

2024-25 年度 国際ロータリー第 2660 地区 公共イメージ向上セミナー

日時：2024 年 10 月 5 日（土）12：30 受付開始 セミナー13:00～14:30

会場：大阪 YMCA 国際文化センター2 階ホール

司会・進行：地区公共イメージ向上委員会 委員 甲山 真知子

時刻	所要 時間	内 容	担 当（敬称略）	
13:00	5	開会・開会点鐘	ガバナー	大橋 秀典 (東大阪東)
		プログラム及び趣旨説明 出席者紹介・資料確認	公共イメージ向上委員会 委員	甲山 真知子 (くずは)
13:05	5	開会挨拶	ガバナー	大橋 秀典 (東大阪東)
13:10	5	Prologue 「なぜ公共イメージ向上が必要なのか」	公共イメージ向上委員会 委員長	下出 一 (大阪アーバン)
13:15	15	Session：1 「SNS を通じた積極的な発信と見込まれる効果」	公共イメージ向上委員会 副委員長	荒川 弘也 (大阪中央)
13:30	15	Session：2 「メディアの有効利用について」	公共イメージ向上委員会 委員	辻 輝 (大阪)
13:45	15	Session：3 「クラブ優秀賞と MyROTARY」	公共イメージ向上委員会 副委員長	三井 泰之 (高槻)
14:00	15	Session：4 「ロータリーロゴを正しく使う」	公共イメージ向上委員会 委員	加藤 奈々 (大阪 RAC)
14:15	3	ポリオイベントのご案内	地区公共イメージ向上委員会 委員／「END POLIO NOW FES」実行委員長	山本 豪 (大阪難波 RAC)
14:18	2	地区大会 分科会Ⅱのご案内	地区クラブ奉仕・ 拡大増強委員会 委員長	樋口 武英 (大阪東)
14:20	5	顧問挨拶	パストガバナー／ 第3地域ローター 公共イメージコーディネーター補佐	簡 仁一 (茨木)
14:25	5	閉会点鐘・閉会	ガバナー	大橋 秀典 (東大阪東)
別添の質問票をご利用ください				

2024-25年度 RI第2660地区 公共イメージ向上セミナー 出席者一覧 ①

(敬称略)

ガバナー	大橋 秀典	東大阪東	地区ラーニング委員会 委員	高瀬 久美子	大阪城北
第3地域ロータリー公共イメージ コーディネーター補佐／ 顧問団・バストガバナー	簡 仁一	茨木	地区公共イメージ向上委員会 委員長	下出 一	大阪アーバン
顧問団・バストガバナー	宮里 唯子	茨木西	地区職業奉仕委員会 委員長	近藤 太郎	大阪西
顧問団・直前ガバナー	延原 健二	大阪大淀	地区ローターアクト委員会 委員長	北村 太作	大阪北梅田
ガバナーノミニー	横田 孝久	東大阪	地区ローターアクト委員会 副委員長	出口 孝良	大阪西
			地区クラブ奉仕・ 拡大増強委員会 委員長	樋口 武英	大阪東
I.M.第1組ガバナー補佐	長尾 依子	大阪そねざき	地区クラブ奉仕・ 拡大増強委員会 副委員長	福田 忠	大阪難波
I.M.第2組ガバナー補佐	上本 博	吹田	地区クラブ奉仕・ 拡大増強委員会 委員	帆足 嘉寿大	東大阪中央
I.M.第4組ガバナー補佐	下條 泰利	大阪南			
I.M.第5組ガバナー補佐	菊 康人	大阪ユニバーサルシティ	地区公共イメージ向上委員会 副委員長	大島 規弘	東大阪
I.M.第6組ガバナー補佐	片山 一步	大阪帝塚山	地区公共イメージ向上委員会 副委員長	荒川 弘也	大阪中央
			地区公共イメージ向上委員会 委員	辻 輝	大阪
I.M.第1組ガバナー補佐エレクト	藤間 好太郎	大阪水都	地区公共イメージ向上委員会 委員	多田 誠	大阪そねざき
I.M.第3組ガバナー補佐エレクト	佐藤 多加志	大東	地区公共イメージ向上委員会 委員	眞部 尚英	大阪大淀
			地区公共イメージ向上委員会 委員	辻岡 昌美	門真
地区代表幹事	吉崎 広江	東大阪東	地区公共イメージ向上委員会 委員	利倉 一彰	大阪北
次年度地区代表幹事	森本 尚孝	大阪北	地区公共イメージ向上委員会 委員	佐々木 博史	吹田西
地区副代表幹事	古川 靖明	東大阪東	地区公共イメージ向上委員会 委員	三井 泰之	高槻
地区会計	吉川 宏	東大阪東	地区公共イメージ向上委員会 委員	甲山 真知子	くずは
地区幹事	河村 幸司	東大阪東	地区公共イメージ向上委員会 委員	田 原至	大阪西
地区幹事	戸田 尊文	東大阪東	地区公共イメージ向上委員会 委員	田中 俊一	大阪アーバン
地区幹事	西村 智子	東大阪東	地区公共イメージ向上委員会 委員	安部 裕也	大阪南
地区幹事	石田 肇	東大阪東	地区公共イメージ向上委員会 委員	宮田 天風	大阪平野
地区幹事	大塚 俊彦	東大阪東フューチャー衛星	地区公共イメージ向上委員会 委員	小阪 博史	茨木
地区幹事	井上 善博	東大阪みどり	地区公共イメージ向上委員会 委員	加藤 奈々	大阪RAC
地区幹事	吉岡 泰造	大阪ネクスト	地区公共イメージ向上委員会 委員	山本 豪	大阪難波RAC
地区幹事／ ロータリーの友 地区代表委員	木村 芳樹	大阪南			
次年度地区幹事	三宮 正裕	大阪北			

2024-25年度 RI第2660地区 公共イメージ向上セミナー 出席者一覧 ②

(敬称略)

組	クラブ	会長(代理含)	広報委員長(代理含)
1組	池田	暮部 光昭	吉岡 崇
	池田くれは	安原 慎二	松室 利幸
	箕面	欠席	西田 泰
	箕面千里中央	欠席	欠席
	大阪水都	船山 尊代	神藤 彩香
	大阪中央	永井 甫智子	阿部 信治
	大阪北梅田	西澤 達人	猿渡 眞之
	大阪北	植田 昌克	万代 昌輝
	大阪大淀	尼田 勝彦	上野 博史
	大阪そねざき	越山 大雅	多田 誠
	大阪梅田	細川 恵吾	奥山 智史
	大阪梅田東	欠席	欠席
	豊中	眞下 節	米田 眞
	豊中千里	山口 哲男	欠席
	豊中南	欠席	欠席

組	クラブ	会長(代理含)	広報委員長(代理含)
2組	茨木	西條 壽一	(小阪 博史)
	茨木東	松尾 泰博	東野 吉孝
	茨木西	川尻 勝久	欠席
	大阪東淀ちゃやまち	乾 泰一郎	欠席
	大阪淀川	欠席	欠席
	千里	欠席	上橋 芳雄
	千里メイプル	高尾 修	欠席
	摂津	和泉 慎也	須川 拡胤
	新大阪	久富 義郎	欠席
	吹田	岡本 幸治	嶋貫 哲治
	吹田江坂	八橋 志夫	北山 陽一
	吹田西	紙谷 幸弘	江村 実
	高槻	内本 繁	欠席
	高槻東	松田 成	米谷 知之
	高槻西	片山 直	小橋 義之

組	クラブ	会長(代理含)	広報委員長(代理含)
3組	大東	空門 満也	岸沢 重和
	大東中央	欠席	欠席
	枚方	欠席	欠席
	門真	大倉 基文	滝井 稔元
	交野	欠席	橋 正記
	香里園	欠席	柴田 正夫
	くずは	欠席	田中 商人
	守口	神田 隆司	松本 誠也
	守口イブニング	欠席	欠席
	寝屋川	欠席	石橋 健次
	大阪東	領木 誠一	北橋 吉都
	大阪城東	欠席	川東 三江子
	大阪城北	欠席	岡本 茂明
	大阪鶴見	欠席	欠席

組	クラブ	会長(代理含)	広報委員長(代理含)
4組	東大阪	吉城 直孝	欠席
	東大阪東	戸田 尊文	石田 肇
	東大阪東フューチャーロータリー衛星	大塚 俊彦	欠席
	東大阪西	欠席	欠席
	東大阪中央	芝池 福子	小川 高弘
	東大阪みどり	井上 善博	欠席
	大阪上方	溝畑 正信	青戸 佳世
	大阪柏原	巽 教	楠本 菊實
	大阪御堂筋本町	丸尾 照二	山下 能毅
	大阪難波	松浦 孝尚	川浦 文彦
	大阪ネクスト	欠席	吉岡 泰造
	大阪南	草島 葉子	安部 裕也
	八尾	長竹 浩	欠席

組	クラブ	会長(代理含)	広報委員長(代理含)
5組	大阪堂島	笹田 淳	橋本 敏三
	大阪フレンド	深澤 一紀	欠席
	大阪朋友	杉村 雅之	欠席
	大阪西北	欠席	池田 宗治
	大阪リバーサイド	南出 謙一	欠席
	大阪船場	欠席	坂本 田鶴子
	大阪心斎橋	日野 年澄	小室 孝裕
	大阪西南	欠席	菅澤 和彦
	大阪ユニバーサルシティ	欠席	高野 幸雄
	大阪アーバン	上村 佳津介	尾崎 孝
	大阪うつば	欠席	牧村 章利
	大阪西	欠席	大田垣 浩之

組	クラブ	会長(代理含)	広報委員長(代理含)
6組	大阪	渡辺 岳夫	清水 勇宏
	大阪イブニング	欠席	木下 恵美子
	大阪平野	欠席	吉岡 良太郎
	大阪城南	石濱 宏章	小林 正啓
	大阪中之島	欠席	北村 譲
	大阪咲洲	欠席	欠席
	大阪東南	欠席	上田 早記子
	大阪天満橋	欠席	欠席
	大阪天王寺	水取 孝司	藤岡 弘
	大阪帝塚山	東 光宏	塩中 一成

RAC	大阪	清水 綾乃	田淵 克拓
-----	----	-------	-------

Prologue



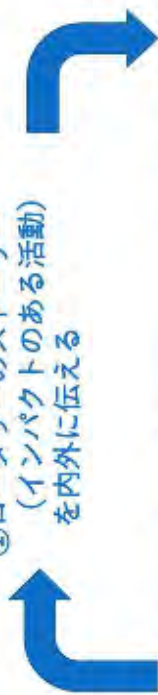
なぜ公共イメージ向上が必要なのか

2024年10月5日
地区公共イメージ向上セミナー
地区公共イメージ向上委員会
2024-25年度委員長
トビ — (大阪アーバンRC)



ロータリーの公共イメージ向上は
好循環を生み出す

①ロータリーのストーリー
(インパクトのある活動)
を内外に伝える



③会員基盤の拡大
会員増強

②社会の認知度の向上と
会員自身の達成感

- (1) 社会の理解を得られることでロータリー活動がしやすくなる
- (2) 活動が広く知られることで会員増強につながる
- (3) 会員自身の達成感が会員維持につながる



そのために必要なこと (手段)

- 1) インターネット (ホームページ・SNS) の活用
- 2) メディアの有効利用
- 3) クラブ優秀賞とMyRotary
- 4) ロータリーブランドを正しく使う



Session : 1

「SNSを通じた積極的な発信と見込まれる効果」

地区公共イメージ向上委員会
荒川 弘也（大阪中央RC）



SNSの種類について

種 別	ユーザー数	年齢層	特 徴
Facebook	約2,500万人	30～50代	世界最大のSNSであり、コミュニティ作りやイベントの告知や活動報告などに向いている。
Instagram	約3,800万人	18～34歳	Instagramの強みは写真や動画などのビジュアルコンテンツです。ロータリークラブのイベント、活動風景、メンバー紹介、地域社会への貢献などを視覚的に魅力的に表現しましょう。
X (Twitter)	約4,500万人	18～49歳	リアルタイムでの情報発信に強み。特定のトピックが短時間で拡散する特性を持つ。匿名性が低いこと、基本的に140文字までの短文での配信が特徴。
LINE	約1,800万人	10～29歳	LINEの特徴である短い動画形式（動画15秒～3分）は、簡単にインパクトを与えするための強力な手段。
YouTube	約6,200万人	18～49歳	動画を通じて体系的にメッセージを伝えることができるため、継続的なストーリーを視聴で伝えることができ、視聴者に深い印象を与えることが可能です。



2024年5月現在

SNSが変えた情報の世界

1. スマホひとつで世界中の情報が手に入る時代
2. 人々のコミュニケーション手段の中心
3. ビジネスや社会活動のプラットフォーム
4. ライフスタイルの一部として定着

ロータリークラブとしてSNSを活用し、
SNSの持つ可能性を引き出そう



SNSの活用により、見込まれる効果



1

広報とブランド認知

SNSを活用することで、ロータリークラブの活動やメッセージを幅広い層の人たちに届けることができる。



イベントの告知や報告などを配信



2

クラブ同士、会員間のコミュニケーション

メンバー同士の連絡や情報共有がスムーズになり、クラブ内での結束力が高まる。



熊鷹半島の露取例はメッセージャーで現地ロータリークラブと連携が取れいち早く支援物資を届けることができた



3

新規会員の獲得

SNSを通じて、ロータリークラブに興味を持つ新規会員へのアプローチが可能になる。



様々な活動報告をFBにて配信していたらそれを見た人が入会申し込みをしてくれた



SNSの運用について

イベント告知

クラブが主催するイベントや奉仕活動の告知。

活動報告

過去のイベントやプロジェクトの成果を写真や動画で報告。

クラブの紹介

クラブでの例会のシーンや、卓話などを定期的に取り上げる

日常の些細な内容でも良いのでとにかく投稿する



運用のヒント

担当者を決める

定期的に投稿する

シャッターチャンスを見逃さない

他の投稿を参考にする

SNSへの投稿を行う担当者も決めておく必要があります。一人ではなく数人で運営する方が負担軽減にもなります。

どんな内容でもいいので、定期的な投稿が肝心です。

団体写真やポスターを取った写真ではなく、活動している人びとの様子をアップしましょう。また活動に参加してくれた人たちや協力団体との活動を紹介するのも効果的です。

他のクラブの投稿や、自分が関心を惹かれる投稿を参考にしましょう。



SNSを運用する上での注意点

写真について

プライバシーの尊重：他人が写っている場合、必ず本人の許可を得てから投稿
個人情報特定できるもの：自宅の外観、車のナンバープレート、子供や子供の学校名などが写り込んでいないか確認。

ソーシャルメディア・ガイドラインに準拠した運用

第2660地区のホームページの中の、地区委員会情報、公共イメージ向上委員会のページにソーシャルメディア・ガイドラインがダウンロードできます。これに準拠した運用を行なってください。



第2660地区のSNS紹介



Facebook



Instagram



X (Twitter)



ご清聴ありがとうございました。



Session : 2



2024/10/5 国際ロータリー2660地区
公共イメージ向上セミナー セッション2

メディアの有効利用について ～「広告」と「広報」～

24-25年度公共イメージ向上委員会
社 輝



まず、最初に

ロータリーの「目的」に、

- ・職業人と地域社会のリーダーのネットワークを通じて、人々に委仕し、高潔さを奨励し、世界理解・親善・平和を推進すること
- ・五大奉仕部門に基づいて成果あふれる奉仕プロジェクトを実施すること

この「目的」を達成するために、

ロータリークラブの会員の皆様は、日々奉仕「活動」に取り組んでいらっしゃると思います。



皆さまが所属する企業における「企業活動」も同じですが、

「その活動」を社会に知ってもらい、よい評判をつくり、信頼を得ることが、

「活動」のイメージ向上につながり、

それにより、活動の進化につながっていきます。

更に、共感・応援が増えると、関わる方々のモチベーションが上がるなど活動により強いものにしていきます。



「活動」は、知ってもらうことが大事です。

本日は、社会における情報接点である、

メディアを有効に利用して、

「活動」を知ってもらうことについて、

そのヒントをご紹介しますと思います。



◆メディアを使って「活動」を知らせる2つ方法

「広告」 自社がお金を支払って「活動」を宣伝する行為

「世間に広く知らせること」であり、とりわけ商品やサービスなどに関する情報を世間の多くの人に知らせ・興味を招かせ、購入その他の行動を促す。そのために行われる情報伝達もしくは情報伝達の媒体や伝達内容のこと。

「広報PR」 自社の情報を、メディア等へ伝達し、「活動」を紹介する行為

広く社会に情報を報じるための方法です。多様なステークホルダーやメディアとの円滑なコミュニケーションで良好な関係を構築し、自社の情報を伝達します。さらにメディアを通じて広く報じられることを狙います。



◆「広告」と「広報PR」の3つの違い

①「目的」が異なります

「広告」と「広報PR」は「目的」が大きく異なります。

「広告」の目的は「製品・サービスの購入を促進すること」です。

一方、「広報PR」の目的は、「情報発信を通じてステークホルダーからの信頼を獲得し、望ましい関係を構築すること」です。

「広告」が企業が存続するのに必要な「売上」を稼ぐためのものだとなれば、

「広報PR」は企業が存続するのに必要な「信頼」を得るためのものです。



◆「広告」と「広報PR」の3つの違い

②「信頼性」が異なります

「広告」と「広報PR」では「発信された情報の信頼性」が異なります。

「広告」は、情報の発信主体が企業となるため、自社の商品・サービスの魅力を発信しても

「購入させるために都合のよいことばかりを伝えている」と受け取られてしまう可能性があり
ます。

「広報PR」では、メディアの記者・編集者・ディレクターの責任で「この情報は社会へ発信する価値がある」と判断した情報を発信します。企業と利害関係のない第三者の目線で有益と判断された情報として、受け手に信頼されやすくなります。



◆「広告」と「広報PR」の3つの違い

③「費用」が異なります

「広告」と「広報PR」では、メディアへの掲載にかかる「費用」が大きく異なります。

「広告」は、メディアの広告枠の購入とその広告を制作する費用が必要です。

「広報PR活動を行う＝メディアに対して情報提供を行う」ということであるため、

情報提供側とメディアの間に金銭のやりとりは発生しません。

※記者発表会など準備に費用がかかることはありますが、それでも広告を出稿する費用に比べれば非常に低額です。

「広告」と「広報PR」は、似たような意味だと認識されがちですが、明確な違いがあります。達成したい目的にあわせて「広告」と「広報PR」のどちらが適しているのか判断し施策を検討することが大事です。



◆「広報PR」の方法3つ

① [記者クラブへの情報配布](#)

伝えたい情報（ニュースリリース）を、記者クラブへ提出（投げ込み）

記者クラブズ

アメテック（新聞社・通信社・テレビ局など）から派遣された記者が取材のために常駐している拠点、あるいは記者の任意団体そのものを指します。

大阪府では、企業・団体の業種や情報の内容に応じて専任の記者クラブが分かれていま
す。市政記者クラブは主に市役所内にあります。

投げ込みの方法

まず記者クラブへ電話連絡をし、投げ込み方法や日時を確認します。

投げ込みの方法は所属機関によってさまざまです。記者クラブ内の専用ポストに投函する場合もあれば、受付で事務員に渡す場合もあります。

その後は、確認した方法と日時に則って、記者クラブにプレスリリースを持参します。

豊中市記者クラブ	豊中市役所内
堺市記者クラブ	堺市役所内
吹田市日刊、地方記者クラブ	吹田市役所内
茨木市記者クラブ	茨木市役所内
池田市役所北摂記者クラブ	池田市役所内

上記は例です。

基本的には「市」には各市政記者クラブが役所内に設置されていることが多いです。

大阪市政記者クラブ	大阪府北区中之島1-3-20大阪市政府内
大阪労働記者クラブ	大阪市中央区北浜東3-14船立公園センター内
朝日大阪記者クラブ	大阪市天王寺区茶臼山町1-103天王寺動物園内
大阪教育記者クラブ	大阪市中央区大手前3-2大阪府庁別館内
大阪府警内記者クラブ	大阪市中央区大手前3-1-11大阪府警察本部内
大城記者クラブ	大阪市中央区大手前1-5-63大阪合同庁舎第3号館大阪国税局内
近畿建設記者クラブ	大阪市中央区大手前1-5-44大阪合同庁舎第1号館国土交通省近畿地方整備局内
大阪施設記者会	大阪府池田郡池田4-10-3大阪開発建設部税関広報広聴室
近畿経済産業局記者会	大阪市中央区大手前1-5-44大阪合同庁舎 第1号館近畿経済産業局内
司法記者クラブ	大阪府北区西天満2-1-10大阪高等裁判所内
関西金融記者クラブ・	大阪府北区中之島2-1-45日本銀行大阪支店内・
大阪証券記者クラブ	大阪市中央区北浜1-8-10大阪証券取引所ビル4F
大阪経済記者クラブ	大阪府大阪市東淀川区東2-5大阪商工会議所4F

◆◆「広報」PRの方法3つ

② **PR TIMES** (有料ニュース配信サイト) を使った情報配信

PR TIMES 247

国内シェアNo.1

メデアイア（記者） および生体者に最もよく適用されているプレスリリース配発サービスです。

[illegible]

12,119部作 036テイア、27,100部作
12,119部作、036テイア、27,100部作

14. 44

[illegible][illegible]

PR TIMES

- 1 基本入力 (必須項目は赤丸)
会社名、フリガナ、代表者名、住所、電話番号、Eメール、Webサイト
- 2 企業概要 (必須項目)
業種、事業内容、従業員数、設立年、売上高、得意先
- 3 本拠地住所
〒100-0001 東京都千代田区千代田 1-1-1
- 4 プレスリリース作成
プレスリリースの作成
- 5 プレスリリース掲載
プレスリリースの掲載

PR TIMESは本ページの機能から利用可能です。

PR TIMESは本ページの機能から利用可能です。

3 7 2017年10月10日 10:00~15:00

2017年10月10日 10:00~15:00



PR TIMESは本ページの機能から利用可能です。

3 7 2017年10月10日 10:00~15:00

2017年10月10日 10:00~15:00

PR TIMESは本ページの機能から利用可能です。

3 7 2017年10月10日 10:00~15:00

2017年10月10日 10:00~15:00

PR TIMES



PR TIMESは本ページの機能から利用可能です。

3 7 2017年10月10日 10:00~15:00

2017年10月10日 10:00~15:00



◆「広報」PRの方法3つ

③ PR専門会社に委託する情報配信

PRを専門に扱う企業があります。
彼らは、常に多数の広報案件に携わり、メディア各社と広く、深い関係があります。
またPRのプロであるため、効果的な広報計画の立案やニュースリリースの作成、
メディアへの情報提供、メディア掲載への働きかけ、掲載・放送された記事などの
モニタリングなど、広報全般の業務を請け負うことが可能です。
費用は委託内容によってさまざまです。

OZMA
PR

参考 (株) オズマPR 掲載費グループのPRは専門会社です



◆「広報PR」ポイントの整理

「ニュースリリース」※

主にメディアに対して「活動」を伝える資料の詳細よりも、メディアに関心を持ってもらえるネタの「つかみ」が大事。メディア掲載を狙います。

「記者クラブ」

各行政地域毎に記者クラブがあり、そこにニュースリリースなど情報を提供します。
各メディアがいるケースと代表社のケースがあります。

「メディアリレーション」

普段からメディア、記者などとのコミュニケーションをとり、適宜情報提供を行うことで信頼関係を構築しメディアでの正しい露出機会の獲得を目指します。



◆ニュースリリースの工夫

「情報の出し元が伝えたいこと」と、「メディアが伝えたいこと」は、違います。

メディアが好むカテゴリーを意識し、適した先に情報を提供することで、メディア扱いが変わります。

新聞社	社会性、必然性、テーマ性
テレビ局	新規性、ビジュアルインパクト、社会性、話題性
ラジオ局	即時性、話題性
雑誌社	テーマ性、話題性、新規性



◆「ニュースリリース」のプロセス



↑ 大量のニュースリリースの中で、いかに目立ち、関心をひくリリースになっているか、リリースの工夫が重要です



◆まとめ

ロータリーの活動を、自信をもって「広報PR」し、生活者への理解促進、活動の活性化へとつなげていきましょう。

- ・積極的にリリースを作成し、投げ込みをしましょう。
- ・その際、伝えたい情報とメディアのほしい情報をマッチングさせましょう。
- ・そのために、メディアとのリレーションを強化していきましょう。
- ・必要に応じて、「PR TIMES」の活用を検討しましょう。
- ・地区公共イメージ向上委員会では、メディアとのリレーションを、各クラブ広報担当の皆様におつなぎできるようにしていきます。



「クラブ」優秀賞とMy Rotary」

公共イメージ向上委員会
委員 三井 泰之（高槻RC）



2024-25年度 地区年次目標

- 優先事項3「参加者の積極的なかわりを促す」の目標
全クラブが「クラブ優秀賞」（旧ロータリー賞）受賞をめざします
- 優先事項4「適応力を高める」の目標
すべてのクラブ会員が「My Rotary」に登録し、活用できるよう推進します



- 公共イメージ向上委員会活動計画
各クラブに対し「My ROTARY 登録」、「クラブ優秀賞」獲得を推奨



公共イメージ向上委員会

「クラブ」優秀賞」とは（2024年7月1日よりロータリー賞から改称）

各年度に優れた取り組みを行ったクラブを表彰するものです。受賞要件である目標に向けた取り組みは、**クラブで会員の参加**を促し、地域社会におけるクラブの存在意義を保ち、クラブを効率的に運営するための一助となります。クラブが本賞の目標に取り組みむことで、ロータリーの力強さを保ち、**次世代にとってふさわしい文化を育む**ことができます。



公共イメージ向上委員会

2023-24年度クラブ優秀賞（旧ロータリー賞）受賞クラブ

IM1組	IM2組	IM3組	IM4組	IM5組	IM6組
池田 池田くれは 箕面 大阪中央 大阪北梅田 大阪北 大阪淀 大阪そねざき 大阪梅田 大阪梅田東 豊中 豊中南	茨木 大阪東 千里 摂津 新大阪 吹田 吹田江坂 吹田西 高槻 高槻東 高槻西	大東 大東中央 枚方 門真 交野 くずは 守口 寝屋川 大阪東 大阪城北 大阪鶴見	東大阪 東大阪東 東大阪西 東大阪中央 大阪柏原 大阪御堂筋本町 大阪難波 大阪ネクス 大阪南 八尾	大阪豊島 大阪フレンド 大阪朋友 大阪西北 大阪リバーサイド 大阪船場 大阪心斎橋 大阪西南 大阪エニバーサルシティ 大阪アーバン 大阪うつぼ 大阪西	大阪 大阪平野 大阪中之島 大阪城南 大阪東南 大阪天満橋 大阪天王寺 大阪帝塚山



2660地区におけるクラブ優秀賞（旧ロータリー賞）推移

年 度	受賞クラブ数	IM	クラブ数	受賞クラブ数	5年以上（連続）
2019-20	49	1組	15	12	7
2020-21	66	2組	15	12	9
2021-22	61	3組	14	12	6
2022-23	59	4組	11	10	3
2023-24	66	5組	12	12	8
		6組	10	8	7



クラブ優秀賞（旧ロータリー賞）と会員増強の関係

①. クラブ優秀賞(旧ロータリー賞)と会員増強の関係

年度	区分	クラブ数	期首会員数	期末会員数	増減会員数	増減率	入会会員数	退会会員数
2023~24	全体	77	3,385	3,381	-4	-0.1%	280	284
	受賞	66	3,141	3,155	14	0.4%	270	256
	未受賞	11	228	226	-2	-0.8%	10	12

※大手前R.C分を考慮しています

②. 会員純増クラブとクラブ優秀賞(旧ロータリー賞)の関係

2022~23 純増クラブ 28 クラブ (内受賞クラブ 23クラブ)
2023~24 純増クラブ 25 クラブ (内受賞クラブ 22クラブ)



R.I 会長テーマとクラブ優秀賞との関係

(2024-25年度R.I 会長メッセージ抜粋)

- 「ロータリーのマジック」で真に世界を変えようとするならば、私たち全員がクラブへの帰属意識をもてる必要があります。
- 帰属意識とは「ロータリーのマジック」を発動させる力。
- ロータリーの行動計画に沿って地域社会の提案に取り組むことで、全てのロータリー会員に、それぞれのクラブへの帰属意識が永く育まれる。
- 行動計画には、クラブの強みと弱みを評価し、課題に取り組むために活動できるツールが含まれています。

クラブ優秀賞 → 「ロータリーのマジック」 → 公共イメージの向上



公共イメージ向上委員会

クラブ優秀賞への有意義な取組、目標設定について

- 目標設定 (クラブに委ねるなど柔軟性が高い)
各年度の会長方針、活動計画に組み込む
- 目標・進捗の共有 (クラブ会員全員の納得性を高める)
クラブ全員で目標・進捗を共有し、意識を高める
- 全員参加 (帰属意識の醸成)
全員参加型で、達成に向けて努力する

※クラブ優秀賞 (旧「ロータリー賞」) に関するお願い (ガバナー月信9月号)



公共イメージ向上委員会

クラブ優秀賞を取るためには？ (RC)



01. 会誌掲載	02. 会誌掲載への 参加	03. 新会員の推薦	04. ローターリー行 動グループへの参加	05. ローターシップ 育成への参加	06. 地区大会への 出席	07. ローターリー-地区 活動グループへの参加
08. 地区新会への 参加	09. 年次大会への 参加	10. 新会員の推薦 金への交付	11. 入会式	12. 新会員の会費 納入	13. パスポート 更新	14. 新会員の登録
15. ローターリー-クラブ への参加	16. インターアクト クラブ	17. 奨励する青少年 交換学生	18. 奨励する青少年 交換学生	19. RYLA研修 費用	20. クラブ活動計画 の提出	21. インター ネット 上の存在

26項目の内、13項目達成すればOK

登録イメージは上欄参照



クラブ優秀賞を取るためには？ (RAC)



01. 会誌掲載	02. 会誌掲載への 参加	03. ローターリー行 動グループへの参加	04. ローターシップ 育成への参加	05. 地区大会への 参加	06. ローターリー-地区 活動グループへの参加	07. 地区新会への 参加
08. 新会員の推薦	09. 新会員の推薦 金への交付	10. 新会員の登録	11. 入会式	12. ローターリー クラブ	13. インターアクト クラブ	14. 奨励する青少年 交換学生
15. 奨励する青少年 交換学生	16. クラブ活動計画 の提出	17. インターネット 上の存在	18. ウェブサイト とソーシャルメディア の更新	19. 新会員の推薦 金への交付	20. クラブ活動計画 の提出	21. ローターリー-地区 活動グループへの参加

22項目の内、11項目達成すればOK

登録イメージは上欄参照



My ROTARY登録率 (2024. 7. 1現在)

IM	会員数 (人)	登録数 (人)	登録率 (率)	80%↑ (クラブ数)	50%↓ (クラブ数)
1組	699	548	77.0	4 (5)	1 (1)
2組	426	354	83.1	7 (5)	1 (4)
3組	585	417	71.3	4 (1)	3 (7)
4組	601	461	76.7	3 (2)	0 (5)
5組	517	449	86.8	10 (3)	0 (0)
6組	559	436	78.0	7 (6)	0 (1)
合計	3,387	2,655	78.4	35 (23)	5 (18)

() 2020年7月1日現在

大幅改善



「My ROTARY」とは、ご登録いただくことでロータリーの活動や地区・クラブ運営に必要な情報やデータを随時入手できる**便利なシステム**です。クラブ会長、幹事、事務局職員の方にとっては、「ロータリー・クラブセントラル」(寄付目標、会員増強目標の設定)、会員情報(入退会更新)、半期報告書、人頭分担当金の請求書発行等、地区、クラブ運営にとって不可欠なオンラインシステムとなります。

登録イメージは上欄参照



My ROTARY登録率5年推移

年度	登録率 (%)
2020年7月	66.9
2021年7月	69.9
2022年7月	72.6
2023年7月	76.3
2024年7月	78.4

すべての会員に登録・活用を！！

- 登録指導の徹底
- 新入会者登録100%
- スマートフォンの活用

2024年7月現在



新入会員登録100%とは？

- 2024-25年度末に80%達成へ確実な道筋！！
- 全会員に占める会員、退会会員の割合8%程度、退会会員の登録率80%と仮定
 - 新入会者登録100%達成 ⇒ 年間1.6%の登録率向上
78.4% (2024年7月1日現在) + 1.6% = 80%
 - 新入会員のガイダンス等の場でMy ROTARYアカウント登録を徹底
例 My ROTARYアカウント登録方法・マニュアル及び、
会員登録している氏名・メールアドレス情報と提供
※留意事項：携帯アドレスは不可



スマートフォンを活用し、もっと身近に！！

スマートフォンのホーム画面にMy ROTARYのアイコンを追加



いつでも・どこでもMy ROTARYにアクセスできる



My ROTARYの活用が増える



なぜスマートフォンか？

- すべてのクラブ会員が「My Rotary」に登録し、活用できるよう推進します (地区年次目標)
- 日常生活の必需品
 - ※スマートフォンの利用状況 (2023年総務省)
 - スマートフォン の世帯保有率 90.6%
- いつでも・どこでも利用できる
 - ※インターネット利用端末の種類 (2022年総務省)
 - スマートフォン 71.2%
 - パソコン 48.5%



My ROTARYのアイコンをホーム画面へ追加

Rotary 第2660地区



My ROTARYの画面 (スマートフォン版)

Rotary 第2660地区



地区のプロジェクト情報 (スマートフォン版)

Rotary 第2660地区



検索画面 (スマートフォン版)

Rotary 第2660地区



今すぐ、My ROTARYに、登録してみませんか？



<https://my.rotary.org/ja/signup>

マイロータリー 検索

マイロータリーとは何ですか？



ご清聴ありがとうございました。

公共イメージ向上委員会
委員 三井 泰之 (高槻RC)



Session : 4



ロータリーロゴを正しく使う
～ロータリーのブランドカ・認知度を高めよう～

24-25年度公共イメージ向上委員会
委員 加藤 奈々 (大阪RAC)



ロータリーロゴと誇りのシンボル

公式ロゴ



簡易公式ロゴ



誇りのシンボル



適切なロゴ使用はなぜ必要か？

- ①ロータリーの名称と知的財産を守る
- ②地元の活動がクラブまたは地区によるものであることを正しく認識してもらう
- ③一貫した方法でロータリーのストーリーを伝える



「誇りのシンボル」は2013年に改定されました



「誇りのシンボル」の使い方

誇りのシンボルは**単独使用不可**
クラブ名または地区番号の「T」を
近接位置に表示してください



誇りのシンボルの大きさは
「ロータリー」の結晶に
対して**4倍以上**の必要がある

カラー印刷の場合は「ロータリーゴールド」、
単色印刷は「ブラック」か「ロータリー
アズール」色、単色印刷で背景が緑色の場合は
「白抜き」で表示ください



ロータリーロゴのシステム・ルール

クラブ名、地区番号、ゾーン番号入りロゴ

例 (ロータリー)



クラブ名または地区番号、
ゾーン番号



クラブ名または地区番号、
ゾーン番号



クラブ名または地区番号、
ゾーン番号



クラブ名または地区番号、
ゾーン番号



- ①クラブ名または地区番号、ゾーン番号を入れる
- ②Rotaryの文字と歯車は、所定の位置と比率で
クラブ名等の表示位置は、正しい位置に

- ③公式ロゴの場合には、「登録商標マーク」
が（歯車）の右下に付いていることを確認

ロータリーロゴのシステム・ルール

歯車の直径（最小13mm）



余白スペース



ロータリーロゴのシステム・ルール

フルカラーの場合

※7アピックスカラーが適用または他の場合のみ



※6アピックスカラーが適用または他の場合のみ



ロータリーロゴのシステム・ルール

単一色の場合

色は「指定色」が指定です。

100%ブルー

100%ゴールド



ロータリークラブのロゴ

色は「指定色」が指定です。

100%ブルー

100%ゴールド



色は「クラベンリー」が指定です。
クラブ名等の表示位置等の制限は、
ロータリーのロゴの場合と同様です。



インターアクトクラブのロゴ

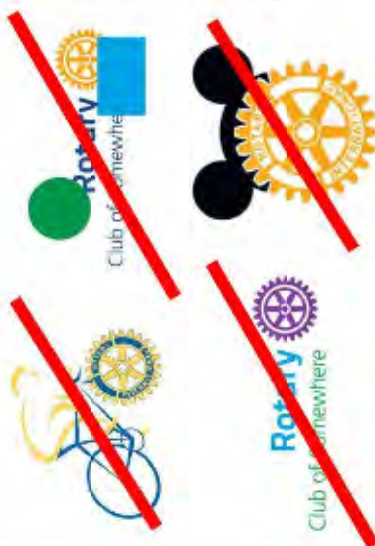
色は「スカイブルー」が指定です。
クラブ名等の表示位置等の制限は、
ロータリーのロゴの場合と同様です。

100%スカイブルー

100%スカイブルー



NG例



ルールに従って作成されたロゴ



※クラブ名の右端が「Rotary」の「Y」の文字と並ぶように、右詰めにしてください



例

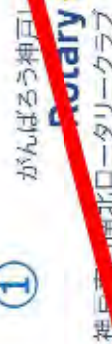


NG例



②

①



③



組み合わせロゴ

イベントやパートナーシップを推進するために、クラブ名や地区番号入りのロゴと、他団体のロゴとを組み合わせることができる

組み合わせロゴには1つのパートナー団体/スポンサー/プログラム名のみ含めることが可能（複数の団体等と協力する場合は、メインの団体を一つ選び、他の団体リストは別の場所に表示）



ご自身のロータリーロゴを 確認してみてください



会員ピン

古いタイプの誇りのシンボルを用いた、
ロータリー会員ピンは使えないの？
→今後も、これまで同様に**使用可能**

ロータリー会員ピン



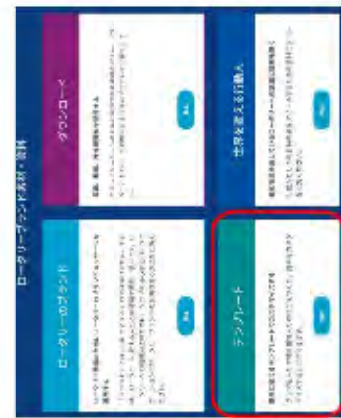
ロゴ作成方法

My ROTARY → ブランドリソースセンター → テンプレート

①



②



③



←組み合わせロゴのテンプレートもあります

⑤



④



ロゴ、カラー、アライメントをブルダウンメニューで選択、テキスト欄にクラブ名、地区、またはゾーン番号を入力してください
※「簡易ロゴ」の作成がデフォルトで設定されています。最初に「ロゴ」を選択いただく際にはロゴの種類にご注意ください

⑥



「ファイルをダウンロード」で完成です
※PDF、JPG、PNGが選べます

⑦

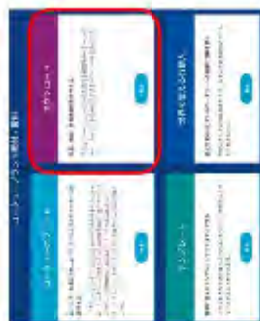


ロゴ使用における第2660地区の見解について

- ① 第三者に販売したり記念品等として提供する場合、「商品」として公式免許取得業者から購入するか、事前に国際ロータリーから許可を得て申請した非公式業者から購入してください。
- ② クラブ旗、朝会標品、名刺、通帳、封筒、会費名簿、のぼり、横断幕、ピブス・タスキ等は公式免許取得業者からの購入を推奨しますが、自クラブ作成でもかまいません。
- ③ 現時点で販売されている公式免許取得業者のグッズは、国際ロータリーから、ある時点で一定期間の許可を得ていますので、現時点から見るとルールから外れているように見受けられるものでも購入、使用には問題ございません。
- ④ クラブで作成される場合は、国際ロータリーから個別許可を得ていないグッズを作成するため、その時点でブランドリソースセンターに示されたルールに即し、テンプレートを適用して作成してください。
- ⑤ 印刷物やWEBデザインについては、ブランドリソースセンターに示されたルールに即し、テンプレートを適用して作成してください。
- ⑥ デザインや使用方法等について確認が必要な場合は地区公共イメージ向上委員会にお問い合わせいただければ対応いたします！事前のコンサルも受け付けていますのでご相談ください。



役立つアイテム



ロゴのガイドライン、クイックガイドがありますのでぜひ活用ください

ロゴとグラフィック

クラブのロゴは、国際ロータリーから提供されているテンプレートに即し、テンプレートを適用して作成してください。



まとめ

- ・適切なロゴの使用は、団体への信頼と認知を築き（公共イメージの向上）、組織の結束力の強化、ブランド力の強化などが期待できる
- ・ロゴの使用方法でお悩みの場合には**公共イメージ向上委員会**へご相談ください

