

Deloitte.





2023 LGBT+ Inclusion @ Work Survey


日本版レポート


グローバル調査結果


組織におけるLGBT+インクルージョン施策にはまだ改善の余地がある。LGBT+当事者の多くは、職場でのカミングアウトに抵抗を感じており、インクルーシブでない言動にも直面している。所属組織のLGBT+サポートが不十分と感じるLGBT+当事者の多くは転職も検討している。


 回答者の3分の1が、よりLGBT+インクルージョンが進んだ組織への転職を考えている。この傾向はマイノリティ人種の回答者ではさらに顕著であり、現在半数以上が転職を検討していると回答した。また、転職時においては、組織における多様性が可視化されていることを重要視するとも回答している。

 多くのLGBT+当事者にとって職場でのカミングアウトは、重要な意味をもつが、全社的にカミングアウトしている人は半数以下である。すべての同僚にカミングアウトすることに抵抗を感じないとした回答者は半数以下であり、さらに3分の1の回答者は、一部の同僚にのみであればカミングアウトすることに抵抗を感じないと回答している。

 カミングアウトしていない理由の多くは、異なる扱いを受けることへの懸念によるものである。このほか、個人の安全、差別・ハラスメントへの懸念や、職場で私生活について話したくないといった懸念も含め、性的指向や性自認によって、理由は異なる。

 直属の上司へのカミングアウトにはより抵抗を伴う。性的指向をオープンにしている人の60%弱、また性自認をオープンにしている人の54%が身近な同僚へのカミングアウトには抵抗が無いことに対し、直属の上司へのカミングアウトに抵抗がない人は37%に過ぎない。

 アライシップとロールモデルの存在が、カミングアウトのしやすさを高める。アライシップは職場でのカミングアウトのしやすさに関係しており、少なくとも一部の同僚に対してカミングアウトしている人の多くは、アライシップによるところが大きいと回答している。LGBT+当事者ロールモデルの存在も、カミングアウトのしやすさに影響する。

 職場におけるインクルーシブでない言動はなお続いている。10人のうち4人（42%）が職場でインクルーシブではない言動を経験しており、多くは性的指向や性自認に基づくものであるものと回答している。

本レポートでは、日本におけるLGBT+当事者の回答をグローバルと比較した傾向などを提示しているが、回答者の母数によってはすべての点を比較分析できないこともある旨、あらかじめご了承ください。

本調査においては、LGBT+（レズビアン、ゲイ、バイセクシャル、トランスジェンダーなど）という言葉を一貫して使用し、異性愛者かつシスジェンダーではない人を意味する。デロイトの従業員は、この調査の対象に含まれていない。 カミングアウトは多くの場合、一時的なものではなく継続的なものであることを認識している。報告書の目的上、「カミングアウトしている」という表現は、状況に応じて自分の性自認や性的指向をオープンにすることに抵抗がないことを意味する。* Z世代は1995年~2005年、ミレニアル世代は1983年~1994年、X世代は1967年~1982年生まれと定義している。



調査方法

グローバル（下記13か国）における5,474人のLGBT+当事者を対象に、オンラインでの定量的調査と、1対1の対話を通じた定性的調査を実施。調査期間は2023年1月から2月である。なお、デロイトの従業員は本調査対象に含まれていない。

調査対象国: オーストラリア、ブラジル、カナダ、中国、フランス、インド、日本、メキシコ、オランダ、ポーランド、南アフリカ、英国、米国

- 日本の回答者総数は425人、Z世代またはミレニアル世代が36%、40歳以上が64%だった。10人中8人以上がフルタイムで勤務している。
- 2%が自身をノンバイナリー／ジェンダークィアと回答。71%がアセクシュアル、12%がバイセクシュアル、9%がパンセクシュアルと回答。1%がレズビアン、5%がゲイと回答。



ジェンダー



性的指向



年齢



勤務形態



*チャートでは回答がわからない／回答しない方がよい／回答がわからないを除外
**四捨五入の関係上、パーセンテージの合計が100%にならない場合もあり



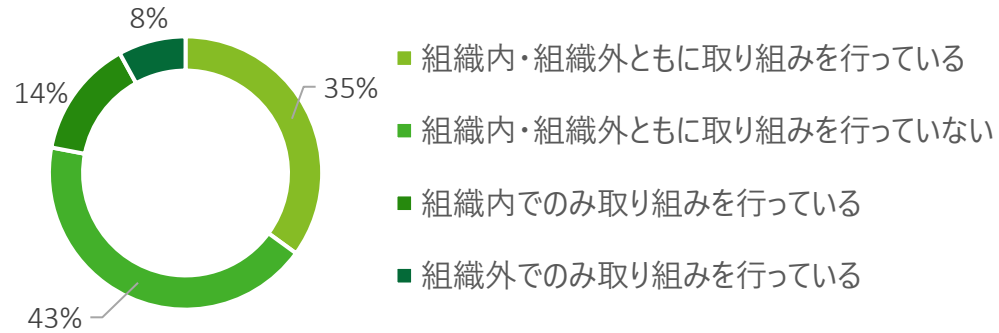
LGBT+インクルージョンへの組織的な取り組み状況

- 日本の回答者の90%が、自身の所属組織では組織内・外いずれもLGBT+のインクルージョンの取り組みを行っていないと答えている。
- グローバル全体での同回答は半数弱（43%）であり、大きな差異が見られる回答結果となった。



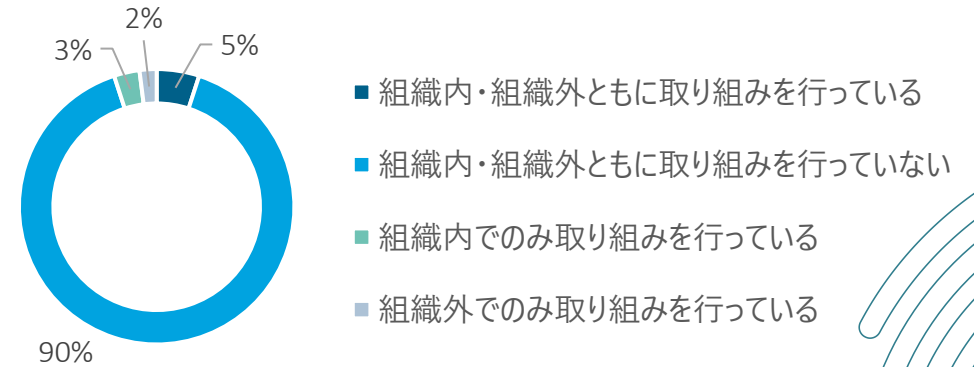
所属組織のLGBT+インクルージョンに関する取り組み状況

グローバル



母数：グローバル=5,474

日本



母数：日本=425

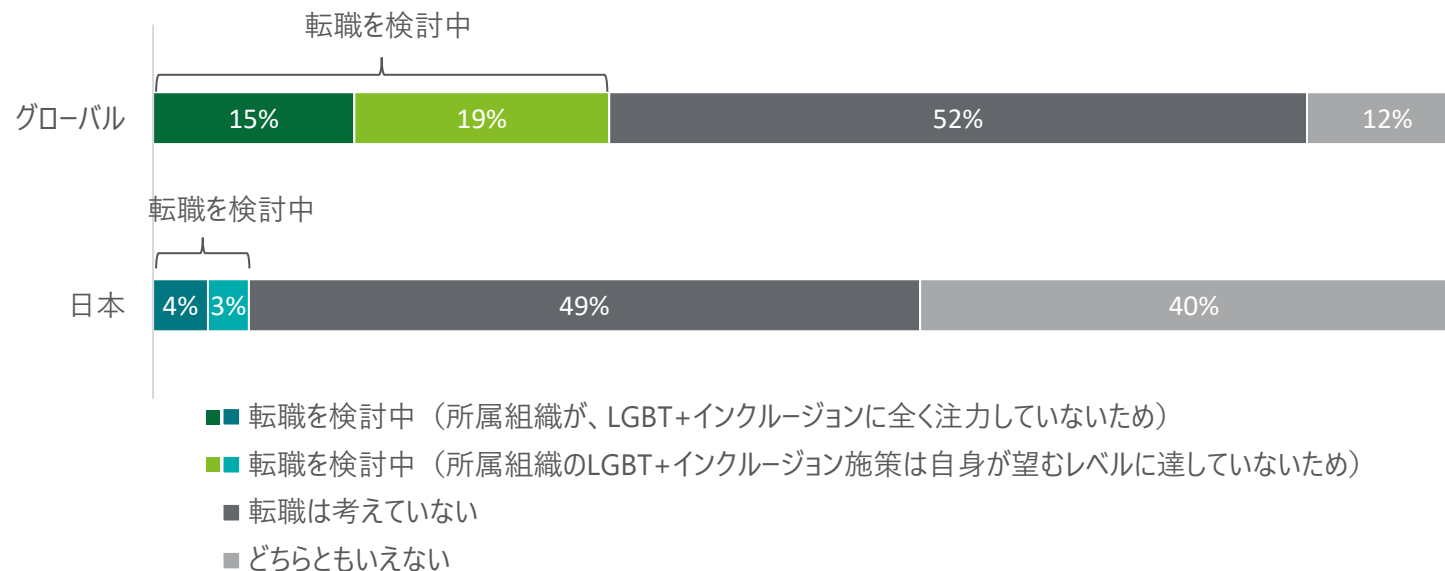




- グローバルでは34%の回答者がよりインクルーシブな組織への転職を検討していることに対し、日本で同様に検討している人は7%にとどまった。しかし、日本では40%がこの質問に対して明確な回答をしていない。



よりインクルーシブな組織へ積極的に転職を検討しているLGBT+当事者の割合とその理由



母数：グローバル=5474、日本=425

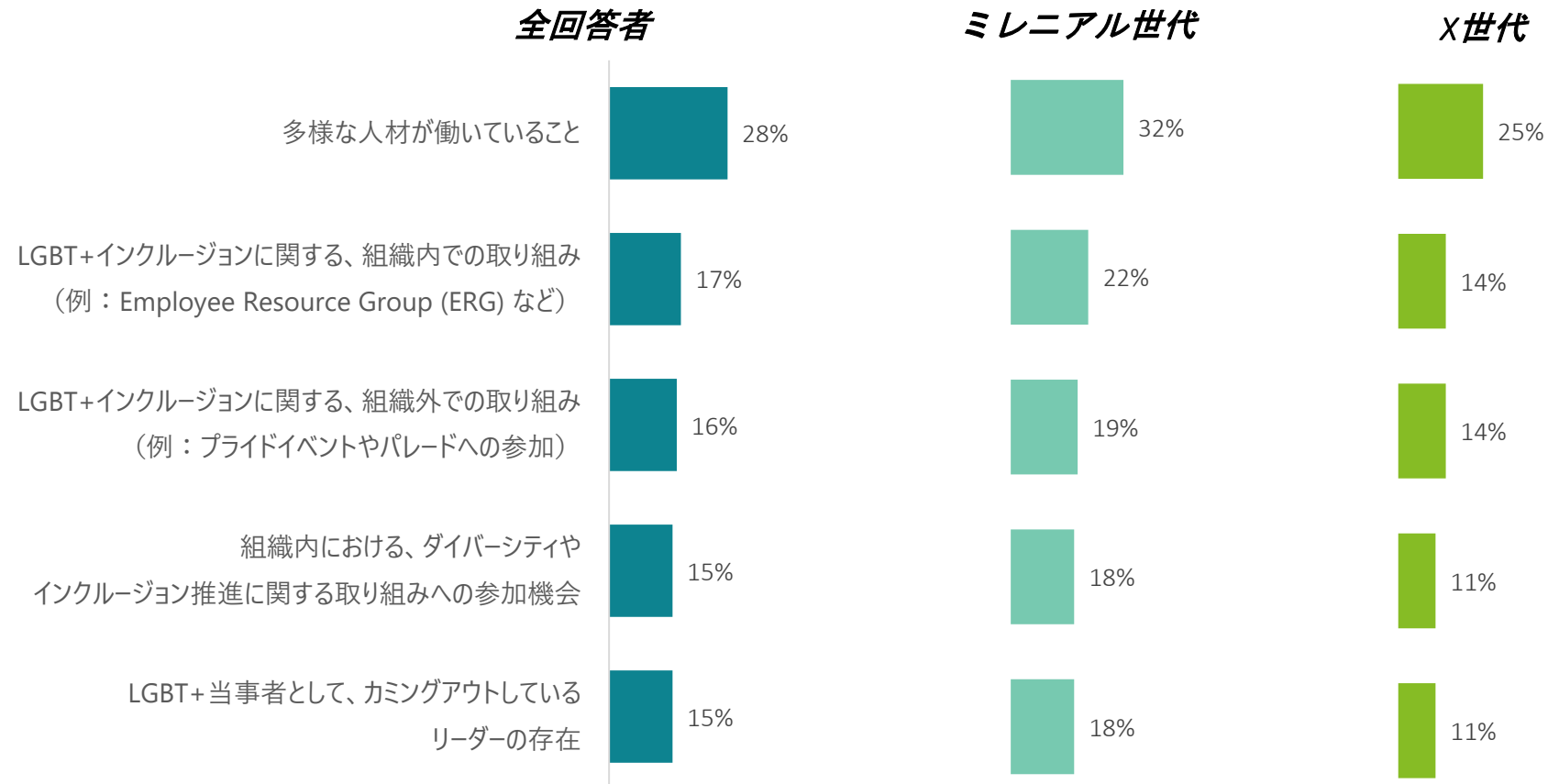


転職先を検討する際のポイントと世代間格差

- 日本の回答者の4分の1以上が、転職の際に「多様な人材が働いていること」を最も重要視すると回答。次に重要視しているのは、LGBT+インクルージョンに関する組織内外でのコミットメントである。
- ミレニアル世代の回答者は、X世代の回答者に比べて、転職の際にすべての要素を重視する傾向が強い。



転職を考える際に重視するポイント（日本、上位項目）



母数:日本の全回答者=425、Z世代=25*、ミレニアル世代=129、X世代=271
*Z世代は母数が小さいため分析対象外

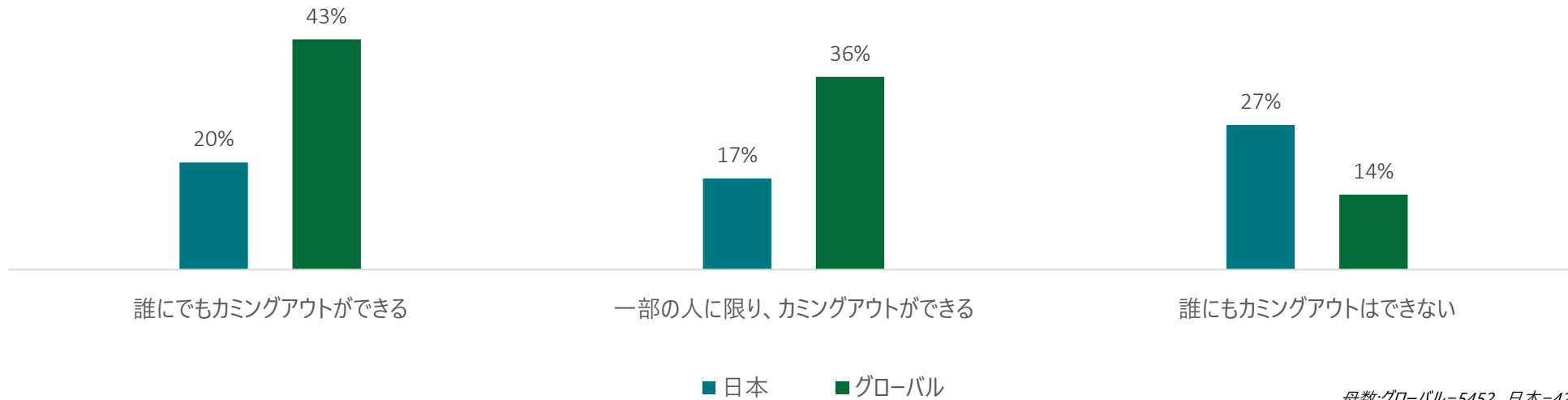


職場におけるカミングアウトのしやすさ

- グローバルの回答（43%）と比較して、日本の回答者は、職場において誰にでもカミングアウトができると回答した割合が低い（20%）。
- 日本の回答者のうち27%が、職場で誰にもカミングアウトをできないと回答しており、これはグローバル平均の約2倍のポイント数である。



職場におけるカミングアウトのしやすさ



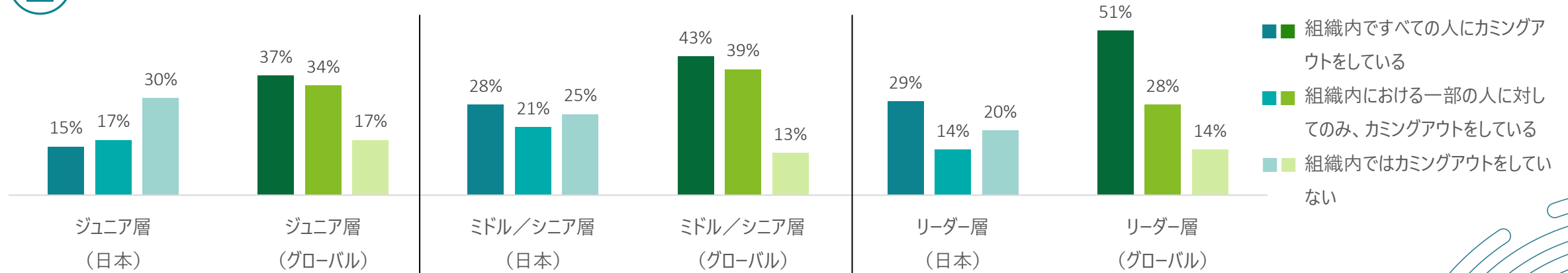
母数:グローバル=5452、日本=423
注記:セクシャリティのデータは回答者数が少ないため、省略



カミングアウトにおける職層とアライシップの影響

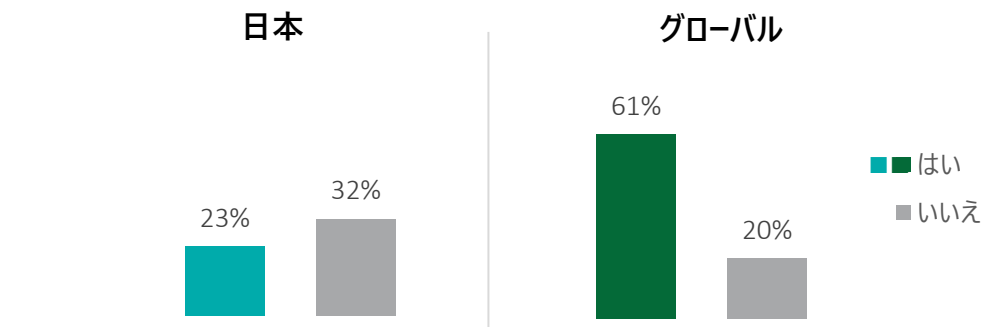
- 本調査の対象となっている他の地域同様、日本でも、より上位の職層であるほどLGBT+当事者として自身のセクシャリティを公表しやすいという傾向が見られる。しかし、グローバル平均と比較すると、日本の回答者は、リーダー層であってもカミングアウトしている割合がかなり低い。
- 日本の回答者は、職場におけるアライシップがカミングアウトへの一助となっていると回答する割合がグローバル平均より低い。

職場でのカミングアウトについて（職層別）



母数: グローバル=ジュニア層(1377)、ミドル/シニア層(3195)、リーダー層(880)
 日本=ジュニア層(271)、ミドル/シニア層(78)、リーダー層(74)

組織内のアライシップは、カミングアウトへの一助となっているか



母数: 日本=性的指向のカミングアウト(154)、性自認のカミングアウト(5) - 母数が少ないため、分析外としている
 母数: グローバル=性的指向のカミングアウト(4300)、性自認のカミングアウト(439)

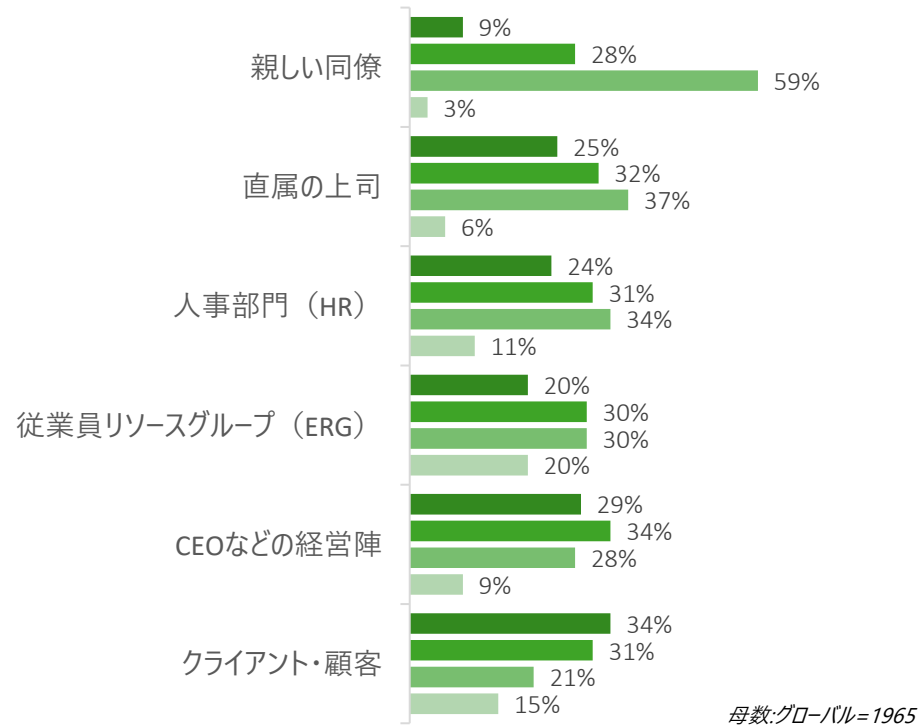


当事者が抵抗なくカミングアウトできるグループの調査

- カミングアウトに最も抵抗を感じないのは親しい同僚、次いで直属の上司であるというグローバルのトレンドに日本の回答者も沿っている。しかしながら、親しい同僚へのカミングアウトを避けると回答した割合がグローバル平均の2倍に達している。
- 日本もグローバルも、クライアントにカミングアウトすることに最も抵抗を感じると回答している。



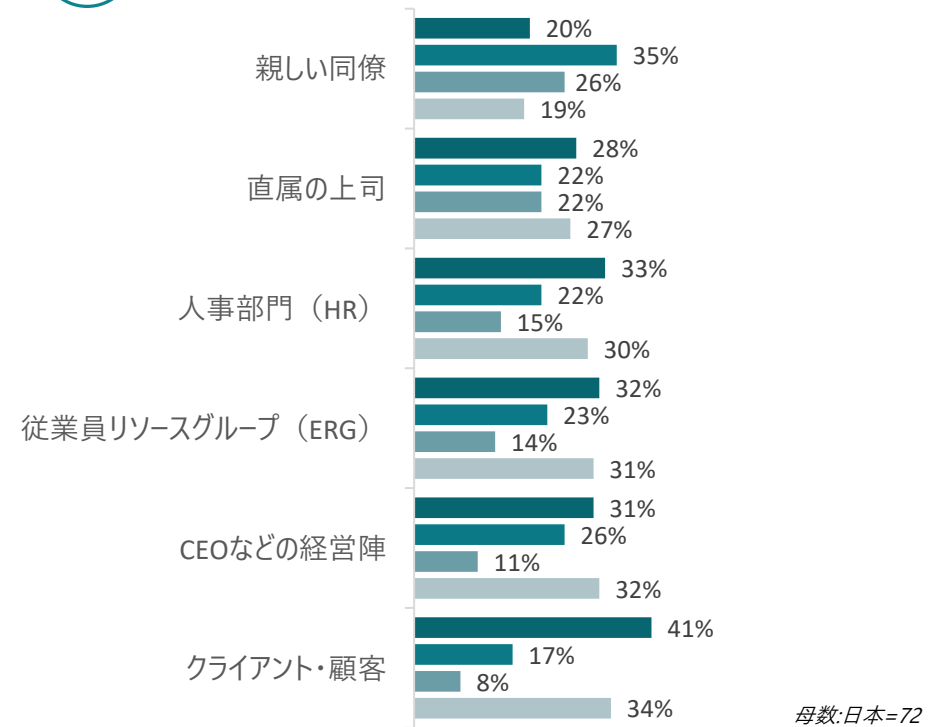
グローバル：職場でセクシャリティをオープンにしているグループ



- 抵抗がありオープンにはしていない
- 抵抗はあるがオープンにしようとしている
- 抵抗がなくオープンである
- 回答無し



日本：職場でセクシャリティをオープンにしているグループ



- 抵抗がありオープンにはしていない
- 抵抗はあるがオープンにしようとしている
- 抵抗がなくオープンである
- 回答無し

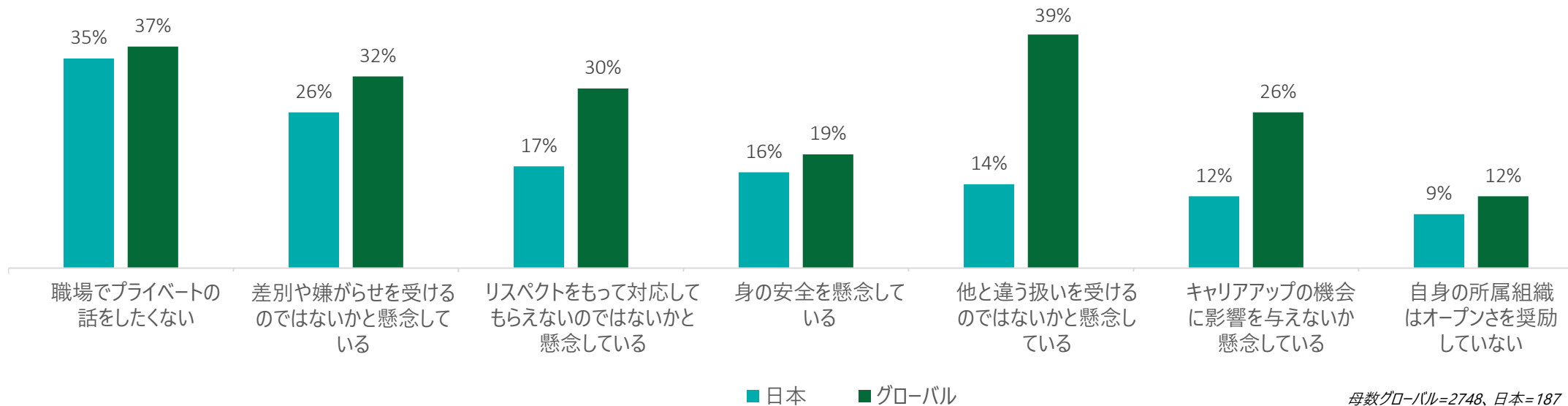


カミングアウトのしやすさを妨げる要因

- 職場でカミングアウトをしていない日本の回答者の35%が、主な理由として職場でプライベートの話をしたくないからであると回答している。
- グローバルの平均と比較して、日本の回答者は、キャリアアップの機会への悪影響（グローバルの26%の回答に対し、わずか12%）や他と違う扱いを受けるのではないかと懸念（グローバルの39%に対し、わずか14%）を挙げた人が少ない。



職場でのカミングアウトを妨げる要因



母数グローバル=2748、日本=187

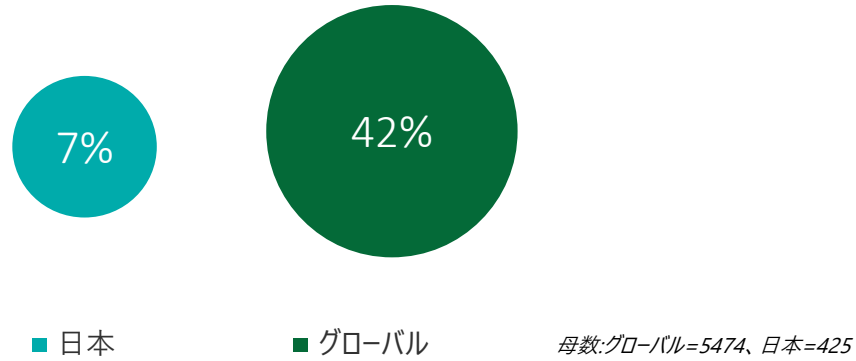


インクルーシブでない言動を受けた経験

- インクルーシブでない言動を受けたことがあると回答した人は、グローバル平均の42%に対して、日本ではわずか7%であった。



インクルーシブでない言動を受けた経験





Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

© 2023. For information, contact Deloitte Global.