

2023.1.26 (木)
第26回例会
(通算3695回)

2022-2023 年度 釧路ロータリークラブ会報

会長スローガン「創り出そう身近な奉仕を 友情、愛情 そして熱意で」

第85代会長 滝越 康雄
副会長 清水 輝彦
幹事 中島 政徳
編集責任者 クラブ会報・雑誌委員会

例会日 毎週木曜日 12:30～13:30 夜間例会 18:00
例会場 釧路センチュリーキャッスルホテル
事務局 釧路市錦町5-3 ミツ輪ビル2F
☎ 0154-24-0860 ☎ 0154-24-0411

2022-2023 年度
国際ロータリーテーマ



2022-2023 年度
R1会長 ジェニファー・ジョーンズ
第2500地区ガバナー
久木 佐知子 (旭川西 RC)

月間テーマ

職業奉仕月間

本日のプログラム

講師例会「釧路の宝物(資源)を域外へ届ける。」(担当:プログラム委員会)

次週例会

講師例会「外国人留学生の受け入れの楽しみ方」(担当:米山記念奨学会委員会)

- ロータリーソング: 我らの生業
- ソングリーダー: 沢田 和泰君
- 会員数 103名
- ビジター なし
- ゲスト (株)マルカツ吉田新聞店 代表取締役 吉田 勝幸様

会長の時間

滝越 康雄会長



こんにちは。会長挨拶を始めます。釧路ロータリークラブのアイスホッケー大会は2月24日開催です。担当委員会で準備に入っておりますので、皆さん、よろしくご協力ください。

『ロータリーの友』1月号30ページに面白い記事が出ていました。1990年、ソ連にロータリークラブが創設されて、70クラブほどあったということです。共産圏にもロータリークラブがあったということですね。私自身の話ですが、1996年にインターアクトの地区の委員長として香港に行って交流を深めて来ております。何故行ったかということ、共産圏だからいざれ香港ロータリーがなくなるだろうから行けるうちに、ということで。翌年が香港返還の年だったので。インターネットで香港ロータリーを調べたら出てきません。多分、消えたのではないかとということで、やっぱり共産圏だなと思います。

私の今日の話は、パソコンからひろった話題ですが、題名は「夫婦、配偶者の呼び方」です。まず、奥さんから旦那さんを家庭内で呼ぶとき、旦那さんの方が「主人」で、家の長、店の主、自分の仕える人という意味です。「旦那」というのはお布施をす

る人。雇用主や顧客、お金を払ってくれる人が旦那の出発点です。そして、「亭主」はその家の主です。この言葉のできた由来は、茶の湯で茶事を主催する人のことを亭主というそうです。

「パパ」、「お父さん」。これは父親で、健全なご家庭の子が親を呼んだりします。もう一つの「パパ」があるのですが、パトロン、内縁関係のおねだりの時に出てくる表現です。

「あなた」は、通常の夫婦で改まった時。「これ、あなた」とかして言われた時、何か聞けないことがある時に奥さんが使うと思います。あなたでも「あーた」という表現は、これは熟しきった夫婦で、愛も恋もない状況の時の表現です。

そして、「宿六」というのは江戸時代にあったのですが、これは昭和でもありました。夫が棄てられた状態。宿というのは家のことで、六はろくでなしの六で、宿六。奥さんの呼び方もいろいろあります。「妻」というのは配偶者、平和な時、平常時。よく「嫁」という表現を使われる方がおりますが、これは息子の妻のことなので、よく旦那が「うちの嫁」と言いますが本来の使い方は違うようです。

「奥さん」、「奥さま」は、いわゆる他人さんの奥さん。既婚者に見える女性にもこれを使います。

あと「家内」。これは家の中で暮らす人。亭主の妻、ほぼ同居人の意味、ちょっと愛が薄い状態が家内。「カミさん」は商人の奥さんのことをカミさん。その

家の女主人の方をカミさんという表現です。「女房」。これは妻のことなのですが、これはおろそかにできないのです。言葉の由来が朝廷に使える女官です。

女性の最後の「お〜い」という呼び方。伊藤園のコマーシャルで「お〜い、お茶」というのがありますが、これは円熟夫婦の平和の時ということ。ただ、私も「お〜い、お〜い」と呼ぶのですが、これは考え物です。「お〜い」とばかり言っていると本当の名前を忘れる可能性があるのです。

昔あったことでは、会社で上役に支社長がいて、毎日のように、「支社長」「支社長」と半年も言っていたのです。ある時、お客さんから「お宅の支社長の名前は何て言うの」と言われたとき、出てこないのです。その時に人の名前を聞くコツがあるのです。どういうやり方かという、「君、名前は何と言うの」と言ったら、「田中と言います」と答えが返ってきます。「名前は知っている、君の下の名前は何て言うの」と言ったら「田中一郎」ですと。本来は、田中というのを聞き出すためなのですが、失礼がないように、いつも傍にいたのだけれど名前を聞き出すためのコツとして悪くない方法ですね。「名前なんて言うの」と言ったら、「苗字は分かっている」という表現で、隠しながら頭のいい使い方だと思います。

いずれにしてもいろんな表現がございませう。ご家庭は大事にしていましょう。そういうこととございませう。ありがとうございます。

■本日のプログラム■

講師例会「釧路の宝物（資源）を域外へ届ける。」

プログラム委員会 村上 祐二委員長

プログラム委員会委員長の村上です。今、ご案内があったとおり本日は皆さんご存知のマルカツ吉田新聞店様の代表取締役を務められます吉田さんをお招きしての講師例会になっております。お手元に略歴を配っています。

吉田さんは多方面でご活躍されております。ヨガを取り入れたピラティスの健康法の株式会社マイシー。それからコロナで人の動きが制限されている中でも「釧路の食を全国に届けたい」として作られた『クシロバコ』、この後にお話があると思います。その一方で釧路商工会議所青年部をY E Gと呼んでいます。現在、そのY E Gの会長を務められております。そして、耐震岸壁に作られた屋外型のスケートリンクで冬でも釧路を楽しんでもらおうじゃないかと。そして、夏には今まで栄町公園でやっていた『冷ガーデン』を吉田会長の時から幣舞橋の近くのリバーサイドに持って来て、すごくいい事業にしたと思います。

私も郷土愛は持っているつもりなのですが、吉田さ

んは思うだけじゃなくて行動に移すのです。素晴らしい行動力がある方だなとずっと見ておりました。今日のお話を楽しみにしております。時間の許すかぎり最後までどうぞよろしくお願ひいたします。それでは、吉田様、講演の準備をよろしくお願ひいたします。

(株)マルカツ吉田新聞店 代表取締役 吉田 勝幸様



皆さん、本日はどうぞよろしくお願ひいたします。本日はお招きいただきましてありがとうございます。弊社の会長で、私の叔父である吉田

秀俊がいるので少しホーム感で安心しております。一方、大先輩、Y E GとかJ Cの先輩もおりますのでとてもプレッシャーも感じておりますが、少しでも皆さんのお役に立てるような情報お届けしたいと思ひます。どうぞよろしくお願ひいたします。

本日は「釧路の宝物（資源）を域外へ届ける」ということで私が行っている地域活動と私が新しく立ち上げた仕事の話を中心にさせていただきたいと思ひます。

まず、自己紹介を。私は46歳です。新聞販売店の長男として生まれました。高校まで釧路にいて、その後、大学で旭川に行き、就職では出版社に勤め、初任地が青森で、そこから研修で札幌に行きました。どうせ釧路に骨をうずめるなら好きなこと1回やりたいと東京に行きまして、レストランのウェイトアをやりました。そして、2004年に釧路に戻ってまいりました。

いろいろ会社を立ち上げて、今は商工会議所の青年部の会長とか、商店会の副会長などの役も少し受けさせていただいて、地域活動もしております。

私のモットーは、「人や地域をつなげるタスキの役割として、豊かさを届ける」です。新聞屋さんなので、タスキで人と人をつなぐところを意識して生活しております。

本日のテーマは新聞業界の現状と、地域情報の発信、そして新ビジネス、そして釧路の魅力をお届けするというお話をさせていただきます。終わりが25分とお聞きしていますのでピッタリ終われるように努力してまいります。

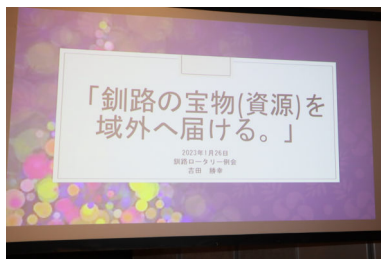
まず、新聞業界の現状です。皆さんには新聞が減っているイメージは漠然とあると思ひます。これは日本の新聞協会のグラフですが、見事に右肩下がりで、弊社も全く同じような右肩下がりで。

私が釧路に帰って来た2004年は一般紙の発行がピークで、全国で4,747万部発行されておりました。これは2021年のグラフですが1,681万部。ピーク時より35.5%減少しております。現在は読売新聞が

686万部で、朝日430万部、毎日193万部、道新が84万部なので、これ全部を足しても1,681万部に届かないので、この16～17年で全国紙がズバッと抜けたような、本当に新聞をとる人が少なくなったのが現状です。

新聞をとっていただいている層は、ほぼほぼ60～70代以上です。この右側が70歳以上です。私もアンケートでお客さまの年代をお聞きすると、ほぼ75歳以上の方がリアクションしてくれます。30代の新聞購読率は10%を超えていません。40代も10%。今、新聞は60代、70代の高齢者に支えられているビジネスになっています。

新聞販売店の特徴は皆さんの会社と違うところがあります。まず価格を決められないところ。再販売価格維持制度(再販制度)があるのですが、CDや本などもそうですが値引きができないのです。



「4,400円のセット」と言ったら、これを絶対に安くしてはいけません。今は4,400円、朝刊だけだと3,800円となっています。

あと、完全配達エリア制度ということで商圏が完全に決められていて、そこからはみ出してはいけないビジネスになっています。宅配やヤクルトやダスキンさんの場合、エリアはどこでもいいのですが、新聞は鳥取地区といった鳥取のエリアでない新聞は配れないビジネスになっております。阿部新聞店さんのエリアで「吉田さんから取りたい」と言っても、「そこは阿部新聞店エリアなのでごめんなさい、私はお届けしたいけれど、お断りしています」と。

そして、新聞は労働集約型でして労働集約率が7割で、新聞は人の手で配達するしか方法がありません。しかも朝の2時間、夕方2時間という短時間なので雇用と人材の確保が難しい商売です。

あと、強引な訪問販売とか、貧困な家庭がやるようなイメージ、過酷労働、蜘蛛の巣に引っかかったり、犬に吠えられたり。私も中学1年から高校2年まで新聞配達をしていましたが、蜘蛛の巣にすぐ引っかかって、犬にかじられた。犬はいまだに怖いのですが、そういったイメージがあると思います。

ですから、新聞販売店のイメージを変えたい、新聞だけではなくて、どんな形で情報を届けたらいいかとずっと考えておりました。私が帰って来て2005年に商店会に入会しました。折込みチラシも無料で入れられるので、いろんなチラシを入れて商店会のお店の紹介をしています。商店会でお祭りを企画して『多良福まつり』をイオンでやっているの、たくさんのお店が並んで、イオンに普段は行ったことないけど、行け

ば知ることができるお祭りを企画しています。

それから当店の販売エリアにミニコミ誌を以前から配って、お蕎麦屋さんとかいろんなお店をたくさん紹介して、「地元のお店も使ってほしい」と発信をしておりました。街の活気やムードは「西部地区が盛り上がっているね」となれば、遠回りの戦略ですがそこに人が集まれば新聞をとる可能性があるだろうと商店会の活動をしていました。

2006年に商工会議所青年部に入会しました。これは会長の吉田秀俊からの「まずY E Gからやりなさい」ということで入ってみました。最初、Y E Gはどういう団体か分からなかったのですが、入ったからには私の新聞販売店エリアではなくて釧路全体をもっと盛り上げたいと思っておりました。

そこで2019年に委員長になった時に、「働く」と「釧路」と「知ろう」を掛け合わせて、『はたらくしろ』という冊子を5000部作りしました。この冊子には今ここにいらっしゃる方にも載せていただいています。「給料はいくら」ではない企業情報、理念やビジョンをしっかりと伝える冊子を作りしました。なるべく地元の企業を知ってもらいたいと全高校生に配って、これもY E G大賞にノミネートされました。

『冷ガーデン』と『ウィンターパーク』はリバーサイドの価値を高めたいということで全国へ発信しました。冷ガーデンを今年、リバーサイドに移して2週間やったのですが、入場者数が4,059人で、飲食と出店の全部の売上げが690万円。1人1,702円使ったのです。Y E Gで経済波及効果を調べました。1次効果と2次効果があって、少し高めに見積もってはいるのですが、二次効果で冷ガーデンに来た時に飲食店に行くということと、飲食店に食材を卸している業者、輸送の業者などの2次効果を合わせると3,857万円の経済波及効果があったとなりました。イベントをやるとこういった効果があるのだなと思っておりました。そして、『ウィンターパーク』にスケートリンクを張ったことで『スポーツツーリズム賞』をいただきました。これは観光庁と文化庁とスポーツ庁の3庁合同で、地域で頑張っている所を選ぶものです。これは、今日いらっしゃる池田直前Y E G会長の時にウィンターパークが始まったので3年目なのです。2月3日に東京で賞を受けてきます。池田さんとスポーツコミッションの中島さんが東京で表彰される予定になっています。

話は変わって、私の仕事の話の話を少しさせてください。『新聞屋が新分野へ』、このワードはよく新聞販売店が出すのですが、新聞紙がどんどん減っているのこのままだと社員の雇用も守れないし、会社の経営はこのまま何もしないと成り立たないのです。何もしないでお金が入るのに越したことはないと思うのですが、行動しないとどんどん予想以上に

減っていくので、何かをしないと経営が成り立たないのです。やっぱり新聞販売店という会社は新聞紙を届けているのではなくて、何を届けたいといけなかつたという再定義をしました。スローガン、ビジョン、理念を改めて作りました。

マルカツは「豊かな暮らしをつなぐ・届ける」というスローガンで、経営理念に「私たちは地域の価値ある情報・モノ・サービスをつなぎ合わせ、創造することにより毎日の豊かな暮らしを届ける企業として、人々の健康な生活を提供し続けます」を掲げました。

これでどんなことができるか手法を考えました。おもいを届けるビジネスにしようというのは、思いの気持ちと重たい物、先ほどのグラフであったように高齢者の方が多いので買い物に行けないとかスーパーに行っても重たい物を持って帰れないという困りごとがあったので、チラシを活用して地域の高齢者の方には重たい物を宅配し、生産者がどんな気持ちでこれを育てているかという思いが詰まった商品のお届けサービスを開始しました。これを毎週月曜日にチラシを入れて繰り返しました。

これがいろんなつながりで電通さんの目にも止まりました。その前から電通さんとはJ Cの新聞部会で新ビジネスを少しずつやっていた生まれたビジネスで『クシロバコ』ができたのです。2020年の5月、ちょうど緊急事態宣言が出て、本当に誰も身動きが取れなくなって普段であれば、東京に住んでいるお子さんやお孫さんが、おじいちゃん・おばあちゃんの家に帰って来て、「あんた方、おいしいもの食べなさい」とおじいちゃん・おばあちゃんも豪華な食事を用意して待っていて、それが生きがいであったりするのですが、それができなかつたのです。

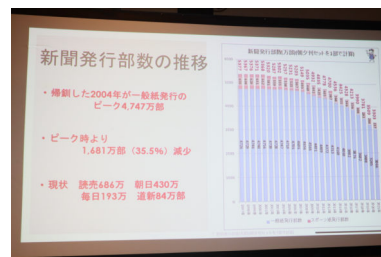
電通さんから声がかかりまして、最初に岩手県の新聞社が『岩手箱』をやったので「北海道でもやりませんか」と言われたのです。新聞社がパッとすぐできることではないので、「吉田さんがこういうのを行っているのだったら『釧路箱』で行きましょう」となって、『クシロバコ』を1面使って北海道新聞の90万部に入れたらすごく反響があって、そこから様々な違うステップに進むことになりました。

次のテーマ、釧路の魅力届けるについてです。今日もいらっしゃっている木下宮司が事務局をやられていて、小船井さんが会長の『ひがし北海道ブランド化推進協議会』に私も入っています。そこで「いろいろクシロバコの活動をやってみてください」と声をかけていただいて、クシロバコによってひがし北海道ブランド推進協議会とともに釧路の魅力が届けることができます。

東京の歌舞伎座でも行いました。歌舞伎座でもコロナによって歌舞伎ができない。歌舞伎ができないと歌舞伎座に全くお客さんが入らない状況にあったので

す。何とか釧路のことを紹介する企画をやりたくなって、どういう企画が良いかなと思った時に、やっぱり歌舞伎は中村団十郎の十八番（おはこ）なので、地域の十八番を紹介したいと思って『食の18品目』と『文化・体験など18品目』を投票してもらった企画を行いました。私も、東京の人に何が選ばれるのか興味があったのです。いろんな項目を出したところ、これはその結果は「食」では3位が塩いくら、2位が仙鳳趾のカキ、1位が毛ガニとなりました。「観光」では3位が湿原展望で、2位がタンチョウ観察、1位がSL冬の湿原号でした。これが東京の歌舞伎座に来ている方々が選んだ結果になっています。意外にも、湿原の展望よりSLに人気がありました。今もちょうど走っていると思います。

それから「つぶ貝」のブランドも今、ひがし北海道ブランド化推進協議会でやらせていただいて、パネルを作ったあかも歌舞伎座に「かど屋」ができたようにやっています。マスターからも許可をいただきまして、あかもそこにいるような形で下駄も持って行き、「か



ど屋」の「つぶ」を味わってもらおうと、かど屋さんから「つぶ」を卸してもらって、茶屋でラーメンと「つぶ」のセットを販売しました。

ただ、あまり文化として伝わっていないので、これは全然売れなかつたので、これから「つぶ」をもっと発信していきたいと思っています。「つぶ」の活動は観光庁から補助金をいただきながら、札幌の大通公園でも出店しました。これは「つぶコロッケ」、「つぶ焼き」の文化を届けました。

冷ガーデンでも、東京のフレンチのレストランの方に「つぶコロッケ」を開発していただいて、その方に来ていただいて、「つぶコロッケ」を販売しました。あと、「将棋飯に『つぶ』をどうですか」と札幌に行って藤井聡太さんと羽生さんの前でプレゼンをさせていただいて、「つぶ貝」と「つぶコロッケ」を贈りました。藤井聡太さんと羽生さんが食べてくれたかどうかわかりません。

徳島県で『カレーフェス』というのがあったので、これに「つぶカレー」として出店。これは行政からお願いされて行ってきました。

あとは『946-2B祭』というのを開催して、飲食店19店に「つぶ」に関わるメニューを提供していただいて、それを釧路市民に楽しんでもらおうと行いました。

それから、「つぶ」はいろんな言葉遊びができるので、「つぶやく」という言葉で観光ガイドの育成のために「946つぶやききたい」を発足して、釧路の末広の魅

力や釧路の夕日などの魅力をつぶやく観光人材育成で15名の方にこの観光ガイドの登録をいただいています。今は冬なので、夏にはたくさんの観光客が来た時



には、ただただ見てもらうのではなく、街歩きガイド、夜の末広を飲んで食べるの食べ歩きツアーを開催したいと思います。結構、テレビや

新聞など掲載されました。たまたま取材が来た時に見覚えがある方と思ったらJALの支店長が取材を受けているということもありました。

釧路ブランドを全国へ届けたいと思っています。私は『つなげて届ける』をモットーにしているので、これから地域に根を張りながら、さまざまなことをつなぎ合わせながら釧路の宝物、資源を届けたいと思っています。

最後に、私はよく大学や高校・中学校でも講義を頼まれることがあります。このグラフはちょっと前の資料なのですが、釧路市の「釧路に親しみを感ずるか？」というアンケートなのです。20歳から39歳は「あまり感じていない」が15%で、「全く感じない」が4%で、合わせると19%、2割ぐらいの人は「ほとんどこの街に魅力を感じていない」のです。右下に小さいのですが70歳以上になると「満足しています」という人が多くて、「全く満足していない」は1%で、「あまり感じていない」は5%なのです。やっぱり若い人たちのシビックプライド、今回の冷ガーデンの目的はシビックプライドにしたのですが、「この街に誇りを持てる」というのをしっかり醸成させたいと思っています。

その時に若い人に見せるグラフはこれ、地域ブランド・ランキングです。全国の1,000の市町村の魅力度を統計して、ランキングをやるのです。毎回、都道府県では栃木や茨城が最下位になって、知事がすごく怒るみたいなことがあります。

全国の市町村の中で1位は札幌、2位函館、ザーツと並んでいます。「釧路は何位ぐらいだと思おう」と皆さんに聞くと、若い人は「500位」とか、けっこう低い数字を言うのです。「1,000の中で、実は26位な

のです。渋谷より上だぜ。ディズニーランドの浦安よりも上で、釧路はめちゃくちゃ魅力があるんだよ」と、よく言うのです。中学生、高校生、大学生もびっくりして、「じゃあ、魅力が伝わっていないのだ」とよく言われます。若い人向けのアトラクション、コンテンツがないということはあるのですが、そういったことでシビックプライドを醸成させたい思いもあります。釧路の資源、タイトルにある商品や人材のブランドをしっかりと世界に発信して、お届けしたいなと思っています。エリアが決まった新聞販売店がこのエリアを飛び出して世界まで羽ばたく企業に私自身になりたいなと思っています、羽ばたく企業と一緒に羽ばたいていけるようにしていきたいと思っています。私の野望、夢は世界的に輝く企業になって、たくさんの会社と一緒に釧路から世界に羽ばたきたいなと思っています。時間になりました。ご清聴、どうもありがとうございました。

会長謝辞 滝越 康雄会長

ご講話、ありがとうございました。私は最初に今回の例会案内のタイトル見て、「新聞の方が資源を域外に届ける」、どういう意味かなと思っていたのですが、今日の講話、非常に活力をいただき、ありがたい話だったと思います。

ロータリーも組織ですからこういうことで協力して、街の底力をどんどん出していかないとと思っています。大きい会社になったホームマックさんのことを書いてある本が最近出版されました。「北海道の企業はなぜ大きくなるか」ということで、ホームマック、ニトリ、ツル



ハのこと大きく書かれておりました。いずれにしても、行政に任ずという時代ではない。そういうことをホームマックのOBの方が仰っていました。今日の講話はとても貴重なことをお聞かせいただきまして、ありがとうございました。

本日のニコニコ献金

- 池田 一己君 今日の講師の吉田勝幸くんが大会長を務める「くしろウィンターパーク」が始まっています。毎週金・土・日曜日です。お子様が喜ぶます。是非お越し下さい。
- 土橋 賢一君 お久しぶりです。
- 船木 博君 お陰様で体調が良くなってきました。感謝。

今年度累計 318,000円