

# JAAA

Japan Advertising Agencies Association

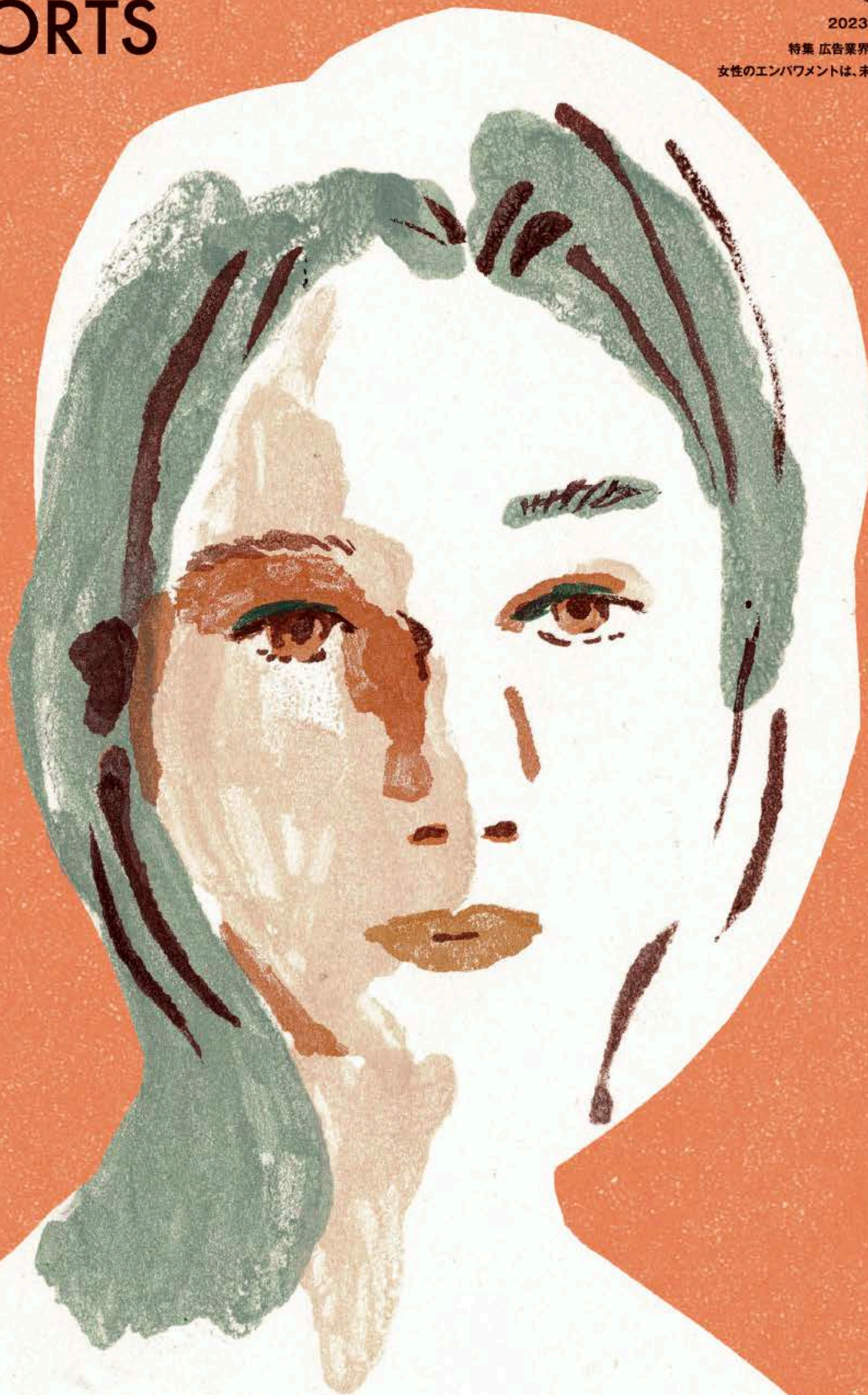
## REPORTS

# 3

一般社団法人 日本広告業協会

2023年3月1日発行 No.821

特集 広告業界におけるDE&Iの重要性/  
女性のエンパワメントは、未来の働き方を考えること。



# 字幕付きCM PORTAL WEB SITE

[https://www.jaaa.ne.jp/jimaku\\_cm\\_portal/](https://www.jaaa.ne.jp/jimaku_cm_portal/)



## 字幕付きCM PORTAL WEB SITE

[https://www.jaaa.ne.jp/jimaku\\_cm\\_portal/](https://www.jaaa.ne.jp/jimaku_cm_portal/)



◆「字幕付きCMに対する評価、効果などに関する調査2022」報告書とその結果データに基づいたツール<プレゼンテーションデータ(PPT)、チラシデータ(PDF)>を掲載中。

## コロナ禍を振り返って思うこと

2020年春、その当時は東京オリンピック開催を控え、訪日外国人が増えることが予想され、本社が東京にある当社では、初めての試みとなる時差出勤やテレワーク、在宅勤務を検討していた。そんな中での新型コロナウイルスの感染急拡大、出社ができない緊急事態宣言の発令。経験したことのない事態に本当に困り果てた。

ただ、救いだったのは、カメラ機能付きモバイルパソコンを導入済みだったこと。それにより、コロナ禍でも比較的スムーズにリモートワークへシフトすることができた。東京オリンピックに向け準備していたことが、コロナ禍で役に立ったのだ。

また、コロナ禍をきっかけに、Webを使った社内会議・プロジェクト・勉強会が活発に行われるようになった。結果として、以前から力を入れてきた、社内コミュニケーションの活性化、事業所間の情報共有や人的交流が加速した。

『何がどう転ぶかはわからない』

コロナ禍を振り返って「我が社も変化・進化しているのだ」と前向きに捉えている自分がいる。

理事 内藤 好之 (内藤一水社)

### 目次 2023年3月号

- |   |   |
|---|---|
| <p>1 ●ひと・こと</p> <p>2 ●特集</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広告業界におけるDE&amp;Iの重要性</li> <li>・女性のエンパワメントは、<br/>未来の働き方を考えること。</li> </ul> <p>10 ●Fresh Eye</p> <p>若手広告人Talkシリーズ #121</p> <p>11 ●WORLD REPORT ～パリ編～</p> <p>広告制作やデジタルマーケティングも<br/>エコデザイン</p> <p>12 ●いま一度考えたい、サステナビリティ・ESG・SDGs</p> <p>Vol.5 (最終回) ウォッシュを避ける</p> | <p>14 ●自治体のここに注目! 「自治体×〇〇」PR</p> <p>Vol.59 武雄市 × 婚活支援<br/>ご縁を結ぶ「お結び課」</p> <p>15 ●チーム力を発揮するヒント</p> <p>Vol.12(最終回) セルフ・アウェアネス</p> <p>16 ●顧客体験を起点としたOOHの未来</p> <p>第12回(最終回) 広告媒体社に<br/>求められる変革</p> <p>18 ●知ってトクする! 広告人のための 法律知識 038</p> <p>月60時間超の割増賃金率が<br/>引き上げに</p> <p>19 ●字幕付きでCMをオンエア! 第12回 (最終回)</p> <p>20 ●INFORMATION / 協会活動</p> |
|---|---|

## コロナ禍を振り返って思うこと

2020年春、その当時は東京オリンピック開催を控え、訪日外国人が増えることが予想され、本社が東京にある当社では、初めての試みとなる時差出勤やテレワーク、在宅勤務を検討していた。そんな中での新型コロナウイルスの感染急拡大、出社ができない緊急事態宣言の発令。経験したことのない事態に本当に困り果てた。

ただ、救いだったのは、カメラ機能付きモバイルパソコンを導入済みだったこと。それにより、コロナ禍でも比較的スムーズにリモートワークへシフトすることができた。東京オリンピックに向け準備していたことが、コロナ禍で役に立ったのだ。

また、コロナ禍をきっかけに、Webを使った社内会議・プロジェクト・勉強会が活発に行われるようになった。結果として、以前から力を入れてきた、社内コミュニケーションの活性化、事業所間の情報共有や人的交流が加速した。

『何がどう転ぶかはわからない』

コロナ禍を振り返って「我が社も変化・進化しているのだ」と前向きに捉えている自分がいる。

理事 内藤 好之 (内藤一水社)

### 目次 2023年3月号

- 1 ●ひと・こと
- 2 ●特集
  - ・広告業界におけるDE&Iの重要性
  - ・女性のエンパワメントは、  
未来の働き方を考えること。
- 10 ●Fresh Eye  
若手広告人Talkシリーズ #121
- 11 ●WORLD REPORT ～パリ編～  
広告制作やデジタルマーケティングも  
エコデザイン
- 12 ●いま一度考えたい、サステナビリティ・ESG・SDGs  
Vol.5 (最終回) ウォッシュを避ける
- 14 ●自治体のここに注目! 「自治体×〇〇」PR  
Vol.59 武雄市 × 婚活支援  
ご縁を結ぶ「お結び課」
- 15 ●チーム力を発揮するヒント  
Vol.12(最終回) セルフ・アウェアネス
- 16 ●顧客体験を起点としたOOHの未来  
第12回(最終回) 広告媒体社に  
求められる変革
- 18 ●知ってトクする! 広告人のための 法律知識 038  
月60時間超の割増賃金率が  
引き上げに
- 19 ●字幕付きでCMをオンエア! 第12回 (最終回)
- 20 ●INFORMATION / 協会活動

## コロナ禍を振り返って思うこと

2020年春、その当時は東京オリンピック開催を控え、訪日外国人が増えることが予想され、本社が東京にある当社では、初めての試みとなる時差出勤やテレワーク、在宅勤務を検討していた。そんな中での新型コロナウイルスの感染急拡大、出社ができない緊急事態宣言の発令。経験したことのない事態に本当に困り果てた。

ただ、救いだったのは、カメラ機能付きモバイルパソコンを導入済みだったこと。それにより、コロナ禍でも比較的スムーズにリモートワークへシフトすることができた。東京オリンピックに向け準備していたことが、コロナ禍で役に立ったのだ。

また、コロナ禍をきっかけに、Webを使った社内会議・プロジェクト・勉強会が活発に行われるようになった。結果として、以前から力を入れてきた、社内コミュニケーションの活性化、事業所間の情報共有や人的交流が加速した。

『何がどう転ぶかはわからない』

コロナ禍を振り返って「我が社も変化・進化しているのだ」と前向きに捉えている自分がいる。

理事 内藤 好之 (内藤一水社)

### 目次 2023年3月号

- |  |   |
|--|---|
| <p>1 ●ひと・こと</p> <p>2 ●特集</p> <p>・広告業界におけるDE&amp;Iの重要性</p> <p>・女性のエンパワメントは、<br/>未来の働き方を考えること。</p> <p>10 ●Fresh Eye</p> <p>若手広告人Talkシリーズ #121</p> <p>11 ●WORLD REPORT ～パリ編～</p> <p>広告制作やデジタルマーケティングも<br/>エコデザイン</p> <p>12 ●いま一度考えたい、サステナビリティ・ESG・SDGs</p> <p>Vol.5 (最終回) ウォッシュを避ける</p> | <p>14 ●自治体のここに注目! 「自治体×〇〇」PR</p> <p>Vol.59 武雄市 × 婚活支援<br/>ご縁を結ぶ「お結び課」</p> <p>15 ●チーム力を発揮するヒント</p> <p>Vol.12(最終回) セルフ・アウェアネス</p> <p>16 ●顧客体験を起点としたOOHの未来</p> <p>第12回(最終回) 広告媒体社に<br/>求められる変革</p> <p>18 ●知ってトクする! 広告人のための 法律知識 038</p> <p>月60時間超の割増賃金率が<br/>引き上げに</p> <p>19 ●字幕付きでCMをオンエア! 第12回 (最終回)</p> <p>20 ●INFORMATION/協会活動</p> |
|--|---|

## 特 集

多様な価値観の重要性が再認識され、先が見通しにくい時代、持続可能な企業経営のために不可欠な視点として注目されているのがDE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン：多様性、公平性、包摂性）です。広告業界は多様性の確保やジェンダーバランスにおいて遅れているとも言われています。クリエイティブ制作やマーケティングを行う広告業界こそ、DE&Iに対する意識を持つことが重要であり、様々な人が自分らしく活躍できる環境にすることで、多様化する世の中を反映した企画・表現制作やマーケティング、イノベーションにつながるのではないのでしょうか。

今回の特集では、企業が直面しているDE&Iにまつわる状況や今後の影響、またジェンダー平等や女性のエンパワメントがどのような意義を持つのか等について、ESG投資やサステナビリティ経営の専門家である夫馬賢治氏と、DE&I推進を掲げて株式会社Cradle（クレードル）を起業したスプツニ子！氏に伺います。

## 広告業界におけるDE&Iの重要性

～苦勞の先に、何があるのか～



### 夫馬賢治

株式会社ニューラル代表取締役CEO、  
信州大学特任教授

#### ●プロフィール

サステナビリティ経営・ESG投資アドバイザー会社を2013年に創業し現職。東証プライム上場企業や大手金融機関をクライアントに持つ。スタートアップ企業やベンチャーキャピタルの顧問も多数務める。環境省、農林水産省、厚生労働省で有識者委員を兼任。ESG投資、サステナビリティ経営、気候変動金融リスクに関する講演や、テレビ、ラジオ、雑誌等で解説も担当。著書に「ネイチャー資本主義」(PHP新書)他。ニュースサイト「Sustainable Japan」編集長。ハーバード大学大学院リベラルアーツ(サステナビリティ専攻)修士課程修了。サンダーバードグローバル経営大学院MBA課程修了。東京大学教養学部(国際関係論専攻)卒。



重され、十分に参加できると実感できる状態を構築することを指す。

### はじめに：DE&Iとは

今回の話のテーマとなるDE&Iとは、「ダイバーシティ（多様性）・エクイティ（公平性）&インクルージョン（包摂性）」の略のことだ。どれも似たような言葉だが、それぞれ意味の違いがある。

ダイバーシティは、性別、人種、民族、障害、性的指向、宗教など、様々なアイデンティティの人がいることを認識するということ。そして、エクイティは、全ての人々が公平に扱われるように制度や手続き、資源配分を是正すること。最後に、インクルージョンは、あらゆる個人が歓迎され、尊

人や組織は、「認識」し、「行動」してはじめて、「状態」が作れるので、単語の並びは自ずとDE&Iの順番となる。以前はD&I（ダイバーシティ & インクルージョン）と呼ばれていたが、是正する行動を取らなければ、インクルージョンの状態にはならないので、DE&Iと呼ばれるようになった。DE&Iに詳しいアメリカのヴェルナ・マイヤーズは、ダイバーシティとインクルージョンの違いについて、「ダイバーシティとはパーティに誘われること。インクルージョンは踊りに誘われること」と述べている。

## 広告業界での日本と欧米の違い

日本でDE&Iの話題となると、世界経済フォーラムが毎年発表している「世界ジェンダーギャップ報告書」のランキングに言及する人が多い。最新の2022年版の結果では、日本は146ヶ国中116位で、G7の中でダントツの最下位だ。発表元の世界経済フォーラムは、欧州に本部があるので、結果に不服な人は「欧州のバイアスが掛かっている」と批判したりもする。しかし、東アジアの近隣諸国でも、韓国は99位、中国は102位で、日本より高かった。

とりわけ日本の広告業界は、女性の活躍が遅れていると言われることもある。では、欧米の広告業界はどうだろうか。「ad industry diversity」と英語で検索してみると、「広告業界ではダイバーシティが課題だ」という記事がたくさんヒットする。ダイバーシティの課題は、欧米の広告業界でも課題となっていることがわかる。

では、欧米の広告業界もダイバーシティはうまくいっていないのだから、日本でもそんなに心配することはない、と高を括っていてもよいのだろうか。当然そんなことはない。その背景をみていこう。

## ダイバーシティに関する規制プレッシャーの高まり

DE&Iは、日本でも法規制の面でプレッシャーが高まっている。日本では2016年4月から女性活躍推進法が施行され、常勤雇用者が301人以上の事業主には、「採用者に占める女性比率」「勤続年数の男女差」「管理職に占める女性比率」などの課

題を分析し、行動計画を策定することが義務化された。2022年4月からは常勤雇用者が101人以上の事業主にまで義務対象が拡大された。さらに同年7月に省令改正で、常勤雇用者が301人以上の事業主には男女賃金格差の開示も義務化された。上場企業では、2023年3月期の有価証券報告書から、男女賃金格差に加え、女性管理職比率、男性育休取得率の記載が義務化される予定だ。

これらは、欧米政府の動きを追従したものといえる。アメリカ連邦政府は、1964年に制定された公民権法に基づき、従業員100人以上、もしくは連邦政府と取引のある従業員50人以上の事業主に対し、性別及び人種別に、職種毎の従業員数と管理職の従業員数をまとめた報告書（EEO-1レポート\*）を連邦政府当局に毎年報告することを義務付けている。

\*EEO-1レポート:米雇用機会均等委員会(EEOC)が報告先を担う。

欧州では、ダイバーシティの法規制は、すでに、会社の意思決定そのものを変えるために取締役を対象にする次元となっており、EUでは2014年に制定された非財務情報開示指令で、従業員500人以上の事業主には、取締役の年齢、性別、学歴、職歴等のダイバーシティに関する記述が義務化された。イギリスでは2022年の制度改正で、上場企業に対し、女性と人種マイノリティのダイバーシティの法定定量目標まで導入された。

## 背後にある投資家の関心

さらに興味深いことに、大企業が法定義務以上のアクションを加速させている。アメリカでは、EEO-1レポートを当局へ提出する義務はあっても、公表義務はない。だが、2021年に、S&P100\*

に採用されている大手上場企業100社のうち開示企業が14社から62社へと急増した(※1)。

\*S&P:米国のS&Pダウ・ジョーンズ・インデックスLLCが公表している株価指数。S&P500は同社が選ぶ優良500銘柄、S&P100は500に選ばれた内の時価総額上位100銘柄を示す。

これらの企業の行動変容を促しているのは、株主であり、社債の投資家でもある機関投資家の動きだ。機関投資家がESG投資を積極化しているという話は、最近では日本でもよく紹介されるようになった。ESG投資とは、E(環境)、S(社会)、G(ガバナンス)の略。VUCA(変動性・不確実性・複雑性・曖昧性)と言われる時代の中で、機関投資家は社会や環境の変化という確実な未来の長期変動に着目し、将来成長していく企業を見定めようとしている。DE&Iは、S(社会)を構成する大きな要素であり、「SDGsに対する貢献活動」のような曖昧な活動をどれだけしても、DE&Iにコミットしていなければ、企業のSスコアは上がらないと言っても過言ではない。

では、なぜ機関投資家は、DE&Iに着目しているのだろうか。ESG投資を推進している国際イニシアチブの「国連責任投資原則(PRI)\*」はその理由を次のように表現している。

\*国連責任投資原則(PRI):国連より提唱された機関投資家の投資原則のこと。自主署名した機関投資家に対し、投資に環境、社会、ガバナンスなどの視点を組み入れることなどを義務化している。

多くの研究では、DE&Iと財務パフォーマンスの相関関係を明らかにしているが、因果関係を調査した研究は少ない。企業の強いDE&Iは、意思決定、従業員のエンゲージメントレベル、ステークホルダーからの評判、イノベーション、未開拓市場への参入にプラスの影響を与える可能性がある。また、DE&Iを改善しない、あるいは無視することには大きなリスクがある。例えば、アメリカの研究では、セクハラ発生率が高いと、市場パフォー

マンス、収益性、従業員の生産性や離職率に影響を与えることが示されている。

人口統計の変化に注目することも重要だ。最近の調査では、ミレニアル世代の47%が、就職先を選ぶ際に職場のダイバーシティを積極的に求めていることが明らかになっている。また、アメリカなどでは、近い将来、ほとんどの労働者が非白人になると考えられている。したがって、企業が従業員構成や新規採用で、DE&Iをどのように考慮するかがますます重要になる。

企業のダイバーシティは、異なる視点をもたらし、集団思考を抑制し、意思決定の強化につながる。認知の多様性は、問題の早期解決、リスク管理の強化、より正確な予測、イノベーションの増加につながる可能性がある。ある研究では、経営陣のダイバーシティが高い企業ほど、イノベーションにより収益が19%高いと示された。

ダイバーシティとインクルージョンの高い職場は、企業が様々なステークホルダーのニーズを理解し、認識するのに役立つ。最も注目すべきは、企業のDE&Iは、評判を高め、顧客や顧客基盤を増やすことができるということだ。また、消費者は、DE&Iに関するコミットメントや行動の証拠を見たいと考えており、DE&Iの進捗が遅い企業は、ビジネスを失うリスクがある。

[PRI(※2)を基に筆者和訳]

PRIの指摘のポイントは、相関関係だけでまだ因果関係が完全にはわかってはいない段階でも、DE&Iの収益における重要性を強調している点だ。「DE&Iの低さは投資リターンに悪影響を及ぼす」という因果関係が示されてからでは、リターンを

追求する投資家としての責任が果たせない。限られた知見の中で、最善の行動をとることを求めている。

## 機関投資家に突き動かされる大企業

実際に機関投資家は欧米では早くからダイバーシティを含むESG情報の開示を企業に求めてきた。2016年には、ESG情報の開示を強化している要因に関する大企業アンケート(※3)で、「投資家の要請」と答えた企業が最多の38%で、2位「法規制」の26%を大きく上回った。日本の機関投資家を対象としたアンケート(※4)でも、投資判断などでDE&I情報を求める理由について、「企業の業績に長期的には影響がある情報と考えるため」が圧倒的に多く68.9%だった。日本の公的年金基金GPIFが実施した機関投資家アンケート(※5)でも、重大なESG課題に関し「ダイバーシティ」を挙げた人が75%を超えた。

具体的な機関投資家の動きを一つ紹介すると、運用資産額で世界トップ5に入るアメリカのステート・ストリート・グローバル・アドバイザーズは、S&P500企業の中でEEO-1レポートを開示しない企業に対しては、株主総会で取締役会報酬委員会の委員長を選任に反対すると明言。さらに、欧米の主要上場企業に対しては、女性取締役が30%以上でない企業の報酬委員会委員長もしくは取締役会議長の選任にも反対すると発表している(※6)。

## 広告業界への影響

では広告業界への影響はどうだろうか。業種ごとに重要なESG課題を特定している世界的に著名なSASB\*という機関の発表(※7)をみてみよう。広告業界で重要と位置づけられているのは「データプライバシー」「広告の不正」そして「職場のDE&I」だ。DE&Iについては、ジェンダーと人種が言及されており、経営陣、大卒以上の社員、全社員の3段階で人数構成の開示を推奨している。やはり、広告業界にとってDE&Iの重要度はかなり高いといえる。

\*SASB:サステナビリティ会計基準審議会。2011年に米国サンフランシスコを拠点に設立された非営利団体で、米国企業向けのESG開示基準を2018年に発表。今では準公的機関であるIFRS財団の国際サステナビリティ基準審議会の中核を担っており、SASBの基準が国際基準に昇華することがすでに決まっている。

SASBはその理由について、広告業界は、クリエイティブで最先端のアイデアを生み出す能力が重要であり、また、効果的にオーディエンスにアプローチするには、多様な人材が必要となると説明している。

ここまでみてきたように、クライアント企業は今、投資家に突き動かされ、DE&Iに非常に敏感になってきている。実際に、性別に関わる固定観念(ジェンダーステレオタイプ)を広告宣伝表現から取り除く動きが日本でも出てきている。この状況下で、DE&Iを意識せずに営業に行けば、クライアントから門前払いされるようになる。そんな時代がもうすぐそこまでやってきている。

※1: Harvard Law School (2021) "2021 Proxy Season Review"  
※2: PRI (2022) "Diversity, equity & inclusion: Key action areas for investors"  
※3: GRI (2016) "GRI'S ANNUAL REPORT 2015-2016"  
※4: 内閣府 (2019) "機関投資家が評価する企業の女性活躍推進と情報開示"  
※5: GPIF (2022) "2021/22年 スチュワードシップ活動報告"  
※6: State Street Global Advisors (2022) "Guidance on Diversity Disclosures and Practices"  
※7: SASB (2018) "Advertising & Marketing Sustainability Accounting Standard"

# 女性のエンパワメントは、 未来の働き方を考えること。

——新しい課題を発見・解決できる、  
イノベーションが生まれる組織へ——



## スプツニ子!

アーティスト、東京芸術大学デザイン科准教授、  
株式会社Cradle代表取締役社長

### ●プロフィール

ロンドン大学インペリアルカレッジ数学科、情報工学科を卒業後、英国王立芸術学院で修士課程を修了。マサチューセッツ工科大学メディアラボ助教、東京大学大学院特任准教授を経て現職。RCA在学中よりテクノロジーによって変化していく人間の在り方や、ジェンダーなどの社会課題を反映した作品を制作。株式会社Cradle起業により、社会課題の解決につながるサービス提供へとさらに活動の幅を広げている。

◎インタビュアー JAAA DE&I委員会委員 半澤絵里奈  
(dentsu Japan サステナビリティ推進オフィス シニア・マネージャー / cococolor編集長)

## 多様であることは、組織を強くする。

——まず、女性のエンパワメントの必要性について、お考えをお聞きできますか。JAAAでも昨年夏にDE&I委員会を立ち上げて取り組んでいるところですが…。

男女を問わず、どんな属性に生まれても自分らしく生きられる・働ける、というのはとても重要なことだし、当然の権利だと思います。でも、残念ながらなかなか達成できていませんよね。私は日本以外で暮らした経験も仕事をした経験もありますが、日本人の女性は、自分らしく働き、キャリアを積んでいくチャンスが圧倒的に少ないという印象を持っています。

世界経済フォーラムが発表するジェンダーギャップ指数で、2022年の日本は116位でしたが、一方で「教育」分野の指数はトップクラス。優秀な女性が多いのに活躍しきれていないのは、本人にとってももったいないし、労働人口が減っていく日本にとってももったいないと思います。

——女性のエンパワメントが進み、ジェンダーギャップが小さくなると、どのようなことが期待されるのでしょうか。

多様性のある組織ほどイノベーションが促進されるという事実は、多くの研究で指摘されています。2013年に赴任したMITでは研究員の採用にもかかわっていたんですが、「イノベーションは、新しい課題を発見し、解決することで生まれてい

く」というコンセンサスがありました。新しい課題を発見するためには、多様なアンテナが必要ですから、できるだけ多様なバックグラウンドの人を採用しようと努力していました。

一方、多様性はトラブルを発見して防御するためにも重要です。2021年に出版された『多様性の科学 (REBEL IDEAS)』\*には興味深い事例がたくさん挙げられていますが、たとえば、CIAは1990年代までほとんどがアイビーリーグ卒の白人男性で構成されていて、あまりにも多様性がなかったために9.11を察知できなかったと分析しています。新しいアイデアを生み出すにも、トラブルを回避するにも、性別や人種の多様なバックグラウンドの人たちがいることが組織の強みになるのだと思います。

\*[多様性の科学 (REBEL IDEAS)]  
(マシュー・サイド著、2021年/ディスカヴァー・トゥエンティワン社)

——日本では、まだまだ均質な優秀さを求めてしまいがちですが…

いま、日本の経済や社会が硬直化しているのは、年功序列の男性社会が高齢化して、イノベーションが生まれていないことにも原因があると思います。そういう構造を、そろそろ壊す必要があるんじゃないでしょうか。すでに投資家たちは、企業がダイバーシティを推進しているかどうかを見ています。たとえばMSCIが開発した日本株女性活躍指数\*は、GPIF (年金積立金管理運用独立行政法人) がESG投資を行なう際の指数のひとつとして採用しています。

\*日本株女性活躍指数 (WIN): 性別多様性を推進する企業は将来的な労働人口減少による人材不足リスクによりよく適応できるため、長期的に持続的な収益を提供するとして、MSCIが企業を分析、指数化したもの。

——女性活躍が求められる一方で、「女性は昇任意欲が低い」という調査結果もあります。

そうですね。でも、それを女性自身の選択だから仕方がない、とすることには疑問があります。そ

の選択をした背景には、女性の置かれている状況と、その状況を生み出す構造があるからです。女性が同じ能力の男性にくらべて自分自身を低く評価する傾向があることも社会心理学者ブレンダ・メイジャーの研究やコロムビア大学ビジネススクールの調査をはじめ、様々なデータで示されています。マネジメント側の人たちには、そうしたデータも踏まえた上で、本当の公平性が実現するよう取り組んでいただきたいですね。

## DE&I推進には経営層の理解が重要。

——クレードルではDE&I推進の企業サポートをされています。サービスを導入された企業からは、どのような反応がありますか？

セミナーや動画コンテンツなどを通して、様々な健康課題やDE&Iの基礎知識についての理解を深めたり、医療的なサポートにつなげたりしていますが、それが社内でも話し合うきっかけになったという声はよく聞きますね。月経困難症や子宮内膜症、子宮筋腫といった女性特有の課題に加えて、男性更年期や男性育休などもテーマとして取り上げています。そうしたコンテンツを通して集まった社員の声は、匿名にするなど配慮をした上で、分析し、レポートしています。セミナーを受けてどう感じたか、サービスを使うことでどのように自分の健康知識が上がり、仕事にどんな影響を与えたのか、心と体でどんなことを悩んでいるのか…実際の声をデータ化することで、自社の状況把握につながっているようです。

——取り組みのためには、企業の経営層の意識も重要だと思います。クレードルのサービスを導入している企業ではいかがですか。

いまのところ、サービスを導入して下さっているのはトップ自身がDE&Iの重要性を理解して