

# LIONS INTERNATIONAL MARKETING AWARD

2025～2026年度ライオンズ・インターナショナル・  
マーケティング・アワード受賞者の皆さん、

**おめでとうございます。**

そしてアワードの審査の対象としてマーケティング・  
キャンペーンを提出してくださったすべてのクラブに  
感謝申し上げます。

# CA1

米国  
ストックン・ヘルシー・レオ  
ライオンズクラブ  
4 A1地区

このクラブは、新しいメンバーの入会を促すため、エネルギッシュなAI生成コンテンツでソーシャルメディアでの存在感を最適化することに焦点を当てました。彼らは自分たちのイベントの一つ一つを地域社会に宣伝することに専念しました。

## 目標

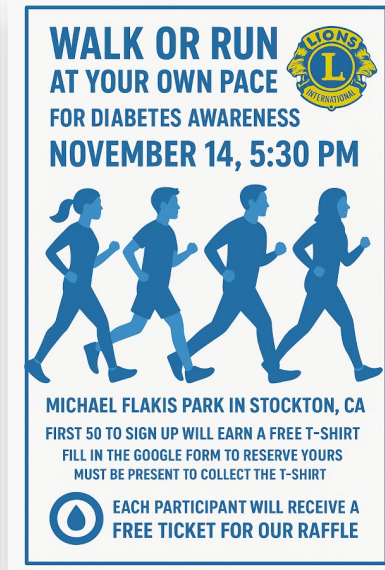
- 5人の新会員
- ソーシャルメディアのエンゲージメントを15%増加させる

## 結果

- 5人の入会者及び10人の会員候補
- 450回のInstagram閲覧
- 40の奉仕事業、540時間の奉仕



勧誘のソーシャル  
メディア投稿



イベントのソーシャル  
メディア投稿



イベントのチラシ



イベントブース



# CA2

## カナダ トロント・ナイジェリアン・ ライオンズクラブ A711地区

このクラブは、新クラブ会長の就任式を開催し、地域社会での認知度向上を図りました。彼らはまた、この機会を利用して将来の奉仕事業のためにかなりの資金を調達しました。

### 目標

- 新会員20人を勧誘
- 奉仕事業の資金として1万ドルを調達

### 結果

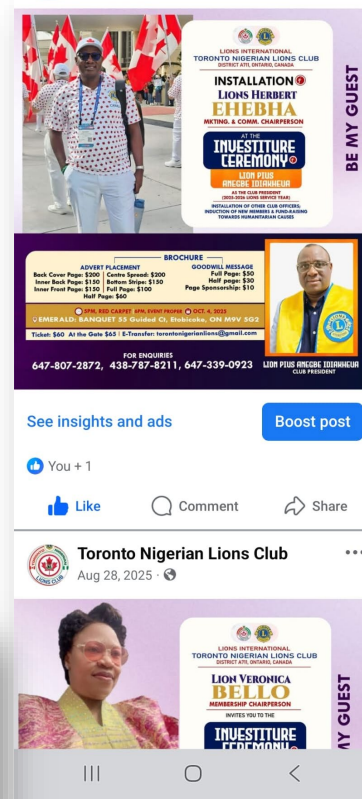
- 12人の入会者及び9人の会員候補
- イベントには200名以上が参加
- イベントで13,000ドル超を調達



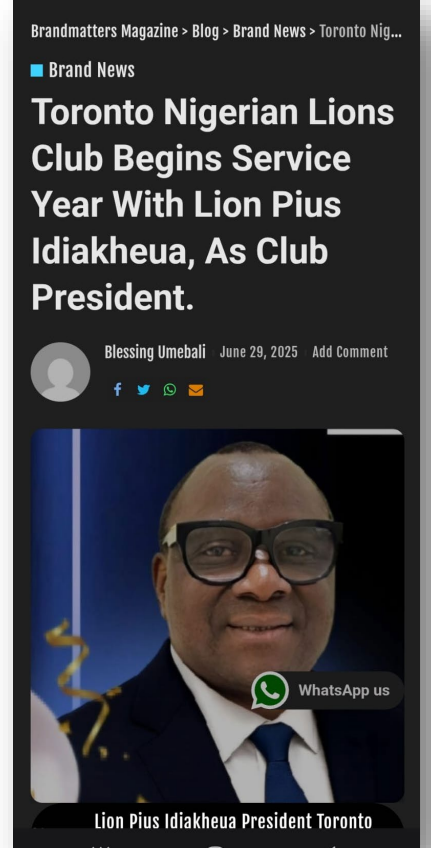
ソーシャルメディア  
投稿への招待



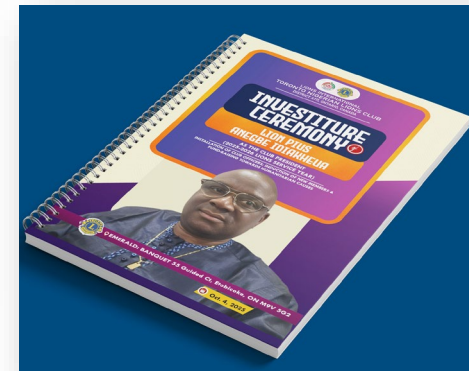
招待状チラシ



WhatsAppの招待



メディア報道



パンフレット



Lions Clubs International

# CA3

## パナマ パナマ・バーチャル・エン・ バローレス・ライオンズクラブ D1地区

このクラブのキャンペーンは、屋外広告と強力でブランド化されたソーシャルメディアでの存在感を通じて、ライオンズの基本的価値観を推進しました。その結果、新会員が仲間に加わり、民間セクターの地域支援者からの寄付も、クラブの成長と持続可能性に貢献しました。

### 目標

- 会員を増やす
- 地域社会での認知度を高める

### 結果

- 6人の入会者及び7人の会員候補
- Instagramで13,000回の動画・投稿閲覧数



八つの体験談動画



屋外広告板



Lions Clubs International

# CA4

フランス  
シャラン・サーブル・エ・  
マレ・ライオンズクラブ  
103 CW地区

クラシックカーとオートバイ愛好家が一堂に  
会するチャリティーイベントにより、障害のある  
方々への訓練を支援し、会員への関心を  
高めました。

## 目標

- 地域社会での認知度を高めて会員数を増加させる

## 結果

- 6人の入会者及び11人の会員候補
- 15,000回を超えるFacebook閲覧回数
- 7,000名を超えるイベント来場者



Lions Clubs International

## ソーシャルメディア投稿



## チラシ



## 新聞報道



## プレスリリース

Le Lions motors-club a tenu toutes ses promesses



Les bénévoles du Lions club accompagnés de l'équipe d'Horizons pour tous, bénéficiaires de l'opération.

Le Lions club tire le bilan de l'opération Lions motors-club, organisée le 14 septembre. La manifestation avait pour ambition de venir en aide à l'association Horizons pour tous et à l'hôpital de Challans pour la restauration d'une fresque dans l'unité d'urgences pédiatriques. Pour exposer un véhicule ou passer sur scène, il faut être inscrit. Les recettes récoltées, via la tombola, la restauration et les activités ludiques, permettront de soutenir deux causes locales : l'association Horizons pour tous et l'hôpital de Challans pour la restauration d'une fresque dans l'unité d'urgences pédiatriques. « Si on avait parié sur ces chiffres, on aurait parié que c'était infaisable. Et c'est formidable de voir qu'on peut transformer une idée en réussite », s'enthousiasme Pascal Glandron, vice-président du club. Le bilan financier définitif est en cours de consolidation, mais l'opération permettra de financer trois formations aux métiers de la restauration pour des personnes en situation de handicap évoluant à Horizons pour tous. « Le projet de fresque pour l'hôpital n'est pas abandonné, mais on a préféré actionner les sujets jugés prioritaires », explique Pascal Glandron. Quant à imaginer une prochaine édition, rien n'est encore acté selon Christian Renner, président des Lions, car « c'est lourd à organiser » : la décision devrait être prise le 14 octobre.

## ラジオCM





# CA6

## インド チャンディーガル・ フォーチュン・レオクラブ 321F地区

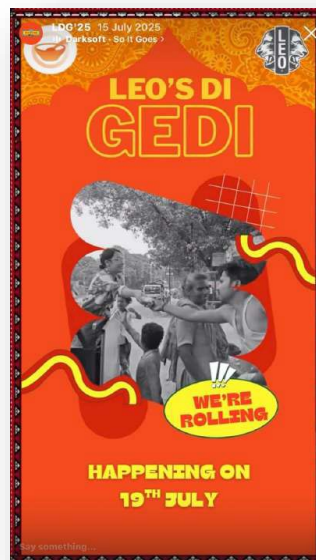
このクラブのプロジェクトは、3都市圏全体の住宅地域と学術地域に直接奉仕を提供することで、一貫したオフラインでの存在感を確保するよう設計されました。現地での取り組みと並行して、リアルタイムの更新、デジタルストーリーテリング、リール、投稿を通じて、すべての活動をオンラインで戦略的に宣伝し、強力なデジタルエンゲージメントを確保しました。

### 目標

- 新会員の入会意欲を高める
- オフラインのコミュニティアウトリーチを強化する

### 結果

- 61人の入会者及び100人の会員候補



ソーシャルメディア



勧誘チラシ



勧誘パンフレット



屋外広告板



ブース・アウトリーチ



動画



ソーシャルメディア



Lions Clubs International

# CA7

## オーストラリア イプスウィッチ・ ライオンズクラブ 201-Q3地区

このクラブは、イメージを強化し、地域社会での認知度を高め、新しい会員を引き付けるために、ブランドの全面的な更新を実施しました。これには、新しいドメイン名とウェブサイト、ソーシャルメディア全体での更新されたデザイン、そして刷新されたPR資料が含まれました。アプローチを現代化することで、影響力を高めました。

### 目標

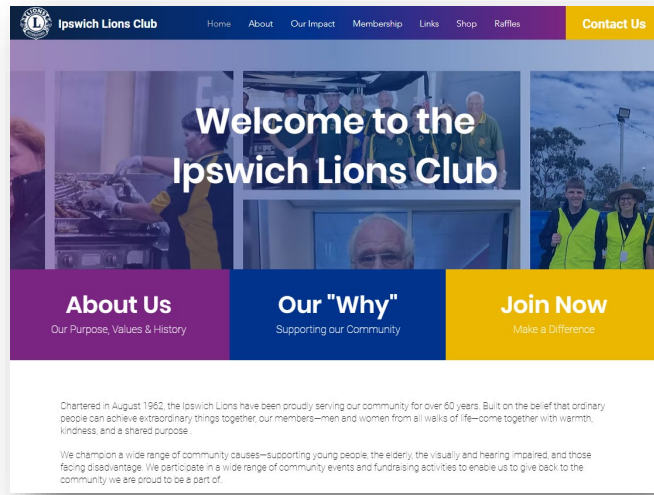
- 新会員獲得のためのブランド刷新
- 地域社会における認知向上

### 結果

- 2人の入会者及び5人の会員候補
- Facebook閲覧が474%増加
- キャンペーン期間中のウェブサイト訪問数254件



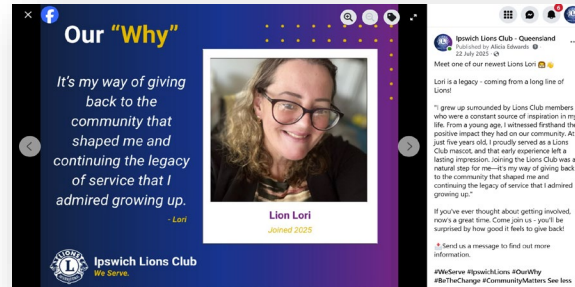
Lions Clubs International



ブランドを刷新したウェブサイト



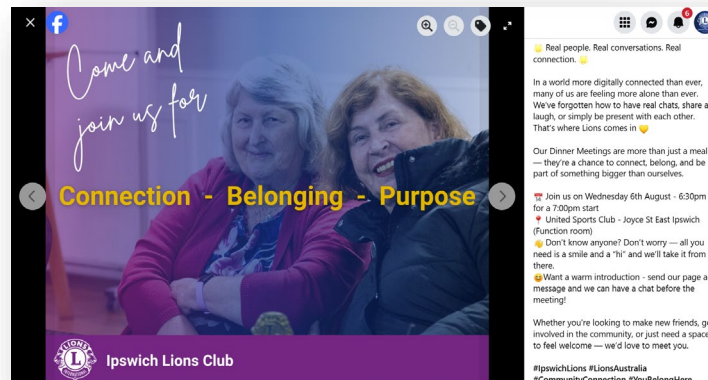
勧誘  
パンフレット



ソーシャルメディアの投稿



イベントのチラシ



Ipswich Lions Club  
We Serve.

# CA8

## ガーナ テーマ・グリニッジ ライオンズクラブ 418地区

このクラブは、関心を高め、それを会員獲得につなげるよう設計された3段階のキャンペーンを実施しました。彼らは写真や動画に支えられた説得力のあるストーリーを通じて奉仕事業を強調し、ブランドの認知度を高めるために公共の場所でライオンズのグッズを着用するようメンバーに奨励しました。

### 目標

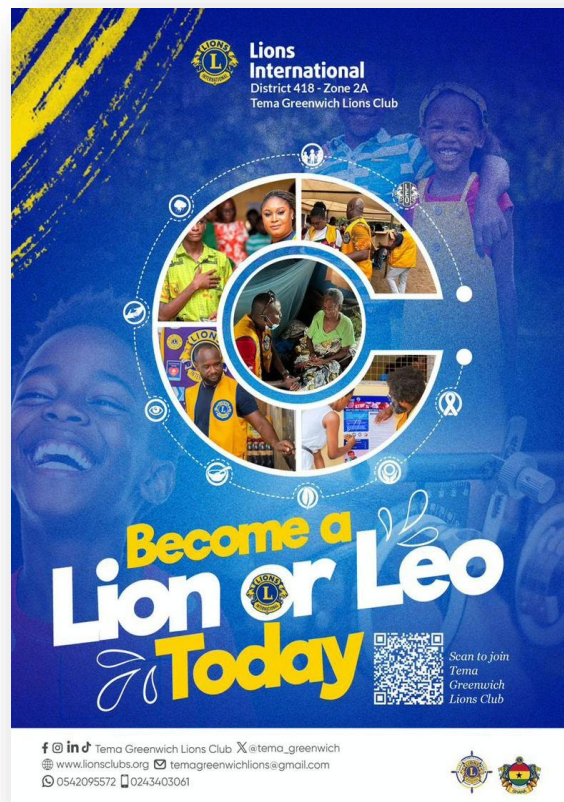
- 新会員8～10人の入会
- 100人のFacebookフォロワー数

### 結果

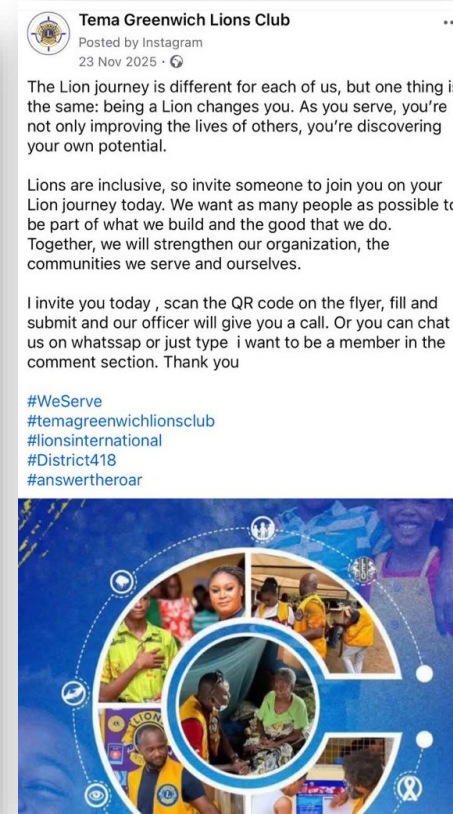
- 4人の入会者及び26人の会員候補
- 約60万のFacebookのインプレッション数
- 9,687件のFB会員募集インプレッション



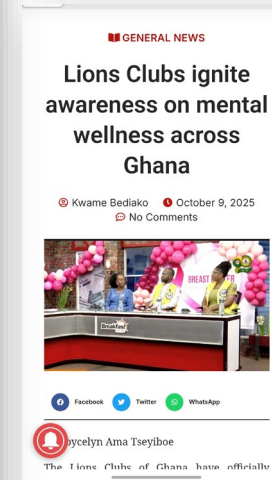
Lions Clubs International



勧誘チラシ



勧誘目的のソーシャルメディア投稿



オンライン報道



テレビ報道



ラジオ報道



新聞報道