

東京お茶の水ロータリークラブ



奉仕しよう
みんなの人生を豊かにするために

2021-2022 年度 RI 会長 シェカール・メータ

「My Purpose♥」を起点とし
「Inspiring」へ

2021-2022 年度 クラブ会長 西村 美智子



本日の卓話

「河川清掃と千代田区アダプト制度」

岡田 邦男会員

プログラム

司会進行	相倉 辰徳会員
開会点鐘	西村美智子会長
手に手つないで (ピアノ演奏のみ)	
ゲストビジター紹介	山下 憲男会員
ニコニコ報告	相倉 辰徳会員
会長報告	西村美智子会長
幹事報告	海江田健司幹事
出席報告	相倉 辰徳会員
閉会点鐘	西村美智子会長

ゲストビジター

パストガバナー・東京田無 RC	吉田 建二様
地区副幹事・東京新都心 RC	半場 慎一様
地区公共イメージ向上委員長・東京浅草 RC	松崎 徹哉様
青木会員同行者	高橋 雄大様

ニコニコボックス

吉田建二様	新例会場で気分一新！更なる発展を期待しています。
半場慎一様	本日は卓話にお呼び頂きまして大変ありがとうございます。楽しいお時間を過ごさせて頂きます。緊急事態宣言の中、押しかけまして申し訳ありません。本日はよろしくお願いたします。
松崎徹哉様	
西村会長	吉田様、半場様、松崎様、本日はお越し下さいまして有難うございます。私は明後日、日経新聞主催のオンラインセミナーで登壇します。テーマは事業継承とM&A、宜しければご覧下さい。
土居会員	吉田 PG、半場委員長、松崎委員長、本日の卓話そしてメークアップ有難うございます。引続き御指導宜しくお願致します。
高山会員	もうすぐ梅雨明けですね。
牛島会員	吉田パストガバナー、半場様、松崎さま、本日メークアップいただき有難うございます。
山下会員	吉田建二パストガバナーのご指導とアドバイスで会長職を務めることができました。厚くお礼申し上げます。
茶楽会	茶楽会残金 計 29,146 円 累計 90,146 円

出席報告

会員数	37 名	ゲスト	1 名
出席数	22 名	ビジター	3 名
ZOOM	1 名		
欠席数	14 名	合計	27 名

西村美智子会長

PG の吉田様と地区副幹事の半場様には卓話をお願いしておりますので、ご挨拶は卓話の時間に頂戴します。吉田 PG は当クラブ 20 周年の時のガバナーで、ご挨拶と激励を頂きました。その後もご指導いただいております。有難うございます。張 碧華会員に米山奨学会より第 15 回米山功労者の表彰です。累計 150 万円です。牛島 聡会員にロータリー財団より第 1 回マルチプル・ポール・ハリス・フェローの表彰です。

地区公共イメージ向上委員長 松崎 徹哉様

今年度地区公共イメージ向上委員会をお預かりしていますが、前任の半場さんがこちらで卓話をされると伺いましたので勉強のため拝聴しに伺いました。公共イメージは継続性が強く、ロータリーのブランドを育てていくことです。半場前委員長から受け継いで行きたいと思っております。

海江田健司幹事

7 月度定例理事役員会議事録を配布いたしました。ご確認願います。10 月 14 日 (木曜日) 武蔵カントリークラブ 豊岡コースに於いて、地区懇親ゴルフ会中央分区予選会が開催されます。多数の方のご参加をお願いします。7 月 30 日まで事務局にお申し込み下さい。親子はねやすめへのご協力ありがとうございます。次週はオンライン例会、28 日がブックハウスカフェでの例会です。会場の詳細は事務局より後日ご案内致します。ワセダ RC とワセダローターアクトが 7/18 にロータリーデーとして献血支援活動をいたしますが、当クラブから牛島会員、木宮会員と私が参加します。

7 月 8 日ワークショップの報告 神保 宏充会員

オンラインで約 200 名の多くの方が参加されました。第 1 部はロータリーでの着こなしについて、2 部は水野 PG のロータリクラブとはどういうものか、特に職業奉仕の観点からロータリーの付き合い方についてお話がありました。2 時間の短い時間でしたが、大変ためになる話を聞くことが出来ました。来月以降も定期的開催されるとのことですので、参加したいと思っております。

ロータリーとポリオ 佐々木 啓策委員長

新しく入った方のために、ロータリーとポリオについてお話します。私の子供の頃は小児麻痺という病名でした。5 才ぐらいの子供が糞便を仲介するウイルスによって発病し、四肢に麻痺が残るといふ悲しい病気です。現在はパキスタン、アフガニスタンの 2 か国またはその周辺に少し残すだけとなり、ポリオ撲滅の近くまでできています。WHO、ユニセフ、RI が中心に大きな運動となり、先日はビルゲイツ氏が巨額な寄付をしました。この運動は麴町 RC に端を発しています。1981 年、ロータリーは 3H 計画を発足させ、世界の伝染病を後進国から排除する運動を起しました。麴町 RC は峰氏と山田氏を南インドに派遣し、麴町 RC の記念事業がポリオプロジェクトになりました。この活動は世界に誇っていい業績です。何よりもびっくりしたのが、山田氏と峰氏は風土病で亡くなっています。南インドに何回もいらっしゃって活動した為に感染したと言われていました。ここまで世界で奉仕したロータリアンがいたことをお知らせします。

ロータリーの基本

パストガバナー 吉田 建二様

お茶の水 RC の創立 20 周年記念式典の時の会長が佐々木さんで、私がガバナーであったことを思い出しました。昔のことが偲ばれます。

私はロータリー 48 年生です。実年齢は 84 才。ロータリーの友情で結ばれることがいつまでも元気でいられる要素だと思います。ロータリーは出会いがあります。出会いがあることが幸せです。私は、出会いによって人生が構築されました。

ロータリーは例会が一番重要です。日本の経営者には研修手段がありません。例会が研修の場であり、自己研鑽するところ、人間性をつくる場所です。そして、親睦、奉仕、寛容です。親睦は原点。奉仕活動が一体になって、いろんなことをやり始め大盛りになってきています。昔は自分の身の丈にあった活動をしていました。

杖をついた盲目の方の、「道路を渡る時に手を添えてくださる方がいらっしゃれば、こんな嬉しいことはありません。」という話を聞いて、そうだと思います。手を添える愛とか、優しさが奉仕だと感じます。皆さんは高い会費を払っています。会費の分を毎回何かを得て帰ることが大事です。

昨日、ショックだったことがありました。ある人物から「あなたの言うことは間違っている」と指摘されました。しかし、ロータリーは結論がないです。10 人いれば 10 人みな考え方が違うのです。

ZOOM は勉強していますが ZOOM では親睦は生まれません。やはり例会はリアルです。ロータリーの親睦は例会で生まれます。

いう表現をしています。これは会員増強のことです。そして最後に「活動成果とブランドに対する認知を築く」とあります。これは正しく公共イメージ向上です。ブランドに対する認知を築くとは、ロータリーはどんな団体か、あなたも参加しませんか、ロータリーのマーク、世界にはこのぐらいクラブがありますとノンロータリアンに発信して、一緒にアクティブに奉仕活動して楽しい人生をおくりましょうということです。ロータリーは楽しくなければいけないと思っています。当クラブは会長会がありません。会長会はどうしても圧力系になってしまいがちなので、会長が終わったら一会員に戻ります。

クラブキャッチコピー

一昨年の新本ガバナー年度の時に各クラブにキャッチコピーをお願いしました。クラブキャッチコピーを作り、クラブを活性化し、可視化するものを作ってもらい、会議の時などでもめた時に戻るための指標です。そして、野生司ガバナーの希望であったビジュアル・アイデンティティを統一し、若林年度、嶋村年度に引き継いでブラッシュアップするという形です。

活性化とブランディング

活性化は非常に便利な言葉で、血の巡りを良くするためのものです。例えば、「今後のコロナ対策について話し合ってください。」と言うのも活性化です。活性化の後にすることがブランディングです。ブランディングは積み上げるものです。ブランディングの一番は歴史です。

ロータリーの誇りのシンボル

歯車が 24 個あります。これは RI が発信したものです。マーク単体のものはバッジ以外ありません。必ず Club of の後に、クラブ名や地区名が入りますので、発信者が分かります。

地区 Web サイト

地区では、「My Rotary」に登録するよう呼びかけました。それはブランドリソースセンターなどいろんな研修を使ってもらうことが目的で、登録数を増やすことが目的ではありません。人頭分担金が 2016 年から値上がり、今年から 3 年間で 70 ドルずつ上がります。世界で 1 億円です。その値上がりの一部が Web サイトに活用されます。地区も Web サイトをリニューアルしました。オープニングが肝心です。一般の方に紹介する時、関心が保てるのは 30 秒以下で、今回は 22 秒にまとめました。クラブで良い事業を行ったら載せることも考えています。

これは 6 月上旬の各クラブの HP です。HP は表札みたいなものです。この HP を観たノンロータリアンが、面白そうだな、入りたいなと思わないと意味がありません。地区の Web サイトもメンバー用に作っていましたが、今回はロータリーを知らない人が見ても分かるように作っています。

地域性を活かし写真、動画を増やして頂き、もし動画の作り方が分からない場合は、デジタル化推進、コンプライアンスに関しては、公共イメージ向上委員会で審議、考査して UP していきます。先日のワークショップの水野パストガバナーの講演とスーツの着こなし方も既に YouTube に UP してあります。お時間がありませんでしたらご覧ください。

公共イメージ向上委員会は、各行政と繋がることを心がけて頂き、ロータリーを知ってもらい、問い合わせをってもらうきっかけをつくるのが全てだと思います。そのためには統一したものを作るのが公共イメージ向上の役割であり、だからこそ向上イメージがあるということをお分かり頂ければ幸いです。

公共イメージ向上とデジタル化推進の現状

地区副幹事・東京新都心 RC 半場慎一様

ブランド

世界的に会員が減少しています。ビジュアルアイデンティティという、ビジュアルを統一しましょうというのは、全て会員増強に繋がります。会社も同じです。会社を増やし一般の人に認知させる場合、マークが同じじゃないと同じ会社と認識できません。それがブランドです。会員増強をすることは「ブランド」を作るということです。「ブランド」を作っていく作業が「ブランディング」です。ブランドを確立するためにはスタイルとコードが必要です。スタイルはロゴや色、コードは言葉、キャッチコピー、タグラインです。タグラインとキャッチコピー、スローガンは違います。タグラインは RI のロゴやテーマ、キャッチコピーは主に期間限定のことで会長の 1 年間の方針です。スローガンはクラブ内の目標、会員増強に力を入れましょうというのがスローガンです。

公共イメージ向上

規定審議会は 2000 年に公共イメージと認知度向上が制定されました。それまで RI は広報委員会でした。当地区はここ 3 年ぐらい公共イメージの向上に力を入れていきます。最終的には会員増強のためです。

ロータリーの戦略計画を読んでも会員増強という言葉は書いてありません。3 か所の基盤を広げようと

