

国際ロータリー 2008 年フォーカスグループ最終報告書

調査の趣旨と目的

RI 長期計画の優先項目と目標の一つである会員増強を支援するため、以下の 2 種類の属性を対象としたロータリアン以外のフォーカスグループ(座談会)が実施されました。

- 専門職務に従事する 30 歳以上の女性
- 専門職務に従事する 30~45 歳の男性

上記の人口層におけるロータリーの会員増強が思わしくなく、本プロジェクトでは、こうした人々を対象に効果的な会員増強を行っていくための情報を集めることを目的としました。

フォーカスグループは、2008-09 年度会員増強に関する会長主催会議が開催された、シドニー(オーストラリア)、ヨハネスブルク(南アフリカ)、ブエノスアイレス(アルゼンチン)で実施されました。グループの選定、招集、討論の実施は、ロータリアン以外の外部業者が担当しました。各地合計で 6 つのグループが設けられました。

今回の調査プロジェクトの具体的な目的は次の通りです。

- ボランティアをすることについての関心
- ボランティアの定義、ボランティアをすとは何をすることと解釈されているか
- ボランティアとしてどのような活動を選ぶか
- 何かに参加したいと思うのはなぜか
- ボランティア団体として具体的に思い浮かぶ団体はどこか
- 参加しようと思う団体はどこか
- ボランティアをすることで何が得られると思うか
- ボランティアをすることで個人的に何が得られると思うか
- ボランティア活動に費やしても良いと思う時間はどれくらいか
- 国際ロータリーまたは地元のロータリー・クラブについて知っているか
- 国際ロータリーまたは地元のロータリー・クラブをどう思うか
- 地元のロータリー・クラブのようなグループに参加することに興味があるか
- 地元のロータリー・クラブに入会することに興味があるのはなぜか。あるいは、興味がないのはなぜか

- 地元のロータリー・クラブのようなグループに参加するためにどのくらいの時間を費やしてもよいと思うか
-

地域的な違いはあるものの、全体的には同じような結果が得られました。

全体的な結果

本プロジェクトの目的は、2つの属性グループについて **RI** が直面する課題や障害は何かを特定することである点に留意してください。さまざまな意見が挙げられましたが、一般の人々がロータリーという組織をどのように捉え、解釈しているかを探ることは健全かつ有益なことです。**RI** について辛辣または否定的と思われるコメントや感想もありますが、これらはむしろ変更や改善の機会として客観的に受け止められるべきものです。

時間やボランティア参加についての反応

回答者の多くは、既に許容レベルをはるかに超えて多忙であり、これ以上はあまり多くの時間を割くことができないと答えています。予想通り、ボランティア活動への興味や参加能力は、各個人の状況(独身、幼い子供のいる家庭、成人した子供のいる家庭、子供のいない家庭など)に影響されます。仕事をする環境は柔軟になってきていますが、その一方で仕事に費やす時間が前よりも多くなっています。

ボランティアをしたいという気持ちがある人が大半を占める一方、そういう人々も「個人の時間」を十分に確保することに頭がいっぱいで、人道的活動やボランティアのために個人の時間を割こうとしません。ボランティア活動については、地域社会に関連した問題に対して強い関心が向けられる傾向があります。ボランティア活動を定義するにあたり、回答者は多岐にわたる活動を挙げました(動物保護、団体として、または友人となったり、個人的なかかわりを通じるなどして高齢者を助けること、友人を助けること、地元に関連するプロジェクト、宗教関連団体、青少年のスポーツ活動、学校の活動、飢餓、医療支援など)。

オーストラリアで特徴的だったことは、人生において、仕事の責任、家族への責任、個人的な時間、ボランティアの時間をバランス良く保つこと、またはバランス良く保とうとすることに対して(他の国より)強い願望が表されたことです。同じくオーストラリアで寄せられた意見は、ボランティア団体は、ボランティアをする人々が時間を捧げるのは当然のことだと考えているため、ボランティアに多くを要求しすぎたり、時間を無駄に使わせたりしている、ということでした。

アルゼンチンや南アフリカのように、より深刻な問題やニーズを抱えていたり、さまざまなニーズがある地域では、ボランティアをするという行為が社会構造に既に深く根づき、組み込まれているように見受けられました。

個人の回答:「ボランティアをするということを考えるとき、思い浮かぶのはどのようなことですか」

- 「無償で働く」
- 「自己啓発のため」
- 「情熱」
- 「チームワーク」
- 「自分の時間を捧げる」
- 「地域社会の人々を助ける」
- 「共有体験」
- 「達成感」
- 「楽しみ」
- 「技能を磨く」
- 「時間に余裕のある高齢者がすること」
- 「自分が関心のあること、そして都合に合うことでなければならない」

「ボランティアは人が為すべきこと。自分が与えてもらったものを還元すべきだと思う」

大組織構造

3つの地域すべてで上がった問題は、大きな組織体制に不信や疑念があるということです。ここ数年間、大きなボランティア団体は特に財政やプロジェクトの管理体制などにおいて評判が悪いと回答者は述べています。また、地元レベルで何かをやり遂げるには小さな団体のほうが効果的と見なす傾向がある、という意見もありました。組織の使命声明や財務状況は常に、一般の人々に明示できるようにし、透明性を保つべきだという声もありました。

ネットワーク作りの機会

ネットワーク作りについての解釈は、3地域でさまざまな違いが見られました。アルゼンチンでは、ネットワーク作りは主に、特定の分野や職業(医療、法律、建築、公証人など)における活動で、情報交換や研究目的に行われるものとみなされています。ネットワーク作りは異なる職業間で行われるものではないという意見もありました。オーストラリアでも、ネットワーク作りを仕事の一部と見なす傾向があり、職場や会議、展示会、セミナーなどで行われる交流を挙げていました。オーストラリアの人々はネットワーク作りを余暇に行う活動ではないと考えているようです。実際のところ、ネットワーク作りは「退屈」で、むしろ自己中心的な活動であるという回答もありました。南アフリカでは、ネットワーク作

りは一般に受入れられており、日常的に行われている活動のようです。ただし、職業関係でネットワーク作りをするケースが最も多く言及されました。回答者は、学校、教会、会議、スポーツ活動、1対1の関係といった状況の中でネットワーク作りを捉えているようです。南アフリカでは、ネットワーク作りに関連して国際ロータリーの名前が挙がりました。

組織は友人をつくる機会を提供している、という考え方のほうがより親しみやすく、受入れられやすいようです。

ボランティア団体についての認識

近年、地元や海外で数多くのボランティア団体や競合団体が発展しています。人道的活動やボランティア活動を行っている団体はどこかという質問で、名前が挙げられたのは次の団体です。

- 国境なき医師団
- 救世軍
- 赤十字
- アムネスティ・インターナショナル
- ユニセフ
- ハビタット・フォー・ヒューマニティー
- オックスファム
- グリーンピース
- ワールド・ビジョン
- メイク・ア・ウィッシュ
- セント・ビンセント・デ・ポール(オーストラリア)

地元の問題についても数多くの言及があり、動物保護、学校給食の支援、炊き出し、住宅プロジェクト、教育と識字、公衆衛生と HIV/エイズ、ストリートチルドレンといった活動あるいは課題が挙げられました。

調査の行われたどの地域においても、国際ロータリーまたは地元のロータリー・クラブの名前は言及されませんでした。

ロータリーの印象

進行役が国際ロータリーについて尋ねた際、ほとんどの回答者が国際ロータリー、ロータリーの募金活動、または地元のロータリー・クラブについて聞いたことがあると答えました。ロータリーは良いことをしていると、概して好意的な印象が持たれていました。ロータリー・クラブについて尋ねられた際、次の活動が言及されました。

- 病院用の機器を購入するための募金活動
- 青少年のための社会活動

- ビルマへのシェルターボックス
- 奨学金の提供
- 交換プログラム
- よく組織されている
- ライオンズ・クラブの競合

「車輪のロゴを使っている」と言った回答者も複数いました。

「ロータリーは、これを少し、あれを少しといった具合に活動していて、何を活動の軸としているのか、いまひとつわからない」

「経済が発展した地域で、男同士の絆を深めるような団体。個人的には共感を覚えられない」

ロータリーの印象について尋ねると、ロータリーやロータリアンを表現するのに次のような言葉が使われました。

- ビジネスマン
- エリート
- 秘密主義
- 年齢層が高い
- 裕福
- 主に伝統的な決まりに基づいている
- 魅力的ではない
- 時代にあった感じがしない
- 柔軟性がない
- 地元のクラブに女性が入会できるかどうかわからない
- フリーメイソンとつながりがある

全体として、ロータリーが実際に何を行っているか、地元や海外でロータリーがどのような実績を残しているか、そして、ロータリーの活動にはどうやって参加できるのかといった点で知識が著しく欠けていることがわかりました。前回のフォーカスグループの結果でも見られたとおり、未だに、フリーメイソンとのつながりがあると信じられています。地元のメディアは、実際にプロジェクトで活動している様子よりも、小切手を手渡すロータリアンの画像を流すことが多いようです。現代では、ボランティアに関心のある人は、行動や実績に興味があります。

人々はロータリーについての情報をなかなか得られません。ロータリーに興味があり、クラブに連絡を試みたものの、クラブから何もフォローアップの連絡がなかったり、希望者

の職業分類は既に埋まっていると言われるか、ウェブサイトを探しても見つからなかったと答えた回答者が複数いました。

「参加したいと思って、ヨハネスブルクのロータリーに連絡を取りましたが、弁護士の会員もいるし、会計士の会員もいるし、あれもいる、これもいる、だから間に合っています、と言われてました。私は必要とされていないのだと思い、あきらめました。その後、ロゼンテンビルに引っ越してからは、省庁で働くようになりました」

強調すべき点は、女性がロータリーに入会することは認められていない、または歓迎されないという見方が今でも根強く残っているということを認識する必要があるということです。

南アフリカでは、最近国内でギャンブルに関連したスキャンダルがあったことから、国際ロータリーとギャンブルの関係を疑う回答者もいました。

エリート主義と裕福であることは、地域によって受け止め方が異なります。ある地域では好ましい影響がある場合もあれば、否定的な影響がある地域もあります。この問題は注意深く検討し、地域別に対応する必要があります。

フォーカスグループ参加者の多くは、ロータリーがどのようなことを行い、何を大義としているのかを知りませんでした。どの地域でも、青少年交換や奨学金など具体的なプログラムにおけるロータリーの功績を詳しく知っている人が少人数いました。またロータリーは、「何かをやり遂げるために必要な広大なネットワークをもっている」というコメントもありました。

これらのフォーカスグループの結果は、RI 会長プロジェクトとして北米の上位 200 社の最高経営責任者 (CEO) にアプローチした際に得られた最近の情報に通ずるものがあります。かつて、大企業の重役が地元のロータリー・クラブに入会するという時代もありましたが、現代ではロータリー世界の多くの地域でこれが一般的でなくなっています。こうした企業重役の仕事のスケジュールは、過去 20 年間で大きく変化しました。大企業はグローバルな組織となり、それに合わせて CEO をはじめ重役や管理職の移動も増えました。頻繁な出張に加え、海外転勤も一般的に行われるようになりました。さらに、大企業の多くは、数々の人道的活動を援助したり、独自の財団を設けている点にも留意すべきでしょう。

RIの声明

今回のフォーカスグループでは、RI 使命声明の表現方法、会員要件に関する説明、会員となることの恩典についても質問をし、次のような反応がありました。

国際ロータリーの使命

ロータリー・クラブの世界的連合体である国際ロータリーの使命は、
他者に奉仕し、高い倫理基準を促進し、
事業と専門職務および地域社会のリーダーの間の親睦を通じて
世界理解、親善、平和を推進することである。

この使命声明は、高潔で立派なものを受け止められていますが、一般的で説明に欠け、高尚過ぎるという感想もありました。特に「地域社会のリーダー」、「倫理」、「他者に奉仕」といった言葉に懸念が寄せられました。声明の「事業と専門職務および地域社会のリーダー」という部分は、排他的で、一般の管理職や専門職務以上のエリートを指していると解釈されています。アルゼンチン（特に女性から）では、専門職務者（professionals）とは何かをやり遂げて実績を上げている人だという評価や考え方があります。「倫理（ethical）」という表現については両論が入り混じり、躊躇する感が見受けられました。

全般的なコメントには次のようなものがありました。

- キリスト教団体のように聞こえる
- 新しい使命声明を作った方がよい
- エリート主義に聞こえる
- 慈善を目的としているようには聞こえない

他者に奉仕、高い倫理基準、世界理解が何を意味するのか、誰のための親善や平和を指しているのかといったことについて多くの参加者が疑問を投げかけました。

高い倫理基準を推進する、というのは良いことに聞こえますが、誰の倫理が推進されているのかという疑問を呼ばざるを得ません。

「お金を持っているからといって倫理的なわけではない」

「倫理は個人的なことなので、組織が倫理を謳うのを聞くと不快だ」

「倫理の基準は何か」

「倫理は一つに決められたものではないし、もしそのようなものがあるとすれば、それは押し付けに過ぎない」

形式的な目的は理解されていますが、その主張はあいまいで、一般的過ぎる、また説得力に欠ける傾向があるようです。

声明の「事業と専門職務および地域社会のリーダー」という部分に懸念が寄せられていますが、プロジェクトを進め、完了させる能力と知識と技能を持った人々として専門職務従事者を対象としていることへの理解と評価が見られました。

ロータリーのメッセージの多くは、ロータリアンのために、ロータリアンに向けて発せられたものであることに留意すべきですが、こうしたメッセージはロータリアン以外の人々や会員候補者にとっても意味があり、彼らに語りかけるものである必要があります。これは国際ロータリーが何を大義としているか、地元のロータリー・クラブを通じて何を達成しようと願っているのかを伝える主な手段となります。またグループでの話し合いでも触れられたように、組織の使命声明は人目に触れ、人々が興味を持ったり、参加してみようと思うきっかけとなるものです。

従って、読み手にとって重要性があり、明確で、目的意識のはっきりしたものでなければなりません。

会員であることの恩典

ロータリアンには、地域社会に奉仕する機会、友情やネットワークを築く機会、国際的な活動に参加する機会、倫理的行動を推進し、指導力を開発する機会など、さまざまな恩恵がある。
--

会員であることの恩典に関する声明は、幾分一般的だと解釈され、次のような質問や懸念が寄せられました。

ロータリアンは地域社会にどのように奉仕しているのか

ロータリー・クラブの外でも、友情やネットワークを築く機会は簡単に見つけられるので、それがどのようにロータリアンの恩典となるのか明確でない

どのように倫理的行動を推進し、指導力を開発するのか。またどのような倫理的行動や指導力を指しているのか

こうした恩典は、エリート主義の団体だという解釈に優るものではない。恩典は魅力的ではなく、参加したいと思わせるものではない

「地域社会に役立つためにロータリーに入会する必要はない」

会員の必須条件

ロータリー・クラブは毎週例会を開き、クラブ会員はこの例会の少なくとも50パーセントに出席するよう求められている。会員が別の土地に旅行中の場合は、出席のメイクアップとして、他クラブの例会に出席することが認められている。また、クラブ会員は、地元や、関心がある場合は海外のボランティアプロジェクトに参加するよう期待されている。

時間的な要件については、どのグループでも一様に、非常に決定的な問題だとみなされました。女性がクラブへの入会を認められているかという点で、ロータリーについての理解には深刻な課題が残されていますが、会員の必須条件の中でも特に、時間が大きな障害となっているようです。ある程度の話し合いの後、時間的な要件を設ければそれだけ献身と意気込みが保証され、また、プロジェクトの運営と完遂には(時間的な要件が)必要なことだという基本的な理解に達しました。しかし、回答者の大多数は、この種の約束ができるかどうかわからない、またはためらいを感じると答えています。

「仕事を2つ抱えるようなもので、考えただけで嫌になる」

「私にはスケジュールの拘束がきつすぎると思う。例会の50パーセントに出席するなんて約束したくないので、参加しようと思わないそこで(入会を)思いとどまってしまう」

「これは大きな責任で、そういう言葉を聞くと足が遠のいてしまう」

「無理だと思う。そんなに時間がない」

参加者のほとんどが、この条件を満たすことができない、または現代社会の実情にそぐわない要件であると感じているようです。つまり、電話会議やインターネット

を使ったビデオ会議などの技術が発達している時代に、会員が毎週直接顔を合わせて会合を開かなければならないのはなぜか、ということです。

「ロータリーはもう少し 20 世紀の時代に対応する必要があると思う。ボランティアを集めるときに、協力をお願いしても、彼らを拘束することはできないと認識する必要がある」

回答者の多くは、既に、許容レベル以上に忙しいと感じています。

RI の使命声明、会員の必須条件、会員の恩典がどのように表現されているか、またどのように受け取られているかを探ることは今回の調査プロジェクトの狙いではありませんが、関連する質問を進める中で、興味深い質問や懸念が提示されました。これらの感想の中には、RI が今後も模索すべき、有用なフィードバックや情報が含まれています。RI のメッセージや説明は果たして、長すぎたり、言葉が多すぎたり、ぎこちないことはないか、高尚に響いたり、または一般的すぎることはないか。RI のメッセージは時代遅れではないか。対象をより明確にし、一般のロータリアンではない人々にももっと分かりやすいように、声明を変えたり、新しくすることを検討すべきではないか。一般の人々へのメッセージやコミュニケーションは、簡潔で直接的、そして具体的でなければなりません。冗長で複雑なメッセージは混乱を招きやすく、秘密主義、エリート主義、難解、といったイメージを作る傾向があります。

結び

全体的な結果として、RI には以下の分野で課題が残されていることが明らかになりました。

- 一般の人々の認識
- 公共イメージ
- ボランティアをすることとネットワーク作り
- 時間的な要件
- RI のメッセージ

一般の人々の認識と公共イメージ

ロータリーはどういった組織か、ロータリーはどのようなことをするのか、また何をやり遂げたのかといった情報が、地域レベルと国際レベルの両方で著しく欠けていました。人々はまず、地域社会で達成できることに関心があるようです。この事実は、退会した会

員を対象に実施された RI の内部調査でも指摘されています。つまり、地元でできることに関心があって人々が入会しています。入会して数年後に、海外の活動への関心が強まるようです。

2 種類のグループによるロータリーの印象は、どこか時代遅れで、ビジネスマンに焦点を当てており、秘密主義でつかみどころがない、エリート主義といったものでした。この結果は近年行われたフォーカスグループの調査と変わらないものでした。このような印象は、ロータリーは何をするのか、どのような功績を残しているのかを人々が知らないという事実が関係している傾向があります。ロータリーは男性の団体であり、女性は参加が認められていない、または参加しないものという見方が未だに根強く残っています。

ロータリーはクラブやロータリアンに勧誘(資格を満たす会員候補者に入会を勧める)の重要性を強調しているものの、地元レベルでも国際レベルでも人々はロータリーの数々の成功や実績について知らず、さらにロータリーについて否定的な印象が広まっている事実から、クラブが新会員を勧誘する際に影響が出ているものと思われます。

一部の地域では、RI の印象とは別に、RI とは全く関係のないところで、大きな組織が資金やプロジェクトを不適切に扱っていることがありました。このため、大きな組織は、懐疑の目で見られることがあります。回答者は財務の透明性と組織の使命、構造、実績についての明確な理解があることが、関心を持ったり、参加を決める最も重要な要素だと述べています。

ボランティアをすることとネットワーク作り

全体的に、皆、ボランティアをしたいと考えているようですが、人と交流したり活動に参加する方法は数多くあり、その選択肢の競争は大変激しいものです。個人の関係や地元の関係あるいは国際ロータリーなどの大きな組織を通じてなど、いずれの方法でも、ボランティアをよいこととして支援する人がほとんどです。しかし人々は、組織(あるいはクラブ)の使命(何をするのか)、プロジェクトや実績、ボランティアをする人に求められる要件、柔軟性について十分明確に理解したいと求めています。ネットワーク作りについては、地域によって違いが見られました。職場で仕事のために行うものとする地域もあれば、日常生活で起こりうるものとする地域もありました。今回の調査では、ネットワーク作りができることは、組織に所属したいと思わせる主な誘因あるいはニーズにならないことが明らかになりました。ただし、友情の機会を提供することは肯定的な印象を与えることがわかりました。

時間的な要件

時間的なプレッシャーと要件は、すべてのグループにおいて大きな問題となりました。1週間に1回、あるいは1カ月に2回だけであっても、このような時間的な要件を聞くと、すぐさま自動的に、今の生活ではそれだけの義務を果たすことができないという回答が返ってきたのは、強調すべき点です。仕事と家庭のバランスの取れた生活、そして友人との時間や個人の時間が十分に取れるよう望む傾向があるというコメントもありました。ボランティア活動に個人の時間を割こうという傾向は見られませんでした。個人の生活に最も上手く適合するボランティアの機会を探し、その選択肢と柔軟性を求めているようです。

RIのメッセージ

RIのメッセージは全体的に、時代遅れ、冗長、一般的、高尚と受け取られているようです。回答者はこれを包容的とはみなさず、さらに詳しく調べようと思ったり、参加をしてみようと呼ぶられることはないようです。メッセージは明確、簡潔、具体的である必要があります。

ロータリーは倫理的な行動を推進すると声明が謳うことは、2つの地域で懐疑的に捉えられました。

高い倫理基準を推進する、というのは良く聞こえますが、誰の倫理が推進されているのかという疑問を感じずにはられません。

また、「リーダー」という言葉の使い方が議論に発展しました。ロータリーの定義する「リーダー」という言葉(市長や立法機関の長、主任弁護士など)は不確かで、これに対し抵抗を感じるようです。専門職務や上級職に就いていても、「リーダー」という言葉を聞くと、どこか排他的でエリート主義だと見られることがあるようです。

推奨事項

今回のフォーカスグループの結果から明らかになった課題について、以下の推奨事項が提案されています。

- ▶ クラブのPR。地元の地域社会レベルで、クラブが広報や公共奉仕広告を行ったり、活動を主体としたプロジェクトを行う。地元のクラブは、公共奉仕広告を行うよう奨励されなければならない。また地元のメディアで具体的なプロジェクトや情報を伝える分かりやすい記事を載せること。クラブは、地域社会の人々にその存在やメッセージを伝える最も重要なパイプ役である。

- 行動と実績。人々は地域社会をよりよくするために、どのように活動に参加できるかに関心があるため、プロジェクトの活動内容や実績をよく表す連絡や広報をしなければならない。
- 広報資料。ロータリーは、クラブや地区が活動できるように、広報のやり方やヒント、説明を記した資料を作成し、提供している。こうした資料をもっとわかりやすく、入手しやすく、クラブや地区が活用しやすくすべきである。
- 的を絞った広報。特に女性や若い人々に焦点を当てて広報を行う。女性はロータリー・クラブに入会できないという印象を変えなければならない。
- 定期的なコミュニケーション。時間を当てて活動に参加したり、ボランティアをする機会が多分にあるため、ロータリーは一般の人々の目の前に常にメッセージを提示しなければならない。
- RIのメッセージ。ロータリーの使命、ロータリーや地元のロータリー・クラブが地域社会レベルで何を達成できるのかについて簡潔、明確、具体的なメッセージを作る。ロータリアンを対象としたメッセージがほとんどだが、メッセージはロータリアン以外の人々や会員候補者にとっても意味があり、彼らに語りかけるものである必要がある。明確で十分に目的を果たすため、ロータリアン以外のさまざまな人から度々、メッセージについての評価を得る必要がある。
- 友情と家族。地元のロータリー・クラブに参加する恩典として、友情と家族をより強調すべきである。
- 出席義務。会員候補者には100%の出席を求めるよりも、50%の出席義務を推進するよう、クラブに奨励する。100%の出席は、かつて称えられた功績・成果ではあるが、現代の仕事と個人の予定や責任のある状況では実現可能ではない。50%の出席は、RIの組織規定文書で規定されていることである。
- 新たな媒体。RIのメッセージを伝え、促進するために、新しいテクノロジーや媒体を取り入れる。事務総長は現在、ソーシャルネットワーキングのウェブサイト(YouTube、FaceBook、LinkedIn、Orkut、Bebo、Hi5など)を利用したRIのコミュニケーションの機会を調査中である。新しいテクノロジーは、Eラーニングや連絡手段としても活動することができる。

- 規定審議会の立法案。会議の頻度の変更、Eクラブ、ほかの会員種類を設けることなど、上記の課題に影響を与えうる立法案を作成し、2010年規定審議会にこれを提出する。
- 会員増強の機会。RIの長期計画で特定された会員増強候補者(X世代やY世代、ベビーブーム世代などの若い専門職務従事者、女性の専門職務従事者など)に対して、現実的で意味のある会員の機会を提供する。時間や活動参加について特定の課題が指摘されたが、それらを会員増強の視野において検討すべきである。
- 対象のグループにアプローチする方法、および彼らの関心を引きつける方法を見つける。

先述の通り、本プロジェクトの目的は、2つの属性グループについてRIが直面する課題や障害は何かを特定することでした。さまざまな意見が挙げられましたが、一般の人々がロータリーという組織をどのように捉え、解釈しているかを探ることは有益なことです。辛辣または否定的と思われる感想やコメントも、私たちのコミュニケーションやメッセージ、必要に応じて方針も見直す機会とみなすべきです。

フォーカスグループの最終報告書の情報は、会員増強部を通じて入手することができます。

本報告書の結果の範囲内で検討されるべきその他の事柄は、ボランティアの機会に関する傾向、大組織による人道的活動、職業上のネットワーク作りです。

個人が、地元や海外での人道的奉仕、ボランティア活動、あるいは個人的または仕事上のネットワーク作りに関わる選択肢は豊富に用意されています。例えば米国では、ボランティアの機会をインターネット(Volunteer Matchというサイト)で検索すると、イリノイ州シカゴでは789件、ミズーリ州セントルイスでは374件、カリフォルニア州サンディエゴでは488件、マサチューセッツ州ボストンでは933件という結果が出ました。

人道的奉仕や慈善活動は、多くの多国籍大企業にとってまれなことではなく、もはや標準的なことです。ボランティア、支援、援助といったことは、こうした組織に広く受け入れられ、また組織に期待されることとなりました。以下はその数例です。

- ホームセンター大手のホームデポ社は子供の遊び場作りのために非営利団体 **KaBoom** に協力しています。
- **ダヴ (Dove)** は「十代の女の子のための自信を高める」よう支援を行っています。
- 大手小売店ターゲットは、地元の学校を援助するほか、赤十字社、救世軍、黒人学校基金連合、キッズ・イン・ニード財団などの多くの慈善団体を支援しています。
- **ディズニー** はメイク・ア・ウィッシュと赤十字社を支援しています。
- **スターバックス社** は国際青少年財団と自閉症関連活動を支援しています。
- **ジョンソン・エンド・ジョンソン** は、セーブ・ザ・チルドレン、オペレーション・スマイル、**R.W.ジョンソン財団** を支援しています。

多くの職業において、生涯教育やネットワーク作りの機会を提供する独自の団体が複数あります。また **LinkedIn** など、オンラインのソーシャルネットワーキング・サイトは、昔の職場の同僚と連絡を取る手段として人気が高まっています。

まとめとして、人々が時間やお金を特定の大義に費やす機会や、同じ職業や関心を持つ人と知り合いになる機会が増えていることが言えます。