

働き方はどう変わる？ 2024年に注目すべきトピック6選

⑥ LGBTフレンドリー

「働き方はどう変わる？ 2024年、人事・労務の注目すべきトピック6選」
最後となる6つ目のトピックは「LGBTフレンドリー」です。



1. LGBTとは

近年、ニュースなどでよく目や耳にする「LGBT」ですが、LGBTが性的マイノリティを表す言葉であることは、今や多くの人に認識されています。LGBTは、次の4つの頭文字をとったものです。

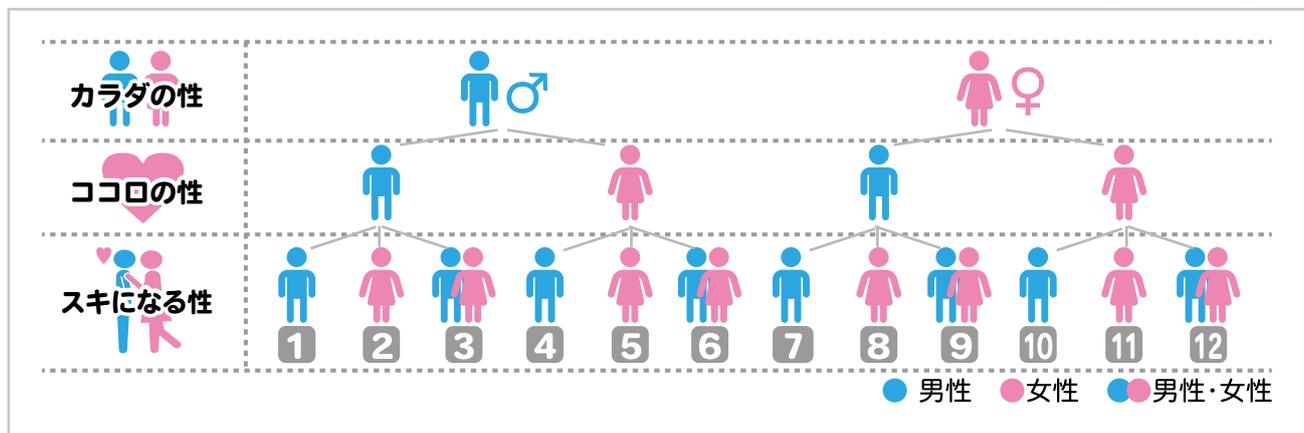
L	Lesbian (レズビアン、女性同性愛者)
G	Gay (ゲイ、男性同性愛者)
B	Bisexual (バイセクシュアル、両性愛者)
T	Transgender (トランスジェンダー、戸籍の性別と自身のアイデンティティーが一致していない人)

他にもたくさんのセクシュアリティ(性のあり方)があり、自分の性のあり方がわからない・決めていない人のQueerやQuestioning(クイアやクエスチョニング)の頭文字を付けて「LGBTQ」や、多様な性でLGBTQにカテゴライズされない人の+(プラス)を加えて「LGBTQ+」と表現することもあります。

日本におけるLGBTの人々は全人口の7.6%といわれており(電通ダイバーシティ・ラボ「LGBT調査2015」)、左利きやAB型の人の割合とほぼ同じ(14人弱に一人)です。

この調査では、セクシュアリティを「身体の性別」「心の性別」「好きになる相手・恋愛対象の相手の性別」の3つの組み合わせで分類し、セクシュアリティマップ(下図参照)を元に、ストレート(異性愛者で、身体と心の性別が一致している人)であると答えた人(図内②と図内⑩)以外をLGBTとしています。

【図表1】電通ダイバーシティ・ラボ制作の「セクシュアリティマップ」



出所: 株式会社電通_2015年4月23日付けニュースリリース

2. LGBTフレンドリーな企業とは

「**LGBTフレンドリー**」とは、LGBTの人たちに対して温かく開かれた状態であることを意味します。そして、社員や関係者に向けてLGBTに関する施策をおこなうことで、**LGBTの人たちが自分らしく生き、活躍することを支援する企業**のことを「**LGBTフレンドリーな企業**」といいます。

多様性を認め合い、様々な人の活躍を促す「ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン(DEI)」の観点からも、

企業にはLGBT支援の取り組みが求められています。

性的マイノリティに対する社会的な関心が高まり、LGBTへの基本方針を定める企業や、LGBTの社員が働きやすい職場環境づくりに取り組む企業が増えています。また、「PRIDE指標」に応募する企業も年々増加しており、LGBT支援に対する企業の関心が高まっていることがうかがえます。

【図表2】

LGBT支援に対する企業の取り組み

①LGBTへの基本方針がある企業	146社 (2015年)	➔	517社 (2023年)	3.5倍に!
②「PRIDE指標」の応募社数	82社 (2016年)	➔	834社 (2023年)	10倍に!

- ① LGBTに対する会社の基本方針(権利の尊重や差別の禁止など)が「ある」と回答した企業 ~東洋経済CSR企業総覧(雇用・人材活用編)より~
 ② work with Prideが2016年に策定した「LGBTQ+などセクシュアル・マイノリティへの企業等の取り組みの評価指標」。LGBTQ+が誇りを持って働ける職場の実現を目指し、名称を「PRIDE指標」としています。

このように企業がLGBT支援に取り組むメリットとしては、主に次の3つがあげられます。



企業イメージがアップする

優秀な人材が集まりやすくなる・確保できる

生産性が向上する

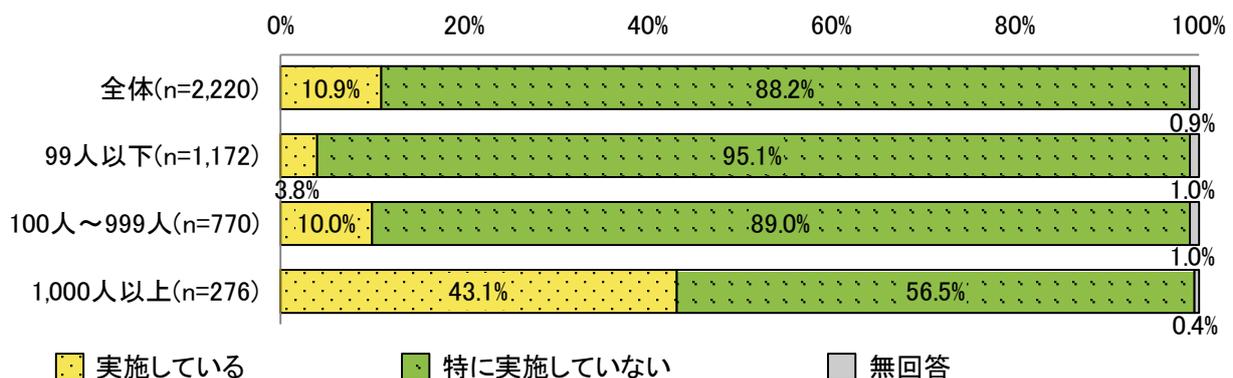


安心して働ける職場環境が創出され、誰もが尊重されていると感じることで、仕事へのモチベーションが高まり、結果的に生産性の向上にもつながる

3. 企業の取り組み状況

しかし、厚生労働省の調査(2020年3月「職場におけるダイバーシティ推進事業報告書」)によると、LGBTの人たちへの配慮や対応を意図した取り組みをおこなっている企業の割合は、従業員規模別に見ると、1,000人以上の43.1%に対し、99人以下では3.8%であり、企業規模が小さくなるほど対応が進んでいないことがわかりました。この状況は、人材の確保・定着、意欲の向上といった課題を抱える中小企業・小規模企業にとって、決して望ましいとは言えません

【図表3】性的マイノリティに対する配慮や対応を意図した取組の実施



出所:「職場におけるダイバーシティ推進事業報告書」P64

企業による取り組みがなかなか進んでいない理由に、LGBTの人たちが直面する困難は周囲に見えにくく、そのため理解や共感を得られにくいことが考えられます。また、取り組みを実施・検討していない企業の多くは、その理由として「社内に性的マイノリティ当事者がいないため」を挙げています。しかし、LGBTの人たちの多くは職場でカミングア

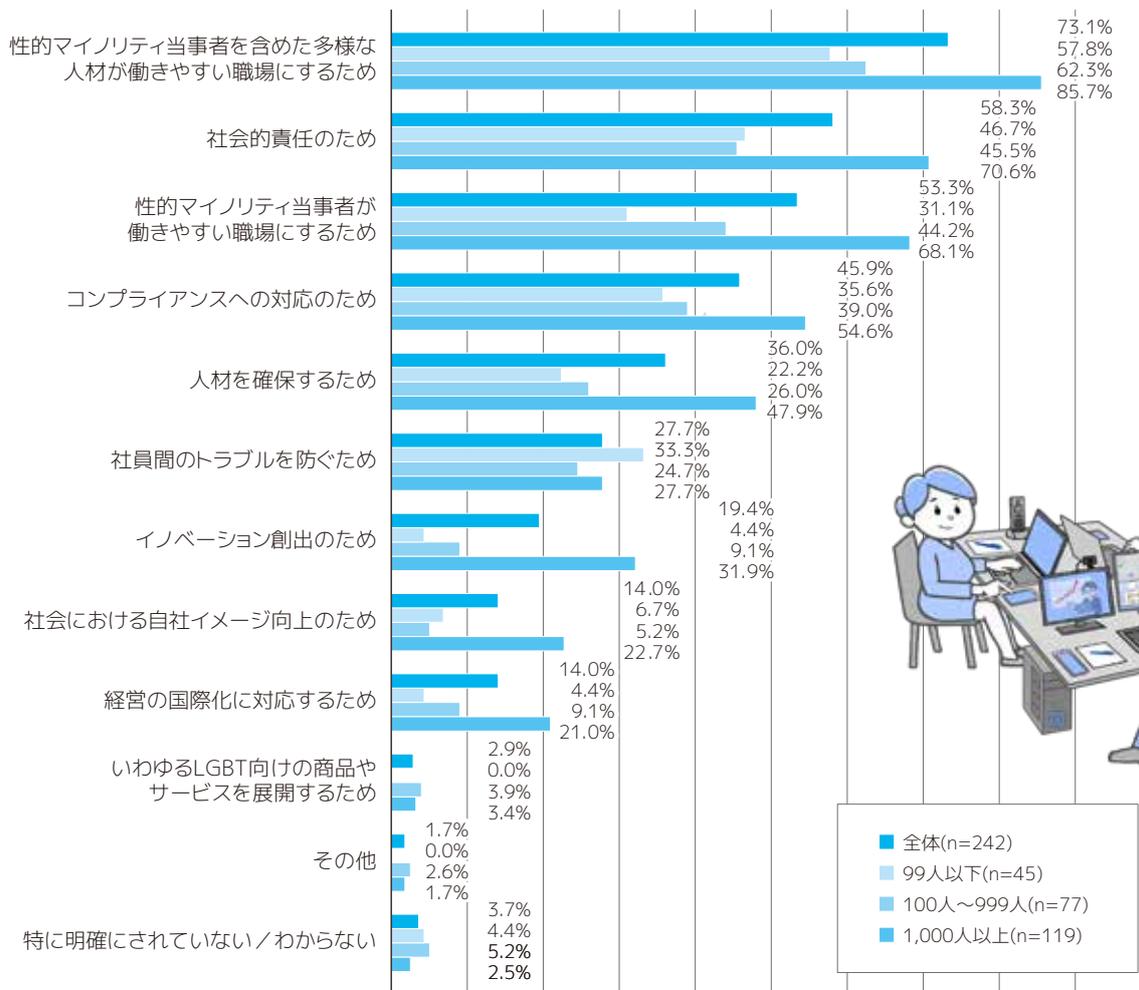
ウトしておらず、困難を抱えていても声をあげにくいという事情を企業が理解していない可能性があります。

LGBT 対応は企業規模の大小を問わずに取り組む必要があり、職場に性的マイノリティの当事者がいることを前提として、多様な人材が安心して働ける職場を目指すことが重要です。

4. 企業における施策の展開

性的マイノリティに対する配慮や対応の取り組みを実施している企業では、取り組みの目的や期待する効果として、「性的マイノリティ当事者を含めた多様な人材が働きやすい職場にするため」、「社会的責任のため」、「性的マイノリティ当事者が働きやすい職場にするため」、「コンプライアンスへの対応のため」をあげています。

【図表4】企業が性的マイノリティに対する配慮等に取り組む目的(複数回答)



出所：「多様な人材が活躍できる職場環境に関する企業の事例集」P20

性的マイノリティの当事者が抱える困りごとは個人によって様々であると考えられ、望む対応も一様ではありません。従って、企業がおこなう取り組みは多岐にわたりますが、基本的には次のような施策を展開することが有効です。

①方針の策定・周知や推進体制づくり

企業として、「性的指向や性自認にかかわらず、多様な人材が活躍できる職場環境をつくる」という方針を明確に打ち出すことで、性的マイノリティの当事者を含む従業員が、企業の姿勢を信頼することができます。

方針の打ち出し方としては、「多様性を尊重すること」、「差別を行わないこと」などを経営方針や宣言、就業規則などに明記することが考えられます。

②研修の実施

従業員一人一人が性的指向や性自認について基本的な知識を持つことによる理解増進が重要であり、そのためには研修や周知啓発の取り組みをおこなうことが必要です。

研修の内容として、SOGI ハラやアウティングについても取り扱ったり、管理職向けの研修では、部下からの相談対応などマネジメント上の配慮を加えるとさらに効果的です。

※SOGI ハラ…職場における性的指向および性自認についてのハラスメント

※アウティング…本人の性のあり方を、同意なく第三者に暴露してしまうこと

SOGI ハラは、セクハラやパワハラのように法律上の定義はありませんが、アウティングとともにパワハラ防止指針に盛り込まれ、基本的にパワハラにあたる行為とされています。

規模の小さい会社では、LGBT に対する誤解や偏見を解消し理解を促すことを目的にした研修など比較的着手しやすいところからまず一歩踏み出すという進め方がよいと思います。

③相談体制の整備

職場で性的指向や性自認に関する差別や嫌がらせを受けた、アウティングが発生した、配置転換などで配慮を求めたい、休暇や福利厚生制度などで困りごとがあるといった場合には、性的マイノリティの当事者が会社に相談したいという気持ちになります。会社のなかに相談できる窓口が設けられていることで、当事者は安心して働くことができます。

④福利厚生における取り組み

性的マイノリティの当事者が福利厚生制度を利用しにくいということのないように見直しをおこなうことが肝要です。例えば同性パートナーに関わる慶弔見舞金や休暇の付与など、性的マイノリティを念頭においた福利厚生制度の整備を進めることは、性的マイノリティの当事者を含む従業員に対して企業の姿勢を示すこととなります。

⑤職場における支援ネットワークづくり

同じ会社のなかに「性的マイノリティのことを理解し、支援することを表明する」人たち(=アライ、支援者という意味)がいることで、当事者は安心して働くことができます。アライが周囲にいるという職場環境をつくるためには、自発的にアライを表明する従業員を増やしていく取り組みが重要です。

5. さいごに

昨今、社会的には多様な性への理解が進み、LGBT を含む性的マイノリティ当事者を取り巻く環境も変化してきています。こうした社会の流れを受けて、企業も変化することが求められています。

性の多様性を理解し、性的マイノリティを尊重する企業になることで、企業の社会的価値をより高めるとともに、貴重な人材の確保や離職防止にもつながります。

これからの職場は、性的指向や性自認だけでなく、障害や病気、育児や介護など様々な事情を抱えた多様な人材で構成されていくと考えられます。周りの人たちが、これらの事情を当事者の特性や個性としてポジティブに捉え、また、働き方も人にやさしく柔軟にできたら、社会は生き生きと働く人々で活気に溢れることでしょう。



さて、ヒューマン・プライム通信では、人事労務領域において注目されている新たな取り組みやトレンドとなるキーワードをピックアップし、6回にわたってご紹介してきました。これからは、企業のパーパスやビジョンに基づき、どのような人材が必要かを考え、そのための最適な働き方を探す時代になっていきます。今回のシリーズで取り上げたトピックが、その一助になれば幸いです。

