



第1地域 行動計画推進リーダー 菅原 裕典 (仙台泉 RC)

私は第1地域 行動計画推進リーダー（APC）として、各地区、クラブまでロータリーの「行動計画（Action Plan）」を浸透させるべく携わってまいりました。本稿では、行動計画を各クラブ単位まで確実に浸透させるサポートをするための「クラブサポートミーティング」について触れてみたいと思います。



ここ数年で社会環境や会員の価値観は大きく変化しました。コロナ禍を経て、例会の形態、参加動機、奉仕のあり方が多様化しています。国際ロータリーが掲げる「より大きなインパクトをもたらす」は、単なる会員数の増加だけでは達成できません。

継続性・適応力・包摂性を兼ね備えたクラブ運営が求められており、クラブサポートミーティングは各クラブの運営や課題を支援したり、具体的に相談したりする定期開催の会合です。

クラブサポートミーティングには、大きく分けて3つの目的があります。

1. 現状把握と課題共有

会員数、維持率、出席率、プロジェクト数などの定量データと、参加意欲や満足度といった定性情報を可視化します。

2. 戦略的支援の提供

単発の助言に留まらず、3年目標（3-Year Rolling Goals）など中長期の視点でクラブの成長計画を共に描き、年次レビューで柔軟に修正します。

3. 成功事例の横展開とリソース連携

有効な施策を他クラブへ展開し、人的・物的リソースを最適に配分することで、地域全体のインパクトを高めます。

これらを通じて、地区・地域組織は「数字だけを追う管理者」ではなく、クラブの伴走者として機能することが期待されます。

次に、ミーティングで扱うべき具体テーマと進め方についてまとめてみましょう。

• ベースラインデータの確認

会員数、維持率、出席率、プロジェクト数、参加者属性を共有し、クラブごとの現状を共通認識にします。

• 3年ローリング目標の策定支援

会長、会長エレクト、会長ノミニニーを交え、定量的な3年目標と年次KPIを設定します。

• パイロット施策の設計と評価

小規模で試行し、データと参加者フィードバックで改善するサイクルを回します。

• 若手・多様層の参加促進

衛星クラブやローターアクトとの連携、柔軟な例会形態の導入など、包摂性を高める具体策を検討しま

す。

- **広報と可視化**

成功事例を地域内外に発信し、参加機会を増やすための広報支援を行います。

運営のポイントとしては、事前に簡潔なデータシートを配布し、ミーティングは「診断→提案→合意→実行計画」の流れで進めることです。年次レビューの結果は次年度計画に必ず反映させることが重要です。

既存クラブの文化や価値観を短期間で変えることは容易ではありません。そこで、**衛星クラブやローターアクトクラブの創設**は、包摂性を実現する有力な手段です。若年層や多様な背景を持つメンバーを受け入れ、彼らの力で地域課題に取り組んでもらうことで、ロータリー全体のブランドと地域インパクトを高められます。既存クラブは支援と連携を通じて新たな価値を共創できます。

今年度から定期開催されているガバナー主催のクラブサポートミーティングは、単なる報告会ではなく戦略的支援の場として活用してください。ガバナーや地域リーダーには次の役割を期待します。

- **戦略提案者**：クラブごとの3年目標設計を支援する。
- **調整者**：地域内のリソースや成功事例を結びつける。
- **伴走者**：実行段階での課題解決を共に行う。

数字は重要ですが、数字を生むための「仕組みづくり」と「人の巻き込み」がより重要です。ガバナーや地域リーダーの戦略的な関与が、クラブの自律的な成長を促します。

クラブサポートミーティングは、地域とクラブが互いに学び合い、実行力を高めるための貴重な機会です。まずは**ベースラインの整理と3年目標（3-Year Rolling Goals）の共有**をお願いします。必要であれば私が説明会に伺い、実務的な支援を行います。皆さまのご協力と積極的な参加を心よりお願い申し上げます。



第2地域 ロータリー公共イメージコーディネーター補佐 長戸 はるみ (横浜東 RC)

ポリオ根絶活動に多大なご支援を賜り、深く感謝申し上げます。

ロータリーの友2月号に「参加して良かったポリオ根絶活動」との特集がロータリー公共イメージコーディネーターと共同特別企画として掲載されました。全国から届いたポリオ根絶関連の投稿の中、当地区の亀ヶ谷純子さん（横浜港北 RC）の手記が取り上げられています。亀ヶ谷さんはロータリーの友 地区代表委員としてもご活躍され、2017年以来インドにおける4回のワクチン投与活動に続き、現在はパキスタンでの活動に毎年参加されています。「参加して良かったポリオ根絶活動」と冒頭に掲げ、「チームポリオジャパン（任意団体）」に参加し、忘れられない出会いに感謝します。」と述べられています。



亀ヶ谷さんのご体験から特にパキスタンのポリオワーカーであるフーマさんのことをご紹介します。先の記事にフーマさんと亀ヶ谷さんご一緒に写真が掲載されています。彼女は仕事中に列車事故に遭い、不幸にも両足を失いました。写真では義足を装着して車椅子に座っていますが、それでもなおポリオワーカーやポリオ根絶活動に復帰したいとの固い意志をお持ちです。フーマさんが義足を用い、日常生活を一日でも早く取り戻せるよう私も願って止みません。

チームポリオジャパン事務局の永田雄治さん（West Jordan RC）に依れば、彼女を日本に招いての診察と義足の提供、リハビリを経て、再びヘルスワーカーとして復帰するための計画が目下進行中とのこと。お母様とご一緒に来日になるそうですので、是非皆様からのご支援をお願い申し上げます。入院と診療はチームメンバーの前田直俊さん（坂出東 RC/整形外科医）が奉仕、病院費用や義足はチーム内でカンパを集め、ポリオワーカー復帰にかけたフーマさんの夢を共有し、力強く後押しする輪が始まりました。

他に当地区の中川俊彦さん（横浜西 RC）と、今回初めて谷川公一さん（横浜西 RC）がパキスタンでのポリオ投与活動に参加されました。

谷川 GN は「ポリオ投与活動とは別に展開されている『水』の確保に関する支援と組み合わせることで、現地の理解と信用を得て行く手法は手堅い効果を期待できる。また現地、約 23 万人のポリオワーカーに要する人件費からも、ポリオ根絶がいかに大きな国際事業であるのかを改めて実感させられた。」と仰います。

ポリオ根絶の趣旨を理解し、ポリオ月間に限らず支え続ける意義をロータリー会員は忘れないでください。引き続きパキスタンとアフガニスタンでのポリオ根絶活動に更なるご支援とご協力を賜りますよう切にお願い申し上げます。



ロータリーにおける公共イメージ向上とブランドリソースセンターの活用

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 笹山 義弘 (加治木 RC)

ロータリーの活動は、地域社会や世界に対して多くの価値ある奉仕を生み出しています。しかし、その活動が十分に知られていない場合、社会からの理解や共感、そして新しい仲間を得る機会を失ってしまう可能性があります。だからこそ、いま「公共イメージの向上」はロータリーにとって極めて重要なテーマとなっています。



公共イメージとは、単に広報を行うことではありません。ロータリーがどのような理念を持ち、どのような奉仕を行い、社会にどのような価値を提供しているのかを、分かりやすく、統一された形で社会に伝えていく取り組みです。これにより、地域社会の信頼と理解を高めるだけでなく、将来の会員となり得る人々にロータリーの魅力を伝えることにもつながります。

そのために重要となるのが、ロータリーのブランドを正しく理解し、統一感をもって発信することです。ロータリーは世界的な組織であり、国や地域が違って共通の理念と価値観を共有しています。そのイメージを社会に対して一貫した形で発信することが、ロータリー全体の信頼性を高めることにつながります。

この取り組みを支える有効なツールが、My ROTARY 内にある「ブランドリソースセンター」です。ブランドリソースセンターには、ロータリーのロゴの正しい使用方法、ポスターやチラシ、SNS用の画像素材、広報ツールなどが豊富に用意されています。これらを活用することで、各クラブが専門的なデザイン技術を持たなくても、ロータリーらしい統一された広報物を作成することが可能になります。例えば、例会案内、奉仕活動の告知、地域イベントへの参加案内などにブランドリソースセンターの素材を活用することで、視覚的にも「ロータリーらしさ」が伝わり、社会に対して信頼感のある発信ができます。また、SNS やホームページでの情報発信においても、ブランドの統一はロータリーの認知度向上に大きく寄与します。

ロータリー公共イメージコーディネーターおよび補佐としては、各クラブの皆様がこのブランドリソースセンターの活用を積極的に推進し、ロータリーのブランドを大切にしたい情報発信を広げていきたいと考えています。具体的には、ブランド活用の理解を深めるための研修や資料提供、実際の広報物作成の支援などを通じて、クラブの広報活動をサポートしていくことが重要です。



ロータリーの価値ある活動を、社会に正しく、そして魅力的に伝えることは、未来のロータリーをつくる大切な一歩です。一人ひとりの会員が「ロータリーの顔」であるという意識を持ち、ブランドを意識した発信を行うことで、ロータリーの公共イメージはさらに高まり、地域社会とのつながりも一層強いものとなるでしょう。

今こそ、My ROTARY のブランドリソースセンターを活用し、クラブ全体でロータリーブランディングを推進していくことを提案いたします。