

ひとりひとりの個性に寄り添うヘアサロンを、日本全国へ。



『#PrideHair・サロン』 マニュアル

～LGBTQ+フレンドリーなヘアサロンのために～

supported by PANTENE



PrideHair Salon

supported by PANTENE

- 2 『#PrideHair・サロン』プロジェクト ～歩んできた道のり～
- 2 — パンテーン #HairWeGo の歩み
- 2 — 『#PrideHair・サロン』プロジェクトに込めた願い
- 3 — プロジェクトの3ステップ
- 4 — 美容室は、職場・家庭とは異なる「第三の居場所」
- 5 — 当事者の声 01 薬師実芳さん

- 6 **美容室業界におけるLGBTQ+の課題**
- 7 — LGBTQ+とは？
- 7 — LGBTQ+の方は10人に1人！
- 8 — 性の4要素
- 10 — 8割のLGBTQ+の方々が、ダイバーシティに配慮したヘアサロンを求めています ～パンテーンの調査結果～
- 11 — 当事者の声 02 五十嵐ゆりさん
- 11 — 当事者の声 03 松中権さん

- 12 **マニュアル01 お店の設備・システムについて**
- 12 — 問診票：その性別記入欄、必要ですか？
- 12 — トイレ：「男女別トイレ」を「だれでもトイレ」に
- 13 — 「LGBTQ+フレンドリーである」と伝える：レインボーのアライステッカーがあることで安心する人がいる

- 14 **マニュアル02 接客の心得**
- 14 — 「この人は“見た目的に”男性／女性だ」はNG
- 14 — 「その人が本当にしたいヘアスタイル」を丁寧にヒアリングする
- 15 — 出す雑誌、見た目で決めていませんか？
- 16 — 「結婚してるんですか？」「彼氏／彼女いるんですか？」に困る方がいます
- 17 — 「オトコ／オンナらしい」は褒め言葉？
- 18 — カミングアウトを受けたら？ ～「あなただから」打ち明けてくれたことを、他のスタッフに「勝手に」話さない～
- 19 — プライベートについての話を無理強いしない
- 19 — 悩んだら使える！言い換えリスト

- 20 **マニュアル03 スタッフ教育について**
- 20 — 差別的な言動をお互いに注意しあえる環境を
- 20 — お客さまのために、お客さまにも勇気を持ってアドバイス
- 21 — マニュアル配布・説明会
- 21 — 接客ロールプレイング
- 21 — 当事者の声 04 KAHOさん

- 23 **おわりに ～「男性／女性らしいヘアスタイル」ではなく、「その人らしいヘアスタイル」を提供する～**

- 24 **あなたのヘアサロンはLGBTQ+フレンドリー？
今すぐ使えるチェックリスト**

#PrideHair Salon

#PrideHair Salon Project

「#PrideHair・サロン」プロジェクト ～歩んできた道のり～

パンテーン #HairWeGo の歩み

ヘアケアブランドのパンテーンは、「あなたらしい髪的美しさを通して、すべての人の前向きな一歩をサポートする」ことをブランド理念に掲げています。

2018年より、ブランドメッセージ『#HairWeGo さあ、この髪でいこう。』のもと、全ての人々が自分らしい髪で前向きな一歩を踏み出すことを応援するプロジェクトを展開してまいりました。

#1000人の就活生のホンネ

#この髪どうしてダメですか

#令和の就活ヘアをもっと自由に



※各キャンペーンの詳細はこちら
(<https://pantene.jp/ja-jp/hair-we-go>)

これらを経て、2020年9月に展開したのが、LGBTQ+の元就活生の体験談をもとに、偽らない「自分らしさ」を表現できる社会について考える『#PrideHair』プロジェクトです。

『#PrideHair・サロン』プロジェクトに込めた願い

パンテーンによる『#PrideHair』において公開した動画の総再生回数は2000万回を超え、ポジティブな反響と共感の声を数えきれないほどいただきました。

その一方、「就活において、セクシュアル・マイノリティの課題があることに初めて気がついた」という声もいただき、更にこの活動を広げていくことの必要性を感じました。

そんな中、LGBTQ+の方々から「ダイバーシティに配慮した美容室が増えて欲しい」という

声を、ヘアサロンで働く方々からはプロジェクトへの賛同の声をいただき、より多くの個性が輝く社会へと変わるきっかけづくりを目指して展開するのが、『#PrideHair・サロン』プロジェクトです。

美容室という場所が、LGBTQ+の方々にとっても居心地がよく、自分らしい髪になれる場所になれば、日本全体が、より多くの方の個性が輝く社会へと変わるきっかけになると信じています。

『#PrideHair・サロン』マニュアルを通じて、ヘアサロンがより一層「髪を通じて一人ひとりの個性に寄り添う場所」になることを願っています。

プロジェクトの3ステップ

当プロジェクトで計画しているのは、以下の3つです。

1 ヘアサロン向けLGBTQ+フレンドリーマニュアルの作成と普及

2 プロジェクトの賛同サロンを増やし、
そのサロンをLGBTQ+の方々に知ってもらう

3 多くのLGBTQ+の当事者と、個性や多様性を尊重する美容サロンが
マッチングしやすい仕組みをつくる

『#PrideHair・サロン』プロジェクトの第1弾こそが、今お読みいただいているマニュアルです。このマニュアルを通じて、1人でも多くの人々が自分らしい姿で笑顔になれる社会になることを願っています。



美容室は、職場・家庭とは異なる「第三の居場所」

「季節の変わり目だし、イメージチェンジしたいな」
「自分に似合う髪型って本当にこれかな？」
「自分の髪ってどうやって手入れするのが正解なんだろう…」

美容室には、様々な想いを抱えたお客様が日々訪れます。
今のヘアスタイルに悩みや不満を抱えていたり、「なりたい自分」を探していたり…
不安と期待が入り混じるからこそ、ワクワクする場所でもあります。

そんなお客さまの願いを引き出し、叶える存在であるのが美容師の皆さまではないでしょうか。家族でもなく、仕事の同僚や友人でもない、いわば「第三の相談相手」。
美容室は、そんな心許せる相談相手がいる「第三の居場所」になることができると私たちは考えています。

そのためには、お客さまの緊張をほぐすために「よかれと思って」した質問や、プライベートに立ち入りすぎた一言でお客さまが過ごしづらくならないように心がける必要があります。

「性のあり方」に関わる話は、まさにその代表的な例です。

「彼氏いるんですか？」
「恋人いないって寂しいですね～」
「女性受けの良いサッパリした髪型にしましょうか！」

お客さまとの会話の中でつい言ってしまう、こんな一言。
もしかすると、心当たりがあってドキッとした方もいるかもしれません。

このマニュアルが、あなたの美容室を、お客さまがもっと気持ちよく願いをかなえられる「第三の居場所」に近づけるためのヒントになることを、私たちは願っています。



当事者の声

01

薬師 実芳さん

認定NPO法人ReBit 代表理事 /
トランスジェンダー男性



私はトランスジェンダー男性であることが誰にも言えず、しんどすぎて17歳の時に自殺未遂をしたことがありました。その直後、「自分らしくいる」ために最初にしたことが美容院で髪の毛を切ることでした。長くてふわふわのパーマだった自分が、「赤と黒のツブブロックにしてください！」と注文したことに対して、美容師さんが「めっちゃカッコいいじゃないですか！やりましょう！」と言ってきて。しかもそのあと、新しい髪型を見た周りの人も「おお、いいね！イメチェンだね！」と褒めてくれたんです。

美容師さんの「LGBTフレンドリー」というか、私が「したい」と言った理想を叶えようと努力してくれたことに感動して、そこから何年もそこに通いました。変に詮索されたりもせず、少しずつ雑誌が『non-no』から『東京ウォーカー』に変わったりなんかして。ようやく決心して「トランスジェンダーなんです」と言った時も、その美容師の方は「あ、そうなんだー」くらいの受け取り方をしてくれて。過度な対応をされなかったからこそ、安心して通い続けることができました。

だからこのプロジェクトを通して、当事者だと言っても言わなくても、望む通りの髪型にできるヘアサロンが増えればいいな、と思っています。

#Introduction

美容室業界におけるLGBTQ+の課題

「"男性向けヘアサロン"だから、戸籍上女性の私は行くのをやめておこうかな」
「また"女性らしい"髪型にされたらどうしよう…」
「男性で彼氏がいる自分に、彼女の話題を振ってこない美容師さんに当たりたいな」

このように、LGBTQ+のお客さまの中には、ヘアサロンに行くことに不安を感じ、「自分らしい髪で生活したい」と思いつつも行動に移せない方がいます。

そういった方々が安心して過ごせるヘアサロンになれば、LGBTQ+に限らずすべてのお客さまに喜んでいただけるのではないのでしょうか。本当になりたいヘアスタイルを提供するだけでなく、常連になっていただけるかもしれません。さらには、口コミが広がれば、安定した集客にも繋がるでしょう。

事実、「男性だから、女性だから、と性別による決めつけをせずにヘアスタイルを提案してもらえた」といった口コミが広がったことで、関西・九州などの遠方から足を運んでいただいている、といった東京のヘアサロンもあります。今では、100名を超えるLGBTQ+の常連客の方々がいるそうです。

「その人らしさ」を実現できる環境が、もっと多くのお客さまに選んでいただけるお店作りにつながります！



LGBTQ+とは？

「LGBTQ+」と聞いて、「LGBTなら聞いたことあるけど、Q+ってなんだろう？」と思う方は多いでしょう。まず、LGBTとは、次のことばの頭文字をとったものです。

レズビアン Lesbian

女性として女性を愛する人

ゲイ Gay

男性として男性を愛する人

バイセクシュアル Bisexual

男性も女性も愛する人

トランスジェンダー Transgender

いわゆる「からだの性」と「こころの性」の間に違和感がある人

最近ではカミングアウトする有名人も増えてきており、「LGBT」という言葉自体は世の中に浸透しつつあります。

しかし、「LGBT」とされている人々の性のあり方は、この4つの性のあり方だけを指すものではありません。そこで、「他の性のあり方も存在している」というメッセージを込めて「Q+」を加えた「LGBTQ+」という呼び名が使われるようになりました。

※Q+：「性的少数者」の意味でよく用いられるQueerと、「自身の性のあり方について考え中」を表すQuestioningの頭文字をとったQに、「他にも様々」という意味で「+」が付け加えられたもの

LGBTQ+の方は10人に1人！

2019年にLGBT総研が日本において約43万人を対象に実施した調査では、LGBTQ+の方は10.0%という結果が出ています。

もちろん調査ごとに多少のばらつきこそあります※が、それでもお客さまのおよそ10人に1人はLGBTQ+にあたるかもしれないのです。

Check and Action!

あなたのサロンに通ってくださっているお客さまのうち、LGBTQ+の方は

(毎月のお客さま) _____ 人 × 10% = (約) _____ 人

あなたのヘアサロンがLGBTQ+フレンドリーになれば、今の時点でもこれくらいのお客さまが、より居心地よく過ごせるでしょう。

※電通ダイバーシティ・ラボの調査(2018)では8.9%、労働連合の調査(2016)では8%という結果となっています

性の4要素

性のあり方を考えるには、まず「性の4要素」を知っておく必要があります。
一般的に、「からだの性」「こころの性」「好きになる性」「表現する性」の4つをまとめて「性の4要素」といいます。では、それぞれどういった意味なのでしょう？

からだの性(身体的性)

あなたはどんな身体をしている？

性器や身体の特徴。
ホルモンバランスは人それぞれ。
いろんな身体があるのです。



身体的性とは、性染色体や外性器、内性器、
性ホルモンなど、身体構造における性です。

こころの性(性自認)

あなたの性は？

自分の「性」を何だと思うのか。
「男」と「女」だけではありません。
人の数だけあります。



こころの性とは、「自身の性をどのように認識しているか」です。
例えば、「私は女性だ」と思っている人は「こころの性が女性」と言えますし、
「自分は男性だ」と思っている人は「こころの性が男性」と言えます。

こころの性とからだの性は、必ずしも同じではありません。
からだの性が男性で「自分は女性だ」と認識している人はいますし、
からだの性が女性で「自分は男性だ」と認識している人もいます。

また、「男性／女性」だけでなく、「自分は男性でも女性でもない」と考えている方もいます。

好きになる性(性的指向)

あなたはどんな人に惹かれる？

どんな「性」の人に魅力を感じるのか。
必ずしも異性に惹かれるわけではありません。
その人にはその人の「恋」があります。



こころの性と好きになる性は、
必ずしも連動しているわけではありません。

自分を男性と認識しながら男性を愛する人もいれば、
自分を女性と認識しながら女性を愛する人もいます。
また、男性・女性両方を愛する人もおり、**異性だけを好きになることが当たり前ではありません。**

そして、忘れてはならないのは、人を好きにならない性のあり方も存在するということです。
人は恋愛するのが当然、といった風潮に苦しむ、性愛感情を抱かない方もいます。

表現する性(性表現)

あなたはどんな表現をする？

自分の「性」を
どのように表現するのか。
言葉遣い、身振り、服装。



表現する性とは、服装やメイク、一人称などにおいて「どの性として振舞うか」です。

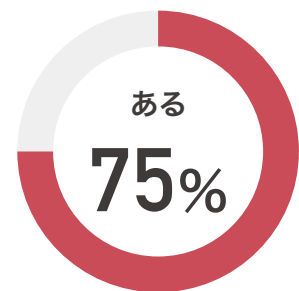
最近ではジェンダーレスファッションなども流行していますが、
自分を男性として認識しながらファッションにレディースのファッションを取り入れる人や、
メンズの服を着る女性も増えてきました。

表現する性が「こころの性」や「からだの性」と一致するとは限りません。
これからの時代は、「男性らしさ」「女性らしさ」にとらわれずに、
「その人らしさ」が自己表現の基準になるのではないのでしょうか。

8割のLGBTQ+の方々が、ダイバーシティに配慮したヘアサロンを求めています ～パンテーンの調査結果～

LGBTQ+の方々は、実際にヘアサロンでどのような経験をされているのでしょうか？

ヘアサロンで自分が本当になりたい髪をオーダーできなかったことがありますか？



パンテーンが300人のLGBTQ+の方々を対象に実施したアンケートによると、**75%の方が「ヘアサロン(美容院・理容室)で自分が本当になりたい髪型をオーダーできなかったことがある」と回答しました。**

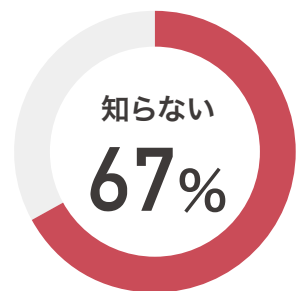
行きつけのヘアサロンに自分のセクシュアリティを伝えたいと思わない理由はなんですか？



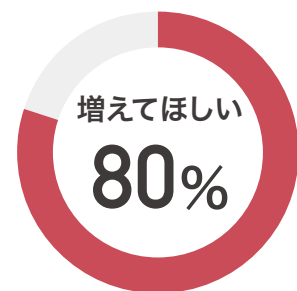
また、半数以上の方が、「行きつけのヘアサロンのスタイリストに自身のセクシュアリティを伝えたいと思わない」と回答しました。
その理由としては「相手に気を遣わせてしまいそうだから」「伝えると通いづらくなりそうだから」等、**カミングアウトすることによる影響を懸念する回答が57%を占めていました。**

セクシュアルマイノリティ(LGBTQ+)やダイバーシティへの配慮

セクシュアルマイノリティ(LGBTQ+)に
配慮したヘアサロンを知っていますか？



セクシュアルマイノリティ(LGBTQ+)を始めとする
ダイバーシティに配慮したヘアサロンが増えてほしいですか？



「**LGBTQ+に配慮したヘアサロンを知らない**」と答えたLGBTQ+の方は**67%**だった一方、**80%のLGBTQ+が、「LGBTQ+をはじめとする、ダイバーシティに配慮したヘアサロン(美容院・理容室)が増えてほしい」と回答しました。**

つまり、あなたのヘアサロンがLGBTQ+フレンドリーになれば、少なくとも**8割のLGBTQ+の方の期待に応えることができるのです。**

【地域】全国 / 【対象者条件】LGBTQ+のいずれかに該当する男女・20歳～59歳 / 【サンプル数】300人 / 【手法】インターネット調査 / 【実査期間】2020年11月27日(金)～2020年12月2日(水)

当事者の声

02

五十嵐 ゆりさん

レインボーノッツ合同会社 代表 /
NPO法人Rainbow Soup 代表 / レズビアン



レズビアンの自分は、「彼氏は？子供は？結婚は？」などの質問をされるたびに、「ああもう喋りたくないな、鬱陶しいな」と思っていました。**その場を乗り切るために嘘をついたりしているうちに、罪悪感を抱くことも多かった**です。予約したときには髪の毛をきれいに整えてもらうことにウキウキしていたはずなのに、帰る頃には疲れてしまう なんてことも。
そんな私が居心地のいいヘアサロンを見つけたのは、つい5、6年前。友人が紹介してくれた個人美容室へ足を運んでみたのです。その人は私の活動を知ってくれているからこそ、隠さず楽にコミュニケーションができて、親しくなるにつれて自分のしたい髪型やキャラクターもわかってくれるようになりました。「こうしてほしい」と細かく言わずとも、「私」という人間の願いをそのまま表現してくれることに居心地の良さを感じ、ずっとそのヘアサロンに通っています。

当事者の声

03

松中 権さん

特定非営利活動法人グッド・エイジング・エールズ 代表 / ゲイ



カミングアウトする前、スタイリストから振られる話は当たり前「彼女の話」でした。そういうとき、自分は話題を変えたり誤魔化したり、面倒だから寝たりもしていました。
思えば、女性に対してはヘアケア商品を勧めるのに、男性客には抜け毛などの話。男女問わず気になるものは気になるはずなのに、「男性だからこれはいらないだろう」って大前提が透けて見えて、ずっと違和感がありました。
実は昔、付き合っているパートナーと一緒にヘアサロンに行ったことがあります。予約する時、一緒に行く相手との関係をどう伝えればいいかわからず、何も言えないままでした。
当日、不安な気持ちを抱えたまま、いざヘアサロンに足を運んでみると、**美容師の方は私のパートナーを何とも呼ばずただ「こちらへどうぞ」と案内してくれたんです。**他にもお客さんがいる手前、「“パートナーの方”とか言われるのはむしろいやだな…」と思っていた時期だったので、**特になんとも言われず察してくれたのが凄くありがたかった**ことを、今でも覚えています。

マニュアル01 お店の設備・システムについて

問診票：その性別記入欄、必要ですか？

多くの美容室のカルテには、カウンセリング前に、男・女のどちらかにマルをつける「性別記入欄」があります。

ですが、からだの性が男性でこころの性が女性である人が性別記入欄を見たら、こう思うかもしれません。

「男性と女性どちらにマルをつければいいんだろう」
「自分は戸籍上男性だし、”男”にマルをつけたほうがいいのかな」

最近では、「男性／女性だけではない」という考えのもと「その他」という欄が設けられているカルテもあります。

たしかに、自身を「男性」とも「女性」とも認識していない人などは、その欄があると「あ、自分のような人のこともきちんと考えてくれているな」と安心することができます。

しかし、「その他」欄があることでむしろ、「え、じゃあ自分は”その他”にしておくべき？」とずっと悩んでしまうケースもあります。

必要のない性別記入欄をなくしてみる。

それだけでも、より多くのお客さまがストレスなく過ごせる環境に一步近づきます。

トイレ：「男女別トイレ」を「だれでもトイレ」に

男性用／女性用トイレしかない、困る人がいます。

「自分は外見で男性と見られているだろうし、男性用トイレを使った方がいいかな？」
「でも身体は女性だから、男性用の小便器しかないトイレは使えないしなぁ…」

こうしたお客さまだけでなく、どちらかのトイレが混んでいるときに気軽に使えたり、車椅子に乗ったままや子供を連れたままでも快適な「だれでもトイレ」があることによって、様々なお客さまに安心を提供することができます。

とはいえ、新しく「だれでもトイレ」を設置するとなると、かなりの費用がかかるだけでなく工事も必要となってくるため、容易ではありません。

そんなときは、片方または両方のトイレを「All Gender」の表記に変えて、男女兼用にすることから始めてみませんか？

「LGBTQ+フレンドリーである」と伝える： レインボーのアライステッカーがあることで安心 する人がいる

「考えることが多すぎて、どこから始めたら良いかわからない…」

そんな時は、お店の入り口に「レインボーのアライステッカーを貼る」ことからスタートしてみませんか？

『#PrideHair・サロン』プロジェクトに賛同頂いたヘアサロンには無料でLGBTQ+フレンドリーを表明する、オリジナルアイテムを配布しています。レインボーグッズは、アライ（LGBTQ+を支援する人）の象徴。LGBTQ+のお客さまにとっては、店の入り口にレインボーのアライステッカーがあるだけでも「ここなら大丈夫かも」と安心できる材料になります。

「すべてのお客さまを歓迎します」という想いを、オリジナルアイテムを通して表明する第一歩としていただけたら、幸いです。

Check and Action!

- ☐ カルテの性別欄を「男・女」だけに分けない
- ☐ どんな人でも使いやすい「だれでもトイレ」を店内に設置する
- ☐ レインボーフラッグやアライステッカーを店頭・店内に掲げる

マニュアル02 接客の心得

「この人は“見た目的に”男性／女性だ」はNG

初めてのお客さまと接する時、その人を見た目だけで「男性／女性だ」と判断してしまうことはありませんか？

しかし、必ずしもその人の見た目が、その人の認識するところの性と一致するわけではありません。見た目で相手の性のあり方を決めてしまうと、お客さまの本当のニーズを汲みとることができないかもしれません。表現する性やからだの性にとらわれないコミュニケーションは、あらゆるお客さまの想いにより深く応えるための一歩になります。

トランスジェンダー（こころの性は女性・からだの性は男性）のKさんの体験談

男性から女性へ「表現する性」を移行する期間が一番困りました。周りの認識なども含めると、完全に女性として生活できていたわけではないからです。

伸ばしていた髪を初めて切りに行った時、美容師の方に持ってこられたのは男性向けの雑誌でした。きっと美容師さんは、「ロン毛のお兄さん」と思っていて。

結局、「女性の髪型にしたい」と美容師の方に伝えることが怖くて、それからしばらくは美容室には行かず、友達に切ってもらっていました。

「その人が本当にしたいヘアスタイル」を丁寧にヒアリングする

今のヘアスタイルを参考に好みを想像し、こちらから提案する…それも一つの方法ですが、「この人は“見た目的に”男性／女性だ」はNGでもお伝えしたように、そもそも現在のヘアスタイルが「自分らしくいられていない、好みでないヘアスタイル」かもしれません。

LGBTQ+であるかに関係なく、「既存の男性／女性らしさ」に当てはめられたくない人も増えています。先入観を抜きにして、まずは「今日はどんな髪型をイメージされていますか？」など目の前のお客さまの望むヘアスタイルをヒアリングしてみるのもよいでしょう。

トランスジェンダー（こころの性は男性・からだの性は女性）のSさんの体験談

いわゆる「男性らしい」髪にしたいと思い刈り上げをオーダーしても、どうしても自分にとっては「ボーイッシュな女性」と感じてしまう髪型にされ、どう伝えればいいのか困っていました。仕上がった髪型をいくら「似合っている」と言われても、自分としては「似合っていないのになあ」と感じてしまって…

なので、自分の求めているものを提案してくれる美容師さんに出会えたときは、本当にうれしかったです。自分は「男性らしい」というオーダーをしましたが、もちろんこの表現を好む人もいれば好まない人もいます。

そういった部分も含めて、「目の前の人は何を求めているか」に向き合ってくれる人に出会えると、ヘアサロンやアパレルをはじめ、どんな場面でもやっぱり嬉しいですね。

出す雑誌、見た目で決めていますか？

お客さまにとっては、美容師に出される雑誌も「あ、自分はこう見えているのか」と感じる要素のひとつです。

「このお客さまは男性だから、とりあえず男性ファッション誌を出す」なんてこともあるかもしれませんが、それは身体を理由にお客さまの性別を決めつける行為のひとつです。

「自分の心は女性だけど、やっぱり男性と見られているんだな」「その横にある女性誌が読みたい!」と思う方がいることを忘れてはいけません。

雑誌を出す際には、お客さまの見た目で決めるのではなく、「何か読めますか？」など一言お声がけして、男性誌・女性誌の両方を候補に入れるなど、お客さまが望むものを聞くことから始めるのはいかがでしょうか。

Check and Action!

- ☐ 目の前のお客さまを、見た目だけで男性／女性と判断しない
- ☐ からだの性とこころの性が異なる人がいる、と認識する
- ☐ 先入観を抜いて、お客さまの望むヘアスタイルをヒアリングする
- ☐ お客さまに雑誌を出すとき、男性誌／女性誌を決めつけない

「結婚してるんですか?」「彼氏／彼女いるんですか?」 に困る方がいます

会話の糸口として、「結婚しているんですか?」「彼氏／彼女いるんですか?」と尋ねることがあるかもしれません。

しかしその質問は、同性パートナーを持つ人が「付き合っている人はいるけど、異性じゃないしなあ」と返答に詰まったり、人に性愛感情を抱かない人が「この美容師さんも恋愛前提なのか…」とその後の話題に困ってしまうかもしれません。そもそも、LGBTQ+でない人にとっても、センシティブな話題ですよね。

お客さまとの会話において、

- 1 異性を好きになるのが当たり前だと思わないこと
- 2 恋愛をするのが当然とは限らない、と意識すること
- 3 会話の流れでお客さまに恋人がいることがわかった場合も、
「彼氏／彼女」を決めつけず、「パートナー」や、
お客さまの表現に合わせた言葉を使うこと

まずはこの3つを心がけて、全てのお客さまが気持ちよく感じるコミュニケーションに近付けていきましょう。

また、「彼氏／彼女いるんですか?」だと、答えが「はい／いいえ」の二択になると同時に、必然的に話題が「異性愛」に絞られてしまい、その話題を避けたい方は居心地が悪くなってしまいますが、「最近は何されているんですか?」といった問いかけなら、お客さまが広い選択肢の中から好きな話題を選択できます。

このように、回答のテーマを選べる「オープンクエスチョン」は、お客さまが自分の好きな話題を選択できるので、気楽なコミュニケーションの第一歩として効果的です。



「オトコ／オンナらしい」は褒め言葉?

「オトコらしい髪型」「オンナらしい髪型」といった表現は、印象を説明する上で使いやすいですし、ときに褒め言葉として使われることがあります。

しかし、その言葉を褒め言葉として受け取れない人もいます。

「男性」「女性」に当てはめて欲しくない人もいる中でその表現を使うことは、「なんかいやだな」「嬉しくないな」と思われてしまう可能性を高める可能性があります。

「さっぱり／すっきりした」「やわらかな」や、「ショート」「ボブ」など、性別を限らない形容詞やヘアスタイルの名称を使えば、誰もが気持ちの良いコミュニケーションにつながります。

また、同じく褒め言葉として使われがちな「男ウケいいですよ!」「女性にモテますよ」といった表現も、「異性からどう見えるかで髪をきめる」「人は異性に恋愛するものだ」というニュアンスが入ってしまいます。

もちろん、お客さまによっては「オトコらしい髪型で」「モテる感じにできますか」などオーダーされる方もいらっしゃいますが、まずは目の前のお客さまが異性を意識していると決めつけず対応しましょう。

「オトコらしい・オンナらしい」という言葉にとらわれずにお客さまの希望するスタイルを聞きだせるとよいですね。

Check and Action!

- ☐ 異性を好きになる人も、同性を好きになる人もいると認識する
- ☐ 恋愛をするのが当然とは限らないと認識する
- ☐ 彼氏／彼女を「恋人・パートナー」と言い換える
※お客さまが「彼氏／彼女」と表現するときは合わせて使ってもOK!
- ☐ 「オトコらしい／オンナらしい髪型」を言い換える
例：さっぱりした、やわらかな、刈り上げ、ボブ、ショート、ロング

カミングアウトを受けたら？

「あなただから」打ち明けてくれたことを、他のスタッフに「勝手に」話さない

もしお客さまが「自分には同性のパートナーがいる」など、話の流れでカミングアウトしてくれました。そのときにまず必要なのは、カミングアウトを受け止めることです。

カミングアウトされたことのない人が多いでしょうし、カミングアウトされることに動揺してしまう人もいます。しかし、カミングアウトされたということは、多くの場合、あなたが信頼されている証拠です。

まずは、「そうなんです！どんな方なんですか？」など、過剰でなく自然に「あなたのカミングアウトを受け止めたよ」と言動で示しましょう。焦って、不自然にそのことに触れなかったり、態度を変えたりすると、当事者は「困らせちゃったかな？」と思うことがあります。あくまで自然体でいることがポイントです。

中には、「他のスタッフにも共有しておいた方が安心だろう」と考える方もいらっしゃるかもしれませんが、間違っても、「本人に代わって他のスタッフに共有する」のはNGです。

自分の秘密がいつの間にか他の人にも知られていれば、LGBTQ+の方だけでなく誰でもショックを受けるでしょう。

こういった、人の性のあり方を勝手に言いふらすことは「アウティング」と呼ばれ、一般的に、LGBTQ+の方がカミングアウトする上で最も恐れていることの一つです。

Check and Action!

- ☐ カミングアウトを受けても変に話をそらさず、まずは自然に受け止める
例：「そうなんです！お相手はどんな方なんですか？」
- ☐ 自分以外にカミングアウトしている範囲を聞き、その範囲外には伝えないようにする
例：「普段から〇〇さんはオープンにされているんですか？」
- ☐ 「よかれと思って」でも、カミングアウトされたことを言いふらさない

プライベートについての話を無理強いしない

「お客さまが異性を好きだと決めつけない」＝「プライベートに関する話をしてはいけない」ではありません。

そもそも恋愛の話以外にも趣味や休日の過ごし方をはじめ、お客さまとコミュニケーションをとるための話題はいくらでもありますし、お話しすることが好きなお客さまは、自分から話を広げてくれることもあります。

あくまで「プライベートに関する話を強制しない」と同時に、「相手の性のあり方を決めつけないコミュニケーションを心がける」ことが大切です。

すべてのお客さまが気持ちよく感じるコミュニケーション 3つの意識

1 性のあり方を決めつけたコミュニケーションをしない

例：雑誌は好きなものから選んでもらう、「オトコらしい／オンナらしい」は言い換える

2 話の登場人物を決めつけない

例：「今日はこの後、レストランでディナーなんです」

- ×「えー！彼氏／彼女さんとですか？」
- 「どなたかと行かれるんですか？」

3 テーマを選ぶオープンクエスチョンから始める

- 例：×「彼氏／彼女は？ご結婚は？」
○「この後は何かご予約はありますか？」

悩んだら使える！言い換えリスト

×	おかま／オネエ／ホモ	-----	ゲイ
×	レズ	-----	レズビアン
×	ニューハーフ／元女／元男	-----	トランスジェンダー
×	両刀使い	-----	バイセクシュアル
△	〇〇くん／〇〇ちゃん	-----	〇〇さん
△	女らしい／男らしい	-----	〇〇さんらしい
△	彼氏／彼女／旦那／奥さん	-----	恋人／パートナー／配偶者
×	トランスジェンダーの男性／女性	-----	男性／女性
×	性転換手術	-----	性適合手術

マニュアル03 スタッフ教育について

差別的な言動をお互いに注意しあえる環境を

知識があっても、実際に接客してみると頭から抜け落ちてしまうこともあるでしょう。
そのようなときに備え、「こうした方がいいんじゃない？」と提案しあえるような信頼関係を、スタッフ同士で築いておきましょう。

例えば、マニュアルを配布する際に「お互いより良い接客をするために、何か気付いたことがあればアドバイスしあおう！」といった声かけをすることは効果的です。
LGBTQ+に限ることに限らず、何かを導入するとき前もって声掛けをすると、スタッフも間違いを恐れず安心して行動することができます。

「彼氏いるんですか？」と尋ねるスタッフを見かけたら、あとで休憩室などで「同性のパートナーがいる方もいるし、そうでなくても踏み込んだ質問は嫌がられてしまうことも多いよ。お客さまからお話し頂くのを待ってからそういう話をしてみよう」などとアドバイスしてみる…そういった行動の積み重ねでスタッフの言動、サロン全体の雰囲気が変わり、どんな方でも気持ちよくやりとりできる空間に近づきます。

お客さまにも勇気を持ってアドバイス

お客さまが差別的な言動をしたときはどうでしょうか。
あるお客さまが「同性が好きとかありえないよね(笑)」と発言したとき、もしその隣のお客さまがゲイやレズビアン、LGBTQ+アライの方だったら。いやな気持ちになってしまい、そのヘアサロンに行くのが不安になってしまったり、怖くなってしまいかもしれません。

なにより、発言したお客さまも、その偏見を持ち続けることで身近な誰かを傷つけてしまうかもしれません。

もしお客さまがそういった発言をしていたら、真にお客さまのためになることを考え、例えば「LGBTQ+の方は10人に1人と結構身近な存在なんですよ、うちもLGBT+フレンドリーを掲げているんです」など、身近な存在であることを伝えてみませんか？
もしかしたら、その言葉をたまたま耳にした”隣のお客さま”も、「これからもここに通いたいな」と思ってくれるかもしれません。

マニュアル配布・説明会

本マニュアルを配布する際、このマニュアルを読んでおいた方がよいと思った理由なども併せてお伝えいただくと、いっそう理解が深まるはずです。

また、ヘアサロンで働くスタッフの中にも、LGBTQ+の方がいます。
お客さまだけでなく、職場における何気ないコミュニケーションの中で同僚を傷つけないためにも、「職場全体で取り組んでいく」ことが必要とされています。

Check and Action!

- ☐ マニュアルを配布するときは、「誰もが間違えるからこそアドバイスしあおう」と共有
- ☐ スタッフが差別的な言動をしていたら、積極的にアドバイスする
- ☐ お客さまの差別的な言動も、「お客さまのために」指摘する
- ☐ お客さまだけでなく、スタッフの中にもLGBTQ+の方がいることを踏まえる

接客ロールプレイング

すぐに接客スタイルを大きく変えることは難しいですし、得た知識を接客の中でいきなり実践することもハードルが高いと思います。
そこで、実際にお客さまに接する前に**接客ロールプレイング**をしておくと、安心して行動に移すことができます。

- 1 3人1組になり、1人は「美容師」、1人は「お客さま」、1人は「やりとりをチェックする人」として役を割り振る
- 2 お客さまの設定を決めます(「同性のパートナーがいる人」など)。
- 3 設定に基づいて、接客のロールプレイングを行う
- 4 最後まで接客が終わったら、全体を振り返る
- 5 「どんな表現に違和感があったか」「どの言動に傷つきそうか」を、お客さま役の人と、チェックする人がそれぞれ美容師にフィードバック
- 6 反省を踏まえ、役割交代(全員が3つの役を終えたら終了)

これを繰り返すことで、知識と行動がしっかりと結びつくはずです。

とはいえ、接客ロールプレイングをするスタッフの中にもLGBTQ+の方がいるかもしれませんが、その方は周りに伝えたくないと思っているかもしれません。そのため、無理やり強制参加にしたり、LGBTQ+役を担当する人を茶化したりせず、まずは役割含め「自主的な手挙げ制の活動」として始めてみましょう！

ロールプレイングを繰り返してLGBTQ+フレンドリーな接客が自分のものになれば、スタッフ個人だけでなく、ヘアサロン全体も、LGBTQ+フレンドリーにぐっと近づくはずです。

当事者の声

04

KAHOさん

Hairsalon BREEN Tokyo/
美容師／レズビアン



LGBTQ+の方には、ヘアサロンって予約の段階から難しく感じる人もいるんです。この美容師さんにやってもらいたい!と思って指名画面に進むと、「男性(女性)の方のみ指名可能」と記載されていたり、「メンズ専用クーポン」と記載されていると、例えばトランスジェンダーの方は「これを使っていいのかな?」と思ってしまう、という声もよく聞きました。

私のいたヘアサロンのアンケートには、かつて「なりたい雰囲気」をチェックできる場所がありました。しかしその回答欄に「大人らしく」「カッコよく」「可愛く」などはありましたが、「ジェンダーレス」「中性的」などを選ぶことができませんでした。なので、特に指定をしないと美容師のイメージに左右されてしまう…ということがあり、だからこそ、社長に直談判して少しずつ変えていきました。

美容師である私自身、入社してから2年くらいはカミングアウトせずに過ごしていましたが、その頃はお客さまから「彼氏は?」とか訊かれやすくて。それを誤魔化すのは、お客さまに対して嘘をつくことと同じで、凄く苦しかったんです。だから、勇気を出してカミングアウトして働きはじめました。

すると、「KAHOさんはセクシュアリティをオープンにSNSなどでも発信してくれているから、当事者としても“お店にこういう人がいるのか”って足取りが軽くなります」という声をいただけるようになりました。今、接客で一番気をつけているのは「雑誌」と「カウンセリング」ですね。雑誌を特にこちらから持っていくと言うことはせず、お客さまが好きな物を選べる状態にしてありますし、ヘアカタログは「メンズ／レディース」とそれだけで、選択肢を狭めてしまう事が多いので置かないようにしています。また、髪型の指定は男女関係なくショートやロングなど「希望の髪の長さ」で選んでもらい、性別の壁を感じない提案の幅を広げるようにしています。

#For the future

おわりに

「男性／女性らしいヘアスタイル」ではなく、
「その人らしいヘアスタイル」を提供する

このマニュアルは、世の中のヘアサロンがよりいっそう個性に寄り添う場所になるように、という思いで作成しました。

何気ない一言で、大切なお客さまが心を閉ざしてしまわないように。

どんなお客さまでも居心地のいい「居場所」にするために、このマニュアルを是非活用していただけたら幸いです。

また、このマニュアルはワークショップなどを通じ、現役美容師やLGBTQ+の方々をはじめとした多様なメンバーと一緒に議論しながら制作しました。しかし、だからといってここに書いてあることが唯一無二の正解、というわけではありません。

価値観や考え方は、時代とともに変わります。だからこそ、同じ想いをを持った皆さんと一緒に、これからもアップデートし続けたいと考えています。

LGBTQ+フレンドリーなサロンはヒューマンフレンドリーなサロン

より多くのヘアサロンを、お客さまにとって自分らしい髪型で前向きな一歩を踏み出せる場所にするためにも、私たちと一緒に一歩を踏み出しませんか？



あなたのヘアサロンはLGBTQ+フレンドリー？ 今すぐ使えるチェックリスト

マニュアル01 お店の設備・システムについて (P.12-13)

- ☒ カルテの性別欄を「男性／女性」だけに分けない
- ☒ どんな人でも使いやすい「だれでもトイレ」を店内に設置する
- ☒ レインボーフラッグやアライステッカーを店頭・店内に掲げる

マニュアル02 接客の心得 (P.14-19)

- ☒ 目の前のお客さまを、見た目だけで男性／女性と判断しない
- ☒ からだの性とところの性が異なる人がいる、と認識する
- ☒ 先入観を抜いて、お客さまの望むヘアスタイルをヒアリングする
- ☒ お客さまに雑誌を出すとき、男性誌／女性誌を決めつけない
- ☒ 異性を好きになる人も、同性を好きになる人もいと認識する
- ☒ 恋愛をするのが当然とは限らないと認識する
- ☒ 彼氏／彼女は「恋人・パートナー」と言い換える
※お客さまが「彼氏／彼女」と表現するときは合わせて使ってもOK！
- ☒ 「オトコらしい／オンナらしい髪型」は言い換える
例：さっぱりした、やわらかな、刈り上げ、ボブ、ショート、ロング
- ☒ カミングアウトを受けても変に話をそらさず、まずは受け止める
例：「教えてくれてありがとうございます！」
- ☒ 自分以外にカミングアウトしている範囲を聞き、その範囲外には伝えないようにする
例：「普段から〇〇さんはオープンにされているんですか？」
- ☒ 「よかれと思って」でも、カミングアウトされたことを言いふらさない

マニュアル03 スタッフ教育について (P.20-22)

- ☒ マニュアルを配布するときは、「誰もが間違えるからこそアドバイスしあおう」と共有
- ☒ スタッフが差別的な言動をしていたら、積極的にアドバイスする
- ☒ お客さまの差別的な言動も、「お客さまのために」指摘する
- ☒ お客さまだけでなく、スタッフの中にもLGBTQ+の方がいることを踏まえる
- ☒ 『#PrideHair・サロン』プロジェクトのマニュアルを読む

こちらのマニュアルは、ワークショップなどを通じて様々なサポーターの方
からご意見をいただきながら、ともに制作いたしました。
ご協力いただいたみなさま、ありがとうございました。

Special Thanks

五十嵐ゆり（レインボーノッツ合同会社 代表 / NPO法人Rainbow Soup 代表）
木本奏太（YouTuber）
サリー楓（日建設計社長直轄／コンサルタント）
松岡宗嗣（ライター／一般社団法人fair代表理事）
薬師実芳（認定NPO法人ReBit 代表理事）
杉山文野（NPO法人東京レインボープライド 共同代表理事）
西原さつき（乙女塾 project 代表／俳優）
西村宏堂（僧侶・メイクアップアーティスト）
松中権（特定非営利活動法人グッド・エイジング・エールズ 代表）
MISAKI（美容師／MINT）
宮島瑠（美容師／EIZO）
AIRI（美容師／Hairsalon BREEN Tokyo）
KAHO（美容師／Hairsalon BREEN Tokyo）

順不同

制作：パンテーン
監修：株式会社JobRainbow



PrideHair Salon

ひとりひとりの個性に寄り添うヘアサロンを、日本全国へ。

supported by **PANTENE**