

職場における性的指向・ジェンダーアイデンティティ  
の多様性に関する理解増進について  
～work with Pride の取組から～

2025年4月18日

一般社団法人work with Pride  
代表 松中権



Home

Work



People




good aging yells

Cafe



OUT IN JAPAN

Town



Sports



認定NPO法人グッド・エイジング・エールズの企画として開始。

2012 @日本IBM



2013 @ソニー



2014 @パナソニック 2015 @リクルート



2016 @第一生命保険



2017 @経団連会館



2018 @base Q



2019 @base Q



2020 @オンライン



2021 @オンライン



2022 @経団連会館



2023 @経団連会館



2024 @経団連会館



2012年に、work with Pride カンファレンスをキックオフ。2017年以降は、20社前後の実行委員会にて企画・運営を行う。2021年に一般社団法人化。

# work with Prideを行う理由・背景

- LGBTQ+ の社員・職員の可視化  
(困難や差別の解消・能力発揮・採用)
- ベストプラクティス（取組）のシェア
- 経営層のコミットメント
- 法整備のアップデート
- 省庁や経済団体との連携  
(後援：厚生労働省/経済産業省/東京都/  
経団連/経済同友会/新経済連盟/連合)

work with Pride 2024 カンファレンス

企業から変える。LGBTQ+コミュニティとの  
新しい協働へ

2024年11月14日(木)13:00~17:00 | 会場：経団連会館・国際会議場



Supported by

Keidanren  
Policy & Action

KEIZAI DOYUKAI

新経済連盟  
Japan Association of New Economy



# PRIDE指標とは？

## ◎策定の歴史

2016年に、日本初の職場におけるLGBTQ+等の性的マイノリティ（LGBTQ+）に関する取組みの評価指標として策定。

## ◎策定の目的

- 1) LGBTQ+にとっても働きやすい職場環境づくりのためのガイドラインとする。
- 2) 企業などの取組みを表彰することで、働きやすい職場づくりを応援する。
- 3) ベストプラクティスを公開することで、広く社会に認識してもらう。



<2016>  
82

<2017>  
110

<2018>  
153

<2019>  
194

<2020>  
233

<2021>  
300

<2022>  
402  
(\*842)

<2023>  
398  
(\*834)

<2024>  
463  
(\*968)

\*応募社数（応募グループ社数）

# PRIDE指標とは？

## ◎指標カテゴリー

職場における取組を、P・R・I・D・Eの5つのカテゴリーに分類し実施状況を評価。

指標	内容
P：Policy 行動宣言	会社としてLGBTQ+などの性的マイノリティ（LGBTQ+）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る。
R：Representation 当事者コミュニティ	LGBTQ+当事者・アライ（Ally、支援者）に限らず、従業員がLGBTQ+に関する意見を言える機会を提供している。また、アライを増やす、顕在化するための取り組みがある。
I：Inspiration 啓発活動	従業員に対して、LGBTQ+への理解を促進するための取り組みを行っている。
D：Development 人事制度・プログラム	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る。トランスジェンダー支援の仕組みがある。
E：Engagement / Empowerment 社会貢献・渉外活動	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っている。

# PRIDE指標とは？

## ◎評価方法

5つの指標のそれぞれの項目の基準を満たすと1点、5点満点でゴールド、4点でシルバー、3点でブロンズと認定する。2年おきに、評価指標をアップグレード。



work with Pride



**ゴールド  
(5点満点獲得)**

認定数 (応募単位)

**388 社**

グループ・複数社連名  
応募含む合計認定数

**832 社**

work with Pride



**シルバー  
(4点獲得)**

認定数 (応募単位)

**52 社**

グループ・複数社連名  
応募含む合計認定数

**81 社**

work with Pride



**ブロンズ  
(3点獲得)**

認定数 (応募単位)

**21 社**

グループ・複数社連名  
応募含む合計認定数

**53 社**

# 『PRIDE指標2025』の変更点について

## 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（以下LGBTQ+）、およびSOGI<sup>注2</sup>に関する方針を明文化し、インターネット等で社外に向けて広く公開していますか。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。

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

評価項目（以下1～10のうち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<sup>注3</sup>という言葉が含まれている。

(3) (1)の方針に性自認/ジェンダーアイデンティティ<sup>注4</sup>という言葉が含まれている。

(4) (1)の方針に性表現/ジェンダーエクスペ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。

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

- (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）

# 『PRIDE指標2025』の変更点について

## 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）<sup>注5</sup>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<sup>注6</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。

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

注釈：

6

コミュニティ：目的を共有している人の集まり。ここではLGBTQ+の働きやすい職場をめざす人の集まりを指します。~~リアルな集まり、メーリングリストやSNS等でのネットワークのいずれでも結構です。~~

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

- (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ように明示された窓口を設け、社内に向けて公開している。
- (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。

# 『PRIDE指標2025』の変更点について

## 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組み（研修、啓発用メディア・ツールの提供、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、記入欄に実施時期や具体的な内容を簡潔にご記入ください。

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

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。

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

(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) **イントラ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。）

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

### ●その他啓発活動（以下5項目のうち4つ以上）

(12) イントラネット、メールマガジン、社内報等を活用した定期的(年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。

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

### 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)

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

●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）。

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

- (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ように扱う制度がある（ファミリーシップ制度等）

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

●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。

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

- (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、拡充できるように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）

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

### ●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であり、**その場合の申請方法等が社内周知されている。**

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

(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であり、社内周知されている。

# 『PRIDE指標2025』の変更点について

## 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。

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

(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。)

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

(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。

(グループ内のみで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。)

## 『PRIDE指標2025』の変更点について

(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。)

# PRIDE指標「レインボー認定」の新設（2021年）

社会における企業に期待されることは、当事者が働きやすい職場づくりに加え、社会自体をよりインクルーシブにしていく牽引役となること。



「Gold」を受賞していること

国のLGBTQ+関連の法整備に賛同表明していること  
(少なくとも、ひとつ)

コレクティブ・インパクト型の取組を推進していること



# 企業経営者アライのネットワーク「Pride1000」(2023年)

企業を社会自体をよりインクルーシブにしていく牽引役にするのは、企業経営者のアライたち。2025年4月18日時点で107名が参加。



貴田 守亮  
EY Japan  
チェアパーソン兼CEO



島田 明  
NTTグループ  
日本電信電話株式会社  
代表取締役社長



工藤 禎子  
一般社団法人日本経済団体連合会  
ダイバーシティ推進委員会 企画部会長  
(株式会社三井住友フィナンシャルグループ  
取締役 執行役専務)



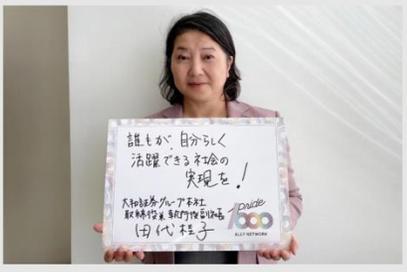
新浪 剛史  
公益社団法人 経済同友会  
代表幹事  
(サントリーホールディングス株式会社 代表取締役社長)



柄澤 康喜



笹林 幹生



田代 桂子



星野 朝子



## ベストプラクティスのご紹介

### ◎パナソニックコネクト株式会社（PRIDE指標2024・レインボー認定）

「Pride Action 30」NPOと20の企業・団体とともに、日経新聞見開きで、アライアクションをプライド月間（6月）に掲載。

### ◎PwC Japan グループ（PRIDE指標2024・レインボー認定）

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

### ◎株式会社ファミリーマート（PRIDE指標2021・ベストプラクティス）

岡崎市内の店舗にLGBT電話相談案内カードを設置。

### ◎日の丸交通株式会社（PRIDE指標2018・ベストプラクティス）

同社代表取締役が東京タクシー協会正副会長会議にて、業界全体として提言。

### ◎三好不動産（福岡）、のうか不動産（石川）など

大家さん等へのLGBTQ+に関する理解促進の活動を実施。

## 一般社団法人work with Pride からの要望

### ◎民間における取組推進のための国による指標・表彰制度の可能性

新・ダイバーシティ経営企業100選（経済産業省）、くるみんマーク・プラチナくるみんマーク・トライくるみんマーク（厚生労働省）等の仕組みをベースに、国として推進する取り組みを実施できないか（PRIDE指標として協力も可能）。

### ◎都市部ではないエリアの中小企業への周知や巻き込み施策

地域における理解増進が遅れる中で、中小企業の現場担当者や経営層に対して、取組の重要性を伝えていく施策が肝要（商工会議所や地方労働局などとの連携）。

◎性的マイノリティに関連する法令や国の取組の省庁横断での包括的な発信  
企業担当者が常に確認できるような情報の取りまとめと発信。