



大賞

選考委員からのコメント



佐久間 信哉氏

大学生の純粋な思いに大学やNPO法人が連携し、地元企業がそれに応える形のパートナーシップで実現したSDGs達成に向けた地域の素晴らしい取組であり、今後様々な展開も考えられるなど、応募事例の中で最も優れた取組と言えます。



小林 祐介氏

届けたい人の気持ちに寄り添った取組として高く評価しました。課題の発見と取組の設計には他分野でも参考となる点が多く、静岡市を代表するSDGsの取組として、さらなる発展と地域への貢献が期待できます。

SDGsインパクト



【ターゲット 10.2】

年齢、性別、障害、人権、民族、出自、宗教、経済的地位やその他の状況にかかわらず、すべての人々に社会的・経済的・政治的に参画できる力を与え、その参画を推進する

同性カップルに理解のある企業や店舗を見つけるための情報源が乏しいという課題意識から、パンフレット制作につながったこの取組は、性別にとらわれない、全ての人の社会参画の推進に貢献している。



【ターゲット 11.3】

だれも排除しない持続可能な都市化を進め、参加型で差別のない持続可能な人間居住を計画・管理する

制作されたマップやロゴが広まることで、静岡市街地を中心にフレンドリー企業、店舗、人々が集まり、誰でも利用できる・参加可能な、差別のない社会の実現に寄与する。



【ターゲット 17.17】

効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する

学生団体を中心として、教育機関、企業、民間団体等がそれぞれの強みを活かして協力・連携し、誰もが暮らしやすい社会の実現に向けて取り組んでいる。SDGs達成に向けても、模範となる取組。

LGBTQカップルのためのフレンドリー企業一覧マップを製作

LGBTサークル「grandiose」× 静岡大学
× NPO法人静岡県男女共同参画センター交流会議 × NPO法人しずおかLGBTQ+

1.取組概要

LGBTサークルの学生たちの思いを起点に大学やNPO法人が連携し、静岡市中心市街地通称“おまち”にある11店舗の協力を得て『LGBTQフレンドリー企業一覧 静岡おまちMAP ウェディング編』を製作しました。これにより「問い合わせをすることさえ躊躇した」という同性カップルが悩むことなく店舗に足を運ぶことができ、当事者や店舗にとっての機会を創出するとともに地域のブランド化や活性化にもつながることが期待できます。

2.該当するSDGs目標



LGBTQに代表される性的マイノリティが直面する困難を解消し、平等な機会の創出に貢献できると考えます。企業や店舗には見えなくても、当事者から見える「情報の壁」を理解する機会となります。

その他関連するSDGs目標



3.目標に対する達成状況、実績

マップは1,000部製作し、静岡市のパートナーシップ制度で宣誓した同性カップルに渡されるほか、市内の公共施設や東京都内にある静岡市移住支援センターなどにも置いています。そのほかにもロゴステッカーを50枚製作しました。マップは静岡大学のホームページからもダウンロードでき、地域を問わずウェディング準備に悩むLGBTQカップルの生きづらさ解消に貢献できます。

5.取組が開始されたきっかけと展開

同性同士の婚姻が法的に認められていない日本では、LGBTQカップルに対して「結婚に相当する関係」とする証明書を自治体が独自に発行する制度が、2015年に東京都渋谷区や世田谷区で始まり、現在は全国の自治体のうち8割以上が導入しています。しかし、例えば「指輪をつくりたい」「パーティーを開催したい」という同性カップルが理解のある企業や店舗を見つける情報源は限られています。問い合わせをすることさえ躊躇したという当事者からの声も聞いたことから、地域版のマップ製作を目指しました。学生と大学教員が発起人となり1社ずつ訪問しましたが、企業や店舗とのネットワークを持つ社会人2人が候補先の代表者に事前に打診してくださったおかげで、11店舗の賛同をスムーズに得ることができました。また、連携先のNPO法人の応援により印刷費用の捻出や設置施設の拡大が実現できました。

6.応募した取組の今後の計画・展開

特定地域を対象としたLGBTQフレンドリー店舗マップとしては東京都渋谷区が企業と連携して製作した例があるものの、学生が主体となって製作した例はほとんどありません。学生が主体となることで連携や協力に際しての利害関係が生じにくいと実感しています。そこで、他地域や他大学でも同様の動きが広がることを願い、大学からこの取組の情報を発信していますが、さらに今後は、アドバイザー教員により研究報告としてまとめ、取組の意義や価値を明らかにしていきます。また、今回のマップには掲載していない企業や店舗が情報発信したいという場合は、サークルのInstagramで紹介するとともに、今後、講演会やセミナーなどの機会を通じて地域内でのLGBTQに関する理解拡大を目指していきます。

4.取組イメージ

製作したMAPと協力店舗向けロゴステッカー



7.汎用性(他の事業所・団体が参加・真似しやすい)ポイント

マップは見やすさや情報へのアクセスのしやすさのほか、店舗への親しみやすさを重視して製作しましたが、店舗ごとの情報枠はレイアウトをパターン化したため、取材時間を多くとらず、店舗側の負担も最小限にしました。また、複数の当事者カップルに「問い合わせしにくいポイント」を聞き取りし、それが解消できるよう、お店の雰囲気や担当者の人柄が伝わるコメントを付けました。



さらに、マップではイラストを使ったカテゴリ分けを行い、探したい情報を見つけやすくするとともに、どんな商品・サービスの店舗なのかすぐにイメージできるようにしました。



また、掲載協力先の店舗がフレンドリー企業であることを来店された方（当事者・非当事者）にも見えるよう、ロゴステッカーを製作し、各店舗にお渡ししました。ロゴマークの上には、他の地域でもこのような取組みが広がることを願い、「SHIZUOKA city ver.」としています。

