The background of the slide is a light gray gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across it. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance.

2023-2024 公共イメージ委員会 活動方針

公共イメージ委員会

アドバイザー

野口 英一 (甲府)

委員長

小林 武治 (静岡)

副委員長

小野 忠幸 (甲府西)

副委員長

青木 悠樹 (浜松ハ一モ二一)

副委員長

市川 明宏 (長泉)

委員

外山 武志 (浜松西)

委員

若林 秀典 (藤枝南)

委員

杉山 茂範 (藤枝南)

第2地域ロータリーコーディネーター

野口 英一 (甲府)

人に話したくなりませんか？

公共イメージの基本は自らの素晴らしいと思える体験を自らがストーリーテラーとなってクラブの内外に伝えることなのです。

次はロータリークラブについて

カーネルサンダーズの呪い

ご存知方も多いかもしれませんが。

「カーネル・サンダースの呪い」とは、1985年10月16日にプロ野球阪神タイガースのセントラルリーグ優勝が決まったことに、狂喜した阪神ファンらが、大阪の道頓堀にあったケンタッキーフライドチキンの店頭に設置されていたカーネル・サンダース像を抱え上げ、道頓堀川に投げ込み、像が行方不明となった事件が発生。その事件があった翌年から阪神タイガースは17年間にわたってリーグ優勝から遠ざかることとなり、その原因は川底に沈められた**カーネル・サンダースの呪い**ではないかと野球ファンの中で囁かれたという故事を指しますが、引き上げられたその胸には燦然と**ロータリーバッジ**が輝いていました。



The image features a light gray gradient background with several realistic water droplets of various sizes scattered in the corners. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The text is centered in the middle of the frame.

こんな良い話も

8年前、ムンド・デ・アレグリア校の卒業式に参加した時のことです。

ここは、南米にルーツをもつ子どもたちがアイデンティティを育めるよう、ある方が資材を投げ打って設立した学校です。

「お金だけでなく、ロータリーの心を映し出す物心両面の奨学事業を」

1年が経ち、子供たちは私たちが卒業式に招いてくれました。

式次第が卒業生代表挨拶に進むと、なんと私たちの奨学生が壇上に。

「私が今、ここに立てているのは浜松ハーモニーロータリークラブのおかげです」

校長に夢はこの学校から大統領を出すこと、私の夢はロータリアンを出すことです。

毎年3月になると、この日のことが思い出されます。




人に話したくなるような良い話ですよね。

そうなんです！公共イメージは数多くある

素晴らしいロータリー活動のストーリーを多くの人たちに伝えることに尽きるのです

さて、本題です。



2023-2024の公共イメージ委員会

の主な活動は以下の4つです。



マスメディアへの情報提供

- 各クラブ、各委員会のイベント（周年行事、奉仕活動、グローバル補助金活用など）の事前情報を集約し、各マスコミにスケジュール情報を提供する

公共イメージに関する情報 収集とその発信

各クラブの公共イメージ委員会、または会長幹事に公共イメージに関する情報提供を定期的に行う。
2620地区のみならず他地区、他地域の情報収集を行い発信し、会員の意識向上を後押しする

ハッシュタグキャンペーン

次年度（24-25）の地区大会において
ガバナー賞として発表予定

ハッシュタグキャンペーン詳細

- 期間：2023年07月01日～2024年06月30日まで
- 対象SNS:フェイスブック インスタグラム ツイッター
- 内容：ロータリーを知ってもらうためのすべての活動
- 推奨：可能な限りリアルタイムで（あまり古くない話題）

フェイスブック ツイッターには可能な限り画像、動画を添付して

- カウント：クラブ単位でカウント
- 経過報告：ガバナー月信にて

必須ハッシュタグ

- #ri2620○○

#=半角 ri=半角 2620 = 半角

○○=クラブ名 例：甲府 富士宮 藤枝南 等

#ri2620甲府

#ri2620富士宮

#ri2620藤枝南

推奨ハッシュタグ

- フォローしてもらうためにも魅力的なハッシュタグを必須ハッシュタグ（#ri2620 ○○）に加えてつけてください。ただしハッシュタグの前後には必ず半角もしくは全角空けてください。

例： #2620静岡西 #ボランティア

#ri2620甲府南 #海外ボランティア

#ri2620浜松 #感謝の笑顔

#ri2620伊東 #子ども食堂

#ri2620大月 #チャリティコンサート 等等

地区、及びロータリーの情報発信を エモーショナルなYOUTUBEを作成して 行う

期中の委員会の事業となります。
ただし情報源は皆様からの発信になります。

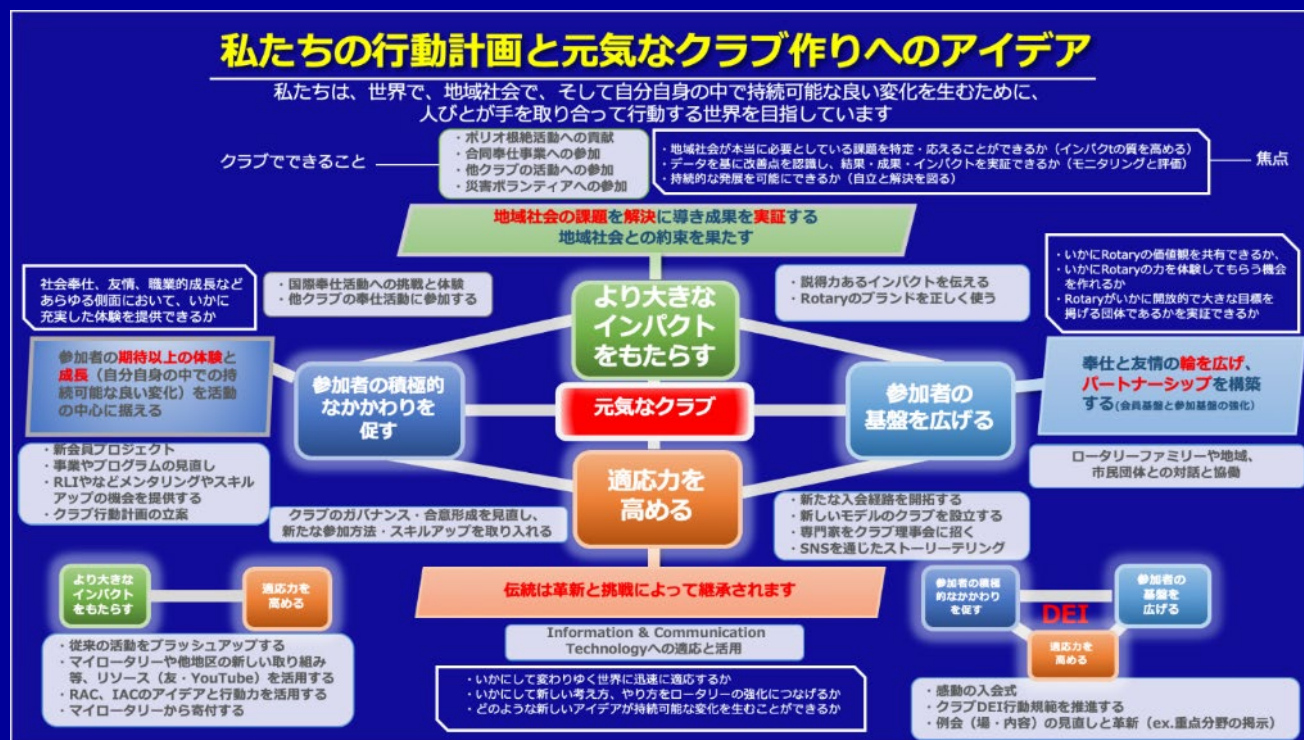
ご協力お願いいたします。

The background features a light gray gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered in the corners. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The text is centered in a bold, blue, sans-serif font.

以下參考資料

- ※ 公共イメージの重要性を共有しよう
- ※ Rotaryの良さを伝えよう
- ※ 秘訣その1 - Story を語ろう
- ※ 秘訣その2 - 行動する姿を伝えよう
- ※ 秘訣その3 - 一斉に発信しよう
- ※ 秘訣その4 - ブランドを大切にしよう

公共イメージの重要性を共有しよう



公共イメージの向上と聞いて何をイメージしますか？

マスコミに取り上げてもらう...

マイロータリーの登録率を上げる...

委員長になったから、何か宣伝しなきゃ...

それも大切なことですが、公共イメージは、元気なクラブを作り、地域社会との約束を

果たしていく**成功循環モデル**

に大きく関係しています

一番大事なことは、クラブに満足しているか、誇れるかどうか、

方法として、積極的にできるかどうかです

Club / Rotary Lifeに満足しているか、誇れるかどうか

ポール・ハリスから学ぼう



OUND THE PIANO, "the boys" go back with Harry Ruggles to that happy ay when he set the Club to singing. Fifth man to join, Harry vented his oy in belonging to the fellowship in this and countless other ways.

会員は

「ロータリークラブは世界のどんなクラブとも違う素晴らしいものである」と心から信じていた。クラブに満足していた。

- ・信頼できる仲間がいる
- ・社会の役に立っている
- ・より良い自己を目指し、互いに高め合う

それを友人、知人に語り勧める、入会した人はクラブに満足する
それを友人、知人に語り、入会を勧める

これによりRotaryはあっという間に世界に広がっていきました

- 心から満足できるクラブの実現
- ロータリアン自身がRotaryの価値を認識する
- クラブの素晴らしさを外に向けて熱心に語る

積極的に取り組めるかどうか



2020年8月 アフリカ大陸ポリオ根絶宣言

TIME誌「世界で最も影響力のある100人」に選ばれた
ツンジ・フンショさん（ナイジェリア/9110地区PDG）」

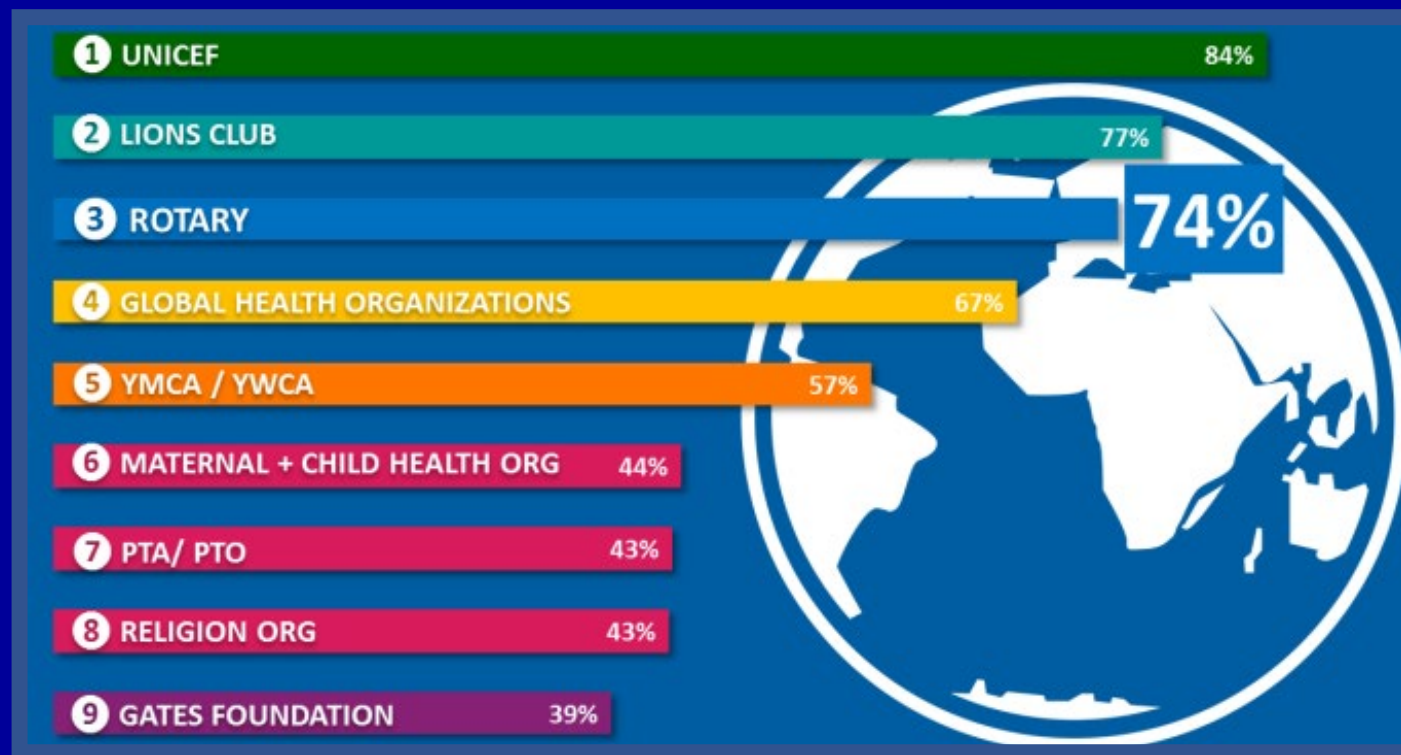
BBC、CNNが取り上げる中、日本ではRotaryの貢献が
取り上げられることはありませんでした

ここから学ぶことは、報道機関に働きかけることも大事
その先にある地域社会に積極的に働きかけることも大事

Rotaryの良さを伝えよう



2015年にRIは世界15カ国で、どうして奉仕団体に入会したいのか尋ねました



Rotaryは知名度もあり、世界で良いことをしていることも多くの人が知っていました。

しかし、どのようなことをしているかの認識は十分ではありません。自分たちのような人のための団体と答えたのは35%に留まりました。

説明責任と透明性が重んじられる今日では理解を得られません

Rotaryの良さを伝えるのは意外と難しい

こんな経験はありませんか？

ある日、ロータリアンの母に聞きました
「ロータリークラブは何をしているの？」
「毎週、ホテルで例会をしているの」
「それで？」
「奉仕活動をしているの」
「例会で奉仕活動しているの？」
「例会ではしないわ。」
「じゃあ、例会では何をしているの？」
「例会ではスピーチを聞くの」
「誰のスピーチを聞くの？」
「それはいろんな人よ....」
「奉仕活動はいつするの？」
「それは色々な時よ...」

分かったことが2つあったそうです

- ・ 母は毎週、楽しそうに例会に出かけていくしかも100年以上続いているらしいから、何か良いところがあるに違いない
- ・ どうやら簡単にはその良さを説明しにくいらしい

年々、居るうちにその良さがしみじみと分かる...

ですが、このスピードの時代に「いつかは分かる」
では仲間を増やすことは難しいですよ

Rotaryの良さを自分の言葉で伝えよう

私たちは、Rotaryの良さを知らない人にロータリーを伝えるのは難しいという認識を持って、Rotaryの公共イメージの向上に努めることが大切です

- ロータリーとは何か
- ロータリアンとはどのような人々か
- ロータリーは他の団体とどう違うのか
- ロータリーの活動は個々人の地域社会にどのようなインパクトをもたらしているか

1分で、200文字で、講演や地域のイベントで、エレベーターの中で、世間話で、隣の人へいつ何時聞かれても、自分の言葉でRotaryとその良さ（社会貢献・仲間・居心地・個人的成長）を話せるようにしよう！

せっかくですから、今やってみましょう！

秘訣 1. Storyを語ろう

ストーリーテリング

事実や数字を羅列したり、どんな組織かを延々と述べるより、自分の体験や感じたこと、感動を伝えることで共感を呼び、相手の記憶に残ります

- 自分ごととして、感動や想いを語る
- ロータリーならではの事（奉仕活動・友情）を語る

せっかくですから、今やってみましょう！

◎ 事実を伝える原稿形式

浜松には、南米大陸にルーツを持つ子どもたちが通うムンド・デ・アレグリア校があります。

私が所属する浜松ハーモニーRCでは、図書や教材の寄贈をしてきましたが、経済的困窮者が多いことから物心両面の奨学事業を始めました。

今年3月、私たちは卒業式に招かれて約50名の卒業を見届けてまいりました。

卒業式では当クラブの奨学生が卒業生代表として答辞を述べられました。

◎ ストーリーテリング

8年前、ムンド・デ・アレグリア校の卒業式に参加した時のことです。

ここは、南米にルーツをもつ子どもたちがアイデンティティを育めるよう、ある方が私財を投げ打って設立した学校です。

“お金だけでなく、ロータリーの心を映し出す物心両面の奨学事業を”

1年が経ち、子どもたちは私たちを卒業式に招いてくれました。

式次第が卒業生代表挨拶に進むと、なんと私たちの奨学生が壇上に。

“私が今、ここに立てているのは浜松ハーモニーRCのおかげです”

校長の夢はこの学校から大統領を出すこと、私の夢はロータリアンを出すことです
毎年3月になると、この日のことが思い出されます。

ストーリーは人それぞれ

個人から個人へ届けるとより効果的です

(私)

(私とつながっている人)



秘訣 2. 行動する姿を伝えよう



※ 活動の瞬間を捉えているか

※ 静止ではなく、動きを捉えているか

※ 人数が多すぎず、数名の人がはっきり写っているか

※ あたたかみのある光を使用し、色合いが自然であるか

※ クラブ（私）と地域社会の多様性を反映しているか

※ 「らしさ」が表現されているか

※ 控えたい例



ポーズ写真、カメラ目線



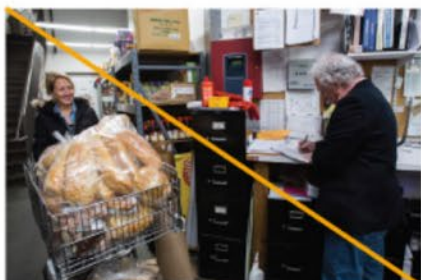
光が不十分



大人数、集合写真



大人数、集合写真



目を引く焦点がない



後頭部が写っている



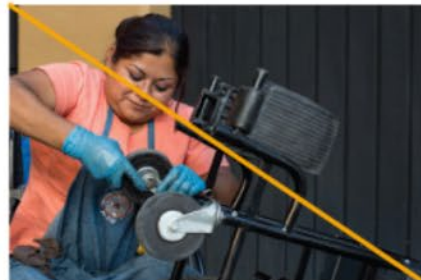
握手をしている



握手をしている



一人だけ



一人だけ



平坦なイメージ



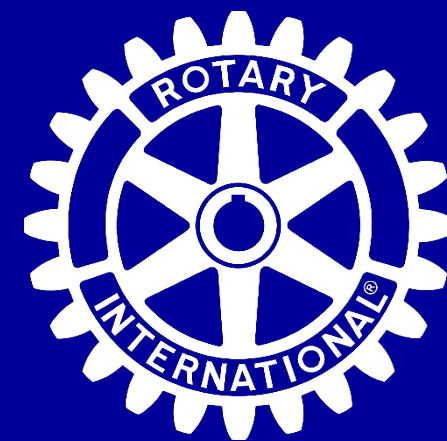
角度がおかしい

秘訣3. 一斉に発信しよう



同時に「せーの！」で発信すると
受け手はイメージが持ちやすいです

秘訣3. ブランドを大切にしよう



正しいロゴ、色、使い方は何故、大切なのでしょうか？

- ※ マイロータリーのブランドリソースセンターを活用しよう
- ※ マイロータリーのラーニングコースを活用しよう

ロゴのクイックガイド

2020年12月

強固なブランドを築くには、一貫したボイスとビジュアルアイデンティティが欠かせません。このガイドのデザイン要素を用いることで、統一感あるブランドを提示し、ロータリーとローターアクトに対する人びとの認識と理解を高めることができます。詳細は、ブランドリソースセンター (rotary.org/brandcenter) をご覧ください。

クラブ、地区、ゾーンでロータリーのロゴを使用する場合、ロータリー公式ロゴにクラブ名または地区番号、ゾーン番号を必ず入れる必要があります。複数の地区やゾーンの番号を入れることもできます。クラブ、地区、ゾーンがロータリー公式ロゴを単体で使用することは認められていません。また、公式ロゴの上または下に、クラブ名、地区番号、ゾーン番号以外の言葉を入れることはできません。

クラブ名、地区番号、ゾーン番号入りロゴでは、公式ロゴもしくはその簡易バージョンのどちらを使っても構いません。ロゴが1.25センチ未満になる場合、または刺繍される場合は、簡易ロゴを使用することが推奨されています。

クラブ用、地区用、ゾーン用のロゴは、ブランドリソースセンター (rotary.org/brandcenter) にあるテンプレートを使って作成できます。

白抜き



クラブ名、地区番号、ゾーン番号入りロゴ

公式ロゴ



クラブ名または地区番号、
ゾーン番号

簡易公式ロゴ



クラブ名または地区番号、
ゾーン番号

例



Rotary
東京南北
ロータリークラブ



Rotary
東京南北
ロータリークラブ



Rotary
第2580地区



Rotary
第2ゾーン

ローターアクト公式ロゴ



Rotaract
クラブ名または地区番号、
ゾーン番号

ローターアクト簡易公式ロゴ



Rotaract
クラブ名または地区番号、
ゾーン番号

例



Rotaract
東京南北
ローターアクトクラブ



Rotaract
東京南北
ローターアクトクラブ



Rotaract
第2580地区



Rotaract
第2ゾーン

レイアウトの例



クラブのパンフレット



ちらし



ウェブサイト



フェイスブック*

*例外：ソーシャルメディアのプロフィール写真には旗のシンボル(旗車のみ)を使用することが可能。

周囲のスペース



余白スペースとは、空白とする必要がある、クラブ・地区・ゾーン用ロゴの周りのスペースを指します。「Rotary」または「Rotaract」の「R」（大文字）と同じ高さのスペースである必要があります。