

FUJIEDA ROTARY CLUB
藤枝ロータリークラブ会報

例 会 : 毎週水曜日 小杉苑
 藤枝市青木2-35-30 TEL : 054-641-3321
 事務局 : 藤枝市青木1-11-10 TEL : 054-647-2300
 FAX : 054-647-2040
 E-mail : club1972@fujieda-rotary.org

ROTARY SERVING HUMANITY

2016-2017年度 R1テーマ
人類に奉仕するロータリー

会長:鈴木 舜光 副会長:大長 昭子 幹事:島村 武慶 副幹事:大塚 高弘

第2146回 トソング…我らが藤枝ロータリー トソングリーダー…青島 鉄男君

会長報告

鈴木 舜光君

こんにちは。もう
 少しで8月です。
 これから どの
 お寺でも 施食会
 という 法要が行
 われます。



今日はその「お施
 食会」について お話したいと思います。
 お釈迦様の十大弟子の一人に 多聞第一の「阿南
 尊者」という弟子がおりました。
 この阿南尊者が坐禅をしていると やせ細った
 餓鬼が現れ 阿南尊者に向かって お前の命はあ
 と三日しかもたない そして 死んで私と同じ
 様に 餓鬼道に落ちるのだと言われました。
 阿南尊者は どうしたら 餓鬼道に落ちなくて済
 むのかと 聞くと、我々餓鬼道に落ちて苦しんで
 いる者たちに 満腹になるだけの 供養をしなさい
 と答えました。

しかし 阿南尊者は 修行の身なので 全ての餓
 鬼を救うほどの 供養は出来ません。
 そこで お釈迦様に この事を伝えました。
 お釈迦様は 阿南よ 案ずることはない
 むりょういとくじざいか じおんじきだらに

「無量威徳自在加持飲食陀羅尼」と言うお
 経がある この陀羅尼を唱えながらひとつまみ
 の食べ物を施すと それが 無量の食べ物になっ
 て 無数の餓鬼に 施すことが出来るのだ」と教
 えられました。

阿南尊者は お釈迦様の教えの通りに

むりょういとくじざいか じおんじきだらに

「無量威徳自在加持飲食陀羅尼」と唱えな
 がら ひとつまみの食べ物を施したところ それ
 が 無量の食べ物に変わり 多くの餓鬼を救うこ
 とができた と言う言われです。

餓鬼というのは 人様に施しを受けても 感謝の
 気持ちがありません。

いくら施しても「足りない 足りない・もっと欲
 しい もっと欲しい」ともがき苦しみます。餓鬼
 って 自分の心の中に潜んでいる者かもしれま
 せんね。

何処かの 政治家みたいに・・・以上です。

幹事報告

島村 武慶君

・第2620地区より

2016年8月のロータリーレートは\$1=102円

(参考)7月ロータリーレート:102円

The rotarianが届いております。

出席報告

土屋 富士子君

本日のホームクラブ 出席者	前回の補正出席者
30/41 73.17%	36/41 87.80%

(1)欠席者(事前連絡とメイクアップをどうぞ)

○池谷君 ○大杉君 ○落合君 ○櫻井君
 ○玉木君 ○大長君 ○仲田晃君 ○平野君
 ○松田君 江崎友君 江崎晴君

会員卓話

I T

土屋 秀夫君



■■地区研修会(広報・I T推進部会)模様
 今後、クラブの目標や活動結果をWeb上から
 報告したりと、RCの中でI Tを使うことが増

えてくる。広報は会員増強につながり、しいてはクラブの存続にもつながる重要なポジションでありITを利用した広報も活発になっていく。広報・IT委員会としての取り組み目標は「ロータリークラブ・セントラルの活用」と「ロータリの公共イメージの向上」。

「ロータリークラブ・セントラルの活用」は活動状況の報告等に使う必須ツールである。RI会長賞のチャレンジも、このロータリクラブ・セントラルから応募となる。My Rotaryへの登録も1昨年から取り組んでいるが、今年も登録率50%以上を目指して進めていきたい（現状30%程度）。

My Rotaryの用途としては、自分自身のプロフィールを登録し他のクラブの方にもみてもらって仲間を増やす。フォーラムサイトで世界中のメンバーと意見交換。RCの説明資料や資料作成用のテンプレート等掲載されている。各クラブの奉仕活動の紹介やイベントでの寄付の募集をかけるページもある。

「ロータリの公共イメージの向上」はRCの認知度は高くなく、広報、広告戦略はあまり上手ではないイメージである。昨今NPO法人が増えており、奉仕活動・ボランティアの手段も増えているため、なぜRCなのかを理解してもらえず、わざわざRCを選ぶのか理由が見いだせていない。公共イメージをもっと前面に出していかないといけない。

対策としては、積極的なメディアの利用がよいと考えている。また、ソーシャルメディアの利用者が増えており、TVとは違う広がりがあるので、各クラブはツイッター、フェイスブック、等の使用を検討してほしい。生子ガバナーもフェイスブックを立ち上げているので「いいね」を返してほしいそうです。（検索は「2016～17 RID 2620 ガバナー」）。

地区研修のまとめとして、①RI会長賞の挑戦はマイロータリー（クラブセントラル）が必須項目である。②マイロータリーの登録率を地区全体で30%程度から50%へ。③クラブ広報は奉仕活動するときにはマスコミへ一声かけるとともに、ソーシャルメディアの活用も検討してほしい。

■■■広報・IT推進セミナーの「ソーシャルメディア（SNS）を利用した広報活動について<株電通東日本>」から、

◆インターネットによる広報について、インターネットでの情報配信には様々な手段・方法があり、それぞれ役割が異なる。インターネットのHP広告は「誰が見るかわからない、広く一般に、幅広くPRする」に対して、SNSは「興味のある人に足してPRする」ということで、ユーザとの関係性を深化させることを狙っている。リスクと効果：インターネット広告は、認知度向上・顧客獲得が主な目的。拡散力、炎上リスクは低い。SNSは話題化、関係性づくりが主な目的。拡散力、炎上リスクが高い。

◆ソーシャルメディアの重要性について、現代は情報がものすごくあふれていて、日常的に情報の取捨選択が行われている。選択する場合のポイントは、情報源が何かだということで、情報の内容よりも、だれからの、あるいはだれの情報なのかを重視。たとえばある商品を購入しようとしたときの意思決定は、友人や家族のコメントについて、SNS含むネットでの商品レビュー（口コミ）での情報により意思決定することが多い。結果、インターネットの広告で100万人に伝えようとするよりもソーシャルメディアで100人に伝えてそこからまた100人次の100人に伝えてもらう方が効果が大きい。

◆ソーシャルメディアで情報発信のメリットはタイムリーな情報発信ができる、更新作業が楽、つながりと強い拡散性がある、確実に相手に届く。デメリットは炎上リスク、コントロールできない（情報内容、拡散力）等。

◆SNSを戦略的に活用するためには、受け手側にとって話題性の高い、興味深い情報を定期的に発信できるかどうかが重要である。（受け取り側次第で拡散するかしないかが決まる）

◆代表的なSNSの特徴として、ツイッター：匿名ユーザがほとんど、顧客の声を拾いやすい、拡散力は最も高いが、炎上も多い。フェイスブック：実名制のため炎上が起こりにくい、つながりは量よりも質重視、友達の行動がわかり、情報の信頼性を高められる。LINE：1対1のメッセージ交換に強く、店頭への送客力に優れる。

◆クラブ広報に有効なソーシャルメディアは、①訴求対象が限定的②文章・写真・動画が利用可能③継続的なコミュニケーションが重要なことからフェイスブックがおすすめ。

	ツイッター	フェイスブック	LINE
利用者数 (2014 年)	2280 万人	2400 万人	5200 万人
情報の信頼性	△	◎	○
拡散性	◎	○	△
企業の利用	○	◎	△
短期的活用	◎	○	◎
中長期的活用	△	◎	△
情報内容等	深い情報の 伝達には不 向き	伝達情報量 に制限がな いため理解 促進向	クーポン等 お得情報の 配信向

◆ソーシャルメディア配信のポイントは①目的を整理し明確にしておく（何のために、だれのために配信するのか、ターゲットの興味・関心軸は何か、伝えたいメッセージは何か、配信するコンテンツは何か）②定期的な情報発信を可能にする運用体制を作る（進行体制は、投稿者の設定は、マナーやルール、更新頻度 等）③万が一の炎上トラブル、リスクへの対応策を整えておく（炎上事象発生時には、だれがどう対応する）

◆炎上（批判のコメントなどが殺到する状態）しないためには、誰もが情報発信可能なため、すべての人が炎上の火種になる可能性があるので気を付ける。一般的に誠実さを欠いた行いが原因となり、炎上やトラブルを引き起こすケースが多くなっていますが、世間の価値観から大きく逸脱しなければ、炎上は起きにくいと思われる。火種になりやすい例として、イベントに参加して不快なことに遭遇したこと、広告への批判、配慮を欠いた情報配信、不適切な対応、やらせ・成りすまし・サクラ行為、良識を欠いた発言・行為、職場・上司への不満等は炎上する可能性が高い。

◆ソーシャルメディアを利用した広報活動についてのまとめ ①情報が氾濫する現代において、生活者が信頼する情報は「友人・ネットでのレビュー」といった第三者の意見であり、その第三者の意見が集約されている場がソーシャルメディアである。②「100万人にではなく100人に伝える」が伝わりやすく、ソーシャルメディアは、不特定多数ではなく、特定少数を意識した、情報発信の重要性、拡散力に高いポテンシャルを秘めている。③中長期的なコミュニケーションで、ファンとの絆を深めることは、ソーシャルメディアによる広報の効果・効

率を高めることであり、一方的な情報では、情報は広がらない。④炎上が最もおこしやすいメディアなので、万が一の炎上トラブルに対して万全に備える。

最後に各自My Rotaryへの登録をお願いしたい。注意点として、会員氏名の入力、事務局にて登録してある氏名を入力（半角英数字で）、入力の際に住所情報の入力画面が表示された場合は、登録情報と入力情報が相違するので、登録作業を中止し、事務局に問い合わせを。登録は <https://www.rotary.org/ja> から。

■ クラブ協議会（その2）

青少年委員長
平 和則君



ロータリー財団
委員長
村松 英昭君

（担当／大石君）