

LGBT 従業員に対する企業の在り方

東北大学経済学部経営学科

B5EB1153 田中隆羽

目次

はじめに

第1章 理論編

第1節 CSR

第2節 LGBT

第1項 LGBTとは

第2項 LGBTを巡る現状

第3項 LGBTが抱える心理

第4項 LGBTのアイデンティティ形成

第5項 日本のLGBT人口

第6項 Ally

第3節 日本企業のLGBTに対する現状

第4節 PRIDE指標

第2章 分析編

第1節 ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループ

第2節 日本航空株式会社

第3節 愛知ヤクルト工場

第3章 考察・提言

第1節 考察

第2節 提言

おわりに

参考文献・ウェブサイト

はじめに

近年、CSR活動に取り組む企業は増加している。自社のホームページにCSR活動をまとめて掲載していることや、CSRレポート・統合報告書として活動内容をPRしていることを目にするところがあるだろう。CSR活動と一口に言っても、その目的と対象は様々である。環境 (Environment)、社会 (Social)、ガバナンス (Governance)、それぞれにバランスの取れたCSR活動が目指されている。

企業のそうした活動を表彰する自治体も存在し、官民双方に認知されてきている。その一方で、政府は高齢者の雇用を促進する他、女性・障害者雇用については到達目標値を定め、企業に課している。しかしながら、未だLGBTに関しては政府を挙げて触れられる段階には達していない。少子高齢化・人口減少社会が問題視される中で、年齢・性別等のパーソナリティに関わらない人材の確保・育成・活用を通じて、社会全体の生産性を高める必要がある。そのために、企業は従業員が働きやすい環境を提供しなければならないだろう。従業員とは、男性・女性・障害者・高齢者はもちろん、今まで考えられる機会の少なかったLGBTの人々も含まれる。多様なバックグラウンドを持つ人材を生かし切るためにも、LGBTについて考えるべきなのではないか。

また、グローバル社会の現代において、企業は多様な国籍・宗教・文化的背景を持つ人々と関わる機会が増える。国際的にも人権問題への関心が高まっており、日本企業も無視できないと考えられる。

本論文の目的は、こうした現状を踏まえ、企業がLGBTに対するCSR活動を行う意義について明らかにし、どのようにしてその活動を行っていくべきか考えることである。まず、理論編においてLGBTに関する現状と日本企業の関心について触れた後、セクシャルマイノリティに対する取り組みを評価する指標であるPRIDE指標を取り上げる。そして、分析編においてPRIDE指標で高く評価された企業を調査することによって、今後企業はどのようにLGBTに対するCSR活動を行っていくべきか明らかにしたい。

第1章 理論編

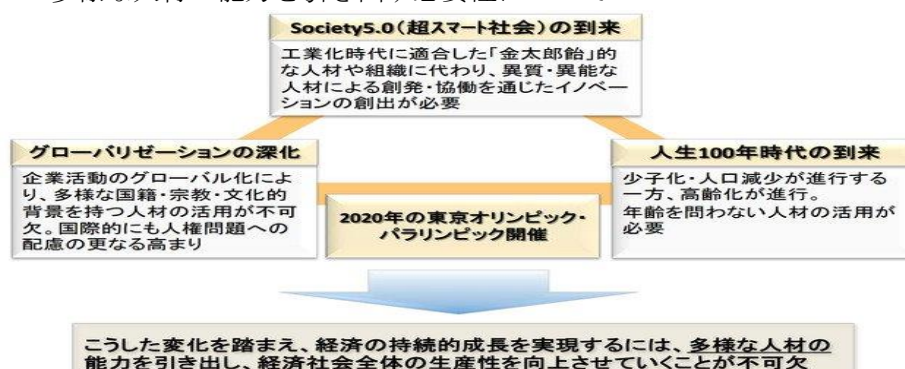
第1節 CSR

CSRとは、Corporate Social Responsibilityの略語であり、企業の社会的責任と訳される。しかし、企業によってCSRの捉え方は様々異なっており、ホームページ等における企業理念との結びつけも異なっている。ここで、本論文を進めていくうえで、CSRを定義づけする必要がある。本論文では経済産業省が用いている定義を基に、CSRについて考えることとする。

経済産業省はCSRについて、「企業の社会的責任」とは、企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方であるとしている¹。近年、企業の不正や虚偽表示、また長時間労働による社会問題が取り沙汰されている。企業が真に持続可能な成長を遂げるためには、法令遵守はもちろんであるが単に利益を追求するだけでなく、社会に配慮した活動が必要であろう。それが企業のイメージにも繋がり、持続可能な成長の基盤となる。

また、企業も優秀な人材の確保という問題は決して他人事ではない。重要なステークホルダーの一員である従業員に対するCSRを軽視できないだろう。その理由としては、図1に示されている。第一に、超スマート社会の到来に合わせ、益々のイノベーションが求められていること。第二に、グローバル化の深化に伴い、国籍・宗教といった多様なバックグラウンドを持つ人材の活用が不可欠であること。第三に少子高齢化・人口減少社会が加速しているため、人材難に見舞われる恐れがあること。以上のような理由が考えられる。持続可能な成長を目指すうえで、従業員に対するCSRは益々重視されなければならないと言える。

図表1 多様な人材の能力を引き出す必要性について



出典：経団連「ダイバーシティ・インクルージョン社会の実現に向けて【概要】」

¹ 経済産業省ホームページ

(http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyoukaikei/) より

第2節 LGBT

第1項 LGBTとは

ここでは、LGBTについて述べる。LGBTを理解するためには、まず性的指向と性自認への理解が必要だ。法務省は、性的指向について、どのような性別の人を好きになるかということとしており、性自認について、自分の性をどのように認識しているのかということとしている。特に性自認は心の性と言われることもあり、多くの人は身体の性と心の性が一致しているが、双方が一致せず、自身の身体に違和感を持つ人もいる²。LGBTの中でもLGBは性的指向に基づく概念であり、Tは性自認に基づく概念である。

では、LGBTについて定義する。LGBTとは、Lesbian、Gay、Bisexual、Transgenderのそれぞれの頭文字を組み合わせた言葉である。法務省は、LGBTについて以下のように定義している。Lesbian（レズビアン）とは、女性の同性愛者のことで、心の性が女性で恋愛対象も女性である人を指す。Gay（ゲイ）とは、男性の同性愛者のことで、心の性が男性で恋愛対象も男性である人を指す。Bisexual（バイセクシャル）とは、両性愛者のことで、恋愛対象が女性にも男性にも向いている人を指す。Transgender（トランスジェンダー）とは、身体の性と心の性が一致していない人を指す。例えば、身体の性は男性でも心の性は女性である人が該当する。

LGBTはセクシャルマイノリティを表す言葉として広く用いられてきたが、国際的にはSOGI（ソジ）という言葉が使われつつある。SOGIとは、Sexual Orientation and Gender Identity（性的指向と性自認）それぞれの頭文字を組み合わせた言葉である。LGBTが特定の人々を表す言葉であったのに対して、SOGIは人間の性に関する特性を表す言葉で、全ての人々を包括できるという特徴がある。

しかし本論文では、未だセクシャルマイノリティと呼ばれる人たちが働きやすい職場が整備できていない現状を、どのようにして改善していけば良いのかということをも目的としているため、敢えてセクシャルマイノリティを表す際に広く用いられているLGBTという言葉を用いることとする。

第2項 LGBTを巡る現状

現在、LGBTを取り巻く環境は変化を見せている。海外の現状と日本の現状をそれぞれ取り上げる。

まずは海外だ。個人の同意に基づく同性愛が法律で犯罪と定められ、差別的な扱いをしている国は約76カ国あり、5カ国では死刑判決を受ける恐れがある³。しかし、

² 法務省ホームページ (<http://www.moj.go.jp/JINKEN/LGBT/index.html>) より

³ 国際連合広報センターホームページ

(<http://www.unic.or.jp/activities/humanrights/discrimination/lgbt/>) より

2012年3月、国際連合人権理事会において、潘基文総長がLGBTの人権保護を訴えるスピーチを行った。性的指向や性自認を理由に、暴力及び差別を受けることがあってはならないと世界的に明言したスピーチである。国連事務総長が公的にスピーチを行ったことは、今も差別に苦しむ世界中のLGBTの人々にとって大きな意義があると言える。また、2014年、オリンピック憲章に性的指向を理由とする差別を禁止する差別の禁止が盛り込まれた⁴。

未だ差別法がある国や地域が残る一方で、同性婚や同性婚に準ずる制度を認める国も存在する。2018年1月16日時点で、同性婚および登録パートナーシップなど同性カップルの権利を保障する制度を持つ国・地域は世界中の約20%の国・地域に及んでいる⁵。2015年6月、アメリカ連邦最高裁が同性婚を認めない連邦法は違憲であるとする判決を下した。この歴史的判決により、アメリカの全ての州で同性婚が全面的に解禁する見通しが立った。また、2018年9月6日、インドの最高裁が同性同士の性行為を違法としない判決を下した。世界各地で少しずつLGBTの人々を許容する風向きが生まれていると言えよう。

参議院法務委員会調査室は、その他、日本を除くG7の国々が、同性婚又はそれに準じた制度を認めているとしている(図表2)⁶。

図表2 同性婚を巡る諸外国の現状

2005年(平成17年)	・カナダが同性婚を合法化
2013年(平成25年)	・フランスが同性婚を合法化
2014年(平成26年)	・イギリスが同性婚を合法化
2015年(平成27年)	・アメリカ連邦最高裁が全ての州で同性婚の権利を認める判断
2016年(平成28年)	・イタリアで同性カップルに結婚に準じた権利を認める法律が成立
2017年(平成29年)	・台湾司法院大法官會議(台湾の憲法裁判所に該当)が、同性婚を認めていない現行民法は「違憲」とする判断を示し、2年以内の法改正か関連法の制定を求めた ・ドイツが同性婚を合法化

出典：参議院法務委員会調査室「LGBTの現状と課題—性的指向又は性自認に関

⁴ 日本オリンピック委員会ホームページ、『国際オリンピック委員会「オリンピック憲章」』
(<https://www.joc.or.jp/olympism/charter/pdf/olympiccharter2014.pdf>) より

⁵ EMA日本ホームページ (<http://emajapan.org/promssm/world>) より

⁶ 参議院法務委員会調査室「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—」

(http://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/rippou_chousa/backnumber/2017pdf/20171109003.pdf#search=%27%E5%9B%BD%E9%80%A3+LGBT%27) より

する差別とその解消への動き―」

次に日本についてだ。日本においても、政府を中心として少しずつ LGBT に対する取り組みが生まれている。法務省ホームページでは、LGBT の啓発を促進するための特設ページを設けている⁷。近年の国内の動きは以下の通りである（図表 3）。

図表 3 LGBT を巡る国内の動き

平成 14 年	・「人権教育・啓発に関する基本計画」（平成 14 年 3 月 15 日閣議決定）に同性愛者への差別といった性的指向に係る問題の解決に資する施策の検討を行うことが盛り込まれる
平成 16 年	・性同一性障害者の性別の取扱いの特例に関する法律（平成 15 年法律第 111 号）施行
平成 22 年	・文部科学省が性同一性障害への対応徹底を求める事務連絡を発出
平成 24 年	・内閣府が人権擁護に関する世論調査を実施 ・「自殺総合対策大綱」（平成 24 年 8 月 28 日閣議決定）で自殺の恐れが高い層として「性的マイノリティ」に言及
平成 26 年	・文部科学省が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を公表
平成 27 年	・LGBT に関する課題を考える国会議員連盟発足（超党派） ・文部科学省が「性的マイノリティ」の児童生徒全般に配慮を求める通知を発出 ・東京都渋谷区と世田谷区が同性パートナーの証書の発行を行う制度を開始 ・「第 4 次男女共同参画基本計画」（平成 27 年 12 月 25 日閣議決定）において性的指向や性同一性障害を理由として困難な状況に置かれている場合への対応が盛り込まれる
平成 28 年	・自民党「性的指向・性自認に関する特命委員会」設置 ・文部科学省が教職員向け手引を作成・公表
平成 29 年	・男女雇用機会均等法（昭和 47 年法律第 113 号）に基づく改正セクハラ指針が施行され、被害者の性的指向・性自認にかかわらず職場におけるセクハラが対象となることが明記された ・性的指向や性自認をからかひやいじめの対象とする言動もセクハラに当たり許されないことを明確化する人事院規則の運用通知の改正 ・いじめ防止対策推進法（平成 25 年法律第 71 号）に基づく基本方

⁷ 前掲注 2 参照

	針が改定され、LGBTへの対応が盛り込まれる <ul style="list-style-type: none"> ・2020年東京オリンピック・パラリンピック大会において開催に必要な物品・サービスの調達基準や運用方法などを定めた調達コードに、LGBTなどを含めた「社会的少数者」の権利尊重を規定 ・性的指向と性自認に関する施策を推進するための地方自治体議員連盟が発足
--	--

出典：参議院法務委員会調査室「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―」

しかし、日本国内では未だLGBTであるが故に、不利益を被ることも少なくない。職場や学校で差別的な発言を経験した人は7割以上だった一方、職場や学校がLGBTに対してフレンドリーだと感じている人は約3割にとどまった⁸。また、先述した平成27年に開始された渋谷区の同性パートナーシップについては、区議会の条例案に対して、区に1000通を超える反対意見が殺到したり、抗議デモが行われたりした⁹

LGBTの人権を守ろうとする国内外の機運は高まりを見せているが、より一層の発展のためには非当事者の人々による働きかけが不可欠であると言える。

第3項 LGBTが抱える心理

前項の通り、LGBTに対する現状は改善を見せているものの、未だ差別や偏見は残されている。そのため、自身に対する直接的な差別を避けるために、アイデンティティを隠して振舞うことが多いだろう。しかし、異性愛者を装うことでストレスを強く感じる事が指摘されている。日高（2000,2007）の研究では、数千人規模のインターネット調査から、異性愛者的役割葛藤の度合いが強いほど抑うつ、特性不安、孤独感、自己抑制型行動特性が強く、自尊心が優位に低いことを明らかにしている。また、1999年にゲイ男性を対象に初めて実施されたインターネット調査（有効回答数1025人）によると、全体の64%がこれまでに自殺を考えたことがあり、15.1%は実際に自

⁸ 日高庸晴、宝塚大学看護学部教授、「LGBT当事者の意識調査 ～いじめ問題と職場環境等の課題～」（http://www.health-issue.jp/reach_online2016_report.pdf#search=%27%E6%97%A5%E9%AB%98%E5%BA%B8%E6%99%B4+%E5%AE%9D%E5%A1%9A%E5%A4%A7%E5%AD%A6%E7%9C%8B%E8%AD%B7%E5%AD%A6%E9%83%A8%E6%95%99%E6%8E%88+%E3%80%8C%E5%BC%AC%E5%BC%A7%E5%BC%A2%E5%BD%93%E4%BA%8B%E8%80%85%E3%81%AE%E6%84%8F%E8%AD%98%E8%AA%BF%E6%9F%BB+%E3%83%BC%E3%81%84%E3%81%98%E3%82%81%E3%83%BB%E8%81%B7%E5%A0%B4%E7%92%B0%E5%A2%83%E5%95%8F%E9%A1%8C%E3%83%BC%E3%80%8D%27)より

⁹ 産経新聞（2015）「同性パートナー条例」案、26日に委員会採決 根強い反対論、揺れる渋谷区議会（<https://www.sankei.com/premium/news/150325/prm1503250008-n1.html>）、（2018年12月16日閲覧）

殺未遂の経験があったようだ¹⁰。

一連の調査から、LGBT に代表されるセクシャルマイノリティの人々は、一般集団と比較して明らかにメンタルヘルスが悪いと言えるのではないか。彼らが快適な社会生活を送るための取り組みを行うことは大きな社会的意義を持つはずだ。

第4項 LGBT のアイデンティティ形成

ここでは、LGBT 当事者のアイデンティティ形成の意義について述べたい。

LGBT の中でもとりわけ同性愛者が自己のアイデンティティを形成するモデルとして Cass (1979) の 6 段階のモデルがある。6 段階は、①アイデンティティの混乱 (Identity Confusion)、②アイデンティティの比較 (Identity comparison)、③アイデンティティの寛容化 (Identity Tolerance)、④アイデンティティの受容 (Identity Acceptance)、⑤アイデンティティの自信 (Identity Pride)、⑥アイデンティティの統合 (Identity Synthesis) に分類される¹¹。このモデルは、①自分が同性愛者なのかもしれないと気付く、②その場合異性愛者の人生と比較してどのような人生を送ることになるのか考える、③同性愛者と接触して、彼らのカルチャーを知りたいと思うようになる、④自分が同性愛者だと認めるが、その一方で異性愛者としての人生を送ることへの周囲の期待に応えられず、悲しみを覚えることがある、⑤同性愛者の誇りを持つようになる、⑥同性愛者であることは自らを形作る構成要素の一つに過ぎないと捉えるようになる、というプロセスを辿る。

このモデルは現在でも広く知られるモデルの一つであり、他の学者もこれから更に発展させたモデルを提唱している。Troiden (1989) は、自身の提唱するモデルの中で、他の当事者との関わりの意義が大きいことに触れている。当事者同士の関わりが、アイデンティティ形成、孤独感や疎外感の軽減、周囲へのカミングアウトを促進し、異性愛者と同性愛者を二分化した考え方の修正が見られることになるとしている¹²。葛西 (2014) は、肯定的な LGBT としてのアイデンティティを形成することが抑うつ、自殺未遂等の精神的な問題の予防や自尊心の向上につながることを指摘している¹³。

これらの研究から、アイデンティティ形成とメンタルヘルスの改善は非常に強い結びつきがあると言えると考える。そして、当事者同士の関わり合いも重要な要素の

¹⁰ 日高 庸晴 (2007)、社会調査から見た性的指向と健康問題

(<https://ci.nii.ac.jp/els/contents110006426900.pdf?id=ART0008435236>)

¹¹ Cass (1979)、The Cass Model of Gay/Lesbian Identity Development

(https://www.wcupa.edu/_services/stu.lgb/documents/identityModule.pdf#search=%27cass+LGBT+%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%87%E3%83%B3%E3%83%86%E3%82%A3%E3%83%86%E3%82%A3+%E3%83%A2%E3%83%87%E3%83%AB%27)

¹² Troiden (1989)、The Formation of Homosexual Identities より

¹³ 葛西 真記子 (2014)、『セクシュアル・マイノリティへの心理的支援—同性愛、性同一性障害を理解する』、岩崎学術出版社より

一つである。当事者コミュニティの存在は、LGBT 当事者にとって価値のあることだと考える。

第5項 日本のLGBT人口

現在、日本においてLGBTの人口を計った公的な統計はないとされる¹⁴。しかし、民間企業においてLGBT人口を独自に調査した統計はあるため、本論文ではその統計を一つの参考として進めることとする。電通ダイバーシティ・ラボ、株式会社LGBT総合研究所、日本労働組合総連合会によるインターネット調査を以下にまとめる（図表4）。

図表4 LGBT人口に関する調査

企業名等	調査時期	調査対象	結果
電通ダイバーシティ・ラボ	平成27年4月	全国20～59歳の約7万人	LGBTを含むセクシャルマイノリティに該当する人は7.6%
株式会社LGBT総合研究所	平成28年5月	全国20～59歳の約10万人	LGBTに該当する人は約5.9%、その他のセクシャルマイノリティに該当する人は約2.1%
日本労働組合総連合会	平成28年6月	全国20～59歳の有職男女約1000人	LGBTを含むセクシャルマイノリティに該当する人は8.0%

出典：参議院法務委員会調査室「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—」

上記の調査を総合すると、LGBTの人口は約8%ということが出来る。割合にして、職場に20人に1人はいるという結果である。

しかし、第2節第2項で触れた通り、職場や学校で差別的な発言を経験した人は7割以上だった一方、職場や学校がLGBTに対してフレンドリーだと感じている人は約3割にとどまったというデータがある。第2節第3項ではLGBTの精神的健康について触れたが、職場に20人に1人いるという状況下において、LGBTに対する企業の取り組みがないままで、もし彼らがストレスを感じるのであれば、LGBTの従業員の生産性が高まらないことはもちろん、企業も十分な生産性を保持することはできないのではないかと。

企業が持続可能な成長に向けて生産性を高めるためには、LGBTの従業員に対しても何らかの取り組みを行わなければならないことが明らかになったと言える。

¹⁴ 前掲注6参照

第6項 Ally

ここでは、Ally と呼ばれる人々について説明したい。Ally (アライ) とは、セクシュアルマイノリティに好意的で、彼らの活動を支える異性愛者を指す¹⁵。LGBT 当事者が肯定的な自身のアイデンティティ形成を行うためには、他の当事者との関わりが効果的だということは先述の通りだが、彼らが差別的な行為を受けた経験が多いということも事実として先述した。当事者がより自由に生活するためには、周囲に理解者や支援者が必要なことは明らかであろう。職場に多くの Ally がいれば、当事者はより安心して働くことができることは想像に難くない。

では、Ally として活動する人を増やすためにはどうすれば良いのか。葛西、小渡 (2018) は、性の多様性を認める態度を形成していると考えられた異性愛者かつシスジェンダーの 8 人を対象にインタビュー調査し、セクシュアルマイノリティに対する支援活動を行うに至るまでの過程を分析した。その研究によると、Ally が形成されるまでには、①セクシュアルマイノリティの可視化、②当事者との親密化、③マイノリティとしての共感、④支援活動に参加、という 4 つの過程を経るといふ。①セクシュアルマイノリティである人との出会い等から、当事者に関する知識の深化やイメージの変化が見られ、②当事者との個人的なかかわりを通して感情を共有するプロセスを経て、③セクシュアルな部分に限らず、他の部分についてマイノリティである自身の立場から共感し、④支援活動に参加するようになる。

以上から、Ally として活動する人、もしくは活動はしなくとも理解を示す人を増やすためには、第一に当事者等から積極的に話を聞き、LGBT を初めとしたセクシュアルマイノリティをメディアから得られる漠然としたイメージでなく、一人の人間として認識することが必要なのではないか。企業が LGBT に関する取り組みを行う際に、参考にする価値は十分にあるはずだ。

¹⁵ 葛西 真記子、小渡 唯奈 (2018)、『「性の多様性を認める態度」を促進する要因』、鳴門教育大学研究紀要第 33 巻 pp50-59

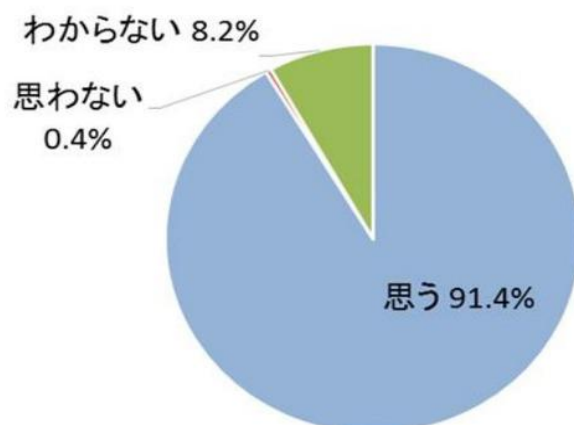
第3節 日本企業のLGBTに対する現状

今節では、日本企業のLGBTに対する現状について述べたい。

経団連は会員企業に対して、「LGBTへの企業の取り組みに関するアンケート」と題して、LGBTに対する意識調査を行った。

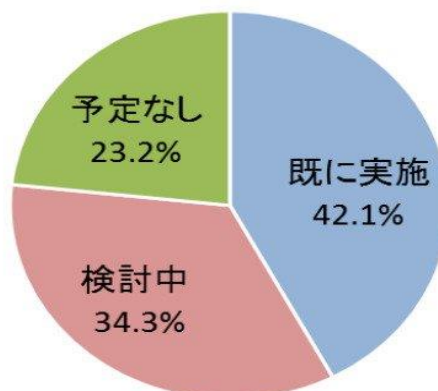
以下、図表5、6に質問に対する回答状況を示す。

図表5 LGBTに関して、企業による取り組みは必要だと思うか



出典：経団連『LGBTへの企業の取り組みに関するアンケート』調査結果

図表6 LGBTに関して、何らかの取り組みを実施しているか



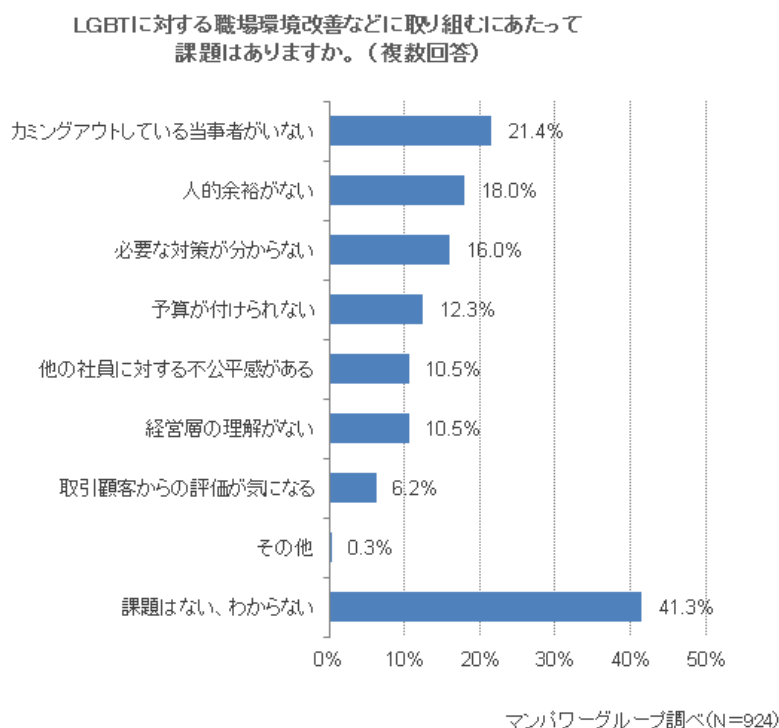
出典：経団連『LGBTへの企業の取り組みに関するアンケート』調査結果

図表5から、90%以上の企業がLGBTに関する取り組みの必要性を認識していることが分かる。その一方で、図表6によると、必要性を認識しつつも実行に移しているのは半数に満たないことが分かる。

では、なぜ企業はLGBT施策を積極的に実施できないのか。マンパワーグループが

2016年7月～8月に924社を対象に行った、企業内におけるLGBTに関する職場環境改善等の対応についてのアンケート調査では、「カミングアウトしている当事者がいない」、「必要な対策が分からない」という回答が上位に挙がった（図表7）¹⁶。

図表7 LGBTに関する職場環境等の対応についてのアンケート調査



出典：マンパワーグループ

ここから考えられる原因としては、まず効果が目に見えづらく、数値化しづらいことが挙げられる。仮にLGBTに関する取り組みを行ったとしても、それによる効果が捉えづらいのでは、CSR担当者も経営層や管理職層にコミットしづらいだろう。また、企業内で制度を整えても、当事者は本当にカミングアウトできるのかということも挙げられる。そして、当事者に関する知識がないことは大きな問題だろう。

しかし、そもそもLGBTを受け入れる風土ができていなければ、カミングアウトすることもできないのではないかと。企業は、カミングアウトしたい人が現れた時にいつでもカミングアウトできるような風土を企業内に醸成しておく必要がある。また、効果を何らかの方法で定量化、可視化しなければならない。そうすることで、経営層や管理職層により効果的にコミットできるだろう。そして、当事者に寄り添った取り組みを行うためにも、当事者やAllyから知識を得ることが重要だ。

¹⁶ マンパワーグループ HP
(https://www.manpowergroup.jp/client/jinji/surveydata/1608_001.html) より

以上のことを踏まえて、企業の LGBT に関する取り組みについて考察を深めていきたい。

第4節 PRIDE 指標

では、企業はどのような活動を目指せばよいのか。企業が LGBT に関する取り組みを行う際、参考にしたい評価指標がある。それは、任意団体「work with pride」が 2016 年に日本初の職場における LGBT 等のセクシュアルマイノリティへの取り組みの評価指標として策定した、PRIDE 指標と呼ばれる指標だ。

「work with pride」は PRIDE 指標を策定した目的として 3 点挙げている。①企業等が、LGBT が働きやすい職場の要件を認識し、社内施策を推進するためのガイドラインとして活用すること、②毎年、本指標に対する企業等の取り組み状況や取り組み事例を募集し、優れた企業を表彰することで、LGBT が働きやすい職場づくりを応援すること、③募集した取り組み事例の中から、ベストプラクティスを可能な範囲で公開して、LGBT が働きやすい職場づくりの定着状況や具体的な方法を、広く社会に認識させること、の 3 点だ。LGBT に対してどのような取り組みをすれば良いか分からないという企業にとっては、一つの指針となるだろう。

この指標は、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）の 5 つの評価基準から成り、それぞれの評価基準の中で細かくいくつかの評価項目に分けられている。PRIDE 指標の名称は、LGBT の人々が誇りを持って働ける職場の実現を目指すことから名付けられており、各評価基準も PRIDE の各文字に合わせて設けられている。

ここで、各評価基準設定の背景にある趣旨を説明する¹⁷。

<①Policy（行動宣言）>

企業や団体の中の一部の人が取り組むのではなく、全体で取り組む課題であることを社内外に理解させることから設定された。

<②Representation（当事者コミュニティ）>

社内に当事者コミュニティや相談窓口があることで、当事者は同じ悩みを共有したり、適切な専門家へ相談したりすることができる。また、一人では伝えづらいような職場環境に関する要望も、コミュニティとして人事部等に伝えることができるという観点から設定された。

<③Inspiration（啓発活動）>

LGBT に対する理解が進むことで、差別的取り扱いがなくなり、LGBT の社員も LGBT でない社員も気持ちよく働ける職場環境を整えていくことが重要として設定された。

¹⁷ 「work with pride」ホームページ (<http://workwithpride.jp/pride-i/>) より

<④Development（人事制度・プログラム）>

LGBT の社員も、LGBT でない社員と同等の取り扱いとなるような対応、またトランスジェンダーの社員向け対応を、福利厚生等の整備によりできる範囲から実施していくことが重要として設定された。

<⑤Engagement/Empowerment（社会貢献・渉外活動）>

LGBT が暮らしやすい社会を実現するために、企業は、社内の施策だけでなく、様々なステークホルダーと連携して行動を起こすことが重要であり、社会への大きな効果を期待することができるとして設定された。

では、何故 PRIDE 指標を取り上げたか説明したい。

やはり LGBT に関する取り組みを考える際には、「見えない」、「分からない」ということが大きな課題であると、筆者は考える。それを解消するためには、③Inspiration（啓発活動）や⑤Engagement/Empowerment（社会貢献・渉外活動）は非常に大きな意義があると言えるだろう。また、先述した通り、職場における LGBT 当事者に対する差別的行為が未だ残っているため、社内全体で差別解消を目指す方針を発信することが必要であろう。そのため、①Policy（行動宣言）の指標も重視されなければならない。当事者のアイデンティティ形成のためにも、当事者コミュニティの存在が価値あるものだということも先述した。②Representation（当事者コミュニティ）の指標も言わずもがな必要である。最後に、④Development（人事制度・プログラム）についてだが、同性カップルに対する法的整備が充実していないのが日本の現状である。パートナーが同性であろうと異性であろうと、平等な環境の下で働ける職場が理想である。故に、この指標も大きな意義を持つと言えるだろう。

以上の理由から、筆者は PRIDE 指標を取り上げ、各企業には取り組みを行う際の参考にしてほしいと考えた。

第2章 分析編

この章では、LGBT に関する取り組みを積極的に行っている企業を取り上げ、その取り組みを分析していく。今回取り上げる積極的な取り組みを行っている企業は、ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループ、日本航空株式会社の2社である。この2社はPRIDE指標2017において、最高評価であるゴールドを受賞した。また、取り組みが評価されている企業のみではなく、LGBT に対して問題視される行いをしてしまった企業を1社取り上げる。それは愛知ヤクルト工場である。この3社を分析し、LGBT に関する取り組みにおいて、どのような要因が必要なのか、企業はどのようにして取り組めば良いのかを明らかにしていきたい。

第1節 ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループ

世界的にビジネスを展開するジョンソン・エンド・ジョンソンが、1961年に日本において事業活動をスタートさせる際に立ち上げたグループだ。消費者向け製品をはじめ、医療機器、医薬品等を次々に導入・販売し、ビジネスの拡大を図ってきている。

<選定の理由>

PRIDE指標2017において、最高評価であるゴールドを受賞したことが大きな理由である。その他、ホームページにおいて、ダイバーシティとインクルージョン(D&I)を経営の重要課題として位置づけ、性別・年齢・民族性・国籍・障害の有無・セクシャリティに関わらず、あらゆる多様性を尊重することで豊かな発想や考え方をサポートすると明記していることが挙げられる。

<取り組み>

LGBT に関する理解啓発と、ダイバーシティとインクルージョンの醸成に関する活動としてOpen&Outという取り組みを行っている。発起人はLGBT当事者であり、8人でスタートしたこの活動も、60人を超えるサポーターがいる。この活動の目的としては、①LGBT に関する正しい知識が浸透することでカミングアウトしてもしなくても働きやすい環境の実現、②LGBT を含めたすべての人材の能力が最大限に発揮できること、③目に見えない「違い」にも目を向け、より多様性を受け入れる土壌を作ることが挙げられる。

具体的な活動内容としては、LGBT の社員に対して、当事者及びAllyから成る社内コミュニティの提供を行うこと、またAllyはOpen&Outのロゴシールをパソコン等に貼ることで支援の意思表示ができるということ、そして当事者及びAllyにより、LGBT に関する理解啓発活動を行うこと等が挙げられる。社内のカフェテリアで開催されたカンファレンスでは経営陣も含めて100人以上が参加した。

<分析>

当事者コミュニティを作ることにより、一見すると分からない LGBT の存在を身近に感じることができるのは良い傾向にあると考えられる。LGBT 当事者の視点から考えると、自分だけではないという孤独感や疎外感がいくらか緩和される。他の当事者との関わりにより、アイデンティティ形成や孤独感・疎外感の軽減が促進され、精神的健康に大きな影響を与えることを考慮しても非常に有用である。LGBT 当事者ではない人々の視点から考えると、漠然としたイメージではなく、実際に当事者を目の当たりにすることで、セクシュアルマイノリティを可視化できる。これは、Ally が形成される過程の第 1 段階として先述した。LGBT を理解する第 1 歩と言えるだろう。Ally が Open & Out のロゴシールを用いて支援の意思表示ができることも同様の理由で LGBT 当事者が孤独感・疎外感を軽減できる一助となる。

しかし、当事者コミュニティの存在や Ally の可視化が持つ意義はそれだけではない。第 1 章第 3 節において、LGBT に関する取り組みの効果を何らかの形で定量化・可視化する必要があることを述べた。Open&Out は、発足以降、確かに活動の参加者が増加しており、当事者のみならず Ally を可視化することもできる。それにより、自社に勤める社員の中で LGBT 当事者がどれだけいるのか、また彼らのためにどの規模で制度を整備すればよいのか、ということはある程度は把握できる。ここである程度という文言を用いたのは、カミングアウトしない当事者もいないことを考慮している。ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループは、同性パートナーシップ証明書を取得した社員に対して、配偶者を持つ社員と同等の福利厚生を用意しているが、こうした効果の可視化が制度整備の支えとなったと考えられる。

最後に、Open&Out の目的として紹介した、当事者がカミングアウトしてもしなくても働きやすい環境の実現に着目する。カミングアウトには、カミングアウト以降周囲の対応が変わるかもしれないといった恐れが伴う。あくまでも当事者コミュニティに所属することや福利厚生を利用することは、個人の自由とされるべきである。そうしてカミングアウトしたい人がいつでもカミングアウトできる風土が社内に醸成されると考える。

第 2 節 日本航空株式会社

日本航空株式会社は、国内線・国際線双方で航空運送事業を展開している。その他にもパッケージ旅行の販売や、クレジットカード事業も行っている。

<選定の理由>

PRIDE 指標 2017 において、最高評価であるゴールドを受賞したことだ。また、PRIDE 指標 2017 において、ベストプラクティス Inspiration 評価指標に選出された。社内において LGBT の理解を促進させることは、LGBT 当事者が働きやすい職場づく

りを目指す上で不可欠である。

<取り組み>

まず、LGBTに関する社内セミナーの開催だ。人事担当者や経営層を含めた、グループ全社員に対するeラーニングの実施（2016年3月～9月）を行った。それに関連して、採用活動におけるLGBTへの配慮も行っている。採用面接官に対して、就活生が困ることやカミングアウトされた場合の対応等について、周知・徹底している。

また、Allyに関する活動が活発である。先進的な取り組みを行う企業を訪問し、LGBTに関する取り組みについてヒアリングしたり、Allyイベントに人事部社員が参加し、Allyや当事者と意見交換したりしている。この取り組みによって、より当事者が望む具体的な取り組みを考えることができるだろう。その他、LGBTに関する研修を受講した社員等に、LGBT ALLYステッカーを配布している。

<分析>

現在は行われていないようだが、社内セミナーを通して全社員にLGBTに関する知識を啓発するeラーニングは非常に意義を持つと考える。有志の社員はLGBTに関する研修を受講できるようだが、やはり全社員に理解が行き渡っている方がLGBT当事者もストレスをできるだけ少なく働くことができるだろう。また、未来の社員となり得る就活生への配慮を徹底していることは、LGBT当事者の中の有能な人材が自社を志望することが期待できる。こうした取り組みを積み重ねることで、職場にカミングアウトしたい人が現れた際にいつでもカミングアウトできるような風土が醸成されることが考えられる。

次にAlly活動についてだが、LGBTに関する取り組みを行う際に、無闇に何かを行おうとするのではなく、当事者に寄り添おうとする姿勢が見られる。成功事例を模倣することや、自社だけでは拾えない当事者・Allyの生の声を拾うことで、より良い取り組みに昇華させようとしている。そして、LGBT ALLYステッカーは、ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループのOpen&Outのロゴシールと同様の効果が期待できるだろう。取り組みによる効果の可視化、当事者の精神的健康に寄り添っていると考えられる。

第3節 愛知ヤクルト工場

最後に、愛知ヤクルト工場を取り上げる。ここまで取り上げた2社は成功事例として分析したが、愛知ヤクルト工場は失敗事例として取り上げることにする。

平成28年6月、愛知ヤクルト工場を訴える訴訟が起きた。原告は、性同一性障害との診断を受けたが、職場でカミングアウトを不当に強制されて精神的苦痛を受け、うつ病を発症したとして訴訟を起こした。訴状によると、原告は性同一性障害の診断を受け、

名古屋家裁に女性名への変更を認められていたが、職場では男性名で働きたいと要望する一方、更衣室は男性用を使わなくて済むように配慮を求めた。しかし、会社側は一方的に提示物や名札を女性用に変えた上で、役員用更衣室などの使用を認める代わりに、同じ課の従業員の前でカミングアウトを強制した。原告は、同年6月中旬に朝礼で3回「性同一性障害で、治療には皆様に迷惑が掛かります。理解と協力をお願いします。」との説明を強いられたという¹⁸。

この事例では、明らかに個人の要望を無視した会社側の攻撃的な姿勢が見られることも原因として挙げられ、企業倫理の観点から論ずることもできる。しかし、本論文では、殊 LGBT の従業員にどう接するべきであったかという点に絞って論じることとする。

本事例で大きく問題視すべきは、カミングアウトを強制する、「アウティング」という行為が行われたことである。カミングアウトについては、その効果について心理学の研究においても多くの説が立てられているが、カミングアウトすることとしないことは、双方に問題点が指摘されており、一定の見解を得られていない。特に個人の特性を強制的に開示させることはプライバシーの侵害と捉えることもできる。カミングアウトをする場合、当事者には多くの不安が伴うことは確かである。カミングアウトすることで、周囲の対応が今までと変わるかもしれないという不安や、職場において LGBT に関する理解が十分に得られていない場合には差別的な取り扱いが行われることも予期される。そのため、LGBT 当事者の中には、カミングアウトしないまま過ごした方が良いという考えが生まれても不思議はないのである。本事例では、原告は男性名のまま働きたいという要望をしていたことから、徒に自身の性同一性障害について拡散されたくなかったということも考えられる。カミングアウトには大きな勇気が必要なのは明らかだ。会社側に配慮を求めた時点で、相応の勇気を出していただろう。そこに、自身が望まぬカミングアウトを見せしめの如く強制されたことは、大きな精神的負担になったことは想像に難くない。

カミングアウトはしたい人が行い、したくない人は行わなくても、快適に過ごすことができる環境づくりが必要だと強く認識させられる事例だ。

¹⁸ 産経新聞（2016）性同一性障害「カミングアウトを強制された」 40代会社員、愛知ヤクルト工場を提訴（<https://www.sankei.com/west/news/160628/wst1606280058-n1.html>）（2018年12月20日閲覧）

第3章 考察・提言

この章では、第1章、第2章をもとに企業が今後どのようにして LGBT に関する取り組みを行うべきかを考察し提言したい。

第1節 考察

第1章を通して、LGBT 従業員が高い生産性を生むためには、精神的健康を維持することが必要であることに触れた。職場において、差別的な行為を受けた当事者が多いことも挙げられるが、日常における彼女や彼氏の有無、結婚観等を問うような何気ない会話もストレスになることもある。その一方で、企業が LGBT に関する取り組みを行う上での課題や、実際に企業が抱える懸念点についても述べた。

また第2章を通して、実際に LGBT に関する取り組みを行う企業で高く評価されている企業と問題を露呈した企業を分析した。

以上を踏まえて、企業が LGBT に関する取り組みを行う際に必要な事項を3点考えた。

第1に、当事者団体を可視化することである。当事者側と企業側の双方にメリットがあると考えられる。当事者にとっては、他の当事者との関わりを持つことや Ally 等の支援者の存在を把握することで、精神的健康が保たれることが期待できる。企業にとっては、自社にどの程度当事者がいるのかをある程度把握することで、取り組みを行う必要性を実感し、また当事者団体の活発さ等を通して取り組みがどの程度効果を発揮したのかということ把握することができる。

第2に、非当事者への理解啓発を行うことである。厚生面で当事者への配慮を見せることのみでは、十分に効果を発揮できないだろう。やはり職場の実際に共に働く、上司・同僚・部下にも当事者に対する理解が必要である。これは当事者がストレスなく働けるように行うべきであるが、非当事者にとっても LGBT 当事者に対する知識がないとどのような対応を心がければ良いのか分からないというストレスを生まないことにも繋がる。当事者・非当事者の双方が互いを理解することで、従業員全てが高い生産性を生むことが期待できる。また、当事者への取り組みを行う際に、経営層や管理職層が非当事者ではなかった場合、どのような取り組みを行えば良いのか分からないという課題があると先述した。日本航空株式会社の事例で取り上げたが、先進的な取り組みを行う企業や、Ally イベントで当事者や Ally から、人事などが自ら積極的にヒアリングすることも時には必要である。

第3に、カミングアウトはしてもしなくても良いという意識を企業側が持つことだ。ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループの Open&Out は、カミングアウトしてもしなくても働きやすい環境の実現を目指して活動しており、PRIDE 指標 2017 においても高く評価されている。その一方で、愛知ヤクルト工場は当事者に対してカミングアウトを強制したことにより、精神的健康を乱しただけでなく、訴訟沙汰になり自

社のイメージに関わる問題になっている。当事者が望めばカミングアウトをいつでもできるような環境づくりを目指すという意識は必要だ。

第2節 提言

初めに、Ally を含めた当事者団体の形成である。支援者を「見える化」することで、当事者にとって働きやすい職場を目指すのだ。時には、非当事者である人事等が自ら Ally になり、創設することも必要かもしれない。そもそも職場にカミングアウトしやすい風土がなければ、当事者も団体を作って活動することに対して足踏みすることが考えられる。また、当事者団体を作って積極的に活動して、活発であることを見せることができれば、経営層に対してもコミットしやすい。ジョンソン・エンド・ジョンソン 日本法人グループの **Open&Out** は、創設以来参加者の数を着々と伸ばし、今では社長会でも活動をサポートされており、予算を持って活動している。目に見えるようにすることで、LGBT について現実感を持って考えるようになるはずだ。

次に、社内での理解啓発を促すことである。非当事者の同僚たちの理解は不可欠だ。しかし、LGBT に関する知識を明確に持つ非当事者は少ないだろう。すべての従業員が互いを理解し、尊重することで、企業は高い生産性を生み出すことができると期待できる。具体的な取り組みとしては、虹色ダイバーシティといった NPO 法人に講師を委託し、従業員・管理職層・経営層の全てを対象とした講演会を実施することである。今まで当事者と関わりを持たなかった非当事者にとっては、当事者と触れ合うことで LGBT に対する理解を得るための大きな意味を持つだろう。「セクシュアルマイノリティの可視化」が Ally になる過程における、第1段階であることは先述の通りである。

最後に、具体的な福利厚生についてだ。まず、配偶者を持つ社員が受けられる各福利厚生を、同性パートナーを持つ社員も受けられるようにすることである。同性カップルに対しては未だ法的整備が為されていないのが現状としてある。行政が発行する同性パートナーシップ証明書は、まだ導入されていない自治体がほとんどである。そのため、同性カップルも生活を送るうえで、配偶者を持つ社員と同等の生活ができるように配慮することは非常に効果を持つと考える。また、トランスジェンダーの社員については、必要に応じて戸籍上の性別と社内での性別の 2 種類を人事情報として登録できるようにすることも挙げる。あくまでもカミングアウトについては個人の自由を尊重することを意味する。

おわりに

本論文は、LGBT 従業員に関する CSR としてどのようにとりくむべきか考えた。LGBT を取り巻く、現在の日本と海外の現状や日本企業の姿勢からも、LGBT はホットな話題である。しかし、LGBT 当事者の抱える精神的健康を取り上げる際に、何気ない日常から彼らがストレスを抱える可能性があることを知った。そして、企業に対するアンケート結果からも対応が分からないという声があった。筆者自身非当事者であり、周囲に LGBT 当事者がいないため、同じ感想を持っていた。研究を進める中で Ally と呼ばれる非当事者がいることを知ったが、彼らも初めは同じであったが何らかの形で当事者との関わりを持つことにより、理解を示し、共感し、Ally として活動しているようだ。人は誰しも、初めは知識がないもので、それが当然である。LGBT 当事者のことを「見えない」、「知らない」からこそ、互いを理解しあう環境を実現するためには、歩み寄り、互いを知ろうとする姿勢こそ必要なのではないか。

企業を調べる中で、LGBT 当事者が活躍されている企業をいくつも発見した。共通点としては、自身に自信を持って生き生きと働かれている点だろう。彼らの中にも初めはカミングアウトに対して不安を感じていた人も多かっただろうが、自身の中の葛藤を乗り越えた人は一層輝いて見えるように思う。一つの職場に様々なバックグラウンドを持つ人間がいるからこそ生まれる発想もあるはずだ。LGBT 当事者だからこそ見えてくる視点というものもあるに違いない。企業は、企業自身の生産性を高めるという「攻め」の観点、また企業のイメージを維持するという「守り」の観点という双方から、この LGBT という課題に取り組むべきだ。

さて、本論文では、日本企業全体に対する課題提示と分析、提言をするに留めたが、よりミクロな観点から研究することも必要だ。国内だけでなく海外に影響力を持つような大企業が果たすべき役割や、予算と労働力が限られている中小企業でも果たせる役割、またマスメディア等世論に直接影響を及ぼすことができる企業が果たすべき役割、といった研究もできる。これらミクロな研究は今後の課題としたい。

国内外において、LGBT に纏わる話題は益々盛り上がりを見せている。LGBT 当事者は未だ色眼鏡で見られてしまうという現状があるが、いつしかその「違い」も忌避されることがなくなってほしいと願う。当事者も非当事者も変わらない、彼らが「一人の人間」として見られることが当然の世の中が訪れることを信じて、本論文を締める。

参考文献・ウェブサイト

1. 経済産業省ホームページ、
http://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyokaikei/
2. 法務省ホームページ、<http://www.moj.go.jp/JINKEN/LGBT/index.html>
3. 国際連合広報センターホームページ、
<http://www.unic.or.jp/activities/humanrights/discrimination/lgbt/>
4. 日本オリンピック委員会ホームページ、『国際オリンピック委員会「オリンピック憲章」』、
<https://www.joc.or.jp/olympism/charter/pdf/olympiccharter2014.pdf>
5. EMA 日本ホームページ、<http://emajapan.org/promssm/world>
6. 参議院法務委員会調査室「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―」、
http://www.sangiin.go.jp/japanese/annai/chousa/rippou_chousa/backnumber/2017pdf/20171109003.pdf#search=%27%E5%9B%BD%E9%80%A3+LGBT%27
7. 日高庸晴、宝塚大学看護学部教授、「LGBT当事者の意識調査 ～いじめ問題と職場環境等の課題～」
http://www.health-issue.jp/reach_online2016_report.pdf#search=%27%E6%97%A5%E9%AB%98%E5%BA%B8%E6%99%B4+%E5%AE%9D%E5%A1%9A%E5%A4%A7%E5%AD%A6%E7%9C%8B%E8%AD%B7%E5%AD%A6%E9%83%A8%E6%95%99%E6%8E%88+%E3%80%8C%E5%BC%AC%E5%BC%A7%E5%BC%A2%E5%BC%B4%E5%BD%93%E4%BA%8B%E8%80%85%E3%81%AE%E6%84%8F%E8%AD%98%E8%AA%BF%E6%9F%BB+%E3%83%BC%E3%81%84%E3%81%98%E3%82%81%E3%83%BB%E8%81%B7%E5%A0%B4%E7%92%B0%E5%A2%83%E5%95%8F%E9%A1%8C%E3%83%BC%E3%80%8D%27
8. 産経新聞（2015）「同性パートナー条例」案、26日に委員会採決 根強い反対論、揺れる渋谷区議会、
<https://www.sankei.com/premium/news/150325/prm1503250008-n1.html>
9. 日高 庸晴（2007）、社会調査から見た性的指向と健康問題、
<https://ci.nii.ac.jp/els/contents110006426900.pdf?id=ART0008435236>
10. Cass（1979）、The Cass Model of Gay/Lesbian Identity Development、
<https://www.wcupa.edu/services/stu.lgb/documents/identityModule.pdf#search=%27cass+LGBT+%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%87%E3%83%B3%E3%83%86%E3%82%A3%E3%83%86%E3%82%A3+%E3%83%A2%E3%83%87%E3%83%AB%27>
11. Troiden（1989）、The Formation of Homosexual Identities

12. 葛西 真記子 (2014)、『セクシュアル・マイノリティへの心理的支援—同性愛、性同一性障害を理解する』、岩崎学術出版社
13. 葛西 真記子、小渡 唯奈 (2018)、『「性の多様性を認める態度」を促進する要因』、鳴門教育大学研究紀要第 33 巻 pp50-59
14. 経団連、ダイバーシティ・インクルージョン社会の実現に向けて、
http://www.keidanren.or.jp/policy/2017/039_honbun.pdf#page=15
15. マンパワーグループ HP、
https://www.manpowergroup.jp/client/jinji/surveydata/1608_001.html
16. 「work with pride」ホームページ、<http://workwithpride.jp/pride-i/>
17. ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループホームページ、
<https://www.jnj.co.jp/brand/di/effort/index.html>
18. 日本航空株式会社ホームページ、<https://www.jal.com/ja/>
19. 産経新聞 (2016) 性同一性障害「カミングアウトを強制された」 40代会社員、愛知ヤクルト工場を提訴、
<https://www.sankei.com/west/news/160628/wst1606280058-n1.html>