

PRIDE指標2025レポート



work with Pride

work with Pride
PRIDE指標事務局

目次	
はじめに	3
work with Pride／PRIDE指標について	4
PRIDE指標2025／レインボー認定 全文	6
認定企業・団体一覧	12
PRIDE指標2025 総評	20
レインボー認定	25
PRIDE指標2025 アンケート結果 レポート	28

はじめに

今年の「work with Pride 2025 カンファレンス」のテーマ、「企業から変える。日本のDEIの歩みを止めず、今こそ企業にできることを。」は、毎月開催している実行委員会の定例ミーティングのかなり早い段階で決定したものでした。1月20日、トランプ米大統領が就任直後にバイデン政権による多様性政策を撤廃するという公約を実行し、少なくともバイデン前大統領が署名した78件の大統領令を無効化。アメリカに本社があるグローバル企業では、その反DEIのバックラッシュの波が日本にまで押し寄せてくるかもしれないと、担当者の方々が不安の声を共有していました。そんな時だからこそ、一歩ずつ取り組みを進めてきた日本の企業が踏ん張って、できることを続けていくべきだと、思いをひとつにした結果のテーマ設定でもあります。

カンファレンスには、昨年12月に発売した文春新書『世界秩序が変わるとき 新自由主義からのゲームチェンジ』が累計14万部をこえる齋藤ジンさんに、ご登壇いただけることになりました。事前の打ち合わせにて、齋藤さんからお話いただいたことは、実行委員会にとっても、そして、私自身にとっても、大きな心の支えとなっています。それは、ポリシーや制度設計が先行したアメリカ型DEIと違って、日本型DEIは企業担当者が一つずつ丁寧に「腹落ち感」をもって企業風土づくりと共に進めてきているので、アメリカの流れを受けて後退したり、停滞したりすることは絶対がない、というものでした。今年で10年目を迎える「PRIDE指標」の歴史、そして今年の結

果がまさに、その証明でもあると感じています。

参議院議員選挙では、LGBTQ＋コミュニティに対してネガティブな発信をする政党が議席数を伸ばし、日本で初めて女性として総理となった現政権トップは、同性婚の実現に明確に反対を表明しています。企業とLGBTQ＋コミュニティ、さらには学術機関や自治体などが連帯し、毅然とした態度と発信をもって、平等・公平な日本社会をつくりあげていく主体となり、支えとなることが、これまで以上に求められています。

今年で5年目を迎える「レインボー認定」には、過去最多の38社（グループ）が評価されました。中長期的な視野で継続的に、発展的に、よりインクルーシブな社会づくりを目指す取り組みが、既にこれだけ存在していることは、他の社会課題においては稀なことであると、コレクティブ・インパクトに関する専門的知見をお持ちの方からもお聞きしました。本当に素晴らしいことだと思います。一人の当事者としても、取り組みの一つひとつに心から感謝の気持ちをお伝えしたいと思います。We Have Pride. 自信と確信を持って、私たちにできることを共に進めていきましょう。

2025年11月14日
一般社団法人work with Pride 代表
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+従業員の支援を目的としたセミナーを企画したことから始まりました。

その後、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 2024
カンファレンスの様子

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

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。

「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 2025

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と掲載部分をご記入ください。

※ 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。
またその場合、記入欄にリンク先が掲載されている応募社の自社サイトのURLと掲載部分を合わせてご記入ください。
※ 予定として応募後の評価対象期間内に方針を公開される場合は、公開を予定している具体的な文言と公開予定日をご記入ください。

評価項目 (以下1～10の間で6つ以上該当で1点)

- ☐ (1) 会社としてLGBTQ+、またはSOGIに関する差別を禁止する方針を、自社WEBサイトで人権方針や行動指針、経営理念等にて明文化し、社外に向けて広く公開している。
(※理解や尊重のみではなく、差別しないこと、差別禁止を明記されていることが必須となります。)
- ☐ (2) (1)の方針に性的指向^{注3}という言葉が含まれている。
- ☐ (3) (1)の方針に性自認^{注4}／ジェンダーアイデンティティという言葉が含まれている。
- ☐ (4) (1)の方針に性表現^{注4}／ジェンダーエクスプレッションという言葉が含まれている。
- ☐ (5) 企業が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。
- ☐ (6) 企業が従業員に求める従業員の行動指針や行動規範として方針を定め、社外に向けて公開している。
- ☐ (7) 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。
- ☐ (8) 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。
- ☐ (9) 企業として取引先に対して求める行動を方針として定め、社外に向けて公開している。(調達コード等)
- ☐ (10) LGBTQ+に対する経営層個人のメッセージを、社外に向けて公開している。(経営層個人の名前が記載されている)

★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、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。

※ 該当する項目へのチェックと合わせて、記入欄に具体的な内容を簡潔にご記入ください。

評価項目 (以下1～7のうちで4つ以上該当で1点)

- ☐ (1) チャットツールや社内イントラなどを活用した従業員がLGBTQ+やSOGIに関する意見をいつでも自由に発信や意見交換できる場がある。
- ☐ (2) 人事やダイバーシティ担当者が立ち上げ運営している、定期的にLGBTQ+やSOGIに関する活動している社内のコミュニティやサークルがある。
- ☐ (3) 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り、定期的に活動している。(ERG (Employee Resource Group) 等)
- ☐ (4) 社内に存在するアライを可視化するための仕組みがあり実施している。(社内イントラのアイコンやネックストラップ等)
- ☐ (5) 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と明示された窓口を設け、社内に向けて公開している。
- ☐ (6) 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・要望等を当事者の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。
- ☐ (7) 自社グループ以外の他企業とのLGBTQ+に特化したコミュニティやネットワークにメンバーとして自社にて参加し、定期的に活動している。

★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

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。

※ 研修 (1)～(11) についてのみ、過去2年 (2024年1月1日～2025年12月31日)を対象とします。
※ 該当する項目へのチェックと合わせて、記入欄に具体的な内容を簡潔にご記入ください。

評価項目 (以下1～11のうち8つ以上、および12～16のうち4つ以上該当で1点)

● 研修 (以下11項目のうち、8つ以上)

- ☐ (1) 全従業員が受講することを必須とした研修の実施。
- ☐ (2) 人事担当者、面接官、リクルーター、採用担当者を対象に、特化した内容による研修の実施。
- ☐ (3) 管理職を対象に、特化した内容による研修の実施。
- ☐ (4) 経営層を対象に、特化した内容による研修の実施。
- ☐ (5) 新入社員や中途雇用社員への雇用時の研修の実施。
- ☐ (6) 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。
- ☐ (7) 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。
- ☐ (8) 研修には、読む・聞くだけでなく、学びを深めるための参加型の演習が含まれている。(例：グループディスカッションやペアによるロールプレイ、個人によるアクション宣言等)
- ☐ (9) 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。
- ☐ (10) 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。

- ☐ (11) イン트라ネット等で従業員がいつでも視聴閲覧できる資料やテキスト、研修動画等を公開している。

(※研修資料や動画等コンテンツの社内公開のみの場合はこちらの項目に該当となり、(1)～(5)に該当とはなりません。)

●その他啓発活動 (以下5項目のうち、4つ以上)

- ☐ (12) イン트라ネット、メールマガジン、社内報等を活用した定期的 (年4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を発信している。
(研修案内等の事務連絡は含みません)
- ☐ (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、啓発日を自社で設定し、企画や発信等実施している。(プライド月間、スピリットデイ等)
- ☐ (15) 研修の実施や研修で使用した資料や録画動画等の公開以外で、従業員が参加や利用が可能なイベントや企画の実施。
(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に関するイベントや企画の実施。

★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。(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。)

また、トランスジェンダーやノンバイナリーの従業員に制度を導入し、社内に向けて公開していますか。

※該当する項目へのチェックと合わせて、記入欄に具体的な内容を簡潔にご記入ください。

評価項目 (以下1～7のうち5つ以上、および8～15のうち5つ以上、16～21のうち4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、5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戸籍上の同性パートナー^{*}を指定できる。
- ☐ (6) 戸籍上の同性パートナー^{*}も利用可能な社外の福利厚生サービスを利用している。
(または利用できない場合は利用できるよう働きかけている)

- ☐ (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として扱う制度がある
(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、5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) 会社において性別で分けられるサービスや施設等 (健康診断、更衣室など) にて本人が希望する性を選択し、利用できる。
- ☐ (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を整備している。
(現在全ての拠点での整備がない場合は、拡充できるよう前向きに検討を進めている)
- ☐ (15) 従業員本人の希望する性で利用可能な社外の福利厚生サービスを利用している。
(または利用できない場合は利用できるよう働きかけている)

●制度全般 (以下6項目のうち、4つ以上)

- ☐ (16) 社内に導入している制度やプログラム等について、自社サイトに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おり、内容が社内周知されている。
- ☐ (18) ハラスメントに関するガイドラインや対応マニュアルの中に、SOGIハラやアウティングが行われた場合の対応についても明記されている。
- ☐ (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があり、その場合の申請方法等が社内周知されている。
- ☐ (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おり、社内周知されている。
- ☐ (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があり、社内周知されている。

^{*}戸籍上の同性パートナーとは、戸籍上、および自認する性別が男性、女性で同性のパートナーがいらっしゃる方、また、トランスジェンダーの方で自認する性に戸籍上性別変更されず、パートナーがいらっしゃる方で、自認する性では異性パートナーでも、戸籍上の性別では同性パートナーとなる方がいらっしゃる場合がございますので、双方を含んでおります。

★取り組みのポイント

- ・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も、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。

※該当する項目へのチェックと合わせて、記入欄に具体的な内容を簡潔にご記入ください。

評価項目（以下1～10のうち4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自社やグループ会社の従業員や従業員の家族に限らない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+の学生、および求職者向けの自社やグループ会社以外の団体や企業が開催する就職説明会、セミナー、イベント等の複数社による合同開催や協賛。（自社による説明会実施は該当となりません。）
- ☐ (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。（自社、グループ会社で開催されるイベント周知は該当となりません。）
- ☐ (6) LGBTQ+やSOGIについて自社所属業界の取組推進を目的とした業界全体、業界における他社への活動や取り組み実施。（グループ内のみの活動の場合は該当となりません。）
- ☐ (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の活動支援が該当し、従業員の家族やインターン、会社説明会等に参加の子どもや若者に限られた活動は該当となりません。）
- ☐ (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。（該当の場合、法人として賛同表明された時期をご記入ください。）
- ☐ (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。（該当の場合、法人として賛同表明された時期をご記入ください。）
- ☐ (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。（該当の場合、法人として賛同表明された時期をご記入ください。）

★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。）
- ・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。

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。

認定企業・団体一覧

※社名五十音順



ゴールド [5点満点獲得]

340社(うちグループ内複数社連名応募68社)
グループ内複数社連名:478社
ゴールド認定合計:750社

*は、グループ・ホールディングス内複数社連名での応募

ア行

アークレイ株式会社*
artience株式会社*
株式会社IHI
株式会社アイエスエフネット
あいおいニッセイ同和損害保険株式会社
株式会社アイネット
株式会社アカルク
アクサ・ホールディングス・ジャパン株式会社*
アクセンチュア株式会社
株式会社アシックス*
味の素株式会社
有限責任あずさ監査法人*
アストラゼネカ株式会社
アッヴィ合同会社
株式会社
アドバンテッジリスクマネジメント
アモーヴァ・アセットマネジメント株式会社
アルティウスリンク株式会社
株式会社アワーズ
アンダーソン・毛利・友常法律事務所外国法共同事業
株式会社アンドエスティHD*
アンリツ株式会社
ELCジャパン合同会社*
EY Japan 株式会社*
イオンモール株式会社
出光興産株式会社
伊藤忠テクノソリューションズ株式会社

株式会社イトーキ
株式会社INPEX
Uber Japan株式会社*
株式会社
AIサポートホールディングス*
ANAホールディングス株式会社*
株式会社AC福島ユナイテッド
AGC株式会社
auアセットマネジメント株式会社
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フィナンシャルパートナー株式会社
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
エクシオグループ株式会社*
SCSK株式会社
株式会社SBI新生銀行*
NECソリューションイノベータ株式会社
NTT株式会社
NTTアーバンソリューションズ株式会社
株式会社
NTTアーバンソリューションズ総合研究所
NTTアーバンバリューサポート株式会社
NTTアドバンステクノロジー株式会社
NTTアノードエナジー株式会社
株式会社NTT ExC パートナー
NTTクラリティ株式会社

株式会社NTT データ・ウィズ
株式会社NTT データ関西
株式会社NTTデータグループ*
NTT・TCリース株式会社
NTTテクノクロス株式会社
株式会社NTTドコモ*
NTTドコモソリューションズ株式会社
NTTドコモビジネス株式会社
NTT都市開発株式会社
NTT西日本株式会社*
NTT東日本株式会社*
NTTファイナンス株式会社
株式会社NTTファシリティーズ
ENEOS 株式会社
株式会社 荏原製作所
株式会社EVERYFOOD
MSD株式会社*
株式会社エル・ローズ
国立大学法人大阪大学
弁護士法人大江橋法律事務所
OTNet株式会社
株式会社OTis
沖縄コカ・コーラボトリング株式会社
沖縄セルラー電話株式会社
株式会社
ONODERA USER RUN*
小野薬品工業株式会社
オムロン株式会社
株式会社オリエントコーポレーション
オルガノン株式会社

カ行

金秀ホールディングス株式会社*
社会保険労務士法人
亀井労務管理事務所
株式会社CARTA HOLDINGS
川崎重工業株式会社*
株式会社かんぼ生命保険
株式会社キッツ
ギャップジャパン株式会社
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*
キンドリルジャパン株式会社*
株式会社クボタ
株式会社熊谷組
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
KDDI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株式会社*
コスモエネルギーホールディングス株式会社*

サ行

The Goldman Sachs Group, Inc.
五月女総合プロダクト株式会社
サッポロビール 株式会社
サノフィ株式会社
株式会社サンゲツ
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GSユアサ
株式会社
ジェイエイシーリクルートメント
JCOM株式会社
株式会社JSOL

株式会社JTB
JPモルガン証券株式会社*
株式会社JVCケンウッド
J. フロントリテイリング株式会社*
株式会社JERA
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
シスコシステムズ合同会社
株式会社
システムサポートホールディングス*
シスメックス株式会社
株式会社資生堂*
清水建設株式会社
株式会社
ジャパンネットワークグループ
順天堂大学
株式会社商工組合中央金庫
株式会社スエヒロ工業
株式会社SUBARU
住友金属鉱山株式会社
住友ゴム工業株式会社
住友重機械工業株式会社
住友生命保険相互会社
住友林業株式会社
株式会社セールスフォース・ジャパン
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
株式会社
セプテーニ・ホールディングス*
ZenGroup株式会社
全森永労働組合
株式会社ZOZO
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
ソニーカスタマーサービス株式会社
ソニーグループ株式会社
ソニーグローバルソリューションズ株式会社

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
ソニーテクノクリエイト株式会社
ソニーピーシーエル株式会社
ソニービ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
ソフトバンク株式会社
SOMPOダイレクト損害保険株式会社
SOMPOひまわり生命保険株式会社
SOMPOホールディングス株式会社*

タ行

第一三共株式会社
大東建託株式会社
大東建託 パートナーズ株式会社
大同生命保険株式会社
株式会社ダイナム
大日本印刷株式会社
大和アセットマネジメント株式会社
株式会社大和証券グループ本社*
株式会社大和総研
大和ハウス工業株式会社
株式会社 高島屋
武田薬品工業株式会社
株式会社WHI Holdings
WWJ株式会社
株式会社チェリオコーポレーション*
中外製薬株式会社*
国立大学法人筑波大学
TIS株式会社
一般社団法人 TMG本部*
株式会社ティーガイア
TCホテルズ&リゾーツ株式会社
(ANAインターコンチネンタル別府
リゾート&スパ/
ホテルインディゴ 軽井沢)

TDK株式会社

株式会社テイクアンドギヴ・ニーズ

デロイトトーマツ グループ合同会社*

株式会社デンソー

株式会社電通

株式会社電通 PRコンサルティング

株式会社
電通アイ・アンド・シー・パートナーズ

株式会社電通 クリエイティブフォース

株式会社電通 グループ

株式会社電通 コーポレートワン

株式会社電通 デジタル

株式会社電通 東日本

ドイツ証券株式会社*

東急株式会社

東急建設株式会社

株式会社東急 コミュニティー

東急不動産株式会社

東京エレクトロン株式会社*

東京海上日動火災保険株式会社

東京海上 ホールディングス株式会社

東京センチュリー株式会社

東京地下鉄株式会社

東京電力ホールディングス

株式会社*

株式会社東光高岳

株式会社東芝*

TOTO 株式会社

戸田建設株式会社

TOPPAN ホールディングス

株式会社*

苫小牧市

トヨタ自動車株式会社

株式会社豊田自動織機

トランスコスモス株式会社

株式会社

トリドールホールディングス*

富田林市

ナ行

中伝毛織株式会社

南海グリーンサポート株式会社

西日本鉄道株式会社

西日本旅客鉄道株式会社

西村あさひ法律事務所・外国法

共同事業*

株式会社Nijiリクルーティング

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

日鉄ソリューションズ株式会社

日本オーチス・エレベータ株式会社

日本キヤリア株式会社

日本情報通信株式会社*

日本精工株式会社

日本電気株式会社

日本郵政株式会社

日本郵便株式会社

日本アイ・ビー・エム株式会社

日本イーライリリー 株式会社

日本航空株式会社

日本コカ・コーラ株式会社

日本新薬株式会社

日本生命保険相互会社

日本たばこ産業株式会社

日本トランスオーシャン航空株式会社

日本マイクロソフト株式会社

日本メックス株式会社

日本メトロニック株式会社*

日本ロレアル株式会社

ネットアップ合同会社

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

野村ビジネスサービス株式会社

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

野村不動産 ホールディングス

株式会社*

野村不動産 ライフ&スポーツ

株式会社

野村プロパティーズ株式会社

野村 ホールディングス 株式会社

ハ行

パーソルダイバース株式会社

ハウスコム 株式会社

株式会社博報堂

パナソニック コネクト株式会社

P&G ジャパン合同会社*

PwC Japan 合同会社*

東日本旅客鉄道株式会社

株式会社日立コンサルティング

株式会社日立システムズ

エンジニアリングサービス

株式会社日立製作所

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

ファイザー株式会社

株式会社ファミリーマート

株式会社ファンケル*

フィデリティ投信株式会社

富士通株式会社

株式会社富士薬品

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

プリモ・ジャパン株式会社

ブルームバード・エル・ピー

フレッシュフィールズ法律事務所

フレッシュフィールズ外国法事務

弁護士事務所(外国法共同事業)

BASE株式会社

医療法人平成博愛会*

株式会社

ベルシステム24ホールディングス*

株式会社ペンシル

北陸コカ・コーラボトリング株式会社

北海道コカ・コーラボトリン

株式会社*

本田技研工業株式会社*

ホンダモビリティランド株式会社

マ行

マイクロンメモリジャパン株式会社*

マツイカガク株式会社

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

マツダ株式会社

株式会社丸井グループ*

マンパワーグループ株式会社*

株式会社

みずほフィナンシャルグループ*

みちのくコカ・コーラボトリン

株式会社

三井化学株式会社

三井住友海上あいおい生命保険

株式会社

三井住友海上火災保険株式会社

三井住友海上プライマリー生命保険

株式会社

三井住友建設株式会社

三井住友信託銀行株式会社

三井住友トラストグループ株式会社*

株式会社

三井住友 フィナンシャルグループ*

三井 ダイレクト 損害保険株式会社

三井不動産株式会社

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

三菱マテリアル株式会社

株式会社

三菱UFJフィナンシャル・グループ*

ミヨシ油脂株式会社

村田機械株式会社*

株式会社 明治

Meiji Seika ファルマ株式会社

明治安田生命保険相互会社

株式会社物語コーポレーション

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)

森永製菓株式会社

モルガン・スタンレー・グループ

株式会社*

ヤ行

ヤマハ株式会社

株式会社ゆうちょ銀行

UBS証券株式会社*

株式会社遊楽

ユニリーバ・ジャパン・

ホールディングス合同会社*

株式会社ユニリタ

横浜ゴム株式会社

社会福祉法人 四ツ葉会

ラ行

ライフネット生命保険株式会社

楽天グループ株式会社

ランスタッド株式会社

株式会社LIXIL

株式会社リクルート

リコーリース株式会社

株式会社LIMNO

外国法共同事業法律事務所

リンクレーターズ

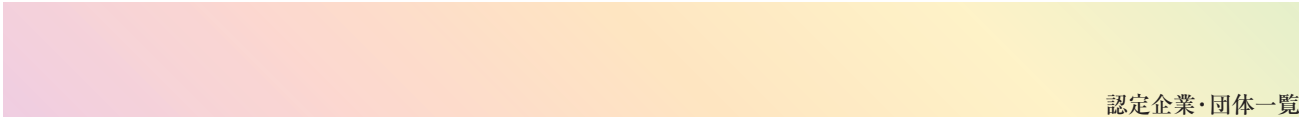
ルネサスエレクトロニクス株式会社

株式会社ルネサンス

株式会社 ローソン

株式会社 ロッテ

株式会社 ロッテホールディングス



〈グループ内複数社連名応募〉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

■artience株式会社／東洋インキ株式会社／トーヨーケム株式会社／トー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

■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

■株式会社アシックス／アシックスジャパン株式会社

■有限責任 あずさ監査法人／KPMG税理士法人／KPMGコンサルティング株式会社／株式会社 KPMG FAS／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／KPMG社会保険労務士法人／株式会社 KPMG Ignition Tokyo／株式会社 KPMGアドバイザリー・ライต์ハウス／株式会社KPMG Forensic & Risk Advisory

■株式会社アンドエスティHD／株式会社アダストリア

■ELCジャパン合同会社／EL APSC合同会社

■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 wavespace Tokyo／EYプロフェッショナルサポート株式会社／

■Uber Japan 株式会社／Uber Eats Japan 合同会社

■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

■ANAホールディングス株式会社／全日本空輸株式会社／株式会社エアー・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／株式会社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ベス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ラインメンテナンステクニクス／ANAあきんど株式会社／ANAX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／ANAケータリングサービス／全日空商事株式会社／ANAス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／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

■エクシオグループ株式会社／西部電気工業株式会社

■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

■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コム／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西日本株式会社／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・メディアサプライ株式会社／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／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／株式会社ジャパン・インフラ・ウェイマーク／株式会社NTTSPORT

■NTT東日本株式会社／株式会社NTT東日本・南関東／株式会社NTT東日本・関西越前／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株式会社／日本MSD合同会社／MSDアニマルヘルス株式会社

■株式会社ONODERA USER RUN／株式会社ONODERA Creative&Technology／株式会社ONODERA LIFE SUPPORT／株式会社ONODERA ナーシングホーム

■金秀ホールディングス株式会社／金秀建設株式会社／金秀鋼材株式会社／金秀商事株式会社／金秀バイオ株式会社／金秀興産株式会社／金秀鉄工株式会社／沖縄ビーシー株式会社

■川崎重工業株式会社／川崎車両株式会社／カワサキモーター株式会社

■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／ネオアーク株式会社

■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／コスモ石油ブリカンツ株式会社／コスモビジネス・アソシエイツ株式会社

■サントリーホールディングス株式会社／サントリー食品インターナショナル株式会社

■三洋化成工業株式会社／サンノブコ株式会社／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・ベトロケミカル／塩浜ケミカル倉庫株式会社

■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・マンサード投信株式会社／Global Shares Japan株式会社

■J.フロンティアリング株式会社／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.フロンティア・建設株式会社／エンゼルパーク／株式会社J.フロンティア・ONEパートナー／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

■株式会社システムサポート・ホールディングス／株式会社システムサポート

■株式会社資生堂／資生堂ジャパン株式会社／資生堂クリエイティブ株式会社／株式会社ジャパンリテール・インノベーション／花椿ファクトリー株式会社／資生堂・アステック株式会社／株式会社エフェクティム／KODOMOLOGY株式会社／株式会社ザ・ギンザ

■セガサミーホールディングス株式会社／株式会社セガ／サミー株式会社

■株式会社セプテニ・ホールディングス／Septeni Japan株式会社／株式会社セプテニ／SEPTENI CORE株式会社／株式会社セプテニ・クロスゲート／株式会社 人的資産研究所／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／gooddo株式会社／トライコーン株式会社／株式会社FLINTERS BASE／株式会社FLINTERS／株式会社セプテニ・データ・ソリューションズ／ミロコス株式会社／株式会社3RD GEAR／株式会社セプテニ・インキュベート／株式会社セプテニ・スポーツ&エンターテインメント

■SOMPOホールディングス株式会社／損害保険ジャパン株式会社

■株式会社大和証券グループ本社／大和証券株式会社

■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株式会社

■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

■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 エフビー株式会社／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 smooth株式会社／デロイト・トーマツ リスクアドバイザリー合同会社／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 ウェブレッジ株式会社／デロイト・トーマツ エスビー・アイ株式会社／デロイト・トーマツ LHit データビジョナリー株式会社／デロイト・トーマツ km2y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／ストーン・ビートセキュリティ株式会社／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 デザイン・メタ・マニエラ株式会社／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 アンサンブル・ローズ株式会社／デロイト・トーマツ エクイティアアドバイザリー合同会社／デロイト・トーマツ CRC株式会社／デロイト・トーマツ ディープスクエア株式会社／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 パブリックグッド株式会社／デロイト・トーマツ PRS株式会社／デロイト・トーマツ ヒューマンリソース株式会社／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／CAMEL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 弁理士法人／デロイト・トーマツ 行政書士法人／デロイト・トーマツ 社会保険労務士法人／デロイト・トーマツ T&L合同会社／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GTA&テクノロジー株式会社／デロイト・トーマツ ファミリーオフィスサービス合同会社／デロイト・トーマツ 赤坂国際ナショナル株式会社／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ーズ株式会社／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

■ドイツ証券株式会社／ドイツ銀行東京支店／ドイツ・アセット・マネジメント株式会社

■東京エレクトロン株式会社／東京エレクトロン宮城株式会社／東京エレクトロン テクノロジー・ソリューションズ株式会社／東京エレクトロンFE株式会社／東京エレクトロンBP株式会社／東京エレクトロン九州株式会社

■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

■株式会社東芝／東芝エネルギー・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／東芝エレベータ株式会社／東芝ライテック株式会社／東芝電力放射線テクノサービス株式会社／東芝検査ソリューションズ株式会社／加賀東芝エレクトロニクス株式会社／東芝ユニファイドテクノロジーズ株式会社

■TOPPANホールディングス株式会社／TOPPAN株式会社

■株式会社トリドルホールディングス／株式会社丸亀製麺

■西村あさひ法律事務所・外国法共同事業／弁護士法人西村あさひ法律事務所

■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

■日本メドトロニック株式会社／メドトロニック・ソファモ・ダネック株式会社／コヴィディエン・ジャパン株式会社

■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

■P&Gジャパン合同会社／ピー・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有限責任監査法人／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／PwCアウトソーシングサービス合同会社／PwC社会保険労務士法人／PwCリスクアドバイザリー合同会社／PwCビジネス・ストラテジー・フォーメーション合同会社

■株式会社ファンケル／株式会社アデニア／株式会社ファンケル・美健／ニコスタ・ビューテック株式会社／株式会社ファンケル・スマイル

■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 南淡千達会／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

■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・コーラボトリング株式会社／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／幸楽輸送株式会社／北海道サービス株式会社／北海道ベンディング株式会社

■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

■マイクロンメモリ ジャパン株式会社／マイクロン ジャパン株式会社／マイクロンメモリ ジャパン ファシリティーズ株式会社

■株式会社丸井グループ／株式会社エポスカード／株式会社丸井／株式会社エム・アンド・シシステム／株式会社マルイ・ファシリティーズ／株式会社ムービング／株式会社エム・オール・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／株式会社エポス・小額短期保険／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／株式会社マルイ・ユニタイト／株式会社Muture

■マンパワーグループ株式会社／エクス・ベリス・エグゼクティブ株式会社／プロハント株式会社

■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／みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社

■三井住友トラストグループ株式会社／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・バナソニック・ファイナンス株式会社

■株式会社三井住友フィナンシャルグループ／株式会社三井住友銀行／株式会社SMBC信託銀行／SMBC日興証券株式会社／三井住友DSアセット・マネジメント株式会社／株式会社日本総合研究所／三井住友カード株式会社／SMBCコンシューマー・ファイナンス株式会社／三井住友ファイナンス&リース株式会社

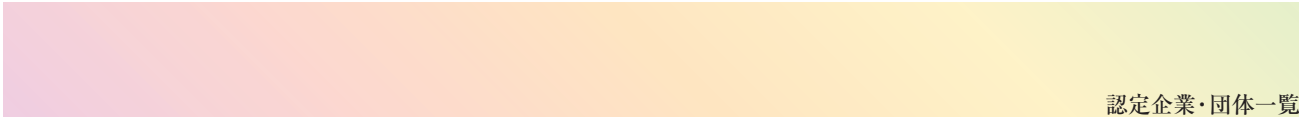
■株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ／株式会社三菱UFJ銀行／三菱UFJ信託銀行株式会社／三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社／MUSビジネス・サービス株式会社／MUS情報システム株式会社／三菱UFJニコス株式会社／三菱UFJインフォメーション・テクノロジー株式会社

■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

■モルガン・スタンレー・MUFG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・マネジメント株式会社

■ユニリーバ・ジャパン・ホールディング合同会社／ユニリーバ・ジャパン・カスタマー・マーケティング株式会社／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]

53社 (うちグループ内複数社連名応募9社)
連名応募社数: 75社
シルバー認定合計: 119社

*は、グループ・ホールディングス内複数社連名での応募

ア行

旭化成株式会社*
アビームコンサルティング株式会社
イオンフィナンシャルサービス株式会社
株式会社いよぎんホールディングス*
インターブランドジャパン
ウィズシード・ホスピタリティ・マネジメント株式会社
AIG ジャパン・ホールディングス株式会社*
SAP ジャパン株式会社
SCSK サービスウェア株式会社
SG ホールディングス株式会社*
NTTドコモ
ビジネスエンジニアリング株式会社
LVMH モエヘネシー・ルイヴィトン・ジャパン合同会社*
株式会社奥村組
株式会社オプテージ

カ行

特定医療法人社団勝木会
コントロール・リスクス・グループ株式会社

サ行

株式会社SAKURUG
株式会社GHP
株式会社J-オイルミルズ
株式会社
しずおかフィナンシャルグループ
株式会社商船三井
石油資源開発株式会社

ソニーストレージメディア株式会社

タ行

大東建託リーシング株式会社
株式会社竹中工務店
株式会社田中貴金属グループ*
田辺三菱製薬株式会社
株式会社ティア
株式会社電通西日本
株式会社電通北海道
道玄坂ホテルマネジメント株式会社 (ホテルインディゴ東京渋谷)
国立大学法人 豊橋技術科学大学
株式会社トランジットホールディングス

ナ行

NIPPON EXPRESS
ホールディングス株式会社*
日本ヒューレット・パッカード合同会社

ハ行

パーク24株式会社*
パーソルキャリア株式会社
パナソニック ホールディングス株式会社*
株式会社日立システムズ
株式会社
日立システムズフィールドサービス
フェニックスリゾート株式会社
芙蓉総合リース株式会社
株式会社プリンセススクウェア
株式会社Box Japan

マ行

株式会社ミライト・ワン
株式会社more

ヤ行

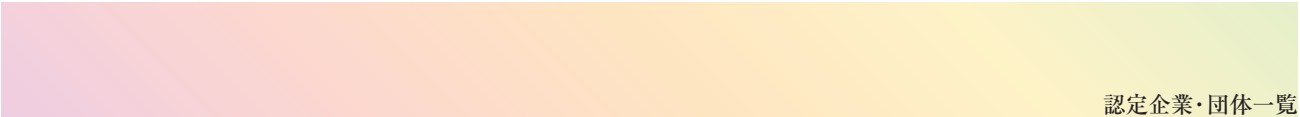
株式会社山田メッキ工業所
ヤマハ株式会社
合同会社ユー・エス・ジェイ
株式会社ユカリア

ラ行

株式会社リクルートスタッフィング
株式会社りそなホールディングス
ロート製薬株式会社

ワ行

株式会社Waplus



ブロンズ [3点獲得]

35社 (うちグループ内複数社連名応募5社)
連名応募社数: 23社
ブロンズ認定合計: 53社

*は、グループ・ホールディングス内複数社連名での応募

ア行

青山商事株式会社
朝日生命保険相互会社
UUUM株式会社
エクイニクス・ジャパン株式会社
エス・エー・エス株式会社
株式会社オカムラ
オリンパス株式会社

カ行

掛川市
加藤精工株式会社
Guinness World Records Japan
株式会社
九州電力株式会社*
株式会社ゲオホールディングス
コベルコ建機株式会社

サ行

シーシーアイホールディングス株式会社*
シーメンスヘルスケア株式会社*
社会福祉法人白岡白寿会
ソニーマーケティング株式会社*
SOMPOワランティ株式会社

タ行

大成建設株式会社
高砂熱学工業株式会社
東洋紡株式会社
豊橋ステーションビル株式会社
株式会社ドン・キホーテ

ナ行

株式会社ニチレイ*
日本ハム株式会社

ハ行

パーソルテンプスタッフ株式会社
パーソルホールディングス株式会社
ハインツ日本株式会社
パナソニックオートモーティブ
システムズ株式会社
フコクしんらい生命保険株式会社
株式会社プラップジャパン
ボストンコンサルティンググループ
合同会社

マ行

三菱HCキャピタル株式会社

ラ行

龍谷大学
株式会社LEOC

〈グループ内複数社連名応募〉ブロンズ認定 企業・団体

■九州電力株式会社／九州電力送配電株式会社
■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
■シーメンスヘルスケア株式会社／シーメンスヘルスケア・ダイアグノスティクス株式会社
■ソニーマーケティング株式会社／ソニーコンシューマーセールズ株式会社
■株式会社ニチレイ／株式会社ニチレイフーズ／株式会社ニチレイフレッシュ／株式会社ニチレイロジグループ本社／株式会社ニチレイバイオサイエンス／株式会社ニチレイ・ロジスティクス北海道／株式会社ニチレイ・ロジスティクス東北／株式会社キョクレイ／株式会社ニチレイ・ロジスティクス東海／株式会社ニチレイ・ロジスティクス関西／株式会社ニチレイ・ロジスティクス中四国／株式会社ニチレイ・ロジスティクス九州／株式会社ロジスティクス・ネットワーク／株式会社ニチレイ・ロジスティクスエンジニアリング

PRIDE指標2025 総評

応募数:437社(うちグループ内複数社連名応募82社)
連名応募数:576社
応募総数:931社

本年で10回目となる『PRIDE指標2025』は、昨年の2024年度から取り組みの領域をさらに広げていただくため一部項目内容の追加・見直し、および各指標の加点方法の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2025年1月1日～2025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。

■ 応募数について

『PRIDE指標2025』の応募数は、過去最多となった昨年から少し減少となりましたが、昨年に次ぐ応募数となる437社の企業・団体および自治体から応募いただきました。応募いただいた企業・団体の内、

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(以下グループ内複数社連名応募)は82社となり、単体による応募とグループ内複数社連名応募を合わせると、今年度の応募社数は総計931社となりました。

昨年度と比較すると応募数は、昨年の463社から26社減少、昨年は94%となりました。またグループ内複数社連名応募を含めた応募総数を比較すると、昨年度の968社から37社減少し、昨年は96%となりました。

また、グループ内複数社連名による応募は応募企業・団体437社中82社となり、応募全体に占める割合は、昨年の20%から1%減少し約19%となりましたが、ほぼ同割合の法人から連名による応募をいただきました。

■ 認定数／応募に占める各認定割合

今年度のゴールド認定、シルバー認定、ブロンズ認定、それぞれの認定数は、ゴールド認定が340社(グループ内複数社連名応募含む合計750社)、シルバー認定が

53社(グループ内複数社連名応募含む合計:119社)、ブロンズ認定が35社(グループ内複数社連名応募含む合計:53社)、認定無しが9社という結果となりました。

応募全体に占める各認定の割合は、応募単位(グループ内複数社連名応募を含まない)ではゴールド認定は78%、シルバー認定は12%、ブロンズ認定は8%となり、昨年と比較しシルバーが1%、ブロンズが3%増加し、ゴールドは6%減少した結果となりました。

また、グループ内複数社連名応募を含める合計で各認定の割合を見ると、ゴールド認定の占める割合は80%となり、昨年は6%減少、シルバー認定は昨年より5%の増加となり全体の13%、ブロンズ認定は昨年と同割合となる全体の6%という結果となりました。

今年度は、昨年度の『PRIDE指標2024』から一部項目内容の追加・変更、および各指標における加点方法の見直しを行ったことにより、加点の難易度が上がり、全体としてゴールド認定の比率が下がり、シルバー認定、ブロンズ認定の比率が増加したと考えられます。

■ 応募法人の従業員数規模

応募法人の従業員数による規模については、応募数437社の内、大企業(従業員数301人以上)が335社、中小企業(従業員数300人以下)が102社でした。大企業、中小企業の応募割合は大企業が77%(昨年度81%)、中小企業が23%(昨年度19%)となり、2023年、2024年と大企業の応募割合が年々増加していましたが、今年度は4%中小企業の割合が増え、大企業の割合が減少しました。中小企業の割合は23%となり、過去中小企業の割合が高かった2022年に続き、2番目に中小企業の割合が高い結果となりました。

またグループ内複数社連名応募を含めた比率は大企業62%、中小企業は38%となり、こちらも大企業での割合が昨年より2%減少し、中小企業の割合が2%増加するという結果となりました。

今年度は大企業の応募が減少し、中小企業による応募が増加したことがわかりますが、昨年より応募総数が減少した中、中小企業の今年度の応募数は昨

図1 ■ 各賞の受賞割合の遷移(2023年～2025年)

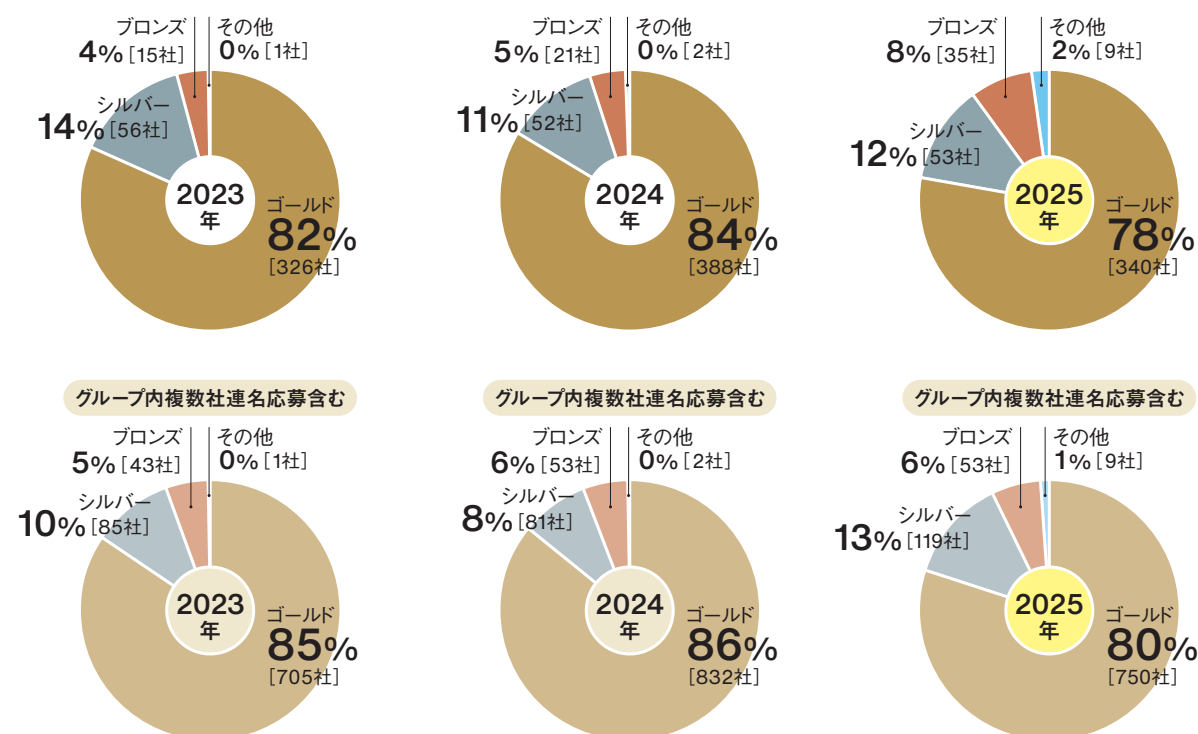
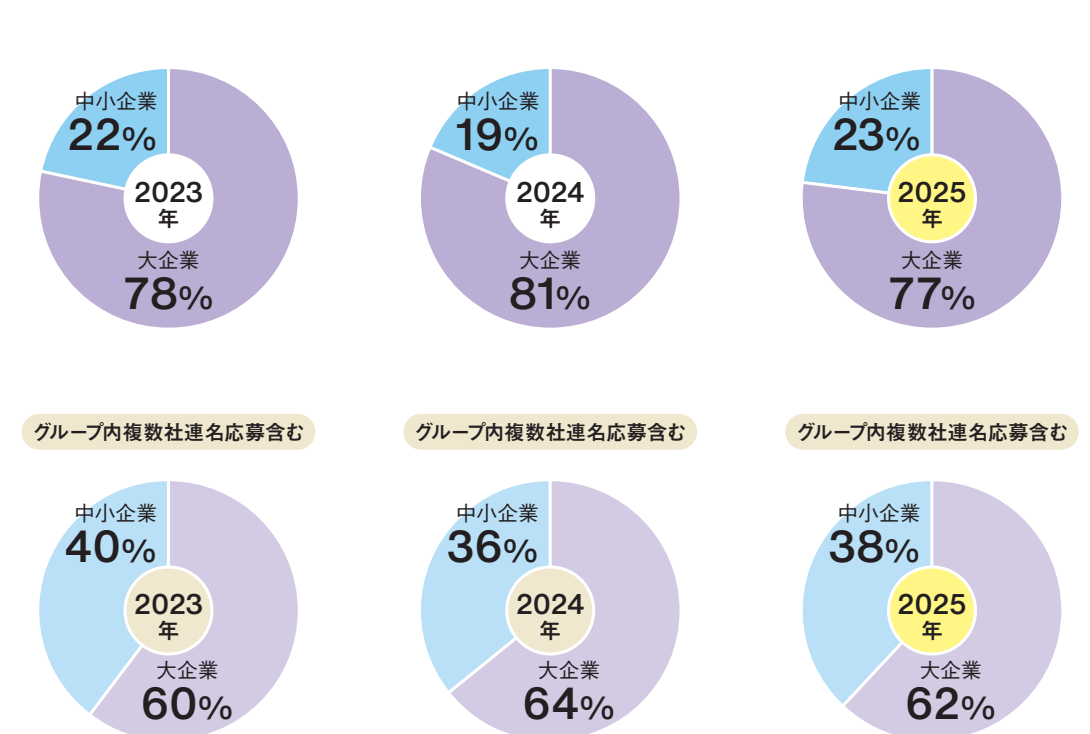


図2 ■ 応募企業・団体の内訳[企業・団体規模](2023年～2025年)



年度より16社の増加となっており、今年度も大企業の応募割合が多いことは変わりませんが、大企業のみならず中小企業でも、取り組みを推進されている企業・団体が増えていることが考えられ、取り組みがさらに広がっていることがうかがえます。

また、大企業の中でグループ全体、またはグループ内で取り組みを広げ、グループ各社で推進いただくことで、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。

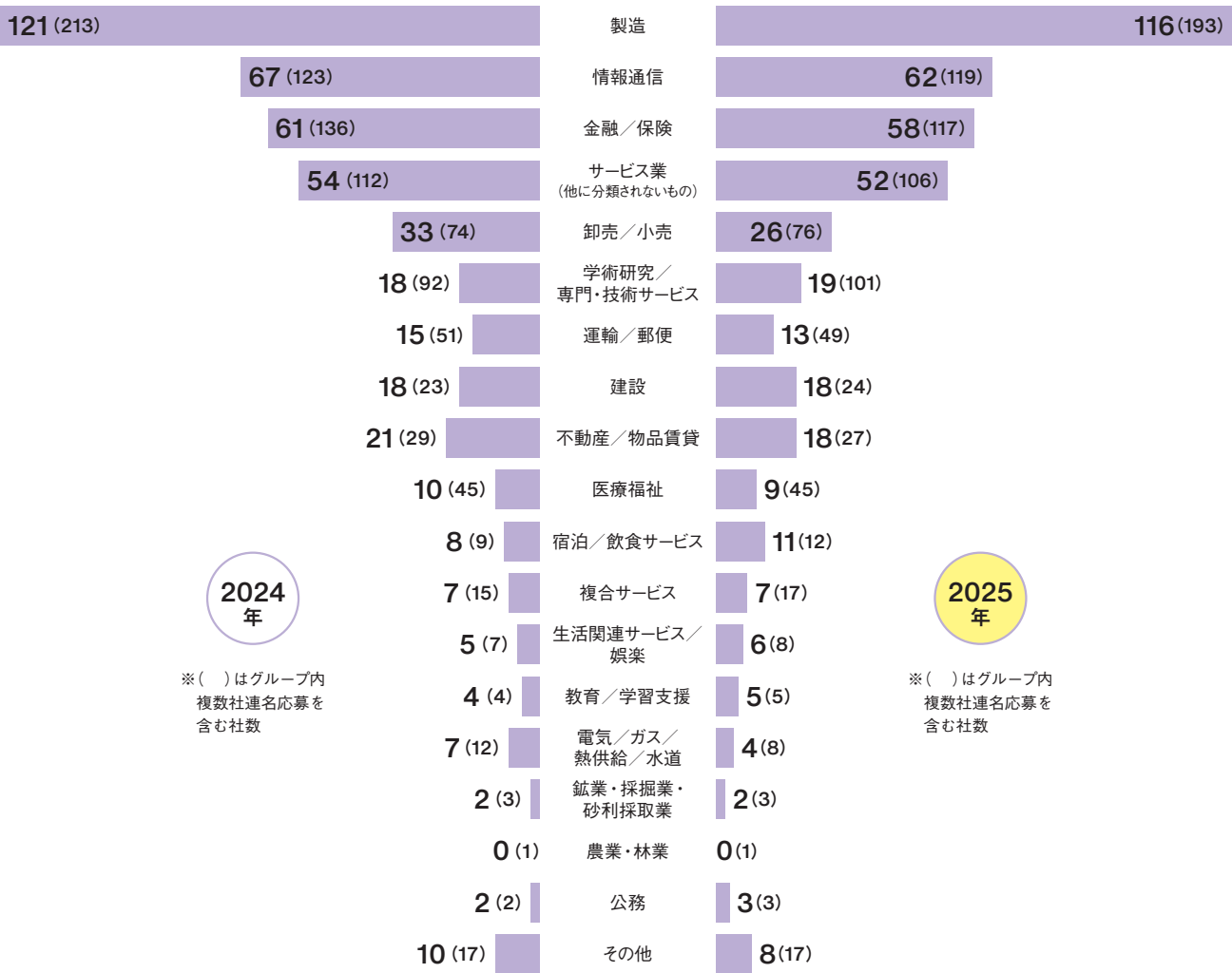
■ 応募法人の業界内訳

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116社（グループ内複数社連名応募含む合計：193社）／全体割合：27％（グループ内複数社連名応募含む合計割合：21％）となりました。

続いて多かったのが情報通信業の62社（グループ内複数社連名応募含む119社）／全体割合：14％（グループ内複数社連名応募含む合計割合：13％）、続いて金融・保険業の58社（グループ内複数社連名応募含む合計：117社）／全体割合：13％（グループ内複数社連名応募含む合計割合：13％）となりました。各業界の応募割合は、この3つの業種で半数を超える形となり、その他業界の応募割合についても昨年とほぼ同様な割合となりました。

図3 ■ 応募企業・団体の業種別内訳（2024年～2025年）

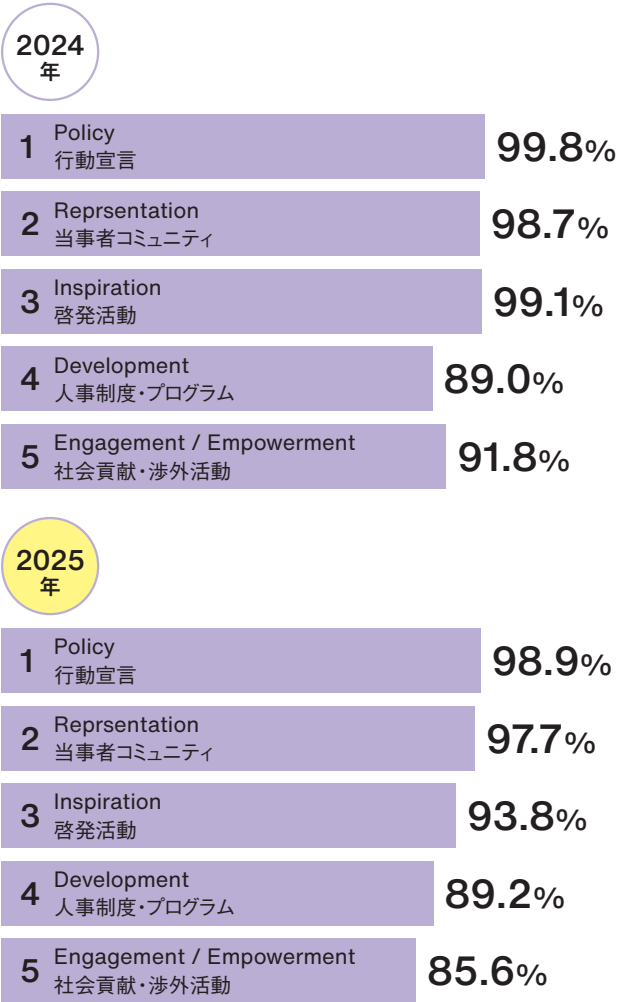


■ 応募法人の所在地による都道府県割合

応募企業・団体の本社が所在する都道府県別の割合を集計し、応募数の上位を見ると、最も多かった都道府県は東京都で全体の70.7％となり、続いて大阪府7.1％、愛知県3.2％、神奈川県、京都府が同数で2.5％、兵庫県1.6％、福岡県、沖縄県が同数にて1.4％となりました。（※グループ内複数社連名応募による応募企業・団体は含まず）

約7割が東京都に本社を構える法人からの応募となり、地方に比べ東京に本社のある法人にて、取り組みがより進められていることが推測されますが、この中に支社や支店、事業所などが全国に展開されてい

図4 ■ 各指標における得点企業の割合（2024年～2025年）



る企業も多くあるため、全社取り組みを行われている場合、取り組みとしては東京に限定されず全国で取り組みが進んでいる企業は多数あると考えられます。

また今年度は以下29の都道府県に本社が所在する企業・団体からの応募をいただいております、各地域で取り組みを推進されていることがうかがえます。

今後さらに企業や団体による取り組みや活動が各都道府県に広がっていくことを期待いたします。

◎ 今年度応募企業・団体の所在する都道府県

北海道／岩手県／宮城県／福島県／茨城県／栃木県／埼玉県／千葉県／東京都／神奈川県／富山県／石川県／福井県／岐阜県／静岡県／愛知県／三重県／京都府／大阪府／兵庫県／鳥取県／岡山県／広島県／徳島県／愛媛県／福岡県／熊本県／宮崎県／沖縄県

■ 今年度の得点率／平均値等

応募全体での5つの指標、それぞれの得点率は、①Policy 行動宣言は98.9％（昨年度比-0.9％）、②Representation 当事者コミュニティが97.7％（昨年度比-1.0％）、③Inspiration 啓発活動が93.8％（昨年度比-5.3％）、④Development 人事制度・プログラムが89.2％（昨年度比+0.3％）、⑤Engagement/Empowerment 社会貢献・渉外活動が、85.6％（昨年度比-6.2％）となりました。昨年度と比べ、4つの指標において得点率が減少し、④Development 人事制度・プログラムのみ得点率が昨年度より増加しました。今年度は4つの指標で得点率が減少する形となりましたが、今回項目内容と、加点方法の見直しにより、昨年度より加点に対する難易度が上がり、取り組みを継続し、昨年同様に取り組むを行っていたが加点に至らなかった法人が昨年より多くあったと考えられ、各指標で得点率が減少したと推測されます。

各指標の項目該当数の平均値は、昨年から全ての指標においてポイントが増加しました。最も平均値が増加した指標は、④Development 人事制度・プログラム（項目数：21）となり、平均値15.6となり昨年度比+1.8、続いて③Inspiration 啓発活動（項目数：16）が平均値

13.3となり昨年比+1.7、①Policy 行動宣言（項目数：10）は平均値7.7となり昨年比+1.3、⑤Engagement/ Empowerment 社会貢献・渉外活動（項目数：10）が平均値4.3となり昨年比+0.5、②Representation 当事者コミュニティ（項目数：7）が平均値4.9となり、昨年比+0.4という結果となりました。

①Policy 行動宣言と、②Representation 当事者コミュニティに関しては、今年度、指標内の項目数が1つずつ増えていますが、特に④Development 人事制度・プログラムの平均値は、項目数は変わらない中、2023年13.4、昨年13.8、今年度15.6と年々増加しており、年々社内で制度導入に向け検討を進め、実際に導入を進められている企業・団体が年々増えているということがこの数字から考えられます。

また昨年と比較し、項目数が増えた中、ポイントの伸びが少なかったのは②Representation 当事者コミュニティとなり0.4ポイントの増加となりました。

中央値については、こちらも同様に全ての指標でポイントが上がり、①Policy 行動宣言（中央値：8）、②Representation 当事者コミュニティ（中央値：5）、③Inspiration 啓発活動（中央値：13）④Development 人事制度・プログラム（中央値：16）。⑤Engagement/ Empowerment 社会貢献・渉外活動（中央値：4）という

結果となりました。大きく2ポイントが伸びた指標は、①Policy 行動宣言、④Development 人事制度・プログラムが昨年に比べ2ポイント増となりました。

今年度は、一部指標による項目数の増加と全指標の加点方法の見直しに伴い、応募各社でさらに取り組みを推進いただいたことで、平均値、中央値ともに全ての指標において増加という結果となったと考えられます。その中でも項目数の増減がなかった④Development 人事制度・プログラムの平均値が最も増加しているところを見ると、各社内での制度検討、そして導入が年々進んでいることが推測され、制度導入を進められている企業・団体が増えてきていることが考えられます。また、伸びが大きかった①Policy 行動宣言では、今年度から方針に明確なLGBTQ+に関する差別禁止についての記載を項目として確認いたしました。今までLGBTQ+に関する差別禁止までの記載のなかった企業も新たに自社の方針内容について見直しや再検討を行い、さらに明文化いただいたことでポイント増加につながったことがうかがえます。

今後の各項目での、さらに進めることができる取り組みや、改善できる取り組みを検討いただき、自社にて推進いただけることを期待いたします。

図5 ■ ベンチマーク（2024年～2025年）

2024年						2025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	9	9	0	6.4	6.0	1 Policy 行動宣言	10	10	1	7.7	8.0
2 Representation 当事者コミュニティ	6	6	0	4.5	4.0	2 Representation 当事者コミュニティ	7	7	1	4.9	5.0
3 Inspiration 啓発活動	16	16	0	11.6	12.0	3 Inspiration 啓発活動	16	16	0	13.3	13.0
4 Development 人事制度・プログラム	21	21	0	13.8	14.0	4 Development 人事制度・プログラム	21	21	0	15.6	16.0
5 Engagement/ Empowerment 社会貢献・渉外活動	10	9	0	3.8	3.0	5 Engagement/ Empowerment 社会貢献・渉外活動	10	9	0	4.3	4.0

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、国・自治体・学術機関・NPO／NGOなどセクターを超えた他のプレイヤーと協働し、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。

今年度は評価対象期間である2025年1月1日～2025年12月31日における取り組みについて、『レインボー認定』の要件、および審査基準をもとに専用の応募フォームに記入いただいた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2025年度『レインボー認定』と評価しました。

2025年度『レインボー認定』 評価委員会メンバー

- 大山みこ（日本経済団体連合会
ソーシャル・コミュニケーション本部 副本部長／
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／メディアパーソナリティ／
昭和女子大学現代ビジネス研究所特別研究員）
- 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／シニアコーディネーター）

『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



work with Pride 2024 カンファレンス
2024年度『レインボー認定』フォトセッションの様子

2025年度『レインボー 認定』

今年度の『レインボー 認定』には41の企業・自治体からのご応募をいただき、結果38社の取り組みを『レインボー 認定』と評価しました。

2025年度『レインボー 認定』企業

※は、グループ・ホールディングス内複数社連名での応募

株式会社アイネット
アクセンチュア株式会社
アストラゼネカ株式会社
アッヴィ合同会社
アモーヴァ・アセットマネジメント株式会社
EY Japan*
株式会社イトーキ
MSD株式会社*
ギリアド・サイエンシズ株式会社
キンドリルジャパン株式会社*
株式会社神戸製鋼所
コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社*
サノフィ株式会社
株式会社資生堂*
株式会社セールスフォース・ジャパン
積水ハウス株式会社
株式会社ZOZO
損害保険ジャパン株式会社
武田薬品工業株式会社

株式会社チェリオコーポレーション*
株式会社電通グループ
苫小牧市
日本アイ・ビー・エム株式会社
日本イーライリリー株式会社
日本たばこ産業株式会社
野村不動産ライフ＆スポーツ株式会社
野村ホールディングス株式会社
パナソニック コネクト株式会社
P&G ジャパン*
PwC Japan グループ*
ファイザー株式会社
株式会社ファミリーマート
ブリストル・マイヤーズスクイブ株式会社
ブルームバーク・エル・ピー
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

■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 wavespace Tokyo／EYプロフェッショナルサポート株式会社（グループ12社）

■MSD株式会社／日本MSD合同会社（グループ2社）

■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（グループ3社）

■コカ・コーラ ボトラーズジャパン株式会社／コカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングス株式会社／コカ・コーラ カスタマー マーケティング株式会社／コカ・コーラ ボトラーズジャパン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／ネオアーク株式会社（グループ10社）

■株式会社資生堂／資生堂ジャパン株式会社／資生堂クリエイティブ株式会社（グループ3社）

■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（グループ4社）

■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（グループ4社）

■PwC Japan有限責任監査法人／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／PwCアウトソーシングサービス合同会社／PwC社会保険労務士法人／PwCリスクアドバイザリー合同会社／PwCビジネストランスフォーメーション合同会社（グループ14社）

2025年度『レインボー 認定』総評

社会的な状況が複雑さを増す中、歩みを止めず、むしろ取り組みを前進させている皆様の熱意と尽力に、まず心からの敬意を表します。

今年の傾向としてまず言及しておきたいことは、従来の業界横断での基準づくりや各社の本業の強みと課題解決を結びつける実践の進化に加えて、そうした協働の輪が東京以外の地域へも確実に広がってきた点です。

また、全ての取り組み内容や応募書類から、担当者の皆様の粘り強い対話と具体的な行動の積み重ね、そしてリーダーシップが、例年以上に強く伝わってきたことが印象的でした。その熱意が着実に社内外を動かしており、これこそが社会を動かす原動力だと改めて感じています。

（番野智行）

評価委員会メンバー コメント

今年は、米国新政権の発足に伴う反DEIの動きが世界に動揺を与えました。こうした逆風の中でも、日本企業が惑わされることなく、多くの企業が応募し、過去最多となる38社がレインボー 認定となったことを、大変頼もしく感じています。企業の経営戦略にとって多様性は不可欠な普遍的価値。レインボー指標の取り組みがより一層、社会全体の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）

世界的なDE&Iへの逆風がある中でも、多数の企業がご応募くださったことに、強い決意を感じ、心から敬意を表します。国際的な情勢が不確実性を増すなか、目の前にいるマイノリティ当事者の存在を忘れず、「社員一人ひとり」だけでなく「社会全体」が自分らしく安全に暮らせる環境づくりを着実に進めるみなさまの姿勢に、深く感銘を受けました。この地道で粘り強い取り組みこそが、企業文化に深く根付き、真のインクルージョンを実現する力となると感じています。今後もこの揺るぎない歩みを続けていかれることを強く期待します。

（河野禎之）

今年もたくさんのご応募があり、国内外の流れの変化の中でも変わらぬお取り組みの数々を心強く思いながら拝見しました。印象的だったのは、継続と前進です。長く取り組みを続けている企業や自治体でも、新たに始めた企業でも、長く続けたいというお志が強く感じられました。日本各地で、DEIの取り組みが日常となっていることに希望を感じます。プライド指標を通じて多くの企業や自治体が主体的に、そして横断的に取り組みを広げ、互いに学び合う契機となることを願います。今後ますますのご活動に心よりご期待申し上げます。

（小島慶子）

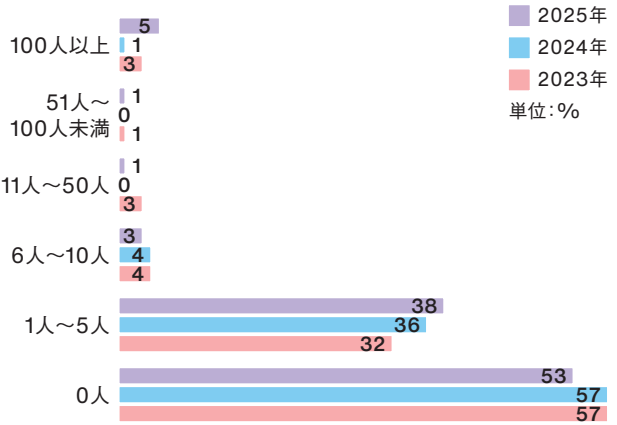
PRIDE指標2025 アンケート結果レポート

「PRIDE指標2025」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みなさま、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戸籍上の同性パートナーを指定できる。
- (6) 戸籍上の同性パートナーも利用可能な社外の福利厚生サービスを利用している。
- (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として扱う制度がある。（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：177 (回答率：41%) |



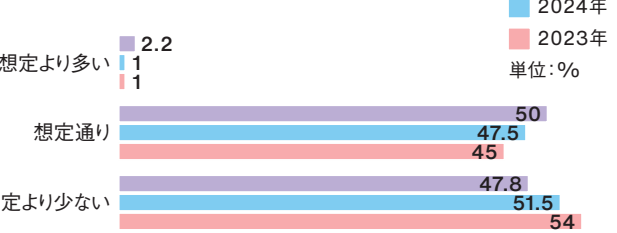
制度を利用した社員の数は、回答数の53%が回答時利用がなく0人、次いで、1～5人(38%)となり、回答いただいた企業・団体での制度利用者数は0人、または5人未満で91%という結果となりました。

2023年、2024年0人の割合は57%と同率でしたが、今年度は53%と-4%減少し、1～5人の割合は2022年より年々増加し、昨年と比べ2%増加するという結果となりました。変わらず多くの企業・団体で制度利用の従業員の数は多くはない状況であると推測されますが、徐々に企業・団体内で従業員による制度利用が出てきているのではないかと考えられます。

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：180 (回答率：41%) |



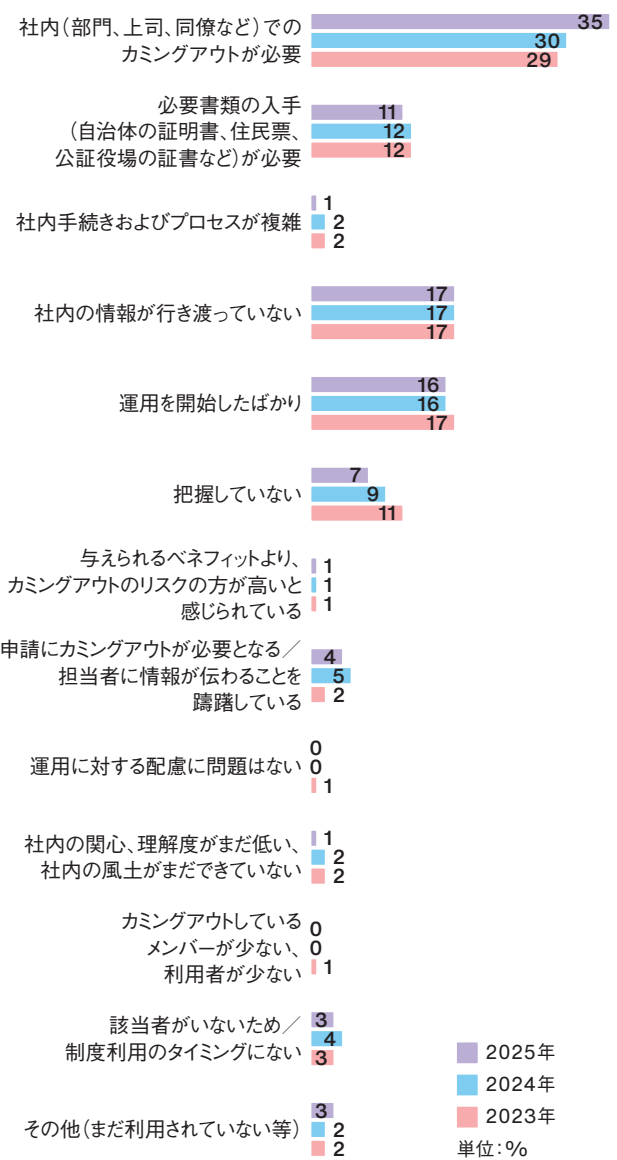
制度の利用者数が今年度、「想定より少ない」が47.8%、「想定通り」が50.0%、「想定より多い」が2.2%という結果となりました。各社からの回答は、「想

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）

- 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
- 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
- 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

| 回答数：214 (回答率：49%) |



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「社内でのカミングアウトが必要」が全体回答の35%、「社内の情報が行き渡っていない」が17%、続いて「運用を開始したばかり」が16%、「必要書類の入手（自治体の証明書など）が必要」が11%、「把握していない」が7%という結果となりました。

昨年に引き続き一番の考えられる原因としては、社内でのカミングアウトが必要なことが挙げられ、通常の申請ルートではなく、上司以外の人事や窓口等へ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り、当事者の心理的な安全を保てていないことで申請を躊躇していると感じている企業が多くありました。また制度利用で得られるメリットより、カミングアウトのリスクが高いと考えられているのではないかという回答もありました。

昨年に引き続き今年度も、「把握していない」という回答も多く見られ、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していない企業もありました。その他、年齢が若い従業員が多く制度利用の必要な時期に至っていない可能性があることや、長年パートナー関係にある従業員への情報共有が行き届いていない可能性も考えられるといった回答もあり、年代による利用の差もあるのではないかと推測されます。また、社内での発信や取り組みを行っているが、社会全体の理解が進んでいないことや、社内での風土づくり、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、さまざまな状況にある当事者本人の思いに寄り添うことを心掛け、企業として取り組まれていることがうかがえます。

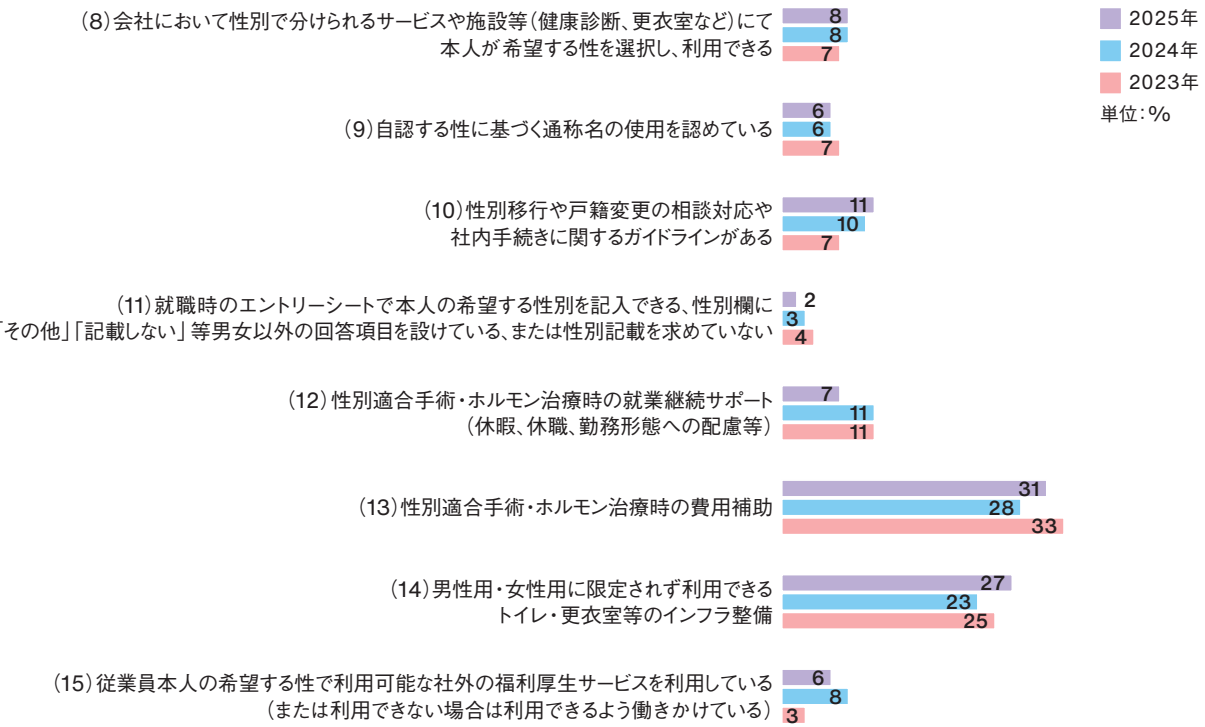
アンケート D-4 (8)～(15)の内、取り組みたいが実践できないものはなんですか？
またその理由を教えてください。(複数回答)

●トランスジェンダーの従業員向け

- (8) 会社において性別で分けられるサービスや施設等（健康診断、更衣室など）にて本人が希望する性を選択し、利用できる。
- (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を整備している（現在全ての拠点での整備がない場合は、拡充できるよう前向きに検討を進めている）
- (15) 従業員本人の希望する性で利用可能な社外の福利厚生サービスを利用している（または利用できない場合は利用できるよう働きかけている）

■取り組みたいが実践できないものはなんですか？

| 回答数：105（回答率：24%） |



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31%、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27%、「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。」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は以下にて記述しますが、実践できない理由としては、まず当事者からの相談等がないため、ニー

ズの把握ができておらず、合わせて知識や情報が不足しているため予算確保含め、社内を進めることが難しいという意見が多くみられました。またその他の制度が整っていない状況で進めることが難しいこと、連携している他企業など外部の協力が必要となる場合にハードルが高くなると感じているという回答が複数見られ、周囲の理解や社内の対応に苦慮しており、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ことが考えられます。

◎取組が実践できない理由（項目別）

(8) 会社において性別で分けられるサービスや施設等（健康診断、更衣室など）にて本人が希望する性を選択し、利用できる。

- ・当事者からの声がない中で進めることが難しく実践にいたっていない。
- ・全国に従業員が点在しており、全ての医療機関にて適切な対応を確約することが難しい状況にある。
- ・更衣室については改修費用など物理的な面と、日雇いの方の利用があり、利用者の理解を得ることが難しい。
- ・更衣室やトイレは会社側がOKしても従業員側でNGという方が出てくる可能性もあり、取り組みが進みづらい。
- ・他企業と共同利用のトイレや更衣室も多く、弊社の一存で決定できないケースが多々ある。

(9) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。

- ・ビジネスネームの導入を検討しているが、社内制度での課題が多く、導入企業の情報も少ないため、実践できていない。
- ・社員からの声が無く、導入することで効果が得られるのが不明瞭。
- ・現在の人事部のシステムでは本人の氏名が社員番号と紐づいており、給与、評価等の人事システムに連携しているため、通称名を利用することが難しい。
- ・お客様の契約上の制約等により、通称姓名が使えない状況が発生している。
- ・行政上・社内運用面のすみ分け、乖離が懸念とされ、話し合いが止まっているが、他社実例を集めながら、前進させていきたい。

(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。

- ・過去に相談事例がなかったこともあり対応できていない。
- ・性別移行や戸籍変更の相談対応体制を充実させたいが、十分に対応できるスキルを有した社員の育成が課題である。
- ・当事者ごとの事情や状況に合わせた個別対応を行っており、仕事と治療の両立支援の考え方の中で、社員の働き方を考える全体の枠組みとして取り組みを進めている。
- ・当事者がどういった配慮が必要なのか想像しきれていない部分も多く、公的な機関などが発行するフォーマット等があればありがたい。
- ・取り組みを始めたばかりのため、その他の整備に時間を要している。

(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。

- ・女性活躍推進の観点から、各機関や社内での女性採用比率のデータの提示を求められるため。
- ・システム委託会社に相談しているが、システム改修まで対応ができない。改修以降、新卒採用の方も対応する予定。

(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）。

- ・制度を利用する社員がいないこともあり、優先順位が下がってしまっている。
- ・男女の賃金格差や管理職比率の課題が大きく、対応の議論が進められないため。
- ・正社員等だけでなく派遣スタッフにも適用する必要があるため、コスト的に難しい。

- ・社内福利厚生を整えるための予算確保が難しく、更に理解度が高まっていないため、優遇されているというような声が上がることを懸念している。
- ・がん治療や不妊治療に対する休暇や費用補助もまだ対応出来ておらず、従業員個人が抱える問題に対して企業としてどこまで介入するか検討段階のため。

(13) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。

- ・他のがんや不妊治療などに対しても費用補助をしておらず性別適合手術・ホルモン治療にのみ適用する理由が論理的に説明できない。
- ・現時点では当事者や利用希望者がいないため、優先度が低い状況にある。
- ・女性に対する身体的なEquityの制度がまだ十分に整っておらず、トランスジェンダーの身体的なEquity実現のための制度を先に拡充するのが難しい状況にある。
- ・ニーズの把握等が十分できていないため未実施となっている。
- ・不妊治療や更年期治療、がん治療の方も含めた対応について社内での議論があり、その議論のなかでトランスジェンダーの方への対応も一緒に検討している。

(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を整備している。
(現在全ての拠点での整備がない場合は、
拡充できるよう前向きに検討を進めている)

- ・賃貸のオフィスビルに入居しているため、ビルの設備に依存しており、自社での改善が難しい状況。

- ・予算化するのが困難なため。
- ・トイレや更衣室については、性別不問として男女共用とすると抵抗が強く、別途新設すると費用が大きくなるため。
- ・トイレや更衣室等などの整備については、各拠点の施設の環境や改修費用、職種による男女比のばらつき、当事者からの声がない中で進めることが難しい。
- ・既設のトイレや独身寮の共同浴場等施設に関しては、スペースと費用が問題で改修に至っていない。
- ・事務所のスペースが限られているため、性に限定されず使用できる設備・インフラ等の提供が難しい。

(15) 従業員本人の希望する性で利用可能な
社外の福利厚生サービスを利用している。
(または利用できない場合は利用できるよう
働きかけている)

- ・運営主体が自社ではなく、自社のみ対応することが出来ず、多大な時間を要するため。
- ・社外のサービス運営会社の規約があり、性自認の社外扱いについての働きかけは現状ハードルが高いと認識している。
- ・LGBTQ+に理解のない方、従業員や社外の施設がまだ多いとみられ、ハードルが高いと考えている。
- ・自社だけでは決められないことは、すぐに実現することが難しいことがあり、社内検討や相手先との調整をしながら進めているため、実現までに時間を要することがある。

アンケート 3 ドナルド・トランプ氏がアメリカ大統領に就任後、DEI政策の転換により、今年度自社の取り組み推進に影響が出たことや、変化したことはありますか。可能な範囲で取り組みへの影響や変化などありましたら、こちらにご記入ください。

| 回答数：152 (回答率：35%) |

2025年、新たにアメリカ合衆国の大統領に就任したドナルド・トランプ氏によるDEI政策の転換により、応募各社へ自社の取り組み推進に影響が出たことや、変化したことをうかがいました。アメリカに拠点のある企業では、表現を改めるなどの具体的な影響があり、日本国内では現段階では影響はないとの回答が多くありましたが、社内から今後の取り組みについて不安の声が出るなど社内、社外での動き

が見られたなどの回答をいただきました。不安や意見など、社内から声が出る中、各社、回答から会社として変わらずDEIを継続して推進していくといった力強い経営層からのメッセージ発信を行われるなど、変わらない取り組みを力強く推進いただいていることがわかりました。以下にて一部記述いたしますので、ご覧ください。

- ・反DEIの流れはあるが、当社として今までの取組からの変更はない。グループ従業員全体に理解浸透を行うためには、継続した活動が必要と考えている。
- ・社外向けの取り組みについては、風向きを見ながら検討することが多くなった。一方でその分、社内でのインクルージョンに力を注げるようになったように感じる。
- ・当社のスタンスおよび取り組みに影響はなく、より一層加速することが重要であると認識している。
- ・従来以上に取り組みを強化し、経営層からのメッセージ発信や、DEI関連のセミナーやイベントを増やし、従業員が不安に感じることはないように心掛けている。特にDEIの基礎的な知識が学べる講座やアライ研修を増やし、DEIに対する認知度向上、正しい理解の促進に務めている。
- ・対外発信の際にDEIの表現は積極的に使用せず取組目的に即した表現に置き換えることとしたが、日本や自社としてDEIは必要なものであると考え、継続して推進していくこととしている。
- ・国内市場を中心とした事業展開であるため、DEI政策の転換による直接的な影響は現時点では限定的ですが、社内アンケートや従業員の声を通じて、LGBTQ+に限らず、ダイバーシティ推進活動全般に対して懐疑的な意見が匿名で寄せられるケースが増えてきている。
- ・今後の取り組みについて、アンケートで「多様性の取り組みをすることはいいことだと頭で理解しても、米国では逆に多様性排斥を政府が音頭をとって実施しており今後日本にも影響及ぼすか心配」、「理解推進活動を進めることで逆に社内のLGBTQ+の人の立場に影響を及ぼさないか。」という不安の声があった。
- ・2025年度は大々的な新たな制度の導入や規則の変更といった制度面、ハード面の取り組みは据え置きとし、研修や啓発活動といったマインド、ソフト面の取り組みを継続あるいは深掘り、拡充させながら意識醸成に努める方向に変更となった。
- ・直接的な影響は現時点ではないが、アジアにある海外拠点や取引先との連携において、DEIに関する表現や対応に慎重さが求められる場面が増えているが、自社としては、引き続き人権尊重の姿勢を持って取り組みを継続している。
- ・毎年行っている社員意識調査にて、おそらくこれまで活動に懐疑的だった社員から、「トランプ氏の発言を会社としてどう捉えているのか」「方向性は変えないのか」「活動を見直すべきでは」等の意見がより多く聞かれたが、プライド月間に経営層による座談会を開催し、今後も方針や考え方、行動は変わらないことが明言され、全社に発信された。

- ・他社のDEI担当者との情報交換の際に話題に上がることはあるものの、自社内での明確な影響は現時点ではなく、昨年以前に引き続き、LGBTQ+を含むDEIの取り組みを進めている。
- ・グローバルとしては、社外の団体との関わり方や、英語でのメッセージの出し方が以前よりも複雑になりました。一方で、日本においては、これまで通り日本語でDEIの取り組みやコミュニティへのサポートを発信していくことは会社から歓迎されている。
- ・アメリカの社員を守るため、グローバルのダイバーシティ推進部門や法務が、従業員リソースグループのイベントの内容を確認し、承認を得た上で実施するというプロセスが追加され、現在でも続いています。
- ・多くの部門や役員から、他の日系企業の動向について何度も確認が入りました。担当者レベルではその報告に追われ、施策の進行に待ったがかかり、スピードダウンした印象です。現在はひと段落していますが、今後のトランプ氏の発言に翻弄されることは否めません。
- ・国内の発信力のある議員や有識者の方が、心あるメッセージを開示されることを期待しています。
- ・企業としての取り組み推進には影響はないが、「エクイティ」という概念の捉え方に国際的な違いがみられることを鑑みて、当社の取り組み推進が正しく理解されるようにDEIという表記からD&Iという表記へと表現を改めた。
- ・自社の取り組みに特に影響は出ていないが、人によってはそういった取り組みが今後継続できるのか?と不安に思う社員がいた。
- ・このような状況下で活動続けることに危惧する個人的な意見も出ていましたが、企業トップが改めてメッセージを発信し、取り組みは継続できています。
- ・特別な影響はないが、やはり言葉の表面だけを捉えている人はいる。DEI研修でもトランプ氏の発言については取り上げ、アメリカと日本では背景や国の抱える問題が違うので、同じように捉えないようにと話している。
- ・方針や目標を変更する考えはありません。様々な考え方を持った多様な人財が、国籍・性別・性的指向・障がいの有無などに関わらず個性や能力を発揮し活躍できる企業を目指しています。多様性こそが、企業理念を原点にイノベーションの創出を可能にし、事業を通じた社会的課題の解決を実現するからだと考えています。
- ・グループのDEIの取り組みや用語取り扱いに変更はありません。2025年年始にグローバル全社員にむけ、役員自らが、DEIの取り組みを緩めることはない、という明確な方針を打ち出しました。

• トランプ政権の動きを踏まえ、企業としてのDEI推進に対する姿勢を経営層で改めて議論。世界各国でビジネス展開し、従業員の国籍も様々な中で、企業パーパスの実現を目指すには、人財一人ひとりの様々な違いを価値として認める組織づくりは必須であるため、DEI推進は引き続き継続することを再確認。ただし各国の法令順守等の観点から、DEI推進に関する一つひとつの取り組みおよび対外発信内容について、より丁寧な確認プロセスを担保しています。

• これまで協賛していたイベントが、アメリカのDEI政策の転換を受けてなくなったほか、今年全従業員に実施した研修の受講後アンケートの感想でも「アメリカはこう言っている」という記載が見受けられた。

• 社会的な空気の変化を背景に、一部の地域ではレインボープライドの開催が中止となった。その影響もあり、これまで地域に根差して進められてきた多様性推進の取り組みの継続や拡大に、停滞や難しさを感じざるを得ない状況となっている。

• 経営層や担当者の中には、「このような社会的逆風の中だからこそ、働きづらさを感じる人がより切実に増えているのではないか」「外圧を受けにくい国内事業主体の我々こそが、ダイバーシティ推進の火を絶やさず繋いでいく責任がある」といった前向きな姿勢や信念を持つ者も多く、社内での議論や取り組みの質が深まっていることは、むしろポジティブな変化と捉えています。

• 「見せるためのDEI」ではなく、「現場の困りごとに寄り添うDEI」への再設計を進めており、制度や施策の納得感を高めることを重視しています。

• 日本の活動や発信・取り組みには影響はないが、英語での海外向けの発信については、取り組みについて記載はするものの、表現を一部変更している。

• 自社の取り組み推進に大きな影響は出ていないが、社内で開催したDEIワークショップで、DEI不要発言をしていた社員がいると聞き、心配している。社として勉強会や、全社告知などで、DEIを推進していく旨を引き続き伝えていく。

• 海外、特にアメリカ拠点ではDEI施策の大幅な減少があったが、ERG（当事者従業員の自発的な活動）自体は従前と変わらず継続している。日本国内グループではこれまでと変わらず取組み推進を行っている。「多様性は競争力の源泉」というDEI推進の原則は変わらず、LGBTQ+関連は中でも経営層のコミットを一層積極的に進めている。

• トランプ政権の影響だけではないと思うが、日本の選挙における保守派の躍進を見ていると、外国人やLGBTQ+の排斥感情が日本全体で強まっていると感じ、社員の中にも不安心から排斥感情を持つものが出てきているのではと懸念している。

• 社内外から方針変更をするか否かについて問い合わせが多くありましたが、当社としてはこれまで通り、多様性受容による心理的安全性の確保を重視し、誰もが働きやすく能力を発揮できる環境づくりを目的としたDEI推進（LGBTQ+推進を含む）に積極的に取り組んでいくことを発信、周知、公表しており、方針に変更はなく、強化の方向です。

• 社外へ向けてのLGBTQ+に関する発信や言葉の選択に影響があるものの、取り組みについての制約に影響は無い。具体的には、多様性という言葉では無く、インクルージョンとアライシップという言葉でDEIを推進している。

• 今年度の当社のDEI推進活動において、米国の政策転換による直接的な影響は特にありませんでしたが、関連施策の実施後アンケートにおいて、ごく一部の従業員から「トランプ氏の動向が気になるため、DEIの取り組みについては慎重に考えるべき」という意見が見られました。

• DEI推進の姿勢に変わりは無かったが、社員の意識への影響が懸念された。そこで全社員に向けて、当社のDEI推進の姿勢に変わりはないことを伝えるため、CEOよりメールの送信や、定期的にニュースレター等を利用し、姿勢に変わりはないことをCHROが全社に向けてメッセージを発信した。

• 自社の方針は2025年度も不変。「DEI」という言葉自体も、取組内容も変更せずに推進をしている。一方、政治的リスク、レピュテーションリスクは注視しており、特に海外での活動や情宣については配慮をしながら進めている。

• 一部施策の見直しや再設計が必要となり、従来のDEI施策の一部を一時停止または再構築しました。

• 共有スペースでのレインボーフラッグの掲揚が制限されるようになり、例年プライド月間に実施していたフラッグ掲揚イベントが中止となった。

• 従業員の自己表現を尊重する目的で導入されていたZoom上の代名詞表示機能が、米国拠点において非表示設定に変更されました。

• 社内外のコミュニケーションにおいて、DEIに関する表現やメッセージングに対して、より慎重な配慮が求められるようになりました。

• 今のところ大きな影響は出ていないが、今後の取り組みについては、影響を及ぼす懸念もあり、DEI推進を中心的に行っている部門の担当者としての不安がある。

• 取り組み方針や施策は従来通りだが、グループ方針により、「DEI」という略語の使用を禁止や、海外に拠点や従業員、その他ステークホルダーを多数有するためダイバーシティ関連の社外向け情報公開・発信に対して慎重になっている。

• DEIが特定のセグメントを優遇するための施策ではなく、あらゆる違いを包括するための施策であることを強調したメッセージングを意識している。

アンケート 4 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：136（回答率：31%） |

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、イベントに会社として出展することで、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が、今年度は他企業と共同によるイベント開催や、自社での研修やイベント等の実施企画について今まで参加されなかった層に広がるよう各社内容を検討し実施したところ、参加者が増え、良い反応が出てきたとの声を複数いただきました。また継続して取り組みを実施していることによる意識の変化を感じているとの声もあり、各社それぞれより理解や風土醸成が進むよう検討しながら取り組みを推進されていることがうかがえます。課題については、制度利用や相談がなく、当事者

の存在が見えないため、意見の把握が難しいという声が多くありましたが、その他自社で開催するイベントなどへの参加者の固定化や、関心の低い従業員への理解促進について課題を感じていること、また各地にある各拠点で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検討し、日々取り組みを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

• 昨年よりも社内イントラへの掲載回数を増やした結果、イベントに初参加となる社員が増え、また社員の家族の参加にも繋がった。

• ERGサークルにも新たなメンバーが参加し、少しずつ認知度が上がっています。グループ会社からの問い合わせ、個人による問い合わせも、年々増えています。

• 見える化に向けてステッカーを作成し、希望者に配布したことで、アライとはどういった立ち位置の人たちのことを指すのか説明する機会になり、従業員の関心を惹くことができた。

• イベント協賛を継続させたこと。社内の潜在当事者の方々から、「今年も継続してくれて勇気が出る」「施策活動を応援している」「上司にカミングアウトしてみようと思う」といった声が寄せられました。LGBTQ+だけではなく、DEIが逆風だった今年ですが、従業員からすれば、自分の会社が方針転換やステイタスをひっくり返すことは悲しいことです。エンゲージメントを維持向上するためにも、「正しいことを続ける」これが一番大事だと思った2025年です。

• 会社としてよりどんなことを推進していけばよいのかヒントをもらおうと東京都の専門窓口に相談し、社外にもネットワークを広げることができた。

- 6月プライド月間に、社内におけるレインボーフラッグ設置や映画鑑賞会の拡大実施、LGBTQ+基礎知識・接客ハンドブックの作成・発信など新規・強化策を織り込んで理解浸透策を実施したところ、従業員の意識に変化が生まれ、アライとして賛同・活動する従業員が増えた。
- 社内における多面的な取組み（制度・環境整備、風土醸成等）を継続推進することで、LGBTQ+当事者を含むすべての従業員が働きやすい職場環境づくりや従業員エンゲージメント向上に繋げている。
- 若手の社内研修受講者からは、自身のこれまでの経験を振り返りながら、「あの時どうすればよかったのか当時はわからなかったが、今回の研修を通じて具体的にどのような行動を起こすべきだったのかを学ぶことができた」との感想を共有いただいた。過去の経験と今回の学びが結びついたことで、研修の意義を実感し、今後の行動に活かしていける手応えを得た様子がうかがえた。
- 社員有志のアライグループが本格始動し、社内への発信やグッズ作成・配布などを実施することで、社員にとっても身近に感じていただけて、アライ表明数も増加した。また、LGBTQ+のイベントで自社の事業に関わるテーマにフォーカスすることで、LGBTQ+に関心がある方のみならず、業界で働く社員として興味を持ち参加してもらうことができ、LGBTQ+への関心を広げていただくことができた。
- 社内SNSでの発信や研修アンケート等により、社員のとらえ方・意見を収集できたこと
- LGBTQ+アライステッカーを作成し従業員に配布しましたが、最初はIT機器の取り扱いを気にして会社支給のPCやスマホに貼ってもよいものかとまどいの声や質問もちらほら出ていましたが、社長含め役員にステッカーを使用してもらいその写真をイントラなどで公開することで社内浸透の後追いとなりました。経営層が方針や姿勢を示すことが改めて大事であり効果的であると感じます。
- 多くの社員からアンケートの自由記入項目で「このような取り組みが始まって嬉しい」「安心して働ける会社にしていこうとする姿勢が見えた」「自身のセクシュアリティに悩んでいたのが、この取り組みでもっと自分らしくいいんだと思えた」などポジティブな意見を頂くことが出来た事が良かったと思います。
- 新入社員向けのサステナビリティ研修でアライを示すネクストラップの実物を見せて紹介したところ、研修後の質問でLGBTQ+に限らずダイバーシティの取り組みに関する質問が増えた。実物を用いることで取り組みを実感できる・参画しやすいと思える状態にするだけでも反響が大きくなることが分かった。

- グループ初の試みとして、ロールプレイ形式の研修を行った。オープンリーの当事者従業員をゲストに迎え、管理職との1on1でのカミングアウトや、採用シーンにおける人事担当者への相談などの場面を想定して実施。事前に想定された場面であると理解していても、いざ取り組むとなると自然と緊張感が伴い、参加者らのアクションの解像度が上がったとの声が多数で非常に好評であった。来年以降も、展開していきたい。
- プライドイベントでの「経営層ツアー」を昨年に引き続き今年も実施したところ、参加者数が昨年の約2倍の人数となった。経営層の関心・知識が高まるのはもちろんのこと、トップがコミットしているという姿勢自体が、他の経営層や従業員に対してポジティブな波及を生んでおり、グループ全体の推進力が各段に上がることを期待していたが、まさに2年目となった今年はその効果を実感した。
- 社内で多様な性に関する書籍を設置し、紙芝居の公演を行いました。書籍は社内外の誰でも自由に読むことができ、感想を書いて展示する取り組みも行ったことで、多くの親子や子どもたちに多様な性について伝える機会となった。
- どこにも事例がなかったトランスジェンダー・ノンバイナリーガイドラインを設定し、当事者の困りごととそれに対する社の対応について社内に周知できたのはとても良かった。差別は意識下の問題だけでなく、構造的な問題であることを提言できた。
- 社内コミュニティサイトを開設し、LGBTQ+に関する取組などに人事部も力を入れていると理解得られた。
- LGBTQ+に関する施策のみを単体で実施するよりも、DEI推進＝LGBTQ+＝必要性理解を促進することによって、さらなる効果実感が得られると考えており、取り組みを拡大してより良い効果が得られたと感じています。
- LGBTQ+に関する知識を全社に認知していただくために様々な情報を社内SNSで配信したことは、社員の意識が変わる良い影響になったと思います。
- 当事者のトークセッション等の生の声を視聴する事で、従業員の意識が少しずつ変化している。LGBTQ+の研修を継続して実施することで、理解促進に繋がっていると感じている。また、今後の柔軟な働き方についても改めて考えることができた。
- 研修の内容に自社サービスを当事者の方に進めるなどのワーキングやロールプレイを取り入れたところ、当事者意識が芽生えたとの感想が多かった。
- 継続してLGBTQ+関連のイベントなどに出席することにより、社員の理解が深まってきたことと、理解をしたい、またボランティアを通じて活動に参加したいという社内の数が増えてきた。

- 全従業員に研修を実施することで従業員の関心や理解が深まりました。
- LGBTQ+関連イベントに出展し社内に発信することで、色々な方にLGBTQ+、SOGIそのものや、弊社の方針、取り組みについて、より興味を持っていただいた。参加した同僚達より、「視界が広がるきっかけとなった」、「当事者の方とお話した言葉が心に残った」、「周辺に性的差別に苦しむ方がいて、こういった場で貢献したくて参加した」といった前向きな声をいただいた。
- ERGイベントの実施において、どうしても参加者が固定化してしまう傾向がある中で、今年は『手話講座』や『世界難民』といった切り口で、これまでと違う層にアプローチをしながら、社内での興味関心を高めることを積極的におこなった。
- 社内だけでなく、社外の担当者様とのつながりにおいて、様々な情報、ノウハウの共有をいただいている。今後より対社外への発信を推進していけるよう、取り組んでいきます。
- 「正しい知識と理解醸成」「安心・安全な場作り」の2つの軸に加え、他企業とのコラボレーションも積極的に実施。取り組みが一部の社員に限定されたり、学びが定着しにくいという課題もありながら、地道な活動を続けることで、社員一人ひとりが自社の取り組みを「自分ごと」として捉え、行動する機運が高まっているように感じる。
- 社内でLGBTQ+をテーマにした映画上映会とトークショーを実施し、多くの社員が参加するなど関心や理解を深める機会になった。主演を務めたトランスジェンダーの方の話を直接聞くことが出来、新たな気づきや理解促進につながった。
- 人事、面接担当者へ特化した研修を実施して良かったです。人による理解度の格差や、とはいえ、DEIの推進が必要だと参加者全員が認識している事が分かり今後の推進にパワーをもらいました。
- 社内のランチミーティングにおいて、任意参加者と共に「LGBTQ+について知る・考える・行動する」をテーマに対談し、アライを増やすことにつながった。
- 全員を対象としたLGBTQ+研修で、差別につながるアンコンシャス・バイアスについてのワークをしているが、ダイバーシティモチベーターと新卒スタッフのトークセッションという形式を取り入れたところ、自分ごと化しやすい、新たな発見があったという意見が多くみられ、参加している従業員の意識に変化が感じられた。
- LGBTQ+への理解促進を含むDEIステートメントを策定し、社内外に公開したことで、さらなる意識醸成を図ることができた。

- PRIDE指標の認定を取得したことで、自社内でのLGBTQ+イニシアチブへの支援意識とモチベーションがさらに高まった。
- 無記名のアンケート調査を行った結果、従業員のLGBTQ+やSOGIに関する認知度や素直な意見を確認出来たこと。
- 管理職、経営層をターゲットにした研修を行ったことで、「当事者がいるから制度を作る」のではなく「制度があるから当事者が手を挙げることができる」ということを広くご認識いただけた。
- LGBTQ+のセミナーを実施し、対応について自社業界の事業ごとの具体例を当事者の方から話してもらうことで、参加者の注目度が高まるとともに、LGBTQ+に関する取り組みを自分の業務にもかかわる内容としてとらえ、自分事化が進んだ。
- 異業種3社を集めた映画上映会および当事者によるパネルトーク後のグループディスカッションでは、日頃接することのない他社メンバーとも活発な意見交換が行われ、参加者からのアンケートでも好評であった。
- 今年度初めて、グループ内当事者のパネルトークイベントを開催。同じグループ企業で働く当事者の声というのはより心に響き、LGBTQ+というテーマを身近に感じるものが出来たとの声も多く上がった。
- 定期的な社内配信やプライド月間の企画を通じて、従業員の理解が着実に深まりました。また、意識調査を実施し、LGBTQ+に関する理解度や当事者従業員の存在・声・要望などをプライバシーに配慮しながら把握できたことで、今後の研修や制度改善に活かすことができています。
- 研修を毎年実施することにより、学びなおしや情報のアップデート、社内での重要性が増加していているという声が出ています。
- 今年度の取り組みとして無記名意識調査を実施。それによって社内のLGBTQ+当事者の割合を数値化し、経営層へ提示することができた。「社内にこんなに多くの当事者がいるとは思わなかった」という声を頂き、改めて数値化する意義を再認識した。
- パートナーシップ制度の制定に伴い、従業員の感度が上がったように感じる。また、社内SNSに投稿を続けていたが、プライドイベントの記事に反応して頂いた方が出るなど、地道な活動が伝わりつつあるように感じる。

• 社内の啓発の活動として、ランチタイムに、webを使って短編動画の上映をしたり、絵本の朗読会をしたところ、在宅勤務の方や普段このような会に出席しないような方も参加してくれました。絵本の朗読会には小学生のお子さんと一緒に参加された方もいて、お子さんが図書館で本を借りたいと言っていると、教えてくれました。このような気軽に参加できる取り組みから、LGBTQ+のことやアライに興味を持つ方を増やしていきたいと思います。

• 全従業員向けのLGBTQ+ハンドブックの作成。これまでも人事担当者向けのガイドラインや、全従業員に対するイントラ等での情報発信は行ってきたものの、全従業員が常時参照できる体系立ったガイドはなかったため、全社の理解を深めるのに役立った。

• グループ会社全体でLGBTQ+関連の意見交換の場が開設されたことで、多くの社員が多様な意見に触れ、視野や価値観を広げる貴重な機会を得ていると考えています。

• 社員によるボランティア参加も4年目となり、イベント後にアライ内で自然とカミングアウトする社員がいるなど、多様性を認める社風がさらに醸成されている。

• 映画や他社ゲストなどを招いたイベントは本来LGBTQ+にあまり興味がない層も参加してくれるので、裾野が広がることを実感しています。

• 継続的な研修やイベントの開催も大事ですが、啓発や継続的なコミュニケーションに重きを置いています。

• 社内の当事者を巻き込んだ施策を実施し、その結果により、当事者コミュニティが拡大したことが良かった点です。

◎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

• 首都圏と比較し、地方拠点におけるLGBTQ+に対する認知・理解度が低く、促進や巻き込みが不足していること。

• 多くの方に周知、理解を示してはいただいているものの、依然としてアライ活動に興味を示していただけない方も多い。引き続き、周知活動を継続するとともに、イベントや研修に参加していただいた方からの各職場への展開から活動の輪が広がることを期待したい。

• 気軽に情報交換のできる社内でのコミュニティの構築に苦戦している。

• 関心があって必要な活動であることを理解し積極的に参加する層と、必須の研修を受講するだけで問題ないと思っている層が二極化している。

• イベントへの参加者は多いとは言えないため、LGBTQ+が身近な問題であり、取り組みの重要性に気づき、一人ひとりが正しい知識を持ち、当事者が安心して働くことができる環境作りをしていくには、現状の活動にとどまらず、様々なアクションを起こす必要があると感じる。

• 本社地区以外の地方拠点において、LGBTQ+に関する理解を浸透させることが今後の課題の一つである。

• 社員の関心や理解度には個人差があるため、それぞれに応じた教育機会の提供が求められます。現在は、初心者向けの講演会を年に一度実施しているが、参加者の理解度にはばらつきが見受けられ、内容や実施方法について再検討の必要性を感じている。

• 社内では当事者からの相談が多くない為、ニーズの把握が難しいこと。

• 会社規模が小さく年齢層も高いことも影響しているのかわかりませんが、LGBTQ+当事者としての相談・各種申請がなく、社内において身近な課題等のキャッチアップが難しい。

• ERGの継続した活性化が課題。これはLGBTQ+だけではなく、女性や障害者も同様であり、制度や福利厚生プログラムの充実など、初期の目的を達成するとネットワーク活動が低調になる傾向がある。また、最近の極右的な政党のSNS発信の影響を受け、イベントやセミナーでマイノリティに対してあえて差別的な発言や質問をする若い人が今年から少しずつ増えていることを懸念している。

• 賃貸オフィスのため、ファシリティ面での整備に限界がある点が課題と感じています。

• パレード等の各イベント参加者が固定化していること。

• 少人数の会社のため、カミングアウトを行いつらい環境と思われる。環境づくりに課題を感じる。

• Allyコミュニティについて、メンバーにはなっているが、イベント参加はしない従業員が多く、活動自体に興味を持たせることが課題。

• コミュニティに関しては、オープンにしていない方も多いため、運用に少し苦戦しています。

• 全従業員を対象とした研修を実施した際にアンケートを実施したところ、「当事者の意見を聞いて作成しているか?」「普通に接すればよい」などの意見を多くいただきます。理解促進をテーマとした場合に当事者と非当事者といった区別がうまれ、悩ましく思います。

• 研修や情報発信を定期的に意識の向上を図っているが、若年層と比較して高齢の社員の意識向上は難しいと感じる。

• 全員ではないが世代によってはLGBTQ+課題に対してネガティブな意見を持つ人がいる。心の中の意識を変えるためにどのようにしたら良いのか課題を感じる。

• 社内でカミングアウトされている人がいない為、座学で終わりがちなところ。

• 現在、社会全体の空気が以前よりも厳しくなっていると思います。特に、「多様性を認めないのも多様性の一つだ」という、かつて「寛容のパラドックス」として議論され尽くしたはずの論理が、再び堂々と主張されるようになってきています。このような誤解を解くためには、対話を重ねることが不可欠だと考えていますが、残念ながら対話そのものが成立しないケースも存在します。そうした状況の中で、企業としてどのように姿勢を示し、どうやって寄り添うべきかという判断が、より繊細かつ重要になってきていると感じています。「声を上げづらい人の声に耳を傾けること」「見えづらい困難に光を当てること」を続けていくために、更に多様なステークホルダーと連帯したいです。

• 制度の周知や利用促進、特に管理職層の理解浸透には引き続き課題を感じています。

• 「少数派が自分たちの権利を主張している」と思われてしまうことがある。この思想が強い従業員が増えてしまうと、ダイバーシティ推進が難しくなってしまう。

• 地域によってはイベント実施のハードルが高いエリアもあり、今後は少しでも啓発イベントが出来る地域を拡大しLGBTQ+への理解促進に繋げられる様取り組んで参ります。

• 取り組みを現場レベルに定着させるためには、スタッフ間の認識のばらつきや、個々の価値観・文化的背景に対する配慮が必要であり、継続的な学びの場の提供が今後の課題と捉えています。今後は、定期的な研修の実施や、実践的なロールプレイ研修の導入などを通じて、より多様性に配慮した企業文化の定着を目指していく。

• コミュニティ活動をいかにボトムアップで活性化させるかという点です。社員一人ひとりが主体的に関われる風土づくりを目指してコミュニティ活動を推進していきたく考えています。

• 制度は充実しているが、なかなか当事者の活用が進まない。当事者本人の選択ではありますが、取りづらい組織文化があるのではないかと課題に感じている。

• 取り組みに強い関心を持つ社員とそうじゃない社員とでの温度差を感じる。取り組みを実施していても参加メンバーに偏りがある。

• LGBTQ+、アライに賛同する社員は多数いるものの、ERGコアメンバーとなって活動する社員が中々増えない課題がある。

• 社内コミュニティは活発ですが、そこに属していない当事者や、声を上げにくいと感じている社員も要るはず。より多様な当事者のニーズを汲み取り、それを施策に反映させていくための、匿名性や安全性を確保したフィードバックの仕組みづくりが今後の課題だと考えています。

• LGBTQ+当事者が抱える問題に対する理解のなさ。まじめな人ほど、LGBTQ+の活動が軽いはやりの活動だと勘違いしている人がいる。

• 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限定的である。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。

• 親会社が変わりDEIの推進に対して一時的にSTOPがかかっている状態で、予算調達もなかなか難しくなってきました。如何に賛同してもらうかが今後の課題です。

• 全従業員とのコミュニケーションは依然として課題であり、特にメールやコンピュータにアクセスする機会の少ない従業員に対しては、情報を効果的に伝達するための追加の方法を模索する必要があります。

• 社内においてのマイノリティはまだ「女性」(続いて、シニア、障がい者)にフォーカスされており、LGBTQ+の施策はなかなか進まない。

• 関心がある方とない方の差が激しいため、関心が無い方への理解促進や協力を得ることの難しさに課題を感じています。

• 従業員全員必修研修を実施するとすると、工数が膨大になると現場の長からの反発が大きいため実現可能性が低い。

• グループ各社間の温度差は引き続き存在しており、このような横のつながりを大きなイベント以外でも定期的に持つことで、全体の底上げを図っていきたく考えています。

• 社内への理解浸透。自分事として捉えられていない社員がまだ多く、インクルーシブな風土に結び付けられていないことが課題と考えている。

• 一人ひとりのLGBTQ+に関するリテラシー向上と行動変容につながるよう、さらに社内への働きかけを強化していく必要を感じています。特に、正社員だけでなく、パート・アルバイトなどの非正規従業員にも理解を広げていくことが今後の課題です。

• 自社業界では、LGBTQ+に関する課題認識が高まりつつある一方で、知識や対応が十分に浸透していない企業も多く存在します。業界全体で取り組み事例を共有する場を設け、互いに学び合える機会を増やすことで、LGBTQ+に関する理解の輪をさらに広げていきたいと考えています。

• 制度など整備しつつあるが、全国各地に従業員がおり、雇用形態も様々な中どのように周知や取組を浸透させていくのが課題と感じている。

編集後記

今年度もたくさんの企業・団体・自治体のみなさまより、「PRIDE指標2025」、そして2025年度「レインボー認定」にご応募をいただき、ありがとうございました。

今年初めてご応募いただいた企業もあり、新たに取り組みを進めていただいている企業も増え、取り組みが各社に広がっていること、また毎年ひとつひとつ継続して取り組みを進めていただくことが、社内での変化につながっていることを、アンケートの中で各社のご担当者の方々からいただき、研修の実施や日々のさまざまな取り組みによって、社内、そして社外への理解浸透につながっていることを感じました。今年は各社取り組みの推進に苦慮することもあったかと思いますが、社内外からさまざまな声がある中、各社歩みを止めず、自社の方針や取り組み、行動は変わらないと力強く発信が行

われたことなどをアンケートで拝見し、各社でみなさまの尽力されている姿が伝わってきて、とても心強く感じました。各社で日々取り組みを進めていただいていること、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、さらに歩みを止めず、前向きに取り組み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り、より誰もが自分らしく働きやすい職場が広がっていくことを祈っております。引き続きよろしくお願いいたします。

work with Pride
PRIDE指標事務局

PRIDE指標2025 レポート

2025年11月14日 初版発行 発行者：work with Pride PRIDE指標事務局 デザイン：atelier yamaguchi (山口桂子、山口吉郎)