SSU DIVERSITY LAB NEWS#2

LGBT特集

株式会社サニーサイドアップは、2015年7月1日、社内のダイバーシティの育成や国内外のダイバーシティに関する情報発信等を実践するプロジェクト**「SSU DIVERSITY LAB（エスエスユー・ダイバーシティ・ラボ）」**を発足。「We're all the same, because We're all different.」のスローガンのもと、互いの個性を敬意とともに認めあうことが、当たり前となる社会の実現をゴールに活動を続けていくこととなりました。

さらに１0月22日には、アメリカ・ニューヨークに本社を置くＬＧＢＴマーケティング企業の**TARGET10社**と連携協定を締結。日米PR・マーケティング会社による初の国際連携を実現させました。今回提携ではLGBT層や、LGBT層を応援する人々によって生まれる新たな消費や経済効果にも着目し、日本でLGBT市場と向き合う企業へのコンサルティングやマーケティング等のサポートや、両社連携によるビジネスチャンスの創造を視野に協力関係を構築。ダイバーシティに関する創造的事例や調査結果を「SSU DIVERSITY LAB」を通じて紹介していきます。

今回の**SSU DIVERSITY LAB NEWS**は、去る11月5日に渋谷区で同性同士のカップルのパートナーシップを公認する「パートナーシップ証明書」が交付されることにちなみ、LGBTに関する世界の潮流を特集します。

本 件 に 関 す る お 問 い 合 わ せ 先

株式会社サニーサイドアップ
社長室　広報ユニット ： 田実（たじつ）
TEL: 03-6894-3232
FAX: 03-5413-3052
MAIL: info@ssu.co.jp

11月5日（木）日本初、渋谷区で「パートナーシップ証明書」交付

全国で初めて成立した「同性パートナーシップ条例」に基づき、同性同士のカップルのパートナーシップを公認する「パートナーシップ証明書」が11月5日から、東京都渋谷区で交付されています。（受付開始は10月28日）

この証明書は、男女の婚姻関係と異ならない程度の実質を備える、戸籍上の性別が同一である二者間の社会生活関係を『パートナーシップ』と定義、二人がパートナーシップの関係にあることを確認して証明するもの」で、渋谷区議時代からこの課題に取り組んできた、長谷部健渋谷区長は“（証明書自体は）同性婚を認めるものではないが、風穴は空いた。差別をなくすことに対して、町として全力を挙げて取り組んでいきたい”と述べています。

11月5日8時30分、渋谷区は第1号として、先週申請を行った増原裕子さんと東小雪さんに最初の証明書を交付。二人は区の職員から説明を受け、「おめでとうございます。末永くお幸せに。」と、お祝いの言葉を受け取りました。その後二人は、渋谷のシンボルであるハチ公前で記念撮影を行いました。ハチ公には、証明書交付開始を記念して、渋谷区によりレインボーのたすきが掛けられています。

「パートナーシップ証明書」交付に呼応した企業の動き

企業でも携帯キャリアが続々と同性カップル向けの家族割を導入、ライフネット生命保険が条件を満たした同性のパートナーを保険金の受取人に指定できるようにするなど、呼応する動きが現れています。また、GMOインターネットグループは渋谷ハチ公口にメッセージ広告を、サニーサイドアップはオリジナル名刺を作成し、本条例の制定を応援しています。

全米でゲイマリッジが合法化、ホワイトハウスもライトアップ

２015年6月26日、アメリカ連邦最高裁判所が「同性婚をアメリカ全州で認める」との判決を下しました。今までアメリカ全50州のうち37の州と首都ワシントンで同性婚が認められていましたが、その他の州は同性婚が認められていませんでした。この判決を受け、アメリカのバラク・オバマ大統領は声明を発表。「この判決は同性愛者や支援者、そしてアメリカにとっての勝利だ」と歓迎。それに伴い、LGBT（レズビアン、ゲイ、バイセクシャル、トランスジェンダー）を象徴する色「レインボー」をホワイトハウスにライトアップ、祝福をしました。またこの全米ゲイマリッジ合法化に伴い、企業や個人が今回の判決を受けてアイコンなどを「レインボーカラー」に変更し、祝福する動きが相次ぎ、Facebookでは「Let'sCelebrate Pride」のタイトルで、ワンクリックでプロフィールをレインボーカラーに変更できるキャンペーンを実施されました。

アメリカではトイレのダイバーシティ化も加速

11月13日、「戸籍上の性別を変えない限り、異動も女性トイレの使用も認めない」のは不当だと、戸籍は男性のままで女性として働き、「性同一性障害」の診断もされた経済産業省の40代の職員が訴訟したことが話題となりました。一方、多様性先進国のアメリカでは、カリフォルニア州の一部自治体やフィラディルフィア市などで、同性愛者や性同一性障害といった人々が、安心してトイレを使える環境づくりが進んでおり、企業や公共施設などの個室トイレを、性別に関係なく使える「ジェンダー・ニュートラル」対応とすることを義務付ける条例が発効されている自治体もあります。

オバマ大統領の同性婚を公に支持する姿勢は、各方面に影響を与えており、小学校でもセクシャル・マイノリティに配慮し、男女別トイレをなくしていこうという試みも行われているようです。経済産業省職員の記者会見では「女性としてのアイデンティティを無視された」「上司はダイバーシティとは何かを理解してない」との憤りも伝えられましたが、日本のダイバーシティ意識浸透も、公的機関や公共施設での思い切った一歩から始まるのかもしれません。

フィンランドの老舗テキスタイルメーカーが「ゲイ・アート」イラストを起用

フィンレイソン(Finlayson)は1820年創業のフィンランドのテキスタイルメーカー。その伝統と格式から世界中で製品が取り扱われ、日本でも北欧ブームに乗ってカーテン、マットなどのインテリア製品を中心に人気を集めています。マリメッコやムーミンなど幅広い題材のテキスタイルデザインを取り入れている同社ですが、昨年末、同性愛者の性的なイラストと言うジャンルを切り開き、世界に大きな影響を与えたゲイ・アートの巨匠と言われている「トム・オブ・フィンランド（Tom of Finland）」とのコラボシリーズを展開しています。
トム・オブ・フィンランドは、2014年9月、フィンランド郵便からも記念切手が発行されて、こちらも世界的に注目を集めていますが、「フィンランドでは、同性愛者だということを秘密にしておくなんていうことはありません。この国には、同性愛者を描いたエロチックな切手を貼ったハガキを送ったり、1年を通して、様々なレインボー・アクティビティに参加できるのです。あなたの泊まるホテルの枕カバーがフィンレーソン（Finlayson）のものだったら、世界的に有名なTom of Finlandのセクシーなイメージの柄がついているかもしれません」（フィンランド政府観光局ホームページより抜粋）とあるように、住民運動の結果、同性愛者の結婚を合法化され、国民の大多数が、誇らしげにレインボーの旗を掲げるような国民性です。
ヘルシンキ、タンペレなど主要都市での夏のプライド・フェスティバルだけでなく、年間を通じて同性愛者が楽しめる様々なイベントが行われ、セクシャル・マイノリティにとって素晴らしい旅先であることを観光局もアピールしています。

虹色の限定ドリトス発売　売上げでLGBT支援

米国の食品ブランド「ドリトス」が2015年9月17日、プライド・フラッグの色にちなんだ限定品「ドリトス・レインボーズ」を発表。このスナックはLGBTユースの自殺防止プロジェクト「It Gets Better Project」との提携で開発され、売上げは、LGBTユースの自殺防止プロジェクトに充てられる。www.ItGetsBetter.org/DoritosRainbows から同プロジェクトに10ドル以上寄付すると、このドリトスが送られるシステム。
ドリトスはまた、ドリトス・レインボーズのキャッチフレーズ“There's nothing bolder than being yourself”（自分を偽らずにいるほど勇敢なことはない）にちなみ、ハッシュタグ＃BoldandBetterをつけてSNSでメッセージを発信しようという呼びかけも行いました。このキャンペーンは好評を博し、ドリトス・レインボーズは発表後24時間で完売。
一方、アンチゲイ団体「ワン・ミリオン・マムズ（One MillionMoms）」や保守派政治家のマイク・ハッカビー（Mike Huckabee）氏らはこの虹色ドリトスを「同性愛の宣伝」、「反キリスト教的」など呼び、フリトレーをボイコットせよと呼びかけたようですが、その後の1ヶ月でペプシコの株価は１０％、ドリトスの売上も前年比３％の伸びを示したそうです。