



COVID-19感染拡大の中でのクラブ運営

新しい年度が始まりましたが、コロナウイルスの感染拡大が世界中で収束が見えない中、各地区・クラブは地区行事やクラブ例会もコロナ前には戻れず、厳しい状況にあるものと拝察いたします。

3大研修もオンラインやビデオでの研修を余儀なくされた地区がほとんどであったかと思えます。新年度が始まる前に、ガバナーエレクトと会長エレクトがface to faceの会合を持つことが出来ずに新年度を迎えたのではないかと考えます。そのような状況を考慮すると、情報を共有する方法として、否応なくオンラインミーティングやYouTubeなどを上手に活用する必要があります。ガバナーはじめ地区リーダーには、この機会に、地区・クラブレベルでのITリテラシーを向上するようリーダーシップを発揮していただきたいと考えます。2月にRIより提供された資料によりますと、「My ROTARY」登録率は高い地区でも65%にとどまり、低い地区では20%に未だ届かない地区も散見されます。

改めて指摘するまでもなく、RIからの情報はほとんどが「My ROTARY」経由となっています。様々な奉仕活動や資料、ロゴ、テンプレートやラーニングセンターでの研修などが利用可能です。この機会に是非、クラブ会員、特にご高齢の会員への支援を地区リーダーの方々をお願いしたいと思います。先日、地区内のクラブからオンライン例会への招待があり、メイクアップをいたしました。卓話の講師は、2830地区の関場PGがお話され、2690地区、松本PG他1名の会員が参加され、総勢70名近い例会でした。卓話の前には、グループごとに分かれて、zoomでの会話で盛り上がり、内容の濃い例会となりました。マローニー前会長は、先月に開催された各地域ロータリーコーディネーターとのzoomでのミーティングで次のことを強調されました。1つはzoom等オンラインでの例会の奨励、2つ目は、ハイブリッド型（通常例会とオンライン例会のミックス）の奨励、そして、最後はコロナ下、大変な状況であるが「会員増強」の重要性を強調されました。是非、この機会を捉え、ITリテラシーを向上させ、合わせて「My ROTARY」の登録率を上げるよう奨励ください。

前年度末に、各地域で地区・クラブレベルでの「戦略計画」の導入状況を、調査いたしました。その結果、ほとんどの地区で「戦略委員会」は設置され、活動をされていましたが、クラブでの「戦略計画」導入には相当な温度差があることが分かりました。中には、地区内クラブにおいて「戦略計画」導入クラブ“0”という地区もいくつか散見されました。コロナウイルス感染拡大下、各クラブはその所在する地域社会での立ち位置を再確認し、クラブの現状を踏まえたうえで、クラブのビジョンを再度、明確にする必要があると思えます。これまでの、固定化した例会の在り方やコロナ後への対応を踏まえたうえでの例会など再考する必要があると感じています。コロナ前の社会には戻れない中で、この機会に、クラブの戦略計画を真剣に考える時にあると思えます。

第2地域 ロータリーコーディネーター 水野 功（東京飛火野RC）



今こそロータリーがその真価を発揮する時

みなさんは最近My ROTARYのロータリーショーケースを覗かれたことがあるでしょうか？世界中のロータリークラブがコロナ支援の為に数々のプロジェクトが紹介されていますが、その数の多さには嬉しい驚きがあります。日本国内でもたくさんのクラブが医療従事者へのフェイスシールドや防護服の寄贈、バランスの取れた食事の提供などを行なっています。新型コロナウイルス感染拡大のこの時代は我々人類にとって大きな試練の時ではありますが、今こそロータリーがその真価を発揮すべき時であると言えます。それにはまずロータリアン自身がロータリーの価値を再認識すること、そしてそれを外に向けて発信していくことが重要です。そうすることが会員の気持ちをロータリーにつなぎとめることになり、同時に新会員を迎えるきっかけともなります。「世界を変える行動人」として奉仕活動を行っていきましょう！そして、それを伝えていきましょう！

ロータリーの「新しいビジョン声明」を支える行動計画、4つの優先事項、その1は「より大きなインパクトをもたらす」であり、その2は「参加者の基盤を広げる」であります。この二つの優先事項がつながりを持つためには、ロータリアンは自分たちの体験したことを自分たちの言葉で語る必要があります。その体験を聞いた人たちがインスピレーションを受け取って、ロータリーに参加する気持ちになることが大切なのです。では私たちロータリアンが外に向けてロータリーを発信する時、それがHPであれ、SNSであれ、イベントであれ、講演会であれ、ポイントとなることは何なのでしょう。

～イメージを統一して伝える～

ロータリアンが思い思いにロータリーのイメージを伝えるよりも、統一性を持ったブランドとして伝える方が効果的です。それには私たちが、ロータリーの価値観を共有するだけでなく、ロータリーのボイスである「賢明さ」「おもいやり」「粘り強さ」「行動を促す力」を念頭に置いて話をする、ロゴを正しく使う、ロータリーを表す色を使う、私たちが行動人であることを表す写真を使う、などが有効です。

それを助けてくれるのがMy ROTARYにある「ブランドリソースセンター」なのですが、残念ながらまだまだロータリアンの中で有効活用されているとは言えないのが現状です。今年度は多くのクラブに積極的に活用していただけるよう努めたいと思います。

～感動と共に伝える～

大切なのは「自分の言葉で感動を伝えること」です。どんなに立派な文章でも、講演でも発信する人の心が受信する人に伝わらなければ、仮に情報は届いたとしても、インスピレーションは届きません。私たちは自分の体験したことを自分の言葉で感動を持って語らなければなりません。コロナ禍のために、多くの人が顔を合わせて同じ場に集うことがむずかしい時代ではありますが、幸いフェイスブック、ツイッターなどのSNS、地元の新聞やテレビ局のニュースなどのメディアは私たちに味方してくれます。10月24日は「世界ポリオデー」ですが、そのイベントでさえ、今年度はオンライン上で行うことを考えてみてもいいのではないのでしょうか。このような時代こそ、ロータリーが放つ光が世界に届くように活動していきたいと思えます。

第2地域 ロータリー公共イメージコーディネーター 服部 陽子（東京広尾RC）