



岐阜北週報

12月 疾病予防と治療月間

□ 題 字	永瀬 章	□ 会 長	永瀬 章	
□ 例 会	毎週水曜	□ 副会長	前田 吉彦	2017-2018
□ 会 場	岐阜都ホテル	□ 幹 事	西垣 康紀	No.1701
		会報委員長	安藤 重広	17.12.13発行

前回の記録	本日の予定	次回の予定
第 1700 回 例会 12/6 (水) 慶祝行事 クラブフォーラム (6) 担当：職業奉仕委員会	第 1701 回 例会 12/13 (水) 年次総会 (時期役員理事選出) 100万\$ 担当：会長・幹事	第 1702 回 例会 12/16 (土) クリスマス家族例会 (20日繰り上げ) 担当：親睦交流委員会

会長挨拶



本日より2名の新しい会員を迎えることが出来、大変うれしく思っています。小泉会員、川崎会員の推薦の谷藤 哲さん、小森会員、岡田会員の推薦の近藤 祐司さんです。後程、ご本人から自己紹介をしていただきますので楽しみにして下さい。そして温かく迎えてあげてください。

会員増強については今年度2630地区の田山ガバナーは『未来を創造しよう』ということで、10年後の夢あるロータリーを築くには、クラブは会員基盤を広げ、多様な会員の取り込みを図り、積極的に会員増強に努めることから始まるとおっしゃっておられます。そして、地区目標として、各クラブ会員増強純増3%を目指しなさい。

我がクラブにあてはめると、30名の3%で1名の純増ということですが、幸い今まで順調に入会者があり、上期3名となっています。

会長挨拶 続き

北クラブの今年度の目標は純増4名でしたから、下期もこの勢いで目標以上の増強が図ればと思います。

今年度、会員増強委員会は5名の内4名がパスト会長という強力な布陣で臨んでいます。来期の方も先取りする勢いで、今後とも取り組んでいただきたいと思います。

個人的な思いですが、我がクラブからアシスタントガバナーを排出する、来る39期には50名位のクラブに増強されていることを望んでいます。残す下期も会員増強に努めたいと思いますので、ご協力よろしくお願いいたします。

慶祝行事 (敬称略)

1. 会員誕生日のお祝い
 - 12月7日 松野 秀計委員
 - 12月21日 小森 保敏委員
 - 12月22日 岡田 忍委員
 - 12月26日 河村 訓陸委員
2. ご夫人誕生日のお祝い
 - 12月6日 井戸みゆき様
 - 12月22日 前田 裕子様
3. 結婚記念日のお祝い
 - 12月11日 松野 秀計委員
 - 12月15日 山口八郎会員

出席報告

会員数：33名
 出席数：26/33名
 出席率：78.79%
 欠席者：7名（出席免除 3名 90.09%）
 訪問者：中部経済新聞社 支社長
 稲熊 康晴 様

ニコニコBOX（敬称略）

永瀬 章：近藤さん谷藤さんようこそ。
 片桐 順一郎：新会員よろしく。
 国井 省二：本日職業奉仕担当のフォーラム
 です。中部経済新聞社から稲熊
 さんよろしくお願いいたします。
 長野 鉄司：新会員の皆さんよろしく。
 岡田 忍：新会員の皆さんよろしく。
 井戸 憲一郎：寒くなりましたがお大事に。
 近藤 祐司：今日より入会させていただきます。

委員会・同好会報告事項（敬称略）

新入会員のご案内
 近藤 祐司委員
 株式会社近藤建築
 事業の主要業務 建築一般
 職業分類 建築工事
 推薦者 小森保敏委員・岡田忍委員

谷藤 哲委員
 株式会社 長良川広告
 事業の主要業務 広告宣伝
 職業分類 広告取扱
 推薦者 小泉宣昭委員・川崎賢二委員

例会行事

中部経済新聞社
 支社長 稲熊 康晴様
 プレスリリースについて

例会風景



例会風景



新入会員 谷藤 様



近藤 様



岐阜経済新聞支社長 稲熊 康晴 様

岐阜北ロータリークラブ様

プレスリリースの話

2017年12月6日

中部経済新聞 岐阜支社 稲熊康晴(inaguma@chukei-news.co.jp)

「プレスリリース」とは

- 一般的に上場企業等が自社情報を開示、あるいは製品・サービス情報をメディアに伝えるためのツール
- 近年は大手企業に限らず、多くの企業が自社情報のPRツールとして使うようになった
- 実際のプレスリリースを見てみる
※次ページサンプルを参照して下さい※

2017年5月31日

デンソー、微細藻類の研究から生まれた
日焼け止めクリーム「moina UV」を新発売
～“お肌にも地球にもやさしい”商品を開発～

株式会社デンソー（本社：愛知県刈谷市、社長：有馬 浩二）は、藻を活用したバイオ燃料の研究から生まれた、藻の保湿オイルを活用した日焼け止めクリーム「moina（モイナ）UV」を6月1日から発売します。

当社は環境対策の一環としてCO₂削減に取り組んでおり、2008年からオイルを産生する微細藻類を使ったバイオ燃料の研究を行っています。その研究過程において、微細藻類ボツリオコッカス*が高級保湿剤として知られる「スクワラン」に類似するオイルを産生することがわかり、そのオイルを配合したハンドクリーム「moina」を2014年11月に発売開始しました。

今回発売する「moina UV」は、ハンドクリームの保湿性そのままに日焼け止め効果をプラスしました。光合成による藻の培養でCO₂を削減しながら有用成分を活用した“お肌にも地球にもやさしい”商品です。

またこの商品は、部署横断の女性プロジェクトチームが中心となり企画し、クリームのテクスチャーや香り、パッケージデザインなど、女性ならではの感性を生かした商品づくりを行いました。

デンソーは、微細藻類およびバイオ燃料の研究を通じて、地球環境の維持および持続可能な社会の発展に貢献していきます。

【新商品の特長】

保湿成分である藻オイルを配合した、SPF30 PA+++の日焼け止めクリームです。

- SPF30の優しい使い心地のクリームタイプ、特別な洗浄剤がなくても落とせる
- 伸びがよく全身に塗りやすい
- 保湿しながら日焼け止め効果を発揮する
- 冷房の効いた室内や、買い物や通勤・通学などの外出・運転時などデイリーケアにおすすめ
- UVケア化粧品特有のにおいがなくカモミール、ゼラニウムの天然アロマの優しい香り

■商品詳細およびご購入については「moina」専用サイトをご覧ください。

<https://www.moina.net/>

*「ボツリオコッカス BOT-22」は筑波大学の渡邊 信教授によって発見された藻です。デンソーでは、このボツリオコッカスの培養とオイル抽出のプロセスを開発し、「moina」を作りました。

なぜ今プレスリリースが必要か（背景）

- インターネットの普及で個人でも「メディア」を持てる時代に
- ブログやSNS（ソーシャルネットワークサービス）等、ウェブ上の情報は個人が処理できる範囲を超えてしまっている
- 必要十分で裏付のある情報を案内してくれる存在が必要に
- 匿名でない情報発信メディアとして紙を始め従来の媒体の役割が見直されつつある

多プレスリリースを作るメリット

- わかりやすい情報の発信には形がある（先ほどのプレスリリース見本を参照して下さい）
- 情報を効率よく伝えることで歴史を重ねてきたメディアは情報を伝えやすい「形」を持っている
- そこに合うように作ったリリースは自ずと情報が整理されたものに
- それはメディア全般への情報提供に使えるだけでなく、自社の強みを整理された形で再認識することにも利用できるのでは

プレスリリースを作り、活用する

- プレスリリースの形は大体決まっている、そこに情報をはめ込めばいい
- 文章だけでなく、写真・動画も用意しておくことでメディアによって表現の幅が広がる
- 作ったら外部に発信する
 - 自社サイト、会社概要で活用する
 - 営業ツールとして利用
 - 記者クラブに資料を持ち込む
 - 媒体に直接アプローチして記事を売り込む

プレスリリースを作るにあたって

- ・ リリースを出す「季節」も重要
- ・ 「使い勝手」も考えて 思いだけが走らないように
- ・ 分量も大切 A4一枚で収まるように
- ・ 「量産」「全方位」にならないように
- ・ 記者も人間だということを忘れないで
余りくどいと嫌がられる、忙しいときだと扱いがぞんざい
「聞きたいことがあればこちらから連絡する」ので、「いつ頃掲載されますか？」とか確認、催促は逆効果になることも

リリースを作った後は

- ・ 作ったリリースは積極的に外部に公開する
公開先は

- 自社ホームページ、SNS等Web媒体

- マスメディアへの配布

- 社内・取引先への情報共有の為の資料

- ・ マスメディアへの配布はいくつかルートがある

- 記者クラブに配布

- 媒体直接訪問してリリースを案内

プレスリリースと長く付き合う

- ネットでのやり廃りは早い、一時のやりりに乗って情報公開をしたが、今や廃墟…では意味がないし逆効果
- 定期的に情報を発信できる程度の発信密度にすることが大切
- 特定の季節（ハロウィーン・クリスマス等）に合わせた情報発信があると、媒体から季節を感じさせる情報として重宝されることも
- 媒体との接触機会は少なくない。各種団体のパーティーなどで取材で来ていることもあるのでそうした機会をとらえて接触してリリースを流していく

まとめ

- 個人でも媒体を持てる時代→情報過多の時代
- 整理され、情報が信頼できる発信元が必要とされる
- 企業の側も情報発信力が必要と言われて久しい
- だからといってブームに乗って一時期発信して反応がないのですぐやめる、ではかえってイメージダウンにもなりかねない
- 長い目で情報発信に取り組み、従来メディアの信用を活用して自社のブランドを伸ばして行くことを考えては

中部経済新聞について

- 昭和21年11月1日創刊の日刊経済新聞
- 新聞協会に所属している新聞社の中で「地域経済」に特化した唯一の新聞です（他地域に同種の新聞社はありません）
- 戦後まもなく地元財界の強い要望で創刊
- 当初はGHQの経済政策を中部に伝えるという側面が強かった
- 現在は中部の世界的な企業からベンチャーまで、企業ニュースを幅広く取り扱う。地域によって版を分けず、広域での情報共有できる紙面作りが特長
- 主な発行地域は愛知・岐阜・三重・静岡西部、発行部数は94,700部（公称）

ご静聴ありがとうございました

プレスリリースについて疑問・相談がありましたら、
弊紙までご一報下さい

例会行事

私の従弟も毎日新聞社の埼玉支社長をしておりますが、常日頃からどんな些細な情報も見逃すまいとアンテナを立てているようです。この様な話から、自分にとっては当たり前の事でも他人にとっては新鮮な情報となり得ます。

以上の事から、プレスリリースは身近な広告媒体の一部でありますので、これこらの活用にお役立て下さい。

次回例会のご案内

第1702回 例会 12月16日(土)
クリスマス家族例会(20日繰り上げ)

担当者：親睦交流委員会

会報・広報 12月担当 安藤 重広