

2023年2月10日 全15頁

日本の金融業界における LGBTQ+ 包摂

企業調査データの計量テキスト分析から現状を紐解く

金融調査部 研究員 中 滯

[要約]

- ビジネスを通じた LGBTQ+ 包摂の取組みが日本企業の間で急速に広がっている。本稿では、特に金融業界に焦点を当て、国内外の事例を概観した上で、企業調査データの計量テキスト分析を主な手法として、取組みの現状を紐解く。
- 金融機関による LGBTQ+ 包摂の取組みは、約 40 年前の米国において LGBTQ+ コミュニティを顧客とした貯蓄貸付組合の設立から始まったと考えられる。しかし、取組みの変遷を辿ると、現在は商品・サービスを通じた特化型の取組みは少なく、ファイナンシャル・アドバイザーに対する教育等を通じて、金融アクセスにおける普遍的な差別の禁止と平等の保障を図ろうとする動きが主流になっているとみられる。
- 日本の事例をみると、金融業界では商品性やサービスの見直しを通じた LGBTQ+ 包摂が進んでいる。最も早くから対応を開始したのは保険業で、保険金の受取人に同性パートナーを指定できる保険会社は多い。銀行業では住宅ローンの商品性が見直しが進み、同性カップル向けのペアローン等がみられる。一方、証券業の取組みは限定的だ。
- トピックモデルを用いて取組み内容の分類を行ったところ、①「性的指向と性自認(SOGI)に基づく差別禁止の明文化」、②「情報収集と啓発活動」、③「SOGI に配慮した職場環境整備」、④「社内研修の実施」、⑤「ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(DEI)推進としての取組み」、⑥「同性パートナーの承認と包摂」、の6つのトピックが浮かび上がった。さらに、業種別に分析した結果、金融業界内での業種による取組みの状況や内容の違いが明らかとなった。
- LGBTQ+ のさらなる包摂に向けた今後の課題として、(1) LGBTQ+ が直面する困難や、人権問題としての重要性に対する理解を深め、組織内で徹底させること、(2) LGBTQ+ 包摂のための社内環境を整備することが重要である。具体的な実践のあり方として、社内研修や勉強会の内容を職種別に深めていくこと、職場における DEI 推進の重点課題の1つとして LGBTQ+ の包摂を位置づけることを提案したい。

1. ビジネスにおける LGBTQ+包摂

(1) 加速する日本企業の取組み

日本企業の間で、LGBTQ+の包摂に向けた取組みが急速に広がっている。ビジネスの文脈における LGBTQ+の「包摂 (inclusion)」とは、LGBTQ+に対応した経営方針の策定や福利厚生拡大に代表される社内的な施策から、LGBTQ+の顧客向けに既存の商品やサービスを見直すといった本業を通じた取組み、社外の団体との協働のような対外的な活動に至るまで、ビジネスの場におけるさまざまな取組みを意味する。本稿における「LGBTQ+包摂」とは、このようなビジネス上の取組みを指して用いる。

2016年からは、当時、任意団体であった work with Pride (wwP) (2023年より一般社団法人 work with Pride) による「PRIDE 指標」のように、LGBTQ+に関する取組みに特化した企業評価も始まっている。wwP の発表によると、2016年に82であった応募数(企業・企業グループ・団体を含む)は、2022年には402の企業・団体および自治体(グループ全体またはグループ内複数社の連名を含めると842)へと、大幅に増加している¹。日本企業等の中で、LGBTQ+の包摂に向けた取組みが急速に広がっている様子がうかがえる。

(2) LGBTQ+包摂が進む金融業界

日本でのビジネスにおける LGBTQ+包摂の推進においては、金融業界の果たしてきた役割が特に大きいと考えられる。wwPによれば、日本で確認できる最も早い LGBTQ+包摂の施策は、外資系金融機関であるリーマン・ブラザーズ証券(当時)によるものであったという²。2004年に、オープンリー・ゲイ³の方が当事者ネットワークを社内で立ち上げたことから始まり、2006年には LGBTQ+学生を対象とした就職説明会を開催している。同様の取組みは、他の外資系金融機関においてもみられる。ゴールドマン・サックスは、2005年に LGBTQ+ネットワークを社内に設立、2009年には、LGBTQ+学生向け会社説明会を開催している⁴。

国内の金融機関も含め、現在も金融業界の取組みは他の業種と比較しても先端的であると思われる。wwPの「PRIDE 指標」では、(1)最上位の「『ゴールド』認定」を受けた企業の中で、(2)日本における LGBTQ+に関する法制度の実現に、公に賛同表明しており、(3)コレクティブ・インパクト型の取組みを推進している⁵、という3つの条件を満たす企業に「『レインボー』認定」を与えている。2022年に「『レインボー』認定」を受けた12社(他、国立市と東京弁護士会を含め、総計14企業・自治体・団体)のうち、4社は金融機関および金融関連サービスを提供す

¹ work with Pride PRIDE 指標事務局, 2022, 『PRIDE 指標 2022 レポート』

² PRIDE 指標運営委員会, 2016, 『PRIDE 指標 2016 レポート』

³ 「オープンリー (openly)」とは、自身の性的指向や性自認について、公に(この場合は職場で)カムフラウトしている状態を指す。

⁴ 詳細は、同社[ウェブサイト](#)を参照。

⁵ 「コレクティブ・インパクト (collective impact)」とは、2011年に John Kania と Mark Kramer が [Stanford Social Innovation Review 誌](#)上で提唱した社会変革のアプローチで、主に共通のアジェンダに対するセクター横断的な取組みの重要性を主張するもの。

る企業であった（図表 1）。

これらをみると、LGBTQ+ユース（若年層）の金融リテラシー向上とライフプラン支援（野村ホールディングス）、金融業界のLGBTQ+ネットワーク「LGBT ファイナンス」での中心的な活動、および業界に対する同性婚法制化の呼びかけ（モルガン・スタンレー）等、金融機関の役割を意識しつつ、LGBTQ+を取り巻くさまざまな課題に対する取組みが行われていることが分かる。

図表 1 日本における金融機関等によるLGBTQ+包摂の先端的な取組み事例

企業・グループ	取組み内容（要約）
野村ホールディングス	LGBTQ+当事者向けに金融リテラシーの基本とライフプランの重要性を学ぶオンラインセミナーを当事者団体と協働し、開催。アライ（LGBTQ+に対する理解や支援に積極的な考え方を持つ人びと）も参加可能とした。現在、LGBTQ+ユースを対象にライフプランに関する小冊子の作成を進める、等
モルガン・スタンレー	在日米国商工会議所による、日本での婚姻の平等に向けた意見書に関して、International Bankers Association of Japan加盟企業に賛同を呼びかけ、5社の賛同を取り付ける（国内金融機関にも呼びかけ）。業界団体LGBTファイナンスで中心的なメンバーとして活動する、等
三井住友信託銀行	地方自治体と連携し、地域の営業店と自治体が共同で情報冊子を作成。さいたま市男女共同参画推進センターと性的マイノリティ理解に向けた情報冊子作成の対応を進める。これらの他、大阪市とは協働で情報冊子を作成した後、市内の営業店向けに合同勉強会を実施する、等
ブルームバーグ・エル・ピー	インターセクショナルリティの視点を取り入れ、複合的マイノリティ当事者のキャリア、就労移行、職場環境等に関して取組む。LGBTQ+と障がいに焦点を当て、トークセッションの開催や、ハローワークと協働した障がい者サポーター養成講座を実施。これらの他、社内のアライ・コミュニティ（LGBTQ+に対する理解や支援に積極的な考え方を持つ人びとのグループ）と共同で社内イベントやプログラムを実施する、等

出所：work with Pride PRIDE 指標事務局『PRIDE 指標 2022 レポート』より大和総研作成

(3) LGBTQ+包摂の今を紐解く

本稿では特に日本企業の中でも取組みが進んでいる金融業界について検証する。以下ではまず、国内外の金融業界におけるLGBTQ+包摂の展開を事例とともに概観する。その上で、ビジネスを通じたLGBTQ+包摂の現状にはいくつかの問題が生じていることを指摘する。次に、「東洋経済 CSR データ」を用いて上場企業を中心とした日本企業の取組み状況を把握し、計量テキスト分析を中心に取組み内容の検証を行う。最後に、分析結果に基づき、LGBTQ+包摂の取組みの課題と今後の方向性について述べたい。

2. 国内外の金融業界におけるLGBTQ+包摂の展開

(1) 40年の歴史を持つ米国

① 貯蓄貸付組合 Atlas Savings & Loan Association

米国・サンフランシスコでは、1980年にJohn Schmidtが8人のゲイ男性と2人のレズビアンと共同で、Atlas Savings & Loan AssociationというLGBTQ+のための貯蓄貸付組合（S&L）を

設立、1981年に操業を開始している⁶。1982年にはゲイ・タウンとして有名なカストロ通りに支店を開いており、1985年1月までにサンフランシスコ内に3店舗を開業したものの、同年8月に破綻している。1980年代の米国はS&L経営危機の最中であり⁷、同組合も同じ時期に破綻している。そのため、同組合によるLGBTQ+包摂の取組みの成否を評価することは困難である。しかし、同組合の事例は、米国の金融業界では少なくとも40年以上前にLGBTQ+包摂の萌芽がみられることを示している。

② インターネット銀行 G&L Bank

その後も、LGBTQ+包摂の取組みは続く。1999年には、Steven DunlapによってG&L Bankというインターネット銀行が設立される。創業者はTampa Bay Times紙のインタビューで、フロリダ州でゲイ男性とレズビアンのためのリゾート事業を起業しようとしたところ、銀行に融資を断られたことから着想が得られたと語っている⁸。顧客数は当初予想の3倍に達したという。しかし、ローンの借り手不足を主な理由として、2002年に破綻した⁹。

③ 証券会社 Wells Fargo Advisors

2003年、マサチューセッツ州最高裁は「グッドリッジ対公衆衛生局判決」で、米国で初めて同性カップルの婚姻する権利を認めた。その後もさまざまなバックラッシュが生じつつ、全米で同性婚が認められたのは2015年であった¹⁰。

では、米国社会がLGBTQ+の権利保障に向かって大きく前進していくのに伴い、金融業界の間でLGBTQ+向けの金融商品・サービスの提供が活発になったのかということ、状況は少し違っている。ここでは、米国の大手金融機関の中で特に示唆的な事例として、Wells Fargo Advisors (Wells Fargo 子会社の証券会社)における、LGBTQ+顧客のためのファイナンシャル・アドバイザー (FA) 育成の取組みに注目しておきたい¹¹。

同社は、2009年よりCollege for Financial Planning[®]と提携し、「Accredited Domestic Partnership Advisor (ADPA)」という認定資格を創設した¹²。ADPAを通じて、FAは未婚のカップル (同性カップルが念頭に置かれているが、限定するものではない) が直面する金融の課題と機会にどのように対応すればよいのかについて、追加的なトレーニングとさらなる理解を得ることができる。多様な家族の形を前提としたFAの育成は、(必ずしもLGBTQ+に限らず)顧客対応の場面において、どのような金融商品・サービスを扱う場合でも有効となり得る。

40年前から現在までの米国における取組み事例を通して読み解けるのは、金融業界におけるLGBTQ+の包摂が、特定の商品・サービスでの対応から、あらゆる商品やサービスの提供におけ

⁶ The James C. Hormel Gay and Lesbian Center, 2011, “Atlas Savings & Loan Collection 1979-1990” San Francisco Public Library.

⁷ 80年代米国のS&L経営危機については、ハリス・デラス, ベザッド・ダイバ, ピーター・ガーバー, 1996, 「破綻金融機関処理: 米国貯蓄貸付組合の経験」『金融研究』15(3): 132-166. を参照。

⁸ Tampa Bay Times, “Bank to cater to gay and lesbians” (1998年9月29日付)

⁹ BBC, “Gay online banks shuts down” (2002年2月13日付)

¹⁰ 米国における同性婚法制化の歴史的経緯については、小泉明子, 2020, 『同性婚論争—「家族」をめぐるアメリカの文化戦争』慶応義塾大学出版会. を参照。

¹¹ 詳細は、同社[ウェブサイト](#)を参照。

¹² ADPAの詳細については、College for Financial Planning[®]の[ウェブサイト](#)を参照。

る普遍的な差別の是正へと変遷していったということである。

④ 金融アクセスにおける差別禁止と平等へ

このような変遷の背景には、米国で同性間の家族関係が法的に認められるようになったことがあると考えられる。同性婚が認められたことで、「結婚」とそれを通じて形成される「家族」の定義が変わった。金融機関は「結婚」の法律上の定義が変化したのに応じて、異性カップルと同様に同性カップルにも対応すればよいだけである。LGBTQ+に特化して商品性を見直したり、特別な金融機関を立ち上げたりする必要は無くなる。

よって、そこで問題となるのは、金融アクセスにおける LGBTQ+に対する差別の禁止である。米国では、1974年に「信用機会均等法 (Equal Credit Opportunity Act: ECOA)」が制定され、金融アクセス (信用機会) におけるジェンダーや人種・エスニシティ等に基づく差別の禁止が法で規定された。2021年には消費者金融保護局 (Consumer Financial Protection Bureau: CFPB) が、ECOAの対象にLGBTQ+の人びとも含まれることを明確にした。現在では同改正法の下で、性的指向と性自認 (Sexual Orientation and Gender Identity: SOGI) に基づく差別も禁止され、LGBTQ+の金融アクセスにおける平等を保障するための法的基盤ができています。

現在、米国の金融業界における LGBTQ+包摂は、金融アクセスにおける平等を普遍的に保障していこうとする動きになっているとみられる。少なくとも大手金融機関の間では、LGBTQ+に特化した商品やサービスの事例はあまりみられないようである¹³。

(2) 日本では商品・サービスでの対応が進む

日本の金融業界において目立つのが、LGBTQ+の顧客向けのビジネスを推進する動きである (図表 2)。2015年11月に東京都渋谷区で同性パートナーシップ制度「渋谷区パートナーシップ証明」が開始されたことをきっかけに、このような動きに弾みがついたとみられる。

先鞭をつけたのは保険業であった。ライフネット生命は、「渋谷区パートナーシップ証明」の開始に先行して2015年10月にリリースを発表し、死亡保険金の受取人に同性パートナーを指定できるよう、取扱いを変更することを明らかにした¹⁴。銀行業では、2016年11月に東京スター銀行が、預金商品における家族優遇サービスの対象に同性パートナーを含めることを発表した¹⁵。証券業においては、2017年12月に、マネックス証券が同性カップル向けに共同で資産管理が行えるパートナー口座のサービス提供を開始した¹⁶。

保険業については、既に多くの保険会社において、保険金の受取人に同性パートナーを指定できる保険商品の取扱いがある。銀行業では、ペアローンや収入合算 (連帯債務型・連帯保証型)

¹³ 社会的起業の動きはある。例えば、2020年に立ち上げられた [Daylight](#) は、LGBTQ+の起業家による、LGBTQ+コミュニティのためのデジタル銀行である。その他、保険業における動向については、矢吹多美子、2017、「LGBTコミュニティに対応する保険業界の動向—イギリス、米国の事例を参考に—」『損保総研レポート』119: 35-66、が詳しい。また、米国以外では、香港やフィリピンで保険業による取組み事例がある。

¹⁴ 同社[ニュースリリース](#)を参照。

¹⁵ 同社[ニュースリリース](#)を参照。

¹⁶ 同社[ウェブサイト](#)を参照。

における「配偶者」の定義に同性パートナーを含める対応が進んでいる。メガバンクでは、2017年7月より、みずほ銀行がいち早く対応を開始し、2020年2月からは三井住友銀行でも対応が開始された（2018年1月より三井住友信託銀行が対応を開始）。地方銀行では、琉球銀行の対応が最も早く、2017年8月から同性カップル向けの住宅ローンを提供している。

図表2 日本における金融商品・サービスを通じたLGBTQ+包摂の主な事例

業種	企業名	提供開始	提供内容（要約）
保険	ライフネット生命	2015年11月4日	同性パートナーを死亡保険金の受取人に指定可能
	第一生命	2015年11月5日	同性パートナーを保険金の受取人に指定する手続きの円滑化
	日本生命	2015年11月25日	同性パートナーを保険金の受取人に指定する手続きの円滑化
銀行	東京スター銀行	2016年11月1日	預金商品における家族優遇の範囲を同性パートナーにも拡大
	みずほ銀行	2017年7月6日	住宅ローンにおける「配偶者」の定義に同性パートナーを含める
	琉球銀行	2017年8月1日	住宅ローンの連帯債務型借入における「配偶者」の定義に同性パートナーを含める
証券	マネックス証券	2017年12月19日	貯蓄や資産運用のための口座を共有できる「パートナー口座」を同性カップルに提供
	大和証券	2021年1月4日	預かり資産が1,000万円以上の顧客の親族に対して証券口座管理料や金利を優遇するサービスの対象を同性パートナーにも拡大

出所：各社リリース等より大和総研作成

(3) 問われる、ビジネスにおけるLGBTQ+包摂のあり方

急展開を見せるビジネスの取組みだが、一部では問題が生じている。1つのパターンは、金融機関の制度設計に起因するものである。2022年1月、「LGBTQ+対応」の住宅ローンを扱う金融機関で、住宅ローンを申し込もうとしたが「パートナーシップ制度がない自治体の人は利用できない」として断られた方の体験が報じられた¹⁷。このような問題は、金融機関の対応が地方自治体の制度を前提としていることから生じており、より柔軟な制度設計が求められる。

もう1つは、グループ企業間で取組み内容に濃淡があるという問題だ。2022年4月に開催された東京レインボープライド（TRP）の会場では、ブースを出展していたアクサグループの企業であるアクサ損害保険で同性パートナーを配偶者として認められなかった方が、同社とTRP実行委員会に対して抗議を行った¹⁸。アクサグループの中でも、アクサ生命では2015年8月の時点で同性パートナーを証明書不要で死亡保険金受取人や指定代理請求人に指定できるよう対応していたが¹⁹、アクサ損害保険では未対応であった（その後、2022年12月より自動車保険で対応を開始した²⁰）。これは、グループ企業間で取組みに明らかな違いがあるにもかかわらず、1つのグループとして「LGBTQ+フレンドリー」をアピールしようとするアクサグループの姿勢や、

¹⁷ 中日新聞「〈ユースク〉 同性カップル、住宅ローンに壁」（2022年1月11日付）

¹⁸ ハフポスト『「LGBTQ差別の企業の出展はおかしい」ゲイ当事者が『アクサ』と実行委に抗議【東京レインボープライド2022】』（2022年4月24日付）

¹⁹ アクサ・ホールディングス・ジャパン [ウェブサイト](#) を参照。

²⁰ 同社 [ウェブサイト](#) を参照。

それを許容する TRP の運営のあり方が問題視された事例である。

これらの事例に限らず、企業が「LGBTQ+フレンドリー」を謳いながらビジネスを通じた取り組みを行う以上、(潜在的な顧客や広く社会一般も含め) LGBTQ+ の視点から問題があるという批判は、真摯に受け止める必要がある。ビジネスを通じた LGBTQ+ 包摂の取り組みには、その推進のあり方をめぐる議論がますます重要になっているといえよう。

3. 企業調査データから紐解く日本企業の LGBTQ+ 包摂の今

(1) 使用するデータ

本稿で用いる「東洋経済 CSR データ」は、東洋経済新報社が毎年 1 回実施する企業調査に基づいて発行する『CSR 企業総覧』からのデータであり、本稿執筆時点では 2006 年版から 2023 年版までが利用可能となっている。調査対象はすべての上場企業と主要な未上場企業である²¹。日本で最大規模の企業調査であり、企業の社会的責任 (Corporate Social Responsibility : CSR) に関する内容に特化した調査である。同調査では、2014 年版から最新版まで継続的に LGBTQ+ に関する方針と取り組みの有無、取り組みの具体的な内容 (2015 年版以降) について尋ねている。本稿では、LGBTQ+ に関する方針と取り組みの有無についての回答を記述統計で確認するとともに、具体的な取り組みが記載された自由回答をテキストデータとして利用する。

(2) 分析手法

① 記述統計

2014 年版から 2023 年版にかけ、調査対象企業における LGBTQ+ に関する方針と取り組みの有無がどのように変化してきたかについて、回答の分布や推移を時点間・業種間で比較する。特に金融業界 (本稿では、「保険業」、「証券、商品先物取引業」、「銀行業」、「その他金融業」の 4 業種とする) に焦点を当てる²²。

② 計量テキスト分析

トピックモデルを用いて、LGBTQ+ に関する企業の取り組みの内容を分析する。特に金融業界における特徴について明らかにする。トピックモデルとは、文書に含まれる言葉が持つ「潜在的な意味」を解析するために用いる分析手法で、テキストデータの探索的な分類 (クラスタリング) を行うことができる。トピックモデルのさまざまな手法の中でも、本稿で用いる潜在的ディリクレ配分法 (Latent Dirichlet Allocation : LDA) は、各文書 (本稿の場合、企業の自由回答) は複数の「トピック」 (潜在的な意味) によって構成されるものと仮定した上で、各文書を構成

²¹ 回答数は、1,210 (2014 年版)、1,305 (2015 年版)、1,325 (2016 年版)、1,408 (2017 年版)、1,413 (2018 年版)、1,501 (2019 年版)、1,593 (2020 年版)、1,614 (2021 年版)、1,631 (2022 年版)、1,702 (2023 年版) である。

²² 調査対象企業の業種分類や業種名は東洋経済新報社に準じる。

するトピックと各トピックを構成する単語の分布（出現確率）を推定する²³。

この手法を用いることで、企業のLGBTQ+に関する取組みには、具体的にどのような内容のものが含まれるのかを計量的に把握し、分析することができる。なお、トピックモデルの推計にあたっては、トピックの数を仮説的に決める必要がある。本稿の分析では、国内外の事例を踏まえ、トピックの数を6つと仮定した。

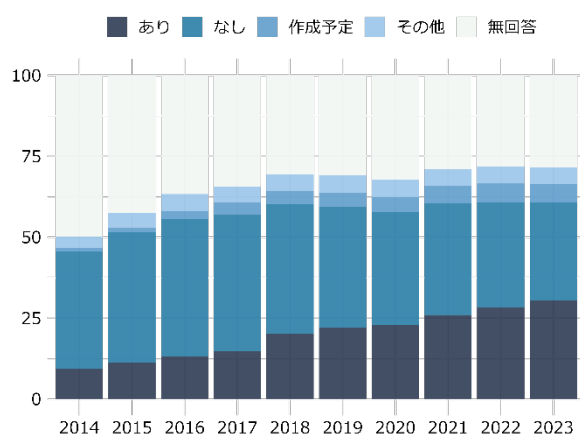
(3) 分析結果

① LGBTQ+に関する方針と取組みの実施状況

まず全業種についてみると、2014年から2023年にかけて、LGBTQ+に関する方針が「ある」と答えた企業の割合は、9.4%から30.4%へと増加した（図表3）。取組みを「行っている」と答えた企業は6.6%から35.1%へと拡大している（図表4）。回答数が増加する中でも割合が上昇していることから、日本企業の間でLGBTQ+に関する方針の策定や取組みが大きく広がっていることがうかがえる。

ただし、方針が「なし」と答えた企業の割合は36.2%（14年）から30.4%（23年）へと、減少のペースは緩やかである。一方で、取組みを「行っていない」と答えた企業の割合は38.1%（14年）から27.6%へと、相対的に速いペースで減少している。これらより、取組みの推進に対して方針の策定が追い付いていない状況が示唆される。

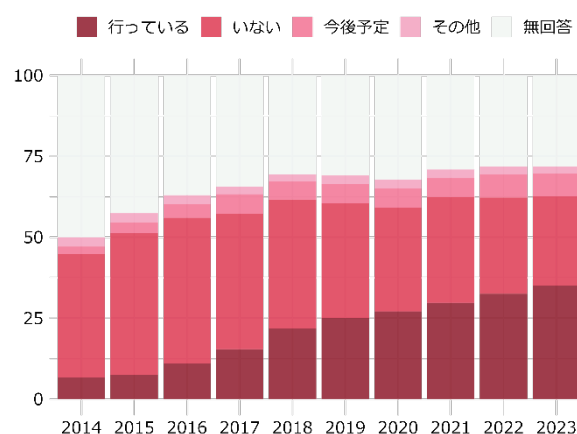
図表3 方針についての回答の推移（%）



注：横軸の年は調査の年版を示す

出所：東洋経済 CSR データより大和総研作成

図表4 取組みについての回答の推移（%）



注：横軸の年は調査の年版を示す

出所：東洋経済 CSR データより大和総研作成

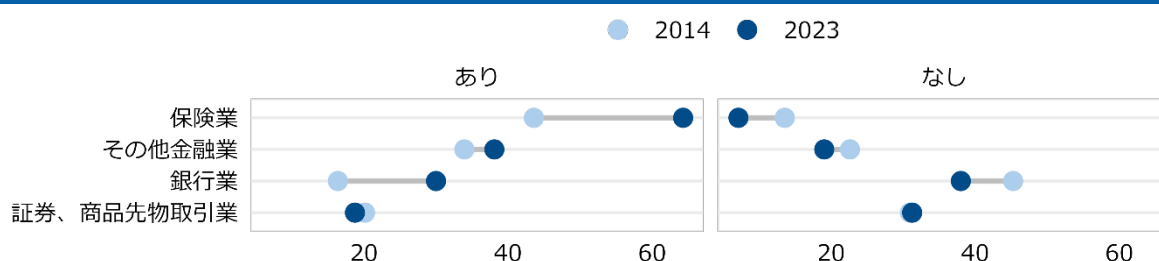
次に金融業界に焦点を当ててみたい。全業種についての分析結果を示した附表1と附表2をみると、金融業界内に限らず、全業界で比較しても保険業が「方針」、「取組み」ともに進

²³ トピックモデルとLDAの詳細については、Blei, David M., Andrew Y. Ng, and Michael I. Jordan, 2003, "Latent Dirichlet Allocation" *Journal of Machine Learning Research*, 3: 993-1022. を参照。

んでいることがうかがえる。特に「取組み」については、14年時点で「行っている」と答えた企業の割合が全業種の中で最も大きく、さらにその割合は拡大し、23年時点においても最も大きな割合を示している。方針について「なし」、取組みについて「行っていない」と回答した企業の割合はわずかに留まる（図表5、6）。

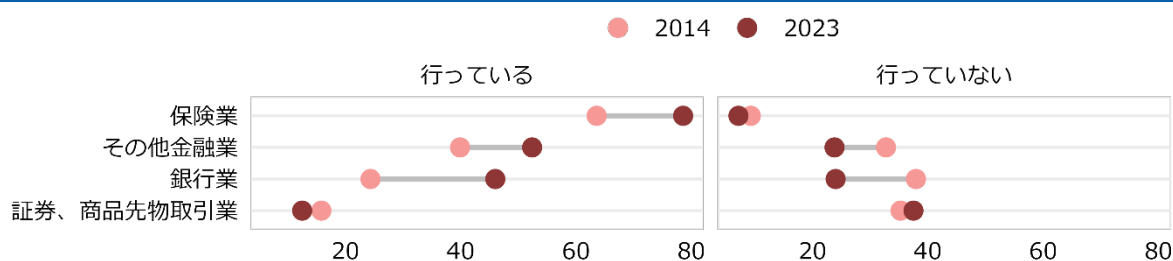
対照的に、証券、商品先物取引業は「方針」、「取組み」ともに進んでいないようだ。証券、商品先物取引業は、金融業界の中で方針が「ある」と答えた企業の割合が最も小さく（23年）、むしろ14年と比較してその割合を減少させている（図表5）。取組みを「行っている」と答えた企業の割合も、業界内で最小に留まる。取組みについて「行っていない」と答えた企業の割合はむしろ増加している（図表6）。

図表5 金融業界における方針「あり」「なし」の回答の変化（%、2014/23年）



出所：東洋経済 CSR データより大和総研作成

図表6 金融業界における取組み「行っている」「いない」の回答の変化（%、2014/23年）



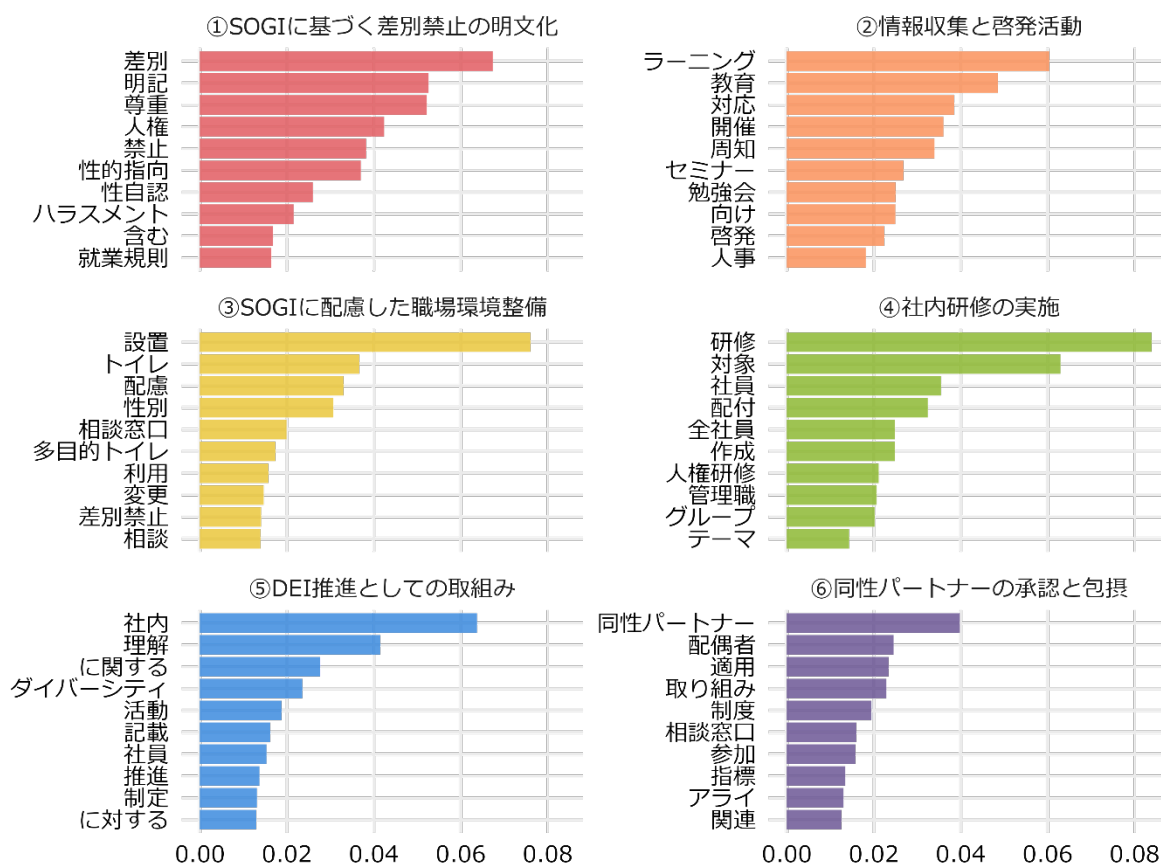
出所：東洋経済 CSR データより大和総研作成

② トピックモデルでみる LGBTQ+に関する取組み内容

トピックモデルを用いた推計の結果、日本企業による取組みは、①「SOGIに基づく差別禁止の明文化」、②「情報収集と啓発活動」、③「SOGIに配慮した職場環境整備」、④「社内研修の実施」、⑤「DEI推進としての取組み」、⑥「同性パートナーの承認と包摂」の6つに分類された（図表7）。なお、ここではトピックを構成する単語について、実際の回答の中でどのように用いられているかを確認した上で、トピック名を付与した。

これらのうち、①、②、⑥は社内外（従業員や顧客）を横断する取組みとして、③、④、⑤は社内（主に従業員）に特化した取組みと整理することができる。

図表7 取組み内容に関する記述についてのトピックモデルの推計結果（全業種）



注：テキストデータの前処理として、ストップワード（分析に不必要な語）の除去や、統計的に有意な共起表現（例として、「同性」と「パートナー」が組み合わせられた表現である「同性パートナー」等）の抽出、極端に出現頻度が高く、結果の解釈にも不要な単語（本稿の分析では、「実施」のみ）の除外等を行っている
出所：東洋経済 CSR データより大和総研推計

では、このようなトピックの分布について、金融業界にはどのような特徴があるのだろうか²⁴。これを検証するため、各回答において最も構成割合の大きいトピックを推計し、業種別に割合を集計した（図表8）。

金融業界の中でも最も取組みが活発な保険業では、⑥「同性パートナーの承認と包摂」が主要なトピックとなっているのが特徴的である。これは、保険業における取組みが、社内方針の制定や研修の実施に留まらず、LGBTQ+の顧客向けサービス（同性パートナーを保険金受取人に指定できる等）にまで幅広い現状を反映している。

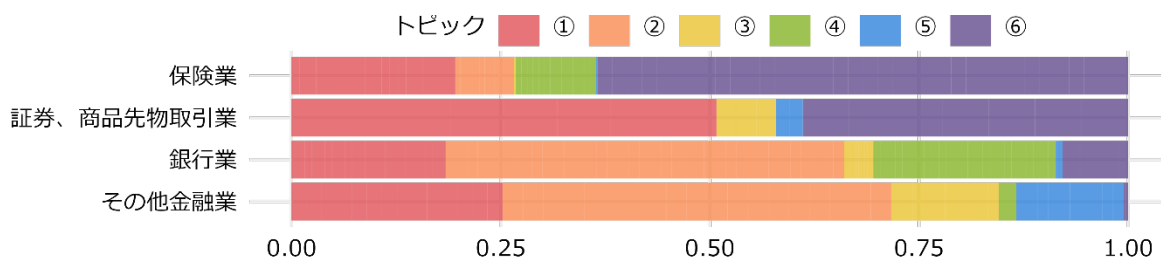
証券、商品先物取引業では、①「SOGIに基づく差別禁止の明文化」が主要なトピックとなっている。これまでのところ、社内規程における対応など、基本的な方針の整備が主で、ビジネスを通じた具体的な取組みがあまり進んでいないためと考えられる。

銀行業とその他金融業では、②「情報収集と啓発活動」が主要なトピックとなっている。この結果の背景としては、現状、セミナーや勉強会を通じて、社外も含めた情報収集を行いつつ、そ

²⁴ 全業種についての推計結果は、附表3に示した。

の知見を社内研修に応用したり、社内制度の改定に向けて参考にしたりすることが中心になっている可能性が考えられる。

図表 8 取組み内容に関する記述における主要トピックの構成割合（金融業界、業種別）



注：トピック①～⑥の詳細については、図表 7 を参照

出所：東洋経済 CSR データより大和総研推計

4. 金融業界における LGBTQ+ 包摂のこれから

本稿では、日本企業の間で急速に進展する LGBTQ+ 包摂の取組みについて、金融業界に焦点を当て、国内外の取組み事例を踏まえた上で、企業調査データの分析を通じて取組み内容の検証を行った。金融業界には国内外を問わず先進的な取組みを行っている企業もあり、ビジネスを通じた取組みをけん引してきた業種の 1 つであると考えられる事例は数多い。しかし、本稿の分析からは、現状の日本では同じ金融業界内でも業種によって取組み状況や内容が大きく異なることが分かった。

このような差が生じる 1 つの要因としては、同じ金融業界でも業種ごとに異なる商品・サービスの特性を持つことが指摘できる。保険業や銀行業では、「家族関係」を前提とした商品やサービスが多い。保険商品には、補償の範囲を「家族」や「夫婦」を単位として規定する商品がある。銀行の融資においても、ペアローンのように「結婚」を前提に考えられているものがある。これらの業種においては、商品やサービスにおいて前提とされた「家族」や「結婚」の定義を見直すことに大きな意義がある。これまでの取組み事例の多くは、商品・サービスの特性として「家族関係」を前提とすることの多い保険業や銀行業において、少なくとも現状よりは金融アクセスの機会を平等にするために「家族」を再定義していく試みと捉えることができるだろう。

一方で、投資は必ずしも「家族」を単位に行うものではない。例えば、証券口座に関する情報の取扱いや投資アドバイスは、原則として個人を単位として行われる。このような特性から、証券業では他の業種に比べて取組みを進める必然性が低いと認識されるのかもしれない。しかし、必ずしも法的に認められた関係ではない「家族」でも、共同の資産形成のニーズが生まれる可能性は想定される。日本の証券業においても、同性カップルを対象としたパートナー口座の開設や、「家族」向けサービスの同性カップルへの拡充については、既に事例がある。

目立った事例は確認できないが、もう 1 つは資産管理、例えば相続をめぐる対応がある。現在の日本の民法では同性パートナーは法定相続人ではないが、遺言書の作成を通じて相続人に定

めることはできる。弁護士事務所や行政書士事務所の中には、LGBTQ+向けに公正証書や遺言書の作成支援を行うところも出てきていることから、証券口座の名義人が亡くなった際に、相続人に同性パートナーが指定されていた場合は、名義変更（株式の移管）等で対応の必要が生じる可能性はある。証券業においては、資産の形成と管理の両面において、ビジネスを通じたLGBTQ+包摂に取り組む意義があるといえるだろう。

最後に、今後、金融業界においてビジネスを通じたLGBTQ+包摂の取り組みをさらに進めていく上での課題として2点を指摘したい。1つ目は、LGBTQ+が直面する困難や、人権問題としての重要性に対して理解を深めることだ。LGBTQ+の排除は人権問題であり、その包摂は人権の観点から実現すべき目標である。ビジネスとしての取り組みを推進する上でも、LGBTQ+の包摂を「マーケティング」や「企業価値」といった市場経済的な行為や価値判断の基準と不可分のものとする認識が正しいものなのか、常に問い直す姿勢が必要であろう²⁵。社会的な批判を受けた場合は、対外的なコミュニケーションや情報開示のあり方を再考する機会と捉えられる。

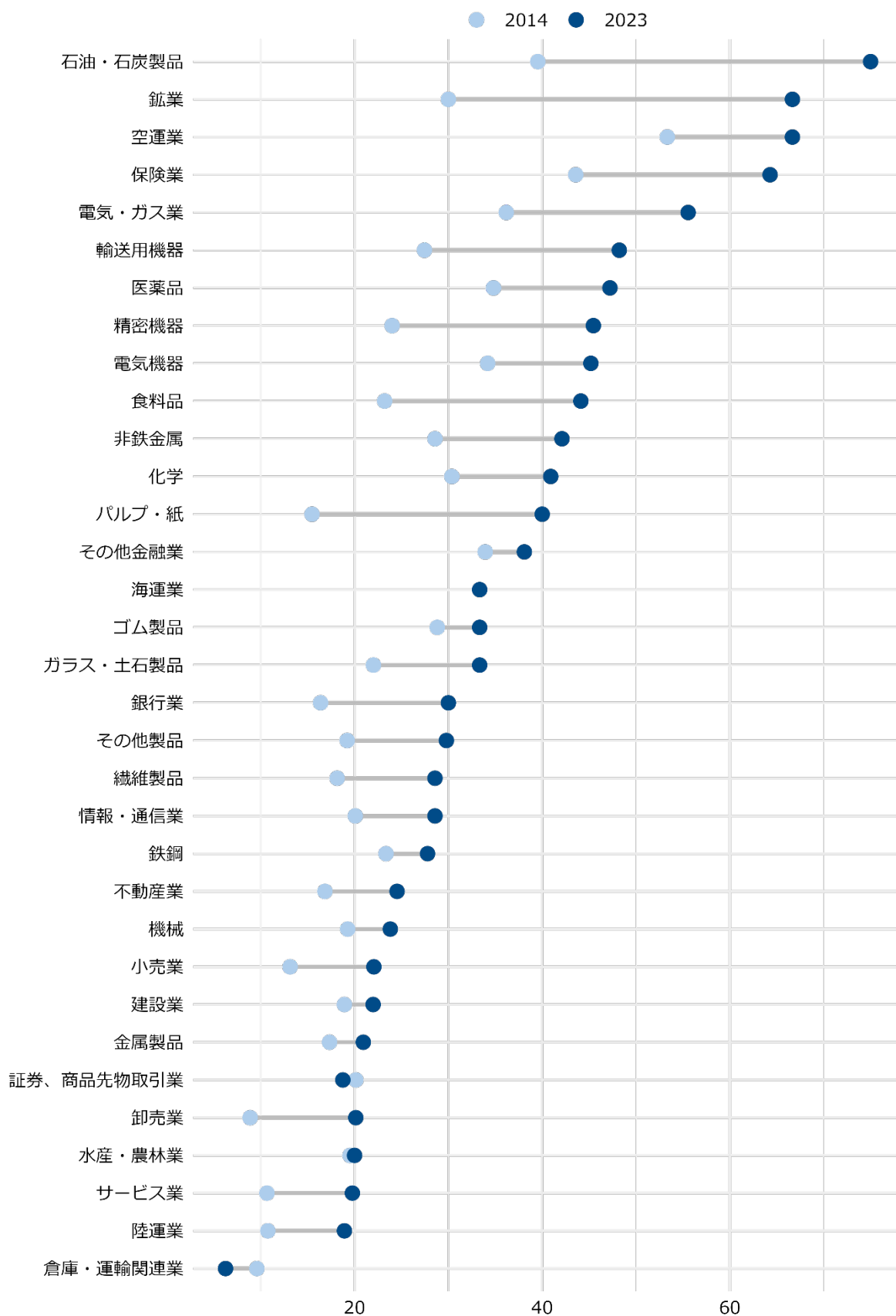
その上で、LGBTQ+をめぐる問題に対する認識と理解を組織内で徹底させることも求められるであろう。そのような実践のための一例としては、米国 Wells Fargo Advisors の事例からみたように、実際に商品やサービスを顧客に提供する従業員が適切な対応を行えるよう、社内研修や勉強会の内容を職種別に深めていくことが有効ではないだろうか。目の前の顧客がLGBTQ+の当事者である可能性は常にある、という認識が重要である。

その可能性があるのは従業員も例外ではない。よって2つ目として、職場で共に働く上司や同僚がLGBTQ+の当事者である可能性を認識することが必要である。具体的には、LGBTQ+包摂のための社内環境整備が重要であろう。一例として、職場におけるDEI推進の重要課題としてLGBTQ+の包摂を位置づけ、社内制度や職場環境を見直すことが求められる。

同性婚の法制化をはじめ、日本におけるLGBTQ+の権利保障は他の先進国と比較して著しく遅れているのが現状だ。国レベルでの法制度や政策を通じた包摂が進まない限り、企業レベルの対応では限界もある。それでも、ビジネスとしてできることを多くの企業が模索している。現在の日本のLGBTQ+を取り巻く法的・社会的状況の下では、民間の金融サービスを利用できる人だけであったとしても、経済的な保障や資産形成・管理の機会が得られるという意味で、金融業界の役割と可能性は大きい。

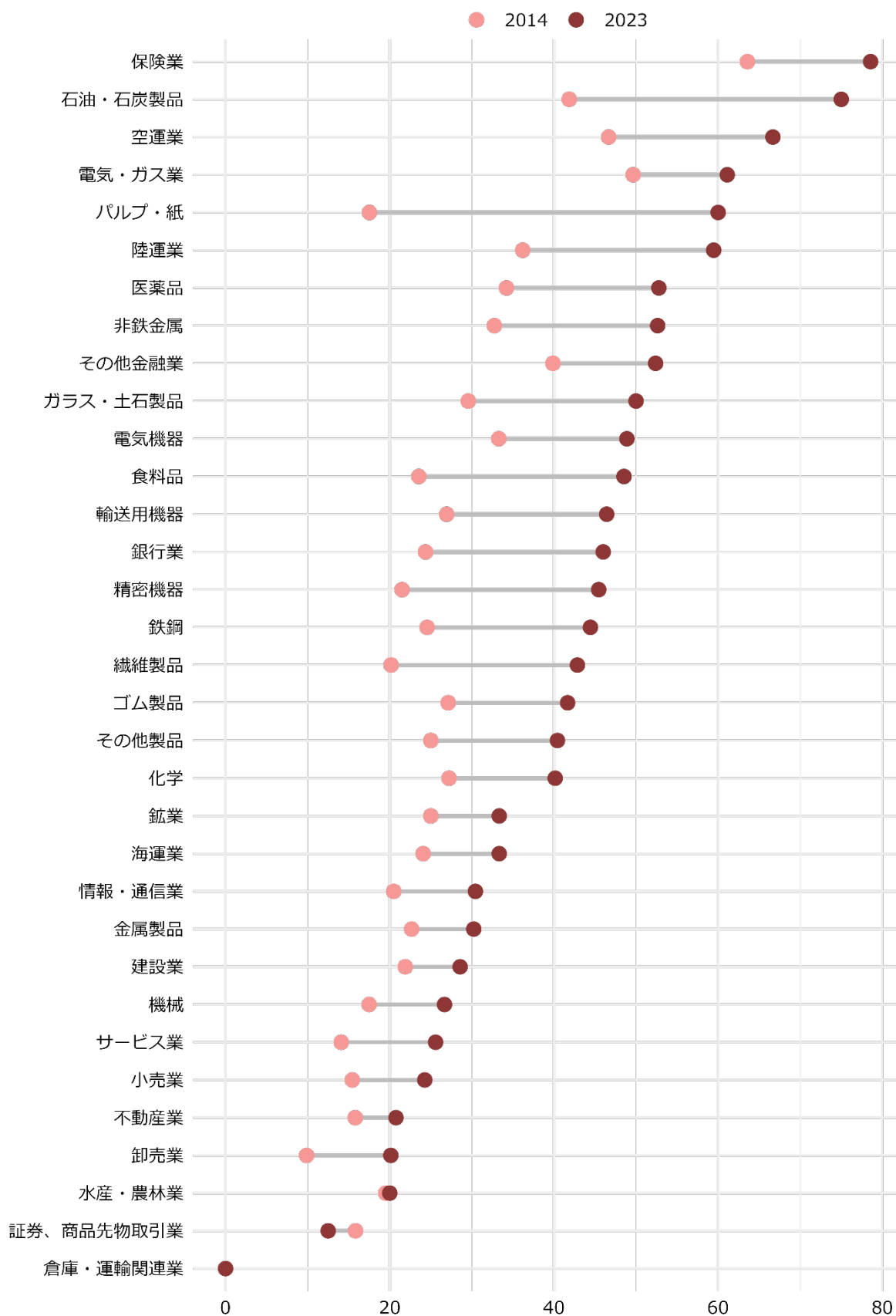
²⁵ LGBTQ+を含む、さまざまな分野におけるビジネスを通じたダイバーシティ推進の問題を批判的に論じたものとして、岩渕功一編著『多様性との対話 ダイバーシティ推進が見えなくするもの』青弓社、がある。

附表1 全業種における方針「あり」の回答の変化（%、2014/23年）



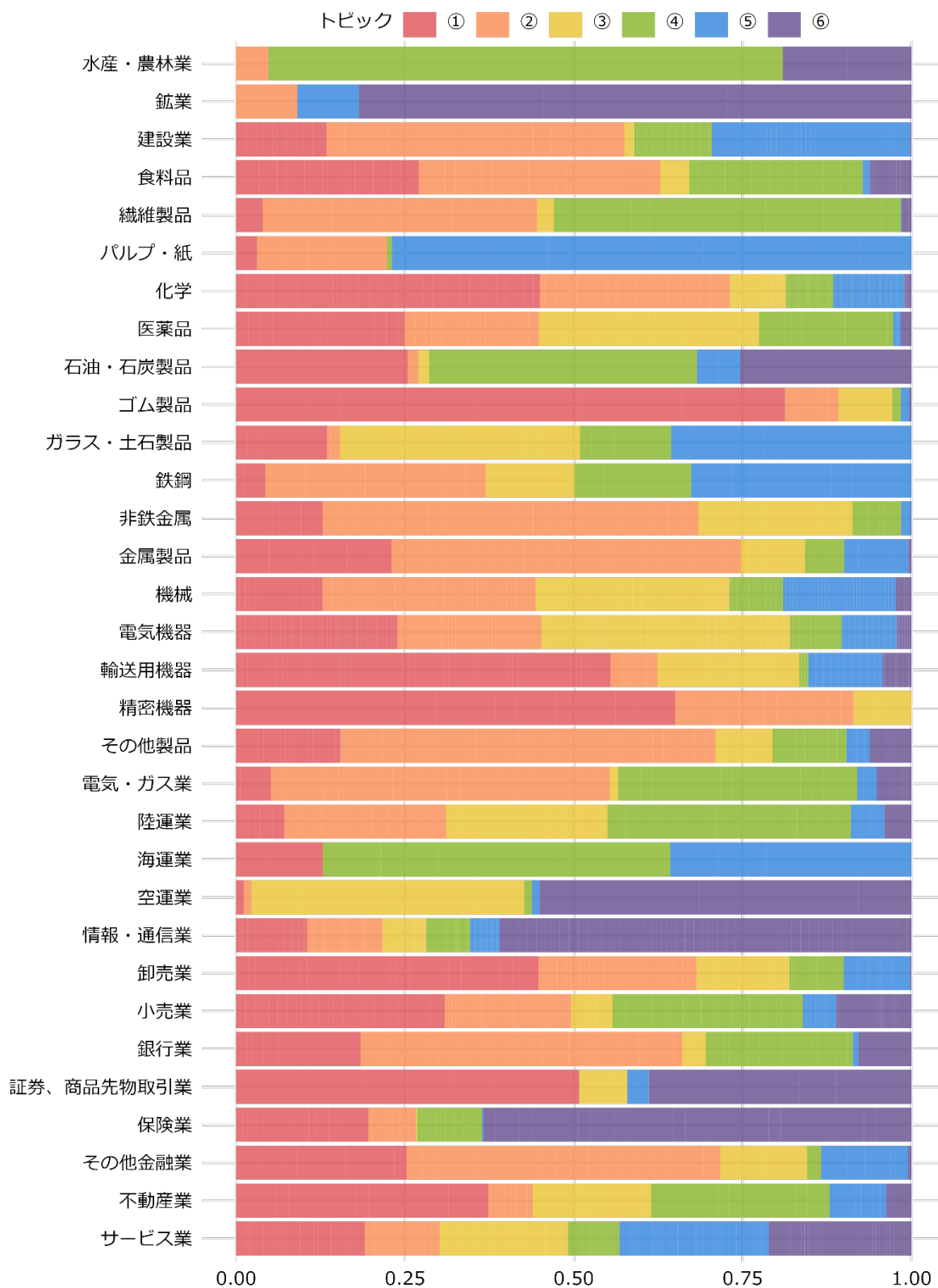
出所：東洋経済 CSR データより大和総研作成

附表2 全業種における取組み「行っている」の回答の変化（%、2014/23年）



出所：東洋経済 CSR データより大和総研作成

附表3 取組み内容に関する記述における主要トピックの構成割合（全業種）



注：トピック①～⑥はそれぞれ、①「SOGIに基づく差別禁止の明文化」、②「情報収集と啓発活動」、③「SOGIに配慮した職場環境整備」、④「社内研修の実施」、⑤「DEI推進としての取組み」、⑥「同性パートナーの承認と包摂」を指す。詳細は本文中の図表7を参照

出所：東洋経済CSRデータより大和総研推計