

THE ROTARY CLUB OF NAGOYA-CHIKUSA



WEEKLY

なごや
ちくす

題字 黒野貞夫

名古屋千種ロータリークラブ
承認 1982年 8月24日
例会日 火曜日 12:30
例会場 愛知厚生年金会館
事務局 ☎763-5110
会長 成田良治
幹事 鷺野義明
会報委員長 杉浦比佐夫
小山雅弘

No.44

ロータリーを高めよ!

思いを尽くし熱意を尽くし!

1990~91年度 RI会長 パウロ V.C. コスタ

第434回例会 平成3年5月28日(火) 曇

◇ “我等の生業”

◇出席報告

会員 67(66)名 出席 45名
出席率 68.18%
前回 5月21日 (修正出席率)96.97%

◇ビジター紹介 1名

◇お誕生日祝福

浅井君(6/1)、黒須君(6/1)

◇ニコボックス

久保田 皓君 次期職業奉仕委員長西村さんから予め依頼があり、次期職業奉仕副委員長として、地区協議会に出席する旨、お引受しながら、失念して出席しませんでした。西村さんはじめ皆様に大変ご迷惑をおかけして申し訳ありませんでした。

渡辺 辰夫君 ホームクラブご無沙汰しました。お陰様で5月29日付で名証2部に上場することが出来ました。ありがとうございました。

鷺野 義明君 友人の名古屋テレビ番組制作部長の小塚雄三君をご紹介します。

安藤銀之助君 ホームクラブ失礼。旅行では、水野・成田・笹野御夫婦に大変お世話になりました。

水野 民也君 早退します。

西村 禎二君 この度は、成田会長、水野民也様、鷺野様に色々とお配慮賜り申し訳ありません。又、5月26日地区協議会には、久保田さんとの連絡不行届の為、秋山様、和田様をはじめ大変ご迷惑をかけました。

新美 敢君 西尾さん常務取締役ご就任おめでとうございます。

石黒 正則君 此の度、事務所を移転しました。中区栄一丁目(旧しら菊)の南側のカワパタビルです。近くにおいでの際は、お立ち寄り下さい。

林 淳三君 5月度ゴルフ会で優勝しました。会員の皆様ありがとうございました。

浅井 誠寿君、黒須 一夫君 誕生日祝い。

◇和田副幹事報告

1. 本日例会終了後、理事役員会を開催致しますので、理事役員の方は、2F橋の間にお集まり下さい。
2. 次回午後5時より松楓閣に於いて、次年度理事役員会を開催致しますので、次年度理事役員の方はお忘れなく御出席下さい。
3. 「よねやまだより」14号が来て居りますので、お帰りにお持ち下さい。

◇成田会長挨拶

昨日(27日)の中日新聞に名古屋の悪口が面白い?!

『「ナゴ・ハラ」という本が、地元書店で大売れ!』というタイトルで、この本の内容の一部を紹介してあったので、早速買い求めて読んでみました。私は名古屋生まれでも名古屋育ちでもないので、名古屋を語る資格はないのですが、妻が名古屋という関係で、名古屋を理解しようと努めている一人です。

一般的に名古屋の事を語られる時、大きな田舎だとか、ケチだとか、排他的だとかあまり良い意味にとられない事が多いみたいです。ところがどっぷり漬かって名古屋で暮らしている者としては、こんな住み良い街はないと思っている訳ですが、考えてみれば他からみて「ダサイ」イメージとして受け取られているのが分かるような気もするわけです。この本の221ページ『ケチが文化・経済を衰退させる。』に『オオゾネ・チャイナ』というブランドのことが書かれていますが、『オオゾネ・チャイナ』は国内だけでなく海外にまでその名が売っていたので、大曾根町には陶器屋及び陶

器を扱う貿易商も多かったのですが、今は大曾根ブランド商品が消え、陶器屋が廃業してしまったという。つまり、安売合戦で発展途上国に負けたのが原因である。

私も、10年位前まで松村硬質陶器の社長をしていましたので、問屋からは仕入値の安いことだけが中心で、値上げや品質の良い物を造る話には、耳も貸してもらえないという経験をしています。皆さんの中には御存知の方がいるかもしれませんが、千種駅の東の公園を中心に工場があって、かつてはノリタケより古くノリタケより大きな会社であったのです。

“やきもの”の歴史を調べると必ず出てくる会社です。

その私が今回のヨーロッパ旅行で家内に“セガマレ”でウェッジ・ウッドの食器を買わされたわけですが、私のところはノリタケを使っていますが、ウェッジ・ウッドよりははるかに良い商品です。ところが家内にとっては、日本で買うよりはるかに安い値段で売っているその品物を買うことによって、自分は儲かったつもりでいる。所謂名古屋人のケチがそうさせたのだと思います。

つまりは物の良し悪しを値が高い安いで決めようしたり、ブランド品で値の高い物が良い物だと決めてかかったり、相手が自分より弱かったり、小さかったりすると、一段下に見下したり、足下を見透かしたりという傾向が、名古屋人の一部でしょうがある様な気がしています。私は会社を整理するに際し、従業員に相談した時もやはり名古屋人だと思った事は、まだまだ陶器工場を続けたいという事であった。私は土地と工場・建物と機械・設備及び膨大な種類の型等を退職金として支給したのですが、高級品を値打ちに造るのなら生き延びたでしょうが、自分達の労働力を安くすることで切り抜けようとするケチ根性だけでは、生活レベルの低い後進国には歯がたたず、結局潰れていったのです、社長の私が、見きったものを専務以下の人達が、自分達ならできると判断したことがそもそもの間違いであったと私は今でも思っているわけです。

この本によると次の様に書いてありました。ケチは不況に強いといわれているが、世界経済のリード役となり、若者や女性に浪費指向が広がっている昨今、名古屋は新しい生き方にチャレンジする必要があるようだ。と！！

◇講演

“テレビ番組制作あれこれ”

名古屋テレビ制作部長

小塚 雄三氏 (紹介 鷲野君)

民間放送は許認可事業ですが、人類の大切な財産である電波を預かる以上当然のことで



某の使命も責任も重大です。公益性が重視される、反面、経営形態が株式会社である以上適正利潤が追及されます。この企業性の相反する性格をどう整合させていくかが大切であり、大変なことと思います。

民放の商品であります。番組を分類しますと、報道系 (logical)、社会情報系、娯楽系 (emotional) の、三つに分れると思います。私の属する制作部は一部社会情報系と娯楽等に関連する部署であり特に売れ筋系の商品が要求され“理”を通す報道系番組より一味違った味つけ“ヒネリ”が必要と考えます。

売れ筋商品であるためにはまず多くの人が見てくれる番組で、楽しくインタレストが必要であり、泣き、笑い、怒りも含めた広義の意味での面白さがなければいけません。しかも番組の基本に、いつもしっかりしたテーマ [制作者の鋭い目としっかりした切り口] が必要で、娯楽番組だからと言って唯笑わせただけの番組では一過性のものに過ぎず見終わった時、なんとなく後味の悪い番組で終わります。支持される番組は必ず、制作者の心が感じられるものであります。

楽しく見せるテクニックには色々あります。“ハラ、ハラ”させて視聴者の注意を引く「ストレッチガイ」例えばNHKの「君の名は」の作劇術であり、また花登風独特の作劇術で“イライラ”させる我慢もの、意外性で興味をつなぐ「ドンデン返し」等、又、印象を強烈にするための即ちディレクターの意志を表わす表現映像としては、アップの多用、術語で云う“アップ押”などが代表的な手法です。要するに番組には必ず意志がある筈で、番組の背後にある制作者の目を考えながら視聴するのも、テレビの楽しい見方だと思います。

まとまりのない中途半端な話で申し訳ありませんでした。御意見がありましたらお教え下さい。

◇次回例会 (6月4日)

インフォーマル・ディスカッション・ミーティング
松楓閣にてP.M. 6:00より

◇次々回例会 (6月11日)

地区協議会報告