

PRIDE指標2019

レポート



はじめに	2
work with Prideについて	3
「PRIDE指標」について	5
総評	6
受賞企業・団体一覧	8
ベストプラクティス	13
巻末資料 PRIDE指標 全文	18
編集後記	24

はじめに

4年目を迎えるPRIDE指標の表彰制度に、本年もたくさんの企業・団体のみなさまにご応募いただき、心より御礼申し上げます。評価基準が昨年より厳しくなり、全応募数のゴールド認定企業の比率は下がりましたが、応募数自体は増えているため、ゴールド認定企業の絶対数は増加しています。応募されていない企業・団体もそれぞれに施策や啓発活動を行なっていると思われます。この活動をより進めるため、本年のwork with Prideカンファレンスのテーマを「ブレイクスルー ～新時代に向け、LGBTの取り組みをもう一歩進めるには?～」に決めました。次なるステージへのブレイクスルーを目指し、カンファレンスにご登壇いただく経営陣の方々に、LGBTの取り組みをさらに進めるための「経営者宣言」を発表していただきます。同時に、会場に來場いただいているPRIDE指標のゴールド、シルバー、ブロンズ認定企業の経営層の皆様にも「経営者宣言」をお書きいただくことで、日本社会全体にメッセージとして届けていきたいと思っています。また、今年は先進事例の共有に注力し、ベストプラクティスに選出された4社の事例をカンファレンスと当レポートで紹介しています。取り組みが進まず停滞しているのは、部署間で連携できない縦割り組織、前例主義を重視する慣習、客観的情報に基づかない思い込みや決めつけなど、企業や団体における内的要因が大きいということが、多くの企業担当者との意見交換を通して見えてきました。4社それぞれが、まさにブレイクスルーを実現した経緯や方法、結果として得られた知見などを、ぜひ、皆様の次のブレイクスルーのために、ご活用いただけると幸いです。

そして、本年はすでに沖縄県那覇市、石川県金沢市、そして宮城県仙台市でwork with Prideのプレセッションを開催しました。東京とそれ以外の地域での取り組みの進展や、LGBT当事者社員を取り巻く環境は随分と異なります。そのギャップを少しでも埋めていけるよう、地元企業での取り組みの紹介や当事者の生の声を通して見えてきた地方ならではの課題を、支援者であるアライとともにどのように解決していけるのかを議論しました。参加いただいた方のアンケートを拝見すると、様々な気づきや今後の行動への多くのヒントを得たとの回答が多くあり、これからも各地域への発信や地元のみなさまとの協業を続けていければと願っております。11月11日には、関西でのwork with Prideも予定しています。

2019年は、世界のパレードの原点となる「NYストーンウォールの反乱」から50周年、WHO（世界保健機構）の疾病リストが29年ぶりに改定されトランスジェンダーが精神疾患から外される、台湾でアジア初の同性婚制度化が実現、などのポジティブなニュースが世界で発信されています。日本では、地域における同性パートナーシップ制度が少しずつ広がっていますが、依然として同性同士の婚姻ができない、性同一性障害特例法で未だ手術要件が存在するなど、海外と比較すると遅れをとっている部分もたくさんあります。性的指向・性自認に関するハラスメントであるSOGI（Sexual Orientation / Gender Identity）ハラについては、ようやく国会でも議論され、職場におけるパワハラの一環として位置付ける法制度が整いはじめるところですが、LGBTへの差別をなくすための包括的な法律はまだ存在していません。

work with Prideにご参加いただいている、そして、PRIDE指標にご応募いただいている企業や団体のみなさまが推進する働きやすい職場環境づくりが、さらに一歩進むことを願っています。あわせて、今後は、私たちからも、企業や団体の活動が、日本社会における具体的な法制度実現の後押しとなるような仕組みやアプローチを積極的に提案し、LGBTのみならず誰もが自分らしく誇りを持って生きていける社会の実現に向けて、これからもみなさまとご一緒に取り組みができれば幸いです。

PRIDE指標運営委員会
認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ
代表 松中権

work with Pride について

work with Prideとは

「PRIDE指標」を策定した任意団体 work with Pride (以下wwP) についてご紹介します。wwPは、企業などの団体におけるLGBT（レズビアン・ゲイ・バイセクシュアル・トランスジェンダーなどの性的マイノリティ）に関するダイバーシティ・マネジメントの促進と定着を支援する任意団体です。

wwPは、2012年に日本アイ・ビー・エム株式会社（以下、日本IBM）が国際NGOヒューマン・ライツ・ウォッチ、認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ（以下、グッド・エイジング・エールズ）と共同で、日本のLGBT従業者の支援を目的としたセミナーを企画したことから始まりました。その後、NPO法人虹色ダイバーシティが加わりました。現在は、企業による実行委員会を毎年組成し、グッド・エイジング・エールズが事務局を務める体制となり、今年で3年目を迎えます。

●公式サイト

<https://workwithpride.jp>

●Facebook

<https://www.facebook.com/workwithprideinJapan>

work with Pride の目的

wwPの活動目的は、日本の企業内でLGBTの人々が自分らしく働ける職場づくりを進めるための情報を提供し、各企業が積極的に取り組むきっかけを提供することです。この目的を達成するために、年に1回、企業の人事・人権・ダイバーシティ担当者を主な対象に、カンファレンス「work with Pride」を開催しています。

セミナー開催実績

記念すべき第1回「work with Pride」は2012年、

日本IBM本社にて開催。テーマは、「LGBTと職場：課題と今後」。日本IBMにおけるLGBTのための取り組み（LGBT当事者間の事実婚にも結婚祝い金を支給するなど）をご紹介いただきました。

また、電通ダイバーシティラボが、日本のLGBTを取り巻く現状を紹介。5.2%という日本におけるLGBTの割合が報告され、会場は驚きに包まれました。最後は、ヒューマン・ライツ・ウォッチによる「LGBTと日本の職場」をテーマとしたグループ・ディスカッションが行われ、議論が白熱しました。

第2回は2013年、ソニー株式会社に会場（ソニーシティ大崎）をご提供いただき、開催しました。第1回開催時の参加者数を上回る約100名が来場され、職場におけるLGBTの理解と施策に向けた活動が注目を集めていることが実感できました。

第3回は2014年、パナソニック株式会社の会場で開催。前回はさらに上回る約200名にご参加いただきました。テーマは「変わりつつある日本の職場—LGBTの視点から」。国際的なLGBTの潮流から企業における現在の取り組みを各企業の人事担当者へ紹介することができました。企業で働くLGBT自らが登壇し、当事者の声を人事担当の方々へお届けできたことがとても印象的だった、との意見をたくさん頂戴しました。

第4回は2015年、株式会社リクルート住まいカンパニーに会場をご提供いただき、過去3回で取り組んできた「LGBTを知る」という段階から一歩進め、当事者が自分らしく働ける職場を目指して「カミングアウトと日本の職場」というテーマで開催。初めて基礎編と本編の2部構成としました。基調講演では、2015年11月5日に日本で初めて同性パートナーシップ証明書の発行をスタートした東京都渋谷区より、区長の長谷部健様にご登壇いただいたほか、大学生LGBTの意識調査や、社内研修の取り組み、上司がLGBTアライになったことで部下がカミングアウトした事例などをご紹介しました。

第5回は2016年、第一生命保険ホールで開催し、600名もの参加者で会場が埋め尽くされました。前

年に続き、前半にLGBT基礎編、後半に本編の構成で実施しました。オープニングで会場をご提供くださった第一生命保険株式会社の取締役常務執行役員・武富正夫様よりご挨拶いただき、基調講演として国立社会保障・人口問題研究所室長の釜野さおり様に「LGBT施策の背景と効果」についてお話いただきました。続いて企業で働くLGBTおよび企業の経営層という2つのパネルセッションを実施しました。また、「PRIDE指標」の記念すべき第1回の結果発表も行いました。

第6回は2017年、世界的なカミングアウト・デーである10月11日に、一般社団法人日本経済団体連合会の後援のもと、経団連会館にてカンファレンスを実施しました。

メインセッションでは、経団連女性の活躍推進委員会企画部会長である中川順子様からご挨拶を、国連SOGI専門調査官Vinit Muntarbhorn様からのメッセージをいただきました。続いて米国最大のLGBT関連NGOであるHuman Rights Campaign代表のChad Griffin様によるキーノート・プレゼンテーション、LGBT当事者によるパネルディスカッションを行いました。

「PRIDE指標2017」表彰式においては、110社の応募社のうち、ゴールド87社、シルバー15社、ブロンズ8社の報告と、P・R・I・D・Eそれぞれのカテゴリーにおいて、合計5社の取り組みをベストプラクティスとして発表しました。

続くサブセッションでは「同性パートナーシップ制度」、「トランスジェンダーへの配慮」、「性的指向・性自認に関するハラスメント（SOGIハラ）」、「組織内の風土づくり（アライ、当事者ネットワーク）」という4つのテーマに関してパネルディスカッションを開催しました。

第7回の2018年も世界的なカミングアウト・デーである10月11日に東京京ミッドタウン日比谷BASE Qにて約400名の参加者に来場いただき開催しました。

冒頭、東京都知事小池百合子様のメッセージを

代読。都議会で「人権条例」が可決し、より一層多様な性への理解を推進すると表明されました。同年LGBT当事者であるとカミングアウトされた東大名誉教授のロバート・キャンベル様はビデオ・メッセージでLGBTはじめマイノリティの労働環境の構築が有能な人材確保につながると述べ、同じくカミングアウトされた経済評論家の勝間和代様は、「自分がマジョリティーではないということを公開したときに、職場や社会で攻撃をされてしまうと、誰も公開しなくなります。そうするとマジョリティーに偽装しようとします。『マジョリティーへの偽装をしなくてもいい社会』を皆さんと一緒に作りあげていきたい」と話されました。

前半のセッションでは、経営層と当事者のそれぞれの立場から、現在の職場における課題とその解決の展望を討議しました。

後半、分科会となる4つのサブセッションでは、それぞれ風土作り、地方への取り組みの展開、同性パートナーシップ制度、トランスジェンダーの配慮について会場と質疑応答を交えながら討議を行いました。

また、同日3回目となるLGBTに関する企業などの取り組みの指標「PRIDE指標」の結果発表と表彰を行いました。応募数は、153社。ゴールド130社、シルバー18社、ブロンズ5社をそれぞれ認定し、その中から特に顕著な活動を行った10社をベストプラクティスとして選出・表彰しました。

そして、2019年のwork with Prideは、「ブレイクスルー！ ～新時代に向け、LGBTの取り組みをもう一歩進めるには？～」をテーマに掲げ、全ての社員が働きやすい環境の構築に向け、これから施策に取り組む、制度はできたがさらに利用者を伸ばしたい、さらなるイノベーションのために革新的なことに挑戦したいなどそれぞれの企業・団体における様々なシチュエーションからのブレイクスルーとなるディスカッション、提言を行います。

「PRIDE指標」 について

「PRIDE指標」とは

日本で初めてとなる、LGBTに関する企業等の取り組みの評価指標です。LGBTが誇りを持って働ける職場の実現を目指し、名称を「PRIDE指標」といたしました。

●「PRIDE指標」公開サイト

<https://workwithpride.jp/pride-i/>

「PRIDE指標」の内容

先行する海外のLGBT施策指標を参考にしながら、企業等の団体がLGBTに関して共通して実施できるような取り組みを行動宣言（差別禁止規定等）、当事者コミュニティ、啓発活動（研修等）、人事制度・プログラム（福利厚生等）、社会貢献・渉外活動と5つに分類しました。さらに、5つの評価指標の名称をPRIDEの各文字に合わせて、1.Policy（行動宣言）

2.Representation（当事者コミュニティ）

3.Inspiration（啓発活動）

4.Development（人事制度・プログラム）

5.Engagement／Empowerment（社会貢献・渉外活動）としました。巻末に今年の「PRIDE指標」の全文を掲載していますので、あわせてご覧ください。指標内容は、日本企業の取り組み状況に応じて、年単位で適宜、見直しを行っています。

「PRIDE指標」の目的

wwPは「企業等の枠組みを超えてLGBTが働きやすい職場づくりを日本で実現する」ために活動して

きました。その一環として「PRIDE指標」を以下の目的で活用することを推奨しています。

①企業等に、LGBTが働きやすい職場の要件を認識してもらい、社内施策を推進するためのガイドラインとして活用する。

②毎年、本指標に対する企業等の取り組み状況や取り組み事例を募集し、優れた企業を表彰することで、LGBTが働きやすい職場づくりを応援する。

③募集した取り組み事例の中からベストプラクティスを可能な範囲で公開し、LGBTが働きやすい職場づくりの定着状況や具体的な方法を、広く社会に認識されることを促進する。

「PRIDE指標」策定の経緯

wwPは、2012年よりLGBTに関するダイバーシティ・マネジメントの促進と定着の支援を目的としたカンファレンス「work with Pride」を開催してまいりました。2015年のカンファレンスにおいて、問題のさらなる認知と制度の定着を目指し、海外でもすでに実施されている企業等のLGBT施策を評価する指標を日本での実施の検討を提案し、多くの方に賛同いただきました。

2015年12月に24の企業・団体有志に参加いただきワーキング・グループを立ち上げ、数ヶ月かけて検討を行い、2016年春に指標の内容や運営方法をまとめ、6月に募集要項をリリースしました。

総評

本年度で4回目となるPRIDE指標の表彰制度には、昨年を大きく上回る194の企業・団体からご応募いただきました。

PRIDE指標2019は、「Policy（行動宣言）」、「Representation（当事者コミュニティ）」、「Inspiration（啓発活動）」、「Development（人事制度・プログラム）」、「Engagement/Empowerment（社会貢献・渉外活動）」の5指標について評価項目を設定し、対象期間である2018年10月1日～2019年9月30日における取り組みが、それぞれ規定の項目数の基準を満たしていれば、1点として、5点満点をゴールド、4点をシルバー、3点をブロンズとして表彰いたしました。過去3回の実施の中で企業・団体での取り組みが大きく進み、昨年のPRIDE指標2018では、応募企業の85%が最高得点のゴールド認定となりました。4回

目を迎える本年度のPRIDE指標2019では、さらなる取り組みの領域を広げていただくため、応募企業の達成度の高い項目の加点方法を巻末資料別表の通り見直しました。

応募数は194企業・団体にのぼり、昨年の153から約1.3倍となりました。各賞の内訳は、ゴールドが152、シルバーが28、ブロンズが12、選定無しが2という結果となりました。ゴールドの受賞企業数自体は伸びていますが、指標のチェック基準が昨年より厳しくなったため、全体に占める率は7%低下しています。

企業規模としては、大企業（従業員数301人以上）が161社、中小企業（同300人以下）が33社でした。割合はそれぞれ83%（昨年79%）、17%（昨年21%）と、大企業の比率が増えています。

図1 ● 各賞の受賞割合の遷移（2016年～2019年）

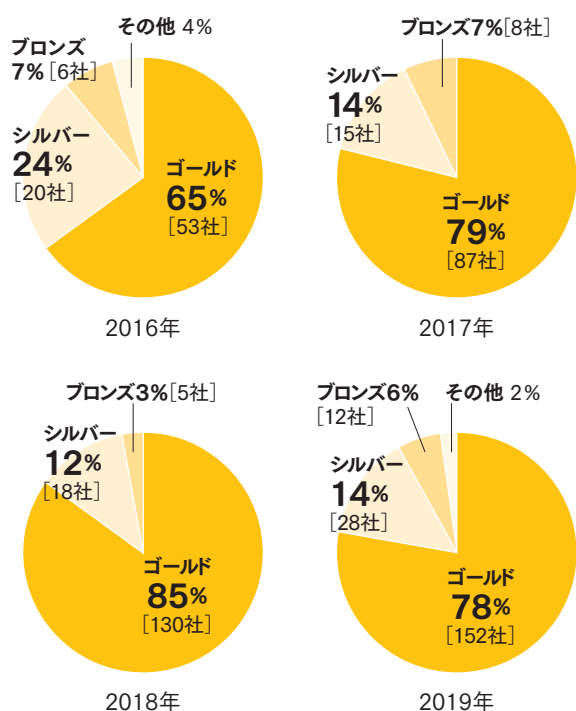


図2 ● 応募企業・団体の内訳 [企業・団体規模]

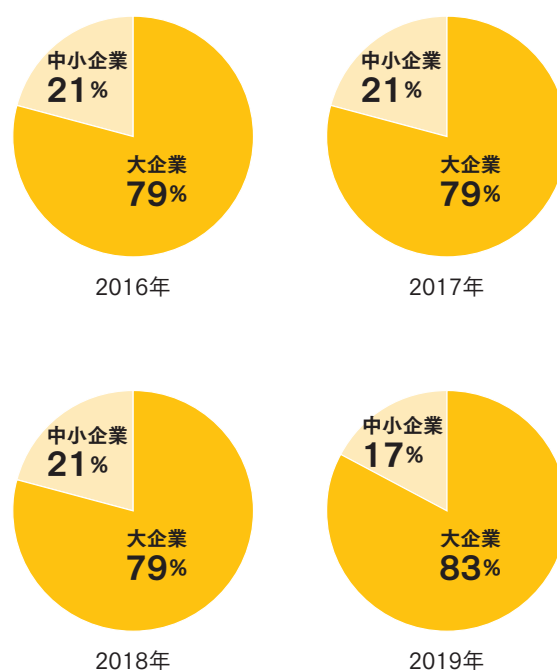
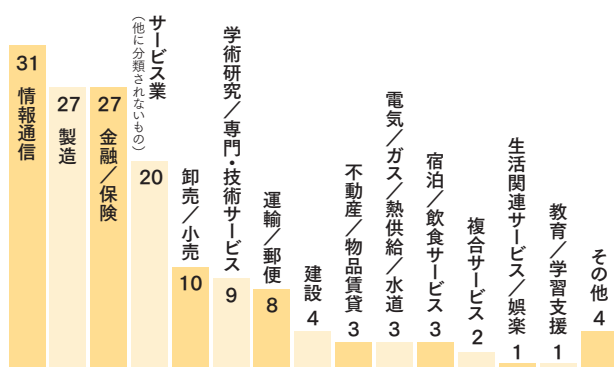


図3 ● 応募企業・団体の業種別内訳

2018年



2019年

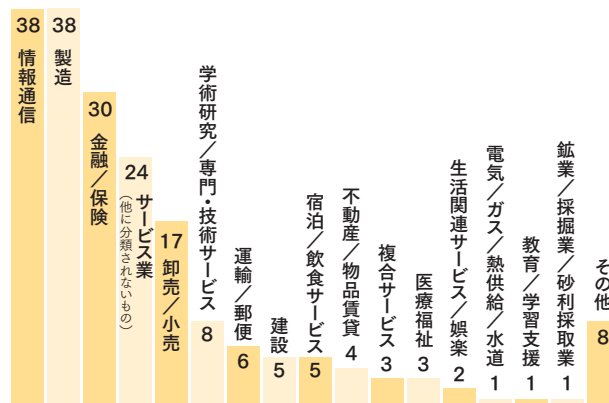


図4 ● 各指標における得点企業の割合

2018年

①Policy 行動宣言	100%
②Representation 当事者コミュニティ	96.9%
③Inspiration 啓発活動	97.4%
④Development 人事制度・プログラム	83.0%
⑤Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動	92.3%

図5 ● ベンチマーク

	評価項目数	最大値	最小値	平均値	中央値
指標P 行動宣言	8	8	2	5.5	5.0
指標R 当事者コミュニティ	4	4	0	2.7	3.0
指標I 啓発活動	14	14	2	9.6	10.0
指標D 人事制度・プログラム	18	17	1	9.5	9.0
指標E 社会貢献・渉外活動	5	5	0	2.7	3.0

応募企業等の業界ごとの内訳の上位3つは、情報通信業、製造業、金融・保険業です。

5つの指標ごとの得点率は、①Policy 行動宣言は100%、②Representation 当事者コミュニティが96.9%、③Inspiration 啓発活動が97.4%、④Development 人事制度・プログラムが83.0%、⑤Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動が、92.3%と

なりました。昨年より評価基準が厳しくなったInspiration（昨年100%）とDevelopment（昨年97.4%）で達成率の低下がありました。

各指標の項目チェック数の平均値・中央値は、昨年と大きな変化はありませんが、細分化されたInspirationとDevelopmentのそれぞれの分野で施策に取り組まれることが今後期待されます。

受賞企業・団体一覧

全192社（うち社名非公開企業4社）

work with Pride



ゴールド [5点満点獲得]

建設業

株式会社クレアコーポレーション
積水ハウス株式会社

製造業

株式会社IHI
株式会社アシックス＊
MSD株式会社
オムロン株式会社
川崎重工業株式会社
キリンホールディングス株式会社＊
グラクソ・スミスクライン株式会社＊
コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社＊
サントリーホールディングス株式会社＊
三洋化成工業株式会社
株式会社JVCケンウッド
ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループ
ソニー株式会社＊
株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント
ソニーグローバルマニュファクチャリング & オペレーションズ株式会社
ソニーセミコンダクタマニュファクチャリング株式会社
ソニーテクノロジエイト株式会社
ダイキン工業株式会社

田辺三菱製薬株式会社
日産自動車株式会社
日本たばこ産業株式会社
ノバルティス ファーマ株式会社
パナソニック株式会社
日立化成株式会社
富士通株式会社
株式会社ブリヂストン
三菱自動車工業株式会社
三星グループ＊
ヤマハ株式会社
株式会社LIXIL

電気／ガス／熱供給／水道業

関西電力株式会社

情報通信業

アクセンチュア株式会社
SCSK株式会社
エス・エー・エス株式会社
エヌ・ティ・ティ・アドバンステクノロジー株式会社
NTTクラリティ株式会社
エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社
NTTコム ソリューションズ株式会社
NTTコムウェア株式会社
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ
株式会社NTTデータ関西

株式会社NTTドコモ＊
NTT西日本グループ＊
沖縄セルラー電話株式会社
沖縄通信ネットワーク株式会社
株式会社沖縄タイムス社
株式会社ColorfulSystem
KDDI株式会社
シスコシステムズ合同会社
株式会社セールスフォース・ドットコム
ソフトバンク株式会社
株式会社電通
日本アイ・ビー・エム株式会社
日本オラクル株式会社
日本電信電話株式会社
日本マイクロソフト株式会社
東日本電信電話株式会社（NTT東日本グループ）＊
株式会社日立システムズ
株式会社日立ソリューションズ
株式会社ペンシル
株式会社Box Japan
株式会社ホットリンク
ヤフー株式会社
株式会社ランドコンピュータ

運輸業／郵便業

全日本空輸株式会社
東京急行電鉄株式会社

日本航空株式会社

日本トランスオーシャン航空株式会
社

東日本旅客鉄道株式会社

日の丸交通株式会社

卸売業／小売業

株式会社アダストリア

ギャップジャパン株式会社

株式会社ゲオホールディングス

株式会社ストライプインターナショナル

ソニービジネスソリューション株式会
社

ソニーマーケティング株式会社＊

株式会社ドン・キホーテ

合同会社 PVHジャパン

株式会社丸井グループ

金融業／保険業

アクサ損害保険 株式会社

アフラック生命保険株式会社

アメリカン・エクスプレス・インター
ナショナル,Inc. ＊

AIG Japan ＊

NTTファイナンス株式会社

株式会社オリエントコーポレーション

株式会社かんぽ生命保険

ゴールドマン・サックス

J. P.モルガン

シティグループ ジャパン ＊

住友生命保険相互会社

損保ジャパン日本興亜株式会社

第一生命ホールディングス株式会社

ドイツ証券株式会社

日興アセットマネジメント株式会社

日本生命保険相互会社

野村ホールディングス株式会社

フィデリティ投信株式会社＊

マネックスグループ株式会社

マネックス証券株式会社

みずほフィナンシャルグループ＊

三井住友トラスト・ホールディングス
株式会社＊

株式会社三井住友フィナンシャルグ
ループ＊

明治安田生命保険相互会社

モルガン・スタンレー

株式会社ゆうちょ銀行

UBSグループ

ライフネット生命保険株式会社

株式会社りそなホールディングス

不動産業／物品賃貸業

NTT都市開発株式会社＊

学術研究／専門・技術サービス業

国立大学法人大阪大学

KPMGジャパン＊

ソニーエンジニアリング株式会社

デロイトトーマツ グループ＊

PwC Japanグループ

フレッシュフィールズブルックハウスデ
リッガー法律事務所（外国法共同事
業）

外国法共同事業法律事務所 リン
クレーターズ

宿泊業／飲食業

Kafuu Resort Fuchaku CON
DO・HOTEL

グランディスタイル沖縄 読谷 ホテル
&リゾート

生活関連サービス業／娯楽業

ガーデングループ 株式会社遊楽

教育学習支援業

NTTラーニングシステムズ株式会
社

医療／福祉

社会福祉法人白岡白寿会

複合サービス事業

ソニーピーシーエル株式会社

楽天株式会社

日本郵便株式会社

サービス業（他に分類されないもの）

株式会社アウト・ジャパン

EY Japan

株式会社AIサポート

株式会社エクシオジャパン

エヌ・ティ・ティ・ビジネスアソシエ
株式会社

株式会社エヌ・ティ・ティ・ビジネ
スアソシエ東日本

株式会社エフネス

株式会社賢者屋

株式会社物語コーポレーション
セブテーニグループ＊

ソニー希望・光株式会社

ソニーコーポレートサービス株式会社	ングス*	社*
社	株式会社ミライロ	ソニーグローバルソリューションズ株
株式会社Nijiリクルーティング	株式会社リクルート*	式会社
日本郵政株式会社		公益財団法人東京オリンピック・パラ
NPO法人HELLOlife	その他	リンピック競技大会組織委員会
NTTファシリティーズグループ*	株式会社Adac	東京弁護士会
株式会社ブラップジャパン	株式会社奄美航空	
株式会社ベルシステム24ホールディ	セガサミーホールディングス株式会	

*はグループ会社での応募。

【ゴールド】

- 株式会社アシックス [アシックスジャパン株式会社]
- キリンホールディングス株式会社 [キリンビール株式会社、キリンビバレッジ株式会社、メルシャン株式会社]
- グラクソ・スミスクライン株式会社 [グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社、ヴィーブヘルスケア株式会社]
- コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社 [コカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングス株式会社、コカ・コーラ カスタマー マーケティング株式会社、コカ・コーラ ボトラーズジャパンバンデニング株式会社、FV ジャパン株式会社、株式会社カディアック、コカ・コーラ ボトラーズジャパンビジネスサービス株式会社、コカ・コーラ ボトラーズジャパンベネフィット株式会社]
- サントリーホールディングス株式会社 [サントリー食品インターナショナル株式会社]
- ソニー株式会社 [ソニーホームエンタテインメント&サウンドプロダクツ株式会社、ソニーセミコンダクタソリューションズ株式会社、ソニーイメージングプロダクツ&ソリューションズ株式会社、ソニーストレージメディアソリューションズ株式会社、ソニーモバイルコミュニケーションズ株式会社]
- 三星グループ [三星毛糸株式会社、三星ケミカル株式会社]
- 株式会社NTTドコモ [ドコモCS、ドコモ・サポート、ドコモ・システムズ、ドコモ・テクノロジー、ドコモCS北海道、ドコモCS東北、ドコモCS東海、ドコモCS北陸、ドコモCS関西、ドコモCS中国、ドコモCS四国、ドコモCS九州]
- NTT西日本グループ [西日本電信電話株式会社、NTTビジネスソリューションズ株式会社、株式会社エヌ・ティ・ティ マーケティングアクト、株式会社NTTフィールドテクノ、株式会社エヌ・ティ・ティ ネオメイト、株式会社エヌ・ティ・ティ ビジネスアソシエ西日本、NTT西日本ビジネスフロント株式会社、エヌ・ティ・ティ・メディアサプライ株式会社、エヌ・ティ・ティ・スマートコネクスト株式会社、エヌ・ティ・ティ・ソルマール株式会社、株式会社NTTスマイルエナジー、株式会社NTT西日本アセット・プランニング、テルウェル西日本株式会社、株式会社NTT西日本ルセント]
- 東日本電信電話株式会社 (NTT東日本グループ) [NTT東日本ー南関東、NTT東日本ー関信越、NTT東日本ー東北、NTT東日本ー北海道、NTT-ME、NTT東日本サービス]
- ソニーマーケティング株式会社 [ソニーコンシューマーセラーズ株式会社、ソニーリージョナルセラーズ株式会社、ソニーカスタマーサービス株式会社]
- アメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc. [アメリカン・エクスプレス・ジャパン株式会社]
- AIG Japan [AIGジャパン・ホールディングス株式会社、AIG損害保険株式会社、アメリカンホーム医療・損害保険株式会社、AIGパートナーズ株式会社、テックマークジャパン株式会社、AIGテクノロジー株式会社、AIGアセット・マネジメント株式会社、AIGビジネス・パートナーズ株式会社、AIGハーモニー株式会社]
- シティグループ ジャパン [シティグループ証券株式会社、シティバンク、エヌ・エイ東京支店、シティグループ・ジャパン・ホールディングス合同会社、シティグループ・サービス・ジャパン合同会社、CFJ合同会社]
- フィデリティ投信株式会社 [フィデリティ証券株式会社、フィデリティ・ジャパン・ホールディングス株式会社]
- みずほフィナンシャルグループ [みずほ銀行、みずほ信託銀行、みずほ証券、みずほ情報総研]
- 三井住友トラスト・ホールディングス株式会社 [三井住友信託銀行株式会社、三井住友トラスト・アセットマネジメント株式会社]
- 株式会社三井住友フィナンシャルグループ [株式会社三井住友銀行、三井住友カード株式会社、株式会社セディナ、SMBCコンシューマーファイナンス株式会社、株式会社SMBC信託銀行、SMBC日興証券株式会社、三井住友ファイナンス&リース株式会社、株式会社日本総合研究所、三井住友DSアセットマネジメント株式会社]
- NTT都市開発株式会社 [NTT都市開発ビルサービス株式会社]
- KPMGジャパン [あずさ監査法人、KPMG税理士法人、KPMGコンサルティング、KPMG FAS]
- デロイト トーマツ グループ [有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ 税理士法人、デロイト トーマツ コーポレート ソリューション合同会社]
- セブテニグループ [株式会社セブテニ・ホールディングス、株式会社セブテニ、Septeni Japan株式会社、MANGO株式会社、株式会社ハイスコア、株式会社セブテニ・オリジナル、Septeni Ad Creative株式会社、株式会社デライトチューブ、株式会社セブテニ・クロスゲート、トライコーン株式会社、ミロゴス株式会社、コミックスマート株式会社、株式会社ビビビット、gooddo株式会社、株式会社Pharmarket、株式会社TowaStela、株式会社セブテニ・ベンチャーズ、株式会社サインコサイン、HEDGEHOG PRODUCTION株式会社]
- NTTファシリティーズグループ [株式会社NTTファシリティーズ、株式会社NTTファシリティーズ中央、株式会社NTTファシリティーズ北海道、株式会社NTTファシリティーズ東北、株式会社NTTファシリティーズ東海、株式会社NTTファシリティーズ関西、株式会社NTTファシリティーズ中国、株式会社NTTファシリティーズ九州]
- 株式会社ベルシステム24ホールディングス [株式会社ベルシステム24]
- 株式会社リクルート [株式会社リクルートキャリア、株式会社リクルートジョブズ、株式会社リクルート住まいカンパニー、株式会社リクルートマーケティングパートナーズ、株式会社リクルートライフスタイル、株式会社リクルートテクノロジー]
- セガサミーホールディングス株式会社 [株式会社セガホールディングス、株式会社セガゲームス、株式会社セガ・インタラクティブ、サミー株式会社]

work with Pride



シルバー [4点獲得]

鉱業／採石業／砂利採取業

国際石油開発帝石株式会社

建設業

清水建設株式会社

大和ハウス工業株式会社

製造業

味の素株式会社

株式会社クボタ

JXTGエネルギー株式会社

TOTO株式会社

情報通信業

アビームコンサルティング株式会社

SAPジャパン株式会社

BuzzFeed Japan株式会社

卸売業／小売業

株式会社サンゲツ

株式会社日立ハイテクノロジーズ

J.フロントリテイリング株式会社*

株式会社セブン-イレブン・ジャパン

株式会社ファーストリテイリング*

金融業／保険業

三菱UFJフィナンシャル・グループ*

学術研究／専門・技術サービス業

株式会社三好不動産

学術研究／専門・技術サービス業

龍谷大学

宿泊業／飲食店

京阪ホテルズ&リゾート株式会社

藤田観光株式会社

生活関連サービス業／娯楽業

株式会社ダイナム

医療／福祉

ソフィアメディ株式会社

株式会社福祉の里

サービス業（他に分類されないもの）

株式会社アイエスエフネット

株式会社リクルートスタッフィング

その他

国立大学法人筑波大学

*はグループ会社での応募。

【シルバー】

●J.フロントリテイリング株式会社 [株式会社大丸松坂屋百貨店、株式会社博多大丸、大丸興業株式会社、株式会社JFRカード、株式会社J.フロント建装、株式会社ディンプル、株式会社J.フロントフーズ、株式会社消費科学研究所、株式会社エンゼルパーク]

●株式会社ファーストリテイリング [株式会社ユニクロ、株式会社ジーユー、株式会社リンク・セオリージャパン、株式会社ブラステ、COMPTON DES COTONNIERS S.A.S.、PRINCESSE TAM.TAM S.A.S.、J Brand Holdings, LLC]

●三菱UFJフィナンシャル・グループ [株式会社三菱UFJ銀行、三菱UFJ信託銀行株式会社、三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社、三菱UFJニコス株式会社、アコム株式会社]

work with Pride



ブロンズ [3点獲得]

建設業

大成建設株式会社

卸売業／小売業

住友商事株式会社

サービス業（他に分類されないもの）

株式会社カスタマーリレーションテレ
マーケティング

製造業

株式会社ビクセン

大日本住友製薬株式会社

不動産業／物品賃貸業

リコーリース株式会社

株式会社レオパレス21

株式会社ぐるなび

情報通信業

株式会社シンカ

宿泊業／飲食店

スターバックス コーヒー ジャパン株
式会社

「PRIDE指標2018」表彰式の様子



ベストプラクティス

応募いただいたPRIDE指標エントリーに記入された取り組みから、

本年度work with Prideのテーマである

「ブレイクスルー ～新時代に向け、LGBTの取り組みをもう一歩進めるには?～」の観点から

特に先進的で顕著な取り組みを行なった下記4事例を、

本年度のベストプラクティスに選定しました。

(社名の五十音順)

●TOTO株式会社

性的マイノリティの
公共トイレ利用に関する
調査結果を公表



●東日本旅客鉄道株式会社

当事者社員を対象とした
「LGBTネットワーク交流会」
を実施

 **LGBT社員に対するスタンス** 

- 性的マイノリティについて「知る」
- 制度や従来のスタンダードを「変える」
- 意識改革、理解の輪を「広げる」

●日本航空株式会社

国内初、
LGBT ALLY チャーター便
を運航



●株式会社LIXIL

オフィストイレの
オールジェンダー利用に
関する調査結果を公表



TOTO株式会社

性的マイノリティの公共トイレ利用に関する調査結果を公表
定性的な意見と定量的なデータを活用してお客様に誰もが使いやすいトイレを提案

性的マイノリティの トイレ利用の実態は？

TOTO株式会社（以下、TOTO）は、LGBTを含む性的マイノリティの公共トイレでの行動やニーズを把握するため、株式会社LGBT総合研究所の協力を得て、「性的マイノリティのトイレ利用に関するアンケート調査」を実施、その結果を2019年1月15日に、発表・公開しました。

調査は、インターネット経由で、全国の20歳から59歳までの個人1136名に対して行われました。

性自認別	シスジェンダー	412人
	トランスジェンダー	412人
性的指向別	異性愛	104人
	同性愛	104人
	両性愛	104人

トランスジェンダーの ストレス

調査結果から、トランスジェンダーは、「トイレに入る際の周囲の視線」（31.1%）にストレスを感じている人が多いことが分かりました。

TOTOがこうした調査を始めたきっかけは、施主や設計主からのLGBTのトイレ利用に関する問い合わせが増えてきたため、長年トイレの提案を行ってきた企業として、当事者のニーズに基づいた提案ができないかというものでした。

公共トイレの特性として、施主

が利用者を特定できないことがあげられます。また、身体障がいの方が使いやすい設計になっているか、バリアフリー法に則っているか、乳幼児連れの利用に対する配慮がされているかなど、多くの要件を満たさなければなりません。その上で、LGBTの方々も心地よく利用できる要望が求められます。

仮説を立て提案へ

TOTOは、男女別トイレや多機能トイレとは別に、性別に関わりなく利用できる広めの個室トイレの利用がトランスジェンダーをはじめ多くの人にとって利用価値があるとの仮説を立て、そのトイレの利用についてアンケートを実施しました。

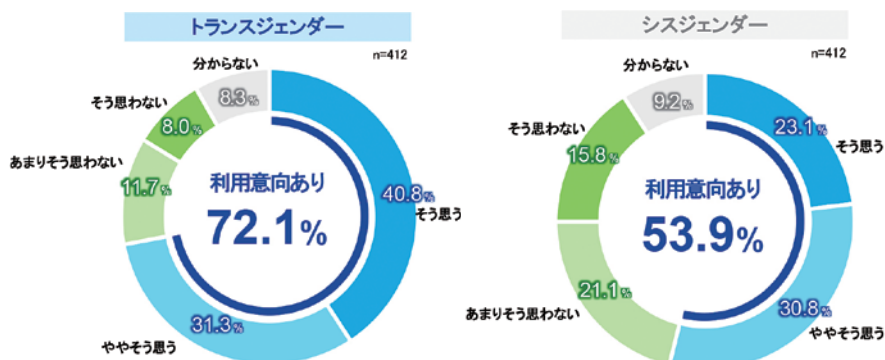
結果は、トランスジェンダーの約7割、シスジェンダーについても過半数の利用意向を示しました。

同社販売統括本部UD担当部長の本橋 毅氏は、「これまでの個

別に相談されてこられたお客様からの定性的なご意見に加え、調査結果に基づく定量的なデータも示すことで、誰もが使いやすいトイレの提案を行えるようになります。」と話されました。

施工・設計時から 考慮することが重要

「トイレのスペースは限られています。既設トイレの改修では実現が難しい配慮もありますが、設計・施工の段階から考慮することが重要です。」と話す同UD推進グループの渡邊文美氏。調査結果を公表したのは、施主や設計士の方に広く知ってもらいたいため。建てる人、設計する人にアドバイス、提案ができれば、誰もが使いやすいトイレを最初から作ることができます。TOTOでは、TOTOテクニカルセンターで調査結果に基づく水まわり空間の提案を建築専門家向けに行なっています（予約制）。



日本航空株式会社

国内初、LGBT ALLYチャーター便を運航
本業で社会全体への理解促進の機会を提供し、社内外のアライ拡大に貢献

国内初の LGBT ALLYチャーター便

日本航空株式会社（以下、JAL）は、2019年8月31日に、国内初となるLGBT ALLYチャーター便を羽田・那覇間で運航しました。LGBT当事者、アライ、家族連れなど約100人の乗客は、機中、JALの社員や乗務員が用意した多くのプログラムやおもてなしを通して、多種多様な人々がいる社会の素晴らしさを実感。JALは、本業で社会全体へLGBTおよびALLYの理解を促進させる機会を提供しました。

社内外にアライの拡大

「本業で理解促進のための機会が作れないかずっと考えていました」と語る同社人財戦略部でチャーター便運航に尽力された東原祥匡氏。「社会へ向けてアライ拡大に貢献できればという想いももちろんありましたが、同時に社内への影響も間接的にはあると確信していました。当社がこうした取り組みをやるんだ、それを見聞きした社員に少なからず影響を与えます。不特定多数のお客様と日々接している社員が、無意識に不適切な発言や行動をしていないか、それを考える良い機会にもなると。企業が将来にわたり存続していくには、そうしたことを意識していくことが大切だと思うのです」。

事実、機内では、機長をはじめ



客室乗務員がLGBTとアライのことを勉強し、機内アナウンスの内容を自ら考えて話し、また搭乗した同社の社員からこの取り組みは素晴らしかったと同僚との会話の中に聞こえてくることが増えていると感じられています。

こんな笑顔見たことない

国内初のこの取り組みは、多くのメディアにも取り上げられました。取材したテレビ局のスタッフは、「何度も飛行機から降りてくる人たちを取材しているが、こんなにも楽しそうに飛行機から降りてくる人たちを初めて見た」と話されました。

機内では、同乗した著名な写真家レスリー・キー氏が写真撮影を行い、ゲイであることを公表している人気歌手の清貴氏がメッセージと素晴らしい歌声を披露、

ドラグクイーンのだリアン・ロブリジーダ氏が楽しいトークで乗客を楽しませました。また、LGBTやアライの活動やイベントを紹介する映像が機内モニターで上映されました。その模様を搭乗客がSNSに投稿した写真・動画が広くシェアされ、「また来年も乗りたい」、SNSでこのチャーター便のことを知った人は、「知らなかった、次回はぜひ乗りたい」との声が数多くありました。

特別なことをしなくていい世の中へ

「いつかは、何か特別なことをしなくてもいい世の中が来ると思います。」と話す東原氏。そんな時代が一年でも二年でも早く訪れることを願い、率先してできることを本業で行うことの意義を示されました。

東日本旅客鉄道株式会社

当事者社員を対象とした「LGBTネットワーク交流会」を実施

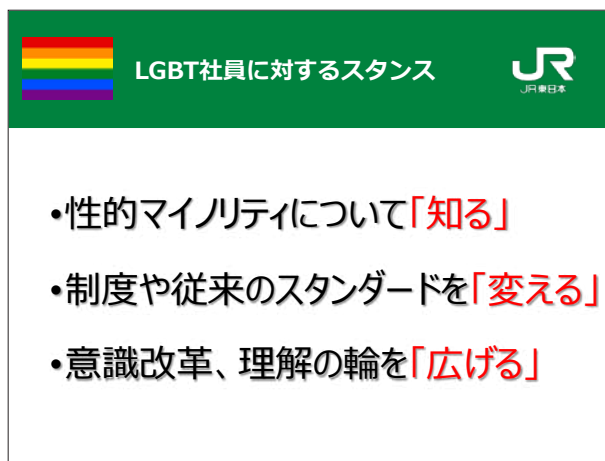
LGBT社員に 関する取組み

東日本旅客鉄道株式会社（以下、JR東日本）は、昨年グループ経営ビジョン「変革2027」を発表。ひとり一人の社員の成長が企業の成長に結びつくと考え、自身の能力を存分に発揮していただくためのダイバーシティ推進に取り組んでいます。LGBT社員への対応もその一つと位置づけ、LGBTについて「知る」、制度を「変える」、意識を「広げる」というスタンスで、全社員教育の実施や同性パートナー制度の導入などを行ってきました。

「LGBTネットワーク交流会」について

(1) 実施までの経緯

JR東日本では、制度改正などの取組みを進める一方で、社員が主体的に成長の機会を得られるような横のつながり（ネットワーク）の形成をサポートできないかと検討していました。そうした中で、カミングアウトしているLGBT当事者の社員から「社内の当事者と接点を持てるような機会がぜひ欲しい」との意見があり、職場で孤独な思いをしている当事者の社員にとって前向きに働けるきっかけとなればと考え、当事者を対象としたネットワーク交流会の実施が決



定されました。

実施に際しては、カミングアウトしていない当事者の社員にも参加を促したいと考え、交流会の告知は社内のすべての職場に等しく行うとともに、参加申込は本社の人事担当者2名に直接連絡する形にした上で、「参加者以外は完全非公開」として実施されました。

(2) 実施による成果

非公開とはいえ、人事担当者に連絡してまで参加する当事者は少ないのではとの声が社内にありましたが、実際には想定を超えて20名弱の参加者が集まりました。交流会当日はやや緊張した雰囲気でのスタートでしたが、NPO法人の当事者のゲストの方のお話を交えながら、いつの間にか熱気のある活発な交流の場となりました。参加者からも想像以上に「楽しかつ

た」「前向きになれるいい機会だった」との感想があり、当事者同士のつながりを求めている社員の思いに応えることが大きな成果となりました。

(3) 今後の方向性

JR東日本 人財戦略部の中島智史氏は、「LGBTに関する正しい理解が社内に十分に浸透しているとは考えておらず、その一方で、5万人を超える社員の中には確実に一定数の当事者がいると捉えています。今後は、今回の交流会の内容を広く社内に発信して、職場の仲間にもいるかもしれないという意識を少しずつ広げていく活動を継続していきます。今回の交流会で生まれたネットワークを社員が主体的に活用して、自身の成長につなげられるようサポートしていきたい。」と話されました。

株式会社LIXIL

オフィストイレのオールジェンダー利用に関する調査結果を公表
金沢大学、コマニーと共同でオフィストイレにおける利用実態や利用意向について調査を実施

誰もが安心して快適に 利用できるオフィストイレ 環境を明らかにするために

株式会社LIXIL（以下、LIXIL）は、国立大学法人金沢大学、コマニー株式会社と共同で発足した「オフィストイレのオールジェンダー利用に関する研究会」にて、オフィスで働くすべての人が「性自認に関わらず、安心して快適に利用できるオフィストイレ環境」を明らかにすることを目的に、オフィストイレにおける利用実態や利用意向について調査を実施し、その結果を2019年7月に公表しました。

トランスジェンダーの 約4割が職場で利用したい トイレを利用できていない

この調査では、インターネット経由で、全国のオフィスで働く18歳から59歳までの個人30,215人に対して、トランスジェンダーの割合、就業状況や性的マイノリティに対する意識について調査を行い、そこから就業状況やトイレ

の設置状況などの条件に該当するシスジェンダー 824人とトランスジェンダー 299人に対してより詳細な調査を行いました。

調査結果によると、トランスジェンダーの38.8%が利用したいトイレを利用できていないことが分かりました。

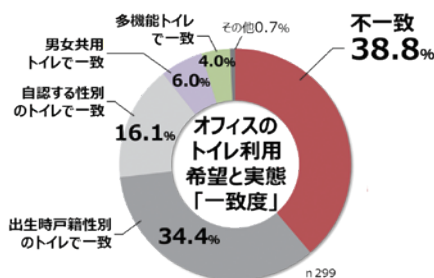
公共トイレの場合は、大抵は知らない人同士、その場限りの利用となるが、オフィスや学校では、毎日知っている人同士、同じ所を使うためよりセンシティブになる傾向が強いと考えられます。

そもそもトイレ利用以前の問題として、トランスジェンダーの回答者の約4割が希望する性別で働くことができていないという結果も出ており、その是正を行うことがより重要です。自認する性別で働くことはカミングアウトを伴うケースが多いと思われそうですが、その後職場で受け入れてもらえるか分からないなどのリスクから戸籍の性別で働く方がいいと考える方もいることが、調査から浮かび上がってきました。

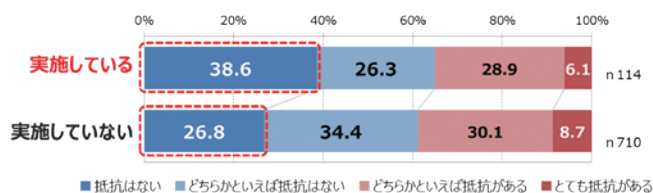
シスジェンダーの意識を 変えることも必要

この調査で、シスジェンダーを対象に「あなたが利用している職場のトイレを、トランスジェンダーの人が性自認に沿って利用することについてどう思うか？」と聞いたところ「抵抗はない」と回答した割合は、研修を実施している企業と実施していない企業で10ポイント以上の差がありました。「抵抗がある」と回答した理由は「なんとなく」、「トランスジェンダーについて知らない、身近にいない」などが目立ち、偏見をなくすために、研修などで正しい知識を普及させることの重要性が示されました。

調査を担当したLIXILスペースプランニングGの日野晶子氏は、「トイレ利用は人間の尊厳に関わる人権の一つ。一人ひとりの性自認とプライバシーが尊重され、利用者の意思に沿う選択肢があること、さらにそれらを利用しやすい環境を整えることが重要」と話されました。



勉強会や
研修の実施



PRIDE指標 全文

2019 年 2 月 22 日
任意団体 work with Pride
v1.1

PRIDE 指標

1.<Policy: 行動宣言>評価指標

会社として LGBT^{注1} 等の性的マイノリティに関する方針を明文化し、インターネット等で社内・社外に広く公開していますか。

- 方針には以下の内容を含むものとする:性的指向^{注2}、性自認^{注3}(または、同等の意味を持つ別の言葉)に基づく差別をしない(または、尊重する)。
- 単独の方針でも、行動規範や人権方針、ダイバーシティ宣言等の一部に含まれていてもよい。

評価項目(以下 1~8 の間で 2 つ以上で 1 点)

- ☐ (1) 会社として LGBT 等の性的マイノリティに関する方針を明文化し、インターネット等で社内外に広く公開している。
- ☐ (2) 方針に性的指向という言葉が含まれている。
- ☐ (3) 方針に性自認という言葉が含まれている。
- ☐ (4) 会社の従業員に対する姿勢として定めている。
- ☐ (5) 従業員の行動規範として定めている。
- ☐ (6) 採用方針として学生等に伝えている。
- ☐ (7) 経営トップが社内外に対し方針に言及している。
- ☐ (8) お客様・取引先に対する方針を明文化し公開している。

2.<Representation: 当事者コミュニティ>評価指標

LGBT 当事者・アライ(Ally、支援者)^{注4}に限らず、従業員が性的マイノリティに関する意見を言える機会を提供していますか。(社内のコミュニティ^{注5}、社内・社外の相談窓口、無記名の意識調査、等)

また、アライを増やす、顕在化するための取組みがありますか。

評価項目(以下 1~4 の間で 2 つ以上で 1 点)

- ☐ (1) 社内のコミュニティ(LGBT ネットワーク等)がある。

- ☐ (2) アライを増やす、もしくは顕在化するための取組みを実施している、またはアライの活動を会社がサポートしている(アライであることを表明することの推奨等)。
- ☐ (3) 社内外を問わず、当事者が性的指向または性自認に関連した相談をすることができる窓口を設けている。
- ☐ (4) 無記名の意識調査(従業員意識調査やエンゲージメント調査等)で性的マイノリティの意見も統計的に把握できるようにしている。

★取組みのポイント・コミュニティを立ち上げる際は、当事者をあぶりだすことにならないよう、無理に当事者であるか/アライであるかの確認を行わないことが大切である。

・当事者コミュニティの立ち上げが難しい場合、相談窓口の設置や会社として社外のコミュニティに参加することから始めてもよい。

3.<Inspiration:啓発活動>評価指標

過去1年以内に、従業員に対して、性的マイノリティへの理解を促進するための取組み(研修、啓発用メディア・ツールの提供、イントラ等での社内発信、啓発期間の設定、等)を行っていますか。

評価項目(以下1～9のうち2つ以上および10～14のうち2つ以上チェックで1点)

●研修

- ☐ (1) 採用担当者を含む人事部門への研修。
- ☐ (2) 管理職への研修。
- ☐ (3) 全従業員への研修。
- ☐ (4) 新入社員や中途雇用社員への雇用時の研修。
- ☐ (5) 性的指向または性自認についてカミングアウトを受けた際の対応についての教育。
- ☐ (6) 研修には性的指向および性自認の両方に関する内容が含まれている。
- ☐ (7) 研修には読む・聞くだけでなく、グループワーク等の演習が含まれている。
- ☐ (8) 1回限りでなく継続して実施している。
- ☐ (9) 社内の理解浸透度を確認しながら研修を進めている。

●その他啓発活動

- ☐ (10) イントラ、ニュースレター、ポスター等の各種コミュニケーション手段を利用して実施する社内啓発活動。
- ☐ (11) 性的マイノリティへの理解を促進する啓発期間の設定。
- ☐ (12) 性的指向または性自認に関する不適切な発言がセクハラに該当することの周知。
- ☐ (13) 本社・本店および本社機能のない事業所(支店、支社等)での取組み。

☐ (14) グループ会社での取組み。

★取組みのポイント

・管理職への研修は、必須とすることが望ましい。ある企業で、まず管理職に研修を行い、管理職がアライとしてさまざまな活動に参加することになったことから、部下が安心してカミングアウトできたという事例がある。

4.<Development:人事制度、プログラム>評価指標

以下のような人事制度・プログラムがある場合、婚姻関係の同性パートナーがいることを会社に申請した従業員およびその家族にも適用していますか(申告があれば適用しますか)。なお、LGBT のための人事制度・プログラムは、以下の項目に限定されるものではありません。

- A. 休暇・休職(結婚、出産、育児、養子縁組、家族の看護、介護等)
- B. 支給金(慶事祝い金、弔事見舞金、出産祝い金、家族手当、家賃補助等)
- C. 赴任(赴任手当、移転費、赴任休暇、語学学習補助等)
- D. その他福利厚生(社宅、ファミリーデー、家族割、保養所等)

トランスジェンダーの従業員に以下のような施策を行っていますか(申告があれば適用しますか)。

- A. 性別の扱いを本人が希望する性にしているか(健康診断、服装、通称等)
- B. 性別適合手術・ホルモン治療時の就業継続サポート(休職、勤務形態への配慮等)
- C. ジェンダーに関わらず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備

評価項目(以下1~5、6~12、13~18のそれぞれの間で2つ以上チェックで1点)

●同性パートナーがいる従業員向け

- ☐ (1) 休暇・休職(結婚、出産、育児(パートナーの子も含む)、家族の看護、介護(パートナーおよびパートナーの家族も含む)等)。
- ☐ (2) 支給金(慶事祝い金、弔事見舞金、出産祝い金、家族手当、家賃補助等)。
- ☐ (3) 赴任(赴任手当、移転費、赴任休暇、語学学習補助等)。
- ☐ (4) その他福利厚生(社宅、ファミリーデー、家族割、保養所等)。
- ☐ (5) 会社独自の遺族年金、団体生命保険の受け取り人に同性パートナーを指定できる。

●トランスジェンダーの従業員向け

- ☐ (6) 性別の扱いを本人が希望する性にしている(健康診断、更衣室、服装、社員証等)。
- ☐ (7) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。
- ☐ (8) 戸籍変更の際の社内手続きのガイドがある。

- ☐ (9) 就職時のエントリーシートで本人の希望する性別を記入できる、性別欄に「その他」「記載しない」等男女以外の回答項目を設けている、または性別記載を求めている。
- ☐ (10) 性別適合手術・ホルモン治療時の就業継続サポート(休暇、休職、勤務形態への配慮等)。
- ☐ (11) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。
- ☐ (12) ジェンダーに関わらず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備。

●制度全般

- ☐ (13) 制度の存在や利用方法を従業員に周知している。
- ☐ (14) 制度を利用する際に、通常の申請手続き以外に、周囲の人に知られずに申請できる等、本人の希望する範囲の公開度を選択できる柔軟な申請方法となっている。
- ☐ (15) 当事者が自身の性的指向や性自認についてカミングアウトした結果、職場の上司や同僚等からの不適切な言動等の問題が発生した場合を想定したガイドラインがある。
- ☐ (16) 希望があれば、出張や社員旅行等で宿泊時の居室、社宅や寮に配慮する。
- ☐ (17) 同性愛や異性装が犯罪となる国等への赴任・出張時のリスク対応を行っている。
- ☐ (18) トランスジェンダーの従業員が望む性別で働くことを希望した場合、人事部門、所属部署、関連部署等で連携して対応を検討している。

★取組みのポイント

- ・赴任時に同行する同性パートナーへの配慮を行うことが望ましい。
- ・トランスジェンダーの従業員には、制服の男女共用化(または本人の希望する性別の制服)にも配慮することが望ましい。
- ・トランスジェンダーが使用を希望するトイレは、個人の状況、職場の設備や雰囲気によって変わること、また、すべてのトランスジェンダーが共用トイレの使用を望む訳ではないことに十分な注意が必要。共用トイレの設置や案内板への表記等のハード面だけの対応では不十分である場合もあります。

5.<Engagement/Empowerment:社会貢献・渉外活動>評価指標

LGBT への社会の理解を促進するための社会貢献活動や渉外活動を行いましたか。
例) LGBT イベントへの社員参加の呼びかけ、協賛、出展、主催、寄付、業界団体への働きかけ、LGBT をテーマとした次世代教育支援

評価項目(以下 1~5 の間で 2 つ以上でチェック)

- ☐ (1) LGBT への社会の理解を促進するための活動・イベントの主催、協賛、出展。
- ☐ (2) LGBT 学生向けの就職説明会、セミナー、イベント等の主催、協賛、寄付等。

- ☐ (3) LGBT 関連イベントへの社員参加の呼びかけおよびイベントの周知。
- ☐ (4) LGBT のインクルージョンに関する自社所属の業界への働きかけ、業界団体での活動。
- ☐ (5) LGBT への理解促進のための次世代教育支援(出前授業、教材提供等)。

★取組みのポイント

イベントの協賛や出展は、社会の理解促進に貢献するとともに、企業の姿勢を社内に伝えるメッセージともなり得る。イベントへの社員参加を呼びかけることで、社員の啓発にもつながる。(社内の取組みを始めるのが難しい場合、まず社会貢献活動から始めるのも選択肢の1つと言える。)

注釈:

1. LGBT: レズビアン (Lesbian)、ゲイ (Gay)、バイセクシュアル(Bisexual)、トランスジェンダー(Transgender)の頭文字。性的マイノリティには LGBT 以外の多様なアイデンティティを持つ方もおられますが、本指標では便宜的に性的マイノリティ(性的指向、性自認に関するマイノリティ)の総称として使用しています。
2. 性的指向: 同性愛、両性愛、異性愛等、好きになる相手の性別に関する概念。特定の人を好きにならない(無性愛)等も含む。
3. 性自認: 自分で自分の性別をどう考えるか、という概念。身体上または社会上の性別とは必ずしも一致しない。また、必ずしも男女のどちらかとは限らない。
4. アライ: LGBT を積極的に支援し、行動する人のこと。
5. コミュニティ: 目的を共有している人の集まり。ここでは LGBT の働きやすい職場をめざす人の集まりを指します。リアルな集まり、メーリングリストや SNS 等でのネットワークのいずれでも結構です。

◆◆『PRIDE 指標 2019』について

それぞれの指標で1点を取得するための項目数。

ゴールド: 5 点、シルバー: 4 点、ブロンズ: 3 点。

PRIDE 指標 2018 と PRIDE 指標 2019 の加点方法が変更された指標は、「I:Inspiration 啓発活動」と「D:Development 人事制度・プログラム」です。達成度が高く、項目数が多い両指標の見直しを行いました。項目のカテゴリー毎の加点を細分化することで、幅広い施策を目指していただくための変更となります。

	PRIDE 指標 2018	PRIDE 指標 2019
P : Policy 行動宣言	8 項目中 2 つ以上	8 項目中 2 つ以上
R : Representation 当事者コミュニティ	4 項目中 2 つ以上	4 項目中 2 つ以上
I : Inspiration 啓発活動	14 項目中 2 つ以上	9 項目（研修）中 2 つ以上 5 項目（その他）中 2 つ以上
D : Development 人事制度・プログラム	18 項目中 2 つ以上	5 項目（同性パートナー）中 2 つ以上 7 項目（トランスジェンダー）中 2 つ以上 6 項目（全般）中 2 つ以上
E : Engagement / Empowerment 社会貢献・渉外活動	5 項目中 2 つ以上	5 項目中 2 つ以上

以上

編集後記

PRIDE指標の表彰も4年目を迎え、応募企業・団体数194、グループ企業まで含めると356社・団体までLGBTに関する取り組みが広がっています。最初の指標であるPolicy（行動宣言）については、応募企業での達成度が100%になり、多くの企業・団体でLGBTに関する取り組みの明文化は進んでいます。今後は、社員へPolicyをどう浸透させていくかに活動の軸足が移っていくものと思われます。

一方、PRIDE指標の応募フォームに付随したアンケート結果によると、同性パートナーがいる従業員向け制度を設けた企業においてその利用者数は、0人というのが6割、1～5人までで9割ということがわかりました。制度や福利厚生を策定したものの、利用は進んでいないというのが明示されました。制度の利用には、誰かしらへのカミングアウトを伴うの

が、制度利用を阻む理由にあげている回答が多数みられました。カミングアウトをしても安心・安全な企業風土を作っていくことが重要と思われます。

そうした環境をふまえ、本年度のwork with Prideのテーマとして「ブレイクスルー ～新時代に向け、LGBTの取り組みをもう一歩進めるには？～」を掲げました。今回選定したベストプラクティス受賞企業の取り組みやwork with Pride 2019の各パネル・ディスカッションが皆様の次なるブレイクスルーのご参考となれば幸いです。

PRIDE指標運営委員会
work with Pride 2019実行委員会
認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ
栗原 進

PRIDE指標レポート 2019

2019年10月11日 初版発行

デザイン：スタジオ・ポット
発行者：PRIDE指標運営委員会