

PRIDE指標2022レポート



work with Pride

work with Pride
PRIDE指標事務局

はじめに

日本国内の企業・団体・学術機関・自治体だけでなく、海外の団体などからのサポートとアドバイスをいただき、昨年10周年を迎えた「work with Pride」は、今年、気持ちを新たに次の10年に向けて動き出しはじめました。これまで、支えてくださった全ての方々に、心から感謝申し上げます。本当に、ありがとうございます。

2017年以降は実行委員会形式を採用し、毎年組成する実行委員会に対して参画企業から協賛と人的支援をいただけてきましたが、2022年は23社の参画企業が集まり、毎月一回の定例会議を中心として協働を進めてきました。

世界的に、LGBTQ+などの性的マイノリティの存在を受け止め、理解を助け、お互いに祝福し合う「Pride Month」とされる6月には、参画企業各社の経営層トップの皆さまより、社内、社外、日本社会における各社の取り組みについて、それぞれの思いをメッセージとして届けていただきました。また、8月から9月にかけては、参画企業各社にて働く従業員の方々が、LGBTQ+や関連施策についてどう捉えているかを把握するための、意識調査を実施しました。どちらも、これまでの「work with Pride」にはなかった新しい取り組みとなりました。

そして、11月10日(木)、経団連会館にて、3年ぶりのリアル開催となる「work with Pride 2022」カンファレンスを迎えることができました。実行委員会のみなさんと対話と議論を重ね、テーマは「企業から変える。LGBTQ+にとっての平等／公平な社会とは？」としました。LGBTQ+に関する様々な社会課題が可視化されると同時に、なかなか解決に向けた糸口が見えないなか、社会の構成員の一員としての企業が持つ推進力と責任について、カンファレンスを契機に一緒に向き合い考えていきたい、という意思が込められています。

また、2016年に創設した「PRIDE指標」については、「PRIDE指標2022」の応募社数が402社、グループ／複数社連名応募を含めた、応募総数は842社となりました。昨年からの大きな変化は、応募社の27%が300人以下の中小企業(2021年は17%)であったことかと思えます。東京以外の人口が少ない

エリア、保守的なエリアと呼ばれる地域からもご応募いただき、「ゴールド」認定をされた企業もありました。LGBTQ+に関する職場における取り組みは、大企業のこと、東京で起きていること、というフェーズから、いよいよ日本全国に着実に広がりつつある現れではないでしょうか。

「ゴールド」認定された企業・団体のなかでも、LGBTQ差別禁止法もしくは同性婚法制化に賛同表明し、様々なステークホルダーと協働して、LGBTQ+にも暮らしやすい社会づくりのための、コレクティブ・インパクト型の取り組みを推進する企業・団体を表彰する「レインボー」認定には、新設の昨年が10社に対して、今年は14社が確定しました。ご応募いただきましたが、残念ながら認定されなかった企業の皆さまも含めて、その取り組みに感謝いたします。また、丁寧に取り組みを審査いただきました専門家による評価委員会の方々に、この場をお借りして御礼申し上げます。

さらに、次の10年に向けた新しい取り組みが、「work with Pride」の一般社団法人化です。2012年に、国際NGOヒューマン・ライツ・ウォッチ、日本IBM、認定NPO法人グッド・エイジング・エールズの3者で立ち上げ、以降、様々な団体や企業に支えられ、認定NPO法人グッド・エイジング・エールズが事務局を勤めてきた「work with Pride」を、より持続可能なものとしていくための、大きな一歩となります。それに合わせて、これまで無料にて継続してきた「PRIDE指標」についても、「PRIDE指標2023」からは、審査料の有料化にチャレンジします。企業・団体のみなさんと一緒に、LGBTQ+に関する取り組みを日本全国に広げ、継続していきたいと思えます。

新しい運営組織体制と「PRIDE指標2023」の詳細については、近々、ご報告できる予定です。更なるサポートやアドバイスをいただくことが多くなるかと思えますが、何卒、どうぞよろしくお願ひします。

work with Pride 実行委員会 事務局
PRIDE指標事務局
特定非営利活動法人グッド・エイジング・エールズ
代表 松中 権

目次

work with Pride／PRIDE指標について	4
PRIDE指標2022／レインボー認定 全文	6
PRIDE指標2022 総評	11
受賞企業・団体一覧	14
ベストプラクティス	22
レインボー認定	24
2022年度「レインボー認定」の取り組み紹介	26
PRIDE指標2022 アンケート結果レポート	30
編集後記	36

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LGBTQ+（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）と国際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）が共同で、日本のLGBTQ+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。

現在は、グッド・エイジング・エールズを事務局として、有志の企業・団体の協賛・協力で組織する実行委員会で、カンファレンスならびに関連イベントを企画・運営しています。

- 公式サイト
<https://workwithpride.jp>
- Facebook
<https://www.facebook.com/workwithprideinjapan>
- YouTubeチャンネル
<https://www.youtube.com/c/workwithPride>



work with Pride 2016
カンファレンス



work with Pride 2019
経営者宣言

work with Prideの目的

wwPの活動目的は、日本の企業内でLGBTQ+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。

「PRIDE指標」とは

日本で初めてとなる、LGBTQ+に関する企業等の取り組みの評価指標です。LGBTQ+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」紹介ページ
<https://workwithpride.jp/pride-i/>

「PRIDE指標」の内容

先行する海外のLGBTQ+施策指標を参考にしながら、企業等の団体がLGBTQ+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



「PRIDE指標2021」
受賞フォトセッション

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。本レポートに今年の「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LGBTQ+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、LGBTQ+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、LGBTQ+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、LGBTQ+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LGBTQ+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LGBTQ+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。

「PRIDE指標」レインボー認定とは

「レインボー認定」は、自社単独の取り組みでできる範囲を超えて、他のプレイヤーと力を合わせながら、LGBTQ+の人々が自分らしく働ける職場・社会づくりの実現に中長期的にコミットメントする企業を後押しする評価指標です。

「PRIDE指標」では、2021年より日本社会でのLGBTQ+に関する理解促進や権利擁護において、企業や団体が果たす役割や存在感が増していることも視野に入れ、国・自治体・学術機関・NPO/NGOなどとの、セクターを超えた協働を推進する企業を評価する、「レインボー認定」を新設しました。

◎「レインボー認定」の要件

1. 応募年度の「PRIDE指標」において、「ゴールド」認定を獲得していること。
2. 日本におけるLGBTQ+に関する法制度の実現に、企業・団体として公に賛同表明していること。
3. LGBTQ+に関する理解促進や権利擁護のために、自社・自団体のみならず、セクターを超えた主体と協働するコレクティブ・インパクト型の取組を推進していること。

本レポート内に今年の「レインボー認定」の全文を掲載しておりますので、合わせてご覧ください。

- 「PRIDE指標」レインボー認定 紹介ページ
<https://workwithpride.jp/pride-i/rainbow/>

2022年5月9日
任意団体 work with Pride

PRIDE指標 2022

1.〈Policy: 行動宣言〉評価指標

会社としてLGBTQ^{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4つ以上該当で1点）

- (1) 会社としてLGBTQ^{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

LGBTQ^{注4}+当事者・アライ^{注4}（Ally、支援者）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り組みがありますか。

評価項目（以下1～4の間で2つ以上該当で1点）

- (1) 社内のコミュニティ（LGBTQA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り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。

★取り組みのポイント

- 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2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り組み（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4つ以上および10～14のうち2つ以上該当で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パワハラ・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）での取り組み。
- (14) グループ会社での取り組み。

★取り組みのポイント

- 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、LGBTQ+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行っているか（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のうち2つ以上、6～12、13～18のそれぞれで3つ以上該当で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行っている（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

LGBTQ+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) LGBTQ+関連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、LGBTQ+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つ以上該当で1点）

- (1) LGBTQ+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) LGBTQ+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) LGBTQ+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) LGBTQ+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) LGBTQ+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:

- LGBTQ+**: 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)、クエア/クエスチョニング (Queer/Questioning) の頭文字。性的マイノリティには LGBTQ 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。
- 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。
- 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。
- アライ**: LGBTQ+ を積極的に支援し、行動する人のこと。
- コミュニティ**: 目的を共有している人の集まり。ここでは LGBTQ+ 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。

レインボー認定

1. LGBTQ+ 関連の法整備の実現に向けた活動への賛同

日本における LGBTQ+ に関する法制度の実現に、企業・団体として公に賛同表明している場合は、該当する項目にチェックしてください。

※「レインボー」認定の要件上、1つ以上の賛同表明が必須。

- (1) 婚姻の平等を実現する法制度の実現 (Business for Marriage Equality)
- (2) LGBT 平等法の実現 (ビジネスによる LGBT 平等サポート宣言 / Business Support for LGBT Equality in Japan)

2. LGBTQ+ に関するコレクティブ・インパクト型の取り組み

自社単独の取り組みでできる範囲を超えて、他のプレイヤーと力を合わせながら、「LGBTQ+」の人々が自分らしく働ける職場づくりの実現に中長期的にコミットメントし、推進されているコレクティブ・インパクト型のプロジェクトについて、内容をご記入ください。

- 取り組みの名称
- 取り組む課題
- 取組内容 (取組内容、ビジョン、目標 (定性・定量)、従来の取り組みとの違い) をご記入ください。
- これまで取り組んできたこととその成果をご記入ください。
- 今後の発展計画 (課題と対応策も含む) をご記入ください。
- 主たる連携先名称 (2つ以上)・協働に至る経緯/理由・協働することで何が可能になるのか、役割分担・連携先からのコメントをご記入ください。

PRIDE指標2022 総評

本年で7回目となる『PRIDE指標2022』は、昨年度と同様 ①Policy (行動宣言)、②Representation (当事者コミュニティ)、③Inspiration (啓発活動)、④Development (人事制度・プログラム)、⑤Engagement/Empowerment (社会貢献・渉外活動) の5つの指標について、今年度の対象期間である2022年1月1日～2022年12月31日における取り組みについて、各指標内で指定の要件を満たしていれば1点が付与され、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認定いたしました。

『PRIDE指標2022』の応募数は、昨年の300社からさらに増加し、402社の企業・団体および自治体からご応募をいただき、グループ内全社によるグループ応募、またはグループ内の複数社連名によるグループ・ホールディングス内複数社連名応募 (以下複数社連名) による企業・団体を含めると、今年度は総計842社からご応募をいただきました。

昨年度と比較すると応募数は、昨年から1.34倍の増加、グループ・複数社連名応募含めると昨年度の573社から269社増加し、1.47倍の応募増となりま

した。また、グループ、または複数社連名による応募は78社となり、応募全体の19%となりました。

今年度のゴールド認定、シルバー認定、ブロンズ認定、それぞれの内訳は、ゴールドが318社 (グループ・複数社連名応募含む合計701社)、シルバーが51社 (グループ・複数社連名応募含む合計86社)、ブロンズが29社 (グループ・複数社連名応募含む合計51社)、認定無しが4社という結果となりました。

今年度は昨年度と同様の加点方法でしたが、ゴールド認定の全体に占める率は、グループを含めない応募単位では79%、シルバー認定は13%、ブロンズ認定は7%となり昨年と同様の結果となりました。また、グループ・複数社連名応募を含める合計ではゴールド認定の占める率は83%で応募単位での比率より4%増加し、シルバー認定は全体の10%、ブロンズ認定は6%となりました。

応募法人の規模については、応募数402の内、大企業 (従業員数301人以上) が294社、中小企業 (同300人以下) が108社でした。それぞれ全体に占める割合

図1 ■ 各認定の割合の遷移 (2020年～2022年)

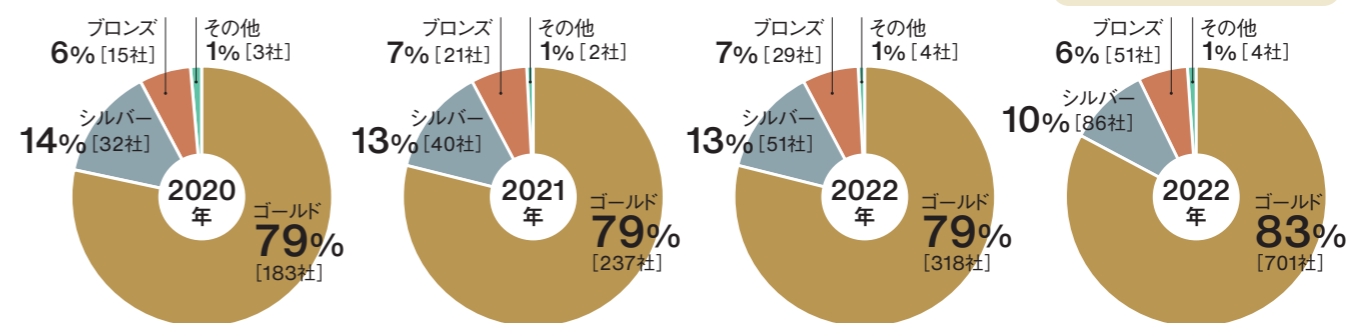
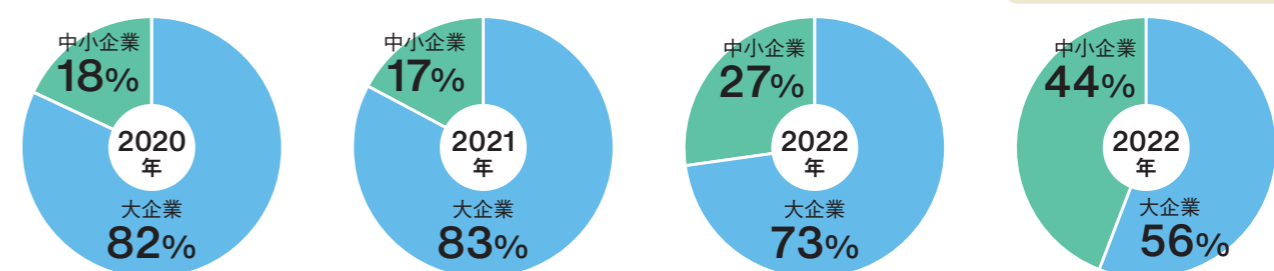


図2 ■ 応募企業・団体の企業・団体規模内訳 (2020年～2022年)



は大企業が73% (昨年度83%)、中小企業が27% (昨年度17%)となり、大企業の比率は10%減少、中小企業が10%増加となり、中小企業の割合が大きく増加しました。

今年度よりグループ・複数社連名による応募企業の規模について応募フォームにて確認を行い、グループ・複数社連名応募を含めた大企業の比率は56%、中小企業は44%となり、さらに中小企業の割合が増加するという結果となりました。

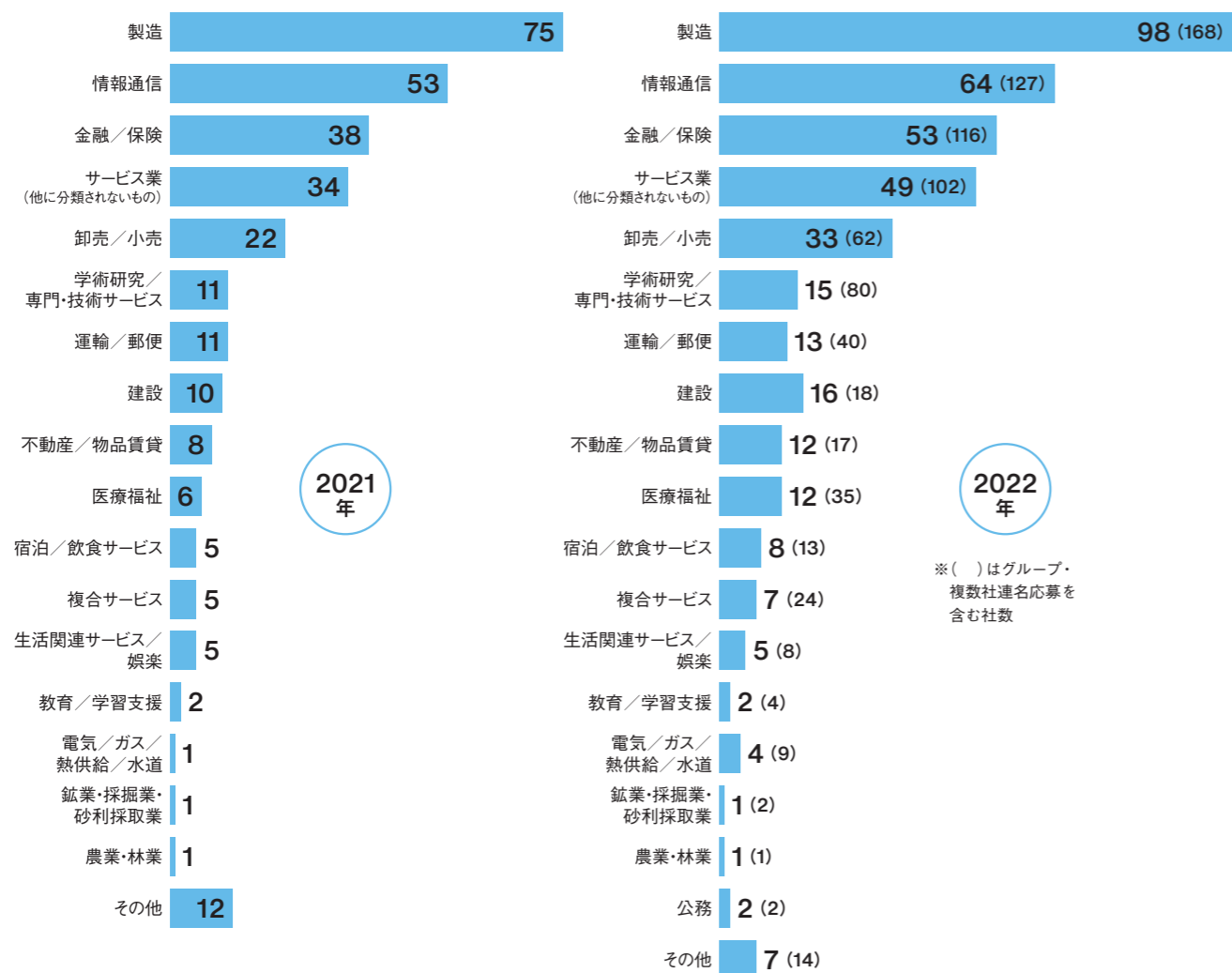
これらの数字よりこれまで大企業による取り組みが主だった状況から、徐々に中小企業へ取り組みが広がってきていることが推測され、またグループ会社全体で取り組みを進めていただくことで、企業規

模問わずに取り組みが広がっていることが考えられます。

応募法人の業界内訳について、上位3つは、昨年度と同様、製造業が最も多く98社(グループ・複数社連名応募含む合計:168社)／全体割合:24%(グループ・複数社連名応募含む合計:20%)、続いて情報通信業64社(グループ・複数社連名応募含む合計:127社)／全体割合:16%(グループ・複数社連名応募含む合計:15%)、金融・保険業53社(グループ・複数社連名応募含む合計:116社)／全体割合:13%(グループ・複数社連名応募含む合計:14%)となりました。

応募全体の5つの指標、それぞれの得点率は、①Policy 行動宣言は98.3% (昨年度-1.0%)、②

図3 ■ 応募企業・団体の業種別内訳 (2021年~2022年)



Representation 当事者コミュニティが98.0% (昨年と同スコア)、③Inspiration 啓発活動が99.0% (昨年度+0.7%)、④Development 人事制度・プログラムが85.8% (昨年度-1.9%)、⑤Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動が、88.1% (昨年度+0.8%)となりました。昨年度と比べ、各指標大きな得点率の増減はなく、④Development 人事制度・プログラムの指標が最大の増減となりましたが、今年度応募数が増加し、新たに取り組みを進められた企業・団体も多いと考えられ、制度導入以外の取り組みからまず進められているのが減少の理由ではないかと推測されます。

各指標の項目該当数の平均値は、①Policy 行動宣

言、③Inspiration 啓発活動が昨年と比べ微増し、④Development 人事制度・プログラムが微減となりましたが、その他の指標は昨年と同スコアという結果となりました。また中央値は、③Inspiration 啓発活動、④Development 人事制度・プログラムの2つの指標が昨年より1ポイント増加という結果となりました。平均値は昨年と比べ大きな変化は見られない結果となりましたが、中央値は2つの指標で1ポイント増加しており、応募全体としてこの指標において取り組みが進んでいる結果と考えられ、スコアアップにつながっていると推測されます。

今後の各項目での、さらなる取り組み推進を期待します。

図4 ■ 各指標における得点企業の割合 (2021年~2022年)

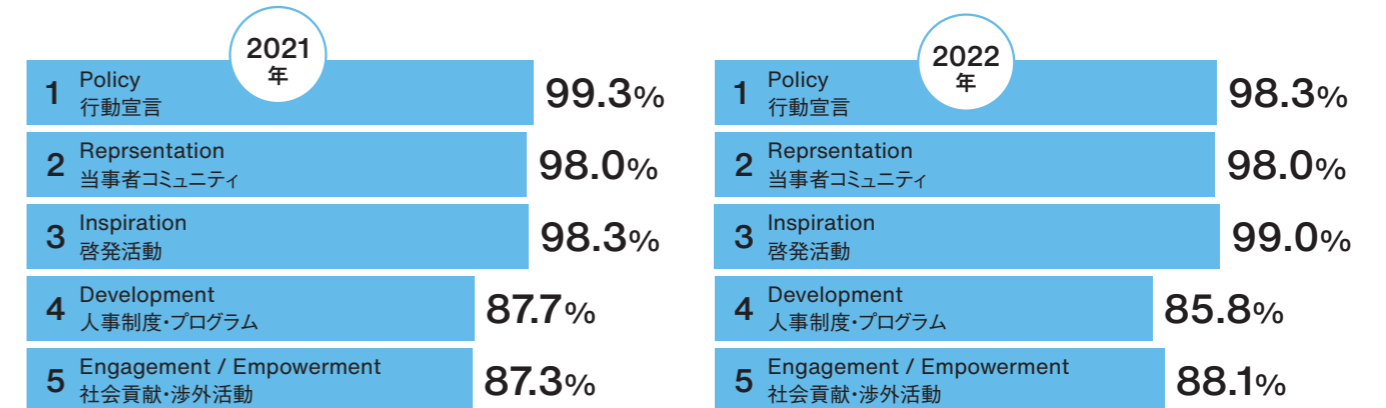


図5 ■ ベンチマーク (2021年~2022年)

指標	2021年					2022年				
	評価項目数	最大値	最小値	平均値	中央値	評価項目数	最大値	最小値	平均値	中央値
1 Policy 行動宣言	8	8	3	6.1	6.0	8	8	0	6.2	6.0
2 Representation 当事者コミュニティ	4	4	0	2.9	3.0	4	4	0	2.9	3.0
3 Inspiration 啓発活動	14	14	3	10.5	10.0	14	14	4	10.6	11.0
4 Development 人事制度・プログラム	18	18	0	11.3	11.0	18	18	0	11.2	12.0
5 Engagement / Empowerment 社会貢献・渉外活動	5	5	0	2.6	3.0	5	5	0	2.6	3.0

受賞企業・団体一覧

応募数:402社(うちグループ/複数社連名応募78社)
 グループ/複数社連名応募数:518社
 応募総数:842社
※社名非公表企業6社(グループ/複数社連名応募含む合計14社)



ゴールド [5点満点獲得]

318社(うちグループ/複数社連名応募62社)
 グループ/複数社連名:445社
 ゴールド認定合計:701社

*は、グループ応募またはグループ・ホールディングス内複数社連名での応募

農業/林業

株式会社ぶった農産

鉱業/採石業/砂利採取業

株式会社INPEX

建設業

株式会社NTTファシリティーズ
 住友林業株式会社
 積水ハウス株式会社
 大和ハウス工業株式会社
 東急建設株式会社
 日本メックス株式会社

製造業

アークレイ株式会社
 株式会社IHI
 アサヒグループホールディングス株式会社
 株式会社アシックス*
 味の素株式会社
 アストラゼネカ株式会社
 アヅィ合同会社
 江崎グリコ株式会社
 ENEOS株式会社
 MSD*
 沖縄コカ・コーラボトリング株式会社
 オルガノン株式会社
 加藤精工株式会社
 川崎重工業株式会社*
 京セラ株式会社

協和キリン株式会社
 キリンホールディングス株式会社*
 株式会社クボタ
 グラクソ・スミスクライングループ*
 倉敷紡績株式会社
 グリコ栄養食品株式会社
 株式会社神戸製鋼所
 コカ・コーラ ボトラーズジャパングループ*
 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*
 GEジャパン*
 株式会社JVCケンウッド
 シスメックス株式会社
 株式会社 資生堂
 ジョンソン・エンド・ジョンソン 日本法人グループ*
 住友ゴム工業株式会社
 住友ファーマ株式会社
 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
 ソニーグループ株式会社
 ソニーグローバル
 マニファクチャリング&
 オペレーションズ株式会社
 ソニーストレージメディア
 マニファクチャリング株式会社
 ソニーセミコンダクタソリューションズ
 株式会社
 ソニーセミコンダクタ
 マニファクチャリング株式会社

第一三共株式会社
 大日本印刷株式会社
 武田薬品工業株式会社
 田辺三菱製薬株式会社
 中外製薬グループ*
 株式会社TBM
 帝人株式会社*
 株式会社デンソー
 株式会社東芝
 東洋インキSCホールディングス株式会社*
 TOTO株式会社
 凸版印刷株式会社
 トヨタ自動車株式会社
 中伝毛織株式会社
 日産自動車株式会社
 日清食品ホールディングス株式会社
 日本精工株式会社
 日本電気株式会社
 日本イーライリリー株式会社
 日本コカ・コーラ株式会社
 日本たばこ産業株式会社
 日本ロレアル株式会社
 パナソニックホールディングス株式会社*
 P&G ジャパン合同会社*
 ファイザー株式会社
 株式会社ファンケル*
 株式会社ブリヂストン
 北海道 コカ・コーラボトリング株式会社

受賞企業・団体一覧

Honda グループ*
 マイクロングループ*
 三菱自動車工業株式会社
 三菱電機株式会社
 三星グループ*
 株式会社明治
 株式会社明電舎
 森永乳業株式会社
 株式会社山田メッキ工業所
 ヤマハ株式会社
 株式会社LIXIL
 ルネサス エレクトロニクス株式会社

電気・ガス・熱供給・水道業

関西電力株式会社*
 東京電力ホールディングス株式会社*

情報通信業

株式会社アイエスエフネット
 株式会社アイネット
 アクセンチュア株式会社
 アビームコンサルティング株式会社
 伊藤忠テクノソリューションズ株式会社
 ヴィエムウェア株式会社
 エクイニクス・ジャパン*
 エス・エー・エス株式会社
 SAP ジャパン株式会社
 SCSK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コムウェア株式会社
 NTTコム エンジニアリング株式会社
 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ
 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ関西

NTTテクノクロス株式会社
 株式会社NTTドコモ*
 NECソリューションイノベータ株式会社
 OTNet株式会社
 沖縄セルラー電話株式会社
 キンドリルジャパングループ*
 KDDI株式会社
 株式会社SAKURUG
 株式会社JSOL
 シスコシステムズ合同会社
 株式会社セールスフォース・ジャパン
 ソニーグローバルソリューションズ株式会社
 ソニーデジタルネットワーク
 アプリケーションズ株式会社
 ソニービジネスオペレーションズ株式会社
 ソフトバンク株式会社
 株式会社ティーガイア
 西日本電信電話株式会社*
 日鉄ソリューションズ株式会社
 日本情報通信株式会社
 日本電信電話株式会社
 日本アイ・ビー・エム株式会社
 日本オラクル株式会社
 日本ヒューレット・パッカート合同会社
 ネットアップ合同会社
 NTT東日本グループ*
 株式会社日立システムズ
 株式会社日立システムズ
 エンジニアリングサービス
 株式会社日立ソリューションズ・クリエイト
 株式会社日立ソリューションズ
 BIPROGY株式会社
 富士通株式会社
 ブルームバーグ・エル・ピー
 株式会社ペンシル
 株式会社 Box Japan

ヤフー株式会社
 株式会社ランドコンピュータ
 株式会社Works Human Intelligence*

運輸業/郵便業

株式会社奄美航空
 ANAホールディングス株式会社*
 シグマベンディングサービス株式会社
 シグマロジスティクス株式会社
 東急株式会社
 西日本旅客鉄道株式会社
 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
 アマゾンジャパン合同会社
 LVMH モエ・ヘネシー・ルイ・ヴィトン・
 ジャパン株式会社*
 カーギルジャパン合同会社
 兼八産業株式会社
 ギャップジャパン株式会社
 グリコチャネルクリエイト株式会社
 J.フロントリテイリング株式会社*
 株式会社ZOZO*
 ソニーマーケティング株式会社
 株式会社DINOS CORPORATION
 株式会社トレセンテ
 株式会社ドン・キホーテ
 ハインツ日本株式会社
 合同会社PVHジャパン
 株式会社ファミリーマート
 プリモ・ジャパン株式会社
 株式会社ポーラ

北陸コカ・コーラボトリング株式会社
堀田丸正株式会社
株式会社丸井グループ
みちのくコカ・コーラボトリング株式会社

金融業／保険業

あいおいニッセイ同和損害保険株式会社
アクサ生命保険株式会社
アクサ損害保険株式会社
アクサダイレクト生命保険株式会社
アフラック生命保険株式会社
アメリカン・エクスプレス*
AIGジャパン・ホールディングス株式会社*
auじぶん銀行株式会社
au損害保険株式会社
auフィナンシャルホールディングス株式会社
auペイメント株式会社
NTT・TCリース株式会社
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*
株式会社 コンコルディア・フィナンシャルグループ*
J.P.モルガン
シティ・ジャパン*
株式会社新生銀行*
住友生命保険相互会社
セゾン自動車火災保険株式会社
ソシエテ・ジェネラル証券株式会社*
ソニー損害保険株式会社
ソニーフィナンシャルグループ株式会社
損害保険ジャパン株式会社
第一生命ホールディングス株式会社
株式会社ダイバースパートナーズ*

ドイツ銀行グループ*
東京海上日動火災保険株式会社
日興アセットマネジメント
日本生命保険相互会社
野村アセットマネジメント株式会社
野村信託銀行株式会社
野村バブcockアンドブラウン株式会社
野村ホールディングス株式会社
フィデリティグループ*
ブラックロック・ジャパン株式会社
株式会社みずほフィナンシャルグループ*
三井住友海上あいおい生命保険株式会社
三井住友海上火災保険株式会社
三井住友信託銀行株式会社
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*
株式会社三菱UFJ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アーバンソリューションズ株式会社
NTTアーバンバリューサポート株式会社
エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社
東急不動産株式会社
野村プロパティーズ株式会社
株式会社プリンセススクウェア
株式会社三好不動産

学術研究／専門・技術サービス業

アンダーソン・毛利・友常法律事務所
所外国法共同事業
EY Japan*
国立大学法人大阪大学
社会保険労務士法人
亀井労務管理事務所
KPMGジャパン*
デロイトトーマツグループ*
株式会社電通デジタル
長島・大野・常松法律事務所
西村あさひ法律事務所
PwC Japan グループ*
ポストンコンサルティンググループ
合同会社
マッキンゼー・アンド・カンパニー・
インコーポレイテッド・ジャパン
外国法共同事業法律事務所
リンクレーターズ

宿泊業／飲食店

株式会社GHP
株式会社スーパーストックトーキョー
スターバックス コーヒー ジャパン
株式会社
株式会社SLACKTIDE
株式会社トリドール
ホールディングス*
株式会社物語コーポレーション

生活関連サービス業／娯楽業

株式会社エヌ・ティ・ティ・
トラベルサービス
株式会社ダイナム
株式会社遊楽

教育学習支援業

エヌ・ティ・ティラーニングシステムズ
株式会社
成基コミュニティグループ*

医療／福祉

有限会社加藤石材
学校法人順天堂
社会福祉法人白岡白寿会
戸田中央メディカルケアグループ*
医療法人ひでまる救急クリニック
株式会社福祉の里
株式会社more
社会福祉法人 四ツ葉会

複合サービス事業

株式会社ADAC (EEE)
ソニーピーシーエル株式会社
日本郵便株式会社
バルクグループ*
合同会社ユー・エス・ジェイ
楽天グループ株式会社

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
株式会社アカルク
株式会社アワーズ
WeWork Japan 合同会社
AIサポートホールディングス*
エヌ・ティ・ティ・データ・マネジメント・
サービス株式会社
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
株式会社クリスタル
インターナショナル
株式会社ぐるなび
株式会社KDDIエボルバ
株式会社 ジェイ エイシー
リクルートメント
株式会社ジャルパック
セブテーニグループ*
ソニーカスタマーサービス株式会社
ソニー希望・光株式会社

ソニーコンシューマーセールズ
株式会社
ソニーピープルソリューションズ
株式会社
株式会社ソラスト
株式会社電通
株式会社電通グループ
株式会社東急コミュニティー
株式会社Nijiリクルーティング
日本郵政株式会社
株式会社ネスピア
野村ビジネスサービス株式会社
パーソルキャリア株式会社
パーソルチャレンジ株式会社
富士通コミュニケーションサービス
株式会社
株式会社プラップジャパン
フレッシュフィールズブルックハウス
デリンガー
ベーカー&マッケンジー
法律事務所(外国法共同事業)*
株式会社ベルシステム24
ホールディングス*
株式会社ミライロ
USEN-NEXT GROUP*
ランスタッド株式会社
株式会社リクルート
株式会社リクルートスタッフィング

公務（他に分類されるものを除く）

国立市

その他

株式会社ONODERA
ホールディングス*
グリーンサイクル株式会社
セガサミーホールディングス株式会社*
ソニーテクノクリエイティブ株式会社
国立大学法人筑波大学
東京弁護士会
学校法人早稲田大学

〈グループ／複数社連名応募〉ゴールド認定 企業・団体

- 株式会社アシックス／アシックスジャパン株式会社
- アメリカン・エクスプレス(アメリカン・エクスプレス・インターナショナル・インコーポレイテッド／アメリカン・エクスプレス・ジャパン株式会社)
- EY Japan(EY新日本有限責任監査法人／EY税理士法人／EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社／EY Japan株式会社／EYビジネスパートナー株式会社／EY行政書士法人／EY社会保険労務士法人／EY弁護士法人／EYソリューションズ株式会社／EYフォレンジック・アンド・インテグリティ合同会社／EYジャパン合同会社)
- AIサポートホールディングス(株式会社AIサポートホールディングス／株式会社AIサポート／株式会社LGO／株式会社CONTACTサポート／株式会社べいじず)
- 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
- ANAホールディングス株式会社／全日本空輸株式会社／全日空モーターサービス株式会社／株式会社ANAケータリングサービス／MRO Japan 株式会社／ANA X株式会社／ANAシステムズ株式会社／株式会社インフィニトラベルインフォメーション／株式会社エアージャパン／株式会社ANAエアサービス佐賀／ANA成田エアポートサービス株式会社／ANAエアポートサービス株式会社ANAベースメンテナンステクニクス株式会社／ANA福岡空港株式会社／株式会社ANA Cargo／ANA中部空港株式会社／株式会社OCS／ANA関西空港株式会社／株式会社ANAエアサービス福島／ANA大阪空港株式会社／株式会社ANAエアサービス松山／panda・Flight・Academy 株式会社／ANA新千歳空港株式会社／ANAウイングス株式会社／株式会社ANA総合研究所／Peach Aviation株式会社／全日空商事株式会社／ANAファミリティーズ株式会社／ANAテレマート株式会社／ANAウイングフェローズ・ヴィエ王子株式会社／ANAあきんど株式会社／ANAビジネスソリューション株式会社／ANAコンポーネントテクニクス株式会社／ANAエンジンテクニクス株式会社／ANAエアロサプライシステム株式会社／ANAラインメンテナンステクニクス株式会社
- エクイニクス・ジャパン(エクイニクス・ジャパン株式会社／エクイニクス・テクノロジーサービス株式会社／エクイニクス・ジャパン・エンタープライズ株式会社)
- 株式会社NTTドコモ／株式会社ドコモCS北海道／株式会社ドコモCS東北／株式会社ドコモCS東海／株式会社ドコモCS北陸／株式会社ドコモCS関西／株式会社ドコモCS中国／株式会社ドコモCS四国／株式会社ドコモCS九州／株式会社ドコモCS／ドコモ・サポート株式会社／ドコモ・テクノロジー株式会社
- MSD(MSD株式会社／日本MSD合同会社／MSDアニマルヘルス株式会社)
- LVMH モエ ヘネシー・ルイ ヴィトン・ジャパン株式会社／گران株式会社／パルファン・クリスチャン・ディオール・ジャポン 株式会社／LVMHフレグランスブランド株式会社／エル・シー・エス株式会社／ルイ・ヴィトン ジャパン 株式会社／LVMHファッション・グループ・ジャパン株式会社／フェンディ ジャパン 株式会社／ベルルッティ ジャパン株式会社／クリスチャン ディオール株式会社／マーク ジェイクobs ジャパン株式会社／ロロピアーナ ジャパン株式会社／ケンゾー・パリ・ジャパン株式会社／モワナ株式会社／リモフ ジャパン株式会社／エルヴィエムエイチウォッチ・ジュエリー・ジャパン株式会社／ブルガリ ジャパン 株式会社／ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク／MHD モエ ヘネシー・ディアジオ株式会社

- 株式会社ONODERAホールディングス／株式会社LEOC／株式会社ONODERAフードサービス／株式会社レオックフーズ／株式会社オレンジワークス／株式会社ONODERAストラテジー／株式会社ONODERAアグリビジネス／株式会社リトルハビネス／株式会社横浜フリエスポーツクラブ／株式会社ONODERAヘルスケアサービス／株式会社ONODERAメディカル／株式会社ONODERAナーシングホーム
- 川崎重工工業株式会社／川崎車両株式会社／カワサキモータース株式会社
- 関西電力株式会社／関西電力送配電株式会社
- 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
- キンドリルジャパングループ(キンドリルジャパン株式会社／キンドリルジャパン・テクノロジーサービス株式会社／キンドリルジャパン・スタッフオペレーションズ株式会社)
- グラクソ・スミスクライングループ(グラクソ・スミスクライン株式会社／グೈブヘルスケア株式会社)
- KPMGジャパン(有限責任 あずさ監査法人／KPMGコンサルティング株式会社／株式会社 KPMG FAS／KPMG税理士法人／KPMGあずさサステナビリティ株式会社／KPMGヘルスケアジャパン株式会社／株式会社 KPMG Ignition Tokyo／KPMG社会保険労務士法人)
- ゴールドマン・サックス(ゴールドマン・サックス証券株式会社／ゴールドマン・サックス・アセット・マネジメント株式会社／ゴールドマン・サックス・ジャパン・サービス株式会社／ゴールドマン・サックス・リアルティ・有限公司／ゴールドマン・サックス・バンクUSA東京支店)
- コカ・コーラ ボトラーズジャパングループ(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ベンディング株式会社／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／株式会社伴内酒店)
- 株式会社コンコルディア・フィナンシャルグループ／株式会社横浜銀行／株式会社東日本銀行
- 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
- 三洋化成工業株式会社／SDPグローバル株式会社／サンプロ株式会社／サンケミカル株式会社／サンアプロ株式会社／株式会社サン・ペトロケミカル／三洋化成ロジスティクス株式会社／塩浜ケミカル倉庫株式会社
- GEジャパン(GEヘルスケア・ジャパン株式会社／GEジャパン株式会社)
- J.フロントテイリング株式会社／株式会社大丸松坂屋百貨店／株式会社バルコ／株式会社博多大丸／株式会社JFRカード／大丸興業株式会社／株式会社J.フロント建築／株式会社エンゼルパーク／株式会社JFRサービス／株式会社JFR情報センター／株式会社バルコスベースシステムズ
- シティ・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)
- ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループ(ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社／ヤンセンファーマ株式会社／エイエムオー・ジャパン株式会社)
- 株式会社新生銀行／株式会社アプラス／新生フィナンシャル株式会社／昭和リース株式会社／新生インベストメント&ファイナンス株式会社
- 成基コミュニティグループ(株式会社成基／株式会社成基コミュニティ／株式会社成基総研)
- セガサミーホールディングス株式会社／サミー株式会社／株式会社セガ

- セブテーニグループ(株式会社セブテーニ・ホールディングス／株式会社セブテーニ／Septeni Japan株式会社／Septeni Global合同会社／MANGO株式会社／株式会社ハイスコア／株式会社FLINTERS／Septeni Ad Creative株式会社／株式会社デライトチューブ／株式会社セブテーニ・クロスゲート／トライコン株式会社／シロコス株式会社／コミックス・スマート株式会社／株式会社ビビビット／gooddo株式会社／株式会社アルファブル／株式会社TowaStela／株式会社サインコサイン／株式会社セブテーニ・インキュベーター／PERF株式会社／株式会社FLINTERS Base／Qzil.la株式会社／株式会社人的資産研究所／LIVAND株式会社／株式会社セブテーニ・データ・ソリューションズ)※グループ内2社(株式会社電通ダイレクト／株式会社電通エルフト・アーキテクト)を除く
- ソシエテ・ジェネラル証券株式会社／ソシエテ・ジェネラル銀行 東京支店／ソシエテ・ジェネラル・エアークラフト・リシング株式会社／ソシエテ・ジェネラル・オスマン・マネジメント株式会社
- 株式会社ZOZO／株式会社ZOZO NEXT
- 株式会社ダイバース・パートナーズ／R&C株式会社
- 中外製薬グループ(中外製薬株式会社／株式会社中外医科学研究所／株式会社中外臨床研究センター／中外製薬工業株式会社／中外製薬ビジネスソリューション株式会社)
- 戸田中央メディカルケアグループ(一般社団法人TMG本部／医療法人東光会／医療法人武蔵野会／医療法人横浜未来ヘルスケアシステム／医療法人社団伊豆七海会／医療法人社団七仁会／医療法人社団松井病院／医療法人社団時正会／学校法人栄戸学園／社会福祉法人優美会／株式会社日本白十字社／TMソリューション株式会社／株式会社ふれあい広場／株式会社TLC／立花商事株式会社／株式会社横浜メディカルケア／TMG健康保険組合)
- 帝人株式会社／帝人ファーマ株式会社
- デロイト トーマツ グループ(デロイト トーマツ合同会社／有限責任監査法人トーマツ／デロイト・トーマツリスカドバイザリー株式会社／デロイト トーマツ サイバー合同会社／デロイト トーマツ ウェブサービス株式会社／デロイト トーマツ サステナビリティ株式会社／デロイト トーマツ プロダクト&テクノロジー株式会社／株式会社エスピー・アイ／SPIインタラクティブ株式会社／シンプルビジネスソリューションズ株式会社／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 アクト株式会社／デロイト トーマツ ノード合同会社／デロイト トーマツ リップルマーク合同会社／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 人材機構株式会社／デロイト トーマツ TMAC株式会社／デロイト トーマツ テレワークセンター株式会社／デロイト トーマツ PRS株式会社／デロイト トーマツ ベンチャーサポート株式会社／デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社／株式会社シー・アイ・イー／UnsungHeroes株式会社／デロイト トーマツ 税理士法人／DT弁護士法人／デロイト トーマツ 行政書士法人／デロイト トーマツ タレントプラットフォーム株式会社／デロイト トーマツ 社会保険労務士法人／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／デロイト トーマツ サービスズ株式会社／トーマツチャレンジド株式会社／デロイト トーマツ サイバーセキュリティ先端研究所／一般社団法人デロイト トーマツ ウェルビーイング財団)
- ドイツ銀行グループ(ドイツ証券株式会社／ドイツ銀行東京支店／ドイチェアセット・マネジメント株式会社)
- 東京電力ホールディングス株式会社／東京電力リニューアブルパワー株式会社東京電力パワーグリッド株式会社／東京電力エナジーパートナー株式会社
- 東洋インキSCホールディングス株式会社／トヨーカラー株式会社／トヨーケム株式会社／東洋インキ株式会社／東洋ビジュアルソリューションズ株式会社

- 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NTTマーケティングアウトProCX／株式会社NTTフィールドテック／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・メディアサブライ株式会社／エヌ・ティ・ティ・スマートコネクト株式会社／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／株式会社ジャパン・インフラ・ウェイマーク／株式会社NTT Sportict／NTTビジネスソリューションズMCS／株式会社地域創生CoDeデザイン研究所／株式会社メディアプラットフォームラボ／NTT PARAVITA株式会社／株式会社NTT EDX
- パナソニックホールディングス株式会社／パナソニック株式会社／パナソニックオートモーティブシステムズ株式会社／パナソニックエンターテインメント&コミュニケーション株式会社／パナソニックハウジングソリューションズ株式会社／パナソニックコネクト株式会社／パナソニックインダストリー株式会社／パナソニックエナジー株式会社／パナソニックオペレーショナルエクセレンス株式会社
- バルクグループ(株式会社バルクホールディングス／株式会社バルク／株式会社CEL／株式会社サイバージムジャパン／株式会社MSS)
- P&Gジャパン(P&Gジャパン合同会社／ビー・アンド・ジー株式会社／P&Gプレステージ合同会社／P&Gイノベーション合同会社)
- PwC Japanグループ(PwCあらた有限責任監査法人／PwC京都監査法人／PwCコンサルティング合同会社／PwCアドバイザー合同会社／PwC税理士法人／PwC弁護士法人／PwCビジネス・アシュアランス合同会社／PwC Japan合同会社／PwCサステナビリティ合同会社／PwCビジネス・アシュアランス合同会社／PwCビジネスソリューション合同会社)
- NTT東日本グループ(東日本電信電話株式会社／株式会社NTT東日本・南関東／株式会社NTT東日本・関西信越／株式会社NTT東日本・東北／株式会社NTT東日本・北海道／株式会社エヌ・ティ・ティ エムイー／株式会社NTT東日本サービス)
- 株式会社ファンケル／株式会社アテニア
- フィデリティグループ(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)
- ペーカール&マッケンジー法律事務所(外国法共同事業)／ペーカール&マッケンジー・マネージメント・サービス株式会社
- 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
- Honda グループ(本田技研工業株式会社／株式会社本田技術研究所／株式会社ホンダアクセス／株式会社 ホンダ・レーシング／学校法人ホンダ学園)
- マイクログループ(マイクロメモリ ジャパン株式会社／マイクロジャパン株式会社)
- 株式会社みずほフィナンシャルグループ／株式会社みずほ銀行／みずほ信託銀行株式会社／みずほ証券株式会社／みずほりサーチ&テクノロジー株式会社
- 三井住友トラスト・ホールディングス株式会社／三井住友トラスト・アセット・マネジメント株式会社／三井住友トラスト・カード株式会社／三井住友トラストクラブ株式会社／三井住友トラスト・ビジネスサービス株式会社／三井住友トラスト・ホールディングス株式会社／日興アセット・マネジメント株式会社／三井住友トラスト・パナソニック・ファイナンス株式会社／株式会社日本カストディ銀行／三井住友トラスト・ライフ・パートナーズ株式会社
- 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／SMBCファイナンスサービス株式会社／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

- 株式会社三菱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／MUSビジネスサービス株式会社／MUS情報システム株式会社
- 三星グループ(三星毛糸株式会社／三星ケミカル株式会社)
- モルガン・スタンレー(モルガン・スタンレーMUFJ証券株式会社／モルガン・スタンレーグループ株式会社／モルガン・スタンレー・インベストメント・マネジメント株式会社／モルガン・スタンレー・キャピタル株式会社／モルガン・スタンレー・ビジネス・グループ株式会社)
- USEN-NEXT GROUP(株式会社USEN-NEXT HOLDINGS／株式会社USEN／株式会社U-NEXT／株式会社アルメックス／株式会社USEN NETWORKS／株式会社USEN ICT Solutions／株式会社USEN Smart Works／キャンシステム株式会社／株式会社U-MX／株式会社USEN-NEXT LIVING PARTNERS／株式会社USEN Media／株式会社TACT／株式会社USENテクノサービス／USEN-NEXT Design株式会社／USEN少額短期保険株式会社／USEN Business Design株式会社／株式会社USEN FB Innovation／株式会社ユーズミュージック／株式会社Next Innovation／株式会社USEN Healthcare／株式会社USEN Properties／株式会社USEN WORKING／株式会社USEN-NEXT フィナンシャル／株式会社U-POWER)※グループ内1社(株式会社バーチャルレストラン)を除く
- UBSグループ(UBS証券株式会社／UBS銀行東京支店／UBSアセット・マネジメント株式会社／UBS SuMi TRUSTウェルスマネジメント株式会社)
- 株式会社Works Human Intelligence／株式会社ワークスビジネスサービス／株式会社WHI Holdings

work with Pride



シルバー [4点獲得]

51社(うちグループ/複数社連名応募10社)
グループ/複数社連名:45社
シルバー認定合計:86社

*は、グループ応募またはグループ・ホールディングス内複数社連名での応募

建設業

エクシオグループ株式会社
株式会社大林組
株式会社熊谷組
JFEエンジニアリング株式会社
清水建設株式会社
ジョンソンコントロールズ株式会社
株式会社スエヒロ工業
大東建託株式会社

製造業

アステラス製薬株式会社
出光興産株式会社
オリンパス株式会社
グリコマニュファクチャリングジャパン株式会社
サノフィ株式会社*
ソニー・太陽株式会社
チェリオグループ*
日本オーチス・エレベータ株式会社*
村田機械株式会社*

電気・ガス・熱供給・水道業

株式会社JERA

情報通信業

アステリア株式会社
クラスメソッド株式会社*
TIS株式会社
株式会社日立システムズ
フィールドサービス
株式会社日立ソリューションズ東日本

運輸業/郵便業

SGホールディングスグループ*
Maersk

卸売業/小売業

株式会社あさひ
イオン株式会社
株式会社QVCジャパン
株式会社ゲオホールディングス
株式会社サンゲツ
株式会社ジズ ホールディングス*
住友商事株式会社
株式会社富士薬品

金融業/保険業

東京センチュリー株式会社
マネックスグループ株式会社*

不動産業/物品賃貸業

野村不動産ホールディングス株式会社*
リコーリース株式会社

学術研究/専門・技術サービス業

株式会社電通北海道
学校法人龍谷大学

宿泊業/飲食サービス

W大阪(南船場4丁目
ホテルシステムズ株式会社)

生活関連サービス業/娯楽業

株式会社三重平安閣
株式会社ルネサンス

医療/福祉

社会医療法人敬和会
特定非営利活動法人 心澄

サービス業(他に分類されないもの)

株式会社エージェント
株式会社電通PRコンサルティング
HITOWAホールディングス株式会社
株式会社ベネッセホールディングス
ロバート・ウォルターズ・ジャパン株式会社

(グループ/複数社連名応募)シルバー認定 企業・団体

■SGホールディングスグループ(SGホールディングス株式会社/佐川急便株式会社/佐川ヒューモニー株式会社/SGムービング株式会社/株式会社ワールドサブライ/佐川グローバルロジスティクス株式会社/SGHグローバル・ジャパン株式会社/SGリアルティ株式会社/SGアセットマックス株式会社/佐川アドバンス株式会社/SGモーターズ株式会社/SGシステム株式会社/SGフィルダー株式会社/株式会社ヌーヴェルゴルフ倶楽部)*グループ内1社(佐川林業株式会社)を除く

■クラスメソッド株式会社/アノテーション株式会社

■サノフィ株式会社/エスエス製薬株式会社

■株式会社ジズ ホールディングス/株式会社ジズ

■チェリオグループ(株式会社チェリオコーポレーション/株式会社チェリオ中部/株式会社チェリオ沖縄/株式会社チェリオジャパン)

■日本オーチス・エレベータ株式会社/マーキュリアシエンソール株式会社

■野村不動産ホールディングス株式会社/野村不動産株式会社/野村不動産投資顧問株式会社

■マネックスグループ株式会社/マネックス証券株式会社

■村田機械株式会社/ムラテック販売株式会社/ムラタシステム株式会社/ムラテックメカトロニクス株式会社/ムラタエンジニアリング株式会社/ムラテックCCS株式会社/村田ツール株式会社/村田パーツ販売株式会社/株式会社テクノアドバンス

work with Pride



ブロンズ [3点獲得]

29社(うちグループ/複数社連名応募6社)
グループ/複数社連名:28社
ブロンズ認定合計:51社

*は、グループ応募またはグループ・ホールディングス内複数社連名での応募

建設業

大成建設株式会社
高砂熟学工業株式会社

製造業

株式会社イトーキ
KMバイオロジクス株式会社
コスモエネルギーホールディングス株式会社*
株式会社GSユアサ
株式会社SUBARU
東芝エネルギーシステムズ株式会社*
豊田合成株式会社
三井化学株式会社
三菱マテリアル株式会社

情報通信業

株式会社沖縄タイムス社
株式会社スタジオディーン
株式会社デジタルホールディングス*

運輸業/郵便業

日本郵船株式会社

卸売業/小売業

株式会社ケンビファミリー
ロイヤルホームセンター株式会社

不動産業/物品賃貸業

野村不動産ソリューションズ株式会社
野村不動産パートナーズ株式会社
芙蓉総合リース株式会社

宿泊業/飲食サービス

株式会社KPG
HOTEL&RESORT

医療/福祉

医療法人社団 安藤眼科医院
社会福祉法人
同協会DOHOグループ

サービス業(他に分類されないもの)

株式会社ONODERA
USER RUN
社会保険労務士法人小林労務
シーシーアイホールディングス株式会社*
ソウルアウトグループ*
フェリカネットワークス株式会社

(グループ/複数社連名応募)ブロンズ認定 企業・団体

■株式会社ケンビファミリー/株式会社分子栄養学研究所/株式会社KYBメディカルサービス/医療法人社団同心会

■コスモエネルギーホールディングス株式会社/コスモエネルギー開発株式会社/コスモ石油株式会社/コスモ石油マーケティング株式会社/コスモ石油ルブリカンツ株式会社/コスモビジネスアシエイツ株式会社

■シーシーアイホールディングス株式会社/シーシーアイ株式会社/シーシーアイビジネスサービス株式会社

■ソウルアウトグループ(ソウルアウト株式会社/SO Technologies株式会社/アンドデジタル株式会社/メディアエンジン株式会社)

■株式会社デジタルホールディングス/株式会社オプト/株式会社デジタルシフト/株式会社コネクテム/株式会社オプトインキュベーター/JOMYAKU株式会社/株式会社バンカブル

■東芝エネルギーシステムズ株式会社/東芝インフラシステムズ株式会社/東芝デバイス&ストレージ株式会社/東芝デジタルソリューションズ株式会社

ベストプラクティス

PRIDE指標2022のベストプラクティス応募欄に記入された取り組みの中から、顕著な取り組みを行なった3つの企業の取り組みを、本年度のベストプラクティスに選出しました。



株式会社神戸製鋼所

自社ラグビー部（コベルコ神戸スティーラーズ）の試合での来場者向け啓発活動

神戸製鋼所では、社内でLGBTQ+の認知や理解を広げるための研修や制度導入を進めていく中、世の中の認知や理解が広がるのが何より重要であり、社会的な理解が進めば誰もが働きやすく生きやすい世の中に変わると考え、自社としてできることを検討。自社のラグビー部であるコベルコ神戸スティーラーズの試合で観戦に来た来場者に対し、LGBTQ+に関する情報を発信し啓発活動を行った。

会場では場内アナウンスをはじめ、試合会場スクリーンにレインボーフラッグを表示するなど、会場全体に取り組みが伝わるように工夫を施し、来場者が応援に使用するためのレインボーフラッグを用意。また、レインボーフラッグの意味やLGBTQ+に関する基礎情報を伝えるためのチラシも用意し、取り組みに賛同する希望者2500名に対してフラッグとともに配布した。さらに会場内にブースを設け、LGBTQ+に関する基礎情報をまとめたパネルを展示し、来場者の方へより知っていただける場を設け、会場全体で発信を行った。



来場者からは、(LGBTQ+について)「知らなかった」、「どこかで聞いたことはある」、といった反応から、「良い取り組みですね」、「応援しています」といった声も多く、ラグビーファンの方からは「スティーラーズがこういうイベントを実施してくれて嬉しい」というコメントもあり、多くの方の認知や理解につながるきっかけとなった。

今後も今回のような活動を継続することで、「社内は勿論の事、1社にとどまらない活動につなげ、誰もが働きやすい職場を目指し、アライを増やしていきたい」とお話しいただいた。



トヨタ自動車株式会社

豊田市と連携し、自社女子ソフトボール部公式試合において、レインボーマッチを開催

トヨタ自動車は、自社運動部の応援を通じて、参加する従業員一人ひとりが“自分らしく幸せに生きる事”を考えるキッカケとなるよう、2022年6月20日、自社女子ソフトボール部レッドテリアーズの公式試合において、豊田市と連携し、レインボーマッチ



を開催した。試合では、出場する選手もレインボーグッズを身につけて試合に挑み、そして会場に観戦に来た約2300人の観客のみなさんも、レインボーグッズやフラッグを持って応援。また会場内にブースを設けLGBTQ+について理解促進のためのパネ

ベストプラクティス

ルや、自社の取り組み伝えるパネル等設置し、理解した上でアライ宣言してくれた参加者にはTシャツをプレゼントするなど、観戦に来た方々にLGBTQ+について、より知っていただく機会となる企画を用意し実施した。また今回は豊田市と連携し、会場には豊田市の太田市長も応援に駆けつけ、豊田市が導入を開始した「ファミリーシップ宣言」の取り組みを、市民の方々に知っていただけるよう会場で紹介。観戦に来た方の中にはアライやレインボーの意味を知らない方も多く、LGBTQ+に関する知識や情報を知っていただくよい機会となった。

トヨタ自動車では、今後も自社運動部の試合で「レインボーマッチ」の開催を検討しており、LGBTQ+に限らず、スポーツを通じて、様々なSDGsに寄与する活動を続け、クラブ、選手の動向



を情報発信していくことで、見た人にとって、少しでもLGBTQ+について考え行動に起こす機会になるよう、さらに取り組みを進めていくとお話しいただいた。



PwC Japanグループ

自社健康保険組合における「トランスジェンダー対応のある健診機関」該当基準を策定、レインボーマーク付与の提携医療機関を拡充

PwC Japanグループでは、従業員が心身の健康を把握することはPwCが大切にしている「ケア」の基本であると捉え、毎年の定期健康診断をより受診しやすいものにするよう注力している。「誰でも受けやすい健康診断」の実現を考える中で、トランスジェンダーの方の困りごとに「企業が実施する健康診断を受診しづらい」という課題があることを認識。そこで自社健保組合にて全被保険者に、LGBT+対応のある医療機関をわかりやすく可視化するため、レインボーマークを付与した「契約医療機関一覧」の配布を行なってきた。

その中で、これまで明確な定義がなかったレインボーマークの付与基準をめぐる課題に取り組み、複数の医療機関関係者、事業所内のLGBT+当事者グループ、事業所内のInclusion & Diversity担当者などのヒアリングを経て、2021年11月に、「PwC健保

2022年度の「契約医療機関一覧」
185の契約機関中67の健診機関
にレインボーマーク付与

パンフレット掲載イメージ

医療機関名	
東京都	●●●診療所
大阪府	●●●病院
愛知県	●●●クリニック

詳しい基準はこちら



における『トランスジェンダー対応のある健診機関』該当基準」を策定。健保組合の契約先である国内185の定期健診実施機関に配布した。各健診機関からの相談など継続的なフォローも実施することで、2022年度に配布した「契約医療機関一覧」では、185の契約機関中、67の機関がレインボーマークを掲示している。契約機関は基準が明確になったことにより基準を満たしているかどうか判断がしやすくなり、トランスジェンダー当事者は受診しやすい医療機関の選択肢が増え、心理的安全性もより高まったと考えられる。今後は、専門知識を持つ外部の方からのアドバイスを受けながら基準のアップデートを行い、更なる普及を目指して、広範囲への配布を継続していく。

レインボー認定

『レインボー認定』は、自社単独の取り組みでできる範囲を超えて、他のプレイヤーと力を合わせながら、LGBTQ+の人々が自分らしく働ける職場・社会づくりの実現に中長期的にコミットメントする企業を後押しするものとして、昨年度スタートしました。

今年度は対象期間である2022年1月1日～2022年12月31日における取り組みについて、以下の要件をもとに応募内容を評価委員会にて、採点および審査し、全てを満たしていると認められた企業・団体のみなさまをレインボー認定と評価しました。

「レインボー認定」の要件

1. 応募年度の『PRIDE指標』において、「ゴールド」認定を獲得していること。
2. 日本におけるLGBTQ+に関する法制度の実現に、企業・団体として公に賛同表明していること。
3. LGBTQ+に関する理解促進や権利擁護のために、自社・自団体のみならず、セクターを超えた主体と協働するコレクティブ・インパクト型の取組を推進していること。

また、3.コレクティブインパクト型の取り組みについては、以下の審査基準をもとに評価委員会にて、審査を行っています。

〈審査基準〉

- **課題設定** (15%) : 課題の重要度や緊急度・影響度
- **戦略・解決策** (15%) : 課題・目標設定に対する有効性・革新性・新規性
- **パートナーシップ** (15%) : 変革に重要なプレイヤーの参画
- **リーダーシップとコミットメント** (15%) : 変革へのイニシアティブ・中長期的なコミットメント
- **インパクト・成果** (40%) : 設定した課題に関する現時点でのインパクトの度合いと今後の目標・見通し



2022年度「レインボー認定」

今年度の『レインボー認定』には、30社の企業・自治体からご応募いただき、結果14社、13の取り組みを「レインボー認定」と評価しました。

2022年度「レインボー認定」企業・自治体

EY Japan
 国立市
 コカ・コーラ ボトラーズジャパングループ
 ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループ
 積水ハウス株式会社
 東京弁護士会
 日本アイ・ビー・エム株式会社
 日本コカ・コーラ株式会社
 野村ホールディングス株式会社
 P&G ジャパン合同会社
 PwC Japan グループ
 ブルームバーグ・エル・ピー
 三井住友信託銀行株式会社
 モルガン・スタンレー

「PRIDE指標」レインボー認定 評価委員会メンバー

大山みこ
 (経団連 ソーシャル・コミュニケーション本部 統括主幹/CATCHY代表)
 河野禎之
 (筑波大学 人間系 助教)
 小島慶子
 (エッセイスト/東京大学大学院情報学環客員研究員)
 番野智行
 (NPO法人ETIC. ソーシャルイノベーション事業部 事業統括)

2022年度「レインボー認定」総評

創設から2年目となる今年は、昨年の10社・団体を上回る14社・団体を、コレクティブ・インパクト型の取り組みをする主体として、レインボー認定とさせていただきます。

企業や自治体がリーダーシップを発揮し、周囲のステークホルダーと力を合わせることで社会の仕組みや価値観の変革を大きく前進させることができる。その可能性を昨年以上に感じる事ができた審査プロセスでした。自組織の利益や責任範囲を超えて、社会の前進のために取り組みを進めてくださった全ての関係者に、評価委員会を代表して敬意を表します。

今回認定となった取り組みはいずれも、満たされていないニーズに真摯に向き合い、ステークホルダーに対する積極的な働きかけを行っているものでした。

昨年度から引き続いての認定となった取り組みも多いですが、いずれも着実な進化とインパクトの広がりが見られました。

残念ながら認定に至らなかった中にも、1年後、2年後の進化が大いに期待できる取り組みが多数あります。何に取り組むことが本質的なインパクトにつながるのか。ニーズや課題の構造に向き合い、議論や対話を重ねながら取り組みを継続して頂くことを期待いたします。

今後に向けては、まだ認定がないセクターでも取り組みが進むことを期待します。レインボー認定となった取り組みの知恵や経験が共有され、社会全体の学習が進むことが、その広がりを加速させる鍵となるでしょう。

(番野智行)

評価委員会メンバー コメント

多くの企業で、Diversity (多様性) & Inclusion (包摂性) に Equity (公正性・公平性) を付加した取り組みが進んでいます。Equityは、すべての社員に対する Equality (平等性) の確保とは異なり、個々人の状況にあった適切な支援や配慮を行い、その状況を改善するものであり、LGBTQ+に関わる様々な課題解決に不可欠な考え方です。認定企業は、まさにこうした考え方を根底に、自社の強みを活かしながら業界や地域など社会へのインパクトを与え得るポテンシャルの高い取り組みを進めており、更なる“深化”を期待します。

(大山みこ)

昨年度を上回る認定数からも、より多くのみなさまがLGBTQ+を巡る社会課題に取り組まれていることを実感しました。社会によりよい影響をもたらすために、これはとても大きな流れだと思います。しかし同時に、私たちは常に思慮深さと謙虚さを持って自分たちの足元を見つめ続けることも大切だと思います。自分たちの取り組みは何のためにあるのか、その本質をどれだけ共有されているかがより問われる段階に入ってきたのかもしれない。「誰一人取り残されな

い」社会の実現のためにも、みなさまの取り組みがより良く広がっていくことを切に願っております。

(河野禎之)

レインボー認定された企業や自治体では、法整備への働きかけ、若い世代の支援、インターセクショナル리티の視点を取り入れた活動など、LGBTQ+に関する社会課題への深い理解と現状認識に基づいた積極的な取り組みを行なっています。理解増進や知識の周知はこれまでもこれからも大切な取り組みですが、今後は法整備への積極的な働きかけと、当事者の生活の質の向上に直結する具体的な支援を厚くすることがより重要になります。今回の認定でも、同性婚・LGBT平等法の制定を明確に視野に入れた意志的な活動、また、居場所づくりや金融リテラシー、健康診断、住居探しなど、生活に欠かせない支援を行なっている企業や自治体が高く評価されました。法律と生活支援の両方がなければ、誰もが安心して生きられる社会は実現しません。今回惜しくも認定には届かなかった企業の皆様も、その両面において“自分達だからこそできること”を探し、是非またエントリーして下さい。皆様のお取組に心より敬意を表し、引き続き今後を期待しております。

(小島慶子)

2022年度「レインボー認定」の取り組み紹介



EY Japan

企業や団体と連携し、社会へのより大きなバリュー創出に向けたネットワークを牽引。

EY Japanでは「Building a better working world (より良い社会の構築を目指して)」というパーパス(存在意義)のもと、企業・団体と連携し、LGBT+に関するダイバーシティ・マネジメント促進のための活動を続けている。

女性アスリートのセカンドキャリア・サポートプログラム「Women Athletes Business Network」(WABN)のリソース、LGBT+とアライの従業員ネットワーク、そしてスポーツ団体へのコンサルティングサービスから得られた知見を利用した、スポーツ界におけるSOGIに関する知識普及のための取り組みを2020年より協賛している当事者団体と連携し行っており、LGBT+のアスリート向けセカンドキャリア・プログラムも、2022年12月から募

集開始を予定している。

また、LGBT+に対する差別意識がまだ残る会計士業界へのコレクティブ・インパクト創出を目指し、今年はプロフェッショナルファーム間のネットワークを開始。外資系消費財メーカーとのERGネットワークでは、自社および社会におけるLGBT+インクルージョン推進に注力している。

さらに外資系製薬会社と日系製薬会社からなるLGBT+当事者とアライのコミュニティーでは、職場におけるLGBT+当事者社員の心理的安全性向上を推進するなど、さまざまな取り組みを進めている。



国立市

9市と当事者団体の連携によるLGBTユース支援

若年層のセクシュアル・マイノリティ当事者(LGBTユース)は、家庭と学校での生活が中心であるため、セクシュアリティを誰にも打ち明けられないことで孤独を感じたり、同じ特性を持つ当事者に「出会う」ことができずにロールモデルを見つけられなかったりするという課題を抱えている。こうしたLGBTユースが抱える課題の解消に向けて、東京都多摩地域の9市と当事者団体が連携して以下の取り組みを実施。

一つ目は「居場所」。連携市内の公共施設等で、LGBTユースの交流の場を毎月開催。そこでは、参加者同士でテマトークをしたりレクリエーションをしたりして過ごし、スタッフに個別相談することも可能となっている。二つ目は「教育」。連携市内の学校等からの依頼により講師を派遣し、多様な性に関する出張授業や教員研修を

実施。当事者生徒のエンパワーメントや、周囲の生徒・教員の理解促進を図るとともに、居場所の周知を通じて居場所への理解・参加につなげていく。

授業・研修後には個別相談の時間があり、生徒や教員が講師に自由に質問・相談できる。「居場所」と「教育」の連動により、居場所でのフィードバックを教育に活かしたり、教員が生徒に居場所を紹介したりするといったことが可能。

この課題の解決については社会全体での理解促進が不可欠であり、他自治体や企業等でも同様の取組みが進むことで解決に向かっていくと考えている。そのため、今後もこの課題や取組み・成果について積極的に周知していく。



日本コカ・コーラ株式会社／コカ・コーラ ボトラーズジャパングループ

「LGBTQ+ ALLY HANDBOOK」を制作。社内及び、社外への無償展開し社会全体へ活用。

コカ・コーラ社では、社内での啓発活動・LGBTQ+勉強会を複数回行った際に受講者である従業員から、アライとして、サポートしたいと思っているが何を行ってよいかわからないというフィードバックを受け、また知識レベルの差や情報不足を改めて感じたことにより、誰でも理解でき、わかりやすく読みやすいアライ向けのハンドブック「LGBTQ+ ALLY HANDBOOK」を制作。

偏見や差別のない職場環境・社会を目指すため、そして従業員含む一人ひとりが、状況に応じた適切な対応や正しい考え方を身につけ、より良い職場環境や多様性のある社会の実現のために制作された。また、社内だけではなく、一般にも無償提供することにより、一企業の枠を超え、社会に波及させることができると考え、社外にも展開されている。ハンドブックは、日本国内のコカ・コーラ関連

各社のWEBサイトからコカ・コーラ社以外の方も無償でダウンロードが可能となり、わかりやすくアライを知る・アライになることができるハンドブックをツールに社会課題に取り組んでいる。

すでに一企業の枠を超えて、同業他社、カスタマー・サプライヤー、自治体、政府系機関、NPO法人、学校(小・中・高・大)など様々な組織で閲覧・活用され、ダウンロード回数は800回以上を記録しているほか、大手グループ企業をはじめ、さまざまな企業で使用されている。

今後はさらに、カスタマー・サプライヤーでの導入を呼び掛け、引き続きLGBTQ+当事者をサポートし、偏見や差別のない環境、従業員一人ひとり、また社会全体でよりよい環境をつくることを目指していく。



ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループ

Pride for Families

近年、ユース世代のLGBTQ+当事者の学校でのいじめや自殺の問題が顕在化している。ジョンソン・エンド・ジョンソン日本法人グループでは、LGBTQ+ユース世代の成長には教育の最前線にある教育者の理解と支援が重要な役割を果たすだけでなく、その当事者である子どもたちが家庭や家族とのつながりの中に自分の居場所を感じることも重要であると考え、本プロジェクトでは、包括的に子どもたちが生きやすい社会の実現を目指し、子ども自身とその家族、そして子どもの成長に関わるステークホルダーである、学校・教育者などに対する理解啓発の機会を広く提供するさまざまな取り組みを行っている。

これまで社内の従業員を対象に行っていたさまざまな啓発活動よ

り得た経験と知見を生かし、社外にも理解を広げ、深めることを目的としてLGBTQ+ユース世代と当事者を支えるステークホルダーに対する啓発イベントを企画・実施。

また、NPOや教育現場とも連携した教育者やLGBTQ+当事者を含むユース世代に対するLGBTQ+啓発活動、当事者の子どもたちが家庭に自分の居場所を感じるために必要な家族の理解と意識の醸成を目的とした勉強会等も実施している。

今後は社内向けLGBTQ+トレーニングプログラムの社外向けパッケージ化や、他企業のLGBTQ+の従業員グループとも協働し、子ども向けLGBTQ+学習ツールの開発など継続的な推進を検討している。



積水ハウス株式会社

「LGBTQフレンドリーなお客様対応」促進プロジェクト

同性カップルやトランスジェンダーの方が賃貸住宅を探す際に、接客時の対応に不安や恐怖を感じたり、希望の部屋が見つからない、保証会社の審査が通らない、といった課題がある。

ダイバーシティ&インクルージョンを企業の重要課題の一つに掲げる積水ハウスグループでは、これらの現状と向き合い、全てのお客様に対し適切な接客や部屋を提供するため、LGBTQフレンドリーなお客様対応を目指した仕組みの変更と研修による意識統一に向けて、取り組みを開始。

まず、お客様に記載いただく書類やWEBフォームにおいて、性別欄を削除し、続柄欄に「パートナー」を選択肢に加えた。また、形とともに、意識も統一する為、積水ハウス不動産グループの従業員と、実際にお客様の接客に当たっている、提携先である募集店約1800

店舗の方々に研修を実施。研修の参加申込み時のアンケートでは、「当事者の方に適切に対応できるか?」という設問に、「自信がない」「できない」と答えた方は22%だったが、研修終了後での同設問への回答では2%にまで減少。98%の方が「対応できると思う」「多分対応できると思う」と回答し、大きな変化が見られ、大手の不動産管理会社として従来の慣習を変える大きな取組となった。

また、並行してWEBで賃貸情報を掲載しているシャーメゾンドットコム内の検索条件に「LGBTQフレンドリー」を追加し、オーナー様に取組みをご理解いただくためのメッセージ発信も進めた。賃貸業に関わるグループ従業員や提携企業の従業員は常に入れ替わりがあるため、研修等について、今後も継続的な取り組みを進めていく。



東京弁護士会

インクルージョン支援

東京弁護士会では、全国の弁護士及び弁護士会職員(弁護士数44,096名(2022年7月1日現在))、検事・判事に対し、セクシュアル・マイノリティへの理解を浸透させ、かつ、これら法曹三者及び関連職員と直接間接に接するセクシュアル・マイノリティが生きやすい環境を創出するべく活動を推進している。

具体的には、全国の各弁護士による法律相談・法的助言対応がセクシュアル・マイノリティの人権を適切に確保・配慮するものとなるべく、セクシュアル・マイノリティ向け法律相談や公開学習会の情報を全国の弁護士会へ共有。

また、全国の弁護士会がセクシュアル・マイノリティを含む就業規則やセクハラ防止規程等の規則を制定することを促進すべく、東京弁護士会の規則の情報を全国の弁護士会へ提供し、さらに東京の

他の弁護士会と共同で、司法修習生に対する研修を行い、将来の検事・判事に対してもセクシュアル・マイノリティの理解促進を行っている。

取り組みにより、全国の複数の弁護士会で、セクシュアル・マイノリティ研修が開催されるようになり、東京弁護士会の規則を元にした規則が制定されるに至った。また、今年度東京弁護士会の職員向けの研修や弁護士会館での掲示、HPでの発信を含むセクシュアル・マイノリティ週間を設け、周知も実施。

今後は引き続き研修内容をバージョンアップや、ガイドラインの作成を行いながら、セクシュアル・マイノリティに関連する研修を行っていない、また関連規則を制定していない全国の弁護士会に対して、働きかけを行う取り組みを進めていく。



日本アイ・ビー・エム株式会社

他社／他団体とのコラボレーション強化による複合的アプローチ

日本アイ・ビー・エムでは、自社内だけでなく幅広く志を共にしている人と集まり、かつより幅広い切り口で多様性への理解、支援を求める活動を推進。自社・自社内の改善のみを目標とせず、アプローチや経験、これまで得たノウハウを他社・他団体にも提供することをもう一つの目標とし、プロジェクトはLGBTQ+への直接の取り組みに止まらず、障がい者やジェンダー問題、メンタルヘルス等、複合的なアプローチを取ることで、多様性の本質について切り込み、また当事者との、ならびに当事者間の接点を増やすことで、誰もが自分ごととして考えられる状況を目指している。具体的な取組としては、IT業界LGBT交流会での多様な性についてのシリーズものセミナー共催や、他社とのコラボ・セミナー開催、グループ会社との

LGBTQ+アライ・ラウンジの毎月の開催など。また、社内外と次世代について考えるコミュニティ「IBM Community Japan」での設立2周年記念フォーラム開催、社外経営層向けにおいては、LGBTQ+エグゼクティブ・スポンサーである副社長による社外での講演（企業、団体等）を10回以上実施し、とくに社外での新任経営層への知識提供を行うなど、多数の取り組みを実施。さらに今年度日本IBMにおけるダイバーシティ&インクルージョンの推進を強化するため、チーフ・ダイバーシティ・オフィサー（CDO）を新設した。

今後もLGBTQ+についてのメッセージ発信を、プライド・マン中心から年間を通じて実施し、企画・運営にできる限り多くの社員を巻き込み、活動を引き続き推進していく。



野村ホールディングス株式会社

LGBTQ+当事者ユースの金融リテラシーの向上と自分らしいライフプラン支援

野村ホールディングスでは、金融リテラシーの向上は、経済・社会への理解を高め、自分自身の将来を描いて「自分らしく働く」ことに繋がっていくという考えのもと、LGBTQ+当事者向けに金融リテラシーの基本とライフプランの重要性を学ぶオンラインセミナーを当事者団体と協働し開催。セミナーでは、LGBTQ+コミュニティで著名なゲストを招くことで、当事者が興味を持ちやすい内容としている。また、アライも参加可能とすることで、金融リテラシーやライフプランといった新たな観点からの当事者への理解促進にも寄与している。

現在、LGBTQ+ユースを対象に、自分らしいライフプランとお金の話をテーマにした小冊子の制作を進めており、完成後、全国の団体やコミュニティ施設等に配布を予定している。

今後は、他団体で実施されているLGBTQ+に関するアンケート調査に資産形成に対する意識の項目を盛り込み、分析結果の公表を予定しており、また対象をユースからミドル世代やシニア世代にも広げ、キャリア支援に関わる団体などとも連携し、多くの当事者が金融リテラシーやライフプランの情報に多面的に触れる機会を増やしていきたいと考えている。



P&Gジャパン合同会社

P&Gアライ育成プログラム／取引先企業にて協働プロジェクトを発足

P&G ジャパンでは、「アライ育成プログラム」を2021年から無償で提供する活動を継続して実施。「アライ育成プログラム」は、LGBTQ+に対するアライの輪を日本社会に広げることを狙いとした研修プログラムで、P&Gのこれまでの知見や失敗も含めた経験を社外に提供することで、同様にLGBTQ+への理解を促進し、誰もが自分らしく活躍できる職場環境づくりを後押ししたいという想いから、当事者団体の協力の下、社外のさまざまな方にも受講いただけるプログラムとしてスタート。同研修内では当事者も登壇し、実際の声を届けることや参加者がより自分ごととして捉える機会をつくり、2022年6月時点で50社390名が参加。また全国の自社ブランドSK-IIカウンターで働く美容部員職1300名以上に対し社内研修を実施。まずは性の多様性を理解し、同じ職場で働く仲間と同じ

商業施設内の他社従業員の方とも気持ちよく働ける職場環境づくりにとどまらず、お客様が買い物にいらっしゃるカウンターや接客において出来ることについても考え理解を深めた。

こうした社内での学びや活動をさらに今後発展させ、「アライ育成プログラム」の幅を広げて、当事者が日用品を店頭で購買する際、販売員の知識・理解不足から、快適な買い物ができない・しづらい、という課題に対して、よりインクルーシブな日々の買い物環境と社会の実現を目指すため、取引先流通企業と共同プロジェクトを発足した。当事者の方々が購買過程の中で、何に不安や懸念を感じているかのリサーチやワークショップを2022年7月より開始し、インクルーシブな買い物体験を日本中で実現していくために、さらに取組を進めている。



PwC Japanグループ

自社健康保険組合における「トランスジェンダー対応のある健診機関」該当基準を策定、レインボーマーク付与の提携医療機関を拡充

→こちらの取り組みは、ベストプラクティス掲載ページをご覧ください。



ブルームバーグ・エル・ピー

インターセクショナルリティ(LGBTQ+と障がいやユース)を対象としたキャリア・就労移行・職場環境等に関する取り組み

ブルームバーグによる本プロジェクトは、複合的マイノリティ当事者の就労移行やキャリアに関するサポート、自分らしく働ける職場づくりを構築するためにアプローチするものとなっており、また就労を希望する当事者だけでなく、アライや周りの社員が現状を知り、課題を一緒に考えていくことが非常に重要と捉え、LGBTQ+とキャリア、就労移行や、LGBTQ+当事者が自分らしく働ける職場づくりについて、NPOと協働し、教育的トークセッション、ボランティアプログラムなどの活動等を通して、社内外にて活動をしている。

具体的には社員によるメンタリング、インターンの受け入れや、LGBTQ+とメンタルヘルスをテーマにしたトークセッションを開催。また、具体的なサポートや知識を学ぶべく、ハローワークと協働

した職場内障がい者サポーター養成講座の実施や、NPO、関係企業等と協力し、LGBTQ+で障がいのある方々の理解促進、就労支援を目的に様々な施策を実施している。

また、ブルームバーグでは、障がいのある社員とそのチャレンジを支援する有志で構成するコミュニティがあり、今年度はLGBT and Ally Communityと共同で、LGBTQ+と障がいを包括する取り組みとして、インターセクショナルリティをテーマに社内イベントやプログラムを実施している。

LGBTQ+や障がいを持つという複合的マイノリティを誇りに思い、受け入れ、ともに働く職場環境や日本社会における意識を醸成していくべく今後も継続して取り組みを進めていく。



三井住友信託銀行株式会社

地域に寄り添ったWith You 活動の推進

地域によって個々の性的マイノリティ対応における課題認識が異なり、ALLYとして、どのようなアクションを取るべきか模索している企業も多数存在している状況がある。その中で、三井住友信託銀行では、昨年からの取り組んでいる地方自治体と連携したALLY活動をさらに推進すると共に、ALLYなスタンスを表明している企業や団体と連携した活動を推進。

昨年からの継続し活動を続け、さらに地域を拡大し、福岡市域、横浜市域、さいたま市域の営業店と、該当地域の地方自治体が共同での情報冊子を作成。

また、昨年度冊子作成を行った渋谷地域においては、同じくLGBTQ ALLYなスタンスを示している渋谷区のダイバーシティセンター、地元企業、NPOと協働で「性的マイノリティのためのオン



モルガン・スタンレー

社会課題への継続的な取り組み

モルガン・スタンレーでは、単一の取り組みではなく、「誰もが自分らしくいられて、尊重され、最大限に能力を発揮できる社会の実現」のために、同性婚の実現を始めとする社会課題に継続的に取り組んでいる。

在日米商工会議所が発表した意見書「日本で婚姻の平等を確立することにより人材の採用・維持の支援を」に関して、自社の賛同だけではなく、より大きな社会的インパクトを目指し、International Bankers Association of Japanの加盟企業にさらなる賛同を呼びかけ、同業他社5社の賛同表明を取り付けた。その後、国内金融機関にも賛同の働きかけを行った。

2022年は、Lawyers for LGBT&Allies (LLAN) と共同で東京都の「東京都パートナーシップ宣誓制度」に対するパブリックコメン

ラインセミナーコンテンツ」を作成。

埼玉地域においては、さいたま市男女共同参画推進センターと共に性的マイノリティ理解に向けた情報冊子作成に向けて、対応を進めると共に、法律事務所や地元のNPOと共に各プレイヤーがALLYとして何が出来るかを模索するレインボーミーティングを開催しました。

大阪地域においては大阪市と共に情報冊子を作成した梅田支店を中心に、大阪市域の他の営業店へ、ALLYを増やすことを目標に、大阪市の4か店へ合同勉強会を実施し、継続した活動を行なっている。

引き続き、自社と同様のスタンスであるLGBTQ ALLYな企業や団体、地方自治体と共に業種や業界の壁を越えて連携をすることで、より大きなポジティブインパクトの創出を目指していく。

トの作成に従事し、LGBT Finance加盟企業に対して同意見書への賛同を募る活動を実施。また、6月の大阪地裁による「法律上同性同士の婚姻を認めていない現在の法律は憲法に違反しない」との判決内容の英訳作成に携わり、日本の同性婚を取り巻く環境を国内外に知らしめる活動に貢献した。

LGBT Financeでは、銀行、コンサルティング、法務および金融データ等異業種間企業ネットワークの創設メンバーとして、東京レインボーリアル映画祭を始めとする様々なイベントへの協賛や勉強会開催で中心メンバーとして活動。LGBT Financeとして加盟企業を増やすことで、金融業界を超えた日本の企業社会全体への効果波及を継続して行っている。

PRIDE指標2022 アンケート結果レポート

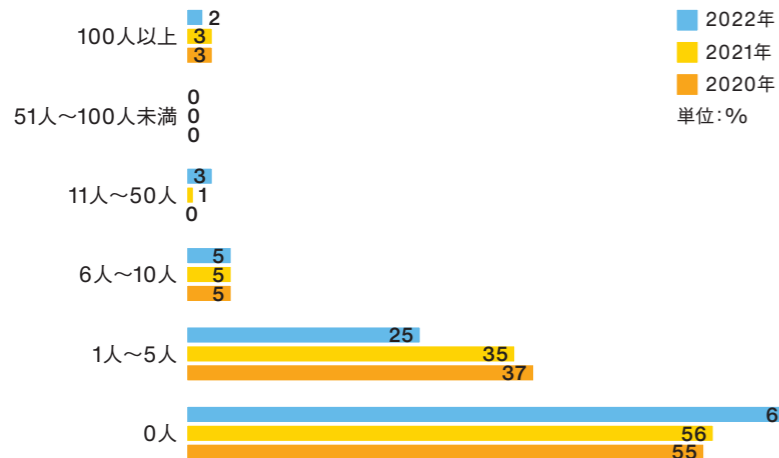
「PRIDE指標2022」応募フォームにて、
応募企業・団体のみなさまにご協力いただいたアンケート結果をご報告します。
アンケートにご協力いただいた企業・団体のみなさま、ご協力ありがとうございました。

アンケート D-1 (1)から(5)の人事制度・プログラムを一つでも利用した社員の数を教えてください。

● 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。

■ 制度を利用した社員の数 | 回答数：187（回答率：47%） |

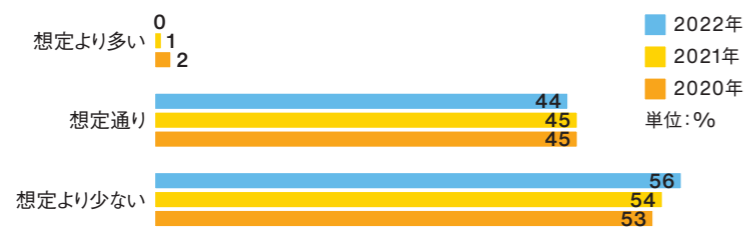


制度を利用した社員の数は、回答数の65%がまだ利用がなく0人、次いで、1～5人（25%）となり、ほぼ9割の企業・団体が制度利用者数は5人未満という回答となった。

昨年度2021年と比較すると0人の割合が9%増、1～5人の割合は変わらずという結果となり、変わらず多くの企業・団体が制度利用の数は少ない状況であると推測される。

アンケート D-2 人事制度・プログラム利用者数は想定通りですか？

■ 制度の利用者は想定通りですか？ | 回答数：180（回答率：45%） |

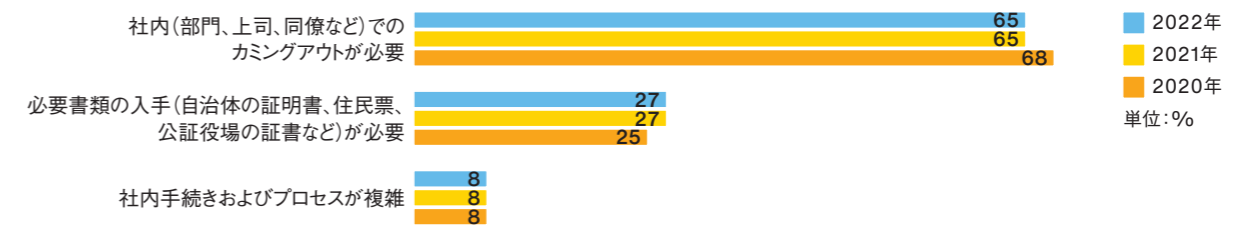


利用者数が「想定より少ない」が56%、「想定通り」が44%で全体を占め、昨年とほぼ同様の結果となった。制度を導入した企業・団体も想定していた通りというところも多くあるが、それ以上に制度利用の数が少ないと感じている企業・団体が多いことがうかがわれる。

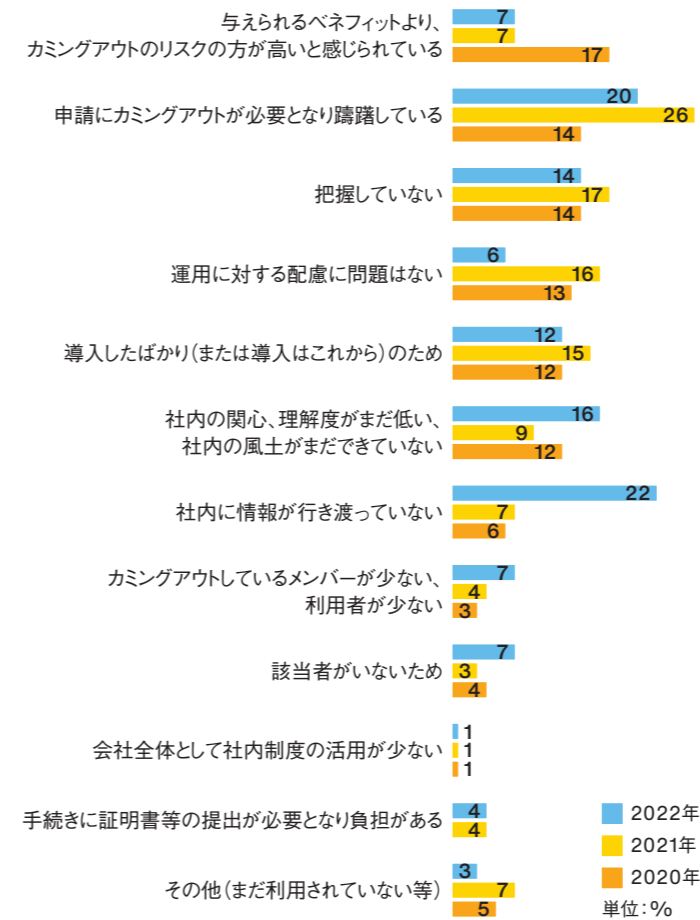
アンケート D-3 利用者が想定より少ない場合、何が原因だと推察されていますか？

- ・ 社内（部門、上司、同僚など）でのカミングアウトが必要
- ・ 必要書類の入手（自治体の証明書、住民票、公証役場の証書など）が必要
- ・ 社内手続きおよびプロセスが複雑
- ・ その他：具体的に記述ください

■ 利用者が想定より少ない原因（選択） | 回答数：119（回答率：30%） |



■ 利用者が想定より少ない原因（その他・自由回答） | 回答数：107（回答率：27%） |



制度利用が想定より少ない考えられる原因について、選択項目では、上位から「社内でのカミングアウトが必要」が65%、「必要書類の入手が必要」が27%、「社内手続きおよびプロセスが複雑」が8%となり、昨年と同様の結果となった。

その他の自由記述では、回答を要約し集計すると、考えられる原因として、今年度は「社内に情報が行き渡っていない」が最多となり、社内での情報発信不足や従業員への周知の難しさを感じている企業・団体が多く、課題認識があることが推測されます。次には今年度も多くの企業・団体が、「申請にカミングアウトが必要となり躊躇している」という回答が多く、続いて、「社内の関心、理解度がまだ低い、社内の風土がまだできていない」という回答結果となりました。制度使用にカミングアウトが必要となる点や、社内の風土づくりや理解、関心の向上に多くの企業・団体が課題を持っていると考えられます。

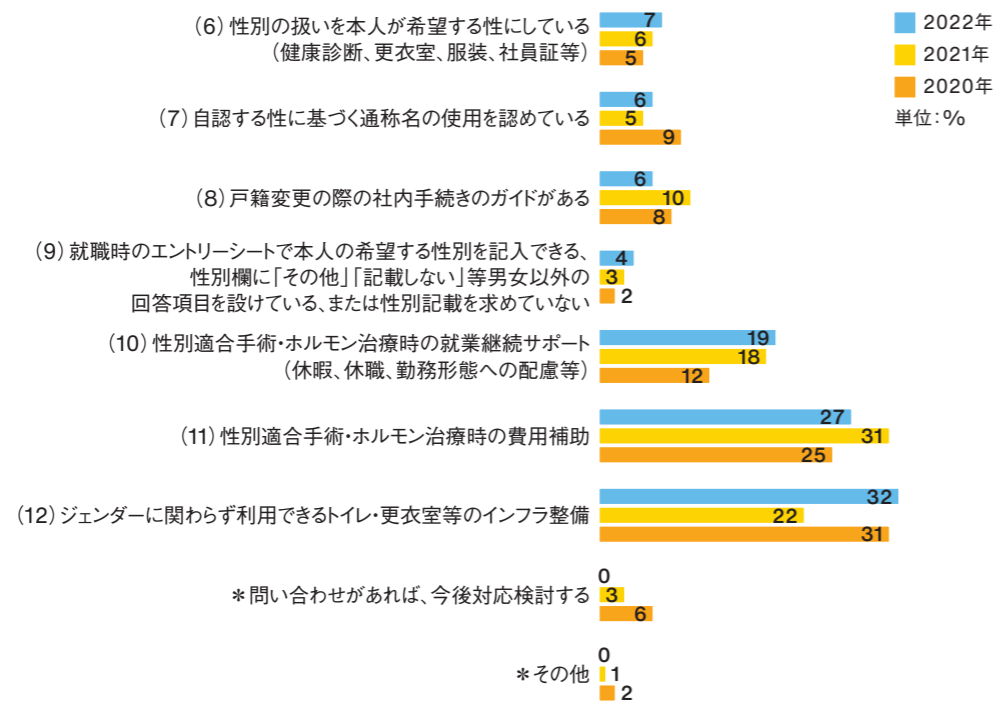
アンケート D-4 (6)～(12)の内、取り組みたいが実践できないものはなんですか？ またその理由を教えてください。(複数回答)

● 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。

■ 取り組みたいが実践できない取組

| 回答数：151 (回答率：38%) |



取り組みたいが実践できない取組の主な項目は、上位から「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」が32%、「性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助」が27%、「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)」が19%、「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)」が7%となった。

各項目でいただいた取り組みを実践できない主な理由は以下にて記述するが、実践できない理由として、それぞれの業界、自社内の事情があることがうかがえるが、要望があがって来れば、検討したいという企業・団体もあり、現在導入されていない企業・団体もニーズがあれば、社内で行えることを検討し、進めていく思いを持っていると推測される。

◎ 取組が実践できない理由 (項目別)

(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)。

- ・国への報告資料上男女別の統計を取る必要があるため、基本的に身体的性でしか管理できないため。
- ・現場作業での基準が男女で異なるものがあり、自認する性に基づく安全管理基準の策定が難しい。
- ・身体上の性別と自認している性別を分けて管理するにはシステム改修が必要となるため難しい状況がある。
- ・健康診断は加入している健保組合、組合が指定する病院、医療機関の指示に従うしかなく、自社でできない状況がある。

(7) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。

- ・協会が業務上の通称名の使用を認めておらず、資格を取得した際の氏名でないと業務ができないため現状社内適応が難しい状況である。
- ・通称名を使用した場合でも、社保・税務関連の書類は戸籍名で職場に発送されるため、カミングアウトの範囲をどう定めるか、どう理解してもらうかが難しい。
- ・通称名を使用している戸籍名が表記されるケースがあることに加え、システムが複雑化しており該当機能の完全な洗い出しが困難。また通称名を適切に管理できたととしても、戸籍上の性別が意図せず表記されると問題になる可能性があるため、戸籍性・自認性を並行管理する必要があると考えているが、社内システム対応に時間を要する。
- ・業界のルールがあり、性自認に合致した通称名の使用を認めたいが、現状は戸籍上の氏名でなくてはならない為、通称名の使用が出来ない。
- ・本人の希望する姓や通称名を使用可能とする場合、可能とする範囲の使い分け (社外対応含め)、LGBTQ+以外の理由で使用希望を受けた場合の可否判断等、利用・管理方法や社員理解の徹底が懸念される。
- ・通称名の使用についてはお客様への理解促進の観点からハードルが高い。すべてのお客様が性的マイノリティへ理解があるわけではないので、さまざまなシチュエーションを想定して施策検討を進めていきたいと考えている。

(8) 戸籍変更の際の社内手続きのガイドがある。

- ・社員からの申請がないため実施できていない
- ・トランスジェンダーの戸籍変更諸手続きについて知識が不足しているため取り組むことが出来ていない。
- ・画一的な対応を明示することをこれまで避けてきました。そのため、相談を受けてから社員の意向・要望を把握し、柔軟に対応を行っている。

(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。

- ・要望について対話する機会がなく、当事者の真のニーズへの充足ができていない。
- ・求人サイトのエントリーシートに性別欄があり、自社では変更できない状況。1年以上前から、求人サイトの企業へ性別欄を必須項目からはずす、又は「その他」の追加を依頼してきたが、未だ改善されていない。

- ・対応していきたいと考えているが、当社独自システムではなく外部の共通サービスを利用しているため、当社意向のみでシステム改訂を進めることは難しい。
- ・女性活躍を推進しており、女性応募者数を知る必要があるため、性別欄なしにはできない。

(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)。

- ・LGBTQ+当事者だけに制度を拡充するのは不公平感があるため、他のマイノリティの方達も同様に会社からサポートを受けられる体制構築を行う必要があるため、ある程度の準備期間が必要になると考えている。
- ・これまで希望や相談がないという理由で明文化していない。
- ・特定の社員に限定した施策は公平性の観点で難しい状況。
- ・グループ会社であるため、費用の補助などの制度の変更が独断で実施することができない。
- ・勤務調整にあたり、アウンディングへの不安への対処と予算の検討上、現状は難しい。
- ・不妊治療などにおいても同等のサポート体制ができておらず、実施を検討するにおいては然るべき順序で行いたいと考えているため。
- ・予算確保が難しい。

(11) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。

- ・LGBTQ+当事者だけに制度を拡充するのは不公平感があり、他のマイノリティの方達も同様に会社からサポートを受けられる体制構築を行う必要があるため、ある程度の準備期間が必要になると考えている。
- ・会社で費用補助するのが望ましい事なのか、補助をする場合も妥当な費用感を見極めが難しく感じている。
- ・予算化するのが困難なため。
- ・他の保険適用外の治療費との兼ね合いが難しい。
- ・グループ会社であるため、費用の補助などの制度の変更が独断で実施することができない。
- ・当事者 (従業員) と課題とニーズ、要望について対話する機会がなく、当事者の真のニーズへの充足ができていない。
- ・不妊治療への支援等と合わせて検討が必要。
- ・会社の加入している健康保険に含まれていない。
- ・業務外のプライベートに関する事で、生命の維持、怪我病気以外の内容であるので、会社での費用負担は難しい。

(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。

- ・自社ビルではなく賃貸ビルの為、ハード面の整備は難しい。管理会社や他のテナントとの調整が必須となるため、当事者の方々からの相応な要望が無い限り積極的に動き辛いのが現状。
- ・予算化するのが困難なため。
- ・費用がかかり、またニーズが表立って出てこないため。
- ・費用等の問題もあるが、一部の個室としてしまうと、個室を利用することが当事者の意図しないカミングアウトに繋がる可能性も払拭できない点も課題の一つとなっている。
- ・構造上の問題および営業スペース確保などの都合から着手が難しく実施できていない。
- ・在宅勤務が主流になっていること、他フロアに多目的トイレがあることから、当事者からの相談はここ数年で減っている。

アンケート 今年度社内で進めた取り組みで実施してよかったと感じた取り組みや、
現在LGBTQ+に関する取り組みを進めるにあたって、企業・団体内で課題だと
感じていることがありましたら、こちらにご記入ください。

| 回答数：171（回答率：42%） |

今年度よかった取り組みとして、今年度東京レインボープライド等のLGBTQ+関連イベントや、企業・団体による社内イベント、社内交流会等がリアル開催されたことにより、更なる取り組み推進、理解促進の良い機会となったとの多くの回答がありました。

一方で感染拡大対策のため、オンラインを活用した研修、イベントを継続することにより、場所を問わず、事業所や部署の垣根を越えて開催することができるため、多くの社員が参加しやすくなったとの声も多くありました。

回答から、それぞれ企業・団体で考え、工夫しながら今年度も取り組みを推進され、研修や社内イベントの実施、社内コミュニティでの活動などを各社進

めていただいていることがうかがえました。

また、課題としては社内の職場や地域、またLGBTQ+に関する関心度の違いによって認知や理解浸透に偏りがあることを感じているという回答が複数あり、各社それぞれに社内全体への理解浸透、風土醸成について悩みながらも、取り組みを日々推進されていることがうかがえます。

以下にて、皆様より回答いただいた今年度社内で進めた取り組みで【実施してよかったと感じた取り組み】と、【取り組みを進めるにあたって、課題だと感じている点】を一部記述します。今後の取り組みの参考に、ご覧ください。

◎実施してよかったと感じた取り組み

- 今年度、レインボープライドへ賛同し、パレードへも任意で社員が参加し、社内から想像以上の反響があり、継続して研修の実施やパレードへの参加をしてほしいという社員の要望が多数、寄せられました。
- プライドイベントへボランティア参加いただく従業員を対象に、LGBTQ+の基礎知識や当社の取り組みについて事前説明を行い、当日来場者対応のレベル向上とともに従業員の意識向上に繋がった。
- イベント参加を起点に、違いを力にするLGBTQ+セミナー、ALLYステッカーの作成や各種情報発信など、これまでにない複合的な取組が行うことができた。
- オンライン研修に「職場で起こりうる具体的な事例」をいれたところ、事後アンケートで理解が深まったという声が多く上がった。
- 経営層向けの研修を実施することによって、その後の規定改定等の施策がスムーズに可決されるようになった。
- 申請方法を従来のメールでの申請をシステムからの申請に変更し、上司・人事担当者向けのガイドを配布することによって、対人事若しくは対上司にカミングアウトしなくても制度を利用できるようにした。
また、制度の申請方法を統一して、利用できる制度と提出資料の一覧をイントラネットに明記し、データを閲覧できる範囲を最小限に抑えることによって、制度が分からないや利用したいけど誰かにバレるのか心配で使えないといった理由で

制度を利用できないことが減った。

- 集合研修の実施が困難な状況のため、オンラインでの研修等を実施しているが、オンライン研修により今まで参加しづらかった支店の社員が参加できることとなり、その点はメリットと感じている。
- 社員ネットワークの活動が社員の自主性を高めるきっかけとなり、有意義であると感じています。人事や経営陣のコミットメントや号令も必要ですが、地に足の着いた活動の展開を支える鍵は社員の関心と意識にあると感じています。
- 自社当事者社員が自らの経験話をしたことにより、参加者は自分事化することができた。
- LGBTQ+ハンドブックの作成・ポータルでの掲示です。何かがあった時に、またはその時に備えて社員が自主的に確認できるツールがあり、安心感につながっています。
- 当事者による研修を直接受講することで身近なこととして考える機会となっていると感じました。
- LGBTQ+に関する社内研修を自社で企画したこと。これまで既にある教材で学んだりイベントに参加する機会があったが、自社での企画・実施は初の試みで、研修の構成を考える、社内アンケートを行うなどの過程を経ることで主催者側が考察を深めたり、身近な出来事として捉えることに繋がった。
- 「パートナーシップ規程」を新設し、社内ニュースにて告知した際は好意的なコメントが多数寄せられた。取り組み活動そのもので学ぶことが非常に多く、特にプロジェクト推進チーム内では意識がかなり高まった。

- 久しぶりに開催が可能となったオフラインの社内交流会がプライドマンスをセレクトする機会となり、多くの従業員が楽しみつつ参画出来たことは大きな収穫でした。
- グループ内3社合同でオンラインイベントを開催したことが取り組みの広がりを感じることができよかった。
- ALLYコミュニティの設立により、全国各地にLGBTQ+の取組に関心のある社員が可視化された。昨年度まで本店人事部による企画や勉強会のみであったが、今年度は部支店単位での取組事例が出てきている。
- 研修において、業務を意識して台本を作成し、ロールプレイングを、ダメな例・良い例に分けて実施したところ、具体的な場面での注意点がわかるなど、好評であった。
- 社内での意識調査の結果公開です。施策を開始した時点での結果と今回の結果を比較するとLGBTQ+に関する知識の理解や制度等の認知が上がっていることがわかり、意識調査によって制度があることに気付いた方や、全社研修によって今まで無関心だったのが興味を持ったというような意見がありました。
- 自社のLGBTQ+関連の取組が認知され、LGBTQ+当事者からの入社応募が増加した。
- 同業他社と協働したことは、ライバル関係であったがゆえに、社内でも大きなインパクトを持って受け止められたこともあり、実施してよかったと感じています。

◎取り組みを進めるにあたって、
企業・団体内で課題だと感じている点

- アライの継続的な活動をどのようにサポートしていけばよいか。また、制度は整備したものの、利用実績が0件の状態が続いており、どのような対応をしたらよいか具体的に検討できていない。
- 地方拠点において、首都圏と比較しLGBTQ+に対する認知・理解が進んでいないように思われる。
- ALLYネットワークやLGBTQ+への取り組み等々、担当者が変わると推進力が衰える点を課題認識しています。この点は属人ベースのボランティア的な活動ではなくビジネスの中に織り込むことでサステナブルな取り組みになると思われます。
- 一定数そっとしておいて欲しいと思っている当事者に対しての配慮を工夫する必要がある。
- 法的に同性婚が認められない限り、社内制度を等しく全員が使用することが困難であり、また、社会全体の理解の広がりも必要だと感じている。
- グループ全体での啓発に取り組んでいるが、制度設計等、個社別で対応が必要になる事項は進みにくく、100を超える全てのグループ子会社で同様の内容を実施することの難しさを感じている。
- 関心を持つ一般社員への理解浸透には一定の効果を感じていますが、全社への浸透という点ではまだ不足と感じています。
- 社内研修を実施し、知識として理解されていると感じているが、社内全体の風土の変化には至っていないと感じている。継続した啓蒙が必要である。
- ビジネスネーム制度を導入しましたが、郵便物をはじめとす

るビジネスネーム制度が導入されていない社外（社会）とビジネスネームを使用できる社内との境界に当たるものの取り扱いが難しいと感じている。

- オンライン中心での展開はより広域にできてプラスだが、リアル開催イベントの訴求力はやはり大きい。これまでのように地域差がでてくると思うのでどのように多くの従業員が社内の取り組みを理解し、実践してもらえるかの仕組みづくりが必要。
- グループへの共有。グループ会社と一緒に取り組めていない。今後研修や相談窓口の設置など相談しながらグループ会社でも進めていきたい。
- 社内でもLGBTQ+について学びを広げる一方で、LGBTQ+を特別視し過剰な配慮とならないよう伝えることが課題だと感じている。
- イベントへの参加者やコミュニティへのメンバー登録が増える一方で、社内でのアライの可視化が不足していると感じている。
- LGBTQ+対応トイレの増設や人事制度を充実させる等のコストが多くなる部分については、中小企業の当社で課題としても挙げられます。
- コロナ禍以降対面での研修等ができない状況が続いており、実施が難しくなっている点が課題だと感じています。Web会議ツールを使用して実施する方法もありますが、参加者数など規模が大きいため通信面などでの問題も発生してくるため、対応が難しい状況です。
- 工場のライン業務従事社員等、PCを持たない社員も多くいるため、社内通知やオンラインセミナーなどの実施が難しい面もある。今後、どう全社員に理解浸透を広げていくか課題です。
- 現場からはそもそも取り組むことの必要性を感覚としては理解するものの、実体験としては得にくく、他人事感が見受けられた。いかに自分ごとに置き換えることができるかが課題と感じた。
- どうしても新型コロナのことがあり、屋外やライブでのイベントを実施、参加することには抵抗が生まれやすい。
- 学生向け就職説明会について、企業としては「当社の事業内容と仕事に興味があり働きたいと思ってくれた人の属性にはこだわらない」というスタンスだが、学生側は「LGBTQ+の取り組みをしているから」「LGBTQ+に関連する仕事をしたいから」と志望動機にギャップがある場合があり、イベントに出てもミスマッチが起こり選考の早い段階で不採用ばかりという実態がある。
- アライネットワークへの参加が少ないのが課題。対面実施することが難しいため、直接的なネットワーク構築ができていない。
- 同業界でのLGBTQ+への理解促進を協業して進めたいが、協業先が競合である場合もあり、一般に広報したい場合に広報等の許可を取得しなければならないなど社内プロセスが複雑になり、思い通りに進められないケースがある。
- 情報管理体制の再確認が必要。システム変更等もあり、社内の申請フローなどを改めて把握する必要があると感じています。
- 社内プライド活動の推進メンバーが固定化されており、2022年に入ってから新規コアメンバーが増えない。
- 新型コロナウイルス感染拡大の影響が現在も続いており、予算を確保することが厳しくなっている。

編集後記

2020年から続いていた新型コロナウイルス感染拡大の影響によりリアルイベントが開催できなかった期間から、ようやく3年ぶりにリアル開催によるイベントが徐々に増えてきた2022年。在宅勤務やオンラインでのコミュニケーションを継続しながら、少しずつ対面でのコミュニケーションができるようになり、今年リアル、オンライン双方のメリットを感じながら、各社新たにどんな取組ができるか模索しながらも、取組みを日々推進されてきた一年だったかと思えます。今年度「PRIDE指標2022」への応募数は、昨年をさらに大きく上回る402社、グループ、複数社連名応募を含めると842社の応募をいただき、またレインボー認定につきましては引き続き30社からの応募をいただきました。今年度も多くの企業・団体、また自治体にて取組みを推進され、「PRIDE指標2022」にご応募いただき、ありがとうございました。今年度は

今まで大きな変化のなかった応募企業・団体の規模について、中小企業の皆様からのご応募が昨年よりも増え、今まで大企業中心だった取組みも、少しずつ中小企業に広がってきていると感じることができ、取組みの広がりを、うれしく思っています。それぞれ各社、職場の規模、文化、風土も違うかと思いますが、引き続き社内外で一歩ずつ、取組みを推進いただき、より誰もが働きやすい職場、そして社会づくりを、ご一緒に取り組んでいけたら幸いです。これからも「PRIDE指標」および、work with Prideのコンテンツが、日本の企業・団体の皆様にとって、さらに前向きに取組を進めて行くきっかけになり、活用いただけることを祈っております。

work with Pride
PRIDE指標事務局

PRIDE指標2022 レポート
