

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。

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いました)として、長期的な計画立案を始めました。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地区でも、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はないのでしょうか？

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になっております。

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。

国際ロータリー第2660地区公共イメージ向上委員会では「ロータリークラブ」認知浸透度調査を行いその報告書を発表しました。(詳細は、別添をご覧ください。二次使用には国際ロータリー第2660地区公共イメージ向上委員会と明記をいただければ使用は可能です。)

この報告書によりますと、ロータリークラブを「詳細認知」している人は、1割前後、「名前だけ認知」まで含めても6割とまりでした。

これは大阪での調査結果ですが、おおよそ、どのエリアでも現状は変わらないのではないのでしょうか。

認知の経路は、知人・友人・家族の話、テレビ、新聞が多いようです。残念ながらSNS、WEBでの認知経路は現状では低かったようです。また、イメージとしては、「年齢層が高い」、「裕福な人が所属している」、「企業の役員クラスが所属している」、「歴史がある」が上位で5割を占めていました。いかがでしょうか、同意できる部分もあれば、もっと知っていただきたいこともあります。手っ取り早い一番の広告等はロータリアンお一人お一人だと思います。みなさまが地域で、社会奉仕活動に取り組まれることこそ、公共イメージと認知度の向上につながります。公共イメージ委員会は、それを発信することにより、お手伝いができます。それを見た地域の方にいかに興味を持ってもらえる発信ができるか、そんなことを皆様と考えながら、印象と現実のギャップを埋めていきたいと思えます。

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担当してきましたが、次年度は、地区財団委員会のポリオプラス委員会が、各クラブの活動の支援をしていただきます。

その代わりに、公共イメージ委員会では、10月24日、世界ポリオデーで地区内合同事業を企画いたします。クラブ管理運営委員会・ポリオプラス委員会・米山奨学・学友委員会・青少年奉仕委員会(IA・RA・ROTEX)等々とともに、ポリオ根絶に向けて発信をしてまいります。

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ふ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年度後半から、2020-2021年度も、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。2021-2022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。環境にあった形での世界ポリオデーの実施を模索していきます。地区内クラブのみなさまのお力も借りることなくしてできない事業になりますのでよろしくお願

いをいたします。

2019－2020年度より、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、再稼働をし、三年目に当たります。「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。先のアンケートでは、まだ、SNSを通しての詳細認知が多くはありませんでしたが、次年度はまずは、地区内ロータリアンのみなさまに登録をいただき、記事をシェアしていただくことにより発信力を上げていきたいと思えます。

地区内事業についての発信、エンドポリオナウキャンペーンも含めて、地区内クラブの事業の発信いたしました。また、Facebook でのライブ中継とYouTube での配信は、引き続き地区事業に関して、地区内ロータリアンに発信をしております。皆様から要望をいただいた場合は、できる限りそのテーマに沿った方をお呼びしてわかりやすいロータリーを心がけたいと思えます。

地区内会員のみなさまには、フォローいただくと同時にご友人への発信の協力をお願いしております。

ビジュアルアイデンティティの強化も職務分掌となっております。ロータリアンが社会奉仕活動をする際に、その奉仕活動をロータリアンが行っているということを認知いただくことによって、公共イメージと認知度の向上につながります。過去、ポロシャツや、オックスフォードシャツを作成して、地区内ロータリアンの方に喜んでいただきました。次年度は新たな「ロータリアン」としてのビジュアルアイデンティティにつながるものを模索し、それが、公共イメージと認知度の向上につながるようにしたいと思います。まずは、皆様のクラブにおかれましては社会奉仕活動を行う際には、ロータリーが活動していることを認識いただくようなユニフォームをおつくりになってはいかがでしょうか。皆様が、いついかなる時も、ロータリーバッジを胸に着けて、相応しい振舞いをしていただくことも、ロータリーの効果的な広報であり、公共イメージと認知度の向上につながります。ロータリーバッジをきっかけに、ロータリアン以外の人に興味を持っていただきましょう。そして、その際にどんな紹介ができるかも大切です。ロータリーとはどんな団体か、クラブで話し合う機会をもついただければとお願いをいたします。

世界を変える行動人、それは、ロータリーバッジをつけて一人一人が行動を起こすことです。