

「ロータリークラブ」 認知浸透度調査 報告書

国際ロータリー第2660地区
2020-21年度 公共イメージ向上委員会

2021年3月



1. 認知浸透度（他エリアとの比較）

2. 本調査結果（2660地区）

3. 今後への示唆

<p>調査目的</p>	<p>国際ロータリークラブ第2660地区内における、ロータリークラブの認知浸透度およびイメージ・共感度を調査する。 また、認知浸透度に関しては、他4エリアも調査する。</p>																											
<p>調査手法</p>	<p>インターネット調査</p>																											
<p>調査時期</p>	<p>2021年1月29日（金）～2021年2月2日（火）</p>																											
<p>調査対象者条件</p>	<p>20歳以上の男女</p> <p>スクリーニング調査 : 5エリア居住者【2660地区、2640地区（大阪府内対象）、東京23区、京都市、神戸市】 本調査 : 2660地区内居住者</p>																											
<p>サンプル数</p>	<p>スクリーニング調査 : 2660地区 : 4,000ss 他4地区1,000ss 合計8,000ss</p> <p>本調査 : 2,400ss 性別/年齢均等割り付け</p> <table border="1" data-bbox="1449 869 2384 999"> <thead> <tr> <th></th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>70代以上</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> <td>200</td> </tr> </tbody> </table>								20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	男性	200	200	200	200	200	200	女性	200	200	200	200	200	200
	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上																						
男性	200	200	200	200	200	200																						
女性	200	200	200	200	200	200																						
<p>設問数</p>	<p>スクリーニング調査 : 5問 本調査 : 9問</p>																											
<p>調査主体</p>	<p>設計 : 博報堂 D Y メディアパートナーズ/実査 : 市場調査社</p>																											

1 . 認知浸透度（他エリアとの比較）

本報告書内における数表の
網掛けは、特に注記がない場合、
以下のルールで行っている

全体に対して

-  全体+10ポイント以上
-  全体+ 5ポイント以上
-  全体- 5ポイント以上
-  全体-10ポイント以上

スクリーニング調査は5つのエリア毎に割付を行い8,000サンプルを回収。(A表参照)
分析は、調査エリアの性・年代別人口推計値に準拠し、17,374,372人換算で行った。(B表参照)

A表

	調査会社 モネッタ 数	調査回収数					
		2 6 6 0 地区	2 6 4 0 地区	東京 2 3 区	京都市	神戸市	
全体	1,890,260	8,000	4,000	1,000	1,000	1,000	1,000
男性20代	94,745	421	257	57	21	47	39
男性30代	145,225	606	275	96	60	82	93
男性40代	202,337	1,032	431	152	138	161	150
男性50代	204,090	1,136	520	121	190	168	137
男性60代	112,431	678	299	67	150	75	87
男性70代以上	50,007	395	225	29	61	32	48
女性20代	251,173	737	361	117	52	106	101
女性30代	331,503	880	430	130	83	117	120
女性40代	259,912	839	441	120	74	106	98
女性50代	165,983	648	317	76	105	70	80
女性60代	56,423	358	230	23	45	27	33
女性70代以上	16,431	270	214	12	21	9	14

※GMOリサーチ

B表

【単位：人】

調査 エリア 人口	調査エリア人口					
	2 6 6 0 地区	2 6 4 0 地区	東京 2 3 区	京都市	神戸市	
17,374,372	5,284,904	1,902,632	7,731,965	1,194,242	1,260,629	
1,189,430	336,727	113,839	575,272	89,619	73,973	
1,455,016	403,578	130,390	747,538	85,704	87,806	
1,660,903	496,307	175,779	778,769	100,745	109,303	
1,238,986	369,023	132,586	568,391	79,486	89,500	
1,294,996	419,665	156,629	521,870	91,672	105,160	
1,482,015	487,227	184,573	582,785	108,822	118,608	
1,198,825	345,214	114,044	569,510	91,270	78,787	
1,460,042	416,334	136,488	720,758	90,952	95,510	
1,669,215	505,336	184,500	756,567	106,440	116,372	
1,235,364	376,517	140,888	534,857	84,882	98,220	
1,373,889	449,943	177,458	528,718	103,121	114,649	
2,115,691	679,033	255,458	846,930	161,529	172,741	

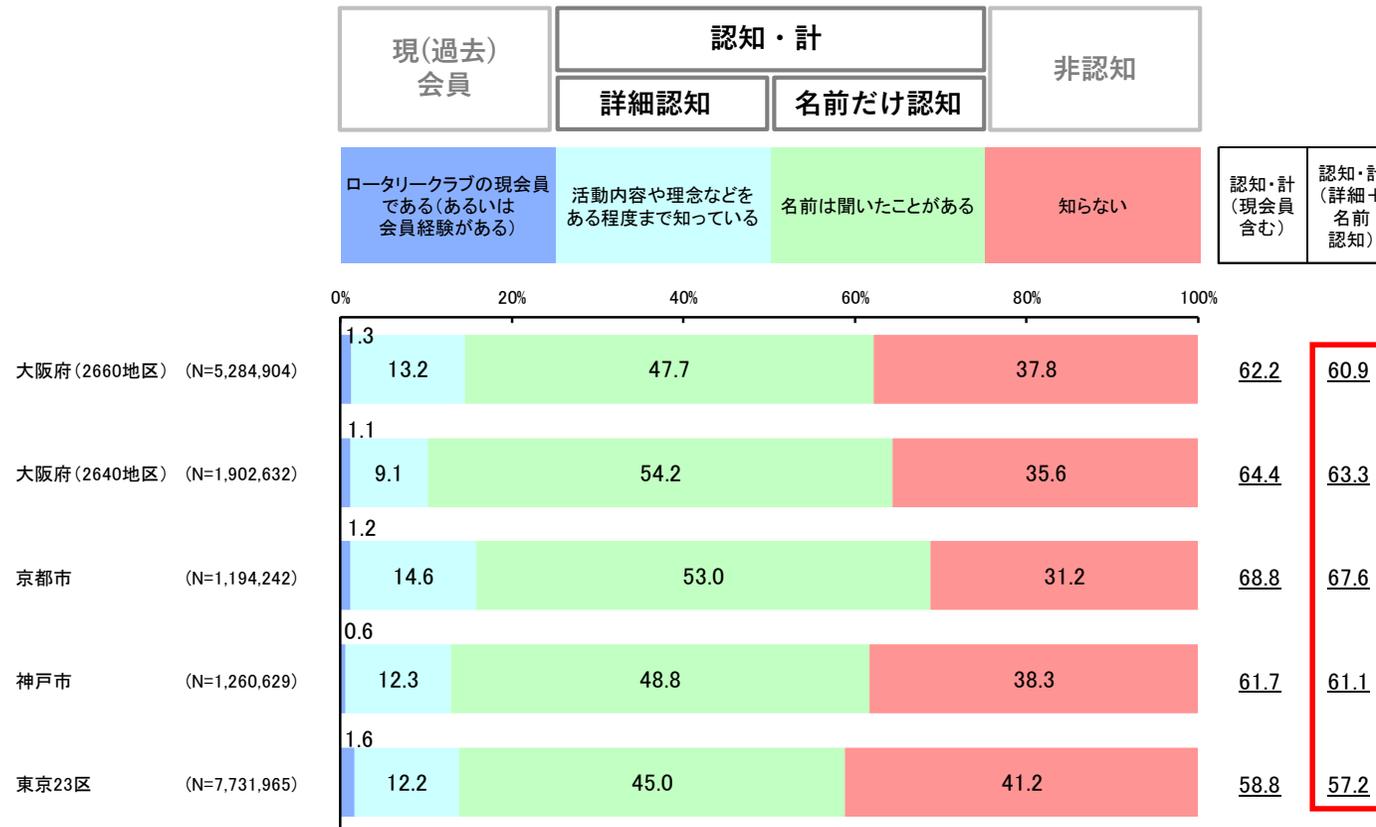
※平成27年国勢調査

✓ロータリークラブを「詳細認知」している人は、いずれのエリアも1割前後。

「名前だけ認知」まで含めた「認知・計」は6割前後。

<以降、「詳細認知」+「名前だけ認知」の足し上げたものを「認知・計」と記載する。>

SC5. あなたは「ロータリークラブ」という団体のことを、どの程度知っていますか。(SA)



- ✓ロータリークラブ認知は、いずれのエリアも女性よりも男性、若者層よりも高齢層の方が高い。
- ✓京都市は、男性の認知と同様に女性の認知も他エリアと比較して高い傾向が伺える。

SC5. あなたは「ロータリークラブ」という団体のことを、どの程度知っていますか。(SA)

		大阪府 (2660地区)							大阪府 (2640地区)							京都市							神戸市							東京23区						
		(N)	知らない	名前が聞いたことがある	活動内容や理念などを知っている	ロータリークラブの現会員である(あるいは会員経験がある)	認知・計(現会員含む)	認知・計(詳細+名前前認知)	(N)	知らない	名前が聞いたことがある	活動内容や理念などを知っている	ロータリークラブの現会員である(あるいは会員経験がある)	認知・計(現会員含む)	認知・計(詳細+名前前認知)	(N)	知らない	名前が聞いたことがある	活動内容や理念などを知っている	ロータリークラブの現会員である(あるいは会員経験がある)	認知・計(現会員含む)	認知・計(詳細+名前前認知)	(N)	知らない	名前が聞いたことがある	活動内容や理念などを知っている	ロータリークラブの現会員である(あるいは会員経験がある)	認知・計(現会員含む)	認知・計(詳細+名前前認知)	(N)	知らない	名前が聞いたことがある	活動内容や理念などを知っている	ロータリークラブの現会員である(あるいは会員経験がある)	認知・計(現会員含む)	認知・計(詳細+名前前認知)
全体		5,284,904	1.3	13.2	47.7	37.8	62.2	60.9	1,902,632	1.1	9.1	54.2	35.6	64.4	63.3	1,194,242	1.2	14.6	53.0	31.2	68.8	67.6	1,260,629	0.6	12.3	48.8	38.3	61.7	61.1	7,731,965	1.6	12.2	45.0	41.2	58.8	57.2
性・年代別	男性・計	2,512,527	1.9	16.7	49.3	32.0	68.0	66.0	893,796	2.1	14.3	51.7	32.0	68.0	65.9	556,048	2.2	18.9	50.3	28.6	71.4	69.2	584,350	1.2	15.5	50.0	33.2	66.8	65.6	3,774,625	2.6	15.8	47.1	34.5	65.5	62.9
	男性20代	336,727	4.8	9.7	21.3	64.2	35.8	31.0	113,839	5.6	2.1	21.8	70.6	29.4	23.8	89,619	2.1	8.5	31.9	57.4	42.6	40.4	73,973	2.6	7.7	20.5	69.2	30.8	28.2	575,272	4.8	9.5	28.6	57.1	42.9	38.1
	男性30代	403,578	3.4	9.4	35.1	52.1	47.9	44.4	130,390	3.2	3.8	39.5	53.6	46.4	43.3	85,704	0.0	9.8	30.5	59.8	40.2	40.2	87,806	2.2	8.6	38.7	50.5	49.5	47.3	747,538	3.3	10.0	33.3	53.3	46.7	43.3
	男性40代	496,307	1.6	9.5	45.6	43.3	56.7	55.1	175,779	1.3	13.8	44.8	40.1	59.9	58.6	100,745	1.2	14.9	50.3	33.5	66.5	65.2	109,303	2.0	8.7	40.0	49.3	50.7	48.7	778,769	0.0	13.0	42.8	44.2	55.8	55.8
	男性50代	369,023	0.9	15.0	57.6	26.6	73.4	72.5	132,586	0.7	12.6	66.2	20.5	79.5	78.8	79,486	3.0	18.5	63.7	14.9	85.1	82.1	89,500	0.0	11.7	67.2	21.2	78.8	78.8	568,391	2.6	14.7	59.5	23.2	76.8	74.2
	男性60代	419,665	1.3	24.3	65.1	9.4	90.6	89.3	156,629	3.0	16.1	72.4	8.4	91.6	88.6	91,672	0.0	28.0	68.0	4.0	96.0	96.0	105,160	1.1	19.5	64.4	14.9	85.1	83.9	521,870	2.0	21.3	68.7	8.0	92.0	90.0
	男性70代以上	487,227	0.5	29.9	64.4	5.2	94.8	94.3	184,573	0.0	29.3	57.2	13.5	86.5	86.5	108,822	6.3	31.3	56.3	6.3	93.8	87.5	118,608	0.0	31.3	60.4	8.3	91.7	91.7	582,785	3.3	29.5	57.4	9.8	90.2	86.9
	女性・計	2,772,377	0.6	10.0	46.3	43.1	56.9	56.3	1,008,836	0.3	4.5	56.4	38.8	61.2	60.9	638,194	0.3	10.8	55.3	33.5	66.5	66.2	676,279	0.0	9.5	47.7	42.8	57.2	57.2	3,957,340	0.7	8.8	43.0	47.5	52.5	51.8
	女性20代	345,214	2.0	4.0	19.4	74.6	25.4	23.4	114,044	0.9	2.4	21.2	75.5	24.5	23.6	91,270	0.0	4.7	26.4	68.9	31.1	31.1	78,787	0.0	4.0	13.9	82.2	17.8	17.8	569,510	3.8	7.7	19.2	69.2	30.8	26.9
	女性30代	416,334	0.6	2.4	26.9	70.1	29.9	29.3	136,488	0.0	3.7	25.8	70.5	29.5	29.5	90,952	0.9	4.3	38.5	56.4	43.6	42.7	95,510	0.0	3.3	33.3	63.3	36.7	36.7	720,758	0.0	3.6	18.1	78.3	21.7	21.7
	女性40代	505,336	0.2	7.2	37.8	54.8	45.2	45.0	184,500	0.0	3.1	38.6	58.3	41.7	41.7	106,440	0.0	8.5	50.9	40.6	59.4	59.4	116,372	0.0	4.1	31.6	64.3	35.7	35.7	756,567	0.0	2.7	31.1	66.2	33.8	33.8
	女性50代	376,517	0.5	7.0	49.0	43.5	56.5	56.0	140,888	1.7	6.6	55.7	36.1	63.9	62.2	84,882	1.4	12.9	67.1	18.6	81.4	80.0	98,220	0.0	15.0	47.5	37.5	62.5	62.5	534,857	1.0	11.4	51.4	36.2	63.8	62.9
	女性60代	449,943	0.6	13.3	62.4	23.7	76.3	75.7	177,458	0.0	12.5	76.1	11.4	88.6	88.6	103,121	0.0	22.2	55.6	22.2	77.8	77.8	114,649	0.0	12.1	63.6	24.2	75.8	75.8	528,718	0.0	6.7	73.3	20.0	80.0	80.0
	女性70代以上	679,033	0.5	19.2	66.1	14.3	85.7	85.2	255,458	0.0	0.0	88.1	11.9	88.1	88.1	161,529	0.0	11.1	77.8	11.1	88.9	88.9	172,741	0.0	14.3	71.4	14.3	85.7	85.7	846,930	0.0	19.0	66.7	14.3	85.7	85.7

【単位：%】

1

どのエリアも「詳細認知」は概ね1割程度。
「名前だけ認知」まで含めた「認知・計」では6割前後。

2660地区の「詳細認知」は13.2%、「名前だけ認知」は47.7%、「認知・計」は60.9%であった。

2

エリア別では京都市における「認知・計」が相対的に高く、
東京23区は低め。

東京23区や大阪府（2660地区）のような大都市圏は「認知・計」が相対的に低い。
※京都市の「認知・計」は67.6%。一方で、東京23区における「認知・計」は57.2%。

3

性別では男性が、また年齢に従って、認知度は高くなる。

20-30代は全体と比較して男性で15~40%程度、女性で25~40%程度「認知・計」が低い。
一方で、高齢層の「認知・計」は高く70~90%台にまでのぼる。

2 . 本調査結果（2660地区）

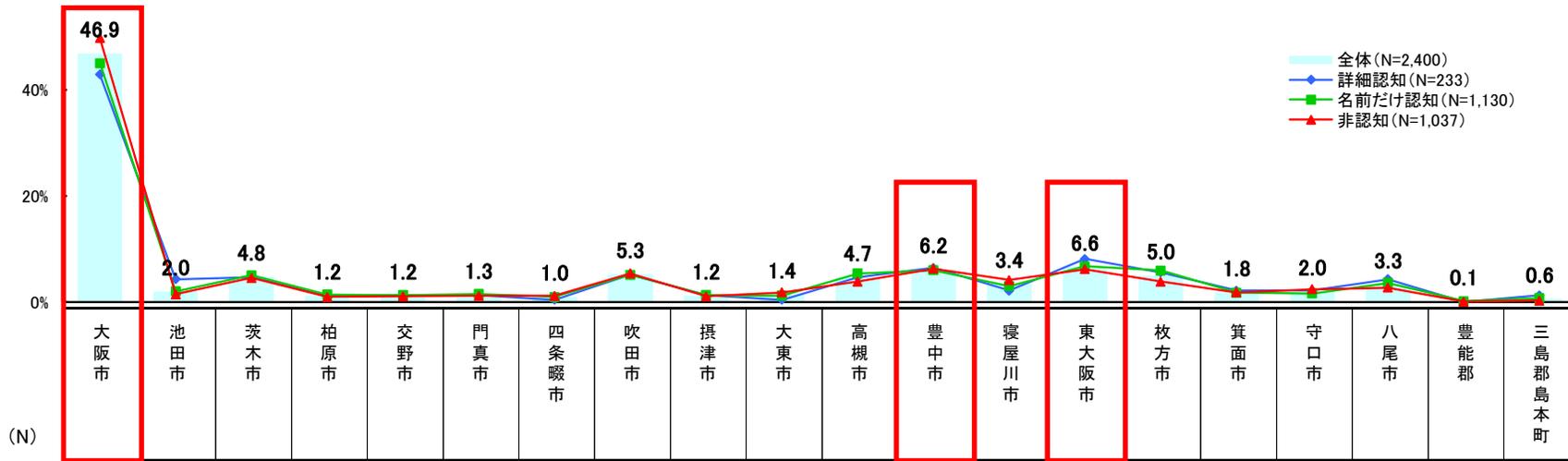
2660地区の調査結果に焦点を絞って分析

	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
男性	200	200	200	200	200	200
女性	200	200	200	200	200	200

本調査回答者プロフィール（居住地）

- ✓居住地は、「大阪市」が46.9%とほぼ半数を占めている。
- ✓次いで「東大阪市」が6.6%、「豊中市」が6.2%と続く。

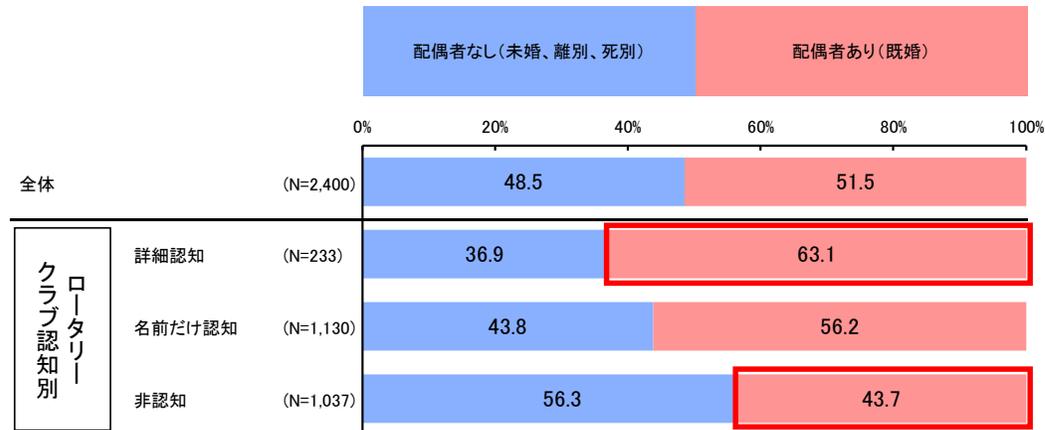
SC2. あなたの居住地をお教えてください。（SA）



		(N)	大阪市	池田市	茨木市	柏原市	交野市	門真市	四条畷市	吹田市	摂津市	大東市	高槻市	豊中市	寝屋川市	東大阪市	枚方市	箕面市	守口市	八尾市	豊能郡	三島郡島本町
全体		2,400	46.9	2.0	4.8	1.2	1.2	1.3	1.0	5.3	1.2	1.4	4.7	6.2	3.4	6.6	5.0	1.8	2.0	3.3	0.1	0.6
ロータリー クラブ認知別	詳細認知	233	42.9	4.3	4.7	1.3	1.3	1.3	0.4	5.2	1.3	0.4	4.7	6.4	2.1	8.2	5.6	2.1	2.1	4.3	0.0	1.3
	名前だけ認知	1,130	45.0	2.0	5.0	1.4	1.3	1.5	1.0	5.1	1.3	1.2	5.4	6.0	3.0	6.7	5.9	1.8	1.6	3.6	0.2	0.7
	非認知	1,037	49.8	1.4	4.5	1.0	1.1	1.2	1.2	5.4	1.1	1.8	3.9	6.3	4.1	6.2	3.9	1.8	2.4	2.7	0.1	0.3
	男性・計	1,200	46.3	2.5	4.3	1.4	1.7	1.3	0.9	5.4	1.3	1.2	5.1	6.0	3.2	5.9	5.8	1.6	2.1	3.5	0.1	0.6
性・年代別	男性20代	200	52.5	2.0	5.5	1.5	1.0	1.5	1.5	5.5	2.0	1.0	3.0	5.0	2.0	5.5	3.5	0.5	2.5	4.0	0.0	0.0
	男性30代	200	49.0	2.0	3.0	0.0	0.0	0.0	1.0	9.0	1.5	1.0	2.0	8.5	3.0	4.0	7.0	2.5	2.5	2.5	0.0	1.5
	男性40代	200	52.0	2.5	3.0	2.0	1.0	1.5	0.5	4.0	1.5	2.5	2.5	4.5	4.0	3.0	7.0	2.0	3.5	3.0	0.0	0.0
	男性50代	200	48.0	1.5	5.0	1.0	4.0	0.5	0.5	4.5	0.5	0.0	6.0	4.5	3.0	10.5	4.5	1.5	0.5	3.5	0.0	0.5
	男性60代	200	41.0	3.5	5.5	0.5	2.5	1.5	1.5	6.5	0.5	1.0	7.5	4.5	3.5	6.0	6.5	0.5	2.0	4.5	0.5	0.5
	男性70代以上	200	35.5	3.5	3.5	3.5	1.5	2.5	0.5	3.0	1.5	1.5	9.5	9.0	3.5	6.5	6.5	2.5	1.5	3.5	0.0	1.0
	女性・計	1,200	47.4	1.5	5.3	1.0	0.8	1.4	1.1	5.1	1.2	1.7	4.3	6.3	3.7	7.3	4.2	2.1	1.9	3.1	0.2	0.6
	女性20代	200	54.5	0.5	3.5	0.5	1.5	1.0	1.0	2.5	0.0	3.0	5.5	4.5	4.5	7.0	2.0	2.5	3.5	2.5	0.0	0.0
	女性30代	200	54.5	2.0	6.5	1.0	0.5	1.0	0.5	7.5	0.5	1.0	2.0	5.5	2.0	5.5	3.5	1.0	3.0	2.0	0.0	0.5
	女性40代	200	52.5	1.5	5.0	1.5	0.5	1.0	0.0	4.0	1.0	0.5	4.0	4.5	4.5	6.5	3.0	2.5	2.5	4.0	1.0	0.0
	女性50代	200	46.5	1.5	4.5	1.0	1.5	2.5	2.5	3.0	1.5	3.0	2.0	5.5	4.5	9.5	3.0	2.0	1.5	4.0	0.0	0.5
	女性60代	200	41.5	2.5	6.0	1.0	0.5	1.0	1.5	6.0	2.5	0.5	2.5	12.0	1.5	9.0	7.0	2.0	0.0	2.0	0.0	1.0
	女性70代以上	200	35.0	1.0	6.5	1.0	0.0	2.0	1.0	7.5	1.5	2.0	9.5	6.0	5.0	6.5	6.5	2.5	1.0	4.0	0.0	1.5

- ✓全体では「配偶者あり」が51.5%でほぼ半数。
- ✓「詳細認知」の63.1%、「非認知」の43.7%が「配偶者あり」であった。

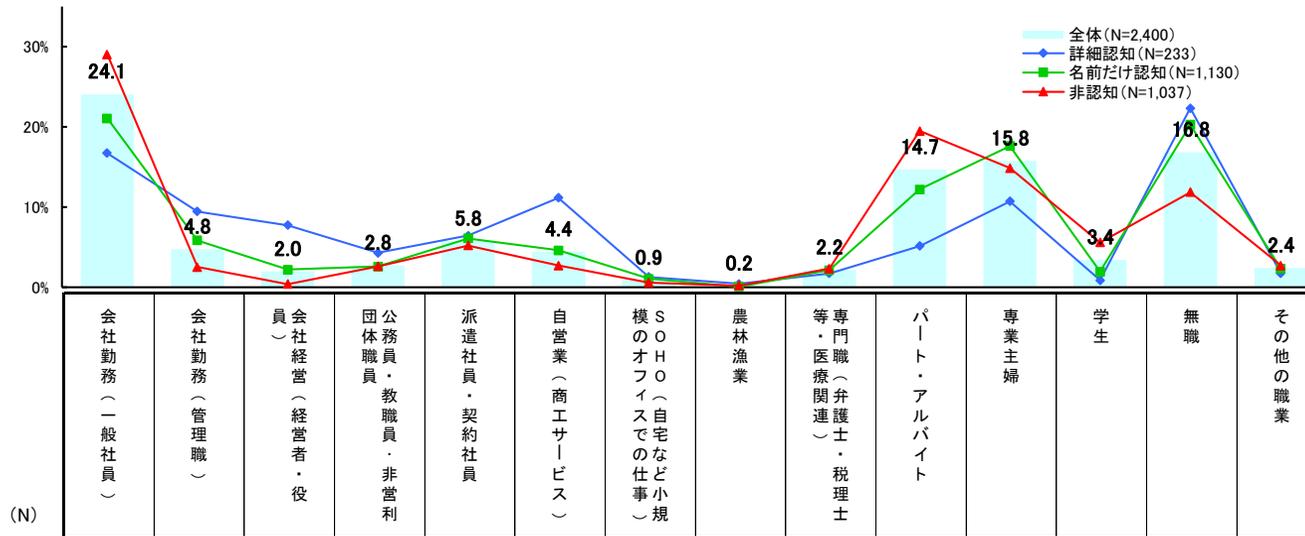
SC3. あなたはご結婚されていますか。（SA）



		(N)	配偶者なし(未婚、離別、死別)	配偶者あり(既婚)
全体		2,400	48.5	51.5
ロータリー クラブ認知別	詳細認知	233	36.9	63.1
	名前だけ認知	1,130	43.8	56.2
	非認知	1,037	56.3	43.7
	男性・計	1,200	47.0	53.0
性・年代別	男性20代	200	81.0	19.0
	男性30代	200	54.5	45.5
	男性40代	200	45.0	55.0
	男性50代	200	44.5	55.5
	男性60代	200	38.5	61.5
	男性70代以上	200	18.5	81.5
	女性・計	1,200	50.1	49.9
	女性20代	200	79.0	21.0
	女性30代	200	55.5	44.5
	女性40代	200	46.5	53.5
	女性50代	200	40.5	59.5
	女性60代	200	38.0	62.0
	女性70代以上	200	41.0	59.0

- ✓回答者の職業分布は以下の通り。
- ✓「会社経営」「自営業」「無職」が全体と比較して「詳細認知」の割合が高い。

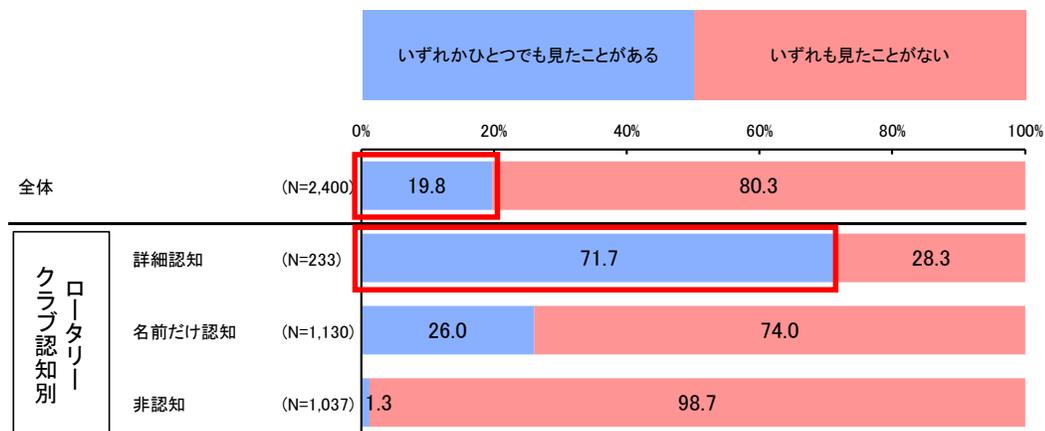
SC4. あなたの職業をお教えてください。（SA）



(N)		会社勤務（一般社員）	会社勤務（管理職）	会社経営（経営者・役員）	団体職員・教職員・非営利	派遣社員・契約社員	自営業（商工サービス）	模のオフイスでの仕事（S O H O）	農林漁業	専門職（弁護士・税理士等・医療関連）	パート・アルバイト	専業主婦	学生	無職	その他の職業
全体	2,400	24.1	4.8	2.0	2.8	5.8	4.4	0.9	0.2	2.2	14.7	15.8	3.4	16.8	2.4
ロータリークラブ認知別	233	16.7	9.4	7.7	4.3	6.4	11.2	1.3	0.4	1.7	5.2	10.7	0.9	22.3	1.7
	1,130	21.1	5.8	2.2	2.6	6.1	4.6	1.1	0.1	2.1	12.2	17.6	1.9	20.3	2.3
	1,037	29.0	2.5	0.4	2.6	5.2	2.7	0.6	0.2	2.3	19.5	14.9	5.6	11.9	2.7
性・年代別	1,200	31.6	8.6	3.3	4.0	5.7	7.3	1.3	0.3	2.1	7.7	0.2	3.8	22.2	2.3
	200	42.0	2.0	1.0	5.5	2.5	2.5	0.5	0.5	2.5	11.5	0.0	22.0	6.5	1.0
	200	59.5	7.0	0.5	3.5	6.0	2.5	1.0	0.0	4.0	7.0	0.0	0.0	7.0	2.0
	200	46.0	15.0	4.0	4.5	2.0	7.0	0.5	0.0	2.5	7.0	0.0	0.0	10.5	1.0
	200	32.0	18.0	3.0	6.5	4.0	11.0	3.5	0.0	1.0	6.0	0.0	0.0	10.5	4.5
	200	10.0	7.0	8.0	3.0	16.0	12.5	2.0	1.0	1.0	5.5	0.5	0.5	31.5	1.5
	200	0.0	2.5	3.0	1.0	3.5	8.0	0.5	0.0	1.5	9.0	0.5	0.0	67.0	3.5
	1,200	16.6	0.9	0.7	1.5	5.8	1.6	0.4	0.1	2.3	21.7	31.3	3.1	11.5	2.6
	200	29.0	0.0	0.0	4.0	6.0	0.5	0.0	0.5	3.5	23.0	9.0	18.5	3.0	3.0
	200	30.0	2.5	1.0	2.0	9.0	3.5	0.5	0.0	3.5	21.0	19.0	0.0	5.0	3.0
	200	25.5	1.0	0.5	1.0	7.0	1.0	0.0	0.0	1.5	29.5	21.5	0.0	9.0	2.5
	200	11.5	1.0	0.0	1.0	6.5	1.5	2.0	0.0	2.0	31.5	28.5	0.0	11.5	3.0
	200	3.0	1.0	2.0	1.0	6.5	2.0	0.0	0.0	2.0	18.0	49.0	0.0	13.5	2.0
	200	0.5	0.0	0.5	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	1.0	7.0	61.0	0.0	27.0	2.0

- ✓ ロゴ認知は全体で19.8%。
- ✓ 認知度別では、「詳細認知」のスコアが高く71.7%となった。

Q1. あなたは今までに、このロゴマークを見たことがありますか。(SA)



		(N)	いずれかひとつでも見たことがある	いずれも見たことがない
全体		2,400	19.8	80.3
ロータリー クラブ認知別	詳細認知	233	71.7	28.3
	名前だけ認知	1,130	26.0	74.0
	非認知	1,037	1.3	98.7
	男性・計	1,200	26.5	73.5
性・年代別	男性20代	200	14.5	85.5
	男性30代	200	22.5	77.5
	男性40代	200	20.5	79.5
	男性50代	200	25.5	74.5
	男性60代	200	36.5	63.5
	男性70代以上	200	39.5	60.5
	女性・計	1,200	13.0	87.0
	女性20代	200	11.5	88.5
	女性30代	200	9.5	90.5
	女性40代	200	15.5	84.5
	女性50代	200	10.0	90.0
	女性60代	200	15.5	84.5
	女性70代以上	200	16.0	84.0

< 呈示素材 >

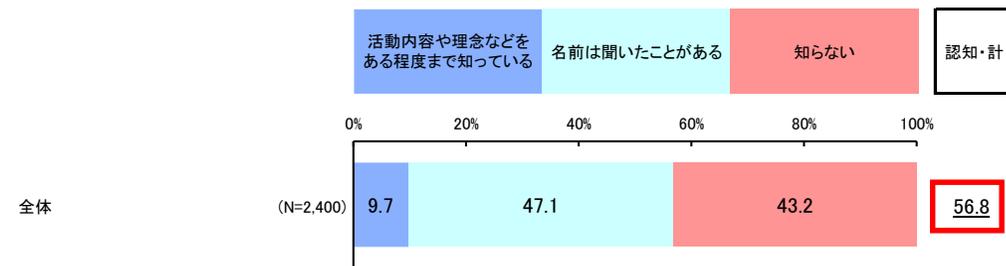


- ✓ロータリークラブとライオンズクラブの「詳細認知」は同等で1割程度だが、「名前だけ認知」はライオンズクラブの方が高い。結果、ライオンズクラブの「認知・計」はロータリーより15ポイント以上高くなっている。
- ✓どちらの団体も女性よりも男性、若者層よりも高齢層の方が高い。

Q2. あなたは「ロータリークラブ」という団体のことを、どの程度知っていますか。(SA)

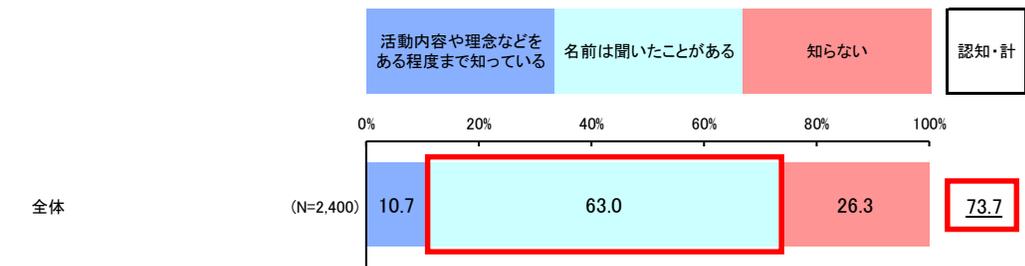
Q3. あなたは「ライオンズクラブ」という団体のことを、どの程度知っていますか。(SA)

ロータリークラブ



		(N)	活動内容や理念などをある程度まで知っている	名前は聞いたことがある	知らない	認知・計
全体		2,400	9.7	47.1	43.2	56.8
性・年代別	男性・計	1,200	12.9	50.8	36.3	63.7
	男性20代	200	4.5	25.0	70.5	29.5
	男性30代	200	7.5	39.0	53.5	46.5
	男性40代	200	7.0	50.0	43.0	57.0
	男性50代	200	13.0	57.5	29.5	70.5
	男性60代	200	21.0	64.5	14.5	85.5
	男性70代以上	200	24.5	68.5	7.0	93.0
	女性・計	1,200	6.5	43.4	50.1	49.9
	女性20代	200	2.0	22.0	76.0	24.0
	女性30代	200	2.0	28.0	70.0	30.0
	女性40代	200	5.5	37.0	57.5	42.5
	女性50代	200	5.0	45.5	49.5	50.5
	女性60代	200	11.5	57.5	31.0	69.0
	女性70代以上	200	13.0	70.5	16.5	83.5

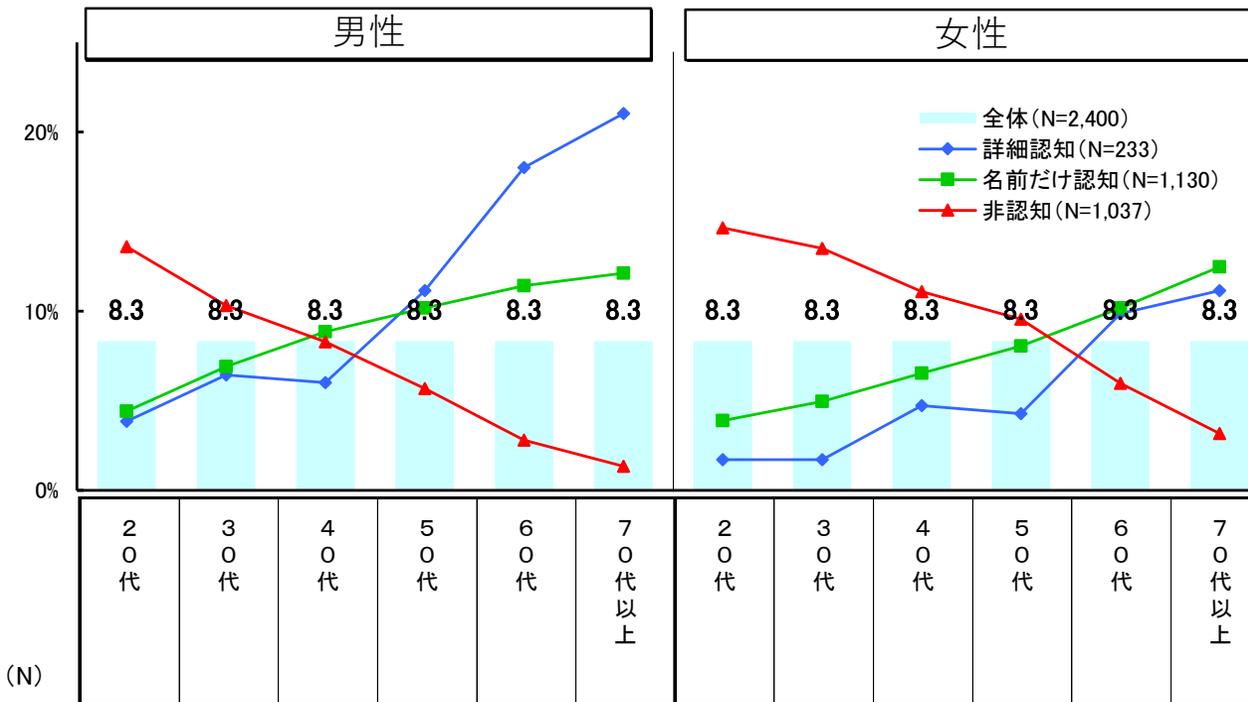
ライオンズクラブ



		(N)	活動内容や理念などをある程度まで知っている	名前は聞いたことがある	知らない	認知・計
全体		2,400	10.7	63.0	26.3	73.7
性・年代別	男性・計	1,200	14.3	61.3	24.5	75.5
	男性20代	200	8.5	37.0	54.5	45.5
	男性30代	200	9.5	55.5	35.0	65.0
	男性40代	200	10.0	63.5	26.5	73.5
	男性50代	200	12.5	71.5	16.0	84.0
	男性60代	200	20.5	69.5	10.0	90.0
	男性70代以上	200	24.5	70.5	5.0	95.0
	女性・計	1,200	7.1	64.8	28.2	71.8
	女性20代	200	2.0	46.5	51.5	48.5
	女性30代	200	3.5	55.0	41.5	58.5
	女性40代	200	6.5	63.0	30.5	69.5
	女性50代	200	6.0	73.0	21.0	79.0
	女性60代	200	12.5	75.5	12.0	88.0
	女性70代以上	200	12.0	75.5	12.5	87.5

- ✓「詳細認知」は、男性60代以上が約4割を占める。
- ✓一方、「非認知」は、20・30代の男女の若年層が5割強を占めている。

SC1. あなたの性別・年齢として、あてはまるものをお選びください。(SA)

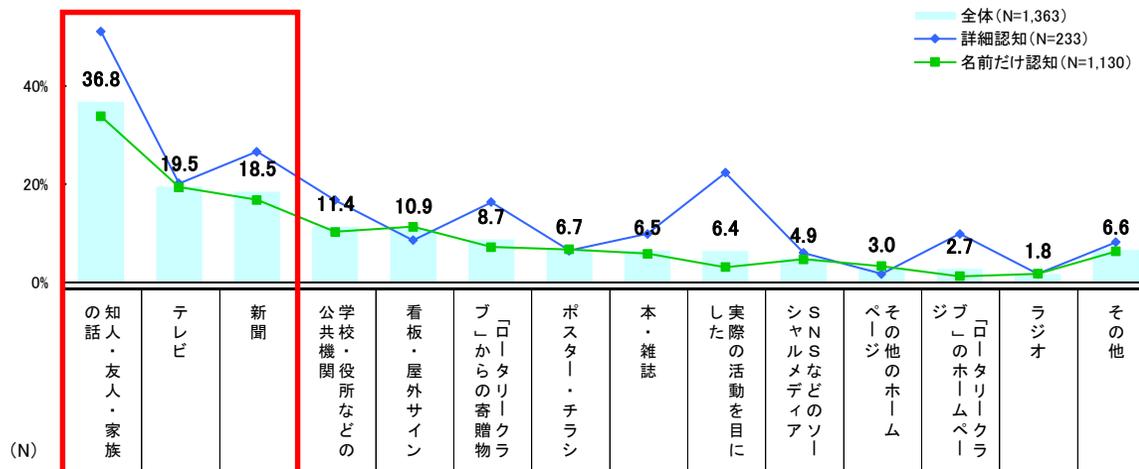


		(N)	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
全体		2,400	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3	8.3
ロータリー クラブ認知別	詳細認知	233	3.9	6.4	6.0	11.2	18.0	21.0	1.7	1.7	4.7	4.3	9.9	11.2
	名前だけ認知	1,130	4.4	6.9	8.8	10.2	11.4	12.1	3.9	5.0	6.5	8.1	10.2	12.5
	非認知	1,037	13.6	10.3	8.3	5.7	2.8	1.4	14.7	13.5	11.1	9.5	6.0	3.2

- ✓認知経路は「口コミ」が36.8%でトップ。次いで「テレビ」「新聞」が続く。
- ✓「詳細認知」は、「口コミ」や「リアル体験（寄贈物、実際の活動を目にした）」が高い。
- ✓高齢層は「マスメディア（新聞とテレビ）」、若者層は「ソーシャルメディア」「看板・屋内サイン」が高い。

Q4. あなたは「ロータリークラブ」のことをどこで知りましたか。当てはまるものをすべてお選びください。（MA）

<認知者ベース>

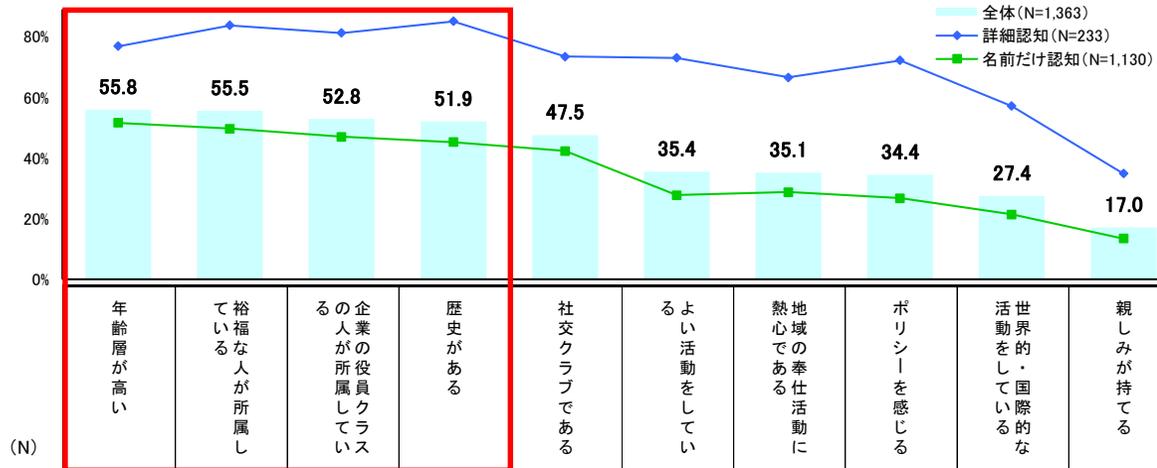


		(N)	の知話人・友人・家族	テレビ	新聞	公共機関	学校・役所などの	看板・屋外サイン	「ロータリークラブ」からの寄贈物	ポスター・チラシ	本・雑誌	実際の活動を目にした	SNSなどのソーシャルメディア	その他のホームページ	「ロータリークラブ」のホームページ	ラジオ	その他
全体		1,363	36.8	19.5	18.5	11.4	10.9	8.7	6.7	6.5	6.4	4.9	3.0	2.7	1.8	6.6	
ロータリークラブ認知別	詳細認知	233	51.1	20.2	26.6	16.7	8.6	16.3	6.4	9.9	22.3	6.0	1.7	9.9	1.7	8.2	
	名前だけ認知	1,130	33.8	19.4	16.8	10.3	11.3	7.2	6.7	5.8	3.1	4.7	3.3	1.2	1.8	6.3	
性・年代別	男性・計	764	32.6	22.0	21.7	12.7	11.8	9.6	7.2	8.1	7.7	5.1	2.6	3.5	1.8	4.5	
	男性20代	59	23.7	18.6	20.3	16.9	11.9	5.1	3.4	5.1	6.8	22.0	1.7	5.1	0.0	0.0	
	男性30代	93	28.0	17.2	16.1	6.5	22.6	7.5	8.6	10.8	3.2	8.6	5.4	8.6	4.3	2.2	
	男性40代	114	34.2	19.3	11.4	11.4	14.0	8.8	5.3	5.3	7.9	6.1	2.6	1.8	1.8	5.3	
	男性50代	141	29.8	19.9	14.2	15.6	15.6	12.1	8.5	4.3	3.5	3.5	4.3	1.4	1.4	6.4	
	男性60代	171	36.3	21.1	20.5	14.0	5.8	6.4	7.0	7.0	6.4	1.8	1.8	3.5	0.6	7.0	
	男性70代以上	186	35.5	29.6	38.2	11.8	7.5	13.4	8.1	13.4	14.5	1.6	1.1	3.2	2.7	2.7	
	女性・計	599	42.1	16.4	14.4	9.7	9.7	7.7	6.0	4.5	4.7	4.7	3.5	1.7	1.7	9.3	
	女性20代	48	39.6	18.8	10.4	2.1	6.3	4.2	4.2	8.3	6.3	25.0	8.3	8.3	6.3	10.4	
	女性30代	60	43.3	6.7	6.7	10.0	16.7	8.3	6.7	1.7	3.3	8.3	5.0	3.3	0.0	6.7	
	女性40代	85	32.9	10.6	5.9	7.1	9.4	14.1	4.7	0.0	4.7	5.9	2.4	1.2	2.4	12.9	
	女性50代	101	41.6	11.9	4.0	11.9	12.9	7.9	5.0	1.0	4.0	2.0	2.0	0.0	0.0	11.9	
	女性60代	138	42.8	21.0	19.6	12.3	8.7	6.5	3.6	6.5	6.5	2.9	3.6	1.4	0.0	6.5	
	女性70代以上	167	46.7	21.0	24.6	9.6	7.2	6.0	9.6	7.2	3.6	0.0	3.0	0.6	3.0	9.0	

- ✓ロータリークラブのイメージは、「年齢層が高い」、「裕福な人が所属している」、「企業の役員クラスの人が所属している」、「歴史がある」が上位で5割台。
- ✓「名前だけ認知」よりも「詳細認知」の方が総じてスコアが高く、「詳細認知」はイメージ総量が高い。

Q5. 「ロータリークラブ」のイメージとして、当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。(SA)

<認知者ベース>



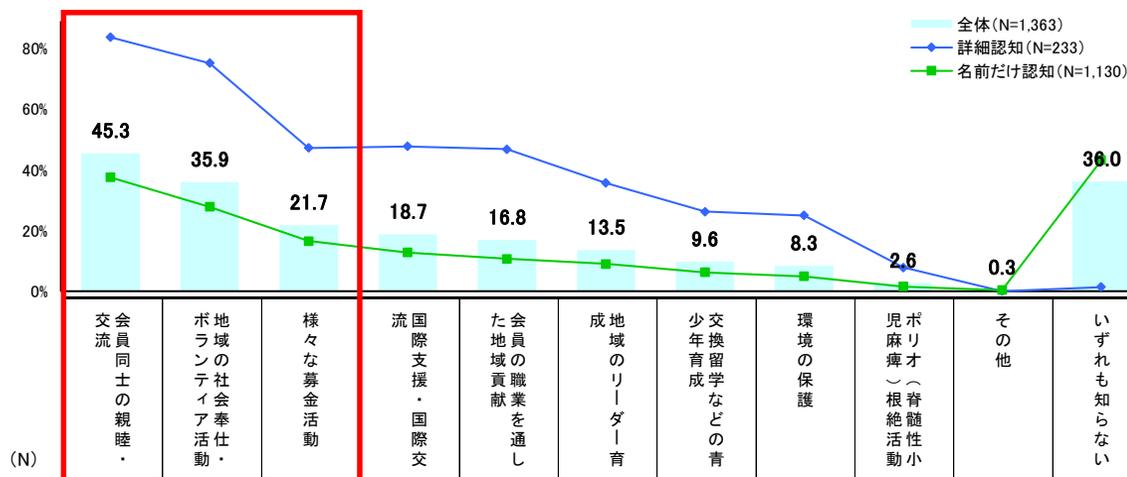
		(N)	年齢層が高い	裕福な人が所属している	企業の役員クラスに所属している	歴史がある	社交クラブである	よい活動をしている	地域の奉仕活動に熱心である	ポリシーを感じる	世界的・国際的な活動をしている	親しみが持てる
全体		1,363	55.8	55.5	52.8	51.9	47.5	35.4	35.1	34.4	27.4	17.0
ロータリークラブ認知別	詳細認知	233	76.8	83.7	81.1	85.0	73.4	73.0	66.5	72.1	57.1	34.8
	名前だけ認知	1,130	51.5	49.6	46.9	45.1	42.2	27.7	28.7	26.6	21.3	13.4
性・年代別	男性・計	764	53.4	53.0	50.7	50.1	45.9	35.1	34.6	33.4	26.8	17.1
	男性20代	59	42.4	37.3	37.3	37.3	47.5	42.4	33.9	37.3	23.7	33.9
	男性30代	93	46.2	47.3	40.9	38.7	40.9	44.1	38.7	41.9	23.7	20.4
	男性40代	114	45.6	45.6	42.1	41.2	37.7	22.8	30.7	26.3	18.4	8.8
	男性50代	141	47.5	51.8	44.7	47.5	41.1	24.8	29.1	25.5	22.7	12.8
	男性60代	171	59.6	55.0	55.6	58.5	50.9	33.9	36.3	30.4	28.1	18.1
	男性70代以上	186	64.0	64.5	65.1	59.7	52.2	44.6	37.6	40.9	36.6	17.7
	女性・計	599	58.9	58.6	55.4	54.3	49.6	35.9	35.9	35.7	28.2	16.9
	女性20代	48	50.0	50.0	45.8	41.7	45.8	50.0	45.8	43.8	31.3	27.1
	女性30代	60	63.3	66.7	53.3	46.7	51.7	31.7	25.0	40.0	25.0	16.7
	女性40代	85	51.8	50.6	47.1	40.0	38.8	23.5	25.9	29.4	9.4	11.8
	女性50代	101	50.5	53.5	46.5	40.6	38.6	22.8	30.7	24.8	16.8	7.9
女性60代	138	63.8	63.0	60.1	65.2	59.4	42.0	42.8	38.4	38.4	14.5	
女性70代以上	167	64.7	61.7	64.7	67.1	53.9	42.5	39.5	39.5	36.5	24.0	

※TOP2・計（「そう思う」＋「まあそう思う」）

- ✓ロータリークラブの活動内容認知は、「会員同士の親睦・交流」、「地域の社会奉仕・ボランティア活動」「様々な募金活動」などが上位にあがる。
- ✓「ポリオ根絶活動」の認知は、「認知・計」で2.6%と低い。（「詳細認知」でも7.7%）

Q6. 「ロータリークラブ」の活動内容として、あなたが知っているものをすべてお選びください。（MA）

< 認知者ベース >



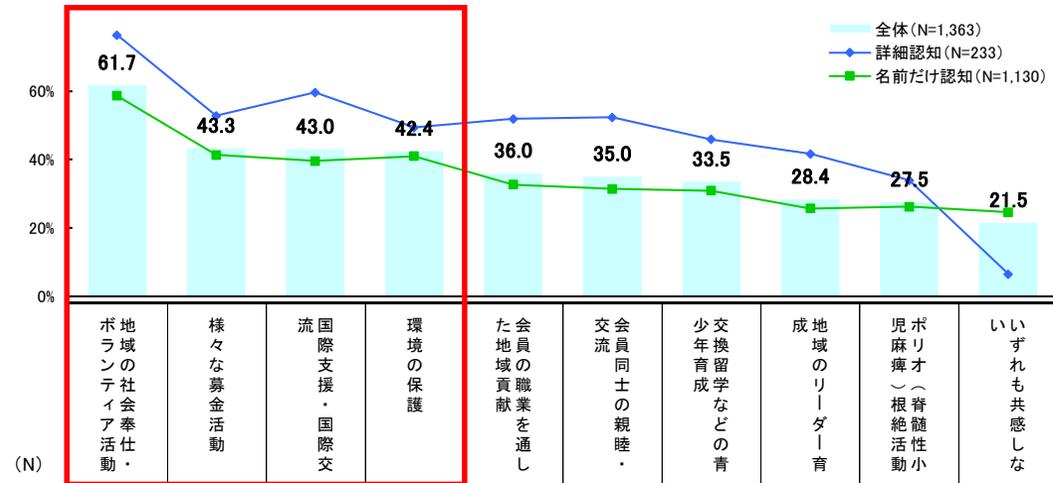
		(N)	交 会 流 同 士 の 親 睦 ・	ポ 地 ラ 域 ン の テ ソ ィ ア ア 奉 活 仕 動 ・	様 々 な 募 金 活 動	流 国 際 支 援 ・ 国 際 交	た 会 域 の 職 業 を 通 じ	成 地 域 の リ ー ダ ー 育	少 交 年 換 育 留 成 学 な どの 青	環 境 の 保 護	児 ポ 麻 リ 痺 オ （ 脊 根 絶 髓 活 動 小	そ の 他	い ず れ も 知 ら な い
全体		1,363	45.3	35.9	21.7	18.7	16.8	13.5	9.6	8.3	2.6	0.3	36.0
ロータリー クラブ認知別	詳細認知	233	83.7	75.1	47.2	47.6	46.8	35.6	26.2	24.9	7.7	0.0	1.3
	名前だけ認知	1,130	37.4	27.8	16.5	12.7	10.6	8.9	6.2	4.9	1.5	0.4	43.2
性・年代別	男性・計	764	47.5	38.6	21.9	18.5	16.1	14.7	8.1	8.6	3.3	0.1	34.6
	男性20代	59	33.9	35.6	13.6	16.9	6.8	18.6	10.2	6.8	8.5	0.0	33.9
	男性30代	93	38.7	34.4	17.2	17.2	11.8	17.2	14.0	4.3	5.4	0.0	39.8
	男性40代	114	44.7	30.7	17.5	13.2	11.4	7.0	2.6	6.1	1.8	0.0	38.6
	男性50代	141	39.0	37.6	20.6	9.9	13.5	12.1	6.4	5.0	0.7	0.0	41.1
	男性60代	171	52.6	42.1	26.3	24.0	23.4	18.1	10.5	9.4	4.1	0.0	31.0
	男性70代以上	186	59.7	44.1	26.3	24.2	19.4	15.6	7.0	15.1	2.7	0.5	28.0
	女性・計	599	42.6	32.4	21.5	19.0	17.7	12.0	11.5	7.8	1.7	0.5	37.9
	女性20代	48	33.3	31.3	27.1	12.5	8.3	8.3	8.3	10.4	0.0	0.0	35.4
	女性30代	60	43.3	28.3	11.7	18.3	18.3	11.7	6.7	8.3	1.7	0.0	33.3
	女性40代	85	34.1	21.2	8.2	10.6	12.9	7.1	8.2	2.4	0.0	0.0	42.4
	女性50代	101	34.7	30.7	14.9	13.9	12.9	7.9	7.9	3.0	2.0	1.0	46.5
女性60代	138	50.0	37.7	30.4	25.4	23.2	14.5	17.4	11.6	1.4	0.7	32.6	
女性70代以上	167	47.9	36.5	26.9	23.4	21.0	16.2	13.2	9.6	3.0	0.6	37.1	

- ✓ 「地域の社会奉仕・ボランティア活動」が最も高く、「様々な募金活動」、「国際支援・国際交流」、「環境の保護」が続く。
- ✓ 「詳細認知」では総じて共感度が高い。

Q7. 以下の「ロータリークラブ」の活動内容の中で、共感できるものをすべてお選びください。(MA)
また、その中でもっとも共感できるものをひとつだけお選びください。(SA)

<認知者ベース>

共感できる活動内容



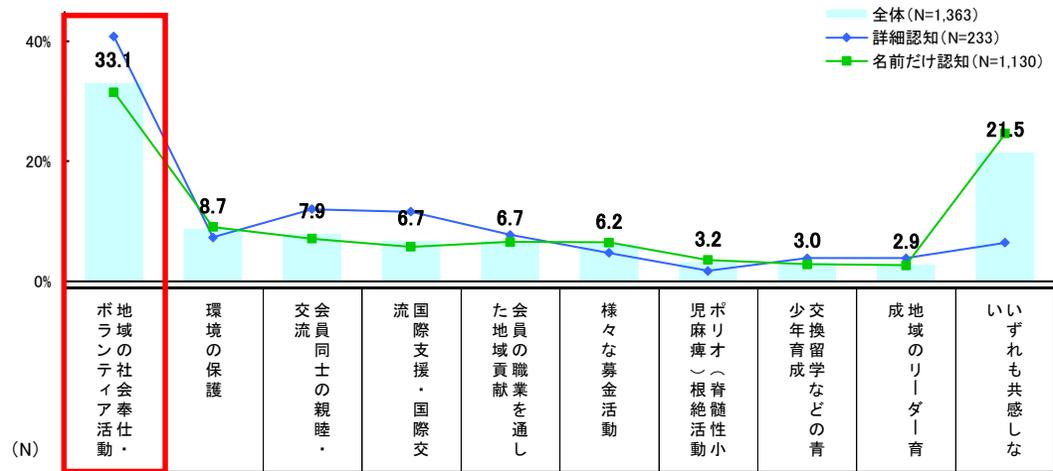
		(N)	61.7	43.3	43.0	42.4	36.0	35.0	33.5	28.4	27.5	21.5
全体		1,363	61.7	43.3	43.0	42.4	36.0	35.0	33.5	28.4	27.5	21.5
ロータリークラブ認知別	詳細認知	233	76.4	52.8	59.7	49.4	51.9	52.4	45.9	41.6	33.9	6.4
	名前だけ認知	1,130	58.7	41.3	39.6	41.0	32.7	31.4	30.9	25.7	26.2	24.6
性・年代別	男性・計	764	58.0	38.7	38.0	38.4	33.8	36.9	28.1	26.8	23.7	23.8
	男性20代	59	54.2	35.6	37.3	42.4	37.3	50.8	23.7	39.0	22.0	16.9
	男性30代	93	51.6	39.8	35.5	28.0	33.3	44.1	25.8	23.7	21.5	23.7
	男性40代	114	60.5	40.4	39.5	38.6	29.8	29.8	25.4	24.6	23.7	22.8
	男性50代	141	51.8	30.5	28.4	30.5	32.6	31.2	24.1	22.7	20.6	32.6
	男性60代	171	57.3	41.5	42.1	36.8	34.5	32.7	31.6	28.7	27.5	27.5
	男性70代以上	186	66.1	41.9	41.9	49.5	35.5	41.4	32.3	27.4	24.2	16.7
	女性・計	599	66.4	49.1	49.4	47.6	38.7	32.6	40.2	30.4	32.4	18.5
	女性20代	48	75.0	56.3	56.3	60.4	52.1	41.7	43.8	37.5	54.2	16.7
	女性30代	60	68.3	51.7	50.0	48.3	38.3	31.7	43.3	30.0	35.0	18.3
	女性40代	85	60.0	40.0	36.5	40.0	32.9	38.8	30.6	23.5	31.8	21.2
	女性50代	101	57.4	39.6	42.6	39.6	38.6	26.7	30.7	28.7	30.7	22.8
	女性60代	138	69.6	54.3	57.2	52.9	34.8	27.5	45.7	30.4	31.2	16.7
女性70代以上	167	69.5	52.1	51.5	47.9	41.3	34.7	44.3	32.9	27.5	16.8	

✓もっとも共感できる活動内容は「地域の社会奉仕・ボランティア活動」がトップで、「認知・計」の3割強が支持、他の活動は1割以下となった。

Q7. 以下の「ロータリークラブ」の活動内容の中で、共感できるものをすべてお選びください。(MA)
また、その中でもっとも共感できるものをひとつだけお選びください。(SA)

<認知者ベース>

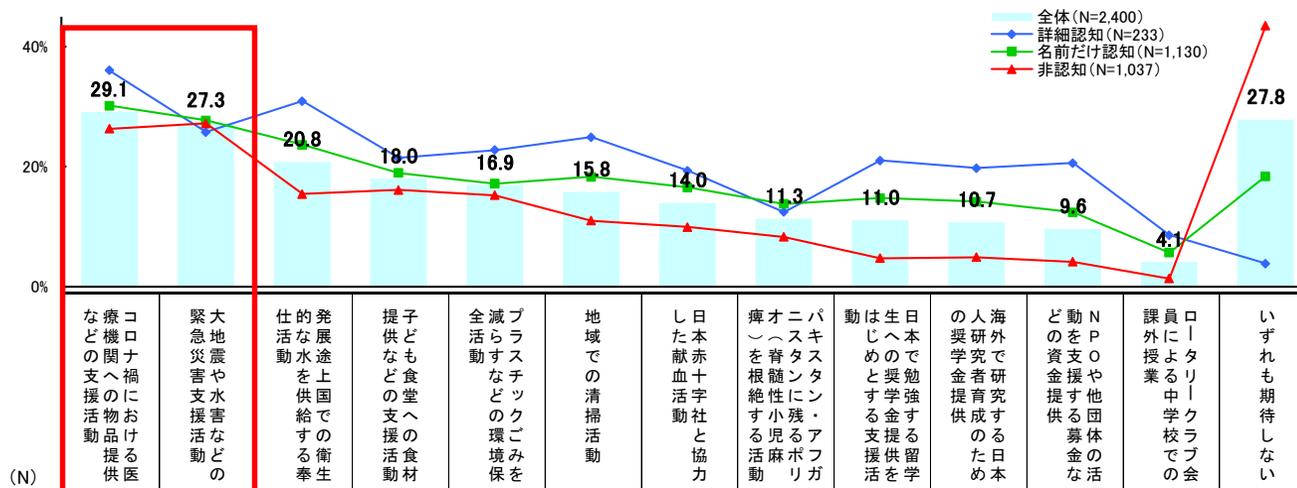
もっとも共感できる活動内容



		(N)	地域の社会奉仕・ボランティア活動	環境の保護	会員同士の親睦・交流	国際支援・国際交流	会員の職業を通しての地域貢献	様々な募金活動	ポリオ（脊髄活動小児麻痺）根絶活動	少年育成	地域のリーダー育成	いずれも共感しない
全体		1,363	33.1	8.7	7.9	6.7	6.7	6.2	3.2	3.0	2.9	21.5
ロータリークラブ認知別	詳細認知	233	40.8	7.3	12.0	11.6	7.7	4.7	1.7	3.9	3.9	6.4
	名前だけ認知	1,130	31.5	9.0	7.1	5.8	6.5	6.5	3.5	2.8	2.7	24.6
性・年代別	男性・計	764	31.8	7.2	10.1	6.4	6.5	6.3	2.5	2.7	2.6	23.8
	男性20代	59	23.7	16.9	11.9	3.4	6.8	8.5	3.4	5.1	3.4	16.9
	男性30代	93	26.9	4.3	14.0	5.4	6.5	7.5	6.5	3.2	2.2	23.7
	男性40代	114	32.5	7.0	7.9	8.8	4.4	9.6	0.0	4.4	2.6	22.8
	男性50代	141	31.2	3.5	11.3	5.0	7.8	3.5	2.1	1.4	1.4	32.6
	男性60代	171	32.2	3.5	5.8	8.8	8.2	7.6	1.8	1.8	2.9	27.5
	男性70代以上	186	36.6	11.8	11.8	5.4	5.4	3.8	2.7	2.7	3.2	16.7
	女性・計	599	34.7	10.7	5.2	7.2	7.0	6.0	4.2	3.3	3.2	18.5
	女性20代	48	27.1	2.1	10.4	14.6	10.4	6.3	6.3	6.3	0.0	16.7
	女性30代	60	16.7	16.7	6.7	6.7	6.7	8.3	10.0	3.3	6.7	18.3
	女性40代	85	36.5	10.6	7.1	3.5	8.2	2.4	5.9	2.4	2.4	21.2
	女性50代	101	35.6	8.9	4.0	5.9	5.9	5.0	4.0	3.0	5.0	22.8
女性60代	138	39.1	13.8	3.6	5.1	3.6	8.0	3.6	4.3	2.2	16.7	
女性70代以上	167	38.3	9.6	4.2	9.6	9.0	6.0	1.2	2.4	3.0	16.8	

- ✓ 「コロナ禍における医療機関への物品提供」、「大地震や水害などの緊急災害支援」が上位にあがり、時流ニーズが大きい。
- ✓ 「詳細認知」において、「発展途上国での衛生的な水を供給する奉仕活動」への期待度が高い
- ✓ 「非認知」の4割強が「いずれも期待しない」と回答。

Q8. 「ロータリークラブ」の主な活動内容は次の通りです。下記の中から、あなたが期待する活動を最大3つお選びください。(MA)



(N)		2,400	29.1	27.3	20.8	18.0	16.9	15.8	14.0	11.3	11.0	10.7	9.6	4.1	27.8	
全体		2,400	29.1	27.3	20.8	18.0	16.9	15.8	14.0	11.3	11.0	10.7	9.6	4.1	27.8	
ロータリークラブ認知別	詳細認知	233	36.1	25.8	30.9	21.5	22.7	24.9	19.3	12.4	21.0	19.7	20.6	8.6	3.9	
	名前だけ認知	1,130	30.2	27.7	23.6	18.9	17.2	18.3	16.5	13.8	14.8	14.2	12.4	5.7	18.4	
	非認知	1,037	26.3	27.2	15.4	16.1	15.2	11.0	9.9	8.3	4.7	4.9	4.1	1.4	43.5	
性・年代別	男性・計	1,200	24.7	23.0	19.3	17.1	15.5	17.8	12.4	10.4	11.8	10.3	10.1	5.2	30.7	
	男性20代	200	26.0	20.0	14.5	14.5	16.0	16.5	11.5	12.5	9.0	8.5	6.0	5.0	36.0	
	男性30代	200	22.0	22.0	20.5	13.5	10.0	18.0	6.0	11.0	11.0	5.5	9.0	8.0	35.0	
	男性40代	200	26.0	23.0	15.0	17.5	11.0	17.5	13.0	12.0	8.5	7.5	7.5	5.5	33.0	
	男性50代	200	21.0	25.5	21.0	17.5	12.5	18.0	12.0	9.0	10.0	10.0	8.0	6.0	33.5	
	男性60代	200	22.0	20.5	22.5	18.5	17.0	15.0	16.5	8.5	14.0	14.5	12.5	3.5	29.5	
	男性70代以上	200	31.0	27.0	22.0	21.0	26.5	21.5	15.5	9.5	18.5	15.5	17.5	3.0	17.0	
	女性・計	1,200	33.5	31.6	22.3	18.8	18.3	13.8	15.5	15.5	12.2	10.3	11.2	9.2	3.0	25.0
	女性20代	200	33.5	24.5	20.0	23.0	16.5	18.0	14.0	20.0	8.0	8.5	7.0	5.5	26.5	
	女性30代	200	30.0	34.5	21.5	22.0	21.0	11.0	14.5	12.5	6.0	8.5	5.5	2.5	29.5	
	女性40代	200	28.5	30.5	14.5	16.5	14.5	12.5	12.0	8.5	8.0	8.0	6.5	2.5	35.5	
	女性50代	200	35.5	33.0	21.5	19.0	17.5	10.0	18.5	11.5	8.5	8.0	6.5	1.5	25.0	
	女性60代	200	35.0	36.5	30.0	15.0	16.5	19.0	16.5	11.0	13.0	10.5	14.0	3.5	19.0	
	女性70代以上	200	38.5	30.5	26.5	17.5	23.5	12.5	17.5	9.5	18.0	23.5	15.5	2.5	14.5	

✓地域貢献、環境保護、社会問題に向き合う活動などが素晴らしいという意見がある一方、お金持ちの年寄団体というイメージも持たれている。若い人の活躍や、積極的な広報活動を求める声もあがっている。

※2400サンプル中、1054サンプルが有効回答。

その内訳は、ポジティブ意見（330件）、ネガティブ意見（140件）、要望等（671件）であった。以下は、その代表的な意見の抜粋です。

Q9. 「ロータリークラブ」について感じていることや期待することなど、是非ご意見をお聞かせください。（FA）

	ポジティブ意見	ネガティブ意見	要望
詳細認知	<ul style="list-style-type: none"> ・ロータリークラブの活動に興味を持ったので、一度参加してみたい。 ・募金活動などを積極的に行ない、恵まれない人たちを助け、平和で格差のない社会を目指して活動される姿勢に感銘を受けています。 ・少しずつ年齢層が若くなってきており、若者にも認知されつつある。 ・地域活性化のひとつのツールだと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・お金持ち、地位に対する固執というところが表に出過ぎて、活動の邪魔をしていると思います。やっている事は素晴らしいだけに勿体なく思います。 ・会員の年齢が高くなり、休止状態になっているような気がします。 ・会員自身のステータス、自己満足のような感じがして、期待することはない。 ・理想は高いが、現実には資金の提供者止まりになっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・お金も大切だが、身体を使った地道な継続的なボランティア活動を期待します。 ・お年寄りのイメージが強い。もっと若い方の活躍をアピールしてください。 ・有力者の方が多い団体だと思いますので、現在の様な苦しい状況下でその社会的な力を発揮していただきたい。 ・もっと、親しみやすく、身近に感じられるようになってよい。 ・子供たちの未来に役立つ様な事を期待したい。
名前だけ認知	<ul style="list-style-type: none"> ・あまり内容は知りませんが、図書館で寄付の子どもの本を見ました。こつこつと色々活動されていることを知って感謝です。 ・公園に寄贈した運動器具をよく見かける。いい事だと思う。 ・時代のニーズに見合った活動している。 ・地域清掃を見たことがある。続けて欲しい。 ・歴史が有り、地域に貢献し、環境を守る活動など、素晴らしいと思います。 	<ul style="list-style-type: none"> ・お金持ちの年寄の団体で、自分たちには関係ないという印象しかない。 ・以前は耳にすることがありましたが、最近は全く見ることはありません。 ・会員になる事自体がステータスのようになっていて、本当に実になる活動が出来ているのか疑問である。 ・あまり活動している気がしない。大規模な寄付とか、施設の建設とか貢献しているとは思えない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・もっと多くの人に活動を知ってもらう活動をしたほうが共感を得られ、活動領域や資金を獲得できると思う。 ・積極的なSNS等での広報活動。 ・地域活動が少なくなってきたので、一般市民を引っ張るような活動をして欲しい。
非認知	<ul style="list-style-type: none"> ・環境や、社会問題などに向き合って活動して下さり素敵だなと感じた。 ・今まで気にしたことはなかったが、日本だけでなく世界で活動しているというのがわかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・誰が加盟しているのかわからない。何のためにあるのかわからない。 ・名前からどんな団体か想像出来ない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・まず国内への貢献から進めて欲しいと思います。 ・コロナ禍で困っている方、差別を受けている方、医療関係者などの支援をお願い致します。

1

認知者は年齢層が高く、非認知者は若年層が中心。

若年層と高齢層で認知度の傾向に大きな差が見られた。「詳細認知」は、男性60代以上が約4割を占める。一方、「非認知」は、20・30代男女の若年層が5割強を占めている。

2

ロゴ認知は全体で約2割。

認知層別でみると、大きな傾向差が見られた。「詳細認知」では、認知度は7割を超える。

3

ロータリーの「認知・計」は6割弱に対して、ライオンズは7割強の認知度。

ロータリークラブとライオンズクラブの「詳細認知」では同等で1割程度だが、「名前だけ認知」はライオンズクラブの方が高い。結果、ライオンズクラブの「認知・計」はロータリークラブより15ポイント以上高くなっている。

4

認知経路は「口コミ」、「マスメディア」が上位。年齢別で接点は異なる。

認知経路は「口コミ」に次いで、「テレビ」「新聞」が続く。

「詳細認知」は、「口コミ」や「リアル体験」が高い。

高齢層は「マスメディア」、若者層は「ソーシャルメディア」「看板・屋内サイン」が高い。

5

イメージは年齢層が高いハイクラスの社交場。

年齢層が高く裕福な人が多いイメージや、役員クラスが所属しているなど、ハイクラスのイメージが特徴的。

6

認知されている活動は、会員の交流、地域の社会奉仕・ボランティア、募金。共感度も高い。

上記の3活動が認識もされており、共感も高い活動であった。

7

期待する活動は、顕在化しているパンデミックニーズ。

コロナにおける物資支援や、緊急災害支援など、いまの時代だからこそ求められる現実的で多くの方が直面する課題に対して期待が寄せられている。ポリオの根絶活動は認知度、共感度、期待度も低い。

8

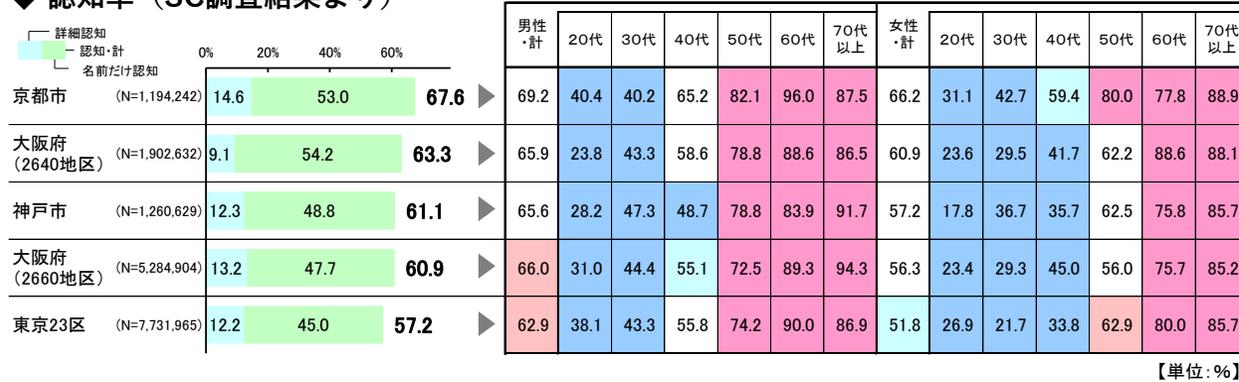
「詳細認知」は、ロータリーの活動内容への「共感度」や「期待度」が高い。

ロータリーの活動内容に対して、「詳細認知」は「いずれも共感しない」と回答したのは6.4%であり、活動への期待度も「いずれも期待しない」は3.9%と低く、共感度や期待度が高い結果となった。一方、「名前だけ認知」は「いずれも共感しない」が24.6%、「いずれも期待しない」が18.4%、「非認知」の「いずれも期待しない」が43.5%となり、課題が浮き彫りとなった。

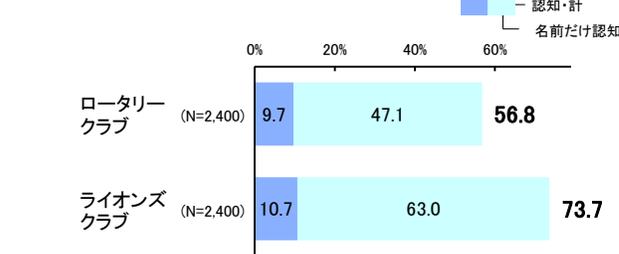
3 . 今後への示唆

「詳細認知」は1割、認知・計で6割前後。認知者は年齢層が高く、非認知者は若年層が中心。

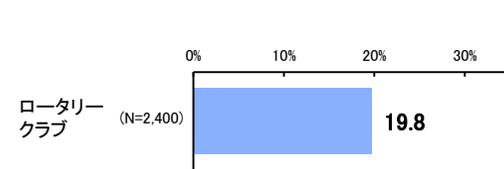
◆ 認知率 (SC調査結果より)



◆ 名称認知率 (本調査結果より)



◆ ロゴ認知率 (本調査結果より)



イメージは年齢が高くハイクラスの社交場。

◆ ロータリークラブのイメージ (上位5) (本調査結果より)

1	年齢層が高い	55.8%
2	裕福な人が所属している	55.5%
3	企業の役員クラスの人が所属している	52.8%
4	歴史がある	51.9%
5	社交クラブである	47.5%

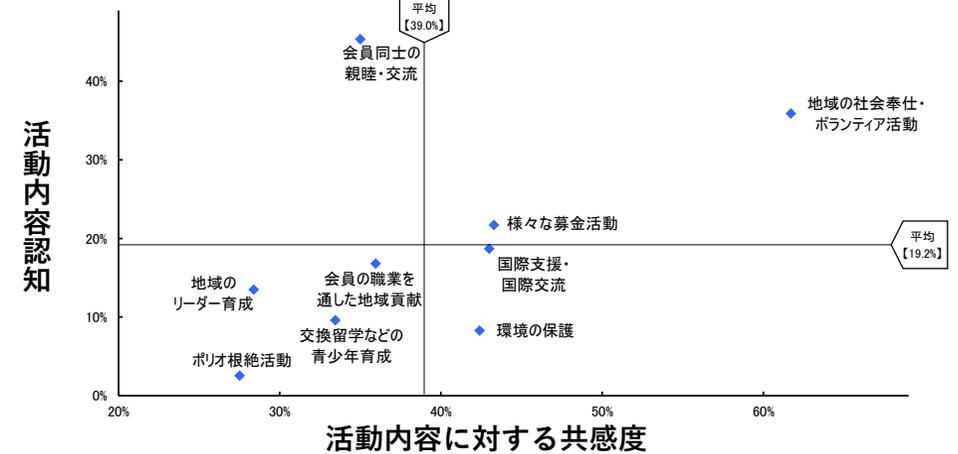
期待する活動は、顕在化しているパンデミックニーズ。

◆ ロータリークラブに期待する活動 (上位5) (本調査結果より)

1	コロナ禍における医療機関への物品提供などの支援活動	29.1%
2	大地震や水害などの緊急災害支援活動	27.3%
3	発展途上国での衛生的な水を供給する奉仕活動	20.8%
4	子ども食堂への食材提供などの支援活動	18.0%
5	プラスチックごみを減らすなどの環境保全活動	16.9%

認識されている活動は、交流・奉仕・募金。共感度も高い。

◆ 活動内容認知×活動内容に対する共感度 (本調査結果より)

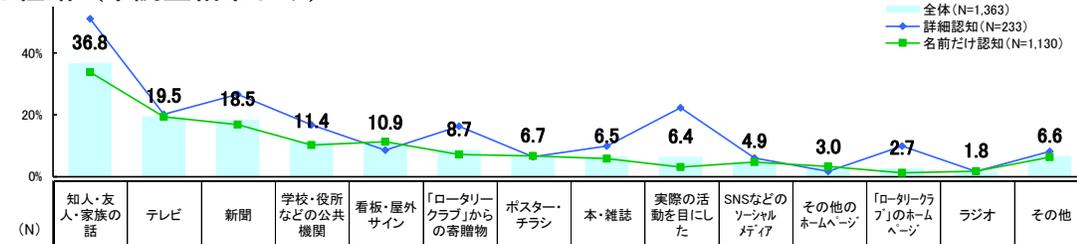


認知経路は「口コミ」がトップで、「テレビ」「新聞」が続く。

「詳細認知」は、「口コミ」や「リアル体験」が高い。

高齢層は「マスメディア」、若者層は「SNS」「看板・屋内サイン」が高い。

◆ 認知経路 (本調査結果より)



性・年代別	N	認知経路 (%)													
		知人・友人・家族の話	テレビ	新聞	学校・役所などの公共機関	看板・屋内サイン	「ロータリークラブ」からの寄贈物	ポスター・チラシ	本・雑誌	実際の活動を目にした	SNSなどのソーシャルメディア	その他のホームページ	「ロータリークラブ」のホームページ	ラジオ	その他
全体	1,363	36.8	19.5	18.5	11.4	10.9	8.7	6.7	6.5	6.4	4.9	3.0	2.7	1.8	6.6
ロータリークラブ認知別	1,130	33.8	19.4	16.8	10.3	11.3	7.2	6.7	5.8	3.1	4.7	3.3	1.2	1.8	6.3
男性・計	764	32.6	22.0	21.7	12.7	11.8	9.6	7.2	8.1	7.7	5.1	2.6	3.5	1.8	4.5
男性20代	59	23.7	18.6	20.3	16.9	11.9	5.1	3.4	5.1	6.8	22.0	1.7	5.1	0.0	0.0
男性30代	93	28.0	17.2	16.1	6.5	22.6	7.5	8.6	10.8	3.2	8.6	5.4	8.6	4.3	2.2
男性40代	114	34.2	19.3	11.4	11.4	14.0	8.8	5.3	5.3	7.9	6.1	2.6	1.8	1.8	5.3
男性50代	141	29.8	19.9	14.2	15.6	15.6	12.1	8.5	4.3	3.5	3.5	4.3	1.4	1.4	6.4
男性60代	171	36.3	21.1	20.5	14.0	5.8	6.4	7.0	7.0	6.4	1.8	1.8	3.5	0.6	7.0
男性70代以上	186	35.5	29.6	38.2	11.8	7.5	13.4	8.1	13.4	14.5	1.6	1.1	3.2	2.7	2.7
女性・計	599	42.1	16.4	14.4	9.7	9.7	7.7	6.0	4.5	4.7	4.7	3.5	1.7	1.7	9.3
女性20代	48	39.6	18.8	10.4	2.1	6.3	4.2	4.2	8.3	6.3	25.0	8.3	8.3	6.3	10.4
女性30代	60	43.3	6.7	6.7	10.0	16.7	8.3	6.7	1.7	3.3	8.3	5.0	3.3	0.0	6.7
女性40代	85	32.9	10.6	5.9	7.1	9.4	14.1	4.7	0.0	4.7	5.9	2.4	1.2	2.4	12.9
女性50代	101	41.6	11.9	4.0	11.9	12.9	7.9	5.0	1.0	4.0	2.0	2.0	0.0	0.0	11.9
女性60代	138	42.8	21.0	19.6	12.3	8.7	6.5	3.6	6.5	6.5	2.9	3.6	1.4	0.0	6.5
女性70代以上	167	46.7	21.0	24.6	9.6	7.2	6.0	9.6	7.2	3.6	0.0	3.0	0.6	3.0	9.0

世代間の認知ギャップを解消するべく 若年層に向けたコミュニケーション戦略を構築する必要がある。

- 今回の調査結果から、ロータリークラブを認知している多くは高齢層であり、若年層の認知度の低さが浮き彫りになった。
- この世代間の認知ギャップは、認知度の世代間バラつきだけの問題ではなく、今後の団体の活動継承にも影響する課題だと捉える。
- 若年層に焦点を当てた奉仕プロジェクトの実施や、若い参加者を巻き込んでいくことが重要であり、SNSの利用を念頭に若年層に向けたコミュニケーション手法の開発と興味をもつコンテンツ開発が必要となる。
- インターアクトおよび自立したローターアクトの活動をサポートし、発信力を強化していくことも有効な手段である。

**各クラブのプロジェクトを、より広く伝え、より多くの人を巻き込むことで、
持続的にイメージ向上を図っていく。**

また、社会の時流ニーズに応じた活動の発信にも注力していく。

- 社会が求める活動を行っているにも関わらず、その活動はまだまだ認識されておらず、現状は“年齢層が高いハイクラスな社交場”としてのイメージに留まってしまっている。
- より好ましいイメージを作っていくには、各クラブの素晴らしいプロジェクトや各クラブの魅力を、より広く伝えていくこと、より多くの人を巻き込む工夫が必要である。
- 各クラブが奉仕プロジェクトを考える際に、並行して公共イメージ向上の観点からそのプロジェクトがより多くの人に認知され、共感されるような設計を考えていくことが重要である。
- また、パンデミックニーズに、ポリオ・プラスで得た経験を活かすことや、環境保全など、社会が直面している課題への取り組みに焦点を当てることは、社会やマスコミの関心も高いために、ロータリークラブの認知や公共イメージ向上を図りやすいと考える。

消極的な広報活動から、より積極的に魅力や活動を伝える主体的広報活動へ。

● 口コミは最も重要なコミュニケーション手法

ロータリークラブの素晴らしさが分かるロータリアンが、様々なタッチポイントでリアリティをもって語っていくことが非常に重要。→ロータリアン一人ひとりが広報担当。ロータリークラブのロゴ付き新バッジの着用も有効。

● 実際の活動を目にすることが、「詳細認知」につながっていく

奉仕プロジェクトの計画・実施に当たり、出来るだけオープンな形式で、より多くの人を巻き込んでいける方法を検討する。

● マスメディア（テレビ・新聞）は変わらず影響力大

マスコミとのパイプをつくり、奉仕プロジェクトの逐次発信にチャレンジしていく。

● 若年層へのSNS活用

若年層が興味をもつ奉仕プロジェクトを計画し、SNSを利用していく。ローターアクト、インターアクトと連携し、若年層への発信・拡散を企画する。

● 看板・屋外サインの活用も有効

2660地区においても数か所に屋外看板が設置されているように、各クラブの活動として、それぞれのエリアにおいて街頭にロータリークラブを認知できるタッチポイントを作っていくことを検討する。

(調査結果参照)

- ・「友人・知人・家族からの話」は、性年年齢別、認知度別のどの層でもトップの認知経路になっている。
マスメディア（テレビ・新聞）からの認知も高く、すべての層で概ね2番目の認知経路になっている。
- ・マスメディアのスコアを上回るものは、「詳細認知」の「実際の活動を目にした」、「男性20代/女性20代」の「SNS」、「男性30代/女性30代」の「看板・屋外サイン」。

調査票

0 SC1 SA ALL (全対象者)

◆性別・年齢
あなたの性別・年齢として、あてはまるものをお選びください。

1 男性19歳以下
2 男性20代
3 男性30代
4 男性40代
5 男性50代
6 男性60代
7 男性70代以上

8 女性19歳以下
9 女性20代
10 女性30代
11 女性40代
12 女性50代
13 女性60代
14 女性70代以上

改頁

0 SC2 SA SC1 =2-8:10-16(男女20歳以上)

◆居住地
あなたの居住地をお教えてください。

■大阪府
1 大阪市
2 池田市
3 茨木市
4 柏原市
5 交野市
6 門真市
7 四条畷市
8 吹田市
9 摂津市
10 大東市
11 高槻市
12 豊中市
13 寝屋川市
14 東大阪市
15 枚方市
16 箕面市
17 守口市
18 八尾市
19 豊能郡
20 三島郡島本町
21 和泉市
22 泉大津市
23 泉佐野市
24 大阪狭山市
25 貝塚市
26 河内長野市
27 岸和田市
28 堺市
29 泉南市
30 高石市
31 富田林市
32 羽曳野市
33 阪南市
34 藤井寺市
35 松原市
36 泉南郡
37 泉北郡
38 南河内郡

■東京都
39 東京23区
40 東京都のその他の地域

■京都府
41 京都市
42 京都府のその他の地域

■兵庫県
43 神戸市
44 兵庫県のその他の地域
45 その他

2660地区

2640地区

改頁

0 SC3 SA SC2 ≠40:42:44-45 (2660地区、東京23区、2640地区、京都市、神戸市居住者)

◆未既婚

あなたはご結婚されていますか。

- 1 配偶者なし(未婚、離別、死別)
- 2 配偶者あり(既婚)

改頁

0 SC4 SA SC2 ≠40:42:44-45 (2660地区、東京23区、2640地区、京都市、神戸市居住者)

◆職業

あなたの職業をお教えてください。

- 1 会社勤務(一般社員)
- 2 会社勤務(管理職)
- 3 会社経営(経営者・役員)
- 4 公務員・教職員・非営利団体職員
- 5 派遣社員・契約社員
- 6 自営業(商工サービス)
- 7 SOHO(自宅など小規模のオフィスでの仕事)
- 8 農林漁業
- 9 専門職(弁護士・税理士等・医療関連)
- 10 パート・アルバイト
- 11 専業主婦
- 12 学生
- 13 無職
- 14 その他の職業

改頁

1 SC5 SA SC2 ≠40:42:44-45 (2660地区、東京23区、2640地区、京都市、神戸市居住者)

◆ロータリークラブの認知

あなたは「ロータリークラブ」という団体のことを、どの程度知っていますか。

- 1 ロータリークラブの現会員である(あるいは会員経験がある)
- 2 活動内容や理念などをある程度まで知っている
- 3 名前は聞いたことがある
- 4 知らない

改頁

1 Q1 SA ALL(全対象者)

◆ロータリークラブのロゴ認知
あなたは今までに、このロゴマークを見たことがありますか。



- 1 いずれかひとつでも見たことがある
- 2 いずれも見たことがない

改頁

1 Q2 SA ALL(全対象者)

◆ロータリークラブの認知
あなたは「ロータリークラブ」という団体のことを、どの程度知っていますか。

- 1 活動内容や理念などがある程度まで知っている
- 2 名前は聞いたことがある
- 3 知らない

改頁

1 Q3 SA ALL(全対象者)

◆ライオンズクラブの認知
あなたは「ライオンズクラブ」という団体のことを、どの程度知っていますか。

- 1 活動内容や理念などがある程度まで知っている
- 2 名前は聞いたことがある
- 3 知らない

改頁

1 Q4 MA Q2 = 1-2(ロータリークラブ認知者)

◆ロータリークラブの認知経路
あなたは「ロータリークラブ」のことをどこで知りましたか。当てはまるものをすべてお選びください。

- 1 新聞
- 2 テレビ
- 3 ラジオ
- 4 本・雑誌
- 5 「ロータリークラブ」のホームページ
- 6 その他のホームページ
- 7 SNSなどのソーシャルメディア
- 8 知人・友人・家族の話
- 9 ポスター・チラシ
- 10 看板・屋外サイン
- 11 「ロータリークラブ」からの寄贈物
- 12 学校・役所などの公共機関
- 13 実際の活動を目にした
- 14 その他

改頁

1 Q5 SA横方向マトリクス Q2 = 1-2(ロータリークラブ認知者)

◆ロータリークラブのイメージ
「ロータリークラブ」のイメージとして、当てはまるものをそれぞれひとつずつお選びください。

	1	2	3	4	5
	そう思う	まあそう思う	どちらともいえない(わからない)	あまりそう思わない	そう思わない
1	<input type="radio"/>				
2	<input type="radio"/>				
3	<input type="radio"/>				
4	<input type="radio"/>				
5	<input type="radio"/>				
6	<input type="radio"/>				
7	<input type="radio"/>				
8	<input type="radio"/>				
9	<input type="radio"/>				
10	<input type="radio"/>				

改頁

1 Q6 MA Q2 = 1-2(ロータリークラブ認知者)

◆ロータリークラブの活動内容認知
「ロータリークラブ」の活動内容として、あなたが知っているものをすべてお選びください。

- 1 会員同士の親睦・交流
- 2 地域の社会奉仕・ボランティア活動
- 3 様々な募金活動
- 4 国際支援・国際交流
- 5 交換留学などの青少年育成
- 6 会員の職業を通じた地域貢献
- 7 地域のリーダー育成
- 8 ポリオ(脊髄性小児麻痺)根絶活動
- 9 環境の保護
- 10 その他
- 11 いずれも知らない

改頁

1 Q7 MA/SA縦方向マトリクス Q2 =1-2(ロータリークラブ認知者)

◆ロータリークラブの活動内容に対する共感度
以下の「ロータリークラブ」の活動内容の中で、共感できるものをすべてお選びください。
また、中でもっとも共感できるものをひとつだけお選びください。

	1 つ 共 感 で き る 活 動 内 容 (い く つ も も と も 共 感 で き る 活 動 内 容)	2 容 も つ (ひ と も 共 感 で き る 活 動 内 容)
1 会員同士の親睦・交流	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
2 地域の社会奉仕・ボランティア活動	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
3 様々な募金活動	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
4 国際支援・国際交流	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
5 交換留学などの青少年育成	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
6 会員の職業を通じた地域貢献	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
7 地域のリーダー育成	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
8 ポリオ(脊髄性小児麻痺)根絶活動	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
9 環境の保護	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>
10 いずれも共感しない	<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>

改頁

1 Q8 MA ALL(全対象者)

◆ロータリークラブの活動への期待度
「ロータリークラブ」の主な活動内容は次の通りです。
下記の中から、あなたが期待する活動を最大3つお選びください。

- 1 パキスタン・アフガニスタンに残るポリオ(脊髄性小児麻痺)を根絶する活動
- 2 地域での清掃活動
- 3 ロータリークラブ会員による中学校での課外授業
- 4 発展途上国での衛生的な水を供給する奉仕活動
- 5 日本で勉強する留学生への奨学金提供をはじめとする支援活動
- 6 海外で研究する日本人研究者育成のための奨学金提供
- 7 プラスチックごみを減らすなどの環境保全活動
- 8 NPOや他団体の活動を支援する募金などの資金提供
- 9 コロナ禍における医療機関への物品提供などの支援活動
- 10 日本赤十字社と協力した献血活動
- 11 子ども食堂への食材提供などの支援活動
- 12 大地震や水害などの緊急災害支援活動
- 13 いずれも期待しない

改頁

1 Q9 FA ALL(全対象者)

◆ロータリークラブの印象・今後の期待点
「ロータリークラブ」について感じていることや期待することなど、是非ご意見をお聞かせください。

Rotary

