

2021年11月14日

国際ロータリー第2740地区
公共イメージセミナー

既存メディアの活用

公共イメージ地区委員 辻村圭介(唐津東RC)

1 ロータリークラブの存在感

認知浸透度調査

(第2660地区2020～21年度公共イメージ向上委員会
大阪府北部地域、インターネット調査・博報堂委託)

- 活動内容を知っている 1割前後
- 名前だけは知っている 5割前後
- 男性、高齢層により認知されている

2 どう見られているのか

イメージは年齢層が高いハイクラスの社交場

年齢層が高く裕福な人が多いイメージや、役員クラスが所属しているなど、ハイクラスのイメージが特徴的。

(第2660地区2020～21年度公共イメージ向上委員会
大阪府北部地域、インターネット調査・博報堂委託)

※ローターアクトクラブへのアンケートより(2020年1～2月、自由筆記回答)

「年齢層高め」「堅い」「社長など偉い人のクラブ・サロン・交流の場」

「アクターのことを部下か何かと勘違いしている」「古い体質」

「お金で買う奉仕活動」

「形式を意識しすぎるあまり奉仕団体というより宗教団体に見える」

3 活動を知ってもらう

RCの認知経路は口コミ最多、次いでテレビ・新聞
若者はSNS、看板・屋内サインが多い

積極的、主体的な広報活動



マスメディアは変わらず影響力大

取材依頼の仕方

・複数のメディアに依頼する場合

県政記者クラブ、市政記者クラブの幹事社(各社持ち回り)に連絡して資料配布、もしくはレクチャーをしたい場合は日程調整をお願いします。幹事社が分からない、もしくは連絡が取れない場合、県や市の広報課に仲介を頼む。



・特定のメディアに依頼する場合

各社の報道部に資料送付する。

おおむねホームページに取材受付の窓口があるので、そこから依頼文と資料を流すことも可能。報道機関に知り合いがいれば、その人を通じて頼む。ネットで受け付けていない場合は電話して資料をメールかファクスで送る。

取材依頼時に気をつけたいこと

- なぜこれを知ってほしいか、
どう対象者(ターゲット)と関連づけるか
- 新しさ、特異性を明示する
(メディアが興味ないと取り上げてもらえない)
- 独りよがり(こちらの事情だけで知らせる)、
善意の押し付け(正しいことを、世の中のために奉仕活動をしているのだから報道するのが当たり前)にならないように
心掛ける
- 質問には丁寧に答える(知らない、担当者に聞かないと
分からない、ノーコメントと答えない)



国際ロータリークラブ第2740地区
第1グループガバナー補佐 吉田 政亮
第2グループガバナー補佐 古賀 久志

5W1H

いつ (When)
どこで (Where)
だれが (Who)
何を (What)
なぜ (Why)
どのように (How)

ロータリークラブ2740地区第一・二グループ合同環境美化プロジェクト における取材依頼について (お願い)

拝啓 貴社におかれましては益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。
2021-22年度国際ロータリーシェカールメータ会長が提唱されている事項の一つにロータリーの活動を世界に知らせる「ロータリー奉仕デー」の実施を掲げられています。これを受け日本では国内34地区のガバナー会の席上で、今マイクロプラスチック等海洋汚染の深刻化が憂慮されていることから、ロータリーの重点項目に新しく加わった「環境の保全と保護」に注目し、可能なら統一日に全国一斉に行動しようと提案がありました。私たち2740地区(佐賀、長崎一塚崎寛ガバナー)も同意し、2740地区第一第二グループ(佐賀市多久市小城市神埼市に10クラブ)は合同で統一行動をすることとなりました。コロナ禍の中での実施ですので、全員参加ではありませんが、会員のみならず会員外の皆様とも一緒に同じ思いを持って行動することで少しでも海洋汚染が減少するきっかけになればと考えています感染防止の上貴社からの取材方よろしくお願いいたします。又、コロナ感染状況により延期もしくは中止になる場合がございます。その場合は事前にご連絡致します

敬具

記

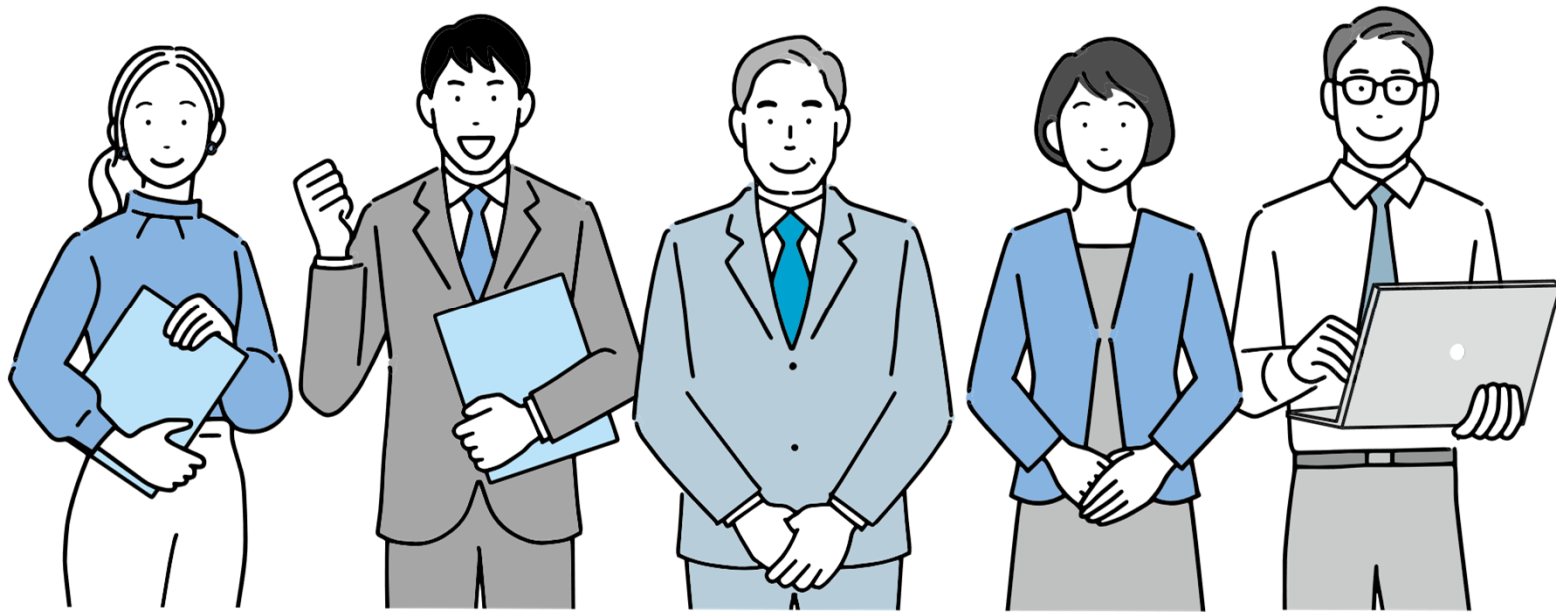
- | | |
|--------|------------------------|
| 1. 日時 | 令和3年9月26日(日) 8:00~9:00 |
| 2. 場所 | 「東よか干潟ビジターセンター」ひがさす |
| 3. 内容 | 東与賀シチメンソウ公園干潟内の清掃活動 |
| 4. その他 | 詳細は別紙を参照願います。 |

【連絡先】

〒840-0826
佐賀市白山2丁目1-21
佐賀北ロータリークラブ事務局
TEL 0952-20-1100 FAX 0952-20-1101
担当：吉田 携帯 090.3198.2393

4 地元固有の活動をアピールする

全ロータリーで取り組んでいる活動に限らず、地域性や、地域の問題意識を持った奉仕活動を行い、その**独自性をPR**する。



5 もう一つのメディア活用

新聞広告(新聞×ツイッター)



印象に残るような、普通ではないと思われる要素を盛り込んで作る。

ツイッターで発信、拡散し話題を呼ぶ。

若い世代になじみが薄かった新聞が、逆に新鮮さを与えて話題になっている。

参照・広告朝日 花田礼氏インタビュー

(<https://adv.asahi.com/interview/14260374>)