

# ロータリーのコーズマーケティング

## 企業とロータリーが協力するためのガイドライン

ロータリーに関心をお寄せいただき、誠にありがとうございます。ロータリーには 200 を超える国・地域に 35,000 のクラブがあり、120 万人の会員が活動しています。会員は、ロータリーの世界的ネットワークを通じて、世界で最も深刻な人道的課題に取り組む活動を実施しています。

ロータリーでは、次のことを実現するために、さまざまなパートナーと協力しています。

- **ポリオの撲滅**： リソースを結集して、世界からポリオ（小児まひ）を撲滅するための活動
- **平和の推進**： 異文化間の対話と理解を促進
- **疾病との闘い**： 地域社会が自力で深刻な疾病を予防できるよう、研修と支援を提供
- **きれいな水の提供**： 多くの人々が安全な水を利用できるよう、地域社会に解決策を提供
- **母子の健康**： 母と子が健やかな生活を送れるよう、質の高い医療へのアクセスを向上
- **教育の支援**： 子どもの学習意欲を促進できるよう、教育従事者に研修と支援を提供
- **地域経済の発展**： 地域社会と地元住民が経済・社会的に自立するための機会を創出

### コーズマーケティング(Cause Marketing)

“Cone Communications/Ebiquity Global CSR” による 2015 年の調査によると、今日、顧客はかつてないほどの情報量と力を有しています。顧客は、購入決定やその他の判断を通じて、社会的に大きなインパクトを生み出せることを認識しています。また、グローバルな顧客は、重要な決定を下す前に、社会と環境に対する企業の姿勢を検討することが調査によって明らかになりました。以下は、調査から分かったそのほかの傾向です。

- **90%**の回答者： 価格と質が同じである場合、優れたコーズ（社会貢献につながる目的）を掲げるブランドに切り替える傾向にある。
- **83%**： 社会や環境に対する責任を果たしている商品やサービスをできるだけ購入するようにしている。

- **88%**：社会的・環境的なコースを支持している企業や会社により好ましいイメージを抱いている。
- **79%**：社会的・環境的な問題に取り組んでいる企業や会社を信頼する。
- **67%**：社会的・環境的な問題に取り組んでいる企業や会社により忠誠心を抱く。

企業や会社にとって、ロータリーのような社会貢献に取り組む団体とパートナーシップを結ぶことは、上記のような顧客の選択、信頼、忠誠心を得る手段となります。ロータリーを通じて社会貢献しながら、企業の目標を達成するために、以下のガイドラインをご参照ください。

## コースマーケティングのガイドライン

### 透明性と情報公開

ロータリーは、Better Business Bureau（米国・商事改善協会）が定める[慈善事業の説明責任基準](#)を順守しています。この基準では、コースマーケティング（第19項）を含むあらゆる運営面に関して、明確かつ完全な情報を顧客に公開することを定めています。これに従い、ロータリーでは、顧客の購買またはプロモーションによって資金が集められた際、すべてのパッケージ、広告、および推進資料について、明確な文言による情報をロータリーに完全公開することを義務づけています。ロータリーとのコースマーケティングを行う企業はすべて、この要件を順守しなければなりません。この要件の順守を確実にするため、ロータリーは企業と協力し、情報公開の文言について提案と承認を行います。オンラインを通じたプロモーションについても、この基準に沿う必要があります。

### 提携の基準

一般的に、ロータリーと最低1年間のコースマーケティング提携を希望する企業が優先されます。既に提携関係にある企業による新製品および新製品ラインも、検討の対象となる場合があります。

### ロータリーのデータベース

ロータリーは、大規模で国際的な会員基盤を有していますが、ロータリークラブ会員のみをマーケティング対象としたコースマーケティング提携は行いません。ロータリーは、ロータリーのコース（社会貢献につながる目的）とブランドの宣伝およびサポートを通じて、より幅広い人（既存の顧客ベースを含む）を対象を広げることに積極的な企業と協力します。ロータリークラブ会員のみをマーケティング対象とすることを望む企業は、ロータリーの会員特典プログラム「ロータリー グローバル リワード」を利用できます。

ロータリーは、いかなる企業および個人に対しても、そのメーリングリストまたはEメールアドレスを販売、貸出、配布することに同意しません。

## 推奨

ロータリーは、いかなる企業の製品またはサービスも推奨しません。企業の宣伝資料やコミュニケーションに、ロータリーによる製品・サービスの推奨または承認を示唆する文言やデザインを含めることはできません。また、宣伝資料やコミュニケーションは、ロータリーが確認し、承認する必要があります。

## 広告

ロータリーは、企業とのコースに基づく提携を公に承認する場合がありますが、ロータリーは非営利の団体であるため、ロータリーの提携パートナーのために広告したり、パートナーの製品やサービスを宣伝、販売、配布したりすることはできません。

## 著名人の起用

ロータリーでは、ロータリーに代わって企業のコースを推進するために、著名人の起用を確保することはできません。

## 許諾権とロゴの使用

ロータリーは、「ロータリー／Rotary」の名称、ロゴ、誇りのシンボル、ロータリー国際大会のロゴ、その他さまざまな名称やデザイン標章（ロータリーの標章）を有しています。ロータリーは、使命のサポートや資金面での支援に関する取り決めへの同意によって、ロータリー標章の使用を許可または不許可とする場合があります。許諾権およびロータリー標章の使用方法に関する条項を含む同意書が交わされていない限り、ロータリー標章を使用することは禁じられています。また、ロータリーは、ロータリー標章が公開される前に、完成した同意書を受理する必要があります。すべてのロータリー標章は、ロータリー章典第 33 条に定められるグラフィックの基準に沿って使用されなければなりません。また、ロータリー標章は、ロータリーによる審査と書面での承認が行われた後にのみ、第三者による使用が可能となります。

## ウェブサイトのハイパーリンク

コースマーケティングまたはその他の同意を通じて定められる場合を除き、ロータリーウェブサイトから外部サイトへのハイパーリンクをロータリーが提供することはありません。

## 商業上の共同ベンチャー（CCV）または購入促進の分割

米国・商事改善協会による慈善事業の説明責任基準第 19 項に定められる要件に加えて、米国での販売または顧客活動を促進するプロモーションは、一部の州において、商業上の共同ベンチャー（CCV）に関する規則が適用される場合があります。CCV に関する特別要件は州によって異なり、慈善事業および企業による登録、書面による同意書の提出、会計報告、広告に関する情報公開が義務づけられる場合もあります。ロータリーは、慈善目的の CCV に関連する州の規制、および米国外で実施される取引に適用される国外の法律を、すべて順守します。ロータリーから第三者への法的アドバイスを提供することはできませんが、ロータリーとのコースマーケティングを行う企業はすべて、適用される全要件へのコンプライアンスを満たすために、独自に法的アドバイスを受けることを推奨します。

## 契約書

コースマーケティングの提携はすべて、国際ロータリーまたはロータリー財団との書面による契約書を作成する必要があります。この契約書には、提携の期間（開始日と終了日）、販売1件ごとの寄付額、寄付の保証最低額および最高額を含む条項が含まれます。

## 寄付の保証最低額

ロータリーでは、コースマーケティング提携のすべてについて、寄付の保証最低額を定めます。保証額は提携契約ごとに異なりますが、短期の提携であれば50,000ドル、1年間に及ぶ長期の提携であれば100,000ドルを目安としています。最低額の決定要因には、企業の規模と評判、企業ブランドの影響力、ロータリーのコースの可視性、寄付者・会員数拡大の能力、提携におけるプロモーション義務、このプロモーションに含まれる製品とその量、製品の価格、流通レベル、その他の要素が含まれます。

それぞれの企業に最もあったコースマーケティングをカスタマイズいたします。

お問い合わせ：[sponsorships@rotary.org](mailto:sponsorships@rotary.org)