

PRIDE指標2023レポート



work with Pride

work with Pride
PRIDE指標事務局

みなさん、こんにちは。いつにない猛暑をこえ、ようやく涼しくなり始めたと思ったら、2023年も残すところ、あと2カ月。本当にあっという間ですね。いかがお過ごしでしょうか。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（認定NPO法人虹色ダイバーシティにも数年参画いただきました）、以降、日本国内外の企業・団体・学術機関・自治体などからサポートとアドバイスをいただき続けてきた「work with Pride」は、今年から、新運営体制にて更に一步大きく進み始めました。活動をより持続可能なものとしていくために、一般社団法人work with Prideを設立し、事務局機能を認定NPO法人グッド・エイジング・エールズから移行するとともに、20社の参画企業の皆さんと実行委員会を組成して、様々な企画を推進しています。

新運営体制になって早々の大きなアクションは、「G7広島サミット及びG7大臣会合においてLGBTQ+に関する取組みを議題にすること等の要望書」の提出でした。日本がG7を広島でホストする今年、2月1日(水)の衆議院予算委員会の答弁にて岸田文雄首相が、同性婚の法制化は「家族観や価値観、社会が変わってしまう課題」と発言。さらに、その2日後、荒井勝喜元首相秘書官が性的マイノリティについて「隣に住んでいたら嫌。見るもの嫌だ」と述べたことが社会的に問題となりました。これらの差別発言を受けて、work with Prideは公益社団法人Marriage For All Japan -結婚の自由をすべての人に、一般社団法人LGBT法連合会とともに呼びかけ団体となり、実行委員会参画企業を含む各業界を代表する企業の経

営者などの呼びかけ人が加わり、G7を機に日本におけるLGBTQ+関連の法整備を進めて欲しい旨を綴った要望書を発表。2月17日(金)には小倉将信男女共同参画大臣宛の要望書を和田義昭副大臣に、5月17日(水)には岸田文雄首相宛の要望書を森まさこ内閣総理大臣補佐官(女性活躍及びLGBT理解増進担当)に提出しています。

二つ目のアクションは、4月22日(土)・23日(日)。3年ぶりのリアル開催だった昨年に続き、コロナ禍を経て二回目となる代々木公園での『東京レインボープライド2023:プライドパレード&プライドフェスティバル』に、work with Pride 2023 実行委員会として参加しました。イベント全体の今年のテーマ「変わるまで、続ける」に呼応し、『VOICES for CHANGE』をテーマに掲げ、公園内の出展ブースでは、来場いただいた皆さまに、LGBTQ+や性の多様性に関することで職場や社会に対して望むこと、変えたいことを、メッセージにして書いていただきました。また、23日(日)に実施されたプライドパレードには、work with Prideとして初めて、フロートを出走。実行委員会参画企業の社員の方々とカラフルな風船などでトラックを装飾して、パレード参加者の皆さまには手描きのメッセージボードを準備いただきました。フロートには参画企業で働きながらプライベートではDJとして活躍する社員さんが乗り、プライドアンセムと呼ばれるヒット曲をプレイ。新宿二丁目発のドラッグクイーンのディーヴァユニット「八方不美人」から、エスラルダさん、ちあきほいみさん、のお二人がフロートに搭乗して、パレード参加者を盛り上げてくださいました。とびきりの笑顔が、公

目次	work with Pride／PRIDE指標について	4
	PRIDE指標2023／レインボー認定 全文	6
	PRIDE指標2023 総評	12
	認定企業・団体一覧	16
	レインボー認定	24
	PRIDE指標2023 アンケート結果レポート	26

園に、まちに、たくさん溢れていました。ご協力いただいた方々、ご参加いただいた方々、ありがとうございました！

そして、毎年的一大イベントである「work with Pride 2023」カンファレンスについては、本日11月7日(火)に、昨年と同じ経団連会館・国際会議場にて開催することとなりました。実行委員会のみなさんとの対話と議論の結果、「企業から変える」というテーマはwork with Prideが継続して掲げるものとし、サブテーマとして「いまこそ、ポジティブな声の可視化を」を添えることとしました。LGBT理解増進法の成立・施行、性同一性障害特例法における生殖不能化要件への違憲判決、全国5地域で展開されている同性婚訴訟のうち4つの地方裁判所において違憲判決が出たことなど、日本のLGBTQ+にとって大きな転換点となる出来事が続く中ではありますが、日常生活やSNS上においてはネガティブな声により広がっている状態。なかなか可視化されないポジティブな声を企業が率先して広げていこう、という思いと意志を込めています。

今年7月にカミングアウトされた與真司郎さんによるキーノート、群馬大学准教授の高井ゆと里さんによる基調講演「トランスジェンダーについて知っておくべきこと」、企業経営者アライネットワーク「Pride 1000」の立ち上げ、職場で使えるアライグッズの展開、二つのパネルセッションなど、ぜひ、学びを広げていただければと思っております。

8年目を迎える「PRIDE指標」については、「PRIDE指標 2023」の応募社数が398社、グループ／複数社連名応募を含めた、応募総数は834社となりました。

今年から審査料が有料となったにも関わらず、昨年とほぼ同等の応募数であったことに、ほっと胸をなでおろすと共に、多くの企業・団体などの皆さんに継続して取り組みを推進いただけていることに、一人のLGBTQ+の当事者として、心から感謝をお伝えしたいと思います。本当に、ありがとうございます。

「ゴールド」認定された企業・団体のなかでも、LGBTQ差別禁止法、同性婚法制化、性同一性障害特例法の要件緩和(今年新設)のいずれかに賛同表明し、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、新設の一昨年は10社、昨年は14社に対して、今年は31社が応募くださり21社が確定しました。セクターを超えた更なる協働と結果に期待するとともに、丁寧な審査・検討をいただきました4名の専門家・評価委員の方々にも、この場をお借りして御礼申し上げます。

新しい運営組織体制となったwork with Prideでは、2024年度の実行委員会に参画いただける企業さまも募集開始いたします。ぜひ、仲間となって、ダイバーシティ・エクイティ・インクルージョンの輪を、一緒に広げていただけますと幸いです。引き続き、どうぞよろしく申し上げます。

一般社団法人work with Pride 代表
認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ 代表
(※現在、事務局引継ぎ中)
松中 権

work with Prideとは

「PRIDE指標」を策定した一般社団法人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はじまりました。

その後、任意団体として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にて活動を進めてまいりました。

現在は、2023年に法人化し、一般社団法人work with Prideを設立し、企画・運営を行なっています。

- 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 2022
カンファレンス
トークセッション

work with Pride 2022
カンファレンス
調査発表

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、work with Prideカンファレンスを開催しています。

「PRIDE指標」とは

2016年に策定した日本で初めてとなる、LGBTQ+に関する企業・団体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



work with Pride 2022
カンファレンス
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work with Prideカンファレンス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。

「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/>

PRIDE指標 2023

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(以下LGBTQ+)、およびSOGI^{注2}に関する方針を明文化し、インターネット等で社外に広く公開していますか。該当する方針が掲載されている自社のWEBサイトのURLをご記入ください。

※グループとして方針を定め、グループ全体のWEBサイト等でのみ方針が公開されている場合、グループ各社それぞれの自社WEBサイト内にグループ方針が確認できるリンクがあることを必須とします。(リンク先が掲載されている自社のURLをご記入ください。)

評価項目(以下1～9の間で4つ以上該当で1点)

- (1) 会社としてLGBTQ+、またはSOGIに関する方針(差別禁止等)を明文化し、インターネット等で社外に向けて広く公開している。
- (2) 方針に性的指向^{注3}・性自認^{注4}という言葉が含まれている。
- (3) 方針に性表現という言葉が含まれている。
- (4) 従業員に対する姿勢として方針を定め、社外に向けて公開している。
- (5) 従業員に求める行動として方針を定め、社外に向けて公開している。
- (6) 学生や求職者に対する採用の姿勢として方針を定め、社外に向けて公開している。
- (7) お客様・取引先に対する姿勢として方針を定め、社外に向けて公開している。
- (8) 取引先に求める行動として方針を定め、社外に向けて公開している。(調達コード等)
- (9) 経営層からのメッセージとして、社外に向けて公開している。

★取り組みのポイント

- 方針については、LGBTQ+、またはSOGIに関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。
- 学生や求職者等、誰でも方針を知ることができるよう、自社の方針が各社のWEBサイト等で公開されていて、確認できることが大切である。
- 経営層によるメッセージ発信は、社外だけでなく、社内の意識変化にも有効だと考えられる。

2.〈Representation: 当事者コミュニティ〉評価指標

LGBTQ+当事者・アライ(Ally、支援者)^{注5}に限らず、従業員がLGBTQ+やSOGIに関する意見や要望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6}、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1～6のうちで3つ以上該当で1点)

- (1) LGBTQ+やSOGIに関する意見交換等ができる社内のコミュニティがある。
- (2) 従業員が主体となってLGBTQ+やSOGIに関する活動ができる社内のコミュニティがある。(ERG(Employee Resource Group)等)

- (3) アライを増やす、もしくは顕在化するための取り組みを研修以外で実施している。(アライであることを表明することの推奨等)。
- (4) 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ように明示された窓口を設け、社内に向けて公開している。
- (5) 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LGBTQ+当事者従業員の存在や、意見・要望等をプライバシーに配慮した形で把握できるようにしている。
- (6) 自社グループ以外の他企業との共同コミュニティに参加している。(業界横断のコミュニティや異業種ネットワーク等)

★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(2022年1月1日～2023年12月31日)に、従業員に対して、LGBTQ+やSOGI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1～11のうち5つ以上、および12～16のうち2つ以上該当で1点)

●研修(以下11項目のうち、5つ以上)

- (1) 全従業員を対象とした研修。
- (2) 面接官やリクルーター、採用担当者を対象とした研修。
- (3) 人事担当者を対象とした研修。
- (4) 管理職を対象とした研修。
- (5) 経営層を対象とした研修。
- (6) 新入社員や中途雇用社員への雇用時の研修。
- (7) 研修には、カミングアウトを受けた際の対応が含まれている。
- (8) 研修には、SOGIハラ(SOGIに関するハラスメント)の内容が含まれている。
- (9) 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。
- (10) 研修には、ノンバイナリー、アセクシュアル、インターセックス等、LGBT以外の多様な性についての内容が含まれている。
- (11) 研修後アンケートを取るなど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(以下5項目のうち、2つ以上)

- (12) イントラネット、メールマガジン、社内報等を活用した定期的(年2回以上)な社内に向けたLGBTQ+、SOGIについての理解を促進する情報発信。

- (13) ハンドブックやステッカー、ネックストラップ等、LGBTQ+、SOGIについての理解を促進するグッズの社内配布。
- (14) LGBTQ+やSOGIに関する理解を促進する啓発期間や、啓発日の設定。(プライド月間、スピリットデイ等)
- (15) 研修以外で従業員が参加や利用が可能な企画の実施。(映画上映会やゲストを招いたトークイベント、LGBTQ+やSOGIに関する書籍の設置等。)
- (16) 従業員の家族やパートナーが参加できるLGBTQ+やSOGIに関するイベントの実施。

★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様々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。
- 研修は一度だけではなく、定期的に継続して実施することが望ましい。

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、戸籍上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、社内に向けて公開していますか。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やノンバイナリーの従業員に以下のような制度を導入し、社内に向けて公開していますか。

- A. 本人が希望する性別を選択できる。(社員証、健康診断、通称名等)
- 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. 男性用・女性用に限定され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1~7のうち3つ以上、および8~15のうち4つ以上、16~21のうち3つ以上該当で1点)

● 戸籍上の同性パートナーがいる従業員向けの制度等が存在する。(以下7項目のうち、3つ以上)

※ 社内に向けて公開し周知していることが必須となります。また、戸籍上の異性パートナーがいる従業員と同様に適用される場合、該当とする。(国の制度上、企業独自で適用できない制度は除く。)

- (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。

- (6) 社外の福利厚生サービスに働きかけ、戸籍上の同性パートナーも利用することができるようになっている。
- (7) 戸籍上の同性パートナーの子どもを従業員の子どものように扱う制度がある(ファミリーシップ制度等)

● トランスジェンダー・ノンバイナリーの従業員向けの制度等が存在する。(以下8項目のうち、4つ以上)

※ 社内に向けて公開し、周知していることが必須となります。

- (8) 本人が希望する性別を選択できる(社員証、健康診断、更衣室等)。
- (9) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。
- (10) 性別移行や戸籍変更の相談対応や社内手続きに関するガイドラインがある。
- (11) 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。
- (12) 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)。
- (13) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。
- (14) 男性用・女性用に限定されず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備。
- (15) 社外の福利厚生サービスへ働きかけ、従業員本人の希望する性別で利用することができるようになっている。

● 制度全般(以下6項目のうち、3つ以上)

- (16) 社内を導入している制度やプログラム等について、社外に向けて公開している。
- (17) 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。
- (18) 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。
- (19) 本人の希望に応じて、出張や社員旅行等で宿泊時の居室、社宅や寮に配慮ができる仕組みが社内にある。
- (20) 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。
- (21) トランスジェンダーやノンバイナリ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する仕組みが社内にある。

★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+やSOGIに関する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。

評価項目（以下1～10のうち3つ以上該当で1点）

- (1) LGBTQ+やSOGIに関する社会の理解を促進するための社外の人も参加可能なイベントの主催、共催。
- (2) LGBTQ+やSOGIに関する社会の理解を促進するための活動への協賛、出展。（LGBTQ+に関するパレード、イベント、映画等のコンテンツやコミュニティスペース等）
- (3) LGBTQ+やSOGIに関する社会の理解を促進するために活動している団体への寄付や助成金による支援。
- (4) LGBTQ+学生、および求職者向けの就職説明会、セミナー、イベント等の主催、共催、協賛。
- (5) 社外で開催される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。
- (6) 自社所属業界における他社、および業界全体へのLGBTQ+やSOGIについての働きかけや活動。
- (7) 子どもや若者に向けたLGBTQ+やSOGIに関する理解促進のための活動支援（学校での出前授業や教材提供等）。
- (8) 婚姻の平等を実現する法制度の実現（Business for Marriage Equality）への法人としての賛同。
- (9) 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）への法人としての賛同。
- (10) 性同一性障害特例法の要件緩和の実現（トランスジェンダーが法的な性別を望む性に変更するための法律（性同一性障害特例法）の要件緩和の議論を進めることへの法人としての賛同／Business Support for Transgender Law Reform Discussion）への法人としての賛同。

★取り組みのポイント

- 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。（社内の取り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。）
- 企業によるLGBTQ+に関する法整備を求める意志表明は、法整備の推進に非常に重要と言える。（日本のLGBTQ+に関する法整備は、結婚の平等を実現する法律、差別禁止を謳う法律、トランスジェンダー関連の法律の3つの分野において遅れていると言える。日本は、OECD諸国のうち、LGBTQ+に関する法整備状況を比べると、35ヶ国中34位となっている。（2019年OECD調べ）

注釈：

1. **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)、クィア/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。
2. **SOGI** (ソジ)：Sexual Orientation (性的指向) and Gender Identity (性自認) の頭文字。
3. **性的指向**：同性愛、両性愛、異性愛など、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。
4. **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。
5. **アライ**：LGBTQ+を積極的に支援し、行動する人のこと。
6. **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へ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）
- (3) 性同一性障害特例法の要件緩和の実現（トランスジェンダーが法的な性別を望む性に変更するための法律（性同一性障害特例法）の要件緩和の議論を進めることへの法人としての賛同／Business Support for Transgender Law Reform Discussion）への法人としての賛同。

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。

- (1) 取り組みの名称
- (2) 取り組む課題
- (3) 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。
- (4) 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。
- (5) 今後の発展計画（課題と対応策も含む）をご記入ください。
- (6) 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2023 総評

本年で8回目となる『PRIDE指標2023』は、今年度から審査料を有料化し、さらなる取り組みの領域を広げていただくため、昨年度から各指標の項目内容、および加点について見直しを行いました。

各指標については、昨年同様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2023年1月1日～2023年12月31日における取り組みを評価し、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2023』の応募数としては、398社の企業・団体および自治体からご応募をいただき、グループ内の法人全社による応募のグループ応募、またはグループ内の複数社による応募となるグループ・ホールディングス内複数社連名応募（以下グループ・複数社連名）を含めると、今年度は総計834社からご

募をいただきました。

昨年度と比較すると応募数は、昨年の402社から4社減少となりましたが、昨年はほぼ同割合とな99%となり、グループ・複数社連名応募含める応募総数は、昨年度の842社から8社の減少となりましたが、こちらもほぼ同割合となる昨年比99%という結果となりました。

また、グループ、または複数社連名による応募は398社の内73社から応募をいただき、応募全体に占める割合は、昨年の19%から1%減少し18%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326社（グループ・複数社連名応募含む合計705社）、シルバーが56社（グループ・複数社連名応募含む合計85社）、ブロンズが15社（グループ・複数社連名応募含む合計43社）、認定無しが1社という結果となりました。

今年度は昨年度から各指標の評価項目の内容と加点方法を見直しましたが、ゴールド認定の応募全体に占める割合は、グループ・複数社連名応募を含め

ない応募単位では82%、シルバー認定は14%、ブロンズ認定は4%となり、昨年と比較しゴールドで3%、シルバーで1%割合が増加し、ブロンズが3%割合が低下するという結果となりました。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85%となり、応募単位での比率より3%増加し、シルバー認定は4%下がり全体の10%、ブロンズ認定は1%増加の5%という割合となりました。

応募法人の規模については、応募数398の内、大企業（従業員数301人以上）が312社、中小企業（同300人以下）が86社でした。それぞれ全体に占める割合は大企業が78%（昨年度73%）、中小企業が22%（昨年度27%）となり、昨年度は中小企業の割合が大きく増えた年となりましたが、今年度は大企業の比率が昨年度から5%増え、中小企業は昨年の10%増から5%減少という結果となり、今年度は大企業、中小企業のそれぞれの割合は2021年と2022年のちょうど中間値という結果となりました。

またグループ・複数社連名応募を含めた大企業の比率は60%、中小企業は40%となり、こちらも大企業での割合が昨年より増加し、中小企業の割合が4%低下するという結果となりました。

こちらの数字より昨年より中小企業の割合は下がったものの、一昨年より高い割合で推移しており、引き続き中小企業での取り組みが推進されていることが推測され、またグループ全体、またはグループ内で取り組みを広げ、進めていただくことで、グループ内の企業規模問わずに取り組みや活動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103社（グループ・複数社連名応募含む合計174社）／全体割合：26%（グループ・複数社連名応募含む合計割合：21%）となり、昨年より製造業の応募全体に占める割合は2%（複数社連名応募含む割合では1%）の増加となりました。続いて情報通信業58社（グループ・複数社連名応募含む113社）／全体割合：14%（グループ・複数社連名応募含む合計割合：14%）、金融・保険業52社（グ

図1 ■ 各認定の割合の遷移（2020年～2023年）

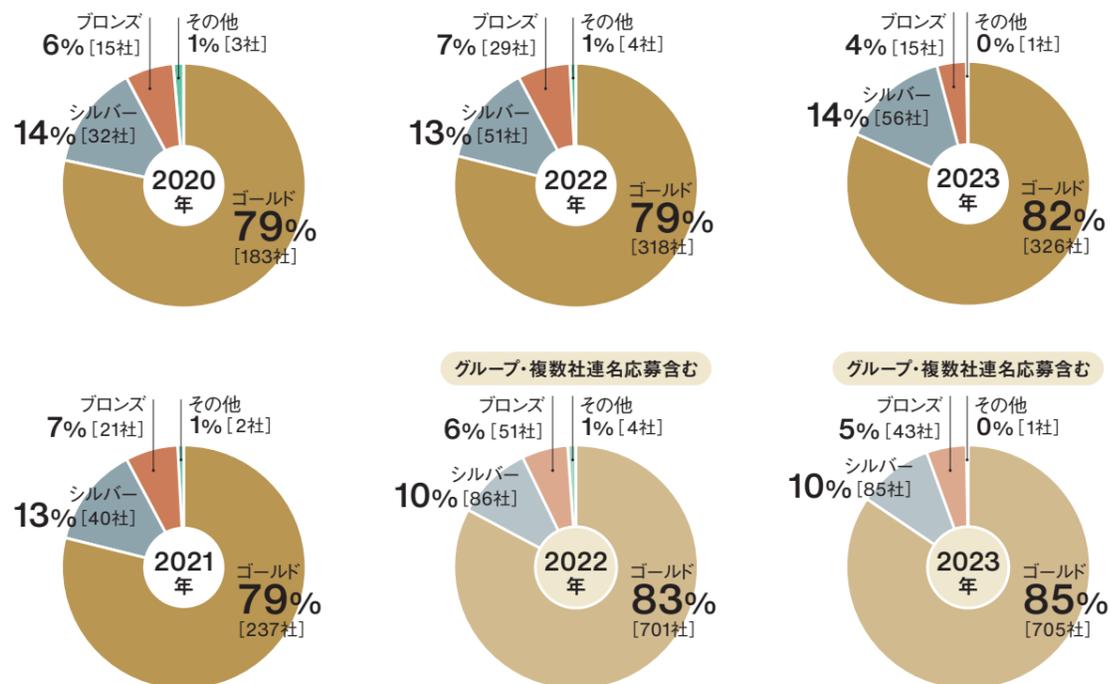
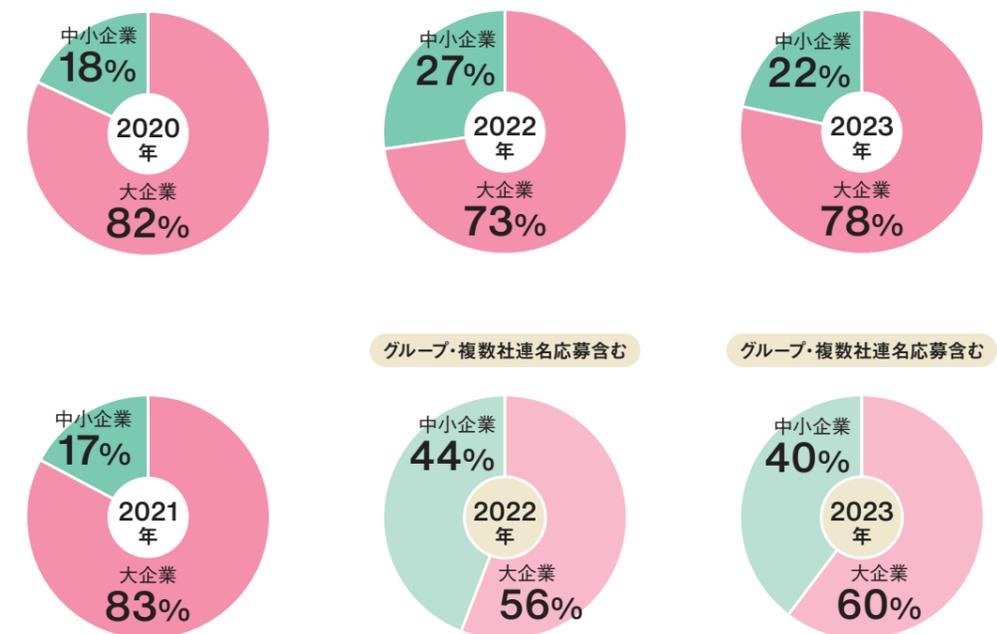


図2 ■ 応募企業・団体の企業・団体規模内訳（2020年～2023年）



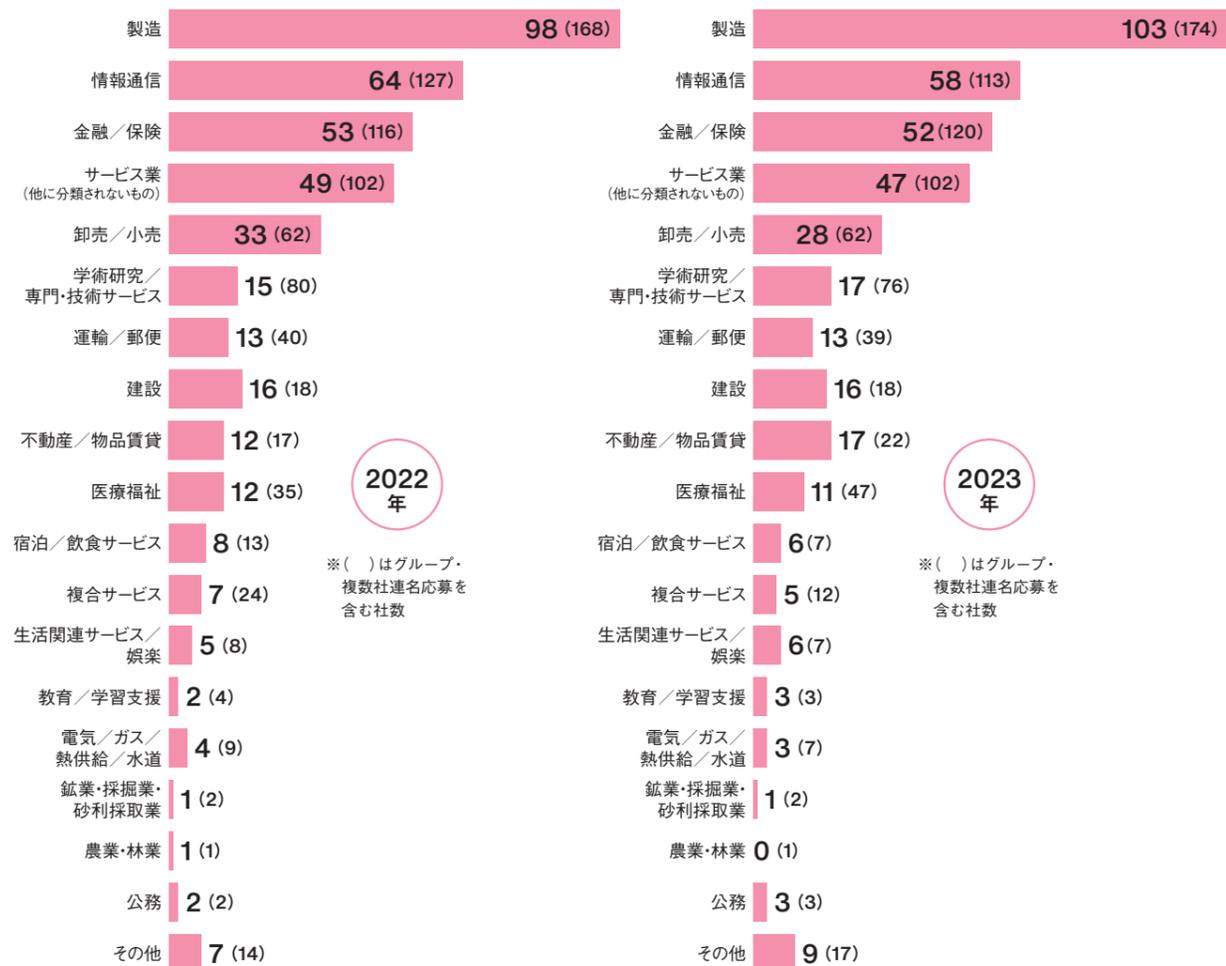
グループ・複数社連名応募含む合計：120社）／全体割合：13%
（グループ・複数社連名応募含む合計割合：14%）となりました。

応募全体の5つの指標、それぞれの得点率は、① Policy 行動宣言は99.0%（昨年比+0.7%）、② Representation 当事者コミュニティが99.5%（昨年比+1.5%）、③ Inspiration 啓発活動が99.0%（昨年と同スコア）、④ Development 人事制度・プログラムが87.4%（昨年比+1.6%）、⑤ Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動が、92.5%（昨年比+4.4%）となりました。昨年度と比べ、全ての指標において、得点率が上昇した形となり、特に⑤ Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動の得点率が昨年比+4.4%と大

きく増加しました。得点率の増加については、今年度各指標において昨年より評価項目が増え、各法人で進めることができる取り組みや活動が増え、該当する取り組みが多くなったことから、こちらの指標の得点率の増加につながったと考えられます。

各指標の項目チェック・該当数の平均値についても、昨年より評価項目数が多くなったことで、全ての項目において増加となり、特に④ Development 人事制度・プログラムの平均値が昨年の11.2から13.4と2.2ポイントの増加となりました。また最も増加率が少なかったのは① Policy 行動宣言の0.3%増という結果でした。指標内最多の5項目の評価項目

図3 ■ 応募企業・団体の業種別内訳（2022年～2023年）



が増えた⑤ Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動については、増えた項目数ほどの該当数の伸びはなく、平均値は昨年と比べ1.5ポイントの増加となりました。

中央値については、① Policy 行動宣言、③ Inspiration 啓発活動については昨年と同値となり変わらず、④ Development 人事制度・プログラムが昨年に比べ2ポイント増となり、ポイントが最も増えた指標となりました。② Representation 当事者コミュニティ、⑤ Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動については、昨年よりそれぞれ1ポイントの増加という結果となりました。

今年度は各指標での項目数の増加に伴い、平均値

は全ての指標において増加、中央値は3つの指標において増加という結果となりましたが、今年度、全ての指標で評価項目が増えた中、③ Inspiration 啓発活動、⑤ Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動については増えた評価項目数（③ Inspiration 啓発活動は2項目増、⑤ Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動は5項目増）と比較し、ポイントの増加が少なかった指標となりました。

応募全体としては、各指標で評価項目が増え、取り組みが進み、全体的にチェック・該当数が増え、スコアアップにつながっていると推測されます。

今後各項目で、さらに取り組みを進めていただけることを期待します。

図4 ■ 各指標における得点企業の割合（2022年～2023年）

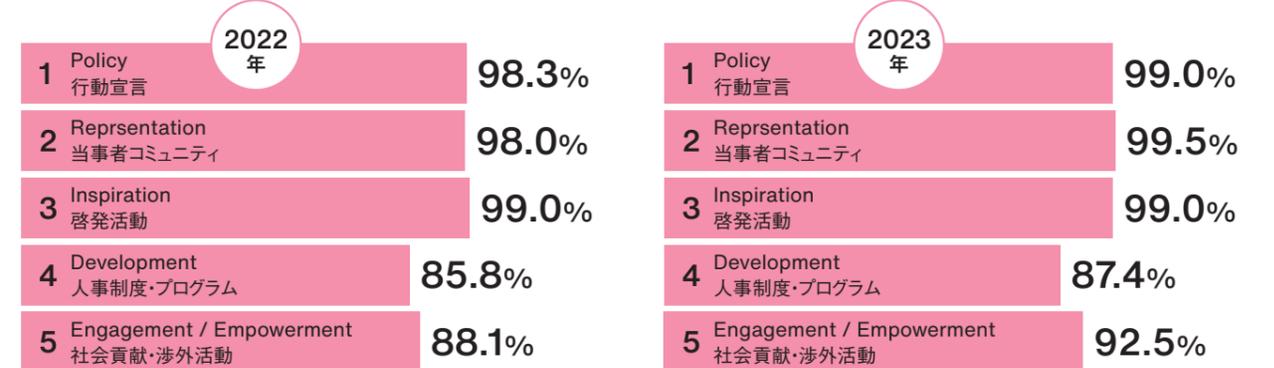


図5 ■ ベンチマーク（2022年～2023年）

指標	2022年					2023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	0	6.2	6.0	9	9	0	6.5	6.0
2 Representation 当事者コミュニティ	4	4	0	2.9	3.0	6	6	0	4.3	4.0
3 Inspiration 啓発活動	14	14	4	10.6	11.0	16	16	2	11.5	11.0
4 Development 人事制度・プログラム	18	18	0	11.2	12.0	21	21	0	13.4	14.0
5 Engagement / Empowerment 社会貢献・渉外活動	5	5	0	2.6	3.0	10	10	0	4.1	4.0

認定企業・団体一覧

応募数:398社(うちグループ/複数社連名応募73社)
 グループ/複数社連名応募数:509社
 応募総数:834社



ゴールド [5点満点獲得]

326社(うちグループ/複数社連名応募63社)
 グループ/複数社連名:442社
 ゴールド認定合計:705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

株式会社NTTファシリティーズ
 株式会社大林組
 株式会社スエヒロ工業
 住友林業株式会社
 積水ハウス株式会社
 大東建託株式会社
 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
 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
 アッヴィ合同会社
 出光興産株式会社
 株式会社イトーキ
 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
 オムロン株式会社
 オルガンロン株式会社
 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
 ギリアド・サイエンシズ株式会社

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*
 倉敷紡績株式会社
 KMバイオロジクス株式会社
 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*
 株式会社JVCケンウッド
 シスメックス株式会社
 ジョンソン・エンド・ジョンソン 日本法人グループ*
 株式会社SUBARU
 住友ゴム工業株式会社
 住友重機械工業株式会社
 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・太陽株式会社
 ソニーグループ株式会社
 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
 ソニーストレージメディア マニュ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
 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
 チェリオグループ*
 中外製薬グループ*
 帝人株式会社*
 株式会社デンソー
 東洋インキSCホールディングス株式会社*
 TOTO株式会社
 TOPPANホールディングス株式会社
 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
 日本オーチス・エレベータ株式会社
 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*
 株式会社日立製作所
 株式会社ファンケル*
 富士通株式会社
 ブリストル・マイヤーズ スクイブ株式会社
 株式会社ブリヂストン
 北海道コカ・コーラグループ*
 Hondaグループ*
 マイクロンテクノロジーグループ*

認定企業・団体一覧

三菱ケミカル株式会社
 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*
 村田機械株式会社*
 株式会社明治
 Meiji Seikaファルマ株式会社
 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
 ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス合同会社*
 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

株式会社JERA
 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
 株式会社インタースペース
 ヴィエムウェア株式会社
 エクイニクス・ジャパン株式会社
 SAPジャパン株式会社
 エス・エー・エス株式会社
 SCSK株式会社
 NI+Cグループ*
 エヌ・ティ・ティ・アドバンステクノロジー株式会社
 エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社
 エヌ・ティ・ティ・コムウェア株式会社
 株式会社NTTデータ関西

NECソリューションイノベータ株式会社
 NTTクラリティ株式会社
 株式会社NTTデータグループ*
 NTTテクノクロス株式会社
 株式会社NTTドコモ*
 NTT東日本グループ*
 OTNet株式会社
 沖縄セルラー電話株式会社
 株式会社CARTA HOLDINGS
 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
 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
 ソフトバンク株式会社
 株式会社ティーガイア
 株式会社電通グループ
 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
 日本オラクル株式会社
 日本テレビ放送網株式会社
 日本電信電話株式会社
 日本ビューレット・パッカード合同会社
 ネットアップ合同会社
 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
 株式会社日立ソリューションズ・クリエイト
 BIPROGY株式会社
 ブルームバーグ・エル・ピー
 BASE株式会社
 株式会社ペンシル
 Moon Creative Lab Inc.

株式会社USEN-NEXT HOLDINGS
 LINEヤフー株式会社

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

卸売業/小売業

株式会社アダストリア
 株式会社エル・ローズ
 カーギルジャパン合同会社
 ギャップジャパン株式会社
 株式会社サンゲツ
 株式会社ジャパンネットワークグループ
 住友商事株式会社
 株式会社ZOZO
 ソニーコンシューマーセールス株式会社
 ソニーマーケティング株式会社
 株式会社トレセンテ
 株式会社ドン・キホーテ
 ハイッツ日本株式会社
 合同会社PVHジャパン
 株式会社ファミリーマート
 株式会社富士薬品
 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
株式会社ローソン

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・ホールディングス・ジャパン株式会社*
アフラック生命保険株式会社
アメリカン・エクスプレス*
R&Cグループ*
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フィナンシャルサービス株式会社
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
株式会社SBI新生銀行*
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
株式会社コンコルディア・フィナンシャルグループ*
ザ・ゴールドマン・サックス・グループ・インク
J.P.モルガン*
シティ・ジャパン*
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
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株式会社
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
野村バブコックアンドブラウン株式会社
野村フィデューシャリー・リサーチ&コンサルティング株式会社
野村ホールディングス株式会社
フィデリティ・インターナショナル*
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*
三井住友海上あいおい生命保険株式会社
三井住友信託銀行株式会社
株式会社三井住友フィナンシャルグループ*
三井住友海上火災保険株式会社
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証券株式会社*
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

イオンモール株式会社
WeWork Japan合同会社
エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社
NTTアーバンバリューサポート株式会社
NTTアーバンソリューションズ株式会社
大東建託パートナーズ株式会社
大東建託リーシング株式会社
東急不動産株式会社
株式会社のうか不動産
野村不動産ホールディングス株式会社*

野村プロパティーズ株式会社
ハウスコム株式会社
株式会社プリンセススクウェア

学術研究／専門・技術サービス業

アバナード株式会社
EY Japan*
弁護士法人大江橋法律事務所
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
デロイトトーマツグループ*
長島・大野・常松法律事務所
西村あさひ法律事務所・外国法共同事業
PwC Japanグループ*
ベーカー&マッケンジー法律事務所(外国法共同事業)
ボ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
森・濱田松本法律事務所*
モリソン・フォースター外国法事務
弁護士事務所(外国法共同事業)
モリソン・フォースター法律事務所
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
株式会社LEOC

生活関連サービス業／娯楽業

株式会社ダイナム
野村不動産ライフ&スポーツ株式会社
合同会社ユー・エス・ジェイ
株式会社遊楽

株式会社ルネサンス

教育／学習支援業

国立大学法人筑波大学
学校法人早稲田大学

医療／福祉

社会医療法人 敬和会
学校法人順天堂
戸田中央メディカルケアグループ(TMG)*
株式会社ベネッセスタイルケア
株式会社more
社会福祉法人四ツ葉会

複合サービス事業

株式会社アカルク
ソニーピーシーエル株式会社
株式会社電通
日本郵便株式会社
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)

アルティウスリンク株式会社
株式会社アワーズ
Uber Japan株式会社
AIサポートグループ*
株式会社エージェント
株式会社NTTExCパートナー
エヌ・ティ・ティ・データ・マネジメント・サービス株式会社
株式会社エヌ・ティ・ティ・ビジネスアソシエ東日本
株式会社ジェイエイシー
リクルートメント
シスコシステムズ合同会社
株式会社ジャルパック
株式会社セプテーニ・ホールディングス*
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

ソニーピープルソリュ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
株式会社電通デジタル
株式会社電通PRコンサルティング
株式会社東急コミュニティー
東京弁護士会
南海グリーンサポート株式会社
株式会社Nijiリクルーティング
日本郵政株式会社
日本アイ・ビー・エム株式会社
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
パーソルダイバース株式会社
バルクホールディングスグループ*
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
有限会社フレッシュフィールズ
株式会社ベルシステム24
ホールディングス*
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イング
Ridgelinez株式会社
株式会社Waris

公務(他に分類されるものを除く)

岡崎市
国立市

その他

アシストグループ*
アンダーソン・毛利・友常
法律事務所 外国法共同事業
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

〈グループ／複数社連名応募〉ゴールド認定 企業・団体

■アークレイ株式会社／アークレイマーケティング株式会社／株式会社アークレイファクトリー／アークレイインフィニティ株式会社

■R&Cグループ(R&C株式会社／株式会社ダイバースパートナーズ／ジェニュイン・パートナーズ株式会社／株式会社コレクティブパートナーズ)

■アクサ・ホールディングス・ジャパン株式会社／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

■アシストグループ(株式会社アシストHOLDINGS／株式会社アシスト)

■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サポートグループ(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／株式会社コンタクトサポート／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／株式会社エア・ジャパン／ANAウイングス株式会社／panda・Flight・Academy株式会社／Peach・Aviation株式会社／ANAエアポートサービス株式会社／ANA成田エアポートサービス株式会社／ANA新千歳空港株式会社／ANA中部空港株式会社／ANA関西空港株式会社／ANA大阪空港株式会社／ANA福岡空港株式会社／ANA沖縄空港株式会社／株式会社ANAエアサービス福島／株式会社ANAエアサービス松山／ANAエアサービス佐賀／全日空モーターサービス株式会社／ANAエアロサプライシステム株式会社／ANAペーメンテナンステクニクス株式会社／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ライメンテナンステクニクス株式会社／ANAあきんど株式会社／ANA X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／ANAシステムズ株式会社／株式会社OCS／ANAテレマート株式会社／株式会社 ANA Cargo／株式会社ANAケータリングサービス／全日空商事株式会社／ANASカイビルサービス株式会社／ANAファシリティーズ株式会社／ANA総合研究所／ANAビジネスソリューション株式会社／ANAウイングフェローズ・ヴィ王子株式会社／MRO Japan株式会社

■江崎グリコ株式会社／グリコマニュファクチャリングジャパン株式会社／グリコチャネルクリエイティブ株式会社／グリコ栄養食品株式会社

■株式会社SBI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

■NI+Cグループ(日本情報通信株式会社／エヌアイシー・ソフト株式会社／エヌアイシー・ネットシステム株式会社／エヌアイシー・パートナーズ株式会社)

■株式会社NTTデータグループ／株式会社NTTデータ／株式会社NTT DATA, Inc.

■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

■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-関西圏／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)

■MSD(MSD株式会社／日本MSD合同会社)

■LVMHグループ(LVMH モエ ヘネシー・ルイ ヴイトン・ジャパン株式会社／ケラン株式会社／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・ディオール合同会社／マーク ジェイコブス 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／モワナ合同会社／リモワ 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／沖縄ディーエフエス株式会社／Buly Japan株式会社／Repossi Japan 株式会社)

■川崎重工工業株式会社／川崎車両株式会社／カワサキモーターズ株式会社

■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／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／サンプロコ株式会社／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

■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／株式会社バルコスパーシステムズ

■J. P.モルガン(JPモルガン証券株式会社／JPモルガン・チェース銀行 東京支店／JPモルガン・アセット・マネジメント株式会社／JPモルガン・マンサール投信株式会社)

■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)

■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

■株式会社セブテニー・ホールディングス／Septeni Japan株式会社／株式会社セブテニー／MANGO株式会社／株式会社アルファブル／株式会社セブテニー・クロスケット／コミックス・スマート株式会社／株式会社 人的資産研究所／株式会社ハイスコア／LIVAND株式会社／PERF株式会社／Qzila株式会社／Septeni Ad Creative株式会社／株式会社サインコサイン／株式会社ビビビット／Septeni Global合同会社／株式会社デライトチューブ／株式会社TowaStela／gooddo株式会社／トライコン株式会社／株式会社FLINTERS BASE／株式会社FLINTERS／株式会社セブテニー・データ・ソリューションズ／ミロコ株式会社／株式会社3RD GEAR／株式会社セブテニー・インキュベート

■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)

■中外製薬グループ(中外製薬株式会社／株式会社中外医学研究所／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ズ株式会社)

■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 グループ合同会社／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 リスクア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／デロイト トーマツ LHit データビジュナリー株式会社／株式会社ウェブレッज／株式会社エスピー・アイ／SPIインタラクティブ株式会社／シンブ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・マウ合同会社／デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザリー合同会社／デロイト トーマツ人材機構株式会社／デロイト トーマツ 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 トーマツ弁理士法人／デロイト トーマツ GTB株式会社／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 スペース アンド セキュリティ合同会社／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／一般財団法人デロイト トーマツ ウェルビーイング財団)

■東京電力ホールディングス株式会社／東京電力パワーグリッド株式会社／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／東洋インキ株式会社／トヨーケム株式会社／トヨーカラー株式会社／東洋ビジュアルソリューションズ株式会社

■戸田中央メディカルケアグループ(TMG)(一般社団法人TMG本部／医療法人社団東光会／医療法人社団武蔵野会／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)

■株式会社トリドールホールディングス／株式会社丸亀製麺

■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マーケティングアクトProCX／株式会社NTTフィールドテクノ／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／テルヴェル西日本株式会社／株式会社NTT西日本セルセント／NTTビジネスソリューションズMCS／株式会社地域創生Co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／株式会社Actibaseふくい

■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

■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

■バルクホールディングスグループ(株式会社バルク／株式会社サイバージムジャパン／株式会社CEL／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アドバイザリー合同会社／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総合研究所合同会社／PwCビジネスソリューション合同会社)

■株式会社ファンケル／株式会社アデニア

■フィデリティ・インターナショナル(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)

■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

■北海道コカ・コーラグループ(北海道コカ・コーラボリング株式会社／北海道コカ・コーラリテール&ベンディング株式会社／北海道コカ・コーラプロダクツ株式会社／幸楽輪送株式会社／北海道サービス株式会社)

■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)

■マイクロンテクノロジーグループ(マイクロンメモリ ジャパン株式会社／マイクロン ジャパン株式会社)

■株式会社 丸井グループ／株式会社エゴスカード／株式会社丸井／株式会社エムアンドシーシステム／株式会社マルイファンリティーズ／株式会社ムービング／株式会社エムアールアイ債権回収／株式会社エイムクリエイツ／株式会社マルイホームサービス／株式会社エゴス少額短期保険／tsumiki証券株式会社／D2C&Co.株式会社／株式会社okos／株式会社マルイキットセンター

■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／みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社

■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／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／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／三井住友トラスト総合サービス

■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日興証券株式会社／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／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／MUSビジネスサービス株式会社／MUS情報システム株式会社／三菱UFJニコス株式会社／三菱UFJインフォメーションテクノロジー株式会社

■三星グループ(三星毛糸株式会社／三星ケミカル株式会社)

■村田機械株式会社／ムラテックフロンティア株式会社／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

■森・濱田松本法律事務所／弁護士法人 森・濱田松本法律事務所

■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)

■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

■ユニリーバ・ジャパン・ホールディングス合同会社／ユニリーバ・ジャパン・カスタマーエンゲイティング株式会社／ユニリーバ・ジャパン株式会社／ユニリーバ・ジャパン・サービス株式会社



シルバー [4点獲得]

56社(うちグループ/複数社連名応募7社)
グループ/複数社連名:36社
シルバー認定合計:85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

鉱業/採掘業/砂利採取業

株式会社INPEX

建設業

エクシオグループ株式会社

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

高砂熱学工業株式会社

戸田建設株式会社

製造業

アステラス製薬株式会社

大塚製薬株式会社

小野薬品工業株式会社

オリンパス株式会社

加藤精工株式会社

株式会社クボタ

コスモエネルギーホールディングス株式会社*

サノフィ・ジャパングループ*

ソニーセミコンダクタ

マニファクチャリング株式会社

豊田合成株式会社

日本特殊陶業株式会社

マツダ株式会社

三井化学株式会社

三菱マテリアル株式会社

株式会社LIXIL

株式会社ロッテ

電気・ガス・熱供給・水道業

関西電力株式会社*

情報通信業

NTTコム エンジニアリング株式会社

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

運輸業/郵便業

SGホールディングスグループ*

西日本鉄道株式会社

日本郵船株式会社

マースクAS

卸売業/小売業

株式会社ゲオホールディングス

株式会社

DINOS CORPORATION

金融業/保険業

ウエリントン・マネージメント・
ジャパン・ピーティーイー・リミテッド

東京センチュリー株式会社

マッコーリー・キャピタル・
セキュリティーズ・ジャパン・リミテッド*

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

芙蓉総合リース株式会社

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)

教育/学習支援業

国立大学法人豊橋技術科学大学

医療/福祉

社会福祉法人同胞会
DOHOグループ

ひでまるファミリークリニック

ファイザー株式会社

株式会社ユカリア

サービス業(他に分類されないもの)

株式会社
アドバンテッジリスクマネジメント

ギネスワールドレコーズジャパン
株式会社

株式会社ソラスト

田中貴金属グループ*

トランスコスモス株式会社

株式会社博報堂*

株式会社ベネッセホールディングス

その他

ZenGroup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/佐川ビューモーナー株式会社/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フィルター株式会社/株式会社ヌーヴェルゴルフ倶楽部/佐川林業株式会社)

■関西電力株式会社/関西電力送配電株式会社

■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/コスモ石油プリカント株式会社/コスモビジネスアソシエイツ株式会社

■サノフィ・ジャパングループ(サノフィ株式会社/エスエス製薬株式会社)

■田中貴金属グループ(TANAKAホールディングス株式会社/田中貴金属工業株式会社/田中電子工業株式会社/EEJA株式会社/田中貴金属ジュエリー株式会社)

■株式会社博報堂/株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

■マッコーリー・キャピタル・セキュリティーズ・ジャパン・リミテッド/マッコーリーアセットマネジメント株式会社/マッコーリーアセットファイナンスジャパン株式会社/マッコーリー・ジャパン株式会社

work with Pride



ブロンズ [3点獲得]

15社(うちグループ/複数社連名応募3社)
グループ/複数社連名:31社
ブロンズ認定合計:43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

製造業

株式会社オカムラ

株式会社キッツ

株式会社GSユアサ

情報通信業

JCOM株式会社

株式会社スタジオディーン

卸売業/小売業

ロイヤルホームセンター株式会社

不動産業/物品賃貸業

野村不動産パートナーズ株式会社

宿泊業/飲食サービス

株式会社スープストックトーキョー

生活関連サービス業/娯楽業

b-monster株式会社

医療/福祉

平成医療福祉グループ*

サービス業(他に分類されないもの)

株式会社

ONODERA USER RUN

シーシーアイホールディングス
株式会社*

株式会社デジタルホールディングス*

公務

三条市

その他

株式会社カナエ

(グループ/複数社連名応募)ブロンズ認定企業・団体

■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

■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TM/株式会社オプトインキュベート/JOMYAKU株式会社/株式会社バンカブル

■平成医療福祉グループ(医療法人 平成博愛会/医療法人 松風会/医療法人社団 淡路平成会/医療法人社団 南淡千通会/医療法人社団 西宮回生病院/医療法人 康生会/医療法人 山口平成会/医療法人社団 大和会/医療法人 横浜平成会/医療法人 恵泉会/一般財団法人 岸和田農友協会/一般財団法人 多摩緑成会/社会福祉法人 せいざん福祉会/社会福祉法人 関西中央福祉会/社会福祉法人 道心会/社会福祉法人 兵庫福祉会/社会福祉法人 平成記念会/社会福祉法人 平成福祉会/社会福祉法人 和生福会/社会福祉法人 六心会/社会福祉法人 幸仁会)

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、2021年にスタートしました。

今年度は対象期間である2023年1月1日～2023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



2023年度「レインボー認定」

今年度の『レインボー認定』には31の企業・自治体からのご応募をいただき、結果21社の取り組みを『レインボー認定』と評価しました。

2023年度「レインボー認定」 企業・自治体

アクセンチュア株式会社
アヴイ合同会社
EY Japan
国立市
コカ・コーラシステム
セガサミーホールディングス株式会社
積水ハウス株式会社
デロイトトーマツグループ
株式会社電通グループ
東京弁護士会
日本アイ・ビー・エム株式会社
野村ホールディングス株式会社
P&Gジャパン
PwC Japan グループ
ブルームバーグ・エル・ピー
株式会社ペンシル
三井住友信託銀行株式会社
株式会社明治
株式会社物語コーポレーション
ランスタッド株式会社
株式会社ルネサンス

2023年度「レインボー認定」総評

自社・自団体のみならず、セクターを超えた協働に取り組むコレクティブ・インパクト型の取り組みを対象に2021年度に新設されたレインボー認定。3回目となる今回は、過去最多となる21の企業・団体が認定となりました。

コレクティブ・インパクトの本質は、関係する当事者が力を合わせ、長い時間をかけて社会の仕組みや価値観の変化を実現することにあります。連続して認定となった企業の多くは、一定の成果を挙げた上で、目指す変化の実現に向けて取り組みやパートナーシップをさらに進化

させているものでした。

また、選定委員会でも議論を重ねた結果、取り組みが初期段階であっても、一過性ではない継続的・長期的な変化を志向している取り組みは、審査基準を一定満たしていることを条件に認定としました。

関係者の方々の努力により、10年前では考えられなかったほどに社会は変化してきました。今回認定となった企業・団体の皆様には、この変化を必要とところに届けていくために、引き続きリーダーシップを発揮して頂くことを期待しています。
(番野智行)

評価委員会メンバー コメント

認定された企業や自治体は、それぞれの強みを活かしつつ、既存の概念を超え、様々なステークホルダーとの連携・協業を実践。その努力や成果をコミュニティや地域といった社外にも広げていく活動を展開されています。こうした取組みの効果が社会に波及し、LGBTQ+に関する理解促進から“Allyアクション”を促す社会的ムーブメントに繋がっていくことを期待します。
(大山みこ)

レインボー認定も回を重ねるごとに取組の裾野が確実に広がっていることを実感しました。そのなかには新たに取り組み始めたという応募も多く、今後の展開にとっても期待したいと感じました。「LGBT理解増進法」が成立した今、企業の先行した取組がさまざまな団体や組織へ

与える影響は大きいと思います。課題の起点となった出会いや思いを大切にしながら、そうした異なるセクターとの協働へと発展していくことを楽しみにしています。
(河野禎之)

昨年以上に、どうしたら社会に対して良いインパクトを与えられるかを真摯に模索し行動していることが感じられました。

ビジネスを通じて得た知見やネットワークなどの資源を活かして、周囲を巻き込む取り組みが成果を上げつつある事例が多いのも印象的でした。取り組み始めたばかりの企業からは「学びたい」「世の中の人に知ってほしい」という率直な思いが伝わってきました。このレインボー認定をきっかけに、さらに業界内の横断的なつながりや異業種との連携が進んだらいいなと思います。
(小島慶子)

2023年度 「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)

PRIDE指標2023 アンケート結果レポート

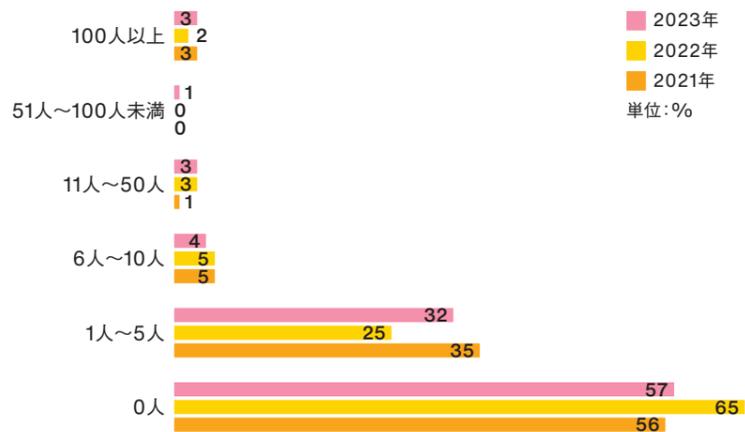
「PRIDE指標2023」応募フォームにて、
応募企業・団体のみなさまにご協力いただいたアンケート結果をご報告します。
アンケートにご協力いただいた企業・団体のみなさま、ご協力ありがとうございました。

アンケート D-1 (1)から(7)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。
- (6) 社外の福利厚生サービスに働きかけ、戸籍上の同性パートナーも利用することができるようになっている。
- (7) 戸籍上の同性パートナーの子どもを従業員の子どものように扱う制度がある。（ファミリーシップ制度等）

■ 制度を利用した社員の数 | 回答数：186（回答率：47%）



制度を利用した社員の数は、回答数の57%がまだ利用がなく0人、次いで、1~5人（32%）となり、昨年同様、ほぼ9割の企業・団体で制度利用者数は5人未満という回答となりました。

昨年度2022年と比較すると0人の割合が8%減少し、1~5人の割合は7%増加するという結果となり、一昨年の2021年度の割合程度に戻った形となりましたが、変わらず多くの企業・団体で制度利用の数は少ない状況であると推測されます。

アンケート D-2 人事制度・プログラム利用者は想定通りですか？

■ 制度の利用者は想定通りですか？ | 回答数：181（回答率：45%）

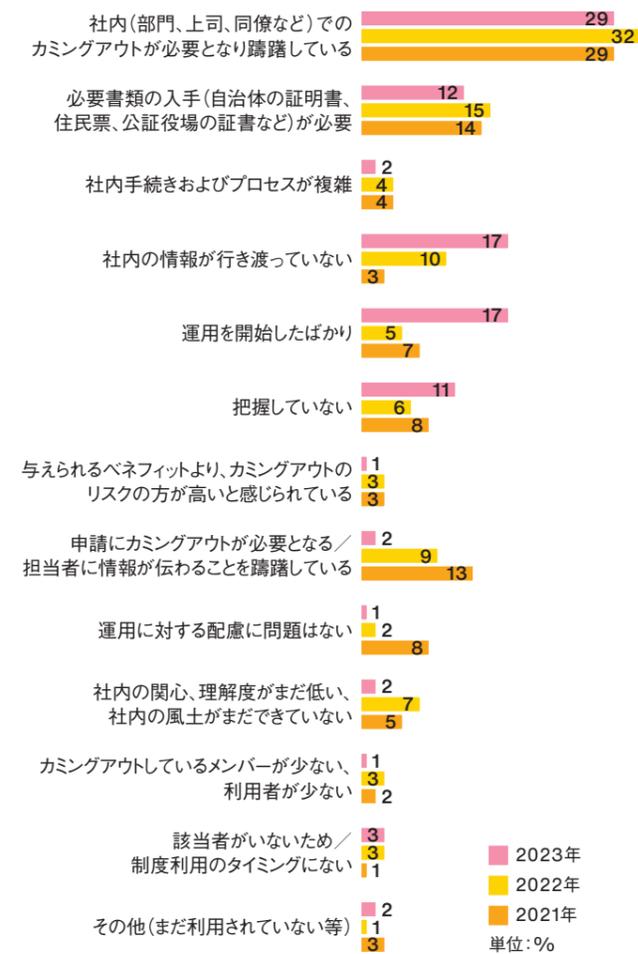


利用者数が「想定より少ない」が54%、「想定通り」が45%、想定より多いが1%という結果となりました。回答各社からの回答は、昨年とほぼ同様となり、制度を導入した企業・団体も想定していた通りというところも多くありますが、それ以上に制度利用の数が少ないと感じている企業・団体が多いことがわかります。

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？（複数回答可）

- 申請のために社内（部門、上司、同僚など）でのカミングアウトが必要となり躊躇している
- 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）が必要なため
- 社内手続きおよびプロセスが複雑なため
- 社内の情報が行き渡っていないため
- 運用を開始したばかりのため
- 把握していない
- その他（上記項目に考えられる原因がない場合、ご記入ください）

■ 利用者が想定より少ない原因 | 回答数：156（回答率：39%）



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、および自由回答でいただいた内容を集約して集計すると、上位から「申請のため社内でのカミングアウトが必要となり躊躇している」が全体回答の29%、「運用を開始したばかり」、「社内の情報が行き渡っていない」が17%、続いて「必要書類の入手（自治体の証明書など）が必要」が12%、「把握していない」が11%という結果となりました。

今回選択項目として追加した「社内の情報が行き渡っていない」、「運用を開始したばかり」、「把握していない」の3項目が考えられる原因の上位に上がってくる形となりましたが、昨年に引き続き一番の考えられる原因としては、通常の申請ルートではなく、上司以外の人事や窓口等からの申請が可能となっても、少なからず当事者から担当者へのカミングアウトが必要となること、情報を伝えることに抵抗があり、申請を躊躇していると感じている企業が多いと考えられます。また、回答からより社内認知を向上させるための情報発信に課題を持っている企業や、社内での発信や取り組みを行っているが、社内の風土づくりや理解、関心の向上に課題認識を持っている企業・団体も多く存在すると考えられます。

今年度は、「把握していない」という回答の企業も多く見られ、不要なカミングアウトに繋がらないようにする観点から、同性パートナーによる制度利用を区別せず、あえて活用人数の把握も実施していない企業も存在していることが考えられます。

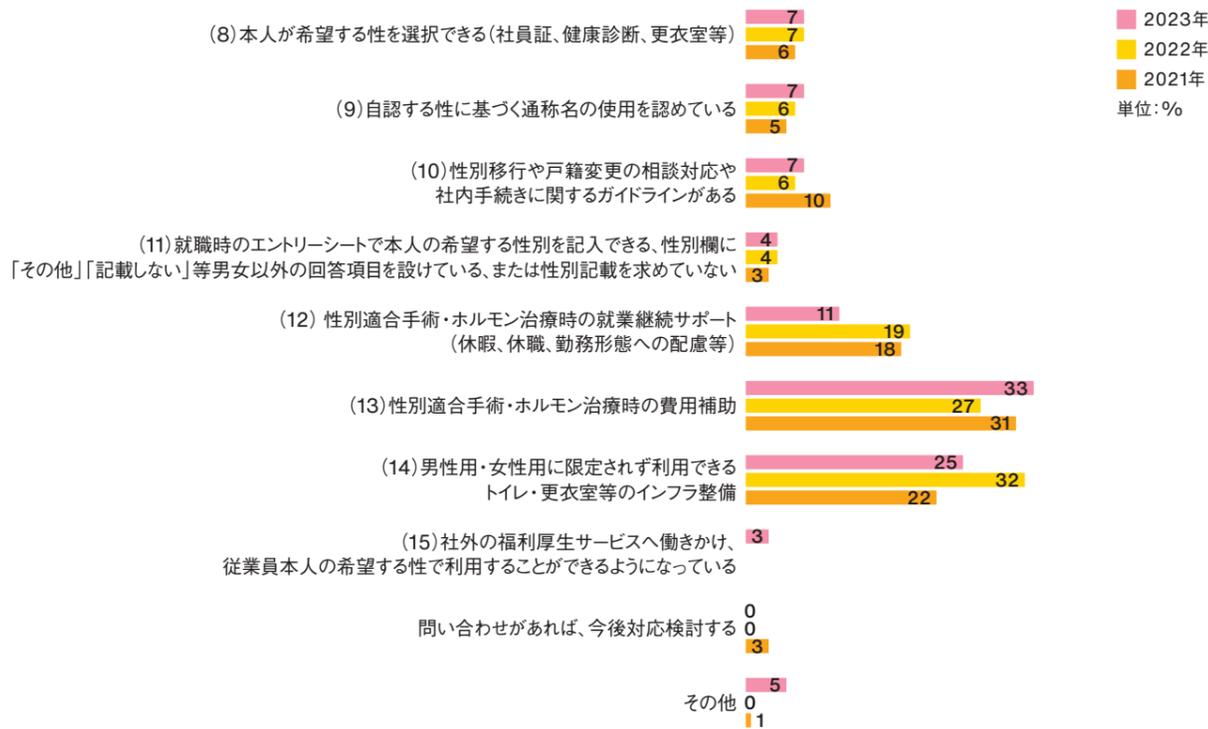
アンケート D-4 (8)～(15)の内、取り組みたいが実践できないものはなんですか？ またその理由を教えてください。(複数回答)

●トランスジェンダーの従業員向け

- (8) 本人が希望する性を選択できる(社員証、健康診断、更衣室等)。
- (9) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。
- (10) 性別移行や戸籍変更の相談対応や社内手続きに関するガイドラインがある。
- (11) 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。
- (12) 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)。
- (13) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。
- (14) 男性用・女性用に限定されず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備。
- (15) 社外の福利厚生サービスへ働きかけ、従業員本人の希望する性で利用することができるようになっている。

■取り組みたいが実践できない取組

| 回答数：98 (回答率：25%) |



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「性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。」が回答全体の33%、続いて「男性用・女性用に限定されず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備。」が25%、「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11%となりました。

各項目でいただいた取り組みを実践できない主な理由を一部以下にて記述しますが、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、今後の状況を見つつ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、社内ですることを検討し、進めていく思いを持っていると推測されます。

また、社内に当事者からの相談等がないため、ニー

ズの把握ができず予算確保含め、進めることが難しいという意見も多く見られ、取り組みが進まず、検討中の状況となっている法人も多く存在すると考えられます。

◎取組が実践できない理由(項目別)

- (8) 本人が希望する性を選択できる(社員証、健康診断、更衣室等)。
- ・戸籍上の性別を使用した社内処理が基本となっており、変更の為には各種人事システムの改修が必要なため着手できていない。
 - ・健康診断そのものを外部に委託しており、当社より働きかけて改修するには至っていない。
 - ・相談、要望の実績がなく、制度の構築および社内周知の方法も含め検討している。
 - ・社内規定のため、基準となる水準や他社事例を取り寄せることも困難な状況で取組が遅れている。
 - ・健康診断や社外のサービス等、外部との連携が必要となり、社内の浸透度合いを鑑みながら、今後検討する。
 - ・社員証については、システムとも連携しており、システム運用上の課題の特定や既に設定されている共通の運用ガイドライン等の修正が必要となり検討・導入までに時間を要する。

- (9) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。
- ・社会保険など国に申請するものに紐づいているため、切り離して利用する仕組みになっていない。
 - ・人事データ関連は行政手続きとの兼ね合いや、社内ソフトウェアなどの設定上できないことが多い。
 - ・人的資源等により進捗が遅れている。
 - ・職種により顧客に対し戸籍・住民票等に記載されている氏名を明らかにする必要があることが多く難しい。
 - ・相談、要望の実績がなく、構築および社内周知の方法も含め検討している。

- (10) 性別移行や戸籍変更の相談対応や社内手続きに関するガイドラインがある。
- ・カミングアウトにつながりやすいと考え、まだ組織内での風土醸成を考えると実践できていない
 - ・個別対応になっていてガイドライン作成まで至っていない。
 - ・社員からの相談が無いため検討に至っていない。
 - ・当事者から申し出があった場合には、それぞれの事情や状況に合わせた個別対応を行っている。

- (11) 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。
- ・新卒採用のエントリーシートについて、システム委託会社に相談していますが、システムの改修まで対応ができない。
 - ・女性活躍推進の観点から、各機関や社内女性採用比率のデータの提示を求められるため。

(12) 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)。

- ・現状、予算の確保が困難であるため。
- ・当事者からの要望の有無や、具体的に必要なサポート等が不透明なため、必要に応じて取り組みを進めていきたい。
- ・ホルモン治療や性別適合手術における相談がなく、ニーズに対しての適切な対応検討が不十分である。
- ・他の福利厚生も充実させていきたいという議論を重ねている中、リアリティをもってこの点だけを推進するということができている。
- ・まだ十分にそれらの課題・効果について議論が出来ていないため、取組みを進められていない。

(13) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。

- ・特定の手術や治療のみ費用補助を行うことが出来ないため
- ・不妊治療費用補助など、他の福利厚生も併せて検討する必要がある。
- ・金銭的な費用補助になると社内プロセスの面でハードルがある。
- ・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。また、配慮せねばならない可能性のある治療手術は他にもあると思われる、公平性の担保も難しく感じている。
- ・予算化、予算を確保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
- ・想定される費用や利用ニーズが読めず導入ができていない。

(14) 男性用・女性用に限定されず利用できる

- トイレ・更衣室等のインフラ整備。
- ・賃貸ビルにオフィスをかまえているため、トイレなどのインフラ整備に限界がある。
 - ・予算化するのが困難なため。
 - ・自社ビルでは無いため、弊社だけの判断や希望で全てのフロアに誰もが利用できるトイレを設置することができない。
 - ・トランスジェンダーのメンタル&フィジカル面の健康に配慮すべくオールジェンダートイレの設置を検討したいが、スペース、費用面などの理由から全拠点に設置ができない。

(15) 社外の福利厚生サービスへ働きかけ、従業員本人の希望する性で利用することができるようになっている。

- ・社外の福利厚生サービスが管理しているメニュー数が膨大であることから実現が難しい
- ・外部との連携が必要な項目がまだ取り組みまで至っておらず、社内の浸透度合いを鑑みながら、今後検討していく予定。
- ・要望を上げてはいるものの、まだ対応できるようなになっていない。
- ・課題認識となっておらず、協議に難しさがある

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：131（回答率：33%） |

今年度よかったと感じた取り組みとして、昨年に引き続き、各地で開催されているLGBTQ+関連のプライドパレード等、イベントへの会社としての出展や、パレードへの参加、また企画したイベントの社内での実施や、社内外からの当事者の方を招いてのトークセッションや対話等で、従業員の理解や認知が広がる良い機会となったとの回答が多くありました。

また研修や取り組み発信を継続して行うことで、新たなメンバーの参加など広がりが出てきたとの声もあり、継続して取り組むことによる従業員の変化があることがうかがえます。

課題については、当事者の存在が見えず、意見の

把握ができないため、自分ごとになっていない従業員が存在するといった回答があり、また会社全体への理解浸透や風土醸成に課題を持っているという回答が複数見られ、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。今後の取り組み検討の参考に、ご覧ください。

◎実施してよかったと感じた取り組み

- LGBTQ+研修を継続的にやってきたことで、社員からの質問が増えるとともに、当事者から上司の反応が好意的でよかったという意見あり、社員への浸透が深まっている。
- 社内のLGBTQ+啓蒙月間であるレインボー月間について、DE&I担当役員メッセージを発信できたこと。
- 理解促進や啓蒙は継続して実施する事で従業員の意識が少しずつ変化していること。
- 多くの経営層が、社内外に向けたメッセージ配信やプライドパレードへ参加したこと、役員執務室にレインボーの旗を掲示するなどアライを表明することで、会社としての姿勢を明確に示すことができ、社内での風土醸成にも大きなステップとなった。
- 当事者の社員から直接LGBTQ+について学び、対話することで、シニアリーダー層の意識が大きく変わり、力強いアライとなってくれたことを実感した。
- プライドパレードなどLGBTQ+関連のイベントへの企業協賛したこと。社員にイベントへの参加や事後の報告を通じて改めて社内の取り組みを社内外に伝えることができた。
- LGBTQ+に関する理解促進や啓蒙を目的とした全従業員を対象にした研修は所内の感触もよく実施して良かったと感じています。
- 映画上映会や当事者のトークセッション等、生の声を聞く機会を設けたところ、社員の当事者の悩みについて、理解してもらいきっかけが生まれた。

- 自治体の人権部の方とLGBTQ+に関するミーティングを実施し、ミーティングでは、LGBTQ+について、どのような取り組みをすれば企業は興味を持ってくれるのかをテーマに話し合いを行い、自社としても今後の取り組みとして何をすべきか等、改めて整理することができて良かった。
- アセクシャリティについてディスカッションするイベント、HIVおよびAIDSに対する差別に関するイベント、ノンバイナリーの性自認を持つスピーカーを招いてのトークイベントを開催できたこと。
- 当事者の方を招いてトークセッションを開催できたこと
- グローバルの役員とオンラインで性的マイノリティとしてのアライシップとの関わりや周りを巻き込んだ組織づくりについての対話イベントを開催できたこと。
- 研修を動画化し、BASIC研修として社内で行われる研修に組み込んだことで、理解促進に繋がった。
- 社内で開催したトランスジェンダー当事者によるLGBTQ+理解研修は、受講者から参加してよかったとの感想が多く、その後の反響も大きかった。
- オリジナルALLYシールのデザインをグループ内公募し、グループ内投票により決定・作成。今まで関心のなかった社員もLGBTQ+ (ALLY) について学ぶきっかけとなった。
- レインボーパレードに参加することで、研修受講などにより頭で理解するだけでなく、さまざまな気付きを肌で感じる事が出来た。

- 人事担当者向けの研修で、個人情報を取り扱う業務に従事する担当者向けにワークショップ開催しました。ディスカッションを通じてLGBTQ+に関する理解を深め、情報管理に関する認識を深める機会となりました。
- 「G7広島サミット及びG7大臣会合においてLGBTQ+に関する取組を議題にすること等の要望書」へ賛同して社内外へ周知したことで、弊社の取り組み姿勢も周知することができた。
- 管理職向けに実施した研修の一部を、オンラインで同時中継して、全社員向けに公開したことで、社員からも「改めて考える機会になった」「今後、社内で座談会をしたり、規定改正の準備を進めたい」といった前向きな声が多数聞かれた。また、LGBTQ+以外のダイバーシティへの視線を持つ者も増えたと感じている。
- 小学校向けに、当事者である従業員と「多様な性について」の出前講座を初めて実施し、LGBTQ+について幼少期から身近に感じてもらうことで、性差についてのアンコンシャスバイアス解消につながった。
- 社内全体でLGBTQ+／SOGIに対する関心の高まり、問題意識の共有が進んできており、さらに、プライド・パレードなどへの参加はその流れをさらに加速させる効果が顕著なので、今後もさらに様々なきっかけを捉えて、社員を巻き込んだイベントを増やしていきたいと考えています。
- ダイバーシティ推進の取り組みとして、応募形式でメンバーを募り、ダイバーシティの理解を深める講演やワークショップなどを実施するプロジェクトで、今年度、はじめてLGBTQ+についての講演を行った。これまで当社で取り組むにはまだ早いのではといった声があったが、希望者による参加であったこともあり思い切って実施してみたところ、参加したメンバーがほぼ共感してくれ、また一緒に話を聞いた社長の共感も得ることができた。
- 他社様と何度か意見交換をさせていただいたのですが、それぞれのつながりができたことで、合同イベントの実施などにつながる可能性が拡がり、実施してよかった。
- 今年度初めてプライドイベントへの出展を行い、パレードにも参加し、業務ではなく自由参加によって参加者を募ったが、参加者の自主性とDE&Iに理解する社員がどれだけ存在するか理解につながった。会社は「場」をつくり、社員自らの自主性を見守ることが「DE&I」環境を創る源泉になることを体現した。継続することによる化学反応を期待したい。
- 今年は、LGBTQ+に対する従業員リソースグループを立ち上げたことで、LGBTQ+の人々に対する理解や意識が高まったと実感している。
- PRIDE月間に社内で行ったチラシ配りでは、なかなか知名度が上がらないALLYコミュニティを多くの人に知っていたがきっかけとなった。
- 地元大学と共催したセミナーを開催できたことは、社会の理解を促進するための活動の第一歩として良かった。

- 一つ一つの施策の積み重ねにより少しずつ結果に繋がっている例として、プライドパレードへの参加について、DE&Iに取り組む部署のメンバーだけでなく、他部所属のメンバーからも自然に手が挙がった点は、浸透してきていることの表れであると感じている。
- Ally同士の直接対話の機会を増やすことにより、各アクションへより広いアイデアを反映させられるようになった。また、イベント等の企画、準備への参画を直接呼びかけることで、関与する社員を増やすことが出来た。
- 研修を実施し、その際当事者・カミングアウトされた方のエピソードが聞け、社員から継続開催してほしい声が高かった。
- 研修を継続した事で当事者社員からの相談も入るようになり継続が必要だと感じた。
- 社内・社外にLGBTQ+ ALLYであることを告知してから、LGBTQの当事者が求職者としての応募が多くなった。また、正社員への登用に至るなど大きな成果となった。
- 「性表現」についても方針に盛り込んだり、研修を実施したことはとても良かった。
- プライドパレードを有志の社員（家族やパートナー、友人等も参加可）と沿道で応援したこと。様々な属性の社員のLGBTQ+に関する意識を知り、業務以外でつながる場になった。また、アライとしての活動を拡げるきっかけとなった。
- 以前から実施しているPRIDE月間や、新しく開始した書籍の貸し出し等により、LGBTQ+やSOGIに関する取組みの認知度を向上させていると思います。
- 啓発期間内には、毎週異なるコンテンツの発信を行い積極的に情報発信を行ったことで、e-learningの受講率も90%を越え、LGBTQ+当事者の講演会をおこなったことも理解促進につながった。
- e-ラーニング上で研修動画を取り入れることで、何度も視聴・確認できるようにすることで更なる理解促進へ繋がった。
- 個人個人がLGBTQ+を他人事でなく、自分の身近な問題と覚えてもらえるよう、「あなたの大切な人のアライとなる為に」というテーマで昨年から継続して活動を行い、もしも身近な人が当事者だったらということを意識させるような講演・イベントを実施している。当事者からの講演のみならず、当事者の家族や、当事者の周りにいる友人・子供たちに焦点をあてることで、よりLGBTQ+を身近に感じてもらえている。
- 社内で企画した映画を教材とした勉強会は良かったと感じています。分かりやすい教材であったことと、当事者の方の声を直接聞いたこともあり、参加者からの反響は非常に大きかったです。
- 「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。同性パートナーの利用はまだないが、事実婚パートナーからは既に申請があり、多様な価値観、ライフスタイルを会社が認め、働きやすい職場づくりとして一歩進めた実感が湧き、うれしく思った。

- アライコミュニティやパレードへ参加した社員が周囲の同僚や家族、友人に声をかけることで、各事業所や社会にアライの輪が広がっていているのを感じる。
- 実際に当事者のお客様と業務で関わることで更に理解が深まり、アライとして活動するきっかけになった社員がおり、その体験を社内に共有することで、LGBTQ+の課題を自分ごととして捉えられる社員が増えていると感じる。
- 他社との座談会を行うことで、他社での事例やコミュニケーション方法を聞いたことで、社内での当事者やアライとのコミュニケーション方法を検討し実施できそうなので、他社とのコミュニティを築けたことは非常に良かったと感じています。
- 会社の規模が小さいので、個社でイベントなどを開催するのは難しいが、グループとしての取り組みに参加できたことは、よかったです。
- 社員家族も対象としたオンライン映画イベントを開催したところ、多くの方に参加いただき、実施後アンケートでも好評であった。
- 他社と連携し、各社人事、コミュニティ社員が参加する座談会を実施。他グループ会社の取り組みを共有することで、お互いに学び合い、また連携を深めることができた。
- Pride 月間を設け、6月中に集中してイベントの協賛や参加、研修、調査アンケートを実施し、都度アナウンスをしたことで、社内コミュニティの参加希望者が増加した。アンケートの結果から、従業員の知識レベルや現場の実態を把握することができた。
- 今年は社員証に貼れるサイズの Ally ステッカーを作ったところ、多くの社員が利用しており、Ally を表明しやすくなったと感じた。
- LGBTQ+ セミナーの講師として、当事者と、当事者の家族をお招きし体験を語っていただいたところ、多くの参加者の共感を得ることができた。
- LGBTQ+ に関してなかなか思うように取り組みが進まない日本企業が多い中で、同業社数社で集まることで、社外へのインパクトを与えることができた。
- イベント出展に際し、準備の過程で、弊社内の様々な部署と連携し、関わった部署の従業員にも取り組みについて理解・協力を得ることができた。
- 柔軟な働き方が加速し、LGBTQ+ の取り組みについても意識して考える機会が増えた。研修の中で、当初従業員の意識は他人事感と見受けられたが、当事者の声を視聴する内容を取り入れたところ、社員の意識変化が生まれた。体験の情報を聞く機会を増やしていきたい。
- PRIDE 指標への応募により、社内のLGBTQ+ の理解促進および働きやすい職場づくりへの意識が高まっていると感じます。
- アライコミュニティの存在や各取り組みを知り、当社に興味を持ったり入社をしてくださる学生さんや求職者の方がいらっしゃいます。

- 海外で活躍されている日本人の当事者をオンラインでお招きし、海外の実情を含めお話いただいた。精神的安全性の必要さとアライの大切さをテーマに入れていただき、多くの従業員の印象に残ったこと。
- ALLY 会が回を重ねるごとに賛同者が増えてきており、経営層も巻き込みLGBTQ+ に関する社内での関心はこれまでにない高さに思える。
- オープンにしている当事者との関係を築き、当事者の声を聞き対面でのネットワーク交流会を開催できたこと。
- 他社と協働でLGBTQ+ 理解促進のイベントを開催。社員が他企業の姿勢を体感することで、企業としてLGBTQ+ に取り組む意義を理解し、自分ごと化ができた。
- 当事者の話を聞く会を実施し、実際の体験談、特に業務に関わる問題点や改善してほしい点を伺えたこと。
- LGBTQ+ 研修を数年に渡り継続して実施しているが、初期の頃には管理部門からの参加者が多かったが、その後その他の部門からの参加が増え、近年ではこれまで反応が薄い傾向だった部門からの参加が増えている。アンケートの感想をみても、LGBT 理解増進法についてなど昨今のLGBTQ+ の動向に対する関心の高さがうかがえる内容となっていた。今後もテーマを工夫しながら、継続していきたい。
- 同業他社と共催でプライド月間に映画鑑賞 & 社会課題支援イベントを実施しました。社員本人だけでなく家族やパートナー、友人も参加し、LGBTQ+ について自分事として考えたり、アクションを起こす機会となりました。
- 人権啓発研修および研修後のアンケートを継続的に実施することで、社員の意識の変化を感じることができました。
- グループ会社共同で ALLY コミュニティを立ち上げ、グループ会社全体でのコミュニティの輪が広がった。
- プライドイベントにてグループ会社の社長や当社の CHRO がイベントに参加をしたが、企業が協賛を行うに際して役員自ら参加することで、社員に対して本気度を示すことにも繋がりが非常に効果的であった。
- 社員や社員の家族、パートナー、友人（社外）を対象に啓発活動を実施し、会場・オンライン共に参加希望者が以前より増えており、参加者からも好評であったことから、このような取り組みが当事者への理解促進やインクルーシブな職場、社会の醸成、またアライの輪の拡大に寄与できていると実感できる機会となった。
- LGBTQ+ に寄り添った商品を発売できたことが大きな進歩でした。この事例があり、その他の商品やサービスでもLGBTQ+ の視点を取り入れるよう検討が進んでおり、社会に対し、商品やサービスを通じたメッセージを継続して発信できるよう日々取り組んでいる。
- いつでも投稿できるオンラインコミュニティを立ち上げ、情報共有の際にメンバーの反応が見えやすくなった。

- 新卒など若手の社員については、元々多様性への理解・関心が高い傾向があり、「友だちにもいるので気持ちがわかる、抵抗等は無い」といった声が聞かれます。今後は、社内研修なども若手の力を借りていけたら、と感じています。
 - サービスを提供する対象者はもちろん、働く側もLGBTQ+ や外国人の雇用など法人が多様性を認めていることで、「人」を大事にする風土が強化されたことは効果的であったと考える。
 - LGBTQ+ に関するクイズを作成し、経営層の会議と人事部門の会議でクイズを行い、カジュアルにLGBTQ+ への関心を高め、重要な知識をつけることができ好評だった。
 - ニュースレターで、有志の性的マイノリティの社員2名へのインタビュー記事を掲載し、社員の理解や関心を深めるといった観点等から素晴らしい効果を生みました。全社員に自らが当事者であると伝えることができると感じる社員が現れる土壌ができてきたのだと思います。
 - 当事者を招いて行ったセミナーは、知識を伝えるセミナーとは異なり実体験の声が増えて、参加者の反響も大きく Ally を増やすことができたこと。
- ◎ 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
- 社内での性的少数者に対する理解は一定進んでおり、環境整備も進めているものの、当事者の存在や意見を把握できないために、施策が効果的に職場に浸透しているか測ることが難しい状況にある。
 - 当事者への理解は進んだが、実際周りにいないので実感が持てないとの声が多数あり、当事者の心理的安全性が低いと感じる。
 - 当事者が気兼ねなく制度利用ができる職場風土や環境整備のため、継続して啓発による理解促進と同時に、LGBTQ+ に限らず幅広い多様性を歓迎する社内風土を根付かせることが必要だと感じている。
 - まだ性別役割分業意識が色濃く残っている部分があることがわかり、当事者以外（主に管理職）の意識醸成を引き続きやっていく必要がある。
 - 性的指向または性自認に関して公にしたいと思っていない当事者もまだまだたくさんいると思うので、当事者が性的指向または性自認を公にせずとも、自分らしく働きやすいと思える環境作りというのはまだまだ課題のある所だと思っています。
 - 社内の関心、理解度向上、風土づくりの必要性が今後も課題と感じている。
 - 地方拠点において、首都圏と比較しLGBTQ+ に対する認知・理解の促進や巻き込みがまだ不足していること。
 - アライ宣言に賛同したアライに、ネックストラップを配布し顕在化に取り組んできたが、定期的な呼びかけやコミュニケーションを継続していくことが課題だと改めて認識した。

- 若年層よりも、経営層、管理職、ベテランの職員への啓発、今までの「当たり前」をどう変容してもらえるかが課題のひとつである。
- 企業内では知見も経験もまだ少ないこと、他企業との連携を通して企業の垣根を超えた取り組みができる事が社会課題解決へと繋がると感じている。
- 社員が希望する形で働きたいと言える環境を作ること。ガイドラインを作っただけで終わらないように、サポートする仕組みがそもそも出来ていないと、正しく機能しないと感じる。
- 目に見えない当事者の方たちが日々どう思っているのかが分からないところが課題だと感じる。困り事があるのであれば対応したいのですが、その困り事の有無についても把握が難しい。
- トランスジェンダーの社員へのサポートの仕組みを作る際には、特に性別適合手術の私傷病休暇や手当、業務名・業務用メールアドレスの変更などの制度を考えるときに、トランスジェンダーの方ター人ひとり状況が異なり、画一的な理想的な制度を作るのはかなり難しいと感じている。
- 地方事務所の施設が老朽化しているところもあり、地方と東京の格差をどうなくすのかは課題である。
- 研修やセミナーの開催頻度をあげて、LGBTQ+ に関する情報をもっと伝えていく必要があるが、業種の特性上、従業員全員が同じタイミングで席を外して、研修を受けたり、セミナーに参加することが難しいため、e-ラーニングや動画などで、LGBTQ+ に関することを学習、確認できるようにツール・環境を整える必要があると感じている。
- 制度の利用や使い方を知らない人が一定数いる。
- 他セクターと協働し社会的インパクトを与えていきたいが、自社の強みを活かした社会的課題解決方法が見つからない状況である。
- 資金力・社会への影響力が元々ある大企業であれば比較的にスムーズに協働の道を探れるのかもしれないが、当事者誰もが大企業で働くということではなく、中小企業も更に「LGBTQ が働きやすい職場」であることを広く社会にアピールしていく必要性を感じている。
- 誰もネガティブな反応を示さないものの、強力な賛同があるとも言えず、熱を帯びた活動推進となりにくい部分がある。ネガティブな反応が無いこと自体はとても喜ばしいことである一方で、継続的な流れとするには時間が必要だと感じる。
- これまでの活動を通して本施策に関心を持つ社員への理解浸透には一定の効果を感じていますが、会社全体への浸透という点ではまだ不足していると感じています。
- 無関心層へのリーチについては依然として課題と感じている。
- 社外との連携方法を模索中です。
- 正直、「がんばって理解しようとしているが、いろいろと腹落ちしていない」という状態の社員も少なくない。研修など、啓発のための取り組みを継続していくことで、徐々にでも意識を変えていきたい。
- 会社としての外部への参画が今後の課題。

- テレワークがメインの会社であることから従業員が集まる機会が限られており、集合を前提としたイベントがやりにくい。ただし、同時に、web形式での集まりは社員は慣れておりリモート環境ならではの機動性等を得られる面もあるので、社員の利便性を考慮しつつ方法を考えていきたい。
- 各種セミナーやイベントを何度も行ってきたことで、いつも参加をしてくれるコアなメンバー層が生まれてきたことは大変心強い、その一方でさらに幅広い社員に参加してもらいたいと感じている。
- 顧客に対しても、周知していきたいが、年齢層が幅広く年齢も高い方で、まだまだLGBTQ+に対する理解が深まっていない方も多。
- 業界では課題認識はしつつもLGBTQ+に関する知見や対応ができていない企業も多い。課題解決のため、取組事例を共有する場をつくりLGBTQ+の輪を広げていきたい。
- 支援者 (ALLY) を増やす取り組み、「身近に当事者がいる」といった「自分ごと」への転換、「ALLY」や「ERG」をつくることによる当事者自身の閉塞感 (余計に声を出しにくい気持ち) も考え、当事者にとってよりよい環境とは……と定めるには時間を要する。
- 社内ではLGBTQ+の存在が見えづらく、研修の実施などへの反対意見はないものの、他人ごとと感じている社員も多い。
- コミュニティの人数が増えず、サポートをしたい気持ちがある人が行動するALLYになるためには何か工夫を施すことが課題であると感じる。
- 推進活動を進めているが、様々な考えがあつてのことなので、どううまく折り合いをつけ、誰も傷つくことのない風土を作り上げ、維持していくかも課題と感じています。
- 社内にてカミングアウトをされている方、および制度、プログラムの利用者の確認が今のところできていない。カミングアウトそのものを目的として活動を行っているわけではないが、当事者の方が安心して働くことが出来る社内環境をつくるために、今後も継続して必要なアクションをとっていく必要があると考えている。
- 同性パートナー制度導入後の情報管理等の具体的な方法に課題を感じている。
- 各イベントへの参加者の減少や固定化が見える。
- より活動を広げるための方法を模索している。
- 現状実施していないイベントやファミリーに関する制度等は制度を設けるか否かを社内検討する必要がある、取組が難航している。
- 会社としてLGBTQ+を含む様々な社員がそれぞれの多様性を受け入れてインクルーシブな職場環境づくりを進めており、社内におけるDE&Iの浸透は年々進んでいる一方、まだまだLGBTQ+は、社内でもあまり可視化されておらず、まだインビジブルマイノリティの域を出ていない。

- 勉強会やイベント企画時にはどうしても社外の当事者に依存することが多い。できれば社員の当事者が積極的にその役割をになってもらえるといいが、同じ当事者であってもERGやDE&Iの活動への関わり方に対する温度感が異なったり、当事者の中でも様々な見解がある。
- 中小企業で、予算を割くことが難しい現状がある。
- 社屋が小さいこともあり、男女共同トイレを増設することも難しい現状があります。
- 製造現場への展開についてはまだ課題があるため、どのように展開していくのかは来年以降も継続して取り組んでいく。
- 無関心層へのアプローチ方法、関心の底上げに工夫が必要なおことが挙げられる。
- 各種制度を導入したが、利用者が0名であり、安心して申し出ることができる風土の醸成に課題があると感じています。
- 現場にジェンダーレストイレを導入する事が非常に困難であり、課題となっている。
- 企業としての社会的責任、人権を守る活動への具体的なアクションの必要性を感じているが、組織化・実行推進のノウハウや力量が不足している。
- 各地で実施しているパレードへの参加情報をイントラ掲示したり、人事担当CHRO (人事担当役員) の継続したメッセージ掲載などを継続しているが、アライネットワークへの参加が少ないのが課題。
- 「主催・開催・出展」「協賛・助成金」等、リソースや資金がないと取り組めないと感じています。担当は1人となり、他の業務も行っているため、特にリソースに関して大きな課題である。
- 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。
- 会社としての法律の賛同へのハードルが高いこと。
- イスラム圏の社員に対する理解促進。
- DE&Iにおける各種テーマのうち、女性管理職比率や障がい者雇用率は目標とする数字が明確であり、国の要請や法令順守のためにも必須であることに對し、LGBTQ+に関する取り組みは優先順位・温度感が相対的に低くなってしまふことを課題と感じている。
- 制度や取り組みの社内周知。
- 取り組みを始めたばかりのため、国内従業員への周知および理解浸透が課題。
- 店舗で働く従業員に対し、どのようにダイバーシティの理念浸透や行動変容を促せるかが課題である。
- ALLYは増えているので、ALLY同士が交流できる機会を提供し横のつながりを持てるようにしていくことが課題と考えています。

- 社員の意識改革は大きな課題です。今年までカミングアウトしている当事者がいなかったこともあり、当事者が抱える問題について無縁と考える社員が多く、「無関心」は大きな壁となっています。またアライとしての活動に興味があるがどこから始めたら良いかわからないという意見が多数あった。
- 社内ではコンプライアンスという部分においての取り組み・多様性に関する意識は向上しているものの、個人の尊厳を配慮する人権意識としてのリテラシー向上は今後の課題だと感じます。
- LGBTQ+に関する取り組みとビジネスに対する関連性を見出すこと。LGBTQ+に対する理解が促進されることで、それがビジネスにどのように繋がるのか、今一度整理し社内認知に繋げることが次のステージであると考えております。
- 法人単独ではなく、他業種とも連携を図りながら、地域での取り組みに展開していく事も理解拡大においても重要なことであり、様々な世代の方がこの地域で生きやすくなる取り組みを行っていきたくと考えている。
- 「当事者だけのイベントを開催してほしい」といった声もあり、これについてどのような運営が適切か悩ましい部分が多く開催まで至れていない。
- 今後も引き続き、情報発信に取組み、無関心層に更なるアプローチをしていくこと。また、職場をマネジメントしていく管理者層への教育の強化を進めていく。
- 従業員コミュニティの活性化に課題を感じています。あわせて、これまで十分にリーチできなかった層や日本の地方にも活動を広げていきたくと考えています。
- お金が絡んでくる内容に関しては、業績によって出来る事、出来ないことが両極端になってしまい、難しさを感じている。
- 社内では無記名アンケートを実施し従業員の意識確認が出来たが、アンケート後に従業員へのフィードバックが思うように行かず、フィードバックの方法について課題が残った。
- 制度面やシステム面がまだまだ弱く、推進する上で管理上のハードルがあります。
- 立場上法制度への賛同ができないため、それ以外での発信を心がけています。
- グループ全体の取り組みとして、関係会社と共に社員が自発的に取り組みを推進できるような枠組みを整理することが必要だと思っている。
- 一過性のものでなく、継続的に続く企業文化にする必要があるものであり、継続性の担保については今後の課題であると認識している。
- アライコミュニティの設立や、配偶者認定制度の導入などを行ってきたが、当事者にとって、心理的安全性の向上につながっているか、有効な施策であるか、定量的・定性的に判断できないことが課題だと感じている。
- 従業員自身の周囲にLGBTQ+の方がいる方とない方との間で認識、理解にギャップがあると感じる。

- 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、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。PRIDE指標は子会社でもLGBTQ+への取り組みを検討する良いきっかけになっている。
- ネックストラップや靴紐などレインボーグッズと称して配布しているものの使用だけでは目に見えるアライ表明としては弱いかと思っている、もう少しハード面でも表現できる場が少し増えるといいと思っています。
- メンバーが固定化しつつあり、より多様な視点を確保するという観点から来年以降の工夫が必要となってきた。
- 無関心層へのアプローチがどれくらいできているか等、取り組みの効果を視覚化しきれていない。
- 入れ替わりが激しく、人数が多いアルバイト従業員にも、どのように理解してもらおうかが鍵になってくると考えている。
- 当事者の中には、会社としての理解はありがたいが、そっとしておいて欲しいという意見も多い。また理解してもらえるこんな会社で働けて嬉しいという声と賛否が分かれる中、どちらの意見も尊重出来る取り組みにしていきたい。
- パレードへの参加を社員にも呼びかけましたが、反応があまりなく、社内浸透にはまだ課題があると感じています。イベントに企業として出展することが、企業ブランディング以外で社会にどのような効果があるのかがまだ不明瞭だと感じています。
- グループワーク等の演習については、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る。Web会議ツールを使用して実施する方法もあるが、参加者数など規模が大きいと通信面などでの問題も発生してくるため、対応が難しい。
- 今期からDE&Iについて本格的に取り組むをはじめ、LGBTQ+についてはニュートラルな立場の従業員が多く、アライへの社内理解・浸透には時間がかかると感じています。
- 大枠な制度改定は実施できているものの、まだまだ当事者が求める細かなガイドラインには至っていない内容もあるため、当事者の方々の声や事例を学習しながら整備していく必要がある。
- SOGIにまつわる残念な体験がまだ社内に残存している。ゆえに知識の装着を超えて、次の段階として行動変容につながる施策の企画～実施を進めている。
- 個々の当事者によって置かれている状況や感情、要望などは多様なので、画一的なヒアリングではなく、より多くの当事者の声に耳を傾けることが重要だと考えている。
- 部署によってSOGIやLGBTQ+に関する理解や意識に濃淡があり、全体の文化として醸成することの難しさを感じています。

編集後記

3年ぶりとなるリアル開催となったwork with Pride 2022カンファレンスから早1年がたち、今年も昨年同様、work with Pride 2023カンファレンスをオンラインと経団連会館でのリアル開催のハイブリットにて開催することとなりました。今年もwork with Prideは、法人化を行い一般社団法人work with Prideを設立し、また「PRIDE指標2023」では、新たな評価項目の追加や加点方法の変更、また今年から審査料の有料化を行い、新たな一年となりました。

「PRIDE指標2023」は、応募総数では昨年よりわずかに減少となりましたが、ほぼ同数となる多くの企業・団体・自治体の皆さまよりご応募をいただきました。ご応募いただき、ありがとうございました。審査やアンケートを拝見する中で、各社企業規模や業種、文化や風土などそれ

ぞれ違いはありますが、多くの企業や団体で誰もが自分らしく働ける職場、そして社会をつくるために悩みながらも、日々様々な取り組みを考えながら進めておられることを感じ、また各社毎年今できることから、一歩ずつ進めておられることが伝わり、とてもうれしく思っております。

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、そして取り組みがさらに広がっていくことを祈っております。引き続きよろしく願いいたします。

work with Pride
PRIDE指標事務局

PRIDE指標2023 レポート