「LGBT等の
セクシュアルマイノリティ
対応の研究」より

誰もが楽しめる旅に向けて LGBTの困りごとの旅

前編 調査編

社会的には浸透してきたが、旅行業界での取り組みについてはまだこれからといえる「LGBT」。旅行の場面でどのような課題があり、何ができるのか、調査を通じて見えてきた実態を踏まえて考察する。

はじめに

客観的なデータから LGBT旅行者像を知る

法制化の動きに向け まずは実態の理解から

誰もが安心して楽しめる「ユニバーサルツーリズム」の促進、普及については、すでに国としての取り組みが進んでいる。しかしその対象は、障がい者や高齢者など身体的な困難を抱えた人が中心であり、LGBTを含むセクシュアルマイノリティは主な対象にはなっていない。一方で最近はいわゆるLGBT理解増進法（正式名称：性的指向および性同一性に関する国民の理解増進に関する法律）の検討も進んでいて、いずれは国全体での対応が必要になると見られている。

地方自治体に目を向けると、少なくない自治体が同性カップルを対象としたパートナーシップ制度を導入するなど、国に先立って対応が進んでいる。旅行関連でも、2018年の沖縄県による観光事業者向けLGBT対応セミナーなどの先行例がある。こうした例から、国内旅行業界全体として、先んじて検討を進めておくことが望ましいといえそうだ。

LGBT理解増進法の議論が進む中、SNSなどでは、男女別の大浴場やトイレの利用について、さまざまな懸念の声も上がっている。しかし、そうした議論の根拠となる客観的な事実については、信頼できるデータが少ないのが実情だ。

じゃらんリサーチセンター（以下JRC）ではこの状況を踏まえ、『LGBT等のセクシュアルマイノリティ対応の研究』（筑波大学との共同研究）を実施。①セクシュアルマイノリティについての信頼できるデータの収集と、②データの分析による望ましい対応の提示に取り組んだ。

その成果について、今号と次号の2回に分けて紹介する。今号では、定量調査、定性調査で得られたデータと、そこから得られる視点を確認し、次号では、観光事業者による先行対応事例と、事例から見えてきた対応のポイントを紹介したい。

セクシュアルマイノリティ関連用語集

LGBT【エルジービーティー】
Lesbian（レズビアン、女性同性愛者）、Gay（ゲイ、男性同性愛者）、Bisexual（バイセクシュアル、両性愛者）、Transgender（トランスジェンダー、本稿においては出生性と性自認が一致しない人）の略。正確にはLGBTに当てはまらないセクシュアルマイノリティもいるが、セクシュアルマイノリティの総称として使用されることも多い。

出生性【しゅっせいせい】
生まれた時に割り当てられた性別。本人の性自認とは異なる場合もある。

SOGI【ソジ】
Sexual Orientation（性的指向、好きになる性）＆Gender Identity（性自認、本人が思う心の性別）の略。

アセクシュアル
他者に対して性的欲求を抱かない人。

パンセクシュアル
男女関係なく性的欲求を抱く人。本来は、男女どちらにも性的欲求を抱くバイセクシュアルとは異なる。

調査❶ ウェブ調査

LGBTに分類される人は人口の6・6％ 属性によって困難の度合いは異なる

LGBTを含め8・9％の人がマイノリティに相当する

最初に、日本国内にいるLGBT当事者がどのような困難を抱えているのかを数字で捉えるため、ウェブで調査を行った。

スクリーニング調査では、日本国内でセクシュアルマイノリティの占める割合を推定するため、人口動態に沿って調整した13万人を対象に、出生性【用語集】とSOGI【用語集】を尋ねた。「LGBTのどれに該当するか」ではなく出生性と性的指向、性自認で分類する手法は、セクシュアルマイノリティの人口を測るにあたって、より客観的かつ正確に実態を捉えることができると考えられる。

回答者のうち、出生性と性自認が一致しない人をトランスジェンダーとし、その他については出生性・性自認と性的指向の組み合わせで分類した結果、全体の8・9％がセクシュアルマイノリティに該当することが分かった（図1）。この中にはアセクシュアル【用語集】、性的欲求を抱く対象がどの属性かわからないセクシュアルクエスチョニング（本研究での造語）等も含まれるため、LGBTと呼ばれる人は全体の6・6％ということになる。逆に出生性・性自認・性的指向のいずれかについて回答を拒否した人も2・5％存在するため、それらの人々も加えると、全体の11・4％は何らかの困難を有している可能性がある。

ウェブ調査概要

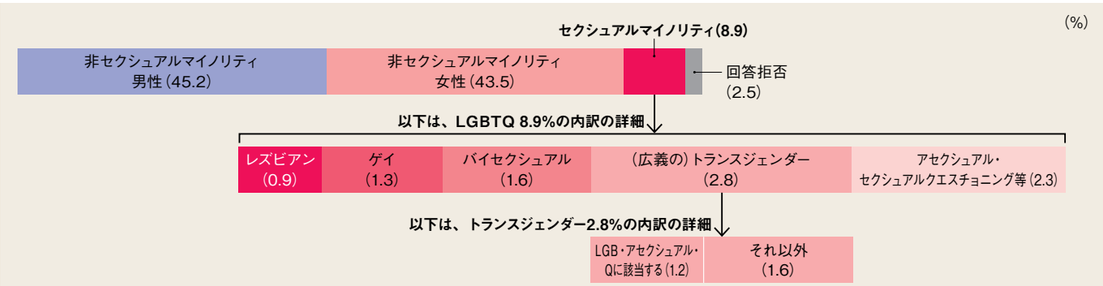
①スクリーニング調査

調査対象者	全国20歳から79歳までの日本在住者（株式会社インテージの登録モニター）
回収数（割付）	20-30代／40-50代／60-70代（3区分）×男／女（2区分）について、2015年実施の国勢調査データをベースに、人口動態を加味して2022年の人口様態に沿って株式会社インテージが作成したモデルにて母集団形成を行った。計131,735人。
調査方法	インターネット調査
調査期間	2022年6月13日～17日

②本調査

調査対象者	スクリーニング調査における、LGBT各属性および非セクシュアルマイノリティ（株式会社インテージの登録モニター）
回収数（割付）	LGBTおよび非セクシュアルマイノリティについて、それぞれ20-30代／40-50代／60-70代（3区分）について100サンプルずつ抽出した。計1,500人。
調査方法	インターネット調査
調査期間	2022年6月13日～17日

図1 日本においてセクシュアルマイノリティの占める割合



※一般的なLGBTの形式で分類を検討するため、また統計上の都合等により、パンセクシュアル【用語集】についてはバイセクシュアルに含めることとした。 ※トランスジェンダーの詳細における「それ以外」については、MtF【用語集】・FtM【用語集】でヘテロセクシュアル（異性愛者）および性的指向が無回答の者、Xジェンダー【用語集】・ジェンダーフルイド【用語集】・自身の性自認を自身でも把握していないジェンダークエスチョニング（本研究での造語）・性自認がその他の者のうち、バイセクシュアル・アセクシュアル・その他非典型的な性的指向でない者を合計した。したがって、Xジェンダー等については出生性から見た場合、外形的にホモセクシュアル（同性愛者）に見える者も含まれる。

MtF【エムティエフ】
男性から女性への性別移行を望む人。「トランス女性」と同義。

FtM【エフティエム】
女性から男性への性別移行を望む人。「トランス男性」と同義。

Xジェンダー
性自認が男女どちらにも当てはまらない人。日本独自の表現。

アウティング
当事者本人の了解のないまま、その人の性的指向や性自認を第三者に暴露する行為。本人の意志で公表する「カミングアウト」とは異なり、人格権やプライバシー権を著しく侵害するものとされる。

ジェンダーフルイド
性自認が時と場合で揺れ動く人。

ポリアモリー
関係者全員の合意のもと、複数のパートナーと恋愛関係を結ぶ恋愛スタイル。

ノンバイナリー
性自認・性表現に男女の枠組みをあてはめない人。

ジェンダークィア
Xジェンダーと概ね同義。

ALLY【アライ】
ストレートアライの略。セクシュアルマイノリティ当事者に共感して支援する非セクシュアルマイノリティのこと。

調査❷ 定性調査

「選べる」「事前の情報提供」で困難の多くは解決できる

「個室風呂の泉質」に関する情報がなぜ重要か？

調査①の結果では、LGBTの各属性において何らかの困難があることが示されたが、その困難の内容が具体的にどのようなものかを探るため、各属性に該当する8名の当事者を対象にヒアリングを行った。なおこのヒアリングについては筑波大学と共同で実施している。

表4は、それぞれの属性ごとに特徴的だった意見をまとめたものだ。

共通して見られたのは、「カップルプランのように、利用者の関係性に基づいて提供されるプランが利用できない」「浴衣やアメニティが男女で分かれているのが嫌だ」という、男女二元論的（バイナリー）な発想に基づくサービスへの違和感だ。「チェックイン／チェックアウトの際には人と対面しない機械式がよい」という意見も共通していて、これは有人対応の際に起こり得るトラブルを避けるためと考えられる。

LGBTへの対応という場面でよく話題に上る大浴場やトイレの利用については、レズビアンを除くすべての属性の当事者から何らかの不都合があるという意見が出た。その内容は、「性的対象となり得る同性の人と大浴場やトイレを一緒に利用したくない」（ゲイ）、「肌を晒すと（自分がトランスジェンダーであることが）バレるという感覚がある」（トランスジェンダー）のように、他人に肌やプライベートな部分を見せることへの抵抗感が中心で、そうした状態を避けるためにも「貸切風呂があると心理的ハードルが下がる」（バイ／パンセクシュアル）という声もあった。とくにトランスジェンダーの場合、戸籍性は男性だが外見は女性に移行済みである場合など、「戸籍性で判断するとむしろ混乱が生じることがある」とした上で、「どう振る舞うべきかは本人が一番よくわかっており、（中略）当事者は問題が起きないように大浴場を利用しないことがほとんど」という意見も出た。

とはいえ温泉が好きで温泉には入りたいという人も当然いる。そうした場合、客室風呂や個室風呂の利用意向が高くなるが、大浴場は温泉で利用時」については、いずれの属性においても困難があり、非対面で完結できる手続きへのニーズの高さが感じられる結果となった。

なお本調査では、旅行場面ごとの「不快なこと」についても尋ねたが、結果は「困難」を尋ねた問いと似通っていて、両者の間にある程度の相関が感じられた。旅行場面で困難と感じられていることは、概ね不快なことでもあると受け取って問題なさそうだ。

困難・不快が解消すれば旅の回数は増えるか？

さらに、こうした困難、不快が解消すれば旅行回数が増えるのかを尋ねた。その結果、ゲイ、バイセクシュアルでは「増える」と回答する傾向が見られた（表3）。

レズビアンとトランスジェンダーについては、困難、不快が解消しても旅行が減少する傾向があるが、もともと困難の度合いの高くないレズビアンと、困難を感じている度合いの高いトランスジェンダーでは、それぞれ理由が異なる可能性がある。考えられる理由についての詳細は、それぞれの当事者に直接ヒアリングをした調査②の結果とともに紹介したい。

バイセクシュアルとトランスジェンダーでとくに困難が大きい

本調査では、LGBT各属性の当事者が、国内宿泊旅行でどのような困難を抱えているかを尋ねた。

旅行の同行者別に見てみると、バイセクシュアル、トランスジェンダーで幅広く困難が生じていて、ゲイやレズビアンについても親や子供との旅行等で困難があることが分かった（表1）。

旅行の場面別の困難については、「利用できない・利用できなかった」を含め「困る・困った」場面を尋ねた（表2）。レズビアンについては、特定の場面において困難はあるものの、他の属性と比べると困難の度合いは高くない。一方、ゲイ、バイセクシュアル、トランスジェンダーにおいては、「旅行の時期（季節や服装など）などの選択」「性別や関係性に基づくプランの選択」「プール・海水浴場・ジムの利用」などでの高い困難が見て取れる。さらにバイセクシュアルとトランスジェンダーでは、「大浴場の利用」や「高級なレストランでの食事」についても高い困難が存在していることがわかった。また、「旅行会社・旅行代理店の有人窓口の

表1　同行者別の困難（各同行者ごと単一回答）

「あなたが以下のような相手との国内宿泊旅行、または修学旅行をする際に、何か困る（困った）場面がありますか。
それぞれについて、最もあてはまるもの（あてはまる程度）をお選びください。」の設問に対して「困る・困った」「少し困る・少し困った」のいずれかを回答した者の割合。

	全体	レズビアン	ゲイ	バイセクシュアル	トランスジェンダー	非セクシュアルマイノリティ全体	非セクシュアルマイノリティ女性	非セクシュアルマイノリティ男性
調査数（※）	(≧825)	(≧173)	(≧167)	(≧146)	(≧157)	(≧168)	(≧78)	(≧87)
1人旅	36.5	40.0	35.7	40.6	34.3	31.6	37.2	27.1
友人・知人との旅行	30.3	28.9	27.2	36.6	33.1	25.0	25.0	25.0
配偶者・パートナー（恋愛や結婚相手）との旅行	20.6	15.4	20.5	26.2	23.0	18.3	19.8	16.7
親との旅行	22.2	20.7	20.6	31.1	24.5	13.1	12.1	14.0
兄弟・姉妹・いとことの旅行	21.8	18.0	23.4	26.3	24.2	16.7	18.5	14.9
子ども・孫との旅行	22.1	22.0	26.3	25.3	20.4	17.0	16.9	17.2
修学旅行	34.6	27.5	30.5	45.9	42.9	25.4	27.5	23.4
会社の同僚・関係者との旅行（社員旅行など）	38.0	32.4	32.0	47.7	45.3	32.1	35.8	29.5

※調査数（割合の基数）は、各項目の回答者から「わからない・覚えていない」「自分には当てはまらない・この旅行をするつもりはない」と回答した者を除いた人数。　(%)
※調査数は各項目ごとに異なるため、最小の値を記載した。

表2　旅行場面ごとの困難（各旅行場面ごと単一回答）

「以下の旅行の場面について、これまでの国内宿泊旅行で困ったことがある、または今後旅行する際に困りそうだということがありますか。
それぞれについて、最もあてはまるもの（あてはまる程度）をお選びください。」の設問に対して「困る・困った（利用できない・利用できなかったを含む）」
「少し困る・少し困った」のいずれかを回答した者の割合。

	全体	レズビアン	ゲイ	バイセクシュアル	トランスジェンダー	非セクシュアルマイノリティ全体	非セクシュアルマイノリティ女性	非セクシュアルマイノリティ男性
調査数（※）	(≧799)	(≧148)	(≧183)	(≧144)	(≧150)	(≧167)	(≧75)	(≧89)
旅行の時期（季節や服装など）の選択	36.3	33.7	30.2	44.6	43.0	29.4	40.3	18.6
宿泊施設の部屋（ベッドや布団の種類や広さ）の選択	22.9	20.2	25.2	24.1	24.4	20.6	23.6	17.6
宿泊施設の性や関係性に基づくプラン（カップルプランやレディースプランなど）の選択	16.2	9.9	25.7	17.7	18.1	10.6	9.3	11.9
宿泊施設のオンライン予約（性別記入や風呂トイレの情報の確認など）	15.6	13.3	19.2	17.1	17.5	10.9	9.6	12.2
旅行会社・旅行代理店の有人窓口の利用時	16.3	18.7	19.0	17.4	19.0	7.3	3.8	10.5
目的地への公共交通機関の利用時	27.4	26.8	23.6	29.6	34.2	23.0	25.8	20.3
レンタカーのレンタル時や利用時	18.6	19.6	20.0	20.8	22.7	11.0	10.7	11.3
タクシーの利用時	16.6	14.9	17.5	19.5	16.4	14.3	11.8	16.5
宿泊施設でのチェックイン時	12.0	8.7	16.5	11.5	13.4	10.3	8.9	11.6
宿泊中の宿泊施設スタッフとのコミュニケーション	11.9	11.0	12.9	11.5	15.9	8.1	3.7	12.6
宿泊施設が行うキャンペーン（美容アメニティの提供など）	12.4	10.4	13.7	12.3	16.9	8.5	6.7	10.6
宿泊施設の部屋の備品（浴衣やパジャマ、カミソリやクシなど）	16.1	11.9	18.1	17.4	19.9	13.2	12.9	13.4
宿泊施設のラウンジや共用スペースの利用時	14.9	13.7	15.1	15.5	20.2	9.8	7.2	12.2
宿泊施設の大浴場の利用時	23.2	22.1	16.7	29.4	29.9	18.0	20.4	15.6
宿泊施設の部屋風呂・家族風呂の利用時	12.2	12.6	11.8	12.3	15.6	8.8	9.3	8.3
宿泊施設での食事	16.9	15.0	21.3	16.8	20.1	11.8	11.4	12.2
カジュアルなレストランでの食事（大衆食堂やファミリーレストランなど）	12.1	13.3	16.5	8.8	14.4	7.5	6.7	8.3
高級なレストランでの食事	26.2	20.3	23.4	30.1	39.7	17.6	16.0	19.1
プール・海水浴場・ジムの利用時	24.5	25.3	23.3	29.4	29.6	15.7	18.2	13.5
トイレの利用時	23.4	22.4	20.0	25.4	28.7	20.4	24.6	16.3
宿泊施設やレストランにサプライズ（記念日のお祝いなど）を依頼する時	18.6	19.3	24.0	18.3	17.3	13.2	14.1	12.4
旅行先を選定する際に目にする広告や案内	12.4	13.1	14.6	10.6	15.7	8.3	8.4	8.2
旅行中に目にする広告や案内	11.9	11.7	12.4	11.2	15.4	8.8	6.9	10.6
宿泊施設でない観光施設（テーマパーク、道の駅など）の利用時	15.3	12.3	19.9	13.5	20.0	11.5	12.9	10.0
体験コンテンツ（手作り体験、スポーツなど）の利用時	16.9	15.0	20.7	17.9	20.1	11.2	11.1	11.2
みやげ物屋や商店の利用時	10.4	11.5	12.0	9.9	12.4	6.1	4.4	7.7

※調査数（割合の基数）は、各項目の回答者から「わからない」「利用しない・利用したことがない」「答えたくない」と回答した者を除いた人数。　(%)
また「レンタカーのレンタル時や利用時」はモニター登録情報において、自動車運転免許保有と登録している者のみの回答。
※調査数は各項目ごとに異なるため、最小の値を記載した。

表3　困難や不快が解消した場合の旅行回数の変化（単一回答）　(%)

	調査数	増えると思う	少し増えると思う	変わらないと思う	減ると思う	わからない
全体	(1,040)	15.1	27.0	42.0	8.5	7.4
レズビアン	(198)	12.1	29.3	42.4	12.1	4.0
ゲイ	(185)	21.6	28.6	35.7	11.4	2.7
バイセクシュアル	(231)	15.6	29.9	40.3	6.9	7.4
トランスジェンダー	(232)	14.2	23.3	40.5	8.6	13.4
非セクシュアルマイノリティ全体	(194)	12.4	24.2	51.5	3.6	8.2
非セクシュアルマイノリティ女性	(106)	11.3	22.6	56.6	2.8	6.6
非セクシュアルマイノリティ男性	(88)	13.6	26.1	45.5	4.5	10.2

旅行において何かの項目で困難や不快なことがあったと回答した者に対して「ここまで答えていただいた『困ること』や『不快なこと』が減少した場合、あなたは国内宿泊旅行に行く回数が増えると思いますか。」と聴取した回答。

定性調査結果のポイント

□バイセクシュアル・トランスジェンダーではとくに困難・不快が多い
□困難・不快の解消は旅行回数増につながり得る

表1・表2・表3の色分けについて、レズビアンは非セクシュアルマイノリティの女性と、ゲイは非セクシュアルマイノリティの男性と、バイセクシュアル・トランスジェンダーは非セクシュアルマイノリティの男女合計と比較した。非セクシュアルマイノリティ女性と非セクシュアルマイノリティ男性は相互に比較した。
それぞれの色分けについて、　5 ポイント以上高いもの　10 ポイント以上高いもの　赤字カイ二乗検定（有意水準5%）で有意だったもの。

あっても客室風呂や個室風呂には温泉が引かれていないという宿もあるため、「（客室風呂や個室風呂の）泉質が明記されているとよい」という意見もあった。

また、トランスジェンダー特有の問題として、「性自認とは異なる性として取り扱われる『ミスジェンダリング』」を挙げる声があった。今のところ、宿泊施設の窓口や旅行予約時においては性別の聴取をするケースもあるが、「そもそもなぜ聴取するのか理由が分からない」といった意見もある。場合によってはアウティング【用語集】にもつながりかねないため、対応については考慮する必要があるといえるだろう。

特別な対応は望まないが選択肢があると嬉しい

調査①の結果からは、困難が解消された場合であっても、レズビアン・トランスジェンダーでは旅行回数は増えないという共通点が見られたが、ヒアリング結果からは、各自がそう回答する理由は正反対とも取れる。レズビアンはそもそも旅行でほとんど困難を感じていないため、解決すべき「問題」が少なく、一方トランスジェンダーは逆に幼い頃から困難が多すぎるため、「それを乗り越えてまで旅行をしたくない」ことが理由となっている可能性があるのだ。

全体として、LGBT当事者が望んでいるのは特別な対応ではなく、男女カップルと同様のサービスが受けられることや、温泉が引かれた貸切風呂など、問題を避けつつ旅を楽しむための「選択肢」だということにも留意しておきたい。男女別に用意されがちな浴衣について「必ずしもオールジェンダー化してほしいというわけではなく、デザインやサイズが自由に選べたりするとよい」という意見が出たのも、選択肢で解決できる好例だろう。

次号では、こうしたことを踏まえつつ、すでにLGBT対応に取り組んでいる事例を紹介する。

定性調査でのヒアリング対象

□Aさん（30代）：レズビアン
□Bさん（20代）：ゲイ
□Cさん（30代）：トランスジェンダー（FtM）（恋愛対象は女性）
□Dさん（30代）：トランスジェンダー（MtF）（恋愛対象は男性）
□Eさん（20代）：ジェンダーフルイド【用語集】（出生時女性）、パンセクシュアル、ポリアモリー【用語集】
□Fさん（30代）：ノンバイナリー【用語集】（出生時男性）・パンセクシュアル
□Gさん（30代）：ノンバイナリー（出生時男性）、パンセクシュアル
□Hさん（30代）：ジェンダークィア【用語集】（出生時男性）、バイセクシュアル

聴取期間：2022年10月～12月
（対面またはオンラインミーティングにて実施）

表4　LGBT各当事者へのインタビューにおける特徴的な意見

属性にかかわらず共通して出た意見

□カップルプランなどが使えなかったり、使えるかどうか気になる。同性どうしでも利用できるならば、利用できる旨を示してほしい。
□浴衣やアメニティが男女で分かれていたり、男女で宿泊することを前提に想定されていると、バイナリー（男女二元論的）に決めつけられているようで嫌な感じを抱く。
□浴衣は必ずしもオールジェンダー化してほしいというわけではなく、デザインやサイズが自由に選べたりするとよい。アメニティも自分の欲しいものを選べるようにしてほしい。
□チェックイン／チェックアウトは人と対面しないような機械式の方が嬉しい。宿泊旅行の手配も、旅行代理店は用いず、オンラインで予約するようにしている。

レズビアンから出た意見

□宿泊施設で困ることがほとんどない。女性どうしで旅行に行くことは男性どうしに比べて世の中的に許容されている。カップルプランも以前は利用していなかったが、一回利用してみたら大丈夫だったのでそれ以降利用している。
□性的指向が同性であってもトイレや大浴場が使いづらいわけではなく、周囲のレズビアン当事者からも使いづらいという意見を聞いたことはない。

ゲイから出た意見

□性的対象となり得る同性の人と、大浴場やトイレを一緒に利用したくない気持ちがある。ゲイの中にはトイレを利用しづらいという意見が一定数ある。ただし、ゲイの中には大浴場で同性と一緒に風呂に入ることに抵抗を感じない人もいる。
□修学旅行等では同性に肌を見せたくないため、トイレを用いて着替えをした。社員旅行ではカミングアウトをしていたにもかかわらず配慮が足りず困った。

バイ／パンセクシュアルから出た意見

□身体的には女性だが、異性と旅行に行ったときに一緒に風呂に入れないことにむしろ違和を感じたことがある。
□貸切風呂があると心理的ハードルが下がる。「家族風呂」よりは「貸切風呂」のようにフラットなネーミングがよい。

トランスジェンダーから出た意見

□宿泊施設の窓口や旅行予約時において性別を記入することが辛く、聴取している理由が分からない。「その他」や「回答しない」という選択肢がほしい。あるいはシステム上にあらかじめ登録しておいて、都度選択させないでほしい。
□旅行や飲食店で、性自認とは異なる性として取り扱われる「ミスジェンダリング」が一番の問題である。自己のアイデンティティと異なる性として取り扱われたり、性自認と異なる性別の表記のある設備（トイレなど）を利用させることなどである。
□肌を晒すとバレるという感覚があり、更衣室なども男・女・個室などのように分かれているとありがたい。
□トランスジェンダーは移行時期によって困難の度合いが異なり、出生性の設備を利用せざるを得ないこともある。
□トイレや大浴場について、戸籍性で判断するとむしろ混乱が生じることがある。どう振る舞うべきかは本人が一番よくわかっており、司法の判断も生活実態を重視している。しかし、トランスジェンダー当事者は問題が起きないように大浴場を利用しないことがほとんどだと思われる。
□LGBTフレンドリーな施設の特集などをするよりも、事実ベースで個室風呂や貸切風呂があるのか否か、泉質がどうであるかなどを明らかにして、検索できるようにしてほしい。

調査を振り返って

「気にしすぎ」が混乱のもと？ 望まれているのは「できる範囲」の対応

今回の研究は筑波大学との共同研究を含めて実施。大学側の中心人物でありセクシュアルマイノリティ対応に詳しい土井裕人氏と、担当研究員の五十嵐大悟が、調査結果の受け止め方を語り合った。

今日的に見えて普遍的な問題

土井　LGBT理解増進法に関しては、ネット空間などで、とくにトランスジェンダーをめぐってバッシングとも言える事態も起きています。しかし調査結果を見ると、例えばトランスジェンダー女性が女性用大浴場を使いたいといった要望はないし、そういう要望を受けたという宿泊施設の声もないんですよね（※）。男湯に入りたくないトランス女性はいても、それは「女性に交じって女湯に入りたい」ということではない。

五十嵐　基本的にはそうですよね。温泉に入りたいLGBT当事者の主な困りごとは「大浴場に入れない」ことではなく、「個室風呂に入りたいが温泉かどうか（泉質）が分からない」ということでした。考えてみればLGBTでなくても、大浴場が苦手で個室以外には入りたくない、という人は昔からいます。

土井　そう考えるとこの問題は今日的なようでいて、昔からあったけれど見過ごされていた問題といえますね。

五十嵐　とはいえ、日本では長い歴史を経て男女別の大浴場が定着してきたわけで、そこを変えるべきかといえば違うと思います。個室風呂がないなど対応できない場合は「受け入れ困難である」ことを示すのも一つの配慮ではないでしょうか。

土井　実際は当事者側も、そうしたことを気にして下調べをする人が多いです。重要なのは、特別な対応ではなく、事前に情報があって判断ができること。情報があれば「個室風呂のお湯が水道水だった」とがっかりするようなこともありません。

五十嵐　もちろん施設側も、単に対応できないと断るのではなく、可能な範囲で配慮できるとよいですよね。今回ヒアリングした宿（※）の中には、「トランスジェンダーの方からどうしても大浴場に入りたいという要望があれば、通常時間外の利用を提案する」という宿もありました。できる範囲で対応する、いわゆる「合理的配慮」と同様です。それ以上の対応を無理に迫る人がいれば、それはある種の迷惑行為といえます。

土井　無理強いをする客がいれば施設側は「管理方針として受け入れられない」と言えばよいし、そう言うことを躊躇する必要もないでしょう。

五十嵐　「理解増進法ができたら迷惑行為も許容しなければならない」などということはないはずです。そして、普通の当事者がそういう無理を言わないことは調査結果からも明らかです。ちなみに今回、調査については手法もすべて明らかにし、不透明感が残らないよう強く意識しました。土井先生にもアドバイスをいただきながら進めることで、「結論ありき」ではない、より実情に即した結果が得られたと思っています。

土井　ヒアリング調査については、日頃から筑波大学と関わりのある当事者団体と、そこから紹介された方に回答をお願いしています。他の当事者の相談や支援に当たるとともに社会と協調している方たちで、その主張も極端なものではなく、結果にも妥当性があるはずです。

五十嵐　調査設計時には、リクルートグループ内のLGBTQ＋&ALLY【用語集】のコミュニティである「COLORs」でも複数人に話を聞きました。大学と民間という離れたクラスタで話を聞いたことで、偏りも解消できていると考えています。

本質的に重要なことは何か

土井　個人的には、コロナ禍を経てチェックイン／アウトの無人化が進んだのはよかったと思います。接触を避けるオペレーションがLGBTにとってもありがたい、ということは調査結果にも表れています。

五十嵐　僕は、そもそも人は他人のSOGIにもっと無関心でもいいと思うんですよね。そこを気にしすぎて、本質的に重要でないところに労力を割くことにならないようにしたいものです。サービス提供者にとっての本質とは、「困っている人がいたらできる手助けをする」「防犯や不審者対策を適切に行う」ということであり、それはLGBTへの対応に限ったことではないと思うのです。

可能な範囲を超える対応は難しいと伝えるのも配慮の一つ

じゃらんリサーチセンター
研究員
五十嵐大悟

学生時代には地域振興、観光振興について研究。アニメーション製作会社勤務を経て2016年リクルートへ。JRCでは「新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」調査などを担当。

当事者側も宿の対応を気にして旅行前に下調べをしています

筑波大学
人文社会系　助教
土井裕人氏

筑波大学大学院人文社会科学研究科 哲学・思想専攻修了。博士（文学）。宗教思想を専門に研究しつつ、セクシュアルマイノリティの理解促進に向けたコンテンツ研究にも携わる。

※ヒアリングした宿の取り組みについては次号で紹介予定