


イベント

計画ガイド




イベント（行事）の主催や参加は、地元におけるクラブやロータリーの存在感を高める上で有効な方法です。地元での認知度を向上させ、ネットワークを広げ、参加者の行動を促すだけでなく、ロータリーが地元で行ってきた活動を紹介するチャンスともなります。

このガイドでは、イベントの実施に役立つアイデア、チェックリスト、リソースをご紹介します。

1

イベントの目的は何かを考える

- + 地元の人たちにロータリーを知ってもらいたい
 - + クラブ入会への関心を高めたい
 - + ロータリーへの寄付を増やしたい
 - + 会員が持つスキルや専門知識をアピールしたい
- 

目的の達成につながるイベントを選ぶ

規模

-  小規模
-  中規模
-  大規模

ロータリーへの認識を高めるイベント

地元のイベントでブースを出す：お祭りや地域イベントで、ロータリーのブースを出しましょう。ブースを手伝うボランティアを募り、そこでロータリー関連の資料を配布してもらうとよいでしょう。



次世代に着目したイベントを主催する：大分キャピタルロータリークラブは、「体験しよう！未来のお仕事」と題し、子どもたちにさまざまな職業を体験してもらうイベントを開催しました。会場内に18の仕事ブースを設け、40分間の仕事体験を実施。美容師はネイルアート、建築士は家の模型制作、花屋はフラワーアレンジメント、テレビ局員はニュース原稿作りとカメラ前のアナウンス、自動車整備士はエンジンの分解と組み立て、獣医は犬の健康診断、など。給料として「キャピトル」という模擬通貨を提供し、会場内のショップで文具などを購入してもらいました。当日は市内の小学生414人が参加したほか、地元メディア4社の取材もありました。



「ロータリーデー」を開催する：「ロータリーデー」は、ロータリーを包括的に紹介するのに良い方法です。第2730地区は2015年、東日本大震災復興支援に取り組んできた女性会員の活動、被災地の現状に関する報告、さらなる支援のお願いをメインに、ロータリーの最優先活動でもあるポリオ撲滅についても紹介するロータリーデーを開催しました。一般の人びと、中高大学生の参加も広く呼びかけたことにより、幅広い年齢層の人がロータリーを知るチャンスをつくることができました。



会員の入会につなげるイベント

会員候補者を対象とした説明会を開く：各会員が、ロータリーに関心を示した会員候補者を説明会に招きます。説明会では、ロータリーに関する情報を提供するだけでなく、交流の時間も設けましょう。例えば、イベントの最初にくつろいだ雰囲気でも話ができるようレセプションを開き、その後で、地元地域が抱える課題について専門家による講演を行う、といった流れです。来てくれた人たちにクラブの情報を伝え、会員を直接紹介するとよいでしょう。また、説明会後に連絡を取り、クラブ活動への参加や入会を促しましょう。



地元でプレゼンテーションを行う：ロータリー全体やクラブについて、地元のほかの団体や組織でプレゼンテーションを行います。その際、出席者に配るための入会資料やクラブのパンフレットを持参するとよいでしょう。また、関心を示した出席者を次回の例会に招待するのも一案です。



ほかの団体と共同でイベントを開催する：ロータリーと同じ関心や目標を掲げる団体と共同でイベントを開催すれば、両方の会員が交流を深め、互いの活動への参加方法を知ることができます。このようにほかの団体とクロス・プロモーションを行うことは、入会の促進にも非常に効果的です。



ファンドレイジング (寄付推進) のためのイベント

若者と一緒に小規模なチャリティイベントを開く: 宇都宮北ロータリークラブがスポンサーするインターアクトクラブは2015年、チャリティバザーと募金活動を実施しました。バザーの売り上げは、カンボジアでの学校建設プロジェクトに利用されたほか、クラブの活動運営費にあてられました。



スポーツイベントに参加する: マラソン大会、自転車レースなど、スポーツ関連のイベントに参加して、ポリオ撲滅への募金を呼びかけたり、ロータリーをアピールできます。壺岐ロータリークラブは、地元で毎年開催されている自転車レースに参戦。おそろいのロータリーロゴ入りジャージを身につけて島を滑走しました。一般の人たちが多く参加するこのようなイベントは、ファンドレイジングにも効果的です。



スポンサーをつけた大規模なイベントを開催する: 国際ロータリー第2760地区の全ロータリークラブは、名古屋市が目抜き通りである久屋大通り公園で毎年秋、「ワールドフード+ふれ愛フェスタ」を開催しています。世界各国の料理・文化・民芸品などを紹介するほか、さまざまなパフォーマンスも交えた2日間のフェスティバルです。名古屋市や在名古屋の各国総領事館からの後援を得るだけでなく、4段階（プラチナ、ゴールド、シルバー、ブロンズ）のスポンサー枠を設け、約100の地元企業から支援を募っています。毎年5万人以上の入場者を記録しており、収益金のすべてはカンボジアやミャンマーの子ども達を支援するための事業（きれいな水、トイレ、井戸、制服、文房具の提供など）、ポリオ撲滅支援に使用しています。



地元市民の参加を促すイベント

卓話者をクラブに招く: 地元企業の代表者、専門職に就く人、地域の活動家やリーダーといった人たちにクラブで卓話をしてもらいます。地元で活躍する人たちに話をしてもらうことによって、クラブの知名度が上がるだけでなく、地元の有名人を招けば新会員の入会も促されるでしょう。

地元の人たちが大切にしているものを一緒に守る: 京都洛西ロータリークラブは、地元の名勝、嵯峨嵐山を代表する風物である「竹穂垣」の修繕事業を、クラブの恒例行事として実施しています。美しい竹林の小路に風情を添える竹穂垣は痛むのが早く、クラブでは15年前からこのイベントを開催。今年は会員と家族、ローターアクター、地元中学校の教師と生徒、計52名が参加しました。

重点分野に沿ったシンポジウムを主催する: 東京六本木ロータリークラブは、東京の9クラブと共催、第2750地区、環境省、朝日新聞社を後援に、「環境シンポジウム」を開催しました。テーマは「健全な水循環の再生とヒートアイランド現象の緩和を目指して」。ヒートアイランド現象に詳しい大学教授による基調講演、元環境大臣によるスピーチ、「東京のロータリアンが今出来ることは何か」をテーマとした4名によるパネルディスカッション、ガバナーによる宣言の採択まで、ロータリーの重点分野の一つでもある「きれいな水と衛生」につながる包括的なイベントです。



3

リソースを確保する

クラブ・地区で実施したいイベントの種類を決めたら、実行に必要なリソース（資金、資材・資料、人材など）を確保する必要があります。以下は、スポンサーを募る大規模イベントでの計画スケジュールを概要にしたものです。イベントによってこのスケジュールは変わりますが、大体の参考としてください。

スケジュール	やること
<input type="checkbox"/> 1年半～1年前	<input type="checkbox"/> イベント内容を考える（主題、ファンドレイジング事業としてのコンセプトなど）
<input type="checkbox"/> 1年前	<input type="checkbox"/> 会場をおさえる
<input type="checkbox"/> 10カ月前	<input type="checkbox"/> 実行委員会を組織し、役割を割り振る
<input type="checkbox"/> 6カ月前	<input type="checkbox"/> 宣伝資料（フライヤー）、広告協賛募集要項（スポンサー）など、印刷物のデザイン作成 <input type="checkbox"/> 業者（料理・工芸品）やパフォーマーの募集開始 <input type="checkbox"/> 後援団体（役所や各国領事館）への後援依頼と承認
<input type="checkbox"/> 18～12週間前	<input type="checkbox"/> フライヤー、広告協賛募集要項（スポンサー）などの印刷 <input type="checkbox"/> 協賛チケットの印刷ならびに販売開始 <input type="checkbox"/> 広告協賛企業の募集開始 <input type="checkbox"/> 業者（料理・工芸品）の決定 <input type="checkbox"/> ウェブサイトにイベント内容を掲載
<input type="checkbox"/> 12～8週間前	<input type="checkbox"/> 広告協賛企業の募集継続 <input type="checkbox"/> 協賛チケットの販売継続（特に地区内ロータリアン向け。各クラブで取りまとめて購入） <input type="checkbox"/> フライヤー等の宣伝資料の配布
<input type="checkbox"/> 8～6週間前	<input type="checkbox"/> 広告協賛の募集締切 <input type="checkbox"/> 協賛チケットの販売継続 <input type="checkbox"/> ベンダーの配置決定 <input type="checkbox"/> ステージ（パフォーマー）のスケジュール決定 <input type="checkbox"/> 宣伝活動の継続

スケジュール	やること
<input data-bbox="180 174 233 226" type="checkbox"/> 8～4週間前	<input type="checkbox"/> テレビ、ラジオ局、新聞など地元メディアを利用したの宣伝活動 <input type="checkbox"/> ベンダーへの説明会 <input type="checkbox"/> 協賛チケットの販売継続
<input data-bbox="180 363 233 415" type="checkbox"/> 2～1週間前	<input type="checkbox"/> 当日のチェックリスト作成 <input type="checkbox"/> テレビ、ラジオ局、新聞など、地元メディアへの取材依頼と出演 <input type="checkbox"/> 全体の流れを再確認 <input type="checkbox"/> 緊急事態への対応を確認 <input type="checkbox"/> ロータリアン、ローターアクター、インターアクター、米山学友などの当日の役割の最終確認 <input type="checkbox"/> ロータリー広報パネルの最終確認（スポンサーのロゴや名前）
<input data-bbox="180 760 233 812" type="checkbox"/> イベント前日	<input type="checkbox"/> テントや各種看板、ロータリー広報パネル等の設置 <input type="checkbox"/> 業者の搬入 <input type="checkbox"/> メディアへの対応
<input data-bbox="180 947 233 999" type="checkbox"/> イベント当日	<input type="checkbox"/> メディアへの対応
<input data-bbox="180 1018 233 1071" type="checkbox"/> イベント翌日	<input type="checkbox"/> テント・看板等の撤去 <input type="checkbox"/> 会場の清掃確認 <input type="checkbox"/> 協賛チケットの集計・清算

イベントの成果を伝える

インパクトを残し、今後のイベントの土台を固めるために、次のようなフォローアップを行いましょう。



礼状を送る: 参加者、講演者、スポンサー、ボランティアに感謝の気持ちを伝えましょう。



参加者とのつながりを保つ: 参加者にイベントの感想を尋ねたり、ロータリーに関心を示してくれた人に定期的に情報を送るなど、ロータリーとのつながりを保つ努力をしましょう。



メディアに連絡する: 当日に取材に来なかった地元メディアにイベントの成果を伝えたり、写真や関係資料を送付しましょう。また、ソーシャルメディアを使って、イベントの成果を幅広い層に伝えることも大切です。地元メディアがイベントについてソーシャルメディアで紹介している場合もあるので、随時確認しましょう。



ロータリーに連絡する: イベントの概要を、写真やビデオと一緒に pr@rotary.org までお送りください。また、イベントの成功談を www.rotary.org/ja/rotarystory からもご紹介いただけます。さらに、ソーシャルメディア（フェイスブック、ツイッター、インスタグラムなど）を利用する場合は、ハッシュタグ「[#rotarystory](https://twitter.com/rotarystory)」も追加してください。ハッシュタグをつければ、自分のイベントについて世界中のロータリアンに知ってもらうことができます。ロータリーの認知度を高めるために、ぜひご協力ください。



イベントに役立つリソース

イベントの開催に役立つさまざまなリソースを、ブランドリソースセンター、オンラインショップ、My ROTARYからご利用ください。

公式ロゴ



クラブのパフレット



その他の推進用リソース

- + 入会候補者向けパンフレット
- + ロータリーのプレゼンテーション資料

ロータリー／重点分野のバナー



ブランドリソースセンターに掲載されているリソース

- + ニュースレター、プレゼンテーション、レターヘッドのテンプレート
- + お礼状
- + ガイドラインで紹介されているイベント推進の例 (ポスター、カード、デジタル向け資料)

⑦ イベントのアイデアや計画でサポートが必要な場合は、お気軽に pr@rotary.org までご連絡ください。