

ロータリー・クラブの会員になりたいという関心を高めるには

最近、ロータリアン以外の人々を対象に、RIが実施したフォーカスグループ調査では、ロータリーとはどのような団体なのか、あるいはロータリー・クラブとは何をするクラブなのかを知らない人々が大勢いることが判明しました。一般の人々の理解とクラブの公共イメージは会員の増加に直接影響するため、会員増強委員会と広報委員会が目標と活動を調整しながら協力し合うことが大切になります。クラブに地元地域で著名な会員がいれば、会員候補者をクラブに勧誘する仕事はやりやすくなります。

今回の会員増強詳細報告では、対外的なコミュニケーションに関して役立つヒントやリソースをお届けします。

クラブのための広報関連リソース

国際ロータリーは、クラブが広報の方策を立案、実施する上で役立つことのできるさまざまな資料やリソースを提供しています。

- [広報ツール「人類のために活動します」](#)のDVDとCD-ROMが、毎年、各クラブに送られます。ロータリアンは、このツールを活用して、地元の報道機関に働きかけ、無料もしくは割引価格で広告枠を獲得するよう努めてください。
- 電子ニュースレター、[Rotary PR Tips](#)の定期受信(無料)の申し込みをお勧めします。
- [広報用の文章の見本、概要資料、メディアと協力する際のヒントをダウンロード](#)

これらの資料を参照した上で、さらに詳しく広報の方法について知りたいというクラブは、以下にご相談ください。

- 地元地域の[RI 公共イメージ支援グループメンバー](#)(英語)
- 地元地域の[RI 会員組織地域コーディネーター](#)
- 地区広報委員会
- 地元の広報、メディアの専門家(指導者、あるいは講演者としてクラブ例会や特別行事に招く)

無料で広告の掲載や報道機関からの取材を受ける方法について、広報の専門家からアドバイスを受けることができます。しかし、規模の大きい広報キャンペーンとなると、かなりの費用がかかる場合もあります。クラブの広報キャンペーンに関する独創的なアイデアがあれば、地区ガバナーにぜひご連絡ください。[広報補助金](#)が、競争制に基づき、地区レベルで授与されます(2009-10年度の補助金は、現在RI理事会の承認待ちです)。10月1日の申請締切日がすでに間近に迫っているため、次年度の締切日に向けて、クラブ会員からのアイデアを募ることを検討し始めるとよいでしょう。

テクノロジーを駆使してクラブの公共イメージを高めよう

ロータリー・クラブは、電子コミュニケーションに目を向け、創意工夫を凝らしてこれを活用する必要があります。時代の先端を行くようなクラブのウェブサイトは、現会員にとっての誇りとなるだけでなく、会員候補者の関心をも引き付けることでしょう。ストリーミング動画、デジタル音声、[ブログ](#)、[ポッドキャスト](#)をウェブサイトに掲載すれば、一段と魅力的なサイトになります。また、[YouTube\(ユーチューブ\)の国際ロータリーのチャンネル](#)にビデオクリップを掲載するのも一案です。

新しいメディアの使用方法を知っている会員がクラブにいない場合には、地元のイエローページで新しいタイプのメディアを扱っているマーケティング会社を調べ、担当者をクラブ例会に招待して話をしてもらうとよいでしょう。また、次回実施予定の会員候補者のための説明会にメディア関係者を招くことも検討に値します。説明会実施の詳細については、新会員のためのオリエンテーション クラブの手引きをご覧ください。

クラブのウェブサイトで地元のニュースやクラブの行事を中心に据えるのは当然のことですが、[RSS feed](#)に登録すれば、最新の国際的な情報が簡単に加えられます。RSS ニュース配信システムとその登録方法については、www.rotary.orgをご覧ください。

RI では、クラブのために[無料の画像ライブラリ](#)も提供しています。会報やウェブサイトにロータリーの写真を使用したいと考えているクラブは、このライブラリからお求めの写真を探し出し、ご活用ください。

関連アンケート調査の結果

2006年、世界中のロータリー・クラブを対象に、広報に関するアンケート調査が RI により実施されました。

調査結果は、RI ウェブサイトの[RI 広報に関するアンケート調査から得られた結果報告](#)からご覧いただけます。

編集 : Jennifer Frisbie (シニア・コーディネーター)
Membership Development Division (会員増強部)
国際ロータリー
www.rotary.org
membershipminute@rotary.org