



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283回例会 12月2日(火)AM7:30~8:30 オークラホテル4F平安の間
 司会:木村満義 点鐘:高木一浩 ロータリーソング:夢のみずうみ
 ゲスト:山口治郎様・静岡エフエム放送(株)

会長挨拶

みなさんは安全第一という言葉を知っていると思いますが、この安全第一という標語が生まれたのが鉄の世界だということをご存知でしょうか。西暦1900年頃のアメリカで生まれました。アメリカの製鉄所の大手USスチールでは当初生産第一主義で安全は二の次で操業していました。しかし度重なる事故やけが人の続出で生産性が伸び悩んでいた時、このままではいかんとこの安全第一という標語をかかげました。その後この標語が世界中に広まり現在では日本でも当たり前のように使われています。

幹事報告

配布資料=ロータリーの友12月号、メールボックスへ配布させて頂きました。お持ち帰りの上お読み下さい。ロータリー研修会のお知らせ=国際ロータリー第2620地区ガバナー牧田様より「ロータリー研修会のご案内」が届いております。入会5年未満の方々を対象とした研修会ですが多くの方のご参加をお願い致します。詳細はメール及びメールボックスへ配布を行います。

委員会報告

会員増強維持部会(加藤氏)
 お手元に資料を配布いたしました。早いもので下半期の新会員募集をいたします。

上半期は最終的に1人の入会ということでしたが、下半期は会長の意向でもありますPRCの会員100名を目指して募集をしていきたいと思っております。

通常告知期間は2週間程度ですが、今回は年末年始ということもありますので、少し長めに設定いたしました。今日12月2日から2009年1月9日までです。皆さま、ぜひ推薦をよろしく願いいたします。



も~幾つ、点鐘すると~・・・

コラム

早いもので、もう12月ですね。巷ではインフルエンザが早くも流行する兆しとか。手洗い、うがいを心がけましょう。

スマイル報告

大屋広康; 12/9(土)天竜杉の伐採見学会を行います。樹齢約80年、高さ30mもある大木が地響きを立て倒れる様子は大変な迫力。森林浴をしながら食べる山の幸も格別。関心のある方はご連絡下さい。

金山土洲; 今年も12/31(水)~1/5(月)オークラにて個展を開催。今年で3回目です。1/2(金)1Fロビーにて作品制作パフォーマンスを行いますので、是非お出掛け下さい。

高木一浩; 11/23(日)大運動会、楽しかったです!!皆さん、有り難うございました。

仲秋篤志; 人気ファン「チューリップファン」のご紹介を配布。素晴らしいリターンを記録している海外の金融商品に興味のある方は是非お声を掛けて下さい。

ハッピーバースデー

磯辺隆一; 11/20生まれ
 金山土洲; 11/20生まれ
 山尾秀則; 11/25生まれ

出席報告

94名中61名64.89%
 前々回修正出席率69.15%



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



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

クラブ広報委員会 / 広報部会 「ラジオ、ラジオされどラジオ・・・」



静岡エフエム放送(株) 山口治郎さんの卓話

どうも皆さまおはようございます。

今日は大きく3つのお話しをさせていただきます。まず一つは、日本とアメリカの放送業界の比較。二つ目は、放送と通信のデジタル化。3つ目は、テレビの視聴率とラジオの聴取率の違いです。

まず、日本とアメリカの放送(広告)業界の比較でございますが、日本っていうのは、アメリカの後を追っかけているといわれています。それは社会環境、経済環境ともそういわれていますが、放送もそのひとつです。アメリカの広告4媒体は、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌を言うわけなんですけれども、この合計は15兆1573億円、日本が3兆6302億円ということで、4.2倍あります。ということは、単純に人口が日本の倍と見ましても、日本の経済活動(広告)の倍掛け広告が出ているということになります。その中でもラジオと雑誌の広告(費)が占める割合が日本より随分と多いということでございます。

また、放送と通信のデジタル化でございますが、2003年に3大都市圏でテレビの地上デジタル放送が開始されました。現在、どれだけ各家庭のテレビのデジタル化(対応)が進んだのかという調査を毎月やっているんですけれども、約50%ぐらいの世帯だそうです。資料に総務省で作られた、デジタル化のスケジュールというのがございまして、2011年の7月24日には、テレビのデジタル化が完了してアナログ放送は終了するという事になっています。で、ラジオのデジタル化がどうなるか?ということでございますが、現在のところテレビのデジタル化が完了して、アナログ周波数が返還された段階で、ラジオのデジタル化を進めていくという方針でございます。さて、どうしてデジタル化するのか?ということですが、画質や音質が飛躍的に良くなるということもそうですが、重要な点は、限られた電波(帯域)を有効利用できるようなことになるということです。デジタル化するとアナログよりも大幅な帯域圧縮が可能で、電波(帯域)の空いた部分を別の様々な用途に使うことができるようになるわけです。

最後にテレビの視聴率とラジオの聴取率の違いでございますが、テレビでは良く日本人口1億として、20%で、2000万の人が見ていたというふうに言われますが、テレビの場合は抽出された世帯に通信機器をおいて、自動的にどの番組を見ていたか?ということ世帯別に調べています。ラジオの場合は世帯ではなく抽出した個人への聞き取りで聴取率を出しています。ですから、どうしてもラジオの聴取率よりテレビの視聴率の数字が多くなってしまいうわけですが、これは調査方法の違いということもあるということをご理解ください。またラジオの特徴ですが、ラジオの聴取は家事をしながら、仕事をしながら、また車を運転しながらということが大変多いわけです。ですから、そこが強みであるということをご理解いただき、ラジオ(広告)を活用していただけたら幸いです。

一部抜粋、要約