



2019年7月から、第1地域ロータリーコーディネーターを拝することになりました菅原裕典です。

まずはコーディネーター補佐の3名をご紹介します。

浅水 尚伸様(国際ロータリー第2770地区 2016-17年度ガバナー)

田中 久夫様(国際ロータリー第2840地区 2017-18年度ガバナー)

佐々木 千佳子様(国際ロータリー第2830地区 2017-18年度ガバナー)

それぞれの地区またはIMで開催するセミナーなどの予定があれば、戦略計画・会員増強・元気なクラブづくり等々、幅広いテーマでの講師として馳せ参じる所存です。是非とも、お声がけ下さい。第1ゾーンは14地区ありますので、RC・ARCが手分けしてお伺いいたします。地区の情報や各地区で活躍されているロータリアン・実績のあるクラブ紹介などを我々ロータリーコーディネーターがどんどん発信して参りますので、この4名を皆さまが最大限にご活用頂ければ幸いです。

先日、あるクラブの例会で体験した事をご紹介します。そのクラブの会員数は60名弱で、クラブ例会(夜例会)が終了した後、新入会員の歓迎会が開催されておりました。任意の21名が参加されていて、新入会員の年齢は30歳と若い方でしたが、歓迎会に参加していた方の年齢は私より1歳年上の60歳の年長者の方でした。ロータリーは年を重ねた方が多いと言われてはいますが、私がこの時感じたことは、世代ごとの会員増強にしっかりと取り組んでいるという光景でした。

手放して素晴らしいと言いたいところですが、実はこれが当たり前のことでもあります。ロータリーは年齢のことだけではなく、女性会員が少ない、会員増強が難しいなど、とかくイメージが先行しがちですが、純粋に入会させたい人物がいれば年齢や性別でなく、入会いただくまであきらめない積極的な取り組みが必要と感じました。できない理由を述べるのではなく、できる理由を皆さんで考えましょう。それこそがロータリーではありませんか。

最後にRCの役割として、各クラブのMy ROTARYへの登録を100%とすることを目標とし、それをサポートして参ります。これからのロータリーには、ICTの活用やネットワークの広がりが必要不可欠です。My ROTARYは世界のロータリーの情報をリアルタイムで確認することができる唯一無二の優れたツールです。是非、My ROTARYへ登録をお願い致します。

第1地域ロータリーコーディネーター 菅原 裕典

公共イメージ、広報と増強にもターゲット的な視点を

ロータリーの認知度を深め、公共イメージを向上させ、会員増強につなげようと各地区、クラブ、個々のロータリアンが努力しています。しかしながら、なかなか増強に結びついていないのが現状です。特に若年層の勧誘に苦しんでいるクラブが多いのではないのでしょうか？

私の所属するクラブも同様です。若年層の入会対象者を勧誘しても、年会費が高い、昼の例会には仕事で出られない、例会が毎週では無理だ等々の理由で断られます。そこで2013年規定審議会で採択された「衛星クラブ」を設立しました。例会場、年会費、例会日、時間等親クラブと異なっても構わない。衛星クラブの会員は、親クラブの会員でもあるロータリアンである。設立時に8名の会員を要するが、人数に上限はない。会員の在籍年数に年限はない。

そこで年会費は親クラブの1/3、例会は昼、月2回例会の衛星クラブが9名で設立され、その後11名となり、77名の親クラブは88名のクラブとなりました。増えた2名は、我々が勧誘しても首を縦に振らなかった対象者が、衛星クラブ会員となったメンバーが誘うと、いとも簡単に入会しました。我々の勧誘は、いかに正確に、平易にロータリーを説明しても、彼らにはハードルの高いものと映ったそうです。

昨年北海道は胆振東部地震のため、全道がブラックアウト、停電の被害を受けました。その為クラブ事業として、市内全中学に発電機を寄贈しました。30歳代の彼らはPTA役員をしています。その彼らが寄贈時各校で、教職員を含めたPTAの皆さんにこのような行動をするロータリーを説明しました。我々が説明するよりも身近にロータリーを認識してもらえたようです。

入会対象者に最適な勧誘者、広報対象者にふさわしい説明者。広告にマス広告とターゲット広告があるように、公共イメージ、広報にも、また増強にもマスとターゲットが必要ではないのでしょうか？対象に沿ったアプローチの仕方を、知恵を絞りながら模索する、そのような時代にいると思います。

第1地域ロータリー公共イメージコーディネーター補佐 嵯峨 義輝