



新しい年度が始まりもう2ヶ月。私の仕事はゾーン1、2、3の各種コーディネーターの皆様と力を合わせて会員増強のために動くことです。GEの皆様をお願いしたい事を以下にまとめました。

- ①名門クラブと歴史あるクラブの皆様はロータリーの矜持を維持し、よりクラブ運営を強化して頂くこと。
 - ②いつの間にか(多分ここ10～15年の間に)30人未満のクラブになってしまった我がクラブを町おこしの中心クラブになっていただくためにクラブのビジョン声明を3年以内に作っていただくこと。
 - ③分区(地域の線引きによる区分)を越えて1分区あるいは2分区から3分区で一つのクラブを新しく作っていただくこと。
- 等を提案申し上げたいと思います。2017-18年度は準備期間、2018-19年度、20年度は立ち上げ期として用意されることをお勧めします。日本のメンバー10万人の復活を夢見ています。

国際ロータリー理事 斎藤 直美



ロータリーの 中核的価値観

奉仕 (Service)
親睦 (Fellowship)
多様性 (Diversity)
高潔性 (Integrity)
リーダーシップ (Leadership)

ロータリーの中核的価値観について

世界の変化にロータリーが追いついていく必要を認めたのは、2015年10月のRI理事会・財団管理委員会でした。時の流れの速い現代社会では、ロータリーの競合団体が数多く作り出され、ロータリーの特色が薄れ、会員のメリット、価値を実感できなくなっています。再び他の団体と異なる輝ける団体で存続するためには、ビジョンを持ち続けることです。そして自分たちのアイデンティティであるロータリアン其々が持っている共通の価値観、すなわち親睦・高潔性・多様性・奉仕・リーダーシップの5つの中核的価値観を意識して行動することです。

ロータリーが初めて創られたのはお互い正直に語り合える楽しい仲間を作ること、つまり親睦からでした。そして己の利益だけでなく、人に良いことをする、いわゆる利他の心が奉仕になりました。それは自分を律し、品格を高めることとなり、高潔性を生み出しました。いろんな会員が増えることで寛容を必要として、多様性を育みました。ロータリアン一人ひとりが職業・地域社会のリーダーであることの自覚が必要となってきました。しかしロータリーのリーダーシップは支配型(牽引型)リーダーシップではなく、目標に向かって進む仲間を応援することです。管理・命令といった上から目線で指導する従来のリーダーと異なり、相手に対する思いやりや奉仕の精神を常に置くことが特徴です。トップダウンの一方通行でなく対話型のリーダーシップです。これをサーバント・リーダーと呼ばれています。利他を意識し、組織を己の力で支配しようとするサーバント・リーダーは組織に強い絆をもたらします。ロータリーなら一般企業でも新しいリーダー像として信頼され用いられています。この名称を作ったアメリカのロバート・グリーンリーフは「リーダーである人はまず相手に奉仕し、その後相手を導く」と著書にサーバント・リーダーについて書き残しています。

第2ゾーン ロータリーコーディネーター 田中 正規



第2780地区横須賀RC「10,000メートルブルームナードグリーン作戦」に参加した横須賀市を拠点とした6ロータリークラブ、ロータリーアクト、ボーイスカウト、6高校からの621名の参加者

行動をもって「公共イメージと認知度の向上」を推進しましょう

イアンH. S. ライズリーRI会長は、「ロータリーとは何ですか?」という問いに「自らの「行動」によって答えましょう」と述べました。ロータリーの「公共イメージと認知度の向上」への取り組みにおいても、「ロータリアンの行動する姿」を見てもらうのが一番効果的であると実感しております。

私の所属する第2780地区横須賀ロータリークラブ(神奈川県)では、10年前より毎年「10,000メートルブルームナードグリーン作戦」を開催しています。地域の清掃ボランティア活動ですが、今年は3月12日の日曜日に実施。横須賀市に拠点を置く6つのロータリークラブ、ロータリーアクト、ボーイスカウト、6高校から総勢621名の参加がございました。この621名が6つの出発点に別れて一斉にスタート、清掃活動をしながらか市民と触れ合いながらゴール地点である横須賀港湾岸緑地である「海辺つり公園」を目指しました。清掃活動をする私達の行動を、昇り旗のロータリーの文字を、キャップについたロータリーのロゴをいったい、何千人、何万人の市民が見たことでしょう。

私自身もこの活動をしていて、多くの市民の方と触れ合ったり、挨拶をしたり、そして人の目に触れている事を実感致します。人間の五感(視覚・聴覚・嗅覚・味覚・触覚)の内、最も情報摂取量が多いのは全体の87%を占める「視覚」なのです。「ロレックス」は世界的一流の時計ブランドですが、「ロレックス」というと皆様はすぐに「腕時計」をイメージされるでしょう。

何故でしょうか? 腕時計は「行動」する人の腕にあるからです。つまり「行動性」があるので、他人の目に触れる機会が多いのです。一方、壁掛け時計は自宅の壁に固定されているため、他人の目に触れる機会が少ないのです。私達は行動する事によって、そしてその姿をより多くの人に見てもらう事によって「公共イメージと認知度の向上」を推進して参りたいと存じます。

第2ゾーン ロータリー公共イメージコーディネーター 渡辺 治夫