

国際ロータリー第2560地区  
ガバナーテーマ

「基本を学び、地域と共に」

高田ロータリー今年の  
スローガン

「ロータリーを識り、  
奉仕を实践し友情を深めよう」



人類に  
奉仕する  
ロータリー

2016～2017年度

国際ロータリー会長 ジョンF.ジャーム

2560地区ガバナー 田中 政春

高田ロータリー会長 本山 秀樹

幹事 中田 正

事務局：新潟県上越市西城町2-10-25 大島ビル201号

TEL (025) 526-3288 FAX (025) 526-3534

メールアドレス：takadarc@joetsu.ne.jp

例会場：デュオ・セレッソ TEL (025) 526-3111

クラブ広報・会報・雑誌委員

加藤 卓也 伴 長門 斉藤 光雄 佐藤 芳徳

## 第32回例会 ■ 3月3日(金)

No.32

### 会長挨拶 ● 本山 秀樹



ロータリーでは3月を「水と衛生月間」と定めています。そしてロータリーでは水と衛生の重要性についてのプログラム支援、このことに関する専門職業人の奨学金支援を行っています。

今日は、「水と衛生月間」に因んで「水」について調べてきました。世界で水道水をそのまま飲む国が何カ国あるかご存じですか。答えは、たった13カ国です。アジアでは日本とアラブ首長国連邦だけです。南北アメリカはゼロです。また、日本の水道水、ミネラルウォーターの殆どが軟水です。軟水の特徴は、まろやかで癖がないため、とても飲みやすい。そのために、お茶やコーヒーなどを飲む際には、本来の味が出やすく適しています。また、私達の体のおよそ60%近くは水分でできています。水のパワーは私達が生活する上で、色々な働きを持ち、必要不可欠なものです。よく水は一日最低2リットル摂取するといわれています。水分量は、少なすぎると脱水症状を起こし、多く取りすぎると、水中毒の危険性があります。

### 出席報告

出席率 96.43%

### メイクアップ

水上喜芳君 (3/4 米山奨学生終了式・歓送会)

### セレモニー



本日 米山記念奨学金贈呈 白麗萍さん

### 委員会報告

国際奉仕委員会 (高橋委員長) ——上越教育大学

国際交流のつどい参加報告

R財団委員会 (佐藤委員長) ——寄付のお願い

### 会員インフォメーション

齋藤尚明君——作陶展のご案内 (3月10～13日)

会場：(有)かんずり本社 2F)

### 幹事報告

配布物：週報No.31・ロータリーの友3月号

回覧物：ガバナー月信3月号・財団ニュース3月号

報告：オークション落札者の方へ

橋詰さんのお米を落札された方は事務局までご連絡ください



民放テレビ業界とテレビ局の仕事についてお話しさせていただきます。

現在、全国のテレビ局の数は地上波テレビ局に限れば129局あります。

内訳としては民放テレビ局115局、独立U局13局、NHK1局となります。この民放テレビ各局は東京の5局を中心にネットワークを形成して番組、ニュース、イベントなど多岐にわたって協力関係を構築しています。

この地上波放送以外に最近では、BS放送、CS放送にはじまりインターネットTV、SNSなど多くのメディアがありパソコン、スマホなどで手軽にニュース、番組、映画など視聴できるようになってきました。

よってよく言われていますテレビ離れが今後ますます深刻化してきそうです。民放テレビ局はどの番組をどれくらいの世帯が見ているかという視聴率を一つの指標として広告枠をセールスしているのでビジネス的には厳しい時代を迎えようとしています。

このような多チャンネル化ネット化の状況の差別化としてテレビ局はネットワークの強みを生かしてよりリアルタイムの情報を放送する形で最近の番組編成は朝から夜までほとんど生の情報番組が編成されています。また、地域情報を取り上げている全国放送の番組視聴率が高くなる傾向もあります。テレビを視聴する年齢層が上がってきている傾向もあり、その世代に受ける番組が人気になってきていたりもします。

2015年の資料ですが日本の広告費は全体で約6兆円です。

従来のマス媒体と言われる新聞3,600億、雑誌1,000億、ラジオ500億、テレビ1兆5,000億となっています。

次に、1988年からの4マス媒体プラスインターネット広告の広告費の推移です。

既存4媒体はリーマンショック以降横ばいなし

は下降トレンドですがそれに対してネット広告は上昇トレンドです。ネット広告は広告評価の指標などもわかりやすかったりするので利用される機会が増えています。最近ではネットとテレビ、新聞などを連動させた広告展開が主流です。

テレビ局の仕事内容についてご紹介します。テレビ局と言えばニュースや番組などを制作している報道制作部がイメージ的に思い浮かぶと思います。その他に制作した番組などの放送スケジュールを管理、PRする編成広報部、電波が確実に送受信できるように保守管理している技術部、会社の経理、総務関係を管理する経営管理部そして先ほどもなかなか伸びない広告収入の補てんで力をいれている事業部、企画提案などで広告セールスを行っている営業部といった構成になっています。

最後に最近ではCM営業も企画提案型でないとセールスが厳しい状況です。

私が立ち上げから関わった番組と番組のコーナー企画を、観ていただいて終了したいと思います。

- ①美容関係のディーラーですが、得意先のサロン支援という形で提案したものです。スマスタ内の変身コーナーという演出で美容情報を発信するとともにスタイリストさん、お店の紹介でサロンのオーナーからも好評をえている企画です。
- ②日本酒の蔵元に対して、日本酒に合うメニュー提案で流通の売り場展開の支援で提案した企画です。スマスタ内の料理コーナーで流通店舗で収録して旬の食材とレシピを紹介しているコーナーです、エミリーと料理研究家の中島先生のゆるい掛け合いが人気のコーナーで、スマスタレギュラーコーナー内で人気の高いコーナーになっています。
- ③証券会社の営業支援という形で提案した番組企画です。企業オーナーの取材を通してこれからの夢を語ってもらう番組です。