



大阪本社

〒532-0011

大阪府大阪市淀川区西中島 3-8-15 新大阪松島ビル 8F

Tel : 06-6195-7853 Fax : 06-6195-7854

東京支社

〒141-0022

東京都品川区東五反田5-26-5 ニッセイ五反田駅前ビル 5F

Tel : 03-6712-6312 Fax : 03-6712-6313

福岡支店

〒812-0013

福岡市博多区博多駅東2-5-19 サンライフ第3ビル 6F

Tel : 092-406-5175



／／ 経営者、人事のための ／／

LGBT 理解 HANDBOOK



LGBT って何？ 男女の枠を超え、性の多様性を理解する

LGBT の存在、珍しいと思いませんか？

同性愛、両性愛など同性・両性を好きになる人や、性同一性障害やトランスジェンダー等、心と体の性に不一致を感じる人々の頭文字を総称して LGBT と呼びます。



そう思ったあなたは、きっと気がついていないだけ。



最近の統計調査※では、国内の LGBT 人口は **800 万人** という結果が発表されました。割合にして **13 人に 1 人**。「佐藤さん」「田中さん」といった苗字をもつ人と同じ割合です。日本ではその事実を打ち明けづらい風土から、彼ら彼女らが不便を感じることがあります。

※出典：電通ダイバーシティ・ラボ

男女だけでなく、性のものさし

性別を考える場合の区別は、男と女の 2 つが一般的です。しかし「中性的」という言葉があるように、2 つの間に明確な線引きは明確ではありません。心や身体、恋愛感情などは個人で度合いが異なります。ものさしの上で表すと、人それぞれの違いや個性がみえてきます。このように LGBT を理解することは、職場における多様性を受容し、それをダイバーシティの実践、ビジネス貢献に繋げていくことが出来ます。



もっと LGBT!

LGBT 以外の
性的マイノリティ

LGBT の他にも以下のような状態が存在します。

アセクシュアル

性愛の対象を持たない人、または性的欲求を抱くことがない人。
無性愛とも言われている。

クエスチョニング

自分の性的指向や性自認が明確でない人。特定の枠に属さず、迷いや悩みに揺れ動いている。

and more...

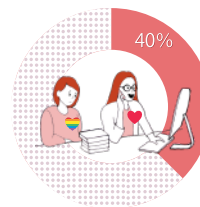
今！企業が取り組む 3 つの理由

職場における課題

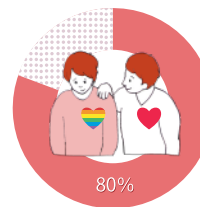
職場での LGBT 当事者の課題に下図のような調査結果があります。職場で本音を「話せない」風土が日本には存在し、「話せない」ことが「離職」だけでなく、「自殺」という最悪の結果に繋がる危険もあります。職場内でお互いを理解し合い、1 人 1 人が働きやすい環境に変えていくことで、生産性の向上にも繋がっていきます。今、経営者や人事の LGBT に対する理解が最も重要です。

カミングアウト (※) 率 ... **職場：40%**
友人：80% (NHK 調査)

自殺率 ... LGBT 当事者の自殺率は、異性愛者の **6 倍のリスク**がある。



職場



友人

(※) カミングアウト ... 公にしていなかった、自身の性自認・性指向などを他人に伝えること



グローバル化への対応

同性の結婚は世界では 21 カ国 (2017 年 6 月現在) で認められ、先進国を中心に広がっています。

反面、認められていない日本は、それ以外の国々の人から国際社会の一員として「時代遅れ」と捉えられる可能性があります。企業が LGBT に対する「整備」や「サービス」の開発を行うことで、先進的と認められます。国内のみならず、「海外の顧客・人材獲得」を通し企業価値を高めていくことも期待できます。



6 兆円の可能性をもつ LGBT 市場

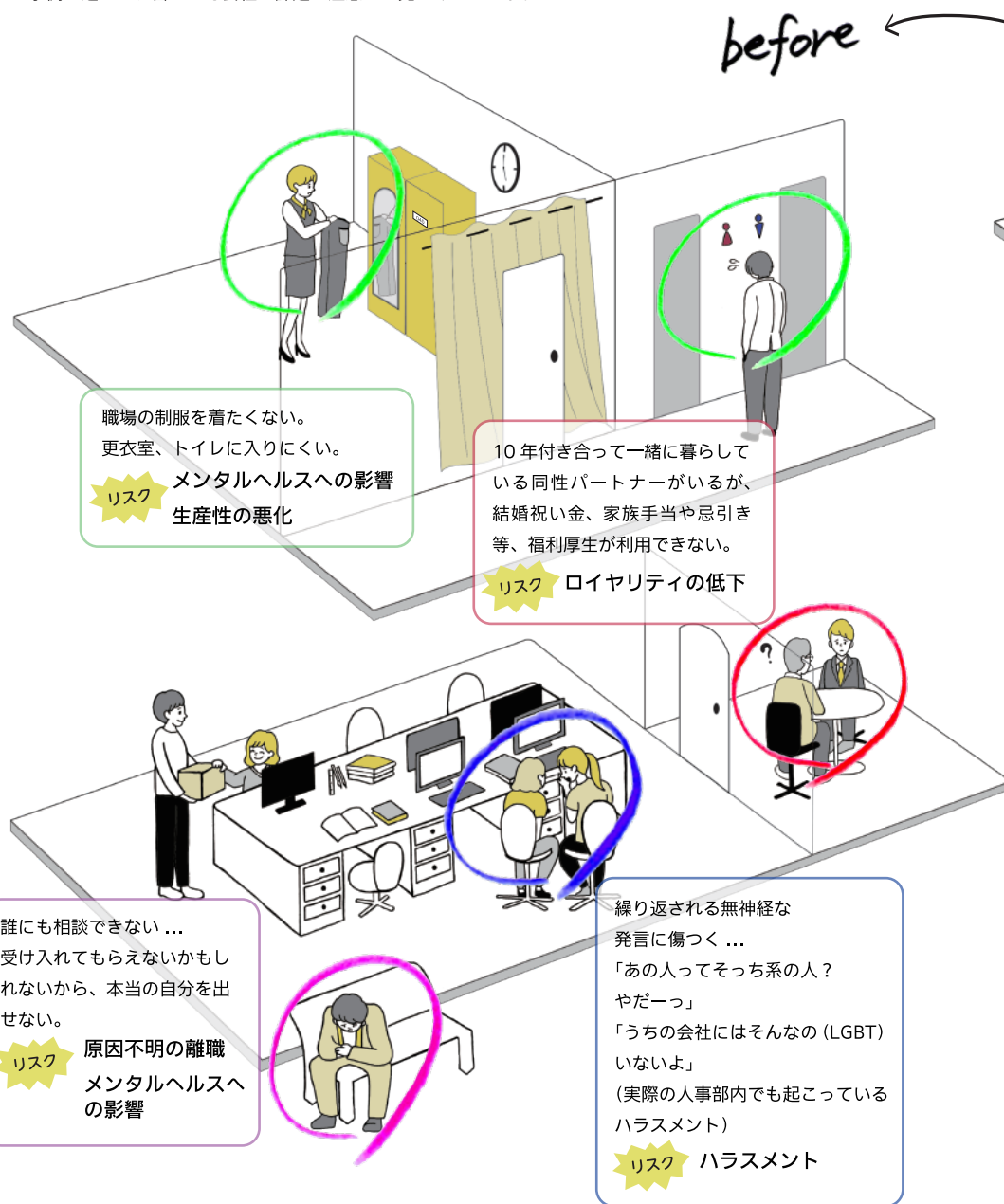
日本国内の LGBT 当事者の人数は 800 万人とされています。これは日本の総人口の 1/13 に値し、LGBT の人々に特化した商品やサービスの市場規模は 6 兆円に達します。先進的な取り組みを行った企業を中心に収益拡大の結果も出ています。

LGBT 当事者への対応を打ち出したサービスには、新規の市場開拓の可能性があり、収益増加や、顧客満足、イメージ向上などをもたらします。

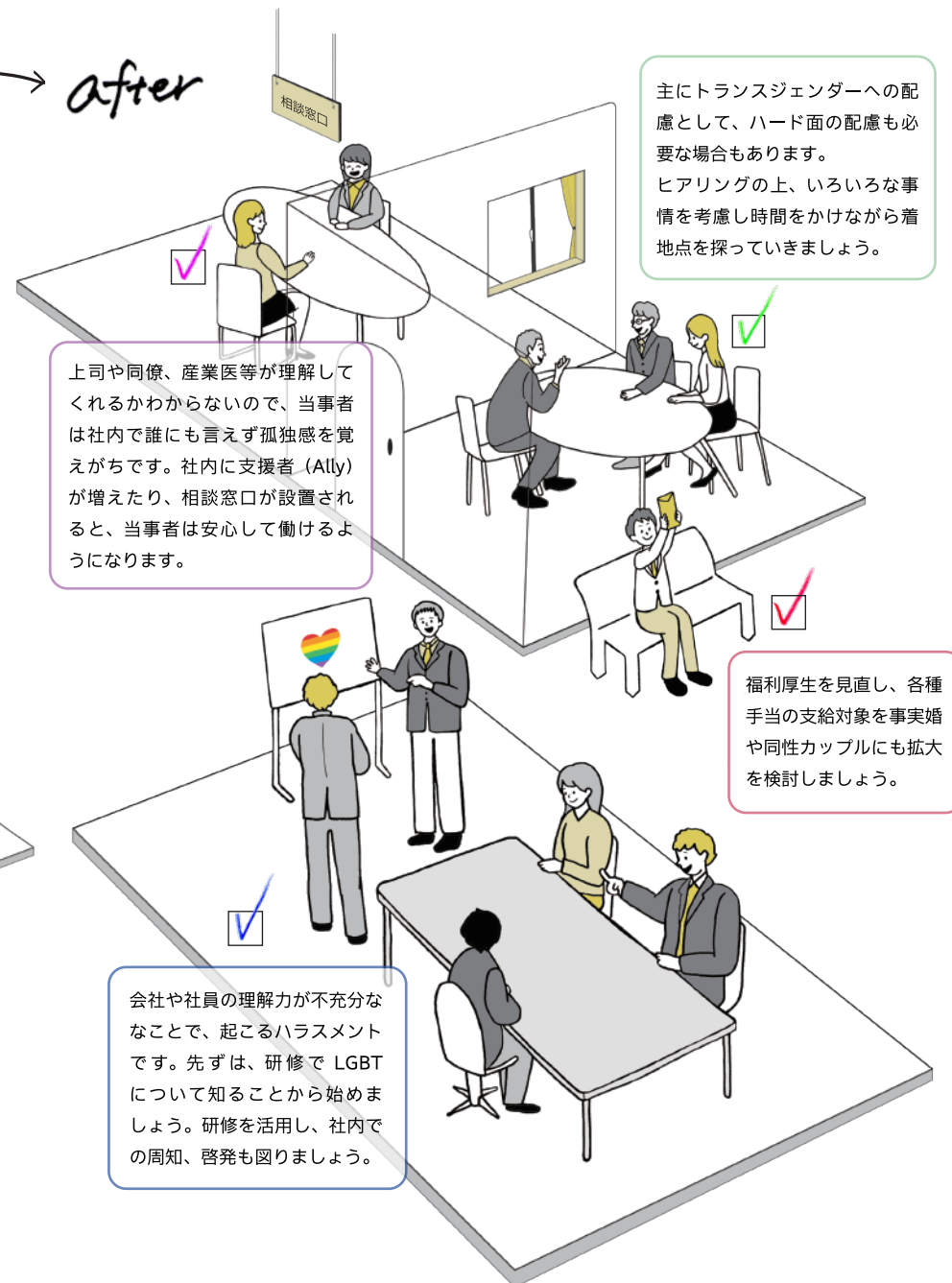


LGBT の不安や悩み

職場の知らないところで、LGBT の方々が課題を抱えている可能性があります。
事例を通して、皆さんも会社の課題を注意して見てみましょう。



求められる対応



企業が取り組む流れ

1 LGBT の知識や配慮を

知る

取り組みの例

- ・ LGBT 対応マナー研修
- ・ 研修動画 (DVD 等)
- ・ 対応マニュアル
- ・ 社内意識調査

「LGBT 対応マナー研修」を中心に、マニュアル作成や調査を行っています。「基礎知識」から「社会や職場での困りごと」をお伝えし、LGBT の人々の目線に立った考え方やニーズに触れる機会を提供しています。

結果

「自ら、考える」文化を生み出します。当事者意識を知ることによって育んだ理解や、現場での配慮や施策につなげ、LGBT の当事者や社会全体から選ばれる企業文化を生み出します。

▶ P.7 をご参照ください

2 職場の制度や環境を

変える

取り組みの例

- ・ ハード面 (トイレ、更衣室等) 対応
- ・ 差別禁止方針策定
- ・ 福利厚生等の制度の改定
- ・ 相談窓口の設置
- ・ LGBT 採用規定、面接対応

弊社では制度や職場環境のコンサルティングを行っています。「知る」ことで見えてきた、人事制度や職場環境の課題を、既存・新たな課題の解決に向けたサポートを行います。

結果

職場における LGBT の人々への課題を洗い出し、改善に向けてサポートします。優秀な人材の獲得や離職防止、ダイバーシティ雇用による生産性の向上につなげます。

▶ P.8 で具体的な取り組みの事例を紹介しています

企業における LGBT の対応においては、段階的な取り組みが必要です。まずは企業全体で、「知る」ことを起点に理解を深め、文化を育てることが大切です。

次に制度やサービスを「変える」を通し、実際に LGBT 当事者を受け入れる環境を整え、最終的に「広げる」ために発信し、ビジネスに貢献する取り組みに変えていきましょう。

3 取り組みの内容を

広げる

取り組みの例

- ・ イベント企画、協賛
- ・ 支援者 (Ally) の拡大
- ・ LGBT 市場向けサービス商品開発
- ・ プレスリリース対応
- ・ 年間表彰

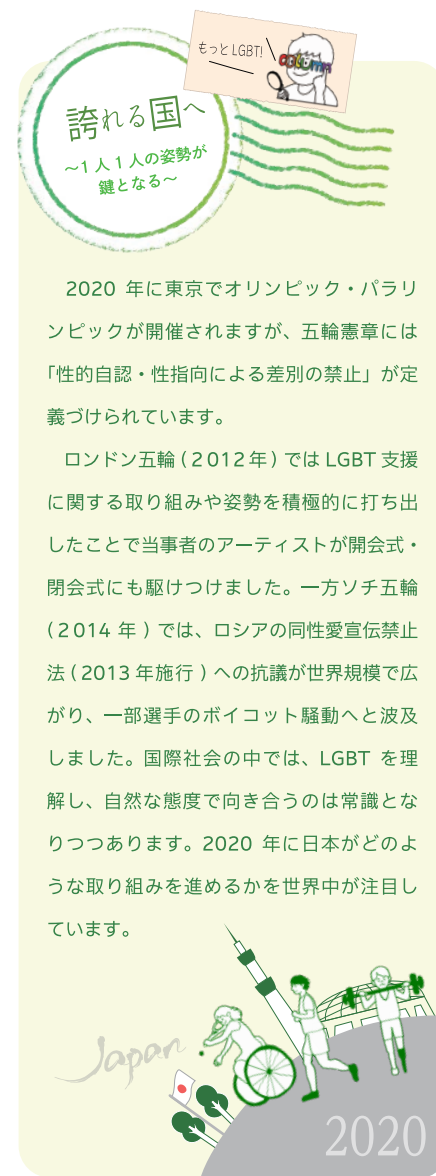
取り組みは、社内、社会に周知させることで結果の創出につながります。

一方で、発信の際は言葉や表現において、注意が必要です。適切かつ効果の高い、メディア対応までサポートしています。

結果

一方的、または不適切な表現は SNS を中心に誹謗中傷的になります。適切な情報と共に、LGBT 当事者の心を掴むことができるよう、効果的な発信を通して、企業価値の向上につなげます。

▶ P.9 で企業へのインタビューをもとに取り組みの事例を紹介しています



2020 年に東京でオリンピック・パラリンピックが開催されますが、五輪憲章には「性的自認・性指向による差別の禁止」が定義づけられています。

ロンドン五輪 (2012 年) では LGBT 支援に関する取り組みや姿勢を積極的に打ち出したことで当事者のアーティストが開会式・閉会式にも駆けつけました。一方ソチ五輪 (2014 年) では、ロシアの同性愛宣伝禁止法 (2013 年施行) への抗議が世界規模で広がり、一部選手のボイコット騒動へと波及しました。国際社会の中では、LGBT を理解し、自然な態度で向き合うのは常識となりつつあります。2020 年に日本がどのような取り組みを進めるかを世界中が注目しています。



LGBT 対応マナー研修カリキュラム

LGBT 対応マナー研修とは

LGBT の人たちが抱えやすい悩みや不安を知り、必要な配慮やサービス対応を学ぶ研修です。



研修プログラム (合計 90 分)

講義 (60 分)

- 1 LGBT の基礎知識
- 2 カミングアウト (心理と対応編)
- 3 職場における問題点、配慮のポイント (実例集)
- 4 LGBT マーケティングとは？
- 5 国内と海外の LGBT 事情
- 6 企業に求められる 3 つのステップ
- 7 ユニバーサルデザインの視点から考える

グループワーク (30 分)

ケース毎に自分ならどうするのかをグループで考えていただきます。他人の意見に耳を傾けて違いを認め合い、多様性に対する理解を深めます。



【研修以外の学び方】

研修プログラム以外にも、企業の業種、業界に応じて以下のような取り組みも行っています。

■ E ラーニング ■ 動画作成 ■ マニュアル作成 ■ 受講後のフォロー

講師：堀川さんの声



「LGBT 当事者としての自身の経験、そして営業と人事の経験から、企業における LGBT の課題に数多く触れてきました。LGBT 当事者と企業の管理者の 2 つの視点から お互いの理解を深め、潜在的な課題の解決につながる研修を提供しています。」

コンサルティング業務

研修を通して、「知る」の次に、社内制度やサービスを「変える」次の一手！

ミライロでは、以下の専門的なスタッフやネットワークとともに、「社内の制度」「調査業務」「サービス開発」などの領域でお客様のサポートを行っています。

- 人事経験豊富なスタッフ
- 社会保険労務士等の専門家
- 当事者グループとのネットワーク



具体的な取り組みの事例

■ 社内制度

- 人事制度、福利厚生、規定等の整備、強化
- 社内当事者コミュニティづくり
- LGBT 採用方針の設計

■ 調査業務

- 社内意識調査、アンケート調査
- 社外の当事者や専門家へのインタビュー
- トランスジェンダーへの配慮の相談

■ 対外的な取り組み

- LGBT 関連イベントへの出展、協賛をしたい
- LGBT 関連商品、企画開発
- LGBT フレンドリー企業のプロモーション
- 社内の支援者 (Ally) の募集、育成
- PR、メディアでの発信

実施企業の声



「他企業の事例も紹介してもらえて参考になった」



「何から手をつけたら良いのか分からなかったが、親切に相談にのってもらえて安心した」



「メディア発信の注意点を教えてもらい助かった」

INTERVIEW

INTERVIEW 1

株式会社丸井グループ

井上道博 様

サステナビリティ部 マルイミライプロジェクト担当



LGBTの方々のニーズを知り、社員の意識が大幅に変化

LGBT マナー研修の受講後、社内での変化はありましたか？

社員を対象に「丸井グループが企業としてLGBTを含む性的マイノリティの方々への取り組みを進めるべきだと思いますか？」というアンケートを取ったところ、研修受講前は「そう思う」と答えた者が35%でした。ところが、研修受講後は80%に増加したんです。まずは話を聞いてみるという一歩を踏み出すことで、社員の意識が大きく変わることを痛感しました。研修を受けた一部の社員は東京レインボーウィークの期間中にバッジをつけて店頭に立ちました。これは「LGBTのお客様が買い物をする時……例えば男性のお客様が彼氏にプレゼントの購入をする時、店員さんに相談するのは気が引ける」という声を聞いたからです。

LGBTの方々に理解があり研修を受けていることが目で見れば、お声がけがしやすくなるのではと考えました。実際に新宿マルイ本店の時計売り場では、販売員が5～6人いたにもかかわらず、バッジをつけている販売員を探して声をかけてくださったお客様もいらっしゃいました。



INTERVIEW 2

某大手外資系システム会社の事例

高い意識をスタートに、動きだした社内変革

外資系の企業では「企業としてLGBTに関する取り組みを責務だ」と思う人は68%に登り、もともと高い水準でした。

その後、研修を通して具体的な理解が深まったことで、「社内研修の全社的な展開」「人事制度における、性区別の取り扱い」などの部署単位で具体的な取り組みの実施に展開していきました。

多様な方を受け入れる上で必要なことは、まずは社内の認知、理解を上げ互いを尊重することが大切だという声も多くありました。

LGBTフレンドリーと表明している企業のサービスや、職場環境に対しても8割近くの社員が好感をもっています。

実績

企業

丸井グループ、三井住友火災保険、アサヒビール、LIXIL、エスクリ、シスコシステムズ、ワタベウエディング、東京新聞、関西スーパー、インターコンチネンタル東京ベイ、京都センチュリーホテル、マダム...他



自治体

岡山県庁、鳥取県庁、京都府、交通エコロジー・モビリティ財団、淀川区役所、大阪市労働組合、男女平等推進委員会、京都府司法書士会...他

教育機関

関西学院大学、立命館大学、京都外国語大学、聖心女子大学、大坂観光専門学校...他
幼稚園～高校など幅広い教育機関での実績があります。



ユニバーサルデザインの視点からLGBTを考える

私たち株式会社ミライロでは、誰もが快適に暮らせる社会の創造を目的に、ユニバーサルデザイン(UD)の視点でサービスを展開しています。LGBTの人々だけを対象とせず、意識や環境、情報領域の改善に取り組んでいます。