

FUJIEDA ROTARY CLUB

藤枝ロータリークラブ会報

事務局：藤枝市青木1-11-10 TEL：054-647-2300 FAX：054-647-2040
例 会：毎週水曜日 小杉苑 藤枝市青木2-2-48 TEL：054-641-3321

会長：松葉 隆夫 副会長：石垣 善康 幹事：増田 國衛 副幹事：酒向 謙次

第1860回

<ソング> 我等の生業
<ソングリーダー> 鈴木 勝弘君



2009-2010年度 RIテーマ

ロータリーの未来は
アナタの手の中に

ジョン・ケリー



南天の花

写真提供：鈴木舜光君

会長報告

松葉 隆夫君

6月13日(日) ホテルアソシア静岡において国際ロータリー第2620地区静岡北ロータリークラブ創立20周年記念式典並びに祝宴が行われ、幹事の増田君と出席致しました。

式典では点鐘、国歌斉唱、ロータリーソング、来賓紹介(ガバナー飯田様を初め、パストガバナー3名、第4分区、第5分区ガバナー補佐、静岡市役所関係、第5分区各ロータリークラブ会長、幹事、アクトクラブ地区代表、米山奨学生、その他、静岡西ロータリークラブ会員は全員、静岡北ロータリークラブ全員の計118名)でした)

会長挨拶、20年の歩み(スライド)物故者追悼、記念事業発表、(ロータリー財団、米山記念館、米山記念奨学会へ金一封) 在籍20年表彰等、流れるような進行で素晴らしかったです。我がクラブでも2年後には40周年を行いますので参考になりました。

幹事報告

増田 國衛君

- ・(財)ロータリー米山記念奨学会より『ハイライトよねやま124号』が届いております。
 - ・次年度ガバナー事務所より『八月八日「富士山つながりの日」五合目スタッフ募集の案内』が届いております。
 - ・次年度ガバナー事務所より『「地区ロータリー財団セミナー」開催のお知らせ』が届いております。
- 7月25日(日) グランシップ静岡

出席報告

鈴木 勝弘君

本日のホームクラブ出席者	前回の補正出席者
31 / 42 73.81%	32 / 41 78.05%

(1)欠席者(事前連絡とメイクアップをどうぞ)

○池谷範君 ○石割君 ○小西君 ○酒井君
○萩田君 板倉君 落合君 後藤君 鈴木舜君
仲田晃君 望月志君

(2)メイクアップ者

杉山 静一君(静岡北) 石割 郁子君(静岡西)

ビジター

井上 勝彦君(島田)

スマイルBOX

- ・内孫が誕生しました。とてもかわいい女の子です。

仲田 廣志君

スマイル累計額 582,000円

外部卓話

(有)ピース

代表取締役

石上 聖子様



日本人スタイル(20才代~30才代)の

嗜好・消費動向とネガティブアプローチ

私は、広告代理店、雑誌編集会社を経て2004年に有限会社 Piess(ピース)を立ち上げました。

この仕事をしていると、クライアントから商品が売れる広告を作ってくれと頼まれます。その時私は、クライアントの先にいる顧客の事を考え独自の発想力で、売れる仕組みとセールスプロモーションのトータル提案を行います。

また、自社媒体として不動産情報ペーパー「住宅創快情報」があります。本日は、ブランドデータバンクによる調査結果に基づきながら、日本人スタイルの嗜好・消費動向についてお話したいと思います。

まず、第一の層は「22才～26才：働く未婚女性層（年収200万円以下）」です。この層の特徴は、「常に流行を追い、マスメディアだけでは動かず、流行に敏感」であり、この層の間で評価されるものは間違いなくヒット商品となります。しかしながら、この層は刺激的な広告を展開しても評価をしてくれません。それは、彼女たちにとっては価格が大きな要素であり、ウェブサイト雑誌・友達の一言などを総計し評価するからです。

第二の層は、「30才～34才：女性（世帯年収400万円未満）」です。この層は、結婚して子供を産み育てる専業主婦層や未婚で働く婚活中の女性が大半を占めています。特徴は、年収が低いことから「無印良品のある暮らしをし、イメージではなく効果を大切」にします。商品のイメージではなく、効果のほどが常に実証されていなければ購入しないことから、いい加減な表現は逆効果を生み出してしまいます。

第三の層は、「25才～29才：男性（個人年収400万円以下）」所謂「草食系男子」です。特徴は、「突出することを嫌い皆と同じものを好む、上質なものを選択」します。

以上のような特徴を踏まえ商品アプローチを行うことが重要です。一方、各層の特徴ではなく、買い手側（消費者）の立場に立ち、自社商品を疑ってみるという広告手法として「ネガティブアプローチ」というものがあります。否定的な面を打ち出すことで強いインパクトを与え、反復させる効果があります。代表的な広告に「キューサイの青汁 う～ん。まずい！ もう一杯」というものがあります。まずいと言いながら一気に飲み干す

シーンを見て、「本当に不味いのだろうか？」と興味を誘うものです。また、VOLVOの、「私たちの製品は、公害と、騒音と、廃棄物を生み出しています。」があります。これは、公害、騒音、廃棄物という環境フレーズを使いながら、企業の環境負荷を正面から捉えその対策を真摯に考えるという企業姿勢広告であり、環境ブランドイメージで8年間連続トップを受賞しました。自分のマイナスイメージをアプローチした広告として、「銀座のブスママ」というものがあります。自分のマイナスイメージである、「ブス」を武器にブスだからできる独自の接客術で夜の銀座に新風を巻き起こしナンバー1ホステスとなりました。今の若い世代は、上司に頑張れと言われても、何を頑張ればいいのか、頑張り方を知りません。そこで、頑張るイメージではなく、マイナス部分を出すことでこれらの層を取り込むという手法でもあります。人間は、後悔するときに成長するものです。ポジティブに物事を考えるだけではなく、たまにはネガティブになってみても良いかもしれません。それが脳の活性化に繋がるからです。

最後に、東京で実施している企画に「CHEF 1（シェフワン）」があります。これは、人気レストランを貸し切り、豪華ゲスト・シェフを招き、普段では食べられない一夜限りのディナーをコンセプトに開かれる「日本一美味しいパーティー」です。オープンキッチンでシェフの料理姿やシェフによる料理の説明等が聞ける楽しい内容です。是非、日本一の食材王国静岡でも開催したいと思いますので、素敵な場所やスポンサーをご紹介いただければと思います。

私どもが手がけているものをご紹介しましたが、最近では、異業種のマッチング、コラボレーション企画なども手掛けています。人と人とのつながりを大事にするネットワークづくりを明るく元気に取り組んでいますので何かありましたら是非声をかけて頂きたいと思います。

会員増強委員セミナー報告

日 時：2010年6月12日（土）12時～16時

会 場：あざれあ（静岡駅前）

出席者：森下次年度会員増強委員長

石垣次年度会長

内 容：2名の他地区ロータリアンより、会員増強についての講演そして、寸劇がありました。

事例発表として、下田ロータリークラブ
会員増強委員長の講演の後、藤枝ロータリークラブ、森下次年度会員増強委員長の講演に移りました。

森下委員長の＜入会－退会－再入会、会員との交流など＞を話に、出席者全員が感銘をうけ、地区委員長は是非ロータリーの友に紹介したいと言うほど、内容の濃い講演でした。



◎冠 講 座

大長 昭子君

1. 講義内容

テーマ：「安心して暮らせる地域づくり」

障害者自立支援・相談事業を通して

(1) 障害者自立支援法

(2) 事業内容

成人通所部門 定員 110 名、児童通園部門
定員 40 名、相談部門登録者 370 名、グループ・ケアホーム 定員 19 名

(3) 成人通所部門

①施設外作業、施設内作業、体力作り、余暇活動、生活教育

②千本桜プロジェクト

(4) あかしあ学園

(5) グループホーム・ケアホーム

(6) 地域支援センター ぱれっと

障害者就業・生活支援センター事業

(7) 総合相談事業

2. ワークショップ（KJ法）

9 テーブルに分かれて実践作業



（担当 / 鈴木勝君）