

ロータリーの 成長を導く イベントを 計画しよう

会員増強と
マーケティングのガイド



ロータリーの 成長を導く イベントを 計画しよう

会員増強と
マーケティングのガイド

ロータリー国際大会やその他の大型イベントが地元で行われる場合、ロータリーが直接関連しているかどうかに関係なく、これらのイベントはロータリーの認識を高め、入会への魅力を感じてもらうための絶好の機会となります。

この数年間、国際大会前の一週間で、Rotary.orgの閲覧者数が500%以上も上昇することが分かっています。このガイドでは、地元での大型イベントを生かし、ロータリーに関心を寄せた人びとにアプローチするための、会員増強・マーケティング戦略を紹介しています。

まずは、十分な時間のゆとりをもって計画することが重要です。公共イメージを大きく向上させ、参加者基盤を拡大するには、数カ月前あるいは数年前から準備を開始する必要があります。

以下の四つのステップに沿って、クラブの準備を進めていきましょう。各ステップの詳細については、このガイドの後半部分をご参照ください。



計画する

このガイドのヒントを参考に、計画の策定と実行にかかる時間を決定します。イベントの規模と地区の会員現況を考慮します。

1

強力なリーダーシップチームを結成する

この活動を管理するにあたっては、効果的な地区チームが必要となります。主なリーダーには以下が含まれます：

- ・ ガバナー、ガバナーエレクト、ガバナーノミニー
- ・ 地区会員増強委員会・委員長
- ・ 地区公共イメージ委員会・委員長

2

クラブの準備を整える

大規模なイベントはクラブとロータリーの認知度を飛躍的に向上させる可能性があるため、クラブは、イベント後に入会候補者がクラブを訪問することを想定して準備を整えておく必要があります。クラブと地区の両方のリーダーがこの取り組みに関与します。

このプロセスを開始する前に、クラブと地区のリーダーに相談し、支援を受けましょう。成功にはリーダーの参加と支援が欠かせません。

3

推進計画を立てる

地域のロータリーに対する認識を高めるために戦略的に行動しましょう。会員であることの利点や地域のクラブが関与する活動を多くの人に知ってもらうための計画を立てましょう。

4

入会候補者について知る

地元でロータリーを推進することで、人びとの好奇心を刺激します。関心を示した人がいたら、速やかに連絡を取り、その人たちについて知るようにしましょう。候補者の奉仕における関心（識字率向上、環境保護、平和の構築など）について尋ねます。これらの課題に取り組むために、ロータリーが地域社会とどのように連携しているかを知ってもらうための機会を作りましょう。



強力なリーダーシップ チームを結成する

地域でロータリーを成長させるために大規模なイベントを活用するには、強力なリーダーシップ、計画、そして努力が必要です。地区ガバナー、ガバナーエレクト、ガバナーノミニーが協力することで、成功への可能性が高まります。地区の会員増強委員長と公共イメージ委員長が強力なチームを構成して活動にあたるようにしてください。計画を実行するための特別委員会を設置することも一案です。

会員増強委員会と公共イメージ委員会は、 以下を行うべきです：

- ・ イベントに参加することで得られる機会と、計画における委員会の役割を理解する
- ・ ロータリーの成長と計画の実施に尽力する
- ・ 会員増強またはロータリーの推進において実績のある専門家の力を借りる
- ・ 地域社会とつながり、クラブや会員と強固な関係を築く
- ・ この取り組みを優先し、各種のコミュニケーションに対応する
- ・ チームとして活動する準備を整え、意欲的に取り組む

役割を理解する

地区リーダーが準備を整える上で役立つリソース：

- ・ 会員増強委員長と委員会が利用できるリソース：地区会員増強委員会の責務、地区会員増強委員会（中級）の学習プラン、会員増強のリソース
- ・ 公共イメージ委員長と委員会が利用できるリソース：地区公共イメージ委員会（中級）の学習プラン、ブランドリソースセンター、広報のリソース

1



積極的なかわりを促す

地区会員増強委員会と公共イメージ委員会がアプローチに同意し、その取り組みを支援することが成功へのカギとなります。



ロータリーへの報告

地区リーダーをMy ROTARYで追加して、それぞれの役割に関連する重要な情報を受け取れるようにしましょう。

クラブの準備を整える

2

今後行われるイベントが地域社会におけるロータリーの認識をいかに高めることができるかについて地区内クラブに伝え、クラブを訪問してくる入会候補者に充実した体験をしてもらえるようクラブをサポートしましょう。

例会を楽しく、インクルーシブで、訪れたゲストに魅力を感じてもらえるようなものができるよう、クラブリーダーを奨励してください。クラブによっては、すでにこのような準備が整っている（入会候補者を会員に紹介する、会員の誰かを指名して質問に答えてもらう、訪問後にフォローアップするなど）クラブもあります。クラブが会員やゲストの積極的な参加を促す方法を以下の表をご覧ください。

地区レベル

会員増強委員長	公共イメージ委員長
<p>My ROTARYの会員に関する傾向のレポート（クラブ会員の概要、会員維持、年度開始時の会員数：5年間の推移）を見る。これらのレポートを利用して、支援が必要なクラブ、成長しているクラブ、地域社会を反映しているクラブを特定する。どのクラブがより多くの支援を必要としているかを見極める。</p>	<p>すべてのクラブのウェブサイトとソーシャルメディアのページを見る。<u>インターネット上の存在感に関するチェックリスト</u>を使って、一貫したメッセージを発信しているか、ロータリー以外の人たちにも魅力を感じてもらえるようなコンテンツを提供しているか、ブランドガイドラインに沿っているかなどを確認する。どのクラブがインターネット上の存在感を高めるための支援を必要としているかを特定する。</p>
<p>入会候補者情報プログラムを最大限に活用する。オンラインの<u>入会候補者情報プログラム</u>のコースを受講したり、「<u>入会候補者情報プログラムで地区の成長を目指す</u>」を参照して、入会候補者の管理プロセスを立てる。<u>入会候補者への連絡テンプレート（地区用）</u>を参考にして、入会候補者に連絡を取る。クラブ会員増強委員長が入会候補者情報を管理していることを確認し、必要に応じて支援を提供する。</p>	<p><u>ブランドリソースセンター</u>にあるリソースに目を通し、クラブに推奨する。地区のウェブサイトに公共イメージのリソースがある場合には、クラブにそれらを紹介する。</p>



クラブリーダーと会い、課題、成功談、機会について話しあい、成功を収めているクラブを表彰しましょう。

クラブの準備を整える

2

クラブレベル

会長	会員増強委員長	公共イメージ委員長
クラブ会員増強委員長と公共イメージ委員長を任命し、 <u>クラブ委員長をロータリーに報告する。</u>	クラブの最大の課題に対応するために、 <u>クラブ計画アシスタンス</u> を利用したり、 <u>強固な委員会を構成するためにクラブ会員増強委員会のためのチェックリスト</u> を活用する。詳しい情報は、 <u>クラブ会員増強委員会の基本の学習プラン</u> を参照する。	<u>クラブ公共イメージ委員会の基本の学習プラン</u> にあるコースを利用し、 <u>ロータリーのストーリーの伝え方</u> や <u>クラブのプロジェクト／活動の推進方法</u> を学ぶ。 その他のリソースは、 <u>ブランドリソースセンター</u> を参照する。
「 <u>あなたのクラブは健康ですか?</u> 」のコースを利用し、 <u>クラブの奉仕・交流活動、公共イメージ、運営、全体的な会員体験を向上させる方法</u> を学ぶ。	クラブについて会員がどのような考えを持っているかを知るため、 <u>会員満足度調査</u> を活用する。調査の結果を参照しながら、 <u>会員からのアイデア</u> を実行することを検討する。クラブでの戦略を立てるにあたり、このガイドにある <u>行動計画のテンプレート</u> を利用する。 「 <u>入会候補者を見つける</u> 」のガイドにあるワークシートを用い、 <u>会員の傾向やクラブで反映されていない属性があるかどうかを確認</u> する。その後、「 <u>多様性のあるクラブを築く</u> 」のコースにある戦略に基づいて、 <u>入会候補者との関係構築の方法</u> を決定する。	<u>クラブ公共イメージ委員長のチェックリスト</u> 、 <u>ロゴのクイックガイド</u> 、 <u>公共イメージの学習プラン</u> を利用して、 <u>クラブのインターネット上での存在感</u> について評価する。クラブをうまく反映するダイナミックで説得力のあるコンテンツをつくるために、必要に応じて変更を加える。クラブがロータリーのロゴを正しく、一貫したかたちで利用することで、 <u>ロータリーのブランド認識が強化される</u> 。
「 <u>インクルーシブなクラブの文化を培う</u> 」のコースを利用して、 <u>クラブ内でどのような変化が必要かを考える</u> 。	クラブに指定された <u>入会候補者情報</u> についてフォローアップする。「 <u>入会候補者情報プログラムでクラブの成長をめざす</u> 」のガイドを利用したり、 <u>候補者の管理と候補者へのアプローチ</u> について書面で同意したプロセスを確立しておく。 <u>入会候補者への連絡テンプレート(クラブ用)</u> を利用して、 <u>入会候補者に連絡</u> を取る。	<u>ブランドリソースセンターのカスタマイズ可能なテンプレート</u> を使って <u>クラブのパンフレット</u> を作る。 <u>ロータリークラブ名入りロゴの作り方</u> の動画で詳細を確認する。



「変化を導く」のコースでは、変化への準備に関する評価、変化を導入するための計画、変化への抵抗への対応方法などを学ぶことができます。

戦略計画立案ガイドを利用して計画を記録し、クラブが責任を持って進められるようにしましょう。

3

推進計画を立てる

会員が力を合わせて地域社会の重要な問題に取り組みながら、会員同士のつながりを通じて職業やリーダーシップのスキルを身に付けることができる団体であることを示すためには、充実した公共イメージキャンペーンが必要です。ロータリー国際大会やその他の大規模なイベントでは、ロータリーや地域での活動に注目が集まる可能性があります。綿密な推進計画があれば、地元クラブがもたらしているインパクト、会員であることのメリット、ロータリーが提供する機会について紹介するメッセージを厳選することができます。この取り組みは地区公共イメージ委員会が先導すべきです。訴求対象となる人たちに働きかけるためのヒントやアイデアを以下からご覧ください。

地区レベル 公共イメージキャンペーンを立案する

公共イメージキャンペーンとは、特定の対象者に特定のメッセージを配信するようにデザインされた推進計画です。キャンペーンが立案されたら、それを実施するクラブ公共イメージ委員会を招集する必要があります。キャンペーンを進めるにあたって、以下の質問を検討しましょう：

1. 何を達成したいのか、どのように達成できるか

ロータリーとクラブの認知度を高めたい場合でも、会員候補を集めたい場合でも、具体的で測定可能な目標をもって全体的な目標を特定することが重要です。この目標を文書化して、定期的に見直し、進捗を確認しましょう。データを基に戦略を煮詰める、あるいは練り直しましょう。アイデアを書き留めるために、このガイドにある行動計画をご利用ください。

2. 対象者は誰か

皆さんのロータリークラブまたはローターアクトクラブに最も関心を持ちそうな人は誰か、またその理由を考えましょう。クラブにまだ反映されていない地域社会のグループにはどのようなグループがあるでしょうか。地域の人びとの年齢、ジェンダー、関心、居住場所、職業といった要素を検討しましょう。対象者が魅力を感じるようなクラブでの経験にはどのようなものがあるかを考えましょう。

3. 対象者はどこで情報を得ているか

対象者にどのように働きかけるか検討してください。対象者がよく読む出版物があるか、ソーシャルメディアをよく利用しているかなどを知ることが重要です。このような質問への答えに基づいて、どのような媒体（ソーシャルメディア、ウェブサイト、ブログ、印刷物、ラジオ、テレビ）に注力すべきかを計画することができます。



計画する

推進を開始する前に、クラブが訪問者を受け入れる準備を整えるために協力しましょう。訪問者に最善の経験をしてもらうには、クラブでの準備が欠かせません。



推進を開始する

クラブの推進にあたっては、無料または低コストでの方法がありますが、クラブの資金を推進に充てることで、参加者の基盤を広げ、より効果的な推進ができます。

推進計画を立てる

3

4. どのようなリソースがあるか、必要なリソースは何か

既存のリソース、つながり、専門知識を評価して、何を利用できるか、何に支援が必要かを判断します。例えば、地区のリーダーシップチームにはすでにソーシャルメディアでのイベントの推進に長けた人がいるかもしれませんが、コンテンツの作成のスキルがある人が必要かもしれません。

5. 対象となる人たちに何を知ってもらい、考えてもらい、感じてもらい、実行してもらいたいのか。

対象者に知ってもらいたいこと：

- ロータリーは、46,000以上のクラブの140万人から成るグローバルネットワークで、多様な視点、集合的なリーダーシップと専門知識を生かして、難しい問題に取り組んでいる。
- ロータリー会員は、平和の促進、疾病との闘い、水と衛生、母子の健康、教育の支援、地域経済の発展、環境の保護などの活動を行っている。
- このような活動を実施しながら、ロータリー会員はさまざまなスキルを培い、生涯続く友情を育んでいる。

対象者に考えてもらいたいこと：「ロータリーが地元や世界中の地域社会でこのようなインパクトをもたらしているグローバルな組織だとは知りませんでした」

対象者に感じてもらいたいこと：インスピレーション、もっと知りたいという好奇心、ロータリーに連絡する意欲。地元地域で変化をもたらしたいけれど、どこから始めて良いかわからない人たちがロータリーについてもっと知りたいと感じてくれるかもしれません。ロータリーを通じて、個人的にも職業的にも恩恵を得られ、地域社会のために活動する大きなネットワークにつながることで、対象者が期待を抱いてくれるでしょう。

対象者に行動してもらいたいこと：関心とインスピレーションに従って動く。例えば、ロータリーについてもっと知るために、ウェブサイトやソーシャルメディアを見たり、ご入会のページを見たり、地元のクラブに連絡を取るなどです。

6. 進捗をどのように知ることができるか

推進計画を立案する際には、それがどのように全体的な目標や、推進の取り組みに対する個人的な目標の達成に役立つのかを考えましょう。進捗をどのように、いつ測るかを決定し、予定通りに進んでいるか、または変更を加える必要があるかを見極めます。例えば、Google Analyticsを使ってウェブサイトへの訪問を確認したり、去年のデータと比較することができます。また、受け取った入会候補者情報の数を昨年度の数と比べることもできます。

計画の重要な部分は、クラブと協力して一般向けのウェブサイトやソーシャルメディアのページを更新することです。広報、イベント、広告、オンラインのコミュニケーションで一貫性を保つことにより、会員が自分自身の中で、また世界中の地域社会で行動を起こしていることについての認識と理解を築くことができます。これがロータリーブランドを強化します。

推進計画を立てる

3

クラブと地区レベル：キャンペーンを立ち上げる

推進方法	リソース	例
ウェブサイト ウェブサイトは、ロータリーについて知ることに関心がある人たちが訪れる第一の場所となる。	<u>ガイドライン</u> を使って、クラブや地区のウェブサイトを充実させる方法を学ぶ。ガイドラインをクラブに紹介し、掲載されているヒントを実行してみるよう奨励する。	クラブと地区はキャンペーンが始まる前に、ロータリーのブランドガイドラインに沿ってウェブサイトを更新し、人びとが求めている情報を掲載する。
ソーシャルメディア ソーシャルメディアは、大勢の人とつながり、情報を拡散するのに最適な方法となる。目的に応じて活用し、クラブに最も合った種類はどれかを検討する。	<u>国際ロータリーの公式ソーシャルメディア</u> の投稿をシェアしたり、投稿の見本とする。クラブの公共イメージ委員長にも同じことを奨励する。	クラブや地区のイベント、プロジェクトまたはハッシュタグを使っている大規模なロータリーの取り組みを推進するためにソーシャルメディア投稿を計画する。
イベント 小規模な地元でのイベントを開催することは、地域社会でのクラブの推進において理想的な方法となる。イベントの種類に基づき、どのような入会候補者にターゲットを絞るか決定する。	ロータリー参加への関心を生み出すようなイベントを実施するための <u>ヒント</u> を参考にする。	例えば、女性の健康に焦点を当てたイベントをクラブや地区が開催する場合、この分野について知識のある人を講演者として招き、地元で推進することができる。その際、女性団体やそのメンバーに働きかける。
入会候補者向けイベント 地区の規模に応じて、地域社会でのロータリーのインパクトを紹介するために、一つ以上の地区全土のイベントを開催する。	クラブのパンフレットを作成し、イベントで参加者に配布する。ブランドリソースセンターの <u>カスタマイズ可能なテンプレート</u> を使用する。入会候補者向けイベントの <u>ベストプラクティス</u> を見る。	地域社会の人たちから寄せられた質問を利用して、入会候補者向けのイベントを計画する。

推進計画を立てる

3

クラブと地区レベル：キャンペーンを立ち上げる

推進方法	リソース	例
スピーチの機会 人びとにロータリーについてより良く理解してもらい、地域社会でのロータリーの活動について紹介するために、スピーチの機会を利用する。効果的にメッセージを伝えることができるようなプレゼンテーションをつくり、練習する。	トーストマスターズ・インターナショナルがロータリーのために開発した以下のコースを利用し、パブリックスピーキングのスキルを磨く。 <ul style="list-style-type: none">• <u>スピーチのスキル向上</u>• <u>スピーチの仕方</u>• <u>奮い立たせるスピーチ</u>	会員の中にプレゼンテーションに長けた人がいる場合、イベントでロータリーについてインスピレーションあふれるスピーチをしてみよう。地区内で、スピーカー・ビューロー（講演者のリストをまとめている場所）がある場合には連絡を取る。
パートナーシップ 地元団体との協力を通じて、クラブの活動のインパクトを広げることができる。カスタマイズ可能なテンプレートを利用して、クラブとパートナー団体との協力を示す組み合わせロゴを作る。	<u>トーストマスターズとのアライアンスについて学ぶ</u> 。 <u>ブランドリソースセンターでロゴを探す</u>	地元にとーストマスターズクラブやロータリーと価値観を同じくするほかの団体がある場合は、奉仕活動や交流イベントにそれらの団体のメンバーを招待することで、参加者の基盤を広げることができる。
広告 広告は、ロータリーについて知らない人たちに情報やメッセージを発信する手段となる。印刷用・デジタル用の広告や音声・動画を利用して、行動人としてのクラブ会員の姿を伝える。	<u>広告用のリソースをブランドリソースセンターから探す</u> 。 ロータリークラブがある地域で、 <u>入会候補者向けのパンフレット</u> を配布する。	計画には、掲示板、ラジオ広告、有料のソーシャルメディア投稿などを含めることができる。
商品 ロータリーの免許取得業者から購入した商品を着用／使用することで、ロータリーブランドへの認知が強化される。免許取得業者と協力してロータリーロゴ入り商品をカスタマイズする。	地域にある免許取得業者からロータリーロゴ入りの商品を購入する。 「 <u>ロータリーとは？</u> 」の携帯カードをダウンロード、印刷し、入会に関心のある人たちに配る。	ロータリーについて尋ねてきた人たちに携帯カードを配ることをキャンペーンの一環とする。

入会候補者が実際にロータリーに入会するかどうかに関わらず、候補者に好ましい体験をしてもらうことが重要です。入会にいらなくても、クラブの奉仕活動に参加したり、ほかの人をロータリーに紹介したりすることができます。

入会候補者について知る

4

推進活動によってロータリーへの関心が高まると、クラブはより多くの問い合わせを受けたり、例会への訪問者が増えたり、知人からもロータリーについてより多くの質問を受けることが考えられます。入会候補者情報の数が増加することもあり得るでしょう。入会候補者をよりよく知るために候補者と連絡を取ることで、候補者がロータリーに対して好ましい印象を抱くだけでなく、ロータリーで何を期待しているかを知ることができます。

入会候補者とのつながりを築くには時間がかかるばかりでなく、しっかりとしたコミュニケーションと計画が必要とされます。

地区とクラブの会員増強委員長がすべきこと：

1. プロセスを確立する

誰が入会候補者情報を確認し、候補者に連絡を取るかについてのプロセスを確立しましょう。こうすることで、作業の重複を避け、候補者を見逃す可能性が少なくなります。

2. 入会候補者情報をモニタリングする

「入会候補者情報プログラムで地区の会員増強を図る」や「入会候補者情報プログラムでクラブの会員増強を図る」を利用して、効果的に入会候補者情報を管理しましょう。

3. 入会候補者に迅速に連絡する

ロータリーへの関心を示した人たち全員にフォローアップしましょう。ロータリーへのつながりを確立する最善の方法を探るために、候補者自身に色々と質問すると良いでしょう。入会候補者への連絡テンプレートのクラブ用と地区用を参考にしましょう。



リソース

会員増強やマーケティング戦略に関するリソースは
rotary.org/membershipと
brandcenter.rotary.org
をご覧ください。

行動計画

このテンプレートを利用して、本ガイドにあるステップを実行するための計画を立てましょう。目標がSMART（具体的、測定可能、達成可能、現実的、期限が定められたもの）に沿っていることを確認してください。その後、目標を達成するための個別の目的を特定します。最後に、目的を具体的な実行項目に分類します。定期的に計画を見直して、進捗を確認し、必要に応じて調整を加えましょう。

目標：			
目的：			
実行項目	責任者	実施期限	リソース