

2020.9.3 (木)  
第 8 回例会  
(通算 3602 回)

## 2020-2021年度 釧路ロータリークラブ会報

会長スローガン「Together! 次世代へ共に築こうロータリー！」

第84代会長 舟木 博  
副会長 土橋 賢一  
幹事 荒井 剛  
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

2020-2021 年度  
国際ロータリーテーマ



ロータリーは世界の扉を開く  
2020-2021 年度  
RI 会長 ホルガー・クナーク  
第 2500 地区ガバナー  
松田 英郎 (富良野 RC)

### 月間テーマ

基本的教育と識字率向上月間・ロータリーの友月間

### 本日のプログラム

講師例会「基礎から学ぶ LGBT マーケティング」(担当: プログラム委員会)

### 次週例会

講師例会「息を引き取る」ということの意味 (担当: プログラム委員会)

■ロータリーソング:「奉仕の理想」 ■ソングリーダー: 芦名 健一君

■会員数 99 名

■ビジター なし

■ゲスト 釧路市ビジネスサポートセンター ブランディングマネージャー 田辺 貴久様

### 会長の時間

#### 舟木 博会長



皆さん、こんにちは。本日は太った人の多い釧路ロータリークラブのメンバーの皆さまに、手頃な健康とダイエットの役に立つお話を

したいと思います。

今年の夏、釧路以外は猛暑の所が多く、大変気の毒に思いますが、釧路は全国的にも夏の気温は別天地です。ポストコロナの夏の避暑観光を考えるとすごいポテンシャルを感じます。

今年日本では史上最高の気温 40 度を超える温度を記録していますが、ここで登場するのが皆さんの大好きな清涼飲料水です。われわれの世代では、若い頃はテレビコマーシャルでよく「スカッとさわやかコカ・コーラ」、「ファンタスティックのファンタ」、「初恋の味のカルピス」を散々飲みまくった世代で、その後は「ポカリスエット」に「缶コーヒー」を何も考えずに飲み続けてまいりました。また、夜は末広に行って、日本酒にビールにワインに芋焼酎。散々飲み続けた結果、歯がボロボロになり、身体は肥満になり、人によっては糖尿病にもなっています。

本題に移りますが、清涼飲料水 500ml あたりの砂糖の量は、一粒 4g 程度の角砂糖で換算して何個が入っているか皆さんにお聞きしたいと思いました。

その前に先ほどのコカ・コーラ、ファンタ、カルピスの中で一番砂糖の多い飲み物は何かわかる人はいますか。実はカルピスが一番多いみたいです。実に 66g 入っているそうです。角砂糖換算にすると 16 ~ 17 個分です。次はファンタで 60g、角砂糖約 15 個分です。コーラは少し少ないですが 57g で約 14 個分あるそうです。実は角砂糖をここに持ってきて「こんなにあるよ」と見せようと思ったのですが、今このホテルでは角砂糖は置いていないようで、残念ながら見せることはできませんでした。

WHO は 1 日の砂糖摂取量の目安をガイドラインで「総エネルギーの 5% 未満に抑えるべき」としております。これは砂糖換算にして 25g に相当し、角砂糖だと 6 個分にあたります。他の食事でも砂糖はとっていますので十分に気をつける必要があると思います。歯の話をしようと思ったのですが、本来ならばメンバーの本間先生が会員卓話で話す内容なのですが、ご存じのように虫歯の原因は、虫歯菌の栄養素である糖を栄養として取り込み、エネルギーに変える過程で排出された菌によって歯が溶かされることが原因で起こります。特に子供さんは「ガム」に「チョコ」に「甘いお菓子」、といっぱい食べるので虫歯には要注意です。この中にはいませんが、入れ歯の方は安心していてもかもしれませんが、残り少なくなった歯は大事にしたいものです。

一方、肥満ですが内臓脂肪の増加が脂肪組織から分泌されるホルモンの影響でインスリンの効き目が悪くな

り、膵臓が大量のインスリンを出し続けますが、働きすぎて疲れてしまい少ししか出すことができなくなって血糖値を上げてしまい、糖尿病になると言われています。

そんなわけで健康のために、なるべくお茶や水で我慢してお過ごし下さい。

今日の話は終わります。ありがとうございます。

■本日のプログラム■  
講師例会「基礎から学ぶLGBTマーケティング」

釧路市ビジネスサポートセンター

ブランディングマネージャー 田辺 貴久様



皆さま、こんにちは。初めまして。釧路市ビジネスサポートセンター k-Biz のブランディングマネージャーをさせていただきます

田辺と申します。今日はこのような機会をいただきまして、誠にありがとうございます。

早速なのですが、ご紹介いただきましたとおり『基礎から学ぶLGBTマーケティング』というテーマでお話させていただきます。LGBTという言葉あまり聞きなじみのない方もいらっしゃるかなと思いますし、最近よく新聞やテレビでこの言葉聞くけれども一体何なのだろうと調べていらっしゃる方も多いのではないかと思います。今回、改めてこういう人たちもいるということをお今日は頭に残していただければなと思っています。どうぞよろしく願いいたします。

簡単に自己紹介させていただきます。1982年に千葉で生まれて、38年間ずっと千葉に住んでいたのですが、去年12月にご縁がありまして釧路市に移住させていただきました。

大学を出てからずっと出版社におりました。リクルートが一番長く、住宅情報メディアの編集長の仕事をしておりました。それと同時に人事のダイバーシティ担当といって、社内で多様な方が活躍できるような環境を作ろうという取り組みを推進する仕事も担当しておりました。

早速、本題に入らせていただきたいと思います。

この写真は、LGBTの認知・理解を広げようというイベントが都内で行われたときの写真です。一緒に写っているのはマリモに似た形のSUUMOのキャラクター『スーモくん君』です。

こちらは、SUUMOでは、LGBT当事者が住まいを探しやすいようなサービスを業界で初めて導入しております。その取組を業界新聞に取り上げていただいたときの記事です。

ここで、LGBTとは何なのか、どんな問題を抱えているのかを紹介する動画がありますので、そちらを再生したいと思います。

(LGBTについての動画紹介)

見ていただきましたとおり、実は7~8%くらいの方がLGBTの当事者だと言われています。そもそもLGBTとは、レズビアン (Lesbian)、ゲイ (Gay)、バイセクシャル (Bisexual)、トランスジェンダー (Transgender) という英語の頭文字を取った言葉です。日本語では『性的少数者』と言われています。日本語で言うとレズビアンは女性同性愛者、ゲイは男性同性愛者、バイセクシャルは両性愛者、トランスジェンダーは生まれた体の性別と、自認する性別の違う方を指します。

LGBT当事者がどのくらいいるかという、先ほどご紹介したとおり最新の調査では約9%がその当事者だと言われています。

もう少し性についてご説明すると、いまセクシュアリティは3つの組み合わせで説明されています。生まれ持った「体の性」と、自分が自認する「心の性」と、「好きになる性」の3つの組み合わせで考えると、少なくとも27種類に分かれます。

その中で、男性の体に生まれて、自分自身のことは男性だと自認していて、好きなる対象が男性という方が男性同性愛者 (ゲイ) です。女性の体に生まれて、自分自身は女性だと自認していて、好きになる対象が女性という方が女性同性愛者 (レズビアン) です。

最新の調査で8.9%がこの当事者の数と言われているとお伝えしましたが、この8.9%はどれくらいの人数かという、左利きの方の割合と同じくらいと言われています。それからAB型もこれくらいの数と言われています。また、日本に多い、佐藤さん、鈴木さん、高橋さん、田中さん、渡辺さん、伊藤さん、中村さん、小林さんの姓を持つ方の合計が8%~9%くらいと言われています。



この中にも左利きの方いらっしゃるでしょう。あるいは先程挙げた姓の方もいらっしゃるはずですが、もちろんAB型の方もいらっしゃると思います。皆さんの周りでLGBTの当事者、つまり男性同性愛者だったり、女性同性愛者という方が身近にいらっしゃるという方はそう多くはないと思います。

それはどうしてかという、なかなか自分からLGBTの当事者だとは言わないからなんです。みなさんの中

にも、もしかすると「何かちょっと気持ち悪いな」とか、「自分とはちょっと違う世界に住んでいる人だな」みたいに思われる方もいらっしゃるかもしれません。ですがそう思う人がいる環境で、「はい、私は男性同性愛者です」と言うのはなかなか難しいものです。当事者が言えないから余計に「世の中にはいない」と思われてしまう。そうして、からかわれる対象になったり、中にはいじめられたりということが起きていたのです。

そういった状況を多くの当事者は我慢してきました。ですが、世界中で「ちょっと、それはおかしいじゃないか」と声を挙げる当事者が増えてきて、だんだんとその問題が明らかになってきたのです。

最近では、同性同士のカップルが結婚と同じようなメリット、例えばそれまでは家族単位しか認められていなかった公的な住宅と一緒に住めるようになるなど、婚姻関係同様にみなす自治体が増えています。

先ほどの動画にもありましたが、自分自身をカミングアウト、つまり自分がLGBT当事者だと明らかにしている方は50%くらいと言われています。またカミングアウトする相手も友達がほとんどです。特に職場ではなかなか言いにくいのが現状です。

ビジネスの観点でいうと、LGBTを対象にしたマーケットは『レインボー消費』と言われていて、全体で約5.9兆円のポテンシャルがあるといわれています。そこをどう取り込んでいくか、あるいはLGBTにそっぽを向かれて取りこぼさないようにするかは、企業活動でも大きなトピックスになっています。また、働くひとのなかにも当事者はいるわけで、そうした方々がどうしたら働きやすくなるか。そうした観点から、いろんな企業がLGBTに対しての対応やマーケティングを意識し始めています。

LGBTという言葉が最近なぜ聞くようになったかという、大きなきっかけは2011年に国連で「LGBTは人権問題である」という決議が採択されました。また日本では2015年に渋谷区が『同性パートナーシップ条例』といって、同性同士のカップルを渋谷区内では婚姻関係とみなす条例を出しました。

東京では『東京レインボープライド』という、渋谷の真ん中をLGBT当事者がパレードしたり、企業が代々木公園にブース出展をするイベントがありまして、約20万人を集める大きなイベントになっています。では、国内ではどういった企業がどんなことをしているかをご紹介したいと思います。

例えば、婚姻関係でいいますと、LGBTの男性同士、女性同士で結婚式を挙げたという方に対して結婚式場を紹介するサービスを行っている会社があります。こ

ちらの会社では、月に10件から15件くらいの相談があるということです。

ホテル・結婚式場でもLGBT向けの結婚式プランを出しているところがあります。「当ホテルは同性カップルの結婚式を応援します」と宣言しているところや、中にはLGBTカップル向けのプランを出しているところもあります。

住まい探しでは、SUUMOで、LGBT向けの新築マンション探しのお手伝いの窓口を作っています。あと、同性同士で組めるようなローンを楽天銀行が作っています。このサービスのメリット



を詳しく説明すると、都市部ではマンションが高くなっているのが、共働きで2人の収入を合算して買うケースが多いのですが、ローンを合算できるのは夫婦の場合のみでした。そうすると同性カップルと一緒に住む家を買おうとすると、二人の収入を合わせれば手に入る物件でも、どちらか一方のローンで買える範囲で選ばなければなりません。しかし同性カップルで二人でローンを組めるようになれば購入できる物件の幅が広がるわけです。これはLGBTの方が助かるだけではなくて、企業にとってもビジネスチャンスが広がるわけです。

ほかにも旅行業界では、同性カップルを歓迎する宿泊プランを提供しているホテルがあります。「好きな人と旅行したいけれども、同性2人でダブルベッドの部屋に泊まるのは気恥ずかしいな」と考えて、思い通りの旅行ができないなんてカップルがいたら、その解消にもなりますし、選ばれるチャンスにもなります。

飲食店でもLGBT向けに「フレンドリーですよ」と表明するシンボル、のちほど説明するレインボーフラッグを掲げているお店があります。こういうお店では、同性カップルで誕生日の祝いディナーをしたり、当事者の集まりで利用されやすくなったりします。

これはお坊さんがつける袈裟なのですが、これも『レインボー袈裟』といって、LGBT応援の袈裟です。

LGBT当事者の葬儀や法要もそうですし、偏見がないことを表明できる手段のひとつでもあり、こういった寺社ならどんなお願いもしやすいと思われるきっかけにもなりますね。

それからアパレルでは、トランスジェンダーの方向けの下着を輸入・販売している会社があります。「女性に生まれたけど男性の格好がしっくりくる」という方の場合、「胸が出ているのを隠したい」というニーズがあります。そこで、LGBT先進国であるタイで作られている、無理なく胸を抑えて不快感も少ない下着を輸入して販売しているんです。これを輸入販売してい

るのは、静岡県富士市という地方都市にある会社です。こうした下着がなかなかないため、全国から注文があるそうです。

つまり、ビジネスのチャンスは東京、大阪、札幌といった大きな街に限らず、地方の都市でも全国に広がるマーケットを掴むチャンスになるんです。

では、どんなことから始めればいいのでしょうか。まずはこういった機会に話を聞いていただいたり、本や雑誌などで知識を得ていただいた上で、ぜひ身近な人にも「こういう話を聞いたんだけど、こういう本を読んだんだけど」と共有いただくと、理解の輪が広がるかと思えます。もしかすると会社内やご家族にも当事者の方がいて、理解されているということが「救われた」という気分になって前向きな気持ちになるなんてことがあるかもしれません。

また、「どういうことを言われると傷つくのですか」と聞かれることも多いのですが、これは難しいのですが、相手がいわゆる同性愛者ではないという前提に立って話をしてしまうことをなるべく避けるようにする、というのが大切です。たとえば言い換えられる言葉を言い換えるということ言えば、最近は一般的になったのが「奥さん」「ご主人」という呼び方を「パートナー」と言うようになっていきます。飲み場などで、もし配偶者がいるかを尋ねるときは、「パートナーはいるんですか」と聞いてみたりする感じです。ビジネスマナーとしては、プライベートな話をそもそもあまりしないという話もありますが、親密になればそういう話だってあると思います。そんなときに、ちょっと聞き方や話題に気遣うだけで当事者の受け取り方も変わります。

もうひとつ、LGBTフレンドリーであることを伝えるのに、LGBTのシンボルである「6色のレインボー」

を掲げる、というのが世界的なアピール方法になっています。私どもk-Bizにも入り口に六色のレインボーフラッグを置いてあるので、ぜひお越しになった際には見つけてみてください。



私自身も男性の同性愛者です。前職時代から隠さずオープンにしておりましたし、今の仕事に転職するときも隠さずにお伝えしました。おかげさまで皆さまに好意的に受け取ってもらい、楽しく仕事もできています。パートナーもk-Bizに関わるみなさんと仲良くさせてもらっています。ですが、私のようなタイプは珍しい方で、多くの当事者はバレたら嫌だとか、何か言われたら嫌だ、なんて考えながら暮らしていたり、仕事をしていたりします。

釧路も当事者の方は多くいらっしゃるはずですが。人口17万人とすると、単純計算で1万5000人程度のLGBT当事者がいる可能性があるということです。当然、皆さまの会社や、中にはお身内の方など、身近なところにもいるはずなんです。ですから、「もしかすると、今話している相手はLGBTの当事者かもしれない」ということを考えながら接していただくほうがいいかもしれません。

今日はいつまでもお話させていただいたので、まだまだ疑問点だったり、ご不明な点があると思います。もし、ご興味もっていただけたらいつでもご連絡いただければ幸いです。

ご清聴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

- 大道 光肇君 大変ご無沙汰して、ごめんなさい。
- 荒井 剛君 息子が所属する少年野球団が太陽杯新人戦を優勝し、今月下旬に釧路支部代表として全国大会に出場することになりました。

今年度累計 118,000円