さらに会員と非会員とで申込受付開始日に 1 か月の時間差を設けた。まず受講が確約される会員から先行受付を開始。その 1 か月後から非会員の受付を開始した。非会員は定員の関係で受講できない可能性があり、相対的不利を感じ取ってもらい、入会の動機付けの一助とした。実際に入会に結びついたケースも数件あった。
- なお、開催要項には入会申込書請求方法等の案内も新たに追記した。
- 申込者の中には若手も 30 人程度おり、「若手入会促進キャンペーン」の内容も併せて案内することにより入会促進の有効な一手になった。入会固辞の若手については、翌年以降にも機会があるため全員受講不可とし、若手ではない非会員を優先し定員数まで受講決定した。

2. 実施した入会キャンペーンの内容・特典

- (1). 若手入会促進キャンペーン
 - 30歳未満の新入会者の入会金+年会費免除、及びオリジナルネックストラップを進呈。
 - 対象の若手入会者を紹介してくれた会員へも、当年度からオリジナルネックストラップを進呈することにした。
- (2). シニア入会大歓迎キャンペーン
 - 入会時に60歳以上の19名全員へ、次年度（2025年度）限定の研修参加費補助券（2,000円券×2枚=4,000円分）を進呈。
- (3). 秋得入会キャンペーン
 - 10～12月の新規入会者13名の年会費を2,500円減免。オリジナルネックストラップとオリジナルクリアファイルを進呈。
 - 10～12月の新規入会者を紹介してくれた会員へ、オリジナルネックストラップまたはオリジナルトートバッグのいずれか希望に応じて進呈。
- (4). 永年会員特別感謝キャンペーン
 - 入会10年目、20年目、30年目以上の方、計143名へ、記念品として本会オリジナルトートバッグを進呈。
- (5). 入会3年継続キャンペーン
 - 入会2年目（2022年度入会者）の会員158名へ、オリジナルネックストラップと2025年度限定研修参加費補助券（2,000円券×2枚=4,000円分）をセットで進呈。
- (6). 2025年度先行入会申込受付キャンペーン
 - 2025年4月入会を条件として入会予定者を先行し受付。
 - 申込者へは通信（バックナンバー含む）を無料配布。
 - 本会の研修会には会員価格で参加できる。
- (7). 会員継続感謝キャンペーン
 - 2024年度も2023年度から引き続き自動継続入会してくれた会員全員1,871名へ、オリジナルクリアファイルを進呈。
 - 進呈方法は、通信5月号に同封する形で全員へ配布。

3. キャンペーン推進に必要なインセンティブ（特典グッズ）作成

- (1). オリジナルネックストラップを製作 【資料A】
 - オリジナルストラップ製作者（ホットストラップ）に前年度同様の仕様で再発注した。
 - 当年度は想定以上に需要が増加したため、追加で50本発注した。
- (2). オリジナルクリアファイルを製作 【資料B】
 - 新たにラクスルに発注。※前回発注業者よりも安価なため
 - 当年度は新しいデザインの仕様で発注した。
- (3). 研修参加費補助券（¥2,000券×2枚）を製作 【資料C】
 - 2025年度に本会が主催する研修会に限定した手作りの補助券であり、2025年度でのみ使用できるものとしている。
 - 本会事務局職員が印刷・封入・発送作業を行った。
- (4). オリジナルトートバッグを製作 【資料D】
 - オリジナルトートバッグ製作者（ラクスル）に前年度と全く同仕様で発注した。

活動の成果

(1) 退会抑止について

- 2022年度～2024年度の退会者数比較は下表のとおりである。

【退会者数の実績時系列】

| | 2022年度 | 2023年度 | | 2024年度 | |
|----------------|--------|--------|------|--------|------|
| 総数 | 105人 | -25 | 80人 | +23人 | 103人 |
| 内、入会 2年目会員数 | 10人 | -3 | 7人 | +1人 | 8人 |
| 2年目会員の割合 | 9.5% | -0.7 | 8.8% | -1.0 | 7.8% |

- 2024年度は、下記のとおり入会者が49人増加したものの、退会者数は23人増加し減らすことはできなかった。ただし入会2年目会員の退会率はわずかながら減少した。この取組は引き続き継続しながら、4～5年のスパンで効果測定を含め検討していきたい。

(2) 入会促進について

- 2022年度～2024年度の入会者数比較は下表のとおりである。

【入会者数の実績時系列】

| | 2022年度 | 2023年度 | | 2024年度 | |
|------------------|--------|--------|-------|--------|-------|
| 総数 | 120人 | +13 | 133人 | +49 | 182人 |
| 内、若手 (20代)会員数 | 10人 | +11 | 21人 | +15 | 36人 |
| 若手会員の割合 | 8.8% | +7.0 | 15.8% | +4.0 | 19.8% |

- この結果をみてわかる通り、2024年度は、入会者数が想定を大きく上回り、過去最多の182人を記録した。より力を入れ取り組んだ入会促進活動によって成果があったものと認められる。
- 第二手として取り組んだ「社会福祉士実習指導者講習会」では、この講習会の受講を機に13人（内6人が若手）が入会に結びついた。これも今回初めて取り組んだ活動によって成果があったと認められる。

(3) 総括

以上より、退会抑止と入会促進はどちらが欠けても組織率の維持向上の効果は少なく、同時並行して取り組む両輪駆動の対策こそが、組織率の維持向上のために有効であることが再認識できた。退会抑止が入会促進の一助にもなり、相乗効果が期待できる。来年度は退会抑止策にも新たな戦略を検討したい。

| | |
|---|--|
| <p>活動実施を通じての課題</p> <p>実施していく中で、見えてきた活動遂行における課題</p> | <p>(1) 退会抑止にも力点を</p> <p>① 若手入会者の初年度での退会 「若手入会促進キャンペーン」で入会すれば、初年度の年会費が免除される特典が得られるが、<u>初年度で退会する会員が数名見られた。</u> 2024年度の若手入会者36人中3人(8.3%)が初年度で退会した。これらの方は、入会する時点ですでに1年で退会することを決めていたのではないかと推測される。若手入会者が入会メリットを初年度から実感してもらえようような強い仕掛けが必要であり、ユース委員会による企画も期待したい。</p> <p>② 入会2年目 入会2年目の会員を対象として、「入会3年継続キャンペーン」が適用される。翌年度も会員として継続してもらうことを前提にして翌年度限定の「研修参加費補助券(4,000円分)」を進呈。また併せてオリジナルネックストラップもプレゼントしている。 <u>2024年度の入会2年目会員の退会者数は、残念ながら1人増加し昨年度と比べ減らすことができなかった。</u>退会に傾きかけた気持ちを思いとどまらせるためには、「入会3年継続キャンペーン」の実施時期を2025年度は1か月ほど早め、案内段階から早めに手を打ちたい。</p> <p>③ 入会3年目 石の上にも三年の例えもあり、丸3年間会員を継続できた者は、会員同士の横の繋がりも広がる。基礎研修ⅠからⅢまで修了した同期は、仲間意識が強固になる。ようやくコロナ禍を乗り越え、<u>研修会が集合形式に戻ってきているため、入会メリットのひとつ「会員のネットワークの拡大」は、①～②の対策は継続してこそ効果が期待できると思われる。</u></p> <p>(2) 永年会員への特別感謝も必要 「入会して10年以上も経つのに何の特典も無い。勤務先なら永年勤続表彰などあるのに」との声を聞いて、2023年度から「永年会員特別感謝キャンペーン」を開始した。オリジナルトートバッグをプレゼントし対象者からは大変喜ばれている。今後も毎年実施していく。入会年数の長い会員からは「永年入会しているのに若手ばかり良い思いをしている」という本音も聞こえてくる。今後も入会年数の長い会員にも喜ばれる組織運営も大切な課題と思われる。</p> <p>(3) 目に見えるメリットも大切 これまで入会メリットというものは目には見えにくいものと教えられ、またそのように考えてきたが、今後もとりわけ淡白な若手に対しては、特に目に見えるメリットも提供しながらの組織運営を目指したい。<u>来年度は入会者を推薦した会員にもネーム入りグッズ(三色ボールペン等)をプレゼント予定。</u></p> <p>(4) 入会促進対策は引き続き継続しつつ「いづるを制する」 これまで実施してきた入会促進策は、継続すれば一定程度の効果が得られることは検証できた。<u>今後の重点課題は、結論的には「いづるを制する」事、すなわち退会者を増やさず、減らす工夫と努力が重要。</u>そのためには何をを行うかを重点的に検討していかなければならない。</p> |
| <p>活動の実施状況・実施結果に関する情報の公開</p> <p>あてはまるものにチェックと内容詳細を記入ください</p> | <p>※貴法人のホームページでの公表は必須となります。</p> <p>情報の公開方法(複数選択可)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 広報誌・会報誌等で公開)</p> <p><input type="checkbox"/> その他 ()</p> |

HOT STRAP ホットストラップ

ウェブサイト: www.hotstrap.jp
 電話: 03-5852-1100

| | |
|--------------|-------|
| Designer | Waltz |
| Checked by | Ice |
| STRAP COLOR | ✓ |
| LOGO COLOR | ✓ |
| CMYK | ✓ |
| VECTOR | ✓ |
| JPG | ✓ |
| EMBED | ✓ |
| CSS | ✓ |
| CIS | ✓ |
| Check layout | ✓ |

| | |
|-----------------------------|--|
| Width (幅) (宽度) | <input checked="" type="checkbox"/> 10 mm <input type="checkbox"/> 15 mm <input type="checkbox"/> 20 mm |
| Material (材質) (材質) | <input checked="" type="checkbox"/> Polyester (ポリエステル) (涤纶) <input type="checkbox"/> Nylon (ナイロン) (尼龙) |
| Thickness (厚度) (厚度) | <input type="checkbox"/> Flat (平織) (平织) 0.8 mm <input checked="" type="checkbox"/> Tubular (袋織) (袋织) 1.6 mm |
| Lanyard Color (紐子色) (帯子颜色) | <input checked="" type="checkbox"/> Flag Red (紅赤) 7 紅赤 |
| Logo Color (シルク印刷色) (印刷颜色) | <input checked="" type="checkbox"/> White |
| AntiVirus (抗ウイルス加工) (抗病毒加工) | <input checked="" type="checkbox"/> (あり) (有) <input type="checkbox"/> (なし) (没有) |

紐の口の幅が小さく、ストラップまでの長さで調整できません。
 (口の幅はLOGOの幅を基準とします。T.S.印刷LOGO)

紐の口の幅が小さく、ストラップまでの長さで調整できません。
 縫製時に紐の口が重なっても印刷は見えません。
 (紐の口の幅はLOGOの幅を基準とします。T.S.印刷LOGO)

紐の口の幅が小さく、ストラップまでの長さで調整できません。
 縫製時に紐の口が重なっても印刷は見えません。
 (紐の口の幅はLOGOの幅を基準とします。T.S.印刷LOGO)

ネックストラップフロントキー(パーツ)

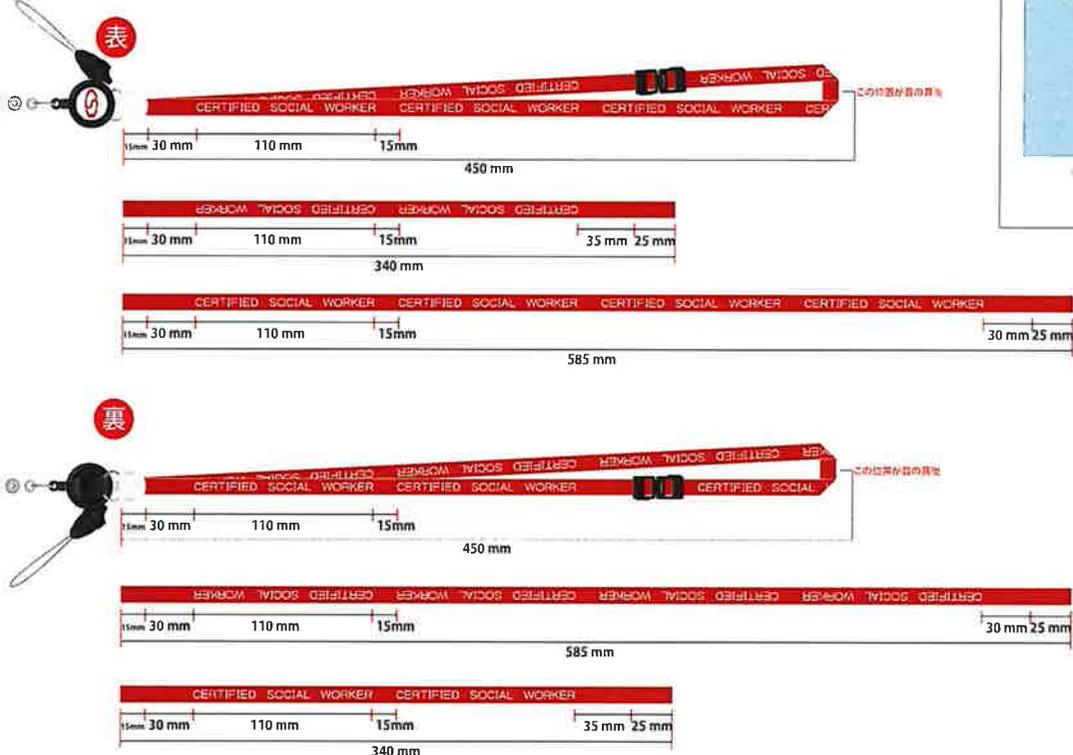
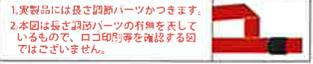


ID CARD (標準IDホルダーチェックなし・高なし)
 標準(无盖,无拉条)



| | |
|------------|---|
| 印刷無し | |
| 片面印刷(片面印刷) | |
| 両面印刷(両面印刷) | ✓ |

| | | |
|---------|------|--|
| シルク印刷回数 | 12回 | *印刷回数や印刷デザインのサイズによって、首裏の印刷が製品完成品では確認出来ない場合があります。 |
| 印刷間隔 | 15mm | *印刷間隔はロゴの寸法になります。 |



*印刷口が幅狭に小さい場合、細かい文字などが潰れてしまいデータと同じ様に印刷出来ない場合がございます。
 特に10mm幅のネックストラップでは製品完成品の縮尺を100%にして頂き、実物サイズでご確認をお願い申し上げます。
 文字以外でもマスコットなどを含むデザインの場合でも同様の注意が必要です。

資料A

完成イメージ

資料B



Fukuoka **A**ssociation of
Certified **S**ocial **W**orkers

(表面)

資料C

研修参加費補助券

2,000円券

コード BXBE-SE01

本券は、公益社団法人福岡県社会福祉士会が 2025 年度に主催開催する研修会参加費として上記金額分をご使用いただけます。下記のご本人のみ有効で、ご本人が研修会のお申し込みの際に、必ず本券を使用する旨申告して下さい。その他、裏面の注意事項をご確認下さい。

●会員番号 《会員番号》

●ご氏名 《氏名》

2024年12月吉日

公益社団法人福岡県社会福祉士会

会長 高田 裕矢

有効期間 自 2025年4月1日
至 2026年3月31日

研修参加費補助券

2,000円券

コード BXBE-SE02

本券は、公益社団法人福岡県社会福祉士会が 2025 年度に主催開催する研修会参加費として上記金額分をご使用いただけます。下記のご本人のみ有効で、ご本人が研修会のお申し込みの際に、必ず本券を使用する旨申告して下さい。その他、裏面の注意事項をご確認下さい。

●会員番号 《会員番号》

●ご氏名 《氏名》

2024年12月吉日

公益社団法人福岡県社会福祉士会

会長 高田 裕矢

有効期間 自 2025年4月1日
至 2026年3月31日

(ウラ面)

【注意事項】

- 2025年度に公益社団法人福岡県社会福祉士会が主催する研修会にのみ使用できます。ただし、福岡県等行政から本会が委託または指定された研修会を除きます。
- 本券は譲渡不可。本人が使用する場合に限り有効です。
- 研修会当日に参加費が徴収される場合は、必ず本券を受付で提出して下さい。当日本券が提出されない限り、その参加費の減免はできません。
- 本券は、いかなる理由があっても再発行しません。
- 有効期間内に使用できなかった場合は無効となり返金不可。
- 本券1枚で使用できる研修は1件に限ります。複数の研修会では使用できません。
- 研修参加費が本券の金額を上回り不足する場合は、ご自身で現金をお支払い下さい。
- 研修参加費が本券の金額を下回る場合は、釣り銭はできません。
- 本券を使用した場合、領収証は発行致しません。
- インターネットやFAXで研修会の受講申込みをされる際は、券面右上のコード番号を備考欄または連絡欄にご記入下さい。
- その他、不明な点がございましたら、事務局へお問合せ下さい。

【注意事項】

- 2025年度に公益社団法人福岡県社会福祉士会が主催する研修会にのみ使用できます。ただし、福岡県等行政から本会が委託または指定された研修会を除きます。
- 本券は譲渡不可。本人が使用する場合に限り有効です。
- 研修会当日に参加費が徴収される場合は、必ず本券を受付で提出して下さい。当日本券が提出されない限り、その参加費の減免はできません。
- 本券は、いかなる理由があっても再発行しません。
- 有効期間内に使用できなかった場合は無効となり返金不可。
- 本券1枚で使用できる研修は1件に限ります。複数の研修会では使用できません。
- 研修参加費が本券の金額を上回り不足する場合は、ご自身で現金をお支払い下さい。
- 研修参加費が本券の金額を下回る場合は、釣り銭はできません。
- 本券を使用した場合、領収証は発行致しません。
- インターネットやFAXで研修会の受講申込みをされる際は、券面右上のコード番号を備考欄または連絡欄にご記入下さい。
- その他、不明な点がございましたら、事務局へお問合せ下さい。

資料D



**Fukuoka Association of
Certified Social Workers**