


インクルーシブ・ショッピング

LGBTQ+フレンドリーな買い物環境づくり



INCLUSIVE SHOPPING HANDBOOK



多様な背景がある人が 安心して利用できる 買い物環境づくりを目指して

LGBTQ+フレンドリーなショッピングの場をつくるために

CONTENTS

02 はじめに 誰もがショッピングしやすい場所について考える

04 CHAPTER 01 LGBTQ+の基礎知識

04 LGBTQ+とは？

05 人の「性のあり方」の4要素

06 CHAPTER 02 店舗・ショッピング全般での困りごと

06 LGBTQ+フレンドリーな接客をするために大切なこと

07 **POINT 01** 性のあり方を決めつけない言い換え表現をする

08 **POINT 02** 多様な人の存在を前提としたご案内をする

09 **POINT 03** カミングアウトとアウトティング ～情報の取り扱いについて～

10 **POINT 04** お名前をお呼びする方法の検討

11 当事者の声 01 海さん / 当事者の声 02 あずみんさん

12 CHAPTER 03 薬剤師・調剤事務・登録販売者の皆さんへ

12 LGBTQ+と健康やお薬の悩み

13 **POINT 01** デリケートな質問をする際は必ず理由も説明する

14 **POINT 02** 身体の状態に基づく服薬指導となることを伝える

15 番外編 当事者のお悩み「何をどこまで伝えたらいいの？」

15 当事者の声 03 ジュンさん

16 CHAPTER 04 ビューティアドバイザー・美容部員の皆さんへ

16 **POINT 01** 「美しさ」の基準をアップデートしていく

17 **POINT 02** 「性表現」と「身体的特徴」に寄り添う

18 当事者の声 04 梨奈さん

20 今すぐ使えるチェックリスト ～LGBTQ+フレンドリーな買い物環境づくりのために～

22 知っておきたいLGBTQ+用語集

はじめに

誰もがショッピングをしやすい場所について考える

例えば、ドラッグストアには、どのような方が集まるでしょうか？

学校が終わってから「新しい化粧品が欲しいな」とワクワクして訪れるお客様。

お薬の飲み合わせについて相談しにいくお客様。

仕事の帰り道に、ふらっと立ち寄ってシャンプーや洗剤等、

日用品を買うお客様。

こんな光景が思い浮かぶのではないのでしょうか。

自分や周りの人が健康であり続けるために「このお薬を買おうかな」と考えたり、

日頃から自分の美容のために「こんな商品を使いたいなあ」と考えたり...

ドラッグストアは、そんなお客様のお悩みを解決し、

健康や美容の理想に寄り添う地域のハブとなる場所です。

ドラッグストアだけでなく、他にも衣料品店や食品店などのショッピングの場は、

地域に住むお客様の多様なお悩みと、日々の暮らしを楽しむ心に寄り添う場ではないのでしょうか。

しかし、そんな地域のショッピングの場を安心して利用できない方もいらっしゃいます。

特に、健康・美容関連は「男性らしさ」「女性らしさ」と関わる部分も多く、

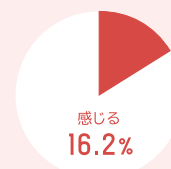
「性のあり方」において、社会に存在する差別や偏見により生きづらさを感じている

LGBTQ+当事者からは、こんな声が聞こえてきました。

化粧品などの男性らしい / 女性らしい
とされている商品を買う時に
ジロジロ見られてしまう

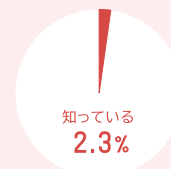
自分の性のあり方を隠さずに
健康のことを相談できない

LGBTQ+当事者に関わらず、多様な人が安心して、自分らしくショッピングができる環境づくりを日本全国ですすめるために、このプロジェクトは始まりました。



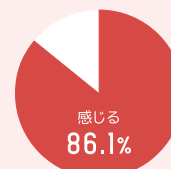
Q: ドラッグストアで、自分の性のあり方をオープンにした上で、自分の健康やお薬、美容に関して相談をしたことがある、または、できると感じますか？

JobRainbowが173名の様々な地域に住む当事者へアンケートを行ったところ、ドラッグストアで自分の性のあり方をオープンにして相談ができていると感じている当事者は、全体の16.2%にとどまることが分かりました。



Q: 性的マイノリティ(LGBTQ+)に配慮したドラッグストアを知っていますか？

性的マイノリティに配慮したドラッグストアを知っている当事者はたったの2.3%。ほぼ、現状存在しない、あるいは、存在していたとしても当事者からは認識されていない、という現状があることが分かりました。



Q: 性的マイノリティ(LGBTQ+)をはじめとするダイバーシティに配慮したドラッグストアが増えて欲しいと感じますか？

アンケートからは多くのLGBTQ+当事者が、LGBTQ+をはじめとするダイバーシティに配慮したドラッグストアが増えてほしいと考えていることが分かりました。

【地域】全国 / 【対象条件】LGBTQ+のいずれかに該当する方で、ドラッグストアを使用した経験のある方 / 【サンプル数】173人 / 【手法】インターネット調査 / 【実施期間】2022年6月6日(月)~2022年6月20日(月)

皆さんが勤めるお店がLGBTQ+フレンドリーになれば、より多くの方が安心して買い物ができるようになることは、データから読み取れると思います。

是非、本書を通して、皆さんと共に、LGBTQ+フレンドリーなショッピングの場、そして地域のハブを少しでも増やすことができれば幸いです。

まず、読み進める前に、皆さんにお伺いしたいことがあります。

次のページに進む前に、是非考えてみてください。

Think!

LGBTQ+フレンドリーな買い物環境であるために、明日から、皆さんの立場でできることはなんですか？

本書を通して、この問いへのヒントを見つけたいと思います。

LGBTQ+の基礎知識

LGBTQ+とは？

私たちの生きる社会では、「異性にのみ惹かれること」「生まれたときに割り当てられた性別」と「生きたいと望む性別」が一致していることが多数派の性のあり方とされています。

LGBTQ+とは、そのような「多数派の性のあり方に当てはまらない人たち」の総称です。

レズビアン Lesbian 女性として女性に恋愛感情を抱いたり、性的な魅力を感じたりする人	ゲイ Gay 男性として男性に恋愛感情を抱いたり、性的な魅力を感じたりする人
バイセクシュアル Bisexual 男性にも、女性にも恋愛感情を抱いたり、性的な魅力を感じたりする人	トランスジェンダー Transgender 生まれた時に割り当てられた性別と異なる性を生きようとする人

この頭文字をとった「LGBT」だけでなく、他のさまざまな性のあり方も含めるために、「Q+」※を加えた「LGBTQ+」という表記も多く使われています。

※「多数派とされる性のあり方」以外を包括的に表す「クィア(Queer)」と、「自身の性のあり方について迷っている、決めていない、分からない等」を表す「クエスチョニング(Questioning)」の頭文字をとったQに、他のさまざまな性のあり方を表現するため「+」を付け加えたもの。

2019年に株式会社LGBT総合研究所が日本の約43万人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。地域に暮らす人の中のおよそ**10人に1人**がLGBTQ+かかもしれず、多くの方が安心して自分らしくショッピングができない現状にあります。

Check and Action!

- あなたの店舗のある地域に住む住民のうち、LGBTQ+の方は
 (地域の人口) _____ 人 × 10% = (約) _____ 人

人の「性のあり方」の4要素

法律上の性

生まれた時に性器の形などから割り当てられる**法律上の性**のことです。「からだの性(身体的性)」という言葉が使われることがありますが、これ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的特徴を指します。

性自認

性自認とは、「**自身の性別をどのように認識しているか**」です。例えば、「私は女性だ」と認識している人は「性自認が女性」と言えますし、「自分は男性だ」と認識している人は「性自認が男性」と言えます。性自認と法律上の性は、必ずしも同じではありません。また、「男性/女性」だけでなく「自分は男性でも女性でもない」「変化する」などと考えている方もいます。

性的指向

性的指向とは、「**恋愛感情や性的な関心がどの性別に向くか、向かないか**」です。性自認と性的指向は、必ずしも連動しているわけではありません。自分を男性と自認し男性を好きになる人もいれば、自分を女性と自認し女性を好きになる人もいます。また、男性・女性の両方や3つ以上の性別を好きになる人もおり、異性だけを好きになること、そしてそもそも人を好きになることが当たり前ではありません。

性表現

性表現とは、**メイクや服装、一人称や語尾などの言葉遣い等において「どの性として振舞うか**」です。自分を男性と自認しレディースのメイクグッズを使う人や、女性と自認しメンズファッションを取り入れる人もいます。性表現が「性自認」や「法律上の性」と一致するとは限りません。また国や地域、文化、時代によって、「何が男性らしい表現か」「何が女性らしい表現か」は変化します。



店舗・ショッピング全般での困りごと



LGBTQ+フレンドリーな接客をするために大切なこと

「LGBTQ+とは？」にてお伝えした通り、LGBTQ+は「いない」ではありません。偏見・差別が残っている中で「言えない」だけであり、日頃から同じ社会で暮らしています。

もしかしら、お客様を見た目だけでつい「男性/女性だ」と判断してしまうことがあるかもしれません。しかし「LGBTQ+フレンドリーな接客」を考える上では、お客様からカミングアウト[※]していただいた時だけではなく、常に「目の前の、そして周囲のお客様が当事者かもしれない」ことを前提としたコミュニケーション・対応を心がけることが大切です。

また、仮にお客様からカミングアウトしていただいたとしても、「LGBTQ+だから〇〇」とまとめて考えるのではなく、お客様個人が抱える悩みに向き合って商品をご提案しましょう。

※カミングアウトとは、自分の性のあり方を自覚し、誰かに打ち明けること

もう1つ重要な点は、自分が考える男性 / 女性像を押しつけないことです。

あなたの「男性 / 女性 = 〇〇」というイメージは、お客様の考えと一致しているとは限りません。「男性 / 女性なら”普通は”〇〇がいいと思います」といったご提案により、お客様が「性のあり方はたくさんあるのに、決めつけられちゃうのは嫌だなあ…」と感じ、利用するお店を変えることに繋がったり、買い物自体が苦痛と感じてしまったりするかもしれません。

Check and Action!

- 自分の中の”普通”が目のお客様の”普通”と同じかどうか、まずは疑ってみて、自分の中の”普通”を押し付けないようにする。
- 「LGBTQ+フレンドリーな接客」は、カミングアウトを受ける・受けないにかかわらずいつも意識して、当たり前にしていく。

POINT 01 性のあり方を決めつけない言い換え表現をする

接客をする際について、男性(女性)に見える方に対して「彼女さん(彼氏さん)へのプレゼントですか？」と尋ねたり、「女性(男性)ウケも良いですよ」とお伝えしたりすることがあったかもしれません。しかし、そのお客様の法律上の性や性自認、「異性に惹かれるかどうか」を見た目で判断することはできません。もし同性パートナーがいらっしゃった場合「パートナーは同性なんだけどなあ」と感じるかもしれませんし、LGBTQ+当事者に限らず、非当事者も「別に男性 / 女性ウケは狙っていないんだけどなあ」と不快感を抱くかもしれません。

お客様に接する際は、以下のポイントを意識すると良いでしょう。

- 異性を好きになることが当たり前と思わないこと
- 恋愛をすることが当然と思わないこと
- お客様に恋人がいることが分かった場合も、すぐに「彼氏/彼女」と決めつけず、お客様の用いる表現に合わせて言葉を使うこと
- 見た目(性表現)から「法律上の性」「性的指向」「性自認」は分からないと考えること

例えば、男性 / 女性に見えるお客様に「彼女さん / 彼氏さんへのプレゼントですか？」という質問は、「異性を好きになることが当たり前」と決めつけている内容となりえます。もしその場合は、「どなたかへのプレゼントですか？」「ご自身用ですか？」と、対象を絞らない聞き方をすると良いでしょう。

また、会話の中でお客様が「私のパートナーが…」と話してくれた際は、みなさんも是非「パートナー」という言葉を使ってみてください。

このように人の性のあり方を決めつけない言葉遣いを当たり前としていくことが、誰もが気持ちよくショッピングができる環境づくりの第一歩となるでしょう。

右の言葉の言い換え表現もご活用ください。

性のあり方を決めつけている表現	言い換え表現
彼氏 / 彼女	パートナー、恋人
旦那さん / 奥さん	パートナー
男性らしい / 女性らしい	お客様らしい、「～様にお似合いです」など

Check and Action!

- 「異性ウケが良い」という表現は使わず、「大変お似合いだと思います」と伝える。
- 「彼女さん / 彼氏さんへのプレゼントですか？」ではなく「どなたかへのプレゼントですか？」という聞き方をする。
- 「彼女さん / 彼氏さん」ではなく、「パートナー」という言葉を使用する。
- 日頃から、性のあり方を断定しない言葉を学ぶ。

POINT 02 多様な人の存在を前提としたご案内をする

お客様をご案内する場面は様々あると思いますが、LGBTQ+のお客様は実際にどういったご案内に困るのでしょうか。当事者の経験談をもとに、より多くのお客様に安心してあなたのお店をご利用いただけるご案内の例をご紹介します。

CASE 01

「トイレの場所を聞いたところ、使おうとしていたトイレと異なる性別のトイレを案内された」

× 「男性 / 女性用トイレはあちらです」

○ 「奇数階が男性トイレ、偶数階が女性トイレ、〇〇階にはだれでもトイレがございます」

男性/女性のように区切られているトイレなどの場所がどこか尋ねられた際は、見た目で相手の性を決めつけてご案内せず、情報をまとめてお伝えすることで、お客様は自身に合ったものを選択することができます。

CASE 02

「自分用にレディースのメイク用品を買いたかったが、売り場の場所を尋ねたところ、見た目から判断されて男性用のスキンケア用品が並ぶ売り場に案内された」

× 見た目だけで予想をし、男性/女性用の化粧品売り場のどちらかにのみご案内をする。

○ 男性/女性用どちらの化粧品売り場にもご案内をする。

CASE 01と同じように、相手の見た目での性のあり方を決めつけてご案内することは避けましょう。相手の性のあり方を決めつけず、全ての性別向けの陳列をお伝えすることが、どんなお客様も気持ちよくお買い物ができるお店へと繋がります。

Think!

皆さんが接客する中で、これらの例以外にも「多様な背景がある人を前提としていない言い回しやマニュアルだな…」と感じるご案内はありますか？
ある場合、どのように改善すれば、より多様な背景がある人を前提としたご案内ができるでしょうか。
「(多様な)障害がある方」「日本語が第一言語でない方」「子ども」「小さなお子さまを連れている方」「要介護者や介護者」など、様々な背景がある方が直面する困りごとを調べ、ぜひ他のスタッフとも話し合ってみてください。

Check and Action!

☑ トイレ、試着室、化粧品売り場など性別で分けられやすい施設や区画への御案内は、「全ての性別向けの施設・区画」をお伝えする。

POINT 03 カミングアウトとアウティング～情報の取り扱いについて～

接客の中で、お客様自ら性のあり方をカミングアウトしてくれるケースもあるでしょう。カミングアウトされたことのない方は、その時もしかしたら対応方法が分からず、不安に思うかもしれません。

「カミングアウト」は「お客様があなたを信頼した」ことの表れです。まずは「お話ししていただきありがとうございます」と表現し、「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。焦って態度を変えたり、不自然にそのことに触れなかったりすると、当事者は「困らせてしまったらどうか」と不安になり、「気まずいし、これからは他のお店を使おうかな…」と思う可能性があります。

中には、よかれと思って本人の許可なしに情報を共有しようとする方がいるかもしれません。しかし、間違って本人の同意なしに他のスタッフに共有するのはNGです。人の性のあり方を、本人の同意なしに第三者に伝えることは「アウティング」と呼ばれ、多くのLGBTQ+の方がカミングアウトにおいて最も恐れることの1つです。過去にはアウティングされたことによる精神的苦痛から、自ら命を絶った当事者もいます。絶対に、アウティングはしないでください。

また、「他のスタッフへ共有しない」と伝えることも、お客様が安心してショッピングをできる環境づくりに繋がります。「こちらの情報は他のスタッフへは共有しませんので、ご安心ください」など、お伝えしてみましょう。

どうしても個人に関する細かな情報共有がスタッフ間で必要な場合には、以下のポイントに気をつけましょう。

「自分の性のあり方がスタッフ内で無断で共有されているかもしれない」

『あのお客様〇〇なんだって』
といった噂話をされた



理由・必要性を説明する

「誰に」「どこまで」共有する
のかの合意をとる

合意を得られた範囲内で
最大限可能な対応をする

可能であれば、個人情報の共有範囲を指定できるカードなどを受付に設置すると、安心に繋がります。

Check and Action!

- ☑ カミングアウトとアウティングの違いを理解する。
- ☑ アウティングは絶対にせず、「他のスタッフへ共有しない」ことをお客様へ伝える。
- ☑ 共有が必要な場合は、「誰に」「どこまで」共有してよいか、お客様に確認する。
- ☑ (可能であれば)個人情報の共有範囲を記載したカードなどを受付に設置する。

POINT 04 お名前をお呼びする方法の検討

誰にとっても、日頃使う「名前」は重要です。

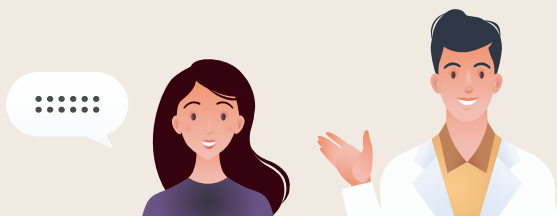
特にトランスジェンダーの方の中には、性自認に沿った名前を**通称名**として使われる方がいるのですが、「名前を本名(フルネーム)と呼ばれて、“名前から連想される性別”と”見た目から連想される性別”が異なるため、周りのお客様にジロジロ見られて不快な思いをした」という経験をされた方もいます。

また、他にも、カミングアウトしていない人に自分の性のあり方が知られることを極力避けるために通称名を使う方がいます。

特に、薬剤師や調剤事務の方など保険証や処方箋の取扱いによりお客様の本名を知ることが多い場合は、お呼び出しする際に**通称名も使えることを出来る限り伝える**と良いでしょう。

- 「本名以外でご使用されたいお名前はございますか？」
- 「お呼びする際に使用してお名前のご希望はございますか？」

忙しい店舗で働いている場合、すべてのお客様に通称名を伺うことが現実的に難しいこともあるでしょう。そういった店舗では、例えば「呼ばれたいお名前が本名と違う場合は、**スタッフへお気軽にお伝えください**」と記載された**カードやPOP**を見えやすい位置に設置すると、お客様もスムーズに通称名を伝えることができます。また、番号や苗字でお呼びし、カウンターにてフルネームを指差し確認するといった方法もあります。



Check and Action!

- 通称名も使用可能であることを伝え、お客様が呼ばれたいお名前を伺う。
- 番号や苗字でお呼びし、カウンターにてフルネームを指差し確認する。

01

VOICE



当事者の声 01 **海さん(ノンバイナリー※)**

※自身の性のあり方を「男性/女性」といった枠組みにあてはめない性のあり方

私は生まれた時に「女性」と割り当てられているのですが、ノンバイナリーとして生きています。だから、自分自身が「カッコいい」と思う服装・髪型をしているときにお店の人から「お姉さん」と呼ばれるのって、自分自身のあり方を否定されているような気持ちになって、結構心にグサツときてしまうんです。

男性の友人と一緒にショッピングをしている時も、友人が商品を選んでいる姿を見て店員さんが「これなら彼さんも喜ぶんじゃないですか？」と私に意見を求めてくるのがあって。「見た目で男性/女性を判断する」「異性同士=カップル」だと思い込む」店員さんだな、と感じる言動があると、何だかげんなりしてしまって、その店に行こうと思えなくなってしまい…

店員さんからのお声がけひとつで「そのお店の安心感」は大きく変わるので、安心できるお声がけをしていただける店舗が増えてくれたらなあ、と思います。

02

VOICE



当事者の声 02 **あすみんさん**

化粧品売場がメンズ/レディース向けに分かれていないお店を見つけてからは、いつもそこに行っています。化粧水や乳液を色んな人が選びに来ていて、売場が分かれているお店では見られない光景に安心できます。しかも、そのお店はレジやお店の入口といった「わかりやすいところ」にレインボーフラッグを掲げてくれたり、店員さん一人ひとりがアライバッジをつけていたりするので、そこも安心材料ですね。

色んな差別や偏見に毎日当事者は直面しないとイケない中で、「当事者に寄り添い、一緒に社会を変えて行くんだ」というメッセージを企業が出してくれていると、一当事者としてはすごく心強いです。もちろん、「バッジをつけている」だけではなくて、見た目や性別に関わらず、一人ひとりに事情や言いたくないことがあるという前提での接客をしていたらと、とても嬉しいです。

LGBTQ+と健康やお薬の悩み

身体的・精神的な健康や医薬品は、性のあり方と密接に関わっています。

多くのLGBTQ+の当事者は、自身の性のあり方と社会が「普通」とする性のあり方とのギャップに幼少期から悩み、ときには自身のことを「普通じゃない」「異常だ」と感じたり、異性が好きなふりや、法律上の性と性自認が一致しているふりをしたりすることもあります。

また、その悩みを家族や学校の先生、同級生をはじめ、周りに相談することができないケースが多く、1人で悩みを抱え続けてしまいます。

たとえ周りに相談することができたとしても、アウトティングされてしまう、いじめに遭ってしまうなど、精神的にも辛い時期を過ごす方も多いです。

認定NPO法人ReBitの実施した「LGBTQ子ども・若者調査2022」では、**自殺を考えたことのある10代のLGBTQ+の割合は全体平均の3.8倍**、加えて**自殺未遂の経験も4.1倍**であることが明らかになっています。

法律上の性と性自認が異なる方の中には、身体的な状況を性自認に適合させることを望む方もいます。そのような方は、性別適合手術を受けることや、ホルモン投与をすることがありますが、性別適合手術は心身の負担が大きいか、ホルモン投与中の方は副作用に悩むこともあります。

特に、「ホルモン投与のことや性別適合手術のことをどの程度伝えていいかわからない」と感じる方が多く、自己判断で他の薬と併用している方がいらっしゃるのが現状です。

また、近年ゲイコミュニティ等の中では、HIV感染予防薬であるPrEPや、HIV緊急予防薬PEPを服用する方も増えており、「PrEP/PEP服用を伝えると、自分の性のあり方がばれてしまうのではないかと考え、服用を隠す方もいることが分かっています。

では、どのような対応をすれば、どんな性のあり方の人でも安心して、薬剤師や調剤事務、登録販売者の皆さんに相談できるようになるのでしょうか。

POINT 01 デリケートな質問をする際は必ず理由も説明する

薬剤師・調剤事務・登録販売者の方の中には、服薬指導を行う際に、お客様のデリケートな情報をお伺いする機会が多い方もいらっしゃるのではないのでしょうか。

特に、トランスジェンダー当事者からは、以下の悩みに直面するという声が聞こえました。

自分の使用している名前をお伝えすると、「使用されている名前から連想される性」と「見た目から連想される性」が異なるため、「代理の方ですか？」と聞かれることが多々ある。

呼ばれる「名前」は、多くの方にとっては、デリケートではない問題かもしれませんが、トランスジェンダー当事者にとっては、「代理の方ですか？」と周囲の目がある中で聞かれることで、それがアウトティングに繋がってしまうこともあるため、非常にデリケートな話題となります。

また、「代理の方ですか？」という聞き方は、当事者の中には「きっと本人ではないだろう」と決めつけられているように感じる方もいます。



このような服薬指導に必要なデリケートな質問をヒアリングしなければならない際は、

「**全てのお客様にお伺いしているのですが、**」と一言伝えるだけで、

「自分がトランスジェンダーだから聞かれているわけじゃないんだな」と感じることができますし、「代理の方ですか？」ではなく、「**ご本人様ですか？**」と聞くとも良いでしょう。

Check and Action!

- デリケートな質問の際は、「**全てのお客様にお伺いしているのですが**」と説明をする。
- 「代理の方ですか？」ではなく、「**ご本人様ですか？**」と聞く。

Think!

他にも「デリケートな質問」はあるか、確認してみましょう。

POINT 02 身体状況に基づく服薬指導となることを伝える

薬剤を提供する方の中には、こんな悩みを抱えている方もいるのではないのでしょうか。

見た目から連想される性にご記入いただいた性別が異なって、どこまでお伺いして良いのか分からない。

身体状況に基づいた服薬指導をして、当事者の方が嫌な気持ちになってしまうのではないかと不安になる。

多くのトランスジェンダー当事者は、服薬指導が身体状況に基づくことに納得しています。しかし、やはり当事者の中には、現在の身体状況と性自認の間にあるギャップから違和感が生まれ、身体状況に基づいた服薬指導を行なわれることに戸惑ってしまう方もいます。こうしたケースをふまえ、メンタルケアの観点からもお客様に寄り添うことが必要になるでしょう。例えば、以下のようなフレーズを用いて、身体状況に基づいた服薬指導になることを丁寧に伝えしてみましょう。

「こちらのお薬は、お体の状況に基づいての服薬指導が必要になります。服用にあたって、何かご不安な点があれば誠心誠意対応させていただきますので、お気軽にお伝えください。」

この際、同時になぜそのお薬が「お身体状況に基づく服薬指導が必要」になるのかを、丁寧に説明しましょう。その時に大切なことは、「女性/男性のお身体」といった言葉を使わないことです。「妊娠の可能性のある場合」「生理が来る方の場合」等、状況や症状を明確にお伝えすることで、「女性/男性のお身体」といった性別で分けられた表現を避けられるでしょう。

当事者一人ひとりの状態に寄り添い、納得感を持ってお薬を服用していただける環境を目指していきましょう。

Check and Action!

- 身体状況に基づく服薬指導が必要な場合は、お客様のメンタル面にも寄り添いながら、丁寧に理由を説明する。

番外編 当事者のお悩み「何をどこまで伝えたらいいの？」

今回のプロジェクトを進める中で、多くの当事者が「自分の健康状態をどこまでお伝えして良いのかわからない」と感じていることが明らかになりました。

例えば、自身の性別適合手術後の状態やホルモン治療について伝え方が良いのか分からず、申告しないトランスジェンダーの方がいたり、「性のあり方がバレてしまうのではないかと考え服用していることを申告しないまま、HIV感染予防薬「PrEP」を服用している方がいたりします。

より多くの方が自身の健康状態を伝えられるドラッグストアにするため、どのようなお声かけや環境づくりができるでしょうか？

このガイドブックを通じて、是非考えてみてください。

03

VOICE



当事者の声 03 ジュンさん (トランスジェンダー)

私はトランスジェンダー男性なのですが、生理用品を買いに行くときが凄く憂鬱です。「見た目が男性」である自分が売場に行くとき、商品を手に取るとき、かごに入れるとき、レジに行くとき…どんな時でも人目が気になって、「店員さんにどう思われているんだろう」と不安になってしまいます。

また、ホルモン治療を始めてからは副作用でたくさんニキビができて、今まで使っていたスキンケア用品が全く肌に合わなくなってしまいました。医療機関や皮膚科、もしくはドラッグストアの方に事情を説明してお薬などをいただければよかったのですが、「ホルモン治療をしている」と言うことに抵抗があって、行くに行けず…鏡でニキビ痕を見るたびに「相手がトランスジェンダーの人に対して偏見がない」と信頼出来たら、こうならなかったのかなあ……」と思います。

恥ずかしがらず安心して理由を言える環境が、もっと増えてほしいです。

ビューティアドバイザー・美容部員の皆さんへ

POINT 01 「美しさ」の基準をアップデートしていく

「美しさ」とは何でしょうか。

現在でも「女性 / 男性はこういった姿であるべき」といった価値観が根強くありますが、社会は少しずつ変わってきています。男性はメイクをしない / メイクは女性だけのものといった昔ながらの価値観にも、疑問の声が上がっています。

本来、ジェンダーにかかわらず「メイクをする / しない」も、「どのようなメイクをするか」も、服装や髪型など、一人ひとりがどのような自己表現をするか選べる風潮があるべきではないでしょうか？

一人ひとりが自分らしさを表現できるように私たちにできること。

その1つは、性のあり方に関わらず、お客様それぞれが持つ理想の姿を共に目指すために、今までの「美しさ」の基準とされているものを日々疑い、アップデートし続けることです。

自分の中にある「美しさとはこうあるべき」という価値観でご案内をするのではなく、**お客様の求める「美しさ」に寄り添ったご案内**を心がけると良いでしょう。

例えば、「男性ウケ / 女性ウケ / ○○ウケがいいですよ」というお声かけは、「自分のために美しさを追求しているお客様」が聞くと、違和感を覚えるかもしれません。

お客様が、なぜ美しさを追求しているのか。そして、どのような美しさを追求しているのかヒアリングすることで、お客様に寄り添ったご案内ができます。



Check and Action!

- 日々、自分の「美」の基準や価値観をアップデートする。
- お客様の求めている「美しさ」に寄り添ったご案内をする。

POINT 02 「性表現」と「身体的特徴」に寄り添う

美容は、多様な性表現と密接に関わる分野です。

特にトランスジェンダーの方、男性・女性どちらも自認していないXジェンダー^{*}、ノンバイナリーの方には、「法律上の性」とは異なる性表現をしたいと思われる方が多いです。

※性自認が男性 / 女性に限られない人。たとえば、両性・中性・無性・不定性（時によって異なる性自認）など。

例えば、出生時には男性と割り当てられ、性自認は女性である方の中には、ホルモン投与を始めた当初は「肌質の根本的な違い」「髭を隠したい」といった悩み、その後は「肌のキメが粗い」「髭が青く目立つ」「油分が少し多い」といった課題に直面することがあります。

これらの悩みだけを見ると、「じゃあ男性向けの化粧品を使えばいいんじゃない？」と思われるかもしれませんが、自分のアイデンティティとの葛藤から、**特定の性別向けに作られた化粧品を使うことに抵抗のある方もいます。**

他にも、出生時には女性と割り当てられ、性自認が男性である方からは、ホルモン投与を続ける中で「肌質が変わってきた / 肌の油分が増えて、ニキビが増えた気がする」という声も多く聞かれます。

重要なのは「**お客様がどんな性表現をしたい / どのような肌・仕上がりを望んでいるか**」です。

お客様の理想を叶えるためには、以下のことに気をつけると良いでしょう。

- お客様の理想の姿を可能な限りヒアリングをし、一緒に最適解を探す
- まずは「今回はどのような商品をお探ですか？」といった一般的なヒアリングを行い、徐々に肌の悩みにも合う化粧品のご案内・タッチアップをする
- 「この人は男性/女性に見えるから○○」と特定の性別向けに作られた商品のみをお勧めするだけでなく、肌質やお顔立ち等の特徴に沿って化粧品・メイク用品をご案内する
- タッチアップをする際も同様に、メイクのコツを性別で二分せず、「**お客様のお顔立ち / 肌質ですと○○**」などあくまでお客様の特徴に基づいてお伝えする

Check and Action!

- お客様の理想の姿をヒアリングし、実現のための適切なアドバイスをする。
- 「お客様のお顔立ち / 肌質ですと○○」というような性別を意識させないアドバイスをする。
- 肌の悩みは個人によって異なるため、ヒアリング・カウンセリングを丁寧に行い、あくまでもその人のお悩みに沿ったご提案を心がける。

04

VOICE

当事者の声 04 梨奈さん(トランスジェンダー)



化粧品売り場って、棚が低かったり、通路の幅が広かったり、照明がすごく明るかったり…その独特な開放感と女性/男性向けに区切られている売り場が、トランスジェンダーの私にとってはすごく「人目が気になる、居心地の良くない環境」なんです。だから、深夜でもやっている量販店でしか安心して化粧品を選ばなくて。トランスジェンダーの私にはとてもハードルの高い、“簡単には立ち入ることができない場所”だといつも感じていました。

それでも一度、意を決してデパートの化粧品売り場に足を運んだことがあります。でも、その時間こえてきた美容部員の方と他のお客さんの会話は、「このメイクはすごく”女性らしく”なって～」「女性の肌は〇〇なので～」など、「女性の肌」であることが前提に聞こえたんです。

私は身体的にはまだ「男性の肌」で、多くの「女性の肌」とは肌の厚みや硬度、油分等、肌質がまるっきり違います。だから「女性の肌」を前提にしている方に相談しても困らせてしまうんじゃないか……」と不安になってしまい、売り場から引き返してしまいました。

「美しくなるために化粧品を求める人」には性のあり方をはじめ様々な事情があります。店員さんの言葉遣いひとつで、「美しくなりたいすべての人」にとっての居心地の良さは変わりますから、トランスジェンダー女性のことを理解している店員さんがいるお店に行きたいな、と心から思います。

おわりに

多様な背景がある人が安心して利用できる買い物環境づくりを目指して

このハンドブックは、LGBTQ+をはじめとした多様な背景を持つ人が、安心して地域の健康・美容のハブ「ドラッグストア」をはじめ、様々なお店で、自分らしくショッピングができる社会にしたい、という想いで、プロジェクトチームが一丸となり作成しました。

様々な立場の人がこのハンドブックを読んでくださっていると思いますが、それぞれの持ち場で、できる範囲のことをする。この積み重ねで、社会は変わると本気で考えています。

例えば、どんな人にも配慮をした接客を、まずは1つ実践してみる。

ハンドブックを、店舗の休憩室に設置してみる。

「こんなところはもっと改善できないかな？」と少しでも考えてみて、当事者の体験談を調べてみる。そんな、皆さんの小さな行動一つひとつが、より多様な人が生きやすい社会の創造に繋がっていきます。

ハンドブックを作成するにあたり、多くの当事者の方から、ショッピングをする際のご経験を話していただきました。また、ドラッグストアの店舗づくりに関わる方、現場で働く方、百貨店売り場で働く美容部員の方などと議論を重ねてきました。

本ハンドブックは、あくまでも「現実で起きている困りごとに対し、一部の対応例」を記載したにすぎず、明確な答えがあるわけではありません。

しかし、皆さんと共に、その答えをこれからも考え続け、「多様な人の存在が前提である社会」に近づいていけたら幸いです。

最後に、冒頭で尋ねた問いを、一緒に考えてみたいと思います。

「LGBTQ+フレンドリーな買い物環境であるために、明日から、皆さんの立場でできることはなんですか？」

あなたの回答を記入してください

読み進めていく中で、この問いへの回答の解像度が少しでも上がっていたら、幸いです。

インクルーシブショッピング プロジェクトチーム

(P&Gジャパン合同会社・ウエルシア薬局株式会社・株式会社JobRainbow)

今すぐ使えるチェックリスト

～LGBTQ+フレンドリーな買い物環境づくりのために～

CHAPTER 01 LGBTQ+の基礎知識

(P04-05)

- ☑ あなたの店舗がある地域に、LGBTQ+の方は
(地域の人口) ____ 人 × 10% = (約) ____ 人

CHAPTER 02 店舗・ショッピング全般の困りごと

(P06-10)

- ☑ 自分の中の”普通”が目のお客様の”普通”と同じかどうか、まずは疑ってみて、自分の中の”普通”を押し付けないようにする。
- ☑ 「LGBTQ+フレンドリーな接客」は、カミングアウトを受ける・受けないにかかわらずいつも意識して、当たり前にしていく。
- ☑ 「異性ウケが良い」という表現は使わず、「大変お似合いだと思います」と言う。
- ☑ 「彼女さん / 彼氏さんへのプレゼントですか？」ではなく「どなたかへのプレゼントですか？」という聞き方をする。
- ☑ 「彼女さん / 彼氏さん」ではなく、「パートナー」という言葉を使用する。
- ☑ 日頃から、性のあり方を断定しない言葉を学ぶ。
- ☑ トイレ、試着室、化粧品売り場など性別で分けられやすい施設や区画への御案内は、「全ての性別向けの施設・区画」をお伝える。
- ☑ カミングアウトとアウトティングの違いを理解する。

- ☑ アウトティングは絶対にせず、「他のスタッフへ共有しない」ことをお客様へ伝える。

- ☑ 共有が必要な場合は、「誰に」「どこまで」共有してよいか、お客様に確認する。

- ☑ (可能であれば)個人情報の共有範囲を記載したカードなどを受付に設置する。

- ☑ 通称名も使用可能であることを伝え、お客様が呼ばれたいお名前を伺う。

- ☑ 番号や苗字でお呼びし、カウンターにてフルネームを指差し確認する。

CHAPTER 03 薬剤師・調剤事務・登録販売者の皆さんへ

(P12-14)

- ☑ デリケートな質問の際は、「全てのお客様にお伺いしているのですが」と説明をする。

- ☑ 「代理の方ですか？」ではなく、「ご本人様ですか？」と聞く。

- ☑ 身体の状況に基づく服薬指導が必要な場合は、お客様のメンタル面にも寄り添いながら、丁寧に理由を説明する。

CHAPTER 04 ビューティアドバイザー・美容部員の皆さんへ

(P16-17)

- ☑ 日々、自分の「美」の基準や価値観をアップデートする。

- ☑ お客様の求めている「美しさ」に寄り添ったご案内をする。

- ☑ お客様の理想の姿をヒアリングし、実現のための適切なアドバイスをする。

- ☑ 「お客様のお顔立ち / 肌質ですと〇〇」というような性別を意識させないアドバイスをする。

- ☑ 肌の悩みは個人によって異なるため、ヒアリング・カウンセリングを丁寧にいき、あくまでもその人のお悩みに沿ったご提案を心がける。

知っておきたい LGBTQ+用語集

法律上の性

出生時に割り当てられる法律上の性別。
「からだの性」という言葉が用いられることもある。

性自認

自分の性別をどのように認識しているか。
俗に「こころの性」と呼ばれることがある。

性的指向

恋愛感情や性的欲求がどの性別に向くか、向かないか。
恋愛感情を抱く性と、性的欲求を抱く性が一致する場合
もしない場合もある。

性表現

メイクや服装、言葉遣いなど、どの性として振舞うか。
「表現する性」と呼ばれることもある。

セクシュアリティ

性のあり方、または性の欲望に関するあり方。

性的マイノリティ

多数派の性のあり方に当てはまらない人たちのこと。
LGBTQ+という言葉が用いられることもある。

レズビアン

性自認が女性で、性的指向が女性に向く人。
女性同性愛者。

ゲイ

性自認が男性で、性的指向が男性に向く人。
男性同性愛者。

バイセクシュアル

性的指向が男性と女性に向く人。

トランスジェンダー

出生時に割り当てられた性とは異なる性を生きようとする人。
必ずしも、身体の状態を変えたいとは思わない人もいる。

クエスチョニング

性のあり方が特定の枠に属さない、分からない、あえて
定めていない等の人。

性別違和（せいべついわ）

性自認と法律上の性が一致していないという感覚が強く持
続している状態。

性同一性障害

性自認と出生時の性が一致していない状態を指す診断名。
2019年より、WHOの国際疾病分類「ICD-11」から
除外されている。

ヘテロセクシュアル

性自認と反対の性を好きになる人。
異性愛者。

シスジェンダー

法律上の性が、性自認と一致している人。

Xジェンダー（エックスジェンダー）

性自認が男性 / 女性に限られない人。
たとえば、両性・中性・無性・不定性（時によって異なる
性自認）など。

ノンバイナリー

自身の性のあり方を「男性 / 女性」といった枠組みにあて
はめない性のあり方。

バンセクシュアル

性的指向が性別にとられない人。

アロマンティック

他者に恋愛的に惹かれない人。

アセクシュアル

他者に性的に惹かれない人。

アライ (ally)

LGBTQ+を理解し、社会を変えていくために支援・協働を
する非当事者のこと。

カミングアウト

自らの性のあり方を自覚し、他者に開示すること。

アウティング

本人の性のあり方を同意なく第三者に暴露すること。

MEMO

MEMO

こちらのハンドブックは、アンケートや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。

制作:P&Gジャパン合同会社(協力:ウエルシアホールディングス株式会社)

執筆協力

乙女塾 西原 さつき様

虹色ダイバーシティ 事務局長 有田 伸也様

かなたいむ。奏太様

株式会社Suns up 代表取締役 長屋 友美様

認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ 代表 松中 権様

にじいろかぞく sarokatsu様

東京工業大学リベラルアーツ研究教育院准教授 治部 れんげ様

海様

あすみん様

ジュン様

梨奈様

アンケート、ワークショップにご協力いただいたLGBTQ+当事者の皆さま

アンケート、ワークショップにご協力いただいたドラッグストアで働く皆さま

順不同

監修

株式会社JobRainbow

執筆

吉本 理駆

松本 伸

デザイン

横山 卓

発行日:2023年1月

本ハンドブックに関する全ての権利(商標権、著作権等その他一切の知的財産権を含む)はP&Gジャパン合同会社及び/又はウエルシアホールディングス株式会社に帰属します。転売行為や二次著作物の制作を含む商業目的での利用や、展示・論文等への適法でない転用等を含む、本ハンドブックの一部又は全部の利用又は使用は固く禁じます。



LGBTQ+
インクルーシブ
ショッピング