

## IV. 会員の事業参画の促進と組織基盤の強化

### (1) 効果的な事業広報・PR 活動の実施

#### ○本会議所事業・サービスの総合案内冊子「大商便利帖」の作成

多岐にわたる本会議所の事業・サービスを分かりやすく説明するため、「大商便利帖 2007 年度版」を 5 万 5,000 部作成した。

[成果・実績] 機関紙「大商ニュース」に同梱して、全会員に配布した。また、会員訪問活動や新規入会の勧誘ツールとしても活用し、各種事業やサービスの PR に努めた。

#### ○機関紙「大商ニュース」と「大商メールマガジン」の発行、ホームページの充実

本会議所の活動を広報するとともに、経営に役立つ情報を会員に提供するため、機関紙「大商ニュース」を 22 回発行した。本年度は、『大阪賑わい創出プラン』の成果を発表する『大阪賑わいプラン』推進中や、独自性・地域性を発揮しつつ事業に取り組む支部の活動を紹介する「エリア・チェンバーから」などを連載し紙面を充実させた。また、「大商ニュース」に会員企業の PR チラシを同梱して配送する「同梱サービス」を、会員企業のビジネス機会創出ツールとして実施した。一方、電子媒体として「大商メールマガジン」を毎週発行したほか、ホームページでは読みやすさ・使いやすさを追求し、入会促進のため会員メリットを強調した。

[成果・実績] メールマガジンの登録読者数は 2 万 2,079 人、ホームページのトップページへの年間アクセス件数は 83 万 4,196 件、総ページビューは 700 万 2,322 件と前年度に比べ大幅に増加した。

<大阪商工会議所ホームページ>



URL=<http://www.osaka.cci.or.jp>

### (2) 会員訪問・増強運動を通じた3万会員の回復・維持

#### ○会員訪問活動の実施

会員本位の視点に立った事業の企画・運営を行うため、事務局職員が約 5,400 件の会員を訪問した。会員の事業参加率の向上を目標として、過去に事業参加のない会員を中心に、新入会員、会費未納会員、会費基準未達会員などへの訪問活動を展開。訪問時には、本会議所事業活動の説明・PR、各種会合・セミナーへの参加やサービス事業の利用勧奨に努めるとともに、会員から寄せられた意見・要望を聴取し、会員との関係強化、組織・運営の改革に反映させた。

[成果・実績] 事務局職員の会員訪問件数は約 5,400 件。平成 15 年度から実施している会員訪問活動による訪問累計件数は、約 2 万 8,000 件に達した。

#### ○会員ニーズを反映した運営の効率化

「欲しい情報を」「欲しい会員に」「欲しい時に」をキーワードに、「会員情報管理システム」を活用し、会員のニーズに即した事業開発や各会員企業に合った効果的な本会議所事業の PR につなげた。

[成果・実績] これまでに蓄積された会員の基本属性、会員意向調査で聴取した経営課題、関心のある分野、入会動機、本会議所事業参加履歴、さらには会員訪問などによる会員企業との接触履歴などを基に CRM を推進することで、会員の意見・要望やニーズを分析し、事業の開発・運営と効果的な事業 PR に反映させた。

#### ○入会勧誘事業による増強運動の推進

本会議所では、会員にとって「なくてはならない経済団体」として事業を活性化し、組織基盤の強化を図るため、新規加入件数 2,000 件を目標に会員増強運動を展開した。非会員企業にも会員と同価格・同資格で本会議所事業に参加できる入会勧誘事業を実施し、事業を通じた入会促進を行うとともに、役員・議員会社から未加入のグループ企業または取引先企業をご紹介いただくなど、会員企業と事務局が一致協力して増強運動に取り組んだ。また、初代会頭五代友厚の生涯、企業家 105 人を紹介する「大阪企業家ノート」を作成し、PR グッズとして活用した。

[成果・実績] 新規加入件数は 1,690 件を獲得した。新規加入件数の内訳は法人会員 1,007 件、団体会員 39 件、個人会員 475 件、特別会員 169 件となった。