



Tanabe East Rotary Club in 2017-18

2017-18年度RI会長: イアン H.S. ライスリー
 第2640地区ガバナー: 岡本 浩
 田辺東ロータリークラブ
 創立: 昭和49年5月15日
 会長: 木村 壽一
 幹事: 片井 貢



ロータリー:
変化をもたらす

例会場/事務所: 田辺市下屋敷町81-10
 きのくに信用金庫田辺支店3F
 Tel 0739-24-6427 Fax 0739-34-5008
 http://tanabe-east-rc.com/
 E-mail info@tanabe-east-rc.com
 例会: 毎週水曜日 12:30~
 ビジターフィー ¥2,000

○会長報告 会長 木村 壽一



- ◎出席義務免除について 岩崎泰人君 (4月18日~6月末日) …承認。
- ◎2018年ロータリー国際大会: 投票代議員について …例年通りで承認。
- ◎2020-21年度 ガバナー候補者 推薦書提出について …再度例会にて回覧。
- ◎橋本隆会員ご母堂様の告別式は本日です。例会と重なる為、参加者はメイクアップとする。
- ◎上原会員より、例会場に常備するボールペンの寄贈がありました。
雨傘もあります。ご利用ください。

- 本日は会長が欠席のため、副会長の吉田が代理を務めます。
- 本日のお客様は、和歌山ファイティングバース 代表 高下 沢 (こうげ たく) 様です。後ほど宜しくお願ひ致します。
- 4月22日(日) 和歌山大学に於いて「2018-2019年度のための地区協議会」が開催されます。出席予定者の方々はよろしくお願ひ致します。
- 4月11日の定例理事会の報告を致します。
◎南方熊楠顕彰会 会費について (前年度は1万円)
…例年通り承認。熊楠賞授賞式への参加者→上原氏。

- 本日は、「チャイニーズ酒場 福福」さんのお弁当となっております。
次年度の例会運営のため、会長エレクトからの要望です。ご賞味下さい。

○幹事報告 幹事 片井 貢



- ◎4月11日 葬儀
橋本隆君

- 例会日時変更 (週報と一緒に回覧しています)
- ◎海南RC 5月 2日(水) → 休会
5月30日(水) → 休会
- ◎有田南RC 5月 1日(火) → 休会

■メイクアップ

- ◎4月11日 定例理事会
片井貢君、木村壽一君、沖史郎君、武田静也君
谷中順次郎君、上原俊宏君、山本亘君、吉田和枝君
吉本正美君

■回覧

- ◎週報「田辺はまゆうRC」
- ◎岡本ガバナー事務所より
「ガバナー月信第9号」

■連絡

- ◎「ガバナー月信第9号」が届いています。各自トレイに入れております。
- ◎南方熊楠顕彰会より「第28回 南方熊楠賞 授賞式への参加について (お願ひ)」を回覧しています。授賞式及び記念講演会に出席したい方は、葉書に氏名をお書きください。

○本日の唱歌

「上を向いて歩こう」

唱歌委員 湯川 和洋 君



○ゲスト・ビジター

和歌山ファイティングバーズ

代表 高下 沢 (こうげ たく) 様



○出席報告

会員数 43名 義務免除 4名 本日の欠席者 9名
本日出席率 76.92% 4月4日の修正出席率 95.12%

○にこにこ報告

(敬称略)

◇和歌山ファイティングバーズ 代表 高下 沢 様を
お迎えして

愛須 勝章、上原 俊宏、片井 貢、畔田 実
小山 實、後藤 信博、武田 静也、竹村 英一
橋 博、谷本 司、中嶋 伸和、野村 憲司
本田 耕二、丸山 博之、森本 修至、早稲田 清司

◇開幕戦は残念でしたが、今年のファイティングバーズはやりぬきます。みなさん応援お願いします。

竹中 悟

◇ニコニコの前をスルーしたけど、つかまりました。
坂本 正人

◇やっと、私の出番がやってきました！
もっと休んでください。

吉田 和枝

◇奥様誕生日

後藤 信博

◇お花いただきます。

佐田 一三

○本日のプログラム

和歌山ファイティングバーズ

代表

高下 沢 様



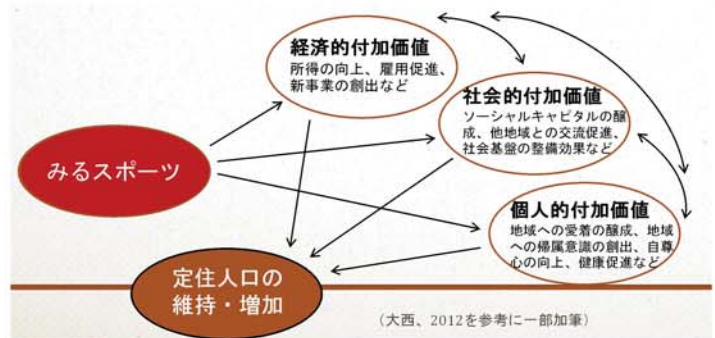
「紀南を盛り上げたい！

マチを盛り上げるコンテンツ開発」

「スポーツ」×「地域活性化」

～みるスポーツが持つ課題解決力と

地域のにぎわいづくりの可能性～



特定地域をホームタウンとする地域密着型プロスポーツがある都市は、人口減少社会においても消滅することがない (原田、2016)

地域活性化とは？

- ・人口減少に一定の歯止めがかかっており、近い将来においても定住人口の維持が可能である市町村を『活性化している』と捉える (財団法人 農林統計 協会、2010)
- ・活性化運動を通じて、個人的付加価値、社会的付加価値、経済的付加価値を達成し、最終的に定住人口の維持・増加を目指す動き (大西、2012)

プロ野球独立リーグ

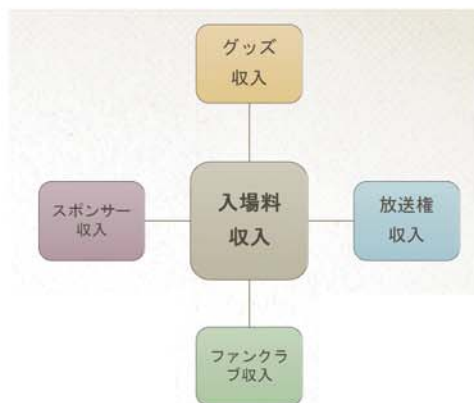
- ・一般社団法人 日本独立リーグ野球機構
- ・四国アイランドリーグplus (2005年～)
- ・4球団 (愛媛・徳島・香川・高知)
- ・ルートインBCリーグ (2007年～)
- ・4球団 (新潟・富山・石川・長野) で開幕
- ・2008年より 6球団 (群馬・福井が参入)
- ・2015年より 8球団 (埼玉・福島が参入)
- ・2017年より10球団 (滋賀・栃木が参入)

四つのテスト：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

- BASEBALL FIRST LEAGUE (2014年～)
- 2018年シーズンは3球団 (兵庫・大阪・和歌山)

地域密着型が増えている。なぜか？

- 学校・企業への依存からの脱却
- そこに顧客がいるから (武藤、2016)
- アクセス時間が60分圏内の観戦者
J1 : 79.1% J2 : 79.3%
(Jリーグ、観戦者調査 サマリーレポート、2017より)
- ファンの数 (入場料収入) は経営基礎体力
(週刊ダイヤモンド、2008)



しかしながら、現代において、「近い」という理由だけで観戦に来てくれるのか？ スポーツチームが「設立された」という理由だけで応援してくれるのか？

消費者行動：消費の二極化、選択と集中

- 自らにとって価値あるものには惜しみなく投資し、価値のないものには投資しない。
- 限られた資源の中で満足度を最大化させるため、投資対象の選択と集中を行う。(それにより資源が足りるようにする)
- スポーツを選ぶ理由を示す＝明確なプロダクトアイデンティティを示す。
- ステークホルダーは最初からチームの存在意義を認め、信用しているわけではない。
- スポーツを見に行く理由・価値を示す。
- 地域にスポーツチームが存在する意味を示す。
(なくてはならない存在)
「スポーツ以外の活動にも取り組む必要性」

明確なプロダクトアイデンティティ
(WHAT : 何を提供するのか?) ～消費者が

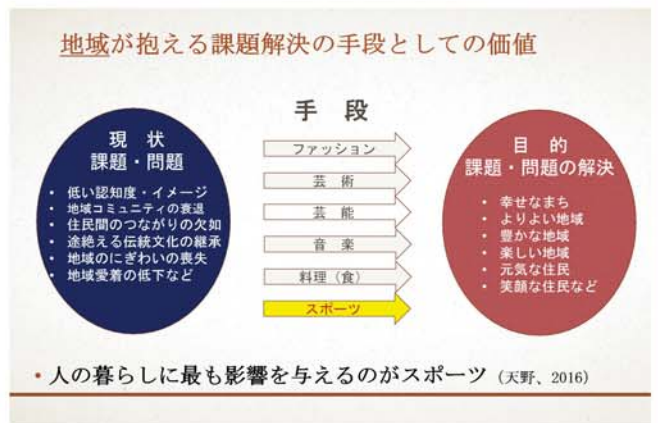
そのプロダクト・ブランドを選ぶ必然をつくる～

- ①住民ならびに地域に存在する課題解決の手段としての価値
- ②地域へ“にぎわい”をもたらす手段としての価値

住民が抱える課題解決の手段としての価値

「人々は4分の1インチのドリルを欲しいのでない。人々が欲しいのは4分の1インチの穴である。」
セオドア・レビット (ハーバード大教授)

- スポーツの試合ではなく、観戦した時に巻き起こる「感情」
- 消費者がそのブランドを買っている根源的な価値は具体的ではないことが多く、消費者に聞いても出てくるものではない。(森岡、2016)



課題解決に取り組む意義
～マーケティング1.0から3.0へ～



5分で分かる「マーケティング3.0」と成功事例より転載 https://liliskul.com/wm_3-5690

- 「良いことをする企業」を選別し、その企業から商品やサービスを購入することで、より良い世界を作ることに関与する。
- 社会に良いことをするクラブと、そのクラブを応援することで、精神的充足と感動を得たいファンとの感情的な結びつきが問われる時代になった

四つのテスト：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

・ ヴィッセル神戸



LOVE KOBE 神戸を笑顔にする存在へ——。
 ヴィッセル神戸公式サイト内、ホームタウン活動より転載
<https://www.vissel-kobe.co.jp/hometown/>



ヴィッセル神戸公式サイト内、ホームタウン活動より転載
https://www.vissel-kobe.co.jp/hometown/report/2016/20161215_1.html



ヴィッセル神戸公式サイト内、ホームタウン活動より転載
https://www.vissel-kobe.co.jp/hometown/report/2016/20161215_1.html

地域住民の生活を楽しく、豊かに、幸せにする

- ・ 経済的付加価値だけでない
- ・ 家族の会話が増える、友人・知人が増える、笑顔が増える
- ・ 暮らしに安心、挨拶を交わし合う住民
- ・ 地域アイデンティティ（文化、教育、福祉、医療、雇用等）の強化

→ 地域への誇りを高め、定住人口の維持・増加へ

愛媛マンダリンパイレーツ



綺麗な地域、安心・安全な地域、挨拶を交わし合う地域
<http://www.m-pirates.jp/topics/entry/2017/07/010433.php>



生名島におけるにぎわいの創出、認知度向上
 愛媛MP公式サイト内、試合より転載
<http://www.m-pirates.jp/topics/entry/2017/08/010513.php>



高知FD公式サイト内、ギャラリーより転載
<http://www.fighting-dogs.jp/gallery/3785>

- ・ 人間が持つ喜怒哀楽という感情をスポーツを通して表現しながら人間らしく生活していく（天野、2016）

高知ファイティングドッグス



愛媛MP公式サイト内、地域貢献活動報告より転載
<http://www.m-pirates.jp/topics/entry/2017/07/010429.php>



農業振興、食育の推進

高知FD公式サイト内、ギャラリーより転載
<http://www.fighting-dogs.jp/gallery/4243>



高知FD公式サイト内、ギャラリーより転載
<http://www.fighting-dogs.jp/gallery/4197>

今後の課題

- ・ スポーツの持つ“価値”はもっと社会へと還元され、共有されるべき（東邦出版編、2017）

②地域へ“にぎわい”をもたらす手段としての価値
 ～チームが愛されるための接点づくり～

- ・ ホームゲーム
 - ・ 試合数は限られているため、これでもかというほどの仕掛け、工夫、プロモーション

・ 横浜DeNAベイスターズ



はまれぽ.com2016/3/31より転載
http://hamarepo.com/story.php?story_id=5140



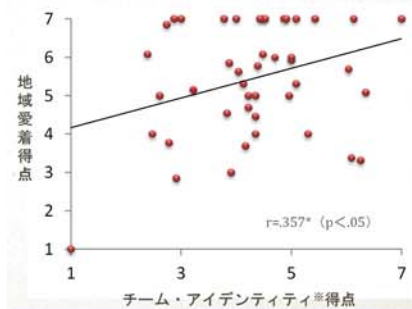
次の野球、ポプラ社2014より転載



次の野球、ポプラ社2014より転載



次の野球、ポプラ社2014より転載



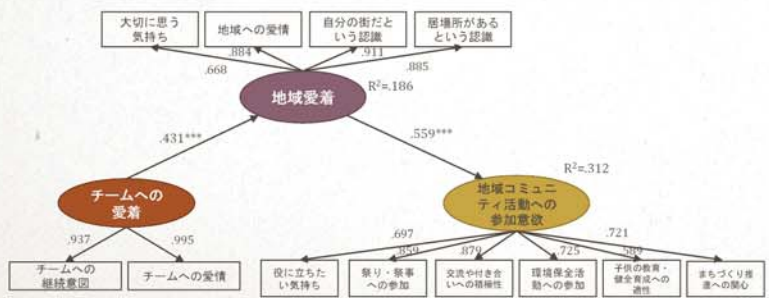
※チーム・アイデンティティ：ファンがスポーツチームに対して持つ心理的な愛着の程度。（Wann&Branscombe,1993）

（林、2016より）

・ 川崎フロンターレ



川崎フロンターレ公式サイト内、フロンターレ日記より転載
<http://www.frontale.co.jp/diary/2017/1128.html>



（林、2015より）

四つのテスト：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