



ROTARY CLUB OF
NARA—WEST
DISTRICT WEEKLY BULLETIN
2650 No. 2392 2020. 2. 20

創立 1969年(昭和44年)12月13日
例会日 毎週木曜日18:00より
事務所 〒630-8001 奈良市法華寺町254番地
例会場 奈良ロイヤルホテル内
TEL 0742-34-1131 FAX 0742-30-2000

2019～2020年度
国際ロータリーのテーマ

2019～2020年度
地区のスローガン



伝統と革新
世界はひとつ



国際ロータリー会長
マーク・ダニエル・マローニー

RI第2650地区ガバナー
佐竹 力總

猪上会員
祇園の夜に濃いお兄さんと一緒

相澤会員
常連の橿原市昆虫館

会長 安井 清悟
会計 相澤 万裕子
理事 渡邊 巖

副会長 杉村 仁
会場監督 井上 直治
会報委員長 野阪 幸男

会長エレクト 佃 尚彦
理事 植野 洋志

直前会長 追山 重法
理事 谷垣 嘉輝

幹事 佐川 寛一
理事 金田 宗寛

今月は 平和と紛争予防/紛争解決 月間です

第24(2392回)例会プログラム令和2年2月20日(木)

1. 開会宣言 点鐘
2. ソング「ロータリーって何だろう」
3. 来訪者紹介
4. 出席報告
5. 会長の時間・会長報告
6. ニコニコ報告
7. 委員会報告・幹事報告
8. 第1回家庭集会発表
「奈良西ロータリークラブと2650地区は
どう言う関係であるべきか？」
9. 閉会宣言 点鐘

第23回 (2391回) 例会報告 2020. 2. 6(木)

ソング

「君が代」「奉仕の理想」

来訪者紹介

チョーヤ梅酒株式会社 専務取締役 金銅 俊二様

出席報告

	会員数	出席計算 免除会員数	出席会員数	欠席者数	出席率
通 算 2391 回	44	6/12	27/32	5	86.8%
通算2389回修正	44	10/12	24/32	8	81.0%

会長の時間 (安井会長)

2月に入りました。今月は平和と紛争予防月間です。世界各地で紛争と言いますか戦争が起きているわけで御座いますが、特に中東地域の紛争が激しいようです。また、新型コロナウイルスが中国から発生。世界に広がりつつあります。日本国民にとってはちょっと迷惑な話です。航空機の発達で世界が縮まりましたので一気に広まったのでしょうか。もう既に500人を超える人がお亡くなりになっているとか。本当に大変です。横浜に停泊している豪華客船も連日の報道で随分と有名に成りました。今日の報道では、部屋から出たらダメ。バスタオルも変えてくれない。食事は部屋まで運ぶのでそこで食べて下さい。結構大変です。

植野会員も冬の時期恒例の豪華客船の旅に出ておられるようですが、大丈夫なんでしょうか。

クルーズ船も日本もマスク不足で大変と報道が伝えていました。例会場である奈良ロイヤルに来ますと職員の皆様がいみんなマスクをつけていて。「こんにちは」って言うてくれるんですが、顔の半分がマスクでおおわれているので誰かわかりません。

県庁前の交差点もいつもは観光バスでそれはそれはすごい渋滞になっているんですが、先週の日曜日はすいすいと走れました。奈良の観光産業も大打撃かもしれません。本当に新型肺炎、コロナウイルスに振り回されています。

次年度の松原ガバナーは、ポリオ根絶を目標に掲げておられる様ですが、新型コロナウイルス根絶とか、サーズ根絶とかもロータリーが行っていく時代が来るのかもしれませんが。コロナウイルスにばかり気を取られていないで、今の季節、インフルエンザにもやられない様に気を付けましょう。これを持ちまして会長の時間とさせていただきます。

理事会報告

1: 名誉会員の細則規定について
名誉会員の規定については、再考する。
ロータリー年数などに左右されない方が
望ましい。3月の理事会で最終決定するよ
うに努力する。

2: 奈良帝塚山地区社会福祉協議会から
依頼のあった高齢者茶話会支援について
昨年は10万円補助ですが、今年度は5万
円とし上部団体である奈良市社会福祉協
議会に指定寄付とする。

3: 職業奉仕について
植野(洋)会員の推薦する企業から2名、
渡邊会員の医院から2名を推薦するこ
とに決定。他の方もあれば推薦を御願
いしたい。

幹事報告 (佐川幹事)

来週の2月13日は、休会です。2月20日は、
移動例会で、奈良ロイヤルホテル内の沙山華
です。皆さま、奮ってご参加下さい。

会員誕生祝



ニコニコ報告

安井清悟会長

立春を過ぎても、まだまだ寒いです。金銅様、
卓話に来ていただいて感謝いたします。

谷垣嘉輝、榎木晋作、小松玲子、木村和弘 会員

コロナウィルスに負けず頑張りましょう。
濃厚接触は避けましょう。

大濱正徳P会長

新型コロナウイルスの猛威が世界中とどまると
ころを知らず広がっています。横浜港沖に停泊
中のクルーズ船からも感染者が10数人出たと
か、イタリアではもっと大きなクルーズ船も船内
待機をしているとか。何とか一日も早く終息し
てもらいたいものです。
チョーヤの梅酒は毎日飲んでます。

渡邊巖会員

一段と寒くなり冬らしくなりましたが、風邪など
注意して乗り切りましょう。マスクも大事ですが、
手洗い・うがいが一番大切です。

東山光秀、松山悦啓会員

金銅様、本日の卓話楽しみにしております。
毎日チョーヤの梅酒を頂戴しております。

笹本麻琴会員

飛鳥CCの月例会にて失格、ニコニコ。

福川益則会員

ニコニコ、7ヶ月経過して128万円集まってお
りますが、あと5ヶ月で更なる皆様のご協力を賜
り、なんとか目標達成いたしたく存じます。ニコ
ニコ委員長より。

※本日の卓話講師、チョーヤ梅酒株式会社金
銅様より、多額のニコニコ寄付金を頂戴してお
ります。ありがとうございました。

■2月生まれ■

杉村 仁P会長	2月6日生まれ
安井 清悟会長	2月11日生まれ
津山 初雄P会長	2月16日生まれ
大濱 正徳P会長	2月16日生まれ

皆様おめでとうございます

「家業から梅酒事業へ」

チョーヤ梅酒株式会社 専務取締役 金銅 俊二様

当社の所在地南河内地域は明治初期よりブドウの産地として有名で、河内葡萄は瀬戸内気候の南西斜面の丘陵地帯を利用して栽培されてきました。ブドウの品種としてはデラウェアを中心に栽培されて、今日においても日本一の早出しブドウとして有名で、生産数量においても昭和初期には現在生産量の1番である山梨県より多く生産されておりました。創業者の金銅住太郎(現社長金銅重弘の祖父)は大正3年(1914年)に本格的に葡萄酒造りの為のブドウ栽培をはじめ、恵比寿印の称号で葡萄酒(ワイン)造りを行いました。

昭和30年頭初、まだ海外旅行が一般的でなかった当時、本場ヨーロッパのワイン視察を行い、現地のブドウ栽培並びにワイン造りの規模の違いに圧倒され、結果として長年続けた葡萄酒造を見限り、他の事業展開を模索し始めました。当時は日本では甘味葡萄酒の時代が続き当社も、葡萄酒の手売り及び他社への桶売で収益を上げていた時代でもありました。

そこで目を付けたのが当時ブームとなりかけていた家庭造り梅酒に着目し、昭和34年(1959年)に他社にさがし梅酒製造を始めました。当然、梅酒造りがブームであったとしても、あくまで家庭での梅酒造りであり当時企業が梅酒を製造販売する事は、考えられない時代でもあり、当社の梅酒が認知されるまでには、その後多くの時間と労力を要する事になります。スタートは昭和34年に梅酒を1,600mlで1,000本製造したのですが、その後も全く売れず苦戦と失敗の連続で、社内外からは「原料の35度(甲類焼酎)がこんなに売れているのに、こんな物(梅酒)を売っていたら会社がつぶれてしまう」とまで言われました。

当社にとって葡萄酒を家業として続けるより可能性が低いとしても将来性と夢を求めたのが、梅酒でした。以前は食卓に並ぶ食材の多くの物が家庭手作りされており、そのうち梅酒も造らずに酒屋で買う時代が必ず訪れると信じ、増して、決心を強く持たせた背景には梅酒は 1、古くより健康酒として飲まれている 2、世界中の数あるリキュールの中でひけをとらない味である 3、清酒同様に日本特有の気候風土から生まれた果物の酒である 4、長年の歴史がある このような理由で当社は梅酒の製造販売に踏み込みました。

しかし、新規事業には多くの課題があり1、高品質及び品質の安定 2、家庭で造られている梅酒と同じかさらに安い価格の商品の製造 3、商品の認知 等々数多くの問題もあり、売れるのか、売れないのか、解らない梅酒に社運をかけるのですから社員全員の意識の変革は元より、経営基盤の確立も大きな課題でした。その為に葡萄酒と梅酒以外に手掛けたのが、乳酸飲料・オレンジジュース・清涼飲料等々の製造を行い経営の基盤造りを行いつつ、我々の梅酒の認知及び商品の品質向上に研鑽しておりました。

品質向上には主原料である梅酒にとって良い梅の選定で、現在においても土作りから関与し、梅酒に適した梅果実の開発・品種改良又は環境を踏まえた持続可能な梅農業求めて、有機栽培や特別栽培等を農家と共に励んでいます。販売面においては、社内の意識改革と共に、消費者への認知が大きな課題で、前述のように当社の梅酒を知って頂くまでには、数十年単位の時間を要しました。その中で、注力したのが、広告の継続と海外への販売で、どちらも当初は経営の圧迫をもたらしていました。

現在の課題は、他社があまり手掛けなかった事業を早くより行い、結果として当社の梅酒が市場に並ぶようにはなりましたが、その後、梅酒のブームが起こり、酒類大手企業を含め数百社の企業が参入し当社の市場占有率が急激に下降しました。原因は明らかで、品質にこだわった物作りは良かったのですが、販売面で市場での認知の低かった梅酒という「カテゴリー認知」に偏った広告と商品化を行い、ブランド(チョーヤ)認知をあまり行わなかった事に起因していると分析しています。

今後は梅酒の専門メーカーとして、さらに品質にこだわり、日本の誇るリキュールの梅酒をブランドのある商品として国内外に広めたいと考えています。





熊井元会員
還暦迎えたのにね・・・

第25回(通算2393回)例会予告
例会日 令和2年2月27日(木)

奈良RC合同例会
奈良ホテルにて