



クラブを成功に導く
リーダーシップ：
公共イメージ委員会編

2019-22 年度

クラブを成功に導く リーダーシップ： 公共イメージ委員会編



目次

役割と責務

責務内容.....	2
委員会との協力.....	3
地区研修・協議会の前に考えておく質問	5

ロータリーの推進

ロータリーのストーリーを伝える.....	6
クラブの広報戦略.....	8
クラブのイメージ.....	11
ロータリーについて話す際のキーポイント.....	12
ロータリーの標章を正しく使う.....	14

「クラブを成功に導くリーダーシップ：公共イメージ委員会編」（2018年版）は、2019-20年度、2020-21年度、2021-22年度のクラブ公共イメージ委員長用です。この手引きに収められた情報は、ロータリーの定款と方針文書に基づいています。詳しい方針については、これらの文書を直接ご参照ください。定款と方針文書に変更が加えられた場合、その変更が優先されます。

お問い合わせ

国際ロータリー
研修・開発担当部
learn@rotary.org

クラブを成功に導く リーダーシップ： 公共イメージ委員会編



目次

役割と責務

責務内容.....	2
委員会との協力.....	3
地区研修・協議会の前に考えておく質問	5

ロータリーの推進

ロータリーのストーリーを伝える.....	6
クラブの広報戦略.....	8
クラブのイメージ.....	11
ロータリーについて話す際のキーポイント.....	12
ロータリーの標章を正しく使う.....	15

「クラブを成功に導くリーダーシップ：公共イメージ委員会編」（2018年版）は、2019-20年度、2020-21年度、2021-22年度のクラブ公共イメージ委員長用です。この手引きに収められた情報は、ロータリーの定款と方針文書に基づいています。詳しい方針については、これらの文書を直接ご参照ください。定款と方針文書に変更が加えられた場合、その変更が優先されます。

お問い合わせ

国際ロータリー
研修・開発担当部
learn@rotary.org

責務内容：公共イメージ委員会



クラブ公共イメージ委員長の役割は、ロータリーのストーリーを一般の人びとに伝え、クラブのプロジェクトや活動を広く知ってもらうための計画を作成し、実行することです。

委員長の責務	
すべての委員会に共通	公共イメージ委員会
地区研修・協議会に出席する。	地区公共イメージセミナーに出席する。
会長エレクトの協力を得て、委員の人選とオリエンテーションを行う。	公共イメージ計画を立てる。また、公共イメージ目標を設定し、達成する。
必要に応じて小委員会を設ける（メディア対応、ソーシャルメディア、広告／マーケティング、特別イベントなど）。	クラブ会員、地元のメディア局、地域社会の人びとに、クラブの活動やプロジェクトを知ってもらう。
定期的に会合を開き、活動を計画する。	ブランドリソースセンターの資料を活用して、ロータリーの公共イメージを向上させる。
クラブ目標の達成に役立つ委員会目標を設定し、目標の達成度を随時確認する。	クラブのコミュニケーションがロータリーの「ボイス」とビジュアルアイデンティティのガイドに沿ったものとなるようにする。
委員会の予算を管理する。	「世界を変える行動人」キャンペーンの資料を活用して、ロータリーに対する一般の理解を深め、地域社会との関わりを推進する。
クラブのほかの委員会と協力する。また、複数クラブによる合同活動や合同の取り組みにおいては、地区委員会と協力する。	ソーシャルメディアを活用して、ロータリーとクラブに対する認識を地域社会で高める。
委員会の活動状況を、クラブ会長、理事会、クラブ全体に随時報告する。	プロジェクトや活動の質を高め、メディアの関心を引くものにする。
委員会に対するクラブの要望を見極める。	

委員会との協力



クラブ公共イメージ委員長として、まず、前任の委員長と一緒にクラブ細則や戦略計画を見直しましょう。必要であれば、委員の人選も行います。委員長は、クラブの公共イメージ向上計画を立てるだけでなく、委員会の管理も行うことになります。

多くのクラブは委員の任期を3年間としています。新しい委員を選んだり、欠員を補充する必要がある場合は、会長エレクトと協力して、以下の中から少なくとも1つの分野で経験を有する人を見つけましょう。

- 広告
- マーケティング
- 広報
- メディア対応
- パブリックスピーキング、執筆、写真撮影
- ソーシャルメディア
- ウェブサイト開発
- イベント計画

委員長は、委員がもつスキルと関心を考えた上で、責務を割り当てたり、役割の一部を委任したりします。委員の自覚と意欲を引き出すために、以下を行いましょ。

- 委員会の活動と目標を委員に伝える
- 新しい委員と経験豊かな委員をペアを組んでもらい、協力して活動してもらう
- ほかクラブの委員会とのコミュニケーションを促し、情報交換や協力を促す
- 地区の活動や会合について委員に知らせる
- 資料や情報を共有する

クラブの他の委員会との共同作業を通じてグループとしてのインパクトを最大限に高めましょ。クラブの理事会は、このような継続的な会話をを行うための絶好の場です。

目標の設定

委員長の役割は、クラブ戦略計画を支える年次目標を委員会が設定し、達成できるようにすることです。また、地区研修・協議会で、次年度会長やほかのクラブリーダーと共に目標を設定します。会長と幹事は[ロータリークラブ セントラル](#)に目標を入力できます。

効果的な目標

年次目標は、委員の能力やクラブの関心を反映したものとします。目標は、全員の意見を取り入れた上で設定し、測定可能かつ達成可能で、達成期日を定めたものとしてください（「一般向けのFacebookページをつくり、今年中に「いいね！」の数を50%増やす」など）。

行動計画

委員と協力して、それぞれの年次目標の達成に必要な一連の行動計画を立てます。各ステップでは、

- 実行責任者を決めます。
- 締切日を設定します。
- 進行状況と成功を測る方法を決めます。
- 既に持っているリソースを考慮に入れ、必要なすべてのリソースを入手します。
- 定期的に進行状況を確認し、必要に応じて目標を調整します。

モチベーション

委員長の役割の一つは、委員のやる気を保つことです。委員はボランティアであることを忘れないことが大切です。ボランティアのモチベーションを保つための要素には、以下のようなものがあります：

- 達成可能な目標。目標達成によってクラブと地域社会に恩恵がもたらされるという認識。
- 親睦とネットワークづくりの機会
- 各委員の知識や経験を活かす機会
- 楽しく活動できること、活動に充実感を感じること

予算

7月1日に先立ち、前任の委員長および会計とともに委員会に必要な資金を検討し、クラブの予算に含めることを求めます。計画中の募金活動があれば、それも考慮に入れます。

委員会の予算の使用状況を監督し、報告書を作成します。クラブ会計と定期的に会合することで、予算面で問題が生じた場合に速やかに対応することができます。

地区研修・協議会の前に 考えておく質問



地区研修・協議会は、ほかの新任のクラブリーダーと意見を交換するための絶好の場です。以下の質問を研修の準備にお役立てください。

クラブ公共イメージ委員会の責務は何ですか。委員長としてのあなたの責務は何ですか。

クラブ目標のうち、委員会が担当するのはどの目標ですか。

入会见込者にロータリーについて知ってもらうために何ができますか。地域社会の誰がクラブの広報活動に協力してくれますか。

今年はどのような革新的な方法でクラブの広報活動を行いますか。

それぞれの委員はどのような活動を担当しますか。それらの委員をどのようにサポートしますか。

どうすればプログラムの学友に広報活動に参加してもらうことができますか。

ロータリーのストーリーを伝える



会員がロータリーやクラブについてどう語るかによって、ロータリーとその活動や基本理念に対する一般の人びとの認識が形づくられます。しっかりとした公共イメージが築かれれば、地域社会や世界の課題に果敢に取り組む「行動人」としてのロータリアンの姿を、全世界一貫したかたちで、地域社会に知ってもらうことができます。

ロータリーでは、メッセージを見る(読む)相手のモチベーション、関心、知識に合わせてメッセージを作るためのリソースを用意しています。クラブの意義ある活動について知った地元市民は、ロータリーについてさらに学び、ボランティア活動、寄付、入会などを通じてロータリーをサポートしてくれる可能性が高まります。

[ブランドリソースセンター](#)の「世界を変える行動人」キャンペーンの資料や素材を活用して、クラブのストーリーを伝え、人びとがもつ以下のような疑問に答えましょう。

- ロータリーとは何か。
- ロータリー会員はどんな人たちか。
- ロータリー会員は地域社会や世界にどんなインパクトをもたらしているか。
- ロータリーと他団体はどう違うのか。

「世界を変える行動人」の資料・素材:

- 短い動画(30～90秒)
- 印刷広告、屋外広告、デジタル広告
- ラジオ広告

地元の「世界を変える行動人」キャンペーンを計画する際には、まず、クラブが地域社会にもたらしたインパクトを表すのはどのようなストーリーかを考えます。伝えたいストーリーを特定したら、クラブを生き生きと表現し、「世界を変える行動人」のメッセージを伝え、人びとの目を引く広告を制作します。以下の手順に沿って、クラブ独自の「世界を変える行動人」印刷広告を制作してみましょう。

1. ブランドリソースセンターのメニューから「世界を変える行動人」の「詳しくはこちら」をクリックします。次の画面で「編集可能なテンプレート」をクリックします。素材リストの中から「世界を変える行動人」印刷広告を選びます。
2. 「作成」をクリックします。次の画面で、左側の上のほうにある「Language」で「日本語」を選びます。その下の「Option」から、使いたいキャッチコピーを選びます(メニューは英語ですが、コピーを選ぶと右側の写真に日本語のコピーが表示されます)。
3. 「行動人」としての姿を映し出した写真を挿入します。「Background」から「Custom」をクリックし、写真をアップロードします。写真には、必ず複数の被写体が写っているようにしましよ

う。

4. 「Text」の部分に、広告の文章を入力します。2、3文として、ロータリーやクラブの活動を簡潔にまとめ、活動成果を裏付けるデータを入れると効果的です。文章の最後に、ウェブサイト閲覧や参加を呼びかける言葉を入れます。

[ブランドリソースセンター](#)は、説得力あるストーリーを伝えるのに役立つさまざまな資料や素材を提供しています。

- 「世界を変える行動人」キャンペーンのガイドライン
- イベント計画ガイド
- クラブのソーシャルメディア クイックスタートガイド
- クラブウェブサイトのクイックスタートガイド
- ロータリー メッセージ作成ガイド

ブランドリソースセンターには新しい資料が定期的に追加されますので、随時チェックすることをお勧めします。

クラブの広報戦略



ロータリーが世界に与えるインパクトを人びとに広く伝えることで、クラブを以下のかたちで後押しできます。

- クラブとロータリーの活動に対する認識を高める
- 入会への関心を高め、参加を促す
- ロータリー財団への寄付を増やす
- 協力してくれる団体、ボランティア、地元プロジェクトへの支援を募る

委員会の主な責務は、クラブのプロジェクトや活動について地域社会の人びとに伝えることで、クラブの公共イメージを形づくることです。活動を始める前に、以下のヒントをお読みください。

広報活動

- 地元メディアの記者をクラブの特別イベントや活動に招待します。
メディアの関心を引く活動の例：
 - 地域社会のニーズに取り組む活動、またはニュースで大きく話題となっている事柄に関連するプロジェクト
 - クラブまたは会員が支援している国際的な取り組み
 - 地元の若者や著名人が参加する活動
 - ロータリープログラムの参加者や学友、またはその体験にスポットライトを当てた活動
 - 生き生きとした写真や動画で紹介できるような活動
 - まったく新しい、または独特な要素が含まれた活動

メディア対応

- クラブの活動とかかわる分野やトピックを担当している地元記者と関係を築きます。記者がどのような話題を好むか、どのような連絡方法を好むか、取材に必要な時間や情報(ニュースリリース、参考資料、写真、動画、インタビューなど)を調べます。
- 地域社会の問題に取り組むためにクラブが実施中(または実施を予定している)活動について情報をまとめ、メディアに送ります。以下の情報を記者にメール送信します。
 - 話題の重要性とプロジェクトの影響を示すデータ

- 活動の受益者や参加したクラブ会員の体験談など、活動の成果や影響を生き生きと伝える引用や逸話
- 活動のリーダー、協力団体、受益者とインタビューする機会
- 市民と交流する会員やボランティア活動をする会員の姿など、ストーリーを生き生きと伝えるのに役立つ写真や動画
- ストーリーの内容が簡潔に伝わるような件名
- ニュースリリース(添付ファイルではなく、Eメール本文に貼り付けるのが最適)
- メディアで報道されたら、クラブのソーシャルメディアページで共有します。
- 協力団体と共同でメディアへの働きかけを行います。

マーケティング

- [「世界を変える行動人」の広告](#)を地元新聞や新聞社のウェブサイトに掲載したり、地元ラジオ局で広告を流すチャンスを探ります。メディアが広告の無料掲載サービスを提供しているかどうかを問い合わせます。
- 印刷広告やポスターを掲示したり、パンフレットを置いたりできるかを、地元の店舗に問い合わせます。
- 卓話をしてくれた人、クラブが支援した奨学生や交換留学生、寄付者との連絡を保ち、活動やイベントに参加してもらうための情報を伝えます。
- クラブ会員にロータリーとクラブの広報資料を提供します。[ブランドリソースセンター](#)のカスタマイズ可能なテンプレートを使用して、入会見込者向けのパンフレットを作成できます。
- ロータリーの襟ピンを着用し、ロータリーについて語るよう会員に呼びかけます。

ソーシャルメディア

- 視覚的に魅力があり、クラブの活動を生き生きと表すようなコンテンツを投稿します。
- ハッシュタグ「#世界を変える行動人」と「#PeopleofAction」を使って、クラブの活動やイベントに関する情報やニュースを発信します。
- 卓話からの引用、写真、動画(本人からの許諾を必ず得る)、卓話ゲストのソーシャルメディアページへのリンクを投稿に含めます。
- 国際ロータリーのソーシャルメディアページ、または信頼できる協力団体のコンテンツを共有して、ソーシャルメディアページに活気を与えます。
- クラブのソーシャルメディアページの投稿を共有するよう会員に促します。
- 一般向けの情報やメッセージがページに含まれるようにします。

イベント／行事

- 地域社会での認識を高めるために、特色のある毎年恒例のイベントを開催することをクラブに促します。
- マラソン、リサイクル、チャリティイベントなど、特別イベントのスポンサーになります。
- 美術館、市民会館、図書館などで展示会を行います。
- ロータリーを通じたネットワーク(人脈)づくりやその他の活動を企画し、広報します。

クラブのウェブサイト

- 会員が一丸となって取り組み、楽しみ、地域社会に好ましい変化をもたらしている活動を捉えた写真や動画を使用します。
- クラブのウェブサイト一般向け専用のセクションを設け、地元団体に呼びかけてそのセクションへのリンクを貼ってもらいます。
- 寄付方法、ボランティア方法、入会方法など、行動を明確に呼びかけることによって、市民からの参加やサポートを促します。

クラブの広報を行うほかの方法を委員会で話し合い、クラブリーダーの協力を得て、会報、ウェブサイト、ソーシャルメディア、広報資料の作成など、コミュニケーション全般を担当する委員を決定します。

クラブのイメージ



ロータリークラブについて好ましい公共イメージがあれば、現会員の積極性が引き出され、入会への関心も高まります。クラブ会員増強委員会と共同で、入会见込者の関心を削ぐ可能性のある要素がクラブのイメージにあるかどうかを話し合い、それらを克服するための方法を考えましょう。入会见込者のいる専門職グループや年齢層を特定し、それらの入会见込者の関心を引くのは何かを検討します。また、これらの対象者に情報やメッセージを届けるには、どのようなメディアを利用するのが良いかを判断します。

クラブのイメージを刷新する

以下の事項に留意しながら、クラブ役員と共に、クラブの好ましいイメージやブランドを地元で定着させるための方法を考えてみましょう。

- 発信するイメージやメッセージは、クラブでの体験を正確に反映したものとします。クラブ例会が、メッセージやイメージを通じて人びとが抱く期待に沿ったものであることが重要です。活気あるクラブのイメージを生み出しても、それが現実を反映していなければ、会員増強にはつながりません。
- 全会員がクラブを代表すること、また、会員の言動がクラブのイメージ向上につながることを自覚してもらいます。職場や交友など、ロータリー以外での会員の活動は、入会候補者の関心を引き、クラブについて広く知らせる機会となります。
- ソーシャルメディア、クラブのウェブサイト、ブログを更新して、より魅力のあるものにします。連絡先情報を見つけやすくします。ロータリーの[ブランドリソースセンター](#)で画像やバナーをダウンロードできます。

みんなで取り組む

会員は委員会にとって貴重なリソースです。会員や過去のプログラム参加者に、ロータリーとクラブの活動について口コミで評判や情報を広めてもらいましょう。全会員がロータリーの活動やプログラムの知識をもっていることを確認し、ロータリーの使命と中核的価値観を、友人、取引先、仕事上の知り合いなどに広めてもらいます。入会候補者がクラブでの活動を体験できるよう、行事や奉仕活動に候補者を招くよう、会員に呼びかけましょう。

ロータリーについて話す際の キーポイント



会長はクラブの「顔」となる存在です。プロジェクトの式典、寄贈式、その他の場面で一般の人を対象にスピーチする機会も多いものです。「ロータリーとは何か」「ロータリーはどのような活動をしているか」「ロータリアンとは誰か」といった基本的な質問にすぐ答えられるよう準備しておきましょう。

メディアのインタビューや外部へのスピーチで重要な点を整理するためには、以下のメッセージが参考になります。

導入:第一メッセージ

- 世界は今日、紛争や病気、水・医療・教育・雇用機会の欠如などの根強い問題に直面しています。

補足メッセージ

- ロータリー会員は、地域社会が抱える問題への解決策を考え、地元のリーダーや専門家とともに最後まで責任をもって行動します。

ロータリーについて:第一メッセージ

- ロータリー会員は、課題を「機会」ととらえて行動を起こします。より良い地域社会をつくるために、地元や世界の根強い問題に多角的に取り組んでいます。
- ロータリーは、世界中の異なる国、文化、職業、経験をもつ120万人の会員からなるネットワークです。これらの会員は、それぞれの地元のロータリークラブで活動しています。
- ロータリークラブは、大小さまざまな奉仕活動を通じて、会員仲間や家族、友人、地域社会の人びとや他団体とともに、ビジョンを分かち合い、持続可能な解決策をもたらす方法を考え、行動に移します。

補足メッセージ

- 他団体、地元市民、支援者の方々とともに、ロータリーは次の分野に重点を置いて活動しています。
 - 平和を推進:文化間、国家間の理解をはぐくむために対話を促します。
 - 疾病との闘い:命にかかわる病気や予防可能な病気への感染を食い止めるために、地域の人びとに正しい知識を教え、より良い医療を利用できるよう支援します。
 - 安全な水の提供:一人でも多くの人が安全な水と衛生設備を利用できるよう、解決策をも

たらしめています。

- 母子の健康:一人でも多くの母と子が健康に暮らせるよう、質の高い医療を提供します。
 - 教育の支援:子どもと成人の教育の機会を広げ、教育者のエンパワメントを促進します。
 - 地元経済の発展:地域社会が経済的、社会的に発展する機会を創り出します。
 - ポリオ撲滅:世界中から協力を集めて地球上からポリオをなくすことをめざしています。
- 世界のほぼ全域にあるクラブで、会員が地域密着の活動をしています。ロータリーは信頼できるパートナーです。

ロータリーが最優先とする奉仕活動は、世界でポリオを撲滅することです。

- 1988年以来、ポリオの発症数は99.9パーセント減少し、撲滅まであと一歩のところまで近づいています。
- 撲滅活動におけるロータリーの主な役割は、資金調達、アドボカシー活動、ボランティアの動員です。
- 現在までに、ロータリーは122カ国、20億人以上の子どもたちをポリオから守るために、22億米ドル以上の資金と莫大なボランティア要員時間を捧げています。
- 2020年まで、ロータリーがポリオ撲滅のために集めた資金に対し、ビル&メリンダ・ゲイツ財団から2倍の額の上乗せが提供されます(上乗せの対象となるのは年間5000万ドルまで)。

ロータリーは、教育や人道的奉仕活動にくわえ、若いリーダーの育成をも通じて、平和と国際理解を築いています。

- ロータリー平和センター修士号プログラムの卒業生900人以上が、世界各国の政府、企業、組織で、意思決定にかかわる重要な役職に就き、活躍しています。
- ロータリーの人道的プロジェクトでは、紛争の根源となる要因(貧困、非識字、水欠如の問題など)に取り組み、争いを防ぐことを目指しています。
- 毎年8,000人を超える高校生がロータリー青少年交換プログラムを通じて115カ国に留学し、国際親善を促しています。
- ローターアクトとインターアクトでは、若者がボランティア精神を培い、リーダーシップの力と将来のキャリアに役立つスキルを伸ばしています。

ロータリーというブランドの真髓とバリューをわかりやすく伝える答えを準備する際には、「[ボイス](#)」と[ビジュアルアイデンティティのガイド](#)をご参照ください。以下のキーポイントを参考にしましょう。

ロータリー標章の使用



ロータリーの公式ロゴは、私たちがロータリーであること、および世界中でより良い地域社会を築くことへの信念を示す重要なマークです。国際ロータリーは、世界のロータリアンのために、商標とサービスマーク（「ロータリー標章」とも言う。「ボイスとビジュアルアイデンティティのガイド」およびロータリー章典を参照のこと）を所有しています。

ロータリー標章を複製する際は、[ボイスとビジュアルアイデンティティのガイド](#)および[ロータリー章典](#)（第33条）に従ってください。クラブは、ロータリー、ローターアクト、そのほかのロータリープログラムのロゴを[ブランドリソースセンター](#)でダウンロードできます。

名称に関するガイドライン

活動、プロジェクト、プログラム、ウェブサイト、出版物に名前を付ける場合、ロータリークラブまたはそのほかのロータリー団体は、単に「ロータリー（またはRotary）」だけでなく、その団体の名称を使用しなければなりません。例えば、プロジェクトの名称にはクラブ名を付加することができます。

適切な名称の例：

- エバンストン・ロータリークラブ清掃プロジェクト
- マウンテンシティ・ロータリークラブ・センテニアルパーク
- www.anycityrotaryclub.org

クラブの活動、プロジェクト、プログラムと関連してクラブが発行する通信物や資料には、クラブ名入りロゴ（公式ロゴとクラブ名を組み合わせたもの）を使用する必要があります。クラブのプロジェクト名に関する具体的な指針は、ロータリー章典をご確認いただくか、[クラブ・地区支援担当職員](#)にお問い合わせください。

募金用商品につけるロータリー標章

徽章使用の免許を取得した業者約160社が、ロータリー標章をあしらった商品を製造、販売できます。[公式免許取得業者](#)のリストは、My ROTARYをご参照ください。また、これらの業者が提供している各種オンラインサービスは、[ROTARYマーケットプレイス](#)をご覧ください。ロータリー標章入りの商品の製造・販売ができるのは、免許取得業者のみとなります。

クラブが商品販売を通じてプロジェクトの資金調達を行うことを考えている場合、ロータリーの公式免許業者から商品を購入する限り、一定期間、ロータリー標章入りの商品を販売できます。その際、以下の情報を商品に含める必要があります：

- ロータリークラブ名またはロータリークラブ入りロゴ
- 募金行事またはプロジェクトの名称
- プロジェクトの実施日

長期的な資金調達プロジェクトで商品の販売を希望するクラブは、免許取得を申請する必要があります。また、クラブが、免許を受けていない業者からの商品購入を希望する場合、その業者が国際ロータリーから直接、ロータリー標章の使用許可を得る必要があります。商品へのロータリー標章の使用に関する質問は、rilicensingservices@rotary.org、までお送りください。