

# PRIDE指標2020 レポート

---



## work with Pride

work with Pride  
PRIDE指標事務局

5年目という節目を迎えるPRIDE指標の表彰制度に、応募期間などの変更があるなか、本当にたくさんの企業・団体のみなさまにご応募をいただき、心から御礼を申し上げます。新型コロナウイルス感染拡大防止という状況下、可視化されにくいLGBTQなどのセクシュアル・マイノリティの人たちは、緊急事態において、その存在や人権が無視されてしまい、困難や課題の解決が後回しにされてしまうかもしれない、という不安を抱えているのではないかと。このようなタイミングだからこそ、歩みを止めることなく、すべての人が平等に扱われる社会を目指していくことを発信していくべきではないか。19社からなる実行委員会の方々と何度も話し合った結果、本年度のwork with Prideを、「職場におけるEquality～コロナ禍の先にある、平等で安心できる職場づくり～」というテーマのもと、完全オンライン型という新しい形で実施することとなりました。11月11日(水)と12日(木)の午後に、2日間開催するというスタイルも、様々な働き方が広がるなかで、より多くの方々が参加しやすいように、という思いを込めたものとなっています。

初日は、小池百合子東京都知事からのメッセージの代読のあと、自治体パネル「パートナーシップとEquality」からスタート。ちょうど5年前に同性パートナーシップ制度を導入した渋谷区・世田谷区、

今年9月から開始した京都市の三首長が集い、現在の制度利用状況や課題などを共有するとともに、国が動くためにも、今後は全国の首長ネットワークの開催を目指していこうと意気投合。続く、ゲスト講演「同性婚に関する経済レポート」では、同性婚がないことによる企業にとっての経済的損失や、諸外国で同性婚法制化がもたらした経済的効果が示されました。毎年人気の経営者パネルには、「Equalityに向けて企業ができること」と題し、コロナ禍でも積極的にLGBTQ施策を推進した3社の経営層が登壇。社内外に向けた取り組みを導入する上での難しさと、それを実現するための鍵、更に一歩進めるための工夫などが議論されました。「PRIDE指標2020」発表・オンライン表彰式には、233の応募企業・団体から多くの方々にご参加いただき、2020年という1年を象徴するような、タイル画面上での記念撮影も行いました。

二日目は、今年6月から301人以上の企業などにとって措置義務となった、性的指向・性自認に関するハラスメント「SOGI(ソジ)ハラ」とアウトティングに関するゲスト講演から開始。法制度の詳細説明に加え、企業において具体的にできることを共に学びました。続いて、「PRIDE指標2020」のベストプラクティス発表と表彰式。受賞企業3社それぞれから、取り組みの概要とともに、原点となるアイデア

## 目次

work with Prideについて	4
PRIDE指標について	6
PRIDE指標2020 総評	7
受賞企業・団体一覧	9
ベストプラクティス	14
PRIDE指標2020 アンケート結果 レポート	17
巻末資料 PRIDE指標 全文	23
編集後記	28

やその背景にある思いをプレゼンテーションしていただきました。LGBTQに関する施策も創意工夫で、様々な広がる可能性を感じた時間でした。参加者満足度が非常に高い当事者パネルには、モデレーターを含めて4人の働く当事者が登壇。「当事者が職場に求めるEquality～コロナ禍のその先へ～」というテーマについて、年齢もセクシュアリティも多様な4人により、前向きで温かい眼差しに満ちた意見が交わされました。最後のスペシャルゲストは、台湾IT担当大臣であり当事者でもあると公言しているオードリー・タン氏。ご自身の幼少期からのパーソナルストーリーにはじまり、台湾で同性婚法制化が実現するに至る社会環境の変化、コロナ禍を経験した世界が多様性をどのように受け止めていくかについての将来展望まで、非常にフランクに、やさしく語っていただきました。オンライン開催という、新しい形式だからこそ実現したセッションでした。

2日目の最後には、「work with Pride 2021」と「PRIDE指標2021」についての方向性についても共有する時間をいただきました。特に、2年ごとに評価基準の見直しを行う「PRIDE指標」の、来年のコンセプトは「コレクティブ・インパクト」です。企業や団体、それぞれが進めていく取り組みももちろん大切ですが、社会全体が変わることにより、それぞれが進める施策の後押しとなり、また、企業や団

体では解決できない課題にも変化をもたらすことができます。企業や団体、教育機関、NPO、自治体など、社会を構成する様々な主体が、それぞれの強みを出し合い、協働していくことで、社会全体を大きく動かすことができると確信しています。LGBTQだけでなく、誰もが自分らしく誇りを持つことができる、平等で安心な社会づくりに向けて、これからもみなさまと一緒にできたら幸いです。来年度も、どうぞ、よろしくお願いいたします。

末筆とはなりますが、「work with Pride 2020」をご視聴いただいたみなさま、ご登壇者および関係者のみなさま、「PRIDE指標2020」にご参加いただいた企業・団体のみなさま、実行委員会企業のみなさま、そして、事務局スタッフおよびご協力いただいた全てのみなさまに、御礼を申し上げます。本当にありがとうございました。また、新型コロナウイルス関連のことに従事されている方々に感謝と敬意を表すとともに、一日も早く、前向きに過ごせる日々が戻ることを、心から願っております。

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

## work with Pride とは

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

wwPは、2012年に日本アイ・ビー・エム株式会社(以下、日本IBM)と国際NGOヒューマン・ライツ・ウォッチ、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。

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

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

## work with Pride の目的

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

## セミナー開催実績

記念すべき第1回「work with Pride」は2012年、日本IBM本社にて開催。テーマは、「LGBTと職場：課題と今後」。日本IBMにおけるLGBTQのための

取り組みをご紹介いただきました。

また、電通ダイバーシティラボが、日本のLGBTQを取り巻く現状を紹介。最後は、ヒューマン・ライツ・ウォッチによる「LGBTと日本の職場」をテーマとしたグループ・ディスカッションが行われ、議論が白熱しました。

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

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

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

第5回は2016年、第一生命保険ホールで開催し、600名もの参加者で会場が埋め尽くされました。オープニングで会場をご提供くださった第一生命保険株式会社の取締役常務執行役員・武富正夫氏よりご挨拶いただき、基調講演として国立社会保障・人口問題研究所室長の釜野さおり氏に「LGBT施策の背景と効果」についてお話いただきました。また企業で働くLGBTQおよび企業の経営層という2つのパネルセッションを実施し、「PRIDE指標」の記念すべき第1回の結果発表を行いました。

第6回は2017年、世界的なカミングアウト・デーである10月11日に、一般社団法人日本経済団体連合

会(以下経団連)の後援のもと、経団連会館にてカンファレンスを実施。

メインセッションでは、経団連女性の活躍推進委員会企画部長である中川順子氏や、国連SOGI専門調査官Vitiv Muntarhorn氏からのメッセージをいただき米国最大のLGBTQ関連NGOであるHuman Rights Campaign代表のChad Griffin氏によるキーノート・プレゼンテーション、LGBTQ当事者によるパネルディスカッションを行いました。

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

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

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

冒頭、東京都知事小池百合子氏のメッセージを代読。都議会で「人権条例」が可決し、より一層多様な性への理解を推進すると表明されました。また同年LGBTQ当事者であるとカミングアウトされた東大名誉教授のロバート・キャンベル氏、同じく同年カミングアウトされた経済評論家の勝間和代氏からメッセージを届けていただきました。

前半は、経営層と当事者のそれぞれの立場から、現在の職場における課題とその解決の展望を討議し、後半は、それぞれ風土作り、地方への取り組みの展開、同性パートナーシップ制度、トランスジェンダーの配慮について会場と質疑応答を交えながら討議を行いました。

また、「PRIDE指標2018」の結果発表と表彰を行いました。応募数は、153社。ゴールド130社、シルバー18社、ブロンズ5社をそれぞれ認定し、その中から特に顕著な活動を行った10社をベストプラクティスとして選出・表彰しました。

第8回の2019年は、第7回と同じく10月11日、東京ミッドタウン日比谷BASE Qにて、「ブレイクスルー! ~新時代に向け、LGBTの取り組みをもう一歩進めるには?~」をテーマに掲げ、総合司会に小島慶子氏をお招きし開催しました。

約400名が参加される中、経営者パネルでは、登壇者に加えて、来場された方々にもwwP初の試みとなる「経営者宣言」のパネルをお持ちいただき、企業・団体の経営層の皆様よりメッセージを発信していただきました。当事者パネルでは、カミングアウトして働くCEO、マイケル・ダイクス氏(エクスペディアホールディングス)も登壇いただき、メッセージを届けていただきました。

「風土づくり」「制度づくり」2つのサブセッションではそれぞれで、テーマであるブレイクスルーのキーとなるものについて事例を交えたディスカッションが繰り広げられました。

また、4回目となるPRIDE指標の結果発表・表彰を行い、応募数は2018年からさらに増え194の企業・団体より応募いただいた中、ゴールドが152社、シルバーが28社、ブロンズが12社、選定なしが2社となりました。

第9回となる2020年は、2019年より1ヶ月開催日をずらし11月11日、12日の2日間、職場におけるEquality ~コロナ禍の先にある、平等で安心できる環境づくり~をテーマに、初めてのオンラインにて開催。

京都市長、渋谷区長、世田谷区長による首長パネルや、同性婚に関する経済レポート発表、経営者パネル、当事者によるパネルディスカッションなど様々な登壇者、モデレーターによるトークセッションが繰り広げられました。

また今年度は台湾のIT担当大臣であるオードリー・タン氏がスペシャルセッションに登壇。台湾からオンラインでメッセージを届けていただきました。

PRIDE指標表彰式では初のオンラインによるフォトセッションを実施。受賞企業のみなさんに素敵な笑顔とメッセージを届けていただきました。

## PRIDE指標について

### 「PRIDE指標」とは

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

■「PRIDE指標」公開場所  
<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。巻末に今年の「PRIDE指標」の全文を掲載していますので、あわせてご覧ください。指標内容は、日本企業の取り組み状況に応じて、2年ごとに、見直しを行っています。

### 「PRIDE指標」の目的

wwPは「企業等の枠組みを超えてLGBTQが働きやすい職場づくりを日本で実現する」ために活動してきました。その一環として「PRIDE指標」を以下の目的で活用することを推奨しています。

- ①企業等に、LGBTQが働きやすい職場の要件を認識してもらい、社内施策を推進するためのガイドラインとして活用する。
- ②毎年、本指標に対する企業等の取り組み状況や

取り組み事例を募集し、優れた企業を表彰することで、LGBTQが働きやすい職場づくりを応援する。

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

### 「PRIDE指標」策定の経緯

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

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

## PRIDE指標2020 総評

本年度5回目となるPRIDE指標の表彰制度には、昨年をさらに大きく上回る233の企業・団体からご応募いただきました。

PRIDE指標2020は、「Policy（行動宣言）」、「Representation（当事者コミュニティ）」、「Inspiration（啓発活動）」、「Development（人事制度・プログラム）」、「Engagement/Empowerment（社会貢献・渉外活動）」の5指標について評価項目を設定し、対象期間である2019年10月1日～2020年11月30日における取り組みが、それぞれ規定の項目数の基準を満たしていれば、1点として、5点満点をゴールド、4点をシルバー、3点をブロンズとして表彰いたしました。

4回目となった昨年のPRIDE指標2019では、さらに取り組みの領域を広げていただくため、応募企業の達成度の高い項目の加点方法を見直し、今年の

「PRIDE指標2020」は、昨年の加点方法を採用した2年目のPRIDE指標となりました。

応募数は233の企業・団体にのぼり、昨年の194から約1.2倍増となりました。各賞の内訳は、ゴールドが183、シルバーが32、ブロンズが15、選定無しが3という結果となりました。昨年は指標のチェック基準が高くなったことにより、ゴールドの受賞企業の全体に占める率は7%の低下となりましたが、今年は昨年より1%の微増となりました。またシルバー受賞は昨年より1%の微減となりました。

企業規模としては、大企業（従業員数301人以上）が191社、中小企業（同300人以下）が42社でした。割合はそれぞれ82%（昨年83%）、18%（昨年17%）と、大企業の比率が1%減り、中小企業が1%増えており、微かではあるが中小企業の割合が増えています。

図1 ■ 各賞の受賞割合の遷移（2017年～2020年）

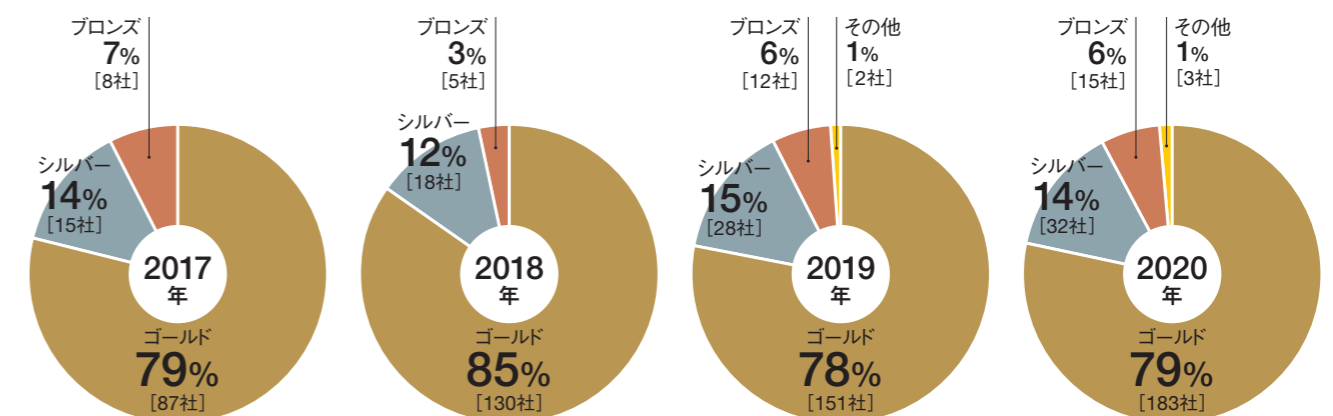


図2 ■ 応募企業・団体の内訳 [企業・団体規模]（2017年～2020年）

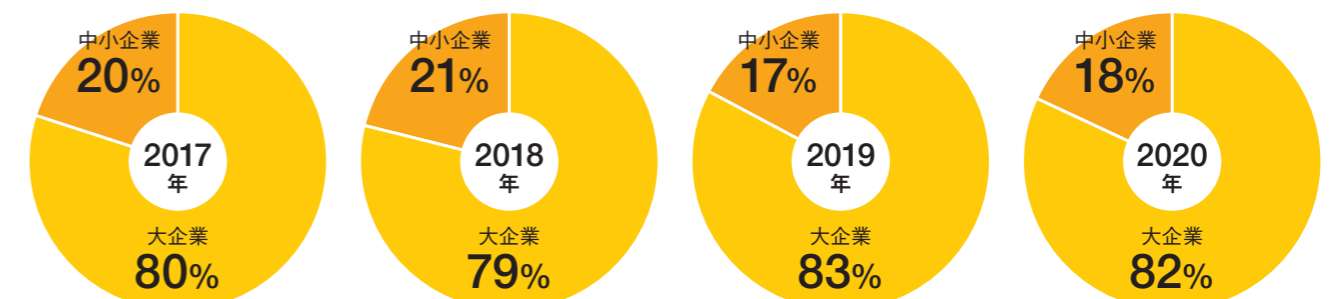


図3 ■ 応募企業・団体の業種別内訳 (2019年~2020年)

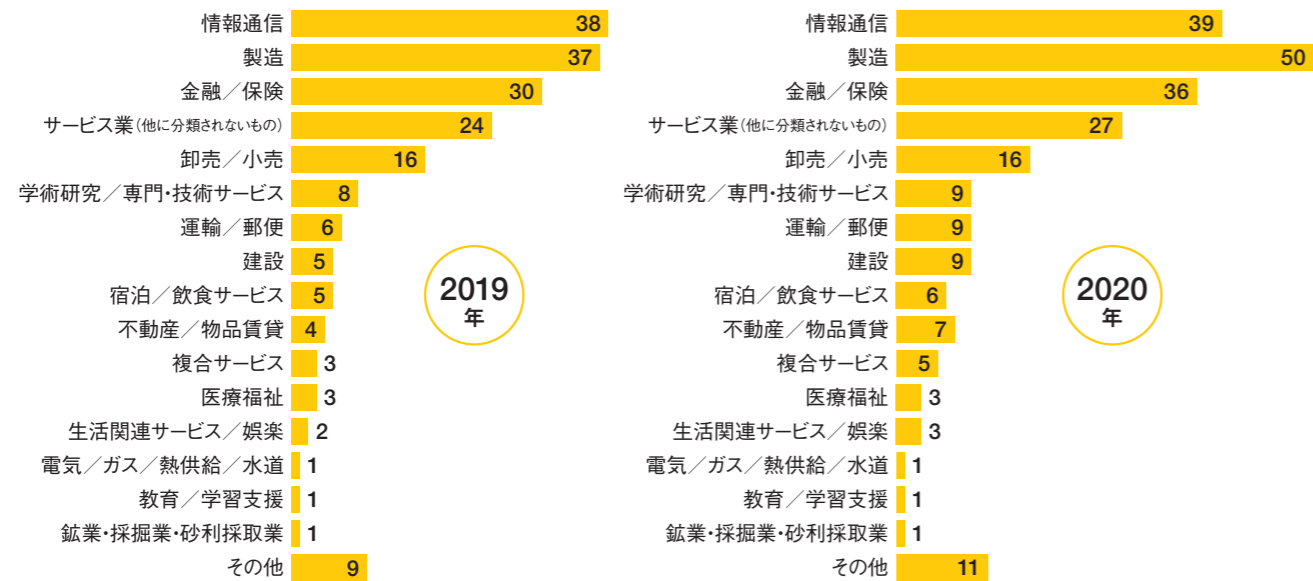
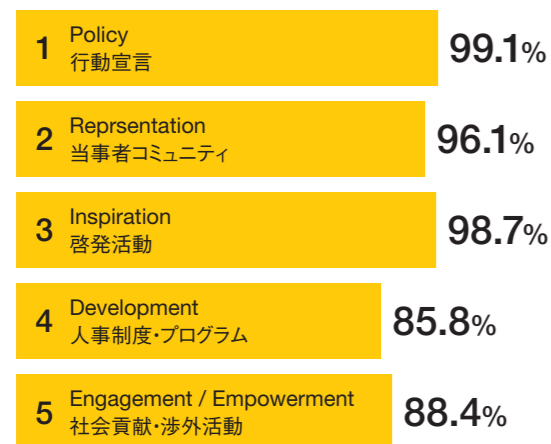


図4 ■ 各指標における得点企業の割合 (2020年)



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

5つの指標ごとの得点率は、①Policy 行動宣言は99.1%、②Representation 当事者コミュニティが96.1%、③Inspiration 啓発活動が98.7%、④Development 人事制度・プログラムが85.8%、⑤Engagement / Empowerment 社会貢献・渉外活動が、88.4%となりました。昨年より評価基準が厳しくなり、得点率が低下したInspiration (昨年97.4%)とDevelopment (昨年

図5 ■ ベンチマーク (2020年)

	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	5.7	6.0
2 Representation 当事者コミュニティ	4	4	0	2.8	3.0
3 Inspiration 啓発活動	14	14	2	9.9	10.0
4 Development 人事制度・プログラム	18	18	0	10.4	11.0
5 Engagement / Empowerment 社会貢献・渉外活動	5	5	0	2.7	3.0

83%)の得点率は向上しましたが、それ以外のPolicy、Representation、Engagement / Empowermentの3つの項目の得点率は昨年より低下しました。

各指標の項目チェック数の平均値・中央値は、全項目で同スコアまたは増加となりました。その中でもDevelopmentの項目では、平均値で0.9、中央値は2のスコア増加となっており、特により取組が進んだ項目と考えられます。今後の各項目でのさらなる取り組みに期待します。

## 受賞企業・団体一覧

全230社 (グループ連名含め465社 (うち社名非公表企業5社))



ゴールド [5点満点獲得]

### 建設業

NTTファシリティーズグループ\*  
積水ハウス株式会社

### 製造業

株式会社IHI  
株式会社アシックス\*  
味の素株式会社  
ENEOS株式会社  
MSD株式会社\*  
オムロン株式会社  
川崎重工業株式会社  
キリンホールディングス株式会社\*  
グラクソ・スミスクライン株式会社\*  
サントリーホールディングス株式会社\*  
三洋化成工業株式会社  
株式会社JVCケンウッド  
ジョンソン・エンド・ジョンソン  
日本法人グループ\*  
株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント  
ソニー株式会社\*  
ソニーグローバル  
マニファクチャリング&  
オペレーションズ株式会社\*  
ソニーストレージメディア  
マニファクチャリング株式会社\*  
ソニーモバイルコミュニケーションズ  
株式会社  
大日本住友製薬株式会社  
田辺三菱製薬株式会社  
帝人株式会社\*

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  
日本イーライリリー株式会社  
日本たばこ産業株式会社  
日本電気株式会社  
パナソニック株式会社  
株式会社ブリヂストン  
プロクター・アンド・ギャンブル  
ジャパン株式会社\*  
本田技研工業株式会社\*  
三菱自動車工業株式会社  
三星グループ\*  
森永乳業株式会社  
ヤマハ株式会社  
株式会社LIXIL

### 電気・ガス・熱供給・水道業

関西電力株式会社\*

### 情報通信業

アクセンチュア株式会社  
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  
エス・イー・エス株式会社  
SCSK株式会社  
エヌ・ティ・ティ・アドバンステクノロジー株式会社  
エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ  
株式会社  
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ  
NTTクラリティ株式会社

NTTコムウェア株式会社  
NTTコム ソリューションズ株式会社  
株式会社NTTデータ関西  
株式会社NTTドコモ\*  
沖縄セルラー電話株式会社  
株式会社沖縄タイムス社  
沖縄通信ネットワーク株式会社  
KDDI株式会社  
SAPジャパン株式会社  
シスコシステムズ合同会社  
株式会社セールスフォース・ドットコム  
ソニーグローバルソリューションズ  
株式会社  
ソフトバンク株式会社  
西日本電信電話株式会社\*  
日本アイ・ビー・エム株式会社  
日本オラクル株式会社  
日本電信電話株式会社  
日本マイクロソフト株式会社\*  
東日本電信電話株式会社  
(NTT東日本グループ)\*  
株式会社日立システムズ  
株式会社日立ソリューションズ  
株式会社日立ソリューションズ  
東日本  
富士通株式会社  
freee株式会社  
ブルームバーグL.P.  
株式会社ペンシル  
株式会社ホットリンク  
株式会社ランドコンピュータ

**運輸業／郵便業**

株式会社奄美航空

大橋運輸株式会社

全日本空輸株式会社

東急株式会社\*

西日本旅客鉄道株式会社

日本航空株式会社

日本トランスオーシャン航空株式会社

東日本旅客鉄道株式会社

日の丸交通株式会社

**卸売業／小売業**

株式会社アダストリア\*

株式会社カーギルジャパン

ギャップジャパン株式会社

株式会社ゲオホールディングス

ソニーマーケティング株式会社\*

株式会社ドン・キホーテ

合同会社PVHジャパン

株式会社日立ハイテック

株式会社ファミリーマート

株式会社丸井グループ

**金融業／保険業**

R&C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

アフラック生命保険株式会社

アメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc.\*

AIG Japan\*

NTT・TCリース株式会社

NTTファイナンス株式会社

株式会社オリエントコーポレーション

株式会社かんぽ生命保険

ゴールドマン・サックス

J. P. モルガン

シティグループ ジャパン\*

住友生命保険相互会社

ソシエテ・ジェネラル証券株式会社\*

損害保険ジャパン株式会社

第一生命ホールディングス株式会社

株式会社ダイバースパートナーズ

ドイツ証券株式会社

日興アセットマネジメント株式会社

日本生命保険相互会社

野村ホールディングス株式会社

バンク・オブ・アメリカ

フィデリティグループ\*

ブラックロック・ジャパン株式会社

マネックスグループ株式会社\*

株式会社みずほフィナンシャルグループ\*

三井住友トラスト・ホールディングス株式会社\*

株式会社三井住友フィナンシャルグループ\*

株式会社三菱UFJフィナンシャルグループ\*

明治安田生命保険相互会社

モルガン・スタンレー\*

株式会社ゆうちょ銀行

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**

エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社\*

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**

国立大学法人大阪大学

ソニーエンジニアリング株式会社

デロイトトーマツ グループ\*

西村あさひ法律事務所

PwC Japan グループ\*

フレッシュフィールズブルックハウス  
デリンガー法律事務所  
(外国法共同事業)

マッキンゼー・アンド・カンパニー・インコーポレイテッド・ジャパン

外国法共同事業法律事務所  
リンクレーターズ

**宿泊業／飲食店**

i+Land nagasaki  
(アイランド・ナガサキ)

Kafuu Resort Fuchaku  
CONDO・HOTEL

株式会社パームロイヤル(ホテル  
パームロイヤルNAHA国際通り)

**生活関連サービス業／娯楽業**

株式会社NTTトラベルサービス

ガーデニンググループ 株式会社遊楽

株式会社ダイナム

**教育学習支援業**

NTTラーニングシステムズ  
株式会社

**医療／福祉**

有限会社加藤石材

社会福祉法人白岡白寿会

株式会社福祉の里

**複合サービス事業**

株式会社ADAC(EEE)

ソニーピーシーエル株式会社

日本郵便株式会社

楽天株式会社

**サービス業 (他に分類されないもの)**

株式会社アイエスエフネット

株式会社アウト・ジャパン

EY Japan

株式会社AIサポート

株式会社エクシオジャパン

エヌ・ティ・ティ・ビジネスアソシエ  
株式会社

株式会社エヌ・ティ・ティ・  
ビジネスアソシエ東日本

株式会社KDDIエボルバ

株式会社賢者屋

株式会社スーパーストックトーキョー

セブテーニグループ\*

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

株式会社Nijiリクルーティング

日本郵政株式会社

パーソルチャレンジ株式会社

NPO法人HELLOlife

株式会社プラップジャパン

株式会社ベルシステム24  
ホールディングス\*

株式会社ミライロ

株式会社物語コーポレーション

株式会社リクルート\*

株式会社リクルートスタッフィング

**その他**

株式会社インタースペース

GE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\*

ソニーカスタマーサービス株式会社

国立大学法人筑波大学

東京オリンピック・パラリンピック  
競技大会組織委員会

東京弁護士会

\*は、グループで応募

[ゴールド]

■株式会社アシックス [アシックスジャパン株式会社]

■株式会社アダストリア [株式会社BUZZWIT、株式会社エレメントルール、株式会社ADASTRIA eat Creations、株式会社アダストリア・ロジスティクス、株式会社アダストリア・ゼネラルサポート]

■アメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc. [アメリカン・エクスプレス・ジャパン株式会社]

■AIG Japan [AIGジャパン・ホールディングス株式会社、AIG損害保険株式会社、アメリカンホーム医療・損害保険株式会社、AIGパートナーズ株式会社、テックマークジャパン株式会社、AIGテクノロジー株式会社、AIGアセット・マネジメント株式会社、AIGビジネス・パートナーズ株式会社、AIGハーモニー株式会社]

■株式会社NTTドコモ [ドコモCS、ドコモ・サポート、ドコモ・システムズ、ドコモ・テクノロジー、ドコモCS北海道、ドコモCS東北、ドコモCS東海、ドコモCS北陸、ドコモCS関西、ドコモCS中国、ドコモCS四国、ドコモCS九州]

■エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社 [エヌ・ティ・ティ都市開発ビルサービス株式会社]

■NTTファシリティーズグループ [株式会社NTTファシリティーズ、株式会社NTTファシリティーズ中央、株式会社NTTファシリティーズ北海道、株式会社NTTファシリティーズ東北、株式会社NTTファシリティーズ東海、株式会社NTTファシリティーズ関西、株式会社NTTファシリティーズ中国、株式会社NTTファシリティーズ九州]

■MSD株式会社 [日本MSD合同会社]

■関西電力株式会社 [関西電力送配電株式会社]

■キリンホールディングス株式会社 [キリンビール株式会社、キリンビバレッジ株式会社、メルシャン株式会社]

■グラクソ・スミスクライン株式会社 [グラクソ・スミスクライン・コンシューマー・ヘルスケア・ジャパン株式会社、ヴィーバヘルスケア株式会社]

■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]

■GEジャパン株式会社 [GEヘルスケア・ジャパン株式会社]

■シティグループ ジャパン

■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、株式会社セガグループ]

■セブテーニグループ [株式会社セブテーニ・ホールディングス、株式会社セブテーニ、Septeni Japan株式会社、MANGO株式会社、株式会社ハイスコア、株式会社セブテーニ・オリジナル、Septeni Ad Creative株式会社、株式会社デライトチューブ、株式会社セブテーニ・クロスゲート、トライコーン株式会社、ミロゴス株式会社、コミックススマート株式会社、株式会社ビビビット、gooddo株式会社、株式会社Pharmarket、株式会社TowaStela、株式会社セブテーニ・ベンチャーズ、株式会社サインコサイン、株式会社セブテーニ・インキュベーター、PERF株式会社]

■ソシエテ・ジェネラル証券株式会社 [ソシエテ・ジェネラル銀行 東京支店、リクソー投信株式会社、ソシエテ・ジェネラルエアクラフ・フリーシング株式会社]

■ソニー株式会社 [ソニーホームエンタテインメント&サウンドプロダクツ株式会社、ソニーイメージングプロダクツ&ソリューションズ株式会社、ソニーセミコンダクタソリューションズ株式会社、ソニーストレージメディアソリューションズ株式会社]

■ソニーストレージメディア・マニュファクチャリング株式会社 [ソニーエナジー・デバイス株式会社]

■ソニーマーケティング株式会社 [ソニーリージョナルセールス株式会社、ソニーコンシューマーセールス株式会社]

■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 [有限責任監査法人トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザリー合同会社、デロイト トーマツ税理士法人、デロイト トーマツ コーポレート ソリューション合同会社]

■東急株式会社 [東急電鉄株式会社]

■西日本電信電話株式会社 [NTTビジネスソリューションズ株式会社、株式会社エヌ・ティ・ティ マーケティングアクト、株式会社NTTフィールドテクノ、株式会社エヌ・ティ・ティ ネットメイト、株式会社エヌ・ティ・ティ ビジネスアソシエ西日本、NTT西日本ビジネスフロント株式会社、エヌ・ティ・ティ・メディア サプライ株式会社、エヌ・ティ・ティ・スマートコネク株式会社、エヌ・ティ・ティ・ソルマール株式会社、株式会社NTT西日本アセット・プランニング、テルウェル西日本株式会社、株式会社NTT西日本ルセント、株式会社ジャパン・インフラ・ウェイマーク、株式会社NTT Sportic]

■日本マイクロソフト株式会社 [マイクロソフト ディベロップメント株式会社]

■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総合研究所合同会社、PwCサステナビリティ合同会社、PwCビジネスアジュアランス合同会社、PwCビジネスソリューション合同会社、PwCアセットアドバイザリー合同会社、PwC Japan合同会社]

■東日本電信電話株式会社 (NTT東日本グループ) [NTT東日本ー南関東、NTT東日本ー関信越、NTT東日本ー東北、NTT東日本ー北海道、NTT-ME、NTT東日本サービス]

■フィデリティグループ [フィデリティ投信株式会社、フィデリティ証券株式会社、フィデリティ・ジャパン・ホールディングス株式会社]

■プロクター・アンド・ギャンブルジャパン株式会社 [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]

■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]

■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]

■マネックスグループ株式会社 [マネックス証券株式会社]

■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、みずほ情報総研株式会社]

■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・ビジネスサービス株式会社]

■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、三井住友カード株式会社、SMBCファイナンスサービス株式会社、SMBCコンシューマーファイナンス株式会社、株式会社SMBC信託銀行、SMBC日興証券株式会社、三井住友ファイナンス&リース株式会社、株式会社日本総合研究所、三井住友DSアセットマネジメント株式会社]

■株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ [株式会社三菱UFJ銀行、三菱UFJ信託銀行株式会社、三菱UFJモルガン・スタンレー証券株式会社、三菱UFJニコス株式会社、MUSビジネスサービス株式会社、MUS情報システム株式会社]

■三星グループ [三星毛糸株式会社、三星ケミカル株式会社]

■モルガン・スタンレー [モルガン・スタンレーMUFJ証券株式会社、モルガン・スタンレー・グループ株式会社、モルガン・スタンレー・インベストメント・マネジメント株式会社、モルガン・スタンレー・キャピタル株式会社、モルガン・スタンレー・ビジネス・グループ株式会社]

■株式会社リクルート [株式会社リクルートキャリア、株式会社リクルートジョブズ、株式会社リクルート住まいカンパニー、株式会社リクルートマーケティングパートナーズ、株式会社リクルートライフスタイル、株式会社リクルートテクノロジー、株式会社リクルートマネジメントソリューションズ]

work with Pride



シルバー [4点獲得]

鉱業／採石業／砂利採取業

国際石油開発帝石株式会社

建設業

清水建設株式会社

大和ハウス工業株式会社

日本メックス株式会社

製造業

アサヒグループホールディングス株式会社\*

アッヴィ合同会社

京セラ株式会社

株式会社クボタ

ソニーセミコンダクタ

マニファクチャリング株式会社

大日本印刷株式会社

株式会社チェリオコーポレーション

株式会社東芝

TOTO株式会社

情報通信業

株式会社ティーガイア

日本ユニシス株式会社

卸売業／小売業

株式会社サンゲツ

J.フロントテイリング株式会社\*

株式会社高島屋

株式会社ファーストリテイリング\*

プリモ・ジャパン株式会社

金融業／保険業

マッコーリーキャピタルセキュリティーズジャパン\*

不動産業／物品賃貸業

東急不動産株式会社

ハウスコム株式会社

株式会社三好不動産

学術研究／専門・技術サービス業

龍谷大学

宿泊業／飲食店

グランディスタイル沖縄 読谷ホテル&リゾート

複合サービス事業

株式会社ルネサンス

サービス業（他に分類されないもの）

株式会社アワーズ

株式会社近畿日本ツーリスト関西

株式会社ぐるなび

その他

沖縄弁護士会

学校法人早稲田大学

\*グループ会社での応募

[シルバー]

■アサヒグループホールディングス株式会社 [アサヒビール株式会社、アサヒ飲料株式会社、アサヒグループ食品株式会社、アサヒプロマネジメント株式会社+その他グループ会社27社]

■J.フロントテイリング株式会社 [株式会社大丸松坂屋百貨店、株式会社バルコ、株式会社博多大丸、株式会社JFRカード、大丸興業株式会社、株式会社J.フロント建築、株式会社ディンプル、株式会社J.フロントフーズ、株式会社消費科学研究所、株式会社エンゼルパーク、株式会社JFRサービス、株式会社JFR情報センター]

■株式会社ファーストリテイリング [株式会社ユニクロ、株式会社ジーユー、株式会社リンク・セオリージャパン、株式会社プラステ、COMPTOIR DES COTONNIERS S.A.S.]

■マッコーリーキャピタルセキュリティーズジャパン [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]

建設業

株式会社協和エクシオ

株式会社熊谷組

大成建設株式会社

戸田建設株式会社

製造業

倉敷紡績株式会社

第一三共株式会社

株式会社ファンケル\*

卸売業／小売業

株式会社東急百貨店

三井物産株式会社

不動産業／物品賃貸業

リコーリース株式会社

株式会社レオパレス21

宿泊業／飲食店

スターバックス コーヒー ジャパン株式会社

株式会社トリドールホールディングス

サービス業（他に分類されないもの）

オリンパス株式会社

\*グループ会社での応募

[ブロンズ]

■株式会社ファンケル [株式会社アテニア]

[PRIDE指標2020] フォトセッション



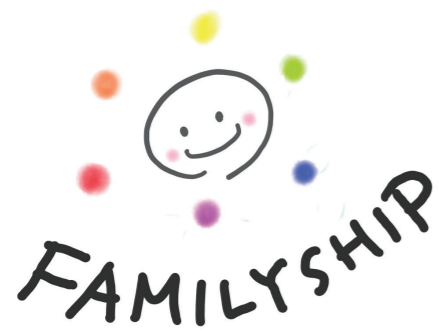
PRIDE指標2020エントリーに記入された取組から、先進的で顕著な取組を行った3社の事例を、本年度のベストプラクティスに選定しました。

## KDDI株式会社

同性パートナーの子を、社内制度上“家族”として扱う「ファミリーシップ申請」を導入。  
新たな取組みでサポートの幅を広げ、より安心して働ける職場環境を構築。

### 1 ファミリーシップ申請

KDDI株式会社は、2020年6月、会社が認めた同性パートナーの子を社内制度上“家族”として扱う「ファミリーシップ申請」を導入しました。



### 2 導入の背景

2017年4月から、KDDI社内規程における配偶者の定義を改訂し、同性パートナーも配偶者に含めることにより、配偶者に適用される全ての社内制度（祝い金、休暇、各種手当）を同性パートナーに対しても適用しています。（「同性パートナーシップ申請」）

同性パートナーシップを申請済みの社員から、「将来的に子供を持ちたいと考えている」という相談を受け、このようなセンシティブな情報を会社に伝えることは非常に勇気のいる行為であり、その意を受け、会社としてどこまで対応できるか、検討を開始。まずは、労基法や健康保険法上における「子の定義」や本件に関わる法的問題について、法務部等に確認をしながら、課題を整理。その他、子供に関わる人事制度全てをピックアップし、関連部署と対話を重

ね、さらに社外の状況把握のため、同性カップルが子供を育てることを支援している団体にも赴き直接話を聞いて進められました。検討を進めるにあたり、社内でも否定的な意見はありませんでしたが、同性パートナー同士が共同親権を持ってない点についての認識がほとんどなかったことから、その点についての説明は苦慮されたとのこと。

### 3 当事者の社員の安心をつくる

会社側が出来得る限り環境を整備することで、実際に当事者社員から、「一社員の声を拾い、その実現に向けて動いてくださったことに大変感激した。制度ができたことにより、「子供を授かりたい」という思いにますます現実味が増してきた。道筋を作っていただいたことで、また一歩背中を押してもらえたという感覚になった。」「当事者の悩みに寄り添ってくれる会社の姿勢に素直に感動し、先進的な取り組みをしてくれている会社に勤めていることを改めて誇りに思った。」等、反響の声もあがったとのこと。

KDDIでの導入後、グループ会社であるKDDIエボルバでも「ファミリーシップ申請」を導入されています。

「当事者がいないから着手しない」ではなく、先行して出来ることから少しずつ進めていく。こうした会社の姿勢が、カミングアウトできずに悩んでいる当事者社員を救う一助になるかもしれません。

今後、他の企業での広がりにも期待しています。とお話いただきました。



## 株式会社チェリオコーポレーション

「飲料会社としてプロダクトやサービスを通じてできることはないか?」という想いから生まれた「のんでCHANGE!」プロジェクト。  
応援型自動販売機の設置によるメッセージ発信、飲料販売の売上でLGBTQの活動を支援。

### 1 「のんでCHANGE!」プロジェクト

株式会社チェリオコーポレーションは、2018年から「のんでCHANGE!」プロジェクトを開始。プロジェクトは、期間限定のレインボーボトルのライフガードの販売から始まりました。「地元でLGBTを応援しているチェリオの自動販売機をみて心強くなりました」という当事者からのメッセージを受け、「飲料を通じて何かできることはないか」という想いからこのプロジェクトが誕生しました。



### 2 応援型自動販売機プロジェクトとは

「のんでCHANGE!」プロジェクト第一弾として、2019年に「ライフガード レインボーパッケージ プロジェクト」を実施。その後、2020年4月から「応援型自動販売機プロジェクト」を開始しました。このプロジェクトは、LGBTQの象徴であるレインボーカラーで装飾された応援型自動販売機を設置し、その売り上げの一部を国内レインボーイベントの協賛にあてるプロジェクト。

通常、飲料というのは安心安全、美味しいというものですが、自動販売機をメディアに見立ててソーシャルインパクトに繋げることができないか、と考えレインボーパッケージから応援型自動販売機プロジェクトに発展したとのこと。



自動販売機を活用することで、企業・団体・個人でも、遊休地や空きスペースでプライド支援の輪を拡げることができ、365日24時間、購入者はいつでもイベントに間接参加でき、街中で休みなく常に当事者にエールを送り続けることが可能に。

またこのプロジェクトでは、ライフガードレインボーパッケージのみならず、他の飲料の売上金も協賛対象にすることで、よりインクルーシブに参加の輪を広げることができるようになりました。

2020年11月現在では、全国に12台、自動販売機は設置されており、今後引き続き追加で設置が決定しているとのこと。

### 3 プロジェクトへの想い

このプロジェクトを通じて、お客様から沢山のうれしい反響をいただいたとのこと。

また想いに共感して購入して下さるお客様、また自動販売機を設置して下さるオーナー様の想いを、飲料を通じて全国のプライドに届け、当事者と購入者、そして自動販売機設置オーナー様を「のんでCHANGE!応援型自動販売機」が繋ぐ存在にしていきたい。そして、これからも「のんでCHANGE!」を多くの人に知っていただき、日本のプライドを盛り上げ続けていきますと、熱い思いを届けていただきました。



## 株式会社プラップジャパン

“これからの子育て”を考える「にじいろ子育て」啓発プロジェクト。  
企業、NPOや団体が協力しコレクティブインパクトにより生まれたプロジェクトを本業のPRで推進・支援。

### 1 「にじいろ子育て」啓発プロジェクト

株式会社プラップジャパンは、「LGBTQ当事者の子どもと保護者に寄り添う母子手帳のような子育て手帳を作りたい」というアイデアから生まれた「にじいろ子育て」啓発プロジェクトに参加。LGBTQ当事者が小さいころは“男の子/女の子らしさ”に悩み、子育てをすれば“父親/母親らしさ”に苦しんでいるという課題は、自分たちが感じてきた（感じている）違和感と同じだと気づき、わたしたちの問題としてプロジェクトの立ち上げ当初から参画し、その中で特に情報発信を主に担って活動しました。



働くママとして子育てをしているチームメンバーがファシリテーションを担当。子どもが通う保育園での出来事や、教育現場での課題など実態が理解しやすくなるエピソードをメディアに提供。そこから個別取材を経て、“LGBTと子育て”というテーマを深く伝える記事を発信しました。

### 2 プロジェクト活動内容

まずは子育てについてのアンケート調査によってLGBTQ当事者の子育て事情を顕在化。LGBTQ当事者だけでなく、子育てに関わったことのある全ての人を対象に調査を設計、実施したところ、誰もが同じような悩みを抱えていること、さらにLGBTQ当事者ならではの困りごとを顕在化する結果を得ることができました。

またその後、その結果をもとに「らしさ」を押し付けないこれからの子育てのヒントを届け、子育てをするLGBTQ当事者の困難をサポートするために「にじいろ子育て手帳」を制作。読者がどのような立場であっても読み心地のよい冊子を意識し、イラスト



もジェンダー等に捉われないうち注意し制作しました。

さらに、調査結果の発表と子育てに関わる人の座談会という2部構成でメディアイベントを実施。座談会では、子育てに奮闘するトランスジェンダー男性にも登壇いただき、

### 3 プロジェクトを通じて感じたこと

PR会社という立場上、常に他社様、関係各位とのプロジェクトを進めるのが仕事ですが、今回特に感じたのが、皆が同じ課題を共有し、同じゴールを目指しているチームはとても強いということ。立場の違いから方向性や、ポイントの重点の置き方が違うということはありませんでしたが、より大きな課題感、目指したいゴールが同じということで繋がりを強く感じ、違いがあってもお互いをリスペクトし理解して進めていくことでスムーズにプロジェクトを進められたとのこと。

またプロジェクトには「自分には関係のない特別な少数の人の話ではなく、身近なテーマであることがとてもよく分かった」など多くの反響の声がありました。また、多くのことを知っただけで終わらせず、自分にできることをやってみるという行動を起こしてくれた人がいたことは嬉しく、それぞれは小さな行動でも、それが積み重なり集まれば大きな反響になると考えていますと、お話しいただきました。

## PRIDE指標2020 アンケート結果レポート

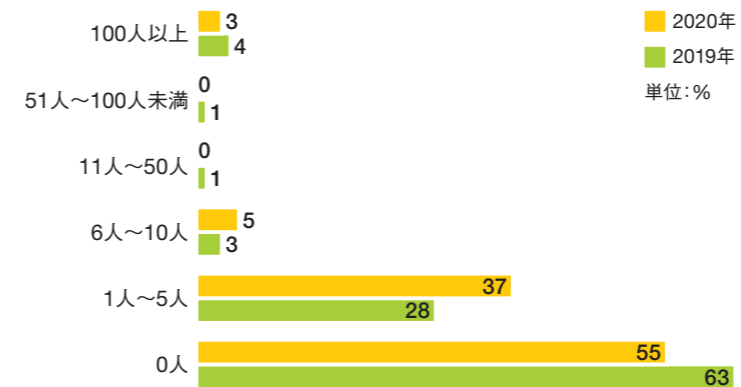
「PRIDE指標2020」応募フォームにて、  
応募企業・団体のみなさまにご協力いただいたアンケート結果をご報告します。  
アンケートにご協力いただいた企業・団体のみなさま、ご協力ありがとうございました。

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

#### ● 同性パートナーがいる従業員向け

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

#### ■ 制度を利用した社員の数 | 回答数：112（回答率：48%） |

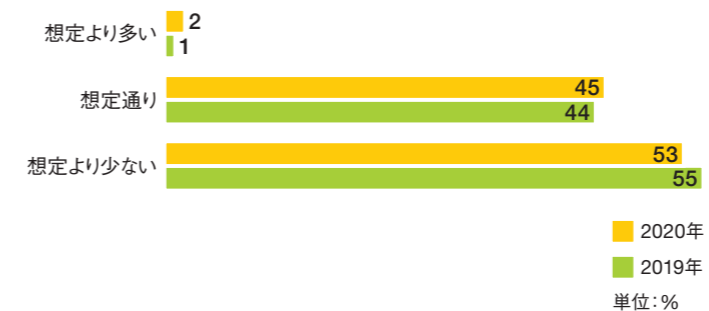


制度を利用した社員の数は、回答数の55%がまだ利用がなく0人、次いで、1~5人（37%）となり、ほぼ9割の企業・団体に制度利用者数は5人未満という回答となった。

昨年度2019年と比較すると0人の割合が8%減少、1~5人の割合が9%増えており、わずかではあるが、少しずつ制度利用が進んできていると推測される。

### アンケート D-2 人事制度・プログラム利用者数は想定通りですか？

#### ■ 制度の利用者は想定通りですか？ | 回答数：109（回答率：47%） |

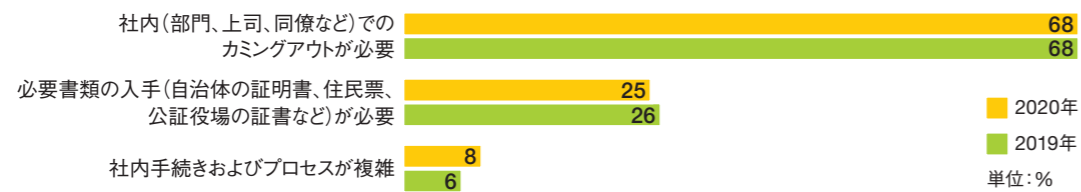


利用者数が「想定より少ない」が53%、「想定通り」が45%で全体の98%を占めた。制度を制定した企業・団体も前提としては、すぐに多くの制度利用を想定はしていなかったが、思っていた以上に利用が少ないと感じていることが推測される。

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

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

## ■ 利用者が想定より少ない原因（選択） | 回答数：77（回答率：33%） |



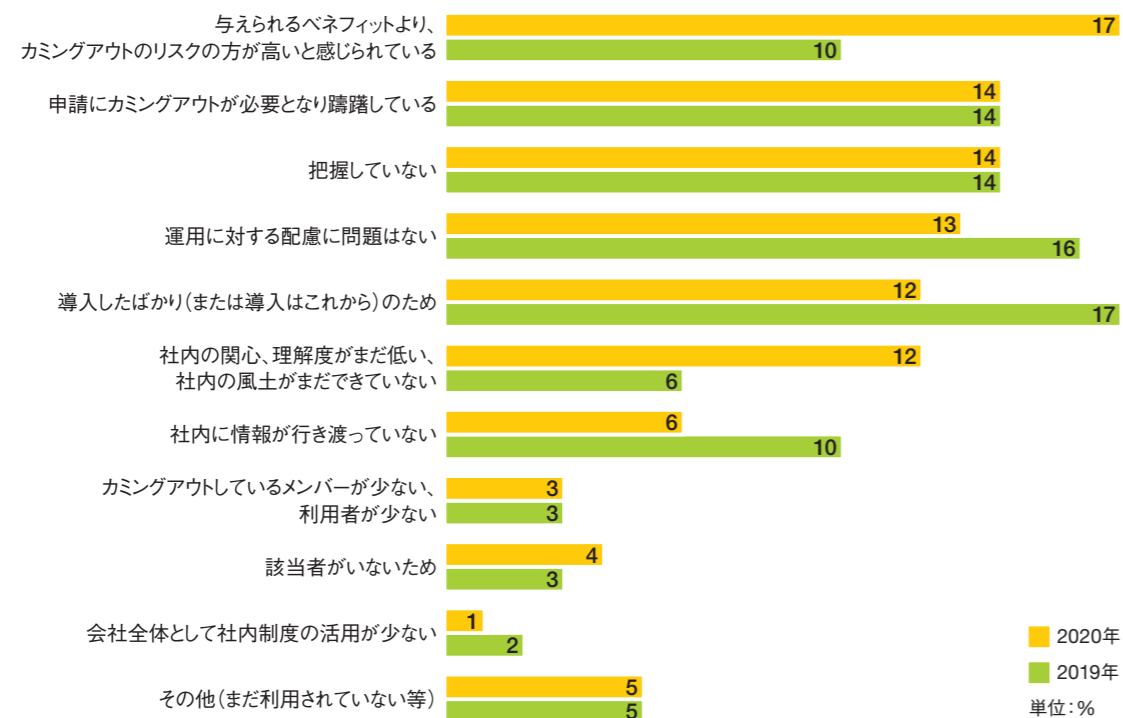
制度理由が想定より少ない原因について、選択項目では、上位から「社内でのカミングアウトが必要」が68%、「必要書類の入手が必要」が26%、「社内手続きおよびプロセスが複雑」が8%となった。

その他の自由記述（回答数78/回答率33%）では、回答を集約し集計すると、一番多かった考えられる原因として、昨年2019年同様「与えられるベネフィット

より、カミングアウトのリスクの方が高いと感じられている」があげられ、多くの企業・団体が制度利用のためにカミングアウトが必要となり、当事者がリスクを感じていると考えていることが推測される。

また、社内の理解関心向上、風土づくりの必要性や、情報発信不足についても原因としてあげられており、社内の風土醸成、情報発信も課題と考えられる。

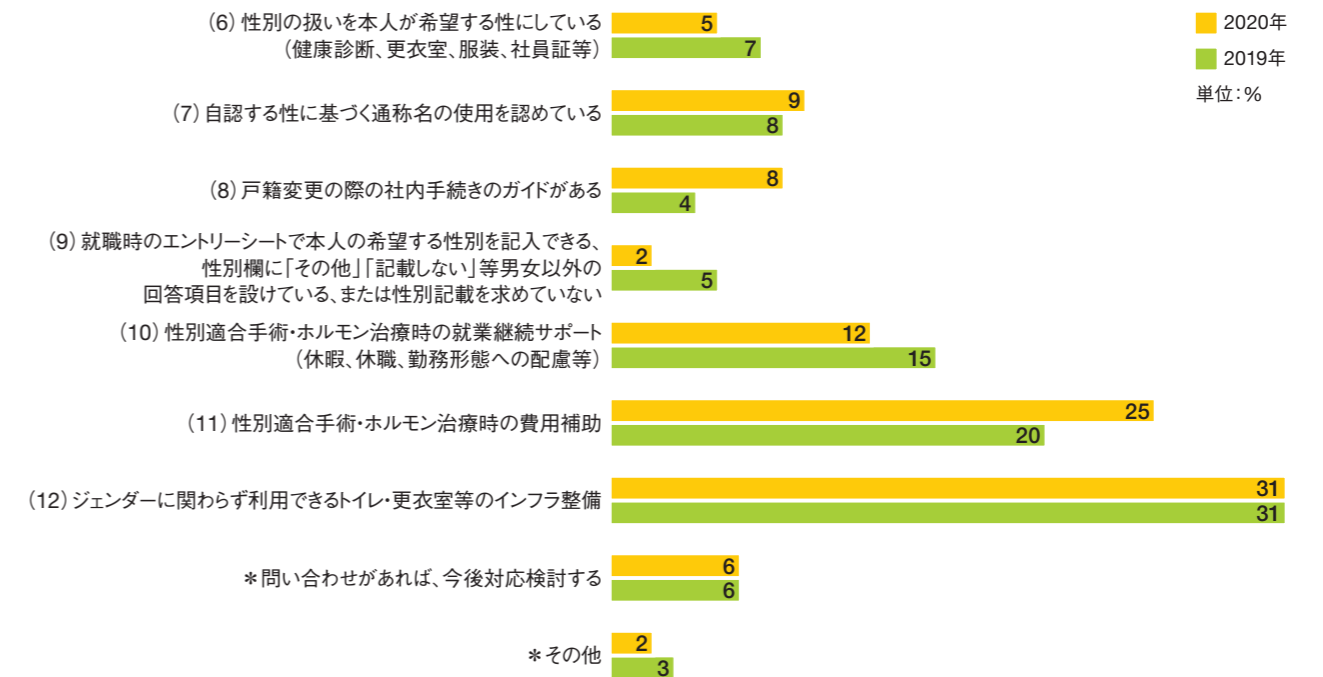
## ■ 利用者が想定より少ない原因（その他・自由回答） | 回答数：78（回答率：33%） |

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

## ● トランスジェンダーの従業員向け

- (6) 性別の扱いを本人が希望する性に行っている（健康診断、更衣室、服装、社員証等）。
- (7) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。
- (8) 戸籍変更の際の社内手続きのガイドがある。
- (9) 就職時のエントリーシートで本人の希望する性別を記入できる、性別欄に「その他」「記載しない」等男女以外の回答項目を設けている、または性別記載を求めている。
- (10) 性別適合手術・ホルモン治療時の就業継続サポート（休暇、休職、勤務形態への配慮等）。
- (11) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。
- (12) ジェンダーに関わらず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備。

## ■ 取り組みたいが実践できない取組 | 回答数：86（回答率：37%） |



取り組みたいが実践できない取組の主な項目は、上位から「ジェンダーに関わらず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備」が全体の31%、「性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助」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12%、「自認する性に基づく通称名の使用を認めている」が9%となった。

各項目のいただいた取り組みを実践できない主な理由は以下にて記述するが、実践できない理由として、物理的な理由や、それぞれ企業・団体ごとの事情が見えるが、当事者からの要望が上がっていないという理由もあがっており、現在導入されていない企業・団体も当事者からの相談があり、ニーズがあれば、社内で行えることを検討していく思いを持っていると推測される。

## ◎ 取組が実践できない理由 (項目別)

- (6) 性別の扱いを本人が希望する性にしている(健康診断、更衣室、服装、社員証等)。
- 健康診断は健康保険組合で実施をするため、独自性を発揮することができない。
  - 賃貸している物件によってトイレや更衣室など物理的な問題が発生するため、対応ができない場合がある。
  - 国への報告資料上男女別の統計を取る必要性があり、基本的に身体的性でしか管理できない。
- (7) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。
- 協会が業務上の通称名の使用を認めていないため。
  - ニーズが見えにくく、気運が高まらない。
  - 人事システムの制約があり対応が難しい。
  - 健保組合等の社外機関と連携するので、通称名の使用ができない。
  - 「本人性の担保」のため、戸籍名のみ使用に限定している。  
婚姻による旧姓使用は認められているものの、「名」の変更には戸籍の変更が必要のため。
  - グループ統一の見解に基づき規定・改定を行う必要があり、  
要否についてもグループでの検討が必要。
- (8) 戸籍変更の際の社内手続きのガイドがある。
- 戸籍性を変更したいという社員からの申し出がないため。
  - グループ統一の見解に基づき規定・改定を行う必要があり、  
要否についてもグループでの検討が必要。
  - 手続きの可否やプロセスを可視化できていない。
- (9) 就職時のエントリーシートで本人の希望する性別を記入できる、  
性別欄に「その他」「記載しない」等男女以外の回答項目を設けている、または性別記載を求めている。
- エントリー時点では本人申告に基づくしかなく、会社として踏み込むことが難しい。
  - 国からも男女別の従業員割合等のデータを求められるため。
- (10) 性別適合手術・ホルモン治療時の就業継続サポート(休暇、休職、勤務形態への配慮等)。
- 社員から要望があがっていないため。
  - LGBT当事者だけに制度を拡充するのは不公平感があり、他のマイノリティの方達も同様に会社からサポートを受けられる体制構築を行う必要があるため、ある程度の準備期間が必要。
  - グループ共通の就業規則を使用しなければならないため、  
独自の休暇制度を整備することが難しい。
  - まだ導入していない不妊治療など他の制度導入との優先順位などの議論が必要になるため。
  - 予算確保が難しい。

- (11) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。
- 社員から要望があがっていないため。
  - LGBT当事者だけに制度を拡充するのは不公平感があり、  
他のマイノリティの方達も同様に会社からサポートを受けられる体制構築を行う  
必要があるため、ある程度の準備期間が必要。
  - まだ導入していない不妊治療など他の制度導入との優先順位などの議論が必要になるため。
  - 予算確保が難しい。
  - どこまでの補助が望ましいのか選定が難しい。
  - グループ統一の見解に基づき規定・改定を行う必要があり、  
要否についてもグループでの検討が必要。
- (12) ジェンダーに関わらず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備。
- 賃貸ビルのため、トイレなどのインフラ整備がビル・オーナーの許可なしにできない。
  - 予算の確保が厳しいため。

**アンケート 新設** **新型コロナウイルスの感染拡大により、  
取り組みを進めるにあたって企業内で直面している課題や、  
困難になっていること、新しく始めた取り組みなど、  
コロナウイルスの感染拡大に関係した変化等ございましたら、こちらにご記入ください。**

回答いただいたほとんどの企業・団体で新型コロナウイルス感染防止対策のため、在宅勤務が増え、対面での研修、大人数が集まる集合型の研修・イベントが中止。

その結果、オンライン化が進み、社内研修およびイベントをオンラインで実施された、または実施予定との回答を多数いただいた。

各社それぞれ動画によるオンライン研修やeラーニングなど準備し、オンラインでの実施を模索しながら進められている状況。

オンラインになったことで、アライであることを示すシールやバッジ、ストラップなどが利用できなくなったため、LGBTQフレンドリーであることを示すバーチャル背景を制作し、社内外のミーティン

グで活用してもらうように呼びかけを行い、多くの従業員に活用されるようになったなどの事例もいただき、各社工夫しながら、取組・施策を進めていただいている様子がかがえる。

以下にて、いただいた企業・団体で取組実施するにあたりオンライン化による主なメリット(よかった点)、そして懸念点を記述する。

今後、コロナウイルス感染拡大の状況により、またイベントや研修等取組の実施方法も変化していくと推測されるが、オンライン化でより広がった点を推進しながら、懸念点としてあげられたポイントをどう工夫しながら解消し進めていくかが、コロナ禍、そしてこれからの課題と考えられる。

## ● オンライン化によるメリット (よかった点)

オンライン化により、昨年までは対面をメインに、集合型で実施されていた研修やイベントがリモートとなることで、限られた場所や人数での開催だったが、場所や人数を制限せず、広く開催することができるようになった。それにより今までより広いエリアの多くの人に参加することができ、今までよりも盛り上がりを感じたというコメントも多数寄せられた。

またスペースの問題も解消され、複数の場所で開催していたイベントも一つに集約することができたとの声や、対面するイベントよりも匿名性が担保しやすく、参加がしやすくなったなど、オンラインによるさらなる広がりの可能性を感じられる多くの声をいただいた。

## ● オンライン化による懸念点

オンライン化により、さらなる広がりを感じられる活動ができたという一方、オンライン研修は、対面とは違い、一方通行の講義形式になってしまい、研修時に重きを置いていたグループワークや、ディスカッションを行うことが難しくなったとのコメントを多くいただいた。

それにより対面の場合と同等の効果を得られない研修が実施できないという点や、オンラインで当事者による研修を行った場合に、物理的距離を感じてしまい身近に感じられではないかという懸念、対面よりもコミュニケーションが希薄になってしまうことへの課題など従来通りの実施ができないことを悩む声も多く、実施方法を模索しているという意見を多数いただいた。

また、オンラインイベントになり、参加人数の制限がなくなったことで、LGBTQ当事者が不安を感じスピーカーを断られるケースや、社外イベント(バレードなど)が中止となり、社員が社外での活動に参加し、LGBTQ当事者や、社外のアライの方々との接点を持つことや、知識を広げる機会が減り、体験を通じた理解浸透が難しかったという声もいただいた。

厳しい状況によりコロナ対策が優先的となり、全社的に予算削減を強いられ、取組を進めることが難しくなったというコメントもいただいた。

## PRIDE指標

## 1. 〈Policy: 行動宣言〉評価指標

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

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

## 評価項目 (以下1~8の間で2つ以上で1点)

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

## 2. 〈Representation: 当事者コミュニティ〉評価指標

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

また、アライを増やす、顕在化するための取組みがありますか。

## 評価項目 (以下1~4の間で2つ以上で1点)

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

★取組みのポイント

- コミュニティを立ち上げる際は、当事者をあぶりだすことにならないよう、無理に当事者であるか／アライであるかの確認を行わないことが大切である。
- 当事者コミュニティの立ち上げが難しい場合、相談窓口の設置や会社として社外のコミュニティに参加することから始めてもよい。

3.〈Inspiration:啓発活動〉評価指標

過去2年以内に、従業員に対して、性的マイノリティへの理解を促進するための取組み（研修、啓発用メディア・ツールの提供、イントラ等での社内発信、啓発期間の設定、等）を行っていますか。

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

●研修

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

●その他啓発活動

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

★取組みのポイント

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

4.〈Development:人事制度、プログラム〉評価指標

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

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

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

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

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

●同性パートナーがいる従業員向け

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

●トランスジェンダーの従業員向け

- (6) 性別の扱いを本人が希望する性になっている（健康診断、更衣室、服装、社員証等）。
- (7) 自認する性に基づく通称名の使用を認めている。
- (8) 戸籍変更の際の社内手続きのガイドがある。
- (9) 就職時のエントリーシートで本人の希望する性別を記入できる、性別欄に「その他」「記載しない」等男女以外の回答項目を設けている、または性別記載を求めている。
- (10) 性別適合手術・ホルモン治療時の就業継続サポート（休暇、休職、勤務形態への配慮等）。
- (11) 性別適合手術・ホルモン治療時の費用補助。
- (12) ジェンダーに関わらず利用できるトイレ・更衣室等のインフラ整備。

●制度全般

- (13) 制度の存在や利用方法を従業員に周知している。
- (14) 制度を利用する際に、通常の申請手続き以外に、周囲の人に知られずに申請できる等、本人の希望する範囲の公開度を選択できる柔軟な申請方法となっている。

- (15) 当事者が自身の性的指向や性自認についてカミングアウトした結果、職場の上司や同僚等からの不適切な言動等の問題が発生した場合を想定したガイドラインがある。
- (16) 希望があれば、出張や社員旅行等で宿泊時の居室、社宅や寮に配慮する。
- (17) 同性愛や異性装が犯罪となる国等への赴任・出張時のリスク対応を行っている。
- (18) トランスジェンダーの従業員が望む性別で働くことを希望した場合、人事部門、所属部署、関連部署等で連携して対応を検討している。

★取組みのポイント

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

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

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

評価項目（以下1～5の間で2つ以上でチェック）

- (1) LGBTQへの社会の理解を促進するための活動・イベントの主催、協賛、出展。
- (2) LGBTQ学生向けの就職説明会、セミナー、イベント等の主催、協賛、寄付等。
- (3) LGBTQ関連イベントへの社員参加の呼びかけおよびイベントの周知。
- (4) LGBTQのインクルージョンに関する自社所属の業界への働きかけ、業界団体での活動。
- (5) LGBTQへの理解促進のための次世代教育支援（出前授業、教材提供等）。

★取組みのポイント

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

注釈:

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)、クイア/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. **性的指向**: 同性愛、両性愛、異性愛等、好きになる相手の性別に関する概念。特定の人を好きにならない (無性愛) 等も含む。
3. **性自認**: 自分で自分の性別をどう考えるか、という概念。身体上または社会上の性別とは必ずしも一致しない。また、必ずしも男女のどちらかとは限らない。
4. **アライ**: LGBTQ を積極的に支援し、行動する人のこと。
5. **コミュニティ**: 目的を共有している人の集まり。ここでは 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、メールリストや SNS 等でのネットワークのいずれでも結構です。

『PRIDE指標2020』について

		それぞれの指標で1点を取得するための項目数
		PRIDE指標2020
P	Policy 行動宣言	8項目中2つ以上
R	Representation 当事者コミュニティ	4項目中2つ以上
I	Inspiration 啓発活動	9項目(研修)中2つ以上 5項目(その他)中2つ以上
D	Development 人事制度・プログラム	5項目(同性パートナー)中2つ以上 7項目(トランスジェンダー)中2つ以上 6項目(全般)中2つ以上
E	Engagement / Empowerment 社会貢献・渉外活動	5項目中2つ以上



## 編集後記

---

2020年は、新型コロナウイルスの感染拡大の中、「PRIDE指標」の募集および、work with Prideカンファレンスの開催も、今年は控えるべきではないかと、悩みながらも検討を重ねた結果、皆様からの熱いお言葉もいただき、「PRIDE指標」の募集、work with Prideカンファレンスの開催を決定いたしました。そんなコロナ禍の中、「PRIDE指標2020」は、始めて以来、初めて応募数は200を超え、233となり、グループ連名含めると465社と、昨年を100社以上も大きく超える応募数となりました。

このような時期だからこそ、企業・団体としても、できることを進めたいという皆様の熱い想いがこの数字にあらわれたと、本当にうれしく思っております。ありがとうございます。

今回応募の際、ご協力をお願いしたコロナ禍の中の現在の状況や変化を伺うアンケートでは、オンラインで取組を進めることで、今までより広いエリアで、場所を限らず多くの人が参加することができ、今までよりも盛り

上がりを感じたという前向きなコメントも多数いただき、今までない環境の中、模索しながらの実施だったと思われませんが、前向きに取組を進めていただけたのだと感じました。また、その一方で研修が一方方向になってしまったり、重きを置いていたグループワークやディスカッションが実施しづらくなってしまったという声もあり、オンラインでの実施の難しさや悩みもある中、皆様できる形で、一つずつ進めていただいたのだとコメントを拝見して感じました。

この未曾有の状況がいつまで続くのかまだ未知ではありますが、「PRIDE指標」および、work with Prideのコンテンツが、これからも日本の企業・団体の皆様にとって、さらに前向きに取組を進めて行くきっかけになり、活用いただけることを祈っております。

そして、これからもみなさまと一緒に取り組みができれば幸いです。

work with Pride  
PRIDE指標事務局

---

## PRIDE指標2020 レポート