



新しいロータリーの姿を求めて

2019年は3年ごとに開催される規定審議会の年でした。規定審議会はロータリーの組織規定であるRI定款、RI細則と標準ロータリークラブ定款の改正を審議する場です。

2019年の規定審議会での最大のテーマはローターアクトのRI加盟の件でした。一旦否決されながらもRI理事会は翌日再審議の動議を提出し、これが認められた結果、あらためて議論の末、僅差で採択されました。この審議経過と結果は、この案件が賛成・反対の双方の立場から多くの議論を巻き起こす難しい問題であったということ、それでも何とかこれを成立させたいというRI理事会の強い意思を示しています。

歴史をひもとけば、このように規定審議会の場で激しい議論を巻き起こした案件として、女性の入会資格を認める件があります。1989年にシンガポールで開催された規定審議会でのこの提案は採択されました。過去5回の規定審議会でも否決されながら、6回目について採択されたのです。当時の状況を伝える文書によれば、規定審議会の場で、発言を求める代表議員がマイクの前に列をなし、賛成反対のそれぞれの立場から1時間半にもわたる激しい議論が繰り広げられたとあります。この案件の審議の状況は地元シンガポールでも注目され、テレビのニュースで取り上げられたそうですし、審議会の傍聴席には多数の女性が陣取り、議論のやりとりで歓声が上がった場面もあったとのこと。このときの議論は、単に女性がロータリーにふさわしいかどうかというような情緒的な議論にとどまらず、これからのロータリーが女性の存在を無視して成り立つのか、ロータリーとしての発展はあるのかどうかということに焦点をあてて激しい論戦が繰り広げられたとあります。

今回のローターアクトクラブのRI加盟問題もロータリーに大きな変革をもたらすものであることは確実です。これまでローターアクトはRIの青少年奉仕部門のプログラムの一つであり、ロータリークラブが提唱し、指導し、時には擁護するものでした。ローターアクトは将来のロータリアンとして位置づけられていたといえるでしょう。しかし今回の規定審議会でもローターアクトクラブのRI加盟が認められた結果、ローターアクトたちは、次世代のリーダーであるのみならず、今現在、私たちと共に世界を変える行動人の仲間になったというべきでしょう。このことはロータリークラブ、ローターアクトクラブの双方の意識に大きな転換を迫るものと思います。その後の10月理事会でローターアクトの年齢の上限が撤廃されたこともあり、ローターアクトクラブは今や真の自立に向けて、その活動全般において自主的な取り組みをしなくてはなりません。そのようなことのお手伝いをするのも、ロータリーの地域コーディネーターの役割だと考えています。

第3地域ロータリーコーディネーター補佐 滝澤功治(神戸須磨RC)

公共イメージ向上とコミュニケーション計画について

皆様の地区においてコミュニケーション計画は今期順調に進んでいますか。コミュニケーションの相手はガバナー補佐、地区委員会、クラブ、ロータリアン、シニアリーダーなどであったり、メディアやボランティア団体、または、入会候補者や地域社会の方々など様々な方がおられます。このような方々にどのような方法が伝わりやすいのでしょうか。まずは、伝える目的と内容はどのようなものか、誰から誰に、緊急性があるのか、いつ伝えるのかなど考えておくことは必要だと思えます。地区内のコミュニケーションを強化することによって、クラブを活性化、目標を達成し、会員基盤の成長を促し、ロータリー財団の支援を拡大することによって、公共イメージの向上につながることは重要なことです。コミュニケーション計画において地区チーム同士の効果的なコミュニケーションは不可欠です。地区とクラブとのつながりを行う最も重要な役割を担うのはガバナー補佐です。クラブの活動をサポートするのは地区委員会です。ガバナー補佐と地区委員会が密に連携を取り地区とクラブが連絡を図ることによって戦略計画の推進ができるものと考えています。

地区チーム研修セミナーなどで地区のコミュニケーション計画を確認し、この計画に沿ってコミュニケーションを行っていくことが重要ではないでしょうか。コミュニケーション手段としては、地区ウェブサイト、フェイスブック、ツイッター、インスタグラム、ブログ、ライン、そのほかのソーシャルメディアなどやニュースレター、そしてEメールなどIT、デジタル化、ネットワークの拡大などによってロータリーの変化がスピードを増しています。

第3地域の公共イメージ向上に関するアンケート調査で、クラブ広報戦略について、地区公共イメージ委員会ではクラブのプロジェクトや活動を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効果的に形づくっていると思っているもの、についての質問では、イベント行事、広報活動、ソーシャルメディア、クラブのウェブサイト、メディア対応、マーケティングの順でした。また、「世界・地域を変える行動人」のストーリーを伝える方法のコミュニケーション計画を立案していますか？の質問にはほとんどのクラブが立案していないようでした。この回答の結果からもコミュニケーション計画立案について検討していく必要性を感じました。

公共イメージと認識の向上を図る上でもコミュニケーション計画には重要な役割があります。ロータリーの「世界を変える行動人」公共イメージキャンペーンは「ロータリーとは何か」と聞かれたら、分かり易く、シンプルに答えるためのヒントとなるのが、ロータリーの3つのエッセンス(リーダーのネットワークへ、アイデアを広げる、行動する)です。これらのエッセンスを自分の言葉で伝えてみてはどうでしょうか。「ロータリアンとはどのような人びとか」と聞かれたら、専門的スキルと知識を社会や世界のために生かしたいと考えている人です。「ロータリーの活動はどのような成果をもたらしているのか」と聞かれたら、ポリオ根絶の中心的活動を行い99.9%まで達成し、あと少しのところまで来ています。「ロータリーは他団体とどう違うのか」と聞かれたら、親睦・高潔性・多様性・奉仕・リーダーシップの中核的価値観を兼ね備えた団体です。など、ロータリーのストーリーを様々な形を通じて、「行動人」としてのロータリー会員の姿にスポットを当てることでロータリーに対する認識と理解を高めることを目的としています。「世界を変える行動人」の広告はMy ROTARYのブランドリソースセンターからダウンロード可能な資料として利用できます。他にも、一般の人たちの注目を集め、ロータリーに関心を持ってもらうには、行動人としてのロータリアンを生き生きと映し出す写真が必要です。これらのリソースもブランドリソースセンターから利用できます。このキャンペーンで最も重要なことはクラブ自身の「世界を変える行動人」のストーリーを伝えることです。そして、『ボイス』とビジュアルアイデンティティのガイドも、クラブのストーリーを伝える参考となります。コミュニケーション計画においては、一方通行にならないように地区からもアイデアや成功例、懸案事項を連絡してください。地区からの情報は、他の地区の役に立つだけでなく、ロータリーのシニアリーダーや職員にも参考になります。今後ともよろしくお願ひいたします。

第3地域 ロータリー公共イメージコーディネーター 山下皓三(鹿児島西RC)