



あすかロータリークラブ

Asuka Rotary Club Weekly Bulletin

RI 会長：K. R. "Ravi" Ravindran

地区ガバナー：中澤 忠嗣

会長：澤 光彦 エレクト：吉川 隆博

副会長：松中 久 幹事：森下 秀城

クラブ会報委員長：富士川拓也

Vol. 25 No. 42 (No. 1189) 2016年5月12日発行

前回のニコニコ ¥14,000	全期会費預かり分 ¥1,665,000	今年度累計 ¥3,143,450
--------------------	------------------------	---------------------



天空の里 於：十津川村桑畑 果無集落 撮影者：井上重行

第1189回 2016年5月12日(木)

- 1 開会点鐘
- 2 ソング「君が代」「奉仕の理想」
- 3 お客様紹介
- 4 会食
- 5 会長報告
- 6 幹事報告
- 7 出席報告
- 8 ニコニコ報告
- 9 委員会報告
- 10 本日の卓話
「記念例会説明会」
創立25周年実行委員会
- 11 閉会点鐘

1188 回報告 2016年4月28日(木)

於：榎原ロイヤルホテル

ソング

「三民主義」

ソングリーダー 岩井 常二君

出席報告

	全会員	免除者	出席者	MU	出席率%
第1188	54	24	40(17)	6	97.87
第1186	54	24	38(16)	6	95.65

ニコニコ

辰巳 林造君 体調不良で例会も欠席続きで申し訳ありません。今日は中西パスト 会長が迎えに来て下さいました。

廣田 幸生君 いよいよ後期高齢者に近づいて来ました。お誕生日プレゼントありがとうございました。

吉田 勝亮君 うかつにも春風邪を引いてしまいました。不摂生が原因です。いくつか心当たりがあります。

武井 仁思君 スーパーラグビーに日本から参戦 サンウルフルズ、先週待望の1勝しました。相手はアルゼンチン代表をようするジャガーズでした。後半戦に期待しましょう!!ガンバレ日本!!

会長挨拶

○本日の例会で、2015-2016年度も10ヶ月を終えます。あと2ヶ月ですが、5月には25周年記念例会、6月には台北文林RC社長交代式に開かれます。この大事な行事を無事に終える事が出来るよう、頑張りたいと思います。これまで10ヶ月間無事にこれたのも、森下幹事はじめ理事役員の方々、会員の皆様のおかげと大変感謝しております。残り2ヶ月もご協力どうぞよろしくお願い致します。
○最近、夏が続いておりましたが、季節の変わり目に風邪など光れませんよう、十分気を付けて下さい。

幹事報告

○地区からの依頼
熊本地震、復興支援について → 節食特別会計より拠出いたします。
○5月12日 11:00～ 理事会開催
4階サテライトルーム

4つのテスト 1.真実かどうか 2.みんなに公平か 3.好意と友情を深めるか 4.みんなのためになるかどうか

次回の例会

創立 25 周年記念例会

於： 檜原ロイヤルホテル

「広報誌の在り方、雑誌編集について」



株式会社ワールドウェディング堺

同窓会プロ プランナー 佐本徳久様

「編集」という言葉を聞いて、何を想像されますか？新聞や雑誌、映像の編集を思い浮かべられた方も多いでしょう。事実、【編集】を辞書で調べると、一定の方針に従って資料を整理し、新聞・雑誌・書物などにまとめること。また、撮影済みの映像を映画などにまとめること。また、その仕事。とあります。

ただ、メディア業界に限らず、今ほど広く、「編集」が求められている時代はありません。メールやブログ、ソーシャルメディアなど、誰もが自由に情報発信する時代。あらゆる人にとって、「書く」ことは当たり前になってきました。

家は編集していく時代。(無印良品) / 映画をつくる過程の中で編集がもっともおもしろい。(北野武)

また、Twitter の発案者、ジャック・ドーシーは「編集とは、あらゆる夾雑物(きょうざつぶつ)をそぎ落して物語の核心だけを残すこと。」と語っています。編集という発想はまさに、普段の会話にも、料理、旅行、そして学校の勉強からビジネスにも働いています。編集のエッセンスがたっぷりと詰まったコンビニを、いつもと違った視点で眺めて下さい。色んな発見があり、わくわくしませんか？

ごちゃごちゃしている情報を、すっきりと整理

して「必要な情報」「意味のある情報」「使える情報」に変えること。それが「編集」です。Facebook やインスタグラムで写真をアップする機会も多いと思いますが、写真も編集するという観点で捉えてみると、いつもと違った構図が見えてくるかも知れません。

企画の立て方

1) 作りたい広報誌をはっきりさせる

2) ターゲットは誰か、企画の目的は何か

ポイントは、どんな広報誌を、何のために、誰に向けて作るかをはっきりさせておくことです。キャッチフレーズを付けるように、広報誌のあり方を 20 文字程度にまとめられるといいでしょう。また、コンセプトと同時に重要なのが、その仕様。同じ内容や表紙でも判型が異なると、読者に与える印象が変わってきます。ビジュアルを大きく見せたいなら A4 版以上、週刊誌風の読み物中心の構成ならば B5 版といった具合。とじ方でも、中とじなら週刊誌のようなスピード感が出ますし、無線とじなら高級感が出ます。

マスメディアとはターゲットメディアとは

メディアには、報道と情報の 2 つの役割があります。テレビや新聞は報道を中心とするマスメディア、これに対して情報に重点を置くものがターゲットメディアです。広報誌やウェブなどその情報に興味を持つ個人を対象としているのが特徴です。速さ(speed)と到達範囲(reach)ではマスメディアには及びませんが、興味者(target)に直接アプローチができるため、広報戦略を考える上で表情に魅力的です。

構成を考える

広報誌の大枠が決まったら、具体的な内容を考える項目にはパターンがあり、それぞれに役割がある。個々のコラムが相互作用で生きてこそ広報誌は面白くなる。

企画・編集とはマーケティングです。市場に働きかけながら、自社の顧客をいかに増やし、満足させ、かつ創り出していくかの全社的活動です。端的に言えば、「顧客満足・顧客創造」活動ともいえるのです。