

ロータリーの「公共イメージ」という言葉に皆様はどのような印象をおもちでしょうか？
広報委員会を思い浮かべられるのでしょうか？以前は広報委員会として存在しておりました。広報誌、定期的に発行される紙媒体を思い浮かべる方もいらっしゃると思います。久保田ガバナーエレクトは、「あらゆることを自由に考えてみましょう。」と地区方針に書かれております。機会を逃すことなく、適時に、地区・地区内クラブの活動に関して、「公共イメージと認知度の向上」に努めるとともに、地区内クラブの「公共イメージと認知度の向上」への支援を行ってまいります。

国際ロータリーでは、2001－2002年度に「The RI Strategic Plan」戦略計画(当初、長期計画と訳されておりました)として、長期的な計画立案を始めました。何度か改定され2007－2010年度には7つあった優先項目が、2010年7月より、3つの優先項目と5つの中核的価値観で構成されました。

5つの中核的価値観は、ここでは省略させていただきますが、3つの優先項目は

- 1) クラブのサポートの強化
- 2) 人道的奉仕の重点化と支援
- 3) 公共イメージと認知度の向上

です。国際ロータリー第2780地区では、2013－2014年度に、広報委員会から「公共イメージ委員会」に名称変更になりました。

2019年7月に改定された現行の戦略的優先事項は

- 1) より大きなインパクトをもたらす
- 2) 参加者の基盤を広げる
- 3) 参加者の積極的なかわりを促す
- 4) 適応力を高める

となり、「公共イメージ」という言葉がなくなりました。言葉はありませんが、戦略的優先事項の説明の中にはその必要性が十分読み取れます、ある意味では、「公共イメージ」という言葉が、ロータリーの中に浸透した捉えることができないのでしょうか？

さて、2010年7月からの3つの優先項目に一度話を戻します。この3つの項目は、スパイラル効果があります。人道的奉仕を行う→公共イメージが向上する→支援者が増え、会員増強にもつながる(クラブのサポートと強化)→人道的奉仕がさらに進む、まさに正のスパイラル効果ではないでしょうか？このスパイラルに、必要なことが、公共イメージと認知度の向上そのものです。

そして現行の戦略的優先事項の中には、「世界を変える行動人」という言葉がキーワードとなっております。

世界を変える行動人は

問題を効果的に解決します。(より大きなインパクトをもたらす)

互いに刺激しあいインスピレーションを与えます。(参加者の基盤を広げる)
人びとのニーズを理解しようと努めます。(参加者の積極的なかわりを促す)
独創性があり、起業家精神にあふれ困難にもくじけません。(適応力を高める)
それぞれの戦略的優先事項に補足されております。

世界を変える行動人、これこそまさに、ロータリーが発信していくことにより新たなスパイラル効果を生み出すのではないのでしょうか。

次年度委員会の活動について

RI第2780地区での、エンドポリオナウキャンペーンは、公共イメージ委員会と名称変更された時から始まっております。

次年度も各クラブには、ぜひ、エンドポリオナウキャンペーンを行っていただきたいとお願いをいたします。

RIのポリオプラスは、1885年にスタートして、1988年にはGPEI(世界ポリオ根絶推進活動)の一角をロータリーがなしております。1988年当時は125ヶ国で35万の発症があったポリオが、2015年には野生種2型が、2019年には3型も根絶の宣言がされました。また、本年、ナイジェリアのポリオフリーがWHOにより宣言され、常在国は二か国になります。しかしながら、発症数は前年度を超えております。また、いまなお、ロータリーは、39ヶ国でパートナー団体と共にポリオワクチン接種キャンペーンに携わっています。ここで、手を緩めることなく、天然痘に続いての史上二番目の根絶に向けてロータリーの力を集結する必要があります。

公共イメージ委員会として、各クラブの皆様がこの活動を行いやすい環境作り、過去から行われていた様々な支援アイテムを提供してまいります。

ポリオ根絶に向けてその資金を集まるための募金も大切なことです。同時に、ロータリーが、ポリオ根絶まであと少しというところまで協力をしてきたことを市民に啓蒙し、賛同いただくことも大切なことだと思います。その啓蒙活動の結果として募金が集まれば、ポリオ根絶にさらに近づきますし、その活動自体がロータリーの公共イメージと認知度の向上させることだと思います。また、2019-2020年度後半では、感染症の蔓延に伴い様々なイベントが中止になったためにキャンペーンを実施できなかった地域もありました。2020-2021年度においても、まだ、イベントが実施されないことも予想されます。今までに違った形での、ポリオ根絶のための啓蒙活動のやり方も試行する時期かもしれません。各クラブにおかれては啓蒙活動と、公共イメージと認知度の向上のために、最大限の知恵を絞っていただければ、その手法を地区委員会としても地区内他クラブに情報伝達をさせていただきます。

2019-2020年度は、Facebook というSNSを試行的に取り組みました。国際ロータリー第2780地区でも以前、Facebook が活用されていましたが、単年度で更新が終わっておりましたので、再稼働をいたしました。「2780now」で検索できます。国際ロータリーも、Facebook を最大限に活用して情報を発信しております。いまなおパソコンは情報社会において必須のツールですが、通信

手段としてスマートフォンが主流になった今、いわゆるホームページが、見に行くに対して、Facebook やその他のSNSツールは、情報の発信側が積極的に見せにいくと、捉えてください。発信者側にとって、ホームページが受動的であれば、Facebook は能動的な手段です。

2019-2020年では、地区内事業についての発信、地区内クラブの事業の発信、特にエンドポリオナウキャンペーンを中心に発信いたしました。また、ライブ中継と YouTube での配信としては、8月の杉岡ガバナーをはじめ、2月までに7名の地区役員・委員長の方をゲストとしておいでいただき、関係事業に関して、様々なお話を配信させていただきました。地区の活動に触れ合うことができない方には、有意義な発信ができたのではないかと思います。

Facebook の発信をする中で、地区内クラブの方からいただきました情報の中には、メンバーの Facebook をフォローされていた方が、そのクラブの社会奉仕活動に興味をもたれ、最終的には入会されたという報告をいただきました。また、委員会メンバーのクラブでも、入会を検討されている方がいらっしゃるという報告をいただいております。2010年の戦略計画のスパイラルを思い出していただけますでしょうか？ 人道的奉仕を行う→公共イメージが向上する→支援者が増え、会員増強にもつながる(クラブのサポートと強化)→人道的奉仕がさらに進む、まさに具現化されたよい例だと思います。

現在、地区委員会での Facebook の発信は、あくまでも試行でありトライアンドエラーの状態かもしれません。地区内クラブには、地区委員会より上手にソーシャルメディアの活用をして事業に市民参加をしていただいているクラブもあります。先進的な取り組みの情報を収集しながら、地区内の一つでも多くのクラブの方に、自クラブの事業の発信をしていただきたいと思います。そのためにも地区委員会として、「公共イメージと認知度の向上」に、寄与できるようなセミナーも、この一年の中で行っていきたいと思っております。

次年度公共イメージ委員会では、ソーシャルメディアの積極的な活用を通して、「公共イメージと認知度の向上」を高めていくお手伝いをしたいと思います。先立ちまして、3月下旬にガバナー事務所より、「Facebook に関するアンケート」を各クラブにお願いをしたところ、地区内66クラブすべてから回答をいただくことができました。別添いたしますが、半数の33クラブがすでに Facebook を運用されております、また、検討をされているクラブも多数ある一方、18クラブでは、今後も利用予定がないとの回答でした。Facebook の運用には、新たなコストは発生いたしませんので、66クラブすべてが運用を始めていただき、そして、2,300名以上いらっしゃる地区内ロータリアンが、それぞれの記事を拡散されると、市民の方への発信力は想像できないものになっていく可能性を秘めております。世界には25億人(2019年12月)の Facebook ユーザーが存在しております。きっと、「機会の扉」を開いてくれると確信いたします。

アンケートの結果をまとめましたので、運用されているクラブがどのような発信をされているか確認いただき、未導入のクラブの方には導入を検討いただければと思います。導入のためのお手伝いを地区委員会として最大限に支援をさせていただきます。