

オリンピックワールドワイドパートナー及び東京五輪スポンサー企業の LGBT 対応についてのアンケート調査結果を発表

～積極的に取り組んでいる企業ほど同性婚などの法整備を期待～

特定非営利活動法人虹色ダイバーシティ（大阪市北区、代表：村木 真紀）と、株式会社プラップジャパン（東京都港区、代表取締役社長：鈴木 勇夫）は、オリンピックワールドワイドパートナーと東京五輪スポンサー企業（計 73 社）を対象に「LGBT も働きやすい職場づくりのための企業アンケート」を実施いたしました。虹色ダイバーシティとプラップジャパンは、2016 年より様々な企業・団体が抱える、LGBT に関するコミュニケーション上の課題を解決するための共同プロジェクト「虹色 PR パートナー」を結成し様々な活動をしてまいりました。本調査もそのプロジェクトの一環として実施したものです。

ここ数年、日本では企業の働き方改革がより一層の盛り上がりをみせ、ダイバーシティも推進されてきました。また、ダイバーシティのトピックスの中でも LGBT と称される性的マイノリティに対する意識は高まってきています。東京五輪を前に、オリンピック憲章の「性的指向による差別の禁止」に基づき、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会が策定した「調達コード」内では、LGBT 等の性的マイノリティの権利尊重が明記されました。これを受け、日本国内で最も LGBT 対応が進んでいると考えられる企業として東京五輪大会にスポンサードしている企業及びオリンピックワールドワイドパートナー計 73 社を対象に実施し、34 社（回収率：46.5%）からの有効回答を得ました。

◆調査結果のハイライト◆

1) LGBT 対応の施策を 5 個以上実施している企業が 3.5 割、何もしていない企業との両極化が明らかに

67.7%の企業が LGBT 対応の施策を何かしら実施、施策の平均実施個数は 4.9 個で、5 個以上の施策を実施している割合は 35.3%にのぼった。一方で何も対応もしていない企業は 32.4%で顕著な両極化の傾向が明らかに。

2) LGBT 対応に取り組めていない理由は「センシティブな問題なので慎重に進める必要があるため」

既に取り組んでいる企業にもまだ対応できていない企業にも同様の選択肢で、「自社の LGBT 施策の状況がなぜそのような対応なのか」理由を選択する設問（複数回答）において、まだ対応していない企業の方が「センシティブな問題なので慎重に進める必要がある」を選んだ割合が既に実施している企業よりも 15 ポイント以上高かった。取り組みが進まない背景に、やや“過剰な配慮”がうかがえる。

3) 約 8 割の企業が今後の取り組み意向について「積極的に推進したい」

現在積極的に取り組んでいる企業は 85.7%が引き続き積極的に取り組みたい、今後取り組むための準備をしている段階の企業では 100%が積極的に取り組みたいと回答。2020 年に向けて、さらに対応が推進されることが期待できる。今後推進していく上で課題となってくることに「経営層・役員層の理解促進」、「法整備」をあげる声が目立った。

日本で最も LGBT に関する施策に取り組んでいる企業群の調査結果からは、多様化する社会の中における企業の責任を果たすというだけでなく、優秀な人材を確保するためにも、今後も取り組みを継続／近いうちに開始するという意向がみられました。その一方、LGBT に関わる法整備が遅れているといわれる日本の現状との整合性においてハードルを感じているという結果がみられたほか、社内でも立場や年代、バックグラウンドの違いから推進に対する温度差があるなど、担当者が悩んでいる様子も浮かび上がってきました。LGBT に対する認知・理解が進み、差別禁止の意識は高まってきている中、さらに踏み込んだ具体的なアクションへの取り組みが期待されます。

特定非営利活動法人虹色ダイバーシティ 代表 村木 真紀 氏コメント

「今回の調査では、オリンピックワールドワイドパートナーと東京五輪スポンサー企業の、LGBT の取り組みに対する意識の高さが見て取れました。しかし、LGBT 当事者のニーズと比較するとまだまだ大きなギャップがあるということも事実です。昨今の自治体でのパートナーシップ制度の広がりが、企業での LGBT の取り組み推進の一翼を担っているという側面があるので、今後は国の法整備が進み、それが推進力となって職場での取り組みも進む、という良い相互作用が起こることを期待しています。2019 年は同性婚に関する訴訟が始まり、国会でも LGBT に関する法律整備に向けた動きもあるなど、LGBT を取り巻く環境において歴史に残るような一年になるのでは、と感じています。しかし、これはあくまで一つの節目であり、ゴールではありません。2020 年の先の未来をよりよい社会にするためには、過剰な配慮によって行動を起こさずにいることよりも、一人ひとりがほんの少し勇気を出して踏み出す一歩のほうが大切だと考えています」

虹色 PR パートナーは、今後も LGBT に関するコミュニケーション上の課題解決に貢献できるよう、様々な取り組みを行って参ります。

■ 特定非営利活動法人 虹色ダイバーシティについて

虹色ダイバーシティは、LGBT 等の性的マイノリティがいきいきと働ける職場づくりをめざして、調査・講演活動、コンサルティング事業等を行っている NPO 法人です。誰もが自分らしさを活かせる職場、多様性を尊重する環境は、経営にも社会にもよい作用をもたらします。虹色ダイバーシティは、性的マイノリティが、どの職場においても、性的指向・性自認・性表現に関して不当に貶められず、公正に扱われ、周囲の人と協力しながら、心身の健康を気遣い、いきいきと持てる力を発揮できる社会を目指して活動しています。

URL : <http://www.nijiiodiversity.jp/>

■ プラップジャパンについて

プラップジャパンは、広報・PR の支援・コンサルティングを手がける総合 PR 会社です。各業界、専門分野に精通した数多くの PR スペシャリストを有し、企業・団体の広報コンサルティングおよびマスメディアとの強力なネットワークによるメディアリレーションを中核に、業界トップクラスの実績をもつメディアトレーニング、戦略 PR、ソーシャルメディア対応、PR イベント、PR ポータル・サービスなど、総合的なコミュニケーションサービスを提供しています。URL : <http://www.prap.co.jp/>

■ 本件に関するお問い合わせ :

特定非営利活動法人 虹色ダイバーシティ

Email: info@nijiiodiversity.jp

株式会社プラップジャパン内 虹色 PR パートナー

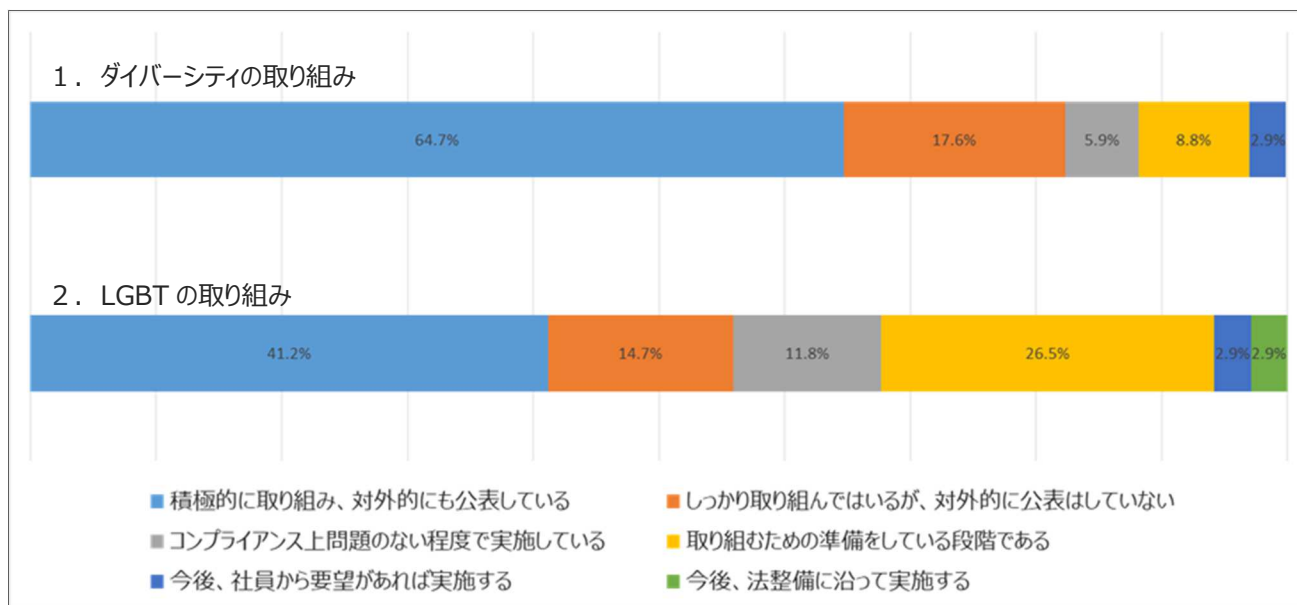
TEL : 03-4580-9107 / Email: nijiio-pr-partner@ml.prap.co.jp

◆調査方法について◆

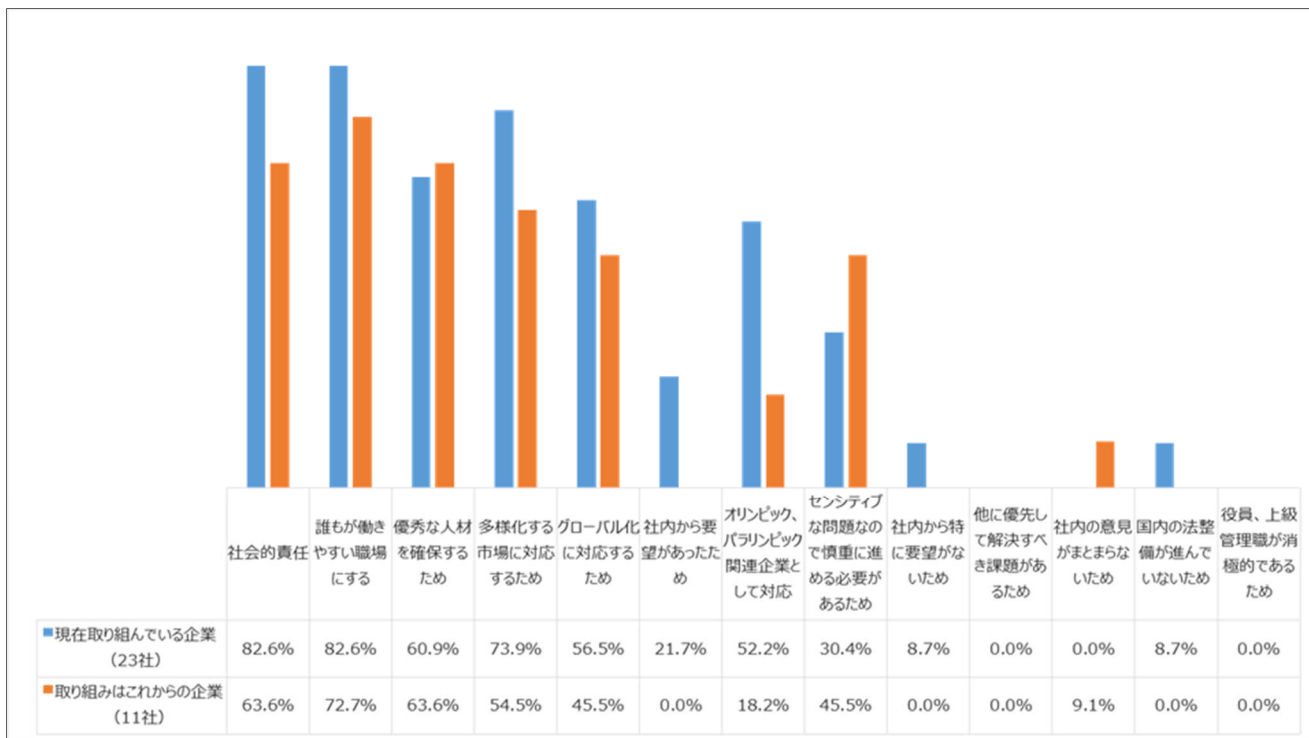
- 実施主体： 特定非営利活動法人虹色ダイバーシティ
(株式会社プラップジャパン 調査協力)
- 正式名称： LGBT も働きやすい職場づくりのための企業アンケート
- 調査対象： オリンピック・パラリンピック ワールドワイドスポンサー
東京 2020 オリンピック・パラリンピック スポンサー／サポーター 計 73 社
- 有効回答数： 34 社 (回収率：46.5%)
- 設問数： 全 8 問 (すべて任意回答のため、設問によって回答数が異なる)
- 依頼方法： 虹色ダイバーシティのクライアントにはダイレクトメール送付 (27 社)
その他は企業 HP に記載のある問い合わせフォーム、代表番号等から依頼。
記載がない場合はアンケート用紙を郵送。
- 調査形式： ウェブ上のアンケートフォームを利用 (SurveyMonkey 有料版)
- 回収期間： 2018/12/20～2019/3/4

◆調査結果の詳細◆

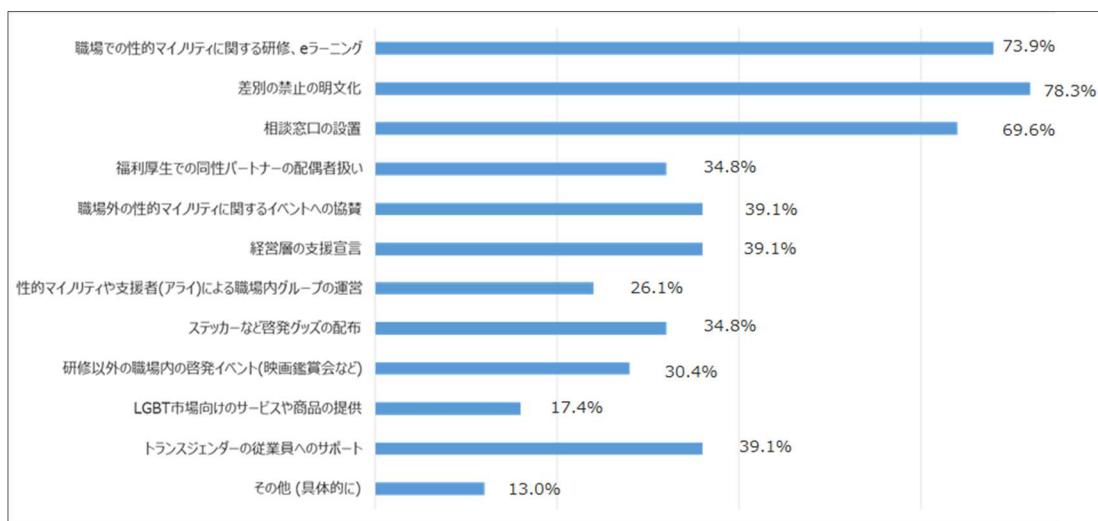
1. 女性、外国人、障害者などに関して、ダイバーシティ&インクルージョンを推進する取り組みを社内では実施していますか？自社の状況としてもっとも当てはまる項目を選択してください。(n=34)
2. LGBT など性的マイノリティ (以下 LGBT) に対応する取り組みを社内では実施していますか？自社の状況としてもっとも当てはまる項目を選択してください。(n=34)



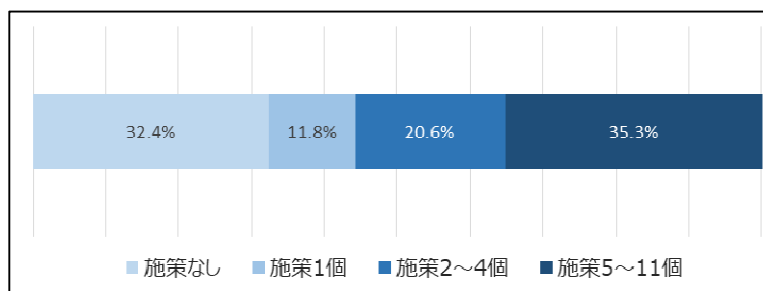
3. 自社の LGBT 施策の状況について、なぜそのような対応をされているのか、理由として当てはまると思われる項目すべてにチェックしてください。(n=33、複数回答)



4. 社内で実施している LGBT に関する施策、すべてにチェックしてください。(n=23、複数回答)



【ご参考：実施施策数】



5. LGBT に対する取り組みをより推進していく、あるいは現状は実施していないが実施しようとされた場合、必要なこと、または課題や懸念があれば教えてください。(n=20、自由回答)

● 法整備に関する意見

- 「同性婚を法律上で認めなければ乗り越えられないハードルがある」
- 「法整備が進めばクリアできることは多い」
- 法整備との整合（社会保険、婚姻等）

● 役員層をどう取り込むか

- 「役員層をどう取り込むか」
- 「施策に取り組んでいると世代間のギャップがかなり大きいと感じる。4～50 代より上の世代や役員層をどう取り込むかが大企業では今後課題になりそうだと思う」
- 「まずは管理職クラスへの理解促進が必要と考える」

● 理解の“その先”

- 「企業としては取り組む必要があると認識している従業員は多いが、Ally チームやイベント参加など具体的に動くとなると、二の足を踏む方がまだ多い」
- 「実際にカミングアウトしている人は存在しないが、性的マイノリティの方々は周囲に確実に存在している、という認知」
- 「研修などのインプットによる頭での理解だけでなく、共感や実感を生む機会を作っていく必要があると考えています」

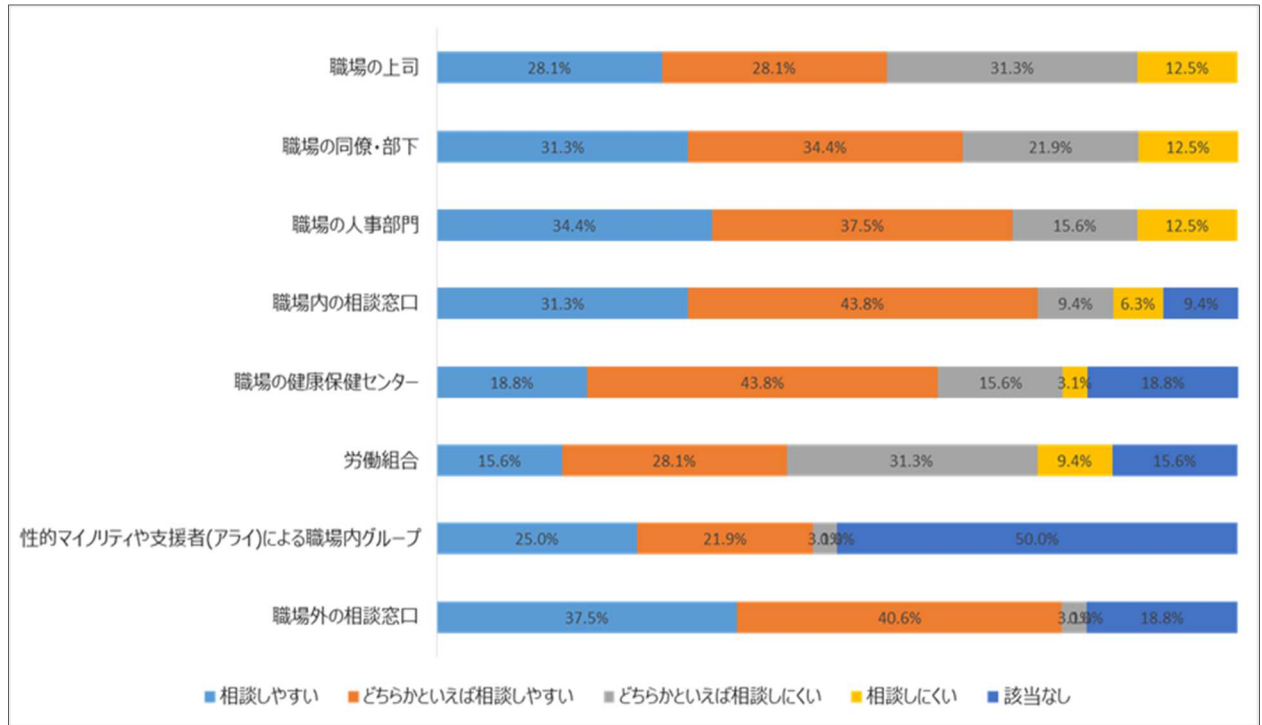
● 社会的理解の醸成

- 「お取引先・お得意様を含めた社会的理解」
- 「TV の影響が大きいため、バラエティ番組等についてあり方を啓発する必要がある」

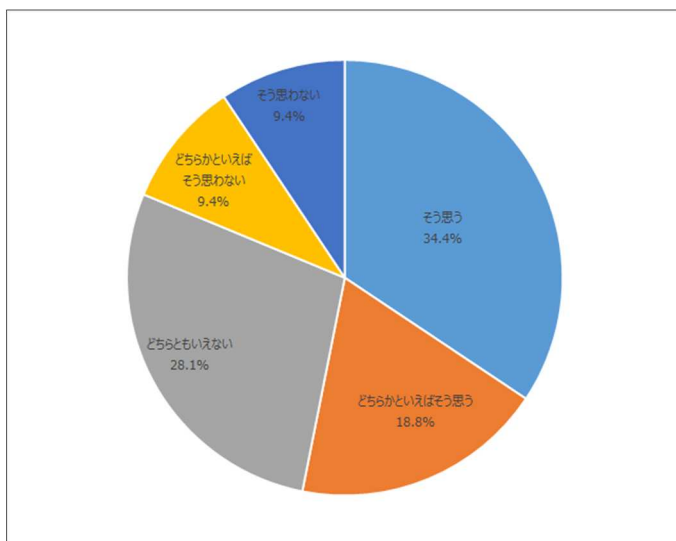
● その他

- 「LGBT に関する個人情報の把握と管理。また、その一部の開示についての本人、並びに、所属上司との入念な打ち合わせが必要。」
- トイレ等の空間環境の整備 嫌悪感を持つ人への対応
- 人事部門がより積極的に、LGBT の理解促進に取り組む必要がある
- 他のダイバーシティ関連対策とは違う注意深さが必要。
- カミングアウトの準備が出来ていない社員の事を考え、あまり大体的に行わない事
- 言葉だけが先行して広まっていく懸念

6. もしあなたの職場で、性のあり方（性的指向、性自認など）に関連した差別的言動や困りごとに従業員が遭遇した場合、以下にある相談先のそれぞれについて、どのくらい相談しやすい、または相談しにくいと思いますか。以下の相談先が職場にない場合は「該当なし」を選択してください。（相手の人によると思われる場合は、平均してどのくらいかでご回答ください。（n=32）



7. あなたの職場は、性的マイノリティもいきいきと働ける職場だと思いますか。（n=32）



8. LGBT に対する取り組みについて、貴社としての今後の意向を教えてください。（n=32）

