



# 2008-09



国際ロータリーのテーマ「夢をかたちに」会長/李 東建(韓国、ソウル)

2620地区のテーマ「楽しく魅力あるロータリーを目指して」ガバナー/牧田 静二(静岡RC)

パワー浜松ロータリーのテーマ「情熱を内に、パワーを外へ」会長/高木 一浩

# 週報

第270回例会 8月26日(火)AM7:30~8:30 オークラホテル4F平安の間

司会:坂本順香 点鐘:高木一浩 ロータリーソング:希望のエナジー

ゲスト:増富聡一郎様

## 会長挨拶

皆さん、おはようございます。8月8日に始まったオリンピックも24日に閉幕しました。女子ソフトボールなんかは筋書きのないドラマそのものでした。実力通り力を発揮出来た競技や選手たち、それとは反対に期待が大きすぎて実力が発揮できないで終わってしまった競技や選手たち、いろんなドラマがありましたね。オリンピックが終わったという事で今週からはちょっぴり寂しくなりました。来週から話のねたをどうしようと今から頭が痛いことです。

## 幹事報告

9月はオークラでの例会は1回のみです。9月2日(火)変更による休会/9月5日(金)夜例会、公式訪問/9月6日(土)中田島清掃/9月9日(火)変更による休会/9月16日(火)通常例会 GSE受入のお願い。2620地区GSE受入の要請が有ります。第7分区11月1日~11月8日/PHRC受入11月5日(水)/ホームステイは1名11月3日~11月7日/今後、地区会長幹事会にて調整の上ご相談します。ご協力をお願いいたします。

## 連絡事項

国際経済研究同好会(坂井光蔵氏)=本日、第一回の勉強会を行います。会場は事務局です。宜しければ是非ご参加ください。

直前会長(原田道子氏)=昨年11月に東京台場で行われたゾーン研究会(セミナー)で増強担当のホストをしたことが縁で、最近、全国各地を(講師として)まわらせてもらっています。この3月も各地からお話しを頂いたのですが、仕事の都合もあり、新潟のみ行ってきました。先月、来月も、各地からお話しをいただいています。この地区では7月に2620地区の増強セミナーの講師をさせていただきました。年間を通して、随時新会員の募集をしているクラブが殆どなのですが、パワー浜松ロータリークラブの増強のやり方(年間、2回、集中する手法)に大変興味をもっていただきました。パワー浜松ロータリークラブの会員増強は全国的にもレベルの高いものだと思います。



朝例会の前の朝食  
マイ箸運動、継続実施中!

## 出席報告

97名中63名64.95%  
前々回修正出席率75.26%



POWER HAMAMATSU  
ROTARY CLUB  
JAPAN  
国際ロータリー第2620地区・静岡第7分区  
パワー浜松ロータリークラブ

## スマイル報告

小澤邦比呂;8/22当社の40周年記念家族会をホテルオークラにて開催。多くの方に支えられての40周年。子供達に素敵な講演を下さった金山先生ありがとうございました。又、ホテルオークラの塚田さん、佐々木さん始め皆様にお世話になりました。

金子公昭;10/8(水)浜松市総合産業展示館で「第2回しんきんビジネスフェア in HAMAMATSU」が開催。当社も出店しますので、ご来場下さい

菅野学享;娘・紘子が無事に9月からカリフォルニア州立大学ロングビーチ校の大学院に入学。2年前に難病を患い、一時はあきらめかけていたアメリカでは歴史のある「ソーシャルワーカー」の学部。頑張る娘を応援しています。

館雄二;企業PR!8月にリリースした企業向けジャストシステムをセールスレップ・プロデュースが販売。携帯で徹底したコスト削減を実現。

## ハッピーバースデー

藤田允;8月21日生まれ、杉山雄一郎;8月23日生まれ、鈴木勉;8月27日生まれ



# 2008-09



国際ロータリーのテーマ「夢をかたちに」 会長/李 東建(韓国、ソウル)

2620地区のテーマ「楽しく魅力あるロータリーを目指して」 ガバナー/牧田 静二(静岡RC)

パワー浜松ロータリーのテーマ「情熱を内に、パワーを外へ」 会長/高木 一浩

## 議事卓話

### 「WEBテレビの活用法と将来性」 卓話者 / 株式会社エイト・ビー増富 聡一郎氏

インターネットの通信環境について

平成16年よりブロードバンド利用が逆転。約70%がブロードバンド利用。自宅での利用は80%

政府方針 = 我が国においては、2011年に「完全デジタル元年」を着実に迎えるべく、現在、様々な取組を実施している。政府は、「IT新改革戦略」において、2010年度を目標年度として、ブロードバンド・ゼロ地域を解消する旨の目標を掲げている。

ブロードバンド時代への流れ

黎明期 H10~12年企業のホームページ開設が一般化、H9年Yahoo株式会社が株式公開、H10年楽天株式会社の上場。

熟成期 H13~15年ホームページが企業広報における中心的役割に。Webブランディングが活性。H13年Web上での決算公告が認められる。日産自動車は以降、新聞上での公告廃止。

Web2.0時代 H16~H17年インターネット広告費がラジオ広告費と逆転。H18~YouTubeが大ヒット。国内でも動画共有サービスが続々スタート。GoogleがYouTubeを買収。Mixi利用者が600万人突破。ユーザー協働ビジネスが盛んに。

現在 = ユーザー先行で動画発信、利用が進んでいる。ユーザー自身が求めており積極的に応えると評価が高まる。

何故動画なのか? = わかりやすい。目、耳、心。五感に訴える。話すことによる信頼感。

企業でも動画を利用したものが急増 = 多数の企業が活用。従来広告の“Attention 注意喚起”的な展開よりもプレゼンテーション活用が特に多い。その他、口コミを狙ったバイラルマーケティングも近年顕著。

ユーザー自身が情報収集を行い、評価を行って共有しているのでAttention 注意喚起 だけでは不足。わかりやすい。目、耳、心。五感に訴える。話すことによる信頼感。より具体性、わかりやすさを伴った「動画」を用いたの広報、PRは今後必須。また企業においても消費者の信頼を得る方法として有効。またインターネット利用により媒体費が発生しないのもメリット。

