

勝浦ロータリークラブ週報

NO5号 通算2412回 (2014~15年)

平成26年8月8日発行 (8月1日の例会報告)

高さ日本一の海中展望塔

高さ24.4mは、全国6つの海中展望塔の中では最も高いものです。

隣接地に「県立海の博物館」があり、あわせて海への理解がより深まります。

故郷自慢

勝浦は古くから漁業により栄え、カツオ・イセエビの水揚げ量は全国トップクラスです。

また、美しい砂浜とリアス式海岸の織りなす風景は勝浦を訪れる人に深い感銘を与えています。



LIGHT UP ROTARY~ロータリーに輝きを~

2014~15年度 国際ロータリーRI会長 ゲイリーCKホァン

第2790地区ガバナー宇佐見 透 第5分区ガバナー補佐 望月 眞

地区委員 川名光俊 (会員増強・退会防止副委員・館山) 伊藤正人 (R財団・鴨川) 関一憲 (R財団・勝浦)

勝浦RC会長: 中村 満 幹事: 渡邊 ヒロ子 例会場: 東急ハグエストクラブ 勝浦

事務局: 〒298-0124 勝浦市墨名 801-11 Tel: 0470-73-4659 Fax: 0470-73-0759

クラブ会報委員長: 関 一憲 副委員長: 神村 彰男 委員: 渡邊 昌俊

今後のプログラム予定

8/15 休会 8/22 ロータリーデーに振替 8/25・26 ロータリーデー
8/29 西川佳璋君会員卓話・会員増強・拡大 (海のホテル)

本日のプログラム クラブフォーラム (ロータリーデーについて)

会長挨拶

中村 満君

皆さんこんにちは！8月は「会員増強・拡大月間」です。あるガバナー言っていました。会員増強はロータリーの目的ではありません。会員増強はクラブ活動の活性化のため手段です。そして会員増強はクラブの活性化と連動しています。会員増強が図れば、クラブの活動は活性化します。また、クラブが活性化されれば会員増強が図れます。と言っていました。私も同意見です。

またRIのインターネットから会員増強の重要性と具体的な会員増強方法をコピーし皆様の元に配らせていただきましたのであとで読んで下さい。では本日の本題の挨拶として先日、朝日新聞より「五輪観客も見習ってという」題を引出にて話をさせていただきます。

五輪観客も見習って…リオ州政府、日本人サポーターのごみ拾いを表彰 <産経新聞>

【ロサンゼルス=中村将】南米ブラジルで開催中のサッカー・ワールドカップ(W杯)で、日本代表の試合後に、日本のサポーターが観客席のごみ拾いをしたことをたたえ、リオデジャネイロ州政府は11日、サポーター代表として、駐リオ日本総領事館などを表彰した。

予選リーグで敗退した日本代表はリオでの試合はなかったが、関係者によると、2年後のリオ五輪でも観客に見習ってほしいという思いから表彰対象になったという。W杯の試合が行われてきた各地では、負けたチームのサポーターらのごみを散らかして帰る様子が目立ち、五輪を控えたリオでは、環境浄化対策が検討されている。日本のサポーターのごみ拾いがインターネットや各国のメディアで話題になったのは、レシフェで6月14日に行われた初戦のコートジボワール戦。

客席を日本代表のユニホームと同じ色に染めるために使った青いごみ袋に、数百人のサポーターが飲食物の包装紙などを入れていった。ブラジル地元紙はそうした行為を「(日本代表は)敗北したが、応援団のカリスマ性はブラジル人の心をつかんだ」と報道するなど、称賛の声が上がった。日本サポーターのごみ拾いは1998年のフランス大会から話題となっていた。

ここで私がうれしかったのが最後の文章で「日本サポーターのごみ拾いは1998年のフランス大会から話題となっていた」と書かれていました。忘れもしないです、あの日のフランスの会場で試合後、私含め仲間最初5人で相談しゴミ拾いはじめたことを。そしてその会場の日本応援団みんながゴミ拾いに参加してくれたことが。ドイツ大会でもゴミ拾いをしてきましたが、ただ私が応援にいったフランス大会のクロアチヤ戦は残念ながら負けてしまい、ドイツ大会では同じくクロアチヤ戦で今度は引き分けでした。同大会ともベスト16には届かず残念ながら予選で終わりました。



幹事報告

- ロータリーレート102円
- IM計画書を配布いたします
- 8月3日R財団セミナー
- 8月24日米山記念奨学会セミナー

委員会報告

クラブ研修委員長 関 正己君 7月27日に会長・エレクト3名でロータリー情報研究会に参加しました。アパホテルです。初めての試みでありました。クラブオリエンテーションを積極的に行うことが大切だと思いました。

社会奉仕委員長 吉田 理愛君 ロータリーデーの出欠締

切日が昨日でした。まだの人は早めにご連絡をお願いいたします。

卓話 沼尻柑子氏 (通称ぬまっち)

勝浦市地域おこし協力隊

築150年の古民家に住んでいます。本日は地域ブランドを編集することについてお話いたします。ぐるっと千葉の編集にも携わっていました。現在の活動は3年間の有限性を持ったもの(地域おこし協力隊) 今後は個人事業としても展開していきます。地域ブランドと商品ブランドは違います。いかに地域ブランドを育てるかということは、地域以外の人に存在感を認識してもらうということです。

ということで以下のポイントについてお話をいただきました。

- 商品ブランドと地域ブランド
- 自主・自律性の原動力
- 地域ブランドのスパイラル効果
- 佐原の地域ブランド・コンテンツ・ポイント
- その他地域の具体的なブランディング事例



出席報告 手塚 明宏君

	8/1	7/25	7/18	7/11
会員数	36	36	36	36
出席数	24	28	36	28
欠席数	3	4	0	4
MU	9	4	0	4
出席率	91.67	88.89%	100%	88.89%

欠席：浅野君 吉野君 北村君

MU：佐久間君 関正夫君 渡邊昌俊君 釜田君 古川君
塩田君 神村君 鈴木亨君 村石君