

公共イメージと認知度の向上



160以上のインタビューを実施

20,162人分からのアンケート回答を分析

400以上の資料を見直し

5都市の研究会に出席

167カ国のロータリアンから包括的なフィードバックを収集

20クラブを訪問

2012年国際大会に出席

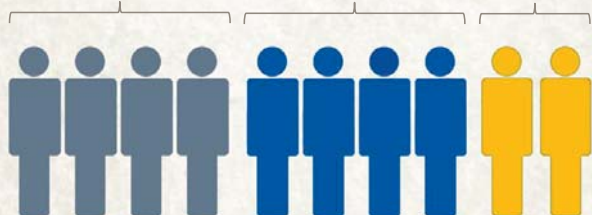


STRENGTHENING ROTARY | 2

調査結果

ロータリーについて……

聞いたことがない 名前だけ聞いたことがある ある程度は知っている



課題



ロータリーは意義ある活動を行っているにもかかわらず、それが**認識されていない**

これによって、ロータリーが持つ可能性を最大限に引き出すのが難しくなっている

STRENGTHENING ROTARY | 4

目的

- **明確に定義する:**ロータリーとは何か、ロータリーと他団体との違いは何か、なぜロータリーは大切なのか。
- **認識と理解を促す:**ロータリーに対する認識と理解を得る。
- **人々の関心を高め、心をつかみ、行動へと促す:**現会員、入会候補者、寄付者、戦略パートナー、職員



ロータリーを定義づける強み

1. 多岐にわたる職業の専門分野に基づき、多様な観点から問題を見ることができる → **多面的に見る**
2. 指導力と専門性を生かし、地域社会の問題に取り組むことができる → **異なる方法で考える**
3. 長期的な変化に必要な情熱と不屈の精神をもっている → **責任ある行動をとる**
4. 全世界な規模でそれぞれの地域社会に影響をもたらしている → **世界的な規模で地域社会に影響をもたらす**



STRENGTHENING ROTARY | 6

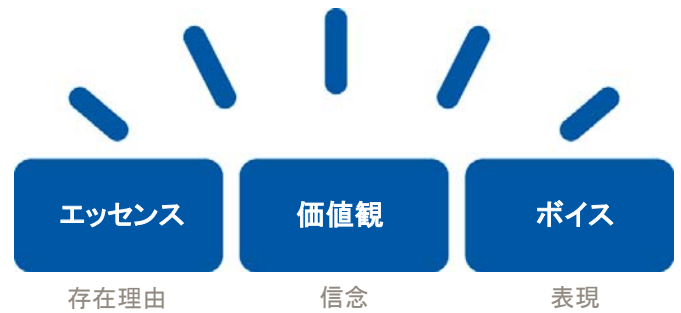
公共イメージ大規模調査を受けて

ロータリーに内在する何かが悪いわけではありません。しかし、ロータリーを人びとに提示する方法を改める必要がありました。ロータリーのメッセージを明瞭で分かりやすく提示する必要があったのです。私たちはもっぱら内輪だけでコミュニケーションをしてきましたが、他の人たちも共感できるメッセージを発信し、ロータリーが地域社会で行っていることをしっかりと伝える必要があるのです。

2015年国際協議会 元RI会長 ウィリアム B.ボイド



ブランド戦略を形づくる要素



STRENGTHENING ROTARY | 8

エッセンス・ステートメント

リーダーが結びつき
アイデアを広げ
行動しています



STRENGTHENING ROTARY | 9

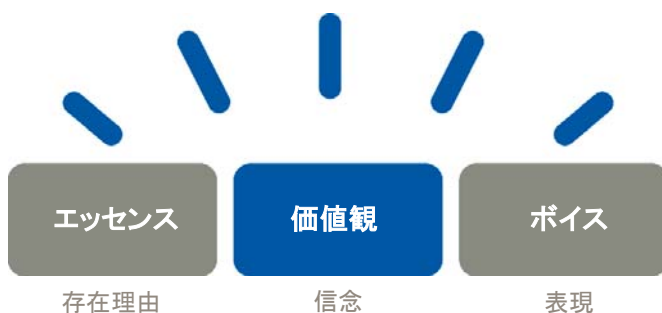
エッセンスを生き生きと表現する

ロータリーでは、さまざまな国、文化、職業のリーダーが結びつき、アイデアを広げながら、世界中の地域社会のために行動しています



STRENGTHENING ROTARY | 10

ブランド戦略を形づくる要素



STRENGTHENING ROTARY | 11

ロータリーの価値観を生き生きとした言葉に置き換える

- 親睦と世界理解 → 生涯にわたる友情をはぐくむ
- 倫理と高潔な精神 → やると決めたことはやり抜く
- 多様性 → 多様な考え方を結びつける
- 職業の専門性
奉仕とリーダーシップ → リーダーシップを発揮し、職業の専門知識を生かして、地域社会の問題に取り組む



STRENGTHENING ROTARY | 12

ブランド戦略を形づくる要素



STRENGTHENING ROTARY | 13

ボイス

賢明さ

ロータリーは、物事をさまざまな角度から捉え、職業の専門性を生かして、他とは違った方法で地域社会の問題を解決することができます。私たちのメッセージは洞察力と見識に富んでいます

相手に与える印象: 避けるべき印象:

| | |
|------|---------|
| 博識 | 曖昧 |
| 鋭い洞察 | まとまりがない |
| 自信 | 傲慢 |



ボイス

思いやり

共感する心がなければ、世界の難題に立ち向かうことはできません。私たちのメッセージは、誰もが共感できる、実際の人々の体験談や対話を大切にしています

相手に与える印象: 避けるべき印象:

| | |
|------|---------|
| 思いやり | もったいぶった |
| 誠実さ | 感傷的 |
| 親身 | 弱い |



ボイス

粘り強さ

ロータリーは、自国や海外の制度的問題を長期的に解決するため、ひたむきに活動しています。私たちのメッセージは、明確さと信念、そして不屈の精神を表しています。

相手に与える印象: 避けるべき印象:

| | |
|---------|----|
| 果敢 | 無謀 |
| 明確な目的意識 | 偏狭 |
| 勇気 | 頑固 |



ボイス

行動を促す力

地元や世界の人々を永続的につなぎ合わせ、良い変化をもたらしたいという願いから、ロータリーは、人々に行動を促します。私たちのメッセージは、希望、熱意、情熱を伝えるものです。

相手に与える印象: 避けるべき印象:

| | |
|----------|--------|
| 前向き | はしゃぎ過ぎ |
| 希望に満ちている | 熱狂的 |
| ビジョンがある | 現実性がない |



ブランディングを考える

我々の色々な活動を「ロータリー」というキーワードでくり、ロータリーとはどのような組織なのか、どのような活動をして、どのような人たちがいるのかを社会に(良い)イメージをしてもらうための活動



ロータリーという組織

世界中の地域社会のために「超我の奉仕」を掲げて行動する責任あるリーダーの世界的ネットワーク



ロータリーの主な活動

- ポリオ撲滅への支援活動
- 水、環境保全等発展途上国への人道的奉仕活動
- ロータリーの根幹をなす職業奉仕概念、哲学
- 緒方貞子さん等を輩出した財団奨学生制度、ロータリー平和フェローシップ
- インターアクト、ローターアクト、国際青少年交換などの青少年奉仕活動
- 日本独自の米山記念奨学事業



ロータリアンという人々

精神的にも社会的にも地域の立派なリーダーで、主に職業を通じて得た専門性の高い知識、技能を惜しみなく地域社会のために役立てようとする強い意志を持った人々。

戦略計画5つの中核的価値観を理解、実践することができ、個人あるいは団体(クラブ、地区)で世界中の地域社会のために行動する人々。



以上のように、ロータリー、ロータリアンの組織、活動、人となりを先ほど供覧したボイスを利用してわかりやすく外部の方に積極的に語りかけていき、マスコミにも取り上げてもらう。

またSNSを通じてロータリーの事を発信する。



公共イメージの向上がのぞまれる



会員増強につながっていく



ブランディングを活性化と捉える、ブランディングのためには活性化されたロータリーであることが前提条件、そして真の目的でもある



会員増強は後からついてくる



ロータリークラブ・セントラル



新しくなったロータリーのロゴを浸透させよう



推奨例 (日本語)



公共イメージ向上に関しクラブ、地区で 取り組んで頂きたい事

1. 地元メディアによる報道の推進
 - ・ 奉仕プロジェクト
 - ・ 地元クラブによる恩恵を受けた人々や団体の紹介(学友を含む)
 - ・ 地元での行事/募金活動(ロータリーデーなど)
 - ・ ポリオ撲滅または6つの重点分野
 - ・ 交流/ネットワークづくりの機会

クラブレベル

メディア担当者を特定し報道を推進する

地区レベル

各クラブでの報道を取りまとめ四半期毎(3カ月毎)に報告
各クラブの担当者の人的ネットワークを築きメディア報道に関する研修を開催



公共イメージ向上に関しクラブ、地区で 取り組んで頂きたい事

2. ボイスとビジュアルアイデンティティの導入促進

クラブレベル

ボイスとビジュアルアイデンティティのガイドをクラブのウェブサイトやソーシャルメディア、出版物に活用する

地区レベル

各クラブでの上記活用状況を四半期毎(3カ月毎)に報告
各クラブのこの分野における推進者を招集し地区内研修会を開催



ブランドリソースセンター



「ボイス」とビジュアルアイデンティティのガイド



公共イメージ向上に関しクラブ、地区で
取り組んで頂きたい事

3. デジタル媒体やソーシャルメディアの活用推進

クラブレベル

クラブでの奉仕活動をSNS(フェイスブック、ツイッター、
インスタグラムなど)を活用し随時発信していく

地区レベル

各クラブでの上記発信状況を取りまとめ、四半期毎(3ヵ月毎)
に報告

※ 近日中にRIからソーシャルメディア研修キットが作成されま
すので、ご参照ください



クラブfacebookの一例



ジャパンロータリーデー in 愛知



今、クラブ、地区に求められているもの

クラブレベル、地区レベルで実現可能な戦略計
画を立案し、着実に遂行していくこと

→ 全ては活性化されたクラブ、地区をつくり
あげていくため

