

2021 年度 学士論文

日本企業におけるダイバーシティ&インクルージョン

～LGBT 施策を浸透・実行させるためには～

2021 年 12 月 17 日

早稲田大学商学部 4 年

1F180378-5 佐藤渚

はしがき

長期間に渡る研究が終わり、こうして卒業論文を書き上げることができたことを嬉しく思います。

思い返せばこの谷本ゼミに入ってから今まで、多くの知識と数々の学びを得てきました。3年生の春学期はとにかく新しい知識を吸収し、毎週のゼミ活動を一つ一つ乗り越えるのに必死でした。初めて先輩方と共にプロジェクトを行った夏休みからは、これまでの学びをベースにしながら、さらに新しい分野を開拓していく楽しさがありました。早稲田祭での発表や三大学合同ゼミ、ステイクホルダーミーティングと、プロジェクトを行う中で、議論の進め方や常に論理的な思考で研究を行う大切さが身に染みてわかるようになりました。

そして4年生になり、卒業論文の研究を進めていきましたが、大学の授業や就職活動など常に何かと並行しながら行わなければならない、自分のスケジュール管理の甘さを痛感することも多々ありました。特に夏休みは、10期の皆と行ったプロジェクトで班の責任者を任されることとなり、今やるべきことは何かということのをこれまで以上に考えなければなりませんでしたが、優秀な班の皆に大いに助けられ、なんとかプロジェクトを完遂することができました。その後のゼミ活動では引き続き卒業論文の執筆を進め、先生からは多くのアドバイスを、企業の方からは社内の状況についての貴重なご回答をいただき、無事書き上げることができました。

テーマを決定した経緯として、これまで漠然と「なぜLGBTへの差別があるのだろう」と考えていたのですが、突き詰めて考えていくと、LGBTへの差別を禁止する法案に反対している人はどのような意図を持ってそう主張しているのだろう、果たして自分は全く偏見を持っていないと言えるのだろうか、という考えに至りました。そこでこの卒業論文の研究で、これまでの議論や現状、これからどう改善していくのかといったことを明らかにしたいと思うようになりました。執筆を終えた今でも、本当に自分が偏見を持っていないか、固定観念を持ってLGBTの人と接してしまわないかということは明確にはわかりません。しかし、これから就職し、社会人として働く上で、どのような企業がより良い取り組みを行なっているか、自分がどう考え行動すれば良いかという指針を得ることができたと考えています。そして会社の外でも、LGBTに限らず関わる人全てに思いやりを持って接していきたいと思うきっかけにもなったのではないかと考えています。

最後にはなりますが、インタビューに快く応じてくださったEY JAPANの梅田様、リクルートの水本様、いつでも的確にアドバイスをくださった谷本先生、

これまで数々のプロジェクトを共に乗り越えてきたゼミ生の皆、関わってくださった全ての方に感謝申し上げます。本当にありがとうございました。

2021年12月17日
谷本ゼミナール9期 佐藤渚

目次

第 1 章	ダイバーシティ・マネジメントに関する議論	6
第 1 節	アメリカにおける議論	6
第 2 節	欧州における議論	7
第 3 節	日本における議論	8
第 2 章	多様性の受容	10
第 1 節	ダイバーシティ&インクルージョン	10
第 2 節	日本における現状・課題	11
第 3 章	ダイバーシティ&インクルージョンにおける LGBT	14
第 1 節	国内の動向	14
(1)	法制度・施策	14
(2)	地方自治体	17
(3)	非営利団体	17
第 2 節	海外の動向	18
第 3 節	LGBT に関わる課題と問題提起	18
第 4 章	日本企業の LGBT 施策	22
第 1 節	事例研究	22
(1)	PRIDE 指標について	22
(2)	企業の取り組み	26
(3)	事例研究を受けての考察	29
第 2 節	他セクターとの連携・協働	29
(1)	「レインボー」認定企業の取り組み	29
(2)	日本の NPO・NGO の取り組み	30
(3)	事例研究を受けての考察	32
第 3 節	海外との比較	32
(1)	海外の企業・団体の取り組み	32
(2)	事例研究を受けての考察	34
第 4 節	企業インタビュー	34
(1)	選定理由	34
(2)	企業概要	35
(3)	インタビュー内容	35
(4)	回答に対する考察	38

第 5 章 日本企業のダイバーシティ&インクルージョン	40
第 1 節 リサーチクエスチョンに関するまとめ	40
第 2 節 結論	40
第 3 節 本研究の課題	42
文献一覧	43
URL 一覧	45

第1章 ダイバーシティ・マネジメントに関する議論

第1節 アメリカにおける議論

尾崎(2017)によると、組織における人材の多様性には3つのルーツがある。それは「人権問題、異文化経営、競争力の再構築」である。

最初のルーツは、アメリカで1950年代から60年代にかけて行われた、公民権運動や女性運動などの反差別運動にある。1964年に「公民権法」が成立し、その第7篇では人種、皮膚の色、宗教、性、出身国に基づく雇用差別を禁止している。また、公民権法の成立を受けて、翌年には連邦雇用機会均等委員会(EEOC)が発足した。このようにしてアメリカ国内で人権に関する意識が高まり、法改正が進んだことで、企業もそれに伴った対応が求められるようになった。

2つ目のルーツは、異文化経営や国際経営にある。1960年代から70年代にかけて、アメリカ企業の海外進出により、多国籍企業の異文化経営についての議論がなされるようになった。議論の中で、異なる文化で育った社員がどのような働き方をするのか、社員が企業にどのような影響をもたらすのかについて考察された。しかし他国の人材が自国の人材と同じ仕事ができるとは限らない。そのため当時は、多様な文化的背景を持った人材を一つの組織で働かせることは、企業がグローバル進出する上でコストやリスクになるものとして捉えられていた。

3つ目のルーツは、企業の競争力を再構築し、向上させようという動きにある。ダイバーシティ・マネジメントが競争力を再構築するものとして考えられるようになったのはより最近のことである。先述の通り、組織内に文化の多様性を抱えることは、企業にとって少なからず手間と費用のかかるものだった。このような状況の中、競争力を再構築しようとする動きが生まれた背景として、アメリカの企業がグローバルな競争力を失っていったことが挙げられる。世界的な市場で日本を含めた海外企業の競争が激化していき、1987年10月には、アメリカの株式市場で株価が大暴落した。これは「ブラックマンデー」として知られている。企業が業績不振に陥ったことで、それまでのようにブルーカラーだけでなく、ホワイトカラーの一時解雇やリストラをし始めた。そして、余ったポストに今まで注目してこなかった女性やマイノリティ男性を登用するようになり、その優秀さを理解するようになった。多様な能力を効率的に組み合わせることで活用することの重要性から、人材の差別・区別を減らすことと合わせて「ダイバーシティ・マネジメント」として議論されるようになった。

以上のように、アメリカにおけるダイバーシティ・マネジメントは、人権問題を解決するという役割に加えて、企業の競争力を再構築するものとして注目されるようになった。

第 2 節 欧州における議論

アメリカに続いて、欧州でもダイバーシティ・マネジメントの議論が展開された。欧州においてもアメリカと同様に、職場での人権問題に対応していく中で注目された。社会的な運動や訴訟によって問題が明らかになったアメリカとは異なり、欧州では労働組合を通して問題が顕在化し、対応が行われた。1980年代までにイギリス、オランダでは職場における人種差別に関する法制度やガイドラインの整備が進んだが、それ以外の国では政治的な問題とはならなかった。

一方、女性の人権と就労に関しては、各国で議論が行われていた。フランスでは 1960 年代後半に女性解放運動が広がり、より小規模ではあるもののドイツでも同時期に同様の動きが見られた。このような流れの中で、1976 年に欧州共同体指令 207 号によって、性差に基づく就労、昇進、研修機会、労働条件の差別が禁止された(尾崎、2017)。

2018 年の株式会社 NTT データ経営研究所による「諸外国におけるダイバーシティの視点からの行政評価の取組に関する調査研究報告書」によると、イギリスでは、第二次世界大戦後、最も早くから人種差別が禁止された。世界的には、1965 年、ネオナチズムやアパルトヘイトなどを背景に、人種差別撤廃条約が採択された。これに対応してイギリスでは、1965 年に最初の人種関係法が制定され、「皮膚の色、人種又は種族的若しくは民族的出身」に基づく差別が禁止された。1968 年人種関係法では、1965 年法の規制を強化し、住宅、雇用、公的サービスにおける差別が禁止された。1976 年には、差別禁止事由に国籍が追加され、「人種、皮膚の色、国籍、種族的若しくは民族的出身」と改められた。さらに、人種関係法 2000 年改正法は、公的機関に対して人種間の平等を促進する義務を課した。

性差別に関する立法は、世界的には 1979 年の女子差別撤廃条約が大きな契機であるとされている。イギリス国内では同条約批准以前に女性差別に対応する法律が整備され、1970 年同一賃金法では、賃金における男女差別を禁止しており、1975 年性差別禁止法では、雇用、教育、ハラスメント、物資・施設・サービス、不動産の処分又は管理に関して、性別と婚姻に基づく差別を禁止している。

また、2019 年に発表された文化庁による「ダイバーシティと文化政策に関するレポート」では、イギリスにおけるダイバーシティの歴史的背景について以下のように述べられている。

イギリスでは 2010 年に制定された「平等法」に基づいてダイバーシティの基

本概念が形成された。この法律では年齢、障害、性別、性適合、婚姻および同性婚、妊娠および出産・育児、人種、宗教または信条、性的指向の9つの保護特性が明示されており、イギリスでは平等性とダイバーシティが表裏一体であるという認識がなされている。また、イギリスで現在にも影響が残っている社会的・歴史的背景として、階級社会が挙げられる。加えて現在も富裕層と貧困層の社会的・経済的格差が広がっていることから、ダイバーシティが推進され、議論が進められている。

文化庁(2019)によると、フランスでは、出自、人種、宗教などによって少数派集団を区別することなく、様々な市民の平等を国家が保証する「不可分性」を憲法の基本原理としている。この普遍主義のもとでは、ダイバーシティが社会の豊かさに繋がるという議論には結びつきづらい。しかし現実には、出自、障害、年齢、性別、性的指向、宗教的信条などに関わる差別や格差が存在しており、歴代の政府は解決策を講じてきた。1998年には「排除との闘いの基本法」の制定によって排除と差別の撤廃が目指され、憲法の改正や2000年の「パリテ法」(通称)によって男女共同参画が促進された。2005年には「障害のある人びとの権利と機会の平等、参加及び市民権に関する法律」が制定され、2013年の「同性婚法」では多様な性的アイデンティティや家族のあり方が認められるようになった。一方で、不可分性と同じく憲法上の基本原理である「政教分離」によって、政府が個人の宗教的アイデンティティに制約をかけている現状がある。

このように、フランスにおけるダイバーシティの議論は、一体性を重視する国家の基本理念との兼ね合いで進めていかなければならないと言える。

第3節 日本における議論

日本では、日本国憲法第14条によって、人種、信条、性別、社会的身分又は門地による差別が禁止されている。また、1947年には労働基準法が制定され、3条では国籍、信条または社会的身分を理由とする労働条件差別、4条では性別を理由とする賃金差別が禁止されている(長谷川2013、pp.2-3)。その他様々な法律によって、職場での差別が禁じられている。このように法制度上では人種差別を禁じているものの、実際に職場での差別が存在していなかったわけではない。職種、採用人数、解雇、給与、配置や昇進などにおいて、女性は性差による差別的な扱いを受けてきた。

このような問題が存在している日本において、ダイバーシティの取り組みは、1980年代以降に女性の活躍推進を中心として進められてきた。中村(2018)によると、その背景として①日本の女性の活躍が国際的に見て遅れていたこと、②

少子化による労働力人口の減少や、高齢化に伴う労働力人口構造の高齢化により、今まで活用されていなかった女性労働力が着目されたこと、③就業率の男女格差を解消し、GDPの押し上げが期待されたことなどが挙げられている。

加えて、アメリカや欧州などの海外での議論も日本のダイバーシティ・マネジメントの促進に影響を及ぼした。1981年に国連によって「女子に対するあらゆる形態の差別の撤廃に関する条約(CEDAW)」が発行され、日本もこの条約に批准した。その後日本国内の法整備が進められ、1986年には「男女雇用機会均等法」が施行された(尾崎、2017)。さらにグローバル化により海外進出する企業が増加したことで、企業はよりダイバーシティを推進していく必要に迫られるようになった。

一方で谷口(2008)は、日本で本格的にダイバーシティの議論が始まったのは2000年からであると述べている。この年、「日経連ダイバーシティ・ワークルール研究会」が設立された。同研究会は組織におけるダイバーシティを、多様性を重視し、生産性と創造性を高めるものとし、特に性別、人種、国籍、宗教異なる価値観に焦点を当てている。そして、働きやすい職場、風通しの良い組織を作っていくという点において、ダイバーシティ・マネジメントはこれまでの人事施策の延長にあるとしている。

このようにして、日本では女性差別の解消、女性の活躍推進を中心にダイバーシティ・マネジメントの議論が進められてきた。アメリカで始まったダイバーシティ・マネジメントに関する議論は、欧州や日本を含めて社会の普遍的な課題、経営上の課題として認識されるようになっていった。

第2章 多様性の受容

第1節 ダイバーシティ&インクルージョン

先述の通り、アメリカや欧州での議論を受けて、日本企業においてもダイバーシティを推進する重要性が高まっている。そこでよりダイバーシティを推進していくために、近年注目されている、多様性の「受容」を意味する「ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)」の考えを取り入れたマネジメントが必要であると考えられる。

一般社団法人日本経済団体連合会(以下、経団連)が2017年に発表した「ダイバーシティ・インクルージョン社会の実現に向けて」では、ダイバーシティ&インクルージョンについて以下のように述べられている。「『ダイバーシティ・インクルージョン』とは、多様性を受け入れ企業の活力とする考え方である。企業の組織活性化、イノベーションの促進、競争力の向上に向けて、まずは女性、若者や高齢者、LGBT、外国人、障害者等、あらゆる人材を組織に迎え入れる『ダイバーシティ』が求められる。その上で、あらゆる人材がその能力を最大限発揮でき、やりがいを感じられるようにする包摂、『インクルージョン』が求められる。ダイバーシティとインクルージョンの双方があいまって、企業活動の活力向上を図ることができる。また、ダイバーシティ・インクルージョンの実現は、全ての従業員が自己実現に向けて精力的に働くことのできる環境を生み、従業員一人ひとりのQOLの向上にもつながっていく。」

また、中村(2017)は、「ダイバーシティ&インクルージョン(ダイバーシティ・マネジメント)とは、多様な人材を企業組織に受け入れ、それらすべての人々が多様性を活かしつつ、最大限に自己の能力を発揮できると感じられるよう戦略的に組織変革を行い、企業の成長と個人の幸福に繋げようとするマネジメント手法」と定義している。

また、松田・石川(2018)によれば、「ダイバーシティ&インクルージョンを奨励する職場風土は、女性だけでなく男性においても、優しさ、共感性、感受性など、職場の対人関係やチームワークの強化に有効な共同性を高めることが示唆された。そして、共同性が高まることで自分らしさの感覚である本来感が向上し、その結果、仕事に対する活力、熱意、没頭が高まり、抑うつ傾向を軽減する可能性が示唆された。」と述べられている。

このようにダイバーシティを実現した上で、それを単なる企業経営のあり方として捉えるだけではなく、当事者意識を持って多様性を受容していくことで、従業員が働きやすい環境を作り出すことができると考えられる。そしてそのような環境で働くことで、従業員一人ひとりがより良い成果を生み出し、企業の競争力向上に繋がっていくと考えられる。

さらに、ダイバーシティ&インクルージョン推進に関する経団連（2017）の主な取り組みは以下の通りである。

- ①女性の活躍推進(女性の活躍推進委員会)
- ②若者・高齢者の活躍支援(雇用政策委員会)
- ③働き方改革(労働法規委員会)
- ④高度外国人材の受け入れ促進(人口問題委員会)
- ⑤バリアフリー社会の実現(生活サービス委員会)

第2節 日本における現状・課題

ダイバーシティ&インクルージョンにおける日本の現状として、中村(2018)は、「女性活躍を中心に2010年以降本格化したのが、その後の進展はさほど進んでいない。」と述べている。日本におけるこれまでの女性に関する施策は女性の活躍の基盤づくりとしての色が強く、多様な人々が活かされることにより組織変化が生じ、企業の経営成果の向上を目指すダイバーシティ・マネジメントの段階には至っていないのが現状であると記されている。

また法整備の観点から見ると、日本では女性活用や働き方改革に関する法整備が行われており、企業の取り組みの評価や、取り組みを促進するために「くるみん」や「えるぼし」といった認定が行われている。しかし、法整備や企業の取り組みを推進する活動が行われているものの、世界における日本企業のダイバーシティに関する位置づけは未だ低い(酒井、2017)。世界経済フォーラムが2021年に発表したGGI(ジェンダーギャップ指数)のランキングでは、日本は156カ国中120位であった。

一方で企業のグッドプラクティスの紹介や表彰が開始されている。「ダイバーシティ経営企業100選」や、「J-Winアワード」などによって、ダイバーシティ・マネジメントを先進的に行なっている企業が表彰されている。

「ダイバーシティ経営企業100選」とは、経済産業省が平成24年度から行なっている取り組みのことである。ダイバーシティ経営に取り組む企業のすそ野拡大を目的に、多様な人材の能力を活かし、価値創造につなげている企業を表彰する取組として実施され、これまでの9年間で282社が選定された。

「J-Winアワード」は、「特定非営利活動法人ジャパン・ウィメンズ・イノベティブ・ネットワーク」(NPO法人 J-Win)が2008年から実施している取り組みで、日本企業におけるダイバーシティ&インクルージョン推進を加速することを目的としている。各企業におけるダイバーシティ&インクルージョン推進の進捗度を数値化して絶対評価するアセスメントと、推進状況の相対評価により先進企業に表彰を行なっている。

また、中村(2018)は、これまでの日本政府の高齢者、障害者に関するダイバーシティの取り組みを踏まえて、以下のようにまとめている。

高齢者の雇用については、福祉的な色が強く、戦略的人事管理とは言い難い状態にあったと言える。今後ますます高齢社員が増加する状況においては、高齢者を企業の戦力として捉える必要がある。そのため、高齢雇用者に関するダイバーシティ&インクルージョンへの取り組みの必要性が生じてきている。

高齢雇用者に関する国の施策は、①高齢者雇用の必要性の増加と推進上の困難性、②高齢者の収入確保・安定化、③労働力人口の減少などを背景に、「中高年齢者等の雇用の促進に関する特別措置法(中高年齢者雇用促進特別措置法)」の一部が改正され、1986年に「高年齢者等の雇用の安定等に関する法律(高年齢者雇用安定法)」が制定されたことで本格化したと考えられる。

将来的には、法制的に定年延長などの施策の実施が必要ではあるが、高年齢者の時間的体力的な制約条件などを考慮に入れ、どの高齢者も同じ働き方をするということが当然という認識を手放すことが必要である。そして、多様な人々、多様な働き方があることを前提として、多くの人々が自身の潜在的な能力を十分に発揮できるような高年齢者に関するマネジメント施策に移行して行く必要がある。

障害者に対するダイバーシティの取り組みは当初、「障害者福祉」や「人権尊重」という視点から進められてきたが、近年は、健常者と障害者が「共生する社会」という理念徐々にも浸透してきている。

障害者に関する国の施策は、1960年に制定された身体障害者雇用促進法がその後の障害者雇用施策の元となり、その後、1976年に「改正身体障害者雇用促進法」が施行され、障害者雇用の促進がなされた。その後も2006年に「障害者自立支援法」が施行され、2013年に障害者雇用率が1.8%から2%に引き上げられるなどの改正が行われてきた。

しかし、障害者の雇用制度に関しても、企業に障害者の雇用義務を課すというような福祉政策として捉えられている。障害者を積極的に受け入れ、活かしていく企業の成長戦略的視点を持つことが重要である。

高齢者・障害者のダイバーシティに関するこれまでの政府や企業の対応を踏まえると、どちらも企業の成長戦略の視点からではなく、福祉的な視点から雇用を行っていたことがわかる。高齢者・障害者の枠で捉えるのではなく、一人一人の能力を見極めて雇用し、企業経営に生かしていくことが必要だと言える。

松田・石川(2018)が述べているように、日本では女性の社会進出を掲げている企業が多く、本来のダイバーシティが指し示す多様性に比べて、限定的とも

言える。また、高齢者や障害者に関しても古くから法整備が進められている。そこで本研究では、「見えないマイノリティ」である LGBT に焦点を当てる。

第3章 ダイバーシティ&インクルージョンにおける LGBT

LGBTとは、性的指向であるレズビアン(Lesbian、女性同性愛者)、ゲイ(Gay、男性同性愛者)、バイセクシュアル(Bisexual、両性愛者)と、性自認であるトランスジェンダー(Transgender、心と身体の性の不一致を感じている人々)の頭文字をとって組み合わせた言葉である(中西、2017)。

LGBTに対する差別や偏見によって、当事者は不平等を強いられてきた。最近になって LGBT の問題が取り上げられるようになったものの、これまでダイバーシティについて議論する上で重要な課題とみなされて来なかった。また、差別や偏見は目に見えるものではないため、企業や行政による具体的な施策が講じられにくい現状がある。

第1節 国内の動向

(1) 法制度・施策

2002年3月15日、「人権教育・啓発に関する基本教育」が閣議決定された。その中で、女性、子供、高齢者、障害者、同和問題、外国人、アイヌの人々、HIV感染者・ハンセン病患者等、刑を終えて出所した人、犯罪被害者等、インターネットによる人権侵害、北朝鮮当局による拉致問題等という項目に加えて、「以上の類型に該当しない人権問題、例えば、同性愛者への差別といった性的指向に係る問題や新たに生起する人権問題など、その他の課題についても、それぞれの問題状況に応じて、その解決に資する施策の検討を行う。」と記載された。

2003年、「性同一性障害者の性別の取扱いの特例に関する法律」(以下、特例法)が成立し、2004年7月に施行された。これは、性的マイノリティに関する日本で唯一の法律であり、法令上の性別の取扱いと戸籍上の性別記載の変更を認めるものである。そして、以下の要件を全て満たしている必要がある。

- ① 二十歳以上であること。
- ② 現に婚姻をしていないこと。
- ③ 現に子がいないこと。
- ④ 生殖腺がないこと又は生殖腺の機能を永続的に欠く状態にあること。
- ⑤ その身体について他の性別に係る身体の性器に係る部分に近似する外観を備えていること。

これら5つの要件を満たして初めて性別取扱いの変更の審査ができるが、④や⑤の要件を満たすためには性別適合手術を受けなければならない。性同一性障害者の全員がこの手術を望んでいるわけではないため、これらの要件は非常に厳しいものであり、特例法には多くの課題が残っているとと言える。

2010年4月23日、文部科学省による事務連絡として「児童生徒が抱える問題に対する教育相談の徹底について」が発表され、性同一性障害の児童に対する適切な対応が呼びかけられた。学校関係者に対し、児童や生徒の悩みや不安を受け止め、一人一人に寄り添った適切な教育相談を行うことが求められた。

2012年には内閣府が人権擁護に関する世論調査を行い、性同一性障害の人々に関する調査が行われた。また、旧「自殺総合対策大綱」（2012年8月28日閣議決定・2017年7月25日廃止）では、「自殺念慮の割合等が高いことが指摘されている性的マイノリティについて、無理解や偏見等がその背景にある社会的要因の一つであると捉えて、理解促進の取組を推進する。」と言及されている。

2014年には学校での性同一性障害に関して、全体的な状況把握や、具体的にどのような配慮がなされているかを掴むための調査が行われ、文部科学省は「学校における性同一性障害に係る対応に関する状況調査について」を発表した。

2015年3月17日には、2020年東京オリンピック・パラリンピック大会を控え、与野党の枠組みを超えて「LGBTに関する課題を考える議員連盟」（以下、LGBT議連）が発足した。

同年4月には、東京都渋谷区が「渋谷区男女平等と多様性を尊重する社会を推進する条例」を施行し、この条例を踏まえて「男女平等・多様性社会推進行動計画」を策定した。その中で、困難な状況にある性的マイノリティへの支援の一つとして、「男女の婚姻関係と異なる程度の実質を備える戸籍上の性別が同一である二者間の社会生活関係について、一定の条件の下、パートナーシップ証明を発行する」ことが認められた。

4月30日には文部科学省から「性同一性障害に係る児童生徒に対するきめ細かな対応の実施等について」が発表され、性同一性障害だけでなく、性的マイノリティの児童や生徒全般に対する配慮が必要であるとされた。

また、12月25日には「第4次男女共同参画基本計画」が閣議決定された。この基本計画では、性的指向や性同一性障害を理由として困難な立場に置かれている場合に、人権尊重の観点から配慮が必要であるということが明記されている。

2016年2月、自民党がLGBTへの偏見について議論することを目的とした「性的指向・性自認に関する特命委員会」を設置した。5月には、同委員会において、LGBTへの国民の理解が深まるよう基本計画策定などを政府に義務付けた「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」（以下、LGBT理解増進法案）が取りまとめられたと報じられたが、国会提出には至らなかった。また同年、文部科学省は「性同一性障害に係る児童生徒に対するきめ細かな対応の実施等について」という教職員に向けた資料を作成し、発表した。

2017年、男女雇用機会均等法に基づいて、「事業主が職場における性的な言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置についての指針」（以下、セクシュアル・ハラスメント指針）が改正され、職場におけるセクシュアル・ハラスメントは、被害を受けた者の性的指向・性自認に関わらずこの指針の対象であるとされた。

同年、文部科学省によって「いじめの防止等のための基本的な方針」が改定され、新たに「性同一性障害や性的指向・性自認に係る児童生徒に対するいじめを防止するため、性同一性障害や性的指向・性自認について、教職員への正しい理解の促進や、学校として必要な対応について周知する。」という項目が追加された。

また、日本企業の対応に関して、同年5月16日に一般社団法人日本経済団体連合会（経団連）が発表した「ダイバーシティ・インクルージョン社会の実現に向けて」によると、日本企業がLGBTへの適切な理解を促し、その認識・受容を進めるための視点として、以下の点を挙げている。

- ① 幅広いプールからの人材獲得と退職の抑制
- ② 働きやすい社内環境の整備による生産性の向上
- ③ 自社のブランド価値向上
- ④ 法的リスク回避と社員の人権保護
- ⑤ ビジネスの拡大

さらに、具体的な取り組み例として以下の例を挙げている。

- ① 性的指向・性的自認等に基づくハラスメントや差別の禁止を、社内規定等に具体的に明記
- ② 社内的人事・福利厚生制度の改定
- ③ 社内セミナー等の開催
- ④ 社内相談窓口の設置
- ⑤ ハード面での職場環境の整備
- ⑥ 採用活動におけるLGBTへの配慮
- ⑦ LGBTに配慮した商品・サービスの開発
- ⑧ 社外イベントへの協力、NPO法人等との連携

2018年には、厚生労働省がモデル就業規則を改正し、禁止されるハラスメントとして性的指向・性自認に関する言動によるものが含まれることが明記された。さらに厚生労働省による2018年度版の「公正な採用選考をめざして」において、採用基準（選考基準）として、以下の基準が明記された。

- ① あらかじめ採用基準を明確化しておく
- ② 適性・能力のみを採用基準とする

③ 同和関係者、障害者、難病のある方、LGBT 等性的マイノリティの方など特定の人を排除しない

しかし、2021 年、「LGBT 理解増進法案」が与野党内で合意を得ていたものの、自民党内の了承を得られなかったことにより、国会への提出が見送られた。この LGBT 理解増進法案は時間をかけて LGBT に対する理解を深めていくという目的がある。この点においては、即効性があるものの賛否が大きく分かれている差別禁止法とは異なっていると言える。LGBT 理解増進法案が不成立となったことで、日本において今後より一層性的指向や性自認に対する理解を広めていかなければならないということが浮き彫りになったと言える。

(2) 地方自治体

国に先駆ける形で、地方自治体における取り組みが始まった。

2015 年 11 月、渋谷区および世田谷区が同性パートナーシップを認定する書類の発行を開始した。その後、伊賀市、宝塚市、那覇市等多くの自治体で同様の取り組みが進んでいる。大阪市では、2016 年、里親制度の一つである「養育里親」として、男性同士のカップルを認めたことが話題を呼んだ。大阪市淀川区では、2013 年より「LGBT 支援宣言」を発表し、LGBT への理解促進に向けて、自治体として様々な啓発活動やイベント を実施している。千葉市では、2017 年より職員の就業規則を改定し、同性パートナーを持つ職員にも「結婚休暇」等を認めることとしている。

(3) 非営利団体

日本においては、非営利団体が LGBT に関する先進的な取り組みを行っている。NPO 法人グッド・エイジング・エールズ等の組織は、独自の観点から LGBT のためのコミュニティ運営や職場環境整備等を推進している。これらの NPO 法人は、企業と連携し、LGBT の人々が働きやすい職場づくりを進めるための情報提供等を行う活動“work with Pride”を行っている。その一環として、日本で初めて企業の LGBT に関する取り組みを評価する指標 (PRIDE 指標) を策定し、Policy (行動宣言)、Representation (当事者コミュニティ)、Inspiration (啓発活動)、Development (人事制度・プログラム)、Engagement (社会貢献・渉外活動) の五つの観点から、企業の取り組みをゴールド、シルバー、ブロンズの三つのレベルに分けて表彰を行っている。こうした非営利団体の取り組みも、日本が「LGBT フレンドリー」に向けた機運を醸成する上で重要な役割を担うことが期待される。具体的な団体の活動については後述する。

第2節 海外の動向

海外では、性的指向や性自認を理由とする差別を禁じる法律を制定している国も多く存在する。2011年には国連人権理事会は、性的指向と性自認に基づく初の国連人権決議となる決議17/19(A/HRC/RES/17/19)を採択した。これは個人の性的指向や性同一性を理由とする暴力や差別に対する由々しき懸念を表明するもので、日本も賛成している。2014年にはオリンピック憲章に、性的指向を理由とする差別の禁止が盛り込まれた。

また同性婚に関しては、2005年にカナダ、2013年にフランス、2014年にイギリス、2015年にアメリカ、2016年にイタリア、2017年にドイツというように、日本以外のG7各国が、同性婚あるいは同性婚に準じた制度を定めている。その一方で、世界では差別的な法律によって個人の同意に基づく同性愛を犯罪として扱っている国も多く、同性愛者が死刑判決を受ける国も存在する。

第3節 LGBTに関わる課題と問題提起

NPO法人GEWELの代表理事である堀井（2008）によると、ダイバーシティ&インクルージョンの推進に関して①ダイバーシティの推進と企業業績の相関②中間管理職の共感を得ることの難しさという課題があると述べている。①に関しては、「ダイバーシティ&インクルージョンの推進」が、企業のビジョン・ミッションに組み込まれている外資系の企業とは異なり、日本企業では、ダイバーシティ&インクルージョンが業績を向上させ、競争力を高める保障がなければ動き出さない幹部が多いという。②に関しては、①のように業績との関連がわからないと感じているのは中間管理職の男性に多い。このような人々は、日本の労働市場や経営環境の変化を理解しているものの、従来の男女の役割分担から脱却できずにいるという。これらの人々を納得させ、課題を解決していくことが必要なのである。

また、2020年3月に厚生労働省が発表した「職場におけるダイバーシティ推進事業報告書」によると、性的指向・性自認に関わる課題点として以下の5つが挙げられている。

① 性的マイノリティ当事者が抱える困難

性的マイノリティと総称していても、当事者が抱える困難、あるいはその困難が発生している要因は大きく異なると言われている。

ただし、性的マイノリティ当事者の抱える困難について、一般的に特徴として言えることとして、目に見えにくいこと、多くの当事者は家族などにカミングアウトをしていないことから周囲の人に頼れないこと、男女の区分に基づいたジェンダー規範と密接であること、という特徴があると指摘されている。

なお、性的マイノリティの当事者は地縁・血縁などの周囲の人に頼れないだけでなく、職場内外で相談先がないこと、相談窓口や機関が存在していたとしても、担当者の無理解やアウティング(本人の同意なしに、その人の性的指向や性自認に関する情報を第三者に暴露すること)されることを恐れて、相談することに対して心理的に抵抗があることも、性的マイノリティの当事者が抱える困難といえる。

② カミングアウトの難しさと日常的なストレス

多くの性的マイノリティ当事者は、自身の性的指向や性自認を他人に知られてしまい差別やハラスメントを受ける可能性から、性的指向や性自認を他人に伝えないでいる。職場では、異動や退職勧奨など不利益を被ることにつながる恐れから、カミングアウトをしないことが多い。そのため、性的指向や性自認を偽るあるいは隠すということが日常的に発生している。また、プライベートの話ができないことで人間関係の構築が困難になり、職場での孤立や転職につながりやすい。

戸籍上の性別を変更していないトランスジェンダーにおいては、カミングアウトしないことは、性自認に沿って過ごすことができないということになり、生きづらさにつながる。トランスジェンダーについては、トイレや服装など目に見えやすい困難を想像されがちであるが、何よりも自分の性自認と異なる性別で生活をしなければならないことが困難だと考えられる。

また、カミングアウトは本来であれば、個人の意思や判断のもと行われるべきであるが、意に反したカミングアウトの強制や、先述のようなアウティングなどは、当事者の心理的安全を大きく損なうものであるといえる。

③ ハラスメント

性的マイノリティであるというだけで、ハラスメントの被害に遭いやすく、本人の意思に反して配置を転換されたり、退職を勧められたりといった、弱い立場に置かれてしまうという指摘がされた。

④ トランスジェンダーが抱える困難

性的マイノリティのなかでも、トランスジェンダーが抱える困難に直面する場面は多い。職場では自認する性別として振る舞い、仕事をしたいと考えているにも関わらず、それを阻むような慣行や環境があることが大きな要因と考えられる。

本名から連想される性別や見た目の性別が一致しないこと、書類上の性別と見た目の性別が一致しないことなどから、差別につながるということがある。当事者の意思に反して、性別などのトランスジェンダーであることが分かってしまうような情報が流布してしまうことは、アウティングにつながり、心理的

安全性が大きく脅かされる。

物理的な職場環境に関わる困難もある。例えば、トイレについては、自認する性別のトイレを使えないことがストレスにつながってしまうだけでなく、トイレを使わないような生活をするため、身体的な不調をきたすことがある。健康診断の受診は、更衣をとまなうこと、検査項目が男女で分かれる場合があることから、男女の区分に直面しやすい機会となる。

職場の制度上の問題も挙げられる。性別適合等手術やホルモン療法を行おうとしても休暇を取得しづらく、働き方の幅が狭くなったり、手術を受ける際に退職しなければならないとなったりすることが挙げられる。仮に休暇を取得して性別適合等手術を受けられたとしても、働きながら性別移行するためには、職場のサポートが無ければ就業継続が困難となってしまう。

⑤ 求職時の困難

性的マイノリティの場合、求職に至るまでの過程において様々な困難に直面する。例えば、いじめを受けた経験や希死念慮、不登校になった経験が多い傾向にあるという指摘もあり、そうしたことが背景となって、アルバイトや無職となる人が多くなってしまうと考えられる。また、身近にロールモデルがいないことや、当事者が職業観を養う機会がないことで、「自分は働くことができないのではないか」と自己否定的な考えを持ちやすく、キャリア展望を描けない状況もある、との指摘があった。

トランスジェンダーの場合、求職活動をする前に性別移行を終えてしまいたいという希望を持つ人も多いが、学生の場合は性別移行に係る費用を捻出することが難しい状況にある。そのため、一度就職をして、ある程度の金銭的な余裕が生まれてから性別適合を行うことになるが、そうした場合、すでに身体的な成長が進んでしまった年齢になっており、男性らしく、または、女性らしくなることが難しいタイミングとなってしまう。

実際の就職活動では、男女分けされる場面や性別を問われる機会が多い。当事者は、戸籍上の性別にもとづいて応答したり、振る舞ったりしなければならないのか、あるいは、性自認にもとづいて行動しても良いのか迷うことになるという。また、本名や書類に記載した性別と見た目の性別が違う場合、カミングアウトをせざるを得ない場面にも直面しやすく、その結果として、面接官の対応が差別的であると感じたり、選考過程での困難を感じたりする場合もあるという。また、カミングアウトをすることが選考においてマイナスの影響を与えるのではという不安から、就職活動時にはカミングアウトをしないことも少なくない。しかし、内定取得後にカミングアウトを行い、内定を取り消されたケースや、入社後にカミングアウトをし、ハラスメントやトラブルにつながる

ケースも少なくない。

以上により、日本企業の課題は、ダイバーシティ&インクルージョンの推進に関わる課題と、LGBTに関わる課題の大きく2つに分けられる。より具体的には次のようになる。

- ①ダイバーシティの推進と企業業績の関係性についての理解不足
- ②中間管理職の共感を得ることの難しさ
- ③カミングアウトやハラスメント等性的マイノリティ当事者が抱える困難
- ④職場環境や制度においてトランスジェンダーが抱える困難
- ⑤求職時の困難

ダイバーシティ&インクルージョンとLGBTの課題どちらにも共通しているのは、正しい理解がなされていないことであると考えられる。

これらを踏まえて、問題提起を「日本企業がダイバーシティ&インクルージョンを推進し、LGBT施策を実践していくためにはどのような取り組みが必要か」とする。また一つ目のリサーチクエスチョンとして「社員の理解や制度的側面において、LGBT施策の実施・働きやすい職場づくりに必要なことは何か」二つ目に「理解促進と施策浸透のために、企業単体での活動を超えて他セクターとどのように連携・協働していくべきか」を設定する。

第4章 日本企業のLGBT施策

第1節 事例研究

(1) PRIDE 指標について

RQ1「社員の理解や制度的側面においてLGBTが働きやすい職場づくりに必要なことは何か」を考える上で、日本企業の中で先進的なLGBT施策を打ち出している企業の事例を見ていく。

日本では、任意団体「work with Pride」(以下、wwP)によって「PRIDE指標」が策定されている。これは、2016年に日本で初めて定められた、職場におけるLGBTQなどのセクシュアル・マイノリティへの取組みを評価するものである。2017年には、各指標内に評価項目を細分化し、取組みの範囲やレベルをより具体的に知ることができるように改善された。2019年には、応募企業の達成度の高い項目の加点方法を見直した。2021年の「PRIDE指標2021」では、さらに加点方法を見直すことにより、企業や団体が取組みの領域を拡大することを目指している。

PRIDE指標の目的は、この指標を活用することにより、wwPが目指している「企業・団体等の枠組みを超えてLGBTQが働きやすい職場づくりを日本で実現する」ことである。wwPのホームページには具体的に「①企業等に、LGBTQが働きやすい職場の要件を認識いただき、社内施策を推進するためのガイドラインとして活用いただくこと。②毎年、本指標に対する企業等の取組み状況や取組み事例を募集し、優れた企業を表彰することで、LGBTQが働きやすい職場づくりを応援すること。③募集した取組み事例の中から、ベストプラクティスを可能な範囲で公開して、LGBTQが働きやすい職場づくりの定着状況や具体的な方法を、広く社会に認識いただくこと。」を目的としている。

この指標では「PRIDE」の各文字に合わせて①Policy(行動宣言)②Representation(当事者コミュニティ)③Inspiration(啓発活動)④Development(人事制度・プログラム)⑤Engagement/Empowerment(社会貢献・渉外活動)という5つの評価指標を定めている。

図表4-1 PRIDE指標の評価項目

①Policy(行動宣言)
評価項目(以下1~8の間で4つ以上)
(1) 会社としてLGBTQ等の性的マイノリティに関する方針を明文化し、インターネット等で社内外に広く公開している。
(2) 方針に性的指向という言葉が含まれている。

<ul style="list-style-type: none"> (3) 方針に性自認という言葉が含まれている。 (4) 会社の従業員に対する姿勢として定めている。 (5) 従業員の行動規範として定めている。 (6) 採用方針として学生等に伝えている。 (7) 経営トップが社内外に対し方針に言及している。 (8) お客様・取引先に対する方針を明文化し公開している。
<p>②Representation（当事者コミュニティ）</p> <p>評価項目（以下1～4の間で2つ以上）</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 社内のコミュニティ（LGBTQA ネットワーク等）がある。 (2) アライを増やす、もしくは顕在化するための取組みを実施している、またはアライの活動を会社がサポートしている（アライであることを表明することの推奨等）。 (3) 社内外を問わず、当事者が性的指向または性自認に関連した相談をすることができる窓口を設けている。 (4) 無記名の意識調査（従業員意識調査やエンゲージメント調査等）で性的マイノリティの意見も統計的に把握できるようにしている。
<p>③Inspiration（啓発活動）</p> <p>評価項目</p> <ul style="list-style-type: none"> ●研修（以下9項目のうち、4つ以上） <ul style="list-style-type: none"> (1) 採用担当者を含む人事部門への研修。 (2) 管理職への研修。 (3) 全従業員への研修。 (4) 新入社員や中途雇用社員への雇用時の研修。 (5) 性的指向または性自認についてカミングアウトを受けた際の対応についての教育。 (6) 研修には性的指向および性自認の両方に関する内容が含まれている。 (7) 研修には読む・聞くだけでなく、グループワーク等の演習が含まれている。 (8) 1回限りでなく継続して実施している。 (9) 社内の理解浸透度を確認しながら研修を進めている。 ●その他啓発活動（以下5項目のうち2つ以上） <ul style="list-style-type: none"> (10) イントラ、ニュースレター、ポスター等の各種コミュニケーション手段

を利用して実施する社内啓発活動

- (11) 性的マイノリティへの理解を促進する啓発期間の設定
- (12) 性的指向または性自認に関する不適切な発言がセクハラに該当することの周知。
- (13) 本社・本店および本社機能のない事業所（支店、支社等）での取組み。
- (14) グループ会社での取組み

④Development（人事制度・プログラム）

評価項目

●同性パートナーがいる従業員向け（以下5項目のうち、2つ以上）

- (1) 休暇・休職（結婚、出産、育児（パートナーの子も含む）、家族の看護、介護（パートナーおよびパートナーの家族も含む）等）。
- (2) 支給金（慶事祝い金、弔事見舞金、出産祝い金、家族手当、家賃補助等）。
- (3) 赴任（赴任手当、移転費、赴任休暇、語学学習補助等）。
- (4) その他福利厚生（社宅、ファミリーデー、家族割、保養所等）。
- (5) 会社独自の遺族年金、団体生命保険の受け取り人に同性パートナーを指定できる。

●トランスジェンダーの従業員向け（以下7項目のうち、3つ以上）

- (6) 性別の扱いを本人が希望する性に行っている（健康診断、更衣室、服装、社員証等）。
- (7) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。
- (8) 戸籍変更の際の社内手続きのガイドがある。
- (9) 就職時のエントリーシートで本人の希望する性別を記入できる、性別欄に「その他」「記載しない」等男女以外の回答項目を設けている、または性別記載を求めている。
- (10) 性別適合手術・ホルモン治療時の就業継続サポート（休暇、休職、勤務形態への配慮等）。
- (11) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。
- (12) ジェンダーに関わらず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備。

●制度全般（以下6項目のうち、3つ以上）

- (13) 制度の存在や利用方法を従業員に周知している。
- (14) 制度を利用する際に、通常の申請手続き以外に、周囲の人に知られずに申請できる等、本人の希望する範囲の公開度を選択できる柔軟な申請方法となっている。

- (15) 当事者が自身の性的指向や性自認についてカミングアウトした結果、職場の上司や同僚等からの不適切な言動等の問題が発生した場合を想定したガイドラインがある。
- (16) 希望があれば、出張や社員旅行等で宿泊時の居室、社宅や寮に配慮する。
- (17) 同性愛や異性装が犯罪となる国等への赴任・出張時のリスク対応を行っている。
- (18) トランスジェンダーの従業員が望む性別で働くことを希望した場合、人事部門、所属部署、関連部署等で連携して対応を検討している。

⑤Engagement/Empowerment（社会貢献・渉外活動）

評価項目（以下 1～5 の間で 2 つ以上）

- (1) LGBTQ への社会の理解を促進するための活動・イベントの主催、協賛、出展。
- (2) LGBTQ 学生向けの就職説明会、セミナー、イベント等の主催、協賛、寄付等。
- (3) LGBTQ 関連イベントへの社員参加の呼びかけおよびイベントの周知。
- (4) LGBTQ のインクルージョンに関する自社所属の業界への働きかけ、業界団体での活動。
- (5) LGBTQ への理解促進のための次世代教育支援（出前授業、教材提供等）。

出所：work with Pride「PRIDE 指標とは」

(<https://workwithpride.jp/pride-i/>) より作成

次に「PRIDE 指標 2020」について見ていく。wwP PRIDE 指標事務局が 2020 年に発行した「PRIDE 指標 2020 レポート」によると、前年の 194 から約 1.2 倍の、233 の企業・団体から取り組みに関する応募があった。企業規模としては、大企業（従業員数 301 人以上）が 191 社、中小企業（従業員数 300 人以下）が 42 社であった。また、応募企業等の業界ごとの内訳の上位 3 つは、製造業、情報通信業、金融・保険業となっている。これらの業界は取り組みにより積極的であると考えられる。

「PRIDE 指標」で定められている賞には、ゴールド、シルバー、ブロンズがある。対象期間における取り組みが、それぞれ規定の項目数の基準を満たしていれば 1 点として、5 点満点をゴールド、4 点をシルバー、3 点をブロンズとして表彰される。ここでは事例として、「PRIDE 指標 2020」でゴールドを受賞したいくつかの企業の取り組みを取り上げる。

(2) 企業の取り組み

事例① 日本 IBM 株式会社（情報通信業）

日本 IBM 株式会社（以下、日本 IBM）は、日本において早い段階から取り組みを行なっている。その要因として、1980 年代に米国 IBM で LGBT のコミュニティが発足したことが考えられる。その後も積極的な活動を行い、1996 年にはアメリカとカナダで福利厚生制度の同性パートナーへの適用を開始し、LGBT 団体から勇気ある企業としての表彰を受けた。

日本 IBM では 2003 年に 1 人の社員が人事にカミングアウトしたことから、2004 年に当事者によって委員会が設置された。この委員会は現在に至るまで、当事者グループと人事部門が連携して制度改革の検討、イベントやワークショップの企画と運営を行っている。2008 年には社内外に LGBT に対する積極的な支援を宣言し、社外に向けた認知度と理解促進のための活動も行っている。2012 年には、NPO である Good Aging Yells と国際 NGO である Human Rights Watch Japan とともに、先述の「Work With Pride」を立ち上げた。同年、結婚祝金を事実婚にまで拡大した。これは、同性のパートナーとの事実婚も対象となっている。2016 年 1 月にはさらに、社員が配偶者と同じと考える同性のパートナーを登録する「IBM パートナー登録制度」を日本 IBM 独自に設置した。制度としては、特別有給休暇、休職、慶弔見舞、赴任旅費が対象となっている。

こうした取り組みが評価され、日本 IBM では「PRIDE 指標」の最高位であるゴールドを 4 年連続受賞している。

事例② 株式会社リクルート（サービス業）

株式会社リクルート（以下、リクルート）は「PRIDE 指標」において、最高評価であるゴールドを 3 年連続で受賞した。

リクルートグループは、「個の尊重」という価値観を大切にしており、以前から相互理解の風土醸成や女性従業員の活躍などを推進してきた。2018 年からは LGBT などのセクシュアル・マイノリティ支援を行い、性自認や性的指向による疎外感を感じることなく全ての従業員が働きやすい環境づくりを目指している。2017 年 4 月からはグループ 9 社において慶弔休暇や休職制度といった福利厚生を、同性パートナーにも適用している。

2019 年は従業員向けコミュニケーションガイドの作成、従業員専用の LGBT 相談窓口の設置を新たに行った。また、自社で制作した従業員向け e ラーニングをアップデートし、従業員の LGBTQ に対する理解促進に努めている。e ラーニングの受講率は、国内リクルートグループにおける受講対象者（従業員約

25,000人)の約8割に達しており、従業員のセクシュアル・マイノリティに対する意識が向上していることがわかる。

事例③ 株式会社みずほフィナンシャルグループ（金融・保険業）

株式会社みずほフィナンシャルグループ（以下、みずほ）では、「ダイバーシティ&インクルージョン ステートメント」において、LGBT など性的マイノリティの社員の活躍に向けた取り組みについて明記している。人事・福利厚生制度等において、同性パートナーを配偶者と同等に扱い、結婚休暇等の各種休暇、介護等の休業制度、結婚祝い金等の制度利用を可能としている。また、みずほ銀行の住宅ローンやみずほ信託銀行の信託商品など、顧客向けサービスにおいても同性パートナーへの取り組みを進めている。

社員向け相談窓口を社内外に設置し、LGBTの社員や周囲の社員からの相談を受け付け、カウンセリングを実施している。意識改革の面では、社内研修等を通じて全ての役員・社員へのLGBTに関する理解浸透を図っている。2020年には、全社員を対象にSOGIハラスメント防止を目的とした研修を実施するとともに、全社員を対象としたLGBTに関する実態調査アンケートを行い、6,000件を超える回答を得ている。

また、金融機関等によるLGBTの支援ネットワーク「LGBTファイナンス」に加盟し、理解促進のための活動に積極的に取り組んでいる。このようなネットワークがあることから、金融業界における意識の高さがうかがえる。さらに、2017年から毎年「東京レインボー・プライド」に協賛し、社員がパレードに参加してレインボーフラッグを掲げて渋谷の街を行進した。2018年にはプライドウィークイベントとして、同性カップルが暮らしやすい社会づくりに向けて「同性カップルのためのライフプランセミナー」をみずほ銀行渋谷支店で開催した。2019年は、イベント会場へのブースの出展を行い、協賛期間中、渋谷区エリアの店舗外ATMのデジタルサイネージでLGBTアライの動画の配信も行った。

事例④ 日本電気株式会社（製造業）

日本電気株式会社（以下、NEC）では、自分らしく安心して働ける職場づくりを進めるためには、LGBTに関する正しい理解とAlly（アライ：LGBTQを積極的に支援し、行動する人のこと）を増やすことが先決であると考えている。加えて、LGBTである従業員に対して公平な制度利用の機会を提供することを目指している。2019年度から、経営層向けにはLGBT理解の研修を、一次相談窓口になり得る人事部門メンバー向けには、LGBTの社員が相談の際、安全・安心を感じられる適切な対応ができるよう研修を実施している。

また同年度より、人材組織開発部のメンバーを中心に8人が「顔の見える Allly」として活動を開始し、当事者からの問い合わせや相談に直接対応している。また、全従業員を受講対象にした Web 研修の中で、ハラスメントやアウティングの防止などの意識啓発も行った。このような取り組みを通じて理解者を増やすと同時に、当事者の心理的安全性を高めている。

さらに、公正な採用に向けて、2018 年度より採用面談マニュアルの中に LGBT に対する記載事項を加えた（①人権の観点から差別や個人の尊厳を傷つけるような面談を絶対に行わないこと②面談時などにカミングアウトした場合でも、LGBT に関する質問に終始しないこと③本人の能力および業務適性のみで判断すること）。採用面談員が適切に対応するよう注意喚起し、エントリーシートの性別記入欄を廃止した。

社外に向けては、LGBT に関する取り組みを含むダイバーシティ推進をテーマにしたキャリアフォーラム「RAINBOW CROSSING TOKYO」に、2016 年から 5 年連続で出展している。このイベントには全国から本テーマへ高い関心を持つ大学生などが参加し、参加学生に対して NEC のダイバーシティ&インクルージョンの取り組みを紹介した。オンライン交流会では、NEC の Allly メンバーやダイバーシティ&インクルージョンの推進者がロールモデルとして登壇し、参加学生と直接対話を行った。

事例⑤ 株式会社プラップ・ジャパン（サービス業）（PR 会社）

株式会社プラップ・ジャパン（以下、プラップ・ジャパン）は、2016 年より特定非営利活動法人虹色ダイバーシティと共同プロジェクト「虹色 PR パートナー」を結成し、LGBT に関するコミュニケーション上の課題解決のために活動している。活動初期には、国内において LGBT に関する知識が浸透しておらず、企業の広報担当者や記者に「LGBT ハンドブック」を配布し、セミナーを開催するなど、LGBT への理解促進に寄与した。継続的な取り組みの結果、PRIDE 指標において 5 年連続のゴールドを受賞した。また 2020 年、特に優れている活動を選出・表彰する「ベストプラクティス」に「にじいろ子育てプロジェクト」が選出された。

「にじいろ子育てプロジェクト」では、誰でも自分らしく成長することができ、また子どもを育てることができる「多様な子育て」には、何が必要なのかを提示している。子育て経験のある LGBT 当事者 125 名を含む 1214 名に対する調査結果をもとに、多様な子育てのあり方を伝える啓発冊子「にじいろ子育て手帳」を作成した。LGBT 当事者特有の課題としてではなく、子育てに関わるすべての人、様々なステークホルダーがターゲットとなったこと、また、LGBT 当

事者に向けた活動から一步進んだ家族という視点であったことが高く評価された。

その他、社内に向けた LGBT に関する主な取り組みとして、全社員に向けた社内研修の実施、同性パートナーを配偶者と同等とした社内規定の運用、ビジネスネームの使用を承認などが挙げられる。また採用活動においては、性別欄の無いエントリーシートを使用し、面接時の服装は自由としている。

(3) 事例研究を受けての考察

このように、事例として早くから取り組みを始めた企業や、独自の取り組みを工夫している企業、具体的な数値や明確な目標を記載している企業をあげた。一方で、ホームページを閲覧したところ、PRIDE 指標の評価項目に則った記載のみの企業も多く見られた。まず取り組みを始めることが重要ではあるものの、実際どのような成果が生まれたか、企業に合わせた独自の取り組みを行なっているかがわかるようになると、よりダイバーシティ&インクルージョンが推進され、外部からの評価も高まるのではないかと考えられる。

そのため、企業がダイバーシティ&インクルージョンを推進し、LGBT に関する施策を進めるにあたっては、まず PRIDE 指標で定められている項目を順に達成していくことが必要であると考えられる。例えば①Policy (行動宣言) のような、方針を明文化することから初め、アライを増やすために研修や eラーニングなどで社員への理解促進を図ると同時に、各種制度を整備する。その後社会貢献・渉外活動を行うことで社外と交流を持ち、働きかけていくことが有効である。さらに経営層に対してはダイバーシティ&インクルージョンの推進がどのような効果をもたらすのか、特に生産性や業務効率を向上させる効果があるということと同時に啓蒙していく必要があると考えられる。

以上により、RQ1「社員の理解や制度的側面において LGBT が働きやすい職場づくりに必要なことは何か」について、現段階では「社員の理解促進を第一に、PRIDE 指標の評価項目を順に達成していくと同時に、経営層に対してはダイバーシティ&インクルージョンの推進が業績にもたらす効果を啓蒙していくことが必要である。」とする。

第2節 他セクターとの連携・協働

次に、RQ2「理解促進と施策浸透のために、企業単体での活動を超えて他セクターとどのように連携・協働していくべきか」について考察していく。

(1) 「レインボー」認定企業の取り組み

work with Pride は、職場における性的マイノリティの働きやすさを考えるカンファレンス「work with Pride 2021」を、オンラインにて開催し、2021年11月11日に職場での PRIDE 指標の結果を発表した。新設されたコレクティブ・インパクト型の取り組みを推進する企業を認定する「レインボー認定」には41社からの応募があり、専門家による選定委員会により10社（EY Japan、シテイグループ、ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループ、東京弁護士会、野村ホールディングス株式会社、P&G ジャパン株式会社、PwC Japan グループ、三井住友信託銀行株式会社、モルガン・スタンレー、株式会社 LIXIL）がレインボー認定として選出された。

例えば PwC Japan グループ（以下、PwC）では、グローバルネットワーク全体で「Be yourself. Be different.」をキーワードに「インクルージョン&ダイバーシティ」活動を推進している。

LGBT 当事者グループはもちろん、支援者であるアライネットワークを結成し、グループ全体に向けた研修や、「東京レインボープライド」への協賛などさまざまな施策を行っている。また、毎年実施している従業員満足度調査（Global People Survey）や社内の LGBT 当事者に向けたアンケートなどから課題を抽出・認識し、さらなる取り組みへとつなげている。

また、婚姻の平等についてグループ全体で賛同している。2019年に各国の商工会議所が合同発表した婚姻の平等に関する提言に、2020年に同性婚の法制化に賛同する企業を可視化するキャンペーン「Business for Marriage Equality（以下 BME）」、2021年には「ビジネスによる LGBT 平等サポート宣言 Business Support for LGBT Equality in Japan」にも賛同している。

さらに、コレクティブ・インパクトの取り組みとして、PwC グローバルネットワークにおける企業間連携・同性婚賛同ムーブメントを実施した。2021年7月から、日本での同性婚法制度化を目指す団体である一般社団法人「Marriage For All Japan - 結婚の自由をすべての人に」と協働している。PwC Japan グループの企業間ネットワークを活用し、BME への参加を呼びかける活動を行っており、実際に賛同に至っている企業も増えている。

（2）日本の NPO・NGO の取り組み

企業がコレクティブ・インパクトの取り組みを行う上で、重要な役割を果たすのが NPO や NGO 等であると考えられる。そこで、日本で LGBT に関連した活動を行なっている法人・団体をあげる。

事例① 認定 NPO 法人虹色ダイバーシティ

虹色ダイバーシティは、性的マイノリティとその家族、アライの尊厳と権利を守り、誰ひとり取り残さない社会の実現をめざしている。そのために、「データ・事実・地域での実践を蓄積し、広く情報発信して、ビジネス活動・公共政策・法律を変えていきます。」というビジョンを掲げている。

企業や団体に向けた講演や研修だけでなく、学術機関と連携して調査を行っている。また、スポーツ企画や家族向けのイベントなどの LGBT 関連イベントを開催・参加している。

事例② 性と人権ネットワーク ESTO (エスト)

1998年に発足した非営利団体で、すべての人がその性の在り様に関わらず存在(Est)を尊重(Esteem)されることを願い、人と情報の交流によるネットワークづくりを目的としている。

性的マイノリティの人々への支援活動を通して、自分の「性」を考え、セクシュアリティの尊重とジェンダーの平等をめざす活動をしている。多様な性への理解促進のために、交流会・講演会の開催やニュースレター・メールマガジンの発行、行政への要望書の提出などを行っている。

事例③ QWRC (クォーク、Queer and Women's Resource Center)

2003年4月にオープンした性的マイノリティやその周囲の人と、女性のために、多様な性のあり方が尊重される社会の実現を目指して活動している。人々が集まる場所の提供やイベントの開催、講演活動、電話相談などを行なっている。

事例④ NPO 法人 ReBit (リビット)

LGBTを含めた全ての子どもが、ありのままの自分で大人になれる社会を目指すNPO法人。教育機関向けの出張授業や、企業向けの研修、教材の開発、LGBT成人式、LGBT就活セミナーやイベントなどを行なっている。LGBTの社員、顧客、相談者に関する研修を開き、2015年4月には、日本で初めてLGBT就活生に特化した情報サイト「LGBT就活」をリリースした。

また、2016年から「RAINBOW CROSSING」を開催し、ダイバーシティに取り組む企業と、ダイバーシティに関心を持った人たちが交流する場を設けている。

事例⑤ 国際基督教大学ジェンダー研究センター

ジェンダーやセクシュアリティの研究に関心がある人たちに開かれた新しいコミュニケーションスペースとして2004年4月に発足した。それぞれの学問

分野から多様なジェンダーへの関心を持った学生や教員が研究・活動をしており、学外者が参加できるイベントも開催されている。

(3) 事例研究を受けての考察

「企業への支援」という点から見ると、これらの団体は、講演や研修、イベント等の場所の提供を中心に支援を行なっているということがわかる。しかしながら、企業の具体的な取り組みに対して他セクターが協働したという記述は見受けられなかった。日本の非営利団体は小規模な活動を行なっているものが多く、セクターを超えた連携・協働には至っていないという現状があると考えられる。

第3節 海外との比較

(1) 海外の企業・団体の取り組み

事例① LUSH

LUSHは、Charity Pot Body Lotionを購入するたびに、購入額の100%を人権、動物保護、環境正義の分野で活動する団体に寄付している。

National Center for Transgender Equality (NCTE) と連携し、トランスジェンダーおよび性別不適合者の権利を守り、向上させるためのキャンペーンを展開した。NCTEは、教育や支持活動を通じて、トランスジェンダーの人々に対する差別や暴力をなくすことを目的としている。また、当事者とその家族を対象としたプログラムも実施しており、トランス・コミュニティに影響を与える政策を改善するためのトレーニングやリソース、機会を提供している。このキャンペーンは、2018年2月にLushのショップとデジタルチャネルで展開された。

事例② VANS

Vans Americasは、GLSENに寄付を行なっている。この団体は、性的指向、性同一性、表現にかかわらず、すべての学生が安全で協力的な学校環境で生活できるように活動している。また、LGBTコミュニティに安全なシェルターと文化、教育、健康のリソースへのアクセスを提供している団体であるCasa 1にも還元している。

Vans Europeは、LGBTコミュニティ内の人々の証言を撮影することで、ストーリーを使って人をつなぎ、意見を交わし、政策を変えようとするプロジェクト、Where Love is Illegalと提携する。そして、LGBTコミュニティの地元アーティストと連携し、ヨーロッパ中の45の窓をデザインする。

VANS アジア太平洋地域は、東京レインボープライドとパートナーシップを結び、すべての性別、人種、信条が平等になるように意識を向上させ、政策を変えることを目指している。

このように VANS は、非営利団体から支援を受けるという形ではなく、LGBT に関する活動を行なっている団体への支援をしている。

事例③ Macy's

アメリカのデパートであり、小売ブランドである Macy's (メイシーズ) はトレバー・プロジェクトを支援するためのギブバックキャンペーンを展開している。トレバー・プロジェクトは、レズビアン、ゲイ、バイセクシャル、トランスジェンダー、クィア、クエスチョニングの若者を対象とした世界最大の自殺防止・危機管理団体で、サービスを通じて危機管理支援を行い、若者の命を救う活動を行っている。

Macy's は 10 年以上にわたり、さまざまな取り組みを通じてトレバー・プロジェクトを支援している。トレバー・プロジェクトの活動資金を集めるために、2021 年 6 月 1 日から 6 月 30 日までの間、全国のメイシーズ店舗およびデジタル・プラットフォームで、買い物客はメイシーズのチャリティ・ギビング・プログラムを通じてトレバー・プロジェクトに寄付できるという取り組みが行われた。

事例④ Human Rights Campaign

Human Rights Campaign (以下、HRC) は、米国最大の LGBT 権利擁護団体である。HRC の活動における啓発活動の割合は大きく、従って社会的インパクトも大きい。

HRC によって、州・自治体政府の均等指標と企業均等指標である Corporate Equality Index (以下、CEI) が作成されている。CEI では、適宜更新される LGBT 従業員のための理想的な基準に基づき、企業が評価される。これらは企業の現状を客観的に評価するというものではなく、基準を達成させようという圧力と支援によって、企業の現状を変化させ、多くの企業が LGBT の人々のためのよりよい環境を準備するように作られている。また、CEI に基づき作成された購買者ガイドや働きやすい職場リストも公表している。

事例⑤ Out & Equal Workplace Advocates

Out & Equal Workplace Advocates (以下、Out & Equal) は、LGBT 従業員のための均等な職場づくりの推進に特化した団体である。企業と行政機関に対す

るアドバイスや教育をメインとしている。HRC との違いとしては、制度や福利厚生の上での差別禁止の促進に留まらず、多様で新しい取り組みの共有や、恒常的な教育・訓練の機会を与えるなど、企業内部から人材を育てる形での支援活動を多く行っていることである。また、ローカルグループが存在し、多くの大企業の従業員が参加している。このように NPO と企業とは、組織レベルでの公的なパートナーシップを結ぶと同時に、役員・幹部・従業員らの個人的なネットワークによって結ばれている。

また、LGBT CareerLink という就活サイトを設けている。LGBT フレンドリーな求人企業からの求人情報のポスティングと求職者によるウェブへの履歴書のアップが可能である。

(2) 事例研究を受けての考察

以上の事例から、海外では日本と比べて、より積極的に他セクターと関わり、協働していることがわかる。また団体も、日本が特定の目的のために比較的小規模な活動をしている一方で、海外では企業や行政機関へのアドバイスや教育を行い、人材を育て、積極的に変化をもたらす活動を行なっている。先述したように、日本ではセクターを超えた連携・協働が少ない現状がある。そのため企業が NPO・NGO などの団体を金銭面から支援し、団体側は講演や研修、場所の提供以外にも活動の幅を広げていくことが必要なのではないかと考える。

第 4 節 企業インタビュー

PRIDE 指標で受賞した企業が実際にどのような施策を行い、今後どのように活動していくかについての詳細を知るため、企業に向けた調査を行う。本研究ではリクルート及び EY JAPAN の取り組みについて担当者にインタビューを行った。

(1) 選定理由

リクルートは、「個の尊重」という価値観を大切にしており、以前から相互理解の風土醸成や女性従業員の活躍などを推進してきた。本章の第 1 節でも事例として挙げたように、慶弔休暇や休職制度を同性パートナーにも適用している。自社で制作した従業員向け e ラーニングの受講率は、受講対象者の約 8 割に達している。また、wwP の PRIDE 指標において 4 年連続でゴールドを受賞していることなどから、社内での取り組みが進んでおり、社員の LGBT への理解度が高いと考え、選定した。

EY は、「Building a better working world (より良い社会の構築を目指し

て)」を理念として掲げ、世界 150 以上の国・地域で約 30 万人が、アシュアランス、コンサルティング、税務、ストラテジー・アンド・トランザクションの分野で活躍しているプロフェッショナル・ファームである。

EY Japan は、EY の日本におけるメンバーファームの総称で、EY 新日本有限責任監査法人、EY 税理士法人、EY ストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社などに所属する公認会計士や税理士、弁護士、ビジネス・プロフェッショナル、エンジニアなど約 8,000 名が相互に連携し、企業のビジネスを支援している。wwP の PRIDE 指標において 5 年連続でゴールドを受賞しており、さらにレインボー認定を受けていることから、性的マイノリティが働きやすい制度・環境が整っている点や、コレクティブ・インパクト型の取り組みを推進している点が参考になると考え、選定した。

(2) 企業概要

企業① リクルート

社名：株式会社リクルート

代表者：代表取締役 北村吉弘

本社所在地：〒100-6640 東京都千代田区丸の内 1-9-2 グラントウキョウサウスタワー

事業内容：日本国内の HR・販促事業及びグローバル斡旋・販促事業等

企業② EY JAPAN

社名：EY JAPAN

代表者：代表取締役 塚原 正彦

本社所在地：〒100-0006 東京都千代田区有楽町 1-1-2

事業内容：日本における EY メンバーファームに向け、以下の業務を提供。

総務、経理、調達、IT、広報・ブランディング、マーケティング、人事、不動産業務、リスク管理等

(3) インタビュー内容

企業① リクルート

日時：2021 年 12 月 16 日

手法：ホームページの問い合わせフォームを経由した、メールによるインタビュー

回答者：株式会社リクルート 人事統括室 水本様

企業② EY JAPAN

日時：2021年12月6日

手法：ホームページの問い合わせフォームを経由した、メールによるインタビュー

回答者：EY Japan D&I 担当 梅田様

質問内容と回答は以下の通りである。

質問 [1] PRIDE 指標でゴールドを獲得していることから、LGBT の方々が働きやすい制度が整っていると感じましたが、実際に制度や相談窓口等ほどの程度活用されていますか。また、安心して働ける環境であるという当事者の方の声は増えていますか。

企業①「制度としては主に同性パートナーを配偶者として認めるパートナーシップ申請を提出すれば社内で適用できる制度は婚姻している配偶者と同じように利用ができます。制度利用は婚姻している配偶者に関わる申請フローと同じため区別してカウントしておらず不明です。設備についても、一部の自社ビルにおいてはジェンダーレストイレを設置しておりますが利用数をカウントしたことはありません。他、健康診断の個別対応や通称名利用、戸籍名変更対応、性別適合手術や治療の休暇利用なども対応しています。また、制度ではないですが、リクルートには横断の LGBTQ+ & ALLY コミュニティも存在しており、現在 150 名程度のメンバーがおります。」

企業②「EY では Diversity & Inclusion ではなく、こだわりを持って Diversity & Inclusiveness としていて、Inclusion を会社の文化にしていこうとしています。それは、制度や設備だけ整っても、実際にそれを活用できるようにしなければ意味がないからです。また EY ではボトムアップの D&I 活動も奨励していて、社員が自発的に D&I をテーマに活動することを会社が支援しています。

(具体的には社外から講師を招いて勉強会をしたり、他社との交流会をする費用などをサポート) D&I をテーマにした社員のネットワーク活動は、女性、LGBT+、障害、マルチカルチャーなどがあり、LGBT+ とアライのネットワークはグローバルで同じ名前 “Unity” を使って活動しています。Unity の活動には役員も参加し、当事者の課題について一緒に勉強したり、プライドパレードと一緒に参加するなどしています。また 5 月の IDAHOTB も Pride Month と同じくらい重要な日と位置付けており、グローバル全体で差別の禁止の徹底や役員の Ally 宣言などのメッセージを発信しています。制度の活用の実績は、トランスジェンダーの方が性別適合手術を受ける際に特別休暇ではなく、通常の傷病休暇が利用

できるようにしているのですが、それが1件、同性パートナー制度が1件、トランスジェンダーの方のビジネスネーム使用が1件という感じであり多くはありません。結婚お祝い金などは自己申告制でシステムで一人で何度でも申請できるので、特にカウントしておりません。Unityのメンバーに聞いてみると、制度をとりにくいというよりも、会社の制度を使う必要をあまり感じていないということです。」

質問 [2] LGBT 施策を進める上で困難に感じている部分がありますか。

企業①「困難という質問とは少々ずれますが、LGBTQ 等というテーマで認知拡大や理解促進をしようと言葉が属性を表すために、そうでない人が他人ごとになってしまう傾向はあります。今年度からリクルートでは、誰もが関わる性の軸を表す SOGI をテーマにして啓発月間や週間を設け、性の多様性については誰もが当事者である意識を高める取り組みをしています。」

企業②「やはり当事者の姿やニーズが見えにくいことです。Unity のメンバーの意見を参考にしていますが、Unity で常時活動している当事者メンバーも 20 名くらい（イベントなどには 100 名以上参加）で、そのメンバーの意見がすべての LGBT+ を代弁しているわけではないと思うため。LGBT+ に対する差別を禁止し、平等な権利を守る法律が日本にはないため、多くのことが各企業の自発的な努力にゆだねられていることです。」

質問 [3] 課題を解決するには、ダイバーシティ&インクルージョン推進の必要性、そして LGBT 当事者に対する正しい理解を広めていくことが重要だと感じております。この理解促進という点において、有効であった取り組みがあれば教えていただきたいです。

企業①「効果測定をしていないため、現状、明確に有効であった取り組みをあげることはできません。」

企業②「前職（日本 IBM）に在籍していた時に、企業の人事担当者の LGBT+ に対する正しい理解を広めるために、work with Pride という任意団体を NPO 法人 Good Aging Yells と国際的な人権擁護団体 Human Rights Watch とともに 2012 年に立ち上げました。その活動が 10 年続いていて多くの企業に影響を与えたことと、2016 年に PRIDE 指標を作り、LGBT フレンドリーな企業を表彰するようになったことによって、LGBT+ に対する企業の社会の理解をすすめることに少しは貢献できているかと思います。」

質問 [4] 今後単発の取り組みではなく、継続的なコミットメントが求められて

いると考えていますが、現在政府やNPO／NGOなどの他セクターと、どのように協働して取り組みを行なっているか、あるいは今後どのように連携していこうとお考えか教えていただきたいです。

企業①「work with Pride に協賛しています。」

企業②「work with Pride について、当初は10年も続く、これだけニーズがあると思わず、任意団体で活動してきましたが、それだと政府などに物申すとしても信頼性やインパクトがないので、社団法人化を検討しています。また課題としては、各企業のD&I担当者が専門職ではなく、また管理職である場合がまだ少なく、2-3年で担当が変わってしまったり、D&I担当者の職位が低いので自社の経営層にもなかなかリーチできてないという現状があります。PRIDE指標を作った目的は、LGBT+施策の標準化と、D&I担当者が変わっても、その企業のLGBT+取り組みが継続し、品質を担保されることが狙いでした。また日本のNPOやNGOは小さい個人商店のようなものが多く、広報か会計といったところが弱く、NPO同士協働しないのでインパクトのある活動ができないと思うので、そうしたところを企業がサポートし、いろいろなNPOを束ねるプラットフォームとなり、共同研究などを行ったりしながら、Collective Impactがだせるようにしていきたいと考えています。」

(4) 回答に対する考察

同性パートナー制度をはじめとした各種制度を整備し、「制度や設備だけ整っても、実際にそれを活用できるようにしなければ意味がない」という意識で施策を推進している一方、制度の利用は少ないということがわかった。一方で、リクルートではLGBTQ+&ALLY コミュニティが存在し、EY JAPANではD&Iに関する社員の自発的な活動を会社が支援している。LGBT+とアライのネットワーク「Unity」は多岐にわたる活動を行い、役員も参加している。これらのことから、周囲の理解や実際に社員が活動を行なっているという環境によって、制度を使う必要性が低くなっていると考えられる。つまり、各種制度を整備する重要性は十分にありつつも、それ以上に全ての人に平等に制度や機会が与えられていることが大切なのであり、周囲からの理解や具体的な活動によって、多様な人々が働きやすい環境が生まれているのではないかと考察できる。加えて、wwPの活動は、企業の制度を充実させると共に、理解促進の点でも有効に働いていると考えられる。また、EY JAPANでは、ダイバーシティ&インクルージョンを推進する目的を見定め、PRIDE指標に即した取り組みだけでなく、企業オリジナルの方法で施策を推進していると考えられる。本章の第1節にて「企業に合わせた独自の取り組みを行なっているかがわかるようになると、よりダイバーシ

ティ&インクルージョンが推進され、外部からの評価も高まるのではないかと」と述べたように、企業の自発的な取り組みが外部から高く評価されていると考えられる。

LGBT 施策を進める上での課題としては、①当事者の姿やニーズが見えにくいこと②日本に LGBT への差別を禁止し、平等な権利を守る法律がないために、企業の自発的な活動にゆだねられていること③D&I 担当者が専門職や管理職である場合が少なく、短期間で担当が変わってしまい、経営層へのアプローチが不十分になってしまうことが挙げられることがわかった。

第 5 章 日本企業のダイバーシティ&インクルージョン

第 1 節 リサーチクエスチョンに関するまとめ

事例研究と企業へのインタビューを踏まえて、リサーチクエスチョンの解を提示する。

RQ1「社員の理解や制度的側面において、LGBT 施策の実施・働きやすい職場づくりに必要なことは何か」について、まず取り組みを始めることが重要であり、さらに実際どのような成果が生まれたか、企業に合わせた独自の取り組みを行なっているかがわかるようになると、よりダイバーシティ&インクルージョンが推進されると考えた。加えて日本企業には、ダイバーシティの推進と企業業績の関係性についての理解不足や、中間管理職の共感を得ることの難しさといった課題が存在する。そのため、経営層に対してはダイバーシティ&インクルージョンの推進がどのような効果をもたらすのか、特に生産性や業務効率を向上させる効果があるということを同時に啓蒙していく必要があると考えた。よって RQ1 の解を「社員の理解促進を第一に、PRIDE 指標の評価項目を順に達成していくと同時に、経営層に対してはダイバーシティ&インクルージョンの推進が業績にもたらす効果を啓蒙していくことが必要である。また、各種制度を整備するとともに、それ以上に周囲からの理解や具体的な活動を推進していくことによって、多様な人々が働きやすい環境を作っていく。」とする。

また、RQ2「理解促進と施策浸透のために、企業単体での活動を超えて他セクターとどのように連携・協働していくべきか」について、本章の第 2 節で事例を見たように、日本の NPO・NGO は、講演や研修、イベント等の場所の提供を中心に支援を行なっているが、企業の具体的な取り組みに対して他セクターが協働したという記述は見受けられなかった。インタビューでも、日本の非営利団体は単体で小規模な活動を行なっているものが多いという回答があった。現状ではセクター間の連携・協働によって影響力のある活動はできていないと言える。また、現在の日本の法制度が不十分であることから、企業が主導して取り組みを進めていく必要があるとわかった。海外事例にもあるように、企業が非営利団体の支援を行い、政府を含めた他セクターを巻き込みながら活動していくべきだと考えられる。これを受けて、RQ2 の解を「企業が主導して取り組みを進め、金銭的な面から LGBT に関する活動を行う団体の支援を行い、これらの団体からの支援や助言を受けながら、他の企業や NPO・NGO、政府等他セクターを巻き込んで活動していくべきである。」とする。

第 2 節 結論

本節では、本論文で述べてきたこれまでの議論や考察を振り返り、問題提起

に対する結論を提示する。

第1章では、ダイバーシティ・マネジメントに関するこれまでの議論をまとめた。アメリカでは「人権問題」「異文化経営」「競争力の再構築」の3つの要素からダイバーシティ・マネジメントが注目されるようになった。欧州では、労働組合を通して問題が顕在化し、対応が行われた。日本においては、アメリカや欧州での議論に影響され、女性活躍推進を中心として取り組みが進められた。アメリカで始まったダイバーシティ・マネジメントに関する議論は、欧州や日本を含めて社会の普遍的な課題、経営上の課題として認識されるようになったと言える。

第2章では、ダイバーシティ・マネジメントから一歩進み、多様性の受容を意味する「ダイバーシティ&インクルージョン (D&I)」について取り上げた。日本の現状について考察し、「見えないマイノリティ」である LGBT に焦点を当てて述べている。

第3章では、LGBT 施策について日本国内と海外の法制度をまとめ、日本における LGBT に関わる課題「①ダイバーシティの推進と企業業績の関係性についての理解不足②中間管理職の共感を得ることの難しさ③カミングアウトやハラースメント等性的マイノリティ当事者が抱える困難④職場環境や制度においてトランスジェンダーが抱える困難⑤求職時の困難」を洗い出した。これらを踏まえて、問題提起を「日本企業がダイバーシティ&インクルージョンを推進し、LGBT 施策を実践していくためにはどのような取り組みが必要か」とし、リサーチクエスションとして「①社員の理解や制度的側面において、LGBT 施策の実施・働きやすい職場づくりに必要なことは何か」「②理解促進と施策浸透のために、企業単体での活動を超えて他セクターとどのように連携・協働していくべきか」を設定した。

第4章では、LGBT 施策に関して、日本や海外の企業・団体の事例を研究し、実際に企業にインタビューを行った。そしてリサーチクエスションの解を「①社員の理解促進を第一に、PRIDE 指標の評価項目を順に達成していくと同時に、経営層に対してはダイバーシティ&インクルージョンの推進が業績にもたらす効果を啓蒙していくことが必要である。また、各種制度を整備するとともに、それ以上に周囲からの理解や具体的な活動を推進していくことによって、多様な人々が働きやすい環境を作っていく。」「②企業が主導して取り組みを進め、金銭的な面から LGBT に関する活動を行う団体の支援を行い、これらの団体からの支援や助言を受けながら、他の企業や NPO・NGO、政府等他セクターを巻き込んで活動していくべきである。」とした。

以上を踏まえて本論文の問題提起「日本企業がダイバーシティ&インクルー

ジョンを推進し、LGBT 施策を実践していくためにはどのような取り組みが必要か」に対して、「PRIDE 指標の評価項目を達成し、ダイバーシティ&インクルージョンの必要性と LGBT への理解を促進すること、さらに、関連団体に支援を行いながら、他セクターと相互に関わり合って活動していくことが必要である。」と結論づける。

第 3 節 本研究の課題

EY JAPAN へのインタビューの回答にあるように、現在日本では性的マイノリティへの差別を禁止する法律がない。そのため、企業は自主的に施策を考え、進めていかなければならない。法律が制定されることで、企業に勤める LGBT だけでなく、全ての LGBT を取り巻く環境や抱える困難は大きく改善されていくと考える。しかし、現状では結論で述べたような企業主体の取り組みを行うことが、理解促進とより良い環境作りに繋がると考えられる。

文献一覧

- ・一般社団法人日本経済団体連合会 (2017)「ダイバーシティ・インクルージョン社会の実現に向けて」
- ・尾崎俊哉(2017)『ダイバーシティ・マネジメント入門』ナカニシヤ出版
- ・株式会社 NTT データ経営研究所 (2018)「諸外国におけるダイバーシティの視点からの行政評価の取組に関する調査研究報告書」
- ・厚生労働省 (2016)「事業主が職場における性的な言動に起因する問題に関して雇用管理上講ずべき措置についての指針」
- ・厚生労働省 (2018)「公正な採用選考をめざして(平成 30 年度版)」
- ・厚生労働省 (2020)「Ⅱ. 職場と性的指向・性自認をめぐる現状」『職場におけるダイバーシティ推進事業報告書』
- ・酒井之子(2017)「日本のダイバーシティ経営の特徴と課題 ～「経済産業省 ダイバーシティ経営企業 100 選」の事例分析～」『中央大学大学院研究年報』第 5 号、70-90 ページ
- ・渋谷区 (2016)「渋谷区男女平等・多様性社会推進行動計画～誰もが平等にいきいきとくらする渋谷をめざして～」
- ・世界経済フォーラム (2021)「Global Gender Gap Report 2021」
- ・谷口真美(2008)「組織におけるダイバシティ・マネジメント」『日本労働研究雑誌』No. 574、69-84 ページ
- ・男女共同参画局 (2015)「第 4 次男女共同参画基本計画」
- ・中西絵里(2017)「LGBT の現状と課題 -性的指向又は性自認に関する差別とその解消への動き-」『立法と調査』394 号、3-17 ページ
- ・中村豊(2017)「ダイバーシティ&インクルージョンの 基本概念・歴史的変遷および意義」『高千穂論叢』52 巻、1 号、53-82 ページ
- ・中村豊(2018)「日本企業のダイバーシティ&インクルージョンの現状と課題」『高千穂論叢』53 巻、2 号、21-99 ページ
- ・長谷川珠子(2013)「雇用差別禁止法に対する法的アプローチの変遷と課題」『RIETI Discussion Paper Series』13-J-027
- ・文化庁 (2019)「ダイバーシティと文化政策に関するレポート」
- ・法務省 (2011)「人権教育・啓発に関する基本教育」
- ・堀井紀壬子 (2008)「ダイバーシティ&インクルージョン推進の課題 :管理職の意識と行動についての調査結果」
- ・松田チャップマン与理子・石川利江(2018)「職場のダイバーシティ&インクルージョンとウェルビーイング」『日本心理学会第 82 回大会』
- ・文部科学省 (2017)「いじめの防止等のための基本的な方針」

・ work with Pride PRIDE 指標事務局 (2020) 「PRIDE 指標 2020 レポート」

URL 一覧

- 一般社団法人 LGBT 理解増進会 <https://lgbtrikai.net/index.html>
- EY https://www.ey.com/ja_jp
- VANS <https://www.vansjapan.com>
- NEC <https://jpn.nec.com>
- QWRC <https://qwrc.jimdofree.com>
- 経済産業省 <https://www.meti.go.jp/index.html>
- 厚生労働省 <https://www.mhlw.go.jp/index.html>
- 国際基督教大学ジェンダー研究センター <https://subsite.icu.ac.jp/cgs/>
- J-win <https://www.j-win0.jp/index.html>
- 性と人権ネットワーク ESTO <http://estonet.info>
- 独立行政法人 労働政策研究・研修機構 <https://www.jil.go.jp>
- 日本 IBM <https://www.ibm.com/jp-ja?lnk=m>
- 認定 NPO 法人虹色ダイバーシティ <https://nijiiodiversity.jp>
- Macy's <https://www.macys.com>
- PwC Japan <https://www.pwc.com/jp/ja>
- プラップ・ジャパン <https://www.prap.co.jp>
- みずほフィナンシャルグループ <https://www.mizuho-fg.co.jp/index.html>
- 文部科学省 <https://www.mext.go.jp/index.htm>
- LUSH <https://www.lushusa.com/home>
- リクルートホールディングス <https://recruit-holdings.com/ja/>
- ReBit <https://rebitlgbt.org>
- work with Pride <https://workwithpride.jp>