

# LGBT



21世紀職業財団

会長 岩田喜美枝

ここ1~2年、ダイバーシティの取組みに先進的な外資系企業と一部の日系企業でLGBTに対する取組みが始まっている。しかし、多くの企業にとってはこれからの課題である。

異性愛だけが性的な関係である、伝統的な夫婦による家族だけが家族であるという考えの人は少なくなく、LGBTに対する誤解、無理解はまだ根強い。私は、社会通念に合わないからと言って自分の意思や努力で性的指向や性自認は変えられないことがLGBTの本質であると理解している。あるがままを受け入れること、これが原則だ。

企業がまず取り組むべきことは、LGBTであることを理由とする差別やいじめは認めないこと、違反すれば懲戒の対象にするという会社の方針を明示することである。その上で、社内の理解を促進するために、意識啓発のための研修を実施すること、また、LGBTの社員が困っていること、不便なこと、不快なことは何でも相談できるよう相談窓口を設置することが必要であろう。これらは、セクシュアルハラスメントやパワーハラスメントへの対策と同様である。

次に、賃金・福利厚生その他の処遇において男女の事実婚と同等の扱いをすることが望まれる。具体的には、配偶者手当、慶弔金等の支給、結婚休暇、育児休業・介護休業等の適用、世帯用社宅の入居、転勤の際

の配偶者の扱い、などの制度を同性のカップルにも提供することである。これらの制度の利用に当たって、同性のカップルであることをどのような手続きで証明させるかについては難しい問題であるが、自己申告だけで認めている企業がある。トイレ・更衣室については、多目的トイレを設置したり、個室使用としたり、工夫をしている企業もある。

以上のような対策を講じたとしても、職場でカミングアウトする社員がほとんどいない現状では、すぐには利用者が出ないのは仕方がない。社内の意識啓発が進めば、自ら公表する人も増えてくるに違いない。

LGBTへの対応は差別やハラスメントを防止するというレベルだけではなく、社員の多様性のメリットを経営に活かすという観点からも意味がある。LGBTの人がどの程度存在するかについては、人口の5%とも7%とも言われている。マイノリティではあるが、消費者の中である程度のボリュームがある。例えば、生命保険や夫婦割引のサービスにおいてLGBTのニーズを踏まえることは顧客獲得にプラスになろう。また、私の知り合いのLGBTの中には美的感性やクリエイティビティの高い人が少なくない印象があり、このような人材を活かさない手はない。

LGBTを含めて多様な社員の価値観・感性・意見を社内にもたらすことは事業の発展にとって不可欠であると私は考えている。