

ロータリーの品格と広報

国際ロータリー
第2660地区

ガバナー

新谷 秀一

昨年の8月9日、第1回目のクラブ公式訪問として大阪御堂筋RCからスタートし、本年2月29日の豊中・大阪国際空港RCを以って85クラブを終えることができました。いずれのRC様ともご丁寧なご歓迎をいただき、大変和やかな雰囲気の中で皆様と共に歓談させていただき、各RCのご活動の現況・今後の方針などをはじめ、貴重なご意見を賜ったことは私にとりまして非常に勉強をさせていただく掛替えのない機会でした。そして何よりも会長・幹事様はじめ会員皆様と深いご縁をいただいたことを感謝しています。

クラブ訪問でお話をさせていただいた事柄のうち、品格と広報についての一端を記したいと思います。

まず、ロータリーは最高のブランド品だと思っています。

ブランド品は値段が高く、品質を保ち、歴史があって品格を備えています。

私は公式訪問の卓話のときに「メイクアップしたら最後までいましょう。どうしても帰らなければならない時は声を掛けて、できればニコニコでもして帰って下さい」とお話をしています。例会は点鐘ではじまり「ご縁を持って楽しく過ごしましょう」という意味があります。特にビジターさんが卓話の時間に

なると黙って帰ってしまわれる、これは一例ですが、ブランド品としてのロータリーの品格に欠けることだと思っています。

次に広報について、今年度は「ロータリーをもっと知ってもらおう」をテーマに、「広報・情報委員会」では朝日新聞社をはじめ各メディアのデスクの方々にお越しいただき、10名程度のグループに分かれ、講師を囲んで自由にロータリーのありかた、マスコミ各社との付き合い方について語り合うというユニークな委員会をいたしました。

多くの方に出席していただいて、広報の大切さを感じていただいたと思っております。

みなさまはロータリーの認知度をご存知でしょうか。日本においては30数%、ドイツも同様程度、アメリカ・韓国は70数%、という調査結果があります。ロータリーがブランド品として評価を維持するためにも、社会の認知度も極めて大切なことでもあります。

「陰徳あれば必ず陽報あり」の格言も大切ですが、同時に、ロータリーの奉仕活動に対する地域社会の理解と共感を得るための広報活動も極めて重要なことだと思っております。そして、地域社会のロータリーに対するイメージを高め、ロータリーの会員増強への基盤を固めていくことが望ましい活動のあり方だと考えています。