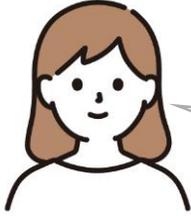




クラブのみんながヒーローだ

公共イメージ向上のための卓話

RID2730
2023-24



Q：公共イメージってそもそも何？

A：地域社会の人々の 私たちロータリーに対する イメージ

Q：公共イメージの向上は、私たちにどんな成果をもたらすの？

①奉仕の輪が広がる

②会員数が増える

③寄付も増える

①②③→①②③の繰り返しがクラブの好循環を生む！





「公共イメージ向上」までのプロセスは？

- ① ロータリーブランドの再認識 「なぜ私達はロータリーがいいのか？」
- ② クラブ活性化の実現 「クラブみんなで、世界を変える行動人になろう！」
- ③ 効果的で広範囲な広報 → ①②③でやっと公共イメージが向上する

③が出来ていても①②が出来ていなかったら公共イメージは向上しない



私たち「公共イメージ委員」は何をすればいいの？

1

ロータリーブランド
を再認識する

2

クラブ活性化を実現
する為に情報を共有する

3

効果的で広範囲な
広報を行う

本日は上記の1・2・3を、1章・2章・3章としてお話いたします

1章：ロータリーブランドを再認識する

ブランドを考える時は ➡ 歴史を振り返るとよい



■ 20世紀初期のアメリカ、国民の精神性を高めたい、などの理由で各州で徐々に禁酒法が制定。

■ でもみんなお酒が好きだしお酒を所持すること自体は合法だった。その結果・・・



■ 闇で酒の販売が横行し、それを仕切るアルカポネなどのマフィアがぼろ儲け！かえって社会が腐敗してしまう皮肉な結末に・・・トホホ泣

■ シカゴで弁護士をしていた **ポール・ハリス** は1905年、同じように田舎町出身の仲間3人とロータリーを結成。
尊敬しあえる仲間同士で親睦を深め、相互にビジネスを盛り上げる
と共に、高いモラルとスキルをもって職業を手段として社会に貢献しようというものでした。



ロータリーの歴史から **ロータリーのブランド** & **ロータリーの理念** が形成された

①ロータリーのブランドとは？

親睦

みんな仲良く

相互扶助

会員同士でビジネス盛り上げ

個人奉仕

例会で学び、職業で奉仕

団体奉仕

クラブ一丸となって社会奉仕

②ロータリーの理念とは？

ロータリーの目的

第一の標語

超我の奉仕

第二の標語

最もよく奉仕するもの
最も多く報いられる

四つのテスト

①や②を地域社会で「カタチ」にするのが5大奉仕

クラブ奉仕

職業奉仕

社会奉仕

国際奉仕

青少年奉仕



5大奉仕の充実が **ブランディングの成功** や **クラブの活性化** に繋がる
∴ 5大奉仕相互や公共イメージ委員会との **連携&協力** が重要

2章：クラブ活性化を実現するための情報共有ツール

① 国際ロータリーのホームページ

世界の情報が検索できる

③ 2730地区のホームページ

地区の情報が検索できる

② ロータリーの友

世界と日本の情報が分かる

④ ガバナ一月信

地区の情報が分かる

①と③は 利用する人としらない人の差が激しい

本日は①と③の機能を簡単に解説します

①国際ロータリーのホームページ



ロータリーのプログラム

ロータリーのプロジェクト

重点7分野の活動状況など

ロータリーのありとあらゆる情報が詰まっています。

最新で重要な情報入手する為にも、ぜひ定期的に覗いてください

「My Rotary」に登録すると使える機能は？

クラブ・セントラル

- 世界中のロータリーの基礎的な情報や活動が検索できる
- クラブの活動目標を設定・登録することができる

ロータリー・ショーケース

- クラブや地区が、自分たちのプロジェクトをロータリー内外に紹介できる
- 世界中の奉仕プロジェクトを、キーワードや条件を絞って検索できる

【別添①：My Rotary でできること】参照

ご不明な点は当部門までご連絡を(^^♪

③ 2730地区のホームページ

ガバナー年度ごとのアーカイブ情報
や「ガバナー月信」が見られる

ページを下にスクロール
すると地区カレンダーが
見られる

The screenshot shows the homepage of the 2730 district. At the top, a navigation bar includes links for 'ロータリーとは', '国際ロータリーについて', '第2730地区について', 'ガバナーについて', 'アーカイブ', '広報', and 'ダウンロード'. The main content area features a header with the slogan '平和を求め、希望あふれる、明るいロータリーライフを進めよう' and the 2023-24 district slogan. Below this is a 'ガバナーメッセージ 2023-2024年度' section with a photo of the district governor and a list of 'コンテンツ' including 'ZOOMダウンロード', 'ZOOM会議マニュアル', 'ウェブ会議 ログインマニュアル', '地区運営マニュアル', '会員様向けのお知らせ', 'MY ROTARY アカウント登録の仕方', and 'Dropbox共有ファイル'. A 'MY ROTARY' button is also visible. On the right, a '年間カレンダー' (Annual Calendar) for July 2023 is shown, with various events listed for each day. Red callout boxes with arrows point to specific elements: 'ZOOMについて' points to the Zoom download link; '地区運営マニュアル' points to the district operations manual link; 'My Rotary登録方法' points to the My Rotary account registration link; and 'Dropbox共有ファイル (パスワード入力)' points to the Dropbox shared files link.

Dropboxでは地区の必要な情報データをダウンロードできます

【別添②：Dropboxの使い方】参照

どこにいてもスマホで地区の行事が確認
できます。ぜひご愛用ください。

クラブ活性化の為の R I メッセージ

R I ビジョン

- 地域や周囲を巻き込んで持続可能社会を実現するためにみんなで行動しよう(抜粋)

行動計画

- 大きなインパクト
- 参加者を広げる
- 参加者に積極的に関わってもらう
- 社会の変化に適応する(抜粋)

DEI

意思決定・奉仕
の時の心構え

- 多様性
- 平等性
- 多様さを包括する

PDCAサイクル

- ↓
- Plan (計画)
 - Do (実行)
 - Check (測定・評価)
 - Action (対策・改善)

つまり…

多様性を尊重し、平等な立場で、長期的視点に立って、地域と一緒に行動しよう

クラブみんなで、**DEI**を守りながら、**PDCAサイクル**を実行しよう

(クラブ内でアンケートやグループディスカッション [RLI方式]を定期的実施して合意形成を図ろう)



【別添③④：元気なクラブづくりのために】参照

クラブの みんなが「平等に」ヒーローだ！私たち「世界を変える行動人」を、生き生きと広報しよう！

3章：代表的な広報の手段とその特徴

①看板

②クラブHP

③新聞

④テレビ

⑤SNS

⑥知り合いに紹介

⑦「友」と月信

⑧イベント開催

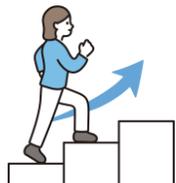
広報において大切なこと



世代などあらゆる階層にまんべんなく伝えるために広報手段の特徴を理解して、それらをバランスよく使おう



「世間はロータリーを全く知らない」を前提に、ロータリーブランドを全面に出して、分かりやすく、強いインパクトを持って伝えよう



クラブ通例の奉仕活動において、去年より今年、今年より来年とより効果的で広範囲な広報を目指そう（PDCAサイクルの実施）

広報の手段 ①看板



まずは「ロータリー」という団体が 存在する ということを 名前と共に 社会に認知してもらううえで最も有効



強いインパクトを持つ「キャッチコピー&デザイン性」が重要！

【提案】 自立看板はお金がかかるなら、クラブ会員所有の建物が目立つ場所にある場合には、建物の壁に看板を掲げさせてもらうといいよ



私の名前は「ロータ」
これから皆様に
いくつかの提案をするわ
よろしくね

広報の手段

②クラブHP



クラブの存在を証明するとともに、
クラブの情報をかなり詳細に記載できる



ロータリーのHPは堅苦しくて「一般」向けではないものが多い
奉仕活動の画像をアップするなど、内容を定期的に更新
していないと、活気が無いクラブだと思われる

【提案1】初めて閲覧する人でも分かりやすく魅力的な
内容やデザインにアレンジしてみてね

【提案2】HP管理者にお願いして画像アップなど
内容を定期的に更新するといいいよ



鹿児島RCのHPは完成度が高いので、是非参考にされてください

広報の手段 ③新聞



クラブや活動内容を詳しく広報できる
新聞に掲載される → 新聞社に活動を評価された = 名誉なこと



新聞の読者は減少傾向にある
特に若い世代はあまり新聞を読まない



【提案1】新聞の投稿に頼らず広報の
手段を幅広く使ってね

【提案2】新聞記事をHP等で2次掲載
すると良いよ

奄美RC 新聞記事を クラブHPに2次掲載

ロータリー奉仕デー

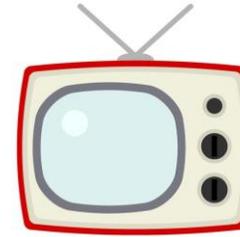
2023年3月5日

当クラブと奄美中央ロータリークラブ、朝日小サッカースポーツ少年団の3団体合同にて、ロータリー奉仕デーの一環として行ったボランティア海岸清掃を、地元紙の奄美新聞と、南海日日新聞に掲載されました。



広報の手段

④ テレビ



動画と共に活動を生き生きと広報できる・極めて高い広報性をもつ



取材対象の競争率が激しく、クラブ活動にインパクトが無いと、そもそも報道させてもらえない可能性もある



【提案】事前にテレビ局側に活動の内容や趣旨を伝え、報道をお願いする「**報道依頼書**」を最寄りの中核都市の「**役所の報道プレス**」に提出してね。そして活動写真や解説も添付してビジュアルで訴えるといいよ。

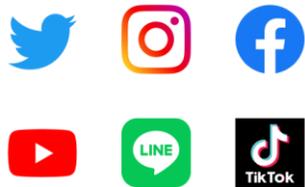
子どもたちの勉強をボランティアでサポート 延岡市で「学習支援教室」

国内



【別添⑤：報道依頼書の書式例】参照

延岡東RC テレビ報道



広報の手段

⑤ SNS



無料で世代を超えて、タイムリーに頻繁に広報

頻繁にアップしないと認知度が広がらない



Facebook → Instagram → TikTok(?)など
世代に応じて流行が変化しやすく不安定



【提案1】 SNSを使い慣れた、頻繁にアップ出来るクラブ会員
にお願いして、複数年度管理をお任せすればいいよ

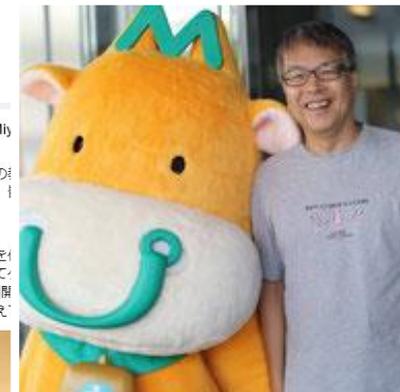
【提案2】 ひとつのSNSに拘らず、幅広い手段による広報を
こころがけてね

【別添⑥：クラブでSNSをはじめよう】 参照

かなおか やすゆき

宮崎ACRC・金岡 保之教授
のFacebook

金岡 保之さんは宮崎大学 University of Miyazaki
2月25日・宮崎県 宮崎市・
大学の1年間がまもなく終了します。今年1年の
ました。満足いくところまではまだですが、
思います。
■教育（グローバル人材育成）：
留学生などの協力を得て、英語での授業の教材を
実践した。またゼミの言語の約半分を英語に
にお招きし、グローバルキャリアセミナーを8回
を英語で発表するなどし、ゼミ生の英語力に



記事・写真共にパーフェクト！

広報の手段

⑥知り合いに紹介

入会の勧誘



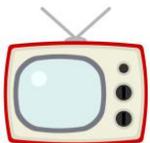
例えば入会の勧誘のときに、ただ「昼飯を食いに行こうや」的な適当な声掛けはダメよ。

クラブ会員みんなが、その人の知り合いにとっての「公共イメージ委員長」だよ！

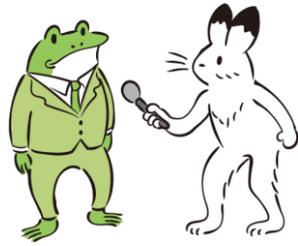
知り合いにパンフレット・「ロータリーの友」を渡す

新聞記事やテレビ放送を紹介する

知り合いのLINE等に、RIのHP、クラブHPや、SNS等を貼り付けて送る



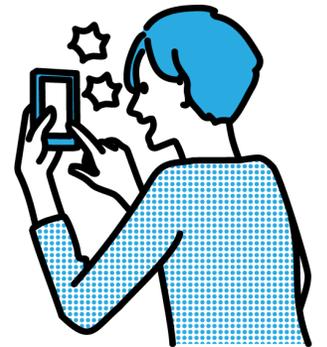
知り合いは「ロータリーを全く知らない」を前提に
広報の手段をフルに使って紹介しましょう！



広報の留意点 ①活動前準備編

- ✓どの手段で広報するか検討（可能な限り手段を増やす）
- ✓R Cメンバー以外の参加者には事前に文章等で、当日撮影した映像等を広報に使う旨を告知する（写りたくない方は撮影から外れて頂く）
- ✓カメラマンはカメラを使い慣れている方を事前に複数決める
- ✓クラブ会員にもスマホでの撮影をお願いする
- ✓撮影時には「撮りますよ～」と被写体に伝えるよう事前をお願い
- ✓ユニフォーム・パネル・旗・のぼり等を事前確認
広報グッズにインパクトが無い場合は、これを機に新調しよう！

撮りますよ～





広報の留意点 ②活動当日編

✓ ユニフォームはクラブ会員**全員**が着用（面倒くさがらない）

✓ パネル・旗・のぼりは活動現場の**目立つ位置**に置く

✓ 集合写真は**笑顔**で。パネル・旗・のぼりも一緒に！

✓ **活動の内容**が分かる**写真**を撮る

✓ RCメンバー以外の参加者数名に
活動の感想を聞く → 記事に掲載



千葉で行われたポリオイベント
ポリオカラーの統一性



大口RC主催のチャリティー音楽祭
活動内容が一目瞭然で分かる



鹿児島大学ACRCの海岸清掃
旗や幟により活動内容が分かる



③記事作成・SNS投稿編

- ✓記事には、活動の〔日時場所〕〔目的〕〔内容〕〔成果〕〔感動〕を記載
- ✓活動内容に沿った写真を採用する（写真は記事の重要な補足説明）
- ✓記事の途中で写真を頻繁に織り込む（長い文章+最後に画像ではダメ）
- ✓Instagramなど画像メインの場合でも、活動内容等を短文で画像に嵌め込む（画像オンリーではダメ）
- ✓「**ビジュアルアイデンティティ(ロゴ等)**」を積極的に採用
「ブランドリソースセンター」で取得（RIのHP）



東京三鷹RCの宮崎ガバナー
が自転車全国縦断したときの
ビジュアルアイデンティティ使用例

【別添⑦：ビジュアルアイデンティティのガイド】参照

最後に・・・クラブ活動写真の完成度をあげましょう！

完成度の高い写真

- ①ビジュアルアイデンティティ（ロゴ等）が有効・適切に使われている
- ②ユニフォーム等は、色やデザインに統一性やインパクトがある
- ③活動のタイトルが旗・のぼりに記載されている「例：花いっぱい運動」
- ④活動の内容が生き活きと伝わってくる
- ⑤撮影場所は活動を象徴したものである（例：海岸清掃ならば海岸）
- ⑥活動の成果や感動が伝わってくる（例：「芋ほり活動」であれば芋を手に笑顔）



残念ながら現状は①②③が徹底されていない → みんなで改革しよう！

【別添⑧：あなたもカメラの腕をあげよう】参照

ご清聴ありがとうございました！