

創立 1998 年 5 月 25 日 承認 1998 年 6 月 3 日

Tokyo Riverside Rotary Club

例会 毎週金曜日 12 時 30 分 (第 5 金曜日のみ 18 時 00 分) 上野精養軒 Tel (03) 3821-2181

事務局 東京都荒川区町屋 2-2-15 プリメーラ O.D.A301 Tel(03) 5810-6221

E-mail riverside-rc@riverside-rc.jp URL <https://riverside-rc.jp/>

会長 下川 芳延

幹事 西山 尚史

「よいことのために手を取りあおう」

「奉仕の継続」

国際ロータリー会長 フランチェスコ・アレツォ会長

東京リバーサイドロータリークラブ

例会 No.12 2026 年 5 月 8 日

上野 精養軒 2F「藤の間」

♪国歌斉唱「君が代」

ロータリーソング「我らの生業」

○卓話「銀行に評価される決算書」

渡上 智之 様 (東京丸の内 RC)

○結婚記念祝：渡邊 学 会員

笠島 伸介 会員

山本 健太 会員

メニュー

オムライス

【 次の例会 5 月 15 日 】

上野 精養軒 2F「藤の間」

♪ロータリーソング「日も風も星も」

○卓話「原発について」

河合 弘之 様 (東京麹町 RC)

○結婚記念お祝：水谷 友哉 会員

○年間出席表彰：有賀 雅雄 会員 4/18 (2 回)

メニュー ポークカツ

【 前回の例会 4 月 24 日 】

上野 精養軒 2F「藤の間」

○会長報告

荒川 RC よりバリアフリー演劇ミュージカル「星の王子様」公演のご案内です。サンパール

【 4 月：環境月間 】

荒川において 2026 年 5 月 23 日(土)14 時開演です。チケットは QR コードからのお申し込みとなります。後ほど LINE とメールでご案内いたします。

・渡辺 健次 会員がご都合により 4 月一杯で退会されることになりました。

○幹事報告

5 月 1 日は祝日振替の為お休みです。

次回の例会は、5 月 8 日(金)です。例会後、2F 桔梗の間に於いて役員・理事会を行います。役員・理事の方はご出席お願い致します。

○委員会報告

・親睦活動委員会 (長谷川委員長)

4 月 28 日(火)18:00 より新吉にて浜浦さんの歓迎会です。宜しくお願い致します。

出席報告

| 会員数 | 出席数 | 欠席数 |
|-----|-----|-----|
| 37 | 27 | 10 |

☆ ビジター数 2 名 累計 3,995 名

富好 洋康 様 卓話者 (東京北 RC)

加藤 勇一郎 様 東京北 RC

3BOX

下川 芳延 会長

よい季節ですね。本日の卓話は富好さまです。楽しみにしております。

尾竹橋か3町屋

98 Endo

郷田 浩一 会員

今週の水曜日に行われた東商 荒川支部主催の荒川産業人ゴルフ大会に於いてベスグロ、ベスグロ卓優勝させて頂きました。この喜びをニコニコします。

渡辺 健次 会員

10年間お世話になりました。クラブ活動を通じて得た多くの学びやご縁は私にとってかけがえのない財産となりました。今後の皆様のご健康とクラブの更なるご発展をお祈り申し上げます。

藤井 政輝 会員

渡辺さんお世話になりました。長い間お疲れ様でした。

中野 能克 会員

誕生日を頂き有難うございます。今年は元気に迎えることが出来ました。

石川 和男 会員

80歳になりました。クラブで4番目になります。別のことばで傘寿というそうです。

西山 尚史 幹事

お誕生日のお祝いを有難うございます。

伊澤 英敏 会員

結婚記念祝いを頂き、有難うございました。

| | |
|----------------|------------|
| ニコニコ BOX | 63,000円 |
| 2025~2026年度 累計 | 1,416,000円 |



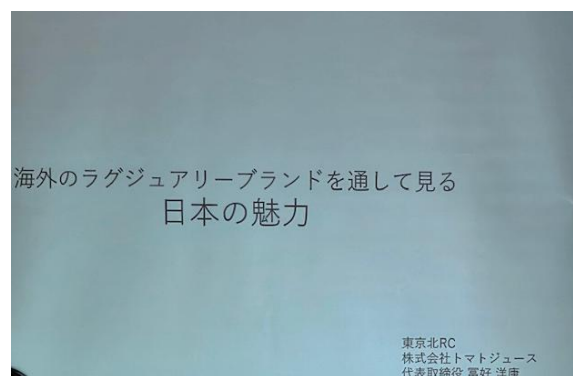
誕生祝

西山 尚史 幹事



結婚記念祝

伊澤 英敏 会員



富好 洋康 様 東京北ロータリークラブ

皆さま、本日はお時間をいただきありがとうございます。まず簡単に自己紹介をさせていただきます。

私は身長が187センチありまして、「大谷選手に似てるね」と言われることがあります。今日は先生方が専門的に話しされるような内容ではなく、現場で実際にブランドイベントを運営してきた立場からのお話を、柔らかく聞いていただければと思います。

私は東京北ロータリークラブに2019年に入会し、今年で7年目です。



誕生祝

中野 能克 会員



誕生祝

石川 和男 会員

地区の活動にも参加し、公共イメージ委員会ではYouTubeの運営なども担当してきました。今回お話しするテーマは、「海外ラグジュアリーブランドを通して見る日本の魅力」です。私は北海道・斜里郡清里町の出身で、1987年生まれの39歳です。國學院大學を卒業後、モデル事務所に所属し、モデル・俳優として活動していました。

その後、2018年に株式会社トマトジュースを設立し、現在に至ります。スキーが趣味で、去年は白馬で開催された国際スキーフェローシップにも参加しました。2年後には蔵王での開催も予定されていますので、ご興味ある方はぜひお声がけください。

会社名「トマトジュース」ですが、よく「なぜトマトジュースなの？」と聞かれます。

トマト=自立

モデルや俳優は5,000人いても成功するのは一握り。でも、未熟でも集まれば力になる。そんな思いを込めました。

ジュース=調和

自立した人が集まり、周囲と調和しながら社会に貢献する。その象徴として「ジュース」を加えています。

企業理念は「自立・調和・友愛」。

ご縁を大切にし、長く信頼関係を築ける仕事を目指しています。

事業内容は、現在の主軸は2つです。

海外ラグジュアリーブランドのイベント運営
日本企業のクリエイティブ制作（動画・広告・デザイン）

その他、キャロウェイのアウトレット運営やメルセデス・ベンツのポップアップ運営など、幅広く携わっています。

ラグジュアリーブランドのイベント運営としてルイ・ヴィトン、エルメス、グッチ、カルティエなど、世界的ブランドのイベントを担当しています。

イベントは、会場提案、造作・音響・照明

PR（メディア・セレブ招致）、ハイヤー手配運営スタッフ（案内・受付・誘導）など、多くの専門チームが連携して作られます。

私たちは主に「現場運営」を担当し、来場者の案内やセレブリティ対応を行います。代表的なイベント例では、ファッションショー（例：エルメス）ですが設営に1ヶ月、トラック1000台搬入、総額10億円規模になります。当日は帝国ホテル・パレスホテルからハイヤー130台を用意し会場に送迎しました。商談会（VIC・VVIC向け）は、バーキン、今は450~500万円します。クロコダイル（ヒマラヤ）：2000万円超ジュエリーは1点2億円規模もあります。

沖縄の星野リゾートを貸し切り、10~20億円規模の商談会も開催致しました。

また、両国国技館を貸し切りまして、ガラディナー開催致しました。土俵を撤去し、100名のディナーを用意して特別な空間を作りました。シャネル「チャンス」という香水のポップアップショップを運営したり、ディオールは六本木ヒルズのアリーナで毎年開催しております。そこにたくさんのお客さんがクリスマスめがけてやってくると大渋滞になるみたいなイベントをやったり時計のオーデマピゲのストーリーテリング型展示を行いました。

ラグジュアリーブランドは、アートの支援にも非常に力を入れています。

たとえばシャネルには、銀座に「ネクサスホール」というスペースがあります。ここでは、映画監督の作品や出口夏樹さんが出演するショートムービーの上映、また「ピグマリオン・デイズ」という若手演奏家を支援するプログラムなどが行われています。基本的には無料で、予約登録をすれば誰でも入れるアートのスペースです。

ルイ・ヴィトンにも「エスパス」という展示ホールがあります。

東京は表参道、大阪は心斎橋にあり、草間彌

生さんの展示が行われるなど、世界的アーティストの作品が紹介されています。

では、なぜブランドがアートを支援するのか。理由は大きく3つあります。

新しい価値を取り入れ、ブランドを進化させるため伝統あるブランドほど、自分たちのルールに縛られがちです。

そこで、全く違う視点を持つアーティストと協働することで、ブランドアイデンティティを保ちながらも、新しい表現を生み出しています。

飽きられないブランドであり続けるため

アートとのコラボレーションは、ブランドに“フレッシュさ”を与えます。

知的好奇心の高い顧客層に応えるためラグジュアリーブランドの顧客は、文化・芸術への関心が高い方が多く、その期待に応える形で、アート活動を行っています。

こうした姿勢から、ブランドは常に新しい時代を切り開こうとしています。

これはロータリークラブにも通じる部分があり、伝統を大切にしながらも、異なる価値観を受け入れる“寛容さ”が必要だと感じています。

次に、カルティエの取り組みをご紹介します。

「カルティエ ウーマンズ イニシアティブ」という、女性起業家を支援する国際的なアワードがあります。

“女性が輝けば、社会全体が輝く”というカルティエの理念のもと、世界中から起業家を招き、ディナーや表彰式を行います。

受賞者には、約100万ドル規模の助成金や教育プログラムが提供され、世界で活躍する女性を後押ししています。

去年は万博のパビリオンでも開催され、大きな注目を集めました。

ここからは、私が昨年参加したイベントについてです。

アメリカ館（アメリカパビリオン）で行われたイベントが特に人気で、私はその中でも、一

般の方は入れないエリアの運営を担当しました。本来は撮影禁止の場所ですが、今日は特別にお話しします。

そこで行われていたのは、MGM 大阪（2028年開業予定のIR施設）に関する会議とパーティーです。

世界中の企業が集まり、どの企業が出店するのか、どの施設を誰が建設するのか、どんなエンターテインメントを導入するのかといった議論が行われていました。

社会を大きく動かすプロジェクトの現場に立ち会えたことは、非常に貴重な経験でした。

日本が選ばれる理由

ラグジュアリーブランドが日本でイベントを行う理由は、安全性が高い（展示物の破損・盗難がほぼない）、職人技術・イベント品質が世界トップレベル、購買意欲が高い市場です。アジアのハブとして信頼されてて、本物を見極める文化があります。

ブランド側から「日本は特別」と言われることも多いです。

コロナでイベントが止まり、仕事がゼロになりました。

そこで「日本企業を応援したい」と思い、動画制作を開始しました。

加藤ベニア様のインタビュー動画、ラムネのCM（トレインチャンネル放映）、三島駅の広告デザイン、工場向けエンゲージメント動画海外展示会向け3Dデザインなど「予算が少ない」「誰に頼めばいいかわからない」そんな企業の声に応える形で、丁寧に制作を続けています。

ラグジュアリーブランドのイベント運営と、日本企業のクリエイティブ支援を通じて、人と人をつなぐ役割を果たしたいその思いで活動しています。

本日はありがとうございました。