

4.調査結果まとめ

1)会員バックグラウンド(属性)

年齢層は30～40代が中心。

コーチングを学んだ期間が6年以上の会員が、約42%と中堅層が中核となっている。

学んだ機関は、1カ所以上が15名(約40%)であるが、一方、認定資格なしは、13名(約34%)と意外と多い。

2)今後、コーチとして、或は、コーチングを活用されるにあたってについて(今後3年間において何を学ばれたいか)

NLPや心理学などコーチングに関連した他分野から学びを得たいと思う会員が多い。(2番目に多い)

具体的なテーマについて学びたい会員は数名で少なかった。

コーチングを学んでからの年数に関係なく、個人的に学びたいことは様々だが、各自の課題・能力アップのためのコーチングそのものに関してが一番多い。3番目以降にコーチ業営業、チーム・組織開発、ファシリテーションなど。

3)大阪チャプターに対する評価

大変満足は0。満足 34% 普通 37% 不満 29%

初心者(新会員)とベテランでは(当初からの会員)不満足、学んでから3～5年にかけては約4割の会員が不満と思っている。(今回、学んでからの各年数層に対する人数が、1名から最大15名と隔たりがあり一概には言えないが)

”例会に参加できていないのでわからない”とされている会員が9名(約24%)、また、評価基準が例会が一番多いことから、会員との接点が例会しかないことがあらわれている。

4)大阪チャプターに期待すること

学びの面の大阪チャプターから期待するサポートは、コーチングにおける成果・事例などの情報交換や講座が多い。

マーケティング面では、コーチングの普及と浸透(宣伝)とイベント開催による普及活動(販促)がほぼ同数で多い。

営業面とその他の面では、HPやコーチ紹介コーナー充実、SNSなどでの交流の場、とネット上の整備と工夫によるサポート要望が多い。

5)その他気づいたこと

個々のお声より、例会(会員向け)とコーチ会館(一般にも広く)の位置づけや機能が会員に充分伝わっていないことがわかる。

普段の活動では、会員の顔が見えない。大阪チャプターを通しての役員と会員、会員同士の交流、接点が少ない。

会員は、コーチングそのものに関して学びたい思いがあるが、大阪チャプターには、成果・事例などの情報交換にニーズが高い。

尚、「現状把握」「問題点の抽出」「課題発見」「課題解決のためのコンセプト」に関しては
今月、11月、12月にかけてまた、配信させていただきます。