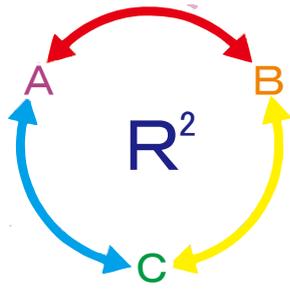


地域活性化 ニューズレター

No. 10

人権特集



R2-3S Regional Regeneration by 3-Sectors 3セクター協働の地域活性化 教育プログラム

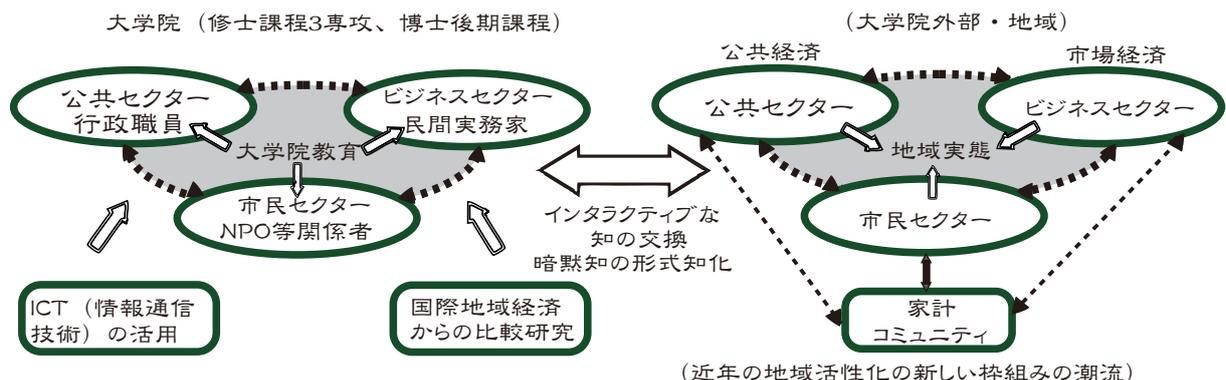
「3セクター協働の地域活性化教育プログラム」について

大阪市立大学大学院創造都市研究科は、公立大学の使命のひとつとして、21世紀型都市再生モデルである創造都市の研究と、都市の地域活性化を目的として設立された、社会人向けの大学院である。2003年開設の修士課程3専攻（都市ビジネス、都市政策、都市情報学）および2005年開設の博士後期課程（創造都市）において、300人余りが学んでいる。

近年、地域の疲弊が叫ばれ、地域活性化は日本全体の喫緊の課題となっている。地域活性化の分野において、PFI・指定管理者制度など「公民協働」の方向が現れている。本プログラムは、これを更に進めて、①従来の公共（行政）対民間の2者関係だけでなく「市民主体のボランタリー経済セクター」を入れた、3者の総合的戦略と（概念図参照）、②財政自立化のなかで「情報通信技術（ICT）」等を活用した効率良い戦略が中心になりつつあることに注目する。当研究科は、地域活性化・地域経営に関する全国の研究科の中でも公共・市民・ビジネスの3セクターの学生が共同で学び、かつ都市情報学専攻があるというユニークな構成をもち、個別の教育研究を行ってきた。

こうした独自性・実績を活かし、個別の取り組みを更に総合化し、地域／行政／関係機関における公共・市民・ビジネスの3セクターと大学院・研究者の3セクター（最大3×3の組合せ）が協働する融合効果とインタラクティブな知識の環流化により、地域活性化人材を育てる「地域活性化教育プログラム」を進めている。

概念図



ダイバーシティ推進とLGBT

新ヶ江章友

大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 准教授

なぜ今LGBTか？

2015年は、LGBT（レズビアン、ゲイ、バイセクシュアル、トランス・ジェンダー／セクシュアル）についてなにかと話題の年になった。4月1日より、渋谷区はいわゆる「同性パートナーシップ条例（正式名称：渋谷区男女平等及び多様性を尊重する社会を推進する条例）」を施行し、同様に11月には世田谷区も、区内に住む20歳以上の同性カップルに対して「パートナーシップ宣誓書」を発行することとした¹。関西では、宝塚市が2016年6月より同性カップルに対する受領証を発行するとした²。沖縄県那覇市は性の多様性を尊重する宣言を出し、NPOとの協働でLGBTに対する積極的支援を行っている³。またこのようなLGBTをめぐる施策の変革は、行政のみにとどまらない。とりわけ企業におけるLGBTに対する取り組みも促進されている。企業の取り組みとしては、企業内で働くLGBTが働きやすい職場環境を構築していくという側面と、企業の商品を買う顧客としてのLGBTに対するリスクヘッジ（「顧客としてのLGBTを敵に回すな」という側面がある。

しかしこのようなLGBTに対する施策が、日本においてはなぜ2015年に突如として前傾化してきたのだろうか。本稿では、日本におけるLGBTを取り巻く環境の変化を行政、企業、NPOとの関係から概観し、私たちの今生きる社会を考える上で、LGBT施策をどのように考えれば良いかを示したい。

男女共同参画と女性の活躍推進

私たちの生きる社会は、異性愛の男と女からしか構成されているのではない。男の体を持った男と、女の体を持った女しかいないという想定で成り立っているこの社会は、まさしく硬直化した「性の貧困」を生きていると言えるだろう。

多くの日本企業が、正規雇用の男性と非正規雇用の女性という、戦後まもなく生まれた日本型雇用慣行からなかなか抜け出せず、さらに近年では、男性の雇用形態さえも非正規化へと向かっている。戦後、

この性別二元論で語られてきた日本企業の自信喪失は、ある意味で男性の自信喪失とも言えるだろう。

このような社会状況の中で着目され始めたのが、男女共同参画であった。近代人権思想、女性参政権、フェミニズムなど様々な出自を持つ思想や運動が合流する形で現在の男女共同参画が登場してくるのであるが、国は、超高齢化社会への対応として、この男女共同参画に着目した。つまり、これまで着目されてこなかった女性を労働資源として積極的に活用することで、労働人口の減少と経済成長率の低下に対処しようとしたのである。いわゆる、フェミニズムの流れを汲む女性の人権運動と、労働資源としての女性の活用という二つの「ねじれ」が、男女共同参画という一つの施策を通して展開された。

では具体的に、男女共同参画施策とはどのようなことを行っているのでしょうか。2011年12月から2015年3月まで、私は大学における男女共同参画施策に従事してきた。大学や行政の場での男女共同参画施策に対して、私は人々からのある共通する反応を見てきた。つまり、男女共同参画施策は、男女平等という意識を植え付けるよりも、むしろ男／女の差異を強化してしまっているのではないか、という反応である。とりわけ文部科学省の補助金による女性研究者支援事業は、女性研究者の研究力向上やリーダー育成、そしてポジティブ・アクションを推進しようとするため、逆に男女という差異をラディカルに顕在化させてしまう。

たしかに男性中心の大学組織の構造改革において、女性研究者支援は必須である。ただこの施策に対して、私自身拭い難い違和感を持ち続けたのも事実である。なぜ違和感をもったのだろうか？

その原因は、国が進める男女共同参画施策が異性間の男女の結婚とその結果としての出産・育児を焦点化するあまり、それ以外の形態で生きる人一例えば、シングルの人、子どものいない人、セクシュアル・マイノリティの人などをあまりにも周縁化し

ていると感じたからではないかと思うのだ。

男女共同参画施策は、基本的には生物学的な性（セックス）ではなく社会・文化的な性（ジェンダー）に着目する。「男は外で働き、女は家事をする」といういわゆる高度経済成長期に成立した日本型雇用慣行そのものが社会・文化的に構築されたものなのだから、この慣行は変えることができるのだという前提に立ち、男女共同参画施策は現在の人々の働き方や生き方を変えていこうとする。しかしここで言われる男女は、そもそも結婚して育児をするという異性愛の男女が自明視されている。したがってこのような男女共同参画施策は、ジェンダーではなく、むしろセックスとしての性—生物学化された異性愛の男女—を、はからずも強化しているのではないかと思うのである。

私がここで言いたいことは、これまでの男女共同参画施策において、もっと性の多様性について議論する姿勢を見せても良かったのではないかということである。

これは単に、男女共同参画施策がLGBTのために必要だ、ということだけを意味するのではない。男と女の概念に生きづらさを感じているのは、むしろ男女共同参画施策の介入対象とされてきた異性愛の男女だったのではないかと思うからである。

男と女という生き方は、たった二つだけがあるのではない。LGBTについて議論することは、現在展開されている男女共同参画のあり方そのものを相対化する視点を獲得することにもつながるのではないかと思う。

マイノリティの生の多様な様式を通して、異性愛者が自分たちの性／生のあり方そのものについて振り返ってみることこそが、多様な人間の性／生のあり方に気づくきっかけになるのではないか。

LGBTとダイバーシティ

では近年、企業はダイバーシティをどのように推進しているのだろうか。企業におけるダイバーシティ推進には、二つの側面がある。一つが、企業内で働くLGBTや障がい者をはじめとするマイノリティの労働環境を改善するという側面である。このような取り組みは、企業内に働くLGBTとLGBTで組織されたNPOの働きかけに応じて促進されてきた。例えば、大阪市淀川区役所は2013年に「LGBT支援宣言」を発表し、その後、淀川区役所市民協働課と非営利活動法人虹色ダイバーシティとの協働により、LGBTをは

じめとするセクシュアル・マイノリティへの理解を促進する啓発活動、LGBTのためのコミュニティ・スペースの設置、区民に対する意識調査などを行っている。とりわけ虹色ダイバーシティは、国際基督教大学ジェンダー研究センターなどの研究者とも連携しながら、LGBTと職場環境に関する調査を実施している。それらの調査結果によると、LGBT等のセクシュアル・マイノリティは、それ以外の人々と比較するとうつ傾向が高く、ダイバーシティ意識の高い企業で働いているLGBTは、意識の低い企業と比較すると就労意欲が高いということが明らかとなった⁴。これらの結果をふまえ、虹色ダイバーシティでは、企業内でLGBTが働きやすい職場環境を構築していくよう、企業研修を積極的に行っている。

また企業では、企業間競争に打ち勝つため、企業内の多様性を確保し、様々な考え方や発想を尊重し企業を活性化するという立場から、ダイバーシティ推進を促進しようとしている。例えばゴールドマン・サックスなどはLGBTの学生に対する入社説明会を開催しており、日本IBMは企業からの「結婚祝い金」の支給を、男女の結婚からLGBTや事実婚にまで拡大している。また野村證券は、社内の倫理規定に性的指向の人権を遵守するよう明記し、社内に「LGBTネットワーク」を設置しながら、LGBTの社員が働きやすい職場環境の構築に努めている。

その一方、企業は自分たちの顧客にLGBTが含まれているということに配慮しながら、LGBTの購買力に期待している面もある。電通ダイバーシティ・ラボによると、日本のLGBT層に該当する人々は7.6%にあたり、この層の商品・サービス市場は約5.9兆円にも上るという試算もある⁵。自然派化粧品や石鹸などを売り出しているLASHは、バレンタインデーに向けた企画としてLGBT支援宣言を発表し、アパレル企業のGAPもプライド・パレードへの協賛を行い、従業員がLGBTについて学ぶ機会を積極的に創出している。その他、旅行会社のH. I. S. もLGBT向けの海外ツアーを企画し、東京ディズニーリゾートはLGBTの結婚式も行っている。携帯電話会社もこの動きに着目しており、KDDI⁶、NTTドコモ⁷、ソフトバンク⁸も、同性パートナーシップが認められたLGBTに対する家族割を取り入れている。携帯電話業界も、LGBT顧客を取り込むことに必死である。

グローバリゼーションとLGBT

ここで、再び最初の問いに戻りたい。なぜ今なの

か、ということである。この点について、最後に同性婚の議論から考えてみたい⁹。同性婚の議論も、グローバル化の理解なしにはありえない。日本もその影響を直接受けていると言えるだろう。

渋谷区や世田谷区での同性パートナーシップが話題となっている点は先に述べたが、現在、同性婚が認められるようになった国を見ても、まず地方自治体レベルで同性パートナーシップが認められるようになり、その後、国が同性婚を法制化していった。その最たる例が、世界で最初に同性婚を法制化したオランダである。日本でも、同性婚の法制化に向けたロビー活動を行っている団体があり、例えばEMA日本は、同性婚法案の成立を国会議員に要望している。

現在、同性婚法案を推進するための超党派の「LGBT議員連盟」が立ち上がっており、自民、公明、民主、共産、次世代、維新などの議員による法制化に向けた検討が重ねられている。しかしこのEMA日本でロビー活動を行うメンバーは、外交官や大学教授など、いわゆる「同性婚先進国」の政治事情に詳しいLGBTである。いずれにしても、国境を越えて飛び回るエリート層LGBTを中心に、日本の様々なLGBT施策が推進されてきたことは、疑いない事実のようである。

日本のセクシュアル・マイノリティをめぐる動きがここにたどり着くまでには、長い歴史があった。そのきっかけとなったのが、エイズ問題であった。1980年代から90年代にかけて、日本のゲイ男性はエイズ問題を通して可視化されていくこととなる。日本のゲイ・アクティビストたちは、海外のゲイ・アクティビストや研究者との連携を深めながらエイズ問題に取り組んでいった¹⁰。つまり、国際的な公衆衛生施策を通して、日本のゲイ・コミュニティもエンパワーメントされていったのである。

一方2010年代は、企業のダイバーシティや同性婚をめぐるLGBTの問題が再び政治化されていると言えるだろう。日本も国際的なLGBTをめぐる流れに乗る形で、現在様々な施策が進められている。エイズが社会問題化された時代が公衆衛生によるゲイの主体化の時代であったとすれば、2010年代の現在は、資本主義における消費主体化されたゲイの時代であると言えるのかもしれない。

これらの動きを、よろこばしきものとして歓迎する向きも多いただろう。これまで全く平等な扱いを受けてこなかったLGBTが、結婚という制度の枠組みに

組み込まれていく可能性があることに、多くのLGBTは希望を持つかもしれない。LGBTが働きやすい職場環境を構築していくことは、トランス・ジェンダーであるためにそもそも働くことさえままならなかった人たちにとっては大きな変革である。

私自身も、この社会的状況を歓迎している。しかし、「権力」がLGBTについて語り出すとき、その背後に何が見え隠れしているのかを十分に配慮する見識を磨いていくことも必要ではないだろうか。企業のダイバーシティや同性婚は、いわゆるエリート層LGBTにとっては歓迎されるのかもしれないが、LGBTといっても一枚岩ではなく、貧困層に陥っていくLGBTも数多くいる。LGBT内にはジェンダー格差もあり、ゲイ男性のカップルとレズビアン女性のカップルが置かれた経済的状况も大きく異なるだろう。

2012年、国連人権理事会は日本政府に対して、性的指向や性自認に関する差別撤廃への取り組みを強化するよう勧告し、日本政府代表はこの勧告を受け入れ、実現に向けた取り組みを進めることを誓約している¹¹。

だが安倍晋三内閣総理大臣は、日本国憲法が同性カップルに婚姻の成立を認めることは想定されておらず、同性婚を認めるために憲法改正を検討すべきか否かは家族のあり方の根幹に関わり、極めて慎重に検討しなければならないと答えている¹²。

稲田朋美政務調査会長も、記者会見などの場面でLGBTへの偏見をなくす政策をとるべきとの考えを示しているが、同性婚の法制化には慎重である¹³。

このように、LGBTの人権に配慮するような姿勢を見せる一方、伝統的な価値観に基づく家族観へ回帰しそれを揺るがす同性婚については認めようとはしない。アメリカ合衆国との関係で、政権がLGBTについて今後どのように語るのか、その政府の発言をただ鵜呑みにするのではなく、その裏にある政治を慎重に見極める必要がある。

2015年、日本のLGBTをめぐる環境は大きく変わった。渋谷区や世田谷区で同性パートナーシップ制度が施行された背景には、2020年の東京オリンピックの開催の影響があるのかもしれない。2014年、オリンピック憲章に性的指向による差別を禁止することが規定されたからである。

このように、日本のLGBTを取り巻く環境はグローバル化との関係なしには理解できず、過去数年間にわたって海外でLGBTをめぐる問題化したことが、2015年に日本にも押し寄せてきているので

ある。この波は、もちろん日本のLGBTにはよこばしい出来事であるが、自分はLGBTとは全く無縁だと思っている人々こそ、多様な生き方の存在に気づく絶好の機会なのである。硬直化した社会に必要なのは、私たちひとりひとりのダイバーシティな生き方の模索なのではないか。



サンフランシスコで毎年6月に開催されるプライド・パレード



大阪で開催されたレインボーフェスタ

参考資料

1. 世田谷区生活文化部人権・男女共同参画担当課「世田谷区パートナーシップの宣誓の取組みについて」及び「世田谷区パートナーシップの宣誓の取扱いに関する要綱」（平成27年7月29日）。
2. 「宝塚市が同性カップル認定へ」『神戸新聞』（平成27年11月30日）。

3. 「性の多様性を尊重する都市・なは宣言」（平成27年7月29日）。平成25年9月1日には、大阪市淀川区も「淀川区役所LGBT支援宣言」を発表している。

4. 柳沢正和・村木真紀・後藤純一『職場のLGBT読本』実務教育出版、2015年。

5. 2015年4月23日、株式会社電通コーポレート・コミュニケーション局広報部「電通ダイバーシティ・ラボが『LGBT2015調査』を実施—LGBT市場規模を約5.9兆円と算出—」（ニュースリリース）。

6. 2015年7月21日、株式会社KDDI・沖縄セルラー電話株式会社「『家族割』等各種サービスの適用拡大について—同性パートナーシップへ対応—」。

7. 2015年10月23日、株式会社NTTドコモ「『ファミリー割引』等の適用範囲を拡大—同性とのパートナーシップを証明する書類によるお申込みが可能に—」（報道発表資料）。

8. 2015年11月11日、ソフトバンク株式会社「同性とのパートナーシップを証明する書類で家族割引などへのお申し込みが可能に」。

9. 法学の立場からの同性婚の議論としては、以下を参照。谷口洋幸「『同性婚』は国家の義務か」『現代思想』43(16): 46-59, 2015年。

10. 新ヶ江章友『日本の「ゲイ」とエイズ—コミュニティ・国家・アイデンティティ』、青弓社、2013年。

11. 以下のpp. 12-13を参照。上田秀明「人権理事会UPR日本審査」『産大法学』47(1): 1-15, 2013年。

12. 2015年2月17日の参議院本会議の答弁から。

13. 例えば、2015年3月12日の、稲田朋美政務調査会長記者会見などを参照。

アメリカにおけるLGBTの権利擁護と企業社会 ～NPOによる企業への働きかけの視点からの検討～

柏木 宏 大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 教授

はじめに

米連邦最高裁判所は、2015年6月26日、LGBT（レスビアン、ゲイ、バイセクシュアル、トランスジェンダーの人々の総称）の権利擁護に関して、画期的な判断を示した。州政府が結婚証明書を同性のカップルにださないことは、憲法修正第14条に基づく、法の下での平等やデュープロセス（正当な法の手続き）に違反するとして、いわゆる同性婚を禁止した州法を違憲としたのである。

裁判は、法律の解釈に基づき、判断が示される。とはいえ、係争となっている事案について、人々がどのような認識をもっているかは、一定の影響を与えるといわれている。このように考えた時、同性婚に対するアメリカの人々の意識が最近、急速に変化していることは注目し値しよう。例えば、ピュー調査研究所(PRI)の調査によると、2011年には賛成35%、反対57%だった同性婚への賛否の割合は、2011年に45%ずつとなり、2015年には賛成55%、反対39%と、2011年の数字と逆転した。

なぜ、このような変化が生じたのか。その答えは容易ではないし、この小論で、それを明らかにしようというわけではない。ここでは、LGBTの権利擁護に対して、NPOから企業への働きかけの実態と、その影響を検討していく。これにより、米国企業に比べれば「人権」に距離を置いている感の強い、日本の企業社会のLGBTへの姿勢を変えていくうえで、何らかの示唆がえられることを期待したい。

同性婚をめぐる法律論争

同性婚をはじめとしたLGBTの権利擁護に対して、アメリカの企業社会がどのように対応してきたのかわかる前に、同性婚をめぐる法律論争について、整理しておくことにする。

1970年5月18日、ミネソタ大学のゲイの活動家、リチャード・ベイカーとそのパートナーは、ヘネピン郡の地方裁判所に、結婚証明書の発行を求めた。しかし、地裁のジェラルド・ネルソン書記官は、これを拒否。このためベイカーらは、同書記官が結婚証明書をだすことを求めて、ミネソタ州の地方裁判所

に提訴した。いわゆるベイカー対ネルソン裁判の発端である。

地裁で敗訴したベイカーらは、州の最高裁に上告。しかし、ここでも、州法は、結婚を異性のカップルに対してのみ認めているとしたうえで、合衆国憲法にも違反していないと判断された。ベイカーらは、さらに連邦最高裁に持ち込んで争う姿勢を示したものの、提訴に根拠がないとして退けられた。そして、この判決が、その後の同性婚をめぐる裁判の先例になっていく。

ベイカー対ネルソン裁判から20年後の1990年、ハワイ州で3組の同性愛カップルが州政府に結婚証明書の発行を求めた。翌年、州政府は、これを却下。同性愛のカップルは、州最高裁に上告した。州最高裁は、同性愛者に結婚証明書を発行しないことは差別であるとしたうえで、下級審に差し戻すとともに、州政府に対して、この差別の合理性を示すように求めた。1993年5月のことである。

一方、反LGBT勢力は、同性婚や、同性愛者に結婚と同様の権利を保障するドメスティック・パートナーの認知を求める動きの広がりを懸念、連邦レベルで、この動きを封じ込めようとした。1996年9月に施行された結婚防衛法(DOMA)は、その象徴といえる。この法律は、連邦政府が結婚を男女間によるもののみと定義するとともに、州政府が同性婚の認定を拒否できることなどを規定した。

しかし、前述のように、連邦最高裁は2015年6月、ベイカー対ネルソン裁判を覆す形で、州政府が同性愛のカップルに結婚証明書をださないことを違憲と指摘。DOMAも違憲と判断されるに至った。

LGBTに関係するNPO

差別や抑圧に苦しむ人々は、自らの組織を設立し、権利擁護の活動に取り組んできた。アメリカでは、1848年に「女性の権利会議」がニューヨーク州セネカフォールズで開催され、その20年後の1869年、婦人参政権を求めるふたつの団体が設立された。人種や民族のマイノリティでは、1909年に全米有色人種

地位向上協会 (NAACP) が設立され、今日に至るまで黒人を中心にしたマイノリティの権利擁護運動の中心的役割を担ってきた。

LGBTについてみると、全米で最初にLGBTの組織が立ち上げられたのは、1924年。ドイツ移民のヘンリー・ガーバーによるシカゴ人権協会である。だが、今日に続く、本格的な運動は、1950年代に入ってから始まったといえる。ハリー・ヘイを中心にして、1951年にロサンゼルスに少数のゲイが集まって作られたマタシン協会や、1955年にレスビアンによって作られたビリタスの娘たちが、先駆者だ。

その後、LGBTの組織が相次いで設立されていくが、LGBTの権利擁護に重要な役割をはたしたNPOといえば、ラムダ・リーガル(LL)やヒューマンライツ・キャンペーン(HRC)をあげることができる。LLは、訴訟をテコに社会変革を進める、いわゆるリーガルアドボカシー団体で、1973年の設立以来、LGBTの権利擁護についてのさまざまな訴訟や政策提言に関わってきた。

HRCは、1980年に設立されたNPOだ。現在では、調査研究、政策提言などを主とするヒューマンライツ・キャンペーン財団(HRCF)と、議会や行政へのロビーイングを中心に行うHRCに分かれている。さらに、LGBTに関する政策を支持する議員や候補者への支援、反対する議員や候補者への批判などを担うHRC政治活動委員会があり、合わせて3つの組織から成り立っている。

このように組織を分割するのは、活動内容が税制と関連しているためだ。HRC財団についていえば、団体への寄付者は、寄付控除が受けられる。HRCは、寄付控除はなく、関連事業の収益が非課税になるだけだ。これにより、寄付控除による寄付や助成を主な財源に社会一般に対する活動を行う部門と、政治的な課題に焦点を当てて活動する部門が、法人として分離されることになる。

HRCは、後述する「企業平等指標(CEI)」の作成をはじめとして、企業社会におけるLGBT政策の推進にも尽力してきた。こうした職場におけるLGBTの平等を求める活動に特化したNPOも存在する。アウト&イコール(O&E)は、そのひとつだ。1999年に設立され、毎年、3000人のビジネス指導者やLGBTの経営者や従業員が参加する「サミット」を開催、職場でLGBTへの差別が解消され、彼らの能力が発揮される場になるように、教育、啓発、トレーニングなどを提供している。

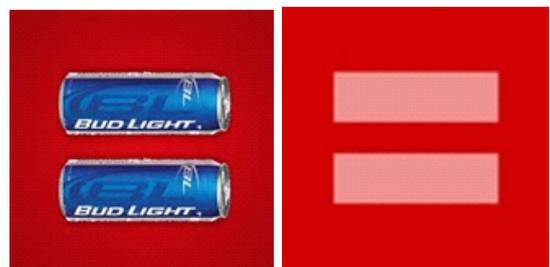
企業のLGBT支援の広がり

「同性のカップルの結婚を認めることは、従業員の勤労意欲や生産性を高め、(心理的な)不安定さを減少させるだけではなく、現在の州ごとに異なる立法措置による(人事)管理上の無駄を省くことになる」

これは、同性婚の裁判の審理が連邦最高裁で行われるにあたり、379の企業が最高裁に提出した、アミカス・ブリーフと呼ばれる要望書の一部である。

379社のなかには、アマゾンやアメリカン・エクスプレス、アップル、バンク・オブ・アメリカ、コカコーラ、デュポン、フェイスブック、グーグル、インテル、リーバイ・ストラウス、マリオット、マイクロソフト、ナイキ、ペプシコ、ファイザー、プルーデンシャル、サンフランシスコ・ジャイアンツ、ツイッター、ビザなど、そうそうたる企業名が連なっている。

この裁判だけではない。近年、アメリカ企業の多くが、コマーシャルなどを通じて、LGBTに友好的であること積極的に打ち出すようになった。例えば、ビールの販売量世界一のアンハイザー・ブッシュは、主力商品のひとつ、バドライトを2本横にして、赤い旗に並べる広告(写真左)を作成した。いわゆるイコールサイン(=)・ロゴである。



このロゴは、HRCが1985年から使用しているものだ。ただし、2013年3月までは、背景が青で、「=」が黄色だった。しかし、連邦最高裁が同性婚について審理を始めたことを記念し、HRCがフェイスブックに掲載した赤地に「=」(イコールサイン)をつけたロゴ(写真上)を掲載。その後、HRCと同性婚合憲化運動のシンボリックな意味合いを持つようになった。

小売業で全米第2位のターゲットも、LGBTに友好的な企業として知られている。全米ゲイ・レスビアン商工会議所などのLGBT関係のNPOと連携、同性婚裁判でアミカス・ブリーフにも加わってきた。



と書かれた同性婚を祝う広告（写真上）を発表、話題を呼んだ。

2012年には、本社があるミネソタ州で同性婚を認めない憲法修正案が住民投票に付された際、LGBT団体に寄付するために、Tシャツを販売、12万ドルを寄付。さらに、同年、結婚式の引き出物の販売促進を兼ねて、ゲイカップルが向き合い「自分らしく、一緒に」

NPOのプッシュとプルと企業の理念

なぜ、このような動きが広がってきたのか。最高裁判所へのアミカス・ブリーフに示されたような、同性婚の合法化が企業の利益につながるという、現実的な判断があったことも確かだろう。それは、LGBTの従業員が自らの性的指向を隠して働くことで、勤労意欲や生産性が低下することを懸念しているだけではない。LGBTの購買力への期待もある。

例えば、首都ワシントンにあるPR会社、ウィテック・コミュニケーションズの調査によると、2013年に18歳以上でLGBTと自認している人は、1500~1600万人と、18歳以上の人口の6~7%に達した。また、同年のLGBTの購買力は、8300億ドルにのぼる。さらに、LGBTの人々は、こうした広告をLGBT以外の人々より強く好感視しており、販売に結びつく可能性が高い。

だが、こうした「経営上の理由」がすべてではない。アメリカでは、1960年代から70年代にかけて公民権運動や女性の権利擁護、環境保護などが、80年代には南アフリカからの投資回収運動などが広がり、企業に対する厳しい批判が行われてきた。近年のLGBTへの対応についても、同様のことがいえる。かつてNPOが企業に対して、プッシュとプルの両面で働きかけたように、LGBTのNPOも同様なアプローチが行ってきたことを見落としてはならない。

前述したHRCによる「企業平等指標(CEI)」やO&Eの「サミット」は、プル要因といえる。では、プッシュ要因にどのようなものがあったのか。例えば、ターゲットも、LGBTから次のような批判に直面した。

2010年、ターゲットが政治活動委員会のミネソタ前進(MNF)という政治委員会に15万ドルを寄付した

ことが明らかになった。この資金は、同性婚をはじめとしたLGBTの権利を否定している保守的な候補者に提供されていた。このため、HRCなどのLGBT団体が強く反発。ターゲットのCEOは、釈明を余儀なくされ、この出来事が前述のようなLGBTに友好的な広告につながった一面があるといわれている。

それぞれのNPOが掲げるミッションやNPOに関わる人々の思想信条は多様である。LGBTを敵視したり、同性婚を否定するNPOや人々も少なくない。マイノリティやLGBTに憎しみを持つ人々によって組織されている、いわゆるヘイトグループに関する調査機関、南部貧困法律センター(SPLC)は、反LGBT団体として米家族協会(AFA)や家族調査評議会(FRC)など、5つをあげている。

これらの団体がLGBTや同性婚に好意的な企業を攻撃することもある。スターバックスは、本社を置くワシントン州で2012年に同性婚の合法化を求める住民投票が実施された際、これを支持することを表明。AFAなどの反LGBT団体からボイコットを起こされた。

これに対して、CEOのホワード・シュルツは、同性婚の支持を経営上の理由ではないとしたうえで、「我が社は20万人以上の従業員を雇っている。それゆえ、多様性を受け入れたいのだ。あらゆる種類の」と述べて、ボイコットに対峙した。同社の株価は、ボイコット直後に落ち込んだものの、その後回復、上昇を続けている。

LGBTの権利を擁護しようとする企業の理念をNPOや消費者が支援する。当事者とともに、この関係を維持、強化していくことが、LGBTを含めたさまざまな人権問題に立ち向かううえでカギになるといえよう。

参考資料

- 1 <http://www.pewforum.org/2015/07/29/graphics-slideshow-changing-attitudes-on-gay-marriage/> 2016年2月7日アクセス
- 2 http://www.huffingtonpost.com/2015/03/05/marriage-equality-amicus_n_6808260.html、2016年2月7日アクセス
- 3 <http://www.witeck.com/pressreleases/lgbt-2013-buying-power/> 2016年2月7日アクセス
- 4 [https://www.splcenter.org/fighting-hate/extremistfiles/groups?f\[0\]=field_ideology%3A181](https://www.splcenter.org/fighting-hate/extremistfiles/groups?f[0]=field_ideology%3A181) 2016年2月7日アクセス
- 5 http://www.huffingtonpost.com/2013/09/10/gay-friendly-companies-surprising_n_3882854.html 2016年2月7日アクセス

NPO・企業・行政・学校などの協働による聴覚障害児童・生徒への教育支援活動～デフサポートおおさかの実践例から～

稲葉 秀子 大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 修士課程

はじめに

私は、特定非営利活動法人デフサポートおおさか（以下、デフサポートおおさか）で働きながら、大阪市立大学大学院創造都市研究科で学んでいる。デフサポートおおさかは、2006年にろう者や聴者の有志たちが集まって立ち上げた団体で、現在、大阪市地域活動支援センター・デフワークスの運営と聴覚障害者の自立支援に向けた活動を実施している。これらの事業や活動の多くは、企業や行政、学校などと連携または協働しながら進めている。以下、私が直接関わっている事例を含め、デフサポートおおさかが企業や行政、学校などと協働して実施した聴覚障害児童・生徒への教育支援活動について紹介したい。

1) 下水処理場の社会見学を契機に手話のデジタル教材作成

大阪府立生野聴覚支援学校では、小学4年生の社会科で下水処理の学習があり、下水処理場に社会見学に行く。そこでは、下水処理場の職員たちが、見学者の聴覚障害児童・生徒に対して手話での対応を行っている。子どもたちは、引率の教職員の上手な手話通訳よりも、下水処理場の職員の手話に集中する。そのような子どもたちの様子を見た聴覚障害教員でもあるNPOデフサポートおおさかの理事は、下水処理場の職員有志「チーム桜」に声をかけて、下水道の大切さを子どもたちにもっとわかりやすく伝えるために下水道用語の手話作りを始めた。

下水処理の話には専門的な用語が多くあり、子どもたちにわかりやすく表わすことは至難の業である。2007年から2012年まで約6年間、下水処理場の職員と聴覚支援学校の教員、デフサポートおおさかの理事らは何度も集まり、子どもの意見を取り入れながら手話作りに取りくんだ。大人が見た場合、「いいと思います」であっても、子どもたちからは、「表情がおかしい」「固い」「わかりにくい」など厳しい意見が数多く出てきた。子どもたちがわかりにく

いところは何度も見直し、改善を重ねた。

このように、この手話作りは、聴覚障害の子どもたちと顔を合わせて伝えようという下水処理場の職員の姿勢に、子どもたちが共感したことから始まったもので、教室を超えたコラボレーションの素晴らしい例といえる。作成した手話と活動などの様子は、デジタル教材としてまとめられた。デフサポートおおさかは、このデジタル教材にアンケート用紙を同封して全国の聴覚支援学校へ寄贈した。学習で使用した結果、改良した方がよい点なども含め、アンケートを通じて様々な声が寄せられた。福島ろう学校からは「震災や原発事故で下水処理場見学ができませんでした。この教材で子どもたちは実際に見学に行った気持ちになり、とても楽しんで学習していました」という感想が届いた。

2013年、デフサポートおおさかは、日本マイクロソフト主催のICT教育活用コンテストにこのデジタル教材作りの取り組みを応募した。その結果、奨励賞を受賞し、周囲の方々の勧めもあり、米国マイクロソフト本社主催の世界大会（グローバルフォーラム）にこのデジタル教材および取り組みの成果をエントリーし、2014年春のスペイン・バルセロナでのグローバルフォーラムへの参加が認められた。

世界大会での発表は、人と人をつなげるICTの活用事例として、世界的にも高く評価され、その3ヶ月後にはアメリカのマイクロソフト本社のスタッフがNPOと大阪市下水処理場と聴覚支援学校の取材に来るといふ、異例な事態となった。

それまで、大阪市は職員有志「チーム桜」に対して積極的な評価をしていなかったが、マイクロソフトの取材訪問を契機に手話での対応を正式業務の一環として認めた。聴覚障害の子どもたちの声を大切にして行動を始め、NPOが行政職員や教員と協働して高い評価を得るデジタル教材の作成と教室を超えた学びをなしとげたことは、画期的な成

果といえよう。なお、マイクロソフトが取材した動画は2014年秋に世界公開された。

2) 大阪市交通局職員とのバリアフリーをめざした活動

大阪市立聴覚特別支援学校に子どもを通わせている保護者から、「情報が見える駅作り」という提案があった。2年前のことだ。学校に一人で通う聴覚障害児童・生徒の多くは、突然の事故などで電車が止まった時に必要な情報が得られず、非常に困ったという経験をもつ。大人の聴覚障害者でも不便で困るのだから、子どもが直面した場合には大きな不安や混乱に陥るとしても不思議はない。

保護者の提案は、大阪市立聴覚特別支援学校の最寄駅である谷町6丁目駅、大阪府立生野聴覚支援学校の最寄駅である鶴橋駅だけでも、手話のわかる駅員を配置してほしい。事故の状況が把握できる電光掲示板などの設置をして、安心して通学ができるようにしてほしい。子どもの経験を踏まえた、切実な要望であった。

デフサポートおおさかは、聴覚障害生徒と運転士が「地下鉄の駅名の手話」を楽しく表現していく交流のなかで、駅のバリアフリーをとともに考えていこうとしている。この場は、手話を学ぶ人々にとっても楽しい意義のある場であり、大阪市営地下鉄だけでなく、京阪電車や南海電車の職員や近畿運輸局関係者など、様々な人々が参加するようになった。

乗客サービスの向上は、どこの交通機関でも考えていることだ。聴覚障害者の生の声を聞き、サービス向上につなげる場として認識されたのだろう。このように、内容のある取り組みを進めていけば、NPOが依頼しなくても、交通機関の関係者が自ら情報を求めて集まってくるのである。

この交流を始めて以降、「ぼちぼちEdu」に参加している子どもから、「地下鉄で知っている運転士さんがいた」「困ったときは、駅長室へ行くようにしている」と明るい声が聞けるようになった。聴覚障害の子どもたちが安心できる駅は、高齢者や外国人など多くの人々にとっても使いやすい駅である。デフサポートおおさかでは、谷町6丁目や鶴橋だけでなく、他の駅にも手話のできる職員を配置したり、情報保障の手段を増やすことを交通機関に提案していくことを検討している。

3) ICTを活用して学ぶ場「ぼちぼちEdu」

前述のように、大阪市交通局職員と協働で実施した「聴覚障害児童・生徒のための乗車マナー教室」は、デフサポートおおさかの「ぼちぼちEdu」という事業の中に組み込んで開催した事業である。この「ぼちぼちEdu」は、2010年に開始した「ぼちぼちキッズ」という聴覚障害児童・生徒への教育サポート事業を発展させたものだ。

聴覚障害をもつ子どもたちが社会で自立していきいきと生きていくためには、学力、コミュニケーション力など様々な力を育成していかなければならない。しかし、聴覚支援学校という公教育の中では様々な制約がかかり、なかなか実施できないことも多くある。学校でできないことをNPOでやっいていこうとスタートさせた事業が「ぼちぼちキッズ」だ。受け入れを始めると、すぐに定員を超える16名が参加した。ただし、子どものための事業とはいえ、子ども自身ではなく、保護者の意思による参加が多いということも事実だ。

「ぼちぼちキッズ」は現在6年目を迎え、「ぼちぼちEdu」として小学生・中学生がともにICTを活用して学ぶ場に発展している。参加児童・生徒はのべ70名にのぼる。何年も通っている子どもは、「ぼちぼちEdu」が楽しいという。だが、新しく入ってくる子どものなかには、せっかくの日曜日に親の意思で連れてこられ、嫌がる場合も少なくない。このため、子どもたちが授業に集中できるように、デフサポートおおさかは、子ども一人一人のニーズに合った教材作りにも努力をしている。

子どもが楽しみにしている「わくわくタイム」のお菓子づくりをする時も、理科的要素を取り入れて実施している。言語力が十分でない子どもも多いので、具体的活動を通して言語力を育てている。例えば、煮る、炊く、焼く、ゆでるなど健聴者にとって当り前の言葉も理解が困難な場合があるので、実際に調理をして理解させるなどがその例だ。保護者の学習をさせたい意向と、子どもの楽しみたいという思い…。その両者を考えながら、スタッフで計画をたてている。

2015年からは、パソコンを使った学びをしたい、させたいと、子どもたちと保護者の考えが概ね一致したこともあり、ICTを活用した学びを小学生・中学生ともに開始した。保護者の中には、教科学習優先でパソコン学習に難色を示した方もいたが、子どもの意見を尊重して進めることにした。違った年齢の子どもたちとの仲間作りも考慮に入れ取り

組んでいる。学校ではできない学びである。

スタッフは、子どもたちと話し合いながら、子どもたちの興味のあるテーマを調べ、学習をしている。

「興味のあることがない。わからない」という子どももいる。こうした子どもと話をしていると、家庭や学校での問題が明らかになることがある。家庭で聞こえる兄弟たちよりも、学習面のことを厳しく言われるため、自尊心が持てない子どもが多いように思える。また、学校では、手話のあまりできない教員もいて、コミュニケーションに支障をきたす場合もあるという。最近の大阪の公立学校では、5年ほどの間隔で教員の異動がおこなわれていることもあり、常に手話の上手な教師にあたるとは言えない状況であるようだ。

子どもたちだけではなく、保護者からもコミュニケーションがとりにくく学習面に支障をきたすと聞くことがある。デフサポートおおさかで新規採用教員の研修の受け入れを依頼されることもあるので、それを通して教育委員会などに話をして現場の教員の手話の問題も改善していけるようにできるのではないかと思う。聴覚支援学校の教員への手話の研修プログラムを提案するなど、デフサポートおおさかが一緒に取り組めれば聴覚障害をもつ子どもの学びも改善されていくのではないかと思う。

「ぼちぼちEdu」の子どもたちは、学びの発表会を2015年3月に開催した。開催にあたり、動画のメッセージをフィリピンのレイテ島、オーストラリア、オランダ、ベルギーなどの教員からいただいた。英語でのメッセージをスタッフで日本語に訳して字幕をつけ、参加者に見せた。スペインでのグローバルフォーラムで友達になった先生たちが、日本の子どもたちに話しかけているような内容だったので、外国を身近に感じられたそうである。

子どもたちによる発表は、パワーポイントを用いて行われた。この発表は、内容もバラエティに富んでいて大変良かったと、デフサポートおおさかの会員や保護者など参加者から評価された。フェイスブックで動画を入れたこともあり、2015年3月に参加者の募集をするとあっという間に締め切りとなり、同年夏前になっても問い合わせがある状況である。

「ぼちぼちEdu」では、学校では出会えない様々な人々との豊かな出会いがある。

聴覚障害教育を研究している教員や外国人などだ。このことにより、教育内容が豊かになり、活性化していていると感じている。



下水道処理場の人たちと話し合う



マイクロソフト パルセリナ大会



地下鉄職員とろう学校生徒

おわりに

ここで紹介してきたNPOの教育サポート事業は、聴覚障害児童・生徒の知識の増加や学力の向上に寄与しているだけではない。社会に対する子どもの視野が広がったり、障害者・児童に対する社会のあり方や見方にも変化を与えている。

例えば、ある子どもは、「下水処理の仕事は汚くて臭い仕事」と思っていたが、「自分の仕事に誇りをもって手話で表す職員はカッコいい」というように意識が変わってきた。また、大阪市が下水道処理場の職員の手話での対応を、業務として位置付け

たことは、現場の職員と聴覚障害児童のすばらしいコラボワークが既存の制度の変革を生んだ事例ということもできる。地下鉄の職員との取り組みも同様に障害者への社会のあり方を変えつつあるが、子どもたちの意識も変革していけるものにしていきたい。

今後の課題として、次のことを考えている。まず、学校における問題を整理し、教育委員会などへ提案し、聴覚障害をもつ子どもにとって学びやすい環境作りをさらにめざしたい。また、事業を進めていくうえで、大人のスタッフが主導権を握って管理的に指導してしまわないように、「子どもアドボカシー」の理念をもって取り組んでいく必要がある。子どもたちの声を大事にし、子どもが悩みなど本音で話せる場に、問題解決ができる取り組みにして

いくことが求められているといえよう。

子どもたちから情報を聞いて、子どもたち自身が学校のこと家族のことなどで、気軽に相談にいくことができるような、サポートセンターにしていくことが今後の課題である。

参考資料

- ・マイクロソフト社が公開した私たちの取り組み
日本マイクロソフト 教育機関の皆さまへ
→ 導入事例 → 大阪府立生野聴覚支援学校
<https://www.microsoft.com/ja-jp/education/showcase/ikuno.aspx>
- ・ぼちぼちEdu WEBサイト
<http://bochi-edu.com/>

4. 行政と企業との連携における市民の役割 志摩市「碧志摩メグ」の公認をめぐる

古久保さくら 大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 准教授

各地域が地域活性化のために、企業と行政との連携強化という方法をとりながら、観光業に力を入れている事例は多い。それ自体は悪いことではないが、行政が自らのすべきことを忘れて、企業原理に迎合し人権侵害とも言える事態が生じることもある。そのようなひとつの事例を紹介しながら、行政と企業の協働に対して市民セクターはいかなる役割を担うべきかを考えたい。

碧志摩メグの登場と問題化

2014年10月、三重県志摩市は、「碧志摩メグ」（あおしまめぐ・右記参照）という公認キャラクターをつくって、志摩市のイメージアップを図ろうとうちだした。

碧志摩メグの公式サイト（<http://ama-megu.com/>）をみると、「伊勢志摩海女萌えキャラクター」ということになっている。碧志摩メグの設定は、17歳158cm46kg。サラリーマン家庭に生まれたが、海女だった祖母を尊敬しており、「日本一の海女」を夢見ながら「可愛くオシャレな海女」を目指している「ボーイフレンド募集中(笑)」の女の子である。

このキャラクターが志摩市に公認されて以降、あまりに性的対象として表現されており、海女という

仕事を性的存在としてのみ表象しているとして、伊勢志摩の海女さんたちを含めた市民から批判が起り、2015年4月に志摩市に公認撤回を求める意見書が提出された。



産経ウエストの報道「ちょっとセクシーすぎる？ 海女萌えキャラに抗議殺到 サミット開催予定地に持ち上がった騒動の行方」2015年9月5日発信（<http://www.sankei.com/west/news/150904/wst1509040005-n1.html>）によれば、「磯着の裾は大きく

はだけ、胸の形までくっきりと強調されている。海女という職業をいやらしいイメージに誤解させ、後継者問題の足を引っ張っている。これは女性蔑視で差別そのものです」というのが、意見提出した女性たちの問題意識であった。

碧志摩メグという女子高校生海女のキャラクターを設定した背景には、2013年に大ヒットをしたNHK連続ドラマ「あまちゃん」の存在があるだろう。東京の高校生が、岩手県三陸海岸で海女をしている祖母の家に移り住みながら、三陸の地域おこしのために、東北大震災後には地域復興のために、「北限の海女」としてがんばるという物語で、都会の女子高校生と海女というミスマッチが新鮮にうつり、三陸地方の「じゃじゃ」という方言が流行語となり、またドラマが終了する時期には「あまロス」ということばすら登場するなど、社会現象を引き起こしたドラマである。

この女子高校生海女という設定に、よりいっそう「萌え」あるいは「エロ」という要素を加えたものとして、碧志摩メグは登場したと考えられよう。

製作者は、三重県四日市市の「マウスビーチ」を運営する浜口喜博氏であり、「『萌えキャラを活用することで過疎地域に若者を呼び、地域活性化につなげたい』という浜口さんの熱意に、大口秀和志摩市長らが意気投合。市と浜口さんが協議しながら完成させたのが碧志摩メグだった。」（前掲記事より）という経緯で登場したキャラクターであった。

2015年4月の意見書が志摩市に無視されるとするや、志摩市の市民たちは署名活動を始め、8月に300名を越える署名をもって市に再度訴えた。これが新聞報道されて社会的にこの問題は認知されるにいった。

志摩市担当課職員との意見交換

SNSを通じた情報拡散の中で、私自身がこの問題を知ったのは8月になってからだったが、ちょうど8月24・25日の予定で志摩市で開催される研究会に行く用事があったので、その研究会メンバー7名で、8月25日に志摩市の担当課観光戦略課をたずねて意見交換を行った。

この研究会は「研究と運動の架橋」をテーマとして共同研究をすすめるようとするものであり、ジェンダー研究者は、現実の女性差別的状況の改善を目指す社会運動に対してどのようなかわりをするのが可能なのか、について研究するものであり、まさにこのケースは研究会のテーマに密接に関わる事例

でもあった。

アポなしでたずねるといふ暴挙にもかかわらず、市の担当職員は、真摯に私たちとの意見交換にのぞんでくれ、誠実に対応してくれ、この「萌えキャラ」の公認について、いくつかの観点から問題があることを私たちはお伝えした。

(1) 設定が17歳となっており、児童ポルノともみえるようなバストやヒップを強調するようなデザインになっている点

児童ポルノについては、日本は2009年8月に国連女性差別撤廃委員会より「女性差別撤廃委員会は、これらの(性暴力を喚起するような)テレビゲームや漫画が『児童買春・児童ポルノ禁止法』の児童ポルノの法的定義に該当しないことに懸念をもって留意する」として勧告されている。日本に蔓延している児童を性的に搾取しようとするポルノ的な漫画などの存在は、女性差別撤廃委員会から危惧されている状況にあるのだ。

この図柄は必ずしも直接的な暴力を想起させるものにはなっていないが、性的身体として消費されようとしていることは間違いがなく、女性の人権を守る(特に性的自己決定権の尊重)という文脈からしたとき、望ましい図柄とはいえない。

ちなみに、日本の「児童買春、児童ポルノに係る行為等の規制及び処罰並びに児童の保護等に関する法律」においては、「『児童』とは、十八歳に満たない者」と定義しており、また、ポルノの定義のなかに「衣服の全部又は一部を着けない児童の姿態であって、殊更に児童の性的な部位(性器等若しくはその周辺部、臀部又は胸部をいう。)が露出され又は強調されているものであり、かつ、性欲を興奮させ又は刺激するもの」とされている。この定義をふまえれば、碧志摩メグが実在女性であれば、まさに児童ポルノとして問題にされるものでもある。

おりしも2016年は伊勢志摩サミットが開催される予定になっており、世界の要人が集まる志摩市において、このようなキャラクターを市が「公認」して衆人の目にさらすことによる世界基準でのイメージダウンにつながる危険性について指摘を行った。

(2) 職業人としての女性を描くときに、性的対象としてのみ強調することは、職業人としての女性に対して性的なまなざしで消費してよいのだとする姿勢を示している点

一般に、職業人としての女性に対して、性的な対象としてのみみなそうとすること自体がセクハラとして問題化されることが多いにもかかわらず、志摩市はその問題に無頓着であった。それを指摘している海女さん自体からの反発に対して、「個人の受け取り方」として問題化できていない状況が意見交換の中で示され、そのことに対しては人権啓発課との連携の欠如を指摘した。

(3) このキャラクターを「公認」することの問題性が認知されていない点

観光戦略課の担当職員にとっては、税金によって作られたポスターであるのかどうか問題であるとの認識のようであり、何度も「ポスターを作るのに税金は使っていない」ことが強調された。が、どのようなポスターが公認ポスターとしてふさわしいのかについては、担当職員も参加した会議で決定しており、その市職員はボランティアとして参加しているのではなく職務として参加していることも確認されたのである。そして、より刺激的な図柄がアイキャッチャーになるとしてこのようなバストやヒップを強調する図柄を「観光戦略的に」選んだことについて、責任を指摘した。

ちなみに、お隣の鳥羽市では、下記のようなかたちで、実際に3代続いて活躍中の海女さん3人をモデルにし、「ようこそ鳥羽へ 変わらないもの。新しいもの。もっと知って欲しい鳥羽の魅力。」とい



うキャッチフレーズをつけた鳥羽市の観光ポスターが作られている。

実際の仕事着をつけた職業人としての誇りに満ちた笑顔が印象的なこのポスターと碧志摩メグのキャラクターポスターとの違いをみたとき、志摩市の公認ポスターが女性の性的側面をアイキャッチャーとして最大限に利用しようとしていたことが明白となるだろう。

公認取り消しからみた市民活動の役割

結局、この碧志摩メグという「萌えキャラ」について、志摩市は2015年11月5日公認撤回を発表した。NewSphereによれば、「志摩市の大口秀和市長は、『およそ7割の海女に賛同をいただいたが、3割は公認を取り消してほしいということだった。そうしたことを考慮し、撤回の申し出を受けることにした』と説明した」とのことである。

(<http://newsphere.jp/national/20151109-1/>)

企業と行政との協働として登場した観光振興のための公認キャラクターが市民からの異論によって「公認」を撤回されたというこの事態について、改めて振り返ってみたとき、志摩市行政の姿勢として女性の尊厳を守るという認識が甘かったように思われる。若者に志摩をアピールして、観光地として成功したいという戦略のなかで、そこでイメージしている「若者」像がヘテロ男性に特化しており、また性的関心により「若者」をひきつけようとする手法を持つ、女性への差別的まなざしの存在に対して、志摩市行政はあまりに無頓着であった。

この点を、志摩市民のみならず全国の女性から問題指摘されたわけだが、商品としての評価をめざす企業の論理にひきずられようとする行政に対して、歯止めをかけたのが市民であったということには、3セクター協働における市民の役割についての重要な示唆があるように思われる。

行動様式において重要視する価値が異なる企業・行政・市民ではあるが、行政が参加する以上、人権尊重という共通の価値を侵すことはありえないことを改めて確認したい。そして、行政における人権尊重という原則が危うくなったとき、その歯止めをかけることに市民の役割があり、その動きのなかに研究者もまた一定の役割を果たしていくことが可能であるし、重要であることも、今回の事例を通して改めて確認できたように思う。

Contents

「3セクター協働の地域活性化教育プログラム」について

1.ダイバーシティ推進とLGBT

新ヶ江 章友

大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 准教授

2.アメリカにおけるLGBTの権利擁護と企業社会

～NPOによる企業への働きかけの視点からの検討～

柏木 宏

大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 教授

3.NPO・企業・行政・学校などの協働による聴覚障害児童・生徒への教育 支援活動 ～デフサポートおおさかの実践例から～

稲葉 秀子

大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 修士課程

4.行政と企業との連携における市民の役割

志摩市「碧志摩メグ」の公認をめぐるって

古久保 さくら

大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻 准教授

地域活性化ニューズレター 第10号

2016年（平成28年）3月15日 発行

大阪市立大学大学院創造都市研究科

「3セクター協働の地域活性化教育プログラム」編集委員会編

発行人：柏木宏

編集人：柏木宏

〒558-8585 大阪市住吉区杉本3-3-138 大阪市立大学大学院創造都市研究科