



安城ロータリークラブ 週報 ROTARY CLUB OF ANJO

●NO. 521 2011/11 第2例会●



2011-2012 RI テーマ

テーマ 『 Let' s Enjoy Rotary 』

- 創立日：S33年1月10日 ●RI加盟認証日：S33年2月6日
- 会長：杓名俊裕 ●会長エレクト：大見 宏 ●副会長：石川 博 ●幹 事：永谷文人
- クラブ会報：神谷 研 寺田孝司 恒川憲一
- 例会日：毎週金曜日 12:30~13:30 ●例会場：碧海信用金庫本店3F / 安城市御幸本町15-1
- TEL: 0566 - 75 - 8866 ●FAX: 0566 -74- 5678
- Email: anjo-rc19580206@katch.ne.jp ●HP: <http://www.anjo-rc.org>

第2662回例会

2011年11月11日(金)12時30分から13時30分

司会者：成田孝則君

ソング：手に手つないで 四つのテスト斉唱

卓上花：チューリップ ナデシコ

ゲスト：恒川憲一君 (安城)

安藤竜二様 ブランディングプロデューサー

ビジター：なし

出席報告

出席委員会：内藤教恵君

会員57名 出席義務者44名 出席30名 欠席14名

内出席免除者の出席10名 出席率74.07%

修正出席率10月28日第2660回例会94.44%

会長挨拶

会長 杓名俊裕君



(連絡事項等)

1. 本日は2011年11月11日で、1が6つ並んだ珍しい日です。美術家の横尾忠則氏はニューヨーク近代美術館、ボストン美術館をはじめ国内外100以上の主要美術館に作品が収蔵されています。その横尾氏がこの1が並ぶ珍しい日を記念して発表したポケットチーフにもなるメガネ拭きをデザインしましたので、皆さんにプレゼントします。



横尾忠則氏デザインメガネ拭き

2. 安城RC事務局員の1名増員を決定し採用者が決まりました。<臨時理事会> 本間育子さん (安城市)

3. 11/12 (土) 第21回安城福祉大会開催

副会長 石川博君出席

4. その他

- ・11/9 (水) 俳句同好会 土筆にて



- ・会員の磯貝廣治君の会社が新聞紹介されました。

(あいさつ)

本日の元気印企業の紹介は、「リニアが日本経済を変える」と題して、東海旅客鉄道株式会社です。今月20日(日)に開催されます地区大会の記念講演の講師が、須田寛(すだひろし)氏(東海旅客鉄道株式会社相談役)で、演題は「観光とリニア中央新幹線」です。

そこで、本日は、リニア中央新幹線を中心にお話を進めます。

東海旅客鉄道(株)の現在の社長は、山田佳臣氏(やまだよしおみ)氏(62歳)です。同社は2011年3月期現在、時価総額1兆4,190億円、売上高1兆5,030億円、営業利益3,493億円を計上しています。同社の前身は旧国鉄で、1872年新橋-横浜間で鉄道を開業したことに始まります。1889年には東海道本線が東京-神戸間で開通しています。1987年に国鉄民営化により、東海旅客鉄道(株)が設立され、初代社長に須田寛氏が就任しました。

同社は、リニアが日本経済を変えるとして、リニア中央新幹線の実現に社運をかけています。1962年にはリニア開発をスタートしています。1964年東海道新幹線が東京-新大阪間で開通し、東京-名古屋間の所要時間は最速のひか

ご案内

11月19日、20日 地区大会

11月23日 ガバナー補佐杯ゴルフコンペ

12月25日 会員家族親睦例会 (クリスマス家族会)

(卓話)

八丁味噌は、仲間の太田油脂さんが説明できるようにしようよ。自身の会社を一緒にの仲間が正しく説明できる。これが“サムライニッポンプロジェクト”です。2社3社複数社が集まり、各社の商品や企業の特徴を、仲間の会社の社長が正當に人に伝えられることから、地域ブランド作りの仲間作りからスタートし、現在では全国6地域でそのプロジェクトが立ち上がっています。



ブランド (ブランディング) とは？

このような言葉や表現は20年前には誰も言わなかったように思います。

ブランドとは『消費者との約束の証』です。そして、ブランドとは『ぶれないこと』です。

約束をする相手はどんな会社にもあります。また、すべての会社は自社の技術力、品質、社長の人間味などを消費者へ伝えたいのです。貴社のロゴマークは、味、瓶の形、店の中の雰囲気、香りなどを見ただけで想像させます。これはすごいことです。マックの“M”を見たら、“Coca Cola”を見たら、・・・。ロゴマークを見ただけで、商品の味、香りなどを想像してしまいます。

自身の会社では当たり前が、ひょっとしたらすごいことかもしれない、ということに経営者や生産者は気づこう。

私の会社では、黒い封筒、黒の名刺、黒のホームページと黒を基調色にしています。ただ、黒い封筒は字が書けないことに気がつきましたが、でも目立ちます。



ある方が言いました。DMは受け取り見た瞬間に、0.3秒で必要か不要か判断され捨てられる、そうです。

また、私の知っている会社で、同じ会社なのに名刺が5種ありました。社員が思い思いに名刺を作っており、この会社はどんな会社か想像できません。これはいいことでしょうか？社員ですら自分の会社の特徴をいくつも想像できてしまうのでは、約束相手の消費者は分かりません。自身の会社の印象をどう伝えるか、自社のイメージを連続して伝え続けること！、が重要です。

また、自社の商品のターゲットは誰か。30歳代女性+地方に住んでいる+だんなの年収はこのくらいの家庭・・・。

とことん突き詰めることが、中小企業にとって最も重要なことです。

マックは100人いれば100人をターゲットに営業展開するから、莫大な広告料をかけなければなりません。100人の中で1人に伝わればいいのではないかと。

私たち“サムライニッポンプロジェクト”では、会社説明を100字、商品のこだわりを75字で表現することをしています。それもその説明文は簡単なことばで、中学生が分かることばで。

現在、中小企業の元気な社長を招いてFM放送の番組を2年半続けています。というより、番組が続いてしまっています。元気な社長はいっぱいいます。

やれない言い訳をしない。それは、ただやってないだけです。皆さん、1%でいいから、チャレンジしましょう。

