



やらまいか

例会日/毎週火曜日 12:30 例会場/豊川商工会議所

会長/高桑 耐 幹事/大木健市 会報委員長/池田 弘

事務局/豊川市豊川町辺通 4-4 豊川商工会議所会館内 TEL0533-86-2535 Fax0533-86-8889

HP/<http://toyokawahoi.tank.jp>

クラブテーマ: ENJOY ROTARY 絆、みんな仲良く、クラブの未来へ

本年度第32回 通算1286回 平成25年2月19日(火)	出席報告	会員総数	出席者数	出席率	2/3 修正出席率
		58名	29名	63.1%	91.3%

ゲスト:(なし) ビジター:メーキャップ受付23名

★会長あいさつ

高桑 耐会長



こんばんは。スキージャンプの高梨沙羅選手が16歳4ヶ月でノルデックスキーワールドカップの総合優勝をしました。史上最年少という素

晴らしい成績です。このニュースを見て、石川遼君のことを思い出しました。彼は15歳8ヶ月の時に、プロの試合で初めて優勝しました。日本の記録で最年少での優勝の記録です。私の友人にロジャー・クリーヴランドと言う人がいます。石川遼が所属したゴルフ用品メーカーのキャロウェイゴルフのチーフデザイナーです。先週の金曜日に東京で会って色々話をしました。石川遼のクラブの調整等をした時に、彼にアメリカのツアーはどうかと聞いたら、「もう少し慣れれば優勝できる可能性もある。ただ、今は慣れていない。」と言ったそうです。何が慣れていないのかと聞くと、彼の場合、試合の時、ティーショット打って、2打目を誰が打つかによって攻め方が変わってくるのだそうです。飛ばし屋と言われる石川もアメリカではそうでもなく、日本では2打目も最後に打つことが多いが、アメリカでは石川が最初に打つことが多く、他のプレイヤーのボールの飛び方等で風など確認することができない。だから日本の時と攻め方が全く違うのだそうです。その攻め方に慣れていないそうです。アメリカの場合、試合によって芝も違います。高麗芝もあれば、ティフトンという芝もあり、芝によって打ち方が違っ

てきます。その辺りが慣れないとアメリカでは通用しないようです。技術的には、もう十分に力があると思います。早く慣れて、アメリカで活躍できるように頑張ってもらいたいと思います。

★幹事報告

大木健市幹事

例会臨時変更のお知らせ
被災高校生支援募金のお願い
IMのお礼状について

★卓話「B-1 グランプリについて」

笠原盛泰会員



B-1 グランプリを今年の11月に豊川で開催をさせて頂きます。B級グルメ大会ではありません。今日はB-1 グランプリについて正しくご理解頂き、皆さんにご協力も合わせてお願いしたいと思います。

まず、いなり寿司で豊川市をもりあげ隊の沿革は、平成16年に商工会議所が豊川地域ブランド「いなり寿司」の確立に向けて様々な模索を始めました。平成19年10月に山脇市長が誕生し、マニフェストで「いなり寿司ブランドを全国展開」と掲げました。平成20年9月に県内の観光協会では初の女性事務局長が公募で誕生しました。平成21年7月1日に「いなり寿司で豊川市をもりあげ隊」の設立総会を開催しました。

もりあげ隊の経済波及効果は、平成22年度

は約 39.9 億円、活動によって増加した観光客数は約 34.4 万人。

もりあげ隊の効果と狙いは、集客向上効果、経済波及効果、PR 効果、認知向上効果、イメージ効果、ブランド効果、事業者意識の変革、市民ボランティアの育成、行政及び職員意識の変革、地域関係団体の連携協力強化、市民の地域づくり意識の向上などです。

正式名称は「ご当地グルメでまちおこしの祭典！B-1 グランプリ」です。大会 2 日間で数十万人の来場客のある国民イベント。経済効果が数十億と試算されるビックイベント。来場者が箸によって投票し順位を決定する参加型イベント。グルメイベントでなく、食を通じて地域を PR をするまちおこしイベントであること。

B-1 グランプリの誤解と特徴としては、①飲食店の出展は一切ない、ボランティアのまちおこし団体の出展。②まず愛 B リーグ正会員にならなくては出展できない。③お金を使って広告宣伝が出来ない、報道に取り上げてもらう。④当日集客でなく、後日に出展者の地元に来てもらうことが目的。⑤料理だけでなく、パフォーマンスやイベント盛りだくさん。⑥中心市街地で分散開催させて、まちに人が溢れる。⑦前夜祭が出展団体の大交流会。⑧順位は決めるが、それ以上の効果が目標。⑨全出展者が主催者であるイベント。

中日本支部（愛知・岐阜・三重）で本部加盟している団体は、郡上発奥美濃カレーファミリー、各務原キムチ鍋奉行所、めいほう鶏ちゃん研究会、いなり寿司で豊川市をもりあげ隊、高浜市日本とりめし学会、四日市とんてき協会、亀山みそ焼きうどん本舗、津ぎょうぎ協会、名張牛汁協会です。

地域ブランド化への取り組みは、B-1 グランプリで有名になって、商標登録申請。地域名+料理名でブランド化をはかる。B-1 グランプリ公認商品の企画推進、理解ある企業への公認商品許可、各商品 2%のロイヤリティ（本部 1%、団体 1%）、各団体のまちおこし活動資金の確保と自立を目指しています。

愛 B リーグの戦略と波及効果のまとめとしては、①結成当初 10 団体が 5 年で 75 団体に急速に全国に拡大。②B-1 グランプリに出展できるのは、愛 B リーグ正会員だけ。③正会員となるには、日常的まちおこしの実態と精神性を問われるハードル設定。④しかし入会後は B-1 グランプリの注目度で有名に、ノウ

ハウの蓄積と活動の精査。⑤ブランド管理、商標登録によるタイアップ商品で資金を確保。B-1 というツールを使った、まちおこし運動の自立と活性化の支援。行政の関わりや補助金についても一石を投じ、地方から日本を元気にする新しい仕組みとなっています。

豊川大会開催の概要は、平成 25 年 11 月 9 日(土)、10 日(日)に開催します。会場は、豊川稲荷周辺及び豊川公園周辺です。二つを結ぶ道路を歩行者天国として開催します。来場者は、出展団体が 2000～3000 名、出展団体応援団は数千名、取材陣は数百名、ボランティア 3000 名、来場者 50 万人以上(県外 25%)を予想しています。



豊川大会を成功させるためには来場者、出展者、関係者に喜んでもらうことで、①安全第一（交通規制による歩行者安全確保）②街中で歓迎のムードづくり③各商店、事業所の協力④ボランティアへの参加⑤今後に残る仕掛けづくりです。住む人だけでなく、訪れる人も楽しめるまちづくりをすることです。

最後に、なぜこのような活動をしているかと申しますと、人口減少成熟期に地域間競争が始まっている。地域の認知やイメージが向上することは、地域企業にとつてもメリットが大きい。地域イメージは行政任せでは作れない、企業や市民の参加が必要である。地域貢献企業の存在が大切であると思っています。ご清聴ありがとうございました。

★ニコニコボックス

野中泰志会員 結婚記念日を祝って頂き
井指和昭会員 入会記念日を祝って頂き
山城康司会員 〃

クラブ目標：会員増強純増 3 名
クラブ目標：R 財団寄付額 \$ 100/人

現在の状況

会員増強・・・・・・・・・・純増 1 名
R 財団寄付額・・・・・・・・\$ 74/人

会報担当者：池田 弘会員、杉浦元保会員

このウィークリーは再生紙を使用しています。