



# SESERAGI-MISHIMA ROTARY CLUB WEEKLY REPORT

クラブ  
週報

2010~2011年度 RI会長 レイ・クリングスミス

RIテーマ BUILDING COMMUNITIES BRIDGING CONTINENTS 地域を育み、大陸をつなぐ

クラブテーマ 「親睦をもっと深め、心の奉仕を行動で示そう」 会長 西原克甫

副会長 渡邊照芳 幹事 内田憲一

事務所 三島市中央町4-9 小野住環中央町ビル2F  
TEL. 055-976-6351 FAX. 055-976-6352

<http://www.seseragi-mishima-rc.gr.jp>

せせらぎ三島ロータリークラブ

例会場 ブケ東海三島

TEL. 055-984-0120

毎週金曜日 第1・第3 夜間例会

## 第1018回 例会 2010.10.08 (金) 晴

司会:山本 章君 指揮:久保栄子君

ロータリーソング 「我等の生業」

### 会長挨拶

#### せせらぎ三島ロータリークラブ

会長 西原克甫君

こんにちは、まずは、ロータリー情報からお話しします。

9月21日(火)に名古屋マリオットアソシアホテルにおいて「国際ロータリー2010-2011年度第2ゾーン理事指名委員会」が開催されました。



当地区からは、牧田静二パストガバナー(静岡RC)が出席され、2010-2011年度の第2ゾーン理事に松宮剛氏(茅ヶ崎湘南RC)が指名されたそうです。ご報告いたします。

皆さんご存じでしょうが、日本人お二人のノーベル化学賞が授与されることが発表されました。尖閣諸島の中国漁船の船長のうやむやな釈放事件で気が滅入っていたところへ明るいニュースでホッとしました。

鈴木 章氏と根岸 英一氏

「有機化合物合成におけるパラジウム触媒クロスカップリング反応」難しいことは、良くわかりませんが製薬、電子産業に幅広い分野で使われているそうです。これからもお二人に続く日本人のノーベル賞受賞をきたいします。

「はやぶさ」に宇宙物質か

小惑星探査機「はやぶさ」が持ち帰ったカプセル内の収納容器から、あらたに微粒子100個程度が見つかったそうです。いずれも電子顕微鏡でようやく見える千分の1ミリほどの粒子だが、成分や形状などから、大半が地球の物質と断定できず、宇宙の物質の可能性があるので。収納容器から見つかった粒子は、これまでに光学顕微鏡で見つかった約60個があったが、微小な粒子はさらに増える見通しとなったそうで「多くを地球外物質を探す分析に回すそうです。

このニュースも日本人いや人類の夢の実現に一歩近づいたと期待しますと共に日本人の誇りに思います。

ようこそせせらぎ三島  
ロータリークラブへ

栗田正司君(三島西RC)

### おめでとう

入会記念日 10月5日 鈴木政則君

### 出席報告

	出席総数	出席率	メイクアップ	修正出席率
前々回	28/33	84.85%	30/33	90.91%
今回	26/33	78.79%	会員総数	36名
欠席者	あなたが見えなくて残念でした。			

石井(司)君、土屋君、野中君、宮澤君、山口(辰)君、山梨君、山本(良)君

### 幹事報告

幹事 内田憲一君

1. 10月15日の例会は17日に変更となります。

芋煮会

場所 長泉桃沢キャンプ場

10月22日 例会 米山記念館

人が「当たり前」と感じる基準値レベルを「レベル10」とした場合、ほんの少しの気配りにより相手からの感じられ方が違ってきます。そこを「レベル11」とします。「レベル15」とか「レベル20」にする必要はありません。それでは、人が持っている当たり前の感覚を例により感じてください。例えば、あなたが、家電量販店にデジタルカメラを買いに行きます。家電量販店で対応してくれた店員さん。ワイシャツは？

A、クリーニングに出してノリがビシッと決まっている。  
B、どちらかというとしよれよれ。洗いっぱなし？  
多くはBを連想されます。しかし、皆さんが連想された家電量販店は同じ店でないはずで、もちろん店員さんも違うし、その店員さんは想像のひとつかもしれません。これが、人間が持っている「当たり前」と感じる基準値です。それでは、次に、あなたが、この店でデジタルカメラを購入する際、店員の方から説明を受けています。店員さんは？

A、直立不動でたったまま説明

B、すこし、砕けて軽い感じで説明

多くの方はBを連想されます。それではデジタルカメラを購入することを決めました。店員さんは「ありがとうございます。少しお待ちください。」と言い、バックヤードへ商品を取りに行きます。商品をレジに持っていき、「こちらでお会計下さい。ありがとうございます。」と言い、売り場へ戻っていく。これは皆さんの想定内、つまり基準値の「レベル10」です。

それでは、こんな場合どうでしょう。先程と同じく家電量販店へデジタルカメラを購入にいきました。Yシャツがすこしヨレヨレで、軽く斜に構えて丁寧に商品の説明。購入を決めレジへ。この先レジの店員さんの対応、会計で完了。購入した自分は「早く帰って、試してみよう！」とか思いエスカレーターに向かいます。ここまでは、当たり前の基準値ですので、何も感じてません。ところが、エスカレーターに乗りこもうとした際に「お客様！」と声がして振り返りました。そこには、さっき対応してくれたあの店員さんがいます。「本日はどうもありがとうございました。何かございましたらご連絡ください。それではお気をつけてお帰り下さい。またのご来店をお待ちしております。」(最敬礼) どうでしょうか？お客から見たこの店の印象、満足感、感動は、その瞬間すでに、購入した商品ではなく、店員さんに変ります。「あの店員さん、俺が会計をすませるのをこっそり確認していて、帰り際に声を掛けてくれたのかな？」なんて思ってしまいます。

これがレベル11です。

それでは大阪のリッツカールトン。入口に立っているドアマン、

A、服はビシッとしていますか？

B、すこしヨレヨレですか？

多くの方はBを連想されます。それではリッツカールトンに行ったことがありますか？私もBを連想しましたが、もちろん行ったこともありませんし、ドアマンがいるかも知りません。しかし、リッツカールトンと言う名前から勝手に連想した基準値レベル10なのです。

それではもう少し連想してみましょう。子供に大人気の、その名もずばり「駿足」というスニーカーがあります。この靴を履くと足が速くなるということで、特に運動会前は、爆発的に売れる商品です。子供にせがまれ駿足を買いに商店街に行きました。靴屋さんで店の叔母さんに「駿足の22センチ、赤ありますか？」と尋ねるとおもむろに探しましたがどうやらない様子です。「ちょっとまって」と言うと裏へ行き電話をし始めました。「なんだよ。問屋に問い合わせかよ。1週間後に入荷とか言うのだから！そんな時間ないんだよ。あさって運動会なんだから。もういいよ、他の店に行くから」など、考えながら叔母さんが電話を切るのを待っていました。やがて叔母さんが戻ってきて言いました「ちょっと付いてきて」とおり、店を出て叔母さんの後をついてしばらく行くと、他の靴屋さんに入りました。「ここにあなたの探している靴あるから」そう言うと叔母さんは店に戻って行きました。「……あの電話は、問屋にはではなく、この店にかけてくれていたんだ。」この靴屋の叔母さん。商売は成功ですか？失敗ですか？以後、このお客さんはずっとこの店で、靴を買い続けています。特に「駿足」は靴底のヘリが早いので、子供が小学校卒業するまでに10足以上購入したそうです。先日久しぶりに三島のショットバーへ行きました。実はその店は4・5回目くらいで決して常連とはいえません。しかも前回行ってからどれくらい経過したでしょうか？と考えるくらい前。私は友人とカウンターに座りました。するとマスターが笑顔でこう言いました。「山口さん、いらっしやいませ。沼津からお越しいただきありがとうございます。」感動です。私が受けたのはレベル10位の衝撃でした。感動から紹介が生まれる。まさしくその通り。事あるごとにこの話をし、私は、店の宣伝マンを喜んでやっております。

レベル11を維持するには

- 1、理念を持つ
- 2、一貫し継続する
- 3、相手と共有する

この3つが 大切です。

保険の仕事は試せない。

損保一補償が適切かどうか？一度事故して見てください。生保一保険金額が適切かどうか？残された家族が大丈夫かどうか？試しに死んでください。とは言えませんが。見えない補償を提案するうえで大切なことはプランナーやスタッフのレベル11の意味ではないでしょうか？

会員増強を図る今、RCについて、一般の人ほどどんな基準値 レベル10を持っているか、尋ねてみるのもよいのでは？

