

## 「第 29 回人権・同和問題啓発映画・講演会」における講演の要旨について

平成 28 年 9 月 26 日（火）、特定非営利活動法人虹色ダイバーシティの五十嵐ゆり氏から、『LGBT をめぐる企業の取組みと課題』をテーマにご講演をいただきました。その要旨をお知らせします。

### 1. LGBT に企業が取り組む理由

LGBT に取り組む企業が増加している。東洋経済の CSR 調査によると「LGBT 対応の基本方針が何らかある」と答えた企業は、2 年前と比べて 1.5 倍に増えた。「LGBT への取組みが何らかある」と答えた企業は 1.8 倍に増えている。今後数年間にわたって対応企業は増えていくであろう。

性的マイノリティ、あるいはセクシャルマイノリティという言い方をすると、なぜ企業や社会で取り組む必要があるのかと思う方もいるだろう。我々は、2 つの視点から、この問題に対応いただきたいと提案している。

一つは、従業員対応である。先ほどの映画のゲイの男性の例にあったように、生産性、モチベーション、ロイヤリティ等に関わる問題である。また、採用段階においては、当事者の学生に向けて、どのように PR していくのかという問題である。従業員離職防止にもつながる。

もう一つ、顧客・投資家対応という側面がある。法令遵守や、マーケット的な視点、サービスの質向上というでも注目を集めている。

ただ、どこに重点を置くかは、企業によって異なってくると思う。様々な文化、歴史、文脈を持っているそれぞれの状況の中で、できることから取り組んでいただきたい。ただし、従業員・顧客の両面でバランスをとる必要があると我々は考えている。

### 2. 性的マイノリティとは

そもそも LGBT とは何か。LGBT というのは、レズビアン、ゲイ、バイセクシュアル、トランスジェンダーのそれぞれの頭文字を合わせた言葉である。それぞれのセクシャリティの方は何がどう違うのか、なかなかわかりづらいという話も聞く。そこで、「からだの性」、「性自認」、「性的指向」、「性表現」の四つの切り口を覚えていただけたらと思う。例えば、「からだの性」と「性自認」について一致をしている方もいれば、トランスジェンダーの方のように、「性自認」が一致しない方がおられる。「からだの性」については男性として生まれて、「性自認」については女性という「自認」をお持ちの方がおられる。「性的指向」「性自認」はさまざまであるということであり、人間の性別は男性・女性の二つだけではなくて、多様なものなのだとすることを押さえていただければと思う。

### 3. LGBTの社会的困難

LGBTの方が何に困っているのかよくわからないという声も聞く。

例えば、LGBT当事者が学齢期においては、自己のアイデンティティを見出すことが難しく、適切な情報になかなかたどりつけないという状況にある。社会に出ても、就職困難に直面する。具体的には履歴書や面接の場面である。職場に入っても差別を受けている現状がある。離職、転職を繰り返して、貧困層に陥っている方もおられる。

「同性パートナーシップ」関連の施策を実施している区や自治体で、例えば宣誓書や公的書類をもらったとしても、法律上は婚姻関係にないので、パートナーシップを組んでも、法的保証がない状況のままである。相続、共有財産、病気、葬儀、いざという時に困る状況になる。また、DVの発見・支援が、同性カップルはより困難である。様々な社会問題の理由の一つに、LGBT当事者であることが関係する場合があるということを押さえていただきたい。

虹色ダイバーシティが国際基督教大学ジェンダー研究センターと行った調査結果によると、差別的言動が職場にあるとの回答が半数を超え、「差別的言動がある職場は勤続意欲が低い」との関連性も示される。また、トイレが男性と女性の二つしか分かれていない状況ではトイレが使いづらいと感じる当事者がいるため、トイレの使用を我慢する結果、排泄障害といった問題が示されている。

別の調査結果では、「身近な人に当事者がいたら嫌だ」という声がある一方で、実際に身近に当事者がいると嫌悪感は低くなっていくということが示されている。また、管理職の方で「同僚や部下が当事者だったら嫌だ」という回答が多く示されている。これはおそらくどう対応すべきかわからないだけだからではないかと思う。

### 4. カミングアウトされたら、性別を変えたいと言われたら

同性のパートナーと一緒に住んでいる当事者が単身赴任の辞令を受け取ったら、どうしたらいいか。あるいは、同性パートナーが病気になった、亡くなった場合に、慶弔休暇、慶弔手当のお願いができないか。このようなケースは、カミングアウトを伴わないと相談できない話である。

このような切迫した場合でなく、「単に知っておいてほしい」という意味で伝えられることもある。いざというときに、「この人に相談できる」という人が職場や周りに一人でもいれば、非常に心強い。このような場合は、まず落ち着いて受け止めていただいて、「言ってくれてありがとう、誰にも言わないよ」と伝えるだけで当事者は安心できる。

「従業員から性別を変えたいと言われたが、どうしたらよいか。」虹色ダイバーシティでは次のような項目で対応していただくと大丈夫ですよ」という話をしている。

一つは、性別を変えたいという申出は「ポジティブなサインである」ということである。

性別が変わっても、経験・能力は一切変わらないのである。ただ、一人で性別移行をすることは大変難しいのである。周りの目があるし、見た目がどんどん変わっていくときに、周囲の協力が不可欠になってくる。

ただ、トランスジェンダーの方は非常に多様である。法律上性別変更の要件が厳しいということや、身体上、あるいは健康上の理由があって要件を満たすための性別適合手術が受けられない、あるいは、なにがしか事情があって、子供がいらっしゃる方もいる。

就業上困ることも、人によって異なり、例えばトイレで困っている方もおられるし、通称名を変えるだけで落ち着く方もいる。トランスジェンダー対応は、「固い」マニュアルだけでは難しい。

性別の移行期間は、だいたい半年から1年間ぐらいである。その期間、継続的な計画を立てていただいて、丁寧にコミュニケーションしていただく。継続的に相談できる体制があるかどうか非常に大事なことである。

当事者自身もそうだが、周囲の方も含めて気持ちよく働き続けられる環境を作っていくことが非常に重要だろう。実際に性別移行に対応した我々のクライアント企業の担当者は「思っていたほど大変じゃなかったです」と言っていた。したがって、事例がないからとか、我々が対応したことがないからと言ってやらないのではなく、あるいは何かの戸惑いをそのまま当事者の方にぶつけるのではなく、小さくても何か成功事例を一つ社内で作ってもらえると対応できると感じてもらえるのではないかと思う。

## 5. 採用における LGBT の課題

トランスジェンダーの方と LGB とでは、性自認と性的指向の関わりで、それぞれの課題は違うのだが、履歴書や、エントリーシートの性別記載欄などが本当に必要かどうか、今一度見直していただきたい。それから通称名を履歴書などで使った場合、虚偽申告にあたらぬかどうか心配している当事者の方もおられるので、その対応も必要であろう。

また将来設計の話では、当然、結婚、子育てという話題が出る。レズビアンやゲイの方になると、そうしたことはほとんど想定していない方が多いので、なかなか話づらい状況になる。

また学生時代に取り組んだ活動が LGBT 関連の場合、採用面接の際に PR しづらいという声も聞いている。

## 6. お客様への配慮

銀行関係として、同性パートナーと収入を合算してローンを組みたいが組めない、という当事者の声を聞く。現状では収入を合算してローンを組むことが同性パートナー同士ではできない状況になっている。

例えばパートナーとローンを組みたいという話をお客様がしたとする。その方が男性に

見えたとしたら、「彼女さんとの結婚の予定がありますか」と、つい言ってしまうかもしれない。しかし、お客様はあくまで「パートナー」と言っているのです、もしかしたら、LGBTの方、同性愛者の方かもしれず、ここはオウム返しで「パートナー」と、性別を固定しない言葉を使っていただくのが一番よいのではないかと思います。

お客様から「そろそろ保険を考えようかなと思っているんだけど」という相談が来たとする。例えば男性で、一家のお父さんかなというふうに見えてしまったので、つい「男性は一家の大黒柱ですよ」というふうに言ってしまう。お客様の見た目が男性でも性自認が男性とは限らない方が一部いる。このような場合でも、やはり性別を限定しない言い方をして対応するのがよろしいのではないかと考えている。

「通帳・カードデザインのオススメは何ですか？」と女性の方が聞いてきた場合は、性別にもとづいてお勧めするのではなく、雰囲気とかテイストにもとづいてお伝えするように変えていったらどうだろうか。

住宅ローンに関して言えば、同性カップルで収入を合算してローンを組むために、同性パートナーを証明する公的な書類があればいいのか、あるいはなんらか同性パートナーであることを確認する銀行独自の書類を作るのか、というような、同性カップルに対する住宅ローン、家族ローンの取組みについて、今後、検討いただきたいと思っている。

## 7. 企業にできること

すでにある、男女共同参画あるいはダイバーシティ教育の推進の中にLGBTの視点を加えていただきたい。

支援体制という意味で言うと、例えば研修を受けていただくこと、あるいは研修を受けたことをイントラネットで報告することによって、当事者の従業員が「うちの会社、何かやり始めたな。もしかしたら変わるかもしれない」と感じる可能性がある。あるいは「LGBTも相談可能」と明記すること、あるいは専門的な相談については当事者グループやLGBT向けの電話相談を紹介したりするというのもできるのではないかと思います。

制度として、最近いくつか国内の企業の事例が出てきている。福利厚生制度の適用範囲を拡大するという発表が増えてきている。また、すでにあるセクハラ、パワハラ、メンタルヘルス施策にLGBTの視点を加えることができるのではないかとといった検討も重要である。あるいは経営者層の支援宣言も非常に大きなインパクトを持ち、心強い、力強いメッセージになるのではないかと思います。そうしたことを踏まえて、徐々に社内の意識、マインドが変わっていくだろう。

## 8. アライとしての姿勢

様々な困難、課題を抱えている状況を学習していただく機会を作る、あるいは、どんな人たちなのか接触をする機会を作ることによって、「応援するよ、理解するよ」というスタ

ンスになっていただきたい。そうした理解者・支援者を「アライ」と言っているが、皆さんもそうしたアライの一員になっていただきたい。

「じゃあ何をやったらいいの？」という質問がよく寄せられるが、例えばレインボーのシールの活用はいかがだろうか。企業によっては、社員証カードにレインボーのシールを貼っている会社もある。

そして「周りに当事者がいるかもしれない」ということを意識していただくことも大切だ。日頃の何気ない表現を変えることも一つの方法である。「彼」や「彼女」ではなくて、「恋人」「パートナー」とあえて言い換えてみる。わざわざ「パートナーいるの?」「恋人いるの?」と言われると、当事者の多くはすぐピンとくるだろう。

また、差別的な言動を見かけたら皆さんのほうから止めていただきたい。「今、そんなふうな言い方は不適切だよ」「止めた方がいいですよ」と言っていただきたい。

アライとしての活動は、あくまで一部の当事者のためだけではなくて、皆さん自身も含む職場環境のためでもある。目には見えない違い、多様性を尊重し合うことは大切な一歩である。ワーキングマザー・ワーキングファザー、あるいは何らかのハンディキャップを持っている方かもしれないということをお互いに配慮し合ったり、意識し合ったりすることで、結果的に職場環境が良くなっていくのではないだろうか。さらには、商品やサービスの質が向上していくことにつながっていくのではないかと我々は考えている。

以 上